فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

برای کسب و کارآفرینی

دوشنبه
۱۱ مهر ۱۴۰۱

Mon.3 Oct 2022

۶ ربیع‌الاول ۱۴۴۳ - سال هفتم

شماره ۲۰۹۹

۸ صفحه - ۵۰۰۰ تومان

www.forsatnet.ir

با تفکیک حساب‌های تجاری از شخصی صورت می‌گیرد

خداحافظی با دوران کارت به کارت

پس از آنکه گام نخست قانون پایانه‌های فروشگاهی و سامانه مودیان برداشته و دستگاه‌های کارتخوان ساماندهی شدند، بسیاری از فعالان اقتصادی برای فرار از مالیات، کارت به کارت را جایگزین پرداخت از طریق دستگاه پوز کردند اما به نظر می‌رسد با تفکیک حساب‌های تجاری از حساب‌های شخصی، زمان خداحافظی با دوران کارت به کارت فرا رسیده است. گام نخست قانون...

۳

از شتاب زیان خودروسازان کشور کاسته شد

بازگشت خودروسازی از زیان‌سازی

۲

با آزادسازی ۷ میلیارد دلار از پول‌های بلوکه‌شده، ترمز بازار ارز کشیده می‌شود؟

جزییات آزادسازی منابع ارزی

در حالی که بازار ارز این روزها شرایط ملتهبی را تجربه می‌کند و قیمت دلار در معاملات آزاد بازار تهران به سطح کم‌سابقه ۳۳ هزار تومان افزایش یافته است، انتشار خبری درخصوص آزادسازی پول‌های بلوکه شده ایران، شرایط بازار را دستخوش تغییر کرد. به گزارش خبرآنلاین، خبر آزادسازی پول‌های بلوکه شده ایران ابتدا از سوی رسانه نزدیک به شورای امنیت ملی منتشر شد. هرچند در گزارش نورنیوز، مبلغ و کشور آزادکننده این منابع...

۴

تحولات بازار املاک پایتخت در شهریورماه به روایت بانک مرکزی

مسکن تهران ۱,۱ درصد گران‌تر شد

۳

یادداشت

دخالت‌گری ارزی

یوسف کاووسی، کارشناس پولی و بانکی

دولت‌ها در ایران معمولا از روش ارزپاشی و سرکوب نرخ ارز استفاده می‌کنند؛ در حالی که چنین روشی در دنیا مرسوم نیست. با این روش، تورم در کوتاه‌مدت پایین نگه داشته می‌شود، ولی با یک اتفاق غیرمنتظره همانند خروج ترامپ از برجام، فنر تورم رها می‌شود و با تورم بالایی روبه‌رو می‌شویم. بر همین اساس از نیمه دوم سال ۱۳۹۷ دچار مشکل جدی در این حوزه شدیم؛ چراکه دولت وقت آمریکا بنا را بر فشار حداکثری گذاشت و فروش نفت ما را بسیار محدود کرد. این در حالی است که در دوره‌های قبل، نفت را گران می‌فروختیم و درآمد خوبی هم از این محل داشتیم. مثلا قیمت نفت در دوره دوم ریاست جمهوری محمود احمدی‌نژاد به اوج خود رسید و نفت را با قیمت بالا می‌فروختیم؛ اواخر سال ۱۳۹۴ روزی ۴ میلیون بشکه نفت می‌فروختیم که یا پولش را وارد کشور می‌کردیم یا در حساب‌های خارجی بانک مرکزی بلوکه...

۲

مدیریت و کسب‌وکار

سئوی محتوا در دنیای وبلاگ‌ها

بهینه‌سازی موتور جست‌وجو یا آنطور که متخصص‌های این حوزه می‌گویند، سئوی محتوا دیگر یک مفهوم ناشناخته نیست. این روزها هر کسی که یکبار هم به اینترنت وصل شده باشد، خیلی خوب با سئو آشناست. کلیشه‌هایی نظیر استفاده از کلیدواژه‌های مناسب یا هشتگ‌های کاربردی آنقدر تکرار شده که دیگر همه آن را حفظ هستند. آنچه در این بین مورد غفلت شدید واقع شده، سئوی وبلاگ‌هاست. انگار که فقط سایت‌ها یا شبکه‌های اجتماعی برای کارآفرینان پولساز است و حتی چیزی به اسم وبلاگ وجود خارجی هم ندارد.

اگر شما از آن دست کارآفرینانی هستید که هنوز هم روی وبلاگ حساب ویژه‌ای باز می‌کنند، احتمالا بی‌توجهی کارشناس‌های سئو به این قلمرو حسابی حرص‌تان را درآورده است. هرچه باشد وبلاگ‌های تخصصی هنوز هم کلی طرفدار در چهار گوشه دنیا دارد و رقابت بر سر جذب ترافیک بیشتر در این قلمرو حسابی داغ...

۸

چرا پژوهش‌ها در ایران کاربردی نیستند و به مرحله عمل نمی‌رسند؟

از پژوهش تا سیاست‌گذاری

فرصت امروز: سال‌هاست که اقتصاددانان اصرار دارند دولت‌ها هزینه بیشتری را صرف پژوهش و توسعه کنند؛ تا جایی که حتی برخی از اقتصاددانان تلاش کرده‌اند این فرضیه را به شیوه علمی ثابت کنند که هزینه کردن برای پژوهش به رشد اقتصادی کمک می‌کند. با این حال پژوهش‌ها در ایران به مرحله عمل نمی‌رسند و همواره شکاف عمیقی میان عرصه نظر و عمل وجود دارد. با اینکه در این سال‌ها همواره از پیوند صنعت و دانشگاه سخن گفته شده، اما نهاد دانشگاه در ایران همچون جزیره‌ای جدا افتاده از نظام سیاست‌گذاری اقتصاد عمل می‌کند. در واقع، تحقیق و پژوهش تنها نقطه آغاز است و آنچه در نهایت کشوری را به رشد اقتصادی می‌رساند، تحقیق و توسعه صرف نیست، بلکه دولت‌ها باید کاری کنند تا نتایج این تحقیقات در قالب پژوهش کاربردی مورد استفاده مردم قرار گیرد؛ یعنی دانش باید کاربردی باشد تا بستری برای رشد اقتصادی در جامعه فراهم کند.

بنابراین انجام تحقیقات و انتشار آنها تنها نقطه شروع است و جوامعی می‌توانند به توسعه اقتصادی خود امید داشته باشند که از این تحقیقات، پلی به سمت کارهای عملیاتی بزنند و با آنها آینده اقتصادی خود را بسازند. اگر دانشی نهایتا به تولید اقتصادی ختم نشود، هیچ سودی در پی نخواهد داشت. پس هرچند لازم است کشورها برای تحقیق و توسعه هزینه کنند، اما در عین حال باید به فکر راهی باشند تا این دانش را به شکلی کاربردی و ملموس دربیاورند. ایده‌های جدید به سختی عملیاتی می‌شوند، اما تنها زمانی به عنوان ایده درخشان مطرح خواهند شد که به مرحله عمل برسند و تازه در این مرحله است که می‌توان به رشد اقتصادی امید داشت، اما چرا پژوهش‌ها در ایران کاربردی نیستند و به مرحله عمل نمی‌رسند؟ چرا همواره شکافی میان عرصه نظر و عمل وجود دارد؟ چرا رابطه دانشگاه و نظام سیاست‌گذاری یکطرفه است؟

از دنیای سیاستمداران تا پژوهشگران

بازوی پژوهشی وزارت اقتصاد در گزارشی به بررسی چالش‌های تبدیل پژوهش به عمل در سیاست‌گذاری پرداخت. با توجه به پیچیدگی محافل سیاست‌گذاری و فرآیندهای آن، تعجبی ندارد که چالش‌های زیادی برای جانبداری از تبدیل پژوهش به عمل وجود داشته باشد. این چالش‌ها شامل «دنیای متفاوت سیاستمداران و پژوهشگران»، «عدم‌تمایل پژوهشگران به چانه‌زنی»، «کسب اعتبار مالی نسبت به تاثیرگذاری سیاست و انعطاف‌ناپذیری پژوهشگران» و «تسلط قدرت بر دانش» هستند. براساس گزارش پژوهشکده امور اقتصادی، در دهه ۱۹۸۲ تبلیغی با شعار «هوندا - ماشینی که خود به فروش می‌رسد» از تلویزیون پخش شد. تقاضا برای اتومبیل به حدی بود که مردم به‌سادگی وارد بازار شده و خرید خود را انجام می‌دادند؛ زیرا نیازی به وجود فروشنده احساس نمی‌شد. شاید بتوان از این شعار تبلیغاتی در دنیای سیاست‌گذاری استفاده کرد. تجربیات نشان می‌دهد استفاده از رویکرد هوندا در فعالیت‌های پژوهشی مرتبط با سیاست‌گذاری غیرمعمول نیست. به این معنا که صرف هزینه زیاد در تحقیقات و ارائه پیشنهادهای سیاستی، با این فرض انجام می‌شود که ایده‌ها و پیشنهادهای خودشان را به مخاطبان عرضه خواهند کرد. برخلاف تجربه هوندا در فروش و با توجه به تجربیات موجود در عرصه سیاست‌گذاری، محصولات سیاستی بدون استراتژی حمایتی اگر نگوییم به زباله‌دان حداقل به بایگانی محکوم می‌شوند. بدین ترتیب، محققان و حامیان سیاست باید بتوانند یافته‌های خود را تا تحقق تغییرات اثربخش به پیش ببرند. از سوی دیگر، جانبداری بخشی از فرآیند سیاست‌گذاری است که شامل استفاده از اطلاعات و قدرت در فرصت‌های پیش‌آمده برای تاثیرگذاری بر تصمیمات سیاستی است.

با وجود متفاوت بودن دنیای سیاستمداران و پژوهشگران، برای مقبولیت یافتن کار پژوهشی، فرض این پژوهش بر آن است که متخصصان و افراد حرفه‌ای بهتر است مشاوره خود را در چارچوب برنامه‌های قابل اجرا دولت ارائه بدهند. البته در این مورد نیز فرض آن است که رابطه ارتباطی قوی بین متخصصان و مشاوران و حامیان و مدیران از جمله مقامات دولتی، کارکنان دولتی و سیاستمداران وجود دارد. البته این نکته نیز قابل‌ذکر است که بین این دو گروه چالش همیشگی وجود دارد؛ زیرا سیاست‌گذاران و افراد دانشگاهی دنیا را متفاوت می‌بینند. بنابراین به نظر می‌آید که این دو گروه نه‌تنها از نظر فرهنگی متفاوت هستند بلکه زبان تعاملی آنها نیز متفاوت است. در نتیجه ارتباط بین آنها متزلزل می‌شود و اغلب دو گروه از تعامل با یکدیگر ناامید می‌شوند. بنابراین مانع اصلی برقراری پیوند بین این دو گروه، دو برداشت متفاوت است. اولین نگاه بیشتر نظری، بی‌طرفانه و کلی است و نگاه دیگر بیشتر عملی، سیاسی و زمینه‌محور است.

تعامل محافل علمی و سیاست‌گذاری

متفاوت بودن دنیای پژوهشگران و سیاستمداران در مسئله چانه‌زنی نیز خود را نمایان می‌کند. عدم‌تمایل پژوهشگران برای اثبات حقانیت خود یکی از دلایل عدم‌همکاری پژوهشگران و سیاست‌گذاران است. همه پژوهشگران به دفاع از موضوع تحقیقی خود علاقه‌ای ندارند. علایق و استعدادهای بسیاری از پژوهشگران در تحلیل و فرآیند تدوین نهفته است و تمایلی به ورود به عرصه چانه‌زنی در میان آنان وجود ندارد. در مقابل سایرین از ورود به عرصه جانبداری یا جهت‌دهی به تلاش‌های حمایتی ابایی ندارند و حتی چانه‌زنی بخش کلیدی شغل آنها محسوب می‌شود. آن دسته از پژوهشگرانی که تمایلی به جانبداری یا دفاع ندارند، بهتر است این موضوع را در نظر داشته باشند که پژوهش سیاسی در انزوا انجام نمی‌گیرد و مشروعیت پژوهشگر یا سازمان پژوهشی بر انجام یک پروژه پژوهشی سالم بنا نهاده می‌شود. اگر افراد دیگری خارج از تیم پژوهشی مسئولیت جانبداری و دفاع از سیاست را برعهده بگیرند، به ندرت توانایی دفاع و پاسخگویی به سوالات سایر متخصصان را خواهند داشت. پژوهشگران حداقل باید تا حدی دفاع از حقانیت تحقیق را برعهده گرفته تا یافته‌های آن مخدوش یا تضعیف نشود.

اما یکی دیگر از مسائلی که در این گزارش به آن پرداخته شده، گسترش فضای بحث و گفت‌وگو و افزایش انعطاف‌پذیری در محافل علمی و سیاست‌گذاری است. نکته‌ای که به آن اشاره شده است، این است که از نظر تامین‌کنندگان مالی مراحل ارائه گزارش‌های پژوهشی به ندرت با چرخه بودجه‌بندی همخوانی دارد و این موضوع می‌تواند مشکلات خاص خود را ایجاد کند. از طرفی برای فهم میزان تاثیرگذاری بر سیاست باید به این نکته توجه کرد که اگر تصمیم‌گیری را فرآیند طولانی از اقناع و چانه‌زنی در نظر بگیریم، افراد دیگری درخصوص نتیجه نهایی حرفی برای گفتن خواهند داشت و اظهارات کارشناس تنها یک صدا در میان صداهای چندگانه خواهد بود. به همین دلیل است که آنچه در نهایت پذیرفته می‌شود احتمالا شباهتی به آنچه کارشناس در ابتدا مطرح کرده است، نخواهد داشت. همچنین باید در نظر داشت که نکته اصلی و مستقیم تاثیرگذاری بر سیاست معمولا آماده شدن از همان ابتدا برای مواجهه با شکست است. می‌دانیم بسیاری از ابتکارعمل‌ها محکوم به شکست هستند، به همین علت تعیین هدف غیرواقعی می‌تواند اثر جدی بر رشد و توسعه محافل سیاست‌گذاری داشته باشد.

۳ عنصر تاثیرگذار بر سیاست

عدم‌درک نتایج تحقیقات پژوهشی توسط سیاست‌گذاران نیز یکی از دیگر از چالش‌های استفاده از پژوهش‌ها در سیاست‌گذاری است. در حال حاضر تسلط قدرت بر دانش یا تسلط سیاست بر راهکارها از موانع کلیدی است. در برخی موارد صرفا ایده حاصل از پژوهش کافی نیست، زیرا گاهی کارشناس مجبور خواهد شد که ایده و شیوه پژوهشی خود را در فرآیند سیاست‌گذاری به افرادی واگذار کند که آن را چالش مهمی برای حفظ قدرت خود نمی‌داند. تسلط قدرت بر دانش می‌تواند منجر به بروز چالش دیگری نیز شود و آن اینکه در دستگاه‌های تصمیم‌گیر دولتی شناختی از نقش تحقیقات سیاستی در فرآیند تصمیم‌گیری وجود ندارد. بنابراین یکی از پیامدهای آن، عدم‌توازن در عرضه و تقاضای پژوهش‌های سیاستی است. در حال حاضر تقاضا برای چنین پروژه‌هایی از طرف دولت بسیار ناچیز است.

واقعیت ناخوشایند تغییر سیاست این است که پروژه تحقیقات سیاستی در صورتی موفق خواهد بود که پیشنهادها تصویب و توسط دولت اجرا شود که به معنای اثرگذاری مستقیم بر سیاست است. تجربه همکاری با محققان و اندیشکده‌ها نشان می‌دهد که روند افزایش تاثیر تحقیقات سیاستی بسیار کند است و تحقیقات به کندی می‌تواند گفتار، ادراکات و گزینه در دسترس سیاست‌گذاران را تغییر دهد. بر همین اساس، سه عنصر اصلی تاثیرگذاری بر یک سیاست شامل «توسعه ظرفیت»، «گسترش افق‌های سیاستی» و «تاثیرگذاری بر رژیم سیاستی» است. توسعه ظرفیتی که از آن سخن گفته می‌شود، بدان معناست که تدوین و انتشار یک پروژه سیاستی می‌تواند بهبود مهارت و ارتقای دانش پژوهشگران و سازمان‌های دخیل در موضوع و همچنین آگاهی مخاطبان هدف چنین پژوهش‌هایی را به همراه داشته باشد. علاوه بر توسعه ظرفیت‌ها، گسترش افق‌های سیاستی نیز مهم است. اگرچه در بیشتر مواقع توصیه‌های تحقیقات سیاسی هرگز راهی به برنامه‌های دولت پیدا نمی‌کنند، اما می‌توان در معرفی یک دیدگاه یا طرح یک مسئله یا یک گزینه سیاستی جدید که قبلا مورد توجه قرار نگرفته بود موفق عمل کرد. بنابراین می‌توان بینش جدید ماهیت بحث را گسترش داد. به گفته یکی از محققان، حتی با رد پژوهش‌های سیاستی از سوی محافل سیاسی نیز می‌توان تاثیر خود را گذاشت، چراکه این امر به یادگیری سیاستی منتهی خواهد شد. حتی اگر این اتفاق‌ها رخ دهد فقط در موارد نادر ۱۰۰درصد توصیه‌ها پذیرفته می‌شود. پذیرش چنین دیدگاه‌های گسترده‌ای می‌تواند به افراد دخیل در امر تحقیقات سیاستی کمک نماید تا دیدی واقع‌بینانه‌تر نسبت به پیامد کارشان پیدا کنند و علاوه بر آن به دلیل تنظیم اهدافی غیرواقعی از تاثیر مستقیم بر سیاست ناامید نشوند.

چگونگی همکاری با سیاست‌گذاران

شواهد این پژوهش بر ضرورت جانبداری از سیاست تاکید دارد. جانبداری فرآیندی است که از طریق تحقیقات به عنوان مبنایی برای تصویب، تغییر قانون و برنامه‌های دولت قرار می‌گیرد. در همین رابطه، صاحب‌نظران بر این موضوع اذعان دارند که تنظیم روایتی متناسب با مخاطبان مهارت بسیار مهم و ضروری محسوب می‌شود. گاهی استفاده از انجمن حرفه‌ای برای حمایت از سیاست مناسب است، اما اینکه برای حمایت از سیاستی صرفا به انجمن‌های حرفه‌ای متکی باشیم، برای ارائه‌دهندگان محدودکننده خواهد بود. به این دلیل که ممکن است در اولویت انجمن نباشد یا علاقه‌ای نسبت به آن موضوع نداشته باشند. بنابراین انجمن حرفه‌ای ممکن است مناسب‌ترین راهبرد برای هدایت اقدامات سیاسی نباشد یا ممکن است فرد عضو انجمن مربوطه نباشد یا علاقه‌ای نسبت به آن موضوع نداشته باشند. بنابراین انجمن حرفه‌ای ممکن است مناسب‌ترین راهبرد برای هدایت اقدامات سیاسی نباشد. توصیه منحصربه‌فرد و رو به جلو برای ارائه‌دهندگان فردی، ایجاد روابط با کاندیداهای سیاسی است که در ابتدای کارشان است. متخصصان و صاحب‌نظران بر اهمیت استفاده از رویکرد رابطه‌ای در عرصه سیاستی تاکید دارند.

۴ توصیه برای والدینی که می‌خواهند کارآفرین تربیت کنند

نترس، شجاع باش و تجربه کن

کارآفرینی تنها محدود به راه‌اندازی کسب وکارهای پرسود نیست. هر کس که ایده‌ای را می‌پروراند و آن را به مرحله اجرا می‌رساند، در حال انتقال احساسات خود به یک پروژه است. «مارگارت ماچل بیزنو» در «سی ان بی سی» می‌گوید: «من مادر دو پسر هستم که هر دو کسب وکار خودشان را دارند. من فهمیدم مهمترین توصیه به والدین، آموختن شجاعت کافی به فرزندان برای آزمودن چیزهای جدید است.» اما چطور باید فرزندانی شجاع تربیت کرد؟ او در زمان نوشتن کتاب «بزرگ کردن کارآفرین»، با ۷۰ پدر و مادر درباره تربیت فرزندان موفق گفت‌وگو کرده است. چهار توصیه از دل این گفت‌وگوها را در ادامه می‌خوانید.

* والدین موفق به فرزندان‌شان یاد دادند که شجاع باشند و هرگز نترسند: به بچه‌ها اجازه دهیم قوانین را بشکنند. یک نمونه موفق در این زمینه، تانیا یوکی، موسس شرکت Shareablee است که رسانه‌های اجتماعی را تحلیل می‌کند. تانیا خوب به یاد می‌آورد که پدرش چطور به او شجاعت را آموخت. او می‌گوید با پدرش وارد یک فروشگاه لوکس شد که دست زدن به اجناس آن ممنوع بود. با این حال او همه چیز را لمس کرد. گرچه فروشنده، اجناس را از دست او گرفت اما پدرش به فروشنده گفت «دخترم فقط کنجکاو است. اگر چیزی را بشکند، پولش را می‌دهیم.» تانیا می‌گوید در آن لحظه دریافت که والدینش همیشه به او اعتماد دارند.

* والدین موفق، استقلال فرزندان‌شان را در سن پایین به رسمیت شناختند: هرچه زودتر به فرزندان‌تان مسئولیت‌های بزرگتر بدهید، آنها اعتماد به نفس و استقلال بیشتری پیدا می‌کنند. مایکل اسکالنیک، موسس آژانس The Soze، کار برای تئاتر را از ۱۴ سالگی آغاز کرد و طرح‌های متعددی به تهیه‌کنندگان عرضه نمود. سرانجام پس از بارها تلاش یک تولیدکننده در نیویورک طرحش را پذیرفت. والدین مایکل تمام وقت کار می‌کردند و نمی‌توانستند به نیویورک بروند. این به معنای تنها زندگی کردن مایکل بود. او می‌گوید: «نمی‌دانم این میزان آزادی و کار کردن برای هر کسی در آن سن نتیجه می‌دهد یا نه، اما برای من که خوب بود. والدینم به من اعتماد کردند و این باعث شد زودتر از هم‌سن و سال‌هایم بزرگ شوم.»

* والدین موفق در انتخاب علایق فرزندان دخالت نکردند: اعتماد به نتیجه‌ای که هیچ خبری از آن نیست، سخت است. اما والدین موفق دست به چنین کاری زده‌اند. آنها به علایق فرزندشان احترام گذاشته‌اند. اریک رایان، هم‌بنیانگذار شرکت Method Products می‌گوید: «من دانش‌آموز خوبی نبودم. درس نمی‌خواندم اما عاشق دریانوردی بودم و سخت کار می‌کردم. پدرم با اینکه چیزی از قایقرانی نمی‌دانست همیشه در مسابقات کنار من بود.» در جریان تلاش برای پاسخ به هیجان درونی‌اش درباره دریا، اریک با کارآفرینان بسیاری ملاقات کرد و سرانجام شرکتش را راه انداخت. مادر او در گفت‌وگو با مارگارت ماچل گفته: «من و همسرم فهرستی از کارهایی که دوست داشتیم پسرمان انجام دهد، تهیه کردیم، مثل اسکی کردن، اما بچه‌ها مسیر خودشان را می‌روند؛ مسیری که به آن علاقه دارند.»

* والدین موفق، چالش‌ها را با بچه‌ها به اشتراک گذاشتند: اکثر مردم فکر می‌کنند آنهایی که به موفقیت رسیده‌اند، کمبودی در کودکی نداشته‌اند، اما اغلب کسانی به موفقیت می‌رسند که یاد گرفته‌اند چطور با شکست‌ها کنار بیایند. پیچ مایکوسکی از ثروتمندترین زنان در آمریکاست که با تولید برند لباس خود (Aviator Nation) در فضای کسب وکار به جایی رسید. به گفته مادرش پم، موفقیت‌های امروز پیچ، نتیجه تماشای مبارزه مادرش با چالش‌هاست. مادر پیچ می‌گوید: زمانی به کلسترول بالا مبتلا شده و مجبور شده رژیم غذایی‌اش را تغییر دهد. او درباره اینکه چطور غذاهای کم چرب مصرف کند کتاب نوشته، در حالی که هیچ چیز درباره صنعت نشر نمی‌داند. ممکن است بعضی والدین تلاش کنند چالش‌های‌شان را از دید بچه‌ها پنهان کنند تا بچه‌ها ناراحت نشوند، اما انتخاب پم به اشتراک گذاشتن تجربیات با فرزندش بوده است. فرزندان او یاد گرفته‌اند که هر کسی باید مشکلاتش را حل کند و اراده در این بین، نقش مهمی دارد.

