

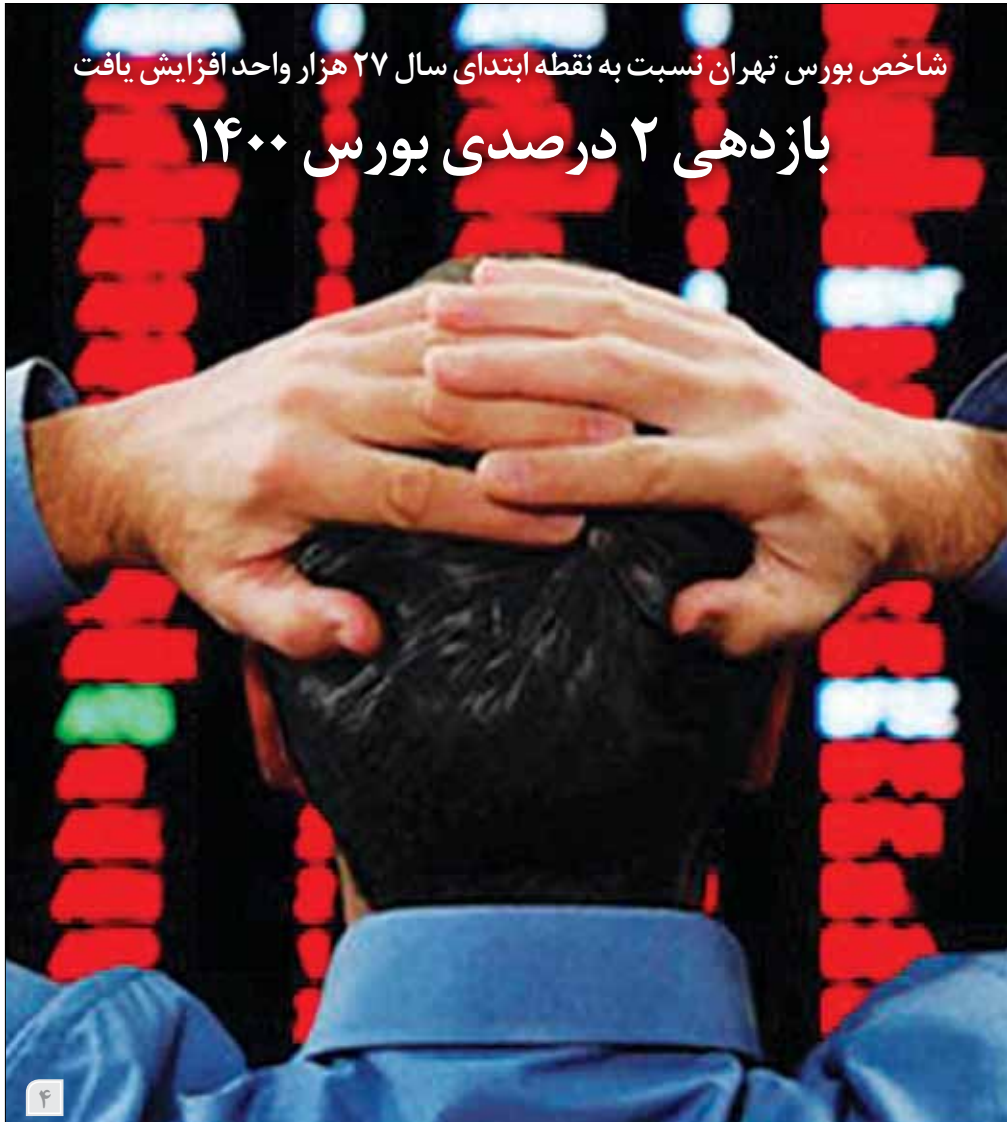
دولت در صدد است که ارز ترجیحی را حذف کند و زمینه را برای راهایی اقتصاد ایران از ارزهای ۴۲۰۰ تومانی فراهم آورد. بدیهی است که نگرانی‌ها وغدغه‌هایی در این فضای پیش رو وجود دارد و دولت را به شرایطی هدایت می‌کند که با دقت نظر بیشتری در این رابطه تصمیم گیرد. البته آنچه که در پرونده کالاهای دریافت‌کننده ارز ۴۲۰۰ تومانی مشهود است، حرکت قیمت آنها به پای تورم بوده و اگرچه باید در دولت گذشته مجموعه‌ای از تدابیر انجام می‌شد تا قیمت این کالاها با تورم پیش نرود، اما به هر حال این اقدامات صورت نگرفته است، اما دولت با هدف حمایت از اقشار آسیب‌پذیر همچنان اقدام به تداوم پرداخت ارز ۴۲۰۰ تومانی به پنج قلم کالای اساسی کرده است. مروری بر آنچه در این حوزه طرف دو سه سال گذشته اتفاق افتاده، نشان می‌دهد که دولت برای کمک به معیشت مردم در سال ۱۳۹۸ بالغ بر ۱۴ میلیارد دلار ارز ترجیحی را به...

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

شاخص بورس تهران نسبت به نقطه ابتدای سال ۲۷ هزار واحد افزایش یافت

بازدهی ۲ درصدی بورس ۱۴۰۰



پیش شرط‌های واگذاری سهام خودروسازان چیست؟

این روزها که بحث واگذاری سهام دولت در شرکت‌های بزرگ داغ است، خصوصی‌سازی صنعت خودرو به عنوان یکی از راهکارهای حل مشکلات این صنعت به اصلی‌ترین موضوع روز این صنعت تبدیل شده و دولت نیز از آمادگی برای واگذاری سهام خود در این شرکت‌ها خبر داده اما پرسش اساسی، پیش‌شرط‌های واگذاری سهام خودروسازان است. به گزارش پدال نیوز، چندی بود که حسین قربانزاده رئیس سازمان خصوصی‌سازی از سهم حدود ۶ درصدی دولت از سهام...

برای بهبود محیط کسب و کار در بخش کشاورزی چه باید کرد؟

۸ گلوگاه کسب و کار کشاورزی

فرصت امروز: کشاورزی، کسب و کار چالش‌برانگیزی است و یکی از مهمترین شروط رشد سرمایه‌گذاری در بخش کشاورزی، وجود محیط مناسب کسب و کار است. طبق ارزیابی نهاد پژوهشی مجلس، محیط کسب‌و کار و سرمایه‌گذاری در ایران به طور عام و بخش کشاورزی به طور خاص شاهد وضعیت نامطلوب برای منتقاضیان راهاندازی و توسعه کسب و کار است. سیاست‌ها و رویکردهای اشتباه در مقررات‌گذاری برای کنترل وضعیت کسب و کار...

۲

افت ۱,۶ درصدی شتاب رشد نقدینگی در دی ماه

نقدینگی از ۴۵۰۰ هزار میلیارد گذشت

۳

مدیریت و کسب‌وکار

بازگشایی کسب و کار با ایده‌های جذاب و کاربردی

راهاندازی یک خرده‌فروشی تازه در بازار یا به روز رسانی فروشگاه‌تان برای جلب نظر مشتریان همیشه ایده جذابی برای کارآفرینان محسوب می‌شود. مشتریان نیز در بازار همیشه به دنبال استفاده از امکانات تازه و آشنایی با برندهای نوآور هستند. با این حساب شما با سرمایه‌گذاری بر روی حوزه خرده‌فروشی به طور درست و استفاده از تکنیک‌های مربوط به افتتاح یا بازگشایی مجموعه‌تان امکان جلب نظر دامنه وسیعی از کاربران را در همان ابتدای امر خواهید داشت. این نکته می‌تواند به خرده‌فروشی‌تان در بازار رقابتی کنونی کمک بسیار زیادی نماید. امروزه بسیاری از کارآفرینان برای راهاندازی یک کسب و کار تازه اول از همه به سراغ حوزه خرده‌فروشی می‌روند. این امر امکانات بسیار زیادی پیش روی آنها قرار می‌دهد. در کنار این مسئله تعطیلی وقت خرده‌فروشی‌ها برای افزایش امکانات و خدمات‌شان را نیز باید در نظر داشت. اغلب اوقات...

۸

در نشست مجازی «مسئله حداقل دستمزد رسمی در ایران» مطرح شد

دستمزد ۱۴۰۱ در دو نگاه

کارگران و کارفرمایان بخش خصوصی است که در سال‌های بعد از جنگ هشت ساله به شدت به ضرر کارگران و به نفع کارفرمایان بوده است. دومین رابطه مربوط به کارگران و دولت است که از نزدیک‌های سال ۵۹ به بعد تا امروز رابطه قدرت بین کارگران و دولت به شدت به زیان کارگران و نفع دولت بوده است. سومین نوع رابطه هم مربوط به رابطه قدرت بین دولت و کارفرمایان بخش خصوصی است که این رابطه هم به نفع کارفرمایان بخش خصوصی و زیان دولت تغییر یافته است. این تغییرات رخ داده در بعد از انقلاب باعث شده حد آستانه افزایش حداقل دستمزد پایین آمده و به وضعیت کنونی رسیده است. به طور نمونه در سال ۵۸، حداقل دستمزد رسمی در ایران ۱۷۰ درصد افزایش پیدا کرد. با این رقم که در همان سال در همه سال‌های پیش و بعد از انقلاب بی‌سابقه بود، نرخ بیکاری رسمی هم چند صدم کاهش پیدا کرد. بنابراین دوره‌ای بوده که نرخ دستمزد افزایش داشته اما بیکاری کاهش یافته است.»

سیر تاریخی رابطه دستمزد و بیکاری

او رابطه بین دستمزد و بیکاری را نه امری طبیعی بلکه امری تاریخی می‌داند و می‌افزاید: «امروز همه معتقدند اگر حداقل دستمزد افزایش یابد بیکاری افزایش می‌یابد. این کاهش حداقل دستمزد در رابطه بین کارگر و کارفرما به نفع کارفرما و بین کارگر و دولت به نفع دولت و بین کارفرما و دولت به نفع کارفرمای خصوصی به شدت کاهش داشته است. رابطه قدرت بین بخش خصوصی و کارگران کاهش یافته و این کار به اعتبار «هوقتی‌سازی قرارداد بین کارگر و کارفرما»، «حضور و نقش آفرینی شرکت‌های پیمانکاری تامین نیروی انسانی»، «خروج بخش وسیعی از صاحبان نیروی کار از شمول چتر حمایتی قانون کار» و «تعدیل نیروی انسانی دولت از اشل‌های پایین شغلی» بوده است. این چهار سیاست دولتی، رابطه قدرت و توان چانه‌زنی بین کارفرمایان بخش خصوصی را به شدت به زیان کارگران تغییر داده و رابطه قدرت بین کارگران و دولت نیز به شدت کاهش پیدا کرده و به واسطه موانع حقوقی و حقیقی، به‌گونه موثری برای تشکیل‌یابی مستقلانه نیروی کار مستقل از دولت و کارفرمایان، در پی مطالبات خودشان هستند.»

حال چه باید کرد؟ مالجو پاسخ می‌دهد: «از منظر کارگران، باید آن سه نوع رابطه قدرت تغییر کند تا حد آستانه‌ای که باعث افزایش بیکاری می‌شود بالاتر رود و از این طریق حداقل دستمزد نیز افزایش یابد. بنابراین هرچه این حد آستانه بالاتر رود، کارگران در برابر گروه مجزا و متمایز دیگر کارفرمایان بخش خصوصی ایستاده‌اند. به این اعتبار کارگران باید در صد تغییر این سه نوع مناسبات قدرت از طریق «اتفاقی قراردادهای موقت کاری» برای اشتغال‌زایی مستقیم داشته باشند؛ نه اینکه دولت امکاناتش را خرج نیروهای کار متعدد کرده و به اشتغال رسمی درآورد بلکه دولت در جاهایی که نرخ بیکاری بالاست، باید امکاناتش

به دست آورند، حال به دلیل افزایش دستمزد به دست نیاورند. در چنین وضعیتی این نتایج سیاسی حاصل می‌شود که بازتاب «تضاد منافع» از درون کارگران است و «خیر» یکی در گروی «شر» دیگری است. لایه‌لای این استحصال خصایصی را ملزم به چنین صورت‌بندی سیاسی هم می‌کنند. این خصایص خطاب به دو دسته از افرادی است که شما دارید مانند «دن کیشوت» به جنگ یک آسیب بادی می‌روید. مخالفان افزایش حداقل دستمزد بر این باورند که در نهایت همه این موارد به ضرر کسانی خواهد بود که شما می‌خواستید برای آنان کاری انجام دهید. به کارگران هم می‌گویند نتیجه چنین کاری خالی شدن و کوچک شدن سفره‌هاست و این نتیجه نامطلوب اما «طبیعی» است. پدیده مورد بحث که اقتصاددانان جریان غالب به آن بها می‌دهند، بحثی تاریخی است که انسان در ایجاد چنین وضعیتی موثر بوده و اراده‌های انسانی در تکوین و حضور کنونی آن تاثیرگذار بوده است. اگر اراده‌های انسانی چنین پدیده‌ای را رقم زده، پس طبق تعریف، صرف‌نظر از بسج سیاسی آن، اراده‌های انسانی هم می‌توانند آن را تغییر دهند. طبیعی بودن خارج از اراده انسانی است اما به عقیده من، این نظم ساخته انسان است. بنابراین از این به بعد پدیده بالا رفتن افزایش دستمزد و افزایش بیکاری یک پدیده تاریخی است و باید مجموعه‌ای از عوامل اتفاق بیفتد تا چنین وضعیتی ایجاد شده یا از بین برود. یعنی افزایش دستمزد را داشته باشیم اما نرخ بیکاری افزایش نداشته باشد.»

سه ضلعی دولت، بخش خصوصی و کارگران

این پژوهشگر اقتصادی با تاکید بر اینکه «آستانه افزایش حداقل دستمزد در ایران مشخص نیست»، توضیح می‌دهد: «یکی از ابزارها و لوازم اصلی بحث، دو حالت فرضی است. در سال ۱۴۰۰ حداقل دستمزد ۲ میلیون و ۶۵۰ هزار تومان بود. فرض کنیم در شورای عالی کار این رقم کنونی را تنها یک ریال افزایش دهند. با اطمینان خاطر می‌توان گفت کسی نیست که بگوید با افزایش این نرخ، بیکاری هم به میزان قابل توجهی افزایش پیدا خواهد کرد. در فرضیه دوم، نه یک ریال بلکه میزان افزایش حداقل دستمزد ۱۰۰ میلیون تومان در ماه باشد. باز هم مانند قبل همه می‌توانند مدعی شوند که این افزایش نرخ بیکاری را افزایش خواهد داد. همین الان در کارگاه‌های زیر ۱۰ نفر اگر قرار باشد به هر کارگر ۱۰۰ میلیون اضافه شود، رکود اقتصادی شدیدی ایجاد خواهد شد و کارفرمایان، نیروهای خود را اخراج می‌کنند. بنابراین بسیاری از کسانی که قصد داشتند سرمایه‌گذاری کنند منصرف می‌شوند. هر دو این فرضیه‌ها غری واقعی بود. حالا اگر این افزایش از یک ریال بالاتر رود و از ۱۰۰ میلیون پایین‌تر بیاید، به نقطه میانگینی برخورد می‌کند که این حد افزایش دستمزد رسمی است و می‌تواند نرخ بیکاری را افزایش دهد. باید حداقل دستمزد بقدر افزایش یابد تا آستانه حداقل افزایش دستمزد رسمی مشخص شود؟»

اما در اقتصاد گذشته یا حال ایران، این حد آستانه‌ای معلوم نیست. با وجود اینکه مطالعات تجربی، اجتماعی در این زمینه وجود ندارد و مطالعاتی هم که به این پرسش پاسخ می‌دهد، مطالعات محکم و درستی نیستند، اما این حد هر قدر باشد، تحت تاثیر سه نوع رابطه قدرت تعیین می‌شود: اول رابطه بین

فرصت امروز: افزایش ۵۷ درصدی حداقل حقوق کارگران در سال آینده، با واکنش‌های مختلفی روبه‌رو شده و بسیاری از اقتصاددانان، این افزایش حداقل دستمزد را موجب افزایش بیکاری می‌دانند. بامداد پنجشنبه هفته گذشته بود که اعضای شورای عالی کار پس از یک جلسه طولانی ۱۵ ساعت به افزایش ۵۷,۴ درصدی حداقل دستمزد سال ۱۴۰۱ موافقت کردند و با بدین ترتیب، پایه حقوق کارگران از ۲ میلیون و ۶۵۵ هزار تومان به بیش از ۴ میلیون و ۱۷۰ هزار تومان رسید. مبلغ حق مسکن نیز به ۶۵۰ هزار تومان و مبلغ بن خواربار به ۸۵۰ هزار تومان افزایش یافت. هرچند بخشنامه دستمزد ۱۴۰۱ از سوی وزیر کار به کارفرمایان ابلاغ شده و همه کارگاه‌های مشمول قانون کار از فروردین ماه سال آینده مکلف به افزایش ۵۷,۴ درصدی حداقل دستمزد کارگران هستند، اما این موضوع با اعتراض کارفرمایان همراه شده و از جمله حسین سلاح‌پوری، نماینده کارفرمایان در شورای عالی کار و نایب رئیس اتاق ایران در توبیتی نوشت: «افزایش ۵۷ درصدی مزد، اثری بر رفاه و قدرت خرید طبقه کارگر نخواهد داشت. این تصمیم غیرمسئولانه و فاقد آینده‌نگری، صرفا به معنای پایان کار رسمی طیف گسترده‌ای از کسب‌وکارهای کوچک و متوسط متکی به نیروی کار است که سنتون فقرات بازار کار را تشکیل دادند.» فشار از موضع کارفرمایان، دیدگاه‌های مختلفی درباره تعیین حداقل دستمزد کارگران در بین اقتصاددانان مطرح شده است. در این راستا، «موسسه همکاری‌های میان رشته‌ای اکنون» در یک نشست مجازی با عنوان «مسئله حداقل دستمزد رسمی در ایران»، دیدگاه کمال اطهاری و محمد مالجو را در این باره جويا شده است.

حداقل دستمزد کارگران از نگاه محمد مالجو

محمد مالجو در این نشست، صحبت‌هایش را با نقد ادعای یکی از اقتصاددانان جریان غالب در زمینه حداقل دستمزد مطرح کرد و گفت: «اقتصاددانان جریان غالب بر این باورند وقتی حداقل دستمزد رسمی به طریقی قابل توجه افزایش یابد، بیکاری هم افزایش می‌یابد و منطق آن نیز روشن است؛ بحث حداقل دستمزد بحثی مرتبط با بازتوزیع است. اگر دیگران دستمزد بیشتری می‌گیرند و کارفرمایان سهم کمتری را از آن خود می‌کنند، چنین چیزی موجب کاهش حاشیه سود می‌شود و این کار نیز به نوبه خود، کاهش انگیزه برای سرمایه‌گذاری بیشتر و بنابراین ایجاد اشتغال بیشتر است. بنابراین با فرض ثبات همه شرایط، افزایش حداقل دستمزد موجب افزایش بیکاری خواهد شد.

در چنین چارچوبی نتایجی هم از دل این بحث بیرون می‌آید. به گفته این افراد، اگر دستمزد به طرز محسوسی افزایش یابد، ممکن است یک دسته از کارگران از افزایش دستمزد منتفع شوند اما این انتفاع در واقع از جیب بخش دیگری از کارگران تامین می‌شود. یعنی بخش دیگری از کارگران متضرر می‌شوند زیرا یا پیش از آن شاغل بوده‌اند و حالا به اعتبار افزایش دستمزد از کار بیکار می‌شوند و یا پیشاپیش کارگر بودند، اما به واسطه کاهش انگیزه کارفرمایان بخش خصوصی همچنان شغلی ندارند. شغلی که ممکن بود این دسته از کارگران بیکار به واسطه اشتغال‌زایی

کسانی که جلوی خانه کارگر جمع شده‌اند، اصلا تصویری از این افراد ندارند. موضع‌گیری این افراد در رابطه با مسئله کسانی که حتی بیمه ندارند صورت نمی‌گیرد.»

