

نگاه

«حسین عبده تبریزی» پورسی کرد

چشم‌انداز دلار تا پایان ۱۴۰۲

«حسین عبده تبریزی» با بیان اینکه اگر علائم بیشتری از کاهش تنش‌های بین‌المللی مشاهده شود، نرخ ارز در پایان سال ۱۴۰۲ و به‌رغم رشد نقدینگی در حد سال گذشته ممکن است در محدوده پایین‌تر از تورم باقی بماند، گفت: جهش قیمت ارز تا پایان سال نداریم.

این اقتصاددان در پاسخ به این پرسش که آیا با توجه به اهمیت تحولات بازار ارز در اقتصاد ایران، تا پایان سال شاهد جهش نرخ در بازار ارز خواهیم بود و پیش‌بینی شما از وضعیت قیمت ارز تا پایان سال ۱۴۰۲ چیست؟ گفت: به طور کم و بیش همیشه فشار برای افزایش نرخ ارز در حد رشد نقدینگی وجود دارد، اما نظام جمهوری اسلامی در سال ۱۴۰۲ انتخابات مجلس را پیش رو دارد و طبعاً بسیار علاقه‌مند است که سال را با آرامش بگذرانند. جهش نرخ ارز به معنای افزایش ناگهانی قیمت همه کالاها و خدمات است و این چیزی است که دولت به‌ویژه در این سال به شدت می‌خواهد از آن اجتناب کند. به گفته «عبده تبریزی»، یکی از متغیرهای عمده برای برقراری آرامش، کنترل نرخ تورم و مهمتر از آن، کنترل نرخ ارز است. هر نوع جهش ارزی بسیار تنش‌زاست. بنابراین دستور کار دولت در این زمینه روشن است. اگر دولت ارز فراوان داشت، از همین حالا شروع به دفاع از قیمت جاری ارز و حتی تلاش برای کاهش آن می‌کرد. اما در حوزه ارز، دست دولت خیلی باز نیست. در عین حال، تنگدستی ارزی دولت بدان معنا نیست که در ماه‌های پیش رو برای کنترل نرخ ارز از همه توان خود و کشور استفاده نکند.

او در گفت‌وگو با هفته‌نامه «تازه‌های اقتصاد» توضیح داد: اگر این دو وجه موضوع را در نظر بگیریم، به شرط آنکه علائم بیشتری از کاهش تنش‌های بین‌المللی مشاهده شود (از قبیل حفظ علائم بهبود روابط با عربستان و عدم‌صدور قطعه‌نامه جدید در آژانس بین‌المللی انرژی علیه ایران در مدت زمان باقی‌مانده از سال) نرخ ارز در پایان سال ۱۴۰۲ و به‌رغم رشد نقدینگی در حد سال گذشته، ممکن است در محدوده‌های پایین‌تر از نرخ تورم باقی بماند. بنابراین جهش قیمت ارز فعلاً متصور نیست. در مورد توصیه به سیاستگذار پولی، طبعاً بانک مرکزی به خوبی می‌داند که قیمت‌های ارز در میان‌مدت همواره بر حسب کمیت‌های پولی تعریف می‌شود؛ در ایران نیز همین متغیرها در تعیین قیمت ارز تعیین‌کننده است. ۴۵ سال است که قیمت ارز به استثنای وقعه‌های کوتاه، سیر صعودی داشته است؛ چراکه نقدینگی به دلایلی چون کسری‌های عمده بوجه دولت، بدهی‌های عمده بانک‌ها به بانک مرکزی و بدهی‌های بزرگ شرکت‌های دولتی به بانک مرکزی یا در روزهای خوش صادرات نفت به دلیل فروش ارز زیاد دولت به بانک مرکزی، رشد‌های دائمی داشته است.

این تحلیلگر اقتصادی با بیان اینکه امروز نیز سیاستگذار در اندیشه کنترل متغیرهای پولی است تا از قیمت ارز مراقبت کند، افزود: کنترل همه آن ریشه‌های بروز تورم و افزایش قیمت ارز، در اختیار سیاستگذار پولی نیست. نشانه‌هایی از کاهش تنش‌های بین‌المللی از جمله جنگ در اوکراین و حرکت به سمت احیای برجام می‌تواند نرخ تورم را در ایران پایین بیاورد؛ امری که در اختیار بانک مرکزی نیست. در شرایط فعلی با توجه به وضعیت روابط خارجی جاری ایران، موقعیت برجام و تحریم‌ها، روشن است که متغیر «سیاست» تأثیر اصلی را بر قیمت ارز دارد؛ محدود‌کردن ایران در دسترسی به ارزی که حاصل صادرات پرمشقت آن روزهای کشور است، در کنار گرایش عمده به خروج سرمایه از کشور، عامل عمده افزایش نرخ ارز شده است؛ یعنی فقط متغیرهای پولی کم‌وبیش در اختیار بانک مرکزی نیستند که در شرایط امروز، تغییرات قیمت ارز را توضیح می‌دهند. به عقیده وی، عمده، آن اقداماتی است که ارز کشور را در دسترس قرار دهد و گرایش به خروج سرمایه از ایران را آرام کند. در مورد توصیه بنده به سیاستگذار در زمینه ارز باید عرض کنم که در تمام ۵۰ سال گذشته، دولت‌ها به جای پرداختن به سازوکارهای ایجادکننده تورم و تاثر مشکلات، با تلاش جهت سرکوب قیمت ارز و ریال سعی کرده‌اند تا آثار مشکلات موجود پاک شوند، در نهایت، اتخاذ این رویه به انباشت و تعمیق طیف وسیعی از مشکلات انجامیده است.

«عبده تبریزی» با اشاره به کسری بوجه دولت اضافه کرد: کسری ساستاری بوجه در اقتصاد ایران از این سال‌ها شروع می‌شود. نقش دلارهای نفتی در تشدید این کسری بوجه انکارناپذیر است. افزایش مصالح دولت در دوره‌های افزایش قیمت نفت و عدم‌امکان کاهش هزینه و تعهدات دولت در دوره‌های کاهش قیمت نفت، شرایطی را ایجاد کرده که کسری بوجه ساختاری نامیده می‌شود. اثر این کسری بوجه و روش‌های تأمین مالی آن از پایه پولی، چرخه‌ای را پدید آورده که دلیل اصلی تورم مزمن اقتصاد ایران است. در ایران افزایش قیمت نفت و متعاقب آن عملکرد انبساطی مالی دولت که به طور مستقیم یا غیرمستقیم از فروش ارزهای نفتی تأمین می‌شود، موجب افزایش تقاضا و نرخ تورم شده است. وقتی به علت عرضه بیشتر ارزهای نفتی، نرخ ارز حقیقی کاهش می‌یابد، اقتصاد کشور دچار بیماری هلندی می‌شود. از طرف دیگر، کاهش قیمت نفت اغلب به افزایش یا در مواردی جهش نرخ ارز اسمی و نرخ تورم می‌انجامد و حتی در دوره تکانه منفی قیمت نفت، میزان جهش نرخ ارز و سرعت زیاد گذر آن، باعث تشدید فشارهای تورمی می‌شود. از این‌رو نوسانات قیمت نفت و درآمدهای نفتی، در هر دو دوره کاهش یا افزایش آن، در نهایت به بروز تورم در اقتصاد ایران منجر می‌شود. در ادوار مختلف تاریخی ایران همواره در چنین شرایطی، دولت‌ها به جای رفع موانع کسری ساختاری بوجه و مشکلات نهایی اقتصاد ایران، به مبارزه با افزایش قیمت‌ها پرداخته‌اند و تولیدکنندگان و توزیع‌کنندگان بنگاه‌های خصوصی را به عنوان مقصران اصلی گرانی معرفی کرده‌اند. این سقف برای مدت زمانی ثابت می‌ماند یا کمتر از تورم افزایش می‌یابد. حاصل اعمال این سیاست آن است که کالاهای قیمت‌گذاری‌شده به صورت نسبی ارزان می‌شوند و تقاضای آن کالاهای افزایش می‌یابد. این افزایش تقاضا در حائل اتفاق می‌افتد که تولیدکنندگان نیز با کاهش قیمت‌های نسبی انگیزه افزایش تولید را از دست می‌دهند. این اقتصاددان با تأکید بر اینکه انگیزه‌نداشتن تولیدکنندگان برای افزایش تولید در پاسخ به تقاضا سبب کاهش سهم کالاهای تولید داخلی بازار محصولات می‌شود، گفت: در چنین حالتی، بازار محصول داخلی مختل شده و تخصیص بهینه منابع با مشکل مواجه می‌شود. افزایش سطح قیمت‌ها، در آمد حقیقی خانوارهای آسیب‌پذیر را بیشتر تحت تأثیر قرار می‌دهد؛ این به معنای کاهش توان خانوار برای حضور در بازار محصول و در نتیجه کاهش تقاضا برای کالاها و خدمات تا سوی این خانوارهاست. ایجاد تورم و فضای پرنوسان سیاسی ایجاد نااطمینانی در بازار هم می‌شود. نااطمینانی، مخاطره سرمایه‌گذاری را به شدت افزایش می‌دهد. در فضای پرخطاره، افق سرمایه‌گذاری کوتاه‌مدت می‌شود و فعالیت‌های نامولد یا واسطه‌گری رونق می‌گیرد. به علاوه، عدم‌اجام سرمایه‌گذاری‌های بلندمدت آینده رشد اقتصادی را به خطر می‌اندازد. با این مقدمه بلندمدت، می‌خواستم توصیه و آرزو کنم که رئیس کل امروز بانک مرکزی اگر به حجمی از ارز دست یافت، از مسیر با حرکت نکند و نتایج موردنارشه در بالا را به خاطر بسپارد. بکوشد حرف خود را که فکر می‌کنم همین حرف‌هایی باشد که خدمت شما عرض کردم، به اعضای دولت بقبولاند؛ خاطر‌نشان کند که ۵۰–۴۰ سال تجربه کنترل قیمت ارز و قیمت کالاها و خدمات کافی است و تسلیم نظر آنها نشود؛ بقبولاند که نظام چندنرخ‌خی ارز مفسده‌زاست و باید و به او کمک کنند تا کشور از دست چنین نظام ارزی ناکارآمدی خلاص شود.

فرصت امروز؛ با وجود اینکه تحریم‌ها، ناکارآمدی‌های مدیریتی و مافیای خودرو در شکل‌گیری وضعیت نابسامان فعلی در صنعت خودروسازی ایران نقش دارند، اما اصلی‌ترین نقش را سیاست‌های دستوری در اقتصاد ایران و صنعت خودرو ایفا می‌کنند؛ تا جایی که مهمترین عامل زیان‌دهی خودروسازان و پایین آمدن محسوس کیفیت خودروها در همین سیاست قیمت‌گذاری دستوری است که از سال ۱۳۹۱ دامن صنعت خودروسازی کشور را گرفته است؛ از یک طرف، فضای انحصاری خودرو در کشور بهانه مناسبی برای شوری رقابت جهت اتخاذ سیاست قیمت‌گذاری دستوری است و از طرف دیگر، خودروسازان ادعا می‌کنند که با برداشتن قیمت‌گذاری دستوری همانا قیمت بالای بازار آزاد و تلاطم‌های مقطعی بازار خودرو فروکش خواهد کرد. در واقع، خودروسازان مهمترین عامل در این‌زمینه را حضور نهادهی مانند شورای رقابت در فرآیند قیمت‌گذاری خودرو می‌دانند که بدون توجه به هزینه‌های تحمیلی و همچنین قیمت تمام شده خودرو صرفاً براساس فرمول خود اقدام به قیمت‌گذاری خودرو می‌کند.

با این وجود، به دلیل ظرفیت محدود خودروسازان در شرایط کنونی برای عرضه خودرو، حذف قیمت‌گذاری از بازار خودرو بدون در نظر گرفتن اقتضات پیشینی، سیاست کمریسی نخواهد بود و حتی ممکن است به بدترشدن شرایط دامن بزند. بنابراین در مورد بازار خودرو، اصلاح نظام قیمت‌گذاری باید به صورت علمی و محتاطانه و با رعایت اقتضانات جانبی و به شکل مرحله به مرحله صورت بگیرد. در این راستا، دولت برای افزایش رقابت در صنعت خودروسازی کشور باید سهم‌ها را کاهش دهد و مدیریت آن را کاملاً به بخش خصوصی واگذار کند و به هیچ‌وجه در مدیریت آن نفوذی نداشته باشد. هم‌زمان در بازه زمانی ۱۰ ساله باید تعرفه خودروهای وارداتی به صورت پله ای به میانگین قیمت منطقه (۵ درصد) برسد و خودروسازان در این فضا بایستی قدرت رقابت‌پذیری و استانداردهای خود را به سطح جهانی نزدیک کنند. همچنین برای واردات خودرو نیز به مردم اجازه داده شود تا منابع ارزی نزد خود را برای واردات خودرو استفاده کنند.

شکست سیاست قیمت دستوری

اتاق بازرگانی تهران با همکاری اندیشکده کسب و کار شریف در یک مطالعه پژوهشی، به بررسی پیامدهای قیمت دستوری در اقتصاد ایران پرداخته و آثار قیمت‌گذاری دستوری بر هشت گروه کالایی را بررسی کرده است. در این سلسله گزارش، وضعیت صنعت خودروسازی، صنعت ارد و نان، نهاده‌های دامی، صنعت لوازم خانگی، صنعت دارو، قند و شکر، لبنیات و فولاد بررسی شده و راهکارهایی برای بررون‌ترام از وضعیت موجود و کاهش آثار زیانبار قیمت‌گذاری دستوری ارائه شده است.

این گزارش با اشاره به بازی دو سر باخت در صنعت خودروسازی ایران می‌گوید: سال‌هاست که مردم از وضعیت موجود در بازار خودرو ناراضی هستند؛ از یکسو، با وجود تحریم‌های خارجی و ناکارآمدی‌های مدیریتی، متوسط قدرت خرید مردم به علت تورم کاهش یافته و تهیه خودرو برای بسیاری از شهروندان مشکل و چه بسا ناممکن شده است. از سوی دیگر، پس از اعلام نتایج مشتریان دارای اولویت خودروهای وارداتی که هفته گذشته برای ثبت‌نام سه خودروی موردنظر خود اقدام کرده بودند، مشاهده شد که به برخی از مشتریان تخصیصی صورت نگرفته است؛ در مورد علت این موضوع، مدیر سامانه یکپارچه خودروها توضیح داد: براساس ظرفیت موجود به ترتب اولویت، خودرو به مشتریان تخصیص داده شده و مشتری که تخصیص بدان صورت نگرفته بدین معناست که مطابق اولویت دانشتن ظرفیتی انتخابی، ظرفیت خودروها تمام شده بود. به گزارش «ایسنا»، سامانه تخصیص خودروهای وارداتی در هفته گذشته به مدت حدوداً چهار روز (از دوم تا پنجم ایان ماه) با عرضه ۹ مدل خودرو بازگشایی شد. این عرضه صرفاً برای مشتریانی بود که در مرحله اول ثبت‌نام خودروهای وارداتی در اسفندماه سال گذشته ثبت‌نام کرده و اولویت‌بندی شده بودند؛ حال در این مرحله می‌توانستند برای ثبت درخواست سه خودروی موردنظر خود از میان ۹ مدل خودرو عرضه شده اقدام کنند.

پس از اتمام مهلت ثبت درخواست سه اولویت موردنظر مشتریان، درخواست‌ها بررسی و نتایج آن مشخص شد. همانطور که بعید به نظر نمی‌رسید و مشخص صورت گرفته بود، همه ثبت‌نام‌کنندگان، خودرو وارداتی وجود ندارد و بخشی از مشتریان در مراحل بعدی واردات خودروها (با توجه به اینکه روند واردات خودروها ادامه دارد) تخصیص برای‌شان صورت خواهد گرفت، مشرتانی در این مرحله با وضعیت «عدم تخصیص» روبه‌رو شده‌اند.

در این رابطه «مهدی تقدسی»، مدیر سامانه یکپارچه خودروها به تشریح روند تخصیص پرداخته و گفت: زمان تحویل مشتری و اولویت‌بندی در چنیش خودروها ملاک است. در وهله اول باید توجه کرد که نوبت‌دهی که در مرحله اول مشتریان صورت گرفته ملاک و دارای اهمیت است؛ به طور مثال دو مشتری که یک نوع خودرو را در اولویت اول خود (در انتخاب ۳ خودرو از ۹ خودرو) قرار داده‌اند، تخصیص به مشتری با نوبت تحویل زودتر صورت خواهد گرفت. بر همین اساس خودروها با توجه به بررسی اولویت اول همه مشتریان تا جایی که ظرفیت وجود دارد، تخصیص خواهد یافت؛ در ادامه برای مشتریانی که اولویت اول مشمول دریافت نشدند، اولویت

اقتصاد امروز

قیمت‌گذاری دستوری موجب بازی دو سر باخت برای مردم و خودروسازان شده است

بزرنگاه عبور از قیمت دستوری



خوردویی خارج شود. در باب کیفیت خودروها؛ با افزایش رقابت و تسهیل ورود خودروهای خارجی به کشور، خودروسازان داخلی نیز به ناچار ناگزیر به بهبود کیفیت محصولات خود خواهند شد. همچنین نقش نهادهای تنظیم‌گر مانند سازمان استاندارد باید بازنگری تدریجی در استانداردهای فعلی و نزدیک کردن استانداردها به سمت نمونه‌های موفق بین‌المللی باشد. با این حال، سال‌هاست که مردم و مشتریان بازار خودرو از وضعیت موجود ناراضی هستند. از یکسو، با وجود تحریم‌ها و ناکارآمدی‌های مدیریتی، به علت تورم متوسط قدرت خرید مردم کاهش یافته و تهیه خودرو برای بسیاری افراد مشکل و چه بسا ناممکن شده و از سوی دیگر، کیفیت خودروهای تولید داخل از سطح انتظارات مشتریان بسیار پایین‌تر است.

چهارراه عبور از قیمت دستوری

هرچند تعیین استانداردهای جدید برای خودروهای داخلی در سال‌های اخیر، موجب از دور خارج شدن خودروهای محبوبی مانند پراید شده است، اما همچنان سطح استاندارد خودروهای ایرانی از جمله ایمنی، آلپندگی، استهلاک و… از خودروهای متوسط وارداتی بسیار پایین‌تر است. به علت کمبود منابع ارزی، واردات خودرو نیز بسیار محدود شده و خودروهای وارداتی موجود در بازار به علت تعداد کم و فزونی تقاضا بر عرضه، به چند برابر قیمت رقابتی خود در بازارهای منطقه و بسیار بیشتر از قیمت تمام شده خرید، پس از احتساب تعرفه‌های ۸۶ درصدی واردات به فروش می‌روند. افزایش قیمت ارز و نهاده‌های تولید در دو دهه گذشته، هزینه‌های ساخت خودرو در کشور را بسیار بالا برده است؛ کما اینکه به واسطه تحریم‌ها، تأمین قطعات باکیفیت (به‌خصوص قطعات وارداتی) با چالش‌های مختلفی همراه است و خودروسازان مجبورند که قطعات خود را از منابع درجه دو و سه تهیه کنند که همین باعث افزایش هزینه‌های جانبی می‌شود. بنابراین با وجود آنکه هزینه‌های ساخت خودرو در کشور به دلیل افزایش قیمت ارز و نهاده‌های تولید در این سال‌ها بالا رفته، اما درآمد خودروسازان به همان نسبت افزایش نیافته و این موضوع موجب زیانده شدن خودروسازان بزرگ از ابتدای دهه ۱۳۹۰ به این سو شده است.

اگرچه ضعف بهره‌وری، ریخت و پاش‌های مالی و بی‌تدبیری‌های مدیریتی همگی در مشکلات خودروسازان نقش دارند، ولی علت اصلی زیانده شدن آنها در یک دهه گذشته، قیمت‌گذاری دستوری بوده است. برای افزایش رقابت در صنعت خودروسازی ابتدا دولت باید سهام شرکت‌های تابعه خود، حداقل در یکی از دو قطب خودروسازی کشور را به بخش خصوصی واگذار کند و به هیچ نحو در حق رأی و جریان نقدی آن نفوذی نداشته باشد. در گام دوم، در بازه زمانی ۱۰ ساله باید تعرفه خودروهای وارداتی به صورت پله‌ای به میانگین قیمت منطقه (۵ درصد) برسد. هم‌زمان خودروسازان باید استانداردهای خود را به سطح جهانی نزدیک کنند. در گام چهارم نیز به مردم برای واردات خودرو اجازه داده شود تا منابع ارزی نزد خود را برای واردات استفاده کنند.

