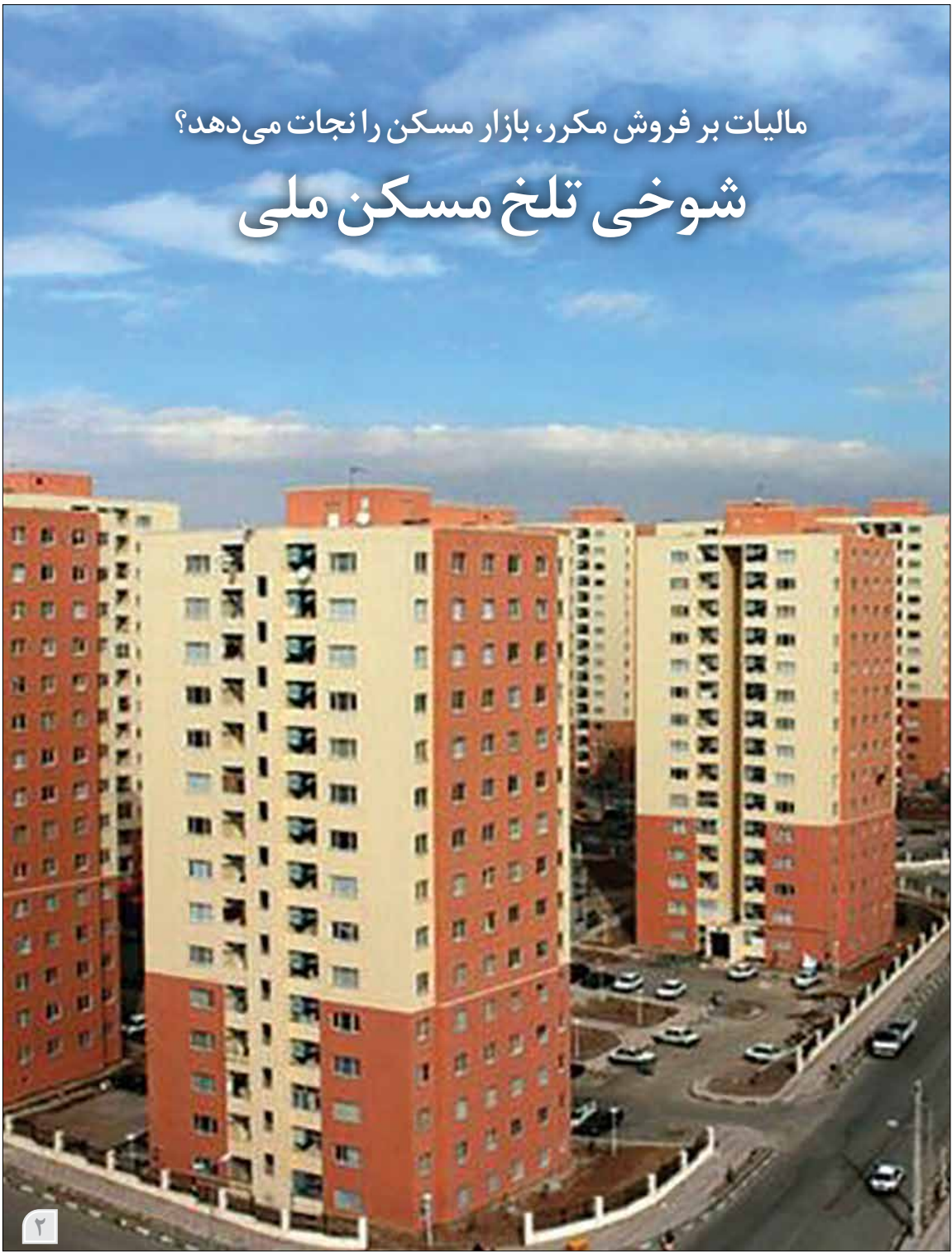


<div><div>شنبه</div><div><div>۱۶ اردیبهشت ۱۴۰۲</div></div></div>
Sat.6 May 2023
۱۵ شوال ۱۴۴۴ – سال ۹م
شماره ۲۲۲۹
۸ صفحه – ۵۰۰۰ تومان
www.forsatnet.ir

<div><div>سر مقاله</div></div>
<div><div>پاک کردن صورت‌مسئله</div></div>
<div><div>علی نظامیان</div></div>
<div><div>دبیر کمیسیون حقوقی کانون بانکها</div></div>
<div><div>به دنبال هشدار رئیس کل بانک مرکزی به بانک‌های ناتراز، گمانه‌زنی رسانه‌ای در مورد انحلال یا ادغام بانک‌های ناتراز آغاز شد، از جمله روزنامه «آفتاب یزد» به نقل از منابع آگاه نوشت: «علی‌رغم هشدار رئیس کل بانک مرکزی مبنی بر انحلال بانک‌های ناتراز تا نیمه امسال (پایان شهریور)، در سومین و چهارمین مرحله از «ادغام بانکها»، نخست پنج بانک… در یکی از دو بانک «صادرات» یا «ملت» ادغام می‌شوند.» نگاهی به پیشینه خبری موضوع انحلال یا ادغام بانکها نشان می‌دهد که مدت‌ها قبل از اظهارنظر اخیر «محمدرضا فرزین»، «خبرگزاری فارس» آورده بود: «یک متخصص اقتصاد اسلامی ضمن تشریح آفات بانکداری خصوصی به دولت سیزدهم پیشنهاد کرد، همه بانک‌های خصوصی در بانک‌های دولتی ادغام و در گام بعدی همه بانک‌های دولتی در «بانک ملی اسلامی» ادغام شوند.» او همچنین در توضیح پیشنهاد خود افزود: «اگر این بانک‌های ربوی ورشکسته شوند، آنگاه بار سنگین بدهی که بر اقتصاد ملی تحمیل می‌شود، مصیبت دیگری خواهد بود؛ چنانچه از دیدگاه بنده وقوع این پدیده شوم در آینده نه‌چندان دور، گریزناپذیر است. راهکار اجتناب از چنین بحران‌های جدی را فقط و فقط در دولتی کردن همه بانک‌ها و ادغام آنها در «بانک ملی اسلامی» می‌دانم.» پس با این‌س طرح بدیع، دیگر نیازی به بانک مرکزی نخواهد بود؟</div></div>
<div><div>ادامه در همین صفحه</div></div>

فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی



مالیات بر فروش مکرر، بازار مسکن را نجات می‌دهد؟

شوخی تلخ مسکن ملی

دماسنج اصلی تالار شیشه‌ای وارد کانال ۲٫۵ میلیون واحد شد

رشد ۲ برابری ورود سرمایه به بازار سهام

فرصت امروز: شاخص کل بورس تهران در هفته دوم اردیبهشت ماه وارد سطح ۲٫۵ میلیون واحد شد و بازدهی هفتگی ۶٫۲ درصدی را به ثبت رساند. هرچند روند صعودی شاخص کل در آخرین روز معاملاتی هفته گذشته متوقف شد، اما شاخص هم‌وزن به صعود خود ادامه داد و رشد ۸٫۸ درصدی را از خود به جا گذاشت. هفته گذشته، یکی از پرمعامله‌ترین هفته‌های بورس تهران…

۴

چرا کالاهای وارداتی در گمرک رسوب می‌کنند؟

نسخه رسوب‌زدایی از واردات

فرصت امروز: نتایج یک گزارش رسمی نشان می‌دهد که چهار عامل «صدور مجوز ثبت سفارش بیش از سقف موردنیاز»، «تعطل در تعیین تکلیف کالاها و ناهماهنگی دستگاه‌ها»، «امکان ورود کالا به بنادر و اماکن گمرکی بدون اخذ مجوزها» و «عدم امکان دریافت شناسه رهگیری بانکی معتبر» موجب رسوب کالاهای وارداتی در گمرکات کشور می‌شوند. از نگاه کارشناسان مرکز پژوهش‌های مجلس، «کنترل سیستمی سقف ثبت سفارش»، «صدور ثبت سفارش پس از تخصیص ارز»، «اعمال قواعد سختگیرانه بر ورود کالای بدون ثبت سفارش به اماکن گمرکی»، «صدور سیستمی اظهارنامه و قبض انبار متروکه» و «اصلاح سازوکار مالی و عملیاتی سازمان اموال تملیکی»، پنج راهکاری است که می‌تواند در رفع دیو کالاها و ترخیص به‌موقع کالاهای وارداتی موثر باشد.

هرچند تعریف دقیق و مشخصی از رسوب کالا در قوانین و مقررات کشور وجود ندارد، اما در تعریف و برداشت عمومی، اقلامی که مدت زیادی در بنادر اماکن یا انبارهای گمرکی دیو شده باشند، در زمره کالای رسوبی محسوب می‌شوند. با توجه به تعدد انبارهای گمرکی و مراجع تحویل‌گیرنده، آمار دقیقی از میزان رسوب کالا در گمرک ایران ارائه نشده است، اما چالش‌های ناظر به دیوی بلندمدت کالا در برخی از گمرک‌های کشور و تاکید دولتمردان بر حل معضل رسوب کالا نشان می‌دهد عبور از این چالش نیازمند مطالعه کارشناسی برای شناخت مسئله و ارائه راهکارهاست. اصولاً اقلام…

۲

تقابل نقدینگی و پایه پولی بر سر تورم ادامه دارد

موتور محرک نقدینگی

۳

<div><div>مدیریت و کسب‌وکار</div></div>
<div><div>استراتژی ورود به بازار چیست؟ همراه با بررسی مزایای آن</div></div>
<div><div>ورود به بازار با محصولی تازه هیچ شباهتی به سکانس ابتدایی فیلم‌های اکشن ندارد. در عوض به جای قهرمان بازی‌های موردانتظار، تا چشم کار می‌کند استترس دور و بر کارآفرینان خواهد بود. مدیرانی که بدون هیچ برنامه قبلی بردنشان را وارد بازار می‌کنند، معمولاً خیلی زود با شکست‌های سنگین رو به رو می‌شوند. این کار دقیقاً مثل راندگی در جاده‌ای کاملاً تاریک است. شاید شما با این دست فرمان به مقصد برسید، اما قطعا خیلی دیر خواهید کرد. همین مشکلات بحث از استراتژی ورود به بازار را منطقی می‌کند. ورود به بازار یکی از آن استراتژی‌هایی است که اغلب کارآفرینان در زندگی روزمره با آن سر و کار دارند، اما هیچ وقت اسم اصلی‌اش را نشناخته‌اند. اگر بخواهیم رُک و پوست‌کنده این استراتژی را تعریف کنیم، باید گفت ورود به بازار به معنای طراحی چارچوبی برای فروش محصولات برند در بازار است. نکته مهم…</div></div>
<div><div>۸</div></div>

حساسیت بالای افکار عمومی نسبت به موضوع ادغام بانک‌ها چندان دور از انتظار نیست؛ زیرا همه بانک‌ها، خواه بانک‌های دولتی و خواه خصوصی، محل انباشت سرمایه‌های مردم در شکل و شمایل سیردهد‌های بانکی و سهام بانک‌هاست. مردمی که منابع مالی خود را در اختیار بانک‌ها قرار می‌دهند تا بانک‌ها این سپرده‌های مردمی را در عملیات بانکی به کار برند و سود حاصل از این عملیات بانکی را به نسبت مدت و مبلغ سپرده و سهم منابع مالی بین خود و سپرده‌گذاران تقسیم کنند. بخشی دیگر از منابع مالی مردم برای خرید سهام بانک‌های غیردولتی خصوصی به بانک‌ها آورده می‌شود. پس بانک‌ها با انبوه پول‌های مردم، هم در قالب سپرده‌های بانکی و هم در قالب سهام بانک‌ها سرورکار دارند. بنابراین پمپاژ خبری موضوع «انحلال یا ادغام بانک‌ها» طبیعتاً بر نگرانی و دلواپسی سپرده‌گذاران و سهامداران بانک‌ها می‌افزاید و این پرسش برای‌شان مطرح می‌شود که پس از ادغام یا انحلال، سرنوشت سرمایه آنان چه خواهد شد؟

هدف از کاربرد روش انحلال یا ادغام باید روشن باشد. معمولاً ادغام موسسات عظیم مالی، آثار مثبت و منفی دربر دارد. جدا از آثار متفاوت ادغام یا انحلال، سؤال این است که آیا ادغام یا انحلال بانک‌ها در شرایط فعلی اقتصاد ایران، بیماری ناترازی بانکی را درمان خواهد کرد یا آنکه این راه‌حل‌های به‌ظاهر بانکی فقط پاک صورت‌مسئله است تا زمینه لازم برای تحقق پیشینه‌های آن اقتصاددان، یعنی ادغام همه بانک‌ها و تشکیل «بانک ملی اسلامی» فراهم آید؟!واقعیت آن است که در دنیای بانکداری، ادغام و انحلال بانک‌ها هم از نظر مبانی قانونی و حقوقی و هم از نظر اقتصاد بانکی، دو موضوع کاملاً متفاوت است و هر یک از این دو، آثار خود را دارند. در حقوق تجارت، انحلال شرکت به معنای مرگ آن است و شرکت منحل شده پس از دوران تصفیه، دیگر نه شخصیت حقوقی دارد و نه حضور موثر در جامعه. اما در سایر کشورها، پدیده ادغام ممکن است در بطن خود تشکیل یک شخصیت حقوقی متمایز از شخصیت حقوقی شرکت ادغام‌پذیر را در پی داشته باشد، اما تجربه ادغام بانک‌ها در بعد از انقلاب نشان داد که در کشورمان، «ادغام» تفاوت چندانی با «انحلال» ندارد. «ادغام» در واقع، نام محترمانه «انحلال» است و متصدیان امر با نام «ادغام» همان نتایج «انحلال» را پی گرفته‌اند. لذا پس از ادغام باید با بانک‌های ادغام‌شده برای همیشه وداع کرد. قانون ملی‌شدن بانک‌ها (مصوب سال ۱۳۵۷)، مصداق روشنی بر این ادعاست. قانونی که می‌گوید: «برای حفظ حقوق و سرمایه‌های ملی و به کار انداختن چرخ‌های تولیدی کشور و تضمین سیردهد‌ها و پس‌اندازهای مردم در بانک‌ها ضمن قبول اصل مالکیت مشروع مشروط و با توجه به: «نحوه تحصیل

درآمد بانک‌ها و انتقال غیرمشروع سرمایه‌ها به خارج»، «تقس اساسی بانک‌ها در اقتصاد کشور و ارتباط طبیعی اقتصاد کشور با موسسات بانکی»، «هدیون بودن بانک‌ها به دولت و احتیاج آنها به سرپرستی دولت»، «لرزم هماهنگی فعالیت بانک‌ها با سایر سازمان‌های کشور» و «لرزم سوق‌دادن فعالیت در جهت اداری و انتفاعی اسلامی» از تاریخ تصویب این قانون کلیه بانک‌ها ملی اعلام می‌گردد و دولت مکلف است بلافاصله نسبت به تعیین مدیران بانک‌ها اقدام نماید.»

اما نتیجه عملیاتی این قانون ادغام نبود، بلکه انحلال بسیاری از بانک‌ها و دولتی شدن کامل صنعت بانکداری ایران بوده مثلاً بانک صنعت و معدن در تاریخ ۲ مهرماه ۱۳۵۸ از ادغام بانک اعتبارات صنعتی، بانک توسعه صنعتی و معدنی ایران، بانک توسعه و سرمایه‌گذاری ایران، شرکت سرمایه‌گذاری بانک‌های ایران و صندوق ضمانت صنعتی شکل گرفت. بانک اعتبارات صنعتی که اولین بانک توسعه صنعتی در ایران بود، به‌موجب قانون برنامه عمرانی هفت ساله دوم در سال ۱۳۳۵ با سرمایه اولیه ۶۰۰ میلیون ریال و بمنظور ایجاد و تقویت کارآفرینان بخش خصوصی تأسیس شد.سهم اولیه این بانک تماماً به دولت تعلق داشت، ولی پس از ۲۰ سال فعالیت تصمیم گرفته شد که با فروش تدریجی سهام به بخش خصوصی موجبات غیردولتی شدن بانک مزبور فراهم گردد. در اواخر سال ۱۳۵۶ با فروش تدریجی ۵ درصد سهام به بخش خصوصی، زمینه غیردولتی شدن بانک آغاز شد. این بانک در مدت ۲۲ سال فعالیت خود، ۱۱۰۷ فقره تسهیلات به مبلغ ۸۶٫۷ میلیارد ریال به واحدهای تولیدی و خدماتی پرداخت کرد و در سرمایه‌گذاری ۷۰ واحد تولیدی و خدماتی نیز به مبلغ ۱۱ میلیارد ریال مشارکت حقوقی داشت، اما در حال حاضر و پس از ادغام هیچ اثری از آن در اذهان باقی نمانده است. بانک‌های ملت، تجارت و صادرات نیز سرنوشت مشابهی داشته‌اند، اما نتیجه نهایی این‌همه انحلال چه بود؟!

بازگشت بانک‌های ملی شده به تنظیمات کارخانه؛ زیرا در تیرماه ۱۳۸۵ براساس سیاست‌های کلی نظام اعلام شد: «واگذاری ۸۰ درصد از سهام بنگاه‌های دولتی مشمول صدر اصل ۴۴ به بخش‌های خصوصی شرکت‌های تعاونی سهامی عام و بنگاه‌های عمومی غیردولتی به شرح ذیل مجاز است: بانک‌های دولتی به‌استثنای بانک مرکزی ایران، بانک ملی ایران، بانک سپه، بانک صنعت و معدن، بانک کشاورزی، بانک مسکن و بانک توسعه صادرات، شرکت‌های بیمه دولتی به‌استثنای بیمه مرکزی و بیمه ایران.» این بدان معناست که دولتی‌سازی کامل صنعت بانکداری پس از انقلاب، درمان دردهای اقتصادی جامعه نبوده، بلکه بالعکس، جامعه را از رقابت بانک‌های دولتی-

پاک کردن صورت‌مسئله

خصوصی برای خدمات بهتر به مردم محروم کرده است. همین پدیده در مورد ادغام چند بانک و موسسه اعتباری در بانک دولتی سپه اتفاق افتاد؛ با این تفاوت که این بار برخلاف مقررات موسسات دولتی، دهنه شیبه داشته باشد؟

شاید توصیه مدیریتی برای حل این‌گونه مشکلات، انحلال شعب مازاد بانک‌ها و موسسات ادغامی باشد. اما این راهکار، دربره‌ی در تضییع حقوق استخدایم مدیران، کارشناسان و کارکنان شعب منحل‌ه را به همراه خواهد داشت. لذا تصمیم به انحلال چند بانک یا موسسه اعتباری در یک بانک دیگر، نیازمند مطالعه و تأمین مالی مناسب برای جابه‌جایی و پرداخت مستمر حقوق و مزایای همه پرسنل موسسات ادغام‌شونده و بانک ادغام‌پذیر است، وگرنه اقدام به ادغام بدون بررسی جوانب کارشناسی، فاجعه منابع انسانی کارکنان شبکه بانکی را در پی خواهد داشت؛ چنانکه «فارس» در مورد وضعیت کارکنان بانک‌ها و موسسات ادغام‌شده در بانک سپه نوشت: «انتشار درددل‌های کارکنان بانک‌های ادغامی حسابی خبرساز شد. این افراد با تشکیل یک کمیون در «فارس من» نسبت به برخی موارد و شرایط کاری اعلان اعتراض کردند.» بنابراین سخن از ادغام بانک‌ها گفتن بدون برنامه‌ریزی دقیق در مورد وضعیت حقوق و پرسنل بانک‌های ادغام‌شونده، نژم‌راهی جز تضییع حقوق استخدامی کارکنان این قبیل بانک‌ها دربر نخواهد داشت.

دو؛ تأثیر ادغام با حقوق شرعی و قانونی سهامداران بانک‌ها و موسسات اعتباری ادغام‌شونده: تفاوت اصلی ادغام با انحلال، این است که در پدیده انحلال، سهام سهامداران از بین می‌رود و دیگر سهمی نیست. لذا سهامداران شرکت منحل‌ه فقط در درایه‌های باقیمانده شرکت به نسبت سهام شریک خواهند بود، اما برعکس در پدیده ادغام، ارزش فعلی (مثبت یا منفی) سهام سهامداران بانک‌ها و موسسات ادغام‌شونده عیناً به شرکت

ادغام‌پذیر منتقل خواهد شد. در نتیجه سهامداران بانک‌ها و موسسات اعتباری ادغام‌شده، مدیران بانک ادغام‌پذیر خود سهامدار بانک ادغام‌پذیر شوند؛ یا آنکه با دریافت داوطلبانه و غیراجباری ارزش واقعی سهام خود از جرگه سهامداران خارج شوند. ارزیابی ارزش فعلی سهام بانک‌ها و موسسات ادغامی نیز مستلزم ارزیابی دقیق درایه‌های مثبت و منفی بانک‌ها و موسسات ادغام‌شده در زمان ادغام است تا ارزش روز سهام آنان تعیین شود، اما تصور نمی‌کنم در ادغام بانک‌ها چنین فرآیندی طی شده باشد. به یاد دارم که در زمان ادغام قبلی، سهام یک بانک ادغامی یکشبه به مبلغی ناچیز تقلیل یافت و به سهامداران آن بانک اعلام شد که برای دریافت پهای سهام فقط همین مبلغ قابل پرداخت است. رفتاری که با هیچ موازین

هم‌زمان با هفته بزرگداشت مقام معلم توسط بانک پاسارگاد رقم خورد

بازگشت بانک‌های ملی شده به تنظیمات کارخانه؛ زیرا در تیرماه ۱۳۸۵ براساس سیاست‌های کلی نظام اعلام شد: «واگذاری ۸۰ درصد از سهام بنگاه‌های دولتی مشمول صدر اصل ۴۴ به بخش‌های خصوصی شرکت‌های تعاونی سهامی عام و بنگاه‌های عمومی غیردولتی به شرح ذیل مجاز است: بانک‌های دولتی به‌استثنای بانک مرکزی ایران، بانک ملی ایران، بانک سپه، بانک صنعت و معدن، بانک کشاورزی، بانک مسکن و بانک توسعه صادرات، شرکت‌های بیمه دولتی به‌استثنای بیمه مرکزی و بیمه ایران.» این بدان معناست که دولتی‌سازی کامل صنعت بانکداری پس از انقلاب، درمان دردهای اقتصادی جامعه نبوده، بلکه بالعکس، جامعه را از رقابت بانک‌های دولتی-

هم‌زمان با هفته بزرگداشت مقام معلم توسط بانک پاسارگاد رقم خورد

بازگشت بانک‌های ملی شده به تنظیمات کارخانه؛ زیرا در تیرماه ۱۳۸۵ براساس سیاست‌های کلی نظام اعلام شد: «واگذاری ۸۰ درصد از سهام بنگاه‌های دولتی مشمول صدر اصل ۴۴ به بخش‌های خصوصی شرکت‌های تعاونی سهامی عام و بنگاه‌های عمومی غیردولتی به شرح ذیل مجاز است: بانک‌های دولتی به‌استثنای بانک مرکزی ایران، بانک ملی ایران، بانک سپه، بانک صنعت و معدن، بانک کشاورزی، بانک مسکن و بانک توسعه صادرات، شرکت‌های بیمه دولتی به‌استثنای بیمه مرکزی و بیمه ایران.» این بدان معناست که دولتی‌سازی کامل صنعت بانکداری پس از انقلاب، درمان دردهای اقتصادی جامعه نبوده، بلکه بالعکس، جامعه را از رقابت بانک‌های دولتی-

بازگشت بانک‌های ملی شده به تنظیمات کارخانه؛ زیرا در تیرماه ۱۳۸۵ براساس سیاست‌های کلی نظام اعلام شد: «واگذاری ۸۰ درصد از سهام بنگاه‌های دولتی مشمول صدر اصل ۴۴ به بخش‌های خصوصی شرکت‌های تعاونی سهامی عام و بنگاه‌های عمومی غیردولتی به شرح ذیل مجاز است: بانک‌های دولتی به‌استثنای بانک مرکزی ایران، بانک ملی ایران، بانک سپه، بانک صنعت و معدن، بانک کشاورزی، بانک مسکن و بانک توسعه صادرات، شرکت‌های بیمه دولتی به‌استثنای بیمه مرکزی و بیمه ایران.» این بدان معناست که دولتی‌سازی کامل صنعت بانکداری پس از انقلاب، درمان دردهای اقتصادی جامعه نبوده، بلکه بالعکس، جامعه را از رقابت بانک‌های دولتی-

پاسخ به این پرسش قطعاً منفی خواهد بود. همین وضعیت در مورد مدیران و مسئولان شعب بانک‌های ادغام‌شونده و بانک ادغام‌پذیر نیز قابل تصور است؛ یعنی باید انتظار داشت که بانک سپه در یک خیابان، دهنه شیبه داشته باشد؟

شاید توصیه مدیریتی برای حل این‌گونه مشکلات، انحلال شعب مازاد بانک‌ها و موسسات ادغامی باشد. اما این راهکار، دربره‌ی در تضییع حقوق استخدایم مدیران، کارشناسان و کارکنان شعب منحل‌ه را به همراه خواهد داشت. لذا تصمیم به انحلال چند بانک یا موسسه اعتباری در یک بانک دیگر، نیازمند مطالعه و تأمین مالی مناسب برای جابه‌جایی و پرداخت مستمر حقوق و مزایای همه پرسنل موسسات ادغام‌شونده و بانک ادغام‌پذیر است، وگرنه اقدام به ادغام بدون بررسی جوانب کارشناسی، فاجعه منابع انسانی کارکنان شبکه بانکی را در پی خواهد داشت؛ چنانکه «فارس» در مورد وضعیت کارکنان بانک‌ها و موسسات ادغام‌شده در بانک سپه نوشت: «انتشار درددل‌های کارکنان بانک‌های ادغامی حسابی خبرساز شد. این افراد با تشکیل یک کمیون در «فارس من» نسبت به برخی موارد و شرایط کاری اعلان اعتراض کردند.» بنابراین سخن از ادغام بانک‌ها گفتن بدون برنامه‌ریزی دقیق در مورد وضعیت حقوق و پرسنل بانک‌های ادغام‌شونده، نژم‌راهی جز تضییع حقوق استخدامی کارکنان این قبیل بانک‌ها دربر نخواهد داشت.

دو؛ تأثیر ادغام با حقوق شرعی و قانونی سهامداران بانک‌ها و موسسات اعتباری ادغام‌شونده: تفاوت اصلی ادغام با انحلال، این است که در پدیده انحلال، سهام سهامداران از بین می‌رود و دیگر سهمی نیست. لذا سهامداران شرکت منحل‌ه فقط در درایه‌های باقیمانده شرکت به نسبت سهام شریک خواهند بود، اما برعکس در پدیده ادغام، ارزش فعلی (مثبت یا منفی) سهام سهامداران بانک‌ها و موسسات ادغام‌شونده عیناً به شرکت ادغام‌پذیر منتقل خواهد شد. در نتیجه سهامداران بانک‌ها و موسسات اعتباری ادغام‌شده، مدیران بانک ادغام‌پذیر خود سهامدار بانک ادغام‌پذیر شوند؛ یا آنکه با دریافت داوطلبانه و غیراجباری ارزش واقعی سهام خود از جرگه سهامداران خارج شوند. ارزیابی ارزش فعلی سهام بانک‌ها و موسسات ادغامی نیز مستلزم ارزیابی دقیق درایه‌های مثبت و منفی بانک‌ها و موسسات ادغام‌شده در زمان ادغام است تا ارزش روز سهام آنان تعیین شود، اما تصور نمی‌کنم در ادغام بانک‌ها چنین فرآیندی طی شده باشد. به یاد دارم که در زمان ادغام قبلی، سهام یک بانک ادغامی یکشبه به مبلغی ناچیز تقلیل یافت و به سهامداران آن بانک اعلام شد که برای دریافت پهای سهام فقط همین مبلغ قابل پرداخت است. رفتاری که با هیچ موازین

شرعی و قانونی منطبق نبود؛ درحالی‌که اکنون اموال و املاک غیرمنقول بانک‌ها و موسسات ادغام‌شده بر اثر افزایش قیمت سر به فلک کشیده است. ضمن آنکه بدهی و مطالبات معوق آنان نیز همچنان باقی است.

سوم؛ تأثیر ادغام در حقوق شرعی و قانونی سپرده‌گذاران: در پدیده ادغام برعکس انحلال، کلیه حقوق قانونی سپرده‌گذاران بانک‌ها و موسسات ادغام شده به بانک ادغام‌پذیر منتقل می‌شود، اما مشکل زمانی شروع می‌شود که بانک‌ها و موسسات ادغام‌شده برای سپرده‌پذیری جذب سپرده نرخ‌های متفاوتی را تعهد و قرارداد کرده‌اند که پرداخت این نرخ‌ها برای بانک ادغام‌پذیر غیرممکن است، اما مراجع قضایی در این‌گونه موارد براساس قرارداد سپرده‌گذاری رأی می‌دهند؛ ولو آنکه به ادعای بانک ادغام‌پذیر این‌گونه نرخ‌های سپرده برخلاف نرخ مصوب بانک مرکزی تعیین شده باشد. شخصاً چند نمونه از این آرا را دیدم.

چهارم؛ تأثیر ادغام بر تراز مالی بانک ادغام‌پذیر؛ قاعده کلی آن است که با تحقق ادغام، کلیه درایه‌های بانک و موسسه ادغام‌شده به بانک ادغام‌پذیر منتقل خواهد شد. در ازای برخورداری از این درایه‌ها، بانک ادغام‌پذیر نیز قائل‌جانشین قانونی بانک‌های ادغام‌شده محسوب می‌شود و باید تعهدات مالی و غیرمالی بانک‌های ادغام‌پذیر را اجرا نماید. اما قطعاً ورود حجم عظیمی از درایه‌های مثبت و منفی بانک‌های ادغامی

دو؛ تأثیر ادغام با حقوق شرعی و قانونی سهامداران بانک‌ها و موسسات اعتباری ادغام‌شونده: تفاوت اصلی ادغام با انحلال، این است که در پدیده انحلال، سهام سهامداران از بین می‌رود و دیگر سهمی نیست. لذا سهامداران شرکت منحل‌ه فقط در درایه‌های باقیمانده شرکت به نسبت سهام شریک خواهند بود، اما برعکس در پدیده ادغام، ارزش فعلی (مثبت یا منفی) سهام سهامداران بانک‌ها و موسسات ادغام‌شونده عیناً به شرکت ادغام‌پذیر منتقل خواهد شد. در نتیجه سهامداران بانک‌ها و موسسات اعتباری ادغام‌شده، مدیران بانک ادغام‌پذیر خود سهامدار بانک ادغام‌پذیر شوند؛ یا آنکه با دریافت داوطلبانه و غیراجباری ارزش واقعی سهام خود از جرگه سهامداران خارج شوند. ارزیابی ارزش فعلی سهام بانک‌ها و موسسات ادغامی نیز مستلزم ارزیابی دقیق درایه‌های مثبت و منفی بانک‌ها و موسسات ادغام‌شده در زمان ادغام است تا ارزش روز سهام آنان تعیین شود، اما تصور نمی‌کنم در ادغام بانک‌ها چنین فرآیندی طی شده باشد. به یاد دارم که در زمان ادغام قبلی، سهام یک بانک ادغامی یکشبه به مبلغی ناچیز تقلیل یافت و به سهامداران آن بانک اعلام شد که برای دریافت پهای سهام فقط همین مبلغ قابل پرداخت است. رفتاری که با هیچ موازین

دو؛ تأثیر ادغام با حقوق شرعی و قانونی سهامداران بانک‌ها و موسسات اعتباری ادغام‌شونده: تفاوت اصلی ادغام با انحلال، این است که در پدیده انحلال، سهام سهامداران از بین می‌رود و دیگر سهمی نیست. لذا سهامداران شرکت منحل‌ه فقط در درایه‌های باقیمانده شرکت به نسبت سهام شریک خواهند بود، اما برعکس در پدیده ادغام، ارزش فعلی (مثبت یا منفی) سهام سهامداران بانک‌ها و موسسات ادغام‌شونده عیناً به شرکت ادغام‌پذیر منتقل خواهد شد. در نتیجه سهامداران بانک‌ها و موسسات اعتباری ادغام‌شده، مدیران بانک ادغام‌پذیر خود سهامدار بانک ادغام‌پذیر شوند؛ یا آنکه با دریافت داوطلبانه و غیراجباری ارزش واقعی سهام خود از جرگه سهامداران خارج شوند. ارزیابی ارزش فعلی سهام بانک‌ها و موسسات ادغامی نیز مستلزم ارزیابی دقیق درایه‌های مثبت و منفی بانک‌ها و موسسات ادغام‌شده در زمان ادغام است تا ارزش روز سهام آنان تعیین شود، اما تصور نمی‌کنم در ادغام بانک‌ها چنین فرآیندی طی شده باشد. به یاد دارم که در زمان ادغام قبلی، سهام یک بانک ادغامی یکشبه به مبلغی ناچیز تقلیل یافت و به سهامداران آن بانک اعلام شد که برای دریافت پهای سهام فقط همین مبلغ قابل پرداخت است. رفتاری که با هیچ موازین

خواندم و بیشترین سرمایه معنوی، معرفی و علمی من در آن شکل گرفته است. رئیس دانشگاه خاتم با بیان اینکه می‌توانیم دارالفنون را در کشور احیا کنیم، گفت: آن چیزی که امروز از معلمان یاد می‌گیریم، اثری است که باید در آینده ایجاد کنیم. فرزندان ما در آینده آن اثری را خواهند گذاشت که از معلمان یاد گرفته‌اند. این مسئله مهمی است که نقش معلم چگونه دیده شود. معلم می‌تواند تب هیجانات جوانی را که لحظه‌های ساختن و ساختن به پرداختن به آینده با علم‌اندوزی تبدیل کند. به گفته دکتر قاسمی، آنچه در ترازنامه بانک پاسارگاد به عنوان سرمایه درج می‌شود درواقع، دستمایه است. سرمایه واقعی، سرمایه انسانی است.

نگاه

صنعت حمل‌ونقل به نوسازی ناوگان نیاز دارد

چشم‌انداز حمل و نقل ۱۴۰۲

هرگونه فعالیت تجاری، تولیدی و خدماتی به‌صورت مستقیم و غیرمستقیم از بخش حمل‌ونقل اثر می‌پذیرد. اهمیت این حوزه به دلیل جنبه زیرساختی که دارد، بسیار بالاست. اگر سرمایه‌گذاری مناسبی در صنعت حمل‌ونقل صورت بگیرد و شاهد افزایش تعداد ناوگان و به‌روز شدن سیستم‌های لجستیکی باشیم، اثرات مثبت آن را بر کاهش بهای انتقال انواع کالا و بهبود کیفیت انتقال کالا خواهیم دید. از طرف دیگر علاوه بر جنبه کلی موضوع حمل‌ونقل و اثراتی که دارد، این صنعت در ایران به دلیل موقعیت جغرافیایی کشور و قرار گرفتن در مسیر ترانزیتی شمال-جنوب و شرق-غرب، اهمیت دوچندانی پیدا کرده است. در واقع، ایران ظرفیتی را در اختیار دارد که با سرمایه‌گذاری روی آن می‌تواند سطح درآمدهای خود را به‌صورت چشمگیری افزایش دهد و جایگاه خود را در منطقه ارتقا دهد. این ظرفیت با توجه به صنعت حمل‌ونقل از قوه به فعل تبدیل می‌شود، اما متأسفانه این مهم مورد غفلت قرار گرفته و سال‌ها به دلیل عدم سرمایه‌گذاری درست روی جاده‌ها، بنادر، مسیرهای ریلی و… فرصت‌ها را از دست دادیم. بنابراین آنچه لازم است تا برای ارتقای سطح صنعت لجستیک کشور انجام شود، ابتدا مطالعه کارشناسی و آسیب‌شناسی مسئله و سپس ارائه راهکارهای عملیاتی و اجرای آن است. در همین رابطه «علی رضوانی‌زاده»، کارشناس حوزه حمل‌ونقل در گفت‌وگو با «اتاق ایران آنلاین» به کمبودهایی که در این صنعت وجود دارد، اشاره می‌کند و می‌گوید: برای بهبود شرایط در حوزه حمل‌ونقل علاوه بر سرمایه‌گذاری خود دولت، به حمایت‌ها و مشوق‌های دولتی از بخش خصوصی برای حضور در این صنعت نیاز است.

این فعال اقتصادی سپس از کمبود ناوگان در صنعت حمل‌ونقل کشور انتقاد می‌کند و با اشاره به اثرات منفی که این کمبود بر قیمت و کیفیت حمل انواع کالا می‌گذارد، می‌افزاید: کمبود ناوگان به دلیل بازار انحصاری که ایجاد می‌کند، حمایت می‌شود؛ وگرنه می‌توان با ایجاد زمینه حضور بخش خصوصی در این بازار، کمبودها را از طریق واردات جبران کرد. به طور کلی، کمبود ناوگان در صنعت حمل‌ونقل ایران، یک چالش جدی است که کل فعالیت‌های اقتصادی را تحت تاثیر قرار می‌دهد و هم بر قیمت و هم کیفیت خدمات لجستیکی اثر منفی دارد. او در بخش جاده‌ای، یکی از مشکلات موجود را مربوط به مالیات می‌داند که مانع از سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در شرکت‌های حمل‌ونقل جاده‌ای می‌شود و بسه دنبال آن، فعالیت کامیون‌های راننده‌مالک به‌جای شرکت‌مالک را گسترش می‌دهد؛ زیرا تا زمانی که انگیزه مالیاتی لازم برای سرمایه‌گذاران ایجاد نشود، شرکت‌ها شکل نمی‌گیرند و در نتیجه سیستم منظم حمل‌ونقل هم ایجاد نمی‌شود. «رضوانی‌زاده» رقابت شکل گرفته بین سازمان راهداری و بخش خصوصی در حوزه حمل‌ونقل را عامل اصلی مشکلات حاکم بر زیرساخت‌ها، پایانه‌ها، بنادر و جاده‌ها عنوان می‌کند و می‌گوید: این رقابت لطمه زیادی به روند توسعه صنعت حمل‌ونقل کشور می‌زند؛ چراکه انگیزه حضور در این وادی را از سرمایه‌گذاران می‌گیرد.

وی با بیان اینکه رقابت دولت و بخش خصوصی، توسعه حمل‌ونقل جاده‌ای را متوقف کرده است، نگاه بنگذارِی دولت را بزرگ‌ترین مانع در برابر پیشرفت این صنعت می‌داند و ادامه می‌دهد: مأموریت اصلی دولت، بسترسازی برای تسهیل شرایط فعالیت در صنعت حمل است. امروز به دلیل عدم صدور روادید برای رانندگان ایرانی از سوی برخی از کشورهای اروپایی، صادرکنندگان و واردکنندگان به‌ناچار باید از سیستم حمل ترکیه استفاده کنند. درصورتی‌که اگر دولت بتواند در این رابطه ریزنی کرده و شرایط را فراهم کند، تِجار ایرانی قادر خواهند بود با صرف هزینه کمتر، بار خود را منتقل کنند. در این رابطه به نگاه هوشمندانه دولت نیاز است.

این کارشناس حوزه حمل‌ونقل در ادامه به مشکلات حاکم بر حمل‌ونقل دریایی اشاره می‌کند و می‌افزاید: بستر سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در حمل و نقل دریایی فراهم نیست. در جریان تحریم‌ها، کشتیرانی جمهوری اسلامی تحریم شد و بنابراین امروز برنامه‌ای برای توسعه ندارد. این حالت است که اگر دولت از بخش خصوصی حمایت لازم و کافی را داشت، تا به امروز اقدامات توسعه‌ای خوبی از سوی بخش خصوصی در حوزه حمل و نقل دریایی اتفاق می‌افتاد. او نبود خط منظم کشتیرانی برای حمل کالاهای صادراتی ایران به آمریکای لاتین، نبود یک کشتی ررو-و کشتی کانتریمر بر در دریای خزر و در نتیجه عقب‌ماندگی در امر ترانزیت علی‌رغم ظرفیت‌های موجود کشور را از جمله کاستی‌ها در این بخش برمی‌شمارد و اضافه می‌کند: توجه و برنامه‌ریزی دولت برای برون‌رفت از شرایط حاکم بر صنعت حمل‌ونقل کشور، ضروری است.

او با اشاره به اهمیت فواید و درآمدهای حاصل از ترانزیت، توضیح می‌دهد: فقط واردات روسیه حدود ۲۱۰ میلیارد دلار در سال است و ایران ظرفیت‌های خوبی در تأمین بخش قابل توجهی از نیازهای وارداتی روسیه دارد، اما سهم ما در تأمین نیازهای حمل و نقلی این کشور به دلیل نبود امکان حمل به‌موقع و باکیفیت کالا بسیار ناچیز است و به دلیل کامل نبودن مسیرهای ترانزیتی و کمبود ناوگان، فعالان ایرانی نمی‌تواند در این وادی حضور چشمگیری داشته باشند.

کمبودهای بخش ریلی نیز نکته دیگری است که «رضوانی‌زاده» به کاستی‌ها و کمبودهای آن اشاره می‌کند و می‌گوید: انحصارگرایی در صنعت ریل مانع تأمین نیاز کشور به واگن می‌شود. به عقیده این فعال اقتصادی، نواقص این بخش نسبت به سایر بخش‌های حمل‌ونقل فاجعه‌آمیزتر است. «رضوانی‌زاده» از کمبود ۷۰ هزار واگن در صنعت حمل و نقل ریلی کشور خبر می‌دهد و تأکید می‌کند: زمانی که این رقم در حدود ۵۰ هزار مورد بود، دولت تصمیم گرفت هزینه‌ای را فراهم کند تا واگن وارد کشور شود، متأسفانه با کارشنکی‌هایی که در بدنه دولت صورت گرفت، این امر محقق نشد و امروز با افزایش سطح کمبودها مواجه هستیم. صنعت واگن‌سازی داخلی نمی‌تواند جوابگوی نیازها باشد، در نتیجه هر سال بر سطح تقاضا افزوده شده و به‌جای تأمین نیاز موجود شاهد افزایش قیمت تولیدات محدود داخلی هستیم. او ظرفیت تولید واگن در داخل را کمتر از یک هزار مورد عنوان می‌کند که توسط حدود پنج شرکت فعال انجام می‌شود. براساس اظهارات این کارشناس حمل‌ونقل، از پنج شرکت موجود تنها یکی به بخش خصوصی واقعی تعلق دارد که چندان هم فعال نیست. تولیدکنندگان واگن به شرکت‌های بزرگ مدنی و فولادی متصل هستند و این واحدها نیز برای انتقال و صادرات محصولات تولیدی خود حاضرند با مبالغ قابل‌توجهی واگن‌های موجود را اجازه کنند در نتیجه بخش خصوصی که ممکن است در سال چندین مرتبه برای صادرات با ترانزیت به واگن نیاز پیدا کند، قادر به اجاره آن نیست، چون قیمت‌ها رقابتی نیستند.

این فعال اقتصادی در پایان سخنانش، میزان واردات محصولات کشاورزی به ایران در طول یک سال را حدود ۳۰ میلیون تن برآورد می‌کند که بخشی از آن از قزاقستان، روسیه و کشورهای حوزه CIS وارد می‌شود. به گفته «رضوانی‌زاده»، اگر قرار باشد این کالاها از طریق ریل و یا به‌صورت ترکیبی از کشورهای حوزه CIS به ایران بیایند، ناوگانی وجود ندارد که آنها را منتقل کند؛ درحالی‌که ترکیه در همین منطقه مالکیت ۵ هزار واگن را در اختیار دارد. متأسفانه دولت در این بخش نیز غفلت کرده است. البته به‌تازگی با پیگیری‌هایی که انجام دادیم، تفاهم‌نامه‌ای بین ایران و روسیه در همین رابطه امضا شد که امیدوارم محقق شود. ایران هیچ پایانه، ترمنیال، بارانداز و امکاناتی از این دست در خارج از کشور ندارد که این یک ضعف جدی برای فعالیت‌های تجاری محسوب می‌شود.

فرصت امروز: نتایج یک گزارش رسمی نشان می‌دهد که چهار عامل «صدور مجوز ثبت سفارش بیش از سقف موردنیاز»، «تعطل در تعیین تکلیف کالاها و ناهماهنگی دستگاه‌ها»، «امکان ورود کالا به بنادر و اماکن گمرکی بدون اخذ مجوزها» و «عدم امکان دریافت شناسه رهگیری بانکی معتبر» موجب رسوب کالاهای وارداتی در گمرکات کشور می‌شوند. از نگاه کارشناسان مرکز پژوهش‌های مجلس، «کنترل سیستمی سقف ثبت سفارش»، «صدور ثبت سفارش پس از تخصیص ارز»، «اعمال قواعد سختگیرانه بر ورود کالای بدون ثبت سفارش به اماکن گمرکی»، «صدور سیستمی اظهارنامه و قبض انبار متروکه» و «اصلاح سازوکار مالی دیو کالاها و ترخیص به‌موقع کالاهای وارداتی موثر باشد.

هرچند تعریف دقیق و مشخصی از رسوب کالا در قوانین و مقررات کشور وجود ندارد، اما در تعریف و برداشت عمومی، اقلایی که مدت زیادی در بنادر اماکن یا انبارهای گمرکی دیو شده باشند، در زمره کالای رسوبی محسوب می‌شوند. با توجه به تعدد انبارهای گمرکی و مراجع تحویل‌گیرنده، آمار دقیقی از میزان رسوب کالا در گمرک ایران ارائه نشده است، اما چالش‌های ناظر به دیوی بلندمدت کالا در برخی از گمرک‌های کشور و تأکید دولتمردان بر حل معضل رسوب کالا نشان می‌دهد عبور از این چالش نیازمند مطالعه کارشناسی برای شناخت مسئله و ارائه راهکارهاست. اصولاً اقلام موجود در انبارهای گمرکی دارای چهار وضعیت «گمرکنشده دارای مهلت مقرر»، «متروکه و ضعیفی»، «گمرک‌شده» و «گمرکنشده فاقد مهلت مقرر» هستند. وضعیت «گمرکنشده دارای مهلت مقرر» یعنی مدت زمان مجاز توقف کالا در انبارهای گمرکی به پایان نرسیده است. «متروکه و ضعیفی» یعنی کالاهایی که به دلیل عدم اخذ مجوزها در مهلت معین، متروکه شده‌اند. وضعیت «گمرک‌شده» یا «ترخیص شده» یعنی کالاهای دارای سند ترخیص که با هماهنگی همچنان در انبار گمرکی قرار دارند. وضعیت «گمرک‌کنشده» یا «فاقد مهلت مقرر» نیز به کالاهایی گفته می‌شود که با وجود اتمام مهلت مقرر اما همچنان متروکه نشده‌اند.

چهار ضلعی رسوب کالاها

مهمترین علت رسوب کالا در گمرکات چیست؟ مرکز پژوهش‌های مجلس در گزارش نظارتی «بررسی پدیده رسوب کالا در گمرک‌ها» با آسیب‌شناسی رسوب کالاهای وارداتی، پنج راهکار پیش پای سیاستگذار گذاشته است. طبق ارزیابی بازوی کارشناسی مجلس، اولین عامل دیو کالا در گمرکات کشور، «صدور مجوز ثبت سفارش بیش از سقف و میزان موردنیاز کشور» است. دومین معضل نیز «تعطل در تعیین تکلیف کالاها (نظیر صدور مجوز، اعلام نظر قطعی گمرک، صدور اظهارنامه متروکه، صدور حکم توسط مرجع قضایی و…)، ناهماهنگی دستگاه‌ها» است، اما سومین چالش «امکان ورود کالا به بنادر و اماکن گمرکی بدون اخذ مجوزهای موردنیاز (ازجمله مجوزهای ارزی و ثبت سفارش)» اعلام شده است. نهایتاً «عدم امکان دریافت شناسه رهگیری بانکی معتبر (تعیین منشأ ارز) برای برخی اقلام واردشده به گمرک یا تأخیر در اخذ آن (به دلایلی نظیر عدم تأمین معادل ریالی ارز موردنیاز)» نیز عامل چهارم رسوب کالاها معرفی شده است. این موارد نشان می‌دهد که اصلاح سازوکارهای اجرایی و برخی

مقررات موضوعه می‌تواند نقش موثری در کاهش رسوب کالا داشته باشد. به اعتقاد کارشناسان مرکز پژوهش‌ها، پنج راهکاری که می‌تواند برای رفع دیو و ترخیص به‌موقع کالاها موثر باشد، شامل «کنترل سیستمی سقف ثبت سفارش»، «صدور ثبت سفارش پس از تخصیص ارز» و «اعمال قواعد سختگیرانه بر ورود کالای بدون ثبت سفارش به اماکن گمرکی»، «صدور سیستمی اظهارنامه و قبض انبار متروکه» و «اصلاح ساز و کار مالی و عملیاتی سازمان اموال تملیکی» است.

کنترل سقف ثبت سفارش

اولین پیشنهاد کارشناسان مرکز پژوهش‌ها در این گزارش، «کنترل سیستمی سقف ثبت سفارش» است. آنها پیشنهاد داده‌اند که برای افزایش ضمانت اجرای رعایت سقف ثبت سفارش، کمیته بند «۲» و «۳» مصوبات چهاردهمین جلسه شورای عالی هماهنگی اقتصادی سران قوا مورخ دهم مهرماه ۱۳۹۷، سقف ثبت سفارش را به صورت ماهانه، سه ماهه یا شش ماهه به سه سامانه تجارت اعلام کند و امکان صدور ثبت سفارش بیش از سقف تعیین شده وجود نداشته باشد؛ به عبارت بهتر، ثبت سفارش‌های دارای ارزشی بیش از سقف تعیین‌شده، حتی در صورت تأیید سازمان مربوطه (وزارت جهاد کشاورزی و وزارت صمت) به صورت سیستمی رد (عدم تأیید) خواهد شد. زیرساخت سامانه‌ای این کنترل، در سامانه جامع تجارت وجود دارد. بدیهی است تناسب میزان ثبت سفارش با ترخیص کالا، همچنین میزان ذخیره راهبردی اقلام اساسی در تعیین سقف ثبت سفارش موردنظر کمیته مذکور قرار می‌گیرد.

سفارش بعد از تخصیص ارز

«صدور مجوز ثبت سفارش پس از تخصیص ارز»، دومین پیشنهاد است. صدور مجوز ثبت سفارش به معنای تأیید پیش‌فاکتور و خرید کالا توسط بازرگان بوده و از سوی دیگر در صورت عدم تخصیص ارز، امکان ترخیص کالای مذکور وجود ندارد. بنابراین پیشنهاد می‌شود شناسه هشت رقمی ثبت سفارش پس از تخصیص ارز صادر شود. صدور ثبت سفارش پس از تخصیص ارز عملاً به معنای تأیید مجوزهای فنی و ارزی واردات کالای مذکور از سوی سازمان متولی و بانک مرکزی است و سقف ارزی ثبت سفارش را یک مرتبه سازمان مجوزدهنده و یک مرتبه بانک مرکزی کنترل خواهد کرد. در این مرحله بازرگان به خرید و انتقال کالای خود به انبارهای گمرکی کشور قادر است و صرفاً ترخیص آن منوط به تأیید منشأ ارز است. باتوجه به صدور ثبت سفارش متناسب با برآوردهای ارزی بانک مرکزی و تخصیص ارز توسط بانک مرکزی، عملاً تأیید منشأ ارز، همچنین تأمین ارز برای بانک مرکزی امکان‌پذیر خواهد بود. در این حالت، بازرگان نیز متناسب با صدور یا عدم صدور ثبت سفارش، می‌تواند برای واردات کالای خود برنامه‌ریزی کرده و از رسوب کالا در برآوردهای گمرک کاسته خواهد شد. در صورت عدم استفاده بازرگان از ثبت سفارش خود در مهلت مقرر، باید امکان ابطال آن و تأیید ثبت سفارش بازرگان دیگر وجود داشته باشد؛ تعیین ساز و کار و جزئیات آن برعهده سازمان مربوطه (وزارت صمت، وزارت جهاد کشاورزی، وزارت بهداشت و…) خواهد بود.

اعمال قواعد سختگیرانه

سومین پیشنهاد نیز «اعمال قواعد سختگیرانه بر ورودی کالای بدون



ثبت سفارش» است. کالای فاقد ثبت سفارش یعنی علاوه بر عدم تأیید مجوز فنی ورود کالا (توسط سازمان مجوزدهنده)، محل تأمین و تخصیص ارز آن را نیز بانک مرکزی تأیید نکرده است. بنابراین ورود آن به کشور علاوه بر اشغال ظرفیت انبارهای گمرکی و خروج ارز (خارج از قاعده بانک مرکزی)، فشار بر نهادهای تصمیم‌گیرنده و احتمال ترخیص آن را افزایش می‌دهد. در این میان، باید از ورود کالای بدون ثبت سفارش، به گمرک جلوگیری شده یا در صورت ورود، مشمول مقررات سختگیرانه‌ای نظیر عودت کالا یا قواعد متروکه شوند؛ ضوابط متروکه باید به گونه‌ای باشد که امکان خرید مجدد کالا از سوی صاحب کالا وجود نداشته باشد و بخش عمده‌ای (بیش از ۵۰درصد) از عواید حاصل از فروش، نصیب دولت شود. ضوابط عودت کالا نیز باید از سوی سازمان‌های مربوطه تدوین شود. البته به نظر می‌رسد باید استثنائاتی برای واردات اقلام موردنیاز کشور (از قبیل کالاهای اساسی و سرمایه‌ای) در نظر گرفت.

صدور سیستمی اظهارنامه

کارشناسان مرکز پژوهش‌ها، «صدور سیستمی اظهارنامه و قبض انبار متروکه» را چهارمین راهکار برای حل دیو کالا در گمرکات می‌دانند. باتوجه به زیرساخت‌های موجود در سامانه انبارها و مراکز نگهداری کالا و سامانه امور گمرکی، پیشنهاد می‌شود پس از پایان مدت مجاز نگهداری کالا در انبارهای گمرکی (پنج ماه بدون اعلام نظر قطعی گمرک) قبض انبار کالای متروکه به صورت سیستمی صادر شده و به نهادهای ذی‌ربط و صاحب کالا اطلاع داده شود؛ سازمان اموال تملیکی نیز بلافاصله پس از انجام اقدام‌های قانونی، الزامات موردنیاز مزایده (سیستمی) کالای متروکه را فراهم کند. البته به منظور عدم زیان بازرگان ناشی از عدم تصمیم و تعلل سازمان‌های دولتی، باید سقف زمانی جهت اعلام نظر قطعی گمرک (و سازمان‌های همجوار) تعیین و در سامانه‌های مذکور اعمال شود.

اصلاح سازوکارهای مالی

آخرین راه حل از نظر بازوی پژوهشی مجلس، «اصلاح سازوکار مالی و عملیاتی سازمان اموال تملیکی» است. مطابق ماده (۹) قانون تاسیس سازمان جمع‌آوری و فروش اموال تملیکی، معادل ۱۰ (ده درصد) ارزش وجوه حاصل از فروش کالای متروکه بابت کارمزد به حساب متمرکز درآمد سازمان اموال تملیکی در خزانه منظور خواهد شد. متولیان سازمان اموال تملیکی معتقدات این میزان، پاسخگوی منابع مورد نیاز سازمان جهت جمع‌آوری، انبارش، فروش، امحا و سایر فرآیندهای مربوطه نیست، به‌خصوص زمانی که کالای متروکه به دلیل رسوب و توقف طولانی در انبارهای گمرکی، کیفیت و ارزش خود را از دست داده است. اصلاح سازوکار تملیک اعتبارات سازمان اموال تملیکی، عدم الزام به انتقال کالای متروکه به انبارهای سازمان اموال تملیکی و امکان استفاده از ظرفیت انبارهای گمرکی (در صورت وجود ظرفیت خالی و پرداخت هزینه‌های مربوطه به مرجع تحویل‌گیرنده)، صدور سیستمی قبض انبار متروکه و اظهارنامه متروکه، برگزاری مزایده سیستمی و همچنین کارآمدسازی سازمان اموال تملیکی می‌تواند بخش چشمگیری از معضلات مذکور را مرتفع کند.

چرا کالاهای وارداتی در گمرک رسوب می‌کنند؟

نسخه رسوب‌زدایی از واردات

مالیات بر فروش مکرر، بازار مسکن را نجات می‌دهد؟

شوخی تلخ مسکن ملی

می‌شود با معلول مبارزه کنیم و در نتیجه در دور افزایش دوباره تورم بیفتیم

او مسکن ملی را یک شوخی می‌داند و اضافه می‌کند: چیزی به نام مسکن ملی و مسکنی که طبقات پایین درآمدی بدان دسترسی داشته باشند، یک شوخی تلخ است. دولت نهم و دهم طرحی به نام «مسکن مسکن‌هایی که «ملی» تلقی می‌شوند نیز در دسترس طبقات بالای جامعه و دهک‌های هفت به بالا قرار می‌گیرد. همین حالا می‌گویند که هزینه تولید هر متر مربع واحد مسکونی در قالب «هیاست ملی مسکن» به متری ۱۰ میلیون تومان رسیده است. حالا حساب کنید که یک واحد مسکونی در این طرح با چه قیمتی باید در اختیار متقاضی قرار گیرد. این افراد در دهک‌های پایین درآمدی هستند و قادر به خرید مسکن با این قیمت نیستند. به گفته «اولاد»، «چطور شخصی که در دهک اول و دوم درآمدی است می‌تواند واحدی مسکونی با این قیمت را بخرد؟ به وام‌هایی که در قالب این طرح‌ها داده می‌شود هم نگاهی کنید می‌بینید اقساط به صورتی است که از توان این طبقه خارج است. کسی می‌تواند ماهی ۱۰ میلیون تومان قسط بدهد که حداقل ۲۰ میلیون تومان درآمد داشته باشد. بنابراین در شرایط فعلی وضعیت اقتصادی به گونه‌ای است که دهک‌های هفتم به بالا ممکن است درآمد ۲۰ میلیون تومانی در ماه داشته باشند. پس این طرح‌های دولتی در نهایت به خانه‌دار شدن طبقات و دهک‌های پایین درآمدی منجر نخواهد شد.

تقابل نقدینگی و پایه پولی بر سر تورم ادامه دارد

موتور محرک نقدینگی



فرصت امروز: تورم مهمترین معضل اقتصاد ایران است و سمت و سوی تورم در چند دهه گذشته مهمترین دغدغه ایرانیان بوده است. با وجود آنکه تمام دولت‌های وقت در این سال‌ها وعده حل و فصل تورم را داده‌اند، اما وضعیت این شاخص در طول مدت فعالیت این دولت‌ها اگر بدتر نشده باشد، بهتر هم نشده است. شوریختانه هم دولت‌مردان و هم شهروندان به جای آنکه بیشتر درگیر شاخص رشد اقتصادی باشند، درگیر شاخص تورم هستند و همین نمونه به وضوح نشان می‌دهد که حال اقتصاد ایران اصلا خوب نیست.

روند صعودی تورم در این سال‌ها در حالی ادامه دارد که موتور رشد نقدینگی در نتیجه کسری بودجه دولت همچنان کار می‌کند. اجزای نقدینگی نیز به‌عنوان موتور محرک تورم از میانه سال گذشته دچار تغییراتی شد و حجم پول افزایش یافت. رشد پول به‌عنوان بخشی از نقدینگی که قابلیت نقدشوندگی بالایی دارد و نشانگر انتظارات تورمی است، در ۱۲ ماه منتهی به دی‌ماه با رشد ۷۰ درصدی به بیشترین سطح خود از پاییز ۱۳۹۶ رسید. نسبت حجم پول به نقدینگی نیز در همین ماه به ۲۴٫۷ درصد رسیدی که از سال ۱۳۹۱ سابقه نداشت. به نظر می‌رسد چنین افزایش حجم پولی در نتیجه افزایش انتظارات تورمی رخ داده است؛ چراکه وقتی انتظارات تورمی بالااست، پول در ترکیب نقدینگی به‌تدریج وزن بیشتری پیدا کند که به معنای تورم‌زایی بیشتر نقدینگی است. وقتی تورم افزایش پیدا می‌کند، مقادیر بیشتری از نقدینگی به‌صورت پول نگهداری می‌شود و وقتی این اتفاق می‌افتد، تورم بیشتر و بیشتر می‌شود. این همان چرخه‌ای است که به عقیده «مسعود نیلی»، تورم بالا را به ابرتورم در اقتصاد ایران تبدیل می‌کند. در واقع، از سال ۱۳۹۷ با خروج آمریکا از برجام، وضعیت رژیم تورمی ایران از شرایط کشوری با تورم نسبتا بالا به شرایط نرخ تورم فزاینده تغییر کرد.

رشد نقدینگی در دهه گذشته

اگرچه بانک مرکزی در گزارش تازه خود از کاهش ۹ واحد درصدی رشد نقدینگی در پایان سال ۱۴۰۱ گزارش داده است. اما با وجود افت رشد نقدینگی، آمارهای بانک مرکزی نشان می‌دهد که رشد پایه پولی ۱۱ ماهه ابتدایی سال گذشته، روندی صعودی داشته و بالغ بر ۸ واحد درصد افزایش یافته است. پایه پولی به معنای میزان پولی است که توسط بانک مرکزی منتشر می‌شود و در چرخه اقتصاد در اختیار بانک‌های تجاری قرار می‌گیرد. نقدینگی نیز به معنای کل پول (شامل اسکناس و مسکوک و سپرده‌های دیداری) به همراه شبه پول (سپرده‌های مدت‌دار و قرض‌الحسنه) است که در نتیجه عملیات بانک‌ها روی پایه پولی (به طور خلاصه تسهیلات‌دهی بانک‌ها) حاصل می‌شود. عملیات بانک‌ها در این زمینه را اصطلاحا خلق پول بانکی می‌گویند و به این ترتیب، میزان نقدینگی چندین برابر میزان پایه پولی است. با این اوصاف، آخرین

آمارهای بانک مرکزی از روند متفاوت این دو شاخص حکایت دارد.

براساس آمارهای رسمی و طبق گزارش‌سی که معاونت اقتصادی اتاق تهران منتشر کرده، نقدینگی در اقتصاد ایران در پایان بهمن ماه ۱۴۰۱ به رقم ۶۱۰۳ هزار میلیارد تومان رسید که نسبت به ماه مشابه سال قبل، ۳۲ درصد و نسبت به پایان سال ۱۴۰۰ حدود ۲۶ درصد افزایش داشته است. در همین مدت پایه پولی نیز با افزایش قابل توجه ۳۹ درصدی نسبت به بهمن ماه ۱۴۰۰ به رقم ۸۰۹ هزار میلیارد تومان نزدیک شد. در سال‌های اخیر بخش مهمی از افزایش نقدینگی به دلیل افزایش پولی بوده و ضریب فزاینده نقدینگی نیز به استثنای برخی سال‌ها مانند ۱۳۹۷، ۱۳۹۸ و ۱۱ ماهه ۱۴۰۱ در رشد مزبور اثر مثبتی داشته است. تنها عامل اصلی مسلط در افزایش نقدینگی طی ۱۱ ماهه ۱۴۰۱، افزایش پایه پولی با مشارکت قابل توجه ۳۸ واحد درصدی (بالاترین رقم طی دهه اخیر) بوده که جمع جبری آن با مشارکت منفی ۶ واحد درصدی ضریب فزاینده نقدینگی، منجر به افزایش ۲۲ درصدی نقدینگی شده است.

عوامل اصلی رشد نقدینگی

در بهمن ماه ۱۴۰۱ ضریب فزاینده نقدینگی برابر با ۷٫۵ واحد بوده که علت کاهش ۵، واحدی آن نسبت به ماه مشابه سال ۱۴۰۰ و نقش کاهندگی آن در رشد نقدینگی، افزایش ۴۰ درصدی ذخایر قانونی بانک‌ها نزد بانک مرکزی طی مدت مورد بررسی و نزدیک شدن آن به رقم ۶۸۴ هزار میلیارد تومان است که تقریبا ۱۱٫۴ درصد کل سپرده‌های بانکی را تشکیل می‌دهد. افزایش ذخایر قانونی بانک‌ها اگرچه با هدف اعمال کنترل و نظارت بیشتر مقام ناظر پولی بر بانک‌ها صورت می‌گیرد ولی در عین حال بر توان خلق نقدینگی سیستم بانکی و کاهش توان تسهیلات‌دهی آنها نیز اثر گذار است.

بررسی عوامل دخیل در رشد نقدینگی با در نظر گرفتن عوامل موثر از سمت پایه پولی ولی بازه زمانی ۱۳۹۳ تا ۱۱ماهه ۱۴۰۱ نشان می‌دهد که به دلیل افزایش بدهی بانک‌ها به بانک مرکزی، سهم بدهی‌های مزبور در افزایش نقدینگی (از مسیر افزایش پایه پولی) پررنگ‌تر شده و در پایان بهمن ماه ۱۴۰۱ به عاملی مسلط با مشارکت ۲۶٫۵ واحد درصدی در رشد نقدینگی تبدیل شده است. به عبارت دیگر، حدود ۸۳ درصد از رشد نقدینگی در بهمن ماه ۱۴۰۱ به علت افزایش بدهی بانک‌ها به بانک مرکزی بوده است. بدهی بانک‌ها به بانک مرکزی در پایان بهمن ماه ۱۴۰۱ تقریبا ۲،۴ برابر رقم مشابه در پایان سال ۱۴۰۰ است که علت افزایش آن به دلیل تشدید ناترازی بانک‌ها و تشدید نیاز به نقدینگی آنها اتفاق افتاده است. در میان بانک‌های گوناگون، بانک‌های تجاری، بانک‌های تخصصی و بانک‌های غیردولتی به ترتیب مشارکت ۱۸، ۱۹ و ۴۸ واحد درصدی را در افزایش ۸۵ درصدی بدهی بانک‌ها به بانک مرکزی در بهمن ماه ۱۴۰۱ داشته‌اند.

اجرای قانون جدید، اعتبار را به چک بازگرداند

وصول ۹۳ درصدی چک در پایان ۱۴۰۱

اقتصادی درباره مسائل مرتبط با چک از جمله نااطمینانی در وصول مبلغ چک را برطرف کرد. در قانون جدید به طور خلاصه، صادرکننده چک باید چک خود را در سامانه صیاد (صادر ویکارچه الکترونیکی دسته چک) ثبت کرده و سپس آن را در اختیار فروشنده قرار دهد. سپس گیرنده چک با دریافت اطلاعات سوابق صادرکننده چک و حصول اطمینان از عدم سوءپیشینه صادرکننده در صدور چک‌های بی‌محل، می‌تواند با اطمینان بیشتری نسبت به پذیرش چک و انجام معامله اقدام کند. همچنین در صورت برگشت چک، حساب صادرکننده به میزان مبلغ چک صادرشده مسدود می‌شود. در عین حال، برخی تسهیلات قانونی برای صادرکننده چک بی‌محل منظور شده تا از این طریق نوعی بازآرندنگی در صدور چک‌های بی‌محل ایجاد شود. حال با گذشت نزدیک به دو سال از اجرایی‌شدن قانون جدید چک و با وجود آنکه استفاده از چک صیادی نسبت به چک‌های سنتی دشوارتر است، اما این دشواری موجب شده است تا اعتبار با چک بازگردد و سهم چک‌های برگشتی نزولی شود.

براساس آمارهای رسمی، در اسفندماه ۱۳۹۹ و قبل از اجرای قانون جدید چک و ثبت چک‌ها در سامانه صیاد، میزان مبادله و برگشت چک، سهم قابل توجهی داشت. در دوره مذکور در مجموع ۹ میلیون و ۶۰۰ هزار فقره چک به ارزش ۲۵۸ هزار میلیارد تومان مبادله شد که در مقایسه با بهمن همان سال از حیث مبادله ۲۷ درصد و از نظر نسبت چک برگشتی به مبادله‌ای بیش از ۳۷ درصد افزایش داشته است. در اسفندماه ۱۳۹۹ همچنین حدود ۷۳۳ هزار فقره چک با ارزش بیش از ۳۱ هزار میلیارد تومان برگشت داده شد؛ یعنی ۷،۹ درصد چک‌های مبادله‌ای در این ماه وصول نشد.

در ادامه و مطابق آمارهای بانک مرکزی، در اسفندماه ۱۴۰۰ تعداد چک‌های مبادله‌ای ۷ میلیون فقره چک به ارزش حدود ۲۹۹ هزار و



اخبار

مالیات بر عایدی سرمایه به بازار طلا چه می‌کند؟

طلا و سکه در تور مالیاتی

پس از کش‌وقوس‌های فراوان درخصوص طرح مالیات بر عایدی سرمایه، نمایندگان مجلس در میانه هفته گذشته این طرح را با اکثریت آرا به تصویب رساندند و بدین ترتیب، سوداگران و سفته‌بازان بازار طلا، ارز، مسکن و خودرو از این پس با انجام چنین معاملات باید سهم مالیات خود را به دولت بپردازند. البته اندوخته طلا تا میزان ۱۵۰ گرم به طور کلی مستثنا و معاف از مالیات شده است، اما خرید و فروش بیش از این میزان باید مالیات بپردازد؛ اتفاقی تازه که می‌تواند رفتار بازارها را تغییر دهد. البته برخی از کارشناسان اعتقاد دارند که این مالیات، نوعی مالیات بر تورم است و در شرایطی که اقتصاد ایران، تورم‌های بالای ۴۰ و ۵۰ درصدی را تجربه می‌کند، این نوع سیاست‌ها فقط به رکود بیشتر معاملات و افزایش معاملات غیررسمی و افزایش هزینه معامله برای خریدار منجر می‌شود و نه کاهش قیمت‌ها. با این حال سوال این است که اعمال مالیات بر عایدی سرمایه، بازار طلا و سکه را وارد چه فازی می‌کند؟

در پاسخ به این پرسش، «محمد کشتی‌آرای»، رئیس اسبق اتحادیه طلا و جواهر به «خبرآنلاین» می‌گوید: هر شخصی می‌تواند تا ۱۵۰ گرم برای مصارف شخصی طلا و جواهر داشته باشد؛ یعنی خرید طلا تا ۱۵۰ گرم از مالیات بر عایدی سرمایه معاف است. مازاد بر این میزان، یعنی هر کسی بیشتر از ۱۵۰ گرم طلا داشته باشد، مشمول مالیات می‌شود. این بحث مالیات بر عایدی سرمایه به این خاطر است که خیلی‌ها پول‌های خود را تبدیل به طلا و ارز می‌کنند که این افراد سودی عایدشان می‌شود که این سود، یعنی مابه‌التفاوت خرید و فروش را از سرمایه‌ای که اندوخته کردند، باید مالیات آن پرداخت کنند؛ یعنی اگر سودی از خرید و فروش و نگهداری عایدشان می‌شود، باید مالیات آن را بپردازند.

این کارشناس بازار طلا و سکه تصریح می‌کند: این بحث جدیدی نیست و تقریبا دو سه سالی است که در مجلس مطرح بوده و اخیرا این قانون به تصویب رسیده است. همین قانون را در رابطه با گمرک هم داشتیم؛ به این ترتیب که خروج از کشور و یا ورود طلا به کشور تا ۱۵۰ گرم معاف از تعرفه گمرکی است و بیشتر از این میزان، رفتار سوداگرانه می‌شود و کسی که یک چنین پولی را به دست می‌آورد، به طور طبیعی باید مالیات آن را پرداخت کند. این مالیات در اصل قبلا هم در قانون مالیات‌ها بوده است و به آن مالیات‌های اتفاقی می‌گویند که بر اثر دادوستدهایی که خارج از قاعده قانون تجارت است و نصیب شخصی می‌شود، باید مالیات آن را پرداخت کند. بر این اساس، این قانون بوده و هست و اجرا هم خواهد شد.

«کشتی‌آرای» در پاسخ به این سوال که این مالیات چه تاثیری روی بازار سکه و طلا دارد، می‌گوید: به چند دلیل هیچ تاثیری روی بازار نخواهد داشت. یکی از دلایل عمده این است که قانون مالیات بر عایدی سرمایه قرار است از انباشت سرمایه در دست مردم جلوگیری کند؛ یعنی افراد پول‌های خود را به طلا و ارز تبدیل و در خانه نگهداری نکنند. این یک راهی است که افراد پول خود را یا سهام در بورس بخرند یا در بانک بگذارند که از آن سرمایه بشود در تولید کشور استفاده شود. به نوعی از انباشت سرمایه در منازل یا در دست کسانی که فعالیت اقتصادی نمی‌کنند، جلوگیری شود.

از سوی دیگر قرار است این مالیات از روی فاکتور خرید اعمال شود، اما آیا امکان فاکتورسازی برای فرار از این مالیات وجود دارد؟ «کشتی‌آرای» پاسخ می‌دهد: خیر، هر قانونی که قرار است اجرا شود، قبل از اجرای آن باید زیرساخت‌های آن فراهم شود. اخیرا دستورالعملی به اصناف داده شده؛ به خصوص صنف طلا و سکه که کسانی که فعالیت اقتصادی در باب سکه و طلا دارند، باید موجودی طلای خود و دادوستد طلای خود را در یک سامانه ثبت کنند. اگر محاسب و ارزی خارج از این سامانه وجود داشته باشد، قاچاق محسوب می‌شود و قانون مبارزه با طلا و ارز را اجرا می‌کنند. وقتی به الان یک پلافروش یا سکه‌فروش معامله‌ای انجام می‌دهد و برای مثال، ۱۰ سکه به یک شخص می‌فروشد، این ۱۰ سکه را باید از موجودی خود کم کند و به این ترتیب، کسی هم که این سکه‌ها را می‌خرد، باید کد ملی خود را بدهد. بر این اساس، این سامانه به دلیل اینکه از قبل طراحی شده، مکمل قانون مالیات بر عایدی سرمایه است. یعنی قبلا این موضوع پیش‌بینی شده که باید دادوستدهای واحدهای مجاز طلا و سکه در سامانه کالا ثبت و دادوستدها نیز ثبت شود تا خریدار و فروشنده مشخص باشد. بنابراین بحث فاکتورسازی منتفی می‌شود.

این کارشناس بازار طلا و سکه در پاسخ به این پرسش که آیا اعمال این مالیات در اقتصاد ایران که تورم بالای ۴۵ درصد را تجربه می‌کند، درست است یا نه، می‌گوید: تورم همیشه یک نوع درآمد مالیاتی ایجاد می‌کند، ولی نکته‌ای که وجود دارد، این است که هدف از این قانون به نوعی جلوگیری از انباشت سرمایه بدون تولید است. با این سیاست قرار است اقتصاد کشور از رکود خارج و از سوداگری جلوگیری شود. در واقع، تورم همیشه یک نوع درآمد مالیاتی برای دولت ایجاد می‌کند.

«کشتی‌آرای» همچنین درخصوص وضعیت بازار سکه و طلا در هفته گذشته به «ایرنا» توضیح داد: هفته گذشته بازار فلز زرد آرام بود و قیمت انواع سکه و طلا در بازار با کاهش همراه بود و پیش‌بینی می‌شود این روند در هفته پیش رو نیز همین‌طور باشد. در مجموع، هفته گذشته شاهد نوسان بهای انس جهانی بودیم و علت اصلی آن افزایش نرخ بهره در آمریکا بود و مجدداً با کاهش ۰،۲۵ درصدی نرخ بهره، انس جهانی طلا تغییرات زیادی داشت و قیمت طلای جهانی به بالاترین رقم تاریخی خود (۲ هزار و ۷۴ دلار) رسید، اما دوباره کاهش یافت. هم اکنون انس جهانی طلا به ۲ هزار و ۵۴ دلار رسیده که نسبت به ابتدای هفته ۴۶ دلار افزایش داشته است. قیمت انواع سکه و طلا برخلاف افزایش انس جهانی، به دلیل افت نرخ ارز کاهش یافت. به گفته این فعال بازار طلا، قیمت سکه طرح قدیم و سکه طرح جدید یک میلیون تومان، نیم سکه ۳۰۰ هزار تومان، ربع سکه ۳۵۰ هزار تومان و سکه‌های یک گرمی ۲۰۰ هزار تومان کاهش هفتگی قیمت داشت. در آخرین معاملات هفته گذشته همچنین قیمت هر مثقال طلای آب شده و هر گرم طلای آب شده تغییر محسوسی نداشت. از سوی دیگر به گفته «کشتی‌آرای»، حباب سکه به هفته گذشته ۷۰۰ هزار تومان افزایش یافت و به ۷ میلیون و ۲۰۰ هزار تومان رسید. در مجموع بازار طلا آرام بود و پیش‌بینی می‌شود در هفته پیش رو به دلیل تحولات جهانی، قیمت جهانی طلا نوسان داشته باشد و افزایشی باشد. همچنین در بازار داخلی با توجه به تثبیت شرایط سیاسی و اقتصادی و اخبار مثبت اقتصادی درخصوص مطالبات ارزی و ورود ارز، قیمت دلار احتمالا کاهشی خواهد بود و در نتیجه افزایش قیمتی پیش‌بینی نمی‌شود.

دومین عامل موثر در رشد نقدینگی در ۱۱ ماهه ۱۴۰۱، افزایش خالص دارایی‌های خارجی بانک مرکزی با مشارکت حدود ۱۱ واحد درصدی است که اطلاعات دقیق‌تری از دلیل افزایش مزبور نیست ولی ممکن است در نتیجه فروش ارز بیشتر توسط دولت به بانک مرکزی برای تامین کسری تراز عملیاتی بودجه دولت به بانک مرکزی دولتی نیز کمک‌اکان یکی از اجزای موثر در افزایش نقدینگی است؛ با این تفاوت که در این سال‌ها به تدریج بر میزان سپرده‌های بخش دولتی نزد بانک مرکزی (از جمله به علت فروش اوراق قرضه) افزوده و موجب شده تا خالص بدهی این بخش به بانک مرکزی (تفاوت بدهی از سپرده)، مثبت شود و خالص بدهی بخش دولتی به بانک مرکزی، نقشی کاهنده در رشد نقدینگی داشته باشد.

مطالبات شبکه بانکی کشور

از سمت عوامل موثر بر عرضه، یکی از اجزای مهم نقدینگی، بدهی بخش دولتی و غیردولتی به سیستم بانکی است. بررسی‌ها حاکی از آن است که به طور متوسط سهم بدهی بخش دولتی (دولت و شرکت‌های دولتی) و بخش غیردولتی طی سال‌های ۱۳۹۳ تا ۱۴۰۰ به ترتیب ۱۶ درصد و ۸۴ درصد همراه با روند افزایشی سهم بدهی بخش غیردولتی و شرکت‌های دولتی (در زیرمجموعه بخش دولتی) به سیستم بانکی بوده است. در بهمن ماه ۱۴۰۱ همچنین بدهی بخش غیردولتی به سیستم بانکی با افزایش ۲۸ درصدی نسبت به ماه مشابه سنال ۱۴۰۰ به حدود ۴۲۰۹ هزار میلیارد تومان رسید که ۸۷ درصد از کل مطالبات سیستم بانکی نیز متعلق به همین بدهی‌ها است. اگرچه بدهی شرکت‌های دولتی به سیستم بانکی، سهم کم ۰،۹۴ درصدی را از کل بدهی بخش دولتی و غیردولتی به سیستم بانکی داراست اما در بهمن ماه ۱۴۰۱ نسبت به ماه مشابه سال قبل از آن، حدود ۹۵ درصد رشد داشته است.

از سوی دیگر، بررسی مانده تسهیلات اعطایی بانک‌ها در بهمن ماه ۱۴۰۱ نیز نشان می‌دهد که بخش عمده تسهیلات متعلق به عقود مباحه با سهم ۳۸ درصد، فروش اقساطی با سهم ۱۴ درصد، مشارکت مدنی با سهم ۱۲ درصد و قرض‌الحسنه با سهم ۱۱ درصد بوده که مهمترین عوامل موثر بر افزایش ۲۸ درصدی مانده تسهیلات اعطایی سیستم بانکی در بهمن ماه ۱۴۰۱ نسبت به ماه مشابه سنال قبل، مربوط به افزایش تسهیلات مباحه با مشارکت ۱۸ واحد درصدی و تسهیلات قرض‌الحسنه با مشارکت ۷ واحد درصدی بوده است. نرخ سود واقعی منفی تسهیلات مباحه و عدم تعلق سود به تسهیلات قرض‌الحسنه به همراه نرخ اسپرد منفی بانکی (تفاوت نرخ سود سپرده از نرخ سود تسهیلات) باعث تشدید فشار بر ناترازی سیستم بانکی شده است که آثار آن در رشد نقدینگی قابل مشاهده است. گفتنی است که متوسط نرخ اسپرد بانکی در جهان مثبت و حدود ۵ واحد درصد است.

۵۰۰ میلیارد تومان بود. از ۷میلیون فقره چک تنها ۶۲۲ هزار فقره چک وصول نشد. نسبت چک‌های برگشتی به مبادله‌ای نیز در همین ماه ۸،۹ درصد بوده است. بررسی‌ها حاکی از آن است که تعداد چک‌های مبادله‌ای در اسفندماه ۱۴۰۰ نسبت به مدت مشابه سنال قبل از آن حدود ۲،۵ میلیون فقره کاهش داشته است. این کاهش قابل توجه نشان می‌دهد که با اعمال قانون جدید و سختگیری در صدور چک، دیگر افراد بدون داشتن پشتوانه مالی حاضر به صدور چک به اصطلاح بی‌محل نمی‌شوند و صادرکننده و گیرنده چک هر دو توجه و دقت بیشتری در این دادوستد می‌کنند. همچنین براساس آمارهای اعلامی بانک مرکزی، در اسفندماه ۱۴۰۱ تعداد چک‌های مبادله‌ای ۱،۶ میلیون فقره افزایش داشت، اما در مقابل نسبت چک برگشتی، کاهش ۱،۹ درصدی را تجربه کرد. در اسفند سال گذشته ۸میلیون و ۶۰۰ هزار فقره چک به ارزش ۵۸۷ هزار میلیارد تومان مبادله شد و تنها ۶۰۷ هزار فقره چک به ارزش ۵۱ هزار میلیارد تومان برگشت داده شد.

جمع‌بندی که از آمارهای چک‌های مبادله‌ای طی دو سال اخیر و اجرای قانون جدید چک می‌توان داشت، این است که میزان استفاده از چک در اسفندماه ۱۴۰۱ به بیش از ۸،۵ میلیون فقره رسیده که بالاترین رقم در دو سال اخیر است. همان‌طور که اشاره شد، با شروع به کار چک‌های جدید و محدودیت‌هایی که برای صادرکنندگان چک بی‌محل در نظر گرفته شد، استفاده از این ابزار کاهش یافته بود، اما با رفع موانع و مشکلات و بازگشت اطمینان و اعتبار به چک حالا میزان استفاده از این ابزار پرداخت افزایش یافته و به رکورد ۸ میلیون و ۶۰۰ هزار واحدی در دو سال اخیر رسیده است. نکته دیگر اینکه سهم چک‌های برگشتی از کل چک‌های مبادله شده در اسفندماه ۱۴۰۱ به رقم ۷ درصد رسیده که در مقایسه با مدت مشابه سال قبل از آن (اسفند ۱۴۰۰) افت ۲ واحد درصدی را نشان می‌دهد.

خبرنامه

بیش از ۹ ماه از موعد مقرر گذشت

از سهام عدالت جاماندگان چه خبر؟

اگرچه در روزهای اخیر، خبری‌ها عنوان تخصیص سهام عدالت به جاماندگان داغ شده اما پیگیری‌ها نشان می‌دهد همانطور که صداوسیما در گزارشی اشاره کرده هنوز دولت قصد انجام این تعهد را ندارد. به گزارش «تجارت نیوز»، درحالی که براساس قانون لایحه بودجه امسال، دولت موظف شد تا نسبت به واگذاری سهام عدالت، به تمامی جاماندگان مشمول دریافت این سهام اقدام کند، هنوز هیچ اقدامی در این باره انجام نشده و نهادهای مسئول در حال تاخیر بیشتر نسبت به وعده‌های مکرر خود هستند. جاماندگان سهام عدالت چند نفر از جمعیت کشور را شامل می‌شوند و چرا دولت نسبت به وضعیت آنها هیچ تعیین تکلیفی نکرده است؛ آن هم درست در شرایطی که بیش از ۹ ماه از موعد مقرر اعلام مصوبه تخصیص سهام عدالت به این دسته می‌گذرد؟ نگاهی به اظهارات مقامات رسمی کشور نشان می‌دهد که همزمان با آزادسازی سهام عدالت در اردیبهشت ماه ۱۳۹۹ و قیمت قابل توجه این سهام که در حقیقت متأثر از وضعیت بازار سرمایه در آن روزها بود، موضوع مشمول بودن یا نبودن در دریافت سهام عدالت به یکی از پرسش‌های شهروندان بدل شد؛ تا جایی که قیمت سهام، بسیاری را بر آن داشت تا نسبت به ورود به بازار سهام اقدام کنند. با این همه و پس از سرگردانی‌های فراوان، آمارهای مختلفی از میزان بالای جاماندگان از سهام عدالت خبر می‌دهد؛ تا جایی که برخی رسانه‌ها آن را ۲۰ میلیون نفر تخمین زده‌اند. در همین زمینه، خبرگزاری صداوسیما نیز در گزارشی به این موضوع انتقاد کرده و از دولت خواسته است هرچه زودتر نسبت به تعیین تکلیف جاماندگان سهام عدالت اقدام کند؛ اقدامی که به نظر می‌رسد به دلیل چالش‌ها و مشکلات درونی خود دولت و میان دستگه‌هاست که عملا با تاخیر چندماهه همراه شده است.

یک کارشناس بازار سرمایه به مطرح کرد

بازار در انتظار عرضه‌های اولیه

یک فعال بازار سرمایه، عرضه اولیه را راهی برای کاهش ریسک‌های بازار می‌داند و می‌گوید با توجه به جریان ورود نقدینگی به بازار سهام، یکی از اقدامات موثر در کاهش ریسکک بازار، افزایش عرضه‌های اولیه در بورس و فرابورس است. با ورود شرکتهای جدید به این بازار، هم نقدینگی به سمت بازار اولیه و بنگاههای اقتصادی هدایت می‌شود و هم سهامداران بازدی مناسبی کسب کرده و حضور ماندگارتی در این بازار خواهند داشت. «وداد حسینی» در گفتوگو با پایگاه خبری بازار سرمایه ایران (سنا) با اشاره به رشد بازار سهام در روزهای اخیر گفت؛ با توجه به جریان ورود نقدینگی به بازار سهام، یکی از اقدامات موثر در کاهش ریسک بازار، افزایش عرضه‌های اولیه در بورس و فرابورس است. با ورود شرکتهای جدید به این بازار، هم نقدینگی به سمت بازار اولیه و بنگاههای اقتصادی هدایت می‌شود و هم سهامداران بازدی مناسبی کسب کرده و حضور ماندگارتی در این بازار خواهند داشت، به نظر می‌رسد در شرایط فعلی می‌توان هر هفته حداقل یک شرکت جدید در بازار عرضه کرد.

او در ادامه به رشد متعادل تر بورس در هفته‌های اخیر نسبت به سال ۱۳۹۹ اشاره کرد و افزود: اقداماتی همچون افزایش دامنه نوسان معاملات و همچنین ورود برخی شرکتهای جدید به بازار سرمایه در رشد متعادل تر بازار سهام و همینطور کاهش صفهای خرید و فروش موثر بوده است. در مجموع هرچه رشد بازار سرمایه ملایم‌تر باشد، ماندگاری سرمایه‌گذاران در این بازار نیز افزایش خواهد یافت. به عقیده این کارشناس بازار سرمایه، همچنین افزایش سرمایه شرکتهای محل آورده نقدی و مطالبات سهامداران نیز می‌تواند در هدایت نقدینگی به سمت بنگاههای تولیدی موثر باشد. برخی امتیازات مثل معافیت‌های مالیاتی به شرکتهای جهت انجام افزایش سرمایه می‌تواند در ترغیب ناشران به افزایش سرمایه موثر باشد. البته با توجه به مفاد قانون تجارت، فرآیند افزایش سرمایه شرکتهای چند ماهی زمان می‌برد، اما شاید تسریع این فرآیند، منجر به تشدید جذابیت افزایش سرمایه برای ناشران شود.

یک تحلیلگر بورس تشریح کرد

مزایای انتشار اوراق مرابحه سهام

یک فعال بازار سرمایه با اشاره به مزایای انتشار اوراق مرابحه سهام معتقد است سازمان بورس و اوراق طراحی «بازار مرابحه سهام» به شرکتهای اجازه تعیین اعتبار بلندمدت برای خرید سهام خواهد داد. همچنین بخشی از نیاز شرکتهای به منابع مالی از روی شبکه کارگزاری برداشته می‌شود و در نهایت تمام منابع حاصل از انتشار این اوراق صرف خرید سهام خواهد شد.

«سپهر فدایی»، مدیرعامل تسهیم سرمایه‌دهانود در گفتوگو با پایگاه خبری بازار سرمایه ایران (سنا) به دشواری تامین مالی در گذشته اشاره کرد و گفت: با ابزارهایی که در گذشته وجود داشت، تامین مالی برای شرکتهای هلدینگ و سرمایه‌گذاری دشوار بود؛ چراکه این شرکتهای با توجه به ماهیت فعالیتشان، دارای فیزیکی چندانی ندارند، در نتیجه عملا امکان تامین مالی از طریق بازار سرمایه برای این گروه از شرکتهای وجود نداشت. هلدینگها و شرکتهای سرمایه‌گذاری تأثیرگذاری زیادی بر روند بازار سرمایه دارند و مشکل تامین مالی آنها بر توسعه بازار تأثیر مستقیمی می‌گذارد که خوشبختانه با ابتکار سازمان بورس و اوراق بهادار در طراحی و انتشار اوراق مرابحه سهام، چالش این شرکتهای با طرف شده است. به گفته «فدایی»، نخستین ابزاری که برای تامین مالی شرکتهای طراحی شده، اوراق اجاره بود. برای استفاده از این ابزار، شرکتهای دارایی پایه برای مینا قرار دادن انتشار اوراق را مشخص می‌کردند و در نهایت منابع جمع‌آوری نشده می‌توانست در هر محلی صرف شود. در حقیقت شرکتهای الزامی برای اینکه منابع را صرف خرید سهام کنند، وجود نداشت؛ هرچند که شاید این گروه بخشی از منابع خود را به بازار سرمایه اختصاص می‌دادند اما هیچ دستورالعمل مشخص و یا اجباری بر این امر نبوده است. اوراق اجاره به نوبه خود با استقلال خوبی مواجه شد و طی سال‌های گذشته شرکتهای اوراق اجاره بسیاری منتشر کردند، اما شرکتهای هلدینگ و سرمایه‌گذاری نیاز به اوراقی داشتند که در این سهام به‌عنوان یک دارایی و مینا شناخته بشود. او با اشاره به اینکه محدودشدن ظرفیت اعتباردهی کارگزاری‌ها به شرکتهای هلدینگ، یکی دیگر از مشکلاتی بود که در تامین مالی به شیوه‌های قدیمی، به‌وجود می‌آمد، گفت: شرکتهای کارگزاری از شبکه بانکی وام دریافت کرده و آن را به نیاز تامین مالی مشتریان خود اختصاص می‌دهند که با توجه به ظرفیت محدود آنها، تمایلی به اعتبار به شرکتهای هلدینگ تخصصی داده می‌شد، سهامدار خرد سهم کمی از این ظرفیت به دست می‌آورد. در گذشته برای دارایی‌های مختلف اوراق مرابحه منتشر می‌شد، به‌طور مثال زمانی که شرکت تولیدی، خواهان خرید دارایی بود، اقدام به انتشار اوراق مرابحه کرده و دارایی را به طور اقساطی خریداری می‌کرد، اما در اوراق مرابحه سهام، شرکت هلدینگ و سرمایه‌گذاری که قصد تامین منابع خود می‌خواست به دارنده اوراق بازار پرداخت خواهند کرد. وی با اشاره به اینکه اعتباردهی کارگزاری‌ها برای مدت زمان کوتاهی بوده، بیان کرد: در حقیقت شرکتهای با خرید سهام، اعتبار بلندمدتی را دریافت خواهند کرد؛ همچنین بخشی از نیاز شرکتهای به منابع مالی از روی شبکه کارگزاری برداشته می‌شود و در نهایت تمام منابع حاصل از انتشار این اوراق صرف خرید سهام خواهد شد. این ابزار بدهی در خدمت بازار سهام قرار خواهد گرفت و در زمانی که بازار سرمایه روند رو به رشدی دارد، این ابزار به‌منظور تامین مالی برای شرکتهای به‌کار گرفته می‌شود. مزیت عمومی این ابزار همانند سایر اوراق بدهی بوده که از جمله آن می‌توان به تامین مالی بلندمدت، هزینه مقرون به‌صرفه در بحث مالیات و… اشاره کرد. در کنار این موضوع دارای مزیت‌های منحصr به‌فردی است که از جمله آن می‌توان به نبود الزام در دارایی پایه اشاره کرد. به عقیده مدیرعامل تسهیم سرمایه‌دهانود، دارایی پایه‌ای که در اوراق اجاره به‌کار گرفته می‌شود باید دارای ویژگی‌های خاصی باشد تا کمترین فقهی سازمان بورس آن اوراق را تأیید کند، اما در اوراق مرابحه نیازی به دارایی پایه نیست و تنها الزام صرف منابع در خرید سهام پذیرفته شده در بورس و فرابورس است.



داماسنج اصلی تالار شیشه‌ای وارد کانال ۲٫۵ میلیون واحد شد

رشد ۲ برابری ورود سرمایه به بازار سهام



این رقم از ۱۹ مردادماه ۱۳۹۹ بی‌سابقه بود. ارزش معاملات خرد سهام نیز به ۱۴ هزار و ۱۲۰ میلیارد تومان رسید که این میزان هم از ۲۲ آذرماه ۱۳۹۹ بدین سو سابقه نداشت.
نماگر اصلی بورس سپس در معاملات یکشنبه ۱،۶۸ درصد و در معاملات دوشنبه ۰،۰۵ درصد افزایش یافت تا حرکت پلکانی بورس تهران در هفته گذشته به سمت پایین باشد.

نماگر اصلی تالار شیشه‌ای سپس در معاملات روز سه‌شنبه ۱،۵۲ درصد افزایش یافت تا وارد کانال ۲،۵ میلیون واحد شود. با این حال، در آخرین روز معاملاتی هفته با ریزش ۳ هزار و ۶۵۱ واحدی (معادل ۰،۱۵ درصد) مواجه شد و در پایان هفته در سطح ۲ میلیون و ۵۱۴ هزار و ۶۸۰ واحد ایستاد تا با رشد ۱۴۹ هزار و ۳۹۱ واحدی، بازدهی هفته‌ی مثبت ۶،۳ درصدی را ثبت نماید.

همچنین نماگر هموزن بازار به دنبال رشد ۱،۸۴ درصد، ۱،۹۵ درصد و ۱،۰۳ درصد در سه روز ابتدای هفته، ۲،۴۸ درصد در معاملات روز سه‌شنبه و ۱،۲۴ درصد در معاملات چهارشنبه بالا آمد و تا تراز ۸۵۵ هزار واحد پیشروی کرد. بدین ترتیب، نماگر هموزن با افزایش ۶۹ هزار و ۳۹۲ واحدی در هفته دوم اردیبهشت توانست بازدهی مثبت ۸،۸ درصدی را تجربه کند. در آن سوی بازار سرمایه در بازار فرابورس نیز شاخص کل در پایان هفته در سطح ۳۱ هزار و ۹۶۶ واحد ایستاد. همانطور که اشاره شد، در این هفته ۷ هزار و ۶۲۶ میلیارد تومان پول حقیقی به بورس وارد شد و میانگین روزانه ورود پول حقیقی به هزار و ۵۲۵ میلیارد تومان رسید که نسبت به هفته قبل، ۱۰۶ درصدی را نشان می‌دهد. میانگین ارزش صفهای فروش در هفته اخیر ۵۱ میلیارد تومان بود که از میانگین هفته پیشین ۲۴ میلیارد تومان معادل ۳۲ درصد کمتر بود. بالاترین رقم فروش هفته با ۸۲ میلیارد تومان در روز چهارشنبه ثبت شد. میانگین ارزش صفهای خرید نیز ۲ هزار و ۵۰۹ میلیارد تومان بود که از میانگین هفته قبل از آن، ۹۵۱ میلیارد تومان معادل ۶۱ درصد بیشتر شد. بالاترین رقم هفته با ۳ هزار و ۳۳۸ میلیارد تومان در روز سه‌شنبه به ثبت رسید.

چرخش بورس به کوچک‌ترها

شاخص کل بورس تهران در اولین روز معاملاتی از هفته دوم اردیبهشت ماه با ثبت رشد ۳،۱ درصدی، مقوامت ۲،۴ میلیون واحدی را شکست و

در یک قدمی مرز ۲،۵ میلیون واحد قرار گرفت. در جریان دادوستدهای شنبه، ۲ هزار و ۸۹ میلیارد تومان پول حقیقی به بورس تزریق شد که



صرفه‌جویی مترادف با قبضی رایگان برق است

۴ برابر شدن پاداش مشترکان خوش‌مصرف برق

شد که بسیاری از مشترکان تبلیغات ۱=۵ را به خاطر دارند، افزود: در این تبلیغات وعده پاداش پنج برابری نرخ برق برای صرفه‌جویی به مشترکان داده شد و براساس آمار رسمی وزارت نیرو به صورت سرجمع مبلغ یک میلیارد و ۳۵۰ میلیارد ریال پاداش تحت همین عنوان پرداخت شد؛ وعده‌ای که وفا شد و حتما عمل به وعده داده شده به مردم، منجر به رغبت بیشتر برای همراهی می‌شود.

قراگوزلو با بیان اینکه امسال هم وزارت نیرو علاوه بر اینکه به وعده داده شده خود در همان سال جامه عمل پوشانیده، با افزایش چهار برابری پاداش سال گذشته، شرایط همراهی بیشتر مردم را در تابستان امسال فراهم آورده است، گفت: نکته‌ای که در این میان اهمیت دارد تأثیر مستقیم این پاداش بر مشترکان خانگی و مزایای غیرمستقیم بر سایر آنان در جریان است می‌توانند از ظرفیت‌های صرفه‌جویی‌شده برای رونق و آبادانی میهن استفاده کنند. در نتیجه مزیت پرداخت این پاداش صرفا متوجه مشترکان خانگی نبوده و کل کشور از آن بهره می‌برند.

مدیرعامل شرکت برق منطقه‌ای تهران با بیان اینکه تجربه کشورهای پیشرو در زمینه بهبود سواد انرژی و نهادینه شدن فرهنگ مصرف بهینه انرژی از جمله برق در جامعه نشان می‌دهد در صورت تعیین مشوق‌های

گذشته می‌گوید: ورود نقدینگی به بازار سرمایه کاملا مشهود است و اگرچه بازار سرمایه در هفته‌های گذشته رشد قابل توجهی داشته، اما متعقد بازار سهام در مقایسه با بازارهای رقیب هنوز پتانسیل رشد دارد. برای اثبات این ادعا کافی است تا ارزش دلاری بازار سرمایه و بازارهای رقیب در سال‌های اخیر مورد بررسی قرار گیرد. با این تفاسیر در کوتاه‌مدت نباید نگران خروج نقدینگی از بازار سهام بود. البته با توجه به سیالیّت پول، طبیعی است که بعد از یک رشد مقطعی، بخشی از نقدینگی از بازار سهام خارج شود و نمی‌توان مانع خروج نقدینگی از این بازار شد؛ مگر آنکه سعی کنیم سرمایه‌گذاران را به سمت سرمایه‌گذاری بلندمدت و غیرمستقیم سوق دهیم تا با فعالیت نهادهای تخصصی‌تر و حرفه‌ای‌تر در بازار، فعالیت‌های سفته‌بازانه در

بازار سهام کاهش یابد.

«سعید جمالی» به برخی از رفتارهای هیجانی در بازار سهام اشاره می‌کند و در گفت‌وگو با پایگاه خبری بازار سرمایه (سنا) می‌افزاید: مشکل اینجاست که برخی از سرمایه‌گذاران با مشاهده رشد قیمت سهام مجددا اقدام به رفتارهای هیجانی می‌کنند. در نظر داشته باشید که هنوز تأثیر تورم و افزایش قیمت‌ها در صورت‌های مالی شرکتهای و صنایع بورسی نمایان نشده است و سرمایه‌گذاران حرفه‌ای بازار به خوبی می‌دانند که باید از این فرصت‌ها برای انتخاب سهم مناسب و بنیادی استفاده کرد. امیدواریم تازه واردهای بازار و اشخاصی که آشنایی کمتری بسا دانش مالی دارند، با به صورت غیرمستقیم و از طریق صندوق‌های سرمایه‌گذاری و سبدگردان‌ها اقدام به فعالیت در این بازار کنند و یا اگر قصد سرمایه‌گذاری مستقیم دارند، روی سهم‌های بزرگ و بنیادی بازار سرمایه‌گذاری کنند تا ریسک کمتری متوجه آنان شده و در آینده شاهد خروج نقدینگی کمتری از بازار سرمایه باشیم. به گفته مدیرعامل کارگزاری سپهر باستان، با توجه به جریان ورود نقدینگی به بازار سهام و بسوز برخی رفتارهای هیجانی و تشکیک صف‌های خرید در بعضی از نماهای کوچک و متوسط بازار، امیدواریم این روزها متولیان بازار سرمایه و مدیران نهادهای تخصصی و… از هر فرصتی برای اطلاع‌رسانی، ترغیب و تشویق مردم به سرمایه‌گذاری غیرمستقیم در بورس و ارتقای فرهنگ سرمایه‌گذاری استفاده کنند.

انگیزشی و در برخی موارد جرایم بازدارنده، پس از استمرار در یک دوره سه تا پنج ساله، منجربه نهادینه شدن مصرف بهینه در فرهنگ عمومی جامعه می‌شود، گفت: در این شرایط در صورت اجرای خوب و کارآمد برنامه‌های انگیزشی، پس از مدتی، آموزه‌های مصرف در ذهن افراد جامعه بازتولید شده و بدون نیاز به ایجاد مشوق‌های جدید، به عنوان یک رفتار موردپسند اجتماعی به مرحله عمل می‌رسد و تأیید اجتماعی افراد از رعایت الگوهای مورد پذیرش اجتماعی که به آن «فرهنگ عمومی» اطلاق می‌شود خود نیروی محرک برای استمرار آن است.

به گفته قراگوزلو، به هر حال کشور ما موضوع اصلاح بهینه مصرف انرژی و تغییر عادات بدمصرفی یکی از موضوعات مهمی است که باید به صورت جدی به آن پرداخته شود تا کشور را از قرار گرفتن در بحران بی‌پایان بدمصرفی خارج کند. همگان باید قدر انرژی حیاتبخش و بدون جایگزین برق را بدانند؛ چراکه استمرار تامین این انرژی به خصوص در فصول گرم که ناترازی تولید و مصرف به چشم می‌آید از اهمیت دوچندانی برخوردار شده و همراهی مردم می‌تواند زمینه آرامش و آسایش بیشتر مردم جامعه را فراهم آورد.

مدیرعامل شرکت برق منطقه‌ای تهران در پایان صحبت‌هایش با اشاره به چهار برابر شدن پاداش مشترکان خوش‌مصرف برق، صرفه‌جویی را مترادف با قبض رایگان برق برای شهروندان دانست و گفت: همه ساله همزمان با فرا رسیدن نیمه اردیبهشت ماه و گرم‌تر شدن هوا، موضوع اهمیت مصرف انرژی برق و عبور از دوره اوج بارتابستان مطرح می‌شود و وزارت نیرو با اعلام رسمی برنامه های مدیریت بار، اقداماتی را به انجام می‌رساند، اما امسال وزیر نیرو از پاداش ۲۰ برابری مشترکان خانگی رونمایی کرده؛ پاداشی که در نوع خود بی‌سابقه بوده و همه نگاهها به کم و کیف این پاداش بر صرفه‌جویی مصرف است.

فرصت امروز بررسی می‌کند

پازل جلب اعتماد مشتریان به محصولات برند



نویسنده: علی آل علی

در دنیا اعتماد حرف اول و آخر را می‌زند. علاقه‌مندان به فوتبال تا وقتی از اوضاع یک تیم مطمئن نشوند، حتی بلیت یک بازی آن را هم خریداری نمی‌کنند. چه برسد به پیش‌خرید کل بلیت‌های فصل. این امر درباره دوستداران سینما هم صادق دارد. اگر از فیلم بازیهای حرفه‌ای باشید، خیلی خوب می‌دانید بلیت آثار کارگردان‌های شناخته‌شده را بی‌هیچ حرف و حدیثی باید پیش‌خرید کنید. این امر بیشتر از اینکه مربوط به کیفیت نهایی کار باشد، در ارتباط با اعتماد آدم‌ها به طرف مقابل‌شان است. چنین تجربه‌ای برای برندهای بزرگی مثل اپل هم بدون هیچ کم و کاستی رخ می‌دهد. خوب اگر کسی را سراغ دارید که درباره خرید جدیدترین محصولات این برند شک و تردید به دلش راه می‌دهد، ما را هم بی‌خبر نگذارید.

جلب اعتماد مشتریان به محصولات برند معمولا به عنوان یک معمای پیچیده در ذهن کارآفرینان خوندنمایی می‌کند. البته ما در روزنامه فرصت امروز اصلا این موضوع را در قالب معما بررسی نمی‌کنیم. اگر نظر ما را بخواهید، جلب اعتماد مشتریان به محصولات شرکت بیشتر نوعی پازل است که باید هر قطعه‌اش را سرجای خودش قرار داد. وگرنه همه چیز با مشکل رو به رو می‌شود. ما در این مقاله قصد داریم راهنمایی جمع و جور برای حل این پازل به شما ارائه کنیم. پس با ما همراه باشید تا یکبار برای همیشه پازل جلب اعتماد مشتریان به محصولات برند را حل کنید.

جلب اعتماد مشتریان: چطور و چگونه
وقتی صحبت از فروش بی‌دردسر محصولات به مشتریان می‌شود، معمولا یک توصیه قدیمی همیشه ذهن آدم را به خودش مشغول می‌کند. اینکه «خودتان را جای مشتریان قرار دهید» دست کمی از نصیحت‌های کلیشه‌ای پیرمردها ندارد؛ همان نصیحت‌هایی که نه تنها شدنی نیستند، بلکه هزاران بار هم دست به دست شده و اهمیتش را کاملا از دست داده است.

اجازه دهید همین اول کار خیال‌تان را بابت استفاده از توصیه‌های قدیمی و کلیشه‌ای راحت کنیم. اینجا هیچ خبری از کلیشه‌ها نیست. در عوض ما یک راست رفته‌ایم سراغ راهکارهایی که امتحان‌شان را در بازار پس داده‌اند. این شما و این هم راهنمای پازل جلب اعتماد مشتریان به محصولات برند.

طراحی حرفه‌ای سایت: مشتریان با چشم‌شان خرید می‌کنند!
کاپوس کرونا چند ماهی هست تا حد زیادی از سر مردم دنیا بیرون رفته و امیدواریم دیگر هیچ وقت مثل مهمان ناخوانده سر و کله‌اش پیدا نشود. با این حال عشق و علاقه‌ای به خرید آنلاین حتی با بازگشت شرایط به حالت نرمال هم تغییری نمی‌کند، به طوری که حتی همین حالا هم مردم ترجیح می‌دهند خریدشان را به طور آنلاین انجام دهند، نه با پرسره‌زنی در پاساژهای مختلف.

جلب اعتماد مشتریان، آن هم در دنیای کاملا دیجیتال، اصلا کار راحتی نیست. اگر در قالب عادی امکان مشاهده محصولات از نزدیک یا حتی امتحان‌شان برای چند دقیقه هست، در تجربه خرید آنلاین اصلا از این خبرها نیست. به همین خاطر اعتماد مشتریان به برندهای آنلاین خیلی سخت جلب می‌شود. ماجرا حساسی پیچیده شد، نه؟

اولین فرمولی که ما در این مقاله قصد معرفی آن را داریم، طراحی حرفه‌ای سایت است. در فقدان فروشگاه‌هایی که مشتریان یک دل سیر در آن گشت بزنند، این سایت‌ها هستند که تلافی کار را درمی‌آورند. البته به شرط اینکه سایت‌تان ساختار درست و درمانی داشته باشد.

وقتی درباره یک سایت ایده آل حرف می‌زنیم، اول از همه باید سراغ قالبش رفت. ماموریت شما در این بخش ایجاد تعادل میان سادگی سایت و هماهنگی‌اش با سئو خواهد بود. راستش را بخواهید، این روزها مردم میانه خوبی با طرح‌های شلوغ ندارند. به همین خاطر بهتر است دور چنین ایده‌هایی را خط بکشید و در عوض سراغ قالب‌های مینیمال بروید. از طرف دیگر، انتخاب قالب‌هایی تا حد امکان کم حجم سرعت بارگذاری را حسابی افزایش می‌دهد. چنین نکته‌ای به نوبه خودش وضعیت سئو سایت را مثل موشک به بالا پرتاب خواهد کرد.

بعد از اینکه مرحله بالا را پشت سر گذاشتید، نوبت به بحث محتوا می‌رسد. بی‌شک هیچ سایتی با محتوای متعلق به عهد حجر اعتماد مشتریان را جلب نمی‌کند. در عوض سایت‌هایی که همیشه محتوای تازه دارند، مثل سوپرستارهای سینمایی در کانون توجه خواهند بود. پس برای اعتماد مشتریان هم که شده، دستی به سر و گوش تیم بازاریابی‌تان بکشید. تمرکزتان هم باید روی تولید محتوای بهتر باشد. مثلا با تولید محتوای آموزشی در حوزه کاری‌تان به طور خودکار توجه هزاران کاربر کنجکاو را جلب خواهید کرد؛ به همین راحتی.

آخرین نکته درباره سایت به بحث امنیت سایبری مربوط می‌شود. این

روزها خیلی از مشتریان در سایت برند مورد علاقه‌شان ثبت نام کرده و اطلاعات مهمی را آنجا درج می‌کنند. بنابراین اگر فقط یکبار هم که شده بخشی از اطلاعات آنها به سرقت برود، دیگر پشت گوش‌تان را دیدید آنها را هم خواهید دید. امیدوارم از حرف ما ناراحت نشوید، اما بحث امنیت سایبری کاری نیست که کسانی مثل من و شما از پس آن برآیند. پس قبل از اینکه به خودتان زحمت دهید، سراغ همکاری با تیم‌های متخصص در این زمینه بروید. اینطوری کارتان خیلی راحت جلو می‌رود و دیگر مشکلی از این نظر نخواهید داشت.

طراحی شیوه پرداخت امن و راحت: جایی که همه نگران هستند
تا حالا چند بار فقط به خاطر مسیر پیچیده پرداخت هزینه سفارشات قید آن را زده‌اید؟ این امر معمولا درباره خرید آنلاین بالای جان کارآفرینان است، هرچه باشد خرید حضوری خیلی مطمئن‌تر است. شما همان لحظه که محصولی را در دست دارید، پولش را پرداخت کرده و از فروشگاه بیرون می‌زنید. با این حال بعد از خرید آنلاین تازه استرس‌ها شروع می‌شود. سوالاتی مثل «اگر این یک کلاهبرداری باشد، چه؟» مثل خوره ذهن آدم را آذیت می‌کند.

ایسده ما در این بخش در عین حال که ساده به نظر می‌رسد، کمی تخصصی است. شما باید خیال مشتریان را بابت شیوه پرداخت راحت کنید. نکته اول تضمین امنیت اطلاعات بانکی آنهاست. شما را نمی‌دانم، ولی من که اصلا دوست ندارم یک روز صبح بیدار شوم و ببینم به خاطر یک خرید ساده اینترنتی کل حسابم خالی شده است.

اگر از ما می‌شنوید، همکاری با بانک‌ها و درگاه‌های پرداخت معتبر همیشه بهترین روش برای جلب اعتماد مشتریان است. هرچه باشد در چنین مواردی نه تنها ریسک حملات سایبری کاهش پیدا می‌کند، بلکه شما هم بهانه‌ای دست مشتریان برای فرار از خرید نمی‌دهید. ماجرا به بخش داشته انگیزش رسید، نه؟

وقتی درباره شیوه پرداخت امن حرف می‌زنیم، باید امری فراتر از همکاری با موسسات مالی معتبر را مدنظر قرار دهیم. گاهی اوقات مشتریان نگران تفاوت میان سفارش نهایی با آنچه در سایت دیده‌اند، هستند. در این صورت تا نگرانی آنها را رفع نکنید، خبری از خرید نخواهد بود. حتی اگر این فرآیند به قیمت انتظارهای طولانی از سوی مشتریان تمام شود، باز هم آنها این سختی را به جان می‌خرند!

توصیه ما در این بخش استفاده درست از سیستم مرجوعی سفارشات است. این روزها خیلی از خرده‌فروشی‌ها تا ۴۸ ساعت به مشتریان امکان بازگرداندن خریدشان را می‌دهند. خوب اگر چنین سیاستی در فعالیت روزمره برندها شهاکر کرده، چرا در دنیای دیجیتال آن را پیاده نکنیم؟ البته منظور ما راه‌اندازی یک شعبه حضوری از کسب و کار نیست. در عوض باید استراتژی روشنی برای مرجوعی سفارشات دم دست داشته باشید. اینطوری خیال مشتریان بابت خرید راحت‌تر خواهد شد.

نمایش چهره‌ای انسانی: خداحافظی با هویت‌های بی‌روح
وقتی درباره برندی مثل تسلا یا کی اف سسی حرف می‌زنیم، معمولا چهره‌های مشخصی در ذهن آدم نقش می‌بندد. مثلا همین تسلا با چهره همیشه متعجب و کنجکاو ایلان ماسک به خاطر آورده می‌شود. در نقطه مقابل، کم نیستند برندهایی که اصلا هیچ هویت انسانی ندارند. انگار که مشتریان از همان اول محکوم به تحمل یک ربات هستند.

ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم کسب و کارهای آنلاین باید بیشتر از بقیه دنبال نمایش چهره‌ای انسانی از برنشان باشند. هرچه باشد کسب و کارهای عادی در طول روز بارها و بارها با مشتریان رو در رو می‌شوند. این وسط هم مشتریان بالاخره با چند تا مدیر یا کارمندان ملاقات خواهند داشت. اینطوری احساس امنیت نسبی در مشتریان ایجاد می‌شود. هرچه باشد تعامل با انسان‌ها خیلی رضایت‌بخش‌تر از گپ و گفت با ربات‌های هوشمند است، مگر نه؟

شاید ایده ما در این بخش کمی زیاده‌روی باشد، اما راستش را بخواهید، خیلی وقت‌ها نبود یک کارشناس معمولی در شرکت‌ها مشتریان را یاد فیلم‌های آخرالزمانی می‌اندازد؛ همان فیلم‌هایی که دیگر هیچ ردی از تمدن انسانی در آنها نیست و سناریو حول محور نبرد انسان‌ها با ربات‌ها می‌چرخد. پس به زور هم که شده پای تعاملات انسانی را به کسب و کارتان باز کنید. اینطوری دست‌کم فرصتی برای اثرگذاری بر روی مشتریان خواهید داشت.

کسب و کارهایی که همیشه خودشان را پشت لوگو یا شعارهای رنگارنگ قایم می‌کنند، معمولا سیگنالی قوی مبنی بر بی‌اعتمادی به مشتریان ارسال خواهند کرد. در عوض برندهایی که چهره مدیران‌شان همیشه در رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی دیده می‌شود، حس خیلی بهتری در خریداران ایجاد می‌کنند. فکر می‌کنم معادله اصلی در این بخش

خیلی ساده باشد؛ هرچه بیشتر چهره‌ای دوستانه و صمیمی از خودتان به مشتریان نشان دهید، اعتماد بیشتری جلب خواهید کرد.

سرمایه‌گذاری بر روی خدمات مشتری: ترکیب روش‌های سنتی و هوشمندا

تا حالا چند بار برای‌تان پیش آمده بعد از خرید در عرض چند دقیقه مشکل‌تان با استفاده از محصول حل شده باشد؟ در چنین شرایطی معمولا پای فروشنده‌ها نیز وسط خواهد بود. اگر نظر ما را بخواهید، اتفاقاتی که در حیطه خدمات مشتری روی می‌دهد، بهترین محک برای اعتمادسازی کسب و کارها خواهد بود. خوب اگر کسی را سراغ دارید که به یک کسب و کار بدون تیم خدمات مشتری اعتماد می‌کند، ما را هم بی‌خبر نگذارید. ایسن روزها خیلی از کارآفرینان دوست دارند به هر قیمتی شده کمپین‌های بازاریابی و تبلیغات پرزرق و برقی داشته باشند. از آنجایی که مشکلات مالی همیشه دست و پای کارآفرینان را بسته، معمولا بخش‌های گوناگون شرکت به سود کمپین‌های مختلف قربانی می‌شود. اولین حوزه‌ای هم که در این میان آسیب خواهد دید، همین خدمات مشتری است. انگار که خدمات مشتری اصلا اهمیتی ندارد و به راحتی می‌توان آن را کنار گذاشت!

اجازه دهید قبل از اینکه سراغ راهکاری برای سرمایه‌گذاری درست بر روی خدمات مشتری برویم، اهمیت آن را واکاوی کنیم. آخر هفته‌ای را در نظر بگیرید که با شور و شوق بالا برای کمی تفریح بلیت بازی فینال لیگ قهرمانان را خریداری کرده‌اید. حالا اگر هنگام ورود به ورزشگاه بلیت‌تان مشکل‌دار تشخیص داده شود، چه حسی خواهید داشت؟

شما را نمی‌دانم، ولی من که اگر کلی پول بلیت داده باشم، اصلا حاضر نیستم عذر و بهانه‌ای از شرکت موردنظر قبول کنم. این درست همان جایی است که کنکور بزرگ اعتمادسنجی برگزار می‌شود. اگر تیم فوتبال قه‌مان یک بخش خدمات مشتری درست و حسابی داشته باشد، مشکل شما در عرض چند دقیقه حل خواهد شد. با این حال اگر همه چیز روی هوا باشد، احتمالا بازی محبوب‌تان را از دست خواهید داد. بعد هم نهایتا با یک عذرخواهی ساده و بازگرداندن بخشی از پول سر و ته هزینه هم می‌آید.

مثال بالا به خوبی اهمیت خدمت مشتری را نشان می‌دهد. اگر یک برند خدمات مشتری استاندارد داشته باشد، دیگر مشکلی از نظر حل و فصل مشکلات مشتریان جلوی پایش نخواهد بود. هرچه باشد مشتریان ناراضی هم در صورت کمک مناسب دیگر شکایتی نخواهند داشت. چه بسا همین اقدام سریع شما موجب اعتماد بیشتر مشتریان شود.

حالا که اهمیت خدمات مشتری را درک کردید، باید نگاهی به شیوه درست سرمایه‌گذاری در این حوزه داشته باشیم. خوب پیش خودتان فکر

نکرده‌اید سرمایه‌گذاری بی‌فکر موفقیتی برای‌تان به همراه داشته باشد؟ پیشنهاد ویژه ما در این بخش استفاده از ربات‌های چت است. این ربات‌ها نه تنها در وقت شما و مخاطب‌تان صرفه‌جویی می‌کند، بلکه اوضاع‌تان از نظر حجم رسیدگی به مشکلات را نیز بهتر خواهد کرد. اینطوری با یک تیر دو نشان می‌زنید؛ هم مشتریان را راضی نگه می‌دارید، هم اینکه کلی وقت اضافه برای کارهای مهم‌تر در اختیار‌تان خواهد گذاشت. البته اگر از ما می‌شنوید، استفاده از یک کارشناس خبره برای رفع اورهای احتمالی ربات‌های چت ایده بدی نخواهد بود.

توضیح دقیق مشکلات: دلیل و منطق همیشه جواب می‌دهد
مواجهه با چالش‌های ریز و درشت بخشی از طبیعت دنیای کسب و کار است. انگار که یک برند بدون دغدغه و مشکل خودش از هر غولی وحشتناک‌تر است!

شاید فکر کنید ایده بالا خیلی غیرمنطقی به نظر می‌رسد، اما ماجرا اصلا این طوری نیست؛ چراکه کارآفرینان دیر یا زود در بازار با مشکلات گوناگون رو به رو خواهند شد. حتی استیو جابز هم بارها در مسیر توسعه برند اپل با شکست‌های بزرگ رو به رو شد. آنچه تفاوت میان برندهای مورد اعتماد مشتریان و نمونه‌های کلیشه‌ای را شکل می‌دهد، نحوه مدیریت چالش‌ها و توضیح‌شان برای مشتریان است. به زبان خودمانی، شما باید تک تک ایرادات را به طور شفاف برای مشتریان توضیح دهید.

وقتی یک برند مشکلات را به زبانی ساده برای مشتریان توضیح می‌دهند، احساس همدردی آنها فعال خواهد شد. نتیجه امر هم در اغلب موارد وفاداری مشتریان به برند و حتی کمک‌شان به آن کسب و کار برای عبور از بحران است. باورکردنی نیست، نه؟

یادتان باشد شما باید مشکلات‌تان را به زبانی کاملا ساده برای مشتریان توضیح دهید. پس یک لطفی به خودتان و دیگران کرده و دور اصطلاحات فنی را خط بکشید. اصلا فرض کنید در یک کلاس درس هستید و باید میثی را به دانشجویان توضیح دهید که تا قبل از آن حتی روح‌شان هم ازش خبر نداشته است. اینطوری دیگر خبری از اصطلاحات فوق تخصصی در توضیح‌تان برای مشتریان نخواهد بود.

گاهی اوقات کارآفرینان فکر می‌کنند با مخفی‌کاری به مشتریان لطف می‌کنند. این در حالی است که مشتریان چنین محاسباتی را مدنظر قرار نمی‌دهند. در عوض فورا به شما مشکوک شده و حتی دور برزندان را خط می‌کشند!

منابع:

https://www.noobpreneur.com/2023/04/18/how-to-increase-your-customers-trust-in-your-product

https://www.wyzowl.com/gain-customer-trust

آگهی تجدید مزایده عمومی ۴۰۱/۰۲

نوبت دوم

شناسه آگهی: ۱۴۸۸۳۸۹

شرکت گاز استان کهگیلویه و بویراحمد در نظر دارد اقدام مزاد و اسقاطی خود را به شرح ذیل از طریق مزایده عمومی به فروش برساند

ردیف	شرح کالا	واحد	قیمت پایه (قیمت کل به ریال)	سپرده شرکت در مزایده
۱	ضایعات پلی اتیلن	۶۶۰۰۰ کیلوگرم	۷۲۰/۰۰۰/۰۰۰	۳۶۰/۰۰۰/۰۰۰
۲	پشم شیشه روپین تاریخ مصرف گذشته	۱۷۳ رول	۵۷۰/۰۰۰/۰۰۰	۲۸۵۴۵/۰۰۰
۳	پشم شیشه زیرین تاریخ مصرف گذشته	۱۷۳ رول	۱۹۳/۷۶۰/۰۰۰	۹۶۸۸/۰۰۰

نام و نشانی دستگاه مزایده‌گذار: شرکت گاز استان کهگیلویه و بویراحمد به آدرس یاسوج، بلوار مطهری، خیابان راهداران، بابین تر از اداره راه و شهرسازی
زمان و مهلت توزیع اسناد مزایده از طریق سامانه ستاد(دولت): ۱۴۰۲/۰۲/۲۳ لغایت ۱۴۰۲/۰۲/۲۵
زمان مهلت و محل تسلیم اسناد و پیشنهاد شرکت در مزایده: ساعت ۱۶ مورخ ۱۴۰۲/۰۲/۲۰ از طریق سامانه ستاد(دولت)
محل و زمان گشایش پیشنهادها: شرکت گاز استان دفتر امور پیمانها ساعت ۱۰ صبح مورخ ۱۴۰۲/۰۲/۲۱
مزایده گران می‌بایست پاکت مهر و موم شده حاوی ضمانت نامه بانکی دارای مشخصات کامل بابت سپرده به مبلغ ۵٪ قیمت پایه دارای سه ماه اعتبار از تاریخ صدور و در صورت نقدی به شماره حساب ۱۱۱۸۵۵۱۱۱۹۷۴۴۱۱۱ نزد بانک مرکزی در وجه شرکت گاز استان کهگیلویه و بویراحمد را حداکثر تا تاریخ ۱۴۰۲/۰۲/۲۰ ساعت ۱۶ به دبیرخانه حراست شرکت گاز استان کهگیلویه و بویراحمد واقع در یاسوج ساختمان مرکزی طبقه دوم تحویل و رسید اخذ نمایند.
به پیشنهادات فاقد ضمانت نامه یا ضمانت نامه کمتر از ۵درصد مبلغ پایه،مهم‌ناخوانا،مشروط دارای خط خوردگی یا تحویل در خارج از موعد مقرر ترتیب اثر داده نخواهد شد.
هزینه کارشناسی به عهده برنده مزایده می‌باشد.
ضمناً آگهی این مزایده درپایگاه اینترنتی شرکت گازاستان کهگیلویه و بویراحمد nigc-kbir و پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات ietsmporgir قابل مشاهده می‌باشد.
تلفکس واحد امورپیمانها: ۰۷۴-۳۳۳۳۳۳۳۷

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۰۲/۱۳

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۰۲/۱۶

روابط عمومی شرکت گاز استان کهگیلویه و بویراحمد

به میزبانی سازمان عمران شهر جدید سهند در استان آذربایجان شرقی؛

شورای هماهنگی روابط عمومی دستگاه‌های زیر مجموعه وزارت راه و شهرسازی تشکیل جلسه داد

تبریز - فلاح: اولین جلسه شورای هماهنگی روابط عمومی دستگاه‌های زیر مجموعه وزارت راه و شهرسازی در استان آذربایجان شرقی در سال ۱۴۰۲ در سازمان عمران شهر جدید سهند برگزار شد.

این جلسه با حضور رئیس شورای هماهنگی و اداره ارتباطات و اطلاع رسانی راه و شهرسازی و روسای روابط عمومی های ادارات امداری و حمل و نقل جاده ای راه آهن بنیاد مسکن، نظام مهندسی ساختمان، هوشناسی، آزمایشگاهی و مکانیک فلک هواییبای جمهوری اسلامی، شرکت عمران شهر جدید سهند حوزه راهسازی شرکت ساخت و توسعه، فرودگاه و بانک مسکن در محل سالن کنفرانس سازمان عمران شهر جدید سهند برگزار شد. در این نشست رئیس شورای هماهنگی و اداره ارتباطات و اطلاع رسانی راه و شهرسازی افزود: انسجام و همدلی در روابط عمومی‌ها باعث رشد و ارتقای عملکردی در تمام حوزه های وزارت در استان خواهد شد و سازمان های حوزه وزارت راه در استان به هم نزدیک خواهند کرد.
حجت الاسلام والمسلمین صمد خلیلی افزود: بحث مسکن ملی که همه روابط عمومی خصوصاً بنیاد مسکن و راه و شهرسازی و شرکت عمران و علی الخصوص بنیاد مسکن در حوزه تسهیلات پیگیری های لازم را داشته باشند و انتظار می رود هر سال ۵۰ هزار واحد مسکن تحویل شهروندان شود.

خلیلی اضافه کرد: استقبال خوب همکاران روابط عمومی در حوزه حمل و نقل که در نوروز امسال با تلاش های بسیار در پیشبرد برنامه های نوروزی استقبال خوبی بعمل آمد

با حضور اصحاب رسانه:

نشست خبری سیزدهمین جشنواره شعر رضوی به زبان عربی برگزار شد

اهواز - شسینم قجاوند: همزمان با آیین اختتامیه سیزدهمین جشنواره شعر رضوی به زبان عربی نشست مطبوعاتی در سالن اجتماعات اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان برگزار شد. به گزارش روابط عمومی اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان، مدیر کل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان در نشست با اصحاب رسانه گفت: خوزستان میراث دار فرهنگ تشیع است.خدا را شاکریم در استان خوزستان نعمتی با این ظرفیت داریم.

حج الاسلام کلاه کج اظهار داشت: دهزار شعر عرب در استان خوزستان داریم.این ظرفیتی کم نظیر در حوزه فرهنگ و ادبیات ایران بشمار می رود.شعراي توانمند و داری شناسنامه که بخش قابل توجهی از آنها در جشنواره های مختلف و به ویژه جشنواره بین المللی شعرعربی رضوی حضور تاثیرگذار دارند. وی دلیل انتخاب خوزستان برای جشنواره شعرعربی رضوی را وجود ارشادگاه شاعر اهل بیت(ع) دعیل خزایی در شهرستان شوشن است بیان کرد و افزود: ارتباط مهمونی دعیل خزایی با امام رضا(ع) در اشعار این شاعر گویای تمام می‌شود.

مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان اظهار داشت: شعر رضوی به زبان عربی افزود: مردم فرهنگ دوست ولایی برای این دوره جشنواره یاری پاک بودند و جشنواره در شهرستان‌های شادگان ، گز، ملاتانی ،اهواز ، میهنان و درول برگزار شد و آیین پایانی این جشنواره ۱۲ اردیبهشت ماه در محل ارشادگاه دعیل خزایی شوش برگزار می‌شود.

نخستین نشست خبری مدیر کل فرهنگ و ارشاد اسلامی گلستان در سال جاری با اهالی رسانه برگزار شد

گرگان - خبرنگار فرصت امروز: مدیر کل فرهنگ و ارشاد اسلامی گلستان، در نخستین نشست خبری خود با اهالی رسانه در سال جاری، از برنامه های پیش روی این دستگاه اجرایی و خدمات و دستاوردها در سالی که گذشت گفت.
نخستین نشست خبری محمد رحیمت‌مدیر کل فرهنگ و ارشاد اسلامی گلستان با اهالی رسانه در سال جاری،مورخ شنبه شانزدهم اردیبهشت ماه برگزار شد.در ابتدای نشست محمد رحیمت، مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی گلستان، ضمن قدردانی از تلاش اهالی رسانه استان در آگاهی بخشی و انتشار به موقع اخبار و گزارش‌ها برای توسعه استان، سالیروز شهادت شهید مطهری و روز معلم را گرامی‌داشت.مدیر کل فرهنگ و ارشاد اسلامی گلستان، گفت از تاریخ ۲۱ تا ۲۸ اردیبهشت‌ماه سال جاری در ۶۱ شهرستان و منطقه استان گلستان، به مناسبت دیوست و نهمین سالروز تولد محرمقلی قزاقی، دانشمند عارف و شاعر شهیر ایرانی ترکمن،برنامه‌های پیش‌بینی و اجرا خواهد شدوی افزود: این برنامه‌ها با شعار «مخومقلی قزاقی، هستگی اجتماعی و هویت ایرانی اسلامی» و با تشکیل کارگاه شعر و موضوع «مخومقلی قزاقی» در عصر پنجشنبه ۲۱ اردیبهشت‌ماه در کلون فرهنگ کوشر شهردار بندرگز آغاز می‌شود.محمد رحیمت ادامه داد: برنامه‌های نیز به میزبانان آراغ فرهنگ و ارشاد اسلامی به ترتیب در شهرستان‌های رامیان، علی‌آباد، میوندنست، کندک، آق‌آباد و کلاه از تاریخ ۲۱ تا ۲۲ اردیبهشت‌ماه در ساعت ۱۶ با محوریت این شام ایرانی ترکمن پیش‌بینی و برپا می‌شود.محمد رحیمت در ادامه گفت: در سالی که گذشت با تشکیل ماهیانی را با همکاری یکی از دانشگاه های استان برگزار شد. ماهیانی این همکار میسر شد و در سال جاری و به همت معاونت فرهنگی این دستگاه اجرایی بنا داریم این مهم را عملی کنیم.محمد رحیمت ادامه داد: از مسکین قلیچ



تبریز - فلاح: مدیر کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی آذربایجان شرقی با بیان اینکه سال گذشته سه برابر سال ۱۴۰۰ در استان فرصت شغلی ایجاد شد، گفت: در حالی که تعداد استان در این زمینه برای سال گذشته ۴۵ هزار و ۷۹۴ شغل بود با رشد ۱۲۹۵ نفری،۹۵ هزار و ۳۸۲ شغل ایجاد کردیم. حسین فتحی، اظهار کرد: در سال جدید نیز تعداد اشتغال از ۴۷ هزار و ۱۶۵ شغل به تفکیک حوزه‌های مختلف اقتصادی برنامه‌ریزی‌های لازم جهت ایجاد اشتکافت تکمیلی در دستور کار گرفته است.
یابگانه خبری تحلیلی قلیچ می‌سناساند مدیر مجتمع معدنی خراسان در رابطه با شروع فعالیت‌های اکتشافی در استان خراسان رضوی اظهار داشت: ما در سال گذشته با دو گام نخست، با اخذ ۵ فقره پروانه اکتشاف در محدوده‌های لوپولیدار استان خراسان رضوی، برنامه‌ریزی‌های لازم جهت ایجاد اکتشاف تکمیلی در دستور کار گرفته است. علیرضاجلالیان مدیر مجتمع معدنی خراسان اشاره به آغاز فعالیت‌های اکتشافی در استان خراسان رضوی از مرداد ماه سال گذشته، توضیح داد: از همان ابتدا فعالیت‌های اکتشافی در مناطق مختلفی این استان، اتم از محدوده‌های امدیخس پهنه گناباد- بجنان- سبزوار - جغتای، سنگنا و کومیتخا تربت حیدریه در دستور کار جدی مجتمع قرار گرفته و ادامه داد: در همین راستا از آثر ماه ۱۴۰۱ فعالیت‌های اجرایی



خلیلی اضافه کرد: استقبال خوب همکاران روابط عمومی در حوزه حمل و نقل که در نوروز امسال با تلاش های بسیار در پیشبرد برنامه های نوروزی استقبال خوبی بعمل آمد



وی با تاکید بر گستردگی شفاع جشنواره شعر رضوی به زبان عربی تصریح کرد:امسال ۱۷۰ اثر به دبیر جشنواره رسید و ۸۸۷۸۷ با همین روند ادامه پیدا کرد.
شکرت کردند و تلاش می کنیم که با ضبط شعرخوانی‌ها در مراسم اختتامیه، بتولیم به عنوان یک محصول فرهنگی شفاع جشنواره رضوی را گسترده‌تر کنیم.
در این نشست نویسنده کتاب دعیل خزایی شاعر آل

مدحداص) گفت: ۱۵ سال پیش جشنواره رضوی با عنوان خوزستان دروازه تشیع امام رضا(ع) به ایران آغاز شد و در سال ۸۸۷۸۷ با همین روند ادامه پیدا کرد.

علی‌ظم علی نژاد افزود: در یکی از دوره‌ها مقاله‌ای با عنوان «کسب برای جایگاهی گذرا به تاریخ نیش در خوزستان» ارائه دادم که مقام دوم جشنواره را کسب کرد و تبدیل به کتاب جشنواره رضوی را گسترده‌تر کنیم.



یک دید شاعر به گویش ترکمنی تا بیش از یکصد شعر با معنایین ادب اجتماعی، دینی و عرفانی به‌جامانده که به همت اثری دروی قاضی در سالیان گذشته منتشرشده است. همچنین در سال عنوان «جان‌بدهای قلمرو مسکین قلیچ» به قلم مرحوم یوسف سقایی در دهه هشتاد شمسی درباره این شاعر ترکمن نوشته‌شده است.وی افزود: در گام بعد بصورت برنامه‌ریزی‌شده و هدفمند به دنبال برپایی این نشست تخصصی در یک کارزار زمانی مشخص در پایتیش روز هستمین و به امید خدا همچون برنامه‌های سالیانه،نگویدانشات مخوم قلی قزاقی و آرش میهن سستمین، با بهره‌مندی از ظرفیت فعالان و پژوهشگران ترکمن سستمین، تعداد ۶۶۱ طرح با مبلغ درخواسستی بیش از ۱۲ میلیارد تومان به دبیرخانه ارسال شد که در این میان ۲۲ درصد طرح‌ها

مدیرکل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان اعلام کرد؛

رشد ۱۲۹/۵ درصدی اشتغالزایی در آذربایجان شرقی

برابر سال ۱۴۰۰ بود.

فنجی توجه به مناسفل خانگی در ایجاد فرصت شغلی را مهم عنوان کرد و گفت: تسهیلاتی که دولت در این زمینه آذربایجان شرقی سال گذشته پرداخت کرده یکپزار ۳۹۵ میلیارد ریال است که ۶۰ درصد بیشتر از سال ۱۴۰۰ بوده است این تسهیلات به چهار هزار و ۶۴۸ نفر پرداخت شد. وی، طرح های خوداشتغالی را نیز یکی از طرح های موفق در ایجاد شغفل و رفع معضل بیکاری عنوان کرد و گفت: سهم آذربایجان شرقی از این محل ۲ هزار و ۶۰۰ میلیارد تومان بود که از رقم حدود یک هزار و ۹۲۶ میلیارد تومان در قالب ۱۶ هزار طرح به بانک‌ها معرفی شد.مدیرکل تعاون، کار و رفاه اجتماعی آذربایجان شرقی به پرداخت تسهیلات پنج هزار و ۲۰ میلیارد ریالی به تعاونی‌ها در سال ۱۴۰۱ نیز اشاره کرد و گفت: صادرات ۱۱۳ میلیون دلاری تعاونی های استان در مدت یاد شده، نشانه نتیجه دادن حمایت های این بخش مهم اقتصادی در کشور است.انسان است.فنجی گفت: صادرات تعاونی های استان در مقایسه با سال ۱۴۰۰ حدود ۳۳ درصد بیشتر شده و تعداد تعاونی های فائور، نوآور و دانش نینیان بیش به ۱۱ واحد رسیده است که نسبت به سال ۱۳۰۰ افزایش دارد. اول ماه می یازده اردیبهشت در عنوان روز جهانی کارگر در تقویم ثبت شده است.سالانه از پنجم تا یازده اردیبهشت نیز هفته کارگر نامگذاری شد که امسال با شعار کارگر ایرانی فرهنگ کار و رشد تولید، گرمی داشته می شود.



تصریح کرد: جهت تسریع در روند اکتشافات استان علاوه بر انتخاب مشاور ذیصلاح در امور اکتشاف و انتخاب پیمانکار خبری تلاش بر این است تا با سرعت بیشتری بیکاری‌ها و نظارت‌های لازم در راستای تحقق اهداف شرکت در منطقه انجام شود.

یادداشت وزیر فرهنگ در فضای مجازی در پی جدیدترین سفر استانی رئیس جمهور به خوزستان



اهواز - شسینم قجاوند: محمدمهدی اسماعیلی وزیر فرهنگ و یادداشتی در فضای مجازی ضمن اشاره به سفر استانی رئیس جمهور به خوزستان نوشت: «مهمترین شاخصه سفرهای استانی دولت گفتگوی بی واسطه با هموطنان در گوشه گوشه کشور است.» به گزارش روابط عمومی اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان، در نوشته وزیر فرهنگ در فضای مجازی پس از سفر به خوزستان آمده است: «در جریان جدیدترین سفر رئیس جمهور محترم به استان خوزستان به عنوان نماینده تام‌الاختیار دولت میهمان مردم خونگرم و صمیمی شوش و کرخه بودم. مهمترین شاخصه سفرهای استانی دولت گفتگوی بی واسطه با هموطنان در گوشه گوشه کشور است. تاکید مستمر آیت الله ریسی بر حضور مسئولان در میان مردم و شنیدن مشکلات و احیای انتقادات ریشه در تصمیم جدی دولت مردمی در حل مشکلات دارد.» گفتنی است، دیدار با خانواده سرلشکر شهید حسن درویشی از فرماندهان دفاع مقدس، حضور در یامان شهدای فتح‌المبین، زیارت حرم مطهر حضرت دانیال نبی(ع)، بازدید از روند ساخت بیمارستان شهدای شوش و حضور در شورای اداری شهرستان‌های شوش و کرخه از برنامه های حضور وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی به عنوان نماینده تام‌الاختیار رئیس جمهور در استان خوزستان بود.

دبیر شورای عالی توسعه سواحل مکران:

طرح تدقیق سواحل باید مبنای مطالعات سواحل مکران باشد



قم - خبرنگار فرصت امروز: وزیر شورای عالی توسعه سواحل مکران گفت: طرح تدقیق سواحل سازمان بنادر ودریاوردی باید مبنای تمام پروژه‌های مطالعاتی در حال انجام در سواحل مکران قرار بگیرد. به گزارش روابط عمومی اداره کل بنادر و دریاوردی هرمزگان، «حسین دهقان» عصر شنبه نهم اردیبهشت‌ماه در بازدیدی از بندر شهید رجایی با اشاره به طرح تدقیق سواحل که توسط سازمان بنادر و دریاوردی انجام گرفته گفت: این طرح باید مبنای تمام پروژه‌های مطالعاتی درحال انجام در سواحل مکران قرار گیرد. وی ادامه داد، باید اثر زیست محیطی و هم استانداردهای مدیریت جامع سواحل به عنوان مشخصات مبنای اولیه طراحی و بارگذاری در منطقه مورد توجه قرار گیرد. نماینده ویژه رئیس جمهور در شورای توسعه سواحل مکران در ادامه با اشاره به اینکه توسعه سواحل مکران مورد تاکید رهبر معظم انقلاب است، گفت: دولت سیزدهم گام‌های بلندی را برای توسعه سواحل مکران برداشته است که امیدواریم بتولیم آن‌ها را عملیاتی کنیم. سرداد دهقان گفت: طی سال‌های گذشته حوزه سواحل مکران و بهره‌گیری از ظرفیت‌های اساسی در این منطقه که می‌تواند سهم قابل توجهی در اقتصاد ملی به خود اختصاص دهد، مطرح شده ولی نتیجه مطلوب نداشت‌ه است. به گفته دبیر شورای عالی توسعه سواحل مکران؛ در دولت‌های گذشته یکسری از اقدامات اولیه صورت گرفته است اما بیشتر در زمینه توسعه اسناد بوده و منجر به کار خاص عملیاتی نشده که در دولت سیزدهم چند گام بزرگ برداشته شده که امیدواریم بتولیم آن‌ها را عملیاتی کرده و نتیجه مطلوب آن را در سطح محلی، ملی و فراتر از آن شاهد باشیم. وی بیان کرد: نخست هدف این است که برنامه بلند مدت توسعه ای داشته باشیم که صرف توسعه تنها این نباشد که اقدامات انجام شده در حد انجام موارد اسنادی باشد بلکه در جنبه‌های مختلف اجتماعی، فرهنگی، بومی و زیست محیطی و به خصوص با یک نگاه فراملی آن را ببینیم. نماینده ویژه رئیس جمهور در شورای توسعه سواحل مکران با اشاره به اینکه ما می‌تولیم این منطقه (سواحل مکران) را تبدیل به قطب (هاب) در چند زمینه در سطح منطقه و حتی بین‌الملل تبدیل کنیم، اظهار کرد: توسعه از این منظر که یک توسعه همه جانبه، اقتصادی، بینیم. سرداد دهقان اضافه کرد: همین‌طور براساس تجربه‌های گذشته‌ای که در بحث سرمایه‌گذاری صنعتی مثل عسلویه داریم، کسب‌های آن دیگر در این منطقه تکرار نشود که این مهم در برنامه دیده شده و به گونه‌ای که ما موافقه‌هایی را مورد توجه قرار دادیم که تأمین‌کننده توسعه مطلوب، متعادل و متوازن در زمینه‌های مختلف است.

شهید ذوب آهنی، شهید شاخص سازمان بسیج کارگران

و کارخانجات کشور



اصفهان - فایزه مردان: در آیین تجدید میثاق جامعه کار و تولید با آرمان‌های حضرت امام خمینی (ره) که سه شنبه ۵ اردیبهشت‌ماه در مرقه مطهر نیشنگانگزار جمهوری اسلامی ایران برگزار شد، سردار شهید محمد کاظم زاده شهید ذوب آهنی شهید شاخص سازمان بسیج کارگران و کارخانجات کشور در سال ۱۴۰۲ معرفی شد.

در این آیین با حضور سیدمحلولت مرتضوی وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی، معاونان و مدیران آیس وزارت‌خانه و همچنین مهدی کوهی مدیرعامل یابوهن اسفهان از یابو شهید شاخص سال رونمایی شد. سردار شهید محمد کاظم زاده در ۲ اردیبهشت سال ۱۳۷۸ در شهر قهمردیجان استان اصفهان متولد شد. شهید کاظم زاده در ۵۲ به استخدام ذوب آهن اسفهان در آمد و در فضای کاری با گروه‌های طاقوفی و سرسربده به میباحه و مبارزه می‌پرداخت و او ارشاد و آگاه‌سازی کارگران کوزستان طوطه‌های گروه‌های منحرف را اقامت می نمود. سردارجمایشان در دوم اردیبهشت ماه سال ۶۰ در قله ایمان کردستان به فیض شهادت نائل آمد.

جلسه شورای هماهنگی دامپزشکی استان مرکزی برگزارشد



اراک- فرزان ایدمی: جلسهٔ شورای هماهنگی مدیران دامپزشکی استان با موضوع عملکرد گذشتہ،ویکتره‌های سال جدید و مرور سندن تحول دامپزشکی برگزار شد. شورای هماهنگی مدیران دامپزشکی استان مرکزی با موضوعات فنی و آرزبانی سال گذشته و عملکرد اداره دامپزشکی شهرستان‌ها در حوزه های فنی و معاونت سلامت در محل سالن جلسات اداره کل دامپزشکی استان مرکزی برگزار شد. در این جلسه هر یک از معاونین و روسای ستادی اداره کل و همچنین روسای ادارات دامپزشکی شهرستانی ضمن آرزبانی عملکرد یک ساله، گزارش اقدامات صورت گرفته در سال گذشته ارائه و نتایج بررسی عملکرد واحدهای مربوطه در موضوعات مختلف تشریح کردند. دکتر محمد فتاحی در ادامه صحبت‌ها ضمن تقدیر و تشکر از زحمات همکاران ستادی و مدیران، بر اهمیت و ضرورت آرزبانی سال گذشته و عملکرد اداره دامپزشکی شهرستان‌ها در حوزه های فنی و معاونت سلامت در محل سالن جلسات اداره کل دامپزشکی استان مرکزی بر گزار شد. در این جلسه هر یک از معاونین و روسای ستادی اداره کل و همچنین روسای ادارات دامپزشکی شهرستانی ضمن آرزبانی عملکرد یک ساله، گزارشی از اقدامات صورت گرفته در سال گذشته ارائه و نتایج بررسی عملکرد واحدهای مربوطه در موضوعات مختلف تشریح کردند. دکتر محمد فتاحی در ادامه صحبت‌ها ضمن تقدیر و تشکر از زحمات همکاران ستادی و مدیران، بر اهمیت و ضرورت آرزبانی سال گذشته و عملکرد اداره دامپزشکی شهرستان‌ها در حوزه های فنی و معاونت سلامت در محل سالن جلسات اداره کل دامپزشکی استان مرکزی بر گزار شد. در این جلسه هر یک از معاونین و روسای ستادی اداره کل و همچنین روسای ادارات دامپزشکی شهرستانی ضمن آرزبانی عملکرد یک ساله، گزارشی از اقدامات صورت گرفته در سال گذشته ارائه و نتایج بررسی عملکرد واحدهای مربوطه در موضوعات مختلف تشریح کردند. دکتر محمد فتاحی در ادامه صحبت‌ها ضمن تقدیر و تشکر از زحمات همکاران ستادی و مدیران، بر اهمیت و ضرورت آرزبانی سال گذشته و عملکرد اداره دامپزشکی شهرستان‌ها در حوزه های فنی و معاونت سلامت در محل سالن جلسات اداره کل دامپزشکی استان مرکزی بر گزار شد. در این جلسه هر یک از معاونین و روسای ستادی اداره کل و همچنین روسای ادارات دامپزشکی شهرستانی ضمن آرزبانی عملکرد یک ساله، گزارشی از اقدامات صورت گرفته در سال گذشته ارائه و نتایج بررسی عملکرد واحدهای مربوطه در موضوعات مختلف تشریح کردند. دکتر محمد فتاحی در ادامه صحبت‌ها ضمن تقدیر و تشکر از زحمات همکاران ستادی و مدیران، بر اهمیت و ضرورت آرزبانی سال گذشته و عملکرد اداره دامپزشکی شهرستان‌ها در حوزه های فنی و معاونت سلامت در محل سالن جلسات اداره کل دامپزشکی استان مرکزی بر گزار شد. در این جلسه هر یک از معاونین و روسای ستادی اداره کل و همچنین روسای ادارات دامپزشکی شهرستانی ضمن آرزبانی عملکرد یک ساله، گزارشی از اقدامات صورت گرفته در سال گذشته ارائه و نتایج بررسی عملکرد واحدهای مربوطه در موضوعات مختلف تشریح کردند. دکتر محمد فتاحی در ادامه صحبت‌ها ضمن تقدیر و تشکر از زحمات همکاران ستادی و مدیران، بر اهمیت و ضرورت آرزبانی سال گذشته و عملکرد اداره دامپزشکی شهرستان‌ها در حوزه های فنی و معاونت سلامت در محل سالن جلسات اداره کل دامپزشکی استان مرکزی بر گزار شد. در این جلسه هر یک از معاونین و روسای ستادی اداره کل و همچنین روسای ادارات دامپزشکی شهرستانی ضمن آرزبانی عملکرد یک ساله، گزارشی از اقدامات صورت گرفته در سال گذشته ارائه و نتایج بررسی عملکرد واحدهای مربوطه در موضوعات مختلف تشریح کردند. دکتر محمد فتاحی در ادامه صحبت‌ها ضمن تقدیر و تشکر از زحمات همکاران ستادی و مدیران، بر اهمیت و ضرورت آرزبانی سال گذشته و عملکرد اداره دامپزشکی شهرستان‌ها در حوزه های فنی و معاونت سلامت در محل سالن جلسات اداره کل دامپزشکی استان مرکزی بر گزار شد. در این جلسه هر یک از معاونین و روسای ستادی اداره کل و همچنین روسای ادارات دامپزشکی شهرستانی ضمن آرزبانی عملکرد یک ساله، گزارشی از اقدامات صورت گرفته در سال گذشته ارائه و نتایج بررسی عملکرد واحدهای مربوطه در موضوعات مختلف تشریح کردند. دکتر محمد فتاحی در ادامه صحبت‌ها ضمن تقدیر و تشکر از زحمات همکاران ستادی و مدیران، بر اهمیت و ضرورت آرزبانی سال گذشته و عملکرد اداره دامپزشکی شهرستان‌ها در حوزه های فنی و معاونت سلامت در محل سالن جلسات اداره کل دامپزشکی استان مرکزی بر گزار شد. در این جلسه هر یک از معاونین و روسای ستادی اداره کل و همچنین روسای ادارات دامپزشکی شهرستانی ضمن آرزبانی عملکرد یک ساله، گزارشی از اقدامات صورت گرفته در سال گذشته ارائه و نتایج بررسی عملکرد واحدهای مربوطه در موضوعات مختلف تشریح کردند. دکتر محمد فتاحی در ادامه صحبت‌ها ضمن تقدیر و تشکر از زحمات همکاران ستادی و مدیران، بر اهمیت و ضرورت آرزبانی سال گذشته و عملکرد اداره دامپزشکی شهرستان‌ها در حوزه های فنی و معاونت سلامت در محل سالن جلسات اداره کل دامپزشکی استان مرکزی بر گزار شد. در این جلسه هر یک از معاونین و روسای ستادی اداره کل و همچنین روسای ادارات دامپزشکی شهرستانی ضمن آرزبانی عملکرد یک ساله، گزارشی از اقدامات صورت گرفته در سال گذشته ارائه و نتایج بررسی عملکرد واحدهای مربوطه در موضوعات مختلف تشریح کردند. دکتر محمد فتاحی در ادامه صحبت‌ها ضمن تقدیر و تشکر از زحمات همکاران ستادی و مدیران، بر اهمیت و ضرورت آرزبانی سال گذشته و عملکرد اداره دامپزشکی شهرستان‌ها در حوزه های فنی و معاونت سلامت در محل سالن جلسات اداره کل دامپزشکی استان مرکزی بر گزار شد. در این جلسه هر یک از معاونین و روسای ستادی اداره کل و همچنین روسای ادارات دامپزشکی شهرستانی ضمن آرزبانی عملکرد یک ساله، گزارشی از اقدامات صورت گرفته در سال گذشته ارائه و نتایج بررسی عملکرد واحدهای مربوطه در موضوعات مختلف تشریح کردند. دکتر محمد فتاحی در ادامه صحبت‌ها ضمن تقدیر و تشکر از زحمات همکاران ستادی و مدیران، بر اهمیت و ضرورت آرزبانی سال گذشته و عملکرد اداره دامپزشکی شهرستان‌ها در حوزه های فنی و معاونت سلامت در محل سالن جلسات اداره کل دامپزشکی استان مرکزی بر گزار شد. در این جلسه هر یک از معاونین و روسای ستادی اداره کل و همچنین روسای ادارات دامپزشکی شهرستانی ضمن آرزبانی عملکرد یک ساله، گزارشی از اقدامات صورت گرفته در سال گذشته ارائه و نتایج بررسی عملکرد واحدهای مربوطه در موضوعات مختلف تشریح کردند. دکتر محمد فتاحی در ادامه صحبت‌ها ضمن تقدیر و تشکر از زحمات همکاران ستادی و مدیران، بر اهمیت و ضرورت آرزبانی سال گذشته و عملکرد اداره دامپزشکی شهرستان‌ها در حوزه های فنی و معاونت سلامت در محل سالن جلسات اداره کل دامپزشکی استان مرکزی بر گزار شد. در این جلسه هر یک از معاونین و روسای ستادی اداره کل و همچنین روسای ادارات دامپزشکی شهرستانی ضمن آرزبانی عملکرد یک ساله، گزارشی از اقدامات صورت گرفته در سال گذشته ارائه و نتایج بررسی عملکرد واحدهای مربوطه در موضوعات مختلف تشریح کردند. دکتر محمد فتاحی در ادامه صحبت‌ها ضمن تقدیر و تشکر از زحمات همکاران ستادی و مدیران، بر اهمیت و ضرورت آرزبانی سال گذشته و عملکرد اداره دامپزشکی شهرستان‌ها در حوزه های فنی و معاونت سلامت در محل سالن جلسات اداره کل دامپزشکی استان مرکزی بر گزار شد. در این جلسه هر یک از معاونین و روسای ستادی اداره کل و همچنین روسای ادارات دامپزشکی شهرستانی ضمن آرزبانی عملکرد یک ساله، گزارشی از اقدامات صورت گرفته در سال گذشته ارائه و نتایج بررسی عملکرد واحدهای مربوطه در موضوعات مختلف تشریح کردند. دکتر محمد فتاحی در ادامه صحبت‌ها ضمن تقدیر و تشکر از زحمات همکاران ستادی و مدیران، بر اهمیت و ضرورت آرزبانی سال گذشته و عملکرد اداره دامپزشکی شهرستان‌ها در حوزه های فنی و معاونت سلامت در محل سالن جلسات اداره کل دامپزشکی استان مرکزی بر گزار شد. در این جلسه هر یک از معاونین و روسای ستادی اداره کل و همچنین روسای ادارات دامپزشکی شهرستانی ضمن آرزبانی عملکرد یک ساله، گزارشی از اقدامات صورت گرفته در سال گذشته ارائه و نتایج بررسی عملکرد واحدهای مربوطه در موضوعات مختلف تشریح کردند. دکتر محمد فتاحی در ادامه صحبت‌ها ضمن تقدیر و تشکر از زحمات همکاران ستادی و مدیران، بر اهمیت و ضرورت آرزبانی سال گذشته و عملکرد اداره دامپزشکی شهرستان‌ها در حوزه های فنی و معاونت سلامت در محل سالن جلسات اداره کل دامپزشکی استان مرکزی بر گزار شد. در این جلسه هر یک از معاونین و روسای ستادی اداره کل و همچنین روسای ادارات دامپزشکی شهرستانی ضمن آرزبانی عملکرد یک ساله، گزارشی از اقدامات صورت گرفته در سال گذشته ارائه و نتایج بررسی عملکرد واحدهای مربوطه در موضوعات مختلف تشریح کردند. دکتر محمد فتاحی در ادامه صحبت‌ها ضمن تقدیر و تشکر از زحمات همکاران ستادی و مدیران، بر اهمیت و ضرورت آرزبانی سال گذشته و عملکرد اداره دامپزشکی شهرستان‌ها در حوزه های فنی و معاونت سلامت در محل سالن جلسات اداره کل دامپزشکی استان مرکزی بر گزار شد. در این جلسه هر یک از معاونین و روسای ستادی اداره کل و همچنین روسای ادارات دامپزشکی شهرستانی ضمن آرزبانی عملکرد یک ساله، گزارشی از اقدامات صورت گرفته در سال گذشته ارائه و نتایج بررسی عملکرد واحدهای مربوطه در موضوعات مختلف تشریح کردند. دکتر محمد فتاحی در ادامه صحبت‌ها ضمن تقدیر و تشکر از زحمات همکاران ستادی و مدیران، بر اهمیت و ضرورت آرزبانی سال گذشته و عملکرد اداره دامپزشکی شهرستان‌ها در حوزه های فنی و معاونت سلامت در محل سالن جلسات اداره کل دامپزشکی استان مرکزی بر گزار شد. در این جلسه هر یک از معاونین و روسای ستادی اداره کل و همچنین روسای ادارات دامپزشکی شهرستانی ضمن آرزبانی عملکرد یک ساله، گزارشی از اقدامات صورت گرفته در سال گذشته ارائه و نتایج بررسی عملکرد واحدهای مربوطه در موضوعات مختلف تشریح کردند. دکتر محمد فتاحی در ادامه صحبت‌ها ضمن تقدیر و تشکر از زحمات همکاران ستادی و مدیران، بر اهمیت و ضرورت آرزبانی سال گذشته و عملکرد اداره دامپزشکی شهرستان‌ها در حوزه های فنی و معاونت سلامت در محل سالن جلسات اداره کل دامپزشکی استان مرکزی بر گزار شد. در این جلسه هر یک از معاونین و روسای ستادی اداره کل و همچنین روسای ادارات دامپزشکی شهرستانی ضمن آرزبانی عملکرد یک ساله، گزارشی از اقدامات صورت گرفته در سال گذشته ارائه و نتایج بررسی عملکرد واحدهای مربوطه در موضوعات مختلف تشریح کردند. دکتر محمد فتاحی در ادامه صحبت‌ها ضمن تقدیر و تشکر از زحمات همکاران ستادی و مدیران، بر اهمیت و ضرورت آرزبانی سال گذشته و عملکرد اداره دامپزشکی شهرستان‌ها در حوزه های فنی و معاونت سلامت در محل سالن جلسات اداره کل دامپزشکی استان مرکزی بر گزار شد. در این جلسه هر یک از معاونین و روسای ستادی اداره کل و همچنین روسای ادارات دامپزشکی شهرستانی ضمن آرزبانی عملکرد یک ساله، گزارشی از اقدامات صورت گرفته در سال گذشته ارائه و نتایج بررسی عملکرد واحدهای مربوطه در موضوعات مختلف تشریح کردند. دکتر محمد فتاحی در ادامه صحبت‌ها ضمن تقدیر و تشکر از زحمات همکاران ستادی و مدیران، بر اهمیت و ضرورت آرزبانی سال گذشته و عملکرد اداره دامپزشکی شهرستان‌ها در حوزه های فنی و معاونت سلامت در محل سالن جلسات اداره کل دامپزشکی استان مرکزی بر گزار شد. در این جلسه هر یک از معاونین و روسای ستادی اداره کل و همچنین روسای ادارات دامپزشکی شهرستانی ضمن آرزبانی عملکرد یک ساله، گزارشی از اقدامات صورت گرفته در سال گذشته ارائه و نتایج بررسی عملکرد واحدهای مربوطه در موضوعات مختلف تشریح کردند. دکتر محمد فتاحی در ادامه صحبت‌ها ضمن تقدیر و تشکر از زحمات همکاران ستادی و مدیران، بر اهمیت و ضرورت آرزبانی سال گذشته و عملکرد اداره دامپزشکی شهرستان‌ها در حوزه های فنی و معاونت سلامت در محل سالن جلسات اداره کل دامپزشکی استان مرکزی بر گزار شد. در این جلسه هر یک از معاونین و روسای ستادی اداره کل و همچنین روسای ادارات دامپزشکی شهرستانی ضمن آرزبانی عملکرد یک ساله، گزارشی از اقدامات صورت گرفته در سال گذشته ارائه و نتایج بررسی عملکرد واحدهای مربوطه در موضوعات مختلف تشریح کردند. دکتر محمد فتاحی در ادامه صحبت‌ها ضمن تقدیر و تشکر از زحمات همکاران ستادی و مدیران، بر اهمیت و ضرورت آرزبانی سال گذشته و عملکرد اداره دامپزشکی شهرستان‌ها در حوزه های فنی و معاونت سلامت در محل سالن جلسات اداره کل دامپزشکی استان مرکزی بر گزار شد. در این جلسه هر یک از معاونین و روسای ستادی اداره کل و همچنین روسای ادارات دامپزشکی شهرستانی ضمن آرزبانی عملکرد یک ساله، گزارشی از اقدامات صورت گرفته در سال گذشته ارائه و نتایج بررسی عملکرد واحدهای مربوطه در موضوعات مختلف تشریح کردند. دکتر محمد فتاحی در ادامه صحبت‌ها ضمن تقدیر و تشکر از زحمات همکاران ستادی و مدیران، بر اهمیت و ضرورت آرزبانی سال گذشته و عملکرد اداره دامپزشکی شهرستان‌ها در حوزه های فنی و معاونت سلامت در محل سالن جلسات اداره کل دامپزشکی استان مرکزی بر گزار شد. در این جلسه هر یک از معاونین و روسای ستادی اداره کل و همچنین روسای ادارات دامپزشکی شهرستانی ضمن آرزبانی عملکرد یک ساله، گزارشی از اقدامات صورت گرفته در سال گذشته ارائه و نتایج بررسی عملکرد واحدهای مربوطه در موضوعات مختلف تشریح کردند. دکتر محمد فتاحی در ادامه صحبت‌ها ضمن تقدیر و تشکر از زحمات همکاران ستادی و مدیران، بر اهمیت و ضرورت آرزبانی سال گذشته و عملکرد اداره دامپزشکی شهرستان‌ها در حوزه های فنی و معاونت سلامت در محل سالن جلسات اداره کل دامپزشکی استان مرکزی بر گزار شد. در این جلسه هر یک از معاونین و روسای ستادی اداره کل و همچنین روسای ادارات دامپزشکی شهرستانی ضمن آرزبانی عملکرد یک ساله، گزارشی از اقدامات صورت گرفته در سال گذشته ارائه و نتایج بررسی عملکرد واحدهای مربوطه در موضوعات مختلف تشریح کردند. دکتر محمد فتاحی در ادامه صحبت‌ها ضمن تقدیر و تشکر از زحمات همکاران ستادی و مدیران، بر اهمیت و ضرورت آرزبانی سال گذشته و عملکرد اداره دامپزشکی شهرستان‌ها در حوزه های فنی و معاونت سلامت در محل سالن جلسات اداره کل دامپزشکی استان مرکزی بر گزار شد. در این جلسه هر یک از معاونین و روسای ستادی اداره کل و همچنین روسای ادارات دامپزشکی شهرستانی ضمن آرزبانی عملکرد یک ساله، گزارشی از اقدامات صورت گرفته در سال گذشته ارائه و نتایج بررسی عملکرد واحدهای مربوطه در موضوعات مختلف تشریح کردند. دکتر محمد فتاحی در ادامه صحبت‌ها ضمن تقدیر و تشکر از زحمات همکاران ستادی و مدیران، بر اهمیت و ضرورت آرزبانی سال گذشته و عملکرد اداره دامپزشکی شهرستان‌ها در حوزه های فنی و معاونت سلامت در محل سالن جلسات اداره کل دامپزشکی استان مرکزی بر گزار شد. در این جلسه هر یک از معاونین و روسای ستادی اداره کل و همچنین روسای ادارات دامپزشکی شهرستانی ضمن آرزبانی عملکرد یک ساله، گزارشی از اقدامات صورت گرفته در سال گذشته ارائه و نتایج بررسی عملکرد واحدهای مربوطه در موضوعات مختلف تشریح کردند. دکتر محمد فتاحی در ادامه صحبت‌ها ضمن تقدیر و تشکر از زحمات همکاران ستادی و مدیران، بر اهمیت و ضرورت آرزبانی سال گذشته و عملکرد اداره دامپزشکی شهرستان‌ها در حوزه های فنی و معاونت سلامت در محل سالن جلسات اداره کل دامپزشکی استان مرکزی بر گزار شد. در این جلسه هر یک از معاونین و روسای ستادی اداره کل و همچنین روسای ادارات دامپزشکی شهرستانی ضمن آرزبانی عملکرد یک ساله، گزارشی از اقدامات صورت گرفته در سال گذشته ارائه و نتایج بررسی عملکرد واحدهای مربوطه در موضوعات مختلف تشریح کردند. دکتر محمد فتاحی در ادامه صحبت‌ها ضمن تقدیر و تشکر از زحمات همکاران ستادی و مدیران، بر اهمیت و ضرورت آرزبانی سال گذشته و عملکرد اداره دامپزشکی شهرستان‌ها در حوزه های فنی و معاونت سلامت در محل سالن جلسات اداره کل دامپزشکی استان مرکزی بر گزار شد. در این جلسه هر یک از معاونین و روسای ستادی اداره کل و همچنین روسای ادارات دامپزشکی شهرستانی ضمن آرزبانی عملکرد یک ساله، گزارشی از اقدامات صورت گرفته در سال گذشته ارائه و نتایج بررسی عملکرد واحدهای مربوطه در موضوعات مختلف تشریح کردند. دکتر محمد فتاحی در ادامه صحبت‌ها ضمن تقدیر و تشکر از زحمات همکاران ستادی و مدیران، بر اهمیت و ضرورت آرزبانی سال گذشته و عملکرد اداره دامپزشکی شهرستان‌ها در حوزه های فنی و معاونت سلامت در محل سالن جلسات اداره کل دامپزشکی استان مرکزی بر گزار شد. در این جلسه هر یک از معاونین و روسای ستادی اداره کل و همچنین روسای ادارات دامپزشکی شهرستانی ضمن آرزبانی عملکرد یک ساله، گزارشی از اقدامات صورت گرفته در سال گذشته ارائه و نتایج بررسی عملکرد واحدهای مربوطه در موضوعات مختلف تشریح کردند. دکتر محمد فتاحی در ادامه صحبت‌ها ضمن تقدیر و تشکر از زحمات همکاران ستادی و مدیران، بر اهمیت و ضرورت آرزبانی سال گذشته و عملکرد اداره دامپزشکی شهرستان‌ها در حوزه های فنی و معاونت سلامت در محل سالن جلسات اداره کل دامپزشکی استان مرکزی بر گزار شد. در این جلسه هر یک از معاونین و روسای ستادی اداره کل و همچنین روسای ادارات دامپزشکی شهرستانی ضمن آرزبانی عملکرد یک ساله، گزارشی از اقدامات صورت گرفته در سال گذشته ارائه و نتایج بررسی عملکرد واحدهای مربوطه در موضوعات مختلف تشریح کردند. دکتر محمد فتاحی در ادامه صحبت‌ها ضمن تقدیر و تشکر از زحمات همکاران ستادی و مدیران، بر اهمیت و ضرورت آرزبانی سال گذشته و عملکرد اداره دامپزشکی شهرستان‌ها در حوزه های فنی و معاونت سلامت در محل سالن جلسات اداره کل دامپزشکی استان مرکزی بر گزار شد. در این جلسه هر یک از معاونین و روسای ستادی اداره کل و همچنین روسای ادارات دامپزشکی شهرستانی ضمن آرزبانی عملکرد یک ساله، گزارشی از اقدامات صورت گرفته در سال گذشته ارائه و نتایج بررسی عملکرد واحدهای مربوطه در موضوعات مختلف تشریح کردند. دکتر محمد فتاحی در ادامه صحبت‌ها ضمن تقدیر و تشکر از زحمات همکاران ستادی و مدیران، بر اهمیت و ضرورت آرزبانی سال گذشته و عملکرد اداره دامپزشکی شهرستان‌ها در حوزه های فنی و معاونت سلامت در محل سالن جلسات اداره کل دامپزشکی استان مرکزی بر گزار شد. در این جلسه هر یک از معاونین و روسای ستادی اداره کل و همچنین روسای ادارات دامپزشکی شهرستانی ضمن آرزبانی عملکرد یک ساله، گزارشی از اقدامات صورت گرفته در سال گذشته ارائه و نتایج بررسی عملکرد واحدهای مربوطه در موضوعات مختلف تشریح کردند. دکتر محمد فتاحی در ادامه صحبت‌ها ضمن تقدیر و تشکر از زحمات همکاران ستادی و مدیران، بر اهمیت و ضرورت آرزبانی سال گذشته و عملکرد اداره دامپزشکی شهرستان‌ها در حوزه های فنی و معاونت سلامت در محل سالن جلسات اداره کل دامپزشکی استان مرکزی بر گزار شد. در این جلسه هر یک از معاونین و روسای ستادی اداره کل و همچنین روسای ادارات دامپزشکی شهرستانی ضمن آرزبانی عملکرد یک ساله، گزارشی از اقدامات صورت گرفته در سال گذشته ارائه و نتایج بررسی عملکرد واحدهای مربوطه در موضوعات مختلف تشریح کردند. دکتر محمد فتاحی در ادامه صحبت‌ها ضمن تقدیر و تشکر از زحمات همکاران ستادی و مدیران، بر اهمیت و ضرورت آرزبانی سال گذشته و عملکرد اداره دامپزشکی شهرستان‌ها در حوزه های فنی و معاونت سلامت در محل سالن جلسات اداره کل دامپزشکی استان مرکزی بر گزار شد. در این جلسه هر یک از معاونین و روسای ستادی اداره کل و همچنین روسای ادارات دامپزشکی شهرستانی ضمن آرزبانی عملکرد یک ساله، گزارشی از اقدامات صورت گرفته در سال گذشته ارائه و نتایج بررسی عملکرد واحدهای مربوطه در موضوعات مختلف تشریح کردند. دکتر محمد فتاحی در ادامه صحبت‌ها ضمن تقدیر و تشکر از زحمات همکاران ستادی و مدیران، بر اهمیت و ضرورت آرزبانی سال گذشته و عملکرد اداره دامپزشکی شهرستان‌ها در حوزه های فنی و معاونت سلامت در محل سالن جلسات اداره کل دامپزشکی استان مرکزی بر گزار شد. در این جلسه هر یک از معاونین و روسای ستادی اداره کل و همچنین روسای ادارات دامپزشکی شهرستانی ضمن آرزبانی عملکرد یک ساله، گزارشی از اقدامات صورت گرفته در سال گذشته ارائه و نتایج بررسی عملکرد واحدهای مربوطه در موضوعات مختلف تشریح کردند. دکتر محمد فتاحی در ادامه صحبت‌ها ضمن تقدیر و تشکر از زحمات همکاران ستادی و مدیران، بر اهمیت و ضرورت آرزبانی سال گذشته و عملکرد اداره دامپزشکی شهرستان‌ها در حوزه های فنی و معاونت سلامت در محل سالن جلسات اداره کل دامپزشکی استان مرکزی بر گزار شد. در این جلسه هر یک از معاونین و روسای ستادی اداره کل و همچنین روسای ادارات دامپزشکی شهرستانی ضمن آرزبانی عملکرد یک ساله، گزارشی از اقدامات صورت گرفته در سال گذشته ارائه و نتایج بررسی عملکرد واحدهای مربوطه در موضوعات مختلف تشریح کردند. دکتر محمد فتاحی در ادامه صحبت‌ها ضمن تقدیر و تشکر از زحمات همکاران ستادی و مدیران، بر اهمیت و ضرورت آرزبانی سال گذشته و عملکرد اداره دامپزشکی شهرستان‌ها در حوزه های فنی و معاونت سلامت در محل سالن جلسات اداره کل دامپزشکی استان مرکزی بر گزار شد. در این جلسه هر یک از معاونین و روسای ستادی اداره کل و همچنین روسای ادارات دامپزشکی شهرستانی ضمن آرزبانی عملکرد یک ساله، گزارشی از اقدامات صورت گرفته در سال گذشته ارائه و نتایج بررسی عملکرد واحدهای مربوطه در موضوعات مختلف تشریح کردند. دکتر محمد فتاحی در ادامه صحبت‌ها ضمن تقدیر و تشکر از زحمات همکاران ستادی و مدیران، بر اهمیت و ضرورت آرزبانی سال گذشته و عملکرد اداره دامپزشکی شهرستان‌ها در حوزه های فنی و معاونت سلامت در محل سالن جلسات اداره کل دامپزشکی استان مرکزی بر گزار شد. در این جلسه هر یک از معاونین و روسای ستادی اداره کل و همچنین روسای ادارات دامپزشکی شهرستانی ضمن آرزبانی عملکرد یک ساله، گزارشی از اقدامات صورت گرفته در سال گذشته ارائه و نتایج بررسی عملکرد واحدهای مربوطه در موضوعات مختلف تشریح کردند. دکتر محمد فتاحی در ادامه صحبت‌ها ضمن تقدیر و تشکر از زحمات همکاران ستادی و مدیران، بر اهمیت و ضرورت آرزبانی سال گذشته و عملکرد اداره دامپزشکی شهرستان‌ها در حوزه های فنی و معاونت سلامت در محل سالن جلسات اداره کل دامپزشکی استان مرکزی بر گزار شد. در این جلسه هر یک از معاونین و روسای ستادی اداره کل و همچنین روسای ادارات دامپزشکی شهرستانی ضمن آرزبانی عملکرد یک ساله، گزارشی از اقدامات صورت گرفته در سال گذشته ارائه و نتایج بررسی عملکرد واحدهای مربوطه در موضوعات مختلف تشریح کردند. دکتر محمد فتاحی در ادامه صحبت‌ها ضمن تقدیر و تشکر از زحمات همکاران ستادی و مدیران، بر اهمیت و ضرورت آرزبانی سال گذشته و عملکرد اداره دامپزشکی شهرستان‌ها در حوزه های فنی و معاونت سلامت در محل سالن جلسات اداره کل دامپزشکی استان مرکزی بر گزار شد. در این جلسه هر یک از معاونین و روسای ستادی اداره کل و همچنین روسای ادارات دامپزشکی شهرستانی ضمن آرزبانی عملکرد یک ساله، گزارشی از اقدامات صورت گرفته در سال گذشته ارائه و نتایج بررسی عملکرد واحدهای مربوطه در موضوعات مختلف تشریح کردند. دکتر محمد فتاحی در ادامه صحبت‌ها ضمن تقدیر و تشکر از زحمات همکاران ستادی و مدیران، بر اهمیت و ضرورت آرزبانی سال گذشته و عملکرد اداره دامپزشکی شهرستان‌ها در حوزه های فنی و معاونت سلامت در محل سالن جلسات اداره کل دامپزشکی استان مرکزی بر گزار شد. در این جلسه هر یک از معاونین و روسای ستادی اداره کل و همچنین روسای ادارات دامپزشکی شهرستانی ضمن آرزبانی عملکرد یک ساله، گزارشی از اقدامات صورت گرفته در سال گذشته ارائه و نتایج بررسی عملکرد واحدهای مربوطه در موضوعات مختلف تشریح کردند. دکتر محمد

نویسنده: علی آلی علی

ورود به بازار با محصولی تازه هیچ شباهتی به سکانس ابتدایی فیلم‌های اکشن ندارد. در عوض به جای قهرمان بازی‌های مودرانتظار، تا چشم کار می‌کند استرس دور و بر کارآفرینان خواهد بود. مدیرانی که بدون هیچ برنامه قبلی بردنشان را وارد بازار می‌کنند، معمولا خیلی زود با شکست‌های سنگین رو به رو می‌شوند. این کار دقیقا مثل راندگی در جاده‌ای کاملا تاریک است. شاید شما با این دست فرمان به مقصد برسید، اما قطعا خیلی دیر خواهید کرد. همین مشکلات

بحث از استراتژی ورود به بازار را منطقی می‌کند. ورود به بازار یکی از آن استراتژی‌هایی است که اغلب کارآفرینان در زندگی روزمره با آن سر و کار دارند، اما هیچ وقت اسم اصلی‌اش را نشناخته‌اند. اگر بخواهیم رُک و پوست‌کنده این استراتژی را تعریف کنیم، باید گفت ورود به بازار به معنای طراحی چارچوبی برای فروش محصولات برند در بازار است. نکته مهم اینکه استراتژی مورد بحث درباره محصولات جدید معنا دارد. یک مثال دم دستنی در این رابطه همان کاری است که ایل موقع رونمایی از اولین نسل گوشی‌های هوشمند ایفون انجام داد. تمام آن تبلیغات پرزرق و برق یا مراسم‌های بزرگ برای آشناسازی مشتریان با محصولی بود که تا آن موقع حتی روح کسی هم دربراهش خیر نداشت. احتمالا شما هم چند باری اسم استراتژی ورود به بازار به گوش‌تان خورده است و چه بسا با تعجب درباره‌اش فکر کرده باشید.
خب در این صورت مقاله کنونی راست کار شماست، چراکه ما قصد داریم خیلی ساده و خودمانی صرف تا صد استراتژی ورود به بازار را زیر ذره بین ببریم. مخاطب اصلی ما در این مقاله کارآفرینانی هستند که قصد ارائه یک محصول تازه به بازار را دارند. پس با ما همراه باشید تا یکبار برای همیشه از شر کابوس شکست در معرفی محصولات جدید خلاص شوید.

مزایای استراتژی ورود به بازار

تا اینجاى کار شما یک تعریف نسبتا ساده از استراتژی ورود به بازار یاد گرفته‌اید. با این حال بد نیست کمی کار را جدی‌تر دنبال کنیم. هرچه باشد این تعریف ساده که برای کارآفرینان آب و نان نمی‌شود! همانطور که هر کس قبل از خرید کتاب معمولا نظرات دیگران درباره آن اثر را جویا می‌شود، ما هم قصد داریم همین کار را تکرار کنیم. البته به جای کتاب، محور بحث‌مان استراتژی ورود به بازار است. به علاوه، برای داوری بهتر سراغ برخی از مزایای اصلی این استراتژی رفته‌ایم. پس با ما همراه باشید تا قضاوتی کاملا عادلانه از این استراتژی داشته باشیم.

کاهش زمان ورود به بازار

کارآفرینان هرچه زودتر وارد بازار شوند، زودتر هم به درآمدزایی می‌رسند. البته این وسط یک مانع مهم خودنمایی می‌کند: جاگیر شدن در بازار. خب انتظار ندارید که مشتریان از همان اول کار با شور و هیجان بالا تا ته محصولات‌تان را خریداری کنند؟

استراتژی ورود به بازار فرآیند جاگیر شدن برندها را سریع‌تر از هر زمان دیگری می‌کند. انگار که با این استراتژی شما روی دور تند مشغول کارآفرینی هستید! معمولا کارآفرینان ایده‌های درباره نحوه ورود به بازار یا بهینه‌سازی ایده‌شان برای فروش بیشتر ندارند. در بهترین حالت آنها از یکسری کلیشه‌های رایج استفاده می‌کنند که سال‌هاست تاریخ مصرف‌شان تمام شده است. نتیجه کار هم همیشه شک و تردید مضاعف مشتریان نسبت به برند و محصولاتش است. با این حساب استراتژی ورود به بازار میانبری ایده‌آل برای هماهنگی با شرایط بازار خواهد بود.

اطمینان از رونمایی موفق از محصولات

وقتی پای رونمایی از یک محصول تازه وسط باشد، هر تیم شرکت باید وظیفه‌ای خاص را دنبال کند. این امر به آنها برای اثرگذاری بهتر بر روی مشتریان کمک کرده و ایرادات کار را هم به حداقل می‌رساند. خب تا اینجاى کار بحث تقریبا روشن است اما راستش را بخواهید کمتر شرکتی چنین اوضاع جذابی را پشت سر می‌گذارد، چراکه مدیران معمولا میانه خوبی با تقسیم وظایف در رونمایی از محصولات ندارند.

آیا تا حالا برای‌تان پیش آمده در وسط یک مراسم مهم کاری نقش‌تان را ندانید؟ آدم در چنین شرایطی خیلی زود استرس می‌گیرد. به طوری که حتی توانایی خوش و یش با دوستانتش را هم از دست می‌دهد. به علاوه، انداختن مسئولیت تمام کار بر روی دوش یک نفر یا یک تیم اصلا ایده جذابی نیست، چراکه در این مدل سناریوها همیشه یکجای کار ایراد پیدا خواهد کرد. آن

وقت دیگر با هیچ عذر و بهانه‌ای نمی‌شود نگاه مشتریان را دوباره به سوی برند جذب کرد.

استراتژی ورود به بازار بسا درگیر ساختن تمام بخش‌های شرکت به آنها فرصت کسب تجربه و صلابته جلوگیری از یک آپروبریزی بزرگ را می‌دهد. درست به همین خاطر قبل از رونمایی از هر محصولی باید درباره این نکته به خوبی فکر کرد.

کاهش احتمال شکست‌های بزرگ

آیا شکست در رونمایی از محصولی مثل یک کفش ورزشی جدید به اندازه تغییر فرمول نوشابه‌های کوکاکولا پریسک است؟ این سوال وقتی سخت‌تر می‌شود که بدانید مردم در سراسر دنیا کوکاکولا را فقط به خاطر فرمول ویژه و قدیمی‌اش دوست دارند!

شاید فکر کنید ما از مثال بالا برای دراماتیک ساختن اوضاع استفاده کرده‌ایم. خب در این صورت باید شما را

پیدا کرده باشید، حالا دیگر کارتان چندان سخت نخواهد بود. خب کافی است سراغ کسانی بروید که همان نیاز را دارند و محصول‌تان می‌تواند به آنها کمک کند.

گام سوم: ارزیابی رقبا

سومین مرحله از طراحی استراتژی ورود به بازار جذاب‌ترین بخشش است. جایی که شما باید برای رقابت با بقیه برندها خودتان را آماده کنید. هرچه باشد قبل از شما هم برندهایی به فکر فروش محصولات و کسب سود افتاده‌ند.

اگر محصول شما کاملا جدید است و قبلا نمونه‌ای در بازار به دست مشتریان نرسیده، کارتان بی‌نهایت راحت خواهد بود؛ چراکه اصلا رقیبی برای این مدل محصولات وجود ندارد که نگرانش باشید. از طرف دیگر، عرضه یک محصول کاملا جدید همیشه اعتبار مناسبی برای برندها



به همراه خواهد داشت. به طوری که همان اعتبار برای استقبال مشتریان از محصول‌تان کافی است. شرایط وقتی سخت می‌شود که یک شرکت نه دنبال معرفی محصولی کاملا تازه، بلکه آپدیت یک محصول از قبل موجود باشد. در چنین شرایطی شما باید از پس رقبای مختلف هم بربیایید؛ به ویژه آنهایی که اعتبار بالایی در بازار دارند، چراکه مشتریان به همین سادگی قید برندهای پرآوازه بازار را نخواهند زد.

قبل از اینکه درباره جزئیات ارزیابی رقبا حرف بزنیم، باید تکلیف یک نکته کلیدی را روشن کرد. منظور ما از رقبا تمام برندهایی نیستند که بازار هدف مشتری با شما دارند. ماجرای این بخش شبیه رقابت دو سه تا از تیم‌های کنفرانس غرب و ششرق بر سر عنوان قهرمانی است. بی‌شک تیمی مثل لس آنجلس لیکرز تمام تیم‌های حاضر در لیگ NBA را رقیب خودش نمی‌داند. در عوض فقط سراغ ارزیابی شرایط تیم‌هایی می‌رود که واقعا پتانسیل رقابت را داشته باشند. این دقیقا همان کاری است که شما هم باید تکرار کنید؛ چراکه در بازار کسبی برای‌تان فرش قرمز پهن نکرده تا با همه رقابت کنید.

فرمول پیشنهادی ما در این بخش استفاده از الگوی SWOT برای شناخت هرچه بهتر رقبایست. در این الگو شما باید چهار نکته کلیدی برای رقابت با سایر برندها را پیدا کنید:

نقاط قوت (Strengths): هر برندی در این دنیا نقطه قوتی برای خودش دارد. شاید شما فقط یک مزیت مشخص داشته باشید، اما این امر درباره برندهای بزرگ بسا درآمدهای چند میلیارد دلاری حتی به ۱۰ مورد هم می‌رسد. پس قبل از اینکه بی‌گدار به آب زده و وارد رقابت با آنها شوید، نقاط قوت‌شان را پیدا کنید.

نقاط ضعف (Weaknesses): آیا برندی را سراغ دارید که فقط نقاط قوت داشته باشد؟ حتی بزرگ‌ترین برندهای دنیا هم نقاط ضعف مشخصی دارند. مثلا

گام اول: شناخت مشکلی که حل می‌کنید!

محصول شما چه دردی از مشتریان دوا می‌کند؟ این سوالی است که خیلی از کارآفرینان حتی جواب دست و پا شکسته‌ای هم برایش ندارند. راستش را بخواهید، دلیل اصلی مشاهده کسب و کارهای تکراری در بازار همین امر است. وقتی آدم دنبال رفع مشکلی مهم یا دست کم جدید نباشد، کل هویت برندش شبیه به بقیه رقبا خواهد شد. خب در چنین سناریویی مشتریان کاملا حق دارند دور برندهای کلیشه‌ای را خط بکشند، مگر نه؟

اجازه دهید قبل از اینکه بحث‌مان خیلی نظری و خشک شود، سراغ چند تا از محصولات موفق دنیا برویم. استارت‌آپ ارونوت (Everbote) برای رفع یک مشکل کاملا واضح وارد بازار شد. هدف از طراحی این اپ کمک به کاربران برای یادداشت نکات مختلف و یادآوری کارها

به سال ۱۹۸۵ بریم؛ جایی که کوکاکولا بعد از چند دهه دنبال تغییر فرمول نوشیدنی‌هایش بود. نکته جالب اینکه کوکاکولا این کار را بدون هیچ سر و صدا یا حتی اعلام قبلی درستی انجام داد. به طوری که اول از همه مطبوعات به این موضوع پرداختند.

تجربه کوکاکولا از تغییر فرمول نوشابه‌ها اگرچه موفقیت‌آمیز بود، اما برای چند هفته استرس زیادی به تیم مدیریتش داد. خب اگر مشتریان از این فرمول تازه استقبال نمی‌کردند، یک برند قدیمی با ارزشی معادل چند میلیارد دلار از صحنه روزگار محو می‌شود! هرچه دامنه محبوبیت یک محصول گسترده‌تر باشد، تغییر در آن یا حتی عرضه نسخه‌ای جدید پرهزینه‌تر می‌شود. مثلا طراحی کیت تازه تیم‌های ورزشی را در نظر بگیرید؛ اگ این کیت‌ها باب میل طرفداران نباشد، تیم قه‌صمان یک فصل کامل باید دور درآمد حاصل از فروش کیت‌ها را خط بکشد.

کمک ویژه استراتژی ورود به بازار سنجش ریسک‌های احتمالی و ارائه فرصتی طلایی برای رفع آنها به برندهاست. پس اگر از جان برندا‌تان سپیر نشده‌اید، بهتر است قبل از رونمایی از محصولات تازه کمی به این استراتژی توجه کنید.

راهنمای طراحی استراتژی ورود به بازار

بعد از یک بحث مفصل درباره مزایای استراتژی ورود به بازار بد نیست کارمان را با یک سوال کلیدی دنبال کنیم: این استراتژی چطور پیاده می‌شود؟ گاهی اوقات آدم‌ها ره حل مشکلات‌شان را خیلی خوب می‌دانند، اما به خاطر سختی‌های مربوط به اجرا قید آن را می‌زنند. احتمالا شما هم حوصله یک استراتژی بی‌نهایت پیچیده با اجزای عجیب را ندارید. به همین خاطر ما در این بخش به ساده‌ترین شکل ممکن روش طراحی استراتژی ورود به بازار را مرور خواهیم کرد. پس با ما همراه باشید تا آخرین بخش از مقاله‌مان را نیز زیر ذره بین ببریم.

تبلیغات پولی در کدام پلتفرم‌ها جواب می‌دهد؟

سنگین شخصی‌سازی تبلیغات به درستی انجام می‌شود. البته این وسط همچنان این شما هستید که باید تبلیغات مختلف را طراحی کنید. ادروِل فقط براساس اطلاعاتی که از کاربری به دست می‌آورد، نوع خاصی از تبلیغات را جلوی روی‌شان قرار خواهد داد.

آمازون: گزینه‌ای رو به رشد

آمازون برندی است که همه در سراسر دنیا با آن آشنایی دارند. مگر می‌شود کسی در دنیا باشد و دست کم آرزوی خرید آنلاین بی‌دردسر در سرش نباشد؟ این رویای دور و دراز به لطف آمازون نزدیک‌تر از همیشه به ماست!

آمازون در طول بیش از دو دهه اخیر تحولات زیادی را پشت سر گذاشته است. حالا هم بعد از فراز و نشیب‌های متعدد در موقعیتی ممتاز در بازار قرار دارد. همین امر آمازون را به فکر کسب درآمد از موقعیتش انداخت. به طوری که این روزها تبدیل به رقیبی جدی برای گوگل ادز شده است. ماجرا از این قرار است که آمازون بسا دریافت پول از برندها مثل خیلی از پلتفرم‌های دیگر تبلیغات‌شان را در صفحات سایتش نمایش می‌دهد. البته از آنجایی که بازدید آمازون چند صد میلیونی است، درآمد خیلی خوبی از طریق تبلیغات به جیب می‌زند.

اگر شما هم دنبال فروش آنلاین محصولات‌تان هستید، آمازون یکی از بهترین گزینه‌های دنیاست. البته باید حواس‌تان به جزئیات کار باشد؛ چراکه کمتر کسی در دنیا دوست دارد تبلیغاتی به درد نخور در آمازون مشاهده کند. ریسک اصلی ماجرا بی‌توجهی آمازون به یک سیستم ارزیابی تبلیغات است. همین امر ریسک کار را بالا برده و اگر حواس‌تان نباشد، خیلی از کاربران کفرشان از دست محتوای‌تان درخواهد آمد.

استراتژی ورود به بازار چیست؟ همراه با بررسی مزایای آن

مایکروسافت به آپدیت‌های غیرضروری و دست و پاگیر برای محصولاتش شهرت دارد. اگر کمی با دقت اوضاع را زیرس ذره بین ببرید، تقریبا همه رقبای‌تان چنین مشکلاتی خواهند داشت.

فرصت‌ها (Opportunities): در این بخش از تحلیل شما باید سراغ فرصت‌های پیش رو برای رقابت بروید. مثلا حضور رقبای کم تعداد در بازار یک فرصت طلایی برای خودنمایی خواهد بود. به علاوه، نیاز فوری مشتریان به محصولات‌تان نیز فرصت طلایی دیگری است که نباید به این سادگی‌ها از دست دهید.

تهدیدات (Threats): ورود به هر بازاری همراه با تهدیداتی است که چه بسا ارزش کار را کاملا از بین ببرد. مثلا حضور رقبای پرشماری که اتفاقا همگی موقعیت مالی عالی دارند، کار را برای هر استارت‌آپی سخت می‌کند. به همین خاطر شما باید قبل از رونمایی محصولات‌تان به این نکات نیز فکر کنید. چه بسا بازاری که خودتان را برای حضور در آن به آب و آتش می‌زنید، اصلا گنجایش یک برند دیگر را نداشته باشد!

گام چهارم: طراحی پیام اصلی

آخرین بخش کار مربوط به پیامی است که باید به مشتریان بدهید. شما تا اینجاى کار به خوبی وضعیت بازار و مشتریان را تحلیل کرده‌اید. با این حساب دست آخر باید یک پیام روشن و کاملا واضح برای مشتریان داشته باشید. وگرنه تمام کارتان ناقص خواهد ماند. خب انتظار ندارید که مشتریان همینطور خودجوش سراغ شما و محصولات‌تان بیایند؟

طراحی پیام اصلی کاری است که معمولا همه در آن مشکل دارند. انگار که حرف زدن با مشتریان حتی از صعود به قله اورست هم سخت‌تر است. البته لازم نیست خیلی نگران این موضوع باشید؛ چراکه ما مثل همیشه کنارتان هستیم تا از پس این چالش هم بربیایید.

فرمول ما در این بخش برای طراحی پیام اصلی توجه به ویژگی‌های منحصr به فرد محصول است. مثلا برند IKEA را در نظر بگیرید. این برند در دنیا به عنوان یک تولیدکننده ارزان‌قیمت لوازم خانگی شناخته می‌شود. با این حال مدیران برای ورود به بازارهای تازه فقط روی قیمت پایین محصولات تاکید ندارند. در عوض مواردی مثل کیفیت بالای چاقوهای آشپزخانه و حتی تولید محتوای ویدیویی از نحوه کار با آنها بخشی از استراتژی ورود به بازار این برند سوئدی را شکل می‌دهد.

بی‌شک مشتریان نظرات و حتی سلیقه‌های گوناگونی در رابطه با خرید محصولات دارند. مثلا درباره همان چاقوی آشپزخانه نیاز یک سراسنیز حرفه‌ای با دانشجویی که فقط دنبال چاقوی به درد بخور است، تفاوت معناداری خواهد داشت. به همین خاطر شما باید یک دسته‌بندی درست از مشتریان‌تان داشته باشید تا با شخصی‌سازی پیام‌تان دل همه‌شان را به دست بیآورید. یادتان باشد، پیام اصلی شما باید به اندازه کافی جذاب و در عین حال ترکیبی از تمام مراحل قبل باشد. به طوری که مشتریان با مشاهده پیام موردنظر متوجه برنامه دقیق‌تان برای معرفی یک محصول به درد بخور شوند. اگر این نکته را به طور قابل ملاحظه‌ای رعایت کنید، دیگر مشکل زیادی از نقطه نظر اثرگذاری بر روی مخاطب هدف جلوی پای‌تان سبز نمی‌شود. توصیه نهایی ما در این بخش آپدیت مداوم پیام اصلی برای محصولات است. چنین نکته‌ای به شما کمک می‌کند همیشه حرفی تازه برای مشتریان داشته باشید. به علاوه، تغییر پیام اصلی به معنای رونمایی از آپدیت‌های تازه محصول نیز خواهد بود.

سخن پایانی

استراتژی ورود به بازار به زمانی ساده کارآفرینان را برای معرفی موفق در بازار راهنمایی می‌کند. البته شما نمی‌توانید هر محصولی را با استفاده از این استراتژی روانه بازار کرده و انتظار موفقیت‌های تکرارنشده را داشته باشید؛ چراکه اصلا این استراتژی فقط به درد محصولات جدید یا دست کم دارای مزایای قابل ملاحظه می‌خورد. شما الان تمام اطلاعات لازم برای استفاده از استراتژی ورود به بازار را در اختیار دارید. از این مرحله به بعد همه چیز به پشت کار خودتان برای اجرای نکات مقاله بستگی دارد. مثل همیشه اگر سوالی درباره این استراتژی داشتید، همکاران من در روزنامه فرصت امروز همیشه آماده راهنمایی‌تان هستند.

منابع:

https://www.wordstream.com/blog/ws/2023/04/20/go-to-market-strategy
https://www.wordstream.com/blog/ws/2023/04/20/go-to-market-strategy

سخن پایانی

هدف ما در این مقاله مروری بر مهمترین پلتفرم‌ها برای تبلیغات پولی بود. شما الان گزینه‌های بی‌نهایت جذاب و کاربردی برای شروع کارتان دارید. با این حال قبل از اینکه با عجله کارتان را شروع کنید، باید تکلیف برخی از موارد را روشن کنیم. اگر دقت کرده باشید، ما در این مقاله حسایی روی شخصی‌سازی محتوا تاکید کردیم. شما حتی اگر بیشترین بودجه تبلیغاتی‌ا را هم صرف کنید، بازهم بدون شخصی‌سازی دست‌تان به جایی بند نخواهد بود. نکته جالب اینکه اغلب کاربران یاد گرفته‌اند بدون حتی یک ثانیه توجه از کنار محتوای تکراری عبور کنند. با این حساب تکلیف تبلیغات تکراری شما در پلتفرم‌های مختلف حتی قبل از شروع کمپین هم روشن است! بی‌شک تبلیغات پولی همیشه استرس زیادی برای کارآفرینان و تیم‌های بازاریابی به همراه دارد. هرچه باشد توضیح اینکه چرا یک کمپین اهداف موردنظر را برآورده نکرد، همیشه سخت است. به ویژه اگر پای سرمایه‌گذارهای سختگیر هم وسط باشد. آن وقت دیگر هیچ راه فراری نخواهید داشت.

من و همکارانم در روزنامه فرصت امروز امیدواریم نکات مورد بحث در این مقاله کمکی هرچند کوچک هم در دستور کارتان قرار دهد.

این روزها خیلی از برندها برای فرار از مسئولیت سنگین تولید محتوا دیگر حوصله‌ای برای شخصی‌سازی آن ندارند. همین امر فاجعه‌های بزرگ را رقم می‌زند. به طوری که خیلی وقت‌ها تیم‌های بازاریابی از دل سرمایه‌گذاری بر روی متا هیچ بازگشت سرمایه‌ای نمی‌بینند. در چنین مواقعی اغلب بازاریاب‌ها زمین و زمان را مقصر می‌دانند. با این حال متهم ردیف اول خودشان هستند؛ چراکه شخصی‌سازی را به راحتی آب خوردن فراموش کرده‌اند.

https://mobiwebcreations.com/10-best-paid-advertising-platforms-in-2022
https://hingemarketing.com/blog/story/paid-online-advertising-for-professional-services-which-platform-is-worthwhile