

یادداشت

رشد شاخص فلاکت

علی قنبری

کارشناس اقتصادی

شاخص فلاکت به بالاترین رکورد در طول ۱۱ سال گذشته رسیده و این در حالی است که وضعیت در برخی استان‌ها حتی بدتر است. شاخص فلاکت مجموعه‌ای از شاخص‌های تورم و بیکاری است که متناسفانه در جامعه ما هم وضع بیکاری خوب نیست و هم تورم خیلی بالا و نامناسب است. تا الان نرخ تورم بالای ۴۰ درصد و نرخ بیکاری هم حدود ۱۰ درصد است و اگر چه این دو شاخص کاهش پیدا کرده، اما آنقدری نیست که کارساز باشد. جمع این دو رقم بیش از ۵۰ درصد می‌شود. در طول ۴۳ سال پس از انقلاب به غیر از یک سال در دوره ریاست جمهوری هاشمی رفسنجانی که بحث آزادسازی قیمت‌ها صورت گرفت و تورم بالا رفت، تا به امروز هیچ وقت شاهد این میزان از شاخص فلاکت نبوده‌ایم. به این ترتیب، همانطور که می‌بینیم، وضع شاخص فلاکت در جامعه نامناسب است که نشان از فلاکت مردم و اوضاع بسیار بد اقتصادی کشور دارد. دولت جدید از زمانی که روی کار آمده مدام ادعای کاهش تورم داشته، اما نتوانسته در کنترل تورم...

۹

فرصت امروز

برای کسب‌وکار آفرینی

وضع عوارض صادراتی بر محصولات معدنی باعث ریزش ۳۳ هزار واحدی شاخص بورس تهران شد

تیشه به ریشه بورس

فرصت امروز: پس از آنکه شاخص بورس تهران در اولین روز معاملاتی هفته با افت بیش از ۵ هزار واحدی قرمزپوش شد، در معاملات روز یکشنبه تغییر جهت داد و با رشد بیش از ۱۵ هزار واحدی معادل یک درصد در ارتفاع یک میلیون و ۴۷۴ واحد قرار گرفت تا فاصله خود تا ابر کانال ۱.۵ میلیون واحدی را به ۱.۷ درصد برساند. اگر چه این روند صعودی در معاملات روز دوشنبه...

سیاست‌های حمایتی در لایحه بودجه ۱۴۰۱ عمدتاً به نفع پررآمدهاست

شکست سیاست‌های حمایتی بودجه

فرصت امروز: اگر چه لایحه بودجه ۱۴۰۱ نسبت به سال گذشته شاهد چند تغییر اساسی در حوزه سیاست‌های حمایتی از جمله حذف ارز ترجیحی کالاها‌ی اساسی بوده است، اما این تغییرات عمدتاً به نفع اقشار پردرآمد جامعه است؛ نکته‌ای که نهاد پژوهشی مجلس در تازه‌ترین گزارش بودجه‌ای خود بدان اشاره کرده و از حمایت بودجه‌ای به نفع پردرآمدها خبر داده است. مرکز پژوهش‌ها در این گزارش با بررسی سیاست‌های حمایتی و مقابله با فقر در لایحه بودجه ۱۴۰۱، خواستار بازنگری در رویکرد حمایتی بودجه شده و با اشاره به کاهش...

۲

انتشار اسامی ابربدهکاران بانکی به وصول بدهی‌ها کمک می‌کند؟

۲ نگاه به افشای اطلاعات بدهکاران بانکی

۳

مدیریت و کسب‌وکار

فروش بی‌در دسر با راهکارهای تخصصی

فروش در بازارهای کنونی با حجم بالای رقابتی که جریان دارد، هرگز کار ساده‌ای نیست. بسیاری از برندها و حتی فروشندگان حرفه‌ای نیز در این میان با مشکلات بسیار زیادی رو به رو هستند. درست به همین خاطر شما باید کارتان در این راستا را همیشه با بهترین توصیه‌ها و تکنیک‌های ممکن پیش ببرید، در غیر این صورت هرگز شانس‌ی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و بهینه‌سازی شرایط کاری‌تان نخواهید داشت. این امر اهمیت بسیار زیادی برای برندها از نقطه نظر تاثیرگذاری بر روی مشتریان دارد. برخی از فروشندگان در طول سال‌های متمادی هرگز به فکر استفاده از شیوه‌های تازه نمی‌افتند. این امر شاید در نگاه نخست بسیار ساده به نظر برسد، اما اگر اندکی با دقت بیشتر به ماجرا نگاه کنید، متوجه ناتوانی فروشندگان موردنظر برای جلب مشتریان در ادامه مسیر خواهید شد. این امر شانس آنها در بازار را کاهش داده و بردشان را نیز بدل به یکی از...

۸



از سرگیری واردات از اختیارات دولت است

۵

آیا «سیلیکون‌ولی» همچنان بر نوآوری جهان مسلط است؟

۳۰۰ شهر جهان میزبان هزار تک‌شاخ

تازمای از جهان نوآوری را ترسیم می‌کنند؛ نقشه‌های گسترده‌تر، متنوع‌تر و رقابتی‌تر.

براساس گزارش «آونومیست»، بسیاری از استارت‌آپ‌های جدید نسبت به استارت‌آپ‌های قدیمی‌تر «سیلیکون‌ولی»، رویکرد متفاوتی دارند. این استارت‌آپ‌های جدید همچنین با یکدیگر متفاوت هستند. مراکز استارت‌آپی بزرگ‌تر و بالغ‌تر تمایل دارند شرکت‌های «فناوری عمیق» بیشتری ایجاد کنند که در حوزه‌های پیچیده‌ای مانند هوش مصنوعی و نرم‌افزارهای پیشرفته کار می‌کنند که عمدتاً مشتریان شرکتی را هدف قرار می‌دهند تا مصرف‌کنندگان. اما در حالی که استارت‌آپ‌های مستقر در لندن و تل‌آویو اغلب به فراسوی مرزهای کشورشان نگاه می‌کنند، یکن تقریباً به طور کامل بر بازار داخلی متمرکز است. (گفتنی است «فناوری عمیق»، حوزه فعالیت گروهی از شرکت‌ها یا بیشتر استارت‌آپ‌هایی هستند که هدف‌شان ارائه راهکارهای فناوری براساس چالش‌های علمی یا مهندسی است.

مراکز نوآوری جوان‌تر از جمله بنگلور، سان‌پائولو و سنگاپور بیشتر به فعالیت‌های منطقه‌ای علاقه دارند تا جهانی. این استارت‌آپ‌ها به جای آنکه به دنبال پیدا کردن زمین بازی تازه‌ای باشند، اغلب الگوهای تجاری موجود را برای استفاده در موفقیت بازاریهای محلی به کار می‌گیرند. «هنگ اونگ» از شرکت سرمایه‌گذاری هیل ونچرز (Hill Ventures) سنگاپور معتقد است که با افزایش درآمد استارت‌آپ‌ها در مناطق جدید، مصرف‌کنندگان هم تمایل بیشتری به صرف هزینه برای خدمات فنی مشابه کشورهای پیشرفته پیدا می‌کنند. به این ترتیب است که شرکت تجارت الکترونیک فلیپ‌کارت (Flipkart) به آمازون هندوستان، شرکت فین‌تک نوبانک (Nubank) به رُوپوت (Revolut) برزیل و شرکت تاکسی اینترنتی گرپ (Grab) به اوپر جنوب‌شرق آسیا معروف هستند. به همین دلیل است که ۷۰ درصد از تک‌شاخ‌های جنوب‌شرق آسیا و

دره توانسته بود یک‌سوم سرمایه‌گذاری خطرپذیر جهان را جذب کند. براساس بررسی‌های انجام‌شده توسط موسسه تحقیقاتی CB Insights، در سال ۲۰۱۱، مقر ۲۰ تک‌شاخ از ۲۷ تک‌شاخ جهان در آمریکا بوده است. در آن زمان تنها چهار کشور دیگر بودند که حتی میزبانی یک تک‌شاخ را به رخ می‌کشیدند. «سیلیکون‌ولی» همچنان خانه ۱۳۶ تک‌شاخ است؛ رقمی بیش از هر جای دیگر جهان. اما همان‌طور که بنگلور نشان می‌دهد، چنین تجمعی مستقر نمی‌تواند تنها به بخش کوچکی از شمال کالیفرنیا محدود شود. حالا تک‌شاخ‌ها در ۴۵ کشور جهان حضور دارند. از میان بیش از هزار تک‌شاخ جهان، حدود نیمی خارج از آمریکا مستقر هستند. سهم تمام سرمایه‌گذاری‌های خطرپذیر سرازیر شده به سمت استارت‌آپ‌های آمریکایی از ۸۴ درصد در ۲۰ سال گذشته حالا به کمتر از نصف رسیده است.

پراکندگی سرمایه در وری مرزهای «سیلیکون‌ولی» نشان از رشد عظیم صنعت فناوری در سال‌های اخیر دارد. با این حال، دره فناوری همچنان در برابر فراز و نشیب‌های چرخه سرمایه‌گذاری مقاومت کرده است. در شرایطی که در فصل چهارم سال ۲۰۲۱ و فصل اول سال ۲۰۲۲، ارزش استارت‌آپ‌های فناوری کاهش نسبی داشته، سهم سرمایه‌های سرازیر شده به سمت شرکت‌های مستقر در خارج از آمریکا همچنان رشد کرده و به ۵۱ درصد رسیده است. از میان مکان‌های دیگری که به عرصه رشد انفجاری استارت‌آپ‌ها تبدیل شده‌اند، برخی شهرها مانند یکن، لندن و تل‌آویو بزرگ‌تر و شناخته‌شده‌تر هستند و اغلب اشتیاق زیادی برای استقرار و فعالیت در آنها وجود دارد. شهرهای دیگری نظیر بنگلور، سنگاپور یا سان‌پائولو هنوز در مراحل اولیه تبدیل شدن به یک مرکز استارت‌آپی قرار دارند. با این حال اما همه این شهرها پر از استعدادهای فنی و مهندسی، ارتباطات مستحکم با دیگر بخش‌های جهان و ریسک پایین سرمایه‌گذاری هستند. این شهرها در کنار یکدیگر، نقشه

فرصت امروز: با یک پیاده‌روی عصرانه در خیابان هفدهم منطقه موسوم به HSR در جنوب شرق بنگلور، با افرادی برخورد می‌کنید که پس از پایان کار از دفتر استارت‌آپ‌شان بیرون می‌آیند و به سمت لافه‌های کوچک محلی می‌روند. به نوشته «آونومیست»، آنها ممکن است برای اودان (Udaan) - استارت‌آپ فعال در زمینه تجارت الکترونیک- یا ودانتو (Vedantu) - استارت‌آپ فعال در حوزه فناوری آموزشی- یا یکی دیگر از استارت‌آپ‌های خصوصی کار کنند که ارزشی بیش از یک میلیارد دلار دارند و رشد و تکثیر سریع آنها در این منطقه باعث شده است که مردم محلی به آن «خیابان تک‌شاخ» لقب دهند. «محیط یاداو»، یکی از بنیانگذاران استارت‌آپ تک‌شاخ بولت ارث (Bolt.Earth) که در ساختمانی در این خیابان مستقر است، با خنده می‌گوید: «این نام ممکن است قدیمی و منسوخ بشود، شاید محله تک‌شاخ مناسب‌تر باشد.»

منطقه HSR همیشه مرکز استارت‌آپی شهر بنگلور نبود؛ شهری که خودش پایتخت استارت‌آپی هندوستان است. تا پنج سال پیش منطقه گومانگالا در چند کیلومتری شمال منطقه HSR، مرکز استارت‌آپ‌های بنگلور بود، اما با افزایش قیمت دفاتر کار در این منطقه، استارت‌آپ‌های جدید از آنجا رانده شدند. واقعیت این است که شرکت‌های جوان به منطقه‌ای گسترده‌تر چشم دوخته‌اند تا فرصت‌های خرید بیشتری را برای فعالیت در بنگلور ایجاد کنند که به سرعت در حال رشد و تبدیل شدن به مکانی برای فعالان مشتاق و بلندپرواز فناوری است. این شهر خانه ۲۶ تک‌شاخ است و در سال گذشته میلادی ۱۳ میلیارد دلار سرمایه خطرپذیر جذب کرد. برای چندین دهه موقعیت «سیلیکون‌ولی» به عنوان زادگاه شرکت‌های فناوری بزرگ، انکارناپذیر بود، تکه کوچکی از زمین که اج‌پی، اینتل، اپل، گوگل و اوپر را به جهان داد. مارک زاک‌برگ تنها چهار ماه بعد از راه‌اندازی فیس‌بوک در کمبریج ماساچوست در سال ۲۰۰۴، به «سیلیکون‌ولی» نقل مکان کرد. در سال ۱۹۹۹ این

۸۰ درصد از تک‌شاخ‌های آمریکای لاتین در حوزه‌های فین‌تک یا خدمات اینترنتی فعالیت می‌کنند.

رشد انفجاری استارت‌آپ‌های فناوری با تکیه بر پیشرفت‌های ساختاری مختلفی اتفاق افتاده است. توسعه جهانی اینترنت پرسرعت و موبایل‌های هوشمند این امکان را برای استارت‌آپ‌ها فراهم آورده است تا از هر جایی در دنیا به مصرف‌کنندگان هر جای دیگری، خدمات‌شان را ارائه کنند. «اپیک آتاند» از شعبه هندوستان شرکت بزرگ سرمایه‌گذاری سنکویا (Sequoia) می‌گوید: «فوذ سریع فناوری باعث ایجاد بازارهای بزرگ‌تر و عمیق‌تر شده است. حالا تمایل به «فناوری عمیق» مانند رایانش ابری افزایش پیدا کرده و توسعه‌دهندگان بیشتر به ابزارهای پیشرفته نیاز پیدا کرده‌اند؛ ابزارهایی که راه‌اندازی یک شرکت را ساده‌تر می‌کند. از طرفی، با گذر شدن روند رشد بازارهای بالغ و افزایش فضای رقابتی در میان مراکز استارت‌آپی جهان، سرمایه‌گذاران خطرپذیر این روزها نیم‌نگاهی به مراکز تازه تاسیس استارت‌آپی و فرصت‌های جدیدشان دارند.» ادامه همه‌گیری کووید هم تاثیر چشمگیری بر رشد تقاضا برای ابزارهای پیشرفته گذاشته است. در واقع، تمایل مردم در سراسر دنیا به دیجیتال‌شدن همه‌چیز باعث شده است که استارت‌آپ‌های جدید با اهداف تازه ظهور کنند. با این اوصاف، تعجبی ندارد که تعداد شرکت‌های مستقر در هندوستان و جنوب‌شرق آسیا که درآمد سالانه‌شان به ۱۰۰ میلیون دلار می‌رسد، در سال‌های اخیر رشد قابل‌توجهی داشته‌اند.

اگر روند دموکراتیزه کردن فناوری و سرمایه‌گذاری خطرپذیر جهانی را هم نپذیریم، ظهور استارت‌آپ‌ها در همه جای جهان، مهر تأییدی برای این روایت است. بررسی آمار مربوط به سرمایه‌گذاری و ارزش بازار استارت‌آپ‌های ۱۰ کشور جهان با بیشترین تعداد استارت‌آپ‌های میلیارد دلاری نشان می‌دهد که حدود ۴۰ درصد از این تک‌شاخ‌ها در مراکز استارت‌آپی هر کشور تجمع کرده‌اند. در

پیش‌بینی بانک جهانی از افزایش رکود، تورم و فقر در سال ۲۰۲۲

اقتصاد اروپا در بحران باقی می‌ماند

بیش از ۴۰ درصد صادرات بلاروس بوده است. همچنین گردشگران روسی و اوکراینی بیش از ۱۰ درصد مجموع گردشگران ورودی به کشورهای این منطقه را تشکیل می‌داده‌اند که کاهش آن می‌تواند اقتصاد کشورهای وابسته به گردشگری از جمله گرجستان، مونتو نگرو و ترکیه را تحت تاثیر قرار دهد. بانک جهانی در این گزارش پیش‌بینی کرد که نرخ رشد اقتصاد جهان (براساس مدل سازمان همکاری اقتصادی و توسعه) حدود یک درصد کاهش یابد و به ۳ درصد برسد. همچنین نرخ رشد اقتصادی اوکراین در سال ۲۰۲۲ به منفی ۴۵ درصد می‌رسد و نرخ جمعیت فقرا در اوکراین (بر پایه درآمد ۵.۵ دلار در روز) از ۱.۸ درصد در سال ۲۰۲۱ به رقم ۱۹.۸ درصد در سال ۲۰۲۲ افزایش خواهد یافت. طبق پیش‌بینی این نهاد بین‌المللی، تولید ناخالص داخلی روسیه نیز در سال ۲۰۲۲ به دلیل تحریم‌های اعمال‌شده از سوی ایالات متحده و اتحادیه اروپا ۱۱.۲ درصد کاهش پیدا می‌کند.

از سوی دیگر، اقتصاددانان می‌گویند که جنگ در اوکراین و تحریم‌های اقتصادی علیه روسیه، تغییرات بسیار بزرگتری را در

قزاقستان و ترکیه بیش از ۷۵ درصد گندم خود را از روسیه و اوکراین وارد می‌کنند. البته کشورهای خاورمیانه و آفریقا نیز به واردات گندم و سایر کالاها‌ی روسی و اوکراینی از جمله دانه‌های روغنی و خوراک دام و طیور متکی هستند که ادامه جنگ می‌تواند امنیت غذایی آنها را هم به خطر بیندازد.

گزارش بانک جهانی همچنین نشان می‌دهد که تحریم‌های اروپا و آمریکا علیه روسیه با ایجاد اختلال در مسیریهای تجاری موجب افزایش هزینه‌های حمل و نقل و بیمه در سطح جهانی شده است. رخدادی که می‌تواند موجب افزایش قیمت محصولات و اختلال در زنجیره ارزش طیف گسترده‌ای از صنایع از جمله مواد غذایی، خودرو، ساخت و ساز، پتروشیمی و حمل و نقل شود. در عین حال، روسیه یک مقصد مهم صادراتی برای بسیاری از کشورهای اروپای شرقی بوده است. بر همین اساس بانک جهانی یادآور شده که بازار بیش از ۱۰ درصد صادرات کشورهای منطقه قفقاز جنوبی، آسیای مرکزی و بالتیک در حال از بین رفتن است. در این میان، روسیه مقصد حدود ۲۵ درصد صادرات ارمنستان و

با بهرهمندی از جهانی‌شدن و تقسیم کار در دهه‌های اخیر، منطقه یورو اکنون باید انتقال سبیز خود و دست‌یابی به استقلال انرژی را افزایش دهد. در عین حال باید هزینه‌های دفاعی، دیجیتال‌سازی و آموزشی هم بیشتر شود. به گفته تحلیلگران، اروپا با بحران انسانی و گذار اقتصادی قابل توجهی مواجه است و جنگ در «سید نان» اروپا، قیمت مواد غذایی را به سطوح بی‌سابقه‌ای افزایش خواهد داد. تورم بالاتر در اقتصادهای توسعه‌یافته می‌تواند در اقتصادهای در حال توسعه موضوع مرگ و زندگی باشد.

در همین حال، با ادامه جنگ در شرق اروپا، اتحادیه اروپا در حال بررسی اعمال تحریم علیه نفت روسیه است و طی مذاکراتی با نمایندگان اوپک در وین از آنها خواسته است تا سطح عرضه اوپک را افزایش دهد. در پاسخ اما اوپک به اتحادیه اروپا اعلام کرد که تحریم‌های جاری و آتی علیه روسیه ممکن است یکی از بدترین شوک‌های عرضه نفت ایجاد کند و جایگزین کردن این حجم از عرضه غیرممکن بوده و بنابراین این گروه نفت بیشتری تولید نخواهد کرد.

اقتصاد و بازارهای اروپا نسبت به بحران کرونا ایجاد می‌کند. به گزارش «سی‌ان‌بی‌سی»، رهبران اروپایی مجبور شده‌اند به سرعت برنامه‌های کاهش وابستگی بیش از حد خود به انرژی روسیه را تسریع بخشدن. پارلمان اروپا روز پنجشنبه خواستار تحریم فوری و کامل نفت، زغال‌سنگ، سوخت هسته‌ای و گاز روسیه شد. با این حال، این جدایی تهاجمی برای اقتصاد اروپا بهایی دارد، توری که از قبل افزایش یافته بود را به سطوح بی‌سابقه‌ای می‌رساند و تهدیدی برای تضعیف بهبود تولید (که سال گذشته با تلاش اقتصادها برای بیرون آمدن مجدد از همه‌گیری کرونا رقم خورد) به حساب می‌آید. برخی دیگر از تحلیلگران هم می‌گویند اروپا به ویژه در معرض خطر از دست دادن رقابت بین‌المللی در نتیجه جنگ قرار دارد. برای این قاره، جنگ بسیار بیشتر از همه‌گیری کووید، تغییر ایجاد کرده است. این ماجرا تنها به سیاست‌های امنیتی و دفاعی مربوط نیست بلکه کل اقتصاد را شامل می‌شود. منطقه یورو اکنون در حال تجربه نزولی مدل اقتصادی بنیادین خود، یعنی اقتصاد صادرات‌محور با ستون فقرات صنعتی بزرگ و وابستگی بیشتر به واردات انرژی است.