توزیع و بازتوزیع در تعیین حداقل دستمزد

به عقیده اطهاری، «چانه‌زنی در بخش توزیع و ثمرات اجتماعی کار است و وارد بخش بازتوزیع نمی‌شود. وقتی به این موضوع پرداخته نشود، به سیاست اجتماعی پرداخته نشده، در حالی که بخش مزد حداقل بخشی از سیاست اجتماعی است. این دومین غفلت در رابطه با مسئله دستمزد است. همین کار هم به صورت ناقص است و این نقص خود نیز بازتاب فقیرسازی آنهاست. در محاسباتی که در مورد سیاست اجتماعی و حقوق اجتماعی صورت می‌گیرد، باید یک محاسبه ضرب جینی انجام شود که به آن ضرب جینی ناخالص گفته می‌شود؛ یعنی ضریبی که در مقابل کارگاه محاسبه می‌شود. یعنی وقتی کالایی تولید شد و به فروش رفت، اینکه نتیجه آن چگونه بین کارگران و سرمایه‌داران تقسیم می‌شود و هر کس به چه میزان از این سود بهره می‌برد، نوعی ضرب جینی ناخالص است. ضرب جینی ناخالص مال زمانی است که بازتولید شده، یعنی مالیات سود و مزد کسر شده و در قالب سیاست اجتماعی مانند حمل‌ونقل، آموزش رایگان، حقوق بیکاری، خدمات بهداشتی و... باید پرداخت شود.»

او سپس به قاره اروپا اشاره می‌کند و ادامه می‌دهد: «در اروپا که اتحادیه کارگری وجود دارد، ضرب جینی ناخالص بین ۰,۷ تا ۰,۸ است؛ یعنی نزدیک به نابرابری کامل؛ وقتی بازتوزیع می‌شود این رقم چیزی بین ۰,۳ تا ۰,۳۵ می‌شود. یعنی چانه‌زنی برای حداقل دستمزد، چیزی را جابه‌جا نمی‌کند برای اینکه حقوق اجتماعی کارگر محقق شود. هرچند چانه‌زنی لازم است اما فقردا نیست و فقردایی به معنای خاصی نمی‌کند. در خود اروپا هم اگر مسکن اجتماعی وجود نداشته باشد، کسی با مزد حداقل نمی‌تواند از یک مسکن مناسب برخوردار شود. بدون حق مسکن مناسب نمی‌توان کاری انجام داد. بنابراین مسئله باید از توزیع به بازتوزیع چرخش داشته باشد زیرا در غیر این صورت طبقه کارگر ایزوله می‌شود. بخش توزیع و بازتوزیع هم نجات‌بخش خود حقوق‌بگیران و هم کل جامعه است، اما اینکه چگونه باید این توزیع و بازتوزیع صورت بگیرد، مورد بحث نیست. بنابراین یک نظام رانتی ایجاد می‌شود که سرمایه‌داران را سرمایه‌دارتر کرده و دولت را میرا از هرگونه دخالت می‌کند. دولت هم به جای اینکه سیاست بازتوزیعی و سیاست اجتماعی حامی افراد جامعه را پیاده کند به بحث پاران و دادن آن اکتفا می‌کند که تاثیر شایسته‌ای هم ندارد. این یک حلقه مفقوده بزرگی است که ما را محدود کرده است. به گفته دکتر «رضا امیدی»، «گسترش ساعت اندیشه‌ورزی حول دولت رفاه و سیاست‌گذاری اجتماعی تا مرز شکل‌گیری یک جریان گفتمانی در مورد سیاست‌های غالب اقتصادی، از الزامات اولیه پیشبرد نهادهای رفاهی است. نوع شبکه‌سازی و ائتلاف نیروهای سیاسی و صنفی هم باید حول آن گفتمان انجام شود.» این نظر به صورت فشرده، کل آن چیزی را که باید در مورد نظام توزیع و بازتوزیع در نظر داشته باشیم، بیان کرده است. این گفتمان را باید جایگزین گفتمان حداقلی در مورد دستمزد حداقل کرد.»



یادداشت

شوک تورمی حذف ارز ۴۲۰۰

حسن ولی‌بیگی

عضو هیأت علمی موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی

دولت در صدد است که ارز ترجیحی را حذف کند و زمینه را برای رهایی اقتصاد ایران از ارزهای ۴۲۰۰ تومانی فراهم آورد. بدیهی است که نگرانی‌ها و دغدغه‌هایی در این فضای پیش رو وجود دارد و دولت را به شریاطی هدایت می‌کند که با دقت نظر بیشتری در این رابطه تصمیم گیرد. البته آنچه که در پرونده کالاهای دریافت‌کننده ارز ۴۲۰۰ تومانی مشهود است، حرکت قیمت آنها با به پای تورم بوده و اگرچه باید در دولت گذشته مجموعه‌ای از تدابیر انجام می‌شد تا قیمت این کالاها با تورم پیش نرود، اما به هر حال این اقدامات صورت نگرفته است، اما دولت با هدف حمایت از اقشار آسیب‌پذیر همچنان اقدام به تداوم پرداخت ارز ۴۲۰۰ تومانی به پنج قلم کالای اساسی کرده است.
مروری بر آنچه در این حوزه ظرف دو سه سال گذشته اتفاق افتاده، نشان می‌دهد که دولت برای کمک به معیشت مردم در سال ۱۳۹۸ بالغ بر ۱۴ میلیارد دلار ارز ترجیحی را به اقتصاد تزریق کرده که این رقم در سال گذشته به ۱۰ میلیارد دلار و به گواه آمارهای رسمی در سال جاری به ۸میلیارد دلار رسیده است. هرچند دولت تقاضا داده که این رقم تا پایان سال هم با توجه به رشد قیمت اقلام وارداتی در دنیا افزایش یابد، اما اکنون با گذشت حدود سه سال از اجرای این سیاست، مجموعه آنچه در اقتصاد ایران به ثبت رسیده نشان می‌دهد که این منابع به هدف نهایی طرح که حمایت از اقشار آسیب‌پذیر بوده، اصابت نکرده است.

با نگاه به افزایش سطح قیمت کالاها از زمانی که این سیاست اجرایی شده، متوجه می‌شویم که از سال ۱۳۹۷ تا مردادماه ۱۴۰۰، تورم کل دوره حدود ۳۰۰ تا ۳۱۰ درصد بوده؛ به نحوی که در این دوره حدود ۳۰۰ درصد افزایش قیمت در کل اقتصاد کشور رخ داده، ولی افزایش قیمت در کالاهای اساسی که اتفاقا ارز ۴۲۰۰ تومانی دریافت کرده‌اند، حدود ۲۵۰ درصد بوده است؛ یعنی افزایش قیمت کالاهایی که ارز ترجیحی دریافت کرده‌اند، تقریباً ۵۰ الی ۶۰ درصد کمتر از افزایش قیمت کل کالاها در این مدت بوده، بنابراین داده‌ها نشانگر آن است که هزینه‌هایی که کشور برای ارائه ارز ترجیحی داشته تا به هدف خود برسد، بیشتر از منفعی بوده که نصیب کشور شده است.

حالا کشور به نقطه‌ای رسیده است که به درستی می‌داند تداوم پرداخت ارز ۴۲۰۰ تومانی به هدف نرسیده و باید اصلاحاتی در مورد آن صورت گیرد تا به سمت حذف کامل برود، اما همان‌طور که پیش‌تر هم اشاره کردم، دولت در این رابطه نگرانی دارد که ممکن است تبعات حذف ارزهای دولتی از واردات کالاهای اساسی برای اقشار آسیب‌پذیر و سبب خانوارها مشکل‌زا شود. در این میان، در مورد اثر و تبعات حذف ارز ترجیحی باید به این نکته اشاره کرد که در حال حاضر که ارز ترجیحی فقط به چند قلم خاص و محدود تعلق می‌گیرد که اتفاقاً سهم بالایی در شاخص قیمت مصرف‌کننده یا تورم ندارند. در نتیجه این‌طور نیست که اگر ارز دولتی این اقلام حذف شود، شوک تورمی بالایی ایجاد شود. این در حالی است که همان‌طور که بسیاری از کارشناسان انتظار داشتند قیمت کالاهای مشمول ارز ترجیحی خیلی نباید افزایش پیدا کند، اما در این مدت شاهد بوده‌ایم که این کالاها با افزایش قیمت زیادی رویه‌ور شده‌اند و دلیل این موضوع هم این است که هزینه تمام‌شده این کالاها فقط نهادهایی که ارز ۴۲۰۰ تومانی گرفته‌اند، نیست و موارد دیگری نیز در این افزایش قیمت‌ها نقش داشته‌اند. دستمزد، اجاره‌بها، هزینه‌های آب، برق، گاز و هزینه‌های حمل و نقل در این دوره متناسب با تورم در کشور افزایش یافته است و همه این عوامل در تولید کالاها دخالت دارند و هزینه تمام‌شده کالا را تشکیل می‌دهند. یعنی قیمت بسیاری از نهادهای تولید به جز نهادهای که ارز ۴۲۰۰ تومانی می‌گیرد، در این مدت تغییر کرده و قیمت کالاهای نیز براساس این افزایش قیمت رشد داشته است. پس اینکه انتظار داشته باشیم قیمت این کالاها در این مدت نباید تغییر می‌کرد، منطقی نیست. نکته‌ای که باید در این زمینه بیان شود، این است که وقتی ما نرخ‌های چندگانه را در مورد قیمت کالاها و این مورد خاص ارز به وجود می‌آوریم، به دنبال این چندنرخ‌ی بودن، بحث‌های رانت و فساد هم پدیدار می‌شود. برای اینکه بتوانیم زمینه این فساد و رانت را کاهش دهیم، باید زیرساخت‌های قوی داشته باشیم که متأسفانه دولت این زیرساخت‌ها را فراهم نکرده بنابراین مسائلی همچون امضاهای طلایی موجب شده است این رانت‌ها ایجاد شود و عده‌ای از این مسیر به ثروت‌های بادآورده دست پیدا کنند. دولت هم با شرایط ارزی که به دلیل تحریم‌ها داشته است، خیلی به دنبال آن نبود که این رانت را ایجاد کند، ولی نبود نظارت لازم سبب شد این رانت ایجاد شود و عده‌ای نیز از آن سود ببرند. دولت در زمان تصویب تخصیص این ارز، هدفش بیشتر این بود که قدرت خرید مصرف‌کننده را حفظ کند، ولی به دلیل کنترل نکردن عوامل متعدد و زیرساخت‌های مناسب و یا تحولاتی که در اختیار دولت نبود، در این زمینه با شکست مواجه شد.
جدا از بحث ارز ترجیحی درخصوص ارز نیمایی هم این مسئله دیده می‌شود. وقتی نرخ ارز نیمایی از نرخ ارز بازار آزاد بیشتر فاصله می‌گیرد، قاعدتاً رانت و فساد بیشتر خواهد شد. همچنین با فشار بر بازار ارز، افزایش و انگیزه برای دریافت ارز نیمایی افزایش می‌یابد. نکته دیگری که باید راجع به این سیاست گفته شود، مربوط به کسری بودجه دولت است و این مسئله دقیقاً به نرخ ارز ترجیحی بازمی‌گردد. وقتی یک دلار با نرخ ۴۲۰۰ تومانی تخصیص داده می‌شود، کارگزاری که این ارز را دریافت کرده است، به ازای هر دلار مبلغ ۴۲۰۰ تومان را به بانک عامل پرداخت می‌کند؛ در صورتی که اگر این نرخ به میزان سامانه نیما بود، باید مبلغ بالاتری را پرداخت می‌کرد. یعنی این بارانه پنهانی است که دولت پرداخت می‌کند، اما اگر به سمت آزادسازی این نرخ ارز حرکت کنیم، قطعاً بخشی از این کسری بودجه از بین می‌رود و آثار مثبتی را برای اقتصاد کشور به همراه خواهد داشت. وقتی اقتصاد در وضعیتی باثبات قرار دارد، قاعدتاً این جراحی‌ها آثار و تبعات خیلی کمتری دارد تا شریاطی که کشور در تنگنا قرار گرفته و مردم از نظر معیشتی دچار مشکل هستند و قدرت خرید مردم به دلیل تورم‌های بالا به شدت کاهش یافته است. این تغییرات در چنین شرایط نابسامان موجب ایجاد شوک خواهد شد که به هر ترتیب علاوه بر آثار و پیامدهای اقتصادی، آثار و تبعات اجتماعی هم ممکن است برای کشور به دنبال داشته باشد و باید به این موضوع نیز توجه ویژه داشت.

برای بهبود محیط کسب و کار در بخش کشاورزی چه باید کرد؟

۸ گلوگاه کسب و کار کشاورزی



در کشورهای با درآمد پایین، اشتغال در بخش کشاورزی بین متوسط ۱۷درصد در خاورمیانه و آفریقای شمالی تا ۵۵درصد در جنوب صحرای بزرگ آفریقا متغیر است. وقتی سطح توسعه‌یافتگی بخش کشاورزی بالا باشد (مثل آمریکا و اروپا) نیاز آن به نیروی کار کمتر شده و کارگران را قادر می‌سازد در بخش‌های بهرورتر اقتصاد شاغل شوند. تولید جهانی کشاورزی طبق انتظارات در دهه آینده ۲۰درصد افزایش خواهد یافت. انتظار می‌رود این رشد ناشی از تکنیک‌های کشاورزی کارآمدتر باشد. یکی از شیوه‌های حمایت سیاست‌گذاران از فعالیت‌های کشاورزان در زمینه کسب‌وکارهای بخش کشاورزی، تصویب مقرراتی است که دستیابی کارای آنها را به نهاده‌های کشاورزی مانند بذور، کود، تغذیه دام، محصولات دامپزشکی و آب تسهیل کند. قوانین همچنین باید ضوابطی را درخصوص چگونگی بازاریرسانی محصولات و دستیابی کشاورزان به اعتبارات وضع کنند. این موضوعات در کانون گزارش فراهم‌سازی محیط مناسب کسب‌وکار در بخش کشاورزی قرار دارند.

امنیت غذایی در سایه قانونمداری

کشورهایی که بیشترین امتیاز را در شاخص «فراهم‌سازی محیط مناسب کسب‌وکار در بخش کشاورزی» گرفته‌اند، دارای ضوابط قانونی مناسب حال کشاورزان هستند. سه کشور نخست، اعضای اتحادیه اروپا هستند. فرانسه، کرواسی و جمهوری چک اقدامات حقوقی مناسب و فرآیندهای اداری کارآمدی را از نظر چند شاخص نشان می‌دهند. فرانسه قوانین قوی را درخصوص تامین بذر، ثبت کود، تامین آب، پایدارسازی دام و حفظ نباتات اجرا کرده است. کرواسی و جمهوری چک نیز رویه‌های کارایی برای تجارت محصولات کشاورزی دارند. در هر دو کشور، صادرکنندگان ملزم به اخذ هیچ‌گونه پروانه یا اسناد خاص کشاورزی برای هر محموله صادراتی نیستند و آنها می‌توانند به صورت برخط، درخواست گواهی بهداشت نباتی دهند. ۱۷کشور از ۲۰ کشور نخست در قاره اروپا هستند.

کماکان هیچ کشوری به‌بهترین موقعیت از نظر همه شاخص‌های گزارش «فراهم‌سازی محیط مناسب کسب‌وکار در بخش کشاورزی» نرسیده است. همه دولت‌ها فضا و امکان بهبود قوانین، مقررات و رویه‌های بوروکراتیک اثرگذار بر کشاورزان خود را دارند. ۱۴کشور جنوب صحرای بزرگ آفریقا در بین ۲۰کشور آخر قرار دارند. به عنوان مثال، سیرالئون هیچ‌گونه مقرراتی درخصوص ثبت کود، ماشین‌آلات یا حفظ نباتات ندارد. امتیاز تخصیص داده‌شده به هر کشور در گزارش «فراهم‌سازی محیط مناسب کسب‌وکار در بخش کشاورزی»، پیوندهای قوی با دستاوردهای توسعه‌ای وسیع‌تر دارد. کشورهای با قوانین و مقررات بهتر براساس ارزیابی گزارش بانک جهانی به طور متوسط نرخ فقر پایین‌تری دارند. این امر نگاه به رشد کشاورزی را به عنوان ابزار موثر خروج از فقر تقویت می‌کند. بنابراین منافع کارایی ناشی از بهروری بالاتر به مفهوم درآمد بهتر برای کشاورزان و فرصت‌های شغلی بیشتر برای جمعیت روستایی است. علاوه بر این، کشورهای برخوردار از قوانین و مقررات بهتر به طور متوسط نرخ‌های بالاتر امنیت غذایی را تجربه می‌کنند.

مورد، «شفاف‌سازی فرآیند و اطلاع‌رسانی ضوابط صدور مجوز اعم از مدت‌زمان، هزینه، مدارک موردنیاز و محدودیت‌ها و ممنوعیت‌های سرمایه‌گذاری به‌ویژه در زمینه کاربری و درجه‌بندی اراضی کشاورزی، حق‌آبه‌ها، ضوابط فنی و بهداشتی ساخت بنا و ضوابط محیط‌زستی در سامانه‌ای برخط و سهل‌الوصول برای عموم مردم» است. چهارمین مورد، «فراهم‌سازی زمینه گزارش‌دهی آسان طغیان آفات و بیماری‌ها و حوادث غیرمترقبه طبیعی و غیرطبیعی به دستگاه‌های متولی توسط کشاورزان و روستاییان» است. پنجمین اقدام «لزام و پیگیری از دستگاه‌های اجرایی مربوطه برای انتشار و به‌روزرسانی فهرست رسمی محصولات دامپزشکی، کودها و سموم کشاورزی ثبت‌شده و آفات و بیماری‌های گیاهی و نحوه مبارزه با آنها و تهیه و توزیع - تا حد امکان رایگان - دفترچه‌های آموزشی درباره عملیات کشاورزی به زبان ساده» است. ششمین گام نیز «فراهم‌سازی زمینه بازرسی هوشمند و مبتنی‌بر ریسک واردات از نظر بهداشت نباتی» است و نهایتاً هفتمین اقدام «فراهم‌سازی بسترهای قانونی و پیش‌بینی ضمانت‌های اجرایی لازم برای مشارکت و نظارت موثر کشاورزان و تشکل‌های غیردولتی کشاورزی، روستایی و عشایری در تصمیم‌گیری‌ها و برنامه‌ریزی‌ها در زمینه مدیریت منابع آبی به ویژه تعیین و تخصیص حق‌آبه‌ها در راستای حکمروایی مطلوب» است.

شرط رشد سرمایه‌گذاری در کشورها

بانک جهانی در سال ۲۰۱۹ گزارشی با عنوان «فراهم‌سازی محیط مناسب کسب‌وکار در بخش کشاورزی در راستای گفتمان‌سازی در این حوزه تهیه کرده که در آن اقدامات ۱۰۱کشور (البته به غیر از ایران) را بررسی کرده است؛ اقداماتی که نشان می‌دهد دولت‌ها همواره در تلاش هستند گام‌های اساسی برای ساده‌سازی و بهبود محیط حقوقی اثرگذار بر کسب‌وکار کشاورزان بردارند تا درنتیجه آن رقابت‌پذیری بخش کشاورزی ارتقا پیدا کند. همان‌طور که اشاره شد، وضعیت محیط کسب‌وکار در بخش کشاورزی از نظر هشت شاخص «تامین بذر»، «ثبت کود»، «تامین آب»، «ثبت ماشین‌آلات»، «پایدارسازی دام»، «حفظ نباتات»، «تجارت غذا» و «دستیابی به تامین مالی» بررسی شد. البته در بین همه شاخص‌ها، کاراترین فرآیندهای قانون‌گذاری در حوزه‌های ثبت ماشین‌آلات و تجارت غذا اعلام شده است. در مقابل، مقررات و ضوابط مربوط به بذور، کودها و تامین مالی ضعیف‌ترین حوزه‌ها هستند. کشاورزی فعالیت اقتصادی اصلی در اغلب کشورهای با درآمد پایین به شمار می‌رود؛ ولی این بخش با ضوابط و مقررات ناکارآمد توصیف می‌شود. طبق مطالعه بانک جهانی، تولیدات کشاورزی جهان به طور قابل‌توجهی رشد یافته و بین سال‌های ۱۹۷۰ و ۲۰۱۶ سه برابر شده است. هرچند کشاورزی در حال حاضر ۳۹درصد تولید ناخالص داخلی جهان را تشکیل می‌دهد، ولی بخش مذکور ستون فقرات اقتصادی بسیاری از کشورهای در حال توسعه است. کشاورزی ۲۵درصد تولید ناخالص داخلی را در کشورهای با درآمد پایین تولید می‌کند، در حالی که این میزان در اتحادیه اروپا تنها یک درصد است.

