

چرا وضعیت آب خوزستان به اینجا رسید؟

بنفشه زهرابی

دبیر کار گروه ملی سازگاری با کم‌آبی

تسهیم آب بین استان‌ها و ایالت‌های مختلف در کشورهای گوناگون از مبانی متفاوتی پیروی می‌کند. تصمیمات بالا به پایین دولتی برای تسهیم آب بین استان‌ها و مناطق مختلف که با مرزهای سیاسی از هم مجزا شده‌اند، براساس شاخص‌های مختلف نظیر سطح توسعه‌یافتگی، جمعیت، مساحت اراضی کشاورزی و قطب‌های صنعتی معدنی و شهری و حق آبه‌های زیست محیطی در اکثر کشورها از جمله ایران رواج داشته و دارد. در موارد محدودتری توافق‌نامه‌های رسمی بین استان‌ها، ایالت‌های بالادست و پایین‌دست، مبنای تسهیم آب بوده است.

رویکردهای نوین‌تری هم در برخی کشورها استفاده شده است. به طور مثال، توافق‌نامه‌هایی با مکانیزم‌های مالی هم در مورد تسهیم آب به کار برده شده است. مثلا کمیت و کیفیت مشخصی برای آب تحویلی از استان بالادست به پایین‌دست مورد توافق قرار گرفته و چنانچه از این توافق تخطی صورت بگیرد، مثلا کمیت یا کیفیت آب تحویلی به استان پایین‌دست کاهش یابد، استان بالادست باید این افت کمیت و یا کیفیت را..

فرصت امروز: دولت دوازدهم در حالی تا چند روز دیگر به کار خود پایان می‌دهد که توانسته از مهمترین دستاوردهای خود تسهیم آب را در آخرین روزهای عمر دولت تدبیر و امید صراحتا گفت که فرصت دستیابی به توافق از دولتش گرفته شده و این بدان معناست که پرونده مذاکرات احیای برجام دست‌کم در دولت دوازدهم بسته شده و به دولت سیزدهم سپرده شده است. او پنجشنبه گذشته در مراسم افتتاح خط لوله نفت گوره به جاسک نیز محضوبه مجلس را دلیل باقی ماندن تحریم‌ها توصیف کرد و گفت که اگر قانون مجلس جلوی ما را نگرفته بود، تقریبا قبل از عید نوروز، تحریم را برداشته بودیم.

اشاره روحانی به مصوبه ۱۱ آذرماه سال گذشته است که با تصویب نمایندگان مجلس و تایید شورای نگهبان، طرح «اقدام راهبردی برای لغو تحریم‌ها و صیانت از حقوق ملت ایران» به قانون تبدیل شد.

روحانی روز گذشته در شصت و یکمین مجمع سالیانه بانک مرکزی نیز با بیان اینکه اگر دست و پای ما را نمی‌بستند قطعا در پایان سال ۹۹ می‌توانستیم در روند مذاکرات، تحریم را برداریم، گفت: اگر جنگ اقتصادی و کرونا نبود امروز قیمت دلار حدود ۵ هزار تومان بود.

رئیس‌جمهور در این جلسه همچنین از اقدامات و برنامه‌های پولی و بانکی بانک مرکزی در طول هشت سال گذشته قدردانی کرد و افزود: با اقدامات و سیاست‌گذاری‌های بانک مرکزی و اجرای برنامه‌های اقتصادی تا حدود زیادی توانستیم فشارهای جنگ اقتصادی را از روی مردم کم کنیم.

او با اشاره به شرایط خاص و پرفراز و نشیب کشور در طول هشت سال گذشته، به جمع‌بندی عملکرد دولتش پرداخت و گفت: براساس آمار و ارقام وقتی در سال ۹۲ دولت یازدهم شروع به کار کرد، رشد اقتصادی منفی ۷٫۷ درصد بود و در سال ۹۴ نیز با معضل و شوک قیمت نفت مواجه شدیم و قیمت نفت که در آغاز کار دولت یازدهم بیشه‌های ۱۰۴ دلار بود در مقطعی حتی به ۳۰ دلار رسید. لذا با شرایط خاصی مواجه بودیم.

رئیس‌جمهوری ادامه داد: بعد از اینکه در سال ۹۴ توانستیم از تحریم عبور کنیم آثار اقتصادی مثبت آن در سال ۹۵ مشاهده شد، به طوری که در این سال از رشد اقتصادی ۱۲٫۵ درصد برخوردار شدیم و از آغاز دولت

یازدهم تا اوایل سال ۹۷ شرایط باتباتی در اقتصاد کشور را شاهد بودیم. از ابتدای دولت یازدهم تا اوایل سال ۹۷ فرازونشیب آنچنانی در اقتصاد و به خصوص قیمت ارز نداشتیم و از لحاظ تورم، رشد اقتصادی، قیمت ارز و اشتغال دارای ثبات بودیم که ثبات اقتصادی برای داشتن شرایط مطلوب در سال‌های آینده برای کشور اهمیت دارد.

روحانی با اشاره به اینکه از سال ۹۳ اشتغال خالص مناسبی را در کشور شاهد بودیم و تا سال ۹۶ به طور متوسط ۵۵۰ هزار شغل ثابت در هر سال داشتیم، افزود: تورم نیز از اواخر سال ۹۴ تا اوایل سال ۹۷ یک رقمی بود، اما با شروع جنگ اقتصادی شرایط تغییر کرد. دولت در طول چهار سال اول از انضباط مالی بسیار خوبی برخوردار بود و در هیچ شرایطی حتی در دوره جنگ اقتصادی نیز حاضر به استقراض از بانک مرکزی نشدیم همواره سعی کردیم انضباط مالی دولت را رعایت کنیم که این موضوع در تورم و پایه پولی بسیار مهم است.

به گفته وی، از سال ۹۶ بانک مرکزی ناچار شد برای موسسات اعتباری غیرمجاز و نیز ادغام بانک‌های نیروهای مسلح از پایه پولی استفاده کند، اما استفاده از پایه پولی از طرف دولت هیچ‌گاه بر مبنای بدهی و استقراض دولت نبوده است، اما در عین حال سال ۹۸ نسبت به ۹۷ و سال ۹۹ نسبت به سال ۹۸ بدهی دولت به بانک مرکزی کاهش یافته است.

او با بیان اینکه در سال ۹۷ وارد شرایط جدیدی شدیم، گفت: از مدیران و اقتصاددانان خواهیم می‌کنم که شرایط اقتصادی سال ۹۷ به بعد را بر مبنای واقعیت‌های موجود برای مردم تشریح کنند. حوادثی که پس از این سال اتفاق افتاد ارتباطی به دولت نداشت، چراکه دولت بر مبنای روال گذشته خود پیش می‌رفت و چنانچه جنگ اقتصادی سال ۹۷ و کرونا نبود، همین روند ادامه پیدا می‌کرد و براساس محاسباتی که اقتصاددانان انجام دادند امروز قیمت دلار حدود ۵ هزار تومان بود.

رئیس‌جمهور با بیان اینکه جنگ اقتصادی سال ۹۷ در تاریخ کشور بی‌نظیر و در تاریخ جهان کم‌نظیر است، ادامه داد: اینکه حتی فروش یک بشکه نفت نیز محدود شود و کل عملیات بانکی و منابع کشور کاملا مسدود شود، یک اقدام بی‌سابقه و کم‌نظیر است، اما در عین حال علی‌رغم همه

گزارش «اکنونومیست» از سرمایه‌گذاری استارت‌آپی

تک‌شاخ‌های تکنولوژی می‌تازند

برابر کل سرمایه‌گذاری‌های انجام شده در این بخش در سال ۲۰۲۰ بوده است. براساس آمار ارائه شده از سوی موسسه تحقیقاتی «سی‌بی اینسایتز»، این حجم سرمایه‌گذاری تنها در فاصله ماه‌های آوریل تا ژوئن به تاسیس ۱۳۶ استارت‌آپ تک‌شاخ جدید کمک کرده است. این در حالی است که در همین فاصله زمانی در سال گذشته میلادی میزان سرمایه‌گذاری روی استارت‌آپ‌های تکنولوژی کمی بیش از ۱۰۰ میلیارد دلار بوده که نشان می‌دهد حالا این رقم سه برابر شده است. این روند حتی به تقویت و غنی شدن اعضای قدیمی‌تر گروه تک‌شاخ‌ها هم کمک می‌کند؛ تا جایی که ۳۰ شرکت از این گروه از ابتدای سال ۲۰۲۰ تاکنون با دریافت سرمایه‌گذاری‌های بیشتر، ارزش بازار ۱۰ میلیارد دلاری یا بیشتر به دست آورده‌اند. ساختار استارت‌آپ‌های جدید و محبوب تکنولوژی حالا دیگر کمتر شبیه شرکت‌هایی مانند اوبر است که خدمات خودشان را کاملا با مصرف کنندگان سازگار می‌کنند. در عوض این استارت‌آپ‌های جدید محصولاتی پیچیده را برای بازارهایی خاص و بی‌رقیب‌تر عرضه کرده یا می‌کنند. چیزی در حدود ۲۵ درصد از سرمایه‌گذاری‌های انجام شده در فصل دوم امسال روی شرکت‌های فعال در بخش

محدودیت‌ها کشور اداره شد و کالاهای اساسی و ضروری به اندازه نیاز خریداری و وارد گردید و با همه این شرایط سخت در سال ۹۸ مشکلات اقتصادی تقریبا کنترل شد، اما متاسفانه در اواخر سال ۹۸ با مشکل کرونا مواجه شدیم.

روحانی خاطرنشان کرد: برای اینکه بتوانیم به جای نفت که تامین‌کننده اصلی ارز کشور است جایگزین پیدا کنیم، فعالیت‌های خوبی در راستای صادرات غیرنفتی انجام دادیم و در این راستا اقدامات بانک مرکزی بسیار موثر بود و تقریبا کشور بدون نفت، بدون قطعی و کوپنی شدن کالاها اداره شد.

او سپس به اقدامات اقتصادی دولت در مواجهه با کرونا اشاره کرد و گفت: با اقدامات انجام شده توانستیم تخت‌های بیمارستانی را برای مبتلایان به کرونا افزایش دهیم و تخت‌های ویژه را در طول یک سال و نیم به بیش از ۲۵۰ برابر برسانیم، برای مردم و کسب و کارهای آسیب‌دیده هم کمک‌ها و تسهیلات بانکی ارائه دادیم و همچنین در همین شرایط توانستیم سهام عدالت را ساماندهی کرده و بخشی از سهام را به مردم پرداخت کنیم. در زمینه تهیه واکسن نیز به رغم همه مشکلات امروز توانستیم به نقطه نسبتا مطلوبی برسیم و روند واکسیناسیون سرعت خوبی پیدا کرده است.

به گفته رئیس‌جمهوری، رشد اقتصادی در سال ۹۹ که در بسیاری از کشورها منفی بود در کشور ما مثبت ۳٫۶ درصد بود و این از افتخارات دولت است که در سخت‌ترین شرایط و جنگ اقتصادی قادر است دولت دوازدهم را با رشد مثبت اقتصادی به دولت آینده تحویل دهد. براساس آمار و ارقام ارائه شده در سه ماهه اول امسال شاهد شرایط مناسبی در بخش صادرات و واردات نسبت به سه ماهه اول پارسال هستیم، صادرات بیش از ۶۹٫۲ درصد و واردات حدود ۳۷ درصد نسبت به سه ماهه اول سال گذشته اضافه شده است و شاهد تعادل بین صادرات و واردات هستیم و بی‌تردید این روند می‌تواند امیدوارکننده باشد، ضمن اینکه در شرکت‌های بزرگ اقتصادی نیز رشد ۸٫۷ درصدی ایجاد شده است.

روحانی با بیان اینکه اگر دو کار در این مدت انجام شده بود در اوایل ۱۴۰۰ شاهد شرایط بهتری بودیم، اضافه کرد: اگر دست و پای ما را

رئیس کل بانک مرکزی در شصت و یکمین مجمع عمومی اعلام کرد

رشد اقتصادی سال گذشته به ۳٫۶ درصد رسید

به گفته رئیس کل بانک مرکزی، سال گذشته به موجب تدابیر و اقدامات اتخاذشده و مدیریت و مهار آثار تحریم‌ها، رشد اقتصادی و رشد تشکیل سرمایه ثابت ناخالص داخلی به ترتیب به ارقام ۳٫۶ و ۲٫۵ درصد رسید. به گزارش بانک مرکزی، اکبر کامیجانی در شصت و یکمین اجلاس سالیانه مجمع عمومی عادی بانک مرکزی که صبح یکشنبه به ریاست رئیس‌جمهور در محل...

جانمایی اشتباه صنایع چگونه به بحران کم‌آبی دامن زد؟

کاستی‌های اقتصاد انرژی ایران

فرصت امروز: اینکه چگونه استان حاصلخیز و پرآبی همچون خوزستان به این نقطه از تنش آبی رسید و اینکه چطور بهم خوردن تراز تولید و مصرف برق باعث خاموشی‌های ادامه‌دار در هفته‌های گذشته شد، مثنوی هفتاد من کاغذ است و زنجیره‌ای از عوامل مختلف دست به دست هم داده‌اند تا نظام انرژی کشور به این مرحله بحرانی برسد. همینقدر می‌توان گفت که تلاقی مسئله خاموشی و کم‌آبی در این روزهای داغ تابستان ۱۴۰۰ نشان‌دهنده این واقعیت است که پای اقتصاد انرژی در ایران می‌لنگد. در حالی که بیشتر از سه هفته از بروز تنش آبی در استان خوزستان می‌گذرد...

۲

نهاد پژوهشی مجلس تجربیات جهانی ساماندهی مجوز کسب و کار را بررسی کرد

کسب و کارها در تنگنای مجوزها

۴

مدیریت و کسب‌وکار

فروش بیشتر با اعتمادسازی در میان مشتریان

ایجاد اعتماد در میان مشتریان یکی از مهمترین نکات برای بازاریابی و فروش در دوره کنونی محسوب می‌شود. نحوه رفتار و حتی سلیقه مشتریان در بازار به طور معناداری در حال تغییر است. اگر برندها در این میان اقدام به ایجاد تغییرات واضح در نحوه عملکردشان نکنند، خیلی زود با مشکلات اساسی در این راستا مواجه خواهند شد. یکی از نکاتی که در طول سال‌های اخیر کمتر مورد توجه کارآفرینان قرار داشته است، بحث اعتماد مشتریان به کسب و کارشان است. اگر شما اعتماد مشتریان را امری طبیعی قلمداد کنید، هرگز فرصتی برای تاثیرگذاری مناسب بر روی مشتریان‌تان نخواهید یافت. این امر مشکلات بسیار زیادی برای کسب و کار شما به همراه دارد. براساس گزارش موسسه مارکتینگ چارتز، امروزه ۶۷ درصد از برندها در سراسر دنیا با مشکل اعتماد مشتریان مواجه هستند. دلیل اصلی این امر بی‌توجهی مداوم به...

۸

روحانی در شصت و یکمین مجمع سالیانه بانک مرکزی:

اگر جنگ اقتصادی و کرونا نبود امروز قیمت دلار حدود ۵ هزار تومان بود

نمی‌بستند قطعا در پایان سال ۹۹ می‌توانستیم در روند مذاکرات تحریم را برداریم، توافق بین ما و ۵۰۱ وین کاملا روشن و اسناد آن موجود است و مشخص است که آنها و ما حاضر بودیم که اقداماتی انجام دهیم، اما مصوبه‌ای که در مجلس گزارنده شد نگذاشت ما کار خود را انجام دهیم. اقدام دوم در زمینه افعای‌تی‌اف بود که مشکل بزرگی ایجاد کرد. در این زمینه دولت و وزارت اقتصاد کار خود را انجام داده بود و مجلس و شورای نگهبان نیز کمک کرده بودند، اما یک جای دیگری برای ما مشکل درست کرد و هنوز هم مشکل ادامه دارد.

رئیس‌جمهور تصریح کرد: اگر همه تحریم‌ها هم برداشته شود ولی مشکل افعای‌تی‌اف حل نشود باز هم در فعالیت‌های بانکی با بانک‌های دنیا، روند عادی نخواهیم داشت؛ لذا برخی از مشکلات در اختیار دولت نیست و ربطی هم به دولت ندارد. اگر اختیارات لازم که قانون اساسی به ما می‌دهد را می‌توانستیم عملیاتی کنیم در آغاز ۱۴۰۰ تحریم نداشتیم. برخی از امور از جمله جنگ اقتصادی هم مربوط به دولت نیست و ناشی از اقدام یک نادانی است که از برجام خارج شد و تحریم را بر کشورمان تحمیل کرد.

او در پایان با بیان اینکه در برخی از امور دولت به تنهایی قادر نیست کاری انجام دهد و باید بقیه دستگاه‌ها و ارگان‌ها هم یاری کنند، گفت: باید برای مردم توضیح داده شود که دولت در کجاها می‌تواند عمل کند و کجاها از اختیارات دولت خارج است. آنچه در توان‌مان بوده برای رفع مشکل مردم دریغ و کوتاهی نکردیم و برخی بر مواردی که در اختیار دولت بوده را حل و فصل کردیم و اجازه ندادیم در شرایط کرونا و تحریم، فعالیت‌های زیربنایی و اقتصادی و تولیدی تعطیل شود.

در شصت و یکمین مجمع سالیانه بانک مرکزی که روز یکشنبه با حضور رئیس‌جمهور برگزار شد، صورت‌های مالی مجمع با اعمال اصلاحاتی به تصویب رسید. در این نشست رئیس کل بانک مرکزی از عملکرد، جهت‌گیری‌های سیاسی و اقدامات پولی و بانکی بانک مرکزی و همچنین شاخص‌ها و متغیرهای اقتصادی در طول هشت سال دولت تدبیر و امید به ویژه سال ۹۹ گزارش داد. در این جلسه همچنین هیأت نظر بانک مرکزی درباره ترازنامه و صورت‌های مالی سال ۹۹ توضیحاتی ارائه داد.

نوبت اول

شماره: ۱۱۶۹۰۱۲

برق رامن

آگهی مناقصه و فراخوان ارزیابی کیفی مناقصه عمومی یک مرحله‌ای شماره ۴۰۰/۱۴۷ م مناقصه خرید لوازم روشنایی شرکت تولید نیروی برق رامن- امور تدارکات رجوع به صفحه ۵

ادامه در صفحه ۲



## چرا وضعیت آب خوزستان به اینجا رسید؟

**بنفشه زهرایی**  
دبیر کارگروه ملی سازگاری با کم‌آبی

تسهیم آب بین استان‌ها و ایالت‌های مختلف در کشورهای گوناگون از مبانی متفاوتی پیروی می‌کند. تصمیمات بالا به پایین دولتی برای تسهیم آب بین استان‌ها و مناطق مختلف که با مرزهای سیاسی از هم مجزا شده‌اند، براساس شاخص‌های مختلف نظیر سطح توسعه‌یافتگی، جمعیت، مساحت اراضی کشاورزی و قطب‌های صنعتی‌امدنی و شهری و حق‌آبه‌های زیست محیطی در اکثر کشورها از جمله ایران رواج داشته و دارد. در موارد محدودتری، توافق‌نامه‌های رسمی بین استان‌ها/ایالت‌های بالادست و پایین‌دست، مبنای تسهیم آب بوده است.

رویکردهای نوین‌تری هم در برخی کشورها استفاده شده است. به طور مثال، توافق‌نامه‌هایی با مکانیزم‌های مالی هم در مورد تسهیم آب به کار برده شده است. مثلا کمیت و کیفیت مشخصی برای آب تحویلی از استان بالادست به پایین‌دست مورد توافق قرار گرفته و چنانچه از این توافق تخلفی صورت بگیرد، مثلا کمیت یا کیفیت آب تحویلی به استان پایین‌دست کاهش یابد، استان بالادست باید این افت کمیت و یا کیفیت را با پرداخت پول به استان پایین‌دست جبران کند. از این مکانیزم‌های مالی در طرح‌های انتقال آب بین حوضه‌ای هم بعضا در سایر کشورها استفاده شده است. این گونه راه حل‌ها اگرچه زمینه توزیع بهتر و عادلانه آب را بین مناطق مختلف حوضه‌های آبریز رودخانه‌ها که با مرزهای سیاسی از هم جدا شده‌اند، لزوما فراهم نمی‌کنند ولی زمینه‌ساز مدیریت مسائل سیاسی‌اجتماعی و کاهش مشکلاتی نظیر آنچه که امسال در خوزستان رخ داد، می‌توانند باشند.

در ایران از نظام‌های بالا به پایین برای تسهیم آب بین استان‌ها استفاده می‌شود. شفافیت و جلب مشارکت ذی‌نفعان در این فرآیند از اهمیت زیادی برخوردار است چراکه توجیه نحوه تسهیم آب بین استان‌ها به خصوص در شرایط کم‌آبی و خشکسالی‌های شدید نظیر آنچه که در سال ۱۴۰۰ رخ داده است برای مردم محلی در استان‌های پایین‌دست مثل استان خوزستان، عمدا باید توسط مقامات استانی صورت گیرد که اگر خود نسبت به فرآیند تسهیم آب توجیه نباشند، قطعاً نمی‌توانند عادلانه بودن فرآیند را برای دیدگران نیز تبیین کنند. در این مورد قطعاً نیاز به کار بیشتری در بخش آب وجود دارد. مخالفت‌های جدی با گره زدن مکانیزم‌های مالی به تسهیم آب و انتقال آب بین حوضه‌ای در مدیریت ارشد بخش آب ایران وجود دارد و به نظر نمی‌رسد فعلا در سطوح عالی قوه مجریه هم پذیرش این سازوکارها وجود داشته باشد.

در فرآیند تسهیم آب بین استان‌ها که در وزارت نیرو صورت گرفته است هم مشابه تجربیات بین‌المللی، از شاخص‌های مختلف مثل جمعیت، سطح زیرکشت و نیازهای آبی بخش‌های مختلف مصرف‌کننده آب و حق‌آبه‌های زیست محیطی رودخانه‌ها و لابلایها استفاده شده است. صرفاً از باب صحت‌سنجی فرآیند طی شده در وزارت نیرو، با همکاری یک تیم تحقیقاتی متشکل از پنج نفر از دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه تهران، از یک مدل پیشرفته برای تسهیم آب زاینده‌رود بین دو استان چهارمحال و بختیاری و اصفهان که در سال‌های اخیر محل مناقشه زیادی بوده است، استفاده کردیم.

