

بانک و بانکداری در سالی که گذشت

علی نظافتیان

دبیر کمیسیون حقوقی

کانون بانکها

سالی که گذشت، سالی پر بار و فراوان از رویدادهای پراهمیت و کم‌اهمیت در حوزه بانک و بانکداری بود؛ رویدادهایی که هر کدام به گونه‌ای در جهت‌دهی به سیاست‌های پولی و بانکی و مدیریت کلان شبکه بانکی کشور موثر بودند و خطمشی آینده را ترسیم کردند. به عنوان یکی از علاقه‌مندان صنعت بانکداری به اعتقاد نگارنده، مهمترین رویدادهای حوزه بانکی کشور در سال ۱۴۰۱ را می‌توان در موارد زیر برشمرد: ۱- برگشت طرح پرحاشیه «بانکداری» از شورای نگهبان و مجمع تشخیص

کمیسیون اقتصادی مجلس، طرح جامع بانکداری جمهوری اسلامی را در سال ۱۳۹۷ ابتدا

در ۱۹۹ ماده تهیه کرد. این طرح در محافل بانکی هم مطرح شد، اما به علت نواقص و ضعفهای

کارشناسی چندان که باید و شاید مورد استقبال قرار نگرفت و با

انتقادات گسترده‌ای مواجه شد.

«عبدالناصر همتی»، رئیس کل

وقت بانک مرکزی به صراحت در

جلسه مجلس، مخالفت خود را با

این طرح ابراز کرد و گفت...

ادامه در همین صفحه

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

خرید و فروش به بعد از عید موکول شد

بازار مسکن در فاز احتیاط

واسطه‌های ملکی می‌گویند که با تعدیل نرخ ارز و فروکش کردن انتظارات تورمی، رونق شب عید بازار مسکن به رکود نسبی انجامیده است؛ به طوری که متقاضیان مصمم تبدیل به خریداران مردد شده‌اند و معاملات خود را به بعد از عید موکول کرده‌اند. به گزارش «ایسنا»، با فروکش کردن التهابات بازار ارز، سایه انتظارات تورمی از سر بازار مسکن برداشته شد و بررسی‌های میدانی...

طرح کالابریگ الکترونیک از هفته گذشته در سراسر کشور آغاز شد

دوراهی کالابریگ یا یارانه نقدی

فرصت امروز: پس از اجرای آزمایشی در چهار استان حالا طرح ملی کالابریگ الکترونیک در سراسر کشور آغاز شده است. در این طرح که فروشگاه‌های زنجیره‌ای رفاه، افق کوروش، دیلی مارکت، جانپو و برخی فروشگاه‌های خرد مشارکت دارند، کالاهای اساسی با قیمت شهرپورماه ۱۴۰۰ عرضه می‌شوند. بیشتر از یک دهه است که دولت به طور متوالی به شهروندان یارانه نقدی پرداخت می‌کند. از ابتدای واریز یارانه‌ها در سال ۱۳۸۹ تاکنون با وجود آنکه به واسطه تورم از ارزش مبلغ یارانه نقدی کاسته شده است، اما شیوه اعطای یارانه تغییری نکرد، تا اینکه از هفته گذشته با اعلام وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی و پس از تجربه آزمایشی و موفقیت‌آمیز در...

۲

بورس تهران در آخرین هفته سال ۱۴۰۱ صعود می‌کند؟

فراز و فرود بورس در اسفند

۴

مدیریت و کسب‌وکار



اعتمادسازی در شبکه‌های اجتماعی؛ معمایی با راه حل‌های متنوع!

کار آفرینی را در نظر بگیرید که بعد از چند سال فعالیت در بازار به خوبی اسمش را سر زبان‌ها انداخته است. به طوری که نه تنها مشتریان، بلکه رقبا هم تقریباً با برند او آشنا هستند. احتمالاً در یک سناریوی رویایی چنین کار آفرینی دیگر نباید هیچ مشکلی داشته باشد و هر دقیقه انتظار خریدهای پشت سر هم مشتریان را بکشد. البته دنیای کسب و کار همیشه اینقدر مهربان نیست؛ چراکه مشتریان تا به یک برند اعتماد نکنند، قدم از قدم برنمی‌دارند؛ به خصوص اگر پای تعامل آنلاین با برندها وسط باشد.

اگر تجربه خرید آنلاین از برندها در شبکه‌های اجتماعی را داشته باشید، همیشه با احساس سردرگمی دست و پنجه نرم می‌کنید. شما را نمی‌دانم، ولی من که حتی با خرید از معتبرترین برندها نیز نگران سر نوشت سفارش می‌شوم، پس طبیعی است که کاربران به این سادگی‌ها دست به جیب نشوند. اصلاً هم فرقی ندارد...

۸



قیمت دلار به کمتر از ۵۰ هزار تومان و سکه به ۲۷ هزار تومان رسید

افت تب معاملات ارزی

۳

بانک و بانکداری در سالی که گذشت

انجام وظایف و مأموریت‌های خود از رهبری حکم دریافت می‌کنند. نمی‌توانند این حکم را واگذار نمایند. این حکم، حق شخصی آنها نیست که قابلیت واگذاری داشته باشد.

«بند «پ» ماده ۵۷ به منزله اعمال سیاست‌های پولی ناخواسته و تزریق پول بیرونی به اقتصاد بوده و پیامدهای تورمی و بی‌ثباتی اقتصادی دارد و موجب کاهش ذخایر بانک مرکزی و تضعیف موقعیت‌های مالی و اعتباری بانک مرکزی می‌گردد که این بند ضمن تضعیف استقلال بانک مرکزی و اخلال در سیاست‌های پولی، مغایر با بند ۹ سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی است.

«مجمع تشخیص همچنین در مورد ماده ۲۲ طرح

مصوب مجلس (راجع به رسیدگی به تخلفات اشخاص تحت

نظارت) گفته است: «تشکیل هیأت‌های بدوی و تجدیدنظر

انتظامی در بانک مرکزی با بند (۲) تمرکز کلیه امور قضایی

در قوه قضائیه و بند (۹) اهتمام به تشکیل دادگاه تخصصی

سیاست‌های کلی قضایی مغایرت دارد. بانک مرکزی مانند

سایر دستگاه‌های حاکمیتی مدعی العموم است؛ لذا یک

شعبه تخصصی قضایی می‌تواند از حیث بازپرسی در خود

بانک مرکزی تشکیل شود. بانک مرکزی تنها نهاد تخصصی

کشف اعلام و پیشگیری جرم است؛ لذا در این ماده تشکیل

هیأت‌های بدوی و تجدیدنظر انتظامی در بانک مرکزی با بند

۲ سیاست‌های قضایی (تمرکز کلیه امور دارای ماهیت قضایی

در قوه قضائیه) و با بند ۹ سیاست‌های قضایی (اهتمام به

تشکیل دادگاه‌های تخصصی) مغایرت دارد.

در مجموع، برداشت نگارنده این است که در مسیر بررسی

طرح، استقلال بانک مرکزی مغلوب پدیده‌ای شد که طراحان

آن را «اقتدار بانک مرکزی» می‌نامند؛ زیرا بانک مرکزی بدون

استقلال قطعاً از سیاستگذاری پولی و بانکی و کنترل تورم

ناتوان خواهد شد. طرح بانکداری در حالی با ایرادات مجمع

تشخیص و شورای نگهبان به مجلس برگشت داده شد

که برای رفع این ایرادات ضرورت دارد به جای کم‌توجهی

به نظرات خبگان بانکی، تعامل مثبتی بین مجلس، بانک

مرکزی، شورای هماهنگی بانک‌های دولتی و کانون بانک‌های

خصوصی به وجود آید و نواقص طرح در فضایی کارشناسی

اصلاح و به صحن علنی مجلس ارائه شود تا بانک مرکزی

با استقلال کامل به جای قضا‌فرایی و مشغول شدن به امور

قضایی هیأت‌های حل اختلاف امور بانکی و هیأت انتظامی،

بتواند نظام بانکی را سیاستگذاری و نظارت کند و امور بانک‌ها

را سامان دهد و نرخ ارز را کنترل و پایه پولی کشور را تقویت

کند. قضا‌دایی یکی از سیاست‌های قوه قضائیه است؛ در

حالی که این طرح حاصلی جز قضا‌فرازی و افزایش شدید امور

قضایی در بانک مرکزی نخواهد داشت.

۲- اعزام ناظرین شرعی به بانک‌ها

حضور رسمی و قانونی شورای فقهی بانک مرکزی، مولود

ماده ۱۶ برنامه ششم توسعه است. قانونی که می‌گویند: «برای

حصول اطمینان از اجرای صحیح عملیات بانکی بدون ربا در

نظام بانکی کشور و جهت نظارت بر عملکرد نظام بانکی و

اطهار نظر نسبت به رویه‌ها و ابزارهای رایج، شیوه‌های عملیاتی،

دستورالعمل‌ها، بخشنامه‌ها، چارچوب قراردادهای نحوه اجرای

مصوب که این بار در نامه ۱۹ آذرماه ۱۴۰۱ رئیس مجلس به

شورای نگهبان، «طرح بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران»

نام گرفته بود، بالاخره مشخص شد دستاورد بی‌اعتنایی به

نظرات مدیران و کارشناسان بانکی در طراحی و تصویب طرح

۶۷ ماده‌ای، حدود ۸۰ ایراد مغایرت با اصول قانون اساسی و

موادین شرعی و همچنین ۲۱ تذکر قانونی شورا به مجلس

بوده است. افزون بر ایرادات شورای نگهبان، مجمع تشخیص

مصلحت نظام نیز ۲۱ ایراد مغایرت با سیاست‌های کلی نظام

را تشخیص داد. طبق گفته «هادی طحان‌نظیف» سخنگوی

شورای نگهبان، «عمده ابهامات و مغایرت‌های شرعی و قانونی

این طرح عبارتند از: اعطای اختیارات موسع به ارکان بانک

مرکزی برای قاعده‌گذاری در حوزه پولی و بانکی، ایجاد مرجع

رسیدگی ویژه برای حل اختلافات بانکی خارج از دستگاه

قضا، تعیین مجازات نامتناسب برای برخی تخلفات، افزایش

هزینه‌های عمومی دولت و وجود ابهامات متعدد در متن.»

مجمع تشخیص مصلحت نظام نیز ۱۹ مورد ایراد از حیث

مغایرت با سیاست‌های کلی نظام بر طرح مصوب مجلس وارد

کرده است. در اینجا به تعدادی از ایرادات هیأت عالی نظارت

بر حسن اجرای سیاست‌های کلی نظام مجمع تشخیص بر

طرح مصوب مجلس اشاره می‌شود:

«مجمع تشخیص در مورد ماده ۱۸ طرح مصوب مجلس

(راجع به شورای فقهی بانک مرکزی)، چنین نظر داده است:

«از حیث نحوه انطباق رویه‌ها، ابزارها، بخشنامه‌ها و قراردادهای

با مصوبات این شورا، نحوه انتخاب پنج فقیه مجتهد متجری

در حوزه فقه معاملات، صاحب‌نظر در مسائل پولی و بانکی،

قرار گرفتن شورای فقهی به عنوان یکی از ارکان بانک مرکزی

مغایر با اجزای ۱ و ۲ و ۳ و ۶ بند ۹ از سیاست‌های کلی نظام

در باب قانونگذاری است.» مجمع تشخیص در مورد این ایراد

۱، ۲، ۳، ۶ بند ۹ سیاست‌های کلی نظام قانونگذاری مغایرت

دارد؛ اولاً: در زمینه انتخاب پنج فقیه مجتهد (متجری در

حوزه فقه معاملات و صاحب‌نظر در مسائل پولی و بانکی)

ابهام وجود دارد و در قابلیت اجرای آن هم ابهام حاکم است.

ثانیاً: تعریف شورای فقهی به عنوان یک رکن اصلی به طوری

که رئیس کل بانک مرکزی عضو این شورا باشد، به تضعیف

جایگاه و اقتدار بانک مرکزی منجر خواهد شد و با بند ابته‌به

نظریات کارشناسی و ارزیابی تأثیر اجرای قانون مغایرت دارد.

ثالثاً: نمود اصلی شورای فقهی بانک مرکزی در احراز عدم

مغایرت فرآیندهای بانکی با عملیات بانکی بدون ربا متجلی

می‌شود؛ در حالی که طرح فعلی مجلس در مورد عملیات

بانکی و ضوابط حاکم بر آن مسکوت گذاشته شده است. ارباعاً:

از حیث انطباق رویه‌ها، ابزارها و قراردادهای با مصوبات شورا

مغایر با بند ۹ سیاست‌های کلی نظام قانونگذاری است.

مجمع تشخیص در این مورد همچنین تصریح کرده

است: ایجاد این رکن با این همه اختیارات، ناقض اختیارات

و مسئولیت‌های شورای نگهبان و مخالف قانون اساسی است؛

چراکه شورای نگهبان تنها مرجع نظارت بر شرعی بودن

مقررات کشور است. نظر به آنکه وظایف حاکمیتی قابل

تفویض نیست، مقاماتی مثل فقهای شورای نگهبان که برای

«من منکر نکلت مثبت این طرح نیستم، اما در این طرح،

ساختار بانک مرکزی را تغییر داده‌اند و با توجه به اینکه در

شرایط تحریم هستم و بانک مرکزی نیز عمود این خیمه

است، نباید اجازه دهیم این شوک به ساختار بانک مرکزی

وارد شود.» شاید یکی از دلایل عدم اقبال جامعه بانکی کشور

به این طرح، آن بود که از مجموع مواد طرح چنین برداشت

می‌شد که طراحان محترم، بانک و مباحث مربوط به آن را

فقط از دریچه کتاب‌ها شناخته‌اند و کمتر تجربه عملیاتی در

سطوح کارشناسی و مدیریتی در امر بانکداری داشته‌اند. به

اصطلاح، موی خود را پشت باجه بانک‌ها سپید نکرده و با

مشتری سروکار نداشته‌اند.

پس از فراز و فرود فراوان سسرانجام مواد طرح پیشنهادی

نمایندگان کاهش یافت و بخش مربوط به ساختار و شرح

وظایف و اختیارات بانک مرکزی به صورت یک طرح قانونی

مستقل در دستور کار مجلس قرار گرفت و در جلسه یکشنبه

۱۷ مردادماه رسماً اعلام وصول شد. یکی از نمایندگان مدافع

این طرح در همان روز به خبرنگاران گفت: «طرح عملیات

بانکی بدون ربا قبل از ارائه مجلس به مراجع عالیقدر تقلید

ارائه شد و دکتر لاریجانی نسخه‌ای از آن را به مقام معظم

رهبری و مراجع عالیقدر تقلید تقدیم کرد که نظر برخی از

مراجع تقلید در این رابطه گرفته شده و نظر برخی نیز در

حال اخذ است و حتی جمعی از مراجع به صراحت طرح

را تأیید و اعلام کرده‌اند که طرح در مجلس تصویب شود.

البته در صد گرفتن نظرات نهایی هستم تا در صورت لزوم

تغییرات اعمال نشود.» گرچه نام مراجعی که این طرح را

تأیید کرده‌اند، مشخص نشده، اما یکی از مراجع عظام تقلید

صراحتاً از طرح انتقاد کرد. مرکز پژوهش‌های مجلس نیز

در مورد شور دوم این طرح گزارش داد: «با وجود اصلاحات

فراوان در طرح نسبت به قوانین فعلی کشور، تغییرات شور

دوم متضمن «کاهش استقلال بانک مرکزی از دولت بوده

که ضعف متن شور دوم را در اصلاحات نظر به تنظیم‌گری

از تباط بانک مرکزی و دولت نشان می‌دهد.» همچنین

جمعی از اقتصاددانان و مدیران پیشین بانک مرکزی در

بیانیه‌ای هشدار دادند: «از دهه ۸۰ میلادی به این سو، قوانین

بانک‌های مرکزی کشورهای درحال توسعه با هدف تأمین

استقلال، پاسخگویی و نوسازی بانک‌های مرکزی بازنگری

شده‌اند. در بحران مالی ۲۰۰۷ نیز دگرگونی عظیمی در

حوزه مقررات احتیاطی رخ داده است. به رغم این دو تحول

شگرف، در داخل کشور استقلال بانک مرکزی فراموش شده؛

قوانین بانکداری بی‌تغییر مانده و شکاف بین بانکداری ایران

و قواعد حرفه‌ای و متعارف بین‌المللی، در پاسخ به نیازهای

متنوع و روزافزون اقتصاد کشور، عمیق و روزافزون شده است.

