روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

دوشنبه
۶ دی ۱۴۰۰

Mon.27 Dec 2021
۲۲ جمادی‌الاول ۱۴۴۳ - سال هفتم
شماره ۱۹۳۰
۸ صفحه - ۵۰۰۰ تومان

www.forsatnet.ir

ناکامی طرح‌های فروش خودروسازان در تحقق وعده‌ها

به دنبال مشخص شدن نتایج بیست و هفتمین مرحله از طرح‌های فروش فوق‌العاده محصولات ایران‌خودرو پس از انجام فرآیند قرعه‌کشی، ثبت درخواست بالغ بر ۳ میلیون و ۵۳۱ هزار متقاضی برای چهار محصول این شرکت با مجموع ظرفیت ۵۵۰۰ دستگاه، نشان می‌دهد که...

۵

یادداشت

پیامدهای تورم مزمن

علی‌اصغر سعیدی
جامعه‌شناس اقتصادی

چالش‌های کشور روزبه‌روز افزایش می‌یابد. برخی اقتصاددانان مدت‌هاست از ابرچالش‌ها صحبت می‌کنند. معنای این حرف این است که چالش‌های قبلی پایدار و بادوام شده‌اند و هر کدام چالش دیگری را متولد می‌کنند و از این‌رو ابرچالش شده‌اند، اما از نظر جامعه‌شناسی به نظر می‌رسد چالش‌های مهمتری مطرح است. حتی چالش‌های اقتصادی نیز علل اجتماعی دارند. به تعبیر کارل پولانی و مارک گرانووتر جامعه‌شناسان اقتصادی، این چالش‌های اقتصادی در ساخت‌های اجتماعی، فرهنگ و شبکه روابط اجتماعی حک شده‌اند. بنابراین هر علمی چون اقتصاد، روابط بین‌الملل و علم حقوق بر اصول علمی خودش به عنوان اصول موجده پای می‌فشارد. اگر از یک متخصص روابط بین‌الملل بپرسید، ممکن است چالش مهم ایران را بی‌جایی یا کنده شدن از روابط بین‌المللی و فقدان استراتژی بین‌المللی بداند. حالا از منظر جامعه‌شناختی فکر می‌کنم مهمترین چالش، فقر و بعد نابرابری اجتماعی است که نه‌تنها پیامدهای امنیت ملی دارد بلکه برای همبستگی و انسجام ملی نیز عوارض...

۲

زور صف‌های خرید بورس به صف‌های فروش نرسید

نوسان زمستانی بورس

۴

موانع فعالیت‌های اقتصادی در ۳ سال گذشته کمتر شد؟

۲۸ مانع در مسیر کسب‌وکار

فرصت امروز: آخرین پایش محیط کسب و کار در ایران نشان می‌دهد که ۲۸ مانع کسب و کار از نگاه فعالان اقتصادی در بخش صنعت اثرگذاری کمتری نسبت به بخش‌های کشاورزی و خدمات داشته است. در بخشی از «سالنامه آماری ۱۳۹۹ بخش خصوصی» که اخیرا از سوی مرکز آمار و اطلاعات اقتصادی اتاق ایران منتشر شده، ابرمزاحمان کسب و کار در بازه زمانی سه ساله ارزیابی شده است. البته بازوی پژوهشی بخش خصوصی، طرح پایش ملی محیط کسب‌وکار را به صورت فصلی بررسی و منتشر می‌کند، اما در این سالنامه آماری، موانع و مشکلات بخش...

۲

رئیس کل بانک مرکزی از ابلاغ بخشنامه تسهیل صادراتی خبر داد

تامین ارزی ۴۰ میلیارد دلاری تا پایان آذرماه

۳

مدیریت و کسب‌وکار

ترندهای تبلیغاتی برای دوران پساکرونا

همه‌گیری کرونا به طور قابل ملاحظه‌ای دنیای تبلیغات را دستخوش تغییر کرده است. اگرچه هنوز هم این ویروس و بحران همه‌جانبه دست از سر کسب و کارها برنداشته است، اما شرایط در مقایسه با گذشته از ثبات و پایداری بیشتری برخوردار است. همین امر امیدواری‌ها نسبت به امکان بهینه‌سازی فرآیند بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف از طریق ترندهای خلاقانه بازاریابی و تبلیغاتی را بیشتر کرده است. هدف اصلی در این مقاله بررسی برخی از ترندهای مهم و کاربردی برای تبلیغات در دوران پساکروناست. اگر شما هم تمایل به ازسرگیری فرآیند تبلیغات برندتان در سال آینده دارید، ترندهای مورد بحث در این مقاله برای‌تان کاربردی خواهد بود. در ادامه برخی از مهمترین ترندهای تبلیغاتی در سال پیش روی را با هم مرور خواهیم کرد. فرمت صوتی در طول سال‌های اخیر طرفدارهای بسیار زیادی پیدا کرده است. براساس گزارش موسسه...

۸

در مراسم بزرگداشت دکتر احمد روستا مطرح شد

خط‌شکن عرصه بازاریابی ایران

فرصت امروز: در آخرین روزهای پاییز بود که دکتر احمد روستا، پدر علم بازاریابی نوین در ایران پس از مدت‌ها مبارزه با بیماری سرطان در سن ۷۳ سالگی درگذشت. دانشجویان رشته‌های مدیریت و حسابداری و کسانی که در حوزه بازاریابی مطالعه کرده‌اند، مطمئنا احمد روستا را می‌شناسند. او بیش از ۳۵ سال سابقه تدریس، تحقیق و مشاوره در امور مدیریت، بازاریابی، صادرات و مدیریت استراتژیک را به عنوان یکی از برترین اساتید بازاریابی کشور داشت و از جمله سوابق علمی وی می‌توان به عضو هیأت علمی دانشگاه شهید بهشتی، عضو هیأت علمی مدرسه عالی بازرگانی و عضو مدعو دانشگاه‌های برتر کشور از جمله دانشگاه صنعتی شریف، دانشگاه علامه طباطبائی، دانشگاه تهران، دانشگاه علم و صنعت و دانشگاه امیرکبیر اشاره کرد. مرحوم روستا کتاب‌های مختلفی در زمینه بازاریابی ترجمه و تألیف کرد که مدیریت بازاریابی، تحقیقات بازاریابی، رفتار مصرف‌کننده، با بزرگان بازاریابی، فروش در دوران بحران، کسب و کار سبز و از رویا تا واقعیت از جمله آنهاست.

به مناسبت درگذشت مرحوم دکتر احمد روستا، هفته گذشته مراسم بزرگداشتی با حضور جمعی از اساتید دانشگاه و مدیران حوزه بازاریابی، مدیریت و تبلیغات در مرکز فرهنگی و هنری ایده برگزار شد. در این مراسم، محمود دهقان با گرامیداشت یاد و نام احمد روستا او را خط‌شکن عرصه بازاریابی کشور نامید، حامد کاظمی از اجرای مدل‌های مختلف بازاریابی نوین توسط روستا سخن گفت، امیر کمالی به میراث روستا و پرسونال برندینگ مثبت و ماندگاری که او از خود برجای گذاشت، اشاره کرد و نادر عشقی‌پور به ذکر خاطره‌ای از مرحوم روستا پرداخت.

بازاریابی یعنی علم عملی و عمل علمی

در این نشست که به مناسبت بزرگداشت دکتر احمد روستا برگزار شد، دکتر محمود دهقان، بنیانگذار علم تبلیغات در ایران و فارغ‌التحصیل دکترای بازاریابی از دانشگاه بن آلمان به زحمات دکتر احمد روستا در عرصه بازاریابی کشور اشاره کرد و گفت: «دکتر روستا از معدود افرادی است که توانست یک رشته کاملا سنتی را در کشور علمی کند. او همیشه اعتقاد داشت که بازاریابی یعنی علم عملی و عمل علمی، چراکه معتقد بود بازاریابی صرفا پشت میزنشینی نیست.»

به گزارش موسسه فرهنگی و هنری ایده، این مدرس تبلیغات با اشاره به تلاش‌های دکتر روستا در تفهیم و تعمیم بازاریابی نوین در کارخانجات و کسب و کارهای خرد و کلان کشور و همینطور وضعیت آشفته بازاریابی در سال‌های پس از انقلاب ادامه داد: «در آن سال‌ها احمد روستا با برخی جهالت‌ها و دشمنی‌های صورت گرفته در عرصه بازاریابی کشور مبارزه کرد تا توانست میخ بازاریابی نوین را در کشور بکوبد و بازاریابی کشور را از وضعیت آشفته‌ای که داشت، نجات دهد.»

به گفته دهقان، «وضعیت بازاریابی در آن روزها آشفته بود و نیاز به سروسامان داشت و این در شرایطی بود که حتی بعضا بسیاری از کارخانجات نه آشنایی چندانی با مفهوم بازاریابی داشتند و نه علاقه‌ای به تعمیم این علم به واحدهای فروش خود نشان می‌دادند. در چنین شرایطی خاطرم هست احمد روستا اعتقاد داشت این علم باید وارد سیستم تولید کشور شود که در نهایت پس از چندی توقف تولید در کشور خود کارخانه‌داران و صاحبان مشاغل برای رونق تولید و فروش از مدل‌های علمی ارائه‌شده در بخش بازاریابی توسط دکتر احمد روستا استقبال کردند و به بار هم نشستند.»

او احمد روستا را خط‌شکن عرصه بازاریابی کشور نامید و درخصوص کتاب‌های تألیف شده روستا گفت: «با کمتر چهره علمی در دانشگاه‌های کشور برخورد کرده‌ایم که توانسته باشد ۷۰ کتاب علمی در حوزه تدریس تألیف یا ترجمه کرده باشند، اما احمد از آن دسته چهره‌های علمی و عملی بود که توانست ۷۰ کتاب برای دوستداران و علاقه‌مندان و دانشجویان حوزه بازاریابی کشور از خود به جای بگذارد. کتاب‌هایی که هرگز موضوع تکراری در هیچ کدام از آنها نخواهید یافت و این در شرایطی بود که ما در سال‌های اول پس از انقلاب و حتی در طول جنگ، کتابی در عرصه بازاریابی و حتی تبلیغات نداشتیم. البته چند تا کتاب ترجمه شده با کیفیت سطح پایین پیدا می‌شد که متوجه موضوعیت آن‌هم نمیشدی.»

حق بزرگ احمد روستا بر رشته بازاریابی

حامد کاظمی، دکترای مدیریت کسب و کار از دانشگاه اپیک فرانسه، دیگر سخنران این نشست بود که با بزرگداشت یاد و نام دکتر احمد روستا گفت: «صراحتا باید گفت تا قبل از ورود دکتر احمد روستا به مقوله بازاریابی در کشور و تدریس وی در دانشگاه شهید بهشتی، بازاریابی نه تنها از وضعیت و جایگاه مشخصی برخوردار نبود بلکه کاملا ناشناخته و مبهم بود و از این رو باید گفت، دکتر احمد روستا حق بزرگی بر گردن رشته بازاریابی در کشور دارد، چراکه به‌واقع معتقدم حضور او، بازاریابی کشور را از آشفتگی نجات داد.»

به گفته وی، «در ابتدای انقلاب و حتی در دوران جنگ و پس از جنگ هم بسیاری از مقولات مدیریتی در کشور وجود داشت که آنطور که باید طبقه‌بندی نشده بود و به درستی تدریس نمی‌شد و حتی از وضعیت آموزشی و مدیریتی مشخصی هم برخوردار نبود، اما با حضور ایشان و تدریس‌ها و راهنمایی‌های‌شان در کنار مقالات و سخنرانی‌ها و کتاب‌هایی که برای پیشبرد این مسیر ارائه دادند و دانشجویانی که تربیت کردند، حرکت بزرگی در حوزه بازاریابی و مدیریتی کشور رقم خورد.» کاظمی که سابقه ۲۸ سال کار مدیریتی در بخش‌های مختلف فروش را در شرکت‌های مختلف و بزرگی همچون پاناسونیک و سامسونگ در رزومه خود دارد، درباره تحولات صورت‌گرفته از سوی روستا در عرصه بازاریابی ادامه داد: «او موفق شد مدل‌هایی را در حوزه‌های مربوط به بازاریابی و مدیریت ارائه دهد که راهگشای نه فقط کسب و کارها که دانشجویان و علاقه‌مندان این حوزه باشد. تدریس و حضور او در عرصه بازاریابی کشور، تحول بزرگی را در بخش مدیریتی کشور رقم زد و به عبارت بهتر و کوتاه‌تر، بازاریابی و مدیریت کشور را از آشفتگی نجات داد. از نظر بنده به عنوان دوست و همکار نزدیک دکتر احمد روستا، او تحول چشمگیری در بازاریابی سنتی کشور ایجاد کرد. به عبارتی بازاریابی تا قبل از راهنمایی و آموزش‌های روستا، سمت و سوی درستی نداشت و پراکنده بود، اما با توجه به دانش و تسلط او به مباحث مدیریتی و بازاریابی موفق شد تا بسیاری از مباحث کلیدی بازاریابی و مدیریت را کانالیزه کند و به سمتی علمی‌تر پیش ببرد؛ چیزی که این کشور و کسب و کارها به آن نیاز داشت.»

پرسونال برندینگ مثبت و ماندگار روستا

امیر کمالی، مدرس برندینگ دانشگاه تهران و عضو هیأت علمی آکادمی برند ایران نیز در ادامه این نشست به یکی از تاثیرات پرسونال برندینگ در افراد و چهره‌های شاخص اشاره کرد و گفت: «یکی از موضوعاتی که همیشه در پرسونال برندینگ مطرح است، همان تصویر ذهنی مثبت است که باید بتوانید چنین تصویر ذهنی مثبتی را از خودتان در ذهن مخاطب بسازید و این کار خیلی سختی است که این تصویر ذهنی همیشه مثبت باشد. این در حالی است که دکتر روستا دقیقا یکی از همان چهره‌هایی است که توانست در پرسونال برندینگ خودش یک تصویر ذهنی مثبت در ذهن مخاطب خلق کند و این یکی از ماندگارترین تاثیرات زندگی توأمان با تلاش وی در حوزه بازاریابی و البته تدریسش در این دنیا بوده و هست.»

کمالی با اشاره به سبک زندگی چهره‌های ماندگار دنیا توضیح داد: «چهره‌های ماندگار همیشه می‌دانند که در کدام مسیر در دنیا در حال حرکت هستند و از آینده زندگی‌شان مطلع هستند. آنها می‌دانند که قرار است چه رد پایی از خود در این دنیا باقی بگذارند. اساتید فراوانی در این دنیا و حتی در ایران خودمان داشتیم که کتاب‌های بسیاری نوشتند، اما هیچ کدام ماندگار نشدند و این در حالی است که تألیفات استاد احمد روستا در عرصه بازاریابی و نقش او در تعلیم و پرورش نسل جدید دانشجویان حوزه بازاریابی کاملا برجسته بوده و توانست در این حوزه ماندگار باشد.»

همچنین دکتر نادر عشقی‌پور در پایان این نشست به ذکر خاطره‌ای از مرحوم روستا پرداخت و گفت: «من از جمله افرادی‌ام که شاگرد شاگردان دکتر هستم چراکه معتقدم در این عرصه یعنی بازاریابی همه افرادی که فعال این حوزه هستیم چه مستقیم یا غیرمستقیم تحت تعلیم دکتر روستا بوده‌ایم. بیهوده نیست به کسی عنوان چهره ماندگار اطلاق می‌شود، چراکه معمولا این دسته از انسان‌ها را با تلاش و البته توشه اخلاقی که در رفتار و اعمال و کارشان دیده‌ایم، می‌شناسیم و در ذهن ما باقی می‌مانند. خاطرم هست برای یکی از پروژه‌های ملی گردشگری که مزاحم دکتر روستا شدیم، او ضمن توصیه‌های پدرانه‌ای که داشت عنوان کرد شما به عنوان دانشجویان و فعالان حوزه بازاریابی لازم است بیشتر از همه مراقب رفتار و عملکرد خودتان در این حوزه باشید، چراکه در رشته‌ای قدم گذاشته‌اید که احترام و اعتبار خودش را از رفتار و عملکرد شما جوانان و فعالان حوزه بازاریابی در کشور می‌گیرد. پس مراقب عملکرد، رفتار، تعاملات و دانش خودتان باشید.»

پی‌پاد؛ مطمئن‌ترین کیف پول همراه شما

با گسترش روزافزون اپلیکیشن‌های مالی و پرداخت بر روی تلفن‌های همراه، روند استفاده از کیف پول الکترونیکی نیز رو به افزایش است. کیف پول الکترونیک بانک پاسارگاد که در سال‌های گذشته با نام «کیپاد» شناخته می‌شد، با توجه به نیازهای گسترده روزانه افراد، اکنون با تغییراتی جدید و ظاهری متفاوت به «پی‌پاد» تغییر نام داده و با قابلیت‌های بی‌شمار، زمان و هزینه را کاهش داده و پرداخت‌های آنلاین را ساده‌تر از همیشه کرده است. «پی‌پاد» بخش زیادی از نیازهای روزانه کاربران را دربر می‌گیرد و کاربر می‌تواند پرداخت‌های خود را بدون نیاز به ورود اطلاعات کارت در هر بار و با استفاده از شارژ کیف پول الکترونیک، ظرف چند ثانیه به انجام برساند.

شاخص‌های متعددی برای ارزیابی یک کیف پول الکترونیک وجود دارد که می‌توان به امنیت، سرعت، دقت، استفاده آسان، برطرف کردن نیازهای کاربر و زیبایی محیط آن اشاره کرد. کیف پول «پی‌پاد» با دارابودن این ویژگی‌ها به یک برنامه جامع پرداختی تبدیل شده است. در اپلیکیشن «پی‌پاد» رنگ‌ها و شکل ظاهری گزینه‌ها با دقت زیادی طراحی و انتخاب شده‌اند. به طوری که شباهتی با کیف پول‌های فعال داخلی ندارد. از خدمات متمایز این کیف پول می‌توان به کلیه پرداخت‌های مرتبط با خودرو اشاره کرد. به این صورت که با ثبت شماره پلاک خودرو در «پی‌پاد» به راحتی می‌توانید نسبت به استعلام و پرداخت بدهی عوارض طرح ترافیک، عوارض آزادراهی در آزادراه‌های مجهز به سامانه پرداخت الکترونیک و پارک حاشیه‌ای اقدام کنید. همچنین می‌توان با واردکردن شماره بارکد پشت کارت وسیله نقلیه خود و یا اسکن آن، به صورت رایگان استعلام خلافی خودرو را نیز انجام داده و در صورت تمایل پرداخت کنید. خرید بیمه اتومبیل هم از امکانات جدید این کیف پول است که پس از واردکردن اطلاعات وسیله نقلیه به آسانی می‌توانید شرکت‌های ارائه‌دهنده بیمه را مشاهده و مقایسه کرده و خریدی مطمئن انجام دهید. مدیریت و فروش سهام عدالت، انتقال وجه بدون نیاز به شماره کارت، انتقال وجه از طریق کارت به کارت، خرید شارژ تلفن همراه، پرداخت کرایه تاکسی، خرید بسته‌های اینترنت، پرداخت قبوض با امکان استفاده از بارکد و خرید بلیت قطار شهری نیز از دیگر امکانات «پی‌پاد» هستند. علاوه بر این، «پی‌پاد» این امکان را نیز برای شما فراهم کرده تا ضمن استفاده از خدمات مالی و پرداخت، به تماشای تلویزیون اینترنتی «آیو» هم بنشینید. نکته قابل توجه در مورد «پی‌پاد»، به‌روزرسانی‌های آن است که به طور مستمر در جهت بهبود و گسترش خدمات صورت می‌پذیرد. برای دریافت و استفاده از «پی‌پاد» می‌توانید به نشانی pay-pod.ir و یا وب‌سایت بانک پاسارگاد به نشانی bpi.ir/paypod مراجعه کنید.

سازمان آگهی‌ها ۸۸۹۳۶۶۵۱

یادداشت

پیامدهای تورم مزمن

علی‌اصغر سعیدی
جامعه‌شناس اقتصادی

چالش‌های کشور روزبه‌روز افزایش می‌یابد. برخی اقتصاددانان مدت‌هاست از ابرچالش‌ها صحبت می‌کنند. معنای این حرف این است که چالش‌های قبلی پایدار و بادوام شـده‌اند و هر کدام چالش دیگری را متولد می‌کنند و از این‌رو ابرچالش شده‌اند، اما از نظر جامعه‌شناسی به نظر می‌رسد چالش‌های مهمتری مطرح است. حتی چالش‌های اقتصادی نیز علل اجتماعی دارند. به تعبیر کارل پولانی و مارک گرانووتر جامعه‌شناسان اقتصادی، این چالش‌های اقتصادی در ساخت‌های اجتماعی، فرهنگ و شبکه روابط اجتماعی حک شده‌اند. بنابراین هـر علمی چون اقتصاد، روابط بین‌الملل و علم حقوق بر اصول علمی خودش به عنوان اصول موجده پای می‌فشـارد. اگر از یک متخصص روابط بین‌الملل بپرسـید، ممکن اسـت چالش مهم ایران را بی‌جایی یا کنده شـدن از روابط بین‌المللی و فقدان اسـتراتژی بین‌المللی بداند. حالا از منظر جامعه‌شناختی فکـر می‌کنم مهمترین چالش، فقر و بعد نابرابری اجتماعی اسـت که نه‌تنها پیامدهای امنیت ملی دارد بلکه برای همبسـتگی و انسجام ملی نیز عوارض خطرناکی خواهد داشت.

حرکت به سـمت رکود اقتصادی و تورم فزاینـده، تبعات فراوانی برای فرد و خانـوار دارد که باعث ناآرامی‌های روانی و سـوءرفتارهایی می‌شـود که در شـرایط عادی از آن خبری نیست. در بیان تبعات تورم فزاینده در اقتصاد که ایران دهه‌ها و سال‌هاسـت گرفتار آن است، معمولا روی پیامدهای اقتصادی آن مانند افت سرمایه‌گذاری، کاهش قدرت خرید و سایر مولفه‌های اقتصادی تاکیـد می‌شـود و ابعاد اجتماعی آن کمتر مورد توجه قـرار می‌گیرد و اغلب دم‌دسـت‌ترین آنها دیده می‌شـود. پـس از چند دهه تجربه تـورم دورقمی و پرنوسـان و وجود این احتمال که برای چندسـالی گرفتار آن باشـیم، باید سیاسـت‌گذاران به آثار و ابعاد اجتماعی این مسئله توجه کنند. آثار اجتماعی سیاست‌های اقتصادی آنقدر بالاست که می‌توان گفت سیاست‌گذاری اقتصادی در واقع همان سیاست‌گذاری اجتماعی است. اگر به تاریخ توسعه همه کشورها از جمله کشـور خودمان دقیقا توجه کنید، می‌بینید کـه این آثار چگونه در حرکت‌های مردمی نمود یافته اسـت. مثلا تورم فزاینده دهه ۱۳۵۰ که دلیل گسـترش نارضایتی مردم بود، باعث شد برنامه ششم به پیامدهای اجتماعی رشـد اقتصادی توجه زیادی نشـان دهد؛ گرچه به نظر دیـر بود و در نهایت نارضایتی‌های گسترده به انقلاب منجر شد.

