روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کارآفرینی

سه‌شنبه
۲۲ شهریور ۱۴۰۱

Tue.13 Sep 2022
۱۶ صفر ۱۴۴۳ - سال هفتم
شماره ۲۰۹۰
۸ صفحه - ۵۰۰۰ تومان

www.forsatnet.ir

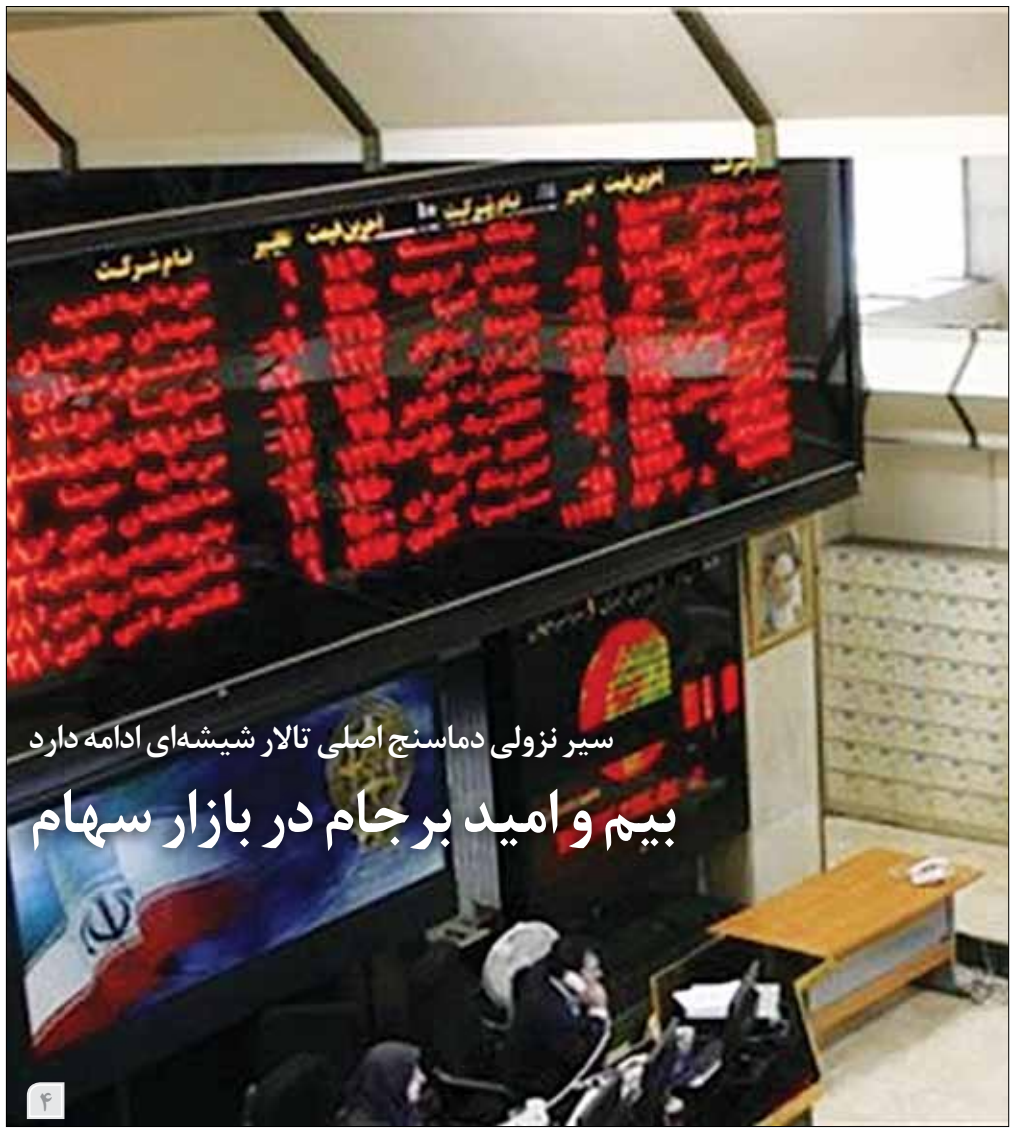
نگـــاه

موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی پیش‌بینی کرد

مسیر اقتصاد در نیمسال دوم

اقتصاد ایران در نیمه دوم سال ۱۴۰۱ به کدام سو می‌رود؟ به نظر می‌رسد هر چقدر ایران و سایر طرف‌های برجامی از دستیابی به توافق دور و دورتر می‌شوند، به همان اندازه پیش‌بینی سمت و سوی اقتصاد سیاسی ایران در کوتاه‌مدت، کاری سخت و ناممکن می‌شود. با این حال، موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی در گزارشی به ترسیم آینده بازارها و فراز و فرود اقتصاد ایران در نیمسال دوم ۱۴۰۱ پرداخت و چشم‌انداز تورم، رشد اقتصادی و نرخ ارز را ترسیم کرد. بازوی پژوهشی وزارت صمت ابتدا درباره چشم‌انداز بازار ارز می‌گوید: تلقی صاحب‌نظران اقتصادی از نرخ ارز در سال ۱۴۰۱ در صورت شکست مذاکرات هسته‌ای در بازه ۳۰ تا ۳۴ هزار تومان و در صورت توافق در بازه ۲۷ تا ۳۰ هزار تومان است. به نظر می‌رسد ابهام در نتیجه مذاکرات احیای برجام و بالابودن انتظارات تورمی از جمله عوامل...

۲



سیر نزولی دماسنج اصلی تالار شیشه‌ای ادامه دارد

بیم و امید برجام در بازار سهام

۴

طرح جدید بانکداری، میخ آخر به تابوت بانک مرکزی است

تهدید استقلال پولی

بیشتر از یک دهه است که نمایندگان مجلس در صدد دوختن قبای تازه بر تن نظام بانکی هستند و به نظر می‌رسد که با تصویب طرح جدید بانکداری در بهارستان، این تلاش به واقعیت پیوسته است؛ هرچند اقتصاددانان و کارشناسان پولی و بانکی، اجرای این طرح را مترادف با کوبیدن میخ آخر بر تابوت بانک مرکزی می‌دانند. این تعبیر در نشست اخیر کمیسیون بازار پول و سرمایه اتاق تهران با حضور اقتصاددانان و چهره‌های برجسته بانکداری کشور مطرح شد. احمد عزیزی از صاحب‌نظران حوزه بانکداری در این نشست از فرو کاستن نقش رئیس‌کل بانک مرکزی، ازدحام نهادی ارکان متعدد بانک مرکزی و اعطای حق وتو به شورای فقهی در این طرح انتقاد کرد و آن را مانع‌گذاری در مسیر سیاست‌گذاری پولی دانست که بیش از پیش استقلال بانک مرکزی را تهدید می‌کند. او با بیان اینکه متأسفانه تصویب طرح بانکداری به منزله آخرین میخ به تابوت بانکداری ایران...

۳

ارزش معاملات تجارت الکترونیکی در پایان سال گذشته به ۱۲۳۷ هزار میلیارد تومان رسید

نمای تجارت آنلاین ایران

۲

مدیریت و کسب‌وکار

بازاریابی در فصل پاییز: ایده‌های مارکتینگ برای فصل مدرسه

صدای پای پاییز واضح‌تر از هر زمان دیگری به گوش می‌رسد. تابستان با همه خاطرات شیرین و صدالبته گرمای طاقت‌فرسا رو به پایان می‌رود و فصل سنگ فرش خیابان‌ها با برگ‌های زرد در راه است. شما لازم نیست حتما عاشق فصل سرما باشید تا زیبایی‌های پاییز را درک کنید؛ کافی است نگاهی به رنگ‌های جذاب این فصل با تم نسیم خنکش بیندازید تا غم و غصه پایان تابستان یادتان برود. البته مگر اینکه دانشجو باشید و یک ترم سخت دیگر منتظرتان باشد! هوای خنک و تغییر رنگ در طبیعت را که قلم بگیریم، پاییز برای طرفداران رویدادهای ورزشی هم حسابی جذابیت دارد. جام جهانی تا چند ماه دیگر شروع می‌شود و تقریبا همه مسابقات ورزشی معتبر دنیا در حال پیگیری است. در این بین برندها هم یکی پس از دیگری به دنبال رونمایی از محصولات تازه‌شان هستند. از یکسو اپل با سر و صدای فراوان دنبال جذب مشتریان به آیفون...

۶

دلایل پیشرفت خودروسازی در هند و ترکیه

خودروسازی ایران چگونه از رقبا عقب ماند؟

تاریخ صنعت خودروسازی اگرچه از عمر تقریبا یکسان این صنعت در ایران و ترکیه حکایت دارد، اما با روندی که در خودروسازی ترکیه از چند دهه قبل اتفاق افتاد، این همسایه غربی هم‌اکنون به یکی از قدرت‌های خودروسازی منطقه تبدیل شده است. بنابراین این پرسش مطرح می‌شود که چرا با وجود شروع تقریبا همزمان صنعت خودروسازی در ایران و ترکیه، خودروسازان ایرانی از همتای ترک خود عقب مانده‌اند؟

صنعت خودرو ترکیه حدود ۶۰ سال پیش با تولید تراکتور در شهر آنکارا بنیان نهاده شد و در سال ۱۹۵۹ نیز اولین کارخانه تولید خودروهای سواری در این کشور به بهره‌برداری رسید. این کارخانه، اوتسان نام داشت و برخی محصولات فورد موتورز آمریکا را با تیراژی چهار دستگاهی در روز، مونتاژ می‌کرد. ترکیه که خود را در گوشه‌ای از عرصه خودروسازی دنیا می‌دید، تا سال ۱۹۶۳ به تاسیس کارخانه‌های صرفا مونتاژکار پرداخت، اما همان سال قانون خودرو در این کشور تدوین شد تا فصلی جدید در صنعت ترکیه کلید خورد. هدف از تدوین قانون خودرو، آن بود که کارخانه‌های خودروسازی این کشور به تدریج از مونتاژکاری و وابستگی بی‌چون و چرا به شرکت‌های خارجی آزاد شده و داخلی‌سازی در آنها افزایش یابد. دولتمردان وقت ترکیه قصد داشتند با تدوین قانون خودرو، سرمایه‌های خارجی بیشتری جذب کرده و صنعت خودرو را به واسطه این سرمایه‌گذاری‌ها توسعه دهند. یکی از جملات معروف در قانون خودرو ترکیه، این بود که «غرور ملی ترک‌ها، کلید پیشرفت ماست». کارخانه‌های خودروسازی ترکیه تا قبل از تدوین این قانون، محصولاتی مانند جیپ، کامیون کرایسلر، فورد و وانت تولید می‌کردند و در تولید آنها به غربی‌ها وابستگی صرف داشتند. در این میان، ترکیه قصد داشت با نشانه رفتن «غرور ملی» مردمش، انقلابی از داخلی‌سازی قطعات خودرو را به وجود بیاورد.

اگرچه ترکیه در سال ۱۹۶۳ قانون خودرو را تدوین کرد، اما اثرات مثبت این قانون، یک دهه بعد خود را نشان داد و از همین رو، سال ۱۹۷۳ را نقطه عطف صنعت خودروسازی ترکیه می‌دانند. در این سال، رنو و فیات به عنوان دو برند بزرگ خودروسازی اروپا، شرکت‌هایی مشترک به نام اویاک و توفاژ را در ترکیه تاسیس کردند. این دو البته از سال ۱۹۷۱ وارد ترکیه شده بودند، اما سرمایه‌گذاری آنها در سرزمین ترک‌ها در سال ۱۹۷۳ آغاز شد. پیش از رنو و فیات نیز بیشتر شرکت‌های آمریکایی با محصولاتی مانند تراکتور و اتوبوس، در ترکیه آقایی می‌کردند، اما از آنجا که دولتمردان این کشور، استراتژی و هدفی بزرگ را در خودروسازی ترسیم کرده بودند، خودروسازان بزرگ اروپا و آسیا نیز قدم به ترکیه گذاشتند. پس از رنو و فیات نیز هوندا در سال ۱۹۹۲ به ترکیه آمد و دو سال بعد، تولید محصولات هیوندای و تویوتا در ترکیه آغاز شد. پژو نیز پنج سال بعد راهی ترکیه شد و اولین کارخانه خود را در این کشور بنا کرد. بیشترین انگیزه‌ای که پای خودروسازان بزرگ دنیا را به ترکیه گشود، بازار بزرگ ترکیه و تولید ارزان‌تر قطعات در این کشور بود، چراکه خودروسازان می‌توانستند علاوه بر بازاریابی در ترکیه، قطعات محصولات خود را ارزان‌تر تولید کرده و صادر کنند. در واقع، خودروسازی ترکیه با برنامه‌ریزی بلندمدت در یک دوره مشخص، از مونتاژ خودرو به یک صنعت تمام عیار با قابلیت طراحی و ظرفیت تولید گسترده خودرو تبدیل شد. این صنعت به واسطه مشارکت‌هایی که توسط شرکت‌های خارجی با کارآفرینان ترکیه داشته، از اهمیت کلیدی در تولید داخلی این کشور برخوردار است. ترکیه هم‌اکنون بزرگترین تولیدکننده وسایل نقلیه تجاری سبک در اروپاست و از نظر میزان تولید خودرو در رتبه چهاردهم جهان قرار دارد.

اهمیت مشارکت خارجی در صنعت خودرو و تجربه مثبت خودروسازی ترکیه، در شرایطی است که خودروسازان ایرانی، تجربه چندان خوشی از مشارکت بین‌المللی ندارند. آخرین بار در سال‌های پایانی دهه ۱۳۹۰ بود که با خروج آمریکا از برجام و اوج‌گیری دوباره تحریم‌ها، شرکای خارجی صنعت خودرو، فرار را بر قرار ترجیح دادند و از ایران رفتند. طبیعی بود که در غیاب این مشارکت بین‌المللی و خروج شرکای خارجی که متاسفانه هیچ‌گونه خسارت و غرامتی را هم متحمل نشدند، کیفیت خودروهای تولیدی نیز افت قابل توجهی کرد.

شرکت‌های موفق خودروسازی جهان بدون ارتباط بین‌المللی و مشارکت با خودروسازان خارجی نتوانسته‌اند به نتایج مطلوب برسند. وضعیت دو خودروساز بزرگ کشور نیز این موضوع را تایید می‌کند. اگر دوره پیش از تحریم‌ها را با دوره تحریم‌ها مقایسه کنیم، می‌بینیم در دوره‌هایی که صنعت خودروی کشور دچار تحریم شده خودروسازان نتوانسته‌اند آنطور که باید و شاید به فعالیت بپردازند. افت تیراژ تولید و افت کیفیت را می‌توان به عنوان مهمترین نشانه دوران تحریم در نظر گرفت؛ هرچند در دوران غیرتحریمی نیز صنعت خودرو نتوانسته آنچنان که باید از ظرفیت مشارکت‌های بین‌المللی استفاده کند. دلیل این اتفاق را باید در نحوه عقد قرارداد با خودروسازان خارجی و وجود حلقه‌های مفقوده یک قرارداد جامع و کامل دانست. از سوی دیگر، ناتوانی خودروسازان در استفاده از ظرفیت سرمایه‌گذاری خارجی نشان می‌دهد که دخالت دولت در صنعت خودرو و همچنین طراحی قوانین نامناسب باعث شده تا خودروسازان از جذب سرمایه‌گذاری خارجی عاجز بمانند.

بررسی‌ها نشان می‌دهد که وجود بازار غیررقابتی به نفع دو خودروساز بزرگ کشور در نتیجه سیاست‌های حمایتی دولت، قیمت‌گذاری دستوری و همچنین زیانده بودن خودروسازان در سال‌های گذشته از جمله مهمترین علل غیراقتصادی بودن حضور سرمایه‌گذار خارجی در صنعت خودرو کشور است. البته نباید از یاد برد که علاوه بر قوانین سفت و سخت و سنگ‌هایی که پیش پای سرمایه‌گذار خارجی قرار می‌گیرد، شاهدیم که در ایران برخلاف کشورهای دارای صنعت خودرو که به دنبال جذب سرمایه‌گذار خارجی هستند، هیچ بسته تشویقی ارائه نمی‌شود. در همه کشورها عموما تلاش می‌شود که از مسیر ارائه مشوق‌هایی مانند معافیت‌های مالیاتی و تسهیلات مالی، شرکت‌های بین‌المللی خودروساز را تشویق کنند تا در این کشورها سرمایه‌گذاری کنند، اما در ایران اثری از این بسته‌های تشویقی به چشم نمی‌خورد. به عنوان مثال، دولت هند برای آنکه پای برندهای مطرح خودروسازی جهان را به این کشور باز کند، به سمت حذف بوروکراسی‌های اضافی در صنعت خودرو رفت. هند تلاش کرد با ایجاد فضای جذاب و همچنین سیاست‌های تجاری مناسب وارداتی و نظام تعرفه‌گذاری، قدم‌های رو به جلویی بردارد و این اقدامات باعث شد تا علاوه بر شرکت‌های تویوتا و هیوندای که اجازه سرمایه‌گذاری در بازار خودروی این کشور را دریافت کردند، برخی از شرکت‌های خارجی نیز شروع به سرمایه‌گذاری مشترک با خودروسازان هندی کنند. در حال حاضر شرکت‌های خارجی نظیر بی‌ام‌و، فیات، رنو، نیسان، میتسوبیشی، داتسون، فورد، لندروور، جگوار، هوندا، مرسدس بنز، اسکودا و آئودی برای تولید یا فروش محصولات خود در بازار هند حاضر هستند. چین نیز از مسیر سرمایه‌گذاری خارجی توانست صنعت خودروی خود را متحول کند. مثلا می‌توان به سرمایه‌گذاری بی‌ام‌و در بازار چین و همکاری با برند برلیانس اشاره کرد که طبق این توافقنامه شرکت بی‌ام‌و علاوه بر تعهد تولید ۵۰۰ هزار دستگاه خودرو با برند بی‌ام‌و برای بازار چین، متعهد شد تا محصول ix۳ را هم برای صادرات در خط تولید مشترک خود با برلیانس تولید کند. بدین ترتیب، تکنولوژی و دانش فنی از طرف این خودروساز آلمانی در اختیار برلیانس قرار گرفت.

شناسه آگهی: ۱۳۸۰۴۵۱

شرکت سهامی برق منطقه‌ای خوزستان

فراخوان ارزیابی کیفی جهت برگزاری مناقصه عمومی یک مرحله‌ای (نوبت اول)

شماره مناقصه: ۰۱/۱۰۱۱۰۶۳/م

احداث فونداسیون های خط دو مداره ۱۳۲ کیلو ولت پیروزان-نبوت

روابط عمومی شرکت برق منطقه‌ای خوزستان

رجوع به صفحه ۵

نگـــاه

موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی پیش‌بینی کرد

مسیر اقتصاد در نیمسال دوم

اقتصاد ایران در نیمه دوم سال ۱۴۰۱ به کدام سو می‌رود؟ به نظر می‌رسد هر چقدر ایران و سایر طرف‌های برجامی از دستیابی به توافق دور و دورتر می‌شوند، به همان اندازه پیش‌بینی سمت و سوی اقتصاد سیاسی ایران در کوتاه‌مدت، کاری سخت و ناممکن می‌شود. با این حال، موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی در گزارشی به ترسیم آینده بازارها و فراز و فرود اقتصاد ایران در نیمسال دوم ۱۴۰۱ پرداخت و چشم‌انداز تورم، رشد اقتصادی و نرخ ارز را ترسیم کرد. بازوی پژوهشی وزارت صمت ابتدا درباره چشم‌انداز بازار ارز می‌گوید: تلقی صاحب‌نظران اقتصادی از نرخ ارز در سال ۱۴۰۱ در صورت شکست مذاکرات هسته‌ای در بازه ۳۰ تا ۳۴ هزار تومان و در صورت توافق در بازه ۲۷ تا ۳۰ هزار تومان است. به نظر می‌رسد ابهام در نتیجه مذاکرات احیای برجام و بالابودن انتظارات تورمی از جمله عوامل تقویت‌کننده روند صعودی نرخ ارز در نیمه دوم امسال است؛ هرچند افزایش درآمدهای ارزی و تمایل کشورها به انعقاد پیمان‌های پولی دوجانبه می‌تواند به ثبات نسبی بازار ارز کمک کند.

موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی در این گزارش با اشاره به اینکه نهادهای بین‌المللی از جمله بانک جهانی و صندوق بین‌المللی پول، نرخ رشد اقتصادی ایران در سال ۲۰۲۲ میلادی را به ترتیب ۳,۷ درصد و ۳ درصد پیش‌بینی کرده‌اند، ادامه می‌دهد: تلقی صاحب‌نظران اقتصادی داخلی نیز از رشد اقتصادی با نفت طی سال ۱۴۰۱ در حدود ۴ تا ۵ درصد است که با توجه به افزایش قیمت نفت و بهبود درآمدهای ارزی دولت، این هدف در دسترس است، اما از جمله عوامل تهدیدکننده رشد اقتصادی در سال جاری، شکست توافق هسته‌ای، فعال شدن مکانیسم ماشه، بیم تشدید تحریم‌ها و افزایش انتظارات تورمی است. در همین راستا، بانک جهانی و صندوق بین‌المللی پول، میزان تورم مصرف‌کننده در ایران برای سال ۲۰۲۲ را به ترتیب ۳۷,۶ درصد و ۳۲,۳ درصد پیش‌بینی کرده‌اند؛ در حالی که نرخ تورم در سال ۱۴۰۱ در محدوده ۵۰ تا ۵۵ درصد است و موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی نیز نرخ تورم امسال را حدود ۵۰ درصد برآورد کرده است.

نهاد کارشناسی وزارت صمت با استناد به گزارش شاخص تولیدات صنعتی سازمان یونیدو در ماه آوریل ۲۰۲۲ می‌گوید: سرعت رشد تولیدات صنعتی جهان نسبت به ماه‌های گذشته کمتر شده و به نصف کاهش یافته است و از طرفی، آمار ضعیف و عمدتا منفی رشد فصلی تولید در چندین کشور مهم صنعتی نظیر چین، انگلستان و آمریکا و سیاست‌های انقباضی پولی به منظور مهار تورم، نگرانی‌ها درخصوص رکود جهانی را تقویت کرده است. با این حال، با توجه به مزیت نسبی ایران در دسترسی به منابع و مواد اولیه، تقویت سهم بازار محصولات صادراتی ایران در بازارهای جهانی در سال ۱۴۰۱ مورد انتظار است. آمارهای رسمی نشان می‌دهد که در فصل بهار امسال شاخص تولید و فروش شرکت‌های صنعتی بورسی از روند به نسبت مطلوبی برخوردار بوده و رشد نقطه به نقطه شاخص تولید در پایان خردادماه به ۴,۹ درصد و شاخص فروش به ۱۳,۳ درصد رسیده است. در نتیجه انتظار می‌رود در صورت تامین خوراک و انرژی واحدهای تولیدی، روند رشد مثبت شاخص تولید صنعتی در نیمه دوم سال ۱۴۰۱ ادامه یابد؛ هرچند در صورت وقوع رکود جهانی و به دنبال آن، کاهش مصرف اقتصاد جهانی، تداوم رشد صادرات صنایع فولاد و پتروشیمی در سال ۱۴۰۱ ممکن است تضعیف شود.

موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی با اشاره به نااطمینانی سرمایه‌گذاران خرد برای افزایش ورود نقدینگی به سمت بازار سرمایه در ماه‌های نخست سال جاری به نقل از صاحب‌نظران اقتصادی می‌افزاید: بهبود گزارش‌های مجامع شرکت‌های بورس، بالابودن انتظارات تورمی و افزایش ریسک بازارهای موازی موجب شده است تا چشم‌انداز شاخص بورس در ادامه سال ۱۴۰۱ صعودی و تثبیت در محدوده ۱,۷ میلیون واحد باشد. این نهاد تحقیقاتی درباره چشم‌انداز بازار مسکن هم نتیجه می‌گیرد که با توجه به روند افزایشی قیمت مصالح ساختمانی و افزایش تورم تولیدکننده و کاهش آمار ساخت واحدهای مسکونی در ماه‌های اخیر، انتظار افزایش قیمت مسکن همچنان محتمل است؛ اگرچه به دلیل کاهش قدرت خرید و شکاف قیمت دلاری مسکن از میانگین بلندمدت آن، انتظار می‌رود که نرخ رشد قیمت مسکن در سال ۱۴۰۱ کمتر از نرخ تورم و ۳۵ درصد باشد. این گزارش در ادامه درباره آینده تجارت و وضعیت کسب و کارها پیش‌بینی می‌کند که وضعیت صادرات و واردات در نیمه دوم سال بهتر شود. پیش‌بینی شده است که واردات و صادرات غیرنفتی در سال ۱۴۰۱ به ترتیب به ۵۵,۵ و ۵۶ میلیارد دلار افزایش خواهد یافت. با این وجود، چالش‌های ناشی از تحریم‌ها، بوروکراسی اداری و بی‌توجهی به استراتژی صادراتی از مهمترین موانع تحقق افزایش صادرات غیرنفتی است و تلقی صاحب‌نظران اقتصادی این است که واردات و صادرات غیرنفتی سال ۱۴۰۱ به ترتیب ۵۸ و ۵۳ میلیارد دلار خواهد بود.

پژوهشگران موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی در پایان با ارزیابی چالش‌های پیش روی فعالان اقتصادی و دست‌اندازهای محیط کسب و کار از دیدگاه مدیران بنگاه‌های کوچک و متوسط می‌گویند که افزایش نامتعارف دستمزدها، محدودیت تامین و نوسان قیمت مواد اولیه، ممیزی محوری و شیوه علی‌الرأس در نظام رسیدگی و تشخیص مالیات‌ها، سهم بالای کارفرما از پرداخت حق بیمه کارکنان، نحوه رسیدگی به دفاتر و صورت‌های مزد سال‌های قبل، سیاست ارزی به ویژه نحوه بازگشت ارز حاصل از صادرات، واردات و قاچاق کالاهای مشابه تولید داخلی و همچنین طولانی و شفاف نبودن رویه‌های کاری اخذ استعلام و مجوزهای سازمان ملی استاندارد، وزارت بهداشت و محیط زیست، فضای کسب و کار در کشور را با چالش‌های جدی مواجه ساخته است.

ارزش معاملات تجارت الکترونیکی در پایان سال گذشته به ۱۲۳۷ هزار میلیارد تومان رسید

نمای تجارت آنلاین ایران

فرصت امروز: گزارش سالانه تجارت الکترونیک ایران، دو روز پیش به همت مرکز توسعه تجارت الکترونیکی منتشر شد. این گزارش را می‌توان نمای تجارت آنلاین ایران در سال گذشته دانست که از رشد ۱۴ درصدی صنعت تجارت الکترونیک ایران در سال ۱۴۰۰ حکایت دارد. طبق گزارش سالانه تجارت الکترونیک ایران، تعداد کاربران موبایل‌های هوشمند در سال گذشته به بیش از ۵۷ میلیون نفر رسید و تعداد کاربران اینترنت هم با رشد ۱۲ درصدی از حدود ۷۸ میلیون نفر در سال ۱۳۹۸ به بیش از ۱۰۶ میلیون نفر در سال ۱۴۰۰ افزایش یافت. البته افزایش حجم کاربران اینترنت در سال گذشته بیش از هر چیز به خاطر شیوع کرونا، گسترش دورکاری‌ها و مجازی شدن کلاس‌های درس در مدارس و دانشگاه‌ها بوده است. ضریب نفوذ تلفن همراه نیز به ۱۶۷ درصد در سال گذشته رسید که نسبت به سال ۱۳۹۹ رشد ۶ درصدی را نشان می‌دهد. همچنین ضریب نفوذ شبکه‌های اجتماعی در ایران ۵۶ درصد و تعداد کاربران آن ۴۸ میلیون نفر اعلام شد. بر همین اساس، ضریب نفوذ اینترنت در ایران ۱۲۷,۲ درصد محاسبه شد؛ در حالی که طبق آمارهای معتبر جهانی، ضریب نفوذ اینترنت ایران برابر ۹۱ درصد است.

ارزش کل معاملات تجارت الکترونیکی کشور در سال گذشته در حالی به ۱۲۹۷ میلیارد تومان رسید که ۸۶۶ هزار میلیارد تومان آن به مبالغ تراکنش‌های درگاه پرداخت اینترنتی و ۳۷۱ هزار میلیارد تومان به مبالغ پرداخت در محل و سایر روش‌های پرداخت اختصاص دارد. متوسط مبلغ هر تراکنش تجارت الکترونیکی برابر ۳۴۳ هزار تومان بوده و تعداد کل تراکنش‌های آن ۳ میلیارد و ۶۰۰ میلیون است که نسبت به سال قبل از آن، رشد ۱۴ درصدی داشته است.

رشد ۱۴ درصدی تجارت الکترونیکی

مرکز توسعه تجارت الکترونیکی به سنت چند سال گذشته از تحولات تجارت الکترونیک در سال ۱۴۰۰ گزارش داد که بیانگر رشد نه چندان چشمگیر (۱۴ درصد) صنعت تجارت الکترونیک ایران در یک سال گذشته است. گزارش مرکز توسعه تجارت الکترونیک از تغییرات این صنعت در یک سال گذشته نشان می‌دهد ضریب نفوذ تلفن همراه معادل ۱۶۷ درصد بوده که نسبت به سال ۱۳۹۹ رشد ۶ درصدی داشته. همچنین تعداد کاربران موبایل‌های هوشمند در سال گذشته به ۵۷,۱۹ میلیون نفر رسید و به طور متوسط، ۲میلیون و ۶۸۱ هزار و ۹۳۶ گواهی امضای الکترونیکی در این سال صادر شد. میزان رشد تعداد گواهی‌های امضای الکترونیکی نسبت به سال ۱۳۹۸، رشدی ۱۲۴ درصدی را نشان می‌دهد. تعداد کاربران اینترنت هم از ۷۸,۰۹ میلیون نفر در سال ۱۳۹۸ به ۱۰۶,۹۲ میلیون نفر در سال ۱۴۰۰ رسید که نشان از رشد ۱۲,۸۰ درصدی دارد. البته افزایش تعداد کاربران اینترنت بیش از هر چیز به خاطر همه‌گیری کووید-۱۹، دورکاری‌ها و مجازی شدن کلاس‌های درس در مدارس و دانشگاه‌ها بوده است. همچنین ضریب نفوذ شبکه‌های اجتماعی در ایران ۵۶ درصد و تعداد کاربران آن ۴۸ میلیون نفر گزارش شد. بر این اساس، ضریب نفوذ اینترنت در ایران ۱۲۷,۲ درصد است؛ در حالی که میانگین جهانی ۶۴,۲ درصد و میانگین آسیا ۶۲,۶ درصد است. البته طبق آمارهای منتشرشده در وب‌سایت معتبر «InternetWorldStats»، ضریب نفوذ اینترنت در ایران برابر ۹۱ درصد است.

همانطور که اشاره شد، ارزش کل معاملات تجارت الکترونیکی کشور در سال گذشته برابر ۱۲۹۷ میلیارد تومان بوده که ۸۶۶ هزار میلیارد تومان آن مربوط به مجموع مبالغ تراکنش‌های درگاه پرداخت اینترنتی و ۳۷۱ هزار میلیارد تومان هم به مجموع مبالغ پرداخت در محل و سایر روش‌های پرداخت مربوط است. متوسط مبلغ هر تراکنش تجارت الکترونیکی برابر ۳۴۳ هزار تومان بوده و تعداد کل تراکنش‌های آن ۳ میلیارد و ۶۰۰ میلیون است که نسبت به سال ۱۳۹۹، رشد ۱۴درصدی داشته است. ارزش اسمی معاملات تجارت الکترونیکی در سال ۱۳۹۷ بالغ بر ۲۰۸ هزار میلیارد تومان بود که این عدد با رشد ۱۰۳ درصدی در سال ۱۳۹۸ به ۴۲۳ هزار میلیارد رسید و سپس رشد ۱۵۹ درصدی را تجربه کرد و در سال ۱۳۹۹ به ۱۰۹۷ هزار میلیارد تومان رسید. در نهایت ارزش اسمی این معاملات در سال ۱۴۰۰ با رشد ۱۳ درصدی به ۱۲۳۷ هزار میلیارد تومان افزایش یافت.

روش‌شناسی تجارت الکترونیکی

روش‌شناسی تجارت الکترونیکی کشور نشان می‌دهد که ۸۰ درصد از واحدهای تجارت الکترونیکی دارای اینماد، علاوه بر وب‌سایت از شبکه‌های اجتماعی برای عرضه کالا/خدمت استفاده می‌کنند و حدود ۹۴ درصد از واحدهای تجارت الکترونیکی از سرمایه‌گذاری شخصی برای توسعه کسب و کار خود استفاده می‌کنند. حدود ۶۰ درصد از واحدهای تجارت الکترونیکی نیز از پست برای ارسال و تحویل کالا بهره می‌برند. به عبارت دیگر، ارائه کالا و خدمات واحدهای تجارت الکترونیکی از طریق شبکه‌های اجتماعی ۸۰ درصد، پیام‌رسان‌ها ۲۸ درصد و نرم‌افزارهای تلفن همراه ۲۴ درصد است. همچنین بررسی روش‌های ارسال و تحویل کالا در واحدهای تجارت الکترونیکی نشان می‌دهد که شرکت ملی پست ۶۰ درصد، شبکه توزیع کسب‌وکار ۲۰ درصد، شرکت‌های باربری بین شهری ۱۳درصد، شرکت‌های پست خصوصی و شرکت‌های پیک خصوصی هر کدام ۹ درصد از بازار ارسال و تحویل کالا را در اختیار دارند.

مرکز توسعه تجارت الکترونیکی ایران در این گزارش به روش‌های تامین سرمایه واحدهای تجارت الکترونیکی در سال گذشته هم اشاره کرده که طی آن، تامین سرمایه این واحدها ۹۴ درصد از طریق سرمایه‌گذارهای شخصی، ۳ درصد از طریق شتاب‌دهنده‌ها و بخش خصوصی، ۲ درصد به روش جمع‌سپاری مالی و یک درصد هم از راه سرمایه‌گذاران دولتی انجام می‌شود. از سوی دیگر، بررسی سوابق فعالیت واحدهای تجارت الکترونیکی دارای اینماد نشان می‌دهد که ۵۱ درصد از واحدها یک تا چهار سال سابقه، ۲۷ درصد چهار تا هشت سال، ۲۰ درصد کمتر از یک سال و ۲ درصد بالای هشت سال سابقه فعالیت دارند. تعداد واحدهای تجارت الکترونیکی ۴۰۰ هزار وب‌سایت، تعداد واحدهای تجارت الکترونیکی دارای اینماد ۱۲۰ هزار و ۲۸۸ و تعداد واحدهای تجارت الکترونیکی دارای اینماد بی‌ستاره بیش از ۳هزار و ۸۰۰ واحد اعلام شده است. بیشترین زمینه فعالیت واحدهای تجارت الکترونیکی دارای اینماد به فروشگاه‌های تخصصی کالاهای شخصی، برنامه‌نویسی و کامپیوتر، آموزش، فروشگاه تخصصی تجهیزات، خدمات آموزشی، فرهنگی و هنری تعلق دارد. در مجموع، برآیند این گزارش نشان می‌دهد، با وجود آنکه تجارت الکترونیکی در ایران در مسیر رشد قرار دارد، اما همچنان با موانعی از قبیل شرایط اقتصادی پرنوسان، ایجاد محدودیت‌های متعدد، سیاست‌گذاری‌های نادرست و عدم آموزش و اطلاع‌رسانی به مردم درخصوص تجارت آنلاین مواجه است. صنعت تجارت الکترونیک ایران در حالی به رشد ۱۴ درصدی رسید که تجارت الکترونیک جهان در سال گذشته میلادی رشد ۲۱ درصدی را تجربه کرد.

رئیس بازوی پژوهشی مجلس تشریح کرد

۸ پاشنه آشیل نهضت ملی مسکن

با وجود تجربه نه‌چندان مثبت «مسکن مهر» و «مسکن ملی» در سال‌های گذشته، طرح ساخت ۴ میلیون مسکن طی چهار سال موسوم به «نهضت ملی مسکن» از سوی دولت سیزدهم در دستور کار قرار گرفت. در موعد یک سالگی دولت سیزدهم و در حالی که روند پیشرفت کار در این طرح راضی‌کننده نیست، رئیس مرکز پژوهش‌های مجلس به نقد طرح «نهضت ملی مسکن» پرداخت و هشت پاشنه آشیل آن را شناسایی کرد. بابک نگاهداری، فرآیند تامین زمین در قانون جهش تولید مسکن را نگران‌کننده و شائبه‌برانگیز دانست و گفت: طراحی و مدل تعریف شده در قانون جهش تولید مسکن، پاسخگوی شرایط جاری بازار مسکن نیست.

او هشت ایراد مهم شامل «مشکلات مربوط به تامین زمین»، «سازوکار اجرایی طرح»، «مدل تامین مالی»، «وجود تجارب سوداگری در شهرهای جدید»، «ابهام و نامشخص بودن شرایط پروژه‌ها»، «اثربخشی کم در سال اول اجرای طرح»، «مکان‌یابی و توسعه در زمین‌های نامناسب» و «عدم همکاری بانک‌ها برای تامین منابع مالی و تسهیلاتی» را متوجه این طرح دانست و توضیح داد: در طول دهه‌های اخیر قیمت مسکن همواره در مقاطع زمانی متناوب با افزایش روبه‌رو بوده است، اما طی سال ۱۳۹۷ تا ۱۴۰۰ با جهش هفت برابری، میانگین قیمت مسکن و اثرگذاری آن بر بازار اجاره، بخش عمده درآمد خانوارها به واسطه هزینه مسکن بلعیده شده و بسیاری از مستاجران به حاشیه‌های شهر رانده شده‌اند. به گفته نگاهداری، طرح خانه‌دار کردن مردم و ساخت ۴ میلیون واحد مسکونی در طول چهار سال، از جمله وعده‌هایی بود که اقشار فاقد مسکن را امیدوار به خانه‌دار شدن کرد، از آنجا که این شعار یکی از برنامه‌های محوری دولت است، عدم تحقق آن، بازخورد وسیعی بر عملکرد دولت خواهد داشت.

به گزارش ایسنا، رئیس مرکز پژوهش‌ها در تشریح ابعاد قانون جهش تولید مسکن ادامه داد: عملکرد کنونی وزارت راه و شهرسازی و معاونت مسکن و ساختمان در اجرای قانون جهش تولید مسکن، با وجود تمامی تلاش‌ها و حمایت‌های همه‌جانبه مجلس و دولت، کند و عقب‌تر از برنامه است. به دلیل ضعف اطلاع‌رسانی نمی‌توان آمار دقیقی ارائه کرد، اما آمارهای ارائه شده درباره فرآیند ساخت بیش از یک میلیون واحد مسکونی، عمدتا ناظر به تامین زمین است و تعداد واحد ساختمانی دارای پیشرفت فیزیکی در احداث بنا بعد از مرحله پی‌کنی و فونداسیون، کمتر از ۲۰۰هزار واحد مسکونی برآورد می‌شود.

وی با بیان اینکه فرآیند تامین زمین در قانون جهش تولید مسکن، نگران‌کننده و شائبه‌برانگیز است، یادآور شد: در این خصوص گفتارهای موثقی درباره نحوه تعیین و گستره اراضی در راستای تامین منافع ملاکان و زمین‌داران نیز مطرح است. همچنین توسعه در اراضی نامناسب براساس ملاحظات شهرسازی در اجتناب از بارگذاری در مناطق واجد خطر یا نامناسب از آن جمله‌اند. در زمان بررسی طرح جهش تولید مسکن مرکز پژوهش‌ها با مطالعه و برآورد، پیشنهاد کرد که سالانه ۸هزار هکتار و در مجموع پنج سال، ۴۰هزارهکتار الحاق در نظر گرفته شود تا از تبعات منفی احتمالی اجتناب شود.

او موضوع تامین اعتبارات و مشارکت اندک بانک‌ها غیر از بانک مسکن را یکی دیگر از مشکلات عمده پیش روی اجرای قانون جهش تولید مسکن دانست و توضیح داد: با وجود تکلیف قانون بودجه ۱۴۰۱ برای اعطای ۳۰ هزار میلیارد تومان به صندوق ملی مسکن، میزان تخصیص تا ابتدای تابستان صفر بوده و اخیرا خبری درباره تخصیص ۳ هزار میلیارد تومانی بانک مرکزی منتشر شده است.

رئیس مرکز پژوهش‌ها با بیان اینکه طراحی و مدل تعریف شده در قانون جهش تولید مسکن، پاسخگوی شرایط جاری بازار مسکن نیست، گفت: با اغماض درباره ارقام دقیق و به روز؛ کل ثبت نام‌کنندگان بالغ بر ۵ میلیون و ۴۰۰ هزار نفر بوده، کمتر از نیمی از آنها واجد شرایط هستند و نهایتا مبتنی بر آمار و اطلاعات تا نیمه خردادماه حدود نیم میلیون نفر افتتاح حساب کرده‌اند و از این تعداد کمتر از ۳۰۰هزار نفر واریزی داشته‌اند و کمتر از ۱۲۰هزار نفر واریز بیش از ۴۰میلیون تومان داشته‌اند. این اعداد فارغ از هرگونه ارزیابی کیفی، مهمترین شاهد بر عملکرد نامناسب در این حوزه است که البته بخشی از آن نیز به در استطاعت نبودن یا جذاب نبودن و نامشخص بودن پروژه‌ها برمی‌گردد که عمدتا مشابه سازوکار طرح اقدام ملی مسکن و مسکن مهر است.

نگاهداری با بیان اینکه به دلیل مکان‌یابی و جانمایی نامطلوب عمده پروژه‌ها به ویژه در شهرهای جدید و عدم عرضه در محل تقاضا، تقاضای موثر کاهش یافته است، گفت: تجربه توسعه مسکن در شهرهای جدید در مقیاس انبوه، مشکل مسکن را حل نکرده و این موضوع باعث شده که بر سهم مستاجران و خانه‌های خالی اضافه شود و بیشترین سوداگری مسکن را در پی داشته باشد.

وی ابهام و نامشخص بودن پروژه‌ها را یکی دیگر از موارد با اهمیت قانون جهش تولید دانست و افزود: شاید انتظار اینکه بعد از ثبت نام، موقعیت، مشخصات، قیمت و زمان تحویل به متقاضی اعلام شود، بدیهی‌ترین حق متقاضیان باشد که بعضا حتی با واریز حداکثری ۱۶۰میلیون تومان هم از آن محروم هستند. از سوی دیگر این ابهام برای سازندگان نیز درباره هزینه ساخت هر مترمربع، سازوکار پرداخت با قیمت ثابت یا متغیر و نحوه تکمیل پرداخت متقاضیان وجود دارد.

او در پایان، اثربخشی اجرای قانون جهش تولید مسکن در سال ۱۴۰۱ در ساماندهی این بازار را ناچیز دانست و گفت: با توجه به متوسط زمان ۲,۵ ساله شروع تا عرضه و تحویل مسکن، تداوم این وضعیت در سال ۱۴۰۲ نیز محتمل‌ترین سناریوی پیش روست.

طرح جدید بانکداری، میخ آخر به تابوت بانک مرکزی است

تهدید استقلال پولی

ایمان ولی‌پور
ایمیل: IvanKaramazof@yahoo.com

بیشتر از یک دهه است که نمایندگان مجلس در صدد دوختن قبای تازه بر تن نظام بانکی هستند و به نظر می‌رسد که با تصویب طرح جدید بانکداری در بهارستان، این تلاش به واقعیت پیوسته است؛ هرچند اقتصاددانان و کارشناسان پولی و بانکی، اجرای این طرح را مترادف با کوبیدن میخ آخر بر تابوت بانک مرکزی می‌دانند. این تعبیر در نشست اخیر کمیسیون بازار پول و سرمایه اتاق تهران با حضور اقتصاددانان و چهره‌های برجسته بانکداری کشور مطرح شد. احمد عزیزی از صاحب‌نظران حوزه بانکداری در این نشست از فرو کاستن نقش رئیس‌کل بانک مرکزی، ازدحام نهادی ارکان متعدد بانک مرکزی و اعطای حق وتو به شورای فقهی در این طرح انتقاد کرد و آن را مانع‌گذاری در مسیر سیاست‌گذاری پولی دانست که بیش از پیش استقلال بانک مرکزی را تهدید می‌کند. او با بیان اینکه متأسفانه تصویب طرح بانکداری به منزله آخرین میخ به تابوت بانکداری ایران خواهد بود، تنها راه حل را در متقاعد کردن شورای نگهبان نسبت به توقف این قانون دانست؛ هرچند این نگرانی هم وجود دارد که طرح مجلس با رد شورای نگهبان و ارجاع به مجمع تشخیص، از این هم بدتر شود.

در این نشست، فرهاد نیلی با طرح این پرسش که آیا کنترل تورم، دغدغه حاکمیت نیست؟ از تحقیر رئیس‌کل بانک مرکزی در طرح بانکداری سخن گفت؛ فریال مستوفی به نقض بسیاری از اصول بانکداری اشاره کرد و گفت که این طرح، یکپارچگی بانک مرکزی و استقلال آن را وجه‌المصالحه ذی‌نفعان بیرونی قرار داده است؛ مصطفی بهشتی‌روی، مشکل اصلی بانکداری کشور را قانون عملیات بانکی بدون ربا دانست و خواستار اصلاح آن شد؛ پرویز عقیلی کرمانی نیز ترکیب شورای فقهی در طرح مجلس را موجب خدشه‌دار شدن استقلال بانک مرکزی خواند و تنها نکته مثبت طرح را توجه به موضوع ورشکستگی بانک‌ها و موسسات مالی برشمرد.

نسخه پولی بهارستان برای میرداماد

در چند هفته گذشته که طرح بانکداری در دستور کار نمایندگان در صحن علنی مجلس قرار گرفته، اقتصاددانان و چهره‌های برجسته بانکداری نسبت به تصویب آن ابراز نگرانی کرده‌اند؛ طرحی که گزارش شور دوم آن در کمیسیون اقتصادی مجلس، تفاوت‌های زیادی با نسخه قبلی دارد و استقلال بانک مرکزی را به محاق برده است. به همین خاطر، اکثر مدیران و کارشناسان بانکی این طرح را یکصدا ضداستقلال بانک مرکزی می‌دانند که به افسارگسیختگی تورم دامن خواهد زد. جالب آنکه مرکز پژوهش‌ها به عنوان بازوی کارشناسی مجلس نیز با این دیدگاه موافق است و می‌نویسد: «با وجود اصلاحات فراوان در طرح، تغییرات شور دوم متضمن «کاهش استقلال بانک مرکزی از دولت» بوده و این در حالی است که حتی در صورت تصویب متن نهایی شور اول که از نظر استقلال بانک مرکزی بهتر از شور دوم است، کماکان استقلال قانونی بانک مرکزی از دولت در زمره ۲۵ درصد کشورهای با کمترین استقلال قرار می‌گیرد.»