در نتیجه، زیرساخت قانونی ثبات و تاب‌آوری در اقتصاد ایران

در پایان قرن چهاردهم شمسی، نیم قرن از جهان عقب مانده

است.»

اما به این نظرات کارشناسی توجهی نشد و سرنجام طرح

برحاشیه مورد بحث در آبان ماه به ایستگاه پایانی رسید و در

۶۷ ماده تصویب شد و جهت اعلام نظر شورای نگهبان ارسال

شد. در پی انتشار رسمی ایرادات مفصل شورای نگهبان به طرح

نگاه

آیا زنان سبک مدیریتی متفاوتی دارند؟

ملکه‌های مدیریت و اقتصاد

در سال‌های گذشته، زنان موفق زیادی بر مسندهای سطح بالای اقتصادی تکیه زده‌اند. چه در سطح ملی و چه در سطح بین‌المللی. زنان جایگاه قابل توجهی در مدیریت اقتصادی پیدا کرده‌اند. یکی از این زنان، «انگزی اکتنجو-ایوالا» است. «اکتنجو» اقتصاددانی نیجریه‌ای است که پس از سال‌ها فعالیت در سطوح بالای مدیریت اقتصادی، از سال ۲۰۲۱ به عنوان مدیرکل سازمان تجارت جهانی برگزیده شد. او اولین زنی است که این سمت را برعهده دارد و جدای از آن در هیأت مدیره چندین نهاد و بنیاد اقتصادی و مالی جهان هم حضور دارد. البته به غیر از مسئله زن بودن، تأکید بر این مسئله هم اهمیت دارد که «اکتنجو» اولین اقتصاددان، در معنای دقیق کلمه است که این سمت را برعهده گرفته است. پیش از «اکتنجو»، مدیریت کل سازمان تجارت جهانی عمدتاً برعهده افرادی بود که در سوابقه کاری آنها، مدیریت کسب و کار و روابط بین‌الملل به چشم می‌خورد.

«اکتنجو» پیش از رسیدن به مقام مدیریت سازمان تجارت جهانی، به مدت چهار سال – بین سال‌های ۲۰۱۱ تا ۲۰۱۵ – وزیر دارایی نیجریه به عنوان بزرگ‌ترین اقتصاد قاره آفریقا بود. پیش از آن هم دوره کوتاهی را به عنوان وزیر امور خارجه این کشور فعالیت کرد. با این‌حال، یکی از برجسته‌ترین فعالیت‌های علمی و مدیریتی او، سابقه حضوری ۲۵ساله در بانک جهانی به عنوان اقتصاددان توسعه بود که در نهایت به مدیرت هم طی سال‌های ۲۰۰۶ تا ۲۰۰۶، وزیر دارایی نیجریه بود. نشنریه انگلیسی «بورومانی» در سال ۲۰۰۵، او را به عنوان وزیر دارایی جهانی سال انتخاب کرد.

«اکتنجو» در سال ۱۹۵۴ در ایالت دلتای نیجریه به دنیا آمد. خانواده او در نظام نسبتاً قبیله‌ای آن زمان نیجریه، یک خانواده اشرافی به حساب می‌آمد. او در سال ۱۹۷۳ به دانشگاه هاروارد آمریکا رفت و به عنوان دانشجوی ممتاز رشته اقتصاد فارغ‌التحصیل شد. پس از آن به دانشگاه آی تی رفت و در رشته‌های برنامه‌ریزی شهری و توسعه اقتصاد منطقه‌ای، کارشناسی ارشد و دکترا گرفت. زمانی که پس از سال‌ها همکاری با بانک جهانی، به سمت مدیریت عملیات این نهاد رسید، یکی از وظایف وی، مدیریت سسبد عملیاتی ۸۱ میلیارد دلاری این نهاد در آفریقا، آسیای جنوبی، اروپا و آسیای مرکزی بود. یکی از برجسته‌ترین کارهایی او در آن دوران، طراحی و اجرای ابتکارهای اقتصادی گوناگون در بانک جهانی بود که به همکاری فقیر در دوران بحران مالی و بحران مواد غذایی در سال‌های ۲۰۰۸ به بعد کمک کرد. او یکی از اعضای اصلی کمیسیونی بود که همکاری‌های توسعه اقتصادی را بین کشورهای اروپایی نظیر هلند و کشورهای آفریقایی در سال ۲۰۰۸ آغاز کرد.

همان‌طور که پیش‌تر گفته شد، او دو بار به عنوان وزیر دارایی نیجریه انتخاب شده است. اولین دوره مربوط به سال‌های ۲۰۰۳ تا ۲۰۰۶ و در زمان ریاست جمهوری «اباسانجو» بود. «اکتنجو» در این دوره مذاکراتی را با شاگشه یا همان کلوب پاریس آغاز کرد که منجر به از میان برداشتن ۳۰ میلیارد دلار بدهی نیجریه شد. از دیگر اقدامات او در این دوره می‌توان به بازسازی مدیریت اقتصاد کلان نیجریه اشاره کرد که شامل ایجاد قانونی مالی مبتنی بر قیمت نفت بود. براساس این قاعده، درآمدهای ناشی از سطح بالاتری از یک قیمت مرجع نفت، در حسابی ویژه ذخیره می‌شدند که «حساب مازاد خام» نام داشت و به کاهش نوسان‌های کلان اقتصادی کمک می‌کرد. شفافیت مالی دولت نیجریه هم در دوره او بیشتر شد. «اکتنجو» برای دومین دوره در سالل ۲۰۱۱ به وزارت دارایی نیجریه بازگشت. در این دوره فعالیت‌های شفاف‌سازی اقتصادی وی ادامه پیدا کرد و مبارزه ساختارسی با فساد، مخصوصاً در دل خود نهادهای دولتی، با شکلی منظم ادامه پیدا کرد. این رویکرد باعث شد دولت نیجریه که سابقه فساد زیادی در دهه‌های پیشین داشت، بتواند در دوره‌ای نسبتاً کوتاه ۱٫۲۵ میلیارد دلار پولی را نجات دهد که به جیب‌های مشکوک می‌رفت. میراث «اکتنجو» در وزارت دارایی، تقویت نظام مالی عمومی این کشور و بازسازی بخش مسکن اقتصاد نیجریه بود. اداره ملی آمار نیجریه هم در دوران او پس از ۲۴ سال مبنای محاسبات تولید ناخالص داخلی خود را اصلاح کرد که این مسئله منجر به درک یک واقعیت بسیار مهم برای دولتمردان نیجریه شد. نیجریه بزرگ‌ترین اقتصاد آفریقا است. زنان و جوانان هم در کانون توجه او بودند و با ایجاد طرح‌های حمایتی بسیار دقیق و ویژه، هزاران شغل و فرصت کارآفرینی برای این گروه اجتماعی عظیم در کشوری ایجاد شد که یکی از جوان‌ترین ترکیب‌های جمعیتی دنیا را دارد. البته مخالفان او که به صورت سنستی از یک نظام اقتصادی فاسد بهره می‌بردند، دائماً او را تهدید می‌کردند و حتی در مقطعی مادر او را ربوندند.

«اکتنجو» در سالل ۲۰۱۲، نامزد ریاست بانک جهانی هم شد که در صورت انتخاب شدن می‌توانست به اولین زنی بدل شود که این جایگاه را از آن خود می‌کند. البته نرفتن او به بانک جهانی برای مردم نیجریه بهتر نشد؛ زیرا عمده اقدامات مفید اقتصادی او طی همین سال‌ها رقم خورد. «اکتنجو» سرانجام پس از سال ۲۰۱۵، به جایگاه‌های بین‌المللی برگشت. او ابتدا عضو کمیسیون جهانی تامین مالی برای فرصت‌های آموزشی بود و سپس به گروه مدیریت مالی جهانی پیوست که از سوی جی ۲۰ تأسیس شده بود. در سال ۲۰۱۹، «اکتنجو» به یونسکو رفت و در کمیسیون آینده آموزش مشغول به کار شد. سال ۲۰۲۰ بود که یکی دیگر از زنان موفق دنیا اقتصاد، «کریستالینا جرجیوا» مدیر صندوق بین‌المللی پول، او را به عنوان مشاور گروه مخصوص چالش‌های سیاست اقتصادی انتخاب کرد. در همین دوران او از سوی اتحادیه آفریقا به عنوان نماینده‌ای انتخاب شد که وظیفه‌اش جذب حمایت بین‌المللی برای مقابله با تأثیر اقتصادی همه‌گیری کووید-۱۹ بود.

«بوهری» رئیس جمهوری نیجریه در ژوئن ۲۰۲۰، «اکتنجو» را به عنوان کاندیدی این کشور برای مدیریت سازمان تجارت جهانی معرفی کرد. او توانست به دور آخر انتخابات برسد و مقابل «یو میونگ-هی» قرار بگیرد. در همین دوره بود که اتحادیه اروپا از او حمایت کرد، اما در ماه اکتبر دولت آمریکا اعلام کرد که از او حمایت نمی‌کند. در نهایت این رقیب او بود که با «مشورتی که با ایالات متحده داشت» اعلام کرد از این رقابت خارج خواهد شد. سپس دولت بایدن از مدیریت «اکتنجو» حمایت کرد. البته «اکتنجو» هم در سال ۲۰۱۹ شهروندی آمریکا را کسب کرده بود و این مسئله در دوران جنگ تجاری آمریکا و چین، اندکی چینی‌ها را ناخشنود کرد. دلیل این ناخشنودی هم این بود که اطلاعات مربوط به شهروندی «اکتنجو»، پس از پیشرفت او در رقابت برای رسیدن به مدیریت سازمان تجارت جهانی افشا شد. همسر «اکتنجو»، یک جراح مشهور است و آنها چهار فرزند دارند که در بین آنها، «وژودینما ایوالا» به انتشار چند کتاب داستان، توجه بیشتری برانگیخته است.

طرح کالابِرگ الکترونیک از هفته گذشته در سراسر کشور آغاز شد

دوراهی کالابِرگ یا یارانه نقدی

از گروه‌های کالایی اعلام شده از هر نشان تجاری دلخواه خرید خود را انجام دهند.

فروشگاه‌های زنجیره‌ای حاضرند

آنطور که مدیرعامل شرکت خدمات فناوری اطلاعات رفاه ایرانیان توضیح داده، با راه‌اندازی شبکه ملی اعتباری برای اجرای طرح کالابِرگ الکترونیک، همه شبکه‌های پرداخت، صندوق‌های فروش فروشگاه‌های زنجیره‌ای و اپری یا در فضای اینترنتی در حال اتصال به این سامانه هستند. تاکنون فروشگاه‌های زنجیره‌ای رفاه، افق کوروش، دلیلی مارکت، جانبو و برخی فروشگاه‌های خُرد که مجهز به بارکدخوان شده‌اند، به این سامانه متصل شده و پذیرای شهروندان در سراسر کشور هستند. به طور کلی، شرکت فروشدگان در این طرح اختیاری است. فروشدگان صنوف خواربار، لبنیات، پروتئین و فروشگاه‌های زنجیره‌ای و تعاونی مصرف می‌توانند با مراجعه به نرم‌افزار «بازار» و «مایکت» یا از طریق درگاه الکترونیکی shoma.sfarair نسبت به نصب برنامه کاربردی «شما» و ثبت نام از قسمت پتل فروشنده به فروشدگان مجاز در این طرح ملحق شوند. همچنین تسویه حساب و واریز مبالغ خریدهای اعتباری (مابه‌التفاوت مبلغ پرداختی مردم با قیمت کالاها) مشابه تسویه با فروشدگان از طریق کارتخوان بوده و اتصال به این طرح کاملاً رایگان است و شهروندان می‌توانند ضمن مراجعه به سامانه shoma.sfarair اپلیکیشن شما را دانلود و نصب کنند تا با فروشگاه‌های طرف قرارداد با طرح آشنا شوند.

در این طرح، اعتبار کلیه خانوارهای یارانه‌بگیر شارژ شده و می‌توانند یک ماه زودتر از دریافت یارانه نقدی، برای خرید ۱۰ قلم کالای اساسی اقدام کنند. در صورت استفاده و خرید کالا از محل اعتبار یارانه، به میزان اعتبار استفاده شده از یارانه ماه بعد خانوار کسر و مابقی به‌صورت نقدی، در موعد مقرر واریز یارانه به حساب سرپرست خانوار واریز خواهد شد. خانوارهایی که یارانه دریافت می‌کنند جهت مشاهده میزان اعتبار، لیست کالاها و فروشگاه‌های مشمول طرح ملی کالابِرگ الکترونیک با تلفن همراه سرپرست خانوار، کد دستوری #۲۸*۷۸۸۰ را شماره‌گیری کرده و یا به درگاه اینترنتی shoma.sfarair مراجعه کنند. نکته مهم اینکه اگر تمایلی به خرید کالای الکترونیکی نبود، همچنان امکان برداشتن نقدی یارانه واریزی ماه‌های بعد وجود دارد؛ به طوری که اگر کالا خریداری شد اعتبار یارانه کسر می‌شود و ماه بعد مبلغ یارانه مجدد در کارت سرپرست خانوار شارژ می‌شود تا در صورت تمایل کالا خریداری یا آن را از حساب خود به طور نقدی برداشت کند.



در طرح کالابِرگ الکترونیک، امکان خرید اعتباری ۱۰ قلم کالا شامل ماست، شیر، پنیر، قند و شکر، ماکارونی، روغن مایع، رب‌نج، مرغ و تخم مرغ تا سقف مبلغ یارانه خانوار یک ماه زودتر از تاریخ واریز نقدی فراهم شده است. ارزش ریالی سبد مذکور ۵۲۰ هزار تومان است ولی سهم پرداختی مردم برای خرید ۱۰ قلم کالا، ۲۲۵ هزار و ۷۵۰ هزار تومان است و در صورت تورم احتمالی و افزایش قیمت‌ها این سهم تغییر نمی‌کند. دولت در این طرح به یک بستر فنی مطمئن و فراگیر نیاز دارد و از همین رو، شبکه ملی اعتبار (شما) راه‌اندازی شده است. شبکه ملی اعتبار، یک روش جدید و متصل به شبکه بانکی است که برمبنای کد ملی افراد، اعتبار کارت آنها شارژ می‌شود و شهروندان می‌توانند با هر کارت بانکی که به نام سرپرست خانوار است خرید کنند و نیاز نیست حتماً کارت یارانه به همراه داشته باشند. استفاده از اعتبار کالابِرگ الکترونیکی کاملاً اختیاری است و یارانه هیچ کسی قطع نمی‌شود. خانوارها می‌توانند یک ماه زودتر از مبلغ یارانه خودشان خرج کنند و چنانچه تمایل به خرید کالای الکترونیکی نبود، همچنان امکان برداشتن نقدی یارانه واریزی ماه‌های آینده وجود دارد.

البته استفاده از اعتبار یارانه نقدی باشد، اما مجلس از همان ابتدا بر کالابِرگ الکترونیک مصر بود و حالا به نظر می‌آید که در جدال دولت و مجلس بر سر نحوه تخصیص یارانه‌ها، مجلس پیروز شده است. با این حال با طرح هم الزامی به خرید یک نشان تجاری خاص نیست و افراد می‌توانند

خرید و فروش به بعد از عید موکول شد

بازار مسکن در فاز احتیاط

در قالب سهام عرضه می‌شود. به طور مثال، یک واحد ۲۰۰ متری برای پیش‌فروش عرضه می‌شود و چهار فرد مختلف هر کدام ۵۰ متر از این واحد را به صورت سهام خریداری می‌کنند. قیمت تعیین‌شده معمولاً پایین‌تر از نرخ‌های موجود در بازار است که البته به صورت علی‌الحساب تعیین می‌شود. در آینده ممکن است با ضرایبی درخصوص انتخاب طبقه، انشعابات، مشاعات و پارکینگ، قیمت آپارتمان موردنظر افزایش یابد که متقاضی باید این اختلاف قیمت را بپردازد. با تکمیل پروژه، هر یک از چهار نفر می‌توانند سهام خود را از آپارتمان مدنظر با نرخ روز در بازار عرضه کنند.