آیا بازار اجاره مسکن به ثبات رسیده است؟

مسکن در فاز انتظار

معاملاتی در بازار اجاره مسکن ثبت نمی‌شود؛ علت آن چیست؟ افزایش اجاره‌بها؛ این عامل سبب شده تا بسیاری از مستأجران دیگر قراردادهای اجاره مسکن را با تمدید نکنند یا کوچ معکوس به اطراف تهران داشته باشیم. لذا سامانه مشاوران املاک امکان تحلیل این اتفاقات را ندارد و تنها به کم بودن معاملات مسکن تأکید دارد.

او درباره این ادعا که بازار اجاره مسکن به ثبات رسیده نیز می‌گوید: با شرایط اقتصادی موجود حتی با فرض اینکه دولت بتواند وعده ساخت سلالانه یک میلیون مسکن را هم عملی کند، بعید است بتوانیم در بازار اجاره مسکن در کوتاه‌مدت به آرامش و ثبات برسیم و حداقل یک دهه طول می‌کشد تا مازاد تولید مسکن در بازار رهن و اجاره اثر مثبت بگذارد و از التهابات این بازار خارج شویم.

به عقیده این کارشناس اقتصاد مسکن هم‌اکنون به دلیل مذاکرات وین، اقتصاد کشور بالاتکلیف است و متقاضیان خرید مسکن ارزان‌قیمت در انتظار تثبیت اوضاع هستند؛ به این شرایط اصطلاحاً دوره انتظار می‌گویند که با رکود فرق دارد. در وضعیت کلی طی ۵۰ سال گذشته با کسری مسکن مواجه بوده‌ایم و به همین دلیل قیمت‌ها هر از گاهی جهش کرده است، پس نمی‌توان به ثبات مقطعی مثل دوره فعلی خوشبین بود. طی پنج دهه گذشته در یک بازه زمانی، حرکت سینوسی در بازار مسکن اتفاق می‌افتد، قیمت‌ها جهش می‌کند و بعد به همین دلیل معاملات پایین می‌آید. گروهی که متقاضی مطلق بودند در زمان رونق تبدیل به متقاضی موثر می‌شوند و یکدفعه قیمت بالا می‌رود. بیش از ۹۵ درصد مردم هم مجدداً تبدیل به متقاضی موثر می‌شوند چون قدرت خرید ندارند.

آن، بازار اجاره نیز با تأخیر به دنبال پُر کردن شکاف مذکور است. دفتر برنامه‌ریزی و اقتصاد مسکن وزارت راه و شهرسازی در گزارشی که دی ماه امسال منتشر کرد، با تأیید این موضوع که افزایش ناگهانی اجاره‌بها در سال جاری متأثر از افزایش قیمت مسکن در سال‌های اخیر است که با تأخیر در بازار اجاره‌بها تأثیر گذاشته، اعلام کرد: با توجه به همبستگی قیمت مسکن و نرخ اجاره‌بها و رهن، افزایش قیمت مسکن با تأخیر منجر به افزایش قیمت رهن و اجاره اماکن مسکونی شده است. همچنین یک مرکز پژوهشی درباره نسبت اجاره به ارزش ملک (نسبت P به R) در بهمن ماه امسال گزارش داد: در حال حاضر شاخص میانگین قیمت هر متر مربع (که در بهمن امسال به ۳۳ میلیون تومان در تهران رسیده) تقسیم بر متوسط اجاره‌بهای هر متر مربع مسکن در تهران (که در حال حاضر یک میلیون و ۱۰۰ هزار تومان است)، عدد ۳۰ می‌شود.

بیت‌الله ستاریان، عضو هیأت علمی دانشگاه تهران نیز درباره تحولات بازار اجاره مسکن در سال جاری می‌گوید: منبع آماری بانک مرکزی، سامانه اتحادیه مشاوران املاک است. لذا بسیاری از قراردادهای رهن و اجاره مسکن در سامانه مذکور ثبت نمی‌شود و از همین رو نمی‌توان این سامانه را منبعی برای بررسی‌های آماری و اقتصادی دانست؛ حتی برخی از معاملات ممکن است به طور دقیق در سامانه املاک و مستغلات ثبت نشوند. همچنین براساس بررسی‌های علمی گفته می‌شود که می‌توانیم برخی از معاملاتی که شرایط واقعی امضای قرارداد را نداشته‌اند، از آمارها حذف کنیم. به گفته ستاریان، اتحادیه مشاوران املاک می‌گوید که

نگاهی به روند اجاره‌بها در سال ۱۴۰۰ اگرچه نشان‌دهنده رشد شدید ماهانه اجاره‌بها نسبت به سال گذشته است، اما در دو ماه اخیر روند آن کمی نزولی شده که نشان می‌دهد دوری از فصل جابه‌جایی مستأجران در کاهش التهاب این بازار مؤثر است. در این راستا، رئیس اتحادیه مشاوران املاک می‌گوید که بازار اجاره مسکن در دو ماه گذشته به ثبات رسیده و برخی موجران حتی با نرخ‌های پایین‌تر حاضر به واگذاری املاک خود به بازار اجاره هستند. مصطفی قلی خسروی، آمارهای بانک مرکزی را به دلیل اینکه بازتاب‌دهنده کل قراردادهای معاملات رهن و اجاره مسکن نیست، خدشه‌پذیر می‌داند و می‌افزاید: در حال حاضر بازار رهن و اجاره مسکن به دلیل نبود مستأجر و دوری از فصل جابه‌جایی مستأجران راکد و آرام است؛ حتی برخی موجران برای آنکه واحدها را چند ماهی که به فصل جابه‌جایی مانده خالی نماند، حاضر به ارائه ملک خود در بازار اجاره با قیمت‌هایی پایین‌تر از نرخ منطقه هستند. به گفته خسروی، با توجه به اینکه ایام نوروز در پیش است و پس از آن هم ماه مبارک رمضان و ایام امتحانات دانشجویان و دانش‌آموزان را در پیش داریم، فصل جابه‌جایی مستأجران به تیرماه موکول می‌شود و لذا فعلاً التهابی در بازار اجاره مسکن نداریم.

نشانه رفتن انگشت اتهام رئیس اتحادیه مشاوران املاک به برخی آمارهای بازار مسکن نهادهای متولی این بخش در حالی است که کارشناسان، همبستگی قیمت مسکن و اجاره‌بها با یک دوره زمانی نسبتاً بلندمدت را عامل افزایش اجاره‌بها می‌دانند. به این معنا که با توجه به افزایش شدید قیمت مسکن و بروز شکاف میان ارزش ملک با اجاره‌بهای

بانک نامه

وام ۲ بانک قرض الحسنه ۲۰۰ میلیون شد

افزایش سقف وام قرض الحسنه

بانک مرکزی به بانک‌های قرض‌الحسنه مهر ایران و رسالت اجازه داد وام قرض‌الحسنه اشخاص حقیقی را به ۲۰۰ میلیون تومان افزایش دهند. مدیر روابط عمومی بانک مرکزی در حساب کاربری خود در توئیتر نوشت: خبر خوب؛ مجوز بانک مرکزی به دو بانک قرض‌الحسنه مهر ایران و رسالت. به نوشته مصطفی قمری وفا، سقف پرداخت تسهیلات قرض‌الحسنه ضروری برای اشخاص حقیقی از ۵۰ به ۲۰۰ میلیون تومان با دوره بازپرداخت حداکثر ۶۰ ماهه افزایش یافت. همچنین سقف اعطای تسهیلات اشتغال‌زایی برای کسب و کارهای خرد و کوچک از ۱۰۰ به ۵۰۰ میلیون تومان با دوره بازپرداخت حداکثر ۸۴ ماهه رسید. مدیر روابط عمومی بانک مرکزی همچنین پیش از این خبر داد که سقف پرداخت وام قرض‌الحسنه در بانک‌های قرض‌الحسنه از روز دوشنبه ۲۳ اسفندماه افزایش پیدا می‌کند. این اقدام گام دیگری در ادامه اجرای طرح شمولیت مالی بانک مرکزی و حمایت از تالمن خرد مالی عموم مردم است. دوره بازپرداخت تسهیلات قرض‌الحسنه «ضروری» در بانک‌ها چندی قبل از ۳۶ ماه به ۶۰ ماه رسید.

عقبرگرد قیمت دلار در صرافی‌های بانکی

سکه ۳۰ هزار تومان ارزان شد

قیمت سکه در بازار تهران با کاهش ۳۰ هزار تومانی در روز دوشنبه همراه بود و به ۱۲ میلیون و ۴۷۰ هزار تومان رسید. بدین ترتیب، ارزش هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید به ۱۲ میلیون و ۴۷۰ هزار تومان رسید و سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم نیز با قیمت ۱۲ میلیون و ۱۵۰ هزار تومان معامله شد. نیم‌سکه بهار آزادی ۷ میلیون و ۲۰۰ هزار تومان، ربع سکه ۴میلیون و ۱۰۰ هزار تومان و سکه یک گرمی ۲ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان قیمت خورد. در بازار طلا نیز نرخ هر گرم طلای ۱۸ عیار به یک میلیون و ۲۳۰ هزار تومان رسید و قیمت هر مثقال طلای ۵۱۵ میلیون و ۳۳۱ هزار تومان شد. انس جهانی طلا هم با قیمت یک هزار و ۹۶۲ دلار و ۴۳ سنت معامله شد. همچنین نرخ دلار در صرافی‌های بانکی با ۳۶۲ تومان کاهش در روز گذشته همراه بود و با رقم ۲۴ هزار و ۴۱۴ تومان معامله شد. قیمت فروش یورو نیز با افزایش ۲۰۳ تومانی به ۲۷ هزار و ۶۰۹ تومان رسید. قیمت خرید هر دلار ۲۴ هزار و ۱۷۱ تومان و نرخ خرید هر یورو نیز ۲۷ هزار و ۳۳۴ تومان اعلام شد.

بانک‌ها ملزم به تعیین مسئول نظارت و تطبیق شرعی شدند

بانک مرکزی با هدف تقویت نظارت و تطبیق شرعی در شبکه بانکی کشور، وظایف «مسئولان نظارت و تطبیق شرعی» شبکه بانکی و همچنین به منظور اجرای این تکالیف، نسخه اصلاحی «دستورالعمل تأیید صلاحیت و عزل یا هرگونه تغییر مدیران ارشد و اعضای کمیته‌های ریسک، حسابرسی داخلی و رعایت قوانین و مقررات (تطبیق) مؤسسات اعتباری» را به شبکه بانکی کشور ابلاغ کرد. طبق بانک مرکزی، پیرو بخشنامه قبلی خود با موضوع ابلاغ اصلاحیه «دستورالعمل تأیید صلاحیت و عزل یا هرگونه تغییر مدیران ارشد و اعضای کمیته‌های ریسک، حسابرسی داخلی و رعایت قوانین و مقررات (تطبیق) مؤسسات اعتباری»، براساس مصوبه هیأت عامل بانک مرکزی و همچنین مصوبات مورخ ۲۶ آبان و ۱۰ آذرماه سال جاری شورای فقهی این بانک، مقرر شده با هدف تقویت نظارت و تطبیق شرعی در شبکه بانکی کشور، در هر یک از بانک‌ها و مؤسسات اعتباری غیربانکی یک نفر به عنوان «مسئول نظارت و تطبیق شرعی» تعیین شود. فرد یادشده عضو کمیته رعایت قوانین و مقررات بانک و مؤسسه اعتباری غیربانکی متبوع نیز محسوب شده و متکفل وظایف زیر خواهد بود: «انجام وظیفه نظارت و تطبیق شرعی از طریق شناسایی و مدیریت ریسک عدم رعایت موازین فقهی (ریسک شریعت در تمامی سطوح بانک یا مؤسسه اعتباری غیربانکی و اطمینان از پایش منظم و پیوسته رعایت این موازین در عمل» «ظواهرنظر درخصوص تدوین/بازنگری دستورالعمل‌ها و رویه‌های داخلی بانک یا مؤسسه اعتباری غیربانکی از جنبه فقهی، قبل از طرح در هیأت مدیره و اطمینان از رعایت ضوابط شرعی در همه سطوح نظام کنترل داخلی» «باسخوبگی به ابهامات شرعی و فقهی واحدهای مجری دستورالعمل‌ها و رویه‌ها»، «تدوین و ارائه گزارش سلاله انطباق با شریعت در رابطه با عملکرد کلی بانک یا مؤسسه اعتباری غیربانکی براساس شیونامه اجرایی تدوین‌شده توسط دبیرخانه شورای فقهی»، «نظارت بر اجرای صحیح دوره‌های تخصصی آموزشی پیشنهادی شورای فقهی در بانک یا مؤسسه اعتباری غیربانکی» و «ابلاغ نسخه اصلاحی «دستورالعمل تأیید صلاحیت و عزل یا هرگونه تغییر مدیران ارشد و اعضای کمیته‌های ریسک، حسابرسی داخلی و رعایت قوانین و مقررات (تطبیق) مؤسسات اعتباری». خاطرنشان می‌شود در اجرای تکلیف مقرر در مصوبات فوق‌الذکر، مراتب در کمیسیون مقررات و نظارت مؤسسات اعتباری بانک مرکزی مطرح و اعمال اصلاحاتی به شرح زیر در «دستورالعمل تأیید صلاحیت داخلی و رفع یا هرگونه تغییر مدیران ارشد و اعضای کمیته‌های ریسک، حسابرسی داخلی و رعایت قوانین و مقررات (تطبیق) مؤسسات اعتباری» مورد تأیید قرار گرفت.

اگر سود سهام عدالت خود را دریافت نکرده‌اید بخوانید

در حالی که فرآیند واریز سود سهام عدالت سال ۱۳۹۹ از روز شنبه ۲۱ اسفندماه آغاز شده است، برخی از مشمولان این سهام هنوز سود خود را دریافت نکرده‌اند. بنابراین مشمولان سهام عدالت که سود سهام سال مالی ۱۳۹۹ را دریافت نکرده‌اند باید نسبت به درج و ثبت شماره شبای معتبر بانکی در سامانه سجام (به آدرس https://www.sejam.ir) یا در سایت سهام عدالت (به نشانی https://sahamedalat.ir) اقدام کنند تا سود سهام عدالت برای این دسته از مشمولان واریز شود. طبق اطلاعیه شرکت سپرده‌گذاری مرکزی، علاوه بر شماره شبای نامعتبر، «حساب بانکی مسدود، راکد، مشترک (دو‌امضا)، ازری و بلندمدت» از مهمترین دلایلی است که باعث شد تا سود سهامداران به حساب آنها واریز نشود. بر این اساس مشمولان سهام عدالتی که یکی از دلایل فوق شامل آنها می‌شود باید نسبت به رفع و اصلاح این مغایرت‌ها اقدامات لازم را انجام دهند تا در مراحل آتی سود سهام عدالت به حساب این افراد واریز شود. گفتنی است سود عدالت هم به حساب مشمولاتی که روش مستقیم را برای مدیریت سهام خود انتخاب کرده بودند و هم به حساب مشمولانی که روش غیرمستقیم را انتخاب کرده بودند واریز می‌شود. اما میزان آن بسته به ارزش اولیه سهام و همچنین بسته به اینکه مشمول سهام عدالت چه میزان از سهام خود را فروخته بود، متفاوت بوده و از حدود ۵۰۰ هزار تومان تا حدود یک میلیون تومان است.



بدهی دولت و شرکت‌ها و موسسات دولتی به بانک مرکزی در این مدت به ترتیب معادل ۱۶۷ هزار و ۱۰۰ میلیارد تومان و ۴۳ هزار و ۷۴۰ میلیارد تومان بوده که هر یک با رشد ۴۵٫۳ درصدی و رشد ۳۰٫۳ درصدی مواجه شده‌اند.

از سوی دیگر، میزان دارایی‌های خارجی در این بخش با ۴۰۴ درصد رشد نسبت به پایان دی سال قبل همراه بوده و به ۱۳۹۲ هزار و ۴۷۰ میلیارد تومان رسید. حجم اسکناس و مسکوک نیز با ۲۴٫۱ درصد افزایش به ۱۰۱هزار میلیارد تومان رسید. سپرده بانک‌ها و موسسات اعتباری غیربانکی نزد بانک مرکزی هم با ۳۹٫۶ درصد افزایش نسبت به دی سال گذشته به ۴۸۴ هزار و ۱۳۰ میلیارد تومان رسید. همچنین بدهی بانک‌ها و موسسات اعتباری غیربانکی به بانک مرکزی در پایان دی ماه امسال با ۴۶٫۱ درصد رشد به ۱۷۵ هزار و ۲۲۰ میلیارد تومان رسیده است. براساس این گزارش، میزان دارایی‌های خارجی بانک‌های تجاری کشور در پایان دی ماه امسال معادل ۱۹۹ هزار و ۲۷۰ میلیارد تومان بوده است که نسبت به مدت مشابه سال پیش ۵۰٫۱ درصد رشد نشان می‌دهد. سپرده بانک‌های تجاری نزد بانک مرکزی نیز ۱۱۱ هزار و ۸۳۰ میلیارد تومان بوده که ۷۰٫۷ درصد افزایش یافته است. جمع کل دارایی‌های بانک‌های تجاری در دوره مورد بررسی، ۱۷۳۲ هزار و ۴۰۰ میلیارد تومان بوده که به نسبت دی سال گذشته ۵۸٫۷ درصد رشد داشته و میزان بدهی بانک‌های تجاری به بانک مرکزی در پایان دی ماه نیز به ۳۷ هزار و ۳۷۰ میلیارد تومان رسیده که ۲۵۸٫۶ درصد نسبت به سال قبل افزایش را نشان می‌دهد. همچنین میزان دارایی‌های خارجی بانک‌های تخصصی در پایان دی ماه معادل ۳۴۰ هزار و ۱۳۰ میلیارد تومان بوده که نسبت به سال قبل ۴۵٫۲ درصد رشد یافته است. جمع کل دارایی‌های بانک‌های تخصصی در این دوره رقم ۱۳۱۷ هزار و ۸۶۰ میلیارد تومان است که ۳۱٫۸ درصد رشد دارد. میزان بدهی بانک‌های تخصصی به بانک مرکزی نیز ۵۸ هزار و ۷۳۰ میلیارد تومان است که معادل ۳۱٫۳ درصد نسبت به پایان آبان سال گذشته افزایش داشته است.

خودپرداز همه بانک‌ها به سامانه صیاد وصل نشدند

امکان ثبت چک در خودپرداز ۵ بانک

ارائه خدمات ثبت، تأیید و استعلام چک به وسیله برنامک‌های تلفن همراه اعم از برنامک‌های پرداختی، همراه بانک‌ها و فضای اینترنت بانک‌ها است که کاربران می‌توانند مراحل مورد نیاز را از این سه روش بدون مراجعه حضوری به شعب بانک یا خودپردازها انجام دهند.