در شـرایط فعلی، اقتصاد ایران در یک دوره رکود تورمی به سـر می‌برد که رکودش کوتاه‌مدت هم نیسـت؛ در این شـرایط چند مسـئله مهم باید مورد توجه قرار گیرد. به نظر من اولین مسـئله که اتفاقا تصویر دو روی یک سـکه بودن سیاسـت‌های اقتصادی و اجتماعی را نیز نشان می‌دهد، مسئله اشتغال اسـت. با تحلیل اشتغال، رابطه اقتصاد و اجتماع بسـیار روشن‌تر می‌شود. در جامعه‌شناسـی به ویژگی‌های غیردرآمدی شغل هم توجه می‌شود؛ مثلا اینکه انرژی آزادنشده افراد، آزاد می‌شود و تماس‌های اجتماعی در محل کار به وجود می‌آیـد. همچنین با وجود شـغل، دیگر محور زندگی فقط خانه نیسـت بلکه رابطه میان خانه و محل کار محور می‌شود و مهمتر اینکه حرفه به افراد هویت می‌دهد. حال اگر رکود اقتصادی منجر به افزایش بیکاری شود (که می‌شود) و بیکاری افراد استمرار پیدا کند، مسئله بحران هویت یا بی‌هویتی شکل می‌گیرد، چراکه زندگی فرد فقط در خانه است، تماس‌های اجتماعی وجود ندارد و انرژی تخلیه‌نشـده آزاد نمی‌شـود. مجموع این عوامل می‌تواند پیامدهای اجتماعی منفی زیادی داشته باشد. برای مطالعات آزمایشی یا پیشتازانه می‌توان به مسئله بیکاران دهه ۶۰ پرداخت؛ متولدین این دهه، نسلی هستند که از منظر مسائل روانی، اجتماعی و پیوندهای خانوادگی تحت فشار قرار گرفته‌اند و بخشی از آنها به واسطه نیافتن شغل، فرصت‌ها و بخت‌های دیگری را هم از دست داده‌اند.

مسئله دیگری که از رکود اقتصادی ناشی می‌شود و در ادبیات جامعه‌شناسی هم نسبت به آن وفاق وجود دارد و بدیهی تلقی می‌شود، رابطه مستقیم بین آسـیب‌های اجتماعی و موقعیت اقتصادی است. تحقیقاتی که در کشورهای مختلف انجام شـده است، نشـان می‌دهد در دوره رکود و تنگنای اقتصادی، جرایم مختلف از جمله سـرقت، فحشا و درگیری افزایش پیدا می‌کند؛ یعنی گسـترش فقر منجر به افزایش آسـیب‌های اجتماعی می‌شـود. در واقع، فقر پایدار به‌وجودآمده، خانواده را در یک چرخه فقر منتهی به تشدید آسیب‌های اجتماعی قرار می‌دهد. این تجربه پیش از این نیز در کشور خود ما وجود داشته که گزارش‌هایی برای مقامات ارشـد نظام در مورد آن تهیه شـد و نتیجه‌اش ایجاد نهادی در وزارت کشور تحت عنوان سازمان مدیریت اجتماعی بود. گرچه به نظر من در آینده به یک وزارتخانه با این عنوان نیاز داریم. معمولا در دوره رکود اقتصادی، این نوع آسـیب‌ها افزایش پیدا می‌کند و به «بی‌هنجاری» یا «آنومی» منجر می‌شـود. هرچه مدت بروز رکود در اقتصاد افزایش پیدا کند، این آسـیب‌ها نیز به شـکلی فزاینده و در بعد غیرطبیعی افزایش می‌یابد که موجب نگرانی است.

یکی از تبعات رکود اقتصادی، مسئله افزایش برخوردهای قهریه و تنبیهی اسـت. وقتی جرم زیاد شود، دولت باید برای کنترل اجتماعی هزینه بیشتری صرف کند. با شـیوع جرایم بین گروه‌های مختلف به واسـطه استمرار رکود، دولت سعی می‌کند از طریق افزایش هزینه‌های اجتماعی مثل استخدام پلیس بیشتر، کنترل سفت و سخت‌تر و گشت‌زنی آن را کنترل کند. به این سیاست کـه منطقش عـدم تحمل جرم و برخورد با مجرم با اشـد مجـازات به قصد پیشگیری است، «zero-tolerance policy» می‌گویند. بدین ترتیب، فقر موجب افزایش جرایم و آسـیب‌های اجتماعی می‌شـود و لزوم برخورد دولت موجب افزایش هزینه دولت و فشـار مضاعف به خزانه می‌شـود، در حالی که وضعیت رکودی بر اقتصاد حاکم است. از سوی دیگر، نظریه‌ای وجود دارد که هم بر ادبیات نهادگرای اقتصادی و هم جامعه‌شناسـی اقتصادی مسلط شده اسـت و آن، بحث‌هایی اسـت که کارل پولانی مطرح می‌کند. کارل پولانی با مطالعات تاریخی نشان می‌دهد که در گذشته اقتصاد و در پیوندهای اجتماعی شامل ساختار اجتماعی و عناصری چون فرهنگ، افراد هرچه بیشتر به سمت منفعت‌طلبی پیش می‌رفتند، به سبب اینکه در بافت اجتماعی قرار می‌گرفتند، کمتر آسیب‌زا بودند. ایشان می‌گوید به تدریج هرچه جوامع و بازارها پیچیده‌تر و کامل‌تر می‌شـود، میزان منفعت‌طلبی افراد بیشتر می‌شود و آن پیوندهای اجتماعی که در گذشته درآمد اقتصادی را به وجود می‌آورد، سست‌تر می‌شود. اگر از منظر نظریات پولانی به مسئله رکود اقتصادی بنگریم، درمی‌یابیم هرچه جوامع بیشتر در رکود فرو بروند، به سبب اینکه این جامعه دیگر مانند گذشته جامعه ساده‌ای نیسـت، آنچه دچار لطمه می‌شود، رابطه اقتصاد با پیوندهای اجتماعی به سـبب نیازهای حیاتی برآوردنشـده انسان‌هاست و بدین ترتیب همبستگی اجتماعی تحت فشـار قرار می‌گیرد. در این شرایط جرم تنها یک طبقه را درگیر نمی‌کند، اگرچه در همه جوامع طبقه فقیر گرفتارتر می‌شوند و در جامعه در حال گذار در زمان جابه‌جایی طبقات، طبقه متوسط و بالا هم درگیر فسـادهایی می‌شـوند، اما هزینه جرم کوچک در طبقات بالا بیشتر از طبقات پایین است.

موانع فعالیت‌های اقتصادی در ۳ سال گذشته کمتر شد؟

۲۸ مانع در مسیر کسب و کار

فرصت امروز: آخرین پایش محیط کسـب و کار در ایران نشان می‌دهد که ۲۸ مانع کسب و کار از نگاه فعالان اقتصادی در بخش صنعت اثرگذاری کمتری نسـبت به بخش‌های کشاورزی و خدمات داشته است. در بخشی از «سالنامه آماری ۱۳۹۹ بخش خصوصی» که اخیرا از سوی مرکز آمار و اطلاعات اقتصادی اتاق ایران منتشر شده، ابرمزاحمان کسب و کار در بازه زمانی سه ساله ارزیابی شده است. البته بازوی پژوهشی بخش خصوصی، طرح پایش ملی محیط کسـب‌وکار را به صورت فصلی بررسـی و منتشر می‌کنـد، اما در این سـالنامه آماری، موانع و مشـکلات بخش خصوصی برای کل سـال محاسبه شده و مشخصا نگاه فعالان اقتصادی به ۲۸ مانع کسب‌وکار بین سال‌های ۹۷ تا ۹۹ بررسی شده است.

آنطـور کـه از برآیند دیـدگاه فعالان اقتصـادی برمی‌آیـد، ۲۸ مولفه کسـب‌وکار در بخـش صنعـت اثرگذاری کمتری نسـبت بـه دو بخش کشـاورزی و خدمات داشـته اسـت. یعنی وضعیت بخش صنعت در این ۲۸ مولفـه بهتر از بخش‌های دیگر اسـت و فعـالان صنعتی تاثیرپذیری کمتری از اکثر این موانع داشته‌اند. البته بخش خدمات همچنان با شرایط نامساعدی مواجه است و در اکثر مولفه‌ها شرایط بدتری را نسبت به دیگر بخش‌های اقتصادی تجربه کرده اسـت. فعالان اقتصادی همچنین در ۲۶ مولفه معتقدند که موانع موجود در مسـیر کسـب وکارشان تسهیل شده اسـت. آنها درباره دو مولفه نیز وضعیت سـال ۹۸ را بهتر از سـال قبل و بعد آن می‌دانند، اما نکته مهم این است که هیچ کدام از این موانع کاملا برطرف نشده است. در این ارزیابی، فعالان اقتصادی به هر مولفه کسب و کار، نمره‌ای بین یک تا ۱۰ می‌دهند که نمره ۱۰ نشـان‌دهنده بدترین و نمره یک نشان‌دهنده بهترین وضعیت است.

استقبال مشتری از نوآوری خدمات

اولین مولفه‌ای که در این پایش ارزیابی شده است، «نحوه استقبال مشتریان از نوآوری و ابتکار در ارائه خدمات» است. دیدگاه فعالان اقتصادی نشان می‌دهد وضعیت این مولفه در سال ۹۹ (با امتیاز ۴،۲۱) نسبت به سال‌های ۹۷ و ۹۸ بهتر شده است. همچنین بخش صنعت بهترین وضعیت را در این مولفه (با نمره ۴،۰۷) نسبت به بخش‌های دیگر دارد.

برداشت سلیقه‌ای از مقررات

نمره این مولفه در سـال ۹۹ نسـبت به دو سـال قبل یعنی سال ۹۸ و ۹۷ بهتر شده است، یعنی فعالان اقتصادی بر این باورند که برداشت‌های سـلیقه‌ای تا حدی کمتر شده اسـت. نمره این مولفه در سال ۹۹ از نگاه فعـالان اقتصادی ۶،۴۲ بوده و بخش کشـاورزی نیز در این مولفه با نمره ۶،۱۳ بهترین شرایط را تجربه کرده است.

بی‌تعهدی طرف قرارداد به تعهدات

در این مولفه نیز وضعیت سـال ۹۹ بهتر از سال‌های قبل است. فعالان اقتصـادی به این مولفه در سـال ۹۹ نمـره ۵،۶۰ داده‌اند که نسـبت به سـال‌های ۹۸ و ۹۷ از بهبود رویه در ایـن مولفه یا مانع حکایت دارد. در میان سـه گروه خدمات، صنعت و کشـاورزی هم بخش صنعت با شرایط بهتـری در ایـن مولفه روبه‌رو بوده و فعالان اقتصـادی به این مولفه نمره ۵،۵۶ داده‌اند.

بی‌ثباتی سیاست‌های کسب و کار

ارزیابی‌ها در این مولفه نشـان می‌دهد که بهبود اندکی در سال ۹۹ در رویه‌ها ایجاد شـده اسـت. فعالان اقتصادی در سال ۹۹ به این مانع نمره ۷،۶۱ داده‌اند. همچنین وضعیت این مولفه در بخش خدمات نسبت به دو بخش دیگر بهتر است و نمره آن از دید فعالان اقتصادی ۷،۴۷ بوده است.

تغییر قیمت مواد اولیه و محصولات

ارزیابی‌ها حاکی از آن اسـت که وضعیت این مولفه در سال ۹۸ بهتر از سـال‌های ۹۷ و ۹۹ بوده است. فعالان اقتصادی به این مولفه در سال ۹۷ نمره ۸،۸۲، در سـال ۹۸ نمره ۸،۳۹ و در سال ۹۹ نمره ۸،۶۶ داده‌اند. در این مولفه هم خدماتی‌ها وضعیت بهتری نسـبت به بخش کشـاورزی و صنعت دارند و امتیاز ۸،۵۸ را کسب کرده‌اند.

رویه سختگیرانه در اداره کار و بیمه

وضعیت مولفه «رویه‌های سختگیرانه در ادارات کار و بیمه برای مدیریت نیروی انسـانی» در سـال‌های ۹۷ و ۹۸ نسبت به سـال ۹۹ بدتر بوده و ارزیابی فعالان اقتصادی نشان می‌دهد که سختگیری‌ها کاهش یافته است. نمره این مولفه در سال ۹۹ از نگاه فعالان اقتصادی ۶،۳۱ است. همچنین تسهیل رویه‌های سختگیرانه در بخش کشاورزی روند بهتری را نسبت به خدمات و صنعت طی کرده و نمره ۶،۱۵ را دریافت کرده است.

تمایل به خرید کالاهای خارجی

ارزیابی مولفه «تمایل عمومی به خرید کالاهای خارجی و بی‌رغبتی به خرید محصولات ایرانی» نشان‌دهنده استقبال کم از کالاهای داخلی است و فعالان اقتصادی شـرایط را در سـال ۹۹ (با نمره ۵،۰۴) بهتر ارزیابی کرده‌اند. البته جلوگیری از ورود کالاهای خارجی و قیمت بالای کالاهای خارجی موجود در بازار هم می‌تواند در این نمره تاثیرگذار باشد. جالب اینکه نمره صنعت در این مولفه (با رقم ۴،۸۰) بهتر از دو بخش کشاورزی و خدمات است.

تولید و عرضه کالاهای غیراستاندارد

در این مولفه هم وضعیت در سال ۹۹ بهتر از سال‌های ۹۷ و ۹۸ است و فعالان اقتصادی به مولفه «تولید و عرضه نسبتا آزاد کالاهای غیراستاندارد و تقلبی در بازار» در این سال نمره ۶،۵۴ داده‌اند. ارزیابی صاحبان کسب و کار از این مولفه در بخش صنعت، خدمات و کشاورزی بیانگر آن است که این مانع در بخش صنعت (با نمره ۶،۴۲) تاثیرگذاری کمتری داشته است.

رقابت غیرمنصفانه شرکت‌های دولتی

فعالان اقتصادی معتقدند که این رقابت در سال ۹۹ نسبت به سال‌های ۹۷ و ۹۸ بهتر شده است. نمره مولفه «وجود رقابت غیرمنصفانه شرکت‌ها و موسسـات دولتی یا شـبه دولتی در بازار» در سـال گذشته ۶،۳۷ بوده است. نمره بخش صنعت هم در این مولفه نسبت به بخش‌های کشاورزی و خدمات بهتر است. یعنی رقابت غیرمنصفانه در بخش صنعت کمتر از دو بخش دیگر است و به این بخش نمره ۶،۱۵ داده شده است.

رویه‌های ناعادلانه ممیزی و مالیات

ارزیابی فعالان اقتصادی نشـان می‌دهد که «رویه‌های ناعادلانه ممیزی و دریافت مالیات» در سـال ۹۹ به سـمت بهبود پیش رفته و نمره آن به ۶،۵۶ رسیده است. همچنین رویه‌های مذکور در بخش کشاورزی بهتر از دو بخش صنعت و خدمات بوده و صاحبان کسب و کار به این بخش نمره ۶،۰۶ داده‌اند.

دشواری تامین مالی از بانک‌ها

این مولفه در سـال ۹۹ نسـبت به دو سـال قبل از آن، مانع کمتری را بـرای فعالیت‌های اقتصادی ایجاد کرده و نمره فعالان اقتصادی در سـال ۹۹ به این مولفه (۷،۵۵) بهتر بوده اسـت. مقایسـه سـه بخش خدمات، کشاورزی و صنعت در ارزیابی این مولفه نشان می‌دهد که فعالان اقتصادی دشـواری‌های بانکی را در بخش‌های کشاورزی و خدمات بیشتر از بخش صنعت می‌دانند و به صنعت نمره بهتری داده‌اند. (۷،۴۷)

عدم اطلاعات برای فعالیت اقتصادی

نمـره مولفه «فقدان یا شـفاف نبودن اطلاعـات موردنیاز برای فعالیت اقتصادی» در سـال گذشـته ۶،۳۹ بوده که نسبت به سال‌های ۹۸ و ۹۷ مطابق ارزیابی فعالان اقتصادی، این مانع سـنگ‌اندازی کمتری در مسیر کسب و کار آنها ایجاد کرده است. صنعتی‌ها در این بخش هم با چالش‌های کمتری مواجه هستند و توانسته‌اند نمره بهتری را (با رقم ۶،۳۳) نسبت به خدمات و کشاورزی کسب کنند.

ضعف زیرساخت‌های حمل‌ونقل

فعالان اقتصادی بر این باورند که زیرسـاخت‌های حمل‌ونقل در سـال ۹۹ بهتر از سـال‌های ۹۸ و ۹۷ بوده است. آنها سال گذشته به این مولفه نمره ۵،۵۷ داده‌اند. در این مولفه هم صنعتی‌ها وضعیت بهتری را نسـبت به بخش کشـاورزی و خدمات تجربه می‌کننـد و نمره آنها در این مولفه ۵،۴۳ است.

ضعف دادگاه و رسیدگی به شکایت

نمره این مولفه در سال ۹۹ براساس ارزیابی فعالان اقتصادی ۶،۲۷ بوده که نسـبت به سال‌های ۹۸ و ۹۷ وضعیت بهتری را نشان می‌دهد. بخش کشاورزی با کسب نمره ۶،۰۴ شرایط بهتری را نسبت به بخش صنعت و خدمات در این مولفه تجربه می‌کند.

وجود انحصار و رانت در بازار

فعـالان اقتصادی معتقدند مانع «وجود انحصـار، امتیاز یا هر نوع رانت در یک یا تعدادی از رقبا در بازار» در سـال ۹۹ کمتر از سـال‌های ۹۸ و ۹۷ دسـت و پای آنها را بسـته اسـت. نمره این مولفه در این سال ۶،۵۳ بوده است. همچنین ارزیابی‌ها بیانگر آن است که صنعتی‌ها در این مولفه شرایط بهتری را نسـبت به دو بخش کشاورزی و خدمات دارند و در این مولفه نمره ۶،۲۷ را کسب کرده‌اند.

وضعیت ضعیف نظام توزیع

ضعف موجود در نظام توزیع در سـال ۹۹ نسبت به سال‌های ۹۸ و ۹۷ تـا حدودی کاهش یافته و فعالان اقتصادی به آن نمره ۵،۳۶ را در سـال گذشته داده‌اند. در مولفه «ضعف نظام توزیع و مشکل در رساندن محصول به بازار» نیز صنعت با کسب امتیاز ۴،۹۸ روند بهتری نسبت به بخش‌های دیگر دارد.

عرضه کالا و محصول قاچاق

مولفـه «عرضه کالاها و محصولات قاچاق در بازار ایران» در سـال ۹۹ بـا دریافت امتیاز ۶،۱۴ از نگاه فعالان اقتصادی تاثیر کمتری بر فعالیت‌ها داشته است. کشاورزی و خدمات در این مولفه شرایط بدتری را نسبت به صنعت سپری می‌کنند و نمره بخش صنعت در این مولفه (با رقم ۵،۷۶) بهتر است.

فقدان ارتباط بین تولید و عرضه

مانع «فقدان ارتباط مناسب میان عوامل تامین مواد اولیه، تولید و عرضه یک محصول در بازار» در سـال گذشـته از نگاه فعـالان اقتصادی ۵،۸۱ ارزیابی شـده اسـت که نسبت به سـال‌های ۹۷ و ۹۸ نمره بهتری است. یعنی این مولفه در سال ۹۹ در فعالیت‌های اقتصادی تاثیر کمتری داشته است. در این مولفه نیز شرایط بخش صنعت (با نمره ۵،۶۳) بهتر از بخش کشاورزی و خدمات است.

دخالت دولت در قیمت‌گذاری

به اعتقاد فعالان اقتصادی، «دخالت‌های غیرمنطقی نهادهای حاکمیتی در تعیین قیمت‌ها در بازار» در سـال گذشـته کمتر شده و به رقم ۶،۴۸ رسـیده است. همچنین بخش صنعت در این مولفه توانسته نمره ۶،۲۷ را کسب کند که نسـبت به بخش خدمات و کشاورزی نمره بهتری است و نشان از بهبود وضعیت دارد.

کارگریزی و ضعف فرهنگ کار

مانع «کارگریزی عمومی و ضعف فرهنگ کار در جامعه» در سـال‌های ۹۸ و ۹۷ وضعیـت بدتـری را تجربه کرده و در سـال ۹۹ ارزیابی فعالان اقتصادی نشان می‌دهد که مانع‌تراشی این مولفه کمتر بوده است. علاوه بر این، کارگریزی در بخش‌های خدمات و صنعت بیشتر از بخش کشاورزی است و از همین رو نمره بخش کشاورزی (با رقم ۵،۶۵) نسبت به دو بخش دیگر بهتر است.

کمبود تقاضا در سطح بازار

تقاضا در بازار طی سـال ۹۹ بیشـتر بوده و به عقیده فعالان اقتصادی، وضعیت این مولفه (با نمره ۵،۲۳) نسبت به سال‌های ۹۸ و ۹۷ بهتر است. بخش خدمات و کشـاورزی نسـبت به بخش صنعت نیز بیشتر از کمبود تقاضا در بازار رنج می‌برند و از همین رو نمره صنعت در این مولفه (با رقم ۴،۸۹) نسبت به دو بخش دیگر بهتر است.

کمبود فناوری‌های نوین

مانع «کمبود فناوری‌های نوین و تجهیزات موردنیاز» در سال ۹۹ نسبت به سال‌های ۹۸ و ۹۷ تاثیر کمتری بر کسب و کارها داشته و نمره آن در این سال از نگاه فعالان اقتصادی ۵،۸۰ بوده است. این مانع در بخش‌های کشـاورزی و خدمات مشکلات بیشتری را نسـبت به صنعت ایجاد کرده است. نمره فعالان اقتصادی به صنعت در این مولفه ۵،۷۶ است.

کمبود نیروی کار ماهر

ارزیابی‌ها درباره این مولفه نشـان می‌دهد که سال ۹۸ وضعیت بهتری نسبت به سال قبل و بعد خود داشته، به طوری که این مولفه در سال ۹۷ نمره ۵،۲۷، در سـال ۹۸ نمره ۵،۱۶ و در سـال ۹۹ نمره ۵،۲۳ را کسـب کرده است. همچنین کمبود نیروی ماهر در بخش خدمات و صنعت بیشتر اسـت. یعنی در بخش کشاورزی نیروی ماهر بیشـتری حضور دارد و به همین دلیل نمره بخش کشاورزی در این مولفه (با رقم ۴،۸۷) بهتر از نمره دو بخش دیگر است.

محدودیت دسترسی به ارتباطات

این محدودیت در سال گذشته کاهش یافته و فعالان اقتصادی می‌گویند که وضعیت بهتری نسـبت به سـال‌های ۹۸ و ۹۷ در این سـال (با نمره ۳،۷۲) تجربه شـده است. افزون بر این، محدودیت دسترسی به ارتباطات در بخش صنعت (با نمره ۳،۵۷) کمتر است، اما بخش خدمات و کشاورزی محدودیت بیشتری را تجربه کرده‌اند.

محدودیت دسترسی به آب

دسترسـی به منابع آب نیز از نگاه فعالان اقتصادی در سال ۹۹ بهتر از سال‌های ۹۷ و ۹۸ بوده است. فعالان اقتصادی در ارزیابی خود نمره ۳،۲۱ را در سـال ۹۹ به این مولفه داده‌اند. ارزیابی‌ها نشان می‌دهد دسترسی به منابـع آب برای بخش خدمات (با نمره ۳،۰۳) بهتر از دو بخش صنعت و کشاورزی است.

محدودیت دسترسی به انرژی

کاهش محدودیت‌های دسترسی به حامل‌های انرژی نیز همچون اغلب مولفه‌ها در سال گذشته وضعیت بهتری را تجربه کرده و فعالان اقتصادی بـه این مولفه نمـره ۳،۳۰ داده‌اند. بخش خدمـات در این مولفه (با نمره ۳،۲۰) وضعیت بهتری را نسبت به دو بخش دیگر تجربه می‌کند.

فساد و سوءاستفاده اداری

مولفه «فساد و سوءاستفاده افراد از مقام و موقعیت‌های اداری دستگاه‌های اجرایی» در سـال‌های ۹۷ و ۹۸ نمره بدتری را نسـبت به سال ۹۹ کسب کرده اسـت. برآیند دیدگاه‌های صاحبان کسـب و کار بیانگر آن است که فسـاد و سوءاسـتفاده از موقعیت و مقام در سـال گذشته کاهش یافته و به امتیاز ۶،۶۵ رسـیده است. این مانع در بخش‌های کشاورزی و خدمات مشکلات بیشتری را نسبت به بخش صنعت ایجاد کرده و به عبارت دیگر، صنعت با نمره ۶،۳۹ شرایط بهتری را در این مولفه تجربه می‌کند.

