روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کارآفرینی

یکشنبه
۳ تیر ۱۴۰۳

Sun.23 Jun 2024

۱۵ ذوالحجه ۱۴۴۵ - سال نهم

شماره ۲۴۸۹

۸ صفحه - ۵۰۰۰ تومان

www.forsatnet.ir

وعده‌های عجیب نامزدهای انتخابات ریاست جمهوری ادامه دارد

از بنزین رایگان تا اهدای ۲۰ گرم طلا به خانوار

نامزدهای چهاردهمین انتخابات ریاست جمهوری این روزها از وعده‌های اقتصادی عجیبی سخن می‌گویند. در حالی که وعده‌های کاندیداها پیش از این نیز بر زمین مانده و مشکلات مزمن اقتصادی ایران، شرایط را بسیار پیچیده‌تر از قبل کرده است، اما بارش وعده‌های تازه برای کسب رأی همچنان ادامه دارد. در این میان، وعده‌ها همواره در حوزه معیشت تعریف می‌شود و کسی...

۲

بخش خصوصی در برنامه‌های اقتصادی نامزدهای ریاست جمهوری چه جایگاهی دارد؟

انتظارات حداقلی از دولت چهاردهم

فرصت امروز: تقریبا همگان در این نکته اتفاق نظر دارند که حال اقتصاد ایران خوب نیست و لازم است تغییر نگرشی در سطح کلان اقتصادی و ریل‌گذاری صحیحی در جهت توسعه کشور انجام شود. همچون انتخابات ریاست جمهوری پیشین، در انتخابات امسال نیز دل‌مشغولی‌های اقتصادی، نقش پررنگی در مطالبات مردم دارد و این مهم در شعارها و وعده‌های نامزدهای انتخابات ریاست جمهوری کاملا به چشم می‌خورد. البته دولت‌ها در این سال‌ها وعده‌های زیادی داده‌اند و نتوانسته‌اند به تمامی این وعده‌ها عمل کنند؛ تا جایی که فعالان اقتصادی در ارزیابی پایش محیط کسب وکار همواره از «عمل مسئولان ملی به وعده‌های داده‌شده» و همچنین «بی‌ثباتی سیاست‌ها، قوانین و مقررات و رویه‌های اجرایی ناظر بر کسب و کار» گلایه داشته‌اند و از آن به عنوان یکی از مولفه‌های مخرب فضای کسب وکار نام برده‌اند. در واقع، مدت‌هاست که اعتبار دولت‌ها نزد فعالان اقتصادی بخش خصوصی مخدوش شده و سوال این است که نامزدهای انتخابات ریاست جمهوری چهاردهم چگونه قرار است این اعتبار مخدوش شده را به دولت بازگردانند؟

از سوی دیگر، دهه‌هاست که منابع حاصل از نفت و گاز، ساختار اقتصاد و سیاست ایران را تحت تأثیر قرار داده است و نقش اساسی در تحولات سیاسی، اقتصادی و اجتماعی ایران داشته است. آثار ناشی از این منابع در اقتصاد، صرفا به شکل حجم منابع ارزی و ریالی وارد شده به بودجه عمومی دولت، قابل اندازه‌گیری نیست. ارزش فرآورده‌های نفت و...

۲

رشد نقدینگی در پایان سال ۱۴۰۳ در بهترین شرایط به ۱۳ درصد می‌رسد

سهم بدهی دولت از نقدینگی

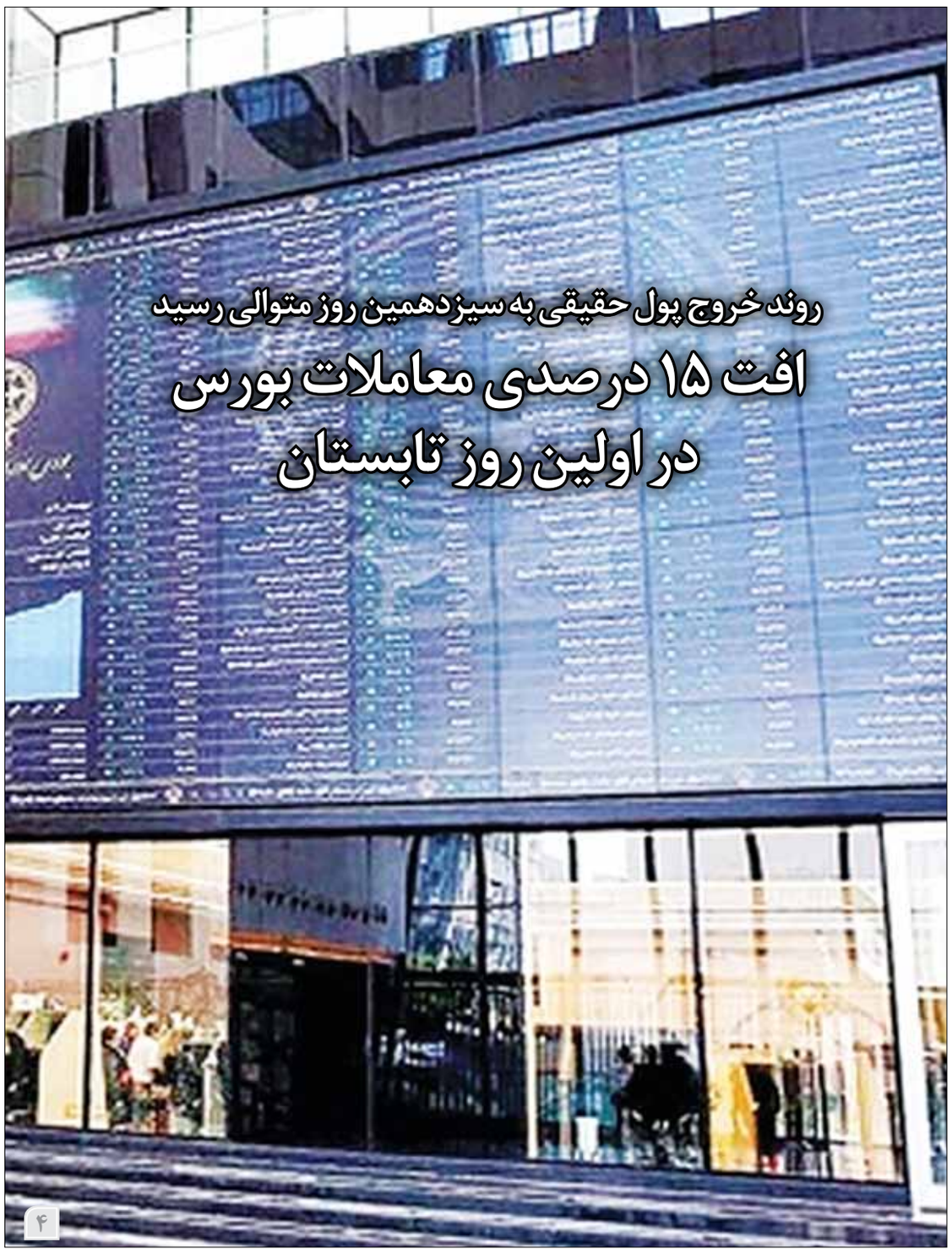
۳

مدیریت و کسب‌وکار

پرسودترین استارت‌آپ‌ها برای شروع کار

کارآفرینان برای ورود به بازار معمولا بهانه‌های بسیار زیادی دارند. هزینه‌های بالای راه‌اندازی استارت‌آپ در کنار حضور رقبای بزرگ هر کسی را دلسرد خواهد کرد. خب دقیقا به همین خاطر امروزه بازار استارت‌آپ‌ها مثل دهه‌های قبل داغ نیست. شاید شما هم ادعاهایی مثل «دیگر خبری از استارت‌آپ‌های بزرگ خواهد بود» را شنیده باشید. اگر کمی با دقت محیط پیرامون را برانداز کنیم، کمابیش به درستی این ادعا پی خواهیم برد. خب این روزها دیگر خبری از استارت‌آپ‌های پرتعداد و چند میلیون دلاری نیست. در عوض همه چیز با کسب و کارهای بزرگی که اتفاقا دهه‌ها در بازار سابقه دارند، معنا پیدا می‌کند. ما در روزنامه فرصت امروز قصد نداریم به شما درباره تداوم استارت‌آپ‌های پرسود به شیوه دهه‌های ۸۰ یا ۹۰ میلادی وعده‌های توخالی دهیم. واقعیت این است که اوضاع استارت‌آپ‌ها اصلا تعریفی ندارد. این نکته به ویژه در دوران اوج همه‌گیری کرونا به...

۸



روند خروج پول حقیقی به سیزدهمین روز متوالی رسید

افت ۱۵ درصدی معاملات بورس در اولین روز تابستان

۴

یادداشت

۴ مانع توسعه‌یافتگی

مهدی موسوی‌شهری
مدرس دانشگاه

یکی از مفاهیم پارادوکسی حقوقی، مفهوم قانون و توسعه است و قانون هم می‌تواند مانع توسعه شود و هم راهگشای آن. چرا و چگونه قانون می‌تواند مانع توسعه شود؟ پاسخ به این سؤال بسیار ساده است. هرچند اثر قانون نسبت به آینده است (ماده ۴ قانون مدنی) اما دلیل وضع قانون، ضرورت‌های اجتماعی پیش از وضع قانون است. بنابراین قانون به خودی خود جهت نظم بخشیدن یا تنسیق پدیده‌های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی و به طور کلی، اموری به وجود می‌آید که قبل از وضع آن در جامعه جریان یافته است. حال فرض کنید مدتی بعد از وضع قانون در یک مورد خاص، ضرورت‌ها و نیازهای جامعه، وضع قانون جدیدی را بطلبد که با مفاد قانون موضوعه سابق در تعارض باشد. در چنین صورتی، قانون مصوب و موضوعه قبلی به خودی خود با تغییر و ایجاد وضع جدید مقاومت می‌کند. قانونگذار و ضابطان و مجریان قانون نیز از قانون موضوعه و مصوب زمان خود دفاع می‌کنند و به راحتی تسلیم تغییر نمی‌شوند. همین مقاومت در مقابل تغییر، کشمکش قانون و توسعه را رقم می‌زند و با توجه به حمایت ارکان حکومت از قانون مصوب عملا توسعه یا به طور کامل متوقف می‌شود یا اینکه با کندی صورت می‌پذیرد.

ادامه در همین صفحه

۴ مانع توسعه‌یافتگی

البته منظور ما از قانونی که می‌تواند مانع توسعه باشد، قانون آمره است ولی قوانین تکمیلی چنین وضعیتی ندارند. حقوقدانان از حیث جنبه قابل عدول بودن یا نبودن قوانین، آنها را به آمره و تکمیلی تقسیم می‌کنند. قوانین آمره قوانینی هستند که نمی‌توان برخلاف آنها شرط یا تراضی نمود و چنانچه برخلاف منطق یا مفهوم آنها هرگونه شرط یا توافقی صورت پذیرد بی‌اعتبار و باطل هستند، اما قوانین تکمیلی قوانینی هستند که جایی اجرا می‌شوند که طرفین برخلاف آن تراضی و توافق نکرده باشند یا عرف و عادت جامعه مخالف آن جریان نیافته باشد. عمده مقررات بانکی و ارزی، مقررات ساختمان‌سازی و شهرسازی، مقررات مربوط به مناقصه‌ها و مزایده‌های دولتی و عمومی، مقررات مربوط به تشویق و حمایت سرمایه‌گذاری خارجی و همچنین مقررات مربوط به توزیع عادلانه آب و برق و گاز و انرژی و معادن و ذخایر سطحی و زیرزمینی و کشتیرانی و هوانوردی و... و به طور کلی هر جا که قوانین مربوط به حقوق عمومی و ملی است عملا قوانین، جنبه آمره دارد.

قانونگذار ایرانی متأثر از ضرورت‌ها و نیازهای وقت و یا مبنی بر شریعت در بسیاری از قوانین که در حوزه شخصی افراد نیز بوده است بعضا مقرراتی آمرانه وضع کرده است به نحوی که نمی‌توان برخلاف آن شرط یا توافق نمود. مثلا مقررات مربوط به روابط کارگر و کارفرما که تا ۵۰ سال پیش کاملا جنبه خصوصی داشته و در قالب قرارداد اجاره اشخاص بحث می‌شده است، در جهت حمایت از کارگران و بنا به ضرورت، مقرراتی به صورت آمرانه در آن خصوص وضع شده است، به نحوی که در اغلب موارد درخصوص رابطه کاری امکان توافق و تراضی برخلاف مفاد قانونی وجود ندارد. مثلا کارفرما نمی‌تواند کارگر خود در هر زمانی که تمایل داشت اخراج کند یا بیمه نکند و... در مبحث مربوط به نکاح وارث و وصیت به طور کلی احوال شخصیه نیز علی رغم اینکه کاملا جنبه خصوصی دارد و به روابط اشخاص مربوط است، اما قانونگذار متأثر از مبانی شریعت در روابط خصوصی به نحو آمرانه مداخله نموده است.

۱

برخی از مقررات مربوط به سازمان تأمین اجتماعی و سختگیری آن اداره در خصوص بیمه اجباری کارگران و کارمندان بخش خصوصی از جهاتی در عرصه توسعه اشتغال، بازدارنده بوده است. صاحبان مشاغل تلاش می‌کنند برای جلوگیری از نظارت‌ها و مقررات سختگیرانه سازمان تأمین اجتماعی از استخدام اشخاص خودداری کنند و عدم استخدام به معنای عدم توسعه نیروی انسانی و عدم توسعه نیروی انسانی به منزله عدم توسعه صنعت و تولید و خدمات است.

۲

مقررات مربوط به حق سنوات در قانون کار که جزو قواعد آمره است. بسیاری از کارگران تلاش می‌کنند اخذ حق سنوات را به زمان بازنشستگی موکول کنند و معمولا کارفرمایان نیز از این امر استقبال می‌کنند. یکی از عوامل ورشکستگی شرکت‌های بزرگ تولیدی، عدم توان بازپرداخت حق سنوات متراکم شده کارگران است و این یعنی مانع توسعه‌یافتگی. به عبارت دیگر، نه تنها قانون مانع اشتغال شده است بلکه موجب ورشکستگی کارخانجات و شرکت‌ها نیز شده است. بررسی وضعیت شرکت‌ها و کارخانجات ورشکسته ایران نشان می‌دهد که عمدتا این شرکت‌ها به خاطر حقوق ادعایی سازمان تأمین اجتماعی از یک طرف و حق سنوات متراکم شده کارگران از طرف دیگر دچار ورشکستگی شده‌اند.

۳

قانون عملیات بانکی بدون ربا نیز یکی از قوانینی است که نه تنها رباخواری نوین و جدیدی در قالب عقود شرعی (کلاه شرعی) را توجیه کرده است، بلکه اجازه دریافت سود و جرائم کلان با ربح و سود مرکب آن موجب می‌شود که تا ده‌ها برابر مبلغ اصلی وام یا تسهیلات مأخوذه، بازپرداخت گردد. مطالعه دلایل ورشکستگی شرکت‌های تجاری نشان می‌دهد یکی از دلایل اصلی ورشکستگی شرکت‌ها و کارخانجات، همین قانون عملیات بانکی بدون رباست و این امر یعنی اینکه قانون، مانع توسعه‌یافتگی شده است. هرچند این قانون موجب ثروت‌اندوزی و تکثر ثروت نزد بانک‌ها و مؤسسات مالی و اعتباری و... می‌شود و کاخ‌هایی که بر ویرانی کارخانجات تعطیل شده و ورشکسته استوار گردیده‌اند، اما ورشکستگی تجار و شرکت‌های وام‌گیرنده را دربر دارد.

۴

یکی دیگر از قوانینی که مانع توسعه‌یافتگی تجاری است، مقررات مربوط به پرداخت سودهای کلان به سپرده‌گذاران نزد بانک‌ها و مؤسسات مالی و اعتباری است. بانک‌ها و مؤسسات مالی و اعتباری برای جذب سپرده‌گذار با تبلیغات و وعده اعطای سود بانکی سنگین، اقدام به جذب سپرده‌گذار می‌کنند، اما به جهت بحران‌های اقتصادی و فعالیت‌های کاذب و غیرحرفه‌ای، امکان بازپرداخت اصل و سود توافق شده را به سپرده‌گذاران را از دست می‌دهند و همین امر موجب ورشکستگی خودشان از طرفی و تضرر سپرده‌گذاران مالی می‌شود و این امر، مفهومی جز مانع توسعه‌یافتگی ندارد. تجربه موسسه اعتباری کاسپین و امثال آن، نشان از این واقعیت دارد که قوانین مربوط به فعالیت‌های مؤسسات مالی اعتباری و همچنین مقررات مربوط به نظارت بانک مرکزی بر فعالیت این مؤسسات ناکافی است. به عبارت دیگر، قوانین ناقص موجب عدم توسعه کسب وکار و تجارت و مآلا ورشکستگی می‌گردد. بنابراین ریشه بسیاری از عقب‌ماندگی‌ها را می‌توان در قوانینی که به صورت غیرکارشناسانه تنظیم شده‌اند یافت. قانون صرفا در عرصه اقتصادی یا صنعتی یا تجاری، مانع توسعه‌یافتگی نیست بلکه در عرصه فرهنگی و اجتماعی نیز می‌تواند مانع توسعه‌یافتگی شود. مثلا در ماده ۱۲ منشور حقوق شهروندی مقرر شده است: «آزادی‌های فردی و عمومی شهروندان مصون از تعرض است. هیچ شهروندی را نمی‌توان از این آزادی‌ها محروم کرد. محدود کردن این آزادی‌ها تنها به قدر ضرورت و به موجب قانون صورت می‌گیرد.»

ملاحظه فرمودید که به موجب ماده ۱۲ منشور حقوق شهروندی، محدود کردن آزادی افراد تنها به قدر ضرورت و به موجب قانون صورت می‌پذیرد. در این منشور، «ضرورت» تعریف نشده است و معلوم نیست این ضرورت را چه کسی می‌تواند تشخیص دهد؟ و چه بسا به بهانه تشخیص ضرورت، بسیاری از آزادی‌ها را بتوان محدود نمود. ممکن است گفته شود تشخیص ضرورت به موجب قانونی است که قانونگذار وضع می‌کند. مشکل همین قانون است. اگر قوه مقننه هر کشوری کاملا مردمی باشد و نمایندگان مجلس و قوه مقننه برخاسته از آرای واقعی مردم باشند و آن نمایندگان منتخب مردم، ضرورت‌ها و نیازهای جامعه را به معنای واقعی دریافته باشند و براساس آن بخواهند قانونگذاری نمایند، مشکلی به وجود نمی‌آیند، اما اگر نمایندگان مجلس و قوه مقننه از ارکان حکومت یا وابستگان حکومت باشند و بنا به تشخیص ارکان حکومت (نه مردم)، آزادی افراد را محدود کنند مشکل دوچندان می‌گردد. ضرورت را اگر خود ارکان حکومت (و نماینده مجلسی که وابسته به ارکان حکومت است) تشخیص دهد عملا این ماده منشور حقوق شهروندی نه تنها در جهت حقوق شهروندی کارگشا نیست بلکه اتفاقا خودبه خود محدودکننده آزادی است و به نوعی می‌توان گفت این قانون، مانع توسعه‌یافتگی فرهنگی، اجتماعی و سیاسی است.

همین ایراد به ماده ۲۶ منشور حقوق شهروندی وارد است. در ماده ۲۶ منشور حقوق شهروندی مقرر شده است: «هر شهروندی از حق آزادی بیان برخوردار است، این باید در چارچوب حدود مقرر در قانون اعمال شود و...» توجه داشته باشید منشور حقوق شهروندی برای حفظ و حمایت از حقوق ملت در مقابل دولت - حکومت وضع شده است. حال اگر مبنای تشخیص ضرورت یا مصلحت، خود ارکان دولت یا حکومت باشد یا مبنا و معیار محدودکننده آزادی همان قانونی باشد که خود حکومت وضع می‌کند عملا ما با تعارض روبه‌رو هستیم و نتیجه این تعارض، عدم توسعه فرهنگی و اجتماعی است. وقتی که در ماده ۲۶ منشور حقوق شهروندی، حق آزادی بیان در حدود قانونی اعمال می‌شود، عملا می‌توان با وضع قانون، جلوی آزادی بیان را گرفت و یا محدود کرد و با این شگرد، منشور حقوق شهروندی منتفی می‌شود و این امر مفهومی غیر از این ندارد که قانون می‌تواند مانع توسعه‌یافتگی فرهنگی، اجتماعی و سیاسی گردد. با این وجود، قانون همیشه مانع توسعه نیست بلکه در بسیاری از موارد، راهگشای توسعه است. بیشتر قوانینی که در مجمع تشخیص مصلحت نظام تصویب شده است و در جهت رهیافت مجوز عبور از برخی محدودیت‌ها وضع شده است به جهت سدشکنی موجب توسعه بوده‌اند.

۴ پیشنهاد برای بهبود کارکرد سامانه‌های دولتی

حسن فروزان‌فرد، عضو اتاق بازرگانی تهران

به عنوان یک فعال اقتصادی درخصوص سامانه‌ها باید اینطور توضیح بدهم که سامانه‌های متعدد دستگاه‌های دولتی می‌توانند برای فعالان اقتصادی، مشکلات مختلفی ایجاد کنند: ۱-پیچیدگی و تداخل اطلاعات: وجود سامانه‌های مختلف در دستگاه‌های دولتی ممکن است منجر به پیچیدگی و تداخل اطلاعات شود که برای فعالان اقتصادی منجر به ابهام و سردرگمی شود. ۲-تاخیر در ارائه خدمات: سامانه‌های دولتی متعدد ممکن است باعث تاخیر در ارائه خدمات به فعالان اقتصادی شود، زیرا هر سامانه نیاز به زمان و اطلاعات جداگانه دارد. ۳-ناسازگاری و عدم همسویی: سامانه‌های دولتی مختلف ممکن است با یکدیگر ناسازگاری داشته باشند و عدم همسویی در ارائه خدمات به فعالان اقتصادی ایجاد کنند. ۴-هزینه‌های اضافی: استفاده از سامانه‌های متعدد دولتی ممکن است هزینه‌های اضافی برای فعالان اقتصادی به همراه داشته باشد، زیرا نیاز به زمان، نیروی انسانی و منابع دیگر برای ارتباط با سامانه‌ها و تطابق با آنها وجود دارد.

برای حل این مشکلات و بهبود کارکرد سامانه‌های دولتی، می‌توان روش‌های زیر را پیشنهاد داد: ۱-ادغام سامانه‌ها: ادغام سامانه‌های مختلف دولتی به یک سامانه یکپارچه می‌تواند به کاهش پیچیدگی و تداخل اطلاعات کمک کند. ۲-استفاده از استانداردها: استفاده از استانداردهای مشترک برای سامانه‌های دولتی مختلف، می‌تواند از ناسازگاری و عدم همسویی جلوگیری کند. ۳-ارائه خدمات یکپارچه: ارائه خدمات یکپارچه از طریق یک پورتال مشترک برای فعالان اقتصادی، می‌تواند به کاهش تاخیر در ارائه خدمات کمک کند. ۴-آموزش و آگاهی‌بخشی: آموزش فعالان اقتصادی درباره استفاده بهینه از سامانه‌های دولتی و روش‌های ارتباط با آنها، می‌تواند به کاهش هزینه‌های اضافی و بهبود کارکرد سامانه‌ها کمک کند.

در بخش ابتدایی این یادداشت از نگاه یک فعال اقتصادی به مسئله تعدد سامانه‌ها نگاه کردم. در بخش دوم قصد دارم موضوع تعدد سامانه‌ها و شرایطی را که دارند از جایگاه رئیس کمیسیون حکمرانی اتاق بازرگانی تهران و از منظر حکمرانی خوب بررسی کنم که تکمیل‌کننده بخش اول است. مهمترین کارکرد سامانه‌ها در یک مکانیزم حکمرانی خوب، زمینه‌سازی زیرساخت‌های مناسب برای اجرایی شدن حکمرانی خوب است. در حکمرانی خوب به چه مواردی اشاره می‌کنیم؟ به عنوان مثال از مهمترین اجزای حکمرانی خوب، موضوع توجه به قانون، قانون‌مداری و پایبندی به مقررات است. سامانه‌ها زمینه مداخله افراد را در تصمیم‌گیری‌ها، برنامه‌ریزی‌ها و صدور مجوزها کمتر می‌کنند و یک الگوریتم یکسان و غیرقابل دستکاری در استفاده از سامانه‌ها وجود دارد. با این تفاصیل، اگر در جای خودشان درست عمل کنند می‌توانند ابزار مساعدی برای پایبندی به قانون برای همه باشند. دیگر جزء مهم حکمرانی خوب، موضوع شفافیت هست، وقتی از شفافیت می‌گوییم از این صحبت می‌کنیم که چگونه اطلاعات به درستی، به موقع و کم هزینه در اختیار همه ذی‌نفعان قرار بگیرد. اگر سامانه‌ها به درستی تعریف شده باشند و مورد استفاده قرار بگیرند، می‌توانند زمینه‌ساز در دسترس قرار گرفتن اطلاعات برای همه ذی‌نفعان باشند، اما متاسفانه با این فرآیند مواجه نیستیم. در شرایط فعلی، سامانه‌ها فقط جمع‌کننده و ذخیره‌کننده اطلاعات برای دسترسی افراد خاص و برخی از ذی‌نفعان هستند. عملا سامانه‌ها را داریم و مرتب به تعداد آنها افزوده می‌شود، اما اطلاعات در زمان مناسب در اختیار ذی‌نفعان مناسب قرار نمی‌گیرد.

فرض بگیریم که سامانه جامع تجارت را توسعه دادیم، همه فعالیت‌های مرتبط با تجارت در این سامانه شکل می‌گیرد، اما به اطلاعات دسترسی نداریم که تا این لحظه چه کسانی در سامانه ثبت‌نام کرده‌اند؟ چه کسانی چه میزان فعالیت صادراتی انجام داده‌اند؟ چه کسانی چه میزان فعالیت وارداتی انجام داده‌اند؟ چه به صورت با نام و چه به صورت بی‌نام. اطلاعات و گزارش‌های مناسبی از ذی‌نفعان به منظور تصمیم‌گیری‌های بهتر و جلوگیری از رخدادهای رانت‌آفرین و فسادآفرین وجود ندارد. در اینجا فاکتوری که باید موجب شفافیت می‌شد، برخی مواقع به عدم شفافیت می‌افزاید یا دسترسی افراد خاص سبب می‌شود که آنها بتوانند از رانت‌های اطلاعاتی ویژه‌ای بهره‌مند باشند که عموم ذی‌نفعان از آن بهره‌ای نمی‌برند. بنابراین شکل سامانه‌ای کار، راه‌حل نهایی نیست. انگیزه تاسیس سامانه‌ها باید انگیزه ایجاد شفافیت باشد که متاسفانه در این زمینه شرایط خوبی نداریم. تا به امروز لزوما به‌کارگیری سامانه‌ها سبب یکپارچه‌سازی رفتار در مقابل مخاطب نشده، بلکه بیشتر باعث توقف فعالیت‌ها شده است.

وقتی قرار است سامانه‌ای راه‌اندازی شود، حتما نیاز هست که یکبار مجموعه فرآیندهایی که پیش‌تر به صورت غیرسامانه‌ای انجام می‌شد، مورد بازنگری دقیق قرار بگیرد و مشخص گردد که اگر تصمیم‌گیری به نگاه سامانه‌ای محدود شود، در چه نقاطی توقف‌های متعددی به وجود می‌آید و از پیش برای آنها برنامه‌ریزی شود. وقتی که فعالیت از طریق کارشناسان و دیوان‌سالاری معمولی اتفاق می‌افتد، تعامل بین کارشناس و مراجع می‌تواند برخی از مشکلات کوچک را به سادگی و در زمان کوتاه برطرف کند، اما وقتی از سامانه سخن می‌گوییم دیگر زمینه این مساعدت و همکاری وجود ندارد و حتی یک مشکل کوچک که تاثیر نهایی مهمی ندارد، می‌تواند باعث توقف فعالیت‌های یک فعال اقتصادی شود.

یکی دیگر از مهمترین معیارهای حکمرانی خوب، موضوع جلب مشارکت و همکاری عمومی هست. ما زمانی به سمت حکمرانی خوب نزدیک می‌شویم که زمینه‌ها برای این جلب مشارکت فراهم باشد و مشارکت تحقق پیدا کند. اگر سازماندهی به گونه‌ای باشد که پایبندی به مقررات و قوانین جدی‌تر و بی‌نقص‌تر اتفاق افتد، همچنین شفافیت به درستی توسط سامانه‌ها شکل بگیرد می‌توان امیدوار بود که سامانه‌ها از منظر مشارکت هم نقش‌آفرینی می‌کنند و موجب حس مشارکت عمومی در اداره و پیشرفت امور می‌شوند، اما وقتی در دو حوزه ذکر شده (پایبندی به مقررات و شفافیت) خوب عمل نکنیم، حوزه سوم (جلب مشارکت و همکاری عمومی) هم خودنمایی نمی‌کند و چیزی جز اجبار در تعامل با سامانه‌ها نمی‌بینیم. در صورتی که اگر به خوبی روی آن دو حوزه کار کرده باشیم، آگاهی‌رسانی مناسب انجام شده باشد و جلب اعتماد کرده باشیم، آن زمان می‌توانیم به جای اجبار در تعامل با سامانه‌ها شاهد نوعی مشارکت عمومی باشیم که می‌تواند باعث شادی و جنب‌وجوش در فضای عمومی کسب‌وکار و پیشرفت‌های حاصل از آن باشیم.

الان این حس وجود دارد که مجموعه سازمان‌ها و بنگاه‌های دولتی و ارائه‌دهنده خدمات عمومی، سامانه‌ها را برای خدمات‌دهی و مسئولیت‌پذیری کمتر در مقابل مواجهه جدی دستگاه خودشان با خواسته و نیازهای روز مردم ترتیب می‌دهند. این تصویر عمومی سبب می‌شود مردم هم با میل، رغبت و با هدف استفاده درست از سامانه‌ها به سامانه‌ها نزدیک نشوند و بیشتر از روی اجبار، اکراه و با نارضایتی به سراغ آنها بروند. به این ترتیب، حاصل استفاده از سامانه‌ها، افزایش رضایت عمومی نیست. وقتی از منظر حکمرانی خوب به موضوع سامانه‌ها نگاه می‌کنیم، موضوع بسیار بسیار بااهمیت است. اگر درست طراحی و به کار گرفته شود، یک ابزار و امکان مناسب هست که می‌تواند روی همه اجزا و ارکان حکمرانی خوب موثر و مفید باشد. در کمیسیون حکمرانی سازمانی اتاق بازرگانی تهران از جنبه‌های مختلف به موضوع سامانه‌ها توجه داریم. یک نگاه این کمیسیون به سامانه‌ها از جنبه موازی‌کاری و یافتن راه‌های جلوگیری از آن است که سبب کاهش بهره‌وری، کندی فعالیت‌ها و افزایش نارضایتی‌ها می‌شود. همچنین قصد داریم که راهنمایی‌های لازم را از سمت فعالان اقتصادی برای تعامل با مجموعه نظام حکمرانی ارائه کنیم تا بتوانند از ظرفیت ایجاد، اداره و بهسازی سامانه‌ها، فرصت حکمرانی بهتر را برای خود فراهم کنند.