در همین راستا، اقتصاددانان و صاحبنظران حوزه بانکداری در هفته‌های گذشته نگرانی عمیق خود را از تصویب نهایی و اجرای این قانون ابراز کرده و خواستار توقف این طرح شدند. از جمله در آخرین روزهای مردادماه جمعی از مدیران بانکی در نامه‌ای که امضای پنج رئیس کل پیشین بانک مرکزی پای آن به چشم می‌خورد، نسبت به تبعات تصویب طرح «بانکداری جمهوری اسلامی ایران» هشدار دادند. همزمان با نامه محمود بهمنی، ولی‌الله سیف، محمدحسین عادلی، اکبر کمیجانی و طهماسب مظاهری به ریاست مجلس، تعدادی از مدیران و کارشناسان پولی و بانکی نیز با حضور در یک نظرسنجی به طرح جدید بانکداری واکنش منفی نشان دادند. نتایج نظرسنجی انجمن مدیران بانکی نشان می‌دهد که از بین ۱۶۰ نفر شرکت‌کننده فقط دو نفر موافق و ۱۵۵ نفر مخالف طرح هستند. سه نفر هم در این نظرسنجی رأی ممتنع دادند. سپس حدود یک هفته بعد و در حالی که مواد قانونی طرح بانکداری در صحن علنی مجلس در دستور کار قرار داشت، تعدادی از اقتصاددانان نام آشنا در بیانیه‌ای، طرح مجلس را ناقض بسیاری از اصول بانکداری خواندند و نسبت به پیامدهای آن هشدار دادند. موسی غنی‌نژاد، طهماسب مظاهری، داود سوری، محمد طبیبیان، حسین عبده تبریزی و... در این نامه با بیان اینکه طرح مجلس به جای آنکه گامی در جهت حل معضلات نظام بانکی باشد، خود گره‌های جدیدی در نظام پولی ایران ایجاد خواهد کرد، خواستار رعایت اصول علمی اقتصاد و بانکداری شدند. همچنین در ادامه ابراز نگرانی محافل فکری و کارشناسی کشور نسبت به طرح بانکداری، رئیس اتاق بازرگانی تهران در نامه‌ای به رئیس مجلس، تصویب این طرح را مترادف با ورشکستگی نهاد ناظر پولی خواند و تاکید کرد: «این طرح، یکپارچگی و انسجام بانک مرکزی را وجه‌المصالحه ذی‌نفعان بیرونی قرار می‌دهد.»

کنترل تورم، دغدغه حاکمیت هست؟

در بیست و چهارمین جلسه کمیسیون بازار پول و سرمایه اتاق تهران، طرح قانون بانکداری از سوی اقتصاددانان و چهره‌های برجسته بانکداری ایران بحث و بررسی شد. فرهاد نیلی، اقتصاددان و متخصص حوزه پولی و بانکی در این نشست با بیان اینکه «این روزها سرنوشت ما و فرزندان ما در میدان بهارستان در حال رقم خوردن است»، گفت: «ایران میان دو کشوری (عراق و افغانستان) قرار گرفته که از لحاظ سیاسی بی‌ثبات‌ترین کشورهای جهان شناخته می‌شوند و از قضا یکی از بهترین قوانین بانک مرکزی را دارا هستند. این نشان می‌دهد که می‌شود بی‌ثبات‌ترین نظام سیاسی را تجربه کرد، اما در عین حال تورم پایین یا ملایمی داشت. همچنین نشان‌دهنده آن است که یک بانک مرکزی مقتدر که اقتدارش براساس قانون تعریف می‌شود، چقدر می‌تواند نظام پولی را از تحولات سیاسی دور و ایزوله نگه دارد. تصور من این است که ما تاکنون دچار یک تجاهل بودیم که فکر می‌کردیم تورم مهم است. در حالی که وقتی سیاستمداران دور میز نشستند، معلوم شد که واقعا تورم برای‌شان مهم نیست؛ چراکه نشستند و قانونی را نوشتند که در آن ردی از کنترل تورم دیده نمی‌شود.»

او با اشاره به اینکه «طرح جدید بانکداری، جلوه بارزی از نگرش حاکمیت نسبت به بانک مرکزی است»، توضیح داد: «انتظار حاکمیت از بانک مرکزی، نهادی است که دست‌های مقتدری برای کنترل بانک‌های خصوصی دارد، اما مغز این نهاد قدرت تصمیم‌گیری نداشته باشد. بنابراین تمام اختیارات مورد نیاز در این زمینه را به آن داده، اما هیچ اختیاری برای اتخاذ تصمیمی خلاف خواسته دولت ندارد.»

نیلی سپس به ترکیب شورای فقهی اشاره کرد و گفت: «رئیس‌کل بانک مرکزی در شورای فقهی، به عنوان یک عضو باید حضور داشته باشد، اما رئیس و نایب‌رئیس شورا باید فقیه باشند. بنابراین رئیس‌کل کاملا در یک موضع فرودست در شورای فقهی می‌نشیند و رسمیت جلسه منوط به حضور رئیس‌کل نیست، اما منوط به حضور فقها خواهد بود؛ این بدان معناست که رئیس‌کل با تحقیر در شورای فقهی باید حضور پیدا کند. این تنزل جایگاه چنانچه برای رئیس‌کل بانک مرکزی از طریق این قانون اتفاق بیفتد، تا ده‌ها سال قابل تغییر نخواهد بود.»

این متخصص بانکداری با بیان اینکه «در هیأت عالی هم به دلیل حضور مسلط وزیر اقتصاد و رئیس سازمان برنامه، باز رئیس‌کل نقش فرادست ندارد»، افزود: «از آن مهمتر اینکه بیم عزل رئیس‌کل همواره با او خواهد بود. چنین رئیس‌کلی هیچ تصمیمی خلاف منویات دولت و فقها نمی‌تواند اتخاذ کند.» به گفته نیلی، «وضعیت بانک مرکزی در این طرح، شبیه فرزندی است که والدینش او را هر روز به باشگاه می‌فرستند تا یک بدنساز قوی شود تا هر زمان خانواده درگیر دعوا شد، بتواند طرف مقابل را تنبیه کند، اما همین خانواده اجازه نمی‌دهد که این فرزند در مورد کوچک‌ترین مسئله خانوادگی تصمیم بگیرد. به نظرم، این ساختار در جهان بی‌نظیر است؛ بدنی با مغز بسیار کوچک و دستان بسیار قوی که هر وقت گفتند برو کلاه بیاور، کلاه را با سر بیاورد.»

۶ مشوق بانکی برای حساب‌های تجاری

شروطی که یک حساب را تجاری می‌کند

مصوبه تازه شورای پول و اعتبار درباره معیار حساب‌های تجاری، با واکنش کارشناسان روبه‌رو شده است. براساس مصوبه شورای پول و اعتبار، اگر یک حساب بانکی بیش از ۱۰۰ تراکنش واریز به حساب در ماه داشته باشد و ۳۵ میلیون تومان در تراکنش‌ها جابه‌جا شود، تراکنش تجاری تلقی می‌شود و صاحب حساب باید مالیات پرداخت کند. طبق گفته قائم مقام بانک مرکزی، ابتدا پیامکی برای افراد ارسال می‌شود که حساب آنها به دلیل تراکنش‌های بالایی که دارند، حساب تجاری محسوب می‌شود و حساب تجاری نیازمند اخذ مالیات است. البته گفته شده چنانچه فرد مدعی شود که کار تجاری انجام نمی‌دهد و به اشتباه جزو حساب‌های تجاری شناسایی شده می‌تواند مدارک مربوطه را به سازمان مالیاتی ارائه کند. اصغر ابوالحسنی همچنین از ارسال پیامک حساب‌های تجاری و غیرتجاری به افراد از ابتدای مهرماه خبر داد و گفت که نه تنها شناسایی حساب‌های تجاری، خللی در فعالیت افراد ایجاد نمی‌کند، برای حساب‌های تجاری موارد مشوقی هم در نظر گرفته شده است.

پس از اجرای قانون پایانه‌های فروشگاهی و سامانه مودیان از سوی دولت که منجر به ساماندهی ۱۹ میلیون درگاه پرداخت و کارتخوان با هدف جلوگیری از پولشویی و فرار مالیاتی شد، حالا تفکیک حساب‌های تجاری از غیرتجاری به عنوان تکمیل‌کننده این زنجیره اجرا شده است که هفته گذشته بانک مرکزی در بخشنامه‌ای دستورالعمل آن را برای اجرا به شبکه بانکی ابلاغ کرد. طبق اعلام بانک مرکزی، در حال حاضر ۲۲۰ هزار حساب تجاری شناسایی شده است.

اما این مصوبه شورای پول و اعتبار با واکنش بسیاری از کارشناسان روبه‌رو شده است. سیامک قاسمی، اقتصاددان در یادداشتی در فضای مجازی نوشت: «گفتند حساب‌های بانکی با گردش بالای ۳۵ میلیون تومان در ماه، تجاری محسوب می‌شود و باید مالیات بدهند. یک خانواده در مناطق یک تا ۶ تهران با هزینه اجاره و حمل و نقل و خوراکی و رستوران و پوشاک و مدرسه و مابقی بیشتر از ۳۵ میلیون تومان هزینه دارد!» بهنام صمدی، کارشناس اقتصادی نیز در یادداشتی نوشت: «براساس مصوبه شورای پول و اعتبار، چنانچه یک حساب بانکی بیش از ۱۰۰ تراکنش در ماه داشته باشد و ۳۵ میلیون تومان در تراکنش‌ها جابه‌جا شود، تراکنش تجاری تلقی می‌شود و باید مالیات پرداخت کند. آفرین! فقط بعدا محل هزینه‌کرد ریال با ریال این مالیات‌ها را شفاف اعلام کنید.»

در پاسخ به این انتقادات، سخنگوی بانک مرکزی روز گذشته برخی ابهامات تفکیک حساب‌های تجاری از غیرتجاری را تشریح کرد. مصطفی قمری‌وفا با تاکید بر اینکه «رفتار حساب‌های تجاری مختلف است و الگوهای متفاوتی برای شناسایی و بررسی آنها وجود دارد»، گفت: «حساب‌های بانکی یک فرد اگر دو شرط را به طور همزمان داشته باشد، ممکن است حساب تجاری تلقی شود: اول اینکه تعداد «واریز به» حساب بیش از ۱۰۰ فقره باشد و در عین حال، مجموع مبلغ واریزی هم بیشتر از ۳۵۰ میلیون ریال باشد، بنابراین صرف دارا بودن یکی از این دو شرط، مبنایی برای تجاری دانستن حساب نیست، به عنوان مثال، اگر مجموع مبلغ واریز به حساب در ماه ۱۰ میلیارد ریال باشد، ولی تعداد دفعات واریز به حساب کمتر از ۱۰۰ مورد باشد، حساب مشمول بررسی به عنوان حساب تجاری نخواهد بود.»

سخنگوی بانک مرکزی توضیح داد: «مبنا صرفا تعداد «واریز به» حساب است، نه تراکنش؛ لذا این برداشت که با مصوبه مذکور، حساب اغلب افراد به واسطه خریدها و تراکنش‌هایی که در طول ماه انجام می‌دهند حساب تجاری تلقی خواهد شد، کاملا نادرست است براساس بررسی‌های صورت‌گرفته، درصد بسیار ناچیزی (کمتر از ۲ درصد) از حساب‌های غیرتجاری، با اجرای مصوبه فوق ممکن است مشمول بررسی به عنوان حساب تجاری باشند.» به گفته وی، «همه حساب‌هایی که واجد این دو شرط هستند لزوما تجاری محسوب نخواهند شد، بلکه پس از بررسی و اخذ اطلاعات تکمیلی نسبت به تجاری یا غیرتجاری بودن آنها تصمیم‌گیری می‌شود، لذا ممکن است حسابی واجد هر دو شرط باشد، اما حساب تجاری شناخته نشود.»

قمری‌وفا با بیان اینکه «حساب‌هایی که تجاری یا به تعبیر دیگر «حساب فروش» شناخته می‌شوند، به سبب ماهیت حساب از مزایایی مانند افزایش سقف روزانه و ماهانه برداشت از حساب بدون نیاز به ارائه اسناد مثبته، تخفیف در کارمزدهای بانکی و... برخوردار خواهند شد»، گفت: «تعریف یک حساب به عنوان حساب تجاری برای افرادی که فعالیت تجاری و گردش مالی متناسب با کسب و کار دارند، تسهیلگری قابل توجهی خواهد داشت.»

طبق اعلام بانک مرکزی، شش مشوق بانکی برای حساب‌های تجاری در نظر گرفته شده است: «اعطای دسته چک جدید در صورت بازگشت تمامی برگه‌های دسته چک‌های قبلی و نیز بازگشت سه پنجم (۶۰ واحد درصد) از برگه‌های آخرین دسته چک متصل به حساب تجاری»؛ «اعمال تخفیف در کارمزد خدمات بانکی حداکثر تا «۴۰ درصد» فقط در رابطه با سرفصل‌های «صدور انواع ضمانتنامه»، «حواله‌ها» و «وصول بروات» مندرج در «جدول کارمزد خدمات بانکی ریالی و الکترونیکی» مصوب هیأت عامل بانک مرکزی»؛ «افزایش محدودیت روزانه برداشت غیرحضوری از کلیه حساب‌های تجاری مشتری، حداکثر تا ۵۰۰ میلیون تومان»؛ «افزایش محدودیت ماهانه برداشت غیرحضوری از کلیه حساب‌های تجاری مشتری، حداکثر تا ۳ میلیارد تومان»؛ «در اولویت قرار دادن ضمانت اشخاص دارای حساب تجاری به عنوان یکی از وثایق قابل قبول برای اعطای تسهیلات خرد، موضوع «دستورالعمل اجرایی اعطای تسهیلات خرد» مصوب کمیسیون مقررات و نظارت مؤسسات اعتباری بانک مرکزی» و «عدم اعمال محدودیت‌های مربوط به تعداد مجاز حساب سپرده اشخاص حقیقی در افتتاح و نگهداری حساب تجاری برای مشتری». البته از دیگر مشوق‌های بانکی برای صاحبان حساب‌های تجاری این است که دیگر لازم نیست تا برای نقل و انتقالات بیش از ۲۰۰ میلیون تومان خود به بانک مستند ارائه کنند، بلکه بانک‌ها فقط برای نقل و انتقالات بالاتر از مبلغ یک میلیارد تومان باید از این اشخاص مستندات بخواهند.

بانک نامه

سکه ۱۴ میلیون و ۲۰۰ هزار تومان شد

نوسان دلار در کانال ۳۰ هزار تومانی

پس از تحریم‌های جدید آمریکا علیه ایران و سیگنال‌های ضد و نقیض برجامی، انتظارات صعودی بار دیگر در بازار ارز تقویت شده است. به طوری که قیمت دلار در این هفته به بالای مرز روانی ۳۰ هزار تومان رسید و در سه روز گذشته در این محدوده نوسان داشته است. روند افزایشی دلار در شرایطی رقم خورده که در آخرین روز کاری هفته گذشته (پنجشنبه ۱۷ شهریورماه) هر دلار آمریکا در مرز ۳۰ هزار تومان قرار داشت و این امر نشان می‌دهد که قیمت دلار در این روزهای آخر شهریورماه به واسطه سیگنال‌های ضد و نقیض برجامی و دورنمای مبهم مذاکرات وین مجددا به روند صعودی بازگشته است. قیمت دلار در حالی دیروز به نیمه میانی کانال ۳۰ هزار تومان رسید که نرخ فروش آن در صرافی‌های بانکی ۲۸ هزار و ۶۳۷ تومان اعلام شد. هر یورو نیز در صرافی‌های بانکی با ۸۰ تومان کاهش با قیمت ۲۸ هزار و ۵۶۲ تومان به فروش رسید. قیمت خرید هر دلار توسط صرافی‌های بانکی ۲۸ هزار و ۳۵۲ تومان و نرخ خرید هر یورو نیز ۲۸ هزار و ۲۷۷ تومان گزارش شد.

همچنین در بازار سکه و طلا قیمت سکه طرح جدید با ۱۰۰ هزار تومان افزایش در روز دوشنبه به ۱۴ میلیون و ۲۰۰ هزار تومان رسید. سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم نیز ۱۳ میلیون و ۴۰۰ هزار تومان معامله شد. نیم سکه ۸ میلیون و ۵۰ هزار تومان، ربع سکه ۵ میلیون و ۵۰ هزار تومان و سکه یک گرمی ۳ میلیون و ۵۰ هزار تومان قیمت خورد. در بازار طلا نیز نرخ هر گرم طلای ۱۸ عیار به یک میلیون و ۳۱۹ هزار تومان رسید و قیمت هر مثقال طلا ۵ میلیون و ۷۱۸ هزار تومان شد. قیمت اونس جهانی طلا هم به یک‌هزار و ۷۲۵ دلار و ۲۳ سنت رسید.

با هدف‌گذاری اروپا برای تورم ۲ درصدی

یورو خیز برداشت

یورو در بحبوحه سختگیری بانک مرکزی اروپا، جهش کرد و ارزشی بالاتر از دلار کسب کرد. به گزارش اینوست، روز دوشنبه یورو در برابر دلار در بالاترین حد خود در بیش از سه هفته اخیر قرار گرفت و استرلینگ به بالاترین سطح در این ماه رسید؛ زیرا مقامات بانک مرکزی اروپا برای انقباض بیشتر پولی تلاش کرده‌اند. در آستانه انتشار آمارهای کلیدی تورم ایالات متحده در این هفته که ممکن است به فدرال رزرو اجازه دهد در نشست سیاستی خود در ۲۱ سپتامبر، سرعت افزایش نرخ بهره را بررسی کند، ارزش دلار چندان دور از پایین‌ترین سطح دو هفته‌ای خود قرار ندارد. همچنین ین ژاپن که به نرخ حساس است، با توقف ارزش صعودی بلندمدت خزانه‌داری آمریکا در زیر بالاترین سطح تقریبا سه ماهه، یعنی حدود سطح متوسط ۱۴۲ در هر دلار قرار گرفت.

سیاست‌گذاران بانک مرکزی اروپا خطر افزایش نرخ کلیدی را ۲ درصد یا بیشتر برای مهار تورم ثبت شده پیش‌بینی می‌کنند. به تازگی نرخ بهره منطقه اروپا ۰,۷۵ واحد درصد افزایش یافت. گزارش‌ها از اتخاذ سیاست‌های انقباضی بانک مرکزی اروپا در جهت کنترل تورم حکایت دارد. تا پیش از سال جاری افزایش نرخ بهره در اروپا از زمان تاسیس پول یورو از سال ۱۹۹۹، بی‌سابقه بوده است. جهش تورم کشورهای اروپایی در دو ماه اخیر موجب شد سیاست‌گذاران از عملکرد بانک مرکزی آمریکا در جهت بهبودی تورم بهره گیرند؛ زیرا فدرال رزرو به سیاست‌گذاران در سطح جهان اثبات کرد که تنها راه مقابله با تورم فزاینده، اتخاذ سختگیرانه سیاست‌های انقباضی است. بر این اساس پاول، رئیس بانک مرکزی آمریکا توانست تورم در ماه گذشته را کاهش دهد.

به دنبال این موضوع، کریستین لاگارد، رئیس بانک مرکزی اروپا نیز در این باره گفت که هدف سیاست‌های پولی، کاهش تورم به نرخ ۲,۳ درصد در سال ۲۰۲۴ است و افزایش نرخ بهره تا ثبت نرخ ۲ درصدی تورم ادامه خواهد داشت. تورم دورقمی در اروپا، سبقت دلار از یورو و همچنین توقف صادرات گاز به منطقه اروپا، عواملی بودند که بانک مرکزی اروپا را تحریک کرد تا نرخ بهره را برای بار دیگر افزایش دهد.

در روزهای گذشته رئیس بانک مرکزی اروپا برای دومین بار نرخ بهره را در یک سال اخیر افزایش داد. او دلیل خود از افزایش نرخ بهره را سیاست ضدتورمی خواند و اعلام کرد که با تداوم سیاست‌های انقباضی، نرخ تورم در ماه‌های آتی کاهش پیدا خواهد کرد. او در این راستا، تورم در سال ۲۰۲۳ میلادی را ۵,۵ درصد و این نرخ را برای سال ۲۰۲۴ معادل ۲,۳ درصد هدف‌گذاری کرد. همچنین رئیس بانک مرکزی اروپا افزود که به دلیل کاهش صادرات گاز روسیه به اروپا، وقوع رکود پیشخور شده و تغییرات نرخ بهره تاثیرات چندانی بر وقوع رکود نخواهد داشت.

برخی از تحلیلگران از صحبت‌های لاگارد این‌چنین برداشت کرده‌اند که او با چشم‌انداز اقتصاد اروپا در زمستان که بر اثر سهمیه‌بندی گاز، روند نزولی به خود خواهد گرفت، دست به چنین اقدامی زده است تا بتواند اروپا را از غرق شدن در سیل تورم بالا نجات دهد. رئیس بانک مرکزی اروپا گفت که کمتر از پنج جلسه دیگر در ماه‌های آتی، نرخ بهره به مرحله خنثی می‌رسد و در این حالت اقتصاد اروپا نه با رشد همراه است و نه روند کاهشی به خود خواهد گرفت. او افزود که اگر تورم در شش هفته آینده روند کاهشی به خود نگیرد، در نشست بعدی بانک مرکزی نرخ بهره ۰,۷۵ واحد درصد دیگر افزایش خواهد یافت و این عملکرد تا جایی ادامه پیدا خواهد کرد که تورم به ۲ درصد تنزل پیدا کند. پس از انتشار گزارش بانک مرکزی اروپا که تقویت یورو را به دنبال داشت، شاخص دلار با افت ۱,۵ درصدی خود به ۱۰۸,۶۶۵ واحد رسید. بازارهای پرریسک از جمله بیت‌کوین و اتریوم به ترتیب با رشد ۱۲ و ۱۴ درصدی روبه‌رو شدند.

در شش ماهی که از جنگ روسیه و اوکراین می‌گذرد، بازارهای جهانی به خصوص اروپا با التهاب مواجه شده است. کشورهای اروپایی و آمریکا با تحریم روسیه به دنبال فشار اقتصادی روی این کشور بودند و با تحریم نفتی تلاش کردند اقتصاد روسیه را فلج کنند، اما این اتفاق و به دنبال آن، قطع صادرات گاز روسیه به اروپا؛ در واقع کشورهای اروپایی را با چالش جدی برای تأمین انرژی رو به رو کرده و هزینه‌های زندگی و تورم را رشد داده است.

بورس‌نامه

با مصوبه تازه دولت

دارا و پالایش یکم از زیان خارج می‌شوند

با مصوبه دو روز قبل هیأت دولت برای اصلاح اساسنامه و ساختار دو صندوق «دارا یکم» و «پالایش یکم»، امید تازه‌ای برای رونق معاملات این صندوق‌ها به وجود آمده است؛ تصمیمی که به گفته کارشناسان می‌تواند باعث خروج از زیانی شود که تقریبا دو سال، گریبانگیر سرمایه‌گذاران خرد و مردمی شده است که با اعتماد به دولتمردان گذشته در این دو صندوق بورسی سرمایه‌گذاری کرده‌اند.

در این زمینه، یک کارشناس بازار سرمایه درخصوص مصوبه جدید هیأت دولت برای اصلاح ساختار دو ETF دولتی، به سنا گفت: چالش‌های اصلی صندوق‌های ETF عرضه شده «دارا یکم» و «پالایش یکم» شامل صُلب و ثابت بودن ساختار آنها، پرتفوی فریز شده آنها و همچنین عدم بازارگردانی قوی بوده است که هر دو این موارد با همت سازمان بورس و تایید بالاترین مقامات اجرایی (هیأت دولت) برطرف گردیده و منتظر ورود به مرحله اجرایی است. البته همین خبر نیز برای بهبود خوش‌بینی معامله‌گران به این دو صندوق کافی بوده و وضعیت نموداری آنها در روزهای اخیر نسبت به کلیت بازار عملکرد بهتری داشته است.