موانع اخذ مجوز کسب و کار

«موانع در فرآیندهای اداری و اخذ مجوزهای کسب و کار در دستگاه‌های اجرایی» در سال ۹۹ نسبت به سال‌های قبل از آن کمتر شده است، با این حال فعالان اقتصادی به آن در سـال گذشـته نمره ۶،۹۰ داده‌اند. در این مولفه نیز صنعت نمره بهتری (با رقم ۶،۷۸) نسبت به بخش کشاورزی و خدمات کسب کرده است.

رئیس کل بانک مرکزی از ابلاغ بخشنامه تسهیل صادراتی خبر داد

تامین ارزی ۴۰ میلیارد دلاری تا پایان آذرماه

فرصت امروز: رئیس کل بانک مرکزی دیروز به پارلمان بخش خصوصی رفت و در نشست هم‌اندیشی با اعضای اتاق بازرگانی ایران از تشکیل کارگروه مشترک برای رسیدگی به مطالبات بخش خصوصی خبر داد. علی صالح‌آبادی همچنین از ابلاغ بخشنامه‌ای برای تسهیل صادرات و عملکرد صادرکنندگان در آینده نزدیک سخن گفت و افزود که این موضوع در جلسات با وزیر صمت تصمیم‌گیری شده و به زودی ابلاغ می‌شود. رئیس کل بانک مرکزی در جمع فعالان اقتصادی، دولت و بخش خصوصی را دو جزیره جدا از هم ندانست و نسبت به آینده این همکاری و تعامل ابراز خوش‌بینی کرد. او سپس به تامین ارزی ۴۰ میلیارد دلاری تا پایان آذرماه امسال اشاره کرد و گفت: از ابتدای سال ۱۴۰۰ تا پایان آذرماه ۳۹ میلیارد و ۸۹۵ میلیون دلار تامین ارز در کشور انجام شده است. بنابراین امسال در حوزه ارزی نسبت به سال گذشته به مراتب سال بهتری بوده و سال آینده نیز به مراتب از امسال بهتر خواهد بود. صالح‌آبادی در حاشیه این نشست هم‌اندیشی بار دیگر با اشاره به ساماندهی پرداخت ارز مسافری و دانشجویی گفت که با راه‌اندازی سامانه تا دو ماه دیگر خرید ارز از صرافی‌ها الکترونیکی می‌شود.

غلامحسین شافعی، رئیس اتاق بازرگانی ایران هم در این نشست، حضور رئیس‌کل بانک مرکزی در پارلمان بخش خصوصی را حاوی پیام مثبت برای فعالان اقتصادی بخش خصوصی دانست و گفت: از نگاه بخش خصوصی بخش عمده‌ای از مسائل و گرفتاری‌های فعلی در نهاد بانک مرکزی قابل‌حل است و حضور رئیس‌کل این نهاد در اتاق ایران یگ گام بزرگ برای حل و فصل مشکلات محسوب می‌شود.

صادرات به زودی تسهیل می‌شود

ابلاغ بخشنامه تسهیل صادرات، تامین ارزی ۴۰ میلیارد دلاری تا پایان آذرماه و اجرای آزمایشی دستورالعمل زنجیره تامین از مهمترین خبرهای رئیس کل بانک مرکزی در اتاق بازرگانی ایران بود. علی صالح‌آبادی در نشست هم‌اندیشی با فعالان اقتصادی از ابلاغ بخشنامه‌ای برای تسهیل صادرات و عملکرد صادرکنندگان در آینده نزدیک خبر داد و گفت که این موضوع در جلسات با وزیر صمت تصمیم‌گیری شده که به زودی ابلاغ می‌شود. برگشت ارز صادراتی جزو اولویت‌های کشور است و حتی اگر تحریم هم برداشته شود بازگشت ارز حائز اهمیت خواهد بود، اما مهم است که صادرکننده ضرر نکند و قیمت خرید ارز از صادرکنندگان منطقی باشد.

صالح‌آبادی با بیان اینکه امسال نسبت به سال گذشته وضعیت ارزی بهتر بوده، افزود: در ۱۲ ماهه سال گذشته ۳۶٫۵ میلیارد دلار تامین ارز داشتیم که این آمار تا پایان آذرماه ۴۰ میلیارد دلار بوده است. به گفته وی، در ۹ ماهه امسال ۳۹ میلیارد و ۸۹۵ میلیون دلار ارز اعم از ارز نیما، ترجیحی و اشخاص تامین شد و این در حالی است که در سال گذشته ۳۶ میلیارد و ۴۸۲ میلیون دلار تأمین ارز به روش‌های مختلف ثبت شد. بخشی از این موضوع به بهبود بازگشت ارز صادراتی و عرضه مناسب ارز در سامانه نیما بازمی‌گردد. خوشبختانه پتروشیمی‌ها عدد خوبی به سامانه نیما واریز کرده‌اند که نشان می‌دهد وضعیت صادرات‌شان بهبود یافته است.

رئیس شورای پول و اعتبار با بیان اینکه نرخ ارز در سامانه نیما دستوری نیست، ادامه داد: در سامانه نیما که صادرکنندگان عرضه ارزهای غیرنفتی را دارند ثبات خوبی داشتیم. نرخ ارز نوساناتی در این سامانه نداشته که این امر در بازار متشکل ارزی نیز همینطور است. صادرکنندگان مجاز هستند هر مقدار ارز برای رفع تعهد ارزی می‌خواهند در بازار متشکل عرضه کنند که نرخ متفاوتی هم نسبت به نیما دارد که طبیعی است. مکانیزم قیمتی در این بازار براساس عرضه و تقاضا است که البته در سامانه نیما نیز نرخ دستوری اعمال نمی‌شود و تابع عرضه و تقاضاست.

رئیس کل بانک مرکزی همچنین از اجرای آزمایشی دستورالعمل زنجیره تأمین خبر داد و گفت: البته این موضوع هنوز نهایی نشده است و با چند بانک، وزارت صمت و اقتصاد مذاکراتی انجام شده تا این طرح را به صورت پایلوت اجرا کنیم. در حال حاضر نیاز به نقدینگی از سیستم بانکی بالاست چون ما به صورت مجزا نگاه می‌کنیم، اما در حالی که اگر این زنجیره اجرایی شود، تولیدکننده مواد اولیه را می‌خرد و با ضمانت بانک اوراقی را صادر می‌کند که بانک تضمین می‌کند و آن را در اختیار حلقه‌های بعدی قرار می‌دهد؛ این موضوع نیاز به نقدینگی را در واحدهای تولیدی کاهش می‌دهد.

به گفته صالح‌آبادی، استفاده از ابزارهای اعتباری به جای تمرکز بر پول در شاخص‌های کلان اقتصاد اثر مثبتی می‌گذارد. باید خلق نقدینگی قاعده‌مند شود بنابراین استفاده بیشتر از ابزارهای اعتباری مانند LC داخلی می‌تواند نیاز به نقدینگی را کم کند.

نرخ ارز، اقتصاد را تغییر می‌دهد

رئیس اتاق بازرگانی ایران نیز در این نشست، ثبات نرخ ارز را یکی از دغدغه‌های مهم بخش خصوصی برشمرد و گفت: کوچک‌ترین تغییر در نرخ ارز، اقتصاد را تغییر می‌دهد. بنابراین ایجاد ثبات در بازار ارز باید به عنوان یک اولویت مهم در دستور کار بانک مرکزی قرار گیرد. به گفته غلامحسین شافعی، ثبات نرخ ارز یکی از مهمترین دغدغه‌های بخش خصوصی و فعالان اقتصادی است. با کوچکترین تغییر در این نرخ، بخش‌های مختلف اقتصاد از آن تاثیر می‌پذیرند و همین موضوع کار را برای تصمیمات آینده آنها دشوار می‌کند. از این رو وقتی می‌گوییم نرخ ارز ثبات دارد، یعنی اقتصاد کشور به ثبات رسیده است.

او با بیان اینکه با جهش مداوم نرخ ارز، قیمت کالاهای تولید داخل افزایش می‌یابد، ادامه داد: تولید ما چه در زمینه مواد اولیه و چه در زمینه ماشین‌آلات به خارج از کشور وابستگی‌هایی دارد و وقتی قیمت ارز به شکل مداوم تغییر کند، در روند واردات این مواد اولیه نیز مشکلاتی به وجود می‌آید که در نهایت تاثیر خود را در افزایش قیمت‌ها نشان می‌دهد. در چنین بستری با کاهش تقاضا در بازار، همزمان با افزایش قیمت‌ها، هزینه دولت نیز افزایش پیدا می‌کند و این موضوع به کسری بودجه و سپس ایجاد موج جدیدی از تورم منجر می‌شود.

شافعی با تاکید بر اینکه بانک مرکزی باید شرایط افزایش عرضه ارز و بالا بردن ثبات در این بازار را فراهم کند، افزود: ما معتقدیم با فشار و تنبیه کار به جایی نمی‌رسد. از این رو به جای تهدید فعالان اقتصادی و صادرکنندگان برای بازگشت ارز، باید سیاست‌هایی مشوق در نظر گرفته شود که اتاق ایران در این زمینه پیشنهادات خود را به بانک مرکزی تقدیم خواهد کرد.

وی با اشاره به اهمیت شفافیت در آمارهای اقتصادی توضیح داد: در شرایطی که اقتصاد ایران بیش از هر چیز به ارائه آمارهای دقیق برای سیاست‌گذاری درست احتیاج دارد متاسفانه در سال‌های گذشته شاهد آن بوده‌ایم که ارائه این آمارها با محدودیت‌هایی مواجه شده است. از این‌رو خواسته ما از بانک مرکزی در دوره جدید، ارائه آمارها به شکل شفاف است.

رئیس اتاق بازرگانی ایران با بیان اینکه اقتصاد ایران از مشکلات مهمی رنج می‌برد که بخشی از آن در اختیار بانک مرکزی است، گفت: انتظار ما از بانک مرکزی این است که برخی از محورهای ناکارآمد در نظام پولی و بانکی کشور را تغییر دهد. انحراف تسهیلات بانکی از فعالیت‌های تولیدی، یکی از این مشکلات است. در کنار آن، فشار بر صادرکنندگان و تولیدکنندگان نیز باید کاهش پیدا کند. طبق ماده ۲۱ قانون رفع موانع تولید، بانک مرکزی موظف است برای تامین سرمایه در گردش واحدهای صنعتی، معدنی، کشاورزی و... اقدامات لازم را انجام دهد. از این‌رو ما تقاضا داریم حساب ویژه تولید برای تامین سرمایه در گردش برای اجرا در دستور کار قرار گیرد.

بانک‌های ترکیه نرخ سپرده را افزایش دادند

تصمیم جدید اردوغان برای رمزارزها

به نظر می‌رسد بانک‌های ترکیه با افزایش نرخ وام در رقابت برای جذب سپرده‌های لیره به طرح جدید دفاعی لیره دولت واکنش نشان دادند و این چیزی است که می‌تواند برای وام‌گیرندگانی که انتظار اعتبار ارزان‌تری دارند شگفت‌انگیز باشد.

به گزارش رویترز، نرخ سپرده‌ها از ۱۷ تا ۱۸ درصد در هفته گذشته به بیش از ۲۰ درصد افزایش یافت، در حالی که افزایش هزینه‌های تامین مالی نرخ وام بنگاه‌های کوچک و متوسط (SME) به بیش از ۳۰ درصد رسید. بانکدارانی که نخواستند نام‌شان فاش شود، گفتند که این نرخ‌ها در هفته‌های گذشته افزایش یافته بود، اما در این هفته تصاعدی شدند. رجب طیب اردوغان، رئیس‌جمهور ترکیه اعلام کرده که دولت از سپرده‌گذاران محلی در برابر هرگونه ضرر ناشی از کاهش ارزش در برابر ارزهای خارجی محافظت می‌کند. یکی از منابع بانکی در این باره به رویترز گفت: «هیچ‌کس نمی‌خواهد سپرده‌های لیری را از دست بدهد. ما به پایان سال نزدیک می‌شویم و ترازنامه‌ها باید خوب به نظر برسند. این طرح رقابت را افزایش داد و شاهد افزایش نرخ سود سپرده در هفته گذشته بودیم.»

براساس داده‌های بانک مرکزی، متوسط نرخ وام بانک‌ها برای وام‌های لیره شرکت‌ها تا ۱۷ دسامبر از ۱۹٫۶۳ درصد در هفته قبل به ۲۰٫۹۱ درصد افزایش یافت. برای سرمایه‌گذاری دو نرخ سود مناسب و تامین مالی بلندمدت ضروری است. یکی دیگر از منابع بانکی نیز گفت: «بانک‌ها به سپرده لیری نیاز دارند و برای افزایش دارایی‌های خود باید سپرده‌های لیری را جذاب کنند و این مورد باعث افزایش نرخ‌ها می‌شود.»

بانک مرکزی تحت فشار اردوغان از سپتامبر، به رغم افزایش تورم بیش از ۲۱ درصد، نرخ بهره خود را ۵۰۰ واحد کاهش داد و به ۱۴ درصد رساند. در پاسخ، بازدهی اوراق قرضه و نرخ وام‌های شرکتی افزایش یافت زیرا معامله‌گران یک عقب‌نشینی کامل در سیاست‌ها را پیش‌بینی کردند.

براساس این طرح، خزانه‌داری و بانک مرکزی زیان سپرده‌هایی را که ترک‌ها از لیر یا ارزهای رایج به ابزار جدید تبدیل کنند را جبران خواهند کرد. منابع گفتند که بانک‌ها در پاسخ، نرخ‌ها را برای ایجاد ذخایر لیر در مواجهه با افزایش هزینه‌های تامین مالی و انتخاب ارز همچنان بالا باز هم افزایش دادند. اردوغان گفته که برنامه جدید اقتصادی او تا حدودی برای کاهش اعتبار حساب بانکی و در عین حال افزایش صادرات است.

در همین حال، اردوغان اعلام کرد که قانون ارزهای دیجیتال این کشور «آماده» است و «بدون تاخیر» به پارلمان ارائه خواهد شد. این در حالی است که هیأت بررسی جرایم مالی ترکیه (MASAK) که بر مبادلات ارزهای دیجیتال نظارت می‌کند، Binance ترکیه را به دلیل تخلفاتی که در طول بازرسی‌های شناسایی شده است، جریمه کرده است. به گزارش خبرآنلاین، رئیس جمهور ترکیه در نشستی با خبرنگاران گفت که قانون ارزهای دیجیتال این کشور آماده است. اردوغان در حین ارائه اطلاعات در مورد قوانین کریپتو گفت: «قانون آماده است و به زودی و بدون معطلی آن را به مجلس می‌فرستیم.»

پس از اعلام اردوغان، خبرگزاری دولتی آناتولی روز شنبه گزارش داد که هیأت بررسی جرایم مالی ترکیه (MASAK) صرافی ترکیه (BN Teknoloji) بایننس را به دلیل تخلفات کشف شده در بازرسی مسئولیت، ۸ میلیون لیره (۷۵۱,۳۱۴ دلار) جریمه کرده است. آناتولی بدون ارائه جزییات بیشتر افزود: «جریمه اعمال‌شده بر این صرافی، اولین جریمه در نوع خود پس از این بود که این مرجع مسئولیت نظارت بر ارائه‌دهندگان خدمات دارایی‌های رمزنگاری را در ماه مه به عهده گرفت.»

بایننس ترکیه متعاقبا بیانیه‌ای صادر کرد و تأکید کرد که «علنا» با مقامات نظارتی ارتباط و همکاری دارد. این صرافی افزود که «به طور فعال از سیاست‌ها و قوانین در حال تغییر در این زمینه پیروی می‌کند» و در تلاش است «اکوسیستمی پایدار، سالم و ایمن ایجاد کند.»

در ماه سپتامبر اردوغان گفت که ترکیه در حال «جنگ» با ارزهای دیجیتال است. علاوه بر این، بینالی یلدیریم، معاون رئیس حزب عدالت و توسعه نیز گفت: «متاسفانه ارزهای دیجیتال درها را به روی گلایه‌ها نیز باز می‌کند. بنابراین این چیزی است که نیاز به کنترل جدی دارد.» در ماه مه، پس از اینکه چند صرافی ارزهای دیجیتال (نظیر Thodex و Vebitcoin) به دلیل تقلب مورد بررسی قرار گرفتند، ترکیه قوانینی را برای پلتفرم‌های معاملات ارزهای دیجیتال در روزنامه رسمی منتشر کرد. بانک مرکزی ترکیه همچنین استفاده از ارزهای دیجیتال را برای پرداخت ممنوع کرده است.

بانک نامه

قیمت سکه ۸۰ هزار تومان ارزان شد

معامله سکه در کانال ۱۲ میلیونی

بیشتر از یک هفته است که قیمت دلار در صرافی‌های بانکی در کانال ۲۷هزار تومان ثابت مانده است. روز گذشته هم قیمت دلار در این صرافی‌ها تغییری نداشت و بدون تغییر قیمت در همان رقم ۲۷ هزار و ۴۰۱ تومان معامله شد. قیمت فروش یورو نیز با ۱۰۱ تومان کاهش به ۳۰ هزار و ۴۷۴ تومان رسید. قیمت خرید هر دلار ۲۶ هزار و ۹۱۷ تومان و نرخ خرید هر یورو نیز ۲۹ هزار و ۸۷۱ تومان اعلام شد.

از سوی دیگر، قیمت سکه با افت ۸۰ هزار تومانی در پنجمین روز زمستان به کانال ۱۲ میلیون تومانی رسید. بر این اساس، ارزش هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید با کاهش ۸۰ هزار تومانی در روز یکشنبه به رقم ۱۲ میلیون و ۹۸۰ هزار تومان رسید و سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم نیز با قیمت ۱۲ میلیون و ۸۰۰ هزار تومان معامله شد. همچنین نیم‌سکه بهار آزادی ۶ میلیون و ۸۰۰ هزار تومان، ربع سکه ۳میلیون و ۸۰۰ هزار تومان و سکه یک گرمی ۲ میلیون و ۳۰۰ هزار تومان قیمت خورد. در بازار طلا نیز نرخ هر گرم طلای ۱۸ عیار به یک میلیون و ۲۹۶ هزار تومان رسید و قیمت هر مثقال طلا نیز ۵میلیون و ۶۱۵ هزار تومان شد. قیمت اُنس جهانی طلا هم با توجه به تعطیلی بازارهای جهانی بدون تغییر در همان نرخ یک‌هزار و ۸۰۹ دلار و ۵۰ سنت معامله شد.

وزیر اقتصاد در دیدار رئیس کل بیمه مرکزی:

حقوق بازنشستگان افزایش می‌یابد

وزیر اقتصاد از طرح این وزارتخانه برای افزایش حقوق بازنشستگان از طریق تعریف محصولات بیمه‌ای جدید خبر داد. سیداحسان خاندوزی در پایان جلسه خود با رئیس کل بیمه مرکزی و مدیران عامل بزرگترین شرکت‌های بیمه‌ای کشور که شامگاه شنبه در محل وزارت اقتصاد برگزار شد، با بیان اینکه در این نشست نکات بسیار خوبی در هفت محور در زمینه صنعت بیمه مطرح و مورد بررسی قرار گرفت، گفت: این محورها و به واقع، توقعات دولت برای ایجاد تحول در صنعت بیمه، متکی بر سند تحول دولت سیزدهم است.

وزیر اقتصاد یکی از محورهای موردنظر را حرکت به سمت نظارت برخط بیمه مرکزی بر شرکت‌های بیمه‌ای عنوان کرد که به گفته وی، متأسفانه در حال حاضر خیلی با شرایط مطلوب در این خصوص فاصله داریم.

او با بیان اینکه متأسفانه گزارش‌های نظارتی بیمه مرکزی در حال حاضر، گزارش‌هایی با فاصله زمانی و در بعضی مواقع با دقت کم است، افزود: رئیس کل بیمه مرکزی پذیرفت که به سرعت در مورد برخط شدن نظارت‌های این نهاد ناظر، تدبیری بیندیشد.

طبق اعلام وزارت اقتصاد، خاندوزی حمایت از تولیدکنندگان را از جمله دیگر محورهای نشست خود با مدیران شرکت‌های بیمه‌ای بزرگ برشمرد و ادامه داد: با شرایط فعلی اقتصاد ایران، نیازمند محصولات بیمه‌ای هستیم که شرکت‌های صنعتی، تولیدکنندگان و صادرکنندگان بتوانند ریسک‌های خود را از طریق بیمه تا حد زیادی پوشش بدهند و این در حالی است که در این زمینه اتفاقات چندان مثبتی تاکنون رخ نداده است. با توجه به اینکه هم سال گذشته و هم امسال، نقطه کانونی خواسته رهبر معظم انقلاب از اقتصاد، مسئله تولید بوده است، در این جلسه بنا شد در زمینه محصولات بیمه‌ای کمک کارِ تولیدکنندگان به شکلی که در شرایط سختی و فشارِ اقتصادیَ و نوسانات، به کار آنها بیاید تدابیر فوری اندیشیده شود.

خاندوزی، محور دیگر مباحث جلسه مذکور را عدم اتصال بیمه‌های کشور به سامانه‌های نیروی انتظامی و اداره آگاهی و امثالهم بیان کرد و گفت: به هر حال باید بپذیریم که یکی از منافذ فساد و سوءاستفاده در بخش بیمه‌ای کشور همین عدم اتصال سامانه‌های بیمه‌ای به سامانه نیروی انتظامی و پلیس است. در این جلسه مقرر شد، تدابیر فوری اندیشیده شود و با مذاکراتی که با فرماندهی محترم ناجا خواهیم داشت به سرعت کار اتصال سامانه‌ها که باید خیلی پیش از این رخ می‌داد، پیش برود.

وزیر اقتصاد با اشاره به تعاملات موجود بین دستگاه‌های دولتی، نظارتی و نیروی انتظامی، ابراز امیدواری کرد: اولین خبر خوشی که مردم خواهند شنید، در مورد حرکت به سمت دیجیتالی‌شدن بسیاری از کروکی‌هایی باشد که باید از طریق سامانه نیروی انتظامی به دست صنعت بیمه برسد.

او بررسی راهکارها و برنامه‌های اجرایی مربوط به تحقق تحولات دیجیتال را به عنوان محوری دیگر از موارد مطرح شده در جلسه عنوان کرد که بنابر اعلام وی، مقرر شد بیمه‌ها گزارش‌های عملکردی جدید خود را در این زمینه در جلسات آتی ارائه دهند.

وی در بخش دیگری از صحبت‌هایش مسئله فراگیری مالی در صنعت بیمه را امری مهم توصیف کرد و افزود: ما در کشور اقشار ضعیفی داریم که دسترسی به بیمه ندارند اما در عین حال، مسئولیت اجتماعی دارند و بیمه‌ها به ویژه بیمه‌های دولتی باید در این زمینه فعال باشند. بسیاری از گروه‌ها به دلیل عدم آگاهی کامل از گذشته بدون بهره‌مندی از پوشش بیمه‌ای، در کسب و کارهایی فعالیت کرده‌اند و الان به شرایطی رسیده‌اند که به نظر ما باید شرکت‌های بیمه‌ای، محصولات جدید را برای آنها تعریف کنند.

به گفته خاندوزی، یکی از همین موارد، مسئله افزایش حقوق بازنشستگان از طریق تعریف محصولات بیمه‌ای جدید است که مقرر شد رئیس کل بیمه مرکزی در این زمینه هم پیشنهادی را به سرعت آماده و ارائه کند. مسئله مهم دیگر، قرار داشتن پرتفوی صنعت بیمه در خدمت تولید است که در دولت‌های گذشته کمتر به این موضوع توجه شده است. با توجه به تأکیدات دولت سیزدهم در حمایت از بخش‌های تولید و سرمایه‌گذاری و بازار سرمایه، در این جلسه مقرر شد استراتژی استفاده از پرتفوی بیمه‌های دولتی در مسیر تولید ظرف چند هفته آینده آماده شود، به نحوی که بتوانیم این صنعت را بیش از پیش در خدمت منافع تولیدکنندکان و عامه مردم پیش ببریم.