سهم محاسبه‌شده برای دو استان از آورد رودخانه زاینده‌رود بسیار نزدیک بود به آنچه که وزارت نیرو تعیین کرده است. اگر چه به نظر می‌رسد رویکرد استفاده‌شده در وزارت نیرو، علمی و مستند به شاخص‌های قابل قبول ملی و بین‌المللی است، اما در حوضه آبریز رودخانه‌های کارون، دز و کرخه، نارضایتی‌های زیادی در مورد تسهیم آب بین استان‌های غربی به خصوص لرستان، ایلام و خوزستان وجود دارد که مکررا در جلسات کارگروه ملی سازگاری با کم‌آبی با موضوع بررسی برنامه‌های سازگاری با کم‌آبی این استان‌ها بروز پیدا می‌کرد. به نظر می‌رسد لازم است جزییات فرآیند تسهیم آب بین این استان‌ها شفاف‌سازی شود و یک بار دیگر در این مورد اعتمادسازی شود تا در شرایطی مثل خشکسالی شدید سال ۱۴۰۰، منشأ دامن زدن به مجادلات نشود.

در سال جاری، سه استان کرمانشا، چهارمحال و بختیاری و لرستان که همگی سرشاخه‌های اصلی رودخانه‌های ورودی به استان خوزستان را سیراب می‌کنند، با کاهش بارش حدود ۲۲۷،۲۵۰ و ۲۲۲ میلی‌متر نسبت به متوسط درازمدت، در بین استان‌های کشور رکورددار کاهش بارش هستند. این البته پدیده جدیدی در دهه‌های اخیر ایران نیست. بررسی بخشی از گزارش ارائه شده توسط مرکز ملی اقلیم و مدیریت بحران خشکسالی سازمان هواشناسی کشور به هیأت وزیران مربوط به تحلیل بارش ۱۰ سال اخیر نشان می‌دهد که خشکسالی هواشناسی بسیار شدید (کاهش بارش نسبت به متوسط درازمدت) در بخش‌های بزرگی از استان‌های کرمانشا، ایلام، خوزستان و چهارمحال و بختیاری به وقوع پیوسته که تبعات آن به خوبی در وضعیت نابسامان تالاب‌ها، منابع آب سطحی و زیرزمینی و پوشش گیاهی این استان‌ها مشهود است. در حال حاضر ۶۴درصد مساحت کشور تحت خشکسالی هواشناسی ۱۰ ساله متوسط تا بسیار شدید است.

در چنین شرایطی، نقش سدهای واقع بر رودخانه‌های کارون، دز و کرخه در تنظیم جریان و تعدیل شرایط کم‌آبی بسیار قابل توجه است. سدها اساسا مهمترین نقشی که در کشورهایی مثل ایران ایفا می‌کنند، تعدیل تغییرات شدید فصلی آورد رودخانه‌هاست و سدهای تنظیم‌کننده جریان‌ات ورودی به استان خوزستان هم از این قاعده مستثنی نیستند در تیرماه امسال سه کرخه نزدیک به پنج برابر آورد ورودی به خود در این ماه از تخلیه کرده که نشان می‌دهد اگر سدهایی نظیر کرخه وجود نداشتند، در تابستان‌های بسیار خشکی نظیر امسال، جریان رودخانه‌های ورودی به استان خوزستان می‌توانست به مراتب کمتر از مقدار محقق شده تاکنون باشد. مشکلات کیفیت آب سد گوند به دوباره در بحران خشکسالی امسال، به عنوان یکی از عوامل موثر در تشدید مسائل آب استان مطرح شده است؛ هرچند که به نظر می‌رسد این سد نقشی در تشدید مشکلات امسال ایفا نکرده است. اساسا مدیریت بهره‌برداری از سد گوند در سال‌های اخیر به گونه‌ای بوده است که بخشی از شوری طبیعی رودخانه کارون هم در سد تله‌اندازی شده و آب با شوری کمتری از وضعیت طبیعی رودخانه، از سد تخلیه شده است؛ بنابراین به نظر می‌رسد بهره‌برداران از سد ترجیح داده‌اند با پذیرفتن رسک تجمع بیشتر نمک در مخزن سد، آب با کیفیت بهتری به پایین‌دست تحویل بدهند. این رویکرد البته از این جهت مورد نقد است که مشکل عاجل‌بخشی کیفیت آب موجود در سد و تخلیه تدریجی نمک موجود در سد را از طریق مدیریت بهره‌برداری از مخزن سد که راهکار پیشنهادی موسسه آب دانشگاه تهران نیز بود به تاخیر انداخته است.

راهکار اساسی برای افزایش تاب‌آوری استان در برابر کم‌آبی، مدیریت مصرف آب است. فاز اول برنامه‌های سازگاری با کم‌آبی استان خوزستان با صرفه‌جویی ۲۵۰ میلیون مترمکعبی از منابع آب زیرزمینی و ۱۶۳۸ میلیون مترمکعبی از منابع آب سطحی و در مجموع معادل ۱۸۸۸ میلیون مترمکعب در افق ۱۴۰۵ در چارچوب اعتبارات موجود، در فروردین ماه امسال مورد تصویب کارگروه ملی سازگاری با کم‌آبی قرار گرفت. در این برنامه همچنین از طریق جایگزینی آب خام با پساب در بخش‌های کشاورزی، فضای سبز و صنعت و ارتقای روش‌های پرورش ماهی در بخش شیلات، اصلاح مصارف و بهبود کیفیت منابع آب به میزان ۲۱۹،۲ میلیون مترمکعب صورت خواهد گرفت. اجرای این برنامه باعث خواهد شد تاب‌آوری استان خوزستان در مواجهه با خشکسالی‌ها و کم‌آبی مزمن موجود در استان، تا پایان برنامه هفتم توسعه تا حدی زیادی ارتقا یابد.

جانمایی اشتباه صنایع چگونه به بحران کم‌آبی دامن زد؟

# کاستی‌های اقتصاد انرژی ایران



برق و آب را از کشورهای دیگر می‌خرند. این ماشین‌آلات عموما به قدری فرسوده هستند که در کشورهای دیگر آهن قراضه محسوب می‌شوند. علت استفاده از این وسایل فرسوده در ایران نیز دسترسی به آب، برق و گاز تقریبا رایگان است.»

هاشم‌خانی با بیان اینکه «این وضعیت فاجعه بزرگی است که بخشی از آن در بحران آب و برق فعلی دیده می‌شود»، ادامه می‌دهد: «بحران برق و آب در بخش‌هایی از کشور وجود دارد. سیاست‌گذاران نیز ارزان بودن آب، برق و گاز را نفی نمی‌کنند و به همین بهانه قیمت فروش محصولات این صنایع را کنترل می‌کنند. در حال حاضر بحث‌های مفصلی در بورس کالا مطرح است که محصولات فولادی باید پایین‌تر از قیمت بازاری آن فروخته شود و ادعای سیاست‌گذاران این است که به دلیل ارزان بودن آب و برق و گاز، این امر باید محقق شود. در حال حاضر دو بحران بزرگ وجود دارد؛ اول اینکه صنایع پرمصرف در زمینه آب و برق در نقاط نامناسبی مستقر شده‌اند و معضل دوم مصرف بالای آب و برق خطوط تولیدی است که این صنایع به کشور وارد می‌کنند.»

چرا سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در صنعت برق به خط پایان رسید؟

## قیمت‌گذاری دستوری در اقتصاد یارانه‌ای

تمام ظرفیت‌هایی که در کشور وجود دارد، استفاده کنیم.» این در حالی است که بارها فعالان اقتصادی از فضای نامناسب در صنعت برق، انحصارها و دخالت دولت در قیمت‌گذاری گفته‌اند؛ از جمله پیام باقری، نایب‌رئیس هیأت مدیره سندیکای صنعت برق ایران در پانزدهمین نشست هیأت نمایندگان اتاق ایران، گزارشی از وضعیت کمبود برق و خاموشی‌های اخیر ارائه داد و گفت که «صنعت برق ایران در رتبه اول توسعه در منطقه و رتبه ۱۴ جهان قرار دارد و بیش از ۲۷ میلیون مشترک در کشور از این حوزه استفاده می‌کنند.» باقری در این نشست با بیان اینکه «۸۴ درصد تولید برق ایران در سال ۹۹ منکی به نیروگاه حرارتی بوده و از نظر مصرف نیز یک‌سوم مصارف برق در صنعت و یک‌سوم در بخش خانگی و یک‌سوم مابقی حوزه‌هاست»، مسائلی نظیر وضعیت بارندگی‌ها، قیمت ارز و شرایط آب‌وهوا را ریشه اصلی مشکلات کمبود منابع برای سرمایه‌گذاری عنوان کرد و افزود: «۵ هزار مگاوات تولید برق در سال طبق برنامه ششم توسعه حدود ۵ میلیارد دلار سرمایه نیاز دارد؛ اما جدای از اینکه روند سرمایه‌گذاری در کشور نزولی است، عدم اشتیاق بخش خصوصی برای توسعه سرمایه‌گذاری در صنعت برق نیز مزید بر علت است.»

به گفته باقری، «از سال ۱۳۹۲ به بعد، بخش خصوصی وارد سرمایه‌گذاری برق نمی‌شود؛ چراکه این بخش نمی‌تواند با دولتی که در صنعت برق ناظر، داور، مصرف‌کننده، تولیدکننده، طلبکار، بدهکار، سرمایه‌گذار و نرخ‌گذار است رقابت کند. بحث سرمایه‌گذاری آثار بلندمدت دارد و هم‌زمان نگهداری و تعمیر نیروگاه‌ها در کنار سرمایه‌گذاری برای ساخت واحدهای جدید نیز دارای اهمیت است. براساس مصوبات باید ۲۲ درصد رشد ظرفیت را تجربه می‌کردیم اما

گزارش «اکنونومیست» از سرمایه‌گذاری استارت‌آپی

### تک‌شاخ‌های تکنولوژی می‌تازند

روی استارت‌آپ‌های تکنولوژی مانند صندوق‌های بازنشتگی، صندوق‌های ذخیره ارزی و بنگاه‌های تجاری خانوادگی، به سرعت در حال پیشروی در بازارهای خصوصی هستند که معمولا حاکمیت آنها در اختیار شرکت‌های سرمایه‌گذاری ریسک‌پذیر است. در فصل گذشته سرمایه‌گذاران غیرسنی در آمریکا در حدود ۱۸۰۰ معامله سرمایه‌گذاری شرکت کرده‌اند که ارزش آنها روی هم رفته برابر ۵۷ میلیارد دلار بوده. بسیاری از این معاملات به دنبال موفقیت تازه‌کاری متعلق به دنیا خارج از دنیای شرکت‌های سرمایه‌گذاری ریسک‌پذیر، انجام شده است. آمار منتشرشده از سوی موسسه آماری و تحقیقاتی «پیچ بوک» نشان می‌دهد که بازگشت سرمایه سالانه این سرمایه‌گذاران از محل سرمایه‌گذاری‌های انجام شده روی استارت‌آپ‌هایی که وارد بورس شده یا خریداری شده‌اند، به‌طور متوسط در یک دهه گذشته ۳۰ درصد بوده است؛ رقمی که تقریبا دو برابر میزان بازگشت سرمایه برای سرمایه‌گذاران ریسک‌پذیر قدیمی و با تجربه این بازار است. این جریانی است که در طول دو سال گذشته در میان استارت‌آپ‌های زیادی رواج داشته است. استارت‌آپ‌هایی مانند اوبر و لیفت که رقیب یکدیگر هستند و با حتی استارت‌آپ‌های کوچک‌تری مانند «WeWork» که در زمینه اجاره

وی با اشاره به اینکه «این معضلات فقط با اصلاح قیمت‌ها حل نمی‌شود»، می‌گوید: «تنها راه این است که قیمت آب، برق و گاز صنایع کاملاً آزاد شود و دولت درباره ۱۰۰درصد منابع آزادشده از این کار گزارش شفاف ارائه و همه این منابع را به صورت یارانه نقدی در اختیار مردم قرار دهد تا مردم مطمئن شوند دلیت کیسه‌های برای خودش ندوخته بلکه می‌خواهد مشکلات ریشه‌ای حل شود.»

**لزوم آزادسازی قیمت انرژی در اقتصاد ایران**

او درباره اینکه آیا برای آزادسازی و مقایسه قیمت انرژی نباید ابتدا حداقل درآمد در کشورهای موردنظر مورد توجه قرار گیرد؟ پاسخ می‌دهد: «با آزادسازی قیمت انرژی کاملاً مخالفم؛ مگر اینکه درباره کل پولی که به دست می‌آید به طور شفاف گزارش داده شود و به صورت یارانه نقدی به مردم برگردد. همچنین برای آزادسازی قیمت انرژی باید حداقل درآمد در نظر گرفته شود، اما موضوع بحث اینجا آزادسازی قیمت انرژی فقط برای صنایعی است که در حال حاضر انرژی را هدر می‌دهند. در مراحل بعدی، منطقی است که قیمت آب و برق و گاز مصرفی مردم نیز به میانگین قیمت کشورهای همسایه برسد، اما تمام منابع آزادشده حاصل از آن باید به صورت یارانه نقدی به مردم برگردد. در چنین شرایطی با توجه به کاهش قدرت خرید مردم در سال‌های اخیر در پی تحریم، شیوع کرونا و سوءمدیریت، مردم با کسب منابع جدید شروع به خرید کالا می‌کنند که به نفع تولیدکنندگان است.»

ایسن کارشناس اقتصادی از پرداخت یارانه نقدی دفاع می‌کند و می‌گوید: «اگر یارانه نقدی مبلغ بالایی بود، بسیاری از مسائل تحت عنوان جلوگیری از استثمار نیروی کار، حمایت از نیروی کار و حتی حمایت از تولیدکنندگان حل می‌شد. به طور کلی حمایت از تولیدکنندگان به طور شفاف و بدون فساد این است که ورودی مردم افزایش پیدا کند؛ چراکه با این پول پس‌انداز می‌شود و بانک‌ها می‌توانند آن را به صنایع وام دهند یا در بورس سهام صنایع را بخرند یا محصولات خود صنایع را خرید کنند که در هر سه حالت صنایع منتفع می‌شوند.»

هاشم‌خانی در مورد اینکه چرا پرداخت یارانه به بخش تولید در کشورهای دیگر تا این حد مورد انتقاد نیست، می‌افزاید: «یارانه بخش تولید دو حالت دارد؛ یا ممکن است مانند سیستم فعلی غیرشفاف باشد و تولیدکنندگان گردن کلفت با لای، پول آب و برق و گاز را ندهند، یا اینکه تولیدکننده‌ای که توانایی لایبی و اعمال نفوذ ندارد، مجبور است این هزینه‌ها را بپردازد. تفاوت هزینه این دو گروه بسیار متفاوت است. برخی می‌توانند لایب کنند و با دریافت انرژی ارزان حتی بیت‌کوبین تولید کنند، اما عده‌ای برای گرفتن انشعاب آب و برق عادی حداقل دو سال باید در نوبت بمانند. این شیوه حمایت از تولید نیست، بلکه برای حمایت شفاف از تولید باید مالیات همه تولیدکنندگان به طور یکنواخت کاهش پیدا کند و برعکس مالیات بر کالاهای لوکس از جمله خانه و خودروی لوکس افزایش یابد که این روال در دنیا هم برقرار است.»

شاهد شیب نزولی جدید در سرمایه‌گذاری صنعت برق هستیم و در این شرایط خاموشی در تابستان ۱۴۰۰ محتم بود که البته فشار عمده آن روی صنایع است.» به عقیده وی، «این بهره‌وری پایین ناشی از این است که در اقتصاد ایران انرژی یارانه‌ای است و ۸۶ میلیارد دلار در حوزه انرژی یارانه پرداخت می‌شود که می‌توانست وارد سرمایه‌گذاری شود.» باقری همچنین نظام حقوقی و قراردادی یکجانبه در صنعت برق را ازجمله مشکلات این حوزه دانست و گفت: «متأسفانه قراردادهای سلیقه‌ای در صنعت تحمیل شده و حالا با ۴۰۰ قرارداد تعلیقی در صنعت برق مواجه هستیم که مشکل بزرگی است و در نتیجه آن، بخش خصوصی روز به روز نحیف‌تر شده و درنهایت با تعدیل نیرو کاهش ظرفیت تولید و ورشکستگی مواجه است.»

او عارضه اصلی صنعت برق را تصدیگری دولت خواند و افزود: «وزارت نیرو باید دست از رقابت با بخش خصوصی بردارد و اجرای قوانین بالادستی مثل قانون ماده ۱۲ و اصلاح اقتصاد برق و افزایش تدریجی حامل‌های انرژی در دستور کار قرار گیرد.»

نایب‌رئیس هیأت مدیره سندیکای صنعت برق ایران با اشاره به اینکه تبادل برق به معنای صادرات برق نیست، گفت: «اینکه برق را از کشورهای شمالی که در پیک نیستند وارد کرده و به مقاصد دیگری ارسال کنیم، تجارت برق است و برای حل مشکلات داخل باید به سرمایه‌گذاری در این حوزه توجه شود. از سوی دیگر، در کشور حدود ۳۰۰ روز، هوا اقلانی است و می‌توان از ظرفیت خورشید برای تولید انرژی استفاده کرد. نباید صرفا به سمت ایجاد نیروگاه‌های برق‌آبی یا سیکل ترکیبی رفت و اگر فضا برای سرمایه‌گذاری مناسب باشد، شاید شرایط این صنعت هم بهتر شود.»

گزارش «اکنونومیست» از سرمایه‌گذاری استارت‌آپی

### تک‌شاخ‌های تکنولوژی می‌تازند

فضای کار فعالیت می‌کند، توانستند به کمک سرمایه‌گذاری‌های بیشتر به ارزش بازار بیشتری هم رسیده و ورود پررنگ و تاثیرگذاری در بازار بورس را تجربه کنند، اما در ادامه ضرری نسبی را تجربه کرده‌اند. براساس بررسی‌های انجام‌شده توسط «اکنونومیست»، استارت‌آپ‌هایی که در سال ۲۰۲۱ سهام خود را به عرضه عمومی رسانده‌اند، در مجموع و تا حالا ضرر ۲۵ میلیارد دلاری را ثبت کرده‌اند. ریسک‌ها و خطرات دیگری هم در فضای سرمایه‌گذاری وجود دارد که بعضی از آنها ناشی از دنیای سیاست هستند. از آنجایی که بسیاری از قدرت‌های جهانی به دنبال قانونمندتر کردن صنعت تکنولوژی و نظارت بر غول‌های تکنولوژی هستند، بسیاری از سرمایه‌گذاران نگران ضررهای احتمالی با بزرگ‌تر شدن این استارت‌آپ‌ها به خصوص در آمریکا هستند. شاید به همین دلیل است که استارت‌آپ‌های چینی در سال‌های اخیر محبوبیت بیشتری در میان سرمایه‌گذاران پیدا کرده‌اند. در واقع می‌توان گفت حالا دیگر سرمایه‌گذاران با دقت و احتیاط بیشتری انتخاب می‌کنند تا علاوه بر کاهش احتمال مواجهه با مقررات و قوانین دست و پاگیر، بتوانند اطمینان بیشتری از بازگشت سرمایه خودشان هم داشته باشند.



## بانک نامه



از مانی ترون و پترزگروپ تا استنفورد گروپ

## بزرگترین کلاهبرداری‌های پانزی تاریخ

وعده پرداخت سود هنگفت، وجه مشترک اصلی کلاهبرداری‌های بزرگ بوده است. به گزارش «ویژوال کپیتالیسست»، بازی پانزی به کلاهبرداری از طریق تطمیع سرمایه‌گذاران از طریق وعده سودهای کلان اطلاق می‌شود. در این طرح سود سرمایه‌گذاران قبلی از سپرده سرمایه‌گذاران جدید پرداخت شده و تا زمانی جوابگو است که سرمایه جدیدی وجود داشته باشد. در ادامه با برخی از بزرگترین کلاهبرداری‌های پانزی تاریخ آشنا می‌شوید.

✱ مانی ترون ۱۹۹۱ میلادی: ژان پیر فان روسم فردی بود که ادعا کرد یک الگوی کامپیوتری ابداع کرده که مسیر آینده بازار بورس را پیش‌بینی می‌کند. سابقه وی در اقتصادسنجی باعث شد بسیاری از افراد از جمله برخی از اعضای خاندان سلطنتی بلژیک به وی اعتماد کنند و سرمایه‌های خود را در اختیار وی بگذارند. او در نهایت به پنج سال حبس محکوم شد. ارزش کل کلاهبرداری صورت گرفته توسط این فرد حدود ۸۶۰ میلیون دلار برآورد می‌شود.

✱ کاریتاس ۱۹۹۴ میلادی: یان استویچا فردی بود که با راه‌اندازی یک شرکت و وعده سود ۸۰۰ درصدی پس از هشت ماه از دریافت وجه، پول کلانی از مردم رومانی به دست آورد. پس از آنکه مشخص شد وی حدود ۴۵۰ میلیون دلار بدهی دارد، دستگیر و به هفت سال زندان محکوم شد. ارزش کل کلاهبرداری صورت گرفته توسط این فرد بین یک تا پنج میلیارد دلار برآورد می‌شود.

✱ ام ام ام ۱۹۹۴ میلادی: سرگی ماورودی از طریق تاسیس یک شرکت واردات قطعات الکترونیکی وعده داد به هر کس که سهام شرکتش را بخرد پس از یک سال ۱۰۰۰ درصد سود بدهد. او در سال ۲۰۰۳ دستگیر و به چهار سال حبس محکوم شد. ارزش کل کلاهبرداری صورت گرفته توسط این فرد حدود ۱۰ میلیارد دلار برآورد می‌شود.

✱ گریت مینیسترینز ۱۹۹۷ میلادی: جرال دپین از طریق راه‌اندازی یک بازی پانزی در فلوریدا حدود ۵۰۰ میلیون دلار کلاهبرداری کرد. وی در نهایت به ۳۷ سال حبس محکوم شد.

✱ پترزگروپ ۲۰۰۴ میلادی: تام پترز یک خرده‌فروشی را در مینه سوتا تاسیس کرد که پس از تأمین سرمایه اقدام به گمراهی سهامداران خود و برداشتن برخی از این پول‌ها کرد. او در سال ۲۰۱۰ به ۵۰ سال حبس محکوم شد. ارزش کل کلاهبرداری صورت گرفته توسط این فرد حدود ۳۶ میلیارد دلار برآورد می‌شود.

✱ استنفورد گروپ ۲۰۱۲ میلادی: این گروه که در آنتیگوآ در منطقه دریای کاراییب تاسیس شد از طریق وعده سود هنگفت مبلغ هنگفتی از شهروندان آمریکایی کلاهبرداری کرد که ارزش آن حدود ۷ میلیارد دلار بود. در نهایت آلن استنفورد، مدیرعامل این صندوق به ۱۱۰ سال زندان محکوم شد.

