فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

برای کسب و کار آفرینی

چهارشنبه
۸ تیر ۱۴۰۱

Wed.29 Jun 2022

۲۹ ذوالقعده ۱۴۴۳ - سال هفتم

شماره ۲۰۴۲

۸ صفحه - ۵۰۰۰ تومان

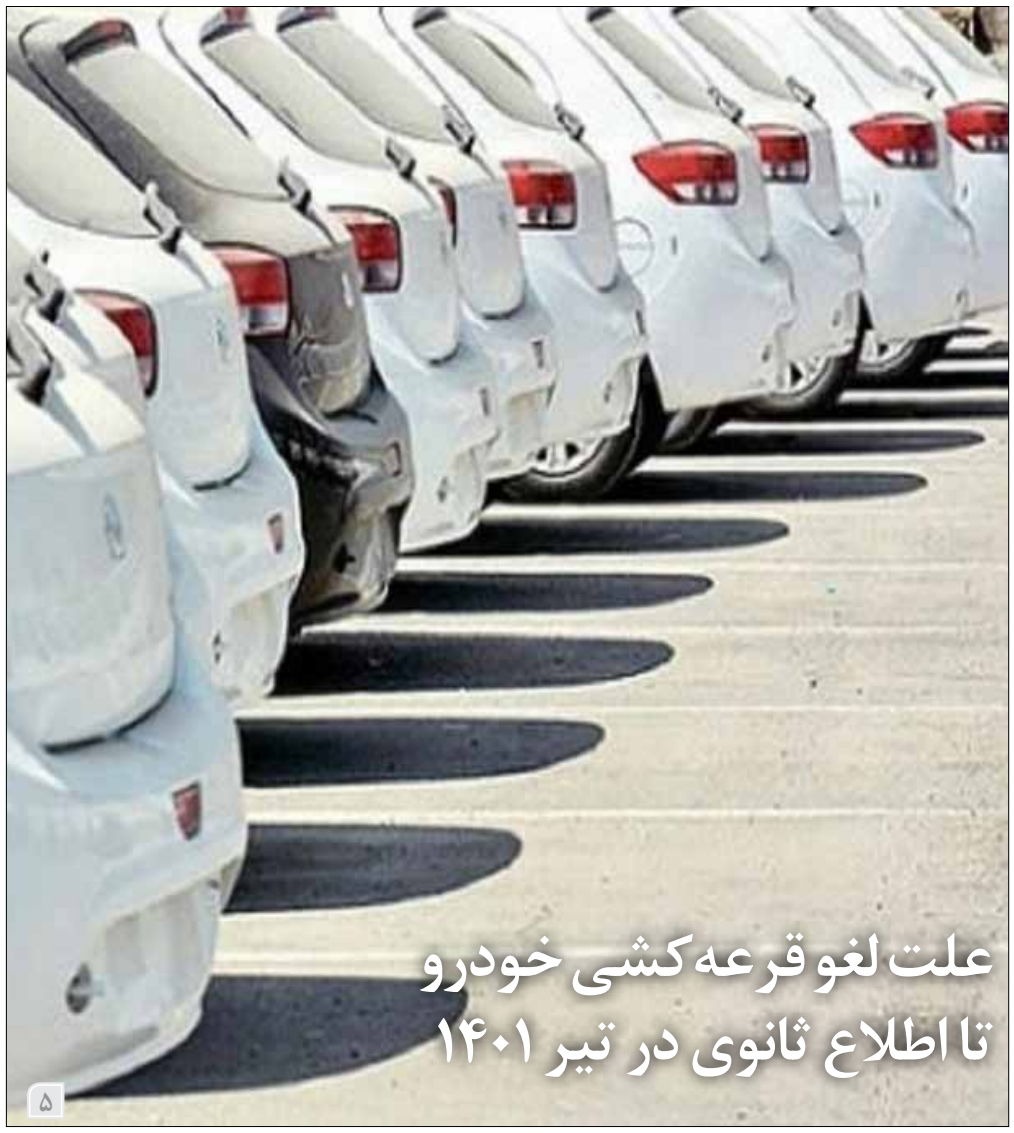
www.forsatnet.ir

نوسان شاخص بورس تهران در کف کانال ۱,۵ میلیون واحدی ادامه دارد

افزایش دمای بورس در تیرماه

فرصت امروز: شاخص بورس تهران در حالی این روزها برای ماندن در کانال یک میلیون و ۵۰۰ هزار واحد دست و پا می‌زند که نزدیک به یک ماه پیش به کانال یک میلیون و ۶۰۰ هزار واحد رسیده بود. از فردای روز ۲۷ اردیبهشت ماه که شاخص کل بورس پس از حدود ۲۰ ماه موقتا به مقاومت یک میلیون و ۶۰۰ هزار واحدی رسید، دوره اصلاح بورس آغاز شد و دماسنج تالار شیشه‌ای...

۴



علت لغو قرعه‌کشی خودرو تا اطلاع ثانوی در تیر ۱۴۰۱

۵

بانک مرکزی، شهرداری‌ها و سازمان برنامه‌وبودجه بدترین عملکرد را از نگاه فعالان اقتصادی دارند

متهمان مخل کسب و کار

فرصت امروز: دستگاه‌های مزاحم در بهبود فضای کسب و کار معرفی شدند. آنطور که بازوی پژوهشی بخش خصوصی گزارش داده است، سطح رضایت فعالان اقتصادی از عملکرد دستگاه‌های اجرایی مرتبط با محیط کسب‌وکار در سال گذشته کاهش داشته و بیشترین میزان نارضایتی فعالان اقتصادی از عملکرد بانک مرکزی، شهرداری‌ها و سازمان برنامه‌وبودجه بوده است. همچنین نیروی انتظامی، سازمان بهزیستی و وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و...

۲

بانک‌های مرکزی همچنان نرخ بهره را افزایش می‌دهند

رقابت تورم و نرخ بهره

۳

مدیریت و کسب‌وکار

چطور در آمازون درآمدزایی کنیم؟

درآمدزایی در دنیای آنلاین یکی از مهمترین اهداف برای هر کارآفرینی محسوب می‌شود. این روزها دیگر خبری از کسب و کارهای حضوری و محبوبیت آنها در میان مشتریان نیست. درست به همین دلیل حتی برندهایی که سابقه بسیار طولانی در زمینه فعالیت حضوری دارند نیز کم کم به سراغ عرصه دیجیتال و فعالیت حرفه‌ای در این میان کشیده شده‌اند. این امر نوید روزهای پر از رقابت در دنیای آنلاین را می‌دهد.

کسب و کارهایی که به طور معمول برای فروش محصولات با خرده فروشی‌های حضوری همکاری داشتند، این روزها بیشتر از هر زمان دیگری به آمازون توجه نشان می‌دهند. آمازون به عنوان یکی از بزرگترین فروشگاه‌های آنلاین دنیا جذابیت بسیار زیادی برای کاربران دارد. درست به همین خاطر برخی از برندهای بزرگ به جای فروش حضوری به طور کامل روی این الگوی کسب و کار تمرکز کرده‌اند. این امر می‌تواند...

۸

نگاه

چرا قدرت‌های اروپایی با جنگ اوکراین ضعیف شدند؟

خلأ قدرت در قاره سبز

پس از جنگ روسیه و اوکراین، کشورهای اروپایی به اندازه قبل، حرف آلمان و فرانسه را نمی‌خوانند. به نظر می‌رسد که نقشه ژئوپلیتیکی اروپا در حال تغییر است. به نوشته «فارن پالیسی»، در آغاز سال ۲۰۲۲ میلادی اینطور به نظر می‌رسید که آینده اروپا در دستان برلین و مسکو قرار دارد. آنها پیش برندگان اوضاع اروپا بودند، اما حمله روسیه به اوکراین باعث تغییر در نقشه ژئوپلیتیکی اروپا شده است؛ به طوری که حالا نقش کشورهای دیگر مثل لهستان و انگلیس پررنگ شده است و آمریکایی‌ها هم دوباره به صحنه سیاست اروپا برگشته‌اند.

واقعیت این است که قدرت اقتصادی آلمان به خصوص بعد از بحران مالی سال ۲۰۰۸، شکل‌دهنده زندگی مردم در حوزه یورو بوده است. تصمیم‌هایی که برلین در حوزه‌های انرژی، مهاجرت، سیاست مالی و دیپلماسی می‌گرفت، در موارد زیادی مورد انتقاد کشورهای اروپایی دیگر قرار می‌گرفت، اما کمتر...

۲

در اقتصادهای تورم‌زده جهان چه خبر است؟

جنگ جهانی تورم

فرصت امروز: چشم‌انداز اقتصاد جهان به دلیل جنگ روسیه و اوکراین، مبهم و مه‌آلود است. این بحران در شرایطی اتفاق افتاده که اقتصاد جهانی هنوز به طور کامل از پاندمی کووید-۱۹ بهبود نیافته است. به نوشته صندوق بین‌المللی پول، حتی قبل از جنگ هم تورم در بسیاری از کشورها به دلیل عدم تعادل عرضه و تقاضا و سیاست‌های حمایتی در طول همه‌گیری کرونا در حال افزایش بود که باعث تشدید سیاست‌های پولی شد. آخرین قرنطینه‌ها در چین می‌تواند باعث ایجاد گلوگاه‌های جدیدی در زنجیره‌های تامین جهانی شود. جنگ فراتر از تأثیر غم‌انگیز بشردوستانه، رشد اقتصادی را هم کاهش داده و تورم را افزایش خواهد داد. به طور کلی، ریسک‌های اقتصادی شدیدا افزایش یافته و مبادلات سیاستی حتی چالش‌برانگیزتر شده است.

در مقایسه با پیش‌بینی ژانویه، ما پیش‌بینی خود را برای رشد جهانی به ۶,۳ درصد در سال‌های ۲۰۲۲ و ۲۰۲۳ کاهش داده‌ایم. چشم‌انداز رشد اتحادیه اروپا در سال جاری به دلیل اثرات غیرمستقیم جنگ ۱,۱ درصد به سمت پایین بازنگری شده و آن را به دومین سهم بزرگ در بازنگری نزولی کلی تبدیل کرده است. بازنگری سالانه همراه با جنگ به مجموعه شوک‌های عرضه می‌افزاید که در سال‌های اخیر به اقتصاد جهانی ضربه زده است. مانند امواج لرزه‌ای، اثرات آن از طریق بازارهای کالا، تجارت و ارتباطات مالی به مناطق دوردست نیز می‌رسد. روسیه تأمین‌کننده عمده نفت، گاز و فلزات و همراه با اوکراین، گندم و ذرت است. کاهش عرضه، قیمت این کالاها را افزایش داده و واردکنندگان کالا در اروپا، قفقاز و آسیای مرکزی، خاورمیانه و شمال آفریقا و کشورهای جنوب صحرای آفریقا بیشترین آسیب را می‌بینند. افزایش قیمت مواد غذایی و سوخت همچنین به خانوارهای کم‌درآمد در جهان از جمله در آمریکا و آسیا آسیب می‌رساند.

اقتصاد جهان تکه تکه می‌شود

چشم‌انداز میان‌مدت برای همه گروه‌ها به جز صادرکنندگان کالا که از افزایش قیمت انرژی و مواد غذایی سود می‌برند، به سمت پایین حرکت کرده است. تولید برای اقتصادهای پیشرفته مدت بیشتری طول می‌کشد تا به روند پیش از همه‌گیری خود بازگردد. انتظار می‌رود واگرایی که در سال ۲۰۲۱ بین بازارهای پیشرفته و نوظهور و اقتصادهای در حال توسعه باز شد، همچنان ادامه داشته باشد که نشان‌دهنده برخی زخم‌های دائمی از این همه‌گیری است. تورم برای بسیاری از کشورها به یک خطر آشکار و زنده تبدیل شده است و حتی قبل از جنگ به دلیل افزایش قیمت کالاها و عدم تعادل عرضه و تقاضا افزایش یافت. بسیاری از بانک‌های مرکزی مانند فدرال رزرو در گذشته به سمت تشدید سیاست‌های پولی حرکت کرده بودند. اختلالات مربوط به جنگ، این فشارها را تشدید می‌کند. ما اکنون پیش‌بینی می‌کنیم که تورم برای مدت طولانی‌تری بالا باقی بماند؛ چراکه در آمریکا و برخی از کشورهای اروپایی در شرایط بازار کار فشرده، تورم به بالاترین سطح خود در بیش از ۴۰ سال گذشته رسیده است.

خطر دور شدن انتظارات تورمی از اهداف تورمی بانک مرکزی در حال افزایش است که باعث واکنش سختگیرانه‌تری از سوی سیاست‌گذاران می‌شود. علاوه بر این، افزایش قیمت مواد غذایی و سوخت نیز ممکن است چشم‌انداز ناآرامی‌های اجتماعی را در کشورهای فقیرتر افزایش دهد. بلافاصله پس از تهاجم، شرایط مالی برای بازارهای نوظهور و کشورهای در حال توسعه سخت‌تر شد. تاکنون این قیمت‌گذاری بیشتر منظم بوده است. با این حال، چندین ریسک شکنندگی مالی باقی مانده است که چشم‌انداز سخت شدن شدید شرایط مالی جهانی و همچنین خروج سرمایه را افزایش می‌دهد. از جنبه مالی، فضای سیاست‌گذاری در گذشته در بسیاری از کشورها به دلیل بیماری همه‌گیری فرسوده شده بود. پیش‌بینی می‌شد که برداشت حمایت‌های مالی فوق‌العاده ادامه پیدا کند. به ویژه برای بازارهای نوظهور واردکننده نفت و مواد غذایی و اقتصادهای در حال توسعه افزایش قیمت کالاها و افزایش نرخ‌های بهره جهانی، فضای مالی را بیشتر کاهش می‌دهد. این جنگ همچنین خطر تکه شدن دائمی اقتصاد جهانی به بلوک‌های ژئوپلیتیکی با استانداردهای متمایز فناوری، سیستم‌های پرداخت فرامرزی و ارزهای ذخیره را افزایش می‌دهد. چنین تغییر تکتونیکی باعث تلفات بلندمدت کارایی، افزایش نوسانات و چالش بزرگی برای چارچوب مبتنی بر قوانین است که روابط بین‌المللی و اقتصادی را در ۷۵ سال گذشته حاکم کرده است.

نقشه راه عبور از بحران کنونی

عدم قطعیت با توجه به این پیش‌بینی‌ها بسیار فراتر از محدوده معمول است. به عنوان مثال، اگر تحریم صادرات انرژی روسیه گسترش پیدا کند، رشد می‌تواند بیشتر کاهش پیدا کند؛ در حالی که تورم می‌تواند از پیش‌بینی‌های ما فراتر رود. گسترش مداوم ویروس می‌تواند منجر به انواع کشنده‌های بیشتری شود که از واکسن‌ها فرار می‌کنند و باعث قرنطینه‌های جدید و اختلالات تولید می‌شوند. در این شرایط دشوار، سیاست‌های سطح ملی و تلاش‌های چندجانبه، نقش مهمی ایفا خواهند کرد. بانک‌های مرکزی باید سیاست‌های خود را قاطعانه تنظیم کنند تا اطمینان حاصل شود که انتظارات تورمی میان‌مدت و بلندمدت ثابت باقی می‌مانند. ارتباطات شفاف و راهنمایی‌های آینده در مورد چشم‌انداز سیاست پولی برای به حداقل رساندن خطر تعدیل‌های مخرب، ضروری است.

چندین اقتصاد باید ترازهای مالی خود را تحکیم کنند. این امر نباید مانع از حمایت هدفمند دولت‌ها از جمعیت‌های آسیب‌پذیر به ویژه با توجه به قیمت بالای انرژی و مواد غذایی شود. گنجاندن چنین تلاش‌هایی در چارچوبی میان مدت با مسیری روشن و معتبر برای تثبیت بدهی عمومی می‌تواند به ایجاد فضایی برای ارائه حمایت‌های مورد نیاز کمک کند. حتی با توجه به تمرکز سیاست‌گذاران بر کاهش تأثیر جنگ و بیماری همه‌گیری، اهداف دیگر توجه آنها را می‌طلبد. فوری‌ترین اولویت پایان دادن به جنگ است.

در مورد آب و هوا ما باید شکاف بین جاه‌طلبی‌های اعلام شده و اقدامات سیاسی را ببندیم. کف قیمت بین‌المللی کربن که براساس سطح درآمد کشور متمایز می‌شود، راهی برای هماهنگی تلاش‌های ملی با هدف کاهش خطرات رویدادهای آب و هوایی فاجعه‌بار فراهم می‌کند. به همان اندازه به ایمن کردن دسترسی عادلانه در سراسر جهان به مکمل ابزارها برای مهار ویروس کرونا و پرداختن به سایر اولویت‌های بهداشت جهانی نیاز است. همکاری چندجانبه برای پیشبرد این اهداف ضروری است. سیاست‌گذاران همچنین باید اطمینان حاصل کنند که شبکه ایمنی مالی جهانی به طور موثر عمل می‌کند. برای برخی از کشورها، این امر به معنای تضمین حمایت نقدینگی کافی برای رفع مشکلات کوتاه‌مدت تامین مالی مجدد است. اما برای سایرین، بازسازی جامع بدهی دولتی موردنیاز خواهد بود. چارچوب مشترک گروه بیست برای درمان بدهی، راهنمایی‌هایی برای چنین تجدید ساختاری ارائه می‌دهد، اما هنوز ارائه نشده است. فقدان یک چارچوب موثر و سریع، یک خط گسل در سیستم مالی جهانی است.

تاخیر در مقابله با تغییرات اقلیمی

همچنین باید به ثبات کلی نظم اقتصادی جهانی توجه ویژه‌ای شود تا اطمینان حاصل شود که چارچوب چندجانبه‌ای که صدها میلیون نفر را از فقر خارج کرده است، از بین نرود. این ریسک‌ها و سیاست‌ها به روش‌های پیچیده در بازه‌های زمانی مختلف تعامل دارند. افزایش نرخ بهره و نیاز به محافظت از جمعیت آسیب‌پذیر در برابر قیمت‌های بالای مواد غذایی و هزینه انرژی، حفظ پایداری مالی را دشوارتر می‌کند. به نوبه خود، فرسایش فضای مالی، سرمایه‌گذاری در انتقال آب و هوا را دشوارتر می‌کند؛ در حالی که تاخیر در مقابله با بحران آب و هوا و تغییرات اقلیمی، اقتصادها را در برابر شوک‌های قیمت کالاها آسیب‌پذیرتر می‌کند که منجر به تورم و بی‌ثباتی اقتصادی می‌شود. تکه تکه شدن شرایط ژئوپلیتیک همه این مبادلات را بدتر می‌کند، خطر درگیری و نوسانات اقتصادی را افزایش می‌دهد و کارایی کلی را کمتر می‌کند.

در عرض چند هفته، جهان دوباره یک شوک بزرگ را تجربه کرد. درست زمانی که بهبودی پایدار از همه‌گیری کرونا مشهود بود، جنگ شروع شد و به طور بالقوه دستاوردهای اخیر را از بین برد. چالش‌های بسیاری که ما با آن روبه‌رو هستیم، مستلزم اقدامات سیاستی متناسب و هماهنگ در سطوح ملی و چندجانبه برای جلوگیری از پیامدهای بدتر و بهبود چشم‌انداز اقتصادی برای همه است.

چرا مهمترین شهرهای ترکیه با اردوغان سرشاخ شده‌اند؟

جنگ سرد در استانبول

دو سال پیش بود که شهرداری استانبول یک سازه مدرن را در میدان تقسیم نصب کرد. به نوشته «بلومبرگ»، مردم از سر و شکل مدرن این سازه چوبی و فولادی خوش‌شان آمده بود؛ موزیسین‌ها اطرافش ساز می‌زدند و مردم سلفی می‌گرفتند، اما عمر این سازه به یک هفته هم نکشید و آن را جمع کردند. ظاهرا هدف شهرداری استانبول از استقرار سازه این بود که نگاه‌ها به فضاهای عمومی شهری عوض شود، چون ساخت و ساز فراوان مدتی است که چهره استانبول را تغییر داده و افزایش جمعیت این شهر به ۱۶ میلیون نفر هم اوضاع را پیچیده کرده است، اما این ایده قربانی مناقشه سیاسی بین شهرداری استانبول و دولت رجب طیب اردوغان شد.

مناقشه بین دولت‌ها و بزرگ‌ترین شهرها در اکثر کشورها رخ می‌دهد. در نیویورک مردم بارها علیه ترامپ تظاهرات کردند و لندنی‌ها که نمی‌خواستند از اتحادیه اروپا خارج شوند با دولت که حامی برگزیت بود، درافتادند. اما در ترکیه که مدتی است درگیر بحران اقتصادی و رقابت سیاسی است، کشمکش بر سر استانبول به دردسر جدیدی بدل شده است. مورات گوونچ، مدیر مرکز مطالعات استانبول در دانشگاه کادیرهاس در این خصوص می‌گوید: «یک جنگ سرد واقعی بین دولت مرکزی و شهرداری‌هایی که در کنترل احزاب اپوزیسیون هستند، در جریان است.»

مناقشه بر سر استانبول و آنکارا تقریبا بلافاصله بعد از رأی‌آوردن شهرداران متعلق به جبهه اپوزیسیون در انتخابات آغاز شد. این انتخابات در سال ۲۰۱۹ برگزار شد و حزب حاکم نزدیک به اردوغان از اینکه کنترل دو شهر مهم را از دست داده بود، ضربه سیاسی بدی خورد. هرچه باشد، استانبول میزبان یک‌پنجم از جمعیت ترکیه است و یک‌سوم از بازده اقتصادی کشور هم از آنجا تامین می‌شود. اردوغان که خودش زمانی شهردار استانبول بود، در یکی از اقداماتش علیه شهرداری این شهر تلاش کرد این نهاد را از لحاظ مالی تحت فشار بگذارد و حتی در سخنرانی سه سال پیش خود پیش‌بینی کرد آن شهرداری‌هایی که هماهنگ با دولت مرکزی نیستند به زودی ورشکست خواهند شد. مورات اونگون، سخنگوی شهرداری استانبول فهرستی از پروژه‌هایی که دولت مرکزی سعی کرده جلوی‌شان را بگیرد دارد؛ از توسعه سیستم مترو و جایگزین‌کردن اتوبوس‌های فرسوده برای کاهش ترافیک تا توسعه سیستم آب و فاضلاب و صدور مجوز برای تاکسی‌های بیشتر. استقرار سازه در میدان تقسیم هم جزو همین پروژه‌ها بود. به گفته اونگون، ممانعت دولت از تکمیل این پروژه‌ها برای آن است که دولت بتواند شهرداری استانبول را به بی‌کفایتی متهم کند و مدرکی برای آن داشته باشد. پولی که شهرداری استانبول برای انجام پروژه‌هایش در سال ۲۰۲۲ نیاز دارد، ۸ میلیارد لیر (۵۵۰ میلیون دلار) بیشتر از درآمدش است و بنابراین به همراهی بانک‌های دولتی نیاز دارد اما به گفته اونگون، از وقتی اکرم امام‌اوغلو شهردار استانبول شده چنین همکاری وجود ندارد. امام‌اوغلو متعلق به حزب جمهوری‌خواه، از سرسخت‌ترین احزاب مخالف اردوغان است. از معضلات بزرگ استانبول که شهرداری سعی کرده بود حلش کند، کمبود خطوط مترو است. توسعه خطوط مترو در حومه غربی استانبول که می‌توانست حمل و نقل شهری را برای ۳,۵ میلیون نفر آسان کند، توسط دولت به تعویق افتاده و بهانه هم این است که تحلیل فنی این پروژه اشتباه است. مسئله دیگر، لزوم افزایش مجوزهای تاکسی در استانبول است که به رغم افزایش جمعیت این شهر دهه‌هاست انجام نشده است. این موضوع هم جای بحث و جدل دیگری برای شهرداری استانبول و دولت اردوغان است. البته حزب عدالت و توسعه که نزدیک به اردوغان است اکثریت کرسی‌ها در شورای شهر استانبول را در اختیار دارد و یکی از دلایلی که در سرشاخ‌شدن با شهرداری استانبول موفق شده هم همین است. ریشه این مناقشات در تهدیدی است که اردوغان از جانب اکرم امام‌اوغلو، شهردار استانبول و منصور یاواش، شهردار همفکر او در آنکارا علیه موقعیت آینده خودش می‌بینند. وقتی این دو شهردار به پیروزی رسیدند، این صحبت که آنها می‌توانند نامزدهای آینده ریاست جمهوری باشند، به گوش رسید. در ترکیه شهرداران به صورت سنتی موقعیت سیاسی قدرتمندی نداشتند و این وضع تا دهه ۱۹۸۰ ادامه داشت. از آن زمان به بعد و به خاطر گسترش شهرنشینی و افزایش ارزش املاک در شهرها، اهمیت پست شهرداری بالا رفت. اما این روزها سرشاخ‌شدن شهردار استانبول با اردوغان وارد مرحله سیاسی جدیدی نیز شده است. در تعطیلات عید فطر، امام‌اوغلو سری به ریزه در ساحل دریای سیاه زد؛ یعنی جایی که خانواده اردوغان در آن به دنیا آمدند. استان ریزه همواره حمایت خوبی از حزب عدالت و توسعه داشته و در انتخابات ریاست جمهوری سال ۲۰۱۸ اردوغان در ریزه ۷۷ درصد از آرا را به خود اختصاص داد. حالا اما در جریان سفر امام‌اوغلو به ریزه معلوم شد اوضاع خیلی هم مثل سابق نمانده؛ چون عده زیادی از مردم به استقبال امام‌اوغلو، رقیب سرسخت او آمدند. از آنجا که انتخابات ریاست جمهوری و پارلمانی ترکیه قرار است در سال ۲۰۲۳ برگزار شوند و کشور هم با بحران اقتصادی و تورم زیاد دست و پنجه نرم می‌کند، به نظر می‌رسد احتمال قدرت‌گرفتن چهره‌های اپوزیسیون در مقابل حزب عدالت و توسعه دارد بالا می‌رود و طبعا شهردارانی مثل امام‌اوغلو و منصور یاواش در صدر این چهره‌ها قرار دارند. به نظر می‌رسد در سال‌های اخیر حزب عدالت و توسعه به این نتیجه رسیده که اگر در مناطق شهری مهم، فردی از هر حزب اپوزیسیون و (و نه لزوما حزب جمهوری‌خواه) در رأس قدرت قرار داشته باشد ممکن است دردسری در دوران انتخابات سال آینده درست کند و به همین جهت حتی برخی شهرداران که از حزب اپوزیسیون کُردهای ترکیه انتخاب شده بودند، حالا موقعیت خود را در معرض تهدید می‌بینند و دولت آنها را به همراهی با شبه‌نظامیان کُرد متهم کرده است.

فواد کیمان، رئیس مرکز سیاست‌های دانشگاه سابانجی استانبول می‌گوید: «این مانعی در برابر تحقق پتانسیل‌های شهرهاست. دولت آنها را تحت فشار می‌گذارد تا برنامه‌های مورد نظر اردوغان را اجرا کنند و این باعث می‌شود شهرداری‌ها از تصمیم‌گیری‌های مستقل در مسائل خودشان باز بمانند.» پاشار عدنان عدنان‌علی، رئیس مرکز عدالت در فضاهای شهری در استانبول از جمله چهره‌هایی است که به بحران‌های شهری پیش روی استانبول در آینده اشاره کرده و گفته که درگیری‌ها بر سر قدرت، جلوی مواجهه مناسب با این بحران‌ها را خواهد گرفت. او افزایش فقر در شهرها و خطر وقوع زلزله و... را مسائلی می‌داند که نیاز به همکاری حزبی دارند، اما از آنجا که دولت مرکزی به نظر شهرداری‌ها اهمیتی نمی‌دهد، راهی برای مقابله با این بحران‌ها هم پیدا نشده است. اهمیت استانبول آنقدر زیاد است که طبیعی است هیچ‌یک از طرفین نخواهند از داشتن قدرت سیاسی در آن دست بردارند، اما در فضایی که مناقشات سیاسی با این شدت و وضوح ادامه داشته باشد، یافتن راه برای حل مشکلات دشوار خواهد شد. به نظر می‌رسد حزب عدالت و توسعه این روزها بیش از اندازه دچار اختلاف داخلی است و از آن سو، احزاب اپوزیسیون در یکی از متحدترین شرایط خود به سر می‌برند و بنابراین احتمال هر تحولی در انتخابات سال آینده ترکیه وجود دارد. نکته دیگر اینکه جنگ اوکراین باعث افزایش قیمت مواد غذایی در ترکیه شده و به دردسرهای اردوغان افزوده است و این هم مسئله‌ای است که گریبان دولت اردوغان و حزبش را در انتخابات سال آینده خواهد گرفت.