کیفیت خودروهای تولید داخل از سطح انتظارات مشتریان پایین‌تر است و همین امر، نارضایتی مردم را دوجندان کرده است. صنعت خودروسازی ایران با وجود آنکه صنعت ریشه‌داری است و با کمک مجموعه حاکمیت در دهه‌های گذشته توانسته فضای نسبتاً انحصاری در مقابل خودروهای وارداتی برای خود ایجاد کند، اما در سال‌های اخیر با مشکلات و چالش‌های اساسی و زیاندهی انبوه مواجه شده است. در شرایطی که تحریم‌ها از ابتدای دهه ۱۳۹۰، کمر صنعت خودروسازی را شکست و خودروسازان برای واردات برخی از قطعات خود متحمل هزینه‌های اضافی برای دور زدن تحریم‌ها شدند، جهت کمینه کردن هزینه‌های خود از کیفیت خودروها ماهی گذاشتند و این امر بیش از پیش موجبات نارضایتی مصرف‌کنندگان ایرانی از وضعیت فعلی را فراهم کرد. از آن سو، با نگاهی گذرا به صورت‌های مالی خودروسازان می‌توان دریافت که وضعیت خودروسازان بغرنج‌تر از حد تصور است و شاید بتوان ادعا کرد که ریشه اصلی وضعیت فعلی و بازی دو سر باخت مردم و خودروسازان، نه تحریم و نه ناکارآمدی‌های مدیریتی و نه مافیای خودرو هستند. البته نمی‌توان نقش هر کدام از این موارد در به وجود آمدن وضعیت کنونی را نادیده گرفت؛ ولی مهمترین عامل زیاندهی فرآینده خودروسازان و افت کیفیت خودروها به بهای کاهش هزینه‌ها را می‌توان در سیاست قیمت‌گذاری دستوری جست‌وجو کرد.

از اینجا مانده و از آنجا رانده

با وجود مشکلات عدیده مدیریتی و بهره‌وری، ریشه کاهش کیفیت محصولات خودروسازی، تلاش برای کمینه کردن هزینه‌های تولید است و قیمت‌گذاری دستوری، یکی از مهمترین انگیزه‌ها برای فدا کردن کیفیت در برابر کاهش هزینه‌ها برای شرکت‌های خودروسازی است. از سوی دیگر، فضای صنعت خودروسازی کشور به زعم بسیاری از کارشناسان و تحلیلگران، همچنان انحصاری است. صنعت خودروسازی کشور هیچ‌گاه مزیت رقابتی نسبی برای فعالیت در بازارهای منطقه‌ای و جهانی نداشته است. مهمترین عامل موفقیت و سوددهی بالای خودروسازی در جهان، تیراژ تولید است. صنعت خودروسازی ایران در دهه ۱۳۸۰، با شیب مناسبی توانست تیراژ تولید ۳۵۰ هزار دستگاهی در سال در ابتدای این دهه را در سال ۱۳۹۰ به تولید بیش از یک میلیون و ۷۰۰ هزار دستگاه در سال برساند. با افزایش تولید در این دهه، امید آن می‌رفت تا خودروسازی کشور ضمن افزایش سطح تولید به رقم بیش از ۲ میلیون دستگاه در سال، جایگاه مناسبی از منظر سوددهی و تسخیر بازارهای منطقه‌ای به دست آورد.

اما وقوع تحریم‌های هسته‌ای و شوک‌های ارزی در ابتدای دهه ۱۳۹۰ موجب شد تا سمت هزینه‌های عملیاتی خودروسازان در ترانزنامه‌های‌شان متورم شود. از سوی دیگر، با ورود هم‌زمان شورای رقابت به عرصه قیمت‌گذاری دستوری، درآمد خودروسازان متناسب با هزینه‌های‌شان افزایش پیدا نکرده است. در باب قیمت‌گذاری؛ پس از ایجاد فضای رقابتی غیر این‌صورت، عدم تخصیص خودرو صورت می‌گیرد، بنابراین ابتدا همه اولویت‌های اول بررسی و فرآیند تخصیص صورت می‌گیرد. در صورت باقی ماندن ظرفیت، انتخاب دوم بررسی و در صورتی که خودرویی باقی مانده باشد، انتخاب سوم بررسی و فرآیند تخصیص صورت می‌گیرد؛ در غیر این‌صورت، عدم تخصیص در حساب کاربری مشتری درج شده است.

از سوی دیگر، مدیر کل دفتر حسابرسی مالیاتی سازمان امور مالیاتی گفت که مالکان خودروهای لوکس بالای ۳ میلیارد تومان تا پایان بهمن برای پرداخت مالیات مهلت دارند. به گفته «شاهین مستوفی»، تکالیفی در قانون بودجه به عهده سازمان امور مالیاتی گذاشته شده که ارزش بالای ۲۰ میلیارد تومان و همچنین خودروهای لوکس با ارزش ۳ میلیارد تومان، اقدام به محاسبه و مطالبه مالیات شود. سازمان امور مالیاتی در سال ۱۴۰۲ با دریافت اطلاعات بالغ بر ۱۵۱ هزار خودرو از طریق ناجا، بالغ بر ۲۸۰۰ میلیارد تومان مالیات از مالکین خودروهای لوکس و گران‌قیمت مطالبه کرد.

چرا ثبت‌نام‌کنندگان هنوز خودروی وارداتی نگرفته‌اند؟

اولتیماتوم مالیاتی برای لوکس‌سواران

دوم به شرط وجود ظرفیت خودرو (بر نشدن ظرفیت برای مشتری که این خودرو را در اولویت اول خود داشته‌است) و سپس به همین ترتیب اولویت سوم بررسی می‌شود.

مدیر سامانه یکپارچه خودروها تصریح کرد: بنابراین انتخاب اول (اولویت اول انتخابی) مسترتیان حائز اهمیت بوده است؛ همانطور که اشاره شد، سامانه به ترتیب اولویت متقاضی، انتخاب اول آنها را بررسی و در صورت دانشتن ظرفیتی، تخصیص خودرو صورت می‌گیرد، بنابراین ابتدا همه اولویت‌های اول بررسی و فرآیند تخصیص صورت می‌گیرد. در صورت باقی ماندن ظرفیت، انتخاب دوم بررسی و در صورتی که خودرویی باقی مانده باشد، انتخاب سوم بررسی و فرآیند تخصیص صورت می‌گیرد؛ در غیر این‌صورت، عدم تخصیص در حساب کاربری مشتری درج شده است. از سوی دیگر، مدیر کل دفتر حسابرسی مالیاتی سازمان امور مالیاتی گفت که مالکان خودروهای لوکس بالای ۳ میلیارد تومان تا پایان بهمن برای پرداخت مالیات مهلت دارند. به گفته «شاهین مستوفی»، تکالیفی در قانون بودجه به عهده سازمان امور مالیاتی گذاشته شده که ارزش بالای ۲۰ میلیارد تومان و همچنین خودروهای لوکس با ارزش ۳ میلیارد تومان، اقدام به محاسبه و مطالبه مالیات شود. سازمان امور مالیاتی در سال ۱۴۰۲ با دریافت اطلاعات بالغ بر ۱۵۱ هزار خودرو از طریق ناجا، بالغ بر ۲۸۰۰ میلیارد تومان مالیات از مالکین خودروهای لوکس و گران‌قیمت مطالبه کرد. این مقام مسئول در سازمان امور مالیاتی درخصوص خانه‌های لوکس و گران‌قیمت نیز گفت: به تکلیفی که برای سازمان امور مالیاتی مشخص شده، از مالکان واحدهای مسکونی گرانیقیمتی که بیش از ۱۰ سال در ملک‌شان ساکن هستند، زغال سنگ، سرب و روی و طلا، خودرو، معدن و ماشین‌سازای دارد که در هر بخش اهداف کمی سنجه‌های عملکردی در این میان، لایحه برنامه هفتم توسعه در کمیسیون تلفیق برنامه مجلس در حال بررسی است و منظور که اعضای این کمیسیون می‌گویند، تولید سالانه ۳ میلیون خودرو در طول اجرای برنامه هفتم پیش‌بینی شده است. «محمدرضا دشتی اردکانی»، عضو هیأت رئیسه کمیسیون تلفیق لایحه برنامه هفتم توسعه با اشاره به سرب و طلا، خودرو، معدن عملکردی صنعت، معدن و رشد تولید در این کمیسیون گفت: کمیسیون تصویب کرد که در طول اجرای برنامه هفتم توسعه سالانه ۳ میلیون انواع خودرو سواری و تجاری تولید شود. او در توضیح مصوبات کمیسیون تلفیق لایحه برنامه هفتم توسعه ادامه داد: کمیسیون تلفیق از صیح دوربینی و مدار بررسی موارد ارجاعی لایحه برنامه هفتم توسعه شد و ماده ۴۷ مربوط به اهداف کمی سنجه‌های عملکردی صنعت، معدن و رشد تولید را تا پایان برنامه هفتم توسعه تصویب کرد. این جدول ۹ بخش شامل پتروشیمی، فولاد، مس، آلومینیوم، زغال سنگ، سرب و روی و طلا، خودرو، معدن و ماشین‌سازای دارد که در هر بخش اهداف کمی سنجه‌های عملکردی آن تا پایان برنامه هفتم توسعه پیش‌بینی شده است. در بخش خودروی این جدول سالانه تولید ۳ میلیون انواع خودروی سواری و تجاری، عرضه سالانه ۴۰۰ هزار انواع خودروهای برقی و برقی-بنزینی (هیبریدی) و اسقاط سالانه ۵۰۰ هزار انواع خودروی فرسوده پیش‌بینی شده است.

اخبار

قیمت سکه ۳۵۰ هزار تومان کاهش یافت

سکه در کف کانال ۲۹ میلیونی

هر قطعه سکه بهار آزادی طرح جدید در بازار تهران با قیمت ۲۹ میلیون و ۱۰۰ هزار تومان معامله شد که در مقایسه با روز قبل بالغ بر ۳۵۰ هزار تومان کاهش را نشان می‌دهد. در جریان دادوستدهای روز دوشنبه در بازار تهران و براساس نرخ‌های اعلامی اتحادیه صنف فروشندگان و سازندگان طلا، جواهر، نقره و سکه تهران، قیمت هر قطعه سکه بهار آزادی طرح جدید با کاهش ۳۵۰ هزار تومانی به کف کانال ۲۹ میلیون تومان رسید. قیمت سکه بهار آزادی طرح قدیم نیز با ۴۰۰ هزار تومسان کاهش قیمت در مقایسه با روز قبل با رقم ۲۵ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان داد و ستد شد. قیمت نیم‌سکه ۱۵ میلیون و ۳۵۰ هزار تومان، ربع سکه ۱۰ میلیون و ۴۰۰ هزار تومان و سکه گرمی نیز با نرخ ۵ میلیون و ۷۵۰ هزار تومان معامله شد. قیمت هر گرم طلای ۱۸ عیار در بازار طلای تهران ۲ میلیون و ۴۸۴ هزار تومان داد و ستد شد. بهای هر انس طلا در بازارهای جهانی نیز یک هزار و ۹۹۵ دلار اعلام شد.

همچنین در معاملات مرکز مبادله ارز و طلای ایران، قیمت هر اسکناس دلار آمریکا در مقایسه با روز قبل، هفت تومان افزایش داشت؛ در حالی که نرخ هر اسکناس یورو ۶۸ تومان کاهش یافت. بر پایه دادوستدها در مرکز مبادله ارز و طلای ایران، هر اسکناس دلار آمریکا به ۴۱ هزار و ۲۶۵ تومان و نرخ حواله دلار به ۳۷ هزار و ۵۱۳ تومان رسید که نسبت به روز قبل به ترتیب ۷ تومان و ۶ تومان افزایش داشت. قیمت هر اسکناس یورو در مرکز مبادله ایران به ۴۳ هزار و ۵۳۶ تومان رسید که نسبت به روز قبل با کاهش ۶۸ تومانی قیمت مواجه شد. همچنین نرخ حواله یورو نیز با ۶۲ تومان کاهش قیمت برابر ۳۹ هزار و ۵۷۸ تومان رسید. از سوی دیگر، اسکناس درهم امارات ۱۱هزار و ۲۳۶ تومان ارزش‌گذاری شد و نرخ حواله درهم نیز ۱۰ هزار و ۲۱۴ تومان است.

وام جدید مسکن را چند بخریم؟

در حال حاضر زوجین ساکن شهر تهران که دارای چهار فرزند زیر ۲۰ سال هستند برای دریافت وام جدید یک میلیارد و ۹۲۰ میلیون تومانی باید تعداد ۳۹۲۰ برگه تسه با قیمت ۹۷ تا ۹۹ هزار تومانی خریداری کنند که جمع مبلغ برای دریافت وام مذکور حدود ۳۸۰ میلیون تومان می‌شود. به گزارش «ایسنا»، بانک مسکن در روز ششم آبان ماه ۱۴۰۲ اعلام کرد که سقف وام از محل خرید اوراق تسهیلات مسکن برای زوجین دارای فرزند تا دو برابر افزایش یافته است. به این ترتیب تسهیلات مذکور که تا پیش از این ۹۶۰ میلیون تومان بود تا یک میلیارد و ۹۲۰ میلیون تومان افزایش پیدا کرد، اما برای دریافت امتیاز هر ۵۰۰ هزار تومان از این تسهیلات باید یک برگ اوراق تسه خریداری کرد. قیمت این اوراق در حال حاضر بین ۹۷ تا ۹۹ هزار تومان است. بدین ترتیب برای دریافت وام یک میلیارد و ۹۶۰ میلیون تومانی باید ۳۹۲۰ برگه اوراق خریداری کرد که زوجین تهرانی باید حدود ۳۸۰ میلیون تومان هزینه کنند.

با توجه به اینکه وام مذکور در راستای جوانی جمعیت طراحی شده متاهل‌های ساکن تهران که فاقد فرزند هستند باید همانند قبیل برای دریافت وام ۸۰۰ میلیون تومانی خرید تعداد ۱۶۰۰ برگه اوراق تسهیلات به اضافه ۱۶۰ میلیون تومان وام جعاله تعداد ۳۲۰ برگه جمعا ۱۹۲۰ برگه اوراق خریداری کنند که با قیمت ۹۷ هزار تومانی باید ۱۸۶ میلیون و ۲۴۰ هزار تومان هزینه کنند.

مجرده‌های تهرانی نیز می‌توانند ۴۰۰ میلیون تومان وام خرید به اضافه ۱۶۰ میلیون تومان تسهیلات جعاله دریافت کنند که با این حساب باید ۸۰۰ برگه برای وام خرید و ۳۲۰ برگه برای جعاله جمعا به تعداد ۱۱۲۰ فقره خریداری کنند. بنابراین باید ۱۰۸ میلیون و ۶۴۰ هزار تومان پرداخت کنند.

سقف این تسهیلات برای مراکز استان و شهرهای با جمعیت بیش از ۲۰۰ هزار نفر برای مجردها به ۳۲۰ و برای زوجین به ۶۴۰ ملیون تومان رسیده است. با توجه به اینکه مجردها باید ۶۴۰ برگه و متاهل‌های ساکن این شهرها نیز باید ۱۲۸۰ برگه تسهیلات مسکن خریداری کنند، مجردها باید ۶۲ میلیون و ۸۰ هزار تومان و متاهل‌ها نیز ۱۲۴ میلیون و ۱۶۰ هزار تومان پرداخت کنند.

اما درخصوص وام یک میلیارد و ۹۲۰ میلیون تومانی چنانچه خانواده‌ای دارای چهار فرزند زیر ۲۰ سال سن بوده و پدر به همراه فرزندان متولد شهر تهران باشند؛ براساس قانون «حمایت از خانواده و جوانی جمعیت» این خانواده در حالت انفرادی می‌تواند علاوه بر ۴۰۰ میلیون تومان تسهیلات خرید مسکن به ازای هر فرزند ۱۰۰ میلیون دیگر و در مجموع تا سقف ۸۰۰ میلیون تومان برای خرید مسکن و همچنین برای تعمیر مسکن علاوه بر ۱۶۰ میلیون تومان، به ازای هر فرزند ۴۰ میلیون تومان به‌عبارتی تا ۳۲۰ میلیون تومان در قالب تسهیلات جعاله از محل اوراق ممتاز بانک مسکن استفاده کند. به طور مثال، اگر زوجین دارای یک فرزند کمتر از ۲۰سال باشند به ازای هر ۸۰۰ میلیون تومان تسهیلات خرید مسکن زوجین می‌توانند ۲۰۰ میلیون تومان و به ازای ۱۶۰ میلیون تومسان جعاله می‌توانند ۴۰ میلیون تومان دریافت کنند. لذا به این زوج علاوه بر ۹۶۰ میلیون تومان قبلی ۲۴۰ میلیون تومان بابت فرزندشان تعلق می‌گیرد که مجموعا می‌توانند یک میلیارد و ۲۰۰ میلیون تومان دریافت کنند.

زوجین دارای دو فرزند نیز به این ترتیب می‌توانند به ازای هر فرزند ۲۰۰ میلیون تومسان بابت وام ۸۰۰ میلیون تومانی زوجین (مجموعا ۴ فقره وام ۱۰۰ میلیون تومانی خرید) و ۴۰ میلیون تومان بابت جعاله (مجموعا ۴ فقره وام ۴۰ میلیون تومانی) بگیرند که ۴۸۰ میلیون تومان می‌شود. با این حساب به خانواده‌های دارای دو فرزند یک میلیارد و ۴۴۰ میلیون تومان تعلق می‌گیرد. همچنین به خانواده‌های دارای سه فرزند ۷۲۰ میلیون تومان افزوده می‌شود که مجموعا یک میلیارد و ۶۸۰ میلیون تومان است. خانواده‌های دارای چهار فرزند زیر ۲۰ سال نیز می‌توانند ۹۶۰ میلیون تومان بابت طرح جوانی جمعیت وام بگیرند که مجموعا یک میلیارد و ۹۲۰ میلیون تومان می‌شود. سقف تسهیلات قابل استفاده زوجین در شهر تهران از محل اوراق ممتاز برای خرید مسکن یک میلیارد و ۶۰۰ میلیون تومان و جعاله مسکن ۳۲۰ میلیون تومان است. البته طبیعتا متاهل‌های دارای فرزند در شهرستان‌ها نیز می‌توانند از طرح مذکور مبنی بر دو برابر شدن مبلغ وام استفاده کنند. دوره بازپرداخت تسهیلات موضوع این دستورالعمل در تقسیط به روش ساده، به ازای هر فرزند زیر ۲۰ سال سن، به میزان دو سال (در مجموع برای پنج فرزند و حداکثر تا سقف ۱۰ سال) قابل افزایش است. در حال حاضر زمان بازپرداخت وام اوراق ۱۲ سال است که طبق طرح جوانی جمعیت می‌تواند تا ۲۲ سال افزایش پیدا کند. اعطای این تسهیلات مشروط به آن است که نرخ باروری شهرستان محل تولد پدر و فرزند بالاتر از ۲.۵ نباشد. با توجه به مهلت زمان اجرای قانون، اعطای تسهیلات موضوع این دستورالعمل حداکثر تا آبان ماه ۱۴۰۷ امکان‌پذیر خواهد بود.



است که دلیل پدید آمدن این وضعیت مخاطره‌آمیز چیست و چرا به‌رغم تصویب احکام قانونی متعدد، در محیط کسب‌و کار بهبودی حاصل نشده است؟ البته در این پژوهش صرفا به یکی از لوازم توسعه صنعتی پرداخته می‌شود و موضوعات مهمی از جمله ضرورت اصلاحات بنیادین در ساخت اقتصاد سیاسی کشور برای دستیابی به توسعه پایدار، محل بحث نیست. در این گزارش توضیح داده شده که چگونه نبود یک یا چند سند با محتوای آنچه که در ادبیات اقتصادی «راهبرد توسعه صنعتی» خوانده می‌شود، موجب این ناکامی شده است. درواقع، نبود این سند راهنما در کنار دیگر نواقص قانونگذاری، به‌سه تصویب قوانین بی‌کیفیت و ناکارایی انجامیده که قادر به بهبود و اثرگذاری مثبت بر محیط کسب‌و کار نبوده‌اند.

بازوی پژوهشی بخش خصوصی همچنین با بررسی ساده ۲۴ قانون بهبود مستمر محیط کسب‌و کار، دخالت بیش از حد دولت، نرخ‌گذاری‌های نامتناسب، افزایش قیمت‌ها و ناپایداری قوانین و مقررات را از مهمترین موانع بهبود محیط کسب و کار معرفی کرد. مرکز پژوهش‌های اتاق ایران در گزارش «لزامات پیش‌بینی‌پذیری سیاست‌ها و برنامه‌های اقتصادی، موضوع ماده ۲۴ قانون بهبود مستمر محیط کسب‌و کار» اعلام کرد: دخالت بیش از حد دولت در امور اقتصادی، نرخ‌گذاری‌های نامتناسب بر کالاها و خدمات تولیدی فعالان خصوصی و تعاونی، افزایش افسارگسیخته بهای کالاها و خدمات دولتی و در مجموع ناپایداری و عدم قابلیت پیش‌بینی‌پذیری قوانین و مقررات ناظر بر فعالیت‌های اقتصادی، اصلی‌ترین موانع بهبود محیط کسب و کار هستند. به گفته بازوی پژوهشی اتاق ایران، اطلاع‌رسانی تغییرات در قوانین و سیاست‌ها و نیز نرخ‌گذاری‌ها و همچنین ایجاد اطمینان خاطر برای فعالان اقتصادی از بابت ثبات قوانین، سیاست‌ها و نرخ‌ها تا چند سال آینده، محیط مناسب‌تری برای فعالان اقتصادی ایجاد می‌کند.