تأمین مالی از بازار سرمایه ۲۴درصد کاهش یافت

## رشد سهم بازار بدهی

تأمین مالی از بازار سرمایه در بهار امسال نسبت به مدت مشابه پارسال با کاهش ۲۳٫۸ درصدی همراه بوده و در عین حال تأمین مالی از بازار بدهی افزایش یافته است. به گزارش مهر، تأمین مالی از بورس در فصل بهار باز هم درجازه. آنگونه که آمار رسمی می‌گویند رشد تأمین مالی از بازار سرمایه در فصل بهار ۱۴۰۰ بالغ بر ۲۳٫۸ درصد کاهش داشته است؛ در بهار امسال تأمین مالی از بخش سرمایه‌ای ۵۲ هزار میلیارد تومان و از بازار بدهی ۲۷٫۵ هزار میلیارد تومان بوده است. به این ترتیب، مجموع تأمین مالی بخش‌های مختلف اقتصادی از بازار سرمایه (سرمایه‌ای و بدهی)، در فصل بهار به ۷۹ هزار میلیارد تومان رسیده که نسبت به تأمین مالی ۱۰۴ هزار میلیارد تومانی بهار ۱۳۹۹ بالغ بر ۲۳٫۸ درصد کاهش را به ثبت رسانده است. نکته قابل توجه این است که اگرچه تأمین مالی در مجموع از طریق بازار سرمایه کاهش داشته، اما دولت در ماه‌های پایانی کار خود، تأمین مالی از بازار بدهی را سرعت بخشیده است؛ به نحوی که تأمین مالی از بازار بدهی در فصل بهار ۱۴۰۰ حدود ۸ هزار میلیارد تومان نسبت به بهار سال ۹۹ افزایش داشته است. عوامل اصلی تشکیل‌دهنده تأمین مالی طی سه ماهه نخست ۱۴۰۰ را انتشار اوراق با سهم ۳۴ درصدی، افزایش سرمایه با سهم ۶۴- درصدی و عرضه اولیه با سهم ۲ درصدی تشکیل می‌دهند؛ ضمن اینکه دو عامل مهم افت منابع سرمایه‌ای طی سه ماهه ابتدای سال جاری در مقایسه با مدت مشابه سال قبل، افت عرضه اولیه از ۱۱ هزار میلیارد تومان به ۱٫۳ هزار میلیارد تومان و افت افزایش سرمایه شرکت‌ها از ۹۰ هزار میلیارد تومان به ۵۱ هزار میلیارد تومان بوده است که به ترتیب ۸۸ درصد و ۴۳ درصد کاهش را نشان می‌دهد. بر این اساس ۵۰۸ هزار میلیارد تومان افزایش سرمایه از محل مجوزهای ارائه شده به میزان ۱۷۶ هزار میلیارد تومان و نیز ۳۳ هزار میلیارد تومان از محل مزاد تجدید ارزیابی صورت گرفته است. در این میان ۲۲٫۷ هزار میلیارد تومان اوراق دولتی شامل ۲۰ هزار میلیارد تومان اسناد خزانه اسلامی و ۲٫۷ هزار میلیارد تومان اوراق مراجه عام منتشر شده است؛ ضمن اینکه ۴۰۱ هزار میلیارد تومان اوراق توسط شرکت‌ها انتشار یافته است. آمار منتشرشده حکایت از آن دارد که در خردادماه امسال ۱۵۴ هزار میلیارد تومان اوراق منتشر شده است که سهم اوراق دولتی ۸۲٫۵ درصد و اوراق شرکتی ۱۲۶ درصد بوده است. نکته حائز اهمیت آن است که انتشار اوراق شرکتی در فصل اول ۱۴۰۰ به فصل مشابه سال قبل ۲۰۹ برابر شده است.

روزهای خوب ارزهای دیجیتال در رانده؟

## بیت‌کوین در کانال ۳۴ هزار دلاری

صعود بیت‌کوین به کانال ۳۴ هزار دلاری باعث افزایش امیدها به آغاز رالی جدید شده است. به گزارش سی‌ان‌بی‌سی، مخالفت برخی از سیاستمداران آمریکایی با بیت‌کوین ادامه دارد و سناتور جمهوریخواه- چاک گرسلی- با اشاره به استفاده گسترده بیت‌کوین در امور مجرمانه گفته امکان ناشناس ماندن معامله‌گران، ارزهای دیجیتال را خطرناک ساخته است. صرافای بانانس به فعالیت آن تحت تاثیر اتخاذ رویکرد سختگیرانه برخی کشورها قرار گرفته است، تصمیم دارد برای پریمز از وقوع اتفاق مشابه و از دست رفتن بازار آمریکا، سهام صرافای بانانس در آمریکا را در بورس این کشور عرضه کند. مدیرعامل بانانس با بیان اینکه مجموعه تحت‌مدیریتش الزامات و قوانین مالی کشورها را رعایت کند وعده داده است بانانس تلاش کند با کمک گرفتن از مشاوره‌های حقوقدانان و فعالان مالی، انتظارات نهادهای ناظر را برآورده سازد. صحبت‌های اخیر چک دورسی- مدیرعامل تویتیر- و ایلان ماسک- مدیرعامل تسلا- درخصوص ارزهای دیجیتالی باعث ورود موج تازه‌ای از تقاضا به بازار شده است. ایلان ماسک گفته احتمال پذیرش مجدد بیت‌کوین به عنوان ابزار پرداخت برای خرید خودروهای تسلا وجود دارد، اما به شرطی که بیشتر انرژی لازم برای استخراج رمزارزها از انرژی‌های پاک تأمین شود. ماسک همچنین گفته است تسلا در بیت‌کوین و خودش در بیت‌کوین، اتریوم و دوج کوین سرمایه‌گذاری کرده‌اند.

رئیس کل بانک مرکزی در شصت و یکمین مجمع عمومی اعلام کرد

## رشد اقتصادی سال گذشته به ۳٫۶ درصد رسید



قالب تحریم‌های اولیه و ثانویه انتظارات فعالان اقتصادی نسبت به تحولات بخش خارجی اقتصاد معکوس شد، تاثیر آنی تحولات یادشده در بازار ارز منعکس و این بازار ثبات نسبی بازیافته خود را بار دیگر از دست داد که در نتیجه با انتقال تحولات بازار ارز به بازار کالاها و خدمات از همان ماه‌های ابتدایی سال ۱۳۹۷ دور جدیدی از روند افزایشی قیمت‌ها در اقتصاد کشور نمایان شد.

## شیوع کرونا و تبعات اقتصادی ناشی از آن

رئیس کل بانک مرکزی به آثار اقتصادی ناشی از شیوع کرونا از اواخر سال ۱۳۹۸ اشاره و تصریح کرد: با شیوع این بیماری از اواخر سال ۱۳۹۸ و به تبع آن افول فعالیت‌های اقتصادی در مقیاس جهانی منجر به کاهش تقاضا برای صادرات کشور و افت قیمت نفت به سطوح بسیار پایین شد و این مسئله علاوه بر محدودیت‌های تحریمی مزید بر علت شد تا درآمدهای صادراتی نفت در سال ۱۳۹۹ بیش از پیش تنزل یافته و مدیریت بازار ارز با دشواری بیشتری مواجه شود.

وی تاکید کرد: البته با توجه به وابستگی تاریخی دولت به درآمدهای نفتی و چسبندگی مخارج دولت، تأمین کسری بودجه دولت واجد آثار پولی شد که در نهایت در قالب رشد پایه پولی و نقدینگی نمایان شد و لازم به توضیح است که متوسط رشد سالانه نقدینگی طی سال‌های ۹۶-۱۳۹۲ (پس از کسر اثر افزایش پوشش آمارهای پولی و بانکی) به مدد برقراری آرامش و ثبات در فضای اقتصادی کشور معادل ۲۴٫۴ درصد بود. این در شرایطی است که متوسط رشد نقدینگی در ۱۴ سال قبل از این دوره زمانی (سال‌های ۹۱-۱۳۷۸) به میزان ۲۷٫۱ درصد رقم خورده بود.

رئیس ششورای پول و اعتبار گفت: در سه سال اخیر متأثر از کاهش شدید درآمدهای نفتی دولت و تشدید کسری بودجه و نیز مشارکت فعال نظام بانکی در سیاست‌های حمایت از تأمین مالی بنگاه‌ها و خانوارهای آسیب‌دیده از بیماری کرونا، رشد نقدینگی ارقام بالاتری را تجربه کرد، به طوری که متوسط رشد سالانه نقدینگی طی سال‌های ۱۳۹۷ تا ۱۳۹۹ ۳۱٫۵ درصد رسید که این میزان در مقایسه با متوسط رشد نقدینگی طی سال‌های ۱۳۷۸ تا ۱۳۹۱ (۲۷٫۱ درصد) به میزان ۴٫۴ واحد درصد بالاتر بود.

وی تصریح کرد: از اهم اقدامات انجام شده در حوزه سیاست‌های پولی در این سال می‌توان به اجرای سیاست نوین پولی مبتنی بر عملیات بازار باز و مدیریت نقدینگی و هدایت نرخ سود در بازار بین بانکی به سمت نرخ هدف سیاستی، تصویب اعمال سیاست احتیاطی کنترل رشد ترازنامه شبکه بانکی (سقف رشد ماهانه دارایی‌های مشمول برای بانک‌های تخصصی و تجاری به ترتیب ۲٫۵ و ۲۰۰ درصد) و الزام بانک‌ها به نگهداری حداقل معادل ۳ درصد از مانده کل سپرده‌های بانکی به صورت اوراق اسلامی قابل معامله در بازار سرمایه اشاره کرد.

کميجانی اظهار داشت: به دنبال پذیرش مسئولیت بانک مرکزی در فروش اوراق مالی اسلامی دولت، در سال ۱۳۹۹ به منظور تأمین مالی غیرپولی دولت در شرایط تنگنای مالی اخیر متأثر از شرایط تحریم، به میزان ۱۲۵۷ هزار میلیارد ریال از اوراق مالی اسلامی دولت به شبکه بانکی و نهادهای مالی فروخته شد.

قیمت دلار پس از تعطیلات کرونایی به کدام سو می‌رود؟

## ۳ بازیگر بازار ارز

در این زمینه، محمود فراهانی کارشناس اقتصادی در خصوص پیش‌بینی نرخ دلار در روزهای آتی گفت: همیشه سه شاخص ورودی دلار به کشور، مذاکرات برجام و هزینه‌های دولت عوامل مهم و تاثیرگذار بر قیمت ارز است. او درباره تاثیر تحریم‌ها بر قیمت دلار افزود: هرگاه تحریم‌ها کم می‌شود ورود دلار بیشتر شده و هرگاه تحریم‌ها شدت یابد ورود دلار سخت‌تر می‌شود که خود موجب تحریک تقاضا خواهد شد و در نتیجه نرخ دلار افزایش می‌یابد. این کارشناس اقتصادی مذاکرات برجام را از دیگر عوامل موثر بر بهای دلار دانست و گفت: زمانی که این مذاکرات رویه مثبت داشته است اثر آن بر قیمت دلار کاهش است و بالعکس.

فراهانی درباره تاثیر انضباط مالی دولت به عنوان عامل موثر دیگر بر بهای دلار نیز بیان کرد: با توجه به اینکه هزینه‌های دولت موجب افزایش نقدینگی می‌شود آثار افزایشی بر قیمت دلار دارد. انضباط مالی به عنوان عامل موثر در قیمت دلار در کشور، نقش داشته است و ورودی دلار و مذاکرات برجام دو عاملی است که تاثیر کوتاه مدت و میان مدت بر نرخ دلار دارد. وقتی آزادسازی برخی منابع در خارج از کشور مطرح می‌شود

به گفته رئیس کل بانک مرکزی، سال گذشته به موجب تدابیر و اقدامات اتخاذشده و مدیریت و مهار آثار تحریم‌ها، رشد اقتصادی و رشد تشکیل سرمایه ثابت ناخالص داخلی به ترتیب به ارقام ۳٫۶ و ۲٫۵ درصد رسید. به گزارش بانک مرکزی، اکبر کميجانی در شصت و یکمین اجلاس سالیانه مجمع عمومی عادی بانک مرکزی که صبح یکشنبه به ریاست رئیس‌جمهور در محل بانک مرکزی برگزار شد، با بیان اینکه بررسی تحولات رشد اقتصادی در سال‌های ۹۲ تا ۹۹، نمایانگر نوسانات و فراز و فرودهای این متغیر و تاثیرپذیری آن از شرایط پیرامونی اقتصاد است، گفت: دولت یازدهم در شرایطی کشور را تحویل گرفت که رشد اقتصادی در سال ۱۳۹۱ به منفی ۷٫۷ درصد رسیده بود و با اتخاذ سیاست‌های جدید اقتصادی، این روند در سال ۱۳۹۲ متوقف و از سال ۱۳۹۳ روند بهبود به نحو محسوسی پدیدار شد و رشد تولید ناخالص داخلی (به قیمت‌های ثابت سال ۱۳۹۰) در این سال به ۳٫۲ درصد رسید.

## فراز و فرود رشد اقتصادی در دهه ۹۰

رئیس کل بانک مرکزی با اشاره به تحولات سال ۱۳۹۴ ادامه داد: در سال ۱۳۹۴ متأثر از افت محسوس قیمت نفت و کاهش درآمدهای نفتی، رشد اقتصادی منفی ۱٫۶ درصد رقم خورد، اما با اجرایی‌شدن برجام، زمینه بازگشت تبادلات مالی و تجاری بین‌المللی و صادرات نفت به روال طبیعی، در نتیجه بهبود عملکرد تجارت خارجی کشور و نیز تقویت ثبات اقتصادی فراهم شد و با توجه به مجموعه تحولات رخ داده، رشد اقتصادی کشور در سال‌های ۱۳۹۵ و ۱۳۹۶ به ترتیب به ۱۲٫۵ و ۳۰٫۷ درصد رسید. سپس با خروج آمریکا از توافق برجام در اردیبهشت ماه ۱۳۹۷ و بازگشت مجدد تحریم‌های ظالمانه و محدودیت در مبادلات مالی و تجاری خارجی، تولید ناخالص داخلی طی سال‌های ۱۳۹۷ و ۱۳۹۸ به ترتیب کاهش ۵٫۴ و ۶٫۵ درصدی را تجربه کرد.

کميجانی با اشاره به تدابیر اتخاذشده در سال ۱۳۹۹ برای مدیریت و مهار آثار تحریم‌ها افزود: در سال ۱۳۹۹ به موجب تدابیر و اقدامات اتخاذشده و مدیریت و مهار آثار تحریم‌ها، رشد اقتصادی و رشد تشکیل سرمایه ثابت ناخالص داخلی به ترتیب به ارقام ۳٫۶ و ۲٫۵ درصد رسید و رشد اقتصادی سال ۱۳۹۹ در شرایطی رقم خورد که بسیاری از کشورها متأثر از پیامدهای منفی شیوع کرونا، با کاهش شدید رشد اقتصادی مواجه شدند.

او با بیان اینکه به دنبال استقرار دولت یازدهم و همسو با تحولات عرصه داخلی و بین‌المللی، انتظارات مثبت در بین فعالان اقتصادی نسبت به تحولات در حوزه خارجی شکل گرفت، گفت: در گام بعدی درآمدهای ارزی متعاقب اجرایی‌شدن برجام افزایش قابل ملاحظه‌ای یافت که در نتیجه آن برقراری آرامش نسبی در بازار ارز را به دنبال داشت. تحولات یادشده زمینه نزولی شدن نرخ تورم را ابتدا در بخش نقطه به نقطه و با وقفه چند ماهه در نرخ تورم ۱۲ ماهه از همان ماه‌های ابتدایی استقرار دولت یازدهم فراهم کرد، به طوری که در ادامه این روند، نرخ تورم در سال‌های ۱۳۹۵ و ۱۳۹۶ تک رقمی شد.

کميجانی افزود: با روی کار آمدن دولت جدید در آمریکا، خروج از برجام و اعمال محدودیت‌های شدید در مبادلات مالی و تجارت خارجی کشور در

قیمت دلار در آخرین روز کاری قبل از تعطیلات شش روزه تهران در آستانه عقبگرد به کانال ۲۳ هزار تومان بود، حال با توجه به پایان تعطیلات و بازگشایی دوباره بازارها این سوال برای فعالان اقتصادی مطرح است که نرخ دلار و انواع ارز به کدام سو می‌رود؟
به گزارش ایرنا، نرخ دلار از ابتدای سال ۱۴۰۰ با توجه به تحولات سیاست خارجی و افزایش امیدواری به موفقیت مذاکرات وین، آزادسازی پول‌های بلوکه‌شده ایران در سایر کشورها و کاهش سفته‌بازی در بازار ارز، قیمت انواع ارز روند کاهشی داشته است و در روزهای پایانی فروردین ماه نرخ دلار در صرافی بانکی حدود ۲۳ هزار و ۵۰۰ تومان و در اردیبهشت ماه ۲۳ هزار و ۳۶۹ تومان بود. سپس در خردادماه بهای دلار به سوی کانال ۲۴ هزار تومان خیز برداشت و تقریباً از اواسط تیرماه تاکنون در کانال ۲۴ هزار تومان نوسان داشته است و گاهی به سوی نرخ ۲۵ هزار تومان خیز برمی‌دارد، اما دوباره در میانه کانال ۲۴ هزار تومان ثابت می‌شود. در نهایت در ۲۸ تیرماه بهای دلار در صرافی بانکی به ۲۴ هزار و ۵۹ تومان رسید که حکایت از عقبگرد آن به قیمت ۲۳ هزار تومان است.



رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار پاسخ داد

#### فروش سهام عدالت از چه زمانی آغاز می‌شود؟

به گفته رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار، در صدد هستیم، آزادسازی سهام عدالت را دوباره از صفر شروع کنیم تا دیگر شاهد تاثیر منفی این اقدام بر روند معاملات بازار نباشیم و به دنبال این اتفاق آزادسازی سهام عدالت را از یک درصد آغاز خواهیم کرد.

محمدعلی دهقان‌دهنوی به زمان آغاز فروش سهام عدالت اشاره کرد و به ایرنا، گفت: معاملات سهام عدالت از همان ابتدا به دو روش مستقیم و غیرمستقیم تقسیم شد، سهامداران غیرمستقیم شرکت‌های استانی هستند که اکنون منعی برای فروش آنها وجود ندارد، اما نماد تعداد محدودی از شرکت‌های استانی (حدود چهار شرکت) به دلیل عدم همکاری مدیران شرکت‌ها برای ارائه صورت‌های مالی بسته است و فرایند پذیرش آنها در بورس کامل نشد.

وی با بیان اینکه در این میان، نماد تعدادی از شرکت‌ها باز است و سهامداران می‌توانند اقدام به معامله سهام خود در بازار کنند، گفت: اکنون در تلاش هستیم، سر و سامانی را به معاملات سهام عدالت در روش غیرمستقیم بدهیم تا انتخابات آنها بر گزار و هیأت مدیره شرکت‌ها انتخاب شود، از این طریق نماد باقی شرکت‌ها بازگشایی خواهد شد و افرادی که به دنبال فروش سهام خود در بازار هستند می‌تواند خواسته خود را اجرایی کنند.

دهقان‌دهنوی با بیان اینکه این موضوع باید مدنظر سهامداران باشد که همیشه تاکید ما به ارزشمندبودن سهام عدالت بوده است، اظهار داشت: اگر فردی نیاز به نقدینگی ندارد نه تنها نباید اقدام به فروش سهام خود کند بلکه اگر از دارایی اضافی برخوردار است، می‌تواند با نگاه بلندمدت اقدام به سرمایه‌گذاری در این سهام ارزشمند کند.

ظرفیت بازار جلوبگوی فروش سهام عدالت نیست

رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار با بیان اینکه سهام عدالت افرادی که روش مستقیم را انتخاب کرده‌اند در اختیار خود سهامداران است، گفت: مسئله حائز اهمیت درخصوص فروش سهام عدالت در روش مستقیم، بالابودن میزان حجم سهام است، به همین دلیل اگر اجازه داده شود تا همه سهامداران اقدام به فروش سهام خود کنند طبیعتا حجم گسترده‌ای از عرضه وارد بازار می‌شود، ظرفیت بازار نمی‌تواند جلوبگوی این میزان از فروش سهام باشد و این امر منجر به ایجاد روند نزولی بازار خواهد شد.

وی به ریزش بازار سهام در تابستان سال گذشته اشاره کرد و افزود: شروع ریزش بازار سهام در تابستان سال ۹۹ مقطعی بود که فرایند آزادسازی سهام عدالت از ۳۰ به ۶۰ درصد اجرایی شد، ایجاد چنین روندی در بازار باعث شد تا به سرعت اقدام به توقف فروش سهام عدالت و وقفه در معاملات آن کنیم تا از این طریق اجازه داده شود که بازار در وضعیتی مناسب قرار بگیرد.

دهقان‌دهنوی با اشاره به اینکه اکنون بازار در حال حرکت به سمت شرایطی ثابت‌تر است و کسب آمادگی لازم برای فروش مجدد سهام عدالت است، اظهار داشت: در این مرحله از آزادسازی سهام عدالت دقت خواهیم داشت تا به هیچ عنوان آزادسازی به شکلی نباشد که تاثیر منفی بر روند معاملات بازار نداشته باشد و دوباره شاهد تکرار روند نزولی سال گذشته در بازار باشیم.

رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار با بیان اینکه اگر قرار است فروش سهام عدالت تدریجی آغاز شود باید تلاش کرد تا این اقدام را به صورت ماهانه و با درصدهای کم اجرایی کنیم، گفت: به هیچ عنوان لازم نیست که یکباره ۳۰ درصد از سهام عدالت آزادسازی شود، در این زمینه می‌توان به منظور جلوگیری از تاثیر منفی آن بر معاملات بورس در هر مرحله یک درصد از آن را در بازار آزادسازی کنیم.

وی ادامه داد: در این میان به دنبال آن هستیم که روش غیرمستقیم را در کنار فروش سهام عدالت در روش مستقیم قرار دهیم تا افرادی که مایل به فروش سهام خود هستند به جای فروش سهام، آنها را در اختیار صندوق‌ها قرار دهند و یونیت صندوق‌ها را را اختیار بگیرند تا در پایان امکان آزادسازی یونیت صندوق‌ها فراهم شود.