اما از آنجا که امکان ثبت و صدور چک در سامانه صیاد به صورت اینترنتی برای همه مقدور نیست، لازم است تا یکسری برنامه‌ریزی‌ها چون فعال‌سازی خودپردازها و ارسال پیامک برای ثبت و انتقال باید در نظر گرفته شود که بررسی‌ها نشان می‌دهد که تاکنون نه تنها امکان ثبت و انتقال چک از طریق ارسال پیامک فراهم نشده بلکه تمام بانک‌ها نیز خودپردازهای خود را به سامانه صیاد برای ثبت، صدور و انتقال چک فعال نکرده‌اند. در این میان، برای ثبت، صدور و انتقال چک در خودپردازهای پنج بانک رفاه کارگران، پاسارگاد، صادرات، ملت، سامان باید به این شرح عمل کنید:

• نحوه استفاده صادرکنندگان چک از خدمات خودپرداز: صادرکننده چک می‌تواند با در اختیار داشتن یکی از کارت‌های بانکی صادرشده از سوی بانکی که دسته چک وی را صادر کرده است، به خودپرداز بانک مذکور مراجعه کرده و پس از طی فرآیند احراز هویت (ورود اطلاعات رمز اول کارت) و مراجعه به منوی ثبت چک، با وارد کردن اطلاعات شناسه

فرست امروز: آمارهای تازه بانک مرکزی از عبور نقدینگی از مرز ۴۵۰۰ هزار میلیارد تومان در اولین ماه زمستان حکایت دارد. براساس آخرین داده‌های آماری بانک مرکزی، میزان نقدینگی تا پایان دی ماه امسال به ۴۵۱۴ هزار و ۶۰۰ میلیارد تومان رسیده که نسبت به مدت مشابه سال گذشته بیانگر رشد ۳۹٫۸ درصدی است.

بانک مرکزی با انتشار گزیده آمارهای اقتصادی در پایان دی ماه ۱۴۰۰، حجم نقدینگی را ۴۵۱۴ هزار و ۶۰۰ میلیارد تومان اعلام کرد که حاکی از رشد ۳۹٫۸ درصدی نقدینگی نسبت به پایان دی سال گذشته و رشد ۲۹٫۵ درصدی نسبت به پایان سال گذشته است. حجم نقدینگی در دی سال گذشته برابر با ۳هزار و ۲۱۹ هزار میلیارد تومان و در اسفند سال گذشته نیز ۳ هزار و ۴۷۶ هزار میلیارد تومان بود. رشد نقدینگی در آذرماه امسال نسبت به سال گذشته ۴۱٫۴ درصد بود و این رقم در دی ماه امسال نسبت به مدت مشابه سال قبل ۳۹٫۸ درصد شد، بنابراین شتاب رشد نقدینگی در دی ماه امسال ۱٫۶ درصد کمتر شده است. ضریب فزاینده نقدینگی نیز در پایان دی ماه امسال ۷٫۹۲۶ بوده که ۳٫۲ درصد نسبت به دی سال گذشته افزایش داشته است. اقتصاد بدون رشد نقدینگی، معنایی ندارد، اما موضوع مهم، کمیت و کیفیت نقدینگی است. یعنی مقدار نقدینگی نباید آنقدر بالا باشد که نتوان ارتباطی منطقی بین آن و شاخص‌های کلان اقصادی همچون رشد اقتصادی برقرار کرد. از همین رو دولت‌ها همواره سعی می‌کنند رشد نقدینگی را کنترل کنند، وگرنه عدم مهار نقدینگی، رشد لجام گسیخته تورم را به دنبال دارد.

خلاصه دارایی‌ها و بدهی‌های بانک مرکزی

گزیده آمارهای اقتصادی بانک مرکزی نشان می‌دهد میزان دارایی‌های خارجی این بانک در پایان دی‌ماه به ۶۸۸ هزار و ۴۶۰ میلیارد تومان رسیده که از رشد ۱۴٫۳ درصدی حکایت دارد. همچنین خالص مطالبات بانک مرکزی از بخش دولتی با ۴۷٫۷ درصد رشد نسبت به دی سال قبل به ۲۱۰ هزار و ۸۴۰ میلیارد تومان و مطالبات بانک مرکزی از بانک‌ها با ۴۶٫۱ درصد رشد به ۱۷۵ هزار و ۲۲۰ میلیارد تومان رسید. البته رقم ماجرا به لازم‌الاجرا شدن قانون جدید چک برمی‌گردد که براساس آن، از ابتدای سال جاری ثبت و صدور چک ملزم به ثبت در سامانه صیاد و همینطور نقل و انتقال چک از طریق پشت‌نویسی ممنوع شد. در این زمینه، بانک مرکزی باید در راستای پیاده‌سازی این قانون، روش‌های متنوعی را برای ثبت، تأیید و استعلام چک‌های صادرشده فراهم می‌کرد که شامل روش‌های حضوری و غیرحضوری شود. روش‌های کاملاً غیرحضوری که هم‌زمان با شروع توزیع چک‌های صیادی جدید عملیاتی شده‌اند شامل

دریچه

سود نقدی بالابیشی یکم از ۲۴ اسفند پرداخت می‌شود

مدیر صندوق سرمایه‌گذاری پالایشی یکم از پرداخت سود باقیمانده سهامداران حقیقی و حقوقی خبر داد و گفت سود نقدی سهامداران پالایش یکم که در سجام ثبت نام نکرده بودند یا شماره حساب‌شان دارای مشکل بوده، از ۲۴ اسفندماه به صورت نقدی انجام می‌شود.

داود رزاقی با بیان اینکه سود سهامداران حقیقی که در سامانه سجام مراحل ثبت نام خود را تکمیل کرده بودند، در تاریخ ۳۰ بهمن به حساب‌های اعلامی این افراد واریز شده است، افزود: سود سهامداران حقوقی نیز با ارسال آخرین روزنامه رسمی تغییرات و اعلام کتبی شماره حساب و شبای بانکی از تاریخ ۲۵ اسفندماه ۱۴۰۰ قابل پرداخت خواهد بود.

او درخصوص نحوه پرداخت سود سایر سهامداران حقیقی که در سامانه سجام ثبت‌نام نکرده بودند یا شماره حساب‌های‌شان دارای اشکال بوده است، توضیح داد: سود این افراد از روز سه‌شنبه تاریخ ۲۴ اسفندماه با مراجعه به کلیه شعب بانک اقتصاد نوین در سراسر کشور و ارائه کارت ملی قابل دریافت است. گفتنی است صندوق سرمایه‌گذاری پالایش یکم با نماد پالایش، دومین صندوق ETF واگذارشده توسط دولت در سال ۱۳۹۹ است. این صندوق در نخستین مجمع خود که در تاریخ ۲۰ بهمن برگزار شد، مبلغ ۶۰۰ تومان سود نقدی به ازای هر واحد سرمایه‌گذاری (ممتاز و عادی) بین دارندگان واحدهای صندوق تقسیم کرد.

در ۱۱ ماهه سال جاری اتفاق افتاد

رشد ارزش معاملات بازار سرمایه

ارزش کل معاملات بازار سرمایه (بورس‌های چهارگانه و اوراق) در پایان بهمن ماه امسال در مقایسه با دوره مشابه سال گذشته با ۹۱.۴۲ درصد افزایش به رقم ۸ میلیون و ۶۴۲ هزار و ۹۸۸ میلیارد ریال رسیده است. این در حالی است که این عدد در بهمن ماه پارسال معادل ۴ میلیون و ۵۱۵ هزار و ۱۹۲ میلیارد ریال بوده است.

به گزارش پایگاه خبری بازار سرمایه (سنا)، مقایسه ارزش معاملات بازار سرمایه از ابتدای سال تا بهمن ماه ۱۴۰۰ با سال گذشته، نشان می‌دهد ارزش معاملات سهام در بورس و فرابورس به یک سوم کاهش یافته است. همچنین ارزش معاملات اوراق بدهی به دلیل افزایش انتشار اوراق توسط دولت و OMO بانک مرکزی در فرابورس پنج برابر شده و ارزش معاملات بازارهای فیزیکی بورس کالا به دلیل شروع و رونق معاملات سیمان و سنگ آهن، ۱.۵ برابر شده است.

ارزش کل معاملات بازار سرمایه

ارزش کل معاملات بازار سرمایه اعم از بورس‌ها و بازار بدهی طی بهمن ماه سال ۱۴۰۰ در مقایسه با دوره مشابه در سال گذشته با ۹۱.۴۲ درصد افزایش، به رقم ۸ میلیون و ۶۴۲ هزار و ۹۸۸ میلیارد رسیده است. این در حالی است که این عدد در بهمن ماه ۱۳۹۹ معادل ۴ میلیون و ۵۱۵ هزار و ۱۹۲ میلیارد ریال بوده است. همچنین ارزش معاملات تجمیعی طی دوره ۱۱ ماهه سال جاری رقم ۵۶ میلیون و ۶۱۳ هزار و ۱۴۰ میلیارد ریال بوده است که این آمار در طی سال‌های گذشته رقم ۴۹ میلیون و ۹ هزار و ۳۷۷ میلیارد ریال را نشان می‌دهد.

ارزش معاملات بورس تهران

ارزش کل معاملات بورس تهران در مقایسه ارزش معاملات بازار سرمایه (از ابتدای سال تا انتهای بهمن ۱۴۰۰ با سال ۱۳۹۹) نشان می‌دهد ارزش معاملات کل بورس تهران از ۲۶ میلیون و ۹۹۳ هزار و ۳۱۴ میلیارد ریال به ۱۱ میلیون و ۳۱۶ هزار و ۳۶۸ میلیارد ریال رسیده است. ارزش کل معاملات در بورس تهران در دوره یک ماهه منتهی به بهمن ۱۴۰۰ در مقایسه با بهمن سال گذشته، کاهش ۶۱.۸۶ درصدی را نشان می‌دهد. طی بهمن ماه سال جاری در مقایسه با دوره مشابه گذشته، ارزش معاملات سهام ۷۰.۳۹ درصد کاهش یافته و از یک میلیون و ۵۹۶ هزار و ۷۷۴ میلیارد ریال به ۴۷۲ هزار و ۷۷۵ میلیارد ریال رسیده است.

ارزش معاملات اوراق بدهی در دوره یادشده با کاهش ۲۲.۲۹ درصدی از ۴۲ هزار و ۵۱۹ میلیارد ریال به ۳۳ هزار و ۴۳ میلیارد ریال رسیده است. در این دوره، ارزش معاملات ETFs نیز با ۳۳.۲۴ درصد کاهش از ۴۱۷ هزار و ۷۲ میلیارد ریال به ۲۷۸ هزار و ۴۳۲ میلیارد رسیده است.

ارزش معاملات فرابورس ایران

ارزش کل معاملات فرابورس ایران در مقایسه با ارزش معاملات بازار سرمایه (از ابتدای سال تا انتهای بهمن ۱۴۰۰ با سال ۱۳۹۹) نشان می‌دهد ارزش معاملات کل فرابورس از ۱۷ میلیون و ۶۹۵ هزار و ۳۹ میلیارد ریال به ۳.۸ میلیون و ۷۴۸ هزار و ۴۵۷ میلیارد ریال رسیده است. ارزش کل معاملات در فرابورس در دوره یک ماهه منتهی به بهمن ۱۴۰۰ در مقایسه با بهمن سال گذشته، افزایش ۲۴۹.۸۶ درصدی را نشان می‌دهد. طی بهمن ماه سال جاری در مقایسه با دوره مشابه گذشته، ارزش معاملات سهام ۶۵درصد کاهش یافته و از ۶۳۸ هزار و ۹۹۷ میلیارد ریال به ۲۲۲ هزار و ۹۸۱ میلیارد ریال رسیده است.

ارزش معاملات اوراق بدهی در دوره یادشده با افزایش چشمگیر ۴۲۸ درصدی از یک میلیون و ۲۷۹ هزار و ۶۶۴ میلیارد ریال به ۶ میلیون و ۶۷ هزار و ۱۸۴ میلیارد ریال رسیده است. در این دوره ارزش معاملات ETFs نیز با ۰.۲۳ درصد کاهش از ۱۰۷ هزار و ۱۵۴ میلیارد ریال به از ۱۰۶ هزار و ۹۱۰ میلیارد رسیده است.



سازمان آگهی‌ها ۸۸۹۳۶۶۵۱



میرمعینی، کارشناس بازار سهام به چهار سناریوی پیش روی این بازار در سال آینده اشاره می‌کند و می‌گوید: «پیش‌بینی وضعیت بازار سرمایه برای سال آینده به جنگ اوکراین و روسیه وابسته است و در نتیجه کار بسیار دشواری است. با وجود این، چهار سناریو پیش روی بازار سرمایه است و این چهار سناریو با متغیرهای غالب جنگ روسیه و اوکراین و مذاکرات مطرح می‌شود. در سناریوی اول، اگر جنگ روسیه و اوکراین به همین حالت باقی بماند و پیشروی بیشتری اتفاق نیفتد و مذاکرات برجام نزدیک به توافق شود و نتایج مثبتی داشته باشد، بازارهای جهانی به دلیل شدت جنگ روسیه رو به رشد خواهد بود و از طرف دیگر به دلیل انتظارات کاهش محدودیت‌های تحریمی، شرکت‌ها نیز از فرصت افزایش قیمت کالاهای جهانی استفاده می‌کنند. همچنین کاهش محدودیت‌های تحریمی انتظار ثبات سیاسی را به وجود می‌آورد و با توجه به رکودی که در سایر بازارهای مالی ارز، طلا و سکه ایجاد می‌شود به نظر می‌رسد بازار سرمایه روند رو به رشدی را در پیش گیرد.»

به گفته میرمعینی، «در سناریوی دوم اگر شدت جنگ اوکراین و روسیه کاهش پیدا کند و به توافق برسند، بازارهای جهانی افت پیدا خواهند کرد و اگر مذاکرات به نتایج مثبت برسد شرکت‌ها عمدتاً متأثر خواهند شد و صنایع خودرو و بانک به لحاظ دسترسی آنها به منابع و مواد اولیه افزایش سودآوری خواهند داشت و علی‌رغم اینکه صنایع صادرات‌محور نیز در بلندمدت شاهد رشد خواهند بود، اما در کوتاه‌مدت به دلیل برداشته شدن تحریم‌ها و کاهش قیمت‌ها، وضعیت این صنایع نزولی خواهد بود.» او با اشاره به اینکه در سناریوی دوم می‌توان بازار را به دو گروه تقسیم کرد، به «پایگاه خبری قرن نو» توضیح می‌دهد: «صنایع صادرات‌محور در این حالت رشد چشمگیری را تجربه نخواهند کرد، اما صنایعی که به بازارهای جهانی خیلی ارتباط پیدا نمی‌کنند به دلیل برداشته شدن تحریم‌ها افزایش سودآوری خواهند داشت. در سناریوی سوم نیز افزایش تنش‌ها در جنگ اوکراین و روسیه و عدم توافق را خواهیم داشت؛ در این حالت وضعیت بازار سرمایه برای صنایع صادرات‌محور مثبت خواهد بود و این صنایع رشد پیدا خواهند کرد و صنایع خودرو و بانک به دلیل ریسک‌های حاکم در همین وضعیت باقی خواهند ماند. نهایتاً در سناریوی چهارم مذاکرات به نتیجه نخواهد رسید و شدت جنگ روسیه و اوکراین کاهش پیدا خواهد کرد. در چنین حالتی کلیت بازار سرمایه نزولی خواهد شد؛ زیرا کاهش قیمت‌ها در بازار جهانی را در پیش خواهیم داشت و محدودیت‌های ناشی از تحریم نیز هیچ تغییری نخواهد کرد.»

میان‌ه مردام‌ه سال‌ه گذشته رکود فرسایشی بورس کلید خورد و در حال حاضر به ۵۲۱ روز رسیده است.

در جریان معاملات روز دوشنبه ۲۳ اسفندماه، شاخص کل بورس با ۵۹۵ واحد کاهش به ارتفاع یک میلیون و ۳۳۴ هزار واحد رسید. در معاملات این روز بازار سهام (بورس و فرابورس) بیش از ۹ میلیارد و ۳۸۹ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۵۷ هزار و ۳۸۱ میلیارد ریال و در بیش از ۴۶۹ هزار و ۴۹۰ نوبت معامله شد. در معاملات بورس تهران نیز بیش از ۵ میلیارد و ۲۰۶ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۳۷ هزار و ۳۶۸ میلیارد ریال و در ۳۰۱ هزار و ۱۶۹ نوبت معامله شد. همچنین شاخص کل (هم‌وزن) با ۲۱۸ واحد افزایش به ۳۳۸ هزار و ۹۵۴ واحد و شاخص قیمت (هم‌وزن) با ۱۳۶ واحد رشد به ۲۱۱ هزار و ۶۶۴ واحد رسید. شاخص بازار اول، ۴۸۵ واحد و شاخص بازار دوم، یک هزار و ۴۴ واحد کاهش داشتند. در بین همه نمادها، نماد معدنی و صنعتی گل گهر (کگل) با یک هزار و ۱۵۱ واحد، توسعه معادن و فلزات (ومعدان) با ۶۳۰ واحد، ایران خودرو (خودرو) با ۱۹۶ واحد، صنایع شیمیایی ایران (شیران) با ۱۷۳ واحد، فولاد آلیاژی ایران (فولاز) با ۸۴ واحد و فولاد مبارک اصفهان (فولاد) با ۷۳ واحد با تأثیر مثبت بر شاخص بورس همراه شدند. در سمت مقابل نیز پتروشیمی پردیس (شپدیس) با ۹۸۸ واحد، معدنی و صنعتی چادرملو (کچاد) با ۸۹۳ واحد، پتروشیمی شیراز (شیراز) با ۲۷۸ واحد، گروه دارویی برکت (برکت) با ۱۳۴ واحد، گروه مینا (رهمنا) با ۱۱۰ واحد و گسترش نفت و گاز پارسیان (پارسان) با ۱۰۱ واحد تأثیر منفی بر شاخص بورس داشتند. گروه فلزات اساسی هم صدرنشین برترین گروه‌های صنعت شد و در این گروه ۲۸۱ میلیون و ۷۲۲ هزار برگه سهم به ارزش ۲ هزار و ۳۱۰ میلیارد ریال دادوستد شد.

در آن سوی بازار نیز شاخص فرابورس بیش از ۱۴ واحد کاهش داشت و به ۱۸ هزار و ۱۳۸ واحد رسید. در این بازار ۴ میلیارد و ۱۸۳ میلیون برگه سهم و اوراق مالی به ارزش ۲۰ هزار و ۱۳ میلیارد ریال داد و ستد شد، تعداد دفعات معاملات فرابورس بیش از ۱۶۸ هزار و ۳۲۱ نوبت بود.

۴ سناریوی پیش روی بازار سهام

شاخص کل سهام دیروز هم روند منفی را در پیش گرفت و با افت بیش از ۵۰۰ واحدی به نوسان در کانال ۱.۳ میلیونی ادامه داد. درباره پیش‌بینی سمت و سوی بازار سهام در سال آینده به نظر می‌رسد تا سابه عوامل ژئوپلیتیکی بر اقتصاد جهان سنگینی می‌کند، نمی‌توان انتظار تصویر شفاف و واضحی از سازوکار بازارها داشت. با این حال، حمید

رئیس هیأت عامل صندوق توسعه ملی پیشنهاد داد

حذف تدریجی نفت از بودجه با سازوکار جدید

از اصل پول در اختیار آن قرار نخواهد داد، بلکه هر چقدر که نیاز باشد براساس چارچوب‌های تعیین شده از محل سود پرداخت می‌شود.

غضنفری البته بر شروط هیأت عامل صندوق توسعه ملی نیز تأکید کرد و یادآور شد: دولت نباید هیچ‌گاه به سمت برداشت از اصل سرمایه صندوق برود. همچنین دولت باید اجازه دهد، صندوق توسعه ملی در طرح‌های پربازده و کم ریسک داخلی سرمایه‌گذاری کند.

وی مزایای پیشنهاد حذف نفت از بودجه و تأمین آن از سود صندوق را هم مطرح و گفت که در کنار حفظ اصل پول و سرمایه ملی، با توجه به اینکه صندوق در مسیر سرمایه‌گذاری داخلی از جمله پتروشیمی، نیروگاه‌ها و نفتی پیش می‌رود، گام مهمی در توسعه و افزایش رشد اقتصادی کشور خواهد بود.