یادداشت

دخالت‌گری ارزی

یوسف کاووسی، کارشناس پولی و بانکی

دولت‌هـا در ایران معمولا از روش ارزپاشـی و سـرکوب نرخ ارز استفاده می‌کنند؛ در حالی که چنین روشی در دنیا مرسوم نیست. با این روش، تورم در کوتاه‌مدت پایین نگه داشـته می‌شود، ولی با یـک اتفاق غیرمنتظره همانند خروج ترامپ از برجام، فنر تورم رها می‌شـود و با تورم بالایی روبه‌رو می‌شویم. بر همین اساس از نیمه دوم سـال ۱۳۹۷ دچار مشـکل جدی در این حوزه شدیم؛ چراکه دولت وقت آمریکا بنا را بر فشـار حداکثری گذاشت و فروش نفت ما را بسـیار محدود کرد. این در حالی اسـت که در دوره‌های قبل، نفت را گران می‌فروختیم و درآمد خوبی هم از این محل داشـتیم. مثلا قیمت نفت در دوره دوم ریاست جمهوری محمود احمدی‌نژاد به اوج خود رسـید و نفت را با قیمت بالا می‌فروختیم؛ اواخر سـال ۱۳۹۴ روزی ۴ میلیـون بشـکه نفت می‌فروختیم کـه یا پولش را وارد کشور می‌کردیم یا در حساب‌های خارجی بانک مرکزی بلوکه می‌شد! بانک مرکزی ریال این پول‌ها را به دولت می‌داد، در صورتی که ارزی نداشت که بازارسازی انجام دهد و به همین دلیل با تکرار ایـن رویه، دلار تا ۳۲ هزار تومان بـالا رفت. البته در قانون پولی و بانکـی، وظیفه بانـک مرکزی، کنترل تورم و حفـظ ارزش پولی و ثبات بازارهاست؛ روسای بانک‌های مرکزی نیز برای رسیدن به این سـه هدف معمولا مدیریت بازار ارز را در دستور کار قرار می‌دهند. روش مدیریت بانک مرکزی در این خصوص، شـناور مدیریت شده که براساس نیاز بازار، عرضه و تقاضا و... بانک مرکزی ورود می‌کند و بازار را به تعادل می‌رساند.

حالا بار دیگر پرسـش این است که دولت چقدر در بازار ارزپاشی کرده اسـت؟ واقعا و به طور مستند نمی‌توانیم پاسخ دقیقی داشته باشـیم و بگوییـم که دولت چقـدر در بازار ارز، دخالت مسـتقیم داشـته اسـت. چون ایـن آمارها، آمارهـای محرمانه اسـت؛ ولی می‌توانیم بگوییم با سیاسـتی که در پیـش گرفتند و در دوره‌های قبل هم داشـتیم، ابتدا سـخت‌گیری‌های فراوانی انجام می‌دهند و بعد آن شـرایط را تسـهیل می‌کننـد. این مسـئله در رابطه با ارز صادرکنندگان اسـت که ابتدا صادرکنندگان را مجبور می‌کنند که ارز خود را با نرخ دسـتوری به بازار عرضه کنند که پایین‌تر از نرخ بازار آزاد و معاملاتی اسـت؛ با این دلیل و استدلال که ما در داخل کشور سوبسید می‌دهیم، انرژی‌های ارزان می‌دهیم، امکانات فراوان دولتی می‌دهیم و شما باید این ارز را که مال دولت است، همانطور کـه آقای روحانـی در دوره قبل می‌گفت، به دولت بفروشـید. در این مورد ابتدا سـخت‌گیری می‌کننـد؛ ولی بعد از اینکه بازار دچار مشکل می‌شود، به خصوص اسـکناس، این را به عنوان یک امتیاز بـه صادرکننده می‌دهند و سیاسـت دیگـری در پیش می‌گیرند و می‌گویند که شما بیا ۳۰ درصد یا ۵۰ درصد ارز حاصل از صادرات را در بـازار آزاد بفروش و بقیه را هم مثلا در بازار نیما بفروش؛ لذا این بار هم همین اتفاق افتاده اسـت و این سـومین بار بود که در سـه دولت گذشته این اتفاق افتاده و مجددا این راه را باز کردند و اجازه دادند که در بازار متشکل ارزی که نزدیک به بازار آزاد است، صادرکننده‌ها ارزهای خود را بفروشـند و بازار به تعادل برسد. اگر این اتفاق نمی‌افتاد و نظارت‌های بانک مرکزی نبود، ممکن بود که مـا ارز را در قیمت‌های بالاتر ببینیم. چنانچه در همین مقطع ما با محاسبه‌ای که بر نرخ سکه می‌کردیم، می‌توانستیم بگوییم که دلار بالای ۳۵ هزار تومان بود؛ ولی چون ارز یک مسـئله حیثیتی برای دولت‌ها و حاکمیت شناخته می‌شود، روی آن حساسیت وجود دارد و تلاش می‌شـود که از نرخ ۳۲ هزار تومانی که در چند سال اخیر در بالاترین وضعیت بوده، عبور نکند.

سوال دیگر این است که اگر ارزپاشی صورت نمی‌گرفت، قیمت‌ها چقدر رشـد می‌کرد؟ در این شرایط، نرخ دلار می‌توانست ۳۵ هزار تومان را رد کند و تا پایان سـال شـاید بیشـتر هم شود. چون اگر مسـئله تـورم را در نظر بگیریم و ارز را بـه عنوان یک کالا در نظر داشـته باشـیم، میانگین تـورم می‌تواند بر ارز هم اثـر بگذارد، اما اینکه تأثیر مداخله‌گری‌های دولت در بازار ارز، به غیر از ارزپاشـی چیسـت؟ باید گفـت به غیر از اینکـه بخواهد در بـازار ارز توزیع کند، سیاسـت‌های تسهیل برای صادرکننده و واردکننده (مقررات معافیـت) ایجاد می‌کند. به طـور مثال، در قانون اخیر در ارتباط با قاچاق کالا و ارز که در اسفند گذشته تصویب و در اردیبهشت ابلاغ شد، به صراحت آمده است که ورود و خروج ارز بدون اینکه مبدأ و منشـأ آن معلوم باشد، قاچاق محسوب و با آن برخورد می‌شود. در اینجا وزارت اقتصاد و سازمان امور مالیاتی بخشنامه کردند و گفتند کـه ورود ارز به هیچ وجه قاچاق محسـوب نمی‌شـود و نیازی هم نیست که منشأ آن معلوم باشد. فقط در مبادی ورودی اظهار کنند و هیچ‌کس نمی‌تواند از آنها سـؤال کند که این را از کجا آوردید و مالیات آن را باید بدهید. اینها سیاست‌هایی است که دولت و بانک مرکزی به غیر از اینکه بخواهند در بازار ارزپاشـی کنند، می‌توانند از آن استفاده و نرخ ارز را کنترل کنند.

در مجمـوع، سیاسـت‌هایی که دولت‌هـا و بانک مرکـزی اجرا می‌کننـد بایـد جامع‌الاطراف باشـد و بتواند تمام شـرایط را دربر بگیرد، نه اینکه فقط یک یا دو یا سـه مشـکل را حل کند. باید به مسائل با دیدی بلندمدت نگاه کرد و تمام مشکلات را در تصمیمات دید و در اینجا می‌طلبد که نگاه کارشناسی به مسائل داشته باشیم و از کارشناسان و نظرات آنها استفاده بهینه ببریم.

منبع: آینده‌نگر

سازمان آگهی‌ها ۸۸۹۳۶۶۵۱

از شتاب زیان خودروسازان کشور کاسته شد

بازگشت خودروسازی از زیان‌سازی

فرصـت امروز: با اینکه موتور تولید زیان در صنعت خودروسـازی ایران همـواره در این سـال‌ها روشـن بوده، اما بررسـی صورت‌هـای مالی دو خودروساز بزرگ کشور نشان می‌دهد در هر دوره‌ای که جهش قیمت دلار اتفاق افتاده، موتور تولید زیان خودروسـازان نیز روشن شده است؛ چراکه هزینـه تولید خودرو با افزایش تصاعدی مواجه می‌شـود و به موازات آن، فشار دولت بر خودروسازان برای عرضه محصولات با قیمت‌های دستوری شدت می‌گیرد. البته دامن زدن به انحصار خودروسازان، تداوم تحریم‌ها و سـاختار معیوب مدیریتی نیز از دیگر عواملی است که برای شرکت‌های خودروسازی کشور، زیان انباشته می‌سازند.

با این حال، نتایج یک گزارش رسـمی نشان می‌دهد که از شتاب زیان خودروسـازان در سال ۱۴۰۱ کاسته شده است. فارغ از مزایده یک هزار و ۶۲ دستگاه خودروی خارجی رسوبی در انتهای هفته گذشته که از سالیان پیش با عنوان قاچاق در انبارهای گمرکات اسـتان‌ها دپو شده بود، بازوی پژوهشی بانک مرکزی در گزارش جدید خود از شاخص تولید صنعتی (با اسـتفاده از اطلاعات شرکت‌های بورسی)، به بررسی روند تولید، فروش و سودآوری شـرکت‌ها به ویژه شرکت‌های خودروسازی پرداخت و از تداوم کاهش موجودی انبار خودروسـازان خبر داد. به گفته پژوهشـکده پولی و بانکی، خودروسـازی کشـور در کنار بهبود تولید در مرداد (نسـبت به ماه مشـابه سـال قبل)، با ادامه کاهش موجودی انبار نیز مواجه شـده و با وجود آنکه همچنان شـرایط مناسبی در سـودآوری ندارد، اما زیاندهی خودروسـازان در سـه ماه ابتدایی امسال و نسـبت به مدت مشابه سال گذشته کمتر شده است.

سرعت زیان خودروسازان کمتر شد

آنطور که پژوهشکده پولی و بانکی بانک مرکزی گزارش داده، موجودی انبار خودروسـازان در مرداد با سـرعت کمتری نسبت به تیر کاهش پیدا کرده است. براساس آمارها، کاهش موجودی انبار خودروسازان در مرداد به عدد منفی ۲۸ درصد رسیده، در حالی که این رقم در تیرماه منفی ۳۰,۴ درصد بوده است. نگاهی به جدول تغییرات در موجودی انبار خودروسازان طی چند ماه گذشته نشان می‌دهد روند تخلیه انبار از میانه زمستان سال گذشته و پس از مدتی شارژ از سر گرفته شده است. در دی ماه پارسال نه تنها از موجودی انبار خودروسازان کاسته نشده، بلکه نزدیک به ۱۰درصد رشـد نیز به ثبت رسـیده اسـت؛ این در حالی اسـت که موجودی انبار خودروسـازان در بهمن سال گذشته منفی ۳,۲ درصد بوده و این موضوع با تغییر سیاسـت وزارت صمت و تمرکز خودروسـازان روی تجاری‌سازی محصولات دپویی در ارتباط است. بررسی آمار اسفندماه پارسال نیز نشان می‌دهد که روند کاهش موجودی انبار خودروسازان کمی سرعت گرفته و از ۳,۲ درصد در بهمن به منفی ۴,۵ درصد در اسفند رسیده است.

در فروردین امسال نیز روند کاهش موجودی انبار خودروسازان با سرعت بیشـتری ادامه داشته است. طبق آمارها، در نخستین ماه امسال شاخص کاهش موجودی انبار خودروسازان به عدد منفی ۱۱,۳ درصد رسیده است. دلیل این رشـد بیش از هر چیزی به فعالیت خودروسـازان در تعطیلات نوروز مربوط می‌شـود. آنها در نیمه نخست فروردین هرچند محصولی به تولید نرسانده‌اند، اما بخشی از خودروهای دپویی را تجاری‌سازی کرده‌اند تا بدین واسـطه از موجودی انبارشان کاسته شود. سپس روند تخلیه انبار خودروسـازان در اردیبهشـت ادامـه یافته و اتفاقا با جهش مواجه شـده اسـت. طبق آمار پژوهشـکده پولی و بانکی، در دومین ماه امسال، تغییر در موجودی انبار خودروسـازان عدد منفی ۲۱,۸ درصد را به ثبت رسانده اسـت. در خرداد نیز این عدد به ۳۰,۴ درصد رسـیده تا مشـخص شود پروژه تخلیه پارکینگ‌های خودروسازان در آخرین ماه بهار نیز ادامه داشته اسـت. همچنین روند کاهش موجودی انبار خودروسازان در تیرماه به اوج رسیده و عدد منفی ۳۲,۸ درصد را ثبت کرده است. در مرداد نیز این روند همچنان ادامه داشـته، منتها از سرعت آن کاسـته شده است. در نهایت خودروسـازان در سـه ماه منتهی به مرداد ۱۴۰۱ نیـز عدد منفی ۳۷,۸ درصد را به ثبت رسـانده‌اند، ضمن آنکه در یک سـال منتهی به این ماه نیز روند کاهش موجودی انبار آنها منفی ۱۴,۲ درصد بوده است. در حال حاضر طبق اعلام خودروسازان و وزارت صمت، تعداد خودروهای دپویی به شدت افت کرده و چیزی به صفر شدن آن نمانده است. خودروسازان وعده داده‌اند که دیگر محصول ناقص تولید نخواهند کرد.

زیان‌سازی با قیمت‌گذاری دستوری

گزارش پژوهشـکده پولـی و بانکی بانک مرکزی نشـان می‌دهد که شـرکت‌های بورسی حاضر در زنجیره خودروسازی، در مردادماه امسال همچنان شـرایط مناسبی در سودآوری نداشته‌اند، به طوری که همانند سـنوات اخیر، شـرکت‌های خودروسـازی و سـاخت قطعـات بدترین وضعیت را از نظر سـودآوری به خود اختصـاص داده‌اند. طبق گزارش پژوهشـکده پولی و بانکی، خودروسـازی تنها صنعتی اسـت که جمع سود خالص شـرکت‌های آن منفی می‌شود. مجموع زیان ایجادشده در خودروسـازی طی سال مالی ۱۴۰۰ حدودا ۳۰درصد بیش از سال قبل از آن بوده است؛ این در حالی است که خودروسازان در سه ماه ابتدایی امسـال و نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۳۷,۴ درصد کمتر از سال قبل ضرر کرده‌اند. اینکه چرا چنین اتفاقی رخ داده، احتمالا با مسـائلی مانند افزایش قیمت و حذف برخی محصولات در ارتباط اسـت. در آذر سـال گذشته و با تصمیم سـتاد تنظیم بازار، قیمت خودروهای داخلی بـه طور متوسـط ۱۸درصد افزایش یافت. بنابراین در مقایسـه با فصل بهار ۱۴۰۰، خودروسـازان محصولات خود را با قیمت بالاتری به فروش رسـانده‌اند و این موضوع می‌تواند یکی از دلایل و شاید مهمترین دلیل کاهش زیان‌دهی آنها باشـد. البته طبق صورت‌های مالی خودروسازان، آنها با زیان انباشـته هنگفت چند ده هزار میلیارد تومانی دست و پنجه نرم می‌کنند و خودشـان اعتقاد دارند که مقصر اصلی این زیان‌سـازی، قیمت‌گذاری دستوری است. با این حال، هرچند به اعتقاد کارشناسان، سیاسـت قیمت‌گذاری دسـتوری یکـی از عوامل مهـم در تولید زیان خودروسـازان اسـت، اما نمی‌توان از نقش مسـائلی دیگر مانند ضعف ساختاری و سوءمدیریت نیز در این ماجرا گذشت.

گفتنی اسـت شاخص تولید صنعتی شرکت‌های بورسـی در مردادماه نسبت به مدت مشابه سال قبل ۶,۷ درصد رشد داشته است. رشد شاخص تولید صنعتی در سه ماهه اخیر روند صعودی به خود گرفته است. در بین صنایع نیز خودروسازی و ساخت قطعات با رشد بالای ۲۰ درصد (نسبت به مدت مشـابه سال قبل) بیشترین رشد را داشـته‌اند؛ هرچند رشد دو صنعت بزرگ کشـور یعنی محصولات شـیمیایی و فلزات اساسی نیز در این بازه زمانی مثبت بوده اسـت. براساس داده‌های مردادماه شرکت‌های بورسـی، رشد شاخص تولید شـرکت‌های صادراتی بعد از ۲۲ ماه بیشتر از رشد شـاخص تولید سایر شرکت‌ها شده اسـت. همچنین رشد تولید کالاهای نهایی (مصرفی و سـرمایه‌ای) در ماه‌های اخیر بیشـتر از رشـد تولید کالاهای واسـطه‌ای شده اسـت. آمار مردادماه نشان می‌دهد که به جز صنعت خودروسازی و صنعت محصولات دارویی، در سایر صنایع رشد تولید بیشـتر از رشـد فروش بوده که منجر به افزایش موجودی انبار این صنایع شده است.

مطالبه فعالان اقتصادی از متولی تجارت

تغییر ریل سیاست‌های تجاری ایران

با اینکه ایران اخیرا به سـازمان همکاری شـانگهای پیوسـته است، اما فعالان اقتصادی با بررسی روند رو به رشد توسعه روابط تجاری در منطقه همواره نسـبت به جاماندگی تجاری ایران از رقبـای منطقه‌ای و جهانی هشدار داده‌اند. به اعتقاد آنها، توجه به تحولات اقتصادهای پیرامونی ایران از حیث حجم انبوه موافقت‌نامه‌هـای تجاری اهمیت دارد و اگر به‌صورت بلندمدت برای توسـعه روابـط اقتصادی فکری نکنیم، بیش از گذشـته ایزوله می‌شـویم و فرصت‌های بالقوه نیز از دسـت خواهد رفت. به عبارت دیگر، انفعال و بی‌عملی متولیان تجارت کشور در امضای موافقت‌نامه‌های تجارت آزاد و ترجیحی، این هشدار را می‌دهد که با توجه به استقبال سایر کشورهای منطقه و جهان به انعقاد چنین موافقت‌نامه‌هایی، ایران در انزوای تجاری و ترانزیتی قرار گیرد و به نوعی ایزوله شـود. فارغ از این مسئله به نظر می‌رسـد سیاست‌های تجاری کشور نیاز به اصلاح و بازبینی دارد و تا زمانی که وضع تحریم‌ها بر پیکره اقتصاد ایران ادامه داشته باشد، راه گریز از اقتصاد ایزوله بن بست می‌نماید.

در همین خصوص، مهراد عباد، فعال اقتصادی و نایب‌رئیس کمیسیون تسـهیل تجارت و توسـعه صادرات اتاق بازرگانی تهران در یادداشتی به نقد سیاست‌های تجاری کشـور پرداخته و اصلاح این سیاست‌ها را برای «پایـداری صـادرات» و «واردات کالاهای باکیفیت» ضروری برشـمرده اسـت. او در یادداشت خود می‌نویسـد: تلقی مثبت از تراز تجاری مثبت، گاه ناشی از کج‌فهمی از مفهوم تراز تجاری است؛ نوعی تلقی و رویکرد که متعادل شـدن واردات و صادرات را به عنوان هدف دنبال می‌کند. از سال ۲۰۱۶ تنها حدود ۶۰ کشـور از ۲۰۰ کشـور، مازاد تجاری یا تراز تجاری مثبت داشـته‌اند. این تصور که تراز تجاری منفـی به خودی‌خود مذموم اسـت، توسـط اقتصاددانان با قاطعیت رد شده؛ به ترتیبی که کشورهایی که بیشـترین تراز تجاری منفی را دارند، اکنون جزو پیشـروهای اقتصاد دنیا هستند.

گرچه تراز تجاری ایران به لطف فروش خام نفت و مشـتقات نفتی در برهه‌هایی مثبت بوده اما این نگاه که به هر قیمتی میزان صادرات از واردات بیشتر باشد (حتی با آمارسازی) به توسعه کشور آسیب وارد می‌کند. طیفی کـه واردکنندگان و دلالان را زالوصفتان می‌پندارند به این مسـئله توجه نمی‌کنند که این نگاه منفی به حوزه واردات، کشور را از داشتن مواد اولیه ارزان و باکیفیت محروم می‌کند.

سیاست تمرکز بر تولید همه کالاها با هر کیفیتی و تلاش جهت صادرات آنها و جلوگیری از واردات اقلام مورد نیاز کشور، در کنار شرایط تحریمی و مسائل بین‌المللی، همچنین به دلیل کیفیت پایین برخی از محصولات تولید داخلی همراه با بسته‌بندی بی‌کیفیت و سیاست‌های نادرست بازگشت ارز حاصل از صادرات، مانع از صادرات پایدار و ارزش‌آفرین شـده است. با این سیاست‌ها حتی قادر نبوده‌ایم یک برند جهانی شناخته شده به منطقه معرفی کنیم. در عین حال این سیاسـت‌ها موجب شـدند که اقلام دارای مزیت صادراتی ایران مثل پسته، فرش، زعفران و... سهم خود از بازارهای جهانی را بـه رقیب واگذار کنند. به تعبیر دیگر، ریل‌گذاری‌های صادراتی چند دهه اخیر به گونه‌ای بوده که صادرکنندگان خوشنام و توانمند کشور دست از صادرات شسته و متعاقب آن این میدان از صادرکنندگان کهنه‌کار خالی شده است.

از سـوی دیگر، سیاسـت‌های وارداتی که مبتنی بـر کاهش واردات، جلوگیری از واردات کالاهای مشابه تولید داخل و طولانی کردن پروسه ثبت‌سـفارش بوده، کشـور را به واردکننده کالاهـای بی‌کیفیت تبدیل کـرده و از طرفی با دخالت در این بازار، عرضه نیز کاهش یافته اسـت. حـال آنکه در مقابل کاهـش عرضه، تقاضا افزایش پیدا کرده و به دلیل عدم تعادل عرضه و تقاضا، قیمت کالاهای وارداتی رو به افزایش گذاشته است.

یکی از این سیاسـت‌های مخل واردات، تهیه فهرست کالاهای تولید داخـل و ممنـوع کردن واردات آن کالاهاسـت. فهرسـتی کـه با نگاه مختصری می‌توان از رانتی بودن آن آگاه شـد؛ زیرا بسیاری از کالاهای ایرانی که در داخل تولید می‌شـوند، در این فهرسـت قرار نگرفته و در عوض، اقلام بسـیاری در این فهرست ممنوعه گنجانده شده که واردات آن برای سـلامت جامعه ضروری اسـت. سیاست‌های موجود مربوط به واردات و صادرات مثل سـقف و سـابقه، ثبت سـفارش محدود و موارد دیگر نه‌تنها سیاسـت‌های مطلوبی بـرای مقابله با تحریم‌ها نبوده، بلکه باعـث ایجـاد تحریم‌های مضاعف داخلی شـده و این امـر باعث ایجاد ناامیدی از آینده در بخش خصوصی شـده اسـت. از این رو، پیشـنهاد اکید می‌شود که برای تداوم جراحی اقتصادی که با حذف ارز ترجیحی آغاز شده اسـت، موضوع اصلاح بنیادی سیاست‌های مربوط به واردات و صادرات در دسـتور کار سیاست‌گذاران قرار گیرد. این سیاست‌ها باید منتـج به صـادرات پایدار محصـولات با مزیت رقابتی ایـران و واردات کالاهای باکیفیت جهت تولید محصول ایرانی باکیفیت شود.

با تفکیک حساب‌های تجاری از شخصی صورت می‌گیرد

خداحافظی با دوران کارت به کارت

پس از آنکه گام نخست قانون پایانه‌های فروشگاهی و سامانه مودیان برداشته و دستگاه‌های کارتخوان ساماندهی شدند، بسیاری از فعالان اقتصادی برای فرار از مالیات، کارت به کارت را جایگزین پرداخت از طریق دستگاه پوز کردند اما به نظر می‌رسد با تفکیک حساب‌های تجاری از حساب‌های شخصی، زمان خداحافظی با دوران کارت به کارت فرا رسیده است. به گزارش ایسنا، گام نخست قانون پایانه‌های فروشگاهی و سامانه مودیان که در سال ۱۳۹۸ تصویب شد، سال گذشته برداشته و ماده ۱۱ این قانون اجرا شد. طبق ماده ۱۱، بانک مرکزی ایران موظف بود با همکاری سازمان ظرف مدت یک سال پس از ابلاغ این قانون، نسبت به ساماندهی دستگاه‌های کارتخوان بانکی و یا درگاه‌های پرداخت الکترونیکی اقدام کرده و با ایجاد تناظر بین آنها با مجوز فعالیت و شماره اقتصادی بنگاه‌های اقتصادی به هر یک از پایانه‌های فروش، شناسه یکتا اختصاص دهد.