در همین راستا، ماده ۲۴ قانون بهبود مستمر محیط کسب‌و کار با هدف تأمین ثبات و امنیت اقتصادی برای فعالان اقتصادی و جلوگیری از تصویب و اجرای ضوابط و مقررات خلق‌الساعه و لزوم اطلاع صاحبان کسب‌و کارها از هرگونه تغییر در سیاست‌ها و رویه‌های اقتصادی در زمان مقتضی، مصوب و ابلاغ شد. در ماده ۲۴ آمده است: «دولت و دستگاه‌های اجرایی مکلفند به منظور شفاف‌سازی سیاست‌ها و برنامه‌های اقتصادی و ایجاد ثبات و امنیت اقتصادی و سرمایه‌گذاری، هرگونه تغییر سیاست‌ها، مقررات و رویه‌های اقتصادی را در زمان مقتضی قبل از اجرا، از طریق رسانه‌های

فرصت امروز، نتایج رصد و پایش‌های محیط کسب‌و کار از سوی نهادهای مختلف، بهبودی در وضعیت کسب‌کارها و رونق تولید در سال‌های اخیر را نشان نمی‌دهد. به دلایل متعدد از جمله ناکارایی قوانین، وضعیت بنگاه‌های تولیدی بدتر شده است. بازوی پژوهشی بخش خصوصی در گزارشی به «ارزیابی کارایی قوانین حامی تولید و کسب‌و کار در نبود سند راهبرد توسعه صنعتی» پرداخت. طبق ارزیابی مرکز پژوهش‌های اتاق ایران، قانونگذار در طول سال‌های گذشته همواره تلاش کرده با ابزار قانون، از کسب‌و کارها حمایت کرده و تولید را رونق دهد. مهمترین قوانینی که طبق یک مطالعه، ۷۰ درصد احکام حمایتی و ناظر بر کسب‌و کار را در طول دوره‌های تقنینی هفتم تا پایان دهم به خود اختصاص داده‌اند، عبارتند از: «قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل چهل‌وچهارم (۴۴) قانون اساسی» (مصوب ۱۳۸۶/۱۱/۸)؛ «قانون بهبود مستمر محیط کسب‌و کار» (مصوب ۱۳۹۰/۱۱/۱۶)؛ «قانون رفع موانع تولید رقابت‌پذیر و ارتقای نظام مالی کشور» (مصوب ۱۳۹۴/۲/۱)؛ «قانون احکام دائمی برنامه‌های توسعه کشور» (مصوب ۱۳۹۵/۱۱/۱۰)؛ «قانون برنامه پنج ساله ششم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی (۱۴۰۰-۱۳۹۶)» (مصوب ۱۳۹۵/۱۲/۱۴)؛ و «قانون حداکثر استفاده از توان تولیدی و خدماتی کشور و حمایت از کالای ایرانی» (مصوب ۱۳۹۸/۲/۱۵).

علاوه بر شش قانون مذکور با موضوع حمایت از کسب‌و کار، قوانین دیگری نیز با موضوع و محتوای مشابه به تصویب رسیده‌اند که دو مورد از مهمترین آنها عبارتند از: «قانون تسهیل صدور مجوزهای کسب‌و کار» (مصوب ۱۳۹۰/۱۲/۲۴) و «قانون جهش تولید دانش‌بنیان» (مصوب ۱۴۰۰/۱۲/۱۱). در این مطالعه، احکام حمایتی در چهار دوره تقنینی احصا شده و به ۳۷ عنوان دسته‌بندی شده است. مهمترین انواع این احکام عبارتند از: تأمین مالی، بهبود محیط کسب‌و کار، اولویت خرید محصولات داخلی، پرداخت مطالبات دولتی، تسهیل صادرات، حمایت از حقوق مالکیت، حمایت از رقابت، حمایت بیمه‌ای، حمایت تعرفه‌ای، حمایت حقوقی - قضایی و حمایت زیرساختی.

نتایج رصد و پایش‌های محیط کسب‌و کار توسط نهادهای وابسته به دولت و مجلس و همچنین نهادهای وابسته به بخش خصوصی، در مجموع بهبودی در وضعیت کسب‌کارها و رونق تولید در ایران سال‌های اخیر نشان نمی‌دهد؛ بلکه حتی در مواردی، حاکی از بدترشدن یا وخیم‌تر شدن وضعیت بنگاه‌های تولیدی است. سوال مهمی که باید به آن پاسخ داد، این

نیمی از ارزش معاملات چکی متعلق به پایتخت است

امکان استعلام چک‌های در راه

در مقابل مشاهده می‌شود شهر ایلام با چک‌های مبادله‌ای به مبلغ ۲۶۰ میلیارد و کهنگیلویه و بویراحمد مجموعا ۳۶۰ میلیارد تومان، کمترین ارزش مبادلات با چک را میان سایر استان‌ها رقم زده است. به همین ترتیب ارزش هر یک از چک‌های معاملاتی در استان ایلام حدود ۴۰ و در استان کهگیلویه و بویراحمد تقریبا ۴۳ میلیون و ۴۰۰ هزار تومان بوده است. به طور کلی هر چقدر یک شهر صنعتی‌تر و دارای پتانسیل‌های بیشتری برای فعالیت اقتصادی باشد، ظرفیت استفاده از چک در مبادلات نیز بالاتر رفته و ارقام آن درشت‌تر می‌شود. برخی از کارشناسان عقیده دارند ارزش چک‌های مبادله‌ای استانی و نسبت وصول آنها می‌تواند انعکاس‌دهنده شرایط اقتصادی یک استان باشد.

براساس گزارش‌های بانک مرکزی، بیشترین چک‌های برگشت خورده در مردادماه ۱۴۰۲ در استان‌های اردبیل، لرستان و کردستان به ثبت رسیده است. داده‌ها نشان می‌دهد در این استان‌ها حدود یک پنجم از چک‌های کشیده شده، برگشت خورده‌اند. این در حالی است که میانگین نسبت چک‌های برگشتی در کل کشور معادل ۱۳.۳ درصد کل چک‌های مبادلاتی است. البته در تمامی این گزارش نسبت چک‌های وصولی و برگشتی براساس مبلغ و ارزش چک‌ها محاسبه شده و تعداد آنها مدنظر نبوده است؛ بلکه انعکاس تعداد چک‌ها در مبلغ سرانه هر چک نمایان شده است. بررسی‌ها نشان می‌دهد بیش از ۹۷ درصد چک‌های برگشت خورده در این شهرها به دلیل عدم موجودی کافی در حساب افراد بوده است.

برگشت خوردن چک‌های افراد می‌تواند ناشی از عدم تطبیق واقعیت اقتصادی با انتظارات ذهنی افراد از آینده باشد، به عبارت دیگر فرد زمان کشیدن چک انتظار داشته بتواند بدهی خود را در سررسید معین پرداخت کند، اما به دلایلی مانند تورم یا نوسانات یا ... این اتفاق رخ نداده است. در نقطه مقابل بهترین عملکرد در وصول چک‌ها مربوط به استان‌های تهران و

بررسی‌ها نشان می‌دهد بهترین عملکرد وصول چک‌ها در نیمه تابستان اسنال در استان‌های البرز و تهران رقم خورده است؛ درحالی که بیشترین چک‌های برگشتی در استان‌های لرستان، کردستان و اردبیل به ثبت رسیده است. آمارهای مربوط به مبادلات چک‌ها در نیمه تابستان ۱۴۰۲ نشان می‌دهد مجموع مبالغ مبادله شده به وسیله چک در مردادماه حدود ۴۹۵ هزار و ۲۸۰ میلیارد تومان به ثبت رسیده است. همچنین میانگین مبلغ هر چک کشیده شده در این ماه تقریبا معادل با ۶۲ میلیون تومان برآورد می‌شود.

نکنه جالب اینکه نیمی از ارزش معاملات چکی متعلق به پایتخت است. در میان تمامی استان‌ها، بیشترین میزان مبادلات چک را پایتخت ایران به خود اختصاص داده است. به همین ترتیب بیش از ۲۴۲ همت (تقریبا ۴۹ درصد کل مبادلات چکی) ارزش کل چک‌های مبادله شده در مرداد ۱۴۰۲ در تهران بوده است. در جایگاه بعدی اصفهان با ۴۰.۳ همت ارزش مبادلات چکی و در جایگاه سوم خراسان رضوی با چک‌های مبادله‌ای به ارزش ۲۶ همت قرار گرفته‌اند. بررسی آمارها همچنین نشان می‌دهد که تنها ۱۱.۶ درصد از چک‌های مبادله شده در تهران برگشت خورده‌اند. در سمت مقابل نسبت چک‌های برگشتی به کل چک‌های مبادله‌ای در اصفهان معادل ۱۴.۶ درصد و در خراسان رضوی حدود ۱۴.۳ درصد به ثبت رسیده است. عملا هرچه میزان مبادلات در یک استان بیشتر و نسبت چک‌های برگشت خورده کمتر باشد، احتمالا رونق اقتصادی آن شهر بالاتر و توان افراد برای پرداخت بدهی‌های خود بیشتر است. آمارهای بانک مرکزی نشان می‌دهد میانگین مبلغ هر چک کشیده شده در استان تهران حدود ۹۶ میلیون و ۱۵۰ هزار تومان، در استان اصفهان ۴۷ میلیون و ۴۹۰ هزار تومان و در استان خراسان رضوی ۴۶ میلیون و ۲۷۰ هزار تومان به ثبت رسیده است.

خبرنامه

سهامداران حوصله کنند

بورس تعطیل نمی‌شود

بازار سرمایه در روزهای اخیر تحت تاثیر ریسک‌های غیراقتصادی با نوساناتی مواجه شد و شاخص کل بورس تهران، کانال ۲ میلیون واحدی را پس از مدت‌ها از دست داد؛ اگرچه در دو روز معاملاتی اخیر شاخص کل مجددا رشد کرده و با افزایش بیش از ۲۰ هزار واحدی در معاملات روز دوشنبه به سطح یک میلیون و ۹۸۱ هزار واحد رسید. به دنبال نوسانات روزهای اخیر، مباحثی درباره تعطیلی بورس تهران مطرح شد که سخنگوی بازار سرمایه آن را منافی دانست. در همین زمینه یک کارشناس اقتصاد کلان می‌گوید: بازار سرمایه به وقایع و تحولات سیاسی واکنش نشان داده، اما شرایط سیاسی و اقتصادی به گونه‌ای نیست که سراغ تعطیلی بورس برویم. در این شرایط بهتر است سهامداران درنگ و حوصله بیشتری نشان دهند.

«حسین درودیان» با بیسان اینکه تجربه نشان داده کشور و سیاستگذاران در سال‌های گذشته توانسته‌اند بحران‌ها را مدیریت کنند، به «ایسنا» توضیح داد: در ماه‌های اخیر به دلیل گشایشی که در روابط خارجی و در بحث ارز شاهد بودیم، انتظارات تورمی در کشور فروکش کرد، اما متناسب با کاهش انتظارات تورمی، سودهای بانکی کاهش نیافت. با وجود پایین بودن انتظارات تورمی نسبت به نرخ بهره، میل و رغبت به خرید سهام کاهش یافته و این امر موجب شده است تا بازار نقدینگی کافی نداشته باشد. به گفته «درودیان»، تحولات سیاسی به ویژه تحولاتی که منجر به محدودیت در تعاملات بین‌المللی شود و آسیب‌هایی را به اقتصاد کشور تحمیل کند به طور قطع روی بازار تاثیر گذاشته و بازار نسبت به آن واکنش نشان خواهد داد. بنابراین بهتر است افراد و سهامداران بازار سرمایه در شرایط بحرانی و ویژه، درنگ بیشتری داشته باشند؛ چراکه شرایط سیاسی و اقتصادی به حدی نیست که سراغ تعطیلی بورس برویم.

با یا بیان اینکه باید اجازه بدهیم بازار راه خود را برود، گفت: این مناقشات طولانی نیست و به طور قطع تصمیمات هیجانی منضررانی خواهد داشت. کسانی که در شرایط بحرانی تصمیم ناگهانی و هیجان‌زده نگرفته باشند، در آینده تصمیمات با کیفیت‌تری خواهند گرفت.

گفتنی است در روزهای اخیر بورس استانبول تعطیل شد و در همین راستا برخی افراد با استناد به نوسانات اخیر بازار سرمایه درباره لزوم تعطیلی بورس تهران سخن گفتند که «مجید عشقی» رئیس سازمان بورس، تصمیم‌گیری در این زمینه را در اختیارات شورای عالی بورس دانست، اما گفت که نوسانات اخیر از ریسک‌های سیاسی نشأت گرفته است که فعلا کنترل خواهد شد. از طرف دیگر صندوق توسعه ملی متعهد شده است تا پایان سال ۶۰۰۰ میلیارد تومان به بورس پرداخت کند که تاکنون ۳۸۰۰ میلیارد تومان از این مبلغ پرداخت شده و ۴۰۰ میلیارد تومان از این رقم نیز روز یکشنبه همین هفته واریز شد. در همین روز «میرمهدی صیانی»، سخنگوی سازمان بورس نیز در توثیتی نوشت که با توجه به شایعات مطرح شده در فضای مجازی پیرامون تداوم فعالیت بازار سرمایه، به اطلاع می‌رساند هیچ پیشنه‌ای در خصوص توقف معاملات در دستور کار قرار ندارد.

به زودی از سامانه رونمایی می‌شود

ردگذشت ۲،۷ میلیون نفر از سهامداران عدالت

از سال ۱۳۸۴ تاکنون بیش از ۳ میلیون و ۷۰۰ هزار نفر از سهامداران سهام عدالت درگذشته‌اند؛ در راستای انتقال سهام عدالت متوفیان، قرار است به‌زودی از سامانه میراث به جهت انتقال مکانیزه داریی متوفیان رونمایی شود. «محمود حسنلو» معاون فناوری و توسعه نوآوری شرکت سپرده‌گذاری مرکزی اوراق بهادار در همایش تشریح فرآیند انتقال سهام عدالت متوفیان به وراث، از سامانه تسهیم هوشمند و انتقال مکانیزه داریی متوفیان سهام عدالت به وراث استیمن (سامانه میراث) خبر داد و به گفته او، رونمایی از این سامانه دغدغه حدود ۱۵ میلیون نفر را حل و فصل می‌کند.

«حسنلو» با بیان اینکه بیش از ۳ میلیون و ۷۰۰ هزار نفر سهامدار سهام عدالت تا سال ۱۳۸۴ درگذشته‌اند، افزود: در حال حاضر بیش از ۲۴ میلیون نفر در سامانه سجام ثبت نام کرده‌اند که این موضوع برای شرکت‌های کارگزاری یک فرصت ویژه را شکل داده است. در موضوع تقسیم قهری سهام عدالت به وراث نیز مجددا یک فرصت نهفته برای کارگزاران به وجود می‌آید و با توجه به اینکه بیش از ۳ میلیون و ۷۰۰ هزار متوفی سهام عدالت در ایران وجود دارد، پیش‌بینی می‌کنیم که یک جامعه حدود ۱۵ میلیون نفری برای ورود به بازار سهام در انتظار صنعت کارگزاری باشند که می‌تواند یک فرصت بزرگ و مغتنم برای کارگزاران در جهت جذب مشتریان جدید باشد. او با اعلام اینکه اجرائی طرح انتقال سهام متوفیان سهام عدالت به وراث براساس زمانبندی و ساف فونت آنها خواهد بود، افزود: شرکت سپرده‌گذاری مرکزی در ادامه مسیر تحول دیجیتال خود با رونمایی از سامانه (میراث) در روزهای آتی تقسیم هوشمند و انتقال مکانیزه داریی متوفیان سهام عدالت به وراث را به صورت الکترونیک انجام می‌دهد و پیش‌بینی می‌کنیم تا قبل از پایان سال جاری انتقال سهام عدالت همه متوفیان به وراث تعیین تکلیف شود. به گفته وی، شرکت سپرده‌گذاری مرکزی در فرآیند تسهیم و انتقال هیچ گونه پیامکی از سرط‌های شماره‌دار و بدون ماسک ارسال نمی‌کند، این پیامک‌ها بی‌اعتبار است و مردم نباید به این پیامک‌ها توجه کنند. گفتنی است که وراث سهام عدالت می‌توانند برای دریافت جدول زمان‌بندی و تشکیل پرونده به درگاه ذی‌نفعان بازار سرمایه به آدرس **ddn.csdiran.ir** و برای اطلاع از آخرین اخبار و رویدادهای این طرح ملی به سایت اینترنتی شرکت سپرده‌گذاری مرکزی به نشانی **www.csdiran.ir** مراجعه کنند.

پرداخت ۷۱ هزار میلیارد سود نقدی به سهامداران

از ابتدای سال تا هفته اول آبان، ۷۱ هزار میلیارد تومان سود از طریق اطلاعات سامانه سجام به حساب سهامداران واریز شد. اطلاعات منتشرشده از سوی شرکت سپرده‌گذاری مرکزی اوراق بهادار، تسویه وجوه درخصوص جزئیات واریز سود سهامداران در هفته اول آبان ماه امسال حاکی از آن است که ۱۶ هزار سود جاری و ستواتی ۵۲۱ هزار و ۸۱۹ میلیارد را که شامل یک یک هزار و ۸۰ میلیارد تومان می‌شود را با حساب سجامی سرمایه‌گذاران واریز کرده‌اند.

بنابرای این گزارش در هفته اول آبان ماه امسال، ۱۴ شرکت «سرمایه‌گذاری تدبیرگران فارس و خوزستان، اقتصادی و خودکفایی آزادگان، تولید ژلاتین کیسپول ایران، صنایع مس شهید باهنر، گروه صنعتی و معدنی امیر، داروسازی تهران دارو، تراکتورسازی ایران، ایران خودرو دیزل، لبنیات پاک، سوزمیران، کی‌بی‌سی، ایران تایر، چرخشگر وکاغذپارس» سود جاری ۴۲۷ هزار و ۱۲۲ سهامدار که شامل یک هزار و ۲۰ میلیارد تومان می‌شود را توسط سمات و از طریق سامانه سجام واریز کرده‌اند. همچنین آمارهای منتشرشده از سوی شرکت سپرده‌گذاری مرکزی اوراق بهادار، تسویه وجوه نشان می‌دهد که از ابتدای سال ۱۴۰۲ تا پایان هفته اول آبان ماه، سود جاری و ستواتی ۵۴۶ نانشر، متعلق به ۵۵ میلیون و ۱۰۳ هزار سهامدار که شامل ۷۱ هزار و ۵۱ میلیارد تومان می‌شود را توسط سمات و از طریق سامانه سجام واریز شده است.

فرصت امروز: شاخص کل بورس تهران در معاملات روز دوشنبه، دو برابر روز یکشنبه رشد کرد. شاخص کل در دومین روز هفته ۱۰ هزار واحد بالا آمد و دیروز در سومین روز هفته بیش از ۲۰ هزار واحد صعود کرد. شاخص کل بورس با این صعود ۲۰ هزار واحدی به سطح ۲ میلیون واحدی نزدیک‌تر شد. جریان خروج پول حقیقی نیز پس از ۹ روز معاملاتی بالاخره متوقف شد و ۸۴ میلیارد تومان پول حقیقی به بازار سهام وارد شد.

در معاملات روز دوشنبه ۸ آبان ماه، شاخص کل بورس ۲۰ هزار و ۲۶۲ واحد نسبت به روز کاری قبل بالاتر ایستاد و به سطح یک میلیون و ۹۸۱ هزار واحد رسید. شاخص کل هم‌وزن نیز با رشد ۱۱ هزار و ۱۱۲ واحدی در تراز ۶۷۰ هزار و ۱۱۷ واحدی ایستاد. در آن سوی بازار هم شاخص کل فرابورس با رشد ۲۷۹ واحدی به رقم ۲۴ هزار و ۳۴۰ واحد و شاخص هم‌وزن فرابورس با افزایش ۲ هزار و ۶۱۳ واحدی به سطح ۱۱۸ هزار و ۷۹۳ واحد رسید. خالص تغییر مالکیت حقوقی به حقیقی بازار پس از ۹ روز معاملاتی مثبت شد و ۸۴ میلیارد تومان پول حقیقی به بازار سهام وارد شد. نماد شگوپا بیشترین ورود پول حقیقی را داشت که ارزش آن ۱۸ میلیارد تومان بود. پس از شگوپا، نمادهای کماسه، تیردیس، حفاری و غنهبوش بیشترین ورود پول حقیقی را داشتند. در میان گروه‌ها نیز گروه محصولات شیمیایی بیشترین ورود سرمایه را ثبت کرد. در سوی دیگر، بیشترین خروج پول حقیقی به نمادهای نیان، خودرو، خساپا، بهاس و شارد تعلق داشت

قولا، شستا و شپنا از جمله نمادهای سبزیوش بورس بودند که بیشترین اثر را در رشد شاخص کل داشتند. در مقابل جبه، مبین و رانفور از نمادهای فرمز بودند که اثر منفی بر شاخص داشتند. در فرابورس نیز نمادهای شگوپا، خاور و وسپهر بیشترین اثر افزایشی را بر شاخص داشتند و نمادهای مارون، ارفع و نیان با بیشترین اثر کاهشده بر شاخص کل همراه شدند. در بین نمادهای پرتراکنش بورس نماد خگستر بیشترین تراکنش را داشت و مسفها و خودرو در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند. در فرابورس نیز نیان، خاور و کرمان بیشترین تراکنش را داشتند.

