روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب‌وکارآفرینی

سه‌شنبه ۵ دی ۱۳۹۶

Tue. 26 Dec 2017

۷ ربیع‌الثانی ۱۴۳۹ - سال چهارم

شماره ۹۶۲ - ۱۶ صفحه - ۱۵۰۰ تومان

www.forsatnet.ir

نرخ سود تسهیلات بانکی کاهش می‌یابد؟

با وجود اظهارات متناقضی که درباره کاهش نرخ سود وام بانکی تا پایان دی ماه از سوی برخی مسئولان غیربانکی مطرح شده است، تاکنون هیچ...

۴

یادداشت

الزام پژوهش راستگویانه تاریخ اقتصاد ایران

حسین سلاح‌ورزی
نایب‌رئیس اتاق ایران

هنوز داغ فوت شادروان رضا نیازمند تازه است و فعالان اقتصادی را وادار می‌کند به احترام این مدیر ارشد صنعتی، از تجربیات دهه‌های سپری‌شده او تقدیر کنند. از سوی دیگر در روزهای اخیر که به نام هفته پژوهش نام دارد، دکتر محمد نهاوندیان، معاون اقتصادی رئیس‌جمهور ایران می‌گوید باید تاریخ اقتصاد ایران در ۴۰ سال اخیر نوشته شود. نهاوندیان در کنفرانس...

۲

یادداشت

فقدان باور به ایمن‌سازی

علیرضا سرحدی
رئیس انجمن صنفی مهندسان ساختمان

مسئله ایمن‌سازی ساختمان‌ها در شهر تهران از چند دهه گذشته...

۳

ادامه سبزپوشی گروه‌های فلزی معدنی و پتروپالایشی‌ها

فتح قله ۹۸ هزار واحدی

۵

ورود قوه قضاییه و مجلس به موضوع گرانی خودرو

خودروسازان ایرانی به موازات اقدامات دولت برای گرانی حامل‌های انرژی دست به گرانی تولیدات خود زده‌اند؛ اتفاقی که به معنای شروع موج گرانی قبل از ورود به سال جدید است. اوایل خرداد سال ۹۶، خودروسازان درخواستی را به شورای رقابت مبنی بر صدور مجوز افزایش قیمت ارسال کردند و رضا شیوا رئیس این شورا اعلام کرد که پس از بررسی عواملی مانند نرخ تورم و وضع کیفی خودروها، قیمت‌های جدید را اعلام خواهند کرد. در نهایت ۱۲ تیرماه امسال چکش افزایش قیمت زده شد و بر اساس بیانیه شورای رقابت درباره خودروهای زیر ۴۵ میلیون تومان، پراید و تیبا با افزایش یک تا ۱.۵ درصدی و خودروهای پژو و سمند با رشد...

۷

عدم تناسب ورودی و خروجی وام مسکن

بازار مسکن پایتخت در آستانه رونق

۳

مدیریت و کسب‌وکار

- چگونه با تلفن همراه خود کسب درآمد کنیم
- چگونه در فروش درخشان ظاهر شویم؟
- محتوای ویدئویی در استراتژی بازاریابی
- هوش عاطفی برند و نقش آن در افزایش فروش
- میزبانی صفحه‌های شبکه‌های اجتماعی برندها
- چگونه وفاداری به برند در بانوان را افزایش دهیم؟

جولیان آسانژ حساب کاربری توییترش را حذف کرده است؟

۸ تا ۱۶

بنزین در بودجه ۹۷؛ منتقدان و فراموشی قانون

بنزین به عنوان یکی از مهم‌ترین حامل‌های سوخت در ایران نقش مهمی در حمل و نقل عمومی و خصوصی دارد. برای بررسی چگونگی قیمت بنزین لازم است نگاهی به قیمت و شیوه عرضه این سوخت در چند دهه گذشته داشته باشیم. به گزارش ایرنا، دولت دوازدهم در لایحه بودجه سال ۱۳۹۷ بیش از ۱۷ هزار میلیارد تومان درآمد جدید از محل افزایش قیمت حامل‌های انرژی در نظر گرفته است. در تبصره ۱۸ این لایحه عنوان شده که تمام مابه‌التفاوت قیمت حامل‌های انرژی در سال ۹۷، صرف تولید، اشتغال‌زایی، آموزش و... خواهد شد. هرچند که افزایش احتمالی قیمت سوخت پس از تصویب لایحه توسط مجلس شورای اسلامی اجرایی می‌شود، اما منتقدان با بهانه قرار دادن گرانی بنزین موجی از انتقاد را علیه دولت شکل داده‌اند. شکل‌گیری این موج در حالی است که دولت‌های پس از انقلاب هر کدام راهبردهایی متفاوت برای ارائه بنزین داشته‌اند.

نرخ بنزین از ثبات قیمت تا سهمیه‌بندی

پس از انقلاب اسلامی بنزین با قیمت هر لیتر یک‌تومان در جایگاه عرضه می‌شد، در سال ۱۳۵۹ به خاطر مشکلات اقتصادی و جنگ نرخ بنزین سه‌تومان شد و این نرخ تا حدود یک دهه یعنی تا سال ۱۳۶۸ ثابت ماند. با آغاز دولت کارگزاران، نرخ بنزین از سه تومان به پنج تومان و سال ۷۴ دوبرابر یعنی به هر لیتر ۱۰تومان رسید. همچنین نرخ بنزین در آغاز دولت اصلاحات هر لیتر ۱۶ تومان بود که در پایان دولت هفتم این نرخ به ۳۸ تومان و در پایان دولت هشتم، بنزین ۸۰ تومانی در کشور عرضه شد. البته در سال‌های پایانی دولت هشتم طرح سهمیه‌بندی بنزین برای نخستین‌بار توسط بیژن زنگنه، وزیر نفت وقت مطرح شد اما به دلایلی مسکوت ماند. با پایان دولت اصلاحات راهبرد دولت نهم و دهم برای نرخ بنزین و عرضه آن متفاوت شد. بنزین دو نرخی، کارت سوخت و سهمیه ماهانه از جمله اقدامات این دولت‌ها در زمینه بنزین بود. دولت نهم در ادامه اقدامات خود سهمیه‌بندی سوخت را در دستور کار قرار داد. هرچند که در آغاز این طرح، بنزین نرخ دولتی هر لیتر ۱۰۰ و آزاد ۴۰۰ تومان بود، اما با اجرایی‌شدن قانون هدفمندی یارانه‌ها نرخ بنزین نیز تحت تاثیر این قانون قرار گرفت تا جایی که براساس قانون نرخ بنزین و دیگر حامل‌های سوختی در پایان برنامه پنجم توسعه باید به فوب خلیج‌فارس می‌رسید.

تلاش برای رساندن نرخ بنزین عرضه‌شده داخلی به قیمت فوب در حالی است که علاوه بر قیمت اصلی فوب، بنزین هزینه‌های دیگری از جمله هزینه انتقال، هزینه تلفات و دستمزد جایگاه‌داران برای دولت دارد که قیمت آن را به مراتب بیشتر از قیمت جهانی بنزین می‌کند؛ برخی کارشناسان معتقدند برای توزیع هر لیتر بنزین احتمالا بین ۳۰۰ تا ۵۰۰ تومان هزینه می‌شود.

براساس گزارش نشریه «آرگوس»، قیمت فوب بنزین معمولی در ۲۱ نوامبر (آذرماه امسال) مصادف با ۳۰ آبان برای هر لیتر بیش از ۴۳ سنت است که براساس ارز آزاد (۴۲۰۰ تومان) حدود ۱۸۰۰ تومان می‌شود. اگر در خوشبینانه‌ترین حالت نرخ بنزین را براساس ارز مبادله‌ای ۳۵۰۰ تومان محاسبه کنیم نرخ هر لیتر بنزین عرضه‌شده در بازار بیش از ۱۵۰۰ تومان است.

ایران در میان عرضه‌کنندگان بنزین ارزان

هرچند که در شرایط کنونی برخی می‌گویند افزایش قیمت سوخت تاثیر منفی خود را بر سایر بخش‌های اقتصادی می‌گذارد، اما برخلاف ادعای برخی منتقدان، ایران از جمله کشورهایی است که بنزین به قیمت ارزان به شهروندان عرضه می‌کند. درحالی‌که براساس راهبرد از پیش تعیین‌شده تا پایان برنامه پنجم توسعه قیمت بنزین باید به فوب قیمتی در حدود ۱۸۰۰ تومان می‌رسید، اما در چند سال گذشته نرخ این سوخت روی ۱۰۰۰ تومان ثابت مانده است. این ارقام در حالی مطرح است که متوسط قیمت خرده‌فروشی بنزین در جهان بسیار بالاتر از قیمت‌های اعلام‌شده در بازارهای جهانی است. براساس آخرین آمار به‌روز شده تارنمای گلوبال پترول پرایس، متوسط قیمت خرده‌فروشی بنزین در جهان حدود ۱,۱ دلار (۴۶۰۰ تومان) در لیتر است. طبق داده‌های این تارنما قیمت خرده‌فروشی بنزین بین کشورهای جهان تفاوت‌های فاحشی با هم دارد. به‌طور مثال هر لیتر بنزین در ونزوئلا حدود یک سنت (۴۲ تومان) به فروش می‌رسد و مردم هنگ‌کنگ برای خرید هر لیتر از این سوخت بیش از دو دلار (۸۵۰۰ تومان) پرداخت می‌کنند. براساس داده‌های این تارنما ایران پس از کشورهای ونزوئلا و عربستان ارزان‌ترین بنزین دنیا را در کشور توزیع می‌کند؛ ایران بنزین معمولی را به قیمت ۱۰۰۰ تومان معادل ۲۳,۸ سنت و بنزین سوپر را با نرخ ۱۲۰۰ تومان معادل ۲۸ سنت توزیع می‌کند. براساس داده‌های این تارنمای خبری تمامی کشورها به قیمت‌های یکسانی در زمینه بنزین دسترسی دارند، سیاست لحاظ کردن یارانه آن موجب شده تا نرخ متفاوتی از بنزین در کشورهای مختلف رواج پیدا کند.

اما چرا افزایش قیمت؟

هرچند که افزایش نرخ بنزین در دولت کنونی از سوی منتقدان با هجمه‌های فراوانی روبه‌رو شده و برخی از آن به عنوان «پیش‌پرداخت حقوق شهروندی» یاد می‌کنند، اما برای رسیدن به واقعیت گرانی بنزین لازم است نگاهی به قوانین مصوب در این زمینه داشته باشیم. هرچند نرخ جهانی بنزین برای تمامی کشورها تقریبا یکسان است اما پرداخت یارانه این سوخت و شیوه‌های مالیات گذاشتن بر آن موجب شده نرخ عرضه بنزین در کشورها متفاوت باشد. ایران یکی از کشورهایی است که در آن دولت یارانه بنزین و سایر سوخت‌ها را متقبل شده و آن را با نرخ ارزان‌تری به شهروندان عرضه می‌کند. این رویه تا زمان اجرایی‌شدن قانون هدفمندی یارانه‌ها ادامه داشت، اما پس از اجرایی‌شدن این قانون، رشد نرخ بنزین شتاب بیشتری به خود گرفت.

براساس قانون هدفمندی یارانه‌ها، قیمت فروش داخلی بنزین، نفت‌کوره، نفت سفید و گاز به تدریج تا پایان برنامه پنجم توسعه نباید کمتر از ۹۰درصد قیمت آن در فوب خلیج‌فارس باشد. همچنین براساس تبصره‌های این ماده باید قیمت فوب را براساس ۹۵درصد قیمت تحویل سوخت از عرشه کشتی باشد.

«فوب» در بازرگانی بین‌المللی به قراردادی گفته می‌شود که فروشنده مسئول است هزینه حمل و نقل با کشتی را بپردازد و کالا را در بندر کشور خریدار به وی تحویل دهد. هرچند که این قانون باید تا پایان برنامه پنجم توسعه اجرایی می‌شد، اما با گذشت بیش از یک سال و نیم از پایان این برنامه، بنزین عرضه‌شده در کشور با نرخ مصوب آن در فوب خلیج‌فارس تفاوت فراوانی دارد؛ بنزین در حالی باید با پایان برنامه پنجم توسعه یعنی پایان سال ۹۴ به ۱۵۰۰می‌رسید که نرخ کنونی هر لیتر بنزین معمولی یک‌هزار تومان و بنزین سوپر (اکتان ۹۵) ۱۲۰۰ تومان است. با اجرایی‌نشدن این بند از قانون هدفمندی یارانه دولت ناچار است در ادامه برای تامین بنزین مورد نیاز شهروندان بیش از یک هزار تومان یارانه پرداخت کند که تنها برای مابه‌التفاوت نرخ بین‌المللی بنزین است و هزینه‌های حمل و نقل، نگهداری و جایگاه‌ها در آن لحاظ نشده است. با این شرایط نرخ بنزین در ایران با هدف‌گذاری‌های برنامه پنجم که بیش از یک سال و نیم از پایان آن می‌گذرد تفاوت فاحشی دارد و دولت همچنان مابه‌التفاوت آن را از طریق یارانه‌ها پرداخت می‌کند. در کنار رسیدن به هدف‌گذاری نرخ بنزین، یکی دیگر از اهداف دولت که در لایحه بودجه مستقیم به آن اشاره کرده تامین بودجه برای اشتغال است. تبصره ۱۸ لایحه بودجه ۱۳۹۷ به دولت اجازه خواهد داد تا به منظور اجرای برنامه اشتغال گسترده و مولد و اشتغال حمایتی، بتواند از محل افزایش قیمت حامل‌های انرژی در سال ۱۳۹۷ نسبت به قیمت این حامل‌ها در ابتدای سال ۱۳۹۶ منابعی به دست آورد و این منابع را تا سقف ۱۷۴هزار میلیارد ریال در جهت حمایت از طرح‌های تولیدی و برنامه‌های اشتغال‌زایی هزینه کند. همچنین حجت‌الاسلام «حسن روحانی» رئیس‌جمهوری در نخستین همایش حقوق شهروندی در این زمینه گفت: اشتغال یکی از وظایف ماست، در بودجه ۹۷ به ملت عزیز می‌گوییم که هیچ چیزی را گران نخواهیم کرد مگر اینکه بگوییم این پول کجا می‌رود و کجا صرف می‌شود.

دیگر دلیل گران‌شدن نرخ بنزین پرکردن شکاف قیمتی ایران با کشورهای همسایه است که می‌تواند به‌راحتی از قاچاق سوخت در کشور جلوگیری کند. پروانه مافی، نماینده مردم تهران در مجلس شورای اسلامی مدعی است: هرچند موضع مجلس موافقت با گرانی‌ها نیست و این شیب تند را می‌گیرد، اما افزایش قیمت حامل‌های انرژی از سوی دولت نیز دلایلی دارد که مدافعان به آنها اشاره دارند از جمله عرضه ارزان که منجر به قاچاق سوخت می‌شود.

در پایان باید گفت هرچند در شرایط کنونی زمزمه‌های افزایش ۵۰درصدی قیمت بنزین موجب ایجاد شوک در جامعه شده است، اما موج‌سواری منتقدان بر این مسئله کتمان واقعیتی است که در قالب لایحه توسط دولت نهم به مجلس شورای اسلامی ارائه شد.

چه کسانی تعرفه‌های اینترنت را تعیین می‌کنند؟

کمیسیون تنظیم مقررات ارتباطات نهاد مستقلی است که وظیفه سیاست‌گذاری، تدوین و تصویب مقررات را در حوزه ارتباطات و فناوری اطلاعات برعهده دارد. نظارت بر حسن اجرای قوانین و مقررات و حفظ حقوق مشترکین و کاربران از وظایف دیگر این کمیسیون است.

به گزارش ایسنا، شاید این سوال برای کاربران وجود داشته باشد که تعرفه‌هایی مانند تعرفه‌های اینترنت یا تلفن همراه توسط چه کسی تعیین می‌شود؟ تعرفه‌ها در حوزه ارتباطات و فناوری اطلاعات توسط اعضای کمیسیون تنظیم مقررات ارتباطات تعیین و تصویب می‌شوند؛ اعضای این کمیسیون عبارتند از: محمدجواد آذری‌جهرمی وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات، ابوالفضل طیبی نماینده وزارت امور اقتصادی و دارای، سیدهادی نادمی نماینده سازمان برنامه و بودجه کشور، حسین فلاح جوشقانی معاون وزیر و رئیس سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی و دبیر کمیسیون، ناصرعلی سعادت نماینده سازمان نظام صنفی رایانه‌ای و احمد معتمدی، مسعود اخوان فرد و محمود حسن‌زاده قرائی به عنوان سه نفر عضو صاحب‌نظر از سازمان‌های دیگر که در این کمیسیون حضور دارند.

تعرفه‌گذاری در حوزه ICT از طریق کمیسیون تنظیم مقررات ارتباطات انجام می‌گیرد و تعرفه‌های تعیین‌شده در چارچوب مصوبه‌های کمیسیون توسط سازمان به ذی‌نفعان ابلاغ می‌شود. مجموعه مصوبات این کمیسیون از ابتدا تاکنون در آدرس www. cra. ir برای عموم قابل دسترسی است.

همچنین در سایت سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی آمده است که «وفق مفاد مصوبه ۲۴۹ کمیسیون ارائه مجوز تعرفه‌های تشویقی و پروموشن‌های مختلف به دارندگان پروانه اعلام می‌گردد که طی آن سرویس‌های با قیمت پایین و نزدیک به کف تعرفه با مدت‌زمان مشخص ارائه می‌شود.»

طبق ماده ۶ قانون وظایف و اختیارات وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات و رئیس سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی به ترتیب رئیس و دبیر کمیسیون تنظیم مقررات ارتباطات محسوب می‌شوند و نمایندگانی از معاونت برنامه‌ریزی و نظارت راهبردی ریاست جمهوری، وزارت امور اقتصادی و دارایی و سه نفر از صاحب‌نظران امور اقتصادی، ارتباطات و یا فناوری اطلاعات نیز دیگر اعضای آن را تشکیل می‌دهند که برای مدت چهار سال در این سمت هستند.

اما دبیرخانه کمیسیون در سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی قرار دارد و مسئولیت ابلاغ مصوبات، تعیین دستور کار جلسات، برقراری ارتباط با دستگاه‌ها، موسسات و نهادها؛ تشکیل کارگروه‌های کارشناسی و تخصصی و دعوت از سایر کسانی را که لازم است در جلسات کمیسیون حاضر شوند، برعهده دارد. همچنین، سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی، به عنوان بازوی اجرایی کمیسیون، مسئولیت نظارت بر اجرای درست مصوبات و تهیه گزارش از بازخورد مصوبات و ارائه آن به کمیسیون را عهده‌دار است.

با توجه به رویکرد سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی، مبنی بر رعایت شفافیت، عدالت، منطق و حقوق مشترکین، موضوعات پیشنهادی قبل از طرح در کمیسیون، در کارگروه‌های ویژه تخصصی با نام «کمیسیون فرعی تخصصی» مطالعه و مورد بررسی کارشناسی قرار می‌گیرد. در این کارگروه‌ها، صاحب‌نظران مرتبط با موضوع و نمایندگانی از نهادها و اصناف مختلف فعال در حوزه ارتباطات و فناوری اطلاعات حضور دارند.

سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی در سال ۱۳۸۲ و با استناد به ماده ۷ قانون وظایف و اختیارات وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات از تجمیع معاونت امور مخابراتی این وزارتخانه و اداره‌کل ارتباطات رادیویی تاسیس شد. هدف از ایجاد این سازمان ایفای اختیارات حاکمیتی، نظارتی و اجرایی وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات در بخش تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی تعریف شده است تا به عنوان نهاد نظارتی زمینه رقابتی‌شدن بازار، ارائه خدمات مخابراتی و بالا رفتن کیفیت خدمات ارتباطی را فراهم کند. اداره دبیرخانه کمیسیون تنظیم مقررات ارتباطات و نظارت بر اجرای مصوبات آن نیز از دیگر وظایف مهم این سازمان است.