دریچه

سازمان توسعه تجارت گزارش داد

کارنامه تجارت خارجی ۱۴۰۰

گزارش سازمان توسعه تجارت از کارنامه تجارت خارجی در سال گذشته نشان می‌دهد ۲۰ کالای عمده صادراتی، سهم بیش از ۵۰ درصدی از کل صادرات ۱۴۰۰ دارند که نسبت به سال قبل، رشد ۴۸ درصدی به لحاظ ارزش و ۱۳ درصدی به لحاظ وزن را تجربه کرده‌اند. در سوی دیگر، اقلام عمده وارداتی نیز در سال گذشته از نظر ارزش ۸۹ درصد و از نظر وزن ۴۹ درصد رشد داشته‌اند.

براساس گزارش سازمان توسعه تجارت، ۲۰ کالای نخست صادراتی در مجموع ارزشی معادل ۲۸میلیارد و ۳۲۶میلیون دلار داشته و وزن آنها نیز به ۳۳میلیون و ۸۲۹هزار تن می‌رسد. این ۲۰ قلم از نظر وزنی رشد ۱۳درصدی و از نظر ارزشی افزایش ۴۸درصدی داشته‌اند. از میان این ۲۰ کالا، دو کالا با افت ارزشی و هفت قلم کالا با کاهش وزنی روبه‌رو بوده‌اند. بیشترین ارزش صادرات در سال گذشته مربوط به «گاز طبیعی» بوده است. ۸۷۵میلیون دلار از این کالا به کشورهای هدف صادر شده که از نظر ارزشی رشد ۸۴درصدی و سهم ۱۰ درصدی را به خود اختصاص داده است. صادرات این کالا به لحاظ وزنی هم افزایش ۹۱درصدی را نسبت به سال قبل نشان می‌دهد.

«متانول»، دومین کالای صادراتی در سال گذشته است که ارزش صادرات آن ۲میلیارد و ۲۰۰میلیون دلار و سهم ارزشی آن نیز ۴.۵ درصد است. رشد ۸۷درصدی ارزشی و ۴درصدی وزنی نیز در کارنامه صادرات این کالا به چشم می‌خورد. «پلی‌اتیلن گرید فیلم با وزن مخصوص کمتر از ۹۴ درصد» با ارزش ۲میلیارد و ۲۴میلیون دلار و سهم ارزشی ۴.۳ رص در رده سوم قرار گرفته است. این کالا از نظر ارزشی افزایش ۴۲درصدی و از لحاظ وزنی رشد یک‌درصدی داشته است. «پروپان مایع‌شده» هم در سال گذشته صادراتی یکمیلیارد و ۹۰۸میلیون دلاری داشته که سهم صادرات آن از کل صادرات ۱۴۰۰ به ۳.۹ درصد می‌رسد و نسبت به سال قبل، رشد وزنی و ارزشی ۳۰درصدی و ۹۶درصدی داشته است. صادرات «وره حتی به صورت محلول در آب» نیز رشد ارزشی ۱۵۶درصدی نسبت به سال قبل داشته و ارزش آن به یکمیلیارد و ۸۰۷میلیون دلار رسیده است.

سهم ارزشی این کالا نیز ۳.۷ درصد است و صدور آن از نظر وزنی یک درصد افزایش داشته است. «شمش از آهن و فولاد غیرمزوج» با ارزش یکمیلیارد و ۷۱۵میلیون دلار، سهم ارزشی ۳.۵ درصدی و رشد صادراتی ۸۲ درصدی، ششمین کالای صادراتی سال ۱۴۰۰ است. صادرات «سایر محصولات نیمه‌تمام از آهن یا فولاد غیرمزوج» نیز دارای ارزشی معادل یکمیلیارد و ۷۰۳میلیون دلار، سهم ارزشی ۳.۵ درصدی و رشد ارزشی ۱۵۱ درصدی است. همچنین «کاند و قطعات کاند از مس تصفیه‌شده» به عنوان هشتمین کالای صادراتی دارای ارزشی معادل یکمیلیارد و ۵۵۰میلیون دلار، سهم ارزشی ۳.۲ درصدی و رشد ارزشی ۱۱۶ درصدی نسبت به سال ۹۹ است.

صادرات «قیصر نفت» در سال گذشته ارزآوری یکمیلیارد و ۴۳۰میلیون دلاری داشته و سهم ۲.۹ درصدی از کل صادرات را به خود اختصاص داده است. ارزش صادرات این کالا نیز رشد ۷۲درصدی داشته است. «میله‌های آهنی یا فولادی» با ارزش صادرات یکمیلیارد و ۲۸۴میلیون دلاری و سهم ارزشی ۲.۶ درصدی، دهمین کالای عمده صادراتی است که ارزش صادرات آن ۹۹ درصد رشد داشته است. «یوتان مایع‌شده» هم دارای سهم ارزشی ۲.۴ درصدی و رشد ارزشی ۱۰.۹ درصدی بوده، «پلی‌اتیلن گرید فیلم با وزن مخصوص ۹۴درصد یا بیشتر» سهم ارزشی ۲.۱ درصدی و افزایش ارزش ۱۶ درصدی داشته، «سایر روغن‌های سبک و فرآورده‌ها به جز بنزین» هم با رشد درصد رشد ارزشی، سهم ۱.۹ درصدی را از کل صادرات ۱۴۰۰ به خود اختصاص داده است. «محصولات نیمه‌تمام از آهن یا فولاد غیرمزوج» با سهم ارزشی ۱.۷ درصد و رشد ارزشی ۸ درصد، چهاردهمین محصول صادراتی و «سایر فرآورده‌های غیرمذکور دارای ۷۰ درصد وزنی یا بیشترین نفت و روغن‌های معدنی قیری» با سهم ارزشی ۱.۶ درصدی و رشد ارزشی ۹۵ درصدی پانزدهمین کالای عمده صادراتی است. سهم «بنزین» از کل ارزش صادرات ۱.۵ درصد، سهم «پسته‌ها یا پوست تازه یا خشک» ۱.۴ درصد، سهم «آلومینیوم به صورت کار نشده غیرمزوج» ۱.۳ درصد، سهم «اتیلن‌گلیکول» ۱.۲ درصد و سهم «روی غیرمزوج» نیز ۱.۱ درصد از کل ارزش صادرات سال گذشته است.

در سوی مقابل، ۲۰ کالای عمده وارداتی، وزنی معادل ۲۹ میلیون و ۱۹۵ هزار تن و ارزشی معادل ۲۱ میلیارد و ۱۱۲میلیون دلار و ۵۰.۹ میلیون دلار داشته است. سهم این ۲۰ کالا از کل ارزش واردات به ۴۰.۶ درصد می‌رسد. در مجموع، ارزش و وزن ۲۰ کالای نخست وارداتی، رشد ۸۹ درصدی و ۴۹ درصدی را نسبت به سال قبل ثبت کرده است. از بین ۲۰ کالای عمده وارداتی، دو کالای برنج نیمه‌سفیدشده و الکترودهای زغالی برای کوره‌ها از نظر ارزشی نسبت به سال گذشته افت داشته‌اند. همچنین واردات ذرت دامی، برنج نیمه سفید شده و ماژول نمایشگر متشکل از صفحه، کاهش وزنی را تجربه کرده‌اند.

بیشترین واردات در سال گذشته از آن «گوشی تلفن همراه» بوده که ارزشی معادل ۴میلیارد و ۱۶۲میلیون دلار و سهم ۷.۹ درصدی از کل ارزش واردات ۱۴۰۰ را به خود اختصاص داده است. رشد ۷۱ درصدی ارزشی و افزایش ۲۲ درصدی وزنی نیز حاصل واردات گوشی تلفن همراه در این سال است. واردات «ذرت دامی» نیز ارزشی معادل ۳ میلیارد و ۲۶۶ میلیون دلار داشته که سهم آن از کل واردات ۶.۴ درصد بوده و از نظر وزنی افت یک درصدی و از نظر ارزشی رشد ۳۴ درصدی را به ثبت رسانده است. «گندم معمولی» هم وارداتی معادل ۲میلیارد و ۴۸۷میلیون دلار در سال گذشته داشته که رشد ۱۰۴۰ درصدی از نظر ارزش و سهم ۴.۷ درصدی از کل ارزش واردات ۱۴۰۰ را نشان می‌دهد. همچنین وزن گندم واردشده به کشور با رشد ۸۱۵ درصدی نسبت به سال قبل مواجه بوده است. ارزش واردات «دانه سویا تراریخته» نیز معادل یک میلیارد و ۴۱۳ میلیون دلار بوده که سهم ارزشی آن به ۲.۷ درصد می‌رسد. واردات این کالا از نظر ارزشی رشد ۹۹ درصدی و از لحاظ وزنی رشد ۵۵ درصدی را نشان می‌دهد. در ادامه این فهرست، «روغن‌های دانه آفتابگردان و روغن گل‌رنگ» به عنوان پنجمین کالای وارداتی توانست سهم ۲.۶ درصدی را در سال ۱۴۰۰ به ثبت برساند. ارزش واردات این کالا در این سال به یک میلیارد و ۳۵۸ میلیون دلار رسیده که از نظر وزنی ۵۷ درصد و از نظر ارزشی ۱۵۴ درصد افزایش داشته است. همچنین «واردات کنجاله» در سال ۱۴۰۰، یک میلیارد و ۲۷۴ میلیون دلار بوده که سهم ارزشی ۲.۴ درصدی را نشان می‌دهد.



بررسی هزینه‌های مصرفی خانوار نشان می‌دهد که مصرف کالاهای مشمول ارز ترجیحی در دهک‌های بالای درآمدی، چند برابر دهک‌های پایین جامعه بوده است. برای مثال، دهک دهم حدود ۲۷ برابر بیشتر از دهک‌های اول از یارانه گوشت گوسفندی بهره‌مند می‌شود. همچنین نسبت برخورداری دهک دهم به دهک اول از این یارانه در برخی کالاهای مانند روغن نباتی ۱.۷ است. بنابراین رویکرد دولت در اصلاح این سیاست در لایحه بودجه ۱۴۰۱، مشروط به طراحی شیوه اجرای مناسب مانند یکپارچگی در تصمیم‌گیری، تدوین برنامه مستقل برای تولید داخل، برنامه مشخص برای مدیریت بازار ارز، هماهنگی در اجرا، انتخاب برنامه زمانی مناسب و در نظر گرفتن سیاست حمایتی جایگزین، گامی مفید ارزیابی می‌شود.

از سوی دیگر، عدم تخصیص ارز ترجیحی به کالاهای مشمول آن باعث افزایش قیمت این کالاها خواهد شد. بنابراین لازم است دولت برای جبران افزایش هزینه‌های مصرفی خانوارها به‌خصوص خانوارهای کم‌درآمد، سیاست حمایتی مناسبی پیشنهاد دهد که در لایحه بودجه سال ۱۴۰۱ به صورت مناسبی به این موضوع پرداخته نشده است. در جدول تبصره ۱۴ لایحه بودجه سال ۱۴۰۱، دولت ۱۰۶ هزار میلیارد تومان جهت جبران اصلاح نرخ کالاهای اساسی، دارو، یارانه نان و خرید تضمینی گندم پیشنهاد داده است، در ردیف ۲۴ مصارف هدفمندی نیز ۶۶هزار میلیارد تومان تحت عنوان یارانه حمایت مطرح شده است که در نسخه اول لایحه به صندوق پیشرفت و عدالت موضوع تبصره ۱۸ اختصاص یافته بود و در نسخه اصلاحی به صورت عام تحت عنوان یارانه حمایت مطرح شده است. البته در نسخه اصلاحی جدید متناظر با کاهش ۱۷ هزار میلیارد تومانی منابع حاصل از نرخ گاز پتروشیمی‌ها، ۱۷ هزار میلیارد تومان از این ردیف کسر شد و اعتبار آن به ۳۹ هزار میلیارد کاهش یافت. در این راستا اولاً ضروری است مصارف این ردیف‌ها به تفکیک بخش‌های خرید تضمینی گندم، دارو، یارانه نان و سیاست حمایتی جبران ذکر شوند تا تخصیص و عملکرد آنها قابل بررسی باشد. ثانیاً با توجه به سایر هزینه‌های مربوط به سلامت و خرید تضمینی گندم، اعتبار در نظر گرفته شده برای حمایت جبرانی، ناکافی است؛ زیرا آمار واردات دارو و خرید گندم در سال‌های اخیر نشان می‌دهد ۱۰۶ هزار میلیارد تومان منابع در نظر گرفته شده در ردیف ۱۷ تنها صرف تامین این دو قلم کالای اساسی خواهد شد و منابعی برای حمایت جبرانی ارز ترجیحی باقی نخواهد ماند.

سیاست‌های حمایتی در لایحه بودجه ۱۴۰۱ عمدتاً به نفع پر درآمدهاست

شکست سیاست‌های حمایتی بودجه

اعتبارات مربوط به پرداخت‌های مستقیم حمایتی به کل بودجه در این سال‌ها کاهش یافته است. چنانکه سهم مجموع این اعتبارات از ۲۸ درصد منابع عمومی بودجه در سال ۱۳۹۱ به رقم ۱۱ درصد در قانون بودجه سال ۱۴۰۰ و همینطور ۸ درصد در لایحه بودجه پیشنهادی سال ۱۴۰۱ رسیده است. همچنین در همین دوره زمانی، حجم منابع عمومی بودجه رشد قابل توجهی داشته که عمدتاً ناشی از افزایش هزینه‌های جاری دولت بوده است. به این معنا که سهم جبران خدمات کارکنان دولت و حمایت دولت از صندوق‌های بازنشستگی از کل منابع عمومی بودجه افزایش داشته و نسبت بالاتری به خود اختصاص داده است. سهم این دو ردیف از منابع بودجه عمومی از ۲۷ درصد در سال ۱۳۹۱ به حدود ۳۲ درصد در لایحه سال ۱۴۰۱ رسیده است. این سهم در سال گذشته ۴۵ درصد منابع عمومی دولت بوده است.

مرکز پژوهش‌ها همچنین در ادامه این گزارش، منابع حقیقی اختصاص یافته به کارکنان و بازنشستگان و پرداخت‌های حمایتی مستقیم را مقایسه کرده و می‌گوید: به دلیل تورم در سال‌های اخیر، مصارف اسمی بودجه همواره در حال افزایش بوده است. در صورتی که ارزش حقیقی این اعتبارات با حذف اثر تورم ممکن است کاهش یابد. بررسی بودجه‌های این دو ردیف یعنی کارکنان و بازنشستگان و پرداخت‌های حمایتی مستقیم که به نسبت سال پایه ۱۳۹۵ تعدیل شده است، نشان می‌دهد که در سال ۱۳۹۱، ارزش حقیقی اعتبارات مربوط به پرداخت‌های نقدی به حقوق کارمندان و کمک به صندوق‌های بازنشستگی تقریباً برابر بوده است، اما در سال‌های بعد ارزش حقیقی بودجه حمایتی کاهش یافته، در حالی که ارزش حقیقی بودجه کارکنان دولت و بازنشستگان به طور متوسط در حال افزایش بوده است. در واقع، دولت منابع خود را بیشتر به سمت کارکنان و بازنشستگان هدایت کرده و به نظر می‌رسد این نکته جای تأمل دارد، چراکه اگرچه تورم را به عنوان یک عامل مهم باید در نظر گرفت، اما در سال‌های اخیر برغم کمبود منابع در بودجه دولت، حقوق کارمندان و بازنشستگان با افزایش قابل توجهی مواجه بوده است.

ارز ترجیحی در لایحه بودجه ۱۴۰۱

یکی از مهم‌ترین تغییرات لایحه بودجه سال ۱۴۰۱ نسبت به سال‌های گذشته، حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی برای واردات کالاهای اساسی است که البته شیوه اجرا و زمان پیاده‌سازی آن در لایحه بودجه نامشخص است. یارانه کالاهای اساسی از نوع یارانه قیمتی است و یارانه‌های قیمتی متناسب با مصرف بیشتر، بهره‌مندی بیشتر از یارانه را به همراه دارد.

فرصت امروز: اگرچه لایحه بودجه ۱۴۰۱ نسبت به سال گذشته شاهد چند تغییر اساسی در حوزه سیاست‌های حمایتی از جمله حذف ارز ترجیحی کالاهای اساسی بوده است، اما این تغییرات عمدتاً به نفع اقلتار پر درآمد جامعه است؛ نکته‌ای که نهاد پژوهشی مجلس در تازه‌ترین گزارش بودجه‌ای خود بدان اشاره کرده و از حمایت بودجه‌ای به نفع پر درآمد‌ها خبر داده است. مرکز پژوهش‌ها در این گزارش با بررسی سیاست‌های حمایتی و مقابله با فقر در لایحه بودجه ۱۴۰۱، خواستار بازنگری در رویکرد حمایتی بودجه شده و با اشاره به کاهش پرداخت‌های حمایتی مستقیم در بودجه می‌گوید: با وجود گسترش نرخ فقر در دهه ۱۳۹۰، نسبت پرداخت‌های مستقیم حمایتی به کل بودجه کاهش یافته است، به طوری که سهم اعتبارات حمایتی نقدی از ۲۸ درصد منابع عمومی بودجه در سال ۱۳۹۱ به ۱۱ درصد در قانون بودجه سال ۱۴۰۰ و همچنین ۸ درصد در لایحه بودجه پیشنهادی سال ۱۴۰۱ رسیده است. هرچند در سال‌های گذشته حمایت‌های غیرمستقیم دیگری از جمله ارز ترجیحی و عرضه ارزان انرژی انجام شده، اما سهم اعتبارات حمایتی نقدی (یارانه نقدی و نهادهای حمایتی) که مستقیماً به ذی‌نفع نهایی پرداخت می‌شوند، کاهش داشته است.

از سوی دیگر، آمارها نشان می‌دهد مصرف کالاهای مشمول ارز ترجیحی در دهک‌های بالای درآمدی جامعه چند دهک‌های پایین درآمدی بوده است. به طوری که دهک دهم حدود ۲۷ برابر بیشتر از دهک‌های اول از یارانه گوشت گوسفندی بهره‌مند می‌شود. همچنین براساس داده‌های بودجه خانوار در سال ۱۳۹۵، تنها ۱۵ درصد از خانوارها به تسهیلات بانکی دسترسی داشته‌اند و تعداد خانوارهایی که تسهیلات دریافت کرده‌اند، در دهک دهم ۹ برابر دهک اول بوده است.

منابع دولت در خدمت کارمندان است

گزارش مرکز پژوهش‌ها از پنج بخش تشکیل شده است که در بخش اول، اعتبارات نقدی حمایتی در لایحه بودجه مورد بررسی قرار گرفته است. اصلاح سیاست ارز ترجیحی و اعتبارات حمایتی جبرانی آن که از تغییرات جدی لایحه بودجه سال ۱۴۰۱ است، در بخش دوم بررسی شده است. در بخش سوم و چهارم نیز به ترتیب به شفافیت در پرداخت‌های حمایتی و تسهیلات تکلیفی در لایحه بودجه ۱۴۰۱ اشاره شده و نهایتاً در بخش پایانی، اعتبارات محرومیت‌زدایی و توسعه متوازن بررسی شده است.

همانطور که اشاره شد، به رغم گسترش نرخ فقر در دهه اخیر، نسبت

هزینه اجاره مسکن در قله جدید قرار گرفت

تورم ۳۶۵ درصدی اجاره‌بها در دهه ۹۰

درصدی قیمت مسکن در پایان سال ۱۴۰۰ بوده‌ایم؛ روند رشدی که به نظر می‌رسد در ماه‌های آینده هم کماکان ادامه داشته باشد و حالا در این شرایط بیشتر صاحب‌خانه‌ها به دنبال کسب درآمد بیشتر هستند و مستاجران زیر فشار رشد اجاره بها خرد می‌شوند. به طور میانگین، اجاره سالانه یک مسکن معادل یک پنجم (۲۰ درصد) ارزش آن بوده که در بخشی از مناطق تهران این عدد به بیش از ۳۰ درصد هم در سال‌های گذشته رسیده است. قیمت مسکن در مقابل قدرت خرید جامعه و درآمدی که در بازار اجاره قابل کسب است، به‌شدت جابجایی شده و اگر وزارت راه و شهرسازی و معاونت مسکن و ساختمان این وزارتخانه قادر به جلوگیری از تخلیه تورم انباشته مسکن در بازار اجاره نباشد، عملاً بازار اجاره با سونامی ویرانگر تومی مواجه خواهد شد. در شرایط فعلی، آمارهای رسمی روایت دردناکی از تغییر قیمت در بازار مسکن دارند. طبق اطلاعات مرکز آمار ایران، میانگین قیمت مسکن در کل مناطق شهری ایران از ابتدای سال ۱۳۹۱ تا پایان سال ۱۳۹۹ بالغ بر ۹۲۰ درصد رشد کرده و این بازار دچار یک ابرحباب شده است. داده‌های آماري مرکز آمار ایران درباره قیمت مسکن و اجاره‌بهای مسکونی در مناطق شهری نشان می‌دهد که نسبت قیمت مسکن به درآمد اجاره از حوالی ۱۶ مرتبه در ابتدای دهه ۱۳۹۰ به محدوده بالای ۲۰ مرتبه در پایان این دهه رسیده است. کارشناسان اقتصاد مسکن معتقدند که تخلیه این حباب قیمتی جز با شفاف و قانونمند کردن مناسبات حوزه املاک و خارج کردن مسکن از شمول کالاهای سرمایه‌ای امکان‌پذیر نیست. البته بخشی از بازیگران بازار مسکن

می‌گویند در طولانی مدت تورم اجاره کمتر از قیمت مسکن بوده است، زیرا آمارها نشان می‌دهد از سال ۱۳۹۱ تا پایان سال ۱۳۹۹، میانگین تورم مسکن شهری ایران معادل ۹۲۰ درصد بوده، در حالی که تورم بازار اجاره در همین بازه زمانی ۳۶۵ درصد بوده است. آنچه می‌تواند در مقابل ادعای عقب‌ماندگی تورم بازار اجاره مطرح کرد، این است که براساس اطلاعات مرکز آمار ایران، در همین بازه زمانی رشد درآمد خانوارهای شهری ایران ۲۳۰ درصد بوده و عملاً رشد اجاره بهای پرداختی از مستاجران فراتر از مقدار اضافه شده به درآمد آنها بوده است. با همه اینها، حدود ۸.۵ میلیون خانوار مستاجر در کشور داریم که در حال حاضر منتظر تماس صاحب‌خانه‌ها هستند و چشم انتظار انصاف آنها در افزایش میزان اجاره بها.