به گفته دهقان‌دهنوی، تمهیداتی در دست طراحی است که به محض اجرایی شدن آنها امکان فروش تدریجی سهام عدالت داده خواهد شد. رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار به زمان اجرایی‌شدن برنامه‌های در دستور کار سازمان بورس برای فروش سهام عدالت اشاره کرد و گفت: زمان اجرایی شدن این تصمیمات وابسته به وضعیت بازار است، هر لحظه که احساس شود این اقدامات تاثیر منفی را بر بازار می‌گذارد اجرای آنها متوقف خواهد شد.

زمان آزادسازی ۴۰ درصد باقیمانده سهام عدالت

وی در پاسخ به سوالی مبنی بر اینکه ۴۰ درصد باقیمانده سهام عدالت چه زمانی آزادسازی خواهد شد، گفت: تا زمانی که طراحی‌های لازم برای عدم تاثیر منفی این اقدامات بر بازار به پایان نرسد هیچ تصمیمی برای آزادسازی ۴۰ درصد باقیمانده اتخاذ نمی‌شود، اما بعد از طراحی ابزارهای لازم، این اقدام به تدریج به مرحله اجرا خواهد رسید.

دهقان‌دهنوی خاطرنشان کرد: اکنون در صدد هستیم، آزادسازی سهام عدالت را دوباره از صفر آغاز کنیم تا دیگر شاهد تاثیر منفی این اقدام بر روند معاملات بازار نباشیم و به دنبال این اتفاق، آزادسازی سهام عدالت را از یک درصد آغاز خواهیم کرد.

رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار در ادامه به زمان پرداخت ۱۰درصد باقیمانده سهام عدالت تاکید کرد و گفت: بخشی از ۱۰ درصد باقیمانده سود سهام عدالت صرف افزایش سرمایه تعدادی از شرکت‌ها شد و به دنبال این اتفاق سهام در اختیار سهامداران قرار می‌گیرد.

وی با بیان اینکه دو شرکت سهیل‌انگاری‌هایی را درخصوص پرداخت سود سهام داشتند، ادامه داد: در این راستا یک شرکت هیچ سودی را برای واریز به حساب سهامداران پرداخت نکرده است و شرکت دوم فقط بخشی از سود را واریز کرد که به طور حتم طبق ضوابط سازمان با آنها برخورد خواهد شد.

دهقان‌دهنوی با بیان اینکه موضوع مهمی که به دنبال آن هستیم این است که با آزادسازی سهام عدالت همه مسائل مربوط به این سهام باید مانند دیگر سهام حاضر در بازار سرمایه شود، گفت: شرکت‌های سرمایه‌گذاری استانی سهام عدالت نباید تفاوتی با دیگر شرکت‌های سرمایه‌گذاری داشته باشند، در غیر این صورت انگار آزادسازی صورت نگرفته است؛ بنابراین باید به سمتی باشد که این اتفاق رخ دهد. به دنبال این اقدام مانند هر شرکت دیگری که سود پرداخت نمی‌کند و با آنها برخورد صورت می‌گیرد، برای این دو شرکت هم در سازمان بورس پرونده انضباطی تشکیل می‌شود و بعد از بررسی‌های انجام شده حکمی برای آنها صادر می‌شود.

نهاد پژوهشی مجلس تجربیات جهانی ساماندهی مجوز کسب و کار را بررسی کرد

# کسب و کارها در تنگنای مجوزها



که در کره جنوبی، سنگاپور، قزاقستان و آذربایجان این فرایند به طور کامل الکترونیکی شده است.

پنجم- بررسی‌های این گزارش حاکی از آن است که در جمهوری آذربایجان و قزاقستان، مجوزها براساس سطح ریسک برای جامعه طبقه‌بندی شده‌اند و فرایند متفاوتی برای دریافت مجوز هر طبقه، از جمله محدودیت زمانی برای صدور طبقات مختلف تعیین شده است. معیار تفکیک مجوزها در قوانین جمهوری آذربایجان و قزاقستان، سطح ریسک فعالیت برای جامعه در زمینه‌هایی مانند سلامت، امنیت، محیط‌زیست و ایمنی محل کار و نوع فعالیت است. در قوانین ویژه مجوزهای قزاقستان و جمهوری آذربایجان، همه کسب‌وکارها ذیل سه دسته مجوز، اجاز‌نامه و اعلان طبقه‌بندی شده‌اند و برای هر طبقه سقف زمانی برای صدور در نظر گرفته شده است. مواردی که تنها نیاز به اعلان دارند در همه کشورهای مورد بررسی، محدود هستند و در مورد برخی فعالیت‌های آموزشی و پژوهشی در زمینه‌های خاص، فعالیت‌های هنری یا برخی مشاغل کوچک که ارتباطی با سلامتی و ایمنی ندارند و تهدیدی برای محیط‌زیست و منابع طبیعی محسوب نمی‌شوند، از این شیوه استفاده می‌شود.

ششم- علاوه بر آنچه گفته شد، استقرار نهادهای کارآمد و ایجاد فضای رقابت سالم در هر کشور، پیش‌نیاز حذف تدریجی نظارت پیشینی (الزام به اخذ مجوز قبل از شروع فعالیت) است. هر چقدر کشورها بتوانند با استقرار نهادهای کارآمد، فضای رقابت سالم را در اقتصاد ایجاد کرده و با اعطای مشوق، کسب‌وکارها را به سمت اهداف توسعه‌ای کشور سوق دهند، نیاز به کنترل‌های پیشینی کاهش خواهد یافت و این امکان فراهم خواهد شد که روش «اعلان»، در فعالیت‌های اقتصادی بیشتری جایگزین فرآیندهای طولانی اخذ مجوز شود. به‌طور مثال، در صورت وجود نظام مالیاتی کارآمد می‌توان با اعمال دقیق سیاست‌های کاهش یا افزایش بار مالیاتی، کسب‌وکارها را به سمت فعالیت‌های مولد در جهت رشد اقتصادی کشور سوق داد؛ در شرایطی که بازار به‌طور خودکار انگیزه و سود کافی برای ورود به این نوع فعالیت‌ها ایجاد نکرده است و برعکس، سودآوری در فعالیت‌های نامولد را نشان می‌دهد، اما در شرایطی که محیط نهادی، مشوق رقابت و فعالیت‌های مولد نباشد، کشورها ناگزیر به ایجاد موانع ورود به فعالیت‌های نامولد با ابزارهایی ازجمله مجوز خواهند شد.

هفتم- نقش و مسئولیت نهاد متولی در فرایند تسهیل مجوزها نیز باید متناسب با ظرفیت آن نهاد در نظر گرفته شود؛ این موضوعی است که از ارزیابی عملکرد کشورها در زمینه مجوردهی حاصل شده است. نهاد متولی تسهیل مجوزها معمولا در سطح فدرال و کلان کشور جایابی می‌شود و قاعداً باید مسئولیت‌هایی در زمینه توسعه کسب‌وکارها داشته باشد. به‌عنوان نمونه اداره کسب‌وکار کوچک ایالات متحده آمریکا (SBA)، اداره اقتصاد، انرژی و کسب‌وکار سنا در آلمان و وزارت صنعت و تجارت سنگاپور متولیان اصلی بهبود نظام مجوردهی کسب‌وکار در این کشورها هستند، اما معمولا در مرحله الکترونیکی‌شدن فرایندهای کسب‌وکار، نهاد متولی ایجاد و توسعه دولت الکترونیک، مسئول ایجاد پنجره واحد صدور مجوزهاست. در کره جنوبی، کمیته ویژه دولت الکترونیک مسئول ایجاد G۴B بوده است و در سنگاپور مرجع توسعه اطلاعات و ارتباطات سنگاپور و دفتر دولت دیجیتال برای ایجاد پنجره واحد الکترونیکی صدور مجوزها با وزارت صنعت و تجارت این کشور همکاری بسیار نزدیکی داشته‌اند.

تسهیل نظام مجوردهی کسب و کار را می‌توان در سه گام پیگیری کرد: اطلاع‌رسانی و شفافیت مجوزهای کسب و کار، بررسی و بازمهندسی مجوزهای کسب و کار و الکترونیکی کردن فرآیندهای صدور مجوزهای کسب و کار. در واقع همه کشورهای مورد بررسی اولین مرحله یعنی ایجاد درگاه‌های الکترونیکی برای شفاف شدن اطلاعات مجوزهای کسب و کار را در کمترین زمان ممکن ایجاد کرده‌اند و مراحل دوم و سوم که می‌توانند همزمانی و تداخل داشته باشند به تدریج و به مرور زمان تکمیل شده‌اند. همچنین کشورهایی که موفق به ایجاد پنجره واحد صدور مجوزهای کسب و کار شده‌اند، یعنی کره جنوبی، سنگاپور، قزاقستان و آذربایجان، برنامه الکترونیکی‌شدن فرایند صدور را ذیل برنامه‌های دولت الکترونیک اجرا کرده‌اند.

سوم؛ در عین حال متداول‌ترین روش‌ها برای کاهش بار اداری مجوزهای کسب و کار «ایجاد درگاه الکترونیکی»، «ادغام مجوزها» و «حذف مجوزهای غیرضروری» بوده‌اند. ایجاد درگاه الکترونیکی برای اطلاع‌رسانی و شفافیت و همچنین الکترونیک شدن فرآیندهای صدور مجوز تاثیر بسزایی در تسهیل نظام مجوردهی کشورها داشته‌اند. پس از به کارگیری خدمات دولت الکترونیک، روش «ادغام» یکی از متداول‌ترین روش‌ها برای کاهش بار مجوزها بوده است. فرایند بازمهندسی مجوزها شامل حذف مجوز، ادغام مجوزها، حذف برخی مراحل اخذ مجوز، ساده‌سازی شرایط دریافت مجوز، تسهیل روابط بین دستگاهی، تغییر ترتیب مراحل ... است. در حالی که درصد کمی از مجوزها در فرایند بررسی ممکن است غیرضروری تشخیص داده شده و حذف شوند، تعداد زیادی از مجوزها در فرایند اصلاحات کشورهای مورد بررسی قابل ادغام بوده‌اند. آذربایجان با تفکیک «مجوز عمومی» از «مجوز ویژه» مجوز کسب و کارهایی که قابلیت قرار گرفتن در یک گروه کسب و کار را دارند با عنوان مجوز عمومی طبقه‌بندی کرده است. به این صورت برای انجام کسب و کارهای همگن نیازی به اخذ چند مجوز جداگانه نیست. قزاقستان، مالزی و سنگاپور نیز از تکنیک ادغام در فرایند اصلاحات استفاده کرده‌اند. در ایالات متحده آمریکا و مالزی به‌گونه دیگری از تعداد مجوزها برای شروع کسب‌و کار کاسته‌اند. مجوز عمومی در این کشورها برای احراز شرایط عمومی کارآفرین در فعالیت اقتصادی و شرایط عمومی مکان فعالیت صادر می‌شود، به‌طوری‌که به اخذ مجوزهای خاص هر رشته فعالیت در همه کسب‌وکارها نیاز نیست و مجوزهای خاص منحصر به مقوله‌های مرتبط با ایمنی جامعه و فعالیت‌های پرریسک می‌شود.

چهارم؛ درگاه الکترونیکی برای اطلاع‌رسانی مجوزها در کمترین زمان ممکن در همه کشورهای موردبررسی ایجاد شده و امکان صدور مجوزها از درگاه واحد الکترونیکی در یک فرایند تدریجی و چندساله در معدودی از کشورها ایجاد شده است. درگاه الکترونیکی برای ارائه اطلاعات و ایجاد شفافیت مجوزهای کسب‌وکار در بسیاری از کشورها، بخشی از درگاه جامع‌تر برای ارائه خدمات مختلف و راهنمایی به کسب‌وکارهای کوچک است. اطلاعات شامل شرایط و مدارک موردنیاز، هزینه، مبانی قانونی، مراجع صدور مجوز و پیوند آنهاست و امکان جست‌وجو برای متقاضی فراهم است. در برخی کشورها درگاه ویژه برای صدور مجوز وجود دارد. فرایند صدور مجوزها در ایالات متحده، غالب کشورهای عضو اتحادیه اروپا ازجمله آلمان و نیز مالزی تلفیقی از الکترونیکی و کاغذی است، در حالی

فرصت امروز؛ چرا با گذشت حدود ۱۳ سال از الزام قانونی هنوز به نظام مجوردهی مطلوب نرسیده‌ایم؟ این سوالی است که نهاد پژوهشی مجلس با طرح آن به آسیب‌شناسی نظام مجوردهی در ایران پرداخته و با واکاوی تجربیات کشورهای موفق و توسعه‌یافته جهان در ساماندهی مجوزهای کسب و کار، توصیه‌ها و رهنمودهایی برای اصلاح و بهبود نظام مجوردهی کسب وکارها در ایران ارائه داده است. به گفته مرکز پژوهش‌ها، با مقایسه و تحلیل قوانین و برنامه‌های تسهیل صدور مجوزهای کسب و کار کشورهای آلمان، مالزی، کره جنوبی، سنگاپور، ایالات متحده آمریکا، قزاقستان و آذربایجان می‌توان گفت که برای انجام اصلاحات نظام مجوردهی کسب و کار، لزومی به وضع و اصلاح قانون نیست و اصلاحات در قالب برنامه‌های دولت نیز می‌تواند انجام شود.

با این حال، در ایران با وجود تکلیف قانونی دولت به ایجاد شفافیت و تسهیل صدور مجوزهای کسب و کار (براساس ماده ۷ «قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی» مصوب ۱۸ بهمن ماه ۱۳۸۶) و با گذشت حدود ۱۳ سال از این الزام قانونی و اصلاحات مکرر قانون، هنوز نظام مجوردهی مطلوبی برای کسب وکارها ایجاد نشده و حتی الزام تکلیف قانونی مبتنی بر شفافیت مجوزها نیز اجرا نشده است. این نظام مجوردهی آشفته در ایران نه‌اینان کار را به جایی رسانده است که پدیده فروش و اجاره مجوز کسب‌وکارها رواج پیدا کرده و به عبارت بهتر، کسب‌وکار سیاه مجوزفروشی شکل گرفته است.

به گفته مرکز پژوهش‌ها، برآیند تحلیل و بررسی قوانین، مقررات، سیاست‌ها و برنامه‌های تسهیل صدور مجوزهای کسب و کار کشورهای آلمان، مالزی، کره جنوبی، سنگاپور، ایالات متحده آمریکا، قزاقستان و جمهوری آذربایجان را می‌توان در هفت نکته خلاصه کرد: «برای اصلاحات نظام مجوردهی کسب و کار لزومی به وضع و اصلاح قانون نیست»، «ایجاد پایگاه اطلاع‌رسانی برای شفافیت شرایط صدور مجوزهای کسب و کار، بررسی و بازمهندسی مجوزهای کسب و کار و الکترونیک کردن فرایندهای صدور مجوزهای کسب و کار سه گام تسهیل و اصلاح مجوردهی محسوب می‌شوند»، «متداول‌ترین روش‌ها برای کاهش بار اداری مجوزهای کسب و کار، ایجاد درگاه الکترونیکی، ادغام مجوزها و حذف مجوزهای غیرضروری بوده‌اند»، «درگاه الکترونیکی برای اطلاع‌رسانی مجوزها در کمترین زمان ممکن در همه کشورهای مورد بررسی ایجاد شده است»، «مجوزها براساس سطح ریسک از نظر ایمنی، سلامت و بهداشت، حفظ محیط‌زیست و... به چند سطح و طبقه تفکیک شده‌اند»، «استقرار نهادهای کارآمد و ایجاد فضای رقابت سالم در هر کشور، پیش‌نیاز حذف تدریجی الزام به اخذ مجوز است» و «نقش و مسئولیت نهاد متولی در فرآیند تسهیل مجوزها در هر کشور متناسب با ظرفیت آن نهاد در نظر گرفته شده است».

نخست- تجربه کشورها در اصلاح نظام مجوردهی کسب و کار حکایت از آن دارد که برای اصلاح این نظام، لزومی به وضع و اصلاح قانون نیست. برخی کشورها برای تسهیل نظام مجوردهی کسب و کار قوانین ویژه‌ای به تصویب رسانده‌اند و برخی دیگر همچون کره جنوبی، سنگاپور و مالزی، اصلاحات را در قالب برنامه‌های کلان دولتی، بدون نیاز به تصویب قانون، طراحی و اجرا کرده‌اند. از این رو چنانچه اراده دولت بر انجام اصلاح مجوزهای کسب و کار باشد، نیازی به وضع و اجبار قانون برای پیشبرد اصلاحات نیست.

دوم؛ عملکرد کشورهای دنیا نشان می‌دهد برنامه‌های اصلاح و

۴ پیشنهاد بورس کالا برای مدیریت بازار سیمان

## حل مشکل سیمان از مسیر بورس

فولاد و سیمان، تولید شرکت‌های فعال در این دو صنعت به شدت کاهش یافته و به تبع آن عرضه محصولات فولادی و سیمانی در بورس کالا به کمتر از یک سوم حالت عادی رسیده است و این کاهش عرضه سبب بروز التهابات جدی در بازار این محصول شده است.
یکس دیگر از دلایل ایجاد التهاب در بازار سیمان، دوگانگی در فروش محصولات است؛ به نحوی که بخش قابل توجهی از تولیدکنندگان امکانان محصولات خود را با قیمت‌های مصوب درب کارخانه می‌فروشند که به دلیل شکاف قیمت قابل توجه بین قیمت درب کارخانه و قیمت کف بازار، سود هنگفتی نصیب خریداران می‌شود. از طرف دیگر دوگانگی کانال فروش باعث شده است بخش اندکی از فروش صنعت (تقریبا ۲۰ درصد) از طریق بورس انجام شود و به دلیل این عرضه اندک، رقابت شدیدی در بازار شکل بگیرد؛ در حالی که در صورت عرضه کامل محصول در یک بازار امکان کشف قیمت منصفانه و منطقی فراهم خواهد شد.
سلطانی‌نژاد چهار پیشنهاد را برای مدیریت بازار سیمان ارائه کرد که شامل پیگیری تامین برق صنایع فولاد و سیمان به ویژه سیمان حداقل

تا سطح ۵۰ درصد و افزایش تولید، اعلام ممنوعیت فروش خارج از بورس جهت کشف قیمت منصفانه، جمعیت عرضه‌ها و انجام عرضه هر دو هفته یک بار و عرضه سلف سیمان (با موعد تحویل بیش از یک ماه) می‌شود.
همچنین سیدجواد چهرمی، معاون عملیات و نظارت بر بازار بورس کالای ایران از عرضه سلف سیمان از هفته جاری خبر داد و در این باره توضیح داد: عرضه‌های سلف عرضه‌هایی است که تحویل آن در آینده صورت می‌گیرد و به افرادی کمک می‌کند که قرار است پروژه‌های‌شان در آینده اجرا شود و نیاز به سیمان دارند. این افراد می‌توانند سیمان خود را پیشاپیش خریداری کنند و اطمینان داشته باشند که می‌توانند در زمان مقرر کالا را تحویل بگیرند. وی ادامه داد: درواقع پول را اکنون و به قیمت روز پرداخت می‌کنند، اما مطمئن هستند که کالا را تحویل خواهند گرفت. سلف سیمان می‌تواند بخشی از تقاضا در بازار را کنترل و در نهایت قیمت را تعدیل کند. به گفته چهرمی شرکت‌ها در حال برنامه‌ریزی عرضه سلف سیمان هستند و این عرضه از هفته جاری صورت می‌گیرد و سررسید آن بین یک تا سه ماه است.



## نماگر بازار سهام



## از سلطان شکر و سکه به سلطان سیمان رسیدیم؟!

تنها در ۱۰ روز که برق کارخانجات قطع شده، با فرض اینکه واسطه‌های سیمان بتوانند تولیدات ۱۰ روز را در انبارهای خود دپو کنند امکان ایجاد حدود ۱۷۰۰ میلیارد تومان رانت در این بازار وجود دارد. به گزارش ایسنا، عوامل مختلفی دست به دست هم می‌دهد تا قیمت سیمان چندین برابر نرخ فروش درب کارخانه، به دست سازندگان مسکن برسد، بعضی وقت‌ها دو برابر می‌شود. برخی برهه‌ها هم مثل شرایط فعلی که برق کارخانجات قطع شده تا پنج برابر افزایش پیدا می‌کند. در حال حاضر هر پاکت سیمان ۷۰ تا ۱۰۰ هزار تومان و در برخی مناطق دوردست تا ۱۲۰ هزار تومان به دست سازندگان می‌رسد، اما در شرایط معمولی قیمت سیمان در بازار تقریباً دو برابر قیمت کارخانه است. هر یک از فعالان این حوزه هم سعی می‌کنند منافع بیشتری را برای خود به دست بیاورند.

واسطه‌ها وجود مافیای در بازار سیمان را رد می‌کنند، اما تولیدکنندگان مدعی هستند که از ۱۵ سال قبل ۳۰ نفر دلال که مصرف‌کننده و تولیدکننده را نابود کرده‌اند در این بازار حضور دارند. سازندگان هم وجود مافیای را تایید می‌کنند. فرشید پورحاجت- دبیر کانون انبوه‌سازان- به ایسنا گفت: ظاهراً از سلطان شکر و سکه به سلطان سیمان رسیده‌ایم. البته توزیع‌کنندگان سیمان مدعی هستند کارخانجات از فروردین امسال می‌خواستند قیمت هر پاکت سیمان را به ۵۰ هزار تومان برسانند که قطعی برق بهترین بهانه را به دست‌شان داد. صاحبان کارخانه اما می‌گویند درآمدهای‌شان کفاف هزینه‌ها را نمی‌دهد. البته کارخانجات از یارانه‌های دولتی و انرژی ارزان‌قیمت بهره می‌برند اما بعضاً عنوان می‌کنند که ۷۷ کارخانه سیمان در کشور به دلیل کمک به مسائل اجتماعی، چندین برابر ظرفیت خود نیرو جذب کرده‌اند که بخش عمده هزینه‌های این واحدهای تولیدی را دبر می‌گیرد. از حق هم نگذریم سیمان در ایران قیمت چندانی ندارد. هر کیلو سیمان تقریباً هزار تومان قیمت دارد که حدود یک دهم یک کیلو ماست است.