سازمان آگهی‌ها
۸۸۹۳۶۶۵۱

یادداشت

الزام پژوهش راستگویانه تاریخ اقتصاد ایران

حسین سلاح‌ورزی
نایب‌رئیس اتاق ایران

هنوز داغ فوت شادروان رضا نیازمند تازه است و فعالان اقتصادی را وادار می‌کند به احترام این مدیر ارشد صنعتی، از تجربیات دهه‌های سپری‌شده او تقدیر کنند. از سوی دیگر در روزهای اخیر که به نام هفته پژوهش نام دارد، دکتر محمد نهاوندیان، معاون اقتصادی رئیس‌جمهور ایران می‌گوید باید تاریخ اقتصاد ایران در ۴۰ سال اخیر نوشته شود. نهاوندیان در کنفرانس اقتصاد ایران که از سوی یک‌نهاد پژوهشی دولتی برگزار شده بود تاکید کرد باید تاریخ چهار دهه اخیر اقتصاد ایران از سوی پژوهشگران با وسواس کارشناسانه بازکاوی شده و تاریکی‌ها و روشنی‌های این چهار دهه و سرنوشت اقتصاد ایران و بازیگران آن به اطلاع افکار عمومی رسانده شود. این خواستی هوشمندانه از سوی یک مقام دولتی است که در کارنامه‌اش ریاست بر موسسه پژوهشی- تاریخی دیده می‌شود. با توجه به اینکه هیچ پدیده موجودی نیست که نتوان رد آن را در گذشته پیدا کرد و هیچ اتفاقی در حال حاضر رخ نمی‌دهد که ریشه در تاریخ نداشته باشد، به نظر می‌رسد می‌توان و باید از همه نهادها و متخصصان درخواست کرد در مسیر این کار برنامه‌ریزی کرده و باارادهای نیرومند راه را برای پژوهش در تاریخ اقتصاد ایران صاف کنند. تردیدی نیست که به کار بردن روش‌های مبتنی بر دانش، انصاف، واقع‌بینی در انجام تاریخ‌نگاری مسئولانه اهمیت فوق‌العاده‌ای دارد که باید در جای خود به آنها وفادار ماند. اتخاذ راهبردی که منجر به بازشدن رازها و رمزهای تصمیم‌سازی‌ها و تصمیم‌گیری‌های تاریخ معاصر که در شکل‌دهی به ماهیت اقتصاد ایران موثر بوده‌اند در این مسیر یک ضرورت تمام‌عیار است. باید بتوانیم ذهن خود، جامعه و شهروندان را برای پذیرفتن نتایج این پژوهش راستگویانه و پیامدهای این پژوهش آماده سازیم. این آماده‌سازی البته کار دشواری است به‌ویژه برای کسانی است که در این چهار دهه در مقام تصمیم‌گیری، قانون‌گذاری، سیاست‌گذاری و اجرایی بوده‌اند. این گروه باید پالایش ذهنی کامل را برای داوری از پیش تعیین‌شده و جزمی را در دستور پذیرش داشته باشند. در مسیر این پژوهش باید رخدادها به‌طور ریز و جزیی و با استفاده از امکانات همه نهادهای موثر بر سرنوشت این مرز و بوم به‌طور دقیق بررسی شده و نقش و سهم هر اندیشه و هر گروه فکری و سیاسی موثر بر افکار عمومی مشخص شود. برای تاریخ‌پژوهی منصفانه و کارشناسانه موردتوجه معاون اقتصادی رئیس‌جمهور که می‌تواند کارساز و چراغ راهنمای مدیران امروز و فردای ایران باشد البته الزام‌هایی هست که باید درباره آنها به‌طور کامل و کافی بحث شود. یکی از این الزام‌های اجتناب‌ناپذیر در مسیر پژوهش راستگویانه و مبتنی بر حقیقت و ذات رخدادهای این سال‌ها، رمزگشایی از برخی مسائلی است که در نهادهای گوناگون سرنوشت‌ساز طرح شده است. بدون رمزگشایی از این رخدادهای رازگونه در نهادهای تاریخی نمی‌توان امیدوار بود آفتاب حقیقت پرتوافشانی کند. در دنیا رسم نیکی هست که دولت‌ها و نهادهای قدرت را به‌طور قانونی ملزم می‌کنند که اسناد و مستندات را پس از سپری‌شدن یک دوره معین از حالت «محرمانه بودن» خارج ساخته و شرح رویدادها و چگونگی تصمیم‌گیری‌ها و اینکه کدام فرد موثر در کدام تاریخ و درباره کدام موضوع مهم با توجه به گرایش دیروز و امروزش چه گفته و چه کرده است را در اختیار افکار عمومی قرار دهند. درصورتی‌که این الزام از سوی نهادهای رسمی و قانونی در ایران پذیرفته شود، می‌توان به پژوهش کارشناسان مبتنی بر راستی و درستی تاریخ اقتصاد ایران امیدوار بود. درصورتی‌که نهاوندیان بر پژوهش کارشناسانه و راستگویانه تاریخ اقتصاد ایران اصرار کرده و این ضرورت اجتناب‌ناپذیر را به‌سوی گام‌های اجرایی پیش ببرد بدون تردید یک اقدام سرنوشت‌ساز را پیش خواهد برد که برای این مرز و بوم بسیار ضروری است.

ویژگی‌های بودجه سال آینده به روایت اقتصاددانان

حرکت به سمت تمرکززدایی در نخستین بودجه دولت دوازدهم

فرصت امروز: براساس متن لایحه بودجه ۹۷ کل کشور، جمع منابع یک میلیون و ۱۹۴هزار میلیارد تومان و بودجه عمومی ۴۲۴هزار میلیارد تومان پیش‌بینی و برنامه‌ریزی شده است؛ بودجه‌ای که به گفته سخنگوی دولت، سه ویژگی در آن لحاظ شده است؛ ابتدا اینکه مبنای تصویب بودجه برای هر دستگاه براساس قیمت تمام‌شده‌ای خواهد بود که در چند سال گذشته محاسبه شده است. ویژگی دوم تمرکززدایی در بودجه است که بر این اساس، دستگاه‌ها برحسب جغرافیا و منطقه، منابع دریافت می‌کنند و سوم اینکه تخصیص بودجه در سال آینده براساس عملکرد و اهدافی که در نظر گرفته شده خواهد بود و نه براساس واریز پول به خزانه و تقسیم درصدی میان دستگاه‌ها.

دولت دوازدهم در نظر دارد برای استفاده بهینه از منابع، سهم استان‌ها از بودجه افزایش و سهم وزارتخانه‌ها کاهش پیدا کند. اختصاص منابع استان‌ها به وزارتخانه‌ها و بدون در نظر گرفتن نیازهای منطقه و آمایش سرزمین یکی از انتقادات اقتصاددانان و کارشناسان در خصوص بودجه‌نویسی در کشور بوده است و این مسئله در بودجه سال آینده مورد توجه قرار گرفته است. اقتصاددانان این اقدام دولت را حرکت به سمت تمرکززدایی عنوان می‌کنند و معتقدند این رویکرد باعث شتاب در روند توسعه استان‌ها و جلوگیری از هدررفت منابع می‌شود. سهم استان‌ها از اعتبارات هزینه‌ای از ۴.۳دهم درصد در بودجه سال ۹۶ به حدود ۲۴.۳درصد در لایحه بودجه سال ۹۷ کشور رسیده و در صورت تایید مجلس از اعتبارات تملک دارایی‌های سرمایه‌ای نیز به بیش از ۳۰درصد در سال ۹۷ افزایش می‌یابد. بر این اساس ۸۶۸ طرح ملی تملک دارایی‌های سرمایه‌ای در بودجه سال ۹۷ به استانی تبدیل شده است.

در همین زمینه، مهدی پازوکی اقتصاددان با بیان اینکه بودجه‌ریزی براساس عدم تمرکز یکی از روش‌های پذیرفته‌شده و کارشناسی است و اینکه بودجه به استان‌ها واگذار شود روشی مناسب در بودجه‌ریزی است به پایگاه اطلاع‌رسانی دولت گفت: خوشبختانه دولت در بودجه ۹۷ به این مسئله توجه داشته است.

این اقتصاددان حرکت به سمت تمرکززدایی را الزامی اساسی برای اقتصاد کشور عنوان کرد و گفت: البته باید به این مسئله توجه داشت که این طرح در شرایطی موفق است که نگاه کارشناسی سازمان برنامه و بودجه و کارشناسان را همراه داشته باشد و در غیر این صورت نگاه ملوک‌الطوایفی به بودجه موجب تشدید مشکلات می‌شود. در واقع باید ملی فکر کنیم و منطقه‌ای عمل کنیم.

اختصاص بودجه توسط یک وزارتخانه و بدون آمایش منطقه و آمایش سرزمینی و بدون شناخت نیاز منطقه کارشناسی نیست و در واقع وزارتخانه‌ها فقط باید نظارت داشته باشند؛ موضوعی که به گفته کارشناسان تا به حال در بودجه‌نویسی به آن توجه نشده بود. مهدی پازوکی در این خصوص گفت: اینکه کجا بیمارستان بسازیم و کجا نیاز به آموزشگاه داریم و یا نداریم متاسفانه مورد توجه قرار نگرفته است و با افزایش سهم اعتبارات استان‌ها و بررسی آن در خود استان‌ها امیدواریم شاهد پیشرفت در این زمینه باشیم. در این شرایط نکته مهم در این روش بودجه‌نویسی این است که سازمان برنامه و بودجه به عنوان سازمانی کاملا اقتصادی که مدیریت بودجه را برعهده دارد بر آن نظارت کامل داشته باشد.

بهرام نصرالهی‌زاده، کارشناس اقتصادی نیز با اشاره به تمرکززدایی در بودجه به عنوان یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های بودجه سال آینده به پایگاه اطلاع‌رسانی دولت گفت: با افزایش اعتبارات و سهم استان‌ها پیش‌بینی می‌شود در سه محور اشتغال فراگیر، روستایی و حمایتی حدود ۹۸۰ هزار شغل در کشور ایجاد شود که در این زمینه باید منابع مورد نیاز از جمله تسهیلات بانکی و صندوق توسعه ملی تامین شود.

او ادامه داد: در لایحه بودجه سال ۹۷ توجه ویژه‌ای به پروژه‌های قابل واگذاری به بخش‌خصوصی و نیز مشارکت عمومی - خصوصی برای تکمیل این قبیل پروژه‌ها با استفاده از مشوق‌های دولتی، منابع بانکی، صندوق توسعه ملی، منابع خارجی و آورده بخش‌خصوصی صورت گرفته است. پروژه‌های غیرقابل واگذاری یا پروژه‌هایی که جذابیتی برای بخش‌خصوصی ندارند باید با استفاده از منابع دولتی تکمیل شوند.

علی‌اکبری، نماینده مجلس نیز با اشاره به حرکت به سمت تمرکززدایی در بودجه ۹۷ و افزایش سهم استان‌ها از بودجه گفت: افزایش سهم استان‌ها از منابع بودجه به همراه افزایش شفافیت و انضباط بودجه‌ای و بودجه‌ریزی براساس عملکرد از مزیت‌های بودجه سال آینده است.

برای اولین‌بار مرکز آمار ایران تورم دهک‌های درآمدی را بررسی کرد

تورم دهک اول ۱.۴درصد بیشتر از دهک دهم

مرکز آمار ایران برای اولین‌بار تورم دهک‌های درآمدی را بررسی کرده است و براساس اطلاعات مرکز آمار ایران، تورم کل آذر ماه برای دهک اول ۸.۸درصد و برای دهک دهم ۷.۴درصد است. در همین زمینه، جواد حسین‌زاده معاون مرکز آمار ایران روز گذشته در نشست خبری در جمع رسانه‌ها با بیان اینکه از این پس تورم دهک‌ها هم توسط مرکز آمار ایران اعلام می‌شود، گفت: دو دستاورد بزرگ در مرکز آمار ایران وجود دارد که آن تغییر سال پایه تورم از ۱۳۹۰ به ۱۳۹۵ در تورم بوده و همچنین به دست آوردن تورم دهک‌هاست. به گزارش ایسنا، حسین‌زاده ادامه داد: بر این اساس در آذرماه، تورم کل کشور به عدد ۸درصد رسیده که شهری ۷.۸درصد و روستایی ۹.۲درصد بوده است. همچنین تورم برای دهک اول جامعه ۸.۸درصد و برای دهک دهم ۷.۴درصد بوده است. معاون مرکز آمار افزود: شاخص قیمت درصد تغییر میانگین موزون قیمت کالا و خدمات در مقایسه با سال پایه است که سال پایه به ۱۳۹۵ تغییر یافته است. بر همین اساس، تورم شهری، روستایی و کل کشور بر اساس سال پایه ۱۳۹۵ محاسبه می‌شود که بر این اساس علت تغییر سال پایه به دلیل تغییر تکنولوژی تولید کالا، حذف برخی اقلام از سبد مصرفی و افزودن برخی دیگر، تغییر در وزن کالاها و مواردی از این دست علت تغییر سال پایه است؛ ضمن اینکه افزایش درآمد خانوارها الگوی مصرف را تغییر می‌دهد و همین امر تغییر سال پایه را رقم می‌زند.

او در ادامه سخنانش درباره تغییر سال پایه هم اضافه کرد: بر مبنای سال پایه جدید تورم آذرماه که ۸درصد اعلام شده بود ۷.۶درصد محاسبه شده است. حسین‌زاده در ادامه سخنانش چنین توضیح داد که در محاسبه تورم دهک‌های درآمدی در دهک اول وزن خوراکی‌ها، آشامیدنی‌ها ۴۳.۳درصد و وزن غیرخوراکی‌ها ۵۶.۷درصد محاسبه می‌شود، این در حالی است که در دهک دهم وزن خوراکی و آشامیدنی ۱۷.۲درصد و وزن غیرخوراکی‌ها ۸۲.۸درصد محاسبه می‌شود.

او در پاسخ به این سوال که آیا در محاسبه تورم برنامه‌ای برای محاسبه تورم به تفکیک استان وجود دارد، یا خیر چنین توضیح داد که برای محاسبه کل تورم به تفکیک استان بررسی می‌شود، ولی در محاسبه دهک‌ها چنین برنامه‌ای وجود ندارد.

جزییات تورم دهک‌های درآمدی در آذرماه

براساس اطلاعات مرکز آمار ایران تورم کل آذرماه برای دهک اول ۸.۸درصد و برای دهک دهم ۷.۴درصد است. مرکز آمار ایران برای اولین‌بار تورم دهک‌های درآمدی را بررسی کرده است که طبق آن بیشترین عدد شاخص مربوط به دهک اول بالغ بر ۱۱۱.۵ و کمترین مقدار شاخص متعلق به دهک دهم بالغ بر ۱۰۹.۷ است و کمترین افزایش ماهانه شاخص کل برای دهک دهم بالغ بر ۰.۶درصد و بیشترین افزایش ماهانه شاخص کل برای دهک اول بالغ بر ۱.۳ بوده است که در مقایسه با تورم ماهانه کل خانوارها در آذرماه ۰.۶ واحد درصد بالاتر است.

دریچه

تبعیض جنسیتی به روایت باربارا رز برگمن

اقتصاددان فمینیست

باربارا رز برگمن از معدود اقتصاددان‌هایی است که به شکلی کاربردی به مطالعه پدیده تبعیض نژادی و تبعیض جنسیتی در محیط کار پرداخته و دستاوردهای بسیاری در این زمینه داشته است، چنانچه به لطف مطالعات او، اصطلاح اقتصاددان‌های فمینیست اینک بر سر زبان‌ها افتاده است. به گزارش آینده‌نگر، «تبعیض در محل کار» مسئله‌ای است که همه افراد شاغل به نوعی آن را تجربه کرده‌اند، اما تبعیض جنسیتی در محل کار نوع متفاوتی است که در برخی موارد، شکلی طبیعی به خود گرفته و به همین خاطر کسی متوجه عمق آزاردهنده بودن آن نمی‌شود. باربارا رز برگمن اقتصاددان فمینیستی است که بیشترین تمرکز را روی این مسئله قرار داده و به چالش تبعیض جنسیتی در محل کار پرداخته است. البته او به صورت کلی به مفهوم تبعیض توجه داشت چراکه به دنبال برابری انسان‌ها بود اما در نهایت تمرکز خود را روی مسئله تبعیض جنسیتی و برابری زن و مرد در دنیای کاری قرار داد. برگمن در سال ۱۹۵۹ مدرک دکترای خود را از دانشگاه هاروارد دریافت کرد و از همان‌جا به این فکر افتاد که باید کارهایی فراتر از نظریه‌پردازی در دنیای اقتصاد انجام داد. او به دنبال پژوهش و تجربه بود تا بتواند با ایده‌ها و نظریات جدید به بهبود سیاست‌های دولتی کمک کند. در ابتدا تمرکز خود را روی تبعیض نژادی قرار داد. به مرور به سمت تبعیض جنسیتی متمایل شد و در این زمینه پژوهش کرد. او باور دارد که برابری جنسیتی در طول تمدن بشری غایب بوده و همیشه در زمینه اقتصادی و اجتماعی در طول تاریخ، زنان نسبت به مردان تحت فشار بیشتری بوده‌اند. نکته جالب توجه اینجاست که از نظر او هنوز هم این شرایط در دنیا حاکم است. او ممکن‌ترین و بهترین راه برای برابری را «افزایش تسهیلات» می‌داند تا مثلا زن‌ها بتوانند برای نگهداری از کودکان خود یا برای انجام امور خانه، برون‌سپاری کنند، اما افزایش تسهیلات به چه صورتی باید انجام شود؟ دولت در کانون ماجرا قرار دارد. در واقع در شرایطی رفاه و تسهیلات افزایش پیدا می‌کند که دولت یارانه‌هایی را مثلا برای نگهداری از فرزندان در نظر بگیرد. البته این به تنهایی نمی‌تواند برابری را برای زن و مرد به ارمغان بیاورد. برای مثال او زنان را به افزایش روحیه رقابتی در محیط کار تشویق می‌کند و معتقد است آنها با تغییر روحیه خود می‌توانند به تبعیض علیه خودشان خاتمه بدهند. در واقع او زنان را به نوعی تغییر رفتار کاری تشویق می‌کند. در کنار آن نیز دولت‌ها باید توجه ویژه‌ای به خانواده‌های دارای فرزند داشته باشند. البته بحث برگمن با وجود تمرکزی که روی زنان قرار داده، محدود به معضل زنان در محیط کار نیست. باربارا رز برگمن در محیط آمریکایی بزرگ شده و شاهد تبعیض نژادی بسیاری در محیط‌های کاری بوده است. در این کشور عموما دستمزد و حقوق سفیدپوست‌ها با افرادی که سفیدپوست نیستند مثلا سیاه‌پوست‌ها اختلاف زیادی دارد. یکی از مباحث مورد توجه برگمن، اختلاف درآمد غیرسفیدها با سفیدها در محیط کاری بوده است. او به دلایل مختلفی برای این تبعیض‌ها اشاره می‌کند. برای مثال کارفرماها ممکن است صرفا مشکل شخصی با غیرسفیدها داشته باشند یا ممکن است به بهره‌وری آنها باور نداشته باشند. دلیل آن هرچه که باشد، غیرسفیدها هم به کار و درآمد نیاز دارند و به همین خاطر ناچار به رقابت می‌شوند. مشکل بزرگی که به وجود می‌آید این است که در نهایت غیرسفیدها از برخی شغل‌ها محروم یا ناچار می‌شوند در شغل‌هایی که علاقه‌ای به آن ندارند به کار بپردازند. این جریان می‌تواند به صورت کلی اثرات مخربی بر جامعه و اقتصاد داشته باشد.