از سوی دیگر، متأسفانه برنامه مدون و مشخصی برای کنترل رشد افسارگسیخته اجاره‌بها از سوی متولی مسکن وجود ندارد و تمرکز دولت در حوزه مسکن طی سال‌های گذشته عمدتاً بر موضوع انبوه‌سازی مسکن در حومه شهرهای بزرگ بوده است که تجربیات به دست آمده، از عدم‌موفقیت این سیاست‌ها و طرح‌ها در مهار جهش قیمت مسکن و به‌خصوص مهار رشد شدید اجاره‌بها حکایت دارد. کارشناسان معتقدند در شرایطی که اکنون وضعیت اجاره‌نشینی در ایران به لحاظ سطح دشواری تامین اجاره‌بها برای خانوارها در وضعیت بحرانی است، لازم است سیاست‌گذار مسکن هرچه سریع‌تر با ورود به این حوزه و اجرای سیاست‌های عملیاتی، کاربردی و اثرگذار، نسبت به بهبود شرایط موجود اقدام نماید.

یادداشت

رشد شاخص فلاکت

علی قنبری

کارشناس اقتصادی

شاخص فلاکت به بالاترین رکورد در طول ۱۱ سال گذشته رسیده و این در حالی است که وضعیت در برخی استان‌ها حتی بدتر است. شاخص فلاکت مجموعه‌ای از شاخص‌های تورم و بیکاری است که متناسبه در جامعه ما هم وضع بیکاری خوب نیست و هم تورم خیلی بالا و نامناسب است. تا الان نرخ تورم بالای ۴۰ درصد و نرخ بیکاری هم حدود ۱۰ درصد است و اگرچه این دو شاخص کاهش پیدا کرده، اما انقدری نیست که کارساز باشد. جمع این دو رقم بیش از ۵۰ درصد می‌شود. در طول ۴۳ سال پس از انقلاب به غیر از یک سال در دوره ریاست جمهوری هاشمی رفسنجانی که بحث آزادسازی قیمت‌ها صورت گرفت و تورم بالا رفت، تا به امروز هیچ وقت شاهد این میزان از شاخص فلاکت نبوده‌ایم. به این ترتیب، همانطور که می‌بینیم، وضع شاخص فلاکت در جامعه نامناسب است که نشان از فلاکت مردم و اوضاع بسیار بد اقتصادی کشور دارد. دولت جدید از زمانی که روی کار آمده مدام ادعای کاهش تورم داشته، اما نتوانسته در کنترل تورم موثری انجام دهد و هر روز شاهد افزایش قیمت‌ها هستیم. در مورد وضعیت نرخ بیکاری هم باید گفت که برای حل آن نیاز به سرمایه در بخش‌های مختلف اقتصاد و جذب سرمایه‌گذاری خارجی است که متناسبانه دولت سیزدهم در این زمینه هم ناموفق بوده است. بدین ترتیب، وضع بد بیکاری و افزایش نرخ تورم همینطور ادامه پیدا کرده و وضعیت نامطلوبی را رقم زده است. برخی در این میان، صحبت از کاهش نرخ تورم و بیکاری می‌کنند، اما باید دقت کرد به طور کلی آمار و ارقام درست و دقیقی از همین نرخ بیکاری و تورم در کشور وجود ندارد و یا تعریف دقیقی برای آن مطرح نشده است. به طور مثال، برای نرخ بیکاری اینطور تعریف شده است که اگر فردی در طول هفته دو ساعت کار مفید کند، دیگر بیکار نیست. اما در واقع بیکار به فردی گفته می‌شود که نتوانسته شغل مناسب و مطلوبی داشته باشد. همین ماجرا درباره تورم هم صدق می‌کند. تورم به شکل سرسام‌آوری رو به بالاست و چشم‌اندازی هم برای کاهش آن دیده نمی‌شود. از طرفی دولت سیزدهم باید بپذیرد که اقتصاد، علم است و اصول خودش را دارد و به صورت دستوری نمی‌توان آن را هدایت کرد. اصلاح اقتصادی نیاز به قوانین علمی دارد و با دستور دادن جلو نمی‌رود.

پیشروی سکه در کانال ۱۳ میلیونی

سکه ۳۰ هزار تومان گران شد

قیمت سکه تمام بهار آزادی طرح جدید با افزایش ۳۰ هزار تومانی در روز سه‌شنبه به ۱۳ میلیون و ۳۰۰ هزار تومان رسید. سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم نیز با قیمت ۱۳ میلیون و ۱۰۰ هزار تومان معامله شد. نیم‌سکه بهار آزادی ۷ میلیون و ۴۵۰ هزار تومان، ربع سکه ۴ میلیون و ۳۰۰ هزار تومان و سکه یک گرمی ۲ میلیون و ۶۰۰ هزار تومان قیمت خورد. در بازار طلا نیز نرخ هر گرم طلای ۱۸ عیار به یک میلیون و ۳۲۱ هزار تومان رسید و قیمت هر مثقال طلا نیز ۵ میلیون و ۷۲۶ هزار تومان شد. جنس اپتی طلا هم، با قیمت یک هزار و ۹۵۰ دلار و ۹۶ سنت معامله شد. همچنین قیمت دلار در صرافی‌های بانکی با ۲۱ تومان افزایش نسبت به روز قبل، ۲۵ هزار و ۲۹۶ تومان معامله شد. قیمت فروش یورو نیز با ۱۳ تومان افزایش به ۲۸ هزار و ۳۳۳ تومان رسید. قیمت خرید هر دلار ۲۵ هزار و ۴۴ تومان و نرخ خرید هر یورو نیز ۲۸ هزار و ۵۱ تومان اعلام شد.

بانک مرکزی اعلام کرد

۴ تغییر دستورالعمل گام

بانک مرکزی در راستای ارتقای شیشه‌های تامین مالی سرمایه در گردش بنگاه‌های اقتصادی از طریق توسعه نظام تأمین مالی زنجیره‌ای، دستورالعمل گواهی اعتبار مولد (گام) به عنوان یکی از ابزارهای اصلی تأمین مالی زنجیره تأمین را بازنگری و اصلاح کرد. به گزارش بانک مرکزی، طرح گواهی اعتبار مولد (گام) با هدف رفع موانع پولی رونق تولید، هدایت منابع مالی به فعالیت‌های مولد اقتصادی و تأمین سرمایه در گردش سالم و پایدار برای واحدهای تولیدی از طریق صدور اوراق گام اجرا می‌شود. تغییرات دستورالعمل مذکور در جلسه ۱۶ فروردین ماه ۱۴۰۱ شورای پول و اعتبار تصویب و برای اجرا به شبکه بانکی کشور ابلاغ شد.

چهار تغییر بر دستورالعمل گام اعمال شد. تغییر نخست مربوط به تعریف بنگاه متقاضی است. در تعریف جدید آمده است: «به منظور توسعه کاربرد اوراق، در دستورالعمل اصلاحی عنوان «بنگاه متقاضی» به «متقاضی» اصلاح شده به طوری که رکن متقاضی اوراق می‌تواند اشخاص حقیقی را نیز شامل شود.» تغییر دیگر مربوط به افزایش سررسید گام از حداقل یک ماه تا ۱۲ ماه است. بر این اساس با توجه به استفاده از اوراق مذکور در تامین سرمایه در گردش واحدهای تولیدی و نیاز به افزایش زمان سررسید، حداقل زمان سررسید اوراق از ۹ ماه به ۱۲ ماه افزایش یافته است.

تغییر سوم به اختیاری شدن امکان نگهداری با انتقال اوراق از زمان صدور تا سررسید در شبکه بانکی با بازار سرمایه اختصاص دارد. بر این اساس با عنایت به هدف اصلی طراحی این ابزار به منظور تأمین مالی سرمایه در گردش واحدهای تولیدی و لزوم گردش حداکثری اوراق گام در زنجیره تولید، موضوع انتقال اوراق به بازار سرمایه امری اختیاری تلقی می‌شود و متقاضی بین الف) امکان نگهداری تا سررسید ب) انتقال در شبکه بانکی با قیمت اسمی تا سررسید ج) انتقال به بازار سرمایه مخیر می‌باشد و محدودیت یک بخش برای انتقال اوراق به بازار سرمایه حذف شده است. همچنین در ادامه اصلاح سقف اعتباری بنگاه متعهد نیز تغییر کرد. به این صورت که به منظور تشویق بنگاه‌ها به استفاده از اوراق یادشده، سقف اعتباری هر بنگاه متعهد معادل ۱۲۰ درصد از فروش سال آخر آن بنگاه برمبنای صورت‌های مالی حسابرسی شده پس از کسر مانده تسهیلات مرتبط با تأمین مالی سرمایه در گردش بنگاه مربوطه و تعهدات ناشی از اوراق گام قبلی منتشره نزد شبکه بانکی تعیین شده است. آخرین تغییر با افزایش اعطاف‌پذیری اوراق در تأمین مالی زنجیره‌ها است. بر این اساس برای افزایش اعطاف‌پذیری اوراق در تأمین مالی زنجیره‌ها، محدودیت کلی صدور اوراق گام حداقل ۶۵ درصد برای بنگاه‌های کوچک و متوسط و مابقی برای بنگاه‌های بزرگ، حذف شد.



اعلام نام بدهکاران، لازم اما کافی نیست

انتشار فهرست بدهکاران بزرگ بانکی اگرچه گامی رو به جلوست، اما کافی نیست. طبعاً اولین سوالی که در افکار عمومی در این باره شکل می‌گیرد، این است که این بدهی‌های بانکی چگونه به وجود آمده‌اند؟ وقتی یکی از اقساط بانک‌ها به تعویق می‌افتد، سریعاً پیامک ارسال می‌شود و می‌گویند به ضامن مراجعه می‌کنیم و یا در فهرست بدحسابان قرار می‌گیرید. حال آیا برای این بدهکاران بزرگ بانکی نیز پیامک ارسال شده است؟ از سوی دیگر، همانطور که احمد حاتم‌ی بزد، کارشناس و مدیر اسبق بانکی گفته است، «چرا سوخت وام «بانک گرامین» بنگلادش و «بانک مایکروفاینانس» افغانستان که وام‌های خرد برای مشاغل‌ی مانند کفاشی و خیاطی می‌دهند، ۲ درصد است، اما سوخت وام برخی از بانک‌های ما به ۴۰ درصد هم می‌رسد؟ پاسخ روشن است: چون شعبه بانک بر چگونگی هزینه‌کرد وام نظارت دارد، حال آنکه اینجا بدهی دو خودروساز بزرگ کشور از مرز ۱۰۰ هزار میلیارد تومان فراتر رفته است.» نکته جالب اینجاست که رقم این بدهی‌ها چنان بزرگ است که در ذهن مردم، نامأنوس می‌نماید و برخی از ماشین‌حساب‌های نیمه حرفه‌ای حتی توان پردازش آن را ندارند. در واقع، اعداد و ارقام بدهی این ابربدهکاران همانند رقم رشد نقدینگی در این سال‌ها آنقدر بزرگ و عجیب است که حتی با استفاده از واژگان جدید مثل همت (هزار میلیارد) نیز در ذهن محاسباتی مردم قابل رهگیری نیست.

جمعوع، افشای اطلاعات بدهکاران کلان بانکی بهتر از عدم افشای آن است، اما مهم‌تر از آن، برخورد و ریشه‌یابی این پدیده است. مدیران بانک‌های دولتی باید توضیح دهند که وام‌های اعطایی به این بدهکاران چه نرخ سودی داشته است؟ چه تضمینی برای اعطای این تسهیلات گرفته شده است؟ اعتبارسنجی وام‌گیرنده و تضمین او چطور انجام شده است؟ وقتی برای پرداخت وام به یک شهروند عادی، انواع و اقسام تضمین مطالبه می‌شود و این روند مدت‌ها طول می‌کشد، اعمال وام به این ابربدهکاران چقدر طول کشیده است؟ چقدر از این بدهی‌ها قابل وصول و چقدر مشکوک‌الوصول یا لایوصول است؟ این وام‌ها برای چه مصارفی داده شده‌اند؟ آیا بر نحوه هزینه‌کرد آنها نظارت شده است؟ در مقابل این پولی که از منابع مالی بانک‌ها خارج شده، چه دارایی و اموالی ایجاد شده و چقدر ارزش افزوده دارد؟

تراکنش‌ها دارد؟ در پی الحاق کریمه در سال ۲۰۱۴، چندین بانک روسی از سوئیفت محروم شدند و روسیه سیستم پیام‌رسانی بین بانکی خود را که به نام سیستم انتقال پیام‌های مالی (SPFS) شناخته می‌شود، توسعه داد. اگرچه SPFS بسیاری از عملکردهای SWIFT را شبیه‌سازی می‌کند، اما خارج از روسیه کاربرد گسترده‌ای ندارد. چین هم سیستم پرداخت بین بانکی خود را به نام سیستم پرداخت بین بانکی فرامرزی چین (CIPS) توسعه داده است. با حمایت بانک مرکزی چین، به عنوان جایگزینی برای بانک‌های روسی مطرح شده است. در حال حاضر، ۲۳ بانک روسی به سیستم چینی متصل شده‌اند که هنوز مشهور نیست (پردازش کمتر از ۲ درصد از پرداخت‌های جهانی که حدود ۰.۳ درصد از تراکنش‌های SWIFT است). با این حال، CIPS می‌تواند به طور بالقوه به جایگزین سوئیفت به ویژه در اوراسیا تبدیل شود، که در صورت تحریم‌های چین در آینده مفید خواهد بود. جالب اینجاست که در سال ۲۰۱۹، چندین کشور اروپای مرکزی برای حمایت از مبادلات تجاری با ایران (اینستکس) را به عنوان جایگزینی برای سوئیفت راه‌اندازی کردند. اینستکس در حال حاضر محدود به تجارت بشردوستانه است که تحت تحریم‌های ایالات متحده مجاز است.

چه در کوتاه‌مدت و چه میان‌مدت، متصفانه است که بگوییم سوئیفت همچنان سیستم ارتباط بین بانکی پیشرو برای تراکنش‌های جهانی خواهد بود، که خبر بدی برای روسیه یا هر کشور دیگری است که تحت تأثیر تحریم‌های اقتصادی قرار گرفته است. با این حال، با توجه به جایگزین‌ها، تکامل آنها در پرتو تنش‌های ژئوپلیتیکی در حال انجام، جالب خواهد بود. بدون شک توسعه آینده آنها به این بستگی دارد که روسیه و چین چقدر انگیزه دارند تا از سیستمی که غرب اساساً آن را مدیریت می‌کند جدا شوند. البته گزینه‌های دیگری نیز وجود دارد. بسیاری از بانک‌هایی که تحت تأثیر تحریم‌های فعلی یا آتی قرار گرفته‌اند نیز ممکن است به ارزهای دیجیتال روی بیاورند که از فناوری بلاک چین استفاده می‌کنند.

انتشار اسامی ابربدهکاران بانکی به وصول بدهی‌ها کمک می‌کند؟

۲ نگاه به افشای اطلاعات بدهکاران بانکی



ابردهکاران در سایت خود ملزم کند و علاوه بر فهرست بدهکاران، جزئیات بدهی آنها هم اعلام شود. البته به اینکه بانک‌های دولتی، اسامی بدهکاران بزرگ خود را منتشر کرده‌اند، اما برخی از آنها از افشای جزئیات پرداخت تسهیلات و میزان بدهی خودداری کردند.

فارغ از چند و چون این اتفاق، سوال این است که آیا انتشار اسامی بدهکاران کلان بانکی به وصول بدهی‌ها کمکی می‌کند؟ هادی حق‌شناس، کارشناس اقتصادی در پاسخ به این سوال می‌گوید: «صحبت درباره نحوه انتشار اسامی بدهکاران، جای بحث مفصلی دارد. البته طبیعی است که انتشار این اسامی، تبعات حقوقی دارد و هم اینکه بالاخره بعضی از این اشخاص و شرکت‌ها ممکن است مشغول به تجارتي باشند که آن تجارت، رقبایی داشته باشد. لذا صرف انتشار اسامی بدهکاران بانکی بدون اینکه این وام‌ها در چه شرایطی پرداخت شده، با چه نرخ ارزی پرداخت شده، به چه منظوری پرداخت شده است و مهم‌تر اینکه چرا تبدیل به مطالبه معوق شده، مهم است. اگر همه این اطلاعات در دسترس نباشد، طبیعی است که ممکن است منجر به برداشتهای واقع‌بینانه نشود. مضاف بر اینکه وقتی مطالبات، معوقه می‌شود، یکی از متهمان اصلی، خود بانک‌ها هستند که نتوانسته‌اند اعتبارسنجی درستی انجام دهند.» او با بیان اینکه «بخشی از مطالبات معوقه بانک‌ها، متوجه خود نظام بانکی است.» ادامه می‌دهد: «این وضعیت مانند این است که یک سوپرمارکت مرتباً اجناس خود را می‌فروشد و وصول بدهی هم ندارد و در نهایت ورشکسته می‌شود. طبیعی است که آن سوپرمارکت با هر بنگاه اقتصادی در تنگنای اقتصادی که کالا یا خدمتی عرضه می‌کند، ساز و کاری برای دریافت درآمد داشته باشد. به خصوص اینکه بانک‌ها از لحاظ تاریخی هم بنگاه قدیمی هستند و هم از سازوکار پرداخت تسهیلات برای به دست آوردن درآمد استفاده می‌کنند. در نتیجه نباید تنها یک روی سکه را دید و گفت چرا این بدهکاران وجود دارد. سوال مهم‌تر این است که بانک‌ها چگونه به این افراد، این میزان تسهیلات پرداخت کرده‌اند، در حالی که اعتبارسنجی نکرده‌اند؟»

به اعتقاد وی، «برای رسیدن به جواب، نیاز به تحلیل کارشناسی جامعی است. در هر حال طبیعی است کسانی که تسهیلات دریافت کنند، بازپرداخت نداشته باشند و بانک‌ها در این مواقع می‌توانند با وثایقی که از وام‌گیرنده دریافت کرده‌اند، بدهی‌ها را وصول کنند، اما هیچ‌گاه نباید نقش خود بانک‌ها در قصور پرداخت معوقات نادیده گرفته شود.»

بریتانیا و کانادا، توافق کردند که هفت بانک روسی را از سیستم سوئیفت حذف کرده و فعالیت آنها در سطح جهانی را مختل کنند. با این حال، این تحریم بر اسبربانک (مشهورترین بانک روسی) یا گزپروم بانک که از طریق آن پرداخت‌های اروپا برای واردات نفت و گاز روسیه صورت می‌گیرد، تأثیری نداشته است. پیامدهای محرومیت از سوئیفت تأثیر قابل توجهی بر روسیه خواهد داشت. کشوری که به سوئیفت دسترسی ندارد نمی‌تواند معاملات بانکی یا تجاری بین‌المللی را سریع و موثر پردازش کند که منجر به زیان‌های اقتصادی قابل توجهی می‌شود.