نگـــاه

چرا سند حکمرانی توسعه صنعتی لازم است؟

به سوی استراتژی توسعه صنعتی

در نشســت روســای کمیســیون‌های تخصصی اتاق ایران بر تدوین ســند استراتژی توســعه صنعتی با هدف قرار گرفتن در زنجیره ارزش جهانی تاکید شد. روسای کمیسیون‌های تخصصی اتاق ایران در نشست روز گذشته، ضمن بررســی و آسیب‌شناســی وضعیت صنایع کشــور، مشــارکت در تدوین سند اســتراتژی توســعه صنعتی را با هدف قرار گرفتن تولیدات صنعتی و خدماتی ایــران در زنجیره ارزش جهانی را خواســتار شــدند. در ابتدای این نشســت، «علیرضا کلاهی صمدی»، رئیس کمیسیون صنعت اتاق ایران با ارائه گزارشی از چالش‌های کلان و بخشــی صنعت، گفت: «در طول دو دهه گذشته ترکیب ارزش‌افزوده بخش صنعت دچار تحولات اساسی شده به طوری که ارزش‌افزایی صنعتی از سمت محصولات ساخت‌پایه به سمت صنایع هیدروکربوری و معدن پایه منتقل شــده و توان ارزش‌زایی صنایع کشور با کاهش مواجه شده است.» به گفته وی، «تثبیت نــرخ ارز مهمترین عاملی بود که چرخه معیوب صنعت را کلید زد. در واقع این شرایط از انتهای دوره دولت اصلاحات شروع شد و در دولت‌های بعد تشدید و تداوم یافت. در نهایت صنعتگران بزرگ به سمت صنایع منبع‌محور رفتند و بخش قابل توجه سرمایه‌ها به حوزه مسکن سوق پیدا کرد.»

این فعال اقتصادی ســپس به مســئله ارز تولید اشاره و تأکید کرد: «از سال ۹۷ تاکنون حدود ۲۳ درصد از ارز حاصل از صادرات به چرخه اقتصاد بازنگشته اســت و طبق بررســی‌ها حدود ۲۵ درصد صادرکنندگان بیــش از ۶۰ درصد ارز خود را بازگردانده‌اند. در نتیجه بخش واقعی تولید با بازگشــت ارز مشکلی ندارند.» «کلاهی صمدی» با اشاره به ناهماهنگی بین ساختار توسعه صنعتی ایران و تحولات جهانی، گفت: «روند توسعه صنعتی در ایران خلاف روند توسعه صنعتی دنیاست. امروزه عمده ارزش‌افزوده در صنایع ساخت‌محور با فناوری بالا ایجاد می‌شــود و صنایع منبع‌پایه تنها سهم ۲۲ درصدی در ایجاد ارزش‌افزوده دارند و متأسفانه صنایع ایران هم بیشتر منبع‌پایه هستند و در عین حال شاهد رشــد صنایع مونتاژ هستیم.» او همچنین درباره پیمان‌سپاری ارزی هم گفت: «از همان ابتدا پیشــنهاد بخش خصوصی این بود که صنایع کوچک و متوسط از این سیاســت معاف شوند. این صنایع مجبور هســتند ارز خود را برگردانند و اعمال پیمان‌ســپاری تنها کمر آنها را می‌شــکند.» به باور وی، «وضعیت ارز، ناترازی انرژی، ساختار نادرست مشوق‌ها، نبود استراتژی توسعه صنعتی، شرایط نامطلوب بازار ســرمایه و موضوعاتی از این دســت، مجموعه‌ای از چالش‌های بخش صنایع کشور هستند.»

«فرشید شــکرخدایی»، رئیس کمیسیون سرمایه‌گذاری و تأمین مالی اتاق ایران نیز از دیگر چالش‌های صنایع کشور به کیفیت پایین تولیدات، عدم توان رقابت این کالاها با تولیدات خارجی مشــابه، نبود نیروی انسانی ماهر، مشکل بازرگانان در صادرات تولیدات داخلی و پیچیده و سخت بودن روند ورشکستگی واحدهای غیربهره‌ور اشاره کرد. همچنین در ادامه نشست، «محمود اولیایی»، رئیس کمیسیون مسئولیت اجتماعی اتاق ایران از ضرورت توجه بیشتر نسبت بــه بخش خدمات در چارچــوب صنعت در کنار تولید صحبــت کرد و گفت: «بخــش عمده مشــکل صنایع، مدیریت غیربهره‌ور اســت. در واقع سیســتم مدیریتی حاکم بر واحدها اصولی نیست و باید این جریان اصلاح شود؛ توجه به موضوعات درون‌بنگاهی ضرورت دارد.»

«محمد لاهوتی»، رئیس کمیسیون صادرات اتاق ایران هم به تشریح دلایل تشــویق پدیده قاچاق در اقتصاد ایــران پرداخت و گفــت: «اعمال تعرفه‌ها و ممنوعیت‌ها به اســم حمایت از تولید داخل موجب شده تا قاچاق جذاب شود. باید در یک اقدام جدی مسیر مشوق‌های قاچاق بسته شود. درباره ارز باید تنها خواســته بخش خصوصی، اصلاح واقعی نرخ باشــد، با این کار سایر مشکلات بازار ارز هم حل می‌شــود. از طرفی حتی بازگشت ارز و عرضه در بازار نیما نیز امکان‌پذیر می‌شود.»

«بهرام شکوری»، رئیس کمیسیون معدن نیز پیشنهاد داد که «به سمت تک نرخی شدن ارز برویم و تمرکز جدی خود را روی این اصل بگذاریم. بدین‌ترتیب با فســاد مبارزه خواهیم کرد و به ســمت شفافیت می‌رویم. این‌گونه دسترسی همگان در پروسه درمان، آموزش و ... به ارز تسهیل می‌شود.» این عضو هیأت نمایندگان اتــاق ایران همچنین وضع عوارض برای صادرات کالا را نادرســت دانست و تأکید کرد: «اگر تولید مازاد داریم باید صادر شود. وضع عوارض برای این بخش غیرمنطقی اســت. اگر اجازه صــادرات تولیدات مازاد را نداریم نباید اجازه تولید بدهند. اگر مجوز تولید دریافت می‌کنیم باید زمینه فروش و عرضه آن هم مهیا باشد.»

«محمد قاســمی»، رئیس مرکز پژوهش‌های اتاق ایران نیز در این نشســت از آمادگی مدیران بورس کالا برای برگزاری یک نشســت تخصصی با روســای کمیســیون‌ها و در عین حــال از ایجاد بســتری برای آسیب‌شناســی و ارائه راهکارهــای دقیق تخصصی درباره هر یــک از زنجیره‌های صنعتی با همکاری وزارت صنعــت، معدن و تجارت خبر داد. همچنین «پیام باقری»، عضو هیأت رئیسه اتاق ایران درباره اهمیت تهیه محتوای لازم برای حل چالش‌های صنعتی کشور صحبت کرد و پیشنهاد داد: «مشارکت خود را با تهیه محتوای کارشناسی در تدوین سند استراتژی توسعه صنعتی که در حال تدوین است، بیشتر کنیم.» او تمرکــز بر قرار گرفتن تولیدات و خدمــات در زنجیره ارزش جهانی را هدف نهایی این بخش عنوان کرد و گفت: «در تهیه پیشــنهادهای خود برای ســند استراتژی توسعه صنعتی باید این اصل را مورد توجه قرار دهیم.»

در بخش بعدی این نشست، «احمد آتش‌هوش»، رئیس کمیسیون حقوقی اتاق ایران به لایحه تجارت و پروســه بررسی آن در مجلس اشاره کرد و گفت: «تاکنــون بیــش از ۱۰ نامه به همــت اتاق ایران درباره مغایــرت این لایحه با دیگر قوانین بالادســتی تهیه و ارســال کردیم. موضع رســمی اتاق درباره این لایحه این بوده اســت که تغییر یکباره این قانون ۹۰ ســاله، نظم اقتصادی و تجــاری را به هــم می‌زند. بنابراین باید اصلاحــات را بخش‌به‌بخش اجرا کنیم که متأسفانه این پیشــنهاد مورد توجه قرار نگرفته است.» این فعال اقتصادی در ادامــه صحبت‌هایش پیشــنهاد داد: «در حال حاضر ایــن لایحه در اختیار شورای نگهبان و مجمع تشخیص مصلحت نظام قرار گرفته تا مراحل تصویب آن تکمیل و نهایی شود. پیشنهاد امروز اتاق ایران این است که لایحه برگردد و بخش‌به‌بخش اصلاح و اجرا شــود. از طرفی ســه ســال مهلت داده شــود تا زیرساخت‌های لازم برای اجرای اصلاحاتی که در لایحه دیده شده است، فراهم شــود. از طرفی لایحه‌ای که در دســت تصویب اســت با آنچه دولت ارائه داده بود، خیلی متفاوت اســت که نباید این‌گونه باشــد. در واقع نمایندگان مجلس تغییرات بســیار زیادی روی لایحه پیشنهادی دولت اعمال کردند که نباید به این ترتیب عمل کرد. موضوع همچنان از ســوی اتاق در حال پیگیری است.» «آرمان خالقی»، نایب‌رئیس کمیسیون مالیات، کار و تأمین اجتماعی اتاق ایران نیز پیشــنهاد داد: «پژوهشــکده قوه قضائیه این آمادگی را دارد تا با همکاری اتاق‌های سه‌گانه نظر دهد و هم‌راستا، موضوعات را پیگیری کند.»

«محمدعلی رضایی»، رئیس کمیسیون کشــاورزی در ادامه این نشست به یکی از مشکلاتی که در بخش بازگشت ارز وجود دارد اشاره کرد و در مورد لزوم تعریف سازوکار منطقی در برابر صادرکنندگانی که با عدم پرداخت ارز در بازار هدف مواجه می‌شــوند، گفت: «صادرکنندگانی که در روند تجارت خود دچار مشــکل شــدند و ارز صادراتی را از طرف تجاری دریافت نکردند، چالش جدی در رفع تعهدات ارزی دارند. دولت چگونه با این واحدها برخورد خواهد کرد؟» در پاسخ به این سوال، «لاهوتی» گفت: «اگر صادرکننده‌ای با عدم پرداخت ارز روبه‌رو شــده و نتواند تعهد ارزی خود را رفع کند، باید ادعای خود را براســاس حکم دادگاه با تأیید سفارت ایران در کشور موردنظر ارائه دهد. البته این جریان و دریافت رأی از دادگاه بســیار ســخت و غیرقابل اجراســت. بنابراین می‌توان رسیدگی کرد و یک سازوکار منطقی برای مواجهه با این اتفاقات، اتخاذ کرد.»

«علی عرب»، نایب‌رئیس کمیســیون گردشگری اتاق ایران در این نشست، گزارشــی از برگزاری ســمپوزیوم گردشــگری طی دو روز ارائه داد و در ادامه به ظرفیت‌های این بخش در ایران اشــاره کرد. بــه اعتقاد او، «حضور فعال در نمایشــگاه‌های خارجی یکی از اقداماتی اســت که باید جدی گرفته شــود. در این بین نیاز اســت مطالعات پژوهشــی صورت گیرد و تولیــد محتوا در حوزه گردشــگری با هدف آسیب‌شناســی و ارائه راهکار، جدی گرفته شــود.» وی همچنین سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در حوزه گردشگری را به دلیل ضعف دولت در این بخش خواستار شد.

بخش خصوصی در برنامه‌های اقتصادی نامزدهای ریاست جمهوری چه جایگاهی دارد؟

انتظارات حداقلی از دولت چهاردهم

فرصت امروز: تقریبا همگان در این نکته اتفاق نظر دارند که حال اقتصاد ایران خوب نیســت و لازم است تغییر نگرشــی در سطح کلان اقتصادی و ریل‌گــذاری صحیحی در جهت توســعه کشــور انجام شــود. همچون انتخابات ریاست جمهوری پیشین، در انتخابات امسال نیز دل‌مشغولی‌های اقتصــادی، نقش پررنگی در مطالبات مردم دارد و این مهم در شــعارها و وعده‌های نامزدهای انتخابات ریاســت جمهوری کاملا به چشم می‌خورد. البتــه دولت‌ها در این ســال‌ها وعده‌های زیادی داده‌اند و نتوانســته‌اند به تمامــی این وعده‌ها عمل کنند؛ تا جایی که فعــالان اقتصادی در ارزیابی پایش محیط کســب وکار همواره از «عمل مســئولان ملی به وعده‌های داده‌شده» و همچنین «بی‌ثباتی سیاست‌ها، قوانین و مقررات و رویه‌های اجرایــی ناظر بر کســب و کار» گلایه داشــته‌اند و از آن به عنوان یکی از مولفه‌های مخرب فضای کســب وکار نام برده‌اند. در واقع، مدت‌هاست که اعتبار دولت‌ها نزد فعالان اقتصادی بخش خصوصی مخدوش شده و سوال این اســت که نامزدهای انتخابات ریاست جمهوری چهاردهم چگونه قرار است این اعتبار مخدوش شده را به دولت بازگردانند؟

از سوی دیگر، دهه‌هاست که منابع حاصل از نفت و گاز، ساختار اقتصاد و سیاســت ایران را تحت تأثیر قرار داده است و نقش اساسی در تحولات سیاســی، اقتصادی و اجتماعی ایران داشــته است. آثار ناشی از این منابع در اقتصاد، صرفا به شــکل حجم منابع ارزی و ریالی وارد شــده به بودجه عمومی دولت، قابل اندازه‌گیری نیســت. ارزش فرآورده‌های نفت و گاز در داخل (به شکل مصرف نهایی توسط خانوار و به ویژه مصرف واسطه توسط بخش‌های حمل و نقل، کشاورزی، صنعت و معدن و خدمات) با قیمت‌های دستوری نیز در چرخش چرخ‌های اقتصاد ایران در پنج دهه اخیر، اهمیت بسیاری داشته است. جریان منابع آشکار و ضمنی نفت و گاز ضمن آنکه شــاخص‌هایی مانند دسترسی به آموزش و بهداشت و درآمد سرانه نسبتا بالا و دسترســی به تســهیلات عمومی (مانند آب و برق و گاز) را در دوره طولانی نســبت به میانگیــن جهانی افزایش داد، اما ســاختار اقتصادی و اجتماعی ناکارآمدی را بنا گذاشت.

۲۰ چالش اصلی اقتصاد ایران

در آســتانه برگزاری انتخابات زودهنگام ریاست جمهوری، اقتصاددانان همگام با ســایر صاحب‌نظران به بیان دغدغه‌ها و مسائل اولویت‌دار کشور در دولت چهاردهــم پرداخته‌اند. ابتدا انجمن اقتصاد ایران در بیانیه‌ای به ۲۰ چالش اصلی اقتصاد ایران اشــاره کرد و از نامزدهای ریاست جمهوری خواســت تا برای عبور از این چالش‌ها در ســه سطح مختلف اقدام کنند. ســابقه تاریخی انجمن اقتصاد ایران به ابتدای دهه ۱۳۵۰ برمی‌گردد که جمعی از اســاتید اقتصاد دانشگاه تهران، هسته اولیه آن را بنیان نهادند و در ادامه با پیوستن اساتید سایر دانشگاه‌ها به نوشتن اساسنامه و تشکیل رسمی انجمن انجامید.

انجمن اقتصاد ایران که پیشتر انجمن اقتصاددانان ایران خوانده می‌شد، در بیانیــه خــود از ۲۰ چالش اصلی اقتصاد ایران پرده برداشــته و آنها را چنین برشمرده اســت: ۱-رشد اقتصادی پایین و پرنوسان که سبب افت شدید درآمد سرانه کشور نسبت به رقبای منطقه‌ای و جهانی شده است. ۲-تورم‌های بالای مزمن و بعضا رو به افزایش در کنار کاهش‌های شــدید و پیاپــی ارزش پول ملی و قــدرت خرید مردم. ۳-کمیت و کیفیت پایین اشــتغال و اشتغال‌زایی. ۴-فقدان روابط مستحکم بین‌المللی و بهره‌گیری از آن در خدمت رشــد اقتصادی و رفاه. ۵-گســترش فساد و شکل‌گیری کانون‌های قدرت و ثروت که ســد راه اصلاحات و سیاســتگذاری صحیح اقتصادی شده و به انحراف انگیزه‌ها و ناهنجاری‌های اجتماعی می‌انجامد. ۶-تهیــه و تدارک نــاکارا و ناکافی کالاها و خدمات عمومــی. ۷-ناترازی عرضــه و تقاضای انرژی در قیمت‌های موجود و نزدیک شــدن به بحران انــرژی. ۸-بالابودن هزینه‌های مبادله منتج به اتلاف منابع و کاهش رفاه. ۹-بی‌ثباتی اقتصاد کلان، تشدید نااطمینانی، پیش‌بینی‌ناپذیری اقتصاد و انتظارات تورمی. ۱۰-پایین بودن نرخ پس‌انداز، تشــکیل ســرمایه و طبعا ســرمایه‌گذاری و مستهلک شــدن ســرمایه‌های فیزیکی و زیرساخت‌ها. ۱۱-هشــدارآمیز شــدن روند تشــکیل و رشد و ارتقای ســرمایه انسانی. ۱۲-فقــدان نقش بایســته تجارت الکترونیک، دولــت الکترونیک، فضای مجازی و اکنون هوش مصنوعی در مسیر توسعه. ۱۳-نرخ مشارکت پایین اقتصادی خصوصا برای نیروی کار زنان کشــور. ۱۴-روند افزایشی خروج سرمایه انسانی و مادی از کشور. ۱۵-فرصت‌های نابرابر رقابت برای عاملان اقتصادی. ۱۶-مواجهه فعالان اقتصادی با فقدان شــفافیت بایسته و عدم تقارن اطلاعات. ۱۷-بهره‌وری پایین نیروی کار و ســرمایه و مسیر ضعیف ارتقای تکنولوژی در کشــور. ۱۸-کاهش اعتماد شایسته عمومی و فقدان همراهی بایســته با سیاستگذار. ۱۹-افزایش نابرابری در ثروت. ۲۰-وجود نارسایی‌های بحرانی در شاخص‌های زیست محیطی، در خطر بودن منابع آبی کشــور و سطح بالای آلودگی هوا منتج به تهدید سلامتی شهروندان. انجمن اقتصاد ایران همچنین در ادامه این بیانیه به ۴۰ اقدام عاجل در سه سطح تصمیم‌گیری نهادی اشاره کرده است.

۱۰ مسئله اولویت‌دار دولت چهاردهم

همزمان با انجمن اقتصاد ایران، اندیشکده اقتصاد مقاومتی نیز در آستانه برگزاری چهاردهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری، یک بسته سیاستی تحت عنوان «مســیر دولت چهاردهم» منتشــر کرد تــا از این طریق و با گفت‌وگوهای بیشتر، به تعیین مسیر دولت آینده کمک نماید. در این بسته پیشــنهادی، ۱۰ مسئله اولویت‌دار دولت چهاردهم فهرست شده و با اشاره به لزوم رقابت داوطلبان به جای «مجادله‌های حاشیه‌ای و بی‌نتیجه» حول «کلان ایده‌های حکمرانی و اثبات کارآمدی آن»، از فعالان فضای حکمرانی کشــور برای گفت‌وگو در این چارچوب، کمک به طرح مســائل اولویت‌دار و در نهایت انتخاب متناســب‌ترین گزینه برای اداره کشــور در چهار سال پیش رو دعوت شــده است، اما مســائل اولویت‌دار کشور از نگاه اندیشکده اقتصاد مقاومتی به این قرار اســت: ۱-فروش پرمخاطره و غیررسمی نفت ۲-وابستگی به تحریم‌کنندگان در واردات کالای اساسی ۳-هدررفت منابع ارزی در نظــام پرداخت غیررســمی ۴-سیاســت‌های ارزی تضعیف‌کننده تولید ۵-خام فروشی نفت ۶-حمایت بی‌هدف و متناقض از صنایع مختلف ۷-ناترازی انرژی ناشی از رشد سریع مصرف نسبت به تولید ۸-جهش‌های تورمی ناشــی از رشــد نرخ ارز ۹-ناکارآمدی حمایت‌های معیشتی ۱۰-و کمبود مسکن متناسب با نیاز و سهم بالای هزینه مسکن در سبد خانواده. در بســته پیشنهادی اندیشکده اقتصاد مقاومتی همچنین پیش‌بینی شده که حل این ۱۰ مسئله از طریق راهبردهای ارائه شده به «رفع آثار نامطلوب تحریم بر اقتصاد ایران»، «توسعه صنعتی و جهش تولید»، «رشد صادرات و ارزآوری»، «تعیین و تثبیت نقش موثر برای جمهوری اســلامی ایران در نظــم جدید جهانــی»، «کاهش تورم به نرخ بهینــه و مدیریت آثار آن» و «بهبود وضعیت معیشــت اقشار آســیب‌پذیر و افزایش سرمایه اجتماعی» منجر شود. به گفته اندیشکده اقتصاد مقاومتی، هم‌اکنون عمر تحریم‌های جدید به حدود ۱۵ سال می‌رسد. طی این مدت بعضی تحریم‌ها بی‌اثر شده و بعضی نیز دیگر کارکرد ندارد، اما به دلیل ماندگاری بخشی از «عواملی که منجر به اثرگذاری تحریم بر اقتصاد ایران شده است»، کماکان این مسئله به طور کامل مرتفع نشده است و آثار آن هنوز پابرجاست. در همین راستا، کشور نیازمند یک «کلان ایده حکمرانی» منسجم است که بتواند مبتنی بر آن، «مسائل اولویت‌دار» را به صورت پایدار حل نموده و با سرعت بیشتر، پیشــرفت را محقق نماید. این کلان ایــده حکمرانی باید چهار مولفه مهم داشته باشد که عبارتند از: «بی‌اثر کردن تحریم»، «توسعه صنعتی هدفمند با محوریت نظم جدید»، «مدیریت نرخ تورم در حد بهینه توسعه صنعتی» و «حمایت معیشتی موثر و هدفمند».

۱۰ پرسش از رئیس‌جمهور آینده

مرکز پژوهش‌های اتاق ایران نیز در گزارشی، ۱۰ پرسش از رئیس‌جمهور آینده مطرح کرده و پرسیده است: ۱-بخش خصوصی در نظریه اقتصادی نامزدهای ریاست جمهوری چه جایگاهی دارد؟ ۲-ایران دارای ظرفیت‌های بزرگــی در حوزه ذخایر انرژی، اقتصاد دریا محور، معادن، نیروی انســانی جوان و توانمند و خلاق و ده‌ها مزیت دیگر اســت. کارشناســان ظرفیت اقتصــادی کشــور را تا چهــار برابر انــدازه اقتصاد فعلی بــرآورد کرده‌اند. برنامه شــما برای تحقق این ظرفیت‌ها چیست؟ ۳-در برخی وزارتخانه‌ها و ســازمان‌ها، مقدرات اقتصاد کشــور و فعالان اقتصادی به دســت نظام دیوانسالاری کم تجربه داده شده و افرادی که شناخت دقیقی از امور تولید و صــادرات و واردات ندارند، تصمیم‌های اصلــی را می‌گیرند. کاندیداهای محترم چه راه حلی برای این موضوع دارند؟ ۴-تقویت تولید اولویت چندم آنهاســت و چه کار مشخصی قرار اســت برای تقویت بنیه تولیدی کشور انجام دهند؟ ۵-بخش خصوصی در نظریه اقتصادی نامزدها چه جایگاهی دارد؟ آیــا مثل وضعیت فعلی بخش خصوصی فقط اجازه ورود به رشــته فعالیت‌های با ارزش افزوده پایین دارد یا به بخش‌های با ارزش افزوده بالا مثل نفت و گاز و پتروشیمی و معدن می‌تواند به راحتی وارد شود؟ ۶-حد مداخله مطلوب در بازار و قیمت گذاری کالاهای خصوصی از نظر نامزدهای انتخاباتی و رئیس دولت چهاردهم چیســت؟ ۷-هزینه مبادلات اقتصادی ایران در سطح بین‌المللی بالاســت. همین حالا قیمت کالاهای صادراتی ایران برای مصرف‌کننده عراقی حدود ۲۰ درصد بیشتر از قیمت‌های رقبا اســت. چون رابطه تجــاری آنها از طریق نظام بانکی انجام می‌شــود ولی روابــط ما از طریق صرافی. قیمت کالاهای خارجی نیز برای مصرف‌کننده ایرانی - حتی با دلار بازار آزاد- چند برابر مردم ســایر کشورهاســت. برای کاهش این گونه هزینه‌های مبادله و به طور مشخص پیوستن به گروه ویژه اقدام مالی (FATF) چه برنامه‌ای دارند؟ ۸-آیا قائل به تفکیک سیاست‌ها و مقــررات در خصوص ارز حاصل از صادرات محصولات منبع پایه (مانند پتروشیمی و معدنی) از صادرات محصولات کشاورزی و صنعتی، خدمات فنی و مهندســی و فرش و صنایع دســتی هســتند و آیا قائل هستند که ارزهای حاصل از صادرات محصولات کشــاورزی و صنعتی و خدمات فنی و مهندســی و صنایع دســتی و از این قبیل کالاها در بازار تعیین شــود؟ ۹-اگر بازار داخلی درباره یک کالا کمبود داشته باشد و همزمان، صادرات آن کالا هم امکان‌پذیر باشــد. آیا صادرات آن کالا را ممنوع خواهید کرد؟ ۱۰-مهمترین اولویت دیپلماســی اقتصادی آنها چیست؟ آیا تحریم‌زدایی اولویت دیپلماسی اقتصادی آنهاست یا معتقدند بدون لغو یا کاهش معنادار تحریم‌ها، امکان ارتباط نرمال با اقتصاد جهانی وجود دارد؟

وعده‌های عجیب نامزدهای انتخابات ریاست جمهوری ادامه دارد

از بنزین رایگان تا اهدای ۲۰ گرم طلا به خانوار

نامزدهای چهاردهمین انتخابات ریاست جمهوری این روزها از وعده‌های اقتصادی عجیبی سخن می‌گویند. در حالی که وعده‌های کاندیداها پیش از ایــن نیز بر زمین مانده و مشــکلات مزمن اقتصادی ایران، شــرایط را بســیار پیچیده‌تر از قبل کرده اســت، اما بارش وعده‌های تازه برای کسب رأی همچنان ادامه دارد. در این میان، وعده‌ها همواره در حوزه معیشــت تعریف می‌شود و کسی برنامه‌ای برای توسعه و بهبود کلی وضعیت اقتصاد ندارد. به گزارش «خبرآنلاین»، یارانه‌های نقدی که از ســال ۱۳۸۹ توزیع شــده‌اند حالا به چاه ویلی بدل شــده‌اند که تبعات اجتماعی خروج از آن، بیشتر از تبعات اقتصادی ناگوارشان است. همچنان از پس گذشت ۱۴ سال وعده‌های یارانه‌ای در ادبیات سیاســتمداران ایرانی جاخوش کرده‌اند و در شــرایطی که تبعات افزایش یارانه‌های نقدی بر افکار عمومی آشکار شده، برخی با گذر از پول نقد به بهانه دور زدن تورم، وعده توزیع طلا می‌دهند. این وعده‌های عجیب و غریب در حدی اســت که می‌توان فهرستی از این عجایــب را تهیه کرد. وعده‌هایی که نه در ایران ۸۵ میلیون نفری بلکه در هیچ کشــوری قابلیت اجرا ندارد و اتفاقا اجرایی شدن آن خطری جدی را متوجه کشور خواهد کرد.

«علیرضا زاکانی»، شــهردار تهران، ســردمدار وعده‌های بزرگ است. او وعده داده اســت به هر خانوار ایرانی ۲۰ گرم طلا به عنوان یارانه بدهد. او این موضوع را با هدف دور زدن تورم مطرح کرده و گفته اســت که اعتبار طلا دیگر از گزند تورم مصون است. البته بسیاری از کارشناسان این وعده وی را به چالش کشیده‌اند و می‌گویند چنین اتفاقی خود می‌تواند به یک بحران جدی برای اقتصاد ایران بدل شــود. ماجرا آنجا پیچیده‌تر می‌شود کــه وی از وعده‌ای به نام نصف کردن قیمت بنزین پرده‌برداری می‌کند و می‌گویــد قصد دارد در دولتش بنزین ۳ هزار تومانی را حذف کند و بهای بنزیــن را به ۱۵۰۰ تومان برســاند. این وعده در حالی داده می‌شــود که ناترازی بنزین در ایران یکی از مهمترین مشکلات اقتصادی است و تداوم این روند می‌تواند بحرانی جدی را برای کشور ایجاد نماید. در عین حال او کسی است که وعده رایگان کردن بیمه برای کودکان زیر هفت سال، زنان بــاردار و پدربزرگ‌ها و مادربزرگ‌ها را داده اســت. این وعده کلی البته بار مالی ســنگینی دارد که وی درباره نحوه اجرای آن چندان توضیحی نداده است. او همچنین وعده داده است که گوشت را دم در منزل به هر خانوار ایرانی تحویل دهد.

براساس این گزارش، «امیرحسین قاضی‌زاده‌هاشمی» نیز در چنته خود چندیــن وعده عجیب و غریب دارد. او که در ســخنانش بر خانواده تاکید زیــادی دارد، از برنامــه‌اش برای اعطای اعتبار یــک میلیارد تومانی به هر جوان برای تشــکیل خانواده سخن گفته اســت. این اعتبار به گفته وی، قرض‌الحســنه خواهد بود. در عین حال او که مدعی اســت وزیر آموزش و پــرورش را با رأی معلمان انتخاب خواهد کرد، در انتخابات پیشــین از برنامه‌اش برای حل مشکل بورس در سه روز خبر داده بود و حالا نیز گفته است که مشکل بورس را در کمتر از سه روز حل خواهد کرد.