فرصت امروز: شاخص کل بورس تهران در معاملات روز دوشنبه، دو برابر روز یکشنبه رشد کرد. شاخص کل در دومین روز هفته ۱۰ هزار واحد بالا آمد و دیروز در سومین روز هفته بیش از ۲۰ هزار واحد صعود کرد. شاخص کل بورس با این صعود ۲۰ هزار واحدی به سطح ۲ میلیون واحدی نزدیک‌تر شد. جریان خروج پول حقیقی نیز پس از ۹ روز معاملاتی بالاخره متوقف شد و ۸۴ میلیارد تومان پول حقیقی به بازار سهام وارد شد.

در معاملات روز دوشنبه ۸ آبان ماه، شاخص کل بورس ۲۰ هزار و ۲۶۲ واحد نسبت به روز کاری قبل بالاتر ایستاد و به سطح یک میلیون و ۹۸۱ هزار واحد رسید. شاخص کل هم‌وزن نیز با رشد ۱۱ هزار و ۱۱۲ واحدی در تراز ۶۷۰ هزار و ۱۱۷ واحدی ایستاد. در آن سوی بازار هم شاخص کل فرابورس با رشد ۲۷۹ واحدی به رقم ۲۴ هزار و ۳۴۰ واحد و شاخص هم‌وزن فرابورس با افزایش ۲ هزار و ۶۱۳ واحدی به سطح ۱۱۸ هزار و ۷۹۳ واحد رسید. خالص تغییر مالکیت حقوقی به حقیقی بازار پس از ۹ روز معاملاتی مثبت شد و ۸۴ میلیارد تومان پول حقیقی به بازار سهام وارد شد. نماد شگوپا بیشترین ورود پول حقیقی را داشت که ارزش آن ۱۸ میلیارد تومان بود. پس از شگوپا، نمادهای کماسه، تیردیس، حفاری و غنهبوش بیشترین ورود پول حقیقی را داشتند. در میان گروه‌ها نیز گروه محصولات شیمیایی بیشترین ورود سرمایه را ثبت کرد. در سوی دیگر، بیشترین خروج پول حقیقی به نمادهای نیان، خودرو، خساپا، بهاس و شارد تعلق داشت

قولا، شستا و شپنا از جمله نمادهای سبزیوش بورس بودند که بیشترین اثر را در رشد شاخص کل داشتند. در مقابل جبه، مبین و رانفور از نمادهای فرمز بودند که اثر منفی بر شاخص داشتند. در فرابورس نیز نمادهای شگوپا، خاور و وسپهر بیشترین اثر افزایشی را بر شاخص داشتند و نمادهای مارون، ارفع و نیان با بیشترین اثر کاهشده بر شاخص کل همراه شدند. در بین نمادهای پرتراکنش بورس نماد خگستر بیشترین تراکنش را داشت و مسفها و خودرو در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند. در فرابورس نیز نیان، خاور و کرمان بیشترین تراکنش را داشتند.

فرصت امروز: شاخص کل بورس تهران در معاملات روز دوشنبه، دو برابر روز یکشنبه رشد کرد. شاخص کل در دومین روز هفته ۱۰ هزار واحد بالا آمد و دیروز در سومین روز هفته بیش از ۲۰ هزار واحد صعود کرد. شاخص کل بورس با این صعود ۲۰ هزار واحدی به سطح ۲ میلیون واحدی نزدیک‌تر شد. جریان خروج پول حقیقی نیز پس از ۹ روز معاملاتی بالاخره متوقف شد و ۸۴ میلیارد تومان پول حقیقی به بازار سهام وارد شد.

با بررسی نرخ بیکاری استان‌های کشور می‌توان به میانگین نرخ بیکاری کشوری ۷،۹ درصدی در تابستان امسال رسید. بیشترین میزان بیکاری به ترتیب در استان‌های آذربایجان شرقی با ۱۲،۵ درصد، آذربایجان غربی با ۱۱،۵ درصد، اردبیل با ۱۱،۱ درصد و اصفهان و البرز با ۱۰،۳ درصد به چشم می‌خورد. نرخ مشارکت اقتصادی نیز در تابستان امسال نسبت به تابستان سال گذشته ۰،۶ درصد افزایش یافت. زنان فارغ‌التحصیل بیکار به طور میانگین، سهمی معادل ۶،۸۸ درصد از کل بیکاران کشور را داشته‌اند. اشتغال افراد جامعه یکی از مسائل اقتصادی مهم در هر کشوری است و همواره سیاستمداران به دنبال افزایش اشتغال و کاهش نرخ بیکاری هستند. آخرین گزارش مرکز آمار نشان می‌دهد نرخ بیکاری در تابستان ۱۴۰۲ به ۷،۹ درصد رسیده و روندی کاهشی نسبت به فصل بهار داشته است. در ادبیات اقتصادی به فرادی بیکار گفته می‌شود که در سن کار یعنی ۱۵ تا ۶۵ سال باشد و به دنبال یافتن شغل باشد اما قادر به یافتن شغل یا منبع درآمدی نباشد. با بررسی داده‌های جمعیت کشور در گروه‌های سنی می‌توان مشاهده کرد که از کل جمعیت کشور حدود ۶۴،۴ میلیون نفر ۱۵ساله و بیشتر هستند و از بین آنها حدود ۲۶،۸ میلیون نفر افراد فعال را تشکیل می‌دهند. افراد فعال نیز مجموع گروه شاغلین و بیکاران است یا مجموع افرادی که توانایی کار کردن را دارند.

براساس داده‌های مرکز آمار، میزان جمعیت شاغل ۱۵ ساله و بیشتر در کشور از حدود ۲۲،۵ میلیون نفر در سال ۱۳۹۵ به ۲۴،۶ میلیون نفر افزایش پیدا کرده و رشدی ۹،۵ درصدی داشته است. از سوی دیگر، میزان جمعیت بیکار ۱۵ ساله و بیشتر در کشور از حدود ۳ میلیون و ۱۹۸ هزار نفر در سال ۱۳۹۵ به ۲ میلیون و ۱۱۶ هزار نفر کاهش پیدا کرده و کاهش درصدی داشته است. از طرف دیگر، براساس گزارش‌های مرکز آمار در تابستان ۱۴۰۲ تعداد افراد بیکار در گروه‌های سنی ۱۵ تا ۲۴ ساله که گروه جمعیتی جوان کشور را تشکیل می‌دهند، به ۵۲۶ هزار و ۱۸۱ نفر رسید و نرخ بیکاری ۲۰،۱ درصدی را برای این گروه سنی به ثبت رساند. همچنین نرخ بیکاری مردان در گروه سنی ۱۵ الی ۲۴ ساله حدود ۱۷،۴ درصد و نرخ بیکاری زنان این گروه سنی ۳۰،۴ درصد بوده است. مشاهده کرد که نرخ مشارکت اقتصادی افراد در تابستان ۱۴۰۲ به ۴۱،۶ درصد رسیده است. نرخ مشارکت اقتصادی افراد در تابستان امسال نسبت به تابستان سال گذشته تنها ۰،۶ درصد افزایش داشته است. میانگین نرخ مشارکت اقتصادی ۱۵ ساله‌ها و بیشتر طی دو دهه گذشته حدود ۴۲،۱ درصد بود. همچنین با بررسی میزان نرخ مشارکت اقتصادی جمعیت ۱۵ ساله و بیشتر طی دو دهه گذشته می‌توان دریافت که نرخ مشارکت اقتصادی از ۴۶،۶ درصد در سال ۱۳۸۵ به ۴۱،۶ درصد در سال ۱۴۰۲ رسیده و کاهش ۵ درصدی را تجربه کرده است.

به گزارش «اقتصاد آنلاین»، نرخ مشارکت اقتصادی نیروی کار نشان‌دهنده نسبت افراد فعال یا همان مجموع افراد شاغل و بیکار به کل جمعیت در سن کار است. در واقع نرخ مشارکت اقتصادی مشخص

بیکاری

ورود سرمایه حقیقی به بازار سهام پس از ۲ هفته

صعود بورس ۲ برابر شد



ارزش معاملات کل بازار سهام به ۲۳۳ هزار و ۶۵۸ میلیارد تومان رسید. ارزش معاملات اوراق بدهی در بازار ثانویه ۲۲۵ هزار و ۱۴۸ میلیارد تومان بود که ۶۹۹ درصد از ارزش کل معاملات بازار را در این روز شامل می‌شود. ارزش معاملات خرد نیز با افزایش ۱۱ درصدی به نسبت روز معاملاتی قبل به رقم ۳ هزار و ۸۰۴ میلیارد تومان رسید. نماد خگستر بیشترین ارزش معاملات بازار سهام را به خود اختصاص داد که ارزش معاملات آن ۸۷ میلیارد تومان بود. پس از خگستر، خودرو بیشترین ارزش معاملات را داشت و فاذر رتبه سوم بیشترین ارزش معاملات را به خود اختصاص داد و پس از آن، دو نماد شاهد و نیان در رتبه‌های بعدی بیشترین ارزش معاملات قرار گرفتند. در جدول حجم معاملات نیز سهام فاذر با تعداد ۲۹۶ میلیون و ۸۶۵ هزار و ۹۰۸ سهم در صدر قرار گرفته است. شستا در رتبه دویم بیشترین حجم معاملات بازار قرار گرفت و رتبه سوم به خودرو تعلق داشت. دو نماد خگستر و خساپا نیز در رتبه‌های بعدی بیشترین حجم معاملات بازار قرار داشتند. در معاملات روز گذشته، ۷۸ نماد صف خرید داشتند و ۵۸ نماد با صف فروش مواجه شدند. مجموع ارزش صف‌های خرید با افت ۹ درصدی نسبت به روز کاری قبل سه ۲۴۱ میلیارد تومان کاهش یافت و مجموع ارزش صف‌های فروش نیز با کاهش ۲۴ درصدی به ۵۰۳ میلیارد تومان رسید. براساس این گزارش، شاخص کل بورس تهران در معاملات هشتمین روز آبان به روند صعودی خود ادامه داد تا پس از افت‌های چند روز اخیر دوباره به عدد ۲ میلیون واحد نزدیک شود و به نوعی در بازار سرمایه با این اعداد و ارقام آبروراری کرده باشند. ارزش معاملات در این روز به ۵ هزار میلیارد تومان نزدیک شده و ارزش بازار بورس تهران در محدوده‌های کمتر از ۷ هزار همتی ایستاد. اخیر نمادی بود در که در روز گذشته باز هم مورد توجه اهالی بازار سرمایه قرار گرفت تا باز هم بحث تجدید ارزیابی دارایی‌ها بر سر زبان‌ها قرار بگیرد که البته اهالی بازار امیدوار هستند که این موضوع تنها خبردرمانی برای حفظ سطح شاخص نباشد و این موضع باعث عمل به خرید بگردد. از سویی این گزارش نیز همچنان مخالفانی، آن هم درخصوص بحث استهلاک‌های انباشته

مشارکت ۴ برابری مردان نسبت به زنان در تابستان ۱۴۰۲

بیکاری در کدام دهک بالاتر است؟

می‌کند که چند درصد از افرادی که توانایی کار کردن را دارند، مشغول به کار و یا حتی به دنبال کار هستند. همزمان با کاهش نرخ مشارکت اقتصادی نیروی کار، نرخ بیکاری نیز کاهش می‌یابد. در واقع کاهش بیشتر و بی‌سابقه نرخ بیکاری به ۷،۹ درصد به علت کاهش مشارکت اقتصادی نیروی کار بوده است.

براساس داده‌های مرکز آمار و با بررسی سهم بیکاران تحصیلکرده از کل بیکاران می‌توان مشاهده کرد که در تابستان امسال حدود ۴۲،۸ درصد از کل بیکاران کشور در گروه فارغ‌التحصیلان آموزش عالی قرار دارند. از میان این فارغ‌التحصیلان بیکار، مردان فارغ‌التحصیل بیکار سهمی معادل ۳۰،۵ درصد را به خود اختصاص دادند و زنان فارغ‌التحصیل نیکار نیز سهم بیشتری معادل ۶۶،۳ درصدی را دارند. سهم زنان فارغ‌التحصیل بیکار در برابر سهم مردان فارغ‌التحصیل بیکار از کل بیکاران کشور است. سهم کل فارغ‌التحصیلان آموزش عالی بیکار نسبت به سال گذشته افزایشی بوده و رشدی ۲،۸ درصدی را داشته است. سهم فارغ‌التحصیلان کل و زنان و مردان بیکار طی سال‌های ۱۳۹۷ الی تابستان ۱۴۰۲ مورد بررسی قرار گرفته است. در این سال‌ها مردان فارغ‌التحصیل بیکار از ۲۰،۷ میانگین، سهمی به میزان ۲۸ درصد از کل بیکاران کشور را داشته‌اند. از طرف دیگر، زنان فارغ‌التحصیل بیکار به طور میانگین، سهمی معادل ۶۸،۸ درصد از کل بیکاران کشور را داشته‌اند.

از سوی دیگر، استان یزد با نرخ بیکاری معادل ۵،۱ درصد جایگاه نخست در کمترین میزان نرخ بیکاری در بین استان‌های کشور را به خود اختصاص داده است. بعد از آن، استان‌های همدان، هرمزگان، مرکزی و مازندران به ترتیب با نرخ بیکاری ۵،۱ درصد، ۶،۲ درصد، ۶،۳ درصد و ۶،۴ درصد جایگاه‌های دوم تا پنجم کمترین میزان نرخ بیکاری در کشور قرار دارند. در استان‌هایی که میزان نرخ بیکاری بیشتری نسبت به سایر استان‌ها وجود دارد، میزان نرخ مشارکت اقتصادی در آنها نسبت به سایر استان‌ها کمتر است. به طوری که استان آذربایجان شرقی با نرخ بیکاری ۱۲،۵ درصد بیشترین میزان بیکاری نیروی کار را به خود اختصاص داده است و نرخ مشارکت اقتصادی در این استان به کمترین میزان نسبت به سایر استان‌ها رسیده است که معادل ۳۴،۸ درصد است. در واقع نرخ بیکاری با نرخ مشارکت اقتصادی نیروی کار سنجیده می‌شود تا نتیجه درست‌تری حاصل گردد.

زنان و مردان به عنوان نیروهای کار در بازار کار از جنبه‌های مختلفی همچون، میزان درآمد دریافتی، نوع شغل، نرخ مشارکت، نرخ بیکاری و … متفاوت هستند. بررسی میزان نرخ بیکاری زنان و مردان طی سال‌های ۱۳۹۵ الی تابستان ۱۴۰۲ نشان می‌دهد که نرخ بیکاری مردان از ۱۰،۵ درصد در سال ۱۳۹۵ به ۶،۳ درصد در تابستان ۱۴۰۲ رسیده و به میزان ۴،۲ درصد کاهش پیدا کرده است. از سوی دیگر، نرخ بیکاری زنان از ۲۰،۷ درصد در سال ۱۳۹۵ به ۱۵،۴ درصد در تابستان ۱۴۰۲ رسیده و به میزان ۵،۳ درصد کاهش یافته است. نرخ بیکاری زنان در سال ۱۳۹۵ حدود ۱،۹ برابر نرخ بیکاری مردان بوده و این نسبت در تابستان سال جاری به ۲،۴

برابر رسیده است. نرخ مشارکت اقتصادی مردان از ۷۰،۴ درصد در سال ۱۳۹۵ به ۶۸،۶ درصد در تابستان ۱۴۰۲ رسیده و به میزان ۱۶،۳ درصد افزایش یافته است. از سوی دیگر، نرخ مشارکت اقتصادی زنان از ۱۶،۳ درصد در سال ۱۳۹۵ به ۱۴،۶ درصد در تابستان ۱۴۰۲ رسیده و به میزان ۱،۷ درصد کاهش یافته است. نرخ مشارکت اقتصادی مردان در سال ۱۳۹۵ حدود ۴،۳ برابر نرخ مشارکت اقتصادی زنان بوده و این نسبت در تابستان سال جاری به ۴،۲ درصد کاهش یافته است. از سوی دیگر، نرخ مشارکت اقتصادی زنان از ۲۰،۷ درصد در سال ۱۳۹۵ به ۱۵،۴ درصد در تابستان ۱۴۰۲ رسیده و به میزان ۵،۳ درصد کاهش یافته است. نرخ بیکاری زنان در سال ۱۳۹۵ حدود ۱،۹ برابر نرخ بیکاری مردان بوده و این نسبت در تابستان سال جاری به ۲،۴

برابر رسیده است. نرخ مشارکت اقتصادی مردان از ۷۰،۴ درصد در سال ۱۳۹۵ به ۶۸،۶ درصد در تابستان ۱۴۰۲ رسیده و به میزان ۱۶،۳ درصد افزایش یافته است. از سوی دیگر، نرخ مشارکت اقتصادی زنان از ۱۶،۳ درصد در سال ۱۳۹۵ به ۱۴،۶ درصد در تابستان ۱۴۰۲ رسیده و به میزان ۱،۷ درصد کاهش یافته است. نرخ مشارکت اقتصادی مردان در سال ۱۳۹۵ حدود ۴،۳ برابر نرخ مشارکت اقتصادی زنان بوده و این نسبت در تابستان سال جاری به ۴،۲ درصد کاهش یافته است. از سوی دیگر، نرخ مشارکت اقتصادی زنان از ۲۰،۷ درصد در سال ۱۳۹۵ به ۱۵،۴ درصد در تابستان ۱۴۰۲ رسیده و به میزان ۵،۳ درصد کاهش یافته است. نرخ بیکاری زنان در سال ۱۳۹۵ حدود ۱،۹ برابر نرخ بیکاری مردان بوده و این نسبت در تابستان سال جاری به ۲،۴

برابر رسیده است. نرخ مشارکت اقتصادی مردان از ۷۰،۴ درصد در سال ۱۳۹۵ به ۶۸،۶ درصد در تابستان ۱۴۰۲ رسیده و به میزان ۱۶،۳ درصد افزایش یافته است. از سوی دیگر، نرخ مشارکت اقتصادی زنان از ۱۶،۳ درصد در سال ۱۳۹۵ به ۱۴،۶ درصد در تابستان ۱۴۰۲ رسیده و به میزان ۱،۷ درصد کاهش یافته است. نرخ مشارکت اقتصادی مردان در سال ۱۳۹۵ حدود ۴،۳ برابر نرخ مشارکت اقتصادی زنان بوده و این نسبت در تابستان سال جاری به ۲،۴

برابر رسیده است. نرخ مشارکت اقتصادی مردان از ۷۰،۴ درصد در سال ۱۳۹۵ به ۶۸،۶ درصد در تابستان ۱۴۰۲ رسیده و به میزان ۱۶،۳ درصد افزایش یافته است. از سوی دیگر، نرخ مشارکت اقتصادی زنان از ۱۶،۳ درصد در سال ۱۳۹۵ به ۱۴،۶ درصد در تابستان ۱۴۰۲ رسیده و به میزان ۱،۷ درصد کاهش یافته است. نرخ مشارکت اقتصادی مردان در سال ۱۳۹۵ حدود ۴،۳ برابر نرخ مشارکت اقتصادی زنان بوده و این نسبت در تابستان سال جاری به ۲،۴

برابر رسیده است. نرخ مشارکت اقتصادی مردان از ۷۰،۴ درصد در سال ۱۳۹۵ به ۶۸،۶ درصد در تابستان ۱۴۰۲ رسیده و به میزان ۱۶،۳ درصد افزایش یافته است. از سوی دیگر، نرخ مشارکت اقتصادی زنان از ۱۶،۳ درصد در سال ۱۳۹۵ به ۱۴،۶ درصد در تابستان ۱۴۰۲ رسیده و به میزان ۱،۷ درصد کاهش یافته است. نرخ مشارکت اقتصادی مردان در سال ۱۳۹۵ حدود ۴،۳ برابر نرخ مشارکت اقتصادی زنان بوده و این نسبت در تابستان سال جاری به ۲،۴

برابر رسیده است. نرخ مشارکت اقتصادی مردان از ۷۰،۴ درصد در سال ۱۳۹۵ به ۶۸،۶ درصد در تابستان ۱۴۰۲ رسیده و به میزان ۱۶،۳ درصد افزایش یافته است. از سوی دیگر، نرخ مشارکت اقتصادی زنان از ۱۶،۳ درصد در سال ۱۳۹۵ به ۱۴،۶ درصد در تابستان ۱۴۰۲ رسیده و به میزان ۱،۷ درصد کاهش یافته است. نرخ مشارکت اقتصادی مردان در سال ۱۳۹۵ حدود ۴،۳ برابر نرخ مشارکت اقتصادی زنان بوده و این نسبت در تابستان سال جاری به ۲،۴

برابر رسیده است. نرخ مشارکت اقتصادی مردان از ۷۰،۴ درصد در سال ۱۳۹۵ به ۶۸،۶ درصد در تابستان ۱۴۰۲ رسیده و به میزان ۱۶،۳ درصد افزایش یافته است. از سوی دیگر، نرخ مشارکت اقتصادی زنان از ۱۶،۳ درصد در سال ۱۳۹۵ به ۱۴،۶ درصد در تابستان ۱۴۰۲ رسیده و به میزان ۱،۷ درصد کاهش یافته است. نرخ مشارکت اقتصادی مردان در سال ۱۳۹۵ حدود ۴،۳ برابر نرخ مشارکت اقتصادی زنان بوده و این نسبت در تابستان سال جاری به ۲،۴

برابر رسیده است. نرخ مشارکت اقتصادی مردان از ۷۰،۴ درصد در سال ۱۳۹۵ به ۶۸،۶ درصد در تابستان ۱۴۰۲ رسیده و به میزان ۱۶،۳ درصد افزایش یافته است. از سوی دیگر، نرخ مشارکت اقتصادی زنان از ۱۶،۳ درصد در سال ۱۳۹۵ به ۱۴،۶ درصد در تابستان ۱۴۰۲ رسیده و به میزان ۱،۷ درصد کاهش یافته است. نرخ مشارکت اقتصادی مردان در سال ۱۳۹۵ حدود ۴،۳ برابر نرخ مشارکت اقتصادی زنان بوده و این نسبت در تابستان سال جاری به ۲،۴

برابر رسیده است. نرخ مشارکت اقتصادی مردان از ۷۰،۴ درصد در سال ۱۳۹۵ به ۶۸،۶ درصد در تابستان ۱۴۰۲ رسیده و به میزان ۱۶،۳ درصد افزایش یافته است. از سوی دیگر، نرخ مشارکت اقتصادی زنان از ۱۶،۳ درصد در سال ۱۳۹۵ به ۱۴،۶ درصد در تابستان ۱۴۰۲ رسیده و به میزان ۱،۷ درصد کاهش یافته است. نرخ مشارکت اقتصادی مردان در سال ۱۳۹۵ حدود ۴،۳ برابر نرخ مشارکت اقتصادی زنان بوده و این نسبت در تابستان سال جاری به ۲،۴

برابر رسیده است. نرخ مشارکت اقتصادی مردان از ۷۰،۴ درصد در سال ۱۳۹۵ به ۶۸،۶ درصد در تابستان ۱۴۰۲ رسیده و به میزان ۱۶،۳ درصد افزایش یافته است. از سوی دیگر، نرخ مشارکت اقتصادی زنان از ۱۶،۳ درصد در سال ۱۳۹۵ به ۱۴،۶ درصد در تابستان ۱۴۰۲ رسیده و به میزان ۱،۷ درصد کاهش یافته است. نرخ مشارکت اقتصادی مردان در سال ۱۳۹۵ حدود ۴،۳ برابر نرخ مشارکت اقتصادی زنان بوده و این نسبت در تابستان سال جاری به ۲،۴

برابر رسیده است. نرخ مشارکت اقتصادی مردان از ۷۰،۴ درصد در سال ۱۳۹۵ به ۶۸،۶ درصد در تابستان ۱۴۰۲ رسیده و به میزان ۱۶،۳ درصد افزایش یافته است. از سوی دیگر، نرخ مشارکت اقتصادی زنان از ۱۶،۳ درصد در سال ۱۳۹۵ به ۱۴،۶ درصد در تابستان ۱۴۰۲ رسیده و به میزان ۱،۷ درصد کاهش یافته است. نرخ مشارکت اقتصادی مردان در سال ۱۳۹۵ حدود ۴،۳ برابر نرخ مشارکت اقتصادی زنان بوده و این نسبت در تابستان سال جاری به ۲،۴

برابر رسیده است. نرخ مشارکت اقتصادی مردان از ۷۰،۴ درصد در سال ۱۳۹۵ به ۶۸،۶ درصد در تابستان ۱۴۰۲ رسیده و به میزان ۱۶،۳ درصد افزایش یافته است. از سوی دیگر، نرخ مشارکت اقتصادی زنان از ۱۶،۳ درصد در سال ۱۳۹۵ به ۱۴،۶ درصد در تابستان ۱۴۰۲ رسیده و به میزان ۱،۷ درصد کاهش یافته است. نرخ مشارکت اقتصادی مردان در سال ۱۳۹۵ حدود ۴،۳ برابر نرخ مشارکت اقتصادی زنان بوده و این نسبت در تابستان سال جاری به ۲،۴

برابر رسیده است. نرخ مشارکت اقتصادی مردان از ۷۰،۴ درصد در سال ۱۳۹۵ به ۶۸،۶ درصد در تابستان ۱۴۰۲ رسیده و به میزان ۱۶،۳ درصد افزایش یافته است. از سوی دیگر، نرخ مشارکت اقتصادی زنان از ۱۶،۳ درصد در سال ۱۳۹۵ به ۱۴،۶ درصد در تابستان ۱۴۰۲ رسیده و به میزان ۱،۷ درصد کاهش یافته است. نرخ مشارکت اقتصادی مردان در سال ۱۳۹۵ حدود ۴،۳ برابر نرخ مشارکت اقتصادی زنان بوده و این نسبت در تابستان سال جاری به ۲،۴

برابر رسیده است. نرخ مشارکت اقتصادی مردان از ۷۰،۴ درصد در سال ۱۳۹۵ به ۶۸،۶ درصد در تابستان ۱۴۰۲ رسیده و به میزان ۱۶،۳ درصد افزایش یافته است. از سوی دیگر، نرخ مشارکت اقتصادی زنان از ۱۶،۳ درصد در سال ۱۳۹۵ به ۱۴،۶ درصد در تابستان ۱۴۰۲ رسیده و به میزان ۱،۷ درصد کاهش یافته است. نرخ مشارکت اقتصادی مردان در سال ۱۳۹۵ حدود ۴،۳ برابر نرخ مشارکت اقتصادی زنان بوده و این نسبت در تابستان سال جاری به ۲،۴

برابر رسیده است. نرخ مشارکت اقتصادی مردان از ۷۰،۴ درصد در سال ۱۳۹۵ به ۶۸،۶ درصد در تابستان ۱۴۰۲ رسیده و به میزان ۱۶،۳ درصد افزایش یافته است. از سوی دیگر، نرخ مشارکت اقتصادی زنان از ۱۶،۳ درصد در سال ۱۳۹۵ به ۱۴،۶ درصد در تابستان ۱۴۰۲ رسیده و به میزان ۱،۷ درصد کاهش یافته است. نرخ مشارکت اقتصادی مردان در سال ۱۳۹۵ حدود ۴،۳ برابر نرخ مشارکت اقتصادی زنان بوده و این نسبت در تابستان سال جاری به ۲،۴

برابر رسیده است. نرخ مشارکت اقتصادی مردان از ۷۰،۴ درصد در سال ۱۳۹۵ به ۶۸،۶ درصد در تابستان ۱۴۰۲ رسیده و به میزان ۱۶،۳ درصد افزایش یافته است. از سوی دیگر، نرخ مشارکت اقتصادی زنان از ۱۶،۳ درصد در سال ۱۳۹۵ به ۱۴،۶ درصد در تابستان ۱۴۰۲ رسیده و به میزان ۱،۷ درصد کاهش یافته است. نرخ مشارکت اقتصادی مردان در سال ۱۳۹۵ حدود ۴،۳ برابر نرخ مشارکت اقتصادی زنان بوده و این نسبت در تابستان سال جاری به ۲،۴

برابر رسیده است. نرخ مشارکت اقتصادی مردان از ۷۰،۴ درصد در سال ۱۳۹۵ به ۶۸،۶ درصد در تابستان ۱۴۰۲ رسیده و به میزان ۱۶،۳ درصد افزایش یافته است. از سوی دیگر، نرخ مشارکت اقتصادی زنان از ۱۶،۳ درصد در سال ۱۳۹۵ به ۱۴،۶ درصد در تابستان ۱۴۰۲ رسیده و به میزان ۱،۷ درصد کاهش یافته است. نرخ مشارکت اقتصادی مردان در سال ۱۳۹۵ حدود ۴،۳ برابر نرخ مشارکت اقتصادی زنان بوده و این نسبت در تابستان سال جاری به ۲،۴ برابر رسیده است. نرخ مشارکت اقتصادی مردان از ۷۰،۴ درصد در سال ۱۳۹۵ به ۶۸،۶ درصد در تابستان ۱۴۰۲ رسیده و به میزان ۱۶،۳ درصد افزایش یافته است. از سوی دیگر، نرخ مشارکت اقتصادی زنان از ۱۶،۳ درصد در سال ۱۳۹۵ به ۱۴،۶ درصد در تابستان ۱۴۰۲ رسیده و به میزان ۱،۷ درصد کاهش یافته است. نرخ مشارکت اقتصادی مردان در سال ۱۳۹۵ حدود ۴،۳ برابر نرخ مشارکت اقتصادی زنان بوده و این نسبت در تابستان سال جاری به ۲،۴ برابر رسیده است. نرخ مشارکت اقتصادی مردان از ۷۰،۴ درصد در سال ۱۳۹۵ به ۶۸،۶ درصد در تابستان ۱۴۰۲ رسیده و به میزان ۱۶،۳ درصد افزایش یافته است. از سوی دیگر، نرخ مشارکت اقتصادی زنان از ۱۶،۳ درصد در سال ۱۳۹۵ به ۱۴،۶ درصد در تابستان ۱۴۰۲ رسیده و به میزان ۱،۷ درصد کاهش یافته است. نرخ مشارکت اقتصادی مردان در سال ۱۳۹۵ حدود ۴،۳ برابر نرخ مشارکت اقتصادی زنان بوده و این نسبت در تابستان سال جاری به ۲،۴ برابر رسیده است. نرخ مشارکت اقتصادی مردان از ۷۰،۴ درصد در سال ۱۳۹۵ به ۶۸،۶ درصد در تابستان ۱۴۰۲ رسیده و به میزان ۱۶،۳ درصد افزایش یافته است. از سوی دیگر، نرخ مشارکت اقتصادی زنان از ۱۶،۳ درصد در سال ۱۳۹۵ به ۱۴،۶ درصد در تابستان ۱۴۰۲ رسیده و به میزان ۱،۷ درصد کاهش یافته است. نرخ مشارکت اقتصادی مردان در سال ۱۳۹۵ حدود ۴،۳ برابر نرخ مشارکت اقتصادی زنان بوده و این نسبت در تابستان سال جاری به ۲،۴

برابر رسیده است. نرخ مشارکت اقتصادی مردان از ۷۰،۴ درصد در سال ۱۳۹۵ به ۶۸،۶ درصد در تابستان ۱۴۰۲ رسیده و به میزان ۱۶،۳ درصد افزایش یافته است. از سوی دیگر، نرخ مشارکت اقتصادی زنان از ۱۶،۳ درصد در سال ۱۳۹۵ به ۱۴،۶ درصد در تابستان ۱۴۰۲ رسیده و به میزان ۱،۷ درصد کاهش یافته است. نرخ مشارکت اقتصادی مردان در سال ۱۳۹۵ حدود ۴،۳ برابر نرخ مشارکت اقتصادی زنان بوده و این نسبت در تابستان سال جاری به ۲،۴

راهی برای افزایش درآمد و سود در بازار

مدیریت درآمد (Revenue Management) چیست؟



را تعیین کنید، به مرور تبدیل به نوعی معما شده است. معمایی که کمتر کسی توان حل درستش را دارد.

ما در روزنامه فرصت امروز برای اینکه قیمت گذاری را بدل به نوعی بازی سرگرم کننده کنیم، الگوی شناور را به شما توصیه می کنیم. قیمت گذاری شناور در واقع نوعی بازگشت از قیمت های سفت و سخت به سوی تغییرات اساسی است. اینطوری شما می توانید کارتان را با تغییرات بازار هماهنگ سازید. نکته جالب اینکه مشتریان هم واکنش بسیار بهتری در قبال قیمت گذاری شناور دارند. به طوری که شما بدون هیچ مشکلی تا آخرین محصولتان در بازار را هم خواهید فروخت. ماجرا حساسی جالب شد، نه؟

توسعه کسب و کار در دنیای امروز نیازمند توجه به ابعاد محلی نیز هست. به همین خاطر شما باید کمی از خودگذشتگی به خرج داده و اوضاع را در بعد محلی نیز زیر ذره بین ببرید. توسعه کسب و کار در بعد محلی بیشتر از هر زمان دیگری بحث قیمت ها را مطرح می سازد. به طوری که شما برای ورود به یک بازار محلی و رقابت با برندهایی که اسم و رسمی برای خودشان دارند، نیاز به استفاده از سیستم نوین قیمت گذاری هستید. این امر به شما کمک می کند تا اوضاعتان را خیلی بهتر جلو ببرید؛ چراکه با قیمت های شناور عملاً مشتریان همیشه به ساطح قیمت های تازه شما غافلگیر خواهند شد. نتیجه چنین امری هم تمایل شان برای خرید بیشتر از کسب و کار شما خواهد بود. ماجرا حساسی جالب شد، نه؟

سخن پایانی

مدیریت درآمد یکی از استراتژی های اساسی در دنیای کسب و کار محسوب می شود. به این حال در طول سال های اخیر آبدیت های مهمی در این رابطه به وجود آمده که اوضاع را برای شما متفاوت می سازد. به همین خاطر ما در این مقاله به مرور برخی از مهمترین نکات در این رابطه پرداختیم. حالا شما آماده هستید تا به راحتی هرچه تمام تر از این اوضاع به سود خود و کسب و کارتان استفاده کنید.

یادتان باشد، مدیریت درآمد کاری نیست که شما یکبار برای همیشه انجام دهید. در عوض باید آن را به چشم یک مهارت نگاه کنید. اینطوری سرنوشت بهتری در انتظارتان خواهد بود. خب منابع و شوه های درآمدی یک برند که همیشه ثابت نیست، بنابراین باید خودتان را برای تغییرات احتمالی آماده نگه دارید. وگرنه خیلی زود در بازار غافلگیر شده و دیگر جایی برای توسعه کسب و کارتان باقی نمی ماند.

من و همکارانم در روزنامه فرصت امروز امیدواریم نکات مورد بحث در این مقاله به شما برای آشنایی با استراتژی مدیریت درآمد کمک کرده باشد. مثل همیشه اگر سوالی درباره نکات مورد بحث در مقاله داشتید، کارشناس های ما همیشه آماده پاسخگویی به شما هستند.

منابع:

com/revenue-management.https://learn.g2

نوعی توسعه بازار محسوب می شود که درآمد بهینه به همراه دارد. یادتان باشد، شما در بازار همیشه شانس موفقیت ندارید. بنابراین باید از شناسن هایی که در خانه تان را می زنند، به خوبی استفاده کنید. وگرنه کلاهتان در بازار پس معرکه خواهد بود.

جست و جو برای توسعه ارگانیک: میانبرهای عجیب را ول کنید! همه کارآفرینان دوست دارند یک شبه پولدار شده و اسم و رسمی برای خود به هم بزنند. با این حال در دنیای واقعی کمتر فرصتی برای کارآفرینان به منظور تحقق این رویا به وجود می آید. باور کنید یا نه، موفقیت در بازار کاری نیست که یک شبه انجام شود. به همین خاطر شما نیاز به سرمایه گذاری بلندمدت دارید. این کاری است که خیلی از کارآفرینان بلد نیستند به درستی انجام دهند.

احتمالاً شما هم در طول سال های اخیر با راهکارهای متنوعی جهت دور زدن جریان اصلی بازار رو به رو شده اید. راهایی که مثل میانبر به نظر می رسند، معمولاً به ناکجا ختم خواهند شد. به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم کارآفرینان باید کاملاً سنجیده در این زمینه عمل کنند.

اگر دوست دارید کسب و کارتان برای مدت زمانی بیشتر در بازار دوام بیاورد، بد نیست از همان ابتدا به دنبال توسعه ارگانیک کسب و کارتان باشید. این یعنی دور استراتژی های عجیب را خط کشیده و سعی کنید فقط با خلایق اوضاع تان در بازار را بهتر کنید.

مشتریان در همه جای دنیا یکسری الگوهای رفتاری مشخص دارند. شناسایی این الگوها به شما کمک می کند به مرور زمان بدل به همان برندی شوید که مشتریان انتظارش را دارند. پس لازم نیست خیلی به خودتان فشار آورده یا دنبال ایده های عجیب بروید. در عوض کارتان را ساده تر دنبال کرده و فقط روی شناسایی نیازهای اساسی مشتریان متمرکز شوید.

قبول دارم چشم پوشی از برخی میانبرهای هیجان انگیز در بازار خیلی سخت است. با این حال شما نباید اعتبار و آبروی برندتان را دودستی بر باد دهید. در عوض یک راهکار بهتر در این میان توجه به سرنوشت کسب و کارهایی است که از این میانبرها استفاده کرده اند. آیا میزان درآمد آنها در طول زمان افزایش داشته است؟ اگر جوابتان برای این سوال منفی است، اصلاً نباید سراغ آن میانبرها بروید؛ چراکه شما را هم به همین سرنوشت دچار می کند.

تعیین قیمت ها به طور شناور: آخرین مرحله کار

توسعه کسب و کار در سال های اخیر سخت تر از هر زمان دیگری شده است. افزایش سطح رقابت در کنار انتظارات فزاینده مشتریان اوضاع را به کام هر مدیری تلخ کرده است. به همین خاطر شما جای هیچ اشتباهی ندارید. یکی از مسائلی که این روزها حساسی بحثش داغ است، نوع قیمت گذاری برای محصولات است. اینکه شما چطور قیمت محصولاتتان

باشد، این هزینه ها خودش را در افزایش مداوم قیمت محصولات نشان خواهد داد. چه بسا به این فکر بیفتید که کیفیت نهایی محصولات را نیز تغییر دهید. آن وقت مشتریان حق دارند به فکر خرید محصولات از یک برند دیگر باشند.

نگاه انتقادی به اوضاع شرکت همیشه اطلاعات تازه ای تحویل شما می دهد. آیا مشتریان تان واقعا از سطح خدمات شما راضی هستند؟ خودتان را جای مشتریان ققرار داده و کمی در این رابطه فکر کنید. بی شک این کار به شما اطلاعات بسیار مهمی در راستای بهبود کسب و کارتان می دهد. بنابراین اگر فکر کرده اید در بازار بدون توجه به نیازها و دغدغه های مشتریان امکان موفقیت دارید، سخت در اشتباهید.

بازبایی مشتریان: ماموریتی حیاتی!

فرض کنید بعد از کلی سعی و تلاش باز هم تعدادی از مشتریان را از دست دادید. در این صورت دو راهکار بیشتر ندارید، یا اینکه زانوی غم بغل گرفته و تقصیر را گردن دیگران ببندید یا اینکه آستین ها را بالا زده و دنبال بازبایی مشتریان بروید. در هر صورت برای اینکه اوضاع تان در بازار بهبود پیدا کند، باید کمی هم که شده به فکر بازبایی مشتریان باشید.

برخی از کارآفرینان فکر می کنند انقدر مشتری در بازار هست که نیاز به بازبایی مشتریان از دست رفته نداشته باشند. خب در این صورت باید کمی با شما مخالفت کنیم؛ چراکه مشتریان از دست رفته خیلی زود نظرات منفی شان را به دیگران هم منتقل می کنند. آن وقت شما می مانید و کلی مشتری که حتی چشم دیدن شما را هم ندارند. این امر به کسب و کارتان ضربه مهمی را وارد کرده و اجازه نمی دهد کارتان را به خوبی جلو ببرید. بازبایی مشتریان کاری نیست که شما بدون برنامه ریزی انجام دهید. اولین راهبرد در این میان سرمایه گذاری بر روی بازبایی است. خب این روزها مشتریان بیشتر با چشم پشمان خرید می کنند. اگر کسب و کارتان دوباره برای مشتریان جلوه جالبی پیدا کند، خریدهای بی در پی شان از سر گرفته خواهد شد. بنابراین اصلاً نباید دست روی دست گذاشته و بی خیال باشید.

نکته دیگری که در این میان به شما کمک خواهد کرد، تلاش برای استفاده از نقطه نظر انتقادی است. خب احتمالاً برخورد یا رفتار کارمندان شما هم یک ایرادی داشته که اینطور مشتریان را عصبانی کرده است. رفع این ایرادات به بازبایی مشتریان کمک خواهد کرد. شما را نمی دانم، ولی من که اصلاً حاضر به خرید از برندی نیستم که دائماً رفتارهای عجیب یا خراج از عرف دارد. به همین خاطر آموزش نیروی کار در دنیای امروز بدل به امری فوق العاده حیاتی شده است.

شناسایی ریشه های درآمد آبی: به وقت حساب و کتاب

آیا تا حالا فکر کرده اید ریشه اصلی درآمد برندتان چیست؟ خیلی از کارآفرینان اصلاً نگاه دقیق به این حوزه ندارند. بی شک شما هم با مدیرانی کار کرده اید که فقط به فکر کسب درآمد هستند و به جزئیات توجهی ندارند. خب در این صورت درد مشترکی داریم. این کار مثل آن است که مدیرعامل باشگاهی مثل منچستر سیتی اصلاً به فکر هزینه های تیمش نباشد. اینطوری احتمالاً آخر فصل با محرومیت هایی از سوی یوفا برای فیریلی مالی رو به رو خواهد شد. این اتفاق برای کسب و کارها در قالب ورشکستگی روی می دهد. پس تا دیر نشده به فکر اوضاع مالی شرکتتان باشید.

شما در این بخش باید خیلی سریع سراغ تیم حسابداری شرکت بروید. اینطوری از ریز گزارش های مالی باخبر شده و امکان مدیریت اوضاع را به دست می آورید. نکته جالب اینکه گاهی اوقات برای شناسایی ریشه های اصلی درآمد باید نگاهی به بازار مصرف محصولاتتان هم داشته باشید. در این صورت هماهنگی با فروشندگ های محلی امری اساسی خواهد بود. این امر به شما کمک می کند تا بدون دردرس کارتان را جلو برده و نگران هیچ چیز نباشید.

وقتی گردآوری اطلاعات از سوی شما تمام شد، باید منابع اصلی درآمدتان را فهرست بندی کنید. حفظ این کانال های درآمدی تحت هر شرایطی ضروری است. بنابراین اصلاً نباید خودتان را گول زده یا دنبال کانال های دیگر بروید. اجازه دهید از یک مثال ساده استفاده کنیم. برند سامسونگ را در نظر بگیرید؛ این برند تقریباً هر نوع کالای دیجیتالی که فکرش را بکنید، تولید می کند. با این حال بازار گوشی های هوشمند برای این برند اهمیت خاصی دارد. بنابراین فروش موبایل یکی از کانال های درآمدی حیاتی این برند محسوب می شود. به طوری که از دست دادن این کانال درآمدی آنها را تا مرز ورشکستگی خواهد برد. به همین خاطر مدیریت بهینه اوضاع مالی در این حوزه امری ضروری خواهد بود.

شما بعد از اینکه منابع اصلی درآمدزایی تان را متوجه شدید، باید نیم نگاهی هم به توسعه آنها داشته باشید. اگر بخواهیم از مثال بالا استفاده کنیم، باید گفت سامسونگ بعد از مدتی فعالیت در بازار گوشی های هوشمند وارد عرصه تولید تبلت و لپ تاپ های باکیفیت نیز شد. این امر

نویسنده: علی آل علی

کارآفرینی که دنبال بهینه سازی سود و کسب درآمد بیشتر نباشد، خیلی زود شک همه را برمی انگیزد. خب مگر می شود آدم درگیر کسب و کار شده و فکرش به سمت سود بیشتر نرود؟ این در حالی است که خیلی از کارآفرینان خرده پا برای یک دلار سود بیشتر خود را به آب و آتش می زنند. البته همیشه قرار نیست از دل تلاش های بی پایان موفقیت حاصل شود. گاهی اوقات استفاده از یک استراتژی تازه همه معادلات را تغییر می دهد. این اتفاقی است که درباره مدیریت درآمد به مثابه یک استراتژی تازه روی داده است.

همه ما درباره ضرورت مدیریت درآمد و پول در دسترس مان نکات متنوعی شنیده ایم. خیلی وقت ها کارآفرینان برای اینکه از قافله عقب نمانند، دنبال استفاده از الگوهای متنوع جهت اثرگذاری بر روی مخاطب می روند. اگر نظر ما را بخواهید، بیشتر وقت ها مشکل در سمت خود شرکت نهفته است تا مشتریان. بنابراین مدیریت درآمد به شما کمک می کند تا اوضاع درون سازمانی تان را سر و سامان داده و آماده کارهای بزرگ شوید. اگر شما هم چند باری اصطلاح مدیریت درآمد به گوش تان خورده، اما فرق آن با توصیه های قدیمی را نمی دانید، این مقاله کاملاً مخصوص شماست. ما در این مقاله قصد داریم خیلی راحت و خودمانی سراغ برخی از مهمترین نکات در زمینه مدیریت درآمد برویم. اینطوری شما بدون هیچ دردسری با این استراتژی آشنا شده و امکان استفاده از آن در کسب و کارتان را خواهید داشت.

مدیریت درآمد: یک تعریف مدرن

مدیریت درآمد در قالب یک استراتژی به فرآیند تحلیل آمار و اطلاعات بازار به منظور پیش بینی رفتار احتمالی مشتریان اشاره دارد. هدف از این کارها افزایش درآمد و سود نهایی شرکت است. بنابراین شما در این استراتژی در نهایت با اوضاع شرکتتان را از یکسو و جو حاکم بر بازار را از سوی دیگر با هم مرتبط می سازید. اینطوری امکان اثرگذاری بهتر بر روی مخاطب را پیدا کرده و احتمال بروز خطا هم به طور قابل ملاحظه ای کاهش پیدا خواهد کرد.

نکته جالب اینکه امروزه خیلی از موسسات اقدام به طراحی نرم افزارهای مختلف برای مدیریت درآمد کرده اند. این امر به شما کمک می کند تا خیلی راحت تر بحث مدیریت سرمایه، آنالیز رفتار مشتریان و تصمیم گیری های مهم را دنبال کنید. با این حال همیشه لازم نیست با کلی و لخرچی به هدف تان برسید. ما در این مقاله به شما یاد می دهیم چطور بدون استفاده از نرم افزارهای گران کارتان را راه بیندازید.

استراتژی های مدیریت درآمد

مدیریت درآمد استراتژی تازه ای نیست. وقتی اولین بار کارآفرینان به فکر استفاده از این راهکار برای بهینه سازی سودشان افتادند، اواخر دهه ۷۰ میلادی بود. در آن زمان بحران مالی در اروپا و آمریکای شمالی به طور جدی همه کسب و کارها را نگران کرده بود. به همین خاطر کارآفرینان به این فکر افتادند تا از درآمد محدودشان بهترین استفاده را برده و در عین حال نیم نگاهی به افزایش درآمد در همین شرایط دشوار داشته باشند. نتیجه نهایی در این میان خلق استراتژی مدیریت درآمد به مثابه یک راهبرد اساسی در حوزه مدیریت مالی بود.

از دهه ۷۰ میلادی تا حالا خیلی چیزها در بازار عوض شده، اما هنوز هم ارزیابی اوضاع رقبا و بررسی رفتار مشتریان با اطلاعات دقیق اهمیت خودش را حفظ کرده است. بنابراین یادگیری استراتژی مدیریت درآمد همچنان اهمیت خواهد داشت. البته شما قرار نیست به همان سبک و سیاق گذشته این استراتژی را یاد بگیرید. در عوض ما اینجا هستیم تا اوضاع را به سود شما تغییر دهیم. پس با ما همراه باشید تا مدل جدید و به روز شده این استراتژی را با هم مرور کنیم.

کاهش نرخ ریزش مشتریان: گامی اساسی به سوی موفقیت

مشتریان معمولاً وقتی محصول یک برند مورد پسندشان نباشد، خیلی زود سراغ گزینه های دیگر می روند. خب این روزها انقدر برند در بازار هست که دست مشتریان را باز نگه دارد. به همین خاطر خیلی از کارآفرینان اصلاً دوست ندارند مشتریان وفادارشان را از دست دهند. البته در این میان نیاز به اجرای اقدامات فوری بیش از هر زمان دیگری احساس می شود. به همین خاطر شما نمی توانید دست روی دست گذاشته و فقط آرزوی ریزش کمتر مشتریان را داشته باشید.

یکی از نکات کلیدی که در مدیریت درآمد روی آن تاکید می شود، یافتن نقطه ضعفها یا به عبارت تخصصی، نقاط ریزش درآمد است. یکی از مهمترین نقاط هم نارضایتی مشتریان است. خب تا وقتی مشتریان از دست شما ناراضی باشند، جایی برای فعالیت درست و حساسی در بازار نمی ماند. اینطوری شما با کلی مشتری عصبانی تنها می مانید که اصلاً حوصله تان را هم ندارند.

اولین بحثی که شما در این بخش باید مد نظر قرار دهید، کاهش هزینه های جاری است. تا وقتی برند شما هزینه های سرسام آوری داشته



وزارت راه و ترابری
شرکت راه آهن جمهوری اسلامی ایران
(سایه سبز)

آگهی دعوت به ارزیابی کیفی فراخوان عمومی

مناقشه شماره ۵-۷۰۹-۱۴۰۲

شناسه آگهی: ۱۵۹۴۰۱۲

شرکت راه آهن ج ۱۱ در نظر دارد بنابراین نامه اجرایی بند ج ماده ۱۲ قانون برگزاری مناقصات نسبت به ارزیابی کیفی مناقصه گران واجد شرایط جهت دعوت به مناقشه به شرح زیر اقدام نماید.

شرح مختصر موضوع مناقصه: آژانس ایاب و دهاب ساختمان مرکزی شهدای راه آهن

۱- مبلغ برآورد: ۱۲۳,۰۴۹,۳۹۷,۵۲۰ ریال

۲- مدت و محل اجرا: مدت اجرا یکسال بوده و محل اجرای طبق اسناد مناقصه می باشد.

۳- شرکت کنندگان در فراخوان میبایست دارای گواهی صلاحیت مجوز بهره برداری از اتحادیه آژانس یا گواهی صلاحیت حمل و نقلی از وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی و همچنین گواهی صلاحیت معتبر ایمنی پیمانکاری از وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی الزامی می باشد.

۴- مهلت و نحوه دریافت اسناد ارزیابی کیفی: مناقصیان می توانند حداکثر تا ساعت ۱۵:۰۰ روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۸/۲۱ مراجعه به سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به نشانی www.setadiran.ir و با پرداخت مبلغ ۱۰,۰۰۰,۰۰۰ (یک میلیون) ریال از طریق لینک مربوط در سامانه فوق اسناد ارزیابی کیفی را دریافت نمایند.

کلیه فرآیند برگزاری مناقصه بجز تحویل پاکت الف مربوط به تضامین شرکت در فرآیند ارجاع کار در سامانه مذکور انجام می پذیرد لذا لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی در سامانه فوق و دریافت گواهی امضای الکترونیکی، نسبت به اخذ آنها اقدام نمایند.

۵- مهلت و نحوه ارسال اسناد تکمیل شده: حداکثر تا ساعت ۱۵:۰۰ روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۹/۰۵ از طریق سامانه فوق

۶- قیمت ها متناسب با کالای ساخت داخل با لحاظ کیفیت ارائه گردد.

۷- مدت اعتبار ضمانت های شرکت در فرآیند ارجاع کار سه ماه می باشد و به درخواست کارفرما به مدت سه ماه دیگر قابل تمدید می باشد.

پس از ارزیابی کیفی، از مناقصه گران واجد شرایط که حداقل امتیاز لازم را کسب نموده باشند جهت دریافت اسناد مناقصه از طریق سامانه فوق دعوت بعمل خواهد آمد.

اداره کل خدمات ساختمانی و ایستگاهی

شرکت راه آهن جمهوری اسلامی ایران

م ۲۹۸۱

مدیرعامل شرکت برق منطقه‌ای خوزستان:

۱۵ پروژه اولویت‌دار برق منطقه‌ای خوزستان جهت گذر از بیک مصرف تابستان ۱۴۰۲



اهواز - ششمین **فجاوند**:مدیرعامل شرکت برق منطقه‌ای خوزستان گفت: برای عبور از بیک مصرف تابستان ۱۴۰۲ از سوی وزیر نیرو ۹ اقدام که شامل اجرا و تکمیل ۱۵ پروژه می‌شود به این شرکت محول شده‌است. محمود دستنیزرگ در کمیته اجرایی پروژه‌های این شرکت که با حضور معاونان، مدیران و مجریان اجرائی پروژه‌ها برگزار شد، با اشاره به عبور موفق از بیک مصرف ۱۴۰۲، تصریح کرد: وزیر نیرو برای آماده سازی شبکه جهت عبور از بیک مصرف تابستان پیش‌رو ۱۸۰ اقدام در خصوص پروژه‌های حیاتی گذر از بیک به شرکت‌های تابعه وزارت نیرو ابلاغ کرده‌است. وی افزود: از این ۱۸۰ اقدام مهم و ضروری ۹ اقدام که شامل آغاز عملیات اجرایی و تکمیل ۱۵ پروژه می‌شود مربوط به شرکت برق منطقه‌ای خوزستان است.مدیرعامل شرکت برق منطقه‌ای خوزستان بیان کرد: توسعه پست‌های ۱۳۲ کیلوولت کارون و خزاسی در اهواز، احداث پست ۴۰۰ کیلوولت ایثار و خطوط ارتباطی آن در امیدیه، پست ۱۳۲ کیلوولت شاهد و خطوط ارتباطی آن در بهبهان، پست ۱۳۲ کیلوولت میان‌آب و خط ورودی در شوشتر، پست موبیل سبحان و خط ورودی در دشت‌آزادگان، اجرای طرح دائم پست ۳۳۰ کیلوولت نیرگاه دوکوهه اندیمشک، از جمله پروژه‌های ویژه و بلاغی وزارت نیرو بوده که لازم است تا قبل از یکم آبان سالبستان ۱۴۰۲، پیگیری و وارد مدار شوند. به گفته دستنیزرگ با توجه به کاهش شدن بار مصرف شبکه برق خوزستان، آماده‌سازی شبکه برق ایقلا و قوق تیزب ۲ استان خوزستان و کیگلیویه و بویراحمد با توجه به ملوریت‌های ویژه وزارت نیرو و نقاطی از شبکه که نیاز به تقویت دارند به سرعت آغاز شده‌است تا در زمان باقی‌مانده تا شروع بیک مصرف جدید، شبکه به حداکثر آمادگی برسد و نقاطی که دچار ضعف و آسیب‌هایی بوده‌است برطرف شود. بر اساس این گزارش، در این نشست معاونان و مجریان پروژه‌ها نیز گزارشی از وضعیت موجود شبکه برق ۲ استان در تابستانی که گذشت و اقداماتی که لازم است بر روی شبکه انجام شود ارائه کردند.

یک مدیر از هرمزگان عضو هیأت مدیره اتحادیه سازمان‌های حمل و نقل بار شهرباری های کشور شد



بندرعباس - خبرنگار **فرصت امروز**: رئیس سازمان مدیریت حمل‌ونقل بار و مسافر شهرباری بندرعباس، به عنوان عضو هیأت مدیره اتحادیه سازمان‌های حمل و نقل بار شهرباری های کشور انتخاب‌شد. به گزارش مدیریت ارتباطات و امور بین‌العمل شهرباری بندرعباس و به نقل از روابط عمومی سازمان مدیریت حمل‌ونقل بار و مسافر شهرباری بندرعباس، صبح امروز مجمع اتحادیه سازمان های حمل و نقل بار شهرباری های کشور با حضور روسای سازمان‌های حمل و نقل بار شهربارهای سراسر کشور برگزار شد. در این انتخابات حمیدرضا حیدری‌پوری رئیس سازمان مدیریت حمل و نقل بار و مسافر شهرباری بندرعباس، موفق به کسب رای از روسای سازمان‌های سراسر کشور شد و به عضویت هیأت مدیره اتحادیه سازمان‌های حمل و نقل بار شهرباری های کشور درآمد. گفتنی‌است فعالیت تمامی کامیون، کامیونت، وانت، اتیار و جلیپایی کلیه بارهای درون شهری و همچنین حمل و نقل مسافر در حوزه اتوبوسرانی و تاکسیرانی بامدیریت سازمان‌های حمل و نقل بار و مسافر شهرباری‌های هر شهر صورت می‌گیرد. همچنین لازم به ذکر است این اتحادیه به جهت حجم فعالیت‌های باری در شهرهای کشور با هدف رفع موانع و ساماندهی موارد بار در سراسر کشور تشکیل گردیده‌است.

با همکاری منطقه ۹ عملیات انتقال گاز و شرکت گاز استان گیلان برگزار شد:

مانور تداوم کارکرد برای آمادگی ورود به فصل سرما در شهرک صنعتی رشت



سناری - دهقان: مدیر منطقه ۹ عملیات انتقال گاز از برگزاری مانور تداوم کارکرد جهت آمادگی برای ورود به فصل سرما در شهرک صنعتی رشت برگزار شد. به گزارش خبرنگار مازندران برق منطقه ۹ عملیيات انتقال گاز محی الدین مغفخی، با اعلام این خبر اظهار کرد: مانور مسلح ۸-کسوری با موضوع تداوم کارکرد با همسکاري منطقه ۹ عملیات انتقال گاز و شرکت گاز استان گیلان و با حضور مدیران کل بحران و پدافند غیرعامل این استان و مدیران شهرداری در شهرک صنعتی رشت برگزار شد. وی با بیان اینکه این مانور در راستای آمادگی بیشتر برای مقابله با هرگونه بحران احتمالی و بر اساس تکلیف سازمان پدافند غیرعامل کشور برگزار شده‌است، افزود: علاوه بر نیروهای عملیاتی منطقه ۹، کارکنان عملیاتی شرکت گاز گیلان و دو استان معین قزوین و اردبیل نیز حضور داشتند، همچنین نیروی انتظامی، هلال احمر، اورژانس، آب فاضلاب، مخابرات، برق و سازمان آتش نشانی شهرستان رشت نیز در برگزاری این مانور همکاری کردند.
مدیر منطقه ۹ عملیات انتقال گاز از آمادگی تمامی کارکنان این منطقه عملیاتی برای ورود به فصل سرما و بحران های احتمالی خبر داد و خاطر نشان کرد: مانور برگزار شده برای ارتقای سطح واکنش نیروهای عملیاتی و آمادگی نسبت به حوادث احتمالی و برای ایجاد آمادگی و توانمندسازی کارکنان در شرایط اضطراری مفید بوده‌است. مغفمی در پایان از کارکنان منطقه ۹ عملیات انتقال گاز و شرکت گاز استان گیلان جهت برنامه ریزی مطلوب برای برگزاری این مانور و همچنین از حضور همه دستگاه‌های اجرایی در مانور قدردانی کرد.

به همت اداره امور بین‌الملل صورت گرفت:

تولید ۲۶ محتوای رسانه‌ای ویژه ایام معصومیه به زبان‌های عربی، اردو و انگلیسی



قم - خبرنگار **فرصت امروز**: واحد فضای مجازی اداره امور بین‌الملل حرم مطهر بانوی کرامت در ایام معصومیه ۲۶ محتوای رسانه‌ای از جمله گزارش‌ ویدئویی، کلیپ، نمائش، انیموشن موشن و عکس نوشت به سه زبان عربی، اردو و انگلیسی تولید و در صفحات مجازی و سایت‌های بین‌المللی بخش کرده‌است. به گزارش پایگاه خبری آستان مقدس حضرت معصومه(سلام‌الله‌علیها، واحد فضای مجازی اداره امور بین‌الملل حرم مطهر بانوی کرامت در ایام معصومیه با تولید مستند گزارشی، کلیپ انستوری موشن، عکس نوشت و نمائش به زبان‌های عربی، اردو و انگلیسی به بخش فضای مجازی و سایت‌های بین‌المللی گزارشی «خت الرضا» به زبان عربی دربرآلما شرح وقایع سالروز ورود حضرت معصومه (س) به قم، تولید دو کلیپ به زبان عربی و انگلیسی ویژه سالروز ورود حضرت معصومه به قم، تولید ۷ انستوری موشن روزشمار شهادت حضرت معصومه (س) به زبان‌های عربی، انگلیسی، تولید دو کلیپ معارفی با عنوان «الهجره المبارکة» و «افله النور» به زبان عربی، تولید دو کلیپ و پنج سخن نوشت در حمایت از مردم فلسطین به زبان‌های عربی و انگلیسی و تولید دو کلیپ ویژه شهادت حضرت معصومه (س) به زبان‌های عربی و انگلیسی از جمله فعالیت‌های واحد فضای مجازی اداره امور بین‌الملل حرم مطهر بانوی کرامت بود. همچنین نیتنام زیارت نیابتی و قرائت آن توسط خادمین در روز شهادت و نیت‌نام ختم قرآن کریم هدیه به کریمه اهل‌بیت با مشارکت مخاطبین فضای مجازی هم همراه و تولید و بخش کلیپ‌های آن در فضای مجازی از دیگر اقدامات واحد فضای مجازی اداره امور بین‌الملل در ایام معصومیه بود. بخش مستقیم مراسم عزاداری عرب‌زبانان از صفحات مجازی و شبکه‌های بین‌المللی بین‌المللی هدایت تروی و شبکه کرپلا به همراه دو گزارش ویدئویی از مراسم عربی و اردو در حرم مطهر و همچنین تولید نمائش «معصوما» گویش افغانستانی با مشارکت مرکز رسانه‌ای مفاد از مهم‌ترین کارهای واحد فضای مجازی اداره امور بین‌الملل حرم مطهر بانوی کرامت در ایام معصومیه بوده‌است.