نگـــاه

چرا قدرت‌های اروپایی با جنگ اوکراین ضعیف شدند؟

خلأ قدرت در قاره سبز

پس از جنگ روسیه و اوکراین، کشورهای اروپایی به اندازه قبل، حـرف آلمان و فرانسـه را نمی‌خوانند. به نظر می‌رسـد که نقشـه ژئوپلیتیکی اروپا در حال تغییر اسـت. به نوشـته «فارن پالیسی»، در آغاز سال ۲۰۲۲ میلادی اینطور به نظر می‌رسید که آینده اروپا در دسـتان برلین و مسکو قرار دارد. آنها پیش برندگان اوضاع اروپا بودند، اما حمله روسیه به اوکراین باعث تغییر در نقشه ژئوپلیتیکی اروپا شـده اسـت؛ به طوری که حالا نقش کشـورهای دیگر مثل لهسـتان و انگلیس پررنگ شده اسـت و آمریکایی‌ها هم دوباره به صحنه سیاست اروپا برگشته‌اند.

واقعیت این اسـت که قدرت اقتصـادی آلمان به خصوص بعد از بحران مالی سال ۲۰۰۸، شـکل‌دهنده زندگی مردم در حوزه یورو بوده اسـت. تصمیم‌هایی که برلیـن در حوزه‌های انرژی، مهاجرت، سیاسـت مالی و دیپلماسی می‌گرفت، در موارد زیادی مورد انتقاد کشـورهای اروپایی دیگر قرار می‌گرفت، اما کمتر کشـوری قدرت آن را داشـت که به صورت مستقیم در برابر اراده بزرگترین اقتصاد اروپا بایسـتد. در همان زمان در سـمت شـرق اروپا، روسیه هم به شـکل‌های مختلفی - از تأمیـن انرژی گرفته تا قـدرت نظامی و مداخلات سیاسـی - توانسـته بود سیاسـت در اروپا را تحت تاثیر اراده خـود قرار دهد. کشـورهایی نظیر آلمان و روسـیه تمایل به همـکاری با یکدیگر داشـتند و به خصوص این مسـئله در جریان مراودات حوزه انرژی مشـهودتر و مشـخص‌تر بود. از یکسو، آلمان بهترین مشـتری شرکت گازپروم روسیه به شمار می‌آمد و از سوی دیگر، روسـیه نیز خریدار تکنولوژی‌هـای مختلف و مدرنی بود که شرکت‌های آلمانی به مسکو ارائه می‌دادند.

در این میان، آمریکا حواسـش به اروپا بود، اما تمرکزش مشخصا - به خصوص بعد از حوادث ۱۱ سپتامبر - متمرکز بر روی منطقه خاورمیانـه بود و البته ظهور چین در منطقـه اقیانوس آرام نیز به اولویـت مهم آمریکا بدل شـده بود و اینطور به نظر می‌رسـید که آمریـکا به آسـیا کار دارد و نه بـه اروپا. اما بعـد از آغاز جنگ در اوکراین اینگونه به نظر می‌آید که بازیگران دیگری مانند لهسـتان، کشورهای اروپای مرکزی و همینطور انگلیس بیشتر به نشان دادن موضع خود در مقابل روسیه تمایل پیدا کرده‌اند و البته آمریکا هم هدفش را این امر قرار داده است که باز هم از همین طریق، منافع خود را در بحران اوکراین تامین کند.

شـاید بتـوان گفت که حـالا کشـورهای دیگری در قـاره اروپا می‌خواهند جای آلمان را در اِعمال نفوذ در عرصه سیاسـی بگیرند و واکنش اروپایی مورد نظرشـان را به روسیه نشان بدهند. در این بین، به چند نکته مهم درباره آینده عرصه ژئوپلیتیک و اقتصاد اروپا بایـد توجه کرد. اول اینکه اگر کشـوری مثل آلمان بخواهد تمرکز زیادی روی ارسـال سلاح سـنگین و تجهیزات نظامی به اوکراین داشـته باشد، احتمالش هسـت که آینده خود را به خطر بیندازد، چراکه روسیه ممکن اسـت به مقابله به مثل بپردازد و علیه برلین ترغیب شـود. نکته دوم اینکه افکار عمومی آلمان با گرفتار شـدن کشورشان در مسئله خرید گاز موافقت زیادی ندارند و اصولا خرید گاز ارزان از روسـیه را به گزینه‌های دیگـر ترجیح می‌دهند. نکته سوم اینکه در دهه‌های اخیر که آلمان مشغول خرید گاز از روسیه بود و حتی خط لوله نورداسـتریم ۲ هم در همین راسـتا داشت به نتیجه می‌رسید، برخی از کشورهای اروپای مرکزی و حوزه بالتیک با موضع آلمان مشـکل داشـتند و حالا هم همین نارضایتی را به شکل‌های مختلفی نشـان می‌دهند. نکته چهارم اینکه تصمیماتی کـه آلمان در یک دهه اخیـر در حوزه مهاجرت گرفته اسـت، به مذاق برخی از کشـورهای اروپایی دیگر خوش نیامده و حالا آنها با جذب مهاجران اوکراینی به جای مهاجرانی که در صف انتظار برای پذیرش در کشـورهای اروپایی بودند، دارند آن نارضایتی را به این شکل جبران می‌کنند.

نکته جالب اینجاسـت که کشـور اروپایی قدرتمنـد دیگر اروپا یعنی فرانسـه هم بعد از جنگ روسـیه و اوکراین در وضعیتی قرار دارد که در امور اروپایی ضعیف‌تر از سـابق به نظر می‌رسد. امانوئل ماکرون، رئیس‌جمهور فرانسـه در ابتدای این جنگ گمان می‌کرد که می‌تواند نقش میانجی را میان مسـکو و کی‌یف به عهده بگیرد، اما عملا کاری از پیش نبرد و مواضعش سـاده‌لوحانه جلوه می‌کرد. این وضعیت باعث شـده تا باز هم گروهی از کشورهای اروپایی که پیشـتر از تصمیم‌ها و سیاست‌های فرانسه نارضایتی داشتند، راهی برای جدا کردن مسـیر خودشان از این کشـور پیدا کنند. کاهش قدرت فرانسـه در اروپا البته از این جهت اهمیت دارد که فرانسـه خود نیز در این سـال‌ها به دنبال کاسـتن از قدرت آمریکا در قاره اروپـا بود، اما در عمل راه به جایی نبـرد و حالا جنگ در اوکراین هم باعث شده است که نقش آمریکا در قاره اروپا دوباره بسیار قوی و پررنگ شود.

در این وانفسـا، کشورهای لهسـتان و انگلیس که تا همین چند وقت پیـش به دلیل مخالفت دائمی خود با سیاسـت‌های اتحادیه اروپا به عنوان بچه بدهای اروپا شـناخته می‌شدند، در حال حاضر فرصتی برای احیای خـود در خلأ قدرت در اروپا پیدا کرده‌اند. هر دوی این کشورها با ارسال سلاح و مهمات به اوکراین سعی کرده‌اند که نقش خود را در اروپای امروز، قوی‌تر از قبل نشـان دهند. حال باید دید کشـورهای اروپایی تا چه حد قـادر به برقراری تعادل در مراوده با آمریکا خواهند بود و خلأ قدرت در قاره سـبز را کدامیک و به چه شکلی پر خواهند کرد.

بانک مرکزی، شهرداری‌ها و سازمان برنامه‌وبودجه بدترین عملکرد را از نگاه فعالان اقتصادی دارند

متهمان مخل کسب و کار

فرصت امروز: دسـتگاه‌های مزاحم در بهبود فضای کسب و کار معرفی شـدند. آنطور که بازوی پژوهشـی بخش خصوصی گزارش داده اسـت، سـطح رضایت فعالان اقتصادی از عملکرد دسـتگاه‌های اجرایی مرتبط با محیط کسـب‌وکار در سـال گذشته کاهش داشـته و بیشترین میزان نارضایتی فعالان اقتصادی از عملکرد بانک مرکزی، شهرداری‌ها و سازمان برنامه‌وبودجه بوده اسـت. همچنین نیروی انتظامی، سازمان بهزیستی و وزارت میراث فرهنگی، گردشـگری و صنایع دستی حائز بیشترین میزان رضایت فعالان اقتصادی بوده‌اند. دسـتگاه‌های اجرایی سه استان بوشهر، مازندران و اسـتان مرکزی نیز به ترتیب بیشـترین میزان رضایت فعالان اقتصادی را جلب کرده‌اند و در نقطه مقابل، دستگاه‌های اجرایی سه استان کرمانشاه، تهران و یزد کمترین میزان رضایت فعالان اقتصادی را به خود اختصاص داده‌اند. نکته مهم دیگر اینکه میزان رضایت فعالان اقتصادی در بخش کشاورزی از عملکرد دستگاه‌های اجرایی در مقایسه با میزان رضایت از بخش‌های خدمات و صنعت، نامناسب‌تر ارزیابی شده است.

بدین ترتیب، کارآفرینان و فعالان اقتصادی در جدیدترین گزارش پایش و سنجش وضعیت محیط کسب وکار در ایران، سه دستگاه بانک مرکزی، شهرداری‌ها و سازمان برنامه‌وبودجه را حائز کمترین میزان رضایت نسبت به سایر دستگاه‌ها اعلام کرده‌اند. این دستگاه‌ها که زمینه‌ساز تورم مقررات و بعضا مزاحم محیط کسـب وکار نیز هسـتند، تاثیرات منفی در اقتصاد ایران به جای گذاشـته‌اند که اثرات آن کمتر از تحریم‌ها و محدودیت‌های بین‌المللـی نیسـت؛ چراکه بـه اعتقاد فعـالان بخش خصوصـی، نوعی سردرگمی در روند فعالیت‌های تولیدی و تجاری ایجاد کرده‌اند.

کارنامه دستگاه‌ها در بهبود کسب و کار

مرکـز پژوهش‌های اتاق ایران نتایج چهارمین دوره اجرای طرح ارزیابی عملکرد دسـتگاه‌های اجرایی مرتبط با محیط کسـب‌وکار کشور در سال ۱۴۰۰ را اعلام کرد. طرح ارزیابی عملکرد دسـتگاه‌های اجرایی مرتبط با محیط کسـب‌وکار براساس ماده ۴ قانون بهبود مستمر محیط کسب‌وکار انجام می‌شـود. در چهارمین دوره این طرح در سال گذشته حدود ۲ هزار و ۳۰۰ فعال اقتصادی از سه مجموعه اتاق ایران، اتاق تعاون و اتاق اصناف مشـارکت کرده‌اند و عملکرد ۴۴ دستگاه اجرایی (۱۸ دستگاه اصلی، ۲۳ دسـتگاه فرعی و ۳ اتاق) را براساس چهار معیار «سهولت در فرآیندهای اداری و سـرعت در ارائه خدمات»، «کیفیت رسیدگی به درخواست‌های قانونی مراجعان»، «نحوه رفتار بـا فعالان اقتصادی و تکریم ارباب‌رجوع» و در نهایت «شـفافیت و اطلاع‌رسـانی در زمینه ارائـه خدمات» ارزیابی نموده‌اند.

برآیند دیدگاه‌های فعالان اقتصادی در این نظرسـنجی نشـان می‌دهد شـاخص ملی عدد ۴٫۷۹ (امتیاز یک به معنای رضایت کامل و امتیاز ۱۰ به معنای نارضایتی مطلق اسـت) به دسـت آمده است که بیانگر رضایت کمتر فعالان اقتصادی از عملکرد دستگاه‌های اجرایی کشور در سال ۱۴۰۰ نسبت به سال قبل از آن است. به عبارت دیگر، شاخص ملی در چهارمین دوره ارزیابی عملکرد دسـتگاه‌های اجرایی مرتبط با محیط کسب‌وکار در حالی در سـال گذشته به رقم ۴٫۷۹ رسـیده که این رقم در سال ۱۳۹۹ بالغ بر ۴٫۶۶ بوده است.

از جمله یافته‌های این طرح در سـال ۱۴۰۰، بالابودن سـطح رضایت فعالان اقتصادی مشـارکت‌کننده در این طرح، از سـه دسـتگاه اصلی به ترتیـب نیروی انتظامی، سـازمان بهزیسـتی و وزارت میـراث فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی است. از سوی دیگر، سه دستگاه بانک مرکزی، شهرداری‌ها و سـازمان برنامه‌وبودجه به ترتیب کمترین میزان رضایت را نسبت به سایر دستگاه‌ها کسب کرده‌اند. از بین ۴۴ دستگاه اجرایی حاضر در این طرح همچنین سه دسـتگاه اجرایی سازمان انرژی اتمی، سازمان بهزیسـتی کشور و مرکز آمار ایران به ترتیب دارای کمترین میزان ارتباط کاری با فعالان اقتصادی و در سوی مقابل سه دستگاه اجرایی سازمان امور مالیاتی کشـور، بانک‌های دولتـی و وزارت صنعت، معدن و تجارت دارای بیشترین ارتباط کاری با فعالان اقتصادی شناخته شده‌اند.

دسـتگاه‌های اجرایی سه استان بوشـهر، مازندران و استان مرکزی به ترتیب بیشـترین میـزان رضایت فعالان اقتصادی را جلـب کرده‌اند و در مقابل دسـتگاه‌های اجرایی در سه استان کرمانشاه، تهران و یزد کمترین میزان رضایت فعالان اقتصادی را داشته‌اند. از نتایج دیگر این طرح، رضایت کمتر فعالان اقتصادی حاضر در بخش کشـاورزی به نسـبت بخش‌های صنعت و خدمات اسـت؛ یعنی میزان رضایـت فعالان اقتصادی در بخش کشـاورزی از عملکرد دستگاه‌های اجرایی در مقایسـه با رضایت فعالان اقتصادی در بخش‌های خدمات و صنعت، نامناسب‌تر ارزیابی شده است.

عملکرد دستگاه‌ها در جغرافیای استانی

بهبود محیط کسب و کار یکی از مهمترین راهبردهای توسعه اقتصادی در هر کشـور به شمار می‌رود و افزون بر آن، هرچه محیط کسب وکار در یک کشور شرایط بهتری داشته باشد، بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی بیشـتر و هرچه بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی در جامعه‌ای بیشتر باشـد، عملکرد اقتصاد آن کشـور و خلق ارزش و ثروت در آن جامعه نیز بیشـتر و دوچندان می‌شود. در مجموع می‌توان گفت محیط کسب و کار به مجموعه عواملی گفته می‌شود که بر عملکرد یا اداره بنگاه‌های اقتصادی موثر اسـت، اما تقریبا خارج از کنترل مدیران بنگاه‌ها است؛ عواملی مثل قوانین و مقررات، میزان بارندگی، فرهنگ کاری در یک منطقه و... که در کشـورها و مناطق جغرافیایی گوناگون در هر رشـته کاری و نیز در طول زمان متفاوت هستند.

عدد شـاخص ملی در طرح ارزیابی عملکرد دستگاه‌های اجرایی مرتبط با محیط کسب‌وکار، بین یک تا ۱۰ طراحی شده است که براساس میزان رضایـت فعالان اقتصادی از عملکرد دسـتگاه‌های اجرایی در فعالیت‌های مرتبط با حوزه کسب و کار سازمان‌ها به‌دست می‌آید، به طوری که امتیاز یک به معنای رضایت کامل از عملکرد دستگاه و امتیاز ۱۰ به معنای عدم رضایت از عملکرد دسـتگاه اجرایی است. از سـوی دیگر، در این گزارش عملکرد دستگاه‌های اجرایی در استان‌ها نیز ارزیابی شده تا به این ترتیب، جغرافیای بهبود کسـب و کار در اسـتان‌های کشـور نیز مشخص شود. همانطور که گفته شد، بررسـی عملکرد دستگاه‌های اجرایی برای بهبود کسب و کار در ۳۱ استان کشور نشان می‌دهد که دستگاه‌ها در استان‌های بوشـهر، مازندران و مرکزی توانسـته‌اند بهترین نمره را در بهبود شاخص کسب و کار به دسـت آورند و در مقابل در استان‌های کرمانشاه، تهران و یزد بدترین نمره را در این شاخص به دست آورده‌اند. بازوی پژوهشی اتاق ایـران در پایان گزارش خود اعلام کرده که هرچند نتایج به دسـت آمده در چهارمین دوره ارزیابی عملکرد دسـتگاه‌های اجرایی مرتبط با محیط کسـب‌وکار در سطح ملی و دسـتگاهی از دقت و صحت کافی برخوردار اسـت، اما از آنجا که نرخ تکمیل پرسـش‌نامه برای برخی از دستگاه‌ها در تعدادی از استان‌ها کافی نبوده است، بنابراین لازم است که در مقایسه بین استان‌ها، احتیاط بیشتری لحاظ شود.

رشد ۸۸۰ درصدی اجاره‌بها در پایتخت طی ۱۱ سال گذشته

کرایه خانه سرمایه مستاجران را می‌بلعد

کرایه خانه دائما در حال بلعیدن سرمایه‌های مستاجران است و در این شرایط، دولت و مجلس راه حل را در تعیین سقف افزایش اجاره‌بها دیده‌اند. عدم تمکین از سـقف مجاز افزایش سـالیانه اجاره‌بها تنبیهاتی همچون حذف معافیت مالیاتی برای مالکان، افزایش مالیات، هزینه دادرسی برای صاحبخانه‌ها و اعمال جریمـه برای بنگاه‌های معاملات ملکی متخلف در پی دارد؛ این در حالی است که کارشناسان معتقدند فشار به مالکان باعث کاهش عرضه مسکن استیجاری و التهاب بیشتر بازار اجاره می‌شود.

به گزارش ایسـنا، مدیریت فـوری بازار اجاره توسـط دولت و مجلس در حال پیگیری اسـت. دولت مشـابه دو سال گذشته تعیین سقف برای اجاره‌بها را در دسـتور کار قرار داد و امسال این طرح را به تایید سران قوا رسـاند. بدین ترتیب، حد مجاز افزایش اجاره‌بهای سـالیانه در تهران ۲۵ درصد و دیگر شـهرها ۲۰ درصد خواهد بود. قراردادهای اجاره نیز به طور خودکار تمدید می‌شود؛ مثلا اگر نرخ قرارداد اجاره یک واحد مسکونی در شهر تهران در سال گذشته ۱۰۰ میلیون تومان ودیعه و ۳ میلیون تومان اجاره بوده، در سـال جاری ۲۵ درصد به قیمت رهن و ۲۵ درصد به نرخ اجاره افزوده می‌شـود. بر این اساس ودیعه واحد مورد نظر ۱۲۵ میلیون و اجاره ماهیانه آن ۳ میلیون و ۷۵۰ هزار تومان خواهد شد. از طرف دیگر، مجلس طرح دوفوریتی برای کنترل بازار اجاره ارائه کرده که شباهت‌هایی به برنامه دولت دارد. از آنجا که دولت لایحه‌ای در این خصوص ارائه نداده، مجلس اقدام به ارائه طرح کرده و این طرح هم‌اکنون به کمیسیون عمران مجلس جهت بررسی بیشتر ارجاع شده است.

با توجه به تورم حدود ۴۰ درصد سـال‌های گذشته که هم‌اکنون به ۵۲ درصد رسیده، نقدهایی به سقف مجاز افزایش اجاره‌بها توسط کارشناسان وارد شده است. همچنین تجربه دو سال گذشته نشان می‌دهد مهمترین پاشنه آشیل تعیین حد مجاز برای قراردادهای اجاره، عدم ضمانت اجرایی آن است. به طوری که در دو سال اخیر بسیاری از موجران به راحتی حکم تخلیه را به دست مستاجر داده‌اند. چهار بند در قانون دو سال اخیر وجود داشـت که راه گریز را برای مالکان فراهم می‌کرد. اگر مالک قصد سکونت در ملک مورد نظر را داشته باشد، خانه خود را بفروشد، قصد ساخت و ساز داشته باشد یا فرزند ذکور او به لحاظ ازدواج بخواهد در خانه ساکن شود مالک می‌تواند قرارداد مستاجر را در پایان مدت قرارداد فسخ کند.

البته در طرحی که مجلس در دستور کار قرار داده به گفته نمایندگان، ضمانت اجرایی لازم وجود دارد. طبق گفته آرا شاوردیان عضو کمیسیون عمران مجلس، اعمال جریمه برای بنگاه‌های معاملات ملکی متخلف، حذف معافیت مالیاتی، افزایش مالیات و هزینه دادرسی برای صاحبخانه‌هایی که مبالـغ خارج از عرف تعیین می‌کنند از جملـه ضمانت‌های اجرایی برای رعایت سـقف مجاز افزایش کرایه خانه اسـت، اما برای تحقق تمامی این مـوارد، وجود سـامانه اطلاعاتی قـوی از اهمیت زیادی برخوردار اسـت و طـرح مجلـس نیز به این مهـم تاکید دارد. قوای سـه‌گانه در حالی به طرح سـاماندهی بازار اجاره ورود کرده‌اند که زیرساخت‌های نرم‌افزاری و سـخت‌افزاری لازم برای اعمال این سیاست‌ها وجود ندارد. از سوی دیگر، بازار اجاره هم‌اکنون با فشار تقاضا مواجه شده است. به دلیل رشد قیمت مسـکن در چهار سال اخیر و تبعیت اجاره‌بها از قیمت مسکن، تورم بازار اجاره در سه سال گذشته شتاب گرفته است.

طبق اعلام مرکز آمار، رشـد اجاره‌بها در کل کشور طی ماه‌های خرداد ۱۳۹۹ تـا ۱۴۰۱ به ترتیب ۲۴٫۱ درصد، ۲۷٫۸ درصد و ۳۱٫۷ درصد بوده اسـت. در واقع، تورم اجاره‌بها در خرداد امسـال در مقایسه با پارسال ۱۴ درصد رشد داشت. تورم ماهیانه اجاره‌بها نیز در خرداد امسال در حالی ۲٫۳ درصد بود که اردیبهشت ماه این رقم ۲٫۵ درصد اعلام شد. در شهر تهران نیز جدیدترین آمار از قیمت اجاره مسکن که توسط وزارت راه و شهرسازی ارائه شده نشان می‌دهد در اردیبهشت امسال میانگین نرخ اجاره‌بهای هر متر خانه در پایتخت به ۱۲۶ هزار و ۹۰۰ تومان رسیده است. این رقم در سـال ۱۴۰۰ معادل ۸۴ هزار و ۸۰۰ تومان و در سـال ۱۳۹۹ برابر با ۶۲ هزار و ۹۰۰ تومان بود. ۱۱ سـال قبل یعنی سال ۱۳۹۰ نیز متوسط نرخ اجاره هر متر مسـکن در تهران ۱۲ هزار و ۹۵۰ تومان بوده اسـت. بر این اساس، آمار از رشد ۸۸۰ درصدی اجاره‌بها در پایتخت طی ۱۱ سال اخیر حکایت دارد؛ این در حالی است که توان مالی خانوارهای مستاجر به لحاظ اختصاص بخش قابل توجهی از درآمدهای‌شان برای اجاره‌بها هرساله کمتر می‌شـود. براساس برخی آمارهایی که توسط مسئولان و کارشناسان ارائه می‌شود، اجاره‌بها هم‌اکنون ۶۵ درصد هزینه خانوارهای مستاجر را می‌بلعد. رشد ۴۹ درصدی اجاره‌بها در تهران مطابق گزارش وزارت راه و شهرسازی و افزایش حدود ۳۲ درصدی این شـاخص در کل کشـور مطابق گزارش مرکز آمار در یک سـال اخیر در شرایطی رخ داده که در دو سال گذشته میزان مجاز افزایش سـالیانه در تهران ۲۵ درصد، دیگر کلانشـهرها ۲۰ درصد و سـایر شهرهای کشور ۱۵ درصد بود. بنابراین آمار نشان می‌دهد نرخ اجاره رسما بیش از دو برابر مدنظر سیاست‌گذار افزایش یافته است.

فرشید پورحاجت، کارشـناس بازار مسکن درخصوص تاثیر نرخ‌گذاری بر بازار اجاره می‌گوید: به نظر می‌رسد مسئولان موضوعات اصلی مبتلابه بخش مسـکن را فراموش و فرع را جایگزین کرده‌اند. در یک پروسـه ۱۰ ساله ۱۴ درصد به تعداد خانوارهای مستاجر افزوده شده که علت، کاهش سـاخت و ساز و به تبع آن، رشد قیمت مسکن بوده است. در این سال‌ها به جای اینکه شرایط تولید مسکن را تسهیل کنند، سازندگان را با اعمال مالیات‌های مختلف تنبیه کردند. هزینه تولید و سرمایه‌گذاری را بالا بردند و باعث کمبود تولید مسـکن شدند. حالا به جای اینکه این موضوعات را حل کنند، می‌گویند آقای مالک اگر شـما بیش از ۲۵ درصد نرخ اجاره را افزایش دادی مشـمول جرایم می‌شوی. این اقدام غیر از اینکه مردم را در پروسه دادگاه و شورای حل اختلاف درگیر کند، قراردادهای صوری را هم به مسائل بازار اجاره اضافه می‌کند.

بانک‌های مرکزی همچنان نرخ بهره را افزایش می‌دهند

رقابت تورم و نرخ بهره

ایمان ولی‌پور
ایمیل: IvanKaramazof@yahoo.com

به نظر می‌رسد این روزها شاهد رقابت داغ تورم و نرخ بهره در اقتصاد جهان هستیم. بازخوردهای اقتصادی جنگ روسیه و اوکراین باعث شده تا قیمت مواد غذایی در بازارهای جهانی افزایش پیدا کند و این اتفاق به علاوه تبعات پاندمی کرونا موجب ثبت رکوردهای تورمی جدیدی شده است. با اینکه هنوز بسیاری از کشورها با تورم دورقمی فاصله دارند، اما آمارها از آغاز یک موج تازه تورمی در اقتصاد جهانی حکایت دارد. بر همین اساس، بانک‌های مرکزی جهان برای مقابله با موج تورم تلاش می‌کنند نرخ‌های بهره را افزایش دهند.

این موج تازه تورمی، بانک‌های مرکزی را ناگزیر به اعمال سیاست‌های انقباضی برای کنترل تورم کرده و آنطور که «بلومبرگ» گزارش داده، بیش از ۵۰ کشور جهان در سال ۲۰۲۲، نرخ بهره سیاستی خود را افزایش داده‌اند. بدین ترتیب با اوج‌گیری تورم در اقتصاد جهانی، موج جدید سیاست افزایش نرخ بهره در دستور کار بانک‌های مرکزی قرار گرفته و آمریکا، انگلیس، استرالیا، کانادا، برزیل و هند از آخرین کشورهایی هستند که در هفته‌های گذشته نرخ بهره را در پاسخ به افزایش قیمت‌ها بالا برده‌اند. همین امر باعث تشدید فشار فروش در دارایی‌های ریسکی از جمله ارزهای دیجیتال شده و منجر به وضعیت قرمز در بازار رمزارزها شده است. با اینکه در چند ماه گذشته تعداد زیادی از بانک‌های مرکزی از جمله فدرال رزرو آمریکا نرخ‌های بهره را بالا برده‌اند، اما گویا قصد دارند که باز هم این اقدام را انجام دهند؛ چراکه نرخ‌های تورم به‌شدت بالا رفته و آنطور که انتظار می‌رفته کاهش نیافته است. بر همین اساس، بانک تسویه حساب‌های بین‌المللی به بانک‌های مرکزی جهان هشدار داده است که باید نرخ بهره را با شدت بیشتری افزایش دهند، حتی اگر به رشد اقتصادی آسیب وارد کند.