رئیس هیأت عامل صندوق توسعه ملی از دیگر خواص این تغییر رویکرد را این‌همه اعلام کرد که دیگر دغدغه دولت‌ها در بودجه برای قیمت نفت و فروش آن از بین رفته و درآمد آن را از محل دیگری که صندوق توسعه ملی است تأمین خواهند کرد.

وی با بیان اینکه این پیشنهاد باید در سران قوا مطرح و بررسی شود، گفت که با توجه به دغدغه‌های مقام معظم رهبری در مورد وابستگی بودجه به نفت و تأکید ایشان نسبت به حفظ منابع صندوق توسعه ملی، از ایشان درخواست داریم با این پیشنهاد موافقت کنند.

غضنفری این را هم گفت که پیشنهاد صندوق توسعه ملی در اولین جلسه هیأت امنای صندوق توسعه ملی در سال آینده که احتمالاً فروردین ۱۴۰۱ است مطرح خواهد شد.

شاخص بورس تهران نسبت به نقطه ابتدای سال ۲۷ هزار واحد افزایش یافت

آموزش مدیریت منازعه در تیم‌های کاری

به قلم: نیت نیاد
کارشناس کسب و کار و مدیر ارشد موسسه InvestNet
ترجمه: علی آل علی

بروز بحران و منازعه در تیم‌های کاری امری طبیعی محسوب می‌شود. اغلب اوقات وقتی صحبت از منازعه می‌شود، بسیاری از کارشناس‌ها و کارآفرینان مشکلات میان برندها و مشتریان را در نظر دارند. با این حال چنین امری در رابطه میان برندها با ساختارهای درونی‌شان نیز رخ می‌دهد. معنای این نکته بروز چالش‌ها و منازعه‌های عمیق در تیم‌های کاری است. اگر فردی حتی سابقه یک ماه حضور در دنیای کسب و کار را هم داشته باشد، خیلی زود از وضعیت کسبب و کارها و مشکلات درونی‌شان اطلاع دارد. این امر می‌تواند فرصت‌های پیش رو شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به شدت کاهش دهد. بنابراین مدیریت درست این دست از منازعه‌ها اهمیت زیادی خواهد داشت.

هدف اصلی در این مقاله بررسی برخی از راهکارها و شیوه‌های مناسب برای حل منازعه‌ها در درون شرکت است. اگر شما هم در کسب و کارتان به طور مداوم با چنین مشکلاتی رو به رو هستید، نکات مورد بحث در ایین مقاله جذابیت فراوانی برای‌تان خواهد داشت.

گفت و گو با طرف‌های منازعه به طور جداگانه

شما در اولین گام باید نسبت به دلیل بروز منازعه در میان تیم‌های کاری آگاهی پیدا کنید. این امر فقط از طریق گفت و گوی مستقیم با افراد صورت می‌پذیرد. اگر شما در این میان نسبت به دریافت شکایت‌ها یا نظرات اعضای تیم توجه لازم را نشان ندهید، خیلی راحت اعتبارتان از دست می‌رود.

گفت و گو با اعضای تیم به معنای دعوت تمام افراد به طور یکجا نیست. بدون تردید اعضای از تیم که با هم چالش دارند، نباید در کنار هم هدف تعامل شما قرار گیرند. درست به همین خاطر توصیه ما گفت و گوی جداگانه با هر کدام از اعضای تیم شرکت است. شما با این کار چشم‌اندازی جداگانه نسبت به وضعیت شرکت پیدا خواهید کرد. نکته مهم اینکه شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و جلب نظر آنها باید همیشه مشکلات درونی شرکت‌تان را خیلی زود حل کنید. بدون شک یک تیم کاری با چالش‌های درونی به سختی توانایی جلب نظر هر مشتری در بازار را خواهد داشت. به همین خاطر گوش دادن به دغدغه‌ها و شکایت‌های اعضای مختلف تیم همیشه اهمیت دارد.

اقدام به مثابه حل‌کننده مشکل

هر مشکلی باید از سوی فردی خارج از تیم حل شود. شما به عنوان یک مدیر باید همیشه به طور بی‌طرفانه و براساس منافع شرکت اقدام به حل و فصل مشکلات کنید. این امر توانایی شما برای تاثیرگذاری بر روی اعضای شرکت را به شدت افزایش می‌دهد. متأسفانه برخی از مدیران به دلیل اقدامات نادرست به طور مداوم میزان مقبولیت‌شان در تیم‌های کاری کاهش پیدا می‌کند. این امر می‌تواند در نهایت به طور کامل تاثیرگذاری آنها در تیم‌های کاری را از بین ببرد.

توصیه ما در این بخش تلاش شما برای محدودسازی سطح انتظارات کارمندان و جست و جو برای راهکاری مناسب است. ایین امر به معنای تمایل به گفت و گوی نزدیک با اعضای شرکت و توضیح دقیق مسائل است. در این حالت شما امکان تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف‌تان را پیدا کرده و تمام مشکلات در مدت زمانی کوتاه حل می‌شود.

یادتان باشد شما باید در حل مشکلات به مثابه یک فرد باتجربه عمل کنید. در این میان اگر نیاز به راهنمایی‌های حرفه‌ای داشتید، موسسه‌های مشاوره را دیگر مدیران همیشه در دسترس هستند. بنابراین نباید خودتان را بیش از اندازه به زحمت اندازید.

ایجاد تغییرات در تیم

هر منازعه و چالشی فقط با اعمال برخی تغییرات در نحوه فعالیت تیم‌های کاری حل می‌شود. درست به همین خاطر شما به عنوان مدیر باید قول اعمال برخی از تغییرات را بدهید. این امر می‌تواند تغییراتی بسیار کوچک هم باشد. بی‌تردید هیچ کارمندی انتظار تغییرات گسترده در دنیای کسبب و کار را ندارد. با این حساب شما باید با اعمال برخی از تغییرات کوچک میزان توجه‌تان به وضعیت کارمندان‌تان را به خوبی نشان دهید. این امر می‌تواند از بروز بسیاری مشکلات دیگر جلوگیری نماید.

پرهیز از مشکلات آتی

هر چالشی امکان دارد دوباره نیز روی دهد. بنابراین شما در دنیای کسبب و کار باید پس از حل منازعه اعضای شرکت اقدام به حل و فصل دقیق آن نیز نمایند. منظور ما در این بخش توجه به آینده کسبب و کارتان است. پس از راهکارهای کوتاه مدت پرهیز کرده و تلاش‌تان را به حل منازعه‌ها با راهکاری بلندمدت اختصاص دهید. در این صورت دیگر خبری از مشکلات تکراری در تیم‌تان نخواهد بود.

منبع: entrepreneur.com



مدیریت کسب و کار	www.forsatnet.ir
به قلم: لیزا اسمیت	
کارشناس بازاریابی دیجیتال و کارآفرین مستقل	
ترجمه: علی آل علی	

پیدا کردن مشتری تازه در مقایسه با حفظ آنها امر بسیار پرهزینه‌تری محسوب می‌شود. امروزه کسب و کارها به دنبال جلب نظر مشتریان تازه هستند. بااین حال کمتر برنامه‌ای برای حفظ مشتریان فعلی‌شان دارند این امر چرخه‌ای از جذب مشتری و از دست دادن سریع آنها را به ارمغان خواهد آورد. با این حساب شما دیگر توانایی جلب نظر مشتریان و حفظ آنها در مدت زمانی کوتاه را نخواهید داشت. این نکته می‌تواند شهرت برندگان را نیز به خطر اندازد. در کنار این نکات بحث مالی ماجرا نیز بسیار پررنگ است. برندهایی که هیچ برنامه‌ای برای حفظ مشتریان‌شان ندارند، خیلی زود برای جلب نظر مخاطب هدف با مشکل رو به رو شده و حتی به دلیل مشکلات مالی از بازار به طور کامل کنز می‌روند. استراتژی حفظ مشتریان در دنیای امروز کسب و کار برای هر برندی امری ضروری و حیاتی محسوب می‌شود. بنابراین برند شما هم در بازار باید از همان ابتدای هر برنامه‌ای مشخص برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف داشته باشد. این امر می‌تواند دامنه وسیعی از تکنیک‌ها را شامل شود. هدف اصلی در این مقاله بررسی برخی از مهمترین تکنیک‌ها برای حفظ مشتریان در دنیای کسب و کار است. شما با چنین کاری دیگر نیازی به صرف هزینه‌های گزاف در حوزه حفظ مشتریان و نگرانی مداوم برای تعامل با آنها نخواهید داشت. یکی از دلایل اصلی تمایل برندها برای حفظ مشتریان امکان ایجاد دامنه‌ای از مشتریان وفادار و تضمین سودشان در بلندمدت است. بدون تردید هر برندی نسبت به داشتن تعدادی مشتری وفادار در بازار احساس رضایت خواهد کرد. این امر می‌تواند به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک کرده و هزینه‌های بازاریابی‌تان را نیز به شدت کاهش دهد. در کنار این مسئله، مشتریان وفادار یکی برند به طور معمولان دوستان‌شان را نیز به سوی همکاری با برند دلخواه‌شان هدایت می‌کنند. بنابراین شما می‌توانید از تاثیرگذاری مشتریان برندگان بر روی دوستان‌شان نیز بی‌نهایت سودبرید. اگر شما هم در کسب و کارتان به دنبال راهکارهایی برای حفظ مشتریان‌تان هستید، در ادامه برخی از مهمترین نکات در این راستا را مورد ارزیابی قرار خواهیم داد. این امر به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک کرده و شانس‌تان در بازار را به شدت افزایش می‌دهد. در ادامه برخی از مهمترین تکنیک‌های این حوزه را با هم مرور خواهیم کرد.

ایجاد تجربه‌ای مناسب برای مشتریان

وقتی کسی اقدام به خرید از برند شما می‌کند، براساس تجربه‌اش از فرآیند مورد نظر اقدام به تصمیم‌گیری خواهد کرد. این امر اهمیت بسیار زیادی برای شما به منظور تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف دانسته و امکان جلب رضایت فرد مورد نظر به بهترین شکل ممکن را به همراه دارد. یادتان باشد شما در بازار نیاز نیستید. بنابراین اگر مشتری تجربه خوبی از برندگان کسب نکنند، خیلی زود به سراغ دیگر رقبا شناخته رفت. این امر می‌تواند نتایج بسیار عجیب و حتی خطرناکی برای برندگان در پی داشته باشد. ارائه تجربه‌ای خوب و استاندارد به مشتریان امر خیلی پیچیده‌ای نیست. این امر می‌تواند با الگوبرداری از برندهای بزرگ در بازار صورت گیرد. همچنین اگر شما به سادگی هرچه تمام‌تر خودتان را به جای مشتریان قرار دهید، این امر برای‌تان تبدیل به نوعی سرگرمی خواهد شد. با این حساب دیگر نیازی برای نگرانی نسبت به نحوه تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نخواهد بود. بسیاری از اوقات برندها فاصله زیادی میان خود و مشتریان قرار می‌دهند. این امر در عمل موجب توانایی برای درک نیازها و خواسته‌های مشتریان از سوی برندها می‌شود. بنابراین هرچه شما خودتان را بیشتر در کنار مشتریان قرار داده و رابطه‌ای نزدیک‌تر با آنها داشته باشید، توانایی‌تان برای تاثیرگذاری بر روی آنها افزایش پیدا خواهد کرد.

اعلام تعهدات کوچک و ارائه عملکرد حیرت‌انگیز

برخی از برندها در بازار تعهدات بسیار بزرگی در قبال مشتریان اعلام می‌کنند. این امر بار سنگینی روی دوش هر کسب و کاری قرار خواهد داد. با این حساب شما دیگر توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را نخواهید داشت. این امر می‌تواند شانس‌تان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به شدت کاهش داده و توانایی‌تان در این مسیر را نیز بین ببرد. یادتان باشد مشتریان در صورت مشاهده تعهدات بالای شما به سرعت انتظارات زیادی پیدا می‌کنند. با این حساب حتی اگر شما ندانکی از تعهدات‌تان را هم برآورده نکنید، در نهایت شانس‌ی برای جلب نظر مشتریان پیدا نمی‌کنید. یکی از راهکارهای مناسب برای حفظ مشتریان در دنیای کسب و کار مربوط به استفاده از تعهدات کوچک است. بی‌تردید این امر مشکلات زیادی برای برندها به همراه خواهد داشت چراکه در بازار بسیاری از برندهای بزرگ با تعهدات بسیار زیادی حضور دارند. با این حال اگر شما در قبال تعهدات کوچک‌تان عملکرد بسیار عالی داشته باشید، آن وقت تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف دیگر امری غیرممکن نخواهد بود. معنای اصلی این تکنیک تلاش برای ارائه عملکردی بسیار بالا‌تر و بهتر از تعهد صورت گرفته است. این امر می‌تواند فرصت‌های بسیار زیادی پیش روی شما قرار داده و وضعیت‌تان را نیز در بازار به شدت سادتر سازد.

امروز مشتریان از برندهایی که عملکرد بسیار خوبی در بازار دارند، استقبال بیشتری دارند. درست به همین خاطر شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف باید علی‌رغم استفاده از تعهدات بسیار اندک در عمل عملکرد بسیار بهتری ارائه کنید. این تکنیک شما را برای مدت زمانی طولانی در کانون توجه مشتریان قرار می‌دهد.

پاداش دادن برای وفاداری

وقتی یک مشتری به برند شما وفادار است، در عمل قید سایر برندها را زده و از محصولات شما استفاده می‌کند. این امر ارزش بسیار زیادی برای برند شما در بازار دارد. درست به همین خاطر برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و حفظ آنها باید واکنش مناسب نسبت به وفاداری‌شان داشته باشید. این امر می‌تواند در قالب یک هدیه کوچک صورت گیرد. نکته مهم در این میان، نه نوع هدیه، بلکه واکنش شما نسبت به وفاداری مشتریان است. چنین امری شانس‌تان در بازار را به شدت افزایش داده و فرصت‌های بسسیار زیادی پیش روی‌تان قرار می‌دهد. متأسفانه برخی از برندها برای قدردانی از وفاداری مشتریان همیشه به دنبال هدیه‌ای بسیار گران‌قیمت هستند. توصیه ما در این میان انتخاب هدیه‌ای مناسب و با سطح قیمت هماهنگ با بودجه برندگان است. در غیر این صورت شاید فقط توانایی ارائه هدیه به برخی از مشتریان‌تان را داشته باشید. این امر به تنهایی می‌تواند موجب بروز اختلافات بسیار زیادی میان شما و مشتریان‌تان شود. بسیاری از برندها برای اعطای هدیه به مشتریان از نظرسنجی‌های متنوع سود می‌برند. این امر شاید در نگاه نخست بسیار عجیب باشد، اما تاثیرگذاری روانی بسیار زیادی بر روی مشتریان خواهد داشت. شما با این کار علاوه بر قدردانی از مشتریان نوعی کمپین بازاریابی نیز به راه انداخته‌اید. با این حساب دیگر مشکلی از نظر سطح تعامل با آنها پیش روی‌تان قرار نمی‌گیرد.

استفاده از داده‌های در دسترس برای شخصی‌سازی تجربه مشتریان

شخصی‌سازی ترند بسیار مهمی در دنیای کنونی محسوب می‌شود. امروزه مشتریان در بازارهای مختلف مایل به استفاده از خدمات شخصی‌سازی‌شده هستند. از آنجایی که اغلب برندها در طول سال‌های اخیر به دنبال تاثیرگذاری بر روی مشتریان براساس این شیوه بوده‌اند، شما هم باید از همین راهکار سود ببرید. نکته مهم در این میان نحوه شخصی‌سازی محتوای بازاریابی و تجربه مشتریان از برند است.

مهمترین راهکار در مسیر پیش روی شما برای شخصی‌سازی تجربه مشتریان

چطور مشتریان بر ندتان را حفظ کنید؟

استفاده از بازخورد‌ها

از برندگان مربوط به استفاده از داده‌های در دسترس است. این داده‌ها باید برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف مورد استفاده قرار گیرد، در غیر این صورت شاید کمتر فرصتی برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان‌تان پیدا کنید. خوشبختانه امروزه موسسات بسیار زیادی در زمینه ارائه خدمات مربوط به پیش‌بینی رفتار و سلیقه مشتریان در بازار وجود دارد. همچنین شما همیشه امکان دسترسی به داده‌ها و اطلاعات موردنیازتان از طریق ابزارهای گوگل و دیگر موسسات معتبر را دارید. نکته مهم درباره توصیه اخیر، امکان دسترسی به داده های حرفه‌ای به طور کاملاً رایگان است. این امر شانس شما در بازار را به شدت توسعه می‌دهد.

بازخورد مشتریان نسبت به یک برند اهمیت بسیار زیادی دارد. این بازخورد بیانگر میزان موفقیت بازاریاب‌ها در تولید محتوای مناسب و همچنین عملکرد کلی برندگان برای حفظ مشتریان است. اگر بازخوردهای شما بسیار پایین باشد، بیانگر توانایی‌تان برای رغیب کاربران حتی نسبت به ثبت بازخورد و نظرات‌شان است.

برندهایی که همیشه بازخوردهای مثبت و فراوانی از سوی مشتریان دارند، به طور معمول دلایی برای نگرانی نخواهند داشت. مشکل اصلی درباره برندهایی با سطح پایین از بازخورد مشتریان است. اگر یک مشتری وفادار شما نسبت به برخی از عملکردها و خدمات‌تان اعتراض دارد، شما باید خیلی سریع نسبت به آن واکنش نشان دهید، در غیر این صورت در یک چشم به هم زدن مشتری وفادر‌تان را از دست خواهید داد. امروزه در بازار کسی برای شما صبر نمی‌کند. بنابراین اگر کیفیت خدمات‌تان پایین باشد، شاید دیگر هرگز توانایی تاثیرگذاری بر روی مشتریان را پیدا نکنید.

واکنش شما به مشتریان در مرحله نخست دارای اهمیت بسیار زیادی است. این واکنش باید همراه با عذرخواهی از مشتریان و تعهد نسبت به رفع مشکلات مربوطه باشد. چنین واکنشی از سوی شما نه تنها نظر مثبت مشتریان را به همراه دارد، بلکه برندگان را از کالوس از دست دادن مشتریان در مدت زمانی کوتاه نجات خواهد داد. به این ترتیب فرصت کافی برای رفع مشکلات موردنظر و تعامل دوباره با مشتریان را پیدا می‌کنید. این نکته اهمیت بسیار زیادی در دنیای کسب و کار دارد. بنابراین باید همیشه مدنظر شما برای بازاریابی و تاثیرگذاری حرفه‌ای بر روی مخاطب هدف قرار گیرد.

توجه به فضای آنلاین

امروزه تعامل میان برندها و مشتریان دیگر به طور سنتی صورت نمی‌گیرد. این امر به جای کانال‌های قدیمی در دنیای آنلاین دنبال می‌شود. اگر شما به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف یا حفظ مشتریان‌تان در بازارهای رقابتی کنونی هستید، باید همیشه حضور در فضای آنلاین را مدنظر قرار دهید، در غیر این صورت بسیاری از فرصت‌های‌تان برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان از بین می‌رود.