این اولین بار نیست که کشوری از سوئیفت کنار گذاشته می‌شود. در سال ۲۰۱۲، ایران به عنوان بخشی از مجموعه تحریم‌های اتحادیه اروپا علیه برنامه هسته‌ای‌اش از سوئیفت محروم شد. طی چهار سال، این کشور نزدیک به نیمی از درآمد حاصل از صادرات نفت و ۳۰ درصد تجارت خارجی خود را از دست داد. صادرات ۲۸ درصد کاهش یافت و تولید ناخالص داخلی ۷.۵ درصد کاهش یافت. روسیه نیز می‌تواند در وضعیت مشابهی قرار گیرد. به گفته مرکز کارنگی مسکو، خروج از سوئیفت می‌تواند بین ۲۰ تا ۳۰ درصد از معاملات روسیه را تحت تأثیر قرار داده و تولید ناخالص داخلی را ۵ درصد کاهش دهد. به نظر می‌رسد تاکنون اثرات قابل توجهی نداشته است. تاکنون نفتی تمام فعالیت‌های صادراتی خود را متوقف کرده‌اند و روبل روسیه سقوط کرده و منجر به تورم داخلی شده است. ممنعت روسیه از سوئیفت، همراه با تحریم‌های دیگر، تأثیر گسترده‌تری خواهد داشت.

این اقدام می‌تواند بر سیستم مالی اروپا تأثیر بگذارد که یکی از دلایلی است که تعدادی از کشورهای اتحادیه اروپا محتاط هستند. روسیه یک تأمین‌کننده مهم انرژی جهانی است و بسیاری از کشورها برای پرداخت هزینه واردات سوخت به سوئیفت متکی هستند. شرکت‌های خصوصی که با روسیه تجارت می‌کنند نیز متحمل زیان‌های هنگفتی می‌شوند، بنابراین محرومیت آنها یک مشکل مجزا نیست.

با توجه به همه اینها، روسیه چه کانال‌های ارتباطی جایگزینی برای

ایمان ولی‌پور
ایمیل: IvanKaramazof@yahoo.com

حرکت دسته‌جمعی بانک‌های دولتی در اعلام اسامی ابربدهکاران بانکی با دو واکنش متفاوت در میان دولتمردان و کارشناسان روبه‌رو شده است. در یکسو، دولتمردان از این اقدام به عنوان شفافیت نظام بانکی یاد کرده‌اند و می‌گویند افشای اطلاعات بدهکاران بانکی باعث افزایش شفافیت در نظام بانکی و بهبود وضعیت وصول مطالبات غیرجاری کشور می‌شود. در سوی دیگر اما اقتصاددانان و کارشناسان بانکی معتقدند تا در ساختار اقتصادی کشور بازنگری نشود، افشای فهرست بدهکاران کلان بانکی چندان مفید و موثر نخواهد بود. به اعتقاد آنها، اعلام اسامی بدهکاران بانکی به تنهایی نمی‌تواند کمکی در جهت وصول این بدهی‌ها به شبکه بانکی کشور کند، چراکه به‌طور اصولی در نظام بانکداری کشور، سیستم اعتبارسنجی قبل از اعطای تسهیلات به اعتبارسنجی اشخاص حقیقی و حقوقی می‌پردازد. از این رو، بدهکاران بزرگ شبکه بانکی یا جزو فعالان اقتصادی کشور بوده‌اند که به دلیل مشکلات اقتصادی سال‌های اخیر از جمله تحریم نتوانسته‌اند به بازپرداخت تسهیلات دریافتی خود اقدام کنند یا اشخاصی بوده‌اند که به دلیل داشتن رانت از این امتیاز بانکی برخوردار شده‌اند و این تسهیلات را با هدف سوداگری در بازار دارایی‌های مختلف به کار برده‌اند. بنابراین درخصوص گروه نخست باید ابتدا یک آسیب‌شناسی انجام شود که علت اصلی نکول تسهیلات بانکی چیست؟ آیا انتشار اسامی بدهکاران بانکی کشور کمکی در جهت بهبود وضعیت تسویه بدهی این افراد می‌کند؟ درخصوص گروه دوم نیز راه‌حل اصولی، برخورد قانونی با این موضوع است و صرفاً انتشار این اسامی، کمکی به حل مسئله نخواهد کرد.

انتشار اسامی بدهکاران ۱۱ بانک دولتی

وزیر اقتصاد در سال ۱۴۰۰ بانک‌ها را مکلف کرد تا اسامی بدهکاران خود را در وبسایت‌شان منتشر کنند. هرچند تا پایان سال گذشته خبری از انتشار اسامی ابربدهکاران بانکی نشد، اما در سال جدید و از ابتدای هفته جاری، ۱۱ بانک دولتی نسبت به انتشار اسامی بدهکاران خود اقدام کردند. در پاییز پارسلال بود که احسان خاندوزی، وزیر اقتصاد در نامه‌ای از بانک مرکزی درخواست کرد تا بانک‌ها را به انتشار هر سه ماه یکبار فهرست

در صورت قطع روسیه از سوئیفت، آیا سیستم‌های مالی جایگزین کاربردی وجود دارند؟ به گزارش تردیفاینانس گلوبال، نمی‌توانیم درگیری بین روسیه و اوکراین را نادیده بگیریم. پیامدهای آن در همه زمینه‌ها به ویژه در بخش مالی احساس می‌شود. جامعه بین‌الملل با قطع دسترسی روسیه از سوئیفت که عمدتاً سنگ بنای سیستم مالی جهانی محسوب می‌شود، به این حمله پاسخ داده است. این اقدام چه واکنشی می‌تواند داشته باشد؟ چرا سوئیفت برای دنیای مالی بسیار مهم است؟ سوئیفت (انجمن ارتباطات مالی بین بانکی در سراسر جهان) که اغلب به عنوان واتس‌آپ مالی توصیف می‌شود، سیستم پیام‌رسان جهانی است که توسط بخش مالی بین‌المللی برای برقراری ارتباط استفاده می‌شود. در حال حاضر سوئیفت توسط حدود ۱۱ هزار موسسه مالی و کسب و کار در بیش از ۲۰۰ کشور جهان به کار می‌رود. سال گذشته این سیستم روزانه بیش از ۴۲ میلیون پیام شامل سفارش‌ها، تأیید پرداخت‌ها و مبادلات ارزی را تسهیل کرده است. مثلاً یک پیام سوئیفت حاوی اطلاعاتی در مورد هویت شخص پرداخت‌کننده، جزئیات ذی‌نفع و شماره حساب‌های مربوطه است. پس از دریافت پیام، بانک‌ها مستقل از سوئیفت، انتقال را تسویه می‌کنند. سوئیفت نقش مهمی در پرداخت‌های فرامرزی ایفا می‌کند. بانک‌ها از آن برای اطلاع‌رسانی به یکدیگر در انتقالات استفاده می‌کنند. می‌توان گفت سوئیفت شالوده سیستم مالی جهانی را تشکیل می‌دهد.

در حال حاضر، تنظیم سوئیفت مانند یک بانک صورت نمی‌گیرد. در عوض، به عنوان یک سازمان مستقل عمل می‌کند که به طور مشترک تحت مالکیت و نظارت چندین بانک مرکزی بزرگ شامل فدرال رزرو ایالات متحده، بانک انگلستان، بانک مرکزی اروپا (ECB) بوده و با قوانین اتحادیه اروپا (EU) اداره می‌شود. با تشدید تحریم‌های اقتصادی علیه حمله روسیه به اوکراین، نقش سوئیفت در محدود کردن قدرت مالی روسیه آشکارتر می‌شود.

به دنبال حمله روسیه به اوکراین، ایالات متحده و اتحادیه اروپا به همراه

یک تغییر برای سهامداران بورسی جهت حضور در مجامع

یک حقوقدان بازار سرمایه از اعمال یک تغییر برای سهامداران حقیقی و حقوقی جهت حضور در مجامع خبر داد. حمید اسدی در مورد شرایط حضور سهامداران حقیقی و حقوقی در مجامع به ایسنا توضیح داد: سهامدار حقیقی در مجامع به دو روش می‌تواند حضور پیدا کند. نخست آنکه شخصا حضور پیدا کند و یا اینکه فردی را به عنوان وکیل یا نماینده قانونی جهت حضور در مجمع و اعمال حق رأی معرفی کند. سهامداران حقوقی نیز یک شخص را به عنوان نماینده شخص حقوقی جهت حضور در مجمع معرفی می‌کنند و فرد با نامه نمایندگی می‌تواند در مجمع حضور پیدا کند. او ادامه داد: چالشی که وجود دارد، این است که در لایحه اصلاحی قانون تجارت به صورت کلی به وکیل قانونی اشاره شده و قانونگذار از واژه وکیل سهامدار استفاده کرده است که این وکالت به دو طریق صادر می‌شود. گاهی یک شخص از سهامدار حقیقی وکالت‌نامه عادی دارد. مانند اشخاصی که با هم یک برگه وکالت را تنظیم می‌کنند و سهامدار حقیقی به یک نفر جهت حضور در مجمع وکالت می‌دهد. این وکالت بدون نیاز به مراجعه به دفتر اسناد رسمی و یا مراجع قانونی است.

اسدی افزود: نوع دوم وکالت‌نامه رسمی است. به این صورت که سهامدار و وکیل با یکدیگر به دفتر اسناد رسمی مراجعه می‌کنند. در آنجا وکالت‌نامه را تنظیم و امضا می‌کنند و سهامدار به وکیل اختیار حضور در مجمع و اعمال حق رأی را می‌دهد. از آنجایی که در قانون تجارت از واژه وکالت رسمی استفاده نشده بود، سهامداران می‌توانستند وکالت عادی هم بدهند و این گاهی باعث ایجاد اختلاف بین سهامداران در مجمع می‌شد، اما امسال با توجه به مصوبه هیأت مدیره سازمان بورس سهامداران فقط با وکالت‌نامه رسمی می‌توانند شخصی را به عنوان وکیل خود جهت حضور در مجمع معرفی کنند که این موضوع می‌تواند چالش‌های مجامع رو کاهش دهد.

تجارت ۵۱ میلیارد دلاری ایران با همسایگان

طبق اعلام گمرک، تجارت ایران با همسایگان در سال ۱۴۰۰ با رشد ۲۳ درصدی در وزن و ۴۳ درصدی در ارزش به بیش از ۱۰۰ میلیون تن کالا و به ارزش ۵۱.۹ میلیارد دلار رسیده است. اعلام علیرضا مقدسی، رئیس کل گمرک ایران درباره تجارت با ۱۵ کشور همسایه ایران از این حکایت دارد که ۱۰۰ میلیون و ۱۳۱ هزار تن کالا به ارزش ۵۱ میلیارد و ۸۷۵ میلیون دلار در سال گذشته بین ایران و ۱۵ کشور همسایه مبادله شد که ۵۵ میلیون و ۴۴۵ هزار تن به ارزش ۲۶ میلیارد و ۲۹ میلیون دلار سهم صادرات ایران به این کشورها و ۲۴ میلیون و ۶۸۶ هزار تن به ارزش ۲۵ میلیارد و ۸۴۶ میلیون دلار نیز سهم واردات بوده است. بر این اساس سال ۱۴۰۰ با افزایش ۱۲ درصدی در وزن و ۲۹ درصدی در ارزش کالاهای صادراتی به کشورهای همسایه همراه بوده و در واردات نیز رشد ۶۸ درصدی در وزن و ۶۰ درصدی در ارزش داشته است. این گزارش در مورد صادرات به کشورهای همسایه نیز نشان می‌دهد که عراق با ۸.۹ میلیارد دلار و رشد ۲۱ درصدی، ترکیه با ۶.۱ میلیارد دلار و رشد ۱۴۱ درصدی، امارات با ۴.۹ میلیارد دلار و کاهش ۸ درصدی، افغانستان با ۱.۸ میلیارد دلار و کاهش ۲۰ درصدی و پاکستان با ۱.۳ میلیارد دلار و رشد ۲۴ درصدی پنج مقصد اول کالاهای صادراتی ایران به ۱۵ کشور همسایه در سال گذشته بوده‌اند.

همچنین عمان با ۷۱۶ میلیون دلار و رشد ۶۳ درصدی، روسیه با ۵۷۹ میلیون دلار و رشد ۱۵ درصدی، آذربایجان با ۵۶۵ میلیون دلار و رشد ۱۱ درصدی، ترکمنستان با ۳۳۵ میلیون دلار و رشد ۱۴۴ درصدی، ارمنستان با ۳۰۴ میلیون دلار (بدون تغییر)، قزاقستان با ۱۸۷ میلیون دلار و رشد ۱۱ درصدی، کویت با ۱۵۸ میلیون دلار و رشد ۲ درصدی، قطر با ۱۳۴ میلیون دلار و کاهش ۲۰ درصدی، بحرین با ۱۰۰ میلیون دلار و رشد ۱۵ درصدی و عربستان با ۴۱.۴ هزار دلار، ۱۰ مقصد بعدی صادرات کالاهای ایرانی به کشورهای همسایه بوده است.

براساس اعلام معاون وزیر اقتصاد در مورد میزان واردات از هر کدام از کشورهای همسایه نیز امارات با ۱۶.۵ میلیارد دلار و رشد ۶۹ درصدی، ترکیه با ۵.۳ میلیارد دلار و رشد ۲۰ درصدی، روسیه با ۱.۷ میلیارد دلار و رشد ۵۴ درصدی، عراق با ۱.۲ میلیارد دلار و رشد ۷۹ درصدی و عمان با ۶۱۹ میلیون دلار و رشد ۴۳ درصدی، پنج کشور طرف معامله با ایران برای تأمین نیازهای کشور در بین همسایگان در سال ۱۴۰۰ بوده‌اند. پاکستان با ۳۱۲ میلیون دلار، قزاقستان با ۷۸ میلیون دلار، آذربایجان با ۴۲.۶ میلیون دلار، ترکمنستان با ۳۳.۳ میلیون دلار، افغانستان با ۲۱.۱ میلیون دلار، ارمنستان با ۲۰.۲ میلیون دلار، کویت با ۱۴.۸ میلیون دلار، قطر با ۹.۶ میلیون دلار و بحرین با ۱.۵ میلیون دلار به ترتیب کشورهای دیگر همسایه، برای تأمین کالاهای موردنیاز برای ایران گزارش شده‌اند.

وضع عوارض صادراتی بر محصولات معدنی باعث ریزش ۳۳ هزار واحدی شاخص بورس تهران شد

تیشه به ریشه بورس

بنابراین تصویب قیمت پایه منتهی به هفته اول دی ۱۴۰۰ موجبات خدشه‌دار شدن امنیت سرمایه‌گذاری را فراهم می‌کند.

روزبه شریعتی، کارشناس بازار سرمایه در مورد این بخشنامه اینطور به ایسنا توضیح می‌دهد: پیش از این زمانی که قیمت محصولات در بورس کالا افزایش پیدا می‌کرد، اقداماتی از سوی مسئولان انجام می‌شد، از جمله اینکه در صادرات محدودیت ایجاد یا اعلام می‌شد که شرکت‌ها باید محصولات خود را زیر قیمت بفروشند، اما اکنون به جای انجام چنین اقداماتی و زمانی که قیمت‌ها متأثر از رشد قیمت جهانی در حال افزایش



است بر روی صادرات عوارض تعیین کردند تا عرضه در بورس کالا افزایش یابد و قیمت‌ها کاهش یابد. به عقیده شریعتی، البته این موضوع هنوز ابهاماتی دارد، چراکه مشخص نیست عوارضی که وضع شده از دی ماه سال گذشته بوده و آیا روی مابه‌التفاوت قیمت پایه دی ماه است یا قرار است روی کل درآمد صادراتی عوارض وضع شود که رئیس سازمان بورس هم به این موضوع اشاره کرده و پیشنهاد داده است که قیمت مینا از اسفندماه باشد.

این کارشناس بازار سرمایه با تأکید بر اینکه وضع چنین قوانینی، امنیت سرمایه‌گذاری را از بین می‌برد، می‌افزاید: باز هم باید دید چه اتفاقی خواهد افتاد و آیا پاسخ نامه رئیس سازمان بورس داده می‌شود یا خیر؟

رئیس اتاق بازرگانی ایران:

با این شیوه خصوصی سازی به جایی نمی‌رسیم

کشور است. ما باید یک ارزیابی دقیق از این موضوع داشته باشیم که چه اتفاقی رخ داده که سرمایه‌گذاران از این حوزه فرار می‌کنند؟ تا زمانی که یک اصلاحات دقیق و اصولی در این فرآیند به وجود نیاید، ما نمی‌توانیم انتظار داشته باشیم که نتیجه ملموسی در حوزه خصوصی سازی به وجود آید. سال‌های طولانی است که بحث درباره خصوصی سازی در اقتصاد ایران مطرح است، اما آنچه که در عمل رخ داده است، به هیچ عنوان با اهداف کلان کشور سازگاری ندارد.

گفتنی است حسین قربانزاده، رئیس سازمان خصوصی سازی اخیرا امکان واگذاری ایران خودرو و سایپا به بخش خصوصی را منوط به اجرای سه شرط دانست و آزادسازی سهام دولتی در وثیقه بانک‌ها، اختصاص سهام درونی خودروسازها (تودلی) به بازپرداخت تسهیلات، اصلاحات و شفافیت مالی این شرکت‌ها و تجمیع سهام صندوق بازتنسنگی کشوری، سهام درونی خودروسازها و سهام دولتی ایران خودرو و سایپا برای عرضه را سه شرط واگذاری خودروسازان اعلام کرد.

او با بیان اینکه ایران خودرو و سایپا زیرمجموعه وزارت صمت و سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران (ایدرو) هستند، گفت: این دو خودروساز

رئیس اتاق بازرگانی ایران می‌گوید شیوه‌های غلط اجرایی در مسیر خصوصی سازی باعث شده بخش خصوصی واقعی، اعتماد و اطمینان خود را به این اتفاقات از دست بدهد. به گفته غلامحسین شافعی، متاسفانه نحوه برخورد پس از واگذاری به ویژه با بخش خصوصی موجب سلب اعتماد و بی‌ رغبتی برای حضور در این عرصه شده است.

رئیس اتاق ایران در نشست روز گذشته پارلمان بخش خصوصی با بیان اینکه نگاهی به عملکرد کشور در حوزه خصوصی سازی نشان می‌دهد که هیچ‌کس در ایران از این فرآیند راضی نیست، گفت: از مسئولان دولتی گرفته تا شرکت‌هایی که در فهرست خصوصی سازی قرار گرفته‌اند و همچنین خریداران این شرکت‌ها، همگی از این فرآیند ناراضی هستند. او با بیان اینکه باید عیب و اشکال این فرآیند به شکل دقیق پیدا شود، توضیح داد: سازمان خصوصی سازی در این فرآیند کاملا تها و بی‌پناه رها شده است. این در حالی است که توقع وجود دانش که فوای اقتصادی در حد سهم خود از این سازمان حمایت کنند و هر نهاد براساس برنامه‌ریزی کلان نهایی شده، عمل کند اما ما می‌بینیم که در عمل هیچ کمکی به بهبود این فرآیند نمی‌شود.

رئیس اتاق بازرگانی ایران با بیان اینکه تا زمان اجرایی‌نشدن اصلاحات لازم نمی‌توان در خصوصی سازی به نتیجه مطلوب رسید، تصریح کرد: ما باید به این سوال پاسخ دهیم که چرا هر شرکتی که به بخش دولتی یا خصوصی واگذار شد، بدون مشکل به کار خود ادامه داد اما هر شرکتی که در اختیار بخش خصوصی قرار گرفت، آنقدر با مشکل و ابهام دست و پنجه نرم کرد که عملا امکان پیگیری اهداف کلان را از دست داد؟ به عقیده شافعی، یکی از مهم‌ترین موضوعاتی که در این رابطه به وجود آمده، بی‌اعتمادی و بی‌اطمینانی بخش خصوصی به فرآیند خصوصی سازی در

مزایده عمومی

نوبت اول

تدارکات الکترونیکی دولت: www.setadiran.ir می‌باشد. ۳- مهلت و محل تسلیم پیشنهادات متقاضیان می‌بایست پانزدهای پیشنهاد قیمت خود را که برابر شرایط مندرج در کارگزار مزایده تنظیم شده است را حداکثر تا پایان وقت اداری روز پنجشنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۲/۱۵ در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت www.setadiran.ir تسلیم نمایند. ۴- مدت زمان اجاره: به مدت دو سال شمسی می‌باشد. شاپان ذکر است مزایده گر می‌بایست بر اساس جدول مندرج در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت مبلغ پیشنهادی خود را بازگاری نماید. ۶- تاریخ و محل بازگشایی پیشنهادات: متقاضیان جهت دریافت اسناد مزایده می‌بایست از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت www.setadiran.ir اقدام نمایند. ۷- تاریخ و محل بازگشایی پیشنهادات: دولت www.setadiran.ir می‌باشد. ۷- هزینه درج آگهی در روزنامه به عهده برنده موضوع مزایده است. ۸- شهرداری آندیشه در ره با قبولی تمام پیشنهادات بدون ذکر دلیل مختار است.