گفته می‌شود با توجه به بالابودن تعداد متقاضیان، سهام این پروژه‌ها از نقدشوندگی خوبی برخوردار است. به گفته فعالان صنعت ساختمان، مدت زمان فروش واحدهای نوساز در منطقه ۲۲ که به صورت یکجا عرضه می‌شوند، بیش از پروژه‌هایی است که به شکل سهام به فروش

واسطه‌های ملکی می‌گویند که با تعدیل نرخ ارز و فروکش کردن انتظارات تورمی، رونق شیب عید بازار مسکن به رکود نسبی انجامیده است؛ به طوری که متقاضیان مصمم تبدیل به خریداران مردد شده‌اند و معاملات خود را به بعد از عید موکول کرده‌اند. به گزارش «پسنا»، فروکش کردن انتهایات بازار ارز، سایه انتظارات تورمی از سر بازار مسکن برداشته شد و بررسی‌های میدانی نشان می‌دهد که در حال حاضر این بازار در فاز سردرگمی قرار گرفته است؛ به طوری که برخی فروشدگان واقعی، نرخ‌ها را تا ۱۵ درصد کاهش داده‌اند اما فروشدندگان محتاط و کسانی که نیاز چندانی به نقدینگی ندارند، نسبت به انطباق با شرایط موجود، مقاومت نشان می‌دهند. بازار مسکن در حال حاضر با دو معضل حباب قیمتی و رکود ناشی از عقب‌نشینی سفته‌بازان مواجه شده است. واسطه‌های ملکی می‌گویند که معاملات از دی ماه مقداری رونق گرفته بود، اما با کاهش قیمت ارز، طرف تقاضا خرید خود را به آینده موکول کرده و این مسئله باعث رکود معاملات شده است. بررسی فایل‌های عرضه شده به بازار ملک هم گویای آن است که هنوز برخی از فایل‌ها با سطوح بالاتر از عرف فروشندگان مسکن مناطق مختلف عرضه شده‌اند. با این حال، برخی از فروشدندگان که انعطاف بیشتری در قبال نوسانات اقتصادی دارند، نرخ‌ها را تعدیل کرده‌اند. مشاوران املاک می‌گویند که عمده معاملات در حال حاضر در آپارتمان‌های به‌قیمت انجام می‌شود. یکی دیگر از عرضه‌هایی که در مواقعی بازار مسکن به آن دچار می‌شود و هم‌اکنون نیز دیده می‌شود، هرج و مرج قیمتی است. تعیین قیمت‌های دلخواه توسط برخی فروشدگان غیرواقعی باعث شده تا کشف قیمت‌های واقعی دشوار شود. در واقع، برخی مالکان که قصد فروش ندارند یا دست‌کم در حال حاضر فروشنده نیستند، صرفاً برای اطلاع از ظرفیت بازار و قیمت آپارتمان خود آن را آگهی می‌کنند و در زمانی که خریدار تماس می‌گیرد، می‌گویند خانه فروخته شده یا از فروش منصرف شده‌ام. در این میان، در موارد بسیاری مشاهده می‌شود که برای دو آپارتمان مشابه در یک محله از تهران، نرخ‌هایی با اختلاف زیاد تعیین شده است. این رفتار باعث شده تا برآورد قیمت‌های واقعی توسط فروشدگان و خریداران دشوار شود. به طور کلی، از صحبت‌های فعالان بازار مسکن چنین استنباط می‌شود که بازار افت کرده و خرید و فروش‌ها به بعد از عید موکول شده است. قیمت‌ها نیز در یک شیب ملایم کاهشی قرار دارد.

از سوی دیگر، با کاهش توان متقاضیان به تدریج تقاضا برای پیش‌خرید متراژ مشخصی از یک آپارتمان افزایش یافته است؛ تا جایی که بازار فروش متری مسکن و پیش‌فروش متراژهایی از یک آپارتمان به چند نفر در شهر تهران گرم نشده و این نوع معاملات عمدتاً توسط تعاونی‌ها در منطقه ۲۲ انجام می‌شود. در این فرآیند افرادی که قادر به خرید شش دانگ یک آپارتمان نیستند، برای خرید ارزش پول و سرمایه‌گذاری در بازار مسکن، سهام خریداری می‌کنند. فروش سهام پروژه‌های مسکونی از سوی تعاونی‌ها و سازندگان سال‌هاست که در کشور اجرا می‌شود، اما تا قبل از نوسانات سال‌های اخیر، رونق چندانی نداشت. سازندگان از طریق واگذاری امتیاز متراژهای مشخصی از پروژه‌های مسکونی و تجاری خود به افراد مختلف، نقدینگی لازم را برای تکمیل طرح‌ها جذب می‌کنند. در بین آگهی‌های منطقه ۲۲، تعداد قابل توجهی آگهی فروش سهام مسکن دیده می‌شود. با توجه به متراژ بالای واحدهای مسکونی این منطقه و عدم تناسب توان خرید متقاضیان با نرخ‌های موجود، برخی از پروژه‌ها به صورت متری به فروش می‌رسد. مکانیزم معاملات بدین صورت است که متراژ مشخصی از واحد مسکونی

<p>آگهی قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی حوزه ثبتی نوشهر</p> <p>نظر به دستور مواد ۱ و ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۹/۲۰ املاک متقاضیانی که در حیات موضوع ماده یک قانون مذکور مستقر در واحد ثبتی نوشهر مورد رسیدگی و تصرفات مالکانه و بلامعارض آنان محرز و رای لازم صادر گردیده جهت اطلاع عموم به شرح ذیل آگهی می گردد:</p> <p>املاک متقاضیان واقع در قریه حمزده سفلی پلاک ۸ اصلی بخش ۳ قشلاقی</p> <p>۴۹۲ فرعی اقا / خاتم اکبر شریفی کلیشادی فرزند مظهار نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احدائی (کاربری مسکونی) به مساحت ۲۰۷۱۴ متر مربع خریداری بدون واسطه /با واسطه از احمد یولدا خلی لذابه موجب ماده۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی و ماده ۱۳ آیین نامه مربوطه این آگهی در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق این روزنامه محلی/ کنترالانتشار در شهرها منتشر و در روستاها علاوه بر انتشار آگهی رای هیات الصاق تا در صورتیکه اشخاص ذینفع به رای اعلام شده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشار اولین آگهی و در روستاها از تاریخ الصاق در محل تا دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند. معترض باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراضی مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نماید و گواهی تقدیم دادخواست به اداره ثبت محل تحویل دهد که در این صورت اقدامات ثبت موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه است و در صورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل ارائه نکند اداره ثبت مبادرت به صدور سند مالکیت می نماید و صدور سند مالکیت مانع از مراجعه مستقر به دادگاه نیست بدینپی است بربر ماده ۱۳ آیین نامه مذکور در موردقسمتی از املاکی که قبلا اظهارنامه ثبتی پذیرفته نشده، واحد ثبتی با رای هیات پس از تنظیم اظهارنامه حاوی تحدید حدود مراتب را در اولین آگهی نوبتی و تحدید حدود به صورت همزمان به اطلاع عموم می رساند و نسبت به املاک در جریان ثبت و فاقد سابقه تحدید حدود، واحد ثبتی آگهی تحدید حدود را به صورت اختصاصی منتشر می نماید.</p> <p>تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۱۱/۲۰ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۱۱/۲۰</p> <p>رئیس اداره ثبت اسناد و املاک نوشهر – صفور رضوانی</p> <p>شناسه آگهی ۱۴۵۸۶۱۰</p> <p>۱۰۲</p>

<p>آگهی قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی</p> <p>نظر به دستور مواد ۱ و ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۹/۲۰ و برابر رای شماره ۲۰۵۵۲-۱۳۰۲-۱۰۳۱۰۱۶۰۱۴ مورخ ۱۴۰۱/۱۱/۲۰ هیات قانون تعیین تکلیف موضوع ماده یک قانون مذکور مستقر در واحد ثبتی چمستان تصرفات مالکانه و بلامعارض متقاضی آقای/ خانم محمد حسین حاجی سید جوادی فرزند سیدعلی اصغر نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احدائی/ به مساحت ۲۸۸۲۸ متر مربع به شماره پلاک ۶۶۷ فرعی از ۳۵ اصلی واقع در قریه شمسدکلا بخش ۱۱ خریداری شده از آقای / خانم رضا توکلی مالک رسمی محرز گردیده است لذا به موجب ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی و ماده ۱۳ آیین نامه مربوطه این آگهی در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق این روزنامه و محلی /سراسری در شهرها منتشر و در روستاها رای هیات الصاق تا در صورتیکه اشخاص ذینفع به آرای اعلام شده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشار اولین آگهی و در روستاها از تاریخ الصاق در محل تا دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند. معترض باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراضی مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی تاریخ تسلیم اعتراضی مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نماید و گواهی تقدیم دادخواست به اداره ثبت محل تحویل دهد که در این صورت اقدامات ثبت موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه است و در صورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل را ارائه نکند اداره ثبت مبادرت به صدور سند مالکیت می نماید و صدور سند مالکیت مانع از مراجعه معترض به دادگاه نیست.</p> <p>تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۱۱/۲۰ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۱۱/۲۰</p> <p>رئیس اداره ثبت اسناد و املاک چمستان – عین اله تیموری</p> <p>شناسه آگهی ۱۴۶۱۴۷۰</p> <p>۱۱۳</p>

خبرنامه



درباره دلایل ممنوعیت واردات آیفون ۱۴

به دنبال ممنوعیت واردات آیفون ۱۴ به کشور، برخی دلیل آن را امکان اتصال به اینترنت ماهواره‌ای عنوان کردند، اما کارشناسان بر این باور هستند که چنین مسئله‌ای واقعیت ندارد. به گزارش «ایسنا»، موضوع ممنوعیت واردات گوشی‌های بالاتر از ۳۰۰ یورو از تابستان ۱۳۹۹ به‌عنوان راه‌حلی برای مشکل واردات و کمبود گوشی مطرح شد و با جنجال‌هایی که این خبر به پا کرد و حتی با گران شدن گوشی‌های پرچمدار هم گره خورد، اما پس از آن تصمیمات جدیدی برای ممنوعیت واردات گوشی‌های بالای ۶۰۰ دلار و در صدر آنها، برند اپل گرفته شد؛ به گونه‌ای که اوایل امسال اعضای کمیسیون اصل ۹۰ مجلس وعده دادند تا نیمه اول سال ۱۴۰۱ واردات آیفون ممنوع شود. سخنگوی کمیسیون اصل نود مجلس در آن زمان در توضیح علت ممنوعیت واردات کالاهای لوکس همچون گوشی برند اپل گفته بود، در شرایطی که درگیر جنگ اقتصادی و کمبود منابع ارزی هستیم و برای تامین ارز موردنیاز کالاهای اساسی و دارو دچار مشکلاتی هستیم، منطقی نیست که ما برای واردات کالاها و ازجمله گوشی‌های لوکس ارز نیمایی مصرف کنیم.

تقریباً از اوایل مهرماه موضوع رجیستردن یا نشدن این برند در هاله‌ای از ابهام قرار گرفت تا اینکه از سوی مسئولان اعلام شد واردات رسمی و تجاری آیفون انجام نخواهد شد، در این مدت آیفون ۱۴ فقط از رویه مسافری یا با سوءاستفاده از این رویه به صورت قاچاق به کشور وارد می‌شد که از این طریق هم رجیستر نمی‌شد. در نهایت با ابلاغیه سازمان توسعه تجارت به گمرک ایران در بهمن ماه ورود آیفون ۱۴ و مدل‌های بعد از آن به عنوان کالای همراه مسافر و یا پستی از ابتدای اسفند امسال ممنوع اعلام شد. همچنین تأکید شد که گمرکات اجرایی از ثبت اطلاعات گوشی‌های واردشده، در سامانه مسافربری و پستی از اول اسفند خودداری کنند. به دنبال تصمیمات گرفته شده در ممنوعیت واردات رسمی این برند تلفن همراه هنوز همه دلایل اصلی این ممنوعیت مشخص نبوده و این باعث شد که شایعات و ابهاماتی درباره علت این موضوع از جمله اعلام ممکن بودن اتصال به اینترنت ماهواره‌ای از طریق این گوشی مطرح شد.

اما در این باره کارشناسان از جمله «محمد کشوری» معتقد است بحث اتصال آیفون ۱۴ به اینترنت ماهواره‌ای (استارلینک) واقعیت ندارد و قابلیتی که این گوشی تلفن همراه دارد این است که کاربران می‌توانند در شرایط اضطراری آن هم نه در همه کشورها مانند آمریکا پیام کمک به شماره‌های اضطراری ارسال کنند تا با یافتن موقعیت به کمک فرد بروند و در همین حد است بنابراین نه اینترنتی متصل و نه حتی مکالمه‌ای برقرار می‌شود. بنابراین اتصال به اینترنت ماهواره‌ای به عنوان دلیل مطرح‌شده برای ممنوعیت وارد آیفون ۱۴ به کشور صحت ندارد. در هر صورت ممنوعیت واردات رسمی آیفون ۱۴ تبعاتی هم به دنبال داشت؛ به گونه‌ای که قیمت آیفون ۱۳ به دلیل داشتن رجیستری و گارانتی از آیفون ۱۴ قاچاق‌گران تر شد یا کسانی که به این برند علاقه دارند ترجیح می‌دهند با پرداخت هزینه کمتری از این گوشی استفاده کنند و در کنار آن با استفاده یک موبایل ارزان‌قیمت سیم‌کارت خود را فعال کنند و با جدیدترین مدل آیفون به اینترنت یک موبایل ارزان متصل شوند و کارهای خود را پیش ببرند.

در کنار مسئله گفته شده ممکن است برخی علاقه‌ای به این برند داشته باشند اما به دلیل هزینه بالای آن نتوانند حتی یک مدل قبل از آیفون ۱۴ را تهیه کنند پس به سراغ تهیه و خرید فیک یا کپی این مدل گوشی که از نظر ظاهری بسیار شبیه به مدل اصلی آن است می‌روند.

با بررسی سیاست‌های فروش آنلاین و فروشگاه‌های فروش موبایل می‌توان مشاهده کرد بسیاری به‌صورت دست‌فروشی به فروش این گوشی‌ها که گفته شده قیمتش یک پنجم نسخه اصلی آن است، اقدام می‌کنند. اغلب این گوشی‌های فیک ساخت کشورهایمانند تایلند، چین و فیلیپین هستند اما چگونگی ورود آن به کشور هنوز مشخص نیست اما به دلیل وفور بالای آن در بازار، به نظر می‌رسد واردات این گوشی علاوه بر مسافری، به صورت قاچاق هم وارد کشور می‌شوند. معمولاً آیفون‌های ۱۴ کپی به‌صورت قاچاق وارد کشور می‌شوند و سریال‌های آن هم جعل شده و فروشنش هم غیرقانونی است. در همین راستا مسئولان توصیه می‌کنند مردم هر گوشی را از هر فروشگاه یا از هر طریقی تهیه یا خریداری می‌کنند، حتماً از طریق ###### استعلام بگیرند و پس از این اقدام به دارندگان گوشی موبایل اعلام می‌شود که اولاً این چه مدل گوشی است که وارد کشور شده و واردکننده آن چه کسی است؛ بنابراین این موضوع با یک استعلام خیلی راحت اطلاع‌رسانی می‌شود.