کسب و کارهایی که هنوز در محیط آنلاین حضور ندارند، به ندرت در میان برندهای پرطرفدار بازار شانس‌ی برای خونهایی خواهند داشت. این امر می‌تواند موقعیت‌شان در بازار را به شدت تحت تاثیر قرار داده و هیچ شانس‌ی برای‌شان به منظور جلب نظر مشتریان ایجاد نکند. توصیه ما به چنین کسب و کارهایی تلاش برای آشنایی مقدماتی با فضای آنلاین و بازاریابی در این راستاست. این نکته به شما برای جلب نظر مشتریان کمک وژی‌افای کرده و موقعیت‌تان در بازار را تضمین می‌کند. همچنین مشتریان وفادار‌تان نیز امکان دسترسی به شما و خدمات‌تان در قالبی کاملاً دیجیتال را خواهند داشت. یکی از دلایل اصلی ریزش مشتریان وفادار در کسب و کارهای مختلف مربوط به همین مشکل توجه به فضای آنلاین است. مشتریان دوست دارند برندها همیشه در دسترس باشند. از آنجایی که میزان وقت‌گذشتن کاربران در شبکه‌های اجتماعی به شدت افزایش پیدا کرده‌است، شما باید به طور مداوم برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف اقدام به حضور در شبکه‌های اجتماعی نمایید. البته در این میان نیازی به عضویت در تمام پلتفرم‌های آنلاین نیست، بلکه فقط باید بر روی شبکه‌های اجتماعی پرطرفدار تمر کز نمایید. ایین امر موقعیت‌تان در فضای موردنظر را به طور قابل ملاحظه‌ای تضمین خواهد کرد. بنابراین دیگر دلیلی برای عدم توجه مشتریان به برند شما یا بروز دروسر‌های پرشمار در زمینه حفظ آنها در بازارهای رقابتی کنونی پیش رو نخواهد بود.

ارزیابی مداوم شرایط برند

ارزیابی شرایط برند به شما امکان رقابت مناسب با دیگر کسب و کارها را می‌دهد. امروزه برخی از برندها در زمینه تعامل با مشتریان با حفظ آنها هیچ معیار درستی در دسترس ندارند. درست به همین خاطر همیشه با مشکلاتی در این زمینه رو به رو هستند. یکی از چالش‌های عجیب در این میان نگاه‌پنهانی با پدیده از دست رفتن مشتریان وفادار است. این امر شما را در موقعیت بسیار خطرناکی قرار داده و انتقادات

مفقودی شناسنامه

اصل شناسنامه امامعلی مینایی به شماره شناسنامه ۷۲۷۰ فرزند نباتعلی – معصومه یادگاری به شماره شناسنامه ۴۸۳ فرزند اسداله – محمد آرمین مینایی به شماره شناسنامه ۰۱۸۲۴۹۰۲۴۹۰ فرزند امامعلی – محمد یاسین مینایی به شماره شناسنامه ۰۱۶۴۴۸۳۱ فرزند امامعلی مفقود و از درجه اعتبار ساقط است .

مفقودی مدارک خودرو

برگ سبز – برگ کمپانی پژو ۴۰۵ ایکس یو ۷ به شماره موتور ۰۱۲۴k۱۰۸۶۳۲۳ و شماره شاسی NAAM۰۱CE۶HK۵۹۴۳۷۴ و شماره پلاک انتظامی ۴۵ ل ۴۵ ایران ۲۱ مفقود و از درجه اعتبار ساقط است.

اعلام مفقودی

برگ کمپانی خودرو سواری پژو ۲۰۷ به شماره انتظامی ایران ۲۸ – ۷۸۲۲۱ و شماره موتور ۰۷۲۹۴۴۰۱۷۸B و شماره شاسی NAAR۰۲FEXMJ۵۳۴۷۱۱ متعلق به آقای میثم ارمشی فرزند کلام اله به شماره ملی ۵۵۶۰۲۲۴۳۶۷ مفقود گردیده واز درجه اعتبار ساقط است .

از برندگان به طور ناگهانی افزایش شدیدی پیدا خواهد کرد. اگر شما به دنبال حفظ مشتریان و در امان ماندن از موج انتقادات هستید، باید همیشه برنامه‌تان براساس تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان در قالبی مستقیم باشد. پیشین‌زا این امر ارزیابی مداوم شرایط برند است. فقط در این صورت شما توانایی لازم برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را خواهید داشت. این نکته شانس‌تان در بازار و میان مشتریان وفادار را به شدت افزایش می‌دهد. امروزه اگر شما عملکردتان را به طور مداوم مورد ارزیابی قرار ندهید، خیلی زود شانس تاثیرگذاری بر روی مشتریان و کسب در آمد مناسب را از دست می‌دهید. این امر می‌تواند موقعیت بسیار دشواری برای شما به ارمغان آورده و شرایط‌تان را سخت سازد. درست به همین خاطر باید همیشه در این راستا موقعیت‌تان را تقویت نمایید. راهکار ارزیابی شرایط نیز در این میان بسیار ساده است. شما می‌توانید از افراد متخصص در این زمینه کمک گرفته یا خودتان براساس برآورد از فاصله برند تا اهداف تعیین شده دست به نتیجه‌گیری بزنید. در هر صورت آگاهی از وضعیت برند به شما برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان کمک کرده و شانس‌تان را نیز افزایش خواهد داد. به همین خاطر باید به طور مداوم ارزیابی انتقادی وضعیت برندگان را مدنظر داشته باشید.

وقتی شما پیش از انتقادات گسترده و بروز بحران وضعیت‌تان را مرور می‌کنید، فرصت تاثیرگذاری بهتر بر روی مشتریان وفادار با آگاهی از نقاط ضعف برند را خواهید داشت. این امر نقش مهمی برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان پیدا داشته و شما را برای جلب نظر مشتریان آماده می‌سازد.

شفافیت در عملکرد

مشتریان وفادار برند همیشه انتظار مشاهده رفتار شفاف و به دور از پنهانکاری را دارند. این امر باید در مورد شما با دقت بسیار زیادی دنبال شود. اگر برند شما به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف است، باید علاوه بر صورت حساب مالی شفاف، در مورد تمام عملکردهای خود نیز توضیحات دقیق ارائه کند. شما به این ترتیب اعتماد مشتریان را به بهترین شکل ممکن جلب کرده و شانس‌تان برای تاثیرگذاری بر روی آنها به شدت افزایش پیدا می‌کند. بنابراین همیشه در بازار به این نکته مهم توجه داشته و خودتان را برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در قالب این راهکار آماده سازید، در غیر این صورت تمام تلاش‌های‌تان برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف از بین می‌رود. مشتریان در بازار برای خرید از برند وسوسا بسیار زیادی به خرج می‌دهند. این امر گاهی اوقات برای برندها کلافه‌کننده می‌شود. درست به همین خاطر در صورت تمایل به حفظ مشتریان باید این نکته را در نظر داشته باشید. مسئله مهم ماجرا سختگیری بسیار مشتریان برای خرید مداوم از یک برند است. اگر شما در این راستا عملکردتان به طور مداوم بهینه‌سازی نشود، شاید هرگز شانس‌ی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور حرفه‌ای پیدا نکنید. این امر شما را در موقعیت بسیار دشواری از نظر بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مشتریان قرار خواهد داد.

بدون تردید حفظ مشتریان وفادار برای هر برندی مهم محسوب می‌شود. نکات مورد بحث در این مقاله برای شروع کارتان در حوزه موردنظر مناسب است. با این حال شما باید به طور مداوم خودتان را در زمینه آگاهی از نحوه حفظ مشتریان بروز نگه دارید.

منبع: wordstream.com

هیات موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی برابر رای شماره ۱۳۱۴۲۲/۳۰۳۱۸۶۰۳۰ مورخ ۱۴۰۰/۱۰/۱۴ هیات موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ناحیه ۲ رشت تصرفات مالکانه بلامعارض آقای کاظم نویدی ماسوله فرزند مرادعلی به شماره شناسنامه ۱۸۹۲ صادره از قومن در قریه کتیکر در ششدانگ یک قطعه زمین مشتمل بر بنای احداثی به مساحت ۴۲۴.۴۲ متر مربع پلاک فرعی ۱۲۶۸ از اصلی ۱۹ مفرز مجزی از پلاک ۶۷۹ از اصلی ۱۹ واقع در بخش چهار رشت خریداری از مالک رسمی آقای علی سحری گلودانی 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 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: ۱۴۰۰/۱۲/۰۹ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۰/۱۲/۲۴ سعید بدوی – رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه دو رشت ۳۲۱۹ م الف
هیات موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی برابر رای شماره ۱۳۱۵۲۴/۳۰۳۱۸۶۰۳۰ مورخ ۱۴۰۰/۱۱/۱۱ هیات موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ناحیه ۲ رشت تصرفات مالکانه بلامعارضی زهرای یوسنی مشکاچشتی فرزند هادی به شماره شناسنامه ۲۲۶ صادره از رشت در قریه پیرکللاجای در ششدانگ یک قطعه زمین مشتمل بر بنای احداثی به مساحت ۲۵۱.۹۲ متر مربع پلاک فرعی ۲۱۰۹ از اصلی ۲۹ مفرز مجزی از پلاک ۱۵ از اصلی ۱۵ واقع در بخش چهار رشت خریداری از مالک رسمی آقای غلامحسین محمدی آج بشه 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: ۱۴۰۰/۱۲/۰۹ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۰/۱۲/۲۴ سعید بدوی – رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه دو رشت ۳۲۱۹ م الف

هیات موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی برابر رای شماره ۱۳۱۵۵۹/۳۰۳۱۸۶۰۳۰ مورخ ۱۴۰۰/۱۰/۲۹ هیات موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ناحیه ۲ رشت تصرفات مالکانه بلامعارض آقای مرتضی شیرزاد چناری فرزند صفر به شماره شناسنامه ۲۴۱۳ صادره از قزوین در قریه لاگان در ششدانگ یک قطعه زمین مشتمل بر بنای احداثی به مساحت ۴۸.۱۳ متر مربع پلاک فرعی ۳۶۰۰ از اصلی ۳۸ مفرز مجزی از پلاک ۸ از اصلی ۳۸ واقع در بخش چهار رشت خریداری از مالک رسمی آقای صدیقه سیاری 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: ۱۴۰۰/۱۲/۰۹ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۰/۱۲/۲۴ سعید بدوی – رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه دو رشت ۳۲۲۸ م الف
هیات موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی برابر رای شماره ۱۳۱۲۵۹/۳۰۳۱۸۶۰۳۰ مورخ ۱۴۰۰/۱۰/۲۹ هیات موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ناحیه ۲ رشت تصرفات مالکانه بلامعارض آقای مرتضی شیرزاد چناری فرزند صفر به شماره شناسنامه ۲۴۱۳ صادره از قزوین در قریه لاگان در ششدانگ یک قطعه زمین مشتمل بر بنای احداثی به مساحت ۴۸.۱۳ متر مربع پلاک فرعی ۳۶۰۰ از اصلی ۳۸ مفرز مجزی از پلاک ۸ از اصلی ۳۸ واقع در بخش چهار رشت خریداری از مالک رسمی آقای صدیقه سیاری 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: ۱۴۰۰/۱۲/۰۹ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۰/۱۲/۲۴ سعید بدوی – رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه دو رشت ۳۲۲۸ م الف

یادداشت

مطالعات ژئوتکنیک برای چه ساختمان هایی ضروری است؟

سیدمحمدحسین علوی – کارشناس ارشد عمران

مطابق با آیین نامه ۲۸۰۰ ویرایش چهارم عدم انجام مطالعات ژئوتکنیک فقط برای ساختمان‌های با اهمیت کم یا ساختمان‌های با اهمیت متوسط تا ۴ سقف و با حداکثر ارتفاع ۱۲ متر از روی شالوده یا حداکثر سطح اشغال ۳۰۰ مترمربع آن هم به شرط مطالعه‌ی گزارش ژئوتکنیک سازه‌های مجاور و بررسی برش خاک در گودهای مجاور، توسط فرد با تجربه امکان پذیر هست و برای سایر ساختمان‌ها ضرورiest.

علت ضروری بودن مطالعات ژئوتکنیک

علت این امر رفتار پیچیده‌ی انواع خاک در زمان بارگذاریست، و عدم انجام این مطالعات میتواند باعث پیامدهای غیرقابل جبران شود. امکان وجود چاه یا قنات در لایه‌های زیرین زمین بستر فونداسیون، خاک دستی و... باعث نشست های زیاد ساختمان و در نتیجه ترک خوردن اعضای سازه و ایجاد رعب و وحشت برای ساکنین و در مواردی حتی منجر به ریزش کلی ساختمان میگردد. همچنین در این مطالعات زمین های مستعد روانگرایی شناسایی میشود و میبایست تمهیدات لازم در این زمینه در هنگام طراحی فونداسیون و تقویت زمین بستر انجام شود که عدم انجام آن میتواند در صورت وجود خاک روانگر در هنگام زلزله منجر به واژگونی کامل ساختمان گردد. یکی دیگر از مهمترین دلایل اهمیت مطالعات ژئوتکنیک شناخت طبقه زمین بر اساس دسته بندی انجام شده در آیین نامه ۲۸۰۰ هست، کم زمین ها را در چهار نوع دسته بندی کرده است، و هر چقدر که زمین بستر در دسته‌ی بالاتری قرار بگیرد، ضریب بازتاب بزرگتری را داراست، در نتیجه ضریب زلزله و نیروی بزرگتری به سازه اعمال میشود.

نتیجه

به همین دلیل اگر نوع زمین مشخص نشود طراح سازه مجبور است در جهت اطمینان با توجه به مشخصات خاک منطقه و سازه‌های مجاور نوع زمین را سه یا چهار فرض کند که منجر به طراحی سنگین تر و پرهزینه‌تری شود، یعنی کارفرما عملا با عدم انجام هزینه‌ی آزمایش‌های مکانیک خاک، هزینه‌های به مراتب بیشتری را به خود تحمیل میکند.

اخبار

تجلیل از مدیرعامل سیمیدکو با حضور وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی

خانه بهداشت کارگری سیمیدکو موفق به کسب عنوان مرکز برتر کشور شد



مشهد- مدیر ابراهیم‌بای:مراسم ملی تجلیل از خانه‌های بهداشت کارگری برتر، کارفرمایان سلامت محور و شورا‌های هماهنگی خدمات بهداشتی به بیمه شدگان، با حضور مسئولان این وزارتخانه و مشارکت برتران استانی در این حوزه در محل وزارت تعاون کار و رفاه اجتماعی برگزار شد. در این همایش که به صورت همزمان با سراسر کشور به صورت ویدئو کنفرانس برگزار شد، از برترین خانه های بهداشت کارگری با حضور وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی تجلیل شد و از استان خراسان رضوی، خانه بهداشت کارگری شرکت صنعتی و معدنی توسعه فراگیر سناباد (سیمیدکو) به عنوان خانه بهداشت برتر کشور معرفی شد.

در این مراسم از طریق ویدئو کنفرانس با برخی از مسئولان شرکت‌های برتر در حوزه بهداشت خانه کارگری استانی ارتباط زنده برقرار شد و نقطه نظرات بیان شد و با اهدافی لوح از کارگران و کارفرمایان موفق خانه های بهداشت کارگری برتر تجلیل شد، روح الله در خشی مدیر منابع انسانی و امور اجتماعی سیمیدکو به نمایندگی از مهندس محمد مدنی در مدیر عامل این شرکت و عرفان جاهدی سرپرست خانه بهداشت کارگری سیمیدکو نیز در این مراسم مورد تجلیل قرار گرفتند.

در آستانه ی عید نوروز و آغاز سال نو انجام شد؛

توزیع بسته های غذایی خشک میان شهروندان کم برخوردار توسط شرکت نفت و گاز مسجدسلیمان

اهواز- ششبنم قجواند: در آستانه ی سال نو و عید نوروز ، تعداد ۱۲۰۰ بسته مواد غذایی خشک توسط شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان جهت توزیع میان شهروندان کم برخوردار در اختیار اداره های بهزیستی و کمیته امداد امام خمینی (ره) شهرهای مسجدسلیمان ، لالی و هفتکل قرار گرفت. در آستانه ی سال نو و عید نوروز ، تعداد ۱۲۰۰ بسته مواد غذایی خشک توسط شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان جهت توزیع میان شهروندان کم برخوردار در اختیار اداره های بهزیستی و کمیته امداد امام خمینی (ره) شهرهای مسجدسلیمان ، لالی و هفتکل قرار گرفت. این اقدام در راستای عمل به مسئولیت های اجتماعی و مشارکت فعال در رزمایش مومنه ، توسط پایگاه مقاومت بسیج این شرکت به اجرا درآمد و طی آن تعداد ۱۲۰۰ بسته مواد غذایی به ارزش تقریبی ۷ میلیارد ریال تهیه و جهت توزیع میان شهروندان کم برخوردار در اختیار اداره های بهزیستی و کمیته امداد امام خمینی (ره) شهرهای مسجدسلیمان ، لالی و هفتکل قرار گرفت.

مدیرکل تأمین اجتماعی استان مرکزی:

آمار بازنشستگان در استان مرکزی از بیمه‌شدگان پیشی گرفت



اراک- فرناز امیدی:مدیرکل تأمین اجتماعی استان مرکزی با بیان اینکه آمار مستمری‌بگیران تأمین اجتماعی در استان مرکزی به ۱۰۵ هزار نفر رسید گفت: آمار بازنشستگی در استان مرکزی از بیمه‌شدگان پیشی گرفت. علیرضا حسینی با اشاره به بهبود معیشت و افزایش مستمری، مستمری بگیران در استان مرکزی اظهار داشت: در حال حاضر جمعیت این قشردر استان به ۱۰۵ هزار نفر رسیده که جمعیت خیلی بالایی است و از این ۱۰۵ هزار نفر ۶۱ هزار نفر بازنشسته، ۳ هزار و ۵۸۰ نفر از کار افتاده و ۴۰ هزار نفر بازمانده است. وی افزود: طی یک سال اخیر تعداد بازنشستگان به میزان ۲،۴۳ درصدافزایش داشته است و در خصوص بیمه‌شدگان ۳،۵۷ درصد افزایش وجود داشته است یعنی سرعت تعداد بازنشستگان ۲ برابر بیمه شدگان ورودی ما بوده است و این حجم و سرعت همچنان ادامه دارد. مدیرکل تأمین اجتماعی استان مرکزی تصریح کرد: مرحله اول متناسب‌سازی مر داد ۹۹ اجرا شد و مرحله دوم آن با توجه به بودجه ۱۴۰۰ در فروردین ۱۴۰۰ اتفاق افتاد و می‌توانم به جرات بگویم متوسط حقوق دریافتی ماهیانه بازنشستگان در فروردین ۱۲۰۰ نسبت به اسفند ۹۸ دو و نیم برابر افزایش پیدا کرده است، مجموع پرداختی ماهیانه سازمان در اسفند ۹۸ بابت حقوق ۳ و نیم میلیون نفر بازنشسته از حدود ۶ هزار و ۶۰۰ میلیارد تومان در فروردین ۱۴۰۰ به ۱۷ هزار میلیارد تومان رسیده است که این نشان دهنده افزایش ۲۵ برابری است.

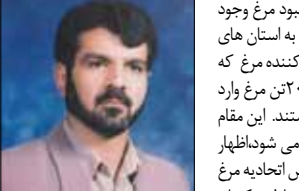
مراسم بزرگداشت روز شهدا با حضور اعضای شورا و شهردار رشت



رشت- خبرنگار فرصت امروز: مراسم بزرگداشت روز شهدا با حضور عاشری، رضویان و تاج‌شهرستانی از اعضای شورا و علوی شهردار رشت، نمایندگان بنیاد شهید و خانواده‌های شهدا و ایثارگر شهرداری رشت، توسط سازمان فرهنگی و امور ایثارگران شهرداری رشت در سالن رحمدل مجتمع خاتم‌الانبیاء برگزار شد. به گزارش واحد خبر مدیریت ارتباطات و امور بین الملل شهرداری رشت - رضا عاشری فرزند شهید و عضو شورای اسلامی شهر رشت امروز یکشنبه ۲۲ اسفند ۱۴۰۰ در این مراسم ضمن ارج نهان به خانواده‌های ایثارگر و شهدا اظهار داشت: شهدا در هشت سال دفاع مقدس با نثار خون خود از اسلام ناب و انقلاب محافظت کردند. عاشری تصریح کرد: رزمندگان ما در سالهای دفاع مقدس حتی اجازه ندادند تا یک وجب از خاک کشورمان به دست بیگانهان بیافتد و بسپاری از خانواده‌ها، فرزندان خود را بدون هیچ چشمداشتی به جبهه‌های نبرد حق علیه باطل فرستادند، بنابراین مسئولیت ما در برابر شهدا و خانواده‌های شهدا و ایثارگر بسیار سنگین است. سید امیر حسین علوی شهردار رشت نیز در این مراسم با تیریک ویژه روز شهدا اظهار کرد: مسئولیتی خطیر و بزرگ بر دوش همه ماست و باید در هر جایگاه و مقایه که قرار داریم، پاسدار خون پاک شهدا باشیم و راه و منش آنها را دنبال کنیم.