ســفر مجانی نیز وعده اقتصادی «ســعید جلیلی» محســوب می‌شود. «جلیلی» که در انتخابات ســال ۱۴۰۰ به نفع «ابراهیم رییسی» از کارزار انتخابات سیزدهم کنار رفته بود، حالا بار دیگر در صحنه انتخابات ریاست جمهوری حضور دارد. وی وعده داده اســت که به هر خانوار یارانه سه روز ســفر رایگان در اقامتگاه‌های دولتی را خواهــد داد. «تجارت نیوز» اعلام کرده که این مطلب در اکانت توئیتری (ایکس) منتسب به «سعید جلیلی» درج شــده است. چنین وعده‌ای از سوی وی تکذیب نشده است. از سوی دیگر او وعده داده اســت که عقب‌ماندگی چند صد ســاله را در چند سال جبــران خواهد کرد. «جلیلی» همچنین وعده داده اســت که اعتبار را به ریــال برمی‌گردانــد و دلارزدایی خواهد کرد. برنامه‌ای که در دســتور کار دولت‌های پیشــین و حتی دولت ســیزدهم نیز بوده و محقق نشده است. او با شــعار «یک جهان فرصت، یک ایران جهش» از طرحش برای توزیع عادلانه یارانه‌ها پرده برداشــته اســت. به گفته خودش، ۱۰ سال عهده‌دار طرح دولت ســایه بوده اســت. او طرحی عجیب در انتخابات پیشین برای توزیع یارانه بنزین مطرح کرد که موسوم به طرح وان بود. این طرح دلالت بر توزیع یارانه بنزین به افراد و نه خودروها داشت و در جزیره کیش و قشم به صورت پایلوت اجرا شــد اما نتایج آن طوری نبود که اجرای سراســری آن در سراسر کشور تضمین شود. در همین حال، «مصطفی پورمحمدی» نیز در انتخابات ریاست جمهوری چهاردهم، طرحی عجیب را مطرح کرده اســت. او طرحی دربــاره توزیع رایگان بنزین داده اســت. البته این طرح ناظر به انتقادی اســت که از وضعیت پرداخت یارانه‌ها دارد. این کاندیدای انتخابات ریاســت جمهوری گفته است: «مطمئن هستم با مدیریت خوب در یارانه ســوخت و انرژی که متاســفانه در ۱۵ یا ۱۶ سال گذشته در دو طیف مدیریتی جناحی نتوانستیم آن را سامان بدهیم و پرت عظیم انرژی داریم، ما می‌توانیم میانگین از میزان ســوخت در اروپا بگیریم و آن را به مردم مجانی بدهیم. یک شاخص و مدل داریم، باقی مانده آن را می‌توانیم یک تسهیلات دیگر مانند کمک به بهداشت و آموزش ارائه بدهیم.»

وعده اقتصادی «محمدباقر قالیباف» نیز ناظر بر بحث مســکن اســت. «قالیباف» در توئیتی وعده داد که در صورت پیروزی احتمالی در انتخابات ریاست جمهوری، حقوق کارکنان، بازنشستگان و حداقل دستمزد کارگران به میزان تورم ســالانه به علاوه رشــد اقتصادی افزایش خواهد یافت. وی در این باره نوشــت: «عقب افتادن افزایش حداقل دستمزد از میزان تورم یعنی کوچک شــدن ســفره مردم و ناامنی روانی خانوارها.» او وعده داده که در دولت خدمت و پیشــرفت، حقوق کارکنان دولت، بازنشســتگان و حداقل دســتمزد کارگران و مستمری افراد مشمول نهادهای حمایتی به میزان تورم ســالانه به علاوه رشــد اقتصادی افزایش خواهد داد. به گفته ایــن نامزد چهاردهمیــن انتخابات ریاســت‌جمهوری، «کاری می‌کنیم تا یک کارگر با درآمد ۷٫۵ ســال خودش بتواند خانه بخرد.» بررسی‌ها نشان می‌دهد «مسعود پزشــکیان» وعده‌ای جنجالی و عجیب در حوزه اقتصاد نداده اســت و موضوع را به نظر کارشناســان موکل کرده است. وعده‌های عجیب کاندیداها در شرایطی است که آنها قول اجرای برنامه هفتم، رشد ۸ درصدی اقتصاد، تک رقمی شدن تورم، مهار نقدینگی، بهبود بازار کار و رفع مشــکلات تحریم را مطرح کرده‌اند. هر کدام از این وعده‌های تکراری پیش از این نیز اعلام شده بود اما اقتصاد ایران همچنان درگیر آنهاست.

رشد نقدینگی در پایان سال ۱۴۰۳ در بهترین شرایط به ۱۳ درصد می‌رسد

سهم بدهی دولت از نقدینگی

فرصت امروز: رشد نقدینگی در سال ۱۴۰۳ در خوش‌بینانه‌ترین حالت به ۱۳.۷ درصد و در بدبینانه‌ترین حالت به ۲۵.۹ درصد می‌رسد. رشد نقدینگی از محرک‌های اصلی تورم در هر اقتصادی است و هرچه بانک مرکزی در مهار نقدینگی موثرتر عمل کند می‌تواند افسار تورم را مطمئن‌تر به دست بگیرد. شواهد آماری نشان می‌دهد که رشد نقدینگی در پایان سال جاری در قالب سه سناریو می‌گنجد و در سناریوی بدبینانه معادل ۲۵.۹ درصد و در سناریوی خوش‌بینانه معادل ۱۳.۷ درصد خواهد بود. در سناریوی نخست، رشد نقدینگی براساس رشد ماهانه فروردین برآورد شده است. طبق این سناریو، رشد نقدینگی ۱۴۰۳ با فرض رشد ماهانه فروردین محاسبه شده است؛ یعنی فرض می‌شود که رشد ماهانه نقدینگی فروردین ۱۴۰۳ تا پایان سال ادامه پیدا کرده است. طبق این فرضیه، اگر رشد نقدینگی ۱.۱ درصدی فروردین ماه تا پایان امسال ادامه پیدا کند، رشد نقدینگی در پایان سال به ۱۳.۷ درصد خواهد رسید که خوش‌بینانه‌ترین سناریو در عملکرد بانک مرکزی خواهد بود. در سناریوی دوم نیز رشد نقدینگی براساس رشد ۱۱ ماهه انتهایی سال ۱۴۰۲ تخمین زده شده است. براساس آمارها اگر میانگین رشد نقدینگی در ۱۱ ماهه انتهایی سال گذشته (۱.۹ درصد) تا پایان سال جاری ادامه پیدا کند در این صورت رشد سالانه نقدینگی در پایان سال ۱۴۰۳ معادل ۲۴.۱ درصد خواهد بود.

در سناریوی سوم نیز رشد نقدینگی براساس رشد ماهانه از ابتدای سال ۱۴۰۱ برآورد شده است. در این سناریو فرض می‌شود که میانگین رشد ماهانه نقدینگی از فروردین ماه ۱۴۰۱ تا فروردین ماه ۱۴۰۳ تا پایان سال جاری ادامه پیدا کند، در این صورت رشد سالانه نقدینگی در انتهای سال جاری به دست می‌آید. طبق محاسبات، رشد ماهانه نقدینگی از ابتدای سال ۱۴۰۱ تا ابتدای سال ۱۴۰۳ معادل ۲ درصد بوده است که اگر این نرخ تا پایان امسال ادامه پیدا کند در این شرایط نرخ رشد سالانه نقدینگی در اسفندماه ۱۴۰۳ به ۲۵,۹ درصد می‌رسد که بدبینانه‌ترین پیش‌بینی از عملکرد بانک مرکزی در پایان سال جاری است.

کارنامه رشد نقدینگی در دولت‌ها

داده‌های بانک مرکزی نشان می‌دهد که در سال‌های گذشته نقدینگی دو رکورد مهم را ثبت کرده است. سهم بدهی دولت از این شاخص مهم چقدر بوده است؟ به گزارش «اکوایران»، خالص بدهی دولت به سیستم بانکی، یکی از اجزای اصلی محاسبه نقدینگی است. به اعتقاد اغلب کارشناسان، رشد نقدینگی رابطه تنگاتنگی با نرخ تورم دارد. به مجموع پول و شبه پول موجود در اقتصاد نقدینگی می‌گویند. طبق مبانی علم اقتصاد هرگاه عرضه یک کالا افزایش پیدا می‌کند، ارزش آن کالا کاهش پیدا می‌کند. از آنجایی که نقدینگی پول در گردش نظام بانکی محسوب می‌شود رشد این شاخص به معنای افزایش عرضه پول است. در نتیجه این افزایش در عرضه سبب کاهش ارزش پول و در ادامه افزایش سطح عمومی قیمت کالاها می‌شود. به همین دلیل برخی کارشناسان بر این باورند که افزایش نرخ نقدینگی، یکی از هشدارهای افزایش نرخ تورم است. براساس داده‌های بانک مرکزی، آمارهای ۴۰ ساله اقتصاد ایران نشان می‌دهد که رشد نقدینگی مسیر نوسانی داشته است. کمترین رشد این متغیر در سال ۱۳۶۳ رقم خورده که از هفتصد و ۵۱ میلیارد تومان در سال ۱۳۶۲ با ۶ درصد رشد به هفتصد و ۹۶ میلیارد تومان رسیده است. بیشترین درصد هم مربوط به سال ۱۳۹۹ با رکورد ۴۰,۱ درصد بوده است. در ۲۰ سال اخیر با افزایش تحریم‌ها و افزایش نااطمینانی‌ها نسبت به آینده اقتصاد، نوسانات این نرخ نسبت به دوره‌های قبلی بیشتر بوده است. البته نقش دولت‌ها و سیاست‌های بانک مرکزی نیز در تعیین این نرخ از اهمیت زیادی برخوردار است. به عنوان مثال در سال ۱۳۸۷، بانک مرکزی به علت رشد زیاد نقدینگی با افزایش نرخ بهره و جلوگیری از اضافه برداشت از خزانه، رشد نقدینگی را سرکوب کرد. نقدینگی به طور کلی به دو صورت عوامل موثر بر عرضه و موارد موثر بر تقاضا قابل محاسبه است. در بررسی سمت عرضه یکی از مهمترین عوامل، خالص بدهی دولت به کل سیستم بانکی است. بنا بر داده‌های مرکز آمار ایران، خالص بدهی دولت به کل سیستم بانکی در سال ۱۳۸۱ تقریبا ۱۵ درصد از کل نقدینگی آن دوره بوده است. این عدد رکورد بیشترین نسبت محسوب می‌شود. در ادامه با بهبود درآمدهای نفتی بر اثر رشد قیمت نفت به بشکه‌ای حدود ۱۲۰ دلار، بدهی دولت به نظام بانکی کمتر شده و حتی در دوره دوم دولت محمود احمدی نژاد منفی می‌شود؛ یعنی در این دوره دولت به واسطه درآمدهای نفتی و افزایش سپرده نزد بانک مرکزی و بانک‌های تجاری، از کل سیستم بانکی طلبکار بوده است.

از کسری بودجه تا افزایش رشد نقدینگی

با این وجود به واسطه رشد تحریم‌ها و کاهش درآمدهای نفتی در سال‌های بعد، دولت دوباره بدهکار می‌شود؛ تا جایی که با خروج آمریکا از برجام در سال ۱۳۹۷ خالص بدهی دولت به بانک‌ها به ۲۱۸ همت می‌رسد که تقریبا ۱۱,۶ درصد از نقدینگی در آن سال را شامل می‌شده است. به عقیده اقتصاددانان، دولت در سال‌های اخیر با مدیریت مخارجش توانسته است که سهم خالص بدهی از نقدینگی را کمتر کند و در نهایت در سال ۱۴۰۲ به ۸,۲ درصد برساند. با استفاده از داده‌های آماری بانک مرکزی و با حذف اثر تورم از خالص بدهی دولت بر قیمت پایه سال ۱۴۰۲ مشاهده می‌شود که این شاخص مسیری مشابه به سهم آن از نقدینگی را طی کرده است که البته به عقیده برخی کارشناسان می‌تواند در ادامه همبستگی تورم با رشد نقدینگی باشد.

براساس داده‌های مورد بررسی، سهم بدهی دولت به بانک مرکزی نسبت به کل بدهی به سیستم بانکی از زمان تصویب برنامه سوم توسعه کاهش پیدا کرده است. طبق این برنامه دولت برای تسویه بدهی‌های خود و جبران کسری بودجه اجازه استقراض از بانک مرکزی را ندارد و فقط باید سراغ بانک‌های تجاری برود. به همین دلیل ارزش ریالی بدهی دولت به بانک مرکزی ثابت می‌ماند ولی سهم آن نسبت به کل بدهی دولت کمتر می‌شود. البته در سال ۱۳۹۷ با ورشکستگی تعدادی از بانک‌ها و قرض‌الحسنه‌ها که اعتراض مردم را در پی داشت، دولت برای پرداخت بدهی این نهادها، تسویه امور مالی این تعاونی اعتباری را از طریق بانک مرکزی برعهده گرفت. به همین دلیل در این سال سهم بدهی دولت به بانک مرکزی رشد نسبتا محسوسی پیدا می‌کند. برخی از کارشناسان معتقدند برنامه‌ریزی اشتباه در دخل و خرج دولت که در نهایت موجب کسری بودجه می‌شود، سبب افزایش بدهی‌های دولت به سیستم بانکی کشور می‌شود. همانطور که محاسبات آماری نشان داده است، این بدهی‌ها تاثیر مستقیمی بر روی نرخ رشد نقدینگی دارند و یکی از علل مهم تورم‌های بالا به شمار می‌رود. به اعتقاد عده‌ای از اقتصاددانان، دولت از طریق افزایش نقدینگی و ایجاد تورم، هزینه کسری بودجه را به مردم منتقل می‌کند.

وابستگی اقتصاد ایران به نفت در سال ۱۴۰۲ شدیدتر شد

رشد اقتصادی در سراشیبی

براساس آخرین آمارهای بانک مرکزی، رشد اقتصادی به روش هزینه در سال گذشته به سطح ۵ درصد رسید. مهمترین عامل رشد اقتصادی در این سال، صادرات کالاها و خدمات بوده است. به گزارش «اکوایران» و براساس تازه‌ترین آمارهای منتشرشده بانک مرکزی از تولید ناخالص داخلی در سال ۱۴۰۲، رشد اقتصادی به روش هزینه‌ای ۵ درصد بوده است. طبق این آمارها رشد اقتصادی سال گذشته نسبت به سال ۱۴۰۱ افزایش داشته است. براساس این آمار، رشد «واردات کالاها و خدمات» و «مصرف نهایی بخش خصوصی» در سال گذشته نسبت به سال ۱۴۰۱ کاهش داشته و از سوی دیگر رشد «صادرات کالاها و خدمات»، «تشکیل سرمایه ثابت ناخالص» و «مصرف نهایی بخش دولتی» با افزایش نسبت به سال ۱۴۰۱ مواجه شده است. همچنین طبق این داده‌ها مهمترین بخش ایجادکننده رشد اقتصادی در سال گذشته «صادرات کالاها و خدمات» بوده است. در ادامه این گزارش، نگاهی به رشد اقتصادی در سال گذشته و اجزای هزینه‌ای آن خواهیم داشت و هر بخش را با جزییات بیشتری مورد بررسی قرار می‌دهیم.

بانک مرکزی در تازه‌ترین گزارش خود اقدام به انتشار رشد اقتصادی در سال ۱۴۰۲ کرده است، آن هم به روش هزینه‌ای. براساس این آمار، رشد اقتصادی به روش هزینه در سال گذشته معادل ۵ درصد بوده که نسبت به سال ۱۴۰۱ با افزایش ۱.۲ واحد درصدی مواجه شده است. بررسی اجزای هزینه‌ای رشد اقتصادی در سال ۱۴۰۲ نشان می‌دهد مصرف نهایی بخش خصوصی با کاهش رشد نسبت به سال ۱۴۰۱ مواجه شده است. بر این اساس رشد مصرف خصوصی در سال ۱۴۰۱ معادل ۸.۷ درصد بوده که با کاهش به ۴.۱ درصد در سال گذشته رسیده است.

دومین بخش هزینه‌ای رشد اقتصادی، مصرف نهایی بخش دولتی است. طبق آمارها رشد این بخش در هر دو سال ۱۴۰۱ و ۱۴۰۲ منفی بوده است. براساس این آمارها، رشد مصرف دولتی در سال ۱۴۰۱ معادل منفی ۳.۶ درصد بوده که با افزایش به منفی ۱.۷ درصد در سال ۱۴۰۲ رسیده است. بنابراین به طور کلی می‌توان گفت که هزینه‌کرد دولت از کالاها و خدمات در دو سال گذشته کاهشی بوده است. سومین بخش تولید ناخالص داخلی نیز تشکیل سرمایه ثابت ناخالص است. رشد این بخش می‌تواند نشان‌دهنده حرکت موتور توسعه در کشور باشد. براساس این آمارها رشد تشکیل سرمایه در سال ۱۴۰۱ معادل ۶.۷ درصد بوده که با افزایش به ۷.۲ درصد در سال گذشته رسیده است.

دو بخش دیگر صادرات و واردات است که بررسی آنها در کنار هم معنا پیدا می‌کند. در سال ۱۴۰۱ رشد صادرات کالاها و خدمات ۸.۲ درصد و رشد واردات کالاها و خدمات ۷.۵ درصد بوده است، اما این رشد متعادل میان صادرات و واردات در سال ۱۴۰۲ حفظ نشده است. به طوری که در سال گذشته رشد صادرات بیش از دو برابر و رشد واردات کمتر از نصف شده است. به بیان آماری، رشد صادرات کالاها و خدمات در سال ۱۴۰۲ به سطح ۱۷.۱ درصد و رشد واردات کالاها و خدمات در این سال به سطح ۳ درصد رسیده است.

براساس این گزارش، نرخ رشد اقتصادی در سال گذشته از نزدیک ۸ درصد در فصل بهار به زیر ۳ درصد در فصل زمستان رسیده است که این امر نشان از روند نزولی رشد اقتصادی ایران دارد. مطابق شواهد آماری، رشد اقتصادی در سال گذشته ۵,۷ درصد برآورد شده است. این در حالی است که رشد اقتصادی بدون نفت ۳,۴ درصد بوده است. این امر نشان می‌دهد که رشد اقتصادی محقق شده در سال گذشته بسیار متأثر از نفت بوده است. رشد اقتصادی کل و رشد بدون نفت در سال ۱۴۰۱ به ترتیب ۵,۱ درصد و ۴,۸ درصد بوده است که گویای اختلاف ناچیز رشد با نفت و بدون نفت است. با توجه به اختلاف بالای رشد اقتصادی کل با رشد اقتصادی بدون نفت در سال گذشته می‌توان گفت که وابستگی اقتصاد ایران به نفت در سال ۱۴۰۲ بسیار شدیدتر شده است. همچنین با وجود اینکه وعده مسئولان دولتی بر رشد اقتصادی با تکیه بر رشد بخش صنعت بوده و از استقلال اقتصاد کشور از نفت تاکید می‌کردند، اما آمارها حاکی از آن است که نرخ رشد گروه صنایع و معادن بدون نفت در سال گذشته منفی بوده است. به طور کلی می‌توان گفت که هرچه به پایان سال ۱۴۰۲ نزدیک‌تر می‌شویم، رشد اقتصادی کندتر می‌شود و این در حالی است که رشد اقتصادی در سال ۱۴۰۱ در فصول مختلف تقریبا ثبات داشته است.

با این وجود، نفت همچنان بازیگر اصلی رشد اقتصادی است. براساس گزارش مرکز آمار ایران، اقتصاد ایران در فصل بهار سال ۱۴۰۱ رشدی معادل ۶,۲ درصد را به ثبت رساند. رشد اقتصادی در مدت مشابه سال گذشته نیز برابر با ۷,۹ درصد بوده است. به عبارت دیگر، در سه ماهه اول سال ۱۴۰۲ رشد اقتصادی ۱,۷ واحد درصد بیشتر از مدت مشابه در سال ۱۴۰۱ بوده است. با وجود اینکه رشد اقتصادی در فصل بهار ۱۴۰۲ نسبت به فصل مشابه سال ۱۴۰۱ افزایش یافته اما شاهد آن هستیم که رشد اقتصادی بدون نفت در همین بازه زمانی پایین‌تر آمده است. بررسی‌ها نشان می‌دهد که نرخ رشد اقتصادی در نیمه اول سال ۱۴۰۱ بالغ بر ۴,۸ درصد بوده است. این نرخ در بازه زمانی مشابه در سال گذشته به ۷,۵ درصد رسیده است. نرخ رشد اقتصادی بدون نفت در این دوره زمانی یعنی شش ماهه اول ۱۴۰۱ و نیمه اول سال قبل تقریبا بدون تغییر مانده است. به طوری که نرخ رشد اقتصادی در نیمه اول سال ۱۴۰۱، حدود ۵ درصد و در سال گذشته حدود ۵,۱ درصد بوده است. براساس داده‌های آماری، رشد اقتصادی کلی در ۹ ماهه اول سال ۱۴۰۱ بالغ بر ۴,۸ درصد بوده است که با افزایش ۱,۹ واحد درصدی در مدت مشابه سال گذشته به ۶,۷ درصد رسیده است. این در حالی است که رشد اقتصادی بدون نفت سال ۱۴۰۱ از سال ۱۴۰۲ بالاتر بوده است. بر این اساس در ۹ ماهه سال گذشته نیز نفت نجات‌بخش اقتصاد ایران بوده است. آمارها نشان می‌دهد رشد اقتصادی سالانه در سال ۱۴۰۱ حدود ۵,۱ درصد بوده که با افزایش ۰,۶ واحد درصدی به ۵,۷ درصد در سال ۱۴۰۲ رسیده است. رشد اقتصادی بدون نفت از ۴,۸ درصد در سال ۱۴۰۱ با کاهش ۱,۴ واحد درصدی به ۳,۴ درصد در سال گذشته رسیده است. بنابراین راز افزایش نرخ رشد اقتصادی در سال ۱۴۰۲ به رشد بخش نفت مربوط می‌شود. رشد تولید نفت در سال ۱۴۰۱ حدودا ۶,۶ درصد بوده که در سال گذشته به ۲۰,۳ درصد رسیده است. با این حال، زمستان ۱۴۰۲، سرعتگیر رشد اقتصادی بوده است. سوالی که در اینجا مطرح می‌شود این است که چرا میانگین نرخ رشد اقتصادی در سال ۱۴۰۲ برابر با ۵,۷ درصد بوده؛ در حالی که نرخ رشد دوره‌های سه ماهه، شش ماهه و ۹ ماهه سال گذشته بالاتر از نرخ میانگین محاسبه شده است؟ دلیل این امر، نرخ رشد زمستان سال ۱۴۰۲ است. نرخ رشد فصل انتهایی سال گذشته برابر با ۲,۹ درصد بوده است که کمترین نرخ رشد فصلی در دو سال اخیر محسوب می‌شود.

اخبار

در ۲ ماهه نخست امسال صادر شد

۱۱ میلیون بیمه‌نامه به ارزش ۶۲ همت

آمار اولیه از عملکرد دو ماهه نخست صنعت بیمه در سال جاری حاکی از صدور ۱۰.۹ میلیون فقره بیمه‌نامه به ارزش ۶۲.۲ همت است. بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران اخیرا آمار دو ماهه نخست صنعت بیمه در سال ۱۴۰۳ را منتشر کرده که براساس آن بیمه درمان، شخص ثالث و مازاد، عمر و بدنه اتومبیل در صدر حق بیمه تولیدی و خسارت پرداختی قرار دارند. در این مدت، بیش از ۱۰.۹ میلیون بیمه نامه صادر شده است که در قیاس با مدت مشابه در سال قبل حدود ۱۰.۳ درصد رشد داشته است. همچنین در این مدت، ۱۲.۷ میلیون فقره خسارت پرداخت شده که رشد آن نسبت به مدت مشابه در سال گذشته ۱۶.۹ درصد است. براساس آمارها، در فروردین و اردیبهشت ماه سال جاری حجم حق بیمه تولیدی و خسارت پرداختی به ترتیب ۶۲.۲ همت و ۲۷.۳ همت (هزار میلیارد تومان) است که نسبت به مدت مشابه در سال گذشته به ترتیب ۴۷.۷ و ۶۱.۶ درصد افزایش داشته است. در این مدت حق بیمه تولیدی در چهار رشته بیمه درمان ۴۶.۷ درصد، شخص ثالث و مازاد ۲۲ درصد، زندگی (عمر) ۱۱.۲ درصد و بدنه اتومبیل ۵.۳ درصد بوده که به ترتیب فوق ۴۷ درصد، ۲۳.۱ درصد، ۱۰ درصد و ۱۰ درصد از خسارت پرداختی را شامل می‌شود. همچنین نسبت خسارت در مدت مورد اشاره ۴۳.۸ درصد است که در قیاس با مدت مشابه سال قبل ۳.۸ درصد افزایش داشته است.

تسهیلات پرداختی بانک‌ها ۳۶ درصد بیشتر شد

سهم ۲۴.۵ درصدی تسهیلات خرد

تسهیلات پرداختی بانک‌ها طی دو ماهه ابتدای سال ۱۴۰۳ مبلغ ۷هزار و ۲۱۹.۶ هزار میلیارد ریال است که در مقایسه با دوره مشابه پارسال معادل ۳۶.۲ درصد افزایش داشته است. همچنین تسهیلات پرداختی خرد (کمتر از ۳ میلیارد ریال)، ۲۴.۵ درصد از کل تسهیلات پرداختی را شامل می‌شود. طبق اعلام بانک مرکزی، طی دو ماهه ابتدایی سال جاری، از کل تسهیلات پرداختی، مبلغ ۵هزارو ۷۲۵ هزار میلیارد ریال معادل ۷۹.۳ درصد به صاحبان کسب و کار (حقوقی و غیرحقوقی) و یک هزار و ۴۹۴.۶ هزار میلیارد ریال معادل ۲۰.۷ درصد به مصرف‌کنندگان نهایی (خانوار) تعلق گرفته است. همچنین تسهیلات پرداختی دو ماهه ابتدای سال ۱۴۰۲ مبلغ ۵ هزار و ۱۵۱.۹ هزار میلیارد ریال بوده که با در نظر گرفتن تعدیلات صورت پذیرفته توسط شبکه بانکی به مبلغ ۵ هزار و ۳۰۲.۳ هزار میلیارد ریال افزایش یافته است. براساس آمارها، سهم تسهیلات پرداختی در قالب سرمایه در گردش در کلیه بخش‌های اقتصادی طی دو ماهه سال ۱۴۰۳ مبلغ ۴ هزار و ۳۹۲.۷ هزار میلیارد ریال معادل ۷۶.۷ درصد کل تسهیلات پرداختی به صاحبان کسب و کار است. همچنین سهم تسهیلات پرداختی در قالب خرید کالای شخصی توسط مصرف‌کننده نهایی (خانوار) مبلغ ۵۹۳.۵ هزار میلیارد ریال معادل ۳۹.۷ درصد از کل تسهیلات پرداختی به مصرف‌کنندگان نهایی (خانوار) است. سهم تسهیلات پرداختی بابت تامین سرمایه در گردش بخش صنعت و معدن در دو ماهه ابتدای سال ۱۴۰۳ معادل یک هزار و ۸۷۴.۴ هزار میلیارد ریال بوده است که حاکی از تخصیص ۴۲.۷ درصد از منابع تخصیص یافته به سرمایه در گردش کلیه بخش‌های اقتصادی (مبلغ ۴ هزار و ۳۹۲.۷ هزار میلیارد ریال) است. از ۲ هزار و ۱۲۴.۲ هزار میلیارد ریال تسهیلات پرداختی در بخش صنعت و معدن معادل ۸۸.۲ درصد آن (مبلغ یک هزار و ۸۷۴.۴ هزار میلیارد ریال) در تامین سرمایه در گردش پرداخت شده است که بیانگر توجه و اولویت‌دهی به تامین منابع برای این بخش توسط بانک‌ها در سال ۱۴۰۳ است.

از کل تسهیلات پرداختی در دوره یادشده، مبلغ یک هزار و ۷۰۷.۴ هزار میلیارد ریال معادل ۲۳.۶ درصد به صورت تسهیلات خرد اعطا شده است. همچنین مبلغ ۸۵ هزار میلیارد ریال نیز در قالب کارت‌های اعتباری انجام پذیرفته است، که با احتساب این مبلغ، کل تسهیلات پرداختی خرد (کمتر از ۳میلیارد ریال) به مبلغ یک هزار و ۷۹۲.۴ هزار میلیارد ریال معادل ۲۴.۵ درصد کل تسهیلات پرداختی را شامل می‌شود. شایان ذکر است با توجه به اینکه تسهیلات پرداختی در قالب کارت‌های اعتباری نیز در بخش خانوار پرداخت شده است، با این اوصاف سهم بخش خانوار از ۲۰.۷ درصد به ۲۱.۶ درصد کل تسهیلات پرداختی افزایش داشته است. گفتنی است؛ باید ملاحظات مربوط به کنترل تورم را نیز در نظر گرفت و همواره مراقب قدرت گرفتن پتانسیل تورمی ناشی از فشار تقاضای کل در اقتصاد نیز بود. بر این اساس ضروری است به افزایش توان مالی بانک‌ها از طریق افزایش سرمایه و بهبود کفایت سرمایه بانک‌ها، کاهش تسهیلات غیرجاری و بازگرداندن آنها به مسیر صحیح اعتباردهی بانک‌ها، افزایش بهره‌وری بانک‌ها در تامین سرمایه در گردش تولیدی، پرهیز از فشارهای مضاعف بر دارایی بانک‌ها و ترغیب بنگاه‌های تولیدی به سمت بازار سرمایه به عنوان یک ابزار مهم در تامین مالی طرح‌های اقتصادی (ایجادی) توجه ویژه‌ای داشت.

