روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

چهارشنبه
۱۸ آبان ۱۴۰۱

Wed.9 Nov 2022

۱۴ ربیع‌الثانی ۱۴۴۳ - سال هفتم
شماره ۲۱۲۵
۸ صفحه - ۵۰۰۰ تومان

www.forsatnet.ir

تاثیر جزئی رشد نرخ ارز بر قیمت خودروهای داخلی

نایب رئیس اتحادیه نمایشگاهداران خودرو تهران با اشاره به تاثیر نرخ ارز بر قیمت خودروهای داخلی و خارجی گفت رشد نرخ دلار قیمت خودروهای داخلی را بین ۷ تا ۸ میلیون و خودروهای وارداتی را ۵۰ میلیون تومان افزایش داده است. اسد کرمی در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، درباره تاثیر رشد نرخ ارز بر بازار خودرو بیان کرد: با رشد نرخ دلار قیمت خودروهای داخلی طی...

۵

نگاه

گزارش دیوان محاسبات نشان می‌دهد

تحقق درآمد مالیاتی در نیمسال ۱۴۰۱

گزارش تازه دیوان محاسبات کشور نشان می‌دهد که درآمدهای مالیاتی در قانون بودجه سال جاری محقق شده است. طبق ارزیابی بازوی نظارتی مجلس، در پایان نیمه نخست امسال همچنین ۱۳ درصد از احکام بودجه به صورت کامل اجرا شده است، اما در ۲۱ درصد احکام بودجه شاهد عدم اجرا و در ۶۶ درصد شاهد اجرای بخشی از احکام بودجه هستیم. افزایش ۴۴۶ درصدی میزان وصولی ریالی حاصل از نفت خام، میعانات گازی و خالص گاز صادراتی نسبت به مدت مشابه سال قبل، وصول نزدیک به ۱۰۰ درصدی درآمدهای مالیاتی و وصول بیش از ۸۹ درصدی سایر درآمدها نسبت به مصوب شش ماهه، کاهش ۶۴ درصدی تعداد دستگاه‌های حساب نداده و افزایش ۱۲ درصدی میزان ثبت اطلاعات کارکنان دستگاه‌های اجرایی در سامانه پاکنا در مقایسه با مدت چهارماهه قبلی از دیگر مهمترین یافته‌های دیوان محاسبات در گزارش تفریغ بودجه شش...

۲

شاخص کل بورس تهران از مرز ۱,۴ میلیون واحدی عبور کرد

موج صعودی در تالار شیشه‌ای

۴

ایران در رتبه ۱۴ استرس آبی در جهان قرار دارد

سه‌ضلعی ورشکستگی آبی

فرصت امروز: آبان در فرهنگ ایران باستان، ماه آب است و واژه آبان از جمع آب می‌آید. روز دهم آبان ماه به نام آناهیتا، ایزد نگهبان آب نام‌گذاری شده و هر ساله در این روز جشنی موسوم به آبانگان در ستایش و پاسداشت ایزد موکل آب برگزار می‌شود. با وجود اهمیت و جایگاهی که آب در اندیشه و فرهنگ ایران زمین دارد و به رغم آنکه ۶۶۶ قانون در مدیریت منابع آب کشور وجود دارد، اما متاسفانه از مرحله بحران به مرحله ورشکستگی آبی رسیده‌ایم و صاحب‌نظران از آب به عنوان بزرگترین چالش حال و آینده ایران یاد می‌کنند. براساس آمارها، ایران در رتبه...

۲

سامانه سمات از انباشت مطالبات معوق بانک‌ها پیشگیری می‌کند

کاهش ریسک وام‌دهی با سمات

۳

مدیریت و کسب‌وکار

بازاریابی در صنعت مد و پوشاک: راهکارهایی که هر بازاریابی باید بلد باشد

نویسنده: علی آل‌علی: خرید لباس از آن دست تفریحاتی است که هیچ وقت آدم را خسته نمی‌کند. اینکه شما در فروشگاه‌های بزرگ یا سایت‌های معتبر دنبال آخرین مدهای دنیا باشید، اگر بیشتر از یک جلسه مشاوره سرحال‌تان نیاورد، قطعا دست‌کمی هم از آن نخواهد داشت. البته در این بین یک مشکل بزرگ وجود دارد و آن بودجه محدود مردم برای خرید لباس است. هرچه باشد این روزها آنقدر هزینه‌های زندگی زیاد شده که خیلی‌ها ترجیح می‌دهند با همان لباس‌های قدیمی‌شان سر کنند. شما را نمی‌دانم، ولی من که هر چقدر هم بخواهم خودم را کنترل کنم تا حساب پس‌اندازم پر پول شود، وقتی پای برندهایی مثل رالف لورن یا لویی ویتون در میان باشد، حاضرم قید کل حقوقم را هم بزنم. اگر شما هم از آن دست افرادی هستید که هیچ جوره نمی‌توانند دور خرید لباس‌های تازه خط بکشند، لازم نیست خیلی نگران باشید، چراکه یک عالمه از مردم دنیا هم با مشکلی مشابه شما دست و پنجه نرم می‌کنند. اجازه دهید با هم روراست باشیم، این وسط شما مقصر خرید بی‌رویه از برندهای مد و پوشاک نیستید، بلکه این گوچی، پرادا و هزار و یک...

۸

چرا از ظرفیت‌های اقتصاد دریایی بهره نمی‌بریم؟

به سوی احیای اقتصاد دریایی

فرصت امروز: از دریا به عنوان حلقه گمشده و از اقتصاد دریایی به عنوان حلقه مفقوده اقتصاد ایران یاد می‌شود. مطابق آمارها، سهم اقتصاد دریا از تولید ناخالص داخلی کشور به هیچ وجه با ظرفیت‌ها و جغرافیای استراتژیک ایران همخوانی ندارد. ایران با داشتن مرزهای آبی طولانی در شمال و جنوب، پتانسیل بالایی در کشتی‌سازی، شیلات، دریانوردی و گردشگری دریایی دارد. ایران همچنین با قرار گرفتن در کریدور ترانزیتی شمال-جنوب، بهترین و اقتصادی‌ترین گزینه ارتباطی برای کشورهای آسیای میانه برای دسترسی به آب‌های آزاد است. خوشبختانه اغلب کشورهای همسایه و پیرامون ایران، امکان دسترسی مستقیم به سواحل را ندارند و نزدیک‌ترین و راحت‌ترین مسیر انتقال کالا برای بهره‌گیری از سواحل دریای خزر و خلیج فارس همانا ایران است. با این وجود، از ظرفیت‌های اقتصاد دریایی در این سال‌ها هیچ استفاده‌ای نکرده‌ایم و کشورهای حاشیه خلیج فارس در این مسیر از ایران پیشی گرفته‌اند.

آخرین آمارهای رسمی نشان می‌دهد که ۲۰ هزار و ۶۱ شناور در ایران فعالیت می‌کنند. این شناورها، بیش از ۱۰۲ هزار نفر شاغل را تحت پوشش قرار داده‌اند و فعالیت بخش عمده آنها در حوزه ماهیگیری است. اقتصاد دریایی ایران به دلایل متعددی از جمله بی‌توجهی به آمایش سرزمین و تمرکز صنایع در مرکز، مطابق با ظرفیت‌ها توسعه پیدا نکرده است؛ حال آنکه کشورمان با دارا بودن ۱۸۰۰ کیلومتر مرز دریایی در جنوب و بهره‌مندی از ۵۸۰۰ کیلومتر نوار ساحلی در شمال و جنوب و جزایر خلیج فارس، ظرفیت بسیار شگرفی در توسعه اقتصاد دریا و فعالیت‌های شیلات، گردشگری و حمل و نقل دریایی دارد. آخرین اطلاعات مرکز آمار ایران از وضعیت شناورهای کشور نشان می‌دهد که در سال ۱۳۹۹، میانگین ارزش‌افزوده هر یک از شناورهای کشور حدود ۷۷۹ میلیون تومان و متوسط پرداختی ماهانه به هر یک از شاغلان مزد و حقوق‌بگیر این شناورها حدود ۴ میلیون و ۴۲۰ هزار تومان بوده است. براساس آمارهای این سال، ۲۰ هزار و ۶۱ شناور در ایران فعالیت می‌کنند که از این میان، فعالیت اصلی ۶۹,۹ درصد از شناورها، ماهیگیری است و ۲۱,۵ درصد از آنها نیز در حوزه باربری فعالیت می‌کنند. از بین شناورهای باقی‌مانده نیز ۷,۲ درصد مشغول ارائه خدمات تفریحی هستند، یک درصد خدمات مسافربری ارائه می‌کنند و فعالیت ۰,۴ درصد از آنها نیز خدماتی و پشتیبانی از سایر شناورهاست. همانطور که این آمارها نشان می‌دهد، خدمات تفریحی و مسافربری در اقتصاد دریایی ایران به‌شدت منقبض است و ظرفیت قابل‌توجهی برای شکوفا کردن این حوزه وجود دارد.

براساس اطلاعات مرکز آمار، تعداد کارکنان شناورهای فعال ایران بالغ بر ۱۰۲ هزار و ۳۹۴ نفر است و به‌طور میانگین در هر شناور، پنج نفر مشغول به کار هستند. با این حساب، فقط ۰,۴۴ درصد از جمعیت ۲۳,۳ میلیون نفری شاغلان ایران روی شناورها فعال هستند و مستقیما از اقتصاد دریا ارتزاق می‌کنند. طبق آمارها، از این تعداد شاغل در شناورها، ۸۲ درصد مزد و حقوق‌بگیر و ۱۸درصد شاغل بدون مزد و حقوق (مالک، کارکن خانوادگی و...) هستند. همچنین ارزش ستانده‌های شناورها، ۲۰ میلیارد و ۵۵۰ میلیون تومان است که از این رقم، ۷۲,۴ درصد دریافتی بابت ماهیگیری، ۲۳,۳ درصد دریافتی بابت کرایه حمل بار، ۱,۹ درصد دریافتی بابت کرایه جابه‌جایی مسافر و خدمات تفریحی و ۲,۴ درصد مربوط به سایر ستانده‌هاست. بر همین اساس، متوسط ارزش ستانده‌های هر یک از شناورهای کشور در این بازه زمانی حدود یک میلیارد و ۲۴میلیون تومان برآورد می‌شود. بررسی‌ها نشان می‌دهد از مجموع این ستانده‌ها، ارزش مصارف واسطه‌ای شناورها معادل ۴,۹ میلیارد تومان است که از این رقم، ۲۴,۶ درصد پرداختی بابت سوخت مصرفی شناورها، ۱۲,۳ درصد پرداختی بابت هزینه‌های آبدارخانه، پذیرایی و تشریفات، ۱۰,۷ درصد پرداختی به تعمیرکاران، ۱۰,۱ درصد پرداختی بابت روغن‌موتور و انواع فیلتر، ۷,۵ درصد پرداختی بابت دریافت مجوز، ۶,۲ درصد پرداختی بابت طناب و تور ماهیگیری، ۵,۸ درصد پرداختی بابت انبارداری، پارکینگ، تخلیه و بارگیری، ۳,۴ درصد پرداختی بابت بیمه‌های تجاری و ۱۹,۴ درصد مربوط به سایر مصارف واسطه است. بدین ترتیب به طور میانگین، ارزش مصارف واسطه هر یک از شناورهای کشور بالغ بر ۲۴۵ میلیون تومان است. بر پایه اطلاعات حاصل از اجرای طرح مرکز آمار، ارزش‌افزوده شناورها در مجموع ۱۵ میلیارد و ۶۳۲ میلیون تومان است و میانگین متوسط ارزش افزوده هر یک از شناورها به ۷۷۹ میلیون تومان می‌رسد. همچنین هزینه جبران خدمات کارکنان شناورها بالغ بر ۴ میلیارد و ۴۵۰ میلیون تومان است که نشان می‌دهد پرداختی ماهانه به هر شاغل مزد و حقوق‌بگیر در این شناورها به طور متوسط ۴ میلیون و ۴۲۰ هزار تومان است.

از جمله فعالیت‌های مرتبط با اقتصاد دریایی، ماهیگیری و شیلات است. در حالی که در چند سال گذشته حضور شناورهای چینی و صید آبزیان خلیج فارس از سوی آنها همواره حاشیه آفریده است، حالا برای نخستین بار امکان صادرات مستقیم آبزیان ایرانی به چین فراهم شده است. در پایان فصل تابستان امسال، ایران توانست مجوزهای لازم برای صادرات آبزیان به چین را دریافت کند. به گفته مسئولان، چین با وجود تولید انواع آبزیان، نزدیک به ۱۳ میلیارد دلار محصولات شیلاتی وارد می‌کند. به این ترتیب ایران می‌تواند به سهمی قابل توجهی از بازار آبزیان در این کشور برسد. براساس آمارها در سال ۱۴۰۰، ایران بیش از ۱۵۱ هزار تن انواع آبزیان به کشورهای هدف صادر کرده است. این رقم نسبت به عملکرد صادرکنندگان این محصول در سال قبل از آن، رشد ۲۳ درصدی را نشان می‌دهد. به گفته مسئولان اتحادیه تولید و صادرات آبزیان ایران، ارزش کل صادرات آبزیان کشور از ۴۷۰ میلیون دلار در سال ۱۳۹۹ به رقم ۵۳۵ میلیون دلار در سال ۱۴۰۰ رسیده است. این ارقام در حالی گزارش شده است که براساس برنامه ششم توسعه، صادرات سالانه آبزیان ایران باید از ۶۰۰ میلیون دلار تا سال ۱۴۰۴ عبور کند.

آبزیان ایران به ۲۱ کشور جهان صادر می‌شود که کشورهای جنوب شرق آسیا، کشورهای عربی و اروپایی را دربر می‌گیرد. چین، نخستین مقصد آبزیان ایران است و به گفته رئیس اتحادیه تولید و تجارت آبزیان ایران، ۱۴ هزار تن آبزی در سال گذشته به طور مستقیم به چین صادر شده است. همچنین در سال گذشته ۱۱ هزار و ۲۰۰ تن آبزی به امارات و ۴ هزار و ۲۰۰ تن از این محصول به روسیه صادر شده است. در بین انواع آبزیان صادراتی، سهم میگو به ۵ هزار و ۳۰۰ تن می‌رسد. به گفته مسئولان، ۳۰ درصد از میگوی تولید شده در ایران به دیگر کشورها صادر می‌شود. ایران در سال گذشته ۵۸ هزارتن میگو تولید کرده است. آنطور که مهدی صفری، معاون وزیر امور خارجه می‌گوید، تقاضای میگوی چین از ایران در سال به یک میلیون تن می‌رسد؛ در حالی که صادرکنندگان ایرانی ۳۲ هزار تن میگو به این کشور صادر کرده‌اند. بیش از ۸۰ درصد از آبزیان ایران طی سال‌های گذشته از بندر هایفونگ در کشور ویتنام به چین صادر شده است. حالا اما با امضای توافق صادرات آبزیان به چین توسط وزیر جهاد کشاورزی در شهریورماه امسال، موانع صادرات مستقیم این محصول به چین برداشته شده است. در این شرایط، شناخت بازار، یافتن راه حل‌های مناسب برای انتقال پول با وجود تحریم‌های مالی، برندسازی و عرضه کالای یکنواخت با کیفیت و استانداردهای لازم از الزامات رساندن آبزیان ایران به سفره چینی‌هاست.

کشاورزی ۹۲ درصد آب مصرفی کشور را می‌بلعد

تاراج آبی در کشاورزی ایران

وقوع تغییرات اقلیمی با اثرات مشهود جهانی به یک پدیده ملموس تبدیل شده و بحران آب در بخش عمده‌ای از کشورهای جهان از جمله ایران به مسئله و اولویت اول تبدیل شده است. میزان بارش در اقلیم خشک و نیمه خشک ایران حدود ۲۵۰ میلی‌متر و یک سوم میانگین جهانی است. براساس آمارهای وزارت نیرو، در حالی که میزان بارش در مناطق کویری و استان‌های کرمان و سیستان و بلوچستان حدود ۵۰ میلی‌متر است، این رقم در استان‌های شمالی کشور بعضا به بیش از ۱۴۰۰ میلی‌متر می‌رسد. از سوی دیگر، سرانه مصرف آب بخش خانگی در ایران، ۱۹۰ لیتر به ازای هر نفر در شبانه روز است؛ حال آنکه سرانه مصرف خانگی در انگلستان و اتریش ۱۵۳ لیتر، در لوکزامبورگ ۱۵۰ لیتر، ایرلند ۱۴۲ لیتر، فرانسه ۱۳۹ لیتر، آلمان و هلند ۱۲۹ لیتر و در بلژیک ۱۱۲ لیتر به ازای هر نفر است. علاوه بر تفاوت در میزان مصرف آب، محل مصرف آب نیز در کشورها متفاوت است، به طوری که کشورهای توسعه‌یافته بیشترین آب مصرفی را در بخش صنعت و کشورهای درحال توسعه در بخش کشاورزی مصرف می‌کنند. به عبارت بهتر، در حالی که در کشورهای توسعه‌یافته، بیشترین مصرف آب در بخش صنعت است و میزان مصرف آب در حوزه کشاورزی تنها ۳۰ درصد است؛ بخش کشاورزی در ایران، ۹۲ درصد آب مصرفی را می‌بلعد. فارغ از کشورهای توسعه‌یافته، حتی در کشورهایی که درآمد پایین و متوسط دارند نیز مصرف آب در بخش کشاورزی حدود ۸۲ درصد است؛ در حالی که ایران در حوزه کشاورزی ۹۲ درصد و حدود ۱۰ درصد بیشتر از کشورهای با درآمد پایین و متوسط، آب مصرف می‌کند.

این تاراج آبی در بخش کشاورزی در حالی است که ایران با بحران آب دست و پنجه نرم می‌کند و هرساله میزان بارش‌ها نسبت به سال قبل مدام کم و کمتر می‌شود. به طوری که میانگین بارش‌ها در سال آبی جاری، ۵,۴ لیتر است که در مقایسه با سال آبی گذشته، ۱,۶ لیتر کاهش داشته است. براساس آمارها در سال آبی جاری، یعنی از ابتدای مهرماه ۱۴۰۱ تا نهم آبان ماه، میزان بارش‌ها در کشور به ۵,۴ میلی‌متر رسیده و این در حالی است که این رقم در مدت مشابه سال گذشته، ۷ میلی‌متر بوده است. بیشترین بارش‌ها در سال آبی جاری نیز به حوزه دریای خزر و دریاچه ارومیه و کمترین بارش‌ها نیز به فلات مرکزی و مرزهای شرقی اختصاص دارد. آمارها همچنین نشان می‌دهد که حجم آب سدهای کشور ۱۷,۹۵ مترمکعب است که اگرچه در مقایسه با سال قبل تغییری نداشته، اما میزان ورودی آب به سدهای کشور نسبت به سال گذشته حدود ۱۸ درصد کاهش یافته است. این آمارها همگی زنگ خطر بحران آب در کشور را به صدا درآورده و لازم است تا در مدیریت آب در بخش کشاورزی تجدیدنظر اساسی صورت بگیرد.

تهدید آبی بخش کشاورزی در حالی است که سیاست‌گذاران برای مدیریت بحران آب همواره بر کاهش مصرف آب توسط مصرف‌کنندگان خانگی تاکید می‌کنند؛ حال آنکه آمارها نشان می‌دهد تنها ۶ درصد مصرف آب مربوط به بخش خانگی است و از این رقم ۶ درصدی نیز حدود ۵۴ درصد خانواده‌ها زیر الگو مصرف می‌کنند. همچنین ۴۰ درصد بین الگو تا دو برابر مصرف می‌کنند که با نام پرمصرف‌ها شناخته می‌شوند و تنها ۴ درصد افراد بیش از دو برابر الگو آب مصرف می‌کنند که در گروه بدمصرف‌ها قرار می‌گیرند. اگرچه سهم مصرف آب در بخش خانگی در مقایسه با بخش کشاورزی، نازل و اندک است، اما اگر آن را با آمارهای جهانی مقایسه کنیم، همین آمار نازل مصرف نیز بزرگ و هشداردهنده می‌شود. براساس آمارهای موجود، سرانه مصرف آب بخش خانگی در ایران، ۱۹۰ لیتر به ازای هر نفر در شبانه روز است؛ در حالی که سرانه مصرف خانگی در انگلستان و اتریش ۱۵۳ لیتر، در لوکزامبورگ ۱۵۰ لیتر، در ایرلند ۱۴۲ لیتر، در فرانسه ۱۳۹ لیتر، در آلمان و هلند ۱۲۹ لیتر و در بلژیک ۱۱۲ لیتر به ازای هر نفر است.

همانطور که اشاره شد، الگوی مصرف آب در کشورهای توسعه‌یافته با کشورهای در حال توسعه متفاوت است. با وجود آنکه در اغلب کشورهای توسعه‌یافته، بیشترین آب مصرفی به بخش صنعت اختصاص پیدا می‌کند، اما غالب آب مصرفی در کشورهای در حال توسعه در بخش کشاورزی است. مطابق آمارهای جهانی، میانگین مصرف آب در سطح جهان برای بخش خانگی ۸ درصد، بخش صنعتی ۲۲ درصد و بخش کشاورزی ۷۰ درصد است. این رقم در کشورهای با درآمد بالا نیز در بخش خانگی ۱۱ درصد، صنعت ۵۹ درصد و کشاورزی ۳۰ درصد است. همچنین در کشورهای با درآمد پایین و متوسط نیز مصرف آب در بخش خانگی ۸ درصد، صنعت ۱۰ درصد و در کشاورزی ۸۲ درصد است. به این ترتیب، کشورهای با درآمد بالا، ۵۲ درصد آب کمتری در بخش کشاورزی مصرف و ۴۹ درصد آب بیشتری در بخش صنایع مصرف می‌کنند.

متاسفانه مصرف آب ایران در بخش کشاورزی حتی از میانگین مصرفی در کشورهای با درآمد متوسط و پایین جهان نیز بیشتر است. به طوری که در کشورمان ۹۲ درصد آب در بخش کشاورزی، ۲ درصد در بخش صنعت و ۶ درصد نیز برای شرب استفاده می‌شود. ۷۹ درصد مصرف آب شرب خانگی و ۲۱ درصد آن غیرخانگی است. همه این اعداد و ارقام در حالی است که در ایران متوسط قیمت فروش هر متر مکعب آب ۶۰۰ تومان و قیمت تمام‌شده ۱۸۰۰ تومان است؛ یعنی بیش از ۶۰ درصد قیمت آب به‌صورت یارانه‌ای و توسط دولت پرداخت می‌شود و افراد تنها حدود ۳۳ درصد قیمت آب مصرفی را پرداخت می‌کنند که البته این رقم در بین مشترکان خانگی متفاوت است؛ چراکه بدمصرف‌ها باید رقم بیشتری پرداخت کنند. گفتنی است براساس بند الف تبصره ۶ قانون بودجه سال ۱۴۰۱، برای مشترکان خانگی، مناطق شهری بالای الگوی مصرف ابتدا متوسط نرخ بهای آب مصرفی، بدون آبونمان محاسبه می‌شود و سپس مصرف مازاد بر الگو تا دو برابر و بیش از آن به ترتیب با اعمال ضرایب پانزده صدم و سی و پنج صدم ضرب و در نهایت، مجموع دو مقدار از مشترک دریافت می‌شود. همچنین از میان آب مصرفی، ۶۸,۵ درصد آب با درآمد است و ۳۱ درصد مصرف آب، درآمدی برای کشور به دنبال ندارد. از این میزان نیز ۱۵,۸ درصد هدررفت واقعی آب است که ۱۴,۳ درصد هدررفت ظاهری و ۱,۴ درصد مصارف مجاز بدون درآمد است.

نگـــاه

گزارش دیوان محاسبات نشان می‌دهد

تحقق درآمد مالیاتی در نیمسال ۱۴۰۱

گـزارش تازه دیـوان محاسـبات کشـور نشـان می‌دهد که درآمدهـای مالیاتی در قانون بودجه سـال جاری محقق شـده است. طبق ارزیابی بازوی نظارتی مجلس، در پایان نیمه نخست امسـال همچنین ۱۳ درصـد از احکام بودجه بـه صورت کامل اجرا شـده است، اما در ۲۱ درصد احکام بودجه شاهد عدم اجرا و در ۶۶ درصد شـاهد اجرای بخشـی از احکام بودجه هستیم. افزایش ۴۴۶ درصـدی میزان وصولی ریالی حاصل از نفت خام، میعانات گازی و خالص گاز صادراتی نسبت به مدت مشابه سال قبل، وصول نزدیک به ۱۰۰ درصدی درآمدهای مالیاتی و وصول بیش از ۸۹ درصدی سایر درآمدها نسبت به مصوب شش ماهه، کاهش ۶۴ درصدی تعداد دسـتگاه‌های حساب نداده و افزایش ۱۲ درصدی میزان ثبت اطلاعات کارکنان دسـتگاه‌های اجرایی در سـامانه پاکنـا در مقایسـه با مدت چهارماهـه قبلی از دیگر مهمتریـن یافته‌های دیوان محاسـبات در گزارش تفریغ بودجه شش ماهه اول سال ۱۴۰۱ (منتهی به پایان شهریورماه) است.