آگهی مناقصه عمومی یک مرحله ای شماره ۹۶/۴۹
شرکت توزیع نیروی برق اهواز
شرکت توزیع نیروی برق اهواز در نظر دارد خودرو بالابر و جرثقیل مورد نیاز خود را به شرح اسناد از طریق مناقصه عمومی خریداری نماید.
- میزان سپرده شرکت در مناقصه به شرح اسناد می باشد ، که بصورت ضمانتنامه بانکی معتبر ،چک تضمین شده بانکی و یا وجه نقد به حساب بانک تجارت شعبه شهید چمران به شماره ۱۰۲۸۰۴۰۰۲۰ بنام شرکت توزیع نیروی برق اهواز به مناقصه گزار تسلیم گردد.
- زمان و محل و نحوه دریافت اسناد : از تاریخ درج آخرین آگهی بمدت ۵ روز با در دست داشتن فیش واریزی به مبلغ ۲۰۰/۰۰۰ ریال به حساب بانک صادرات شعبه فلکه اول کیانپارس به شماره ۲۱۹۵۱۲۲۲۲۳۰۰۹ به آدرسهای زیر مراجعه نمایند :
- پایگاه اینترنتی شرکت توزیع برق اهواز : WWW.AEPDCO.IR
- پایگاه اینترنتی توانیر: WWW.TAVANIR.ORG.IR
- پایگاه اینترنتی ملی اطلاع رسانی مناقصات: www.iets.mporg.ir
تلفن تماس : ۰۶۱۳۴۴۹۰۷۰۰ داخلی ۳۲۴۵
- آخرین مهلت و محل تحویل و بازگشایی پاکات : حداکثر تا پایان وقت اداری مورخ ۱۳۹۶/۱۰/۲۳ به دبیرخانه مرکزی شرکت : اهواز – بلوار پاسداران جنب شهرک صنعتی تسلیم گردد. بازگشایی راس ساعت ۱۵:۰۰ مورخ ۹۶/۱۰/۲۴ می باشد.
- به پیشنهادهای فاقد سپرده و امضاء ، مشروط ، مخدوش و پیشنهاداتی که بعد از انقضاء مدت مقرر واصل می شود، مطلقا ترتیب اثر داده نخواهد شد.
- هزینه آگهی مناقصه به عهده برنده مناقصه است.
- سایر اطلاعات و جزییات در اسناد مناقصه مندرج است .
امور تدارکات
۹۹۷

آگهی دعوت به ارزیابی کیفی فراخوانهای عمومی شماره ۲و۹۶/۱
نوبت دوم
شرکت توزیع نیروی برق استان ایلام
شرح مختصر موضوع فراخوانها :
۹۶/۱: مطالعه روشنایی معابر در محدوده شهری ایلام
۹۶/۲: طرح جامع توسعه شبکه های توزیع نیروی برق در محدوده شهری ایلام و شهرستان مهران
مهلت فروش اسناد: از تاریخ ۹۶/۱۰/۲ لغایت ۹۶/۱۰/۶
محل فروش اسناد:
جهت کسب اطلاعات بیشتر و دریافت اسناد به سایت http://tender.tavanir.org.ir و پایگاه اطلاع رسانی مناقصه http://iets.mporg.ir و سایت شرکت توزیع برق ایلام WWW.BARGH-ILAM.IR مراجعه فرمایند.
آخرین مهلت و محل تحویل پیشنهادات:
حداکثر تا پایان وقت اداری ۹۶/۱۰/۱۳ و محل تحویل پیشنهادات، واحد قراردادهای این شرکت می باشد. به پیشنهاد های فاقد امضاء، مشروط، مخدوش و پیشنهاداتی که بعداز انقضاء مدت مقرر در فراخوان واصل می شود، مطلقا ترتیب اثر داده نخواهد شد.
مبلغ فروش اسناد: یکصد هزار ریال قابل واریز به شماره حساب ۱۹۰۴۰۵۱۹۳۰ نزد بانک تجارت شعبه انقلاب ایلام
روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق استان ایلام

یادداشت

فقدان باور به ایمن‌سازی

علیرضا سرحدی
رئیس انجمن صنفی مهندسان ساختمان

مسئله ایمن‌سازی ساختمان‌ها در شهر تهران از چند دهه گذشته در آیین‌نامه‌ها و قوانین مورد توجه قرار گرفته است. از دهه ۷۰ خورشیدی ساختمان‌سازها ملزم به رعایت ضوابط مربوط به ضد زلزله ساختن خانه‌ها شدند. قانون این ضوابط را در نقشه‌ها، پروانه‌های ساختمانی و محاسبات در نظر گرفته است. امروز کمتر نقشه‌ای در شهرداری پیدا می‌کنید که ضوابط ایمنی را در نظر نگرفته باشد و براساس آیین‌نامه ۲۸۰۰ محاسبه سازه را انجام نداده باشد.

۲ چالش بزرگ در قوانین ایمنی ساخت‌وساز شهری

با این وجود اما در مرحله اجرا اتفاق دیگری می‌افتد. دو مشکل بزرگ در زمینه اجرای قوانین ایمنی در ساخت و سازهای شهری داریم؛ مسئله اول به تراکم فروشی باز می‌گردد یعنی ممکن است جوازی برای ساخت یک ساختمان پنج طبقه صادر شده باشد اما ساختمان ساز پس از شروع کار درخواست یک طبقه اضافه را می‌کند و شهرداری در این مرحله بدون توجه به اینکه یک طبقه اضافه یعنی بار مضاعف بر پی ساختمان و تأثیر منفی بر عناصر سازه‌ای، مسئله را حل می‌کند. از سوی دیگر مسئله مهندسان ناظر و سازمان نظام مهندسی را داریم که از سال ۷۴ بر سر سهم آنها بر نظارت بر ساخت‌وساز درگیریم. به دلیل درآمد کلان شهرداری‌ها از فروش تراکم و پروانه‌های ساختمانی، این نهاد هیچ تمایلی به شراکت نظام مهندسی در تأیید فنی ندارد و اگر سازمان نظام مهندسی یک سازه را تأیید فنی نکند اما شهرداری نظر دیگری داشته باشد، این تعارض به نفع شهرداری حل و فصل می‌شود.

مسئله مجری ذی‌صلاح یکی از چالش‌های اساسی در این زمینه است. ساختمان‌ها توسط افرادی ساخته می‌شوند که صلاحیت کافی را ندارند. یک بنا یا گاه شخص مالک بدون تخصص ساختمان را می‌سازند و سروکله زدن با سازندگان غیر متخصص برای الزام به رعایت موارد ایمنی بسیار دشوار است. این افراد مسائل فنی را نمی‌دانند، بی‌سوادند و باوری هم به اجرای مسائل ایمنی ندارند. مشکلاتی از این دست سال‌هاست در صنعت ساخت و ساز وجود دارد اما کسی به آن اعتنا نمی‌کند. زلزله تهران هشدار خوبی بود برای اینکه مردم و مسئولان مسائل ایمنی را جدی‌تر دنبال کنند. از دهه ۷۰ خورشیدی سوله‌هایی برای اسکان مردم در صورت بروز بحران در نظر گرفته شده است تا مردم در آن تجمع کرده و خدمات دریافت کنند اما طی چند سال گذشته این زمین‌ها به ساخت و ساز اختصاص داده شده است. از سوی دیگر سود سازنده در استفاده بهتر از مصالح ظاهری در ساختمان است نه اینکه سازه مستحکم‌تری بسازد به همین دلیل بساز و بفروش‌ها توجهی به ایمنی ساختمان‌ها ندارند.

بی‌توجهی دیروز و نگرانی امروز

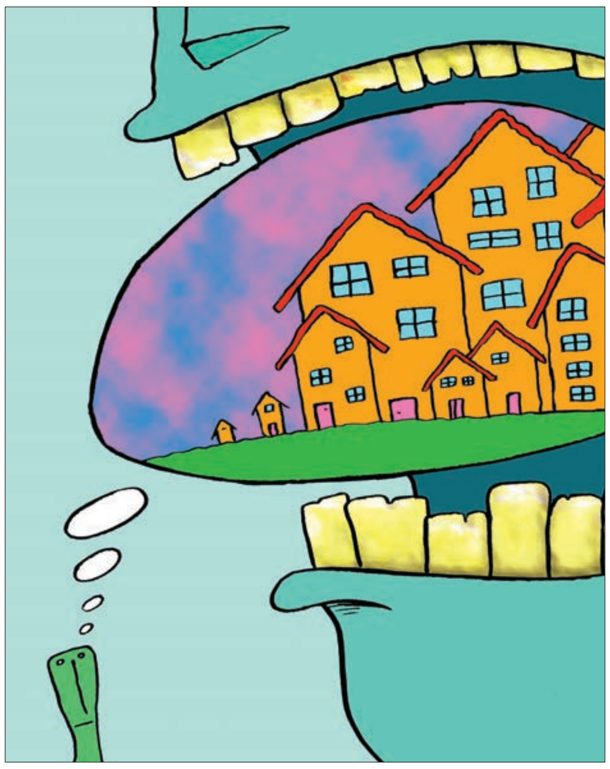
پایداری این مشکلات را می‌توان به رویکرد غلط مسئولان نسبت داد و عدم باور آنها به ضوابط ایمن‌سازی ساختمان. متأسفانه نه‌تنها در مورد زلزله بلکه درباره بسیاری از مسائل دچار دور باطل خنده‌داری شده‌ایم. ما از فناوری دنیا عقب نیستیم، دست‌کم می‌توانیم به جای واردات اقلام لوکس، دانش فنی وارد کنیم چراکه به آن نیازمندیم اما متأسفانه باور پاسخ به این نیاز وجود ندارد. در مورد آلودگی هوا هر سال در تهران ستاد بحران تشکیل می‌دهیم و همه از آلوده‌تر شدن هوای تهران شگفت‌زده می‌شوند اما کاری برای حل این بحران نمی‌کنیم. به خاطر دارم که سال‌ها پیش پس از وقوع زلزله رودبار آژانس همکاری‌های بین‌المللی ژاپن با یکی از سازمان‌های شهرداری تهران در یک پژوهش گسترده تکلیف شهر، گسل‌های آن و وضعیت تهرانِ پس از زلزله را روشن کردند.

اینِ پژوهش می‌گفت تهران با وقوع زلزله‌ای ۵ یا ۶ ریشتری آسیب جدی می‌بینند اما اگر شروع به مقاوم‌سازی شهر کنیم تا ۱۵ سال آینده ضریب ایمنی در پایتخت به ۹۰درصد می‌رسد. این پژوهش در آن زمان مورد توجه رسانه‌ها و مسئولان قرار گرفت اما پس از مدتی سازمان ذی‌ربط در شهرداری منحل شد و همکاری با مؤسسه ژاپنی هم از بین رفت. هشدارها در آن زمان در نظر گرفته نشد و بی‌توجهی دیروز به نگرانی امروز منجر شده است.

منبع: اتاق تهران

آسیب‌شناسی میزان تاب‌آوری خانه‌های روی گسل در پایتخت

واحدهای «بساز و بندازها» چقدر در برابر زلزله تاب می‌آورند؟



پس از زلزله چهارشنبه‌شب هفته گذشته تهران، بحث تاب‌آوری ساختمان‌ها در برابر حوادث مختلف بسیار مطرح شده است. گروهی تصور می‌کنند در خانه‌های نوساز امنیت بیشتری دارند، اما غافل از این‌که برخی از این خانه‌ها حتی از خانه‌های فرسوده، فرسوده‌تر هستند؛ چراکه به‌دلیل غفلت در نظارت حین ساخت، برخی سازندگان به بدترین نوع و شکل ساختمان‌ها را می‌سازند و به اصطلاح رایج مردم، به آنها «بساز و بنداز» می‌گویند. بنابراین در حال حاضر این سؤال در ذهن بسیاری از ساکنان تهران مطرح است که خانه‌ای که در آن ساکن هستند، تا چه اندازه در مقابل زلزله تاب می‌آورد.

به گزارش خبرآنلاین، زهرا نژادبهرام، عضو هیأت رئیسه شورای شهر تهران آبان‌ماه امسال عنوان کرد که در حال حاضر با پدیده‌ای روبه رو هستیم که براساس آن، کارشناسان معتقدند بسیاری از ساخت‌وسازها در پایتخت به‌خصوص در ۴هزار هکتار بافت فرسوده، ساختمان‌هایی ساخته شده که از نظر کیفی قابل اعتماد نیستند.

سیدابوالفضل موسوی‌بیوکی، عضو کمیسیون عمران مجلس نیز معتقد است هر چند تأمین مسکن ارزان برای اقشار و دهک‌های پایین جامعه اقدام مثبتی است، اما غفلت دستگاه‌های نظارتی در استفاده از مصالح ساختمانی بی‌کیفیت، عمر این سازه‌ها را با بهانه تقدیم خانه ارزان به مردم کاهش می‌دهد.

کیفیت فدای سودآوری

این روزها اگر پای صحبت ساکنان ساختمان‌های نوساز بنشینید، برخی از آنها از خانه‌ها و نوع ساخت آنها راضی و گروهی اما به حدی ناراضی هستند که هر لحظه در خانه‌های خود را باز می‌کنند، با خرابی یک بخش از خانه روبه‌رو می‌شوند؛ این در حالی است که حتی گاه یک سال هم از عمر ساخت این واحد مسکونی نمی‌گذرد. هم‌اکنون بساز و بفروش‌ها با خرید خانه‌های کلنگی یا مشارکت در ساخت و حتی خرید زمین‌های متروکه، سعی می‌کنند تعداد واحدهای ساختمانی بیشتری را به بازار عرضه کنند. نرخ مشارکت در ساخت‌وساز در زمانی‌که بازار در شرایط صعودی به سر می‌برد، حدود ۶۰ به ۴۰ است.

به گفته یکی از فعالان حوزه مسکن، سیستم بساز و بفروشی در ایران، شیوه‌ای جذاب برای کسب درآمدهای یک‌باره و سوداگری در بازار محسوب می‌شود. بساز و بفروش‌ها در مدت زمانی‌که بازارهای سرمایه‌گذاری دیگر قادر به جذب سرمایه نیستند از تجمع نقدینگی و سرمایه‌های سرگردان در بازار مسکن استفاده کرده و در کوتاه‌مدت، سودهای کلانی به‌دست می‌آورند.

اما خاصیت سرمایه، جذب سود حداکثری است و برای این کسب سود، بسیاری از بساز و بفروش‌ها از کیفیت بنای ساخته‌شده‌شان در نبود نظارت کافی می‌کاهند. به عبارتی، بسیاری از بساز و بفروش‌ها یا در مرحله «سفت کاری» یا در مرحله «نازک‌کاری» از کیفیت بنا می‌کاهند. به این گروه به زبان رایج عامه مردم، «بساز و بنداز» می‌گویند.

میزان تاب‌آوری خانه‌های روی گسل

در این شرایط اما زلزله‌هایی که هر روز از گوشه‌ای از ایران به‌گوش می‌رسد و طی یک ماه اخیر نیز دو بار تهران را لرزاند، این سؤال را در ذهن بسیاری از ساکنان تهران مطرح کرد که خانه‌ای که در آن ساکن هستند، تا چه اندازه در مقابل زلزله تاب می‌آورد.

بهرام عکاشه، پدر علم زلزله‌شناسی ایران و رئیس سابق بخش زلزله‌شناسی مؤسسه ژئوفیزیک دانشگاه تهران چندی پیش طی یک مصاحبه گفته بود: «مناطق ۱، ۲ و ۳ بیشترین آسیب را از فعال شدن احتمالی گسل‌های شمال شهر می‌بینند و مناطقی چون ۷، ۹، ۱۱ و ۱۷ نیز به دلیل داشتن بافت فشرده، از آسیب جدی برخوردار می‌شوند.»

محسن هاشمی، رئیس شورای شهر تهران نیز ۶ منطقه تهران شامل مناطق ۹، ۱۰، ۱۲، ۱۴، ۱۶ و ۱۷ را دارای خطرپذیری بالا و مناطق ۷، ۸، ۱۳، ۱۵، ۱۸، ۱۹ و ۲۰ را دارای خطرپذیری متوسط معرفی کرده است. از سوی دیگر، بررسی‌ها نشان می‌دهد از میان ۶۵ گسل استان تهران، سه گسل ری، مشا و شمال تهران دارای بیشترین خطر به لحاظ آسیب‌پذیری برای شهر تهران هستند.

بر این اساس، به‌کارگیری مصالح ساختمانی منطبق با استانداردهای بین‌المللی، مقاوم‌سازی اماکن و مراکز امدادرسانی، ممنوعیت ساخت‌وساز در حریم اول گسل‌های شمالی و جنوبی تهران، کاهش بار تراکمی محله‌های پرتراکم به ویژه بافت فرسوده، جزو مهم‌ترین تکالیف و راهکارهای افزایش تاب‌آوری شهر تهران مطرح می‌شود. علاوه بر این، مدیریت شهری وظیفه دارد از ساخت‌وساز در شیب‌های تند پرهیز و ضوابط و مقررات ساخت‌وساز اصولی و مقاوم در کل پهنه شهری را اعمال کند.

متوسط قیمت خانه‌ها در تهران

گزارش اخیر بانک مرکزی از متوسط قیمت فروش یک مترمربع زیربنای واحدهای مسکونی در مناطق بیست‌ودوگانه شهر تهران در آبان ماه امسال حاکی از آن است که متوسط قیمت هر مترمربع در منطقه یک ۱۰میلیون و ۲۷۲ تومان، منطقه ۲ حدود ۷ میلیون و ۲۳۵ هزار تومان، منطقه ۳ حدود ۸ میلیون و ۴۵۹ هزار تومان، منطقه ۴ حدود ۵ میلیون و ۷۸ هزار تومان، منطقه ۵ حدود ۵ میلیون و ۶۴۷ هزار تومان است. همچنین متوسط قیمت هر مترمربع واحد مسکونی در منطقه ۶ حدود ۶ میلیون و ۵۰۵ هزار تومان، منطقه ۷ حدود ۴ میلیون و ۵۷۵ هزار تومان، منطقه ۸ حدود ۴ میلیون و ۶۳۵ هزار تومان، منطقه ۹ حدود ۳ میلیون و ۱۹۷ هزار تومان، منطقه ۱۰ حدود ۳ میلیون و ۱۴۷ هزار تومان، منطقه ۱۱ حدود ۳ میلیون و ۵۲۶ هزار تومان، منطقه ۱۲ حدود ۳ میلیون و ۲۹۶ هزار تومان، منطقه ۱۳ حدود ۴ میلیون و ۳۲۲ هزار تومان، منطقه ۱۴ حدود ۳ میلیون و ۶۹۴ هزار تومان و منطقه ۱۵ حدود ۲ میلیون و ۸۶۸ هزار تومان گزارش شده است. از سوی دیگر، قیمت هر مترمربع واحد مسکونی در منطقه ۱۶ حدود ۲ میلیون و ۷۶۶ هزار تومان، منطقه ۱۷ حدود ۲ میلیون و ۵۳۴ هزار تومان، منطقه ۱۸ حدود دو میلیون و ۳۶۹ هزار تومان، منطقه ۱۹ حدود ۲ میلیون و ۷۵۷ هزار تومان، منطقه ۲۰ حدود ۲ میلیون و ۶۴۷ هزار تومان، منطقه ۲۱ حدود ۳ میلیون و ۳۹۶ هزار تومان و منطقه ۲۲ حدود ۴ میلیون و ۴۱۷ هزار تومان است.

	آبان‌ماه سال ۱۳۹۶	
منطقه شهری	متوسط قیمت (هزار ریال)	تعداد معاملات (فقره)
منطقه ۱	۱۰۲۷۲۱	۶۹۳
منطقه ۲	۷۲۳۵۷	۱۴۹۷
منطقه ۳	۸۴۵۹۶	۶۶۹
منطقه ۴	۵۰۷۸۷	۱۷۱۵
منطقه ۵	۵۶۴۷۶	۲۴۴۱
منطقه ۶	۶۵۰۵۷	۵۳۸
منطقه ۷	۴۵۷۵۳	۷۵۱
منطقه ۸	۴۶۳۵۰	۹۲۷
منطقه ۹	۳۱۹۷۱	۳۰۳
منطقه ۱۰	۳۱۴۷۲	۸۹۰
منطقه ۱۱	۳۵۲۶۴	۵۷۴
منطقه ۱۲	۳۲۹۶۸	۲۶۵
منطقه ۱۳	۴۳۲۲۷	۵۶۶
منطقه ۱۴	۳۶۹۴۸	۸۵۴
منطقه ۱۵	۲۸۶۸۴	۶۱۵
منطقه ۱۶	۲۷۶۶۱	۲۳۹
منطقه ۱۷	۲۵۳۴۴	۲۱۱
منطقه ۱۸	۲۳۶۹۸	۲۸۰
منطقه ۱۹	۲۷۵۷۶	۸۳
منطقه ۲۰	۲۶۴۷۹	۲۲۹
منطقه ۲۱	۳۳۹۶۳	۲۶۴
منطقه ۲۲	۴۴۱۷۸	۱۶۰
متوسط شهر	۴۸۸۹۰	۱۴۷۶۴

گزارش ۲

آخرین وضعیت سه بسته حمایتی از تولید در سال ۹۶

آمار مبهم از تعهد ۵۰ هزار میلیاردی به تولید

در حالی قرار بود سه طرح حمایتی از تولید در سال ۱۳۹۶ با اعتباری ۵۰ هزار میلیارد تومانی مدنظر قرار گیرد که از این بین تنها آمار مربوط به پرداختی‌ها در طرح رونق تولید مشخص شده و از میزان تسهیلات پرداختی دو طرح دیگر که شامل بهسازی و نوسازی صنایع و نیز حمایت از تولید و اشتغال بنگاه‌های اقتصادی و طرح‌های نیمه‌تمام است، اطلاعاتی وجود ندارد.

به گزارش ایسنا، امسال دومین سالی است که شبکه بانکی برای حمایت از بنگاه‌های کوچک و متوسط و تأمین مالی ویژه برای تولید ورود کرده است و در کنار تسهیلات عمومی که به بخش‌های مختلف اقتصادی در طول سال پرداخت می‌کند این بخش‌ها مورد توجه قرار گرفته و از سهم مشخصی برخوردار شده‌اند.

طرح ۲۰ هزار میلیارد تومانی رونق تولید به منظور بهبود وضعیت فعلی ۱۵هزار واحدهای تولیدی، طرح ۱۰هزار میلیارد تومانی برای نوسازی و بهسازی ۵ هزار واحد صنعتی و نیز طرح ۱۰هزار میلیارد تومانی به منظور حمایت از تولید و اشتغال ۱۰هزار بنگاه اقتصادی و تأمین مالی ۶ هزار واحد نیمه‌تمام با پیشرفت فیزیکی حداقل ۶۰ درصد، سه بسته حمایتی از تولید کشور در سال ۱۳۹۶ بود.