نیما میرزایی با اشاره به اینکه با مصوبه دولت، سرمایه‌گذاران «دارا یکم» و «پالایش یکم» از زیان خارج خواهند شد، ادامه داد: با تصویب موارد اشاره شده توسط هیأت دولت، بعد از این صندوق‌ها امکان تغییر پرتفوی خود را خواهند داشت و مشابه سایر صندوق‌های سهامی نسبت به معامله سهام در گروه مورد تایید اقدام خواهند کرد. همچنین بزرگترین معضل و تمایز این صندوق‌ها که عدم حضور بازارگردان بود نیز مرتفع گردیده است. بنابراین تلاش خواهد شد که در گذر زمان قیمت تابلو «دارا یکم» و «پالایش یکم» را به NAV (ارزش خالص دارایی‌ها) نزدیک شود. باید توجه داشت که به صورت عمومی در سایر صندوق‌های ETF، میزان این اختلاف عموما کمتر از چند درصد است و در زمان اوج‌گیری هیجانات مثبت و منفی بازار سرمایه، بازارگردان‌ها ضمن حفظ محدوده ارزندگی صندوق، به نقدشوندگی بیشتر آنها نیز کمک می‌کنند. به گفته میرزایی، اگر مصوبات همچنان با قدرت پیگیری و اجرا شوند و بالاخص شاهد بازارگردانی قوی دو صندوق «دارا یکم» و «پالایش یکم» باشیم، خوش‌بینی بسیار بالایی دارم که قیمت آنها به NAV نزدیک شده و در این رشد چند ۱۰ درصدی، حداقل زیان خریداران جبران شود.

او پیشنهاداتی برای بهبود وضعیت این دو صندوق بورسی داشت و افزود: برای موضوع بازارگردانی پیشنهاد همیشگی بنده استفاده از ظرفیت خود بازار سرمایه است. سازمان بورس می‌تواند در یک ایده خلاقانه و نوظهور، بازارگردان‌های جدید را از طریق پذیره‌نویسی و با سرمایه افراد حقیقی و حقوقی تشکیل دهد و با در نظر گرفتن به ثبات رسیدن بازار سرمایه و شرایط خاص این دو صندوق، استقلال رفتاری بیشتری را برای بازارگردان‌های این صندوق‌ها در نظر بگیرد. دقت داشته باشیم که در وضعیت ریزشی بازار نیز برخی از بازارگردان‌های بزرگ، موفق عمل کرده که با توجه به ویژگی صندوق‌های «دارا یکم» و «پالایش یکم»، احتمال موفقیت این مدل بازارگردانی بسیار بالا و نسبتا کم ریسک خواهد بود. میرزایی اضافه کرد: مشکل اصلی این صندوق‌ها در نحوه تعریف و اجرایی کردن عرضه آنها در دوره پیشین است و در واقع، یک چالش بزرگ است که به مدیران فعلی به ارث رسیده است. اما در هر حال، قیمت فعلی آنها مرهون ساختار ناکارآمد سابق آنها بوده که از رغبت سهامداران به خرید و نگهداری کاسته است. در صورتی که اصلاحات فوق با قدرت اجرایی شوند، می‌توان امیدوار بود که این صندوق‌ها به ارزندگی خود برسند و به مرور جزو صندوق‌های برتر بازار قرار بگیرند. فراموش نکنیم که گروه‌ها و نمادهای تخصیص یافته در هر دو صندوق، جزو خوش نمادهای موفق و نسبتا کم ریسک گروه‌های‌شان هستند که با مدیریت صحیح پرتفوی این صندوق‌ها، موفق‌تر نیز می‌توان عمل کرد.

سیر نزولی دماسنج اصلی تالار شیشه‌ای ادامه دارد

بیم و امید برجام در بازار سهام

فرصت امروز: ناامیدی از برجام در تالار شیشه‌ای به ریزش پیاپی نماگرهای بورسی در روزهای گذشته منتهی شده و عدم‌شفافیت در مذاکرات هسته‌ای به مشکلی پایدار در بورس تهران بدل شده است، به‌طوری‌که بورس‌بازان دیگر همانند قبل گوش‌به‌زنگ اخبار برجامی نیستند؛ چراکه تاکنون چند بار مذاکرات احیای برجام به نقطه پایانی نزدیک شده و به دنبال آن، اغلب بازارها با خوش‌بینی به پیشواز توافق و پیشخور اثرات آن رفته‌اند، اما نه‌تنها توافقی حاصل نشده بلکه طرف‌های برجامی توپ را به زمین یکدیگر می‌اندازند و از اعلام خبر موثق و صحیح نیز سر باز می‌زنند.

به نظر می‌رسد بازار سهام همچنان در روند فرسایشی و رکودی خود باقی بماند، مگر آنکه معضل دیرینه برجام به سرانجام برسد و تکلیف بازارهای مالی کشور مشخص شود؛ چراکه در ادامه این بی‌خبری، رکود بازارها بیش از پیش بر ناکارآمدی سرمایه‌گذاری در بورس تهران می‌افزاید و سرمایه‌گذاران را بیش از پیش از سرمایه‌گذاری در بازار سرمایه دلسرد می‌کند. البته این موضوع به این معنا نیست که با مشخص‌شدن نتیجه مذاکرات برجام، بازارهای مالی با رشد شارپی همراه خواهند شد. دلیل چنین دیدگاهی این است که اتفاقا با احتمال عدم‌توافق در مذاکرات هسته‌ای، بازارها در کوتاه‌مدت در بازه‌ای منفی معامله خواهند شد؛ زیرا ممکن است به شکلی موقت شاهد افت هیجانی در بازار ارز باشیم، اما حتی اگر توافقی هم در مذاکرات هسته‌ای حاصل نشود، صرفا مشخص‌شدن سرانجام این بلاتکلیفی می‌تواند بازارها و البته سرمایه‌گذاران را از غبار سردرگمی و تردید نجات دهد و ادامه مسیر را برای آنها روشن سازد.

نومیدی از برجام در تالار شیشه‌ای

پس از آنکه جوزپ بورل، مسئول سیاست خارجی اتحادیه اروپا هفته گذشته از رنگ باختن شانس توافق هسته‌ای خبر داد، این سیگنال منفی در بازارهای مالی و از جمله بازار سهام به تغییر آرایش سرمایه‌گذاران و تغییر استراتژی‌های معاملاتی انجامید. به طوری که معامله‌گران تحت تاثیر اخبار منفی مذاکرات احیای برجام، سرمایه‌گذاری خود را با چاشنی احتیاط همراه کردند. به نظر می‌رسد بازار سهام در این روزها از هر سو در محاصره اخبار منفی قرار گرفته و از یکسو در مواجهه با افزایش قیمت‌ها در بازارهای جهانی و ادامه اختلاف نظرها در مذاکرات احیای برجام و از سوی دیگر، سایه سنگین قیمت‌گذاری دستوری در سراشیبی قیمتی قرار گرفته است؛ عواملی که ادامه سرمایه‌گذاری در تالار شیشه‌ای را سخت و دشوار کرده و باعث شده تا بورس‌بازان با نیم نگاهی به بازدهی سایر بازارها، راه خروج از بازار سهام را در پیش بگیرند؛ کما اینکه طی هفته گذشته (هفته منتهی به ۱۶ شهریورماه) بیشترین خروج پول پس از چهار هفته از سوی سرمایه‌گذاران خرد به ثبت رسید و ۷۸۰ میلیارد تومان پول حقیقی از گردونه معاملات بورس تهران خارج شد. در این خصوص، یک کارشناس بازار سرمایه با اشاره به اینکه مسئله برجام، مسئله و دغدغه بازار سرمایه نیست، به بورسان می‌گوید: مسئله برجام یک مسئله ملی، اقتصادی و سیاسی است که نمی‌توان اثر آن را از بازار سرمایه جدا کرد. مسئله برجام طی سال‌های گذشته هم بر اقتصاد کشور تاثیر داشته و هم‌اکنون نیز در صورت توافق و یا عدم توافق، در اجزا و پیکره اقتصاد تاثیر خواهد گذاشت و بازار سرمایه هم به عنوان دماسنج و تالار شیشه‌ای اقتصاد کشور نمی‌تواند از این مسئله مصون بماند و به طور قطع در میان‌مدت و بلندمدت در افزایش و یا کاهش شاخص‌ها، سودآوری شرکت‌ها، رفتارهای هیجانی و تحلیل‌های مقطعی و کوتاه مدت تاثیر می‌گذارد. به عقیده علیرضا قدرتی، سرنوشت سیاسی برجام برای بسیاری از دولتمردان و مسئولان عالی رتبه کشور هنوز مشخص نیست، اما باید در نحوه مواجهه و نحوه مدیریت دارایی‌های خود دست به اقدامات و برنامه‌ریزی‌های درست بزنیم.

او با اشاره به وجود رفتارهای هیجانی در بازار سرمایه و نبود متولیان بزرگ در بازار ادامه می‌دهد: در بازارهای بزرگ دنیا متولیان و فعالان بزرگ حقوقی هستند که مدیریت بازار را انجام می‌دهند و اجازه نوسانات جدی را نمی‌دهند، اما متاسفانه در بازار سرمایه کشور، نقش افرادی که رفتارهای هیجانی می‌کنند، پرنگ‌تر است.

قدرتی سپس به راهکارهای سازمان بورس برای بهبود شرایط در بازار اشاره می‌کند و می‌گوید: افزایش دامنه نوسان و افزایش اثرگذاری بازارگردان‌ها شاید به نوعی بتواند رفتارهای هیجانی را در بازار کاهش دهند، اما به نظر می‌رسد بازار سرمایه دوران خوبی را با برنامه‌ریزی درست و مدیریت بهتر پیش رو داشته باشد.

کاهش دسته‌جمعی شاخص‌ها

روند نزولی بازار سهام کماکان ادامه دارد و هر سه شاخص اصلی این بازار در معاملات روز گذشته قرمزرنگ بودند. در جریان معاملات روز دوشنبه ۲۱ شهریورماه، شاخص کل بورس تهران با یک هزار و ۷۹۵ واحد کاهش در ارتفاع یک میلیون و ۳۸۸ هزار واحدی ایستاد. شاخص کل با معیار هم‌وزن نیز با ۵۴۲ واحد کاهش به تراز ۴۰۲ هزار و ۴۸۲ واحد رسید. در معاملات این روز بورس تهران، بیش از ۶ میلیارد و ۶۳ میلیون سهم، حق‌تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۴۳ هزار و ۱۷۵ میلیارد ریال معامله شد.

شرکت فولاد مبارکه اصفهان (فولاد) با ۹۸۶ واحد، پتروشیمی نوری (نوری) با ۱۴۵ واحد، فولاد خوزستان فخوز (فخوز) با ۱۲۱ واحد، ایران خودرو (خودرو) با ۱۲۰ واحد، ملی صنایع مس ایران (فملی) با ۱۰۶ واحد و پارس فولاد سبزوار (فسبزوار) با ۱۰۳ واحد، تاثیر مثبت بر شاخص بورس داشتند. در سوی مقابل نیز شرکت معدنی و صنعتی گل گهر (کگل) با ۹۰۳ واحد، صنایع پتروشیمی خلیج فارس (فارس) با ۳۹۰ واحد، معدنی و صنعتی چادرملو (کچاد) با ۳۷۹ واحد، گسترش سرمایه‌گذاری و توسعه صنعتی پتروشیمی خلیج فارس (پترول) با ۲۹۰ واحد، توسعه معدنی و صنعتی صبا نور (کنور) با ۲۱۳ واحد و بانک پاسارگاد (وپاسار) با ۲۰۹ واحد، با تاثیر منفی بر شاخص بورس همراه شدند. نماد شرکت سرمایه‌گذاری تامین اجتماعی (شستا)، ایران خودرو (خودرو)، سایپا (خساپا)، فولاد مبارکه اصفهان (فولاد)، سیمان کردستان (سکرد)، گسترش سرمایه‌گذاری ایران خودرو (خگستر) و انتقال داده‌های آسیا تک (آسیاتک) در گروه نمادهای پُرتراکنش قرار داشتند. گروه خودرو هم در معاملات روز دوشنبه صدرنشین برترین گروه‌های صنعت شد و در این گروه ۷۳۲ میلیون و ۹۵۴ هزار برگه سهم به ارزش ۲ هزار و ۲۵۳ میلیارد ریال دادوستد شد.

در آن سوی بازار نیز شاخص کل فرابورس بیش از ۶۷ واحد کاهش داشت و به ۱۸ هزار و ۷۵۵ واحد رسید. در این بازار بیش از ۳ میلیارد و ۹۲۲ میلیون برگه سهم و اوراق مالی دادوستد شد و تعداد دفعات معاملات فرابورس بیش از ۱۴۶ هزار و ۹۹۲ نوبت بود. پلیمر آریا ساسول(آریا)، تولید برق عسلویه مپنا (بمپنا)، تجلی توسعه معادن و فلزات (تجلی)، پالایش نفت شیراز (شراز)، فرآورده‌های غذایی و قند چهارمحال (قچار)، کلر پارس (کگر) و ریل پرداز نو آفرین (حآفرین) با تاثیر مثبت بر شاخص فرابورس همراه بودند و شرکت سرمایه‌گذاری صبا تامین (صبا)، سنگ آهن گهرزمین (کگهر)، تولید نیروی برق دماوند (دماوند)، بیمه پاسارگاد (بپاس)، آهن و فولاد غدیر ایرانیان (فغدیر)، بهمن دیزل (خدیزل) تاثیر منفی بر این شاخص داشتند.

وزارت جهاد کشاورزی
شرکت خدمات حمایتی کشاورزی

آگهی مناقصه عمومی تجدید شده یک مرحله ای بارگیری، حمل و تخلیه انواع نهاده ها

شناسه آگهی : ۱۳۷۹۷۹۹ — تاریخ انتشار: ۱۴۰۱/۰۶/۲۲ — نوبت دوم

شرکت خدمات حمایتی کشاورزی استان خراسان رضوی وابسته به وزارت جهاد کشاورزی در نظر دارد انجام عملیات بارگیری، حمل و تخلیه انواع نهاده کشاورزی از دو مبداء انبارهای سازمانی خود:

۱- شهرستان مشهد و حومه به مقدار ۳۹,۰۰۰ هزار (سی و نه هزار) تن
۲- شهرستان سبزوار به مقدار ۱۱,۰۰۰ (یازده هزار) تن

به سایر نقاط در داخل و خارج از استان را از طریق برگزاری مناقصه عمومی یک مرحله ای به پیمانکاران واجد شرایط و در بستر سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) واگذار نماید. کلیه مراحل برگزاری مناقصه از "دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد، بازگشایی نرخ های پیشنهادی و ..." از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت(ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است شرکت کنندگان در مناقصه در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی (توکن) را جهت شرکت در مزایده محقق سازند.

۱) شماره فراخوان و تاریخ انتشار آگهی مناقصه در سامانه
۱-۱)مبداء مشهد: ۲۰۰۱۰۰۱۵۶۶۰۰۰۰۰۹ روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۱/۶/۲۱
۱-۲) مبداء سبزوار: ۲۰۰۱۰۰۱۵۶۶۰۰۰۰۰۸ روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۱/۶/۲۱
۲) نام و نشانی برگزار کننده مناقصه: شرکت خدمات حمایتی کشاورزی استان خراسان رضوی به آدرس مشهد - میدان فردوسی ابتدای بلوار شهید صادقی - مقابل اداره تعاون، رفاه و کار و امور اجتماعی
۳) هزینه خرید اسناد مزایده: مبلغ ۵۰۰,۰۰۰ ریال می باشد که از درگاه بانکی موجود در سامانه ستاد انجام می گیرد.
۴) مهلت زمانی دریافت اسناد مناقصه از سامانه: از روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۱/۶/۲۱ لغایت ساعت ۱۹:۰۰ روز پنجشنبه مورخ ۱۴۰۱/۶/۲۴
۵) آخرین مهلت ارائه نرخ پیشنهادی - بارگذاری در سامانه(بصورت PDF): تا ساعت ۱۹:۰۰ روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۱/۷/۰۴
۶) تاریخ گشایش پیشنهادها: روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۱/۷/۰۶ ساعت ۱۰:۰۰ برای مبداء سبزوار و ساعت ۱۱:۰۰ برای مبداء مشهد در دفتر مدیریت شرکت خدمات حمایتی کشاورزی خراسان رضوی می باشد.
۷) مبلغ و نوع تضمین فرآیند ارجاع کار:
۱-۷) مبلغ ۵,۵۷۴,۰۰۰,۰۰۰ ریال برای مبداء مشهد
۲-۷) مبلغ ۱,۳۵۱,۰۰۰,۰۰۰ ریال برای مبداء سبزوار
که به دو صورت ضمانتنامه بانکی و یا فیش واریزی به شماره حساب شبای IR ۸۷۰۱۰۰۰۰۴۰۰۱۰۳۹۷۰۶۳۷۴۳۸۵ نزد بانک مرکزی از طریق دستور پرداخت ساتنا با شناسه واریز ۳۰ رقمی ۹۹۴۲۶۳۵۰۰۱۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۶۰ قابل ارائه می باشد.
۸) آدرس و زمان تحویل اصل تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار: اصل تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار (پاکت الف) علاوه بر بارگذاری در سامانه، می بایستی به صورت فیزیکی و در پاکت دربسته و ممهور، حداکثر تا ساعت ۹ صبح روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۱/۷/۰۶ به دبیرخانه کمیسیون معاملات برگزار کننده مزایده در آدرس فوق الذکر تحویل و رسید دریافت شود.

ضمنا جهت کسب اطلاعات بیشتر می‌توانید ضمن تماس با شماره تلفن ۳۷۲۶۹۰۶۳-۰۵۱ به آدرس اینترنتی شرکت www.asse.ir و همچنین پشتیبانی سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به شماره ۱۴۵۶ ویا به آدرس پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات http://iets.mporg.ir نیز مراجعه فرمائید.

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۱/۶/۲۱ — تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۱/۶/۲۲

م الف ۶۲۴۵

شرکت خدمات حمایتی کشاورزی استان خراسان رضوی

وزارت نیرو
شرکت مهندسی آب و فاضلاب کشور (مادرتخصصی)
شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی

آگهی فراخوان انتخاب مشاور شماره ۲۰۰۱۰۰۱۴۰۳۰۰۰۱۸۶ مورخه ۱۴۰۱/۶/۲۰ مندرج در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت شماره ۲ سال ۱۴۰۱ (نوبت اول)

شناسه آگهی: ۱۳۸۰۰۱۶

شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی در نظر دارد خرید خدمات مشاوره مربوط به : مطالعات مرحله شناخت و مطالعات مراحل اول و دوم ارزیابی نشت مخازن ، ارائه راهکارهای آب بندی، بهسازی لرزه ای و غیر لرزه ای ، ترمیم عناصر آسیب پذیر سازه ای و غیر سازه ای و تجهیزات مربوطه برای مخازن و شیرخانه های مربوطه و طراحی مخازن ۸۳۰۰۰ مترمکعبی ائل گلی مادر را با روش QCBS وبا توجه به آئین نامه بند «هـ» ماده ۲۹ قانون برگزاری مناقصات به مشاور واجد شرایط و دارای صلاحیت و رتبه مرتبط پس از انجام ارزیابی کیفی و فنی واگذار نماید. کلیه مراحل انجام خرید خدمات از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد ایران) برگزار خواهد گردید، لذا کلیه واجدین صلاحیت می توانند ظرف مدت مشخص شده در سامانه مذکور، جهت دریافت اسناد ارزیابی کیفی به آدرس سایت www.setadiran.ir مراجعه نمایند تا اسناد مربوطه در اختیار ایشان قرار گیرد،لازم به ذکر است هزینه آگهی به عهده مشاور منتخب خواهد بود.

سایر اطلاعات و جزئیات مربوطه ازجمله زمان و نحوه چگونگی تحویل مدارک در اسناد انتخاب مشاور مندرج است.

مهلت دریافت اسناد تا مورخه ۱۴۰۱/۶/۳۱

مهلت ارسال پاسخ اسناد تا مورخه ۱۴۰۱/۷/۱۶

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۱/۶/۲۲ — تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۱/۶/۲۳

شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی

۶۸۵

خودروسازان برای هر خودرو ۱۱ میلیون تومان زیان دادند

خودروسازان در جاده زیان‌سازی

فرصت امروز: خودروسازان به طور میانگین روی تولید هر خودرو حدود ۱۱ میلیون تومان ضرر می‌دهند. ایران خودرو با تولید حدود ۴۵۱ هزار و ۱۰۰ دستگاه در سال گذشته به طور متوسط روی هر خودرویی که از خط تولید خارج کرده حدود ۵ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان زیان دیده است. البته بیشتر زیان خودروسازان از آن غول نارنجی جاده مخصوص است و سایپا حدود ۷۰ درصد از زیان تولید سال گذشته خودروسازان را به خود اختصاص داده است. در مجموع، دو غول خودروساز کشور در سال ۱۴۰۰ نزدیک به ۹ هزار و ۵۰۰ میلیارد تومان زیان تولید را تجربه کرده‌اند.

براساس آمارها در میان سه خودروساز بزرگ کشور، سایپا با ثبت زیان حدود ۶ هزار و ۶۵۵ میلیارد تومانی در صدر جدول بیشترین زیان تولید قرار دارد و حدود ۷۰ درصد از زیان تولید سال گذشته مربوط به این خودروساز است. رتبه دوم به ایران خودرویی‌ها تعلق دارد و آبی‌های جاده مخصوص در پایان سال گذشته حدود ۲ هزار و ۴۸۰ میلیارد تومان زیان تولید را تجربه کرده‌اند. این میزان زیان حدود ۲۵ درصد از کل زیان تولید را شامل می‌شود. همچنین پارس خودرویی‌ها به عنوان شرکت زیرمجموعه سایپا نزدیک به ۳۱۵ میلیارد تومان زیان را در کارنامه خود ثبت کرده‌اند. زیان تولید سومین خودروساز بزرگ کشور نیز حول و حوش ۵ درصد از زیان کل تولید سال ۱۴۰۰ را دربر می‌گیرد. بنابراین با توجه به زیان تولید ثبت شده و تیراژ تولید حدود ۸۶۶ هزار و ۶۰۰ دستگاهی (مجموع تولید سواری و وانت) در سال گذشته، خودروسازان به طور متوسط روی تولید هر دستگاه خودرو نزدیک به ۱۱ میلیون تومان زیان دیده‌اند.