دریچه

بزرگترین نگرانی موسس مایکروسافت چیست؟

نگاه بیل گیتس به ۲۰۲۲

بیل گیتس، موسس مایکروسافت از کارآفرینان خوشبین به سال آینده میلادی است، اما مطلب آخر او در وبلاگش نشان می‌دهد او نسبت به سال ۲۰۲۲ نگرانی‌هایی هم دارد. در آخرین مطلبی که به مناسبت پایان سال ۲۰۲۱ در وبلاگ گیتس منتشر شده، او از پایان همه‌گیری کرونا و خیزش متاورس به عنوان دو موضوع مهم یاد کرده که سال خوبی را رقم می‌زند، اما یک مشکل عمده در مسیر تحقق آرزوها و رخ دادن اتفاق‌های خوب وجود دارد. بیل گیتس می‌نویسد: «بی‌اعتمادی مردم به دولت‌ها یکی از مهمترین نگرانی‌هایی من در سال ۲۰۲۲ است.»

بیل گیتس می‌گوید موسسات عمومی باید در مبارزه با تغییرات اقلیمی و ممانعت از همه‌گیری بعدی نقش مهمتری ایفا کنند، اما اگر مردم دستورالعمل‌ها و راهنمایی آنها را رد کنند، در اصل کاری انجام نشده است. بیل گیتس در وبلاگش می‌نویسد: «اگر مردم به شما اعتماد نکنند، از نوآوری‌ها و ابتکارات تازه هم حمایت نخواهند کرد. زمانی که بحران‌های بزرگ از راه برسد، آنها تمایل کمی به پیروی از دستورالعمل‌های لازم برای عبور از شرایط سخت از خود نشان می‌دهند.» بی‌اعتمادی مردم به دولت‌ها حتی آثار خود را در دوره همه‌گیری هم نشان داده است. انتشار اطلاعات نادرست در ایالات متحده آمریکا و دیگر کشورهای جهان روند واکسیناسیون را مختل و نرخ تزریق واکسن کرونا را کاهش داده و در نهایت پایان همه‌گیری را هم به تاخیر انداخته است. در سال ۲۰۱۹ یک بررسی نشان داد اعتماد ۷۵ درصد از شهروندان آمریکا به دولت فدرال کاهش یافته است. در نظرسنجی مرکز تحقیقات پیو پیش از همه‌گیری کرونا ۶۴ درصد از دیگر شرکت‌کنندگان اعلام کردند اعتماد آنها به دیگر شهروندان هم کمتر شده است. همچنین از هر ۱۰ نفر، ۴ نفر اعلام کردند بی‌اعتمادی باعث می‌شود حل و فصل مشکلاتی مثل نظام سلامت، مهاجرت‌ها و حملات مسلحانه سخت‌تر شود. بیل گیتس در مطلب آخر خود در سال جاری میلادی ادامه می‌دهد: «چرخه ۲۴ ساعته انتشار اخبار، سرفصل‌های جهت‌دار سیاسی و رسانه‌های اجتماعی نقش مهمی در بیشتر شدن شکاف بین مردم بازی می‌کند و بهتر است دولت به طور موثر برای جلوگیری از انتشار اطلاعات غلط در این پلتفرم‌ها دست به کار شود.»

پیشتر یکی از مهندسان سابق در فیس‌بوک و سوت‌زنی که علیه این شرکت افشاگری کرد هم در این باره هشدار داده بود. فرانسیس در کمیته سنا درباره بحران انتشار اطلاعات غلط و نقش الگوریتم رسانه‌های اجتماعی در این زمینه گفته بود. اکنون گیتس از اهمیت اقدام سریع در این باره نوشته است. او می‌گوید «با ادامه بحران انتشار اطلاعات غلط، شهروندان در ایالات متحده آمریکا سیاستمدارانی را انتخاب می‌کنند که بی‌اعتمادی را تقویت کنند و این در نهایت، به ناامیدی بیشتر مردم منجر می‌شود.»

حل مشکل بی‌اعتمادی مردم به دولت‌ها، از نظر گیتس آسان نیست. او می‌نویسد: «واقعیت این است که من پاسخی ندارم. من می‌خواهم به جست وجو ادامه دهم و نظر دیگران را هم بخوانم به ویژه جوان‌ها. من امیدوارم نسلی که امروز در فضای آنلاین زندگی و رشد می‌کند، به ایده‌های تازه‌ای برای حل بحرانی برسد که ریشه عمیق آن در اینترنت است.»

زور صف‌های خرید بورس به صف‌های فروش نرسید

نوسان زمستانی بورس

فرصت امروز: در سومین روز معاملاتی زمستان، زور صف‌های خرید بورس به صف‌های فروش نرسید و تالار شیشه‌ای به رنگ قرمز درآمد. پس از آنکه بسته پیشنهادی ۱۰ بندی دولت در حمایت از بازار سرمایه، چهره بورس تهران را تغییر داد و پس از ریزش مداوم شاخص‌های بورسی، تالار شیشه‌ای در دو روز معاملاتی نخست دی ماه به رنگ سبز درآمد، دیروز در سومین روز کاری دی ماه، روند صعودی شاخص بورس تهران متوقف شد. این در حالی بود که چهارشنبه گذشته شاخص کل بورس با خیز ۴۰ هزار واحدی از میانه کانال ۱,۳ میلیون واحدی عبور کرد و در روز شنبه نیز ۲۶ هزار واحد دیگر ارتفاع گرفت تا به رقم یک میلیون و ۳۸۵ هزار واحد برسد. هرچند به نظر می‌رسید در روز یکشنبه نیز شاهد یک روز سبز دیگر و احتمالا عبور شاخص کل از مرز ابرکانال ۱,۴ میلیون واحدی باشیم، اما این اتفاق رخ نداد. البته از سمت و سوی معاملات شنبه می‌شد این اتفاق را حدس زد، چراکه در این روز شاهد خروج سرمایه‌های حقیقی از گردونه معاملات سهام بودیم. به نظر می‌رسد فعال شدن موج جدیدی از شناسایی سود پس از ثبت یک هفته طلایی در کارنامه بازار سهام و در کنار آن هراس از سه عامل مقاومت تکنیکال پیش‌روی شاخص کل، افزایش نرخ بهره بین‌بانکی پس از عقب‌نشینی سه هفته‌ای و نوسان دلار باعث شکلگیری فضای خروج در بورس تهران شده است.

روند پرنوسان بورس در روز یکشنبه

در معاملات روز گذشته بازار سرمایه، صف‌های فروش بر صف‌های خرید چیره شد به طوری که ارزش صف‌های خرید بازار ۱۲۲۲ میلیارد ریال و ارزش صف‌های فروش ۳۰۴۹ میلیارد ریال بود. شاخص بورس تهران در روز یکشنبه ۵ دی ماه، روندی پرنوسان داشت و در حالی که در ساعات ابتدای معاملات تا رقم یک میلیون و ۳۸۴ هزار واحد رسید، اما در ساعات میانی روندی نزولی به خود گرفت و تا رقم یک میلیون و ۳۷۹ واحد کاهش یافت. شاخص کل بورس نهایتا کار خود را درحالی به پایان برد که دوباره صعودی شده بود و به رقم یک میلیون و ۳۸۴ واحد رسیده بود. هرچند این صعود برای سبزپوشی تالار شیشه‌ای کافی نبود و در نهایت شاخص کل بورس به افت ۱۴۹۱ واحدی بسنده کرد.

در جریان معاملات روز یکشنبه، شاخص کل بورس تهران با کاهش یک هزار و ۴۸۹ واحدی به رقم یک میلیون و ۳۸۴ هزار واحد و شاخص کل با معیار هم‌وزن با یک هزار و ۶۳۶ واحد افزایش به رقم ۳۶۰ هزار و ۲۷۰ واحد رسید. در این روز بیش از ۵ میلیارد و ۴۵۶ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۳۶ هزار و ۹۸۵ میلیارد ریال در بورس اوراق بهادار تهران دادوستد شد. شاخص بازار اول، کاهش یک هزار و ۵۱۰ واحدی و شاخص بازار دوم، کاهش یک هزار و ۶۸۰ واحدی را تجربه کردند.

شرکت صنایع پتروشیمی خلیج فارس با یک هزار و ۱۴۵ واحد، شرکت پالایش نفت بندرعباس با ۶۷۰ واحد، شرکت مخابرات ایران با ۵۲۴ واحد، شرکت سرمایه‌گذاری تامین اجتماعی با ۴۲۵ واحد و شرکت ملی صنایع مس ایران با ۳۹۹ واحد بیشترین تاثیر مثبت را بر رشد شاخص کل داشتند. در سوی مقابل نیز شرکت فولاد مبارکه اصفهان با ۷۳۱ واحد، شرکت پتروشیمی نوری با ۵۲۹ واحد، شرکت ایران خودرو با ۳۸۳ واحد، شرکت سرمایه‌گذاری نفت و گاز و پتروشیمی تأمین با ۳۲۵ واحد و بانک تجارت با ۳۰۷ واحد با بیشترین تاثیر منفی بر شاخص کل همراه شدند.

همچنین گروه فرآورده‌های نفتی با ۴۳ هزار و ۳۳۱ معامله به ارزش ۳ هزار و ۸۲۶ میلیارد ریال، گروه فلزات اساسی با ۳۶ هزار و ۲۳۰ معامله به ارزش ۲ هزار و ۵۱۸ میلیارد ریال، گروه خودرو با ۴۳ هزار و ۴۱۵ معامله به ارزش ۲ هزار و ۵۱۶ میلیارد ریال، گروه چندرشته‌ای صنایع با ۳۵ هزار و ۱۸ معامله به ارزش ۲ هزار و ۳۷۶ میلیارد ریال و گروه شیمیایی با ۳۰ هزار و ۲۷۱ معامله به ارزش یک هزار و ۹۶۲ میلیارد ریال در صدر برترین گروه‌ها قرار گرفتند.

در آن سوی بازار سرمایه نیز شاخص کل فرابورس با کاهش ۱۵۸ واحدی به رقم ۱۸ هزار و ۶۵۷ واحد رسید و بیش از ۲ میلیارد و ۶۴۴ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۴۷ هزار و ۷۲۹ میلیارد ریال دادوستد شد. شرکت سنگ آهن گهرزمین با ۹ واحد، شرکت اعتباری ملل با ۵ واحد، بیمه اتکایی ایرانیان با ۴ واحد، شرکت نفت ایرانول با ۳ واحد و شرکت پالایش نفت لاوان با ۳ واحد بیشترین تاثیر مثبت را بر رشد شاخص داشتند. همچنین بیمه پاسارگاد با ۱۰۶ واحد، شرکت پتروشیمی زاگرس با ۱۸ واحد، پتروشیمی تندگویان با ۱۰ واحد، شرکت شرکت فرابورس ایران با ۵ واحد و شرکت صنعتی مینو با ۴ واحد بیشترین تاثیر منفی را بر رشد شاخص گذاشتند.

رویکرد مالیاتی برای شرکت‌های بورسی

پس از رونمایی از لایحه بودجه ۱۴۰۱ در میانه آذرماه بود که برخی از بندهای مبهم بودجه به ویژه نرخ خوراک صنایع بورسی، ابهام زیادی را برای سهامداران و اهالی بازار سرمایه به وجود آورد و همین امر به نوسان بیشتر بورس در نیمه دوم آذرماه دامن زد. در این راستا، وزیر اقتصاد در قالب یک بسته پیشنهادی ۱۰ بندی تلاش کرد تا این ابهامات را برطرف کند و در نهایت این بسته سیاستی موسوم به ۱۰ فرمان بورس یکشنبه هفته گذشته در جلسه ستاد اقتصادی دولت به تصویب رسید.

در این زمینه، یک کارشناس بازار سرمایه با اشاره به ۵ همت در جیب شرکت‌های بورسی با رویکرد مالیاتی لایحه بودجه می‌گوید: با توجه به رشد درآمد و سودآوری شرکت‌های بورسی در سال جاری، برآورد می‌شود در مجموع در حدود ۵ هزار میلیارد تومان از محل کاهش ضریب مالیاتی از ۲۵ به ۲۰ درصد به نفع شرکت‌های بورسی شود.

حسن کاظم‌زاده با بیان اینکه قانون‌گذار با اعمال معافیت‌های مالیاتی به دنبال اجتناب از صادرات محصولات خام و تشویق به ایجاد ارزش افزوده در داخل کشور است، به سنا می‌گوید: قانون‌گذار در ماده ۱۴۱ قانون مالیات‌های مستقیم ۱۰۰درصد درآمدهای حاصل از صادرات محصولات غیرنفتی و ... را معاف از مالیات دانسته و تنها ۲۰ درصد از درآمدهای محصولات خام را معاف از مالیات در نظر گرفته است. فارغ از انتقاداتی که درباره در نظر گرفتن برخی کالاها مانند پلی پروپیلن و پی وی سی به عنوان کالای خام یا نیمه خام وجود دارد، به نظر می‌رسد تهیه فهرست یادشده با رویکرد در نظر گرفتن کالاهایی با مازاد تقاضا در داخل کشور بوده است. او با اشاره به اینکه لایحه بودجه از سه جنبه مالیاتی شرکت‌های بورسی را تحت تاثیر قرار می‌دهد، توضیح می‌دهد: کاهش مالیات شرکت‌های تولیدی از ۲۵ درصد به ۲۰ درصد، حذف معافیت مالیاتی درآمد سپرده‌های بانکی برای اشخاص حقوقی و خروج برخی از کالاهای خام و نیمه‌خام (مطابق با فهرست اعلامی هیأت وزیران) از شمولیت معافیت مالیاتی درآمدهای صادراتی حوزه یادشده است. با توجه به اینکه درباره شرکت‌های پذیرفته شده در بورس انواع معافیت‌های مالیاتی وجود دارد و از طرف دیگر، انواع دیگر از معافیت‌ها مانند مناطق محروم و ... وجود دارد، محاسبه دقیق تاثیر کاهش ضریب اولیه مالیات از ۲۵ درصد به ۲۰ درصد برای کل شرکت‌های پذیرفته‌شده پیچیده است.

به گفته کاظم‌زاده، اگر کاهش ضریب مالیاتی در سال ۹۹ برای صنعت فولاد اجرا می‌شد، مالیات پرداختی شرکت‌های این گروه از ۵ هزار و ۳۰۰ میلیارد تومان به ۴ هزار و ۲۰۰ میلیارد تومان کاهش پیدا می‌کرد. به طور کلی، با توجه به رشد درآمد و سودآوری شرکت‌های بورسی در سال جاری، برآورد می‌شود در مجموع در حدود ۵ هزار میلیارد تومان از محل کاهش ضریب مالیاتی از ۲۵ به ۲۰ درصد به نفع شرکت‌های بورسی شود.

شناسه آگهی ۱۲۴۱۷۹۳

نوبت دوم

فراخوان مناقصه عمومی یک مرحله ای (همراه با ارزیابی کیفی) شماره ۱۷/ع/۱۴۰۰

بانک کشاورزی بر اساس قانون برگزاری مناقصات و بنابر آیین نامه اجرایی بند ج ماده ۱۲ قانون مذکور، در نظر دارد نسبت به برگزاری مناقصه عمومی یک مرحله ای همراه با ارزیابی کیفی به صورت فشرده، از طریق تامین کنندگان صاحب صلاحیت و دارای سوابق کاری در خصوص موضوع مناقصه در بستر سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) تحت شماره ۲۰۰۰۰۰۱۰۲۴۰۰۰۰۲۱ به شرح زیر اقدام نماید:

۱) نام و نشانی دستگاه مناقصه گزار: بانک کشاورزی به آدرس تهران، بزرگراه جلال آل احمد، نبش خیابان پاتریس لومومبا، پلاک ۲۴۷، ساختمان مرکزی، طبقه پنجم، اداره کل تدارکات و خدمات اجرایی

۲) موضوع مناقصه: تامین، طراحی و چاپ تعداد پنج میلیون عدد کارت خام بانکی

۳) مدت و محل اجرا: محل و مدت زمان انجام کار به شرح اسناد مناقصه می باشد.

۴) نوع و مبلغ تضمین شرکت در مناقصه: یک فقره ضمانتنامه بانکی مطابق آخرین فرمت بانک مرکزی (به غیر از بانک کشاورزی) دارای حداقل ۳ ماه اعتبار و یا واریز وجه به حساب شماره ۸۵۴۵۷۹۸۵۶ (قابل پرداخت در کلیه شعب بانک کشاورزی) به میزان ۳,۲۵۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال (سه میلیارد و دویست و پنجاه میلیون ریال) به نام اداره کل تدارکات و خدمات اجرایی بانک کشاورزی

۵) نحوه دریافت اسناد استعلام: کلیه مراحل برگزاری مناقصه از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند. پس از برگزاری فرآیند ارزیابی کیفی، از تامین کنندگان صاحب صلاحیت که حداقل امتیاز کیفی لازم را کسب نموده باشند جهت حضور درجلسه گشایش پاکات دعوت به عمل خواهد آمد.

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

۶) مهلت دریافت اسناد مناقصه: تاریخ انتشار فراخوان در سامانه ستاد روز شنبه تاریخ ۱۴۰۰/۱۰/۴ بوده و متقاضیان می توانند حداکثر تا ساعت ۱۶:۰۰ روز یکشنبه تاریخ ۱۴۰۰/۱۰/۱۲ اسناد استعلام ارزیابی کیفی واسناد مناقصه را از سامانه ستاد دریافت نمایند.

۷) مهلت ارسال ۴ پاکت (ارزیابی کیفی، الف، ب و ج): حداکثر تا ساعت ۱۴:۳۰ روز دوشنبه تاریخ ۱۴۰۰/۱۰/۲۷

۸) سایر موارد:

- فراخوان ارزیابی کیفی از طریق پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات http://iets.mporg.ir نیز اطلاع رسانی خواهد شد.
- هزینه فروش اسناد مناقصه ۱,۰۰۰,۰۰۰ریال می باشد.
- هزینه چاپ و نشر آگهی مناقصه (نوبت اول و دوم) بعهده برنده مناقصه میباشد.

م.الف ۳۱۸۸

اداره کل تدارکات و خدمات اجرایی

نوبت اول

شناسه آگهی : ۱۲۴۸۷۲۴

(حفاظت از منابع آب زیر زمین به منزله حفظ حیات است)

وزارت نیرو
شرکت آب منطقه ای کرمانشاه

فراخوان تجدید مناقصه عمومی

شرکت آب منطقه ای کرمانشاه در نظر دارد تجدید مناقصه انسداد چاههای غیر مجاز ، توقیف دستگاههای حفاری غیر مجاز به شماره (۲۰۰۰۰۰۱۲۳۲۰۰۰۰۲۲) را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید . لذا از شرکتهای دارای صلاحیت حداقل رتبه ۵ آب و یا ابنیه در صورت تمایل با توجه به مشخصات زیر دعوت می شود نسبت به تهیه اسناد مناقصه در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت اقدام نماید .

۱- مبلغ بر آورد اولیه : ۸،۹۹۰،۰۰۰،۰۰۰ (هشت میلیارد و نهصد و نود میلیون) ریال

۲- مبلغ تضمین : ۴۵۰،۰۰۰،۰۰۰ (چهار صدو پنجاه میلیون) ریال

۳- مدت اجرای عملیات : ۱۲ ماه

۴ - محل اجرای پروژه : سطح استان کرمانشاه

مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و باز گشایی پاکت‌ها از طریق درگاه سامانه الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مناقصه‌گران در صورت عدم عضویت قبلی ،مراحل ثبت نام در سایت مذکور ودریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند .

انتشار مناقصه در سامانه تاریخ ۱۴۰۰/۱۰/۶ می باشد .

مهلت زمانی دریافت اسناد مناقصه از سامانه : ساعت ۱۲مورخ ۱۴۰۰/۱۰/۶ لغایت ساعت ۱۲ مورخ ۱۴۰۰/۱۰/۱۳

زمان تحویل اسناد : ۱۴۰۰/۱۰/۲۳

زمان بازگشایی پاکات : ۱۴۰۰/۱۰/۲۵

اطلاعات تماس دستگاه مناقصه گزار جهت دریافت اطلاعات بیشتر در خصوص اسناد ارزیابی کیفی و ارائه پاکت‌ها: کرمانشاه - میدان سپاه پاسداران (نفت) بلوار زن _ ضلع غربی پالایشگاه _ شرکت آب منطقه ای کرمانشاه وتلفن ۰۸۳۳۸۳۷۰۱۳۵ و ۰۸۳۳۸۳۷۰۱۶۳

اصلاحات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه :

مرکز تماس : ۴۱۹۳۴- ۰۲۱ دفتر ثبت نام : ۸۸۹۶۹۷۳۷و ۸۵۱۹۳۷۶۸

م الف ۲۲۷۴

شرکت آب منطقه ای کرمانشاه

ناکامی طرح‌های فروش خودروسازان در تحقق وعده‌ها

به دنبال مشخص شدن نتایج بیست و هفتمین مرحله از طرح‌های فروش فوق‌العاده محصـولات ایران‌خـودرو پس از انجام فرآیند قرعه‌کشـی، ثبت درخواسـت بالغ بر ۳ میلیـون و ۵۳۱ هزار متقاضی برای چهار محصول این شـرکت با مجموع ظرفیت ۵۵۰۰ دستگاه، نشان می‌دهد که اختلاف قیمت خودروها در کارخانه و بازار آزاد آنقدر جذاب است که همگان را به مشارکت در این بخت‌آزمایی ترغیب می‌کند و در نتیجه، هدف اصلی برگزاری این طرح‌ها که اختصاص خودرو به مشتریان واقعی است، از واقعیت دور می‌شود. به گزارش ایسـنا، صبح روز شنبه ۴ دی ماه قرعه‌کشی برای مشخص کردن منتخبان بیست و هفتمین مرحله از طرح‌های فروش فوق‌العاده محصولات ایران‌خودرو برگزار شد. ثبت‌نام برای این طرح از روز سه‌شنبه هفته گذشته (۳۰ آذرماه) با عرضه چهار محصول سورن پلاس، رانا پلاس سقف شیشه‌ای، پژو ۲۰۷ دستی سقف شیشه‌ای و دنا پلاس توربوشارژ اتوماتیک با موعد تحویل حداکثر سه ماهه و قیمت قطعی به مرحله اجرا درآمد. متقاضیان به مدت سه روز (تا پایان روز پنجشنبه ۲ دی ماه) فرصت داشتند با مراجعه به سایت فروش اینترنتی محصولات ایران‌خودرو درخواست خود را برای خودرو موردنظر ثبت کنند.

نتایج حاصل از برگزاری طرح مذکور نشـان می‌دهد که در این مرحله، در مجمـوع ۳میلیون و ۵۳۱ هـزار و ۴۵۷ نفر برای ۵۵۰۰ دسـتگاه خودرو در قالب چهار محصول مذکور ثبت‌نام کردند که براسـاس آمار از میان مجموع شرکت‌کنندگان دارای شرایط و احراز هویت شده، ۲ میلیون و ۹۵ هزار و ۶۷۶ نفر برای خودرو پژو ۲۰۷ دستی پانوراما (سقف شیشه‌ای)، ۵۷۲ هزار و ۹۰۶ نفر برای سـورن پلاس با ظرفیت ۱۵۰۰ دستگاه، ۵۲۵ هزار و ۹۳۸ نفر برای خودروی رانا‌پلاس پانوراما با ظرفیت ۱۵۰۰ دستگاهی و ۳۳۶ هزار و ۹۳۷ نفر برای خودروی دنا پلاس توربو اتوماتیک با ظرفیت ۱۰۰۰ دستگاه شرکت کرده بودند. بر این اساس به ترتیب شانس برنده شدن برای محصول پژو ۲۰۷ دستی پانوراما ۱ به ۱۳۹۷، برای سورن پلاس ۱ به ۳۸۱، برای رانا پلاس پانوراما ۱ به ۳۵۰ و برای دنا‌پلاس توربو اتوماتیک ۱ به ۳۳۶ بوده است.