در این بین تاکنون تنها آمار دقیقی از پرداخت تسهیلات بانکی به واحدهای تولیدی در طرح ۲۰هزار میلیارد تومانی رونق تولید ارائه شده و هیچ آمار منتشرشده‌ای در ارتباط با پرداخت یا اختصاص تسهیلات مربوطه در طرح نوسازی و بهسازی صنایع و نیز طرح پرداخت تسهیلات به منظور حمایت از تولید و اشتغال ۱۰ هزار بنگاه اقتصادی و تأمین مالی ۶ هزار واحد نیمه‌تمام مربوطه نیست.

در سال گذشته طرح رونق تولید اقتصادی با پرداخت تسهیلاتی معادل ۱۷هزار میلیارد تومان به حدود ۲۴ هزار واحد تولیدی صنعتی و کشاورزی در دستور کار قرار گرفت و پس از آن تصمیم بر این شد که در سال جاری نیز این طرح به عنوان مکمل طرح قبلی در جهت پرداخت تسهیلات ۳۰ هزار میلیارد تومانی به ۱۵ هزار واحد صنعتی مدنظر قرار گیرد که ۲۰هزار میلیارد تومان اعتبار جهت پرداخت به ۱۰ هزار واحد صنعتی در راستای بهبود وضعیت فعلی و ۱۰ هزار میلیارد تومان برای ۵۰۰۰ واحد صنعتی کوچک، متوسط و بزرگ به منظور نوسازی و بهسازی تعریف شد.

بر اساس آخرین آمارها، از ۲۰ هزار میلیارد تومان اعتبار درنظر گرفته شده در طرح رونق تولید به منظور بهبود وضعیت فعلی واحدها، از زمان آغاز طرح رونق تولید در سال جاری که اواخر تیرماه کلید خورد تاکنون حدود ۶۸ هزار میلیارد تومان تسهیلات بانکی به حدود ۹۵۰۰ واحد تولیدی پرداخت شده است.

بر این اساس، از ابتدای سال ۱۳۹۵ تا ۲۵ آذرماه امسال، معادل ۲۳۸ هزار میلیارد ریال تسهیلات به ۳۳ هزار و ۴۰۰ واحد بنگاه کوچک و متوسط در سراسر کشور اختصاص یافته است که بر اساس برآوردها، سهم تسهیلات پرداختی به این بنگاه‌ها از کل تسهیلات پرداختی در سال گذشته که حدود ۵۷۰هزار میلیارد تومان بوده به ۳.۱ درصد رسید که با توجه به پیش‌بینی پرداخت حدود ۶۴۰ هزار میلیارد تومان تسهیلات بانکی در سال جاری سهم بنگاه‌های تولیدی در مجموع به ۷.۷ درصد در پایان سال ۱۳۹۶ افزایش خواهد یافت.

اما از سه بسته حمایتی مذکور، در طرح مربوط به نوسازی و بهسازی ۵ هزار واحد صنعتی که اعتباری معادل ۱۰هزار میلیارد تومانی برای آن در نظر گرفته شد هیچ‌گونه آماری وجود نداشته و مشخص نیست که از این رقم تاکنون چه میزان پرداخت شده است.

علاوه بر این و به منظور حمایت از تولید و اشتغال، تأمین مالی سرمایه در گردش مورد نیاز تعداد ۱۰هزار بنگاه اقتصادی و تأمین مالی ۶ هزار طرح نیمه‌تمام با پیشرفت فیزیکی حداقل ۶۰درصد با اختصاص ۲۰۰ هزار میلیارد ریال با همکاری وزارت صنعت، معدن و تجارت و وزارت جهاد کشاورزی در برنامه سال جاری نظام بانکی قرار گرفته است که در این رابطه نیز هیچ آمار مشخصی تاکنون اعلام نشده است.

مسکن

عدم تناسب ورودی و خروجی وام مسکن

بازار مسکن پایتخت در آستانه رونق

با این‌که حدود ۳۰ ماه از زمان راه‌اندازی صندوق پس‌انداز مسکن یکم می‌گذرد و سررسید بسیاری از وام‌ها فرا رسیده، بررسی‌ها نشان می‌دهد ورودی‌های این صندوق بیش از پنج برابر خروجی آن است.

به گزارش ایسنا، پاییز امسال تقاضا برای سپرده‌گذاری در صندوق پس‌انداز مسکن یکم (خانه اولی‌ها) در حالی رشد ۵۸ درصدی را نسبت به سال قبل تجربه کرده که هنوز تعداد وام‌گیرندگان با سپرده‌گذاران تناسب ندارد. هم‌اکنون ماهانه بیش از ۲۰ هزار نفر به منظور دریافت وام در این صندوق سپرده‌گذاری می‌کنند، اما تسهیلات پرداختی کمتر از یک‌پنجم این میزان است؛ درحالی‌که زمان سررسید بسیاری از تسهیلات فرا رسیده است.

بازار مسکن شهر تهران آماده ورود به شرایط پیش‌رونق شده است. آذرماه امسال میانگین قیمت مسکن شهر تهران به متری ۴ میلیون و ۹۶۶ هزار تومان رسید که ۱۳.۶ درصد نسبت به ماه مشابه سال قبل افزایش یافت. تعداد معاملات نیز ۱۷ هزار و ۹۸۵ مورد بود که رشد ۵۲ درصدی را نسبت به آذرماه پارسال نشان داد.

یکی از دلایل این افزایش، استفاده شهروندان تهرانی از تسهیلات مسکن یکم و اوراق حق تقدم «تسه» عنوان می‌شود. این در حالی است که هنوز بخش عمده‌ای از سپرده‌گذاران اقدام به خرید مسکن نکرده‌اند. برآوردها حاکی از آن است که از زمان افتتاح صندوق پس‌انداز مسکن یکم در ۱۸ خرداد ۱۳۹۴ بیش از ۳۰۰ هزار نفر در این صندوق سپرده‌گذاری کرده‌اند اما برآوردها نشان می‌دهد تعداد تسهیلات پرداختی کمتر از ۳۰ هزار فقره بوده است. بررسی‌ها از علت این عدم تناسب به بالا بودن قیمت خانه نسبت به وام، ناتوانی در تهیه مبلغ تکمیلی برای خرید و البته انتظار برای کاهش قیمت مسکن می‌رسد.

با این وجود، تقاضا برای این نوع وام هر روز بیشتر می‌شود. بنا بر اعلام بانک مسکن، سال گذشته در هر ماه به‌طور متوسط حدود ۱۲ تا ۱۵ هزار نفر اقدام به افتتاح حساب و سپرده‌گذاری در صندوق پس‌انداز یکم می‌کردند؛ در واقع به‌طور میانگین پارسال در هر روز حدود ۵۰۰ نفر در این صندوق سپرده‌گذاری و ثبت‌نام کرده‌اند این در حالی است که پاییز امسال در هر ماه بیش از ۲۰ هزار نفر اقدام به افتتاح حساب در صندوق یکم کرده‌اند؛ ثبت‌نام ماهانه بیش از ۲۰ هزار متقاضی دریافت تسهیلات یکم در صندوق مختص تسهیلات خانه‌اولی‌ها به منزله افزوده شدن روزانه حدود ۸۰۰ نفر از خانه اولی‌ها به آمار صاحبان حساب و متقاضیان دریافت تسهیلات خانه اولی‌ها است.

مهرماه امسال مجموعا ۲۰هزار و ۸۱۰ نفر در صندوق پس‌انداز مسکن یکم ثبت‌نام کردند که این میزان در آبان ماه به ۲۰ هزار و ۴۵۸ نفر رسید؛ در مهرماه متقاضیان خرید مسکن در شهرهای کوچک (با جمعیت کمتر از ۲۰۰ هزار نفر) مجموعا ۳۷۲۷ حساب، متقاضیان خانه‌اولی تهرانی ۶ هزار حساب و متقاضیان شهرهای با جمعیت بیش از ۲۰۰ هزار نفر و مراکز استان‌ها نیز ۱۱ هزار و ۸۳ حساب برای دریافت تسهیلات از صندوق پس‌انداز یکم افتتاح کردند.

این آمار در آبان‌ماه به افتتاح حساب از سوی ۳۶۴۴ متقاضی خانه اولی در شهرهای کوچک (با جمعیت کمتر از ۲۰۰ هزار نفر)، ۶۱۵۴ متقاضی خانه اولی در شهر تهران و ۱۰ هزار و ۶۶۰ متقاضی خانه اولی در مراکز استان‌ها و شهرهای با جمعیت بیش از ۲۰۰ هزار نفر رسید.

آمار پرداخت تسهیلات از محل صندوق پس‌انداز مسکن یکم نیز نشان‌دهنده رشد قابل‌توجه پرداخت تسهیلات به خانه‌اولی‌ها نسبت به دوره‌های قبلی است؛ هم‌اکنون با فرا رسیدن موعد دریافت تسهیلات از سوی برخی خانه‌اولی‌ها پس از سپری شدن دوره سپرده‌گذاری آنها در حساب مربوط به تسهیلات یکم (گذشت معمولاً ۱۸ ماه از زمان سپرده گذاری)، روزانه حدود ۱۵۰تسهیلات خرید مسکن به مشمولان دریافت تسهیلات از محل صندوق پس‌انداز یکم پرداخت می‌شود؛ پاییز امسال حجم تسهیلات پرداختی به متقاضیان واجد شرایط که موعد دریافت تسهیلات آنها فرا رسیده است به بیش از ۳۷۰۰ پرداخت ماهانه افزایش یافت؛ در مهرماه ۳۱۵۰ فقره تسهیلات مختص خانه‌اولی‌ها به ترتیب به میزان ۴۹۲ فقره تسهیلات در شهرهای کوچک با جمعیت کمتر از ۲۰۰ هزار نفر، ۱۰۱۰ فقره در شهر تهران و ۱۶۴۸ فقره در مراکز استان‌ها و شهرهایی با جمعیت بالاتر از ۲۰۰ هزار نفر مجموعا معادل ۳۱۵۰ فقره تسهیلات در کل کشور پرداخت شد.

آمار در آبان‌ماه به پرداخت ۵۵۹ فقره تسهیلات خرید مسکن مختص خانه اولی‌ها در شهرهای کوچک و با جمعیت کمتر از ۲۰۰ هزار نفر، هزار و ۲۷۸ فقره تسهیلات در شهر تهران و ۱۹۱۲ فقره تسهیلات در شهرهای با جمعیت بالاتر از ۲۰۰ هزار نفر و مراکز استان‌ها مجموعا معادل ۳ هزار و ۷۴۹ فقره تسهیلات، افزایش یافت.

این در حالی است که با فرا رسیدن موعد دریافت تسهیلات از سوی خانه‌اولی‌های سپرده‌گذار در صندوق پس‌انداز مسکن یکم برآوردها نشان می‌دهد تعداد تسهیلات پرداختی در هر ماه افزایش خواهد داشت؛ همچنین با توجه به روند سپرده‌گذاری متقاضیان جدید در صندوق یکم و همچنین وضعیت بازار مسکن پیش‌بینی می‌شود حجم سپرده‌گذاری ماهانه در صندوق نیز از سوی متقاضیان طی ماه‌های پیش‌رو افزایش یابد.

بانکنامه

مدیرعامل بانک رفاه:

توسعه فناوری اطلاعات، عامل برتری بانک‌های پیشرو است

مدیرعامل بانک رفاه گفت: مهم‌ترین عامل برتری بانک‌های پیشرو در بحث مشتری‌مداری، توسعه حوزه فن آوری اطلاعات است. به گزاش روابط عمومی بانک رفاه، محمدعلی سهمانی در همایش سراسری واحدهای انفورماتیک و خدمات نوین این بانک گفت: نقش حوزه فناوری اطلاعات در پیشبرد اهداف بانک بسیار برجسته است. امروزه برای تسریع در امور و همچنین ایجاد رضایت برای مشتریان باید از زیرساخت‌های فناوری اطلاعات بهره برد. روش‌های دیگر سنتی کارآمد نیست. او با تأکید بر سهم عمده حوزه IT در تجلی شعار مشتری‌مداری گفت: اگر مشتری‌مداری، توسعه فعالیت‌ها، افزایش سهم بازار و قرار گرفتن در جایگاه نخست نظام بانکی جزو اولویت‌های ما است، باید در حوزه IT و فناوری اطلاعات پیشرو باشیم. در حوزه فناوری‌های جدید مالی باید سرمایه‌گذاری کلانی صورت گیرد و اعتقاد دارم سرمایه‌گذاری در این بخش هزینه نیست.

مدیرعامل بانک ملت اعلام کرد

شروع بانکداری دیجیتال در بانک ملت

مدیرعامل بانک ملت، دستور حرکت به سوی بانکداری دیجیتال، شروع این پروژه در بانک و ایجاد شعب تمام دیجیتال را صادر کرد. به گزارش روابط عمومی بانک ملت، محمد بیگدلی در نشست سراسری مدیران فناوری اطلاعات بانک، با اشاره به پیشتازی همیشگی بانک ملت در عرصه فناوری اطلاعات و وجود زیرساخت‌های مستحکم و مدیران و کارکنان متخصص، باتجربه و متعهد این بانک، بر توسعه بانکداری الکترونیک و توسعه امنیت سیستم‌ها تأکید کرد و گفت: مدیریت عالی بانک ملت از هرگونه سرمایه‌گذاری در بخش فناوری اطلاعات که موجب افزایش امنیت، سهولت و سرعت در ارائه خدمات به مشتریان شود، حمایت می‌کند. بیگدلی با اشاره به اینکه سرمایه‌گذاری در حوزه فناوری اطلاعات و ورود تکنولوژی‌های نوین و ایجاد بانکداری دیجیتال، علاوه بر ارائه خدمات متمایز بانکی و افزایش سهولت، امنیت و سرعت در ارائه این خدمات به مشتریان، در نهایت کاهش هزینه‌های کلی بانک را در پی خواهد داشت، اظهار امیدواری کرد که در آینده‌ای نزدیک، پروژه بانکداری دیجیتال در بانک ملت به بهره‌برداری برسد.

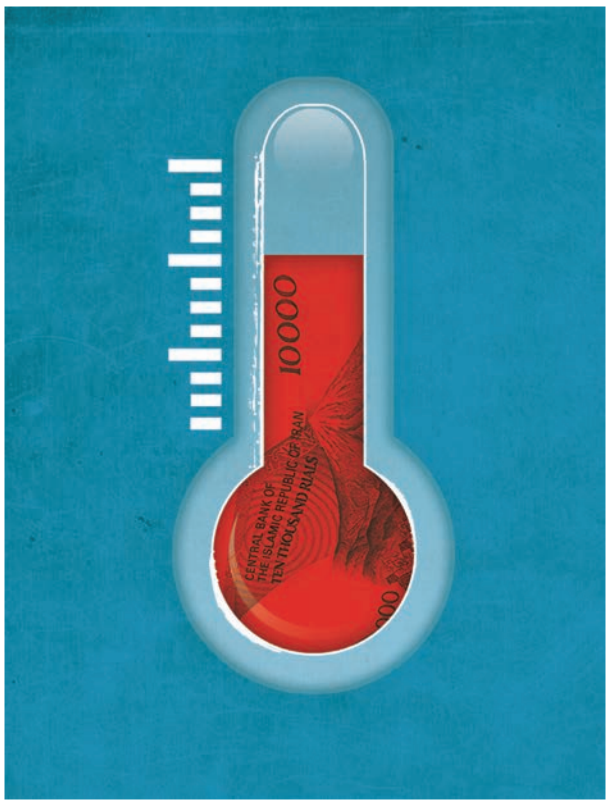
نرخ سود تسهیلات بانکی کاهش می‌یابد؟

با وجود اظهارات متناقضی که درباره کاهش نرخ سود وام بانکی تا پایان دی ماه از سوی برخی مسئولان غیربانکی مطرح شده است، تاکنون هیچ مدیر بانکی این موضوع را تایید نکرده و زمان مشخصی برای کاهش نرخ سود وجود ندارد.

به گزارش ایسنا، بعد از اینکه بانک مرکزی در شهریورماه امسال طی دستورالعملی شبکه بانکی را مکلف به رعایت نرخ سود سپرده به حداکثر ۱۵درصد در سال کرد که تاکیدی بر اجرای مصوبه شورای پول و اعتبار در سال ۱۳۹۵ بود، انتقاداتی نسبت به عدم ورود شبکه بانکی به سود تسهیلات مطرح شد و این تاکید وجود داشت که با توجه به اقدام برای کاهش نرخ سود، سود وام‌ها نیز باید کاهش پیدا کند.

این در شرایطی بود که بانک مرکزی در واکنش به این انتقادات اعلام کرد که با توجه به شرایطی که پیش برده و زمینه‌هایی که فراهم کرده، هدف این است که ابتدا هزینه تامین مالی در بانک‌ها را کنترل و کاهش دهد. به گونه‌ای که اگر بانک‌ها در پرداخت سود سپرده به طور یکدست عمل کرده و نرخ را از ارقام متفاوت به ۱۵درصد کاهش دهند و در آن به ثبات برسند، آنگاه زمینه برای کاهش هزینه مالی آنها فراهم شده و در ادامه می‌توان برای تغییر در نرخ سود تسهیلات که اکنون ۱۸درصد است نیز اقدام کرد.

حدود سه ماه از کاهش نرخ سود سپرده در بانک‌ها گذشته و به هر دلیل فعلا در شعب اغلب آنها انحراف چندانی نسبت به پرداخت سودهای مصوب وجود ندارد. در این شرایط اخیرا اخبار متفاوتی منتشر شده و برخی نمایندگان از کاهش نرخ سود وام بانکی در ماه پیش رو خبر داده‌اند. این در حالی است که آنچه در شبکه بانکی می‌گذرد، در شرایط موجود نشان از تایید اظهارات نمایندگان در رابطه با کاهش نرخ سود وام بانکی ندارد. اخیرا پیمان قربانی، معاون اقتصادی بانک مرکزی به صراحت اعلام کرده بود که فعلا هیچ تصمیمی بر کاهش نرخ سود سپرده وجود ندارد و از سوی دیگر برای کاهش نرخ سود تسهیلات نیز باید با گذر زمان و اقداماتی که در حال انجام است، هزینه تجهیز مالی بانک‌ها کاهش یابد تا بتوان در این باره اقدام کرد و نتیجه پایداری از آن به دست آورد.



در کنار اعلام بانک مرکزی پیگیری موضوع از برخی مدیران ارشد نظام بانکی نیز با توضیحاتی همراه بود. جمشیدی، دبیر کانون بانک‌های خصوصی با اعلام اینکه فعلا هیچ جلسه‌ای بین بانک‌های خصوصی و دولتی در مورد تصمیم‌گیری برای کاهش نرخ سود و اعلام نظر در این باره وجود نداشته است، گفت که فعلا نظام بانکی در حال به ثبات رسیدن در مورد نرخ سود سپرده‌ای است که در شهریور ماه امسال مکلف به اجرای آن شده است.

وی با اشاره به اینکه در سال گذشته و زمانی که قرار بود نرخ سود سپرده به ۱۵درصد کاهش یابد، کاهش همزمان سود تسهیلات به ۱۸درصد مدنظر نبود و اصرار داشتیم که باید بعد از کاهش هزینه تامین مالی بتوان سود تسهیلات را کاهش داد، گفت: اما این اتفاق نیفتاد و ریزش هر دو نرخ به طور همزمان اتفاق افتاد که نتیجه مثبتی برای بانک‌ها نداشت.

جمشیدی توضیح داد: در حال حاضر سود تسهیلات با اختلاف ۳درصدی با سود سپرده تعیین و تقریبا اجرایی می‌شود و این در حالی است که از سود ۱۸درصدی تسهیلات درآمد ناشی از آن برای بانک‌ها حدود ۱۴.۹۴درصد است و باید در کنار آن بیش از ۳درصد در مجموع به عنوان ذخیره مطالبات مشکوک الوصول و همچنین مقداری برای جریان نقدینگی خود بانک‌ها کنار گذاشت. در این شرایط پرداخت سود ۱۵درصدی سپرده از این محل با مشکل مواجه است. بنابراین چگونه ممکن است سود تسهیلات را تا قبل از اینکه همین سود ۱۵درصدی سپرده کاهش پیدا نکرده، تغییر داد و انتظار نتیجه مثبت داشت.

دبیر کانون بانک‌های خصوصی به اینکه سود تسهیلات از منابع اصلی درآمدی دولت محسوب می‌شود، اشاره داشت و یادآور شد: متاسفانه در حال حاضر درآمد ناشی از کارمزد جای چندانی در نظام بانکی ما ندارد. به طوری که در پنج سال اخیر با وجود اینکه خدمات نوین و الکترونیک بانک‌ها عمدتا در این مدت اتفاق افتاده، اما درآمد کارمزد تقریبا ثابت مانده است.