سیزدهمین حراج در روز دوشنبه برگزار می‌شود

فروش ۱۷۸ هزار سکه در مرکز مبادله

تاکنون ۱۲ حراج سکه طلا در مرکز مبادله ایران برگزار شده که در مجموع ۱۷۸ هزار و ۶۱۰ قطعه انواع سکه طلا به متقاضیان فروخته شده و سهم ربع سکه بیش از دیگر قطعات بوده است. بر این اساس، سیزدهمین حراج سکه طلا در روز دوشنبه چهارم تیرماه برگزار می‌شود. طبق اعلام مرکز مبادله ارز و طلا ایران، سیزدهمین جلسه حراج سکه طلا در روز دوشنبه برگزار می‌شود. این حراج از طریق سامانه معاملات این مرکز به آدرس اینترنتی market.ice.ir برگزار و دارایی موضوع سیزدهمین حراج، تمام سکه، نیم سکه و ربع سکه بهار آزادی ضرب سال ۱۳۸۶ بانک مرکزی و بدون بسته‌بندی است. حداکثر حجم سفارش و خرید برای هر متقاضی مجموعا پنج قطعه سکه است. به نحوی که می‌توان پنج قطعه ربع سکه یا پنج قطعه نیم سکه یا پنج قطعه تمام سکه و یا ترکیبی از هر سه شامل تمام سکه، نیم سکه و ربع سکه باشد که جمع هر سه با هم نباید بیش از پنج قطعه باشد. متقاضیان باید توجه داشته باشند که در هر سفارش خود از انواع سکه، صرفا می‌توانند یک سفارش فعال داشته باشند؛ به این معنا که متقاضیان برای ثبت سفارش خرید هر نوع قطعه سکه، فقط یکبار می‌توانند تعیین قیمت و تعیین تعداد سکه را انجام دهند. شروع جلسه حراج رأس ساعت ۱۲ است و بازه ثبت سفارش نیز از ساعت ۱۲ الی ۱۵ خواهد بود. بازه نظارت و تخصیص نیز از ساعت ۱۵ تا ۱۷ همان روز است و ساعت ۱۷ نیز نتایج حراج اعلام می‌شود. شیوه برگزاری حراج نیز از طریق ثبت سفارش و تخصیص برمبنای اولویت قیمت-زمان انجام می‌شود. واریز وجه معاملات از طریق کارت‌های هدیه، بن کارت، کارت اعتباری مرابحه و کارت‌های بانکی فاقد شماره شبا ممنوع است و مسئولیت عدم استرداد وجه برعهده شخص متقاضی است. همچنین فرآیند استرداد وجه کیف پول، برای واریز از حساب‌های بانک ملی ایران در همان روز درخواست انجام می‌پذیرد و برای سایر بانک‌ها ظرف مدت ۴۸ ساعت انجام می‌شود. متقاضیان جهت دریافت سکه، به جدول زمانی تحویل سکه توجه داشته باشند. شروع زمان تحویل بدون هزینه انبارداری سکه طلا از ۱۴ تیرماه آغاز و تا ۲۱ تیرماه ادامه خواهد داشت؛ طی این دوره فقط هزینه تحویل از سوی شعب بانک عامل دریافت می‌شود. هزینه تحویل ۳۰ هزار تومان به ازای هر سکه برای کل دوره خواهد بود. اشخاصی که طی بازه زمانی ۲۳ تیرماه تا اول مردادماه برای دریافت سکه اقدام کنند، علاوه بر هزینه تحویل، باید هزینه انبارداری نیز پرداخت کنند. هزینه انبارداری سکه طلا ۵۰ هزار تومان در هر روز به ازای هر سکه خواهد بود و به شعبه بانک عامل پرداخت می‌شود؛ این هزینه شامل روزهای تعطیل رسمی نیز خواهد بود. در صورتی که اشخاص در بازه زمانی تحویل سکه اقدام به دریافت سکه نکنند، معامله فسخ و پس از اعلام بانک عامل وجه معامله پس از کسر کارمزد خرید و سایر هزینه‌های عملیاتی به کیف پول خریدار عودت داده می‌شود؛ در صورت فسخ معامله به دلیل عدم مراجعه خریدار به شعبه انتخاب شده در سامانه جهت دریافت سکه طلا در مهلت مقرر، خریدار به مدت ۱۸۰ روز از ثبت هرگونه سفارش خرید در سامانه منع می‌شود. متقاضیان شرکت در حراج‌های سکه طلای سامانه معاملات مرکز مبادله ایران، می‌توانند طی هفت روز هفته و ۲۴ ساعت شبانه روز، از طریق سامانه معاملات این مرکز به آدرس اینترنتی market.ice.ir ، اقدام به ثبت نام و احراز هویت کنند. گفتنی است تاکنون ۱۲ حراج سکه طلا در مرکز مبادله ایران برگزار شده است که در مجموع ۱۷۸ هزار و ۶۱۰ قطعه انواع سکه طلا به متقاضیان حراج تخصیص داده شده که سهم ربع سکه از این حجم تخصیص، ۱۱۴ هزار و ۸۸۶ قطعه، نیم سکه ۲۵ هزار و ۹۶۶ قطعه و تمام سکه ۳۷ هزار و ۷۵۸ قطعه بوده است.

خبرنامه

نتایج نظرسنجی ایسپا و مرکز پژوهش‌ها نشان می‌دهد

رقابت تنگاتنگ قالیباف، پزشکیان و جلیلی

نتایج جدیدترین نظرسنجی مؤسسه افکارسنجی ملت مرکز پژوهش‌های مجلس منتشر شد که براساس آن قالیباف و پزشکیان پیشتاز هستند. یافته‌های نظرسنجی ایسپا که در روزهای اخیر منتشر شد اما حکایت از پیشتازی پزشکیان و جلیلی می‌دهد. به گزارش «اکوایران»، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی اعلام کرد، مؤسسه افکارسنجی ملت این مرکز در راستای سنجش میزان مشارکت مردم در چهاردهمین دوره انتخابات ریاست‌جمهوری، سه موج پیمایش تلفنی از همه افراد ۱۸ سال و بیشتر در کل کشور انجام داده است. در این پژوهش آمده، برای جمع‌آوری داده‌ها از شیوه نمونه‌گیری تصادفی ساده متناسب با جمعیت استفاده شده به‌نحوی که جمعیت کل کشور پوشش داده شده است. گفتنی است، حجم نمونه در دو موج اول ۱۰۰۰ نمونه با حداکثر خطای ۱/۳ درصد و در موج آخر ۸۵۰ نمونه با حداکثر خطای ۴/۳ درصد بوده است. در همه این نظرسنجی‌های ملی، ۵۰٫۳ درصد از پاسخگویان مرد و ۴۹٫۷ درصد زن هستند. ۴۰٫۱ درصد در بازه سنی ۱۸ تا ۳۵ سال (جوان)، ۴۶٫۱ درصد در بازه سنی ۳۶ تا ۶۰ سال (میانسال) و ۱۳٫۸ درصد در بازه سنی بیش از ۶۰ سال (سالمند) قرار دارند. همچنین، ۴۰٫۳ درصد از پاسخگویان ساکن مراکز استان‌ها، ۳۶٫۹ درصد ساکن شهرهای تابعه و ۲۲٫۸ درصد ساکن روستاهای کشور هستند. به‌منظور سنجش تصمیم مردم برای شرکت در چهاردهمین دوره انتخابات ریاست‌جمهوری از پاسخگویان سؤال شده است «در انتخابات ریاست‌جمهوری هفته آینده، برخی از مردم شرکت می‌کنند و برخی شرکت نمی‌کنند؛ شما چطور؟» در موج سوم این پیمایش ۴۵٫۵ درصد از مردم گفته‌اند قطعاً در این انتخابات شرکت خواهند کرد، ۳۱٫۸ درصد در این خصوص مردد بوده و ۲۱٫۴ درصد ابراز کرده‌اند که قطعاً در انتخابات شرکت نخواهند کرد. انتظار می‌رود با نزدیک شدن به روز برگزاری چهاردهمین دوره انتخابات ریاست‌جمهوری، میزان مشارکت مردم افزایش پیدا کند. از پاسخگویانی که گفته‌اند «قطعاً» در انتخابات شرکت می‌کنند، سؤال شده است «از بین نامزدهای انتخابات، شما به کدام یک رأی خواهید داد؟». در موج سوم این پیمایش به‌ترتیب انتخاب ۲۰٫۷ درصد «محمدباقر قالیباف»، انتخاب ۱۸٫۹ درصد «مسعود پزشکیان» و انتخاب ۱۸٫۲ درصد «سعید جلیلی» است. علاوه بر این، ۴٫۶ درصد از این پاسخگویان «سیدامیرحسین قاضی‌زاده‌هاشمی»، ۲ درصد «علیرضا زاکانی» و ۱٫۸ درصد «مصطفی پورمحمدی» را به‌عنوان نامزد منتخب خود اعلام کرده‌اند. همچنین، ۲٫۷ درصد از پاسخگویان گفته‌اند که در این انتخابات رأی سفید یا باطله می‌دهند و ۲۶٫۷ درصد نیز مردد بوده و هنوز نامزد موردنظرشان را انتخاب نکرده‌اند. از پاسخگویانی که گفته‌اند «قطعاً یا احتمالاً» در انتخابات شرکت می‌کنند، سؤال شده است «از بین نامزدهای انتخابات، شما به کدام یک رأی خواهید دادید؟». در موج سوم این پیمایش به‌ترتیب انتخاب ۲۰٫۵ درصد «محمدباقر قالیباف»، انتخاب ۱۹٫۳ درصد «مسعود پزشکیان» و انتخاب ۱۷٫۲ درصد «سعید جلیلی» است. علاوه بر این، ۴٫۶ درصد از این پاسخگویان «سیدامیرحسین قاضی‌زاده هاشمی»، ۲ درصد «علیرضا زاکانی» و ۱٫۶ درصد «مصطفی پورمحمدی» را به‌عنوان نامزد منتخب خود اعلام کرده‌اند. همچنین، ۲٫۸ درصد از پاسخگویان گفته‌اند که در این انتخابات رأی سفید یا باطله می‌دهند و ۲۷٫۷ درصد نیز مردد بوده و هنوز نامزد موردنظرشان را انتخاب نکرده‌اند.

اما آخرین یافته‌های نظرسنجی مرکز افکارسنجی جهاد دانشگاهی(ایسپا) نتایج دیگری نشان داده است. نتایج نظرسنجی انتخاباتی ایسپا در روزهای ۲۹ و ۳۰ خردادماه ۱۴۰۳ اجرا شده، منتشر شد. براساس یافته‌های نظرسنجی ایسپا، جلیلی و پزشکیان در صدر انتخاب رأی‌دهندگان قرار دارند. همچنین براساس نظرسنجی ایسپا، میزان تمایل به شرکت در انتخابات نشان می‌دهد، ۴۲.۵ درصد قطعاً در انتخابات شرکت می‌کنند،۷.۷ درصد به احتمال زیاد شرکت خواهند کرد. ۱۶.۱ درصد هنوز تصمیمی نگرفته‌اند، ۶.۵ درصد احتمال کمی دارد شرکت کنند و ۲۷.۲ درصد نیز به هیچ وجه شرکت می‌کنند. از میان کسانی که قطعا یا به احتمال زیاد در انتخابات شرکت می‌کنند در پاسخ به این سوال که اگر همین الان انتخابات برگزار شود به کدام یک از نامزدهای ریاست جمهوری رأی می‌دهید؟ ۲۶.۲ درصد عنوان کردند: سعید جلیلی ۱۹.۸ درصد، مسعود پزشکیان ۱۹ درصد، محمدباقر قالیباف ۲.۶ درصد، امیرحسین قاضی‌زاده ۲ درصد، علیرضا زاکانی ۹ درصد، هم مصطفی پورمحمدی و ۲۷.۴ نیز هنوز تصمیمی نگرفته‌اند.

توصیه کارشناسی به سرمایه‌گذاران بورسی

ورود به بازار سرمایه باید پلکانی باشد

یک کارشناس بازار سرمایه درخصوص سبدهای سرمایه‌گذاری در بازار بورس گفت نباید تمام تخم‌مرغ‌های خود را در یک سبد بچینیم، باید روش‌های سرمایه‌گذاری را بشناسیم و نقاط ورود به بازار سرمایه باید پلکانی باشد. سعید علیبازی درخصوص وضعیت بازارهای سرمایه به «ایسنا» گفت: بازارهای مالی که افراد می‌توانند در آن فعالیت کنند، پرشمار هستند و این بازارها شامل بازارهای ایرانی و خارجی نیز می‌شوند. شبکه‌های اجتماعی موجب شده مردم درخصوص بازارهای مالی اطلاعاتی را کسب کنند و حتی برخی افراد بدون رزومه و سابقه فعالیت در شرکت‌های مطرح، شروع به آموزش در حوزه بازارهای مالی کرده و درآمدهای خوبی از فروش دوره‌های خود نیز کسب می‌کنند. وی با اشاره به اینکه طبق آمارها جمعیت زیادی از مردم در بازارهای مالی اقدام به خرید دوره‌های مختلف می‌کنند، بیان کرد: پول‌های خوبی نیز در این حوزه تبادل می‌شود، نباید دیدمان در این حوزه سطحی باشد، زیرا دچار شکست می‌شویم. برای سرمایه‌گذاری در بازار ایران عمدتا افراد به سمت ملک، طلا، دلار تمایل بیشتری دارند. ملک یک دسته‌بندی مجزا برای سرمایه‌گذاری دارد، خرید و فروش دلار و تتر هیچ وقت توصیه نمی‌شود و برای سرمایه‌گذاری در طلا باید انس جهانی و قیمت جهانی طلا مورد توجه قرار گیرد. تقاضا برای خرید انواع فلزات گران‌قیمت از جمله طلا، مس، نقره و ... در جهان بالا است، با توجه به تورم بالا و انس جهانی باید سرمایه‌گذاری در بازار طلا بررسی شود.

علیبازی با اشاره به اینکه برای ورود به بازارهای مالی برای سرمایه‌گذاری باید اطلاعات مالی داشت، گفت: این کار مستلزم آموزش اصولی است، در این حوزه کسب تجربه نیز تاثیرگذار خواهد بود، در شبکه‌های اجتماعی هیاهو درخصوص بازارهای سرمایه زیاد است و نباید براساس احساسات وارد این حوزه شد.

این کارشناس بازار سرمایه درخصوص بازارهای مالی ایران، توضیح داد: برای سرمایه‌گذاری در ابتدا باید هدف مشخص شود، همه به دنبال کسب سود هستند، باید در این حوزه با آزمون و خطا تجربه کسب کرد، ریسک‌پذیری در این حوزه حائز اهمیت است، کارشناس بازار مالی باید مشخص کند که آیا با میزان سرمایه اولیه می‌توان به هدف کسب سود در کوتاه‌مدت یا بلندمدت رسید، سرمایه‌گذاری باید با واقعیت جامعه متناسب باشد، نباید در حوزه سرمایه‌گذاری رویاپردازی کرد، اگر با واقعیت به درستی روبه‌رو نشویم، دچار سرخوردگی می‌شویم. سرمایه‌گذار باید دید منعطف داشته باشد، البته در نظر گرفتن ریسک‌ها و پیش‌بینی شرایط نیز حائز اهمیت است، هر بازار سرمایه‌گذاری که قانونمند باشد، می‌تواند ریسک سرمایه‌گذاری را کاهش دهد.

علیبازی با تاکید بر اینکه سرمایه‌گذاری در بازارهای مالی نیازمند تحلیل شرایط اقتصادی در آینده است، بیان کرد: باید ببینیم که شرایط اجازه سرمایه‌گذاری در آن بازار را می‌دهد، برای مثال آیا شرایط اقتصادی اجازه رشد بازار بورس را می‌دهد یا خیر؟ بانک مرکزی و دولت در سیاست‌های مالی و پولی تاثیرگذار هستند، سیاست انقباضی و انبساطی باید بررسی شود، اگر سیاست انقباضی باشد، اجازه ورود به بورس و بازار سرمایه را نداریم و در حال حاضر شرایط رکود در بازار بورس حاکم است. وقتی می‌خواهیم وارد بورس شویم، باید در ابتدا شرایط اقتصادی را بسنجیم زیرا ورود به این بازار دارای ریسک است و در مرحله بعدی باید بنیاد سهام و صنایع بورسی سنجیده شود. برای ورود به بورس باید باتوجه به نقاط تکنیکال ورود داشته باشیم، مهمترین مسئله در ورود به بازار سرمایه شرایط اقتصادی کشور است، شرایط فعلی اقتصادی کشور باتوجه به شعار «جهش تولید با مشارکت مردم» باید به سمت مهار تورم و رونق تولید حرکت کند، اما مهار تورم به‌گونه‌ای است که به بازار سرمایه آسیب می‌زند.

روند خروج پول حقیقی به سیزدهمین روز متوالی رسید

افت ۱۵ درصدی معاملات بورس در اولین روز تابستان

فرصت امروز: شاخص‌های بازار سهام در اولین روز معاملاتی فصل تابستان، رشد اندکی را تجربه کردند. جریان خروج پول حقیقی نیز به سیزدهمین روز متوالی رسید و ارزش معاملات خرد سهام با کاهش ۱۵ درصدی نسبت به آخرین روز معاملاتی خردادماه به رقم ۲ هزار و ۶۷۸ میلیارد تومان رسید. در جریان معاملات روز شنبه (۲ تیرماه)، شاخص کل بورس تهران با ۳ هزار و ۹۳۴ واحد افزایش نسبت به روز کاری قبل به سطح ۲ میلیون و ۴۷ هزار واحد رسید. شاخص کل هم‌وزن نیز با افزایش ۲۴۱ واحدی در تراز ۶۶۵ هزار و ۹۷۳ واحدی ایستاد. در آن سوی بازار هم شاخص کل فرابورس با رشد ۶۵ واحدی به سطح ۲۱ هزار و ۹۴۵ واحد و شاخص هم‌وزن فرابورس با افزایش ۴۶۵ واحد به سطح ۱۱۵ هزار و ۳۶۴ واحد رسید. جریان خروج پول حقیقی برای سیزدهمین روز متوالی منفی شد و ۱۹۳ میلیارد تومان پول حقیقی از بازار سهام خارج شد.

بورس اوراق بهادار تهران در جریان معاملات روز گذشته با رشد کمتر از ۴ هزار واحد به کار خود پایان داد. ارزش بازار همچنان در محدوده‌های ۷ هزار همتی قرار دارد و وضعیت ارزش معاملات نسبت به روزهای قبل، کمی بهتر شد تا نقشه بازار رخ مثبتی را به خود ببینند. البته که همچنان اهالی بازار سرمایه معتقد هستند که دست زدن به معامله با توجه به نزدیک شدن به چهاردهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری، کمی پرریسک خواهد بود. در پایان معاملات روز گذشته، گروه چند رشته‌ای صنعتی (با پرچمداری شستا) ارزش معاملات ۱۲۶ میلیارد تومانی را به خود گرفت و در رتبه اول بازار ایستاد. ارزش معاملاتی گروه خودرویی همچنان نسبت به گروه‌های دیگر برتری دارد و رقم ۲۲۲ میلیارد تومان را ثبت کرد. فلزات اساسی نیز با ۱۳۱ میلیارد تومان رتبه دوم را داشتند.

ادامه خروج پول حقیقی از بازار سهام

روز شنبه خالص تغییر مالکیت حقوقی به حقیقی بازار برای سیزدهمین روز متوالی منفی شد و ۱۹۳ میلیارد تومان پول حقیقی از بازار سهام خارج شد. نماد وبملت بیشترین خروج پول حقیقی را داشت که ارزش آن ۲۶ میلیارد تومان بود. پس از بانک ملت، نمادهای شپنا، ثفارس، خودرو و دامین بیشترین خروج پول حقیقی را داشتند. بیشترین ورود پول حقیقی به نمادهای وبانک، نوری، وخارزم، پکرمان و بوعلی تعلق داشت. نمادهای نوری، فملی، بوعلی و فولاد از نمادهای سبزپوش بورس بودند که بیشترین اثر را در رشد شاخص کل داشتند. در سوی دیگر نمادهای خودرو، شپنا، وبملت و فخوز از نمادهای قرمز بودند که اثر منفی بر شاخص داشتند. در فرابورس نیز نمادهای تجلی، فصبا و فزر بیشترین اثر افزایشی و نمادهای خاور، بپاس و شپاس بیشترین اثر کاهشی را بر شاخص کل فرابورس داشتند. در بین نمادهای پرتراکنش بورس نماد خودرو بیشترین تراکنش را داشت و ذوب و شپنا در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند. در فرابورس نیز شفام، کرمان و گدنا بیشترین تراکنش را داشتند.

ارزش معاملات کل بازار سهام به ۳۸ هزار و ۵۰۴ میلیارد تومان رسید. ارزش معاملات اوراق بدهی در بازار ثانویه ۲۸ هزار و ۱۹۵ میلیارد تومان بود که ۷۳ درصد از ارزش کل معاملات بازار را در این روز تشکیل می‌دهد. ارزش معاملات خرد نیز با کاهش ۱۵ درصدی به نسبت روز معاملاتی قبل به رقم ۲ هزار و ۶۷۸ میلیارد تومان رسید. در معاملات این روز، نماد خودرو بیشترین ارزش معاملات بازار سهام را به خود اختصاص داد که ارزش معاملات آن ۵۶ میلیارد تومان بود. پس از خودرو، فولاد بیشترین ارزش معاملات را داشت و دامین رتبه سوم بیشترین ارزش معاملات را به خود اختصاص داد و پس از آن، دو نماد وبانک و خگستر در رتبه‌های بعدی بیشترین ارزش معاملات قرار گرفتند. در جدول حجم معاملات نیز سهام ذوب با تعداد ۵۷۴ میلیون و ۷۰۶ هزار و ۶۲۰ سهم در صدر قرار گرفته است. شستا در رتبه دوم بیشترین حجم معاملات بازار قرار گرفت و رتبه سوم به خودرو تعلق داشت. دو نماد وبملت و وخارزم نیز در رتبه‌های بعدی بیشترین حجم معاملات بازار قرار داشتند. در معاملات شنبه، ۱۰۶ نماد صف خرید داشتند و ۲۰۹ نماد با صف فروش مواجه بودند. مجموع ارزش صف‌های خرید با افت ۲۶ درصدی نسبت به روز کاری قبل به ۱۵۸ میلیارد تومان کاهش یافت و مجموع ارزش صف‌های فروش نیز با کاهش ۱۹ درصدی به ۴۰۴ میلیارد تومان رسید.

رکورد منفی خریداران بورس تهران

بورس اوراق بهادار تهران در جریان معاملات روز گذشته با رشد ۳۹۰۰ واحدی کار را تمام کرد. ارزش بازار همچنان در محدوده ۷ هزار همتی قرار دارد و ارزش معاملات نسبت به روزهای پیشین کمی بهتر شد تا نقشه بازار رخ مثبتی را به خود ببینند. البته که همچنان اهالی بازار سرمایه معتقدند که دست به معامله زدن با توجه به نزدیکی روز انتخابات ریاست جمهوری، کاری پرریسک خواهد بود. در مورد ارزش معاملات باید اینطور گفت که گروه چند رشته‌ای صنعتی (با پرچمداری شستا) ارزش معاملات ۱۲۶ میلیارد تومانی را به خود گرفت و در رتبه اول ایستاد. ارزش معاملاتی گروه خودرویی همچنان نسبت به گروه‌های دیگر برتری دارد و رقم ۲۲۲ میلیارد تومان را داشت. فلزات اساسی نیز با ۱۳۱ میلیارد تومان رتبه دوم را داشتند. بازار از منظر تکنیکالی، تغییر خیلی خاصی را به خود ندید و هرچند که رقم شاخص کل مثبت شد اما ارزش معاملات پایین، چیز دیگری را نشان می‌دهد که دلیل آن هم نزدیکی به روز انتخابات است و صحبت‌های نامزدها درخصوص اقتصاد، سیاست و بازار سرمایه است. به نظر می‌رسد بورس‌بازان ترجیح می‌دهد در این روزها نظاره‌گر بازار باشد تا معامله‌گر بازار و به همین خاطر عدد شاخص کل در همان محدوده ۲ میلیون و ۴۰ هزار واحد ایستاده است. اما تعداد خریداران در بازار بورس تهران باز هم رکورد منفی زد. سازمان بورس اوراق بهادار تهران اینطور گزارش داده که خالص خریداران منتهی به هفته پایانی خردادماه ۱۴۰۳، رقم ۵۴ هزار و ۵۷۶ کد معاملاتی بوده که این رقم در هفته پیش‌تر بیش از ۶۰ هزار کد معاملاتی بوده است، اما در مقابل سهم فروشندگان همچنان بیشتر از ۱۰۵ هزار کد معاملاتی است. مجموع ارزش معاملاتی گروه بانکی در هفته گذشته ۷۴۹ میلیارد تومان بوده است. همچنین فزلرات اساسی و گروه خودرویی به ترتیب ۷۱۷ و ۶۵۷ میلیارد تومان مجموع ارزش معاملاتی در هفته گذشته را به خود اختصاص دادند. گفته می‌شود که بانک مرکزی همچنان در حالت مداخله در بازار اخزا است و نرخ این اسناد وارد کانال ۲۹ درصدی شده است. اهالی بازار سرمایه امیدوار هستند که این نرخ‌ها مسیر نزولی را ادامه دهند تا بازار سرمایه کمی نفس بکشد.

بیانیه نهادهای صنفی بورس به نامزدها

مهمترین خبر روز شنبه بی‌تردید بیانیه کانون سهامداران سهام عدالت، کانون نهادهای سرمایه‌گذاری ایران و کانون کارگزاران به نمایندگی از ۵۰ میلیون سهامدار حقیقی و حدود هزار نهاد مالی فعال در بازار سرمایه بود که خطاب به نامزدهای انتخاباتی برای برگزاری نشست‌های تخصصی برای حل مشکلات و مانع بازار سرمایه و اقتصاد بوده است. در این بیانیه ذکر شده است که دولت آینده با هفت چالش بزرگ در اقتصاد روبه‌رو است. قیمت‌گذاری دستوری، حذف شکاف قابل توجه نرخ ارز نیمایی و بازار آزاد، تناسب سیاست‌های پولی و مالی، مطالبات شرکت‌های بورسی از دولت، ثبات مقررات و رویه‌ها و جلب اعتماد سرمایه‌گذاران، رفع ناترازی انرژی و عدم مداخله دولت در مدیریت شرکت‌ها از مواردی است که این سه کانون بازار سرمایه برای دولت آینده مطرح کرده‌اند.

هفته گذشته درخصوص واریز ۶۰ میلیون دلاری منابع از صندوق توسعه ملی به بازار سرمایه اخباری منتشر شد و قرار بر این بود در مرحله نخست ۸۰۰ میلیارد تومان به بازار تزریق شود که در این رابطه روح‌اله شریفیان، رئیس صندوق تثبیت بازار سرمایه اینطور عنوان کرده که این مبلغ واریز شده است و طبق هماهنگی به عمل آمده مقرر شده که صندوق توسعه ملی مابقی ۶۰ میلیون دلار را در دو بخش مجزا پرداخت کند. حسین وجودی‌یزدی، مدیرعامل شرکت خدمات عمومی فولاد ایران نیز اعلام کرد که با توجه به قانون کمیته برگشت ارز حاصل از صادرات درباره ارز محصولات صادراتی فولادی، صادرات فولاد دیگر توجیه اقتصادی ندارد و رکود بازار و تاثیر آن بر سفره مردم طی چند ماه آینده مشهود می‌شود. صادرکنندگان به دلیل اجبار به بازگرداندن کل مبلغ ارز حاصل از صادرات، انگیزه خود را برای تجارت از دست می‌دهند. این در حالی است که براساس اطلاعات منتشرشده توسط انجمن تولیدکنندگان فولاد ایران، حجم صادرات ۱۰ صادرکننده برتر فولاد ایران در فروردین امسال نسبت به مدت مشابه سال گذشته کاهش ۷۶ درصدی داشته و از ۳۶۸ هزار تن به ۷۶ هزار تن رسیده است! با این وجود برخی از نامزدهای انتخاباتی وعده‌های عرضه طلا و رایگان کردن خدماتی را می‌دهند که جز سنگین‌تر کردن کسری بودجه دولت، هدف دیگر را دنبال نمی‌کند و در مورد وضعیت صنایع ارزآور برای کشور طرح و برنامه منسجم و درستی ندارند. حسین تبریزی به عنوان یک صاحب‌نظر اقتصادی در این خصوص گفته است که دولت چهاردهم نمی‌تواند با وعده‌های پوپولیستی عنصر همراهی مردم را داشته باشد. برای چنین سیاستی، دولت نیازمند منابع است که به نظر نمی‌رسد چنین منابعی را در دسترس داشته باشد. همچنین حسین سلاح‌ورزی، رئیس پیشین اتاق بازرگانی ایران در این خصوص عنوان کرده است که اصلی‌ترین معضل و چالش امروز کشور، تحریم‌هاست و کاندیداها به موضوع تحریم‌ها و ضرورت رفع تحریم‌ها کمتر پرداخته‌اند.

۱۰ درصد گردش مالی فوتبال در یک باشگاه حیف و میل شد

روایت غیررسمی از فساد مالی در فوتبال ایران

بررسی افشاگری‌های غیررسمی درباره فساد مالی رخ داده در باشگاه فوتبال مس رفسنجان نشان می‌دهد که مبلغ این فساد، ۲۷۷ میلیارد و ۴۸۵ میلیون تومان معادل ۱۰ درصد گردش مالی سالانه فوتبال ایران بوده است. عدم نظارت و پرداخت‌های بی‌ضابطه در کنار جولان دلال‌هایی که در لباس مربی و مدیر هم ظاهر می‌شوند، لیگ برتر فوتبال را تبدیل به یک حیاط خلوت برای گسترش فساد کرده است. آفتی که ریشه در فوتبال دولتی دارد و پمپاژ بدون حساب و کتاب و حسابرسی نشده بودجه دولتی در باشگاه‌های فوتبال، زمینه را برای حیف‌ومیل و البته تخلفات مالی گسترده فراهم کرده است. در فصل تازه به پایان رسیده لیگ برتر فوتبال، گردش مالی باشگاه‌ها ۳ هزار میلیارد برآورد شده است و با وجود حجم پایین این بازار نسبت به سایر بخش‌ها؛ بی‌وبندباری مالی حاکم بر این بخش سبب شده تا هر چند وقت یکبار، پرونده‌ای از فساد در این رشته ورزشی برملا شود. به گزارش «اتاق ایران آنلاین»، در هفته‌های اخیر به جریان افتادن پرونده فساد در باشگاه فوتبال مس رفسنجان در دادگاه استان کرمان، واکنش‌های زیادی را به همراه داشته؛ پرونده‌ای که گفته می‌شود به سال ۱۴۰۰ برمی‌گردد و با توجه به محتویات غیررسمی مطرح شده، یکی از بزرگ‌ترین پرونده‌های فساد در فوتبال است.

در تابستان ۹۹ مس رفسنجان توانست با قهرمانی در لیگ دسته اول، برای اولین بار راهی لیگ برتر فوتبال ایران شود تا استان کرمان در کنار گل‌گهر سیرجان و مس کرمان، یک نماینده دیگر هم در لیگ برتر داشته باشد. آن روزها که رفسنجانی‌ها سرمست از صعود بودند و اولین حضورشان را در لیگ برتر فوتبال جشن می‌گرفتند، زیر پوست این باشگاه اتفاقاتی در جریان بود که پس از سه سال، نهایتا در اوایل امسال، پرونده آن روی میز دادگاه کرمان قرار گرفت. پس از تغییرات مدیریتی در باشگاه مس رفسنجان در سال گذشته، مدیران جدید با حسابرسی مدارک مالی، با یک انحراف فاحش در بودجه باشگاه در سال ۱۴۰۰ و اولین فصل حضور باشگاه مس رفسنجان در لیگ برتر روبه‌رو شدند، در شرایطی بودجه باشگاه در آن سال ۱۶۳ میلیارد تومان لحاظ شده بود که بررسی مدارک مالی نشان داد مدیران وقت باشگاه مس رفسنجان، بیش از ۳۰۰ میلیارد تومان هزینه کرده‌اند، یعنی بیش از دو برابر بودجه‌ای که در نظر گرفته شده است.

تا امروز مقامات دستگاه قضایی کرمان، درباره جزییات و اتهاماتی که متوجه متهمان اظهارنظر نکرده‌اند و در اولین واکنش رسمی، حجت‌الاسلام ابراهیم حمیدی، رئیس‌کل دادگستری کرمان در روز چهارشنبه هفته گذشته درباره این پرونده اینطور توضیح داد: «شاکی اول پرونده فساد در فوتبال شرکت مس در استان است و این مسئله مربوط به سه سال قبل بوده، مسئولان مس رفسنجان این موضوع را اعلام کردند و پرونده به اطلاعات استان ارسال و در دادسرای عمومی و انقلاب رفسنجان ثبت شده است. تاکنون هفت نفر در رابطه با این پرونده به دادگاه احضار، تفهیم اتهام و پرونده تشکیل شده است.»