وسوسه‌برانگیز بودن شرکت در قرعه‌کشی‌ها

ایـن حجم از تقاضا نشـان می‌دهد که فاصله قیمـت مصوب خودروها برای عرضه محصولات از کارخانه تا بازار آزاد آنقدر وسوسـه‌کننده اسـت که چندان بی‌شـباهت به داسـتان کارت‌های بازرگانی بـه نام پیرزن‌ها و پیرمردهای روستایی در سال ۱۳۹۷ نیست. البته آنها بعضا بی‌خبر از این بودند که کارت بازرگانی به نام‌شان ثبت شده است، اما در طرح‌های فروش خودروسازان، هزاران راه برای خرید کدملی افراد واجد شرایط این طرح‌ها همچون حداقل سـن ۱۸ سـال، ارائه گواهینامه معتبر، عدم پلاک فعال انتظامـی برای فرد متقاضی یا حداقل فاصله ۴۸ ماهه از خرید (ثبت‌نام یا تحویل خودرو) از شرکت‌های ایران‌خودرو و سایپا وجود دارد.

جذابیت اختلاف بالای قیمتی خودروها از کارخانه تا بازار

البته این موضوع نیز بسیار شایع است که بسیاری از این ثبت‌نام‌کنندگان، متقاضیان واقعی خرید خودرو و برای مصرف شـخصی نیستند. افراد در این بخت‌آزمایی شانس خود را امتحان می‌کنند تا در صورت برنده شدن، خودرو را در بازار آزاد فروخته و سودی در این میان کسب کنند. به طور مثال در همین طرح اخیر ایران‌خودرو، رانا‌پلاس پانوراما با قیمت مصوب ۲۲۷ میلیون و ۶۲۳ هزار تومان عرضه شد که اختلاف قیمت ۷۱ میلیون تومانی با بازار آزاد (۲۹۸ میلیون تومان) دارد. دنا پلاس توربو اتوماتیک با خرید از کارخانه ۱۲۷ میلیون تومان ارزان‌تر تمام می‌شود. این خودرو در بازار آزاد ۵۲۰ میلیون تومان قیمت دارد و این درحالی اسـت که قیمت آن در کارخانه ۳۹۳ میلیون و ۹۵۶ هزار تومان تعیین شده است. سورن پلاس نیز که با قیمت ۲۴۰ میلیون و ۴۰۸ هزار تومان در طرح‌ها برای ثبت‌نام عرضه می‌شود، در بازار آزاد بالغ بر ۲۹۹ میلیون تومان قیمت دارد که سـودی ۵۹ میلیون تومانی برای فروشـنده‌اش خواهد داشت. همچنین پژو ۲۰۷ دستی پانوراما نیز با قیمت ۲۳۳ میلیون و ۵۰۳ هزار تومان قیمت‌گذاری رسمی شده است که با اختلاف حدود ۱۳۷ میلیون تومانی در بازار ۳۷۰ میلیون تومان قیمت دارد.

این مشارکت در بخت‌آزمایی در حالی است که برداشته شدن شرط الزام در رهن ماندن یک ساله خودروها نزد شرکت‌های خودروساز هم این مسیر خرید از کارخانه و فروش در بازار آزاد را راحت‌تر کرده است.

بنابراین این موارد نشـان می‌دهد که طرح‌های فروش خودروسازان که با هدف دسـتیابی مشـتریان واقعی به خودرو و حذف دلالان ایجاد شد، چندان در مسیر تحقق یا حداقل نزدیک به آن هم نیست. این موضوع از گلایه‌های مخاطبان ایسنا که اعلام می‌کنند بارها ثبت‌نام کرده‌اند اما برنده نشده‌اند، پرواضح است.

نماگر بازار سهام

برای ضربه به قاچاقچیان واردات مارلبرو را قانونی کنید

رئیـس انجمـن تولیدکننـدگان، صادرکننـدگان و واردکنندگان محصـولات دخانی ضمن انتقاد از حذف مرکـز برنامه‌ریزی و نظارت بر دخانیات از سـاختار جدید وزارت صنعت، معدن و تجارت، تصریح کرد در حال حاضر با کوچکترین تغییری در وضعیت تولید یا افزایش مالیـات دخانیات، حجم زیادی محصولات دخانـی برند مارلبرو و در کنار آن سـایر برندهای غیرقانونی به کشـور قاچاق می‌شود، بنابراین تولید مشـترک یا واردات قانونی این برند، علاوه بر ایجاد درآمد برای دولت به شبکه قاچاق ضربه وارد می‌کند. به گزارش ایسنا، محمدرضا تاجدار در نشسـتی خبری از رشـد ۱۴ درصدی تولید در ۹ ماهه اول امسال خبر داد و گفت: تولید سیگار در ۹ ماهه امسال به ۴۷ میلیارد و ۱۰۰ میلیون نخ رسیده، اما جزییات افزایش تولید نشان می‌دهد که این رشد بیشـتر مربوط به برندهای بین‌المللی بوده و تولید برندهای داخلی سـیگار یا ثابت مانده یا کاهش یافته اسـت. این موضوع متأثر از مالیات نخی سـیگار است که در ابتدای سال عنوان کردیم به ضرر تولیدکنندگان داخلی اسـت. وی همچنین از رشد ۹۸ درصدی تولید تنباکوی معسل و افت شـدید واردات آن در ۹ ماهه سال جاری خبر داد و تصریـح کرد: مجموعه تولیـد ۳۷۰۰ و واردات ۱۴۹ تنی تنباکو معسل در سال جاری فقط ۴۳ درصد از برآورد مصرف را تامین می‌کند و مابقـی نیاز کشـور یا از طریق واردات غیررسـمی یـا تولید تقلبی تامین می‌شـود. به گفته رئیس انجمن تولیدکنندگان، صادرکنندگان و واردکننـدگان محصولات دخانی در حـال حاضر ردیف‌های مالیات سـیگار شامل ماده ۷۳ قانون برنامه ششم که برای شرکت‌های داخل ۱۰ درصد و شـرکت‌های بین‌المللی ۲۵ درصد اسـت و همچنین ۱۵ درصـد مالیات بر ارزش افزوده، ۲ درصد حـق انحصار و مالیات نخی ۲۵۰ و ۵۰۰ هزار تومانی برای برندهای داخلی و خارجی است. تاجدار با بیان اینکه مالیات نخی ۵۰ درصد قیمت تمام‌شـده کالا را شـامل می‌شـود، تصریح کرد: اما با توجه به اینکه حاشـیه سود شرکت‌های بین‌المللی بالا اسـت، این مالیات تأثیری در تولید آنها ندارد، اما سود پایین شرکت‌های داخلی و سر به سر بودن آن، باعث می‌شود واحدهای تولیدی داخلی توان افزایش تولید نداشته باشند. وی همچنین از واریز ۲۵۰ میلیارد تومان به عنوان حق انحصار طی ۹ ماهه سال جاری خبر داد و گفت: طبق بودجه تا پایان سال باید به ۳۰۰ میلیارد تومان برسد، اما پیش‌بینی می‌شـود این رقم به ۵۰۰ میلیارد تومان برسـد. به طور کلی سـال گذشـته ۴.۵ درصد کل مالیات کشور به جز مالیات بخش نفت و فرآورده‌های نفتی مربوط به صنعت دخانیات بود. رئیس انجمن محصولات دخانی درباره مالیات سال آینده نیز گفت: مقرر شده مالیات سیگار در قالب قانون دائمی مالیات بر ارزش افزوده تجمیع شود و هر سال ۵ درصد به آن اضافه شود که در لایحه بودجه امسال هم بر همین اساس تصویب شده، اما امیدواریم در کمیسیون تلفیق شاهد تغییرات عجیب و غریب در این قانون نباشیم.

اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان قم پیشرو در اجرای طرح های ایمن سازی و صیانت از راهها و ابنیه فنی جاده ای

استان قم به دلیل موقعیت جغرافیایی و مذهبی پذیرای بیش از ۲۰ میلیون زائر و مسافر در طول سال است که با داشتن ۸ مسیر ورودی، کریدور ارتباطی ۱۷ استان کشور بوده و روزانه بیش از یکصد و هفتاد هزار خودرو در محورهای مواصلاتی استان قم تردد نموده و سالانه بیش از ۱۶۹ میلیون تردد در کل محورهای مواصلاتی استان صورت می گیرد که مسئولیت این اداره کل را در زمینه های خدمات حمل ونقل اعم از کالا و مسافر و ایمنی جاده ای صد چندان می کند.

لازم می دانم اشاره ای نیز به نقش راه و اهمیت آن داشته باشم زیرا همه ما به نحوی به راه وابسته هستیم و لذا می بایست درحفظ این ثروت با ارزش ملی کشورمان کوشا باشیم. راهها نقش حیاتی در رشد و توسعه ملی دارند. علاوه بر این راههای کشور با توجه به هزینه های ساخت آنها به عنوان یک ثروت ملی محسوب می شوند به گونه ای که ارزش راه‌های کشور بر اساس برآورد انجام شده در سال ۱۳۹۵ بیش از ۲۰۰ هزار میلیارد تومان است که درحال حاضر قطعا ارزش این ثروت ملی چندین برابر سال ۹۵ است. بنابراین برای حفظ این سرمایه ارزشمند تعمیر ونگهداری آنها از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. کیفیت نامناسب راهها موجب کاهش قابلیت جابه جایی ،افزایش قابل توجه هزینه های تعمیراتی وسایل نقلیه ،افزایش نرخ تصادفات جاده ای و هزینه های انسانی و مالی مرتبط با آن می شود که این موارد لزوم بهسازی ونگهداری راهها را دو چندان می کند. بر همین اساس علاوه بر عملیات جاری راهداری برای حفظ کیفیت سطح خدمات محورهای استان بهسازی محورهای قم – جعفریه ،قدیم قم – تهران ، سلفچگان – راهجرد و قم –نیراردر دستور کار این اداره کل قرار داشته و علی رغم مشکلات اعتباری با جدیت پیگیری می شود.

لازم است اشاره ای نیز داشته باشم به یکی از مهمترین پروژه های انجام شده توسط راهداری در استان که نقش بسیار موثری در کاهش حوادث جاده ای داشته است. تکمیل پروژه محور چهار خطه محور قدیم سلفچگان-ساوه در تاریخ ۹۸/۰۴/۲۴ به این اداره کل محول گردیدکه با عنایت به وجود سه نقطه پر تصادف در این محور (تقاطع جناب ،تقاطع تاج خاتون و پل راه آهن) با تامین اعتبار مورد نیاز عملیات اجرایی تکمیل این پروژه از بهمن ماه سال ۹۸ آغاز شده و با پیگیری مستمر صورت گرفته بحمدالله سال گذشته به بهره برداری رسید و سه نقطه حادثه خیز این محور حذف شد. از دیگر پروژه های مهم ایمنی در حال اجرا در استان که انشاء الله تا پایان سال جاری به بهره برداری خواهد رسید تکمیل طرح جایگزینی نیوجرسی های بتنی مفصلی به جای گاردریل های روفوژ میانی آزاد راه قم – تهران است که با هدف جلوگیری از عبور عرضی و برخورد رخ به رخ خودروهای عبوری طراحی شده و در حال اجرا است. این طرح در چهار فاز طراحی شده است که سه فاز آن تکمیل و فاز چهارم در حال اجرا ودر آینده نزدیک رو به اتمام است .

همچنین بهره برداری از پل سه دهانه روستای خور آباد در محور قم – کهک به طول ۴۵ متر و عرض ۱۱ متر با سه دهانه ۱۵ متری، از دیگر پروژه های مهمی است که در سال جاری به اتمام رسیده است.

در همین رابطه باید اشاره ای نیز به اقدامات صورت گرفته در راههای روستایی استان داشته باشم که در قالب طرح ابرار انجام گرفته است. در استان قم ۶۹۱ کیلومتر راه آسفالته روستایی وجود دارد که تقریبا بیش از ۹۸ درصد راههای روستایی بالای ۲۰ خانوار استان آسفالت است و در این بخش یکی از پیشگامان کیفیت راههای روستایی در کشور هستیم.در اینجا به مهم ترین این اقدامات اشاره ای می کنم:

- احداث چهار پل لوله ای درقالب طرح جهادی در محورهای روستایی گلستان بخش جعفریه/ چاهک وکهندان بخش خلجستان و حسین آباد میش مست در بخش مرکزی
- بهسازی و تعریض پل روستای آغالک

محور روستایی ونارج:

- به طول ۱.۵ کیلومتر

محور روستایی صفر آباد:

- به طول ۶کیلومتر

همچنین در طرح محرومیت زدایی از محورهای روستای استان در سال جاری برنامه‌ریزی لازم انجام شده است تا محورهای روستاهای فتح آباد بخش سلفچگان ،شریف آباد گاوخونی بخش جعفریه و روستای ونارج بخش کهک و صفرآباد بخش مرکزی بهسازی و ایمنی سازی گردد.

لازم می دانم درپایان سخنانم اشاره ای نیز داشته باشم به سامانه های اطلاع رسانی ۱۴۱ که به صورت تلفن گویا و ۲۴ ساعت آماده ارایه خدمات به کاربران جاده ومسافرین است. همچنین وب سایت اطلاع رسانی ۱۴۱ به آدرس (www.141.ir) امکان دریافت اطلاعات کامل راههای کشور در اختیار کاربران قرار خواهد داد.

از دیگر پروژه های در حال اجرای در استان می توان به موارد زیر اشاره کرد

ردیف	عنوان پروژه	پیشرفت‌فیزیکی
۱	بازیافت سرد آسفالت محور راهجرد-سلفچگان به طول ۸کیلومتر	۸۰
۲	بهسازی و روکش آسفالت قدیم تهران	۱۰۰
۳	بهسازی و روکش آسفالت قدیم کاشان	۷۰
۴	تکمیل چهارخطه سلفچگان-ساوه	۹۰
۵	بهسازی و روکش آسفالت بخشی از محور قدیم قم – تهران به طول ۱۴ کیلومتر	۱۰۰
۶	بهسازی رمپA تقاطع شهید ابو مهدی المهندس (رفت و برگشت)	۵۰
۷	عملیات بهسازی بزرگ راه سلفچگان – دلیجان به طول ۱۴ کیلومتر	۱۰۰
۸	بهسازی و روکش باند جنوبی کمربندی اراک(شاه جمال-۷۲ تن)	۹۵
۹	عملیات تکمیلی بهسازی و روکش آسفالت محور پردیسان-ورجان به طول ۴ کیلومتر	۳۰
۱۰	تکمیل ۱۲ کیلومتر از ۳۲ کیلومتر روشنایی محور سلفچگان – راهجرد	
۱۱	ایجاد پل باکسی در محور سلفچگان – راهجرد مقابل روستای راهجرد	
۱۲	احداث راه دسترسی نمایشگاه بین المللی	۳۵
۱۳	بهسازی محور جعفریه – قم باند برگشت به طول ۲۱/۵۰۰ کیلومتر	

پروژه های اولویت دار راهداری در استان در سال جاری را معرفی نمایید؟

ردیف	عنوان پروژه	محور	توضیحات
۱	بهسازی آسفالت بخشی از محور قم جعفریه	قم –جعفریه (برگشت)	به طول ۲۱ کیلومتر
۲	بهسازی آسفالت بخشی از محور قدیم قم - تهران	قم - تهران	به طول ۱۱ کیلومتر
۳	بهسازی آسفالت و اجرای روکش حفاظتی محور سلفچگان - راهجرد	سلفچگان -راهجرد	به طول ۱۴.۵ کیلومتر

رهبری

ارزیابی چشم‌انداز یک ساله وبلاگ برند با سوالات کلیدی

به قلم: دارن رُز
موسس و ویراستار وبلاگ پروبلاگر
ترجمه: علی آل‌علی

راه‌اندازی وبلاگ رسمی برای برند هرگز کار ساده‌ای نیست. بسیاری از برندها در این فرآیند با مشـکلات بسـیار زیادی رو به رو می‌شوند. درسـت به همین خاطر اغلب اوقات وبلاگ‌ها کمتر از یک سال دوام می‌آورند. اگر شما به خوبی توانسته‌اید وبلاگ برندتان را در طول یک سال نخست فعالیتش مدیریت نمایید، باید به شما تبریک گفت. با این حال هنوز کارتان در زمینه مدیریت موفق وبلاگ تمام نشـده اسـت. به عبارت بهتر، مدیریت یک وبلاگ همیشـگی اسـت. بنابراین شما باید همیشـه حواس‌تان به وضعیت وبلاگ برندتان باشد، در غیر این صورت فرصت کافی برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان‌تان را از دست خواهید داد.

هدف اصلی در این مقاله بررسـی برخی از مهمترین سوالات برای ارزیابی وضعیت وبلاگ برند در سال اول فعالیتش است. پس اگر شما هم یک سال اخیر را با انواع سختی‌ها برای مدیریت وبلاگ‌تان دست و پنجه نرم کرده‌اید، اکنون زمان ارزیابی شرایط به طور کامل فرا رسیده اسـت. در ادامه برخی از مهمترین سوالات در این رابطه را با هم مرور خواهیم کرد.

چه تعداد پست منتشر کردید و چقدر کارتان تداوم داشت؟

اولین سوالی که شما برای ارزیابی شرایط وبلاگتان باید خیلی خوب بدان پاسخ دهید، مربوط به تعداد پست‌هایی است که در آن بارگذاری کرده‌اید. بی‌شـک یک وبلاگ می‌تواند در طول سال اصلا هیچ پستی نداشته باشد. در این صورت شما نباید خودتان را کارآفرین یا بازاریاب موفقی قلمداد کنید. نکته مهم در این میان بارگذاری پست‌های فراوان با کیفیت بالاسـت. اگر هم کارتان تداوم لازم را داشـته باشد، تعداد بازدیدکنندگان‌تان در طول سال به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش پیدا خواهد کرد.

برخـی از بازاریاب‌ها فکر می‌کنند انتشـار چیزی نزدیک به ۲ هزار پست در طول یک سال موفقیت وبلاگ‌شان را تضمین خواهد کرد. در این صورت باید بگوییم که سخت دراشتباهید. آنچه در نهایت میزان کیفیت وبلاگ شما را مشخص می‌سازد، میزان تداوم‌تان در این مسیر سخت خواهد بود. بنابراین باید از همین ابتدا خودتان را به بارگذاری محتـوا برای بازه‌های زمانی طولانی عـادت دهید. در غیر این صورت تمام تلاش‌های‌تان در نهایت با ناکامی همراه خواهد شد.

اگـر وبلاگ شـما در طول یک سـال اخیر به طـور منظم و مداوم محتوا برای کاربران داشـته است، شـما عملکرد خوبی داشته‌اید و از اولین پرسـش ایـن مقاله با موفقیت عبور خواهید کـرد، در غیر این صورت برای سـال بعـدی کارتان باید تجدیدنظر اساسـی در کارتان صورت دهید.

تعداد دنبال‌کننده‌های ثابت خبرنامه برندتان چقدر است؟

یکی از نشـانه‌های موفقیت یک وبلاگ در زمینه جلب نظر کاربران و رشد سـریع مربوط به تعداد اعضای خبرنامه‌اش است. امروزه تمام وبلاگ‌ها برای بادیدکنندگان انواع پیشـنهادات مربوط به عضویت در خبرنامه‌شـان را ارائه می‌دهند. این امر در نهایت باید موجب افزایش تعداد اعضای خبرنامه برند شود. بنابراین اگر شما در برندتان خبری از اعضای تازه خبرنامه نیست، باید تجدیدنظر اساسی در نحوه فعالیت‌تان صورت دهید، در غیر این صورت شـرایط‌تان به طور مداوم بدتر از هر زمان دیگری خواهد شد.

اگر برند شما در طول یک سال اخیر رشد قابل ملاحظه‌ای در تعداد اعضای خبرنامه برند داشته است، این امر نشانه خوبی برای شما خواهد بود. نکته مهم اینکه شما باید همیشه به دنبال تاثیرگذاری حرفه‌ای بر روی مخاطب هدف‌تان باشید. این امر می‌تواند با تولید محتوای جذاب و مطابق با سـلیقه آنها صورت گیرد. در این صورت دلیلی برای عدم عضویت کاربران در خبرنامه برندتان باقی نخواهد ماند.

ترافیک وبلاگ‌تان تغییر کرده است؟

یک وبلاگ در روزهای ابتدایی راه‌اندازی‌اش ترافیک بسـیار پایین یـا حتی نزدیک به صفر دارد. این رقم باید پس از یک سـال فعالیت شما تغییر قابل ملاحظه‌ای پیدا کرده باشد، در غیر این صورت هرگز فرصت‌تان برای پیدا کردن موقعیتی مناسب در بازار تمام شده است.

بی‌شـک یک برند پس از یک سال فعالیت تیم بازاریابی‌اش بر روی وبلاگ رسمی باید تغییراتی را در این زمینه مشاهده کند. وقتی وبلاگ شما به هر دلیلی پس از یک سال تغییر خاصی نکرده است، باید دنبال اسـتفاده از تکنیک‌های دیگر باشید. اشتباه برخی از بازاریاب‌ها تلاش برای ادامه مسـیر بر همان روند گذشـته است. چنین امری می‌تواند وضعیت شما در تعامل با مشتریان را به شدت دشوار کند.

یادتان باشـد وبلاگ‌ها برای تاثیرگذاری بر روی کاربران همیشـه فرصت‌های محدودی دارند. بنابراین شما باید در طول یک سال زمانی که پیش روی‌تان قرار گرفته است، بهترین عملکرد را از خودتان نشان دهید. ارزیابـی نهایی در این زمینه باید افزایش ترافیک سـایت‌تان، دست‌کم به طور ملایم، را نشان دهد. وگرنه تمام تلاش‌ها و برنامه‌های شما بی‌نتیجه باقی مانده است.

کدام پست‌های‌تان از همه پرطرفدارتر بود؟

پسـت‌های پرطرفدار برای برندها پیام مشـخصی دارند. این امر به معنای علاقه کاربران به پسـت‌های شـما و تمایل‌شان برای مشاهده آنها در آینده است. با این حساب شما باید همیشه کارتان را با ارزیابی وضعیت برندتـان در این رابطه ادامه دهید، در غیر این صورت خیلی زود جذابیت برندتان برای مشـتریان پایان خواهد یافت. امروزه برخی از برندها در زمینه تعامل با مشتریان‌شـان همیشه به فکر سلیقه آنها هسـتند. یکی از نشـانه‌های اصلی این امر ارزیابی مداوم میزان علاقه کاربران به پسـت‌های مختلف وبلاگ برند اسـت. در این میان شـما حتی امکان اسـتفاده از انواع نظرسـنجی‌ها برای پی بردن به سلیقه اصلـی مخاطب هدف‌تان را نیز خواهید داشـت. بنابراین باید در این رابطه کاملا منطقی و براساس توجه به توسعه مداوم وبلاگ‌تان دست به عمل بزنید.

بی‌تردید توسعه یک وبلاگ برای برند امر ساده‌ای نیست. همین نکته بسیاری از بازاریاب‌ها را در این مسیر نگران می‌کند. اگر شما هم به دنبال برخی از راهکارها برای مدیریت هرچه بهتر وبلاگ رسمی برندتان هستید، همیشه سوالات مورد بحث در این بخش را مدنظر قرار دهید.

منبع: problogger.com

۹ راز موفقیت در اینستاگرام

به قلم: آنا سانبرگ
کارشناس بازاریابی
مترجم: امیر آل‌علی

امروزه اینسـتاگرام با توجه به این امر که تعـداد زیادی از برندها و افراد مشـهور را به سمت خود کشانده اسـت، از آن به عنوان مهمترین شبکه اجتماعی جهان نام برده می‌شود. در این زمینه نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که بستری نظیر یوتیوب، علی رغم تمامی جذابیت‌ها و مخاطبان بالاتری که دارد، چندان مناسب فروش نبوده و به همین خاطر برندها ترجیح می‌دهند که فعالیت اصلی خود را در اینستاگرام انجام دهند. با این حال علی رغم تمامی مزیت‌هایی که بررسی شد، برای کسب مخاطب و تجربه فروش بالا لازم است تا نکاتی را رعایت نمایید که در ادامه ۹ مورد منتخب آن را بررسی خواهیم کرد.