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۰۲/۱۴

پرویز گاوپانی - شهردار شهر آندیشه

| ردیف | نوع فراخوان | شماره | موضوع | مهلت ارسال مدارک | مدیریت مرتبط |
|------|---------------|---------------------|---|------------------|-----------------|
| ۱ | فراخوان عمومی | ۴۸۵۴۹۱۰۴ | intend to purchase 464 tons of Ferro-Titanium based on attached tender documents | ۱۴۰۱/۰۲/۱۹ | قراردادهای خرید |
| ۲ | فراخوان عمومی | ۴۸۵۴۹۱۰۵ | intend to purchase 115 tons of Ferro-Vanadium based on attached tender documents | ۱۴۰۱/۰۲/۲۴ | قراردادهای خرید |
| ۳ | فراخوان عمومی | ۴۸۵۱۱۷۷۵ | خرید، نصب و راه اندازی متال کلد و راکتور و ملزومات جهت ناحیه سیا | ۱۴۰۱/۰۲/۰۹ | قراردادهای خرید |
| ۴ | فراخوان عمومی | ۴۸۵۴۵۰۶۳ و ۴۸۵۴۵۰۶۵ | شناسایی پیمانکار توانمند در خصوص انجام عملیات طراحی و مهندسی، خرید، نصب، تست و راه اندازی تضمین عملکرد پروژه سازی و اصلاح سیستم کنترل سرعت جرقه‌تیل‌های ۹، ۱۸، ۱۰، ۱۹ ناحیه فولادسازی | ۱۴۰۱/۰۲/۱۷ | قراردادهای خرید |

جهت دریافت اسناد و کسب اطلاعات بیشتر در خصوص فراخوان‌های عمومی، ارزیابی کیفی، مناقصات و مزایده‌ها و وبسایت شرکت به نشانی www.msic.ir، منوی خرید و تأمین کنندگان، مناقصات مراجعه و طبق راهنمای موجود، نسبت به انتخاب مناقصه مورد نظر از طریق سیستم ارتباط با تأمین کنندگان (SRM) اقدام نمایند. اطلاعات سایر فراخوان‌ها از طریق سایت شرکت، قسمت اطلاعیه‌ها قابل دسترسی می‌باشد.

روابط عمومی شرکت فولاد مبارکه اصفهان

۱۴۰۱-۰۲

۶۰

نماگر بازار سهام



ابهام در روند واردات موبایل با ارز حاصل از صادرات

ابهام درباره روند اجرای مصوبه واردات موبایل‌های بالای ۳۰۰ دلاری با ارز حاصل از صادرات خشکبار، واردکنندگان را دچار بلاتکلیفی و نگرانی‌هایی درباره کاهش عرضه موبایل در سطح بازار ایجاد کرده است. به گزارش ایسنا، پس از اعلام کارگروه هماهنگی سیاست‌های ارزی -مشکل از وزارت صمت و بانک مرکزی- مبنی بر الزام واردات موبایل‌های بالای ۳۰۰ دلار با استفاده از ارز حاصل از خشکبار، در نهایت در آخرین روزهای سال ۱۴۰۰ اجرای این طرح نهایی شد. به گفته طراحان دولتی این مصوبه، دستیابی به توافق برای اجرای آن پس از برگزاری ۲۰ جلسه با حضور نمایندگان بانک مرکزی و وزارت صمت حاصل شده که چهار جلسه آن با حضور وزیر صمت و رئیس بانک مرکزی با هدف تدوین مصوباتی جهت گشایشات ارزی برپا شده است. در این راستا محمدرضا عالیان - سخنگوی انجمن واردکنندگان موبایل، تبلت و لوازم جانبی با بیان اینکه در ابتدا قرار بر واردات موبایل‌های بالای ۳۰۰ دلار با ارز حاصل از صادرات بود، به ایسنا گفت: پس از اعلام نگرانی‌ها و پیامدهای چنین تصمیمی از سوی انجمن واردکنندگان موبایل، ذی‌نفعان دولتی تصمیم گرفتند تا فاز نخست به‌صورت محدودتر اجرا شود و به واردات موبایل‌های سری Z، S و Note سامسونگ و تمام مدل‌های آیفون با ارز حاصل از صادرات خشکبار ختم شود.

وی افزود: علی‌رغم اعلام نگرانی‌های جدی و هشدار نسبت به پیامدهای چنین مصوبه‌ای توسط انجمن واردکنندگان موبایل، اما ذی‌نفعان دولتی به‌منظور رفع تعهد صادرکنندگان، مصمم به اجرای طرح بودند و در فروردین ۱۴۰۱ با بازگشایی تالار دوم نیما برای صادرکنندگان خشکبار به‌عنوان عرضه‌کننده ارز و واردکنندگان موبایل به‌عنوان متقاضی ارز، این فرآیند را به طور عملی کلید زده و شش صرافی معتمد بانکی نیز وظیفه دریافت درخواست‌های عرضه و تقاضا و همچنین تبادل مالی را برعهده گرفتند.

سخنگوی انجمن واردکنندگان گفت: در اجرای این مصوبه از زمان طرح آن تا به امروز چندین نگرانی و ابهام جدی وجود داشته که حالا با اجرای مصوبه نمود پیدا کرده است. یکی از پیامدهای مهم اجرای چنین طرحی، افزایش قیمت موبایل‌های بالای ۶۰۰ دلاری تا ۲۰ درصد بود است. دلیل آن هم اختلاف قیمت ارز نیما با ارز حاصل از صادرات است که نرخ معادل بازار آزاد دارد. از طرفی تغییر نرخ محاسبه حقوق و عوارض گمرکی از ۴۲۰۰ به ۴۲۰۰ (نرخ میانگین هفتگی قیمت نیما - حدود ۲۴۰۰ تومان) نیز عامل دیگری بر افزایش قیمت این دسته موبایل‌ها است. عالیان هشدار داد: موبایل‌های بالای ۶۰۰ دلاری که با ارز بازار آزاد خریداری خواهند شد و محاسبه حقوق و عوارض گمرکی‌شان با ارز ETS خواهد بود، بر روند عرضه و تقاضا تاثیر خواهد گذاشت و بازار را با شوک قیمتی روبه‌رو خواهد کرد. این در حالی است که کالاهای بالای ۶۰۰ دلاری که تا قبل از این مصوبه وارد کشور شده‌اند، همچنان در بازار موجود بود و بازرگانان ریسک آن را نخواهند کرد که همان کالا را با قیمتی گران‌تر وارد بازار کنند، اما فارغ از پیامدهای اجرای این طرح، چالش‌هایی نیز پیش روی بازرگانان وجود خواهد داشت همچون نگرانی از تامین ارز موردنیاز توسط صادرکنندگان.

از سرگیری واردات از اختیارات دولت است



مجمع نیز می‌بایست نسبت به مصوبات مجلس به شکل قاعده‌مند ورود نماید.

عضو کمیسیون برنامه، بودجه و محاسبات مجلس شورای اسلامی با بیان اینکه رویه فعلی به مصلحت مجمع و مجلس نیست و نمایندگان مجلس شدیداً نسبت به آن معترض هستند، تاکید کرد: این موضوع باید در جلسات مجمع تعیین تکلیف شده و پس از تایید رهبری ابلاغ شود تا در آیین‌نامه داخلی مجلس بیاید و مورد تمکین مجلس نیز قرار بگیرد. قدری در پایان با تصریح بر اینکه از ابتدا منعی برای واردات وجود نداشته و واردات توسط دولت به دلیل محدودیت‌های ارزی متوقف شده، خاطر نشان کرد: به نظر می‌رسد واردات می‌تواند با مجوز دولت و با هماهنگی مجمع از سرگرفته شود. البته در خصوص اینکه دولت برای واردات نیازمند جلب نظر موافق مجمع است یا خیر، نیازمند بررسی بیشتر است اما به نظر می‌رسد از آنجایی که واردات با محدودیتی که دولت ایجاد کرده، متوقف شده، در این صورت دولت خود نیز می‌تواند محدودیت‌ها را مرتفع نماید. ضمن اینکه مخالفت مجلس و همچنین مجمع نسبت به واردات خودروهای سواری به دلیل کمبود منابع ارزی در کشور بوده است.

که آیا مجلس ایراداتی را در نحوه ورود مجمع نسبت به مصوبات مجلس وارد می‌داند به طوری که اختیارات مجلس تحت‌الشعاع این امر قرار گرفته باشد و موجب تداخل در امر قانونگذاری شده باشد، گفت: سیاست‌های ابلاغی از سوی کمیته نظارتی کشور تعیین شده البته اختلاف نظرهایی وجود دارد و اعتقاد بر این است که این موضوع می‌بایست فوراً از سوی مجمع تعیین تکلیف شود.

قدری بیان کرد: نحوه ورود مجمع و اینکه خارج از زمان مقرر اعتراض خود را نسبت به مصوبات مجلس اعلام می‌کند، تعیین تکلیف در خصوص برخی از مصوبات و در نهایت قانونگذاری را با وقفه مواجه کرده، به عنوان مثال طرح تسهیل صدور مجوزهای کسب و کار به مدت هشت ماه است که میان مجلس و شورای نگهبان رد و بدل می‌شود در صورتی که این رویه نادرست و غیرمنطقی است.

وی یادآور شد: مطابق آیین‌نامه داخلی مجلس، شورای نگهبان در مهلت مشخصی می‌تواند ایرادات خود را نسبت به مصوبات مجلس اعلام نماید و در صورتی که برای اعلام نظر نیازمند مدت زمان بیشتری بود، می‌تواند نسبت به تمدید مهلت به مدت یک هفته اقدام نماید. بر همین اساس،

عضو کمیسیون برنامه، بودجه و محاسبات مجلس شورای اسلامی ضمن تایید حذف بند واردات خودروهای سواری از بودجه ۱۴۰۱ گفت دولت می‌تواند رأساً ممنوعیت واردات خودرو را لغو نماید ضمن اینکه نمایندگان به شدت در خصوص نحوه ورود مجمع تشخیص به اعلام نظر نسبت به مصوبات مجلس در خارج از زمان مقرر معترض هستند.

جعفر قدری در گفت‌وگو با خبرنگار خبر خودرو، ضمن تایید حذف ردیف مربوط به واردات خودروهای سواری از بودجه ۱۴۰۱ در خصوص روند این اقدام از سوی مجلس اظهار داشت: مجلس برای تصویب واردات خودروهای سواری نیازمند نظر موافق مجمع تشخیص مصلحت نظام است و ورود ایراد بر مصوبات مجلس از سوی مجمع براساس اختیاری است که اصل ۱۱۰ قانون اساسی به این نهاد اعطا کرده است.

وی افزود: البته دولت به دلیل کمبود منابع ارزی از طریق صدور بخشنامه، توقف واردات خودرو را اعلام نموده و اکنون رأساً می‌تواند با هماهنگی مجمع تشخیص مصلحت نظام ممنوعیت واردات را از میان بردارد.

نماینده مردم شیراز در مجلس شورای اسلامی در پاسخ به این پرسش

بیشترین صدمات خودرویی مربوط به اجناس تقلبی و بی کیفیت است

زیرپله‌ای است. وی در ادامه با اشاره به اجرایی شدن طرح‌های درج قیمت تولیدکننده و طرح شناسه کالا، بیان داشت: در صورتی که دولت در اجرای طرح‌های یادشده از مشاوره بخش خصوصی و اتحادیه‌ها بیشتر بهره ببرد، به طور حتم به نتایج مطلوب‌تری دست خواهد یافت.

رئیس اتحادیه تعمیرکاران خودروی تهران، درج شناسه کالا را «طرحی عالی» توصیف کرد که از سوی وزارت صمت پیگیری و اجرا شده است، اما گفت: در اجرای این طرح شتابزدگی و اشکال وجود دارد.

وی افزود: در حالی که این طرح باید از سوی اتحادیه‌ها اجرایی شود، اما در جلسات مربوطه دعوت نمی‌شویم و از نظرات بخش خصوصی استفاده نمی‌شود. نیک‌آیین ادامه داد: به طور مثال، وقتی نمایندگی برخی قطعات به دلیل تحریم‌ها در کشورمان وجود ندارد، به کارخانجات داخلی نیز نمی‌توان الزام کرد که ک شناسه را روی کالا حک کنند و در نتیجه باید شناسه را روی کارت و بسته‌بندی بچسباند، اما ممکن است یک تولیدکننده زیرپله‌ای جنس تولیدی خود را در همین کارت‌ها بسته‌بندی کند که تشخیص آن فقط از سوی کارشناسان اتحادیه‌ها امکانپذیر است. وی گفت: در حالی که در برخی موارد هنوز بستر کار آماده نیست و

رئیس اتحادیه تعمیرکاران خودروی تهران گفت اجناس تقلبی، قاچاق و بی‌نام و نشان فاقد گارانتی، منجر به ایجاد یک فضای بی‌اعتمادی در جامعه نسبت به صنعت خودرو و زنجیره تامین شده است؛ به طوری که بیشترین صدمات خودرویی مربوط به اجناس تقلبی و بی کیفیت است.

به گزارش خبرنگار اقتصادی ایرنا، «علیرضا نیک‌آیین» روز سه‌شنبه در نشست خبری نخستین نمایشگاه زنجیره تامین و توزیع قطعات و خدمات خودرویی افزود: ما به دنبال پویایی صنعت و تولید داخل هستیم و به همین دلیل وی تاکید کرد: وظیفه داریم تولیدکنندگان داخلی را به مصرف‌کنندگان شناسانیم که در این نمایشگاه در دستور کار است.

این مقام صنفی بیان داشت: در نمایشگاه امسال، آموزش و مباحث آموزشی در اولویت و نیاز است تا اطلاعات مکانیک‌ها را بالا ببریم، زیرا بخشی از مشکلات موجود به دانش کم مکانیک‌ها برمی‌گردد.

وی تصریح کرد: کیفیت پایین قطعات، یکی از مهمترین این صنف است که همواره تقابل‌ها و برخوردهایی بین مصرف‌کنندگان و تعمیرکاران به وجود می‌آورد. نیک‌آیین اظهار داشت: یک‌هزار و ۴۰۰ کارگاه تولید قطعات بدکی در استان تهران وجود دارد که ۸۰ درصد تولیدات آنها در کارگاه‌های

مدیرکل اداره کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان مرکزی خبر داد:

آغاز مرمت امامزاده سلطان سید احمد هزاره



ازاک- فرناز امیدی، مدیرکل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان مرکزی از آغاز مرمت امامزاده سلطان سید احمد هزاره در روستای هزاره شهرستان ازاک خبر داد.

به گزارش روابط عمومی اداره کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان مرکزی، مصطفی مرزبان ۲۱ فروردین ۱۴۰۱ اظهار کرد: پس از بررسی‌های اولیه از بنای تاریخی امامزاده احمد در روستای هزاره شهرستان ازاک، رفع آسیب رطوبت صعودی بنا در قسمت از راه دیوارهای تاریخی بر اثر بارندگی ها در سال گذشته، در دستور کار قرار گرفت.

مدیرکل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان مرکزی در ادامه افزود: برای انجام مرمت این بنای تاریخی فرخود ۲ میلیارد ریال اعتبار اختصاصی داده شده است.

مرزبان خاطر نشان کرد: عمده آسیب رطوبت از کف و صعودی است و احداث استخر و کانال آب انتقالی برای شرب مزایع وابسته به بقعه که یکی از عوامل اصلی و محلی و آسیب رسان بوده که در بدنه دیوار سازه‌های اصلی بنا با استفاده از ملات سمانه و سیمان از دفع رطوبت جلوگیری و مانعی

رطوبت و موجب عملکرد ناخن کانال دفع رطوبت شده است. وی در ادامه افزود در این مرحله از مرمت حجره کانال دفع (زهرکش و ناخن) در حدفاصل دیوارهای سازه‌های بیرونی بنا مرمت و از ناحیه پی‌زیرله خواهد شد. نوع و دوز ترک‌های موجود در زیر بارشود، حالی نمونه‌های برداشته فرسوده در نزد مرمت‌موردی آجرهای فرسوده و آجرهای آجرهای تاریخی بخ بر شده در نما و در نهایت اجرای بندکشی با استفاده از ملات سنتی (با افزودن سوره آهک)، برداشت کف فرش آجری بیرونی و اجرای کف‌فرش جدید با توجه به زیروله کردن سراسری محوطه موصوف انجام خواهد شد.

مدیرکل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان مرکزی گفت این بنای تاریخی مربوط به دوره ایلخانی است که در دوره قاجار بخش‌هایی به آن الحاق شده است. بنا دارای یک گنبد مخروطی از نوع ترک ترک چین است و از یک فضای چهار ضلعی تشکیل شده است. ورودی بنا در ضلع شمال قرار دارد و عمده تزیینات آن آجرکاری و کاشی کاری است. در پایین مرزبان یادآور شد: عمرانه سید احمد، روستای هزاره به شماره ۳۰۱۳۳ در تاریخ ۱۹۱۸/۱۸/۱۳ فهرست اثر ملی کشور به ثبت رسیده است.



آگهی فراخوان عمومی ارزیابی کیفی مناقصه گران؛
تجدید مناقصه شماره م.ع.ب/ ۰۲۲/ ۱۴۰۰/
به شماره سامانه ستاد ۲۰۰۱۰۹۱۶۴۵۰۰۰۰۰۲

نوبت اول
شناسه آگهی ۱۲۹۹۹۵۱

شرکت پایانه های نفتی ایران (سهامی خاص) در نظر دارد انجام خدمات موضوع مناقصه را با در نظر گرفتن شرایط کلی زیر و از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به صورت فراخوان عمومی ارزیابی کیفی مناقصه گران به پیمانکار واجد شرایط واگذار نماید:

الف) کلیه مراحل برگزاری فراخوان از دریافت و تحویل اسناد فراخوان تا تهیه فهرست مناقصه گران دارای صلاحیت، ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکت‌ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضاء الکترونیکی را جهت شرکت در فراخوان محقق سازند. خاطر نشان می‌سازد به موجب بخشنامه وزارت صمت امکان ثبت نام بر خط رایگان در این سامانه جهت کلیه مناقصه گران فراهم می‌باشد.

شماره تماس سامانه ستاد در تهران جهت انجام مراحل عضویت در سامانه ۰۲۱۱۱۲۵۶ و اطلاعات تماس دفاتر ثبت نام در سایر استان ها ، در سایت سامانه (www.setadiran.ir) بخش "ثبت نام / پروقایل نامین کننده مناقصه گر" موجود است.

ب) نوع فراخوان: مناقصه عمومی ارزیابی کیفی مناقصه گران ایک مرحله ای

ج) نام و نشانی دستگاه مناقصه گزار: تهران- خیابان پاسداران - جالان ۱ از برج سفید - خیابان شهید حجت سوری (تستان هفتم) - بلاک ۱۱- شرکت پایانه های نفتی ایران (سهامی خاص)

د) موضوع مناقصه: تعمیرات پیشگیرانه موردی و کلی تجهیزات، ماشین آلات و تاسیسات شرکت پایانه های نفتی ایران در جزیره خارک (به روش C)

ه) شرح مختصر خدمات: این پروژه جهت انجام تعمیرات پیشگیرانه، موردی و کلی تجهیزات، ماشین آلات و تاسیسات شرکت پایانه های نفتی ایران در جزیره خارک می‌باشد.

و) نوع و مبلغ تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار. تضمین انجام تعهدات و حسن انجام کار: ارائه تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار به مبلغ ۳۱۰۱۲۵۶۳۱ ریال حسب آیین نامه شماره ۱۳۳۴۰۲/ت ۵۰۶۵۹۱ صموح ۹۲۴۰۹۲۲۲/ هیات محترم وزیران و همچنین تضمین انجام تعهدات در صورت برنده شدن به میزان ده درصد نرخ پیشنهادی برنده مناقصه، ضمناً طرف مناقصه می‌بایست مطابق فرمت‌های نمونه پیوست آئین نامه مذکور ارائه کرده؛ لذا این شرکت از پذیرش تضمینی که فاقد شرایط فوق باشد، معذور بوده و هیچ گونه مسئولیت و تعهدی در این خصوص، نخواهد داشت. شایان ذکر می‌باشد پس از انعقاد قرارداد، به میزان ده درصد از هر صورت وضعیت مناقصه گر برنده به‌عنوان تضمین حسن انجام کار کسر می‌گردد.

ز) محل ، مدت زمان اجرای خدمات و پرآورد کارفرما: محل اجرای خدمات موضوع مناقصه در شرکت پایانه نفتی ایران در جزیره خارک و مدت انجام قرارداد ۳۰ ماه شمسی و دوره نگهداری به میزان ۳ ماه شمسی می‌باشد. پرآورد تضمینی کارفرما برابر با ۲۴۹ (۲۴۹٫۳۵۶٫۲۸۱ ریال) سیصد و بیست و پنج میلیارد و سیصد و پنجاه و شش میلیون و دویست و هشتاد و یک هزار و پانصد و سی و نه) ریال می‌باشد.

ح) مدت اعتبار پیشنهاد: مدت اعتبار پیشنهاد مالی از تاریخ ارائه پیشنهاد به مدت ۱۸۰ روز می‌باشد.

ط) گواهی هاو مدارک مورد نیاز:

- داشتن گواهینامه صلاحیت پیمانکاری حداقل پایه ۵ در رشته نفت و گاز از سازمان برنامه و بودجه کشور.
- دارا بودن شخصیت حقوقی.
- ارائه گواهی نامه تایید صلاحیت پیمانکاری از نظر ایمنی از وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی.
- ارائه شناسه ملی حسب ماده ۱۶ آیین نامه اختصاص شناسه ملی به کلیه اشخاص حقوقی ایرانی.
- ارائه تصویر مصدق کد اقتصادی شرکت و کد ملی صاحبان مجزا امضا
- ارائه صورت‌های مالی حسابرسی شده توسط سازمان حسابرسی و یا اعضای جامعه حسابداران رسمی.