پس از تخصیص شناسه مذکور، کلیه تراکنش‌های انجام‌شده از طریق حساب‌های بانکی متصل به دستگاه‌های کارتخوان بانکی و نیز درگاه‌های پرداخت الکترونیکی به عنوان تراکنش‌های بانکی مرتبط با فعالیت شغلی صاحب حساب بانکی محسوب شده و بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران موظف است در چارچوب قانون و مقررات مربوطه، اطلاعات این تراکنش‌های بانکی شامل مانده اول دوره، وجوه واریزی، وجوه برداشت شده و مانده آخر دوره هر حساب بانکی را به منظور تکمیل پایگاه اطلاعات هویتی، عملکردی و دارایی مودیان موضوع ماده (۱۶۹ مکرر) قانون مالیات‌های مستقیم مصوب سوم اسفند سال ۱۳۶۶ با اصلاحات و الحاقات بعدی به صورت برخط در اختیار سازمان قرار دهد. در راستای اجرای این ماده، حدود ۱۸ میلیون و ۸۰۰ هزار دستگاه کارتخوان ساماندهی شد که از این تعداد، حدود ۹ میلیون و ۴۰۰ هزار دستگاه به علت عدم اتصال به پرونده‌های مالیاتی غیرفعال و مابقی نیز به پرونده‌های مالیاتی مربوطه متصل شد.

چگونگی شناسایی حساب تجاری

در واقع حساب‌های متصل به این دستگاه‌های کارتخوان، به عنوان حساب تجاری محسوب شده و وجوه واریزی به این حساب‌ها به عنوان وجوه درآمدی کسب و کار مؤدی در نظر گرفته شد. با این اتفاق، بسیاری از مودیانی که به صورت مستقیم با مشتری سر و کار دارند، واریز نقدی یا کارت به کارت را به جای استفاده از کارتخوان پیشنهاد می‌کنند. فرآیندی که برخی آن را ناعدالتی مالیاتی می‌دانند، زیرا در حالی که مالیات برخی اقشار از جمله کارمندان ماهانه از حقوق آنها کسر می‌شود، اصناف دیگری که از درآمد بالایی هم برخوردار هستند از این طریق از پرداخت مالیات سر باز می‌زنند. بنابراین تفکیک حساب‌های تجاری و شخصی، کار برخی از مشاغل که می‌خواهند مالیات کارتخوان را با کارت به کارت کردن، دور بزنند، سخت می‌کند، زیرا با این تفکیک اگر فردی بخواهد از طریق کارت یا حساب بانکی خود از کارتخوان استفاده نکند، نظارت بانکی بر آن حساب‌ها بیشتر می‌شود.

در این راستا، طبق مصوبه شورای پول و اعتبار، اگر حسابی بیش از ۱۰۰ تراکنش در ماه داشته باشد و ۳۵ میلیون تومان در تراکنش‌ها جابه‌جا شود، تراکنش تجاری تلقی می‌شود. البته بانک مرکزی توضیح داده که داشتن ۱۰۰ تراکنش واریزی در ماه فقط ملاک تجاری تلقی شدن یک حساب نیست بلکه باید به‌طور همزمان در یک ماه بیش از ۱۰۰ تراکنش و ۳۵ میلیون تومان جابه‌جا شود که صرفا تعداد واریزی به حساب ملاک است نه هر تراکنش.

اما چه تراکنش‌هایی مشمول مالیات تراکنش تجاری نمی‌شود؟ در پاسخ به این سوال، رئیس کل بانک مرکزی گفته که ممکن است فردی هزار تراکنش واریز به حساب داشته باشد، اما حساب وی تجاری محسوب نشود، چراکه امکان دارد فردی روزانه صدها تراکنش خرید داشته باشد که این قبیل موارد به هیچ وجه مشمول مالیات نیست. به گفته صالح‌آبادی، فردی که در بورس معامله می‌کند به هیچ وجه مشمول مالیات حساب تجاری نیست، چراکه فعالان بورس نیم درصد مالیات را از حساب وی کسر می‌کند و یا مثلا فردی اقدام به فروش خانه مسکونی می‌کند و ۵ میلیارد تومان به حساب وی واریز می‌شود به هیچ وجه این فرد مشمول نیست.

بنابراین طبق گفته رئیس کل بانک مرکزی از آنجا که بخش عمده تفکیک حساب‌های تجاری و شخصی در زمان اتصال دستگاه‌های کارتخوان به پرونده مالیاتی صورت گرفته است، از هر ۱۰۰۰ نفر حداکثر دو یا سه نفر را مشمول مالیات حساب تجاری می‌شوند. علاوه بر این، با توجه به اینکه فعالیتی تجاری است که فرد با کاسبی کسب سود کند یا متحمل زیان می‌شود و معامله انجام می‌دهد؛ بنابراین فعالیت‌هایی نظیر خیریه‌ها یا صندوق‌های خانوادگی مشمول حساب‌های تجاری نخواهد بود.

نحوه اخذ مالیات از حساب تجاری

مسئولان بانک مرکزی می‌گویند که مبنای تفکیک حساب‌های تجاری و غیرتجاری براساس کد ملی افراد است، به گونه‌ای که اگر فردی چندین حساب داشته باشد مبنا برای ۱۰۰ تراکنش و واریز ۳۵ میلیون تومان تمامی حساب‌های فرد خواهد بود. بررسی‌ها نیز نشان می‌دهد که سازمان امور مالیاتی برای شناسایی حساب‌های مشکوک به تجاری از معیارهای متنوعی چون تعداد و حجم تراکنش در کنار داده‌کاوی استفاده می‌کند که بر این اساس یکسری تراکنش‌ها از جمله یارانه، واریزی از یک حساب به حساب دیگر متعلق به فرد، تسهیلات بانکی و حقوق جزو تراکنش‌های مشکوک به تجاری محسوب نمی‌شود. بنابراین زمانی که حسابی را سازمان امور مالیاتی به عنوان حساب تجاری شناسایی می‌کند، دو حالت پیش می‌آید؛ یکی اینکه صاحب حساب تجاری پرونده مالیاتی دارد که در این حالت، حساب تجاری شناسایی شده به پرونده مالیاتی وی متصل می‌شود. در صورتی که صاحب حساب تجاری شناسایی شده، پرونده مالیاتی نداشته باشد، به آن فرد برای تشکیل پرونده از سوی اداره مالیاتی اطلاع‌رسانی می‌شود و او به عنوان مودی جدید در سازمان امور مالیاتی شناسایی خواهد شد.

در نهایت، از تراکنش‌های حسابی که به عنوان حساب تجاری شناسایی شده است، مالیات گرفته می‌شود. در این بین، اگر مشخص شود که آن فرد پیش از این مالیات آن تراکنش‌ها را پرداخت کرده باشد، هیچ مالیات اضافه‌ای برای این تراکنش گرفته نمی‌شود. البته در صورتی که مالیات تراکنش موردنظر پرداخت نشده باشد، نرخ مالیات مربوطه متناسب با فعالیت تجاری آن فرد محاسبه و اخذ می‌شود. همچنین توجه به این نکته ضروری است که به گفته داوود منظور رئیس سازمان امور مالیاتی، اگر واریز به حسابی هر ماه ۹۹ مرتبه باشد، قطعا بررسی شده و ضابطه تغییر می‌کند. به گفته وی، سازمان امور مالیاتی در هر دوره بررسی کرده و جمع صورت حساب الکترونیکی با جمع واریز به حساب تجاری را مقایسه می‌کنیم و اگر واریز به حساب تجاری بیشتر باشد فرد مبلغ ۱۰ درصد از فروش جریمه می‌شود. بنابراین به نظر می‌رسد این قانون می‌تواند با توجه به شرایط متغیر باشد و اگر حسابی مشکوک به تجاری بود قبل از آنکه به عنوان تجاری شناخته شود، با صاحب حساب جلسه‌ای برگزار شده و شرایط سنجیده می‌شود.

تحولات بازار املاک پایتخت در شهریورماه به روایت بانک مرکزی

مسکن تهران ۱,۱ درصد گران‌تر شد

گزارش بانک مرکزی از تحولات بازار معاملات مسکن شهر تهران در شهریورماه امسال از کاهش ۲۲,۹ درصدی حجم معاملات و افزایش ۱,۱ درصدی قیمت مسکن نسبت به ماه قبل حکایت دارد. طبق گزارش بانک مرکزی، در شهریورماه ۱۴۰۱، متوسط قیمت یک مترمربع زیربنای واحد مسکونی معامله شده از طریق بنگاه‌های معاملات ملکی شهر تهران به ۴۳ میلیون و ۲۱۷ هزار تومان رسید که نسبت به ماه قبل، رشد ۱,۱ درصدی و نسبت به ماه مشابه سال قبل، رشد ۳۶,۳ درصدی را نشان می‌دهد.

اداره بررسی‌ها و سیاست‌های اقتصادی بانک مرکزی با انتشار گزارش «تحولات بازار معاملات مسکن شهر تهران در شهریورماه سال ۱۴۰۱» از کسادی معاملات و همچنین تمایل به ثبات قیمتی این بازار خبر داد؛ از یکسو، تعداد آپارتمان‌های مسکونی معامله شده در شهر تهران طی شهریورماه به ۶ هزار و ۳۳ واحد مسکونی رسید که نسبت به ماه قبل و ماه مشابه سال قبل به ترتیب ۲۲,۹ درصد و ۲۲,۵ درصد کاهش نشان می‌دهد. از سوی دیگر، متوسط قیمت خریدوفروش یک مترمربع زیربنای واحد مسکونی معامله شده از طریق بنگاه‌های معاملات ملکی شهر تهران در این ماه به ۴۳ میلیون و ۲۱۷ هزار تومان رسید که از افزایش ۱,۱ درصدی نسبت به ماه قبل حکایت دارد.

حجم معاملات مسکن در حالی به بیش از ۶ هزار فقره رسید که واحدهای تا پنج سال ساخت با سهم ۲۸,۴ درصد بیشترین سهم را به خود اختصاص داده‌اند. در میان مناطق بیست‌ودوگانه شهر تهران، بیشترین قیمت هر متر خانه با ۸۷ میلیون و ۱۳۰ هزار تومان در منطقه یک و کمترین آن با ۲۱ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان در منطقه ۱۸ بوده است که هر یک از آنها با افزایش ۲۶,۴ درصدی در منطقه یک و ۱۸,۸ درصدی در منطقه ۱۸ مواجه شده‌اند. توزیع فراوانی تعداد واحدهای مسکونی معامله شده برحسب قیمت نشان می‌دهد که واحدهای مسکونی در دامنه قیمتی ۳۰ تا ۳۵ میلیون تومان به ازای هر متر مربع با سهم ۱۱,۸ درصد بیشترین سهم از تعداد معاملات شهر تهران را به خود اختصاص داده‌اند و دامنه قیمتی ۲۵ تا ۳۰ میلیون و ۳۵ تا ۴۰ میلیون تومان با ۱۱,۲ درصد و ۱۰,۴ درصد سهم در رتبه بعدی قرار دارد.

از سوی دیگر، در شهریورماه امسال توزیع فراوانی تعداد واحدهای مسکونی معامله شده براساس ارزش هر واحد نشان‌دهنده آن است که واحدهای مسکونی با ارزش یک میلیارد تا یک میلیارد و ۵۰۰ میلیون تومان با اختصاص سهم ۱۳,۹ درصد بیشترین سهم از معاملات انجام شده را داشته‌اند. توزیع معاملات انجام شده مسکن براساس مناطق شهری نیز حاکی از آن است که منطقه ۵ با ۱۴,۴ درصد از کل معاملات، بیشترین سهم معاملات شهر تهران را به خود اختصاص داده است. همچنین بررسی شاخص کرایه مسکن اجاری در شهر تهران و در کل مناطق شهری در شهریورماه امسال نشان‌دهنده رشد ۴۰,۹ درصد و ۴۶,۸ درصد نسبت به ماه مشابه سال گذشته است.

به نظر می‌رسد با رسیدن میزان رشد ماهیانه قیمت خانه به یک هشتم نسبت به مقطع اوج نیمه اول، نصف شدن تعداد معاملات و بررسی رفتار سنتی بازار در سال‌های گذشته، احتمالا تا بهمن ماه بازار مسکن در آرامش نسبی خواهد بود. مطابق پیش‌بینی‌ها روند نزولی بازار مسکن شهر تهران به لحاظ تعداد معاملات و کاهش نرخ رشد قیمت که از تیرماه شروع شده بود در شهریورماه نیز ادامه پیدا کرد. طبق اعلام بانک مرکزی، متوسط قیمت هر متر خانه در تهران به ۴۳ میلیون و ۲۱۶ هزار تومان رسید که افزایش ۱,۱ درصدی را نسبت به مردادماه نشان می‌دهد. این کمترین میزان افزایش ماهیانه قیمت از فروردین امسال تاکنون بوده است.

درخصوص حجم معاملات نیز فرآیند کاهش خرید و فروش که از تیرماه شروع شده بود، در شهریورماه ادامه یافت و تعداد معاملات به ۶ هزار و ۳۳ فقره رسید که از کاهش ۲۳ درصدی و ۲۲,۵ درصدی نسبت به مرداد امسال و شهریور پارسال حکایت دارد. اوج رونق بازار مسکن شهر تهران در شش ماهه اول سال ۱۴۰۱ مربوط به خردادماه بود که ۱۳ هزار و ۸۷۴ فقره معامله منعقد شد. در تیرماه این رقم به ۱۰ هزار و ۲۹۴ فقره رسید. در مردادماه نیز ۷ هزار و ۸۲۵ فقره و در شهریورماه هم ۶ هزار و ۳۳ فقره قرارداد خرید و فروش مسکن به امضا رسید.

شواهد و قرائن از ورود بازار مسکن به فاز رکود غیرتورمی حکایت دارد. البته معمولا بازار مسکن با توجه به پایان پیک جابه‌جایی از مهر تا بهمن به ثبات نسبی می‌رسد و سپس با حجم خرید و فروش‌های قبل از تغییر سال مواجه می‌شود. بر این اساس می‌توان انتظار داشت در صورت ادامه وضعیت فعلی اقتصاد در چهار ماه آینده آرامش نسبی بر بازار مسکن حاکم باشد. کارشناسان نیز عمدتا بر ادامه ثبات بازار مسکن تاکید دارند. فرهاد بیضایی، کارشناس مسکن درخصوص پیش‌بینی این بازار در نیمه دوم سال به ایسنا، می‌گوید: اگر درآمدهای ارزی منجر به ثبات قیمت ارز شود بازار مسکن می‌تواند رونق غیرتورمی را داشته باشد و زیر نرخ تورم افزایش قیمت پیدا کند. اگر بدون درآمدهای ارزی، ثبات نرخ ارز را داشته باشیم رکود مسکن همراه با ثبات قیمتی را خواهیم داشت. احتمال سوم یعنی افزایش قیمت ارز با احتمال رشد قیمت مسکن همراه می‌شود.

به نظر می‌رسد رکود صرفا در بخش‌هایی اتفاق افتاده که عرضه بیش از تقاضا رخ داده و قیمت‌ها فاصله شدیدی با توان متقاضیان پیدا کرده است. بر این اساس می توان گفت که مناطق برخوردار کلانشهرها، آپارتمان‌های لوکس و بزرگ متراژ در رکود به سر می‌برد.

بانک نامه

بی‌توجهی بازارها به خبر آزادسازی منابع ارزی

افزایش قیمت سکه و دلار ادامه دارد

با وجود انتشار اخباری مبنی بر آزادسازی منابع ارزی بلوکه شده ایران به ارزش ۷ میلیارد دلار در آینده نزدیک، قیمت ارز، طلا و سکه در بازار داخلی همچنان رو به افزایش است. خبرگزاری‌های داخلی در آخرین گزارش‌های میدانی از وضعیت بازار سکه و طلا، قیمت سکه تمام بهار آزادی طرح جدید را بیش از ۱۵ میلیون تومان اعلام کرده‌اند. هرچند منابع غیررسمی از افزایش قیمت دلار در بازار آزاد تا کانال ۳۳ هزار تومان سخن می‌گویند، اما در گزارش‌های رسانه‌ها، هیچ خبری از قیمت کف بازار نیست و تنها به اعلام قیمت دلار و یورو در صرافی ملی اکتفا شده است.

قیمت طلای ۱۸ عیار در هر گرم، یک میلیون و ۳۷۱ هزارتومان گزارش شده است. قیمت سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم نیز ۱۴ میلیون و ۲۰۰ هزارتومان است، اما قیمت سکه تمام بهار آزادی طرح جدید، ۱۵ میلیون و ۲۵۰ هزار تومان اعلام شده است. همچنین قیمت نیم‌سکه بهار آزادی ۸ میلیون و ۳۵۰ هزار تومان، ربع سکه بهار آزادی ۵ میلیون و ۳۰۰ هزار تومان و سکه یک‌گرمی ۳ میلیون و ۲۰۰ هزار تومان تعیین شده و به فروش می‌رسد. هر انس طلا در بازارهای جهانی به دلیل تعطیلی روز یکشنبه در همان قیمت ۱۶۶۱ دلار باقی مانده است.

در رسانه‌های خبری هیچ قیمتی برای دلار آزاد در روز ۱۰ مهرماه ۱۴۰۱ اعلام نشده است، اما صرافی ملی، قیمت دلار را در صرافی‌های بانکی ۲۸ هزار و ۸۴۳ تومان و قیمت یورو را ۲۸ هزار و ۸۴۳ تومان اعلام کرده است. همچنین درهم امارات ۹ هزار و ۲۱ تومان و لیر ترکیه یک هزار و ۷۹۰ تومان قیمت گرفته است. انتظار می‌رفت با انتشار خبر آزادی ۷ میلیارد دلار از پول‌های بلوکه‌شده ایران، بازارها به مسیر کاهش قیمت باز گردند که این انتظار دست‌کم تاکنون محقق نشده است. آزادسازی منابع ارزی ایران درحالی در رسانه‌هایی مثل فارس، تسنیم، ایرنا و مهر منتشر شده که اخبار دیگر از بن بست مذاکرات احیای برجام حکایت دارد. چنانکه ایلنا در گزارشی نوشت: پایگاه اینترنتی «واشنگتن فری بیکن» مدعی شد که مقام‌های ارشد دولت آمریکا طی یک جلسه توجیهی محرمانه به کنگره آمریکا اطلاع داده‌اند که مذاکرات غرب با ایران برای احیای برجام به بن‌بست رسیده است.

در مردادماه امسال

بیش از ۹۰ درصد چک‌ها وصول شد

در مرداد امسال حدود ۷,۱ میلیون فقره چک مبادله شد که ۹۰,۹ درصد این چک‌ها وصول شده است. طبق اعلام بانک مرکزی، در مردادماه ۱۴۰۱ در سامانه چکاوک حدود ۷,۱ میلیون فقره چک به ارزش بیش از ۳۴۶۹ هزار میلیارد ریال مبادله شد که نسبت به ماه قبل از نظر تعداد و مبلغ به ترتیب ۱۲ درصد و ۴,۵ درصد افزایش نشان می‌دهد. از کل تعداد و مبلغ چک‌های مبادله‌شده در مردادماه به ترتیب ۹۰,۹ درصد و ۸۸,۶ درصد وصول شده است. درصد تعداد و مبلغ چک‌های وصول‌شده در ماه قبل به ترتیب معادل ۹۰,۷ درصد و ۸۹,۶ درصد بوده است. همچنین این نسبت در ماه مشابه سال قبل به ترتیب برابر ۸۹,۳ درصد و ۸۵,۲ درصد بوده است. گفتنی است شاخص نسبت چک‌های برگشتی به چک‌های مبادله‌ای در مردادماه ۱۴۰۱ به لحاظ تعدادی، ۹,۱ درصد بوده که این شاخص در ماه قبل، عدد ۹,۳ درصد را نمایش می‌دهد. همچنین این شاخص به لحاظ مبلغی ۱۱,۴ درصد بوده و در ماه قبل، عدد ۱۰,۴ درصد را نشان می‌دهد.

تکاپوی چین برای تقویت یوآن

ریزش جهانی دلار نزدیک است؟

بانک خلق چین از بانک‌های دولتی بزرگ خواسته است تا با برداشت یوآن فراساحلی که علی رغم مداخله قبلی به کاهش ادامه می‌دهد، برای نزول دارایی دلار آماده شوند. به گزارش ایسنا به نقل از بیزنس، براساس این گزارش، این آخرین تلاش تقویت یوان، مقیاس بزرگتری دارد و می‌تواند کفی برای ارز چین فراهم کند. مقدار دلاری که قرار است فروخته شود هنوز مشخص نشده است اما رویترز اعلام کرد که عمدتا از ذخایر ارزی بانک‌های دولتی تشکیل می‌شود؛ به شعبه‌های فراساحلی واقع در هنگ‌کنگ، نیویورک و لندن دستور داده شده است تا دارایی‌های یوآن فراساحلی را بررسی کنند تا دریابند که آیا ذخایر دلار آماده هستند یا خیر.

روز پنجشنبه، یوآن در برابر دلار با ۰,۹ درصد کاهش به ۷,۱۳۴۰ رسید و در مسیر بدترین افت سالانه خود از سال ۱۹۹۴ میلادی قرار گرفت. یوآن چین تاکنون بیش از ۱۱ درصد از ارزش خود را در سال جاری میلادی از دست داده است. یوآن فراساحلی چین در این هفته در برابر دلار آمریکا به پایین‌ترین سطح خود رسید و واحد داخلی آن نیز به ضعیف‌ترین سطح خود از زمان بحران مالی سال ۲۰۰۸ سقوط کرد. سیاست تهاجمی فدرال رزرو، دلار را در سال جاری به بالاترین حد خود در ۲۰ سال اخیر رسانده است و بر سایر بانک‌های مرکزی فشار آورده و «جنگ ارزی معکوس» را آغاز کرده است. در حالی که یک ارز ضعیف‌تر گاهی اوقات می‌تواند مفید باشد زیرا به معنای ارزان‌تر شدن صادرات است، کاهش اخیر یوآن زیر آستانه روانی هفت در هر دلار بوده است.

بانک خلق چین به طور مداوم برای کمک به حمایت از یوآن، سوگیری قوی برای نرخ مرجع ارز خود اعمال کرده است. مقامات بانک مرکزی همچنین نسبت به پیش‌بینی بر روی یوآن هشدار شفاهی داده‌اند و هزینه جلوگیری از کاهش ارز را افزایش داده‌اند، اما بانک از افزایش نرخ‌های معیار اجتناب کرده و در عوض آنها را کاهش داده است تا برای تقویت رشد اقتصادی که به دلیل قرنطینه کووید-۱۹، سقوط املاک و مستغلات و مشکلات زنجیره تامین کاهش یافته است، تلاش کند.

خبرنامه

همه شاخص‌ها در تالار شیشه‌ای منفی باقی ماندند

ادامه سیر نزولی شاخص‌های بورسی

سیر نزولی شاخص‌های بورسی در تالار شیشه‌ای کماکان ادامه دارد. پس از آنکه دماسنج اصلی تالار شیشه‌ای در معاملات اولین روز از هفته دوم مهرماه با افت ۱.۱۶ درصدی به سطح یک میلیون و ۳۳۰ هزار واحد رسید، این روند کاهشی در دومین روز هفته نیز ادامه پیدا کرد و شاخص کل بورس تهران با ۰.۶۷ درصد افت دیگر به عقب‌نشینی در کانال یک میلیون و ۳۰۰ هزار واحد ادامه داد. شاخص کل هم‌وزن نیز در معاملات روز گذشته با ۱.۴ درصد کاهش مواجه شد.

افت دسته جمعی شاخص‌ها در دومین روز معاملاتی هفته ادامه یافت و شاخص کل بورس با کاهش بیش از ۸ هزار واحدی، معادل ۰.۶۷ درصد کاهش ارتفاع داد. در جریان معاملات روز یکشنبه ۱۰ مهرماه، شاخص کل بورس تهران با کاهش ۸ هزار و ۸۵۵ واحدی به تراز یک میلیون و ۳۲۲ هزار واحد و شاخص کل هم‌وزن با ۴ هزار و ۲۳ واحد کاهش به رقم ۳۸۲ هزار و ۱۱۴ واحد رسید. در معاملات روز یکشنبه بیش از ۴ میلیارد و ۸۰۶ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۲۲ هزار و ۴۹۳ میلیارد ریال در بورس اوراق بهادار تهران دادوستد شد.

گروه خودرو در جریان معاملات این روز با ۳۵ هزار و ۲۴۲ معامله به ارزش ۲ هزار و ۳۶۴ میلیارد ریال در صدر گروه‌های بورسی ایستاد. همچنین به ترتیب گروه شیمیایی با ۱۶ هزار و ۳۲۵ معامله به ارزش یک هزار و ۱۵۳ میلیارد ریال، گروه فلزات اساسی با ۱۶ هزار و ۱۲ معامله به ارزش ۶۹۱ میلیارد ریال، گروه فرآورده‌های نفتی با ۱۱ هزار و ۲۲ معامله به ارزش ۸۵۲ میلیارد ریال و گروه اداره بازارهای مالی با ۱۲ هزار و ۲ معامله به ارزش ۷۳۸ میلیارد ریال در صدر برترین گروه‌ها قرار گرفتند.