افزایش نرخ رشد اقتصادی در ۹ ماهه امسال

براساس آخرین گزارش منتشرشده مرکز آمار، نرخ رشد اقتصادی در ۹ ماهه امسال ۳٫۳ درصد با نفت و ۲٫۹ درصد بدون نفت بوده است. طبق آخرین نتایج حساب‌های ملی فصلی مرکز آمار ایران، محصول ناخالص داخلی (GDP) به قیمت ثابت سال ۱۳۹۰ در ۹ ماهه سال ۱۴۰۱ به رقم ۵۵۸۲ هزار میلیارد ریال با نفت و ۵۰۰۱ هزار میلیارد ریال بدون احتساب نفت رسیده است؛ در حالی که رقم مذکور در مدت مشابه سال قبل با نفت ۵۶۴۱ هزار میلیارد ریال و بدون نفت ۴۸۶۰ هزار میلیارد ریال بوده که نشان از رشد ۳٫۳ درصدی محصول ناخالص داخلی با نفت و ۲٫۹ درصدی محصول ناخالص داخلی بدون نفت در ۹ ماهه سال ۱۴۰۱ دارد. نتایج مذکور حاکی از آن است که در ۹ ماهه سال ۱۴۰۱ رشته فعالیت‌های گروه کشاورزی رشد منفی ۴٫۳ درصد، گروه صنایع و معادن ۵٫۳ درصد (شامل: استخراج نفت خام و گاز طبیعی ۵٫۶ درصد، سایر معادن ۰٫۹ درصد، صنعت ۵٫۱ درصد، انرژی ۹٫۵ درصد و ساختمان منفی ۲٫۲ درصد) و گروه خدمات ۲٫۶ درصد نسبت به ۹ ماهه سال ۱۴۰۰، رشد داشته است.

بورس تهران در آخرین هفته سال ۱۴۰۱ صعود می‌کند؟

فراز و فرود بورس در اسفند



روند بورس در هفته آخر سال

تنها شش روز کاری تا پایان سال ۱۴۰۱ باقی مانده است. آیا بازار سهام همانند سال‌های گذشته، سال را صعودی به پایان می‌برد؟ روند شاخص کل بورس تهران در هفته گذشته بسیار پرنوسان سپری شد. ابتدا در روز شنبه شاهد ریزش ۳۳ هزار واحدی شاخص کل بورس، در روز یکشنبه شاهد رشد ۷ هزار واحدی و در روز دوشنبه بار دیگر شاهد ریزش (به میزان ۱۰ هزار واحد) بودیم. در روز سه‌شنبه بار دیگر شاخص کل رشد کرد و پس از آنکه در روز شنبه سطح ۱٫۸ میلیونی را از دست داد، در آخرین روز معاملاتی هفته مجدداً به این کانال بازگشت. در مجموع، شاخص کل به رشد منفی ۰٫۲ درصد در این هفته رسید. شاخص هم‌وزن اما بازدهی مثبت ۱٫۵ درصد را در پایان هفته گذشته ثبت کرد.

در هفته سوم اسفند علاوه بر افت شاخص کل، روند خروج پول حقیقی نیز تداوم یافت. ابتدا در سه روز نخست هفته شاهد خروج پول حقیقی از بازار بودیم. اما روز سه‌شنبه و همسو با رشد شاخص‌ها، ۳۴۰ میلیارد تومان سرمایه حقیقی وارد بازار شد. در مجموع کل هفته، ۹۴۲ میلیارد تومان سرمایه حقیقی از بازار خارج شد. همچنین در این هفته ارزش معاملات خرد نسبت به هفته پیشین، افت ۳۴ درصدی را ثبت کرد، هرچند که در معاملات روز سه‌شنبه ارزش معاملات خرد به محدوده ۹ هزار میلیارد تومانی برگشت و شاهد رونق نسبی در بازار بودیم. تحلیلگران و ناظران خوشبین معتقدند بورس همانند الگوی سالیان گذشته در اسفندماه روند صعودی خواهد داشت و ریزش‌های بازار، اصلاح کوتاه مدت و نوسان‌های روزمره بازار هستند. در سمت مقابل اما ناظران بدبین بازار سهام معتقدند خروج پول حقیقی در هفت روز پیاپی نشانه انتظارات منفی معامله‌گران است و بازار سقف شاخص را در حدود یک میلیون و ۸۰۰ هزار واحد می‌بیند. در این میان می‌توان ادعا کرد که مرز ۱٫۸ میلیون واحدی برای اهالی بازار، مرز روانی مهمی است. بازگشت شاخص به کانال ۱٫۸ میلیون واحد می‌تواند سیگنال مثبتی برای آخرین روزهای معاملاتی بازار سهام باشد.

معامله‌گران حقیقی به محدوده یک میلیون و ۸۰۰ هزار واحدی بازگردند. شاخص کل بورس تهران در اولین روز معاملاتی از هفته سوم اسفندماه، ۳۳ هزار واحد سقوط کرد و به کانال ۱٫۷ میلیونی منتقل شد. روز یکشنبه نیز شاخص کل ۷ هزار واحد رشد کرد، اما روز دوشنبه بیش از ۱۰ هزار واحد کاهش یافت. روز سه‌شنبه در آخرین روز معاملاتی هفته نیز شاخص کل ۳۱ هزار و ۹۴۲ واحد صعود کرد و به کانال ۱٫۸ میلیونی بازگشت. بدین ترتیب، شاخص کل در آخرین روز کاری هفته به رقم یک میلیون و ۸۱۷ هزار واحد رسید و نسبت به آخرین روز معاملاتی هفته پیشین، ۴ هزار و ۴۶۰ واحد پایین‌تر ایستاد و بازدهی منفی ۲ دهم درصد را به ثبت رساند، اما شاخص هم‌وزن در پایان هفته نسبت به هفته پیشین، ۷ هزار و ۷۸۵ واحد بالاتر ایستاد و به رقم ۵۴۵ هزار واحد رسید تا بازدهی مثبت ۱٫۵ درصدی را ثبت نماید.

میانگین ارزش معاملات بازار سهام در هفته سوم اسفندماه به ۷۸ هزار و ۸۸۸ میلیارد تومان رسید که نسبت به هفته قبل، رشد ۱۱ درصدی را نشان می‌دهد، اما میانگین روزانه ارزش معاملات خرد بورس به ۷ هزار و ۶۹۱ میلیارد تومان رسید که نسبت به رقم ۱۱ هزار و ۵۸۴ میلیاردی هفته پیشین، ۳۴ درصد کاهش داشته است. در هفته‌ای که گذشت شاهد تداوم روند خروج پول حقیقی از بازار بودیم. در روز شنبه ۸۵۸ میلیارد تومان سرمایه حقیقی از بازار خارج شد و روز یکشنبه ۱۱۶ میلیارد تومان و روز دوشنبه ۳۰۸ میلیارد تومان پول حقیقی از بازار سهام خارج شد. تا پایان روز دوشنبه رکورد هفت روز خروج بی در پی ثبت شد، اما روز سه‌شنبه ۳۴۰ میلیارد تومان پول حقیقی وارد بورس شد تا با تقاضای حقیقی شاخص‌های بازار نیز رشد کنند. در مجموع هفته ۹۴۲ میلیارد تومان پول حقیقی از بورس خارج شد و میانگین روزانه خروج پول حقیقی به ۲۳۵ میلیارد تومان رسید که نسبت به هفته پیشین، رشد سه برابری داشته است. به عبارت دیگر، در هفته سوم اسفندماه، خروج سرمایه از بازار ۲۴۰ درصد افزایش یافت.

آخرین خبرها از آزادسازی سهام عدالت

تصمیم جدید برای سهام عدالت متوفیان

اقتسای سهام عدالت به صورت کامل به دولت پرداخت شده است. این سهام در وثیقه کسی نیست اما امکان فروش آن وجود ندارد. اگر امکان فروش سهام عدالت را برای همه فراهم کنیم با توجه به تعدد سهامداران و ریزبودن سهم‌ها روی ۳۵ شرکت بورسی سهام عدالت فشار فروش سنگینی وارد خواهد شد. در حالی که فلسفه سهام عدالت فروش نیست بلکه استفاده بلندمدت از منافع این سهام است. منافع مالکیت و مدیریت سهم دست مردم است. سهامداران مستقیم می‌توانند شخصاً در مجامع شرکت کنند. در واقع همه منافع سهامداری را دارند فقط نمی‌توانند سهام خود را بفروشند.

او در مورد امکان فروش سهام عدالت نیز گفت: باید با توجه به شرایط بازار تصمیم گرفته شود که درصدی از سهام عدالت امکان فروش داشته باشند. شرایط بازار یک دلیل است، اگر قرار باشد امکان فروش سهام عدالت فراهم شود، سهامداران بزرگ آن را می‌خرند و سهام از دست مردم خارج می‌شود. در ابلاغیه‌های مقام معظم رهبری هم تأکید جدی روی بحث نگهداری سهام وجود دارد. ممکن است به مرور بحث فروش هم رخ دهد.

«عشقی» همچنین در مورد آخرین تصمیم‌گیری در مورد ۱۳ شرکت غیربورسی سهام عدالت عنوان کرد: سازمان خصوصی متولی تشکیل هلدینگ ۱۳ شرکت غیربورسی سهام عدالت است. البته اخیراً این تصمیم گرفته شد که از ۱۳ شرکت، شرکت‌هایی که شرایطش را دارند در بورس یا فرابورس پذیرش شوند و شرکت‌های باقی‌مانده به هلدینگ تبدیل شوند.

رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار از اخذ تصمیم جدید برای تعیین تکلیف سهام عدالت متوفیان خبر داد و گفت بیش از ۳ میلیون و ۵۰۰ هزار نفر از مشمولان سهام عدالت طی سال‌های گذشته فوت شده‌اند و انتقال سهام باید به صورت الکترونیکی صورت بگیرد. بر این اساس دفاتر قضایی در مورد بحث سامانه و انتقال اطلاعات با مشکل مواجه شدند. به همین دلیل مصوبه تغییر داده شد و شرکت‌های کارگزاری را هم وارد ماجرا شدند. بر این اساس بخش سامانه‌ای در اختیار کارگزاری قرار می‌دهیم تا بتوانند این کار را انجام دهند. افراد باید به کارگزاری‌ها و دفاتر قضایی مراجعه کنند تا کارگزاری به‌صورت الکترونیکی این کار را انجام دهد.

مجید عشقی در مورد روند انتقال سهام مشمولان متوفیان به «ایسنا» توضیح داد: وراث باید گواهی انحصار ورثه ارائه کنند تا انتقال براساس سهمی که مشخص شده صورت بگیرد. در سامانه درصد هر وراث مشخص می‌شود و انتقال قهری به صورت الکترونیکی صورت می‌گیرد. ساختار اواخر تغییر پیدا کرده و زیرساخت فنی آن در حال آماده‌شدن است.

گفتنی است بیش از ۳ میلیون نفر از مشمولان سهام عدالت طی سال‌های گذشته فوت شده‌اند و سهام آنها پس از فرآیند انحصار وراثت باید به وراث تعلق بگیرد. البته برخی از وراث نیز فوت شده‌اند و همین موضوع فرآیند را پیچیده‌تر کرده است. برای انتقال سهام این روش پیشنهاد شده بود که وراث به صورت حضوری به دفاتر خدمات الکترونیک مراجعه کنند که این روش بسیار زمان‌بر بود. بنابراین قرار

۵ ترند اصلی حوزه فروش در سال ۲۰۲۳



به قلم: موریالی نئی

کارشناس حوزه اقتصاد
مترجم: امیر آل علی

این موضوع بسیار مهم است که در سال ۲۰۲۳ پس از سپری شدن دو سال سخت کرونایی، بتوانید عملکرد بسیار خوبی را داشته باشید. نکته‌ای که در این بخش باید به آن توجه داشت این است که شما تنها زمانی می‌توانید عملکرد قدرتمندی در بازار به شدت رقابتی حال حاضر داشته باشید که جدیدترین روندها را شناخته و از آنها به خوبی استفاده نمایید. در این زمینه حتی یک توصیه اشتباه می‌تواند شما را از مسیر اصلی دور سازد. به همین خاطر صرفاً نمی‌توان بر پایه توصیه‌های یک نفر، تصمیم‌گیری کرد. در واقع شما به نظر کارشناس‌ها و مدیران باسابقه نیاز دارید که در این راستا نظر بیش از ۷۰۰۰ مدیر و کارشناس، بررسی شده است که نتیجه آن، پنج ترند اصلی در سال جاری است. نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که رعایت تمامی این پنج اصل کاملاً حیاتی بوده و مکمل یکدیگر محسوب می‌شوند.

۱- واقعیت افزوده

واقعیت افزوده به واسطه استفاده از هوش مصنوعی، قادر به انجام کارهای بسیار زیادی است. در این زمینه نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که برای فروش آنلاین خود که از آن تحت عنوان مهمترین کانال فروش در جهان حال حاضر نیز نام برده می‌شود، نیاز دارید تا از این تکنولوژی نهایت استفاده را داشته باشید. این موضوع کمک خواهد کرد تا مخاطبان بتوانند تجربه استفاده از محصول را به بهترین شکل داشته باشند. در واقع این امر حتی از خرید حضوری هم جذاب‌تر است. دلیل این امر به خاطر عدم وجود افراد زیاد، خستگی و مسائل مشابه

این موضوع می‌باشد. برای مثال شما می‌توانید انواع کلاه‌ها را بر روی سر خود مشاهده کرده و در نهایت بهترین آنها را انتخاب نمایید. نکته دیگری که در این بخش باید به آن توجه داشته باشید این است که اقداماتی که در این بخش می‌توانید انجام دهید بسیار متنوع بوده و نباید خود را به چند مورد، محدود نمایید. در واقع یک نوآوری نیز می‌تواند از جانب شما معرفی شود و در این بخش همکاری کردن با شبکه‌های اجتماعی، می‌تواند احتمال دیده شدن را چندین برابر کند. برای مثال می‌توانید در اینستاگرام، فیلتر مخصوص خود را داشته باشید.

۲- شخصی سازی

در جهان امروز دیگر اقدامات همگانی برای کسی جذابیتی را به همراه ندارد. نکته‌ای که در این بخش باید به آن توجه داشته باشید این است که مشتری باید احساس کند که شما برای آنها ارزش زیادی را قائل شده‌اید. این امر تنها به معنای درج نام افراد نبوده و لازم است تا اقداماتی به مراتب بیشتر را انجام دهید. در این زمینه می‌توانید یک برنامه مخصوص برای هر یک از مشتریان خود داشته باشید و این امر باعث خواهد شد تا آنها وارد برنامه وفادارسازی به شیوه مورد علاقه خودشان بشوند. خوشبختانه امروزه با رشد تکنولوژی، شما می‌توانید سلیقه واقعی مشتریان خود را پیدا کرده و با اقدامات متنوع، آنها را درگیر نگه دارید. در واقع مشتری‌ای که به حال خود گذاشته شود، بدون شک در مدت زمان کوتاه یا طولانی، از دست خواهد رفت و این نکته را فراموش نکنید که برندهای دیگر، سخت به دنبال پیدا کردن مشتری هستند. براساس جدیدترین تحقیقات، شخصی سازی باعث می‌شود تا نرخ تعامل که مهمترین فاکتور موفقیت در زمینه فروش آنلاین محسوب می‌شود، رشدی چشمگیر را داشته باشد. به همین خاطر ابتدا نباید آن را ساده در نظر گرفت.

۳- میکرو اینفلوئنسرها

اگرچه در ظاهر اینفلوئنسرها، بهترین افراد برای تبلیغات محسوب می‌شوند. با این حال واقعیت این است که در نگاهی بلندمدت، افرادی که تخصصی در حوزه مدنظر شما فعالیت دارند، گزینه‌های بهتری هستند. در این زمینه شما می‌توانید فردی را در درون شرکت به این موقعیت برسانید. این افراد به واسطه دنبال‌کنندگان تخصصی و کمتر خود، فرصت تعامل بالایی را دارند که خود باعث خواهد شد تا شانس فروش بسیار بالایی را پیدا کنید. در واقع اسامی فرصت طلایی برای میکرو اینفلوئنسرها به وجود آمده و لازم است تا به آن توجه ویژه‌ای را داشته باشید. در واقع مخاطب امروز ابتدا تمایل ندارد که صرفاً بازدیدکننده اقدامات باشد و همکاری با اینفلوئنسرها و سلبیته‌ها نیز بیش از حد هزینه‌بر شده است که بدون شک از عهده هر برندی، خارج می‌باشد.

۴- حمایت از کارمندان

اگرچه در نگاه سنتی، مشتری مهمترین دارایی محسوب می‌شود، با این حال در بازار امروز جایگاه تیم کاری به مراتب مهمتر شده است. در واقع شما به واسطه تیم خود می‌توانید حتی مشتریانی فراتر از بازار همیشه داشته باشید. با این حال حتی بهترین مشتریان موجود، بدون تیم مناسب به سادگی از دست خواهد رفت. به همین خاطر لازم است تا

توجه ویژه‌ای به وضعیت کارمندان خود داشته باشید. در کنار این مسئله نکته دیگری که باید به آن توجه داشته باشید این است که کارمندان گزینه‌های متنوعی برای کار کردن دارند. به همین خاطر از دست دادن آنها بسیار ساده است. با این حال با یک برنامه مناسب می‌توانید طرحی مشابه وفادارسازی مشتریان خود، داشته باشید. در این زمینه توجه به اقدامات انجام‌شده از سوی سایر برندها نیز کمک بسیاری را خواهد کرد.

۵- محتوای بصری

در جهان امروز شما نیاز دارید تا به صورت مداوم محتوای سازایی داشته باشید. در این رابطه بسبب فعالیت بسیار گسترده است و شما تنها به سایت، محدود نخواهید بود. نکته‌ای که در این بخش باید به آن توجه نمایید این است که محبوب‌ترین نوع محتوا، مواردی هستند که بصری بوده و این موضوع راحتی و جذابیت بالایی را به همراه دارد. به همین خاطر شما باید اولویت اقدامات خود را به این بخش اختصاص دهید. در این رابطه ویدئوها، تصاویر، اینفوگرافی‌ها و... لازم است تا کاملاً به‌روز و مطابق ترندها باشند. به صورت میانگین هر شرکت حداقل به پنج نفر برای فعالیت در بخش تولید محتوا، نیاز دارد که با توجه به وسعت شرکت، این میزان حتی ممکن است به صدها نفر هم افزایش پیدا کند.

منبع: entrepreneur.com

در گفت‌وگو با یک کارآفرین و مشاور سلامت پوست و مو مطرح شد؛

سلامت مشتری اولویت دارد

سلامت مشتریان اولویت دارد

این مشاوره پوست و مو تاکید کرد صرف فروش محصول برای ما مهم نیست و سلامت مشتریان اولویت دارد و با همین نگرش، قبل از ارائه محصولات، مشاوره پوست و مو انجام می‌شود و کالا متناسب با نیاز به فروش می‌رسد و بعد از آن هم مشتری را پیگیری می‌کنیم تا تاثیر اقدام استفاده‌شده اطمینان داشته باشد.

وی ادامه داد: محصولات بهداشتی ما با برند پرسبب و دایکس محصولات مراقبتی پوست و مو و آریسی با برند لورا و نوشیدنی‌های ما با برند نوریکسو عرضه می‌شود و همه آنها محصول شرکت بازرگانی شگفتی پنه ریز است. من کار را از زیر صفر شروع کردم اما با تلاش و نوسعی که داشتم، امروز به خردم نمره عالی می‌دهم.

ضرورت فرهنگ سازی برای استفاده از فروشگاه‌های خانگی

این کارآفرین با اشاره به چالش‌های پیش روی فروش مستقیم گفت: برای توسعه این کار به فرهنگ سازی در جامعه نیاز داریم چون بیشتر افراد تمایل دارند از سیستم سنتی خرید کنند و حتی در خرید از یک فروشگاه

به برجسته‌های سلامت درج شده روی کالا و مواد اولیه تشکیل دهنده توجهی نمی‌کنند و فروشگاه‌های خانگی کمتر مورد توجه است. باوجود اصالت و سلامت محور بودن تولیدات، در این شیوه خرید، حساسیت بسیار بیشتر است و وی ادامه داد: فروش مستقیم این مزیت را دارد که به حذف واسطه‌ها و دلایل باری کمک می‌کند و اصالت محصولات و پیشینه فعالیت هم به طرز شفاف در سایت قابل مشاهده و استفاده است و در قالب یک سایت حرفه‌ای خدمات ارائه می‌دهد.

گویی اصل یادآور شد: برای ارتباط با مجموعه، دریافت مشاوره و پرسش شماره ۰۹۱۹۲۵۲۰۲۸ در پیام رسانی‌های مختلف داخلی و خارجی در دسترس است. همچنین آشنایی با محصولات در صفحه اینستاگرام naturalbeautyka امکان‌پذیر است.



یک کارآفرین و مشاور سلامت پوست و مو گفت: در ارائه محصولات مراقبتی پوست و مو و آرایشی و بهداشتی، مشاوره و فروش براساس نیاز مشتری اهمیت دارد و صرف فروش و سودآوری مطرح نیست و با این دیدگاه سلامت مشتری اولویت دارد.

زینب کریمی اصل در این گفت‌وگو با اشاره به فعالیت در حوزه کسب و کار خانگی گفت: چند سال پیش یک خانم خانه دار بدون فعالیت خاص بوم و به خاطر داشتن فرزند کوچک امکان صرف زمان طولانی برای کار بیرون از خانه نداشتیم، اما با پیشنهاد یکی از دوستانم از حدود دو سال و نیم پیش کسب و کار خانگی را در حوزه فروش مستقیم محصولات آرایشی و بهداشتی و مراقبتی پوست و مو آغاز کردم این کارآفرین ادامه داد: فعالیت اقتصادی در کنار استقلال مالی به رشد ابعاد مختلف شخصیت و شکوفایی توانایی‌ها، افزایش ارتباط و امید کمک کرد و با فعالیتی که انجام می‌دهم حس عزت نفس و توانمند بودن دارم.

وی تاکید کرد: یک خانم و مادر با فعال بودن می‌تواند حس اعتماد به نفس را به فرزندش هم منتقل کند و به عنوان الگوی عملی مطرح باشد و تمویری از یک زن مستقل و قوی را

شکل می‌دهد که علاوه بر تاثیر در زندگی شخصی، به تعالی خانواده هم کمک می‌کند. کریمی اصل بیان کرد: در ابتدای کار شناخت کامل نداشتیم، چون مدیریت این کار به نوعی به خودمان وابسته است، داشتن انگیزه و هدف در پیشرفت مهم است که به مرور زمان شناخت و مهارت شکل گرفته البته قبل از این کار نسبت به فروش حس و باور خوبی نداشتیم و همینکه امروز به جای خوبی رسیدیم از نظر روانی هم تاثیر مثبت به همراه داشته است.

تاکید بر ارائه محصولات سلامت محور و گیاهی

وی ادامه داد: در سیستم فروش مستقیم، تیم سازی و انتقال مهارت‌های ارزشمند است و وقتی در کنار فروش، افراد را به کار دعوت می‌کنیم تمام مهارت‌ها را به آن‌ها



آگهی فراخوان مناقسه عمومی

پارک علم و فناوری قزوین (مناقسه گذار)

نوبت دوم

شناسه آگهی: ۱۴۶۵۹۶۳

پارک علم و فناوری قزوین در نظر دارد انجام پروژه خدمات عمومی را از محل اعتبارات بودجه ملی (بودجه پارک علم و فناوری) مطابق مشخصات مشروحه ذیل از طریق مناقسه عمومی به پیمانکار واجد صلاحیت واگذار نماید. لذا متقاضیان می‌توانند جهت دریافت اسناد مناقسه از مورخ ۱۴۰۱/۱۲/۱۰ تا ساعت ۱۴:۰۰ از طریق داتلود فایل اسناد مناقسه از سایت ملی مناقصات و سامانه ستاد (تدارکات الکترونیکی دولت) اقدام نمایند. میزان سپرده: ۲۳۳۸۵۵۰۰۰ ریال مدت پیمان: ۱۲ ماه نوع مناقسه: یک مرحله‌ای تامین اعتبار: از محل بودجه ملی (بودجه پارک علم و فناوری) می‌باشد. مهلت بازگشایی پیشنهادات: تا ساعت ۰۹:۰۰ روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۱/۱۲/۲۱ در سامانه تدارکات دولت بازگشایی گردد. تاریخ بازگشایی: یکشنبه، ساعت ۱۳:۰۰ مورخ ۱۴۰۱/۱۲/۲۱ می‌باشد. نشانی مناقسه گذار: بلوار شهید چگینی، کیلومتر ۲ جاده بااراجین، پارک علم و فناوری قزوین تلفن تماس: ۰۲۶۶۹۷۳۰۰-۳۳۶۹۷۳۰۰

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۱۲/۲۰

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۱۲/۱۵

فراخوان ارزیابی کیفی جهت برگزاری مناقسه عمومی دو مرحله‌ای

مناقسه شماره ۰۱۰۲۳۰۰۰۳۳۱۸۶PDT

تقاضای شماره: ۰۳۳۱۸۶-۰۰۳-۰۲-۳۳ قلم اتصالات

نوبت اول

شناسه آگهی: ۱۴۶۶۶۳۰

شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب در نظر دارد کالای مورد نیاز خود را مطابق جدول زیر بصورت فراخوان ارزیابی کیفی جهت برگزاری مناقسه عمومی از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) تامین نماید. کلیه مراحل برگزاری مناقسه، از دریافت اسناد مناقسه تا ارائه پیشنهاد مناقسه‌گران و بازگشایی پاکت از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مناقسه‌گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقسه محقق سازند.

تعداد قلم	موضوع مناقسه	مقدار کالا	شماره فراخوان در سامانه ستاد	مبلغ تضمین
۳۳	قلم اتصالات	۱۸۷۵۵	۲۰۰۱-۹۲۲۸۸۰۰۱۳۵۴	۱.۸۸۱.۰۰۰.۰۰۰ ریال

لذا کلیه شرکت‌کنندگانی که فعالیت آنها مرتبط با شرح کالای مورد درخواست میباشد میبایست ظرف مدت ۱۴ روز از تاریخ درج آگهی فراخوان نوبت دوم با مراجعه به سایت www.setadiran.ir، نسبت به چاپ و تکمیل «فرم تعهد نامه ارائه کالا مطابق با استانداردهای شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب» و بازگشایی آن به همراه مدارک و مستندات، بر اساس موارد مندرج در جدول ارزیابی کیفی (برای معاملات کمتر از بیست برابر نصاب معاملات متوسط) در سامانه ستاد اقدام نمایند.

کسب حداقل نمره ۶۰ در ارزیابی کیفی، جهت دریافت اسناد مناقسه توسط فروشنده‌گان/سازندگان الزامی است.

اسناد و مدارک مناقسه پس از برگزاری فرآیند ارزیابی کیفی و ارسال دعوتنامه، از طریق سامانه ستاد برای مناقسه‌گران واجد شرایط ارسال خواهد شد.

ضمناً مبلغ تضمین شرکت در مناقسه ۱.۸۸۱.۰۰۰.۰۰۰ ریال می‌باشد.

واحد مکانیکال اداره تدارکات خرید کالای داخلی (تلفن: ۰۶۱-۳۴۱۲۴۶۱۸)

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۱۲/۲۲

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۱۲/۲۰

روابط عمومی شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب

در ششمین دوره جایزه مدل ملی ۳۴۰۰۰:

نشان جایزه ملی مدیریت منابع انسانی نصیب آبفا آذربایجان شرقی شد



تبریز - فلاح، شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی در ششمین دوره جایزه مدل ملی ۳۴۰۰۰ مدیریت منابع انسانی حضور یافت و موفق به دریافت نشان بلورین (D) جایزه ملی مدیریت منابع انسانی و تندیس شین در اختتامیه ششمین جایزه ملی مدیریت منابع انسانی ۳۴۰۰۰ با اعطای جوایز شرکت های رهسپار تعالی در این حوزه بر گزار شد. در این مراسم که نهم اسفندماه سال جاری برگزار شد، پس از ارزیابی ۱۸۳ سازمان از ۳۲ سازمان برتر تقدیر شد و سازمان های برگزیده موفق به دریافت جوایز سطح سیمین، برترین و بلورین شدند. شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی نیز در ششمین دوره جایزه مدل ملی ۳۴۰۰۰ مدیریت منابع انسانی که به همت دانشکده مدیریت دانشگاه تهران برگزار شد حضور یافت و در دومین دوره حضور خود موفق به دریافت نشان بلورین D۱ جایزه ملی مدیریت منابع انسانی و تندیس شد. سطوح امتیازات در استاندارد ۳۴۰۰۰ مدیریت منابع انسانی، به گونه ای است که ۲۰۰۰ امتیاز آن مربوط به سطوح بلوغ فرایندی و ۱۴۰۰ امتیاز آن نیز بررسی نتایج و نگرش های کارکنان در خصوص متغیرهای بنیادین منابع انسانی از جمله رضایت شغلی، تعهد سازمانی، ماندگاری و عدم تمایل به ترک خدمت، سلامت و بهداشت روان شناختی، اعتیاد به کار و ... تعلق می باشد. این گواهینامه بر اساس ارزیابی انجام شده توسط تیم اعزامی دبیرخانه جایزه ملی ۳۴۰۰۰ مدیریت منابع انسانی در بهمن ماه سال جاری بوده و در این برنامه فرایندهای مختلف حوزه منابع انسانی شرکت مورد ارزیابی قرار گرفت.

برگزاری جشن های ویژه کودکان در مسجد جمکران توسط کانون پرورش فکری



قم - خبرنگار فرصت امروز: تماشای خانه های سیار کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان قم در چهار نقطه از مسجد مقدس جمکران جشن میلاد حضرت ولی عصر(عج) برگزار می کنند

به گزارش پایگاه خبری تحلیلی جمکران، در آستانه برپایی جشن های ولادت امام زمان(عج)، کانون پرورش فکری استان قم با حضور تماشاخانه های سیار کانون و برپایی غرفه های فرهنگی و هنری در مسجد مقدس جمکران و مسیر بلوار پیامبر اعظم(ص)، به زائران کودک و نوجوان خدمت رسانی خواهد کرد.

محمد فغاری مدیر کل کانون پرورش فکری استان قم از استقرار تماشاخانه های سیار در چهار نقطه شامل عمود ۱۰۲ بلوار پیامبر اعظم و ورودی های درب یک، سه و درب شش مسجد مقدس جمکران و همچنین همکاری با مجموعه گل نرس برای برپایی پنج غرفه ویژه کودکان در این مسجد مقدس خبر داد. برنامه های متنوع فرهنگی و هنری همچون هم خوانی و اجرای سرود، نمایش عروسکی، قصه گوئی، مسابقه و ... از جمله برنامه هایی است که در تماشاخانه های سیار کانون برگزار خواهد شد.

به گفته مدیر کل کانون پرورش فکری استان قم، نقاشی کودکان، اورنگی و معرفی کتاب های مهدوی از فعالیت هایی است که در غرفه های مستقر در مسجد مقدس جمکران اجرا خواهد شد و میزبان کودکان و نوجوانان عزیز خواهد بود.

سرپرست دفتر حراست و امور محرمات شرکت برق منطقه ای خوزستان

اهواز - شبنم قجاوند: مراسم آیین تودیع و معارفه مدیر دفتر حراست و امور محرمات شرکت برق منطقه ای خوزستان برگزار شد. با حضور محمود دشتبزرگ مدیرعامل، اعضای هیئت مدیره، معاونین و مدیران شرکت، آیین تودیع و معارفه مدیر دفتر حراست و امور محرمات این شرکت برگزار و سید مسعود اسدالله پور با حکم مدیرعامل به عنوان سرپرست جدید دفتر حراست انتخاب شد. سید مسعود اسدالله پور پیش از این معاون حراست فیزیکی شرکت برق منطقه ای خوزستان بوده است.

در این مراسم همچنین از تلاش های غلامرضا اسکندری مدیر سابق دفتر حراست و امور محرمات شرکت برق منطقه ای خوزستان تقدیر به عمل آمد و وی به عنوان مشاور اداری مدیرعامل منصوب شد. محمود دشتبزرگ مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان در این مراسم با حساس خواندن مسئولیت حراست این شرکت با توجه به مأموریت و حوزه عملکردی گسترده آن در دو استان خوزستان و کهگیلویه و بویراحمد، از سید مسعود اسدالله پور سرپرست جدید دفتر حراست در خواست کرد که در انجام وظایف محوله و حفظ امنیت در شرکت تمام تلاش خود را به کار گرفته و برای وی در این مسئولیت آرزوی موفقیت و توفیق روز افزون کرد.

شهردار اراک خبر داد:

توزیع ۱۵۰ هزار اصله نهال در اراک در هفته درختکاری

اراک- فرناز امیدی: شهردار اراک بیان داشت: منظور ارتقای فرهنگ زیست محیطی و مشارکت شهروندان در حفظ و توسعه فضاهای سبز شهری، به مناسبت هفته درختکاری و سهیم کردن شهروندان در توسعه سرانه فضای سبز، توزیع نهال توسط سازمان سیما، منظر و فضای سبز شهری بین شهروندان در حال انجام است.

دکتر کریمی افزود: ۱۵۰ هزار اصله نهال با مشارکت سازمان ها و نهادهای مردمی میان شهروندان به صورت رایگان توزیع شده است، این نهال ها از نوع مثمر و غیرمثمر هستند و شهروندان می توانند از ۱۳ تا نوزدهم اسفندماه جهت دریافت نهال به ایستگاه های توزیع نهال در پارک های غدیر، ملت، امیر کبیر، آزادی، گلبرگ و بلوار غدیر مراجعه کنند.

اقام به کاشت نهال در مناطق مختلف شهر برای مقابله با آلودگی هوا نموده که در این زمینه می توان به احداث کمربند سبز و نوار جنگلی در اطراف اراک و مجموعه جنگلی چقا در راستای جلوگیری از ورود ریزگردها از کویر میقان به داخل شهر، کاشت نهال در دره گردو، منطقه سبک و منطقه پردیس گوهستان جهت کاهش آلودگی هوا و ورود ریزگردها به شهر اراک اشاره کرد.

وی با تاکید بر اهمیت هرس درختان و مبارزه با آفات و بیماری های گیاهی گفت: از آنجا که هرس درختان در زیباسازی و جوان سازی فضای سبز شهری، ایجاد شرایط مناسب برای کاهش آفات درختان و جلوگیری از سقوط احتمالی شاخه های خشک شده و پوسیده تاثیر بسزایی دارد، در سال ۱۴۰۱ عملیات هرس با هدف فردهی و مرتب کردن درختان در سطح مناطق پنج گانه انجام شده است.

شهردار اراک در پایان بیان داشت: مبارزه با آفات و بیماری های گیاهی از دیگر اولویت های سازمان فضای سبز بوده که به منظور آن عملیات هم پاشی درختان و فضای سبز سطح شهر اراک اجرایی شده است.

مدیر عامل گروه تراکتورسازی تبریز اعلام کرد:

جلوگیری از خروج ۱۵ میلیون دلار ارز با تولید تراکتور شالیزار

دارینده تکنولوژی تولید این نوع تراکتور در دنیا پیوسته، ادامه داد: این تراکتور داری ویژگی های ۴۵ اسب بخار وزن، وزن سبک برای کار در مزارع شالی با حجم آب بالا ضد آب و دارای واتر پمپ و شامی با ارتفاع بالا از سطح زمین برعکس سایر تراکتورهاست.

تراکتورسازی ایران هم اکنون با ۱۲ شرکت آقماری که هشت شرکت در تبریز، ۲ شرکت در خارج از آذربایجان شرقی و ۲ شرکت در بیرون از مرزهای کشور ایران، بزرگترین تولید کننده ماشین آلات کشاورزی و تراکتور از ۳۵ تا ۱۵۰ اسب بخار در کشور می باشد.

این شرکت در زمان کنونی ۹۹ درصد نیاز کشاورزان کشور به تراکتور از تامین می کند و از ابتدای سال جاری تاکنون نیز بیش از ۴۱ میلیون دلار آزرآوری از محل صادرات انواع تراکتور، موتور و قطعات ریخته برای کشور داشته است.

مدیر عامل گروه تراکتورسازی تبریز گفت: این شرکت دستیابی به تکنولوژی تولید تراکتور شالیزار از خروج سالانه ۱۵ میلیون دلار ارز از کشور جلوگیری کرد.

مصطفی وحیدزاده با بیان اینکه نیاز شالی کاران کشور به این نوع تراکتور صرفا از محل واردات تامین می شد، افزود: با دستیابی این شرکت ه فناوری مذکور نیاز آنان در داخل کشور تامین می شود.

وی اظهار کرد: تراکتور شالیزار در سید تولیدات این شرکت و کشور عالی بود که به همت محققان واحد تحقیق و توسعه تراکتورسازی ایران لراحی شده و به زودی با تولید انبوه در اختیار کشاورزان قرار می گیرد.

مدیرعامل گروه صنعتی تراکتورسازی با اشاره به اینکه به زودی از بن تراکتور رومانی می شود، گفت: با تولید این نوع تراکتور، ایران در کنار تولید تراکتورهای سازمان تراکتور، تراکتورهای آمریکا، ژاپن، کره،

مدیر عامل گروه تراکتورسازی تبریز اعلام کرد:

جلوگیری از خروج ۱۵ میلیون دلار ارز با تولید تراکتور شالیزار

دارینده تکنولوژی تولید این نوع تراکتور در دنیا پیوسته، ادامه داد: این تراکتور داری ویژگی های ۴۵ اسب بخار وزن، وزن سبک برای کار در مزارع شالی با حجم آب بالا ضد آب و دارای واتر پمپ و شامی با ارتفاع بالا از سطح زمین برعکس سایر تراکتورهاست.

تراکتورسازی ایران هم اکنون با ۱۲ شرکت آقماری که هشت شرکت در تبریز، ۲ شرکت در خارج از آذربایجان شرقی و ۲ شرکت در بیرون از مرزهای کشور ایران، بزرگترین تولید کننده ماشین آلات کشاورزی و تراکتور از ۳۵ تا ۱۵۰ اسب بخار در کشور می باشد.

این شرکت در زمان کنونی ۹۹ درصد نیاز کشاورزان کشور به تراکتور از تامین می کند و از ابتدای سال جاری تاکنون نیز بیش از ۴۱ میلیون دلار آزرآوری از محل صادرات انواع تراکتور، موتور و قطعات ریخته برای کشور داشته است.

مدیر عامل گروه تراکتورسازی تبریز گفت: این شرکت دستیابی به تکنولوژی تولید تراکتور شالیزار از خروج سالانه ۱۵ میلیون دلار ارز از کشور جلوگیری کرد.

مصطفی وحیدزاده با بیان اینکه نیاز شالی کاران کشور به این نوع تراکتور صرفا از محل واردات تامین می شد، افزود: با دستیابی این شرکت ه فناوری مذکور نیاز آنان در داخل کشور تامین می شود.

وی اظهار کرد: تراکتور شالیزار در سید تولیدات این شرکت و کشور عالی بود که به همت محققان واحد تحقیق و توسعه تراکتورسازی ایران لراحی شده و به زودی با تولید انبوه در اختیار کشاورزان قرار می گیرد.

مدیرعامل گروه صنعتی تراکتورسازی با اشاره به اینکه به زودی از بن تراکتور رومانی می شود، گفت: با تولید این نوع تراکتور، ایران در کنار تولید تراکتورهای سازمان تراکتور، تراکتورهای آمریکا، ژاپن، کره،

مدیر کل سابق تامین اجتماعی استان بوشهر گفت: در زمان حاضر از یک میلیون و ۳۰۰ هزار نفر جمعیت این استان ۹۵۰ هزار نفر بیمه شده است و تبعی (۳۲٪) هزار نفر بیمه شده اصلی و ۵۹۳ هزار نفر افراد تبعی) زیر پوشش بیمه تامین اجتماعی قرار دارند.

عباس دیری اضافه کرد: براین اساس ۷۸ درصد از جمعیت استان بوشهر زیر پوشش تامین اجتماعی قرار دارند. وی ادامه داد: همچنین ۸۱ هزار نفر مستمری بگیر در استان بوشهر وجود دارد که از این تعداد ۴۴ هزار ۵۰۰ نفر مستمری بگیر اصلی و مابقی افراد تبعی آنها هستند که ماهانه ۲۵۰ میلیارد تومان حقوق باید برای آنها پرداخت شود. به گفته دیری شمار افرادی که در استان بوشهر بیمه بیکاری دریافت میکنند از دوهزار به یک هزار و ۶۰۰ نفر کاهش یافته و ماهانه هشت میلیارد تومان بابت بیمه بیکاری به این افراد پرداخت شده است. مدیر کل جدید بیمه تامین اجتماعی استان بوشهر نیز فساندسازی، قانونمداری، تکریم آریاب رجوع و مردمداری را از اولویتهای خود معرفی کرد. دودولت منابع و مطالبات و ارتقای رتبه بندی استان از برنامه های این سازمان دانست. در این آئین محمد جواد بازردهوا به عنوان سرپرست اداره کل تامین اجتماعی استان بوشهر معرفی و از خدمات عباس دیری تقدیر شد.

مدیر کل سابق تامین اجتماعی استان بوشهر گفت: در زمان حاضر از یک میلیون و ۳۰۰ هزار نفر جمعیت این استان ۹۵۰ هزار نفر بیمه شده است و تبعی (۳۲٪) هزار نفر بیمه شده اصلی و ۵۹۳ هزار نفر افراد تبعی) زیر پوشش بیمه تامین اجتماعی قرار دارند.

عباس دیری اضافه کرد: براین اساس ۷۸ درصد از جمعیت استان بوشهر زیر پوشش تامین اجتماعی قرار دارند. وی ادامه داد: همچنین ۸۱ هزار نفر مستمری بگیر در استان بوشهر وجود دارد که از این تعداد ۴۴ هزار ۵۰۰ نفر مستمری بگیر اصلی و مابقی افراد تبعی آنها هستند که ماهانه ۲۵۰ میلیارد تومان حقوق باید برای آنها پرداخت شود. به گفته دیری شمار افرادی که در استان بوشهر بیمه بیکاری دریافت میکنند از دوهزار به یک هزار و ۶۰۰ نفر کاهش یافته و ماهانه هشت میلیارد تومان بابت بیمه بیکاری به این افراد پرداخت شده است. مدیر کل جدید بیمه تامین اجتماعی استان بوشهر نیز فساندسازی، قانونمداری، تکریم آریاب رجوع و مردمداری را از اولویتهای خود معرفی کرد. دودولت منابع و مطالبات و ارتقای رتبه بندی استان از برنامه های این سازمان دانست. در این آئین محمد جواد بازردهوا به عنوان سرپرست اداره کل تامین اجتماعی استان بوشهر معرفی و از خدمات عباس دیری تقدیر شد.

برای نخستین بار در شمالغرب کشور:

همایش تجلیل از خیرین آبرسانی در تبریز برگزار شد



روستا در ۲۰ استان کشور از ۲۳۰۰ روستای تفاهم شده در سال ۱۴۰۰ و ۱۴۰۱ توسط خیرین آبرسانی می باشد.

افزاده حبشی ادامه داد: جهاد آبرسانی با هدف ارتقای شاخص های دسترسی جمعیت روستایی به آب پایدار شهری جزء اولویتهای وزارت نیرو قرار دارد تا از این طریق با استفاده از ابزارهایی نظیر تخصیص، توسعه زیرساخت توزیع آب و سایر ساخت و سازهای مورد نیاز شرایط جهش در آبرسانی روستایی مهیا شود. وی در خصوص برنامه آبرسانی به روستاهای کشور تاکید کرد: طرح جهاد آبرسانی در ۲ فاز به اجرا می آید که در فاز اول آبرسانی به ۷۱۲۸ روستا توسط قرارگاه امام حسن مجتبی (ع) از محل اعتبارات محرومیت زدایی (تبصره ۱۴) در حال اجرا است و آبرسانی به ۲ هزار روستا در کشور از سایر منابع اعتباری (منابع عمومی) توسط پیمانکاران بخش خصوصی می باشد.

افزاده حبشی اظهار کرد: در فاز دوم الحاق روستاهای دارای تنش و

نشست شورای راهبردی کانون های فرهنگی هنری مساجد خوزستان برگزار شد

جدیدالتاسیس است، بیان کرد: قریب به ۷۲ هزار و ۵۹۷ برادر، ۲ هزار و ۵۷۷ خواهر و ۲ هزار و ۳۹۷ طلبه در کانون های مساجد استان فعالیت می کنند. وی از سیاست های کاری ستاد کانون های مساجد در حوزه قرآنی را تشکیل شورای قرآن کریم مساجد، جشنواره قرآنی مدهامتان، اجرای طرح هر کانون فرهنگی یک پایگاه دارد، طرح نظام، جشنواره مادرانه در حوزه قرآن و جشنواره آمرین عنوان کرد.

حجت الاسلام سمیری، بر توجه به کتابخانه های مساجد تاکید کرد و ادامه داد: باید بار علمی بچه های مساجد ارتقا پیدا کند و در این زمینه بالا بردن سرانه مطالعه و احیای فرهنگ کتاب و کتابخوانی و حمایت از نویسندگان مسجدی و ارج نهادن به بحث کتاب و جشنواره های کتابخوانی را در دستور کار داریم.

وی با بیان اینکه حوزه هنر از حوزه فرهنگ و مسجد جدا نیست و باید به این مقوله نیز توجه کرد، گفت: در این راستا پنج کارگاه آموزشی فن بیان، دعوت از اساتید هنری تئاتر، کارگاهها و برنامه های هنری، توجه به حوزه سرود و ... را در برنامه داریم. در این جلسه حاضران در به بیان طرح ها، ایده ها و پیشنهادات خود جهت ارتقای فعالیت های کانون های فرهنگی هنری مساجد پرداختند. استعدادی، منطقه ای کردن جلسات کانون ها، و تشکیل جلسه مرکزی برای پیش این کانون ها، مسابقات ورزشی، استفاده از ظرفیت هنر و هنرمندان، استفاده از ظرفیت فضای مجازی و سواد رسانه ای، توجه به سبک زندگی اسلامی، بانگه ایدپردازی، توجه به فعالیت های بین المللی، احیای طرح چهره به چهره و ... از جمله این طرح ها و برنامه ها بود.



گرفته است. وی گفت: ورزش همگانی ورزشی است که مورد استفاده برای عموم مردم است که با توجه به هزینه اندک، برگزاری آن برای تمامی ادارات و سازمان ها وجود دارد. میرجهانمردی رئیس کانون بانزشتگان کارگری ادامه داد: در این زمینه عملکردهای متمم تامین اجتماعی استان بوشهر قابل تقدیر و همچنین برای سایر دستگاه ها قابلیت الگوبرداری دارد. وی افزود: هرسال برنامه های منظم ورزشی توسط سازمان فرهنگی ورزشی سازمان تامین اجتماعی برگزار می شود که از بانزشتگان دعوت می نمایم در راستای تضمین سلامت خود در این برنامه ها حضور مستمر داشته باشند. گفتنی است: بیش از ۵۰۰ نفر از بانزشتگان و مستمری بگیران تامین اجتماعی در این همایش پیاده روی شرکت کردند. که پس از اجرای برنامه های شاد و متنوع در پایان به ۶۰ نفر از آنان با فرقه کشی جوایز، اهداء گردید.



کار فرهنگی و مسجدی دانست و تصریح کرد: در این راستا چهار موضوع ساماندهی و شبکه سازی کانون ها، هویت بخشی به کانون ها، جریان آفرینی و بهبود و تعالی سازمانی در دستور کار ستاد کانون های مساجد کشور و استان قرار گرفته است.

وی با بیان اینکه باید از نخبگان، روحانیون، اساتید دانشگاه و فرهیختگان جهت مشاورت، همفکری، هدایت و راهبری بهره مند شویم، ابراز کرد: باید کانون های مساجد خواهران دوباره احیا شوند و برنامه ریزی شده در هر مسجد در کنار دیگر کانون ها یک کانون فرهنگی هنری خواهران نیز با همان ساز و کار و تراز ماندازی شود.

مدیر ستاد فهما خوزستان، با اشاره به اینکه یک هزار و ۲۰۰ کانون فرهنگی هنری در سطح استان فعالیت می کند که از این تعداد ۴۷۳ کانون روستایی و ۶۱۲ کانون نیز شهری است؛ همچنین ۳۳۲ کانون

برگزاری همایش پیاده روی بانزشتگان و مستمری بگیران تامین اجتماعی در بوشهر برگزار شد

بوشهر - خبرنگار فرصت امروز: همایش پیاده روی بانزشتگان و مستمری بگیران تامین اجتماعی در بوشهر برگزار شد.

این آیین با مشارکت اداره کل تامین اجتماعی، مدیریت درمان تامین اجتماعی، کانون کارکنان بانزشتگان همکار و کانون بانزشتگان کارگری تامین اجتماعی استان بوشهر برگزار شد.

همایش پیاده روی بانزشتگان و مستمری بگیران تامین اجتماعی ر بوشهر با هدف بزرگداشت روز درختکاری و اعیاد شعبانیه برگزار شد. به گزارش روابط عمومی اداره کل تامین اجتماعی استان بوشهر، محمدجواد بازردهوا روز دوشنبه در حاشیه این آیین در گفت و گو با خبرنگاران افزود: این آیین پیاده روی که حداقل سه راهی دانشگاه طلیح فارس تا پارک دانشجو پیش بینی شده بود با استقبال بسیار چشمگیری همراه با برگزاری آیین اختتامیه در جوار ساحل نیلگون طلیح فارس برگزار شد. وی بیان کرد: این آیین با مشارکت اداره کل امین اجتماعی، مدیریت درمان تامین اجتماعی، کانون کارکنان ازبشتگان همکار و کانون بانزشتگان کارگری تامین اجتماعی استان شهر برگزار شد. بازردهوا ادامه داد: دراستان درحال حاضر ۴۶۴۷۸ نفر مستمری بگیر اصلی که بطور متوسط ماهیانه مبلغ ۲۲۲ میلیارد تومان

مستمری پرداخت می شود.

سرپرست اداره کل تامین اجتماعی استان بوشهر اظهارداشت: امید است که در مناسبت های مختلف توتیوم با برگزاری چنین برنامه هایی از ظرفیت بانزشتگان و پیشکسوتان در پیشبرد اهداف عالی سازمان تامین اجتماعی در استان بوشهر استفاده کنیم.

وی افزود: مستمری بگیران و بانزشتگان سال های زیادی از عمر خود را صرف خدمت در سازمان تامین اجتماعی کردند که حضور آنها اتاق فکری برای مجموعه محسوب می شود.

بازردهوا عنوان کرد: ورزش همگانی ابزاری مهم برای تقویت سلامت روحی و جسمی است که در ادامه نیز براساس برنامه تقویمی سازمان چنین برنامه های مفید و پرخطاب تداوم خواهد داشت. مدیر درمان تامین اجتماعی استان بوشهر نیز گفت: این مدیریت در کنار رسالت درمانی خود به برنامه های فرهنگی، ورزشی و اردویی توجه ویژه دارد. حسن اسماعیلی افزود: در این راستا از برنامه هایی همانند ورزش همگانی با جدیت کامل حمایت می شود. وی گفت: همکاران بانزشته و مستمری بگیران گنجینه ای فکری برای کمک به کارکنان شاغل هستند که برای بکارگیری این ظرفیت برنامه ریزی ویژه ای صورت

مدیر عامل گروه تراکتورسازی تبریز اعلام کرد:

جلوگیری از خروج ۱۵ میلیون دلار ارز با تولید تراکتور شالیزار

دارینده تکنولوژی تولید این نوع تراکتور در دنیا پیوسته، ادامه داد: این تراکتور داری ویژگی های ۴۵ اسب بخار وزن، وزن سبک برای کار در مزارع شالی با حجم آب بالا ضد آب و دارای واتر پمپ و شامی با ارتفاع بالا از سطح زمین برعکس سایر تراکتورهاست.

تراکتورسازی ایران هم اکنون با ۱۲ شرکت آقماری که هشت شرکت در تبریز، ۲ شرکت در خارج از آذربایجان شرقی و ۲ شرکت در بیرون از مرزهای کشور ایران، بزرگترین تولید کننده ماشین آلات کشاورزی و تراکتور از ۳۵ تا ۱۵۰ اسب بخار در کشور می باشد.

این شرکت در زمان کنونی ۹۹ درصد نیاز کشاورزان کشور به تراکتور از تامین می کند و از ابتدای سال جاری تاکنون نیز بیش از ۴۱ میلیون دلار آزرآوری از محل صادرات انواع تراکتور، موتور و قطعات ریخته برای کشور داشته است.

چین و هند قرار گرفته است. وحیدزاده، با تاکید بر اینکه با دستیابی به تولید تراکتور شالیزار در تراکتورسازی، ایران نیز به جمع کشورهای

دستگیری سارقان سابقه دار در گرگان

استوی گفت: در طول مدت اجرای این طرح ۱۰ سارق حرفه ای دستگیر شدند که همه سابقه دار بودند. این مقام انتظامی تصریح کرد: اجرای این طرح تا زمان رفع دغدغه های مردم در حوزه سرفت و تامین امنیت پایدار در سطح حوزه تداوم خواهد داشت اما مردم باید بدانند لازمه تحقق امنیت پایدار مشارکت همه سازمان ها و نهادهای متولی تامین نظم و امنیت است. به ویژه دستگاه های که در امر پیشگیری از سرفت و ظایفی برعهده

تبریز - فلاح: معاون مهندسی و توسعه شرکت مهندسی و مصلاب کشور در اولین همایش تجلیل از خیرین آبرسان گفت: سقایی آبرسانی به هم نوعان از نیکوترین و پسندیده ترین کارهاست که وصیه های زیادی از سوی تمامی ادیان الهی به آن شده و از تمامی خیران می خواهیم با استعانت از حضرت ابوالفضل العباس (ع) که نشانه ارز سقایی است، ما را در امر آبرسانی به روستا ها و مناطق محروم آری نمایند.

افزاده حبشی افزود: بنای کار مجمع خیرین آبرسان برای انتخاب حل آبرسانی بر عهده مجمع خیرین آبرسان است که آبرسانی به روستاهای محروم و فاقد آب آشامیدنی انجام خواهد شد. وی با بیان بنکد کار خیرین برکت بسیار دارد و به دولت مردان روحیه می دهد، ادامه داد: این همایش، به نوعی پاسداشت از ارزشی است که به نوعی تکریم نده و ترویج فرهنگ ایثار و انفاق در حوزه آب و آبرسانی است.

معاون مهندسی و توسعه شرکت مهندسی آب و فاضلاب کشور در خصوص اقدامات انجام یافته در جلب مشارکت خیرین گفت: اقداماتی در بن خصوص انجام یافته است که از جمله می توان به ایجاد تشکل مجمع خیرین آبرسان کشور، تشکیل مجمع خیرین آبرسان در ۱۲ شرکت ستانی در کشور (بقیه شرکتها در مرحله تهیه اسانسمه و ثبت هستند)، عقاد ۳ تفاهم نامه با بنیاد برکت در خصوص تکمیل ۱۰۰۰ روستا روستاهای شهرستان جهرم در استان فارس، مکاتبه با صنایع بزرگ کشور (فولاد، پتروشیمی،...) و نهادهای انقلابی و بنگاه های اقتصادی بنیاد مستضعفان، سازمان اوقاف و امور خیریه و... جهت مشارکت در بر خیر آبرسانی از محل مسئولیت اجتماعی، شروع آبرسانی به ۱۴۰۰

اهواز - شبنم قجاوند: حجت الاسلام سمیری، در نشست شورای

اهبهردی کانون های فرهنگی هنری مساجد خوزستان بر ارتقای عالیت های قرآنی، فرهنگی، هنری و کتابخوانی در کانون های مساجد اکید کرد و گفت: سالمندی و شبکه سازی، هویت بخشی به کانون ها، جریان آفرینی و بهبود و تعالی سازمانی در دستور کار ستاد کانون های مساجد است.

به گزارش روابط عمومی اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان، حجت الاسلام قاسم سمیری، در نشست شورای راهبردی کانون های فرهنگی هنری مساجد خوزستان، ضمن تبریک ولادت حضرت ولی عصر (عج) و حضرت علی اکبر (ع) اظهار کرد: این جلسه در راستای سیاست ها برنامه های کاری ستاد استان با دعوت از نخبگان و فرهیختگان، پیشکسوتان فرهنگی برگزار شده تا توتیوم گامی در راستای تعالی فرهنگی و انقلابی برداریم.

مدیر ستاد هماهنگی کانون های فرهنگی هنری مساجد خوزستان، افزود: در این جلسه به دنبال طرح و ایده هایی برای اجرای سیاست های ستاد هماهنگی کانون های مساجد هستیم که امیدواریم توتیوم با همفکری، برنامه ریزی و مساعدت هم خدمتی ولو اندک به حوزه مسجد داشته باشیم. وی شعار و سیاست دولت را «تفضی بازگشت به مساجد» است و اضافه کرد: ستاد کانون های مساجد کشور و وزارت فرهنگ و تشاد اسلامی، با یاد دارد سال آینده تمام فعالیت های خود را در مساجد تمرکز کند.

حجت الاسلام سمیری، اغتششات اخیر را نتیجه دور بودن از

اعتمادسازی در شبکه‌های اجتماعی؛ معمایی با راه حل‌های متنوع!

نویسنده: علی آل علی

کارآفرینی را در نظر بگیرید که بعد از چند سال فعالیت در بازار به خوبی اسمش را سر زبان‌ها انداخته است. به طوری که نه تنها مشتریان، بلکه رقبا هم تقریبا با برند او آشنا هستند. احتمالا در یک سناریوی رویایی چنین کارآفرینی دیگر نباید هیچ مشکلی داشته باشد و هر دقیقه انتظار خریدهای پشت سر هم مشتریان را بکشد. البته دنیای کسب و کار همیشه اینقدر مهربان نیست؛ چراکه مشتریان تا به یک برند اعتماد نکنند، قدم از قدم بر نمی‌دارند؛ به خصوص اگر پای تعامل آنلاین با برندها وسط باشد.

اگر تجربه خرید آنلاین از برندها در شبکه‌های اجتماعی را داشته باشید، همیشه با احساس سردرگمی دست و پنجه نرم می‌کنید. شما را نمی‌دانم، ولی من که حتی با خرید از معتبرترین برندها نیز نگران سرنوشت سفارشم می‌شوم. پس طبیعی است که کاربران به این سادگی‌ها دست به جیب نشوند. اصلا هم فرقی ندارد برندان چقدر در بازار شناخته شده باشند. در هر صورت عنصر اعتماد آنقدر مهم هست که بدون آن پازل کسب و کارتان برای همیشه ناقص بماند.

ما در روزنامه فرصت امروز همیشه طرفدار ورود برندها به دنیای پلتفرم‌های اجتماعی هستیم. با این حال چنین تغییری نیازمند مسئولیت‌پذیری بیشتری هم هست. چه بسا کاربران به همان سادگی دنیای واقعی در شبکه‌های اجتماعی به شما اعتماد نکنند. این یعنی شما با یک معمای پیچیده رو به رو هستید که هیچ راه فراری از آن نیست.

گاهی اوقات در زندگی آدم چاره‌ای به غیر از گرفتن تصمیم‌های مهم ندارد. این طور وقت‌ها کمک یک دوست وفادار حسایی اوضاع را تغییر خواهد داد. خب در مورد اعتمادسازی در شبکه‌های اجتماعی ما اینجا هستیم تا نظرتان در این رابطه را تغییر دهیم. پس در ادامه با ما همراه باشید تا راه حل‌های متنوعی برای این معما پیش روی‌تان بگذاریم.

اعتمادسازی در شبکه‌های اجتماعی: چطور و چگونه
فروش آنلاین محصولات یکی از روش‌های کم‌هزینه برای کسب و کارها محسوب می‌شود. البته این وسط مشتریان همیشه انگیزه کافی برای خرید آنلاین ندارند. یکی از دلایل اصلی در این رابطه عدم اعتماد مشتریان به برندهاست. اگر فکر کرده‌اید با توجه‌های سطحی می‌توانید نظر کاربران را عوض کنید، باید کاملا ناامیدتان کنیم. در عوض ما اینجا مجموعه‌ای از تکنیک‌های کاربردی و صدالبته ساده را برای‌تان کنار گذاشته‌ایم تا قلق کار دست‌تان بیاید. اجازه دهید بدون هیچ مقدمه‌چینی اضافه‌ای یک راست برویم سراغ اصل مطلب.

تولید محتوای باکیفیت

کارگردانی را در نظر بگیرید که از شناسن همکاری با استودیوهای بزرگ فیلمسازی برخوردار است، اما بعد از چند بار تلاش فقط آثار درجه دو روانه پرده نقره‌ای می‌کند. بی‌شک بعد از مدتی دیگر هیچ تماشاگری به آثار کارگردان قصه ما اعتماد نخواهد کرد. قبول دارم این مقایسه کمی سخت به نظر می‌رسد، اما وضعیت برندها در شبکه‌های اجتماعی هم مثل کارگردان‌های سینماست. شما فقط در صورتی همیشه توجه کاربران را کنار خودتان خواهید داشت که دائما محتوای باکیفیت دم‌دست‌شان قرار دهید. ماجرا جالب شد، نه؟

سؤال اصلی در اینجا نحوه تولید محتوای درست و حسایی است. خب هر روز کلی از بازاربابا در چهار گوشه دنیا دست به تولید محتوا می‌زنند، اما فقط بعضی از برندها اعتماد مشتریان را جلب خواهند کرد. فرمول طلایی ما در ایسن بخش برای تولید محتوای درجه یک چند بخش مشخص دارد:

شناخت مخاطب هدف و دست‌بندی آنها در گروه‌های مختلف
ارزایی عملکرد رقبا برای شناسایی ترندهای برتر
تولید محتوا در راستای پر کردن کمبود بازار
شاید در اولین نگاه فرآیند فوق خیلی ساده به نظر برسد، اما ماجرا اصلا این طوری نیست؛ چراکه تولید

محتوا همیشه کاری سخت و نفسگیر بوده که اتفاقا اصلا شوخی‌بردار نیست. مهمترین چالش در این میان پیدا کردن نقطه ضعف محتوای دیگران است. مثلا اگر رقبا در شبکه‌های اجتماعی توجهی به نمایش پشت صحنه کسب و کارشان ندارند، شما باید خیلی زود سراغ این ایده آمده و کارتان را سر و سامان دهید. وگرنه همیشه با هزار و یک مشکل مختلف برای جلو زدن از رقبا رو به رو خواهید بود. تا یادمان نرفته، باید بگوییم تولید محتوا نباید همیشه درباره فروش محصولات باشد. کاربران به طور طبیعی در برابر برندی که همه فکر و ذکرش فروش بیشتر است، گارد می‌گیرند. پس اگر دوست دارید شناسی برای تعامل با مشتریان در بازار داشته باشید، دور این نکته را همین حالا خط بکشید.

تعامل با کاربران

چه کسی گفته یک برند باید در شبکه‌های اجتماعی

آن وقت دیگر اعصاب‌تان بابت ساعت‌های طولانی تعامل با آنها خُرد نمی‌شود.

از آنجایی که همه مخاطب‌های ما در روزنامه فرصت امروز

کارآفرینان باهوشی هستند، احتمالا پس ذهن‌تان استفاده از ربات‌های چت را هم دارید. خب در این صورت هرچه زودتر ایده‌تان را عملی کنید تا ارتباطاتان با کاربران از این هم بهتر شود. اگر نظر ما را بخواید، برندی که ۲۴ ساعته در دسترس کاربران قرار دارد، هیچ وقت رنگ شکست را نخواهد دید. پس بهتر است همین حالا کارتان را شروع کنید تا تخته گاز به سمت اعتمادسازی در بین کاربران بروید.