یکی از نکات مثبت گزارش دیوان محاسـبات کشـور، تحقق درآمدهای مالیاتی در نیمه نخسـت سال جاری است. همچنین بررسـی‌ها تا پایان ماه گذشته نشـان دهنده رشد ۶۳ درصدی وصول مالیات در هفت ماهه امسـال است، به طوری که از ۴۵۴ هزار میلیارد تومان درآمد مالیاتی تکلیف شـده در قانون بودجه سـال جاری، بیش از ۲۷۰ هـزار میلیارد تومان تـا پایان هفت ماهه امسـال وصول شده است؛ رقمی که نسبت به مدت مشابه سـال قبل، رشد ۶۳ درصدی را نشـان می‌دهد. بدین ترتیب به طور متوسـط هر ماه بیش از ۳۸,۵ هـزار میلیارد تومان مالیات از ابتدای امسـال تا پایان مهرماه وصول شـده است؛ این میزان در حالی اسـت که در هفت ماهه سـال گذشته به طور میانگین هر ماه ۲۳,۸ هزار میلیارد تومان مالیات دریافت شـده است که از افزایـش ماهانه ۱۴,۷ هزار میلیـارد تومانی وصول مالیات در هفت ماهه امسال حکایت دارد. با در نظر گرفتن میانگین روزانه وصول مالیات در هفت ماه گذشـته از سـال ۱۴۰۱ نیز اعداد و ارقـام حاکی از ثبت وصول بیش از هـزار و ۲۵۴ میلیارد تومان اسـت؛ حال آنکه این رقم در مدت مشـابه سال گذشته بیش از ۷۷۱ میلیـارد تومان بوده که حدود ۴۸۳ میلیارد تومان کمتر از امسال است.

همه این اعداد و ارقام نشـان از رشـد ۶۳ درصدی درآمدهای مالیاتی در هفت ماهه سال ۱۴۰۱ دارد. از سوی دیگر، در حالی مجمـوع درآمد مالیات‌های مسـتقیم و کالا و خدمات در هفت ماه سـال گذشـته ۱۶۶ هزار و ۶۹۹ میلیارد تومان بوده که این میزان در سال جاری به ۲۷۰ هزار و ۹۰۱ میلیارد تومان رسیده است. آنطور که سـازمان امور مالیاتی می‌گوید، در قانون بودجه ۱۴۰۱ تـا پایان مهرماه، ۲۶۵ هزار و ۱۲۴ میلیارد تومان مالیات پیش‌بینی شـده بود که با افزایش وصول درآمدهای مالیاتی در این بخش شـاهد تحقق ۱۰۲ درصدی آن هسـتیم. همچنین از مجمـوع درآمد مالیاتـی ۲۷۰ هزار میلیـارد تومانی هفت ماهه امسـال بیش از ۱۶۹ هزار میلیارد تومـان مربوط به مالیات‌های مستقیم و ۱۰۱ هزار میلیارد تومان مربوط به مالیات بر کالاها و خدمات بوده اسـت. در همین مدت وصول مالیات‌های مستقیم در مقایسـه با سـال گذشته رشـد ۷۰ درصدی داشته است. در هفت ماه امسـال ۱۰۱ هزار و ۸۳۶ میلیارد تومان مالیات از کالا و خدمات وصول شـد که نسبت به مدت مشابه سال گذشته (با رقم ۶۷ هزار و ۵۲۴ میلیارد تومان)، رشـد ۵۱ درصدی را نشان می‌دهد. در بخش مالیات‌های مستقیم نیز سهم مالیات اشخاص حقوقی در هفت ماهه امسـال ۱۱۲ هـزار و ۷۲۱ میلیارد تومان بوده که این آمار نسبت به مدت مشابه سال گذشته (با رقم ۵۹ هـزار و ۹۲۸ میلیارد تومان)، ۸۸ درصد افزایش داشـته اسـت. در زیرمجموعه مالیات اشـخاص حقوقی، ۹ هزار و ۲۲۱ میلیارد تومان از محل علی‌الحسـاب اشخاص حقوقی دولتی و ۸ هزار و ۴۲۶ میلیـارد تومان از محل عملکرد شـرکت‌های دولتی تأمین شده است. همچنین مالیات پرداختی اشخاص حقوقی غیردولتی یا همان شـرکت‌های خصوصی نیز بیـش از ۹۴,۶ هزار میلیارد تومان بوده اسـت. از سـوی دیگر در این مدت، مالیات نهادها و بنیادهای انقلاب اسـلامی بیش از ۱۱۳ میلیارد تومان و مالیات شرکت‌ها و موسسات وابسته به آستان قدس رضوی بیش از ۹۳ میلیارد تومان بوده است.

در بخش مالیات بر درآمد به عنوان یکی دیگر از منابع مالیاتی نیز از ابتدای امسـال تا پایان مهرماه، ۴۶ هـزار و ۵۹۴ میلیارد تومان مالیات وصول شـده که این آمار نسـبت به مدت مشـابه سـال گذشـته که بالغ بر ۳۱ هزار و ۴۵۵ میلیـارد تومان بوده است، رشد ۴۸ درصدی را نشان می‌دهد. در زیرمجموعه مالیات بر درآمد نیـز مالیات بر حقوق کارکنان بخـش عمومی در این هفت ماه به بیش از ۱۰,۷ هزار میلیارد تومان رسـیده؛ در حالی که مالیات حقوق کارکنان بخش خصوصی در همین مدت بیش از ۱۵,۸ هزار میلیارد تومان بوده است. از ابتدای امسال تا پایان مهرماه مالیات وصولی از مشاغل نیز به ۱۶,۷ هزار میلیارد تومان بالغ شـده است. مالیات وصولی از مستغلات نیز به رقم ۲ هزار و ۸۳۳ میلیارد تومان رسیده است.

همچنین مالیات بر ثروت ۲۵ درصد نسـبت به مدت مشـابه سـال گذشته رشد داشته اسـت و مبلغ وصولی در این مدت به ۹ هزار و ۷۴۸ میلیارد تومان رسـیده اسـت. مالیات بر ارث نیز یکی از زیرمجموعه‌های مالیات بر ثروت اسـت که در هفت ماهه امسـال هزار و ۶۸ میلیارد تومان از این محل وصول شده است. جمع مالیات‌های اتفاقـی نیز در این مدت به ۳۲ میلیارد تومان رسیده اسـت. همچنین مالیات بر نقل و انتقال سرقفلی و سهام بـه ترتیب هزار و ۲۷۳ میلیارد تومـان و ۳ هزار و ۲۰۸ میلیارد تومان بوده است. از سـوی دیگر، مالیات بر نقل و انتقال املاک نیـز ۲ هزار و ۵۹۴ میلیـارد تومان و مالیات حقوق تمبر و اوراق بهـادار هم هـزار و ۲۳۷ میلیارد تومان بـرای دولت درآمدزایی داشـته اسـت. همچنین از پایه‌های مالیاتی جدیدی که در این سـرفصل تعریف شده اسـت، وصول مالیات از خانه‌های لوکس ۱۷ میلیـارد تومان، مالیات از خودروهـای لوکس ۳۱۴ میلیارد تومان و مالیات از خانه‌های خالی به یک میلیارد و ۴۰۲ میلیون تومان رسیده است.

ایران در رتبه ۱۴ استرس آبی در جهان قرار دارد

سه‌ضلعی ورشکستگی آبی

فرصت امروز: آبان در فرهنگ ایران باسـتان، ماه آب اسـت و واژه آبان از جمـع آب می‌آیـد. روز دهم آبـان ماه به نام آناهیتـا، ایزد نگهبان آب نام‌گذاری شده و هر ساله در این روز جشنی موسوم به آبانگان در ستایش و پاسداشـت ایزد موکل آب برگزار می‌شـود. با وجود اهمیت و جایگاهی که آب در اندیشـه و فرهنگ ایران زمیـن دارد و به رغم آنکه ۶۶۶ قانون در مدیریـت منابع آب کشـور وجود دارد، اما متاسـفانه از مرحله بحران به مرحله ورشکسـتگی آبی رسـیده‌ایم و صاحب‌نظـران از آب به عنوان بزرگترین چالش حال و آینده ایران یاد می‌کنند. براساس آمارها، ایران در رتبه ۱۴ اسـترس آبی در جهان قرار دارد و این استرس آبی عمدتا تحت تاثیر سـه عامل رشد سریع و الگوی نامناسب استقرار جمعیت، کشاورزی ناکارآمد و سوءمدیریت و عطش توسعه است و می‌توان گفت که منابع آبی ایران به طور جدی از ساختار و توزیع نامناسب منابع آبی رنج می‌برد؛ کما اینکه تمرکز در سه بخش صنعت، کشاورزی صنعتی و همچنین دامداری صنعتی در فلات مرکزی ایران و سه استان تهران، اصفهان و خراسان قرار دارد و همین امر باعث رشـد سریع و الگوی نامناسب استقرار جمعیت و عدم تعادل به ویژه در حوزه آبی چند استان مشخص صنعتی شده است. از سوی دیگر، بخش کشـاورزی که بزرگترین مصرف‌کننده کشور است، بین ۸۰ تا ۹۰ درصد منابع آبی کشور را می‌بلعد و این در حالی است که توسـعه کشاورزی در بسیاری از مناطق به دلیل بحران آب نه‌تنها موجب امنیت غذایی نمی‌شود، بلکه به واسطه صادرات کالاها باعث از دست رفتن منابع آبی خواهد شـد. البته سوءمدیریت تنها در توزیع منابع آبی نیست و دولـت با احداث بنگاه‌های اقتصادی آب‌بـر همانند صنایع فولادی، آن هم در اسـتان‌های دچار تنش آبی نظیر اصفهان عملا به این بحران دامن زده است.

تورم مقرراتی در مدیریت آب

اگرچـه ایران از چند سـال پیش درگیـر بحران آب شـده، اما به نظر می‌رسد در دو سال گذشته با تداوم خشکسالی و کاهش نزولات آسمانی و همچنین بالا رفتن مصرف، از مرحله بحران به مرحله ورشکستگی آبی رسیده‌ایم. گزارش اتاق بازرگانی ایران با عنوان «تحلیل سیستم حکمرانی منابع آب ایران مبتنی بر همبسـت آب، غذا و انرژی» نشـان می‌دهد که مدیریت منابع آب ایران همانند مدیریت فضای کسب‌وکار، با تورم مقررات مواجه اسـت و در مجموع، ۶۶۶ قانون و مقررات شـامل ۷۱ قانون و ۵۹۵ مقرره در قوانین آب کشـور شناسایی شده اسـت. از این تعداد، تنها یک مورد در زمینه علم و فناوری اسـت و تنها سه‌قانون در پیوند آب و انرژی و شـش‌قانون در پیوند آب و غذا (کشاورزی و دامپروری) در میان قوانین مدیریت منابع آب وجود دارد. بررسی این قوانین نشان می‌دهد که توجه به همبسـت آب-غذا-انرژی در سـاختار حکمرانی آب مورد غفلت واقع شده است، اما تصویب قانون و مقرره‌های تکراری در حوزه‌های مختلف و به‌خصوص بخش آبی، چه تبعاتی دارد؟ همواره به نمایندگان و دولتمردان توصیه شـده که در تصویب هر قانون و مقرره جدیـد، به تبعات این کار برای اقتصاد و محیط‌زیسـت ایران توجه کننـد؛ زیرا قوانین و مقررات به شـکلی گسترده و در ابعاد مختلف، اثرات سوئی بر بخش تولید، تجارت و امنیت اقتصادی و زیست‌محیطی می‌گذارند. اولین و محسوس‌ترین نتیجه تصویب و ابلاغ پی‌درپی قانون و مقرره تکراری برای کشـور، از بین رفتن منابع آبی و بالارفتن هزینه‌های تولید است.

مسئله آب مشخصا در سه حوزه غذا و انرژی تاثیرگذار است و از آن تاثیر می‌پذیرد. به همین دلیل، رویکرد همبست آب-غذا-انرژی، چارچوبی برای ایجاد یک‌نظام حکمرانی است که هدف آن، تسهیل مشارکت بین‌بخشی و بهبود و تقویت سیاست‌های منسجم برای برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری است. این نگرش علاوه بر آنکه پیوند مولفه‌های همبست آب، غذا و انرژی را در نظر می‌گیرد، در صدد تقویت مشـارکت بین‌بخشی میان کنشگران اسـت تا سیاستی منسجم برای ایجاد پایداری، دسـتیابی به راهکارهای بهبود بهره‌وری و کارایی ایجاد کند.

دردسرهای حکمرانی آب

این گزارش درباره تاثیر آب بر انرژی می‌نویسـد: شدت وابستگی انرژی به آب، به شـرایط منطقه‌ای و ملی بسـتگی دارد. مثلا برای تولید انرژی، انتخاب نوع حامل انرژی و تکنولوژی مورد اسـتفاده تاثیر زیادی بر میزان آب موردنیـاز این بخـش دارد. در مناطقی که دسترسـی به آب محدود اسـت، تکنولوژی‌هایی اهمیت می‌یابند که کمترین تنش را به منابع آب وارد کنند. انرژی‌های خورشـیدی و بادی از این نوع تکنولوژی‌ها هستند. بـا توجه به مصرف زیـاد آب برای تولید محصولاتی کـه از آنها به‌عنوان سوخت زیستی یاد می‌شود و به علت اینکه فرآوری آنها نیاز آبی مشابهی با پالایش نفت دارد، استفاده از این حامل انرژی پاک به بررسی‌های دقیق در مقیاس منطقه‌ای نیاز دارد. آب مورد استفاده در بخش انرژی به‌ویژه بخش اسـتخراج، تاثیر زیادی بر کیفیت منابع آب دارد. ممکن است آلودگی از طریق دیگری مثل لوله‌های انتقال وارد آب‌های سطحی و زیرزمینی شود. نیروگاه‌های حرارتی از طریق سیسـتم‌های خنک‌کننده باز و نیروگاه‌های برق‌آبی با تغییر حرارت آب و تاثیر بر اکوسیستم بر کیفیت آب تاثیرگذارند. ۷ درصد از تولیدات تجاری انرژی در جهان برای مدیریت تامین آب سالم استفاده می‌شود و به طور متقابل، منابع آب به‌طور فزاینده‌ای برای توسعه بخش انرژی در مراحل مختلف استخراج، پالایش، تبدیل و مصرف نهایی ضروری هستند.

آژانـس بین‌المللی انرژی پیش‌بینی می‌کند که با نرخ دو برابر، نرخ نیاز به انرژی رشـد خواهد یافت. امروزه انرژی برق‌آبی ۲۰ درصد از کل انرژی تولیدی جهان را تامین می‌کند. برای سـاخت سد سطح وسیعی از اراضی اشغال می‌شـود که موجب جابه‌جایی جوامع و زیرساخت‌های موجود در منطقه انتخابی و تغییر کاربری اراضی مذکور خواهد شد و حجم زیادی آب در این راستا تبخیر می‌شود. هرساله نیروگاه‌های حرارتی سهم قابل‌توجهی از برداشـت آب را برای خنک‌سـازی به خود اختصاص می‌دهند و در این فرآیند نیز میزانی آب تبخیر می‌شود. از آنجا که بخش قابل‌توجهی از آب برداشت‌شـده توسط بخش انرژی مصرف نمی‌شود و به منبع بازمی‌گردد، این برداشت‌ها روی اکوسیستم و کیفیت منابع آب منطقه اثرگذار است.

تاثیر انرژی بر آب و آب بر غذا

همچنیـن درباره تاثیر انرژی بـر آب باید گفت که انرژی در بخش‌های مختلف تامین آب تاثیرگذار اسـت. استفاده از آب در صنعت و استفاده از روش‌های نوین آبیاری در بخش کشـاورزی از جمله مواردی است که به وابستگی آب به انرژی در مصرف در محل (تقاضای آب) اشاره دارد. تصفیه فاضلاب و بازچرخانی آن برای استفاده مجدد نیز نیازمند انرژی است. نیاز به انرژی برای مراحل مختلف برداشت و توزیع آب در حال افزایش است و اطلاعات جهانی در این زمینه محدود است که می‌تواند ناشی از تغییرات گسـترده شدت انرژی مصرفی با توجه به نوع منبع و نحوه آبرسانی (مثل آب سـطحی و زیرزمینی)، کیفیت آب برای تصفیه (مثل اسـتفاده از آب دریا) یا راندمان شبکه آبرسانی باشد. طبق آمارها، آمریکا ۱۳درصد از کل انرژی مصرفی را در بخش آب مصرف می‌کند.

نکتـه دیگر، تاثیر آب بر غذاسـت. پیوند میـان آب و غذا جدایی‌ناپذیر است و بخش اعظم مصرف آب جهان (۶۰ تا ۸۰ درصد) مربوط به آبیاری محصولات کشاورزی است. بخش دامداری نیز از مصرف‌کنندگان آب برای تولید محصولات لبنی و گوشـتی است. سـایر مراحل تولید فرآورده‌های غذایی نیز به آب نیاز دارد. طبق گزارش فائو، در سـال ۲۰۵۰ نیاز به غذا به علت رشـد جمعیت ۶۰ درصد افزایش خواهد یافت و با توجه به پیوند این دو بخش، همزمان مصرف آب موردنیاز برای تولید نیز افزایش می‌یابد. ارتباط بین سیسـتم‌های آب و غذا می‌تواند توسط محرک‌های مختلفی تغییر کند. رشد جمعیت، فرهنگ و باورهای اجتماعی و رفتاری در زمینه مصرف آب و غذا، توسـعه فناوری‌ها، شهری شدن، سیاست‌های بخشی و قیمت‌ها، توسعه صنعتی و تغییر اقلیم از مهمترین محرک‌هاست.

افزایش قیمت دلار با بازار مسکن چه می‌کند؟

وقفه پاییزی بازار مسکن

بازار مسـکن پایتخت با رکود معاملاتی دسـت و پنجـه نرم می‌کند و طبق گزارش تازه بانک مرکزی، حجم معاملات مسـکن در شـهر تهران طی مهرماه، ۱۰ درصد نسـبت به شهریورماه کاهش یافت و تورم ماهیانه با رقم ۱,۲ درصد، به حدود یک هشتم اوج رونق بازار مسکن در خردادماه رسید. همچنین میانگین قیمت هر متر خانه در پایتخت به ۴۳,۷ میلیون تومان در هر متر مربع رسـید که ۱,۲ درصد در مقایسـه ماه قبل، رشـد نشـان می‌دهد؛ این در حالی اسـت که مرکز آمار ایـران، میانگین وزنی قیمت هر متر آپارتمان در تهران را ۴۶,۴ میلیون و میانگین حسابی آن را ۴۴,۳ میلیـون تومان اعلام کرد و حجم معاملات مهرماه را ۴ هزار و ۶۱۵ فقره برشـمرد. در سـوی دیگر اما بانک مرکزی، تعداد معاملات مسـکن در ماه گذشـته را ۵ هـزار و ۴۱۶ فقره اعلام کرد کـه کمترین میزان از فروردین ماه بدین سـو به شـمار می‌رود. بدین ترتیب، روند کاهشی نرخ رشـد ماهیانه قیمت در بازار مسکن شـهر تهران که از تیرماه امسال آغاز شده بود، براساس گزارش دو متولی رسمی ارائه آمار در کشور، ادامه پیدا کرد. کارشناسـان اقتصاد مسکن از رکود معمول در نیمه دوم سال، رشد سنگین قیمت خانه، توان خرید پایین متقاضیان و کاهش بازدهی سرمایه در بخش مسـکن به عنوان مهمترین عوامل کسـادی بازار مسـکن شهر تهران یاد می‌کنند.

یک کارشـناس بازار مسکن درخصوص سرنوشت احتمالی بازار مسکن در ادامه سال به ایسنا می‌گوید: مسکن، ارز، طلا و بورس، چهار بازار رقیب هستند که معمولا تحولات آنها بر یکدیگر اثر می‌گذارد. ممکن است وقتی سـرمایه‌ها به سمت دلار می‌رود، مسـکن مقداری متوقف شود اما نهایتا عقب‌ماندگی را جبران می‌کند. به عقیده عباس زینعلی، تغییرات بازار ارز می‌توانـد اثراتی در تـورم ایجاد کند. در یک بـازار واقعی، عرضه و تقاضا متناسـب با یکدیگر هستند، اما اگر سیاست‌های کنترلی دقیق و منظمی برای کنترل عرضه و تقاضا وجود نداشته باشد، فنر بازارها رها می‌شود. در حال حاضر، این تلقی به وجود آمده که تغییراتی در قیمت ارز ایجاد خواهد شد. بنابراین ممکن است تا شش ماه آینده برخی سرمایه‌ها از بخش‌های مولد یا سپرده‌های بانکی به بازار ارز منتقل شود.

او دربـاره اثر نوسـانات احتمالی بازارهای رقیب مسـکن بر این بخش توضیح می‌دهد: معاملات مسـکن دچار رکود شده و احتمالا این روند تا پایان سـال ادامه می‌یابد. حس می‌کنم تغییر نامتجانسی نداشته باشیم و همین روند فعلی تا پایان سـال ادامه پیدا کند. در چنین شرایطی قیمت خانه کاهش نخواهد یافت، اما از صعود شدید آن کاسته می‌شود. در حال حاضر، بسیاری از افراد که می‌خواستند پروژه‌ای را شروع کنند، به سمت بازارهای موازی رفته‌اند برای اینکه سودآوری کوتاه‌مدتی برای‌شان داشته باشـند. مسـکن، ارز، طلا و بورس، چهار بازار رقیب هسـتند که معمولا تحولات آنها بر یکدیگر در میان‌مدت و بلندمدت خود را نشان می‌دهد. در مواردی نیز اثرات بازارها بر یکدیگر فوری اسـت؛ یعنی ممکن است وقتی سـرمایه‌ها به سمت دلار می‌رود، مسـکن مقداری متوقف شود اما نهایتا عقب‌ماندگی را جبران می‌کند.

زینعلی، راهکار تعادل‌بخشی به بخش‌های اقتصادی را ایجاد تناسب بین عرضـه و تقاضا می‌داند و می‌گوید: هم‌اکنون با یک عدم تعادل در بازارها مواجهیم و این بخش‌ها سـنخیت مشابهی دارند. وقتی تولیدات صنایع و بخش‌های مولد در وضعیت مناسـبی قرار ندارد یا کفاف نمی‌دهد، قیمت سهام در بورس نیز نوسانی می‌شود. از آن طرف، مداخلاتی در بورس رخ می‌دهد که از جنس مداخلات در بازارهای طلا و ارز اسـت. این اقدامات، تاثیرات ریشه‌ای نمی‌گذارد. سرمایه‌گذار سریعا خلأها را پیدا می‌کند و به آن سمت می‌رود؛ زیرا به دنبال سود کوتاه‌مدت است. در یک دوره بورس اوج می‌گیرد و سرمایه‌ها به آن سمت می‌رود. در مقطعی، بازار مسکن دچار این وضعیت می‌شود، یک موقع هم در بازار ارز این اتفاق می‌افتد. در ایران کسی به شکل بلندمدت در بورس سرمایه‌گذاری نمی‌کند. همه می‌خواهند سـریع به سود برسند. این باعث خروج سریع از یک بازار و ورود سریع به یک بازار دیگر می‌شود.

این کارشناس اقتصاد مسکن درباره وضعیت این روزهای بازار ساخت و ساز می‌افزاید: بازار مسکن با یک کمبود در عرضه مواجه شده است و تیم فعلی وزارت راه و شهرسازی نتوانسته در یک سال گذشته پاسخ مناسبی بـه تقاضاها بدهد. البتـه افراد خوبی در وزارتخانه هسـتند و تلاش‌هایی هـم صورت داده‌اند ولی ظرفیت چندانی در تیم وزارت راه و شهرسـازی وجـود ندارد که بتوانند کارها را پیش ببرند. بنابراین بعید می‌دانم بتوانند اثرگذاری ایجاد کنند.

رامین گوران، دیگر کارشناس مسکن نیز می‌گوید: عرضه مسکن کاهش یافته و شـهرداری‌ها و وزارت راه و شهرسازی هم به وعده تسهیل صدور پروانه و عرضه نهضت ملی مسـکن در یک سـال گذشته عمل نکرده‌اند. بنابراین به نظر می‌رسـد احتمالا تا پایان سـال ثبات بازار مسـکن ادامه می‌یابد. به گفته گوران، در حال حاضر، توان متقاضیان به قیمت مسـکن نمی‌رسـد. تسهیلات خاصی هم که قیمت‌ها را پوشش دهد، وجود ندارد. در این شرایط انتظار می‌رود که نرخ‌ها به ثبات برسد، اما به هر میزان که هزینه تولید مسـکن افزایش یابد، قیمت نهایی نیـز بالا می‌رود. به دلیل ثبات قیمت مصالح سـاختمانی و کاهش جابه‌جایی‌ها تا پایان سال، بازار ملک آرام است، اما با توجه به سایر مولفه‌های اثرگذار بر قیمت تمام شده ساخت، توقف کامل قیمت‌ها در بلندمدت دور از ذهن است.

سامانه سمات از انباشت مطالبات معوق بانک‌ها پیشگیری می‌کند

کاهش ریسک وام‌دهی با سمات

فرصت امروز: وام‌دهی در سال‌های گذشته برای بانک‌ها و مشتریان به یک چالش مزمن تبدیل شده و در حالی که مشتریان خوش‌حساب برای دریافت وام با موانع زیادی روبه‌رو هستند، بانک‌ها در غیاب نظام اعتبارسنجی شفاف و نبود اطلاعات درخصوص وضعیت اعتباری افراد، ریسک بالایی را با دادن تسهیلات به مشتریان بدحساب متحمل می‌شوند. بنابراین برای پر کردن این شکاف اطلاعاتی میان اعتباردهنده و اعتبارگیرنده، سامانه سمات با هدف نظارت بر تسهیلات اعطایی نظام بانکی از سوی بانک مرکزی شکل گرفته است.