در جریان معاملات دهمین روز مهرماه، شرکت بورس کالای ایران با ۱۰۱ واحد، شرکت بورس اوراق بهادار تهران با ۸۲ واحد، بیمه دانا با ۵۰ واحد، شرکت پتروشیمی بوعلی سینا با ۴۲ واحد و شرکت ایران خودرو با ۴۰ واحد بیشترین تاثیر مثبت را بر رشد شاخص کل داشتند. در سمت مقابل اما بانک پاسارگاد با یک هزار و ۵۳۱ واحد، شرکت توسعه معادن و صنایع معدنی خاورمیانه با ۷۰۶ واحد، شرکت صنایع پتروشیمی خلیج فارس با ۵۱۹ واحد، شرکت معدنی و صنعتی چادرملو با ۴۷۴ واحد و شرکت پالایش نفت اصفهان با ۳۵۳ واحد با تاثیر منفی بر رشد شاخص کل همراه شدند. در آن سوی بازار سرمایه نیز شاخص کل فرابورس با کاهش ۳۷ واحدی به رقم ۱۸ هزار و ۱۲۳ واحد رسید تا هر سه شاخص اصلی بازار سرمایه با تداوم افت مواجه شوند. در بازار فرابورس بیش از ۲ میلیارد و ۸۵ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۶۱ هزار و ۵۵۴ میلیارد ریال دادوستد شد. در معاملات روز یکشنبه فرابورس ایران، شرکت پتروشیمی مارون با ۶۰ واحد، شرکت فرابورس ایران با ۳.۸ واحد، شرکت تولید نیروی برق دماوند با ۱.۵ واحد، شرکت صنعتی بهپاک با ۱.۶ واحد و شرکت زغال سنگ پروده طبس با ۱.۳ واحد بیشترین تاثیر مثبت را بر رشد شاخص فرابورس داشتند. همچنین شرکت پلیمر آریا ساسول با ۲۲ واحد، شرکت پتروشیمی زاگرس با ۷ واحد، شرکت مدیریت انرژی تابان هور با ۴.۶ واحد، شرکت سرمایه‌گذاری صبا تامین با ۳.۶ واحد و شرکت پتروشیمی تندگویان با سه واحد با تاثیر منفی بر رشد شاخص همراه شدند.

با آزادسازی ۷ میلیارد دلار از پول‌های بلوکه‌شده، ترمز بازار ارز کشیده می‌شود؟

جزییات آزادسازی منابع ارزی

در حالی که بازار ارز این روزها شرایط ملتهبی را تجربه می‌کند و قیمت دلار در معاملات آزاد بازار تهران به سطح کم‌سابقه ۳۳ هزار تومان افزایش یافته است، انتشار خبری درخصوص آزادسازی پول‌های بلوکه شده ایران، شرایط بازار را دستخوش تغییر کرد. به گزارش خبرآنلاین، خبر آزادسازی پول‌های بلوکه شده ایران ابتدا از سوی رسانه نزدیک به شورای امنیت ملی منتشر شد. هرچند در گزارش نورنیوز، مبلغ و کشور آزادکننده این منابع ارزی مشخص نبود، اما در ادامه خبرگزاری اصولگرای تسنیم، خبر آزادسازی ۷ میلیارد دلار از منابع بلوکه شده ایران در کره جنوبی را با وساطت قطر اعلام کرد. داستان اما از سوی برخی از رسانه‌ها فراتر از آزادسازی پول‌های بلوکه شده ایران است. به نظر می‌رسد این اتفاق در حقیقت، اولین توافق عملی دولت بایدن با دولت رئیسی است. این توافق در حالی رخ می‌دهد که کشوری همسایه مسئولیت میانجی‌گری را برعهده دارد و البته مذاکرات احیای برجام میان ایران و غرب نیز همچنان در روندی کشدار و فرسایشی قرار گرفته است.

همزمان با انتشار خبری در رسانه نورنیوز درخصوص آزادسازی پول‌های بلوکه شده، تسنیم به نقل از سخنگوی سازمان ملل از آزادی باقر نمازی از زندان خبر داد. در عین حال، وکیل سیامک نمازی نیز خبر مرخصی موقت موکلش را در مصاحبه با خبرگزاری رویترز تأیید کرد. سیامک نمازی از سال ۲۰۱۵ در زندان به سر می‌برد و به جرم «همکاری با دولت‌های متخاصم» به ۱۰ سال زندان محکوم شد. استفان دوجاریک، سخنگوی سازمان ملل پیش از این در صفحه توئیتر خود نوشته بود که «باقر نمازی» از زندان آزاد شده و ایران را ترک کرده و «سیامک نمازی» نیز آزاد شده (اما همچنان در ایران) است.

آزادسازی ۷ میلیارد دلار منابع ارزی

بازار ارز در اولین روز از هفته دوم مهرماه با رشد قابل توجه قیمت مواجه شد. هرچند بهای هر دلار در صرافی‌های بانکی تغییر چندانی نداشت، اما در بازار آزاد تهران، قیمت دلار از کانال ۳۲ هزار تومان عبور کرد و در نیمه کانال ۳۳ هزار تومان ایستاد تا مرز روانی دلار در بازار آزاد شکسته شود. بسیاری از معامله‌گران بر این اعتقادند که تداوم ماندگاری دلار در این محدوده قیمتی می‌تواند منجر به افزایش تقاضا در بازار ارز شود؛ تقاضایی که البته نشأت گرفته از ورود سرمایه‌های خرد به بازار ارز است.

در همین حال، نورنیوز، رسانه نزدیک به شورای امنیت از آزادسازی پول‌های بلوکه شده ایران خبر داد و نوشت: طی هفته‌های اخیر مذاکرات فشرده‌ای با وساطت یکی از کشورهای منطقه درباره آزادسازی هم‌زمان زندانیان ایران و آمریکا انجام و میلیاردها دلار از منابع ارزی مسدود شده کشورمان نیز در این چارچوب در شرف آزادسازی است. در حالی که مذاکرات رفع تحریم‌ها به دلیل عدم اتخاذ تصمیم سیاسی از سوی ایالات متحده آمریکا همچنان بدون حصول نتیجه باقی مانده، این کشور مستقل از روند مذاکرات هسته‌ای در حال پیگیری موضوع آزادی زندانیان خود در ایران و هم‌زمان آزادسازی منابع مسدودشده ارزی کشورمان در کره جنوبی است. البته ایران هنوز حساب‌های اعلامی برای انتقال منابع مذکور را بنا بر ملاحظات بانکی نپذیرفته و حساب‌های جدیدی را به این منظور معرفی کرده است. با اینکه در گزارش نورنیوز اعلام نشده که پول‌های ایران از کدام کشور آزاد می‌شود و مبلغ آن به چه میزان است، اما تسنیم جزییات بیشتری اعلام کرد و از آزادسازی ۷میلیارد دلار از منابع بلوکه شده ایران در کره جنوبی با وساطت قطر خبر داد.

با خروج آمریکا از برجام و بازگشت دوباره تحریم‌ها بود که پول‌های ایران در بسیاری از کشورها بلوکه شد. طبق گزارش‌ها، حجم قابل توجهی از منابع ارزی ایران در عراق و کره جنوبی بلوکه است و در سایر کشورها نیز ایران منابعی کمتر در محدوده یک تا سه میلیارد دلار دارد. گفته می‌شود میزان پول‌های بلوکه شده ایران در عراق بین ۵ تا ۸ میلیارد دلار، میزان پول‌های بلوکه شده ایران در کره جنوبی بالغ بر ۷ میلیارد دلار و در ژاپن و عمان و... در محدوده یک تا سه میلیارد دلار است. البته برخی معتقدند ایران در چین نیز چیزی در حدود ۲۰ میلیارد دلار پول بلوکه شده دارد، اما برخی دیگر بر این اعتقادند این پول در چین بلوکه نشده است. در تمام سال‌هایی که ایران در تلاش برای آزادسازی پول‌ها بوده، با چراغ قرمز آمریکا مواجه شده است؛ کما اینکه در اواخر دولت حسن روحانی، تلاش فراوانی برای آزادسازی پول‌های بلوکه شده انجام شد، اما به جایی نرسید.

ترمز قیمت دلار کشیده می‌شود؟

دولت سیزدهم از اولین ماه‌های استقرار در پاستور، تلاش خود را برای آزادسازی پول‌های بلوکه شده آغاز کرد. در اولین هفته‌های استقرار دولت رئیسی دائما اخباری به نقل از مخبر و سایر دولتمردان درخصوص آزادسازی قریب‌الوقوع پول‌های بلوکه شده ایران منتشر شد. با این حال همواره موضوع در هاله‌ای از ابهام قرار داشت. چنانکه در آبان سال گذشته مصطفی قمری‌وفا، مدیر روابط عمومی بانک مرکزی از «جریان آزادسازی منابع بلوکه شده» خبر داد و گفت: «روند تأمین ارز تجاری به صورت روان درجریان است و بخشی از این یک‌میلیارد دلار تخصیص‌یافته به واردات کالاهای اساسی، از محل منابعی است که به‌تازگی در دسترس بانک مرکزی قرار گرفته است.» اما هیچ‌گاه جزییاتی درباره اینکه کشور آزادکننده پول کدام کشور است، منتشر نشد.

بار دیگر در آبان ماه سعید خطیب‌زاده، سخنگوی امور خارجه از وجود «منابع متعدد» بلوکه شده پول‌های ایران سخن گفت و خبر داد که این منابع در حال آزادسازی هستند. همچنین در اردیبهشت امسال نیز خبر آزادسازی ۴۰۰ میلیون پوند از پول بلوکه شده ایران در انگلستان منتشر شد. در همین رابطه محمود عباس‌زاده مشکینی، سخنگوی کمیسیون امنیت ملی مجلس به خبرگزاری «انتخاب» گفت که طلب بلوکه شده ایران در بریتانیا با وساطت کشورهای همسایه «از مبدأ» آزاد شده اما هنوز در اختیار تهران قرار نگرفته است. به گفته وی، «حدود ۴۰۰ میلیون پوند بدهی انگلستان به ما از مبدأ آزاد شده است. چندان مشکل به مقصد رسیدن را نداریم کما اینکه به مقصد هم خواهد رسید. مهم این است که یک کار هماهنگ، حقوقی، مستدل و عالمانه را برای بازگشت این پول‌ها شروع کرده‌ایم و دارد نتیجه هم می‌دهد.» عباس‌زاده نقش میانجی‌گری عمان را تایید کرد. در زمینه دلیل آزادسازی پول‌های بلوکه شده در انگلستان نیز گمانه‌هایی مطرح بود. امیر عبداللهیان، وزیر خارجه اعلام کرده بود پرداخت این مبلغ مربوط به بدهی بریتانیا درباره خرید تسلیحات در زمان حکومت پیشین ایران بوده و ارتباطی با آزادی زاغری و آشوری ندارد.

سیگنال‌ها درخصوص آزادسازی پول‌های بلوکه شده ایران حالا کم کم به بازار ارز رسیده است. دلار در ابتدای هفته جاری دو کانال در بازار آزاد پیشروی کرد و در محدوده ۳۳ هزار تومان ایستاد. معامله‌گران و کارشناسان بازار ارز معتقدند این خبر می‌تواند همانند ترمزی در مقابل رشد قیمت‌ها عمل کند. با این حال، در معاملات روز یکشنبه تغییر چندانی در روند افزایشی قیمت‌ها در بازار ارز و سکه اتفاق نیفتاد.

آگهی مزایده عمومی

نوبت دوم

کارخانجات نیروی دریایی راهبردی ارتش جمهوری اسلامی ایران

کارخانجات نیروی دریایی راهبردی ارتش جمهوری اسلامی ایران در نظر دارد اقلام ضایعاتی مشروحه زیر را از طریق مزایده عمومی به فروش برساند.

ردیف	نوع جنس	واحد	مقدار	ردیف	نوع جنس	واحد	مقدار
۱	ضایعات آهن	تن	۶۰۰	۳	بشکه فلزی	عدد	۱۵۰
۲	ضایعات کابل مسی	کیلوگرم	۲۰۰	۴	لاستیک فرسوده	حلقه	۲۵۰

از کلیه متقاضیان واجد شرایط دعوت میگردد جهت بازدید و دریافت اسناد مزایده از مورخه ۱۴۰۱/۰۷/۱۸ الی ۱۴۰۱/۰۷/۲۰ از ساعت ۰۸:۰۰ الی ۱۲:۰۰ به آدرس بندرعباس- اسلکه شهید باهنر، کارخانجات نداجا مراجعه و پیشنهاد خود را در پاکت دربسته شخصا ارائه نمایند.

شرایط:

۱- بهای پیشنهادی از حیث مبلغ مشخص و بدون ابهام بوده و در پاکت دربسته شخصا به صندوق انداخته شود.
۲- شرکت در مزایده و ارائه پیشنهاد به منزله قبول شروط و تکالیف تعیین شده از سوی نداجا می باشد.
۳- تاریخ بازگشایی پاکت ها ۱۴۰۱/۰۸/۰۲ ساعت ۰۹:۰۰ صبح و حضور کلیه متقاضیان الزامی است.
۴- کارخانجات نداجا در رد و یا قبول پیشنهادات مختار است.
۵- میزان سپرده شرکت در مزایده معادل ۱۰ ٪ قیمت پیشنهادی اقلام، مورد قبول می باشد که به حساب جاری طلائی ۶۱۵۸۸۰۰۲۲۶۴۱۲ به نام وجوه مشخص کارخانجات نداجا نزد بانک سپه واریز و یا ضمانت نامه بانکی برابر مبلغ ذکر شده در وجه کارخانجات نداجا/ بندرعباس اخذ و اصل فیش یا ضمانت نامه مربوطه را به همراه مدارک ارسال نمایند.
۶- هزینه درج آگهی در روزنامه به عهده برنده مزایده می باشد.
۷- به منظور اخذ مجوز تردد، هماهنگی از طریق تماس تلفنی یک روز قبل از بازدید و ارائه پاکت حاوی پیشنهاد قیمت، الزامی است.
۸- مالیات بر ارزش افزوده به عهده برنده مزایده می باشد.
۹- نداجا مختار است در راستای صرفه و صلاح خود نسبت به فروش و واگذاری اقلام به صورت یکجا به یک نفر یا بصورت تفکیکی به چند نفر که بالاترین قیمت پیشنهادی را ارائه دهند اقدام نماید.
۱۰- هزینه خرید اوراق مزایده مبلغ ۱۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال می باشد که به حساب ۶۱۵۸۸۰۰۲۲۶۵۰۱ نزد بانک سپه بنام عواید غیرقابل برداشت کارخانجات نداجا واریز و اصل فیش واریزی ارائه گردد.
۱۱- تعداد ۳ پاکت به شرح ذیل تنظیم می گردد.
الف: پاکت شماره ۱ حاوی ضمانتنامه و سپرده شرکت
ب: پاکت شماره ۲ حاوی شرایط و مشخصات به همراه تایید و امضاء شرکت کننده
ج: پاکت شماره ۳ حاوی قیمت پیشنهادی
۱۲- در صورت وجود هرگونه ابهام و سوالات تخصصی با شماره همراه ۰۹۱۷۲۹۹۰۶۰۹ (آقای حسین صدیقی) و ۰۹۳۸۱۷۲۴۵۲۱ (آقای مجید آغاز) تماس حاصل نمایید.
۱۳- زمان تخلیه ضایعات از زمان انعقاد قرارداد یک ماه می باشد و در صورت عدم تخلیه در موعد مقرر به ازای هر روز مبلغ ۱۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال خسارت از پیمانکار مربوطه اخذ می‌گردد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۷/۱۰
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۷/۱۱
۷۴۸

وزارت راه و شهرسازی
سازمان بنادر و دریانوردی
اداره کل بنادر و دریانوردی استان هرمزگان

P.M.O

آگهی مناقصه عمومی یک مرحله‌ای
شماره: ۱۱/فنی /۱۴۰۱

شناسه آگهی: ۱۳۸۴۳۸۵

موضوع مناقصه: خرید ، ساخت ، حمل و نصب دو فروند رمپ فلزی چند منظوره در بندر جاسک
- مهلت و نحوه دریافت اسناد:
متقاضیان شرکت در مناقصه می توانند از تاریخ ۱۴۰۱/۷/۱۱ تا پایان وقت اداری مورخ ۱۴۰۱/۷/۱۸ ساعت ۱۴:۰۰ با مراجعه به سایت www.setadiran.ir نسبت به دریافت(خرید)رایگان اسناد اقدام نمایند.
● ضمناً دریافت آگهی از سایتهای www.shahidrajaeeport.pmo.ir - iets.mporg.ir نیزامکان پذیر و رایگان می باشد.
- مهلت و محل تسلیم پاکات و بارگذاری اسناد:
متقاضیان باید پیشنهادات خود را تا ساعت ۱۴:۰۰مورخ ۱۴۰۱/۸/۳ در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد ایران) به آدرس www.setadiran.ir بارگذاری نمایند .
تبصره۱: متقاضیان مکلفند علاوه بر بارگذاری اسناد خود در سایت مذکور نسبت به تحویل فیزیکی صرفاً پاکت الف محتوی ضمانتنامه شرکت در مناقصه حداکثر تا مورخ ۱۴۰۱/۸/۸ ساعت ۱۴:۰۰ به دبیرخانه مرکزی اداره کل بنادر و دریانوردی استان هرمزگان – مجتمع بندری شهیدرجایی – ساختمان مرکزی – طبقه همکف اقدام نمایند .
تبصره۲ :کلیه مراحل برگزاری از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و گشایش پاکت الکترونیکی از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد ایران) 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 بدیهی است در صورت عدم انجام فرایند در سامانه مذکور پیشنهاد ارائه شده به صورت فیزیکی مورد قبول واقع نمی گردد.
- تضمین شرکت در مناقصه : مناقصه گران می بایست ضمانتنامه بانکی بدون قید و شرط و قابل تمدید به دفعات یا اصل فیش واریز وجه به حساب شماره ۴۱۰۱۰۶۴۵۷۱۲۱۴۸۵۳ بنام تنخواه گردان پرداخت بندر شهید رجایی نزد بانک مرکزی به مبلغ ۱۲,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰ (دوازده میلیارد) ریال ارائه نمایند .
- شماره اقتصادی کارفرما: ۴۱۱۳-۱۹۵۷-۷۹۸۶
- شناسه ملی : ۱۴۰۰۰۱۸۰۶۱۴
- شماره شبا : IR ۹۲۰۱۰۰۰۰۴۱۰۱۰۶۴۵۷۱۲۱۴۸۵۳
- آدرس دستگاه مناقصه گذار : بندرعباس – مجتمع بندری شهید رجایی –اداره کل بنادر و دریانوردی استان هرمزگان – واحد مهندسی و عمران – امور پیمان و رسیدگی – تلفن : ۰۷۶۳۲۱۲۳۶۰۶
- برآورد اولیه مناقصه : ۳۰۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰ (سیصد میلیارد)ریال
- مدت اجرای کار : ۱۲ ماه
- شرایط اختصاصی :
۱-دارا بودن سوابق کاری مرتبط
۲- کسب حداقل ۶۰ امتیاز ارزیابی کیفی طبق معیارهای ارزیابی کیفی
- زمان و محل بازگشایی پیشنهادات:
مورخ ۱۴۰۱/۸/۹ ساعت ۹:۰۰ مجتمع بندری شهیدرجایی – ساختمان مرکزی اداره کل – طبقه سوم – دفتر مدیر کل
تبصره : دریافت اسناد ،مراحل ثبت نام و بارگذاری کلیه اسناد و مدارک می بایست از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) انجام پذیرد.
- اسناد باید با کیفیت بالا و خوانا (۴۰۰ یا ۳۰۰ dpi) اسکن و بارگذاری گردد . در صورت ناخوانا بودن ، به اسناد مذکور ترتیب اثر داده نخواهد شد .

اداره ارتباطات و اطلاع رسانی بنادر و دریانوردی هرمزگان
۷۵۷

مدیریت بحران در شبکه‌های اجتماعی؛ راهنمایی کامل برای تعامل با مشتریان ناراضی!

نویسنده: علی آل‌علی

عرصه کارآفرینی همیشه پر از تجربه‌های تازه و هیجان‌انگیز است. همانطور که یک بازیگر در طول سال‌های مختلف با کلی نقش گوناگون رو به رو می‌شود، کارآفرینان هم هر لحظه باید منتظر چالشی جدید باشند. البته در این بین همه چالش‌ها راحت و بی‌دردسر نیستند. در عوض گاهی مشتریان طوری از دست برندها عصبانی می‌شوند که انگار بزرگترین خلاف دنیا را انجام داده‌اند. اگر بخواهیم از همان مثال بازیگری استفاده کنیم، باید گفت گاهی اوقات نقش‌هایی که به پست شما می‌خورد، نه ابرقهرمانی دوست داشتنی بلکه شخصیتی کاملا منفی است. اینجاست که مدیریت بحران نقشی کلیدی پیدا می‌کند.

از آنجایی که هیچ برندی بی‌عیب و نقص نیست، احتمالا برای شما هم پیش آمده در طول سال‌های اخیر مشتریان را حسابی عصبانی کنید. تا همین چند دهه قبل عصبانیت مشتریان فقط از طریق تماس‌های تلفنی یا جلسات حضوری حل و فصل می‌شد. با این حال از زمانی که اینترنت مثل هوا برای زندگی روزمره مهم شده است، مشتریان دیگر با چند تا توییت یا پست اعتراضی نارضایتی‌شان را نشان می‌دهند. این یعنی اگر شما همین الان اشتباهی انجام دهید که نارضایتی فقط و فقط یک مشتری را به همراه داشته باشد، بی‌شک تا شب نشده همه کاربران شبکه‌های اجتماعی گوش به زنگ خواهند شد.

بعضی از کارآفرینان فکر می‌کنند بودجه‌های کلان ابزار کمکی بی‌نهایت کاربردی برای جمع کردن بحران‌هاست. اگر شما هم اینطور فکر می‌کنید، باید کاملا ناامیدتان کنیم؛ چراکه نارضایتی مشتریان از دست برندها هیچ ربطی به جایگاه یا مقدار بودجه‌شان ندارد. حتی اگر پای برندی مثل سامسونگ هم وسط باشد، نارضایتی مشتریان مثل یک توفان بزرگ همه چیز را از جا خواهد کند. نمونه‌اش هم بحران گلکسی نوت هفت است. در سال ۲۰۱۶ گلکسی نوت هفت با کلی سر و صدا روانه بازار شد. مشتریان هم که از مدت‌ها قبل منتظر این محصول بودند، خیلی زود انبارهای سامسونگ را خالی کردند. تا اینجا همه چیز به خوبی و خوشی پیش رفته، اما مشکل وقتی شروع شد که مشتریان گزارش‌هایی درباره انفجار ناگهانی این محصول ثبت کردند. آن وقت بود که دیگر خون جلوی چشم خریداران را گرفت. هرچه باشد آدم انتظار ندارد کلی پول یک گوشی هوشمند بدهد و دست آخر هم بغل گوشش منفجر شود!

برند سامسونگ با هر زحمتی بود از بحران سال ۲۰۱۶ جان سالم به در برد. نکته جالب اینکه الان سامسونگ دوباره رقیب اصلی اپل و یکی از شرکت‌های دوست داشتنی در بازار محسوب می‌شود. اگر شما هم دوست دارید بدانید سامسونگ چطور از چنین بحران بزرگی که برای ماه‌ها ترند اصلی شبکه‌های اجتماعی بود جان سالم به در برد، این مقاله کاملا مخصوص شماست. ما امروز در روزنامه فرصت امروز قصد داریم سیر تا پیاز مدیریت بحران در شبکه‌های اجتماعی را زیر ذره بین ببریم. پس اگر شما هم دوست دارید درباره این استراتژی نکات تازه‌ای یاد بگیرید، کمربندهای‌تان را محکم ببندید تا سفرمان را شروع کنیم.

بحران در شبکه‌های اجتماعی

اولین گام در راستای بررسی دقیق یک استراتژی شروع کار با تعریف درستش است. خیلی وقت‌ها کارآفرینان به گمان اینکه یک استراتژی را کاملا می‌شناسد، کارشان را شروع کرده و دست آخر از ناکجاآباد سر در می‌آورند. ما در روزنامه فرصت امروز اصلا میانه خوبی با این کارهای شانسی نداریم. برای همین هم اول از همه سراغ یک تعریف شسته و رفته از بحران در شبکه‌های اجتماعی رفته‌ایم. این طوری شما مثل آب خوردن تکلیف‌تان با خودتان روشن می‌شود.