بازگشت بانک‌های مرکزی بزرگ

سه دهه قبل، پس از آنکه تورم در کشورهای توسعه‌یافته دورقمی شد، قدرت و اختیارات بانک مرکزی در راستای تحقق یک هدف یعنی تثبیت قیمت‌ها به کار گرفته شد. اکثر بانک‌های مرکزی، وظیفه‌ای دشوار را برعهده گرفتند و مستقل از دخالت سیاستمداران و دولتمردان شدند. تا مدت‌ها چنین به نظر می‌رسید که این ترکیب هوشمندانه سیاستی به‌طور کلی سایه تورم را برداشته است؛ کما اینکه میانگین تورم در آمریکا، بریتانیا، آلمان و ژاپن از ۸ درصد در دهه ۱۹۷۰ به حدود ۲ درصد بین سال‌های ۱۹۹۰ تا ۲۰۰۷ افت کرد. تا قبل از شیوع کووید-۱۹، این تورم بسیار پایین بود که عامل نگرانی به‌شمار می‌رفت و نه تورم بسیار بالا. اما امروز همه چیز دگرگون شده و تورم همانند شیری غران و به دنبال اوج‌گیری قیمت انرژی، افزایش دستمزدها و اختلال زنجیره‌های عرضه بازگشته است. در همین راستا، بانک‌های مرکزی جهان، از سیدنی و لندن گرفته تا واشنگتن و زوریخ به افزایش نرخ بهره اقدام کرده‌اند و در هفته‌های اخیر سرعت رشد نرخ بهره را افزایش داده‌اند، اما به نظر می‌رسد این میزان افزایش در نرخ بهره سیاستی آنقدرها که انتظار می‌رفته کارساز نبوده و نرخ تورم کاهش پیدا نکرده است. در نتیجه بانک تسویه حساب‌های بین‌المللی به بانک‌های مرکزی جهان هشدار داده که باید نرخ بهره را با شدت بیشتری افزایش دهند، حتی اگر باعث آسیب به رشد اقتصادی شود.

به گزارش «وال استریت ژورنال»، بانک تسویه حساب‌های بین‌المللی (BIS) در گزارش سالانه خود هشدار داد در صورتی که افزایش نرخ بهره با شدت بیشتری انجام نشود، جهان در خطر یک مارپیچ تورمی به سبک دهه ۱۹۷۰ قرار خواهد گرفت. حتی اگر افزایش نرخ بهره با شدت بیشتری نیز انجام شود، باز هم اقتصاد جهان ممکن است با ترکیب خطرناکی از رشد پایین و تورم بالا (رکود تورمی) روبه‌رو شود. فدرال رزرو در ماه جاری نرخ بهره را ۰٫۷۵ درصد افزایش داد و به دامنه ۱٫۵ تا ۱٫۷۵ درصد رساند، ولی با توجه به نرخ تورم، نرخ بهره به صورت واقعی همچنان منفی است. بانک‌های مرکزی در استرالیا، کانادا، نیوزیلند، سوئیس و نروژ نیز به تازگی ۰٫۵ درصد افزایش نرخ بهره را اعلام کرده‌اند، ولی نرخ‌های بهره واقعی هنوز کمتر از صفر است. به عقیده کارشناسان بانک بی‌آی‌اس، افزایش تدریجی نرخ‌های بهره با سرعتی کمتر از نرخ تورم به معنای کاهش نرخ‌های بهره واقعی است. با توجه به وسعت فشار تورمی در سال گذشته، نرخ‌های بهره واقعی باید به صورت واقعی افزایش پیدا کنند تا تقاضا تعدیل شود. تورم ارزش پول را کاهش می‌دهد و در صورتی که نرخ بهره کمتر از نرخ تورم باشد، وام‌گیرندگان کمتر از چیزی که قرض گرفته‌اند بازپرداخت می‌کنند که برحسب میزان قدرت خرید آن پول محاسبه می‌شود. این موضوع، مردم را تشویق به وام گرفتن می‌کند.

اجتناب از عصر تورم‌های بالا

بانک تسویه حساب‌های بین‌المللی که به عنوان اندیشکده بانک‌های مرکزی عمل می‌کند، در گزارش خود شباهت‌های نگران‌کننده‌ای با دهه ۱۹۷۰ ترسیم کرده و می‌گوید: در آن زمان هم همانند حالا، نرخ‌های بهره واقعی به پایین‌تر از صفر رسید و بانک‌های مرکزی با افزایش تورم به جای کاهش فعالیت‌های اقتصادی، آن را تحریک کردند. البته کاهش متوسط در فعالیت‌های اقتصادی ممکن است کافی نباشد. همچنین کاهش تورم ممکن است همانند پس از تورم بزرگ دهه ۱۹۷۰، با هزینه‌های تولیدی قابل‌توجهی همراه باشد.

اگرچه بانک بی‌آی‌اس در سال‌های گذشته درباره تکیه بیش از حد بر پول آسان، هشدارهای زیادی داده، اما این هشدارها تا حد زیادی مورد توجه قرار نگرفته است. با این وجود، شرایط حال حاضر تفاوت‌هایی هم با دهه ۱۹۷۰ دارد؛ مثلا افزایش‌های اخیر در قیمت کالاهای پایه نسبت به آن زمان کمتر است، گرچه طیف وسیع‌تری از کالاها را دربر می‌گیرد و عرضه کالاهای پایه تاکنون بهتر حفظ شده است. بانک‌های مرکزی مهم حالا مستقل از دولت‌ها هستند و دستور روشنی برای حفظ تورم روی نرخ ۲ درصد دارند که هیچ‌کدام از این شرایط در دهه ۱۹۷۰ وجود نداشته است. در آن زمان رئیس فدرال رزرو، آرتور برنز پس از آنکه توسط رئیس‌جمهور وقت آمریکا، ریچارد نیکسون برای پایین نگه داشتن نرخ بیکاری پس از انتخابات سال ۱۹۷۲ تحت فشار قرار گرفت، در افزایش نرخ بهره دچار تاخیر شد.

با این حال به گفته بانک بی‌آی‌اس، با وجود کاهش شدید پیش از شوک قیمت نفت، مسیر نرخ‌های بهره واقعی در اقتصادهای پیشرفته در طول ۱۲ ماه گذشته بسیار به دهه ۱۹۷۰ شبیه است. در اغلب کشورهای پیشرفته، نرخ‌های بهره واقعی بین یک تا شش درصد پایین‌تر از محدوده تاریخی خود در طول سه دهه گذشته است. مقامات فدرال رزرو اوایل ماه جاری اعلام کردند که انتظار دارند نرخ بهره را در سال آینده تا محدوده ۳٫۵ تا ۴ درصد افزایش دهند. اگر تورم به هدف ۲ درصدی فدرال رزرو بازگردد نرخ بهره واقعی مثبت خواهد بود، ولی اگر تورم نزدیک به سطوح فعلی باقی بماند نرخ بهره واقعی منفی خواهد بود. فدرال رزرو انتظار دارد نرخ بیکاری کمی افزایش یابد و از ۳٫۶ درصد به ۴٫۱ درصد در سال ۲۰۲۴ برسد. این سناریو از وقوع رکود جلوگیری می‌کند، هرچند جروم پاول، رئیس فدرال رزرو هفته گذشته به قانونگذاران گفت که احتمال وقوع رکود وجود دارد. گزارش بانک تسویه حساب‌های بین‌المللی از ۳۵ کشور در فاصله سال‌های ۱۹۸۵ تا ۲۰۱۸ نشان می‌دهد در صورتی که تورم در ابتدا بالا باشد و نرخ بهره کشورها پس از تعدیل با تورم پایین باشد، اقتصادها به احتمال زیاد در طول چرخه افزایش نرخ بهره با رکود مواجه می‌شوند.

افزایش نرخ بهره، بازارها را دچار آشفتگی می‌کند

مارپیچ بانک‌های مرکزی برای بازارها

یکی از عواملی که اقتصادها را به شدت تحت تاثیر خود قرار می‌دهد، نرخ تورم است. این روزها کشورهای توسعه‌یافته با افزایش شدید نرخ تورم مواجه شده‌اند و تنها راه مقابله با تورم، افزایش نرخ بهره از سوی بانک‌های مرکزی است؛ اتفاقی که البته به ضرر بازارها تمام می‌شود. به نوشته «اکونومیست»، بانک‌های مرکزی در کشورهای توسعه‌یافته جهان با بدترین تورم جهانی دست و پنجه نرم می‌کنند. چنین تورمی در این کشورها مدت‌هاست که سابقه نداشته است. حالا تمام سیاست‌های پولی که در گذشته انبساطی بوده به سمت انقباضی شدن حرکت می‌کند. در واقع، روند در حال معکوس شدن است. فدرال رزرو یا همان بانک مرکزی آمریکا اخیرا نرخ بهره را نیم درصد افزایش داده است. به علاوه سیاست‌های جدیدی در پیش گرفته که نسبت به گذشته تغییرات محسوسی را در روند این نهاد مالی نشان می‌دهد.

بانک مرکزی استرالیا نیز تا همین چند وقت قبل پیش‌بینی می‌کرد نرخ بهره خود را تا سال ۲۰۲۴ نزدیک به صفر نگه دارد، اما حالا ناگهان همه سرمایه‌گذاران را غافلگیر کرده و نرخ بهره را افزایش داده است. بانک مرکزی انگلستان هم از سال ۲۰۰۹ تاکنون نرخ بهره خود را افزایش نداده است، اما هم‌اکنون تصمیم گرفته برای مقابله با افزایش نرخ تورم، سیاست خود را تغییر دهد.

تصمیم بانک‌های مرکزی در سراسر جهان بر روی وضعیت بازارهای مالی اثر می‌گذارد. برای مثال، بلافاصله پس از افزایش نرخ بهره از سوی فدرال رزرو، ارزش سهام در بازار افزایش پیدا کرد. دلیلش این بود که اهالی بازار و سرمایه گذاران تصور می‌کردند که سیاست‌ها از این انقباضی‌تر نخواهد شد، اما حالا دوباره بازار سعی دارد خودش را با وضعیت جدید تطبیق دهد. به همین خاطر، ارزش سهام دوباره روندی نزولی را در پیش گرفته است. ارزش کلی سهام در بازار سرمایه آمریکا در سال ۲۰۲۲ با کاهش ۱۱ درصدی مواجه شده و دلیل اصلی آن، همین تصمیم‌های فدرال رزرو است. البته سرمایه‌گذاران پیش‌بینی کرده‌اند که فدرال رزرو، نرخ بهره را بیش از اینها افزایش خواهد داد.

یکی از عواقب سیاست‌های انقباضی برای بازارهای مالی، این است که بر روی ارزش ارزها اثر می‌گذارد. برای مثال، شاخص دلار در سبد ارزها طی یک سال گذشته افزایش ارزش ۷ درصدی را تجربه کرده است. هرچند رشد عمده این ارزش، از کاهش ارزش یورو به دست می‌آید. در واقع، ارزش دلار نسبت به ارزش چند ارز مهم از جمله ین، پوند، یورو و یوآن تعیین می‌شود، اما در این میان، یورو از همه مهمتر است و از آنجا که یورو در این روزها با کاهش ارزش شدیدی روبه‌رو شده، شاخص دلار رشد قابل ملاحظه‌ای را تجربه کرده است.

آمریکا نسبت به سایر کشورهای جهان، به افزایش نرخ بهره بیشتری نیاز دارد. در واقع، این کشور در یک سال گذشته شرایط اقتصادی وخیمی داشته و با افزایش شدید نرخ تورم روبه‌رو شده است. افزون بر آن، رشد نیروی کار و داغ شدن بازار کار در آمریکا هم باعث شده است که افزایش نرخ بهره در این کشور به حالت اضطراری درآید. افزایش نرخ بهره در آمریکا می‌تواند منجر به ولع هرچه بیشتر سرمایه‌گذاران برای دلار شود. این یعنی تقاضا برای دلار افزایش پیدا خواهد کرد. افزایش ارزش دلار در برابر ین ژاپن هم یکی از مواردی است که از همین نوسان نرخ بهره حاصل شده است. ژاپن تنها کشور توسعه‌یافته و پیشرفته‌ای است که هنوز نرخ بهره در آن افزایش نیافته و احتمالا همینطور پایین باقی خواهد ماند. همین امر باعث شده تا ارزش ین به پایین‌ترین سطح خود از سال ۱۹۷۰ تاکنون برسد. همه اینها حاصل همین تصمیم‌هایی است که فدرال رزرو در آمریکا گرفته و آینده بازار را در اختیار خودش گرفته است. افزایش نرخ تورم در آمریکا باعث شده است فدرال رزرو در این کشور تا این اندازه تهاجمی برخورد کند، اما نکته اینجاست که سیاست‌های تهاجمی منجر به نوسانات شدید قیمتی در بازارها خواهد شد و همین امر، پیش‌بینی آینده را برای اهالی بازار دشوار می‌کند. این امر به شدت بر روی سرمایه‌گذاری‌ها در آمریکا اثر خواهد گذاشت.

بسیاری از سرمایه‌گذاران بابت سیاست‌های فدرال رزرو احساس نگرانی می‌کنند، اما در عین حال وسوسه می‌شوند که در زمان‌های تغییر سیاست ناگهان وارد میدان شوند تا در این دوران گذار به سود مالی دست پیدا کنند. در واقع، می‌توان گفت فدرال رزرو و اکثر بانک‌های مرکزی با تغییر سیاست‌های خود، چرخه‌ای را ایجاد می‌کنند که بازارهای مالی را کاملا تحت تاثیر خود قرار می‌دهد. به هر حال، در شرایط فعلی، وضعیت بانک‌های مرکزی از جمله فدرال رزرو این است که به فکر اقتصاد کشورشان باشند و اکنون تنها فکر برای اقتصاد کشورهای توسعه‌یافته در

بانک نامه

سیر نزولی قیمت دلار ادامه دارد

نوسان سکه در کانال ۱۴ میلیونی

با سیگنال مثبت برجامی و اعلام ادامه مذاکرات هسته‌ای، صف فروش دلار در بازار ارز تشدید شده و در مقابل خریداران دلار نایاب شدند. به طوری که طبق گفته کامران سلطان‌زاده عضو شورای عالی کانون صرافان، قیمت دلار در صرافی‌های بانکی با قیمت توافقی وارد کانال ۲۸ هزار تومان شد. دلار برای متقاضیان دارنده کارت ملی نیز با قیمت ۲۷ هزار تومان به فروش می‌رسد. در همین حال، قیمت سکه در حالی که در روزهای یکشنبه و دوشنبه بیش از یک میلیون تومان ارزان شده بود، روز گذشته (سه‌شنبه) افزایش یافت و به نوسان در کانال ۱۴ میلیونی ادامه داد. بدین ترتیب، قیمت سکه طرح جدید با ۲۵۰ هزار تومان افزایش به ۱۴ میلیون و ۴۰۰ هزار تومان رسید. سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم نیز با قیمت ۱۳ میلیون و ۶۵۰ هزار تومان معامله شد. نیم‌سکه ۷میلیون و ۸۰۰ هزار تومان، ربع‌سکه ۴ میلیون و ۸۰۰ هزار تومان و سکه یک گرمی ۲ میلیون و ۹۵۰ تومان قیمت خورد. در بازار طلا نیز نرخ هر گرم طلای ۱۸ عیار به یک میلیون و ۳۶۵ هزار تومان رسید و قیمت هر مثقال طلا ۵ میلیون و ۹۱۵ هزار تومان شد. اُنس جهانی طلا هم یک‌هزار و ۸۲۷ دلار و ۲ سنت قیمت خورد.

رئیس کل بانک مرکزی خبر داد

صدور گواهینامه حرفه‌ای بازار پول

دارندگان گواهینامه‌های حرفه‌ای بازار پول برای عضویت در کمیته‌های تخصصی شبکه بانکی از انجام مصاحبه‌های تخصصی معاف می‌شوند. رئیس کل بانک مرکزی در مراسم اعطای اولین گواهینامه‌های حرفه‌ای بازار پول، توسعه تخصص‌گرایی در بازار پول را از اهداف مهم بانک مرکزی دانست و گفت که بانک مرکزی، گواهینامه‌های حرفه‌ای بازار پول صادر می‌کند.

علی صالح‌آبادی با بیان اینکه بانک مرکزی در راستای توسعه تخصص‌گرایی فعالان بازار پول از سال گذشته برنامه‌های مشخصی را در دستور کار قرار داده است، توضیح داد: توسعه آموزش‌های تخصصی پولی و بانکی توسط موسسه آموزش عالی بانکداری و برگزاری آزمون‌های حرفه‌ای و اعطای گواهینامه به پذیرفته‌شدگان، دو اقدام مهم بانک مرکزی در این راستا بوده است. دوره‌های آموزشی تخصصی در زمینه‌های پولی و بانکی اعم از مدیریت ریسک، اعتبارات، بانکداری اسلامی و... توسط موسسه آموزش عالی بانکداری برنامه‌ریزی و اجرا می‌شود و علاوه بر آن، آزمون‌های گواهینامه حرفه‌ای نیز توسط بانک مرکزی برگزار و گواهینامه‌ها به پذیرفته‌شدگان در آزمون‌ها اعطا می‌شود. به گفته وی، دارندگان این گواهینامه‌ها از شرکت در مصاحبه‌های اختصاصی برای عضویت در کمیته‌های تخصصی بانک‌ها و مؤسسات اعتباری غیربانکی اعم از تطبیق، ریسک، حسابرسی داخلی و... معاف هستند. صالح‌آبادی افزود: اولین دوره از آزمون‌های مذکور در حوزه مدیریت ریسک برگزار شد و آزمون «گواهینامه حرفه‌ای بانکداری اسلامی» نیز طی روزهای آینده برگزار می‌شود. همچنین آزمون مربوط به سایر گواهینامه‌های حرفه‌ای با ترتیب «گواهینامه اصول بانکداری ۱»، «گواهینامه اصول بانکداری ۲»، «گواهینامه حسابرسی داخلی مؤسسات اعتباری» و «گواهینامه مدیریت فناوری اطلاعات مؤسسات اعتباری» به‌طور ماهانه برگزار خواهد شد. رئیس کل بانک مرکزی با بیان اینکه افرادی که فکر می‌کنند شرایط لازم برای عضویت در کمیته‌های تخصصی بانک‌ها و مؤسسات اعتباری غیربانکی را دارا هستند می‌توانند در این آزمون‌ها شرکت کنند و با دریافت گواهینامه حرفه‌ای جزو کاندیداهای عضویت در این کمیته‌ها خواهند بود، افزود: بانک مرکزی اسامی پذیرفته‌شدگان را به‌تمامی بانک‌ها و مؤسسات اعتباری اعلام می‌کند و آنها می‌توانند از این افراد بدون شرکت در مصاحبه‌های تخصصی در کمیته‌های خود استفاده کنند. البته شرکت در مصاحبه‌های تخصصی برای کسانی که فاقد گواهینامه حرفه‌ای هستند، ضروری است. به گفته وی، در گذشته محدودیت‌هایی برای عضویت در کمیته‌های تخصصی وجود داشت، اما با این اقدام پیش‌بینی می‌شود که طیف وسیعی از افراد با شرکت در آزمون‌ها و دریافت گواهینامه حرفه‌ای، امکان حضور در کمیته‌های تخصصی و حلقه‌های مدیریتی بانک‌ها و مؤسسات اعتباری غیربانکی را داشته باشند و به‌مرور و با توسعه این فرآیند در نظام پولی همانند بازار سرمایه شاهد توسعه دانشی و تخصص‌گرایی خواهیم بود. صالح‌آبادی با تأکید بر اینکه برگزاری اولین دوره از آزمون‌های صلاحیت حرفه‌ای، طلیعه روشنی برای توسعه تخصص‌گرایی و فعالیت‌های دانشی در نظام پولی است، تأکید کرد: بنابراین همانند تجربه موفق بازار سرمایه، در بازار پول نیز افرادی که صلاحیت علمی و تخصصی لازم را دارند، با شرکت در آزمون‌ها و دریافت گواهینامه حرفه‌ای می‌توانند وارد چرخه مدیریتی شوند و به‌مرور و با برگزاری تعداد بیشتر آزمون‌ها و افزایش دارندگان گواهینامه‌های حرفه‌ای شاهد تحول بیشتر در نظام بانکی کشور خواهیم بود.

او با اشاره به اینکه در آینده آزمون‌های تخصصی برای حضور در بخش‌های تخصصی سایر نهادهای پولی تحت نظارت بانک مرکزی اعم از صرافی‌ها، لیزینگ‌ها و... نیز برگزار خواهد شد، خاطرنشان کرد: بانک مرکزی در توسعه این روند جدی است و امیدواریم بانک‌ها و مؤسسات اعتباری غیربانکی هم از پذیرفته‌شدگان این آزمون‌ها استفاده کنند هرچند فعلا الزامی به آن ندارند.

گفتنی است اولین دوره آزمون گواهینامه مدیریت ریسک مؤسسات اعتباری در راستای بررسی صلاحیت حرفه‌ای داوطلبان تصدی سمت‌های مدیریتی در بانک‌ها و مؤسسات اعتباری غیربانکی روز دوشنبه ۲۳ خردادماه برگزار شد. در این آزمون، نزدیک به ۱۰۰ نفر از داوطلبان نظام بانکی و آزاد برای اخذ گواهینامه مدیریت ریسک مؤسسات اعتباری شرکت کردند و ۳۱ نفر موفق به دریافت گواهینامه‌شدند.

فراخوان مناقصه عمومی یک مرحله ای زیرسازی و آسفالت معابر دهیاری کودزر

نوبت دوم

دهیاری کودزر درنظردارد مناقصه عمومی یک مرحله ای زیرسازی و آسفالت معابر را به استناد شماره مصوبه ۱۵ و مورخ ۱۴۰۱،۰۲،۳۱ به شماره فراخوان ۲۰۰۱۰۹۵۳۷۳۰۰۰۰۰۱ با فرایند ارجاع کار به مبلغ ۳۴۳،۳۹۴،۳۵۲ ریال و مبلغ مناقصه ۶،۸۶۷،۸۸۷،۰۴۷ ریال را ازطریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید. کلیه مراحل برگزاری مناقصه ازدریافت اسنادمناقصه تاارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکت ها ازطریق درگاه سامانه الکترونیکی دولت(ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهدشد و لازم است مناقصه گران درصورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام درسایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی راجهت شرکت درمناقصه محقق سازند، تاریخ انتشار مناقصه درسامانه ۱۴۰۱،۰۳،۳۰ می باشد. ضمنا مناقصه دارای تفاهم‌نامه تحویل قیر رایگان از بنیاد مسکن انقلاب اسلامی شهرستان اراک به شماره تفاهم نامه د- ۱۰- ۵۴ مورخ ۱۴۰۱،۰۱،۲۶ می باشد. و همچنین هزینه انتشار آگهی با برنده مناقصه می باشد.

آخرین مهلت زمان دریافت دانلود اسنادمناقصه ازسایت: روز شنبه ۱۴۰۱،۰۴،۰۴

آخرین مهلت زمان ارائه پیشنهاد : روز شنبه ۱۴۰۱،۰۴،۱۸

مهلت بازگشایی پاکت ها: روز دوشنبه ۱۴۰۱،۰۴،۲۰

اطلاعات تماس دستگاه مناقصه گزار جهت دریافت اطلاعات بیشتر درخصوص اسنادمناقصه و ارائه پاکت های الف: استان مرکزی، شهرستان اراک، دهیاری کودزر تلفن ۰۹۱۸۹۵۵۲۳۶۷ آقای اکبری

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱،۰۳،۳۰ — تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱،۰۴،۰۸

دهیاری کودزر

۳۲۴

خبرنامه

کاهش قیمت اوراق مسکن در سال ۱۴۰۱

وام مسکن چند؟

قیمت اوراق مسکن در ماه‌های ابتدایی سال گذشته افزایش و در سال جاری کاهش داشته است. به طوری که هر برگ این اوراق در فروردین ماه ۱۴۰۰ برابر با ۱۴۳ هزار و ۶۰۰ تومان و تسه امسال ۱۳۳ هزار و ۹۰۰ تومان قیمت دارد. همچنین هزینه اوراق تسهیلات مسکن نسبت به هفته قبل اندکی رشد داشته و بر این اساس متاهل‌های ساکن پایتخت برای تهیه این اوراق باید بیش از ۱۳۴ میلیون تومان پرداخت کنند.

به گزارش ایسنا، بررسی آخرین وضعیت قیمت اوراق مسکن نشان می‌دهد که هر برگ اوراق وام مسکن در فروردین و اردیبهشت و خرداد سال گذشته به ترتیب ۱۴۳ هزار و ۶۰۰ تومان، ۱۳۹ هزار و ۷۰۰ تومان و ۱۴۰ هزار و ۴۰۰ تومان قیمت دارند. هر برگ اوراق تسهیلات مسکن بانک مسکن در تیر، مرداد و شهریورماه سال گذشته نیز با قیمت ۱۴۵ هزار و ۲۰۰ تومان، ۱۴۱ هزار و ۸۰۰ تومان و ۱۴۰ هزار و ۳۰۰ تومان داد و ستد می‌شود. همچنین این اوراق در ماه مهر سال گذشته ۱۴۱ هزار و ۳۰۰ تومان، در آبان ماه ۱۴۲ هزار و ۶۰۰ تومان و در آذرماه نیز ۱۳۷ هزار و ۷۰۰ تومان قیمت دارند. در این میان، اوراق تسهیلات مسکن در دی و بهمن سال گذشته هم با قیمت‌های ۱۳۵ هزار و ۳۰۰ تومان و ۱۴۱ هزار و ۳۰۰ تومان معامله می‌شود. این اوراق در فروردین ماه سال جاری ۱۳۳ هزار و ۹۰۰ تومان قیمت دارد که این گزارش براساس همین قیمت نوشته شده است. بر همین اساس، مجردهای ساکن تهران می‌توانند تا ۲۸۰ میلیون تومان تسهیلات دریافت کنند که شامل ۲۰۰ میلیون تومان تسهیلات خرید مسکن و ۸۰ میلیون تومان وام جعاله می‌شود؛ بنابراین برای دریافت ۲۰۰ میلیون تومان وام باید ۴۰۰ برگه تسهیلات مسکن خریداری کنند که هزینه این تعداد اوراق با تسه ۱۳۳ هزار و ۹۰۰ تومانی حدود ۵۳ میلیون و ۵۶۰ هزار تومان می‌شود. همچنین با در نظر گرفتن ۸۰ میلیون تومان وام جعاله که برای آن باید ۱۶۰ ورق به مبلغ ۲۱ میلیون و ۴۲۴ هزار تومان خریداری کنند، مجموع هزینه خرید اوراق به ۷۴ میلیون و ۹۸۴ هزار تومان می‌رسد. در همین حال، زوج‌های تهرانی نیز بر همین اساس می‌توانند تا سقف ۴۸۰ میلیون تومان شامل ۲۰۰ میلیون تومان تسهیلات خرید مسکن برای هر نفر و ۸۰ میلیون تومان وام جعاله دریافت کنند؛ بنابراین زوجین باید ۸۰۰ برگه تسهیلات مسکن خریداری کنند که هزینه آن ۱۰۷ میلیون و ۱۲۰ هزار تومان می‌شود که همراه با هزینه ۲۱ میلیون و ۴۲۴ هزار تومانی وام جعاله که برای آن باید ۱۶۰ ورق تسهیلات مسکن خریداری کنند، در مجموع باید ۱۲۸ میلیون و ۵۴۴هزار تومان پرداخت کنند.

همچنین سقف این تسهیلات برای مراکز استان و شهرهای با جمعیت بیش از ۲۰۰ هزار نفر در کشور برای مجردها به ۱۶۰ میلیون تومان و برای زوجین به ۳۲۰ میلیون تومان رسیده است که با توجه به اینکه مجردها باید ۳۲۰ برگه تسهیلات مسکن و متاهل‌های ساکن این شهرها نیز باید ۶۴۰ برگه تسهیلات مسکن خریداری کنند، مجردها باید ۴۲ میلیون و ۸۴۸ هزار تومان و متاهل‌ها هم باید ۸۵ میلیون و ۶۹۶ هزار تومان پرداخت کنند.

برای دومین روز متوالی

قیمت نفت اوج گرفت

قیمت نفت در معاملات روز سه‌شنبه بازار آسیا پس از اینکه امارات متحده عربی اعلام کرد به ظرفیت کامل تولید نزدیک شده است، حدود یک درصد افزایش یافت. بهای معاملات وست تگزاس اینترمدیت آمریکا با یک دلار و هفت سنت معادل یک درصد افزایش به ۱۱۰ دلار و ۶۴ سنت در هر بشکه رسید. شاخص نفت آمریکا روز دوشنبه با ۱.۸ درصد افزایش بسته شده بود. همچنین بهای معاملات نفت برنت با یک دلار و هشت سنت معادل ۰.۹ درصد افزایش به ۱۱۶ دلار و ۱۷ سنت در هر بشکه رسید و به ۱.۷ درصد افزایش معاملات روز دوشنبه اضافه کرد. امارات متحده عربی و عربستان سعودی به عنوان تنها اعضای اوپک به شمار می‌رفتند که ظرفیت مازاد تولید برای جبران از دست رفتن عرضه روسیه و کشورهای دیگر دارند. توبین گوری، تحلیلگر کالاهای بانک کامن ولث در یادداشتی نوشت: اخبار جدید درباره محدودشدن عرضه از قیمت‌های نفت پشتیبانی کرد. گفته می‌شود عربستان سعودی و امارات متحده عربی که دو تولیدکننده بزرگ هستند، در کوتاه مدت با محدودیت برای تولید بیشتر روبه‌رو هستند. سهیل المزروعی، وزیر انرژی امارات متحده عربی، روز دوشنبه اعلام کرد این کشور نزدیک به حداکثر ظرفیت تولید خود برمبنای سهمیه ۳.۱۶۸ میلیون بشکه در روز تحت توافق اوپک پلاس، نفت تولید می‌کند. اظهارات وی، صحبت‌های امانوئل مکرون، رئیس جمهور فرانسه را تایید کرد که در حاشیه نشست گروه هفت به جو بایدن، رئیس جمهور آمریکا گفته بود امارات متحده عربی نزدیک به حداکثر ظرفیت، نفت تولید می‌کند و عربستان سعودی می‌تواند تولیدش را تنها به میزان ۱۵۰ هزار بشکه در روز افزایش دهد که بسیار پایین‌تر از رقم ۲ میلیون بشکه در روز ظرفیت مازاد تولیدی است که پیش از این برآورد شده بود. یک مقام ریاست جمهوری فرانسه در این باره گفت: جامعه بین‌المللی باید همه گزینه‌ها برای رفع کمبود انرژی از جمله مذاکره با کشورهای تولیدکننده مانند ایران و ونزوئلا را مدنظر قرار دهد. صادرات نفت ایران و ونزوئلا از تحریم‌های آمریکا متأثر شده است. تحلیلگران همچنین به ناآرامی سیاسی در اکوادور و لیبی اشاره کردند که میزان عرضه نفت را دچار محدودیت بیشتری خواهد کرد. شرکت ملی نفت لیبی روز دوشنبه اعلام کرد ممکن است تا سه روز دیگر در خلیج سرت وضعیت فورس ماژور اعلام کند، مگر اینکه تولید و ارسال محموله در پایانه‌های نفتی این منطقه ازسرگرفته شود. وزارت انرژی اکوادور نیز اعلام کرد این کشور در بحبوحه اعتراضات ضد دولتی، ممکن است تولید نفت را تا دو روز آینده به طور کامل متوقف کند. این عضو سابق اوپک پیش از اعتراضات حدود ۵۲۰ هزار بشکه در روز نفت تولید می‌کرد. به گزارش رویترز، این عوامل منعکس‌کننده کمبود عرضه در بازار است که به بهبود قیمت‌ها در هفته جاری منجر شده و تاثیر نگرانی‌های رکود اقتصادی بر قیمت‌ها را که طی دو هفته اخیر وجود داشت، زدوده است.

نوسان شاخص بورس تهران در کف کانال ۱.۵ میلیون واحدی ادامه دارد

افزایش دمای بورس در تیرماه

فرصت امروز: شاخص بورس تهران در حالی این روزها برای ماندن در کانال یک میلیون و ۵۰۰ هزار واحد دست و پا می‌زند که نزدیک به یک ماه پیش به کانال یک میلیون و ۶۰۰ هزار واحد رسیده بود. از فردای روز ۲۷ اردیبهشت ماه که شاخص کل بورس پس از حدود ۲۰ ماه موقتا به مقاومت یک میلیون و ۶۰۰ هزار واحدی رسید، دوره اصلاح بورس آغاز شد و دماسنج تالار شیشه‌ای در یک پروسه نزولی پله پله کاهش ارتفاع داد تا این روزها در کف کانال ۱.۵ واحدی دچار نوسان شود. این روند فرسایشی در میان بیم و امید بورس‌بازان کماکان ادامه دارد و با اینکه در معاملات دو روز گذشته بالاخره نوار رشد منفی شاخص کل بورس پاره شد، اما ارزش دادوستدهای خرد سهام در روزهای گذشته با کاهش چشمگیری مواجه شده و به سطح کمتر از ۴ هزار میلیارد تومان رسیده است.

اگرچه پیشتر به نظر می‌رسید با تشدید انتظارات تورمی و رشد قیمت دلار، محرکی برای رونق معاملات سهام فراهم می‌شود، اما این احتمال با سفر این هفته جوزپ بورل، مسئول سیاست خارجی اتحادیه اروپا به تهران و اعلام رسمی ادامه مذاکرات هسته‌ای رنگ باخت. قیمت دلار با قوت گرفتن اخبار پیرامون احیای برجام و شکلگیری صف‌های فروش مقابل صرافی‌ها، تحرکات کاهشی جدیدی را از ابتدای هفته جاری آغاز کرد و در بازار آزاد تهران به مرز ۳۰ هزار تومان رسید. در تالار شیشه‌ای نیز شاخص‌ها تغییر جهت داده‌اند و در معاملات روز گذشته شاهد رشد دسته‌جمعی شاخص‌ها در بازار سرمایه بودیم.

نوسان بورس در فصل تابستان

شاخص بورس تهران پس از آنکه بازدهی منفی ۲.۵ درصدی را در خرداد تجربه کرد، در اولین روز فصل تابستان (چهارشنبه اول تیر) بیش از ۶ هزار واحد، در دومین روز معاملاتی تابستان (شنبه ۴ تیر) نزدیک به ۱۳ هزار واحد و در سومین روز معاملاتی تابستان (یکشنبه ۵ تیر) ۱۸ هزار واحد کاهش ارتفاع داد و با ریزش حدود ۴۰ هزار واحد در این سه روز تا یک میلیون و ۵۰۱ هزار واحد پایین آمد. در جریان معاملات روز دوشنبه ۶ تیر نیز شاخص کل بورس با رشد کم‌رمق ۲ هزار واحدی مواجه شد و با ایستادن در ارتفاع یک میلیون و ۵۰۴ هزار واحد، در کانال ۱.۵ میلیون واحدی ماندگار شد. جالب اینکه برخلاف شاخص کل، شاخص هم‌وزن در این روز کاهش یافت و این در حالی است که در روزهای معاملاتی قبل عمدتا شاخص هم‌وزن افزایش و شاخص کل کاهش یافته بود. این روند در معاملات روز گذشته (سه‌شنبه ۷ تیر) نیز به سبزپوشی دسته‌جمعی همه شاخص‌ها منتهی شد.

یک کارشناس بازار سرمایه درباره روند معاملات بورس به ایرنا، گفت: روند بازار سهام در بهار ۱۴۰۱ نوسانی بود اما در خرداد با افزایش ریسک‌ها، باعث حرکت نقدینگی به سمت دارایی‌های دیگر مانند سکه و دلار شد. از ابتدای خرداد حدود ۸ هزار میلیارد تومان از بازار سهام خارج شد و ارزش معاملات خرد که به ۷ هزار میلیارد تومان در روز رسیده بود، به حدود سه تا چهار هزار میلیارد تومان رسید.

امین دامچه با بیان اینکه اکنون بورس نسبت به چند وقت گذشته در شرایط رکودی به سر می‌برد، توضیح داد: البته از رشد بازارهای موازی و تورم کاملا عقب افتاده که کند شدن روند مذاکرات برجامی در آن اثرگذار بود. در هفته گذشته همچنین اعلام شد صادرکنندگان می‌توانند اسکناس حاصل از صادرات را در بازار آزاد عرضه کنند که این سبب کاهش اختلاف قیمت نیما و آزاد شد. این اقدام اگر بابت کل ارز حاصله توسط صادرکنندگان اجرا شود، عملکرد مناسبی را برای بورس و کنترل قیمت ارز به همراه دارد. او با بیان اینکه تورم انتظاری، افراد را مجاب به خرید دارایی کرده و تقریبا همه بازارهای موازی بورس با رشد مواجه شدند، افزود: بورس در سال گذشته کاملا از تورم عقب ماند و در مقطع فعلی نیز با رشد خاصی مواجه نشده است. قیمت کامودیتی‌ها، ریسک‌های فروش به خصوص صادرات محورها، مشکلات برق در تابستان و گاز در زمستان از جمله مسائلی هستند که روند معاملات را تحت تاثیر خود قرار داده‌اند. جنگ روسیه و اوکراین و همچنین افزایش تورم جهانی سبب بالاماندن قیمت کامودیتی‌ها شده، اما افزایش نرخ بهره در کشورها می‌تواند مانع رشد قیمت‌ها شود. به سرمایه‌گذاران پیشنهاد می‌شود از ظرفیت‌ها و ابزارهای جدید ایجادشده استفاده کنند؛ مثلا با فرض صعودی بودن بازار، صندوق‌های سرمایه‌گذاری اهرم می‌تواند گزینه جذابی برای سرمایه‌گذاری باشد.

سبزپوشی دسته‌جمعی شاخص‌ها

در جریان معاملات روز سه‌شنبه ۷ تیرماه، شاخص کل بورس تهران با افزایش ۱۰ هزار و ۳۶۰ واحدی به رقم یک میلیون و ۵۱۴ هزار واحد و شاخص هم‌وزن با ۳ هزار و ۷۹۷ واحد افزایش به رقم ۴۲۱ هزار و ۹۲ واحد رسید. در چهارمین روز کاری هفته بیش از ۶ میلیارد و ۱۰ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۴۶ هزار و ۸۷۰ میلیارد ریال در بورس اوراق بهادار تهران دادوستد شد. شاخص بازار اول، افزایش ۷ هزار و ۴۳۶ واحدی و شاخص بازار دوم، افزایش ۲۱ هزار و ۳۳۸ واحدی را تجربه کردند.

شرکت پتروشیمی نوری با ۸۵۹ واحد، پالایش نفت اصفهان با ۸۱۷ واحد، پالایش نفت بندرعباس با ۶۴۶ واحد، سرمایه‌گذاری تامین اجتماعی با ۵۸۰ واحد و کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران با ۵۶۷ واحد بیشترین تاثیر مثبت را بر رشد شاخص کل داشتند. در سمت مقابل نیز شرکت پتروشیمی پارس با ۱۵۶ واحد، ارتباطات سیار ایران با ۸۳ واحد، گروه مپنا با ۶۱ واحد، تامین سرمایه بانک ملت با ۴۱ واحد و انتقال داده‌های آسیاتک با ۳۹ واحد با تاثیر منفی بر رشد شاخص کل همراه شدند. گروه خودرو با ۵۲ هزار و ۹۶۱ معامله به ارزش ۴ هزار و ۴ میلیارد ریال در صدر گروه‌های بورسی نشست. همچنین گروه فلزات اساسی با ۳۱ هزار و ۴۸۲ معامله به ارزش ۲ هزار و ۷۴۹ میلیارد ریال، گروه شیمیایی با ۳۲ هزار و ۳۲۶ معامله به ارزش ۲ هزار و ۵۳۰ میلیارد ریال، گروه فرآورده‌های نفتی با ۱۹ هزار و ۷۲ معامله به ارزش یک هزار و ۵۷۹ میلیارد ریال و گروه بانک‌ها با ۱۷ هزار و ۷۶۵ معامله به ارزش یک هزار و ۳۰۶ میلیارد ریال در صدر برترین گروه‌ها قرار گرفتند.

در آن سوی بازار سرمایه نیز شاخص کل فرابورس با افزایش ۸۷.۶۹ واحدی به رقم ۲۰ هزار و ۴۳۸ واحد رسید. در این بازار بیش از ۲ میلیارد و ۹۶۱ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۵۹ هزار و ۶۵ میلیارد ریال دادوستد شد. شرکت پتروشیمی زاگرس با ۲۷ واحد، پلیمر آریاساسول با ۱۱ واحد، بهمن دیزل با ۷ واحد، بیمه پاسارگاد با ۵.۵ واحد و تولیدات پتروشیمی قائد بصیر با ۳ واحد بیشترین تاثیر مثبت را بر رشد شاخص داشتند. همچنین شرکت سنگ آهن گهر زمین با ۱۳.۴۷ واحد، مجتمع صنعتی آرتاویل تایر با ۲.۴۵ واحد، نفت ایرانول با ۱.۶۲ واحد، دامداری تلیسه نمونه با ۱.۲۵ واحد و کلر پارس با ۱.۱ واحد با بیشترین تاثیر منفی بر رشد شاخص همراه شدند.

در صد و دهمین نشست شورای گفت‌وگو چه گذشت؟

لزوم تشکیل نهاد تنظیم‌گر صنعت برق

صدودهمین نشست شورای گفت‌وگو به بررسی چالش‌های صنعت برق در بخش‌های مختلف اقتصاد اختصاص داشت و در پایان قرار شد وزارت نیرو ظرف ۱۵ روز آینده اصلاحات مدنظر خود را روی لایحه نهاد مستقل تنظیم‌گر صنعت برق اعمال کند؛ وگرنه در غیر این صورت وزارت اقتصاد وارد عمل شده و پس از اصلاحات لازم، این لایحه را برای تصویب در اختیار نمایندگان مجلس قرار می‌دهد. این جلسه سه مصوبه دیگر هم داشت و مقرر شد درباره چگونگی امکان تهاتر نفت، کمیته‌ای تشکیل شود و به جمع‌بندی رسیده و پیشنهادهای خود را در اختیار دبیرخانه شورای گفت‌وگو قرار دهند. درباره تهاتر بدهی نیروگاه‌ها به صندوق توسعه ملی نیز با کمک همین کمیته، راهکارها مشخص خواهد شد تا به کمک آن قراردادها و تعهدات موجود پاسخ داده شوند. با توجه به این مسئله که به ازای تأخیر در تأمین برق واحدهای تولیدی در اقتصاد هزینه‌ای پرداخت می‌شود که از جیب بخش خصوصی می‌رود، لازم است این اعداد و ارقام به‌صورت کمی محاسبه شده و منتشر شوند. در ادامه درباره اجرایی‌شدن ماده ۲۵ قانون بهبود مستمر محیط کسب‌وکار و در واقع جبران خسارت واحدها ناشی از قطعی برق نیز قرار شد دبیرخانه شورای گفت‌وگو به کمک وزارت اقتصاد بررسی‌های لازم را انجام داده و به نتیجه برسند تا این بند قانونی هم به‌درستی اجرا شود. طبق مصوبه این نشست سه موضوع مطرح شده باید تا پایان تیرماه تعیین تکلیف شوند.

در این نشست، غلامحسین شافعی، رئیس اتاق ایران از عدم مشارکت مستمر و منظم تعدادی از اعضای شورای گفت‌وگو که به نمایندگی از دولت باید در جلسات حضور داشته باشند، انتقاد کرد و گفت: طبق برنامه‌ریزی قرار بود متناسب با وضعیت صنعت برق و دستور این نشست، وزیر نیرو نیز حضور پیدا کند، اما متأسفانه ویث به دلیل هم‌زمانی نشست شورا با جلسه دیگری، نتوانست در شورای گفت‌وگو حضور پیدا کنند.

شافعی همچنین به دیدار اعضای هیأت رئیسه با رئیس‌جمهور و تأکید بر اجرای قانون مصوب مجلس مبنی بر حضور منظم اعضای شورای گفت‌وگو در این جلسه اشاره کرد و افزود: اعضای شورا از طرف دولت در جلسات مشارکت فعالی ندارند و این موضوع مورد انتقاد بخش خصوصی است.

او سپس به موضوع جلسه که رسیدگی به چالش‌های صنعت برق بود، اشاره کرد و توضیح داد: متأسفانه هر سال با شرایط سخت‌تری در این حوزه مواجه و شاهد تکرار مشکلات هستیم. بخش خصوصی برای مقابله با این مشکلات راه‌حل دارد و به‌صورت مکتوب هم موضوعات را در اختیار دولت قرار داده، اما تاکنون موردتوجه قرار نگرفته‌اند.

محسن عامری، رئیس مرکز بهبود کسب‌وکار اتاق ایران نیز به سوابق مصوبات قبلی جلسات شورای گفت‌وگو در بخش صنعت برق اشاره کرد و درباره چالش‌های این صنعت گفت: بدهی انباشته ارزی سرمایه‌گذاران نیروگاهی به صندوق توسعه و مشکلات متعدد تولیدکنندگان برق تجدیدپذیر در دریافت مطالبات خود، دو مسئله‌ای است که تولیدکنندگان برق با آن دست به گریبانند. از طرفی مصرف‌کنندگان برق نسبت به امنیت عرضه برق نگرانند. روبه‌رو شدن با خاموشی‌های متعدد و بدون برنامه‌ریزی متناسب با صنایع علی‌رغم مشخص شدن اولویت خاموشی در مفاد ماده ۲۵ قانون بهبود مستمر محیط کسب‌وکار، عدم‌اصلاح و تنظیم قراردادهای شرکت‌های توزیع برق با واحدهای تولیدی طبق مفاد ماده ۲۵ قانون بهبود مستمر محیط کسب‌وکار و آیین‌نامه اجرایی آن و مسئولیت حراست و جلوگیری از سرقت تجهیزات منصوبه و لوازم اندازه‌گیری در داخل پست برعهده مصرف‌کننده برق علی‌رغم مالکیت ایشان بر این تجهیزات و لوازم از دیگر مشکلاتی هستند که مصرف‌کنندگان با آنها مواجه هستند.

به گفته عامری، عدم ایجاد نهاد تنظیم‌گر بخش برق علی‌رغم وجود مصوبات و قوانین مربوطه، مهمترین مسئله‌ای است که در سطح کلان، وجود دارد و مشکلات بسیاری را ایجاد می‌کند. سازندگان و پیمانکاران فعال در صنعت برق نیز از تأخیرهای طولانی در پرداخت مطالبات بخش خصوصی پس از اجرای تعهدات و بدون جبران خسارت دیرکرد، کاهش سرمایه‌گذاری در صنعت برق و افت ظرفیت تولیدی فعالان اقتصادی و نظام قراردادی یک‌طرفه و تحمیل ریسک‌های ناشی از تغییر قیمت مواد اولیه و تجهیزات به پیمانکاران و تولیدکنندگان تجهیزات گله‌مندند.

او همچنین پیشنهادهای دبیرخانه شورای گفت‌وگو برای اصلاح صنعت برق کشور را در دو بخش کوتاه‌مدت و بلندمدت موردتوجه قرار داد و افزود: لازم است در کوتاه‌مدت برای جبران هزینه تمام‌شده برق، متوسط قیمت فروش برق با شیب تدریجی سالیانه افزایش پیدا کند، از منابع مالی دولت برای تأمین مالی پروژه‌های اولویت‌دار و استراتژیک صنعت برق اقدام شود، در مورد کنترل مصرف و تقاضا به‌ویژه در زمان پیک مصرف و کاهش تلفات به ظرفیت‌های موجود در قوانین بهینه‌سازی توجه شود و بدهی‌های دولت به بخش خصوصی با نرخ مناسب و منصفانه تنزل پیدا کند، دستورالعمل‌های مناسب برای اصلاح قراردادهای جاری ابلاغ شود و هزینه‌های یک‌جانبه بر پیمانکاران تحمیل نشود.

او برای بلندمدت نیز فعال شدن شورای عالی انرژی و اصلاح نظام حکمرانی انرژی را در کنار تهیه ابزار مالی مناسب برای پوشش ریسک سرمایه‌گذاری در صنعت برق، رفع مشکل تسهیلات‌گیرندگان ارزی نیروگاهی از صندوق توسعه ملی از طریق تعیین منابع لازم در بودجه‌های سنواتی برای پرداخت مابه‌التفاوت نرخ ارز برای این تسهیلات‌گیرندگان یا سایر روش‌های پرداخت که به‌اتفاق دو طرف باشد، جلوگیری از ایجاد بدهی‌های بدون سررسید در نظام قراردادی با فعالان صنعت برق و درنهایت حمایت از حضور بخش خصوصی در تجارت برق را پیشنهاد داد.

در ادامه نشست نیز احسان خاندوزی، وزیر اقتصاد و رئیس شورای گفت‌وگو به اهمیت تعیین یک نهاد تنظیم‌گر مستقل در حوزه صنعت برق اشاره کرد و گفت: در این رابطه لایحه‌ای تهیه شده بود که متأسفانه از طرف وزارت نیرو از مجلس پس گرفته شد تا روی آن بازنگری شود. وزارت اقتصاد با استرداد لایحه نهاد مستقل تنظیم‌گر صنعت برق مخالف بود و عقیده داشت با اعمال برخی اصلاحات، این لایحه قابلیت تصویب و اجرا را دارد. به گفته خاندوزی، بخش زیادی از مشکلات ناشی از نبود نهاد تنظیم‌گری است که بتواند به‌صورت مستقل تصمیم‌گیری کند و از طرفی نتیجه قیمت‌گذاری‌ها را در بی‌انگیزگی بخش خصوصی در سطح سرمایه‌گذاری شاهد هستیم.

علت لغو قرعه‌کشی خودرو تا اطلاع ثانوی در تیر ۱۴۰۱

سخنگوی وزارت صنعت، معدن و تجارت گفت آنچه در مورد سامانه یکپارچه تخصیص خودرو مطرح شده مراحلی است که باید طی شود تا مسئولیت انجام قرعه‌کشی به وزارت صمت واگذار شود.

به گزارش تیتربرتر، براساس آخرین اخبار، سامانه یکپارچه تخصیص خودرو که ۲۷ اردیبهشت اولین قرعه‌کشی خودرو براساس آن انجام گردید، اصلا تایید فنی و امنیتی نداشت.

سخنگوی وزارت صنعت، معدن و تجارت، شایعات طرح شده در مورد امنیت سامانه یکپارچه خودرو را تکذیب کرد و گفت: آنچه در مورد این سامانه مطرح شده مراحلی است که باید طی شود تا مسئولیت انجام قرعه‌کشی به وزارت صمت واگذار شود. در حال حاضر تصدیگری وزارت صمت در واگذاری خودرو در دستور کار نیست و مرحله دوم تخصیص خودرو مشابه مرحله نخست از طریق سامانه‌ای که مورد استفاده قرار می‌گیرد انجام خواهد شد.

وی ضمن گلایه از رسانه‌ای شدن مکاتبات کارشناسی و مرسوم وزارت صمت، تاکید کرد: وزارت صنعت، معدن و تجارت با دقت، سلامت و شفافیت سامانه یکپارچه تخصیص خودرو را زیر نظر دارد و نامه منتشرشده این دغدغه را ثابت می‌کند.

طی نامه‌نگاری بین دو معاون وزیر صمت مشخص شد، سامانه یکپارچه تخصیص خودرو که ۲۷ اردیبهشت اولین قرعه‌کشی خودرو براساس آن انجام گردید، اصلا تایید فنی و امنیتی نداشت و دفتر فناوری داده وزارت صمت هم مسئولیت تایید و نظارت بر حسن اجرای این سامانه را نپذیرفته بود.

در پی ابهامات زیادی که سیستم قرعه‌کشی خودرو توسط خودروسازان طی دو سه سال گذشته ایجاد کرده بود و شمار زیادی از مردم معتقد بودند که این قرعه‌کشی‌ها شفافیت لازم را ندارد، وزارت صمت اخیرا دست به کار شده و یک سامانه فروش یکپارچه خودرو را راه‌اندازی کرد تا تخلفات و دلال‌بازی به صفر

رسیده و مصرف‌کننده واقعی بتواند خودروی خود را خریداری کند.

بر همین اساس سه‌شنبه ۲۷ اردیبهشت‌ماه ۱۴۰۱ نخستین دوره فروش خودرو در سامانه فروش یکپارچه خودرو در یک بازه زمانی یک‌هفته‌ای انجام گردید و نتایج آن در تاریخ ۹ خرداد اعلام شد.

اما در این مرحله مشکل جدی برای برخی خریداران به وجود آمد به نحوی که این افراد پس از اعلام نتایج اولیه در سامانه جزو «برنده اول» طرح بودند، اما در زمان واریز وجه به آنها اعلام شد «شما جزو منتخبین رزرو قرعه‌کشی هستید» و امکان واریز وجه را ندارید.

افرادی که با این مشکل روبه‌رو شده بودند اعلام می‌کردند که پس از اعلام نتایج در روز ۱۱ خرداد اسامی آنان به عنوان منتخبان اول (اصلی) اولین فروش خودرو در قالب سامانه یکپارچه تخصیص خودرو اعلام شد، اما وقتی می‌خواستند برای واریز وجه خودرو یا مبلغ علی‌الحساب اقدام کنند، موفق به واریز نمی‌شدند و با پیام «شما جزو منتخبین رزرو قرعه‌کشی این دوره سامانه یکپارچه تخصیص خودرو هستید» مواجه شده‌اند.

صدیف بیک‌زاده، رئیس سازمان حمایت از مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان درباره ابهامات پیش‌آمده در اعلام نتایج تخصیص خودرو از طریق سامانه یکپارچه اعلام کرد: برای جلوگیری از قرعه‌کشی‌های دوباره در یک فرآیند تخصیص، حدود ۱۲هزار نفر به‌عنوان منتخبان ذخیره مشخص شدند، اما این موضوع به‌صورت شفاف در سامانه یادشده، مشخص نشد و ابهاماتی ایجاد کرد.

در حالی این مقام مسئول وزارت صمت مقصر این موضوع را خودروسازان معرفی کرده که سوال اینجاست، مگر سازوکار اعلام اسامی اصلی و رزرو در خودروسازان تعریف نشده بود ؟ در طرح‌های قبلی چگونه اسامی به صورت تفکیک شده اعلام می‌شد اما این بار این اختلال به وجود آمده است؟ مگر نه اینکه هر بار باید اشکالات برطرف و فروش خودرو به صورت قانونمندتری انجام شود چرا این بار که همه بر نظارت یکپارچه خودرو در سامانه فروش تأکید می‌کردند چنین خطایی به وجود آمد؟

حال با گذشت بیش از یک ماه از اولین قرعه‌کشی خودرو در سامانه یکپارچه وزارت صمت، سید مهدی نیازی معاون وزیر صمت در نامه‌ای به منوچهر منطقی معاون صنایع حمل و نقل وزیر صمت اعلام کرده است که این سامانه صلاحیت فنی و امنیتی و آمادگی لازم برای اجرای قرعه‌کشی خودرو را نداشته و هنوز هم ندارد، بر همین اساس تاکید کرده که فعلا از طریق این سامانه قرعه‌کشی انجام نشود.

جزییات تخلف در واردات نهاده با کوتاژ جعلی

گمرک مدعی شد

شرکت واردکننده نهاده‌های دامی در حالی برای عرضه کالای خود در سامانه بازارگاه، کوتاژ جعلی ثبت کرده است که اعلام گمرک نشان می‌دهد این کوتاژ اصلا در سامانه گمرک ثبت نشده بلکه با توجه به قابل رصد نبودن سامانه بازارگاه که در انحصار وزارت جهاد کشاورزی قرار دارد، شرکت با ثبت دستی و اعلام این کوتاژها موجب جذب متقاضی برای خرید نهاده شده در حالی که کالایی در میان نبوده و وارد نشده است.

به گزارش ایسنا، در نیمه خردادماه، مقدسی-رئیس هیأت مدیره انجمن صنفی گاوداران- از خالی ماندن دست دامداران از نهاده با وجود اینکه بابت خرید آن هزینه هم پرداخت کرده‌اند خبر داد و گفت که یکی از شرکت‌های متعلق به سازمان تعاون روستایی در فروردین ماه، نهاده دامی را در سامانه بازارگاه به گاوداران فروخته و پول آن را نیز دریافت کرده ولی هنوز نهاده به آنها تحویل نداده است.

مدتی بعد سازمان بازرسی کل کشور جزییاتی از تخلف در واردات نهاده دامی را منتشر کرد که نشان داد کوتاژ جعلی صادر شده است و شرکت واردکننده متعهد به تامین ۱۳ میلیون و ۷۰۰ هزار تن نهاده دامی شده و با گذشت زمان، هنوز تامین نشده است. این سازمان توضیح داد که موضوع ساخت کوتاژ صوری مطرح بوده و حتی محموله نهاده‌های دامی وارد بندر نشده است، در حالی که ۸۰۰ هزار تن نهاده دامی در سامانه به مردم، کشاورزان و اتحادیه‌ها ارائه شده و آنها با دیدن کوتاژ ثبت شده در سامانه بازارگاه، ۵۰۰ هزار تن را مبلغ ۱۱۰۰ میلیارد تومان خریداری و این مبلغ را به حساب شرکت واریز کرده‌اند.

اما با توجه به اینکه بحث ثبت کوتاژ در میان بود، این احتمال را مطرح می‌کرد که پیش‌اظهاری به گمرک صورت گرفته باشد به عبارتی واردکننده قبل از ورود کالا به بنادر، نسبت به اظهار آن در سامانه گمرک اقدام کرده تا کالا وارد شود، روالی که در گمرک مرسوم نیست و با مجوز خاص امکان آن وجود خواهد داشت. این در حالی است که زمانی کوتاژ برای کالایی ثبت می‌شود که واردکننده با دریافت مجوز لازم از جمله ثبت‌سفارش و قبض انبار، نسبت به اظهار کالا در سامانه گمرک اقدام کرده باشد که بعد آن بخشی دیگر از فرآیند ترخیص از جمله دریافت مجوزهای سلامت و استاندارد کالا از طریق سیستمی طی می‌شود.

اینکه ماجرای عرضه کالایی که وارد نشده ولی کوتاژ آن در سامانه بازارگاه چیست، در توضیح گمرک قابل تأمل‌تر شده است؛ به‌طوری که عسگری-معاون امور گمرک گمرک ایران- در اظهاراتی، هرگونه ثبت اظهارنامه توسط این شرکت در سامانه گمرک را رد کرده و گفته که گمرک اصلا در جریان چنین وارداتی نبوده و کوتاژی در سامانه خود صادر نکرده است.

معاون گمرک توضیح داد: سامانه بازارگاه از سال ۱۳۹۸ و با مصوبه دولت که در اختیار وزارت جهاد قرار گرفت جهت رصد وضعیت نهاده‌ها و اعلام تاییدیه به گمرک ایجاد شده ولی در انحصار وزارت جهاد قرار دارد که با وجود مکاتبات صورت گرفته از گذشته تاکنون، هیچ آمار و اطلاعاتی نه تنها در اختیار گمرک بلکه سامانه جامع تجارت هم قرار نداده است. این در حالی است که بعد از اظهار کالا، گمرک اطلاعات اظهارنامه را برای دریافت مجوز قرنطینه دامی، نباتی، دامپزشکی و استاندارد به صورت سیستمی در اختیار دستگاه مربوطه قرار می‌دهد، اما تبادل اطلاعاتی با بازارگاه ندارد و تاییدیه نهایی برای خروج کالا را وزارت جهاد به صورت دستی به گمرک می‌دهد؛ بنابراین اینجا ما مدعی هستیم که چرا حتی نامی از گمرک بردید در حالی که سامانه وصل نیست و تبادل اطلاعاتی با گمرک ندارد.

کتبا می‌نویسم که این کوتاژ جعلی است و وجود خارجی ندارد

عسگری با اشاره به صوری بودن کوتاژ اعلامی شرکت واردکننده نهاده دامی در سامانه بازارگاه گفت: اظهارنامه‌ای که گمرک برای وزارت جهاد می‌فرستد، متکی به قبض انباری است که دارای بارنامه بوده و حتی مشخص است که کالای وارداتی در کدام انبار قرار دارد ولی برای این محموله قبض انباری صادر نشده که در سامانه گمرک برای آن کوتاژ ثبت شده باشد ولی واردکننده در سامانه بازارگاه به صورت دستی کوتاژ وارد کرده است، آن هم وقتی که گمرک به این سامانه دسترسی ندارد تا آن را رویت، تایید یا رد کند، بر این اساس به صورت کتبی به هر مرجعی که لازم باشد می‌نویسم که این کوتاژها وجود خارجی ندارند و مشخصا گمرک نباید در مورد این اتفاق افتاده در سامانه بازرگاه که هیچ ارتباطی با آن ندارد پاسخگو باشد.

نماگر بازار سهام

معایب واردات خودرو در ازای صادرات قطعه

سالی ۱,۵ میلیارد دلار برای واردات خودرو لازم است

مدیر گروه پولی و بانکی مرکز پژوهش‌های مجلس گفت واردات خودرو به ازای صادرات قطعات اشکالاتی دارد، صادرات قطعه رصدپذیر نیست، زیرا شناسه واحدی برای آن وجود ندارد، اگر خودرو دسته اول واردات شود، ارزش آن مشخص است اما ارزش واردات خودرو دسته دوم در گمرک قابل دستکاری است. به گزارش خبرنگار اقتصادی خبرگزاری فارس، میثم خسروی دیروز در «نشست واردات خودرو» که در دانشکده صنعتی امیرکبیر و با همکاری مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی برگزار شد، اظهار داشت: براساس سخنان وزیر صمت، مازاد تقاضایی حدود ۵۰۰ تا ۶۰۰ هزار خودرو در کشور وجود دارد. مدیر گروه پولی و بانکی مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی افزود: از زمانی که زمزمه‌های خروج ترامپ از برجام در اواخر سال ۹۶ مطرح شد، نرخ ارز روند صعودی به خود گرفت، لذا دولت وقت با تزریق حدود ۱۸ میلیارد دلار از ذخایر ارزی به بازار، سعی کرد، از روند صعودی نرخ ارز جلوگیری کند که البته نرخ ارز کنترل نشد و لذا براساس مصوبه ۲۰ فروردین مقرر شد تا برای واردات همه کالاها ارز ۴۲۰۰ تومانی تخصیص یابد که این مصوبه نیز بخش دیگری از ذخایر ارزی کشور را از بین برد و در نهایت بعد از فروردین ۹۷ به این نتیجه رسیدند که با نظام ارزی باز که فاقد کنترل‌های ارزی باشد، نمی‌توان ادامه داد. وی بیان داشت: بنابراین بعد از آن اقدامات کنترل ارزی کشور آغاز شد که از جمله آنها ساماندهی واردات و محدودیت در واردات و بستن حساب سرمایه مانند الزام صادرکننده به بازگشت ارز بود که این اقدامات تا مرداد همان سال آماده شد و خروجی آن این بود که به واسطه محدودیت ارزی واردات برخی کالاها ممنوع شد. خسروی با اشاره به ممنوعیت واردات خودرو اظهار داشت: البته ممنوعیت واردات مربوط به خودرو نشد و کالاهای دیگری نیز واردات‌شان ممنوع شد. مدیر گروه پولی و بانکی مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی بیان داشت: تحریم و نحیف شدن تراز پرداخت‌های کشور که یک بخشی از آن در حقیقت ناشی از واردات است و بخش مهمتر آن در حساب سرمایه است، به واسطه نااطمینانی‌هایی که در کشور وجود دارد، برخی شهروندان ایرانی ترجیح می‌دهند که دارایی‌های خارجی تملیک کنند و این به معنای خروج سرمایه است که طبق آخرین گزارش بانک مرکزی در مورد تراز پرداخت‌ها ما یک حساب سرمایه به شدت منفی داریم. وی افزود: مسئله دیگر، افزایش نرخ ارز در یکی دو ماه اخیر با اعلام مصوبه واردات خودرو بود. ارز ترجیحی تاثیر مثبت بر روی تراز تجاری دارد، زیرا تقاضا را کم می‌کند و انگیزه تولید می‌دهد و اساسا مصارف ارزی ما را کم می‌کند و آن چیزی که باعث شد، قیمت ارز صعوی شود، برخی اخبار منفی راجع به مذکرات و همچنین ماشه آخر را اعلام مصوبه واردات خودرو زد، زیرا ۱,۵ میلیارد دلار مصارف جدید ایجاد می‌کند.

فراخوان مناقصه عمومی همزمان
با ارزیابی کیفی فشرده یک مرحله ای
خرید شیر توپی جوشی و فلنجی شماره تقاضا:
۳۳۷۰۸۰۱۰۰۷-۳۰۴۰۸۰۱۰۰۹-۳۱۲۱۸۰۱۰۱۳

نوبت دوم
شناسه آگهی: ۱۳۴۲۱۶۰

شرکت ملی گاز ایران
شرکت گاز استان البرز (سهامی خاص)

شرکت گاز استان البرز در نظر دارد مناقصه عمومی همزمان با ارزیابی مناقصه به شماره نیاز درسامانه ستاد (۲۰۰۱۰۰۱۴۰۲۰۰۰۰۰۴۲) را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی(دولت) برگزار نماید.
مبلغ برآورد اولیه ۱۸,۱۸۰,۰۰۰,۰۰۰ریال
مبلغ تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار : مطابق آیین‌نامه تضمین معاملات دولتی به شماره ۱۲۳۴۰۲/ت۵۰۶۵۹ هـ تاریخ ۱۳۹۴/۰۹/۲۲ به مبلغ ۹۰۹,۰۰۰,۰۰۰ ریال
آخرین زمان مهلت دریافت اسناد توسط مناقصه‌گر در سایت تا ساعت۱۶:۰۰روز پنجشنبه ۱۴۰۱/۰۴/۰۲
آخرین زمان بارگذاری اسناد توسط مناقصه‌گر در سایت تا ساعت۱۶:۰۰روز شنبه ۱۴۰۱/۰۴/۱۸
زمان بازگشایی پاکتها (ازطریق سامانه ستاد)
گشایش پاکت «الف ، ب ، ج»: ساعت: ۰۹:۰۰ روز یکشنبه تاریخ ۱۴۰۱/۰۴/۲۶
شرایط مناقصه گر:
-۱ارائه تاییدیه وزارت نفت
۲- تاییدیه سامانه توانیران در خصوص اقلام موضوع مناقصه توسط تولید کنندگان الزامی بوده و تامین کنندگانی که در سامانه توانیران ثبت نام نموده اند می توانند نسبت به تامین کالااقدام نمایند و تاییدیه سامانه توانیران مربوط به تولید کننده مزبور را ارائه نمایند
آدرس : استان البرز ، کرج ، میدان طالقانی ، بلوار تعاون ، خیابان فرهنگ ، روبروی تربیت ۶ ، شرکت گاز استان البرز، امور پیمانها
تلفن : ۳۴۱۸۷۱۴۴-۰۲۶ نمابر : ۳۲۵۲۰۸۶۸-۰۲۶

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۱/۴/۷
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۴/۸
۳۵۳
شرکت گاز استان البرز

آگهی مناقصه عمومی یک مرحله ای خرید، بارگیری، حمل، تخلیه و تحویل لوله چدن داکتیل ۴۰۰ کلاس C20 برای روستای گلشن انزلی به شماره ع/ ۱۴۰۱/۱۴ (یک مرحله ای)
شماره فراخوان سامانه ستاد ۲۰۰۱۰۰۵۱۱۷۰۰۰۰۴۴

نوبت اول

وزارت نیرو
شرکت آب و فاضلاب استان گیلان

شرکت آب و فاضلاب استان گیلان به شناسه ملی ۱۰۷۲۰۱۶۱۲۷۷ و کد اقتصادی ۴۱۱۱۸۴۷۴۶۵۹۸ به آدرس رشت- خیابان حافظ – جنب پارک قدس در نظر دارد مناقصه ای با شرایط زیر برگزار نماید.

موضوع مناقصه	مبلغ برآورد اولیه (ریال)	مبلغ تضمین (ریال)	نوع تضمین
خرید، بارگیری، حمل، تخلیه و تحویل لوله چدن داکتیل ۴۰۰ کلاس C20 برای روستای گلشن انزلی	۱۰/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰	۵۰۰/۰۰۰/۰۰۰	ضمانتنامه بانکی و واریز نقدی

سایر شرایط:
۱- نام و نشانی: رشت – خیابان حافظ- جنب پارک قدس- شرکت آب و فاضلاب استان گیلان
۲- مهلت دریافت اسناد مناقصه تا پایان وقت اداری مورخ ۱۴۰۱/۰۴/۱۸ می باشد.
۳- مهلت تسلیم پاکات (پاکت الف) تا پایان وقت اداری مورخ ۱۴۰۱/۰۵/۰۱ در محل دبیرخانه شرکت آب و فاضلاب استان گیلان می‌باشد (ضمنا ارسال الکترونیکی تصویر ضمانتنامه در سامانه ستاد الزامی میباشد).
۴- تاریخ بازگشایی پاکات: ساعت ۱۰ صبح مورخ ۱۴۰۱/۰۵/۰۲ در سالن جلسات شرکت می باشد.
۵- شرکت کنندگان در مناقصه: کلیه تولیدکنندگان و تامین کنندگان معتبر در خصوص انجام موضوع مناقصه واجد شرایط میباشند.
۶- شماره حساب بانکی: ۴۰۰۱۱۲۴۸۰۶۳۷۷۹۶۵ بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران جهت واریز نقدی تضمین فرایند اجرای کار می باشد.
۷- مدت اعتبار پیشنهاد: ۳ ماه و با قابلیت تمدید تا ۳ ماه دیگر می باشد.
۸- برنامه زمانی مناقصه: از درج اولین نوبت آگهی ۴۵ روز با قابلیت تمدید برای یک دوره دیگر می باشد.
۹- دستگاه نظارت: معاونت بهره برداری و توسعه آب شرکت آب و فاضلاب استان گیلان.
۱۰- محل تامین اعتبار: بودجه اعتبارات تملک داراییهای سرمایه ای می باشد.
۱۱- نحوه خرید اسناد مناقصه: بصورت الکترونیکی از درگاه سامانه ستاد به آدرس www.setadiran.ir
۱۲- هزینه دو نوبت آگهی مندرج در روزنامه کثیرالانتشار و هزینه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت و هزینه بازرسی و غیره به عهده برنده مناقصه می باشد.

تاریخ انتشار نوبت اول ۱۴۰۱/۰۴/۰۸
تاریخ انتشار نوبت دوم ۱۴۰۱/۰۴/۱۱
۳۵۷
شرکت آب و فاضلاب استان گیلان

مناقصه عمومی یک مرحله‌ای
فراخوان احداث ۴ واحد
خانه بهداشت شهرستان رشت

دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی گیلان

دانشگاه علوم پزشکی گیلان در نظر دارد مناقصه احداث ۴ واحد خانه بهداشت روستاهای برکاده، حشکوا، کدوسرا و خشت مسجد واقع در شهرستان رشت را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید.
کلیه مراحل برگزاری فراخوان از دریافت و تحویل اسناد فراخوان تا بازگشایی پاکت ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد.
متقاضیان شرکت در فراخوان در صورت عدم عضویت در سامانه، نسبت به ثبت نام و دریافت گواهی امضای الکترونیکی (به صورت برخط) برای کلیه صاحبان امضای مجاز و مهر سازمانی اقدام لازم را به عمل آورند.
مواعد زمانی:
- تاریخ انتشار فراخوان: دوشنبه ۱۴۰۱/۴/۶
- مهلت دریافت اسناد فراخوان: یکشنبه ۱۴۰۱/۴/۱۲
- مهلت ارسال پیشنهادات: چهارشنبه ۱۴۰۱/۴/۲۲
- زمان بازگشایی پاکت ها: شنبه ۱۴۰۱/۴/۲۵
اطلاعات تماس و آدرس دستگاه: دانشگاه علوم پزشکی گیلان- معاونت توسعه، مدیریت، منابع و برنامه ریزی دانشگاه شماره تماس ۴- ۳۳۳۲۶۰۶۱-۰۱۳

۳۵۶
معاونت توسعه مدیریت، منابع و برنامه ریزی دانشگاه

مدیریت کامنت‌های منفی در شبکه‌های اجتماعی: هر آنچه بازاریاب‌ها باید فوت آب باشند!

نویسنده: علی آل‌علی

در دنیایی که همه مردم، از کودکان خردسال گرفته تا آدم‌های بازنشسته، سرشان در گوشی‌های هوشمند و شبکه‌های اجتماعی است، برندها اگر حتی یک لحظه هم از پلتفرم‌هایی مثل یوتیوب یا اینستاگرام غافل شوند ضرر خواهند کرد. این روزها تعامل با مشتریان در دنیای آنلاین اگر مهمتر از ارتباطات واقعی نباشد، هیچ چیزی هم از آن کم ندارد. ماجرا در این میان دقیقا مثل بازی‌های کامپیوتری است که روز به روز افراد بیشتری را به جای سرگرمی‌های خارج از خانه پای ایکس باکس یا پلی استیشن میخکوب می‌کند. کارآفرینان باهوش در چنین اوضاع و احوالی خیلی خیلی زود یاد گرفته‌اند رمز موفقیت و شهرت برندشان در سرمایه‌گذاری روی شبکه‌های اجتماعی است. چنین نقشه‌ای به نظر هیچ ایراد و نقطه ضعفی ندارد؛ البته تا زمانی که سر و کله کامنت‌های منفی کاربران مثل مهمانی ناخوانده پیدا نشده باشد.

بی‌شک برای بازاریاب‌هایی که با دقتی مثال‌زدنی و وسواسی مانند کارگردان‌های درجه یک سینما محتوای بازاریابی تولید می‌کنند، مواجهه با کامنت‌های منفی کاربران مثل یک توفان مهیب است که همه امید و آرزوهای‌شان را از جا کنده و با خود می‌برد. شما را نمی‌دانم، ولی خیلی از بازاریاب‌ها در چنین شرایطی مثل ورزشکاران شکست خورده شروع به داد و بی‌داد می‌کنند. شاید هم کار به جاهای باریک کشیده و حتی پای مشتریان هم به دعوای کارآفرینان باز شود. این طوری نه تنها دیگر خبری از موفقیت در عرصه بازاریابی نیست، بلکه حتی اعتبار برند قصه‌مان هم در لبه پرتگاه قرار می‌گیرد. خب اگر کسی را سراغ دارید که بعد از مشاهده جر و بحث بی‌پایان یک برند با مشتریانش که بیشتر شبیه یک مبارزه خیابانی است، باز هم دل و دماغی برای خرید از آن برند خواهد داشت، ما را هم بی‌خبر نگذارید!

وقتی یک تیم فوتبال وارد استادیوم می‌شود، ممکن است بعضی از بازیکنان آن با شعارهای منفی هواداران رو به رو شوند. در این حالت اگر آن بازیکنان یا کل تیم تمرکزشان را از دست بدهند، بی‌برو برگشت مسابقه‌شان را سر هیچ و پوچ خواهند باخت و بعد از چند هفته حتی یک نفر هم دیگر آنها را به یاد نمی‌آورد. وضعیت شما در مواجهه با کامنت‌های منفی در شبکه‌های اجتماعی هم تقریبا شبیه مثال بالاست.

شاید کاربران به خاطر کمپین‌های قبلی شما ناراحت باشند، شاید هم فقط روز بدی داشته‌اند و با اندکی انتقاد از شما خواسته‌اند اعصاب خودشان را راحت کنند. در هر صورت شما اصلا حق ندارید از کوره در رفته و گول چنین کامنت‌هایی را بخورید، چراکه یک اشتباه از سوی شما کافی است تا برندتان با یک نفرین سیاه مواجه شود که نمونه‌اش را فقط در دنیای هری پاتر می‌شود پیدا کرد. ماجرا کم کم دارد حسابی جدی می‌شود، مگر نه؟

ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم کامنت‌های منفی کاربران در شبکه‌های اجتماعی را می‌شود مثل آب خوردن مدیریت کرد و حتی دست آخر کاربران ناراضی را تبدیل به هواداران پر و پا قرص برند نمود. در این بین هم شما فقط یک تکنیک‌های درست و دست اول برای مدیریت کامنت‌های منفی نیاز دارید. اگر دوست دارید یک بار برای همیشه از شر کابوس سریالی کامنت‌های منفی در شبکه‌های اجتماعی خلاص شوید، این مقاله کاملا مخصوص شماست. ما در ادامه قصد داریم خیلی رُک و پوست‌کنده بعضی از مهمترین تکنیک‌ها برای مدیریت کامنت‌های منفی کاربران را با شما در میان بگذاریم. خب، منتظر چه هستید؟ یک چای تازه دم برای خودتان بریزید تا کلاس درس‌مان را شروع کنیم!

مدیریت کامنت‌های منفی: تکنیک‌های طلایی برای رستگاری در شبکه‌های اجتماعی

حالا که یک مقدمه خودمانی درباره کامنت‌های منفی را پشت سر گذاشتید، کم کم باید خودمان را برای اصل مطلب آماده کنیم. ما برای اینکه شما مثل یک قهرمان المپیک حسابی خودتان را گرم کنید، قصد داریم در ابتدا کمی درباره ماهیت کامنت‌های منفی با شما حرف بزنیم. اصلا کامنت‌های منفی در شبکه‌های اجتماعی چیست و چرا کاربران بیشتر زیر پست برندها از آن استفاده می‌کنند؟ ما در ادامه سعی می‌کنیم خیلی خلاصه و جمع و جور به این سوال جواب دهیم.

همانطور که از اسم کامنت‌های منفی می‌شود حدس زد، این کامنت‌ها محتوایی انتقادی یا حتی توهین‌آمیز در قبال برندها دارند. معمولا ادعاهای عجیب و غریب برندها یا کیفیت فاجعه‌بار محصولات چنین کامنت‌هایی را به همراه دارد. در این صورت برندها مثل قهرمان‌های شکست خورده تا حدودی سزاوار انتقاد هستند. خب انتظار ندارید که مشتریان با روی خوش از اشتباهات شما استقبال کنند؟

در نقطه مقابل انتقادات منصفانه از برندها، بعضی از کاربران بدون هیچ دلیلی یا حتی به خاطر مشکلات کوچک شروع به انتقاد از برندها می‌کنند و مثل یک بوکسور عصبانی مداوم به برند بخت برگشته مقابل‌شان مشت می‌زنند. در این صورت مدیریت کامنت‌های منفی می‌تواند همان فرمول طلایی باشد که چنین برندهایی به آن نیاز دارند. اینطوری هم مشکل کاربران حل می‌شود، هم اعتبار و آبروی برند مورد بحث در یک چشم به هم زدن دود نشده و به هوا نخواهد رفت.

اگر موافق باشید بعد از تعریف جمع و جور کامنت‌های منفی یک راست برویم سراغ تکنیک‌های طلایی این حوزه. هرچه باشد ما اصلا دوست نداریم شما را منتظر بگذاریم. آن هم درباره موضوع مهمی مثل مدیریت کامنت‌های منفی در شبکه‌های اجتماعی!

کامنت‌های منفی را دست کم نگیرید: شروع کار با بزرگترین اشتباه بازاریاب‌ها

وقتی یک کاربر زیر پست برند شما در اینستاگرام یا هر پلتفرم دیگری یک کامنت منفی می‌گذارد، بدترین کاری که می‌شود کرد حذف فوری و بدون قید و شرط آن است. این کار برند شما را مثل یک دیکتاتور بزرگ و کاملا یک دنده نشان می‌دهد. شاید پیش خودتان بگویید اگر کامنت منفی یک کاربر خیلی زود حذف شود، اصلا کسی از آن خبردار نمی‌شود. قبول دارم این استدلال به اندازه کافی جذاب و هیجان‌انگیز هست که هر کسی را گول بزند، اما اگر کمی دور دست‌تر را هم مد نظر قرار دهید آن وقت این ایده دیگر خیلی هم ناب نخواهد بود.

فرض کنید شما یک شرکت تولید لوازم یدکی اتومبیل زده‌اید و با تلاش و پشتکار مثال‌زدنی در کمتر از پنج سال کمی کارتان را توسعه داده‌اید. در این صورت احتمالا به فکر بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی می‌افتید و انواع محصولات‌تان را از این طریق به مخاطب هدف معرفی خواهید کرد. حالا اگر در این بین یکی از کاربران از کیفیت لنت‌های ترمز شما انتقاد کند، چه واکنشی خواهید داشت؟

اگر قرار باشد شما از همان فرمول قدیمی حذف کامنت‌ها استفاده کنید، در چند هفته اول هیچ اتفاق خاصی نمی‌افتد و نهایتا کاربر مورد نظر یکی دو تا پست اعتراضی علیه شما آپلود می‌کند. شاید فکر کنید به همین راحتی همه چیز ختم به خیر شده است، اما فاجعه اصلی هنوز در راه است. وقتی کیفیت محصول شما بد باشد، مشتریان دیر یا زود دست‌تان را خواهند خواند. اینطوری با گذشت چند ماه شما تبدیل به معیاری برای سنجش کیفیت بقیه محصولات می‌شوید. به زبان خودمانی، مشتریان وقتی می‌خواهند بگویند محصولی به درد نمی‌خورد، خیلی راحت می‌گویند فلان محصول مثل تولیدات شرکت شماست. ماجرا خیلی ترسناک شد، نه؟

فکر می‌کنم حالا دیگر فهمیده باشید چرا کامنت‌های منفی را نباید دست‌کم گرفت یا حذف کرد، مگر نه؟ این کامنت‌ها وقتی فقط حذف شوند و هیچ رسیدگی به آنها نشود، خیلی زود مثل یک موج توفانی کاسه کوزه برندتان را خواهند شکست. پس به خاطر جایگاه برندتان در بازار هم که شده بیخیال حذف کامنت‌های منفی شوید. البته ما منظورمان این نیست که چنین کامنت‌هایی را به حال خودشان رها کنید، بلکه باید فورا عملیات ارتباط با کاربران مورد نظر را شروع کنید. مثلا می‌توانید بگویید دلیل شکایت یا ناراحتی کاربران چیست. به علاوه، ارائه یک شماره تماس یا ایمیل برای ارتباط سریع‌تر کاربران شاکی با برندتان نیز ایده بدی نخواهد بود.

تا یادمان نرفته بگوییم که شما لازم نیست در همان برخورد اول به دنبال حل و فصل مشکل کاربران عصبانی باشید. همین که نشان دهید کامنت آنها برای‌تان مهم است و به آن توجه می‌کنید، کافی خواهد بود. اگر از ما بپرسید، به شما توصیه می‌کنیم هر وقت کامنت منفی درباره برندتان دیدید، فورا یک جواب صمیمانه و خودمانی به آن بدهید. در آخر هم به کاربر مورد نظر قول دهید که فورا مشکل را بررسی کرده و آن را حل می‌کنید. اینطوری بدون اینکه خبری از دردسر اضافه باشد، می‌توانید خشم کاربران را کمی خاموش کرده و اندکی زمان برای خودتان بخرید.

عذرخواهی صمیمانه: کلید جلب رضایت کاربران!

فرض کنید شما قرار است فردا صبح یک ساعت زودتر از بقیه در شرکت حاضر شوید و خودتان را برای یک کنفرانس مهم در جمع سرمایه‌گذارها آماده کنید. احتمالا صبح چنین روز مهمی با هزار تا فکر و خیال از خانه خارج می‌شوید. شاید حتی پشت فرمان حواس‌تان خیلی به دور و اطراف هم نباشد. حالا اگر برخلاف عادت یک وارد یک ورود ممنوع شده و صدای ماشین‌های مقابل‌تان را در بیاورید، چه اتفاقی خواهد افتاد؟

سناریوی اول درباره وضعیت بالا درگیری لفظی شدید شما با طرف‌های مقابل است که می‌تواند کلی شما را معطل کرده و حتی پای پلیس را هم به ماجرا باز کند. در این صورت شما نه تنها زود به دفتر شرکت نمی‌رسید، بلکه حتی خود کنفرانس و شانس طلایی موفقیت‌تان را هم از دست خواهید داد. بی‌شک هر آدم عاقلی این سناریو را بدترین حالت ممکن می‌داند. در عوض سناریو دوم می‌تواند خیلی ساده‌تر از این حرف‌ها باشد. شما با یک عذرخواهی خودمانی می‌توانید در یک چشم به هم زدن رانندگانی که در آستانه از دست دادن کنترل‌شان هستند را طوری آرام کنید که انگار از اول هم مشکلی وجود نداشته است. اجازه دهید یک مثال درباره این تکنیک بزنیم. برند ورساچه بی‌چون و چرا یکی از بزرگترین نام‌های تجاری در صنعت مد و پوشاک محسوب می‌شود. برای خیلی از آدم‌ها تصور اینکه چنین برندی حتی یک اشتباه کوچک هم داشته باشد، بی‌نهایت دور از واقعیت است. باور کنید یا نه، ورساچه هم خیلی وقت‌ها اشتباه کرده است. با این حال سیاست کاملا روشن آنها در قبال اشتباهات و عذرخواهی صریح از مشتریان باعث شده کمتر کسی شکست‌های ورساچه را به یاد داشته باشد.

همین چند سال پیش برند ورساچه در روز ملی چین تیشرتی را رونمایی کرد که به طور غیرمستقیم حاوی توهین به حکومت این کشور می‌شد. چنین اقدامی خیلی زود با واکنش‌های گسترده مردم چین رو به رو شد و داشت تبدیل به یک بحران عظیم برای ورساچه می‌شد. در این بین برند ورساچه خیلی سریع با یک بیانیه رسمی از همه مشتریان و مردم دنیا به ویژه چینی‌ها عذرخواهی کرد. این برند سعی کرد نشان دهد این اشتباه غیرعمدی بوده و تیم طراحی تیشرت به اشتباه آن را انجام داده است. این امر در کنار جایگزینی طرح اولیه با یک نمونه بهتر خیلی زود ناراضیتی مشتریان را از بین برد و دوباره ورساچه تبدیل به همان برند دوست داشتنی مشتریان شد.

برخورد واقع‌گرایانه با مشکلات: قول و قرارهای عجیب ممنوع

وقتی کسی از دست برند شما عصبانی است و کامنت‌های منفی زیر پست‌های شما می‌گذارد، یکی از راه حل‌های دم دستی جایزه دادن به کاربر مورد نظر یا حتی دادن قولی مبنی بر برگرداندن هزینه خرید اوست. چنین ایده‌ای می‌تواند در یک دنیای کامل خیلی هم عالی باشد، اما راستش را بخواهید برای بسیاری از برندها چنین گزینه‌ای حتی در بهترین حالت ممکن هم امکان‌پذیر نیست. پس قبل از اینکه چنین قول و قراری با کاربران بگذارید، بد نیست کمی درباره توانایی برندتان برای انجام تعهداتش فکر کنید. اگر شما نتوانید هزینه خرید را به مشتریان برگردانید یا آن را با یک نمونه بهتر عوض کنید، دیگر هیچ راه برگشتی به لیگ قهرمانان کسب و کارها و به دست آوردن دل مشتریان نخواهید داشت؛ به همین راحتی!

ما در این بخش قصد نداریم به شما بگوییم چه کاری در قبال کامنت‌های منفی مشتریان انجام دهید، بلکه خواسته فقط این است که دور قول و قرارهای عجیب را خط بکشید. وگرنه دیر یا زود خودتان را به دردسری بزرگ می‌اندازید که به قیمت اعتبار برندتان تمام می‌شود.

یک مثال عالی از نحوه برخورد واقع‌گرایانه با اعتراض مشتریان مربوط به برند استارباکس است. این برند وقتی کاربران زیر پستش کامنت منفی می‌گذارند، خیلی سریع آنها را به ارتباط با بخش خدمات مشتری ترغیب می‌کند. همان طور که می‌بینید، در اینجا هیچ خبری از تعهد سفت و سخت به بازگرداندن پول مشتریان یا حتی جبران آن با یک سبد پر از نوشیدنی‌های استارباکس نیست. در عوض تیم بازاریابی این غول صنعت نوشیدنی مشتریان را به سوی بخشی که تخصص‌اش پیگیری مشکلات مشتریان است، هدایت می‌کند. این دقیقا همان کاری است که شما در مواجهه با کامنت‌های منفی، پس از توجه اولیه و عذرخواهی، باید انجام دهید. وگرنه نه تنها مشکل را حل نمی‌کنید، بلکه دستی دستی خودتان را در چاله‌ای بزرگ خواهید انداخت.

احترام مخاطب را حفظ کنید: تکنیکی کلیدی برای بازاریاب‌ها

سر و کار داشتن با یک عالمه از کاربران و مشتریانی که همیشه بهترین‌ها را می‌خواهند، کار ساده‌ای نیست. در این بین شما ممکن است خیلی راحت تمرکزتان را از دست داده و حواس‌تان به موقعیت حرفه‌ای‌تان نباشد. فکر می‌کنم خیلی خوب می‌دانید درباره چه چیزی داریم حرف می‌زنیم. اینکه بعضی از بازاریاب‌ها به محض شنیدن کوچکترین اعتراضی از سوی مشتریان شروع به داد و بی‌داد کرده یا حتی حس و حال یک بوکسور عصبانی داخل رینگ را پیدا می‌کنند، هیچ جوره قابل قبول نیست.

شما تحت هر شرایط و فشار کاری هم که باشید، باید همیشه کاملا حرفه‌ای رفتار کنید. دقیقا مثل شمشیربازی که حتی اگر دست آخر شکست هم بخورد، خیلی عادی و دوستانه با حریفش دست داده و به او تبریک می‌گوید. یادتان باشد در شبکه‌های اجتماعی و در بخش کامنت‌ها خیلی راحت ممکن است سوءتفاهم‌های بسیار عجیبی رخ دهد. پس تا جایی که می‌توانید فرصتی به این قبیل اشتباهات با کامنت‌های دو پهلو ندهید. قبول دارم گوش دادن به مشتریان، آن هم وقتی کلی اعتراض دارند، کار ساده‌ای نیست. اما یادتان باشد یکی از معدود راهکارهای موفقیت در عرصه کسب و کار همین است. دست آخر مشتریان شما را نه به خاطر محصولات شگفت‌انگیزتان، بلکه احترامی که برای‌شان قائل هستید به یاد خواهند آورد. پس تا وقتی می‌شود خیلی راحت با رفتار مودبانه مشتریان را میخکوب کرد، چرا راه سخت را انتخاب کنیم؟

شما در برابر کامنت‌های منفی وضعیت کارگردانی را دارید که در نشست خبری اکران فیلمش با انتقادات برخی از خبرنگارها مواجه شده است. اگر در این میان رفتار منطقی و حرفه‌ای داشته باشید، چه بسا همان خبرنگارهای منتقد آخر سر یک گزارش پر از تعریف و تمجید از فیلم‌تان تهیه کنند. این مثال به خوبی اهمیت رفتار حرفه‌ای و واکنش مودبانه به طرف مقابل را نشان می‌دهد. پس برای حفظ اعتبار برندتان هم که شده، جواب انتقادات و کامنت‌های منفی کاربران، حتی نمونه‌های خیلی تند، را کاملا عادی و با خونسردی بدهید.

بحث و گفت و گوی خصوصی با کاربران: به وقت رسیدگی دقیق‌تر به ماجرا

تا اینجای کار شما یاد گرفتید که چطور در برخورد اولیه با کامنت‌های منفی کاربران آرامش خود را حفظ کرده و ماجرا را به خوبی کنترل کنید. شاید فکر کنید دیگر با همین چند تا توصیه کلیدی کارتان ردخور ندارد و همه مشتریان از دست‌تان راضی خواهند بود. در این صورت باید حسابی ناامیدتان کنیم. چرا که مشتریان فقط زمانی از شما راضی می‌شوند که مشکلات پیش پای‌شان را کاملا حل کنید. این یعنی شما باید آستین‌ها را بالا زده و برای حل کامل مشکل وارد گود شوید.

آیا تا به حال برای‌تان پیش آمده در یک جمع، حتی دوستانه، بابت سوال پرسیدن حسابی خجالت‌زده شوید؟ چنین حس و حالی برای کاربران شبکه‌های اجتماعی بارها و بارها روی می‌دهد. کافی است خودتان را جای یک مشتری قرار دهید که یک کامنت اعتراضی درباره برندی زیر پست آن کسب و کار می‌گذارد و در یک چشم به هم زدن با این جواب که «مشکل‌تان را توضیح دهید» رو به رو می‌شود. چنین سوالی نه تنها به تیم‌های بازاریابی برای فهم مشکل مشتریان کمک نمی‌کند، بلکه به سادگی عصبانیت مشتری مورد نظر را هم بیشتر خواهد کرد. شاید بعضی از دوستان شما مهارت‌های ارتباطی بالایی داشته باشند و تقریبا از سخنرانی در هر شرایطی وحشت نکنند، اما قرار نیست همه مردم دنیا چنین ویژگی‌ای را داشته باشند. پس لطفا انتظارات‌تان از کاربران را کاهش دهید و آماده تعامل با آنها به سادگی هرچه تمام‌تر شوید، در غیر این صورت احتمالا هرگز روی خوشبختی در دنیای بازاریابی و کسب و کار را نخواهید دید.

اجازه دهید قبل از اینکه حسابی گیج‌تان کنیم، یک راست برویم سراغ اصل مطلب و ایده‌مان در این بخش را با شما در میان بگذاریم. اگر کاربران مشکل زیادی با بیان نظرات یا حتی شکایت‌شان درباره برند شما دارند، لازم نیست کاری کنید که آنها احساس خجالت کنند. یادتان باشد برای بعضی‌ها توضیح مشکل‌شان در قالب یک کامنت عمومی مثل این است که در یک ورزشگاه چند هزار نفری قرار باشد یک متن کوتاه را از رو بخوانند (امیدوارم هرگز چنین شرایط عجیبی را تجربه نکنید!). پس به جای اینکه حسابی کاربران عصبانی از دست برندتان را اذیت کنید، یک راست به سراغ دایرکت آنها رفته و یک پیام ساده به آنها بدهید. این طوری شانس‌تان برای جلب اعتماد کاربران مورد نظر و خاموش کردن شعله‌های خشم‌شان بیشتر خواهد بود.

شخصی‌سازی پیام‌ها: کمی صمیمیت هیچ وقت بد نیست!

وقتی اشتباهی از سوی یک برند روی می‌دهد و مشتریان حسابی اعصاب‌شان از دست شما خُرد است، یک پیام ساده کپی شده از سوی شما یا حتی جواب ربات چت نمی‌تواند مشکلات را حل کند. شرایط شما از این نظر شبیه خلبانی است که هواپیمایش دچار نقص فنی شده و باید کاملا دقیق و با لحنی مطمئن به مسافران مسئله را اطلاع دهد. بی‌شک اگر خلبان قصه ما با استرس زیادی ماجرا را بیان کند، دیگر حتی یک نفر هم در هواپیما خونسردی‌اش را حفظ نخواهد کرد. پس اگر دوست ندارید مشتریان همچنان از دست برندتان حرص بخورند و بازهم کلی کامنت منفی دریافت کنید، باید یک بار برای همیشه فکری به حال شخصی‌سازی پیام‌های ارسالی‌تان کنید.

شما لازم نیست برای جلب نظر کاربران یک پیام بی‌نهایت ادبی بنویسید. یادتان باشد نه شما یک رمان‌نویس مشهور هستید، نه قرار است متن‌تان زیر دست منتقدان ادبی سخت‌گیر برود. پس با خیال راحت به این فکر کنید که چه لحنی مورد پسند یک مشتری عصبانی قرار می‌گیرد. شاید این کار در ابتدا خیلی سخت باشد، اما قول می‌دهم بعد از کمی آزمون و خطا به نتایج باورنکردنی خواهید رسید.

اگر شما دنبال یکی از بهترین مثال‌ها در دنیای شخصی‌سازی پیام هستید، می توانید بدون معطلی سراغ خطوط هوایی دلتا لاین بروید. این شرکت همیشه با خدمات سطح جهانی‌اش مسافران را شگفت‌زده می‌کند. یکی از ساده‌ترین نمونه‌ها نیز مربوط به مسافری است که کیف وسایلش با تاخیر زیاد به دستش رسیده است. این مسافر خیلی راحت در قالب یک کامنت اعتراض‌اش را نسبت به سیاست دلتا لاین اعلام کرد. چند دقیقه بعد یکی از کارشناس‌های تیم خدمات مشتری دلتا لاین پیامی دوستانه برای این مسافر ارسال کرد و به او گفت علی رغم پایان یافتن شیفت کاری‌اش، مسئله را با مدیر مسئول خدمات مشتری شرکت در میان خواهد گذاشت تا مشکل را حل کنند.

شاید فکر کنید وقتی کسی به شما می‌گوید مسئله‌ای را با مدیر مافوقش در میان می‌گذارد، احتمالا روزها طول می‌کشد تا نتیجه‌ای دستگیرتان شود. خب در این صورت عملکرد فوق‌العاده سریع دلتا لاین حسابی شگفت‌زده‌تان خواهد کرد، چراکه چمدان مسافر قصه ما فقط دقایقی بعد از پیام اولیه دلتا لاین به دستش رسید و مسئله به خوبی و خوشی تمام شد. نکته جالب در این میان لحن بسیار دوستانه تیم خدمات مشتری این سرویس هواپیمایی است. به طوری که مسافر معترض قصه ما خیلی سریع احساس راحتی با طرف مقابل کرد و در کمال خونسردی به تیم خدمات مشتری دلتا لاین اعتماد کرده و برای دریافت چمدانش صبر کرد؛ به همین سادگی!

ادامه در صفحه ۸

آگهی فقدان سند مالکیت

نظر به اینکه آقای بابک صادقزاده به شماره ملی ۰۰۵۷۲۲۰۸۴۰ طی درخواست وارده شماره ۱۴۰۱۲۱۷۰۳۰۰۲۰۰۲۷۶۵ – ۱۴۰۱/۳/۲۲ با ارائه ۲ برگ استشهادیه و سایر مدارک لازم اعلام نموده ششدانگ یک باب ساختمان مسکونی به پلاک ثبتی ۱۲۱۲/۳۳ اصلی واقع در هروآباد بخش ۷ خلخال در دفتر املاک جلد ۷۱ صفحه ۱۲۲ ذیل ثبت ۱۱۵۰۷ به نام نامبرده ثبت، سند مالکیت به شماره چاپی ۵۷۵۳۰۳ سری الف صادر و تسلیم شده است و سند مالکیت مربوطه به علت جابجایی وسایل منزل مفقود شده است لذا مراتب در اجرای ماده ۱۲۰ آیین نامه قانون ثبت در یک نوبت آگهی می شود تا هر کس نسبت به پلاک مزبور معامله ای انجام داده یا مدعی وجود سند مالکیت نزد خود می باشد باید تا ده روز بعد از انتشار آگهی به این اداره مراجعه و اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت یا سند معامله تسلیم نماید و اگر ظرف مهلت مقرر اعتراضی نرسد و یا در صورت اعتراض اصل سند مالکیت یا سند معامله ارائه نشود بعد از طی تشریفات قانونی سند مالکیت المثنی به نام مالک صادر و تسلیم خواهد شد.

تاریخ انتشار: روز چهارشنبه ۱۴۰۱/۴/۸

بهروز شکوری- مدیر واحد ثبتی حوزه ثبت ملک خلخال

۳۳۵

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

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

برابر رای شماره ۱۴۰۱۶۰۳۱۸۶۰۳۰۰۲۲۱۴ مورخ ۱۴۰۱/۰۲/۲۲ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ناحیه ۲ رشت، تصرفات مالکانه بلامعارض خانم مینا قبادی قادیکلائی فرزند شیروان به شماره شناسنامه ۴۲۷ صادره از قائمشهر در قریه قلعه سرا در سه دانگ مشاع از ششدانگ یک قطعه زمین مشتمل بر بنای احداثی به مساحت ۸۲. ۱۱۳ متر مربع پلاک فرعی ۵۵۸ از اصلی ۱۰ مفروز مجزی از پلاک ۹۰ از اصلی ۱۰ واقع در بخش چهار رشت خریداری از مالک رسمی آقای حسین گرشاسبی گله پردسری محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۰۳/۲۴

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۰۴/۰۸

۵۶۳ م الف — رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه دو رشت- سعید بدوی

۳۱۶

اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک کوچصفهان

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

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

برابر رای شماره ۱۴۰۱۶۰۳۱۸۰۲۱۰۰۰۱۴۴ مورخ: ۱۴۰۱/۰۱/۳۱ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک کوچصفهان تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای علی یحیی زاده حشکوائی فرزند گل بشماره شناسنامه ۳ صادره کوچصفهان در ششدانگ یک قطعه زمین مشتمل بر بنای احداثی مساحت ۲۴۰۶/۵۵ متر مربع به پلاک ۱۶۲ فرعی مفروز و مجزی شده ۳ و ۸ فرعی از ۲ اصلی واقع در قریه نویده بخش ده گیلان از مالکیت رسمی خودش محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم و گواهی مربوطه را به این اداره تحویل نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۰۳/۲۴ سه شنبه

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۰۴/۰۸ چهارشنبه

۶۳۴ م الف — نرجس خلیلی لیمودهی - رئیس اداره ثبت اسناد و املاک کوچصفهان

۳۲۴

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

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

برابر رای شماره ۱۴۰۱۶۰۳۱۸۶۰۳۰۰۲۲۱۵ مورخ ۱۴۰۱/۰۲/۲۲ و رای اصلاحی ۱۴۰۱۶۰۳۱۸۶۰۳۰۰۲۷۷۲ مورخه ۱۴۰۱/۰۳/۰۷ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ناحیه ۲ رشت، تصرفات مالکانه بلامعارض آقای حجت گرفمی زاده حسینی فرزند ابراهیم به شماره شناسنامه ۲۵۹ صادره از رشت در قریه قلعه سرا در سه دانگ مشاع از ششدانگ یک قطعه زمین مشتمل بر بنای احداثی به مساحت ۸۲. ۱۱۳ متر مربع پلاک فرعی ۵۵۸ از اصلی ۱۰ مفروز مجزی از پلاک ۹۰ از اصلی ۱۰ واقع در بخش چهار رشت خریداری از مالک رسمی آقای حسین گرشاسبی گله پردسری محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۰۳/۲۴

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۰۴/۰۸

۵۶۱ م الف — رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه دو رشت- سعید بدوی

۳۱۷

آگهی فقدان سند مالکیت

خانم زهرا محمدی لرد بعنوان مالک ششدانگ پلاک ۱۵۶/۱۲۸۰ اصلی با ارائه دو برگ استشهادیه اعلام نموده اند که سند مالکیت ششدانگ یک باب ساختمان واقع در بخش هفت خلخال که در دفتر جلد ۱۲۸ صفحه ۲۲۸ ذیل ثبت ۲۱۹۹۰ به نام ایشان ثبت، و سند مالکیت به شماره چاپی ۹۴۲۴۱۰ صادر و تسلیم شده که در اثر سهل انگاری مفقود گردیده لذا مراتب در اجرای تبصره یک اصلاحی ماده ۱۲۰ آیین نامه قانون ثبت در یک نوبت آگهی می شود تا هر کس نسبت به پلاک مزبور معامله ای انجام داده یا مدعی وجود سند مالکیت نزد خود می باشد باید تا ده روز بعد از انتشار آگهی به این اداره مراجعه و اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت یا سند معامله تسلیم نماید و اگر ظرف مهلت مقرر اعتراضی نرسد و یا در صورت اعتراض اصل سند مالکیت یا سند معامله ارائه نشود بعد از طی تشریفات قانونی سند مالکیت المثنی به نام مالک صادر و تسلیم خواهد شد.

تاریخ انتشار: ۱۴۰۱/۰۴/۰۸

مدیر واحد ثبتی حوزه ثبت ملک خلخال- بهروز شکوری

۳۵۱

آگهی تغییرات شرکت رفاه بانو گیلانی شرکت سهامی خاص به شماره ثبت ۱۲۳ ۱۹ شناسه ملی ۱۴۰۰۴۸۵۸۸۹۵

به استناد صورت‌جلسه هیئت‌مدیره مورخ ۱۴۰۰.۰۴.۰۱ تصمیمات ذیل اتخاذ شد.

۱- آدرس قانونی شرکت از مکان قبلی به آدرس جدید استان گیلان شهرستان رشت بخش مرکزی شهر رشت ،محله شریعتی صیقلان، میدان صیقلان ،خیابان دکتر شریعتی ،پلاک ۲۲۰ پاساژ دیلمان، طبقه دوم واحد ۳۰ کدپستی ۴۱۸۳۶۳۴۸۴۵ تغییر یافت این مستند به‌منظور بررسی صحت محتویات سند تنظیمی به استناد صورت‌جلسه تنظیمی و ابرازی متقاضی صادر و اعتبار دیگری جهت ارائه به هیچ دستگاه ونهادی ندارد

پس‌از تأیید مندرجات این پیش سند ذی سمت می‌تواند جهت پرداخت‌های قانونی برابر راهنمای سامانه اقدامات لازم را به عمل آورد.

حجت‌الاسلام مظفری:

میراث بزرگ اسلامی ثمره خون شهدا و رهبری حکیمانه نظام اسلامی است

قم- خبرنگار فرصت امروز: رئیس کل دادگستری استان قم گفت: فداکاری‌های شهدا و علمای اسلام و رهبری‌های حکیمانه نظام اسلامی موجب شده اســت اصل دین به عنوان میراث بزرگ اسلامی به دست نسل امروز برسد. به گزارش روابط عمومی اداره کل اوقاف و امور خیریه اســتان قم، حجت‌الاسلام والمسلمین علی مظفری پیش از ظهر امروز در ســومین یادواره شهدای هفتم تیر مزار مقدس شیخان که در بقعه علی بن بابویه برگزار شد اظهار کرد: از اداره کل اوقاف استان قم به خاطر برگزاری این یادواره که نقش مهمی در گرامیداشت شهدا و پاسداشت فرهنگ شهادت دارد تشکر می‌کنیم. وی افزود: علما و بزرگان زیادی در طول تاریخ تلاش و مجاهدت کردند تا اصل دین اسلام به دست ما برسد و اکنون بعد از گذشت ۴۳ سال، توفیق خدمت به نظام اسلامی نصیب مسئولان فعلی شــده، نظامی که بر پایه فداکاری‌های شهدا و رهبری حکیمانه امام راحل و رهبر معظم انقلاب به پیروزی رسید و تثبیت شد. رئیس کل دادگستری استان قم با گرامیداشت یاد و خاطره همه شهدای انقلاب به ویژه شهید آیت‌الله بهشتی عنوان کرد: همه این بزرگان خون خود را فدا کردند تا احکام اسلامی به درستی اجرا شوند.

وی علمای اســلام را تالی تلو ائمه اطهار(ع) دانســت و تصریح کرد: تحصیــل در حوزه‌های علمیــه، تالیف کتب ارزشــمند دینی به ویژه کتاب‌های فقهی و مجاهدت در راه اسلام و قرآن، کارهای ویژه‌ای است که ثانیه ثانیه عمر علمای اسلام برای آنها هزینه شده است.

مظفری گفت: مراجع عظام تقلید و علمای اســلام در آسایش و رفاه زندگی نکردند بلکه با مشقت و سختی فراوان، به این نتایج دست یافتند و

برخی از آنها جانشان را بر سر این کار گذاشتند و اینجاست که در روایت می‌خوانیم «مداد العلماء افضل من دماء الشهداء» و امروز حوزه علمیه قم سرآمد و تداوم این حرکت عظیم علمی و مجاهدت سیاسی و اجتماعی است. رئیس کل دادگســتری استان قم تصریح کرد: حوزه قم در کنار دیگر حوزه‌های علمیه شیعی در ایران و خارج از ایران تلاش می‌کنند با تربیت شاگردان و سربازان امام صادق(ع)، از میراث بزرگ فقهی و علمی تشیع پاســداری کرده و برای ادامه این مسیر، طلایی را در شأن و تراز مکتــب اهل بیت(ع) آماده ورود به میدان کنند. وی امام خمینی(ره) را یکی از محصولات ممتاز حوزه‌های علمیه شیعی برشمرد و افزود: ایشان با رهبری انقلاب اسلامی، موجب تغییراتی جهانی شدند و این همه برکت و ثمره مثبت را برای جهان اسلام به ارمغان آوردند. مظفری با بیان اینکه شهید آیت‌الله بهشتی و مراجع عظام تقلید هم محصول حوزه علمیه قم بوده‌اند گفت: اگر روزی علی بن بابویه قمی و فرزندش شیخ صدوق، آثار حدیثی و فقهی بزرگی را به رشته تحریر درآوردند و منبع عظیمی برای حوزه‌های علمیه به وجود آوردند، امروز هم مراجع تقلید در همان مسیر گام بر می‌دارند و طلاب علوم دینی هم برای رسیدن به چنین جایگاهی تلاش می‌کنند. رئیس کل دادگســتری استان قم در بخش دیگری از سخنان خود عنوان کرد: ۵۰۰ آیه متقن قرآن به آیات الاحکام مشهور هستند که همه قوانین در آنها ذکر شده البته باید گفت همه آیات قرآن احکامی در خود دارند و باید از همه آنها برای داشتن برنامه‌ای مدون و منظم برای زندگی استفاده کرد.

وی با بیان اینکه چندین هزار عنوان و جلد کتاب راجع به ســنت و روایت توسط علمای شیعه نوشته شده است گفت: در ارتباط با حقوق مدنی و اجتماعی نیز کتب فراوانی وجود دارد و بر خلاف عقیده برخی که می‌گویند علما فقط راجع به احکام طهارت و نجاست کتاب نوشته‌اند، حقیقت چیز دیگری است. مظفری با اشاره به تاکید رهبر معظم انقلاب مبنی بر کمک حوزه‌های علمیه به مسئولان جمهوری اسلامی با توسعه فقه حکومتی خاطرنشان کرد: دولتمردان و مسئولان قوه قضائیه وظایف ســنگینی بر عهده دارند که شامل فهم درست احکام اسلامی و اجرای صحیح آنهاست و اگر مشکلی وجود دارد در یکی از این دو بخش است.

رئیس کل دادگســتری اســتان قم تاکید کرد: بر اساس نظر برخی علمای شیعه، لازم است نگاه مجددی در نحوه استنباط از احکام داشته باشیم و تمام آیات الاحکام و روایات و روح احادیث را کنار هم بگذاریم و از مجموعه دین، زمینه استنباط را فراهم کنیم.

شرکت گاز استان گیلان، تندیس برنزی جایزه ملی مدیریت انرژی را کسب کرد

رشت- خبرنگار فرصت امروز: هفتمین دوره جایزه ملی مدیریت انرژی، یکم تیرماه ۱۴۰۱ با حضور مسئولین، مدیران ارشد و متخصصان حوزه انرژی در مرکز همایش های سازمان مدیریت صنعتی برگزار شد و شرکت گاز استان گیلان در اولین حضور خود در این ارزیابی، موفق شد در بخش ساختمان‌های غیر مسکونی اداری تندیس برنزی این جایزه را دریافت نماید. به گزارش روابط عمومی گاز گیلان، عیسی جمال نیکویی مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان در این خصوص گفت: حضور در این جایزه موجب افزایش بهره‌وری، جلوگیری از اتلاف انرژی و ارتقای سطح توانمندی سازمان می شود.

وی با بیان اینکه انرژی و مصرف آن همواره یکی از موضوعات بسیار مهم در سطح کشور است، اظهار داشت: با توجه به روند افزایشی مصرف انرژی و همچنین محدود بودن منابع و لزوم حرکت در راستای توسعه پایدار و حفظ محیط زیست، توجه به موضوع اصلاح الگوی مصرف بسیار مهم و ضروری است.

جمال نیکویی در خاتمه با اشاره به ابلاغ ''سیاست های کلی اصلاح الگوی مصرف'' و ''سیاســتهای کلی اقتصاد مقاومتی'' از سوی رهبر فرزانه انقلاب اســلامی گفت: شرکت گاز استان گیلان با برنامه ریزی و انجام اقدامات مناسب، تمام تلاش خود را برای برداشتن گام های مؤثر به منظور اصلاح در روند مصرف انرژی به کار بسته است.

شایان ذکر است هدف از تعریف و اعطای جایزه ملی مدیریت انرژی،

ترویج استانداردهای سیستم مدیریت انرژی و معیارهای مصرف بهینه انرژی، توسعه فرهنگ دستیابی به اهداف سازمانی با استفاده از مفاهیم مدیریت انرژی و هم‌چنین ایجاد انگیزه و شــور و شوق جهت انجام این اقدامات در کشور است.

مدیرکل نوسازی مدارس استان مرکزی خبرداد:

۲۰ پروژه نوسازی مدرسه با هدف محرومیت‌زدایی استان مرکزی در حال اجراست

اراک- فرناز امیدی: مدیرکل نوســازی مدارس استان مرکزی با اشاره به اعتبار اختصاص یافته در حوزه محرومیت‌زدایی گفت: حدود ۸۰ میلیارد تومان در قالب ۲۰ پروژه در حوزه محرومیت‌زدایی استان استفاده شــده و از بین ۲۰ پروژه‌ای که وجود داشته ۲ پروژه تکمیل شده است. حسین محمدی در ستاد راهبری و هدایت حرکت‌های محرومیت‌زدایی قرارگاه امام حســن مجتبی (ع) با اشــاره به اعتبار اختصاص یافته در حوزه محرومیت‌زدایی اظهار داشــت: حدود ۸۰ میلیارد تومان در قالب ۲۰ پروژه در حوزه محرومیت‌زدایی اســتان استفاده شده که ۵۰ درصد تخصیص به میزان ۳۹ میلیارد تومان وجود داشــته است. وی افزود: از بین ۲۰ پروژه‌ای که وجود داشته ۲ پروژه تکمیل شده و به بهره‌برداری رســیده اســت و برای ۱۰ پروژه پیمانکار انتخاب شده و درمرحله اجرا هستند، اقدامات اجرایی ۸ پروژه انجام نشده است و به محض تخصیص اعتبار اقدامات اجرایی آن انجام می‌شود. مدیرکل نوسازی مدارس استان مرکزی تصریح کرد: در سطح شهرســتان اراک ۳ پروژه وجود داشت، پروژه نخســت در روســتای میقان بوده که در حال انجام است و پروژه دوم تمام شده و پروژه سوم در شهرک کوثر بوده که به جهت مشکلات مالکیتی هنوز اقدامات اجرایی آن شروع نشده است. محمدی عنوان کرد:

در شهرستان خمین یک پروژه وجود داشته که انعقاد قرارداد با پیمانکار انجام شــده است، عملیات اجرایی آن شروع شــده و حدود ۵۰ درصد پیشرفت فیزیکی داشته است، در شهرستان کمیجان ۴ پروژه بوده که تکمیل سه پروژه و احداث یک مرکز ۶ کلاسه است که با توجه به اینکه ۵۰ درصد تخصیص داده نشده هیچ کاری انجام نشده است.

وی ادامه داد: در شهرستان خنداب ۲ پروژه وجود داشته که درحال اجرا هستند، در شهرستان دلیجان پروژه ۱۲ کلاسه عترت را داشتیم و در زرندیه ۳ پروژه در نظر گرفته شده که یکی از آنها تکمیل و دو پروژه دیگر درحال اجرا است.

مدیــرکل نوســازی مدارس اســتان مرکزی بیان کرد: در ســطح شهرســتان ســاوه ۳ پروژه در نظر گرفته شــده که روستای احمدآباد ۱۰۰درصد پیشــرفت فیزیکی داشته و دو پروژه دیگر درحال اجراست، در شارند ۳ پروژه در نظر گرفته شده که هنرستان توره تکمیل شده و یکی دیگر از پروژه‌ها درحال اجراست و پروژه مدرسه شبانه روزی سمیه به جهت اینکه اعتبارات تکمیل نشده ممکن است با تاخیر مواجه شود.

محمدی خاطرنشان کرد: نامه‌ای تنظیم و به مراکز پانزده‌گانه آموزش و پرورش داده شــده تا مناطقی که نیاز به پروژه‌های محرومیت‌زدایی در حاشــیه شهرها دارند به ما اعلام شوند، ۷۳۷ کلاس درس در مراکز آموزش و پرورش در سطح محرومیت‌زدایی اعلام نیاز کردند.

وی در خصوص انتقال پروژه‌ها بیان کــرد: مبادله موافقت‌نامه‌ها به صورت ملی بوده اســت و طرح به ســرعت تامین اعتبار شده و ملاک مناطق روستایی بوده است که در سطح استان اعلام شده و ما هیچگونه دخل و تصرفی در انتقال پروژه‌ها نداریم.

نوریان:

پالایشگاه گاز ایلام تندیس برنزی و تقدیرنامه جایزه ی ملی انرژی را کسب کرد

ایلام- خبرنگار فرصت امروز: مدیرعامل شرکت پالایش گاز ایلام با اشــاره به اقدامات موثر انجام شــده در حوزه مدیریت انرژی، گفت: پالایشــگاه گاز ایلام در هفتمین جایزه ملی انرژی در بخش پروژه های صرفه جویی برای دو پروژه ارائه شده، موفق به کسب تندیس و تقدیرنامه گردید. به گزارش روابط عمومی، روح اله نوریان افزود: این ارزیابی بصورت سالیانه ازسوی سازمان مدیریت صنعتی با همکاری و حمایت نهادهای اصلی سیاست گذاری و نظارت در حوزه مدیریت انرژی شامل معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، سازمان انرژیهای تجدید پذیر و بهره وری انرژی برق ، شــرکت بهینه سازی مصرف سوخت و سازمان ملی اســتاندارد ایران انجام می شود. وی با بیان اینکه شرکت های مختلفی براساس الگوها و شاخص های از پیش تدوین شده، مورد ارزیابی فنی و سیستمی قرار می گیرند، اظهار داشت: این شرکت در بخش پروژه های

صرفه جویی با ۲ پروژه بازیابی جریان اتان ارســالی به فلر و جایگزینی سیســتم گرمایش کوره هوای گرم با هیترهای تابشی شرکت نمود که به ترتیب موفق به کسب تندیس برنزی تک ستاره و تقدیر نامه گردیده است. مدیرعامل شرکت پالایش گاز ایلام تصریح کرد: در پروژه ی بازیابی جریان اتان با نصب مبدل حرارتی کولد باکس همچنین یکسری تغییرات فرایندی و راه اندازی سیکل تبرید پروپان، بیش از ۳۰۰ هزارمترمکعب در روز، گاز اتان با ارزش بالا با شرایطی استاندارد بازیابی و به مبادی مصرف ارسال گردید. نوریان ادامه داد: در دیگر پروژه ارزیابی شده، تعویض ۱۵ دستگاه کوره هوای گرم راندمان پایین با هیترهای تابشی راندمان بالا در سوله ی کارگاه مرکزی و انبار انجام گردیده، که در نتیجه ی آن کاهش ۵۵ درصدی مصــرف گاز و کاهش ۹۴ درصدی مصرف برق در نواحی مربوطه حاصل شده است. لازم به ذکر است این شرکت در سال گذشته نیز موفق به کســب تندیس برنزی در حوزه ی فرآیندهای انرژی بر در این جایزه ی ملی شده بود.

مدیرعامل آب و فاضلاب جنوب غربی استان تهران :

۴ هزارو ۴۰۰ میلیارد تومان اعتباربرای اتمام پروژه های آبفای جنوب غربی استان تهران نیاز است

اسلامشهر- سحر عمروانی : مدیرعامل آبفای جنوب غربی استان تهران در نشست خبری با اصحاب رسانه شهرستان با بیان اینکه دومین ســال خشک در کشورسپری می شــود و ما با چالشهای فراوانی برای تامین آب مواجه هستیم گفت : با افت بارندگی وکاهش ذخیره آب در سدهای استان تهران ۳۳۰حلقه چاه در جنوب غربی استان تهران آب مردم را دراین مناطق تامین می کند .

ســعید الکایی با بیان این که ۶۰درصد مردم منطقه طبق چارچوب آب مصرف نمی کنند و الگوی مصرف افزایش چشمگیری داشته است ، مصرف روزانه آب در سه شهرستان را ۶۰۰ میلیون لیتر آب عنوان کرد و اظهار داشــت : درحالی که سرانه استاندارد آب درکشور ۱۵۰ لیتر به ازای هرنفر است این مقدار به ۲۲۴ لیتر به ازای هرنفر افزایش یافته است که بسیار بالاست .

وی گفت : ۱۰۹ مخزن آب در شهرستانهای اسلامشهر ،بهارستان و رباط کریم وجود دارد که بصورت شــبانه روزی رصد می شود تا مردم دچار مشکلات کم آبی نشوند.

مدیر عامل آبفای جنوب غربی اســتان تهــران درادامه با بیان این موضوع که هیچ پروژه ای در جنوب غربی اســتان متوقف نشده است

خاطرنشان کرد : سال گذشــته ۲۰۱ میلیارد تومان بودجه برای پروژه هــای آبی جنوب غربی مصوب شــد که تنهــا ۲۲ درصد آن محقق و تخصیص یافته است . الکایی افزود : ۴هزار و ۴۰۰ میلیارد تومان اعتبار برای اتمام پروژهای آب وفاضلاب درسه شهرستان نیاز است .

وی خاطر نشــان کرد : احداث تصفیه خانه شهرستان بهارستان در دوسال گذشــته با ۵۴۰ میلیارد اعتبار پیش بینی شده بود که درسال جاری نسبت به تورم به ۱۰۰۰ میلیارد تومان افزایش یافته است .

سعید الکایی با اشاره به افزایش سطح حفر عمق چاهای آب درمنطقه تاکیــد کرد : با افزایش ســطح حفرعمق چاه هــای آب به ۲۲۰ متر ، خطرات فرونشســت زمین افزایش پیدا می کند .وی افزود : فرونشست در شهرستانهای اسلامشهر بهارستان و رباط کریم به ۳۶ تا ۴۰ سانتی متر رســیده است که خطرات بســیار را در مصرف آب های زیرزمینی نشان می دهد .

لازم به ذکر اســت که در بخش دیگر از تصفیــه خانه رضی آباد ، واوان و آزمایشــگاه آب شرب منطقه بازدید شــد . مدیر عامل آبفای جنوب غربی اســتان تهران در بازدید از آزمایشگاه آب شرب جنوب غربی استان تهران با بیان اینکه خط قرمز شرکت آبفای جنوب غربی اســتان تهران کیفیت و سلامت آب شــهروندان است اظهارداشت : با اطمینان کامل می توان کیفیت آب درســه شهرستان اسلامشهر، بهارســتان و رباط کریم را ازبا کیفیت ترین آب هایی معرفی کرد که درســطح استان تهران توزیع می شود . لازم بذکر است که آزمایشگاه آب شرب منطقه علاوه براینکه آزمایشگاه معتمد محیط زیست هست ودرکنار تمام اســتانداردها ، اســتاندارد ایزو ۱۷۰۲۵ را از آبفای کل کشوردریافت کرده است.

اخبار

افزایش امکان مانور میان شبکه برق فوق توزیع باغملک و رامهرمز خوزستان

اهواز- شبنم قجاوند: مدیرعامل شرکت برق منطقه‌ای خوزستان با اشاره به تعویض هادی خط ۱۳۲ کیلوولت حد فاصل پست ۴۰۰ کیلوولت باغملک تا محل پست ۱۳۲ کیلوولت سیمان کارون، گفت: این اقدام باعث افزایش امکان مانور میان شبکه فوق‌توزیع باغملک و رامهرمز خواهد شد.

محمود دشت‌بزرگ اظهار کرد: عملیات تعویض هادی خط ۱۳۲ کیلوولت حد فاصل پست ۴۰۰ کیلوولت باغملک تا محل تیاف پست ۱۳۲ کیلوولت سیمان کارون شامل تامین تجهیزات، نصب و سیم‌کشی به طول ۲۱ کیلومتر مدار به پایان رسید و برقدار شد. وی با بیان اینکه این اقدام باعث افزایش امکان مانور در شبکه برق فوق‌توزیع باغملک و رامهرمز خواهد شد، افزود: افزایش امکان ترانزیت توان، بهبود قابلیت اطمینان شبکه ناحیه مارون و افزایش امکان بارگیری از ظرفیت منصوبه پست ۴۰۰ کیلوولت باغملک از دیگر اهداف بهره‌برداری از این پروژه است. به گفته مدیرعامل شرکت برق منطقه‌ای خوزستان ارزش سرمایه‌گذاری این پروژه ۱۵۰ میلیارد ریال بوده است. دشت‌بزرگ تصریح کرد: از مهرماه سال ۱۴۰۰ تاکنون ۵۱ کیلومتر مدار خط، ۳۳ کیلومتر هادی پرظرفیت و ۲۹ کیلومتر مدار فیبرنوری به بخش انتقال و فوق‌توزیع شبکه تحت نظارت این شرکت در استان‌های خوزستان و کهگیلویه و بویراحمد اضافه شده است. شرکت برق منطقه‌ای خوزستان مسئولیت تامین و انتقال برق در شبکه انتقال و فوق توزیع در دو استان خوزستان و کهگیلویه و بویراحمد را بر عهده دارد.

مدیر نگهداری و بهره برداری از تاسیسات آبی و برقابی شرکت آب منطقه ای مازندران اعلام کرد:

مشکل کم آبی جدی است/ تاکید بر ضرورت مدیریت مصرف

ساری - دهقان : جواد طوسی مدیر نگهداری و بهره برداری از تاسیسات آبی و برقابی این شرکت اعلام کرد: درحال حاضر میزان ذخیره آب در مخازن سدهای درحال بهره برداری استان ۴۳ درصد می باشد و آب بندان ها نیز ۴۸ درصد آب دارند. به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی شرکت آب منطقه ای مازندران، طوســی گفت: تامین آب اراضی شهرستان های ساری و میاندرود که از آب ســد شهید رجایی استفاده می کنند تا ۳۱ تیر امکان پذیر است. وی افزود: در حوزه هراز و شهرستان های آمل و محمودآباد به دلیل کاهش آورد رودخانه ای دچار چالش هستیم. مدیر نگهداری و بهره برداری از تاسیسات آبی و برقابی شرکت آب منطقه ای مازندران با اشاره به روند بسیار کاهشی وضعیت ذخیره سازی آب‌های زیرزمینی (آب خانه ها) مازندران نسبت به مدت مشابه پارسال خاطرنشان کرد: بر اساس پیش بینی‌های انجام شده مبنی بر بروز پدیده خشکسالی و نبود روان آب امسال در رودخانه‌های استان، کشاورزان مازندرانی به هیچ عنوان اقدام به عملیات کشت دوم برنج در شالیزارهای خود نکنند.

رییس سازمان صنعت معدن و تجارت قزوین:

بهبود نظام و ساختار توزیع کالا در قزوین پیگیری می‌شود

قزوین- خبرنگار فرصت امروز: رییس ســازمان صنعت معدن و تجارت قزوین گفت: بهبود نظام و ساختار توزیع کالا در قزوین با هدف حمایت از مردم و واحدهای صنفی پیگیری می‌شــود. به گزارش روابط عمومی سازمان صمت اســتان قزوین، عزیزاله افضلی روز چهارشنبه در همایش اصناف استان قزوین که به مناسبت روز ملی اصناف برگزار شد،افزود: در حوزه توزیع کالا مشکلاتی به چشم می خورد به طوری که در بسیاری از مواقع در تولید مساله ای وجود ندارد اما در مرحله توزیع با نواقص و خلاء هایی روبرو هستیم که موجب گران شدن کالا و دسترسی نامناســب مردم به آن می شود. این مسوول با اشاره به نقش اصناف و اتحادیه ها در کمک به دولت برای تحقق اهداف خود در حوزه بازار و تامین و توزیع کالاهای اساسی، گفت: بهبود ساختار و شبکه نظام توزیع کالا یکی از مطالبات جدی مردم است و بدون شک از اجرای آن اصناف نیز سود می برند. وی اظهار داشت: در این شرایط نوک پیکان انتقاد به سمت واحدهای صنفی است در حالی که خیلی از اوقات کسبه نیز در ایجاد چنین شرایطی دخالت ندارند و بسیاری از آنها موازین قانونی و شرعی و اخلاق کسب و کار را رعایت می کنند. رییس سازمان صنعت معدن و تجارت قزوین همچنین با اشاره به نیاز اصناف به سرمایه در گردش،گفت: در این خصوص پیگیر هستیم تا بخشی از منابع مالی مورد نیاز اصناف را تامین کنیم. این مسوول در ادامه به معضل فعالیت واحدهای صنفی بدون پروانه اشاره کرد و یادآورشد: ساماندهی واحدهای صنفی و پروانه دار کردن واحدهای بدون پروانه با جدیت در دستور کار قرار دارد و باید در این خصوص شاهد همکاری و جدیت اتحادیه ها و اتاق اصناف باشیم. وی در ادامه با اشاره به نقش مهم اصناف در پیشبرد اهداف اقتصادی کشور و توزیع کالا و خدمات بین جامعه،گفت: بدون همراهی و حضور موثر اصناف هیچ برنامه ای در بازار قابلیت اجرا و عملیاتی شدن ندارد.

نیاز قزوین به ایجاد مجتمع های صنفی در خارج از مرکز شهر قزوین

محمد فرج زاده رییس اتاق اصناف قزوین در این نشست با تشریح مسایل و مشکلات واحدهای صنفی گفت: میدان میوه و تره بار و همچنین بنکداری های قزوین در داخل و مرکز شهر است که این وضعیت زیبنده قزوین نیست. وی اظهار داشت: باید مسوولان استانی تدابیر لازم را به منظور ایجاد مجتمع های صنفی در نقاط مختلف شهری بیاندیشند. فرج زاده ها در ادامه خواستار کمک مسوولان استانی به منظور صدور پروانه برای مشاغل سیار و دستفروشان و تقویت نظارت بر فعالیت آنها شد و گفت: عدم توجه به این موضع موجب تضییع حقوق کسبه پروانه دار و همچنین فرار مالیاتی می شود. وی در ادامه با اشاره به تنگناهای اقتصادی که اصناف با آنها روبرو هستند، گفت: در این شــرایط مالیات اصناف به شــکل چشم گیری افزایش یافته و باید در این خصوص مراعات حال کسبه را که در همه دوران ها در خدمت مردم، دولت و حاکمیت بوده را داشت.

پس از رفع ایرادهای فنی و ایمنی:

جایگاه سی.ان.جی میدان میوه و تره‌بار برازجان بازگشایی شد

بوشــــهر- خبرنگار فرصت امروز: به گزارش روابط عمومی شهرداری و شورای اسلامی شهر برازجان، با پیگیری و تاکید مرتضی قدوسی شهردار، تلاش همکاران حوزه‌ی معاونت اجرایی شهرداری و پرسنل پیمانکار تعمیرات جایگاه سی.ان.جی میدان میوه و تره‌بار برازجان، تعمیرات و استانداردسازی این جایگاه که با هشدار اداره محترم استاندارد و شرکت ملی پخش فراورده‌های نفتی تعطیل شده بود به پایان رسید و این جایگاه بازگشایی گردید.

بنا بر این گزارش برای انجام مراحل استانداردســازی جایگاههای cng بالغ بر ۶۵۰ میلیون تومان هزینه گردیده و جایگاه مذکور تره بار هم‌اکنون در حال خدمت‌رسانی به شهروندان عزیز برازجانی و دیگر مراجعین و جایگاه گلستان نیز در حال انجام مراحل بازگشایی است.

تعویض و افزایش ظرفیت ایستگاه تقلیل فشار گاز زرین گل علی‌آباد کتول

گرگان- خبرنگار فرصت امروز: محمدرضا قنبریان مدیر امور مهندسی و اجرای طرح‌های شرکت گاز استان گلستان از اجرای موفق تعویض ایستگاه ترکیبی گاز زرین گل شهرستان علی‌آباد کتول خبر داد. وی در این خصوص گفت: باهدف افزایش ظرفیت و تقویت فشار گاز و همچنین تأمین گاز پایدار مردم منطقه و صنایع مسیر، ایستگاه تقلیل فشار گاز زرین گل علی‌آباد کتول تعویض شد.قنبریان تصریح کرد: برابر برنامه‌ریزی صورت گرفته و حسب کارشناسی‌های انجام‌شده، با توجه به افزایش جمعیت و تعداد صنایع منطقه، مقرر گردید برای تأمین و استمرار جریان گاز و مرتفع شدن نگرانی مردم و صنایع مسیر در آینده، ظرفیت ایستگاه مذکور افزایش یابد. مدیر امور مهندسی و اجرای طرح‌های شــرکت گاز استان گلستان اظهار داشــت: در حال حاضر ظرفیت ایستگاه ترکیبی گاز زرین گل از ۳ هزار به ۱۰ هزار مترمکعب ارتقاءیافته که درمجموع بابت اجرای پروژه افزون بر ۴ میلیارد و ۵۰۰ میلیون ریال از محل بودجه‌های عمرانی شرکت هزینه شده است. وی در پایان با تقدیر از واحدهای مجری این عملیات به‌ویژه کارکنان دفتر نظارت و اداره گاز شهرستان علی‌آباد کتول ادامه داد: نظربه اینکه تعداد مشترکین گاز استان اعم از واحدهای خانگی، تجاری و صنعتی به میزان قابل‌توجهی در حال افزایش است، بنابراین شرکت در راستای رسالت تأمین گاز مستمر و ایمن به‌منظور حصول اطمینان خاطر مشترکین عزیز، با شناسایی و رصد مطالعاتی، مقدار مصرف گاز مجموعه مصرف‌کنندگان را کنترل و نسبت به ظرفیت‌سازی مناسب با تعویض، نسبت به تقویت و افزایش ظرفیت ایستگاه‌ها اقدام می‌نماید.

سیزدهمین دوره کارگاه مهارت آموزی زایمان طبیعی

رشت- خبرنگار فرصت امروز: در راستای اجرای برنامه کشوری ترویج زایمان طبیعی ،ســیزدهمین دوره کارگاه مهارت آموزی زایمان طبیعی ویژه ماماها با ۶ امتیاز آموزش مداوم طی دو روز در سالن مهارت های بالینی دانشکده پرســتاری و مامایی شهید بهشتی رشت برگزار شــد. درراستای اجرای برنامه کشوری ترویج زایمان طبیعی ،سیزدهمین دوره کارگاه مهارت آموزی زایمان طبیعــی ویژه ماماها با ۶ امتیاز آموزش مداوم طی دو روزدر تاریخ ۵و۶ تیر ماه ۱۴۰۱ در سالن مهارت های بالینی دانشکده پرستاری و مامایی شهید بهشتی رشت برگزارشد. گفتنی است مباحث تئوری و عملی این کارگاه توسط اعضای هیئت علمی دانشــگاه علوم پزشکی گیلان دکتر سودابه کاظمی پریناتولوژیســت، دکتر فرشته فکور _ آنکولوژیست ، دکتر رویا کبود مهری فلوشیپ نازایی، دکتر ماندانا منصور قناعی متخصص زنان و زایمان، دکترآتوسا اعتضادی متخصص زنان و زایمان، دکتر گلاره بی آزار _متخصص بیهوشی، دکتر فاطمه حاجی هادی، متخصص زنان و زایمان تدریس شد.

مدیریت کامنت‌های منفی در شبکه‌های اجتماعی: هر آنچه بازاریاب‌ها باید فوت آب باشند!

ادامه از صفحه ۶

استفاده از اسم کوچک کاربران، بیان توضیحات خودمانی درباره مشکلات مربوط به تجربه بد آنها و در نهایت تلاش برای تبدیل کاربران معترض به دوستان برندتان هیچ وقت ایده بدی نیست. پس لطفا دفعه بعدی که با کاربران معترض و کامنت‌های منفی‌شان رو به رو می‌شوید، یادتان نرود کمی شخصی‌سازی پیام‌تان می‌تواند تفاوت‌های بزرگی را رقم بزند.

پاسخ سریع و کامل: مهمترین تکنیک در مدیریت کاربران عصبانی

وقتی کســی از دست شما عصبانی است، اینکه ماجرا را خیلی طول دهید و منتظر معجزه باشید حسابی دردسرساز می‌شود. فرض کنید شما در یک مسابقه فینال بسکتبال NBA مربی تیمی هستید که دو امتیاز عقب است و فقط یک دقیقه هم از وقت مسابقه باقی مانده است. در این صورت شما باید خیلی سریع ایده‌ای به بازیکنان‌تان بدهید تا هرچه زودتر شانس قهرمانی‌تان را برگردانند. وگرنه در کمتر از ۶۰ ثانیه ممکن است حتی موقعیت شغلی‌تان را هم از دست بدهید. در دنیای بازاریابی هم اگر شما دیر بجنبید، نه تنها کاربران عصبانی را مدیریت نکرده‌اید، بلکه مهر اخراج‌تان هم در یک چشم به هم زدن صادر می‌شود. آن وقت برای چند دقیقه غفلت باید ماه‌ها دنبال شغلی تازه بگردید.

اجازه دهید برای اینکه مثال‌مان خیلی کسل‌کننده نشود، شما را به یک چالش دعوت کنیم. همین الان از شما می‌خواهیم سراغ اکانت رسمی یکی از برندهای بزرگ مثل تسلا، اپل، آدیداس یا هر اسم بزرگ دیگری که دوست دارید، بروید. بعد هم خیلی راحت یک کامنت اعتراضی در زیر آخرین پست برند مورد نظرتان بگذارید. باور کنید یا نه، احتمالا در کمتر از پنج دقیقه پاسخی از سوی برند مورد نظر دریافت خواهید کرد. باور نمی‌کنید؟ کافی است فقط برای یک بار هم که شده امتحان کنید!

قبول دارم جواب دادن سریع به کامنت‌های منفی کاربران ایده بی‌نهایت هیجان‌انگیزی به نظر می‌رسد و می‌تواند شما را از یک باخت سه هیچ به یک کامبک رویایی برساند، اما اینکه شما چه جوابی به مخاطب‌تان می‌دهید هم مهم است. به زبان خودمانی، شما نمی‌توانید یک جواب سربالا به کاربران بدهید و بعد هم انتظار داشته باشید تمام مشکلات به خوبی و خوشی تمام شود. این طور وقت‌ها عصبانیت کاربران دو برابر شده و دیگر هیچ راه برگشتی هم برای شما باقی نماند.

یک جواب سریع و استاندارد به کاربران می‌تواند شامل عذرخواهی صریح و همین طور وعده پیگیری دقیق ماجرا باشد. اگر در این بین شــما شــماره تماس یا یک راهنمایی کوچک برای ارتباط کاربر عصبانی‌تان با افراد دقیق هم رو کنید، دیگر مو لای درز کارتان نخواهد رفت. نتیجه کار هم تبدیل شــدن برند شــما به همان قهرمانی است که مشتریان و کاربران شبکه‌های اجتماعی سال‌هاست انتظارش را می‌کشند.

توضیح دقیق مسئله برای کاربران: چرا برندتان خرابکاری کرده است؟

از قدیم گفته‌اند «اشتباه در دنیای کسب و کار کاملا طبیعی است» و کارآفرینان هم خیلی خود و تیم‌شان را بابت اشتباهات مختلف سرزنش نمی‌کنند. این نکته می‌تواند برای کارآفرینان صفر کیلومتر قوت قلب بی‌نهایت عالی باشد، اما اصلا به این معنا نیست که با آغوشی باز به استقبال اشتباهات مختلف در دنیای کسب و کار بروید؛ مخصوصا اشتباهات عجیب و غریب!

وتی برندی در حد و اندازه اپل سری جدید آیفون را رونمایی می‌کند، همه انتظار دارند با گوشی هوشمندی بی‌نهایت حرفه‌ای و بی‌عیب رو به رو شوند. حالا اگر در این میان بعضی از کاربران مشکلات فنی مربوط به دوربین این محصول را تجربه کنند، احتمالا یک جای کار حسابی ایراد دارد. در این صورت به احتمال زیاد کاربران در شبکه‌های اجتماعی حسابی از خجالت اپل درخواهند آمد. استراتژی قدیمی لاپوشانی کامنت‌های منفی در چنین شرایطی هیچ کمکی به اپل یا هر برند دیگری نخواهد کرد. در عوض اگر شما همان اول کار تعامل نزدیکی با کاربران داشته باشید، شاید امیدی به بهبود وضعیت‌تان باشد.

بی‌شک هیچ برندی نمی‌تواند یک شبه عصبانیت مشتریانی که با کلی امید و آرزو محصولی را خریده و بعد هم حسابی ناامید شــده‌اند، کاهش دهد. در عوض، شــما باید کم کم اوضاع را درست کنید. دقیقا مثل کشاورزی که برای دیدن نتیجه کارش باید چند ماهی صبر کند و حواسش به همه جزییات کار هم باشد. پس لطفا همین الان هر فکر و خیالی درباره تغییر شرایط در یک چشم به هم زدن دارید، کنار بگذارید.

تکنیک ما در این بخش برای شما توضیح دقیق و بی‌حاشیه دلیل بروز مشکل برای کاربران است. اگر بخواهیم از همان مثال برند اپل استفاده کنیم، باید گفت شما می‌توانید به عنوان مسئول تیم بازاریابی با حتی خدمات مشتری خیلی رُک و پوست‌کنده دلیل بروز مشکلات را در قالب کامنت به کاربران ناراضی توضیح دهید. در کنار این مسئله نیز باید نیم نگاهی به حل و فصل مشکل به بهترین شکل ممکن داشته باشید. این طوری دیگر لازم نیست با زمین و زمان بجنگید و دست به اقدامات عجیبی مثل حذف کامنت‌های منفی بزنید. یادتان باشد اگر مشتریان از کار شما ناراضی هستند، مقصر اول و آخر خودتان هستید. پس به جای اینکه دنبال مقصر دیگری بگردید، مسئولیت کارتان را قبول کرده و توضیحی شفاف درباره دلیل بروز مشکل به کاربران بدهید. شاید این کار در نگاه اول خیلی ساده به نظر برسد، اما قول می‌دهم با یک بار امتحانش دیگر هیچ جوره بی‌خیال این تکنیک نخواهید شد.

درس گرفتن از اشتباهات: توسعه پله پله کیفیت کاری!

اگر یادتان باشد در بخش‌های قبلی گفتیم بروز اشتباه در عرصه کسب و کار امر رایجی است و اصلا قرار نیست کسی بی‌عیب و نقص باشــد. خب هرچه باشــد در عرصه کاری شما با آدم‌های واقعی رو به رو هستید، نه ربات‌های کاملا هوشمند. پس سطح انتظارات‌تان را پایین آورده و بی‌خودی اعضای شرکت را اذیت نکنید. شاید فکر کنید ما داریم خیلی کار را ساده می‌کنیم و اصلا میانه خوبی با دستپاچه شدن بابت کامنت‌های منفی نداریم. در این صورت باید بگوییم کاملا در اشتباهید، چراکه حرفه‌ای‌ها در دنیای کسب و کار شاید اشتباه کنند اما طوری از آن درس می‌گیرند که دیگر بابت آن خیال‌شان راحت باشد. ماجرا جالب شد، نه؟

خیلی‌ها معتقدند کارآفرینان بزرگ باید دست کم چند سالی را در دانشکده‌های معتبر دنیا سر کرده باشند. وگرنه بالاخره یکجا کارشــان به مشــکل می‌خورد و دیگر هیچ اسمی از آنها در عرصه کسب و کار به گوش نخواهد رسید. ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم هر کارآفرینی باید همیشه آماده یادگیری نکات تازه باشد، اما خیلی تاکید سفت و سختی برای تحصیل آکادمیک نداریم، چرا که گاهی اوقات می‌شود حتی از کامنت‌های منفی کاربران هم کلی درس‌ها یاد گرفت. هرچه باشد یک اشتباه یک خطایی از سوی شما باعث نارضایتی کاربران و کامنت‌های منفی‌شان شده. پس بد نیست کمی به خودتان زحمت بدهید و ریشه مشکلات را پیدا کنید. فکر می‌کنم لازم به توضیح دادن نباشد که بعد از پیدا کردن دلیل بروز مشکلات و نارضایتی کاربران چه باید بکنید، مگر نه؟ اجازه دهید قبل از اینکه خیلی تند برویم، برای کسانی که هنوز متوجه نشده‌اند بعد از پیدا کردن ریشه نارضایتی کاربران چه کاری باید انجام دهند، یک توضیح اضافه بدهیم. وقتی شما فهمیدید چرا کاربران از دست‌تان عصبانی هستند، تقریبا نیمی از مســیر موفقیت را طی کرده‌اید و فقط کافی اســت با کمی پرس و جو از کارشــناس‌های خبره راه حل ماجرا را پیدا کنید. این طوری شــما تبدیل به سوپراســتاری می‌شوید که بعد از شکست خوردن دوباره روی پاهایش ایستاده و تلاش می‌کند؛ همینقدر جالب و هیجان‌انگیز!

سخن پایانی

مدیریت کامنت‌های منفی در شبکه‌های اجتماعی یک استراتژی دلبخواهی برای برندها و دست اندرکاران بازاریابی نیست. اگر شما برای یک لحظه هم که شده حواس‌تان از کامنت‌های منفی پرت شود یا خیال کنید با حذف سرسری آنها همه چیز به خوبی و خوشی تمام می‌شود، فقط و فقط صورت مسئله را پاک کرده‌اید، چراکه در آن سوی ماجرا هنوز چندتایی کاربر عصبانی باقی مانده‌اند و خیلی زود عصبانیت‌شان مثل یک ویروس خطرناک بین بقیه مشتریان هم پخش خواهد شد. پس همین امروز بی‌خیال راه و روش‌های به درد نخور قبلی شوید و مدیریت کامنت‌های منفی با توصیه‌های این مقاله را شروع کنید.

من و همکارانم در روزنامه فرصت امروز امیدواریم نکات مورد بحث در این مقاله به شما برای آشنایی با تکنیک‌های مدیریت کامنت‌های منفی کمکی هرچند کوچک کرده باشد. اگر سوال یا نکته‌ای در این رابطه داشتید، ما همیشه از دریافت آنها خوشحال می‌شویم. پس مثل همیشه خیلی راحت و خودمانی آن را همین جا با ما در میان بگذارید. قول می‌دهیم در کوتاه‌ترین زمان ممکن به کمک‌تان بیاییم تا دوباره تخته گاز به سوی موفقیت در عرصه کسب و کار حرکت کنید.

منابع: https://www.socialpilot.co/blog/negative-comments-social-media

فرصت امروز
روزنامه مدیریتی - اقتصادی
| چهارشنبه | ۸ تیر ۱۴۰۱ | شماره ۲۰۴۲ | صفحه ۸ |
صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز
مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی
چاپ: هنر سرزمین سبز
دفتر مرکزی: مطهری، خیابان علی‌اکبری، پلاک ۱۱۵
دفتر مرکزی: ۸۸۳۱۷۷۳۸
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۳۲۰۹۶۰
آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS
WWW.FORSATNET.IR
INFO@FORSATNET.IR

چطور در آمازون درآمدزایی کنیم؟

به قلم: الکساندرا شیهان
کارشناس مدیریت فروش
ترجمه: علی آل‌علی

درآمدزایی در دنیای آنلاین یکی از مهمترین اهداف برای هر کارآفرینی محســوب می‌شــود. این روزها دیگر خبری از کسب و کارهای حضوری و محبوبیت آنها در میان مشتریان نیســت. درســت به همین دلیل حتی برندهایی که ســابقه بسیار طولانی در زمینه فعالیت حضوری دارند نیز کم کم به سراغ عرصه دیجیتال و فعالیت حرفه‌ای در این میان کشیده شــده‌اند. این امر نوید روزهای پــر از رقابت در دنیای آنلاین را می‌دهد.

کسب و کارهایی که به طور معمول برای فروش محصولات با خرده فروشــی‌های حضوری همکاری داشتند، این روزها بیشــتر از هر زمان دیگری به آمازون توجه نشــان می‌دهند. آمازون به عنوان یکی از بزرگترین فروشــگاه‌های آنلاین دنیا جذابیت بســیار زیادی برای کاربران دارد. درســت به همین خاطــر برخی از برندهای بزرگ بــه جای فروش حضوری به طور کامل روی این الگوی کســب و کار تمرکز کرده‌اند. این امر می‌تواند جذابیت بســیار زیادی برای مشــتریان داشته و حتی میزان فروش یک برند را نیز به شدت افزایش دهد.

آمازون در دنیای امروز به مشتریان امکان مقایسه بی‌نهایت محصول مختلف با هم را داده و شرایط را برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف بیش از هر زمان دیگری مساعد می‌سازد. نکته مهم اینکه شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف همیشــه باید به دنبال بهبود روند کاری‌تان باشــید. این امر می‌تواند سازگاری هرچه بهتر با آمازون و شرایط درآمدزایی از آن نیز باشد. چنین نکته‌ای به طور معمول مورد بی‌توجهی کارآفرینــان و برندها قرار می‌گیرد. درســت به همین دلیل همیشه برای جلب نظر مشــتریان با مشکلات بسیار زیادی رو به رو می‌شوند.

هــدف اصلی در ایــن مقاله آموزش برخــی از راهکارهای حرفه‌ای برای تاثیرگذاری بر روی مشــتریان و بهینه‌ســازی وضعیت برندها در آمازون اســت. این امر می‌تواند شما را در کانون توجه مشتریان قرار دهد. یادتان باشد دنیای امروز به طور کامل بر مدار فروش آنلاین می‌گذرد. درســت به همین دلیــل باید تمــام آمادگی‌تان در این میــان را ارتقا داده و به دنبال جلب نظر مشتریان باشید. در ادامه برخی از مهمترین نکات بــرای درآمدزایی برندها از آمازون را مورد ارزیابی قرار می‌دهیم.

ترکیب محصولات با هم

محصــولات ترکیبی به طــور معمول توجه بیشــتری در میان مشــتریان ایجاد می‌کند. این امر می‌تواند برای شــما هزینــه جالب توجهی به همراه داشــته و حتی شــانس تان بــرای تاثیرگذاری بــر روی مخاطب هدف را نیز به شــدت افزایــش دهد. برخی از مشــتریان وقتی به دنبال خرید یک محصول هستند، وقتی آن را در کنار سایر محصولات مرتبط و کاربردی مشــاهده کنند تمایل بالاتری برای خرید نشــان می‌دهند. این امر می‌تواند برای شــما جذابیت بسیار زیادی به همراه داشــته و حتی فرصت تاثیرگذاری بر روی مخاطب هــدف را نیز دوچندان کنــد. یادتان باشــد در دنیای امروز بســیاری از برندها برای تاثیرگــذاری بر روی مخاطب هدف همیشه مشــکل رقبای بزرگ را دارند. شــما نیز در آمازون چنین وضعیتی را تجربه خواهید کرد.

راهکار ما برای مشکل فوق تلاش برای ترکیب محصولات با هم و ارائه یک ســبد خرید هیجان‌انگیز اســت. اگر در این میان تخفیف مناســبی نیز برای ســبد خرید مورد نظر ارائه کنید، دیگر جلب نظر مشــتریان حتمی خواهد بود. این امر می‌تواند برای تمام مشــتریان بی‌نهایت جذاب بوده و کارتان را به طور چشمگیری توسعه دهد. از این نظر شما می‌توانید به طور حرفه‌ای کارتان را توســعه داده و شــرایط‌تان را نیز بهینه‌سازی نمایید.

یادتان باشــد شــما برای ترکیب محصولات با هم نیاز به استفاده از شرایط متفاوتی دارید. این امر باید برای مشتریان اندکی هیجان به همراه داشته و به شما فرصت تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را نیز بدهد. پس همیشــه کمی پیش از ترکیب محصولات‌تان یک نظرخواهی کوتاه از مشتریان را مد نظر قرار دهید. این امر شــما را به طور چشمگیری در کانون توجه مخاطب هدف قرار می‌دهد. این امر می‌تواند برای شما جذابیت‌های قابل ملاحظه‌ای به همراه داشته و شانس‌تان در عمل را نیز به شدت افزایش دهد.

مذاکره درباره تخفیف‌ها

تخفیف‌هــا در آمازون یکــی از جذابیت‌هــای اصلی برای مشــتریان محصول می‌شــود. این امر می‌تواند برای شما به مثابه جلب نظر مشــتریان تازه با تخفیف‌های مناسب باشد. یکی از اشــتباهات برندها تلاش بــرای افزایش تخفیف‌ها به طور چشمگیر است. این امر می‌تواند برای شما دردسر زیادی به همراه داشــته و حتی شرایط تان را نیز به شدت پیچیده سازد. اگر مشتریان همیشــه فقط محصولات برند شما را با تخفیف خریداری کنند، احتمالا شــما خیلی زود کارتان به مشکل خورده و حتی شــانس تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور حرفه‌ای را نیز پیدا نمی کنید. نکته مهم اینکه شما برای بهینه‌سازی شرایط‌تان در دنیای امروز باید همیشه درباره تمام نکات منطقی عمل کنید.

توصیه ما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف استفاده از شــرایط متفاوت و تاثیرگذاری بــر روی مخاطب هدف به طور حرفه‌ای اســت. این امر می‌تواند شما را در کانون توجه مشــتریان قرار داده و شما را بدل به برندی متفاوت در میان انبوهی از برندهای کلیشــه‌ای کند. درســت به همین خاطر اگر شــما به دنبال جلب نظر مشتریان هستید، باید تعادلی میــان ارائه تخفیف و ایجــاد جذابیت‌های ســاختاری برای مشــتریان‌تان کنید. این جذابیت‌ها می‌تواند شــامل ساختار برند شما، ارزش‌ها و نحوه حضور در بازار باشد.

امــروزه بســیاری از برندهــا برای جلب نظر مشــتریان از کمپین‌های بازاریابی مختلف سود می‌برند. این امر می‌تواند به خوبی بیانگر اهمیت طراحی کمپین‌های بازاریابی حرفه‌ای باشــد. در این صورت مشتریان در آمازون و دیگر سایت‌های خرید آنلاین حتی حاضر به ثبت ســفارش در صورت فقدان تخفیف از ســوی برند شما نیز خواهند بود. این امر می‌تواند شرایط شما را به طور چشمگیری توسعه داده و شانس‌تان در بازار را نیز بهینه‌سازی نماید.

یادتــان باشــد در دنیای امروز بســیاری از کاربــران برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف شــرایط بســیار دشواری دارنــد. این امر می‌تواند شــما را با چالش‌هــای زیادی رو به رو ســازد. در این میان راهکار تخفیف بیشتر همیشه کارساز نیســت. درســت به همین دلیل شــما باید اندکــی بر روی جذابیت‌های برندتان برای مشــتریان نیز کار کنید. این امر در کنار یک تخفیف منطقی می‌تواند برند شــما را به سوی موفقیت در آمازون هدایت کند. نتیجه این امر امکان فروش بالای برند در عرصه کســب و کار و جلب نظر مشــتریان در مدت زمانی اندک خواهد بود.

بهینه‌سازی فهرست محصولات

هر برندی در آمازون امکان داشتن یک فهرست محصولات دقیــق برای خودش را دارد. متاســفانه برخــی از برندها در این میان برای تاثیرگذاری بر روی مشــتریان فقط به دنبال اســتفاده از شرایطی مانند ارائه تخفیف یا معرفی محصولات پشت سر هم هستند. این امر می‌تواند در مدت زمانی کوتاه توانایی برند شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را از بین ببرد. درست به همین دلیل باید برای معرفی محصولات تازه یک فهرســت دقیق از آنها پیش روی مخاطب هدف‌تان قــرار دهید، در غیر این صورت شــاید هرگــز فرصتی برای تاثیرگذاری بــر روی مخاطب‌تان پیدا نکرده و کارتان نیز به طور مداوم با چالش‌های شــدید رو به رو شود. این نکته شما را به طور مــداوم در بحرانی عمیق برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف قرار می‌دهد.

یک دســته‌بندی درســت و اصولی از محصولات می‌تواند نقــش مهمی در تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف داشــته باشــد. این امر به شــما فرصت خوبی برای بهینه‌سازی روند کاری‌تان داده و دسترسی مشتریان به محصولات متنوع‌تان را نیز ساده می‌سازد. یادتان باشد در آمازون با کلی محصول مختلف اگر مشــتریان امکان پیدا کردن محصولات شما به ســاده‌ترین شکل ممکن را نداشته باشند، کارتان به شدت با مشکلات اساسی رو به رو خواهد شد. درست به همین دلیل باید وضعیت فعالیت برندتان را همیشه به روز نگه دارید، در غیر این صورت در آمازون با این حجم از رقابت هیچ شانسی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب‌تان پیدا نمی‌کنید.

طراحی یک فهرست دقیق از محصولات کار خیلی سختی نیست. شما برای این کار می‌توانید به سادگی هرچه تمام‌تر از برندهای بزرگ و حرفه‌ای الگوبرداری کنید. چنین امری شما را بدل به برند مورد علاقه مشتریان کرده و میزان فروش‌تان را نیز به طور چشمگیری توسعه می‌دهد.

یادتان باشد یک محصول باید همیشه عکس‌های متعددی داشــته باشــد. این امر می‌تواند برای شما جذابیت مناسبی به همراه داشــته و کارتان را نیز ســاده‌تر از هر زمان دیگری ســازد. نکته مهم اینکه برخی از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف می‌توانند به طور مداوم عســک‌های تازه از محصولات‌شــان منتشــر کنند. اگر شما فقط یک دوربین مناســب داشته باشید، در این میان می‌توانید برای مشتریان عکس‌های بسیار خوبی از محصولات‌تان تهیه کنید. این امر شما را به طور چشمگیری در کانون توجه مشتریان قرار داده و محصولات‌تــان را بدل به جذاب‌ترین محصولات ممکن در این پلتفرم فروش آنلاین می‌کند. پس از اینکه کار شــما در زمینه بارگذاری تصاویر مربوط به محصولات برند تمام شد، بد نیست برای پایان کار یک توضیح مختصر درباره محصول مورد نظر نیز بدهید. این امر برای شما به معنای تاثیرگذاری کاملا حرفه‌ای بر روی مخاطب هدف بوده و کارتان را نیز به شدت هیجان‌انگیز و جذاب خواهد کرد.

قیمت‌گذاری درست

قیمت‌گذاری محصولات در آمازون شاید یکی از سخت‌ترین کارهای ممکن باشد. این امر می‌تواند برای شما دردسرهای زیادی هم به همراه داشته باشد. وقتی مشتریان به محصولات بسیار متنوعی برای خرید دسترسی دارند، مقایسه قیمت‌ها امری رایج خواهد بود. در این صورت شما حتی با یک اشتباه ساده نیز ممکن است موقعیت‌تان در بازار را به کلی از دست دهید. این امر در بلندمدت شما را بدل به یک برند کلیشه‌ای خواهد کرد.

توصیه ما برای باقی ماندن در فهرست برندهای مورد علاقه مشــتریان تلاش برای استفاده از ســطح قیمت‌های رقابتی است. شاید شما به اندازه برندهای بزرگ و بین‌المللی در میان مشتریان محبوبیت نداشته باشید، اما می‌توانید با کارتان در زمینه قیمت‌گذاری منصفانه توجه بسیار زیادی جلب کنید. این امر شــما را در مدت زمانی کوتاه مورد توجه بسیاری از مشــتریان قرار می‌دهد. همین نکتــه در بلندمدت کارتان را بی‌نهایت جذاب‌تر از هر زمان دیگری می‌سازد.

بدون تردید بســیاری از برندها برای تعیین قیمت همیشه بــه بازار و قیمت متوســط آن توجه دارنــد. نکته مهم اینکه شــما برای ابتدای کارتان می‌توانید حتی قیمت‌های کمتر را نیــز در نظر قرار دهید. این امر برای ورود به دنیای آمازون و تاثیرگذاری بر روی آنها ایده بسیار خوبی محسوب می‌شود. یادتان باشــد در این میان کار شــما باید همیشه به بهترین شکل ممکن ساماندهی شود، در غیر این صورت شاید هرگز فرصت بهینه‌سازی روند بازاریابی و تولید محتوا را پیدا نکنید.

آمازون اخیرا به برندها امکان تولید محتوا را نیز داده است. در این میان شما می‌توانید کیفیت محصولات‌تان را با استفاده از تولید محتوا به مشتریان نشان دهید. این امر در بلندمدت از شما یک برند حرفه‌ای و مورد توجه مشتریان می‌سازد. اگر شــما در محتوای‌تان توضیحات کافی درباره وضعیت برند به مشتریان را بدهید، کارتان برای تبدیل شدن به برند محبوب آنها بی‌نهایت ساده می‌شود. این روزها مشتریان بیشتر از یک فروشنده صرف به دنبال مشاوری مطمئن نیز هستند. درست به همین دلیل ارائه مشاوره‌های حرفه‌ای می‌تواند برای شما به مثابه توســعه قابل ملاحظه‌ای برندتان در بازار باشد. این امر باید همیشه در اولویت شما برای بازاریابی و تولید محتوا قرار داشته باشد.

گروه‌بنــدی محصولات در کنار هم می‌تواند به شــما برای فروش چندتایی آنها کمک کند. این امر یعنی شــما به جای فروش یک محصول به تنهایی بر روی فروش دســته‌جمعی آنها متمرکز شــوید. در این وضعیت ارائه اندکی تخفیف نیز برای شــما امر ســختی نخواهد بود. به این ترتیب می‌توانید کارتان را بی‌نهایت ساده‌تر از هر زمان دیگری سازید.

انتشار فهرست محصولات در شبکه‌های اجتماعی

انتشار فهرســت محصولات در شــبکه‌های اجتماعی امر بسیار مهمی محسوب می‌شود. بسیاری از کاربران به خرید از شبکه‌های اجتماعی عادت کرده‌اند. این امر به معنای ضرورت حضور شما در شــبکه‌های اجتماعی و تبلیغ محصولات‌تان است. اگر شــما به این نکته مهم توجه لازم را نشان ندهید، کارتان به طور قابل ملاحظه‌ای ســخت‌تر از هر زمان دیگری خواهد شد. درست به همین دلیل امروزه برندهای بزرگ به طور قابل ملاحظه‌ای در شبکه‌های اجتماعی حضور داشته و کارشــان را در این محیط توسعه می‌دهند. این امر می‌تواند برای شما به مثابه تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور بسیار حرفه‌ای و افزایش ترافیک مربوط به محصولات‌تان در آمازون باشد.

یادتان باشــد شــما برای فروش موفق در آمــازون نیاز به اســتفاده از تمــام ظرفیت‌هــای برندتان دارید. درســت به همین دلیل باید همیشــه آمادگی لازم برای تاثیرگذاری بر روی آنهــا را حفظ کــرده و این امر را به دیگران نیز نشــان دهید. بازاریابی در شــبکه‌های اجتماعی در صورت موفقیت به شما امکان ترغیب کاربران به منظور بازدید از محصولات برندتان در آمازون یا حتی فروشــگاه رسمی برند را می‌دهد. بارگذاری فهرســت محصولات در این میان به شما اطلاعات بســیار خوبی در این میان خواهد داد. این امر می‌تواند نوعی بازخورد مشــتریان درباره محصولات‌تان را نیز به شــما ارائه دهد. پس همین امروز فهرســت محصولات‌تان را بارگذاری کرده و به دنبال تعامل با مخاطب هدف‌تان به بهترین شکل ممکن باشید.

ترغیب کاربران به بازدید از محصولات و ثبت نظر

وقتــی یک محصولــی دارای نظرات مثبت بســیار زیادی باشد، مشتریان تمایل بالایی برای خرید آن نشان می‌دهند. ایــن امر می‌تواند به شــما کمک زیادی بــرای فروش هرچه ساده‌تر محصولات‌تان کند. برندهایی که همیشه از مشتریان درخواســت ثبت نظــر می‌کننــد، گام بســیار موفقی برای تاثیرگذاری بی‌دردســر بر روی مشتریان برمی‌دارند. این امر می‌تواند در مدت زمانی کوتاه برای چنین برندهایی بازگشت ســرمایه بزرگی به همراه داشته باشد. در آمازون وقتی یک محصــول نظرات مثبت زیادی دارد، کار برند مورد نظر برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف بسیار ساده‌تر از هر زمان دیگری خواهد شد. اگر خودتان را به جای یک کاربر معمولی در آمازون قرار دهید، نظرات مثبت کاربران به خوبی شما را به ســوی خرید از برند مورد نظر ترغیب خواهد کرد. این امر می‌تواند برای شما جذابیت و اطمینان بالایی نسبت به خرید به همراه بیاورد. امروزه مشتریان هنوز هم برای خرید آنلاین دردسرهای زیادی را متحمل می‌شوند. این امر می‌تواند برای شــما به مثابه یک کار بی‌نهایت مهم و تاثیرگذار محســوب شود. اینکه شما به خوبی نگرانی مشتریان را درک کرده و به سوی رفع آن حرکت کنید، نکته‌ای بی‌نهایت مهم و تاثیرگذار خواهد بود. درست به همین دلیل امروزه حتی برخی از برندها تضمین بازگرداندن وجه به مشتریان در صورت نارضایتی از خرید را نیز می‌دهند. این امر به خوبی امکان ایجاد اطمینان در میان مشتریان را به همراه خواهد داشت.

یادتان باشد شما برای فروش بی‌دردسر همیشه به مشتریان نیــاز دارید. برخی از برندها وقتی فــروش محصول به پایان می‌رسد، دیگر به طور کامل بی‌خیال مشتریان می‌شوند. این امر می‌تواند برای شــما دردسرهای زیادی به همراه داشته و حتی محصولات‌تــان در آمازون را نیز بدون نظر مثبت باقی بگذارد. در این صورت همیشه در کف فهرست و دسته‌بندی آمازون از محصولات خواهید بود. توصیه ما برای شما استفاده از یک جهت‌گیری متفاوت در این میان و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به شیوه‌ای متمایز است.

بی‌تردید فروش در آمازون برای هر برندی ســخت خواهد بود. در این میان توصیه های مورد بحث در این مقاله می‌تواند نقش مهمی در ساده‌ســازی کار شما داشته باشد. پس برای حضوری موفق در آمازون این نکات را به خاطر بسپارید.

منبع: shopify.com