ی) زمان، مهلت و نشانی دریافت اسناد ارزیابی کیفی:

- با عنایت به ایلانیه شماره ۳۳۵/۱۱۴۰ مورخ ۱۳۹۹/۰۵/۱۱ دبیر محترم کارگروه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) و تاکید موقت بر الزام بکارگیری امضای الکترونیکی اسناد پاکت های (ب) و (ج) و عدم پذیرش نسخ فیزیکی و اسناد فاقد امضای الکترونیکی (دارای مهر گرم) ، کلیه مناقصه گران موظف می‌باشند تمامی اسناد پاکت های (ب) و (ج) مناقصه را با امضاء الکترونیکی ودر موعد مقرر در اسناد مناقصه از طریق سیستم سامانه ستاد بازگذاری نمایند در غیر اینصورت مناقصه گزار از پذیرش نسخه فیزیکی اسناد پیش گفته معذور خواهد بود.
- کلیه معایب واجد شرایط می‌توانند به مدت ۷ روز از زمان درج آگهی نوبت دوم نسبت به دریافت اسناد و معیارها و جدول ارزیابی کیفی از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) اقدام و طرف مهلت دریافت اسناد، ضمن تکمیل، مهر و امضای آن ها و الصاق مستندات مربوطه به همراه سایر اسناد، مدارک و گواهینامه های ذکر شده در آگهی نسبت به تقدیم اسناد پیش گفته در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) اقدام نمایند. همچنین مناقصه گران می‌توانند جهت رویت آگهی به سایت‌های WWW.SHANA.IR ، WWW.IOTCO.IR و WWW.IETSMPORG.IR مراجعه نمایند.
- کارفرما در رد و یا قبول مدارک در تمام مراحل معلق قانون برگزاری مناقصات و آیین نامه های اجرایی آن مختار خواهد بود.

روابط عمومی

بازاریابی برای رستوران‌ها با ایده‌های طلایی

| |
|---------------------------------|
| به قلم: کریستن مک کورمیک |
| کارشناس بازاریابی |
| ترجمه: علی آل علی |

رستوران‌ها یکی از محبوب‌ترین فروشگاه‌ها در میان مردم محسوب می‌شود. با این حال کمتر کسی درباره نحوه بازاریابی برای این کسب و کارهای دوست داشتنی به طور دقیق فکر می‌کند. تا جایی که تقریبا هیچ راهکار مشخص و بهینه‌ای برای بازاریابی رستوران‌ها در دسترس صاحبان آن نیست. همین امر فعالیت در زمینه بازاریابی برای رستوران‌ها را اندکی چالش‌برانگیز می‌سازد. اگر شما به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با استفاده از گزینه‌های جذاب و همچنین تبلیغ رستوران‌تان در میان مشتریان تازه هستید، باید اندکی بیشتر از سایر کسب و کارها وقت‌تان را به این امر اختصاص دهید، در غیر این صورت شاید هرگز توانایی لازم برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و تبلیغ کسب و کارتان را پیدا نکنید.

هدف اصلی در این مقاله بررسی برخی از مهم‌ترین نکات برای بازاریابی در صنعت رستوران‌داری است. این امر شما را با برخی از مهم‌ترین ترندهای این حوزه آشنا کرده و امکان تاثیرگذاری مناسب بر روی مشتریان را نیز فراهم خواهد کرد. در ادامه برخی از مهم‌ترین ترندا و تکنیک‌های بازاریابی در این حوزه را مورد آرزایی قرار خواهیم داد.

توسعه هویت برند

امروزه در بازار هر برندی دارای یک هویت منحصر به فرد است. این امر برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به شدت مهم بوده و توانایی تاثیرگذاری بازاریاب‌ها را نیز به شدت افزایش می‌دهد. شما برای جلب نظر مشتریان باید همیشه یک استراتژی منحصر به فرد در بازار داشته باشید. استراتژی بازاریابی هم باید همیشه در پیوند با یک هویت مشخص از سوی برندتان باشد، در غیر این صورت مشتریان همیشه رستوران شما را با دیگر رقبا اشتباه خواهند گرفت. شاید این امر در نگاه نخست مشکل بزرگی نباشد، اما در بلندمدت شانس‌تان برای تاثیرگذاری بسر روی مخاطب هدف را به طور مداوم کاهش داده و حتی از یک جایی به بعد دیگر توانایی جلب مشتریان وفادار را نیز نخواهید داشت.

بدون شک استفاده از نمونه‌های موفق در زمینه ایجاد هویت برند در میان رستوران‌ها به شما برای انجام چنین کاری کمک خواهد کرد. در این رابطه توصیه ما توجه به برخی از نمونه‌های موفق به شرح ذیل است:

• تاکو بل: هویت این رستوران دوست‌داشتنی برمبنای شوخی و سرگرمی بنا شده است.

• آلیو گاردن: هویت این رستوران به نسبت لوکس بر پایه خانواده و راحتی آنها توسعه پیدا کرده است.

• پانز: هویت این رستوران برمبنای سلامتی و استفاده از مواد تازه برای جلب رضایت مشتریان طراحی شده است.

بدون تردید شما هم امکان استفاده از آلمان‌های منحصر به فرد برای توسعه هویت رستوران‌تان را دارید. این امر به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک کرده و شرایطتان در بازار را نیز به طور قابل ملاحظه‌ای بهینه‌سازی خواهد کرد. با این حساب همیشه در ابتدای مسیر بازاریابی برای رستوران‌تان این نکته مهم را به یاد داشته باشید، در غیر این صورت شاید به سختی فرصتی برای جلب نظر مشتریان و تبدیل‌شان به طرفداران رستوران‌تان پیدا کنید.

طراحی سایت

داشتن یک سایت حرفه‌ای با ظاهری جذاب برای هر کسب و کاری مفید خواهد بود. این امر حتی برای رستوران‌ها نیز جذابیت خاصی دارد. بدون تردید امروزه مشتریان در پی آشنایی با رستوران‌ها اول از همه به وضعیت سایت آنها توجه نشان می‌دهند. شاید این نکته درباره رستوران‌های مشهوری مثل مک دونالد یا برگر کینگ مصداق نداشته باشد، اما درباره برندهای تازه وارد در این صنعت کاملا درست است. بنابراین شما در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف باید به طور مداوم وضعیت‌تان را به‌روز رسانی کرده و تلاش کنید دو وضعیت حرفه‌ای به نظر برسد.

امروزه طراحی سایت امر دشوار یا غیرممکنی نیست. بنابراین شما باید برای این بخش از کسب و کارتان ارزش کافی را قائل شوید، در غیر این صورت شاید خیلی دیر تبدیل به گزینه‌ای محبوب در میان طرفداران رستوران‌ها و فست فودها شوید. این امر می‌تواند هزینه‌های مالی فراوانی برای شما به همراه داشته و برخی از بهترین سرمایه‌گذاران‌تان را ناامید سازد.

اگر شما مهارت لازم برای طراحی سایت را ندارید، باید خیلی زودتر از سایر کارآفرینان سایت برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان نمایبد. دلیل این امر نیز طولانی‌تر شدن فرآیند طراحی سایت از سوی شما خواهد بود. شما حتی اگر از بهترین آژانس‌های طراحی سایت نیز در این میان استفاده کنید، بازهم در نهایت باید چند روز تا چند هفته را منتظر بمانید. بنابراین اقدام به طراحی سایت قبل از سایر رقبا یکی از نکات بسیار مهم برای کسب و کارتان خواهد بود. در غیر این صورت شما هرگز فرصتی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان به طور حرفه‌ای پیدا نخواهید کرد. این امر می‌تواند علاوه بر هزینه‌های بالا، شما را از برنامه‌های بازاریابی‌تان نیز به شدت عقب بیندازد.

طراحی هدف و پیام برند

هر برندی در دنیای کسبب و کار برای یک هدف مشخص وارد بازار می‌شود. نکته مهم در این میان صرف نظر از کسب سود است. بی‌تردید هر کارآفرینی به دنبال کسب سود و درآمد مناسب است، اما در حوزه بازاریابی شما باید هدف جذاب‌تری را پیش روی مشتریان قرار دهید. این امر در کنار پیام برند به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و رقابت مناسب با دیگر کسب و کارها کمک خواهد کرد. با این حساب شما دیگر مشکلی از نظر سطح تاثیرگذاری بسر روی مخاطب هدف و جلب نظر آنها نخواهید داشت. این امر می‌تواند فرصت‌های بسیار خوبی پیش روی شما و کسب و کارتان قرار دهد. به همین خاطر همیشه در همان ابتدای کار هدف و پیام برندتان را تعیین نمایبد. بدون تردید طراحی یک پیام و هدف بازاریابی برای تازه واردها امر بسیار دشواری محسوب می‌شود. درست به همین خاطر شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف باید همیشه به دنبال الگوبرداری از برندهای موفق باشید. این امر می‌تواند فرصت‌های بسیار مناسب پیش روی شما قرار داده و وضعیت‌تان در بازار را نیز به طور مشخص تقویت نماید. بنابراین هیچ تعللی برای الگوبرداری از دیگر برندها در این راستا به خرج ندهید.

راه‌اندازی اکانت رسمی در شبکه‌های اجتماعی

راه‌اندازی اکانت رسمی در شبکه‌های اجتماعی امری بسیار مهم برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف محسوب می‌شود. این امر به کسب و کار شما برای جلب نظر مشتریان کمک شایانی کرده و موقعیت‌تان در بازار را نیز

بهینه‌سازی خواهد کرد. به همین خاطر شما باید همیشه نیم نگاهی به استفاده

درست از موقعیت‌های‌تان در بازار داشته باشید.

امروزه راه‌اندازی اکانت رسمی برای یک برند در شبکه‌های اجتماعی امر بسیار سریعی محسوب می‌شود. نکته مهم در این میان تلاش برای دریافت تیک آبی تایید در پلتفرم‌های گوناگون است. این امر شاید مدت زمان کوتاهی از شما وقت بگیرد. با این حال هر کاربری که تیک موردنظر را بالای اکانت‌تان مشاهده کند، نسبت به اصالت برندتان مطمئن خواهد شد.

حضور در شبکه‌های اجتماعی مانند هر کار دیگری باید در قالبی حرفه‌ای صورت گیرد. معنای این امر ضرورت عضویت در پلتفرم‌های محبوب در میان کاربران است. بدون تردید شما همیشه امکان عضویت در شبکه‌های اجتماعی با تعداد پایین کاربران را دارید. با این حال چنین امری هیچ فایده مشخصی برای شما و برندتان به همراه نخواهد داشت. درست به همین خاطر شما باید همیشه بهترین و مشهورترین پلتفرم‌ها را هدف قرار دهید. این امر نیز به سادگی از طریق تعامل با مشتریان با گفت و گذاری در بین برترین پلتفرم‌های دنیا امکان‌پذیر خواهد بود. نمونه‌هایی نظیر اینستاگرام، توئیتر، تیک تاک و فیس‌بوک گزینه‌های خوبی برای شروع کار شما در این میان محسوب می‌شود.

حضور در اپ‌های مخصوص رستوران‌ها

برخی از اپ‌ها به طور رسمی و حرفه‌ای برای معرفی رستوران‌ها به افراد علاقه‌مند فعالیت دارند. این امر باید برای شما اهمیت بالایی داشته و از همان روز نخست نسبت به عضویت در چنین اپ‌هایی واکنش نشان دهید. دلیل این امر نیز امکان تاثیرگذاری حرفه‌ای بر روی مخاطب هدف از طریق عضویت در چنین اپ‌هایی است. این امر به شما برای جلب نظر مخاطب هدف کمک شایانی کرده و مشتریانی که هدف مشخصی از انتخاب یک رستوران ندارند را به خوبی جذب برندتان خواهد کرد.

خوشبختانه امروزه دامنه بسیار زیادی از اپ‌های مربوط به معرفی رستوران‌ها در دسترس قرار دارد. این امر حتی در ابزارهای گوگل مانند مپ هم به خوبی قابل مشاهده است. نکته مهم در این میان درج اطلاعات دقیق رستوران در اپ‌های موردنظر است. این امر به شما برای نمایش اطلاعات دقیق و حرفه‌ای از رستوران‌تان برای مخاطب هدف کمک خواهد کرد. به این ترتیب دیگر نیازی برای نگرانی نسبت به نحوه تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نخواهد بود. فعالیت شما در اپ‌های مربوط به معرفی رستوران‌ها باید همیشه با چاشنی فعالیت مناسب در بازار باشد، چراکه در این اپ‌ها همیشه کاربران امکان ثبت نظر درباره هر رستوران را دارند. بنابراین اگر شما در عمل منوی جذاب و مناسبی برای مشتریان نداشته باشید، خیلی زود با نظرات نامطلوب کاربران دیگر حتی یک مشتری تازه هم پیدا نمی‌کنید. بنابراین همیشه پیش از شروع به فعالیت در این حوزه باید عملکردتان را مورد آرزایی دقیق قرار دهید، در غیر این صورت شاید هرگز فرصتی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف پیش روی‌تان قرار نگیرد.

طراحی پروفایل در گوگل بیزینس

گوگل یکی از مهم‌ترین ابزارها برای جست و جوی محتوا در دنیای اینترنت محسوب می‌شود. درست به همین خاطر حضور برندها در این پلتفرم و تلاش برای کسب رتبه‌های سنو بالا در نتایج آن امری طبیعی محسوب می‌گردد. در این میان گوگل به کمک کسبب و کارها آمده و امکان ایجاد حساب کاربری برای آنها را فراهم کرده است. بر این اساس شما به سادگی هرچه تمام‌تر امکان ایجاد پروفایل در گوگل بیزینس را خواهید داشت. به این ترتیب هر کاربری که برندتان را جست و جو نماید، به طور مستقیم با یک کادر ویژه و معرفی‌نامه برندتان رو به رو خواهد شد. این نکته اهمیت بسیار زیادی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف داشته و وضعیت‌تان را نیز به طور قابل ملاحظه‌ای توسعه خواهد داد.

درست مانند وضعیت برندتان در اپ‌های معرفی رستوران، شما در این بخش هم باید اطلاعات دقیق درباره برندتان را درج نمایید، در غیر این صورت شاید کمتر کسی به رستوران‌تان توجه لازم را نشان دهد. ذکر آدرس دقیق در کنار برخی از تصاویر مربوط به رستوران در این میان اهمیت بالایی خواهد داشت.

طراحی منوی آنلاین

بسیاری از مشتریان پیش از مراجعه به یک رستوران تازه مایل به مشاهده منوی آن و همچنین اطلاع از قیمت‌ها هستند. این امر شاید در بسیاری از مواقع پیش از اندازه‌سنجیگرانه باشد، اما برای شما چاره‌ای به غیر از تلاش برای جلب نظر مشتریان باقی نخواهد گذاشت. شما در این میان باید تصاویری از منوی رستوران‌تان را با کاربران به اشتراک بگذارید. اگر در مراحل قبلی به خوبی سایت رسمی و اکانت رستوران‌تان در شبکه‌های اجتماعی را راه‌اندازی کرده باشید، در این بخش دیگر مشکل چندان پیش روی‌تان نخواهد بود.

یادتان باشد طراحی منوی آنلاین باید به طور خلاقانه‌ای صورت گیرد. یک‌شک شما همیشه امکان ثبت عکس از منوی اصلی رستوران و بارگذاری‌ش در سایت‌تان را دارید. با این حال اگر اندکی خلاقیت بیشتر را در این میان چاشنی کارتان نمایید، وضعیت‌تان به شدت بهتر خواهد شد. این امر به شما فرصت بسیار خوبی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف داده و موقعیت‌تان در بازار را نیز به شدت بهینه خواهد کرد. بنابراین شما باید به طور مداوم برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف از چنین راهکاری استفاده نمایید. اگر در کنار برند شما یک طراح گرافیک حضور داشته باشید، کارتان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به شدت ساده خواهد شد. این امر به دلیل امکان طراحی نمونه‌های جذاب از منوی برندتان و به اشتراک‌گذاری آن با مخاطب هدف خواهد بود. با چنین کاری شما به طور حرفه‌ای برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و جلب نظر آنها از رقبا جلو می‌افتید.

درخواست نظر از مشتریان

مشتریانی که به رستوران شما مراجعه می‌کنند، به طور کلی در دو دسته قابل بررسی خواهند بود. در دسته نخست مشتریان شما در پی رضایت از کیفیت منو دوباره به رستوران‌تان مراجعه خواهند کرد. این امر نقش مهمی برای تاثیرگذاری بر روی دوستان این دسته از مشتریان دارد. در گروه بعدی اما، مشتریان به دلیل کیفیت پایین منوی‌تان دیگر تمایلی برای مراجعه به رستوران نشان نخواهند داد. این امر به معنای از دست دادن مشتریان در همان گام نخست برای برندتان خواهد بود. شما در دنیای کسبب و کار باید تمام تمرکزتان بر روی کاهش تعداد گروه دسته دوم باشد، در غیر این صورت خیلی زود شهرت منفی در بازار پیدا خواهید کرد. این امر می‌تواند برای شما دردسرهای زیادی در بازار ایجاد نماید.

توصیه ما در این بخش برای مدیریت بهینه وضعیت رستوران‌ها تلاش برای پیگیری نظرات مشتریان است. به بیان ساده، شما باید همیشه استراتژی ویژه‌ای برای دریافت نظرات مشتریان داشته باشید. این امر به شما برای تاثیرگذاری بر روی این دسته از مشتریان کمک کرده و موقعیت‌تان در بازار را نیز به طور قابل ملاحظه‌ای توسعه می‌دهد. درست به همین خاطر باید همیشه نیم نگاهی به نظرات و بازخوردهای مشتریان نسبت به منوی رستوران و سایر

خدمات‌تان داشته باشید.

پاسخگویی به نظرات مشتریان

مشتریان در اپ‌های معرفی رستوران‌ها یا حتی شبکه‌های اجتماعی سوالات یا نظرات متفاوتی درباره برندتان مطرح می‌کنند. شما به عنوان یک بازاریاب حرفه‌ای باید همیشه نیم نگاهی به این نظرات داشته باشید. البته استفاده از نظرات در این میان برای شما کافی نیست. بلکه باید برنامه‌ای مشخص به منظور پاسخگویی به نظرات مورد بحث نیز داشته باشید، در غیر این صورت شاید هرگز توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب‌تان را پیدا نکنید.

شما برای پاسخگویی به نظرات کاربران باید دسته‌بندی دقیقی داشته باشید. در یکسو کامنت‌های مثبت قرار دارد. شما باید از این کامنت‌ها برای تبلیغ کسبب و کارتان در میان کاربران شبکه‌های اجتماعی سود ببرید. همچنین در سوی دیگر ماجرا انتقادات مشتریان قرار دارد. شما علاوه بر پاسخگویی به این دسته از نظرات باید اقدامی موثر برای رفع ریشه نارضایتی مشتریان نیز انجام دهید، در غیر این صورت شاید خیلی زود توانایی‌تان برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان به طور کامل از بین برود.

ارسال ایمیل برای مشتریان

بازاریابی ایمیلی در طول سال‌های متصادی هنوز هم جذابیتش برای مشتریان را به طور کامل حفظ کرده است. درست به همین خاطر شما در عمل برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف باید همیشه این شیوه جذاب را در کانون توجه قرار دهید، در غیر این صورت شاید خیلی زود سایر برندها جای شما در بازار را بگیرند.

امروزه بسیاری از کاربران نسبت به دریافت ایمیل‌های بازاریابی از سوی برندهای مورد علاقه‌شان روی خوش نشان می‌دهند. نکته مهم در این میان تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور حرفه‌ای است. در اولین گام شما باید نسبت به علاقه کاربران برای دریافت ایمیل از سوی برندتان مطمئن شوید. همچنین تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف باید با جله‌های بصری زیبا صورت گیرد، در غیر این صورت ایمیل‌تان تاثیرگذاری لازم را به همراه نخواهد داشت. یادتان باشد در مرحله پایانی شما باید به تفصیل درباره مزیت رستوران‌تان در ایمیل‌ها برای مشتریان حرف بزنید، در غیر این صورت خیلی زود برندتان از فهرست کسبب و کارهای مورد علاقه مشتریان حذف خواهد شد.

طراحی برنامه وفاداری مشتریان

جلب وفاداری مشتریان در بازارهای رقابتی امروز امری ساده نیست. بلکه شما باید برای این هدف تلاش زیادی کرده و آن را به مثابه یکی از مهم‌ترین اقدامات بازاریابی‌تان در نظر بگیرید. بسیاری از برندها در عمل به این نکته مهم بی‌توجه هستند. به همین خاطر همیشه برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان‌شان با مشکلات زیادی دست و پنجه نرم می‌کنند. در کنار این مسئله شما باید همیشه کابوس از دست دادن مشتریان را نیز در نظر داشته باشید. راه حل مناسب برای این چالش‌ها استفاده از یک برنامه وفاداری مشتریان است.