وی مورد دیگر را به عملکرد دولت در انتشار اوراق مالی مرتبط دانست و گفت که در حال حاضر تاکید بر کاهش نرخ سود وجود دارد در حالی که در بازارهای دیگر از جمله بازارهای مالی دولت نسبت به انتشار اوراق به طور گسترده اقدام کرده و سودهایی که در آن پرداخت می‌شود با آنچه در نظام بانکی می‌گذرد، منطبق نیست. در عین حال هنوز خودروسازان به توافق برای کاهش نرخ سود سپرده جذب شده کاملا اقدام نکرده و از مشکلات موجود در رقابت با سود بانکی محسوب می‌شود.

جمشیدی این را هم گفت که عدم پاسخگویی منابع ناشی از تسهیلات برای سود سپرده ۱۵درصدی و هزینه‌های بانک‌ها در حالی مطرح است که در سویی دیگر با توجه به بدهی کلان دولت به بانک‌ها و سایر بدهی‌های معوق و همچنین الزام برای خروج از بنگاهداری به عنوان یکی از راه‌های درآمدی بانک‌ها، نمی‌توان بدون ایجاد شرایط برای کاهش نرخ سود تسهیلات اقدام کرد.

در مجموع با شرایطی که فعلا در سودهای پرداختی در نظام بانکی اعم از سپرده و تسهیلات وجود دارد و بر اساس آنچه مدیران نظام بانکی بر آن تاکید دارند، فعلا هیچ تصمیمی در رابطه با کاهش از سوی این سیستم وجود ندارد و برخی مدیران بانکی می‌گویند اگر نمایندگان یا سایرین حرف از کاهش نرخ سود زده‌اند، شاید بار دیگر قرار است جایی برای بانک‌ها تصمیم‌گیری شود که خود از آن بی‌خبرند. در این شرایط بعید نیست نظام بانکی تحت فشار قرار بگیرد و ملزم به کاهش دستوری نرخ سود شود.

نرخنامه

نرخ سکه و طلا

عنوان	قیمت(تومان)	نوسان
مثقال طلا	۵۶۱,۹۰۰	▼
هر گرم طلای ۱۸ عیار	۱۲۹,۷۰۰	
سکه بهار آزادی	۱,۳۷۰,۰۰۰	
سکه طرح جدید	۱,۴۰۰,۰۰۰	▼
نیم سکه	۶۸۳,۰۰۰	▼
ربع سکه	۴۰۳,۵۰۰	
سکه گرمی	۲۶۵,۰۰۰	

نرخ ارز نقدی

نوع ارز	قیمت(تومان)	نوسان
دلار آمریکا	۴,۱۸۵	▼
یورو اروپا	۵,۰۳۳	▲
پوند انگلیس	۵,۷۲۵	▼
درهم امارات	۱,۱۵۸	▼

دریچه

مذاکرات حقوقی ایران و روسیه برای اتصال کارت‌های بانکی

مدیر اداره نظام‌های پرداخت بانک مرکزی از انجام مذاکرات حقوقی ایران و روسیه برای اتصال کارت‌های بانکی خبر داد و گفت: ایران در حوزه کارت‌های اعتباری بین‌المللی هم‌اکنون جدی‌ترین ارتباط را با روسیه دارد و خوشبختانه در بحث فنی اقدامات خوبی انجام شده است. به گزارش «فرصت امروز» و به نقل از ستاد خبری هفتمین همایش سالانه بانکداری الکترونیک و نظام‌های پرداخت، داود محمدبیگی با بیان اینکه تست‌ها در این حوزه در حال انجام است، افزود: البته در یکی دو ماه اخیر مقداری از سرعت تست‌ها به دلیل مباحث حقوقی کاسته شده است. البته هر ارتباطی بخواهد انجام شود باید قراردادی بین دو کشور و بانک‌های مرکزی منعقد شود. مدیر اداره نظام‌های پرداخت بانک مرکزی با بیان اینکه سامانه میر روسیه باید در دسامبر عملیاتی می‌شد، افزود: متأسفانه این امر به دلیل مباحث حقوقی تاکنون انجام نشده است، چراکه تا زمانی‌که قرارداد منعقد نشود، طرف روس برای عملیاتی شدن آن مشکلاتی را بیان کرده است.

محمدبیگی با تأکید براینکه تغییرات را برای طرف روس ارسال کرده‌ایم، ادامه داد: اما یکی از مباحث اصلی کشور در بحث ارتباطات بین‌المللی، بحث استانداردهای امنیتی و کسب و کاری است که متأسفانه در کشور به رغم تمام توسعه‌هایی که در حوزه بانکداری الکترونیک داشتیم به دلیل عدم ارتباط با جامعه بین‌المللی خیلی بانک‌های ما آماده این حوزه نیستند. وی در پاسخ به اینکه آیا این کارت‌ها ارزی خواهند بود؟ افزود: خیر، این کارت‌ها ریالی هستند و مشتری از همین کارت در خارج از کشور استفاده می‌کند به این صورت که با توجه به نرخی که با بانک توافق شده، بانک مبلغ ارز را پرداخت کرده ولی از حساب مشتری ریال برداشت می‌کند.

وزارت راه و شهرسازی
اداره کل را ه و شهرسازی استان گلستان

نوبت دوم

آگهی مناقصه عمومی

اداره کل راه و شهرسازی استان گلستان در نظر دارد پروژه مشروحه ذیل را از طریق مناقصه عمومی واگذار نماید. لذا از کلیه شرکتهای واجد شرایط دعوت به عمل می آید که در مهلت مقرر جهت دریافت اسناد شرکت در مناقصه به سامانه ستاد، مراجعه نمایند.

ردیف	موضوع مناقصه و محل اجرا	مبلغ برآورداولیه (به ریال)	مبلغ تضمین شرکت در مناقصه (به ریال)	نوع فهرست بها
۱	تهیه و اجرای آسفالت گرم محور روستایی تنگراه به روستای قوشه چشمه در شهرستان گالیکش	۸/۹۷۶/۸۱۴/۰۱۸	۴۴۸/۸۴۱/۰۰۰	راه و باند فرودگاه سال ۹۶
۲	تهیه و اجرای آسفالت گرم محور کاکا- حالی آخوند - داشلی سفلی واقع در شهرستان گنبد کاووس	۱۰/۲۰۳/۸۲۳/۸۱۵	۵۱۰/۱۹۲/۰۰۰	راه و باند فرودگاه سال ۹۶
۳	اجرای ابنیه فنی و تهیه و اجرای بیس محور کاکا- حالی آخوند - داشلی سفلی واقع در شهرستان گنبد کاووس	۴/۰۶۶/۶۲۹/۲۰۵	۲۰۳/۳۳۲/۰۰۰	راه و باند فرودگاه سال ۹۶

نوع مناقصه: عمومی یک مرحله ای

۱- صلاحیت کاری: دارا بودن حداقل رتبه پنج راه و ترابری برای شرکتها با رعایت سقف ارجاء کار در رشته مربوطه الزامی می باشد.

۲- مهلت دریافت اسناد مناقصه و مکان : از تاریخ انتشار تا روز ۹۶/۱۰/۱۶- از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت(ستاد) به آدرس www.setadiran.ir

توجه: کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد تا ارائه پیشنهاد قیمت مناقصه و بازگشایی پاکات از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) انجام خواهد شد. لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند.

۳- مهلت ارسال پیشنهاد قیمت مناقصه و مکان : تا آخر وقت اداری روز ۹۶/۱۰/۱۶ (سامانه ستاد)

۴-زمان بازگشائی پاکتهای پیشنهاد قیمت : ساعت ۹ صبح روز ۹۶/۱۰/۱۷ در محل اداره کل خواهد بود.

۵- مبلغ تضمین شرکت در مناقصه های مذکور بایستی به صورت ضمانت نامه بانکی یا فیش واریزی به حساب سیبا شماره ۲۱۷۶۳۱۴۷۵۲۰۰۷ نزد بانک ملی شعبه مرکزی گرگان به نام اداره کل راه و شهرسازی استان گلستان که کپی ضمانتنامه به همراه اسناد مناقصه در سایت ستاد بارگذاری و اصل ضمانتنامه تا قبل از پایان وقت اداری روز ۹۶/۱۰/۱۶ به دبیرخانه اداره کل تحویل گردد.

۶- سایر اطلاعات در اسناد مناقصه درج گردیده است.

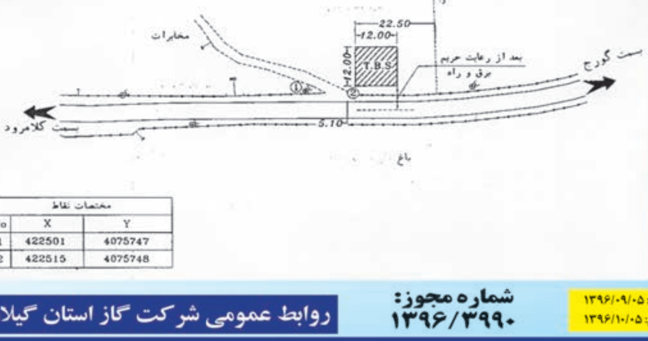
اداره کل راه و شهرسازی استان گلستان
تاریخ انتشار نوبت اول : ۹۶/۱۰/۳
تاریخ انتشار نوبت دوم :۹۶/۱۰/۵
شناسه آگهی ۱۲۱۰۲۵
۹۵۸

شرکت ملی گاز ایران
شرکت گاز استان گیلان
(سهامی خاص)

آگهی خرید و تملک زمین در روستای کلامرود از توابع شهرستان املش

نوبت دوم

شرکت گاز استان گیلان بمنظور اجراء طرحهای عمرانی و گازرسانی دولت (احداث ایستگاه تقلیل فشار گاز کلامرود) با استفاده از اختیارات حاصله از مواد ۹ لایحه قانونی نحوه خرید و تملک اراضی و املاک مصوب سال ۱۳۵۸ شورای انقلاب ، قطعه زمینی بمساحت ۱۴۴ متر مربع در سنگ اصلی ۱۰۰ بخش ۱۵ گیلان را با حضور نماینده دادستانی و کارشناس رسمی دادگستری به تصرف قانونی خود دراورده است ، لذا بدینوسیله به اطلاع مالک یا مالکین و صاحبان هر نوع حق و حقوق قانونی در ملک یاد شده می رساند که ظرف مدت ۱۵ روز از تاریخ انتشار نوبت دوم این آگهی با مراجعه به امور حقوقی شرکت گاز استان گیلان واقع در رشت ، پل لامپ سازی ، خیابان ملت در تعیین و انتخاب هیئت کارشناسان رسمی همکاری لازم معمول دارند ، در غیر اینصورت وفق تبصره ۲ ماده ۴ قانون مرقوم هیئت کارشناسان از طریق ریاست دادگستری محل تعیین و انتخاب خواهند شد و پس از اعلام نظر آن ارزش تقدیمی ملک به صندوق اداره ثبت اسناد و املاک تودیع می گردد. ضمنا زمین مورد نظر واقع در کلامرود و موقعیت آن منطبق با کروکی ذیل می باشد.



روابط عمومی شرکت گاز استان گیلان
شماره مجوز: ۱۳۹۶/۳۹۹۰
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۳۹۶/۰۹/۰۵
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۳۹۶/۱۰/۰۵
۴۷۴

دریچه

با بیشترین بازدهی طی هفته گذشته رقم خورد

بورس تهران در رتبه نخست جهان

شاخص کل بورس تهران در میان ۱۷ بورس بین‌المللی بیشترین بازدهی را در هفته گذشته به خود اختصاص داد. به گزارش «فرصت امروز» از سازمان بورس، در هفته پایانی آذرماه امسال حجم معاملات بورس ۶۹۸۸ میلیون سهم و ارزش آن ۱۴۷۰۷ میلیارد ریال بوده که حجم و ارزش معاملات به ترتیب ۲۴ و ۱۳درصد افزایش داشته است. ارزش بورس اوراق بهادار تهران نیز در این مدت به عدد ۳۸۱۳۰۷۶ میلیارد ریال رسید که ۲.۳۶درصد افزایش داشته است. همچنین سه صنعت «فلزات اساسی» با ۱۸.۹درصد، «استخراج کانه‌های فلزی» با ۱۵.۸درصد و «خودرو و ساخت قطعات» با ۱۰.۸درصد و شرکت‌های چندرشته‌ای صنعتی با ۱۰.۹ درصد بیشترین ارزش و «خودرو و ساخت قطعات» با ۱۷.۸درصد، «فلزات اساسی» با ۱۶.۳ درصد و شرکت‌های چند رشته‌ای صنعتی با ۱۴.۶ درصد بیشترین حجم معاملات را در هفته گذشته به خود اختصاص دادند. بر این اساس در ۳۰ روز گذشته نیز صنعت «اطلاعات و ارتباطات» با بازدهی ۳۰.۶ درصد، در صدر صنایع بورسی قرار گرفت و صنعت «ساخت محصولات فلزی» با افت ۸ درصدی بیشترین افت را تجربه کرد. این گزارش می‌افزاید: شاخص کل بورس اوراق بهادار تهران در پایان معاملات هفته گذشته به عدد ۹۵۵۰۹ واحد رسیدکه ۲۲۲۵ واحد افزایش داشته است. این در حالی است که از ابتدای امسال تا پایان آذرماه شاخص کل با ۲۳.۷درصد افزایش و شاخص کل هم وزن با ۱۳.۸درصد افزایش را تجربه کرده‌اند. همچنین در محاسبه شاخص کل بورس تهران با برخی از شاخص بورس‌های بین‌المللی، شاخص بورس تهران (TEDPIX) با رشد ۲.۴درصدی بیشترین بازدهی و شاخص بورس دبی (DFM INDEX) با افت یک درصدی کمترین بازدهی را در هفته گذشته به خود اختصاص دادند.

رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار خبر داد

صندوق ارزی به محض توافق بانک‌ها با بانک مرکزی راه‌اندازی می‌شود

رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار با بیان اینکه به محض توافق بانک‌ها با بانک مرکزی صندوق ارزی راه‌اندازی می‌شود، گفت بازگشایی نمادها باعث افزایش سرمایه‌گذاری روی سهام‌های شفاف می‌شود. به گزارش ایلنا، شاپور محمدی درباره آخرین تصمیمات برای راه‌اندازی صندوق ارزی در بازار سرمایه گفت: مقررات صندوق ارزی در هیأت مدیره سازمان بورس به تصویب رسیده و ابلاغ هم شده است. او با بیان اینکه متقاضیان برای تأسیس صندوق ارزی باید مجوز بانک مرکزی را داشته باشند، ادامه داد: اغلب متقاضیان تأسیس صندوق ارزی بانک‌ها هستند که برای راه‌اندازی این صندوق‌ها باید مجوز بانک مرکزی را دریافت کنند و به محض اینکه بانک‌ها با بانک مرکزی به تفاهم برسند، صندوق‌های ارزی تأسیس می‌شوند. برای ورود متقاضیان غیربانکی به تأسیس صندوق‌های ارزی نیز هیچ محدودیتی وجود ندارد. محمدی همچنین درباره تحولات بازار ارز با تشکیل صندوق‌های ارزی گفت: به‌طور قطع تأسیس صندوق‌ها در بازار ارز تأثیر مثبتی می گذارد البته باید توجه داشته باشیم که صندوق‌ها درصدی کمی از ارز بازار را دارند و رقم آن کمتر از ۱۰۰ میلیارد تومان است. وی همچنین درباره باز شدن نمادهای شرکت‌ها در بازار سرمایه گفت: از این پس سهامداران باید با قدرت تحلیل وارد بازار سرمایه شوند و می‌توانند از مشاوره کارشناسان این حوزه‌ها استفاده کنند. اگر در اطلاعات یک شرکت فعال در بازار سرمایه ابهاماتی وجود داشته باشد نباید حق قانونی سهامداران و متقاضیان ورود به بازار سرمایه را برای خرید و فروش سهام آن شرکت را محدود کنیم. سهامداران خرد می‌توانند از تحلیلگران بازار سرمایه مشاوره بگیرند و نکته مهم این است که از این پس روی سهم‌هایی که شفافیت بیشتری دارند، سرمایه‌گذاری می‌شود.

حبابی در بازار نیست

رشد بازار بر پایه عوامل بنیادی است

رشد بازار طبیعی و بر پایه عوامل بنیادی است و نمی‌توان ادعایی مبنی بر حبابی بودن بازار و افزایش قیمت غیر عادی در شرایط فعلی کرد. محمودرضا خواجه نصیری، مدیرعامل تأمین سرمایه تمدن با بیان این مطلب فوق به سنا گفت: P/E بازار بالا رفته اما این افزایش متناسب با کاهش نرخ سود بانکی است و مازاد بر آن نیست؛ البته عوامل دیگری چون انضباط مالی بانک‌ها، افزایش قیمت‌های جهانی و قیمت ارز در رشد بازار تأثیر چشمگیری داشتند. او با بیان اینکه بازار، شرایط موجود را به فال نیک گرفته است، گفت: عمده سهم‌هایی که در این دوره مورد معامله قرار گرفتند، سهم‌های بنیادی است و به عبارتی بازار یک‌دست رشد نکرده، بلکه در صنایع پرپتانسیل این رشدها محقق شده است. شیوه داد و ستدها در این مدت نشانگر این است که نقدینگی موجود در بازار کاملاً هوشمند است و ورود آن هیجانی نیست.

ادامه سبزپوشی گروه‌های فلزی، معدنی و پتروپالایشی‌ها

فتح قله ۹۸ هزار واحدی

روند رشد بازار سرمایه همچنان ادامه دارد و بورس تهران در حالی در چهارمین روز زمستان بسته شد که شاخص کل با رشد ۸۲۹ واحدی، کانال ۹۸ هزار را فتح کرده بود.

به گزارش «فرصت امروز»، ۱,۱۷۹ سهم به ارزش ۳ میلیون و ۳۶۰ هزار ریال، ۹۱ هزار بار معامله شد. شاخص کل روز دوشنبه را از نیمه کانال ۹۷ واحد شروع کرد و یک ساعت بعد از آغاز بازار به کانال ۹۸ هزار واحد رسید.

فولاد مبارکه اصفهان، پالایش نفت بندرعباس، ملی صنایع مس ایران، هلدینگ سرمایه‌گذاری غدیر، معدنی‌وصنعتی گل‌گهر، پالایش نفت تهران، پتروشیمی خارک، گسترش نفت و گاز پارسیان و معدنی و صنعتی چادرملو بیشترین تأثیر را در رشد شاخص کل داشتند و اما خودرویی‌ها مانع رشد بیشتر شاخص کل شدند. روز دوشنبه برای نماد ایران خودرو، سایپا، گروه مپنا، بانک ملت، صنایع شیمیایی ایران، شرکت ارتباطات سیار ایران، لیزینگ رایان، سرمایه‌گذاری آتیه دماوند و ماشین‌سازی اراک، از نظر اثرگذاری بر شاخص کل روز خوبی نبود.

بازار بورس در چهارم دی ماه با ثبت رقم ۹۸ هزار و ۳۵۵ واحد برای شاخص کل به کار خود پایان داد. غیر از شاخص کل تمام شاخص‌ها و بازارها با رشد سپری شدند. شاخص کل هم وزن، ۰,۰۶ درصد افزایش یافت و بازار اول و دوم بورس به ترتیب در ارزش با رشد ۱,۹ و ۰,۷۶ درصدی روبه‌رو شدند. سازمان بورس در گزارشی اعلام کرده است بورس تهران در هفته پایانی آذرماه بیشترین بازدهی را در بین ۱۷ بورس بین‌المللی به خود اختصاص داده است.

همچنین پایگاه اطلاع‌رسانی بازار سرمایه (سنا) در گزارش تحولات چهارمین روز دی‌ماه آورده است که در گروه خودرویی که شروعی اکثرا متعادل و منفی در جریان بود، صف خرید و معاملات مثبت نمادهای خوساز، ختوقا، خموتور، خمهر و خاهن قابل توجه بود. در گروه متعادل و مثبت شیمیایی، پتروشیمی‌ها با تقاضای بالاتری و در نتیجه معاملاتی مثبت‌تر برخوردار بودند تا جایی که نمادهای شخارک، زاگرس و شدوص صف خرید را تجربه کردند.

بر اساس این گزارش، طبق انتظار با ادامه اقبال گروه پالایشگاهی و روانکارها و سبزپوشی آنها در بازار دیروز مواجه بودیم که در این میان نمادهای شتران، شنفت، شبندر و شرانل از تقاضای بالاتری نسبت به هم گروهی‌ها برخوردار بودند اما در اواخر بازار و افزایش حجم عرضه‌ها، انتظار می‌رود امروز معاملاتی متعادل‌تر را تجربه کنند، در همان اوایل نیز بازار نماد شسپا با توجه به تعدیل پیش‌بینی سود متوقف شد.