«سامانه متمرکز اطلاعات تسهیلات و تعهدات بانکی» یا همان سمات، از جمله سامانه‌هایی است که بانک مرکزی در چند سال گذشته رونمایی کرده و هدف بانک مرکزی از راه‌اندازی آن، نظارت بر کمیت و کیفیت تسهیلات اعطایی بانک‌هاست. با سامانه سمات، رفتار اعتباری شهروندان در قبال تسهیلاتی که پیشتر دریافت کرده‌اند، کاملا مشخص می‌شود و بانک‌ها علاوه بر آنکه با توجه به سابقه اعتباری مشتریان می‌توانند به راحتی در قبال پرداخت تسهیلات به آنها تصمیم بگیرند، همچنین می‌توانند میزان تسهیلات، تعداد اقساط و آیتم‌های دیگر را هم تعیین کنند. بنابراین سامانه سمات از یکسو، روند دریافت تسهیلات را برای مشتریانی که رفتار اعتباری مناسبی در قبال تعهدات پیشین خود داشته‌اند، آسان‌تر خواهد کرد و از سوی دیگر، از ارائه تسهیلات و تعهدات به مشتریان بدحساب جلوگیری می‌کند. بدین ترتیب، سامانه سمات از انباشت مطالبات معوق بانک‌ها نیز پیشگیری خواهد کرد. بررسی اعطای تسهیلات و دسته چک در شعب بانک‌ها، اعتبارسنجی و ارزیابی نظارتی از دیگر کارکردهای این سامانه است.

ریسک‌های تسهیلات‌دهی بانک‌ها

گزارش نهاد پژوهشی مجلس با عنوان «بررسی عملکرد سامانه متمرکز اطلاعات تسهیلات و تعهدات (سمات) بانک مرکزی» نشان می‌دهد که در سال ۱۴۰۱، مانده تسهیلات حدود ۵۰درصد دارایی‌های شبکه بانکی را تشکیل می‌دهد. بانک‌ها در اعطای تسهیلات با ریسک‌های مختلفی مواجهند که از مهمترین آنها، ریسک اعتباری یا ریسک عدم‌ایفای تعهدات تسهیلات گیرنده است. شرط موفقیت بانک‌ها در مدیریت ریسک اعتباری، دسترسی به اطلاعات اعتباری موثق از متقاضیان تسهیلات است و در سایه دسترسی به اطلاعات صحیح است که بانک‌ها می‌توانند مشتریان خوش‌حساب را تشخیص داده و ریسک اعتباری را مدیریت کنند. اینجاست که سامانه سمات به کار بانک‌ها می‌آید. شناسایی اهلیت اعتباری مشتریان، از جمله روش‌های پیشگیری از ایجاد مطالبات غیرجاری و کاهش ریسک اعتباری است. اعتباردهندگان با مشکلات زیادی برای آگاهی از اهلیت اعتباری مشتریان بالقوه مواجهند. شکاف اطلاعاتی میان اعتباردهنده و اعتبارگیرنده که از آن به عدم‌تقارن اطلاعات یاد می‌شود، باعث خواهد شد تا پدیده انتخاب معکوس پرداخت تسهیلات به افراد فاقد اهلیت، مخاطره اخلاقی عدم‌ایفای تعهد و نکول تسهیلات رخ داده و نهایتا خود را به شکل مطالبات غیرجاری نشان دهد.

زمانی که بانک بخواهد تسهیلات دهد، تنها بخشی از اطلاعاتی را دارد که فرد متقاضی ارائه کرده و بسیاری از اطلاعات متقاضی را در اختیار ندارد. بنابراین در راستی‌آزمایی ادعای مشتری برای پرداخت به موقع اقساط تسهیلات دچار مشکل می‌شود. این مشکل، همان مشکل عدم‌تقارن اطلاعات است و بانک نمی‌تواند فقط به اطلاعاتی که متقاضی تسهیلات ارائه می‌دهد، تکیه کند. از آنجا که قرارداد تسهیلات، یک توافق بازپرداخت در آینده است، متقاضی تسهیلات مایل است تا مشخصات ریسک خود را به درستی نشان ندهد. بنابراین ارزیابی ریسک متقاضی، اهمیت زیادی دارد. حتی وقتی که متقاضی تسهیلات، فرد صادقی است، تسهیلات‌دهنده باز باید ادعایش را ارزیابی کند. به واسطه عدم‌تقارن اطلاعات، بانک‌ها شناخت درستی از مشتریان خود ندارند و ممکن است افراد پرریسک با افراد کم‌ریسک اشتباه شوند. رفع مشکل عدم‌تقارن اطلاعات، هم باعث افزایش کارایی در اعطای تسهیلات بانک‌ها و هم منجر به کاهش ریسک اعتباری آنها خواهد شد.

مزیت اعتبارسنجی در سیاست‌گذاری

همانطور که سامانه سمات در زمینه مدیریت ریسک اعطای تسهیلات از اهمیت بالایی برخوردار است، در زمینه حکمرانی و سیاست‌گذاری نیز اهمیت دارد. بانک مرکزی می‌تواند با استفاده از سامانه سمات بر فرآیندهای اعطای تسهیلات بانک‌ها نیز نظارت کند. به طور مثال، لازمه نظارت بر اجرای مقررات مربوط به تسهیلات و تعهدات کالا یا اشخاص مرتبط، این است که بانک مرکزی بتواند به صورت سیستمی، به اطلاعات تسهیلات و تعهدات دریافتی توسط اشخاص حقیقی و حقوقی دسترسی داشته باشد. همچنین تجمیع داده‌های مربوط به تسهیلات و تعهدات بانک‌ها، شرط لازم برای سیاست‌گذاری اعتباری تلقی می‌شود و سامانه سمات در صورت تکمیل، چنین امکانی را فراهم می‌کند.

در شرایطی که از اهمیت چنین سامانه‌ای آگاه هستیم، این سوال مطرح است که مدل کلان مطلوب این سامانه چگونه است؟ گزارش مرکز پژوهش‌ها در پاسخ می‌گوید: مدل کلان سامانه متمرکز اطلاعات تسهیلات و تعهدات در آیین‌نامه پیشگیری از انباشت مطالبات غیرجاری و سایر مقررات مربوطه، این گونه تعریف شده است که بانک‌ها پس از بررسی‌های اولیه و موافقت با اعطای تسهیلات نسبت به اخذ شناسه پیگیری تسهیلات از بانک مرکزی اقدام می‌کنند. بانک مرکزی به‌صورت سیستمی نسبت به بررسی شرایط متقاضی تسهیلات و احراز عدم‌ممنوعیت آن با استعلام از سایر سامانه‌ها اقدام کرده و در صورت احراز شرایط، نسبت به ارائه شناسه پیگیری تسهیلات به صورت سیستمی به بانک‌ها اقدام می‌کنند. همچنین بانک‌ها پس از دریافت شناسه پیگیری، اطلاعات تکمیلی تسهیلات و تعهدات را به همراه شناسه پیگیری دریافتی برای سامانه ارسال می‌کنند. سپس سامانه سمات به عنوان بانک اطلاعات جامع تسهیلات و تعهدات، اطلاعات مربوطه را جمع‌آوری و بین شبکه بانکی به اشتراک می‌گذارد. از این رو بانک‌ها موظفند قبل از ارائه تسهیلات و تعهدات، وضعیت مشتریان را در سامانه سمات استعلام کنند و در صورتی که مشتری براساس مقررات مربوطه بدحساب شناخته شود، مجاز به ارائه تسهیلات و تعهدات به آنها نیستند.

چالش‌های پنج‌گانه سامانه سمات

با وجود مزایای سمات، این سامانه پنج نقیصه دارد. نقیصه نخست این است که تمام تسهیلات ثبت نمی‌شوند و تسهیلاتی که بانک‌ها و موسسات اعتباری غیربانکی در قالب کارت اعتباری می‌پردازند، در سامانه سمات به ثبت نمی‌رسند، بلکه در سامانه دیگری به نام مکنا (مرکز کنترل نظارت اعتباری) جمع می‌شود. دوم اینکه برخی اقلام اطلاعاتی مهم در سامانه وجود ندارد. گرچه از زمان پیاده‌سازی سمات در طول سال‌ها اطلاعات سامانه بیشتر شده، اما هنوز برخی از اطلاعات موردنیاز برای مقاصد مختلف سیاستی و احتیاطی در سامانه موجود نیست که شامل اطلاعات اقساط پرداختنی (تعداد، میزان و زمان پرداخت اقساط)، اطلاعات زمانی بازپرداخت‌ها، اطلاعات تعداد و میزان اقساط پرداخت نشده و مشخصات مربوط به تخصیص تسهیلات است.

نقص سوم، عدم‌صحت‌سنجی اطلاعات است و اطلاعات درج شده در سمات، ادعایی است که بانک آن را به بانک مرکزی بیان می‌کند. قاعدتا اعتبار این داده‌ها منوط به صحت‌سنجی آن توسط بانک مرکزی است. از آنجا که چنین ارزیابی توسط بانک مرکزی انجام نمی‌شود و تقاطع‌گیری با سایر سامانه‌های اطلاعاتی نیز اتفاق نمی‌افتد، صحت این اطلاعات محل تأمل است. عدم‌ارسال اطلاعات کافی توسط بانک‌ها، نقصان بعدی سمات است. به دلیل اینکه عدم‌ثبت تسهیلات در سامانه ضمانت اجرایی کافی ندارد، طبیعی است که برخی تسهیلات در سامانه ثبت نشوند و برخی بانک‌ها از ارسال کامل اطلاعات تسهیلات و تعهدات به سامانه خودداری کنند. نهایتا عدم‌یکپارچه‌سازی اطلاعات تسهیلات و تعهدات و وجود سامانه‌های متعدد باعث کاهش اثربخشی اطلاعات در راستای ارتقای سیاست‌گذاری شده و لازم است سامانه‌های مرتبط در بانک مرکزی یکپارچه شوند و اطلاعات اعتباری از سامانه‌های مختلف در یک سامانه مثل سمات تجمیع شود. به جای آنکه بانک‌ها در چهار سامانه اطلاعات وارد کنند، یکپارچه‌سازی سامانه‌ها باعث می‌شود با ثبت اطلاعات در یک سامانه، این موضوع در باقی سامانه‌های بانک مرکزی به اشتراک گذاشته شود.

نرخ دلار در بازار متشکل ارزی را کاهش دهید

پیشنهاد کارشناسی به بانک مرکزی

رشد قیمت دلار با وجود تمهیدات بانک مرکزی نظیر عرضه ارز در سامانه برخط بازار متشکل ارزی، انتشار گواهی سکه و امکان خرید ارز از بانک‌ها ادامه دارد و حالا پای یارانه نیز به این ماجرا باز شده است، به طوری که سخنگوی سازمان هدفمندی یارانه‌ها، خریدوفروش ارز را فعالیت اقتصادی اعلام کرده و گفته است: همانطور که تراکنش مالی و درآمد جزو فعالیت اقتصادی است، خرید ارز نیز نیز در این زمره قرار می‌گیرد و بنابراین اطلاعات خریداران ارز در پایگاه اقتصادی خانوار ثبت و به عنوان شاخصی برای دهک بندی درآمد خانوار لحاظ می‌شود.

مهار تقاضای خرید ارز با اهرم تهدید قطع یارانه در حالی است که یک کارشناس اقتصادی، کاهش نرخ دلار در بازار متشکل ارزی را پیش‌نیاز مدیریت بازار ارز می‌داند و می‌گوید: تا زمانی که نرخ ارز در بازار متشکل ارزی بالاست، نمی‌توان انتظار کاهش نرخ دلار در بازار آزاد را داشت. آلبرت بغزیان برای کاهش التهاب قیمت دلار، چند توصیه برای بانک مرکزی دارد و به ایسنا، می‌گوید: بازار ارز مدیریت علمی نمی‌شود و با آن همانند بازارهایی چون خودرو، سهام و... برخورد نمی‌شود و این تصور وجود دارد که با عرضه و تقاضا می‌شود بازار ارز را مدیریت کرد؛ در حالی که تغییرات نرخ ارز بر سایر قیمت‌ها اثر می‌گذارد و همانند بازار خودرو و مسکن نیست که تغییرات قیمتی در آنها به سایر بازارها سیگنال ندهد.

او با بیان اینکه بر روند تخصیص ارز برای واردات نظارت وجود ندارد، ادامه می‌دهد: ارز ۴۲۰۰ تومانی برای این حذف شد که رانت از بین برود، اما همچنان بین نرخ ارز نیمایی و بازار آزاد اختلاف وجود دارد و حتی این اختلاف بیشتر هم شده است. برنامه‌ای برای ثبات یا کاهش نرخ ارز وجود ندارد و این موضوع فعالان اقتصادی، صادرکنندگان و واردکنندگان را با بلاتکلیفی مواجه می‌کند. باید پیش از اینکه سامانه برخط بازار متشکل ارزی برای خرید ارز فعال می‌شد، عرضه ارز افزایش می‌یافت؛ زیرا مشاهده شد بعد از آغاز فعالیت این سامانه نه تنها نرخ‌ها کاهشی نشد بلکه با افزایش هم مواجه شد.

بغزیان، عمده دلایل روند افزایشی بازار ارز طی روزهای اخیر را عدم مدیریت و نظارت بر این بازار می‌داند و اضافه می‌کند: در این شرایط، بانک مرکزی باید نرخ ارز در بازار متشکل را کاهش و سهمیه ارزی را افزایش دهد و واردکننده‌ای که ارز با نرخ پایین‌تر می‌گیرد باید کالای خود را با همان نرخ بفروشد. به اعتقاد وی، با افزایش عرضه ارز، نرخ‌ها در بازار ارز پایین نمی‌آید؛ زیرا تا زمانی که نرخ ارز در بازار متشکل ارزی بالاست، نمی‌توان انتظار کاهش نرخ دلار در بازار آزاد را داشت.

یکی از تمهیدات ارزی بانک مرکزی برای کنترل قیمت دلار، امکان فروش ارز سهمیه‌ای در شعب چهار بانک ملت، صادرات، تجارت و ملی است و گزارش‌های میدانی از شعب تعیین شده این بانک‌ها نشان می‌دهد که فروش ارز در این شعب شروع شده و هر کدام ساز و کار خود را دارند. هفته قبل بود که بانک مرکزی از ابلاغ بخشنامه فروش ارز سرفصل سایر در این چهار بانک از روز پانزدهم آبان خبر داد و اعلام کرد که فروش ارز (اسکناس) به متقاضیان حداکثر به مبلغ ۲ هزار یورو یا معادل آن به دلار و به نرخ اعلامی توسط اداره صادرات این بانک با ارائه کارت ملی متقاضی امکان‌پذیر است. حال گزارش میدانی ایسنا نشان می‌دهد که فروش ارز در این بانک‌ها با نرخ توافقی شروع شده و البته هر کدام از شعب بانک‌ها ساز و کار مربوط به خود را دارند. چنانکه شرط خرید ۲ هزار دلار در بانک ملی این‌گونه است که متقاضیان واجد شرایط می‌توانند پس از ثبت درخواست و خرید ارز از طریق اپلیکیشن «بله»، ارز خود را از طریق یکی از شعب تعیین شده بانک ملی دریافت کنند. همچنین بررسی وضعیت فروش ارز در بانک صادرات نیز حاکی از آن است که متقاضیان با در دست داشتن کارت ملی و کارت بانک صادرات می‌توانند به شعب تعیین شده این بانک مراجعه کنند و ارز بگیرند.

مشاهدات میدانی از شعب تعیین شده بانک تجارت برای فروش ارز نیز نشان می‌دهد که متقاضیان باید مدارکی چون کارت ملی، کارت بانکی و سیم‌کارت به نام خود به همراه داشته باشند و خرید کنند. همچنین بانک ملت از دیگر بانک‌های تعیین شده برای فروش ارز به مردم است و شعب منتخب این بانک نیز از امروز فروش ارز را شروع کرده‌اند. گفتنی است نرخ فروش این ارز هر دو ساعت یکبار تغییر می‌کند، اما براساس آخرین اعلام تا زمان تنظیم این گزارش، ۳۴ هزار و ۶۰۰ تومان است.

بانک‌نامه

عرضه اوراق سکه بازار را آرام می‌کند؟

افت ۳۵۰ هزار تومانی سکه

عرضه اوراق سکه در بورس کالا در حالی از روز سه‌شنبه آغاز شده است که قیمت سکه و طلا در این روز روندی کاهشی داشت و قیمت سکه امامی بیش از ۲ درصد و قیمت نیم سکه و ربع سکه نیز بیش از یک درصد افت قیمت را تجربه کردند. بر همین اساس، هر قطعه سکه طرح جدید با کاهش ۳۵۰ هزار تومانی نسبت به روز قبل به قیمت ۱۶ میلیون و ۱۵۰ هزار تومان رسید. سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم نیز با افزایش ۱۵۰ هزار تومانی نسبت به روز قبل با رقم ۱۵ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان خرید و فروش شد. همچنین نیم سکه ۸میلیون و ۹۰۰ هزار تومان، ربع سکه ۵ میلیون و ۸۵۰ هزار تومان و سکه یک گرمی ۳ میلیون و ۳۰۰ هزار تومان قیمت خورد. در بازار طلا نیز نرخ هر گرم طلای ۱۸ عیار به یک میلیون و ۴۶۳ هزار تومان رسید و قیمت هر مثقال طلا ۶ میلیون و ۳۴۰ هزار تومان شد. بهای هر انس طلا در بازارهای جهانی نیز یک هزار و ۶۷۳ دلار و ۳۷ سنت اعلام شد. روند صعودی قیمت دلار با وجود کاهش قیمت انس طلا در بازارهای جهانی می‌تواند امیدها به کاهش قیمت طلا و سکه در بازار داخلی به رغم عرضه اوراق سکه در بورس کالا را تضعیف کند. بانک مرکزی اعلام کرده هر خریدار حقیقی حداکثر می‌تواند معادل ۱۰۰ سکه تمام بهار آزادی طرح جدید را در قالب این اوراق بخرد. همچنین بانک مرکزی متعهد شده این اوراق در بازار ثانویه بورس کالای ایران به قیمت روز نقد شود. کاستن از عطش تقاضا در بازار از اهداف سیاست‌گذار برای عرضه این اوراق است، اما اثر کاهشی اجرای این سیاست بر بازار این فلز گرانبها با وجود صعود قیمت دلار، مبهم به نظر می‌رسد.

رئیس کمیته فقهی سازمان بورس خبر داد

پذیرش شرط بورسی‌ها برای اوراق سکه

رئیس کمیته فقهی سازمان بورس، شرط موافقت با عرضه سکه در بورس را اعلام کرد. غلامرضا مصباحی مقدم با بیان اینکه دستورالعمل عرضه گواهی سکه در بورس توسط بانک مرکزی اصلاح شد، گفت: نظر ما این است که خریداران سکه از تحویل سکه محروم نشوند، بلکه باید امکان تحویل سکه در موعد فراهم شود. در این صورت عرضه گواهی سکه را مشروع می‌دانیم و انتشار آن بلامانع است. بانک مرکزی هم با این موضوع موافقت کرده است. عرضه گواهی سکه یکی از راهکارهای بانک مرکزی برای کنترل نرخ ارز است. اوراق سکه بانک مرکزی معاف از مالیات بوده و کلیه اشخاص حقیقی می‌توانند حداکثر معادل ۱۰۰ سکه تمام بهار آزادی طرح جدید و همچنین صندوق‌های سرمایه‌گذاری طلا بدون محدودیت، نسبت به خرید این اوراق اقدام کنند. سررسید اوراق سکه بانک مرکزی، شش ماه پس از عرضه اولیه، با تسویه نقدی در سررسید بوده و قیمت تسویه نقدی اوراق نیز معادل میانگین موزون قیمت‌های پایانی تمامی گواهی‌های سپرده سکه بانک‌ها و اوراق سکه بانک مرکزی در بورس کالای ایران در آخرین جلسه معاملاتی خواهد بود. معاملات ثانویه اوراق سکه مرکزی، در بورس کالای ایران انجام می‌شود و دارندگان اوراق در صورت تمایل به فروش اوراق زودتر از سررسید، می‌توانند اوراق سکه خود را در بورس کالای ایران، به قیمت روز به فروش برسانند. بانک مرکزی تسویه نقدی اوراق در سررسید و همچنین نقدشوندگی این اوراق در بازار ثانویه بورس کالای ایران به قیمت روز را متعهد می‌شود. طبق اعلام بانک مرکزی، اوراق سکه بانک مرکزی علاوه بر امکان سرمایه‌گذاری در طلا، قابلیت توثیق در شبکه بانکی برای اخذ انواع تسهیلات را نیز دارد.

در فراکسیون انقلاب اسلامی مطرح شد

وعده صالح‌آبادی برای آرامش ارز

سخنگوی فراکسیون انقلاب اسلامی مجلس با اشاره به حضور رئیس بانک مرکزی در جلسه سه‌شنبه این فراکسیون گفت طبق توضیحات صالح‌آبادی، دولت در روزهای آتی در چارچوب اقدامات مداخله‌ای در بازار با همکاری صادرکنندگان و عرضه‌کنندگان ارز به سمت ایجاد آرامش و کاهش نوسانات ارزی و مقابله با دلالان و نوسان‌سازان حرکت خواهد کرد. ابوالفضل عمویی در توضیح جلسه فراکسیون انقلاب اسلامی افزود: فراکسیون انقلاب اسلامی جلسه‌ای با رئیس کل بانک مرکزی با توجه به التهابات ارزی و حساسیت پیش آمده ناشی از شرایط فعلی بازار تشکیل داد. در این جلسه ۱۵ نفر از نمایندگان به بیان نظرات، دیدگاه‌ها و نظرات خود درخصوص نحوه عملکرد بانک مرکزی در بازار ارز و ضرورت تقویت عملکرد بانک‌ها پرداختند. سپس مباحث کارشناسی درخصوص چگونگی مدیریت بازار و کنترل نرخ دلار ارائه شد. عمویی ادامه داد: در این جلسه صالح‌آبادی با اشاره به تحولات روز دنیا و جنگ اوکراین و تاثیر این وقایع بر تورم جهانی و افزایش تورم در اکثر کشورهای دنیا توضیح داد که پس از بحران اوکراین شاهد کاهش ارزش پول ملی بیشتر کشورها در برابر دلار و تضعیف یورو، پوند، لیر و بسیاری از ارزها در برابر دلار بودیم به طوری که به ترتیب؛ لیر، پوند و یورو، ۱۰۸ درصد، ۳۲ درصد و ۲۲ درصد در برابر دلار تضعیف شده‌اند. طبق گزارش صالح‌آبادی، وضعیت تخصیص ارز برای واردات در سامانه نیما با قیمت متعادل حدود ۲۷ تا ۲۸ هزار تومان با روانی تداوم دارد و کالاهای مورد نیاز وارداتی کشور با این قیمت تامین ارز می‌شود و از ابتدای سال ۲۶ میلیارد دلار در این سامانه برای مایحتاج اصلی تامین شده است. دولت در روزهای آتی در چارچوب اقدامات مداخله‌ای در بازار با همکاری صادرکنندگان و عرضه‌کنندگان ارز به سمت ایجاد آرامش و کاهش نوسانات ارزی و مقابله با دلالان و نوسان‌سازان حرکت خواهد کرد. به گفته وی، بنا به گزارش صالح‌آبادی، شرایط فروش نفت نیز نسبت به گذشته مطلوب بوده و بانک مرکزی در تامین ارز وارداتی در چارچوب سامانه نیما و بازار متشکل ارزی مشکلی ندارد. همچنین مقرر شد به منظور بررسی بیشتر عملکرد بانک مرکزی در حوزه مدیریت بازار ارز و همچنین نظارت بر بانک‌ها و تسهیلات ارائه شده، جلسات دیگری در چارچوب فراکسیون اکثریت مجلس تشکیل شود و با توجه به حساسیت فراکسیون بر کنترل بازار و کاهش فشار بر مردم، این جلسات تداوم یابد.