پای صحبت یکی از توزیع‌کنندگان عمده مصالح ساختمانی می‌نشینیم که از دید خود حرف‌های منطقی را مطرح می‌کند. او وجود دلال و مافیای را رد می‌کند و می‌گوید اگر سیمان به اندازه کافی عرضه شود قیمت‌ها به تعادل می‌رسد و هیچ وقت فضای دلالی شکل نمی‌گیرد. این فروشنده مدعی است که تولیدکنندگان سیمان بعضاً از قطعی برق و گاز، سوءاستفاده می‌کنند و نرخ‌ها را بالا می‌برند. حتی اگر نگاه بدبینانه را کنار بگذاریم و فکر کنیم هماهنگی در کمبود انرژی و کاهش عرضه وجود ندارد، صاحبان کارخانجات از قطع برق برای افزایش قیمت‌ها استفاده کرده و در واقع از آب گل آلود ماهی می‌گیرند.

در سوی دیگر تولیدکنندگان می‌گویند عمده سود سیمان به جیب دلالان می‌رود. یکی از راهکارهای تولیدکنندگان این است که سیمان در بورس عرضه شود تا بدون واسطه به دست مصرف‌کننده برسد. تاکنون حدود ۷۰ درصد شرکت‌های سیمانی وارد بورس شده‌اند و ۳۰ درصد مابقی نیز به تدریج در حال ورود هستند، اما طبیعی است که واسطه‌ها از بورسی شدن سیمان خوشحال نباشند.

رضا جمارانیان- رئیس انجمن تولیدکنندگان صنعت سیمان- که چند شب قبل از انحصار بازار سیمان در دست ۳۰ واسطه سخن گفته بود، موافق عرضه سیمان در تالار شیشه‌ای است. او می‌گوید: قبل از ورود سیمان به بورس، دلالان این محصول را پاکتی ۲۲ هزار تومان از درب کارخانه می‌خریدند و ۶۰ هزار تومان در بازار می‌فروختند، پس جای تعجب ندارد که نسبت به بورسی شدن سیمان هجوم وارد کنند. در شرایط فعلی، سیمان به معادله‌ای چندمجهولی تبدیل شده است. پس از قطعی حدود یک هفته‌ای برق کارخانجات و رسیدن ظرفیت تولید به ۱۰۰ درصد، طبق موافقت شرکت توانیر از روز ۳۱ تیر تا سوم مردادماه صنایع سیمانی می‌توانند به صورت ۲۴ ساعته بدون محدودیت برق و صنایع فولادی از ساعت ۲۴ تا هشت صبح به ۵۰ درصد دیمان مصرفی و از هشت صبح تا ۲۴ شب با ۱۰ درصد دیمان مجاز به فعالیت هستند



به‌عنوان نمونه اگرچه قیمت خودروی سمند LX در ۲۳ خرداد ۱۹۳ میلیون تومان بود، اما قیمت کنونی این خودرو در بازار به ۱۹۹ میلیون تومان رسیده است. خودرو پژو ۲۰۶ تیپ ۲ نیز ۲۳ خرداد ۲۱۰ میلیون تومان قیمت داشت که هم‌اکنون به ۲۱۱ میلیون تومان رسیده است. قیمت دنا معمولی ۲۳ خرداد ۲۷۵ میلیون تومان بود که هم‌اکنون به ۲۸۴ میلیون تومان رسیده است. قیمت خودروی پژو پارس سال نیز از ۳۲۲ میلیون تومان به ۲۳۶ میلیون تومان رسیده است. همچنین قیمت تیبا از ۱۲۷ میلیون تومان در ۲۳ خرداد به ۱۲۹ میلیون تومان در ۶ تیر رسیده است. اما قیمت خودروهای پرتیراژ سایپا شاهد افت نسبی قیمت در بازار بوده است به‌طوری‌که قیمت کوپیک دنده‌ای از ۱۵۱ میلیون به ۱۵۰ میلیون تومان، ساینا از ۱۴۵ میلیون به ۱۴۳ میلیون تومان رسیده است، اما قیمت سایپا ۱۱۱ از ۱۳۳ میلیون به ۱۳۴ میلیون تومان افزایش یافته و تیبا دو روی ۱۳۷ میلیون تومان ثابت مانده است.

نام من نیفتاد. وی افزود: از همین رو حدود یک ماه است که به دنبال خرید خودرو از بازار هستیم، اما هر بار که به بازار می‌آیم اکثر فعالان بازار می‌گویند با توجه به نزدیک‌بودن اجرائی شدن توافق برجام و استقرار دولت جدید، منتظر کاهش قیمت خودرو بمان. امروز هم یکی از فروشندگان معتقد بود که از روز سه‌شنبه به بعد قیمت‌ها در بازار شکسته خواهد شد. خرید و فروش خودروهای کارکرده هم در انتظار برای کاهش قیمت‌ها، تقریباً بدون معامله است و مردم صرفاً قیمت‌ها را ارزیابی می‌کنند. اما بررسی وضعیت قیمت‌ها نیز حکایت از آن دارد که اگرچه معاملات خاصی در بازار صورت نمی‌گیرد، اما استفاده از لفظ صعودی یا نزولی برای بازار درست نیست؛ چراکه قیمت خودروهای پرتیراژ ایران خودرو در بازار روند افزایشی و قیمت خودروهای پرتیراژ سایپا کاهش نسبی داشته است. عمده خودروهای گروه خودروسازی ایران خودرو طی یک ماه گذشته ۱۰ تا ۲۰ میلیون تومان در بازار رشد قیمت را تجربه کرده‌اند.

افزایش هزینه‌هایی که در تولید شیر خشک دیده نمی‌شود!

## رسوب مواد اولیه در گمرک

پوشش نمی‌دهد. وی ادامه داد: تحریم‌ها مشکلاتی را برای تولیدکنندگان شیرخشک نوزاد ایجاد کرده که در ضابطه سازمان غذا و دارو و حمایت نیست. آبتماهایی برای قیمت‌گذاری وجود دارد که در شرایط عادی معنادار است در حالی که شرایط در حال حاضر متفاوت است. یعنی در شرایطی که ارز برای واردات تخصیص داده نمی‌شود و مواد اولیه با ارز نیمایی وارد کشور می‌شوند و از آن طرف هزینه‌های گراف حمل و نقل تحمیل می‌شود، گفته می‌شود ضابطه‌ای برای در نظر گرفتن آنها وجود ندارد و این هزینه‌ها را به گردن شرکت‌ها می‌اندازند.

رئیس انجمن تولیدکنندگان شیرخشک نوزاد اضافه کرد: نادیده گرفتن افزایش هزینه‌های تولید شیرخشک نوزاد باعث ضرر دو شرکت و از کار

اگرچه خریداران خودرو در انتظار اخبار مثبت و کاهش قیمت، دست از خرید کشیده‌اند، اما روند قیمت برخی خودروهای پرتیراژ صعودی است؛ فعالان بازار می‌گویند احتمال نزولی شدن قیمت‌ها وجود دارد. به گزارش پایگاه خبری تحلیلی نامه نیوز، فعالان بازار می‌گویند احتمال نزولی‌شدن قیمت خودرو وجود دارد. بررسی‌های میدانی از بازار خودرو نشان می‌دهد که بنیان کنونی در بازار بر پایه «انتظار» استوار است. خریداران اگرچه در بازار حضور دارند، اما منتظر کاهش قیمت خودرو هستند و برای خرید دست نگه داشته‌اند. از آن طرف فروشندگان که معامله چندانی انجام نمی‌دهند منتظر ثبات قیمت‌ها هستند تا مصرف‌کنندگان به خرید ترغیب شوند. یکی از خریداران که برای ارزیابی قیمت‌ها به بازار آمده بود، گفت: قیمت‌ها در بازار خودروهای صفر بالاست و تفاوت فاحشی با قیمت کارخانه دارد.

من چند مرتبه در قرعه‌کشی خودروسازان ثبت‌نام کردم اما قرعه به

رئیس انجمن تولیدکنندگان شیرخشک نوزاد گفت تحریم‌ها منجر به افزایش هزینه‌های تولید شیرخشک نوزادان شده است، ولی سازمان حمایت این افزایش هزینه‌های تحمیلی را نادیده می‌گیرد و این نادیده گرفتن افزایش هزینه‌های تولید باعث ضرر دو شرکت و از کار افتادن خط تولید آنها شده است.

هانی تحویل‌زاده در گفت و گو با ایسنا، با بیان اینکه تحریم‌ها هزینه‌های تولید را بالا برده است و این افزایش هزینه‌های تحمیلی به تولیدکنندگان توسط سازمان حمایت دیده نمی‌شود، گفت: سازمان حمایت در نظر دارد که با قیمت شیرخشک تغییر نکند یا این تغییر ۱۰ تا ۱۵ درصد باشد در صورتی این میزان تغییر، افزایش هزینه‌های تولیدکننده را

## آزادسازی واردات خودرو باعث انتقال دانش فنی می‌شود

دبیر انجمن قطعه‌سازان گفت آزادسازی واردات خودرو برای قطعه‌سازی می‌تواند مفید باشد و باعث انتقال دانش فنی می‌شود. مازیار بیگلر، دبیر انجمن قطعه‌سازان با اشاره به اینکه باید در دولت جدید بحث آزادسازی واردات خودرو بررسی شود، گفت: آزادسازی واردات خودرو برای قطعه‌سازی می‌تواند مفید باشد، چراکه اینگونه هم تیراژ تولید افزایش می‌یابد و قطعات مصرفی بیشتر می‌شود.

به گزارش ایران اکونومیست، دبیر انجمن قطعه‌سازان تشریح کرد: برای آزادسازی واردات باید فاکتورهایی در نظر گرفت که باعث کنترل خروج ارز شود و باعث بروز مشکلات ارزی نشود. واردات خودرو محاسنی دارد که باعث می‌شود از آن چشم‌پوشی نکنیم، یکی از این موارد به افزایش دانش فنی برمی‌گردد.

او تشریح کرد: آزادسازی واردات خودرو باعث می‌شود انواع خودروهای خارجی وارد کشور شوند و خودروسازان و قطعه‌سازان این خودروها را از نزدیک ببینند و با سیستم آن آشنا شوند و می‌تواند به انتقال دانش فنی آنها کمک کند. اکنون قطعه‌سازان می‌توانند برای انواع خودروهای پرتیراژ خارجی قطعه تولید کنند. دبیر انجمن قطعه‌سازان تشریح کرد: قطعاتی که اکنون قطعه‌سازان تولید می‌کنند شامل لت ترمز، انواع فیلتر، رادیاتور و خنک‌کننده و ... است، همچنین انواع دیگر قطعات

## ساعت اجرای طرح ترافیک پایتخت اعلام شد

هوا» یعنی زوج و فرد سابق و حلقه دوم طرح ترافیک در محدوده مرکزی شهر تهران اجرا می‌شود و شرط ورود به این محدوده‌ها و جلوگیری از جریمه مالکان خودروها، ثبت‌نام مالک و مشخصات خودرو در سامانه «تهران من» و شارژ حساب شهروندی است. محدوده طرح ترافیک از شمال به خیابان مطهری، از جنوب به خیابان شوش، از غرب به خیابان کارگر و از سمت شرق به خیابان‌های شریعتی و ۱۷ شهریور است و از سوی دیگر طرح کنترل آلودگی هوا نیز از شمال به بزرگراه همت، از شرق به بزرگراه امام علی(ع)، از جنوب به بزرگراه بعثت و از غرب به بزرگراه نواب و چمران محدود می‌شود.

مدیر واحد ساماندهی طرح‌ها و محدوده‌های ترافیکی شهرداری تهران با اشاره به تعطیلی شش روزه پایتخت و تغییر ساعات طرح ترافیک در این ایام، گفت طرح ترافیک از روز دوشنبه چهارم مرداد از ساعت ۸:۳۰ تا ۱۶ اجرا می‌شود. به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از ایرنا، عمار سعیدیان‌فر توضیح داد: همچنین رانندگان از ساعت ۱۲ به بعد یک خروج رایگان خواهند داشت. وی ادامه داد: ساکنان محدوده طرح ترافیک و طرح کاهش آلودگی هوا نیز از ساعت ۱۲ به بعد یک ورود رایگان به محدوده طرح خواهند داشت. به گزارش ایرنا، به طور معمول دو طرح «ترافیک» و «کنترل آلودگی

افتادن خط تولید آنها شده است. وی تصریح کرد: از طرفی تعرفه وارداتی برخی از مواد اولیه تغییر و این مواد در گمرک رسوب کرده است و با وجود نام‌نگاری‌های بسیاری که انجام دادیم و بین وزارت صمت و سازمان غذا و دارو پاسکاری شدید ولی هنوز امکان ترخیص این مواد وجود ندارد. زیرا هنوز در گروه کالایی یی قرار نگرفته و در گروه کالایی دو دیده می‌شود. به گفته او مواد اولیه تولید شیرخشک نوزاد بدون انتقال ارز و با اعتبار تجار وارد شده، ولی حالا که قرار است ترخیص شود می‌گویند باید با ارز نیمایی ترخیص صورت گیرد.

تحویل‌زاده در پایان گفت: مشکل تخصیص ارز برای واردات مواد اولیه تا ۵۰ درصد حل شده ولی هنوز کارخانه‌ها منتظر تخصیص ارز هستند.



شرکت تولید نیرو برق رامین

## آگهی مناقصه و فراخوان ارزیابی کیفی مناقصه عمومی یک مرحله ای شماره ۴۰۰/۱۴۷ م

نوبت اول

شناسه: ۱۱۶۹۰۱۲

شرکت تولید نیروی برق رامین در نظر دارد مناقصه عمومی مناقصه خرید لوازم روشنایی را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به شرکت های واجد صلاحیت واگذار نماید. کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکت ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت(ستاد) به آدرس [www.setadiran.ir](http://www.setadiran.ir) انجام خواهد شد و لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و امضای گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند.

شماره فراخوان در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد): ۰۹:۰۵۵۳۴۴۰۰۰۰۰۰۰۰

تاریخ انتشار مناقصه در سامانه تاریخ ۱۴۰۰/۰۵/۰۶ می باشد.

هزینه خرید اسناد مناقصه از طریق سامانه: ۱/۰۰۰/۰۰۰ ریال

مبلغ تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار: ۱۶/۸۳۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال

آخرین مهلت دریافت اسناد مناقصه از سایت: ساعت: ۰۹:۰۰ روز یکشنبه تاریخ ۱۴۰۰/۰۵/۱۰

مهلت زمانی ارائه پیشنهاد: ساعت: ۰۹:۰۰ روز چهارشنبه تاریخ ۱۴۰۰/۰۵/۲۰

زمان بازگشایی پاکت ها: ساعت: ۱۰:۰۰ روز چهارشنبه تاریخ ۱۴۰۰/۰۵/۲۰

اطلاعات تماس دستگاه ستاد مناقصه گزار جهت دریافت اطلاعات بیشتر در خصوص اسناد مناقصه و ارائه پاکت های الف، ب، ج: آدرس: اهاوز بلوار آیت الله بهبهانی-ابتدای بلوار شهید نواب صفوی – معاونت بهره برداری-

شرکت تولید نیروی برق رامین و تلفن: ۳۲۲۴۲۸۳۵ و ۳۲۲۶۶۶۸۶-۰۶۱

اطلاعات تماس ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه:-مرکز تماس: ۴۱۹۳۴-۰۲۱

دفتر ثبت نام: ۸۸۹۶۹۷۳۷-۸۸۹۶۹۳۶۸-۰۲۱

سامانه تدارکات الکترونیکی دولت

پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات

پایگاه اطلاع رسانی معاملات شرکت مادر تخصصی تولید نیروی برق حرارتی

[www.setadiran.ir](http://www.setadiran.ir)

<http://iets.mporg.ir>

<http://tender.tpph.ir>

شرکت تولید نیروی برق رامین- امور تدارکات



# نرخ فروش بیشتر در صنعت خرده‌فروشی آنلاین با محتوای بصری



**به قلم: مسوما میمان**  
کارشناس فروش و کسب و کار  
ترجمه: علی آل علی

امروزه اغلب مردم به خوبی از اهمیت محتوای بصری در بازاریابی و فروش آگاهی دارند. بسیاری از برندها دیگر از محتوای متنی برای بازاریابی و راه‌اندازی کمپین‌های فروش استفاده نمی‌کنند. این امر با توجه به افزایش تمایل کاربران برای مشاهده محتوای بصری هماهنگی بالایی دارد. با این حساب برندهایی که در عصر کنونی به دنبال فروش بیشتر با استفاده از روش‌های سنتی باشند، محکوم به شکست هستند. ساختار مغز انسان محتوای بصری را بسیار بهتر از انواع محتوای متنی دریافت و پردازش می‌کند. این امر نکته‌ای رایج در حوزه بازاریابی و تبلیغات محسوب می‌شود. نکته جالب اینکه با وجود ثابت شدن اهمیت محتوای بصری هنوز هم بسیاری از برندها در سایت رسمی‌شان از محتوای متنی استفاده می‌کنند. بدون تردید محتوای متنی هم اهمیت خاص خودش را دارد، اما در دوره‌ای که اکنون توجه کاربران معطوف به محتوای بصری است، باید میزان استفاده از متن را تا جای ممکن کاهش داد.

امروزه بسیاری از برندها اقدام به فروش محصولات در سایت‌شان می‌کنند، در این میان خرده‌فروشی‌های آنلاین بسیار زیادی هم مشغول به فعالیت هستند. این امر گزینه‌ای جذاب برای کاهش نیاز به مراجعه حضوری مشتریان به شعبه‌های مختلف برندهاست. نکته مهم در این میان طراحی سایت به گونه‌ای جذاب برای مشتریان است. بدون تردید تمام بازدیدکنندگان یک سایت مشتری نهایی شما محسوب نمی‌شوند. گاهی اوقات کاربران در خرده‌فروشی‌ها فقط به دنبال آگاهی از جزئیات محصولات هستند. هنر بازاریابی در صنعت خرده‌فروشی آنلاین تبدیل همین کاربران به مشتریان پر و پا قرص برند است. ما در ادامه برخی از نکات اساسی در این رابطه را مورد بررسی دقیق قرار خواهیم داد. هدف اصلی در این مقاله راهنمایی بازاریاب‌ها و خرده‌فروشی‌های آنلاین برای بازاریابی بهتر با محتوای بصری است. این امر موجب افزایش محبوبیت خرده‌فروشی آنلاین شما در میان کاربران و همچنین تجربه نرخ‌های بالاتر فروش می‌شود. بنابراین در ادامه با ما همراه باشید تا تجربه‌ای منحصر به فرد در این رابطه کسب نمایید.

## شروع کار با محتوای باکیفیت و واضح

وقتی از محتوای بصری صحبت می‌شود، اول از همه عکس‌های رنگارنگ به ذهن افراد می‌رسد. امروزه عکس‌ها به اندازه هزاران کلمه معنا و مفهوم در خودشان پنهان کرده‌اند. اگر شما در این میان به جای جملات طولانی از یک عکس جذاب و کاملاً باکیفیت استفاده نمایید، شانس‌تان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش پیدا خواهد کرد.

چالشی که بسیاری از خرده‌فروشی‌ها با آن مواجه هستند، عدم تمایل برای استفاده از تصاویر باکیفیت از سوی تیم‌های بازاریابی است. دلیل این امر اغلب اوقات بی‌توجهی به اهمیت کپی تصاویر است. این نکته نه فقط برای کاربران، بلکه برای موتورهای جست‌وجو نیز حیاتی است. بر این اساس شما با انتخاب تصاویر باکیفیت شانس بالاتری برای کسب رتبه سئو بهتر خواهید داشت.

تصاویر باکیفیت به محصولات برای دیده شدن در فروشگاه شما کمک می‌کنند. اگر این حرف را باور ندارید، به سادگی یک آزمایش ساده اجرا کنید. این آزمایش شامل یک گروه از محصولات دارای تصاویر باکیفیت و گروهی دیگر بدون هرگونه عکسی است. بدون تردید در نهایت گروه دارای تصاویر باکیفیت میزان تعامل فروش بیشتری از سوی کاربران دریافت خواهد کرد.

بسیاری از خرده‌فروشی‌های آنلاین در ابتدای مسیر فعالیت‌شان نگران هزینه‌های بالای بازاریابی هستند. یکی از نمونه‌های اصلی این امر در حوزه عکاسی نمایان می‌شود. اگر شما هم نگران هزینه‌های بالای استخدام یک عکاس حرفه‌ای هستید، کاملاً حق دارید. راهکار مناسب در این میان تلاش برای استفاده از گوشی‌های هوشمند برای ثبت تصاویر است. اگرچه کیفیت دوربین گوشی‌های هوشمند به هیچ وجه به پای دوربین‌های تخصصی نمی‌رسد، اما دست کم کار شما را برای مدتی راه می‌اندازد. نکته مهم در این میان استفاده از زاویه مناسب برای ثبت عکس و همچنین توجه به بارگذاری تصاویر از تمام جهات یک محصول است. شما با توجه به چنین نکاتی امکان تاثیرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف‌تان را خواهید داشت.

**استفاده از تصاویر بزرگتر و فراهم‌سازی امکان زوم برای کاربران**  
کاربران همیشه دوست دارند از جزئیات یک محصول باخبر شوند. شاید شما در این رابطه ایده متفاوتی داشته باشید، اما چاره‌ای جز هماهنگی با ترندهای روز دنیا ندارید. اشتباه برخی از بازاریاب‌ها و اعضای تیم فروش تلاش برای مقاومت بی‌نتیجه در برابر ترندهای برتر دنیای کسب و کار است. این امر اغلب اوقات نتیجه خوبی برای کسب و کارتان به همراه ندارد. بنابراین همین حالا باید به دنبال ایجاد تغییرات گسترده در وضعیت تهیه و ویرایش عکس‌های خرده‌فروشی‌تان باشید.

اگر تجربه مراجعه به خرده‌فروشی‌های آنلاین بزرگ مثل آمازون را داشته باشید، از هر محصول کلی عکس در دسترس کاربران قرار می‌گیرد. شاید این امر یک گزینه لوکس محسوب شود، اما در نهایت نتیجه بسیاری از خریدها را مشخص می‌سازد. اگر شما نسبت به این نکته مهم توجه لازم را نشان ندهید، در نهایت هیچ شانس‌ی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف پیدا نخواهید کرد.

تصاویر بزرگ به کاربران اجازه زوم کردن تا بی‌نیهایت را می‌دهد. اینطوری جزئیات بسیار بیشتری از محصولات در اختیار کاربران قرار می‌گیرد. شاید شما در ابتدای مسیر فروشگاه‌تان به چنین نکته‌ای بی‌توجه باشید، اما دیر یا زود باید به تصاویر بزرگ با امکان زوم گسترده بها دهید، در غیر این صورت خرده‌فروشی‌تان به زودی از دور رقابت کنار خواهد رفت. یکی از نکات جالب برای تقویت تجربه کاربران از زوم کردن در تصاویر مربوط به محصولات ارائه برخی از توضیحات در قالب متن است. این توضیحات متنی باید چسبیده به تصاویر باشد. اینطوری کاربران با زوم کردن روی عکس محصولات آشنایی با ویژگی‌های مختلف هر محصول را پیدا می‌کنند. با این حساب دیگر دلیلی برای کاهش نرخ فروش خرده‌فروشی آنلاین شما در میان نخواهد بود.