همچنین گروه‌های فلزی و معدنی با ادامه تقاضای مناسب و معاملاتی اکثرا مثبت دنبال شدند که در این میان گروه رویی (با توجه به گزارش مناسب نماد فاسمین) از اقبال بالاتری برخوردار بودند تا جایی که نمادهای کروی، کاما، کبافق، فزرین و فسرب با صف خرید همراه شدند که در ادامه بازار نمادهای کنور، میدکو، فروس، فپنتا و فنورد نیز صف خرید شدند. در شروع بازار نماد فاسمین جهت اعلام تعدیل پیش‌بینی سود متوقف شد.

در گروه خودرویی که شروعی اکثرا متعادل و منفی در جریان بود، صف خرید و معاملات مثبت نمادهای خوساز، ختوقا، خموتور، خمهر و خاهن قابل توجه بود اما در اواخر بازار با موج جدید از عرضه‌ها و اعمال فشار فروش فروشندگان مواجه شدیم که در نهایت اکثر نمادهای گروه خودرویی یا صف فروش شدند یا تا آستانه صف فروش شدن پیش رفتند. در آن سو و بعد از مدت‌ها معاملاتی کم‌فروغ، تشکیل صف خرید نماد حسیر در گروه متعادل و منفی حمل و نقل چشم‌نوازی می‌کرد.

در گروه متعادل سرمایه‌گذاری، تشکیل صف خرید نماد وسپه و صف فروش نماد وگستر در همان اوایل بازار جلب توجه می‌کرد که در ادامه بازار نمادهای بورس، وغدیر و وتوصا نیز صف خرید شدند، این در حالی بود که نماد تازه‌وارد امید با صف خرید بسیار پرحجم و عرضه‌های قطره‌چکانی به رشد قیمتی خود ادامه داد.

در گروه آی‌تی و انفورماتیک و به جز نمادهای پرداخت و افرا که متعادل و مثبت دنبال شدند، سایر نمادهای گروه، اکثرا معاملاتی متعادل و منفی را تجربه کردند. در پایان معاملات نیز نماد مرقام جهت برگزاری مجمع عمومی سالانه تصویب صورت‌های مالی متوقف شد. به‌رغم مذاکره رایتل با سرمایه‌گذاران خارجی در خصوص ارائه خدمات نسل چهارم و پنجم تلفن همراه کشور، این اپراتور در حال انجام فرآیندهای اخذ مجوز از سازمان بورس و اوراق بهادار برای عرضه بخشی از سهام خود و حضور فعال در بازار سرمایه کشور در سال ۱۳۹۶ است.

درگروه‌های ماشین‌آلات، تجهیزاتی، برقی و گروه‌های وابسته، بفجر، فلامی، رتکو، بمپنا و بکاب با صف خرید و سایر هم گروهی‌ها اکثرا با معاملاتی متعادل و منفی دنبال شدند.

به جز نمادهای سبزوا، سکرما و سبهان که صف خرید تشکیل دادند و نمادهای ثرود، ثباغ و سقاین که متعادل و مثبت بودند، سایر نمادهای گروه‌های ساختمانی، سیمانی اکثرا متعادل و منفی دنبال شدند. در پایان معاملات نیز نماد ثنوسا جهت برگزاری مجامع عمومی سالانه تصویب صورت‌های مالی و فوق‌العاده تصمیم‌گیری در خصوص شمولیت مفاد ماده ۱۴۱ قانون تجارت متوقف شد، همچنین نماد ثغرب پس از ارائه اطلاعات واقعی با افت حدود ۳ درصدی مورد بازگشایی قرار گرفت و با توجه به برگزاری مجمع عمومی سالانه در پایان معاملات متوقف شد.

در پایان معاملات، شاخص کل متاثر از معاملات مثبت نمادهای فولاد، شبندر، شتران، شخارک، پارسان، فملی، فارس، وغدیر و کگل با رشد حدود ۸۲۹ واحدی به ارتفاع ۹۸,۳۵۸رسید که در این بین گروه خودرویی و به‌خصوص نمادهای خودرو و خساپا با نواختن ساز مخالف و معاملاتی منفی، بیشترین تأثیر منفی را بر شاخص کل ایجاد کردند.

نگاهی به میزان بازدهی بازارهای سرمایه، طلا، ارز و مسکن نشان می‌دهد

بورس پربازده‌ترین بازار در ۹ ماهه امسال

تغییرات شاخص بازار سرمایه و تحولات بازارهای طلا، ارز و مسکن نشان می‌دهد میانگین بازدهی بورس در ۹ ماه نخست امسال از سه بازار دیگر بیشتر بوده است و در عین حال بازار مسکن کمترین بازدهی را در میان این چهار بازار داشته است، چنانچه بورس با ۲۳.۲درصد سوددهی در ۹ماه اول سال جاری، پربازده‌ترین بازار رایج ایران در این دوره زمانی بوده است.

به گزارش اتاق ایران، بررسی تغییرات قیمت‌ها در چهار بازار موازی نشان می‌دهد در ۹ ماه نخست امسال میزان افزایش شاخص بورس، فراتر از رشد قیمت دلار، سکه و مسکن بوده است. بر این اساس، بازدهی بازار سکه تا پایان آذرماه امسال معادل ۱۵.۸درصد بوده و تغییرات قیمت دلار نیز معادل ۱۱.۸درصد برآورد شده است. همچنین میانگین تغییر شاخص بورس معادل ۲۳.۲درصد بوده و طبق گزارش بانک مرکزی، بازار مسکن در هشت‌ماهه نخست امسال بازدهی معادل ۷.۱درصدی را تجربه کرده است.

بررسی بازدهی بازارها طی ۹ ماهه ابتدایی سال گذشته نشان می‌دهد بورس معادل منفی۱.۳درصد، دلار معادل ۱۲.۹درصد، سکه امامی معادل ۱۳.۵درصد و بازار مسکن تا هشت‌ماهه نخست سال قبل معادل ۴.۳درصد بازدهی داشته است. این بررسی نشان می‌دهد که در ۹ ماه نخست سال قبل سکه پربازده‌ترین بازار رایج ایران بوده است.

خبر خوش برای سهامداران بورس

بازار سرمایه از اوایل تابستان امسال نسبت به فصل قبل شرایط بهتری را به خود اختصاص داده و این شرایط همچنان پابرجاست. این روند صعود دریچه امیدی در بازگشت رونق به بازار سرمایه شده است و این خبر خوشی برای سهامداران بازار سرمایه است. بررسی بازدهی در میان چهار بازار رایج نشان می‌دهد کسانی که در بورس سرمایه‌گذاری کرده‌اند موفق‌تر از بقیه سرمایه‌گذاران در بازارهای رایج بوده‌اند. شاخص کل بازار سرمایه در روز اول کاری سال جاری ۷۷هزار و ۴۸۵ بوده و آخر آذرماه به عدد ۹۵هزار و ۵۰۸ رسیده است. این اعداد نشانگر بازدهی ۲۳.۲درصد شاخص بورس است.

نوسان در بازار سکه

بازار طلا و سکه که سال گذشته عنوان پربازده‌ترین بازار در میان بازارهای رایج را به خود اختصاص داده بود، در سال جاری وضعیت پرنوسانی را طی کرده است به‌طوری‌که دو ماه اول امسال این نوسانات آنقدر بود که نتوان این بازار را پربازده نامید. سکه در آذرماه سال جاری بازدهی کمتری نسبت به ماه قبل داشته و همچنان در نوسان است. بین چهار بازار رایج، سکه دومین بازدهی بازار را به خود اختصاص داده است. قیمت سکه تمام‌بهار امامی در روز اول سال جاری یک میلیون و ۲۰۰ هزار و ۸۰۰ تومان بوده است. بهای این نوع سکه در پایان ماه نهم سال به یک میلیون و ۳۹۱هزار و ۵۰۰ تومان رسیده است. این میزان افزایش نشانگر ۱۵.۸درصد افزایش قیمت سکه است.

دلار درگیر نوسانات محدود

بازار ارز در سال جاری روند باثباتی را دنبال کرده است. قیمت دلار در فروردین، اردیبهشت و خرداد نوسانات کمتری داشته است، اما از اوایل مردادماه روند صعودی در این بازار نمایان شده است. اما نوسانات همچنان در این بازار وجود دارد. بازار ارز در ۹ ماهه نخست سال گذشته دومین بازدهی را میان چهار بازار رایج به خود اختصاص داده بود. قیمت دلار در بازار ارز در روز نخست امسال ۳هزار و ۷۴۸ تومان بوده و نرخ این نوع ارز در آخر آذرماه امسال به ۴هزار و ۱۹۴ تومان رسیده است. این افزایش نشانگر بازددهی ۱۱.۸درصدی در قیمت دلار شده است.

روند آرام مسکن

تعداد معاملات آپارتمان‌های مسکونی شهر تهران در آبان‌ماه امسال به ۱۴.۸ هزار واحد مسکونی رسید که نسبت به ماه مشابه سال قبل ۱۸.۵درصد افزایش نشان می‌دهد. طبق گزارش بانک مرکزی، متوسط قیمت خریدوفروش یک مترمربع زیربنای واحد مسکونی معامله‌شده از طریق بنگاه‌های معاملات ملکی شهر تهران در آبان ۴ میلیون و ۸۹۰هزار تومان بود که نسبت به ماه مشابه سال قبل ۱۰.۹درصد افزایش نشان می‌دهد. میانگین قیمت مسکن در هشت ماهه امسال ۷.۱درصد رشد کرده است تا رتبه آخر را در بازارهای رایج از نظر بازدهی داشته باشد.

نماگر بازار سهام

بیشترین تغییرات قیمت سهام دیروز در بورس تهران

نماد	حجم (هزار)	قیمت (ریال)	تغییرات (ریال)
شفن۱	۴۹۰	۲۹۹۷۹	۱۰۴۹
شخارک۱	۳۶۸۶	۲۲۰۵۳	۱۰۴۸
کبافق۱	۷۹۵	۱۵۸۵۳	۷۲۰
رتکو۱	۱۰۴	۱۲۳۵۰	۵۸۸
کاما۱	۴۶۹۰	۹۰۵۲	۴۱۱
فلامی۱	۱۲۶	۷۴۷۷	۳۵۶
شبهرن۱	۹۷۵	۱۳۵۹۶	۳۳۳
پرداخت۱	۵۲۶	۱۸۵۳۵	۳۱۶
شبندر۱	۷۲۸۳	۷۵۱۷	۲۶۱
شبریز۱	۶۹۸۴	۷۵۰۸	۱۹۹
فرآور۱	۱۱۳۹	۱۴۳۹۰	۱۹۸
بفجر۱	۸۳۸۰	۵۶۷۲	۱۹۴
سقاین۱	۱۰	۲۰۵۹۴	۱۹۰
شنفت۱	۳۶۸	۵۲۹۷	۱۵۷
خموتور۱	۷۹۱	۴۹۵۱	۱۴۲
کروی۱	۱۹۵۱۴	۳۰۵۸	۱۴۱
کنور۱	۳۱۷۸۸	۳۱۳۹	۱۳۵
شتران۱	۱۷۴۲۲	۴۳۳۵	۱۳۳
دالبر۱	۷۵۰	۸۱۱۲	۱۳۳
فسرب۱	۳۱۸۲	۲۹۵۴	۱۲۶
قلرست۱	۶۷	۵۷۸۴	۱۰۲
بورس۱	۱۲۸۱	۳۸۱۹	۱۰۰
سکرما۱	۱۴۴۲۴	۲۱۰۹	۹۹
خوساز۱	۹۹۸	۱۹۴۵	۹۱
امید۱	۲۰۰۲	۱۷۸۱	۸۴
کگل۱	۲۲۸۶۵	۳۴۷۵	۸۳
فولاد۱	۷۸۵۳۲	۳۰۹۳	۷۹
قمرو۱	۴۶۰	۴۶۰۲	۷۹
شدوص۱	۲۸۴	۴۰۰۲	۷۶
کفرا۱	۱۱۵۰	۳۸۵۲	۷۵
کرماشا۱	۱۱۹۴	۲۷۸۸	۶۶
وسپه۱	۸۷۲۰	۱۵۲۳	۶۴
وتوصا۱	۱۰۶۱	۱۶۲۶	۶۴
شپنا۱	۲۰۴۱۹	۴۹۶۷	۶۴
وایران۱	۲۷۵۷	۱۵۰۶	۶۱
فارس۱	۳۹۲۸	۵۳۶۴	۶۱
شلعاب۱	۵۷۲	۳۴۹۹	۵۷
کچاد۲	۱۰۰۰۰	۲۱۵۰	۵۵
فملی۱	۲۱۹۲۸	۲۵۳۴	۵۵
داسوه۱	۱۰	۱۶۶۸۶	۵۵
کچاد۱	۱۷۵۵۶	۲۱۴۹	۵۴
شپارس۱	۳۹۳	۱۹۲۷	۵۲
بنیرو۱	۲۱۵	۴۲۸۴	-۷۲
وپخش۱	۴۷	۱۰۶۰۹	-۷۴
غچین۱	۱۹۳	۷۲۵۲	-۷۴
سهگمت۱	۳۰۱	۲۱۲۵	-۷۴
حپترو۱	۱۱۸	۳۶۶۰	-۷۸
پسهند۱	۷۸۷	۲۷۶۸	-۸۰
چدن۱	۳۰۹۰	۲۴۳۷	-۸۰
قزوین۱	۱۰۶۱	۵۴۳۷	-۸۲
مرقام۱	۱۷۱۱	۳۸۷۶	-۸۴
خمحور۱	۱۰۷۶	۲۱۶۴	-۸۴
دزهراوی۱	۸	۱۹۸۴۶	-۸۸
مداران۱	۴۵۵	۳۳۹۶	-۹۱
شیران۱	۱۷۵۹	۳۸۰۶	-۹۴
فمراد۱	۱۸۷	۳۴۶۹	-۱۰۰
لسرما۱	۱۲۹۴	۲۵۶۰	-۱۰۶
پدرخش۱	۱۲۳	۳۳۷۵	-۱۱۳
کلوند۱	۳۶۳۳	۲۳۸۹	-۱۱۳
خگستر۱	۴۶۵۳	۳۲۴۱	-۱۱۴
خشرق۱	۲۷۳	۳۴۱۵	-۱۱۶
خودرو۱	۴۴۶۰۸	۳۰۷۹	-۱۱۷
کمنگنز۱	۳۱۲	۵۴۳۵	-۱۲۳
ثاباد۱	۹۹۶	۲۵۰۹	-۱۲۷
دسبحاح۱	۱۶۳	۲۴۵۳	-۱۲۹
ددام۱	۱۸۶	۳۶۶۹	-۱۳۱
بسویچ۱	۹۵	۷۸۸۹	-۱۴۹
سیستم۲	۸۵۰۰	۴۷۸۰	-۱۶۱
چکارن۱	۴۱۲۶	۵۶۳۱	-۱۹۰
غدام۱	۳۴	۷۶۹۹	-۲۱۴
قشرین۱	۳۰	۲۵۲۶۵	-۵۳۲
کدما۱	۹۹	۱۰۹۶۳	-۵۶۹
چافست۱	۲۲۶	۱۲۵۶۰	-۶۱۵
دجابرح۱	۳۶	۴۳۶۲	-۶۳۸

اخبار

تمدید گواهینامه CE-MARKING فولادهای ساختمانی شرکت فولاد مبارکه

گواهینامه CE-MARKING فولادهای ساختمانی شرکت فولاد مبارکه پس از انجام ممیزی‌های مراقبتی توسط یکی از موسسات گواهی‌دهنده معتبر اروپایی مجددا تمدید شد.

رئیس پشتیبانی فنی مشتریان فولاد مبارکه ضمن اعلام این خبر گفت: امروزه کشورهای مختلف جهان برای تسهیل در مراودات تجاری خود و به موازات کاهش یا حذف موانع تجاری نظیر تعرفه‌ها، برای برقراری مکانیسم‌ها و سازوکارهای کنترلی لازم برای تضمین مرغوبیت کالاهای وارداتی از سایر کشورها اقدام می‌کنند تا ضمن حمایت از تولیدات باکیفیت داخلی از سلامت، ایمنی، بهداشت و سایر حقوق جامعه و مصرف‌کنندگان نیز صیانت کرده باشند. این در حالی است که کشورهای عضو اتحادیه اروپا نیز به همین منظور اقدام به طراحی سازوکارهای کنترلی ویژه خود جهت حصول اطمینان از ورود محصولات باکیفیت و منطبق با استانداردهای اروپایی کرده‌اند.

تدین خاطرنشان کرد: شرکت فولاد مبارکه بزرگ‌ترین تولیدکننده فولاد کشور که علاوه بر بازارهای ملی و منطقه‌ای در بازارهای اروپایی نیز همواره حضور داشته، ضمن رعایت استانداردهای ملی و بین‌المللی جهت دریافت نشان‌ها و گواهینامه‌های کیفی ویژه صادرات در بازارهای هدف خود اقدام کرده است. رئیس پشتیبانی فنی مشتریان فولاد مبارکه اظهار کرد: طی دو سال گذشته متخصصان حوزه‌های استاندارد و کیفیت در صنایع فولاد کشور با همکاری دانشگاه صنعتی اصفهان، پژوهشکده فولاد ایران، انجمن تولیدکنندگان فولاد و حمایت سازمان ملی استاندارد کشور با انجام مطالعات گسترده و از طریق برگزاری جلسات هم‌اندیشی متعدد اقدام به طراحی مدل جامع ارزیابی کیفی فولادها موسوم به نشان IR-MARKING کرده‌اند.

تدین با تاکید بر اینکه گواهینامه و نشان CE-MARKING درواقع پاسپورت ورود محصولات به کشورهای عضو اتحادیه اروپاست، گفت: سایر کشورها نیز با الگوبرداری از اتحادیه مذکور اقدام به طراحی مدل‌ها و استانداردهای مشابه کرده‌اند که از آن جمله می‌توان به نشان BIS هند و TAI تایلند اشاره کرد. وی در خاتمه تصریح کرد: چنانچه این مدل در کشور اجرایی شود، می‌تواند نقش موثری در استانداردسازی مصالح ساختمانی و سازه‌ها و پیشگیری از حوادث و آسیب‌های ناشی از بلایای طبیعی داشته باشد.

زمزمه‌های افزایش قیمت‌ها در بازار مسکن

جدیدترین آمار معاملات مسکن شهر تهران نشان می‌دهد آذرماه ۱۳۹۶ در شهر تهران ۱۷ هزار و ۹۸۵ قرارداد خرید و فروش امضا شده که نسبت به ماه قبل و ماه مشابه سال قبل به ترتیب ۲۰.۲ و ۵۲.۴درصد افزایش داشته است.

همچنین متوسط قیمت یک مترمربع آپارتمان در شهر تهران در آذرماه سال جاری ۴میلیون و ۹۹۶هزار تومان بوده که نسبت به ماه قبل و ماه مشابه سال قبل به ترتیب ۴ و ۱۳.۶درصد افزایش یافته است.

رشد قیمت مسکن متناسب با نرخ تورم در حالی است که دولت سعی کرده با پرداخت تسهیلات قدرت خرید مصرف‌کنندگان را تقویت کند با این حال به نظر می‌رسد رشد قیمت‌ها می‌تواند تلاش‌های صورت گرفته در این رابطه را بی‌اثر کند.

واردات ۲۰هزار تن تخم‌مرغ برای تنظیم بازار

دبیر ستاد تنظیم بازار با اعلام اینکه مجوز ورود ۲۰هزار تن تخم‌مرغ به کشور صادر شده است، گفت: شیوع آنفلوآنزا باعث کمبود مرغ و تخم‌مرغ شد.

به گزارش تسنیم به نقل از شاتا، محسن بهرامی ارض‌اقدس با اشاره به برنامه‌ریزی دولت برای حل مشکل کمبود مرغ و تخم‌مرغ در کشور، گفت: شیوع آنفلوآنزای مرغی باعث شد با وجود ممنوعیت صادرات و همه اقداماتی که در این زمینه انجام گرفت، شاهد کاهش عرضه مرغ و تخم‌مرغ باشیم.

وی با اعلام اینکه مجوز ورود ۲۰ هزار تن تخم‌مرغ به کشور صادر شده است، گفت: بخشی از این میزان ثبت سفارش شده و بخشی دیگر وارد شده است و با واردات این میزان، کمبود تخم‌مرغ در کشور جبران می‌شود.

بهرامی ارض‌اقدس ادامه داد: پرداخت خسارت به مرغداران و جلوگیری از شیوع بیشتر این بیماری از اقداماتی بوده که در این خصوص انجام گرفته است.