فراخوان مناقصه عمومی یک مرحله ای
زیرسازی معابر دهیاری دهنمک
نوبت دوم

دهیاری دهنمک درنظردارد مناقصه عمومی یک مرحله ای زیرسازی معابر به استناد شماره مصوبه ۳۸۰۱.۲ مورخ ۱۴۰۱.۰۲.۱۳ و به شماره ۲۰۰۱۰۹۵۰۵۶۰۰۰۰۰۵ و با فرایند ارجاع کار (ضمانتنامه) با مبلغ ۲۲۰۸۲۵۹۳۰ ریال را ازطریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید. کلیه مراحل برگزاری مناقصه ازدریافت اسنادمناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکت ها ازطریق درگاه سامانه الکترونیکی دولت(ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهدشد و لازم است مناقصه گران درصورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام درسایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی راجهت شرکت درمناقصه محقق سازند، تاریخ انتشار مناقصه درسامانه ۱۴۰۱.۰۸.۰۹ می باشد. ضمنا هزینه انتشار آگهی با برنده مناقصه است.
آخرین مهلت زمان دریافت اسنادمناقصه ازسایت: روز یکشنبه ۱۴۰۱.۰۸.۱۵
آخرین مهلت زمان ارائه ضمانتنامه : روز شنبه ۱۴۰۱.۰۸.۲۸
مهلت بازگشایی پاکت ها: روز یکشنبه ۱۴۰۱.۰۸.۲۹
اطلاعات تماس دستگاه مناقصه گزار جهت دریافت اطلاعات بیشتر درخصوص اسنادمناقصه و ارائه پاکت های الف: استان مرکزی، شهرستان اراک، دهیاری روستای دهنمک شماره تماس ۰۹۱۸۳۶۳۶۶۷۵
تاریخ چاپ نوبت اول: ۱۴۰۱.۰۸.۰۹
تاریخ چاپ نوبت دوم: ۱۴۰۱.۰۸.۱۸
دهیاری دهنمک
۸۹۰

بورس‌نامه

بورس چگونه به روند صعودی بازگشت؟

ردپای دلار و قیمت جهانی در رشد بورس

در تغییر روندی که طی دو هفته گذشته در بورس تهران اتفاق افتاده است، شاخص کل بورس از محدوده یک میلیون و ۲۵۰ هزار واحد به حوالی یک میلیون و ۴۱۰ هزار واحد رسیده است. این رشد بورس در هفته گذشته مرهون حمایت از نمادهای شاخص‌ساز بود، اما در هفته جاری اوضاع به نفع کلیت بازار تغییر کرد و به سبزپوش شدن اغلب نمادهای بورسی منجر شد. البته در جلسه معاملاتی روز گذشته (سه‌شنبه)، روند بازار بار دیگر به زیان اکثریت نمادها تغییر کرد و آخرین قیمت معاملات اغلب نمادهای بورسی به کمتر از قیمت پایانی آنها رسید. از سوی دیگر نیز سایه سنگین ریسک‌هایی همچون نزدیک بودن ارائه لایحه بودجه سال آینده و تصمیمات دولت در لایحه بودجه باعث نگرانی بورس‌بازان و سهامداران شده است. با وجود این، سوال این است که بورس چگونه طی دو هفته اخیر به روند صعودی بازگشت و مهمترین دلایل رونق بورس در روزهای گذشته چیست؟

روز شنبه بازار سرمایه پس از مدت‌ها یک صعود جان‌دار را تجربه کرد؛ به طوری که دامنه این صعود به اواسط هفته نیز کشیده شد و شاخص کل بورس در معاملات روز سه‌شنبه دوباره کانال یک میلیون و ۴۰۰ هزار واحد را فتح کرد؛ اتفاقی که چند دلیل در رخداد آن نقش داشتند؛ از قیمت دلار گرفته تا خرید سهم توسط صندوق توسعه ملی. به گزارش ایسنا، روند صعودی بازار سرمایه از هفته گذشته آغاز شد، اما در روز شنبه سهامداران شاهد صعود ۴۴ هزار واحدی شاخص کل بودند؛ اتفاقی که پس از مدت‌ها دوباره نگاه‌ها را به سمت تابلوی بورس برگرداند و باعث افزایش حجم و ارزش معاملات شد. این روند در سایر روزهای هفته جاری نیز ادامه یافت و شاخص کل بورس در معاملات روز دوشنبه به رشد ۴۴ هزار واحدی و در معاملات سه‌شنبه به رشد ۱۷ هزار واحدی رسید تا مجددا به کانال یک میلیون و ۴۰۰ هزار واحد بازگردد.

به اعتقاد برخی کارشناسان، یکی از دلایل اتفاق مذکور، سرایت تب دلار به بورس بود؛ دلاری که در بازار آزاد غیررسمی، سقف تاریخی خود را شکست؛ در حالی که دلار نیمایی تا چند روز پیش هنوز خود را با این شرایط وفق نداده بود. از طرف دیگر، از هفته گذشته استارت صعود قیمت‌های جهانی کامودیتی‌ها نیز زده شد که این اتفاق تاثیر مستقیمی روی سهام‌های دلارمحور دارد. همچنین هفته قبل یک مصوبه ۱۰ بندی از سوی سازمان بورس برای حمایت از بازار سرمایه ارائه شد که البته کارشناسان، شرط موفقیت آن را اجرای همه بندها و حمایت دولت و مجلس می‌دانند.

در کنار همه این عوامل می‌توان به ورود صندوق توسعه ملی به بازار سرمایه نیز اشاره کرد. البته پیش از این نیز اقدام صندوق توسعه ملی در واریز مبالغ ماهانه به صندوق تثبیت بازار در روند حرکت بورس نقش داشت، اما حدود چند روز است که شاهد ایفای نقش جدیدی توسط این صندوق هستیم. در این راستا اخیرا مجید عشقی، رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار اعلام کرد که صندوق توسعه ملی برای اولین بار با کد معاملاتی خود، در بورس تهران سهام خریداری کرد. البته مسئولان صندوق توسعه ملی نیز پیش از این بارها از ورود به بازار سرمایه و خرید سهم‌های دلاری با هدف حفظ و افزایش سرمایه این صندوق خبر داده بودند. هیأت امنای این صندوق نیز خرید سهام را مصوب کرده‌اند؛ چراکه اساسنامه این صندوق، سرمایه‌گذاری در بازارهای پولی - مالی داخلی و خارجی را مجاز می‌داند.

بدین ترتیب، همه این عوامل باعث شد در چند روز اخیر شاهد خروج نقدینگی از صندوق‌های با درآمد ثابت و ورود پول‌ها به سمت بازار سرمایه باشیم؛ به طوری که بسیاری از سهم‌های بنیادی و بزرگ در چند روز اخیر پس از مدت‌ها در صف خرید قرار گرفتند. با این حال به اذعان فعالان بازار سرمایه همچنان سایه ریسک‌هایی از جمله نزدیک بودن ارائه لایحه بودجه و تصمیمات دولت بر سر بورس سنگینی می‌کند.

معاون اداری و اعتبارات بانک مرکزی پاسخ داد

چطور از بورس کالا اوراق سکه بخریم؟

به گفته معاون اداری و اعتبارات بانک مرکزی، هر شخصی که در بازار سرمایه از کد بورسی برخوردار باشد و امکان معامله را داشته باشد، می‌تواند نسبت به خرید این اوراق اقدام کند. عمرانی، معاون اداره اعتبارات بانک مرکزی در گفت‌وگو با شبکه خبر سیما، درخصوص اهداف عرضه اوراق سکه در بورس کالا و تاثیری که این عرضه بر روند قیمت سکه در بازار خواهد داشت، گفت: تنوع‌بخشی در سبد سرمایه‌گذاری مردم، یکی از اصلی‌ترین اهداف انتشار این اوراق است. تمامی اشخاص حقیقی و صندوق‌های سرمایه‌گذاری طلا می‌توانند نسبت به خرید این اوراق اقدام کنند. هر شخص حقیقی می‌تواند نسبت به خرید ۱۰۰ سکه و صندوق‌های طلا نیز بدون محدودیت نسبت به خرید این اوراق اقدام کنند.

او درخصوص شرایط خرید این اوراق تصریح کرد: بازار سرمایه از ساختار شفافی برخوردار است و هر شخصی که در این بازار از کد بورسی برخوردار باشد و امکان معامله را داشته باشد، می‌تواند نسبت به خرید این اوراق اقدام کند؛ بنابراین محدودیتی برای اشخاص حقیقی لحاظ نشده است.

عمرانی با اشاره به سررسید شش ماهه اوراق سکه خاطرنشان کرد: به دلیل لزوم نگهداری حسابداری این اوراق در بانک مرکزی و بورس کالا، بی‌تردید از قواعد ویژه خود برخوردار است. این اوراق براساس ضوابط بورس کالا منتشر خواهد شد و از آنجا که هر اوراقی دارای یک سررسید مشخص است و در یک روز مشخص منتشر خواهد شد، بنابراین سررسید مشخصی هم خواهند داشت. اوراق سکه از هفدهم آبان ماه منتشر می‌شوند و سررسید آن به مدت شش ماه ادامه خواهد داشت.

وی با بیان اینکه سررسید این اوراق ۱۷ اردیبهشت ۱۴۰۲ است، افزود: خریداران این اوراق، دو روش پیش رو دارند؛ آنها می‌توانند با توجه به اینکه خرید فیزیکی سکه طلا از مشکلات خاص خود برخوردار است، این اوراق را تا سرسید نگه دارند یا اینکه خریداران در معاملات ثانویه این اوراق که پس از عرضه اولیه امکان آن فراهم خواهد شد، اوراق سکه خود را به قیمت بازار به فروش برسانند.

شاخص کل بورس تهران از مرز ۱.۴ میلیون واحدی عبور کرد

موج صعودی در تالار شیشه‌ای

فرصت امروز: در معاملات چهارمین روز هفته، ۱۷ هزار واحد دیگر به حساب شاخص کل بورس تهران واریز شد تا دماسنج اصلی تالار شیشه‌ای با رشد ۱,۳۲ درصدی به کانال ۱,۴ میلیونی برسد. با رشد ۱۷ هزار و ۹۸۷ واحدی شاخص کل بورس در معاملات سه‌شنبه، میزان رشد نماگر اصلی بازار طی ۹ روز معاملاتی گذشته به بیش از ۱۶۵ هزار واحد رسید که یک رکورد جدید در رشد روزانه بورس طی دو سال گذشته به شمار می‌رود. البته در معاملات روز گذشته با افزایش عرضه سهام که عمدتا ناشی از فروش کوتاه‌مدتی‌ها و نوسان‌گیران بود، روند صعودی بورس با وقفه مواجه شد و آخرین قیمت معاملات اغلب نمادهای بورسی به کمتر از قیمت پایانی آنها رسید تا تردیدها در مورد احتمال پایان دوره رشد حمایتی بورس تقویت شود.

از فردای روز ۲۷ اردیبهشت ماه امسال که شاخص کل بورس تهران به مرز ۱,۶ میلیون واحدی رسید، دوره اصلاح بورس کلید خورد و شاخص کل بورس تا تاریخ ۷ آبان ماه در یک سراشیبی قیمتی به ارتفاع یک میلیون و ۲۴۱ هزار واحد رسید تا در مجموع حدود ۳۶۵ هزار واحد از ارتفاع خود را در یک دوره حدود شش ماهه از دست دهد، اما پس از وضعیت کابوس‌وار بورس در هفته اول آبان، سیاست‌گذار بورسی دست به کار شد و با رونمایی از یک بسته حمایتی ۱۰ بندی از ابتدای هفته دوم آبان ماه به موازات رشد قیمت دلار در بازار آزاد تهران و افزایش قیمت کامودیتی‌ها در بازارهای جهانی مجددا روند صعودی نماگرهای بورسی آغاز شد، به طوری که شاخص کل بورس طی ۹ روز معاملاتی ۱۶۵ هزار واحد افزایش یافت و با یک رشد کم‌سابقه به سطح ۱,۴ میلیونی بازگشت. رشد سریع و کم نظیر شاخص‌ها در این چند روز باعث شده تا بخش زیادی از کاهش ارتفاع آنها در شش ماه گذشته (از پایان اردیبهشت تا پایان هفته اول آبان) جبران شود و در صدر آنها، نماگر اصلی بازار یک بازگشت پرقدرت به کانال صعودی را تجربه کند.

استمرار حال خوب بورس

این روزها بازارهای مالی در یک روند صعودی همپای یکدیگر حرکت می‌کنند. در حالی که قیمت دلار در بازار آزاد تهران در یک تجربه تاریخی به محدوده ۳۶ هزار تومان رسیده و متعاقب آن، قیمت سکه وارد کانال ۱۶ میلیون تومانی شده است، به مدد بسته حمایتی سازمان بورس و اهرم رشد قیمت دلار، کلیت بازار سهام با رشد مساعد تقاضا و قیمت مواجه شده است. در هفته نخست آبان، وضعیت بورس دلهره‌آور و ناامیدکننده بود، اما از هفته دوم اوضاع این بازار به‌شدت تغییر کرده و بعد از مدت‌ها، شاخص کل بورس تهران با رشدهای قابل‌توجهی مواجه شده است.

از روز چهارم آبان که شاخص کل بورس با رسیدن به رقم یک میلیون و ۲۴۱ هزار واحدی، ترس بزرگی به دل سهامداران انداخت، سازمان بورس با همراهی وزارت اقتصاد و سایر ارکان دولت دست به کار شد و اگرچه رونمایی از بسته حمایتی سیاست‌گذار بورسی در ابتدا فقط توانسته بود شاخص کل بورس را مثبت کند، اما در ادامه با جهش قیمت دلار به بالای ۳۴ هزار تومان در بازار آزاد، محرک تورمی موردنیاز بازار برای برگشت پرقدرت بورس فراهم شد و تنها در معاملات اولین روز از هفته سوم آبان (شنبه ۱۴ آبان)، شاخص کل به رشد ۳,۴۵ درصدی رسید و ضمن بازگشت دوباره به کانال یک میلیون و ۳۰۰ هزار واحد، بهترین رشد روزانه بورس در ۲۰ ماه اخیر را رقم زد، به طوری که این بازدهی روزانه از کل بازدهی هفته گذشته شاخص کل بیشتر بود و حدود ۲۸۸ میلیارد تومان در همین روز به رگ‌های بورس تهران تزریق شد. از ۲۵ بهمن ماه ۱۳۹۹ که شاخص کل بورس رشد روزانه ۳,۹ درصدی را ثبت کرده بود، تاکنون هیچ‌گاه رشد روزانه بورس به حوالی ۳,۵ درصد نرسیده بود. هرچند که در ادامه معاملات هفته جاری، بار دیگر این اتفاق تکرار شد و با رشد ۳,۳۵ درصدی شاخص کل بورس در معاملات روز دوشنبه، رکورد بیشترین رشد روزانه بورس برای دومین بار در هفته شکست. این شتاب در رشد روزانه بورس نشان می‌دهد که قیمت سهم‌ها ارزنده شده و بورس بازان حرفه‌ای به صف‌های خرید بازگشته‌اند. با وجود استمرار حال خوب بورس اما به نظر می‌رسد بازار سهام همچنان از چشم‌انداز مبهم اقتصادی و بلاتکلیفی مذاکرات احیای برجام در هراس است و احتمالا در چند هفته آینده نیز انتشار لایحه بودجه سال ۱۴۰۲ به مجموع نگرانی‌های بازار افزوده می‌شود و می‌تواند اما و اگرهایی را در تداوم این مسیر صعودی به وجود بیاورد.

شارژ دلاری بورس تهران

با وجود تمهیدات بانک مرکزی، التهاب بازار ارز همچنان فروکش نکرده و قیمت دلار آزاد در حال حاضر به محدوده بالای ۳۶ هزار تومان رسیده است. همگام با رشد دلار، بازار سهام نیز با متناسب‌سازی ارزش خود با دلار، مسیر صعودی را در پیش گرفته و البته بررسی ارزش دلاری بازار نشان می‌دهد که با وجود رشد قابل‌توجه شاخص کل و بالارفتن ارزش بازار همچنان کل رشد قیمت دلار در بازار تخلیه نشده است و ارزش بازار سهام از منظر دلاری هنوز جای رشد دارد. به موازات سقف‌شکنی قیمت دلار، بسته ۱۰ بندی سازمان بورس که از ابتدای هفته گذشته رونمایی شده و بخش مهمی از مفاد آن به تزریق نقدینگی و بیمه سبد سهام با انتشار اوراق تبعی اختصاص دارد، ثبات بیشتری برای معاملات بورس به ارمغان آورده و از تورم صف‌های فروش کاسته است. یکی از مفاد این بسته حمایتی، تداوم تزریق نقدینگی از صندوق توسعه ملی به بورس است که به واسطه جذابیت قیمت سهام، هم به نفع صندوق است و هم به نفع بازار. براساس آمارها، از ابتدای هفته گذشته حدود ۴,۵ هزار میلیارد تومان نقدینگی به بازار تزریق شده که به اعتقاد تحلیلگران، یکی از دلایل رشد بازار بوده و احتمالا توسط صندوق توسعه ملی تزریق شده است.

ورای همه اتفاقات بازار سهام، یکی از مهمترین عوامل محرک قیمت سهام و ارزش معاملات در شرایط فعلی، صعود قدرتمند دلار در بازار آزاد است که بنا به همبستگی شدید آن با ارزش بازار سهام، محرک مورد نیاز برای رشد این بازار را فراهم کرده است. در حال حاضر، قیمت دلار آمریکا در بازار آزاد تهران به رغم بسته سیاستی بانک مرکزی همچنان در محدوده بالای ۳۶ هزار تومان است و همچنان می‌تواند انگیزه‌ای برای رشد بورس باشد. ضمن اینکه حتی با توقف رشد قیمت دلار نیز امکان رشد قیمت بورس به دلیل تزریق نقدینگی و اصلاح شرایط روحی بازار وجود دارد، اما نکته مهمی که کارشناسان بر آن تاکید دارند، این است که بازار سهام همچنان از جانب ریسک‌های سیاسی و به ویژه بلاتکلیفی مذاکرات احیای برجام آسیب‌پذیر است و البته لایحه بودجه سال آینده نیز می‌تواند بهانه‌ای برای افت و خیز دوباره بازار فراهم کند.

اما و اگرها درباره ادامه روند صعودی بورس

نوسان‌گیران بورس مشغول کارند

نیمه دوم فصل پاییز در بورس تهران با رشد شاخص‌های بورسی آغاز شده و این روند صعودی ادامه دارد. پس از پنج روز سبز در هفته گذشته و چهار روز سبز در این هفته حالا مجموع رشد متوالی نماگر اصلی بازار به ۱۶۵ هزار واحد طی ۹ روز معاملاتی رسیده و به نظر می‌رسد این روند صعودی تحت تاثیر رشد شاخص ارزی و تاثیر روانی بسته حمایتی سازمان بورس در روزهای پیش رو - دست کم تا قبل از رونمایی از لایحه بودجه سال ۱۴۰۱ - ادامه خواهد داشت. البته در معاملات روز گذشته بورس تهران، با افزایش عرضه سهام که عمدتا ناشی از فروش کوتاه‌مدتی‌ها و نوسان‌گیران بود، روند صعودی بورس با وقفه مواجه شد و آخرین قیمت معاملات اغلب نمادهای بورسی به کمتر از قیمت پایانی آنها رسید. در حقیقت، سرنوشت بورس را در معاملات روز سه‌شنبه، سهامداران کوتاه‌مدت و نوسان‌گیران رقم زدند و در شرایطی که فعالان بازار امیدوار به تغییر کلی روند بازار سهام و استمرار حمایت‌های سازمان بورس بودند، روند بازار بار دیگر به زیان اکثریت نمادها تغییر کرد و برخی از آنها را با وجود قیمت پایانی مثبت، به دامنه منفی کشاند. سیو سود سهامداران کوتاه‌مدت و نوسان‌گیر، مهمترین عاملی بود که در جلسه معاملاتی سه‌شنبه به افزایش عرضه و عقب‌نشینی قیمت‌ها منجر شد، اما شاخص کل حتی با این اتفاق نیز توانست سبزپوشی خود را حفظ کند و مثبت بماند. حال این سوال در نزد کارشناسان و بورس‌بازان مطرح شده که آیا تغییر روند دیروز بازار سهام به معنای پایان دوره رشد حمایتی بورس است، یا با دست‌به‌دست شدن سهام می‌توان به تداوم روند صعودی آن همچنان چشم داشت و امیدوار بود؟ سوت پایان معاملات بورس تهران در چهارمین روز هفته در حالی به صدا درآمد که نماگر اصلی بازار به رشد ۱,۳۲ درصدی و نماگر هم‌وزن به رشد ۰,۸۱ درصدی رسید. در جریان معاملات روز سه‌شنبه ۱۷ آبان ماه، شاخص کل بورس تهران با ۱۷ هزار و ۹۸۷ واحد افزایش در ارتفاع یک میلیون و ۴۰۷ هزار واحد ایستاد. شاخص هم‌وزن نیز با ۳ هزار و ۱۰۰ واحد افزایش، رقم ۳۹۶ هزار و ۲۱۰ واحد را به ثبت رساند. بیش از ۱۳ میلیارد و ۹۴۰ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۷۳ هزار و ۴۷۱ میلیارد ریال در بورس اوراق بهادار تهران دادوستد شد. گروه خودرو در معاملات این روز با ۱۰۲ هزار و ۲۴۵ معامله به ارزش ۱۱ هزار و ۹۰۳ میلیارد ریال در صدر گروه‌های بورسی نشست. همچنین گروه فرآورده‌های نفتی با ۵۰ هزار و ۴۹۴ معامله به ارزش ۷ هزار و ۵۰۷ میلیارد ریال، گروه فلزات اساسی با ۴۵ هزار و ۶۱۹ معامله به ارزش ۳ هزار و ۶۱۳ میلیارد ریال، گروه شیمیایی با ۳۲ هزار و ۶۴۵ معامله به ارزش ۳ هزار و ۵۷۲ میلیارد ریال و گروه بانک‌ها با ۲۵ هزار و ۳۳۰ معامله به ارزش ۲ هزار و ۴۴۳ میلیارد ریال به ترتیب در صدر برترین گروه‌ها قرار گرفتند. شرکت صنعتی و معدنی چادرملو با یک هزار و ۴۷۹ واحد، شرکت سرمایه‌گذاری نفت و گاز و پتروشیمی تامین با یک هزار و ۴۵۳ واحد، شرکت پالایش نفت تهران با یک هزار و ۲۴۰ واحد، شرکت گسترش نفت و گاز پارسیان با یک هزار و ۱۷۰ واحد و شرکت سرمایه‌گذاری غدیر با ۸۹۴ واحد، بیشترین تاثیر مثبت را بر رشد شاخص کل داشتند. در سمت مقابل نیز شرکت صنعتی و معدنی گل گهر با ۶۴۸ واحد، شرکت توسعه معادن و فلزات با ۱۲۴ واحد، شرکت پتروشیمی شازند با ۱۲۰ واحد، شرکت پتروشیمی نوری با ۱۱۹ واحد و گروه مپنا با ۸۶ واحد، با بیشترین تاثیر منفی بر رشد شاخص همراه شدند.

در آن سوی بازار نیز شاخص کل فرابورس در جریان معاملات روز سه‌شنبه با افزایش ۱۱۷ واحدی به رقم ۱۸ هزار و ۳۴۸ واحد رسید. در این بازار بیش از ۵ میلیارد و ۳۹۱ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۷۲ هزار و ۶۲۰ میلیارد ریال دادوستد شد. شرکت آهن و فولاد ارفع با ۱۲ واحد، شرکت آهن و فولاد غدیر ایرانیان با ۱۰ واحد، شرکت سرمایه‌گذاری صبا تامین با ۸,۵ واحد، شرکت گروه توسعه مالی مهر آیندگان با هشت واحد و شرکت فرابورس ایران با هفت واحد بیشترین تاثیر مثبت را بر رشد شاخص فرابورس داشتند. همچنین شرکت تجلی توسعه معادن و فلزات با ۲,۶۲ واحد، شرکت صنایع پتروشیمی تخت جمشید با دو واحد، شرکت پتروشیمی زاگرس با ۱,۷ واحد، شرکت توسعه سامانه نرم‌افزاری نگین با ۱,۵ واحد و شرکت داروسازی دانا با ۱,۳ واحد، با بیشترین تاثیر منفی بر رشد شاخص همراه بودند.

تاثیر جزئی رشد نرخ ارز بر قیمت خودروهای داخلی

نایب رئیس اتحادیه نمایشگاهداران خودرو تهران با اشاره به تاثیر نرخ ارز بـر قیمت خودروهای داخلی و خارجی گفت رشـد نرخ دلار قیمت خودروهـای داخلی را بین ۷ تا ۸ میلیـون و خودروهای وارداتی را ۵۰ میلیون تومان افزایش داده است.

اسـد کرمی در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، درباره تاثیر رشد نرخ ارز بر بازار خودرو بیان کرد: با رشـد نرخ دلار قیمت خودروهای داخلی طی دو روز گذشـته بیـن ۷ تا ۸ میلیون افزایش پیدا کرده و با رشـد حدود ۵ درصد بهای خودرو در بازار مواجه هسـتیم، اما خرید و فروش در بازار خودروهای داخلی با توجه به نوسـانات نرخ ارز به ندرت انجام می‌شود.

وی درخصوص وضعیت بـازار خودروهای وارداتی عنوان کرد: قیمت خودروهای وارداتی نیز تحت تاثیر نرخ ارز با افزایش ۵۰ میلیون تومان همراه بوده اما معامله‌ای در بازار انجام نمی‌شود.

نایـب رئیـس اتحادیه نمایشـگاهداران خـودرو تهـران درخصوص پیش‌بینی‌هـا از بازار خودرو با توجه به روند افزایشـی نـرخ ارز یادآور شـد: در گذشته قیمت خودرو به شـدت تحت تاثیر نرخ ارز بود، اما در حال حاضر تاثیر نرخ دلار بر قیمت خودرو بسـیار ناچیز اسـت و حتی اگر قیمت دلار افزایشی باشد تاثیرش بر بازار خودرو جزئی خواهد بود.

کرمـی همچنین دربـاره تاثیر واردات خـودرو بر بـازار خودروهای داخلی و خارجی اظهار داشـت: واردات خودروهای اقتصادی در صورت اجرایی‌شـدن بر قیمت خودروهای داخلی نسـبتا تاثیرگذار اسـت، اما به نظر می‌رسـد با توجه به اینکه تعـداد خودروهای وارداتی عدد قابل توجهی نیست و عمده واردات از چین است تنها بازار خودروهای چینی تحت تاثیر واردات قرار خواهد گرفت.

شایعه افزایش روغن موتور در بازار صحت ندارد

رئیس اتحادیه فروشـندگان لاستیک، روغن و پنچرگیران ضمن اشاره به برقراری تعادل نسبی قیمت‌ها و تامین بازار روغن موتور گفت شایعاتی مبنـی بر افزایش نرخ مواد پایه روغن موتور در بورس و در نتیجه افزایش قیمـت این محصول در بازار وجود دارد که صحت ندارد و افزایش قیمتی در بازار اتفاق نمی‌افتد.

محمدرضا آل سـارا در گفت‌وگـو با خبرنگار خبرخـودرو، درخصوص وضعیت قیمت روغن موتور در بازار اظهار داشـت: قیمت روغن موتور در مقایسه با سه ماه گذشته تغییری نداشته و به طور تقریبی تعادل در بازار برقرار است.