تعاریف عجیب و غریب را که قلم بگیریم، بحران در شبکه‌های اجتماعی به هر اقدام یا فعالیتی از سوی برندها اشاره دارد که عصبانیت شدید کاربران را به همراه داشته باشد. تمرکز اصلی در این میان بر روی اقدامات آنلاین برندهاست، اما گاهی اوقات پای فعالیت‌های کارآفرینان در دنیای واقعی هم به پلتفرم‌های آنلاین باز می‌شود. بنابراین شما برای ریشه‌یابی مشکلات نباید فقط شبکه‌های اجتماعی را زیر و رو کنید. اگر بخواهیم از چشم‌انداز کاربران به ماجرا نگاه کنیم، بحران در شبکه‌های اجتماعی وقتی روی می‌دهد که ذهنیت کاربران نسبت به یک برند دستخوش تغییری اساسی شود. اجازه دهید از یک مثال ساده در این رابطه استفاده کنیم. فرض کنید شما یک شرکت خطوط هوایی دارید و در طول یک هفته اخیر بارها و بارها از طریق توییتر تاخیر پروازهای‌تان را اعلام کرده‌اید. در این صورت احتمالا صدای اعتراض کاربران خیلی زود به هوا بلند می‌شود. آن وقت این شما هستید که باید هر طور شده رضایت مشتریان را جلب کنید، وگرنه کسب و کارتان خیلی زود به جمع ورشکسته‌های بازار خواهد پیوست.

چه رفتارهایی در شبکه‌های اجتماعی بحران‌آفرین است؟

حالا که با یک تعریف ساده و خودمانی از بحران در شبکه‌های اجتماعی آشنا شدید، نوبتی هم باشد باید کمی عمیق‌تر موضوع را بررسی کنیم. همانطور که یک جامعه‌شناس باید بداند چه چیزهایی در زندگی روزمره بحران‌ساز می‌شود، شما هم باید رفتارهای خطرناک برندها را مو به مو بلد باشید. اینطوری دست کم خودتان کمتر این رفتارها را تکرار کرده و به دام بحران در شبکه‌های اجتماعی نمی‌افتید. ما در این بخش سعی می‌کنیم بعضی از رفتارهای بحران‌ساز برندها را به اتفاق مرور کنیم. در این بین هم برای جذاب‌تر شدن بحث چند تا مثال از برندهای درجه یک دنیا خواهیم زد.

نظرات بحث‌برانگیز: فاجعه برگرکینگ

در این دنیا هر کسی نظرات خاص خودش را دارد که شاید حتی حاضر به بحث درباره‌شان هم نباشد. البته در این بین قرار نیست کارآفرینان نظرات شخصی‌شان را با دنیای کسب و کار قاطی کنند. به علاوه، اگر شما روی موضوع بحث‌برانگیزی دست می‌گذارید، باید مطمئن شوید منظورتان را بدون کم و کاست بیان کرده‌اید. وگرنه سرنوشتی شبیه برگرکینگ گریبانگیرتان می‌شود. این فست فود دوست داشتنی علی رغم برگرهای بی‌نهایت خوشمزه‌ای که دارد، گاهی اوقات زبان سرخش دردسرآفرین می‌شود. حتما می‌پرسید چطور؟ خب ما با همراه باشید تا متوجه منظورمان شوید.

ادامه در صفحه ۶

آگهی مناقصه ۱۴۰۱/۱۱ یک مرحله ای

نوبت اول

شناسه آگهی : ۱۳۸۷۹۱۵

وزارت راه و شهرسازی
اداره کل راه و شهرسازی استان قزوین

اداره کل راه و شهرسازی استان قزوین در نظر دارد موارد مشروحه ذیل را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به پیمانکاران واجد شرایط و تعیین صلاحیت شده واگذار نماید.

کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکت ها 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.

تاریخ انتشار اسناد مناقصه در سامانه ۱۴۰۱/۰۷/۱۱

مهلت زمانی دریافت اسناد مناقصه از سایت : ساعت ۱۴ روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۷/۱۷

مهلت زمانی ارائه پیشنهاد : ساعت ۱۳ روز پنجشنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۷/۲۸

زمان بازگشایی پاکت ها : ساعت ۱۰ صبح روز شنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۷/۳۰

آخرین مهلت تحویل پاکت (الف) به صورت حضوری ساعت ۱۳ روز پنجشنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۷/۲۸ به آدرس ذیل میباشد

متقاضیان شرکت در مناقصه می توانند برای دریافت اطلاعات بیشتر به نشانی قزوین-انتهای بلوار نوروزیان پشت صداوسیما- اداره کل راه شهرسازی استان قزوین اداره پیمان و رسیدگی مراجعه و یا با شماره تلفن ۳۳۶۵۹۴۷۴-۰۲۸ تماس حاصل نمایند.

اطلاعات سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه: مرکز تماس۴۱۹۳۴-۰۲۱

اطلاعات تماس دفاتر ثبت نام سایر استانها، در سایت سامانه (www.setadiran.ir) بخش "ثبت نام/پروفایل تامین کننده/مناقصه‌گر" موجوداست.

ردیف	عنوان مناقصه	مبلغ برآورد (ریال)	مبلغ تضمین (ریال)	توضیحات
۱	حفاظت و نگهداری از اراضی و املاک تحت مالکیت در سطح استان	۴۰۴،۱۴۴،۶۱۴،۱۷	۸۹۰/۰۰۰/۰۰۰	برمبنای برنامه اجرایی ۱۴۰۱ و آنالیز قیمت اعلام شده از طرف سازمان ملی زمین ومسکن

رتبه مورد نیاز : مجوز فعالیت در امور حفاظتی از مراجع نظامی یا انتظامی

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۱/۷/۱۱

تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۱/۷/۱۲

روابط عمومی اداره کل راه و شهرسازی استان قزوین

۷۵۸

آگهی مناقصه عمومی یک مرحله ای (چاپ مرحله اول) شماره مرجع ۱۱۱ – ۴۰۱/۹۹

نوبت اول

سازمان راهداری و حمل و نقل جاده ای کشور
اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده‌های استان گیلان

اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان گیلان در نظر دارد، مناقصه های شرح زیر را از طریق سامانه «تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد)» برگزار نماید. با توجه به اینکه کلیه مراحل برگزاری مناقصه، از مرحله دریافت و تحویل اسناد مناقصه تا بازگشایی پیشنهادها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد. لذا ضروری است مناقصه گران محترم در صورت عدم عضویت در سامانه، ابتدا مراحل ثبت نام در سایت و دریافت «گواهی امضای الکترونیکی» اقدام و سپس در مناقصه شرکت نمایند. تاریخ انتشار فراخوان مناقصه در سامانه الکترونیکی ستاد ۱۴۰۱/۰۷/۱۱ می باشد.

۱	شرح مختصر موضوع مناقصه: ۱. لکه گیری و روکش آسفالت لاین برگشت محور رشت - امامزاده هاشم (حدفاصل امام زاده هاشم - پلیس راه) ۲. لکه گیری و روکش آسفالت کمربندی تالش (از میدان امام علی به سمت آستارا) ۳. روکش آسفالت محور سنگر - سیاهکل - بازکیاگوراب (حد فاصل میدان شهید سلیمانی سیاهکل به سمت بازکیاگوراب) ۴ - لکه گیری و روکش آسفالت راه رشت – آستارا (محدوده خروجی رشت تا دوربرگردان بعد از پلیس راه) ۵ - لکه گیری و روکش آسفالت محور امام زاده هاشم - پاچنار - جاده قدیم (حد فاصل لوشان - انتهای حوزه ی استحفاظی) ۶ - لکه گیری و روکش آسفالت محور رشت - چابکسر (محدوده ی بازکیاگوراب - کمربندی لاهیجان – میدان شهید املاکی) ۷ - روکش آسفالت لایه دوم محور سیاهکل - دیلمان (حد فاصل خشک آب به بالارود - منطقه تثبیت) ۸ - لکه گیری در مقاطع موضعی و ماسه آسفالت محور فومن - ماسوله (حد فاصل سیاهکوه - چیول) ۹ - احداث پل شفیع محله ی منطقه ی گشت رودخان شهرستان فومن ۱۰ - عملیات تکمیلی احداث پل های لختکی، پیرمومن سرا و بوئین در محور راه رشت - فومن ۱۱ - عملیات مرمت ساختمان ها و محوطه ی پایانه بار رشت ۱۲ - مرمت و مقاوم سازی پل دیوار حفاظتی و عرشه فلزی پل ورودی لوشان (جاده قدیم لوشان) ۱۳ - عملیات مرمت درز انبساط الاستومری پل بزرگ سفیدرود (سنگر – سیاهکل)	برآورد اولیه: ۹۹/۰۰۱/۶۲۲/۲۸۹ ریال برآورد اولیه: ۳۹/۸۲۹/۱۱۶/۵۲۹ ریال برآورد اولیه: ۲۹/۹۰۶/۵۰۷/۶۴۹ ریال برآورد اولیه: ۳۹/۹۲۹/۵۹۱/۰۶۲ ریال برآورد اولیه: ۷۹/۶۹۷/۲۸۲/۰۲۲ ریال برآورد اولیه: ۹۸/۲۰۱/۶۵۵/۷۳۶ ریال برآورد اولیه: ۱۰۲/۳۶۳/۵۲۴/۹۰۹ ریال برآورد اولیه: ۱۴۷/۸۴۳/۲۹۱/۷۱۰ ریال برآورد اولیه: ۴۳/۷۱۶/۳۳۳/۸۸۰ ریال برآورد اولیه: ۶۷/۳۸۵/۶۷۶/۸۲۷ ریال برآورد اولیه: ۴۴/۷۵۴/۹۲۹/۳۲۶ ریال برآورد اولیه: ۹/۶۶۸/۱۶۲/۴۴۴ ریال برآورد اولیه: ۵/۷۵۹/۵۹۳/۹۵۴ ریال
۲	مهلت خرید اسناد مناقصه: از تاریخ انتشار در سامانه ستاد لغایت مورخ ۱۴۰۱/۰۷/۱۷ (زمان دقیق در سامانه ملاک می باشد)	
۳	قیمت اسناد و نحوه واریز وجه: پرداخت فقط از طریق سامانه ستاد به مبلغ ۱/۰۰۰/۰۰۰ ریال به حساب درآمدی شماره حساب شبا IR ۳۷۰۱۰۰۰۰۴۰۰۱۰۶۳۷۰۴۰۱۰۶۷۶ بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران	
۴	مهلت و محل تحویل اسناد پیشنهاد قیمت: تحویل پیشنهاد حداکثر تا تاریخ ۱۴۰۱/۰۷/۲۷ فقط از طریق سامانه ستاد ملاک عمل است. در ضمن اصل تضمین شرکت در مناقصه باید روز قبل از زمان بازگشایی پیشنهادها، به صورت حضوری تحویل دبیرخانه رشت، خیابان گلسار، روبروی پمپ بنزین تلفن ۳۳۱۱۲۲۸۳ و ۳۳۱۱۰۱۵۴ کد ۰۱۳ و نمابر ۳۳۱۱۰۱۶۴ گردد. (در صورت تغییر زمان، آخرین اطلاعات منتشر شده در سامانه ستاد معتبر است)	
۵	تضمین شرکت در مناقصه: براساس آیین نامه تضمین معاملات دولتی به شماره ۱۳۳۴۰۲مورخ ۱۳۹۴/۹/۲۲ به شرح زیر: الف) اصل فیش واریزی به حساب ۴۰۵۲۰۶۳۷۰۷۵۳۵۹۷۴ اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان گیلان نزد بانک ملی شعبه مرکزی رشت (دریافت وجوه سپرده) شماره شبا IR ۰۷۰۱۰۰۰۰۴۰۵۲۰۶۳۷۰۷۵۳۵۹۷۴ ب) یا ضمانتنامه بانکی به نفع اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان گیلان یا ضمانتنامه موسسات اعتباری غیربانکی که دارای مجوز از طرف بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران. ضمانت نامه باید فقط براساس فرم پیوست آیین نامه صادر گردد. ج) یا وثیقه ملکی معادل ۸۵ درصد ارزش کارشناسی رسمی و ضمانتنامه های صادره توسط صندوق نوآوری و شکوفایی و صندوق های غیردولتی پژوهش و فناوری مورد قبول دستگاه مناقصه گزار می باشد. ۱. لکه گیری و روکش آسفالت لاین برگشت محور رشت - امامزاده هاشم (حدفاصل امام زاده هاشم - پلیس راه) ۲. لکه گیری و روکش آسفالت کمربندی تالش (از میدان امام علی به سمت آستارا) ۳. روکش آسفالت محور سنگر - سیاهکل - بازکیاگوراب (حد فاصل میدان شهید سلیمانی سیاهکل به سمت بازکیاگوراب) ۴ - لکه گیری و روکش آسفالت راه رشت – آستارا (محدوده خروجی رشت تا دوربرگردان بعد از پلیس راه) ۵ - لکه گیری و روکش آسفالت محور امام زاده هاشم - پاچنار - جاده قدیم (حد فاصل لوشان - انتهای حوزه ی استحفاظی) ۶ - لکه گیری و روکش آسفالت محور رشت - چابکسر (محدوده ی بازکیاگوراب - کمربندی لاهیجان – میدان شهید املاکی) ۷ - روکش آسفالت لایه دوم محور سیاهکل - دیلمان (حد فاصل خشک آب به بالارود - منطقه تثبیت) ۸ - لکه گیری در مقاطع موضعی و ماسه آسفالت محور فومن - ماسوله (حد فاصل سیاهکوه - چیول) ۹ - احداث پل شفیع محله ی منطقه ی گشت رودخان شهرستان فومن ۱۰ - عملیات تکمیلی احداث پل های لختکی، پیرمومن سرا و بوئین در محور راه رشت - فومن ۱۱ - عملیات مرمت ساختمان ها و محوطه ی پایانه بار رشت ۱۲ - مرمت و مقاوم سازی پل دیوار حفاظتی و عرشه فلزی پل ورودی لوشان (جاده قدیم لوشان) ۱۳ - عملیات مرمت درز انبساط الاستومری پل بزرگ سفیدرود (سنگر – سیاهکل)	به مبلغ: ۴/۹۵۱/۰۰۰/۰۰۰ ریال به مبلغ: ۱/۹۹۲/۰۰۰/۰۰۰ ریال به مبلغ: ۱/۴۹۶/۰۰۰/۰۰۰ ریال به مبلغ: ۱/۹۹۷/۰۰۰/۰۰۰ ریال به مبلغ: ۳/۹۸۵/۰۰۰/۰۰۰ ریال به مبلغ: ۴/۹۱۱/۰۰۰/۰۰۰ ریال به مبلغ: ۵/۱۱۹/۰۰۰/۰۰۰ ریال به مبلغ: ۷/۳۹۳/۰۰۰/۰۰۰ ریال به مبلغ: ۲/۱۸۶/۰۰۰/۰۰۰ ریال به مبلغ: ۳/۳۷۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال به مبلغ: ۱/۳۳۸/۰۰۰/۰۰۰ ریال به مبلغ: ۴۸۴/۰۰۰/۰۰ ریال به مبلغ: ۲۸۸/۰۰۰/۰۰۰ ریال
۶	شرایط: برای مناقصه ردیف ۱۱ ارائه ی کپی گواهی صلاحیت معتبر در رشته ابنیه و تاسیسات از سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی یا دارا بودن صلاحیت ابنیه به همراه قرارداد مشارکت مدنی با همکار دارای صلاحیت تاسیسات جهت فعالیت و همکاری در این پروژه الزامی است و برای مناقصه های سایر ردیف ها دارا بودن گواهینامه صلاحیت معتبر و ظرفیت کار در رشته راه و ترابری از سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور حداقل پایه ۵ و رعایت سایر شرایط اسناد مناقصه الزامیست. رعایت تعداد کار و مبلغ کار مجاز طبق فرم خوداظهاری الزامی است.	
۷	مدت اعتبار پیشنهاد مناقصه: مدت اعتبار پیشنهادها حداقل ۳ ماه پس از تاریخ ابلاغ برنده مناقصه و ۳ ماه نیز قابل تمدید می باشد.	
۸	ساعت روز و محل قرائت پیشنهادها: ساعت ۱۰ صبح مورخ ۱۴۰۱/۰۷/۲۸ پاکات پیشنهاد قیمت بازگشایی می گردد. در ضمن با توجه به احتمال تغییر زمان، آخرین اطلاعات تعیین شده در سامانه ستاد معتبر است.	

روابط عمومی اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان گیلان

۷۶۰

مدیریت بحران در شبکه‌های اجتماعی؛ راهنمایی کامل برای تعامل با مشتریان ناراضی!

چند سال قبل برگرکینگ برای تعامل بیشتر با مشتریان بریتانیایی در اکانتش یک توییت کوتاه زد «جای زنان در آشپزخانه است». این توییت کوتاه خیلی زود موجی از اعتراض‌های کاربران و به ویژه گروه‌های فمنیستی را به همراه داشت. هرچه باشد تعیین و تکلیف کردن برای مردم، آن هم از سوی برندی که کارش فقط فروش فست فود است اصلا قابل قبول نیست. ماجرا طوری پیش رفت که برگرکینگ در همان ساعت اولیه انتشار توییتر مجبور به حذفش شد؛ چراکه کاربران خیلی زود کمپین‌هایی برای تحریم این برند راه انداختند و با توییت‌های اعتراضی حسابی مدیران ارشد این برند را گوشمالی دادند.

نتیجه کار برگرکینگ یک عذرخواهی خیلی سریع از سوی مدیران ارشدش بود. البته ماجرا به همین عدرخواهی ختم نشد، بلکه تا چند ماه فروش این برند حسابی پایین بود. به طوری که هنوز هم در بازار بریتانیا به گرد پای مک دونالد یا بقیه رقبا نمی‌رسد. همه این دردسرها هم به خاطر یک توییت هول هولکی و نسنجیده بود؛ نه چیزی بیشتر!

پست‌های دوپهلو: دردسرهای آمریکن ایر

حمایت از حقوق مشتریان معمولا وظیفه‌ای است که برندها باید شش دانگ حواس‌شان به آن باشد. وگرنه مشتریان طوری آنها را گوشمالی می‌دهند که نگو و نپرس. در این بین آمریکن ایر گاهی اوقات شیطنت‌های ریزی انجام می‌دهد که البته از چشم مشتریان پنهان نمی‌ماند. مثلا گاهی اوقات درباره اهمیت افزایش قیمت بلیت‌ها توییت می‌زند و در این یک مورد مسافران را تهدید به کاهش کیفیت خدمات پروازش کرد. چنین اقدامی از سوی برندی که باید همیشه کنار مشتریان و طرفدار منافع آنها باشد، اصلا قابل بخشش نیست. درست به همین خاطر کاربران در شبکه‌های اجتماعی کلی پست درباره اقدام گستاخانه آمریکن ایر کار کردند. کار به جایی رسید که خیلی از پروازهای این شرکت با یکی دو مسافر انجام می‌شد. به علاوه، سهام آن هم در بازار افتی محسوس را تجربه کرد.

شما لازم نیست حتما یک کارآفرین حرفه‌ای باشید تا فشار روانی ناشی از افت سهام را درک کنید. اینطور وقت‌ها آدم از ترس ورشکستگی هم که شده شب‌ها خواب راحت نخواهد داشت. آمریکن ایر از همان اولین روزی که افت سهام و پست‌های اعتراضی شروع شد، خیلی زود فرآیند عذرخواهی را شروع کرد. با این حال مشتریان خیلی عصبانی‌تر از این حرف‌ها بودند که با چند تا عذرخواهی ساده کار را ختم به خیر کنند. در عوض تا ماه‌ها کمپین تحریم این خط هوایی ادامه داشت. به طوری که خیلی از پروازهای همیشگی این شرکت تا چند سال خالی مانده بود. این مقاله به خوبی اهمیت احترام به منافع مشتریان و ایستادن در کنار آنها را نشان می‌دهد. اگر شما رفتاری به جز این داشته باشید، مشتریان طوری نقره داغ‌تان می‌کنند تا درس عبرتی برای بقیه شوید.

رفتار نامناسب کارکنان: والمارت و شکستی تاریخی

مشتریان وقتی قصد خرید از برندی را دارند، معمولا پیش خودشان مثل شرلوک هولمز حساب و کتاب دقیقی می‌کنند. اینکه چقدر برای یک محصول خرج کنند، فقط شروع ماجراست. ماراتن حساس وقتی نوبت به انتخاب برند می‌رسد، شروع خواهد شد. آیا تا به حال پیش خودتان فکر کرده‌اید مشتریان چطور یک برند را به برندی دیگر ترجیح می‌دهند؟ خب اگر قرار بود همه برندها در بازار موفق باشند، الان فروش اپل با برندی مثل موتورولا مو نمی‌زد. قبول دارم جواب دادن به این سوال خیلی سخت است، پس اجازه دهید کمی کمک‌تان کنیم. ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم معیار اول و آخر مشتریان امروزی برای خرید از یک برند رفتار کارکنانش است. این دقیقا همان پاشنه آشیلی است که والمارت همیشه از آن ضربه می‌خورد.

مردم در طول یک دهه اخیر اغلب اوقات بابت رفتار کارکنان خرده‌فروشی والمارت ناراضی بوده‌اند. این اعتراض را هم به شیوه‌های مختلف به گوش مدیران شرکت رسانده‌اند. با این حال وقتی پای رفتار نژادپرستانه وسط باشد، دیگر مشتریان ساکت نخواهند نشست. ماجرا از این قرار است که یکی از مشتریان سیاه‌پوست توییتی اعتراضی درباره رفتار پرسنل والمارت بابت رنگ پوستش منتشر کرد. این توییت به سرعت دست به دست شده و همه شروع به انتقاد از والمارت کردند. کار به جایی رسید که شعبه موردنظر تا چند هفته تعطیل شد. در واکنش به این بحران والمارت نه تنها بخش بزرگی از ارزش سهامش را از دست داد، بلکه تا مدت‌ها فروش سابقش را هم تجربه نکرد.

رفتار نامناسب کارکنان با مشتریان همیشه یکی از دلایل اصلی برای به پا شدن جنگی تمام عیار میان مردم با برندها بوده است. نکته جالب اینکه هیچ برندی در چنین جنگی پیروز نیست. پس الکی خودتان را امیدوار نکنید. اگر کار به اعتراض مستقیم مشتریان بابت رفتار کارمندان‌تان برسد، شانس بی‌نهایت کمی برای برگرداندن اوضاع به روال عادی دارید؛ چراکه مشتریان پول‌شان را از سر راه نیاورده‌اند که در جیب شما بریزند و از آن طرف بدرفتاری هم تحمل کنند!

مزایای مدیریت بحران در شبکه‌های اجتماعی

بعد از بررسی اجمالی انواع رفتارهای مشکوک و بحران‌آفرین در شبکه‌های اجتماعی باید ته‌توی مزایای استراتژی مورد بحث‌مان را هم بررسی کنیم. هرچه باشد اگر این استراتژی واقعا به کار شما نیاید، اصلا دلیلی ندارد وقت و انرژی‌تان را صرف یادگیری‌اش کنید. از این نظر شما وضعیت راننده مسابقات موتور جی پی را دارید که باید قبل از شروع دور اصلی یک گشتی با موتورش بزند و مطمئن شود انتخاب خوبی کرده است.

بی‌شک هر کارآفرینی کمابیش نظراتی درباره مزایای مدیریت بحران در شبکه‌های اجتماعی دارد. با این حال ما برای اینکه جای هیچ حرف و حدیثی باقی نماند، یک بار برای همیشه این مزایا را مورد بررسی قرار می‌دهیم. اینطوری شما با خیالی راحت وارد گود شده و مو لای درز کارتان نخواهد رفت.

واکنش سریع به نارضایتی مشتریان

وقتی مشتریان از دست شما ناراحت یا عصبانی هستند، هر ثانیه ارزشی معادل یک عمر دارد. گاهی اوقات برندها با خوشخیالی محض اعتراضات مشتریان را نادیده می‌گیرند. این کار مثل آن است که آدم ماشینش را در حال آتش‌سوزی به حال خودش رها کرده و انتظار داشته باشد همه چیز ختم به خیر شود. مدیریت بحران در شبکه‌های اجتماعی در چنین شرایط بحرانی به شما برای واکنش سریع کمک می‌کند. اگر زمانی نه چندان دور تنها ابزار برندها برای عذرخواهی از مشتریان انتشار بیانیه در روزنامه‌ها بود، اکنون در هر لحظه‌ای شبکه‌های اجتماعی در دسترس هستند.