۱-بایو خود را کامل نمایید

نخستین موردی که مخاطب با آن مواجه خواهد شد، بخش بایو است و لازم اسـت تا به اولین تجربه مخاطب نسبت به صفحه خودتان توجه ویژه داشـته باشید. نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که شما با محدودیت ۱۵۰ کلمه‌ای مواجه خواهید بود. به همین خاطر تنها باید به ذکر حوزه فعالیت، آدرس سـایت و شعار برند بسنده نمایید. در این زمینه بهتر است که برند خود را با مهمترین ویژگی معرفی کنید. برای مثال اگر قدیمی‌ترین برند هستید، این موضوع می‌تواند یک نکته بسیار مهم باشد. در این رابطه بررسی اقدامات انجام شده از سوی سایر برندها و خصوصا رقبای مستقیم، می‌تواند راهنمای عمل بسیار خوبی باشد. در این راستا فراموش نکنید که تنها درج متن جذابیت نداشته و لازم است تا با استفاده از انواع ایموجی‌ها، فضای جذابی را ایجاد کنید. در این راسـتا اینسـتاگرام فضای چندانی برای یک بایو کامل را ندارد. به همین خاطر می‌توانید از ابزارهای جانبی اسـتفاده کنیـد. درواقع با این اقدام افراد با کلیـک بر روی آدرس مشخص شده، وارد صفحه‌ای خواهند شد که شما می‌توانید انواع اطلاعات نظیر آدرس دفتر مرکزی و فروشگاه‌ها را در نقشه نشان دهید. بدون شک چنین امری باعث خواهد شد تا افراد دید بهتری نسبت به شما پیدا کنند.

۲-اعتمادسازی را جدی بگیرید

با توجه به این امر که اعتمادسـازی به صورت کلی در زمینه فروش آنلاین به مراتب مهمتر از فروش حضوری اسـت، تمامی برندها نسبت به اهمیت آن آگاه هستند. با این حال مشکل اصلی در این بخش، عدم فعالیت مناسب است. در این زمینه با اقدامات تبلیغات مستقیم، ابدا نمی‌توانید نتایج مناسبی را به دست آورید. به همین خاطر ضروری است تا به دنبال تولید محتوا با استفاده از فرمت‌های مختلف باشید. در این زمینه اگر بخواهید براساس اولویت اقدام نمایید، محتوای ویدئویی مهمترین بخش محسـوب می‌شـود. در این زمینه نکته دیگری که باید به آن توجه داشته باشید این است که شما به تیم تولید محتوا نیاز خواهید داشت. همچنین لازم است تا به دنبال همکاری حرفه‌ای با اینفلوئنسرها باشید. در این زمینه نیز تبلیغ مستقیم از جانب آنها ابدا کاربردی ندارد و لازم اسـت تا در تولید محتواهای خود از آنها اسـتفاده کنید. از دیگر اقدامات مهم در زمینه اعتمادسازی این است که تعامل بالایی با مخاطبان خود داشته باشید. این امر باعث خواهد شد تا برند شما در ذهن مخاطب به خوبی ماندگار شود و رابطه‌ای فراتر از یک ارتباط اقتصادی شکل گیرد.

۳-از بخش استوری بیشترین استفاده را داشته باشید

درواقع امروزه بخش اسـتوری بیشترین توجهات را به سمت خود جلب کرده اسـت. علت این امر نیز به این خاطر است که استوری حالت پخش خـودکار دارد و افراد می‌توانند بدون نیاز به حرکت، تمامی محتواهای این بخش را مشاهده کنند. در این راستا شما باید به دنبال ایجاد استوری‌های متنوع و جذاب باشـید و بر تعامل نیز تاکید نمایید. خوشـبختانه در این بخش اینسـتاگرام با انواع اسـتیکرها و فیلترها، امکانات لازم را مهیا کرده است. نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که هیچ روشی تا ابد نتایج اولیه خود را به همراه نخواهد داشت. به همین خاطر شما همواره باید به دنبال ترندها باشید و اقدامات جدید را مورد توجه قرار دهید. با این اقدام حتی در درازمدت نیز برای مخاطبان خود تکراری نخواهید شـد. با دنبال کردن افراد خبره در زمینه اینستاگرام، بدون شک می‌توانید این نیاز اطلاعاتی خود را به بهترین شکل پاسخ دهید.

۴-قابلیت خرید اینستاگرام را فعال کنید

از دیگر مواردی که باید مورد توجه قرار دهید این است که بخش خرید را در صفحه خود راه‌اندازی کنید. این موضوع باعث می‌شـود تا افراد به راحتی بتوانند ضمن مشاهده قیمت، خرید خود را نهایی کنند. این امر در حالی است که در حالت عادی افراد باید این کار را از طریق دایرکت انجام دهند که حتی چند دقیقه تاخیر شـما در پاسخگویی ممکن است باعث شود تا مخاطب به صورت کامل از نهایی کردن سـفارش منصرف گردد. این مرحله تا حدودی سخت بوده و لازم است تا اقداماتی را انجام دهید که زمانبر است. با این حال پس از آن می‌توانید انقلابی در زمینه میزان فروش خود شـاهد باشید. برای درک بهتر این موضوع توصیه می‌شود که چند نمونه را مشاهده کنید.

۵-برای هر فعالیت خود فراخوان عمل داشته باشید

نمونه ساده این اقدام سوال کردن در پایان محتواها است که باعث خواهد شد تا افراد به واکنش نشان دادن سوق پیدا کنند. با این حال برای بیشترین اسـتفاده از این بخش نیاز اسـت که تنوع بالاتری را داشته باشید. درواقع توصیه می‌شود که این بخش را با اقداماتی نظیر انواع چالش‌ها و مسابقات همراه سـازید تا در نهایت بتوانید نتایج خوبی را به دسـت آورید. در این زمینه در بخش استوری ابزارهای خوبی نظیر نظرسنجی وجود دارد که از نمونه‌های فراخوان عمل محسوب می‌شود.

۶-از قابلیت ریلز غافل نشوید

امکانات جدید معمولا در ماه‌های نخست، بیشترین توجه را به سمت خود جلب می‌کنند. در این راستا جدیدترین امکان اینستاگرام قابلیت ریلز است که به صورت مسـتقیم برای رقابت با تیک تاک عرضه شده است. درواقع تجربه بسـیار موفق شبکه نوظهور چینی، باعث شده است تا اینستاگرام و یوتیوب، به دنبال راهکاری برای مقابله باشند. در این زمینه در ریلز، امکانات متنوع و جذابی برای تولید ویدئوهای کوتاه وجود دارد که می‌تواند جذابیت اقدامات شـما را چندین برابر کند. با این حال این نکته را به خاطر داشته باشـید که هر برندی باید تیم تولید محتوا داشته باشد و ابدا سعی نکنید بدون دانش و اطلاعاتی کافی، در این زمینه فعالیت داشـته باشید. درواقع رقابت در شبکه‌های اجتماعی به حدی رسیده است که شما در هر حوزه، با ده‌ها رقیب مواجه هسـتید. به همین دلیل مخاطب ابدا به شما محدود نخواهد بود و بدون فعالیت حرفه‌ای، عملا شانسی را نخواهید داشت.

۷-از اطلاعات قدیمی استفاده کنید

یکی از اشـتباهات رایج افراد این اسـت که از اطلاعات قدیمی استفاده نمی‌کنند. درواقع شـما باید بدانید که در گذشته چه اقدامات نتیجه‌بخش و ناموفقی را داشـته‌اید. همچنین با این اقدام می‌توانید مخاطبان قدیمی خود را شناسـایی کرده و برنامه‌ریزی مجدد برای جلب نظر دوباره افرادی را داشته باشید که دیگر شما را دنبال نمی‌کنند. با این اقدام شما می‌توانید فرصت‌های جذب مخاطب جدید را به خوبی داشـته باشید. در این راستا اطلاعات شما هیچ‌گاه نباید کنار گذاشته شود. درواقع شما باید یک سیستم نگهداری اطلاعات را داشته باشید. با این حال داده خام ابدا کاربرد نداشته و استفاده از آنها سخت است. به همین خاطر توصیه می‌شود که آنها را به صورت آمار و جدول درآورید.

۸-از کمپین اینستاگرام استفاده کنید

در این بخش شـما با تعیین مکان خود، وارد نوعی سـئوی محلی می‌شوید که باعث خواهد شد تا شانس دیده شدن شما برای مخاطبان هدف، به مراتب بیشتر شود. همچنین اینستاگرام با شبکه مادر خود فیس‌بوک نیز تعامل بالایی دارد و می‌توانید همزمان پست‌های خود را در این شبکه نیز به اشتراک گذاشته و از مخاطبان پرکاربرترین شـبکه جهان نیز اسـتفاده کنید. درواقع شما باید میان فعالیت‌های خود در بخش‌های مختلف نظیر سایت با صفحه اینستاگرام خود، پیوندهای لازم را ایجاد نمایید. در کنار این موضوع برای فراموش نشدن محتواهای قدیمی از اسـتراتژی بازنشر و قابلیت راهنما استفاده کنید. در کنار تمامـی این مسـائل، برخـی از نرم‌افزارهای جانبی وجود دارد که شـما را در مدیریـت بهتر صفحـات کمک خواهند کرد. برای مثال برخـی از آنها، امکان ارسال خودکار پیام و شناسایی مخاطبان هدف را در اختیار شما قرار می‌دهند.

۹-تنها به فضای مجازی محدود نشوید

نکته آخری که باید به آن توجه داشـته باشید این است که خود را تنها به اینسـتاگرام محدود نکنید. درواقع بسـیاری از اقدامـات وجود دارد که می‌توانید از اینسـتاگرام به عنوان فضایی برای پوشـش خبری آن استفاده کرده و با این طرز فکر، از نهایت امکانات موجود استفاده کنید. برای مثال می‌توانید همسـو با کمپین اینترنتی، همایش حضوری هم داشته باشید و بتوانید میزان فروش خود را چندین برابر نمایید.

منبع: socialmediaexaminer.com

آگهی دعوت مجمع عمومی فوق العاده

تاریخ انتشار:۱۴۰۰/۱۰/۰۶

بدینوسیله از کلیه اعضاء محترم شرکت تعاونی مصرف کارگران شوفاژکار دعوت به عمل می‌آید تا در مجمع عمومی فوق العاده نوبت دوم که در روز جمعه مورخه ۱۴۰۰/۱۰/۱۷ رأس ساعت ۱۲:۰۰ در محل رستوران شوفاژ کار تاکستان به آدرس: تاکستان بخش مرکزی تاکستان-خ شهرک صنعتی شامی شاب خ جاده قزوین- زنجان پ۰- طبقه همکف کدپستی: ۳۴۸۱۳۹۵۷۳۳ تشکیل می گردد با در دست داشتن برگه سهام یا دفترچه عضویت حضور بهم رسانند.

ضمنا طبق ماده ۱۹ آئین نامه نحوه تشکیل مجامع عمومی مصوب ۱۳۸۷/۳/۹ هر یک از اعضاء تعاونی می تواند نماینده تام الاختیاری (از میان اعضاء تعاونی و یا خارج از آنان) برای حضور در مجمع و اعمال رأی تعیین نماید. تعداد آرای وکالتی هر عضو حداکثر ۳ رأی و هر شخص غیر عضو یک رأی خواهد بود.

ضمنا وکالتنامه های عادی می بایست با حضور وکیل و موکل یک روز بعد از انتشار آگهی مذکور تا یک روز قبل از تشکیل مجمع به غیر از ایام تعطیل در محل دفتر شرکت به نشانی تاکستان-خ شهرک صنعتی شامی شاب خ جاده قزوین- زنجان پ۰- طبقه همکف کدپستی: ۳۴۸۱۳۹۵۷۳۳ تنظیم و توسط هیات مدیره/ بازرس یا بازرسان بررسی و تأیید شود و مجوز ورود به مجمع صادر گردد در غیر این صورت وکالتنامه رسمی حضور در مجمع میبایست به تأیید یکی از دفترخانه های اسناد رسمی رسیده باشد.

دستور جلسه:
۱-اصلاح ماده ۴ اساسنامه (تغییر حوزه عملیات تعاونی)
۲-اصلاح ماده ۶ اساسنامه (تغییر نشانی شرکت تعاونی)

امضاء رئیس هیات مدیره

آگهی دعوت مجمع عمومی عادی بطور فوق العاده

تاریخ‌انتشار:۱۴۰۰/۱۰/۰۶

بدینوسیله از کلیه اعضاء محترم شرکت تعاونی کشاورزی و تامین کننده نیاز مرغداران صداقت تاکستان دعوت به عمل می‌آید تا در مجمع عمومی عادی بطور فوق العاده نوبت دوم که در روز جمعه مورخه ۱۴۰۰/۱۰/۱۷ رأس ساعت ۱۲:۰۰ در محل دفتر شرکت تعاونی به نشانی: استان قزوین، شهرستان تاکستان، بخش مرکزی، شهر تاکستان، محله خیابان امام خمینی، خیابان امام خمینی، کوچه رسالت بیست و هشتم، پلاک ۹، ساختمان دانه تاک طبقه همکف کدپستی: ۳۴۸۱۹۴۳۷۷۱تشکیل می گردد با در دست داشتن برگه سهام یا دفترچه عضویت حضور بهم رسانند.

ضمنا طبق ماده ۱۹ آئین نامه نحوه تشکیل مجامع عمومی مصوب ۱۳۸۷/۳/۹ هر یک از اعضاء تعاونی می تواند نماینده تام الاختیاری (از میان اعضاء تعاونی و یا خارج از آنان) برای حضور در مجمع و اعمال رأی تعیین نماید. تعداد آرای وکالتی هر عضو حداکثر ۳ رأی و هر شخص غیر عضو یک رأی خواهد بود.

ضمنا وکالتنامه های عادی می بایست با حضور وکیل و موکل یک روز بعد از انتشار آگهی مذکور تا یک روز قبل از تشکیل مجمع به غیر از ایام تعطیل در محل دفتر شرکت به نشانی: استان قزوین، شهرستان تاکستان، بخش مرکزی، شهر تاکستان، محله خیابان امام خمینی، خیابان امام خمینی، کوچه رسالت بیست و هشتم، پلاک ۹، ساختمان دانه تاک طبقه همکف کدپستی: ۳۴۸۱۹۴۳۷۷۱ تنظیم و توسط هیات مدیره/بازرس یا بازرسان بررسی و تأیید شود و مجوز ورود به مجمع صادر گردد در غیر این صورت وکالتنامه رسمی حضور در مجمع میبایست به تأیید یکی از دفترخانه های اسناد رسمی رسیده باشد. همچنین کسانی که داوطلب تصدی سمت هیات مدیره یا بازرسی تعاونی هستند حداکثر یک هفته پس از انتشار آگهی فرصت دارند با مراجعه به دفتر تعاونی به نشانی فوق الذکر نسبت به ارایه مدارک و تکمیل فرم پذیرش کاندیداتوری اقدام نمایند.

دستور جلسه:
۱-گزارش هیئت مدیره و بازرس یا بازرسان
۲-طرح و تصویب صورت مالی سال ۹۹
۳ -اتخاذ تصمیم نسبت به افزایش سرمایه در حدود قوانین و مقررات

امضاء رئیس هیات مدیره

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

برابر رای شماره ۱۴۰۰۶۰۳۱۸۰۱۸۰۰۳۵۲۴ - ۱۴۰۰/۰۸/۱۵ 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 خلیل پرندوار فومنی فرزند یداله بشماره ملی ۲۶۶۸۰۰۴۲۷۶ در ششدانگ یک باب خانه و محوطه با کاربری مسکونی به مساحت ۲۵۰ متر مربع مجزی شده از پلاک ۵۱ فرعی از سنگ ۳ اصلی واقع در قریه رودبرده بخش ۱۲ گیلان که برای آن پلاک شماره ۳۰۲۵ فرعی در نظر گرفته شده خریداری از مالک رسمی رجبعلی قنبری 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 انقضای مدت مذکور و عدم اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۰/۱۰/۲۰ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۰/۱۰/۰۶

۲۵۶۴ م الف **علی کاظمی پاکدل - رئیس ثبت اسناد و املاک**

۸۸

آگهی اطلاع از رای عدم افراز قسمتی از پلاک ۹۱۳/۱۷۶۵ واقع در بخش ۷-اهواز

نظر به اینکه محمد بستانی مالک مشاعی در ششدانگ پلاک ۹۱۳/۱۷۶۵ بخش ۷ -اهواز بطرفیت فریده اهوازیان به نسبت سه دانگ مشاع از ششدانگ و مهین بستانی به نسبت یک دانگ مشاع از ششدانگ دیگر مالکین مشاعی درخواست افراز سهم مشاعی خود را باستناد قانون افراز و فروش املاک مشاع مصوب آذر ماه ۱۳۵۷ را نموده و با توجه به نامه شماره ۱۴۰۰۰۰۶۰۷۵-۱۴۰۰/۰۸/۳۰ شهرداری منطقه هفت اهواز که اعلام نموده پلاک فوق با توجه به مقررات شهرداری ،شرایط افراز و تفکیک را ندارد لذا پس از گزارش موضوع بموجب شماره ۲۲۷۶۶۶۷۰۵-۱۴۰۰/۰۹/۰۸ نظر رئیس ثبت بشرح بین الهلالین جهت اطلاع مالکین مشاعی آگهی میگردد (((با توجه به اینکه اداره ثبت طبق ماده ۱۰۱ اصلاحی قانون شهرداری ها افراز املاک را پس از تایید شهرداری و طبق نقشه هایی که به تایید شهرداری رسیده اقدام می نماید و شهرداری منطقه ۷- اهواز بموجب نامه شماره ۱۴۰۰۰۰۶۰۷۵-۱۴۰۰/۰۸/۳۰ اعلام داشته که پلاک ۹۱۳/۱۷۶۵ بخش ۷ -اهواز با توجه به ضوابط شهرداری قابل افراز نمیباشد لذا افراز از ناحیه اداره ثبت محل بعلت مخالفت شهرداری مقدور نمی باشد)) فلذا مراتب طی این آگهی به دیگر مالکین مشاعی اطلاع تا چنانچه نسبت به رای عدم افراز معترض میباشند ظرف مدت ده روز پس از تاریخ انتشار اعتراض خود را به مراجع قضایی تسلیم و رسید دریافت نمایند .

تاریخ انتشار:۱۴۰۰/۱۰/۰۶ — شماره م/الف ۵/۱۸۴۵

سرپرست واحد ثبتی حوزه ثبت ملک اداره یک اهواز – حسین برون

هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

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

برابر رای شماره ۱۴۰۰۶۰۳۱۸۰۰۱۰۰۲۵۵۸ مورخ ۱۴۰۰/۰۹/۱۶ موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ناحیه یک رشت تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای حسن صداقت مدیری به شناسنامه شماره ۲۳۲۷۲ کد ملی ۲۵۹۰۳۴۱۱۶۴ صادره از رشت فرزند کاس در ششدانگ یک باب خانه و محوطه به مساحت ۱۶۹.۳۰ متر مربع به شماره پلاک فرعی ۱۱۹۰ از پلاک شماره ۹ فرعی از اصلی ۲۸۳۸ واقع در کوی ناصربه بخش ۱۱ گیلان حوزه ثبت ملک ناحیه یک رشت به نام مالک رسمی اولیه سردار حاجتی مدارایی، احراز مالکیت متقاضی نسبت به ملک مورد تقاضا و انتقال ملک از مالک رسمی به متقاضی 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 انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۰/۱۰/۰۶ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۰/۱۰/۲۱

۲۷۱۲ م الف **رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه یک رشت- سیدمحمدفرزانه شال**

۱۳۹

مفقودی

سند برگ سبز و سند خودروی سواری سایپا SE ۱۳۱ مدل ۹۴ به شماره موتور ۵۲۹۶۴۵۳ و شماره شاسی NAS۴۱۱۱۰۰E۳۵۷۶۶۴۸ به شماره انتظامی ۵۹۲ د ۵۲ ایران ۸۹ بنام مصطفی مقیم بیگی مفقود و از درجه اعتبار ساقط می باشد.

در جلسه کمیسیون کشاورزی اتاق بازرگانی تبریز بررسی شد؛

سرمایه‌گذاری برای کشت‌های جایگزین و ایجاد کمربند سبز در اطراف دریاچه ارومیه

آذربایجان شـــرقی – ماهان فلاح: کمیسیون کشاورزی، صنایع غذایی، آب و محیط زیست اتاق بازرگانی تبریز با موضوع بررسی سرمایه گذاری برای کشت های جایگزین و ایجاد کمربند سبز در اطراف دریاچه ارومیه تشکیل جلسه داد.

جلسه کمیسیون کشاورزی، صنایع غذایی، آب و محیط زیست اتاق بازرگانی تبریز با دســـتور جلسه بررسی سرمایه‌گذاری برای کشت‌های جایگزین و ایجاد کمربند ســـبز در اطراف دریاچه ارومیه در اتاق تبریز برگزار شد. رئیس کمیسیون کشاورزی اتاق تبریز در این جلسه با بیان این که دریاچه ارومیه، زمانی بیســـت و پنجمین دریاچه بزرگ جهان و پنجمین دریاچه بزرگ آب شور جهان با جزایر متعدد بود، گفت: حیات وحش جزایر دریاچه ارومیه، زیبایی خاصی به آن داده بود و اگر دریاچه حفظ می شد، فرصتی بی نظیر برای بخش گردشگری و شناساندن ایران به جهان و همچنین منبعی جهت ارزآوری برای کشور بود.

امکان پذیر بودن احیای دریاچه ارومیه با روش های مدرن

قاسم قویدل افزود: برخلاف کمبود نزولات آسمانی و مشکل کمبود آب در حوزه آبریز دریاچه ارومیه، استفاده غیراصولی و غیرقانونی از آب موجود به عمل می آید. چنان که کشت های غیراصولی و احداث دوهزار و ۳۵۰ هکتار باغات در سه سال اخیر با محاسبه هزینه و فایده، جز اتلاف منابع آبی فایده ای دربر نداشته است.

وی با تاکید بر این که راهکارهای زیادی برای احیای دریاچه ارومیه پیشنهاد شده است، گفت: احیای دریاچه ارومیه با دانش امروزی و روش های مدرن امکان پذیر است و حصول به احیای دریاچه، مستلزم همت دولت، تشـــکل ها و عموم ذینفعان منطقه است و ستاد احیای دریاچه ارومیه تلاش های زیادی در زمینه احیای دریاچه انجام داده ولی جهت حصول به نتیجه مطلوب، فعالیت های این ستاد باید بیش از پیش دارای

جدیت و مداومت باشـــد. رئیس کمیسیون کشاورزی اتاق تبریز برنامه کمیسیون کشـــاورزی اتاق را تشویق و ترغیب سرمایه گذاران به انجام کشت های جایگزین و کم آب بر و ایجاد کمربند سبز در اطراف دریاچه عنـــوان کرد و گفت: به عنوان مثال، ســـرمایه گذاری در بخش چوب و ســـلولز با توجه به اهمیت و ارزش اقتصادی این محصولات، می تواند تا احیای کامل دریاچه به عنوان مانع و فیلتر هوا عمل کند و همچنین برنامه ریزی در تناوب کشـــت و برداشـــت و بازگشت سرمایه می تواند انگیزه مضاعفی برای سرمایه گذاری باشد.

اهمیت مشارکت جوامع محلی در احیای دریاچه ارومیه

رئیس بنیاد ملی گندمکاران کشـــور نیز بـــا بیان این که نظر جوامع محلی، تمرکز مدیریت هماهنگی ستاد احیای دریاچه ارومیه در سازمان محیط زیســـت است، اظهار کرد: از طرف تشکل های بخش کشاورزی استان و کشور با معاون اول رئیس جمهور به عنوان رئیس ستاد احیای درچه ارومیه برای محول کردن مسئولیت دفتر منطقه ای ستاد به اداره کل محیط زیست استان مکاتبه شد و در عرض ۶ ماه اخیر که این امر به وقوع پیوسته است، راه گشاترین راهکارها برای احیای دریاچه از سوی این اداره کل ارائه شده است. عطاءالله هاشمی، هوشمندسازی کنتورهای چاه های آب، تعاونی ســـازی آب کشاورزی، لایروبی آجی چای، اتصال زرینه رود به سیمینه رود و مشارکت جوامع محلی را در ثمر بخش شدن سیاست های احیای دریاچه ارومیه ضروری دانست.