البته مهدی‌تاج، رئیس فدراسیون فوتبال به عنوان یک مقام رسمی، مدعی شده بود که افراد درگیر در این پرونده، متهم به دریافت ۲۵ سکه هستند. با وجود اینکه رئیس فدراسیون فوتبال قصد داشت با کوچک‌انگاری تخلفات و فساد رخ داده، فشار را از روی مجموعه فدراسیون فوتبال که چند مدیر آن در بین متهمان قرار دارند، بردارد، شنیده‌های غیررسمی بیانگر این بود که حجم فساد مالی رخ داده در باشگاه مس رفسنجان، بسیار بیشتر از ادعای تاج است؛ فسادی که معادل ۱۰ درصد گردش مالی سالانه فوتبال ایران است.

مجموع رقم‌های غیررسمی مربوط به فساد رخ داده در باشگاه مس رفسنجان نشان می‌دهد که در این باشگاه، ۲۷۷ میلیارد و ۴۸۵ میلیون تومان با توجه به ارقام اعلامی این باشگاه فساد رخ داده است. با توجه به گردش مالی سالانه ۳ هزار میلیاردی لیگ فوتبال ایران، فساد رخ داده در مس رفسنجان نزدیک به ۱۰ درصد گردش مالی سالانه کل باشگاه‌های ایران است که رقم بزرگی محسوب می‌شود. البته گفته می‌شود که برخورد با فساد در باشگاه مس رفسنجان، نقطه شروع است و بررسی پرونده‌های مالی باشگاه‌های دیگر هم آغاز شده و باید منتظر ادامه این دومینو باشیم؛ دومینویی که در سایه عدم و شفاف‌سازی و ساختار دولتی حاکم بر فوتبال به راه افتاده است. جدول زیر حاوی اعداد و ارقامی است که درباره پرونده فساد در باشگاه مس رفسنجان مطرح می‌شود:

شرح	مبلغ
هزینه بدون فاکتور خرید سکه از یک طلافروشی در یزد	۲۰ میلیارد تومان
هزینه جادوگر	۶ میلیارد تومان
۷۵۰ سکه طلا پرداخت شده است	۲۷ میلیارد و ۳۷۵ میلیون
اهدای یک واحد مسکونی پنت هاوس به سرمربی تیم	۵۰ میلیارد تومان
یک واحد آپارتمان در شهرک بنفشه کرج	۱۰ میلیارد تومان
یک دستگاه پژو ۲۰۰۸	یک میلیارد و ۸۰۰ میلیون تومان
۲ دستگاه پژو ۲۰۷	یک میلیارد و ۲۰۰ میلیون تومان
یک ساعت رولکس	۶۰۰ میلیون تومان
یک واحد مغازه تجاری در میدان پالیزی تهران	۴۰ میلیارد تومان
قرارداد سوری برای بازسازی ورزشگاه مس رفسنجان	۷۰ میلیارد تومان
هدیه به داوران	۸۶۰ میلیون تومان
۴۰۰ سکه برای هدیه	۱۴ میلیارد و ۶۰۰ میلیون تومان
فاکتور غیرواقعی	۱۶ میلیارد و ۷۰۰ میلیون تومان
خرید سکه جهت تحویل به افراد مؤثر در فدراسیون فوتبال، کمیته داوران، کمیته انضباطی و...	یک میلیارد و ۳۵۰ میلیون تومان
آپارتمان کیش	۱۰ میلیارد تومان
آپارتمان قشم	۷ میلیارد تومان

راهنمای بازاریابی مستقیم برای مشتریان

به قلم: منسا کومار
کارشناس بازاریابی
ترجمه: علی آل‌علی

زمانی خرید یک محصول به معنای مراجعه به خرده‌فروشی‌ها و زیر و رو کردن قفسه‌های مختلف بود. تا همین یک دهه پیش بسیاری از مشتریان بـرای خرید یک محصول اول از همه به سـراغ خرده‌فروشـی‌ها یا حتی فروشگاه‌های زنجیره‌ای می‌رفتند. این امر به مثابه تنها راهکار خرید برای بسـیاری از مشتریان در سراسر دنیا مطرح بود. این روزها البته شیوه‌های خرید در سراسر دنیا عوض شده است. شما دیگر لازم نیست در ساعت‌های اداری به خرده‌فروشـی‌ها مراجعه کرده و با هزاران زحمت محصول مورد علاقه‌تـان را خریداری کنید. در عوض می‌توانید از خانه مشـغول خرید محصولات برندتان بوده و به سـادگی هرچـه تمام‌تر آنها را تهیه نمایید. این امر به لطف توسـعه فناوری‌های دیجیتال و راه‌اندازی انواع و اقسـام فروشـگاه‌های آنلاین روی داده اسـت. امروزه شما حتی در نیمه شب نیز توانایی استفاده از امکانات برندتان را دارید. به این ترتیب دیگر مشکلی از نظر خرید محصولات در هر ساعت پیش روی شما نخواهد بود.

بازاریابی مستقیم برای مشتریان محصول همین روند ساده‌سازی خرید است. این روزها دیگر کمتر کسی به طور با واسطه از برندها خرید می‌کند. این امر هم برای برندها و هم برای مشتریان مزایای بسیار زیادی به همراه داشته است. شـما امروزه می‌توانید به ساده‌ترین شکل ممکن توانایی‌تان برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف را امتحان کرده و شانس‌تان در این میان را به طور چشمگیری توسعه دهید. این امر برای شما مزایای بسیار متنوعی به همراه خواهد داشت.

در بازاریابی مسـتقیم برای مشـتریان شـما دیگر به واسطه‌هایی مثل خرده‌فروشی‌ها یا فروشـندگان حرفه‌ای نیازی ندارید. در عوض این شما هسـتید که خودتان به طور مسـتقیم با مشـتریان ارتباط برقرار کرده و به دنبال اثرگذاری بر روی آنها می‌روید. این ایده می‌تواند مزایای بسـیار زیادی برای شما به همراه داشته و سطح توانایی‌تان برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف را نیز به طور چشـمگیری توسـعه دهد. درست به همین دلیل شما باید بازاریابی مستقیم برای مشتریان را همیشه در خاطر داشته باشـید، در غیر این صورت شـاید خیلی زود در بازارهای رقابتی امروزی توانایی‌تان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف از بین برود.

یکی از نکات مهم در دنیای امروز مربوط به استفاده از شیوه‌های مختلف در عرصه کسـب و کار است. این امر به شما امکانات بسیار متنوعی برای جلو افتادن از رقبا می‌دهد. بازاریابی به طور مسـتقیم برای مشتریان نیز همین شرایط را دارد. شما امروزه باید فقط به مشتریان و نیازهای‌شان در بازار فکر کنید. توجه به واسطه‌ها در این میان شما را از شانس تاثیرگذاری بهینه بر روی مشـتریان محروم کرد و وضعیت بازاریابی‌تان را دشوارتر از هر زمان دیگری خواهد سـاخت. در این میان شـما باید به بهترین شکل ممکن شـانس‌تان را توسـعه داده و وضعیت‌تان را نیز بهبود بخشید، در غیر این صورت شاید هرگز فرصتی برای بهینه‌سازی شرایط کاری‌تان در دنیای کسب و کار پیدا نکنید. این امر می‌تواند برای شما هزینه‌های بسیار زیادی به همراه داشته و حتی توجه مشتریان را نیز از برندتان کاهش دهد.

مزایای بازاریابی مستقیم برای مشتریان

هر الگو و روش بازاریابی در دنیای امروز همراه با مزایای قابل ملاحظه‌ای است. درست به همین دلیل برندها برای انتخاب از میان روش‌های بازاریابی همیشه به دنبال استفاده از راهکارهای حرفه‌ای هستند. این امر می‌تواند برای شما مزایای بسیار متنوعی به همراه داشته و شانس‌تان در این راستا را نیز به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش دهد. یادتان باشد شما فقط باید به روش‌های مطمئن با اسـتفاده از تجربه دیگران اعتماد کنید، در غیر این صورت شاید تمام تلاش‌های بازاریابی‌تان به طور ناگهانی با شکست رو به رو شده و توانایی‌تان برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان تازه به طور کامل از بین برود. درست به همین دلیل در بخش کنونی برخی از مزایای مهم بازاریابی مسـتقیم برای مشتریان مورد بررسی قرار خواهد گرفت. این امر به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک شایانی خواهد کرد.

کاهش نیاز به افراد واسطه

افراد واسـطه به کسانی گفته می‌شـود که به هر نحوی میان برند شما و مشـتریان قرار دارند. این افراد در الگوهای سنتی بازاریابی به شما برای تاثیرگـذاری بـر روی مخاطب هدف کمک کرده و شـانس‌تان را به طور چشـمگیری افزایش می‌دهند. نکته مهم اینکه بسیاری از مشتریان برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف ایده‌های بسیار متنوعی دارند. در این میان شما باید همیشه کارتان را براساس روند تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف دنبال کنید. در بازاریابی مسـتقیم برای مشتریان شما دیگر به ایده‌هایی مثل نحوه تعامل با واسطه‌ها فکر نمی‌کنید. در عوض باید به دنبال برخی از ایده‌های کاربردی برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان‌تان باشید. این امر می‌تواند برای شما مزایای بسیار متنوعی به همراه داشته و توانایی‌تان در این راستا را نیز به طور چشمگیری افزایش دهد.

وقتی شما از واسـطه‌ها صرف نظر می‌کنید، توانایی‌تان برای اثرگذاری بر روی مشـتریان بیشتر می‌شـود. دلیل این امر امکان تعامل مستقیم با مشتریان و نمایش مزایای برندتان به آنهاست. این نکته شما را در کانون توجه مشتریان در دنیای امروز قرار خواهد داد.

افزایش میزان فروش

تعامل مستقیم برندها با مشتریان مزایای بسیار متنوعی به همراه دارد. شـما در این راستا می‌توانید به سـاده‌ترین شکل ممکن به دنبال سلیقه مشتریان در روند بازاریابی بروید. این امر شما را از نظر تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در شـرایط بسیار خوبی قرار می‌دهد. نکته مهم اینکه شما باید همیشه نیازها و سلیقه مشتریان را در کانون توجه روند بازاریابی‌تان قرار دهید. در این صورت به طور خودکار بسـیاری از مشـکلات‌تان حل خواهد شد. نکته مهم دیگر اینکه شما در روند تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف باید همیشه افزایش فروش را نیز در نظر داشته باشید.

اینکه مشـتریان چه محصولاتی را به نمونه‌های دیگر ترجیح می‌دهند، سـوالی اسـت که اغلب افراد پاسـخ مشـخصی برای آن ندارند. در روند بازاریابی مستقیم برای مشتریان شما باید به دنبال پاسخ مناسب برای این سـوال با اسـتفاده از تعامل مستقیم با مشتریان باشید. این امر شما را در کانون توجه مشتریان قرار داده و روند تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را نیز بهینه‌سازی خواهد کرد.

شخصی‌سازی پیام‌ها

بازاریابی مستقیم برای مشتریان به شما امکان شخصی‌سازی پیام‌های بازاریابـی و نحوه تاثیرگذاری بـر روی مخاطب هدف را نیز می‌دهد. نکته مهم در این میان تلاش برای بهینه‌سازی روند تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف است. چنین امری شما را به طور حرفه‌ای در کانون توجه مشتریان قرار می‌دهد. هرچه پیام بازاریابی شـما شخصی‌سـازی شـده‌تر باشـد، شانس‌تان در نهایت برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف بیشتر می‌شود. درست به همین دلیل بسیاری از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف علاقه‌مند به استفاده از روش‌های متنوع هستند.

برخی از برندها برای شخصی‌سازی پیام‌ها همیشه با شرایط دشواری رو به رو هسـتند. دلیل این امر بی‌توجهی به بسیاری از نکات مهم در زمینه شناخت مشتریان است. تا زمانی که شما شناخت درستی از مشتریان‌تان نداشـته باشـید، هیچ شانسی در زمینه شخصی‌سـازی کمپین‌ها و روند تاثیرگذاری بهینه بر روی آنها پیدا نمی‌کنید. درست به همین دلیل امروزه تاثیرگـذاری بر روی مخاطب هدف امری بی‌نهایت مهم در دنیای کنونی محسوب می‌شود. این امر می‌تواند به شما امکانات لازم برای بهبود جایگاه برندتـان در بـازار را نیز بدهد. درسـت به همین خاطر بایـد اول از همه شـناخت‌تان از مشتریان را تا حد زیادی توسعه دهید، در غیر این صورت شاید هرگز فرصتی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف پیدا نکنید.

استفاده از بازاریابی مستقیم برای مشتریان در عمل

شما برای موفقیت در دنیای بازاریابی مستقیم باید روش‌ها و تکنیک‌های متنوعی را یاد بگیرید. این امر به شـما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک کرده و شانس‌تان در این میان را نیز توسعه خواهد داد. یادتان باشد در دنیای امروز اجرای هر شیوه بازاریابی بدون استفاده از تکنیک‌های درسـت امری سـخت و غیرممکن خواهد بود. به همین خاطر شما باید همیشه روند تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به بهترین شکل ممکن دنبال کرده و شـانس‌تان در این میـان را نیز در نظر بگیرید، در غیر این صورت شاید همیشـه مشـکلات متنوعی برای تعامل با مشتریان پیش روی‌تان قرار گیرد. در ادامه این بخش ما مرور بر روی برخی از مهمترین تکنیک‌ها برای استفاده از روش بازاریابی مستقیم خواهیم داشت.

طراحی فروشگاه آنلاین کاربردی

فروشـگاه‌های آنلاین در طول یک دهه اخیر توسـعه بسیار زیادی پیدا کرده‌انـد. این امر رونـد تاثیرگذاری بـر روی مخاطب هـدف را به طور چشـمگیری تحت تاثیر قرار داده و فروش بی‌دردسر را نیز مطرح ساخته اسـت. در این میان شـما برای تاثیرگذاری بر روی مشـتریان همیشه به فروشـگاه‌های حرفه‌ای و در عین حال سـاده برای کاربران نیاز دارید. اگر کار کردن با یک فروشـگاه برای مشـتریان خیلی سـخت باشد، فورا به سـراغ فروشگاه آنلاین یک برند دیگر می‌روند و شما در این میان توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان را به طور کامل از دست خواهید داد.

یادتان باشد امروزه طراحی فروشگاه آنلاین کار ساده‌ای نیست. درست به همین خاطر اگر شما از کمک افراد حرفه‌ای در این میان استفاده کنید، شـرایط‌تان برای تاثیرگذاری بر روی مشـتریان به طور حرفه‌ای افزایش پیدا می‌کند. پـس هرگونه ایده‌ای برای اینکه خودتان چنین سـایتی را طراحی کنید کنار بگذارید. این امر می‌تواند در نهایت شما را با چالش‌های بزرگی مواجه کرده و شـانس‌تان برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان را نیز به طور چشمگیری کاهش دهد. درست به همین دلیل اگر شما به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور حرفه‌ای هسـتید، باید همیشه روند کاری را به بهترین شکل ممکن دنبال نمایید.

این روزها موسسـات بسـیار زیادی در زمینه طراحی سـایت خدمات گسترده ارائه می‌دهند. این امر می‌تواند شما را در جریان روند تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف قرار داده و شما را نیز به بهترین شکل ممکن تبدیل به برندی حرفه‌ای و دوست‌داشتنی کند.

حضور مناسب در شبکه‌های اجتماعی

حضور در شبکه‌های اجتماعی یکی از فعالیت‌های مهم در دنیای کسب و کار محسـوب می‌شود. شما برای این کار باید همیشه حضوری مناسب در شـبکه‌های اجتماعی داشته و فعالیت‌تان را نیز بهینه‌سازی نمایید، در غیر این صورت همیشـه یک جای کارتان ایراد خواهد داشـت. مشتریان این روزها برای پیدا کردن برندهای مناسـب خیلی به خودشـان زحمت نمی‌دهند. درسـت به همین دلیل توانایی شما برای حضور در شبکه‌های اجتماعی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف امری مهم و ضروری خواهد بود. این امر شما را در برابر مشتریان بدل به یک برند دوست داشتنی کرده و بسیاری از مشتریان برای خرید از شما تمایل نشان خواهند داد.

بی‌شـک حضور در شبکه‌های اجتماعی به معنای ثبت نام در تمام آنها نیسـت. درست به همین دلیل شـما باید کارتان در شبکه‌های اجتماعی را بسـیار بهتر از سـایر روش‌ها دنبال کنید. این امر به معنای تلاش برای پیدا کردن پلتفرم‌های محبوب در میان کاربران و سـپس اختصاص روند فعالیت‌تان به آنهاسـت، در غیر این صورت حجـم بالای تولید محتوا در شـبکه‌های اجتماعی مختلف شما را با مشکلات بسـیار زیادی رو به رو خواهد سـاخت. این امر می‌تواند توانایی شـما بـرای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به شدت کاهش دهد.

شخصی‌سازی پیام‌ها

پیام‌های شما برای مخاطب هدف در دنیای بازاریابی نباید هرگز کلیشه‌ای یا شبیه به هم باشد. درست به همین دلیل برندهایی که به شخصی‌سازی به مثابه یک عامل مهم توجه نشان می‌دهند، همیشه کارشان را به بهترین شـکل ممکن توسعه می‌دهند. این امر می‌تواند برای بسیاری از برندها به مثابه روندی مناسـب برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف باشـد. اگر شما به دنبال بهینه‌سازی روند کاری‌تان در دنیای امروز هستید، چاره‌ای به غیر از شخصی‌سازی گسترده پیام‌های بازاریابی‌تان ندارید. این امر می‌تواند شما را در کانون توجه مشتریان قرار داده و وضعیت‌تان را نیز بهبود بخشد.

منظور ما در این بخش از شخصی‌سازی محتوا استفاده از روش‌های غیر قابل پیش‌بینی یا حتی پیچیده نیست. یکی از ساده‌ترین تکنیک‌ها در این میان اسـتفاده از نام کوچک هر مشتری در ابتدای پیام‌تان برای آنهاست. همچنین در صورتی که شـما مشـتریان‌تان را براساس سـلیقه و رفتار خریدشان دسته‌بندی کنید، امکان ارائه پیام‌های مشخص و شخصی‌سازی شده به هر کدام را پیدا می‌کنید. این امر شما را در کانون توجه مشتریان از نظر تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف قرار می‌دهد.

همکاری با اینفلوئنسرها

امروزه دنیای بازاریابی در پیوند با فعالیت اینفلوئنسـرها قرار دارد. این امر می‌تواند برای شـما دردسرهای زیادی به همراه داشته و حتی کسب و کارتان را در پیوند اساسـی با این افراد قرار دهد. بی‌شـک بسـیاری از برندها نسـبت به اسـتفاده از مزایای همکاری با اینفلوئنسـرها اطلاعات دقیقـی ندارند. این امـر می‌تواند روند فعالیت شـما را به مثابه یک برند حرفـه‌ای تحت تاثیر قرار دهد. توصیه ما در این میان همکاری نزدیک با اینفلوئنسرها در بازه‌های زمانی مشخص است. بدون تردید همکاری مداوم با اینفلوئنسرها از نظر مالی شما را در دردسر زیادی قرار می‌دهد. این امر می‌تواند شـما را با موقعیت‌های بسیار خوبی مواجه سازد. به عنوان مثال، اگر نزدیک سالگرد تاسیس برندتان است، همکاری با یک اینفلوئنسر برای توسعه پیام برندتان میان مشتریان می‌تواند ایده بسیار خوبی باشد. این امر شما را بدل به برندی دوست‌داشتنی برای مشتریان کرده و شانس‌تان در این راستا را نیز به طور کلی افزایش خواهد داد.

یادتان باشد شما لازم نیست همیشه با اینفلوئنسرهای دارای میلیون‌ها فالوور همکاری داشـته باشید. بسته به نوع نیاز و سطح فعالیت برند شما می‌توانید از اینفلوئنسرهای مختلف استفاده کنید. به عنوان مثال، اگر شما فقط در سـطحی خرد فعالیت دارید، می‌توانید کارتان را به بهترین شکل ممکن با اینفلوئنسرهای محلی دنبال کنید. این امر امکان صرفه‌جویی در هزینه‌ها و از همه مهمتر بازگشت سرمایه بهتر را به همراه دارد. پس هیچ وقت نگاه‌تان فقط به سوی اینفلوئنسرهای مشهور و محبوب‌تر نباشد.

استفاده از بازاریابی محاوره‌ای

بازاریابی محاوره‌ای نقش بسـیار مهمی برای موفقیت برندها در دنیای بازاریابـی دارد. ایـن امر بر روی قـدرت کلام و توانایی مشـتریان برای تاثیرگذاری بر روی یکدیگر اتکا دارد. درسـت به همین دلیل شـما برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان باید به طور مداوم شـرایط مربوط به تاثیرگـذاری بر روی مخاطب هدف را دنبال کنید. بازاریابی محاوره‌ای در دنیای امروز به میزان توانایی شـما برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف نیز اشـاره دارد. بنابراین اگر شـما به دنبال استفاده از این شیوه در عرصه کسب و کار هستید، می‌توانید به سادگی هرچه تمام‌تر شانس‌تان در این راستا را نیز بهبود بخشید. نکته مهم در این میان توجه به بهبود ارتباط با مشـتریان است. اگر شما رابطه خوبی با مشتریان نداشته باشید، وضعیت فعالیت‌تان در این میان به سرعت با مشکل رو به رو شده و شانس‌تان نیز از بین می‌رود.

بازاریابی محاوره‌ای در دنیای امروز نظر بسیاری از برندها را جلب کرده است. دلیل آن نیز امکان تاثیرگذاری بر روی مشتریان بدون نیاز به صرف هزینه‌های بسیار زیاد است. این امر شما را در بازار بدل به یک برند محبوب می‌کند. آن هم بدون اینکه هزینه‌های زیادی صرف نمایید.

یادتان باشد در دنیای بازاریابی امروز شما لازم نیست همیشه یک برند پرخرج باشـید. در عوض اگر فقط به فکر مشـتریان بوده و کارتان در این راستا را بهینه سازی کنید، نتایج بسیار بهتری دریافت کرده و شانس‌تان در ایـن میان نیز بهبود پیدا می‌کند. درسـت به همین دلیل شـما باید همیشه ارتباط‌تان با مشتریان را به بهترین شکل ممکن دنبال نمایید.

سرمایه‌گذاری بر روی ابزارهای مناسب

اسـتفاده از ابزارهای درسـت در دنیای بازاریابی امر مهمی محسـوب می‌شود. این ابزارها به شما برای بهینه‌سازی شرایط بازاریابی کمک کرده و شرایط‌تان را بهبود می‌بخشـد. یکی از اشتباهات بازاریابی‌ها در فرآیند بازاریابی مسـتقیم انتخاب ابزارهای بی‌نهایت گران‌قیمت اسـت. این امر می‌تواند شـرایط فعالیت و بازاریابی برای هر برندی را به شـدت دشـوار سازد. درست به همین دلیل اگر شما به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان هستید، چاره‌ای به غیر از مقایسه دقیق ابزارها و انتخاب بهترین نمونه ندارید. در این میان استفاده آزمایشی از ابزارها می‌تواند ایده بسیار خوبی باشـد. این امر به شما برای بهینه‌سـازی شرایط‌تان کمک کرده و انتخابی هوشمندانه را به همراه خواهد داشت. این روزها بازاریابی مستقیم برای مشتریان محبوبیت بسیار زیادی دارد. نکته مهم در این راستا توجه به توانایی برندها برای اسـتفاده از تکنیک‌های درست در این میان است. اگر شـما از توصیه‌های مورد بحث در این مقاله استفاده کنید، شرایط‌تان در این میان به طور چشمگیری بهبود پیدا خواهد کرد.

منبع: com.learn.g۲

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان خراسان شمالی
اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک منطقه دو بجنورد
هیأت موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی

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

برابر رأی شماره ۱۴۰۳۶۰۳۰۷۰۰۵۰۰۲۱۸۳ مورخه ۱۴۰۳/۰۳/۱۲ هیأت به شماره کلاسه ۱۰۹ - ۱۴۰۱ موضوع قـانـون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضـی وساختمانهای فاقد سند رسمی مستقردر واحد ثبتی حوزه ثبت ملک منطقه دو بجنورد تصرفات مالکانه بلا معارض متقاضی آقای ابراهیم کمالی فرزند براتعلی بشماره شناسنامه ۴۱۱ در ششدانگ یک قطعه باغ به مساحت ۲۰۶۹,۳۰ مترمربع در قسمتی از پلاک شماره ۷ فرعی از ۱۲۳ - اصلی واقع در اراضی موسوم به میرزا حسن لو خراسان شمالی بخش حوزه ثبت ملک منطقه دو بجنورد از محل مالکیت ثبتی براتعلی کمالی ولد محمدعلی محرزگردیده است. لذا به منظوراطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵روزآگهی می شود درصورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند ازتاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ، ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخـواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.
تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۳/۰۳/۱۹
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۳/۰۴/۰۳
شناسه آگهی : ۱۷۲۹۱۰۹
علی اوسط رستمی
رئیس ثبت اسناد و املاک منطقه دو بجنورد
۳۹۸

آگهی آراء هیأت حل اختلاف موضوع ماده یک قانون تعین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی

در اجرای ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه اجرایی قانون یاد شده اسامی افرادی که اسناد عادی یا رسمی آنان در هیأت مستقر در اداره ثبت اسناد و املاک بجنورد مورد رسیدگی و تأیید قرار گرفته جهت اطلاع عموم در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز در دو نشریه آگهی های ثبتی (کثیرالانتشار و محلی) بشرح ذیل آگهی میگردد :
۱- ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی از پلاک ۱۵۵ – اصلی فوق به مساحت ۴۰۱۵۵,۵۴ مترمربع ابتیاعی آقای حبیب فیروزه، فرزند محمد به شماره ملی ۰۶۸۲۰۴۴۱۰۵ از محل مالکیت ثبتی حبیب فیروزه ء برابر رأی شماره ۱۴۰۳۶۰۳۰۷۰۰۵۰۰۱۵۶۳ مورخ ۱۴۰۳/۰۲/۲۴ کلاسه ۲۱۵۵ – ۱۴۰۲ هیأت
۲- ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی از پلاک ۱۵۵ – اصلی فوق به مساحت ۷۵۱۳,۱۱ مترمربع ابتیاعی آقای حبیب فیروزه، فرزند محمد به شماره ملی ۰۶۸۲۰۴۴۱۰۵ از محل مالکیت ثبتی حبیب فیروزه ء برابر رأی شماره ۱۴۰۳۶۰۳۰۷۰۰۵۰۰۱۵۶۱ مورخ ۱۴۰۳/۰۲/۲۴ کلاسه ۲۱۵۴ – ۱۴۰۲ هیأت
لذا بدین وسیله به فروشندگان و مالکین مشاعی و اشخاص ذینفع در آرای اعلام شده ابلاغ می گردد چنانچه اعتراضی دارند باید از تاریخ انتشار آگهی و در روستاها از تاریخ الصاق در محل تا دوماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند معترضین باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نمایند و گواهی تقدیم دادخواست به اداره ثبت محل تحویل دهند در صورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل ارائه ننماید اداره ثبت مبادرت به صدور سند خواهد نمود ضمناً صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نخواهد بود.
تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۳/۰۳/۱۹ تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۳/۰۴/۰۳
شناسه آگهی : ۱۷۳۱۲۶۱
علی اوسط رستمی
رئیس اداره ثبت اسناد و املاک منطقه دو بجنورد

آگهی مفقودی
برگ سبز خودرو سواری هاچ بک سیستم سایپا تیپ ۱۱۱SE مدل ۱۳۹۶ برنگ سفید روغنی شماره موتور M۱۳۵۸۰۷۳۱۸ شماره شاسی NAS۴۳۱۱۰۰H۵۷۰۶۴۴۴ شماره انتظامی ۴۶- ۱۶۹ ج ۶۷ بنام عبدالرضا بزرگی لرد شماره کد ملی ۱۶۳۰۲۲۴۲۶۱ مفقود از درجه اعتبار ساقط می باشد. خلخال ۴۹۹

آگهی مفقودی برگ سبز
برگ سبز خودرو سواری پژو به شماره انتظامی ۳۳ ایران ۴۷۳ ت ۲۴ با شماره موتور ۱۱۶۸۶۰۴۲۸۲۷ و شماره شاسی ۶۱۳۵۳۲۲۹ متعلق به اینجانب عباس قائمی با کد ملی ۰۰۶۶۰۸۴۸۲۲ مفقود و از درجه اعتبار ساقط می گردد. رباط کریم

آگهی مفقودی مدرک تحصیلی
گواهینامه موقت پایات تحصیلات دوره کارشناسی صادره از دانشگاه آزاد اسلامی واحد بهبهان به شماره ۱۱۷۵ متعلق به اینجانب میترا حدادی به شماره ملی ۰۰۷۱۱۶۸۳۱۱ می باشد که این گواهی نامه به شماره ۷۷۲۱۵۲۰۳۲۰۷ مورخ ۱۳۸۲/۰۲/۲۰ ثبت شده مفقود و فاقد اعتبار می باشد. رباط کریم

آگهی مفقودی برگ سبز
برگ سبز خودرو پیکان وانت به شماره انتظامی ۷۸ ایران ۳۹۱ م ۲۷ با شماره موتور ۱۱۴۸۶۰۷۸۴۷۵ و شماره شاسی ۳۱۶۷۵۰۹۲ متعلق به اینجانب حسین جلمبادانی با کد ملی ۵۷۳۹۳۳۹۲۱۹ مفقود و از درجه اعتبار ساقط می گردد. رباط کریم

آگهی مفقودی برگ سبز
برگ سبز خودرو پیکان سواری به شماره انتظامی ۳۰ ایران ۲۲۵ ق ۷۷ با شماره موتور ۱۱۱۵۸۱۳۵۵۹۱ و شماره شاسی ۰۰۸۱۵۳۷۶۳۹ متعلق به اینجانب فریده تقی زاده کریق با کد ملی ۱۴۶۴۰۲۵۲۰۷ مفقود و از درجه اعتبار ساقط می گردد. رباط کریم

مفقودی
برگ سبز خودرو سواری پژو هاچبک ۲۰۷iTU۵PA-AT مدل ۱۴۰۳ رنگ سفید به شماره شاسی: NAAR۴۲H۵ERDB۹۴۷۹۹ و شماره موتور ۱۸۵B۰۰۸۲۱۸۹ و شماره انتظامی ۲۶۱ د ۲۷ ایران۱۴ به نام احمدعلی چلداوی مفقود گردیده است و فاقد اعتبار است.