طرح جهادآبرسانی در روستاهای محروم گلستان با پیشرفت ۳۲ درصدی در حال اجراست

گرگان - خبرنگار **فرصت امروز**: مدیر عامل شرکت آب و فاضلاب استان گلستان گفت: طرح جهاد آبرسانی به ۴۳۲ روستایی این استان در حال حاضر دارای ۳۳ درصد پیشرفت فیزیکی است.به گزارش روابط عمومی و آموزش همگانی شرکت آب و فاضلاب استان گلستان، مهندس ابوالفضل رحیمی با اعلام این خبر افزود: « با تلاش و تعامل بین کارگاه‌آمام حسن مجتبی، بسیج سازندگی و شرکت آبقا، اجرای پروژه‌های جهاد آبرسانی در ۴۳۲ روستای استان به منظور پایداری و تامین آب شرب سالم و بهداشتی و رفع محرومیت روستاهای محروم از رونق مطلوب برخوردار است. مدیر عامل شرکت آب و فاضلاب استان گلستان اظهار داشت: با توجه به آخرین آمارهای دریافتی، پیشرفت فیزیکی پروژه در کل استان ۳۲ درصد است که طبق برآوردها استان گلستان در این خصوص به نسبت درجاگاه مناسبی قرار دارد.این مقام مسئول در بخش دیگری افزود: ۱۲۹۱ کیلومتر شبکه توزیع و خطوط انتقال، ۷۲ باب مخزن، ۱۰ ایستگاه پمپاژ و حفر و تجهیز ۳۰ حلقه چاه با ۶۱۲ میلیارد تومان در زبان اجرائی این طرح عملیاتی می‌گردد. مدیر عامل شرکت آب و فاضلاب استان گلستان حفر ۸حلقه چاه آب شرب، احداث ۵ باب مخزن ذخیره آب شرب، احداث ۵ باب مخزن تخلیه آب شرب، احداث ۵ ایستگاه پمپاژ و ۲۵۶ کیلومتر لوله گذاری جهت انتقال آب با اعتباری بالغ بر ۱۹۹ میلیارد تومان برای ۵۵ روستای محروم را از فعالیت های صورت گرفته در طرح جهاد آبرسانی در استان برشمرد.رحیمی در پایان افزود، با افتتاح و بهره‌برداری از این پروژه ها در استان جمعیتی بالغ بر ۲۰۰ هزار نفر از روستاییان استان تحت پوشش خدمات شرب آب قرار خواهند گرفت و از نعمت آب شرب پایدار ، سالم و بهداشتی بهره مند می گردند.

درخواست شهروندان اصفهانی از ۱۳۷ برای جمع آوری سگ‌های بلاصاحب

اصفهان - **معصومه قاسمی**: رئیس مرکز ارتباطات مردمی شهرداری اصفهان با بیان اینکه طی هفته گذشته حدود ۱۱ هزار تماس از سوی شهروندان با این مرکز برقرار شده‌است، گفت: در این مدت بیشترین فراوانی تماس‌های شهروندان مرتبط با موضوع سگ‌های بلاصاحب با مناطق ۱۲، ۱۵، ۴ و شهرداری اصفهان بوده‌است. محمد قاسمی با اشاره به برقراری تماس حدود ۱۱ هزار شهروند با سامانه ۱۳۷ شهرداری اصفهان طی هفته گذشته اظهار کرد: از این تعداد، حدود ۶۵۰ تماس درخواست اجرایی شهروندان و بیش از چهار هزار تماس درخواست مشاوره بود که همکاران ما در مرکز ارتباطات مردمی شهرداری اصفهان، شهروندان را راهنمایی کردند. وی افزود: هفته گذشته جلسهای با رؤسای اداره عمران پانزده‌گانه شهرداری اصفهان و با حضور معولان داشتیم که برخی روش‌نلدان خواستار ایجاد بسترهایی بودند تا بتوانند پیام‌های خود را تا ۱۳۷ ارسال کنند. رئیس مرکز ارتباطات مردمی شهرداری اصفهان ادامه داد: در این جلسه مقرر شد که سامانه‌های بهینه‌تر از سامانه «معبر» ویژه معلولان را بناداری شهرداری اصفهان به سامانه «اصفهان من» و انتخاب گزینه پیام خود را بدون تماس صوتی با ما در میان بگذارند تا پیگیری لازم به‌صورت ویژه انجام شود. وی با بیان اینکه طی هفته گذشته فراوانی تماس‌های شهروندان با موضوع سگ‌های بلاصاحب در مناطق ۱۲، ۱۵، ۴ و شهرداری اصفهان بوده‌است، گفت: بیشترین تماس‌ها از سوی شهروندان منطقه ۱۲ در محله‌های عاشق‌آباد و شهرک کوثر، منطقه ۱۵ در محله خاتون‌آباد و روضه‌نو و در منطقه چهار از شهرک زاینده‌رود بود که با نگاهی به موقعیت جغرافیایی این مناطق می‌بینیم که نقاط حاشیه‌ای و مرزی شهر اصفهان است. قاسمی افزود: از مدیران مناطق درخواست می‌کنیم بررسی‌ها و اقدامات لازم را انجام دهند تا شهروندان بویژه دانش‌آموزان با خیالی آسوده ترده‌های روزانه خود را انجام دهند.

دوره آموزشی مدیریت بهره‌وری در شرکت توزیع نیروی برق گلستان برگزار شد

گرگان - **خبرنگار فرصت امروز**: معاون منابع انسانی شرکت توزیع نیروی برق گلستان گفت: در راستای ارتقای بهره‌وری سرمایه انسانی، کاهش هزینه و بهبود مستمر، دوره آموزشی به‌مدت ۱۶۰۰ روز ساعت در نظر گرفته شده‌است. به گزارش روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق گلستان،ابوالفضل اکبری معاون منابع انسانی شرکت گفت:این دوره آموزشی در سطوح معاونین، مدیران، کارشناسان که در مجموع ۱۰۰ نفر بوده‌اند که با توجه به برنامه ریزی صورت گرفته طی دو روز برگزار گردید.وی افزود: مدیریت بهره‌وری در سازمان یعنی شما کارایی و اثربخشی فعالیت‌های حال حاضر سازمان را حفظ کنید. سپس برنامه‌هایی برای افزایش بهره‌وری تدوین نمایید. گام بعدی برنامه ریزی، اجرا، هدایت و هماهنگی برنامه‌های بهبود بهره‌وری در سازمان است.شایان ذکر است این دوره آموزشی توسط واحد آموزش صنعت آب و برق گلستان برگزار شد.

با مشارکت سازمان بسیج رسانه سپاه روح‌الله و آب منطقه‌ای استان مرکزی:

در قالب اردوی راویان پیشرفت، اصحاب رسانه از پروژه‌های آبرسانی در شهرستان تفرش بازدید کرد

آبرسانی شهرستان تفرش گفت: جمعا هشت ایستگاه پمپاژ در مسیر اصلی فعال است که چهار ایستگاه خط اصلی و چهار ایستگاه خط فرعی در مسیر آب رسانی فعال است.

مصلح آبادی افزود: ۲۸ باب مخزن ذخیره به ظرفیت کل ۱۵ میلیون و ۹۱۰ متر مکعب تشکیل شده‌است. مسئول سازمان بسیج رسانه سپاه روح‌الله استان مرکزی درحالی‌ه این بازدید بیان داشت: اردوی «راویان پیشرفت» برگرفته از اردوهای راهیان پیشرفت است و جهاد تبیین سال‌هاست که مورد مطالعه مقام معظم رهبری است و بازدید از دستاوردهای انقلاب اسلامی یکی از مواردی است که می‌تواند در این زمینه اثر گذار باشد. جواد اکرمی افزود: خبرنگاران به سه عنوان رواننگار و انعکاس دهنده دستاوردهای نظام جمهوری اسلامی به قشر مخاطب در خط مقدم جهاد تبیین قراردارند. وی ادامه داد: پانوجه به اینکه دشمن در جنگ ترکیبی، شناختی و رسانه‌ای به دنبال ایجاد بی‌اس و ناامیدی و القا کاذب ناکارآمدی مسئولین نظام، در این احاد جامعه‌است، اصحاب رسانه می‌توانند با بیان دستاوردها و ظرفیتهای داخلی نسبت به امیدآفرینی در جامعه نقش آفرین باشند.



مدیر طرح آبرسانی شهرستان تفرش گفت: طرح انتقال آب از چشمه هفتیان یکی از مطمئن ترین و منتقل است. وی ادامه داد: ۶۳ کیلومتر خط اصلی پروژه که از جنس لوله‌های فلزی به قطر ۴۰۰ تا ۸۰۰ میلیمتر است در سالهای گذشته تکمیل شده‌است. مدیر طرح

مدیر مخابرات منطقه آذربایجان شرقی خبر داد:

بلندترین دکل شهری تلفن همراه کشور در تبریز بهره برداری شد

بالایی داشت.

وی با اشاره به حل مشکلات ملکی محل احداث سایت با پیگیری های دادستان تبریز، افزود: عملیات اجرایی فونداسیون برای استحکام دکل با ارتفاع

بالا در طی سه ماه اجرا شد.

مدیر مخابرات منطقه آذربایجان شرقی با بیان اینکه این پروژه با بودجه بخش دولتی مخابرات و شرکت توزیع برق اجرا شد، اضافه کرد: بخش خصوصی و اپراتورها به دلیل سوده نبودن منطقه، فقط اجرا واحداث پروژه

را عهده دار شدند.
لازم به ذکر است اتوبان تبریز _ سهپند ۲۰ کیلومتر طول دارد که به صورت مشارکتی از سوی دولت و بخش خصوصی در ۶ خط رفت و برگشت اجرا شده و ۴۰ درصد اعتبار طرح آورده سهم دولت است که با بهره برداری از آن زمان سفر از تبریز به شهر ۱۰۰ هزار نفری سهپند حدود ۱۰ دقیقه کاهش یافته‌است.

دیدار همکاران فرصت امروز: مهرداد گوزروند چگینی نماینده مردم شریف شهرستان رودبار در مجلس شورای اسلامی با حضور در شرکت توزیع نیروی برق آذربایجان شرقی

به افتتاح سایت تلفن همراه به منظور پوشش اتوبان تبریز - سهپند گفت: این سایت دارای بلندترین دکل مخابراتی کشور در منطقه شهری با ارتفاع ۶۰ متر است.

ناصر شهچاری در آیین بهره برداری سایت همراه اول ۴G در اتوبان سهپند - تبریز با اشاره به اینکه با ایجاد این سایت نه تنها محروم تبریز - سهپند، بلکه پارک علم و فناوری آذربایجان شرقی و ورودی شهرک صنعتی شهید سلیمانی نیز دارای پوشش تلفن همراه و اینترنت همراه شده، گفت: این سایت با اعتباری بالغ بر ۱۲ میلیارد تومان و به همت مخابرات استان، شرکت توزیع برق و اداره هاداری و همکاری همراه اول ساخته شده‌است.

وی با بیان اینکه مدت ها بود که به درخواست پارک علم و فناوری استان و شهروندان به دنبال ایجاد این دکل مخابراتی بودیم، گفت: ساختن این سایت

آذربایجان شرقی – فلاح:مدیر مخابرات منطقه آذربایجان شرقی با اشاره به افتتاح سایت تلفن همراه به منظور پوشش اتوبان تبریز - سهپند گفت: این سایت دارای بلندترین دکل مخابراتی کشور در منطقه شهری با ارتفاع ۶۰ متر است.

ناصر شهچاری در آیین بهره برداری سایت همراه اول ۴G در اتوبان سهپند - تبریز با اشاره به اینکه با ایجاد این سایت نه تنها محرو تبریز - سهپند، بلکه پارک علم و فناوری آذربایجان شرقی و ورودی شهرک صنعتی شهید سلیمانی نیز دارای پوشش تلفن همراه و اینترنت همراه شده، گفت: این سایت با اعتباری بالغ بر ۱۲ میلیارد تومان و به همت مخابرات استان، شرکت توزیع برق و اداره هاداری و همکاری همراه اول ساخته شده‌است.

وی با بیان اینکه مدت ها بود که به درخواست پارک علم و فناوری استان و شهروندان به دنبال ایجاد این دکل مخابراتی بودیم، گفت: ساختن این سایت

دیدار همکاران فرصت امروز: مهرداد گوزروند چگینی نماینده مردم شریف شهرستان رودبار در مجلس شورای اسلامی با حضور در شرکت توزیع نیروی برق آذربایجان شرقی

شریف شهرستان رودبار در مجلس شورای اسلامی با حضور در شرکت توزیع نیروی برق آذربایجان شرقی گفت: با مشارکت سازمان بسیج رسانه سپاه روح‌الله و آب منطقه‌ای استان مرکزی از پروژه های آبرسانی در شهرستان تفرش ۴۰ روستای در مسیر خط انتقال با جمعیتی بالغ بر ۲۰۰ هزار نفر با ۶۶ درصد پیشرفت در دست اقدام است.
علی مصلح آبادی افزود: تکمیل این طرح با هدف تامین آب برای ۲۲ هزار نفر جمعیت شهرستان تفرش سه هزار و ۵۰۰ میلیارد ریال اعتبار نیاز دارد. وی ادامه داد: این طرح انتقال آب، از بر طرح‌های آبرسانی طرح انتقال با هدف مصلح آبادی بیان داشت: در اجرای این طرح، ۱۰۰ میلیارد ریال اعتباری از سوی دولت و ۱۰۰ میلیارد ریال اعتباری از سوی کارشناسان شرکت آب منطقه‌ای مطالعه، مشاوره و طراحی شده‌است. مصلح آبادی افزود: ایستگاه‌های پمپاژ

مدیر منطقه ۸ عملیات انتقال گاز:

برای مواجهه با فصل سرما و انتقال پایدار گاز آماده ایم



دهی به موقع شهربهای بین راهی و- ضرب اطمینان برای رساندن سوخت پاک به‌دست مصرف‌کنندگان را تقویت می‌کند.

مدیرعامل شرکت گاز استان مازندران:

پدافند غیرعامل موجب کاهش آسیب و تسهیل مدیریت بحران است



فرهنگ‌سازی عمومی ایمنی با همکاری دستگاه‌های مختلف اجرایی، بازدید از پروژه‌ها و تاسیسات گازرسانی و تجهیز ایثار بحران با ایواز مورد نیاز از دیگر اقدامات شرکت گاز مازندران در اجرای پدافند غیرعامل است. وی آموزش و ارتقاء آگاهی پیمانکاران را نیز امری بایسته عنوان کرد و گفت: علاوه بر این، انجام مانورهای برنامه‌ریزی شده برای آمادگی پرسنل در مواقع بحرانی و اضطراری ضروری است. مایلی رستمی با تاکید بر سلامتی کارکنان شرکت‌های گاز ادامه داد: همواره بهبود شرایط و ارتقای عوامل سخت و زیان‌آور محیط کار همکاران در دستور کار قرار دارد، چرا که تندرستی و شادابی ناخلفین، بسترساز ارائه خدمات بهتر به مردم و تداوم اهداف پدافند غیرعامل است. وی با بیان اینکه شبکه گازرسانی با سرمایه مردم و برای رفاه حال آنها ایجاد شده‌است،

همزمان با سراسر کشور و به مناسبت هفته پدافند غیرعامل صورت گرفت:

برگزاری رزمایش شرکت توزیع نیروی برق تبریز

آذربایجان شرقی – فلاح: دوازدهمین رزمایش سراسری ارتقای ایمنی آمده بکاری مولدهای برق اضطراری مراکز حیاتی، حساس و مهم حوزه شرکت توزیع نیروی برق تبریز همزمان با سراسر کشور برگزار شد.
در استانه «هفته پدافند غیرعامل» به صورت متمرکز در «مرکز پایش شرکت توزیع نیروی برق تبریز» طی مراسمی به صورت ویدئو کنفرانس، با حضور سردار غلامرضا جلالی رئیس پدافند غیرعامل کشور، آرش کردی مدیرعامل شرکت توانیر و جمعی از مدیران صنعت برق کشور، رزمایش ارتقای ایمنی آمده بکاری مولدهای برق اضطراری مراکز حیاتی، حساس و مهم حوزه شرکت توزیع نیروی برق تبریز همزمان با سراسر کشور برگزار شد.
طی این رزمایش که جمعی از معاونین و مدیران این شرکت حضور داشتند،



برگزاری جشنواره نخستین واژه آب در آبفای استان اصفهان



دانش آموزان به عنوان پل ارتباطی میان مدرسه و خانواده و نیز به عنوان نسل آینده ساز کشور باید با فرهنگ درست مصرف آب آشنا شوند و این فرهنگ را جامعه‌اند نقل دهند و همچنین آموزگاران نیز باید اهمیت حفظ این نعمت خداوندی را به دانش آموزان خود گوشه‌زد کنند و روش‌های صرفه جویی در مصرف آب را به آن‌ها آموزش بدهند.
وی بیان کرد: در این برنامه‌ها موضوعات مربوط به اهمیت آب و روش‌های صرفه جویی در مصرف آب توسط گروه هنری در قالب برنامه‌های شاد همراه با توزیع کتاب و سایر اقلام فرهنگی، برگزاری مسابقات و اهدای جوایز برای دانش آموزان ارائه خواهد شد.

اصفهان - **فاويزه مرادیان**: جشنواره نخستین واژه آب با حضور ۹۰ نفر از دانش آموزان دبستان پسرانه امام حسین (ع) در شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان برگزار شد.مدیر روابط عمومی و آموزش همگانی آبفای استان اصفهان با اشاره به این که این جشنواره سه‌ماهه با دستورالعمل شرکت مستندسی آبفای کشور و با همکاری آموزش و پرورش به صورت هماهنگ در سراسر کشور برگزار می‌شود.
خاطر نشان کرد: مدارس به ویژه مدارس مقطع ابتدایی از مراکز مهم و تاثیرگذار برای فرهنگ سازی مصرف بهینه آب اجرا و اجرای این جشنواره برای دانش آموزان می‌تواند منجر به فرهنگ سازی نحوه درست مصرف کردن مهم‌ترین مایه حیاتی باشد.
مجید مختاری خاطر نشان کرد:

پشت سرهم چند برند دیگر خیلی سخت به بقیه کسب و کارها اعتماد خواهیم کرد.

عدم شفافیت: مشتریان مخفی کاری را دوست ندارند

مشتریان دوست دارند همیشه در جریان ریز کارهای یک برند قرار گیرند. به موازات اینکه محبوبیت یک برند برای مشتریان بیشتر می‌شود، این عشق و علاقه برای سر درآوردن از تمام جزئیات هم بیشتر می‌شود. بنابراین اگر فکر کرده‌اید لازم نیست برخی از اطلاعات را دم دست مشتریان قرار دهید، سخت در اشتباهید. اجازه دهید با یک مثال ساده درباره اهمیت شفافیت در تعامل با مشتریان صحبت کنیم. تیم فوتبالی مثل بارسلونا را در نظر بگیرید؛ این تیم میلیون‌ها هوادار دو آتیشه در سراسر دنیا دارد که تحمل حتی یک شکست تیم محبوب شان را هم ندارند. حالا اگر یکهو چند تا از بازیکنان تیم

چرا مشتریان به کسب و کارها اعتماد ندارند؟

کنند

ادم تا به کسی اعتماد نکند، پولش را دست او نمی‌دهد، این عبارت معمولا در بین سرمایه‌گذارها به‌وفور رد و بدل می‌شود. اگر کمی بلندپروازانه فکر کنیم، مشتریان هم پولی که در اختیار دارند را به برندهای مطمئن می‌دهند. حالا اگر شما در این میان اعتماد مشتریان را از دست داده باشید، فروش‌تان حسابی کاهش پیدا خواهد کرد. گاهی وقت‌ها کارآفرینان فکر می‌کنند مشتریان باید تحت هر شرایطی از آنها محصول‌شان را خریداری کرده و هیچ انتظار زیادی هم نداشته باشند. خب این طرز فکر شاید چند دهه قبل جواب می‌داد، اما حالا که کلی رقیب دست به نقد در بازار حضور دارد، دیگر جایی برای این ایده‌ها نیست. در عوض شما باید هر چه در چنته دارید برای جلب اعتماد مشتریان رو کنید.