وی افزود: شـایعاتی مبنی بر افزایش نرخ مـواد پایه روغن موتور در بـورس و در نتیجـه افزایش قیمت ایـن محصول در بـازار وجود دارد کـه صحت نـدارد و افزایش قیمتی نخواهیم داشـت. رئیـس اتحادیه فروشندگان لاستیک، روغن و پنچرگیران همچنین درخصوص وضعیت عرضه و تامین بازار گفت: در حال حاضر بازار روغن موتور تامین اسـت و کمبودی مشاهده نمی‌شود.

آل سـارا درخصـوص وضعیت اجـرای کامل نصب شناسـه کالا و کد رهگیری تا موعد پایانی آذرماه و اقدامات موثر صنف فروشـندگان روغن موتور در اجرای این طرح بیان کرد: اجرای این طرح برای محصول روغن موتور امکان‌پذیر نیسـت. می‌بایست مهلتی در اختیار تولیدکنندگان قرار گیرد تا با شـرایط سامانه سازگار شـوند و شناسه کالا می‌بایست از مبدأ کارخانه اعمال شـود. اجرای این طرح نسـبت به روغن موتورهایی که در گذشته به بازار عرضه شده‌اند، دشوار و حتی غیرممکن است.

وی درخصـوص تاثیر این طرح بر حذف تقلب و قاچاق، سـاماندهی و کاهـش قیمت‌ها در بـازار اذعان داشـت: تقلب زمانی بـروز می‌کند که انگیزه‌ای ایجاد شود. عدم عرضه کالا به بازار موجب تفاوت قیمت می‌شود و در این شرایط طبیعی است که سودجویان نسبت به تولید روغن تقلبی هجوم می‌آورند.

رئیس اتحادیه فروشندگان لاستیک، روغن و پنچرگیران عنوان داشت: توصیه اتحادیه همواره این بوده که مشتریان روغن موتور موردنیاز خود را از واحدهای صنفی خریداری نمایند که دارای پروانه کسب هستند.

آل سـارا تصریـح کرد: تشـخیص روغـن تقلبی برای فروشـندگان عضو اتحادیه که دوره‌های آموزشـی مربوطه را گذرانده‌اند به سـهولت امکان‌پذیر است.

نماگر بازار سهام

میزان تولید بنزین پاسخگوی نیاز کشور است

عضو کمیسیون انرژی مجلس شورای اسلامی گفت بنزین موردنیاز در کشـور توسط پالایشگاه ستاره خلیج فارس به عنوان تامین‌کننده اصلی بنزین کشور تولید می‌شود و لزومی به واردات بنزین نیست.

منصور شکراللهی در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، درخصوص افزایش مصرف روزانه بنزین و زمزمه‌های واردات بنزین به کشـور اظهار داشت: بنزین مورد نیاز در کشور توسط پالایشگاه ستاره خلیج فارس به عنوان تامین‌کننده اصلی بنزین کشور تولید می‌شود و نیازی به واردات بنزین به کشـور نیسـت. وی در ادامه به راهکارهای موجود برای جلوگیری از واردات بنزین به کشور اشاره کرد و گفت: یکی از راهکارها برای جلوگیری از واردات بنزیـن رعایت اسـتانداردهای خودرویی و تولید خودروهای با مصرف سوخت پایین است. نماینده مردم فاریاب، کهنوج و منوجان در مجلس شورای اسلامی همچنین افزایش خودروهای فرسوده در کشور را عاملی موثر در رشد مصرف سوخت دانست و عنوان کرد: تردد خودروهای فرسوده در جاده‌ها که بعضا ۳۰ سال از عمر آنها گذشته قطعا بر افزایش مصرف سوخت تاثیرگذار است و امیدواریم با طرح جدید اسقاط بتوانیم به خروج خودروهای فرسوده و کاهش مصرف سوخت در کشور کمک کنیم.

عضو کمیسیون انرژی مجلس شـورای اسلامی درخصوص جایگزینی سـوخت‌های LPG و CNG با بنزین بیان کرد: سـوخت‌های پاک در صورت رعایت شاخص‌ها و استانداردهای بین‌المللی می‌توانند جایگزین خوبی برای بنزین باشند.

ترکیه مهمترین همسایه ایران برای توسعه تجارت

مدیرکل مدیترانه و شـرق اروپای وزارت خارجه می‌گوید سیاست خارجه جمهوری اسـلامی ایران برای توسـعه روابط با همسـایگان همواره اولویت‌گذاری جدی داشـته و این موضوع در دولت سیزدهم به طور خاص دنبال شده است و در این میان ترکیه یکی از مهمترین همسـایگان برای توسعه روابط محسوب می‌شـود. به گزارش ایسنا، محمدحسن حبیب‌الله‌زاده در همایش بررسی و آسیب‌شناسی روابط تجاری ایران با ترکیه بیان کرد: از حدود ۱۵ همسـایه کشـور ایران شرایط ترکیه خاص و منحصر به فرد است. یکی از آنها بحث اشتراکات فرهنگی و دینی ایران با ترکیه در کنار پیوستگی‌های تمدنی دو کشور است. وی ادامه داد: از سوی دیگر ما حدود ۵۶۰ کیلومتر مرز مشترک و سـه گذرگاه مرزی میان دو کشـور داریم که از نظر توسـعه روابط و همکاری‌هـا اهمیـت فراوانی دارد. از این‌رو در سـال‌های گذشـته ملاقات‌هـای فراوانی میان سـران دو کشـور انجام شـده و در دولت سـیزدهم نیز این موضوع به طور جدی دنبال شـده است. مدیرکل مدیترانه و شـرق اروپـای وزارت خارجه با بیان اینکه توسـعه روابط تجاری میان دو کشـور برای دولت ایران اهمیت فراوانی دارد، توضیح داد: ما در حال حاضر در کنار سـفارتخانه سـه کنسولگری فعال در ترکیه داریم که حتی به دنبال آن هستیم که یک کنسولگری دیگر به آن اضافه کنیم در کنار آن تعداد زیادی از ایرانیان و دانشجویان ایرانی در ترکیه حضور دارند و از این‌رو طراحی دیپلماسی با زیرساخت‌های حقوقی مشـترک می‌تواند برای ما به توسعه روابط جاری منجر شود.

حبیب‌الله‌زاده ادامه داد: در سـال‌های گذشـته سندهای مختلفی در حوزه‌هایی مانند گمرک، حمل و نقل و حتی یک سند همکاری جامع میان ایران و ترکیه به امضا رسیده و در چارچوب آن هدف‌گذاری‌های متعددی در زمینه‌هایی مانند بازرگانی، انرژی، محیط زیسـت و آب نهایی شده که البته برای اجرا نیاز به فراهم شدن مقدمات لازم دارد.

وی با بیان اینکه حجم تجارت میان دو کشـور بیش از ۷۰ درصد رشد کـرده تاکید کـرد: در هدف‌گذاری‌های کلان دو کشـور اعلام کردند که می‌توانند سهم تجارت مشترک خود را به ۳۰ میلیارد دلار در سال برسانند. در صورتـی که نرم‌افزار و سـخت‌افزارهای لازم این موضوع فراهم شـود، می‌توان انتظار داشت که در مدتی کوتاه دستیابی به این هدف ممکن باشد.

شرکت ملی نفت ایران
شرکت ملی حفاری ایران (سهامی خاص)

تجدید- آگهی مناقصه
فراخوان مناقصه عمومی دو مرحله ایی به روش معمولی همراه با ارزیابی کیفی

نوبت دوم

شناسه آگهی: ۱۴۰۶۲۳۱

موضوع مناقصه: خرید مربوط به شرح ذیل:

شرح تقاضا	شماره تقاضا
COMPUTERIZE TORQUE /TURN/TIME MONITORING SYSTEM	۴۳-۲۲-۰۱۰۷۰۴۸۰۱۳
Liquid storage tank 500 bbl (anti-acid)	۴۳-۲۲-۰۱۰۷۰۴۸۰۲۰

■ مشخصات مناقصه:

نام مناقصه گزار	شماره تقاضا/مناقصه	مبلغ برآورد (یورو)	شماره فراخوان
شرکت ملی حفاری ایران	Tender No.: FP/17-01/077 Indent No.: 43-22-0107048013	۱۰۲,۶۰۰	۲۰۰۱۰۹۳۹۸۵۰۰۰۲۴۰
	Tender No.: FP/17-01/080 Indent No.: 43-22-0107048020	۲۴۰,۰۰۰	۲۰۰۱۰۹۳۹۸۵۰۰۰۷۲۳

■ روش ارزیابی کیفی مناقصه گران:

روش ارزیابی: بر اساس کسب حداقل امتیاز (۵۰) مربوط به معیارهای موجود در استعلام‌های ارزیابی کیفی که توسط متقاضیان شرکت در مناقصه تکمیل می‌شود، انجام می‌گردد.

■ نحوه دریافت اسناد مناقصه:

تاریخ شروع دریافت	توزیع اسناد از یک روز پس از چاپ آگهی نوبت دوم آغاز شده و تا نه روز پس از آن ادامه خواهد داشت (از تاریخ ۱۴۰۱/۰۸/۱۸ تا تاریخ ۱۴۰۱/۰۸/۲۹)
آخرین مهلت تحویل اسناد	۱۴ روز پس از آخرین روز دریافت استعلام‌های ارزیابی کیفی (۱۴۰۱/۰۹/۱۵)
آدرس مناقصه گزار جهت دریافت اطلاعات	آدرس: اهواز- بلوار پاسداران- بالاتر از میدان فرودگاه- شرکت ملی حفاری ایران- ساختمان پایگاه عملیاتی- طبقه اول- سالن ۱۱۳- اداره تدارکات خارجی کالا- آقای سنگ بهرام/ آقای منصوری- شماره تماس: ۰۶۱۳۴۱۴۸۶۵۴-۰۶۱۳۴۱۴۸۶۱۵

■ تضمین شرکت در مناقصه (فرایند رجاع کار):

مبلغ تضمین	۵,۴۵۶ یورو	(مربوط به تقاضای خرید شماره	۴۳-۲۲-۰۱۰۷۰۴۸۰۱۳)
	۱۲,۰۰۰ یورو	(مربوط به تقاضای خرید شماره	۴۳-۲۲-۰۱۰۷۰۴۸۰۲۰)
انواع تضامین قابل قبول	طبق تبصره ماده ۹ آیین‌نامه تضمین معاملات دولتی اشخاص ایرانی مجازند به جای ضمانتنامه ارزی ضمانتنامه ریالی بانکی براساس نرخ تسعیر بانک مرکزی جمهوری اسلامی سامانه نیما قابل احصاء از جدول نرخ فروش میانگین موزون حواله ارزی مندرج در سامانه سنا (www.sanarate.ir) زمان تسلیم پیشنهاد ارائه نمایند. ضمانتنامه های مطابق آئین نامه تضمین معاملات دولتی به شماره ۱۳۲۴۰۲/ت ۵۰۶۵۹ ه تاریخ ۱۳۹۴/۰۹/۲۲ و اصلاحات بعدی آن در خصوص ضمانتنامه های واریزی اصل فیش واریز وجه نقد به حساب شماره ۴۰۰۱۱۱۴۰۰۶۳۷۶۶۳۶ تحت عنوان تمرکز وجوه سپرده شرکت ملی حفاری ایران نزد بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران (شماره شبا IR ۳۵۰۱۰۰۰۰۴۰۰۱۱۱۴۰۰۶۳۷۶۶۳۶)		
مدت اعتبار پیشنهاد/تضمین	۹۰ روز (برای یک بار در سقف مدت اعتبار اولیه قابل تمدید باشد)		
محل تحویل ضمانت نامه	اهواز- بلوار پاسداران بالاتر از سه راه فرودگاه- شرکت ملی حفاری ایران- ساختمان پایگاه عملیاتی- طبقه اول پارت B- اتاق ۱۰۷- دبیرخانه کمیسیون مناقصات- شماره تماس ۳۴۱۴۸۵۶۹۰ (۰۶۱) ۳۴۱۴۸۵۸۰ (۰۶۱)		
ملاحظات	کلیه پرداخت ها بصورت معادل ریالی و بر اساس نرخ تبدیل ارز در سامانه سنا sanarate.ir در روز پرداخت انجام می شود.		

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.

کانال های اطلاع رسانی شرکت ملی حفاری ایران http://sapp.ir/nidc_pr www.nidc.ir فرصت امروز

اداره تدارکات خارجی کالا- شرکت ملی حفاری ایران

۹۲۵

اداره کل راه و شهرسازی استان هرمزگان

مناقصه عمومی همزمان با ارزیابی بصورت فشرده (۸۱-۱۴۰۱)
(موضوع ماده ۷ آیین نامه اجرایی نظام مستند سازی)

شناسه آگهی: ۱۴۰۶۳۷۲

اداره کل راه وشهرسازی استان هرمزگان در نظر دارد مناقصه عمومی همزمان با ارزیابی بصورت فشرده پروژه بهسازی محور هشتبندی به شرح جدول ذیل و بر اساس مشخصات فنی منضم به اسناد ارزیابی و مناقصه را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد ایران) برگزار نماید.

نام پروژه	شهرستان	برآورد اولیه بر اساس فهرست بهاء راه و باند سال ۱۴۰۱ (ریال)	مدت اجرای پروژه	مبلغ تضمین شرکت در مناقصه(ریال)
بهسازی محور هشتبندی	میناب	۶۰۰ میلیارد	۲۴ ماه	براساس آیین نامه تضمین معاملات دولتی

نوع فراخوان: مناقصه عمومی همزمان با ارزیابی بصورت فشرده
نام ونشانی دستگاه مناقصه گزار: اداره کل راه و شهرسازی استان هرمزگان
موضوع فراخوان: عملیات اجرایی بهسازی محور هشتبندی و سایر آیتم های مورد نیاز بر اساس نقشه ها و مشخصات فنی اجرایی. زمان و محل توزیع/فروش
- زمان شروع توزیع اسناد ارزیابی و مناقصه: روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۸/۱۸ ساعت ۱۵
- زمان پایان توزیع اسناد ارزیابی و مناقصه: روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۸/۲۳ ساعت ۱۵
محل دریافت اسناد مناقصه: کلیه مراحل فروش و تحویل و بازگشایی اسناد از طریق سایت تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد ایران) انجام می گردد.
مهلت تحویل اسناد از سوی مناقصه گران: سایت تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد ایران)
- مهلت و زمان ارسال اسناد: روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۹/۰۷ ساعت ۱۵
۷- موارد الزامی و مهم:
الف- ارائه گواهی صلاحیت ایمنی و حسابرسی الزامی است.
۸- شرایط مناقصه‌گران:
الف) - داشتن شخصیت حقوقی ب)- داشتن توانایی ارائه ضمانتنامه بانکی شرکت در مناقصه و ضمانتنامه انجام تعهدات پ) داشتن حداقل رتبه ۳ راه و ترابری و ظرفیت خالی
۹- تاریخ بازگشایی پاکت ها: روز سه شنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۹/۰۸ ساعت ۱۰ در محل دفتر مدیریت واقع در ساختمان شماره ۱ اداره کل راه و شهرسازی هرمزگان - میدان ابوذر - جنب ساختمان دادگستری - ساختمان شروین
جهت کسب اطلاعات بیشتر می توانید به سایت های زیر مراجعه نمایید:
Setadiran.ir, http://iets.mporg.ir

اداره ارتباطات و اطلاع رسانی راه و شهرسازی هرمزگان

۹۲۳

فرصت امروز پاسخ می‌دهد:

معمای حفظ تمرکز در محل کار

نویسنده: علی آل‌علی: دنیای اطراف ما پر از المان‌هایی است که در یک چشم به هم زدن حواس آدم را پرت می‌کند. شاید فکر کنید در حالت عادی ماجرا اینقدرها هم دراماتیک نیست، اما کافی است یک کار مهم داشته باشید تا حتی کسل‌کننده‌ترین برنامه‌های تلویزیونی هم تبدیل به بهترین برنامه‌های استعدادیابی شود. آن وقت اگر خیلی شانس بیاورید آخر شب عزم‌تان را برای سرهم‌بندی کارتان جمع خواهید کرد. وگرنه فردا صبح باید کلی عذر و بهانه بچگانه برای تاخیر در تحویل پروژه‌تان آماده کنید.

وقتی صحبت از حفظ تمرکز در محل کار می‌شود، به طور کلی دو دسته نظرات مختلف پیش روی آدم قرار می‌گیرد. دسته نخست آدم‌های به شدت واقع‌گرایی هستند که حواس‌پرتی را جزئی اساسی از زندگی روزمره لحاظ می‌کنند. از نظر آنها همانطور که یک تیرانداز در مسابقات المپیک ممکن با صدایی آرام حواسش پرت شده و مدال طلا را از دست بدهد، کارآفرینان هم اگر بدبیاری داشته باشند در کسری از ثانیه حواس‌شان پرت خواهد شد. آن وقت دیگر هیچ راهی به غیر از دعا برای بیرون پریدن عامل حواس‌پرتی از ذهن کارآفرینان وجود نخواهد داشت!

اگر جواب بالا برای حفظ تمرکز در محل کار بی‌نهایت واقع‌گرایانه محسوب می‌شود، در سوی دیگر این پیکان ایده آلیست‌های خشک قرار دارند؛ از آن دست آدم‌هایی که آنقدر کمال‌گرایانه فکر می‌کنند که حتی اطرافیان‌شان هم از دست‌شان در امان نیستند. شما را نمی‌دانم، ولی من که حوصله کار کردن در محیطی با یک کارآفرین سخت‌گیر بابت ایزوله کردن تمام محیط و حفظ تمرکز را ندارم. اصلا این طور وقت‌ها آدم بیشتر دلش می‌خواهد به چیزهایی جز کسب و کار فکر کند، مگر نه؟

ما در روزنامه فرصت امروز جواب کاملا متفاوتی برای حفظ تمرکز در محیط کار داریم. از نظر ما حفظ تمرکز در دنیای شلوغ کسب و کار نه ماموریتی غیرممکن و نه حتی نیازمند هزار و یک دردسر گوناگون است. در عوض شما می‌توانید با استفاده از بعضی تکنیک‌های روانشناسی و مدیریت زندگی به خوبی از پس این معما بربیایید. هرچه باشد نه حفظ تمرکز مثل مکعب روبیک پیچیده و چند وجهی است، نه شما قرار است آپولو هوا کنید. اگر هنوز هم شک دارید حفظ تمرکز در محل کار به این سادگی‌هاست، کافی است در ادامه با ما همراه باشید تا یک بار برای همیشه از شر چنین فکر و خیال‌هایی راحت‌تان کنیم. ما در ادامه نه مثل بعضی از مربی‌های انگیزشی، بلکه مانند کارآفرینی حرفه‌ای مشکل شما را زیر ذره بین خواهیم برد. پس منتظر چه هستید؟ همین حالا آماده حرکت شوید.

تکنیک‌های حفظ تمرکز در محیط کار

قبل از اینکه بدون مقدمه وارد اصل مطلب شویم، باید کمی با هم گپ بزنیم. بی‌شک دنیای کسب و کار کلی کارهای مختلف را شامل می‌شود. متاسفانه برای خیلی‌ها کارآفرینی در دنیای معاصر فقط در بازاریابی یا نهایتا برندینگ خلاصه می‌شود. اگر شما هم اینطور فکر می‌کنید، باید بگوییم کاملا دراشتباهید، چراکه ما در این مقاله تمام تلاش‌مان را کرده‌ایم تا مجموعه‌ای از تکنیک‌ها با پوشش حداکثری حوزه‌های کارآفرینی مختلف را کنار هم قرار دهیم. پس اگر نگران این هستید که نکند کارتان با توصیه‌ها جور درنیاید، باید بگوییم ما مربی برای همه کارآفرینان هستیم، حتی شما!

خب اجازه دهید بدون مقدمه‌چینی‌های اضافی بیشتر یک راست برویم سراغ فهرست طلایی تکنیک‌هایی که منتظرش هستید. قول می‌دهم اگر مو به مو تا آخرین نکات را اجرا کنید، مثل کلوپ یا گواردیولا یک پا سرمربی شکست‌ناپذیر خواهید شد.

محل کارتان را مرتب کنید

خودتان را جای کسی قرار دهید که از وسواس رنج می‌برد. احتمالا شما تا جایی که وسواس حسابی برای‌تان دردسرساز نشود، خیلی دنبال درمانش نخواهید بود. با این حال از یک جایی به بعد دیگر به زور همکاران یا خانواده هم که شده باید فکری به حال خودتان بکنید. احتمالا اولین گزینه برای رهایی از شر وسواس مراجعه به یک روانشناس حرفه‌ای است. حالا اگر با کلی دردسر یک روانشناس کاردرست پیدا کنید، اما به محض ورود به دفترش با اتاقی بی‌نهایت شلخته مواجه شوید، چه واکنشی خواهید داشت؟ اینطور وقت‌ها آدم فکر می‌کند مشکلاتش دو برابر شده است؛ نه یک کلمه بیشتر یا کمتر!

ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم میز کار هر کس بیانگر عادت‌ها و شخصیتش است. پس اگر شما دوست دارید شخصیت یک کارآفرین درجه یک در حد و اندازه استیو جابز را بازنمایی کنید، باید اول از همه با مرتب کردن میزتان ماجراجویی بزرگ خود را شروع کنید. اینطوری حس و حال جنگجویی را خواهید داشت که برای شکست دادن تک تک دشمنانش اول از همه تمام سلاح ها را منظم و مرتب کنار دستش چیده است. فکر می‌کنم شما هم قبول داشته باشید که این طور وقت‌ها دیگر وسط میدان جنگ حواس جنگجوی افسانه‌ای ما پرت پیدا کردن سلاحش نخواهد شد، مگر نه؟

خیلی وقت‌ها کارآفرینان حواس‌شان پرت پیدا کردن ابزارهای مورد نیازشان می‌شود. مثلا اگر شما مثل من آدم نسبتا شلخته‌ای باشید، پیدا کردن موس بلوتوثی‌تان هر روز چند دقیقه‌ای روی اعصاب‌تان رژه خواهد رفت. در نهایت هم وقتی این پازل را حل کنید، کلی از انرژی‌تان همان اول صبحی از بین رفته است. پس با مرتب کردن میزتان آخر هر روز کاری یک لطف بزرگ به خود و همکاران‌تان کنید. بی‌شک توصیه اول ما در مسیر حفظ تمرکز در محیط کار آنقدر سخت نیست که نشود همیشه انجامش داد.

طراحی برنامه کار ساعتی

آدم‌ها اغلب اوقات دوست دارند برنامه‌های دور و درازی برای خودشان طراحی کنند؛ از آن دست برنامه‌هایی که حتی جزئی‌ترین نکات مربوط به ۱۰ سال آینده را هم پوشش می‌دهد. بی‌شک چنین کاری لذت فراوانی برای آدم‌ها دارد، اما باید حواس‌تان به نقاط ضعف این استراتژی هم باشد. هرچه باشد نه شما یک پیشگوی دقیق هستید، نه گوی جادویی دارید که آینده را نشان‌تان دهد. پس همیشه باید کارتان را با برنامه‌های کوتاه‌تر پیش ببرید. وگرنه ۲۴ ساعته استرس دستیابی به موفقیت در دنیای کسب و کار را خواهید داشت. شما را نمی‌دانم، ولی به نظر من که در چنین شرایطی دیگر جانی برای آدم باقی نمی‌ماند تا در بازار خوش بدرخشد.

فرمول طلایی ما در این بخش برای کاهش حواس‌پرتی برنامه‌ریزی‌های ساعتی است. مثلا اگر شما سر صبح خلاقیت‌تان گل می‌کند، لازم نیست سراغ کارهای پیش پا افتاده بروید. در عوض کمی به برنامه بازاریابی برندتان فکر کنید یا حتی سناریوهایی برای آشنایی با سرمایه‌گذارها روی کاغذ پیاده نمایید. این کار به شما فرصت بی‌نهایت خوبی برای حفظ تمرکزتان در محل کار می‌دهد. حتما می‌پرسید چطور؟ خب اجازه دهید کمی بحث را بیشتر باز کنیم.

وقتی شما برنامه‌های طولانی مدت می‌ریزید، ناخودآگاه بخشی از ذهن‌تان همیشه به مرحله بعدی برنامه فکر می‌کند. اگر بخواهیم ادای روانشناس‌های حرفه‌ای را دربیاوریم، چنین اتفاقی در عمل ظرفیت شناختی شما برای تمرکز عمیق روی کارهای مختلف را کاهش می‌دهد. هرچه باشد ذهن انسان هم مثل هاردهای کامپیوتری ظرفیت مشخصی دارد. پس به جای اینکه ظرفیت هاردتان را با کارها یا دغدغه‌های به درد نخور پر کنید، جای بیشتری برای کارهای مهم کنار بگذارید. اینطوری نه حواس‌تان پرت اتفاقات بی‌خودی می‌شود، نه اینکه خبری از روی هم تلنبار شدن کارها خواهد بود.

باور کنید یا نه، هنگامی که کارآفرینان برنامه ساعتی برای خودشان در نظر می‌گیرند خیلی عمیق‌تر از هر زمان دیگری روی کارهای‌شان فکر خواهند کرد. این طوری نه تنها شما خیال‌تان بابت فعالیت‌های روزمره راحت می‌شود، بلکه کار با کیفیت‌تری هم انجام خواهید داد. خب مگر یک کارآفرین چه چیزی بیشتر از کار بی‌دغدغه و عمیق لازم دارد؟

استراحت‌های کوتاه را فراموش نکنید!