آگهی آراء هیأت حل اختلاف موضوع ماده یک قانون تعین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی

در اجرای ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه اجرایی قانون یاد شده اسامی افرادی که اسناد عادی یا رسمی آنان در هیأت مستقر در اداره ثبت اسناد و املاک بجنورد مورد رسیدگی و تأیید قرار گرفته جهت اطلاع عموم در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز در دو نشریه آگهی های ثبتی (کثیرالانتشار و محلی) بشرح ذیل آگهی میگردد :
۱- برابر رأی شماره ۱۴۰۳۶۰۳۰۷۰۰۵۰۰۱۷۴۸ هیأت در ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۱۸۱۸۲ مترمربع در قسمتی از پلاک شماره ۱۴۰ فرعی از ۲۰۴ اصلی واقع در اراضی موسوم به توت بخش ۲ حوزه ثبت ملک منطقه دو بجنورد از محل مالکیت ثبتی سید علی هاشمی
۲- برابر رأی شماره ۱۴۰۳۶۰۳۰۷۰۰۵۰۰۲۰۷۳ هیأت در ششدانگ یکقطعه مزروعی به مساحت ۶۵۷۸/۸۹ مترمربع قسمتی از پلاک ۱۷۴ فرعی از ۱۱۷ اصلی اراضی مطرانلو واقع در اراضی بخش دو بجنورد از محل مالکیت ثبتی اسماعیل تیمورتاشلو
لذا بدین وسیله به فروشندگان و مالکین مشاعی و اشخاص ذینفع در آرای اعلام شده ابلاغ می گردد چنانچه اعتراضی دارند باید از تاریخ انتشار آگهی و در روستاها از تاریخ الصاق در محل تا دوماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند معترضین باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نمایند و گواهی تقدیم دادخواست به اداره ثبت محل تحویل دهند در صورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل ارائه ننماید اداره ثبت مبادرت به صدور سند خواهد نمود ضمناً صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نخواهد بود.
تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۳/۰۳/۱۹ تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۳/۰۴/۰۳
شناسه آگهی : ۱۷۳۱۲۶۹
علی اوسط رستمی
رئیس اداره ثبت اسناد و املاک منطقه دو بجنورد

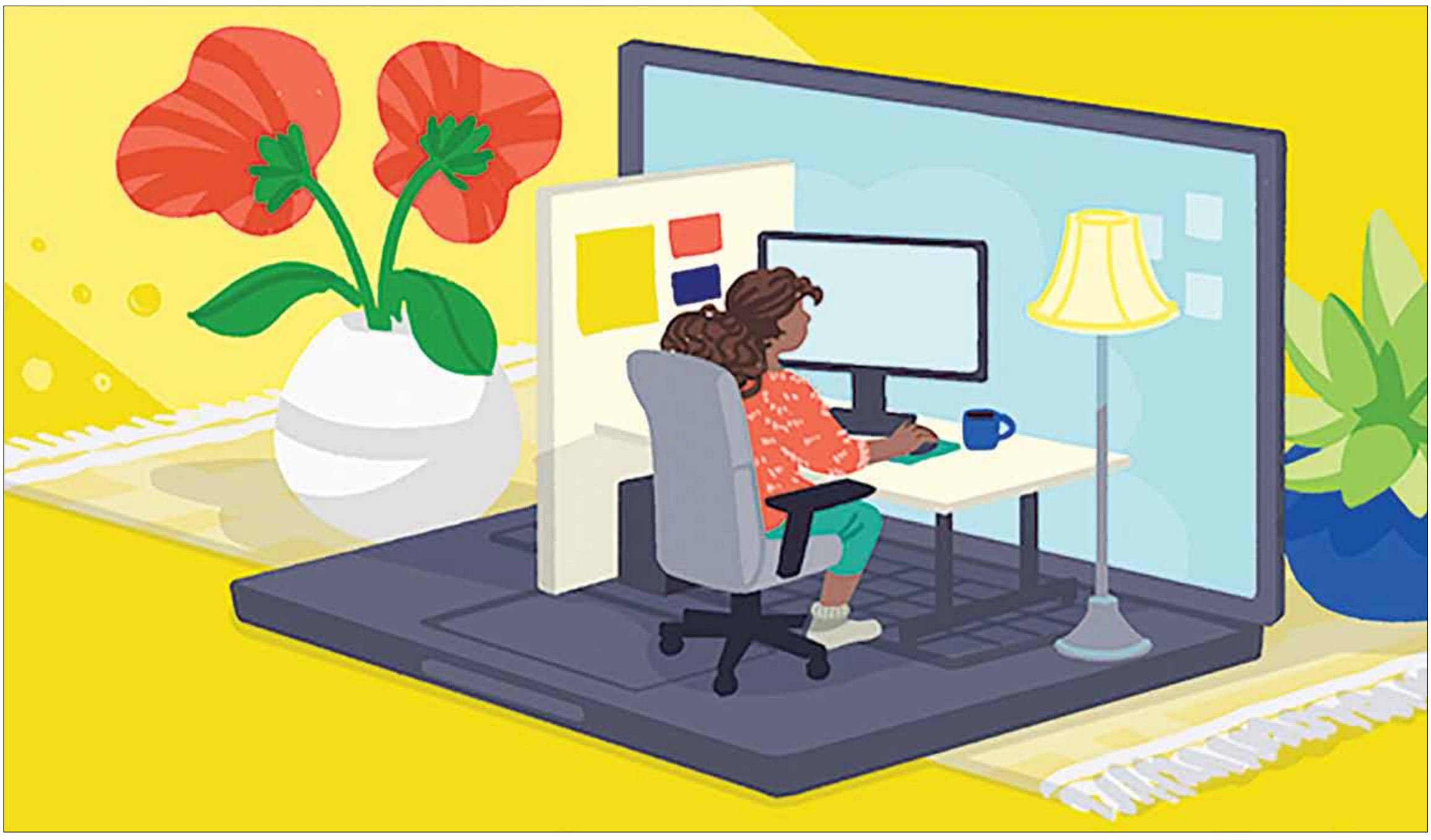
آگهی مزایده اموال غیر منقول(اسناد رهنی)
به موجب پرونده اجرائی کلاسه ۱۴۰۲۰۰۴۸۱ ششدانگ یک قطعه خانه به مساحت ۹۹۲/۲۱ متر مربع پلاک ۲۰۲/۷۰۹ واقع در روستای ایده لو که سند مالکیت آن به نام مصطفی لطفی بی صادر شده است محدود به حدود شمالا دیواری است بطول ۳۰/۷۹ متر به باقیمانده ۲۰۲ اصلی شرقا دیواری است بطول ۳۱/۷۹ متر به باقیمانده ۲۰۲ اصلی جنوبا دیواری است بطول ۲۹/۹۲متر به باقیمانده ۲۰۲ اصلی غربا در دو قسمت اول درب و دیوار بطول ۱۱/۲۶ متر به کوچه دوم دیواری است بطول ۲۲/۵۲ متر به کوچه که طی سند رهنی ۳۵۷۰۴- ۱۳۹۹/۱۱/۱۳ دفتر خانه یک کبودرآهنگ در رهن بانک کشاورزی کبودرآهنگ قرار دارد و طبق نظر کارشناس رسمی دادگستری پلاک فوق به مبلغ بیست و دو میلیارد ریال(۲۲/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال) ارزیابی شده است و طبق اظهار کارشناس مذکور ساختمان یک طبقه به مساحت اعیانی در حدود ۷۰ متر مربع به صورت مسکونی با سقف تیر آهن و یک ابنیه یک طبقه به مساحت در حدود ۴۰۰ متر مربع با سقف تیر آهن و یک سازه سبک فلزی با سقف از ورق فلزی به مساحت حدود ۴۰۰ متر مربع جهت نگهداری حیوانات و دارای امتیازات آب و برق و گاز می باشد
پلاک فوق از ساعت ۹ الی۱۲ روز یک شنبه مورخ۱۴۰۲/۰۴/۱۷ در اداره کل ثبت اسناد و املاک کبودرآهنگ از طریق مزایده به فروش می رسد. مورد مزایده ازمبلغ ارزیابی شروع شده و به بالاترین قیمت پیشنهادی نقدا فروخته می شود لازم به ذکر است که پرداخت بدهی های مربوط به آب و برق وگاز اعم از حق انشعاب و یا حق اشتراک و مصرف در صورتی که مورد مزایده دارای آنها باشد و نیز بدهی های مالیاتی و عوارض شهرداری و غیره اعم از اینکه رقم قطعی آن معلوم شده یا نشده باشد به عهده برنده مزایده است و نیز در صورت وجود مازاد وجوه پرداختی بابت هزینه های فوق به برنده مزایده مسترد خواهد شد و نیم عشر و حق مزایده نقدا وصول می گردد
شرکت در مزایده منوط به پرداخت ده درصد از مبلغ پابه کارشناسی به حساب سپرده ثبت و حضور خریدار یا نماینده قانونی او در جلسه مزایده است برنده مزایده مکلف است مابه التفاوت مبلغ فروش را ظرف مدت ۵ روز از تاریخ مزایده به حساب صندوق ثبت تودیع نماید و در صورتی که ظرف مهلت مقرر مانده فروش را به حساب سپرده ثبت واریز نکند مبلغ مذکور قابل استرداد نبوده و به حساب خزانه واریز خواهد شد ضمنا چنانچه روز مزایده تعطیل رسمی گردد مزایده روز اداری بعد از تعطیلی در همان ساعت و مکان مقرر برگزار خواهد شد.
تاریخ انتشار:۱۴۰۳/۰۴/۳
رییس واحد اجرای اسناد رسمی کبودرآهنگ- بهرامی
م الف: ۱۶۵

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان همدان
اداره کل ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک کبودرآهنگ
هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

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

برابر رای شماره ۱۴۰۲۶۰۳۲۶۰۰۲۰۰۰۶۱۲ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک کبودرآهنگ تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی سید عبداله موسوی فرزند سید رضا به ش ش ۴۳۷ صادره از رزن در یک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۸

حفظ تعامل و کیفیت کاری کارمندان در روند دورکاری



ترجمه: علی آل‌علی

همه‌گیری کرونا تغییرات بسیار زیادی در دنیای کسب و کار به همراه داشته است. در این میان شاید روند فعالیت برندها بیش از هر نکته دیگری در کانون توجه قرار گرفته است. زمانی تمام برندها به صورت حضوری با کارمندان‌شان تعامل داشته و تمام فعالیت‌های یک برند به طور حضوری با مشارکت تمام اعضا پیش می‌رفت. با این حال همه‌گیری کرونا تمام شرایط را در این میان تغییر داد. امروزه کمتر برندی دیگر به فعالیت حضوری کارمندان به صورت بی‌چون و چرا پایبند است. در عوض بسیاری از کسب و کارها به دنبال روش‌های تازه‌تر برای مدیریت کسب و کار هستند. دورکاری در این میان یگ گزینه بسیار خوب و بی‌عیب برای مدیریت کسب و کار، حتی در سخت‌ترین شرایط ممکن، محسوب می‌شود. یکی از نکات مهم در این میان تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در دنیای کسب و کار و بهینه‌سازی وضعیت فعالیت برندهاست. دورکاری حتی در شرایطی مثل همه‌گیری به برندها امکان ادامه کار می‌دهد.

بی‌شک دورکاری شیوه‌ای تازه در دنیای کسب و کار نیست، اما به دلیل اینکه شمار اندکی از برندها در عمل از آن استفاده کرده‌اند، تازگی زیادی برای کارآفرینان به همراه دارد. این امر باید همیشه مد نظر شما قرار گرفته و تلاش تان برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان را ساماندهی کند، در غیر این صورت شاید شما هرگز توانایی بهینه‌سازی روند کاری‌تان با دورکاری را نداشته باشید.

یکی از مشکلاتی که بسیاری از تیم‌های کاری در پی استفاده از دورکاری با آن مواجه می‌شوند، بحث مربوط به مدیریت تعامل و همکاری میان اعضاست. وقتی اعضای یک تیم در فاصله بسیار دور از هم و به طور آنلاین فعالیت دارند، هماهنگی میان آنها بدل به امری بی‌نهایت سخت می‌شود. درست به همین دلیل شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف باید تمام توانایی‌تان را اختصاص داده و از هیچ نکته‌ای نیز نگرانی به خرج ندهید.

فعالیت در قالب دورکاری می‌تواند برای بسیاری از افراد نگران‌کننده باشد. درست به همین دلیل شما باید همیشه به کارمندان‌تان نسبت به فعالیت مناسب در این راستا اطمینان دهید. استفاده از روش‌های کاربردی برای ایجاد هماهنگی بیشتر در میان کارمندان شرکت و همچنین تلاش برای تاثیرگذاری بر روی آنها به شیوه‌ای حرفه‌ای امر مهمی محسوب می‌شود. هدف اصلی در این مقاله نیز دقیقا همین نکته است. اگر شما به طور مداوم برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان با مشکلات زیادی رو به رو هستید، می‌توانید از نکات مورد بحث در این مقاله برای بهینه‌سازی روند کاری‌تان نهایت استفاده را ببرید. این امر شما را در کانون توجه مشتریان قرار داده و امکان ادامه روند رو به رشد برندتان را نیز به همراه خواهد داشت.

یادتان باشد دورکاری همیشه روشی مناسب برای برندها محسوب می‌شود، اما به شرط اینکه شما توانایی لازم برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را داشته باشید، در غیر این صورت شما با کمبود مهارت‌های ارتباطی یا حتی مدیریتی توانایی لازم برای درخشش در بازار را از دست خواهید داد. هدف ما در این مقاله بررسی برخی از نکات مهم برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به بهترین شکل ممکن است. این امر به شما برای بهینه‌سازی روند فعالیت‌تان در بازار کمک کرده و شانس‌تان را نیز بهینه‌سازی خواهد کرد. در ادامه برخی از مهمترین نکات در این راستا را مورد ارزیابی دقیق قرار خواهیم داد.

تعامل کارمندان در دوران دورکاری

تعامل میان اعضای یک شرکت به شناخت آنها از هم بستگی دارد. بسیاری از کارمندان با سال‌ها تجربه همکاری با هم ارتباطات خوبی پیدا کرده و توانایی همکاری در کوتاه‌ترین زمان ممکن را پیدا می‌کنند. این امر به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک کرده و شانس شما را نیز بهینه‌سازی خواهد کرد. یادتان باشد شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف همیشه نیاز به استفاده از روش‌های تاثیرگذار دارید. البته این امر در روند دورکاری باید ابتدا در مورد کارمندان صورت گیرد.

بسیاری از برندها بدون اینکه به شرایط منحصر به فرد کارمندان‌شان در روند دورکاری فکر کنند، به دنبال تاثیرگذاری بر روی مشتریان هستند. این امر نتایج بسیار ناگواری برای برند شما به همراه داشته و توانایی‌تان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به شدت تحت تاثیر قرار خواهد داد. درست به همین دلیل اگر شما به دنبال تاثیرگذاری بر روی وضعیت برندتان از طریق دورکاری هستید، باید ابتدا فکری به حال تعامل میان کارمندان دورکار با هم نمایید.

امروزه در دنیای کسب و کار امکان فعالیت یکطرفه از سوی برندها وجود ندارد. این امر می‌تواند مشکلات زیادی برای آنها ایجاد کرده و حتی شانس‌شان در بازار را نیز به طور چشمگیری کاهش دهد. به طور مشابه، در فعالیت درون شرکتی نیز کارمندان بدون توجه به فعالیت یکدیگر امکان کسب موفقیت ندارند. درست به همین دلیل شما باید همیشه به فکر همکاری نزدیک میان کارمندان‌تان باشید. وقتی فعالیت یک برند به طور کاملا حضوری دنبال می‌شود، مدیریت دورکاری امر ساده‌ای خواهد بود. در این شرایط بسیاری از کارآفرینان امکان تاثیرگذاری مستقیم بر روی مخاطب هدف را داشته و برخی دیگر نیز برای بهینه‌سازی روابط میان اعضای شرکت جلسات حضوری متعدد برگزار می‌کنند. این شرایط در روند دورکاری کمتر به چشم می‌خورد. درست به همین دلیل اگر شما به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان هستید، باید فکری به حال تعامل بهینه کارمندان در روند همکاری‌شان با هم کنید. این امر می‌تواند برای شما مزایای بسیار زیادی به همراه داشته و توانایی‌تان در بازار را نیز توسعه دهد.

بسیاری از برندها در دنیای امروز شرایط فعالیت بسیار متفاوتی دارند. این امر به آنها برای استفاده از دورکاری کمک کرده و امکان تعامل با مشتریان حتی در سخت‌ترین شرایط ممکن را نیز فراهم می‌سازد. یادتان باشد شما برای استفاده از روند دورکاری باید اندکی آمادگی در میان کارمندان ایجاد کنید، در غیر این صورت شاید خیلی زود همه از برند مورد نظر خسته شده و موج انتقادات نسبت به شما شروع شود. این امر می‌تواند در مدت زمانی کوتاه اعتبار و حتی شانس موفقیت برندتان در بازار را از بین ببرد.

اغلب اوقات پرس و جوی مستقیم از کارمندان یکی از شیوه‌های مناسب برای بررسی وضعیت‌شان در روند دورکاری محسوب می‌شود. این امر به شما فرصت بسیار خوبی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف داده و شانس‌تان در بازار را نیز به طور چشمگیری توسعه می‌دهد. درست به همین دلیل شما باید به طور مداوم فعالیت‌تان در این میان را بهینه‌سازی کرده و مدیریت آن را در دستور کار قرار دهید. این امر می‌تواند یک روند دورکاری بسیار ایده‌آل برای برند شما به همراه داشته باشد.

بدون شک پرس و جو از کارمندان در روند دورکاری امر مناسبی محسوب می‌شود. با این حال شما نمی‌توانید تمام فعالیت‌های‌تان در بازار را موکول به تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با استفاده از نظرخواهی از کارمندان و بهینه‌سازی روش کاری‌تان براساس آن کنید. گاهی اوقات در بازار شما نیاز به عملکرد بهتری دارید. این امر می‌تواند با کاربست برخی از شیوه‌های حرفه‌ای شروع شده و موقعیت‌تان در بازار را به طور چشمگیری توسعه دهد. درست به همین دلیل در بخش کنونی ما به دنبال برخی از بهترین ایده‌ها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور حرفه‌ای خواهیم رفت. همانطور که در ابتدا توضیح داده شد، تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف باید ابتدا از بهینه‌سازی وضعیت کاری اعضای شرکت شروع شود. به همین خاطر در این بخش ما برخی از بهترین ایده‌ها برای بهبود تعامل کارمندان با یکدیگر و همچنین مشتریان در طول دوران دورکاری را مرور خواهیم کرد.

توجه به وضعیت سلامت کارمندان

سلامت افراد در طول دوران کاری اهمیت بسیار زیادی دارد. این امر می‌تواند برای بسیاری از برندها یک ایده عالی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف باشد. در این صورت شما باید هر طور شده شانس‌تان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را توسعه داده و وضعیت‌تان در این میان را بهبود بخشید، در غیر این صورت شاید هرگز شانسی برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان‌تان پیدا نکرده و وضعیت‌تان در بازار نیز روز به روز بدتر از هر زمان دیگری شود. یک برند فقط در صورتی امکان موفقیت در بازار را خواهد داشت که کارمندان سرحال و شادابی داشته باشد، در غیر این صورت هیچ موفقیتی در انتظار تیم شما نخواهد بود.

بررسی وضعیت سلامت کارمندان وقتی در شرکت حضور دارند، امری ساده خواهد بود. امروزه بسیاری از برندها به دلیل دورکاری در عمل شانسی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌شان به طور حرفه‌ای ندارند. این امر می‌تواند برای شما به طور قابل ملاحظه‌ای پرهزینه بوده و شانس‌تان در این میان را نیز توسعه دهد. نکته مهم اینکه شما برای تاثیرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف باید راهکاری متفاوت برای ارزیابی سلامت اعضای شرکت دورکار پیدا کنید. این امر فراتر از نظرسنجی‌های مختلف بوده و باید توجه شما به این مسئله را به طور دقیق نشان دهد، در غیر این صورت شاید خیلی زود انگیزه کارمندان برای همکاری با برند شما کاهش پیدا کرده و در مقیاس طولانی‌مدت بدل به یک برند کلیشه‌ای شوید.

بی‌شک اندازه‌گیری میزان سلامت روحی و جسمی اعضای شرکت امر دشواری خواهد بود. این نکته وقتی با کارمندان دورکار تعامل داشته باشید، به شدت دشوارتر نیز می‌شود. درست به همین دلیل اگر شما به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به بهترین شکل ممکن هستید، باید همیشه کارتان را به بهترین شکل ممکن دنبال کنید، در غیر این صورت شاید هرگز فرصت توسعه برندتان را پیدا نکنید. وقتی از انجام کار به بهترین شکل ممکن صحبت می‌کنیم، همیشه منظورمان صرف هزینه بالاتر نیست. گاهی اوقات شما می‌توانید با استفاده از برخی توصیه‌ها و روش‌های ساده به کارمندان‌تان برای تقویت روحیه‌شان کمک کنید. این امر نه تنها هزینه زیادی برای برند شما به همراه ندارد، بلکه فرصت بهینه‌سازی شانس‌تان برای تعامل با مشتریان را نیز به همراه خواهد داشت. یادتان باشد در دنیای امروز کارمندان با سلامت روحی و جسمی بالا به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک شایانی خواهند کرد. درست به همین دلیل شما باید کارتان در این میان را به بهترین شکل ممکن دنبال کنید. در غیر این صورت شاید هرگز فرصت بهینه‌سازی فعالیت‌تان را پیدا نکنید.

برگزاری جلسات آنلاین

جلسات میان تیم‌های کاری نقش مهمی در بهبود روحیه آنها دارد. این امر به شما فرصت بسیار خوبی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را خواهد داد. درست به همین دلیل در دنیای امروز باید برخی از روش‌های فعالیت‌تان را بهینه‌سازی کرده و روش‌های تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به خوبی دنبال کنید. اگر شما در روند دورکاری هیچ توجهی به میزان تعامل کارمندان تان با هم و سطح روابط‌شان با تیم مدیریتی نداشته باشید، کیفیت کاری و پیشرفت تمام پروژه‌ها سقوط خواهد کرد. درست به همین دلیل در چنین شرایطی اغلب مدیران اقدام به برگزاری جلسات آنلاین میان اعضای شرکت می‌کنند. این جلسات امکان صرف نظر از بعد مسافت را فراهم کرده و شانس بسیار خوبی به شما و دیگر کارآفرینان می‌دهد.

یادتان باشد در دنیای امروز بسیاری از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف شرایط ویژه و خاصی دارند. درست به همین دلیل اگر شما به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در دنیای امروز کسب و کار هستید، باید شرایط‌تان را به بهترین شکل ممکن تغییر دهید. این امر به شما برای بهینه‌سازی وضعیت‌تان در دنیای کسب و کار کمک شایانی خواهد کرد.

جلسات آنلاین در دنیای کسب و کار به طور معمول هزینه زیادی برای برندها به همراه ندارد. شما می‌توانید این جلسات را به ساده‌ترین شکل ممکن با استفاده از نرم‌افزار زوم یا دیگر پلتفرم‌های در دسترس به طور رایگان برگزار کنید. به این ترتیب سطح ارتباط و تعامل میان اعضای شرکت‌تان به بهترین شکل ممکن حفظ خواهد شد. بنابراین اگر به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان به بهترین شکل ممکن هستید، باید همیشه کارتان در این میان را به طور حرفه‌ای و با جلسات منظم دنبال کنید. این امر به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک ویژه‌ای خواهد کرد. یادتان باشد در دنیای امروز بسیاری از برندها برای بهینه‌سازی کارشان نیاز به همفکری دارند. جلسات آنلاین در تیم‌های دورکار به شما فرصت تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را می‌دهد. درست به همین دلیل اگر شما تا به حال به فکر تشکیل چنین جلساتی نبوده‌اید، باید همین امروز روش کارتان را به طور چشمگیری تغییر دهید، در غیر این صورت شاید هرگز فرصت بهینه‌سازی فعالیت‌تان را پیدا نکنید.

شنیدن صدای کارمندان

وقتی یک ایده تازه در دنیای کسب و کار اجرا می‌شود، همیشه مشکلاتی در این میان وجود دارد. این امر به شما برای بهینه‌سازی روند کارتان در صورت دریافت بازخورد فعالیت کاری‌تان کمک می‌کند. شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف باید همیشه روند کارتان را با استفاده از ایده‌ها و توصیه‌های مناسب تقویت کنید. این امر می‌تواند شما را در موقعیت بسیار خوبی از نظر تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف قرار دهد. در این صورت شانس‌تان در بازار نیز به مراتب بهتر می‌شود.

یادتان باشد شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در بازارهای امروزی نیاز به استفاده از شرایط بسیار متنوعی دارید. این امر می‌تواند شامل بررسی اعتراضات اعضای شرکت به روند فعالیت شما و همچنین کاستی‌ها در روند دورکاری شود. نکته مهم اینکه شما باید همه اعتراض‌ها را به بهترین شکل ممکن شنیده و در تلاش برای اثرگذاری بر روی کارمندان با رفع مشکلات مورد نظر باشید. این امر شما را به بهترین شکل ممکن در کانون توجه مخاطب هدف قرار خواهد داد.

بسیاری از کارآفرینان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف روند کاری بسیار عجیبی را طی می‌کنند. این امر می‌تواند شامل استفاده از برخی حدس و گمان‌ها شود. نکته اساسی در این میان تلاش برای پرهیز از روند مورد نظر با استفاده از نظرات مستقیم کارمندان است. این امر شما را با بدل به یک مدیر حرفه‌ای و محبوب در میان کارمندان خواهد کرد. یادتان باشد شما برای گردآوری نظرات کارمندان باشد همیشه در دسترس آنها باشید، در غیر این صورت شاید فرصت بسیار کمی برای تاثیرگذاری بر روی آنها به شیوه‌ای حرفه‌ای پیدا کنید. این امر می‌تواند شما را به طور قابل ملاحظه‌ای در شرایط دشواری قرار دهد. درست به همین دلیل اگر شما به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف هستید، باید همیشه در دسترس کارمندان‌تان باشید تا از طریق بازخوردهای آنها توانایی بهینه‌سازی عملکرد برند را پیدا کنید. این امر نه تنها در مورد دورکاری، بلکه به طور نسبی در تمام حوزه‌ها کاربرد دارد. به همین دلیل شما باید همیشه بهترین عملکرد را از خودتان نشان دهید، در غیر این صورت شاید هرگز شانسی برای بهینه‌سازی روند کاری‌تان پیدا نکنید.

فراهم‌سازی ابزارهای مناسب

اعضای شرکت شما باید همیشه به بهترین ابزارهای ممکن دسترسی داشته باشند. این امر در مورد فرآیند دورکاری اهمیت بسیار بیشتری پیدا می‌کند. درست به همین دلیل اگر شما به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان هستید، می‌توانید از روش‌های مناسب برای بهینه‌سازی همکاری‌تان استفاده کنید.

وقتی صحبت از فراهم‌سازی ابزارهای مناسب می‌شود، باید همیشه به توزیع درست آنها توجه داشته باشید. این امر به شما برای تاثیرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف کمک می‌کند. کارمندان شما در صورتی که دسترسی خوبی به ابزاراهای کاربردی داشته باشند، حتی در خانه نیز احساس حضور در شرکت را خواهند کرد. این امر می‌تواند کیفیت کاری آنها را به طور چشمگیری توسعه داده و موجب موفقیت‌تان در بازار شود. بسیاری از برندها در دنیای امروز برای بهینه‌سازی روند کاری‌شان دردسرهای زیادی را متحمل می‌شوند. درست به همین دلیل اگر شما به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف هستید، باید تهیه ابزارهای مورد نیاز را با همکاری مستقیم کارمندان دنبال کنید، در غیر این صورت شاید هرگز فرصتی برای بهینه‌سازی روند کاری‌تان نداشته باشید.

منبع: businessblogshub.com

نوبت اول
شناسه آگهی: ۱۷۳۸۵۰۴
بانک ملی ایران
فراخوان تجدید مناقصه عمومی دو مرحله‌ای (شماره ۱۴۰۳/۰۶)
بانک ملی ایران در نظر دارد مناقصه عمومی دو مرحله ای اجاره به شرط تملیک ۹۴۵ دستگاه کیوسک (cashless) به شماره ثبت ستاد ۲۰۰۳۰۱۰۵۶۰۰۰۰۶ را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به نشانی: www.setadiran.ir به شرح زیر برگزار نماید:
۱. تاریخ انتشار در سامانه: از ساعت ۸ روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۳/۰۳/۳۰
۲. مهلت دریافت اسناد: تا ساعت ۱۲ روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۳/۰۴/۰۶
۳. مهلت ارسال پیشنهاد: تا ساعت ۱۲ روز شنبه مورخ ۱۴۰۳/۰۴/۱۶
۴. زمان گشودن پاکت‌های الف و ب: ساعت ۸:۳۰ روز یک شنبه مورخ ۱۴۰۳/۰۴/۱۷
۵. نوع و مبلغ تضمین: سپرده نقدی یا ضمانت‌نامه بانکی یا ارائه سایر تضامین مطابق آیین‌نامه تضمین برای معاملات دولتی، به مبلغ ۳۴،۶۰۰،۰۰۰،۰۰۰ ریال
۶. هزینه خرید اسناد: ۸،۴۰۰،۰۰۰ ریال.
ضمنا پاکت تضمین می‌بایست علاوه بر بارگذاری در سامانه، تا ساعت ۱۲ روز شنبه مورخ ۱۴۰۳/۰۴/۱۶ به نشانی: تهران، خیابان فردوسی، ادارات مرکزی بانک ملی ایران، اداره‌کل کارپردازی، دایره دبیرخانه کمیسیون عالی قبول معاملات تحویل شود.
به پیشنهادهای واصله خارج از سایت سامانه ستاد ترتیب اثر داده نخواهد شد.
شرایط شرکت در مناقصه در سایت (http://iets.mporg.ir) قابل مشاهده می‌باشد.
م الف ۱۰۸۵

آمادگی شهرداری مشهدمقدس برای ایجاد دبیرخانه مشترک تصویر ایران آینده با محوریت مشهد

مشـــهد – خبرنگار فرصت امـــروز: محمدرضا قلندرشـــریف دردیدار با دکتر مصطفی زمانیان رئیس مرکز بررسی‌های استراتژیک ریاست جمهوری، گفت: در نظر داریم برای برندســـازی شهری مشهدمقدس بر اساس دال مرکزی مضجع شـــریف و منور امام‌رضا(ع) و فرهنگ رضوی اقداماتی را برای ایجاد زیرساخت‌های لازم و برگـــزاری رویدادهای مســـتمر بین‌المللی انجام دهیـــم. وی اضافـــه کـــرد: همچنین مـــی توانیم تهیه بسته‌های رســـانه‌ای و تبلیغاتی با رویکرد تمدن سازی نوین ایرانی_اسلامی را با بهره گیری از توسعه نوآوری به عنوان یک الگوی توسعه خلاق محور به صورت اقداماتی کوتاه مدت، میان و بلند مدت در دستور کار قرار دهیم. شهردار مشهدمقدس با بیان اینکه ایجاد هاب دیپلماسی شهری کشور، برندســـازی مشهدالرضا جهانشهر برکت وکرامت بعنوان شـــهر جهانی صنایع خلاق و... از اهم برنامه‌های برندســـاز ما در این ارتباط است، اظهار کرد: توجه ویژه به حوزه توس برای بازســـازی هویت حماسی ایرانیان و ایجاد ارتباط پایدار با کشـــورهای فارسی زبان و همچنین اقلیت فارســـی زبان ســـایر کشورها از دیگر دستور کارهای ویژه شهرداری مشهد دراین زمینه خواهد بود. قلندر شـــریف ادامه داد: به طور مثال در این مقوله تمامی اقدامات برای پشتیبانی از سازمان "آی‌تا" به عنوان سازمان‌های کشورهای فارسی زبان را در دستور کار قرار داده و ســـاختمانی را تجهیز و به این سازمان اختصاص داده است. وی افزود: اما به دلیل پیگیری نکردن وزارت محترم ارشاد به عنوان متولی کمیته فرهنگی کمیسیون ملی اکو تاکنون دبیر کلی برای این سازمان تعیین نکرده است. شهرداری مشهدمقدس تاکید کرد: البته معتقدیم بر اساس مطالعات صورت گرفته خصوصا در حوزه دی ان ای هویتی مشهد مقدس؛ اساسا بازتولید هویتی ایران، در ادوار مختلف با منشا خراسان انجام شده است. وی با اشاره به این که شهر سئول در کره جنوبی، استانبول در ترکیه، کازان در روسیه، حیدرآباد در هندوستان و گانجو در چین را می‌توان به عنوان مثال یادآور شد خاطرنشان کرد: در همین چهارچوب شهرداری مشهد با اصلاح ساختار خود و ایجاد مرکز دیپلماســـی شـــهری، دو حوزه دیپلماسی شـــهری و برندسازی شـــهری با رویکرد برنامه عملیاتی میان مدت را در دســـتور کار ویژه خود قرار داده اســـت. شـــهردار مشهدمقدس ادامه داد: با عنایت به این مسئله که یکی از کمیته‌های اصلی و مصوب شهرداری مشهد به صورت ویژه به برندسازی شهری اختصاص یافته که یکی از افق‌های ویژه آن بازاریابی بین المللی با هویت ایرانی_ اسلامی در چهارچوب برندسازی ملی است، این آمادگی وجود دارد تا در قالب یک اقدام مشترک دبیرخانه تصویر ایران آینده را با همکاری مرکز بررســـی‌های استراتژیک ریاســـت جمهوری با محوریت مشهد مقدس راه اندازی کنیم

مدیرکل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان:

آذربایجان شرقی ۸ درصد کل نشان‌های ملی مرغوبیت صنایع دستی کشور را داراست

فرصت امروز – ماهان فلاح: مدیرکل میراث فرهنگی، گردشـــگری و صنایع دســـتی آذربایجان‌شرقی گفت: بر اساس برنامه ریزی های انجام شده با هدف توسعه و رونق فروش انواع صنایع دستی، تعداد ۱۵۷ بازارچه صنایع دستی در محل های مختلف ایجاد و راه اندازی می‌شود.