دبیر ستاد تنظیم بازار در پایان گفت: با ورود تخم‌مرغ‌های وارداتی و توزیع آن به‌قیمت مصوب، کسری تخم‌مرغ جبران می‌شود و قیمت‌ها کاهش پیدا می‌کند.

زیرساخت‌های صنعت فولاد نیازمند ۱۹ میلیارد یورو منابع مالی

وزیر صنعت، معدن و تجارت گفت که برای تامین زیرساخت‌های صنعت فولاد کشور به ۱۹ میلیارد یورو منابع نیاز داریم که بخش عمده‌ای از آن برای توسعه ریل و برق است.

به گزارش مهر به نقل از وزارت صنعت، معدن و تجارت، محمد شریعتمداری در نشست شورای سیاستگذاری هشتمین همایش چشم‌انداز صنعت فولاد و معدن با اشاره به رشد ۱۱درصدی تولید فولاد خام کشور نسبت به سال ۲۰۱۵، افزود: در این حوزه قدم‌های خوبی برداشتیم و توانستیم سهم خود را در فولاد جهان به ۱.۱تولید فولاد برسانیم که این مهم نشانگر تلاش و جدیت در فعالیت‌های فولادی کشور است، اما همچنان برای رسیدن به توازن در زنجیره فولاد باید کار بیشتری انجام شود.

وی تامین زیرساخت‌های صنعت فولاد کشور را موضوع روز این صنعت دانست و تصریح کرد: برای این منظور به ۱۹ میلیارد یورو منابع نیاز داریم که بخش عمده‌ای از آن برای توسعه ریل و برق است. برای اینکه بتوانیم ظرفیت استفاده از ریل را که امروز ۲۸ میلیون تن است تا سال ۱۴۰۴ به ۱۰۱میلیون تن افزایش دهیم به ۱۰میلیارد یورو سرمایه‌گذاری نیازمندیم.

شریعتمداری به اهداف طرح جامع فولاد اشاره کرد و گفت: این یک طرح ایستا نیست و نیازمند به‌روزرسانی در جهت اهداف کلان پیش‌بینی‌شده است. معتقدم این طرح که با دیدگاه‌های همه صاحب‌نظران تدوین شده است، می‌تواند در همایش فولاد رونمایی شود و در معرض دید همه صاحب‌نظران قرار بگیرد.

هدف‌گذاری برای تولید ۵ هزار مگاوات برق جدید در طرح جامع فولاد

وزیر صنعت، معدن و تجارت از تامین آب و برق و دیگر زیرساخت‌ها به عنوان نیازهای اصلی تولید فولاد نام برد و افزود: در طرح جامع فولاد تولید ۵هزار مگاوات برق جدید هدف‌گذاری شده است که ۵ میلیارد یورو برای این موضوع نیاز است. از سوی دیگر تامین آب از اولویت‌های مهم توسعه فولاد است که باید در این راستا نیز قدم‌های بیشتری برداریم.

شریعتمداری با اشاره به اینکه بین ظرفیت تولید سنگ آهن و ظرفیت فولاد کشور فاصله جدی وجود دارد، یادآور شد: طرح جامع فولاد باید ایجاد توازن و رفع چالش‌ها در زیرساخت‌ها و آمایش سرزمین برای اجرای طرح‌های فولادی در آینده را دنبال کند و اعمال مدیریت جامع در تمامی شاخص‌های تاثیرگذار صنعت فولاد را در دستور کار قرار دهد.

در طرح جامع برای تجهیز معادن حدود ۶۰۰میلیون یورو نیاز داریم

وی با اشاره به آثار بین‌المللی برگزاری این همایش، تصریح کرد: جذب سرمایه از موضوعات اصلی معدن است. در طرح جامع برای تجهیز معادن حدود ۶۰۰میلیون یورو نیاز است و در زمینه فولاد نیز ۸.۵ میلیارد یورو منابع مالی نیاز داریم.

وزیر صنعت، معدن و تجارت با تاکید بر ضرورت جذب سرمایه‌گذاری خارجی و ایجاد مشارکت‌های بین‌المللی در حاشیه برگزاری این همایش، یادآور شد: با وجودی که در همه زمینه‌ها ظرفیت ایجاد شرکت‌های مشترک وجود ندارد، اما فولاد این ظرفیت را دارد و منافع متعددی از ناحیه این جوینت ونچرها نصیب کشور خواهد شد. از سوی دیگر برای بالابردن قدرت چانه‌زنی در حوزه سیاسی نیز به جوینت ونچرهای قوی نیاز داریم.

شریعتمداری با بیان اینکه حدود ۱۰۰ میلیون تن ظرفیت جدید در حوزه کنسانتره، گندله، فولاد خام و آهن اسفنجی در قالب ۷۳ طرح جدید قابل تحقق خواهد بود، گفت: از دیگر چالش‌های صنعت فولاد تامین سنگ آهن و رکود بازار داخلی است که آینده‌پژوهی در موضوع فولاد و محصولات جایگزین به عنوان یکی از موضوعات مهم این همایش می‌تواند در دستور کار قرار بگیرد.

وی با اعلام اینکه به موضوع آینده صنعت فولاد و نقش تکنولوژی‌های نو در رقابت با فولاد به عنوان کالای جایگزین می‌توان در این کنفرانس پرداخت، تصریح کرد: موضوعاتی مانند آثار استفاده از روش‌های نوین ارتباطی IT و ICT، کاهش هزینه‌های مبادله و بالابردن بهره‌وری می‌تواند در قالب مقاله ارائه و با غنی‌سازی آنها ارتباط نزدیک‌تری میان دانشگاه‌ها در این گونه حوزه‌ها برقرار شود.

وزیر صنعت، معدن و تجارت با بیان اینکه نتوانستیم در بسیاری حوزه‌ها خصوصی‌سازی واقعی را شکل دهیم، گفت: اما در حوزه فولاد می‌توانیم بخش‌خصوصی را درگیر کنیم که این مسئولیت به بخش دولتی و خصولتی برمی‌گردد چراکه حضور بخش‌خصوصی واقعی در این حوزه، اکسیری حیات‌بخش است.

شریعتمداری با تاکید بر نقش مهم دولت در سرمایه‌گذاری تصریح کرد: به نقش دولت بی‌توجه نیستیم که اگر این بخش نبود سرمایه‌گذاری‌های بزرگ با پیشرفت‌های امروزی امکان‌پذیر نبود.

برنج خارجی دوباره گران شد

موج تازه گرانی برنج خارجی کلید خورده و دست‌اندرکاران بازار از افزایش دوباره ۱۰درصدی قیمت آن خبر می‌دهند، اما به نظر می‌رسد وزارت جهاد اقدامی برای تنظیم بازار این محصول انجام نداده است.

به گزارش مهر، حدود یک ماه پیش بود که وزارت جهاد کشاورزی با این استدلال که میزان واردات برنج خارجی به کشور طی سال جاری بسیار چشمگیر بوده، خواستار ممنوعیت ثبت سفارش واردات این محصول شد و بر این اساس ثبت سفارش واردات متوقف شد.

طبق اعلام وزارت کشاورزی در هفت ماهه امسال یک میلیون و ۶۰ هزار تن برنج خارجی وارد کشور شده که این عدد در مدت مشابه سال قبل ۶۰۹هزار تن بوده، بنابراین واردات در هفت ماهه سال جاری حدود ۴۰درصد رشد داشته است.

برنج هندی را برای عمده‌فروشی‌ها باز هم ۱۰درصد گران کردند

در پی توقف ثبت سفارش واردات، قیمت برنج هندی حدود دو هفته قبل نزدیک به ۱۰درصد افزایش یافته بود و در حال حاضر محمد آقاطاهر رئیس اتحادیه بنکداران مواد غذایی تهران در گفت‌وگو با مهر از افزایش دوباره قیمت برنج هندی به میزان ۱۰درصد در سطح عمده‌فروشی‌ها خبر می‌دهد.

آقاطاهر با بیان اینکه قیمت عمده‌فروشی برنج هندی طی ۱۰ روز اخیر مجددا حدود ۱۰درصد گران شده است، گفت: واردکنندگان فرآیند ترخیص برنج موجود در گمرکات را به کندی انجام می‌دهند و در محموله‌های جدیدی که به عمده‌فروشان تحویل داده‌اند، دوباره یک افزایش قیمت ۱۰درصدی را لحاظ کرده‌اند، بنابراین

قیمت برنج هندی با افزایش ۱۰درصدی که قبلا تجربه کرده بود در مجموع طی حدود ۲۰ روز اخیر ۲۰درصد گران شده است که این افزایش قیمت به تدریج به سطح خرده‌فروشی‌ها تسری پیدا می‌کند و خرده‌فروشی‌ها در خریدهای جدید خود از عمده‌فروشان، با قیمت‌های جدید مواجه خواهند شد.

وی در مورد قیمت سایر انواع برنج خارجی اظهار کرد: از نرخ برنج‌های خارجی دیگر (پاکستانی، اروگوئه و تایلندی) فعلا اطلاعی ندارم و برنج ایرانی هم نوسان قیمتی نداشته است.

رئیس اتحادیه بنکداران مواد غذایی تهران درباره دلیل گرانی برنج هندی طی هفته‌های اخیر می‌افزاید: علت این امر تنشی است که در پی ممنوعیت ثبت سفارش واردات برنج به بازار وارد شده و برای رفع این تنش باید سریع‌تر برنج‌های موجود در گمرک را ترخیص کنند که متاسفانه این کار با کندی انجام می‌شود.

آقاطاهر با بیان اینکه قیمت هر کیلو برنج هندی حدودا ۵۰۰۰ تومان بود که بعد قیمت آن به ۵۵۰۰ تومان رسید، ادامه می‌دهد: الان قیمت هر کیلوگرم از این محصول به ۶۰۰۰ تا ۶۲۰۰ تومان در عمده‌فروشی رسیده است و نرخ هر کیسه ۱۰کیلویی از این محصول در بازار عمده‌فروشی بین ۶۰هزار تا ۶۲ هزار تومان است.

وی با اشاره به اینکه این قیمت‌ها، جدید و مربوط به دو الی سه روز گذشته است، می‌گوید: برنج‌هایی که اخیرا از گمرک ترخیص شده‌اند با این نرخ‌های جدید عرضه در حال عرضه به بنکداران هستند.

آقاطاهر اضافه می‌کند: البته برنج‌های موجود در گمرک مدت‌ها قبل با قیمت مشخصی وارد کشور شده‌اند و دلیلی ندارد که قیمت‌شان بخواهد بالاتر برود، سودجویی باعث این مسئله شده است.

افزایش ۲۰درصدی قیمت طی یک‌ماه اخیر نشان می‌دهد وزارت جهاد کشاورزی ظاهرا برنامه‌ای برای تنظیم بازار این محصول ندارد و مشخص نیست چرا این وزارتخانه میزان عرضه برنج به بازار را مدیریت نمی‌کند تا برخی واردکنندگان نتوانند از آب گل‌آلود ماهی بگیرند.

در همین زمینه چندی قبل علی‌اکبر مهرفرد، معاون توسعه بازرگانی و صنایع کشاورزی وزیر جهاد گفت: کشور ما در طول سال به حدود ۳میلیون تن برنج نیاز دارد، که از این میزان حدود ۲ میلیون و ۲۰۰هزار تن آن تولید داخل و نزدیک به ۸۰۰ هزار تن وارداتی است؛ در پنج ماهه نخست سال جاری تقریبا به همین میزان برنج وارد کشور شده است.

اخبار

مرغ‌هایی که تخم‌مرغ را گران کردند!

رئیس هیأت‌مدیره اتحادیه مرغ تخم‌گذار استان تهران گفت: اگر بیماری حاد تنفسی کنترل نشود و روند معدوم‌سازی مرغ تخم‌گذار ادامه یابد، قیمت تخم‌مرغ باز هم افزایش خواهد داشت. به گزارش میزان، ناصر نبی‌پور در خصوص افزایش ناگهانی قیمت تخم‌مرغ تا مرز ۲۱ هزار تومان اظهار کرد: زمانی که بیماری طیور در ماه‌های سرد سال توسط دامپزشکی پیش‌بینی شد تخم‌مرغ در کشور کیلویی ۲ هزار و ۸۰۰ تا ۳ هزار تومان بود، اما به خاطر عدم ذخیره‌سازی در حال حاضر به شانه‌ای ۲۱ هزار تومان رسیده است. وی افزود: در حال حاضر درب مرغداری هر کیلو تخم‌مرغ ۷ هزار تا ۷ هزار و ۱۰۰ تومان به فروش می‌رسد. علت اصلی این افزایش قیمت ناگهانی معدوم‌شدن مرغ‌ها در مرغداری‌ها است که کاهش تولید شدید را به همراه داشته است. نبی‌پور در رابطه با بیماری شایع‌شده در مرغداری‌ها خاطرنشان کرد: این بیماری هنوز اسم خاصی ندارد، اما گفته شده مرغ‌ها به بیماری فوق حاد تنفسی دچار شده‌اند که دستگاه تنفسی آنها مختل شده و بسیار واگیردار است. وی با اشاره به میزان بسیار بالای تلفات در سه ماهه پاییز تصریح کرد: در این ۹۰ روز گذشته بالای ۱۵میلیون مرغ معدوم می‌شوند که ۲۳درصد از گله‌های مرغ را تاکنون شامل شده است.

رئیس هیأت‌مدیره اتحادیه مرغ تخم‌گذار استان تهران عنوان کرد: واردات تخم‌مرغ شروع شده است، اما کشورهای همسایه مانند ترکیه هم با همین مشکل داخلی ما مواجه هستند و درگیر بیماری مرغ‌ها شده‌اند. اگر تخم‌مرغ با ارز ۴ هزار و ۲۰۰ تومانی وارد شود کمتر از قیمت فعلی نخواهد بود. اگر سیر بیماری کنترل نشود و ادامه پیدا کند افزایش قیمت تخم‌مرغ همچنان ادامه خواهد داشت. وی با بیان اینکه دولت هیچ اقدامی برای پیشگیری و یا حتی ذخیره تخم‌مرغ انجام نداده است، تاکید کرد: سازمان دامپزشکی در فروردین به دولت اعلام کرد که در پاییز و زمستان این بیماری شدت می‌گیرد، اما نه در آن زمان دولت کاری انجام داد نه در حال حاضر واکنشی نشان می‌دهد. در حال حاضر دامپزشکی و بیمه هم پولی برای انجام اقدامات لازم ندارند و دولت هم اقدامی نمی‌کند. نبی‌پور مشکلات مرغداران را این‌گونه تشریح کرد: در حال حاضر مرغداران یا ورشکسته شده‌اند و یا در آستانه ورشکستگی قرار دارند و بیمه پولی برای جبران خسارت وارده نمی‌دهد که دلیل آن هم نبود پول است. برخی مرغداری‌ها نزدیک به ۱۰ ماه است که پولی دریافت نکرده‌اند و حقوق کارگران‌شان عقب افتاده است.

وی در رابطه با عملکرد اتحادیه گفت: تا زمانی‌که سیستم دولتی باشد اتحادیه هیچ اقدامی نمی‌تواند انجام دهد. برای دولت اهمیتی ندارد که مرغداران ورشکسته شده و ۴۰۰ گله مرغ معدوم شده‌اند. مرغدار باید چطور زندگی کند و قسط بانک‌ها را بدهد؟ یکی از بزرگ‌ترین مرغداران اتحادیه چند روز قبل به خاطر معدوم‌شدن ۴۰۰ هزار مرغ سکته و فوت کرد. سال گذشته هم ۴۰۰ هزار مرغ این مرغدار معدوم شده بود و پولی هم نیست که بتوانند امرار معاش کنند.

ایران، گران‌ترین نان دنیا را دارد

مشاور سازمان ملی استاندارد مدعی شد، ایران گران‌ترین نان دنیا را دارد. غلامرضا کاظم‌پور با بیان اینکه حذف خمیر ترش و روند تخمیر آرد و جایگزین شدن جوش شیرین در نان سبب بی‌کیفیتی این محصول است، گفت: مخلوط‌کردن چند نوع آرد گندم برای تولید نان و انجام غیراستاندارد مراحل تولید آرد و انتقال آن به نانوایی‌ها و تبدیل آن به نان از دیگر دلایل عمده تولید نان بی‌کیفیت است. وی با اشاره به اینکه طبق اعلام وزارت بهداشت، سبوس مخلوط در آرد ماده مغذی و مفید است، گفت: برداشت اشتباه نانوایان باعث شده است به نحوی آرد سبوس که به دلیل وجود کپک و فلزات سنگین حتی برای خوراک دام نیز مناسب نیست بر روی نان پاشیده شود. مشاور سازمان ملی استاندارد با بیان اینکه برای تغییر این وضعیت، استاندارد ویژه‌ای تدوین شده است، ادامه داد: در این استاندارد که استاندارد ۱۰۴ است وضعیت گندم و فرآورده‌های آن برای تولید نان با کیفیت مشخص شده است. کاظم‌پور جدول پاکی را که معیار خرید گندم در آن درج شده است، جدولی غیراستاندارد و غیرعلمی دانست و افزود: چالش ما در سازمان ملی استاندارد جایگزین‌کردن استاندارد ۱۰۴ به جای جدول پاکی است که در صورت تحقق، اولین قدم برای افزایش کیفیت خمیر محسوب می‌شود. وی با اشاره به اینکه مکلف‌نشدن نانوایان به تخمیر نان مانع افزایش کیفیت آن خواهد شد، گفت: درصد نانوایی‌های سنتی بهداشتی ۸/۱۶درصد است. کاظم‌پور افزود: از بیش از ۸۰ هزار نانوایی در سراسر کشور، ۱/۵۰درصد نمک را در حد مجاز استفاده می‌کنند، ۴۳درصد فاقد مواد افزودنی غیرمجاز هستند، فقط ۲/۱۷درصد بهداشت فردی و ۵/۱۵درصد بهداشت ابزار و تجهیزات را رعایت می‌کنند. مشاور سازمان ملی استاندارد قیمت خرید تضمینی گندم را از سوی دولت ۱۴۰۰ تومان اعلام کرد و گفت: این رقم در دنیا ۷۰۰ تومان برای هر کیلوگرم است. وی با اشاره به هزینه حمل و ذخیره‌سازی گندم و هزینه تبدیل آن به آرد از سوی دولت ادامه داد: هر کیلو آرد بدون اعمال این هزینه‌ها در هر کیلوگرم ۸۰۰ تومان به نانوا فروخته می‌شود. کاظم‌پور نان ایرانی را گران‌ترین نان دنیا دانست و گفت: نان در تهران بین ۳۴۰۰ تا ۶ هزار تومان فروخته می‌شود درحالی‌که آرد آن کیلویی ۸۰۰تومان خریداری شده است.

اخبار

قاچاق خودرو در گمرک غیرممکن است

امکان قاچاق خودرو از گمرک حتی به تعداد یک دستگاه هم وجود ندارد و ریز اطلاعات تک‌تک خودروهای وارداتی در بانک اطلاعاتی گمرک ثبت شده است.

به گزارش ایلنا، گمرک ایران با اعلام این مطلب افزود: ارتباط گمرک ایران با ثبت سفارش سازمان توسعه تجارت از طریق پنجره واحد تجارت فرامرزی الکترونیکی شده و پس از اخذ مجوز ثبت سفارش انواع خودرو با در نظر گرفتن مجوزهای ورود شامل استاندارد، نمایندگی رسمی و دیگر مجوزهای مرتبط با واردات خودرو و اطلاعات ثبت سفارش به تفکیک شماره شاسی خودروهای وارداتی به صورت الکترونیکی در سامانه جامع گمرکی و پنجره واحد تجارت فرامرزی ثبت می‌شود.

تطبیق مشخصات خودرو

در زمان ترخیص خودرو تمامی مشخصات هر دستگاه خودرو شامل نوع خودرو، نشان تجاری، تیپ، سال ساخت، مدل ساخت، کشور سازنده، تعداد سیلندر، حجم موتور، تعداد محور، تعداد چرخ، تعداد درب، رنگ، شماره شاسی، شماره موتور و نوع سوخت (بنزینی، دیزل، نیمه دیزل، گازسوز، دوگانه سوز یا هیبریدی) با اطلاعات ثبت سفارش که به صورت الکترونیکی از طریق ثبت سفارش سازمان توسعه تجارت در اختیار سامانه جامع گمرکی قرار گرفته تطبیق داده می‌شود.