رئیس اتحادیه مرغ و تخم مرغ استان همدان:

کمبودی در بازار مرغ ، تخم مرغ وماهی وجودندارد



همدان - اعظمی: جواد عاشوری با بیان اینکه در شهرستان همدان کمبود مرغ وجود ندارد،خاطر نشان کرد:در استان همدان مزاد مرغ وجود دارد و حتی توانایی توزیع به استان های دیگر هم را داریم. رئیس اتحادیه مرغ و تخم مرغ استان همدان بالغ بر۱۵۰نفر توزیع کننده مرغ که دارای پروانه کسب هستند در استان همدان وجود دارد:عنوان کرد:روزانه ۱۵۸۰ تا۲۰۰نفر مرغ وارد استان همدان و توزیع می شود. وی افزود:بالغ بر ۲۸۰نفر در این صنف فعال هستند. این مقام مسئول با بیان اینکه در حال حاضر مرغ گرم با قیمت مصوب ۲۸هشتصد توزیع می شود:اظهار کرد:در حال حاضر مرغ گرم به قیمت مصوب ۲۱هزار تومان به فروش می رسد. رئیس اتحادیه مرغ و ماهی همدان با تاکید بر اینکه قیمت مصوب به صورت کشوری است و در همه مناطق یکسان است گفت: نوع پرورش و برند مرغ هیچ تأثیری در افزایش نرخ آن ندارد و اگر واحدی به بهانه عناوینی مانند مرغ شمال و مهلاباد اقدام به گرانفروشی کند تخلف کرده است. رئیس اتحادیه مرغ و ماهی همدان از آراش در بازار تخم‌مرغ خبر داد و گفت: روزانه بالغ بر ۶۰تن تخم مرغ در استان همدان توزیع می شود. عاشوری با بیان اینکه وضعیت جوهریزی در استان خوب است و کمبودی وجود ندارد تصریح کرد: در بازار میزان تقاضای خرید نسبت به عرضه کاهش یافته است.

دنبال شود که این هم به دلیل تغییر دولت قدری به عقب افتاد و الان دوباره این مسئله فعال شده است؛ ما در حال دنبال کردن این موضوعات هستیم اما تا به نتیجه برسد وقت می‌برد و حتی به دنبال این بودیم که از کلان‌شهرهای دیگر قرض بگیریم و این موضوع نیز به همراهی دولت نیاز دارد.

وی با اشاره به اینکه در سال آینده ۷۱ پروژه در مناطق محروم با رقیی حدود ۱۴۰ میلیارد تومان پیش‌بینی‌شده است اظهار داشت: این کار در راستای توازن منطقه‌ای و توزیع پروژه‌های عمرانی انجام‌شده است. شهردار قم با تأکید بر اینکه حدود ۴۰ درصد درآمدهای منطقه چهار و یک را برای مناطق کم برخوردار هزینه می‌کنیم عنوان کرد: در سال ۱۴۰۰ شهرداری قم ۶۲ میلیارد تومان در منطقه ۶ و ۳۱ میلیارد تومان در منطقه دو هزینه کرده است، اما به‌قدری محرومیت‌ها زیاد است که خودش را نشان نمی‌دهد.

دکتر سسقایان‌نژاد اذعان کرد: در بحث طرح‌های عمرانی هم اگر مناطق هشتگانه را با هم مقایسه کنیم، بعضاً پروژه‌های مناطق دو و ۶ بیشتر از مناطق دیگر است ولی پایین‌حال محرومیت زیاد است.

کاهش ۶۰میلیون تومانی قیمت انواع تراکتور در بازار آزاد؛

تولیدات تراکتورسازی به بیش از ۱۰ کشور جهان صادر می شود

وی همچنین گفت: اخیرا شرکت تراکتورسازی تبریز به صورت مستقیم تراکتور را به کشاورز عرضه می کند، البته اکنون حداقل ۶۰ میلیون تومان قیمت انواع تراکتور در بازار آزاد کاهش یافته‌است. شرکت تراکتورسازی ایران، سازنده انواع تراکتور، کامیونت و ابزار در تبریز است؛ این شرکت ظرفیت تولید سالانه حداقل ۲۰ هزار دستگاه تراکتور، ۳۰ هزار دستگاه موتور دیزلی، ۲۳ هزار تن انواع قطعات انگتري و ۵۴ هزار تن انواع قطعات ریخته‌گری را دارد.

شرکت تراکتورسازی ایران در سال ۱۳۴۷ به صورت شرکت سهامی خاص تأسیس شد و در اداره ثبت شرکت‌ها در تبریز به ثبت رسید؛ در س‌ماهه آخر سال ۱۳۴۸ کار ساخت تراکتور با مونتاژ تراکتورهای یونیورسال رومانی با قدرت ۶۵ اسب بخار شروع به کار کرد.

در سال ۱۳۵۴ نخستین تراکتورهای MF (مسی فرگوسن) در چهار نوع به بازار عرضه شد؛ شرکت‌های انگتري، موتورسازان و ریخته‌گری در سال ۱۳۶۶ از این شرکت تفکیک شدند و در سال ۱۳۷۲ نیز کارگاه ابرارسازی این کارخانه مستقل شد.

، سوادکوه و ورودی بهشهر) در نظر گرفته شده است. وی تصریح کرد: بازرسی و کنترل در این مدت به صورت مستمر در جایگاهها انجام می شود.

مدیرشرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری درباره جایگاههای موجود این منطقه یادآور شد : به طور کلی ۱۳۴ باب جایگاه عرضه سوخت مایع و ۸۸ باب جایگاه سی ان جی در منطقه ساری فعالیت می کنند.

مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری تعداد جایگاههای فرآورده مایع و سی ان جی را ۲۲۲ باب شمرد و با اعلام شماره تلفنهای ۰۹۶۲۷۰ مرکز پاسخگویی به مشتریان شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی ایران و تلفن ۳۳۲۷۰۱۸ منطقه ساری برای پاسخگویی به نقطه نظرات و شکایت میهمانان وهم استانی ها به صورت شبانه روزی آماده می باشد.



عملیاتی شود و تولید این محصولات افزایش یابد.

رییس اتاق بازرگانی تبریز با بیان این که باید برای تولید نهاده های دامی، برنامه جدی داشته باشیم، گفت: بهترین کار در این زمینه حمایت از بخش کشاورزی و تولیدکنندگان استان است و این موضوع نیاز به بودجه و نقدینگی دارد؛ باید از دولت درخواست شود این طرح ها را تصویب کند تا کود و پذر مناسب در اختیار کشاورز قرار بگیرد چرا که فصل کشت به زودی می رسد و فرصت بسیار کمی باقی مانده است و باید در این زمینه سریع تصمیم گرفته شود.

نشست رسانه‌ای شهردار قم؛

پیش‌بینی ۷۱ پروژه برای مناطق محروم و کم‌برخوردار



مسئله تحریم‌ها و فراز و نشیب‌های ارتباط ایران و چین این قرارداد به مشکلاتی برخورد.

وی خاطرنشان کرد: چینی‌ها چند مشکل دارند که یکی از آن‌ها قیمت واگن بوده و به دنبال تعدیل قرارداد هستند، مسئله بعدی تأخیرات و مسئله بعدی ضمانت است که به دلیل تحریم با مشکل مواجه شده است. دکتر سسقایان‌نژاد یادآور شد: قرار بود در وزارت خارجه این موضوع

قم- خبرنگار فرصت امروز: شهردار قم با اشاره به آخرین وضعیت پروژه مترو گفت: متروی قم آماده تست گرم است و برای این موضوع به واگن نیاز دارد.

به گزارش شهرنیزوز، دکتر سید مرتضی سسقایان‌نژاد در نشست رسانه‌ای که در سالن جلسات شهرداری قم برگزار شد، با اشاره به اینکه متروی قم آماده تست گرم است و برای این موضوع به واگن نیاز دارد اظهار داشت: تفاهم‌نامه‌ای با تهران امضا شد تا این واگن به‌صورت قرضی از شهرداری تهران تأمین شود.

وی با بیان اینکه در مرحله نخست صحبت‌هایی شد که باید پول نقد یا تضمین بانکی بدهیم که هنوز در حال مذاکره هستیم، ابراز کرد: به محضی که این رام سه و واگنه به قم برسد تست گرم را شروع می‌کنیم که ۴۰ روز طول می‌کشد و در همین مرحله می‌توانیم بازدید عمومی داشته باشیم. شهردار قم با اشاره به اینکه تأمین واگن اصلی برای متروی قم مسئله دیگری است ادامه داد: دولت با شرکت چینی پوزن قراردادی داشت که قرار بود واگن چند کلاشهر با این قرارداد تأمین شود و قم هم به کمک نمایندگان وقت شهر به این قرارداد اضافه شد که به دلیل

آذربایجان شرقی – ماهان فلاح: مدیرعامل گروه صنعتی

تراکتورسازی ایران با بیان اینکه امسال ۲۵ هزار دستگاه تراکتور در تبریز تولید شد، گفت: سال آینده این میزان تولید به ۳۵ هزار دستگاه افزایش می‌یابد. مصطفی وحید زاده اظهار کرد: ۹۵ درصد قطعات تراکتور در این گروه تولید و به دیگر شرکت های تولید ماشین نیز قطعه مورد نیاز، ارسال می‌شود.

وی با بیان اینکه تولیدات تراکتورسازی به بیش از ۱۰ کشور جهان صادر می‌شود، خاطرنشان کرد: در شرکت تراکتورسازی بیش از یک‌هزار و ۶۰۰ نوع قطعه تولید می‌شود؛ به طور نمونه یکی از قطعات حساس و پیشرفته، اکسل جلوی تراکتور است که با فناوری بسیار بالا تولید می‌شود؛ البته اگر کشوری قطعه ای را سفارش دهد این شرکت توانایی طراحی، ساخت و تولید و صادرات آن را نیز دارد.

وحیدزاده ادامه داد: قرار بر این شده که در مناطق آزاد شده قره باغ، مکان مناسب در اختیار گروه تراکتورسازی قرار بگیرد تا شعبه ای از شرکت در آنجا احداث شود؛ البته ما از این موضوع استقبال می‌کنیم و

ساری – دهقان : مدیرشرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری گفت : با پیش بینی افزایش مسافرت‌های نوروزی این شرکت با ذخیره سازی مطلوب سوخت ، خود را برای استقبال از نوروز و مسافران نوروزی آماده کرده است.

به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی ، سبحان رجب پور مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری در دومین جلسه ستاد تسهیلات سفر نوروزی که در نیمه دوم اسفند ماه در منطقه ساری برگزار شد ازهماهنگی های انجام شده با سازمانهای مختلف و جایگاهداران منطقه ساری گفت و اظهار داشت : منطقه ساری به کمک مدیران مجاری عرضه تمام تلاش خود را متمرکز کرده تا خدمات مطلوبی در روزهای پایانی سال و نوروز ۱۴۰۱ به مردم استان و مسافران ارائه شود تا سفر خوشی در این استان تجربه کنند . سبحان رجب پور با بیان این که جمعیت مازندران

ژائله: دولت قیمت ارز را به ۲۳ هزار تومان برساند

حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی عوارض تورمی به دنبال دارد

زمینه بشنوبم تاانگیزه ای برای فعالیت بیشتر صنعتگران ایجاد شود.

وی همچنین با اشاره به موضوع تصویب افزایش حقوق کارگران در سال آینده گفت: اگر دولت به‌جای افزایش این رقم، ارزش پول ملی را افزایش داده و قیمت ارز را از ۲۶ هزار تومان به ۲۳ هزار تومان برساند، قدرت خرید کارگران نیز افزایش می‌یافت و نیازی به ایجاد این رقم جدیدنبود.

وی در خصوص حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی با بیان اینکه اکنون زمان درستی برای اجرای این کار نیست و طبیعتاً این امر عوارضی همچون تورم را به دنبال دارد، اظهار داشت: برای ادامه حیات بخش کشاورزی و تولید نیازمندنقدینگی بالا هستیم که با توجه به میزان حجم نقدینگی واحدهای تولیدی و منابع بانک ها این موضوع غیرممکن است. ژائله ادامه داد: کشت قراردادی، اصلاح بذر و تأمین کود مناسب و این که این محصولات در زمان مناسب در اختیار کشاورزان قرار گیرند، جزو پیشنهادات ما است که امیدواریم با حمایت استانداری این طرح ها

سرپرست شرکت گاز استان گیلان:

پروژه های گازرسانی به منطقه سیستان ۸۵ درصد پیشرفت داشته است

گاز شهرهای ادیمی، دوست محمد، زهک و محمد آباد به زودی به پایان می رسد و فاز ۳ شهر زابل نیز در نیمه اول سال آتی تکمیل خواهد شد. سرپرست گاز گیلان با اشاره به اینکه پرسنل این شرکت به همراه پیمانکاران اجرایی پروژه به صورت مستمر و شبانه روزی در حال پیشبرد طرح گازرسانی به منطقه سیستان می باشند، اظهار داشت: تکمیل این طرح ملی و بزرگ نیازمند مساعدت و همراهی بیشتر مسئولین استانی و شهرستان های مربوطه می باشد. وی در خاتمه ابراز امیدواری کرد تا گاز طبیعی همانند استان گیلان در شهرستان زابل و همه مناطق استان سیستان و بلوچستان گرامیبخش خانه های مردم پر مهر آن دیار شود.

بازدید گروه معین شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه گلستان از ناحیه گنبد کاووس

مردم و رفق نواقص احتمالی جهت ارایه خدمات مطلوب در آستانه نوروز ۱۴۰۱ (در مجاری عرضه تحت پوشش ناحیه، اعضا از جایگاهها بازدید و فرایند سوخت‌رسانی و عملیات مجاری عرضه را مورد بررسی قرار دادند. بر پایه این گزارش به منظور جمع بندی و بررسی نتایج حاصل از این بازدید جلسه ای با حضور اعضای گروه معین برگزار شد.گفتنی است گروه معین شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه

گازگان- به منظور شناسایی مشکلات و رفع آنها و نظارت بر اجرای دقیق دستورالعمل ها و روش های اجرایی جاری، گروه معین شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه گلستان از ناحیه گنبد کاووس بازدید کرد.

در این بازدید که به سرپرستی معاون فنی و عملیاتی انجام شد، با هدف نظارت بر کیفیت و کمیت فرآورده‌های نفتی و فراهم آوردن رفاه



رشت- خبرنگار فرصت امروز: پروژه های گازرسانی به منطقه سیستان استان سیستان و بلوچستان مطابق برنامه ریزی های انجام



چطور پس از حمله سایبری شرایط برند را ساماندهی کنیم؟

به قلم: دینا ریتچی
کارشناس کسب و کار
ترجمه: علی آل علی

اگر شما به دنبال حفاظت از کسب و کارتان به بهترین شکل ممکن در بازار کنونی هستید، یکی از مهمترین نکات طراحی برنامه‌ای برای بازیابی شرایط برند پس از حملات سایبری است. بدون تردید استفاده از راهکارهای مختلف برای پرهیز از مواجهه با چنین شرایطی اهمیت بسیار زیادی دارد. با این حال گاهی اوقات حملات سایبری علی رغم تمام تلاش‌ها و پیگیری‌های مدیران بازم روی می‌دهد. در این شرایط شما باید خودتان را برای مواجهه با شرایطی دشوار آماده نمایید، در غیر این صورت شاید هرگز شناسی برای جلب نظر مخاطب هدف‌تان نداشته باشید و برنداتان با اولیه مشکل سایبری به طور کامل از بازار خارج شود. هدف اصلی در این مقاله تلاش برای پیدا کردن راهکارهایی حرفه‌ای به منظور مدیریت و ساماندهی شرایط در موقعیت پس از حمله سایبری است. این امر اهمیت بسیار زیادی برای برندها داشته و توانایی شما برای ادامه مسیر فعالیت کاری‌تان را به طور قابل توجهی افزایش می‌دهد. در ادامه برخی از مهمترین نکات در این میان را با هم مرور خواهیم کرد.

طراحی برنامه ادامه به کار در شرایط اضطراری

یکی از مشکلات اساسی کارمندان و مدیران پس از مواجهه با یک حمله یا تهدید سایبری ناآگاهی از نحوه واکنش به آن است. بی‌شک حملات سایبری تمام توان یک برند را از کار نمی‌اندازد. ضمنا شما برای غلبه بر مشکلات‌تان باید در تلاش برای طراحی یک برنامه عالی به منظور ادامه روند فعالیت برنداتان حتی در شرایط ناگوار داشته باشید. این امر می‌تواند در حد یک راهنمای ساده برای واکنش مناسب در برابر حملات سایبری باشد. یادتان نرود در صورتی که کارمندان شما خیلی خوب از پس استرس و نگرانی اولیه‌شان برآیند، مسیر شما برای فعالیت دوباره در بازار به شدت ساده خواهد شد.

حفاظت از اطلاعات

کسب و کارها در صورت از دست دادن برخی از اطلاعات مهم‌شان آسیب زیادی خواهند دید. بنابراین شما باید تا جای ممکن از بازگذاری اطلاعات مهم‌تان در سرورهای خارجی یا اینترنت پرهیز کنید. در عوض با راه‌اندازی یک هاست مرکزی برای شرکت امنیت اطلاعات‌تان به طور مناسب تامین خواهد شد. شاید این امر هزینه‌های زیادی برای شما به همراه داشته باشد، اما در صورت اجرای درست شانس‌تان برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان به شدت افزایش پیدا می‌کند.

ارتباطات مداوم با اعضای شرکت و مشتریان

شما پس از یک تهدید سایبری یا حمله همه‌جانبه باید ارتباطات‌تان با کارمندان را حفظ کنید. این امر به طور قابل ملاحظه‌ای برای کسب و کارهای حوزه دور کاری مصداق دارد. بنابراین در صورتی که شما هم چنین الگویی برای مدیریت کسب و کارتان مدنظر دارید، باید فکری به حال ارتباط مداوم و مناسب اعضای شرکت با هم در هر شرایطی داشته باشید، در غیر این صورت حتی یک اختلال ساده نیز ارتباطات شما را دچار مشکلات اساسی خواهد کرد.

امروزه موسسه‌های بسیار زیادی در زمینه خدمات ارتباطی در دسترس هستند. این امر در کنار مسئله مربوط به استفاده از انواع شبکه‌های اجتماعی برای تقویت ارتباط میان اعضای یک تیم کاری به شما برای مواجه درست با حملات سایبری کمک می‌کند.

بهینه‌سازی بخش‌های مختلف شرکت

بهینه‌سازی بخش‌های مختلف شرکت باید همیشه در دستور کار شما قرار داشته باشد. این امر درباره حملات سایبری نیز مصداق دارد. بنابراین شما باید به طور مداوم برای به روز رسانی سیستم‌های مربوط به امنیت سایبری فعالیت مناسب را مد نظر قرار دهید.

بسیاری از برندها از کنار حملات سایبری به راحتی عبور می‌کنند. این امر با توجه قدیمی مبنی بر اینکه چنین اتفاقاتی هر چند وقت یک بار روی می‌دهد، صورت می‌گیرد. توصیه ما در این میان جدی گرفتن ماجرا پس از حمله سایبری به کسب و کارتان است، در غیر این صورت شاید خیلی زود وضعیت‌تان در بازار چالش برانگیز شود. تنها کاری که شما در این میان باید انجام دهید، اطمینان از همکاری با یک موسسه سایبری مناسب برای جلوگیری از اتفاقات مشابه است. همچنین شما می‌توانید از خدمات چنین موسساتی برای مدیریت شرایط پس از حمله سایبری به برنداتان نیز سود ببرید.