اگر شما در محصول بردتان تمام جزئیات را به خوبی نمایش دهید و کاربران را با ویژگی‌های مختلف محصول موردنظر آشنا سازید، دیگر

دلیلی برای عدم موفقیت در زمینه بازاریابی در میان نخواهد بود. به عبارت بهتر، شما با چنین برنامه‌ای یکی از بهترین تجربه‌های بازاریابی در دنیای خرده‌فروشی آنلاین را پشت سر خواهید گذاشت.

## توجه به گوشه و کنار محصول

محصولات همیشه زوایایی دارند که در کاتالوگ‌های شرکتی کمتر مورد توجه قرار می‌گیرد. این امر شاید در نگاه نخست بسیار عادی به نظر برسد، اما در نهایت تفاوت میان خرده‌فروشی‌های برنده و بازنده را رقم خواهد زد. بسیاری از برندها در این میان برای تاثیرگذاری هرچه بهتر بر روی مشتریان‌شان عکس‌های خوبی تهیه می‌کنند، اما شما به عنوان یک خرده‌فروشی آنلاین باید پا را فراتر از این بگذارید. وظیفه اصلی شما در این میان تلاش برای تهیه تصاویر از زاویه‌های مختلف یا به عبارت بهتر گوشه و کنار یک محصول است.

مشتریان هرچه جزئیات بیشتری از یک محصول را در قالب تصاویر باکیفیت مشاهده کنند، انگیزه بالاتری برای خرید محصولات خواهند داشت. شاید این امر در نگاه نخست بسیار سخت و دشوار به نظر برسد، اما در نهایت موجب تمایز بنیادی میان خرده‌فروشی آنلاین شما و رقبا خواهد شد.

یکی از ایده‌های جذاب در این میان استفاده از تصاویر ۳۶۰ درجه است. چنین تصاویری امکان مشاهده یک محصول از هر زاویه‌ای را می‌دهد. مشتریان به این ترتیب به تمام جزئیات یک تصویر دسترسی خواهند داشت. شاید ساخت یک تصویر ۳۶۰ درجه خیلی سخت به نظر برسد، اما امروزه سایت‌های بسیار زیادی برای کمک به شما در راستای تهیه چنین تصویری فعالیت دارد. بنابراین انتخاب یکی از سایت‌های موردنظر کار شما را بی‌نیهایت ساده خواهد کرد.

## نمایش محصولات در حالت استفاده

بسیاری از محصولات مانند پوشاک تا زمانی که از سوی مشتریان تست نشود، به سختی فروش خواهد رفت. این امر برای خرده‌فروشی‌های آنلاین یکی از درس‌های بزرگ محسوب می‌شود. بدون تردید هیچ خرده‌فروشی‌ای امکان راه‌اندازی فرآیند تست کردن محصولاتش، به ویژه در حوزه پوشاک، را ندارد. درست به همین خاطر چنین کسب و کارهایی باید به دنبال ایده‌ای دیگر باشند.

یکی از ایده‌های ساده و راهگشا در این میان توجه به بارگذاری تصاویر مربوط به محصولات در حال استفاده است. این امر تمام محصولات یک برند را شامل می‌شود. اگر شما چنین ایده‌ای را برای بازاریابی و تعامل با مخاطب هدف مورد توجه قرار دهید، مقاومت مشتریان برای نخریدن محصولات‌تان به شدت کاهش خواهد یافت.

وقتی یک مشتری از وضعیت محصول در حالت استفاده مطمئن شود، انگیزه بسیار بالایی برای خرید نشان خواهد داد. متأسفانه این امر اغلب اوقات از سوی برندهای بزرگ مورد بی‌توجهی قرار می‌گیرد. بنابراین مشاهده ناتوانی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف امر عجیبی نخواهد بود.

اگر شما برای تهیه تصاویر مربوط به محصولات فروشگاه‌تان در حالت استفاده تردید زیادی دارید، کافی است به آمازون یا دیگر خرده‌فروشی‌های بزرگ دنیا مراجعه کنید. چنین فروشگاه‌هایی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به بهترین شکل ممکن تصاویر و حتی ویدئوهایی از محصولات‌شان در حال استفاده نمایش می‌دهند. با این حساب الگوبرداری از چنین برندهایی ایده مناسبی برای خرده‌فروشی تازه‌کار شما خواهد بود.

## طراحی ویدئو برای رونمایی از محصولات

ویدئو از آن دست محصولات‌هایی است که در طول یک دهه اخیر به طور مداوم طرفدارهای زیادی پیدا کرده است. امروزه مردم تماشا و ویدئو را به هر نوع فرمت دیگری ترجیح می‌دهند. بنابراین جهت‌گیری شما به سوی استفاده از ویدئوهای تاثیرگذار اهمیت بسیار زیادی خواهد داشت.

امروزه برندهای بزرگ برای معرفی محصولات مهم‌شان همیشه از ویدئو استفاده می‌کنند. واضح‌ترین نمونه در این میان نیز مربوط به برند سونی و مایکروسافت در زمینه رونمایی از نسل جدید کنسول‌های بازی‌شان است. طراحی ویدئوهای جذاب برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف امر تازه‌ای نیست. بسیاری از برندها در طول سال‌های اخیر چنین نکته‌ای را مدنظر قرار داده‌اند، اما در صنعت خرده‌فروشی آنلاین به این نکته بسیار مهم کم‌توجهی می‌شود.

اگر شما در خرده‌فروشی آنلاین‌تان از ویدئوهای جذاب برای معرفی محصولات تازه استفاده نمایید، تمام نگاه‌ها را به خودتان جلب خواهید کرد. بدون تردید منظور ما در اینجا استفاده از ویدئوی رسمی هر برند برای محصولاتش نیست، بلکه شما باید خودتان دست به دوربین شوید. شما با اندکی ذوق هنری و علاقه به کار با دوربین به راحتی امکان تهیه فیلم‌های جذاب درباره محصولات را خواهید داشت. نکته مهم در این میان تلاش برای معرفی محصولات موردنظر به طور دقیق و توجه به کوتاهی محتوای‌تان است. بدون تردید اگر محتوای شما بیش از اندازه طولانی باشد، شانس‌ی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان نخواهد داشت. بنابراین توجه به اختصار ویدئوها نکته بسیار مهمی خواهد بود. متأسفانه برخی از خرده‌فروشی‌ها در تهیه ویدئوی رونمایی از محصولات

به طور مداوم به استفاده از اصطلاحات تخصصی تمایل نشان می‌دهند. دلیل این امر هرچه باشد، بسیاری از کاربران را نسبت به خرید محصول موردنظر ناامید خواهد کرد. مشتریان باید به راحتی هرچه تمام‌تر منظور شما در ویدئوهای بازاریابی‌ی و رونمایی از محصولات را متوجه شوند. بنابراین استفاده از هر گونه اصطلاح تخصصی باید همراه با توضیح دقیق آن باشد، در غیر این صورت هیچ کاربردی به ویدئوهای شما توجهی نشان نخواهد داد. امروزه بسیاری از برندها به دلیل استفاده از عبارت‌های تخصصی در ویدئوی مربوط به محصولات‌شان دوباره اقدام به ضبط آن می‌کنند. بدون تردید هیچ کارآفرینی حوصله و حتی انگیزه ضبط چندباره ویدئوی مربوط به محصولات را ندارد. بنابراین شما باید در همان تلاش اول‌تان تمام نکات را به خوبی مدنظر قرار دهید.

## طراحی تصایر سه‌بعدی

تصاویر سه‌بعدی جذابیت بسیار زیادی برای کاربران دارد. تفاوت اصلی چنین تصاویری در مقایسه با عکس‌های معمولی دوعبدهی در بحث عمق تصویر نهفته است. خوشبختانه امروزه بسیاری از دوربین‌ها از تهیه عکس‌های سه بعدی پشتیبانی می‌کنند. بنابراین هیچ مانعی در این میان برای نمایش تصاویر موردنظر در سایت خرده‌فروشی‌تان نخواهد بود.

امروزه نوآوری‌های بیشتر در زمینه خرده‌فروشی تکلیف نهایی یک برند را مشخص می‌سازد. بنابراین شما باید نوآوری‌های بسیار مهم و جذابی

برای مشتریان داشته باشید. خرده‌فروشی‌های آنلاین در طول یک سال و نیم اخیر به دلیل شیوع ویروس کرونا در معرض بیشترین انتظارات از سوی مشتریان بوده‌اند. بنابراین مشاهده هرگونه ایرادی در این میان موجب ناامیدی شدید مشتریان خواهد شد.

اگر کسب و کار شما با طرز تهیه تصاویر سه‌بعدی آشنایی کافی را ندارد، باید در این راستا بر روی کمک افراد حرفه‌ای حساب ویژه‌ای باز نمایید، در غیر این صورت شاید تلاش‌های اولیه‌تان در این حوزه حساسی مشتریان را ناامید سازد. اینطوری شما بخش قابل ملاحظه‌ای از مشتریان‌تان را از دست خواهید داد.

## نمایش واقعیت افزوده در تصاویر خرده‌فروشی

واقعیت افزوده یکی از فناوری‌های جدید و تاثیرگذار در زندگی روزمره مردم محسوب می‌شود. بسیاری از برندها برای استفاده از فناوری موردنظر نیاز به خرید گجت‌های عجیب و غریبی ندارند. شما با استفاده از گوشی هوشمند یا حتی رایانه امکان مشاهده محتوای دارای این فناوری را خواهید داشت. تصاویر واقعیت افزوده در زمینه فروش محصولاتی نظیر لوازم آرایشی و همچنین انواع عینک کاربرد دارد. شما با استفاده از چنین فناوری در خرده‌فروشی‌های آنلاین امکان مشاهده تاثیر و کیفیت محصولات بر روی عکس خودتان را خواهید داشت. این امر اهمیت بسیار زیادی برای افزایش فروش محصولات دارد.

خرده‌فروشی‌های آنلاین فقط به لطف استفاده از ویژگی‌هایی نظیر واقعیت افزوده امکان رقابت با فروشگاه‌های حضوری در حوزه‌هایی خاص را دارد. این امر نکته بسیار مهمی محسوب می‌شود. بسیاری از خرده‌فروشی‌های آنلاین به طور سنتی از برخی از حوزه‌ها خودشان را محروم می‌کنند. این حوزه اغلب اوقات شامل لوازم آرایشی و بهداشتی و همچنین پوشاک می‌شود. بنابراین شما باید با استفاده از فناوری واقعیت افزوده وارد حوزه‌هایی شوید که رقبای‌تان کمتر در آن فعالیت دارند. چنین امری شما را به طور قابل ملاحظه‌ای مورد توجه مشتریان قرار می‌دهد. کسب و کارها در هر حوزه‌ای باید به دنبال تاثیرگذاری بر روی مشتریان با استفاده از آخرین فناوری‌های در دسترس باشند، در غیر این صورت رقبای بزرگتر شما را خیلی راحت از بازار بیرون خواهند کرد. استفاده از فناوری واقعیت افزوده شاید شما را به طور کامل در میان مشتریان مشهور و محبوب نکند، اما دست کم شروع فرایند تاثیرگذاری بر روی مشتریان و ایجاد تمایز با رقبا خواهد بود. همین نکته شما را برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف آماده خواهد کرد.

ایجاد تمایز میان کسب و کارهای مختلف اغلب اوقات نکته‌ای بسیار مهم ارزیابی می‌شود. اگر شما در حوزه خرده‌فروشی آنلاین این نکته را مدنظر داشته باشید، امکان تاثیرگذاری بر روی مشتریان در مدت زمانی کوتاه و تبدیل شدن به برندی بزرگ را خواهید داشت.

منبع: vwo.com

**آگهی قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی حوزه ثبتی ناحیه یک شهر کرد بخش ده استان چهارمحال و بختیاری**

به دستور مواد یک و سه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی و ماده ۱۳ آیین نامه قانون فوق الذکر املاکی که در هیأت مندرج در قانون مذکور مستقر اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه یک شهر کرد مورد رسیدگی و رأی آن صادر گردیده جهت اطلاع عموم به شرح ذیل آگهی می گردد:

۱۰۲۰۲ فرعی خاتم معین (ازدگان دهکردی نسبت به ۸ سهم مشاع از ۷۲ سهم شش دانگ یک باب خانه به مساحت ۱۶۴/۰۰۲ متر مربع قسمتی از پلاک ۷۵۱ فرعی متقاضی تازی مالکیت رسمی متقاضی می باشد.

۱۰۲۰۲ فرعی آقای حمید ازدگان دهکردی نسبت به ۱۶ سهم مشاع از ۷۲ سهم شش دانگ یک باب خانه به مساحت ۱۶۴/۰۰۲ متر مربع قسمتی از پلاک ۷۵۱ فرعی متقاضی تازی مالکیت رسمی متقاضی می باشد.

۱۰۲۰۲ فرعی آقای سعید ازدگان دهکردی نسبت به ۱۶ سهم مشاع از ۷۲ سهم شش دانگ یک باب خانه به مساحت ۱۶۴/۰۰۲ متر مربع قسمتی از پلاک ۷۵۱ فرعی متقاضی تازی مالکیت رسمی متقاضی می باشد.

۱۰۲۰۲ فرعی خاتم معین (ازدگان دهکردی نسبت به ۸ سهم مشاع از ۷۲ سهم شش دانگ یک باب خانه به مساحت ۱۶۴/۰۰۲ متر مربع قسمتی از پلاک ۷۵۱ فرعی متقاضی تازی مالکیت رسمی متقاضی می باشد.

۱۰۲۰۲ فرعی خاتم معین (ازدگان دهکردی نسبت به ۸ سهم مشاع از ۷۲ سهم شش دانگ یک باب خانه به مساحت ۱۶۴/۰۰۲ متر مربع قسمتی از پلاک ۷۵۱ فرعی متقاضی تازی مالکیت رسمی متقاضی می باشد.

۱۰۲۹۷ فرعی آقای مهدی غلشی انتکفتی نسبت به شش دانگ یک باب خانه به مساحت ۵۲/۶۶ متر مربع قسمتی از پلاک ۶۱۰ فرعی خربازی شده مع الواسطه از یوسف صافیان دهکردی مالکیت رسمی متقاضی می باشد.

۱۰۲۹۵ فرعی آقای علی رسولی خرابی نسبت به شش دانگ یک باب ساختمان به مساحت ۷۰/۲۴۸ متر مربع خربازی شده مع الواسطه از سید رحمان رضوی مالکیت رسمی متقاضی می باشد.

۱۳۹۶ فرعی آقای عباس زاده دهخانی نسبت به شش دانگ یک باب ساختمان به مساحت ۲۳۷/۸۶ متر مربع خربازی شده مع الواسطه از حبیب اله رئیس دهکردی مالکیت رسمی متقاضی می باشد.

۹۶۰۲ فرعی آقای داود سناری نسبت به سه دانگ مشاع از شش دانگ یک باب خانه به مساحت ۱۲۴ متر مربع خربازی شده مع الواسطه از رفعت خاتم افضل دهکردی مالکیت رسمی متقاضی می باشد.

۱۶۹۹ فرعی آقای محمد حسن زاهد نسبت به شش دانگ یک باب ساختمان به مساحت ۲۶/۳۵۲ متر مربع خربازی شده مع الواسطه از سید محمد حبیبی دهکردی مالکیت رسمی متقاضی می باشد.

۱۳۳۳ فرعی آقای رحیم کریمی طرابی نسبت به شش دانگ یک باب خانه به مساحت ۱۳۱/۲۱ متر مربع خربازی شده مع الواسطه از آلا میرزا رحیم و آلا میرزا حسین شهرتین مع الواسطه از ۱۶۴۹۰ فرعی خاتم دهخانه سلیمی دهکردی نسبت به شش دانگ یک باب ساختمان به مساحت ۱۴۴ متر مربع خربازی شده مع الواسطه از کربلایی سرتاز معین مالکیت رسمی متقاضی می باشد.

۲۸۲۰ فرعی خاتم نسیرین هاشم زاده جابشتری نسبت به شش دانگ یک باب ساختمان به مساحت ۵۹/۱۷ متر مربع خربازی شده مع الواسطه از نادر مطبوع ریاحی مالکیت رسمی متقاضی می باشد.

۱۵۷۲ فرعی آقای خرمدراد کریمی دهکردی نسبت به سه دانگ مشاع از شش دانگ یک باب ساختمان به مساحت ۲۹۳/۰۹ متر مربع خربازی شده مع الواسطه از سید علی میرابوالقاسمی مالکیت رسمی متقاضی می باشد.

۱۵۶۱ فرعی آقای سعید کریمی دهکردی نسبت به یک دانگ و نیم مشاع از شش دانگ یک باب ساختمان به مساحت ۲۴۲/۰۹ متر مربع خربازی شده مع الواسطه از سید علی میرابوالقاسمی مالکیت رسمی متقاضی می باشد.

به موجب ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی این آگهی نسبت به املاک فوق الذکر در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق روزنامه کثیرالانتشار و محلی است که در صورتی که نتوانش ذی نفع به آراء صادره اعتراض داشته باشند باید تا دو ماه از تاریخ انتشار اولین آگهی در شهرها و از تاریخ اعلای آگهی در روستاها اعتراض خود را به اداره ثبت اسناد ناحیه یک شهر کرد تسلیم و رسید اخذ نمایند.معترض باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبارات به تقدیم درخواست به دادگاه عمومی محل نماید و گواهی تقدیم دادخواست را به اداره ثبت ناحیه یک شهر کرد تحویل دهد. در این صورت اقدامات ثبت، موقوف به موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه است. در صورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل را ارائه نکند اداره ثبت محل مبارات به صدور سند مالکیت می نماید و صدور سند مالکیت منع از مراجعه معترض به دادگاه نخواهد بود.

تاریخ انتشار نوبت اول: دوشنبه ۱۵/۱۲/۱۴۰۰ تاریخ انتشار نوبت دوم: سه شنبه ۱۵/۱۲/۱۴۰۰

علی رحیمی رئیس اداره ثبت اسناد و املاک منطقه یک شهرستان شهرکرد

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

برابر رای شماره ۱۳۹۶۰۳۱۸۰۱۸۰۰۲۷۸ ۱۳۹۶/۱۱/۰۴ مورخه ۱۳۹۹/۱۱/۰۴ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک سنگر تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی محمدعلی ترونی ویشکائی فرزند غلام به شماره ملی ۶۵۳۹۹۸۳۹۰۵ در ششدانگ یک باب خانه و محوطه به مساحت ۱۴۴۳/۰۷ متر مربع مغرور از پلاک ۲۱۳ فرعی از سنگ ۱۰۲ اصلی واقع در قریه ویشکلنک بخش ۴ گیلان که برای آن شماره ۹۳۶ فرعی در نظر گرفته شده خریداری از مالک رسمی (شماره زارعانه ۲۲۹۶۲-۱۱/۱۲/۴۱) محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند.بدیهی است در صورت نقضای مدت مذکور و عدم اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۰/۰۹/۱۲  
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۰/۰۵/۱۲

۱۵۷۲ الف رئیس ثبت اسناد و املاک سنگر علی نصرتی ۵۰۵

**مفقودی**

گشتنامه و کارت ملی وکلیه مدارک خودرو سواری پژو CNG Pars XUV ۱۳۹۵ بنام علیرضا سهندی و به شماره موتور ۰۸۷۸۷-۱۲۴K به شماره شناسایی ۰۸۱۴۲-NAANY1VEAGK۲ به شماره پلاک ۳۲۸-۶۷ ایران ۷۹ مفقود واز درجه اعتبار ساقط می باشد.

شهرستان قزوین

**مفقودی**

کلید مدارک خودرو سواری پژو ۲۰۶ مدل ۱۳۸۹ بنام بهرام نیک خواه بالا جوهرشری و به شماره موتور ۰۸۲۵۹۰-۱۴۱۸۹ به شماره شناسایی ۰۳EDABJ۴۹۱۲۴۱۱ NAAP به شماره پلاک خودرو ۹۳۱ از ۷۶ ایران ۷۹ مفقود واز درجه اعتبار ساقط می باشد.

شهرستان قزوین

**مفقودی**

کلید مدارک وانت سیستم پیکان تیپ OHV ۱۶۰۰ مدل ۱۳۸۹ بنام ابوالفضل احمدی علیانی و به شماره موتور ۰۵۶۷۳۹-۱۴۱۸۹ به شماره شناسایی ۰۵۲-NAAA۴۶AA۱BG۰۴۷۰۵۲ به شماره پلاک خودرو ۸۹۸ از ۹۸ ایران ۷۹ مفقود واز درجه اعتبار ساقط می باشد.

شهرستان قزوین



معاون مهندسی شرکت توزیع نیروی برق استان مرکزی خبر داد:

**تحويل ۴۵مولد برق خورشیدی به عشایر کوچروی ساوه**



است و بر حسب برنامه زمان بندی نصب خواهد شد. معاون مهندسی شرکت توزیع نیروی برق استان مرکزی گفت: اعتبار این تعداد سامانه، ۴۵۰ میلیون تومان و از محل اعتبارات عوارض برق مصرفی ۱۳۹۹تامین شده است، این سامانه‌های خورشیدی، ۱۰۰ وات برق تولید می کنند . منصوری با اشاره به بحث پرداخت هزینه سامانه‌ها بیان داشت: عشایر استان مرکزی تنها ۱۰ درصد از قیمت تمام‌شده این پنل‌های خورشیدی را پرداخت می‌کنند و باقی آن توسط شرکت توزیع نیروی برق استان مرکزی تأمین می‌شود.

### جلسه هیأت ورزش شرکت برق منطقه ای خوزستان برگزار شد

**اهواز- شبنم قجائوند:**جلسه هیأت ورزش شرکت برق منطقه ای خوزستان در سال ۱۴۰۰، با حضور اعضا این هیأت در دفتر معاونت مالی و امور پشتیبانی این شرکت برگزار شد. در این جلسه ضمن بررسی انجام مصوبات جلسه قبل، با توجه به بیماری کرونا و شدت بیماری، تصمیم گیری و هم اندیشی جهت چگونگی فعالیت های ورزشی به صورت مجازی، برخط (آنلاین) و در فضای آزاد برای همکاران انجام و تصمیم های لازم در این خصوص گرفته شد. بر اساس این گزارش، مهدی باسطی نیا (معاون مالی و امور پشتیبانی و نایب رئیس هیأت ورزش)، سیدعلیرضا شریفی (رئیس اداره ورزش و دبیر هیأت)، شهناز احمدی روزهانی، یعقوب دانشی، فرشید چال اشتری، ملوک السادات احمدی، اسماعیل اسفندیاری و محمد باقر شریفی از جمله اعضای هیأت ورزشی شرکت برق منطقه ای خوزستان هستند.