مصدوم شده و باشگاه هیچ توضیحی درباره دلیل این اتفاقات ندهد، چه خواهد شد؟

بی‌شک هواداران تیم خیلی زود از خجالت تیم مدیریت درآمده و همه را به باد انتقاد خواهند گرفت. این دقیقا همان اتفاقی است که برای سایر کسب و کارها نیز روی می‌دهد. بنابراین باید همیشه با مشتریان شفاف باشید، وگرنه اعتمادشان را در نطفه خفه می‌کنید.

عدم شفافیت نیز یکی دیگر از دلایل بی‌اعتمادی مشتریان است. اگر یک کسب و کار در مورد محصولات، خدمات یا سیاست‌های خود شفافیت نداشته باشد، مشتریان به آن کسب و کار اعتماد نخواهند کرد. عدم شفافیت می‌تواند باعث ایجاد شک و تردید در ذهن مشتریان شود و آنها را از خرید محصولات یا خدمات آن کسب و کار منصرف کند. یادتان باشد، وقتی مشتریان از خرید یک محصول صرف نظر کنند، دیگر به سختی نظرشان تغییر خواهد کرد.

تبلیغات زیاد؛ وخرجی بی‌مورد!

هر کاری در این دنیا باید حساب و کتاب خاص خودش را داشته باشد. اگر شما همینطور بی‌مقدمه در بازار شروع به بریز و پاش کنی، شاید در کوتاه‌مدت توجه مشتریان به کسب و کارتان جلب شود، اما خیلی زود اوضاع‌تان به هم ریخته و دیگر کسی برای حرف‌تان تره هم خرد نمی‌کند. مردم معمولا میانه خوبی با تبلیغات ندارند. شاید در این میان برندهایی مثل نایک، سونی یا تسلا نوعی استثنا باشند، اما نسخه بقیه برندها از قبل پیچیده شده است.

نویسنده: علی آل‌علی

اعتماد عنصر اصلی هر رابطه اجتماعی محسوب می‌شود. فرقی ندارد محور بحث ما رابطه میان دو دوست صمیمی باشد یا شرکای تجاری، در هر صورت وقتی اعتماد را فاکتور بگیریم، دیگر چیزی باقی نمی‌ماند. این دقیقا همان بلایی است که این روزها سر خیلی از کسب و کارها آمده است، بی‌شک شما هم بارها و بارها در بازار با کسب و کارهایی رو به رو شده‌اید که مشتریان حتی سر سوزنی هم به آنها اعتماد ندارند. تا اینجا همه چیز طبیعی به نظر می‌رسد. خب گاهی اوقات بعضی از برندها بدشانس هستند، قضیه از جایی حساس می‌شود که متوجه شویم این روزها ذهنیت اولیه تمام مشتریان بی‌اعتمادی به برندهاست، مگر اینکه خلأش ثابت شود!

مشتریان معمولا برای اینکه دستت به جیب شده و خریدشان را نهایی کنند، سختگیری زیادی به خرج می‌دهند. این امر باعث می‌شود برخی از کارآفرینان خیلی زود به سسیم آخر زده و نسبت به بی‌اعتمادی مشتریان شکایت کنند. ما در این مقاله قصد داریم خیلی رُک و پوست‌کنده سراغ این مشکل برویم. اگر شما هم مشکلات زیادی در رابطه با بحث اعتماد مشتریان به کسب و کارتان دارید، این مقاله مخصوص شماست. پس با ما همراه باشید تا این پروژه مهم را به سرانجام برسانیم.

دلایل بی‌اعتمادی مشتریان

ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم هر چیزی در این دنیا دست کم یک دلیل مشخص دارد. مثلا همین بی‌اعتمادی مشتریان را در نظر بگیرید. همه ما در طول روز مشتری برخی از محصولات هستیم. اگر کمی تجربه روزمره‌مان را زبر و رو کنیم، با کلی دلیل مختلف برای بی‌اعتمادی به برخی از برندها رو به رو می‌شویم. ما در این بخش قصد داریم این دلایل پراکنده را یکجا جمع کنیم. البته برای اینکه خیلی بحثمان طولانی نشود، یک راست رفته‌تیم سراغ مهمترین دلایل. اجازه دهید دور مقدمه‌چینی‌های کلیشه‌ای را خط بکشیم و یک راست برویم سراغ اصل مطلب.

تجربه‌های منفی گذشته: عاملی تاثیر گذار

هیچ‌کس نمی‌تونه ادعا کند تجربه‌های گذشته بر روی تصمیم‌گیری آینده‌اش نقشی ندارد. دانشجویی را در نظر بگیرید که از سر ندانم‌کاری رشته معماری را انتخاب کرده و بعد از چند ترم تازه فهمیده اصلا به این حوزه علاقه‌ای ندارد. بی‌شک اگر شخصیت سناریوی ما قرار باشد دوباره انتخاب رشته کند، دیگر دور و بر معماری هم آفتابی نخواهد شد.

تجربه‌های منفی گذشته، یکی از مهمترین عوامل بی‌اعتمادی مشتریان است. اگر یک مشتری در گذشته از یک کسب و کار تجربه‌های منفی داشته باشد، به احتمال زیاد در آینده نیز به آن کسب و کار اعتماد نخواهد کرد. این تجربه‌های منفی می‌تواند شامل موارد مختلفی مانند دریافت محصول یا خدمات معیوب، برخورد نامناسب کارکنان یا عدم پاسخگویی به شکایات باشد.

ماجرا وقتی عجیب می‌شود که تاثیر تجربه منفی از یک شرکت را در تعاملات بعدی با بقیه شرکت‌ها مشاهده کنیم. اینجاست که استارت‌آپ‌های تازه نفس عملا چوب ندانم‌کاری بقیه کسب و کارها را می‌خورند. شاید پیش خودتان فکر کنید چنین برخوردی اصلا مناسب نیست، اما مشتریان کاری به این حساب و کتاب‌ها ندارند. برای آنها مهمترین مسئله سلیقه شخصی‌شان است. پس شما تا جایی که بتوانید این سلیقه را خوب دنبال کنید، جایی در دل آنها خواهید داشت. اگر این وسط برخی از برندها از اعتماد مشتریان سوءاستفاده کنند، عملا به حساب شما هم گذاشته خواهد شد. ماجرا حسابی سخت شد، نه؟

تقلب و کلاهبرداری: سوژه داغ این روزها

آیا تا حالا برای‌تان پیش آمده از یک برند خرید غیرحضوری کرده و بعد از چند هفته محصولی به دست‌تان نرسد؟ اینطور وقت‌ها آدم یک راست سراغ تیم پشتیبانی می‌رود. اگر در این مدت جواب درست و درمائی دست آدم را نگیرد، کم کم با اصل قضیه رو به رو خواهیم شد: کلاهبرداری!

تقلب و کلاهبرداری نیز از جمله عوامل مهم بی‌اعتمادی مشتریان است. در سال‌های اخیر، شاهد افزایش موارد تقلب و کلاهبرداری در حوزه‌های مختلف از جمله خرید و فروش آنلاین، بیمه و امور مالی بوده‌ایم. این موارد می‌تواند باعث ایجاد بی‌اعتمادی گسترده در میان مشتریان شود. از قدیم گفته‌اند «آب رفته به جوی باز نمی‌گردد». این ضرب‌المثل هر جا کاربرد نداشته باشد، دست کم درباره اعتماد مشتریان پس از یک کلاهبرداری بزرگ مصداق دارد. به طوری که کسب و کارهای جدید باید تا مدت‌ها وقت‌شان را صرف اثبات اینکه کلاهبردار نیستند، نمایند. این روزها روش‌های زیادی برای کلاهبرداری در دنیای کسب و کار به چشم می‌خورد. به طوری که گاهی اوقات آدم اصلا باورش نمی‌شود با چنین تکنیک‌های عجیب و پیچیده‌ای سررش کلاه رفته باشد. با این حساب اگر مشتریان خیلی سخت به شما اعتماد می‌کنند، بد نیست احتمال کلاهبرداری‌های قبلی را در نظر داشته باشید. شما را نمی‌دانم، ولی من که بعد از یک کلاهبرداری با تقلب

فرصت امروز

روزنامه‌مدیریتی – اقتصادی

| سه‌شنبه | ۹ آبان ۱۴۰۲ | شماره ۲۳۴۷ | صفحه ۸ |

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: ریجان

دفتر مرکزی: مطهری، خیابان علی‌اکبری، پلاک ۱۱۵

دفتر مرکزی: ۸۸۵۱۴۳۸

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۵۲۶۹۲۳

آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR

کاهش میزان فروش

ادم تا به کسی اعتماد نکند، پولش را دست او نمی‌دهد، این عبارت معمولا در بین سرمایه‌گذارها به‌وفور رد و بدل می‌شود. اگر کمی بلندپروازانه فکر کنیم، مشتریان هم پولی که در اختیار دارند را به برندهای مطمئن می‌دهند. حالا اگر شما در این میان اعتماد مشتریان را از دست داده باشید، فروش‌تان حسابی کاهش پیدا خواهد کرد. گاهی وقت‌ها کارآفرینان فکر می‌کنند مشتریان باید تحت هر شرایطی از آنها محصول‌شان را خریداری کرده و هیچ انتظار زیادی هم نداشته باشند. خب این طرز فکر شاید چند دهه قبل جواب می‌داد، اما حالا که کلی رقیب دست به نقد در بازار حضور دارد، دیگر جایی برای این ایده‌ها نیست. در عوض شما باید هر چه در چنته دارید برای جلب اعتماد مشتریان رو کنید.

سوءاستفاده از داده‌های شخصی: ورود به صحنه جرم



استفاده غیرقانونی از داده‌ها و اطلاعات مشتریان در همه جای دنیا جرم محسوب می‌شود. این روزها کسب و کارها در کشورهای توسعه‌یافته برای اینکه به اطلاعات مشتریان بالقوه‌شان دسترسی پیدا کنند، باید از هفت خان رستم عبور کنند. حالا اگر در این میان یک برند احساس زرنگی کرده و بخواهد زیر پای برود، کلاشش پس معرکه خواهد بود.

خیلی از کارآفرینان فکر می‌کنند با خرید غیرقانونی اطلاعات مشتریان یا استفاده بدون اجازه از این داده‌ها عملا از یک میانبر حیرتانگیز استفاده خواهند کرد. شاید این نکته در مدته باشد، اما در بلندمدت چیزی به غیر از مشکلات عدده برای یک برند به همراه خواهد داشت. سوءاستفاده از داده‌های شخصی همیشه باعث ایجاد بی‌اعتمادی در مشتریان نشود. در سال‌های اخیر، شاهد افزایش موارد سوءاستفاده از داده‌های شخصی مشتریان توسط کسب و کارها بوده‌ایم. این موارد شامل گونه‌های مختلفی مانند فروش داده‌های شخصی مشتریان بدون رضایت آنها یا استفاده از داده‌های شخصی مشتریان برای اهداف تبلیغاتی غیرقانونی باشد. در هر صورت چنین اقداماتی بر بی‌اعتمادی مشتریان دامن زده و آنها را از برندها دور می‌کند.

ناراضیاتی از خدمات پس از فروش: نکته‌ای بحث‌برانگیز

شما می‌توانید یک محصول را به مشتریان فروخته و بعد طوری غیب‌تان بزدن که انگار از اول هم در بازار حضور نداشته‌اید. این روزها مشتریان نیاز دارند تا کسب و کارها را هر لحظه در کنار خودشان مشاهده کنند. بنابراین چنین رفتارهایی اصلا آخر و عاقبت خوبی برای‌تان به همراه نخواهد داشت.

ناراضیاتی از خدمات پس از فروش بی‌برو برگشت باعث ایجاد بی‌اعتمادی مشتریان می‌شود. اگر یک مشتری از خدمات پس از فروش یک کسب و کار ناراضی باشد، به احتمال زیاد از آن کسب و کار خرید نخواهد کرد. نکته جالب اینکه در بسیاری از موارد مشتریان به دوستان‌شان هم درباره تجربه بدشان نظر می‌دهند تا آنها هم برند موردنظر را تحریم کنند. خدمات پس از فروش شامل مواردی مانند پاسخگویی به شکایات مشتریان، تعویض یا تعمیر محصولات معیوب و ارائه خدمات پشتیبانی است بنابراین شما باید این موارد را به خوبی در کسب و کارتان رعایت کنید. وگرنه کلاتان پس معرکه خواهد بود.

خیلی‌وقت‌ها کارآفرینان فکر می‌کنندناراضیاتی مشتریان از خدمات‌شان با تخفیف‌های جزئی یا کمپین‌های بازاریابی قابل حل است. خب در این صورت احتمالا هنوز خیلی خوب مشتریان را نشناخته‌اید؛ چراکه آنها اصلا اینطوری گول نمی‌خورند.

پیامدهای بی‌اعتمادی مشتریان

وقتی مشتریان نسبت به یک برند بی‌اعتماد می‌شوند، این امر پیامدهای مهمی به همراه دارد. ما در این بخش قصد داریم برخی از مهمترین پیامدهای بی‌اعتمادی مشتریان را بررسی کنیم. اینطوری شما مطمئن می‌شوید که ماجرا حسابی جدی است و باید فکری به حال آن پیامدهای بی‌اعتمادی مشتریان به یک برند بی‌اعتماد می‌شوند، این امر پیامدهای مهمی به همراه دارد. ما در این بخش قصد داریم برخی از مهمترین پیامدهای بی‌اعتمادی مشتریان را بررسی کنیم. اینطوری شما مطمئن می‌شوید که ماجرا حسابی جدی است و باید فکری به حال آن

به یک کسب و کار شود. مشتریانی که به یک کسب و کار اعتماد ندارند، کمتر به آن کسب و کار وفادار خواهند بود و در صورت وجود گزینه‌های دیگر، آن کسب و کار را ترک خواهند کرد. این اتفاق درباره کارمندان نیز روی می‌دهد. بنابراین شما عملا از دو طرف مورد حمله شدید قرار می‌گیرید، هم مشتریان و هم کارمندان.

اگر فکر می‌کنید رفتار مشتریان نسبت به برندان خیلی بی‌رحمانه است، بد نیست برای یکبار هم که شده خودتان را جای آنها قرار دهید. بی‌شک شما هم از یک برند که عنصر اعتماد در کارهایش مثل یک حلقه گمشده است، خرید نخواهید کرد یا بدان وفادار نمی‌مانید. بنابراین نباید انتظار بیش از اندازه از مشتریان داشته باشید.

آسیب به شهرت کسب و کار

چه چیزی شهرت یک کسب و کار را مشخص می‌کند؟ خیلی‌ها فکر می‌کنند همین که محصولاتی باکیفیت و ارزان دست مشتری دهند، همه چیز دیگر مطابق میل‌شان خواهد شد. خب در این صورت باید حسابی غافلگیرتان کنیم. چراکه مشتریان فقط این موارد را مورد بررسی قرار نمی‌دهند.

این روزها برندهایی مثل اپل یا محصولاتی بی‌نهایت گران‌تر از میانگین قیمت بازار حسابی در دل مشتریان جا باز کرده‌اند. دلیل این امر نه کیفیت بالای محصولات (احتمالا اخبار فاجعه‌سار درباره وضعیت آیفون ۱۵ را شنیده‌اید!) بلکه اعتمادی است که در طول سال‌ها در میان مشتریان ایجاد شده است. اینطوری حتی اگر یکی دو سال هم عملکرد خوبی از چنین برندی مشاهده نکنیم، باز هم خدشهای به اعتبار و شهرتش وارد نخواهد شد.

بی‌اعتمادی خیلی زود ریشه‌های کسب و کار را خشک می‌کند. اینطوری شما حتی اگر گران قیمت‌ترین کمپین‌های دنیا را هم داشته باشید، باز هم کسی به شما روی خوش نشان نخواهد داد. ماجرا خیلی سخت و غیرقابل تحمل شد، نه؟

راه‌های افزایش اعتماد مشتریان

تا اینجای کار ما دلایل بی‌اعتمادی و نتایج آن برای کسب و کارها را بررسی کردیم. خب در زندگی کلی چالش ریز و درشت وجود دارد که کارآفرینان یکی پس از دیگری از عهده آنها برمی‌آیند. اگر بی‌اعتمادی یکی از مشکلات اساسی کارآفرینان محسوب می‌شود، باید راه حل‌هایی هم برای آن وجود داشته باشد. وگرنه حتی یک برند هم در این شرایط دوام نمی‌آورد. ما در ادامه قصد داریم برخی از مهمترین راهکارها برای فرار از دست بی‌اعتمادی مشتریان را زیر ذره بین ببریم. پس با ما همراه باشید تا با برخی از مهمترین نکات در این راستا آشنا شوید.

برخورد مناسب با مشتریان

آیا کسی در این دنیا هست که از برخورد خوب استقبال نکند؟ شما حتی اگر سختگیرترین مشتری دنیا هم باشید، برخورد خوب طوری نرم‌تان می‌کند که نگو و نپرس. آن وقت از برندی که تا همین دیروز به سر تا پای آن شک داشتید، اعتماد کرده و پشت سرهم از آن خرید می‌کنید. ماموریت شما در این بخش کاملا روشن است. باید با دقت نحوه برخورد کارمندان‌تان با مشتریان را زیر ذره بین قرار دهید. اگر برخوردهای فعلی مناسب نیست، باید خیلی زود نسبت به اصلاح‌شان اقدام کنید. در این مورد ارائه آموزش‌های درست به کارکنان حلقه گمشده خواهد بود.

شفافیت در مورد عملکرد

کسب و کارها برای موفقیت در دنیای کسب و کار باید عملکرد روشنی از خودشان برجای بگذارند. اگر یادتان باشد، یکی از ریشه‌های بی‌اعتمادی مشتریان را مخفی کاری برندها برشمرديم. بنابراین شما ماموریت دارید تا با از بین بردن چنین احساسی به مشتریان برای اعتماد دوباره به کسب و کارتان کمک کنید. اینطوری خیلی زود تمام درسرهایی که داشتید، ناپدید می‌شود.

این روزها برندهای بزرگ و موفق به طور منظم گزارش‌هایی درباره ابعاد مختلف عملکردشان در بازار منتشر می‌کنند. این گزارش‌ها سه آنها کمک می‌کند تا خیلی راحت اعتماد مشتریان را به دست آورده و حتی کسانی که قصد خرید به ندارند، وسوسه کنند.

عمل به وعده‌ها

در بازار کار کسی یا شاعر و وعده‌های بوج به سرانجام نمی‌رسد. در عوض شما باید آستین‌ها را بالا زده و در عمل حرف‌تان را ثابت کنید. اگر وقت کرده باشید، تمام کمپانی‌های موفق دنیا یک ویژگی مشترک دارند و آن عمل به وعده‌هاست.

اگر شما در طول سال‌های اخیر دائما به مشتریان وعده‌های توخالی داده‌اید، نباید بابت بی‌توجهی یا اعتماد پایین‌شان به کسب و کارتان شاکي شوید. خب مشتریان که پول‌شان را از سر راه نیاوردند تا پای برندهای بدقول هدر دهند. ماموریت شما کاملا روشن است؛ از این به بعد باید قول‌های‌تان را براساس توانایی برند مطرح کنید. وگرنه خیلی زود آتری از کسب و کارتان در بازار نخواهد بود.

ایجاد تجربه مثبت برای مشتریان

مردم در پایان یک روز سخت و نفسگیر فقط برندهایی را به خاطر می‌سپارند که رفتار خوب با آنها داشتند. کافی است حرف‌تان را چند دقیقه خودتان را جای مشتریان کسب و کارتان قرار دهید تا از حال و روزشان مطلع شوید. اگر به عنوان صاحب کسب و کار بعد از تجربه بالا حس خوبی دریافت نکردید، دلیل اصلی بی‌اعتمادی مشتریان را یافته‌اید.

نزدیک‌ترین مثال به سنسناریوی بالا در زندگی واقعی ارتباط با کسانی است که در اولین برخورد خیلی سرد ظاهر می‌شوند. خب طبیعتا آدم‌ها اصلا دوست ندارند در دامنه دوستان‌شان کسانی حضور پیدا کنند که همیشه بی‌روح هستند. این ماجرا برای برندها نیز مصداق دارد. پس بهتر است قبل از اینکه در بین مشتریان به عنوان یک برند نجسب شناخته شوید، فکری به حال اوضاع کنید. اشتباه نکنید، تغییرات بزرگ یک شبه روی نمی‌دهد. به همین خاطر شما باید خودتان را برای یک تمرین بلندمدت آماده کنید. خلق تجربه مثبت برای مشتریان کاری است که شما در طول زمان و با تمرین و تکرار فراوان در آن موفق خواهید شد. بنابراین هر فکر و خیالی برای موفقیت‌های کوتاه‌مدت را دور بریزید.

منابع:
https://www.marketingcharts.com/۱۱۱۵۸۴-brand-related/csr
https://www.forbes.com/sites/brand-relationshipsurvey-2۰۱۶/۲۰۱۶۰۲/۲۰۱۶۰۲۰۱۷-opinion-shows-a-big-gap-in-trust-between-companies-and-consumers
https://www.thedrum.com/people-don-t-trust-۰۲۰۱۵۲۰۱۷/opinion-brands-because-well-why-would-they