منبع: readwrite.com



فرصت امروز

روزنامه‌مدیریتی –اقتصادی

| سه‌شنبه | ۲۴ اسفند ۱۴۰۰ | شماره ۱۹۸۳ | 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 روز نامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR

تبلیغات خلاق

بازگشایی کسب و کار با ایده‌های جذاب و کاربردی

به قلم: دایانا وینتر
کارشناس بازاریابی و کسب و کار
ترجمه: علی آل علی

راه‌اندازی یک خرده‌فروشی تازه در بازار یا به روز رسانی فروشگاه‌تان برای جلب نظر مشتریان همیشه ایده جذابی برای کارآفرینان محسوب می‌شود. مشتریان نیز در بازار همیشه به دنبال استفاده از امکانات تازه و آشنایی با برندهای نوآور هستند. با حساب شما با سرمایه‌گذاری بر روی حوزه خرده‌فروشی به طور درست و استفاده از تکنیک‌های مربوط به افتتاح یا بازگشایی مجموعه‌تان امکان جلب نظر دامنه وسیعی از کاربران را در همان ابتدای امر خواهید داشت. این نکته می‌تواند به خرده‌فروشی‌تان در بازار رقابتی کنونی کمک بسیار زیادی نماید.

امروزه بسیاری از کارآفرینان برای راه‌اندازی یک کسب و کار تازه اول از همه به سراغ حوزه خرده‌فروشی می‌روند. این امر امکانات بسیار زیادی پیش روی آنها قرار می‌دهد. در کنار این مسئله تعطیلی وقت خرده‌فروشی‌ها برای افزایش امکانات و خدمات‌شان را نیز باید در نظر داشت. اغلب اوقات چنین خرده‌فروشی‌هایی پس از بازگشایی نیاز به استفاده از الگوهای بازاریابی و معرفی کسب و کارشان به مخاطب هدف دارند، در غیر این صورت شاید هرگز شناسی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و بازیابی مشتریان‌شان نداشته باشند.

هدف اصلی در این مقاله مروری بر برخی از مهمترین نکات و تکنیک‌ها در دنیای بازاریابی برای افتتاح یا بازگشایی مجموعه‌تان است. اگر شما هم به دنبال افتتاح رسمی یک کسب و کار یا تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور حرفه‌ای هستید، می‌توانید از این نکات استفاده نمایید. در ادامه برخی از مهمترین نکات در این راستا را مورد ارزیابی قرار می‌دهیم.

برگزاری مراسم درون فروشگاه

امروزه برخی از خرده‌فروشی‌ها دارای شعبه‌های بسیار زیادی هستند. این امر به آنها فرصت تاثیرگذاری بر روی دامنه وسیعی از مشتریان در بازار را داده و موقعیت‌شان را در مقایسه با سایر رقبای بهینه‌سازی خواهد کرد. ابتدا شما برای موفقیت در این بازار نیازی به استفاده از شعبه‌های متعدد ندارید. هرچه باشد بسیاری از خرده‌فروشی‌ها در قالب یک شعبه فعالیت دارند. شما در هر دو صورت امکان بازگشایی کسب و کارتان پس از مدتی دوری از بازار را خواهید داشت. تنها نکته مهم تلاش برای برگزاری یک مراسم جذاب برای مشتریان در شعبه خرده‌فروشی‌تان است.

مشتریان همیشه مایل به اطلاع از آخرین تغییرات مهم در بازار هستند. این امر درباره شما می‌تواند بازگشایی خرده‌فروشی‌تان با امکانات تازه باشد. همچنین راه‌اندازی یک خرده‌فروشی کاملا تازه نیز خبر خوبی برای کارآفرینان خواهد بود. این امر به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک کرده و شانس‌تان را به طور قابل ملاحظه‌ای در بازار افزایش می‌دهد.

مراسم‌های شما در خرده‌فروشی نباید خیلی عجیب یا تعجب‌آور باشد. همین که مراسم به اندازه کافی خودمانی برگزار شود، به اندازه کافی تاثیرگذار و جذاب خواهد بود. بنابراین شما دیگر نیازی به تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با استفاده از شیوه‌های عجیب و غریب ندارید. یادتان باشد برای برگزاری یک مراسم شما باید هزینه مشخصی را صرف نمایید. اگر در این میان بودجه مشخص شده را رعایت نکنید، خیلی زود در صنعت خرده‌فروشی با مشکلات مالی روزافزون مواجه خواهید شد.

بدون تردید امروزه شمار بالایی از خرده‌فروشی‌ها به طور کاملا آنلاین در حال سرویس‌دهی به مشتریان هستند. این دست از کسب و کارها نیز امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به بهترین شکل ممکن را دارند. نکته مهم در این رابطه تلاش برای استفاده از ظرفیت فضای آنلاین برای تعامل با مخاطب هدف است. شما در این راستا امکانات تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور حرفه‌ای را پیدا خواهید کرد. توصیه ما برای شما در این رابطه استفاده از ابزار زوم یا دیگر پلتفرم‌های دارای امکان بارگذاری ویدیوی لایو است. به این ترتیب برند آنلاین شما نیز امکان جلب نظر مخاطب هدف را خواهد داشت.

ارائه هدیه همراه با مرسولات

مشتریان به هنگام خرید سخت‌گیری بسیار زیادی از خودشان نشان می‌دهند. این امر رفتار طبیعی آنها در بازار را بازتابی می‌کند. اگر شما در این میان به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان هستید، باید به بهترین شکل ممکن در تلاش برای جلب نظر آنها در بین مرحله تصمیم‌گیری و خرید دوباره باشید. بسیاری از برندها به این نکته مهم توجه لازم را نشان نمی‌دهند. درست به همین خاطر مشتریان‌شان پس از یک بار خرید دیگر سراغی از آنها نخواهند گرفت.

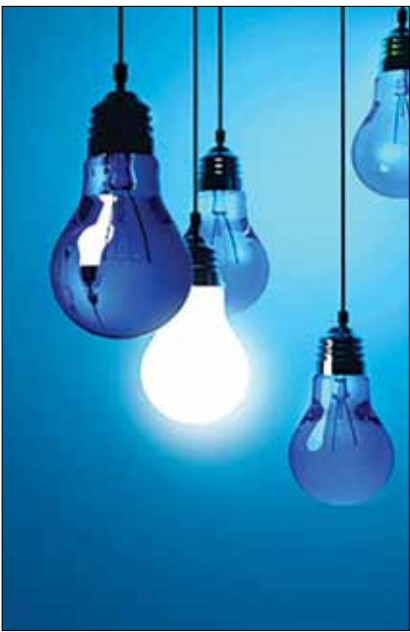
یکی از راهکارهای ساده و تاثیرگذار برای جلب نظر مخاطب هدف در دنیای کسب و کار مربوط به ارائه هدیه‌های مناسب همراه با خرید آنهاست. هدیه شما لازم نیست خیلی گران‌قیمت باشد. همین که مشتریان احساس ویژه‌ای از خرید شما کسب کنند، به اندازه کافی تاثیرگذار خواهد بود. این امر می‌تواند شانس شما در بازار را به شدت افزایش داده و وضعیت‌تان را نیز به طور کامل متحول سازد.

بسیاری از برندها برای ارائه هدیه به مشتریان از قبل برنامه‌ریزی دقیقی دارند. این امر می‌تواند شامل مرور سلیقه مشتریان یا حتی انتخاب هدیه براساس خرید آنها باشد. به عنوان مثال، اگر مشتری شما یک محصول غذایی را سفارش داده است، می‌توانید یک پیش غذای ساده را به عنوان هدیه به خرید وی اضافه کنید. این امر تاثیر روانی بسیار زیادی بر روی مشتریان داشته و به شما فرصت جلب نظر آنها به طور کاملا حرفه‌ای را می‌دهد.

یادتان باشد وقتی یک خرده‌فروشی در بازار تازه وارد محسوب می‌شود، باید همیشه نسبت به استفاده از

راهکارهای خلاقانه برای جلب نظر مشتریان سود ببرد. این امر درباره بازگشایی فروشگاه پس از مدت زمانی مشخص نیز کاربرد دارد. بنابراین شما باید در حوزه‌های موردنظر به طور کامل وضعیت‌تان را براساس سلیقه مشتریان ساماندهی نمایید.

دعوت از طرفداران برند برای شرکت در مراسم رسمی
مراسم‌های رسمی هر برند برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف مشکلات بسیار زیادی را به همراه دارد. این امر شانس شما برای معرفی کسب و کارتان به عنوان خرده‌فروشی حرفه‌ای را افزایش می‌دهد. نکته مهم در این میان اطمینان از حضور افراد مناسب در مراسم برنداتان است. اطلاع‌رسانی در این میان حرف اول و آخر را می‌زند. متأسفانه برخی از خرده فروشی‌ها بدون اطلاع‌رسانی درست اقدام به افتتاح کسب و کارشان می‌کنند. این امر نتایج به شدت ناگواری برای برندها به همراه داشته و توانایی تاثیرگذاری بر



روی مخاطب هدف را از بین می‌برد.

بی‌شک هیچ نکته‌ای به اندازه مواجهه با یک مراسم خلوت و بدون حضور مخاطب هدف نیست. چنین امری انگیزه کارآفرینان برای فعالیت در بازار را به طور کامل از بین می‌برد. درست به همین خاطر شما باید به طور مداوم نسبت به حضور مناسب در بازار مطمئن شده و شانس‌تان در این میان را تقویت نمایید.

دعوت از مخاطب هدف برند یا طرفداران خرده‌فروشی‌تان برای حضور در مراسم‌های افتتاحیه همیشه ایده مناسبی محسوب می‌شود. این امر شانس شما در بازار را نه تنها به شدت افزایش می‌دهد، بلکه امکان تاثیرگذاری بر روی مشتریان را نیز دوچندان خواهد کرد. به هر حال همه مشتریان مایل به حضور در مراسمی با استقبال گسترده سایر مردم هستند. این امر نوعی ترس از دست دادن فرصت در میان مشتریان ایجاد می‌کند. بنابراین شما قبل از شروع مراسم‌تان باید نسبت به دعوت از همه طرفداران و افراد مناسب برای حضور در رویدادتان مطمئن شوید.

شمارش معکوس برای بازگشایی خرده‌فروشی

بازگشایی خرده‌فروشی برای جلب نظر مشتریان امر بسیار مهمی است. شما پس از اینکه چند ماه یا حتی چند هفته برای به روز رسانی برخی از جنبه‌های فروشگاه‌تان در بازار حضور کم‌رنگی داشته‌اید، باید برنامه‌ای ویژه برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف پیدا نمایید. این امر به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک کرده و شانس‌تان را نیز به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش خواهد داد.

یادتان باشد مشتریان در صورت بی‌توجهی شما به امر بازاریابی و تبلیغ فروشگاه‌تان خیلی زود تمام کسب و کار‌تان را فراموش می‌کنند. بنابراین شما باید همیشه ایده‌ای برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و شناسایی آنها داشته باشید. این امر خرده‌فروشی‌تان را در بازار رقابتی کنونی به طور مداوم در ذهن مشتریان نگه می‌دارد. اگر این نکته به طور قیق از نسوی شما دنبال شود، در مدت زمانی کوتاه امکان تاثیرگذاری حرفه‌ای بر روی مخاطب هدف‌تان را پیدا خواهید کرد.

بی‌شک همیشه امکان استفاده از تجربه دیگر برندها و نظرات کارشناسی در دنیای کسب و کار وجود دارد. این امر به طور ویژه‌ای در صنعت خرده‌فروشی و همچنین فروشگاه‌های آنلاین صدق پیدا می‌کند. به همین خاطر اگر شما به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با استفاده از چنین راهکارهایی هستید، باید از همین امروز به فکر توسعه ارتباطات‌تان در بازار با افراد کلیدی باشید. امروزه بسیاری از خرده‌فروشی‌ها با استفاده از این تکنیک در عمل به هنگام بروز بحران برای برندشان امکان استفاده از نظرات کارشناسی یا جلب همکاری کارآفرینان بزرگ در بازار را پیدا می‌کنند. این نکته نوعی مزیت رقابتی برای کسب و کار شما در مقایسه با دیگر رقبای به همراه خواهد داشت. بی‌تردید در این میان نظر مشتریان نیز به برند شما جلب خواهد شد.

میزبانی یک رویداد در قالب لایو استریم

رویدادهایی که به طور آنلاین و در قالب پخش زنده در دسترس کاربران قرار می‌گیرد، همیشه حس و حال عجیبی خواهد داشت. این امر به شما فرصت کافی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را داده و شانس‌تان را نیز به شدت بهینه‌سازی خواهد کرد. یادتان باشد در دنیای کنونی برای بسیاری از کارآفرینان دنیای آنلاین همراه با کلی فرصت‌های تازه است. بنابراین شما باید از این فضا به خوبی برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان‌تان سود ببرید، در غیر این صورت شاید هرگز فرصتی برای جلب نظر مشتریان و

بازگشایی کسب و کار با ایده‌های جذاب و کاربردی

بهینه‌سازی شرایط برنداتان در بدو شروع به کار پیدا نکنید. نسل قدیم بازاربای‌ها و کارآفرینان هنوز برای کار با شبکه‌های اجتماعی مشکلات زیادی دارند. در این میان شمار بالایی از خرده‌فروشی‌ها به طور کامل در دنیای آنلاین شروع به کار کرده‌اند. این نکته اهمیت بسیار زیادی برای شما داشته و فرصت‌های زیادی نیز پیش روی‌تان قرار می‌دهد. البته یک چراغ خطر نیز در این بین برای شما روشن می‌گردد. این چراغ خطر امکان جا ماندن از فهرست برندهای نوآور در بازار است. از آنجایی که مشتریان همیشه به برندهای نوآور و خلاق روی خوش نشان می‌دهند، شما باید همیشه این امکان را برای برنداتان تقویت نمایید، در غیر این صورت شاید هرگز فرصت تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان را پیدا نکنید.

توصیه ما در این بخش برای شما به عنوان یک کارآفرین در دنیای خرده‌فروشی تلاش برای ارتباط بهتر با دنیای دیجیتال است. این امر شاید در مراحل نخست برای‌تان بسیار دشوار باشد، اما پس از مدت زمانی اندک شما به طور کامل فرصت جلب نظر مشتریان را به دست می‌آورید. هرچه باشد امروزه دنیا بر مدار شبکه‌های اجتماعی می‌گردد و شما چاره‌ای به غیر از تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف ندارید. شما پس از اینکه در شبکه‌های اجتماعی عضویت پیدا کردید، باید خیلی سریع نسبت به برگزاری جلسات زنده در قالب لایو اقدام نمایید. اگر در این میان یک مهمان مشهور یا دارای مهارت بالا در بازار را نیز به جمع‌تان اضافه کنید، دیگر تقریباً هیچ‌کس لایوتان را از دست نخواهد داد.

برگزاری مسابقه یا اعطای هدیه به مشتریان

امروزه مردم بیش از هر زمان دیگری مسابقه دادن را دوست دارند. این امر به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک کرده و شانس‌تان در بازار را به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش می‌دهد. اگر شما به دنبال جلب نظر مشتریان در بازار کنونی هستید، بهترین راهکار برگزاری یک مسابقه است. بی‌تردید در دنیای دیجیتال امروزی اغلب مردم مسابقه را در شبکه‌های اجتماعی یا بازی‌های آنلاین در نظر می‌گیرند. با این حال شما امکان پیروی از شیوه‌های گوناگون دیگر را نیز در این میان خواهید داشت. یکی از ایده‌های جالب در این میان برگزاری مسابقات به طور حضور و در شعبه‌های مختلف خرده‌فروشی‌تان است. این امر نه تنها مشتریان را به فروشگاه شما می‌کشاند، بلکه خاطره‌ای جذاب نیز برای آنها خواهد ساخت. این امر در بازار کنونی ارزش بسیار زیادی برای شما و برنداتان خواهد داشت.

ایده بعدی در این بخش مربوط به اعطای هدیه به مشتریان است. این امر اغلب اوقات در فروشگاه‌های حضوری به خوبی مشاهده می‌شود. مشتریان پس از ورود به چنین فروشگاه‌هایی یک هدیه هرچند کوچک دریافت می‌کنند. شاید این هدیه در نگاه نخست ارزش زیادی نداشته باشد، اما شما با تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف امکان ایجاد ایضاد تجربه‌ای منحصر به فرد از برنداتان در ذهن آنها را خواهید داشت.

برخی از برندها در این میان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف اقدام به استفاده از کارت‌های هدیه می‌کنند. البته این کارت‌های هدیه فقط برای خرید از شرکت در دسترس خواهد بود. بنابراین شما نباید بی‌جهت خودتان را برای تهیه چنین کارت‌هایی با دروسرهای زیاد رو به رو سازید.

برگزاری تور آنلاین بازدید از خرده‌فروشی

بسیاری از خرده‌فروشی‌های دنیا در قالب تماما آنلاین به مشتریان خدمات ارائه می‌دهند. این امر اهمیت زیادی برای کسب و کارها داشته و امکان تاثیرگذاری بر روی مشتریان، بدون دردسرهای رایج در خرید سنتی، به همراه دارد. نکته مهم در این میان احساس خوب خرید حضوری و گشت‌زنی در مراکز فروش است. این امر برای شما به عنوان یک کسب و کار آنلاین مانع بسیار مهمی خواهد بود. بنابراین برای افتتاح یا بازگشایی خرده‌فروشی آنلاین‌تان باید همیشه این نکته مهم را در نظر داشته باشید.

ایده ما در این بخش برای جبران نقص خرده‌فروشی‌های آنلاین در مقایسه با دیگر کسب و کارها مربوط به تلاش برای برگزاری تورهای بازدید از برند است. بی‌شک این امر به طور حضوری امکان‌پذیر نیست. دلیلس هم نه محدودیت‌های کروناپی، بلکه ماهیت کسب و کارهای آنلاین است. بنابراین شما باید تورهای مجازی یا آنلاین را در دستور کارتان قرار دهید. این امر به شما امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور ویژه و حرفه‌ای را خواهد داد.

امروزه بسیاری از فروشگاه‌ها برای جلب نظر مشتریان شان اقدام به استفاده از تکنیک‌های مربوط به برگزاری تورهای آنلاین می‌کنند. شاید این امر برای کسب و کار شما دشوار یا حتی ناآشنا باشد، اما در صورت تمرین و الگوبرداری از برندهای دیگر خیلی زود در این راستا حرفه‌ای خواهید شد.

همکاری با خبریه‌های محلی

خبریه‌ها همیشه گزینهای خوب برای همکاری در راستای نمایش تصویری اجتماعی و متعهد از برندهاست. شما با همکاری نزدیک با یک خبریه محلی می‌توانید در افتتاح یا بازگشایی خرده‌فروشی‌تان به خوبی بودجه‌ای برای کارهای خبریه تهیه کنید. این امر نگاه مشتریان به برند شما را به طور قابل ملاحظه‌ای تغییر خواهد داد. بنابراین باید همیشه این نکته مهم را در ذهن داشته باشید، در غیر این صورت شاید خیلی راحت یکی از بهترین ایده‌های‌تان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را از دست بدهید.

امروزه راهکارهای بسیار زیادی برای افتتاح یا بازگشایی خرده‌فروشی پیش روی کسب و کارها قرار دارد. بنابراین شما باید در زمینه استفاده از فرصت‌های‌تان نهایت دقت را به خرج دهید. ایده‌های مورد بحث در این مقاله برای شروع کارتان در این زمینه تاثیرگذار و مناسب خواهد بود. به این ترتیب شما امکان جلب نظر مشتریان به ساده‌ترین شکل ممکن را پیدا خواهید کرد.

منبع: shopify.com