لزوم مدیریت واحد و مقتدر در احیای دریاچه ارومیه

قهرمان زارع، کارشناس سدسازی و معاون سابق برنامه ریزی قرارگاه خاتم الانبیا نیز با اشاره به لزوم مدیریت واحد و مقتدر در احیای دریاچه ارومیـــه گفت: انتقال آب از یک حوزه آبریز به حوضه دیگر و پروژه های کلانی که در این زمینه در کشـــور انجام شده و همچنین روند اجرایی طرح احداث تونل انتقال آب از رودخانه زاب به دریاچه ارومیه که توسط قرارگاه خاتم الانبیا اجراء شده و در شرف اتمام است را می توان از جمله اقدامات و توان مهندسی قرارگاه خاتم الانبیا دانست.

وی ادامه داد: علاوه بر مشـــکل دریاچه ارومیه، مشـــکل جنگل های ارســـباران به دلیل عدم بهره برداری اصولی از معادن در استان مشاهده می شود که باید از سوی متولیان، برای حل این موارد برنامه ریزی شود.

نقش به سزای تشکل های مردم نهاد در احیای دریاچه ارومیه

قنبری، دبیر خانه کشـــاورز آذربایجان شرقی نیز افزود: تشکل های مردم نهاد حتی زمانی که ســـتاد احیای دریاچه ارومیه تشکیل نشده بود، نســـبت به انجام وظیفه شهروندی خود در زمینه حفظ ثروت های طبیعی و انتقال آن به نســـل های آینده به همراه کشـــاورزان و اهالی منطقه فعال بوده اند. وی ضمن ابراز امتنان از فعالیت های ستاد احیای دریاچه ارومیه، از عدم تخصیص کامل اعتبارات مصوب ستاد و وقفه در روند احیاء و عدم انجام وظایف محوله ســـتاد از جانب برخی سازمان ها و تشکل ها انتقاد کرد.

آیت‌الله نوری همدانی:

اقدامات شهرداری قم بسیار ارزشمند است

قم- خبرنگار فرصت امروز: مرجع تقلید شیعیان گفت: مجموعه مدیریت شـــهری در سطح شهر قم کارهای زیادی انجام داده و خدمت کردن در این شهر بســـیار ارزشمند است. به گزارش شهرنیوز، آیت‌الله حسین نوری همدانی در دیدار با دکتر سیدمرتضی سقائیان نژاد شهردار قم اظهار داشـــت: به برکت انقلاب اسلامی چهره کشور ما تغییر کرده و زیرســـاخت‌های اولیه مانند برق، آسفالت و برق به روستاهای کوچک نیز رســـیده و همیشـــه باید قدردان این نظام باشیم. وی با بیان اینکه قبل از انقلاب، کشور در تمام عرصه‌ها وابسته بود، اما بعدازآن مسئولان با خودباوری و اعتمادبه‌نفـــس و بدون تکیه‌بر آمریکا اقدامات بزرگی را انجام داده‌اند، گفت: امروز مشـــکلاتی در کشور وجود دارد که ریشه آن به دشـــمنان بازمی‌گردد؛ در دنیای کنونی آمریکا سعی می‌کند جایگاه کدخدایی خود را حفظ کند و کشورهای دیگر و به‌ویژه مسلمانان را به جان هم بیندازد. مرجع تقلید شیعیان یادآور شد: یکی از دلایل پیشرفت و آبادانی کشـــورهای اروپایی، سرقت منابع طبیعی و ثروت کشورهای دیگر است که باعث شـــده آن‌ها قدرتمند و برخی سرزمین‌های دیگر فقیـــر بماند. وی با تأکید بر صبر در برابر مشـــکلات و گرفتاری‌ها، ابراز کرد: مشـــکلات جامعه بشری به حدی زیاد است که فقط با ظهور امام زمان(عج) برطرف می‌شود، چراکه مستکبران هیچ‌وقت از مرکبی که بر آن سوار شده‌اند پیاده نخواهند شد. استاد برجسته حوزه علمیه با تأکید بر اینکه این انقلاب از بین نخواهد رفت و این مســـیر هرسال و هرروز هموارتر و روشـــن‌تر خواهد شد، افزود: با سلاح آمریکا، پول عربستان و مجری‌گری اسرائیل، کشورهای اسلامی به جان هم افتاده‌اند. وی با اشاره به نارضایتی‌های مردم فرانسه از دولت مستقر نیز، خاطرنشان کرد: مردم فرانســـه امروز از دست اقدامات امانوئل مکرون به ستوه آمده‌اند. آیت‌الله نوری همدانی اضافه کرد: اصل در اســـلام مردم و مردم‌ســـالاری است؛ قرن‌ها هرچه که ارباب و کدخدا در یک روستا یا منطقه فرمان می‌داد، همان بود و مردم به‌حساب نیامده و تحقیر می‌شدند و در عقب‌ماندگی به ســـر می‌بردند. وی با تأکید مجدد بر اینکه اصل در اســـلام مردم و

مردم‌سالاری است، گفت: در منشور و نامه سیاسی امام علی(ع) به مالک اشتر از مردم به‌عنوان ستون دین و سپر در برابر دشمن یادشده و توجه و خدمت به مردم همواره باید موردتوجه باشد. مرجع تقلید شیعیان ادامه داد: بر مبنای منشور سیاسی امام علی(ع) به مالک اشتر، مسئولان باید در دسترس عموم مردم باشند و ایجاد پرده بین مسئول و مردم در منطق امیرالمؤمنین(ع) جایگاهی ندارد. وی با تقدیر از اقدامات شهرداری قم در سال‌های گذشته، بر تغییر چهره شهر اشاره کرد و گفت: شهرداری قم برای رفت‌وآمد آسان و با سهولت افراد سالمند به حرم مطهر برنامه‌هایی را در نظر داشته باشد.

کمیته «نفت و گاز» ستاد انرژی استان در شرکت گاز خراسان رضوی تشکیل شد

مشهد- صابر ابراهیم بای: با حضور معاون هماهنگی امور عمرانی اســـتانداری خراسان رضوی و مدیران عامل شرکت بهره برداری نفت و گاز شـــرق، شرکت پالایش گاز شهید هاشمی نژاد، شرکت گاز استان و روسای منطقه ۴ عملیات انتقال گاز و پخش فرآورده‌های نفتی منطقه خراسان رضوی جلسه کمیته نفت و گاز «کمیته سوخت» ستاد انرژی استان به میزبانی شرکت گاز برگزار شد. مجید خدایی در این نشست که روز پنجشنبه دوم دی ماه ۱۴۰۰ در سالن تعالی اداره مرکزی شرکت گاز استان برگزار شد گفت: شـــرکت های خدماتی حوزه انرژی باید از سیاست های توسعه شـــهری، روستایی و صنعتی استان آگاه باشند تا بتوانند موازی این اقدامات خدمت رسانی را انجام دهند. معاون هماهنگی امور عمرانی استانداری خراسان رضوی با بیان این مطلب که اثر این هم افزایی به وضوح در خدمت‌رسانی به بخش های مختف استان دیده می شـــود افزود: تقاضای ما از مدیران تدوین برنامه‌های کوتاه مدت، میان مدت و بلند مدت با رویکرد آمایش ســـرزمین است. خدایی اظهار کرد: برنامه های تدوین شـــده در هر بخش باید شفاف و قابلیت اندازه گیری

داشته باشد و به تصویب شورای برنامه ریزی و توسعه استان برسد. در ابتدای این نشست حسن افتخاری مدیرعامل شرکت گاز استان و دبیر کمیته به ارایه گزارشی از روند و آخرین وضعیت گازسانی به بخش های مختلف استان پرداخت و گفت: خراسان رضوی دارای دومیلیون و ۵۰۰ هزار مشـــترک در بخش های مختف مصرفی است. وی افزود: در حال حاضر ۹۹,۹ جمعیت شـــهری و حدود ۹۶ درصد خانوار واجد شـــرایط روستایی استان از گازطبیعی بهره مند هستند و پیش بینی می کنیم با تکمیل و بهره برداری طرح های در حال اجرا ضریب نفوذ گاز بخش روستایی اســـتان نیز به بالای ۹۹ درصد ارتقا یابد. در ادامه این جلسه، مدیران حاضر به ارایه برنامه های دارای اولویت خود بمنظور گذر از فصل زمستان پرداختند و مقرر شد با توجه به آغاز فصل سرما و هماهنگی در اجرای برنامه های سالجاری بعنوان برنامه های کوتاه مدت و نیز تدوین برنامه های عملیاتی میان مدت و بلند مدت اســـتان در حوزه سوخت جلســـات کمیته بصورت هفتگی و با جدیت برگزار شود. گفتنی است؛ علی‌اصغر اصغری مدیر شرکت پخش فرآورده‌های نفتی منطقه خراسان رضوی هم در بخشـــی از این نشست گزارشـــی از روند تامین سوخت نیروگاهها و صنایع استان در زمستان ۱۴۰۰ را ارائه کرد. همچنین محمد کامل، فرشید خیبری و یحیی فیضی مدیران منطقه ۴ عملیات انتقال گاز و شرکت نفت و گاز شرق و شرکت پالایش گاز شهید هاشمی نژاد نیز طی گزارشی آخرین وضعیت حوزه کاری خود را بیان کردند.

مطالبه استاندار آذربایجان شرقی از دستگاه‌های فرهنگی؛

تبیین اقدامات و دستاوردهای دولت با ظرفیت‌های فرهنگی و رسانه‌ای

آذربایجان شرقی – ماهان فلاح: اســـتاندار آذربایجان شرقی با اشاره به سیاســـت‌ها و تدابیر بودجه‌ای و ارزی دولت سیزدهم ازجمله هدف‌گیری رشد اقتصادی ۸ درصد، تکیه بر توان داخلی، انضباط نظام مالی، عدالت در توزیع امکانات و افزایش بهره‌وری و ســـرمایه‌گذاری، بر فعال کردن همه ظرفیت‌های فرهنگی و رســـانه‌ای اســـتان در راستای امیدآفرینی و تبیین اقدامات و دســـتاوردهای راهگشای دولت در حوزه بهبود معیشت مردم تأکید کرد. عابدین خرّم در جلسه شورای فرهنگ عمومی اســـتان که به ریاســـت نماینده ولی فقیه در اســـتان و ارتباط تصویری با دبیر شـــورای فرهنگ عمومی کشـــور برگزار شـــد؛ با بیان اینکه ایجاد فاصله بین مردم و مســـئولان، دست‌یابی به اهداف انقلاب را دشـــوارتر می‌کند، افزود: دولت سیزدهم با تکیه بر آرمان‌های انقلاب اســـلامی و ارتباط نزدیک و بی‌واســـطه با مردم به میدان آمده و حرف و عمل این دولت بر مبنای اعتماد متقابل بین مردم و مســـئولان است. وی خاطرنشان کرد: پیش‌شـــرط این اعتماد، همکاری صمیمانه میان دولت و ملت خواهد بود؛ ما باید با مردم سخن بگوییم، اقدامات خود را تبیین کنیم و از نقطه‌نظرات کارشناسی بهره جوییم و مردم را در اجرا و حتی آسیب‌شناســـی تصمیمات مشارکت بدهیم. استاندار آذربایجان شرقی با تأکید بر اینکه هر تصمیم مهم و موثری در جامعه، نیازمند اقناع

افکارعمومی است، افزود: بالاترین سطح اقناع و متقاعدسازی، حفاظت از باورهای درونی اســـت؛ به‌طوری که بتوانیم باور آحاد مردم را دربرابر آماج حملات فرهنگی و رسانه‌ای دشمن محافظت کرده و رضایت آنها را نسبت به نتایج تصمیمات، رخدادها و فرآیندهای اجتماعی جلب کنیم. خرّم با اشـــاره به اینکه غفلت از تقویت زیرســـاخت‌ها و ابزار فرهنگی و رسانه‌ای در سال‌های گذشته، پیشبرد امور را با موانعی روبرو کرده است، افزود: ما در میدان جنگ نابرابر فرهنگی و رســـانه‌ای و به عبارت دیگر جنگ شـــناختی قرار داریم؛ این وضعیت باید برای همه مسئولان قابل فهم باشد و لازم است از ابزار سالم و موثری در این زمینه برخوردار باشیم. استاندار آذربایجان شرقی در ادامه بر تبیین تدابیر ارزی و بودجه‌ای دولت و رویکردهای استانی در این زمینه تأکید کرد و گفت: این موضوع باید به عنوان دستور کار ویژه شـــورای اطلاع رسانی استان قرار گیرد. وی، تولید و پخش میزگردهای تخصصی، استفاده از توان علمی دانشگاه‌ها در قالب کرسی‌های علمی، تولید گزارش‌های خبری برای تبیین اهداف و راهکارهای بهبود معیشت عمومی و بهره‌مندی از هنرمندان برای به تصویر کشیدن فرصت ها و ظرفیت‌های سرمایه‌گذاری استان را از دیگر راهکارهای تبیین سیاست‌های دولت برشمرد. خرّم همچنین بر فعال کردن روابط عمومی دســـتگاه های اقتصادی استان برای نقش آفرینی در نهضت تبیین اقدامات و دســـتاوردهای دولت با هماهنگی شـــورای هماهنگی روابط عمومی‌ها تأکید کرد و گفت: رویکرد غالب در این زمینه، امیدآفرینی و مقابله با خط سیاه‌نمایی رسانه‌های بیگانه خواهد بود. وی، گفتمان‌ســـازی با رویکرد مسأله‌محوری و اقتصاد دانش‌بنیان در سطح دانشگاهیان و فعالان اقتصادی استان را نیز مورد تأکید قرار داد و گفت: کارشناسان خبره حوزه دیپلماسی، رویکرد دیپلماسی مرزی و سیاست متوازن همســـایگی و معرفی تبریز به عنوان محور تعاملات فرهنگی و اقتصادی با کشورهای همجوار را در رسانه‌ها تبیین کنند.

با حمایت آبفای استان اصفهان صورت گرفت؛

سامانه جامع تحقیقات صنعت آب و فاضلاب کشور رونمایی شد

اصفهان- قاسم اسد: سامانه جامع تحقیقات صنعت آب و فاضلاب کشور در آبفای استان اصفهان طراحی و راه اندازی شد.

در این سامانه که به سفارش دفتر تحقیقات و توسعه فناوری شرکت مهندســـی آب و فاضلاب کشور طراحی شده است، اطلاعات پژوهشی شـــرکت های آب و فاضلاب به صورت یکپارچـــه و مدون ذخیره می شـــود تا از انجام تحقیقات تکراری که منجـــر به اتلاف فرصت و صرف هزینه های زیاد می شـــود، جلوگیری به عمل آید. در این سامانه علاوه بر بارگذاری نیاز صنعت آب و فاضلاب کشـــور بـــه طرح ها و پژوهش های خاص، پژوهشگران نیز می توانند طرح های تحقیقاتی خویش را با جزییات ومشـــخصات کامل ثبت کنند. برای طراحی و اجرای سامانه جامع تحقیقات صنعت آب و فاضلاب بیش از دو سال زمان صرف شده و کارشناسان و مدیران صنعت آب و فاضلاب، پژوهشگران و شرکت های دانش بنیان می توانند از طریق نشـــانی Research.nnw.ir وارد این سامانه شـــده و از نیازهای تحقیقاتی صنعت آب و فاضلاب، طرح های انجام شـــده یا درحال اجرا، پایان نامه ها، مقالات، کتاب ها، اختراعات و اخبار پژوهشی مطلع شوند. گفتنی است سامانه جامع تحقیقات صنعت آب و فاضلاب کشور همزمان با جشنواره پژوهش و فناوری وزارت نیروبا حضور علی اکبر محرابیان وزیر نیرو رونمایی شد.

اخبار

شهردار رشت در جلسه با وزیر کشور:

اصلاح قانون مدیریت یکپارچه شهری – ساماندهی فاضلاب و احیاء رودخانه‌ها

رشت- خبرنگار فرصت امروز: سید امیر حسین علوی شهردار رشت در حاشیه یکصد و دوازدهمین نشست مجمع شهرداران کلانشهرهای ایران که به میزبانی شهرداری تهران برگزار شد با احمد وحیدی وزیر کشور دیدار و گفتگو کرد. به گزارش واحد خبر مدیریت ارتباطات و امور بین الملل شهرداری رشت - سید امیر حسین علوی شهردار رشت در جریان شرکت در یکصد و دوازدهمین نشست مجمع شهرداران کلانشهرهای ایران که به میزبانی شهرداری تهران در روزهای دوشـــنبه ۲۹ و سه‌شنبه ۳۰ آذر ماه ۱۴۰۰ برگزار شد با احمد وحیدی وزیر کشور و دیگر مدیران عالی رتبه پایتخت دیدار و گفتگو کرد. در این جلسه شهردار رشت موضوعاتی نظیر اصلاح قانون مدیریت یکپارچه شهری را به عنوان یک ضرورت مهم برای کلیه شهرداریها خواستار شد و عنوان کرد: شهرداری رشت برای پیشگیری از وقوع بحرانهای احتمالی به مساعدتهای وزارت کشور و سایر وزارتخانه‌ها و سازمانهای زیر مجموعه نیاز مبرم دارد. سید امیر حسین علوی در این جلسه همچین درخواست تعیین حدود وظایف شهرداریها و وزارت نیرو در محدوده شهرها به ویژه در بحث ساماندهی فاضلاب و احیاء رودخانه‌ها را خواستار شد و تصریح کرد: شهرداری نهادی عریض و طویل با خدماتی بسیار متنوع محسوب می‌شود اما بدون شک اهداف بزرگی همچون ساماندهی فاضلاب و احیاء رودخانه‌ها به تنهایی از عهده این دستگاه خارج است و دستگاههای متولی باید در این زمینه به مســـئولیت خطیر خود عمل نمایند. شـــایان ذکر است وزیر کشور نیز در این جلسه ضمن استماع سخنان و دغدغه‌های شهردار رشت بر لزوم حل و فصل مشکلات شهرداری در حوزه‌های مختلف و اتخاذ تصمیماتی اثرگذار در این زمینه تاکید کرد.

به همت شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان و در راستای عمل به مسئولیت‌های اجتماعی؛

تعداد ۵۰۰ بسته نوشت افزار میان دانش آموزان کم برخوردار شهر لالی توزیع شد

اهواز – شبنم قجاوند: شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان با اهدا و توزیع ۵۰۰ بســـته نوشـــت افزار میان دانش آموزان کم برخوردار زیر پوشش کمیته امداد امام خمینی (ره) شهر لالی، گامی دیگر در عمل به مسئولیت های خود برداشـــت. در نخستین مرحله ی توزیع بسته های نوشت افزار توسط این شـــرکت در سال تحصیلی جاری ، تعداد ۵۰۰ بسته نوشت افزار شامل کیف - دفتر خط دار و نقاشی - بسته مداد رنگی - خط کش - تراش - مداد سیاه و مداد قرمز - خودکار و جا مدادی اختیار کمیته امداد امام خمینی (ره) لالی قرار گرفت تا میان دانش آموزان کم برخوردار و زیر پوشش این نهاد حمایتی توزیع گردد . این بسته ها که در راستای عمل به مسئولیت های اجتماعی این شرکت تهیه گردیده ، امروز و طی مراسمی به دانش آموزان زیر پوشش این نهاد اهدا شد . لازم به توضیح است که پیش از این و طی سالهای ۱۳۹۶ تا ۱۳۹۹ ، شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان در راستای عمل به مسئولیت های اجتماعی اش تعداد ۱۳۲۵۰ بسته نوشت افزار را تهیه و با همکاری اداره های کمیته امداد امام خمینی (ره) ، بهزیستی و آموزش و پرورش شهرهای مسجدسلیمان - لالی - هفتکل و اندیکا میان دانش آموزان کم برخوردار توزیع نموده است .

انعقاد تفاهم‌نامه همکاری بین شهرداری اراک و پلیس راهور

اراک- فرناز امیدی: شـــهردار اراک پیشنهاد داد: تفاهم نامه همکاری بین شهرداری، صدا و ســـیما و اداره راهنمایی و رانندگی در راستای فرهنگ‌سازی منعقد و به دنبال آن کمیته مشـــترک بین شـــهرداری و اداره پلیس راهنمایی و رانندگی و شـــورای اسلامی شهر نیز در راستای مدیریت علمی تشکیل شود. علیرضا کریمی در نشستی با رئیس پلیس راهنمایی و رانندگی استان مرکزی با اشاره به وجود احساس مسئولیت و رسالتی که این نهاد و شهرداری به عنوان حامی حقوق شهروندان دارد، اظهار کرد: می‌توانیم با اندیشه‌ورزی مشترک و بر اساس ظرفیت مشخصی که هر کدام از این دو نهاد دارند و البته درکنار ساختار قانونی تحت عنوان شورای ترافیکی اراک در راستای رفع معضلات گام‌های اساس برداشت. وی افزود: در مدیریت شهری مهمترین رسالت ما تبیین و ترویج فرهنگ و فرهنگ‌سازی است و این مهم باید از دوران کودکی همراه با تبلیغ صحیح نهادینه شود. شهردار اراک بیان داشت: با توجه به اهمیت فرهنگ هیچ گونه محدودیتی بر تخصیص بودجه کافی در این حوزه نباید وجود داشته باشد، شهرداری اهمیت بالایی برای فرهنگ سازی در زمینه هوشمندسازی سامانه حمل و نقل شهری قائل است و نیز تلاش خود را در جهت اجرا و تحقق این مهم به کار گرفته است. کریمی پیشنهاد داد: تفاهم نامه همکاری بین شهرداری، صدا و سیما و اداره راهنمایی و رانندگی در راستای فرهنگ‌سازی منعقد و به دنبال آن کمیته مشترک بین شهرداری و اداره پلیس راهنمایی و رانندگی و شورای اسلامی شهر نیز در راستای مدیریت علمی تشکیل شود. سرهنگ سید علی حسینی، رئیس پلیس راهنمایی و رانندگی استان مرکزی در این نشست گزارش جامعی از معضلات و کاستی‌های معابر و ترافیکی در نقاط متعدد و مهم شهر اراک مطرح کرد و گفت: نقاط حادثه خیز، پارکینگ عمومی، توقف وانت بارها، نحوه مدیریت ناوگان حمل و نقل عمومی بالاخص تاکسی‌ها و همچنین آمار درصد تصادفات، تخلفات، سوانح از مهمترین معضلات ترافیکی شهر است.

بازدید فرماندار بوشهر از پروژه های فعال تولیدی و صنعتی در شهرک صنعتی این شهرستان

بوشهر – خبرنگار فرصت امروز: رحیمی فرماندار بوشهر به همراه جمعی از مدیران وکارشناسان ، ازپروژه های تولیدی واقع در شهرک صنعتی بازدید نمود به گزارش روابط عمومی فرمانداری شهرستان بوشهر: «صالح رحیمی» فرماندار شهرستان بوشهر بهمراه جمعی از مسئولین وکارشناسان از چند واحد تولیدی واقع در شهرک صنعتی بازدید نمود. رئیس کارگروه تسهیل و رفع موانع تولید شهرستان در این بازدید گفت:مدیریت خوب و استفاده از نیروی توانمند را می توان از جمله عوامل موفقیت یک مجموعه برشمرد.اگر واحدهای تولیدی، اراده و توان داشته باشند قطعا و به طور جد از سوی مسئولان مورد حمایت واقع خواهند شد. فرماندار بوشهر در این بازدید با استماع مسائل ومشکلات مدیران واحدهای تولیدی گفت: بررسی مسائل ومشکلات بنگاه های تولیدی با رویکرد حمایت و رونق تولید درکارگروه رفع موانع تولید شهرستان پیگیری خواهد شد. نماینده عالی دولت در این شهرستان در این بازدید بیان داشت: فعالیت هرچه بیشتر واحدهای تولیدی در شهرک صنعتی می تواند در جهت شکوفائی اقتصادی و تحقق شعار سال باشد. وی با تاکید بر تعامل وحمایت دستگاههای اجرایی وبانک ها از جریان تولید افزود: اولویت اصلی مجموعه مدیریت شهرستان، حمایت همه جانبه از بخش تولید و اشتغال است ، همواره در خدمت تلاشگران عرصه تولید باقی خواهد ماند، در این راستا از هرگونه کمکی دریغ نخواهیم کرد.