### دومین جلسه کمیته اطلاع رسانی ستاد پیشگیری و مقابله با کرونا گلستان تشکیل شد

**گرگان- خبرنگار فرصت امروز:**دومین جلسه کمیته اطلاع رسانی و تبلیغات ستاد پیشگیری و مقابله با کرونا استان گلستان با حضور معاون فرهنگی اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی گلستان و جمعی از اهالی رسانه در بستر مجازی تشکیل شددر این جلسه احمد گلچین معاون فرهنگی و رسانه ای اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی گلستان ضمن قدردانی از اهالی پر تلاش رسانه، به جریان سازی مستمر و فرهنگ سازی در حوزه سلامت تاکید کرد.در ادامه حسن دیلم رییس گروه رسانه ی اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی گلستان نیز به نقش تاثیر گذار رسانه اشاره کرد و گفت: از آنجایی که به دنبال این بودیم در شرایط کرونایی از نظرات تعداد بیشتری از اهالی رسانه بهره مند باشیم، برایی جلسات در بستر مجازی شکل گرفت.وی با تاکید بر ترغیب مداوم مردم برای رعایت پروتکل های بهداشتی.افزود: امید با رعایت فاصله گذاری اجتماعی و دستورالعمل ها بتوانیم از وضعیت قرمز کرونایی عبور کنیم.در ادامه ی جلسه هر یک از حاضران نقطه نظرات و پیشنهادهای خود را ارائه کردند.یادآوری می شود تاکید بر اطلاع رسانی مستمر در اعیاد قربان تا غدیر، ترویج سبک کرونایی و عدم سفرهای غیر ضرور و نظارت رسانه های با حساسیت بیشتر به رعایت دستورالعمل ها از عمده ترین موارد مطروحه و تصویب شده در جلسه بود.

### برگزاری نشست فوری کمیته مدیریت بحران کرونا وپروس دانشگاه علوم پزشکی مازندران

**ساری - دهقان:** نشست اضطراری کمیته مدیریت بحران کرونا وپروس دانشگاه علوم پزشکی مازندران با حضور اعضای ستاد کرونا و برخی از مدیران این دانشگاه برگزار شد. به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی ، در این جلسه با اشاره به بحران گسترش کروناوی هندی در استان و افزایش ششمار مبتلایان و بستری های کرونا در مازندران و فشار مضاعفی که به نیروهای بهداشت و درمان و مراکز درمانی استان وارد است بر ضرورت توجه جدی افراد و اصناف به هشدارهای بهداشتی تاکید شد تا مردم از عواقب خطرناک این ویروس منحوس در امان بمانند. در صورت ادامه بی توجهی به رعایت پروتکل های بهداشتی احتمال بحرانی شدن مراکز درمانی بسیار بالا است و باید اقدامات نظارتی و کنترلی بیشتری اعمال شود. افرادی که علایم مشابه سرماخوردگی و بدن درد دارند باید به پزشک خانواده اطلاع دهند و این افراد قطعاً باید از حضور در تجمعات پرهیز کنند.

**مدیر کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی گیلان :**

### در دولت دوازدهم شاهد خدمات شایسته ای توسط سازمان تامین اجتماعی و بهزیستی به جامعه هدف بودیم

**رشت - خبرنگار فرصت امروز:**مدیر کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی گیلان با بیان این مطلب گفت: طرح ۳۰۷۰، دیجیتالی کردن امورات تامین اجتماعی برای کاهش مراجعات حضوری و تقویت و تجهیز بیمارستان ها با توجه به شیوع ویروس کرونا توسط مدیریت درمان تامین اجتماعی و ایجاد اشتغال برای هزار و ۷۴۴ نفر توسط بهزیستی تنها بخشی از این خدمات است. در دولت دوازدهم شاهد خدمات شایسته ای توسط سازمان تامین اجتماعی و بهزیستی به جامعه هدف بودیم به گزارش روابط عمومی اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان گیلان:امروز (شنبه) سومین جلسه شورای هماهنگی مدیران دستگاه های زیر مجموعه وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان گیلان به ریاست عباس علیزاده، مدیر کل و رئیس شورای هماهنگی مدیران و دیگر اعضای شورا در اداره کل بهزیستی استان برگزار شد.
علیزاد در ابتدا با تبریک اعیاد گذشته و عید سعید غدیر پیش رو ضمن تشکر از میزبانی اداره کل بهزیستی از مجموعه تلاش های ارزنده تامین اجتماعی و بهزیستی گیلان برای جامعه هدف در هفته تامین اجتماعی و بهزستی قدردانی کرد.وی در این جلسه با اشاره به جذب ۵۹ میلیارد تومان تسهیلات اشتغالزا توسط بهزیستی و با همکاری بانک های رفاه و توسعه تعاون از ایجاد اشتغال برای هزار و ۷۴۴ خبر داد.
علیزاد اضافه کرد: در هفته بهزیستی با تخصیص اعتبار به مبلغ ۶۷۱ میلیارد ریال؛ ۷۲؛ پروژه شامل ۵۹ طرح اشتغالزایاره اندازی مراکز توانبخشی،مراکز مشاوره، روانشناسانی و درمان به بهره برداری رسید و زمینه ایجاد اشتغال برای ۱۳۹ نفر در استان فراهم شد.
رئیس شورای هماهنگی مدیران گیلان با بیان اینکه معاونین بیشترین جامعه هدف بهزیستی را تشکیل می دهند؛ افتتاح صندوق حمایت از فرصت های شغلی را بستر مناسبی برای افزایش اشتغال عنوان کرد. وی همچنین با اشاره به اجرایی شدن تفاهمنامه مشترک بهزیستی و آموزش فنی و حرفه ای استان؛ از بهرمنندی ۳۰۲ نفر از مددجویان بهزیستی از خدمات این تفاهمنامه خبر داد.
رئیس شورای هماهنگی مدیران گیلان در بخش دیگر از بیانات خود با اشاره به دیجیتالی کردن اقدامات سازمان تامین اجتماعی در راستای تحقق اهداف دولت الکترونیک گفت: این اقدام موثر موجب حذف دفترچه های کاغذی، کاهش هزینه ها و مراجعات حضوری شد. وی با اشاره به الکترونیکی شدن بیش از ۱۲۳ هزار پرونده مستمری بگیران، از الکترونیکی کردن کلیه پرونده های کارفرمایان تا پایان سالجاری خبر داد.

**مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان :**

**طوفان و باران ۳۹ میلیارد ریال به تاسیسات برق جنوب بوشهر خسارت زد**
**بوشهر - خبرنگار فرصت امروز:** مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان بوشهر گفت: طوفان و باران ۳۹ میلیارد ریال به تاسیسات برق شهرستان‌های مرزی و جنوبی این استان خسارت زد. به گزارش روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق استان بوشهر، غلامرضا حشمتی روز سه‌شنبه در تشریح این خبر افزود: در جریان ناپایداری جوی اخیر تاسیسات برق در شهرستان‌های بوشهر، عسلویه، دیر و کنگان و دشتستان متحمل خسارت شد که این خسارت شامل تخریب پایه برق، سیم پارگی و خرابی برق گیر و ترانس در اثر برخورد صاعقه و رعد برق بوده است. وی بیان کرد: در خسارت وارده به تاسیسات برق مشترکان هم استانی در دیر، کنگان و عسلویه برای دقایقی قطع شد که با حضور به موقع نیروهای عملیاتی مشترکان یاد شده در کمترین زمان ممکن برق دار شدند. حشمتی اظهار داشت: از روز جمعه تا دوشنبه همزمان با فعالیت سامانه جوی ناپایداری در استان پیش بینی لازم انجام شده و تمام واحدهای عملیاتی و نیروهای کمکی در آماده باش کامل قرار گرفتند که این آمادگی منجر شد تا در اثر حوادث ناشی از طوفان و باران، عملیات رفع خاموشی و تامین برق پایدار مشترکان در کوتاه ترین زمان ممکن انجام شود. وی همچنین با اشاره به پیش بینی هواشناسی مبنی بر افزایش دما و رطوبت در استان بوشهر اظهار کرد: از هم استانی ها انتظار است در این چند روز نگاه ویژه به بحث صرفه جویی داشته و از این طریق در پایداری هر پیش برق را سهیم شوند. حشمتی افزود: خاموش کردن کولر و لامپ های اضافه، عدم استفاده از دستگاه برقی پرمصرف مانند اتو، جازوبرقی، لباسشویی و... در بازه زمانی ۱۲ تا ۱۸، سرویس به موقع کولرها و همچنین استفاده از ظرفیت نور طبیعی برای روشنایی خانه در طول روز از جمله راهکارهای مهم در کاهش مصرف است که انتظار است هم استانی ها آن را جدی بگیرند.

**مدیرعامل آبفا در بازدید منتخبان شورای شهر از روند آبرسانی و جمع آوری فاضلاب شهر بندرعباس:**

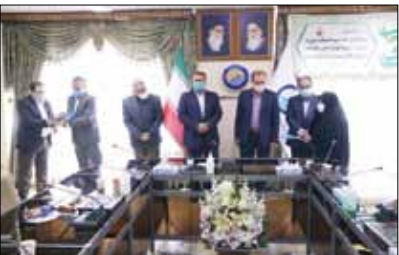
## همکاری شورا با آبفا باعث بهبود شاخص های آبرسانی و جمع آوری فاضلاب می شود



افزود: آبفا با هدف ارتقای کیفیت و پایداری آب بندرعباس زمینه هایی را فراهم کرده که خوشبختانه نتیجه این اقدامات قابل ملاحظه و لمس است.
قصمی با اشاره به قطعی های اخیر برق افزود: در جریان قطعی برق هفته های گذشته، هیچ خلیی در تصفیه و پمپاژ آب شهر بندرعباس بوجود نیامد و این ناشی از آینده نگری هایی بوده که برای تامین برق اضطراری تصفیه خانه صورت گرفت. به گفته وی، بهره برداری از دیزل ژنراتور تامین برق اضطراری تصفیه خانه آب بندرعباس به عنوان یک اقدام اساسی در هفته های اخیر اهمیت آن را نشان داد و باعث شد شرکت آب و فاضلاب با کمترین دغدغه، آب مرکز استان که جمعیت زیادی در خود جای داده است، تامین کند.
مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب هرمزگان در عین حال از بازسازی ۱۵ دستگاه دیزل ژنراتورهای از کار افتاده مناطق مختلف

**در راستای اقدامات فرهنگی انجام شد؛**

## بانوان نمونه شرکت آبفا آذربایجان شرقی تجلیل شدند



و حجاب، حافظ آنان است و اجرای آن وظیفه شرعی و دینی همگان است.
علیرضا ایماپلو با ذکر اینکه حجاب در ذات وجودی خود و در معنای واقعی دارای مصونیت است، افزود: پوشش در

**مدیر عامل شرکت برق منطقه ای گیلان:**

## ۳ پروژه در هفته دولت سال جاری افتتاح و به بهره برداری می رسد



قابلیت اطمینان تامین برق مشترکان، تعدیل بار پست های مجاور و کاهش تلفات به بهره برداری خواهند رسید.
مدیر عامل

**مدیرکل شرکت راه آهن آذربایجان شرقی خبر داد؛**

## ایجاد رشته‌های فنی راه‌آهن در هنرستان‌های آذربایجان شرقی



و دانش آموزشی از دوره اول متوسطه برای تحصیل در این رشته ها مشغول تحصیل شوند.
مدیرکل آموزش و پرورش آذربایجان

**مدیر صندوق کار آفرینی امید همدان:**

### مهمترین رسالت صندوق کار آفرینی امید حمایت از کسب و کارهای خرد است



مذکور خود را بقاء و خدمات مالی را به مردم اعطاء کند.
افروخته ابراز داشت: اشتغال پایدار روستایی و طرح‌های مشارکتی در روستاهانیز از دیگر طرح‌های در حال اجراست که از سوی منابع مشترک صندوق کار آفرینی امید و صندوق توسعه ملی تامین می‌شود. وی گفت: تسهیلات برای مناطق روستایی طبق قانون اشتغال روستایی در سال ۹۶ که در مجلس مصوب شد برای روستاهای مرزی با نرخ کارمزد ۴ درصد، برای روستاهای غیرمرزی و شهرها با نرخ ۶ درصد پرداخت شد که میزان تسهیلات در روستاها تا سقف ۴ میلیارد تومان برای یک بنگاه تأمین مالی می‌شود.
مدیر صندوق کار آفرینی امید همدان با بیان اینکه در حال حاضر عملکرد این صندوق نسبت به گذشته متمایز شده است، گفت: در گذشته تسهیلات پرداختی صندوق ۱۰۰ میلیون تومان بوده و اکنون تا سقف ۴ میلیارد تومان بسته به نیاز و توجیه مالی و اقتصادی طرح‌ها افزایش پیدا کرده است. وی تصریح

استان توسط اکپف فنی آبفا خبر داد و گفت: با صرف هزینه ای بالغ بر ۸۰۰ میلیون تومان حدود ۲۰ میلیارد تومان از قبل تعمیر این دیزل ژنراتورها ارزش افزوده برای آبفا به دست آمد.
مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب هرمزگان تصریح کرد، دستگاه های پیشرفته کنترل کیفیت آب بندرعباس، آب های ورودی به تصفیه خانه بندرعباس از سدهای شرق هرمزگان را بصورت لحظه ای رصد و در صورت بروز مشکل هشدارهای لازم را می دهند. وی گفت: آب بندرعباس کلاما سالم و بالاترین کیفیت را داراست و این شرکت با انجام فرایندهایی، بو و طعم آن را به کمترین حد ممکن رساننده و کیفیت بالای آن را تضمین می کنند. وی همچنین به بازدید منتخبان ششورای اسلامی شهر بندرعباس از تصفیه خانه فاضلاب بندرعباس اشاره کرد و افزود:رتقای شاخص های جمع آوری و دفع فاضلاب تصفیه خانه فاضلاب یکی از اقداماتی است که شرکت آب و فاضلاب هرمزگان به عنوان یکی از مطالبه های عمومی بندرعباس در دستور کار خود قرار داده است که خوشبختانه مقام عالیتر به دولت و دستگاه قضا برای حل این مسئله پای کار آمدند و در حال حاضر شاهد پیشرفت قابل قبولی در این زمینه هستیم. به گفته قصمی، شرکت زیر ساخت متشکل از صنایع بزرگ غرب بندرعباس، مسئولیت تصفیه، انتقال و شیرین سازی سباب تصفیه شده فاضلاب بندرعباس را بر عهده گرفته که پساب تولیدی آن در صنایع مورد استفاده قرار خواهد گرفت.

فرهنگ اسلامی آرامش روانی فرد و جامعه را به دنبال دارد، که نتیجه آن استحکام ارتباط خانواده و دوری از آسیب های اجتماعی است. وی ادامه داد: آنچه که ما را متفاوت می کند تکیه بر ارزشهای مبتنی بر اهداف انقلاب اسلامی است و رفتار ما بر گرفته از دین، احادیث و روایات ائمه معصومین (ص) است.
شکری، مسئول امور فرهنگی شرکت آبفا آذربایجان شرقی نیز در این جلسه در خصوص اقدامات و برنامه های انجام شده در هفته عفاف و حجاب و همچنین امورات فرهنگی شرکت گزارشی را ارائه کرد. در پایان جلسه در راستای ترویج و تحکیم فرهنگ اسلامی، ارزشهای دینی و به منظور اعتلای فرهنگ حجاب و عفاف، بانوان نمونه و منتخب شرکت آب و فاضلاب استان معرفی و تجلیل شدند.

شرکت برق منطقه‌ای گیلان با بیان اشتغال موقت برای ۵۵ نفر در اجرای این پروژه ها، گفت: پروژه افزایش ظرفیت پست ۶۳،۲۰ کیلوولت بی بی حوریه انزلی، پروژه افزایش ظرفیت پست ۶۳،۲۰ کیلوولت املش و توسعه سه فیدر ۲۰ کیلوولت پست ۶۳،۲۰ کیلوولت شهر صنعتی رشت از پروژه های است که افتتاح و به بهره برداری خواهند رسید.
داراب زاده گفت: با توجه به تداوم گرمای بی سابقه در روزهای اخیر، انتظار می رود مشترکان محترم همچون گذشته در استفاده بهینه از برق کوشا باشند و با مدیریت مصرف برق، استفاده همگانی از نعمت برق را فراهم سازند.

شرقی نیز با بیان اینکه به جهت ماموریت سازمانی، مسوولیت تعلیم و تربیت نسل آتی بر عهده آموزش و پرورش گذاشته شده است، اظهار کرد: رویکرد آموزشی در دوره متوسطه توسعه رشته های فنی و حرفه ای است. جعفر پاشایی خاطرنشان کرد: ۱۶۰ رشته در شاخه کار دانش و ۴۱ رشته در فنی حرفه ای در هنرستان های استان دایر هستند. وی اضافه کرد: حدود ۷۵۰ هزار دانش آموز و ۴۰ هزار فرهنگی مشغول در دستگاه تعلیم و تربیت استان ظرفیت بسیار بالایی برای فرهنگ سازی و گسترش علم و دانش هستند. پاشایی اظهار کرد: امروز اگر بخواهیم برنامه ای آموزشی و فرهنگی تربیتی تدوین و عملیاتی کنیم، بهترین محل آموزش و پرورش و متن مدرسه است.

کند در سال گذشته بیش از ۱۱۰ میلیارد تومان از محل تسهیلات اشتغال پایدار روستایی به یک هزار و ۱۶۰ طرح تسهیلات پرداخت شده که پیش‌بینی می‌شود ۲ هزار و ۴۵۰ فرصت شغلی را ایجاد نماید.
افروخته افزود: با استفاده از منابع مشترک با معاونت اشتغال وزارت کار، طرح‌های تعاون و طرح‌های دانش‌بنیان و پیش‌ران که به توسعه منطقه‌ای و ملی کمک می‌کند در اولویت پرداخت تسهیلات هستند. وی با بیان اینکه ۲هزار و ۱۰۰ صندوق خرد محلی در سطح کشور توسط صندوق کار آفرینی و با مشارکت وزارت جهادکشاورزی تأمین اعتبار و راهاندازی شده است، گفت: صندوق‌های خرد محلی در استان همدان از سال ۹۶ راه اندازی شده که اکنون ۱۰۱ صندوق خردمحلی فعال می‌باشد که بین ۵۰ تا ۲۰۰ میلیون تومان تسهیلات به آن‌ها پرداخت شده است. وی بیان داشت: در طی سال‌های گذشته و در راستای استراتژی‌های صندوق، روستاهای کردآباد(پوشاک)، زاغه شهرستان بهار(کیف)، ماهیان رزن( قطعات لاستیکی خودرو)، کاج قروه در جزین(قاب عکس و قاب آئینه)، یسرلو (پوشاک)، وورقستان رزن(موزائیک)، خوشه چرم همدان و سفال و سرامیک از تسهیلات بهره‌مند شدند. وی ابراز داشت: صندوق‌های خردمحلی با مشارکت زنان روستایی و با هدف توانمندسازی و ایجاد اشتغال برای زنان روستایی است که تسهیلات بسیار روان و قرض الحسنه به همراه آموزش های مختلف برای راه اندازی و ادامه فعالیت این صندوق ها توسط صندوق کار آفرینی امید صورت گرفته است.





بررسی دلایل ناکامی بازاریابی وبلاگ‌ها

**چرا وبلاگ‌ها شکست می‌خورند؟**

|                              |
|------------------------------|
| <b>به قلم: تیموتی کار تر</b> |
| کارشناس بازاریابی            |
| ترجمه: علی آل‌علی            |

وبلاگ‌ها یکی از گزینه‌های بازاریابی بسیار مشهور در میان بازاریاب‌ها محسوب می‌شوند. امروزه اغلب برندهای بزرگ دنیا دارای وبلاگ رسمی در کنار سایت و اکانت‌های متعدد در شبکه‌های اجتماعی هستند. با این حساب مشاهده سرمایه‌گذاری شمار هرچه بیشتری از برندها در این حوزه امر عجیبی نخواهد بود.

اگرچه شبکه‌های اجتماعی یکی از گزینه‌های بسیار مشهور برای بازاریابی محسوب می‌شوند، اما نرخ شکست برندها در این حوزه نیز بسیار بالاست. سالانه بسیاری از وبلاگ‌ها به دلیل ناتوانی برای جلب نظر کاربران به تعطیلی کشیده می‌شوند. با این حساب سرمایه‌گذاری بر روی وبلاگ‌ها همیشه گزینه‌ای مطمئن نیست.

هدف اصلی در این مقاله بررسی برخی از دلایل اصلی برای شکست وبلاگ‌ها در عرصه بازاریابی است. این‌امر به شما برای تاثیرگذاری هرچه بهتر بر روی مخاطب هدف کمک خواهد کرد. به عبارت بهتر، این مقاله به جای بررسی برخی از نکات کلیشه‌ای برای بهبود وضعیت بازاریابی برندها در وبلاگ به طور مستقیم سراغ مشکلات رفته است. اگر شما فرصت پرهیز از مشکلات در این عرصه را داشته باشید، موفقیت‌تان در بازاریابی وبلاگی امر دور از انتظاری نخواهد بود.

**چرا وبلاگ‌ها شکست می‌خورند؟**

• فقدان اهداف: هدفمندی در زمینه فعالیت بازاریابی امر مهمی محسوب می‌شود. اگر برند شما دارای اهداف درستی برای بازاریابی نباشد، در کوتاه‌مدت شکست‌های سنگینی خواهد خورد. همچنین فکر اینکه یک وبلاگ بدون هدف توانایی حضور بلندمدت در بازار را داشته باشد هم غیرممکن است. شما باید از همان ابتدای کارتان دلایل حضورتان در این فضا را مشخص سازید، در غیر این صورت شاید هرگز فرصتی برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان پیدا نکنید. نیازی نیست در این راستا به سراغ اهداف عجیب و غریب بروید، هم‌ینکه نیازهای اصلی برندگان مثل تعامل با مشتریان یا آگاهی‌بخشی پیرامون کسب و کارتان رفع شود، کافی خواهد بود.