تولید خودرو از صرفه اقتصادی افتاد؟

سه خودروساز بزرگ کشور، صورت‌های مالی سال گذشته خود را در سامانه کدال منتشر کرده‌اند. اطلاعات منتشرشده ایران خودرو، سایپا و پارس خودرو نشان می‌دهد این سه خودروساز در مجموع حدود ۹ هزار و ۵۰۰ میلیارد تومان زیان تولید را در صورت‌های مالی خود ثبت کرده‌اند که نسبت به سال قبل از آن از افت حدود ۴۰ درصدی حکایت دارد. صورت‌های مالی خودروسازان در پایان سال ۱۳۹۹، زیان تولیدی حدود ۱۵ هزار و ۶۷۰ میلیارد تومانی را نشان می‌داد. بررسی تفکیکی آمار زیان‌دهی خودروسازان، گویای این نکته است که ایران خودرویی‌ها با تولید حدود ۴۵۱ هزار و ۱۰۰ دستگاه به طور متوسط روی هر خودرویی که از خط تولید خارج کرده‌اند، حدود ۵ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان زیان دیده‌اند. سایپایی‌ها نیز با تولیدی حول و حوش ۲۷۴ هزار و ۷۵۰ دستگاه انواع سواری و وانت به طور متوسط روی هر دستگاه از محصولات تولیدی خود حدود ۲۴ میلیون و ۲۰۰ هزار تومان زیان را در کارنامه خود ثبت کرده‌اند. پارس خودرو نیز به طور متوسط روی هر دستگاه خودروی تولیدی ۲ میلیون و ۸۷۰ هزار تومان زیان را تجربه کرده است. برآیند زیاندهی سه خودروساز بزرگ کشور نشان می‌دهد که خودروسازی در سال گذشته به طور متوسط روی تولید هر دستگاه خودرو نزدیک به ۱۱ میلیون تومان زیان دیده است. در همین حال، مرکز پژوهش‌های مجلس نیز زیان انباشته ایران‌خودرو و سایپا تا پایان شهریورماه ۱۴۰۰ را بیش از ۱۰۰ هزار میلیارد تومان عنوان کرده است. بازوی کارشناسی مجلس در گزارش اخیر خود به آخرین صورت‌های مالی حسابرسی‌شده منتهی به شهریورماه سال گذشته استناد کرده و به آسیب‌شناسی وضعیت مالی خودروسازان پرداخته است. به گفته مرکز پژوهش‌ها، عملیات خودروسازی توسط دو خودروساز (ایران‌خودرو و سایپا) نشان از زیاندهی شدید آنها دارد؛ چنانکه مجموع زیان انباشته این دو شرکت طبق آخرین صورت‌های مالی حسابرسی‌شده حدود ۵۵هزار میلیارد تومان برآورد شده است. همچنین مطابق با صورت‌های مالی تلفیقی، این عدد برای مجموع گروه ایران‌خودرو و سایپا بیش از ۱۰۰هزار میلیارد تومان گزارش شده است. به طور مشخص، زیان انباشته مربوط به گروه ایران‌خودرو و گروه خودروسازی سایپا براساس صورت‌های مالی حسابرسی‌شده منتهی به شهریورماه سال گذشته به ترتیب برابر با ۵۲,۴ هزار میلیارد تومان و حدود ۴۸هزار میلیارد تومان بوده و زیان انباشته شرکت اصلی خودروسازی ایران‌خودرو و سایپا براساس صورت‌های مالی دوره مزبور به ترتیب برابر با ۳۴,۶ هزار میلیارد تومان و ۱۹,۹ هزار میلیارد تومان برآورد شده است.

چالش‌های مالی ۲ غول خودروساز

در ادامه این گزارش، صورت‌های مالی ایران‌خودرو و سایپا بررسی شده و از جمله چالش‌های مالی این دو خودروساز به عملیات زیانده خودروسازان، فزونی بهای تمام‌شده درآمدهای عملیاتی (خودروسازی) بر درآمدهای عملیاتی، هزینه‌های بالای مالی خودروسازان (به‌خصوص شرکت سایپا)، بدهی‌های شرکت‌های خودروساز (به خریداران خودرو و تامین‌کنندگان مواد اولیه)، وجود سهام چرخه‌ای و حکمرانی معیوب و دارایی‌های مازاد و غیرمرتبط با کسب‌وکار خودروسازان اشاره شده است. به گفته مرکز پژوهش‌ها، چالش‌های مزبور دارای پیامدها و آسیب‌های متعددی در دو سطح خُرد (بنگاه) و کلان است. در سطح بنگاه، پیامدهای حقوقی درخصوص ورشکستگی شرکت براساس ماده (۱۴۱) قانون تجارت، کاهش قدرت دسترسی به منابع مالی در بازارهای مالی (کاهش رتبه اعتباری یا اعتبارسنجی) و عدم سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه بنگاه به عنوان مهمترین پیامدهای منفی این وضعیت است. در سطح کلان نیز شکل‌گیری بازی پونزی و افزایش ریسک اعتباری در نظام مالی و اقتصادی، کاهش تولید محصولات (خودرو) و ریسک کاهش کیفیت محصولات ساخته‌شده از مهمترین پیامدها به شمار می‌رود. نهاد پژوهشی مجلس در این گزارش به صورت مجزا به بررسی وضعیت مالی و زیاندهی ایران‌خودرو و سایپا پرداخته و در پایان، پیشنهادهایی را برای اصلاح وضعیت مالی دو غول آبی و نارنجی جاده مخصوص ارائه کرده است. افزایش بهره‌وری در فرآیند تولید، افزایش شفافیت در هزینه تامین مواد اولیه و مواد مصرفی در تولید خودرو (تاکید بر خریداری تمامی یا اکثر مواد از بورس کالا)، اصلاح شیوه‌های قیمت‌گذاری، داخلی‌سازی قطعات و کاهش نیاز به واردات و ارزبری، واگذاری سهام چرخه‌ای و اصلاح حکمرانی و روابط مدیریتی در بنگاه‌های خودروساز، واگذاری دارایی‌ها و اموال غیرمرتبط با خطوط اصلی کسب‌وکار، اصلاح روش‌های پیش‌فروش محصولات و قیمت‌گذاری، بهبود وضعیت سرمایه گروه و شرکت‌های خودروساز از طریق افزایش سرمایه از محل آورده نقدی یا صرف سهام، اصلاح وضعیت تامین مالی بنگاه و کاهش سهم هزینه‌های مالی از جمله پیشنهادهای مرکز پژوهش‌ها برای اصلاح وضعیت مالی خودروسازان است.

«با مصرف صحیح و بهره گیری از الگوی درست استفاده از برق، از قطع آن جلوگیری کنیم»

شرکت سهامی برق منطقه‌ای خوزستان

نوبت اول

شناسه آگهی : ۱۳۸۰۴۵۱

فراخوان ارزیابی کیفی جهت برگزاری مناقصه عمومی یک مرحله ای

۱- نام و نشانی مناقصه گزار: شرکت سهامی برق منطقه ای خوزستان به شناسه ملی ۱۰۱۰۰۹۸۰۵۴۴ ، کد اقتصادی ۴۱۱۳-۳۱۶۷-۷۶۹۸ و کد پستی ۶۱۳۴۸۱۳۹۵۶ ، به نشانی: اهواز- بلوار گلستان – سازمان آب و برق خوزستان – طبقه اول- امور تدارکات و قراردادها

۲- مشخصات مناقصه: مناقصه عمومی یک مرحله ای با ارزیابی کیفی به شرح ذیل:

شماره مناقصه	شماره فراخوان در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت	موضوع مناقصه	مبلغ برآورد (ریال)	مبلغ تضمین (ریال)
م/۰۱/۱۰۱۱۰۶۳	۲۰۰۱۰۰۱۲۶۲۰۰۰۰۴۵	احداث فونداسیون‌های خط دو مداره ۱۳۲ کیلو ولت پیروزان-نبوت	۲۶۸/۷۹۶/۹۳۴/۳۸۹	۱۱/۳۷۵/۹۳۸/۶۸۸

۳- محل انجام کار: استان خوزستان- شهرستان اهواز و حومه

۴- مهلت ،مبلغ و محل دریافت اسناد: متقاضیان می توانند از ساعت ۸ مورخ ۱۴۰۱/۰۶/۲۲ لغایت ساعت ۱۸ مورخ ۱۴۰۱/۰۶/۲۹ به سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به آدرس www.setadiran.ir مراجعه و با پرداخت مبلغ ۲۰۰/۰۰۰ ریال از طریق درگاه پرداخت اینترنتی در وجه حساب نسیم به شماره ۴۰۰۱۱۲۲۰۰۴۰۲۳۱۷۵ به نام تمرکز وجوه درآمد حق انشعاب و سایر درآمدهای شرکت برق منطقه ای خوزستان در بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران برای خرید اسناد فراخوان ارزیابی کیفی مناقصه فوق اقدام نمایند.

۵- مهلت بارگذاری اسناد فراخوان ارزیابی کیفی: مناقصه گران می بایست تصویر کلیه اسناد و مستندات ارزیابی کیفی را مطابق شرح دفترچه اسناد تا ساعت ۱۸ مورخ ۱۴۰۱/۰۷/۱۲ در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت بارگذاری نمایند .تمامی مراحل برگزاری فراخوان ارزیابی کیفی از دریافت و تحویل اسناد استعلام ارزیابی کیفی تا ارسال دعوتنامه جهت سایر مراحل مناقصه از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت انجام خواهد شد.

۶- سایر شرایط :

- رتبه بندی کار از سازمان برنامه و بودجه کشور: رشته ی ابنیه یا نیرو به شرط داشتن ظرفیت آزاد (تعدادی و ریالی) حداقل معادل برآورد مناقصه
- داشتن گواهینامه تایید صلاحیت ایمنی پیمانکاری از وزارت تعاون ،کار و رفاه اجتماعی الزامی است.
- به پیشنهادهای فاقد اصل امضاء ، مشروط ، مخدوش و پیشنهاداتی که بعد از مدت مقرر واصل شود ، مطلقاً ترتیب اثر داده نخواهد شد.

علاقه مندان به شرکت در مناقصه در صورت عدم عضویت قبلی ،می بایست مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند.

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۱/۶/۲۲ — تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۱/۶/۲۷

روابط عمومی شرکت سهامی برق منطقه ای خوزستان

۶۸۷

شرکت ملی گاز ایران
شرکت گاز استان قزوین

نوبت اول

شناسه آگهی: ۱۳۷۷۴۶۷

موضوع مناقصه: کارهای باقی مانده گازرسانی به شهرک گلخانه‌ای نودهک (شماره مناقصه: ۰۶-۱۴۰۱)(تجدید)

کد فراخوان پایگاه اطلاع رسانی مناقصات : ۵۳/۱۱۷/۹۴۲

شرکت گاز استان قزوین درنظر دارد تجدید مناقصه عمومی همزمان با ارزیابی کیفی (فشرده) پروژه کارهای باقی مانده گازرسانی به شهرک گلخانه ای نودهک (شامل : ۱ - لوله گذاری خط تغذیه به اقطار ۴و ۶ و ۸ و ۱۲ اینچ به متراژ ۹۶۶ متر ۲- خط انتقال به متراژ ۱۲۰ متر ۳- ساخت یک واحد ساختمان ایستگاه تقلیل فشار ۴- حمل و نصب و راه اندازی یک واحد ایستگاه تقلیل فشار (CGS) به ظرفیت ۳۰۰۰۰ متر مکعب بر ساعت) به شماره (۲۰۰۱۰۹۱۳۳۵۰۰۰۰۴۴) را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید. کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه‌گران و بازگشایی پاکت‌ها از طریق درگاه سامانه الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد. لازم است مناقصه‌گران درصورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند. تاریخ انتشار مناقصه در سامانه تاریخ ۱۴۰۱/۰۶/۲۲ می باشد.

- مهلت زمانی دریافت اسناد مناقصه از سایت: تا پایان وقت اداری روز دو شنبه (ساعت: ۱۶:۰۰) مورخ ۱۴۰۱/۰۶/۲۸
- مهلت زمانی ارسال پیشنهادات: تا ساعت ۱۹:۰۰روز دو شنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۷/۱۱.
- زمان و محل بازگشایی پاکات ارزیابی کیفی : روز سه شنبه ساعت ۹:۰۰ مورخ ۱۴۰۱/۰۷/۱۲ -سالن جلسات ساختمان مرکزی.
- زمان و محل بازگشایی پاکات مناقصه (الف و ب و ج): روز سه شنبه ساعت ۱۰:۰۰ مورخ ۱۴۰۱/۰۷/۱۹ -سالن جلسات ساختمان مرکزی.

- شرایط مناقصه گران:

۱ : داشتن شخصیت حقوقی

۲: داشتن گواهینامه صلاحیت پیمانکاری معتبر با رتبه ۵ یا بالاتر در رشته نفت و گاز از سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور (سازمان برنامه و بودجه کشور).

۳: ارایه تصویر گواهینامه ایمنی کار از اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی

۴: داشتن ظرفیت آزاد ارجاع کار حداقل معادل مبلغ ۹۲,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال در رشته ذکر شده در بند ۲ .

- تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار: طبق مصوبه شماره ۱۲۲۴۰۲/ت ۵۰۶۵۹ هـ مورخ ۱۳۹۴/۰۹/۲۲ هیأت وزیران به مبلغ ۴,۶۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال.
- محل تامین اعتبار: بند ق

-قیمتهای پیشنهادی مناقصه گران می بایست متناسب با کالای ساخت داخل با لحاظ کیفیت ارایه گردد.

-به این پیمان مطابق آیین نامه تضمین معاملات دولتی، مصوبه هیات وزیران به شماره ۱۲۲۴۰۲/ت ۵۰۶۵۹ هـ مورخ ۱۳۹۴/۰۹/۲۲، پیش پرداخت معادل ۱۵٪ مبلغ اولیه پیمان تعلق خواهد گرفت.

اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه :

مرکز تماس : ۴۱۹۳۴-۰۲۱

دفتر ثبت نام : ۸۸۹۶۹۷۳۷ و ۸۵۱۹۳۷۶۸

کد اقتصادی شرکت گاز استان قزوین : ۴۱۱۱۱۷۱۸۸۷۷۹

شناسه ملی شرکت گاز استان قزوین: ۱۰۱۰۱۸۹۱۷۶۲

از شرکت های واجد صلاحیت دعوت می شود به منظور دریافت اطلاعات تکمیلی به نشانی www.nigc-qazvin.ir و یا پایگاه اطلاع رسانی مناقصات (http://iets.mporg.ir) مراجعه نمایند.

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۱/۶/۲۲ — تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۱/۶/۲۳

روابط عمومی شرکت گاز استان قزوین

۶۸۶

بازاریابی در فصل پاییز: ایده‌های مارکتینگ برای فصل مدرسه

نویسنده: علی آل‌علی

صدای پای پاییز واضح‌تر از هر زمان دیگری به گوش می‌رسد. تابستان با همه خاطرات شیرین و صدالبته گرمای طاقت‌فرسا رو به پایان می‌رود و فصل سنگ فرش خیابان‌ها با برگ‌های زرد در راه است. شما لازم نیست حتما عاشـق فصل سرما باشـید تا زیبایی‌های پاییز را درک کنید؛ کافی است نگاهی به رنگ‌های جذاب این فصل با تم نسیم خنکش بیندازید تا غم و غصه پایان تابستان یادتان برود. البته مگر اینکه دانشجو باشید و یک ترم سخت دیگر منتظرتان باشد!

هـوای خنک و تغییر رنـگ در طبیعت را که قلم بگیریـم، پاییز برای طرفداران رویدادهای ورزشـی هم حسـابی جذابیت دارد. جام جهانی تا چند ماه دیگر شروع می‌شود و تقریبا همه مسابقات ورزشی معتبر دنیا در حال پیگیری اسـت. در این بین برندها هم یکی پس از دیگری به دنبال رونمایی از محصولات تازه‌شان هستند. از یکسو اپل با سر و صدای فراوان دنبال جذب مشتریان به آیفون ۱۴ است و سامسونگ هم خودش را برای رقابت همیشگی با اپل آماده می‌کند. اگر به این ماجراها فستیوال هالووین را هم اضافه کنیم، دیگر همه چیز برای شادی بی‌پایان آماده خواهد شد.

از آنجایـی که ما در روزنامه فرصت امروز همه چیز را از پشـت عینک کسـب و کار نگاه می‌کنیم، پاییز نه یـک فصل جذاب بلکه فرصتی برای بازاریابی بهتر اسـت. الان همه برندها کمپین‌های تابستانی‌شـان را تمام کرده و منتظر لیست بلند بالای خریدهای پاییزه مشتریان هستند. اگر از ما می‌شنوید، دسـت روی دست گذاشتن برای مواجهه با نیازهای جدید مشـتریان نه تنها کمکی به شـما نمی‌کند، بلکه دو دستی بازار را تقدیم رقبا خواهد کرد. هرچه باشد این روزها مشتریان مثل منتقدهای سختگیر سـینمایی فقط انتظار فیلم‌های درجه یک را دارند. پس اگر منتظرید تا اولین قدم را مشـتریان بردارند، بی‌شـک در آستانه یک سقوط آزاد تمام عیار هستید.

همانطور که یک تیم فوتبال برای قهرمانی در تمام مسابقات یک فصل باید اردوی آماده‌سازی خوبی داشته باشد، ما هم در این مقاله چند هفته مانده به پاییز قصد داریم یک اردوی آماده‌سازی جذاب برای‌تان برپا کنیم. اینطوری شـما با تمام قوا وارد دنیای بازاریابی پاییزه خواهید شـد. ماجرا جالب شد، نه؟

سوال اصلی ما در این مقاله بی‌نهایت ساده است؛ چطور در فصل زیبای پاییز می‌شـود کمپین‌های بهتری داشت؟ اگرچه این سوال خیلی ساده و شفاف به نظر می‌رسد، اما پیدا کردن جوابی درخور برای آن حتی از صعود به اورست هم سخت تر است. دقیقا به همین خاطر ما در این مقاله سراغ بهتریـن ایده‌های بازاریابی پاییزه رفته‌ایم؛ همـان ایده‌هایی که برندهای بزرگ هر سـال با آنها تمام مشتریان دنیا را حیرت‌زده می‌کنند. اگر شما هم دوست دارید امسال پاییز شگفت‌انگیزی داشته باشید، این مقاله همان قطعه گمشـده پازل مارکتینگ‌تان است. پس منتظر چه هستید؟ دفتر و خودکارتان را آماده کنید تا کلاس درس‌مان را شروع کنیم!

بازاریابی پاییزه: چطور و چگونه

فصل پاییز نوسـتالژی زیادی برای مردم سراسر دنیا دارد. دلیل آن هم نه مصیبت ۷ صبح بیدار شـدن برای مدرسـه، بلکه دیدار دوباره با رفقای کودکی و بوی کتاب تازه است. قبول دارم این خاطرات در زمان خودشان حسـابی حرص آدم را در می‌آورد، اما حالا که بعد از چندین سال به آنها نگاه می‌کنیم چیزی به غیر از خاطرات شیرین برای‌مان باقی نمانده است. اگر برندها هم دست بجنبانند خیلی راحت می‌توانند چنین نوستالژی‌هایی برای مشتریان ایجاد کنند. به طوری که هر سال پاییز همه به محصولات و کمپین‌های خاطره‌انگیزشان فکر کنند.

اگـر از مخاطب هدف پر و پاقرص روزنامه فرصت امروز باشـید، خیلی خوب می‌دانید ما همیشـه یک اسـتراتژی را به زبـان خودمانی توضیح می‌دهیم. پس لازم نیسـت نگـران آینده برندتان در صورت اسـتفاده از استراتژی بازاریابی فصل پاییز باشید؛ چراکه ما طوری ایده‌های این الگو را توضیح می‌دهیم که راهی به غیر از موفقیت برای‌تان باقی نماند!

خیلی از کارآفرینان فکر می‌کنند برای موفقیت در اجرای یک استراتژی بازاریابی باید کلی پیش‌نیاز مختلف آماده کنند. اگر شـما هم اینطور فکر می‌کنید، باید بگوییم کاملا در اشتباهید. دست کم در روزنامه فرصت امروز از این خبرها نیست. چراکه ما فقط انتظار داریم شش دانگ حواس‌تان با ما باشد، نه چیزی دیگر. اجازه دهید بدون هیچ مقدمه اضافه‌ای برویم سراغ فهرست طلایی ایده‌های‌مان در این مقاله.

طراحی کمپین بازگشت به مدرسه: بازاریابی برای فصل خرید مدرسه

خانواده‌هایـی کـه بچه مدرسـه‌ای دارند، از چند هفتـه مانده به پاییز حواس‌شـان پرت خرید انواع دفتر و خودکار اسـت. این ماجرا هیچ وقت تمامی ندارد. نه زمانی که نسـل ما در صف طولانی خرید کاغذ و خودکار بود، نه حالا که همه چیز با آمازون دیجیتالی سر و سامان پیدا می‌کند. در هر صورت استرس خرید ارزان و به موقع دست از سر خانواده‌ها برنمی‌دارد. در چنین شـرایطی برندها با طراحی کمپین‌های بازگشـت به مدرسـه می‌توانند نقشی هرچند کوچک در کمک به پدر و مادرها داشته باشند.

یکی از ایده‌های سـنتی برای بازاریابی مربوط به فصل مدرسه استفاده از انواع بروشـور است. همان بروشورهای نوستالژیکی که به مناسبت‌های مختلف برندها روی در و دیوار شهر نصب می‌کردند. اگر کمی خلاقیت به خرج دهید، طراحی بروشور مثل برگ درخت می‌تواند دل هر مخاطبی را ببرد. به علاوه، معرفی محصولات اساسـی در این بروشورها باید در کانون توجه قرار داشـته باشد. به هر حال مشـتریان دنبال خرید لوازم فانتزی نیسـتند، بلکه انواه کوله، مداد، خودکار و صدالبته دفترهای ارزان هوش از سرشـان خواهد برد. بعد از اینکه بازاریابی کلاسیک‌تان تمام شد، باید نیم نگاهی هم به شبکه‌های اجتماعی داشته باشید. هرچه باشد این روزها هر کسی گوشی به دست شده و در هر اسمارت‌فونی هم اینستاگرام پیدا می‌شـود. فکر می‌کنم حالا دیگر متوجه بخش دوم کمپین بازگشـت به مدرسه شده باشید، مگر نه؟

شـما لازم نیست یک بازاریاب کارکشته باشید تا علاقه مردم به انتشار محتوا در اینستاگرام را درک کنید. با این حال اگر از مشتریان‌تان برای تگ کردن برندتان زیر پست‌های مربوط به فصل مدرسه دعوت به عمل بیاورید، سـه هیچ از همه رقبا جلو خواهید افتاد. هرچه باشد این روزها مشتریان از همان برندهایی خرید می‌کنند که بیشـتر در اینستاگرام می‌بینند. این یعنی شما باید همیشه دم دست مشتریان در اینستاگرام باشید. وگرنه در یک چشم به هم زدن فراموش خواهید شد؛ به همین سادگی!

آیا کسـی را سـراغ دارید که از تخفیف‌های کلان لذت نبرد؟ بی‌شـک هر جوابی به غیر از یک «نه» قاطعانه حسـابی مشکوک به نظر می‌رسد. به همین خاطر شـما باید همین حالا آستین‌ها را بالا زده و تخفیف‌های جذابی برای فصل مدرسـه طراحـی کنید. اینطوری نه تنهـا والدین به برندتان جذب می‌شوند، بلکه استرس از دست دادن فرصت تخفیف ویژه باعث خرید بیشتر از سوی آنها خواهد شد. خب مگر یک بازاریاب به غیر از فروش بالای برندش آرزوی دیگری هم دارد؟

آپدیت تم سایت: پاییز همه جا را فرامی‌گیرد!

وقتی دربـاره بازاریابی پاییزه حرف می‌زنیم، فقط منظورمان یکسـری تخفیف‌های سـاده یا تبریک‌های خشـک و خالی به مشتریان نیست. در عوض شما باید کاری کنید که حس و حال پاییز در بند بند اجزای برندتان قابل مشـاهده باشد. همان طور که تیم‌های ورزشی برای هر فصل پیراهن جدیدی طراحی می‌کنند، سایت شما هم برای فصل پاییز باید یک لباس شیک آماده داشته باشـد. معمای اصلی در این بین انتخاب رنگ مناسب برای این لباس اسـت. ما در روزنامه فرصت امروز قبلا درباره روانشناسـی رنگ‌ها حسـابی با شـما حـرف زده بودیـم. در اینجا اصلا قصـد نداریم دوباره‌کاری کنیم، در عوض فقط یک سوال کوتاه از شما داریم؛ پاییز را با چه رنگی به یاد می‌آورید؟ بی‌شک جواب‌ها به این سوال یا رنگ زرد است یا نارنجی؛ چراکه برگ‌های خشک شده معمولا رنگ دیگری ندارد. همانطور که می‌بینید، شما الان جواب معمای سطر قبل را دارید. پس لطفا در لباس جدید سـایت‌تان از ترکیب رنگ زرد و نارنجی استفاده کنید. البته یادتان نرود رنگ‌های اصلی برندتان هم باید همچنان در سـایت رسمی به چشم بخورد. وگرنه هویت برندتان از پایه دچار مشکل خواهد شد!

اگر کتاب باز باشید، احتمالا بارها این نصیحت که «هیچ کتابی را از روی جلدش قضاوت نکن» به گوش‌تان خورده است. این نصیحت قدیمی برای خیلی‌ها کاملا بی‌معناست. کافی است خرید مجموعه کتاب‌های هری پاتر با طرح جلدی افتضاح را تصور کنید تا منظور ما را متوجه شوید. البته یک اسـتثنا هم در این بین وجود دارد و آن آپدیت سـایت است. اگر شما در بازاریابی پاییزه فقط به قالب سایت تان توجه کنید، یک تضاد عمیق میان قالب و محتوای‌تان به وجود می‌آید. توصیه طلایی ما در این بخش تولید چند تا محتوای پاییزی برای کامل کردن کارتان است. این طوری دیگر مو لای درز کارتان نمی‌رود و همه مشتاقانه سایت‌تان را زیر و رو خواهند کرد.

قبول دارم تولید محتوای پاییزی، مخصوصا بعد از یک تابستان داغ، کار هر کسـی نیست. با این حال شـما نباید خیلی موضوع را سخت بگیرید. کافی اسـت به جـای عکس‌هایی با تم تابسـتان، عکس‌هـای پاییزی با محتوایـی مثلا درباره انواع خوراکی ها یا مکان‌های دیدنی در فصل پاییز (بسته به ماهیت کسـب و کارتان) منتشر کنید. یکی از صنایع موفق در این رابطه صنعت گردشـگری است. سایت‌های گردشگری معمولا خیلی زود به تغییر فصل واکنش نشـان داده و از ۱۰ روز مانده به پایان تابستان سـراغ جاذبه‌های گردشـگری یا تورهای ویژه پاییز می‌روند. اگر شما هم دوست دارید این طوری مشـتریان را میخکوب کنید، باید همین فرمان را در پیش بگیرید.

برگزاری مسابقه عکاسی: ایده‌ای همیشه سودمند

زمانی نه چندان دور دوربین‌های عکاسـی حسابی کمیاب بود. آنهایی هم که دوربین داشـتند معمولا هزار و یک قلق برای ثبت تصاویر ماندگار بلد بودند که هر کسـی به ذهنش نمی‌رسید. خوشبختانه سال‌هاست آن زمان‌ها در صندوقچه خاطرات آرام گرفته اسـت؛ چراکه این روزها دست هر کسی یک گوشی هوشـمند با دوربینی فوق‌العاده قوی است. احتمالا کسـانی که اولین بار دوربین‌های چند ده کیلویی دسـت گرفتند، حتی فکرش را هم نمی‌کردند یک روز دوربین‌های بی‌نهایت سبک و صدها برابر با کیفیت دست مردم برسد. اشتباه نکنید، ما اینجا کلاس درس هنر برگزار نکرده‌ایم، بلکه تمام حرف‌مان اسـتفاده از این ظرفیت بزرگ است. حتما می‌پرسید چطوری؟ خب معلوم است با برگزاری یک مسابقه عکاسی!

بعضی‌ها فکر می‌کنند فقط آژانس‌های مسـافرتی می‌توانند از مسابقات عکاسـی مربوط به پاییز سـود ببرند. در این صورت احتمـالا تجربه اوبر حسـابی شوکه‌تان خواهد کرد. تیم بازاریابی این غول حمل و نقل آنلاین برای هر فصل یک مسابقه عکاسی بین رانندگان و مسافران برگزار می‌کند. بـه این ترتیب که بهترین عکس‌هایی که ترکیـب پاییز و خدمات اوبر را نشـان دهد، چندین سـفر رایگان جایزه می‌گیرد. قبول دارم سفر رایگان جایزه‌ای در حد فسـتیوال عکس کوپنهاگن نیسـت، اما برای عکاس‌های آماتور شهری که اتفاقا مشتری اوبر هم هستند، بهانه خوبی برای دوربین به دسـت شدن خواهد بود. یادتان باشد شما نباید طوری آثار ارسالی به برندتان را قضاوت کنید که انگار یک عکاس خبره هسـتید. هرچه باشـد شرکت‌کنندگان در مسـابقه شما همگی آدم‌های معمولی با دوربین‌های آماتور هسـتند. پس کمی زیر شعله سـختگیری‌تان را کم کرده و اجازه دهید همه از این مسـابقه لذت ببرند. هـدف اصلی در این میان نه برد و باخت، بلکه آشـنایی هرچه بهتر مشتریان با برندتان است. اگر هم میزان سود شرکت‌تان بعد چنین کمپینی بیشتر شد، چه بهتر!

مـا در روزنامه فرصت امروز معتقدیم همه چیز در دنیا باید کاملا دقیق و منظم باشـد. به همین خاطر شما در اطلاعیه مسابقه‌تان باید تک تک جزییات را ذکر کنید. وگرنه شـرکت‌کنندکان همیشـه سـوالات زیادی در ذهن‌شـان باقی خواهـد ماند. پس یک لطفی بـه خودتان و صدالبته شـرکت‌کنندگان کرده و تمام شرایط شرکت در مسابقه را همان اول کار اعلام کنید.

مقدمه‌چینی برای هالووین و عید شکرگزاری: مناسبت‌ها را فراموش نکنید!

بازاریابی مناسـبتی مثل لیگ قهرمانان اروپا هیـچ وقت تعطیلی‌بردار نیسـت. فرقی نمی‌کند یک روز عادی تابستانی باشد یا دوران اوج کرونا، در هر صورت اسـتفاده بهینه از مناسـبت‌ها بـرای مارکتینگ قاعده‌ای نقض‌نشدنی است. مخصوصا اگر پای پاییز وسط باشد.

پاییز از آن فصل‌هایی اسـت که پر از مناسـبت‌های جورواجور اسـت. همین چند وقت دیگر عید شـکرگزاری فرا می‌رسد. اگر شما قصد دارید جـا پای‌تان در بازارهای جهانی را محکم کنید، هیچ جوره نباید این عید مهم را از دسـت بدهید؛ چراکه مردم وقتی کنار یکدیگر هسـتند، عطش سـیری‌ناپذیری برای خرید بیشـتر پیدا می‌کنند. چه فرصتی هم بهتر از مناسبتی که برای شکرگزاری طراحی شده است؟

اگر شـما در صنعت رسـتوران‌داری فعالیت دارید، فراهم‌سازی شرایط به طوری که خانواده‌ها به راحتی میز در رسـتوران‌تان رزرو کنند، ایده‌ای طلایی خواهد بود. به علاوه، آموزش پخت انواع غذا و دسر در اینستاگرام هم ایده جذابی محسـوب می‌شود. در هر صورت شما باید کاری کنید به تک تک مشـتریان‌تان در طول این مناسبت مهم خوش بگذرد. اصلا هم فرقی ندارد در کدام صنعت مشغول به کار هستید!

مناسبت مهم دیگری که در پاییز جلوی پای آدم سبز می‌شود، هالووین اسـت. همان مراسم دوست داشتنی با کلی لباس مبدل عجیب و غریب. شـاید زمانی نه چندان دور قصه‌های هالووین برای همه ترسناک بود، اما ایـن روزها دیگر خبری از آن دوران نیسـت. در عوض همه دنبال اوقات شـاد در کنار یکدیگر هسـتند. پس اگر شما هم دوسـت دارید در کنار مشتریان‌تان اوقات خوشی را تجربه کنید، باید از همین حالا دست به کار شوید. بزرگترین اشتباه بازاریاب‌ها در مناسبت‌هایی مثل هالووین موکول کردن همه کارها به دقیقه ۹۰ اسـت. شـاید این طوری شـما نهایتا یک کمپین قابل قبول سرهم کنید، اما هیچ وقت در فهرست برندهای محبوب مشتریان قرار نمی‌گیرد. در نتیجه وضعیت‌تان شبیه سیاه لشکر یک فیلم بی‌نهایت گران‌قیمت می‌شـود که اتفاقا نقش اصلی‌اش را رقیب اصلی‌تان بازی می‌کند! بازاریابی با تم هالووین خیلی کار سختی نیست. کافی است خودتان را به جای مشـتریان قـرار داده و تلاش کنید کارتان را به خوبی پیش ببرید. اینطوری دیگر مو لای درز کارتان نمی‌رود و همه چیز مطابق میل‌تان خواهد بود. پس یک بار هم که شـده دست از ایده‌های عجیب و غریب بردارید. در عوض جا پای مشـتریان گذاشـته تا انتظارات‌شان را با کیفیت ۴K مشاهده کنید.

خانه تکانی در کانال‌های بازاریابی: به وقت تغییرات مهم

وقتی یک خواننده تصمیم می‌گیرد کنسرتی برای خودش ترتیب دهد، باید اول از همه محل برگزاری آن را انتخاب کند. بدون یک سـالن مجهز حتی بهتریـن نوازنده‌ها هم نمی‌توانند لحظاتی خـوش برای مردم خلق کنند. نتیجه کار هم نارضایتی گسـترده خریداران بلیت کنسـرت و یک شکسـت تمام عیار خواهد بود. ماجرا درباره بازاریابی پاییزه هم همینطور است. شما قرار نیست همیشه در یک کانال بازاریابی کارتان را پیش ببرید. گاهـی اوقات تغییرات بخـش جدایی‌ناپذیری از فعالیت شـما در دنیای بازاریابـی خواهد بود. مثلا تا همین یک دهه قبـل فیس‌بوک بزرگترین پلتفرم برای مارکتینگ بود، اما این روزها ورق به سود اینستاگرام، توییتر و صدالبته یوتیوب برگشته است.

قبول دارم تغییرات گسـترده در وضعیت بازاریابـی مثل عوض کردن ترکیب برنده یک تیم قهرمان اسـت، اما شـما چاره‌ای به غیر از پذیرش بعضی تغییرات ندارید. وگرنه یکهو طوری با سر زمین می‌خورید که دیگر توانایی بلندشدن نداشته باشید. بنابراین قبل از اینکه حسابی دیر شود، به فکر انقلابی کوچک در راه و رسـم بازاریابی‌تان باشید. از آنجایی که پاییز فصل شـروع خیلی از کارها، مثل درس و دانشـگاه اسـت، بد نیست نیم نگاهی به تولدی دوباره برای برندتان هم داشته باشید.

اگر تا به امروز فقط روی ایمیل مارکتینگ زوم کرده بودید، کم کم باید از شـبکه‌های اجتماعی محبوب هم در ترکیب برندتان استفاده کنید. به علاوه، ارزیابی وضعیت‌تان در بازار اطلاعات دقیقی درباره مسیر طی شده خواهد داد. این طوری متوجه ایرادات کارتان شده و دست کم برای پاییز یک برنامه بهتر را جایگزین خواهید کرد.

بی‌شـک پاییز فصل کاملا منحصر به فردی نیسـت که برای آن سیر تا پیـاز جریان بازاریابی‌تان را تغییر دهید، اما گاهی اوقات آدم به بهانه‌هایی برای شروع کاری جدید نیاز دارد. پس از این بهانه جذاب به خوبی استفاده کنید تا اوضاع‌تان در بازار از این رو به آن رو شود.

اگر شـما بازاریاب سختگیری باشید، احتمالا کلی سـوال درباره نحوه شناسایی تغییرات مناسب در سرتان رژه می‌رود. جواب ما برای همه این سـوالات ریز و درشت، کوتاه‌ترین پاسـخ دنیاست؛ دنبال کردن ترندهای داغ! وقتی یک الگوی بازاریابی در بین همه برندها ترند می‌شـود، باید هر طور شـده آن را امتحان کنید. احتمالا بخش زیادی از این محبوبیت‌های ناگهانی به خاطر هیجان زیاد بازاریاب‌هاست، اما گاهی اوقات فرصت‌های بسیار خوبی در ترندهای جدید نهفته است. پس لطفا کمی گاردتان نسبت به ترندهای جدید را باز کرده و اجازه دهید الگوهای جدید مسیرشـان به سوی برند شما را پیدا کنند. قول می‌دهم بعد از چند ماه بابت این اتفاق کاملا راضی و خوشحال باشید.

طراحی کمپین ایمیل مارکتینگ پاییزه: ایده‌ای قدیمی اما همچنان موثر

اگر از مخاطب‌های همیشـگی ما در روزنامه فرصت امروز باشید، خیلی خوب می‌دانید ما همیشـه روی ایمیل مارکتینگ حساب می‌کنیم. فرقی هم نـدارد کل دنیا درباره این الگو چه بگویند، در هر صورت تا زمانی که جیمیـل بخش جدایی‌ناپذیر زندگی مردم اسـت، باید از این ترند نهایت اسـتفاده را برد. این روزها مردم با چک کردن ایمیل‌شـان از خواب بیدار شـده و آخر شب هم تا بابت ارسـال ایمیل‌ها مطمئن نشوند، خواب‌شان نمی‌برد. بنابراین سرمایه‌گذاری بازاریاب‌ها بر روی ایمیل مارکتینگ نباید ایده خیلی عجیبی باشد. کافی است یک گرافیست خوب کنارتان داشته باشـید تا طراحـی کمپین ایمیل مارکتینگ برای فصـل پاییز تبدیل به جذاب‌ترین تفریح دنیا شود.

اگر شـما هم بارها و بارها علاقه گرافیست‌ها به فصل پاییز را دیده‌اید و هر بار حیرت‌زده می‌شوید، باید نظرتان را به المان‌های بصری منحصر به فـرد این فصل جلب کنیم. طیف رنگـی زرد و نارنجی همراه با رنگ‌های تیره دیگر حسابی برای تولید محتوای بصری کاربرد دارد. پس اگر دوست دارید برندتان همیشه در کانون توجه مشتریان قرار داشته باشد، باید یک بار برای همیشه کارتان در این حوزه را با تم پاییزه دنبال کنید. کافی است پیشـنهادهای ویژه برند یا همان خبرنامه قدیمی‌تان را با قالبی مخصوص پاییز به دسـت مخاطب برسانید. آن وقت بازخورد کاربران طوری حیرت زده‌تـان می‌کند که دیگر حتی یک بار هم فصل پاییز را بدون مارکتینگ شـروع نخواهید کرد! یادتان باشد برای موفقیت در ایمیل مارکتینگ باید همیشـه از کلیشـه‌ها فاصله بگیرید. برای این کار باید یک خودکار قرمز پررنگ دسـت‌تان گرفته و دور هرچی ایده تکراری اسـت خط بکشـید. نتیجه کار باقی ماندن چندتا ایده درجه یک و کلی مخاطب تشـنه برای کمپین‌های نوآورانه اسـت. خب منتظر چه هستید؟ همین حالا دست به کار شده و تخته گاز به سمت موفقیت برانید.

ارائه تخفیف‌های آخر هفته: چیزی تا کریسمس باقی نمانده

خرید نزدیکی سـال نو همیشه احساس بدی به آدم می‌دهد. حتی اگر همه برندهای بازار هم تخفیف‌های درجه یک به مشـتریان بدهند، بازهم حس و حال خرید قبل از سال نو به آدم دست نخواهد داد. دقیقا به همین خاطر خیلی از مردم در چهار گوشه دنیا از همین حالا به فکر خرید عید هستند. باور کنید یا نه، ارائه تخفیف در آخر هفته می‌تواند شما را از رقبا جدا کرده و طوری اسم‌تان را سر زبان‌ها بیندازد که نگو و نپرس.

فکـر می‌کنـم توضیحات بالا برای اینکه شـما از همین حـالا درباره تخفیف‌هـای آخر هفته فکر و خیال کنید، کافی باشـد. اگر هنوز هم ته دل‌تـان تردید دارید، لطفا به این مثال توجه کنید. دو تا برند تولید لباس را در نظر بگیرید که اولی فقط در مناسبت‌های مهم تخفیف ۵۰ درصدی ارائه می‌کند، اما دومی همیشه آخر هفته‌ها تخفیف‌های ۳۰ درصدی دارد. شـاید فکر کنید خرید منطقی یعنی صبر کردن بـرای تخفیف‌های ۵۰ درصدی مناسـبتی، اما راستش را بخواهید مردم همیشه با عقل و منطق خرید نمی‌کنند. گاهی اوقات آدم یک لباس را همان لحظه می‌خواهد. در این صورت صبر کردن تا آخر هفته خیلی راحت‌تر از شکیبایی بی‌پایان تا مناسبتی است که اصلا معلوم نیست کی از راه می‌رسد!

ما در روزنامه فرصت امروز همیشه به بازاریاب‌ها توصیه می‌کنیم کاری نکنند مشتریان فقط به خاطر تخفیف از آنها خرید کنند. اینطوری به محض اینکه تخفیف‌ها حتی برای یک هفته تعطیل شود، دیگر رنگ مشتریان به اصطلاح وفادارتان را هم نخواهید دید. در عوض ارائه تخفیف‌های جزئی در کنار خریدهای مشـتریان احساس سود بردن از هر خرید را زنده می‌کند. نتیجه کار هم حضور مداوم مشتریان در کنار برندتان خواهد بود.

یادتان باشد شما فقط مسئول خرید ارزان مشتریان نیستید، بلکه باید به فکر کیفیت خرید هم باشید. دقیقا به همین خاطر محصولات گرانی مثل شنل یا گوچی در بازار حسابی پرطرفدار است. اتفاقا این محصولات خیلی دیر به دیر هم تخفیف می‌خورد. فرمول طلایی ما در این بخش کاملا واضح اسـت؛ به خاطر ذوق زدگی بابت پاییز چوب حراج به همه محصولات‌تان نزنید. در عوض تحفیف‌های منطقی ارائه کنید تا همیشـه مشتریان کنار برندتان باقی بمانند.

حراجی‌های آخر فصل: خداحافظی کامل با تابستان

هر کارآفرینی در بازار با هزار امید و آرزو محصولاتش را معرفی می‌کند. احتمالا حتی به ذهن یک نفر هم نمی‌رسد آخر فصل با محصولاتی که روز دسـتش باقی مانده، چه کار کند. شاید در اولین نگاه چنین بی‌محلی به باد کردن محصولات روی دست برندها منطقی به نظر برسد. هرچه باشد کارآفرینان باید مثل فوتبالیستی عمل کنند که فقط دنبال گل زدن است و حتی به نیمکت‌نشینی فکر هم نمی‌کند. البته ما در روزنامه فرصت امروز برداشت متفاوتی از این ماجرا داریم؛ چراکه نه شما واقعا یک فوتبالیست هستید، نه دنیای کسب و کار شباهتی به مستطیل سبز دارد. نتیجه اینکه باید همیشه پلن بی داشته باشید تا سرتان بی‌کلاه نماند!

ادامه در صفحه آخر

معاون دفتر خدمات ارزی و مالی سازمان توسعه تجارت در نشست با فعالان اقتصادی اصفهان مطرح کرد؛

رتبه ممتاز استان اصفهان در بازگشت ارز حاصل از صادرات

اصفهان – قاسم اسد: نشست «طرح و پیگیری مشکلات فعالان اقتصادی در حوزه رفع تعهد ارزی صادرات» با حضور معاون دفتر خدمات ارزی و مالی سازمان توسعه تجارت در اتاق بازرگانی اصفهان برگزار شد.

به گزارش روابط عمومی اتاق بازرگانی اصفهان، ناهید دشتدار معاون دفتر خدمات ارزی و مالی سازمان توسعه تجارت در این نشست با تشریح بخشنامه‌های مربوط به رفع تعهدات ارزی صادرکنندگان اظهار داشت: استان اصفهان یکی از بهترین عملکردها را در ایفای تعهدات ارزی در کشور دارد و در بازگشت ارز حاصل از صادرات بسیار موفق بوده است. در واقع نسبت بازگشت ارز حاصل از صادرات استان به کل تعهدات سررسید شده آن ۹۶ درصد است، درحالی‌که میانگین کشوری ۸۷ درصد می باشد. وی با بیان اینکه از سال ۹۷ تاکنون بسیاری از استان‌ها به دلیل مشکلاتی مانند تحریم و شیوع بیماری کرونا با کاهش صادرات مواجه شده‌اند، ادامه داد: این در حالی است که استان اصفهان پس از کاهش نامحسوس صادرات در سال ۹۹ نسبت به سال ۹۸ در ادامه با جهش بسیار خوبی در صادرات مواجه شد که نشان دهنده فعالیت مناسب صادرکنندگان این استان است.

دشتدار با بیان اینکه ۶۲ درصد از ۱۱۸۸ بازرگان استان اصفهان از بخش تولیدی هستند، افزود: کل تعهدات ارزی استان از سال ۹۷ تاکنون ۷.۵ میلیارد یورو است که ۶.۸ میلیارد یورو آن سررسید شده و ۷۱۰ میلیون یورو هنوز سررسید نشده است. میزان بازگشت ارز حاصل از صادرات صادرکنندگان استان اصفهان از سال ۹۷ تاکنون بیش از ۶.۵ میلیارد یورو و به میزان ۹۶ درصد بوده است. معاون دفتر خدمات ارزی و مالی سازمان توسعه تجارت درباره نحوه بازگشت ارز حاصل از صادرات صادرکنندگان استان اصفهان گفت: ۵۵ درصد بازگشت این ارز از طریق واردات، ۲۸ درصد از طریق فروش ارز در سامانه نیما و درصد جزئی‌تری نیز از سایر روش‌ها بوده است. در استان اصفهان صادرکنندگانی که برابر یا بیش از صد درصد تعهدات ارزی خود را ایفا کرده‌اند، حدود ۴۱۳ میلیون یورو مازاد ایفای تعهد دارند که نشان از توجه صادرکنندگان اصفهان به این امر است.

وی تصریح کرد: بر اساس مصوبه هیئت وزیران رفع تعهدات ارزی صادرکنندگان از ۲۲ فروردین ماه ۹۷ آغاز شد. در سال ۹۷ با مشکلات زیادی مواجه بودیم و بسیاری از صادرکنندگان تا پایان آن سال اطلاعی از این مصوبه نداشتند. صادرکنندگان سال ۹۷

تا پایان اسفندماه ۱۴۰۰ برای رفع تعهدات ارزی مهلت داشتند و افرادی که این کار را انجام نداده‌اند با مشکل عدم ایفای تعهدات ارزی مواجه هستند. برای رفع این مشکل در کمیته اقدام ارزی پیشنهاد دادیم که میان صادرکننده و دولت مصالحه ریالی صورت گیرد و معادل یورویی مانده تعهدات ارزی صادرکنندگان متعهد سال ۹۷ به صورت ریالی تعیین و به خزانه دولت واریز شود که اجرایی شدن این مصوبه نیازمند مصوبه کمیته ماده ۲ می باشد. دشتدار با بیان اینکه مهلت رفع تعهدات ارزی صادرکنندگان سال‌های ۹۸، ۹۹ و ۱۴۰۰ تا پایان شهریورماه ۱۴۰۱ تمدید شد، اضافه کرد: این مهلت دیگر تمدید نمی‌شود و از صادرکنندگان درخواست می‌کنم حتماً تا پایان شهریورماه نسبت به ایفای تعهدات خود اقدام کنند. وی افزود: تمدید مهلت برای رفع تعهدات ارزی صادرکنندگان سال ۱۴۰۰ با برخورداری از معافیت مالیاتی همراه بود که شامل سال‌های ۹۸ و ۹۹ نمی‌شود.

معاون دفتر خدمات ارزی و مالی سازمان توسعه تجارت در ادامه به تشریح دستورالعمل‌های مالیاتی مربوط به رفع تعهدات ارزی صادرکنندگان پرداخت. کریم سلیمی رئیس اداره بازرگانی خارجی سازمان صمت استان اصفهان نیز با بیان اینکه ایفای تعهدات صادرکنندگان از سال ۹۷ مطرح شد، بیان کرد: در این حوزه با مسائل و مشکلات زیادی مواجه هستیم و سازمان توسعه تجارت در جلسات متعدد با بانک مرکزی برای رفع این مشکلات تلاش کرده است. وی افزود: اصفهان جزو استان‌هایی است که بیشترین رفع تعهد ارزی را داشته و تاکنون بیش از ۹۶ درصد تعهدات ارزی صادرات استان رفع تعهد ارزی شده و ۴ درصد باقیمانده نیز پس از رفع مشکلات صادرکنندگان انجام خواهد شد. وی افزود: در سازمان صمت استان اصفهان آماده کمک به رفع مشکلات صادرکنندگان استان هستیم. زهرا زمانی مدیر پژوهش و بررسی‌های اقتصادی اتاق بازرگانی اصفهان نیز گفت: پارلمان بخش خصوصی اصفهان در دوره نهم مسئله محوری و شاخص مداری را بعنوان اولویت نخست اقدامات و فعالیت‌های خود انتخاب نمود که در همین راستا پیگیری و رفع مشکلات موردی فعالان اقتصادی بصورت ویژه در دستور کار بدنه اجرایی اتاق قرار گرفت. وی تصریح کرد: با اطلاعات اخذ شده در طرح پایش محیط کسب و کار در سال ۱۳۹۸ مشکلات ارزی بعنوان یکی از مهمترین چالش های فعالان اقتصادی شناسایی شد که به منظور پیگیری و کمک به رفع مشکلات این حوزه، پیرو نشست با رییس کل و معاونان بانک مرکزی میز اتاق بازرگانی در بانک مرکزی بر اساس مصوبه شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی استان برای نخستین بار در کشور تشکیل شد که تاکنون که ۳ سال از فعالیت این میز می گذرد نزدیک به ۱۰۰۰ پرونده و درخواست در حوزه ارزی به این میز ارجاع شده است که خوشبختانه نزدیک به ۹۰ درصد پرونده‌ها با تحقق خواست فعالان اقتصادی به ثمر نشسته و مختومه شده است. مدیر پژوهش و بررسی‌های اقتصادی اتاق بازرگانی اصفهان ارائه مشاوره به فعالان اقتصادی و آشنایی آنها با آخرین قوانین و بخشنامه های این حوزه و همچنین پیگیری مشکلات کلان فعالان اقتصادی و درخواست صدور بخشنامه‌های تسهیلگر را از دیگر اقدامات این میز دانست و تصریح کرد: پیرو تجربه موفق میز بانک مرکزی، میز گمرکی نیز در سال ۱۴۰۰ به منظور پیگیری مشکلات فعالان اقتصادی در اتاق بازرگانی اصفهان تشکیل شد که فعالان اقتصادی می توانند برای پیگیری مشکلات ارزی و گمرکی خود به این میزها مراجعه نمایند. روح‌الله میرزاامیری مدیر امور کمیسیون‌های اتاق بازرگانی اصفهان نیز گفت: پیرو اوج‌گیری مشکلات فعالان اقتصادی در خصوص رفع تعهد ارزی در سال‌های ۹۷ و ۹۸، میز اتاق بازرگانی اصفهان در بانک مرکزی از سه سال گذشته ایجاد شد که با استقبال فعالان اقتصادی نیز مواجه گردید. وی ادامه داد: هم‌اکنون علاوه بر میز امور ارزی وگمرکی، میز اتاق بازرگانی اصفهان در وزارت صمت نیز فعال شده است و فعالان اقتصادی استان اگر در حوزه ثبت سفارش و واردات با مشکل مواجه هستند و یا درخواستی از هرکدام از معاونت‌های وزارت صمت دارند، می‌توانند از ظرفیت‌های میز اتاق بازرگانی اصفهان در وزارت صمت بهره ببرند.

به میزبانی شرکت توزیع نیروی برق گیلان برگزار شد:

جلسه انسجام بخشی صنعت آب و برق استان

رشت- خبرنگار فرصت امروز: نشست شورای انسجام بخشی مدیران صنعت آب و برق استان گیلان با حضور مدیران عامل این صنعت، به میزبانی شرکت توزیع نیروی برق استان گیلان برگزار شد.

به ریاست محمدتقی مهدیزاده مدیر عامل شرکت توزیع نیروی برق گیلان و رئیس شورای انسجام بخشی صنعت آب و برق استان و به منظور بررسی مسائل مرتبط با صنعت آب و برق استان گیلان، جلسه شورای انسجام بخشی این صنعت با حضور مدیران عامل شرکت های تابعه و وابسته وزارت نیرو در این استان برپا و اجراء شد. در ابتدای این نشست مهدیزاده خاطرنشان کرد: موفقیت های دولت در گذر موفق از تابستان سالجاری در بحث تامین آب و برق برخلاف تجربیات تلخ سالیان گذشته، دستاورد بزرگی است که نشان دهنده وفاق و همدلی دولت و ملت در عرصه خدمت رسانی است. وی تاکید کرد: موفقیت های حاصل شده در این حوزه نشان دهنده کارآمدی شرکت های تابعه وزارت نیرو در استان است و مبین توانمندی های موجود می باشد. در این نشست مدیران عامل شرکت های برق منطقه ای و توزیع نیروی برق به ارائه گزارش تفضیلی در راستای گذر موفق از پیک بار تابستان پرداختند.

مدیر عامل شرکت توزیع نیروی برق گیلان و رئیس شورای انسجام بخشی صنعت آب و برق استان افزود: مهم ترین رکن در کار و خدمت مردم هستند و باید جلب رضایت آنها در سرلوحه انجام امور قرار گیرد.

مهدیزاده گفت: برنامه ها و اقدامات مهمی از سوی توزیع برق گیلان برای گذر از پیک تابستان اجرایی شده است که از جمله می توان به اجرای طرح رویت پذیری و کنترل پذیری مصرف مشترکین، برقراری مشوق های مدیریت مصرف در تعرفه های مختلف، پایش مصرف برق دستگاههای اجرایی، انعقاد تفاهم نامه با صنایع استان برای همکاری در مدیریت مصرف، اجرای طرح های آگاه سازی و... اشاره کنیم. وی تصریح کرد: هماهنگی شرکت های تابعه وزارت نیرو در استان و همچنین هماهنگی و تعامل با مقامات استانی در انجام کارها از جمله موارد مورد درخواست وزارت نیرو است و ارزیابی و مکاتبات جاری در این زمینه وجود دارد که نیازمند پاسخگویی و اقدام صحیح و به موقع از سوی شرکت های صنعت آب و برق گیلان هستیم. همچنین مدیرعامل شرکت سهامی آب منطقه ای و برق منطقه ای گیلان نیز عملکرد و فعالیت های صورت پذیرفته درخصوص نحوه مدیریت و گذر موفق تامین برق و آب زراعی را تشریح کردند. در این جلسه اطلاع رسانی یکپارچه خدمت رسانی های صورت پذیرفته و نحوه هماهنگی و تعامل اعضای شورا در کلیه موضوعات به ویژه پیرامون مکاتبات و درخواست های وزارت نیرو، شرکت های مادر تخصصی و استانداری گیلان مورد بحث و گفتگو قرار گرفت و بر تداوم خدمت رسانی مطلوب تاکید شد. گفتنی است شرکت های توزیع برق، برق منطقه ای، آب و فاضلاب، آب منطقه ای، تولید نیروی برق لوشان، واحد آموزشی و پژوهشی گیلان عضو شورای انسجام بخشی صنعت آب و برق استان هستند.

معاون بهره برداری شرکت فولاد سنگان خبر داد

تحقق ۷۸ درصدی تولید در فولاد سنگان

مشهد- ابراهیم بای: معاون بهره برداری شرکت فولاد سنگان گفت: شرکت فولاد سنگان خراسان در پنج ماه نخست سال جاری موفق به تحقق ۷۸ درصدی برنامه تولید گردید. سید علی شمسی نیا از تولید بیش از یک میلیون و هشتصد هزار تن گندله در پنج ماهه نخست سال جاری خبر داد و عنوان کرد: به لطف خدا و همت تمامی کارکنان شرکت صنایع معدنی فولاد سنگان، توانستیم با تحقق ۷۸ درصدی برنامه تولید، گامی جدی در راستای اهداف تولیدی در این شرکت برداریم. وی افزود : ما در فولاد سنگان در سال گذشته علی رغم وجود مشکلات جاری در کشور همچون قطعی برق ، گاز و... توانستیم بیش از چهار میلیون تن گندله تولید کنیم و با توجه به برنامه ها و اهداف تولیدی در این شرکت، هدف گذاری ما در سال تولید، دانش بنیان و اشتغال آفرین، دستیابی به ظرفیت اسمی کارخانه گندله سازی یعنی ۵ میلیون تن گندله در سال خواهد بود. معاون بهره برداری فولاد سنگان با اشاره به گام های ارزشمند و پولادین کارکنان فولاد سنگان در ماه های نخست سال جاری و شکستن رکوردهای پیاپی، بیان داشت: ما در فروردین سال جاری با تولید ماهیانه بیش از ۵۱۵ هزار تن گندله در مقایسه با مدت مشابه سال قبل، رشد بیش از ۱۵ درصد را داشتیم که با توجه به ظرفیت سازی موجود در فولاد سنگان و تلاش بی وقفه انجام شده، این مهم در اردیبهشت ماه نیز تکرار شد و با تولید بیش از ۵۳۰ هزارتن گندله در ماه و شکستن رکورد قبلی در ابتدای سال با عنایت به میزان تولیدی ماهیانه در مدت مشابه سال قبل، رشد بیش از ۳۵ درصدی را شاهد بودیم. شمسی نیا اضافه کرد: قطار رکورد شکنی های فولاد سنگان با سرعت بر ریل تولید در حال عبور و رد شدن از رکوردهای تولیدی بود که مشکلات ناشی از قطعی برق گریبان گیر تولید در این شرکت شد و در خرداد ماه شاهد توقف تولید در این شرکت بودیم که با توجه به قطعی ۴۵ روزه از ابتدای سال تاکنون و با با درنظرگرفتن میزان تولید میانگین هجده هزارتن در روز، بیش از ۸۰۰ هزار تن تولید از دست رفته داشته ایم . وی با اشاره به میزان تولید تجمیعی این شرکت گفت: فولاد سنگان از ابتدای بهره برداری تاکنون حدود ۱۶ میلیون تن گندله تولید نموده که انشاالله با برنامه ریزی منسجم شاهد تولیدی پایدار با هدف تامین بخشی از گندله مورد نیاز فولاد مبارکه تامین بوده و در رسیدن به اهداف تولیدی که محور اصلی شعار سال است با بهینه‌سازی خطوط تولید و بومی‌سازی قطعات و تجهیزات علاوه بر رشد کمی، کیفیت محصولات تولیدی این شرکت متناسب با استانداردهای لازم باشد. معاون بهره برداری فولاد سنگان با اشاره به میزان تولید صورت گرفته، بیان کرد: در پنج ماه نخست امسال با تولید بیش از ۸/۱ میلیون تن نشان دادیم که در صورت برطرف شدن مشکلات و چالش های جاری ، قادر به تحقق ظرفیت اسمی کارخانه و حتی رد شدن از این ظرفیت هستیم و انشالله در سالی که به فرموده مقام معظم رهبری با عنوان سال " تولید، دانش بنیان و اشتغال آفرین " نامگذاری شده با هم افزایی تمامی ارکان در مجموعه بزرگ فولاد سنگان، شاهد عینیت بخشی به فرامین مقام معظم رهبری باشیم و کما اینکه ایشان در آخرین سخنرانی شان فرمودند: زنجیره ارزش افزوده معدن را تکمیل کنید...، ما بهترین معادن و متنوع ترین معادن را داریم ؛ معدنها یا دست نخورده باقی مانده یا به شکل خام صادرشده..." یقینا مجاهدان اقتصادی فولاد سنگان در لبیک به فرامین معظم له در جایگزینی معدن بجای نفت از هیچ تلاشی دریغ نخواهند نمود و با تمامی توان و اراده ای که برخاسته از همت و غیرت جوانان این مرز و بوم است، در تحقق بخشی این اهداف روز به روز با تلاشی و همتی پولادین، در راستای اعتلای صنعت ایران از هیچ خدمتی دریغ نخواهند داشت.

مدیرعامل شرکت فولاد هرمزگان:

از طرح‌های دانش‌بنیان حمایت می کنیم

بندرعباس- خبرنگار فرصت امروز: مدیرعامل شرکت فولاد هرمزگان گفت: فولاد هرمزگان به عنوان پیشرفته‌ترین کارخانه فولادی کشور حمایت از طرح‌های دانش‌بنیان و نوآورانه را در دستور کار خود قرار داده است و با همین استراتژی پیش می‌رود. عطاالله معروفخانی در پی انتخاب طرح فولاد هرمزگان در چهارمین جشنواره ملی حاتم (حمایت از تولید ملی)بعنوان طرح برتر ، ضمن تبریک به کلیه کارکنان و ذینفعان شرکت گفت : شرکت فولاد هرمزگان در سال‌های اخیر با استفاده از طرح های دانش بنیان و حمایت از آن‌ها توانست محصولات نوین فولادی را تولید کند. وی افزود: سال جاری نیز با توجه به منویات مقام معظم رهبری و انتخاب شعار سال مبنی بر «تولید، دانش‌بنیان، اشتغال‌آفرین»، فولاد هرمزگان نیز همین استراتژی را سرلوحه کار خود قرار داده است. مدیرعامل شرکت فولاد هرمزگان در خصوص طرح ارائه شده در جشنواره حاتم نیز خاطرنشان کرد: حضور در جشنواره‌ها با ارائه طرح‌های گوناگون سبب ایجاد انگیزه در شرکت و شناساندن طرح در جامعه هدف می‌شود. همچنان که طرح«ساخت غشاهای اولترافیلتراسیون با استفاده از غشاهای مستعمل اسمز معکوس» توسط کارکنان فولاد هرمزگان توانست علاوه بر اینکه در همایش‌های مختلف مطرح و حائز جایزه و تقدیر شود، به عنوان یک طرح دانش‌بنیان نیز مطرح باشد. معروفخانی اضافه کرد: با توجه به اینکه صنایع بزرگ فولادی در کشور در کنار آب قرار دارند، نمک زدایی آب دریا یکی از روش‌های بسیار موثر برای تامین آب مورد نیاز این صنایع به شمار می‌رود. از این رو، اسمز معکوس فرایندی است که به طور گسترده برای این منظور مورد استفاده قرار می‌گیرد. وی با اشاره به مزایای استفاده از این طرح گفت: در صورت انجام این طرح، با توجه به افزایش دو برابری طول عمر غشاهای اسمز معکوس،

میزان واردات این غشاها و در نتیجه خروج ارز از کشور کاهش می‌یابد. همچنین به دلیل استفاده از غشاهای تبدیل شده در فرایند پیش‌تصفیه، کارایی واحدهای آب‌شیرین‌کن افزایش خواهد یافت. مدیرعامل شرکت فولاد هرمزگان در پایان تصریح کرد: رویکرد فولاد هرمزگان حمایت از ابتکارات، طرح‌های نوآورانه و فناورانه است و تا حد امکان تلاش می‌کنیم از این طرح‌ها حمایت و آن‌ها را به صورت اقتصادی به ثمر برسانیم.

اخبار

خرید و نصب یک دستگاه باسکول ۶۰ تنی در انبارهای برق منطقه‌ای خوزستان

اهواز – شبنم قجاوند: مدیر امور انبارهای شرکت برق منطقه‌ای خوزستان از خرید و نصب یک باسکول ۶۰ تنی در انبارهای این شرکت خبر داد. سید جلیل موسوی بیان کرد: به منظور تقویت کنترل‌های داخلی و اطمینان از صحت عملیات انبارداری در زمینه دریافت و تحویل کالاها و آهن‌آلات در انبارهای شرکت، یک دستگاه باسکول ۶۰ تنی نصب و راه‌اندازی شده است. وی با بیان اینکه این باسکول به نام شرکت برق منطقه‌ای خوزستان ثبت مالکیت شده است، افزود: سازه مذکور در زمینی به مساحت ۵۰۰ متر مربع شامل باسکول و تجهیزات آن، دوربین‌های پلاک‌خوان، چاه ارت و رمپ‌های ورودی و خروجی و استقرار کانکس احداث شده و آماده انجام عملیات توزین کلیه آهن‌آلات و کالاهای توزینی است که توسط این شرکت خریداری و یا از محل مزایده به فروش می‌رسند. مدیر امور انبارهای شرکت برق منطقه‌ای خوزستان تصریح کرد: اتصال به شبکه شرکت به نحوی که دریافت رکوردهای اطلاعات عملیات باسکول در هر زمان از شبانه روز برای افراد ذیصلاح امکانپذیر باشد، امکان ذخیره‌سازی رکورد کامل اطلاعات بیش از سه میلیون از عملیات توزین کامیون‌ها شامل تصویر، اطلاعات خودرو و راننده، صرفه‌جویی در هزینه‌های توزین و به حداقل رساندن زمان دریافت و تحویل کالا از جمله مزایای خرید و نصب این باسکول است. وی بیان کرد: این اقدام در قالب دستور کار معاونت مالی و امور پشتیبانی و همکاری سایر واحدهای زیر مجموعه انجام شده است.

بازدید میدانی نماینده مجلس شورای اسلامی و شهردار ساری از مناطق الحاقی

ساری – دهقان : علی بابایی کارنامی نماینده مردم ساری و میاندورود در مجلس شورای اسلامی و جواد طالبی شهردار ساری با حضور در مناطق الحاقی از نزدیک در جریان مسائل و امور این مناطق قرار گرفتند. به گزارش خبرنگار مازندران به نقل مدیریت ارتباطات شهرداری ساری، علی بابایی کارنامی نماینده مردم ساری و میاندورود در مجلس شورای اسلامی به همراه جواد طالبی شهردار ساری، علیرضا سعیدی و علیرضا حمیدی معاونان شهردار و پژمان اصغری شهردار منطقه دو با حضور میدانی در محله‌های الحاقی «قُرق» و «شرف‌آباد» از نزدیک مسائل و امور این دو منطقه را بررسی کردند. نماینده مردم ساری و میاندورود در خانه ملت با تقدیر از زحمات تیم مدیریت شهری و تأکید بر لزوم فعالیت‌های عمرانی و خدماتی، گفت: نمایندگان مردم در شورای اسلامی از هیچ‌گونه تلاش و کمک‌رسانی در مسیر برنامه‌های مجموعه مدیریت شهری دریغ نخواهند کرد و همواره خواستار تلاش مستمر و توسعه همه‌جانبه در مرکز استان هستند. وی بابیان اینکه خدمت به مردم وقت و زمان نمی‌شناسد، افزود: همه مسئولان مکلفند در راستای توسعه و آبادانی شهر و خدمات‌رسانی به شهروندان گام‌های جهادی بردارند. شهردار ساری در این بازدید آسفالت برخی از معابر این محلات را مورد تأکید قرار داد و از مدیران مجموعه شهرداری ساری خواستار اجرای آسفالت این معابر در اسرع وقت شد. وی خدمات‌رسانی به شهروندان را جز وظایف شهرداری برشمرد و گفت: شهرداری ساری تلاش می‌کند تا با توزیع متوازن، خدمات برابر به شهروندان ساروی در تمام مناطق شهری ارائه کند.

بازدید شهرداربندر بوشهر از مجموعه‌های خدمات شهری، فضای سبز و پروژه های عمرانی مناطق یک و دو

بوشهر- خبرنگار فرصت امروز: شهرداربندر بوشهر به منظور بررسی امورات شهری همراه با معاونین خود از مجموعه‌های خدمات شهری، فضای سبز و پروژه های عمرانی مناطق یک و دو شهر بوشهر بازدید کرد. به گزارش واحد خبر و رسانه مدیریت ارتباطات و امور بین الملل شهرداری بندر بوشهر، حسین حیدری در جریان بازدید خود از گلزار شهدای گمنام درپارک شغاب، پارک‌های دانشجو، ساحلی ریشهر، لیل، ورودی شهر، سنگ فرش درمانگاه فدک، بافت قدیم و همچنین پروژه های عمرانی، خدمات شهری و روشنایی بازدید کرد. شهردار بندر بوشهر گفت: بازدیدهای مستمر در راستای پیشبرد هر چه بهتر برنامه‌های مدیریت شهری است که همراه با معاونان و مدیران شهرداری انجام می‌شود. وی درادامه بیان کرد: تکمیل پروژه‌های ناتمام در اولویت اصلی شهرداری بندر بوشهر است و در این مسیر از هیچ تلاشی دریغ نخواهد شد. حیدری ادامه داد: پروژه‌های شاخص شهر بوشهر مانند تقاطع غیرهمسطح و گذر سرتل - نیروگاه با سرعت قابل قبولی در حال اجرا است. وی افزود: در نیمه دوم امسال پروژه‌های قابل توجهی درشهر بوشهر به بهره‌برداری خواهد رسید که از هم اکنون نیز فرایند شتاب بخشی به آنها در جهت جلب رضایت حداکثری شهروندان در حال انجام است.

سردار کریمیان:

عزم و اراده مردم و مسئولان ایلام برای خدمات‌رسانی به زائران اربعین بیشتر شده‌است

ایلام-هدی منصوری: جانشین فرماندهی سپاه امیرالمؤمنین(ع) استان ایلام با اشاره به اینکه مهمان‌نوازی مردم استان برای خدمات‌رسانی به زائران اربعین زبانزد عام و خاص است، گفت: عزم و اراده آحاد مختلف مردم و مسئولان استان برای خدمات‌رسانی به زائران اربعین بیشتر شده است. سردار قدرت‌الله کریمیان در بازدید از موکب شرکت گاز استان ایلام افزود: کنگره عظیم اربعین مربوط به جهان اسلام است و در زمینه‌های مختلفی پیام دارد، هرچه این کنگره عظیم باشکوه‌تر برگزار شود، پیام خود را بهتر به گوش جهانیان خواهد رساند. وی با بیان اینکه اربعین عامل اتحاد، تقویت روحی، معنوی و همبستگی امت اسلامی فارغ از هرگونه رنگ، زبان و نژاد است، اظهار داشت: برپایی موکب برای خدمات‌رسانی به زائران اربعین کمتر از زیارت امام حسین(ع) نیست. سردار کریمیان با بیان اینکه پیاده‌روی میلیونی اربعین حسینی نشانه قدرت اسلام در عصر کنونی است، تصریح کرد: برگزاری کنگره اربعین بزرگ‌ترین مراسم مذهبی جهان است که قدرت جوامع اسلامی به‌ویژه شیعیان را به رخ جهانیان می‌کشاند. جانشین فرماندهی سپاه امیرالمؤمنین(ع) استان به پیام روشن این کنگره عظیم مسلمانان و تاثیر این حرکت در همگرایی دنیای اسلام اشاره کرد و گفت: مهم‌ترین درس حرکت خونین حضرت سیدالشهدا(ع) در واقعه کربلا دفاع از ارزش‌های اسلامی و انسانی است و راز ماندگاری این نهضت، ایستادگی در مبانی و اصول اسلامی و الهی است. سردار کریمیان اظهار داشت: اجرای اقدامات فرهنگی، تأمین ناهار و شام و سایر خدمات در ایام اربعین حسینی برای زائران از اقدامات ماندگار شرکت گاز استان ایلام در راستای مسئولیت اجتماعی و اشاعه فرهنگ حسینی است که انتظار می رود تا پایان این ایام این خدمات‌رسانی استمرار داشته باشد.