حضور سرپرست شرکت گاز استان مازندران در مرکز سامانه سامد و پاسخگویی به سوالات و تماس های مردمی

ساری – دهقان : سرپرست شرکت گاز استان مازندران، با حضور در سامانه الکترونیکی ارتباط مردم و دولت (سامد) از طریق خط ارتباطی ۱۱۱ به سوالات و تماس های مردمی پاسخ داد. به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی شـــرکت گاز استان مازندران؛ در راســـتای اجرای نظام نامه مدیریت ارتباطات مردمی در بستر سامد و در جهت تحقق مصادیق حقوق شهروندی و پاسخگویی به درخواست ها و مشکلات هموطنان عزیز و ایجاد فرصتی یکسان برای همه اقشار جامعه با هدف ارتباط مستقیم تلفنی با مسئولین و مدیران دستگاه های اجرایی، "دکتر قاســـم مایلی رستمی" سرپرست شرکت گاز استان مازندران با حضور در مرکز سامانه ارتباط مردم و دولت (سامد)، از طریق تلفن ۱۱۱ بصورت مستقیم پاسخگوی تماس هم استانی های عزیز بود. سرپرست شرکت گاز استان مازندران با اشاره به اینکه خدمت‌رسانی به مردم با اتمام عملیات گازرسانی به پایان نمی‌رسد،گفت: خدمت به مردم تحت هر شرایطی از اهداف عالیه شرکت گاز استان مازندران محسوب می شود و این شرکت با حرکت به سوی کیفی‌سازی خدمات، برنامه‌های گسترده‌ای را در جهت افزایش رضایتمندی مشترکین به انجام رسانده است. وی افزود: ایجاد بستری مناسب برای برقراری ارتباط دو سویه و تنگاتنگ بین مسئولان و مردم به عنوان پل ارتباطی بین مردم و دولت است، بدین منظور که مردم بتوانند در کوتاهترین زمان و با ساده ترین روش و ابزار ممکن مشکلات خود را با مسئولان مربوطه مطرح و پاسخ مرتبط را دریافت کنند.

تقدیر و تشکر فرمانده سپاه نینوا گلستان از مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان

گرگان- خبرنگار فرصت امروز: فرمانده سپاه نینوا گلستان طی ارسال لوحی از مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان تقدیر و تشکر نمود.سرتیپ دوم پاسدار علی ملک شاهکویی فرمانده سپاه نینوا گلستان، طی ارسال لوحی از مهندس علی اکبر نصیری مدیرعامل شرکت توزیع نیروی استان به جهت شرکت در سومین رویداد تخصصی تولید محتوا دیجیتال فعالان مجازی بسیج استان گلستان تقدیر و تشکر نمود.در بخشی از این پیام آمده است :از آنجایی که قدمی شایسته در راستای اعتلای و پیشبرد اهداف انقلاب اسلامی برداشته اید، به رسم احترام و اکرام این لوح به پاس خدمات شما حضور جنابعالی تقدیم می گردد.

۷ اقدام متفاوت بازاریاب‌های موفق

به قلم: فرانک استرانگ
کارشناس بازاریابی و فروش
مترجم: امیر آل‌علی

در رابطه با افراد موفق در هر زمینه‌ای، همواره این مورد مطرح شـده اسـت که آنها اقداماتی را به شـیوه متفاوت انجام می‌دهند. درواقع دلیل اصلی تفاوت آنها با دیگران و اختلاف سطح موجود نیز به همین خاطر است. با توجه به این امر که مسئله فروش برای هر برندی مهمترین خواسته محسوب می‌شود. طبیعی است که یادگیری از بهترین‌های حوزه فروش، یک خواسـته بسـیار مهم باشـد. با این حال در این زمینه نظرات متفاوت بوده و کارشـناس‌ها ممکن اسـت عقایدی داشته باشند که با واقعیت موجود، تفاوت دارد. به همین خاطر بهترین اقدام این است که موارد انتخابی حاصل مصاحبه و پیدا کردن موارد مشترک باشد. در این راستا هفت اقدام متفاوت بازاریاب‌های موفق را بررسی خواهیم کرد.

۱-تمایل به مدیریت تجربه مشتری

یکی از راهکارهای مهم در زمینه فروش این است که تجربه استفاده از محصول توسط مشتریان خود را با دیگران به اشـتراک بگذارید و مرحله بالاتر این اسـت که افراد به صورت خودجوش این اقدام را انجام دهند. این امر در حالی است که بازاریاب‌های جهانی، در تلاش برای مدیریت این جریان هستند تا تجربه مشتری در مسـیر موردنظر آنها باشد و بتوانند از این بخش نهایت اسـتفاده تجاری را ببرند. این موضوع تنها زمانی امکان‌پذیر خواهد بود که برنامه‌ریزی درستی را داشته باشید.

۲-ایجاد نیازهای جدید

در حالی که بسـیاری از بازاریاب‌ها به دنبال شـناخت نیازهای حال حاضر و پیش‌بینی موارد آتی هستند. بازاریاب‌هـای حرفـه‌ای نیازهای مدنظر خود را در جامعه هدف ایجاد می‌کننـد. درواقع آنها نمی‌توانند روند فروش را برحسـب احتمالات در نظر بگیرند و می‌خواهند تا فروش به حداکثر ممکن برسد. به همین خاطر ضروری است تا مدیریت خواسته‌ها را در دست گرفته و نیازهایی را ایجاد کنند که همسو با نوع محصولات است. این موضوع اگرچه ممکن است زمانبر باشد، با این حال شرکت را در حاشیه‌ای امن و موفقیتی طولانی مدت قرار می‌دهد.

۳-تمرکز بر روی خلاقیت

کپی‌برداری از اقدامات موفق دیگران به یک عادت در هر زمینه‌ای تبدیل شده است. درواقع در فروش نیز اکثر بازاریاب‌ها به دنبال پیدا کردن موارد جدید و موفق دیگران هستند. این امر در حالی است که حرفه‌ای‌ها تمرکز خود را بر روی اقدامات نوآورانه و خلاقانه خود قرار می‌دهند. درواقع خلاقیت باعث می‌شود که حتی از یک اقدام بیش از حد رایج، موردی را مطرح کنید که جذابیت باورنکردنی دارد.

۴- کنار گذاشتن نگاه کلی

درواقع بازاریاب‌های حرفه‌ای این نکته را به خوبی درک کرده‌اند که افراد با یکدیگر تفاوت‌هایی را دارند و به همین خاطر نگاه کلی ابدا نتیجه‌ای را به همراه نخواهد داشت. همین امر باعث می‌شود تا آنها نگاه کلی را که مورد توجه جدی بازاریاب‌های دیگر قرار دارد، کنار گذشته و برای جذب هر مشتری، برنامه‌ریزی مناسبی را پیاده‌سازی نمایند. این امر اگرچه سخت و زمانبر محسوب می‌شود. با این حال باعث خواهد شد تا درصد جذب مشتری به ازای فعالیت‌ها، به مراتب بیشتر شود و بتوانید جذب حداکثری داشته باشید.

۵-توجه ویژه به جدیدترین تکنولوژی‌ها

معمولا بازاریاب‌ها تمایل دارند که خود را در حصار عادت قرار دهند. برای مثال آنها ابزاری را مورد استفاده قرار می‌دهند که به آن عادت کرده و تصور می‌کنند که این امر باعث خواهد شـد تا سـرعت انجام کار برای آنها به مراتب بیشـتر شـود. با این حال فراموش نکنید که بازارهای جدیدتر، امکانات بیشتری را هم دارند و اشـتباهات موارد قبلی در آنها، اصلاح شده است. به همین خاطر نیز بازاریاب‌های حرفه‌ای، به صورت مداوم به دنبال پیدا کردن تکنولوژی‌های جدید و استفاده از آنها هستند تا از زمان خود بتوانند بهترین استفاده را داشته باشند.

۶-بررسی سریع آمارها

بازاریاب‌هـای حرفه‌ای به خوبی از ارزش داده‌ها آگاه بـوده و می‌دانند که حتی یک روز به تاخیر انداختن بررسـی آنها، می‌تواند فرصت‌ها را نصیب برندی دیگر نمایـد. به همین خاطر آنها به صورت مداوم داده‌ها را تبدیـل به آمارهای کاربردی می‌کنند و این موضوع باعث می‌شـود تـا تصمیماتی کاملا مطابق با واقعیت و وضعیت حال حاضر بازار داشته باشند.

۷-توجه به کار تیمی

در شرایطی که بسیاری از افراد بر این باور هستند که نباید روش‌های کار خود را به دیگران آموزش داد و تنهایی کار کردن به معنای رسـیدن بهتر به اهداف اسـت. بازاریاب‌های حرفه‌ای به اهمیت تیم توجه داشته و می‌دانند که همه کارها را نمی‌توانند به تنهایی انجام دهند و تلاش در این زمینه تنها باعث خواهد شد تا کیفیت و سرعت انجام کارها کاهش پیدا کند. به همین خاطر نیز آنها از کمک به دیگران و تقسیم وظایف واهمه نداشته و این امر باعث می‌شود تا از شر بسیاری از اقدامات کم‌اهمیت، رهایی پیدا کنند و به صورتی تخصصی در حوزه‌های حیاتی متمرکز بمانند.

منبع: business۲community.com

فرصت امروز
روزنامه مدیریتی - اقتصادی
| دوشنبه | ۶ دی ۱۴۰۰ | شماره ۱۹۳۰ | صفحه ۸ |
صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز
مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی
چاپ: هنر سرزمین سبز
دفتر مرکزی: مطهری، خیابان علی‌اکبری، پلاک ۱۱۵
دفتر مرکزی: ۸۸۳۱۷۷۳۸
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۳۲۰۹۶۰
آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS
WWW.FORSATNET.IR
INFO@FORSATNET.IR

ترندهای تبلیغاتی برای دوران پساکرونا

به قلم: رومن وروبلیوسکی
کارشناس بازاریابی و تبلیغات
ترجمه: علی آل‌علی

همه‌گیری کرونا به طور قابل ملاحظه‌ای دنیای تبلیغات را دسـتخوش تغییر کرده است. اگرچه هنوز هم این ویروس و بحران همه‌جانبه دست از سر کسب و کارها برنداشته است، اما شـرایط در مقایسه با گذشته از ثبات و پایداری بیشتری برخـوردار اسـت. همین امـر امیدواری‌ها نسـبت به امکان بهینه‌سـازی فرآیند بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف از طریق ترندهای خلاقانه بازاریابی و تبلیغاتی را بیشتر کرده است.

هدف اصلی در این مقاله بررسی برخی از ترندهای مهم و کاربردی برای تبلیغات در دوران پساکروناست. اگر شما هم تمایل به ازسـرگیری فرآیند تبلیغات برندتان در سال آینده دارید، ترندهای مورد بحـث در این مقاله برای‌تان کاربردی خواهد بود. در ادامه برخی از مهمترین ترندهای تبلیغاتی در سال پیش روی را با هم مرور خواهیم کرد.

افزایش محبوبیت فرمت صوتی

فرمـت صوتـی در طـول سـال‌های اخیـر طرفدارهای بسـیار زیادی پیدا کرده اسـت. براسـاس گزارش موسسه eMarketer، ۸۸ درصد از بازاریاب‌ها در شـش ماه پایانی سـال کنونی تمرکزشان را بر روی نوآوری از طریق محتوای تبلیغاتی صوتی گذاشـته‌اند. این امر به خوبی اهمیت جلب نظر مشتریان با این فرمت را نشان می‌دهد.

اگـر پیش از این فرمت ویدئو تنهـا رقیب جدی‌اش را در اینفوگرافی‌هـا و به طور کلی عکس‌های گرافیکی جسـت و جو می‌کرد، اکنون یک رقیب سرسخت دیگر نیز وارد میدان شده است.

نرخ تعامل کاربران درباره محتوای تبلیغات صوتی به طور شگفت‌انگیزی بالاتر از دیگر نمونه‌ها محسوب می‌شود. یکی از نوآوری‌هـای طراح‌های تبلیغات در این میان اسـتفاده از مکالمه‌های صوتی لایو برای جلب نظر مشتریان است. این امر بـه کاربران اجازه تعامل با برندها در فرآیند طراحی محتوای بازاریابی را می‌دهد. درست به همین خاطر طرفدارهای این شیوه از تولید محتوا در سراسر دنیا بسیار زیاد است.

بازگشت بیلبوردهای دوست‌داشتنی

بیلبوردها در بسیاری از مناطق دنیا همراه با نوستالژی‌های بسیار زیادی است. برخی از برندها برای جلب نظر مشتریان از این شـیوه جذاب و تعاملی سود می‌برند. شاید همه‌گیری کرونا و خانه‌نشـینی اجباری دامنه وسیعی از مردم اهمیت بیلبوردها را بـرای مدت زمانی محدود کم کرده باشـد، اما ماجرا همیشه به این شکل باقی نخواهد ماند. اکنون بسیاری از برندها با توجه به بازگشت شرایط به حالت عادی در تلاش برای استفاده از بیلبوردها هستند. این امر می‌تواند شما را در شرایط بسیار خوبی از نظر سطح تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف قرار دهد.

اگر شما هنوز هم نسبت به استفاده از بیلبوردها امیدواری کافـی را ندارید، بایـد نگاهی بـه دور و اطراف‌تان بیندازید. اکنون بسـیاری از برندها برای جلب نظر مشتریان‌شـان به دنبال استفاده از بیلبوردها هستند. بنابراین غفلت شما در این میان تنها به ضرر کسب و کارتان خودتان تمام خواهد شد.

اوج‌گیری تبلیغات موبایلی

تبلیغات موبایلی پیش از دوران کرونا نیز روند صعودی به خود دیده بود. با این حال در طول دوران همه‌گیری کرونا و قرنطینه‌های پی در پی میزان استفاده از گوشی‌های هوشمند و به تبع آن سـرمایه‌گذاری برندها بر روی تبلیغات موبایلی به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش پیدا کرده اسـت. این امر در طول سال آینده نیز به قوت گذشته باقی خواهد ماند. بنابراین شما باید برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان به دنبال بهره‌گیـری از این نکته باشـید. این امر می‌تواند شـما را در شرایط بسیار خوبی از نظر سطح تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف قرار دهد. بنابراین باید سرمایه‌گذاری بر روی تبلیغات موبایلی در اولویت‌های اصلی‌تان قرار داشـته باشـد، در غیر این صورت شـانس‌تان به طور قابـل ملاحظه‌ای در رقابت با دیگر برندها کاهش پیدا خواهد کرد. بی‌شک دنیای تبلیغات در دوران پسـاکرونا وضعیت متفاوتی خواهد داشـت. سال پیش روی میلادی امیدواری‌ها برای بازگشت نسبی شرایط به وضعیت عـادی را به طور قابل ملاحظـه‌ای افزایش داده اسـت. بنابراین شـما باید برای سال پیش رو به خوبی آماده شوید. ترندهای مورد بحث در این مقاله نقطه شروع مناسبی برای شـما و تیم تبلیغاتی‌تان خواهد بود. با چنین ایده‌هایی دست‌کم دیگر خبری از غافلگیری در سال جدید نیست.

منبع: readwrite.com

چطور سایت برندمان را به شهرت برسانیم؟

به قلم: نیت نید
کارشناس بازاریابی و مدیریت سئو
ترجمه: علی آل‌علی

تبدیل یک سایت معمولی به گزینه‌ای جذاب برای کاربران هرگز امر سـاده‌ای نیسـت. در طول سـال‌های اخیر تمایل کاربـران برای آشـنایی با برندها در فضـای آنلاین ضرورت راه‌اندازی سایت رسـمی را به طور چشمگیری افزایش داده اسـت. با این حال اغلب اوقات سـایت برندها بازدید بسـیار زیـادی بـه همراه ندارد. ایـن امر طراحی سـایت را بدل به نوعی کلیشـه ضروری کرده است. بی‌شـک در صورتی که سـایت یک برند بدل به گزینه‌ای جـذاب و پرطرفدار برای مشتریان شود، میزان فروش و رضایت از برند نیز تغییر قابل ملاحظه‌ای خواهد کرد. درسـت به همین خاطر بازاریاب‌ها باید همیشـه به دنبال راهکارهایی برای جذاب‌تر سـاختن سایت رسمی برندشان برای مشتریان باشند. اگر شما هم به دنبال افزایش جذابیت سایت برندتان برای مشتریان هستید، امـا اطلاع دقیقی از نحوه انجـام دادن این کار ندارید، مقاله کنونی راهنمای خلاصه و کاربردی برای‌تان خواهد بود. در ادامه برخی از مهمترین نکات در این راسـتا را مورد ارزیابی قرار می‌دهیم.

بهینه‌سازی سئو

بحث سـئو یکی از مهمترین نکات برای جذاب‌تر سـاختن یک سـایت رسمی محسوب می‌شود. اینکه سایت رسمی برند شـما به هنگام جست و جو درباره حوزه کاری شـما در میان نخسـتین سـایت‌های ارائه‌شـده به کاربران باشـد، مزیت بسـیار مهمی محسوب می‌شـود. بنابراین شما باید تمـام تلاش‌تـان بـرای موفقیت در این حـوزه را به کار گیرید. مدیریت سـئو دیگر مانند گذشـته امر دشوار یا غیرممکنی محسـوب نمی‌شـود. بسـیاری از برندها برای تاثیرگذاری بـر روی مخاطـب هـدف امکانـات جانبی بسـیار زیادی دم دست دارند. یکـی از مهمتریـن نمونه‌هـا در این میـان ابزارهای کمکی گوگل اسـت. ابزارهایـی مانند گـوگل آنالیتیکس، ترنـدز و کلـی وردز بـه بازاریاب‌ها برای سـئوی محتوا و بهبـود رابطه سایت‌شان کمک می‌کند. اگر شما در زمینه سئوی محتوای سایت تازه‌کار محسوب می‌شـوید، باید ابتدا سایت برندهای موفق دنیا را مورد ارزیابی قرار دهید. این امر به شـما امکان تاثیرگذاری حرفه‌ای بر روی مخاطب هدف را خواهد داد. بنابراین هیچ مشکلی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب‌تان پیش رو نخواهید داشت. گام بعدی در زمینه سئوی محتوا توجه به سلیقه و تغییر رفتار مشتریان است. اگر شما به خوبی خودتان را با این موارد هماهنگ کنید، سایت‌تان همیشه گزینه‌ای جذاب و دوست‌داشتی برای مشتریان باقی خواهد ماند.

بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی

امروزه شـبکه‌های اجتماعی مهمترین کانال برای ارتباط میان برندها و مشتریان محسوب می‌شود. تقریبا تمام برندها دارای یک اکانت رسـمی در شـبکه‌های اجتماعی هستند. چنین امری باید برای شـما نیز یک الگوی مهم محسـوب شود. اگر برندتان هنوز در شبکه‌های اجتماعی عضویت ندارد، راه‌اندازی دسـت‌کم یک اکانت در همیـن روزهای پیش رو امـری غیرقابل‌اجتناب خواهد بود. یکـی از نکات جالب در زمینه راه‌اندازی اکانت رسـمی برای برند مربوط به پر کردن بخش بیوگرافی اسـت. شـما در این بخش می‌توانید آدرس سـایت‌تان را درج کنید. به این ترتیب کاربرانی که به دنبال تعامل بیشتر با شما هسـتند، امکان مراجعه به سایت‌تان را خواهند داشت. نکته جالب دیگر برای بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی مربوط به بازنشـر بخشی از محتوای سایت در این پلتفرم‌هاست. چنین امری به شما فرصت بسیار خوبی برای جلب نظر کاربران و ترغیب‌شـان بـه مطالعه تمام محتوای موردنظر در سایت‌تان خواهد داد.

بازاریابی ایمیلی

بازاریابی ایمیلی هنوز هم در میان بازاریاب‌ها گزینه‌ای جذاب محسوب می‌شود. البته باید نسبت به کاربردهای آن نیز توجه نشان دهیم. ایمیل مارکتینگ یکی از اولین الگوهای بازاریابی دیجیتال در میان برندها محسـوب می‌شود. هنوز هم بسیاری از افـراد روزشـان را با چک کردن ایمیل‌های دریافتی شـروع می‌کنند. به همین خاطر تعامل با کاربران برای برندها براساس ایمیل مارکتینگ گزینه سختی نیست. یکی از نکات مهم برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در قالب بازاریابی ایمیلی ارائه آدرس سایت برند برای تعامل بالاتر است. کاربران به این ترتیب امکان مراجعه به سایت برند برای آگاهی بیشتر درباره محصولات یا نحوه خرید از شما را خواهند داشت. امروزه بسیاری از برندها از همین نکته جذاب برای بازاریابی به شیوه بهتر سود می‌برند.

منبع: readwrite.com

نوبت اول
شناسه آگهی : ۱۲۴۷۵۷۱
آگهی فراخوان
مناقصه عمومی دو مرحله‌ای
شرکت ملی گاز ایران
شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی
شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی در نظر دارد اقلام مورد نیاز خود را با شرایط ذیل بصورت برگزاری مناقصه عمومی دو مرحله ای از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (سامانه ستاد) تامین نماید:

شماره فراخوان در سامانه ستاد ایران	۴۰۰۰۰۹۳۴۹۸۰۰۰۰۶۵۷
شماره مناقصه و تقاضا	تقاضای YK - 0042973 - R12 مناقصه شماره 00/003
موضوع مناقصه/ شرح مختصر اقلام درخواستی	خرید تجهیزات ریگینگ
مبلغ تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار	۱/۳۵۸/۹۵۰/۰۰۰ ریال
نوع تضمین شرکت درفرایند ارجاع کار	تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار بصورت یکی از تضامین قابل قبول وفق آیین نامه تضمین شماره ۱۲۳۴۰۲/ت/۰۵۰۶۵ مورخ ۹۶/۰۹/۲۴ هیات وزیران می باشد.
مبلغ برآوردی مناقصه	۲۷/۱۷۹/۰۰۰/۰۰۰ ریال
آخرین مهلت دریافت اسناد ارزیابی کیفی در سامانه ستاد	۱۴ روز پس از درج نوبت دوم آگهی در صفحه اعلان عمومی سامانه ستاد ایران می باشد.
آخرین مهلت بارگذاری و ارسال مستندات ارزیابی کیفی (رزومه) در سامانه ستاد	ظرف مدت دو هفته پس از انقضای مهلت دریافت اسناد می باشد.
آخرین مهلت بارگزاری پیشنهادات فنی/ مالی در سامانه ستاد	پس از ارزیابی کیفی مناقصه گران، مستندات دریافت پیشنهاد فنی و مالی بهمراه برنامه زمانی از طریق سامانه ستاد ارسال می گردد.
آدرس مناقصه گزار	استان بوشهر - شهرستان کنگان- شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی-پالایشگاه دوازدهم فاز ۲۴۶۲۲ -اداره کالا

بدیهی است کلیه فرآیند برگزاری مناقصه الکترونیکی از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (سامانه ستاد) به نشانی www.setadiran.ir انجام می پذیرد و به پیشنهاد های خارج از سامانه ستاد هیچگونه ترتیب اثری داده نخواهد شد و مناقصه گران بایستی نسبت به ثبت نام در سامانه ستاد و دریافت گواهی امضاء الکترونیکی اقدام نمایند.
مناقصه‌گران می توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر به سایت www.spgc.ir مراجعه و یا با شماره تلفن‌های (۲۸۴۱) ۳۱۳۱ ۰۷۷ تماس حاصل فرمایند.
تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۰/۱۰/۶
تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۰/۱۰/۸
۱۵۰
روابط عمومی شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی