روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کارآفرینی

شنبه
۹ اردیبهشت ۱۴۰۲

Sat.29 Apr 2023
۸ شوال ۱۴۴۴ - سال نهم
شماره ۲۲۲۴
۸ صفحه - ۵۰۰۰ تومان

www.forsatnet.ir

روند صعودی دماسنج اصلی تالار شیشه‌ای متوقف شد

انتظارات اصلاحی در بورس تهران؟

فرصت امروز: با پشت سر گذاشتن ماه طلایی بورس در فروردین ماه، بخشی از عقب‌ماندگی بازار سهام نسبت به سطح تورم و همچنین بازارهای موازی در سال گذشته تا اندازه‌ای جبران شد. با این وجود، نماگر اصلی بورس تهران در پایان معاملات هفته گذشته با عقبگرد ۰,۱۴ درصدی مواجه شد و کار خود را در پایان هفته نخست اردیبهشت در سطح ۲ میلیون و ۳۶۵ هزار

۴

با وجود کنترل هزینه‌ها، کم و کسری بودجه به ۳۰۰ هزار میلیارد تومان رسید

معمای کسری بودجه ۱۴۰۱

فرصت امروز: بودجه سالانه به عنوان مهمترین سند مالی کشور در این سال‌ها همواره دستمایه بحث‌های مختلف شده است. با افزایش فشار تحریم‌های نفتی و کاهش درآمدهای ارزی کشور در سال‌های گذشته، کم و کسری بودجه دولت دوچندان شد و این مهم خود را در افزایش سطح تورم نشان داد. به همین دلیل دولت سعی در کنترل هزینه‌ها در لایحه بودجه سال گذشته داشت، اما با وجود آنکه مهمترین رویکرد بودجه سال ۱۴۰۱، کنترل هزینه‌ها با تغییر الگوی افزایش حقوق، اصلاح صندوق‌های بازنشستگی، بازنگری در تخصیص ارز ترجیحی و... بود، اما عدم برآورد دقیق منابع و استفاده از منابع صندوق توسعه ملی، منابع لایحه بودجه را با محدودیت مواجه کرد. همچنین عدم پیش‌بینی منابع موردنیاز برای سیاست جایگزین حذف ارز ترجیحی و خرید تضمینی گندم، لایحه بودجه ۱۴۰۱ را در بعد مصارف هم دچار چالش کرد.

طبق برآورد مرکز پژوهش‌ها، کسری بودجه تامین‌نشده لایحه بودجه سال ۱۴۰۱، حدود ۱۵۶ هزار میلیارد تومان بوده است. البته این برآورد با فرض اعطای مجوز استقراض از صندوق توسعه ملی به دولت به میزان ۱۳۷ هزار میلیارد تومان بود، اما این مجوز توسط مقام معظم رهبری به دولت داده نشد و بدین ترتیب، میزان واقعی کسری لایحه بودجه دولت به حدود ۲۹۳ هزار میلیارد تومان رسید. دولت سیزدهم در این شرایط باید ...

۲

همزمان با استیضاح وزیر صمت، احیای وزارت بازرگانی به تصویب دولت رسید

بازی تفکیک و ادغام

۲

بیش از ۸۴ درصد تسهیلات سال گذشته به بخش‌های اقتصادی رسید

سهم کسب و کارها از وام‌های بانکی

۳

سرمقاله

بانک مرکزی و تکالیف بودجه‌ای بانک‌ها

علی نظافتیان دبیر کمیسیون حقوقی کانون بانک‌ها

هفته گذشته بانک مرکزی در بخشنامه‌ای، احکام و تکالیف نظام بانکی در قانون بودجه ۱۴۰۲ را برای اجرا به بانک‌ها ابلاغ کرد. به عنوان کسی که با الفبای حقوق بانکی آشناست، بر این باورم که قانون مصوب مجلس پس از انتشار در روزنامه رسمی باید بدون کم و کاست اجرا شود، اما اجرای مطلوب یک قانون نیازمند فراهم‌آوری شرایط لازم و همچنین توانایی مخاطب قانون و پذیرش مردمی آن است. پس انتظار اجرای قانون غیرقابل اجرا از سوی مردم و دستگاه‌های اجرایی، انتظاری غیرواقع‌بینانه خواهد بود. مثلا نمی‌توان سطوح مالیاتی را چنان افزایش داد که پرداخت مالیات از توان مالی مردم خارج باشد؛ زیرا در حالت ناتوانی از پرداخت، مودیان مالیاتی پاسخی جز «المفلس فی‌امان‌الله» برای مراجع مالیاتی کشور نخواهند داشت. از نظر موازین شرعی نیز موضوع روشن است و آیه شماره ۲۸۶ سوره شریف بقره، تکلیف را مشخص کرده است: «لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا لَهَا مَا كَسَبَتْ وَعَلَيْهَا مَا اكْتَسَبَتْ» (خداوند هیچ‌کس را جز به‌قدر توانایی‌اش تکلیف نمی‌کند. آنچه (از خوبی) به دست آورده به سود او، و آنچه (از بدی) به دست آورده به زیان اوست».

ادامه در همین صفحه

مدیریت و کسب‌وکار

فرصت‌های شغلی در شبکه‌های اجتماعی

آدم‌ها از کله سحر که بیدار می‌شوند تا پاسی از شب گوشی از دست‌شان جدا نمی‌شود. وقتی هم ته توی ماجرا را دربیاورید، متوجه نقش اساسی شبکه‌های اجتماعی در زندگی روزمره مردم چهارگوشه دنیا خواهید شد. شاد فکر کنید چنین آمارهایی خیلی بدبینانه است. در این صورت کمی تأمل در زندگی روزمره‌تان همه چیز را مشخص خواهد کرد؛ چراکه این روزها یافتن کسی که ۲۴ ساعته در شبکه‌های اجتماعی نیست، دست کمی از شعبده‌بازی ندارد.

اگرچه بیشتر مردم دنیا صرفا برای سرگرمی و ارتباط با دوستان از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند اما کم نیستند افرادی که در همین فضا دنبال کار می‌گردند. مثلا بازاریابی را در نظر بگیرید که با دیجیتالی‌شدن همه امور حالا برای شرکتی کار می‌کند که اولویت اصلی‌اش تولید محتوا در اینستاگرام است. البته ماجرا همینقدر خطی و یکطرفه نیست؛ چراکه کار در دنیای شبکه‌های اجتماعی نیاز به مهارت‌های خاص خودش دارد. ما در این مقاله قصد داریم مروری بر...

۸

بانک مرکزی و تکالیف بودجه‌ای بانک‌ها

به قول مرحوم علامه طباطبائی، «چون تکلیف به آنچه در قدرت فرد نیست ظلم است و پروردگارت نسبت به بندگان ظالم نیست، (و ما ربک به ظلام للعبید)».

براساس این منطق عرفی و شرعی، تکلیف مالایطاق نه بر مردم و نه بر دستگاه‌های اجرایی منطقی نیست. قانون بودجه سال ۱۴۰۲ و بخشنامه اجرایی آن نیز از این قاعده کلی مستثنا نیست. پس پاسخ منطقی شبکه بانکی کشور به بخشنامه تکالیف بودجه‌ای بانک مرکزی، چیزی به جز اجرای قانون نخواهد بود، اما بانک‌ها نیز بایستی توان مالی و اجرایی لازم برای اجرای مصوبات مجلس را داشته باشند، وگرنه در غیر این صورت، تکلیف مجلس به شبکه بانکی کشور از جمله نمونه‌های بارز «تکلیف مالایطاق» خواهد بود. حال پرسشی که اینجا مطرح می‌شود، این است که اگر اجرای قانون مصوب مجلس به‌ویژه در زمینه تسهیلات تکلیفی در توان شبکه بانکی کشور نباشد، آن وقت تکلیف چیست و بانک‌ها بایستی کمبود احتمالی منابع موردنیاز برای پرداخت تسهیلات تکلیفی موردنظر نمایندگان مجلس را از چه محلی تأمین کنند؟

واقعیت آن است که با جیب خالی نمی‌توان پز عالی داد. شاید ساده‌ترین راه‌حل در این زمینه، هجوم بانک‌ها به سوی منابع بانک مرکزی بدون در نظر گرفتن شاخص‌های مربوط به ریسک نقدینگی، ریسک اعتباری و سایر انواع ریسک‌های عملیات بانکی است؛ یا اینکه در صورت امکان برای جبران کمبود منابع به خلق پول روی بیاورند. این گونه راه‌حل‌ها اگرچه مدیران بانک‌ها را از بازخواست مراجع نظارتی نجات می‌دهد و می‌رهاند، اما قطعا به ناترازی مزمن بانک‌ها دامن می‌زند و در نهایت ارزش پول ملی را کاهش می‌دهد و بر سطح تورم می‌افزاید. راهکار خداپسندانه دیگر در این زمینه، آن است که بانک مرکزی با همکاری شبکه بانکی کشور، توان مالی و نیز توان اجرایی بانک‌های دولتی و خصوصی برای پرداخت تسهیلات تکلیفی را ارزیابی کند و در صورت احراز ناتوانی آنان از اجرای تکالیف بودجه‌ای، موضوع را جهت تعیین تکلیف به مجلس گزارش نماید. معمولا استقلال واقعی بانک مرکزی در این موارد نمود پیدا می‌کند. این بررسی می‌تواند قبل یا بعد از تصویب نهایی قانون انجام شود. به هر حال، تبصره ۱۶ قانون بودجه سال ۱۴۰۲ تحت عنوان «تسهیلات تکلیفی، منابع و مصارف قرض‌الحسنه اجتماعی» در دو بخش منابع و مصارف و احکام تنظیمی، تکالیفی را برای نظام بانکی کشور در سال جاری تعیین کرده است.

* بخش نخست: در بخش نخست تبصره مورد اشاره راجع به پرداخت تسهیلات به اقشار موردنظر مجلس می‌خوانیم:

الف-بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران مکلف است مطابق با قانون حمایت از خانواده و جوانی جمعیت و قوانین مربوط به ایثارگران، حداقل معادل دو میلیون میلیارد (۲.۰۰۰.۰۰۰.۰۰۰.۰۰۰.۰۰۰) ریال از محل سپرده‌های قرض‌الحسنه اعم از جاری و پس‌انداز شبکه بانکی (غیر از بانک‌های قرض‌الحسنه) پس از کسر سپرده قانونی را به قرض‌الحسنه ازدواج، فرزندآوری و ودیعه یا خرید یا ساخت مسکن اختصاص داده و از طریق بانک‌های عامل (به تشخیص شورای پول و اعتبار) به شرح زیر نسبت به پرداخت تسهیلات قرض‌الحسنه اقدام نماید:

۱-تسهیلات قرض‌الحسنه ازدواج (موضوع ماده (۶۸) قانون حمایت از خانواده و جوانی جمعیت):

۱-۱-تسهیلات قرض‌الحسنه ازدواج برای هر یک از زوج‌هایی که تاریخ ازدواج آنها بعد از ۱۳۹۸/۱/۱ بوده است مبلغ یک میلیارد و هشتصد میلیون (۱.۸۰۰.۰۰۰.۰۰۰) ریال و با دوره بازپرداخت ۱۰ ساله.

۱-۲-تسهیلات قرض‌الحسنه ازدواج برای زوج‌های زیر بیست و پنج سال و زوجه‌های زیر بیست و سه سال مبلغ دو میلیارد و دویست میلیون (۲.۲۰۰.۰۰۰.۰۰۰) ریال.

۲-تسهیلات قرض‌الحسنه فرزندآوری (موضوع ماده (۱۰) قانون حمایت از خانواده و جوانی جمعیت): برای فرزندانی که از سال ۱۴۰۰ به بعد به دنیا آمده‌اند تسهیلات قرض‌الحسنه فرزندآوری به شرح زیر پرداخت می‌شود؛

۲-۱- به‌ازای فرزند اول سیصد میلیون (۳۰۰.۰۰۰.۰۰۰) ریال.

۲-۲- به‌ازای فرزند دوم ششصد میلیون (۶۰۰.۰۰۰.۰۰۰) ریال.

۲-۳-به‌ازای فرزند سوم نهصد میلیون (۹۰۰.۰۰۰.۰۰۰) ریال.

۲-۴- به‌ازای فرزند چهارم یک میلیارد و دویست میلیون (۱.۲۰۰.۰۰۰.۰۰۰) ریال.

۲-۵-به‌ازای فرزند پنجم و بیشتر یک میلیارد و پانصد میلیون (۱.۵۰۰.۰۰۰.۰۰۰) ریال.

۳-تسهیلات قرض‌الحسنه ودیعه یا خرید یا ساخت مسکن (با رعایت قانون حمایت از خانواده و جوانی جمعیت): برای خانواده‌های فاقد مسکن که از ابتدای سال ۱۳۹۹ به بعد صاحب فرزند سوم یا بیشتر می شوند به میزان دو میلیارد (۲.۰۰۰.۰۰۰.۰۰۰) ریال می‌باشد.

۴-تأمین جهیزیه کالای ایرانی (موضوع تبصره (۳) ماده (۶۸) قانون حمایت از خانواده و جوانی جمعیت): مبلغ پنجاه هزار میلیارد (۵۰.۰۰۰.۰۰۰.۰۰۰.۰۰۰) ریال از منابع صدر این تبصره با معرفی کمیته امداد امام خمینی (ره)، سازمان بهزیستی کشور، ستاد کل نیروهای مسلح و سازمان بسیج سازندگی جهت تأمین جهیزیه کالای ایرانی و لوازم‌خانگی زوج‌هایی که از تسهیلات قرض‌الحسنه ازدواج یا فرزندآوری استفاده نکرده‌اند به نهادهای مزبور اختصاص می‌یابد. درصورتی‌که تا پایان شهریور سال ۱۴۰۲ این جزء، عملکرد نداشته باشد منابع آن صرف پرداخت تسهیلات موضوع اجزای (۱) و (۲) این بند می‌گردد.»

در همین زمینه باید توجه داشت که علاوه بر ارقام مورداشاره به‌موجب ماده ۴ قانون جهش تولید، «بانک‌ها و مؤسسات اعتباری غیربانکی مکلفند حداقل بیست درصد (۲۰٪) از تسهیلات پرداختی نظام بانکی در هر سال را با نرخ سود مصوب شورای پول و اعتبار به بخش مسکن اختصاص دهند، به صورتی که در سال اول اجرای قانون از حداقل سه میلیون و ششصد هزار میلیارد (۳.۶۰۰.۰۰۰.۰۰۰.۰۰۰.۰۰۰) ریال تسهیلات برای واحدهای موضوع این قانون کمتر نباشد و برای سال‌های آینده نیز حداقل منابع تسهیلاتی مذکور با افزایش درصد صدرالذکر مطابق با نرخ تورم سالانه افزایش یابد.» حال ساده‌ترین پرسش در مورد این اعداد و ارقام بودجه‌ای، این است که آیا شبکه بانکی کشور (دولتی و خصوصی تفاوتی نمی‌کند) تا آن حد توانایی مالی کافی دارد که هم این حجم تسهیلات تکلیفی را پرداخت کند و هم‌زمان مشتریان واجد شرایط از جمله بخش تولید را تأمین مالی کرده و تسهیلات موردنیاز آنان را پرداخت نماید؟

در مورد جایگاه قانونی پدیده‌ای به نام «تسهیلات تکلیفی»، مباحث متنوع حقوقی فراوان است، اما صرف‌نظر از این مباحث، حالا که بخشنامه اجرایی بودجه ۱۴۰۲ به شبکه بانکی کشور برای اجرا ابلاغ شده است، توصیه می‌شود آن دسته از بانک‌ها و مؤسسات اعتباری که در مورد این تسهیلات تکلیفی، توان مالی خود را ناکافی می‌دانند، بهتر است ناتوانی مالی خود را مستندا به بانک مرکزی اعلام نمایند تا بانک مرکزی نسبت به ادعای آنان بررسی و به‌اصطلاح امروزی‌ها، راستی‌آزمایی نماید و در صورت احراز ناتوانی مالی این گونه بانک‌ها برای پرداخت تسهیلات تکلیفی، موضوع را جهت کسب تکلیف به مجلس منعکس نماید.

* بخش دوم: مجلس همچنین در بخش احکام تکلیفی در تبصره ۱۶ قانون بودجه ۱۴۰۲، تکالیف متعددی را برای شبکه بانکی کشور تعیین کرده است. تکالیفی که عمدتا ماهیت یک‌ساله ندارند. بنابراین جای آنها در قانون یک ساله بودجه نیست. اما در هر حال، در قانون بودجه امسال آمده است و قانون نیز لازم‌الاجراست. در احکام تکلیفی امسال چند ویژگی قابل توجه است:

اول؛ تمایز بین بانک‌های دولتی و بانک‌های خصوصی در مورد افزایش سرمایه: در بند «ج» تبصره ۱۶ قانون بودجه ۱۴۰۱ می‌خوانیم: «بانک‌های دولتی مجازند در سال ۱۴۰۲ معادل پانصد هزار میلیارد (۵۰۰.۰۰۰.۰۰۰.۰۰۰.۰۰۰) ریال اوراق مالی با سررسید تا پنج‌ساله با ضمانت اصل و سود توسط دولت منتشر نمایند. منابع حاصل به عنوان افزایش سرمایه دولت در بانک‌های ناشر محسوب می‌شود. سهمیه هر یک از بانک‌های دولتی توسط وزارت امور اقتصادی و دارایی تعیین می‌شود. وزیر امور اقتصادی و دارایی به عنوان رئیس مجمع عمومی بانک‌های دولتی مسئول حُسن اجرای این بند می‌باشد.»

افزایش سرمایه به طور طبیعی می‌تواند تا حدود زیادی، عارضه ناترازی بانک‌ها را برطرف نماید تا نیازی به ادغام یا انحلال بانک‌های ناتراز و به قول رئیس‌کل بانک مرکزی، «فیصله» امور آنها نباشد. پس اگر قرار باشد برای رفع ناترازی بانک‌ها، سرمایه آنها را افزایش داد یا آنها را منحل یا در هم ادغام کرد، راه حل افزایش سرمایه مناسب‌تر است؛ زیرا هزاران نفر پرسنل بانک‌های ادغام شده یا بانک‌های منحل شده را آواره نمی‌کند و از نان خوردن نمی‌اندازد، اما مجلس در بودجه امسال فقط اجازه افزایش سرمایه بانک‌های دولتی را داده است. بر همین اساس، از آنجا که در کشورمان دو نوع بانکداری دولتی و بانکداری خصوصی نداریم؛ بنابراین امتیاز افزایش سرمایه بایستی هم به بانک‌های دولتی و هم به بانک‌های خصوصی داده شود تا نسبت به رفع ناترازی‌شان اقدام کنند. صرف‌نظر از فقدان منطق بانکی برای تمایز قائل شدن بین بانک‌های دولتی و بانک‌های خصوصی باید بدین نکته توجه داشت که راه‌های افزایش سرمایه منحصر به انتشار اوراق مالی نیست و می‌توان به بانک‌ها اجازه داد تا از طریق تجدید ارزیابی دارایی‌ها نسبت به افزایش سرمایه از مسیر تجدید ارزیابی اقدام نمایند تا عارضه ناترازی برطرف گردد. در این میان، حالا که بحث ناترازی بانک‌ها نقل محافل شده است، به‌عنوان یک طرح پژوهشی پیشنهاد می‌کنم بانک مرکزی با یک پروژه تحقیقاتی و علمی مشخص نماید حداقل طی دو دهه اخیر، سهم الزام بانک‌ها به خرید اوراق مالی از دولت، استقراض مستقیم یا غیرمستقیم دولت‌های وقت از نظام بانکی و بدهی دولت به شبکه بانکی کشور در این زمینه و بالاخره تسهیلات تکلیفی حتی با نرخ پایین‌تر از نرخ مصوب بانک مرکزی در ایجاد ناترازی بانک‌ها، هر کدام چند درصد بوده است؟

دوم؛ برقراری جرایم مالیاتی برای بانک‌های متخلف: در بند «ه» تبصره ۱۶ می‌خوانیم: «بانک‌ها و مؤسسات اعتباری غیربانکی مکلفند حسب ماده (۴) قانون جهش تولید مسکن نسبت به پرداخت تسهیلات مسکن (مطابق سهمیه تعیین‌شده توسط بانک مرکزی برای هر بانک) اقدام نمایند. در صورت عدم پرداخت تسهیلات مسکن مطابق تبصره (۵) ماده (۴) قانون جهش تولید مسکن، نسبت به اخذ مالیات به میزان بیست درصد (۲۰٪) از تعهد انجام نشده (تا سقف سیصد هزار میلیارد (۳۰۰.۰۰۰.۰۰۰.۰۰۰.۰۰۰) ریال) اقدام می‌شود و به‌ردیف تعیین‌شده در جداول درآمدی جهت تخصیص به صندوق ملی مسکن با اولویت تأمین مسکن برای زنان سرپرست خانوار در مناطق محروم و تأمین اعتبار جهت تکمیل خطوط ریلی شهرهای جدید واریز می‌گردد. سازمان امور مالیاتی کشور موظف است گزارش عملکرد این بند را هر سه‌ماهه یک‌بار به کمیسیون‌های اقتصادی و عمران مجلس شورای اسلامی ارائه نماید.» جرایم مالیاتی بانک‌ها زمانی منطقی است که بانک‌ها برای پرداخت تسهیلات تکلیفی، مشکل مالی نداشته باشند، ولی از اجرای قانون پرداخت تسهیلات تکلیفی سرباز زنند، اما با جیب خالی و خزانه تهی که نمی‌توان تسهیلات پرداخت کرد. پس در فقدان منابع مالی، جریمه مالیاتی نیز موضوعیت نخواهد داشت.

سوم؛ لزوم ارائه آمار تسهیلات‌دهی: از نکات مثبت تبصره ۱۶ قانون بودجه امسال، تکلیف بانک‌ها به ارائه عمومی آمار و اطلاعات تسهیلات و تعهدات بانک‌هاست. در این مورد در بخشی از بند «ط» تبصره ۱۶ می‌خوانیم: «اطلاعات مربوط به تسهیلات و تعهدات کلان و تسهیلات و تعهدات اشخاص مرتبط با تعریف شورای پول و اعتبار (مرتبط یا ذی نفع واحد)، به تفکیک هر یک از اشخاص، شامل میزان پرداختی و مانده به تفکیک ارزی یا ریالی، نرخ سود، مدت بازپرداخت، دوره تنفس، وضعیت بازپرداخت (جاری، سررسید گذشته، معوق یا مشکوک‌الوصول)، نوع و میزان وثیقه دریافت شده؛ درصورتی‌که به دلیل عدم کفایت سرمایه بانک یا مؤسسه اعتباری غیربانکی تعریف بانک مرکزی از حدود و مصادیق تسهیلات کلان قابل‌استفاده نباشد، بانک مرکزی موظف است تسهیلات و تعهدات بالای پانصد میلیارد (۵۰۰.۰۰۰.۰۰۰.۰۰۰) ریال هر ذی نفع واحد را منتشر نماید.» شفاف بودن عملیات مالی بانک‌ها، پدیده‌ای بسیار مطلوب است و نظارت مردم بر عملکرد بانک‌ها را آسان خواهد ساخت؛ البته مشروط بر آنکه استثنایی در این مورد میان بانک‌ها وجود نداشته باشد و همه بانک‌ها بلااستثنا آمار و اطلاعات مورد بحث را بدون هیچ‌گونه پرده‌پوشی یا سیاسی‌کاری اعلام نمایند.

سخن پایانی آنکه، اجرای قانون مصوب مجلس بر همه مخاطبان قانون از جمله شبکه بانکی کشور لازم است. در این مهم هیچ تردیدی روا نیست، اما به نظر می‌رسد شدت علاقه دستگاه‌های اجرایی به استفاده از منابع بانک‌ها در قالب تسهیلات تکلیفی و پرداخت تسهیلات پایین‌تر از نرخ مصوب شورای پول و اعتبار، آرام آرام نظام بانکی کشور را از عملیات بانکی به‌سوی صندوق‌داری سوق خواهد داد و در نتیجه صنعت بانکداری با سودآوری همراه نخواهد بود. شخصا با استفاده از منابع بانکی برای احداث مجموعه‌های عظیمی نظیر «اطلس مال» یا «ایران مال» موافق نیستم؛ زیرا به دلیل تعلق این مجموعه‌های گران‌بها به بانک‌های ذی‌ربط طبیعتا سایر بخش‌های تولیدی، صنعتی و کشاورزی از تسهیلات بانکی محروم خواهند شد و امکان استفاده از منابع بانک‌ها در برنامه‌های توسعه‌ای کشور منتفی یا محدود خواهد شد و بانک‌ها را به سوی بنگاهداری سوق خواهد داد. از این موضع هیچ تفاوتی بین بانک‌های خصوصی و دولتی نیست، اما حال که مجلسیان علاقه دارند بخشی از منابع شبکه بانکی را به تسهیلات تکلیفی و دستوری اختصاص دهند، خردمندانه است در تعیین این مبالغ براساس نظرات کارشناسی بانک مرکزی اقدام نمایند و تکالیف غیرقابل انجام برای بانک‌ها ایجاد نکنند. از سوی دیگر نیز بانک مرکزی در صورت احراز تکالیف مالایطاق قانونی باید سریعا مراتب را به مجلس و دولت منعکس نماید و تعیین تکلیف کند.

واردات خودروهای کارکرده با دریافت مجوزهای قانونی تسهیل شد

در آخرین روزهای فروردین ماه بود که وزیر صمت در حاشیه جلسه هیأت دولت از تصویب لایحه دوفوریتی واردات خودرو کارکرده در دولت و تقدیم آن به مجلس خبر داد. در طرح پیشنهادی وزارت صمت برای واردات خودروهای کارکرده، عمر خودروها باید در محدوده پنج سال باشد و استاندارد سازمان ملی استاندارد و سازمان محیط زیست را پاس کند. در پیشنهاد وزارت صمت همچنین هر شخص حقیقی می‌تواند بدون داشتن کارت بازرگانی نسبت به واردات خودرو اقدام کند. در لایحه دوفوریتی دولت با موضوع واردات خودرو کارکرده، شرایط برای واردات خودرو توسط اشخاص حقیقی تسهیل شده و محدودیت‌های قانونی برای واردات این خودروها به ویژه قیمت پایه آنها (که قبلا در قانون براساس قیمت‌های سال تولید مبنا قرار گرفته) حذف یا اصلاح شده است.

در همین زمینه، سخنگوی وزارت صمت با اشاره به حذف مواردی همچون انتقال فناوری و داشتن نمایندگی رسمی برای خودروهای کارکرده از قانون ساماندهی صنعت خودرو، گفت که با دریافت مجوزهای قانونی، واردات خودرو کارکرده در لایحه دولت تسهیل شده است. به گفته «امید قالیباف»، در لایحه پیشنهادی وزارت صنعت، معدن و تجارت که با توجه به حذف مجوز واردات این خودروها در بودجه ۱۴۰۲ و با قید دوفوریت از سوی دولت به مجلس تقدیم شد، مواردی نظیر انتقال فناوری و داشتن نمایندگی رسمی برای خودرو کارکرده از قانون ساماندهی صنعت خودرو مصوب سال ۱۴۰۱ حذف شده است. در لایحه دولت همچنین تاکید شده امکان استفاده از استانداردهای کشور مبدأ برای خودروهای وارداتی کارکرده با تایید سازمان ملی استاندارد و سازمان محیط زیست کشور قابل پذیرش باشد.

سخنگوی وزارت صمت با ابراز امیدواری نسبت به تصویب این لایحه تا یک ماه آینده، به دید مثبت نمایندگان مجلس به واردات خودروهای کارکرده اشاره کرد و افزود: با توجه به قید دوفوریت این لایحه، در روند تصویب بودجه ۱۴۰۲ مشاهده شد که نمایندگان مجلس نیز نگاه مثبتی نسبت به واردات خودروی کارکرده دارند؛ بنابراین انتظار می‌رود با تصویب سریع لایحه و تدوین آیین‌نامه اجرایی آن در دولت تا یک ماه آینده شاهد عملیاتی شدن آن باشیم. به طور حتم بازار خودرو با واردات خودروهای وارداتی شاهد شکسته‌شدن قیمت‌های کاذب کنونی خواهد بود و از هم‌اکنون نیز کاهش قیمت‌ها اتفاق افتاده است.

نگـــاه

ایران دوازدهمین مقصد صادراتی ارمنستان است

منوی اقتصادی تهران-ایروان

اهمیت اســتراتژیک منطقه جنوب قفقاز کــه دروازه ورود به اروپا و بازار بزرگ کشــورهای مســتقل مشــترک‌المنافع از جمله ارمنستان محسوب می‌شــود، ضرورت برقراری ارتباط موثر و پایدار با کشورهای ایــن منطقه را برای ایران دوچندان می‌کند؛ زیرا وجود روابط صلح‌آمیز با کشــورهای همسایه علاوه بر تقویت امنیت ملی کشور، امکان حضور اقتصادی پرقدرت در این کشورها و بهره‌برداری از ظرفیت‌های داخلی و بین‌المللــی آنهــا را برای ایران فراهم مــی آورد. با توجه به موقعیت جغرافیایی ارمنستان که در جنوب رشته کوه‌های قفقاز و در مرز شمال غرب ایران و بین کشــورهای آذربایجان و ترکیه واقع شــده، آشنایی با ظرفیت‌های تجاری این کشــور و فرصت‌هــای همکاری بین ایران و ارمنستان بسیار حائز اهمیت است. ایران با توجه به پیوندهای تاریخی و فرهنگی دو ملت و داشتن امتیاز همسایگی، همکاری گسترده اقتصادی با ارمنســتان دارد. امکانات و نیازهای ارمنســتان در زمینه‌های انرژی، حمل و نقل و موقعیت جغرافیایی این کشور از یکسو و موقعیت مناسب ایران در بهره‌برداری از معــادن، منابع انرژی غنی و راه‌های مواصلاتی گسترده از سوی دیگر، ظرفیت بالای همکاری اقتصادی میان تهران و ایروان را نشان می‌دهد. در همین زمینه، معاونت بررسی‌های اقتصادی اتاق تهران در گزارشــی به بررســی وضعیت تجاری ارمنستان و ایران پرداخته و برای گسترش روابط تجاری تهران-ایروان توصیه‌هایی دارد.

در سال ۱۹۹۲، اولین روابط دیپلماتیک میان ایران و ارمنستان آغاز شد. در سال ۱۹۹۶ هم ساخت پل رود ارس برای ارتباط میان این دو کشور کلید خورد. همچنین از سال ۲۰۰۸، خط لوله انتقال گاز ایران به ارمنســتان آغاز به‌کار کرد و بالاخره در سال ۲۰۱۶، روادید برای مسافران دو کشور لغو شد. تاکنون پروژه‌های مشترکی در حوزه‌های مختلف بین دو کشور انجام شده که به‌عنوان نمونه می‌توان به احداث پل ارس در سال ۱۹۹۶ برای برقراری ارتباط زمینی ایران و ارمنستان، ســاخت نیروگاه حرارتی در منطقه پوکشین در سال ۲۰۰۵، ساخت جاده مغری-داراوان (در مرز ارمنستان با ایران) در سال ۲۰۰۷، افتتاح اولین خط لوله انتقال گاز ایران به ارمنستان در سال ۲۰۰۷ و تکمیل آن در سال ۲۰۰۸ اشاره کرد.

به نظر می‌رسد همکاری دو کشور ایران و ارمنستان در زمینه‌های گوناگون قابل‌توسعه باشــد. با توجه به نیاز صنایع ارمنستان به مواد اولیه و انرژی، همکاری در این زمینه‌ها فرصت مناسبی برای گسترش مناسبات است. منطقه قفقاز به دلیل موقعیت استراتژیک خاص همواره مورد توجه ایران بوده و به همین دلیل پس از فروپاشی شوروی، ایران به عنوان یکــی از قدرت‌های منطقه با امکان اعمال نفوذ در منطقه، سیاست خارجی فعالی را نســبت به قفقاز و همکاری با همسایگان شمالی در پیش گرفت و این سیاست فعال باید همچنان تداوم داشته باشــد. مجاورت جغرافیایی و مرزی ارمنستان با ایران، روابط سیاسی نزدیک و باثبات در سه دهه گذشته بین دو کشور (با کمترین نوسان و تنش)، حضور هموطنان ارمنی در داخل کشور که بخش عمده آنها را صنعتگران، تجار و بازرگانان تشکیل می‌دهند، عضویت ارمنستان در اتحادیه اقتصادی اوراسیا و نیز قراردادهای تجاری ایروان با اتحادیه اروپا که امکان صادرات مجــدد محصولات ایرانی به طرف‌های ثالث اوراســیا و اروپا را فراهم می‌کند، وجــود منطقه آزاد تجاری ارس در مجاورت منطقه آزاد مغری ارمنستان و پایانه مرزی و گمرکی نوردوز در استان آذربایجان شرقی از جمله ظرفیت‌ها و مزیت‌های شایان‌توجه ارمنستان از ابعاد اقتصادی و تجاری برای کشورمان به شمار می‌رود. در این راســتا دســتگاه‌های برنامه‌ریز و قانونگذار کشور می‌توانند با استفاده از نفوذ و نقش خط‌مشــی‌گذاری، دستگاه‌های اجرایی را در جهت تامین منافع و گسترش روابط تجاری هدایت کنند.

بنیاد هریتیج از ســال ۱۹۹۵ سالانه به محاسبه شاخص اقتصادی کشــورها و رتبه‌بندی آنها از میان ۱۸۳ کشور جهان می‌پردازد و هر کشوری امتیاز بالاتری داشته باشد به‌معنای داشتن اقتصادی آزادتر است. براساس گزارش ســال ۲۰۲۲ میلادی، امتیاز آزادی اقتصادی ایران ۴۲,۲ بوده و از میان ۱۸۳ کشــور مورد بررسی در این سال در رتبــه ۱۶۹ قرار می‌گیرد. ایران از منظر شــاخص‌های جهانی آزادی اقتصادی، جایگاه مناسبی در ســطح بین‌المللی ندارد؛ در حالی که برعکس آن، امتیاز ارمنستان در شاخص آزادی اقتصادی ۶۵,۱ بوده و در رتبه ۵۰ در میان ۱۸۳ کشور قرار دارد.

براســاس آمارهای گمرک ایران، ارزش صــادرات بدون‌نفت‌خام و واردات ایران به ارمنســتان در ســال ۱۴۰۱ نسبت به سال ۱۴۰۰ به ترتیب با رشــد ۵۲,۷ درصد و منفی ۳۰,۵ درصد همراه بوده اســت. متوسط رشد سالانه ارزش صادرات ایران به ارمنستان و واردات از این کشور طی ســال‌های ۱۳۹۶ تا ۱۴۰۱ به ترتیب برابر با ۱۸ درصد و منفی ۶,۱۱ درصد بوده اســت. بررسی آمار تجارت ایران و ارمنستان طی دو سال گذشته نشان می‌دهد که صادرات ایران به این کشور از سرعت رشد به مراتب بالاتری در مقایسه با واردات ایران از ارمنستان برخوردار بوده و افزایش مازاد تراز تجاری را به دنبال داشــته اســت. تراز تجاری ایران با ارمنستان به لحاظ ارزش در این شش سال مورد بررسی همواره به نفع ایران و با مازاد مواجه بوده و در سال ۱۴۰۱ نیز به حدود ۴۵۰,۱ میلیون دلار رسیده است. در سال ۱۴۰۱ نیز مقدار وزنی صادرات بدون‌نفت‌خام ایران به ارمنســتان نسبت به سال‌قبل، ۳۹,۴ درصد افزایش و واردات ایران از ارمنستان نسبت به سال‌قبل از حیث وزن تقریبا ثابت بوده است. متوسط رشد سالانه میزان صادرات و واردات کالایی ایران با ارمنســتان طی سال‌های ۱۳۹۶ تا ۱۴۰۱ به ترتیب برابر با ۱۳,۳ درصد و منفی ۲,۱۳ درصد بوده است. تراز تجاری ایران با ارمنســتان به لحاظ وزنی در دوره شش ساله منتهی به سال ۱۴۰۱ همواره به نفع ایران و با مازاد مواجه بوده و در سال گذشته نیز به حدود ۱,۵ میلیون تن رسیده است.

بــا توجه به آمارها، صادرات کالا به ارمنســتان به طور میانگین به لحاظ وزنی ۱۳,۲ درصد افزایش داشــته؛ در حالی که از حیث ارزش به طور متوســط ســالانه حدود ۱۸ درصد رشد داشته است. این امر گویای آن است که همزمان با افزایش میزان صادرات، متوسط قیمت صادراتی نیز افزایش یافته اســت. در مقابل واردات ایران از ارمنستان طی این بازه به‌طور میانگین به لحاظ ارزشی ۱۱,۶ درصد و به لحاظ وزنی ۱۳,۲ درصد افت داشــته است. با وجود زیاد بودن تعداد تعرفه صادراتی ایران به ارمنستان، تمرکز کالاهای صادراتی نیز بالاست و ۳۰ تعرفه ۶۵ درصد از ارزش کل صادرات را تشکیل داده‌اند.

میانگین قیمت کالاهای وارداتی از ارمنستان، شش برابر میانگین قیمــت کالاهای صادراتی ایران به این کشــور اســت که به معنای ارزش‌افــزوده بالاتر محصولات وارداتی از ارمنســتان در مقایســه با کالاهای صادراتی ایران (عمدتا مواد خام و واســطه‌ای) به این کشور اســت. ارزش صادرات کالایی ارمنستان به جهان در سال ۲۰۲۱ بالغ بر ۳ میلیارد دلار بوده و شــرکای اصلی صادرات ایروان شامل روسیه با ســهم ۲۶,۸ درصد، چین با ســهم ۱۳,۳ درصد، سوئیس با سهم ۱۲,۱ درصد، بلغارستان با سهم ۶,۷ درصد، هلند با سهم ۶,۴ درصد و عراق با ســهم ۶ درصد هســتند. ایران هم با سهم ۲,۲ درصدی از صادرات ارمنســتان، در جایــگاه دوازدهم مقاصد عمــده صادراتی ارمنستان ایستاد. همچنین ارزش واردات کالایی ارمنستان از جهان نیز در این ســال حدود ۵ میلیارد دلار بــوده و مبادی اصلی واردات آن شــامل روسیه با ســهم ۳۳,۵ درصد، چین با سهم ۱۶,۲ درصد، ایران با ســهم ۸,۲ درصد، ایتالیا با ســهم ۴,۲ درصد، آلمان با سهم ۳,۹ درصد و اوکراین با سهم ۲,۷ درصد است. بهبود زیرساخت‌ها در مســیر ترانزیت کالا میان دو کشور، فعال کردن بازارچه‌های مرزی و تقویت همکاری‌های صنعتی و معدنی از جمله محورهای پیشنهادی این گزارش برای توسعه روابط دو کشور است.

با وجود کنترل هزینه‌ها، کم و کسری بودجه به ۳۰۰ هزار میلیارد تومان رسید

معمای کسری بودجه ۱۴۰۱

فرصت امروز: بودجه ســالانه به عنوان مهمترین ســند مالی کشور در این سال‌ها همواره دستمایه بحث‌های مختلف شده است. با افزایش فشار تحریم‌های نفتی و کاهش درآمدهای ارزی کشور در سال‌های گذشته، کم و کســری بودجه دولت دوچندان شد و این مهم خود را در افزایش سطح تورم نشــان داد. به همین دلیل دولت سعی در کنترل هزینه‌ها در لایحه بودجه سال گذشته داشت، اما با وجود آنکه مهمترین رویکرد بودجه سال ۱۴۰۱، کنترل هزینه‌ها با تغییر الگوی افزایش حقوق، اصلاح صندوق‌های بازنشســتگی، بازنگری در تخصیص ارز ترجیحی و... بود، اما عدم برآورد دقیق منابع و اســتفاده از منابع صندوق توسعه ملی، منابع لایحه بودجه را با محدودیت مواجه کرد. همچنین عدم پیش‌بینی منابع موردنیاز برای سیاست جایگزین حذف ارز ترجیحی و خرید تضمینی گندم، لایحه بودجه ۱۴۰۱ را در بعد مصارف هم دچار چالش کرد.

طبق برآورد مرکز پژوهش‌ها، کســری بودجه تامین‌نشده لایحه بودجه ســال ۱۴۰۱، حدود ۱۵۶ هزار میلیارد تومان بوده است. البته این برآورد با فرض اعطای مجوز استقراض از صندوق توسعه ملی به دولت به میزان ۱۳۷ هزار میلیارد تومان بود، اما این مجوز توســط مقام معظم رهبری به دولت داده نشــد و بدین ترتیب، میزان واقعی کسری لایحه بودجه دولت به حدود ۲۹۳ هزار میلیارد تومان رســید. دولت سیزدهم در این شرایط باید اصلاحیه لایحه بودجه برای پوشــش کسری ناشی از عدم استقراض از صندوق توسعه ملی را طی نامه‌ای رسمی به مجلس ارسال می‌کرد که عملا این اصلاح صورت نگرفت. به همین دلیل، مجلس کســری منابع را از محــل افزایش میزان صادرات نفت از یک میلیون و ۴۰۰ هزار بشــکه و قیمت محاســباتی از ۶۰ به ۷۰ دلار پوشــش داد. این امر، واکنشی به افزایش قیمت جهانی نفت بر اثر کاهش کرونا و جنگ روســیه و اوکراین بود. در مجموع، کســری بودجه تامین‌نشده لایحه دولت با قانون مصوب مجلس، تفاوت قابل توجهی نداشــته و حــدود ۳۰۰ هزار میلیارد تومان برآورد می‌شود.

بودجه ۱۴۰۱ از لایحه تا قانون

آنطــور که نهاد پژوهشــی مجلس در گزارش «بودجه ســال ۱۴۰۱ از لایحه تا قانون» می‌نویســد، عدم برآورد دقیق منابع و اســتفاده از منابع صندوق توسعه ملی در لایحه بودجه که برخلاف سیاست‌های کلی برنامه ششــم توسعه بود، منابع لایحه بودجه را با محدودیت‌هایی مواجه کرد. از سوی دیگر عدم پیش‌بینی منابع موردنیاز برای سیاست‌های مهمی مانند سیاســت حمایتی جایگزین حذف ارز ترجیحی و خرید تضمینی گندم لایحــه بودجــه را در بعد مصارف با چالش مواجه می‌کــرد. در مورد اول دولت قصد داشت با استقراض بخشی از منابع صندوق توسعه کشور مازاد بر ســهم خود از درآمدهای نفتی در سال ۱۴۰۱ استفاده کند، اما با عدم اجازه مقام معظم رهبری برای اســتفاده دولت از منابع صندوق توسعه و مغایرت این موضوع با سیاست‌های کلی برنامه ششم توسعه، این استقراض از لایحه بودجه ۱۴۰۱ حذف شــد و مقدار کسری بودجه به حدود ۳۰۰ هزار میلیارد تومان رسید.

براســاس این گــزارش، رونــد بودجه‌ریزی در ســال ۱۴۰۰ با ابلاغ بخشــنامه بودجه به دســتگاه‌ها رسما آغاز شــد. این بخشنامه حاوی رویکردهایــی برای تحقق اهداف اقتصادی و تدوین اولین لایحه بودجه دولت جدید بود. جهت‌گیری اساســی دولت به گونه‌ای ابلاغ شد که بر چهار حوزه رشد اقتصادی با تمرکز بر ارتقای بهره‌وری، ثبات اقتصادی، عدالت‌محوری و تغییر ساختار بودجه و تامین مالی اقتصاد تمرکز داشته باشــد. پس از تدویــن لایحه بودجه در دولت و ارســال آن به مجلس شورای اسلامی، فرآیند بررسی بودجه این بار به صورت دوشوری انجام شد. ســپس با تصویب کلیات بودجه در صحن علنی، بررسی جزییات در کمیســیون تلفیق انجام و گزارش آن به صحن علنی ارســال شــد. همچنین طبق پیشــنهاد دولت مقرر شــد برنامه توســعه که در سال ۱۴۰۰ به اتمام رسید، یک سال تمدید شود. در حالی که قانون بودجه باید پیش از شــروع سال جدید تصویب و به طور کامل به دستگاه ابلاغ شود تا مبنای برنامه‌ریزی قرار گیرد، در سال ۱۴۰۱ جداول بودجه پس از گذشــت سه ماه ابلاغ شد. لایحه بودجه دولت با کسری کمتر نسبت به سال‌های گذشته و با هدف کنترل تورم تهیه شد و اهرم‌سازی منابع در صندوق پیشــرفت و عدالت ایده محوری دولت برای رشد اقتصادی در نظر گرفته شــده بود. دولت قصد داشت با استقراض بخشی از منابع صندوق توسعه کشــور، مازاد بر سهم خود از درآمدهای نفتی در سال ۱۴۰۱، اســتفاده کند، اما مجوز آن صادر نشد. به همین دلیل منابع در نظر گرفته شده از محل نفت ۱۲۲ هزار میلیارد تومان کاهش یافته بود که بخش عمده آن با تغییر در فروش محاسباتی جبران شد.

سقف ۲۲ هزار میلیاردی بودجه

درآمدهای حاصل از منابع نفتی در مجلس از محل افزایش قیمت مبنای محاســباتی صادرات نفت و میعانات گازی بــه میزان ۱۰ دلار به ازای هر بشــکه و همچنین افزایش فرض مقدار صادرات از ۱,۲ میلیون بشکه در روز به ۱,۴ میلیون بشــکه در روز، حدود ۱۱۰ هزار میلیارد تومان افزایش یافت. همچنین در قسمت منابع بودجه در نتیجه مصوبات مجلس ۱۵ هزار میلیارد تومان به حجم اوراق مالی اســلامی افزوده شد. در لایحه بودجه سال ۱۴۰۱ دولت قصد داشت دستگاه‌های محدودی را به عنوان دستگاه اصلی مبنای توزیع اعتبارات قرار دهد، اما دســته‌بندی این دستگاه‌ها در مجلس در زمان ابلاغ قانون تغییر کرد و منظور از این تفکیک حاصل نشد. در مجلس اعتبارات یارانه‌ای در تبصره «۱۴» که عمدتا مربوط به پرداخت یارانه‌هاســت، ۱۶۵ هزار میلیارد تومان افزایش پیدا کرد. برخلاف اصول بودجه‌ریزی، کل منابع و مصارف در نظر گرفته شده برای هدفمندسازی یارانه‌ها در سرجمع اعداد منابع و مصارف عمومی ذکر نمی‌شود و بنابراین این افزایش نیز در سقف منابع و مصارف عمومی منعکس نشد. در نهایت سقف رقم بودجه عمومی در مجلس ۲۲ هزار میلیارد تومان افزایش پیدا کرد.

طبق برآوردی که مرکز پژوهش‌های مجلس انجام داده، میزان کسری بودجه تامین‌نشــده لایحه بودجه سال ۱۴۰۱ بالغ بر ۱۵۶ هزار میلیارد تومان بوده اســت. در واقع، این برآورد با فرض اعطای مجوز استقراض از صندوق توسعه ملی به دولت به میزان ۱۳۷ هزار میلیارد تومان بود، اما این مجوز توســط مقام معظم رهبری به دولت داده نشــد و میزان واقعی کســری لایحه بودجه به حــدود ۲۹۳ هزار میلیارد تومان رســید. در این شــرایط دولت باید اصلاحیه لایحه بودجه برای پوشش کســری ناشی از عدم استقراض از صندوق توسعه ملی را طی یک نامه رسمی به مجلس ارسال می‌کرد که در عمل این اصلاح صورت نگرفت. به همین دلیل، مجلس کسری منابع را از محل افزایش میزان صادرات نفت از یک میلیون و ۴۰۰ هزار بشکه و قیمت محاسباتی از ۶۰ به ۷۰ دلار پوشش داد. این مسئله واکنشی به افزایش قیمت‌های جهانی نفت ناشی از کاهش کرونا و جنگ اوکراین بود. در هر حال در نتیجه مباحث مطرح‌شــده کســری بودجه تامین‌نشــده لایحه دولت با قانون مصوب مجلس شورای اسلامی، تفاوت قابل توجهی نداشته و حدود ۳۰۰ هزار میلیارد تومان برآورد می‌شود.

ماجرای حذف ارز ترجیحی

در لایحه بودجه سال گذشته، ارز ترجیحی حذف و منابع آن در سقف منابع عمومی محاسبه شده بود. به منظور سیاست جبرانی جایگزین برای حذف ارز ترجیحی کالاهای اساســی، دارو و خرید تضمینی گندم نیز در تبصره ۱۴ اعتباری معادل ۱۰۰ هزار میلیارد تومان پیش‌بینی شــده بود. در ایــن تبصره قانون بودجه ۷۳ هزار میلیــارد تومان برای یارانه نقدی و معیشتی در نظر گرفته شده است. طبق تغییرات مجلس در جداول تبصره ۱۴ ردیــف مصارف جایگزین ارز ترجیحی با عنــوان مابه‌التفاوت نرخ ارز کالای اساســی دارو و تجهیزات مصرف پزشکی از رقم ۱۰۰ هزار میلیارد تومــان به رقم ۱۶۱ هزار میلیارد تومان افزایش پیدا کرد. همچنین ردیف جداگانه‌ای برای خرید تضمینی گندم و یارانه نان به مبلغ ۷۱ هزار میلیارد تومان اضافه شد. منابع لازم برای تامین این مخارج از محل حذف ردیف مربوط به صندوق توسعه و پیشرفت در تبصره ۱۴ لایحه به رقم ۶۶ هزار میلیارد تومان و منابع افزوده‌شــده به جدول از محل تغییر فرض قیمت صــادرات فرآورده‌های نفتی تامین شــد. همچنین در بند الحاقی «یک» دولت مکلف شــد در صورت حذف کالایی از سبد دریافت ارز ترجیحی، زیان رفاهی مصرف‌کننــده را از طریق کالابرگ به نحوی جبران کند که مصرف‌کننده قادر به تهیه کالا به نرخ پایه شهریورماه ۱۴۰۰ باشد. این در حالی اســت که لایحه بودجه درباره نحوه جبران زیان رفاهی ناشی از ارز ترجیحی مسکوت بود و دولت هنوز تصمیم مشخصی برای شیوه نقدی یا جایگزین آن اتخاذ نکرده است.

همزمان با استیضاح وزیر صمت، احیای وزارت بازرگانی به تصویب دولت رسید

بازی تفکیک و ادغام

پرونده تشکیل وزارت بازرگانی دوباره باز شده و پس از ماجرای کشدار و ناموفق تفکیک بازرگانــی از وزارت صمت در دولت دوازدهم حالا ادامه بازی - دوســر باخت - تفکیک و ادغام به دولت ســیزدهم رسیده است. در حالی که بهمن ســال قبل، لایحه ایجاد «ســازمان بازرگانی و تنظیم بازار» از سوی رئیس جمهوری با قید دوفوریت به مجلس ارسال شده بود، در هفته‌های اخیر دوباره بحث تشــکیل وزارت بازرگانی به جای سازمان مطرح شــد و در نهایت لایحه تشکیل وزارت بازرگانی در روز چهارشنبه هفته گذشته به تصویب دولت رسید. به گزارش «ایسنا»، وزارت صنعت، معدن و تجارت در ســال ۱۳۹۰ با ادغــام دو وزارتخانه صنایع و معادن و بازرگانی و در راســتای کوچک‌سازی دولت تشکیل شد، اما بعد از هشت سال مجلس شورای اسلامی سرانجام در جلسه علنی روز چهارشنبه سوم مهرماه ۱۴۰۱ با کلیات طرح تشــکیل وزارت تجارت و خدمات بازرگانی موافقت کرد. البته در ســال ۱۳۹۴ با گذشــت چهار سال از ادغام این دو وزارتخانه، احیای مجدد وزارت بازرگانی بر سر زبان‌ها افتاد و دولت روحانی نیز در ســال ۱۳۹۶ لایحه‌ای با موضــوع انفصال بخش بازرگانی از وزارت صنعت به مجلس ارسال کرد، اما مجلسی‌ها به این طرح روی خوش نشان ندادند و با وجود اینکه مجلس شــورای اسلامی سه بار درخواست دولت مبنی بر تفکیک صنعت از بازرگانی را رد کرد، در نهایت دولت پیروز میدان شد و رأی مثبت مجلس را برای این طرح گرفت.

در نهایت روز یکشنبه ۲۱ اردیبهشت ماه ۱۳۹۹ بررسی ایرادات شورای نگهبان در طرح تشــکیل وزارت تجارت و خدمات بازرگانی در دستور کار جلسه علنی مجلس شورای اســلامی قرار گرفت. یکی از ایرادات شورای نگهبان بــه تبصره یک ماده واحده این طرح بــود که نمایندگان مصوبه کمیســیون برای رفع این ایراد را تصویب نکردند. مصوبه کمیسیون این بــود که از تاریخ تصویب این قانون، کلیه وظایــف و اختیارات هر یک از وزارتخانه‌هــای بازرگانــی و صنایع و معادن مطابــق وظایف و اختیارات دستگاه‌های تابع آنها قبل از قانون تشکیل دو وزارتخانه تعاون، کار و رفاه اجتماعی و صنعت، معدن و تجارت مصوب ۸ تیرماه ۱۳۹۰ است. در نهایت بعد از آنکه این ماده رأی نیاورد، این طرح از دستور کار مجلس خارج شد.

البته ماجرای تفکیک در دولت دوازدهم تمام نشد و در دولت سیزدهم نیز مجلس پیگیر تفکیک وزارت صمت شد. بعد از مدتی بحث استیضاح وزیر صمت مطرح شد و تیرماه سال قبل رئیس مجلس شورای اسلامی از فرصت دو ماهه مجلس به دولت برای ارســال لایحه به مجلس به منظور تفکیک وزارت صنعت، معدن و تجارت و اصلاح ساختار در این وزارتخانه خبر داده بود. هرچند این اســتیضاح حواشــی دیگری از جمله وضعیت خودروسازی و معادن هم داشت و برخی معتقدند تفکیک وزارتخانه بیشتر بهانه‌ای برای استیضاح بوده اســت. در نهایت وزیر صمت استیضاح شد، اما وزیر ماند. «سیدرضا فاطمی امین» چند روز بعد از جلسه استیضاح و در اواخــر آبان‌ماه در این باره تاکید کرد که موضوع تفکیک وزارت صمت منتفی شده است.

امــا در حالی که در اواخر آبان‌مــاه ۱۴۰۱، وزیر صمت تاکید کرده بود که موضوع تفکیک وزارت صمت منتفی شــده است، دولت در اواخر سال گذشــته تصمیم گرفت به شــکل دیگری یعنی از طریق ایجاد سازمان بازرگانی، اهداف خود را دنبال کند. بهمن ماه ســال قبل، کلیات تشکیل ســازمان بازرگانی و تنظیم بازار به تصویب دولت رســید و قرار شد این سازمان فرابخشــی و زیرمجموعه نهاد ریاســت‌جمهوری باشد. براساس گفته‌های «بهادری جهرمی» ســخنگوی دولت، درباره زمان تشکیل این سازمان نیز مقرر شده بود که پس از تصویب دولت، لایحه تشکیل سازمان بازرگانی در مجلس بررسی شود و در دستور کار قرار گیرد.

در روزهای اخیر اما دوباره ماجرا تغییر کرده است. ابتدا در ۲۷ فروردین ماه، نمایندگان مجلس با تقاضای فوریت بررســی لایحه ایجاد سازمان بازرگانی و تنظیم بازار مخالفت کردند و سخنگوی هیأت رئیسه مجلس گفت که انتظار نمایندگان این اســت که دولت لایحه تشــکیل وزارت بازرگانی را به مجلس تقدیم کند و در این صورت در ســریع‌ترین زمان ممکن تصویب می‌شود. چند روز بعد هم سخنگوی هیأت رئیسه مجلس از نامــه رئیس مجلس به رئیس جمهور بــرای تدوین لایحه دوفوریتی تشــکیل «وزارت بازرگانی داخلی و تنظیم بازار» خبر داد. در نهایت روز چهارشنبه معاون پارلمانی رئیس جمهور از تصویب لایحه تشکیل وزارت بازرگانی در دولت خبر داد و گفت که در اولین فرصت این لایحه تقدیم مجلس می‌شــود تا بار وزارت صمت و وزارت کشــاورزی کاهش یابد و به مســئولیت‌های اصلی خود که تولید است، بیشــتر بپردازند. بر این اساس به نظر می‌رسد تمرکز دولت مجدد از سازمان بازرگانی به تشکیل وزارت بازرگانی منتقل شــده و باید دید این بار نتیجه چه خواهد شــد. در این میان، مخالفان تشــکیل وزارت یا سازمان بازرگانی عمدتا نگران بی‌توجهی به تولید و رونق واردات در پی تفکیک وزارت صمت هستند. همچنین برخی منتقدان به این دلیل استناد می‌کنند که در اکثر کشورها سیاستگذاری برای تولید و تجارت یکپارچه است. در مقابل اما موافقان طرح می‌گوینــد که در حال حاضر تجارت خارجی و همچنین وضعیت تنظیم بازار مورد توجه کافی نیست.

بیش از ۸۴ درصد تسهیلات سال گذشته به بخش‌های اقتصادی رسید

سهم کسب و کارها از وام‌های بانکی

فرصت امروز: آخرین به‌روزرسانی بانک مرکزی از گزارش تسهیلات پرداختی نشان می‌دهد از ۴۴۴۸ هزار میلیارد تومان تسهیلاتی که در سال گذشته از سوی شبکه بانکی کشور پرداخت شده، ۸۴,۶ درصد نصیب کسب وکارها و بخش‌های اقتصادی و ۱۵,۴ درصد نصیب خانوارها شده است. براساس گزارش بانک مرکزی، بانک‌ها در سال ۱۴۰۱ بالغ بر ۴۴۴۸ هزار میلیارد تومان تسهیلات پرداخت کرده‌اند که در مقایسه با دوره مشابه سال قبل، ۱۳۸۶ هزار میلیارد تومان معادل ۴۵,۳ درصد افزایش یافته است. از کل این تسهیلات پرداختی، مبلغ ۳ هزار و ۷۶۲ میلیارد تومان معادل ۸۴,۶ درصد به صاحبان کسب وکارها و ۶۸۵ هزار میلیارد تومان معادل ۱۵,۴ درصد به مصرف‌کنندگان نهایی یا همان خانوارها رسیده است.

در سال گذشته مبلغ ۲ هزار و ۷۴۲ میلیارد تومان معادل ۷۲,۹ درصد کل تسهیلات پرداختی به کسب وکارها از بابت تامین سرمایه در گردش بوده است. از میان بخش‌های اقتصادی نیز سهم بخش صنعت و معدن از تسهیلات پرداختی بانک‌ها، مبلغ ۱۳۹۲ هزار میلیارد تومان معادل ۳۷ درصد بوده است. همچنین سهم تسهیلات پرداختی بابت تأمین سرمایه در گردش بخش صنعت و معدن معادل ۹۹۳ هزار میلیارد تومان بوده که از سهم ۳۶,۲ درصدی آن از کل منابع سرمایه در گردش کلیه بخش‌های اقتصادی (مبلغ ۲ هزار و ۷۴۲ میلیارد تومان) حکایت دارد. از هزار و ۳۹۲ میلیارد تومان تسهیلات پرداختی در بخش صنعت و معدن معادل ۷۱,۴ درصد آن (مبلغ ۹۹۳ هزار میلیارد تومان) در تأمین سرمایه در گردش پرداخت شده که بیانگر توجه و اولویت‌دهی به تأمین منابع این بخش توسط بانک‌ها در سال ۱۴۰۱ است. در سال گذشته همچنین تعداد ۲۵۷ هزار و ۳۶ فقره تسهیلات به بخش صنعت و معدن با میانگین هر فقره ۵,۴ میلیارد تومان پرداخت شده و در بخش خدمات نیز یک میلیون و ۶۸۹ هزار و ۳۱۲ فقره تسهیلات با میانگین پرداخت هر فقره ۸۹۰ میلیون تومان پرداخت شده است.

کارنامه تسهیلاتی کسب وکارها

بانک مرکزی در پایان هفته گذشته، گزارش تسهیلات پرداختی در سال ۱۴۰۱ را منتشر کرد. گزارشی که نشان می‌دهد از ۴۴۴۸ هزار میلیارد تومان تسهیلاتی که در سال گذشته از سوی شبکه بانکی پرداخت شده، مبلغ ۳ هزار و ۷۶۲ میلیارد تومان معادل ۸۴,۶ درصد نصیب کسب وکارها شده و مبلغ ۶۸۵ هزار میلیارد تومان معادل ۱۵,۴ درصد به خانوارها رسیده است. همانطور که اشاره شد، مجموع تسهیلات پرداختی بانک‌ها در ۱۲ ماهه سال گذشته به ۴۴۴۸ هزار میلیارد تومان رسیده است که در مقایسه با دوره مشابه سال قبل، رشدی ۴۵,۳ درصدی (مبلغ ۱۳۸۶هزار میلیارد تومان) را نشان می‌دهد.

سهم تسهیلات پرداختی بانک‌ها به صاحبان کسب وکارها در بخش صنعت و معدن طی ۱۲ ماهه سال گذشته بالغ بر ۱۳۹۲ هزار میلیارد تومان معادل ۳۷ درصد بوده است. در ۱۲ ماهه سال گذشته همچنین سهم تسهیلات پرداختی در قالب سرمایه در گردش در کلیه بخش‌های اقتصادی مبلغ ۲ هزار و ۷۴۲ میلیارد تومان معادل ۷۲,۹ درصد کل تسهیلات پرداختی به صاحبان کسب وکارهاست. همچنین سهم تسهیلات پرداختی بابت تأمین سرمایه در گردش بخش صنعت و معدن در ۱۲ ماهه سال ۱۴۰۱ معادل ۹۹۳ هزار میلیارد تومان بوده است که حاکی از تخصیص ۳۶,۲ درصد از منابع تخصیص یافته به سرمایه در گردش کلیه بخش‌های اقتصادی (مبلغ ۲ هزارو۷۴۲ میلیارد تومان) است. بر این اساس از هزار و ۳۹۲ میلیارد تومان تسهیلات پرداختی در بخش صنعت و معدن معادل ۷۱,۴ درصد آن (مبلغ ۹۹۳ هزار میلیارد تومان) در تأمین سرمایه در گردش پرداخت شده است که از اهمیت و اولویت‌دهی به تأمین منابع این بخش از سوی بانک‌ها در سال گذشته حکایت دارد. از سوی دیگر در سال ۱۴۰۱ تعداد ۲۵۷ هزار و ۳۶ فقره تسهیلات به بخش صنعت و معدن با میانگین پرداختی هر فقره ۵,۴ میلیارد تومان پرداخت شده است. ضمنا در بخش خدمات نیز تعداد یک میلیون و ۶۸۹ هزار و ۳۱۲ فقره تسهیلات با میانگین پرداخت هر فقره ۸۹۰ میلیون تومان پرداخت شده است.

سهم خانوارها از تسهیلات ۱۴۰۱

داده‌های آماری بانک مرکزی همچنین از رشد تسهیلات‌دهی به خانوارها در سال گذشته حکایت دارد. در سال ۱۴۰۰ در مجموع سهم خانوارها از کل تسهیلات بانکی ۱۳,۳ درصد بوده که این سهم با پرداخت بیش از ۴۰۸ هزارمیلیارد تومان برای رفع نیازهای ضروری آنها محقق شده است. در سال ۱۴۰۱ نیز خانوارها بیش از ۶۸۵ هزارمیلیارد تومان تسهیلات از بانک‌ها دریافت کرده‌اند و بدین ترتیب سهم آنها از کل تسهیلات بانکی به ۱۵,۴ درصد افزایش یافته است. در سال گذشته در بخش خانوار تعداد ۸ میلیون و ۹۶۶ هزار و ۵۱۰ فقره تسهیلات با میانگین پرداخت هر فقره ۸۰ میلیون تومان پرداخت شده است. همچنین سهم تسهیلات پرداختی در قالب خرید کالای شخصی توسط مصرف‌کننده نهایی (خانوار) مبلغ ۳۰۲ هزار میلیارد تومان معادل ۴۴,۲ درصد از کل تسهیلات پرداختی به مصرف‌کنندگان نهایی (خانوار) است.

بررسی هدف خانوارها از دریافت وام در سال گذشته نشان می‌دهد که خرید کالای شخصی با سهم ۴۴,۲ درصدی در رتبه نخست و وام قرض‌الحسنه ضروری با سهم ۱۷,۹ درصدی از کل تسهیلات خانوارها در رتبه دوم قرار دارد. همچنین وام قرض‌الحسنه ازدواج ۱۴,۲ درصد از کل وام‌ها را به خود اختصاص داده و بعد از آن ودیعه مسکن، جعاله تعمیر مسکن، خرید خودرو و قرض‌الحسنه فرزندآوری روی هم سهم ۱۱,۳ درصدی از کل تسهیلات دارند. همچنین ۹ درصد از تسهیلات پرداختی بانک‌ها به خانوارها برای خرید مسکن بوده و در قعر جدول نیز تعمیرات قرار دارد که ۳,۴ درصد از کل تسهیلات را به خود اختصاص داده است. طبق اعلام بانک مرکزی، تمام تسهیلات پرداختی به اشخاص حقوقی صرف نظر از نوع هدف دریافت تسهیلات، به بخش «صاحبان کسب و کار حقوقی» تعلق می‌گیرد. تسهیلات پرداختی به اشخاص حقیقی با اهداف ایجاد، توسعه، تأمین سرمایه در گردش، قرض‌الحسنه اشتغال، قرض‌الحسنه کمیته، قرض‌الحسنه بهزیستی، قرض‌الحسنه ایثارگران و قرض‌الحسنه سایر اشتغال به «صاحبان کسب‌وکار غیرحقوقی» تعلق می‌گیرد. تسهیلات پرداختی به اشخاص حقیقی با اهداف خرید مسکن غیرنوساز، خرید مسکن نوساز، ودیعه مسکن، جعاله تعمیر مسکن، تعمیرات، خرید خودرو شخصی، خرید کالای مصرف شخصی، قرض‌الحسنه ازدواج، قرض‌الحسنه فرزندآوری و قرض‌الحسنه احتیاجات ضروری به «مصرف‌کننده نهایی(خانوار)» تعلق می‌گیرد.

رشد نقدینگی کاهش یافت

بانک مرکزی همچنین در گزیده آمارهای اقتصادی خود از کاهش رشد نقدینگی در ۱۰ ماهه سال گذشته خبر داد و اعلام کرد: حجم نقدینگی در پایان بهمن ماه ۱۴۰۱ به رقم ۶۱۰۳۴.۴ هزار میلیارد ریال رسید که نسبت به پایان سال قبل، رشد ۲۶,۳ درصدی را نشان می‌دهد. همچنین نرخ رشد ۱۲ ماهه نقدینگی از ۳۹,۷ درصد در پایان بهمن ماه ۱۴۰۰ طی یک روند نزولی به ۳۲ درصد در پایان بهمن ماه ۱۴۰۱ کاهش یافته است. البته بخشی از رشد ۱۲ ماهه نقدینگی در بهمن ماه ۱۴۰۰ (معادل ۲,۷ واحد درصد) مربوط به اضافه شدن اطلاعات خلاصه دفتر کل دارایی‌ها و بدهی‌های بانک مهر اقتصاد به اطلاعات خلاصه دفتر کل دارایی‌ها و بدهی‌های بانک سپه (به واسطه ادغام) بوده که حتی با در نظر گرفتن این امر نیز رشد ۱۲ ماهه نقدینگی در پایان بهمن ماه ۱۴۰۱ از کاهش قابل ملاحظه‌ای نسبت به مقطع مشابه سال قبل برخوردار بوده است. به گفته بانک مرکزی، در سال جاری به واسطه اهتمام و تمرکز بانک مرکزی بر اجرای سیاست کنترل مقداری رشد ترازنامه بانک‌ها و افزایش نسبت سپرده قانونی بانک‌هایی که از نسبت‌های ابلاغی تخطی کرده‌اند، رشد خلق پول بانک‌ها و به تبع آن رشد نقدینگی به میزان قابل توجهی کنترل شده است.

در این گزارش همچنین درباره وضعیت پایه پولی توضیح داده شده که این متغیر در پایان بهمن ماه ۱۴۰۱ با رشد ۳۳,۹ درصدی نسبت به پایان سال ۱۴۰۰ به رقم ۸۰۸۶.۴ هزار میلیارد ریال رسید. پایه پولی در ۱۲ ماهه منتهی به پایان بهمن ماه ۱۴۰۱ نیز معادل ۳۹,۲ درصد افزایش یافت که نسبت به رشد دوره مشابه سال قبل (۳۳,۲ درصد)، شش واحد درصد افزایش را نشان می‌دهد.

اقساط وام ازدواج در سال ۱۴۰۲ چقدر است؟

سمت تاریک وام ازدواج

عروس و دامادهایی که امسال متقاضی وام ازدواج ۴۴۰ میلیونی هستند، در همان ماه اول باید نزدیک به ۱۸ میلیون برگردانند. وام ازدواج ۱۴۰۲ حداقل ۱۸۰ میلیون است. در بهترین حالت یعنی زمانی که عروس کمتر از ۲۳ سال و داماد زیر ۲۵ سال باشند و هر دو نفر با هم برای دریافت تسهیلات اقدام کنند، وام ازدواج به ۴۴۰ میلیون تومان می‌رسد؛ ارقامی که نسبت به پارسال ۳۳ درصد افزایش پیدا کرده‌اند، اما چیزی که احتمالا دست و دل عروس و دامادها را حسابی می‌لرزاند، فرمول محاسبه اقساط وام ازدواج است. در شیوه محاسبه اقساط وام ازدواج، ماه‌هایی وجود دارد که ما اسم آنها را ماه‌های استثنایی گذاشتیم. در این ماه‌ها که ماه‌های ابتدای هر سال در مدت بازپرداخت ۱۰ ساله به‌حساب می‌آیند، رقم اقساط ماهانه وام ازدواج متفاوت است و در حالت‌های مختلف ممکن است به حدود ۱۸ میلیون تومان افزایش پیدا کند.

به گزارش «فرارو»، اقساط وام ازدواج که باید ظرف ۱۰ سال پرداخت شود، در ماه‌های اول هر سال با ۱۱ ماه بعدی متفاوت است. مثلا در حالتی که فقط عروس یا داماد برای دریافت وام ازدواج ۱۴۰۲ اقدام می‌کنند و موفق به گرفتن تسهیلات ۱۸۰ میلیونی می‌شوند، همان ماه اول باید ۷ میلیون و ۲۰۰ هزار تومان به‌عنوان اقساط بپردازند و ۱۱ ماه بعدی اقساط وام ازدواج برای آنها به یک میلیون و ۶۳۶ هزار تومان تبدیل می‌شود. ماه اول در سال دوم که همان سیزدهمین ماه پرداخت اقساط است، رقم پرداختی به ۶ میلیون و ۴۸۰ هزار تومان و ماه اول سال سوم که همان بیست‌وپنجمین ماه پرداخت اقساط است، رقم پرداختی به ۵ میلیون و ۴۸۰ هزار تومان می‌رسد. حالا اگر عروس و داماد با هم متقاضی دریافت وام باشند و روی هم ۳۶۰ میلیون بگیرند، رقم اقساط در ماه اول ۱۴ میلیون و ۴۰۰ هزار تومان، ماه سیزدهم ۱۲ میلیون و ۹۶۰ هزار تومان و ماه بیست‌وپنجم ۱۱ میلیون و ۵۲۰ هزار تومان باید بدهند. به‌این ترتیب می‌توانیم ماه‌های ابتدایی هر سال را ماه‌های استثنایی اقساط وام ازدواج بدانیم که می‌تواند دل متقاضیان این وام را خالی کند.

اقساط وام ازدواج ۱۴۰۲ مثل روال سال‌های گذشته با کارمزد ۴ درصد و موعد پرداخت ۱۲۰ ماهه (۱۰ سال) محسابه می‌شود. حداقل رقمی که بانک امسال به متقاضیان وام ازدواج می‌دهند ۱۸۰ میلیون تومان است و این رقم در حالتی پرداخت می‌شود که عروس یا داماد یعنی یکی از آنها خواستار دریافت وام باشد. با این اوصاف با عدد یک میلیون و ۶۳۴ هزار تومان به‌عنوان اقساط وام ازدواج ۱۴۰۲ روبه‌رو می‌شویم. البته این عدد همانطور که پیشتر اشاره شد، در ماه‌های استثنایی بیشتر می‌شود. متقاضی وام ۱۸۰ میلیونی بعد از اینکه ۱۰ سال اقساط آن را پرداخت کرد، نهایتا در ازای این رقم ۲۱۹ میلیون و ۶۰۰ هزار تومان پس می‌دهد که باید سود وام را ۳۹ میلیون و ۶۰۰ هزار تومان بدانیم. وام ازدواج ۱۴۰۲ زمانی که عروس کمتر از ۲۳ سال داشته باشد یا داماد زیر ۲۵ سال سن داشته باشد و فقط یکی از آنها متقاضی دریافت باشد، به ۲۲۰ میلیون تومان افزایش پیدا می‌کند. در این حالت اقساط ماهانه طی ۱۰ سال ۲ میلیون تومان اعلام شده که البته در اولین ماه استثنایی رقم بازپرداخت به ۸ میلیون و ۸۰۰ هزار تومان خواهد رسید. حالا این متقاضیان بعد از ۱۰ سال نهایتا در ازای ۲۲۰ میلیونی که دریافت کردند، باید روی هم ۲۶۸ میلیون و ۴۰۰ هزار تومان بدهند که ۴۸ میلیون و ۴۰۰ هزار تومان از این پول، شامل سود وام می‌شود.

اما اقساط ازدواج برای عروس و داماد چطور محاسبه می‌شود؟ وام ازدواج ۱۴۰۲ زمانی که عروس و داماد با هم برای دریافت تسهیلات اقدام می‌کنند، دوبرابر می‌شود؛ یعنی کف ۱۸۰ میلیونی وام ازدواج به ۳۶۰ میلیون تومان می‌رسد و رقمی ۲۲۰ میلیونی که به‌اسم جوانی جمعیت به عروس‌های زیر ۲۳ سال و دامادهای کمتر از ۲۵ سال داده می‌شود، در این حالت به ۴۴۰ میلیون تومان افزایش پیدا می‌کند. در نتیجه رقم اقساط هم دوبرابر می‌شود. به طوری که اقساط وام ازدواج ۳۶۰ میلیونی در ماه‌های معمولی به ماهی ۳ میلیون و ۲۷۲ هزار تومان می‌رسد. جمع کل اقساط تقریبا ۴۴۰ میلیون تومان می‌شود و از این رقم ۷۹ میلیون و ۲۰۰ هزار تومان سود وام است. وام ۴۴۰ میلیونی هم که سقف تسهیلات ازدواج است، در ماه‌های معمولی ماهی ۴میلیون تومان قسط دارد و متقاضیان آن باید نهایتا بعد از ۱۰ سال حدود ۵۳۶ میلیون و ۸۰۰ هزار تومان به بانک برگردانند. ۹۶ میلیون و ۸۰۰ هزار تومان از این پول به‌خاطر سود وام دریافت می‌شود.

حال سوال این است که آیا دریافت وام ازدواج برای گرفتن تسهیلات مسکن عاقلانه است؟ وام ازدواج ۱۴۰۲ نسبت به پارسال ۳۳ درصد افزایش پیدا کرده است. خبری که می‌تواند برای متقاضیان این تسهیلات خوشحال‌کننده باشد. در سال‌های گذشته استفاده از وام ازدواج برای دریافت تسهیلات مسکن، یکی از تاکتیک‌های عروس و دامادها بوده که حالا محاسبه اقساط این دو تا وام با هم می‌تواند اقساط کمرشکنی را برای آنها به همراه داشته باشد مثلا سقف تسهیلات مسکن در شهری مثل تهران به‌شکل فردی ۲۰۰ میلیون تومان است و اگر عروس و داماد با هم اقدام کنند و در کنار آن برای تسهیلات ۸۰ میلیونی جعاله هم درخواست بدهند، آن وقت ۴۸۰ میلیون دست‌شان را می‌گیرد، اما باید به این نکته هم توجه داشت که حالا بر اقساط ماهانه‌ای که شامل وام ازدواج می‌شود، عروس و داماد باید ماهی ۴ میلیون و ۳۳۵ هزار تومان دیگر به اسم اقساط وام مسکن و اقساط جعاله کنار بگذارند.

بانک نامه

حباب سکه ۶,۵ میلیون تومان شد

عبور سکه از مرز ۳۲ میلیونی

قیمت سکه طلا در پایان هفته نخست اردیبهشت ماه از مرز ۳۲ میلیون تومان عبور کرد و میزان حباب سکه نیز به ۶,۵ میلیون تومان رسید. هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید در پایان معاملات روز پنجشنبه (۷ اردیبهشت ماه) در بازار تهران با قیمت ۳۲ میلیون و ۷۰۰ هزار تومان معامله شد که نسبت به روز قبل بالغ بر یک میلیون و ۵۰۰ هزار تومان افزایش داشته است. براساس قیمت‌های اعلامی اتحادیه صنف فروشندگان و سازندگان طلا، جواهر، نقره و سکه تهران، قیمت سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم نیز با رقم ۲۹ میلیون و ۲۰۰ هزار تومان خرید و فروش شد که نسبت به روز قبل، رشد ۷۰۰ هزار تومانی را نشان می‌دهد. همچنین نیم‌سکه در بازار تهران ۱۸ میلیون و ۹۵۰ هزار تومان، ربع سکه ۱۲ میلیون تومان و سکه یک گرمی ۷ میلیون خرید و فروش شد. علاوه بر این، در بازار طلای تهران نرخ هر گرم طلای ۱۸ عیار، ۲ میلیون و ۶۷۳ هزار تومان تعیین شد. بهای هر اُنس طلا در بازارهای جهانی هم به ۲۰۰۰ دلار رسید.

در همین زمینه، «محمد کشتی‌آرای»، فعال بازار طلا و سکه از افزایش ۴۰۰ هزار تومانی حباب سکه در هفته گذشته خبر داد و گفت که حباب سکه به ۶,۵ میلیون تومان رسید. او درباره وضعیت بازار طلا به «ایرنا» گفت: هفته گذشته قیمت جهانی طلا با توجه به افزایش نرخ بهره آمریکا در اواسط هفته با کاهش همراه بود و تا ۱۸۹۴ دلار رسید یعنی ۱۶ دلار کاهش یافت، اما مجددا طی دو روز با افزایش ۱۶ دلاری بهای انس جهانی طلا در محدوده ۲ هزار دلار همراه شد. با توجه به شروع کار بازارهای کشور پس از اتمام ماه رمضان و شروع دادوستدها، بازار با رونق همراه شد و افزایش تقاضا در بازار را شاهد بودیم. در نتیجه نرخ ارز نوسان داشت و از روز دوشنبه قیمت طلا و ارز افزایش یافت.

به گفته این فعال بازار سکه و طلا، قیمت سکه طرح قدیم ۶۰۰ هزار تومان، سکه طرح جدید یک میلیون و ۳۰۰ هزار تومان، نیم سکه ۳۰۰ هزار تومان، ربع سکه ۴۰۰ هزار تومان و سکه‌های یک گرمی ۶۰۰ هزار تومان افزایش هفتگی قیمت داشت. قیمت هر مثقال طلای آب شده تحت تاثیر افزایش بهای انس جهانی طلا ۴۲۰ هزار تومان و هر گرم طلای آب شده نیز به طور متوسط ۱۰۰ هزار تومان افزایش یافته است. همچنین در هفته گذشته حباب سکه با ۴۰۰ هزار تومان افزایش به ۶ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان رسید. افزایش یک میلیون و ۳۰۰ هزار تومانی بهای سکه طرح جدید در حقیقت ۴۰۰ هزار تومان حباب است و در واقع باید گفت که هر سکه ۹۰۰ هزار تومان افزایش قیمت داشته است.

«کشتی‌آرای» درباره وضعیت بازار طلا در هفته پیش رو پیش‌بینی کرد که در روزهای آینده با توجه به مدیریت بانک مرکزی نرخ ارز کنترل شود. نوسانات قیمت جهانی طلا با توجه به افزایش نرخ بهره آمریکا اجتناب‌ناپذیر است همچنین افزایش تقاضا در بازارها با توجه به رشد اقتصادی بسیاری از کشورها از جمله چین باعث شده تقاضا برای خرید افزایش یابد و این امر بر بازار داخلی نیز تاثیر می‌گذارد. نکته قابل توجه دیگر این است که در فصل بهار و تابستان بازارها رونق می‌یابد و پیش‌بینی می‌شود که در دو ماه آینده بازارها با رونق همراه باشد.

فرود دلار و صعود طلای جهانی

قیمت طلا در روز پنجشنبه با کاهش ارزش دلار افزایش یافت، در حالی که سرمایه‌گذاران با توجه به نشست مهم سیاستگذاری فدرال رزرو در هفته پیش رو منتظر دریافت مجموعه‌ای از داده‌های اقتصادی ایالات متحده بودند. بهای هر اونس طلا در پایان این روز با ۱۰,۵ درصد افزایش به ۱۹۹۹ دلار و ۱۰ سنت رسید و قیمت طلای آمریکا نیز با ۰.۵۳ درصد افزایش به ۲۰۰۰ دلار و ۱۰ سنت رسید. شاخص دلار ۰.۱ درصد کاهش یافت و طلا را برای دارندگان سایر ارزها ارزان‌تر کرد. قیمت طلای در اواسط آوریل به ۲۰۴۸ دلار و ۷۱ سنت رسید که بالاترین حد خود در یک سال گذشته بود زیرا بحران بانکی بروز کرد و خوانش ضعیف اقتصادی ایالات متحده شرط‌بندی برای توقف افزایش نرخ بهره را تقویت کرد. معامله‌گران اکنون بر روی داده‌های تولید ناخالص داخلی سه ماهه ایالات متحده و همچنین، شاخص تورم ترجیحی فدرال رزرو متمرکز شده‌اند. گفتنی است در بازار سایر فلزات ارزشمند نیز بهای هر اونس نقره با ۰.۵ درصد افزایش به ۲۵.۰۲ دلار رسید، پلاتین با ۰.۳ درصد افزایش به ۱۰۹۲ دلار و ۶۸ سنت رسید و پالادیوم با ۰.۱ درصد افزایش به ۱۵۱۳ دلار و ۸۱ سنت رسید.

براساس گزارش بانک مرکزی

بدهی خارجی ایران ۲۵ درصد کمتر شد

براساس آخرین آمارهای بانک مرکزی، بدهی‌های خارجی ایران نسبت به اسفندماه ۱۴۰۰، کاهش ۲۵,۷ درصدی پیدا کرده است. در گزیده آمارهای اقتصادی منتشرشده از سوی بانک مرکزی درباره تحولات بخش خارجی اقتصاد، آخرین وضعیت بدهی‌های خارجی ایران اینگونه تشریح شده است که مانده بدهی‌های خارجی کشور در پایان بهمن ماه ۱۴۰۱ حدود ۶,۴ میلیارد دلار بود که در مقایسه با پایان اسفندماه ۱۴۰۰، معادل ۲۵,۷ درصد کاهش را نشان می‌دهد. البته مبلغ بدهی خارجی ایران به یورو معادل ۶میلیارد یورو است که ۱,۶ میلیارد یورو آن سهم بدهی‌های کوتاه‌مدت و ۴,۳ میلیارد یورو نیز سهم بدهی‌های میان‌مدت و بلندمدت است. از این میزان بدهی، ۲۸ درصد (معادل ۱.۸میلیارد دلار) به بدهی‌های کوتاه‌مدت و ۷۲ درصد (معادل ۴.۶ میلیارد دلار) به بدهی‌های بلندمدت اختصاص داشت. بدین ترتیب، در پایان بهمن ماه سال گذشته نسبت به پایان اسفندماه ۱۴۰۰، سهم بدهی‌های کوتاه‌مدت از کل بدهی‌های خارجی کشور، ۰.۸ واحد درصد کاهش پیدا کرده است.

در همین حال طبق جدیدترین آمارهای اقتصادی بانک مرکزی، متوسط نرخ دلار در بهمن ماه سال گذشته در بازار غیررسمی کمتر از ۴۵ هزار تومان بوده است. در گزیده آمارهای اقتصادی منتشرشده از سوی بانک مرکزی درباره تحولات بخش خارجی اقتصاد، درباره نرخ ارز آمده است که در بهمن ماه ۱۴۰۱ هر دلار آمریکا در بازار غیررسمی با نرخ متوسط ۴۴۷.۹ هزار ریال معامله شد که نسبت به دی ماه ۹,۶ درصد افزایش را نشان می‌دهد. همچنین در این ماه هر دلار آمریکا در سامانه معاملات الکترونیکی ارز با ۰.۲ درصد افزایش نسبت به دی ماه به رقم ۳۰۶.۹ هزار ریال رسید. این تحولات در حالی رقم خورده است که وضعیت منابع و مصارف ارزی کشور (به عنوان عوامل بنیادین موثر بر روند نرخ ارز) طی این دوره از شرایط مطلوبی برخوردار بوده و بانک مرکزی نیز در جهت تحقق ثبات در بازار ارز، سیاست‌ها و اقدامات متعددی را در قالب تسهیل تامین ارز موردنیاز واردات، پاسخگویی به تقاضای خرد افراد، تعمیق بازار رسمی و پیگیری مستمر سیاست‌های معطوف به بازگشت ارز حاصل از صادرات به چرخه اقتصادی کشور به انجام رسانده است.

اقتصاد جهان

تجارت ایران به کمترین سطح تاریخ معاصر رسید

سهم نازل ایران از تجارت جهانی

جدیدترین محاسبات صورت گرفته درخصوص سهم ایران از تجارت جهانی نشان می‌دهد که ایران در سال ۲۰۲۲ پایین‌ترین سهم از تجارت جهانی را تجربه کرده و این رقم به ۲۴ صدم درصد در این سال رسیده است. پیش از این نیز مرکز پژوهش‌های مجلس درخصوص کاهش سهم ایران از تجارت جهانی هشدار داده بود. با خروج یک جانبه دولت آمریکا از برجام و بازگشت تحریم‌ها در سال ۱۳۹۷، فضای بازرگانی خارجی کشور شرایط متفاوتی را تجربه کرد. در گزارش مرکز پژوهش‌ها تاکید شده که در سال ۱۳۹۸ حجم و ارزش تجارت خارجی کاهش یافته و در سال ۱۳۹۹ نیز این روند ادامه یافته است. در این راستا ارزش دلاری حجم تجارت خارجی در سال ۱۳۹۹ نسبت به سال ۱۳۹۸ حدود ۱۳ درصد کاهش یافته و از ۸۵ میلیارد دلار به ۷۳.۸ میلیارد دلار رسیده است. از طرفی با بررسی سهم تجارت کشور از سهم تجارت خارجی می‌توان دریافت که طی سال‌های مورد بررسی یعنی از سال ۱۳۹۵ تا سال ۱۳۹۹ همواره سهم ایران کمتر از نیم درصد بوده و علی رغم اینکه حجم تجارت خارجی از حدود ۲۳ هزار میلیارد دلار در سال ۱۳۹۵ به حدد ۳۵ هزار میلیارد دلار در سال ۱۳۹۹ افزایش یافته است، اما وضعیت تجارت ایران بدتر شده و سهم آن از ۰.۳ درصد در سال ۱۳۹۵ به ۰.۲ درصد در سال ۱۳۹۹ کاهش یافته است.

این امر بیانگر روند ضد ادواری تجارت خارجی کشور در مقایسه با تجارت جهانی بوده و نشان‌دهنده ضعف زیرساخت‌های بازرگانی (یعنی لجستیک، بیمه، ترانزیت، بازاریابی ، حفظ ماندگاری در بازار و...)، فقدان استراتژی توسعه تجاری، ضعف دیپلماسی فعال اقتصادی و تجاری و همچنین توجه ناکافی به اهمیت بازرگانی خارجی در اقتصاد ایران است. آمارهای تازه حالا بیانگر آن است که این روند در سال گذشته میلادی نیز ادامه یافته است.

در بهمن ماه سال گذشته بود که رئیس مرکز پژوهش‌های اتاق ایران در تشریح آنچه با بررسی جدول داده-ستانده تجارت خارجی ایران و جهان به دست می‌آید از حذف ایران از نقشه تجارت جهانی سخن گفت. «محمد قاسمی» تاکید کرد: دردآورترین نتیجه این مطالعات و پژوهش‌ها این است که «بود و نبود اقتصاد ایران» اثرچندانی بر اقتصاد بین‌الملل ندارد؛ موضوعی که بسیار تاسفبار است و بزرگ‌ترین اثر این وضعیت آن است که آسیب رساندن به اقتصاد کشور به سادگی ممکن خواهد شد. به همین خاطر هم سیاستگذاران باید به این وضعیت توجه کنند.

با جدی‌تر شدن رکود جهانی رخ می‌دهد

برنامه چین برای احیای اقتصاد پساکرونا

با جدی‌تر شدن رکود جهانی، اقتصادهای پیشرفته بیشتر در هزینه‌های خود صرفه‌جویی می‌کنند و در این شرایط دولت چین برای بهبود تجارت جهانی خود برنامه‌ای ارائه کرده تا رشد اقتصادی بعد از کرونا را افزایش دهد.

پس از توقف اجرای سیاست «کووید صفر» در چین در پایان سال گذشته، اقتصاد این کشور در سه ماه اول سال ۴.۵ درصد رشد کرد، اما بعضی از اقتصاددانان هشدار داده‌اند که بخش صادرات چین با توجه به اینکه آمریکا و دیگر اقتصادهای پیشرفته جهان به واسطه جدی‌تر شدن رکود جهانی در هزینه‌های خود صرفه‌جویی بیشتری می‌کنند، ممکن است همچنان راکد باقی بماند. شورای دولتی چین در بیانیه‌ای در توضیح طرح جدید اعلام کرد: دولت به عنوان بخشی از طرح جدید پردازش ویزا برای تجار خارجی را سرعت خواهد بخشید، پروازهای بین‌المللی را افزایش داده و نمایشگاه‌های تجاری را به صورت کامل بازگشایی خواهد کرد. چین در عین حال با متصل ساختن شرکت‌های خودروسازی و شرکت‌های حمل و نقل به یکدیگر و همچنین بهبود بازاریابی، فروش و خدمات پس از فروش در خارج از کشور، صادرات خودرو را بهبود خواهد بخشید. در این برنامه، دولت چین از سفارتخانه‌ها و کنسولگری‌های خود خواسته است تا از شرکت‌های کوچک و متوسط برای دستیابی به بازارهای خارج از کشور حمایت کنند. براساس این بیانیه، دولت چین امیدوار است صادرات به کشورهای توسعه‌یافته را تثبیت کرده و به شرکت‌ها امکان دسترسی به بازارهای منطقه‌ای از جمله بازارهای جنوب شرقی آسیا را بدهد.

براساس گزارش اخیر صندوق بین‌المللی پول، روند بهبود اقتصاد جهانی پس از همه‌گیری و آغاز جنگ روسیه و اوکراین، در مسیر درستی قرار گرفته، اما رشد اقتصاد جهانی از نظر تاریخی پایین است و خطرات مالی رو به افزایش گذاشته‌اند. براساس برآوردها، در سال جاری اقتصادهای پیشرفته با کاهش رشد بیشتری مواجه خواهند شد و تقاضای جهانی برای کالاها کاهش پیدا خواهد کرد. به گفته مقامات چینی، سیاستگذاران این کشور همچنین به دنبال یافتن راه‌های دیگری برای تحریک اقتصاد می‌گردند، از جمله افزایش مخارج مصرف‌کننده و پایان دادن به سرکوب غول‌های فناوری در چین. انتظار می‌رود سبقت گرفتن هند از چین از نظر تعداد جمعیت طی دهه‌های آینده برای چین پیامدهای اقتصادی فراوانی به دنبال داشته باشد. از جمله اینکه در درازمدت ممکن است هند از سوی شرکت‌هایی که به دنبال مصرف‌کننده جدید و نیروی کاری ارزان‌تر از چین هستند، توجه بیشتری را به خود جلب کند.

با تغییر سهم بازار ال ان جی

نقش روسیه کمرنگ می‌شود

نقش روسیه به عنوان یکی از محورهای تامین انرژی جهان، درحال کمرنگ شدن است و آمریکا و قطر از جمله کشورهایی هستند که خیز برداشته‌اند تا به سرعت خود را جایگزین روسیه کنند. تحلیلگران حوزه نفت و گاز باور دارند سهم جهانی عرضه ال ان جی روسیه (گاز مایع طبیعی) در این دهه رو به کاهش خواهد گذاشت؛ روندی که از پیش از آغاز جنگ اوکراین شروع شد و تحریم‌های غرب در اعتراض به حمله روسیه به اوکراین، سرمایه‌گذاری خارجی در بخش ال ان جی روسیه را تقریبا از بین برد و روند کمرنگ‌تر شدن نقش روسیه در این حوزه را تسریع ساخت. به گفته «ژی شین چونگ» مدیر بخش گاز آسیای جنوب و جنوب شرقی شرکت S&P، ناتوانی روسیه در خرید ماژول‌های مایع‌سازی گاز (که امکان تبدیل گاز طبیعی به ال ان جی را فراهم می کند) جاه‌طلبی‌های روسیه را مختل خواهد کرد. گسترش ظرفیت‌های مایع‌سازی گاز برای روسیه با توجه به تحریم‌های گسترده غرب علیه این کشور در این دهه بسیار پرچالش خواهد بود. به گفته این کارشناس، ظرفیت کل تاسیسات ال ان جی روسیه برای تولید گاز طبیعی در چند سال آینده روی ۳۷ میلیون تن ثابت باقی خواهد ماند. تا سال ۲۰۳۰ مجموع ظرفیت ال ان جی جهانی با رشدی ۵۰ درصدی به ۶۷۱ میلیون تن در سال خواهد رسید۷، و سهم روسیه در این میان از ۶.۷ درصد به ۵ درصد کاهش خواهد یافت.

روسیه تا پیش از حمله به اوکراین بزرگ‌ترین صادرکننده گاز جهان و همچنین چهارمین صادرکننده بزرگ ال ان جی پس از استرالیا، قطر و آمریکا بود. اکنون انتظار می‌رود همین کشورها جایگاه روسیه را به تدریج از آن خود سازند. آمریکا در نیمه اول سال ۲۰۲۲ از قطر و استرالیا سبقت گرفته و به بزرگ‌ترین صادرکننده ال ان جی در جهان تبدیل شد. کارشناسان پیش‌بینی می کنند آمریکا تا سال ۲۰۳۰ بتواند ۲۵ درصد از ظرفیت جهانی صادرات ال ان جی را در اختیار بگیرد و قطر با سهمی ۱۹ درصدی در رتبه دوم قرار خواهد گرفت. از این رو است که عده‌ای با عقب‌نشینی روسیه از نظام ال ان جی در جهان، قطر و آمریکا را اصلی‌ترین ذی‌نفعان این روند می‌دانند. سرعت گرفتن آغاز پروژه‌های جدید و توسعه تاسیسات موجود در آمریکا به علاوه توسعه میدان گاز شمالی قطر هم این موضوع را تایید می کنند. در کنار آمریکا و قطر، منطقه مدیترانه شرقی هم در این موضوع ذی‌نفع خواهند بود زیرا از نظر جغرافیایی برای جایگزینی خط لوله گاز روسیه به کشورهای جنوب اروپا بسیار مناسب است. در شرق آفریقا هم کشورهای موزامبیک و تانزانیا از این روند سود خواهند بود.

روند صعودی دماسنج اصلی تالار شیشه‌ای متوقف شد

انتظارات اصلاحی در بورس تهران؟

فرصت امروز: با پشت سر گذاشتن ماه طلایی بورس در فروردین ماه، بخشی از عقب‌ماندگی بازار سهام نسبت به سطح تورم و همچنین بازارهای موازی در سال گذشته تا اندازه‌ای جبران شد. با این وجود، نماگر اصلی بورس تهران در پایان معاملات هفته گذشته با عقبگرد ۰.۱۴ درصدی مواجه شد و کار خود را در پایان هفته نخست اردیبهشت در سطح ۲ میلیون و ۳۶۵ هزار واحد به پایان رساند. برخی از کارشناسان بورسی معتقدند که بورس تهران هم‌اکنون در موقعیت حساس مقاومتی قرار گرفته و انتظار می‌رود که شاخص کل بورس در هفته پیش رو با نوسانات منفی همراه باشد. در سمت مقابل اما برخی دیگر از تحلیلگران می‌گویند که نماگر اصلی بورس می‌تواند در بازه کوتاه‌مدت تا سطح ۲ میلیون و ۵۰۰ هزار واحد نیز بالا برود. در برآیند این دو دیدگاه به نظر می‌رسد که بسیاری از سرمایه‌گذاران در چنین موقعیتی اقدام به شناسایی سود کنند و بنابراین پیش‌بینی می‌شود که روند صعودی پرشتاب بازار سهام کمی تعدیل شود.

هرچند بازار سهام پس از شکست مقاومت تاریخی در این روزها به لطف قدرت خرید متقاضیان شرایط خوبی دارد، اما همچنان نقدینگی قابل‌توجهی برای ورود به بازار منتظر اصلاح قیمت‌هاست. شاخص کل بورس تهران بعد از شکست سقف تاریخی ۲ میلیون و ۱۰۳ هزار واحد، بدون هیچ مکث و توقفی رشد کرده و اکنون حدود ۱۲ درصد بالاتر از سقف تاریخی قرار دارد. با این وجود، بخش قابل توجهی از صاحبان نقدینگی برای ورود به بازار سهام منتظر شکست مقاومت و پول‌بک به آن بودند و کمتر روی سناریوی شکست یکباره مقاومت و تداوم رشد حساب می‌کردند. به همین دلیل، اکثر متقاضیان خرید سهام فعلا ریسک ورود به سهام در قیمت‌های فعلی را نمی‌پذیرند و همچنان منتظر اصلاح هستند. بررسی وضعیت معاملات سهام در روزهای اخیر نیز اصلاح قیمت را محتمل نشان می‌دهد. آیا اصلاح بورس در راه است؟

رشد امسال بورس حباب دارد؟

حباب در بازارهای مالی به معنای فاصله گرفتن قیمت یک دارایی از ارزش ذاتی آن است. به تعبیر «اسکار وایلد» نویسنده معروف ایرلندی، این روزها مردم قیمت همه چیز را می‌دانند، اما ارزش هیچ چیز را نمی‌دانند. بنابراین اینکه در برخی از بازارها حباب قیمتی شکل می‌گیرد، یعنی قیمت یک دارایی از ارزش ذاتی آن فاصله گرفته است. نظیر آنچه در سال ۱۳۹۹ بر بازار سرمایه رفت. حال با تداوم رشد شاخص بورس در سال جدید و با توجه به تجربه ناخوشایند سال ۱۳۹۹، این سوال برای بسیاری از سهامداران مطرح شده است که آیا حبابی در بازار سرمایه شکل گرفته و آیا شاخص کل همانند سال ۱۳۹۹ گرفتار حباب شده است؟ اغلب تحلیلگران، رشد اخیر بورس را منطقی و خالی از حباب ارزیابی می‌کنند.

این کارشناسان بورسی بر این باورند که بازار سرمایه از نظر بازدهی طی دو سال گذشته، عملکرد امیدوارانه‌ای نسبت به بازارهای دارایی دیگر نداشته و از آنجا که اغلب بازارهای موازی این روزها درگیر حباب هستند، اگر قرار باشد چرخش نقدینگی روی دهد بی‌تردید به سمت بازار سرمایه خواهد بود.

در فروردین ماه که ماه طلایی بورس لقب گرفته، شاخص کل بورس تهران توانست با ثبت بازدهی بیش از ۱۸ درصد از بازارهای موازی سبقت بگیرد و در صدر جدول بازدهی بازارهای دارایی بایستد؛ در حالی که اسکناس دلار در پایان همین ماه تنها ۸.۷ درصد و سکه امامی ۱.۹ درصد رشد کردند؛ یعنی حتی به بازدهی دورقمی هم نرسیدند. با وجود ادامه این روند در هفته نخست اردیبهشت ماه، اما همچنان نقدینگی قابل ملاحظه‌ای برای ورود به بازار منتظر اصلاح قیمت‌هاست. آیا اصلاح بورس نزدیک است؟ نماگر اصلی بورس در حالی از سقف سال ۱۳۹۹ عبور کرده که اکنون حدودا ۱۲ درصد بالاتر از این سقف تاریخی قرار دارد. با این حال، بخش قابل ملاحظه‌ای از صاحبان نقدینگی در بازار سرمایه برای ورود به بازار منتظر شکست مقاومت و پول‌بک به آن بودند و کمتر روی سناریوی شکست یک‌باره مقاومت و تداوم رشد حساب می‌کردند. بر همین اساس هم‌اکنون بسیاری از متقاضیان خرید سهام ریسک ورود به سهام در قیمت‌های فعلی را نمی‌پذیرند و همچنان منتظر اصلاح هستند. بررسی وضعیت معاملات سهام در روزهای اخیر نیز اصلاح قیمت‌ها را محتمل نشان می‌دهد، به‌خصوص که با وجود ارزش قابل‌قبول معاملات، صف‌های خرید اغلب نمادها چندان پرحجم نیست و به‌راحتی دچار تغییر روندهای هیجانی از مثبت کامل به مثبت خفیف و حتی منفی می‌شوند.

عقبگرد بورس در پایان هفته

در پایان هفته گذشته، روند صعودی شاخص کل بورس تهران متوقف شد، اما شاخص هم‌وزن به روند صعودی خود ادامه داد. شاخص کل در روز دوشنبه ۲ هزار و ۳۶۳ واحد و روز سه‌شنبه ۴۲ هزار و ۲۳۷ واحد رشد کرد، اما در روز چهارشنبه دچار ریزش ۳ هزار و ۴۲۲ واحدی شد. بدین ترتیب، شاخص کل در آخرین روز کاری هفته به رقم ۲ میلیون و ۳۶۵ هزار واحد رسید و نسبت به آخرین روز معاملاتی هفته قبل، ۴۱ هزار و ۱۵۵ واحد بالاتر ایستاد که به معنای بازدهی هفتگی ۱.۷ درصدی است. شاخص هم‌وزن نیز در پایان این هفته نسبت به هفته پیشین ۲۵ هزار و ۷۴۰ واحد بالاتر ایستاد و بازدهی مثبت ۳.۴ درصدی را ثبت کرد.

میانگین ارزش معاملات بازار سهام در این هفته، ۱۲۱ هزار و ۶۷۰ میلیارد تومان بود که ۲۶ درصد بیشتر از هفته پیش بود. میانگین ارزش معاملات خرد بورس نیز ۱۷ هزار و ۶۲۷ میلیارد تومان بود که نسبت به رقم ۱۷ هزار و ۵۹۸ میلیاردی هفته پیشین، افزایش ۱۶ صدم درصدی داشته است. همچنین میانگین ارزش صف‌های فروش در هفته اخیر ۷۵ میلیارد تومان بود که از میانگین هفته پیشین ۳۰ میلیارد تومان بیشتر بود و رشد ۶۷ درصدی را نشان می‌دهد. بالاترین رقم هفته با ۹۹ میلیارد تومان در روز چهارشنبه ثبت شد و کمترین رقم با ۵۴ میلیارد تومان در روز سه‌شنبه به ثبت رسید. میانگین ارزش صف‌های خرید نیز در این هفته هزار و ۵۵۸ میلیارد تومان بود که از میانگین هفته قبل، ۳۱۶ میلیارد تومان معادل ۱۷ درصد کمتر بوده است. بالاترین رقم هفته با هزار و ۸۴۸ میلیارد تومان در روز چهارشنبه ثبت شد و پایین‌ترین رقم به معاملات سه‌شنبه با رقم هزار و ۲۱۲ میلیارد تومان اختصاص داشت.

در هفته نخست اردیبهشت کماکان شاهد تداوم ورود پول حقیقی به بازار بودیم. در روز دوشنبه ارزش خالص تغییر مالکیت حقوقی به حقیقی بازار به ۵۵۴ میلیارد تومان رسید و روز سه‌شنبه ۹۵۴ میلیارد تومان پول حقیقی وارد شد. در روز چهارشنبه نیز برای نهمین روز معاملاتی متوالی ورود پول ادامه داشت و ۷۱۴ میلیارد تومان پول حقیقی وارد بورس شد. در مجموع هفته، ۲ هزار و ۲۲۲ میلیارد تومان پول حقیقی به بورس وارد شد و میانگین روزانه ورود پول حقیقی به ۷۴۰ میلیارد تومان رسید که افت ۳۵ درصدی را نسبت به هفته قبل نشان می‌دهد.

اصلاح بورس نزدیک است

بازار سرمایه بعد از شکست مقاومت تاریخی شاخص، به لطف قدرت خرید متقاضیان، شرایط خوبی را تجربه کرده اما همچنان نقدینگی قابل‌توجهی برای ورود به بازار منتظر اصلاح قیمت‌هاست. «فرید اسماعیلیان» فعال بازار سرمایه، انتظار صاحبان نقدینگی و پول‌های بزرگ برای ورود به بازار بعد از اصلاح را تایید می‌کند و می‌گوید: بورس در حال بازیابی جایگاه خود در میان بازارهای موازی است که بیش از دو سال بازدهی بالاتر از بازار سرمایه داشتند و نقدینگی نیز با توجه به تحولات اقتصاد کلان و آرامش نسبی در فضای سیاسی، این موضوع را درک کرده است. پول‌هایی که حاضر به خرید سهام در منطقه بالای مقاومت هستند، تا اینجای کار حتی اجازه اصلاح زمانی قابل‌توجه هم به بازار نداده‌اند، اما وضعیت فعلی معاملات باوجود مقبول بودن ارزش معاملات حاکی از این است که بروز یک اصلاح برای شاخص کل بسیار محتمل است و فعالان بازار باید در تحلیل‌های خود این موضوع را در نظر گیرند. به عقیده «اسماعیلیان»، هیچ مصداقی وجود ندارد که اصلاح شاخص کل و منفی شدن فضای بازار در این دوره به معنای آخر کار بازار و تغییر روند آن باشد، بلکه انتظار می‌رود با یک اصلاح درست قیمتی و زمانی به‌واسطه ورود پول‌های پارک شده در حساب متقاضیان سهام، بورس با رشد مطلوبی مواجه شود.

چرا بورس در بهمن ماه ۱۴۰۱ کاهشی شد؟

نظر بانک مرکزی درباره وضعیت بورس

شاخص کل بورس و فرابورس در بهمن ماه سال گذشته به ترتیب با افت ۹.۲ درصدی و ۶.۸ درصدی نسبت به ماه قبل مواجه شدند. در آخرین نسخه گزیده آمارهای اقتصادی بانک مرکزی درباره تحولات بازار سرمایه آمده است: شاخص کل بورس اوراق بهادار تهران و فرابورس در بهمن ماه ۱۴۰۱ به ترتیب با ۹.۲ درصد و ۶.۸ درصد کاهش نسبت به ماه قبل، ارقام ۱۵۳۳۳۶۶ و ۲۰۰۴۳ را ثبت کردند. وجود شوک‌های منفی در بازار و نوسان قیمت دلار در بازار آزاد از عوامل ریزش بازار سرمایه در بهمن ماه به شمار می‌رود.

شاخص کل هم‌وزن بورس که وزن یکسانی به تمامی صنایع (نمادها) می‌دهد، در بهمن ماه ۱۴۰۱ نسبت به ماه قبل از آن با کاهش ۹.۴ درصدی همراه شد. شاخص مذکور در ۱۱ ماهه منتهی به بهمن ماه ۱۴۰۱ نسبت به دوره مشابه سال ۱۴۰۰ با رشد ۴۶.۶ درصدی همراه بوده است. بازدهی بالاتر شاخص هم‌وزن در ۱۱ ماهه سال ۱۴۰۱ نسبت به مدت مشابه سال ۱۴۰۰ (۴۶.۶ درصد) در مقایسه با بازدهی شاخص کل بورس تهران در این دوره (۱۶.۶ درصد) نشان‌دهنده بهبود بازدهی صنایع کوچک در مقایسه با بازدهی صنایع بزرگ است.

ارزش بازار سهام بورس اوراق بهادار تهران و فرابورس در بهمن ماه ۱۴۰۱ نسبت به ماه گذشته به ترتیب با کاهش ۹.۶ درصدی و ۵.۲ درصدی، ارقام ۵۶۵۰۵.۸ و ۱۵۳۵۷.۹ هزار میلیارد ریال را ثبت کردند که نسبت به ۱۱ماهه سال ۱۴۰۰ با افزایش ۹.۸ درصد و ۱۸.۵ درصد همراه بوده‌اند. ارزش بازار بدهی بورس اوراق بهادار تهران و فرابورس در بهمن ماه ۱۴۰۱ به ترتیب با افزایش ۶.۸ درصد و ۰.۳ درصد نسبت به ماه گذشته، ارقام ۵۵۸.۸ و ۴۲۶۶.۵ هزار میلیارد ریال را به خود اختصاص داده‌اند که نسبت به ۱۱ ماهه سال ۱۴۰۰ به ترتیب با رشد ۶۷ درصدی و ۱۹ درصدی همراه بوده‌اند. مانده اوراق بدهی در بازار فرابورس به تفکیک ماهیت ناشر دولتی، شهرداری‌ها و شرکتی حاکی از آن است که در ۱۱ماهه سال ۱۴۰۱ نسبت به مدت مشابه سال ۱۴۰۰ به ترتیب با رشد ۱.۴ درصد، ۹۴.۴ درصد و ۱۳۲.۷ درصد مواجه بوده است. در این دوره سهم اوراق دولتی ۷۰.۴ درصد، سهم اوراق شهرداری‌ها ۳.۱ درصد و سهم اوراق شرکتی ۲۶.۶ درصد بوده است.

مجموع ارزش معاملات سهام در بازار بورس اوراق بهادار تهران در ۱۱ ماهه سال ۱۴۰۱ نسبت به دوره مشابه سال ۱۴۰۰ با افزایش ۵.۴ درصدی به ۸۶۴۷.۱ هزار میلیارد ریال رسید. حجم معاملات سهام در این دوره نسبت به دوره مشابه سال قبل‌تر از آن نیز با رشد ۳۵.۶ درصدی به ۱۷۵۱.۱ میلیارد سهم رسید. مجموع تامین مالی از طریق بازار سرمایه طی ۱۱ ماهه سال ۱۴۰۱، با ۲۹.۳ درصد کاهش نسبت به مدت مشابه سال ۱۴۰۰ از ۵۹۸۴.۳ هزار میلیارد ریال به ۴۲۳۱ هزار میلیارد ریال رسید. کاهش ۹۶.۸ درصدی ردیف «افزایش سرمایه شرکت‌های سهامی عام از محل مازاد تجدید ارزیابی (مجوزهای ارائه شده)» در زیر گروه «سرمایه‌ای» عمده‌ترین عامل در کاهش تامین مالی از طریق بازار سرمایه در ۱۱ماهه سال ۱۴۰۱ نسبت به دوره مشابه سال ۱۴۰۰ تلقی می‌شود.

از سوی دیگر براساس بررسی‌ها، آمار ثبت‌نام مردم در سامانه سجام و احراز هویت در این سامانه در فروردین امسال و مقایسه آن با فروردین سال گذشته از رشد بیش از ۵۷ درصدی احراز هویت شده‌ها حکایت دارد. در فروردین امسال ۳۵۴ هزار و ۵۸۶ نفر در سامانه سجام ثبت‌نام کرده‌اند؛ درحالی که این میزان در فروردین ماه سال گذشته ۱۵۱ هزار و ۶۶۲ نفر بود. همچنین در فروردین سال گذشته ۱۲۵ هزار و ۸۸۴ نفر در سامانه سجام احراز هویت شده‌اند که این اعداد با رشدی بیش از ۵۷ درصدی به ۲۹۴ هزار و ۶۹۳ نفر در فروردین امسال رسیده است. در سال گذشته ۳ میلیون و ۵۱۶ هزار و ۹۷۳ ثبت نام از سوی سرمایه‌گذاران حاضر در بازار سرمایه در سامانه «سجام» توسط سمات صورت گرفته که در مقایسه با سال ۱۴۰۰ که یک میلیون و ۶۴۴ هزار و ۶۵۵ ثبت نام صورت گرفته بود، رشد ۱۱۰ درصدی داشت. همچنین تعداد احراز هویت‌ها نیز در سال ۱۴۰۱ با عبور از ۲ میلیون و ۶۵۰ هزار سهامدار، به ۲ میلیون و ۶۵۲ هزار و ۳۱۹ مورد رسیده است.

تعداد نفرات ثبت نام شده در سامانه سجام در سال ۱۴۰۱ به تفکیک هر استان حاکی از آن است که پنج استان تهران با ۶۱۶ هزار و ۱۳۷ مورد، خوزستان با ۲۱۳ هزار و ۳۲۹ مورد، اصفهان با ۱۸۷ هزار و ۳۱۲ مورد، خراسان رضوی با ۱۸۶ هزار و ۲۴۱ مورد و آذربایجان شرقی با ۱۸۲ هزار و ۱۸۶ مورد در صدر بیشترین ثبت نام شدگان در کل ایران قرار دارند. از سوی دیگر براساس آمارها در دوره زمانی فوق، پنج استان سمنان با ۲۲ هزار و ۵۷۸، یزد با ۲۳ هزار و ۳۳۲، بوشهر با ۲۷ هزار و ۴۹۲، چهارمحال و بختیاری با ۲۹ هزار و ۶۲۲ و ایلام با ۳۳ هزار و ۱۳۱ مورد در انتهای لیست کمترین ثبت نام شدگان در سامانه سجام در بین سایر استان‌ها جای دارند.

آگهی فقدان سند مالکیت

آقای نعیم ناصری اصفهانی طبق سند وکالت شماره ۶۹۲۹۷ مورخ ۱۴۰۲/۰۱/۰۶ دفتر اسناد رسمی شماره ۳۲ اصفهان از طرف آقای محمد ناصری اصفهانی با ارائه دو برگ استشهادیه که در دفتر اسناد رسمی شماره ۳۲ اصفهان تصدیق شده است اعلام داشته به ترتیب مقدار ۱۸۷۵ سهم مشاع از ۲۵۱۴۸۵ سهم ششدانگ یک قطعه زمین خشکه زاری پلاک ثبتی ۲۰۴ فرعی ۱۴ اصلی بخش ۱۰ ثبت نور دفتر الکترونیک ۱۴۰۱۲۰۳۱۰۰۰۶۰۰۶۴۱۳ سند بشماره سریال ۷۸۳۱۹۰ به نام آقای محمد ناصری اصفهانی ثبت و صادر گردیده بود به علت اسباب کشی اسناد مفقود شده لذا درخواست صدور سند المثنی نموده است. در اجرای ماده ۱۲۰ آیین نامه اصلاحی قانون ثبت و تبصره های ذیل آن مراتب در یک نوبت آگهی می گردد چنانچه اشخاصی مدعی انجام معامله یا وجود اصل سند مالکیت مذکور نزد خود می باشند ظرف مدت ده روز از تاریخ انتشار این آگهی می بایست اعتراض خود را به پیوست اصل سند مالکیت یا سند معامله به اداره ثبت محل ارائه و رسید آن را دریافت نمایند. بدیهی است چنانچه پس از اتمام مدت مقرر اعتراض ارائه نگردد و یا در صورت اعتراض اصل سند مالکیت و یا سند معامله ارائه نگردد این اداره مطابق مقررات اقدام به صدور سند مالکیت المثنی خواهد نمود.

علی سعادتی- سرپرست اداره ثبت اسناد و املاک نور

تاریخ انتشار ۱۴۰۲/۰۲/۰۹

شناسه آگهی ۱۴۸۶۷۵۸

۹۴

نظرات مشتریان به چه دردی می‌خورد؟ همراه با راهنمای گردآوری بازخورد خریداران

نویسنده: علی آل‌علی

هنگامی که یک اســـتارت‌آپ تازه وارد بازار می‌شـــود، هر کسی نظر خاص خودش را درباره آن خواهد داشت. مثلا یک استارت‌آپ صفر کیلومتر در حوزه تولید گوشی هوشمند شـــاید حتی توجه مدیران اپل را جلب نکند، اما برای توســـعه دهندگان محلی یک خطر بالقوه خواهد بود. از سوی دیگر، مشتریان هم نظرات مختلفی درباره یک برند تازه وارد دارند. البته در این میان نظرات مشتریان اهمیت بیشتری برای کارآفرینان دارد؛ چراکه موفقیت یا شکست هر استارت‌آپ به دست مشتریان رقم می‌خورد!

آگاهی از نظرات مشتریان دقیقا مثل کار مدیر هتلی است که برای افزایش رزرو اتاق‌ها در به در دنبال دریافت نظرات مسافران است. اینطوری نقاط ضعف و قوت مجموعه شناسایی شده و کار برای ارتقای کیفیت راحت‌تر خواهد شد. البته همه این توضیحات روی کاغذ زیباست. وقتی نوبت به عمل برسد، اولین چالش نحوه گردآوری نظرات یا همان بازخورد مشـــتریان است. ماجرا سخت شد، نه؟ ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم حتی سخت‌ترین کارها هم با یک راهنمای دقیق طوری ســـاده می‌شـــود که نگو و نپرس. به همین خاطر در این مقاله دنبال تکنیک‌های بی‌دردسر برای گردآوری نظرات مشتریان درباره برندها هستیم. البته قبل از آن باید ماجرا را کمی دقیق‌تر زیر ذره بین ببریم. ما اول از همه کارمان را با این سوال شروع می‌کنیم: چرا بازخوردهای مشتریان مهم است؟

چرا بازخورد مشتریان مهم است؟

جواب به این ســـوال که چرا بازخورد یا نظرات مشتریان مهم است، کمی عجیب به نظر می‌رســـد. خب این کار مثل آن است که بگوییم چرا آب برای بدن ضروری است. نکته جالب ماجرا وقتی شروع می‌شود که آدم کمی درباره این سوال فکر کند. بی‌شک اغلب کارآفرینان جواب‌های دم دستی برای چنین شـــرایطی دارند اما هیچ‌کدام چنگی به دل نمی‌زند. به همین خاطر ما در این بخش کارمان را با بررسی این سوال شروع می‌کنیم.

اجازه دهید کمی از نظر زمانی به عقب برگردیم؛ دوران غرب وحشـــی که همه دنبال کشف طلا بودند. در آن زمان هر کسی که یک نقشه دقیق داشت، به راحتی می‌توانســـت راهش را پیدا کرده و دست کم در آرزوی طلا جانش را از دســـت نمی‌داد. ماجرای برندها در بازار هم تقریبا به همین شکل است. اگر شـــما نظرات مشتریان را کنار خودتان داشته باشید، حتی در تاریک‌ترین شـــب‌های کارآفرینی هم راه‌تان را پیدا می‌کنید. خب مگر مشـــتریان به غیر یک برند دوســـت داشتنی که همیشه مطابق میل‌شان رفتار کند، چه انتظار دیگری دارند؟

فکر می‌کنم توضیح بالا برای درک اهمیت نظرات مشـــتریان کافی باشد. نکته‌ای که در این رابطه باید آویزه گوش‌تان کنید، تفاوت دیدگاه کارآفرینان با مشتریان است. معمولا مشتریان آنقدر با برندهای مختلف سر و کار داشته‌اند کـــه در یک نگاه ایرادات کار شـــما را پیدا کنند. به همیـــن خاطر حتی اگر شـــش دانگ حواس‌تان را هم جمع کنید، باز هم به نظرات مشتریان احتیاج پیدا می‌کنید. نکته‌ای که اینجا باید مد نظر داشـــت، اهمیت تعامل نزدیک با مشتریان است. اینطوری دیگر مو لای درز کارتان نمی‌رود؛ چراکه هم از نظر کارآفرینی و هم از دیدگاه مشتریان محصولات‌تان بی‌نظیر خواهند بود.

گردآوری نظرات مشتریان: تکنیک‌هایی عملی

کارآفرینان در بعضی از کارها همیشـــه ســـاز خودشان را می‌زنند. انگار که گوش دادن به حرف کسی که سال‌ها در این حوزه مو سفید کرده، بزرگ‌ترین اشـــتباه دنیاست. اگر از مخاطب‌های پر و پاقرص روزنامه فرصت امروز باشید، خیلـــی خوب می‌دانید ما اصلا میانه خوبی با چنیـــن دیدگاه‌هایی نداریم. به همین خاطر هم در این بخش یک راســـت رفته‌ایم ســـراغ تکنیک‌هایی که امتحان‌شان را پس داده‌اند. پس با ما همراه باشید تا یک بار برای همیشه رمز و راز گردآوری نظرات مشتریان را با هم آشکار کنیم.

نظرسنجی‌های رضایت مشتری: راهکاری سنتی در قالبی دیجیتال

این روزها نظرســـنجی‌ها دیگر مثل زمان ماقبـــل اینترنت زمانبر یا حتی پیچیده نیستند. کافی است از ابزارهایی مثل سِروی مانکی (Survey Monkey) اســـتفاده کنید تا دیگر مو لای درز کارتان نرود. به علاوه، مشتریان هم انگیزه بیشـــتری برای مشارکت در نظرســـنجی‌های آنلاین دارند. این امر در طول ســـال‌های اخیر کارآفرینان را با منبع اطلاعاتی بی‌نهایت غنی رو به رو ساخته است.

یادتان باشد کاربران حوصله سوال و جواب‌های طولانی را ندارند. به همین خاطر باید کارتان را در خلاصه‌ترین شکل ممکن جلو ببرید. وگرنه هر لحظه ممکن اســـت کاربران قید پرسشـــنامه را زده یا حتی جواب‌های الکی به آن بدهند. آن وقت تمام زحمات‌تان نقش بر آب می‌شود!

ما در روزنامه فرصت امروز برای طراحی یک نظرســـنجی اســـتاندارد چند توصیه ساده داریم:

فقط سوالاتی را طرح کنید که جواب‌شان واقعا به دردتان می‌خورد.

سوالاتی که باز باشند معمولا نظرات واقعی مشتریان را بهتر نشان می‌دهند.

اســـتفاده از مقیاس‌های رتبه‌بندی (مثلا از ۱ تا ۱۰) شیوه‌ای مناسب برای ارزیابی نظر مشتریان محسوب می‌شود.

استفاده از سوالات تکراری یا کلیشه‌ای تاثیر بی‌نهایت منفی بر روی مخاطب هدف خواهد داشت. پس سعی کنید سوالات‌تان اصلا تکراری نباشد.

ایمیل و فرم‌های مشتریان: تکنیکی برای مشتریان دیجیتال

این روزها اغلب مردم رابطه خوبی با ســـرویس‌های ایمیل دارند. به طوری که روزشان را با چک کردن ایمیل شروع می‌کنند و شب هم با مرور صندوق دریافت خواب‌شـــان می‌برد. در این میـــان برندها علاوه بر کمپین‌های عادی امکان گردآوری نظرات مشـــتریان را نیز دارند. برای این کار کافی اســـت اول از همه یک یا دو تا ســـوال معمولی طراحی کنید. مثلا اینکه «نظرتان درباره جدیدترین محصول برند چیســـت؟» ایده خوبی خواهد بود. چنین سوالی به خاطر اینکه جوابی طولانی دارد، معمولا در قالب نظرســـنجی جذابیت زیادی نخواهد داشت. به همین خاطر بهتر است آن را در قالبی متفاوت دنبال کنید.

یادتان باشـــد، ایمیل‌های ســـازمانی بیانگر هویت برند شماست. پس دور ایمیل‌های عادی را خط بکشید. اشتباهی که خیلی از بازاریاب‌ها در این مرحله انجام می‌دهند، امیدواری به ایمیل‌های عادی است. شما را نمی‌دانم، ولی من که وقتی یک ایمیل عادی دریافت می‌کنم، اول از همه ذهنم ســـراغ دوستان یا اعضای خانواده می‌رود. به همین خاطر ضروری اســـت که کارتان را به طور حرفه‌ای و استاندارد دنبال کنید. وگرنه کسی شما را جدی نخواهد گرفت.

فرم‌های مشـــتریان معمولا به هنگام فروش محصولات یا مدتی بعد برای خریداران ارســـال می‌شود. این فرم‌ها تجربه مشـــتریان از لحظه اول آشنایی بـــا برند تا مراحل بعد از خرید را مرور می‌کند. نکته جالب اینکه بســـیاری از مشتریان نظر واقعی‌شـــان را در این فرم‌ها بیان می‌کنند. پس اگر دنبال یک ارزیابی دقیق و بی‌پرده از اوضاع برندتان هســـتید، هیچ جوره نباید این بخش را از دســـت دهید؛ چراکه اطلاعات بی‌نهایت جذاب و روراستی درباره اوضاع برندتان تحویل خواهد داد.

متاسفانه خیلی از بازاریاب‌ها فکر می‌کنند جواب‌های صادقانه مشتریان نظم کاری‌شان را به هم می‌زند. درست به همین خاطر ترس زیادی برای استفاده از فرم‌های مشتریان دارند. اگر از ما می‌شنوید، اینکه اوضاع برندتان با نظرات واقعی مشتریان همین الان به هم بریزد، خیلی بهتر از مواجهه با شکست‌های عجیب و غریب در سال‌های بعد است. پس تعارف را کنار گذاشته و اوضاع را بدون رودربایستی مدیریت کنید.

تست‌های قابلیت استفاده (Usability Tests): دریافت نظرات مشتریان با چاشنی جایزه

گاهی اوقات کســـب و کارها هر چقدر هم که دنبـــال بازخوردهای واقعی مشتریان می‌روند، دست آخر نکاتی بی‌سر و ته نصیب‌شان می‌شود. انگار که مشـــتریان در برابر تمایل کارآفرینان به دریافت نظرشـــان مقاومت عجیب و غریبی دارند. اگر شما هم بارها و بارها با چنین تجربه‌ای رو به رو شده‌اید، لازم نیســـت خیلی ناامیدانه به ماجرا نگاه کنید؛ چراکه تست‌های قابلیت استفاده همیشه در دسترس هستند.

در این شـــیوه شـــما به کاربران وعده یک جایزه کوچـــک در قبال ارزیابی کیفیت یک محصول یا ســـرویس را می‌دهید. مثلا گوگل را در نظر بگیرید؛ این برند در ازای ارزیابی کاربران از اپ‌ها و سرویس‌های مختلفش امتیاز ویژه در گوگل پلی به کاربران می‌دهد. اگر از دوستداران دنیای گیم باشید، خیلی خوب ارزش این امتیازها را درک می‌کنید. به علاوه از این امتیازات برای خرید اپ‌های پولی نیز استفاده می‌شود.

یادتان باشد، تست‌های قابلیت استفاده باید با یک استراتژی درست طراحی شوند. اولین گام در این میان انتخاب مشتریانی است که واقعا وقت و تخصص لازم برای ارزیابی محصولات را دارند. وگرنه کارتان هنوز شروع نشده با شکست رو به رو خواهد شـــد. در مرحله بعد باید مطمئن شـــوید جایزه شما اهمیت ویژه‌ای برای شـــرکت‌کنندگان دارد. این امر دریافت نظرات واقعی از ســـوی کاربران را توجیه می‌کند. در نهایت هم وقتی نظرات مشـــتریان را گردآوری کردید، باید همیشه ۱۰ درصد احتمال خطا مدنظرتان باشد؛ چراکه حتی در بهترین شرایط هم گاهی اوقات مشتریان نظرات واقعی‌شان را بیان نمی‌کنند.

مصاحبه اکتشافی با مشتریان: عمیق‌ترین الگوی دریافت نظرات

آیا تا حالا آرزو کرده‌اید که ای کاش برندهای محبوب‌تان به جای ســـوالات خشـــک و خالی یکبار هم که شده پای حرف‌تان می‌نشستند؟ منظور ما یک گفت‌وگوی ســـاده با چاشـــنی درد و دل‌هایی است که معمولا کسی به زبان نمی‌آورد. این ایده چند ســـالی هســـت در قالب «مصاحبه اکتشـــافی» مورد توجه کارآفرینان قرار گرفته است. در چنین مصاحبه‌هایی به جای اینکه پای سوالات مختلف وسط باشد، یک گفت‌وگوی دوستانه جریان دارد. درست به همین خاطر هم مشـــتریان معمولا حرف دل‌شان را در این شرایط می‌زنند. ماجرا تازه جالب شد، نه؟

معمولا در گفت‌وگوهای دوســـتانه آدم‌ها تمایل بیشتری برای بیان حرف دل‌شـــان دارند. انگار که در محیط کاری یا گفت‌وگوهایی که حالت امتحان دارد، همیشه یک چیزی جلوی آدم را می‌گیرد. این دقیقا همان نکته کلیدی اســـت که در مصاحبه‌های اکتشـــافی مورد توجه قرار می‌گیرد. در این مدل از مصاحبه‌ها تلاش اصلی بر روی شـــنیدن حرف طرف مقابل است. به زبان خودمانی، در مصاحبه‌های اکتشافی به جای اینکه شما گوینده اصلی باشید، مشـــتریان هستند که درد و دل‌شان را بیان می‌کنند. این امر کمک بیشتری به کارآفرینان برای پیدا کردن نکات کلیدی و کشف نیاز مشتریان می‌کند.

یاتان باشد، اینجا صحبت از طراحی سوالات مختلف نیست. در عوض باید گفت‌وگویی باز و کاملا دوســـتانه را سازماندهی کنید. این امر نه تنها به شما برای اثرگذاری بهتر بر روی مخاطب هدف کمک می‌کند، بلکه اطلاعاتی را در اختیارتان می‌گذارد که قبل از آن حتی روح‌تان از آنها خبر نداشت.

مهمترین ویژگی برای گفت‌وگوهای اکتشافی توانایی افراد برای گوش دادن به طرف مقابل است. خیلی از کارآفرینان این مهارت کلیدی را به طور درست و درمان ندارند. به طوری که بعد از چند جمله حوصله‌شان سر رفته و شروع به ســـوال و جواب‌های کلاســـیک می‌کنند. توصیه ما در این بخش برگزاری امتحانی این مدل گفت‌وگوها با مشارکت کارمندان است. اینطوری با دست پر سراغ مشتریان اصلی خواهید رفت.

شبکه‌های اجتماعی: بهترین محل برای تعامل با مشتریان جهانی

شـــیوه‌های کلاســـیک در نظرخواهی از مشـــتریان معمولا از نظر مکانی محدودیت بســـیار زیـــادی دارد. به همین خاطر خیلـــی از کارآفرینان برای اثرگذاری بهتر ســـراغ شـــیوه‌های دیجیتال رفته‌اند. در این میان شبکه‌های اجتماعی نقش مهمی در کشـــف نیت اصلی مشـــتریان دارد. همانطور که در بخش قبل گفتیم، گفت‌وگوی اکتشـــافی نیت اصلی مشـــتریان را مشخص می‌کند. با این حال در برخـــی از موارد قرار گرفتن رو به روی یک کارآفرین برای افراد عادی خوشایند نیســـت. به همین خاطر آنها ترجیح می‌دهند در چنین شرایطی قرار نگیرند.

شـــبکه‌های اجتماعی به خاطر محیط بازی که دارند، معمولا کاربران را به بیان حرف دل‌شـــان ترغیب می‌کنند. به طوری که بعد از مدت کوتاهی تمام کاربران حرف دل‌شان را در این محیط بیان کرده و دیگر نگرانی بابت حضور همیشگی یک کارآفرین بالای سرشان ندارند. این درست همان فرصتی است که شما برای ارزیابی نظرات مشتریان باید نهایت استفاده را از آن ببرید.

نکته‌ای که مـــا در این بخش قصد تاکید بر روی آن را داریم، اســـتفاده از هشـــتگ‌ها در شبکه‌های اجتماعی است. این امر به شما فرصت بسیار خوبی برای مرور نظرات مشـــتریان می‌دهد. به طوری که در بسیاری از مواقع با یک جست‌وجوی ساده در بین هشتگ‌ها بســـیاری از مشکلات‌تان حل می‌شود. هرچه باشـــد این روزها تمام کاربران برای انتشار محتوا یا حتی یک کامنت ساده هشتگ‌ها را فراموش نمی‌کنند.

اســـتفاده از ابزارهای مختلف برای ارزیابی وضعیت هشتگ‌ها نکته‌ای است که خیلی از کارآفرینان آن را پشـــت گـــوش می‌اندازند. ابزارهایی مثل گوگل آنالیتیکـــس (Google Analytics) یا هاب اســـپات (HubSpot) نقش مهمی در کســـب اطلاعات دقیق درباره وضعیت استفاده از هشتگ‌ها دارند. به طوری که شـــما بـــا چند کلیک امکان یافتن محبوب‌ترین هشـــتگ‌ها در حوزه کاری‌تان را خواهید داشت. بعد هم کافی است مروری بر روی محتوای تولیدشده با هشتگ‌های مورد نظر داشته باشید تا حساب کار دست‌تان بیاید.

بازخوردهای سایت: آخرین راه برای شنیدن صدای مشتریان

آیا برندی را ســـراغ دارید که سایت رسمی نداشته باشد؟ چنین برندهایی معمولا انگشـــت شمار هستند. به طوری که گاهی وقت‌ها مشاهده برندی که سایت ندارد، آدم را حیرت‌زده می‌کند. اگر شما به اندازه کافی کسب و کارتان را دیجیتالی کرده باشید، احتمالا علاوه بر سایت در شبکه‌های اجتماعی هم خوش می‌درخشـــید. در این صورت کافی است هرچند وقت یکبار نگاهی به وضعیت سایت‌تان داشته باشید. معمولا مشتریان در قالب کامنت یا در بخش انجمن مشـــتریان نظرات‌شـــان درباره محصولات یا خدمات شرکت را بیان می‌کنند. این یعنی شما بدون هیچ زحمتی امکان دسترسی به منبعی معتبر از نظرات مشتریان را خواهید داشت.

بی‌شـــک تعامل با مشتریان کار ساده‌ای نیست. با این حال برخی از برندها این فرآیند را به طور ســـاده‌ای پیش می‌برند. اســـتفاده از سایت برای ارزیابی نظرات مشـــتریان یکی از آن راهکارهای ساده و در عین حال تاثیرگذار است. یادتان باشد، همیشه چالش‌های دنیای کسب و کار جواب‌های پیچیده ندارند. پس به جای اینکه دنبال پاسخ‌های عجیب و غریب باشید، بهتر است کارتان را ساده جلو ببرید.

سخن پایانی

گوش دادن به حرف مشتریان یا دریافت بازخودشان کاری نیست که برای همه جذاب باشـــد. خب اگر کسی را سراغ دارید که داوطلبانه پای حرف‌های طولانی بقیه می‌نشیند، ما را هم بی‌خبر نگذارید.

هدف ما در این مقاله مرور برخی از تکنیک‌های ســـاده اما تاثیرگذار برای گردآوری نظرات و بازخوردهای مشـــتریان بود. اگر شـــما هم به دنبال فهم نظرات واقعی مشـــتریان هســـتید، نکات مورد بحث در این مقاله درس‌های زیادی برای‌تان دارد.

من و همکارانـــم در روزنامه فرصت امروز امیدواریـــم نکات مورد بحث در این مقاله به شما کمکی هرچند کوچک برای آشنایی با روش‌های گردآوری نظرات مشـــتریان کرده باشد. مثل همیشه اگر سوال یا ابهامی درباره موضوع بحث داشتید، کارشناس‌های ما در روزنامه فرصت امروز همیشه آماده کمک به شما هستند.

منابع:

https://www.helpscout.com/blog/customer-feedback/
https://www.pendo.io/glossary/customer-feedback/#:~:text=Customer%20feedback%20is%20information%20provided,there%20is%20room%20for%20improvement.

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

برابر رای شماره ۱۴۰۱/۱/۱۳/۱۴۰۱۶۰۳۰۱۰۵۹۰۰۱۳۲۸ تاریخ ۱۴۰۱/۱۱/۶ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی اسلامشهر تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای مجید تیموریان پیرافوم فرزند کمال به شماره ش ش ۸۳۶۴ صادراز تهران با کدملی ۰۰۷۷۴۷۴۵۷۰ با پلاک ثبتی جدید ۳۲۷۸ فرعی از ۸ اصلی مفروز ومجزی شده از ۷۳ فرعی از ۸ اصلی درششدانگ یک باب ساختمان مسکونی به مساحت ۹۰متری مذکور واقع در قریه قاسم آباد خشکه بخش ۱۲ تهران خریداری ازمالکیت رسمی عاصفر پور دستمال چی محرز گردیده است . لذا به منظور اطلاع از عموم مراتب دردونوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود درصورتی که اشخاص نسبت به صدورسند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت ۲ماه اعتراض خود را به اداره ثبت اسناد واملاک اسلامشهر تسلیم نموده و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم دادخواست را به اداره ثبت محل تحویل نمایند. بدیهی است درصورت انقضا مدت مذکور وعدم وصول اعتراض وبا عدم گواهی تقدیم دادخواست طبق مقررات سند مالکیت متقاضی صادر خواهد شد .

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۲/۲/۹
تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۱/۲/۲۴

سجاد ایزدی – سرپرست واحد ثبتی حوزه ثبت ملک اسلامشهر

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

برابر رای شماره ۱۴۰۱/۱۱/۹/۱۴۰۱۶۰۳۰۱۰۵۹۰۰۱۴۶۴/۱۴۰۱/۳۲ مورخ ۱۴۰۱/۱۱/۹هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی اسلامشهر تصرفات مالکانه بلا معارض متقاضی خانم ملوک احسانی پور فرزند دخیل عباس شماره شناسنامه ۱۵۲ صادره از اسلامشهر به شماره ملی ۵۵۶۹۸۱۴۲۸۰ نسبت به شش دانگ یک یکباب ساختمان مسکونی به مساحت ۳۱۴/۹۰متر مربع به پلاک ۲۸۶۳۲ فرعی از ۵۲ اصلی مفروز و مجزی شده از قسمتی از پلاک ۱۵۳ فرعی از ۵۲ اصلی مرقوم واقع در قریه سالور بخش ۱۲ تهران خریداری از مالکیت رسمی بانو جهان ارا محتشم پور محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی میشود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند میتوانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت ۲ ماه اعتراض خود را به اداره ثبت اسناد و املاک اسلامشهر تسلیم نموده و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض ، دادخواست خود را به مراجع قضائی تقدیم و گواهی تقدیم دادخواست را به اداره ثبت محل تحویل نمایند. بدیهی است در صورت انقضاء مدت مذکور و عدم وصول اعتراض و یا عدم گواهی تقدیم دادخواست طبق مقررات سندمالکیت متقاضی صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۲/۲/۹
تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۱/۲/۲۴

سجاد ایزدی – سرپرست واحد ثبتی حوزه ثبت ملک اسلامشهر

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

برابر کلاسه پرونده شماره ۱۴۰۱۱۴۴۱۰۰۱۸۰۰۰۵۱۶ و رای شماره ۱۴۰۱۶۰۳۱۰۰۱۸۰۱۳۶۲۱ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک عباس آباد تصرفات مالکانه بلامعارض آقای سلواش نورهاشمی به شماره شناسنامه ۰۴۴۲۷۲۳۲۷۱ و کد ملی ۰۴۴۲۷۲۳۲۷۱ صادره از تهران فرزند علی با ولایت قهری آقای علی نور هاشمی در ششدانگ عرصه و اعیان یک قطعه زمین مشتمل بر ساختمان (کاربری مسکونی)به مساحت ۳۱۲/۲۰ مترمربع قسمتی از پلاک ۳۷۲ اصلی واقع در قریه تیلورسر بخش ۲ حوزه ثبت عباس آباد دارای مبایعه‌نامه عادی خریداری از فرخ نور هاشمی ثبت می‌باشد. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می‌شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می‌توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض و دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۲/۰۱/۰۹
تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۲/۰۲/۲۳

آزاد شعبانی – کفیل ثبت اسناد واملاک عباس آباد
شناسه آگهی : ۱۴۸۶۹۹۲

آگهی دعوت مجمع عمومی :

عادی
تاریخ انتشار: ۱۴۰۲/۰۲/۰۹
بدینوسیله از کلیه اعضاء محترم شرکت تعاونی کشاورزی و تامین کننده نیاز مرغداران صداقت تاکستان دعوت به عمل میاید تا در مجمع عمومی عادی نوبت اول که در روز سه شنبه مورخه ۱۴۰۲/۰۲/۱۶ رأس ساعت ۱۲:۰۰ در محل دفتر شرکت تعاونی به نشانی : استان قزوین، شهرستان تاکستان، بخش مرکزی ، شهر تاکستان محله خیابان امام خمینی، خیابان امام خمینی، کوچه رسالت بیست و هشتم، پلاک ۹ ، ساختمان دانه تاک طبقه همکف :کدپستی ۳۴۸۱۹۴۲۷۷۱ تشکیل می گردد با در دست داشتن برگه سهام یا دفترچه
عضویت حضور بهم رسانند.
ضمنا طبق ماده ۱۹ آئین نامه نحوه تشکیل مجامع عمومی مصوب ۹/۲/۱۳۸۷ هر یک از اعضاء تعاونی می نماینده تام الاختیاری از میان اعضاء تعاونی و یا خارج از آنان برای حضور در مجمع و اعمال رأی تعیین نمایند. تعداد آرای وکالتی هر عضو حداکثر ۳ رأی و هر شخص غیر عضو یک رأی خواهد بود. ضمناً وکالتنامه‌های عادی می بایست با حضور وکیل و موکل یک روز بعد از انتشار آگهی مذکور تا یک روز قبل از تشکیل مجمع به غیر از ایام تعطیل در محل دفتر شرکت به نشانی استان قزوین، شهرستان تاکستان ، بخش مرکزی شهر تاکستان محله خیابان امام خمینی، خیابان امام خمینی ، کوچه رسالت بیست و هشتم ، پلاک ۹ ساختمان دانه تاک طبقه همکف کدپستی: ۳۴۸۱۹۴۲۷۷۱ تنظیم و توسط هیات مدیره بازرس یا بازرسان تأیید شود و مجوز ورود به مجمع صادر گردد در غیر این صورت وکالتنامه رسمی حضور در مجمع بررسی و میبایست به تأیید یکی از دفترخانه‌های اسناد رسمی رسیده باشد. همچنین کسانی که داوطلب تصدی سمت هیات مدیره یا بازرسی تعاونی هستند حداکثر یک هفته پس از انتشار آگهی فرصت دارند با مراجعه به دفتر تعاونی به نشانی فوق الذکر نسبت به ارایه مدارک و تکمیل فرم پذیرش کاندیداتوری اقدام نمایند. دستور جلسه
۱ گزارش هیئت مدیره و بازرس یا بازرسان
۲ - انتخاب اعضاء اصلی و علی البدل هیات مدیره برای مدت ۳ سال -۳ انتخاب بازرس یا بازرسان اصلی و علی البدل برای مدت ۱ سال ۴ طرح و تصویب صورت مالی سال های ۱۴۰۰ و ۱۴۰۱

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آیین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی

برابر رای شماره ۱۴۰۱۶۰۳۱۰۰۱۰۰۱۷۲۳۹ مورخ ۱۴۰۱/۱۲/۲۰ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک بهشهر تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای علی جانعلیان رستمی فرزند جانعلی نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۳۳۲/۴۸ متر مربع قسمتی از پلاک ۳۹ – اصلی به شماره کلاسه ۱۴۰۱/۸۳۶ واقع در اراضی رستمکلا بخش ۱۸ ثبت بهشهر خریداری از مالک رسمی محرز گردیده است لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۴ آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضاء مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۰۱/۲۶
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۰۲/۰۹

شناسه آگهی ۱۴۷۸۱۱۶
رئیس اداره ثبت اسناد و املاک بهشهر - فرهاد آقابابائی
۳۸

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

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

برابر رای شماره ۱۲۰۰۳۷۱۴ مورخ ۱۴۰۱/۱۱/۲۰ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک نکا تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای یعقوبعلی لطف آبادی به شماره ملی ۲۱۸۰۶۲۴۴۵۰۶ فرزند بابا علی در ششدانگ عرصه و اعیان یک باب خانه به مساحت ۱۶۷/۰۲ متر مربع پلاک ۵۷ – اصلی واقع در مازندران بخش ۱۸ ثبت نکا به کلاسه ۳۸۲/۱۴۰۰ خریداری شده از آقای سعید شفیعی آستانی محرز گردیده لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود تا در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ اعتراض دادخواست اعتراض بر ثبت خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضاء مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۰۱/۲۶
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۰۲/۰۹

شناسه آگهی ۱۴۷۸۷۰۲
رئیس اداره ثبت اسناد و املاک شهرستان نکا - امیر خندان رباطی
۳۹

آگهی قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی حوزه ثبتی نوشهر

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 هیات 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
املاک متقاضیان واقع در قریه هلستان پلاک ۶اصلی بخش ۱ قشلاقی
۲۰۵۹ فرعی آقا / خانم سیده فاطمه موسوی کجوری فرزند سیدعلی نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی (کاربری مسکونی) به مساحت ۱۷۶/۴۳ متر مربع قسمتی از پلاک ۳۸ فرعی خریداری بدون واسطه/ با واسطه از سیدعلی موسوی کجوری و سیددانیال موسوی کجوری و افسر شایگان
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 محلی/ کثیرالانتشار در شهرها منتشر و در روستاها علاوه بر انتشار آگهی 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 اعتراض 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 متضرر به دادگاه نیست. بدیهی است برابر ماده ۱۳ آیین نامه مذکور در مورد قسمتی 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.
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۰۲/۰۹ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۰۲/۲۳

رئیس اداره ثبت اسناد و املاک نوشهر - صفر رضوانی
شناسه آگهی ۱۴۸۴۵۰۵
۸۶

آگهی قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی حوزه ثبتی نوشهر

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 هیات 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
املاک متقاضیان واقع در قریه کورکورسر پلاک ۴ اصلی بخش ۱ قشلاقی
۳۵۶۹ فرعی آقا /

طراحی دفتر کار با حس و حال خانه

نویسنده: علی آل‌علی

دفتر کار برای آدم‌ها عادی مثل هر جای دیگری در دنیاست. با این حال کارمندانی که دست کم روزی هشت ساعت در آنجا وقت می‌گذرانند، دیگر به چشم یک ساختمان معمولی به آن نگاه نمی‌کنند. چنین اتفاقی برای دونده‌هایی که همه عمرشان را در پیست دو و میدانی سپری می‌کنند نیز مصداق دارد. حالا اگر این مکان مهم به جای اینکه احساس آرامش در آدم ایجاد کند، تبدیل به محلی آزاردهنده شـود، کم کم دیگر انگیزه‌ای برای ادامـه کار باقی نمی‌ماند. احتمالا خیلی از قهرمان‌هایی که یکهو از عرصه ورزش کنار رفته‌اند نیز چنین تجربه‌هایی داشته‌اند، مگر نه؟

ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم دفتر کار باید برای همه احسـاس آرامش ایجاد کند. فقط در این صورت کارمندان با دل و جان کار خواهند کرد. قبول دارم اغلب مدیران دوسـت دارند محل کاری بی‌نهایت جذاب برای کارمندان‌شـان بسـازند اما در اغلب موارد چیزی به غیر از شکست نصیب‌شـان نمی‌شـود. انگار که ذهنیت مدیران با کارمندان از زمین تا آسمان فرق دارد!

ما در این مقاله قصد داریم به شما کمک کنیم تا دفتر کاری به راحتی خانـه طراحی کنید. اینطوری نه تنها کمتر خسـته خواهید شـد، بلکه کارمندان‌تان هم همیشـه عاشق حضور در دفتر کار خواهند بود. شما را نمی‌دانم، ولی من که از کار کردن در محیطی بی‌نهایت صنعتی و بی‌روح متنفرم. به طوری که هیچی نشده از در پشتی فرار می‌کنم تا بلکه کمتر عذاب روحی بکشم.

اگر شـما هم دوسـت دارید دفتر کاری بی‌نهایت جذاب و راحتی برای کارمندان‌تان طراحی کنید، این مقاله تکه گمشـده پازل‌تان است. ما در ادامه نکاتی کاربردی و صدالبته راحت برای طراحی یک دفتر کار شـبیه خانه را مرور خواهیم کرد. پس با ما همراه باشید تا یک سر و گردن از بقیه مدیرها حرفه‌ای‌تر شوید.

دفتر کار + خانه؛ چطور و چگونه انتخاب صندلی‌های راحتی

یک دفتر کار چه ویژگی‌هایی برای شما دارد؟ احتمالا المان‌هایی مثل کاغذ و کلاسـورهای بزرگ، کامپیوتـر و پروژکتورهای حرفه‌ای از جمله مواردی اسـت که یک دفتر کار را شـکل می‌دهد. در ایـن میان میز و صندلی‌ها نیز نقش مهمی در ایجاد حس و حال کاری دارد. احتمالا شما هم تجربه نشستن پشت میزهای اداری برای ساعت‌های طولانی را دارید. اینطور وقت‌ها آدم حس می‌کند با میخ‌هایی نامرئی به صندلی چسبیده و هیچ راه فراری هم ندارد.

توصیه ما در این بخش برای ایجاد اندکی حس و حال بهتر در دفتر کار اسـتفاده از صندلی‌های راحتی است. اشتباه نکنید، ما اصلا قصد نداریم صندلی‌های اداری را دور بریزیم. در عوض بد نیسـت یک گوشـه دنج از دفتر کار را شـبیه بخش پذیرایی خانه طراحی کنید. چنین طرح جالبی به کارمندان فرصت یک اسـتراحت کوتاه بر روی صندلی‌هایی بی‌نهایت راحت‌تر در مقایسه با نمونه‌های اداری را می‌دهد.

خیلی وقت‌ها دفترهای کار حتی یک آشـپزخانه نقلی هم ندارند. این یعنی کارمندان حتی ناهـار و چای را نیز باید روی همان میزهای اداری میـل کنند. قبول دارم این نکته کمی عجیب به نظر می‌رسـد اما نقش مهمی در تقویت روحیه کارمندان دارد.

برخی از مدیران همیشـه نگراننـد که دفتر کار بیـش از اندازه برای کارمندان راحت شـود. انگار که راحتی بیشـتر به معنای کاهش کیفیت کاری کارمنـدان خواهد بود. به طوری که گاهـی اوقات مدیران از قصد برخـی از المان‌های اعصاب خُردکن را به محل کار اضافه می‌کنند. ما در روزنامه فرصت امروز اصلا چنین متدهایی را قبول نداریم. پس بهتر است همین اول کار هر ایده‌ای در این رابطه را دور بریزید.

هر میز یک چراغ مطالعه

معمارهـای حرفه‌ای طوری خانه و دفترهـای کار را طراحی می‌کنند که بیشـترین نور طبیعی را در اختیار افراد قرار دهد. البته این امر برای دفترهای کاری کافی نیسـت؛ چراکه حتی در فضایی سرشـار از نور نیز گاهی از برخی زوایا سـایه‌های سنگین سر و کله‌اش پیدا می‌شود. قبول دارم هزینـه تامین انرژی برای نورپردازی کامـلا حرفه‌ای بی‌نهایت زیاد است، اما شما قرار نیست یک اسـتودیوی مجهز عکاسی در دفترتان راه بیندازید. در عوض ایده ما خیلی سـاده‌تر از این حرف‌هاست. کافی است یکبار هم که شـده به خرید چراغ مطالعه برای هر میز کاری فکر کنید. ماجرا جالب شد، نه؟

اغلـب ما در خانه و روی میز مطالعه‌مـان یک چراغ کوچک داریم. نور این چراغ شـاید خیلی زیاد نباشد، اما وقتی روی صفحه لپ تاپ یا برگه زوم شـود، همه چیز را روشن خواهد کرد. چنین امری نه تنها مطالعه را تبدیل به نوعی تفریح می‌کند، بلکه آرامش روانی بیشـتری نیز به همراه خواهد داشت.

خوشـبختانه این روزها کلـی چراغ مطالعه با مصـرف برق پایین دم دسـت من و شماسـت. اگر به این موارد چراغ‌هایی که با نور خورشـید شارژ می‌شوند را هم اضافه کنیم، آن وقت دیگر هیچ عذر و بهانه‌ای برای میزهای کاری بدون چراغ مطالعه باقی نمی‌ماند.

ما در روزنامه فرصت امروز همیشـه طرفدار راه حل‌های سـاده برای مشکلات بزرگ هسـتیم. به همین خاطر اینجا یک راست رفته‌ایم سراغ یکی از راحت‌ترین گزینه‌های ممکن. خرید یک چراغ مطالعه کاری نیست که از پس شما برنیاید. پس بهانه‌جویی را کنار گذاشته و سری به بازار یا حتی فروشـگاه‌های آنلاین بزنید. اینطوری حس و حال خوش خانه را به میز کار کارمندان خواهید آورد.

تزئینات دکور داخلی

ما در دنیایی زندگی می‌کنیم که معمارها هر روز یک ترند تازه برای‌مان رو می‌کنند. آسمان‌خراش‌هایی عظیم که اتفاقا نمای بیرونی خیره‌کننده‌ای هم دارند، روز به روز تعدادشـان بیشتر می‌شـود. در این میان خیلی از ساختمان‌ها علی رغم ظاهر بسـیار زیبا، از نظر طراحی داخلی جذابیت زیادی ندارند. به طوری که آدم بعد از یکی دو ساعت حضور در آن دلش می‌گیرد.

اگر دقت کرده باشید، خانه‌ها معمولا دکور داخلی بی‌نهایت جذابی دارند. در چنین شـرایطی خیلی از خانواده‌ها برای دلخوشـی خودشان هم که شده، هر سال با دکور داخلی خانه ور می‌روند. نتیجه کار هم اغلب اوقات بی‌نهایـت جذاب از آب درمی‌آید. خـب وقتی در خانه با چنین تکنیکی آرامش زیادی ایجاد می‌شود، چرا در دفترهای کار دکورهای جذاب پیاده نکنیم؟

کافی اسـت به جای پارکت‌های رایج در برخی از نقاط دفتر یک فرش زیبـا پهن کنید. به علاوه، کاغذدیواری‌هایی با رنگ آبی یا سـفید نقش مهمی در آرامش روانی کارمندان خواهد داشت. این نکته از نظر بسیاری از طراح‌های دکوراسیون داخلی برای دفترهای کاری ضروری است. متاسفانه ایـن روزها کمتر مدیری در گیر و دار زندگی روزمره به این نکته کلیدی توجه نشان می‌دهد.

مـا در اینجا قصد نداریم یک دوره کامـل دکور داخلی برای‌تان برگزار کنیم. در عوض همه نیت‌مان ترغیب شما برای کمی دستکاری در وضعیت فعلی دفترتان اسـت. همین که محیط کار از حالت کلیشـه‌ای و بی‌روح خارج شود، به اندازه کافی مناسب خواهد بود. ایده‌هایی مثل آویزان کردن یک قاب عکس زیبا به اندازه کافی جذاب هسـت که نظر هر کارمندی را جلب کند. اگر از ما می‌شنوید، عکس‌های دسته‌جمعی با اعضای شرکت همیشه ایده خوبی برای قاب‌های بزرگ خواهد بود. به طوری که آدم هر بار که به آن نگاه کند، روحش تازه شود.

انتخاب خوشبوکننده هوا

خانه‌های قدیمی همیشه با بوی غذاهایی که دهان آدم را آب می‌اندازد، پر شده بود. اگرچه در دنیای مدرن دیگر خبری از آن خانه‌های نوستالژیک نیست، اما هیچ دلیلی ندارد رنگ و لعاب قدیم را برای خودمان زنده نکنیم. ایده ما در این بخش به اندازه‌ای سـاده هسـت که در نگاه اول لبخندی خوشـایند روی لب‌تان ایجاد کند (به ویژه اگر میانه خوبی با ولخرجی در بازار نداشته باشید!). استفاده از خوشبوکننده هوا شاید به چشم نیاید اما نقش مهمی در عوض کردن حال و هوای آدم دارد.

ما اینجا قصد نداریم برای شـما ادای روانشناس‌ها را دربیاوریم، اما فکر می‌کنم قبول داشته باشـید که فعالیت در محیطی با بوی خوش خیلی لذت‌بخش‌تر از جاهای دیگر است. مثلا عطر گل بابونه را در نظر بگیرید؛ این عطر وقتی در هوا پراکنده شـود، ناخودآگاه حال آدم را خوب خواهد کرد. شـاید در شرایط فشار کاری این عطر نقش چندان زیادی در بهبود روحیه کارمندان نداشـته باشد، اما یک درصد هم که شده صبر یا انگیزه آنها را تقویت خواهد کرد. در مقایسه با هزینه‌ای که برای استفاده از چنین خوشبوکننده‌هایی پرداخت می‌شود، چنین تاثیری کاملا منطقی خواهد بود. پس منتظر چه هستید؟ همین حالا دست به کار شده و اوضاع‌تان در بازار را تغییر دهید. حتی اگر نتیجه دلخواه را هم نگیرید، بازهم چیز زیادی را از دست نخواهید داد.

یادتان باشـد، شما برای استفاده از خوشـبوکننده‌ها نباید از عطرهای بی‌نهایت تند اسـتفاده کنید. انتخاب عطرهای طبیعی همیشـه بهترین گزینه خواهد بود. هرچه باشد استفاده از عطر برندهای بزرگ هزینه زیادی روی دست‌تان می‌گذارد. به طوری که بعد از گذشت چند ماه دیگر چیزی ته حساب‌تان باقی نخواهد ماند!

هنر را دست‌کم نگیرید

وقتی در خانه حوصله هیچ چیـز را ندارید، چه تفریحی برای خودتان جفت و جور می‌کنید؟ بعضی‌ها در این شـرایط سـراغ یک فیلم خوب می‌روند، بعضی دیگر موسـیقی دلنشین و عده‌ای هم مجله‌ای مناسب را دسـت خواهند گرفت. این آثار هنری هر چقدر هم که عجیب باشـند، بازهم توانایی تقویت روحیه و تزریق آرامش به آدم‌ها را دارد. درسـت به همین خاطر خیلی از کارآفرینان در محل کار همیشـه یک هندزفری در گوش‌شان است و به موسیقی مورد علاقه‌شان گوش می‌دهند. حالا فرض کنید یک اسـتریوی باکیفیت در شرکت باشد که در میانه روز همه را به یک موسیقی آرام بخش دعوت کند. آن وقت دیگر خبری از خستگی در ساعت‌های کاری نخواهند ماند!

اگر شـما هم جزو آن دسـته از کسانی هسـتید که هنر را در موزه‌ها گالری‌ها دنبال می‌کنید، کم کـم باید ذهنیت‌تان را تغییر دهید؛ چراکه در دنیای مـدرن هیچ محدودیتی برای لذت بـردن از هنر وجود ندارد. در عوض شـما می‌توانید به راحتی هرچه تمام‌تر انـواع آثار هنری را دم دست‌تان داشته باشید.

قبـول دارم هنر کاربردهای بی‌نهایت متنوعی دارد، اما شـما به عنوان کارآفرین باید از آن براساس نیازتان سود ببرید. بهترین روش در این میان استفاده از آثار هنری برای ایجاد حسی بهتر در میان اعضای شرکت خواهد بود. اینطوری دیگر لازم نیست پول‌های کلان برای حضور روانشناس‌های صنعتی یا سازمانی در کنار برندتان بدهید.

تنوع با گل و گیاه‌های زیبا

تماشای منظره‌های طبیعی حتی سخت‌گیرترین آدم‌ها را هم خوشحال خواهـد کرد. به طـوری که در عرض چند دقیقه چیـزی از دغدغه‌ها و اسـترس‌های قبلی باقی نمی‌ماند. در این میان برخی از کارآفرینان برای خودشان روتین‌های مشـخصی طراحی می‌کنند. قدم‌زنی در پارک‌های اطراف دفتر کار نه تنها فعالیتی ورزشـی محسوب می‌شود، بلکه حسابی روحیه آدم را تقویت خواهد کرد. به طوری که در عرض چند هفته نه تنها روحیه، بلکه وضعیت بدنی‌تان هم از این رو به آن رو خواهد شد.

ما در اینجا قصد نداریم ایده‌ای مثل راه‌اندازی اردوهای دسـته‌جمعی تحویل‌تان دهیم. در عوض راه و رسم‌مان خیلی ساده‌تر از این حرف‌هاست. کافی است در محیط کار از چندتا گیاه مناسب نیز استفاده کنید. یادتان باشد، شـما قرار نیست یک باغچه مجهز برای خودتان طراحی کنید. در عـوض انتخاب گیاه‌هایی که نیاز به مراقبت یـا آب زیادی ندارند، گزینه بهتری خواهد بود.

ویژگی هر خانه‌ای در سراسـر دنیا گل و گیاه‌هایی اسـت که با سلیقه بسـیار عالی کنار هم قرار می‌گیرند. در چنین شرایطی آدم حس می‌کند در یکی از بهترین فضاهای دنیا سیر می‌کند؛ آن هم بدون اینکه نیازی به ولخرجی‌های کلان باشد.

ماموریت شما در این بخش بی‌نهایت ساده و سرراست است. کافی است چند تا گیاه مناسب را پیدا کرده و با سلیقه خودتان در بخش‌های مختلف دفتـر قرار دهید. آن وقت تماشـای آنها کلی از اسـترس و انرژی منفی کارمندان را دودِ هوا خواهد کرد؛ به همین سادگی.

شخصی‌سازی دفتر کار

دفتر کار آدم باید نشـانه‌ای از سـلیقه‌اش هم داشته باشد. اگر قرار بود هر خانه‌ای دقیقا شبیه به خانه دیگران باشد، دیگر تفاوت معنایی نداشت. این روزها خیلی از دفترهای کاری شبیه یکدیگر هستند. به همین خاطر کارمندان هیچ انگیزه‌ای برای فعالیت با تمام وجود ندارند. درست در چنین شرایط دشواری است که شخصی‌سازی به داد کارآفرینان می‌رسد.

ما اینجا انتظار زیادی از شـما نداریم. کافی است همانطور که خانه‌تان را با سـلیقه شخصی طراحی می‌کنید، در دفتر کار هم تغییراتی کوچک اعمال کنید. آن وقت دیگر مو لای درز کارتان نخواهد رفت. تا یادمان نرفته بگوییم، در این مسـیر کمک گرفتن از کارمندان هم ایده جذابی خواهد بود. هرچه باشـد آنها هم قرار است ساعت‌های طولانی در دفتر کار کنار شما قرار بگیرند!

باور کنید یا نه، خیلی از کارآفرینان در هیچ مرحله‌ای از کارشان به کارمندان توجه نمی‌کنند. انگار که کارمندان باید همیشه از ایده‌ها و نظرات آنها استقبال کنند. اگر شما هم چنین طرز فکری دارید، هیچ بعید نیست همین فردا تمام کارمندان دسـته‌جمعی استعفا دهند. هرچه باشد هر کسی دوست دارد در شرکتی کار کند که نظرش مهم تلقی شود، مگر نه؟

سخن پایانی

دفترهای کار باید روز به روز بیشـتر حس امـن در خانه بودن را برای کارمندان تداعی کنند. این هدفی اسـت که مـا در روزنامه فرصت امروز دنبال می‌کنیم و حالا شما هم توصیه‌های کلیدی برای اجرای آن را دارید. ما فعلا نکته تازه‌ای برای آموزش به شما نداریم. پس همین امروز دست به کار شده و اجرای ایده‌های این مقاله را شروع کنید. هر جا هم به مشکل خوردید، مثل همیشه روی ما حساب کنید.

منابع:

https://thecommondesk.com/resource/how-to-/make-your-office-feel-more-like-home

https://www.workspace.co.uk/content-hub/doing-the-right-thing/how-to-make-your-office-space-feel-like-home

شرکت ملی گاز ایران
شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی

آگهی فراخوان مناقصه عمومی دو مرحله ای

نوبت دوم

شناسه آگهی : ۱۴۸۳۶۳۴

شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی در نظر دارد اقلام مورد نیاز خود را با شرایط ذیل بصورت برگزاری مناقصهٔ عمومی دو مرحله ای از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (سامانه ستاد) تامین نماید:
شماره فراخوان در سامانه ستاد ایران: ۲۰۰۲۰۹۷۸۴۷۰۰۰۰۱۵
شماره مناقصه و تقاضا: تقاضای NS-۳۳۰۶۸۹۹۰۶۲-I مناقصه شماره ۰۲/۰۰۱
موضوع مناقصه/ شرح مختصر اقلام درخواستی: سیستم اعلان و اطفاء حریق اتاق سرور ساختمان اداری
مبلغ تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار: ۵۳۴،۸۶۲،۵۰۰ ریال
نوع تضمین شرکت درفرایند ارجاع کار: تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار بصورت یکی از تضامین قابل قبول وفق آیین نامه تضمین شماره ۱۳۳۴۰۲/ت۵۰۶۵۹ ه مورخ ۹۴/۰۹/۲۲ هیات وزیران می باشد.
مبلغ برآوردی مناقصه: ۱۰۶۹۷،۲۵۰،۰۰۰ ریال
آخرین مهلت دریافت اسناد ارزیابی کیفی در سامانه ستاد : ۱۰ روز پس از درج نوبت دوم آگهی در صفحه اعلان عمومی سامانه ستاد ایران می باشد.
آخرین مهلت بارگذاری و ارسال مستندات ارزیابی کیفی (رزومه) در سامانه ستاد: ظرف مدت دو هفته پس از انقضای مهلت دریافت اسناد می باشد.
آخرین مهلت بارگزاری پیشنهادات فنی/ مالی در سامانه ستاد : پس از ارزیابی کیفی مناقصه گران، مستندات دریافت پیشنهاد فنی و مالی بهمراه برنامه زمانی از طریق سامانه ستاد ارسال می گردد.
آدرس مناقصه گزار: استان بوشهر- شهرستان عسلویه- شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی- ساختمان اداری مرکزی ستاد -مدیریت بازرگانی-اداره خرید- گروه خرید
بدیهی است کلیه فرایند برگزاری مناقصه الکترونیکی از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (سامانه ستاد) به نشانی: WWW.SETADIRAN.IR انجام می پذیرد وبه پیشنهاد های خارج از سامانه ستاد هیچگونه ترتیب اثری داده نخواهد شد و مناقصه گران بایستی نسبت به ثبت نام در سامانه ستاد و دریافت گواهی امضاء الکترونیکی اقدام نمایند.
مناقصه گران می توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر به سایت WWW.SPGC.IR مراجعه و یا با شماره تلفن‌های ۲۲۳۱-۰۷۷۳۱۳۱۲۲۳۵ تماس حاصل فرمایند.

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۲/۰۲/۰۵
تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۲/۰۲/۰۹

روابط عمومی شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی

۷۳

شرکت ملی نفت ایران
شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب

فراخوان ارزیابی کیفی جهت برگزاری مناقصه عمومی دو مرحله ای

نوبت اول

مناقصه شماره: DT۳ ۰۱۰۱۳۱۹۸۵۰۰۸۴
تقاضای شماره: ۰۱-۳۱-۷۵-۹۸۵۰۰۸۴

شناسه آگهی: ۱۴۸۲۰۳۶

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

تعداد قلم	موضوع مناقصه	مقدار کالا	شماره فراخوان در سامانه ستاد	مبلغ تضمین
۴	BALL VALVE, FLANGED, RAISED FACE, CLASS 150,	۱۸۰	۲۰۰۱۰۹۲۲۸۸۰۰۰۱۳۸۵	۵۹۹،۵۰۰،۰۰۰ ریال

کالا می بایست از تولیدات داخل کشور باشد
سطح بازرسی مورد نیاز کالا ۲ می باشد
بررسی پیشنهادات فنی منوط به ارائه کاتالوگ ، دیتا شیت و نقشه می باشد

لذا کلیه شرکتهایی 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 بارگذاری 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 مناقصه توسط فروشندگان/ سازندگان الزامی است.
اسناد و مدارک مناقصه پس از برگزاری فرآیند ارزیابی کیفی و ارسال دعوتنامه، از طریق سامانه ستاد برای مناقصه‌گران واجد شرایط ارسال خواهد شد.
ضمناً مبلغ تضمین شرکت در مناقصه ۵۹۹،۵۰۰،۰۰۰ ریال می باشد.
واحد مکانیکال اداره تدارکات خرید کالای داخلی (تلفن: ۲۵۰۶۰-۳۴۱-۰۶۱)

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۲/۰۲/۰۹
تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۲/۰۲/۱۲

روابط عمومی شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب

۸۹

شرکت توزیع نیروی برق آذربایجانغربی (سهامی خاص)

فراخوان تجدید مناقصه عمومی همزمان با ارزیابی کیفی (فشرده) دو مرحله ای به شرح جدول ذیل

نوبت اول

شناسه آگهی: ۱۴۸۶۴۸۳

شرکت توزیع نیروی برق آذربایجانغربی در نظر دارد تجدید مناقصه عمومی همزمان باارزیابی کیفی (فشرده) دو مرحله‌ای خرید انواع کابل فشار متوسط آلومینیومی به شرح جدول ذیل و برابر مشخصات فنی پیوست اسناد مناقصه را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید. کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکت ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس: www.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی ، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند.
تاریخ انتشار مناقصه در سامانه : روز شنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۲/۰۹
آخرین مهلت زمانی دریافت اسناد مناقصات از سایت : ساعت ۱۹ روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۲/۱۷
مهلت زمانی ارسال پیشنهاد : ساعت ۱۹ روز شنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۲/۳۰
زمان بازگشایی پاکت های ارزیابی کیفی: روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۲/ ۳۱ (ساعت ۸ صبح) و به شرح جدول ذیل خواهد بود.
زمان بازگشایی پاکت های الف و ب: روز دوشنبه مورخ۱۴۰۲/۰۳/ ۰۸ و به شرح جدول ذیل خواهد بود.
تاریخ تشکیل جلسه افتتاح پاکات ج (پیشنهاد قیمت) پیشنهاد دهندگان ، با ملحوظ قراردادن زمان جهت بررسی مشخصات فنی پیشنهاد دهندگان توسط کمیته فنی بازرگانی ، در جلسه گشایش پاکات الف و ب به اطلاع شرکت کنندگان در مناقصه خواهد رسید.
توضیح : پیشنهاددهنده مکلف است معادل مبلغ سپرده شرکت در مناقصه ، تضمینهای معتبر (بر اساس شرایط مندرج در اسناد مناقصه) تهیه و تسلیم نماید و به پیشنهاد های فاقد امضا ، مشروط ، مخدوش و پیشنهاداتی که بعد از انقضا مدت مقرر در فراخوان واصل شود مطلقا ترتیب اثر داده نخواهد شد.

شماره تجدید مناقصه	موضوع تجدید مناقصه و شماره فراخوان	مبلغ کل تضمین شرکت در مناقصه(به ریال)	نوع اعتبار
۱۴۰۲-۳	خرید انواع کابل فشارمتوسط آلومینیومی (شماره فراخوان ۲۰۰۲۰۰۹۰۰۳۰۰۰۰۲۶)	۱،۴۰۰،۰۰۰،۰۰۰	منابع داخلی

اطلاعات تماس دستگاه مناقصه گذار جهت دریافت اطلاعات بیشتر در خصوص اسناد مناقصه و ارائه پاکت های الف:
آدرس : ارومیه – بلوار ارتش-سربازان گمنام-ارتش.شرکت توزیع نیروی برق استان ، تلفن ۳۱۱۰-۰۴۴ داخلی ۴۳۹۷
اطلاعات سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه :
مرکزتماس : ۱۴۵۶
اطلاعات تماس دفاترثبت نام سایر استانها در سایت سامانه www.setadiran.ir "بخش ثبت نام /پروفایل تامین کننده / مناقصه گر " موجود است.
ضمنا" فراخوان مناقصه در سایت های اطلاع رسانی معاملات صنعت برق (شرکت توانیر) وسایت شرکت توزیع نیروی برق آذربایجانغربی و سایت ملی مناقصات به ترتیب به آدرس های :
Iets.Mporg.ir ,WWW.Waepd.ir ,WWW.tavanir. org.ir قابل مشاهده است .
توضیح : سایر اطلاعات و جزئیات مربوطه در اسناد مناقصه مندرج است.

تاریخ انتشار نوبت اول :۱۴۰۲/۰۲/۰۹
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۰۲/۱۰

اداره مناقصات و قراردادهای شرکت توزیع نیروی برق آذربایجانغربی

۸۸

مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی آذربایجان‌شرقی خبر داد؛

انتشار فراخوان دهمین جشنواره ملی خوشنویسی غدیر در تبریز

تبریز – فلاح: مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی آذربایجان‌شرقی با اشاره به برگزاری جشنواره ملی خوشنویسی غدیر در تبریز از انتشار فراخوان دهمین جشنواره خوشنویسی غدیر خبر داد.

سیدمحمدحسین بلاغی اظهار کرد: این جشنواره به منظور بهره گیری از مفاهیم ارزشمند قرآن مجید و عرض ارادت به ساحت مقدس مولای متقیان، امیرمومنان حضرت علی(ع)، بین هنرمندان خوشنویس کشور همزمان با دهه امامت و ولایت و عید سعید غدیر برگزار می‌شود.

وی خاطرنشان کرد: علاقمندان می‌توانند حداکثر ۲ اثر از آثار خود را در چهار بخش خطوط نستعلیق، شکسته نستعلیق، نسخ و ثلث تا دهم خردادماه جاری از طریق پایگاه اینترنتی azarsh.farhang.gov.ir ارسال کنند.

وی هدف از برگزاری جشنواره یاد شده را اشاعه و ترویج هنر قدسی خوشنویسی و فرهنگ اسلامی، گسترش فعالیت های فرهنگی و هنری، ایجاد انگیزه و رقابت سازنده بین هنرمندان، ایجاد زمینه برای علاقه مندی جوانان به هنر و شناسایی و معرفی استعدادهای هنری عنوان کرد.

بلاغی موضوعات جشنواره ملی خوشنویسی غدیر را شامل آیات، احادیث، اشعار و مطالب با محوریت مولای متقیان و امیر مومنان حضرت علی(ع) و غدیر برشمرد.

همچنین علاقمندان برای کسب اطلاعات بیشتر می‌توانند به آدرس تبریز، چهارراه بهشتی (منصور سابق)، خیابان شهید بهشتی، نرسیده به خیابان بهادری، طبقه دوم کتابخانه رشدیه، انجمن خوشنویسان تبریز مراجعه کرده یا با تلفن ۳۳۳۶۰۱۷۰ - ۰۴۱ (از ساعت ۱۶ تا ۱۹ روزهای کاری) تماس بگیرند.

در سال ۱۴۰۱ انجام شد؛

ارایه خدماتی معادل ۲۸۳ میلیارد ریال از سوی شرکت نفت و گاز مسجدسلیمان در حوزه مسئولیت های اجتماعی

اهواز – شبنم قجاوند: شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان با هدف افزایش خدمات ارایه شده توسط دولت محترم به شهروندان و افزایش سطح رضایت مندی عمومی از دولت در سال ۱۴۰۱ در قالب خدمات با معادل ریالی ۲۸۳ میلیارد ریال در حوزه مسئولیت های اجتماعی هزینه غیرمستقیم صرف نموده است . ارایه این خدمات در حالیست که این شرکت عوارض قانونی خویش بابت ارزش افزوده،آلایندگی، عملکرد،نوسازی و ماشین آلات را بصورت منظم و مدون به مبادی مربوطه پرداخت می نماید .

شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان با هدف افزایش خدمات ارایه شده توسط دولت محترم به شهروندان و افزایش سطح رضایت مندی عمومی از دولت در سال ۱۴۰۱ در قالب خدمات با معادل ریالی ۲۸۳ میلیارد ریال در حوزه مسئولیت های اجتماعی هزینه غیرمستقیم صرف نموده است . ارایه این خدمات در حالیست که این شرکت عوارض قانونی خویش بابت ارزش افزوده،آلایندگی، عملکرد،نوسازی و ماشین آلات را بصورت منظم و مدون به مبادی مربوطه پرداخت می نماید .

این خدمات در حوزه های مختلف بهسازی و مرمت جاده های روستایی خرید و تأمین مواد غذایی، ملزومات و تجهیزات بهداشتی و بنایی – آموزش رشته های ورزشی و واگذاری سالن ها و اماکن ورزشی مشارکت در تأمین درخواست های خودرویی تهیه غذای گرم جهت پشتیبانی مراسمات،جلسات، همایش های رسمی و مسابقات ورزشی– برگزاری کارگاه های آموزشی –انجام خدمات فضای سبز انجام خدمات برق – انجام خدمات تهویه و تبرید – انجام خدمات تعمیرات عمومی و ساختمانی بوده است .

مشارکت در برگزاری مراسم های ملی و مذهبی همکاری در برگزاری اردوهای جهادی ،گردهمایی ها،یادواره ها انجام خدمات ضدعفونی و گندزدایی اماکن عمومی تهیه بسته های غذایی رزمایش کمک های مومنانه پشتیبانی از برگزاری موکب خدمت رسانی به زایرین مراسم اربعین حسینی (ع) در چذابه – برگزاری کلاس های طرح اوقات فراغت تابستانه پذیرش کارآموزی دانشجویان مشارکت در تأمین اقلام مورد نیاز اداره حفاظت محیط زیست از دیگر اقدامات و خدمات ارایه شده این شرکت در بازه زمانی یاد شده می باشد .

بیشترین فراوانی خدمات ارایه شده مربوط به تأمین درخواست های خودرویی و واگذاری امانی انواع خودروهای سبک،سنگین،راهسازی و آمبولانس می باشد که طی آن تأمین نیازهای خودرویی با ۴۹۴۳ دستگاه روز و در قالب خدماتی با معادل ریالی ۹۷ میلیارد ریال بیشترین حجم از ارایه خدمات توسط شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان را به خود اختصاص داده است.

واگذاری اماکن و سالن های ورزشی با معادل ریالی ۸۷ میلیارد ریال و بهسازی جاده های روستایی با صرف اعتباری افزون بر ۳۰ میلیارد ریال در رتبه های بعدی نمودار مقایسه ای خدمات ارایه شده قرار دارند .

برپایه این گزارش، دوایر دولتی نظیر فرمانداری- بهداشت و درمان – حفاظت محیط زیست – منابع طبیعی – شهرداری – آموزش و پرورش – امور عشایر – بهزیستی راهداری و حمل و نقل جاده ای – راه و شهرسازی – ورزش و جوانان – سازمان تبلیغات اسلامی – نیروهای انتظامی و امنیتی و سایر دوایر دولتی و همچنین انجمن های مردم نهاد شهرهای واقع در حوزه عملیاتی شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان جزو خدمت گیرندگان بوده اند .

از آنجاییکه برای ارایه این خدمات از امکانات و تجهیزات موجود شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان استفاده گردیده و برای ارایه این خدمات هیچ گونه هزینه ای از استفاده کنندگان دریافت نمی شود، باید توجه داشت که فرسودگی و مستهلک شدن سریع ناوگان خودرویی و سالن ها و اماکن ورزشی مقادیر خدمات ارایه شده به دلیل تحمیل هزینه نگهداری و تعمیر بسیار فراتر از مبالغ برآوردی عنوان شده می باشد .

لازم به توضیح است شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان یکی از شرکت های تابع شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب است که در گستره ای به وسعت ۲۲۰۰۰ کیلومتر مربع شامل ۱۳ شهرستان مأموریت تولید صیانتی از مخازن نفت و گاز واقع در این حوزه وسیع را بر عهده دارد .

اداره کل تعاون، کار و رفاه و اجتماعی استان یزد برگزار می کند:

برگزاری جشنواره پرواز بادبادکها و همایش دوچرخه سواری به مناسبت هفته کارگر

یزد – سید محمد جواد عرفان فر: همزمان با هفته کارگر و به منظور ایجاد شور و نشاط میان جامعه شریف کار و تلاش و خانواده های این عزیزان، این اداره کل دو برنامه شاد و با نشاط را برگزار می کند.

ابراهیم زینل پور سرپرست مدیریت اجتماعی اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان یزد با اعلام این خبر گفت: کارگران شریف استان که نقش بسزایی در رشد تولید و اقتصاد کشور دارند همواره باید مورد توجه و تکریم قرار بگیرند؛ هفته کارگر این فرصت را برای متولیان حوزه کار استان فراهم می کند تا برنامه های متنوعی برای این قشر پر تلاش برگزار کنند.

وی یکی از برنامه های اجرایی ویژه کارگران را همایش دوچرخه سواری عنوان کرد و افزود: دوچرخه سواری همواره موجب نشاط و سلامتی علاقمندان به این رشته بوده و به همین منظور این اداره کل همایش دوچرخه سواری را روز پنجشنبه ۷ اردیبهشت ماه ساعت ۶:۳۰ صبح برگزار می کند؛ مسیر این همایش از باغ ملی آغاز و به مجموعه ورزشی کارگران استان واقع در میدان معلم ختم می شود.

زینل پور جشنواره پرواز بادبادکها را دیگر برنامه بانشاط در این هفته معرفی و اظهار کرد: یکی دیگر از برنامه هایی که کارگران شریف می توانند با خانواده و به ویژه فرزندان خود در آن شرکت کنند پرواز بادبادکهاست که عصر روز پنجشنبه ۷ اردیبهشت در محل پارک کوهستان اجرا می شود؛ در کنار برگزاری این جشنواره، نمایشگاه فرهنگی و هنری و غرفه هایی از محصولات مشاغل خانگی، غرفه سلامت و ... نیز برپا می شود.

وی در پایان خاطرنشان کرد: این اداره کل هر سال به بهانه هفته کارگر نسبت به برنامه ریزی و اجرای برنامه های متنوع ویژه کارگران و خانواده این عزیزان اقدام می کند و امسال نیز با شعار «پای کار ایرانیم»، برنامه های متنوعی را در مرکز استان و سایر شهرستانها برنامه ریزی کرده است.

معاون توسعه ورزش بانوان اداره کل ورزش و جوانان:

طرح ملی پایش و ارتقای تندرستی زنان در آذربایجان شرقی اجرا می‌شود

تبریز – لیلا پاشایی: معاون توسعه ورزش بانوان اداره کل ورزش و جوانان آذربایجان شرقی از اجرای طرح ملی پایش و ارتقای تندرستی زنان و دختران در استان طی چهار مرحله خبر داد.