همانطور که اعتراض اغلب مشتریان از شبکه‌های اجتماعی به گوش دنیا می‌رسد، برندها هم باید از همین ابزار استفاده کنند. وگرنه مثل جنگجویی می‌شوند که با دست خالی به مبارزه حریمی کاملا مسلح رفته است. فکر می‌کنم شما هم قبول داشته باشید چنین جنگجویی حتی یک ثانیه هم در میدان مبارزه دوام نمی‌آورد، مگر نه؟

یادتان باشد شبکه‌های اجتماعی فقط فضایی برای تبلیغ محصولات جدید یا خدمات تازه نیست. به زبان خودمانی، شبکه‌های اجتماعی جاده‌ای دوطرفه است. اگر حرف‌های مشتریان را خیلی خوب درک نکرده و دنبال جلب رضایت‌شان نباشید، خیلی زود از لیگ قهرمانان کسب و کارها کنار گذاشته خواهید شد. آن وقت هرچه تلاش کنید، دیگر فایده‌ای ندارد.

تعامل مستقیم با کاربران

جمع همکارانی را در نظر بگیرید که در آن دو نفر با هم حسابی دعوا کرده‌اند. دلیل این بحران هرچه باشد، باید در کمترین زمان ممکن حلش کرد؛ چراکه مشکلات بین افراد خیلی زود جو کاری را به هم می‌ریزد و دیگر سنگ روی سنگ بند نخواهد شد. دقیقا به همین خاطر مدیران کارکشته بدون فوت وقت مشکلات بین کارمندان را حل می‌کنند؛ آن هم نه با ویدئوکال یا تماس تلفنی، بلکه رو در رو!

این روزها کمتر برندی امکان تعامل رو در رو با همه مشتریانش را دارد. در عوض دنیای آنلاین آنقدر پیشرفت کرده که کم کم دارد جای زندگی واقعی را می‌گیرد. نمونه دم دستی‌اش هم دنیای متاورس با تنوعی حیرت‌انگیز است. در این دنیای مجازی آدم می‌تواند هر کاری که در زندگی روزمره انجام می‌دهد، با هیجانی وصف‌ناشدنی دنبال کند. به همین خاطر خیلی از برندها ترجیح می‌دهند به جای اینکه وقت مشتریانش را برای ملاقات‌های حضوری بگیرند، خیلی راحت با چند تا توییت یا پست ویدئویی قضیه را حل کنند. البته در این بین شما باید واقعا ناراحتی و پشیمانی خودتان بابت اتفاق رخ داده را بیان کنید. وگرنه کاربران برای پست‌تان تره هم خُرد نخواهند کرد؛ چه برسد به اینکه واقعا به آن گوش هم بدهند.

تعامل مستقیم با مشتریان همیشه به داد برندها رسیده است. وقتی مشتریان حسابی از دست شما عصبانی هستند، یک پیام صریح و واضح طوری ورق را برمی‌گرداند که نگو و نپرس. البته شما قرار نیست همیشه به یک عذرخواهی ساده بسنده کنید. در عوض کارهایی هست که باید مو به مو دنبال کنید تا دوباره همه چیز به حالت عادی برگردد. این مسئله موضوع ادامه این مقاله است که در بخش بعد با هم بررسی خواهیم کرد.

مدیریت بحران در شبکه‌های اجتماعی: تکنیک‌هایی برای حرفه‌ای‌شدن

تا اینجای کار شما اطلاعات بی‌نهایت مهمی درباره مدیریت بحران در شبکه‌های اجتماعی کسب کرده‌اید. دست کم الان خیلی خوب با تعریف، رفتارهای خطرناک و همینطور مزایای این استراتژی آشنا هستید. البته هنوز بخش اصلی ماجرا باقی مانده است؛ چراکه هیچ‌کس با دانش فعلی شما نمی‌تواند برندش را از یک دردسر درست و حسابی نجات دهد. به همین خاطر ما به جای اینکه بیشتر از این شما را منتظر نگه نداریم، یک راست رفته‌ایم سراغ تکنیک‌های کاربردی در این راستا.

قبل از اینکه اولین پرواز در دنیای مدیریت بحران را تجربه کنید، اجازه دهید یک نکته بی‌نهایت مهم را یادآور شویم. خیلی‌ها فکر می‌کنند همین که دو سه تا تکنیک کلیدی یاد بگیرند، دیگر توپ هم تکان‌شان نخواهد داد. اگر شما هم چنین باوری دارید، باید بگوییم سخت دراشتباهید؛ چراکه کسب و کارها آسیب‌پذیرتر از این حرف‌ها هستند. یادتان باشد کسی در بازار عاشق چشم و ابروی شما نیست. پس باید تمام سعی‌تان را بکنید تا جان سالم از بحران‌ها به در ببرید. خواهش اصلی ما در این میان استفاده همزمان از همه تکنیک‌های مورد بحث در این مقاله است. فقط این طوری شما شاه‌کلیدی برای فرار از همه بحران‌ها خواهید داشت.

واکنش بی‌درنگ: زمان مهمترین دارایی شماست

وقتی یک برند سوتی بزرگی می‌دهد، معمولا دو راه بیشتر ندارد. یا اینکه فورا واکنش نشان دهد یا اینکه کلا ماجرا را نادیده بگیرد. باور کنید یا نه، خیلی از برندها راهکار دوم را انتخاب می‌کنند. یعنی طوری رفتار کرده که انگار آب از آب تکان نخورده است. دست آخر هم با مشاهده واکنش‌های شدید کاربران طلبکارانه به آن می‌تازند که چرا اصلا صدای‌شان درآمده است.

بی‌شک کارآفرینان مسئولیت‌های بی‌نهایت متنوعی دارند. به علاوه، فشار کاری می‌تواند هر کسی را خسته کند. با این حال چنین بهانه‌هایی اصلا برای بی‌توجهی به دغدغه‌ها یا اعتراضات مشتریان قابل قبول نیست. هرچه باشد مشتریان مهمترین بخش برندتان هستند و اگر آنها را ناامید کنید، زمان زیادی در بازار دوام نخواهید آورد. کافی است به تیم فوتبالی فکر کنید که چند هفته پشت سر هم شکست‌های سنگین می‌خورد و باز هم انتظار دارد هواداران مثل همیشه در ورزشگاه حضور پیدا کنند. شما را نمی‌دانم، ولی من که وقتی تیم محبوبم کلی باخت بدهد، دیگر حس و حالی برای حضور در ورزشگاه نخواهم داشت؛ به همین سادگی.

ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم وقتی یک بحران بزرگ برای برندها پیش می‌آید، زمان مهمترین فاکتور خواهد بود. خیلی از کارآفرینان فکر می‌کنند دنیای کسب و کار مثل بازی‌های کامپیوتری است که با چند تا رمز تقلب بشود زمان و پول بی‌نهایت به دست آورد. احتمالا چنین کارآفرینانی آنقدر مدیریت بحران را کش می‌دهند که آخر سر حتی مشتریان هم خسته شوند. اگر از ما می‌شنوید، اغلب مشتریان انتظار دارند شما خیلی زود در برابر مشکلات واکنش نشان دهید. این یعنی حداکثر ۲۴ ساعت بعد از بروز یک مشکل باید مسئولیت آن را برعهده گرفته و دست کم یک عذرخواهی خشک و خالی نمایید. قبول دارم چنین عذرخواهی‌هایی هیچ تغییر مهمی ایجاد نمی‌کند، اما دست کم آبی بر آتش خشم مشتریان خواهد بود. اینطوری شما هم مسئولیت کار را برعهده گرفته‌اید، هم قول پیگیری می‌دهید. خب وقتی مشتریان مطمئن باشند یک مشکل حل خواهد شد، آیا دلیلی برای افزایش نارضایتی‌شان وجود دارد؟

اگر یادتان باشد در ابتدای این مقاله درباره فاجعه برگرکینگ در توییتر حرف زدیم. زمانی که توییت «جای زنان آشپزخانه است» حسابی در توییتر داغ بود، برگرکینگ خیلی سریع آن را حذف کرد. در قدم بعدی، آنها مسئولیت تمام ماجرا را برعهده گرفتند. اینطوری خیلی زود آتش خشم و نفرت مشتریان تا حدودی فروکش کرد. البته این اقدام در اصل سردشدن روابط مشتریان بریتانیایی با برگرکینگ تاثیری نداشت، اما دست کم آن را کنترل کرد. یکی از افسانه‌هایی که در دنیای روابط عمومی حسابی شهرت دارد، مدیریت بحران با یکی دو تا پست معمولی است. باور کنید یا نه، این افسانه دروغی بیش نیست. اگر شما هم فکر کرده‌اید با یکی دو تا پست همه چیز حل می‌شود، دیر یا زود برندتان با سر زمین می‌خورد. در عوض واکنش سریع شما تا حدودی انتظارات مشتریان را برآورده خواهد کرد. البته قرار نیست در این بین یک معجزه تمام عیار روی دهد تا مشتریان شما را کاملا ببخشند. بلکه کمی از خشم‌شان کاسته خواهد شد؛ همین و بس!

برندهایی که در بازار اشتباه می‌کنند، باید خیلی زود به آن اعتراف کرده و اصلا منتظر واکنش کاربران نمانند. بی‌شک شما هم تا حالا با مدیرانی همکاری داشته‌اید که تا صدای مشتریان درنیاید، به فکر چاره نیستند. راستش را بخواهید، چنین مدیرانی دیر یا زود اوضاع‌شان حسابی به هم خواهد ریخت. پس لطفا شما دیگر چنین اشتباه عجیبی را تکرار نکنید. در عوض با حذف محتوای اشتباهی و یک عذرخواهی ساده برای برندتان زمان بخرید.

طراحی سیاست فعالیت در شبکه‌های اجتماعی: همه برای یکی!

به نظر شما چه چیزی بیشتر از همه باعث تولید محتوای نامناسب از سوی برندها می‌شود؟ منظور ما دقیقا همان محتواهایی است که حسابی حرص کاربران را درآورده و در کسری از ثانیه یک بحران تمام عیار تحویل برندها می‌دهد. بی‌شک یک جواب دم دستی برای این سوال، اشاره به اشتباه ادمین‌ها یا کارکنان برند در مدیریت اکانت رسمی شرکت است. راستش را بخواهید، این جواب اگرچه منطقی به نظر می‌رسد، اما همیشه نمی‌توانید با آن کاسه کوزه‌ها را سر کارکنان‌تان بشکنید؛ چراکه این روزها برندهای بزرگ باید یک برنامه دقیق برای فعالیت در شبکه‌های اجتماعی داشته باشند. وگرنه کلاه‌شان پس معرکه خواهد بود.

وقتی درباره سیاست فعالیت در شبکه‌های اجتماعی حرف می‌زنیم، منظورمان پیش‌بینی صفر تا صد فرآیند تولید محتوا، بارگذاری و تعامل با مخاطب در شبکه‌های اجتماعی است. متاسفانه خیلی از برندها هیچ برنامه‌ای در این زمینه ندارند و دقیقا به همین خاطر همیشه با کلی مشکل برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب‌شان رو به رو هستند. به علاوه، گاهی اوقات کارمندان هم به خاطر فقدان سیاست‌های مشخص دست به اشتباهات عجیب می‌زنند. آن وقت شما باید بابت کلی اشتباهات پیش پا افتاده از مشتریان عذر خواهی کنید. فکر می‌کنم شما هم قبول داشته باشید، مشخص کردن چارچوب فعالیت آنلاین برند خیلی راحت‌تر از جواب پس دادن به مشتریان سختگیر است، مگر نه؟

اگر هنوز هم فکر می‌کنید طراحی سیاست کلی برای یک برند اولویت مهمی نیست، باید نظرتان را به تجربه تلخ خرده‌فروشی دالر جنرال جلب کنیم. این خرده‌فروشی قدیمی دهه‌هاست در بازار آمریکا محبوبیت خاصی دارد؛ چراکه دهه ۳۰ میلادی در کنار مشتریان بوده و همیشه هم تخفیف‌های جذابی دارد. با این حال یک اشتباه کوچک آنها را هم وارد بحرانی بزرگ کرد. ماجرا از این قرار است که چند سال پیش یکی از مدیران ارشد این خرده‌فروشی ویدئویی در قالب پشت صحنه از یک شعبه منتشر کرد. این ویدئو که هم کیفیت پایینی داشت و هم شامل نمایش فضای نامناسب کاری دالر جنرال بود خیلی زود تبدیل به ترند اول پلتفرم‌های مختلف شد. هرچه باشد آدم انتظار ندارد خرده‌فروشی قدیمی که اتفاقا کلی هم شهرت دارد با بی‌احترامی کارمندانش را مدیریت کند.

مثال بالا خیلی خوب بیانگر اهمیت طراحی سیاست کلی برای فعالیت در شبکه‌های اجتماعی است. بی‌شک اگر مدیر دالر جنرال یک دستورالعمل مشخص دم دستش داشت، هیچ وقت چنین اشتباه بزرگی نمی‌کرد. باور کنید یا نه، همه مدیران اینقدر خوش‌شانس نیستند. شاید چنین اشتباهی از سوی شما به قیمت موقعیت کاری که سال‌ها برایش زحمت کشیده‌اید، تمام شود. پس شش دانگ حواس‌تان را جمع کنید تا اوضاع‌تان از اینی که هست بدتر نشود!

ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم طراحی سیاست کلی برای شبکه‌های اجتماعی کار خیلی سختی نیست. کافی است در قدم اول شما یک راهنمای کوچک درباره کپی‌رایت داشته باشید. اینطوری حداقل مطمئن می‌شوید مشکلات کپی رایت باعث بر باد رفتن اعتبارتان در بازار نمی‌شود. به علاوه، باید طوری کارکنان‌تان را آموزش دهید که همیشه به حریم شخصی مشتریان احترام بگذارند. این رفتار در شبکه‌های اجتماعی خیلی زود شما را سر زبان‌ها خواهد انداخت؛ چراکه بعضی از برندها حاضرند حتی به قیمت لطمه به حریم شخصی کاربران محتوای بازاریابی‌شان را به دست آنها برسانند. چنین رفتارهایی خیلی زود شما را به تله بحران‌های عمیق می‌کشاند. پس لطفا همین حالا هر فکر و خیالی در این باره را دور بریزید.

همانطور که درجه سختی بازی‌های کامپیوتری مرحله به مرحله بیشتر می‌شود، اگر شما دو تا توصیه قبلی را با موفقیت پشت سر گذاشتید بد نیست پرش آخر را هم حرفه‌ای انجام دهید. منظور ما تعیین صدای برند است. صدای برند در واقع به لحن خاص شما در تولید محتوا یا حتی تعامل با کاربران در شبکه‌های اجتماعی اشاره دارد. از آنجایی که خیلی از برندها به این نکته توجه ندارند، معمولا صدای مشتریان بابت این بی‌نظمی درمی‌آید. پس در اولین فرصت یک لحن مشخص برای برندتان طراحی کرده و همیشه از آن پیروی کنید.

ساماندهی برنامه ارتباطی برای شرایط بحرانی: مهمترین بخش کار

خیلی از کارآفرینان بعد از اینکه در شبکه‌های اجتماعی مورد انتقاد قرار می‌گیرند، سریع بابت کارشان عذرخواهی می‌کنند. انگار که با همین کار تمام مشکلات حل می‌شود. راستش را بخواهید، وقتی شما بابت کارتان عذرخواهی می‌کنید، بیشتر شبیه مدافعی هستید که بعد از یک گل به خودی عجیب فقط در برابر رسانه‌ها از هواداران معذرت‌خواهی کرده است. بی‌شک انتظار هواداران از چنین بازیکنی جبران اتفاقات گذشته است و تا وقتی مدافع قصه ما جان تیمش را نجات ندهد انتقادات از او تمام نمی‌شود.

تکنیک مورد بحث ما در این بخش طراحی یک برنامه کلیدی برای واکنش در برابر بحران‌ها در شبکه‌های اجتماعی است. اصلا بر فرض که شما از مشتریان عذرخواهی هم کردید، بعدش چه؟ کارآفرینان باهوش خیلی خوب می‌دانند برنامه‌ریزی برای آینده نیمی از موفقیت را شکل می‌دهد. پس شما هم باید همین حالا کاغذ و قلم را برداشته و شروع به برنامه‌ریزی کنید.

وقتی درباره یک برنامه خوب حرف می‌زنیم، منظورمان کارهای کلیشه‌ای نیست. در عوض شما باید وظیفه هر تیم یا حتی فرد در قبال مدیریت بحران را مشخص کنید. سپس ارتباط بین تیم خدمات مشتریان و روابط عمومی را نزدیک‌تر کرده و تک تک قدم‌های‌تان را در شبکه‌های اجتماعی گزارش دهید. اینطوری مشتریان تغییرات محسوس در فعالیت شما را مشاهده کرده و به آینده برندتان امیدوارم می‌شوند. شاید فکر کنید تاکید ما بر روی گزارش عملکرد برند در شبکه‌های اجتماعی خیلی سختگیرانه باشد، اما راستش را بخواهید، ماجرا خیلی پیچیده‌تر از این حرف‌هاست. وقتی مشتریان از دست شما عصبانی هستند، تنها راه نجات شما نشان دادن تغییرات فوری در ساختار برندتان است. پس اگر به طور منظم و سریع در شبکه‌های اجتماعی درباره تغییرات برندتان پست نگذارید، خیلی زود بدل به برندی کلیشه‌ای در بازار خواهید شد که هیچ‌کس دوست ندارد حتی از کنارش هم عبور کند!

پاسخگویی به کامنت‌ها: به وقت تعامل با کاربران

خیلی از برندها وقتی با نظرات منفی کاربران در شبکه‌های اجتماعی رو به رو می‌شوند، خیلی بی‌تفاوت از کنارشان رد خواهند شد. انگار که بی‌توجهی همه مشکلات را حل می‌کند. ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم بی‌توجهی به کامنت‌های منفی کاربران فقط پا کردن صورت مسئله است؛ چراکه هیچ تغییری در ذهنیت مشتریان نسبت به یک برند ایجاد نشده و چه بسا کاربران بیشتری را عصبانی کند.

فرض کنید در یک دعوای مهم چند تا از همکاران نسبت به رفتارهای شما در شرکت اعتراض دارند. در این صورت احتمالا هیچ راهی برای فرار از دست انتقادات رو به روی‌تان نیست. یک راهکار هوشمندانه در این میان گوش دادن به حرف حساب همکاران و بعد هم پیدا کردن راهی برای حل مشکل است. این طوری شما بدون اینکه خیلی اوضاع‌تان به هم بریزد، جلوی یک بحران تمام عیار را گرفته‌اید. خب وقتی می‌شود در روابط معمولی اینطوری یک بحران را مدیریت کرد، چرا در شبکه‌های اجتماعی از این نمونه استفاده نکنیم؟

قبول دارم تعامل با بقیه در شبکه‌های اجتماعی خیل سخت‌تر از دنیای واقعی است، اما این اصلا دلیل خوبی برای بی‌تفاوتی شما نخواهد بود. تنها کاری که اینجا باید انجام دهید، پیدا کردن کامنت‌های مربوط به برندتان و ارائه یک جواب منطقی به آنهاست. اینطوری دست کم کاربران متوجه عزم‌تان برای تغییر شرایط می‌شوند. به علاوه، شما هم دیگر دنبال فیل در تاریکی نمی‌گردید و دقیقا مشکلات مشتریان را خواهید دانست. از این مرحله به بعد همه چیز به پشتکار شما برای کنار آمدن با مشتریان ناراضی و استفاده از بازخوردهای‌شان بستگی خواهد داشت.

درس گرفتن از بحران: تکرار اشتباهات ممنوع!

حتی قهرمان‌های افسانه‌ای بوکس هم گاهی اوقات اشتباهات کوچکی از زیر دست‌شان در می‌رود. احتمالا نتیجه چنین حواسپرتی‌هایی یکی دو تا هوک سنگین روی صورت‌شان خواهد بود. با این حال قهرمان‌هایی مثل مایک تایسون خیلی خوب بلدند چطور جلوی اشتباهات‌شان را بگیرند. شاید فکر کنید یک معجون جادویی برای چنین کاری وجود دارد، اما ماجرا خیلی ساده‌تر از این حرف‌هاست. شما فقط باید اشتباهاتی که منجر به بحران در شبکه‌های اجتماعی شدند را خیلی خوب به یاد بسپارید. هرچه باشد مشتریان در بازار در برابر اشتباهات تکراری برندها هیچ رحمی از خودشان نشان نخواهند داد. پس منتظر چه هستید؟ همین حالا یک فایل وُرد درست کنید و همه اشتباهات برندتان که دردسرساز شده را در آن وارد کنید. اینطوری با یک نگاه اجمالی همه اشتباهات‌تان جلوی چشم‌تان آمده و دیگر خیال‌تان بابت عدم تکرار آنها راحت خواهد بود.

همانطور که مربی‌های فوتبال بعد از هر بازی تک تک حرکات بازیکنان را مثل منتقدهای حرفه‌ای زیر ذره بین می‌برند، شما هم باید بعد از اتمام هر بحران نه تنها رفتارهای اشتباه، بلکه نحوه مدیریت بحران‌تان را هم موشکافی کنید. نتیجه این فرآیند حساس و نفسگیر اطلاعات دقیق درباره نقاط قوت یا ضعف کارتان خواهد بود. آن وقت می‌توانید با اطمینان بیشتر به استقبال بحران‌های احتمالی در آینده بروید؛ بدون اینکه حتی ذره‌ای ترس بابت دردسرهای بزرگ‌تر داشته باشید!

سخن پایانی

مدیریت بحران در شبکه‌های اجتماعی نیاز امروز تمام کسب و کارهاست. در دنیایی که همه چیز دیجیتالی شده و شبکه‌های اجتماعی حرف اول و آخر را می‌زنند، شما نمی‌توانید همینطور بی‌تفاوت از کنار نارضایتی کاربران عبور کنید. هدف ما در این مقاله بررسی جامع استراتژی مدیریت بحران در شبکه‌های اجتماعی بود. من و همکارانم در روزنامه فرصت امروز امیدواریم نکات مورد بحث در این مقاله کمکی هرچند کوچک به شما برای جلب رضایت مشتریان عصبانی‌تان کرده باشد. مثل همیشه اگر سوال یا مشکلی در رابطه با کاربرد استراتژی این مقاله داشتید، ما در روزنامه فرصت امروز همیشه آماده کمک به شما هستیم.

منابع:
https://blog.hootsuite.com/social-media-crisis-/management
https://blog.hubspot.com/service/social-media-crisis-management
tips-for--۵/https://www.socialmediatoday.com/news/۵۵۱۷۷۰/managing-a-social-media-crisis

آگهی مفقودی

برگ سبز خودروی سواری سیستم سیتروئن تیپ SX زانتیا مدل ۱۳۸۵ موتور ۰۵۲۱۸۲۲ شماره شاسی S۱۵۱۲۲۸۴۱۳۷۵۴۴ به شماره پلاک ۴۶ ایران ۵۱۸ ن ۴۹ به نام بهنام حولکامی مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط است.
۷۶۱

مفقودی

برگ سبز سواری پژو پارس مدل ۱۳۸۹ به شماره موتور ۱۲۴۸۹۰۴۶۳۴۵ به شماره شناسایی NAAN۲۱CA۷AK۷۸۰۸۷۰ شماره پلاک خودرو ۱۱۲ م ۳۷ ایران ۷۹ بنام علی رجبعلی مفقود واز درجه اعتبار ساقط می باشد.
شهرستان‌قزوین

در پی اجرای یک پروژه عام المنفعه محقق شد

ایجاد امکان کشاورزی در ۱۰۰ هکتار از اراضی همجوار تاسیسات نفت و گاز مارون

اهواز - شبنم قجاوند: سرپرست شرکت بهره برداری نفت و گاز مارون از اتمام احداث دو دهانه پل در روستاهای شهرستان رامشیر، همجوار با تاسیسات فرایندی شرکت خبر داد که امکان کشاورزی در ۱۰۰ هکتار از اراضی که پیش از این قابل دسترسی نبوده اند را فراهم می آورند.

مهندس قباد ناصری با بیان اینکه این شرکت در اجرای طرح های مرتبط با مسئولیت های اجتماعی همواره ابعاد مختلف زیست محیطی، رفاهی، معیشتی و فرهنگی مناطق همجوار را مدنظر قرار می دهد، اظهار داشت: اجرای پروژه احداث دو دهانه پل با هدف بهبود مسیر دسترسی به روستاها و ایجاد زمینه کشاورزی در حدود ۱۰۰ هکتار از اراضی حاصلخیز اجرا شد که این خدمت، علاوه بر ارتقاء ایمنی در دسترسی و رفاه نسبی، زمینه ایجاد چندین شغل را برای بخشی از مردم شریف همجوار واحدهای عملیاتی شرکت فراهم نمود.