مغز انسان مثل ربات‌های هوشمند نیست که ۲۴ ساعته کار کند و آخ هم نگوید. احتمالا برای شما هم پیش آمده بعد از چند ساعت کار روی یک پروژه دیگر مغزتان گنجایش حتی یک ثانیه فکر کردن به کار را هم نداشته باشد. اینطور وقت‌ها آدم دوست دارد سرش را به دیوار بکوبد تا شاید کمی اوضاع بهتر شود. البته ما در روزنامه فرصت امروز اصلا چنین کاری را توصیه نمی‌کنیم، چراکه مغز انسان مثل تلویزیون‌های نفتی قدیمی با ضربه زدن کار نمی‌کند!

اگر شما کارآفرین ایده آلیستی باشید، احتمالا حرف ما درباره پر شدن ظرفیت ذهن انسان و خستگی را قبول نمی‌کنید. خب در این صورت اجازه دهید با یک مثال تکلیف‌مان را روشن کنیم. فرض کنید شما یک ساعت به مانیتور کامپیوترتان خیره شده‌اید. بعد از این مدت حتی اگر هیجان‌انگیزترین بازی‌های دنیا را هم انجام داده باشید، ذهن‌تان حسابی خسته خواهد شد. در نتیجه نیاز به کمی استراحت دارید تا دوباره به حالت کارخانه (همان وضعیت سرحال قبلی) برگردید. ماجرا درباره حواسپرتی‌های حین کار هم کمابیش شبیه ماجرای بالاست. شما لازم نیست حتما یک متخصص اعصاب و روان باشید تا متوجه خستگی بعد از چند ساعت کار شوید.

فرمول طلایی ما برای غلبه بر حواسپرتی ناشی از خستگی خیلی ساده‌تر از آن است که حتی فکرش را بکنید. شما فقط باید چند دقیقه (مثلا نیم ساعت) به خودتان استراحت دهید. یک موسیقی خوب در این بین کمک زیادی به بازیابی انرژی‌تان خواهد کرد. به علاوه، صرف یک میان وعده مقوی هم شما را تا حد زیادی تبدیل به همان کارآفرین اول صبح می‌کند. پس دفعه بعدی که مدام حواس‌تان پرت می‌شد، به این فکر کنید که شاید زیادی از خودتان کار کشیده‌اید و یک استراحت نیم روزی ایده چندان بدی نباشد.

کار امروز را به فردا نیندازید

آیا کسی را سراغ دارید که دوست نداشته باشد کارهای سخت یا مهم را یک روز هم که شده عقب بیندازد؟ هرچه باشد زندگی عادی خیلی لذت‌بخش‌تر از این حرف‌هاست که بخواهیم با تصمیم یا کارهای مهم خرابش کنیم. متاسفانه دنیای کسب و کار این چیزها سرش نمی‌شود. به زبان خودمانی، اگر شما امروز کارتان را انجام ندهید، فردا با دردسرهای بیشتر باید پیگیرش شوید. دقیقا مثل سیمکارت‌های اعتباری که می‌شود تا آخر ماه هر چقدر دوست داریم از آنها استفاده کنیم، اما وقتی قبض ماه صادر شود، تازه دردسرها شروع خواهد شد!

بی‌شک صحبت کردن درباره به تاخیر نینداختن کارها خیلی راحت‌تر از اجرای آن در عمل است. هرچه باشد کارآفرینان این روزها دیگر نیازی به شعارهای توخالی ندارند. در عوض ما باید یک راهکار عملی برای بهبود اوضاع‌تان داشته باشیم. وگرنه فقط وقت‌تان را تلف کرده‌ایم، همین و بس.

تکنیک ما در این بخش استفاده از جعبه زمان (Time Box) است. اشتباه نکنید، اینجا قرار نیست برای شما درباره ماشین زمان خیال‌بافی کنیم. در عوض محور کلیدی حرف‌مان تعیین یک زمان مشخص برای رسیدگی به کارهای مختلف و وفاداری به آن است. مثلا اگر شما باید فکری به حال وضعیت مالی برندتان کنید، لازم نیست کل روز درگیر این مسئله باشید. در عوض یک یا دو ساعت زمان برای آن تعریف کنید و در این مدت فقط به آن مسئله بپردازید. بعد هم که زمان کار تمام شد، یک جمع‌بندی کوتاه کرده و آن را رها کنید. وگرنه تا آخر شب مشکلات مالی برند و راهکارهای مختلف در سرتان رژه خواهد رفت. فکر می‌کنم شما هم قبول داشته باشید در چنین شرایطی فکر کردن به کارهای دیگر تقریبا غیرممکن است، مگر نه؟

جعبه زمان به شما کمک می‌کند کارهای‌تان را خیلی زودتر از آنچه فکرش را می‌کنید انجام دهید. اینطوری دیگر مشکلی از نظر زمان‌بندی کارهای روزمره نخواهید داشت. فقط کافی است هر شب قبل از خواب کمی درباره کارهای فردا فکر کرده و اول صبح هم زمان مورد نیاز برای هر کدام از آنها را تعیین کنید. اینطوری شما کاملا آماده انجام تک تک کارهای‌تان تا نقطه آخر خواهید بود.

رسیدگی به یک کار در لحظه

کارآفرینان بسیار زیادی در سراسر دنیا دوست دارند مداوم سرشان به کارهای مختلف گرم باشد. در این بین هم برای صرفه‌جویی در زمان چندین و چند کار را در کنار هم جلو می‌برند. شاید شما یکی دو بار از دل این تکنیک موفقیت کمی کسب کنید، اما دیر یا زود فیتیله کارتان پیچیده خواهد شد. براساس گزارش انجمن روانشناسی آمریکا (APA) مدیریت همزمان چند کار به معنای از این شاخه به آن شاخه پریدن در فاصله‌های زمانی کوتاه به جای صرفه‌جویی در زمان فقط کارها را کش می‌دهد. دست آخر هم شما هیچ توانایی خاصی برای رسیدگی به کارها سر زمان مقرر نخواهید داشت. بنابراین باید یک بار برای همیشه کارآفرینی با چاشنی کارهای همزمان را کنار بگذارید.

یکی از ساده‌ترین شرایطی که برای کارآفرینان دردسرساز می‌شود، استفاده مداوم از موبایل در طول کار است. این خودش یک نوع چندکاری در آن واحد محسوب می‌شود. توصیه ما در این مورد کاملا روشن است، برای چند ساعت در طول روز هم که شده بی‌خیال گوشی‌تان شوید. قول می‌دهم این کار به نظر ساده طوری اوضاع‌تان را از این رو به آن رو کند که نگو و نپرس.

چک کردن ایمیل‌ها هر ۳ ساعت یک بار

ایمیل‌ها با آن نوتیفیکیشن مخصوصی که دارد، خیلی وقت‌ها حواس آدم را پرت می‌کند. شاید شما ساعت‌ها بدون هیچ حواسپرتی کار کرده باشید، اما تا یک صدای کوچک از دریافت ایمیل تازه به گوش برسد، تمام رشته‌های‌تان پنبه خواهد شد. هرچه باشد کمتر کسی در دنیا توانایی مقاومت در برابر باز کردن ایمیل‌های جدید را دارد. همین امر هم می‌تواند برای شما حسابی دردسرساز شود. بنابراین شما باید قبل از اینکه کارتان حسابی بیخ پیدا کند، شر چنین ایمیل‌هایی را از سرتان کم کنید. بی‌شک این روزها هیچ راهکاری برای پرهیز از مشاهده ایمیل‌های مختلف در طول روز وجود ندارد، چراکه بیشتر کارهای کارآفرینان این روزها با ایمیل انجام می‌شود. توصیه ما هم در این میان کنار گذاشتن کامل ایمیل نیست، بلکه در عوض چک کردن هر سه ساعت یک بار آنهاست. کافی است نوتیفیکیشن ایمیل را خاموش کنید تا دیگر مشکلی از این بابت نداشته باشید. هر وقت هم که سه ساعت پر شد، کافی است یک سر کوتاه به صندوق دریافت ایمیل‌تان بزنید. این طوری هم دائما از تغییرات ایمیل‌تان اطلاع دارید، هم اینکه دیگر لازم نیست نگران حواسپرتی آن هم درست در نقطه اوج کارتان باشید.

سخن پایانی

گپ و گفت ما درباره حفظ تمرکز در محیط کار دیگر به آخر خط رسیده است. شما الان چند تا تکنیک دست اول برای شروع به کارتان در این حوزه دارید. حالا نوبتی هم باشد، این شما هستید که باید درباره مقاله ما قضاوت کنید. امیدوارم نکات مورد بحث در این مقاله کمکی هرچند کوچک به شما برای آشنایی با روش‌های حفظ تمرکز در محیط کار کرده باشد.

منابع:

-desucof-yats/selctira/moc.bufhoorp.www//:sptth krow-ta
-ta-desucof-yats/golb/moc.orocs.www//:sptth /krow
-reerac/ecivda-reerac/moc.deedni.www//:sptth sucof-evorpmi-ot-syaw/tnempoleved

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان کرمانشاه
اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک کرمانشاه ناحیه دو
هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی

اگهی موضوع ماده ۳ قانون وماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی واراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی

برابر رای شماره ۱۴۰۱۶۰۳۱۶۰۱۴۰۰۱۱۶۷ مورخ ۱۴۰۱.۷.۱۱ هیات اول ، دوم موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک کرمانشاه ناحیه دو تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای پرویز عزیزی فرزند مرادعلی بشماره شناسنامه ۹۸۱صادره از سنندج در دو ودو پنجم دانگ مشاع از ششدانگ ساختمان به مساحت ۲۵۰ متر مربع در قسمتی از پلاک ۱۱و ۱۹ - اصلی واقع دربخش سه حومه کرمانشاه خریداری از زارعین احب نسق محرز گردیده است لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز اگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین اگهی به مدت دوماه اعتراض خود رابه این اداره تسلیم وپس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور وعدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد .
تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۱.۸.۴
تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۱.۸.۱۸
سعید سلیم فر - رئیس ثبت اسناد و املاک

در راستای امضای تفاهمنامه علمی و پژوهشی مطرح شد:

ایجاد رشته های دریانوردی اولویت نخست دانشگاه گیلان

رشت- خبرنگار فرصت امروز: در نشستی مشترک با حضور مدیر کل بنادر و دریانوردی استان گیلان،رئیس دانشگاه گیلان و معاون اداره کل امور دریانوردان، سازمانهای تخصصی و بین المللی سازمان بنادر و دریانوردی که در راستای امضای تفاهمنامه علمی و پژوهشی بین اداره کل بنادر و دریانوردی استان گیلان و دانشگاه گیلان برگزار شد، مطرح شد: ایجاد رشته های دریانوردی اولویت نخست دانشگاه گیلان است. به گزارش روابط عمومی اداره کل بنادر و دریانوردی استان گیلان، صبح یکشنبه ۱۵ آبان ماه حسین یونسی؛ مدیر کل بنادر و دریانوردی استان گیلان در نشست مشترک با رئیس و اعضای هیات علمی دانشگاه گیلان با اشاره به بهره گیری از ظرفیت های پژوهشی دانشگاه ها در خصوص موضوعات مطالعاتی اداره کل، اظهار داشت: این پتانسیل وجود دارد که تمام موضوعات مطالعاتی را در قالب دانشگاه ها تعریف شود و در این راستا تفاهمنامه هایی به منظور بهره گیری از ظرفیت دانشگاه گیلان در سطح استان و دانشگاه آزاد واحد انزلی در سطح شهرستان بندرانزلی به امضا رسیده است. وی با بیان اینکه به دنبال راه اندازی رشته های دریانوردی در استان گیلان هستیم، خاطرنشان کرد: مدیرعامل سازمان بنادر و دریانوردی اعتقاد به مباحث آموزشی و دانشگاهی دارند و باید علاوه بر ایجاد رشته های دریانوردی، برند سازی نیز صورت بگیرد. یونسی استان گیلان را استانی دریانورد پرور دانست و تصریح کرد: گیلان در تامین دریانورد نسبت به جمعیت جز برترین ها است و بر روی اکثر کشتی های ایرانی حداقل یک دریانورد گیلانی را مشاهده می کنید و این در حالی است که یک دانشگاه و حتی موسسه ای مخصوص دریانوردان در گیلان نداریم. مدیر کل بنادر و دریانوردی استان گیلان با بیان اینکه از اهداف اداره کل این است که در دفترچه های کنکور ۱۴۰۲ رشته های دریانوردی در دانشگاه گیلان را داشته باشیم؛ یادآور شد: بزرگ ترین معضل امروز رشته های دریانوردی مبحث کارورزی است که در این خصوص نیز برنامه ریزی های مناسبی صورت گرفته و شرکت های کشتیرانی همچون کشتیرانی دریای خزر در این امر مشارکت خواهند کرد.

اشاعه فرهنگ دریایی در دستور کار قرار بگیرد

پوریا کولیوند؛ معاون اداره کل امور دریانوردان، سازمانهای تخصصی

و بین المللی سازمان بنادر و دریانوردی نیز در این نشست با بیان اینکه ۵ هزار و ۸۰۰ کیلومتر مرز دریایی در کشور داشته که بیش ۴۰ درصد مرزهای کشور را تشکیل می دهد، عنوان داشت: جمهوری اسلامی ایران دارای ۱۲۴ هزار دریانورد بوده که از این مقدار ۱۸ هزار نفر در بخش کشتی های اقیانوس پیما و ۴ هزار نفر در حوزه افسری مشغول خدمت هستند. وی با بیان اینکه سهم دریانوردان کشورمان از کل دریانوردان جهان فقط یک درصد است، افزود: هنوز اشاعه فرهنگ دریایی را به خوبی در کشور مشاهده نمی شود و برای بسیاری از خانواده ها این موضوع ناشناخته است. معاون اداره کل امور دریانوردان، سازمانهای تخصصی و بین المللی سازمان بنادر و دریانوردی با اشاره به اهمیت استان های ساحلی در مبحث آموزش، اذعان داشت: در ۶ استان ساحلی کشور مراکز آموزشی و دانشگاهی داریم و فقط در دو استان گیلان و خوزستان هیچ دانشگاهی فعالیت نمی کند. کولیوند ادامه داد: در تمام دنیا همه شهرهای مهم و صنعتی با پتانسیل بالا در شهر های ساحلی حضور دارند و اقتصاد بر پایه های آنها استوار است. وی با اشاره به ابلاغیه دولت سیزدهم در خصوص دریا و دریانوردان، خاطرنشان کرد: در مبحث سوم بخش دریا در سند تحول مردمی ابلاغی رئیس جمهور به توسعه میان رشته ها و چند رشته های دریایی با همکاری وزارت علوم و راه و شهرسازی در ایجاد رشته های روز دنیا در یک برنامه زمانی اشاره شده است. معاون اداره کل امور دریانوردان، سازمانهای تخصصی و بین المللی سازمان بنادر و دریانوردی با بیان اینکه مدیرعامل سازمان نگاه ویژه ای به حوزه آموزش دریانوردان و استفاده از پتانسیل های دانشگاهی دارند، بیان کرد: با دانشگاه های مطرح کشور مذاکرات بسیاری انجام و تفاهمنامه هایی امضا شده است اما هنوز به خروجی لازم دست پیدا نکردیم. کولیوند با اشاره به ۳ رشته دانشگاهی مخصوص دریانوردان تصریح کرد: مهندسی کشتی موتور، مهندسی برق دریایی و مهندسی دریانوردی یا عرشه سه رشته مخصوص دریانوردان است که دو رشته نخست با توجه به تطبیقی که با رشته مهندسی مکانیک و برق دارند با حدود ۵۰۰ ساعت آموزش تخصصی می توانند گرایش های مورد نظر را کسب و به افسر مهندس کشتی یا برق تبدیل گردند. وی با اشاره به کارورزی دریانوردان گفت: یکی از معضلات بزرگ دریانوردان که مدیر کل بنادر و دریانوردی استان گیلان به درستی به آن اشاره کردند مبحث کارورزی است که سالانه بین ۱۲ هزار تا ۱۸ هزار دلار هزینه آموزش دریانوردان است که امیدوارم با همکاری و اهتمام این موضوع نیز برطرف گردد.

ایجاد رشته های دریانوردی اولویت نخست دانشگاه گیلان

فرید نجفی؛ رئیس دانشگاه گیلان نیز در این نشست با اشاره به حمایت دانشگاه گیلان از رشته های دریانوردی اظهار کرد: پس از امضای تفاهمنامه که بین دانشگاه گیلان و اداره کل بنادر و دریانوردی استان گیلان، ایجاد رشته های دریانوردی را در اولویت نخست کاری خود قرار دادیم. وی ادامه داد: با توجه به نیازی که در کشور و استان گیلان مشاهده شد به سرعت اقدام به کسب مجوز از وزارت علوم کردیم و هم اکنون در فرآیندهای اداری به سر می برد و امیدواریم در سال ۱۴۰۲ رشته های دریانوردی در دفترچه کنکور قرار بگیرد و به جد پیگیر آن هستیم. رئیس دانشگاه گیلان با اشاره به ایجاد گرایش دریایی برای برخی از رشته ها خاطرنشان کرد: دانشگاه گیلان زیرشاخه های تمامی رشته های مهندسی مکانیک و برق را دارا بوده و می توانیم با اضافه یا جایگزین کردن دروس تخصصی گرایش های دریایی را اجرا کرده تا در زمان کوتاهتری به نتیجه برسیم. نجفی با بیان اینکه رشته های دیگر نیز قابلیت داشتن گرایش دریایی دارند، متذکر شد: دانشکده علوم انسانی در رشته مدیریت و اقتصاد و همچنین رشته حقوق می توانند گرایش دریایی پیدا کرده تا به ترتیب در بخش اقتصاد دریا محور و حقوق دریایی خدمت کنند.

برای نخستین بار در سطح شرکت ملی نفت ایران محقق شد؛

تدوین سند فرآیندهای مدیریت منابع انسانی توسط نفت و گاز مارون

اهواز - شبنم قجاوند: مدیر منابع انسانی شرکت بهره برداری نفت و گاز مارون اعلام کرد که این مدیریت پس از ۶ هزار نفرساعت مطالعه، بررسی و کار تیمی موفق شد نخستین سند فرآیندهای مدیریت منابع انسانی در سطح شرکت ملی نفت ایران را بر اساس استانداردهای روزآمد موجود تدوین کند. یداله پیامنی با بیان اینکه مستندسازی در گام نخست باعث ایجاد شناخت کامل و جامع نسبت به فرآیندها می‌شود گفت: منابع انسانی اصلی ترین سرمایه‌های سازمان محسوب می‌شود و در راستای مأموریت، تحقق اهداف و اجرای راهبردها باید اقداماتی را به منظور تعریف و شفاف سازی وظایف اتخاذ نمود.

وی با اشاره به اینکه انجام کارا و اثربخش فعالیت‌ها در گرو رویکردی منسجم و یکپارچه به فرآیندهای حوزه مدیریت منابع انسانی است افزود: تحلیل محتوا و انطباق ۲۲ فرایند با استانداردهای حوزه منابع انسانی از جمله ISO۳۴۰۰۰، بازنگری نهایی ۱۴۴ زیرفرآیند، مستندسازی بالغ بر ۱۵۰۰ وظیفه، تعیین ملاک برای شاخص‌های ارائه شده، بررسی جوانب ریسک هر فرآیند، احصای موجودیت‌های مورد نیاز سامانه یکپارچه مدیریت منابع انسانی و ایجاد بانک داده‌ی فرایندها را می‌توان از اهم مراحل طی شده برای تدوین سند مذکور برشمرد.

مدیر منابع انسانی شرکت بهره‌برداری نفت و گاز مارون خاطرنشان کرد: آماده‌سازی زیرساخت مدیریت منابع انسانی دیجیتال، طراحی و استقرار داشبوردهای مدیریت منابع انسانی، هوشمندسازی سیستم

گزارشات، تعیین شاخص‌های کلیدی عملکرد (KPI)، مدیریت ریسک، بازنگری اساسی نیازهای آموزشی و تقویت برنامه‌های فراگیر آموزشی کارکنان، تسهیل برنامه‌ریزی نیروی انسانی و طراحی مسیر شغلی، از مهم‌ترین کاربردهای سند فرآیندهای مدیریت منابع انسانی است که علاوه بر بهبود وضعیت ساختاری، رفع پاره‌ای از مشکلات نیروی انسانی، ارتقای امنیت شغلی همچنین موجب تشویق و توانمندسازی کارکنان شده و تحول چشمگیری را در درون این مدیریت رقم خواهد زد.

فولاد مبارکه «تندیس زرین جایزه ملی تعالی نگهداری و مدیریت دارایی ایران» را کسب کرد

اصفهان- خبرنگار فرصت امروز: در پنجمین همایش «جایزه ملی تعالی نگهداری و مدیریت دارایی ایران» شرکت فولاد مبارکه با کسب بالاترین امتیاز، توانست برای نخستین بار در کشور تندیس زرین جایزه ملی تعالی نگهداری را به‌عنوان بالاترین نشان در این حوزه از آن خود کند. محسن کفیل مدیر دفتر فنی نگهداری و تعمیرات شرکت فولاد مبارکه پس از دریافت این تندیس به‌عنوان یکی از سخنرانان مراسم، ضمن معرفی گروه فولاد مبارکه با اشاره اقدامات انجام‌گرفته در مسیر تعالی نت و تاریخچه استراتژی‌های نت در جهان و توسعه رویکردهای نگهداری و تعمیرات در شرکت فولاد مبارکه همسو با تحولات جهانی این حوزه، پروژه‌ها و اقدامات صورت‌گرفته در حوزه تعالی نت در طی سال‌های بهره‌برداری مجتمع فولاد مبارکه را تشریح کرد.

وی از اقدامات ذیل به‌عنوان فعالیت‌های مهم انجام‌گرفته در این حوزه در شرکت فولاد مبارکه نام برد: به‌کارگیری نظام‌های نت پیشگیرانه، نت پیشگویانه، پیاده‌سازی نظام جامع پایش وضعیت، طراحی مدل تعالی نت بومی فولاد مبارکه، تدوین و اجرای نقشه راه نت، اولویت‌بندی دارایی‌های خطوط تولید، اجرای پروژه‌های بهبود نظیر نت مبتنی بر قابلیت اطمینان RCM و بهینه‌سازی استانداردهای تعمیراتی PMO، پیاده‌سازی نظام تحلیل خرابی در شرکت RCA، طراحی سیستم‌های مکانیزه مدیریت اطلاعات و فرایندهای حوزه نت در بستر EIS و اجرای طرح تگ‌گذاری و ردیابی دارایی‌های خطوط تولید به‌منظور استقرار سیستم مدیریت دارایی‌های فیزیکی.

۱۰۰ میلیارد تومان برای بازنگری و اجرای طرح های هادی روستایی استان بوشهر اختصاص یافت

بوشهر- خبرنگار فرصت امروز: معاون عمران روستایی اداره کل بنیاد مسکن استان بوشهر گفت: ۱۰۰ میلیارد تومان اعتبار برای تهیه، بازنگری، بهسازی و آسفالت معابر روستایی در قالب طرح های هادی این استان اختصاص یافت. به گزارش روابط عمومی اداره کل بنیاد مسکن استان بوشهر؛ غلامرضا زارعی افزود: قرار است این اعتبار با لحاظ شاخص عدم برخورداری روستاهای بالای ۲۰ خانوار از طرح هادی هزینه شود. وی اظهار کرد: از مجموع ۳۹۶ طرح هادی تهیه شده برای روستاهای بالای ۲۰ خانوار جمعیت در استان بوشهر طرح های ۷۱ روستا نیاز به بازنگری دارند. زارعی ادامه داد: به زودی طرح هادی در ۲۲ روستای جدید بالای ۲۰ خانوار به منظور توجه ویژه به روستاهای محروم و کم برخوردار به نحوی که عقب ماندگی این روستاها برطرف شود اجرا می شود. وی اضافه کرد: از ۲۵ میلیون متر مربع معابر روستایی در روستاهای بالای ۲۰ خانوار ۱۲ میلیون مترمربع آن بهسازی شده است. معاون عمرانی روستایی اداره کل بنیاد مسکن استان بوشهر گفت: از ۸۱۶ روستای این استان ۴۰۰ روستا بالای ۲۰ خانوار جمعیت دارند که در زمان حاضر ۳۹۶ روستا م دارای طرح هادی هستند. وی در خصوص آسفالت معابر روستایی استان بوشهر یادآورشد: در یک سال گذشته ۱.۵ میلیون مترمربع از معابر روستایی این استان با ۹۴ میلیارد و ۶۰۰ میلیون تومن اعتبار از محل اعتبارات قیر رایگان با مشارکت دهیاری‌ها آسفالت شده است. زارعی ایمن سازی ۱۶ روستا در برابر سیل با ۲۰ میلیارد

تومان اعتبار از محل اعتبارات سفر رئیس جمهور،احداث هفت زمین چمن مصنوعی مینی فوتبال به مساحت ۱۰ هزارو ۵۰۰ مترمربع با پنج میلیارد تومان اعتبار و صدور ۸۹۹ جلد سند مالکیت روستایی و ۳۲۲ جلد سند مالکیت شهری با همکاری اداره کل ثبت اسناد و املاک استان بوشهر را از دیگر اقدام های انجام شده برای عمرانی روستایی عنوان کرد.