لیلا جاویدان در جلسه کارگاه توجیهی این طرح ملی که در محل اداره کل ورزش استان برگزار شد، اظهار کرد: در مرحله یک این طرح پایش و غربالگری زنان و دختران و جمع آوری اطلاعات، در مرحله ۲ پردازش اطلاعات و نتیجه گیری، در مرحله سه ارائه مدل مداخله ای اصلاح الگوی سبک زندگی مبتنی بر ورزش و در مرحله چهار پیگیری و ایجاد انگیزه های لازم جهت استمرار در انجام فعالیت های ورزشی دنبال خواهد شد.

وی، افزایش سطح حمایت های اجتماعی، پایش و ارزیابی تندرستی زنان و دختران را از اهداف کلان این طرح برشمرد.

وی به اهداف کلان این طرح اشاره کرد و گفت: افزایش سطح حمایت های اجتماعی، پایش و ارزیابی تندرستی زنان و دختران، تحلیل و کاربرد نتایج در تعیین اولویت ها، دسترسی و بهره مندی جامعه زنان و دختران از خدمات ورزشی مبتنی بر تندرستی و ارتقای بهره وری و کیفیت سن باروری از اهداف کلان این طرح است.

وی به اهداف اختصاصی این طرح نیز اشاره کرد و افزود: غربالگری وضعیت جسمانی مرتبط با شرایط تندرستی زنان و دختران و توجه به ابعاد مختلف تندرستی زنان و دختران با توجه به آسیب پذیر بودن و وجود فقر حرکتی بین آنان و تامین، حفظ و ارتقای سلامت زنان و دختران از طریق شناسایی روش های مناسب تشخیصی و درمانی در اختلالات شایع نظیر ناهنجاری های اسکلتی عضلانی از اهداف اختصاصی اجرای این طرح است.

وی، غربالگری وضعیت جسمانی و ترویج ورزش در بین بانوان برای جبران فقر حرکتی را از اهداف اختصاصی طرح پایش و ارتقای تندرستی زنان عنوان کرد.

وی اضافه کرد: توسعه همکاری های بین بخشی در حوزه اطلاعات، تحقیقات و برنامه ریزی فعالیت های مرتبط با تندرستی زنان و دختران، افزایش آگاهی زنان و دختران در زمینه پیشگیری و کنترل بیماری های غیر واگیر شایع از قبیل بیماری های قلبی عروقی، دیابت، سرطان و بیماری استئوآرتروز (تخریب مفصل و سایش) از طریق انجام حرکات ورزشی و توانمندسازی زنان و دختران جهت برقراری سبک زندگی سالم از طریق ورزش و فعالیت های بدنی از دیگر اهداف خصوصی این طرح است.

مخاطب این طرح زنان ۱۸ تا ۶۰ سال هستند و با شناسایی زنان شاغل و همسران و دختران شاغلین آقا در حوزه ستادی وزارت ورزش و جوانان و ادارات کل ورزش و جوانان استان‌ها و شهرستان‌های تابعه همچنین بانوان شاغل در دیگر دستگاه‌های اجرایی استان و زنان خانه دار از طریق فراخوان و اطلاع رسانی، برگزاری همایش‌های هفتگی استانی اجرا می‌شود

با اعتباری بالغ بر ۱۲ میلیارد ریال انجام شد:

بهره مندی ساکنین روستای کم برخوردار گرداولاست شهرستان فومن از نعمت برق

رشت– خبرنگار فرصت امروز: مدیر عامل شرکت توزیع نیروی برق استان گیلان از بهره مندی بیش از ۲۰ خانوار در روستای کم برخوردار گرداولاست شهرستان فومن از نعمت برق با اعتباری بالغ بر ۱۲میلیارد ریال خبر داد . در آئین افتتاح این پروژه خلیل بهروزی فر نماینده شفت و فومن به تبیین برخی چالش های صنعت برق کشور درحال حاضر پرداخت و اظهار داشت: تلاش ها و عملکرد مدیرعامل و مجموعه کارکنان شرکت توزیع نیروی برق استان گیلان برای خدمت رسانی به مردم شایسته تقدیر است .

وی افزود: تعامل و همگرایی در انجام امور کلید حل مشکلات است و امیدواریم هرچه بیشتر شاهد حرکت جهادی مدیران و مسئولان دولتی در جهت عمل به توصیه‌های رهبر معظم انقلاب باشیم تا مردم به مجلس و دولت بیش از پیش دلگرم شوند .

وی در پایان ضمن اشاره به برخی از مشکات برق استان از جمله فرسودگی شبکه ها ابراز امیدواری کرد: با تامین منابع مالی لازم، رفع موانع موجود و برنامه ریزی صحیح خدمت رسانی در این حوزه با سرعت و کیفیت بیشتری صورت پذیرد. همچنین مهدیزاده در این آئین گفت: با توجه به دستورالعمل های ارسالی از سوی وزارت نیرو مبنی بر تسریع در روند محرومیت زدائی و بهره برداری از پروژه های عمرانی نواحی روستائی ، روستای گرداولاست شهرستان فومن بوسیله احداث شبکه مورد برق رسانی گرفت.

رئیس هیئت مدیره شرکت توزیع نیروی برق استان گیلان در این راستا اظهار داشت : این پروژه با حمایت مسئولان شهرستان فومن و از طریق احداث ۱۳۰۰ متر شبکه فشار ضعیف، ۶۰۰ متر شبکه فشار متوسط و نصب یک دستگاه ترانسفورماتور ۵۰ کیلوولت آمپر به بهره برداری رسیده است.

وی با اشاره به اینکه ۲ هزار و ۵۷۴ روستای برق‌دار در گیلان وجود دارد، تاکید کرد: فرآیند اداری و اجرایی برقرسانی به روستاهای فاقد برق پس از دریافت استعلامات لازم از سایر سازمان ها از جمله منابع طبیعی در دست اقدام است. گفتنی است در آئین افتتاح این پروژه موسی فکور فرماندار شهرستان فومن، جواد محجوب مدیر امور توزیع برق فومن بهمراه تنی چند از مسئولین این شهرستان حضور داشتند.

۶۵۲ واحد صنعتی در استان بوشهر گاز دار شده است

بوشهر– خبرنگار فرصت امروز: مدیر عامل شرکت گاز استان بوشهر گفت: ۹۹ درصد گاز توزیع شده در استان را صنایع، نیروگاه ها و پتروشیمی ها مصرف می کنند و در حال حاضر بالغ بر ۶۵۲ واحد صنعتی دراستان گاز دار شده است. به گزارش روابط عمومی شرکت گاز استان بوشهر علی اکبر فقیه مدیر عامل شرکت گاز استان افزود: در سال مهار تورم و رشد تولید با پشتیبانی و موانع زدایی و البته کار و تلاش مستمر و نظام مند به دنبال ایجاد شرایط بهینه و مناسب در راستای حمایت از تولید و سرمایه گذاری هستیم و در همین خصوص با توجه به فرمایشات مقام معظم رهبری ، امسال همچون سال های گذشته گازرسانی به صنایع اولویت مهم شرکت گاز استان خواهد بود و همه تلاش خود را بر این حوزه متمرکز خواهیم کرد تا در سال جاری دیگر صنایع استان نیز از نعمت گاز برخوردار شوند.

وی در ادامه بیان داشت: گازرسانی به صنایع افزون بر اینکه ارزش افزوده خوبی برای استان دارد از طریق جایگزینی سوخت گاز طبیعی با سایر سوخت های فسیلی آلودگی کمتری در مقایسه با فرآورده های نفتی به دنبال داشته و مصرف آن نیز مقرون به صرفه تر می باشد .

مدیر عامل شرکت گاز استان بوشهر با اشاره به اینکه گازرسانی به صنایع موجب رونق تولید و اشتغال نیز می گردد بیان داشت: در سال گذشته ۶۷ صنعت در استان به شبکه گاز متصل شدند و با توجه به شعار سال و در راستای رشد تولید و رفع موانع آن، برنامه ریزی های مدونی برای گازرسانی به دیگر صنایع نیازمند گاز طبیعی صورت گرفته است .

اخبار

مهمترین ماموریت میراث فرهنگی آذربایجان شرقی اعلام شد؛

حفاظت از محوطه ۷۰۰ ساله ربع رشیدی تبریز

تبریز – فلاح: معاون میراث فرهنگی مدیرکل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری آذربایجان شرقی گفت: حفاظت و حراست دقیق از محوطه ۷۰۰ ساله باستانی ربع رشیدی تبریز مهمترین و اصلی ترین ماموریت این مجموعه است.

وحید نوداد بر مسئولیت بسیار سنگین مدیران، مسئولان و مردم در انتقال این ذخیره بسیار گران سنگ تاریخی به نسل های آینده، اظهار کرد: اکنون تمام همت و تلاش میراث فرهنگی بر این است تا محوطه سایت باستان شناسی ربع رشیدی در وضعیت موجود به خوبی نگهداری شده و آسیبی به آن وارد نشود.

وی با اشاره به اقدامات میراث فرهنگی آذربایجان شرقی در حداقل ۱۰ سال گذشته برای حفاظت و نگهداشت این اثر بسیار فاخر تاریخی، تملک بسیاری از اراضی و منازل مسکونی اطراف حریم ربع رشیدی را از جمله این اقدامات برشمرد و اظهار کرد: در این زمینه مبالغ هنگفتی از سوی میراث فرهنگی و شهرداری تبریز هزینه شده است و هم اکنون نیز به دلیل باقی ماندن تعدادی از منازل در حریم، باید نسبت به تملک آنها اقدام شود.

نوداد با تاکید بر اینکه ربع رشیدی به عنوان اثری ۷۰۰ ساله که بقایای آن هنوز در دل صدها تن خاک مدفون است باید به طرز ماهرانه و دست نخورده به نسل آینده انتقال داده شود، یادآور شد: بر همین اساس هر گونه درختکاری و ایجاد فضای سبز در این محوطه تاریخی ممنوع است تا آسیبی به آنچه که به احتمال بسیار زیاد در دل زمین نهفته است، وارد نشود.

وی جلوگیری از ساخت و سازها در حریم محوطه و تلاش برای تملک تعداد قلیلی از امکان واقع در حریم از جمله پمپ بنزین خیابان عباسی را از رویکردها و اهداف اصلی معاونت میراث فرهنگی آذربایجان شرقی برشمرد و اضافه کرد: در امتداد همین اهداف، تلاش بر این است تا حد امکان نسبت به اکتشاف و بیرون آوردن آثار زیرزمین این محوطه تاریخی اجتناب کنیم.

نوداد اراضی محوطه ربع رشیدی را بسیار مهم و حساس از نظر باستان شناسی یاد کرد و گفت: به دلیل اهمیت موضوع راه دسترسی از کف خیابان تا برج ربع رشیدی با پلکان های چوبی و با فاصله از سطح خاک پوشانده شده است تا مراقبت های لازم و کافی از این محوطه به عمل آید.

وی اظهار کرد: هر گونه اقدام مرمتی و ایجاد امکانات رفاهی برای گردشگران در ربع رشیدی با استفاده از سازه های برگشت پذیر به طبیعت ممکن است. این مقام مسئول ایجاد محدودیت برای گردشگران در ربع رشیدی را لازمه حفاظت از این مجموعه مهم دانست و با اشاره به برنامه ریزی اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری آذربایجان شرقی در این زمینه، گفت: در نظر داریم در صورت درخواست از آژانس های مسافرتی و ورود گردشگران داخلی و خارجی راهنمایانی همراه کنیم تا با حساسیت ویژه بازدیدهای خود را انجام دهند.

نوداد امکان بازدید همه روزه از ربع رشیدی به دلیل اهمیت این پایگاه میراثی توسط گردشگران را ناممکن دانست و ادامه داد: بدون تردید برای حفاظت از محوطه این مجموعه نیازمند نیروی انسانی کافی برای مراقبت هستیم که بدون تامین چنین زیرساخت هایی امکان بازدیدهای روزانه وجود ندارد.

محفل شعر بین‌المللی مقاومت در حرم حضرت فاطمه معصومه(علیهاالسلام) برگزار شد

قم– خبرنگار فرصت امروز: محفل شعر بین المللی «مقاومت ۲۵ سال آینده»، با حضوران بانوان شاعران ایرانی و بین‌المللی در حرم مطهر بانوی کرامت برگزار شد.

به گزارش روابط عمومی اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان قم، آستان مقدس حرم بانوی کرامت با همکاری اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان قم، اداره کل تبلیغات اسلامی استان قم، مرکز بانوان پیشران پیشرفت و مجمع شاعران مقاومت، محفل شعر بین‌المللی مقاومت را ویژه بانوان شاعر ایرانی و بین‌المللی برگزار نمود.

این محفل ادبی با حضور و اجرای افتخاری فضه سادات حسینی، مجری و گوینده و مهمان ویژه آلاء المقید از فلسطین و نیز سخنرانی عاطفه خادمی مشاور اجتماعی و دبیر ستاد جمعیت وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی برگزار شد.

خادمی در این محفل با تاکید بر جایگاه زن در دین مبین اسلام تصریح کرد: یکی از مهم‌ترین ویژگی‌هایی که یک زن مومن و متدین باید و فعال در اجتماع باید داشته باشد، افتخار به همین مواهب و نعمات است؛ حس افتخار به این که به عنوان یک بانوی مسلمان ایرانی، ضمن نظارت و حضور در جدی خانه و خانواده، با حجاب و تدین در جامعه نیز فردی موثر و کارآمد هستیم.

وی با اشاره به زندگی و شخصیت حضرت خدیجه(علیهاالسلام) به عنوان یک نمونه کامل در بحث حضور زنان در مقوله مقاومت تاکید کرد: این بانوی گرانقدر اسلام در همه فراز و فرودها، به ویژه در سختی‌ها و در مقاومت مسلمانان در شعب ابی‌طالب در کنار رسول خدا مقاومت کردند و ذره‌ای از اهداف و آرمان‌های اسلام کوتاه نیامدند؛ امروز هم گذشته از زنانی که در پیشانی و خط مقدم جبهه اسلام در مقابله با رژیم صهیونیستی و استکبار قرار دارند، زنان جامعه ما نیز با مقاومت خود در دل خانه‌هایشان در مسائل اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی باید از کانون گرم خانه‌هایشان مراقبت کنند، چرا که امروز یکی از مراکز مورد توجه دشمن برای به نابودی کشاندن ما، خانه و خانواده است. این محفل که با حضوران شاعران ایرانی و بین‌المللی برگزار می‌شود به صورت مستقیم از طریق لینک https://www.skyroom.ir/online/ch/saman۲/commonclass پخش شد.

برگزاری جلسات مشترک شرکت آب و فاضلاب استان مرکزی با یک هزار و ۴۰۰ مدیر مدرسه در شهرستان اراک

اراک– فرناز امیدی: در راستای تبیین الگوی صحیح مصرف آب در مدارس و تعرفه های آب ها در اماکن آموزشی ، جلسات مشترک شرکت آب و فاضلاب استان مرکزی با یک هزار و ۴۰۰ مدیر مدرسه در شهرستان اراک برگزار شد.

آزاده کرمی مدیر دفتر روابط عمومی شرکت آب و فاضلاب استان مرکزی در این رابطه اظهار داشت : تا کنون جلسات مشترک با مدیران مدارس شهرستان های استان با همکاری اداره کل و آموزش و پرورش استان و معاونت خدمات مشترکین این شرکت برگزار شده که فقط در شهرستان اراک یک هزار و ۴۰۰ مدیر مدرسه در این جلسات حضور داشتند. وی در خصوص ضرورت برگزاری این جلسات عنوان نمود : حفاظت از منابع آب و استفاده درست و بهینه از آن سال‌هاست آغاز شده و آنچه در اصلاح الگوی مصرف و دستیابی به فرهنگ مصرف بهینه در کشور اهمیت دارد تبیین استراتژی و تعیین خط مشی است و لازمه دستیابی به این مهم حرکتی حساب شده و عمیق از سوی دستگاه‌های متولی و نگاه فراسازمانی به این امر می باشد.

آزاده کرمی با اشاره به جایگاه ویژه آموزش و پرورش در رابطه با آموزش مدیریت صحیح مصرف آب در بین دانش آموزان اظهار داشت : دانش‌آموزان جایگاه ویژه‌ای در امر آموزش پذیری دارند چرا که از یک سو دانش آموزان تاثیر پذیری بالایی دارند و از سوی دیگر می توانند بر روی افراد دیگر خانواده و همسالان تاثیرگذار باشند. از این رو آموزش و پرورش با استفاده از محتوای آموزشی متنوع و بکارگیری روش های مختلفی از جمله بازدیدهای میدانی، برگزاری همایش ها، مسابقات و ... میتواند نقش بسزایی در ایجاد فرهنگ صحیح مصرف آب در بین دانش آموزان داشته باشد.

مدیر دفتر روابط عمومی شرکت آب و فاضلاب استان مرکزی بر ضرورت آموزش و فرهنگ سازی مصرف بهینه آب تاکید و از اجرای مفاد تفاهم نامه همکاری این شرکت با اداره کل آموزش و پرورش استان مرکزی خبر داد.

گفتنی است در جلساتی که با مدیران مدارس آموزش و پرورش در استان مرکزی برگزار گردیده تعرفه آب ها و الگوی مصرف آب در اماکن آموزشی توسط معاونت خدمات مشترکین و درآمد شرکت آب و فاضلاب استان مرکزی تبیین و به سوالات مدیران مدارس در زمینه نحوه محاسبه قبوض آب بها و مدیریت مصرف پاسخ داده شد.

امام‌جمعه ایلام:

گازرسانی به مناطق محروم نوعی عبادت است

ایلام–هدی منصوری: نماینده ولی‌فقیه در استان و امام جمعه ایلام گفت: هر چند کارکنان شرکت گاز در قبال گازرسانی به مناطق مختلف استان حقوق دریافت می‌کنند اما این خدمت نوعی عبادت و ذخیره آخرت است.

حجت‌الاسلام والمسلمین "الله‌نور کریمی‌تبار" در دیدار با مدیرعامل، اعضای هیأت مدیره و کارکنان شرکت گاز استان ایلام افزود: در سال‌های گذشته بیشتر مناطق استان برای گرمایش و طبخ غذا، از هیزم و نفت استفاده می‌کردند اما امروزه به برکت نظام و انقلاب، گازرسانی استان در مراحل پایانی قرار دارد.

وی با اشاره به اینکه گازرسانی به مناطق روستایی تأثیر به‌سزایی در حفظ منابع‌طبیعی، محیط زیست داشته است، تصریح کرد: با گازرسانی های انجام شده در سطح استان و به‌ویژه روستاها، هم از قطع درختان جلوگیری شد و هم استفاده از سوخت مازوت کاهش یافته است.

حجت‌الاسلام کریمی‌تبار ادامه داد: انتظار می‌رود شرکت گاز استان ایلام در راستای مسئولیت‌های اجتماعی در کنار گازرسانی به مناطق محروم، در زمینه‌های مختلف فرهنگی هم ورود کند و به جامعه هدف استان خدمات ارائه کند.

نماینده ولی‌فقیه در استان و امام‌جمعه ایلام گفت: در اربعین سال گذشته شرکت گاز استان با برپایی موکب خدمت شایانی در زمینه اسکان، طبخ غذا و غیره به زائرین نمود و انتظار می رود امسال هم همچون سال گذشته در این زمینه فعالیت کند.

همچنین مدیرعامل شرکت گاز استان ایلام با بیان اینکه این مجموعه با تلاش و کوشش در حال خدمت‌رسانی به آحاد مختلف جامعه و محرومیت‌زدایی است، گفت: گازرسانی به مناطق محروم از مولفه‌های اصلی توسعه پایدار روستایی است و روند اجرایی پروژه‌های گازرسانی به یک درصد جمعیت باقیمانده روستایی استان که از مناطق کمتر توسعه‌یافته و صعب‌العبور می‌باشند، تا پایان سال بسته خواهد شد.

محمود کشاورز افزود: در حال حاضر ۱۰۰ درصد جمعیت شهری و ۹۹ درصد جمعیت روستایی استان از نعمت گاز طبیعی برخوردار هستند و تلاش می‌شود تا پایان سال پرونده گازرسانی نیز در مناطق روستایی بسته شود.

وی با اشاره به اینکه هم اکنون تمامی شهر های استان از نعمت گاز طبیعی برخوردار هستند، تصریح کرد: در حال حاضر ۵۵۵ روستای استان از نعمت گاز برخوردار و با برنامه ریزی‌های انجام‌شده تا پایان سال، همه روستاهای دارای قابلیت گازرسانی در استان گازدار خواهند شد.

کشاورز تعداد کل روستاهای ایلام را ۶۳۷ روستا عنوان کرد و گفت: از این تعداد ۵۵۵ روستا گازدار، ۳۲ روستا در دست اجرا، ۱۴ روستا در برنامه‌ریزی آتی گازرسانی و ۳۶ روستا بدلیل شرایط خاص از جمله صعب‌العبور بودن، خالی از سکنه بودن، جمعیت ساکن کمتر از ۵ خانوار و غیره، از لحاظ سرانه کشوری مصوب برای گازرسانی فاقد توجیه و قابلیت گازرسانی هستند.

مدیرعامل شرکت گاز استان همچنین به انجام اقدامات فرهنگی در سطح شرکت و استان اشاره کرد و افزود: برگزاری کلاسهای آموزشی و مسابقات مختلف قرآنی برای کارکنان و خانواده‌های آنها، برگزاری دوره‌های آموزشی و مسابقات فرهنگی مختلف و مشارکت در برنامه های مختلف استان در راستای مسئولیت اجتماعی از جمله کمک به آزادسازی زندانیان، کمک به ایتام، تهیه سبد غذایی نیازمندان، گازکشی داخلی منازل مددجویان تحت پوشش نهادهای حمایتی، راه‌اندازی موکب اختصاصی در ایام اربعین حسینی (ع)، کمک به توسعه زیرساختهای استان از طریق پرداخت خسارت به شهرداری و دهیاریها و مشارکت در برنامه‌های مختلف فرهنگی و مناسبتی استان نیز از جمله خدمات شرکت گاز استان بوده است.

تمامی معابر خاکی شهرستان کلاله آسفالت می شود

گرگان– خبرنگار فرصت امروز: اولین جلسه ستاد بازآفرینی شهری شهرستان کلاله در سال ۱۴۰۲ با محوریت بهسازی محلات هدف بازآفرینی و رفع معابر خاکی دو شهر کلاله و فراغی برگزار شد.مهندس ملک، مدیرکل راه و شهرسازی گلستان در جلسه ستاد بازآفرینی شهری شهرستان کلاله اظهار کرد: کلاله با ۱۴۹ هکتار بافت مصوب فرسوده و ۲۰ محله ناکارآمد یکی از شهرستان های پیشرو در بازآفرینی محلات هدف در استان گلستان می باشد.وی افزود: از محل قیر ۱۴۰۰، در سال گذشته ۶۴ تن قیر برای آسفالت هشت هزار متر مربع معابر خاکی به این شهرستان تخصیص یافت.رئیس شورای هماهنگی امور راه و شهرسازی گلستان تصریح کرد: اولویت ما در سال ۱۴۰۲، رفع تمامی معابر خاکی استان است که این امر با همکاری شهرداری ها محقق خواهد شد.مهندس ملک در ادامه گفت: همچنین برنامه ریزی هایی برای صدور هفت هزار پروانه در بافت های فرسوده و ناکارآمد شهری گلستان صورت گرفته که از این تعداد ۱۶۹ صدور پروانه سهم کلاله می باشد.وی افزود: شرکت بازآفرینی شهری ایران مشوق های خوبی برای بهسازی و نوسازی مسکن در بافت فرسوده در نظر گرفته که سازنده ها می توانند با استفاده از این بسته های تشویقی با کمترین هزینه نسبت به نوسازی مسکن خود اقدام کنند.لازم به ذکر است در حاشیه برگزاری این جلسه، مهندس ملک مدیرکل راه و شهرسازی گلستان با همراهی دکتر شیبک فرماندار کلاله و هیات همراه از محلات هدف بازآفرینی و محلات ناکارآمد شهرستان کلاله بازدید بعمل آورد.

مروری بر شغل‌ها و مهارت‌های موردنیاز آنها در پلتفرم‌های آنلاین

فرصت‌های شغلی در شبکه‌های اجتماعی

نویسنده: علی آل‌علی

آدم‌ها از کله سحر که بیدار می‌شوند تا پاسی از شب گوشی از دست‌شان جدا نمی‌شود. وقتی هم ته توی ماجرا را دربیاورید، متوجه نقش اساسی شبکه‌های اجتماعی در زندگی روزمره مردم چهارگوشه دنیا خواهید شد. شاد فکر کنید چنین آمارهایی خیلی بدبینانه است. در این صورت کمی تأمل در زندگی روزمره‌تان همه چیز را مشخص خواهد کرد؛ چراکه این روزها یافتن کسی که ۲۴ ساعته در شبکه‌های اجتماعی نیست، دست کمی از شعبده‌بازی ندارد.

اگرچه بیشتر مردم دنیا صرفا برای سرگرمی و ارتباط با دوستان از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند اما کم نیستند افرادی که در همین فضا دنبال کار می‌گردند. مثلا بازاریابی را در نظر بگیرید که با دیجیتالی‌شدن همه امور حالا برای شرکتی کار می‌کند که اولویت اصلی‌اش تولید محتوا در اینستاگرام است. البته ماجرا همینقدر خطی و یکطرفه نیست؛ چراکه کار در دنیای شبکه‌های اجتماعی نیاز به مهارت‌های خاص خودش دارد.

ما در این مقاله قصد داریم مروری بر فرصت‌های شغلی در شبکه‌های اجتماعی داشته باشیم. اگر شما هم دنبال فرصت‌های شغلی تازه برای خودتان هستید، این مقاله مخصوص‌تان است. در ادامه با ما همراه باشید تا علاوه بر فرصت‌های شغلی با مهارت‌های مورد نیاز در این حوزه نیز آشنا شوید.

مهارت‌های لازم برای کار در شبکه‌های اجتماعی

محبوبیت شبکه‌های اجتماعی در بین نسل‌های مختلف جای اما و اگر ندارد. شاید فکر کنید اینستاگرام یا تیک تاک بیشتر در بین جوان‌ها رواج دارد، اما گزارش سالانه موسسه اسپروت سوشیال (Sprout Social) خلاف این امر را ثابت می‌کند. بر این اساس مردم از هر سنی در پلتفرم‌های آنلاین حضور دارند. دقیقا به همین خاطر بازار کسب و کار در شبکه‌های اجتماعی حسابی داغ است. خب وقتی برندها هر مدل مشتری در این فضا پیدا می‌کنند، چرا نباید حسابی بر روی آن سرمایه‌گذاری کنند؟

ما در این بخش سراغ برخی از مهارت‌های اساسی برای کار در شبکه‌های اجتماعی خواهیم رفت. همانطور که یک بازیکن بسکتبال باید قد بلند، توانایی حمل توپ و پرتاب‌های سه امتیازی داشته باشد، کارآفرینان هم در شبکه‌های اجتماعی به برخی از مهارت‌های کلیدی نیاز دارند. ما در ادامه بعضی از این مهارت‌ها را با هم مرور خواهیم کرد.

تبلیغ‌نویسی

تبلیغات بخشی جدایی‌ناپذیر از فعالیت کسب و کارها در بازار است. به طوری که حتی غول‌های دنیای کسب و کار هم بدون کمپین‌های تبلیغاتی در بازار دوام نمی‌آورند. البته کم نیستند برندهایی که به خاطر تبلیغات ضعیف در عرض چند ماه از عرش به فرش افتاده‌اند. به همین خاطر هم همکاری با کسانی که مهارت بالایی در تبلیغ‌نویسی دارند، امری ضروری محسوب می‌شود.

ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم تبلیغات نوعی زبان ترجمه است. در این فرآیند شما اهداف و پیام‌های شرکت را در قالبی جذاب و ترجیحا کمدی به مخاطب تحویل می‌دهید. حالا هر کسی مهارت بیشتری در این ترجمه داشته باشد، موفقیت بیشتری کسب خواهد کرد؛ به همین سادگی.

یکی از نکات کلیدی برای تبلیغ‌نویسی، درک ارزش‌های مرکزی یک برند است. بی‌شک برندی مثل هارلی دیویدسون ارزش‌ها و حتی فرهنگ متفاوتی در مقایسه با فورد یا مایکروسافت دارد. پس اگر فکر کرده‌اید با یک دست فرمان امکان تبلیغ‌نویسی برای همه برندها را دارید، سخت دراشتباهید.

تحلیل داده

کار بی‌حساب و کتاب همیشه محکوم به شکست است. این فکت همیشه درست از آب درمی‌آید، اما گاهی اوقات کارآفرینان طوری آن را پشت گوش می‌اندازند که نگو. انگار استفاده از داده‌های معتبر فقط برای بقیه برندها امری ضروری محسوب می‌شود و آنها تافته جدابافته هستند.

عرضه کلی ابزار حرفه‌ای برای تحلیل داده و محتوا در دنیای دیجیتال به تنهایی نشانه محکمی مبنی بر اهمیت استفاده از چنین فناوری است. البته داده‌های خام به درد هیچ‌کس نمی‌خورد. بنابراین باید آنها را تبدیل به اطلاعاتی کاربردی کرد. اینجاست که در کنار ابزارهایی مثل گوگل آنالیتیکس نقش کارشناس‌های خبره هم مطرح می‌شود. اگر شما توانایی تجزیه و تحلیل داده‌ها در مقیاسی وسیع را دارید، دیگر کاری در این دنیا نیست که از پس آن برنیایید (امیدوارم خیلی این تعریف و تمجید را جدی نگیرید!).

از قدیم گفته‌اند هر شکستی نقشه راه موفقیت‌های بعدی است. این امر درباره استفاده از داده‌های معتبر و تبدیل‌شان به اطلاعات کاربردی مصداق دارد. بنابراین یکی از مهارت‌هایی که برای کار در شبکه‌های اجتماعی بدان نیاز خواهید داشت، تحلیل داده خواهد بود.

خدمات مشتری

سر و کار داشتن با کلی مشتری در طول روز کار ساده‌ای نیست. خیلی‌ها فکر می‌کنند شبکه‌های اجتماعی از نظر تجاری فقط در تولید محتوا خلاصه می‌شود. به همین خاطر هم همیشه فرصت‌های طلایی برای تعامل با مشتریان را مثل آب خوردن از دست می‌دهند. انگار که چنین حوزه‌ای اصلا وجود خارجی ندارد.