احمد حمزه زاده ایجاد این نوع بازارچه ها در نقاط مختلف آذربایجان شرقی را اولویت و اهتمام جدی میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی خواند و افزود: یکی از سیاست‌های اصلی دولت سیزدهم ایجاد بازارچه‌های صنایع‌دستی است که مکان یابی‌ها برای احداث آنها انجام شده است و محل‌های شناسایی شـــده در حال واگذاری اســـت. به گفته وی پس از اتمـــام مراحل مربوط به واگذاری زمین ها، فراخوان برای راه اندازی فاز یک بازارچه‌های صنایع دستی در ۱۵۷ محل با سرمایه‌گذاری شرکت شهرک‌های صنعتی و بخش خصوصی انجام و پس از آن این بازارچه‌ها افتتاح خواهند شد. حمزه زاده با اشاره به روند تصاعدی و رو به رشد حوزه صنایع‌دستی آذربایجان شرقی در سال‌های اخیر، بر آموزش صنایع دستی به عنوان معرف فرهنگ و تمدن ایران زمین و تلاش به حفظ و گسترش آن تاکید و اظهار کرد: صنایع دستی با قابلیت ویژه خود، مجموعه‌ای کامل از فرهنگ، سنن، هنجارها، شیوه زیستی و سایر باورهای یک جامعه را با خود حمل می کند و بی‌شک چنین ویژگی بارزی، صنایع‌دستی را به عنوان میراثی با ارزش حائز توجه و اهمیت خاص می کند. وی به سابقه دیرین صنایع دستی در منطقه آذربایجان اشاره کرد و ادامه داد: صنایع دستی و هنری معرف کشور و تمدن ما هستند و هنرمندان صنایع دستی آذربایجان

در طـــول تاریخ تلاش کرده اند با خلوص ۱۰۰ درصد و اســـتحصال مس آن را به اثر هنری تبدیل کنند و کشـــفیات جدید قدمت بهره‌برداری انســـان از فلـــز مس را ۲ هزار ســـال قبل تر می برد و این آثـــار فاخر با قدمتی نزدیک به ۹ هزار ســـال همچنان به عنوان معرف و نماینـــده‌ای از دانش، فرهنگ و شیوه زیست تمدن‌های گذشته در ارتباط طبیعت با ایجاد خلاقیت‌های ذهنی به شـــمار می رود. حمزه زاده آموزش صنایع دستی را ماموریت مهم میراث فرهنگی دانست و گفت: هر چند آثار صنایع دستی شکیل و کابردی هستند، امـــا این آثار متضمن نمادهایی از هویت فرهنگی، خلاقیت بشـــری و ارتباط عمیق اسنان با طبیعت اســـت که با دست و با استفاده از مواد اولیه طبیعی ساخته می‌شوند. وی از جایگاه‌های ملی و بین‌المللی صنایع دستی آذربایجان خبر داد و اظهار کرد: آذربایجان‌شـــرقی با ۲۷۸ نشان ملی مرغوبیت صنایع دســـتی از میان ســـه هزار ۵۲۲ اثر دارای نشان ملی مرغوبیت کشور در رتبه سوم کشـــوری قرار دارد و حدود هشت درصد کل نشان‌های ملی مرغوبیت صنایع دســـتی کشور را داراســـت. حمزه زاده یادآور شد: آذربایجان‌شرقی با تعداد ۱۳ نشان مرغوبیت جهانی از مجموع ۳۵۸ مورد ثبت جهانی کشوری، نیازمند توجه بیشتر هنرمندان حوزه صنایع دستی برای شرکت در ارزیابی‌های بین‌المللی است.وی افزود: در حوزه برگزاری نمایشگاه‌های صنایع دستی که از درخواست‌های مکرر هنرمندان این حوزه است، پارسال عملکرد خوبی ثبت و در مهرماه ۱۴۰۲ نمایشگاه ملی صنایع‌دستی در تبریز با استقبال خوبی از سوی علاقمندان و مردم برگزار شد. حمزه زاده اعلام کرد: ۲۵ تا ۲۷ مهر ماه امسال در محل نمایشگاه بین‌المللی تبریز و همزمان با نمایشگاه بین‌المللی گردشگری، نمایشگاه آثار صنایع‌دستی در سطح ملی برگزار خواهد شد که لازم است هنرمندان برای حضور پربار در این نمایشگاه مجاهدت کنند، چون این نمایشگاه به نوعی ویترین صنایع‌دستی استان محسوب می‌شود. وی از تشکیل اتاق فکر صنایع دستی آذربایجان شرقی خبر داد و گفت: این اتاق فکر با حضور پیشکسوتان و استادان استانی تشکیل شده است که شایسته است هنرمندان صنایع دستی برای همفکری و تبادل نظر برای رشد هر چه بهتر این حوزه در هم‌اندیشی‌ها و برنامه‌های این اتاق فکر شرکت کنند.

وزیر کشور در آیین اهدای زمین به خانواده‌های خوش جمعیت استان مرکزی:

نهضت بزرگ ساخت مسکن یادگار شهید رئیسی است

اراک– فرناز امیدی: احمد وحیدی، وزیر کشـــور روز پنجشنبه در مراسم اهدای زمین طرح جوانی جمعیت استان مرکزی، اظهار داشت: نهضت بزرگ ساخت مسکن یادگار شهید رئیسی است که واقعا وفای به عهد داشت و تحولی بـــزرگ را رقم زد. وی افزود: یکی از خصوصیات شـــهید رئیســـی این بود که نمی‌گفت "نمی‌توانیم" یا "نمی‌شـــود"، حتی زمانی که قانون جوانی جمعیت آمد خیلی‌ها فکر می‌کردند قابل اجرا نیست به‌ویژه در بخش مسکن که نیازمند یک حرکت جهادی بود. وزیر کشور گفت: جوانی جمعیت یکی از دغدغه‌های هر علاقه‌مند به کشـــور و از اولویت‌های کشـــور است که در دستور کار شهید جمهور قرار گرفت. احمد وحیدی افزود: شـــهید رئیسی در شرایطی کشور را تحویل گرفت که می‌گفتند مشـــکل آب خوردن کشور هم از طریق مذاکره و توافق با آمریکا حل می شود. وی ادامه داد: امروز می‌بینم که ساخت ۲ میلیون و ۶۰۰ هزار مســـکن در کشور آغاز شـــده و به سرعت در حال اجرا است و این کار در ۲ ســـال اول دولت رقم خورد که بســـیار شگرف بود. وزیر کشور گفت: ان شـــاالله خداوند رئیس جمهوری را نصیب ما کند که با قدرت، مسیر شهید جمهور را دنبال کند تا دغدغه‌ی مسکن و جمعیت را که هر دو مؤلفه‌ی قدرت

کشور هستند در حوزه اقتصادی و امنیت ملی هستند پیگیری و محقق شود. معاون وزیر راه و شهرســـازی و مدیرعامل شرکت عمران شهرهای جدید ایران گفت: ۲ میلیون و ۶۵۰ هزار واحد مسکونی در طرح نهضت ملی مسکن در نقاط مختلف کشور کلید خورد که بخشی از این واحدها تحویل متقاضیان شده است. سعید غفوری، نیز دراین مراسم افزود: با پیگیری‌های شهید جمهور اکنون کشور تبدیل به کارگاه بزرگ ساخت مسکن شده به طوری که رشد تولید مسکن از ۶ و ۹ دهم درصد به هفت و یک دهم در دولت مردمی رسیده است. وی اضافه کرد: طرح نهضت ملی مسکن در شـــهرهای پرند، هشتگرد، پردیس و سهند افتتاح شده و هفته آینده هم در اصفهان و امروز در اراک واگذار زمین و مسکن عملیاتی می‌شـــود. معاون وزیر راه و شهرسازی اظهار کرد: مهم ترین مشکل و چالش شهرهای جدید تامین آب است که انتظار می‌رود وزارت نیرو نسبت به این مهم توجه ویژه داشته باشد. استاندار مرکزی هم در این آیین گفت: ۹ هزار واحد مســـکونی برای خانواده‌های خوش نشین در استان پیش بینی شده که امروز ۲ هزار و ۱۵۰ واحد مسکونی در چند شهرستان استان به صورت ویدئوی کنفرانس افتتاح می‌شود. فرزاد مخلص‌الائمه افزود: ۲۶۴ واحد مسکونی امروز در ساوه تحویل متقاضیان می‌شود. وی بیان کرد: شهر جدید امیر کبیر تنها شهر ویلایی کشـــور است که متقاضیان بسیاری برای خرید زمین و سکونت در این شهر دارد. استاندار مرکزی گفت: بیمارستان حضرت ولیعصر(عج) اراک به عنوان ابر پروژه درمانی کشور با حضور سرپرست ریاست جمهوری افتتاح می‌شود.

فولاد مبارکه مصداق خوب دوری از خام فروشی و اقتصاد غیرنفتی است

اصفهان – معصومه قاسمی: وزیر امور اقتصادی و دارایی در آیین افتتاح طرح توســـعه گمرک اختصاصی فولاد مبارکه گفت: در حوزه تولید مجتمع فولاد مبارکه یکی از مصادیق زنجیره ارزش کامل، تراز و نمونه کشور است.

ســـید احســـان خاندوزی، وزیر امور اقتصادی و دارایی روز سه‌شـــنبه ۲۲ خردادماه در آیین افتتاح طرح توسعه گمرک اختصاصی فولاد مبارکه اظهار کرد: رویداد امروز به جهت ارتباط با سایر رویدادهای حوزه گمرکی و تجارت خارجی و حتی سایر رویدادهایی که در وزارت اقتصاد دنبال کردیم، یک صدای مشـــترک و آهنگ واحد است. وی افزود: همه اقدامات صورت گرفته ازجمله درگاه ملی مجوزهای کســـب وکار، موضوع تسهیل‌گری در انبارهای سازمان اموال تملیکی و سرعت استرداد کالاهای متروکه، کاهش تعداد بخش نامه‌های حوزه تجاری، کاهش مدت زمان تشـــریفات امور گمرکی و پروژه‌هایی مانند توسعه گمرک اختصاصی همه در راستای این است که تولید و تجارت رسمی در کشور سهل، کم‌هزینه، روان، جذاب و بدون مانع و فساد انجام شود.

وزیر امور اقتصادی و دارایی خاطرنشان کرد: در چنین شرایطی حتماً منابع

کشـــور اعم از منابع مالی، ســـرمایه‌های انسانی و مدیریتی ترجیح می‌دهند، وارد فعالیت تولیدی شـــوند و در حوزه‌های غیر مولد اقتصاد حرکت نکنند، بنابراین تسهیلی که صورت گرفت ادامه زنجیره مسیر گذشته است که به نظر می‌رسد، اگر بخواهیم فرمایش رهبر معظم انقلاب در مورد سال‌های مکرر شعار تولیدی را محقق کنیم، شاهد زنجیره بی‌شماری از این رضایت‌مندی‌ها برای تولیدکنندگان و دعوت عملی خواهیم بود، به‌ویژه در حوزه تولید که مجتمع فولاد مبارکه یکی از مصادیق زنجیره ارزش کامل، تراز و نمونه کشور است.

وی با بیان این که مسیر توسعه فولاد مبارکه براساس گزارشی که مدیرعامل این شـــرکت در بازدید از پروژه نورد گرم ۲ داشـــت، ادامـــه دارد، اضافه کرد: تـــا اینجای کار این صنعت مصداق بارز دوری از خام‌فروشـــی و اقتصاد نفتی آسیب‌پذیر است تا به ســـمت اقتصاد تولیدی و صادرات غیر نفتی هرچقدر پیچیده‌تر با فناوری بالاتر و رقابت‌پذیر حرکت کنیم.

خاندوزی در خصوص چرایی توســـعه گمرک اختصاصی فولاد مبارکه ابراز کرد: فولاد مبارکه پنجمین صادرکننده بزرگ و بیستمین واردکننده برتر کشور اســـت، همچنین این شرکت سالانه بیش از یک میلیارد دلار گردش تجاری دارد و خدمات و تأثیرات آن در صنعت فولاد و سایر دستورکارهای راهبردی حاکمیت، نمونه و پیشرو است.

با میزبانی شرکت برق منطقه ای آذربایجان برگزار شد؛

جلسه هماهنگی عملیاتی شبکه‌های گاز، تولید و انتقال نیروی برق شمالغرب کشور

فرصت امروز – ماهان فلاح: جلسه هماهنگی عملیاتی شبکه‌های گاز، تولید و انتقال نیروی برق شمالغرب (استان‌های آذربایجان شرقی، آذربایجان غربی و اردبیل) برگزار شد. این جلسه در راستای تامین مطمئن انرژی برق در ایام گرم ســـال (فصل پیک مصرف برق) به میزبانی شرکت برق منطقه‌ای آذربایجان و در محل دیسپاچینگ شمال غرب (AOC) ترتیب یافت. در این جلسه که با هماهنگی معاونت بهره‌برداری شرکت برق منطقه‌ای آذربایجان منعقد شـــد، علاوه بر معاون و مدیران حوزه بهره‌برداری این شرکت، معاون و مدیران و رؤسای منطقه ۸ عملیات انتقال گاز، مدیران نیروگاه‌های حرارتی تبریز و سیکل ترکیبی ارومیه، اردبیل، هریس و خوی نیز حضور داشتند که پیرامون آخرین وضعیت تامین گاز نیروگاه‌های مذکور در طول سال و به ویژه در ایام تابســـتان و زمستان بحث و تبادل نظر شد و در خصوص مشکلات و چالش‌های مربوطه هم‌اندیشی گردید. در این نشست هماهنگی، محسن برنجی معاون بهره‌برداری شرکت برق منطقه‌ای آذربایجان ضمن تاکید بر برگزاری منظم آن در سطح مدیران شـــرکت‌های برق منطقه‌ای آذربایجان، مدیریت های تولید برق استان‌های مذکور و مدیران منطقه ۸ عملیات انتقال گاز اظهار داشـــت: ما در این نشست تلاش کردیم نسبت به رفع برخی محدودیت‌های عملیاتی که در جهت تامین گاز نیروگاه‌های منطقه وجود دارد، بحث و تبادل نظر کرده و نقطه نظرات مسئولین امور انتقال گاز و همچنین نقطه نظرات و چالش‌های مدیران نیروگاه‌های منطقه در هر ســـه استان آذربایجان شرقی، آذربایجان غربی و اردبیل را جمع‌بندی و در جهت افزایش تولید برق، پایداری شبکه برق منطقه و نیز شبکه سراسری به ویژه در ایام پیک بار تابستان و حتی زمستان، اقدام مقتضی به عمل آید. برنجی همچنین یکی دیگر از نتایج این نشســـت را تبادل تجارب عملیاتی در بهره‌برداری مطمئن از شبکه‌های گاز و تولید برق عنوان کرد.

مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان گیلان:

صدور ۳۰۰ اخطار قطع برق برای ادارات و دستگاه های اجرایی استان

رشت– زهرا رضا زاده : مسعود صادقی خمامی مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق گیلان از صدور ۳۰۰ اخطار قطع برق برای ادارات و سازمان های دولتی استان که الگوی صحیح مصرف برق را در دوران اوج بار رعایت نکردند خبر داد وی ضمن تشـــکر از مدیران ادارات، سازمانها و دستگاه های اجرایی که همکاری بســـیار خوبی در مصرف بهینه انرژی برق دارند خاطرنشان کرد: هماهنگی لازم با اســـتانداری صورت پذیرفته و اکیپ هایی در استان گیلان مصـــرف برق ادارات و دســـتگاههای اجرایی را کنتـــرل و نظارت می کنند. مدیرعامل توزیع برق گفت: از شروع اجرای برنامه های گذر از پیک تابستانه تاکنون ۳۰۰ فقره اخطار قطع برق برای ادارات و دستگاههای اجرایی پرمصرف استان صادر شده است و اقدامات قانونی لازم جهت برخورد باسازمانهایی که الگوی مصرف را رعایت نکرده اند اعمال می شود. صادقی خمامی ضمن اشاره به دستورالعمل های ارسالی از سوی شرکت توانیر مبنی بر پایش مصرف برق ادارات و دستگاهها افزود: این مشترکین ملزم به کاهش ۳۰ درصدی مصرف برق در ساعات اداری وهمچنین کاهش مصرف به میزان ۷۰ درصد در ساعت غیر اداری هســـتند. وی تاکید کرد: پس از صدور اخطار و عدم رعایت الگو از ســـوی ادارات، نســـبت به قطع برق آنها اقدام خواهد و وصل مجدد منوط به تعهد بالاترین مقام دســـتگاه می باشـــد و در صورت تکرار موضوع اسامی از طریق رســـانه ها اعلام می شود. مدیرعامل توزیع برق گیلان اظهار داشت: با کنترل پذیر کردن مشترکین از راه دور، قابلیت اعمال محدودیت بار مصرفی برای مشـــترکین پر مصرف در ایام پیک فراهم می شود که می تواند کمک بسزایی به پایداری شبکه و عدم قطع برق سایر مشترکین بالاخص مشترکین خانگی داشته باشدوی گفت: با توجه به محدویتهای تولید برق در کل کشور ، رعایت الگوی مصرف برق از سوی ادارات و سازمان ها از جمله حذف وسایل غیرضرور برقی، بهره گیری از دیزل ژنراتورها، استفاده بهینه و کاهش مصرف سیستمهای سرمایشی در ساعات اوج بار، باید با جدیت صورت پذیرد. مسعود صادقی خمامی تاکید کرد: باتوجه به هماهنگی صورت پذیرفته از سوی وزارت نیرو در سطح کلان و همچنین استانداری گیلان، ساعات کار اداری استان به منظور کاهش پیک مصرف روزانه برق تغییر یافته و این مهم در کنار رعایت صحیح الگوی مصرف توســـط سازمانها و ارگانهای مختلف در ساعات اداری، کمک شایان توجه ای به پایداری شبکه های برق می کند.

اخبار

افزایش چشمگیر پاداش معرفی مراکز غیر مجاز رمز ارز

کرمانشاه – خبرنگار فرصت امروز: مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق اســـتان کرمانشـــاه از افزایش قابل توجه پاداش شناســـایی و معرفی تولیدکننـــدگان غیر مجاز رمز ارز در کشـــور خبر داد. بـــه گزارش روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق استان کرمانشاه، مهندس محمد مرادی اظهار داشـــت: شناسایی و معرفی متخلفان مراکز غیر مجاز تولید رمز ارز از ســـوی اشخاص حقیقی، حقوقی و دســـتگاههای امنیتی و انتظامی را مشمول دریافت پاداش و حق کشف عنوان کرد که از ۲۲ اردیبهشت امسال اجرایی شده است. وی ضمن هشدار به عوامل مراکز غیرمجاز عنوان کرد: پاداش معرفی مراکز اســـتخراج غیرمجاز در دو مرحله پرداخت می شود و اشـــخاص حقیقی یا حقوقی می توانند نسبت به اعلام موارد مشکوک در ســـایت توانیر به آدرس www.tavanir.org.ir و یا به شماره تلفن۰۸۳۳۸۲۱۲۷۴۷ دفتر حراست و امور محرمانه اینشرکت در بخش ثبت گزارش رمز ارز غیر مجاز اقدام کنند. مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان کرمانشاه با اشاره به افزایش ۲ برابری سقف پاداش کشف ماینر غیر مجاز در دوایر دولتی توضیح داد: مرحله نخست پاداشها شامل اعطای یک میلیون تومان به ازای معرفی هر دستگاه ماینر غیر مجاز است که تا سقف ۲۵ میلیون تومان بابت معرفی مراکز غیر مجاز خصوصی و تا سقف ۵۰ میلیون تومان برای معرفی ماینرهای غیر مجاز در مراکز دولتی و غیر دولتی که از بودجه عمومی استفاده می کنند، در نظر گرفته شـــده و طی ۱۵ روز کاری به عامل شناســـایی کننده پرداخت می شود. وی محاسبه بخش دوم پاداشها را متناسب با مدت و میزان استفاده غیر مجاز از انرژی برق در مراکز غیر مجاز رمز ارز عنوان کرد که بیش از یک سوم این بخش از پاداشها طی مدت ۴۰ روز به عامل شناسایی کننده و الباقی به مجریان و ضابطان قضایی ذی ربط پرداخت می شود. مهندس مرادی در پایان اعلام کرد طی سال گذشته و سه ماه ابتدایی ۱۴۰۳ با کمک دستگاه‌های امنیتی،قضائی و نیروی انتظامی بیش از ۲۰ مزرعه و تعداد ۵۳۷ دستگاه ماینر در استان کرمانشاه کشف و ضبط شده است و این روند نیز با تمام توان در دست اجرا میباشد . مهندس مرادی حفظ محرمانگی و هویت گزارشگران مراکز غیر مجاز را از الزامات مورد تاکید در این دستورالعمل عنوان کرد و افزود: معرفی ماینرهای غیر مجاز علاوه بر جلوگیری از سوء استفاده و هدر رفت انرژی از وارد آمدن آسیب به تجهیزات شبکه برق و لوازم برقی مشترکان جلوگیری می کند و نقش به سزایی در جلوگیری از خاموشی و تامین برق مطمئن و پایدار مصرف کنندگان به ویژه در شرایط پرباری شبکه دارد.

اولین نمایشگاه مد و لباس ایرانی اسلامی دِزدُخت در دزفول آغاز به کار کرد

اهواز – شـــبنم قجاوند: هنرمندان طراحی مد و لباس خوزستان با بهره گیری از ظرفیت‌های فرهنگی ملی و اســـلامی گام‌های موثری برای معرفی پوشش برداشـــته‌اند. به گزارش روابط عمومی اداره کل فرهنگ و ارشـــاد اسلامی خوزستان، نمایشگاه مد و لباس ایرانی اسلامی دز دُخت با حضور حضرت حجت الاسلام والمسلمین بهرام پور امام جمعه شهرستان دزفول، مجید منادی مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان و علیرضا خردمند معاون اســـتاندار و فرماندار ویژه شهرستان دزفول، محمد عتاب اهوازی شهردار دزفول و عبدالحمید صادق جولا رئیس اداره فرهنگ و ارشاد دزفول سه شنبه شب در نگارخانه ماندگار این شهر آغاز به کار کرد. مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان با اشاره به ظرفیت‌های غنی فرهنگی و تاریخی خوزستان گفت: اســـتفاده از مولفه‌های بومی، ملی و اسلامی در طراحی لباس حرکت ارزشمندی است که مورد حمایت وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است. مجید منادی ادامه داد: هنرمندان طراحی مد و لباس خوزستان با بهره گیری از ظرفیت‌های فرهنگی ملی و اسلامی گام‌های موثری برای معرفی پوشش مناسب، زیبا، عفیفانه و با وقار برای بانوان برداشته‌اند. وی با تاکید بر حمایت جدی از طراحان مد و لباس با مولفه‌های فرهنگ ایرانی اسلامی افزود: حمایت از رویدادهای مد و لباس ایرانی اسلامی با دادن تسهیلات، بودجه‌های حمایتی و برگزاری رویدادهای فرهنگی در استان اولویت داده شده است. مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی از ایجاد نخستین کتابخانه مد و لباس در خوزستان خبر داد و گفت: این کتابخانه به همت مجموعه غیردولتی روز گذشته در استان افتتاح شد و به عنوان مرجعی برای کسب اطلاعات به کمک طراحان استان خواهد آمد.

دزفول در طراحی لباس با مولفه‌های ایرانی اسلامی از شهرستان‌های توانمند خوزستان است

منادی با بیان اینکه دزفول در طراحی مد و لباس با مولفه‌های ایرانی اســـلامی از جمله شهرســـتان های توانمند خوزستان است، گفت: انجمن‌های مد و لباس توانمندی در اســـتان مشـــغول فعالیت اســـت که حمایت از این انجمن‌ها و فعال سازی آنها در سایر شهرستان‌های خوزستان به عنوان اولویت در دستور کار است. رییس اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی دزفول نیز در حاشیه این آیین در گفت و گو با خبرنگار ایرنا با اشاره به برپایی نخستین نمایشگاه مد و لباس ایرانی – اسلامی گفت: ارایه الگوی صحیح پوشش عفیفانه با تکیه بر پیشینه تاریخی، فرهنگی و دینی ایران اسلامی، از جمله اهداف مهم برگزاری چنین رویدادهای فرهنگی است. وی با اشاره به نقش صنایع فرهنگی در تحقق جهش تولید با مشارکت مردم ادامه داد: کارآمدسازی و توسعه اقتصادی صنایع فرهنگی شهرستان نقش تعیین کننده‌ای در اشتغال جوانان و هنرمندان دزفول دارد که برگزاری چنین نمایشگاه‌هایی کمک به معرفی دستاوردها و بازاریابی صنایع فرهنگی هنرمندان دزفول است. در حاشیه این افتتاحیه از فرماندار و شهردار دزفول به پاس حمایت از رویدادهای فرهنگی و هنری در شهرستان دزفول از طرف مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان تقدیر به عمل آمد.

معرفی پلیمر آریاساسول به عنوان شرکت برتر پارس جنوبی در حوزه بهداشت و سلامت

بوشهر– خبرنگار فرصت امروز: در نخســـتین جلسه سال ۱۴۰۳ کمیته سلامت HSE منطقه پارس ، بر اساس ارزیابی شرکت ملی صنایع پتروشیمی و شرکت HSE پتروشیمی‌های منطقه عسلویه، شرکت پلیمر آریاســـول به عنوان یکی از شـــرکت های برتر منطقه پارس جنوبی در حوزه بهداشت و سلامت معرفی شد. نخستین جلسه سال ۱۴۰۳ کمیته سلامت HSE منطقه پارس با حضور رؤسای بهداشت شرکت ملی صنایع پتروشیمی، شـــرکت صنایع پتروشیمی خلیج‌فارس و تمامی شرکت‌های پتروشیمی منطقه به میزبانی شرکت پلیمر آریاساسول برگزار شد. در این جلســـه پس از بررسی اقدام‌های جامع شرکت پلیمر آریاساسول در حوزه سلامت، مصوبات و دستور کارهای سال گذشته کمیته مورد گفت‌وگو قرار گرفت. همگرایی و یکپارچگی، پیگیری مصوبات و جلسات و برنامه‌ها و جمع‌آوری نظرات و پیشنهادات برای ارتقا بهداشت حرفه‌ای از مسیر شرکت بهداشت، ایمنی و محیط زیست شرکت‌های عسلویه در این جلسه مورد تأکید قرار گرفت. بر اساس ارزیابی شرکت ملی صنایع پتروشیمی و شرکت HSE پتروشیمی‌های منطقه عسلویه، شرکت پلیمر آریاساسول به عنوان یکی از شرکت های برتر منطقه پارس جنوبی در حوزه بهداشت و سلامت به این شرکت اعطا شد.

جشن غدیر در ۳۵ بقعه استان قم برگزار می‌شود

قم- خبرنگار فرصت امروز: معاون فرهنگی و اجتماعی اوقاف قم از برپایی جشن شب و شام غدیر در ۳۵ بقعه متبرکه استان قم خبر داد. به گزارش روابط عمومی اداره کل اوقاف و امور خیریه استان قم، حجت‌الاسلام عطاءالله جباری ضمن تبریک فرا رسیدن دهه امامت و ولایت و عید سعید غدیر اظهار کرد: بر این اساس در ۳۵ بقعه متبرکه استان قم مراسم جشن و ســـرور تدارک دیده شـــده است. او افزود: در شـــهر قم حرم‌های مطهر امامزادگانی همچون سید معصوم(ع)، شاه سید علی(ع)، موسی مبرقع(ع)، جمال الدین(ع)، علی بن جعفر(ع)، جعفر شهید(ع)، ابواحمد(ع) و ... میزبان مراســـم شب و شام غدیر خواهند بود که شامل سخنرانی اساتید حوزوی، مداحی مادحان اهل بیت عصمت و طهارت و برپایی ایستگاه صلواتی است. معاون فرهنگی و اجتماعی اوقاف و امور خیریه استان قم با بیان اینکه در بقاع متبرکه شهرستان‌های کهک و جعفریه نیز مراسم مشابهی برگزار می‌شود خاطرنشان کرد: برخی از این بقاع کاروان‌های شادی غدیر را هم تدارک دیده‌اند که در روز عید به حرکت در می‌آیند. او ادامه داد: مجموعه‌ی مراســـم این روز در قم با عنوان کلی ولایت علوی، اکمال دین نبوی برگزار می‌شوند.