• فقدان دقت نظر: دقت نظر در تولید محتوای بازاریابی امر مهمی محسوب می‌شود. امروزه به دلیل سطح بالای رقابت در شبکه‌های اجتماعی امکان یارگذاری محتوای ساده و غیردقیق در پلتفرم‌ها وجود ندارد. وبلاگ‌هایی که به کیفیت محتوای تولیدی‌شان توجه نکنند، خیلی زود شکست می‌خورند. یکی از دلایل اصلی شکست وبلاگ برندها نیز همین مسئله است. بنابراین شما باید با دقت نظر کافی اقدام به تولید محتوا در این عرصه نمایید.

• ایده‌های کپی‌شده: بازاریابی وبلاگی بدون ایده‌های تازه و اصیل غیرممکن است. بسیاری از برندها برای ساده‌سازی فرآیند بازاریابی در عمل از ایده‌های تکراری استفاده می‌کنند. این امر مشکلات بسیار زیادی برای چنین برندهایی به همراه خواهد داشت. یکی از دلایل اصلی شکست وبلاگ‌ها در بازاریابی همین کپی‌برداری از ایده رقبای‌شان است. چنین امری شما را خیلی زود از عرصه بازاریابی وبلاگی حذف خواهد کرد.

• مطالعه ضعیف بازار: مطالعه بازار برای بازاریابی امری ضروری محسوب می‌شود. اگر شما آگاهی مناسبی از سلیقه و نیازهای کاربران نداشته باشید، هرگز شانسِی برای تعامل بهینه با آنها پیدا نخواهید کرد. درست به همین خاطر بسیاری از برندها در عمل وبلاگ‌شان برای کاربران هیچ جذابیتی به همراه ندارد. اگر شما به دنبال عملکردی متفاوت در این زمینه هستید، باید حتماً مطالعه دقیق بازار را مدنظر قرار دهید، در غیر این صورت وضعیت‌تان مانند برندهای کلیشه‌ای در این راستا خواهد بود.

• به‌روز رسانی‌های دیرنگام: به‌روز رسانی وبلاگ رسمی برند باید به طور منظم و سریع صورت گیرد. برخی از برندها هر چند هفته یک بار محتوای سایت‌شان را به‌روز رسانی می‌کنند. این امر مشکلات بسیار زیادی برای کاربران به همراه خواهد داشت. یکی از مشکلات اصلی در این میان ناامیدشدن کاربران از پیدا کردن محتوای تازه و به‌روز در وبلاگ‌تان است. چنین امری کاربران را به بهترین شکل ممکن به سوی رقبای‌تان هدایت خواهد کرد.

• بی‌توجهی به توسعه وبلاگ: وبلاگ شما باید به طور مداوم توسعه پیدا کند. اگر شما در این میان توجهی به توسعه بخش‌های مختلف وبلاگ و تولید محتوای هرچه دقیق‌تر در این راستا نداشته باشید، خیلی زود کسب و کارتان با شکست مواجه خواهد شد. درست به همین خاطر همیشه باید فعالیت بازاریابی‌تان در وبلاگ را توسعه دهید، در غیر این صورت به زودی وارد سراسیمبی عرصه بازاریابی و از بین رفتن اعتبار وبلاگ‌تان خواهید شد.

منبع: readwrite.com



## فرصت امروز

**روزنامه‌مدیریتی –اقتصادی**

**| دوشنبه | ۴ مرداد ۱۴۰۰ | شماره ۱۸۲۸ | صفحه ۸ |**

**صاحب امتیاز:** موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

**مدیر مسئول و سردبیر:** محمدرضا قدیمی

**چاپ:** هنر سرزمین سبز

**دفتر مرکزی:** مطهری، خیابان علی‌اکبری، پلاک ۱۱۵

**دفتر مرکزی:** ۸۸۴۱۷۷۳۸

**سازمان آگهی‌ها:** ۸۸۳۲۰۹۶۰

**آیین نامه اخلاق حرفه ای روز نامه:** WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR

### تبلیغات خلاق

**به قلم: بریتانی کی کینگ**

کارشناس بازاریابی محتوایی در موسسه G۲

ترجمه: علی آل‌علی

ایجاد اعتماد در میان مشتریان یکی از مهمترین نکات برای بازاریابی و فروش در دوره کنونی محسوب می‌شود. نحوه رفتار و حتی سلیقه مشتریان در بازار به طور معناداری در حال تغییر است. اگر برندها در این میان اقدام به ایجاد تغییرات واضح در نحوه عملکردشان نکنند، خیلی زود با مشکلات اساسی در این راستا مواجه خواهند شد. یکی از نکاتی که در طول سال‌های اخیر کمتر مورد توجه کارآفرینان قرار داشته است، بحث اعتماد مشتریان به کسب و کارشان است. اگر شما اعتماد مشتریان را امری طبیعی قلمداد کنید، هرگز فرصتی برای تاثیرگذاری مناسب بر روی مشتریان‌تان نخواهید یافت. این امر مشکلات بسیار زیادی برای کسب و کار شما به همراه دارد.

براساس گزارش موسسه مارکتینگ چارتر، امروزه ۶۷ درصد از برندها در سراسر دنیا با مشکل اعتماد مشتریان مواجه هستند. دلیل اصلی این امر بی‌توجهی مداوم به واکنش مشتریان نسبت به برندها و تلاش برای ساماندهی تمام شرایط و وضعیت برند براساس کلیشه‌های رایج است. این امر موجب ریزش شدید مشتریان و کاهش آمار فروش برند می‌شود.

بدون تردید امروزه دیگر روش‌های سنتی در زمینه مدیریت کسب و کار کاربرد سابق را ندارد. کسب و کار شما برای موفقیت در بازار کنونی نیازمند شیوه‌ها و ایده‌های تازه‌ای است. یکی از نکات مهم در این میان تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان و جلب اعتمادشان به برند به طور متفاوت است. اگر کسب و کار شما به این نکته مهم توجهی نشان ندهد، در مدت زمانی اندک کاملاً از بازار ناپدید خواهید شد.

مشتریان در دوران کنونی فقط به دنبال خرید از یک برند که بدان علاقه دارند، نیستند. نکته مهم در این میان اعتماد مشتریان به یک برند است. اگر برند شما اعتماد مشتریان را جلب کند، امکان تاثیرگذاری به شدت بالایی بر روی آنها خواهد داشت، در غیر این صورت شاید حتی سال‌های متمادی فعالیت و تلاش‌تان در بازار هم نتیجه دلخواه را به همراه نداشته باشد.

امروزه ما در دنیای فناوری زندگی می‌کنیم. معنای این ضرورت استفاده هرچه بهتر از فناوری‌های نوین برای بهبود شرایط کسب و کار است. اگر برندها در شرایط کنونی امکان استفاده از فناوری‌های مدرن برای بهبود وضعیت اعتماد مشتریان به خودشان را نداشته باشند، بازنده اصلی بازار خواهند بود.

براساس گزارش موسسه Inc، مردم در بازارهای مختلف بیشتر به برندهای مورد اعتمادشان روی خوش نشان می‌دهند. بنابراین اگر برند شما در این‌میان با مشکلات زیادی رو به رو است، باید تجدی نظر اساسی در نحوه جلب اعتماد مشتریان داشته باشید. درست به همین خاطر اغلب اوقات برندهای باسابقه در بازار فروش بسیار بیشتری در مقایسه با رقبای‌شان تجربه می‌کنند، عنصر اعتمادسازی در دنیای کسب و کار فروش به همین سادگی‌ها قابل چشم‌پوشی نیست.

بدون تردید تعامل رو در روی برندها با مشتریان اهمیت بسیار زیادی برای ایجاد اعتماد دارد. نکته مهم در این میان ناتوانی اغلب برندها در اجرای این شیوه به دلیل شرایط ناشی از کروناست. بنابراین برند شما در عمل شرایط بسیار دشواری برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدفش دارد. اگر شما در این میان به وضعیت برندگان توجه لازم را نشان ندهید، شاید خیلی زود مشتریان‌تان از شما ناامید شوند.

بحران کرونا چالش برندها برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان را روز به روز افزایش داده است. در این میان برندها نیاز به راهکاری اساسی برای تغییر شرایط دارند. هدف اصلی در این مقاله بررسی این‌موضوع به بهترین شکل ممکن است. در ادامه برخی از نکات مهم در زمینه تغییر روند فعالیت برندها و جلب اعتماد مشتریان برای فروش بیشتر را مرور خواهیم کرد.

**تغییر در تجربه خرید مشتریان**

تجربه خرید مشتریان اصطلاحی تخصصی در حوزه فروش محسوب می‌شود. این امر اغلب اوقات به تجربه مشتریان از تعامل با برندها گفته می‌شود. اگر تجربه موردنظر خیلی خوب پیش برود، در نهایت انتظار خرید مناسب می‌رود. متأسفانه بسیاری از برندها در طول سال‌های اخیر نسبت به تغییر تجربه مشتریان توجه لازم را نشان نداده‌اند. درست به همین خاطر مشتریان روز به روز از برندها فاصله گرفته‌اند.

تجربه مشتریان از برند در زمینه خرید به طور کلی دارای چند مرحله اساسی است. در این راستا به نکات ذیل توجه نمایید:

• آگاهی‌بخشی: مشتریان تا زمانی که از وجود یک برند در بازار آگاهی نداشته باشند، اقدام به شروع تجربه تعامل با آن نخواهند کرد.

• ارزیابی برند: همیشه وقتی پای تعامل و خرید پیش می‌آید، ارزیابی یک برند و مقایسه‌اش با دیگر کسب و کارها اولویت پیدا می‌کند. اگر برند شما در این‌ فرآیند موفق عمل کند، اعتماد مشتریان را جلب خواهد کرد.

• تصمیم‌گیری: در نهایت مشتریان باید با توجه به تمام نکات مربوط به برند شما اقدام به تصمیم‌گیری برای خرید نمایند. کانون توجه در این مرحله محصول یک برند است. وقتی برندها از تجربه مشتریان در تعامل با خودشان آگاهی داشته باشند، امکان برنامه‌ریزی برای جلب اعتماد آنها به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش پیدا خواهد کرد. ایراد

برخی از برندها تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان بدون توجه به هیچ‌کدام از نکات مورد بحث است. این امر امکان تاثیرگذاری بر روی مشتریان را به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش می‌دهد. بنابراین شما باید برنامه‌ای دقیق و حساب شده برای تعامل با مشتریان براساس تغییر تجربه‌شان از برندها در دست داشته باشید.

نکات فوق در کنار افزایش انتظار مشتریان از برندها دارای اهمیت بسیار زیادی است. امروزه مشتریان از برندها انتظارات بسیار بیشتری در مقایسه با دهه‌های قبل دارند. تاثیر همه‌گیری کرونا در این میان به طور قابل ملاحظه‌ای به چشم می‌خورد.

اگر برندها نسبت به افزایش انتظارات مشتریان از خودشان بی‌توجه باشند، خیلی زود با مشکلات اساسی برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان رو به رو خواهند شد. این امر چالش اعتماد مشتریان به برندها را به طور قابل ملاحظه‌ای تسدید می‌کند. هدف اصلی در ادامه مقاله کنونی بررسی برخی از تکنیک‌ها و توصیه‌های کاربردی برای اعتمادسازی در میان مشتریان است. شما با چنین کاری به بهترین شکل ممکن امکان تاثیرگذاری بر روی مشتریان و ساده‌سازی فرآیند فروش را خواهید داشت.



**مرحله اول: آگاهی‌بخشی به مشتریان**

همانطور که پیش از این بیان شد، مشتریان تا زمانی که نسبت به حضور یک برند در بازار آگاهی لازم را نداشته باشند اقدام به تعامل و خرید از آن نخواهند کرد. البته این مرحله عمق بیشتری نیز دارد. چالش اصلی که مشتریان در یک سال و نیم اخیر به طور ویژه‌ای با آن دست و پنجه نرم می‌کنند، پیدا کردن یک برند قابل اعتماد است. مسئله اعتمادسازی در میان مشتریان فقط برای برندها مهم نیست، بلکه خود مشتریان نیز به دنبال برندهایی قابل اعتماد هستند.

وظیفه اصلی هر برند در این مرحله تلاش برای ایجاد جلوه‌ای قابل اعتماد از کسب و کارش است. این امر فراتر از صرف نشان دادن حضور برند در بازار است. بنابراین شما باید جهت‌گیری مناسبی در زمینه نمایش امکان اعتماد مشتریان به برندگان داشته باشید، در غیر این صورت شاید هرگز شانسِی برای تجربه فروش بالا پیدا نکنید.

برخی از مهمترین گام‌ها برای معرفی برند به عنوان یک کسب و کار قابل اعتماد به شرح ذیل است:

• ایجاد وجهه آنلاین قدرتمند: مشتریان همیشه از برندهای قدرتمند خوش‌شان می‌آید. وقتی شما با قدرت در دنیای آنلاین حضور پیدا کنید، امکان تاثیرگذاری بر روی مشتریان به بهترین شکل ممکن را خواهید داشت. این امر شاید در نگاه نخست بسیار سخت و دشوار به نظر برسد، اما خوشبختانه ظرف مدت زمانی کوتاه شما را بدل به محبوب‌ترین برند در بازار می‌کند.

• داستان‌سرایی: افراد قابل اعتماد همیشه داستان‌های جذابی برای تعریف کردن دارند. این امر در مورد برندها نیز مصداق دارد. هرچه شما توانایی داستان‌سرایی بهتری داشته باشید، در نهایت مشتریان بیشتر جذب شما خواهند شد. بنابراین همیشه در این رابطه داستان‌سرایی را مدنظر داشته باشید، در غیر این صورت شاید خیلی راحت دیگر برندها جای شما در بازار را بگیرند.

• بیان راه حل برای مشتریان: شناسایی دقیق مشکلات مشتریان و ارائه یک راه حل مناسب مهمترین گام در ایجاد اعتماد است. شما با چنین کاری مشتریان را برای مدت زمان طولانی نسبت به برندگان علاقه‌مند خواهید کرد.

برخی از مهمترین گام‌ها برای معرفی برند به عنوان یک آگاهی‌بخشی به مشتریان نباید به طور اجباری صورت گیرد. اگر برند شما با تولید مداوم و پشت سر هم محتوا به دنبال جلب نظر مشتریان باشند، احتمالاً با واکنش منفی کاربران رو به رو خواهد شد. شما باید خیلی عادی با مشتریان رفتار کنید. این امر یکی از اصول اساسی رفتار حرفه‌ای در زمینه فروش محسوب می‌شود. بنابراین هرگونه عملکرد هیجانی و فوری را کنار بگذارید.

**گام دوم: ارزیابی برند از سوی مشتریان**

پس از اینکه شما توجه اولیه مشتریان را جلب کردید، آنها مشغول بررسی وضعیت برند شما خواهند شد. دلیل این‌امر تجربه‌های منفی گذشته مشتریان از تعامل با برندهای دیگر است. اگر مشتریان ارزیابی مساعدی از کسب و کار شما داشته باشند، امکان ورود به مرحله فروش فراهم خواهد شد.

وقتی مشتریان ارزیابی خوبی از برند شما پیدا می‌کنند، بیشترین آمادگی برای خرید از شما را خواهند داشت. این امر اهمیت بسیار زیادی برای برندها دارد. اغلب اوقات در چنین موقعیتی امکان ارائه محتوای بازاریابی حرفه‌ای‌تر به مخاطب هدف وجود دارد.

یکی از اشتباهات فروشندگان در زمینه تعامل با مشتریان تازه تلاش برای جوش دادن معامله به هر قیمتی است. اگر شما در این مرحله عجله زیادی به خرج دهید، مشتریان را به شک خواهید انداخت. این امر موجب صرف نظر مشتریان از تعامل بیشتر با برند شما در اغلب موارد می‌شود. بنابراین شما باید حواس‌تان را به شدت در این مرحله جمع کنید.

آزادی عمل مشتریان در ارزیابی وضعیت برند شما نکته بسیار مهمی محسوب می‌شود. گاهی اوقات برندها به طور

## فروش بیشتر با اعتمادسازی در میان مشتریان

غیرمستقیم با تولید و ارسال محتوای بیش از اندازه آزادی عمل مشتریان را سلب می‌کنند. این امر موجب ناتوانی برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان و تعامل بهینه با آنها می‌شود. بنابراین شما باید همیشه این نکته مهم را مدنظر قرار دهید، در غیر این صورت شاید خیلی زود در این زمینه با مشکلات اساسی رو به رو گردید.

برندها اغلب اوقات در تعامل با مشتریان اقدام به بیان ادعاهای مختلفی می‌کنند. اگر شما توانایی اثبات ادعاهای برندگان به بهترین شکل ممکن را نداشته باشید، مشتریان به سرعت پس از تعامل اولیه با شما قید خرید را خواهند زد. بنابراین همیشه حساب شده و با دلیل و منطق صحبت کنید، در غیر این صورت هیچ شانسِی برای تعامل با مشتریان نخواهید داشت.

**گام سوم: ترغیب مشتریان به خرید**

وقتی مشتریان ارزیابی کلی از برندگان را صورت دادند، تصمیم‌شان درباره اعتماد به برندگان قطعی شده است. مهمترین مسئله در این میان تلاش برای به ثبت رساندن اولین فروش است. اگر برند شما هیچ فروشی نداشته باشد، نه تنها از نظر مالی، بلکه در تاثیرگذاری بر روی مشتریان نیز دچار مشکل خواهد شد. مشتریان به هر حال در بازار به دنبال خرید محصولات مختلف هستند. این امر اهمیت بسیار زیادی برای برندها دارد. اگر کسب و کار شما در این میان توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدفش را نداشته باشد، به سرعت با مشکلات اساسی رو به رو خواهد شد. با این حساب بهترین توصیه برای شما تلاش برای ترغیب مشتریان به خرید در مرحله کنونی است.

شاید مشتریان وقتی نوبت به خرید برسد، اندکی شک و تردید اضافی از خودشان نشان دهند. این امر اغلب اوقات نشانه بدی نیست. به هر حال هر کسی به هنگام پول خرج کردن تمام دقتش را به کار خواهد گرفت. مهمترین وظیفه شما در این میان فراهم‌سازی شرایطی برای تجربه رایگان مشتریان از محصولات‌تان است. این امر در مورد محصولاتی نظیر نرم‌افزارهای رایانه‌ای بیشترین کاربرد را دارد. شما امکان ارائه نسخه دمو (Demo) یا کد استفاده آزمایشی از محصول برای مدت زمانی محدود را دارید. اینطوری مشتریان دست‌کم تجربه‌ای کوتاه از کار با محصول شما پیدا خواهند کرد.

شاید مهمترین نکته در زمینه ترغیب مشتریان به خرید تلاش برای شخصی‌سازی محصولات براساس نیاز مشتریان باشد این امر اغلب اوقات از سوی مشتریان مورد توجه فراوانی قرار می‌گیرد. به هر حال وقتی یک محصول هماهنگی زیادی با نیاز مشتری داشته باشد، پرهیز از خرید امر بسیار نادری خواهد بود.

شخصی‌سازی مشتریان همیشه گام سختی محسوب می‌شود. بسیاری از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان اقدام به استفاده از کلیشه‌های مربوط به شخصی‌سازی می‌کنند. این امر نه تنها تأثیری بر روی مشتریان ندارد، بلکه کسب و کار شما را به طور قابل ملاحظه‌ای دچار مشکل خواهد کرد. شیوه اجرای درست این مرحله شامل مطالعه درباره مشتریان یا حتی برگزاری نظرسنجی است. شما با استفاده از چنین کاری به بهترین شکل ممکن امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان را خواهید داشت.

**اعتمادسازی پس از ثبت سفارش**

وقتی مشتریان نخستین سفارش‌شان را ثبت کردند، فرآیند خرید به پایان نمی‌رسد. مهمترین نکته در حفظ اعتماد مشتریان در گام پس از فروش نهفته است. متأسفانه بسیاری از برندها پس از ثبت فروش به سرعت مشتری‌شان را فراموش می‌کنند. این امر در مدرسه‌های بسیار زیادی برای برندها به همراه دارد. بنابراین شما باید همیشه به دنبال بهترین راهکار برای تاثیرگذاری مداوم بر روی مشتریان‌تان باشید، در غیر این صورت با مشکلات اساسی برای بهینه‌سازی وضعیت‌تان رو به رو خواهید شد. اغلب اوقات اعتمادسازی در میان مشتریان پس از ثبت سفارش برعهده بخش خدمات پس از فروش است. اگر مشتریان در هر مرحله پس از ثبت سفارش با مشکلی رو به رو شوند، شما باید به بهترین شکل ممکن در کنار آنها باشید، در غیر این صورت شاید حتی با مرجوعی سفارشات هم رو به رو شوید. این امر بدترین نتیجه از نقطه نظر جلب اعتماد مشتریان محسوب می‌شود. بنابراین کسب و کار شما باید همیشه بدان توجه ویژه‌ای نشان دهد.

آگاهی از ترندهای مربوط به خدمات پس از فروش کار دشواری نیست. مهمترین نکته در این میان اراده مدیران ارشد یک شرکت برای اعمال تغییرات در خدمات پس از فروش براساس یافته‌های جدید است. این امر اغلب اوقات به دلیل عادت برندها به برخی از شیوه‌های اجرای خدمات پس از فروش مورد بی‌توجهی قرار می‌گیرد.

بسیاری از برندها در عمل آگاهی درستی از انتظارات مشتریان در بخش خدمات پس از فروش دارند، با این حال برای اجرای آن همیشه منتظر فرصت مناسب هستند. شما باید به محض اینکه انتظار مشتریان را مورد شناسایی قرار دادید، اقدام به تاثیرگذاری بر روی آنها با تغییر روند فعالیت‌تان کنید، در غیر این صورت شاید زمان مناسب برای اجرای این کار را به طور کامل از دست بدهید. آن وقت دیگر به سختی توانایی تاثیرگذاری بر روی مشتریان‌تان را پیدا خواهید کرد.

امروزه مشتریان در بازارهای مختلف به شیوه‌های متفاوتی اعتمادشان نسبت به برندها را نشان می‌دهند. اگر یک برند در این میان منتظر اعتماد مشتریان باشد، به احتمال زیاد موفقیت زیادی کسب نخواهد کرد. نکته مهم در این میان تلاش برای جلب اعتماد مشتریان در فرآیند خرید است. استفاده از توصیه‌ها و نکات مورد بحث در این مقاله به شما برای شروع کارتان در این حوزه کمک خواهد کرد.

منبع: com.learn.g۲