ما در روزنامه فرصت امروز توانایی افراد برای ارائه خدمات مشتری در دنیای دیجیتال را نه یک مهارت کاربردی، بلکه امری ضروری می‌دانیم؛ چراکه مشتریان وقت و اعصاب‌شان را از سر راه نیاورده‌اند تا در کنار کسب و کارهای کلیشه‌ای تلف کنند.

ما قبلا درباره خدمات مشتری و روش‌های مختلف آن حسابی با شما گپ زده‌ایم. بد نیست دوباره نگاهی به محتوای قدیمی‌مان در این رابطه داشته باشید تا حساب کار دست‌تان بیاید. با این حال فعلا مطلب اصلی‌مان فقط درباره اهمیت کسب این مهارت است. پس بد نیست در وقت‌های خالی‌تان کمی با دوستانی که در این حوزه کار می‌کنند، گپ بزنید. اینطوری به مرور زمان مهارت‌تان در خدمات مشتری بیشتر و بیشتر خواهد شد. به طوری که بعد از چند ماه برای خودتان یک پا کارشناس همه فن حریف می‌شوید.

یادتان باشد، خدمات مشتری فقط در جواب دادن به پیام‌ها خلاصه نمی‌شود. شما باید در خلال این پرسش و پاسخ توانایی جلب نظر کاربران به برند و محصولات‌تان را هم داشته باشید. آن وقت هر برندی برای کار در شبکه‌های اجتماعی خواهان همکاری با شما خواهد بود.

فرصت‌های شغلی در شبکه‌های اجتماعی

حالا که بعضی از مهارت‌های کلیدی برای کار در حوزه شبکه‌های اجتماعی را مرور کردیم، نوبتی هم باشد باید سراغ فرصت‌های شغلی برویم. خب اصلا ما از اول هم برای بررسی این بخش ماجراجویی‌مان را شروع کردیم. پس اجازه دهید بدون هیچ مقدمه‌چینی کلیشه‌ای یک راست برویم سراغ اصل مطلب.

کارشناس شبکه‌های اجتماعی: نقطه‌ای مناسب برای شروع

کارشناس شبکه‌های اجتماعی در واقع مجموعه‌ای کلی از مهارت‌های ویژه در زمینه بازاریابی، تولید محتوا و تعامل با مخاطب هدف را دارد. همین امر او را به گزینه‌ای جذاب برای برندهای فعال در شبکه‌های اجتماعی تبدیل می‌کند. نکته مهم در این میان ضرورت آشنایی فرد موردنظر با حوزه تخصصی‌اش است. به زبان خودمانی، کارشناس شبکه‌های اجتماعی نباید در هر حوزه‌ای سرک بکشد. در عوض باید فقط در یک بخش مشص مهارت کسب کند. مثلا این روزها کسانی هستند که در حوزه املاک و مستغلات کار می‌کنند. این دسته از کارشناس‌ها به جای اینکه با همه کسب و کارها و صنایع همکاری کنند، شش دانگ حواس‌شان را روی همکاری با موسسات ملکی می‌گذارند. اینطوری هم نتیجه بهتری می‌گیرند، هم اینکه کارشان خیلی بهتر پیش می‌رود.

کسانی که برای کار در قالب کارشناس شبکه‌های اجتماعی مناسب هستند، به طور کلی باید ویژگی‌های زیر را داشته باشند:

توانایی مدیریت تقویم محتوا در طول ماه و آپدیت در لحظه آن

علاقه به تعامل در فرآیند ایده‌پردازی و اجرای کمپین‌های بازاریابی (از صفر تا صد!)

توانایی و حوصله طراحی استراتژی‌های بازاریابی برای اجرا در بخش‌های مختلف شرکت

مدیر شبکه‌های اجتماعی: به وقت حرفه‌ای‌تر شدن

کسانی که چند سالی به عنوان کارشناس شبکه‌های اجتماعی کار کرده باشند، امکان فعالیت به عنوان مدیر شبکه‌های اجتماعی را هم دارند. این مسئولیت بیشتر از اینکه مهارت‌های متنوع لازم داشته باشد، متکی به تجربه افراد است. همانطور که از اسم این مسئولیت می‌شود حدس زد، شما در قالب یک مدیر با تعیین استراتژی‌های کلی و همچنین تحلیل بازخورد مخاطب سر و کار خواهید داشت. بنابراین باید توانایی تحلیل داده بالایی داشته باشید.

افرادی که حوصله حساب و کتاب یا تحلیل داده‌ها را ندارند، معمولا خیلی زود از کوره در می‌روند. به همین خاطر ما بر روی توانایی تحلیل داده یا دست‌کم کار با ابزارهای اساسی در این رابطه تاکید داریم. پس یک لطفی به خودتان کرده و در صورتی که چنین توانایی در خودتان نمی‌بینید، وقت‌تان را تلف نکنید.

از آنجایی که مدیران شبکه‌های اجتماعی باید ارتباط نزدیکی با سایر اعضای شرکت داشته باشند، روابط عمومی بالا هم یکی از پیش‌نیازهای اصلی در این کار است. البته لازم نیست شما در به در دنبال یادگیری این مهارت‌ها باشید؛ چراکه بعد از چند سال کار به عنوان کارشناس خود به خود روابط عمومی‌تان بهتر و بهتر می‌شود.

ما در روزنامه فرصت امروز تعریف ساده‌ای از مدیر شبکه‌های اجتماعی داریم. بر این اساس فردی که در این جایگاه قرار می‌گیرد، باید توانایی ارزیابی کلی استراتژی‌های شرکت و مدیریت ارتباطات با مشتریان را داشته باشد. نکته مهم اینکه مسئولیت شکست در حوزه بازاریابی یا ارتباط با مشتریان به طور مستقیم متوجه او خواهد بود. پس اگر فکر می‌کنید کارتان هنوز آنقدر خوب نیست که چنین مسئولیتی را به دوش بکشید، باید کمی بیشتر صبر کنید.

مدیریت انجمن‌های اجتماعی: تعامل مستقیم با مشتریان بالقوه

همه ما برندهایی را می‌شناسیم که به سادگی آب خوردن کاربران عادی را تبدیل به مشتریان پر و پاقرص‌شان می‌کنند. شاید فکر کنید مدیران این برندها خیلی خوش‌شانس هستند اما به غیر از شانس پای مهارت‌های دیگری هم وسط است. معمولا برندهای بزرگ یک پست سازمانی تحت عنوان «مدیر انجمن‌های اجتماعی» دارند. احتمالا تا حالا اسم این پست به گوش‌تان نخورده است؛ چراکه خیلی از کارآفرینان عملا توجهی به انجمن‌های آنلاین ندارند. پس اجازه دهید کمی درباره این موقعیت شغلی بیشتر گپ بزنیم.

اگر سری به فیس‌بوک زده باشید، کلی گروه مختلف در آن به چشم می‌خورد که کاربران مختلف را دور هم جمع می‌کند. معمولا در این گروه‌ها درباره یک موضوع مشخص بحث و گفت‌وگو شکل می‌گیرد. در این میان برندهایی هستند که با فرصت‌طلبی مثال‌زدنی گروه‌هایی برای خودشان طراحی می‌کنند. به طوری که در این گروه‌ها مشتریان با هم تبادل نظر کرده و حتی سوالات‌شان را از مسئولان برند می‌پرسند. مدیر انجمن در این میان حلقه ارتباطی میان کاربران و برند محسوب می‌شود. با این حساب هر خطایی از او سر بزند، به حساب کل برند نوشته خواهد شد.

اینفلوئنسر مارکتینگ: شغلی آشنا و پرطرفدار

اینفلوئنسرها زندگی جذابی دارند. دست‌کم از بیرون که اینطور به نظر می‌رسد؛ چراکه اغلب اینفلوئنسرها فقط و فقط با تولید محتوا پول به دست می‌آورند. در این میان هر چقدر توانایی شما برای تولید محتوای جذاب و منحصر به فرد بیشتر باشد، برندهای بیشتری را به سوی خودتان جذب خواهید کرد. ماجرا جالب شد، نه؟

اینفلوئنسر مارکتینگ به خاطر استقلالی که از برندها دارد، حوزه کاری جذابی محسوب می‌شود. با این حال نیازمند مجموعه متنوعی از مهارت‌های کارآفرینی هم هست. این امر نوعی وضعیت دوگانه برای افراد ایجاد می‌کند. به طوری که از بیرون تصویری بی‌نهایت ساده از این کار در ذهن‌شان شکل می‌گیرد. با این حال به محض اینکه وارد گود می‌شوند، با ذهنیتی تازه رو به رو می‌شوند که اتفاقا اصلا هم ساده نیست!

اگر شما میانه خوبی با کار با یک تیم جمع و جور دارید، اینفلوئنسر مارکتینگ کاملا مخصوص شماست. البته باید کمی برونگرا هم باشید؛ چراکه آدم‌های درونگرا معمولا جایگاهی در بازار نخواهند داشت. به علاوه باید فقط در یک حوزه مشخص کار کنید. مثلا تولید محتوا در صنعت خوراکی یا اتومبیل.

تولید محتوا: رایج‌ترین کار در شبکه‌های اجتماعی

تولید محتوا از آن دست کارهایی است که تقریبا همه دوست دارند واردش شوند. البته در این بین شاخ و برگ‌های زیادی به تولید محتوا داده می‌شود. به طوری که گاهی اوقات آدم فکر می‌کند با شغلی بی‌نهایت پیچیده و حساس رو به روست. نکته‌ای که در این شرایط باید همیشه مدنظر داشته باشید، چارچوب اصلی کارتان است. بی‌شک تعریف‌های بی‌نهایت متنوعی از تولید محتوا دم دست قرار دارد. با این حال ما در روزنامه فرصت امروز تولید محتوا را مرتبط با افزایش ترافیک سایت و همچنین تبدیل کاربران عادی به مشتریان برند می‌دانیم. این امر نقش موثری در جلب نظر کاربران به برند و همچنین تعامل نزدیک با آنها خواهد داشت.

معمولا کسانی که میانه خوبی با دنیای دیجیتال دارند، در زمینه تولید محتوا نیز خوب عمل خواهند کرد. نکته مهم در این میان توجه به سلیقه مخاطب هدف است. گاهی اوقات آدم نه براساس نیاز بازار یا خواسته کاربران، بلکه سلیقه شخصی خودش دست به تولید محتوا می‌زند. در چنین شرایطی احتمال رویارویی با شکست‌های سنگین بیش از هر زمان دیگری خواهد بود. هرچه باشد کاربران که چیزی به آدم بدهکار نیستند. پس دلیلی ندارد صد درصد محتوای تولیدی شما را قبول کنند!

سخن پایانی

شبکه‌های اجتماعی به عنوان یک فناوری نسبتا تازه سال‌هاست که در تار و پود زندگی روزمره نفوذ کرده‌اند. همانطور که در ابتدای مقاله گفتیم، کمتر کسی در دنیا شب و روز در شبکه‌های اجتماعی چرخ نمی‌زند. به همین خاطر برندها هم علاقه زیادی برای حضور در این فضا دارند. وقتی هم پای برندها در میان باشد، حتما خبری از بازاریابی، تولید محتوا، خدمات مشتری و ده‌ها موضوع کاری دیگر خواهد بود. به طوری که در مدت زمانی کوتاه فرصت‌های شغلی بی‌نهایت متنوعی در زمینه شبکه‌های اجتماعی در دسترس قرار می‌گیرد. هدف ما در این مقاله مرور برخی از مهارت‌های اساسی برای ورود به بازار کار در شبکه‌های اجتماعی بود. در کنار این مسئله فرصت‌های شغلی اساسی را نیز زیر ذره بین بردیم. حالا شما یک نقشه راه کاملا مطمئن دم دست دارید. به طوری که هم مسیر پیش رو و هم مهارت‌های موردنیازتان کاملا مشخص است. از اینجا به بعد همه چیز به مهارت و توانایی خودتان برای مدیریت امور بستگی خواهد داشت. یادتان نرود، هرچه مهارت‌های متنوع‌تری داشته باشید، شانس بیشتری برای یافتن شغل دلخواه‌تان خواهید داشت.

من و همکارانم در روزنامه فرصت امروز امیدواریم نکات مورد بحث در این مقاله کمکی هرچند کوچک به شما برای ورود به بازار کار در پلتفرم‌های آنلاین کرده باشد. مثل همیشه اگر سوال یا نکته‌ای درباره موضوع بحث داشتید، کارشناس‌های ما همیشه آماده کمک به شما هستند. پس خجالت را کنار گذاشته و از طریق پُل‌های ارتباطی با ما در تماس باشید.

منابع:

https://sproutsocial.com/insights/social-media-careers/

https://careerfoundry.com/en/blog/digital-marketing/social-media-jobs/

چطور از مخاطب هدف درخواست ارائه بازخورد کنیم؟

به قلم: کریستین مک کورمیک
کارشناس بازاریابی
ترجمه: علی آل‌علی

دسترسی سریع و بی‌دردسر به بازخوردها و نظرات مشتریان در دنیای بازاریابی گاهی اوقات ارزشی بیشتر از گزارش‌های دقیق بهترین کارشناس‌های دنیا دارد. بدون شک مشتریان خودشان نسبت به نیازها و شرایط‌شان در بازار آگاهی دقیقی دارند. درست به همین خاطر برندها اگر توانایی تعامل با مخاطب هدف در این میان را داشته باشند، فرصت‌های بی‌نهایت زیادی پیش روی‌شان قرار می‌گیرد. این امر نه تنها سطح تعامل میان برندها و مشتریان را توسعه می‌دهد، بلکه در صورت نیاز برندها فرصت به‌روز رسانی سطح فعالیت و بازنگری اساسی در آن را نیز خواهند داشت. این امر فعالیت کارآفرینان را بهینه‌سازی کرده و فرصت بهتری به تیم‌های بازاریابی برای تاثیرگذاری بهتر برروی مخاطب هدف می‌دهد.

بدون تردید دسترسی به نظرات و بازخوردهای مشتریان امر بسیار مهمی است، اما این فرآیند به سادگی روی نمی‌دهد. کافی است خودتان را به جای مشتریان قرار دهید، آن وقت متوجه دشواری‌های موجود در زمینه تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و بهینه‌سازی فرصت‌های پیش روی‌تان خواهید شد. به عبارت ساده، کاربران در شبکه‌های اجتماعی یا حتی مشتریان یک برند اغلب اوقات حوصله کافی برای در بازخوردشان نسبت به یک محصول را ندارند. این امر مشکلات بسیار زیادی پیش روی برندها قرار داده و توانایی‌شان برای تعامل بهینه با مخاطب هدف را به شدت کاهش می‌دهد.

امروزه بسیاری از کسب و کارها با مشاهده اولین مشکلات در زمینه تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور کامل قید این حوزه را می‌زنند. این امر شامل ناتوانی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و را به شدت تحت تاثیر قرار می‌دهد. شاید شما در ابتدای امر برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و دریافت بازخوردهای آنها دچار مشکل شوید، اما اگر در این میان به راهکارهای حرفه‌ای توجه کنید مسیرتان بی‌نهایت ساده‌تر خواهد شد.

هدف اصلی در این مقاله بررسی برخی از مهمترین نکات برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان و دریافت بازخوردهای‌شان در دنیای کسب و کار است. این امر به شما برای فعالیت به عنوان یک بازاریاب حرفه‌ای کمک کرده و موقعیت برندتان در بازار را به طور ویژه‌ای بهبود می‌بخشد.

وقتی یک برند نسبت به نظرات مشتریان آگاهی دقیقی داشته باشد، جبران اشتباهات یا ادامه روند مناسب برند کار سختی نخواهد بود. با این حساب دسترسی به نظرات مشتریان شما را از وضعیت بی‌برنامگی نجات داده و فرصت تاثیرگذاری حرفه‌ای بر روی مشتریان را به همراه دارد. اگر شما هم مایل به دریافت نظرات و بازخوردهای مشتریان در دنیای کسب و کار هستید، نکات مورد بحث در این مقاله می‌تواند تاثیرگذاری بالایی برای شما به همراه داشته باشد. در ادامه برخی از مهمترین نکات برای ترغیب مشتریان به سمت ارائه بازخورد را با هم مرور خواهیم کرد.

درخواست بازخورد در ملاقات‌های خصوصی

گاهی اوقات برندها یا بازاریاب‌ها به طور خصوصی با برخی از مشتریان دیدار می‌کنند. این امر اغلب اوقات در مورد برندهای حوزه B2B مصداق دارد. با این حال در برخی دیگر از برندها نیز به خوبی مشاهده می‌شود. درست به همین دلیل شما باید آمادگی لازم برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را داشته و در هر صورت سر صحبت را به خوبی باز کنید.

بسیاری از بازاریاب‌ها وقتی نوبت به گفت و گوی حضوری با مشتریان می‌شود، مشکلات زیادی پیش روی‌شان قرار می‌گیرد. این امر از ناتوانی برای انتخاب ایده‌های درست برای تعامل شروع شده و در برخی از موارد به مهارت‌های ارتباطی پایین نیز می‌رسد.

یکی از ساده‌ترین راهکارها برای دریافت نظرات و بازخوردهای مشتریان در عرصه کسب و کار مربوط به استفاده از جملات محبت‌آمیز و قدردانی از آنهاست. امروزه مشتریان به برندهایی که ارزش خریدار را به خوبی درک می‌کنند، توجه ویژه‌ای نشان می‌دهند. درست به همین دلیل شما باید برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف همیشه از جملات حاوی پیام قدردانی از مشتریان استفاده کنید. این امر در ملاقات‌های حضوری به افراد انگیزه بالاتری برای بیان نقطه نظرات‌شان می‌دهد. شما به این ترتیب شانس زیادی برای گردآوری برخی از مهمترین اطلاعات مورد نیاز برندتان خواهید داشت.

یکی از اشتباهاتی که بازاریاب‌ها در ملاقات با مشتریان انجام می‌دهند، مربوط به تلاش برای دریافت بازخورد به هر ترفندی است. یادتان باشد مشتریان اجباری برای ارائه بازخورد به شما ندارند. بنابراین اگر آنها تمایلی برای بیان نظرشان ندارند، اصرار بیش از اندازه شما فقط شرایط را بسیار دشوار خواهد کرد. این امر می‌تواند موقعیت شما در بازار را به شدت تحت تاثیر قرار داده و توانایی‌تان برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف را نیز کاهش دهد. درست به همین دلیل شما باید همیشه برای دریافت نظرات مشتریان از روشی ملایم و منطقی استفاده کنید، در غیر این صورت خیلی زود از فهرست برندهای جذاب برای مشتریان خارج می‌شوید.

درخواست بازخورد از مشتریان پشت تلفن

برقراری تماس‌های تلفنی یکی دیگر از راهکارهای جذاب برای تعامل با مشتریان محسوب می‌شود. امروزه بسیاری از افراد برای تعامل با مخاطب هدف از سرویس‌های تلفنی سود می‌برند. این امر شاید در نگاه نخست بسیار قدیمی به نظر برسد، اما هنوز هم تاثیرگذاری خاص خودش را دارد. با این حساب شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف مشکل چندان زیادی پیش روی نخواهید داشت. نکته مهم در این میان توانایی و مهارت شما برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف از پشت تلفن است.

بدون تردید تعامل با دیگران از طریق تلفن سختی‌های خاص خودش را دارد. با این حساب شما باید تمرکز بالاتری برای ارتباط بهتر با مخاطب هدف در این شرایط داشته باشید. اولین نکته مهم در این راستا تلاش برای انتخاب محلی ساکت و آرام به منظور برقراری تماس تلفنی است. این امر دست‌کم شما را در موقعیت مناسبی برای بیان نکات موردنظرتان قرار می‌دهد. در مرحله بعد شما باید ساعت مناسب برای مخاطب هدف‌تان را نیز در دستور کار قرار دهید. این امر به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک کرده و شانس‌تان در بازار را به شدت افزایش خواهد داد.

یادتان باشد زمان‌های مناسب برای مخاطب هدف به منظور برقراری تماس تلفنی متفاوت است. با این حال به طور عمومی پس از ساعت‌های اداری برای برقراری تماس مناسب خواهد بود. همچنین شما هرگز نباید در ساعت‌های پایانی شب اقدام به برقراری تماس نمایید. این امر می‌تواند شرایط شما را تا حدود زیادی نامساعد کرده و وجهه‌تان در نگاه مشتریان را از بین ببرد.

اگر پشت تلفن شما فقط مشغول حرف زدن باشید، به احتمال زیاد از یک جایی به بعد مخاطب‌تان اصلا توجهی به حرف‌های شما نخواهد کرد. این امر می‌تواند مشکلات بسیار زیادی برای شما به همراه داشته باشد. بنابراین باید همیشه به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با استفاده از شیوه‌های حرفه‌ای باشید. این امر شما را در موقعیت بسیار مناسبی از نظر تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف قرار خواهد داد.

پس از اینکه صحبت‌های ابتدایی شما در تماس تلفنی تمام شد، باید وقت کافی به مخاطب هدف‌تان برای گفت و گو بدهید. هرچه باشد در یک تماس تلفنی همیشه دو طرف ماجرا نقش دارند. بنابراین در صورتی که شما به این نکته مهم توجه نشان ندهید، هرگز شانسی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نخواهید داشت.

دریافت بازخورد مشتریان از طریق پیامک

یکی از سخت‌ترین شیوه‌ها برای دریافت نظر مشتریان مربوط به سرویس‌های پیامکی است. در این حالت شما حتی ارتباط در لحظه نیز با مشتریان ندارید. بنابراین مخاطب هدف می‌تواند به سادگی شما را مورد بی‌توجهی قرار دهد. این امر مشکلات پیش روی شما را به شدت افزایش داده و موقعیت‌تان را دشوار خواهد کرد. توصیه ما در این میان تلاش برای رعایت اختصار در زمینه تعامل با مشتریان در قالب پیامک است. این امر شما را نسبت به رقبا در موقعیت بهتری قرار خواهد داد. هرچه باشد امروزه محتوای متنی خیلی میان کاربران مشهور نیست. بنابراین برند شما باید تا حد امکان از محتوای خلاصه شده سود ببرد، در غیر این صورت شاید خیلی زود توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را از دست داده و در ادامه مسیر با بحران‌های بسیار زیادی رو به رو شود.

شما در صورت تمایل برای نظرخواهی گسترده از مشتریان باید همیشه در کنار پیامک یک لینک جانبی نیز قرار دهید. این امر برای ترغیب مخاطب هدف به سوی استفاده از لینک موردنظر و مراجعه به سایت تان کاربردی خواهد بود، در غیر این صورت توانایی‌تان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش پیدا می‌کند.

امروزه برخی از مشتریان در راستای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور مداوم به دنبال استفاده از شیوه‌های تازه هستند. این امر شما را از نقطه نظر تاثیرگذاری بر روی مشتریان و دریافت نظرات‌شان در موقعیت خطرناکی قرار می‌دهد. پیامک به عنوان یکی از شیوه‌های ارتباطی قدیمی در دنیای دیجیتال همیشه اثربخشی خاص خودش را داشته است. با این حساب شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف می‌توانید همیشه روی این سرویس قدیمی حساب کنید. توصیه نهایی ما در این رابطه مربوط به ایجاد امکان پاسخگویی کاربران به پیامک شما و در صورت نیاز ارائه پاسخ از سوی تیم کارشناسی برند است. اینطوری مشتریان احساس نزدیکی بیشتری با برند شما خواهند داشت. این امر در بلندمدت شرایط برند شما را به طور قابل ملاحظه‌ای بهینه‌سازی خواهد کرد. بنابراین شما باید همیشه این راهکار را به بهترین شکل ممکن دنبال نمایید.

درخواست بازخورد از مشتریان در قالب ایمیل

ایمیل مارکتینگ هنوز هم یکی از شیوه‌های تاثیرگذار برای تعامل با مشتریان محسوب می‌شود. بسیاری از برندها در این میان در کنار شبکه‌های اجتماعی هنوز هم از ایمیل سود می‌برند. نکته مهم اینکه ایمیل برخلاف سرویس‌های پیامکی خیلی هم محبوبیتش را از دست نداده است. هرچه باشد مردم در ابتدای روز اول از همه به سراغ ایمیل‌های دریافتی‌شان می‌روند. این ایمیل‌ها می‌تواند از سوی دوستان، محل کار یا حتی ایمیل‌های سازمانی باشد. در این صورت شما باید به خوبی از فرصت پیش آمده برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف سود ببرید.

مشتریانی که به برندها علاقه زیادی دارند، به طور معمول ایمیل‌های بازاریابی را بدون توجه حذف نمی‌کنند. معنای این امر امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با ارسال ایمیل‌های بازاریابی است. چنین امری شما را در راستای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در شرایط ویژه‌ای قرار خواهد داد. با این حساب اگر شما ایمیل بازاریابی برای مشتریان وفادارتان ارسال کنید، کمتر کسی آن را مورد بی‌توجهی قرار می‌دهد.

اضافه کردن لینک مربوط به ارائه نظرات و انتقادات درباره برند همیشه ایده مناسب در بخش ایمیل بوده است. توصیه ما در این میان طراحی قالب ایمیل بازاریابی به طور چشم‌نواز و مدرن است. در این صورت انگیزه کاربران برای بیان دیدگاه‌شان به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش پیدا خواهد کرد. این امر شما را در راستای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در موقعیت برتری قرار داده و تمام شرایط را برای شما ساده خواهد کرد.

امروزه به لطف فناوری‌های اتوماسیون شما نیازی به نگرانی بابت نحوه گردآوری و دسته‌بندی نظرات کاربران ندارید. با این حساب اصلا نباید فکرتان را درگیر نحوه ترکیب و دسته‌بندی نظرات کاربران کنید. نکته مهم در این میان مربوط به استفاده درست شما از ایمیل مارکتینگ و طراحی یک قالب حرفه‌ای است. در این میان اگر نیاز به کمک داشتید، همیشه امکان الگوبرداری از برندهای بزرگ پیش روی‌تان قرار دارد. با این حساب شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف وضعیت‌تان خیلی به هم ریخته نخواهد بود.

درخواست از مشتریان برای ارائه نظر پس از خرید

برخی از برندها پس از خرید مشتریان اقدام به دریافت برخی از اطلاعات جانبی مانند آدرس ایمیل، شماره تماس و همچنین آدرس مشتریان می‌کنند. این امر نقش مهمی برای تاثیرگذاری بر روی روند پس از خرید و ارائه خدمات جانبی دارد. شما با چنین کاری به سادگی هرچه تمام‌تر فرصت تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را خواهید داشت. امروزه برخی از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان حتی پس از پایان خرید نیز تا مدت‌ها با مشتریان تعامل دارند. شما در این میان می‌توانید به طور حرفه‌ای برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان اقدام به استفاده از آدرس آنها کنید. بی‌شک شماره تماس و ایمیل در مراحل قبلی مورد توجه قرار گرفته است، اما هنوز جا برای کار درباره آدرس مشتریان وجود دارد.

یکی از شیوه‌های مناسب برای درخواست بازخورد از مشتریان مربوط به استفاده از کارت‌های قدردانی از خرید است. بسیاری از برندها چنین کارت‌هایی را به طور فوری پس از خرید مشتریان به آدرس آنها ارسال می‌کنند. این امر نقش مهمی در تاثیرگذاری بر روی مشتریان داشته و وضعیت برندها را به طور قابل ملاحظه‌ای بهینه‌سازی خواهد کرد. درست به همین دلیل شما باید به طور مداوم در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف بوده و شرایط‌تان در این میان را به طور مداوم تغییر دهید. این امر شامل تلاش برای ارسال کارت‌های قدردانی یا معرفی محصولات تازه برند به طور مداوم است. هنوز هم برخی از مشتریان تمایلی برای استفاده از فناوری‌های دیجیتال ندارند. بنابراین ارسال کارت‌های قدردانی از خرید یا دعوت به خرید همراه با تخفیف یکی از راهکارهای ارتباطی مناسب برای شما در این میان خواهد بود. این امر باید به طور مداوم از سوی شما همراه با به‌روز رسانی‌هایی در ایده اصلی باشد. به این ترتیب مشتریان نسبت به بیان نظرات‌شان در کنار این برگه‌ها و تحویل دوباره‌اش به شما به هنگام خرید دوباره خواهند شد.

راهکار دیگری برای استفاده از نظرات مشتریان پس از خرید مربوط به ارسال یک ایمیل برای مشتریان است. این ایمیل باید حاوی نکاتی برای قدردانی از مشتریان نسبت به خریدشان باشد. در کنار این مسئله شما می‌توانید به سادگی هرچه تمام‌تر نظر مشتریان نسبت به کیفیت خدمات فروش و همچنین نحوه آشنایی با برندتان را جویا شوید. نکته مهم اینکه مشتریان اغلب اوقات وقتی پس از خرید به طور فوری ایمیلی از سوی یک برند دریافت کنند، تمایل بالاتری برای خرید نشان خواهند داد.

درخواست از مشتریان برای بازخورد در سایت برند

سایت برند نیز یکی دیگر از بخش‌های مهم برای تعامل با مشتریان و درخواست از آنها برای بیان نظرات‌شان به طور دقیق است. این امر به شما فرصت بسیار خوبی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف داده و شما را به مثابه یک برند حرفه‌ای در نظر آنها معرفی خواهد کرد. یادتان باشد امروزه بسیاری از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف سختی‌های زیادی را متحمل می‌شوند. بنابراین اگر شما یک سایت حرفه‌ای و محبوب در میان کاربران دارید، باید به بهترین شکل ممکن از پتانسیل سایت‌تان در راستای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف سود ببرید، در غیر این صورت شاید خیلی زود توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب را از دست بدهید.

ایجاد انجمن مشتریان در سایت برند اقدامی موثر برای ترغیب مشتریان وفادار نسبت به ارائه نظر درباره برندتان است. این امر در عین سادگی فرآیند دریافت نظرات مشتریان را بی‌نهایت ساده خواهد کرد. بنابراین دیگر نیازی به نگرانی از سوی شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و بهینه‌سازی نحوه تعامل با مشتریان نخواهد بود. در این میان شما باید همیشه حواس‌تان به سرعت بارگذاری صفحات سایت باشد. این امر نقش تعیین‌کننده‌ای در سرنوشت بازاریابی برند شما داشته و بر روی میزان تمایل کاربران برای حضور در سایت تان نیز اثرگذار خواهد بود. درست به همین خاطر باید همیشه حواس‌تان به این بخش از کسب و کارتان باشد، در غیر این صورت فرصت زیادی برای تاثیرگذاری بروی مخاطب