وی افزود: پروژه احداث این دو پل در حدفاصل روستاهای تل اسود و فرهه از توابع شهرستان رامشیر هزینه ای حدود ۲ میلیارد ریال را در برداشته است.

تعمیرات با مشارکت شرکت های دانش بنیان داخلی شتاب فزاینده ای می گیرد

سرپرست شرکت بهره برداری نفت و گاز مارون و هیات همراه یکشنبه ۳ مهر از تاسیسات این شرکت بازدید و در حاشیه آن تاکید کرد که تعمیرات ماشین آلات فرایندی و ساخت تجهیزات مورد نیاز با مشارکت شرکت های دانش بنیان داخلی شتاب خواهد گرفت. مهندس قباد ناصری افزود: صنعت نفت هیچگاه معطل دانش فنی بیگانگان نمی ماند و از طرفی تجربیات چند سال گذشته نشان می دهد که شرکت های دانش بنیان توانمندی های قابل توجهی در حوزه ی مهندسی ساخت و تعمیرات ماشین آلات فرایندی پیچیده داشته و می توانند بخش بزرگی از موانع پیش روی سازمان در این حوزه را مرتفع سازند.

وی یادآور شد: رسالت اصلی شرکت های بهره بردار، تولید صیانتی از مخازن نفت و گاز و ایجاد ثروت ملی برای کشور عزیزمان می باشد و در این راستا، می بایست تمام واحدهای پشتیبانی و ستادی در جهت تسهیل امورات مربوط به عملیات و تولید اهتمام کامل داشته باشند.

شایان ذکر است سرپرست شرکت بهره برداری نفت و گاز مارون از تلمبه خانه ی آب مجاور رودخانه رامشیر، مجتمع صنعتی شماره ۵، ایستگاه تزریق گاز مارون، واحد نگهداری و تعمیرات تزریق گازمارون، واحد تعمیرات خطوط لوله و کمپ سمیه بازدید کرد.

مدیر بنادر و دریانوردی شهید باهنر و شرق هرمزگان خبر داد

اجرای موفق ممیزی تجهیزات و پورت اپراتوری در بندر شهید باهنر

بندرعباس- خبرنگار فرصت امروز: مدیر بنادر و دریانوردی شهید باهنر و شرق هرمزگان از اجرای موفق ممیزی و بررسی میدانی و اسنادی تجهیزات و پورت اپراتوری در بندر شهید باهنر خبر داد. به گزارش روابط عمومی اداره کل بنادر و دریانوردی هرمزگان؛ "حمیدرضا محمدحسینی تختی" با اعلام جزییات این خبر افزود: این ممیزی در راستای اهداف عملکرد و رعایت استانداردهای عملیات بندری توسط شرکت‌های اپراتور بندری و ارزیابی استانداردهای مرتبط با نیروی انسانی با موفقیت در بندر شهید باهنر انجام شد. وی افزود: این ممیزی که همه ساله با حضور تیمی از کارشناسان خبره سازمان بنادر و دریانوردی برگزار می‌شود، عملکردهای مربوط به تجهیزات بندری، ظرفیت و توانمندی اپراتورهای فعال در بندر و هم‌چنین توان فنی و عملیاتی نیروهای انسانی مستقر در این بندر را مورد ارزیابی قرار می‌دهند. مدیر بنادر شرق هرمزگان از مزایای انجام این ممیزی‌ها به رفع نواقص و کمبودهای احتمالی اشاره کرد و بیان داشت: در صورت عدم مغایرت با چک لیست‌های مورد بررسی به منظور انجام و پیگیری اقدامات اصلاحی، نقاط قوت و ضعف برنامه‌ها احصا و سپس برنامه‌ای برای رفع آن تدوین و ارائه می‌شود. گفتنی است؛ موقعیت دسترسی به آب‌های آزاد، نزدیکی به کشورهای جنوب خلیج فارس، اتصال به کریدور شمال-جنوب از طریق شبکه بین‌المللی جاده‌ای و همچنین آبخور مناسب برای پهلوگیری انواع شناور از مزیت‌های بندر شهید باهنر محسوب می‌شود. این بندر با قدمتی ۵۰ ساله درحال حاضر دارای ۱۲ پست اسکله است.

آغاز ترانزیت خودرو در بندر شهید باهنر بعد از وقفه چند ساله

مدیر بنادر و دریانوردی شهید باهنر و شرق هرمزگان گفت: بعد از چندسال وقفه، ترانزیت خودرو از مبدا کشور امارات از طریق این بندر به مقصد کشورهای آسیای میانه و عراق آغاز شد. به گزارش روابط عمومی اداره کل بنادر و دریانوردی هرمزگان، "حمیدرضا محمدحسینی تختی" افزود: بعد از وقفه چند ساله در ترانزیت خودرو به کشورهای خارجی، این رویه در مرداد ماه سال جاری از مبدا کشور امارات از طریق بندر شهید باهنر به مقصد کشورهای آسیای میانه و عراق از سر گرفته شد. وی ادامه داد: در مرحله نخست ترانزیت این خودرو، ۹۱ دستگاه به کشورهای آسیای میانه ترانزیت شده است. مدیر بنادر و دریانوردی شهید باهنر و شرق هرمزگان خاطرنشان کرد: با سیرصعودی در رویه ترانزیتی خودرو این میزان دستگاه طی سال جاری افزایش خواهد یافت. محمدحسینی تختی اضافه کرد: قرارگیری بندر شهید باهنر از حیث نزدیکی به کشورهای خلیج فارس و بهره‌مندی از امتیاز ویژه برای رویه ترانزیتی، این بندر را به پایگاه مهمی در منطقه تبدیل کرده است. گفتنی است؛ بندر شهید باهنر از جمله بنادر استراتژیک و فعال کشور است که به با دارا بودن قابلیت‌ها و زیرساخت‌های بهینه در رویه‌های صادراتی، ترانزیتی و مسافری داخلی و بین‌المللی را دارا می‌باشد.

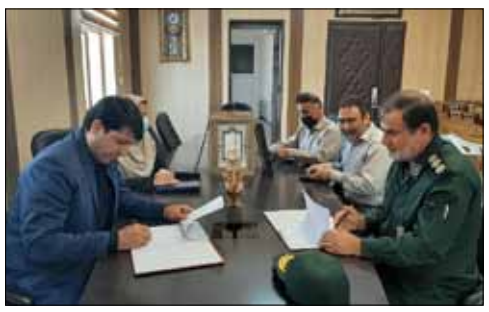
با هدف ایجاد اشتغال پایدار صورت گرفت؛

تفاهم نامه همکاری بین آموزش فنی حرفه ای و بسیج سازندگی بوشهر منعقد شد

بوشهر- خبرنگار فرصت امروز: مدیر کل آموزش فنی و حرفه ای استان بوشهر گفت: در راستای تسریع و تسهیل مهارت آموزی در مناطق کمتر توسعه یافته به متقاضیان و کارجویان، تفاهمنامه همکاری بین آموزش فنی و حرفه ای و بسیج سازندگی استان بوشهر منعقد شد.

به گزارش روابط عمومی اداره کل آموزش فنی و حرفه ای استان بوشهر، عبدالمجید دراهکی در آئین انعقاد این تفاهم نامه همکاری افزود: توانمندسازی مهارتی مناطق محروم، روستایی و عشایری برای فراهم سازی زمینه اشتغال پایدار، ارتقای مهارت شاغلان، صیانت از نیروی کار، کارآفرینی و افزایش بهره‌وری و همچنین توسعه همکاری‌های مشترک در زمینه‌های علمی، پژوهشی و فرهنگی از اهداف انعقاد این تفاهم‌نامه است.

وی گسترش فرهنگ مهارت آموزی و ارتقای توانمندی سرمایه های انسانی به ویژه در روستاها و مناطق محروم و مرزی از طریق آموزش و بکارگیری مهارت در بخش های صنعت، خدمات، کشاورزی و فرهنگ و هنر، استفاده از توان بالقوه بسیج سازندگی در زمینه توسعه مهارت آموزی در شهرها و روستاها، کمک به جلوگیری از مهاجرت روستائیان به شهرها به واسطه ایجاد و ارتقای مهارت‌های شغلی، توسعه خلاقیت و نوآوری افراد با رویکرد اشتغالزایی را از دیگر اهداف این تفاهم نامه دانست.



دراهکی بر همکاری بسیج سازندگی و آموزش فنی و حرفه ای تاکید کرد و اظهار داشت: همکاری و تعامل بین بسیج سازندگی و آموزش فنی و حرفه‌ای می‌تواند آثار آسیب‌های اجتماعی که ناشی از بیکاری و نداشتن توان فنی است را کاهش و با افزایش توان مهارتی جوانان و بسیجیان گامی در جهت تحقق اهداف برنامه توسعه کشور، کاهش نرخ بیکاری و پیشبرد برنامه‌های اقتصاد مقاومتی برداشته شود.

مسئول سازمان بسیج سازندگی سپاه امام صادق (ع) استان بوشهر نیز گفت: این تفاهم نامه را برای توانمند سازی جهادگران و افرادی که در منطقه تحت آموزش جهادگران هستند در نظر گرفتیم.

سرهنگ خلیل رفعتی ادامه داد: وقتی گروه های جهادی در منطقه ای قرار می گیرند بر اساس نیاز و ظرفیت های موجود منطقه ای نیازهای آموزشی را احصا می کنند و از طریق اداره کل آموزش فنی و حرفه ای این نیازهای آموزشی و مهارتی تامین می شود.

وی افزود: در راستای آموزش اقشار مختلف مردم در مناطق روستای و حاشیه شهر در سنوات گذشته فعالیت های بسیار خوبی انجام گرفت که منطقه هدف بسیج سازندگی بود به این معنی که بسیج سازندگی با تعیین منطقه هدف، آموزش های لازم به افراد مستعد را خواهد داد.

مسئول سازمان بسیج سازندگی سپاه امام صادق (ع) استان بوشهر بیان داشت: هدف و پیامد این انعقاد نامه ایجاد اشتغال پایدار و ایجاد امنیت مناطق مرزی و روستای استان است که افراد این مناطق مستلزم و نیازمند آموزش هستند.

رفعتی با اشاره به در اختیار داشتن اعتبارات تبصره ۱۶ اشتغال زایی و ظرفیت گروه های جهادی برای آموزش در مناطق مختلف و پایگاه های مقاومت بسیج در مناطق روستای اظهار داشت: ما با آمادگی کامل در این حوزه و با در اختیار گذاشتن مکان های مناسب پذیرای همکاری همکاران فنی و حرفه ای در جهت آموزشات لازم برای افراد مستعد خواهیم بود.

رئیس جهادکشاورزی استان مرکزی خبرداد:

مجوز خروج مرغ از استان مرکزی تا اطلاع ثانوی صادر نمی شود

اراک- فرناز امیدی: رئیس جهاد کشاورزی استان مرکزی با اشاره به خروج ۴۰ درصد از مرغ تولیدی این استان به صورت قاچاق گفت: تا اطلاع ثانوی مجوز خروج مرغ از استان مرکزی صادر نمی‌شود.

علی صفری در نشست ستاد تنظیم بازار استان مرکزی اظهار کرد: در ۶ ماهه نخست امسال با کاهش جوجه ریزی در استان مواجه هستیم چرا که پس از حذف ارز ترجیحی قیمت مصوب مرغ هر کیلو ۵۹ هزار و ۸۰۰ تومان تصویب شد و مرغداران به پایین بودن قیمت‌ها و اختلاف قیمت مصوب با قیمت تمام شده اعتراض داشتند.

وی با بیان اینکه یکی از علل کاهش جوجه ریزی اختلاف قیمت مصوب استان مرکزی با سراسر کشور است، گفت: قیمت مرغ در تهران و برخی دیگر از استان‌ها افزایش پیدا کرد به همین دلیل حدود ۴۰ درصد از مرغ تولیدی استان به صورت قاچاق از استان خارج می‌شود.

رئیس جهاد کشاورزی استان مرکزی عنوان کرد: در ۶ ماهه نخست سال گذشته ۱۵ میلیون و ۹۳۳ هزار قطعه جوجه ریزی داشتیم در حالی که این میزان با کاهش ۱۵ درصدی در ۶ ماهه نخست امسال به ۱۳ میلیون و ۴۹۴ هزار رسیده است.

صفری ادامه داد: در شهریور امسال یک میلیون و ۶۰۰ هزار قطعه جوجه ریزی انجام شده که کاهش ۳۵ درصدی نسبت به مدت مشابه سال گذشته دارد.

وی تصریح کرد: مصرف مرغ در استان در شرایط عادی بین ۸۰ تا ۹۰ تن است و هدفگذاری شده که تا اواخر مهرماه روزانه ۱۱۶ تن مرغ و تا آبان ماه حدود ۱۰۰ تن مرغ در استان تولیدی شود بنابراین اگر بتوانیم از خروج مرغ از استان جلوگیری کنیم، مشکلی در تأمین مرغ مصرفی استان نخواهیم داشت.

رئیس جهاد کشاورزی استان مرکزی گفت: هم اکنون ۵۹ واحد مرغداری استان، ۲ هزار تن مرغ بالای ۴۶ روز و آماده عرضه به بازار دارند که منتظر اصلاح قیمت هستند.

صفری تصریح کرد: قیمت عرضه مرغ در کشور ۵۸ هزار تومان و در استان مرکزی ۴۲ هزار تومان است و این اختلاف قیمت دستوری بر جوجه ریزی تأثیرگذار است.

وی ادامه داد: عرضه مرغ در برخی استان‌های کشور برای مصرف کننده ۶۸ هزار تومان تعیین شده که این قیمت در استان مرکزی بین ۶۱ تا ۶۸ هزار تومان است.

رئیس جهاد کشاورزی استان مرکزی با بیان اینکه نیاز است نیروی انتظامی همکاری لازم را برای جلوگیری از خروج مرغ با داشته باشد، گفت: خروج مرغ از استان مرکزی ممنوع است و هیچ گونه مجوزی برای خروج مرغ توسط دامپزشکی صادر نمی‌شود.

صفری تأکید کرد: قیمت مرغ در آینده نزدیک اصلاح می‌شود و به روند عادی بازمی گردد.

اخبار

رژه ناوگان خودرویی سازمان آتش نشانی و خدمات ایمنی شهرداری رشت

رشت- خبرنگار فرصت امروز: رژه ناوگان خودرویی سازمان آتش نشانی صبح امروز به مناسبت ۷ مهر روز آتش نشانی و ایمنی برگزار شد.

به گزارش واحد خبر مدیریت ارتباطات و امور بین الملل شهرداری رشت - مراسم رژه ناوگان خودرویی سازمان آتش نشانی و خدمات ایمنی شهرداری رشت، صبح امروز پنجشنبه ۷ مهر ۱۴۰۱ در محل این سازمان واقع در میدان انتظام با حضور جبار کوچکی‌نژاد و محمدرضا احمدی سنگری نمایندگان مردم شهرستانهای رشت و خمام در مجلس شورای اسلامی، سید امیر حسین علوی شهردار رشت، نادر حسینی، رضا عاشری، مجید عزیزی، هادی رمضانی از اعضای شورای اسلامی شهر و جمعی از مدیران شهری برگزار شد.

سید امیر حسین علوی شهردار رشت در این مراسم ضمن عرض خدا قوت به همه کارکنان این سازمان اظهار داشت: دست بوس تک تک آتش نشانان هستم که در تمام روزهای اخیر و در طول تابستان با فداکاری خاصی صادقانه به مردم خدمت کردند.

شهردار رشت تصریح کرد: همیشه قدردان زحمات آتش‌نشانان بوده و هستیم و میدانیم که کار این عزیزان تا چه اندازه حائز اهمیت است و ما توان پاسخگویی و اجر نهادن زحمات آنان را آنگونه که باید و شاید نداریم اما تلاش داریم با کنار زدن مشکلات و کمبودها و حمایت قانونگذار، مجلس و دستگاههای نظارتی ذره‌ای از زحمات کارکنان خدوم آتش نشانی را جبران کنیم.

درخشش دختران کاراته کار نفت ستاره خلیج‌فارس

بندرعباس- خبرنگار فرصت امروز: تیم کاراته دختران شرکت نفت ستاره خلیج فارس در مسابقات ورزشی شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی ایران با کسب چهار مدال رنگین درخشید.

به گزارش روابط عمومی و بین‌الملل شرکت نفت ستاره خلیج فارس، تیم کاراته دختران شرکت نفت ستاره خلیج فارس در مسابقات ورزشی شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی ایران که به میزبانی شیراز برگزار شد با کسب چهار مدال رنگین درخشید.

در کاتای انفرادی نونهالان فاطمه سالاری مدال طلا و در کاتای انفرادی نوجوانان سوگند رونده مدال نقره را کسب کرد.

در کومیته انفرادی نوجوانان نیز در وزن منفی ۴۸ سوگند رونده مدال برنز و آیلار محمدی موفق به کسب مدال برنز این دور از رقابت‌ها شد.

همچنین فاطمه سالاری به عنوان بهترین کاتاکار این دور از رقابت ها در مرحله آتی به مسابقات شرکت‌های زیر مجموعه وزارت نفت اعزام خواهد شد.

گفتنی است در این دور از رقابت‌ها فاطمه محمودی به عنوان سرپرست و طلعت حیدری به عنوان مربی تیم شرکت نفت ستاره خلیج فارس را همراهی می‌کردند.

بررسی مشکلات آب شهر باغستان

جلسه مشترک یگانه شهردار باغستان با رئیس اداره آبفا باغستان برگزار شد

شهریار - غلامرضا جباری : به گزارش روابط عمومی شورا و شهرداری باغستان، جلسه مشترک یگانه شهردار باغستان باقاسم آبادی رئیس اداره آبفای باغستان و هیات همراه در خصوص رفع موانع و مشکلات شهروندان در انتقال آب شرب به منازل، اعم از تامین زمین از سوی شهرداری جهت احداث مخزن و نصب تاسیسات اداره آب از قدرالسهم آبفای شهری برگزار گردید. یگانه شهردار باغستان به اهمیت تعامل و همکاری بین شهرداری و آبفای باغستان اشاره و بیان کرد: همکاری بین دستگاه‌ها در راستای قوانین، ضوابط و خدمت رسانی به سود مردم خواهد بود، وی خواستار همکاری همه جانبه اداره آبفای باغستان با شهرداری شد. در ادامه رحیم رحیمی نائب رئیس شورای اسلامی شهر باغستان.ضمن انتقاد از نحوه حفاری های اداره آب در سطح شهربیان کرد: جلسه مشترکی بین مسئولین شهری و اداره آبفای باغستان برگزار کردیم تا انشاالله با هم افزایی بین دو دستگاه بیش از این شاهد بحران آب گرفتگی که در سنوات گذشته مشکلاتی را برای مردم ایجاد کرد، نباشیم

۴۶۶ هکتار نهالکاری دستاورد اجرای طرح ترسیب کربن در حوضه آبخیز گالیکش

گرگان- خبرنگار فرصت امروز: رییس اداره منابع طبیعی و آبخیزداری گالیکش گفت: ۸۸ هزار اصله نهاد مثمر در مدت پنج سال با اجرای پروژه ترسیب کربن با هدف کمک به کاهش گازهای گلخانه‌ای و گرمای هوا در ۴۶۶ هکتار از حوضه آبخیز شهرستان‌های گالیکش و مینودشت کاشته شد.ساسان فرامرزی اظهارداشت: پروژه ترسیب کربن به عنوان برنامه‌ای مشترک بین دولت جمهوری اسلامی ایران، سازمان ملل متحد و تسهیلات جهانی زیست محیطی (GEF) در راستای بیابانزدایی و توسعه مدل مدیریت مشارکتی مراتع در مناطق خشک و نیمه خشک و احیای جنگل‌ها با هدف محرومیت‌زدایی و افزایش جذب کربن خاک طراحی شده است.وی بهبود وضعیت اجتماعی و اقتصادی جوامع محلی، کاهش فقر و بهبود شاخص توسعه انسانی با استفاده از توانمندسازی گروه‌های توسعه را از دیگر اهداف منطقه‌ای این پروژه برشمرد.

رییس اداره منابع طبیعی و آبخیزداری گالیکش بیان کرد: پروژه ترسیب کربن از سال ۱۳۹۶ با اعتباری بالغ بر ۴۶ میلیارد و ۴۱۰ میلیون ریال از محل اعتبارات طرح جامع مقابله با بیابانزایی در حوضه آبخیز اوغان با ۲۷ هزار و ۱۴۷ هکتار مشتمل بر ۱۸ روستا با جمعیتی بالغ بر۹ هزار و ۶۵۶ نفر واقع در ۲ شهرستان گالیکش و مینودشت با انجام مطالعات مشارکتی و نیازسنجی، تحلیل درخت مشکلات، برگزاری نشست با جوامع محلی و انسجام سازمانی در بازه زمانی پنج ساله اجرا شد.فرامرزی ادامه داد: نهالکاری در سطح ۴۶۶ هکتار با ۸۸ هزار اصله نهال مثمر گردو، توت، بیدمشک، گلابی، گیلاس، آلبالو، به، خرمالو و آلوشابلون و نهال غیرمثمر صنوبر و بلوط و بوته کاری مشارکتی با غرس ۱۳۱ هزار اصله نهال گل محمدی، اویشن، به لیمو، اسطوخودوس، رزماری، گل گاوزبان و گل ختمی در سطح ۱۳۴ هکتار در روستاهای هدف حوزه اوغان با رویکرد جذب کربن توسط درختان و آزادسازی اکسیژن بیشتر در طبیعت از جمله برنامه‌های اجرایی شاخص در مدت پنج سال بوده است. رییس اداره منابع طبیعی و آبخیزداری گالیکش تصریح کرد: در این مدت همچنین نهالکاری مشارکتی ۴۰۶ هکتار انجام، ۱۴۳ مورد سنگفرش معابر روستایی و آسفالت جاده‌ها ، تشکیل ۱۸ کمیته و ۱۳۲ گروه توسعه روستایی و ۱۲ مورد سند معیشت طرح کسب و کار، ۱۲۱ مورد باغچه روستایی در سطح ۲۷ هکتار و تجهیز ۲ دفتر توسعه روستایی اجرا شد. فراموری تصریح کرد: با توجه به عملکرد موفق پروژه ترسیب کربن در مدت پنج سال گذشته، درخواست تمدید ۲ ساله آن با پیش بینی اعتبار حدود ۳۰ میلیارد ریال ارائه و منتظر تایید نهایی هستیم.

نشست هم اندیشی رابطین آموزش، ترویج و مشارکت های مردمی با مدیر کل منابع طبیعی و آبخیزداری گلستان

گرگان- خبرنگار فرصت امروز: رابطین آموزش، ترویج و مشارکت های مردمی ادارات شهرستانی در نشستی که با حضور مدیر کل منابع طبیعی و آبخیزداری گلستان مهندس لطفی و رئیس اداره آموزش، ترویج و مشارکت های مردمی مهندس غراوی برگزار شد به بحث و تبادل نظر پرداختند.مهندس لطفی در ابتدای جلسه با تاکید به نقش فعالیت های آموزشی و ترویجی در ترویج فرهنگ حفظ و حمایت از عرصه های منابع طبیعی اظهار کرد: شما می توانید در زمینه توجه دادن مردم به نقش مهم جنگل ها و مراتع تاثیر بسزایی در بالا بردن فرهنگ منابع طبیعی داشته باشید.مدیر کل منابع طبیعی و آبخیزداری گلستان ادامه داد: بالابردن آگاهی افراد نسبت به پیامدهای ناگوار و جبران ناپذیر تخریب منابع طبیعی در قالب های طرح های ترویجی و آموزشی از وظایف شما است.رئیس اداره آموزش، ترویج و مشارکت های مردمی در ادامه این جلسه تصریح کرد: آموزش و ترویج در بین مردم به خصوص جوامع محلی روستاها که ارتباط بیشتری با منابع طبیعی دارند باید بیشتر انجام شود.مهندس یازمراد کوسه غراوی افزود: گسترش فعالیت های منابع طبیعی و مشارکت اجتماعی مردم می تواند در حفظ این عرصه ها به ما کمک کند.وی به ارزیابی صورت گرفته فعالیت های آموزشی و ترویجی شهرستان ها اشاره کرد و گفت: هدف از ارزیابی انجام شده مشخص کردن شهرستان های برتر نیست بلکه تقویت نقاط قوت و اصلاح نقاط ضعف در گذشته است. مهندس غراوی از آموزش و جذب همیاران طبیعت، آموزش مجریان و بهره برداران، عملیاتی نمودن تفاهم نامه با سایر دستگاه ها، تهیه نشریات و بروشورهای آموزشی و ترویجی، دیوار نویسی، سنگ نوشته ها و تابلوهای ترویجی، اخذ رتبه و تعیین صلاحیت تعاونی های فراگیر و شناسایی و ثبت الگوها و پروژه های موفق به عنوان مهم ترین فعالیت های آموزشی و ترویجی در این اداره نام برد.