مدیر عامل شرکت گاز استان اردبیل گفت:

بیش از ۹۰ خانوار روستایی شهرستان خلخال از نعمت گاز طبیعی بهره مند شدند

اردبیل- خبرنگار فرصت امروز: طی هفته دولت پروژه گازرسانی به ۲ روستای شهرستان خلخال از توابع استان اردبیل مورد بهره برداری قرار گرفت. به گزارش روابط عمومی شرکت گاز استان اردبیل ؛ به مناسبت هفته دولت ، با افتتاح پروژه گازرسانی به ۲ روستای شهرستان خلخال اهالی روستای های ماجولان و علی آباد از نعمت گاز طبیعی بهره مند شدند. در این مراسم که با حضور فرماندار و جمعی از مسئولین محلی و مدیر عامل شرکت گاز استان اردبیل در جمع مردم روستای ماجولان برگزار شد ، میر سعید سید متین مدیر عامل این شرکت، گازرسانی به دورترین نقاط استان را نماد خدمات نظام مقدس جمهوری اسلامی دانست و اظهار داشت : گازرسانی به روستاهای شهرستان خلخال با توجه به موقعیت جغرافیایی از سنگین ترین طرحهای گازرسانی از نظر اجرایی می باشد که با تلاش بی وقفه کارکنان و عوامل اجرائی شرکت گاز استان اردبیل گازرسانی به روستاهای این شهرستان با سرعت ادامه دارد. وی در ادامه گفت : پروژه گازرسانی ۲ روستای شهرستان خلخال در قالب یک پروژه گازرسانی و با اعتباری بالغ بر ۳۵ میلیارد ریال به بهره برداری رسید که با افتتاح این پروژه گازرسانی ۹۳ خانوار روستایی این شهرستان تحت پوشش گاز طبیعی قرار گرفتند. سید متین می افزاید: ضریب نفوذ گاز طبیعی در بخش روستایی در شهرستان خلخال ۹۳ درصد می باشد که با بهره برداری از پروژه های گازرسانی به ۸ روستای دیگر این شهرستان در آینده ای نزدیک میزان ضریب نفوذ گاز طبیعی به ۹۶ درصد خواهد رسید. این مقام مسئول حجم عملیات شبکه گذاری به منظور بهره مندی ۲ روستای شهرستان خلخال را بالغ بر ۱۱ کیلومتر عنوان نمود و ادامه داد: با احتساب این میزان کل شبکه گذاری در شهرستان خلخال از ابتدا تا کنون بالغ بر ۹۲۰ کیلومتر می باشد.

دستگیری عاملان تیراندازی و سرقت مسلحانه در شهرستان آزادشهر

گرگان- خبرنگار فرصت امروز: جانشین فرمانده انتظامی استان گلستان از شناسایی و دستگیری سه نفر از عاملان سرقت مسلحانه موتور سیکلت یکی از شهروندان شهرستان آزادشهر خبر داد.سرهنگ "فرزادتاجره" در تشریح این خبر گفت: چهارشنبه شب گذشته و در پی اعلام مرکز فوریتهای پلیسی ۱۱۰ به ماموران انتظامی شهرستان آزادشهر مبنی بر وقوع سرقت مسلحانه توسط سرنشینان یک دستگاه موتور سیکلت در یکی از محورهای این شهر مراتب به صورت ویژه در دستور کار ماموران قرار گرفت .وی افزود : در همین راستا و با تشکیل تیم ویژه و سرکشی از محل وقوع سرقت ، ماموران به سرنشینان یک دستگاه موتورسیکلت مشکوک و خواستار متوقف شدن آن شدند. این مقام انتظامی در ادامه گفت : سرنشینان موتورسیکلت بدون متوجه به دستور پلیس ، قصد متواری شدن از محل را داشتند که در همین حین یکی از سرنشینان به سمت ماموران پلیس تیراندازی کرد که متاسفانه یکی از ماموران از ناحیه پا مجروح و بلافاصله به مراکز درمانی اعزام و حال وی نیز مساعد اعلام شده است. جانشین فرمانده انتظامی گلستان تصریح کرد: با اشراف اطلاعاتی ماموران انتظامی و بررسی های میدانی دو نفر از سارقان مسلح روز گذشته و عامل تیراندازی نیز سحرگاه امروز جمعه در مخفیگاه خود دستگیر و متهمان پس از تشکیل پرونده تحویل مراجع قضایی شدند.

بازاریابی در فصل پاییز: ایده‌های مارکتینگ برای فصل مدرسه

مـا در روزنامه فرصت امروز همیشـه حراجی‌های آخر فصل را بهترین راه برای خلاص شـدن از شـر محصولات باقی مانده می‌دانیم. اجازه دهید قبل از اینکه بحث‌مان را شبیه کلاس‌های کسل‌کننده کنیم، از یک مثال کاربردی استفاده نماییم. برند نایک را در نظر بگیرید. این برند کلی محصول تابسـتانی برای مشتریانش دارد. حالا که کم کم به آخرین روزهای این فصل گرم می‌رسیم، احتمالا ته انبار این غول ورزشی چندتا محصول باقی مانده است. مدیران نایک یا باید این محصولات را یک سال در انبار نگه دارند، یا اینکه در یک حراج فوق العاده با قیمتی پایین‌تر از شـر آن خلاص شـوند. شما را نمی‌دانم، ولی من که با یک دو دوتا چهارتا ساده به این نتیجه می‌رسم که هزینه انبارداری محصولات برای یک سال کامل اصلا ارزشش را ندارد. فکر می‌کنم حالا دیگر راز حراجی‌های گسـترده آخر فصل را درک کرده باشید، مگر نه؟

پاییز فصل بی‌نهایت جذابی برای مردم در چهارگوشـه دنیاست. با این حال شما قرار نیست همیشه بازاریابی‌تان را بر مدار فصل جدید بنا کنید. گاهی اوقات باید قبل از هر کاری از شر دردسرهای فصل قبل خلاص شوید تا کارتان مثل ساعت دقیق پیش برود. ایده بازاریابی ما در این بخش دقیقا چنین ماهیتی دارد. اگر از ما می‌شـنوید، تا از شـر فکر و خیال‌های مربوط به فصل تابستان راحت نشده‌اید، خیلی خودتـان را با بازاریابی پاییـزه اذیت نکنید. هرچه باشـد ذهن آدم ظرفیت مشخصی برای پردازش اطلاعات دارد و فشـار بیش از حد موجـب تصمیمات غلط خواهد شـد. پس یک نفس عمیق بکشـید و نگاه درستی به ته مانده انبارتان داشته باشید. بعد هم با یک تخفیف درست و حسـابی به استقبال مشـتریان بروید. این طوری با یک تیر دو هدف را خواهید زد. اول اینکه از شر محصولات‌تان خلاص می‌شوید و دوم هم اینکه حسابی در دل مشتریان جا باز می‌کنید.

تولید محصولات ویژه پاییز: وقتی بازاریابی به تنهایی جواب نمی‌دهد

برندی را در نظر بگیرید که در زمینه تولید لوازم خانگی فعالیـت دارد. احتمالا خانم‌های خانه‌دار مشـتریان اصلی چنین برندی هستند. در کنار این امر دانشجوها یا به طور کلی کسـانی که تنها زندگـی می‌کنند هم نیم نگاهی به محصولات ارزان قیمت این برند خواهند داشـت. حالا اگر قرار باشد برند قصه ما برای فصل پاییز کمپین‌های گرانی تدارک ببیند، احتمالا باید اهداف دور و درازی برای فروش بیشـتر هم پس ذهنش داشته باشد. خب هیچ کارآفرینی پولش را از سر راه نیاورده که همینطور الکی در مارکتینگ هدر دهد. ما در روزنامه فرصت امروز برای اینکه پول شما الکی حیف و میل نشود، یک فرمول بی‌نهایت ساده اما در عین حال تاثیرگذار داریم. اینکه در کنار کمپین‌های پاییزه محصولاتی هـم مخصوص این فصل طراحـی کنید. اگر بخواهیم از همان مثال بالا استفاده کنیم، عرضه مبلمان با تـم پاییزی یا حتی تغییر رنگ محصولات ایده‌های خوبی به نظر می‌رسـد. شـما با چنین کاری بدون اینکه هزینه خیلی زیـاد کرده باشـید، طوری مشـتریان‌تان را تحت تاثیر قرار می‌دهید که نگو و نپرس. گاهی اوقات ایده‌های کلیدی در بازاریابی همین دور و بر هستند. کافی است نگاه دقیقی به ماجرا داشته باشید تا همه چیز مثل روز روشن شود. اشـتباهی که خیلی از بازاریاب‌ها در تله‌اش گرفتار می‌شـوند، تاکید بـر روی راهکارهـای بی‌نهایت پیچیده است. یادتان باشد نه شما یک ماجراجو هستید، نه دنیای مارکتینگ شـبیه قاره آمریکاست که نیاز به کشف شدن داشته باشـد. پس همیشه از امکانات دم دست‌تان نهایت اسـتفاده را ببرید. اینطوری بدون دردسر اضافه کارتان در بازار حسابی خواهد گرفت.

کارآفرینان بهانه جو معمولا حوزه کاری‌شـان را خیلی متفـاوت از بقیه تلقی می‌کنند. بهانه‌شـان برای دسـت روی دسـت گذاشـتن هم عدم هماهنگـی محصولات با تم پاییزی اسـت. اگـر نظر ما را بخواهید، فقط شـرکت تولیدکننده شاتل‌های فضایی نمی‌تواند از تم پاییزی برای شخصی‌سازی محصولاتش استفاده کند. بقیه برندها مثل آب خوردن شانس شخصی‌سازی محصولات‌شان را دارند. بنابراین بهانه‌تراشـی‌های الکی را کنار گذاشـته و حتی با الگوبرداری از بقیه برندها هم که شده خودتان را به جمع کسـب و کارهای برتر دنیا برسـانید؛ چراکه اول هر فصل زمان بی‌نهایت خوبی بـرای فروش محصولات درجه یک است. پس منتظر چه هستید؟ همین حالا وارد گود شده و شروع به بازاریابی برای محصولات پاییزی تان کنید.

برگزاری رویداد پاییزی: زمانی برای معرفی تازه‌ها

همیـن چنـد روز قبل برنـد اپل با کلی سـر و صدا از جدیدترین گوشی‌های هوشـمندش رونمایی کرد. صرف نظر از هزاران نفری که در محل مراسـم حضور داشـتند، میلیون‌هـا نفر هم به طور زنده آن را دنبال می‌کردند. این مراسم به خوبی اهمیت اعتبار برندها برای جذب مشتریان را نشـان داد. قبـول دارم هر برنـدی در دنیا اعتبار اپل را ندارد، اما شـما می‌توانید از ایده جذاب برگزاری مراسم به سود خودتان استفاده کنید. حتما می‌پرسید چطور چنین کاری ممکن است؟ خب اجازه دهید نشان‌تان دهیم!

قبل از اینکه سـراغ تعریف و تمجید الکی از مراسم‌های کاری برویم، باید یک نکته مهم را یادآور شـویم. تا همین چند ماه قبل قوانین سفت و سخت در زمینه فاصله‌گذاری اجتماعـی و دردسـرهای مربـوط به کرونا برگـزاری هر مراسـمی را کنسل کرده بود. به طوری که حتی رونمایی از کنسول ایکس باکس و پلی استیشن هم به طور آنلاین برگزار شـد. با این حال شـرایط از پارسال تا حالا حسابی فرق کرده است. به لطف واکسیناسیون جهانی دیگر خبری از قرنطینه های سـفت و سخت نیسـت. مردم هم بعد از کلی انتظار بالاخره می‌توانند با خیال راحت در دورهمی‌ها شرکت کنند. خب چرا یکی از این دورهمی‌های خودمانی مراسم ویژه برند شما برای پاییز نباشد؟

مهمانی در فرهنگ‌های مختلف معمولا بهانه‌ای برای با هم بودن مردم اسـت. این یعنی شـما لازم نیست حتما دنبال دلیل محکمه‌پسـندی برای برگـزاری یک رویداد یا مراسـم باشـید. همین که مخاطب هدف‌تان در مراسم شـرکت کرده و حسابی خوش بگذراند، کافی خواهد بود. اینطوری شما کم کم تبدیل به همان برندی می‌شوید که مشتریان سال‌هاست در بازار منتظرش بوده‌اند.

توصیه مـا در این بخش برای اینکه مو لای درز کارتان نرود، اسـتفاده از تم پاییزه در مراسـم‌تان است. مثلا اگر قرار اسـت از خدمـات جدید شـرکت‌تان رونمایی کنید، کمی هم حال و هوای فصل جدید را گوشـه ذهن داشته باشید. اینطوری مشتریان برای خوش‌گذرانی هم که شده در مراسـم‌تان شـرکت خواهند کرد. به علاوه، هیچ وقت پوشـش زنده مراسم‌تان را فراموش نکنید؛ چراکه این کار حتی دل کسانی که توانایی حضور در مراسم‌تان را ندارند هم می‌برد. خب وقتی یک برند هم مراسم جذابی دارد هم اینکه در شـبکه‌های اجتماعی آن را پوشش می‌دهد، مگر می‌شود با خیال راحت از کنارش عبور کرد؟

سخن پایانی

فصل پاییز چند هفته دیگر از راه می‌رسـد. تا آن زمان برندهـا فرصت زیادی بـرای برنامه‌ریـزی ندارند. یکی از ایده‌هایی که همیشه گوشـه ذهن بازاریاب‌ها آرام گرفته، بازاریابـی با تم پاییزه اسـت. ترکیب یکـی از فصل‌های دوست‌داشـتنی با معجزه بازاریابی دل هر کسی را خواهد برد. البته به شـرط اینکه بلد باشید چطور ایده‌های درجه یـک به کار ببندید. وگرنه آخر سـر دسـت از پا درازتر با ضررهای هنگفت تنها خواهید ماند.

مـا در روزنامه فرصت امروز امیدواریم نکات مورد بحث در این مقاله کمکی هرچند کوچک به شما برای آشنایی با بازاریابی پاییزه کرده باشد. از اینجا به بعد این شما هستید کـه باید ایده‌هـای این مقاله را اجرا کـرده و به آنها نمره بدهید. پس منتظر چه هسـتید؟ از همین حالا کارتان را شروع کنید تا از رقبا جلو بزنید. مثل همیشه اگر سوال یا ابهامی درباره بازاریابی پاییزه داشتید، ما ۲۴ ساعته آماده پاسـخگویی به شما هستیم. پس تعارف را کنار گذاشته و نظرات‌تان با ما به اشتراک بگذارید.

منابع:
https://www.growth-rocket.com/blog/۱۱-clever-fall-marketing-ideas-to-engage-with-your-audience
https://www.sender.net/fall-marketing-ideas
https://mycloudcrew.com/blog/planning-your-autumn-marketing-strategy
https://encompassmarketing.com.au/autumn-marketing-ideas-۱۰-top

فرصت امروز
روزنامه مدیریتی - اقتصادی
سه‌شنبه | ۲۲ شهریور ۱۴۰۱ | شماره ۲۰۹۰ | 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

آگهی مزایده

شناسه آگهی ۱۳۷۵۶۴۰

اداره آموزش و پرورش منطقه۱۳ شهر تهران درنظر دارد فضای مازاد بر نیاز خود را به شرح ذیل از طریق مزایده در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به آدرس https://eproc.setadiran.ir اجاره دهد.
ساختمان بانک ملی سابق واقع در خیابان دماوند خیابان سی متری نیروی هوایی ضلع جنوبی اداره منطقه۱۳ به شماره مزایده ۵۰۰۱۰۰۰۲۴۸۰۰۰۰۱۹ را با قیمت کارشناسی دادگستری ماهیانه به مبلغ ۳۱۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال به مدت یکسال به اجاره وگذار نمایید
متقاضیان پس از نشر آگهی در روزنامه، به مدت پنج روز جهت دریافت شرایط شرکت در مزایده (اسناد مدارک) فرصت دارند. و ده روز جهت ارسال پیشنهاد قیمت در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به آدرس https://eproc.setadiran.ir مراجعه وپیشنهاد خود را به صورت بار گذاری فایل اعلام وبابت شرکت در مزایده مبلغ ۱۸۶/۰۰۰/۰۰۰ریال به شماره حساب ۴۰۷۴۰۳۰۱۰۷۸۶۵۵۰۳ تمرکز وجوه سپرده (بودجه عمومی) به شکل ساتنا واریز فرمائید شماره شبا IR۸۸۰۱۰۰۰۰۴۰۷۴۰۳۰۱۰۷۸۶۵۵۰۳ به شناسه واریزی۹۶۴۱۲۷۵۷۴۱۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۱۳ در ضمن داشتن مجوز لازم از سازمانها و مراکز ذیربط جهت بهره‌برداری و شرکت در مزایده الزامیست
تمامی اسناد و شریط مزایده در سامانه مذکور بار گذاری شده است.
تمامی اسناد و مدارک مود نیاز طبق شرایط مزایده باید به صورت الکترونیکی در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت بارگذاری نمایند.
قابل توجه است شماره تماس ۷۷۴۳۰۰۰۸جهت بازدید ساختمان مورد نظر می باشد.
م.الف ۲۲۳۰

فراخوان عمومی یک مرحله‌ای خرید تجهیزات سروری وزارت آموزش و پرورش

شناسه آگهی ۱۳۷۹۶۹۱

وزارت آموزش و پرورش به عنوان دستگاه مناقصه گزار در نظر دارد مناقصه عمومی یک مرحله‌ای **"خرید تجهیزات سروری وزارت آموزش و پرورش"** خود را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید. کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه‌گران و بازگشایی پاکت‌ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس WWW.SETADIRAN.IR انجام خواهد شد و لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند. پیشنهاد دهندگان موظف می باشند اسناد مناقصه را از سامانه تدارکات الکترونیکی دولت دریافت و با توجه به مندرجات اسناد مناقصه مدارک لازم شامل پاکات الف،ب و ج تهیه و به صورت PDF در سامانه فوق الاشاره درج نمایند. سایر جزئیات و شرایط در اسناد مناقصه درج شده است.
۱- مهلت زمانی دریافت اسناد از سایت: از روز سه شنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۶/۲۲ حداکثر تا ساعت ۱۹ روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۶/۲۷
۲- مهلت بارگزاری پیشنهاد: حداکثر تا ساعت ۱۴ روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۷/۱۱
۳- زمان بازگشایی پاکت‌ها: ساعت ۱۰ صبح روز سه شنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۷/۱۲
ضمنا رعایت موارد ذیل الزامی می باشد:
۱- جهت ارائه پاکت الف: آدرس تهران-خیابان قرنی نرسیده به خیابان سمیه ساختمان مرکزی وزارت آموزش و پرورش طبقه اول- مرکز حراست واحد دبیرخانه (اتاق ۱۴۸)شماره تماس ۸۲۲۸۷۰۰۷
۲- تمامی مراحل مناقصه مذکور صرفا از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به آدرس www.setadiran.ir صورت خواهد گرفت. شماره پشتیبانی ستاد ۴۱۹۳۴-۰۲۱
م.الف ۲۳۶۲

آگهی مزایده عمومی فروش ساختمان مسکونی سازمان صنعت، معدن و تجارت استان زنجان

وزارت صنعت، معدن و تجارت
سازمان صنعت، معدن و تجارت استان زنجان

شناسه آگهی: ۱۳۷۹۹۶۳

موضوع : مزایده فروش ساختمان دو واحد مسکونی به مساحت ۲۴۰ مترمربع در سه طبقه واقع در زنجان – انصاریه – خیابان هفتم – قطعه ۵۹۰
مزایده عمومی با جزئیات مندرج در اسناد مزایده با بهره گیری از سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (setadiran.ir) و با شماره مزایده ۲۰۰۱۰۰۳۲۶۲۰۰۰۰۰۱ به صورت الکترونیکی به فروش برساند.
مهلت دریافت اسناد مزایده: تا تاریخ ۱۴۰۱/۶/۳۱ ساعت ۱۴:۰۰
تاریخ بازدید: از تاریخ ۱۴۰۱/۰۶/۲۸ تا تاریخ ۱۴۰۱/۰۷/۰۹ از ساعت ۱۶:۰۰ الی ۱۹:۰۰
مهلت ارسال پیشنهاد: تا تاریخ ۱۴۰۱/۰۷/۱۰ ساعت ۱۴:۰۰
تاریخ بازگشایی: ۱۴۰۱/۰۷/۱۱ ساعت ۱۱:۰۰
تاریخ اعلام به برنده: ۱۴۰۱/۰۷/۱۱ ساعت ۱۲:۰۰
متقاضیان جهت ثبت نام و دریافت گواهی الکترونیکی (توکن) با شماره مرکز پشتیبانی و راهبری سامانه ستاد ۱۴۵۶ تماس حاصل نمایند.
۶۸۸

آگهی تجدید مناقصه عمومی اجرای عملیات تجهیز و راه اندازی سوله شهرک لاله

نوبت دوم

شهرداری ملارد در نظر دارد به استناد مجوز شماره ۳۲۸/ص ش ۱/ ۱۴۰۱ تاریخ ۱۴۰۱/۰۴/۱۶ موضوع بند ۱۰ مصوبه جلسه ۶۳ مورخ ۱۴۰۱/۳/۰۱ شورای اسلامی شهر ملارد تجدید مناقصه عمومی اجرای عملیات تجهیز و راه اندازی سوله شهرک لاله شهرداری ملارد را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید.
کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت و تحویل اسناد مناقصه تا بازگشایی پاکت ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد.
متقاضیان شرکت در مناقصه در صورت عدم عضویت در سامانه نسبت به ثبت نام و دریافت گواهی امضای الکترونیکی (به صورت بر خط) برای کلیه صاحبان امضای مجاز و مهر سازمانی اقدام لازم را بعمل آورند.
۱) موضوع مناقصه: اجرای عملیات تجهیز و راه اندازی سوله شهرک لاله
۲) مبلغ اعتبار : ۵۶/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال
۳) مدت انجام کار : ۶ ماه
۴) مهلت خرید و دریافت اسناد مناقصه :
از تاریخ ۱۴۰۱/۰۴/۱۵ تا تاریخ ۱۴۰۱/۰۴/۲۲ ساعت ۱۴:۳۰ در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت(ستاد) به آدرس www.setadiran.ir می باشد.
۵) مهلت قبول و بارگذاری پیشنهادات:
از تاریخ ۱۴۰۱/۰۴/۲۲ تا تاریخ ۱۴۰۱/۰۷/۰۴ ساعت ۱۴:۳۰ در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت(ستاد) به آدرس www.setadiran.ir می باشد.
۶) سپرده شرکت در مناقصه مبلغ ۲/۸۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال می باشد که می بایست به صورت بانکی از روشهای مشروحه ذیل در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir بارگذاری و اصل رسید بانکی واریز وجه با ضمانتنامه بانکی تا تاریخ ۱۴۰۱/۰۷/۰۴ ساعت ۱۴:۳۰ در پاکت لاک و مهر شده به دبیرخانه شهرداری واقع در بلوار رسول اکرم (ص) ، ساختمان مرکزی شهرداری ملارد تسلیم گردد.
الف) رسید بانکی واریز وجه مذکور به حساب شماره ۰۱۰۵۵۰۰۸۹۶۰۰۴ سپرده شرکت در مناقصه نزد بانک ملی شعبه ملارد کد۲۶۱۶
ب)ضمانتنامه بانکی به نفع شهرداری ملارد به حساب به شماره ۰۱۰۵۵۰۰۸۹۶۰۰۴ نزد بانک ملی ایران شعبه ملارد کد ۲۶۱۶
۷) لازم بذکر است نفرات اول ، دوم و سوم مناقصه هرگاه حاضر به انعقاد قرارداد نشوند سپرده آنان به ترتیب به نفع کارفرما ضبط خواهد شد.
۸) لازم بذکر است سایر اطلاعات و جزئیات مربوط به معامله در اسناد مناقصه مندرج می باشد.
۹) لازم بذکر است شهرداری در رد یا قبول هر یک از پیشنهادها مختار است .
۱۰) هزینه درج آگهی به عهده برنده مناقصه است
۱۱) زمان بازگشایی پیشنهادها در ساعت ۱۴:۳۰ روز چهارشنبه تاریخ ۱۴۰۱/۰۷/۰۶ در سالن جلسات ساختمان مرکزی شهرداری ملارد می باشد.
محمد بهمنی - شهردار ملارد
۶۶۹