تاکید سرپرست شرکت گاز استان کرمانشاه بر ضرورت پرورش،دانش، مهارت و توانایی ناظرین پروژه‌ها

کرمانشاه- خبرنگار فرصت امروز: به گزارش روابط عمومی شرکت گاز استان کرمانشاه: ناصر حسینی سرپرست گاز استان در جلسه ای درمحل دفتر مشاور باحضور مدیران و روسای واحدهای امور مهندسی و اجراء ،بازرسی فنی ،HSE و دستگاه نظارت برپروژه های گاز استان و ناظرین پروژه عنوان نمود ناظرین پروژه های گاز استان می بایست سطح دانش، مهارت و توانایی های خود را به منظور نظارت دقیق بر انجام پروژه های گازرسانی بالا ببرند واین امرضمن افزایش قابلیت های ناظرین، استاندارد کار انجام شده را نیز ارتقا خواهد بخشید.

وی گفت در همین راستا به منظور افزایش توان و قابلیت های ناظرین ضمن برگزاری دوره های آموزشی لازم و ارتقاء سطح توانایی ها، بر اساس کسب دانش، شایستگی‌ها وقابلیت های آنان، ناظرین امتیاز بندی ودرسطوح و رده های A,B,C ارزیابی و دسته بندی می گردند.

ایشان افزودباتوجه به تعهدات شرکت مبنی برگازرسانی به روستاهاو واحدهای صنعتی باقیمانده و برنامه های در دست اجرای گازاستان درسال جاری لذا بمنظور جلوگیری از مشکلات ناشی از عدم اجرای به موقع پروژه ها ضرورت ارتقاء دانش و مهارت ناظرین الزامی و اجتناب ناپذیر می باشد.

سرپرست گاز استان تصریح کرد نظر به فرایند انجام پیمان ها از جمله طراحی اولیه ،پیمان سپاری و اجرای پروژه، واقعا اگربه درستی مراحل قبل از اجرای پروژه انجام نگیردمشکلات وتبعات آن درحین اجرا نمایان و باعث خسارات جبران ناپذیری برای پیمانکاروکارفرما می گردد که تمام این موارد ذکر شده ناشی از عدم دانش و مهارت است.

حسینی به ضرورت دسته بندی و جدایی پیمان های مهندسی، بهره برداری ونظارت از همدیگر به منظورکیفی سازی انجام کار تاکید نمودند وضرورت جدایی نیروهای مشاور موجود در واحدهای ستادی در قالب نیروهای ارکان ثالث را یادآوری نمودندلازم به ذکر است درپایان جلسه پرسش و پاسخ انجام و ناظرین پروژه ها درخواست ها و مشکلات خود را مطرح و سرپرست گاز استان ضمن استماع ودریافت درخواست های مربوطه دستورات لازم در چارچوب مقررات شرکت گاز استان را ابلاغ نمودند.

اخبار

اهدای خون جمعی از کارکنان شهرداری منطقه یک قم

قم- خبرنگار فرصت امروز: جمعی از کارکنان شهرداری منطقه یک با حضور در پایگاه انتقال خون، اقدام به اهدای خون کردند. با توجه به وضعیت موجود در کشور و با هدف نهادینه کردن فرهنگ اهدا خون در میان آحاد جامعه، همکاران شهرداری منطقه یک به‌صورت نمادین اقدام به اهدای خون کردند.

جمعی از همکاران شهرداری منطقه یک با شرکت در این امر خداپسندانه، بخشی از خون خود را اهدا کردند. بی‌شک اهدا خون با توجه به بازآفرینی خون در بدن علاوه بر ایجاد سلامتی و شادابی برای فرد اهداکننده، با کمک و اهدا خون به هموطنان نیازمند، نتایج خداپسندانه و اجر اخروی در کمک به همنوع نیز برخوردار است.

تاسیس دانشکده طب ایرانی در دانشگاه علوم پزشکی مازندران

ساری - دهقان : دکتر نفیسه حسینی مدیر کل دفتر طب ایرانی وزارت بهداشت درمان و آموزش پزشکی به همرا دکتر مجاهدی و دکتر خلیلی معاونین دفتر طب ایرانی وزارت بهداشت در دانشگاه علوم پزشکی مازندران حضور یافتند. به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی ، دکتر حسینی با حضور در جلسه هیات رئیسه دانشگاه اظهار داشت:یکی از اهداف مهم دفتر طب ایرانی وزارت، تاسیس دانشکده طب ایرانی در دانشگاه های قطب کشور می باشد و دانشگاه علوم پزشکی مازندران باید در صدد ترمیم زیر ساخت های لازم برای تاسیس این دانشکده باشد. دکتر حسینی ضمن اظهار خرسندی از ساخت سلامتکده طب ایرانی در دانشگاه علوم پزشکی مازندران گفت : برای تسریع در راه اندازی و تجهیز سلامتکده طب ایرانی در مازندران کمک خواهیم کرد. گفتنی است برای تجهیز این سلامتکده به اعتباری بالغ بر ده میلیارد ریال نیاز می باشد. همچنین دکتر حسینی در این جلسه به برنامه ادغام خدمات تایید شده و استاندارد طب ایرانی در ساختار بهداشتی اشاره کرد و افزود: برای سهولت دسترسی مردم عزیز کشور به خدمات طب ایرانی، یکی از برنامه های مهم دفتر طب ایرانی ادغام این خدمات با دیگر خدمات روتین بهداشتی است .

۲۱ هزار و ۸۵۰ متر مربع به فضای آموزشی استان مرکزی افزوده شد

اراک- فرناز امیدی: مدیرکل نوسازی، توسعه و تجهیز مدارس استان مرکزی گفت: ۲۹ هزار و ۸۵۰ متر مربع از بیست و سومین جشنواره خیران مدرسه ساز استان(آذرماه پارسال) تاکنون به فضای آموزشی این استان افزوده شد. جواد لنجابی افزود: این فضای آموزشی در قالب ۲۹ طرح و ۱۷۳ کلاس درس به صورت مشارکتی و با کمک خیران و دولت ساخته و به آموزش و پرورش استان مرکزی تحویل شده است. وی با یادآوری برگزاری بیست و چهارمین جشنواره خیران مدرسه ساز استان مرکزی در دهم آذرماه امسال ادامه داد: عملیات اجرایی ۲۲ طرح در قالب ۹۱ کلاس و زیر بنای ۹ هزار و ۹۱۸ متر مربع در این مدت آغاز شده است. مدیرکل نوسازی، توسعه و تجهیز مدارس استان مرکزی گفت: ۱۶ طرح آموزشی نیمه تمام دولتی در قالب ۷۵ کلاس درس و زیر بنای ۲۲ هزار و ۵۱۱ متر مربع در این استان وجود دارد که با تکمیل این طرح ها در دستور کار قرار دارد. لنجابی خاطرنشان کرد: حدود ۲ هزار و ۷۰ دانش آموز در ۲ هزار و ۱۰۰ فضای آموزشی در استان مرکزی به تحصیل اشتغال دارند که بیش از ۸۰ درصد مدارس استان ۲ شیفته و فرسوده هستند که بیشتر این مدارس در شهرهای اراک ،دلیجان و ساوه قرار دارند. وی ادامه داد: برخی مدارس آموزش و پرورش استثنایی استان مرکزی نیز دارای مشکلاتی از جمله فرسودگی و کمبود فضای آموزشی هستند و این مهم نیازمند توجه ویژه خیران و مسئولان به این حوزه دارد. لنجابی درپایان خاطرنشان کرد: یک هزار و ۶۷۲ خیر حقیقی و ۱۴۲ خیر حقوقی در استان مرکزی به امر مدرسه سازی اشتغال دارند.

انتصاب رئیس حراست شرکت نفت و گاز اروندان

اهواز- خبرنگار فرصت امروز: طی حکمی از سوی علیرضا دامغانی رئیس حراست شرکت ملی نفت ایران آقای مصطفی سواری بعنوان رئیس حراست شرکت نفت و گاز اروندان منصوب شد. به گزارش روابط عمومی شرکت نفت و گاز اروندان، متن حکم به این شرح است:

جناب آقای مصطفی سواری

با عنایت به شایستگی و تجربیات ارزنده ی جنابعالی و برابر آئین نامه اجرائی بند ۶ امور حاکمیتی و سیاستگذاری، ابلاغی از سوی مقام عالی وزارت و بنا بر پیشنهاد مدیر محترم، به موجب این حکم به مدت ۲ سال به عنوان "رئیس حراست شرکت نفت و گاز اروندان" منصوب می شوید. شایسته است با بهره گیری از تمام ظرفیت ها و رعایت الزامات سند راهبردی سازمان در اجرای موارد ذیل اهتمام ورزید:

- تعامل و ارتباط موثر با مدیر محترم و کارکنان سازمان های ذیربط و کمک به رشد و تعالی عناصر مومن به آرمان های نظام مقدس جمهوری اسلامی ایران - ارتقا امنیت و صیانت موثر از سرمایه های انسانی همراه با رعایت حریم آنها در چارچوب منشور اخلاقی حراست شرکت ملی نفت ایران - افزایش سطح حفاظت از دارایی های فیزیکی با استفاده از طرح ها و فن آوریهای نوین حفاظت فیزیکی و الکترونیکی در اماکن و تاسیسات - حفاظت و نظارت هوشمند از حوزه فناوری اطلاعات، ارتباطات، شبکه های صنعتی، اسناد و مدارک - توسعه کمی و کیفی آموزشهای حراستی برای مدیران و کارکنان، اعم از حراستی و مشاغل حساس مبتنی بر مهارت افزایی و تقویت توانمندیهای تخصصی - پی گیری بازآرائی ساختار سازمانی حراست و باز طراحی فرآیندها و بکارگیری نیروهای مومن، متخصص و متعهد با تاکید بر دانش، نظم و اخلاق حرفه ای - برنامه ریزی و نظارت مستمر بر فعالیت های حراست و سعی در بهبود فرآیندها و روشها - رعایت اصل تقدم پیش بینی، پیشگیری و آگاه سازی در اقدامات حفاظتی و صیانتی

امید است با استعانت از خداوند متعال و با حمایت مدیر محترم و همکاری کارکنان شریف حراست در انجام وظایف محوله موفق و موید باشید.

علیرضادامغانی
رئیس حراست شرکت ملی نفت ایران

تیم های مهارتی شرکت توزیع نیروی برق در مسابقات منطقه ای صاحب رتبه برتر شدند

قزوین - زارع: معاون بهره برداری شرکت توزیع نیروی برق استان قزوین گفت: تیم های شبکه و لوازم اندازه گیری استان قزوین در مسابقات مهارتهای شغلی منطقه شمال کشور صاحب دو رتبه برتر شدند. دومین دوره مسابقات مهارتهای برقکاران شرکت توزیع نیروی برق منطقه شمال کشور مابین برق کاران شرکت های توزیع نیروی برق استانها از ۲۲ تا ۲۵ مهرماه در شهر ساری برگزار شد. یوسف اینانلو در خصوص این رقابتها اظهار داشت: این مسابقات با حضور تیم هایی از هفت شرکت توزیع نیروی برق منطقه شمال کشور شامل استان های گلستان، مازندران، غرب مازندران، گیلان، البرز، تهران و قزوین برگزار شد وتیم های برتر مشخص شدند. معاون بهره برداری شرکت توزیع نیروی برق استان قزوین یادآورشد: این مسابقات مهارتی در چهار رشته نصب کنتور تک فاز، نصب کنتور سه فاز، احداث کابل خودنگهدار، جایگزین کابل خودنگهدار با سیم برگزار شد. اینانلو گفت: در این رقابتها تیم های لوازم اندازه گیری و شبکه از شرکت توزیع نیروی برق استان قزوین صاحب دو رتبه برتر شدند.

وی یادآورشد: تیم لوازم اندازه گیری استان قزوین در مسابقات بخش نصب کنتور تک فاز توانست رتبه دوم کشوری و در رشته نصب کنتور سه فاز هم رده سوم را کسب کند. اینانلو گفت : همچنین تیم شبکه شرکت توزیع نیروی برق استان قزوین در رشته جایگزین کابل خودنگهدار با شبکه مسی به مقام دوم رسید. وی افزود: تیم های منتخب اول تا سوم این رقابتها به مسابقات مهارت های شغلی کشوری راه یافتند. این مسئول در خصوص مهارتهای لازم برای شرکت در این رقابتها گفت: در این مسابقات داشتن اطلاعات فنی، آزمون کتبی، رعایت اصول ایمنی، آراستگی تجهیزات مورد استفاده و مهارت و سرعت عمل شرکت کنندگان مورد ارزیابی و داوری قرار گرفت. وی ادامه داد: این دوره از مسابقات در راستای توسعه مهارت‌های فنی و شغلی نیروهای فعال در بخش‌های مختلف شرکت توزیع نیروی برق کشور و ایجاد انگیزش و شکوفایی مهارت‌ها و تعیین افراد ماهر و نخبه در این صنعت برگزار می‌شود. اینانلو تصریح کرد: همچنین ایجاد انگیزه، افزایش دانش و مهارت بین همکاران شرکت توزیع برق، آموزش عملی افزایش کیفیت کار، آشنایی نیروی کار با تجهیزات نوین و به کارگیری دستورالعمل واحد در شرکت‌های توزیع از جمله اهداف برگزاری این دوره از مسابقات است. در این مسابقات ۷ نفر بعنوان نیروی اجرایی و دو نفر سرپرست از قزوین شرکت کردند.

بازدید مدیر مخابرات منطقه گلستان از اداره مخابرات مینودشت

گرگان-نادر کرمی: مدیر مخابرات منطقه گلستان از اداره مخابرات شهرستان مینودشت بازدید کرد .دکتر غلامعلی شهمرادی با حضور در اداره مخابرات شهرستان مینودشت از بخشهای مختلف بازدید و با کارکنان به گفتگو نشست.وی که درحاشیه این بازدید سخن می گفت ضمن قدردانی از تلاش همکاران در اداره مخابرات مینودشت برهمت بیشتر در راستای تحقق هدفهای در نظر گرفته تاکید کرد و گفت : برنامه ریزی های انجام شده با محوریت خدمت رسانی بهتر به مردم و ارائه محصولات و سرویسهای مورد نیاز آنها است که رضایت مندی مشتریان را در پی خواهد داشت.مدیر مخابرات منطقه گلستان ارتباط رسانی به تمامی نقاط استان را حائز اهمیت دانست و تقویت ارتباطات مخابراتی در مناطق روستایی را از اهم پروژه های در دست اقدام دانست .

بازاریابی در صنعت مد و پوشاک: راهکارهایی که هر بازاریابی باید بلد باشد

نویسنده: علی آل‌علی: خرید لباس از آن دست تفریحاتی است که هیچ وقت آدم را خسته نمی‌کند. اینکه شما در فروشگاه‌های بزرگ یا سایت‌های معتبر دنبال آخرین مدهای دنیا باشید، اگر بیشتر از یک جلسه مشاوره سرحال‌تان نیاورد، قطعا دست‌کمی هم از آن نخواهد داشت. البته در این بین یک مشکل بزرگ وجود دارد و آن بودجه محدود مردم برای خرید لباس است. هرچه باشد این روزها آنقدر هزینه‌های زندگی زیاد شده که خیلی‌ها ترجیح می‌دهند با همان لباس‌های قدیمی‌شان سر کنند. شما را نمی‌دانم، ولی من که هر چقدر هم بخواهم خودم را کنترل کنم تا حساب پس‌اندازم پر پول شود، وقتی پای برندهایی مثل رالف لورن یا لویی ویتون در میان باشد، حاضرم قید کل حقوقم را هم بزنم.

اگر شما هم از آن دست افرادی هستید که هیچ جوره نمی‌توانند دور خرید لباس‌های تازه خط بکشند، لازم نیست خیلی نگران باشید، چراکه یک عالمه از مردم دنیا هم با مشکلی مشابه شما دست و پنجه نرم می‌کنند. اجازه دهید با هم روراست باشیم، این وسط شما مقصر خرید بی‌رویه از برندهای مد و پوشاک نیستید، بلکه این گوچی، پرادا و هزار و یک اسم بزرگ دیگر هستند که فرمولی جادویی برای میخکوب کردن شما دارند!

همانطور که بعضی از تیم‌های فوتبال مثل منچستر یونایتد یا آرسنال بدون اینکه سال‌های سال جامی ببرند همچنان در سراسر دنیا طرفدارهای دو آتیشه خودشان را دارند، بعضی از برندهای دنیا مد هم بدون اینکه حتی یک محصول عجیب در چنته داشته باشند دل همه مشتریان را می‌برند. ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم چنین برندهایی کاریزما یا جذبه خاصی ندارند، بلکه در این بین پای هنر بازاریابی در میان است. داستان به بخش حساسش رسید، نه؟

بازاریابی در صنعت مد و پوشاک همان تکه گمشده پازل کسب و کار اغلب برندهای این حوزه است. خب هرچه باشد تا وقتی برندهایی مثل شنل یا گوچی با این همه کمپین رنگارنگ در بازار هستند، کمتر کسی حتی به کاتالوگ محصولات شما نگاه خواهد کرد؛ چه برسد به اینکه واقعا شما را به بقیه برندهای بزرگ ترجیح دهد. شما با استفاده از ایده‌های بی‌عیب و نقص برای بازاریابی در صنعت پوشاک می‌توانید بدون حاشیه اضافی سری در میان سرها در آورده و تبدیل به همان قهرمانی شوید که مشتریان سال‌هاست منتظرش هستند. اگر شما هم دوست دارید در بازارهای ریز و درشت تبدیل به رقیبی دندانگیر برای غول‌های صنعت پوشاک شوید، این مقاله کاملا مخصوص شماست.

ما در این مقاله قصد داریم صفر تا صد بازاریابی در صنعت مد و پوشاک را برای شما روی دایره بریزیم. اینطوری دیگر برندهایی مثل ورساچه یا آرمانی رقبایی بی‌نهایت دور از دسترس برای شما نخواهند بود و حتی می‌توانید با کمپین‌های‌تان حسابی آنها را تحت فشار قرار دهید. البته ما برای کمک به شما در این مسیر از هیچ فرمول یا معجون جادویی استفاده نمی‌کنیم. در عوض قصد داریم با معرفی ایده‌هایی که امتحان‌شان را پس داده‌اند، کار شما را تا حد زیادی راحت کنیم. اینطوری می‌توانید تخته گاز به سوی موفقیت در دنیای مد و پوشاک بروید؛ همین‌قدر جذاب و هیجان‌انگیز!

فهرست طلایی ایده‌های بازاریابی در صنعت مد

هر کاری در این دنیا ریسک خاص خودش را دارد. حتی وقتی بازیگران هم جلوی دوربین حاضر می‌شوند، همیشه با خودشان فکر می‌کنند اگر کارشان عالی از آب در نیاید چه اتفاقی خواهد افتاد. هرچه باشد در این دوره و زمانه نمی‌شود کلاغ سیاه را جای قناری رنگ کرد و به مردم فروخت. این یعنی هر کسی که آستینش را بالا می‌زند و شروع به انجام کاری می‌کند، باید ریسک شکست در آن کار را هم پذیرفته باشد. البته در این بین یک استثنای بزرگ وجود دارد و آن هم کارآفرینانی است که ایده‌های طلایی برای کارشان دارند.

منظور ما از ایده‌های طلایی یک سری فرمول بی‌نهایت سری نیست، چراکه در هر جایی بشود مخفی بازی درآورد، دست‌کم در دنیای بازاریابی از این خبرها نیست و دست برندها خیلی زود رو می‌شود. ما در روزنامه فرصت امروز برای اینکه کار شما برای رقابت با برندهای ریز و درشت صنعت مد راحت شود، یک راست رفته‌ایم سراغ بهترین ایده‌های بازاریابی در این صنعت. شاید شما مثل غول‌های دنیای مد و پوشاک بودجه‌های چند میلیون دلاری با سودهای میلیاردی نداشته باشید، اما این پایان ماجرا نیست. باور کنید یا نه، شما با استفاده درست از ابزار بازاریابی مثل آب خوردن اختلاف مالی‌تان با برندهای بزرگ را جبران کرده و چه بسا آنها را پشت سر نیز خواهید گذاشت. اجازه دهید بدون هیچ مقدمه و حرف اضافه‌ای یک راست برویم سر اصل مطلب. این شما و این هم فهرست طلایی ایده‌های بازاریابی در صنعت پوشاک به انتخاب روزنامه فرصت امروز!

انتخاب شعار جذاب: وقتی صدای‌تان باید به همه برسد

مسابقات فرمول یک دهه‌هاست در سراسر دنیا برگزار می‌شود و میلیون‌ها طرفدار دو آتیشه دارد. بی‌شک در طول همه این سال‌ها پای هزاران راننده مختلف از چهارگوشه دنیا به پیست این مسابقات باز شده، اما مردم فقط چند تا اسم افسانه‌ای مثل مایکل شوماخر یا لوئیس همیلتون را به یاد می‌آورند. دلیل این امر تمایز این افراد با دیگران است. بی‌شک ماجرا در دنیای مد و پوشاک کمی پیچیده‌تر از این حرف‌هاست. خب اگر برندی را سراغ دارید که فقط با تولید لباس‌های درجه یک توانسته دل مشتریان را ببرند، ما را هم بی‌خبر نگذارید.

باور کنید یا نه، ابزار بازاریابی در صنعت مد اهمیتی به اندازه خود محصولات برندها دارد. این یعنی شما با محصولی معمولی اما ایده‌هایی ناب برای بازاریابی می‌توانید در یک چشم به هم زدن تبدیل به برند محبوب مردم در سراسر دنیا شوید. قبول دارم هر کسی در صنعت بازاریابی نظر خاص خودش برای شروع فعالیت کسب و کارها را دارد، اما اگر نظر ما را بخواهید در صنعت بازاریابی همه چیز با شعار اصلی برندها شروع می‌شود. اینکه شما از چه شعاری برای بازاریابی استفاده می‌کنید، از همان لحظه نخست تکلیف شما با مشتریان‌تان را روشن خواهد کرد.

همانطور که راه حل مشخصی برای تبدیل شدن به یک قهرمان بوکس وجود ندارد، برای طراحی شعار عالی در صنعت پوشاک هم یک فرمول طلایی در دسترس نیست. پس اگر شما امیدتان را به معجونی جادویی بسته بودید، باید حسابی ناامیدتان کنیم. در عوض شما می‌توانید با مرور شعارهای بعضی از برندهای بزرگ و کمی هم خلاقیت ایده‌های خوبی برای انتخاب شعار مخصوص خودتان پیدا کنید. قبل از اینکه استرس پیدا کردن شعارهای مشهور در عرصه کسب و کار را بگیرید، اجازه دهید به شما بگوییم ما از قبل چند تا از بهترین شعارها را برای‌تان سوا کرده‌ایم. پس لطفا شش دانگ حواس‌تان را جمع کنید تا اولین مرحله در بازاریابی صنعت مد را با قدرت هرچه تمام‌تر بردارید و به سوی سکوی مدال‌ها بروید!

اولین برندی که شعارش نظر ما در روزنامه فرصت امروز جلب کرد، لویز (Levi's) است. این برند دوست داشتنی با شعار «استایلی برای همه داستان‌ها» طوری خودش را از بقیه سوا کرده که هیچ‌کس حتی به گرد پایش هم نخواهد رسید. مدیران بازاریابی لویز باور دارند هر آدمی در این دنیا یک داستان منحصر به فرد در زندگی‌اش دارد. کار این برند هم نه کمک به مردم برای زندگی بهتر، بلکه طراحی لباسی مناسب برای داستان‌های رنگارنگ هر کدام از مردم در گوشه و کنار دنیاست. این شعار نه تنها بی‌نهایت ساده است، بلکه طوری در دل می‌نشیند که تا مدت‌ها فراموش نخواهد شد. پس اگر شما هم دوست دارید یک شعار خوب برای برندتان در بازار پوشاک داشته باشید، می‌توانید مثل لویز سراغ ایده‌ای مینیمال یا جمع و جور بروید. قول می‌دهیم ضرر نکنید.

برند دیزل با محصولات مختلفش در همه دنیا شهرت بالایی برای خودش دست و پا کرده است. اگر از طرفدارهای خرید لباس‌های مارک باشید، حتما می‌دانید داستان دیزل با همه برندها فرق دارد، چراکه مدیران این برند همیشه طرح‌های تازه و صدالبته جنجالی روانه بازار می‌کنند. با این حساب جای تعجب ندارد که شعار بازاریابی چنین برندی «احمق باش» است. قبول دارم این شعار در نگاه اول خیلی عجیب یا حتی توهین‌آمیز به نظر می‌رسد، اما با سابقه‌ای که دیزل در بازار دارد بعید است بخواهد مشتریان را دست بیندازد. پس منطق پشت پرده این شعار چیست؟

ماجرای شعار دیزل به استراتژی بازاریابی منفی برمی‌گردد. در این استراتژی برندها از شعارها یا اقدامات غیرعادی که اغلب بار منفی دارد برای انتقال پیامی هیجان‌انگیز استفاده می‌کنند. در مورد دیزل این شعار منفی بیانگر ضرورت ریسک کردن درباره خرید پوشاک متفاوت است. به زبان خودمانی، دیزل دوست دارد مشتریانش اهل خطر کردن باشند و مدهای جدید را هم امتحان کنند؛ نه اینکه همیشه دنبال محصولاتی مشابه و تکراری بروند!

انتخاب شعار بازاریابی شاید خیلی کار ساده‌ای نباشد، اما لازم نیست از آن بن بستی به دشواری غول مرحله آخر بازی‌های کامپیوتری بسازید. تنها کاری که شما در این بین باید انجام دهید مرور تجربه برندهای موفق و افزودن کمی خلاقیت (به قول فرنگی‌ها تفکر خارج از چارچوب) به ماجراست؛ همین و بس.

سرمایه‌گذاری بر روی شبکه‌های اجتماعی: هر برند یک داستان جذاب!