استفاده از محتوای تولیدی کاربران (UGC)

اگر فکر می‌کنید جواب دادن سریع به سوالات کاربران آخرین مرحله در اعتمادسازی آنلاین است، باید برگ برنده تازه‌ای برای‌تان رو کنیم. استفاده از محتوای تولیدی کاربران از آن تکنیک‌هایی است که کمتر مورد توجه قرار



این مورد هم برای کاربران جذاب و هیجان‌انگیز است. این اساسا اگر شما تعهداتی مطابق با میل مشتریان داشته باشید، تمایل‌شان برای پرداخت هزینه به طور چشمگیری بیشتر خواهد شد. این یعنی شما بدون دست بردن در کیفیت محصولات امکان فروش با قیمتی بالاتر را خواهید داشت؛ همینقدر جذاب و هیجان‌انگیز!

این روزها همه کسب و کارها دنبال ارزش‌های جذاب برای خودشان هستند. به طوری که کارشان در بازار راحت‌تر شده و محتوایی جذاب برای مخاطب‌شان داشته باشند. حالا اگر این وسط شما فقط دنبال تولید محتوا باشید، احتمالا دیر یا زود صدای مشتریان درمی‌آید؛ چراکه با عقب ماندن از جریان اصلی در تولید محتوا و اعتمادسازی هیچ سرنوشت خوبی در انتظارتان نخواهد بود.

باور کنید یا نه، بعضی از کارآفرینان نسبت به ارزش‌های برندشان هیچ اطلاعی ندارند. چه برسد به اینکه از آن برای اعتمادسازی هم استفاده کنند. اگر شما هم چنین وضعیتی دارید، باید قبل از اینکه حسایی دیر شود، اوضاع را به نفع خودتان تغییر دهید. مثلا به جای اینکه صرفا دنبال بقیه برندها بروید، ارزش‌های خاص خودتان را پیدا کنید.
اجازه دهید برای فهم بهتر ماجرا در این بخش یک مثال کاربردی از صنعت پوشاک بزنیم. اگر تا همین چند سال قبل کسی به من می‌گفت یک روز برندی مثل گوچی محصولاتی با استفاده از مواد بازیافتی تولید می‌کند، احتمالا حسایی او را دست می‌انداختم. با این حال تعهدات این برند در سال‌های اخیر برای حفاظت از محیط زیست عملا چنین رویایی را بدل به واقعیت کرده است. قبول دارم گاهی اوقات تغییر در روند فعالیت برند خیلی ساده به نظر نمی‌رسد اما شما قرار نیست تسلیم شرایط شوید. هر کاری در این دنیا سختی‌های خاص خودش را دارد. پس به جای اینکه الکی نسبت به شرایط معترض باشید، کمی به خودتان سخت گرفته و قدم اول را بردارید. بی‌شک به مرور زمان کارتان خیلی راحت‌تر هم می‌شود. احتمالا شما هم در بین همکاران‌تان کسانی را سراغ دارید که طرفدار حقوق حیوانات باشند. خب در این صورت بد نیست این ارزش را برای برنداتان هم دنبال کنید. هرچه باشد این روزها میلیون‌ها نفر در سراسر دنیا به این نکته توجه می‌کنند. البته یادتان باشد، ارزش‌های انتخابی شما که در شبکه‌های اجتماعی بازنمایی پیدا می‌کند، باید دست کم مقداری با هویت برنداتان هم سازگار باشد. وگرنه هیچ شناسی برای اثرگذاری بر روی مشتریان نخواهد داشت.

مردنظر به پست‌تان در شبکه‌های اجتماعی است. نتیجه کار اعتماد بیشتر کاربران به محتوای شما با مشاهده چنین لینک‌هایی خواهد بود؛ همینقدر جذاب و هیجان‌انگیز.

نمایش پشت صحنه کسب و کار

برندهایی که کارمندان‌شان همیشه از حضور در دفتر شرت و فعالیت کاری راضی هستند، کمتر با شکست‌های بزرگ رو به رو می‌شوند. اگر شما به اندازه کافی خوش‌شانس هستید که کلی کارمند مشتاق و سرحال داشته باشید، کافی است از نظرات آنها برای جلب اعتماد مشتریان استفاده کنید. ماجرا به بخش هیجان‌انگیزش رسید، نه؟

روند کار در اینجا تا حدودی شبیه بخش قبل است. اگر کارمندان‌تان حوصله داشته‌ باشند، تولید محتوا از سوی آنها حسایی به درد بخور خواهد بود. به علاوه، نمایش نحوه فعالیت کارمندان در شرکت نیز ایده جالبی است، البته در

روش‌هایی برای جلب اعتماد کاربران در دنیای آنلاین

مردنظر به پست‌تان در شبکه‌های اجتماعی است. نتیجه کار اعتماد بیشتر کاربران به محتوای شما با مشاهده چنین لینک‌هایی خواهد بود؛ همینقدر جذاب و هیجان‌انگیز.

برندهایی که کارمندان‌شان همیشه از حضور در دفتر شرت و فعالیت کاری راضی هستند، کمتر با شکست‌های بزرگ رو به رو می‌شوند. اگر شما به اندازه کافی خوش‌شانس هستید که کلی کارمند مشتاق و سرحال داشته باشید، کافی است از نظرات آنها برای جلب اعتماد مشتریان استفاده کنید. ماجرا به بخش هیجان‌انگیزش رسید، نه؟

روند کار در اینجا تا حدودی شبیه بخش قبل است. اگر کارمندان‌تان حوصله داشته‌ باشند، تولید محتوا از سوی آنها حسایی به درد بخور خواهد بود. به علاوه، نمایش نحوه فعالیت کارمندان در شرکت نیز ایده جالبی است، البته در



می‌گیرد اما جایی برای تردید در کاربردش نیست؛ چراکه مردم قبل از خرید دوست دارند با برند مورد علاقه‌شان مثل دو تا دوست حرف بزنند. در چنین شرایطی بی‌تفاوتی تیم‌های بازاریابی طوری ذوق کاربران را کور می‌کند که نتگو! اگر از طرفدارهای دوآتیشه فوتبال باشید، خیلی خوب می‌دانید مری‌هایی که رابطه خوبی با هواداران دارند، هیچ وقت بدون تیم نمی‌مانند؛ چراکه هواداران همیشه هوای مری موردنظر را داشته و همه جوره از او حمایت خواهند کرد. این دقیقا همان کاری است که شما در شبکه‌های اجتماعی هم باید انجام دهید. هرچه باشد کمی رفتار بهتر با کاربران خیلی راه دوری نمی‌رود. کافی است روی تک تک آنها به عنوان مشتریان بالقوه برنداتان حساب کنید.

این زمینه نباید خیلی اغراق کنید؛ چراکه مشتریان این روزها خیلی زنگ‌تر از این حرف‌ها هستند که به سادگی گول‌تان را بخورند. در عوض بیان واقعیت‌های جاری در شرکت ایده بی‌نهایت بهتری خواهد بود. دست‌کم اینطوری مشتریان بعد از آشنایی با برنداتان شوکه نخواهند شد. توصیه ما در مورد اعتمادسازی با نمایش پشت صحنه کسب و کار رعایت تعادل است. برندهایی که اصرار زیادی برای نمایش پشت صحنه کارشان دارند، همیشه مشکوک به نظر می‌رسند. پس هر چند مفته یکبار با این مدل ویدئوها کاربران را غافلگیر کنید تا تاثیر کارتان از بین نرود.
تمرکز بر روی برندینگ پایدار

کسب و کاری که هر روز یک استراتژی متفاوت برای برندینگ در پیش می‌گیرد، ۱۰۰ سال دیگر هم شناسی برای جلب اعتماد مشتریان نخواهد داشت. این امر بیشتر از همه در شبکه‌های اجتماعی نمود پیدا می‌کند؛ درست جایی که برندها باید تصویری قاطع از خودشان جلوی روی کاربران قرار دهند.

ما در روزنامه فرصت امروز همیشه به بازاربابا توصیه می‌کنیم کارشان را با توجه به تکنیک‌های برندینگ دنبال کنند؛ چراکه یک برند ناپایدار حتی بقای خودش هم در بازار در هاله‌ای از ابهام خواهد بود. پس چطور باید انتظار موفقیت از یک چنین برندی داشت؟
یکی از مثال‌های موفق درباره برندینگ ثابت مربوط به مک دونالد است. این برند دهه‌هاست جایش را در دل مشتریان سراسر دنیا باز کرده و همه هم آن را با لوگو مشهور زرد و قرمزش می‌شناسند. عدم تغییر مداوم لوگو، ارتباط خوب با مشتریان و استفاده همیشگی از رنگ‌های اصلی لوگو در زمینه تولید محتوا تنها بخش‌هایی از کار حیرت‌انگیز این برند دوست‌داشتنی را نشان می‌دهد. درس مهمی که در این بخش باید از مک دونالد گرفت، ادامه دادن مسیری ثابت و همیشگی در دنیای برندینگ است. این امر نه تنها به شما برای اثرگذاری بهتر بر روی مشتریان کمک می‌کند، بلکه تصویری منسجم از برنداتان در شبکه‌های اجتماعی ارائه خواهد داد. خب وقتی یک برند سال‌های سال در بازار حضوری پررنگ داشته باشد، چرا مشتریان نباید به آن اعتماد کنند؟

بیان ارزش‌های برند

چه کسی دوست دارد از برندی خرید کند که هیچ ارزش یا تعهد کاری مشخصی ندارد؟ باور کنید یا نه،

مشتریان امروزی بیشتر از اینکه به خود محصولات اهمیت دهند، ارزش‌های برند سازنده را زیر ذره بین می‌برند. بر این اساس اگر شما تعهداتی مطابق با میل مشتریان داشته باشید، تمایل‌شان برای پرداخت هزینه به طور چشمگیری بیشتر خواهد شد. این یعنی شما بدون دست بردن در کیفیت محصولات امکان فروش با قیمتی بالاتر را خواهید داشت؛ همینقدر جذاب و هیجان‌انگیز!

این روزها همه کسب و کارها دنبال ارزش‌های جذاب برای خودشان هستند. به طوری که کارشان در بازار راحت‌تر شده و محتوایی جذاب برای مخاطب‌شان داشته باشند. حالا اگر این وسط شما فقط دنبال تولید محتوا باشید، احتمالا دیر یا زود صدای مشتریان درمی‌آید؛ چراکه با عقب ماندن از جریان اصلی در تولید محتوا و اعتمادسازی هیچ سرنوشت خوبی در انتظارتان نخواهد بود.

باور کنید یا نه، بعضی از کارآفرینان نسبت به ارزش‌های برندشان هیچ اطلاعی ندارند. چه برسد به اینکه از آن برای اعتمادسازی هم استفاده کنند. اگر شما هم چنین وضعیتی دارید، باید قبل از اینکه حسایی دیر شود، اوضاع را به نفع خودتان تغییر دهید. مثلا به جای اینکه صرفا دنبال بقیه برندها بروید، ارزش‌های خاص خودتان را پیدا کنید.

اجازه دهید برای فهم بهتر ماجرا در این بخش یک مثال کاربردی از صنعت پوشاک بزنیم. اگر تا همین چند سال قبل کسی به من می‌گفت یک روز برندی مثل گوچی محصولاتی با استفاده از مواد بازیافتی تولید می‌کند، احتمالا حسایی او را دست می‌انداختم. با این حال تعهدات این برند در سال‌های اخیر برای حفاظت از محیط زیست عملا چنین رویایی را بدل به واقعیت کرده است.

قبول دارم گاهی اوقات تغییر در روند فعالیت برند خیلی ساده به نظر نمی‌رسد اما شما قرار نیست تسلیم شرایط شوید. هر کاری در این دنیا سختی‌های خاص خودش را دارد. پس به جای اینکه الکی نسبت به شرایط معترض باشید، کمی به خودتان سخت گرفته و قدم اول را بردارید. بی‌شک به مرور زمان کارتان خیلی راحت‌تر هم می‌شود. احتمالا شما هم در بین همکاران‌تان کسانی را سراغ دارید که طرفدار حقوق حیوانات باشند. خب در این صورت بد نیست این ارزش را برای برنداتان هم دنبال کنید. هرچه باشد این روزها میلیون‌ها نفر در سراسر دنیا به این نکته توجه می‌کنند. البته یادتان باشد، ارزش‌های انتخابی شما که در شبکه‌های اجتماعی بازنمایی پیدا می‌کند، باید دست کم مقداری با هویت برنداتان هم سازگار باشد. وگرنه هیچ شناسی برای اثرگذاری بر روی مشتریان نخواهد داشت.

همکاری با سایر برندها

آیا تا حالا این ضرب‌المثل قدیمی که «یک دست صدا ندارد» به گوش‌تان خورده؟ احتمالا شما هم مثل ما بارها و بارها این ضرب‌المثل را از زبان ریش سفیدها شنیده‌اید. قبول دارم خیلی وقت‌ها آدم تنهایی کارها را بهتر پیش می‌برد اما اعتمادسازی در شبکه‌های اجتماعی از آن کارهایی است که نیاز به کار تیمی دارد. پس چه بهتر که قبل از اینکه اوضاع مثل یک بازی حساس شطرنج حسایی پیچیده شود، از دیگران کمک بگیرید.

امیدوارم شما جزو آن دسته از کارآفرینانی نباشید که کمک گرفتن از دیگران را جرم تلقی می‌کنند؛ چراکه ما در روزنامه فرصت امروز یکی از ویژگی‌های کارآفرینان موفق را استفاده از تک تک موقعیت‌ها برای کمک گرفتن از دیگران می‌دانیم. اینطوری بدون اینکه هزینه بیشتری روی دست شما بماند، کیفیت کارتان بهتر خواهد شد. به علاوه، دیگر لازم نیست ساعت‌ها خودتان را در دفتر کار زندانی کنید!

کارآفرینی را تصور کنید که بعد از چند سال فعالیت در شرکت ساسونگ حالا به فکر طراحی تلویزیون‌های هوشمند با امکانات تازه افتاده است. بی‌شک کارآفرین قصه مسا در ابتدای راه رقبای بی‌نهایت بزرگی پیش رو دارد. به علاوه، مشتریان هم اعتماد زیادی به کسب و کارش نخواهند داشت. یک راه هوشمندانه در این میان شروع به همکاری این برند تازه تاسیس با کسب و کارهای باسابقه بازار است. شاید در این میان سود زیادی گیر برند قصه‌مان نیاید اما دست‌کم اسمش حسایی سر زبان‌ها می‌افتد. آن وقت خیلی زود در بازار برای خودش مشتریان وفاداری پیدا کرده و غول بی‌اعتمادی را شکست می‌دهد.

جمع‌بندی

بی‌اعتمادی مشتریان به برندها پدیده تازه‌ای نیست. به علاوه، اصلا نباید آن را غیرعادی تلقی کنید؛ چراکه خیلی از برندها در این روزها با این مشکل مهم دست و پنجه نرم می‌کنند. مسئله اساسی در این میان اقدام فوری شما برای اعتمادسازی است. ما در این مقاله سراغ برخی از ایده‌های مناسبند برای ایجاد اعتماد در بین کاربران شبکه‌های اجتماعی رفتیم. از آنجایی که شبکه‌های اجتماعی این روزها حسایی پرطرفدار هستند، ما این مسیر را بهترین گزینه برای اعتمادسازی می‌دانیم. اینطوری شما با یک تیر دو نشان می‌زنید، هم اعتماد کاربران را به دست می‌آورید، هم اینکه هزینه زیادی روی دست‌تان باقی نخواهد ماند. ممن و همکارانم در روزنامه فرصت امروز امیدواریم این مقاله کمکی هرچند کوچک به شما برای آشنایی با روش‌های اعتمادسازی در شبکه‌های اجتماعی کرده باشد. مثل همیشه اگر سسوالی در این رابطه داشتید، کارشناس‌های ما همیشه آماده کمک به شما هستند. پس تعارف را کنار گذاشته و با ما در ارتباط باشید.

منابع:

https://www.socialpilot.co/blog/10-sure-fire-ways-to-build-trust-on-social-media
https://boosted.lightricks.com/do-these-5-things-to-build-trust-on-social-media