دیدارمدیران بیمه دی استان گلستان و کشوری و مدیران کل استان با خانواده شهید شاهرضا مصدق درکردکوی

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: دیدار مرتضی رابطی مدیر شعبه جبران مدیریت شعبه تخصصی بیمه های درمان شرکت بیمه دی کشور و محمد کاملی مدیر بیمه دی استان گلستان به اتفاق مهندس حبیبی مدیرکل راه آهن شمالشرق۲ گلستان و ناخدا خسروی نماینده نیروی دریایی راهبردی ارتش ج.ا.ایران در استان گلستان به اتفاق خانم خان بیگی رئیس اداره بنیاد شهید وامورایثارگران شهرستان کردکوی با خانواده شهید شاهرضا مصدق.در این دیدار رابطی ضمن ارائه سلام مدیریت بیمه دی کشور جناب مهندس موهبتی با تعظیم به خانواده معظم شـــهدا خدمت به این گروه از جامعه هدف را جز وظایف معنوی بیمه دی خواند و گفت : خدمت رســـانی به خانواده شهدا از وظایف ماست .رابطی در ادامه گفت : افتخاری برای بیمه دی هست که در خدمت خانواده شهدا باشیم و امیدواریم عملکرد بیمه برای خانواده معظم شهدا رضایت بخش باشد.وی افزود: در رابطه شهیدی که تقدیم وطن کردید با هیچ چیز نمی توان جبران کردو خداوند به شما صبر دهد و ما وظیفه خود می دانیم از این بزرگواران حمایت کنیم.وی در ادامه ضمن تشریع برنامه های درمان والدین شهدا از برنامه های بیمه دی در راستای تسهیل دریافت دارو مطالبی را بیان کرد.درادامه محمدکاملی مدیر بیمه دی استان گلستان افزود:ما در استان خادم خانواده های شهدا هستیم و والدین شهدا می توانند هر مشکلی را در بحث درمان و داروجهت رفع آن به مدیریت بیمه اطلاع دهند.همچنین ناخدا خسروی با بیان مطالبی از عظمت خانواده شهدا در تقدیم شهیدی والامقام به بارگاه الهی و صبر آنان در این آزمایش الهی تقدیر کرد.در خاتمه به رسم قدر دانی از سوی بیمه دی هدایایی به این خانواده شهید اهدا شد.و خانواده شهید در باره نحوه شهادت این شهید توضیحاتی را بیان کردند.

مدیر مهندسی و طرحهای شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی ایران از طرح توسعه انبار نفت گرگان بازدید کرد

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: مدیر مهندسی و طرحهای باتفاق مشاور ویژه مدیر عامل شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی ایران از طرحها و پروژه‌های در حال اجرای شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی منطقه گلستان بازدید کردند.به گزارش روابط عمومی شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی منطقه گلستان، سید محمد حسینی، مدیر منطقه در بازدید مدیر مهندسی و طرحها و مشاور اجرایی مدیر عامل به تشریح اقدامات و پیگیریهای انجام شده در خصوص پروژه مذکور پرداخت.مدیر مهندسی و طرحهای شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی ایران نیز ضمن بازدید از تجهیزات عملیاتی، اطفا حریق، ابنیه، مخازن ذخیره سازی، سکوهای بارگیری و ... به نقاط قوت و چالشها و مشکلات موجود جهت اتمام پروژه و بهره‌برداری از این طرح اشاره کرد و ابراز امیدواری کرد با پیگیریهای انجام شده مراحل پایانی طرح انجام شود و هرچه سریعتر پروژه به بهره‌برداری برسد.شایان ذکر است در سفر دو روزه بازدید کنندگان به استان گلستان با حضور در شهرستان کلاله از روند اجرایی پروژه احداث واحد سوختگیری هواپیمایی فرودگاه شهدا این شهرستان نیز بازدید کردند و در جلسه مشترک با استاندار گلست

پرسودترین استارت‌آپ‌ها برای شروع کار

نویسنده: علی آل‌علی

کارآفرینـــان برای ورود به بازار معمولا بهانه‌های بســیار زیــادی دارند. هزینه‌های بالای راه‌اندازی اســتارت‌آپ در کنار حضور رقبای بزرگ هر کســی را دلسرد خواهد کرد. خب دقیقا به همین خاطر امروزه بازار اســتارت‌آپ‌ها مثل دهه‌های قبل داغ نیســت. شاید شــما هم ادعاهایی مثل «دیگــر خبری از اســتارت‌آپ‌های بــزرگ خواهد بود» را شــنیده باشید. اگر کمی با دقت محیط پیرامون را برانداز کنیم، کمابیش به درســتی این ادعا پی خواهیم برد. خب این روزها دیگر خبری از اســتارت‌آپ‌های پرتعداد و چند میلیــون دلاری نیســت. در عوض همه چیز با کســب و کارهای بزرگی که اتفاقا دهه‌ها در بازار ســابقه دارند، معنا پیدا می‌کند.

مــا در روزنامه فرصت امروز قصد نداریم به شــما درباره تداوم اســتارت‌آپ‌های پرسود به شیوه دهه‌های ۸۰ یا ۹۰ میــلادی وعده‌های توخالی دهیم. واقعیت این اســت که اوضاع استارت‌آپ‌ها اصلا تعریفی ندارد. این نکته به ویژه در دوران اوج همه‌گیری کرونا به همه ثابت شد. نکته کلیدی در این میان تلاش شــما برای اثرگذاری بر روی مخاطب به شیوه‌ای درست و اصولی است. به زبان خودمانی، حتی در ایــن اوضاع کنونی نیز باز هم امیدی به بهبود وضعیت وجود دارد. درســت به همین خاطر ما در این مقاله قصد داریم برخی از پرســودترین استارت‌آپ‌ها برای شروع کار را به شما معرفی کنیم. این حوزه‌ها به شما کمک خواهد کرد تا بدون دردســر اضافی کارتان را شروع کرده و امکان اثرگذاری بهتر بر روی مخاطب را داشته باشید.

اشــتباهی که خیلی از کارآفرینــان در ابتدای راه انجام می‌دهند، تلاش برای پیگیری ســلیقه شــخصی به طور افراطی یا دنباله‌روی از ترندهای گوناگون اســت. خب این امر دیر یا زود شانس‌تان برای اثرگذاری بر روی مخاطب را نزدیک به صفر خواهد کرد. آن وقت شما می‌مانید و کلی دردسر مختلف برای تعامل با مخاطب هدف در بازار.

ما در روزنامه فرصت امروز همیشه معتقدیم بازاریاب‌ها و کارآفرینان باید انتخاب‌های هوشمندانه‌ای داشته باشند. این امر بدان معناســت که شــما باید کارتان را به بهترین شــکل ممکن دنبال کنید. خب یکــی از وجهه‌های مهم در این میان انتخاب حوزه‌هایی با چشــم‌انداز مثبت است. خب اگر قرار باشد شما حوزه کاری با چشم‌انداز بی‌نهایت منفی برای خودتان تعریف کنیم، اصلا چرا وارد آن حوزه می‌شــوید. این سوالی است که شما باید همیشه برای آن جواب روشنی دم دست داشته باشید.

اگر شــما هم دوســت دارید ماجراجویی‌تــان در دنیای کســب و کار را با یک اســتارت‌آپ خوب آغاز کنید، این مقاله تکه گمشده پازل‌تان است. ما در ادامه سعی می‌کنیم برخی از مهمترین نکات در رابطه با حوزه‌های پرسود برای فعالیت استارت‌آپی را با شما در میان بگذاریم. خب اجازه دهید بدون هیچ‌گونه اتلاف وقتی برویم سراغ اصل مطلب.

دوره‌های آموزشی آنلاین

امروزه بازار دوره‌های آموزشــی بی‌نهایت داغ اســت، اما نه به شــیوه ســنتی. این روزها اغلب مردم دنیا با استفاده از انــواع پلتفرم‌های آنلاین به دنبال یادگیری مهارت‌های مورد نیازشان هستند. نکته جالب اینکه اغلب مردم برای استفاده از خدمات مورد نظر حاضرند کلی هم پول پرداخت کنند. خب وقتی شما از یک دوره آنلاین استفاده می‌کنید، فرصت بســیار بهتری برای تعامل با محتوای آموزشی بر مدار ساعت انعطاف‌پذیر خواهید داشت. این در حالی است که شیوه سنتی کلاس‌ها بر مدار حضور سر وقت در کلاس و همچنین تعامل رو در رو با معلم یا مربی بود.

راستش را بخواهید، زندگی مدرن دیگر وقت زیادی برای مردم باقی نگذاشــته است. درســت به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم دیجیتالی شدن عرصه‌های مختلف زندگی امر اجتناب‌ناپذیری است. بنابراین شما هم باید کم کم وارد این حوزه شوید. آیا تا حالا به مهارت‌هایی که دارید، فکر کرده‌اید؟

بســیاری از مردم خیال می‌کنند هیچ مهارت درست و حسابی در زندگی ندارند. این در حالی است که اگر کمی به ســابقه حرفه‌ای‌تان در بازار نگاه کنید، به خوبی متوجه مهارت‌های‌تان خواهید شد. این امر به شما کمک خواهد کرد تا بدون هیچ مشکلی کارتان در بازار را پیش ببرید.

باور کنید یا نه، شــما در طول ســال‌ها فعالیت در بازار مهارت‌هایی کســب کرده‌اید که دیگران در به در دنبالش هســتند. به همین خاطر می‌توانید بدون هیچ مشــکلی کارتــان را پیش ببرید. در این میان شــاید کســب برخی مدارک معتبر مثل دوره آموزشی در دانشگاه‌ها یا موسسات معتبر ضروری باشــد. خب ایــن امر به مخاطب‌تان کمک می‌کند تا با اعتماد بیشتری دوره‌تان را خریداری کند.

مدیریت شبکه‌های اجتماعی

امروزه تمام کسب و کارها در شبکه‌های اجتماعی حضور دارند. این امر اهمیت بسیار زیادی برای کارآفرینان داشته و اوضاع‌شــان را نیز حســابی تغییر داده اســت. خب یک کسب و کار هر چقدر که بزرگ‌تر می‌شود، سطح تعاملش با مخاطب در شبکه‌های اجتماعی گسترده‌تر خواهد شد. تــا جایی که دیگر مدیریت اوضاع از دســت تیم بازاریابی خارج می‌شود. در این شرایط حضور یک فرد حرفه‌ای برای طراحی اســتراتژی فعالیت برند در شبکه‌های اجتماعی و مدیریت اوضاع ضروری خواهد بود.

مدیریت شــبکه‌های اجتماعی از آن دست اصطلاحاتی است که در طول سال‌های اخیر برجسته شده است. خب وظیفه اصلی چنین شخصی نظارت بر روند فعالیت برند در فضای آنلاین و از همه مهمتر شیوه تعامل با مخاطب است. ایجاد هماهنگی میان بازاریاب‌ها، کارشناس‌های فروش و اعضای تیم روابط عمومی از دیگر نکات مهمی است که در این میان باید بدان توجه کرد.

متاســفانه خیلــی از افراد حرفــه‌ای در زمینــه روابط عمومی یا مدیریت، توانایی‌شان برای مدیریت شبکه‌های اجتماعی را دســت کم می‌گیرند. کافی است کمی درباره مهارت‌های مرتبط با این حوزه دانش پایه داشــته باشید. آن وقت می‌توانید خیلی راحت به عنوان مدیر شبکه‌های اجتماعی کارتان را شــروع کنید. اگر هم بودجه خوبی دم دســت دارید، اصلا می‌توانید یک موســسه بزرگ در این رابطه تاسیس کنید. اینطوری همزمان مدیریت اکانت‌ها و به طور کلی فضای آنلاین چندین برند را برعهده خواهید گرفت. ماجرا جالب شد، نه؟

شاید یکی از مهمترین وظایف مدیر شبکه‌های اجتماعی نظارت بر هزینه‌های تبلیغاتی باشد. این امر نه‌تنها با هدف افزایش ســطح بهره‌وری، بلکه مدیریت بازگشت سرمایه و صرفه‌جویی مالی صورت می‌گیرد. درست به همین خاطر اثرگــذاری بر روی مخاطب با اســتفاده از نکات متعدد در ایــن میان ضروری خواهد بود. وضعیت ایده آل یک مدیر شبکه‌های اجتماعی در واقع باید مجموعه‌ای از این نکات باشد.

خرده‌فروشی با تمرکز بر توسعه پایدار

راه‌اندازی خرده‌فروشــی یکی دیگر از ایده‌های پرســود در طول ســال‌های اخیر محسوب می‌شود. خیلی از افراد خیال می‌کنند دنیا با حضور خرده‌فروشی‌هایی مثل تارگ یا آمازون (به عنوان نســخه دیجیتال) دیگر جای ســوزن انداختن نیست. خب در این صورت باید کمی خوشحال‌تان کنیم؛ چراکه مفهوم خرده‌فروشی در پیوند با توسعه پایدار حال و هوای تازه‌ای پیدا کرده است.

وقتی درباره توسعه پایدار حرف می‌زنیم، نباید فکر کنید کردن کسب و کار است.

یکی از حوزه‌های خوبی که توانایی جذب سرمایه بالایی دارد، بحث توســعه اپ است. خب این حوزه به شما بدون هیچ دردسر خاصی فرصت توسعه کسب و کار به بهترین شکل را می‌دهد. این امر می‌تواند برای‌تان جذابیت زیادی هم داشــته باشد. البته به شــرط اینکه مهارت‌تان در این رابطه بالا باشد.

متاسفانه برخی از کارآفرینان خیال می‌کنند همین که چند دقیقه ویدئوی آموزشــی درباره یک حوزه مشــاهده کردند، دیگر مو لای درز کارشــان نمی‌رود. اگر شــما هم چنین فکر و خیالی در ســر دارید، بد نیســت یکبار برای همیشــه اوضاع را تغییر دهید؛ چراکه وقتی یکبار شهرت منفی در بازار پیدا کنید، دیگر هیچ جوره نمی‌توانید از شر آن خلاص شوید. این مسئله‌ای است که در طول سال‌های اخیر دردســرهای زیادی برای کارآفرینان به همراه داشته است.

یــک ایــده دیگــر در این رابطــه تلاش بــرای گردهم جمع کــردن یک تیم حرفه‌ای از توســعه‌دهندگان اپ یا برنامه‌نویس‌هاست. این امر می‌تواند به شما از نظر مدیریتی کمک کند تا همکاری برندهای مختلف را جلب کنید. خب یک برند بزرگ به غیر از اینکه همکاری شما در حوزه‌های متنوع را جلب کند، دیگر چه آرزویی خواهد داشت؟

ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم شما برای اثرگذاری بر روی برندهای بزرگ نیاز به تیم‌های حرفه‌ای دارید. پس می‌توانید کارتان به عنوان توســعه‌دهنده اپ را نه در قالب فردی بلکه تیمی نیز دنبال کنید.

فریلنسری در حوزه تولید محتوا

بــا یک مفهوم پیچیده رو به رو هســتیم. نکته کلیدی در ایــن میان تلاش برای اســتفاده از فرصت‌های پیش رو به منظور اثرگذاری بهتر بر روی مخاطب هدف اســت. بدین صورت که شما در فرآیند توسعه کسب و کارتان افق‌های بلندمدت را نیز در نظر می‌گیرید.

زمانی نه چندان دور هدف کسب و کارها کسب سود به هر شــیوه ممکن بود. در این میان محیط زیست یا حتی سلامت مشتریان چندان اهمیتی نداشت. به همین خاطر در طول دهه‌های اخیر فاجعه‌های زیســت محیطی بسیار زیادی برای انســان‌ها روی داده اســت. همین امر موجب شــده در طول چند دهه اخیر بحث توسعه پایدار حسابی برجسته شود.

مــا در روزنامه فرصت امروز توســعه پایــدار را از منظر اقتصــادی مــورد تجزیــه و تحلیــل قــرار نمی‌دهیم. در عوض محور بحث ما مربوط به خرده‌فروشــی با تمرکز بر موضوعاتی اســت که برای مشــتریان مهم است. مثلا در طول ســال‌های اخیر مردم اســتفاده از مواد بازیافتی در بسته‌بندی محصولات یا حتی تولید برخی محصولات مثل پوشاک را به طور دقیق دنبال می‌کنند. این امر طوری مهم شــده که برخی از برندهای بــزرگ دنیا مثل گوچی چند نمونه از محصولات‌شان را با الیاف بازیافتی تولید کرده‌اند.

نکته کلیدی در این میان تلاش برای استفاده از ظرفیت شــبکه‌های اجتماعی بــه منظور اثرگــذاری بهتر بر روی مخاطب هدف اســت. این امری اســت که به شما فرصت بسیار خوبی برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف داده و اوضاع‌تان در بازار را نیز بهبود می‌بخشــد. خب وقتی شما دقیقا مطابق میل مشتریان عمل کنید، دیگر دلیلی برای عدم استقبال از استارت‌آپ‌تان باقی نخواهد ماند.

توسعه اپ

دنیای برنامه‌نویســی در طول ســال‌های اخیر و به ویژه پس از همه‌گیری کرونا حســابی رونق پیدا کرده اســت. وقتی پاندمی کرونا از راه رســید، اغلب کســب و کارها به پاشنه آشیل‌شــان در زمینه خدمات آنلاین پی بردند. به طوری که برخی از کسب و کارها در طول چند ماه تا مرز ورشکســتگی نیز رفتند. نکته کلیدی در این میان تلاش برای اســتفاده از ظرفیت افراد حرفــه‌ای برای دیجیتالی

بازاریابی پیوند نزدیکی با تولید محتوا دارد. به طوری که این دو گزینه هیچ وقت قابل تفکیک از هم نیستند. نکته مهم اینکه خیلی وقت‌ها کارآفرینان ایده‌های حیرت‌انگیزی برای بیزینس دارند. با این حال نه وقتی برای بازاریابی پیدا می‌کننــد، نه حتی حوصله این کار را دارند. این درســت همان زمانی است که بازاریاب‌ها مثل قهرمان‌های افسانه‌ای وارد میدان می‌شوند.

بی‌شــک همــکاری بــا بازاریاب‌هــا مزایای زیــادی به همراه دارد، اما همیشــه بهترین راهکار نیســت. نکته‌ای که در این میان می‌تواند برای شــما بهتر باشــد، استفاده از فریلنسرهاســت. خب فرق این دو مــدل از نیروی کار چیســت؟ اگر بخواهیم کفه کیفیت را در دستور کار قرار دهیم، باید گفت هر دو مورد کیفیت یکسانی دارند. با این تفاوت که فریلنســرها به اســتخدام دائم یک کسب و کار درنمی‌آیند بنابراین ماهیت همکاری‌شان با برندها موقتی است.

بی‌شــک اغلب کسب و کارهای دنیا نه تنها بودجه لازم برای استخدام بازاریاب را ندارند، بلکه تولید محتوا را آنقدر ضــروری نمی‌دانند کــه از بودجــه بخش‌هایی مثل خط تولید برای آن کم کنند. درست به همین خاطر همکاری با فریلنســرها می‌تواند گزینه‌ای بی‌نهایت ایده آل در این شرایط باشد.

قبول دارم بحث بر سر اینکه تا چه اندازه باید بازاریابی را مهم تلقی کنیم، بی‌پایان خواهد بود. با این حال در دنیای کنونی این وضعیت اصلا تعریفــی ندارد. پس همکاری با فریلنســرها گزینه منطقی خواهد بود. شما به عنوان یک فریلنسر در طول سال فرصت همکاری با برندهای متنوعی را دارید. ایــن امر می‌تواند برای‌تان در زمینه رزومه کاری نوعی فرصت طلایی محســوب شــود. به عــلاوه، زنجیره ارتباطات شــما در طول زمان نیز به راحتی توســعه پیدا خواهد کرد. پس منتظر چه هســتید؟ همین حالا دست به کار شده و اوضاع‌تان را تغییر دهید. این امر می‌تواند به شما به عنوان یک کارآفرین حرفه‌ای کمک زیادی نماید.

یادتان نرود، ما در روزنامه فرصت امروز همیشه به دنبال ایده‌های تازه برای توســعه کســب و کار هستیم. در این میان شاید فریلنسری کمی خطرناک یا حتی دلهره‌آور به نظر برسد، اما نکته مهم اعتماد به دانش‌تان است. اگر شما توانایی تولید محتوای بازاریابی را داشته باشید، دیگر لازم نیست به خودتان شک راه دهید. این امر در طول زمان به شــما کمک می‌کند تا هم شهرت خوبی به دست بیاورید، هم با برندهای مختلف در بازار آشــنا شوید. شاید در این میان فقط کمی روابط اجتماعی بالا نیاز باشد.

خدمات ورزشی آنلاین

آیا شما هم حوصله باشگاه رفتن را ندارید؟ خب در این صورت مثل کلی از مردم دنیا هستید. خیلی‌ها علاقه زیادی به فعالیت بدنی و ورزش دارند، اما تا اســم باشگاه به میان می‌آید، میدان را خالی می‌کنند. دلیل این امر روشن است. وقتی شما در باشگاه ثبت نام کنید، کمی از وقت مفیدتان در طــول روز را باید به آن اختصاص دهید. به علاوه، آخر شب‌ها یا حتی عصر نیز باشگاه‌ها بی‌نهایت شلوغ هستند. این امر می‌تواند برای بسیاری از مردم آزاردهنده باشد. به همین خاطر قید فعالیت ورزشی را به سادگی می‌زنند.

ایــده‌ای که ما در این بخش قصد بررســی‌اش را داریم، بی‌برو برگشــت به درد ورزشــکارهای حرفه‌ای می‌خورد. اگر شما ســابقه ورزشی درخشــانی دارید، راه‌اندازی یک اســتارت‌آپ برای ارائه خدمات ورزشی به طور آنلاین ایده آل خواهــد بود. مثلا می‌توانید به ســادگی هرچه تمام‌تر خدمات مربوط به بدنسازی را ارائه دهید.

یک نــوآوری جالــب در این میــان فعالیــت برخی از فیزیوتراپ‌هاســت. آنها نرمش‌های اساســی برای بازیابی توانایی افراد حرفه‌ای یا مبتدی را به طور ویدئویی آموزش می‌دهند. اینطوری شــما با پرداخــت هزینه‌ای منطقی و بدون نیاز به مراجعه حضوری امکان اســتفاده از خدمات پزشکی را خواهید داشت.

حوزه ورزش در طول ســال‌های اخیر برای بســیاری از مردم دنیا اهمیت فوق‌العاده‌ای پیدا کرده اســت. درســت به همین خاطر ما در طول سال‌های اخیر توجه زیادی به این حوزه داشته‌ایم. اگر شما هم دوست دارید در این میان ســری میان سرها پیدا کنید، بد نیست با ما همراه شوید. خب طراحی یک ســایت یا حتی فعالیت در شــبکه‌های اجتماعی کار چندان ســختی نیســت. فقط یادتان باشد، آموزش‌های شما باید کیفیت ویدئویی بالایی داشته باشد. وگرنه خیلی زود مردم از آن ناامید خواهند شد. نکته دیگر در این میان انتشــار برخی از آموزش‌ها به طور رایگان در شبکه‌های اجتماعی است. شاید این امر نوعی دیوانگی به نظر برسد، اما بازاریابی و تبلیغ خوبی برای کارتان خواهد بود. بالاخره مخاطب باید از یکجایی با شــما آشــنا شود، مگر نه؟

مشاوره در حوزه‌های خاص و تخصصی

کســی را در نظر بگیرید که سرپرســت کــوره در یک شــرکت بزرگ ذوب آهن اســت. بی‌شــک حوزه کاری او به اندازه کافی تخصصی هســت که نتواند از مشــاوره‌های عمومی اســتفاده کند. به همین خاطر نیاز او به مشــاوره مثل بقیه کارآفرینان نیست. در این میان اگر شما بتوانید مشاوره‌های خوبی به فرد موردنظر دهید، کارتان حسابی رونق می‌گیرد. شاید مهمترین مسئله در این میان دانش فنی شــما باشــد. حوزه‌های تخصصی طوری نیست که شــما با چند ماه مطالعه یا آمــوزش بتوانید حرفی در آن برای گفتن داشــته باشید. درســت به همین خاطر ما در روزنامــه فرصت امروز معتقدیم شــما بایــد طور دیگری امــور را مدیریت کرده و به فکر توســعه کســب و کارتان باشید. یک ایده خوب در این میان تبدیل شدن به مشاور تخصصی در حوزه کاری‌تان اســت. مثلا کسی که سال‌ها طراح گیربکس ماشــین در شــرکت‌های بزرگ دنیا بوده، بعد از بازنشستگی می‌تواند بدل به مشاوری حرفه‌ای شود. اینطوری در یک حوزه خاص و تخصصی حرف‌های زیادی برای گفتن خواهد داشت. باور کنید یا نه، این دقیقا همان حوزه‌ای اســت که بسیاری از شــرکت‌های تولید اتومبیل بدان نیاز دارند. پس ســعی کنید خودتان را به عنوان یک مشاور دارای تخصص و مهارت ویژه معرفی کنید. این امر می‌تواند وضعیت‌تان را در طول زمانی بســیار کوتاه از این رو به آن رو کند.

تولید غذای ارگانیک

مردم در بسیاری از مناطق دنیا نسبت به استفاده از مواد غذایی ارگانیک حساسیت زیادی به خرج می‌دهند. شاید این امر برای کسانی که درگیر ماجرا نیستند، کمی عجیب به نظر برســد، اما اگر کمی منطقــی اوضاع را نگاه کنیم، شــرایط فرق خواهد کرد. خب سلامتی افراد که از سر راه نیامده است. بنابراین طبیعی است که اهمیت زیادی برای هر کسی داشته باشد. در این میان خیلی از مردم میل به هزینه کردن برای حفظ سلامتی دارند.

از قدیم گفته‌اند پیشــگیری بهتر از درمان اســت. خب درباره ســلامتی این نکته با اســتفاده از غــذای ارگانیک امکان‌پذیر خواهد بود. اگر دقت کرده باشــید، اغلب مردم دنیا غذای‌شــان را بیــرون از خانه مصــرف می‌کنند. این امر باعث شــده بسیاری از کســانی که تا پیش از این در خانه غذای سالم می‌خوردند، حالا با تهدیدی جدی برای سلامتی‌شان رو به رو شوند. این نکته‌ای است که بسیاری از کارآفرینان اصــلا بدان توجه ندارند؛ چراکه فرصت‌های کاری خوبی پیش روی‌شان قرار می‌دهد.

در دنیایی که پر از فست فودهای مضر و رستوران‌هایی با شــیوه تهیه غذای افتضاح هســتند، شما می‌توانید نوع دیگری از تهیه غذا را به مشتری نشان دهید. این امر یک استارت‌آپ بی‌نظیر برای‌تان محسوب می‌شود. خب منتظر چه هســتید؟ همین حالا دست به کار شده و اوضاع را به ســود خودتان تغییر دهید. در این میان بی‌شک استفاده از پتانســیل بازارهای تازه یا به عبارت بهتر شــهرهای در حال رشــد اهمیت زیادی خواهد داشــت. در کنار تهیه غذای ارگانیک می‌توانید کمی هم که شــده به فکر افراد ویجن هم باشــید. کســانی که گیاهخــواری را به عنوان ســبک زندگی در نظر می‌گیرند، همیشــه برای تهیه غذا در بیرون از خانه مشکلاتی دارند. خب شما با کمی توجه به این حوزه می‌توانید آنها را از شــر بسیاری از مشکلات خلاص کنید. این امر به شما برای توسعه کسب و کارتان بــه بهترین شــکل ممکن کمک خواهد کــرد. از اینجا به بعد دیگر مشــکلات زیادی پیش روی شــما برای توسعه استارت‌آپ‌تان نخواهد بود. اگر شما قصد دارید وارد حوزه غذاهای ویجن شوید، باید یادتان باشد این جامعه از افراد به شیوه تهیه غذا و همچنین استفاده از منابع تجدیدپذیر در بســته‌بندی توجه زیادی دارند. پس سعی کنید دست از پا خطا نکنید وگرنه مشتریان‌تان طوری شما را مجازات خواهند کرد که نگو و نپرس.

مــا در روزنامه فرصت امــروز توجه به گیاهخــواران را نکته‌ای بی‌نهایت مهم می‌دانیم. این امر می‌تواند به شــما برای توسعه کسب و کارتان به بهترین شکل ممکن کمک کند. به علاوه، شــما را از نظر ســطح اثرگــذاری بر روی مخاطب هدف نیز در شرایط بسیار خوبی قرار خواهد داد. فقط حواس‌تان باشــد، اگر پای تقلب در تهیه غذاها را به میان بکشید، احتمالا برای همیشه از سوی مشتریان مورد بی‌توجهی قرار خواهید گرفت پس حواس‌تان را حســابی جمع کنید.

سخن پایانی

کارآفرینان در طول ســال‌های اخیر چالش‌های بســیار زیادی برای مدیریت کسب و کارشان داشته‌اند. این مسئله گاهی اوقات در رابطه با راه‌اندازی استارت‌آپ نیز به چشم می‌خورد. خب بازار رقابتی امروز فرصت‌های زیادی پیش روی افراد قرار نمی‌دهد. با این حال اگر شما وارد حوزه‌های کمتر رقابتی شوید، شانســی برای بهبود کسب و کارتان خواهید داشــت. ایــن دقیقا همان کاری اســت که ما در روزنامه فرصت امروز قصد انجامش را داشــتیم. شما الان با برخی از بهترین توصیه‌ها برای توسعه کسب و کارتان یا حتی راه‌اندازی استارت‌آپ رو به رو شده‌اید. از اینجا به بعد باید کمی ســختی راه را به جان خریده و وارد گود شوید. یادتــان نرود، مــا در روزنامه فرصت امروز همیشــه آماده کمک به شما هستیم. پس اگر سوالی برای‌تان پیش آمد، تعارف را کنار گذاشته و با ما در ارتباط باشید.

منابع:
https://www.forbes.com/advisor/business/
/most-profitable-businesses
https://www.nerdwallet.com/article/
small-business/most-profitable-business
https://www.noobpreneur.
most-profitable-small--۱۰/۱۶/۰۶/۲۰۲۴/com
/۲۰۲۴-businesses-you-can-start-in

فرصت امروز
روزنامــه مدیریتــی -اقتصــادی
| یکشنبه | ۳ تیر ۱۴۰۳ | شماره ۲۴۸۹ | صفحه ۸ |
صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز
مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی
چاپ: صمیم
دفتر مرکزی: مطهری، خیابان علی‌اکبری، پلاک ۱۱۵
دفتر مرکزی: ۸۸۵۱۴۵۳۸
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۵۲۶۹۲۳
آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS
WWW.FORSATNET.IR
INFO@FORSATNET.IR