آیا تا به حال پیش خودتان فکر کرده‌اید چرا فیلم‌ها یا رمان‌ها اینقدر پرفروش هستند و مردم در سراسر دنیا حاضرند ساعت‌ها از وقت‌شان را پای آنها بگذارند؟ اگر شما فکر می‌کنید چنین سوالی یک جواب عمیق و بی‌نهایت فلسفی دارد، احتمالا ایده ما حسابی غافلگیرتان خواهد کرد. ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم مردم به رمان، فیلم و مستندها توجه می‌کنند چون عاشق داستان هستند. درست شنیدید، داستان.

همانطور که هر قهرمان ورزشی یک داستان منحصر به فرد با کلی لحظات دراماتیک برای خودش دارد، برندها هم سرگذشت خودشان را دارند. خب در بازار که کسی عاشق چشم و ابروی شما نیست. پس اگر به جایی رسیده‌اید، حتما کلی سختی و لحظات حساس را پشت سر گذاشته‌اید. همین نکات برای طراحی یک داستان درجه یک با کشش بالا کافی خواهد بود. یادتان باشد نه شما رمان‌نویسی قهار مثل داستایفسکی هستید، نه مخاطب‌تان انتظار رمانی بی‌عیب و نقص را دارد. پس خیلی مته به خشخاش نگذاشته و داستان را با لحنی ساده و خودمانی بیان کنید.

این روزها دیگر دوره و زمانه انتشار داستان به سبک دوران پاریس قرن ۱۹ به سر رسیده است و راستش را بخواهید کمتر کسی حتی حوصله کتاب دست گرفتن دارد. در عوض بازار کتاب‌های دیجیتالی و به ویژه شبکه‌های اجتماعی حسابی داغ است. اگر شما مردم با صدای زنگ ساعت کوکی‌شان از خواب بیدار می‌شدند، این روزها نه تنها مردم موبایل به دست خواب‌شان می‌برد، بلکه از همان لحظه اول که چشم باز می‌کنند به صفحه گوشی‌شان خیره خواهند شد. خلاصه کلام اینکه شما با استفاده از سرگذشت برندتان می‌توانید یک داستان جذاب برای خودتان دست و پا کنید. بعد هم با انتشار آن در شبکه‌های اجتماعی میلیون‌ها نفر در سراسر دنیا جذب برند و داستان‌تان خواهند شد. این جرقه‌ای مهم برای موفقیت شما در بازار و شروع فروش محصولات در بازار خواهد بود.

قبول دارم توصیه خشک و خالی برای طراحی داستان برند خیلی به مذاق شما خوش نمی‌آید. هرچه باشد آدم نمی‌تواند به امید یک توصیه نصفه و نیمه بی‌گدار به آب بزند. پس اجازه دهید کارمان را با مرور تجربه برندهای موفق کامل کنیم. کسانی که در زندگی‌شان حتی یکبار هم عینک زده باشند، خیلی خوب می‌دانند خرید عینک کلی هزینه روی دست آدم می‌گذارد. در این بین برند واربی پارکر از همان اول کارش قصد داشت معادلات بازار را به هم بریزد. مدیران این برند با کاهش هزینه‌های تولید و از همه مهمتر تلاش برای دسترسی مستقیم به مشتریان قیمت محصولات‌شان را کلی کاهش دادند. نتیجه کار عینک‌هایی بی‌نهایت باکیفیت و صدالبته ارزان بود. تعجبی ندارد در دنیایی که عینک محصولی لوکس و گران محسوب می‌شود، مدل‌های واربی پارکر با جنس عالی و قیمت منصفانه‌شان خیلی زود در بازار گرد و خاک کنند. خب مگر کسی هم هست که دوست داشته باشد الکی پول اضافه برای خرید عینک بدهد؟ تیم بازاریابی برند واربی پارکر از وقتی تب شبکه‌های اجتماعی در دنیا داغ شد، شروع به تولید محتوا در پلتفرم‌هایی مثل اینستاگرام، فیس‌بوک و صدالبته توییتر کردند. هدف این تیم از همان اول واضح بود؛ بیان داستان جذاب واربی پارکر برای کاربران. نکته جالب ماجرا در جذابیت پایدار داستان این برند برای مشتریان است. باور کنید یا نه، بازاریاب‌های واربی پارکر داستان قدیمی این برند مبنی بر کاهش هزینه تولید و ارائه محصولاتی باکیفیت و دارای قیمت مناسب را هر بار به یک سبک تازه تعریف می‌کنند. شاید فکر کنید این استراتژی آخرش کار دست یک برند می‌دهد، اما واربی پارکر که بیشتر از یک دهه آن را به خوبی و خوشی استفاده کرده است. پس بد نیست شما هم نیم نگاهی به آن داشته باشید.

کمپین‌های گیو اوی (Giveaway): چه کسی از هدیه بدش می‌آید؟

همه مردم از هدیه گرفتن خوش‌شان می‌آید. در این بین هم فرقی میان کوچک و بزرگ نیست. به هر حال جذابیت مراسم‌های تولد یا مناسبت‌های ریز و درشت برای کادو دادن به همدیگر یک منطقی باید داشته باشد، مگر نه؟ خوشبختانه خیلی از برندهای دنیا مد و پوشاک منطق کادو دادن را به خوبی درک کرده‌اند و آن را به بهترین شکل ممکن به کار می‌بندند. اجازه دهید قبل از اینکه توضیح بیشتری بدهیم، یک مثال کاربردی بزنیم. فرض کنید شما برای خرید لباس سال نو وارد پاساژ مورد علاقه‌تان شده‌اید. در این بین احتمالا بدون معطلی سراغ همان فروشگاهی می‌روید که از بچگی آن را دوست داشته‌اید. حالا اگر در مسیر چشم‌تان به فروشگاهی تازه بیفتد که کلی لباس رنگارنگ دارد، چه واکنشی خواهید داشت؟ شاید پیش خودتان بگویید فروشگاه‌های جدید در برابر رقیبی که امتحانش را پس داده هیچ شانسی ندارند. پس اجازه دهید اندکی ماجرا را سخت‌تر کنیم؛ اگر فروشگاه جدید قصه‌مان یک تیشرت رایگان به مناسبت سال نو به شما هدیه دهد، چه؟ بازهم مثل آب خوردن از کنارش رد خواهید شد؟

واقعیت این است که مردم نسبت به برندهایی که دست و دلباز هستند، نظر بهتری دارند. در این بین هم فرقی ندارد این برند صد سال در بازار سابقه داشته باشد یا همین امروز استارت کارش را زده است. در هر صورت هدیه‌های جذاب و کاربردی می‌تواند دل هر مشتری را ببرد. مشکلی که در این بین برای بعضی از کارآفرینان وجود دارد، وسواس بیش از اندازه‌شان برای صرفه‌جویی در هزینه‌هاست. به زبان خودمانی، این دسته از کارآفرینان فکر می‌کنند با دادن هدیه به مشتریان ضرری بی‌انتها خواهند کرد و دیگر هیچ جوره نمی‌شود آن را جبران کرد. جواب برای این دسته از کارآفرینان سختگیر بی‌نهایت ساده است؛ اگر شما برای مشتریان‌تان احترام قائل نباشید، هیچ وقت نمی‌توانید با کمپین‌تان میخکوب‌شان کنید. پس بد نیست گاهی اوقات دست و دلبازی کرده و با مشتریان‌تان صمیمی‌تر شوید.

وقتی صحبت از هدیه دادن به مشتریان می‌شود، خیلی از برندها به هدیه‌های بی‌نهایت لوکس با قیمت‌های فضایی فکر می‌کنند. اجازه دهید همین جا تکلیف‌مان با چنین هدیه‌هایی را روشن کنیم. شما قرار نیست با هدیه‌تان کلی خرج روی دست برند بگذارید، بلکه باید هدیه‌هایی نسبتا ارزان اما کاربردی بخرید. اینطوری مسئله فراتر از قیمت هدیه رفته و بعد غیرمادی پیدا می‌کند. از این نقطه به بعد شما می‌توانید به سادگی هرچه تمام‌تر مشتریان را با محصولات و صدالبته برندتان آشنا کرده و امیدوار باشید چندتایی مشتری وفادار از دل این ماجرا نصیبت‌تان خواهد شد.

اگر شما حتی یک بار هم تجربه خرید لباس داشته باشید، خیلی خوب می‌دانید امتحان کردن لباس‌ها نقش مهمی در انتخاب نهایی مردم دارد. با این حساب شما باید خودتان را برای نشان دادن کیفیت و جنس عالی لباس‌های‌تان آماده کنید. شاید تن زدن به لباس‌ها در اتاق پرو ایده نسبتا خوبی باشد، اما پیشنهاد طلایی ما برای شما هدیه دادن بعضی از محصولات ارزان قیمت مثل تیشرت به مشتریان است. اینطوری شما هم با دست و دلبازی‌تان نظر مشتریان را جلب می‌کنید، هم آنها می‌توانند بدون پرداخت حتی یک سنت کیفیت محصولات شما را ببینند. پس منتظر چه هستید؟ همین حالا دست به کار شده و یکسری از محصولات نه چندان گران قیمت‌تان را برای ارائه به عنوان هدیه آماده کنید. حتی می‌توانید روی این محصولات شعار برندتان را هم چاپ کنید. اینطوری دست کم تا مدتی یاد و خاطره‌تان در ذهن مشتریان باقی خواهد ماند.

پیدا کردن دوست از بین رقبا: ایده‌ای باورنکردنی اما تاثیرگذار

حالا که تب جام جهانی روز به روز بیشتر می‌شود، اجازه دهید از مثال فوتبالی برای این بخش استفاده کنیم. فرض کنید دو تا تیم با نمایش‌هایی حیرت‌انگیز رقبا را یکی پس از دیگری پشت سر گذاشته و حالا به مسابقه پایانی رسیده‌اند. بی‌شک همه در این شرایط انتظار یک رقابت نزدیک و دیوانه‌کننده را خواهند داشت. حالا اگر کسی در این میان از دوستی بین بازیکنان دو تیم و تعارف کردن موقعیت قهرمانی جهان به یکدیگر حرف بزند، پیش خودتان چی فکر می‌کنید؟

بی‌شک اگر شما خیلی آدم مودبی باشید، فکر می‌کنید طرف‌تان شوخی‌اش گرفته است. خب هرچه باشد زمین مسابقه جای دوستی و تعارف که نیست. خیلی‌ها فکر می‌کنند دنیای کسب و کار هم دقیقا همین وضعیت را دارد و نباید حتی به یک نفر در آن رحم کرد. البته ما در روزنامه فرصت امروز نظر کاملا متفاوتی داریم، چراکه نه عرصه کسب و کار شباهتی به زمین مسابقه دارد، نه کارآفرینان گلادیاتورهای دوران روم باستان هستند. ماجرا جالب شد، نه؟

وقتی شما در دنیای مد و پوشاک با یک برند هم قد و قواره خودتان همکاری بازاریابی یا تبلیغاتی دارید، هم هزینه‌های دوطرف به طور قابل ملاحظه‌ای کم می‌شود، هم اینکه دیگر لازم نیست نگران جلب نظر مخاطب هدف در بازار باشید. هرچه باشد کمترین مزیت این شیوه همکاری جلب نظر مشتریان برند همکارتان است. شاید پیش خودتان فکر کنید تعریف و تمجید ما از همکاری بازاریابی در صنعت مد و پوشاک بی‌نهایت ساده‌انگارانه است. در این صورت تا حدودی حق با شماست. هرچه باشد این روزها پیدا کردن یک برند همکار خیلی هم کار ساده‌ای نیست. با این حال شما نباید الکی کارتان را سخت کنید. پس بهانه‌های مختلف را کنار گذاشته و بدون دغدغه اضافه دنبال برندی مشابه خودتان در بازار مد و پوشاک باشید. اگر در این بین برند قصه ما محصولاتش کمی متفاوت از شما باشد، ماجرا بی‌نهایت جذاب‌تر می‌شود. اینطوری شما یک زنجیره از مشتریان میان خود و شریک‌تان ایجاد می‌کنید. مثلا اگر شما فقط لباس کودک تولید می‌کنید، همکاری با برندی که لباس‌های رسمی و مجلسی عرضه می‌کند، همکاری خوبی خواهد بود، چراکه هیچ مداخله و رقابت مستقیمی میان شما و دوست‌تان پیدا نخواهد شد و این همکاری بادوام خواهد بود. آخرین توصیه ما برای همکاری با بقیه برندها در بازاریابی توجه به بازارهای هدف مشترک است. شما قرار نیست همان اول کار با برند بزرگی مثل گوچی که بازارهای جهانی دارد، همکاری کنید. البته این را هم بگوییم که برندهای بزرگ اصلا به کسب و کارهای کوچک اهمیتی برای همکاری بازاریابی نمی‌دهند، اما این دلیل نمی‌شود شما هم با خوش خیالی دنبال چنین همکاری‌هایی باشید. پس سعی کنید مثل یک قهرمان واقعی جایگاه برندتان را حفظ کرده و دنبال حرکت اضافه در بازار نباشید. وگرنه خیلی زود از گردونه رقابت کنار می‌روید.

پیدا کردن سفیر برند: به وقت همکاری با سوپراستارها

چند بار تا به حال برای‌تان پیش آمده یک فوتبالیست مشهور یا سوپراستار سینمایی را به عنوان نماینده برندی بزرگ مشاهده کنید؟ فکر می‌کنم هر جوابی به جز «خیلی زیاد» کاملا شک‌برانگیز باشد. به هر حال ما در دنیایی زندگی می‌کنیم که همکاری بین سلبریتی‌ها و برندها جزئی جدانشدنی از آن است. البته ایده مارکتینگ مورد نظر ما در این بخش اصلا از جنس سلبریتی محور خشک و خالی نیست. در عوض یک همکاری نسبتا بلندمدت میان شما و سلبریتی است که اتفاقا علاقه زیادی هم به کسب و کارتان دارد!

اگر شما پول لازم برای همکاری با یک سلبریتی بزرگ را دارید، همه چیز طبق میل‌تان پیش خواهد رفت و حسابی در بازار گرد و خاک می‌کنید. با این حال دردسرها وقتی شروع می‌شود که شما مایل به استفاده از استراتژی سفیر برند باشید، اما بودجه برندتان کفاف این کار را ندهد. بعضی از کارآفرینان دوست دارند تا وقتی یک پول درست و حسابی دست‌شان نرسیده است، برای پیدا کردن سفیر برند صبر کنند. چنین کاری دقیقا مثل خوش خیالی کارگردانی است که شروع پروژه سینمایی‌اش را تا پیدا شدن یک تهیه‌کننده میلیونر به عقب می‌اندازد. توصیه ما در این بین اندکی واقع‌گرایی بیشتر است. اگر شما از لنز واقع‌گرایی به ماجرا نگاه کنید، حتی یک دقیقه هم نباید وقت‌تان را در پیدا کردن سفیر مناسب برندتان تلف کنید، چراکه بدون یک سفیر خوب هیچ وقت برند شما توسعه پیدا نمی‌کند و البته خبری هم از بودجه‌های کلان نخواهد بود.

همانطور که در دنیا بازیگران بی‌نهایت مشهور وجود دارند، بعضی از بازیگران هم شهرت کمتری در مقیاس جهانی دارند. اشتباه نکنید، ما قصد نداریم درباره دنیای هنر و سینما با شما بحث کنیم. برعکس، توصیه ما کاملا در مرزهای بازاریابی جریان دارد. شما اگر دوست دارید یک سفیر مناسب با قیمتی کم داشته باشید، نباید همان اول کار روی سلبریتی‌های بزرگ دست بگذارید. در عوض می‌توانید کارتان را با سلبریتی‌هایی که در شهرهای محدودی مشهور هستند، شروع کنید. اینطوری هم نظر مشتریان آن شهرها را جلب می‌کنید، هم خبری از خالی شدن ناگهانی جیب‌تان در پی همکاری با یک سلبریتی نیست.

همانطور که هر خلبانی برای سالم رساندن مسافران به مقصد استراتژی دقیق و مشخصی دارد، شما هم برای همکاری با سلبریتی‌ها در قالب سفیر برند باید فکر همه جا را کرده باشید. هرچه باشد اینجا پای بودجه و اعتبار برندتان در میان است و ماجرا اصلا شوخی‌بردار نیست. فرمول ما برای این بخش تاکید به سفیر برندتان برای انتشار محتوای مربوط به همکاری با شما در همه شبکه‌های اجتماعی بزرگ است. پس اگر شما قصد همکاری با سلبریتی را دارید که خیلی با حساب و کتاب پلتفرم‌های مختلف آشنا نیست، بهتر از قبل از اینکه داستان بیخ پیدا کند، در تصمیم‌تان تجدیدنظر کنید. وگرنه دیر یا زود برندتان با یک سقوط آزاد کامل مواجه خواهد شد.

وبلاگ‌نویسی: ایده‌ای قدیمی اما هنوز کاربردی

وبلاگ‌نویسی درست از زمانی که اینترنت در دسترس همه مردم دنیا قرار گرفت، پا گرفت و تبدیل به اولین ابزار تعاملی میان کاربران شد. راستش را بخواهید، وبلاگ در واقع پدربزرگ شبکه‌های اجتماعی امروزی محسوب می‌شود. آن زمان نه خبری از فیس‌بوک بود نه توییت کردن؛ در عوض کاربران می‌توانستند یک وبلاگ برای خودشان راه انداخته و سری هم به وبلاگ دیگران بزنند. در این بین برندها هم مثل همیشه از وبلاگ برای اهداف بازاریابی‌شان استفاده کردند. به این ترتیب خیلی زود وبلاگ‌نویسی تبدیل به ایده‌ای پرطرفدار برای بازاریابی شد.

این روزها خیلی از کارآفرینان فکر می‌کنند وبلاگ دیگر از مد افتاده است. اگر نظر ما را بخواهید، خیلی رُک و پوست‌کنده به شما می‌گوییم که هنوز هم وبلاگ‌ها طرفداران خاص خودشان را دارند. اتفاقا طرفداران وبلاگ‌ها در طول سال‌های اخیر افزایش هم داشته است. پس بد نیست شما هم در این بین آستین‌ها را بالا بزنید و وبلاگ رسمی برندتان را راه‌اندازی کنید. اینطوری می‌توانید با بقیه برندها بر سر جلب نظر مشتریان رقابت کرده و حتی چندتا محصول هم در وبلاگ‌تان بفروشید. وقتی شما در صنعت مد و پوشاک فعالیت دارید، باید خودتان را برای سوالات بی‌پایان مشتریان آماده کنید. اجازه دهید با هم روراست باشیم، روزانه میلیون‌ها کاربر در گوگل سوالاتی درباره مدهای روز و معیارهای خرید پوشاک مناسب مطرح می‌کنند. حالا اگر در این بین برند شما در قالب محتوای وبلاگی برای این دست از سوالات جواب‌های قانع‌کننده‌ای داشته باشد، وضعیت‌تان از این رو به آن رو می‌شود. قبول دارم در این بین نقش بعضی از به اصطلاح طراح‌های مد خیلی پررنگ است، اما یادتان باشد وقتی یک برند تولیدی پوشاک توصیه‌هایی برای مشتریان دارد، اعتبارش خیلی بیشتر از حرف‌های معمولی دیگران خواهد بود. پس اگر از ما می‌شنوید، همین امروز دست به کار شده و وبلاگ برندتان را راه‌اندازی کنید. اینطوری دست‌کم بهانه‌ای برای تعامل بیشتر و بیشتر با مشتریان داشته و می‌توانید رقابت نزدیک‌تری با بقیه برندها داشته باشید.

بازاریابی و تبلیغات بیشتر در مناسبت‌های مهم: به وقت کار دو برابر!

مناسبت‌هایی مثل سال نو همیشه برای مردم حس و حال ویژه‌ای دارد. صرف نظر از دید و بازدیدهای مرسوم، هدیه دادن در چنین زمان‌هایی نیز جای خاص خودش را در کارهای آدم‌ها دارد. احتمالا شما هم خاطرات بسیار شیرینی از دوران کودکی و هدیه گرفتن از بزرگترها در مناسبت‌های گوناگون دارید. در این صورت خیلی خوب منظور ما از اهمیت مناسبت‌ها را درک می‌کنید. وقتی صحبت از تهیه هدیه‌های ماندگار و جذاب می‌شود، کمتر گزینه‌ای به اندازه پوشاک وسوسه‌کننده خواهد بود. هرچه باشد شما با یک دست لباس شیک نه تنها شناخت‌تان از سلیقه عزیزان‌تان را نشان می‌دهید، بلکه تا سال‌ها با هدیه‌تان در یاد و خاطره آنها باقی خواهید ماند.

اگر شما دوست دارید برندتان گزینه اول و آخر مشتریان برای مناسبت‌های مهم باشد، باید چند هفته مانده به شروع مناسبت‌ها دست به کار شوید. وگرنه صفر تا صد فعالیت‌تان تحت تاثیر ایده‌های درجه یک رقبا قرار می‌گیرد. شاید ادعای ما اندکی برای‌تان عجیب باشد، اما اگر یک لحظه هم که شده خودتان را جای مشتریان قرار دهید به خوبی ته توی ماجرا را متوجه می‌شوید. تفاوت اصلی در اینجا بین برندی که به مشتریان احترام گذاشته و از ماه‌ها قبل تدارک همه چیز را دیده با کسب و کاری است که دوست دارد دقیقه ۹۰ همه کارها انجام دهد. پس اگر شما دوست دارید جایی در لیست بلندبالای برندهای مورد علاقه مشتریان داشته باشید، باید دور کارهای عجله‌ای و دقیقه آخری را خط بکشید.

ما در روزنامه فرصت امروز برای اینکه شما برنامه‌تان را مثل ماشین دقیق پیش ببرید، چند تا توصیه درجه یک داریم. اول از همه اینکه برنامه کلی‌تان برای مناسبت‌ها را باید بارها و بارها با تمام اعضای شرکت چک کنید. اینطوری دست کم از توصیه‌ها و نظرات اعضای شرکت بهره‌مند شده و ایرادات کارتان یکی پس از دیگری رفع می‌شود. در مرحله بعدی شما باید اهرم سفیران برندتان را فعال کنید. اینکه تعدادی از چهره‌های برجسته خرید از برند شما برای مناسبت‌هایی نظیر کریسمس را توصیه کنند، تاثیری دارد که نگو و نپرس. پس حالا که قرار است پول همکاری با سفیران برند را تا آخرین دلار پرداخت کنید، بد نیست از هر فرصتی برای استفاده از این همکاری سود ببرید.

ارائه کوپن تخفیف برای تولد مشتریان: چه کسی از تولید رویایی بدش می‌آید؟

روز تولد برای آدم همیشه یادآوری خاطرات کودکی و انواع و اقسام نوستالژی‌های گوناگون است. احتمالا آن دسته از افرادی که خیلی شکاک هستند، به سرعت ادعا کنند که تولد فقط بهانه‌ای برای خوشحالی و فراموشی زندگی روزمره برای چند ساعت است. خب مگر چند ساعت خوشحالی اتفاق بدی است؟

ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم این روزها هر برندی باید خودش را طوری به مشتریان نزدیک کند که نه در قالب یک فروشنده صرف، بلکه دوست و همراه آنها شناخته شود. همانطور که آدم از دوستان صمیمی‌اش انتظار دارد تولدش را به یاد داشته باشند و حتی گاهی اوقات برنامه‌ای ویژه برای آن داشته باشند، برندها هم می‌توانند با تبریک تولید مشتریان حسابی در دل آنها جا باز کنند. البته شما قرار نیست به یک تبریک خشک و خالی بسنده کنید، چراکه این روزها تقریبا همه برندها تولید مشتریان‌شان را تبریک می‌گویند. در چنین شرایطی شما باید از یک تکنیک برتر برای کیش و مات کردن رقبا استفاده کنید. توصیه طلایی ما برای شما در ماراتن صنعت مد و پوشاک استفاده از تخفیف‌های کاربردی برای مشتریان است. یادتان باشد هدیه دادن به مشتریان در روز تولدشان باید دقیقا مطابق سلیقه‌شان باشد. دقیقا به همین خاطر خیلی از برندها به جای یک هدیه مشخص بن تخفیف به مشتریان‌شان می‌دهند. اینطوری مشتریان می‌توانند هر کدام از محصولات شرکت که دوست دارند را با تخفیف مناسب تهیه کنند. چنین کوپنی می‌تواند بهترین هدیه ممکن برای مشتریان شما باشد؛ به ویژه اگر دنبال خرید یک دست لباس تازه هم باشند!

سخن پایانی

صنعت مد و پوشاک یکی از پرسودترین حوزه‌های کاری در دنیا محسوب می‌شود و روز به روز هم به حجم رقابت در آن افزوده می‌شود. در این بین بازاریابی با ایده‌هایی که امتحان‌شان را پس داده‌اند، اوضاع شما را از این روز به آن رو خواهد کرد. ما دیگر به آخر فهرست طلایی ایده‌های‌مان برای بازاریابی در صنعت مد و پوشاک رسیده‌ایم. حالا نوبتی هم باشد، این شما هستید که باید دست به کار شده و از ایده‌های مقاله استفاده کنید. هر جایی از کار هم که سوال یا مشکلی داشتید، من و همکارانم در روزنامه فرصت امروز همیشه آماده کمک به شما هستیم. پس تعارف را کنار گذاشته و هر سوال یا مشکلی که دارید، همین جا با ما در میان بگذارید.

منابع:

https://recurpost.com/blog/digital-marketing-۱۱-ideas-fashion-brands/#digital-marketing-ideas

https://merehead.com/blog/the-best-marketing-/strategy-for-fashion-brands

https://www.constantcontact.com/blog/clothing-/brand-marketing-ideas

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

| چهارشنبه | ۱۸ آبان ۱۴۰۱ | شماره ۲۱۲۵ | 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