راهنمای جامع فرصت امروز برای وبلاگ‌نویس‌ها

سئوی محتوا در دنیای وبلاگ‌ها

نویسنده: علی آل‌علی

بهینه‌سازی موتور جست‌وجو یا آنطور که متخصص‌های این حوزه می‌گویند، سئوی محتوا دیگر یک مفهوم ناشناخته نیست. این روزها هر کسی که یکبار هم به اینترنت وصل شده باشد، خیلی خوب با سئو آشناست. کلیشه‌هایی نظیر استفاده از کلیدواژه‌های مناسب یا هشتگ‌های کاربردی آنقدر تکرار شده که دیگر همه آن را حفظ هستند. آنچه در این بین مورد غفلت شدید واقع شده، سئوی وبلاگ‌هاست. انگار که فقط سایت‌ها یا شبکه‌های اجتماعی برای کارآفرینان پولساز است و حتی چیزی به اسم وبلاگ وجود خارجی هم ندارد.

اگر شما از آن دست کارآفرینانی هستید که هنوز هم روی وبلاگ حساب ویژه‌ای باز می‌کنند، احتمالا بی‌توجهی کارشناس‌های سئو به این قلمرو حسابی حرص‌تان را درآورده است. هرچه باشد وبلاگ‌های تخصصی هنوز هم کلی طرفدار در چهار گوشه دنیا دارد و رقابت بر سر جذب ترافیک بیشتر در این قلمرو حسابی داغ است. پس بد نیست از خودمان بپرسیم چرا هیچ‌کس به سئوی وبلاگ توجهی ندارد؟

کارآفرینان مختلف برای سوال بالا جواب‌های بی‌نهایت متنوعی دارند. چه بسا حتی یکی از آنها از هر دری برای‌تان حرف بزند به جز سئوی وبلاگ. البته ما در روزنامه فرصت امروز اصلا میانه خوبی با اینطور طفره رفتن از جواب نداریم. اگر قرار باشد ما به سوال بالا جواب دهید، بدون معطلی روی پیشفرض‌های غلط کارآفرینان دست خواهیم گذاشت. ماجرا جالب شد، نه؟

همانطور که خیلی از کارآفرینان ایمیل مارکتینگ را الگویی از مد افتاده می‌دانند، در دنیای سلطه شبکه‌های اجتماعی به وبلاگ‌نویسی نیز توجه زیادی نمی‌کنند. راستش را بخواهید، ما اصلا نمی‌دانیم این باور غلط از کجا پیدا شده، اما مطمئنیم ماجرا به هیچ وجه اینقدر هم تیره و تار نیست. هرچه باشد وبلاگ‌های تخصصی در دنیای کسب و کار طرفدارهای دو آتیشه خودش را دارد که اتفاقا روزشان بدون چک کردن وبلاگ‌های مورد علاقه‌شان شب نمی‌شود.

همانطور که یک ورزشکار فقط با آرزوهای دور و دراز برای قهرمانی در المپیک راه به جایی نمی‌برد، شما هم صرفا با علاقه به وبلاگ‌نویسی کارتان پیش نخواهد رفت. در عوض شما یک برنامه دقیق لازم دارید تا صفر تا صد کارتان را پیش‌بینی کند. این برنامه جذاب که همه آرزوهای کارآفرینان در دنیای وبلاگ‌نویسی بدان گره خورده است، چیزی نیست جز سئوی محتوا؛ البته نه هر نوع سئو، بلکه سئوی محتوای وبلاگی!

اگر شما هم دوست دارید دستی به سر و گوش وبلاگ‌تان بکشید، این مقاله همان تکه گمشده پازل کسب و کارتان است. جالب آنکه شما با سئوی محتوا در وبلاگ حتی لازم نیست دست به جیب هم بشوید؛ چراکه تمام توصیه‌های ما در این مقاله کاملا رایگان است. خب منتظر چه هستید؟ آب دست‌تان است زمین گذاشته و در ادامه با ما همراه شوید.

سئوی محتوا برای وبلاگ‌ها

آیا تا به حال پیش خودتان فکر کرده‌اید چرا بعضی از وبلاگ‌ها با محتوای کاملا معمولی طوری طرفدار دارند که انگار یک نقشه گنج را فاش کرده‌اند؟ یک جواب دم دستی برای این سوال شانسی خواندن چنین رویدادهایی است. قبول دارم این جواب منطقی به نظر می‌رسد، اما ما در روزنامه فرصت امروز اصلا به شانس اعتقاد نداریم. در عوض رمز موفقیت بعضی از وبلاگ‌ها با محتوایی کاملا معمولی در سئوی بی‌عیب و نقص است.

حالا که جواب موفقیت وبلاگ‌ها در دنیای رقابتی امروز را پیدا کردیم، اجازه دهید بدون هیچ حرف اضافه‌ای برویم سراغ اصل مطلب. این شما و این هم تکنیک‌های سئوی محتوا در وبلاگ.

محتوا همچنان پادشاه است!

مارکتینگ بدون محتوای خوب مفت هم نمی‌ارزد. کاربران در شبکه‌های اجتماعی فقط به نیت مشاهده محتوای به درد بخور سراغ اکانت برندهای مشهور می‌روند. در این بین اگر یک برند فقط حرف‌های تکراری یا کلیشه‌ای بزند، خیلی زود سوژه خنده کاربران را فراهم خواهد کرد. هرچه باشد مردم وقت‌شان را از سر راه نیاورده‌اند که پای محتوای تکراری من و شما هدر دهند. اینجاست که محتوای باکیفیت مثل یک قهرمان اسطوره‌ای خودنمایی می‌کند. وقتی وبلاگ شما محتوای باکیفیت دارد، دقیقا مثل تیم فوتبالی خواهد بود که آنقدر زیبا بازی می‌کند که حتی طرفداران تیم حریف هم شیفته آن می‌شوند. احتمالا شما هم در بین دوستان‌تان شخصیت‌هایی را سراغ دارید که هیچ‌کس از آنها متنفر نیست. چنین آدم‌های دوست داشتنی‌ای معمولا آنقدر خوب رفتار می‌کنند که همه در یک نگاه عاشق‌شان می‌شوند. وبلاگی که محتوای درجه یک دارد، دقیق مثل آدم خوش مشربی است که اتفاقا دیگران کلی چیز از او یاد می‌گیرند!

بی‌شک این همه تاکید ما روی محتوای باکیفیت اول از همه کلی سوال درباره ماهیت چنین محتواهایی در ذهن‌تان ایجاد خواهد کرد. هرچه باشد بدون یک تعریف دقیق حتی آب خوردن هم تبدیل به کاری بی‌نهایت سخت و پیچیده می‌شود. ما در روزنامه فرصت امروز محتوای باکیفیت را آن محتوایی می‌دانیم که مرتبط با حوزه کاری یک برند باشد. قبول دارم این تعریف کمی پیچیده است، پس اجازه دهید با یک مثال کاربردی همه چیز را مثل روز روشن کنیم.

فرض کنید شما برندی در حوزه تولید لاستیک خودرو دارید. اگر کارتان گرفته باشد، احتمالا از لاستیک خودروهای شهری تا فرمول یک و حتی کامیون‌های سنگین را تولید خواهید کرد. حالا اگر قرار باشد وبلاگی برای خودتان داشته باشید، بی‌شک کسی انتظار مشاهده پوشش اخبار فرمول یک در آن را ندارند. هرچه باشد کار شما تولید لاستیک است و بازدیدکنندگان وبلاگ‌تان هم فقط دنبال محتوایی مرتبط با این حوزه می‌گردند. پس باید دقیقا همان محتوایی را جلوی آنها قرار دهید که انتظارش را دارند.

اگر بخواهیم همچنان از مثال بالا استفاده کنیم، نمونه موفق تولید محتوای باکیفیت وبلاگی آموزش‌های کاربردی درباره انتخاب لاستیک، تفاوت مدل‌های مختلف و صدالبته مقایسه آنها با هم است. چنین محتوایی سه سوته کلی مخاطب به وبلاگ‌تان سرازیر خواهد کرد؛ چراکه دقیقا همان محتوایی را تولید کرده‌اید که کلی خواهان در بازار دارد؛ به همین سادگی.

شاید کارآفرینان سختگیر به ما ایراد بگیرند که تولید محتوای باکیفیت اصلا تکنیک سئو نیست. قبول دارم فرمول ما در این بخش با قواعد سفت و سخت سئو جور درنمی‌آید، اما اگر قرار بود همه با یک فرمان در بازار موفق شوند، دیگر سنگ روی سنگ بند نمی‌شد. پس با خیال راحت اول از همه دنبال تولید محتوای باکیفیت باشید. بعد هم بیایید سراغ بقیه توصیه‌های ما تا کارتان زمین نماند.

آنالیز جست‌وجوی کاربران

آیا تا به حال فکر کرده‌اید برای چه کسانی محتوا تولید می‌کنید؟ اشتباه نکنید، اینجا کلاس درس فلسفه نیست و ما هم قصد نداریم چارچوب‌های ذهنی‌تان را به هم بریزیم. در عوض تمام هدف‌مان نشان دادن اهمیت سلیقه مخاطب در سئوی محتواست. شما حتی اگر یک ویدئوی بازاریابی حرفه‌ای با حضور جانی دپ هم داشته باشید، تا زمانی که این محتوا باب میل کاربران نباشد حتی یک سنت هم سود نخواهید کرد. اگر حرف ما را قبول ندارید، کافی است خودتان را جای کاربران بگذارید. آیا شما به عنوان یک کاربر عادی حاضر به خرید از برندی هستید که در وبلاگش اصلا محتوای باب میل‌تان ندارد؟

فرمول طلایی ما در این بخش برای میخکوب کردن کاربران به سایت برندتان بی‌نهایت ساده است. کافی است قبل از اینکه شب و روزتان را به تولید محتوا اختصاص دهید، یک جست‌وجوی ساده در گوگل آنالیتیکس (Google Analytics) داشته باشید. آن وقت قلق کار دست‌تان می‌آید و با صفر تا صد سلیقه کاربران آشنا خواهید شد. خب وقتی مو به موی جست‌وجوی کاربران در گوگل را حفظ باشید، آیا دلیلی برای تولید محتوای بی‌ربط به سلیقه مخاطب‌تان باقی می‌ماند؟

این روزها گوگل آنالیتیکس دیگر یک ابزار ساده نیست. در عوض کلی بخش‌های تو در تو دارد که اگر حواس‌تان نباشد در یک چشم به هم زدن تبدیل به هزارتویی بی‌سر و ته خواهد شد. توصیه طلایی ما برای شما در این بخش استفاده از اطلاعات سوابق جست‌وجو (Search History) در این ابزار است. اینطوری شما بدون هیچ دردسر اضافه‌ای کلیدواژه‌های پرطرفدار مخاطب هدف‌تان را پیدا خواهید کرد. از این مرحله به بعد هم کافی است محتوای تخصصی براساس آن کلیدواژه‌ها تولید کنید. اینطوری وبلاگ‌تان در یک چشم به هم زدن تبدیل به پاتوق مشتریان خواهد شد.

تیتر خوب و دیگر هیچ!

عکاس‌های حرفه‌ای یک اصطلاح دارند که یک عکس خوب اندازه هزاران جمله ارزش دارد. بی‌شک در حالت عادی این عبارت جای هیچ چون و چرایی ندارد، اما وقتی پای سئوی محتوا وسط باشد همه معادلات به هم خواهد ریخت؛ چراکه در وبلاگ‌نویسی یک تیتر خوب اندازه هزاران عکس یا حتی چند صد گیگ ویدئوی بازاریابی اهمیت دارد. ماجرا به بخش حساسش رسید، نه؟

وقتی کاربران به وبلاگ شما سر می‌زنند، اولین چیزی که به چشم‌شان می‌خورد، تیتر محتواهای‌تان است. در این بین هم هیچ فرقی بین فرمت‌های مختلف نظیر متن، ویدئو یا صوت نیست. در هر صورت محتوا باید شناسنامه داشته باشد و تیتر شناسنامه اصلی محتوا به حساب می‌آید. اگر حتی یک محتوای بدون تیتر در وبلاگ یا سایت برندهای بزرگ پیدا کردید، پیش ما جایزه دارید (لازم نیست به خودتان زحمت دهید، کلی گشتیم اما یک مورد هم پیدا نمی‌شود!).

اگر شما تا حالا به اهمیت تیتر در سئوی محتوا توجه نکرده‌اید، اولین اقدام استراتژیک‌تان باید انتخاب یک قالب سبک و در عین حال سازگار با نمایش درست تیترها باشد. باور کنید یا نه، بعضی از قالب‌ها طوری محتوا را نشان می‌دهد که اصلا تیترش به چشم نمی‌آید. پس یک زحمتی کشیده و ته توی قالب وبلاگ‌تان را در بیاورید. اگر تیتر محتواهای‌تان اصلا به چشم نمی‌آید، باید همین امروز دنبال قالبی بهتر باشید. یادتان باشد در این مورد حتی یک روز تعلل هم فاجعه‌بار خواهد بود.

مرحله بعدی کار ما در این بخش شبیه درج اسم بازیکنان فوتبال روی پیراهن تیم‌هاست. همانطور که هر بازیکن تیم بایرن مونیخ پشت پیراهنش اسم خودش را دارد، در وبلاگ شما هم هر محتوا باید اسم خاص خودش را داشته باشد. ما در دنیای سئو به این اسم‌های خاص تگ موضوعی (Title Tag) می‌گوییم. این تگ‌ها هر محتوا را از بقیه جدا کرده و به موتورهای جست‌وجو کمک می‌کند نتایجی کاملا دقیق برای کاربران پیدا کنند. با این حساب محبوبیت تگ‌های موضوعی پیش الگوریتم گوگل نباید خیلی تعجب‌برانگیز باشد، مگر نه؟

کارآفرینان معمولا با مثال‌های دم دستی بهتر موضوعات مربوط به سئو را متوجه می‌شوند. درباره تگ موضوعی کافی است قبل از بارگذاری محتوای‌تان چند تا کلیدواژه مرتبط با محتوای‌تان را در کادر تگ قرار دهید. مثلا اگر ویدئویی درباره کیفیت لپ تاپ جدید برندتان ساخته‌اید، استفاده از کلیدواژه‌هایی نظیر لپ تاپ، راهنمای خرید لپ تاپ و تازه‌های دنیای رایانه گزینه‌های خوبی برای تیتر موضوعی خواهد بود. اینطوری شما مثل آب خوردن کاربرانی که دنبال لپ تاپ هستند یا حتی به این صنعت علاقه دارند را روی هوا می‌قاپید.

لینک کردن محتوا به هم

جمع دوستانی را در نظر بگیرید که به قصد بازدید از نقاشی‌های یک هنرمند مشهور وارد یک گالری هنری می‌شوند. بی‌شک همه این افراد بعد از دیدن تک تک نقاشی‌ها بدون حتی یک دقیقه معطلی سمت خانه‌شان خواهند رفت؛ چراکه دیگر دلیلی برای ماندن در گالری مورد بحث نخواهد بود. البته به شرط اینکه صاحب آن گالری یک بازاریاب حرفه‌ای نباشد؛ چراکه وقتی یک فود کورت، موزه هنری و صحنه تئاتر کنار چنین گالری برپا شود، دیگر هیچ‌کس دلش نمی‌آید این مجموعه را ترک کند. چنین مثالی در دنیای سئو نیز کاربرد دارد. البته در عرصه سئو به جای فود کورت یا دیگر مراکز تفریحی جانبی پای لینک‌های جذاب وسط است.

اگر شما در وبلاگ‌تان سیستم دقیقی برای معرفی محتوای مرتبط داشته باشید، کاربران وقتی سری به یکی از محتواهای‌تان می‌زنند با کلی پیشنهاد جذاب دیگر هم رو به رو خواهند شد. آن وقت احتمالا دست و دل‌شان بلرزد و به جای یک بازدید چند دقیقه‌ای ساعت‌ها در وبلاگ‌تان پرسه بزنند. بی‌شک در این حالت خبری از ترافیک اضافه برای وبلاگ‌تان نیست، اما یادتان نرود الگوریتم گوگل خیلی باهوش‌تر از آن است که فقط روی ترافیک بیشتر حساب کند. یکی از معیارهای کلیدی برای گوگل در رتبه‌بندی سایت یا وبلاگ‌ها مدت زمان حضور کاربران است. به زبان خودمانی، هرچه کاربران زمان بیشتری در سایت شما حضور داشته باشند، شانس شما برای کسب رتبه‌های برتر گوگل بالاتر می‌رود.

شاه‌کلید ما برای حفظ کاربران در وبلاگ برند خیلی عجیب یا پیچیده نیست. شما فقط باید تک تک محتواهای‌تان را با لینک‌های مربوط به بقیه محتواهای مرتبط‌تان پوشش دهید. اینطوری کاربران با انبوهی از محتوای مرتبط با کارتان رو به رو خواهند شد و مدت زمان بیشتری در سایت‌تان حضور پیدا می‌کنند. از آنجایی که هیچ کاری در این دنیا راحت نیست، احتمالا فرآیند لینک کردن محتوا به هم در ابتدا خیلی به نظرتان سخت خواهد رسید. با این حال کمی که بگذرد، دست‌تان حسابی راه می‌افتد. آن وقت دیگر هیچ برندی به گرد پای‌تان هم نمی‌رسد.

منابع:
https://problogger.com/seo-tips-for-/bloggers
https://blog.hubspot.com/marketing/blog-search-engine-optimization

فرصت امروز
روزنامه مدیریتی - اقتصادی
| دوشنبه | ۱۱ مهر ۱۴۰۱ | شماره ۲۰۹۹ | 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 مناقصه عمومی (یک مرحله ای)

شهرداری رشت

شهرداری رشت از ردیف کد اعتباری پیش بینی شده در بودجه مصوب سال ۱۴۰۱ - ۱۴۰۲ در نظر دارد مناقصه عمومی (یک مرحله‌ای) واگذاری خدمات حفاظت فیزیکی اماکن، ساختمانهای اداری، تاسیسات و غیره شهرداری و سازمانهای تابعه و هدایت راه بندها توسط نیروی انسانی را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکت ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به آدرس: WWW.SETADIRAN.IR انجام خواهد شد و لازم است مناقصه گران واجد شرایط دارای مجوز معتبر در امور خدمات حفاظتی و مراقبتی از نیروی انتظامی (پلیس پیشگیری ناجا) در صورت 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 ۱۴۰۱/۰۷/۱۱ می باشد.
مهلت دریافت اسناد مناقصه از سایت: ۱۴۰۱/۰۷/۱۱ لغایت ۱۴۰۱/۰۷/۱۶ از ساعت ۷:۳۰ صبح الی ۱۴:۳۰
مهلت ارسال پیشنهاد: ۱۴۰۱/۰۷/۱۷ لغایت ۱۴۰۱/۰۷/۲۷ تا ساعت ۱۰ صبح
تاریخ بازگشایی: راس ساعت ۱۲ روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۷/۲۷ در دفتر کار معاون مالی و اقتصادی شهرداری به نشانی رشت میدان گیل ساختمان مرکزی شهرداری رشت قرائت می شود. حضور شرکت کنندگان در جلسه مزبور بلامانع است.

- پیشنهاددهندگان می بایست مبلغ ۲۸/۶۳۴/۴۱۳/۹۲۴ ریال را به بعنوان سپرده شرکت در مناقصه بصورت ضمانتنامه بانکی (که از تاریخ تحویل پاکات به دبیرخانه شهرداری رشت سه ماه اعتبار داشته باشد) یا به صورت وجه نقد به حساب شماره ۶۴۰۲۱۱۲۲۱۲۲۵۳۵ به نام حساب تمرکز وجوه سپرده خزانه داری شهرداری بانک مهر شعبه طالقانی واریز و ضمن بارگذاری در سامانه ستاد در پاکت الف قرار داده و در موعد مقرر به دبیرخانه شهرداری رشت به نشانی فوق الذکر تحویل نمایند. لازم به ذکر است که ارائه پول یا چکهای مسافرتی و یا چک تضمین بعنوان سپرده قابل قبول نمیباشد.
- مدت قرارداد به مدت یکسال
- هزینه درج آگهی به عهده برنده مناقصه می باشد.
- شهرداری در رد یک یا تمام پیشنهادها مختار است.
- سایر شرایط و اطلاعات در اسناد مناقصه مندرج می باشد.
- بدیهی است شرکت در مناقصه و ارائه پیشنهاد به منزله قبول شروط شهرداری رشت می باشد.

اطلاعات تماس دستگاه مناقصه گزار جهت دریافت اطلاعات بیشتر در خصوص اسناد مناقصه و ارائه پاکت های الف: آدرس رشت- میدان گیل ساختمان مرکزی شهرداری رشت تلفن: ۳۳۶۱۶۳۲۵

سیدامیرحسین علوی – شهردار رشت

۷۵۱

آگهی مناقصه عمومی یک مرحله ای

نوبت دوم

وزارت نیرو
شرکت مهندسی آب و فاضلاب کشور (مادر تخصصی)
شرکت آب و فاضلاب استان گیلان

شماره ۴۶-۱۴۰۱ ق شماره فراخوان سامانه ستاد: ۲۰۰۱۰۰۵۱۱۷۰۰۰۰۷۲

۱- نام دستگاه مناقصه گزار: شرکت آب و فاضلاب استان گیلان
۲- شرح مختصر موضوع مناقصه: بهره برداری و نگهداری و اصلاح و بازسازی شبکه فاضلاب مناطق ۱ و ۳ شهرستان رشت
۳- مهلت زمانی دریافت اسناد مناقصه از سایت ستاد: از تاریخ ۱۴۰۱/۰۷/۱۱ الی ۱۴۰۱/۰۷/۱۶
مهلت زمانی ارائه پیشنهاد تا ساعت ۹/۳۰ صبح روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۷/۲۷
زمان بازگشایی پیشنهادها: ساعت ۱۰/۳۰ صبح روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۷/۲۷ سالن جلسات
۴- تاریخ انتشار مناقصه در سامانه از مورخ ۱۴۰۱/۰۷/۱۱ می باشد. کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکتها از طریق 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. (ضمنا پیمانکاران مکلف هستند پاکت الف را بصورت فیزیکی نیز تحویل دهند) اطلاعات تماس دستگاه مناقصه گزار جهت دریافت اطلاعات بیشتر در خصوص اسناد مناقصه – معاونت بهره برداری و توسعه فاضلاب ۰۱۳۳۳۳۶۸۱۶۶ و برگزاری مناقصه – دفتر قراردادها ۰۱۳۳۳۳۶۸۴۸۲ – اطلاعات سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه: رشت ۰۱۳۳۳۳۶۸۵۲۴ تهران ۱۴۵۶
۵- قیمت اسناد و نحوه واریز وجه: ۱/۰۰۰/۰۰۰ (یک میلیون ریال) است که به حساب شماره ۸۰۱۱۲۷۶۱۴ بانک تجارت شماره شبا IR ۰۲۰۱۸۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۸۰۱۱۲۷۶۱۴ به نام شرکت آب و فاضلاب استان گیلان فقط بصورت الکترونیکی از درگاه سامانه ستاد واریز گردد.
۶- میزان سپرده شرکت در مناقصه ۲/۶۴۸/۸۰۰/۰۰۰ ریال- (انواع تضمین: چک بانکی تضمینی، واریز وجه، ضمانتنامه بانکی)
براورد اولیه: ۸۱/۶۲۴/۵۳۴/۱۶۸ ریال براساس فهرست بها سال ۱۴۰۱ : بهره برداری و نگهداری شبکه فاضلاب و اصلاح و بازسازی
مدت پیمان (۲۴ ماه)
۷- رشته پیمانکار: آب
۸- ارائه گواهی تایید صلاحیت ایمنی (HSE) در هنگام عقد قرارداد الزامی می باشد.
۹- محل تامین اعتبار: جاری
۱۰- دستگاه نظارت: معاونت بهره برداری و توسعه فاضلاب
۱۱- سایت ملی مناقصات: http://iets.mporg.ir سایت شرکت آب و فاضلاب استان گیلان: www.abfa-guilan.ir
۱۲- مهلت اعتبار پیشنهاد: سه ماه (برای مدت سه ماه دیگر قابل تمدید می باشد)
۱۳- هزینه دو نوبت آگهی مندرج در روزنامه کثیرالانتشار به عهده برنده مناقصه می باشد.

تاریخ انتشار نوبت اول ۱۴۰۱/۷/۱۰
تاریخ انتشار نوبت دوم ۱۴۰۱/۷/۱۱

شرکت آب و فاضلاب استان گیلان

۷۵۴