رستوران‌ها در برنامه وفاداری مشتریان سه جای هزینه‌های اضافی در حوزه بازاریابی یا تبلیغات اقدام به ارائه تخفیف یا خدمات اضافه به مشتریان وفادارشان می‌کنند. این امر به برندها فرصت حفظ مشتریان و جلب نظر مراجعه‌کنندگان معمولی برای خرید مداوم را می‌دهد. به این ترتیب شما به سادگی هرچه تمام‌تر خیال‌تان بابت تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف راحت شده و امکان کسب سود مناسب را خواهید یافت.

توجه به سنوی محلی

بازاریابی و تاثیرگذاری بسر روی مخاطب هدف همیشه امری سخت یا غیرممکن نیست. گاهی اوقات شما با تمرکز بر روی بازار محلی امکان بازگشت سرمایه بالاتری را خواهید داشت. معنای این امر ضرورت توجه به سنوی محلی خواهد بود. با این حساب شما برای تاثیرگذاری بسر روی مخاطب هدف باید اندکی به سنوی محلی نیز توجه نشان دهید. این امر رستوران‌ شما در بازار محل فعالیت‌تان را بدل به گزینه‌ای جذاب برای مشتریان خواهد کرد.

امروزه بسیاری از رستوران‌ها حتی اگر در بازارهای محلی فعالیت دارند، باز هم به دنبال تبلیغات در مقیاس جهانی هستند. این امر نه تنها مزیتی برای چنین رستوران‌هایی محسوب نمی‌شود، بلکه فقط هزینه اضافی روی دست آنها خواهد گذاشت. به همین خاطر اگر شما به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و جلب نظر آنها هستید، باید همیشه سنوی محلی را در کانون توجه قرار دهید. این امر رستوران شما را با هزینه‌ای به مراتب کمتر از سایر گزینه‌ها بدل به محبوب‌ترین رستوران بازار خواهد کرد.

سرمایه‌گذاری بر روی تبلیغات پولی

دوران تبلیغات توده‌ای مدت‌هاست که تمام شده است. امروزه برندها در دنیای تبلیغات امکان شخصی‌سازی نحوه نمایش محتوای‌شان برای مخاطب هدف را دارند. این امر نه تنها هزینه تبلیغاتی برندها را کاهش می‌دهد، بلکه تاثیرگذاری آن را نیز به طور چشمگیری افزایش خواهد داد. درست به همین خاطر شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان باید همیشه تبلیغات پولی را نیز در کانون توجه قرار دهید.

امروزه بازاریابی ارگانیک برای بسیاری از بازاریاب‌ها محور اصلی فعالیت محسوب می‌شود. با این حال این عمل اگر تعادل مناسبی میان این الگو و تبلیغات پولی ایجاد نکند، خیلی دیر در نظر مشتریان بدل به رستورانی مناسب و محبوب خواهید شد. هرچه باشد دنیای تبلیغات پولی باگشت سرمایه سریع و بهتری برای شما به همراه خواهد داشت. درست به همین خاطر شما باید همیشه حواس‌تان به این حوزه باشد.

امروزه برندها به سادگی هرچه تمام‌تر امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و تبدیل رستوران‌شان به گزینه‌ای جذاب برای آنها را دارند. این امر شانس شما در بازار را به طور قابل ملاحظه‌ای توسعه داده و فرصت‌های بسیار متنوعی پیش پای‌تان قرار می‌دهد. به همین خاطر باید در زمینه بازاریابی و تبلیغات پولی همیشه بخشی از بودجه‌تان را مدنظر داشته باشید.

طراحی وبلاگ

وبلاگ‌ها یکی از بهترین ابزارها برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان حرفه‌ای و وفادار برند است. افرادی که به طور حرفه‌ای صنعت غذا و همچنین رستوران‌ها را دنبال می‌کنند، همیشه به وبلاگ‌های آموزشی جذاب برندها توجه ویژه‌ای خواهند داشت. شما در وبلاگ‌تان امکان معرفی غذاهای مختلف در منوی خودتان و همچنین تعامل نزدیک با مشتریان وفادار را خواهید داشت. مهمترین مسئله در این میان تلاش برای تولید محتوا به طور مداوم در این فضاست. در غیر این صورت شما هرگز شانسسی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان پیدا نخواهید کرد. این نکته می‌تواند به شدت به رابطه میان شما و مشتریان وفادارتان ضربه بزند. پس به سادگی با طراحی یک وبلاگ این بخش از رابطه‌تان با مشتریان وفادار را بیمه کنید.

منبع: wordstream.com

آگهی مزایده اموال غیر منقول (اسناد ذمه)

معاملاتی ملک ارزش هر متر مربع از پلاک ثبتی ۳۲۹ فرعی از ۱ اصلی بخش ۱۰ ثبت نور به مبلغ ۱۶۸/۰۰۰/۰۰۰ ریال و ارزش شش دانگ باغ به مساحت ۱۱۳۰ متر مربع مبلغ ۱۸۹/۸۴/۰۰۰/۰۰۰ ریال معادل یکصد و هشتاد و نه میلیارد و

هشتصد و چهل میلیون ریال تعیین و برآورد گردید.

مقدار مشاع از پلاک فوق از ساعت ۹ الی ۱۲ روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۲/۰۷ در اداره ثبت اسناد و املاک شهرستان نور به آدرس نور- بلوار امام خمینی (ره)-جنب شهرک ۴۴از طریق مزایده به فروش می رسد.
مزایده پلاک از مبلغ ارزیابی، نسبت به طلب بستانکار در قبال مبلغ ۵۰۰ عدد سکه طلا^ی تمام بهار آزادی که تا روز مزایده، قیمت سکه یوم الادا محاسبه میگردد شروع و به بالاترین قیمت پیشنهادی نقدا فروخته می شود. لازم به ذکر است پرداخت بدهی های مربوط به آب، برق، گاز، اعم از حق انشعاب و یا حق اشتراک و مصرف در صورتی که مورد مزایده دارای آنها باشد و نیز بدهی های مالیاتی و عوارض شهرداری و غیره تا تاریخ مزایده اعم از اینکه رقم قطعی آن معلوم شده یا نشده باشد به عهده برنده مزایده است و نیز در صورت وجود مازاد، وجوه پرداختی بابت هزینه های فوق از محل مازاد به برنده مزایده مسترد خواهد شد و نیم عشر و حق مزایده نقدا وصول می گردد در راستای ماده ۱۳۶ آیین نامه اصلاحی اجرائی مفاد اسناد رسمی شرکت در جلسه مزایده منوط به پرداخت ده درصد از مبلغ پایه کارشناسی به حساب سپرده ثبت فی المجلس و حضور خریدار و یا نماینده قانونی او در جلسه مزایده است.
برنده مزایده مکلف است ما به التفاوت مبلغ فروش را ظرف مدت پنج روز از تاریخ مزایده به حساب صندوق ثبت تودیع نماید و در صورتی که ظرف مهلت مقرر مانده فروش را به حساب سپرده واریز نکند، مبلغ مذکور قابل استرداد نبوده و به حساب خزانه واریز خواهد شد.
در این صورت عملیات فروش از درجه اعتبار ساقط و مزایده تجدید می گردد. ضمنا چنانچه روز مزایده تعطیل رسمی گردد، مزایده روز اداری بعد از تعطیلی در همان ساعت و مکان مقرر برگزار خواهد شد.

تاریخ انتشار: ۱۴۰۱/۰۱/۲۴

علی سعادت‌تی – سرپرست ثبت نور
شناسه آگهی ۱۳۰۰۷۱۲
۵۹

اخبار

راه اندازی ۶۲ حلقه چاه تلفیقی در استان قزوین



قزوین - خبرنگار فرصت امروز: مدیرعامل شرکت آب منطقه ای استان قزوین گفت: بدلیل کاهش میزان بارندگی ها در سال آبی جاری حجم ذخیره مفید سد طالقان نسبت به سال گذشته حدود ۱۰۰ میلیون مترمکعب و نسبت به میانگین حدود ۲۰۰ میلیون مترمکعب کاهش یافته است. به گزارش روابط عمومی شرکت آب منطقه ای استان قزوین بداله ملکی مدیرعامل این شرکت در جمع اعضا تشکیل آیین و شورای شهر شریف آباد اظهار داشت: بدلیل خشکسالی و کاهش میزان بارندگی ها که ناشی از تغییر اقلیمی می باشد در حال حاضر میزان حجم ذخیره مفید سد طالقان در حال حاضر معادل ۱۰۰ میلیون متر مکعب می باشد، که این موضوع بیانگر آن است که در سال آبی جاری کشاورزان باید ضمن مدیریت مصرف از کاشت های اضافه جدا خوداری نمایند. ملکی در پایان تصریح کرد: برای گذر از شرایط بحرانی سال جاری و کمک به کشاورزان برای تامین آب مورد نیاز جهت تکمیل انجام شده در قالب برنامه های چند کشاورزی استان، ۶۲ حلقه چاه تلفیقی با اولویت انتهایی شبکه آبیاری راه اندازی شده و ۲۸ حلقه دیگر نیز در برنامه تجهیز توسط شرکت آب منطقه ای قزوین قرار دارند تا هرچه زودتر آنها نیز در مدار بهره برداری قرار گیرند.

سرپرست شرکت گاز استان:

بیش از ۴۳ هزار کیلومتر از خطوط گاز در گیلان نشت یابی شد



رشت - خبرنگار فرصت امروز: با هدف حفظ ایمنی خطوط و افزایش پایداری جریان گاز، در سال گذشته، ۴۳ هزار و ۳۴۰ کیلومتر از خطوط گاز در گیلان نشت یابی شد. به گزارش روابط عمومی گاز گیلان، عیسی جمال نیکویی سرپرست شرکت گاز استان گیلان با اعلام این خبر اظهار داشت: این عملیات در همه مناطق و ۵۳ شهر استان صورت گرفته است. وی با اشاره به اهمیت ویژه موضوع نشت یابی خطوط و تاسیسات گاز در جهت حفظ پایداری جریان گاز استان، گفت: در سال ۱۴۰۰، بیش از ۱۲۰ درصد از مجموعه تاسیسات و خطوط گاز در گیلان مورد نشت یابی قرار گرفته است که در نوع خود یک رکورد محسوب می شود. جمال نیکویی همچنین از انجام یک هزار و ۷۷۷ مورد بازرسی و نشت یابی از ایستگاه ها و بیش از ۹۱۱ هزار انشعاب گاز در سال گذشته خبر داد و گفت: با انجام این عملیات بیش از ۳۷ هزار نشتی شناسایی شد که نسبت به برطرف ساختن آن و ایمن سازی خطوط اقدام شد. سرپرست شرکت گاز گیلان با اشاره به افزایش روزافزون متر از شبکه و تعداد انشعاب گاز، آماده سازی برنامه زمانبندی مدون بر اساس استاندارد، شرایط جوی و اقلیم جغرافیایی و انجام عملیات نشت یابی به صورت دقیق و جامع را امری مهم و ضروری برشمرد. وی در خاتمه با بیان اینکه شرکت گاز مسئول حفظ ایمنی تاسیسات گاز تا درب منازل مشترکین می باشد، گفت: مسئولیت حفظ ایمنی داخل منازل بر عهده مشترکین گاز طبیعی است و مصرف کنندگان باید با بررسی مستمر تجهیزات و لوازم گازسوز، ایمنی منازل خود را تضمین کنند.

نخستین جلسه قرارگاه اجرای طرح نهضت ملی مسکن در بنیادمسکن گلستان تشکیل شد

گرگان - خبرنگار فرصت امروز: همزمان با فرارسیدن دهه حساب ۱۰۰ سالروز تأسیس بنیادمسکن، نخستین جلسه قرارگاه اجرای طرح نهضت ملی مسکن به ریاست استاندار در اداره کل بنیادمسکن استان گلستان برگزار شد.همزمان با فرارسیدن ۲۱ فروردین ماه، سالروز افتتاح حساب ۱۰۰ و تأسیس بنیادمسکن، نخستین جلسه قرارگاه اجرای طرح نهضت ملی مسکن به ریاست دکتر زنگنه، استاندار گلستان در محل اداره کل بنیادمسکن استان گلستان برگزار شد.در این جلسه سرپرست معاونت هماهنگی امور عمرانی استانداری، مدیران عامل بانک‌های استان، مدیران کل منابع طبیعی، ثبت اسناد و املاک، بنیادمستضعفان، راه و شهرسازی، دفتر امور روستایی-کمیته امداد، آموزش و پرورش و غیره حضور داشتند.همچنین جلسه این قرارگاه با حضور ویدئوکنفرانسی فرمانداران و مدیران بنیادمسکن شهرستان‌ها برگزار شد که برخی از فرمانداران کوشش‌ها و دستاوردهای خود را در راستای اجرای طرح نهضت ملی مسکن مطرح کردند.همچنین در این جلسه برخی از مدیران دستگاه‌های اجرایی از جمله کمیته امداد، آموزش و پرورش، بنیادمستضعفان و رئیس شورای هماهنگی بانک‌های استان گزارشی از آخرین وضعیت همکاری در اجرای طرح نهضت ملی مسکن، پرداخت تسهیلات و غیره ارائه دادند.

معاون بهره برداری و توسعه آب شرکت آب و فاضلاب استان بوشهر:

ضرورت مشارکت مردم در مدیریت مصرف و پرهیز برای گذر از تنش و بحران کم آبی



بوشهر - خبرنگار فرصت امروز: معاون بهره برداری و توسعه آب شرکت آب و فاضلاب استان بوشهر با اشاره به اهمیت همکاری مردم در جلوگیری از مشکلات در حوزه آب شرب گفت: مشارکت مردم در مدیریت مصرف و پرهیز از رفتارهای اسراف گرایانه در مصرف آب راهکار گذر از تنش و بحران کم آبی است. محمد پوربوسفی با بیان اینکه کشور ایران و استان بوشهر دارای اقلیم خشک و گرم است اظهار داشت: متوسط بارش باران در استان بوشهر ۲۵۰ میلی‌متر است که این استان با بارشی کمتر از میانگین متوسط مواجه است. وی با اشاره به کاهش ۱۷ درصدی بارش باران در سال گذشته نسبت به متوسط بارندگی استان بوشهر گفت: در کنار روند کاهشی بارش، متأسفانه روند افزایشی دما سبب افزایش تبخیر و کاهش سهم بارش‌های مؤثر شده و شرایط مذکور در کنار تغییرات عوامل اجتماعی و اقتصادی در طول سالیان گذشته و همچنین عدم اتخاذ تصمیمات متناسب و سازگار با شرایط کم‌آبی، باعث عدم تغذیه مناسب و افت تراز آب زیرزمینی شده و همین امر باعث محدودیت منابع آب در دسترس می‌شود. معاون بهره برداری و توسعه آب شرکت آب و فاضلاب استان بوشهر با بیان اینکه همتای استان بوشهر دارای افت سطح آب های زیرزمینی هستند خاطر نشان کرد: در این شرایط نه تنها تنش آبی بخش‌هایی از جامعه را بطور گسترده درگیر می‌کند بلکه منابع آبی نیز به مرور رو به کاهش رفته و تجدیدپذیری صورت نمی‌پذیرد.

کابل فشار قوی حادثه دیده در اهواز برق‌دار شد



اهواز - شبنم قچاوند: مدیر امور بهره‌برداری ناحیه غرب اهواز شرکت برق منطقه‌ای خوزستان گفت: کابل فشار قوی ۱۳۲ کیلوولت توحید - باغ معین که بر اثر آتش سوزی دچار آسیب و از مدار خارج شده بود، اصلاح و برق‌دار شده است. امیر زبیدی بیان کرد: کابل‌های سه فاز ۱۳۲ کیلوولت توحید - باغ معین که تامین کننده برق بخش مرکزی شهر اهواز است به علت حادثه آتش سوزی دچار آسیب و با عملکرد رله‌های حفاظتی از مدار خارج شد. وی با بیان اینکه با حضور سریع آتش‌نشانان در محل حادثه آتش سوزی کنترل و از گسترش آن جلوگیری شد، بیان کرد: برای ترمیم و اصلاح این کابل‌ها بلافاصله بار آن به سایر پست‌ها منتقل و خلومی‌های ایجاد شده برطرف شد. مدیر امور بهره‌برداری ناحیه غرب اهواز افزود: با توجه به اینکه این حادثه در ایام تعطیلات نوروز اتفاق افتاد در کوتاه‌ترین زمان ممکن عملیات اصلاح و مرمت آن به سرانجام رسید و سپس با نصب دو مفصل فشار قوی، این کابل‌ها برق‌دار و وارد مدار شده است. شایان ذکر است، خط کابلی فشار قوی ۱۳۲ کیلو ولت توحید - باغ معین به عنوان خط ارتباطی پست توحید به باغ معین بوده و ارتباط رنگ فوق توزیع در کریدور غرب به شرق رودخانه کارون اهواز را برقرار می‌نماید و از اهمیت به سزایی برخوردار است.

مدیر کل بنیادمسکن گلستان:

بنیادمسکن بازوی دولت در محوریت‌زدایی و توسعه روستایی/امسال ۱۱ هزار خانه ایمن و مقاوم در روستاها ساخته می‌شود

گرگان - خبرنگار فرصت امروز: مهندس حسینی با اشاره به برنامه ریزی برای ساخت ۱۱ هزار واحدمسکونی در روستاهای استان گلستان گفت: تا کنون برای ۹ هزار و ۱۲۱ متقاضی، نقشه اجرایی تهیه و پروانه صادر و از این تعداد ۷ هزار و ۵۰۰ پرونده به بانک‌ها ارسال و ۵ هزار و ۲۸۲ فقره به عقد قرارداد بانکی منجر شده است.مهندس سیدمحمد حسینی در نخستین جلسه قرارگاه اجرای طرح نهضت ملی مسکن با گرم‌یادداشت سالروز افتتاح حساب ۱۰۰ و تأسیس بنیادمسکن اظهار کرد: از افتتاح حساب ۱۰۰ با نگاه حکمیانه امام خمینی (ره) تا کنون شاهد اقدامات خوب بنیادمسکن به عنوان نهادی مردمی و انقلابی بوده‌ایم. بنیادمسکن در زمینه محرومیت‌زدایی و توسعه و عمران روستایی در کنار همه دولتها حضور داشته و بازوی اجرایی آنها بوده است.مدیرکل بنیادمسکن گلستان در ادامه به اجرای طرح نهضت ملی مسکن اشاره کرد و گفت: در راستای این طرح قرار است در مدت ۴ سال حدود ۹۴ هزار واحد مسکونی در استان ساخته شود که ۲۸ هزار واحد آن در روستاها و بقیه در شهرها خواهد بود.وی افزود: تولی‌گری این طرح در همه روستاها و ۲۶ شهر زیر ۲۵ هزار خانوار استان برعهده بنیادمسکن است. تعهد سالانه ما در روستاها ساخت ۷ هزار واحد مسکونی است اما ما برای سال نخست طرح نهضت ملی مسکن احداث ۱۱ هزار واحد را برنامه‌ریزی کردیم.مهندس حسینی توضیح داد: حدود ۵ هزار و ۳۰۰ واحد مسکونی در قالب بهسازی و نوسازی بافت‌های فرسوده روستایی، ۱ هزار واحد مسکن محرومان و همچنین ۱۱ هزار واحد مسکن جوانان ساخته می‌شود. وی با اشاره به طراحی سامانه ثبت تقاضای مسکن در حوزه روستایی و ثبت نام ۱۷ هزار نفر در این سامانه گفت: حدود ۱۰ هزار متقاضی در روستاها و ۷ هزار نفر در شهرهای زیر ۲۵ هزار نفر متقاضی بودند که در حال پالایش هستیم.مدیرکل بنیادمسکن گلستان افزود: تا کنون برای ۹ هزار و ۱۲۱ متقاضی، نقشه اجرایی تهیه و پروانه صادر شده است.

رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان اعلام کرد؛

پیش بینی صادرات دو میلیارد دلاری آذربایجان شرقی در سال ۱۴۰۱



ارزش بین المللی صادرات محور را از جمله مهم ترین برنامه های دولت سیزدهم و وزارت صمت در حوزه صادرات غیرنفتی عنوان کرد. رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت آذربایجان شرقی خاطرنشان

با حضور استاندار انجام شد

بررسی وضعیت شبکه برق خوزستان برای گذر از تابستان ۱۴۰۱ در نشست شورای پایایی



استان تشریح و راهکارهای عبور از پیک ۱۴۰۱ ارائه کرد. براساس گزارش‌های ارائه شده در این نشست مقرر شد، دستورالعمل‌ها و الزامات لازم به دستگاه‌های دولتی، بانک‌ها و شرکت‌های تابعه در خصوص مدیریت مصرف و کاهش مصرف آنها ارائه و ملزم به کاهش ۵۰ درصدی مصرف در ساعت اداری و کاهش ۹۰ درصدی مصرف برق بعد از ساعت اداری شوند. همچنین مقرر شد که شرکت‌های بزرگ صنعتی

رئیس سازمان راهداری و حمل و نقل جاده‌ای خبر داد:

ارتقای کیفیت راه‌ها در استان مرکزی با اولویت محورهای شریانی



استان مرکزی اختصاص داده شده است، گفت: برای ساخت و نگهداری راه‌های روستایی همچنین علاوه بر اعتباری که در اختیار استان‌ها قرار دارد سازمان راهداری و حمل و نقل جاده‌ای نیز در حد بضاعت و برای تامین رفاه کاربران جاده‌ای اقدامات قابل توجهی در نظر گرفته است. رئیس سازمان راهداری و حمل و نقل جاده ای یادآور شد: از دیگر برنامه های این سازمان، توسعه راه‌های روستایی در قالب طرح ابرار است که با استفاده از پتانسیل تجهیزات و ماشین‌آلات راهداری به قوت خود

طی ایام ماه مبارک رمضان و بین خانواده های نیازمند؛

سپاه امامت تبریز پنج هزار بسته معیشتی توزیع کرد

بین نیازمندان حوزه استحفاظی محلات در طول سال توزیع شده و خواهد شد. پوراسماعیل از برگزاری کلاس های عقیدتی، جزء خوانی در ناحیه امامت سپاه و پایگاه های محلات به صورت مستمر خبر داد و گفت: ماه رمضان بهترین فرصت برای خودسازی و بصیرت افزایی است و ماه پر برکتی است که بزرگان دین اسلام همواره بر اهمیت و جایگاه والای آن تاکید کرده اند و مسلمانان را به بهره گیری از برکت و فضیلت های بیشمار این ماه کریم سفارش کرده اند. وی با بیان اینکه در دین مبین اسلام به امر مواسات به معنای تقسیم مال بین افراد نیازمند جامعه سفارش شده است، یکی از فلسفه‌های



مهم روزهداری در ماه مبارک رمضان را دست‌گیری از فقر و نیازمندان و کمک به آن‌ها بیان کرد و ادامه داد: مقام رهبری در ایام سخت شیوع ویروس منحوس کرونا دستور مواسات و کمک به محرومان و نیازمندان را صادر کردند تا مشارکت مردم در این امر را بهتر و بیشتر نشان دهند.

اضافه شدن درگاه نظرسنجی اینترنتی به سامانه ۱۵۲۲ آبنمای استان اصفهان

اصفهان - قاسم اسد: مدیر سامانه ۱۵۲۲ آبنمای استان اصفهان از اضافه شدن درگاه نظرسنجی اینترنتی به این سامانه تلفنی خبر داد. روح الله سعیدی گفت: تاکنون مشترکین از طریق تماس تلفنی با سامانه ۱۵۲۲ و فشرده کلید ۷ می توانستند میزان رضایت خود را از دریافت خدمات غیر حضوری شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان اعلام کنند اما از این پس مردم پس از دریافت هر کدام از خدمات ۲۳ گانه آبنما می توانند از طریق نشانی www.abfa.kamrad.ir/rulhzwzmz در نظرسنجی از کاربران خدمات الکترونیک دفتر سامانه خدمات غیر حضوری ۱۵۲۲ شرکت کنند. وی افزود: نشانی نظرسنجی اینترنتی پس از دریافت هریک از خدمات



مدیرعامل شرکت برق منطقه‌ای غرب کشور:

۳۰ درصد مصرف برق استان در دهلران است

و دو برابر مصرف منطقه است و همین امر نشان دهنده مصرف بالای مشترکین و در عین افزایش تعداد مشترکین و تقاضای بیشتر است. مدیرعامل شرکت برق منطقه‌ای غرب کشور با بیان اینکه برق برخلاف آب و گاز قابل ذخیره نیست، افزود: خشکسالی امسال حجم سطح آب در سد سیمره را به شدت کاهش داده و همین امر تولید برق آبی از طریق این نیروگاه بزرگ را به صفر رسانده است این درحالی است که سد سیمره به عنوان یکی از بزرگترین نیروگاه‌های آبی کشور، ۴۸۰ مگاوات برق به شبکه برق کشور تزریق کرده است

ایلام - هدی منصور: مدیرعامل شرکت برق منطقه‌ای غرب کشور گفت: اگر بارندگی در اردیبهشت ماه صورت گیرد مشکلی در تولید برق در سد سیمره نخواهیم داشت در غیر این صورت تولید برق آبی نخواهیم داشت.

مهندس «علی اسدی» در نشست هم‌اندیشی شرکت توزیع برق با استاندار و معاون عمرانی در خصوص عبور از پیک تابستان، اظهار کرد: شبکهای برق کشور در خاورمیانه رتبه‌ی اول و در جهان رتبه‌ی ۱۴ را داریم اما مصرف برق در کشور ایران بیش از ۲ و نیم برابر مصرف جهان

چگونه بهره‌وری جلسه کاری تان را افزایش دهید؟

ترجمه: علی آل‌علی

برگزاری جلسات کاری امر بسیار مهمی برای بازارپاب‌ها محسوب می‌شود. چنین جلساتی به طور معمول در عالی‌ترین سطح ممکن برگزار می‌شود. درست به همین دلیل جلب نظر افراد حاضر در جلسات امر بی‌نهایت مهمی محسوب می‌گردد. بدون شک یکی از نگرانی‌های کارآفرینان در چنین شرایطی سطح تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف است. اگر شما توانایی تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف در این شرایط را داشته باشید، وضعیت‌تان به طور مداوم بهبود پیدا می‌کند.

هدف اصلی در این مقاله مرور برخی از مهمترین نکات برای افزایش بهره‌وری جلسات کاری است. این امر به شما برای تاثیرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف و بهینه‌سازی شرایط کاری‌تان کمک خواهد کرد. در ادامه برخی از مهمترین توصیه‌ها در این میان را مورد ارزیابی دقیق قرار خواهیم داد.

جلسات کاری به مثابه نمایش برند

همانطور که یک نمایش در تئاتر باید از مدت‌ها قبل برنامه‌ریزی شود، جلسات کاری نیز باید همراه با برنامه دقیقی باشد، در غیر این صورت شاید شما توانایی تاثیرگذاری بر روی حضاران را پیدا نکرده و حتی خاطره بدی از مشارکت با برندگان برای دیگران ایجاد کنید. این امر شانس‌تان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به شدت کاهش داده و موقعیت‌تان را به شدت تحت تاثیر قرار می‌دهد.

اگر کارآفرینان برای جلسات کاری از مدت‌ها قبل خودشان را آماده کنند، استرس‌شان به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش پیدا خواهد کرد. این امر میزان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را نیز به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش می‌دهد.

اختصاص فرصت مناسب برای چک کردن تمام جزئیات

در برخی از موارد، جلسات کاری پیشتر پیرامون جزئیات در جریان است. در این حالت شما هم باید آمادگی لازم برای بحث درباره جزئیات را داشته باشید، در غیر این صورت شاید فرصت‌های کاری به طور قابل ملاحظه‌ای برای تان از بین برود. امروزه بسیاری از کارآفرینان مدتی قبل از شروع جلسه به فکر چک کردن نهایی جزئیات می‌افتند. این امر جذابیت‌های بسیار زیادی برای کارآفرینان داشته و به آنها فرصت خوبی برای جلب نظر مخاطب‌شان می‌دهد. درست به همین دلیل شما هم باید برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور مداوم این نکته را در نظر داشته باشید، در غیر این صورت شاید هرگز فرصتی برای جلب نظر مخاطب هدف پیش روی تان قرار نگیرد.

تمرکز بر روی نتایج

نتایج یک جلسه اهمیت بسیار بیشتری در مقایسه با کارهای دیگر دارد. این امر به شما فرصت بسیار خوبی برای تاثیرگذاری بر روی جریان کسب و کارتان می‌دهد. بنابراین در طول برگزاری جلسه به جای تمرکز بر روی نکات فرعی باید تمام حواس تان به اصل ماجرا باشد، در غیر این صورت هرگز توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را نخواهید یافت.

امروزه بسیاری از جلسات کاری بدون هیچ دستاوردی تمام می‌شود. در این میان اگر شما به جزئیات کار توجه مناسبی نشان داده و در کنار این مسئله نتیجه‌بخشی جلسه را نیز در خاطر داشته باشید، وضعیت‌تان به شدت بهتر خواهد شد. بنابراین باید همیشه چنین نکاتی را در کانون توجه خود و برندگان قرار دهید، در غیر این صورت وضعیت‌تان به طور مداوم بدتر خواهد شد.

مطالعه گزارش‌ها پیش از جلسه

تیم‌های مختلف برند به طور معمول قبل از برگزاری یک جلسه مهم گزارش‌های کاربردی درباره آن تهیه می‌کنند. این امر باید همیشه در دسترس شما برای تاثیرگذاری بهینه بر روی خروجی کار باشد، در غیر این صورت شاید توانایی لازم برای جلب نظر مخاطب هدف را به طور کامل از دستب دهید. این امر می‌تواند شما را در موقعیت بسیار دشواری از نظر سطح تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف قرار داده و موقعیت‌تان را نیز به شدت در خطر قرار دهد. درست به همیت دلیل شما باید پیش از هر امر دیگری تمام گزارش‌های تهیه شده درباره جلسه کاری را مرور کنید.

اگر تیم‌های مختلف در برند شما گزارش‌هایی برای جلسات تهیه نمی‌کنند، شما باید آنها را برای تهیه گزارش‌های حرفه‌ای ترغیب نمایید. این امر شما را در جسات به عنوان فردی حرفه‌ای معرفی خواهد کرد. با این حساب دیگر مشکلی از نظر پیشبرد مناسب بحث و دستیابی به نتایج دلخواه‌تان نخواهید داشت.

منبع: readwrite.com



فرصت امروز

روزنامه مدیریتی – اقتصادی

| چهارشنبه | ۲۴ فروردین ۱۴۰۱ | شماره ۱۹۹۳ | 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: ۸۸۲۳۷۳۸۸

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۳۲۰۹۶۰

آیین نامه اخلاقی حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR

تبلیغات خلاق

فروش بی‌در دسر با راهکارهای تخصصی

برخی از کارآفرینان به طور مداوم با آن مشکل دارند. این امر در صورتی که شما رسیدگی درستی به آن نکنید، به سرعت بدل به نقطه ضعف‌تان در عرصه کسب و کار خواهد شد. فرآیند فروش همیشه دشوار و سخت است. بنابراین شما نباید خودتان این فرآیند را سخت‌تر از هر زمان دیگری نمایید.

شروع فرآیند گفت و گو با مخاطب هدف یا همان خریدار اگر با یک سوال کلیدی صورت گیرد جذابیت بسیار بالایی خواهد داشت. دلیل این امر نیز امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با یک سوال ساده است. وقتی شما کارتان را با یک سوال شروع می‌کنید، نظر مشتریان به شما جلب خواهد شد. هرچه باشد طرف مقابل برای پاسخگویی به سوال شما باید جوابی پیدا کند. این امر میزان تعامل میان شما و مخاطب هدف را به شدت افزایش می‌دهد. پس به جای اینکه بحث‌تان را با نکات حاشیه‌ای و کسل کننده پیش ببرید، باید همیشه نکات کلیدی را در خاطر داشته باشید. اینطوری به سادگی هرچه تمام‌تر بحث‌تان پیش رفته و امکان جلب نظر مخاطب‌تان را پیدا می‌کنید.



بدون تردید فروش محصولات در بازارهایی که برای نزدیک به دو سال تحت شرایط کرونایی بوده‌اند، امر سختی خواهد بود. درست به همین خاطر شما به عنوان یک فروشنده باید همیشه حواس‌تان به این نکات و چالش‌ها باشد. در غیر این صورت شرایط‌تان در بازار کار دشوار خواهد شد. تلاش برای شروع فرآیند فروش به طور حرفه‌ای و در قالب سوالات کلیدی به شما فرصت آشنایی با مخاطب هدف و ایجاد فضای دوستانه را می‌دهد. به این ترتیب مشتریان دیگر به شما به چشم یک فروشنده صرف نگاه نمی‌کنند، بلکه شما برای آنها تبدیل به مشاوری مطمئن خواهید شد. یکی از دلایل خرید مداوم مشتریان از برندهای بزرگ نیز همین نکته است. شما با چنین کاری به سادگی هرچه تمام‌تر فرصت تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان را خواهید یافت.

گفت و گوها باید کوتاه باشد

فرقی ندارد شما به عنوان یک فروشنده در جلسه‌ای بی‌نهایت رسمی هستید یا اینکه در یک روز عادی به هنگام استفاده از آسانسور شرکت به یک مشتری احتمالی برخورد‌ه‌اید، در هر صورت باید آمادگی لازم برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و استفاده از مهارت‌های‌تان در این میان را داشته باشید، در غیر این صورت شاید مشتری موردنظر به سادگی از دست‌تان برود.

یکی از ایرادات مهم فروشندگان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف تلاش برای صحبت بیش از اندازه است. اغلب اوقات خریدارها در همان چند ثانیه ابتدایی صحبت با شما تصمیم‌شان برای خرید را می‌گیرند. ادامه صحبت‌ها از سوی شما هرگز تاثیری بر روی بازایی نظر منفی خریدارها ندارد. با این حال اگر بیش از اندازه صحبت کنید، شاید نظر مثبت خریدارها به زودی عوض شود. بنابراین شما باید در هر وضعیتی از تلاش برای صحبت بیش از اندازه پرهیز کنید. این امر می‌تواند شما را در شرایط بسیار دشواری قرار داده و وضعیت‌تان را نیز بی‌نهایت سخت سازد.

امروزه اغلب فروشندگان حرفه‌ای برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان از شیوه‌های کوتاه و مختصر استفاده می‌کنند. شما باید بیش از هر کار دیگری در این میان خودتان را به عنوان مشاور فروش برای آنها نمایش دهید. اگر مشتریان احساس کنند شما فقط به دنبال فروش صرف هستید، هرگز روی خوش به شما و برندگان نشان نمی‌دهند. این امر می‌تواند شرایطتان را بی‌نهایت دشوار ساخته و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را نیز بدل به امری دشوار سازد.

الگوبرداری از فروشندگان حرفه‌ای در حوزه کسب و کار همیشه ایده خوبی به نظر می‌رسد. شما برای خلاصه‌سازی صحبت‌ها و پرهیز از ارائه نکات بیش از اندازه باید همیشه افراد حرفه‌ای در این بازار را مد نظر قرار دهید. اینطوری به سادگی هرچه تمام‌تر فرصت تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان را پیدا می‌کنید. چنین برنامه‌هایی بیش از همه نوعی کلاس درس برای شما و سایر همکاران‌تان خواهد بود. بنابراین باید با دقت نظر بسیار زیادی الگوی فعالیت سایر کارآفرینان را زیر نظر داشته باشید.

برجسته‌سازی منافع خرید

هر مشتری از فرآیند خرید سودی را خواهد برد. در این میان شما باید منافع مشتریان از خرید را به طور مشخصی برای آنها توضیح دهید. گاهی اوقات یک محصول بسیار خوب در بازار به دلیل بی‌توجهی فروشندگان نسبت به بیان



فروش بی‌در دسر با راهکارهای تخصصی

مزایای آن روی دست برند موردنظر می‌ماند. در این صورت شما با خشم بسیار زیادی از نسوی مدیران ارشد رو به رو خواهید شد. بنابراین حتی برای حفظ موقعیت شغلی تان هم که شده باید همیشه در جلسات فروش حرفه‌ای اول از همه منافع محصولات را بیان کنید. بدون شک مشتریان با سطح قیمت یا حتی دیگر محصولات مشابه در بازار آشنایی خوبی دارند. مزیت شما به عنوان یک فروشنده حرفه‌ای در توانایی تان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در همان لحظات ابتدایی نهفته است. این امر به شما فرصت بسیار خوبی برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان می‌دهد. پس بدون هیچ حاشیه یا تعارفی باید در همان ابتدای بحث پای مزایای محصول یا سرویس تان را به گفت و گو باز کنید.

اغلب اوقات وقتی یک فروشنده از مزایای محصولی حرف می‌زند، خریدار نیز به طور ناخودآگاه مایل به پرس و جو درباره ویژگی‌های مختلف آن خواهد شد. این امر می‌تواند به شما برای ساماندهی فرآیند فروش و تجربه‌ای بی‌نهایت لذت‌بخش در این میان کمک کند. از این نقطه به بعد شما در صورت بیان درست مزایای محصولات‌تان دیگر کار سختی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نخواهید داشت.

استفاده از داده‌های آماری درست

داده‌های آماری درباره محصولات شرکت و حتی وضعیت خود شرکت تاثیرگذاری زیادی بر روی مخاطب هدف دارد. امروزه بسیاری از افراد استفاده از آمارهای حرفه‌ای را فقط مخصوص تیم‌های بازاریابی می‌دانند. این امر نه تنها بهره‌ای از واقعیت ندارد، بلکه در صورت بی‌توجهی شما حتی امکان فروش را هم از بین می‌برد. تیم‌های فروش و فروشندگان حرفه‌ای همیشه باید برای اثبات ادعاهای‌شان از آمارهای دقیق سود ببرند. این امر در ساده‌ترین شکل شامل استفاده از آمارهای دقیق برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان است. مثلا میزان فروش قبلی محصولات را در نظر بگیرید. اگر مزایای محصول شما واقعی باشد، شما باید به سادگی امکان تاثیرگذاری بر روی مشتریان با استفاده از داده‌های مربوط به نرخ فروش قبلی را داشته باشید. این امر شما را به بهترین شکل ممکن در کانون توجه مشتریان قرار می‌دهد.

بسیاری از مردم در صورت مشاهده تمایل دیگران برای خرید یک محصول به طور فوری احساس نیاز به آن خواهند داشت. این امر می‌تواند وضعیت شما را به طور قابل ملاحظه‌ای تغییر دهد. بنابراین باید همیشه برای تاثیرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف این نکته مهم را در خاطر داشته باشید. امروزه فرایند بازاریابی و فروش به طور فزاینده‌ای به هم گره خورده است. درست به همین خاطر شما باید همیشه در راستای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف از تکنیک‌های بازاریابی نیز سود ببرید. طراحی کمپین‌هایی برای بیان نکات آماری مربوط به محصولات در این میان کمک شایانی به شما خواهد کرد. به همین خاطر باید همیشه این مسئله مهم را در خاطر داشته باشید، در غیر این صورت شاید فرصت‌های‌تان برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان به سرعت کاهش پیدا کند. استفاده از تجربه موفق دیگر برندها در این میان کمک بسیار زیادی به شما برای ساماندهی شرایط‌تان خواهد کرد. این امر در برخی از موارد حتی فروشندگان را از شکست کامل نیز نجات می‌دهد. بنابراین شما باید همیشه حواس تان به بخش‌های مختلف کارتان نیز باشد.

اهمیت داستان‌سرایی

در دنیای کسب و کار و زندگی واقعی همه عاشق داستان‌های جذاب هستند. این امر در میان بسیاری از افراد مشتت‌تر است. بنابراین اگر شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف اقدام به استفاده از داستان‌های جذاب کنید، شانس‌تان در بازار به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش پیدا خواهد کرد. این امر نکته بسیار مهمی در دنیای کسب و کار محسوب می‌شود.

بسیاری از فروشندگان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف از شیوه‌های متنوعی سود نمی‌برد. همین امر آنها را بدل به افرادی کسل کننده می‌کند. یاد‌تان باشد اگر مشتریان از گفت و گو با شما لذت نبرده و هیجان‌زده نشوند، خیلی راحت اقدام به خرید از برندی دیگر خواهند کرد. بنابراین شما باید همه تلاش تان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به شیوه‌ای حرفه‌ای را نشان دهید، در غیر این صورت رقیبا همیشه آماده جذب مشتریان شما هستند.

یک داستان خوب در عرصه فروش باید ساختار درستی داشته باشد. این داستان همراه با یک شروع مناسب و همچنین پایان‌بندی خوب خواهد بود. نکته مهم اینکه داستان‌ها باید خیلی کوتاه بیان شود. دلیل این امر نیز عدم علاقه کارآفرینان به داستان‌های طولانی است. چنین نکته‌ای به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان کمک خواهد کرد.

استفاده از محاوره دوستانه

شما به هنگام فروش نباید خیلی رسمی بحث را پیش ببرید. در این میان فرقی بین گفت و گوهای مربوط به جلسات رسمی و گپ‌های دوستانه نیست. در هر صورت تلاش شما باید از بین بردن فضای سنگین در محیط کار باشد. این امر به شما فرصت بسیار خوبی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف داده و وضعیت‌تان را بهبود می‌بخشد. وقتی مشتریان با لحن دوستانه شما رو به روشوند، به سادگی هرچه تمام‌تر تمایل‌شان برای خرید نیز بیشتر خواهد شد. این امر به شما فرصت بسیار خوبی برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان و نهایی کردن فروش خواهد داد.

امروزه بسیاری از فروشندگان به دلیل عدم استفاده از لحن درست در آخرین لحظه شانس فروش را از دست می‌دهند. درست به همین خاطر شما باید همیشه از یک لحن دوستانه سود ببرید، در غیر این صورت خیلی زود توانایی‌تان برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان از بین خواهد رفت. چنین توصیه‌ای در کنار سایر توصیه‌های مورد بحث در این مقاله به شما برای تاثیرگذاری درست بر روی مشتریان کمک خواهد کرد.

منبع: saleshacker.com