گمرک الکترونیک

همچنین با کمک گمرک الکترونیک، گواهی‌های ترخیص خودرو نیز که پیش از این کاغذی بود به صورت الکترونیکی جهت شماره‌گذاری خودرو در اختیار مرکز شماره‌گذاری خودرو قرار می‌گیرد. مرکز شماره‌گذاری خودرو تحت نظارت نیروی انتظامی است و هر خودرویی که در این مرکز شماره‌گذاری می‌شود یک کد شناسه پته الکترونیکی دارد که نشان می‌دهد تشریفات قانونی ترخیص آن خودرو پیش از این در گمرک انجام گرفته و جزئی‌ترین اطلاعات هر خودروی ترخیص شده شامل صاحب خودرو، کد ثبت سفارش، گمرک محل ترخیص، میزان حقوق و عوارض پرداختی، تاریخ ترخیص، تأییدیه نمایندگی و مدل و نوع خودرو مشخص و اطلاعات تک تک خودروهای وارداتی در بانک اطلاعات گمرک موجود است.

تشریفات گمرکی خودروهای وارداتی

همچنین در زمان اظهار صاحب کالا کد ثبت سفارش را ارائه و تشریفات گمرکی خودروهای وارداتی بر اساس مشخصات فنی صورت می‌گیرد که قبلا مجوز ثبت سفارش برای همان خودرو با مشخصات فنی کامل اخذ شده و پس از تطبیق مشخصات فنی خودرو در زمان ترخیص نظر ارزیاب به صورت سیستمی ثبت و کاملاً هوشمند با اطلاعات ثبت سفارش هر دستگاه خودرو شامل نوع خودرو، نشان تجاری، تیپ، سال ساخت، مدل ساخت، کشور سازنده، تعداد سیلندر، حجم موتور، تعداد محور، تعداد چرخ، تعداد درب، رنگ، شماره شاسی، شماره موتور و نوع سوخت تطبیق داده می‌شود و همان اطلاعات به صورت الکترونیکی از طریق سامانه جامع گمرکی در اختیار مراکز شماره‌گذاری خودرو قرار می‌گیرد.

زنجیره تأمین رقابت‌پذیر، اولویت اصلی صنعت خودروسازی است

دبیر پنجمین همایش بین‌المللی خودرو گفت هماهنگی بین اجزای مختلف ساخت و تحویل خودرو می‌تواند خودروسازان ایرانی را به همتایان جهانی‌شان متصل کند.

امیرحسن کاکایی، دبیر پنجمین همایش بین‌المللی خودرو، با بیان اینکه امسال موضوع «زنجیره تأمین رقابت‌پذیر» در پنجمین همایش بین‌المللی صنعت خودروی ایران مطرح است، اظهار کرد: منظور از زنجیره تأمین رقابت‌پذیر یعنی تمام اجزای مختلف درگیر در صنعت خودروسازی از قطعه‌سازی تا لجستیک است که باید در تأمین زنجیره هر بخش دارای نمره کیفی مشخص باشد تا بتوانیم به حلقه جهانی خودروسازان وارد شویم.

وی در ادامه افزود: در برهه زمانی کنونی، نکته مهم این است که کل زنجیره تأمین متوازن باشد و چگونگی رسیدن به این توازن، سؤالی است که در پنجمین همایش بین‌المللی خودرو به دنبال پاسخ آن هستیم.

کاکایی تأکید کرد: برای طراحی جدیدی که خودروسازان کشور به عهده گرفته‌اند، باید دید هر یک از اجزا به ویژه قطعه‌سازان چه جایگاهی دارند.

دبیر پنجمین همایش بین‌المللی خودرو با بیان این موضوع که به بحث لجستیک در ایران توجه نشده است، گفت: مفاهیم لجستیک باید در کشور تبیین شود، زیرا به دلیل ضعف لجستیک، ضررهای بسیاری به صنایع کشور به خصوص خودروسازی تحمیل شده است.

وی با بیان اینکه خواب یک قطعه در گمرک به دلیل نبود وسایل حمل‌ونقل و یا زمانبندی نادرست، موجب میلیون‌ها تومان ضرر شده است، اضافه کرد: جهت رفع این ضررها باید سیستم حمل‌ونقل هوایی در کشور تقویت شود.

کاکایی در پایان گفت: هماهنگی بین اجزای مختلف ساخت و تحویل خودرو می‌تواند خودروسازان ایرانی را به همتایان جهانی‌شان متصل کند.

ورود قوه قضاییه و مجلس به موضوع گرانی خودرو

خودروسازان ایرانی به موازات اقدامات دولت برای گرانی حامل‌های انرژی دست به گرانی تولیدات خود زده‌اند؛ اتفاقی که به معنای شروع موج گرانی قبل از ورود به سال جدید است.

اوایل خرداد سال ۹۶، خودروسازان درخواستی را به شورای رقابت مبنی بر صدور مجوز افزایش قیمت ارسال کردند و رضا شیوا رئیس این شورا اعلام کرد که پس از بررسی عواملی مانند نرخ تورم و وضع کیفی خودروها، قیمت‌های جدید را اعلام خواهند کرد. در نهایت ۱۲ تیرماه امسال چکش افزایش قیمت زده شد و بر اساس بیانیه شورای رقابت درباره خودروهای زیر ۴۵ میلیون تومان، پراید و تیبا با افزایش یک تا 1.5 درصدی و خودروهای پژو و سمند با رشد 2.5 درصدی قیمت مواجه شدند.

اما فرآیند افزایش قیمت‌ها باز هم ادامه یافت و آبان‌ماه گروه خودروسازی سایپا هشت محصول خود را از یک تا ۵ میلیون تومان گران کرد که دومین افزایش قیمت این شرکت در سه ماه گذشته بود. پس از سایپا، شرکت کرمان موتور نیز چهار محصول خود را یک تا ۳ میلیون تومان گران کرد. ایران‌خودرو، پارس خودرو و زامیاد نیز در سه ماه گذشته محصولات خود را گران کردند.

اکنون که به انتهای سال جاری نزدیک می‌شویم، ایران‌خودرو در جدیدترین بخشنامه خود به نمایندگی‌های فروش این شرکت، قیمت ۱۷ محصول خود را بین ۳۰۰ هزار تا یک میلیون و ۲۰۰ هزار تومان افزایش داده تا مردم برای سومین بار شاهد گرانی انواع خودروی داخلی باشند.

گرانی به بهانه‌های مختلف

سعید مؤتمنی، رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران به خبرنگار ما درباره افزایش چند باره قیمت خودرو در کشور گفت: هر چند خودروسازان می‌گویند که آنها مصوبه شورای رقابت را اکنون می‌خواهند اعمال کنند، ولی اگر بررسی شود می‌بینیم آنها تاکنون قیمت هر خودرو را به بهانه‌های مختلف تا ۲ میلیون تومان بالا برده‌اند.

وی افزود: ۲۰۷ را از ۴۷ میلیون و ۷۰۰ هزار تومان به ۴۹ میلیون و ۵۰۰ رساندند، سپس هایما را از ۹۱ میلیون به ۹۴ میلیون افزایش دادند و سپس سوزوکی را گران‌تر کردند.

وی با اشاره به اینکه خودروهای بالای ۴۰ میلیون تومان ماه‌هاست دونرخی شده، افزود: اما در خودروهای زیر ۴۰ میلیون تومان غیر از پراید ۱۳۱ که حدود ۲ تومان اختلاف قیمت دارد و پارس با ۸۰۰ هزار تومان و همچنین ۲۰۶ تیپ دو با ۵۰۰ هزار تومان افزایش قیمت، در بقیه خودروهای زیر ۴۰ میلیون تومان دونرخی نداریم، ولی در خودروهای بالای ۴۰ تومان بین ۲ تا ۶ میلیون تومان اختلاف داریم.

وی با بیان اینکه اگر در بازار داخلی محدودیت عرضه نداشته باشیم مشکلی در قیمت‌ها نداریم، افزود: بازار وقتی رقابتی نباشد، این شرکت‌ها با محدودیت عرضه، قیمت‌های‌شان را بالا می‌برند، اگر خودروی زیر ۲۵ میلیون که دست سایپاست دو روز ورودی نداشته باشد همین خودروی ۲۱ میلیونی، یک باره ۲۵ میلیون تومان می‌شود.

وی گفت: با بسته شدن ثبت سفارش در تیرماه، آشفته‌بازاری را شاهد هستیم، این وسط شرکت‌های داخلی که محصولات حدود ۱۰۰میلیون تومان داشتند طی چند مرحله افزایش قیمت را اعمال کردند. مثلاً شرکت سایپا یکباره ۱۴ میلیون قیمت سراتو را بالا برد درحالی‌که یک ماه پیش ۵ میلیون تومان بالا برده بود. یا مزدا را سه مرحله افزایش قیمت دادند، مزدایی که یک هفته پیش ۱۲۰ میلیون تومان بود اکنون ۱۳۲ میلیون تومان شده و رنو کپچر که ماه پیش ۱۱۷میلیون تومان بود الان به ۱۲۹میلیون تومان رسیده است.

به گفته وی، دستگاه‌های نظارتی باید ورود کنند و قدرت خرید مصرف‌کننده را بسنجند تا این کالا در یک بازه زمانی قیمت مشخصی داشته باشد و مردم بتوانند برای خرید آن برنامه‌ریزی کنند.

حسین ابراهیمی، رئیس انجمن حمایت از مصرف‌کنندگان کشور با اشاره به اینکه موضع انجمن درباره افزایش قیمت خودروها ظرف هفته آینده اعلام خواهد شد، گفت: انجمن حمایت با این افزایش قیمت‌ها مخالف است، با پایان یافتن بررسی‌های تیم کارشناسی، طی هفته پیش رو نظرات انجمن به مراجع قانونی مانند وزارت صنعت و معدن و سایر وزارتخانه‌های مربوط و حتی معاون اول رئیس‌جمهور ارسال خواهد شد.

نبض گرانی به دست خودروسازان افتاد؛ نظارتی در کار نیست

افزایش قیمت خودرو آن هم به استناد ابلاغیه رسمی توسط خودروسازان در حالی است که آبان‌ماه امسال بازار خودرو روی دور گرانی افتاده بود و از حالا هم به بهانه نوسانات دلار در بودجه سال بعد خیز گرانی برداشته‌اند.

به گزارش «شهر فردا»، موج‌سواری خودروسازها بر مدار گرانی درحالی‌که ابلاغیه رسمی به آنها مجوز افزایش قیمت ۱۷ محصول را داده در حالی صورت می‌گیرد که آبان‌ماه امسال قیمت ۱۲خودروی داخلی افزایش یافته بود.

این پادرازی خودروسازها از گلیم‌شان در سکوت شورای رقابت و نهادهای ناظر صورت می‌گیرد تا موج سوم گرانی سال آینده و همزمان با افزایش قیمت دلار در بودجه تورمی ۹۷ کلید بخورد.

خودروسازان انگار یاد گرفته‌اند بعد از هر چالش اقتصادی دست به گرانی محصولات‌شان بزنند و در این میان مصرف‌کنندگان داخلی چاره‌ای جز تمکین ندارند چراکه بازار خودروهای خارجی هم در قبضه اختیار آنهاست.

چندی پیش رئیس شورای رقابت نسبت به افزایش قیمت خودروهای داخلی واکنشی نشان داد و موضع خود را به همان صورت که گفته، بیان کرد.

رضا شیوا در خصوص ورود این شورا به نظارت بر قیمت‌گذاری خودروهای تولید داخل گفت: دستورالعمل نظارت بر قیمت‌گذاری سال ۹۶ اعلام شده و شورای رقابت تا اردیبهشت سال ۹۷ به این بخش ورود نخواهد کرد.

نهادهای نظارتی از جمله وزارت صنعت، معدن و تجارت باید به این بخش ورود کرده و بر قیمت‌گذاری اعمال نظر کنند. این در حالی است که ایران‌خودرو در بخشنامه خود اعلام کرده است قیمت‌های جدید براساس بخشنامه ۲۹۷ شورای رقابت تعیین شده‌اند و به زودی اعمال می‌شود.

شورا مسئولیتی ندارد

شیوا معتقد است شورای رقابت به بررسی خودروهایی می‌پردازد که قیمت آنها زیر ۴۵ میلیون تومان است و این شورا براساس قانون به قیمت‌گذاری خودروهای مونتاژی و دارای قیمت بالای ۴۵ میلیون تومان ورود نخواهد کرد. این در حالی است که بسیاری از خودروهایی که گران شدند قیمت آنها زیر ۴۵ میلیون تومان است و تنها چهار خودرو قیمتی بالاتر از ۲۵میلیون تومان دارند.

رئیس شورای رقابت می‌گوید نظارت بر قیمت‌گذاری خودروهای وارداتی و مونتاژی در چارچوب وظایف این شورا نمی‌گنجد، نهادهای نظارتی از جمله وزارت صنعت، معدن و تجارت باید به این بخش ورود کرده و بر قیمت‌گذاری اعمال نظر کنند. حالا سؤالی که مطرح می‌شود این است که شورای رقابت که برای نظارت بر قیمت‌ها ایجاد شده، کجای کار است و چرا اقدامی در خصوص افزایش قیمت خودسرانه شرکت‌های خودروسازی نشان نمی‌دهد؟

امیدی به وزیر دولت دوازدهم هم نیست

اکنون ابهامات و اختلاف‌نظرهای زیادی در خصوص وضعیت گرانی خودروها و نظارت‌ها وجود دارد. هنوز مسئولان تصمیمی برای سر و سامان دادن به این صنعت نگرفته‌اند. اگرچه انتظار می‌رفت در دولت دوازدهم اتفاقات خوشایندتری رقم بخورد و صنعت از نفس افتاده خودرو را جان دوباره ببخشد اما تمام پیش‌بینی‌ها با شرایط نابسامان امروز ناهمخوانی دارد و روزبه‌روز شاهد گرانی خودرو و عدم تغییر در کیفیت آن هستیم.

سؤال دیگری که به میان می‌آید این است که آیا بالاخره ناظری برای بازار خودرو تعیین خواهد شد و اگر اکنون شورای رقابت طبق قانون مسئولیت بازار خودرو را به عهده دارد، وظایف خود را به درستی انجام خواهد داد یا خیر؟

جهش بی‌سابقه قیمت‌گذاری

پس از توقف ثبت سفارش خودرو، بهانه تازه‌ای به دست فروشندگان بازار خودروهای وارداتی داده شد و این اتفاق جرقه‌ای برای سودجویان فراهم کرد تا از آب گل‌آلود ماهی بگیرند.

در این میان خودروهای تولید داخل نیز از قافله عقب نمانده‌اند و این روزها شاهد ارسال بخشنامه‌ای از سوی شرکت ایران‌خودرو هستیم که در آن به نمایندگی‌های فروش خود درباره قیمت دستور داده تا افزایش ۱۷ محصول را اعمال کنند؛ به‌گونه‌ای که برخی محصولات تا حدود ۲ میلیون تومان افزایش قیمت دارد.

این جهش بزرگ در قیمت‌گذاری خودرو تاکنون سابقه نداشته است. البته ایران خودرو در دهه سوم آبان، قیمت ۱۲ محصول خود را گران کرده بود.

اخبار

گرانی خودرو و ورود سازمان بازرسی تکذیب شد

وزارت صنعت اعلام کرد موضوع گرانی خودروی داخلی کذب محض است و انتشار خبری درباره اینکه ورود سازمان بازرسی مانع از گران شدن خودرو شده نیز تکذیب می‌شود.

به گزارش بورس پرس، براساس اعلام وزارت صنعت، خودداری از گران شدن یک خودرو شرکت سایپا، یک تصمیم داخلی بوده و در یک فرآیند قانونی انجام شده است. همچنین هر گونه تصمیمی برای گران شدن خودروی داخلی رد می‌شود.

پیش‌تر محسن جهرودی، مدیرعامل سایپا در راستای حمایت از مصرف‌کنندگان و سیاست‌های دولت تدبیر و امید، به معاونت فروش و بازاریابی این شرکت دستور داد قیمت خودروی سراتو افزایش نیابد و قیمت آن به شرایط قبل بازگردد، بنابراین موضوع افزایش قیمت آن در مقطع فعلی اجرا نمی‌شود.

بر پایه این گزارش، اکنون طرح ویژه فروش و تحویل فوری خودروی سراتو آپشنال با قیمت قبلی ۱۰۴ میلیون و ۱۵۸ هزار تومان در نمایندگی‌ها در جریان است.

کدام کشور الگوی مناسب برای صنعت خودروی ایران است؟

صنعت خودرو ایران در حالی همواره تمایل بر پیاده‌سازی الگوی کره‌ای در روند توسعه این صنعت داشته که به‌دنبال رونق مونتاژکاری در شرایط کنونی، به نظر می‌رسد خودروسازی کشور در مسیر الگوگیری از صنعت خودرو ترکیه گام برداشته است.

به گزارش کارپرس، بر این اساس بررسی الگوی ترکیه و کره‌جنوبی نشان از نگاه متفاوت این دو کشور به صنعت خودرو دارد؛ به‌طوری‌که دولت کره از سال ۱۹۴۶ با تدوین برنامه‌ای مدون و مشخص تلاش کرد با تمرکز بر تولید در زمره مهم‌ترین کشورهای خودروساز جهان قرار بگیرد، حال آنکه ترکیه با جذب سرمایه‌های خارجی و تأسیس شرکت‌های سرمایه‌گذاری مشترک، در کنار سازوکارهای مناسب اقتصادی و پرهیز از سیاست‌های حمایت‌گرایانه، کلید موفقیت این کشور را در صنعت خودرو رقم زد.

خودروسازی کره از یک‌سو با حمایت‌های شدید دولت و از سوی دیگر با امضای قراردادهای سرمایه‌گذاری مشترک با خودروسازان مطرح دنیا توانست تحولات اساسی را در صنعت خود رقم بزند؛ حال آنکه ترکیه با جذب سرمایه خارجی در صنعت قطعه و خودرو تلاش کرد از طریق مونتاژکاری و صادرات از صنعت خودرو به سودآوری مدنظر خود دست پیدا کند. در این بین به‌نظر می‌رسد هر چند خودروسازی ایران تمایل به الگوگیری از صنعت خودرو کره دارد، اما در عمل مسیر ترکیه را در جاده‌ای کج ومعوج در پیش گرفته است. در این زمینه بسیاری از کارشناسان معتقدند خودروسازی کشور اصلاً مسیر مشخصی برای تداوم راه خود ندارد و با تغییر دولت‌ها سیاست‌گذاری در این صنعت نیز با تحولاتی روبه‌رو می‌شود.

در همین حال در شرایطی کارشناسان دولتی بودن صنعت خودرو کشور را عامل عقب‌ماندگی آن می‌خوانند که مطالعه تاریخچه ایجاد و توسعه صنعت خودرو کره این موضوع را روشن می‌کند که یک دولت مقتدر چگونه می‌تواند با قاعده‌گذاری هوشمند، یک صنعت را در کشور ایجاد و با سیاست جایگزینی واردات و در ادامه آن توسعه صادرات، طی ۳۲سال به یکی از بازیگران قدرتمند جهانی تبدیل کند. هرچند صنعت خودروی ایران از لحاظ قدمت با خودروسازی کره مقایسه می‌شود اما این نکته که خودروسازی ایران تحت حمایت و سیاست‌گذاری‌های دولت هنوز نتوانسته مسیر مشخصی برای خود بیابد را می‌توان به عدم درایت دولتی در این زمینه نسبت داد، این در حالی است که صنعت خودروی کره به دست دولت این کشور به قدرت جهانی تبدیل شده است. اما یکی از آمال و آرزوهای خودروسازی ایران تولید، آن هم در سطح جهانی است؛ مسیری که کره آن را پیمود، اما این آرزو با مونتاژکاری خودرو آن هم بعد از نیم قرن فعالیت در این حوزه چندان سازگاری ندارد. در شرایط کنونی به‌دنبال اجرایی شدن قراردادهای خارجی در صنعت خودرو شاهد رونق مونتاژکاری هستیم، بر این اساس یک پرسش جدی مطرح می‌شود، اینکه خودروسازی کشورمان به‌دنبال چه مسیری برای توسعه و پیشرفت است؟ آیا پیشرفت را تمرکز در تولید می‌داند یا مونتاژکاری را مسیر منتهی به جهانی شدن می‌داند؟

کارشناسان در پاسخ به اینکه صنعت خودروی ایران براساس الگوی کره‌جنوبی در حال پیمودن مسیر است یا الگوی ترکیه معتقدند که خودروسازی ایران در حال حاضر هیچ‌گونه شباهتی با صنعت خودرو این دو کشور ندارد. به اعتقاد این دسته، صنعت خودرو از نبود استراتژی مدون در ساختار سیاسی و اقتصادی کشور رنج می‌برد و همین موضوع موجب شده که هیچ مسیر مشخصی برای توسعه این صنعت موجود نباشد.

در راستای انعقاد یک تفاهم‌نامه

پروژه‌های دانش‌بنیان جایگزین خدمت وظیفه می‌شوند

معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و ستاد کل نیروهای مسلح تفاهم‌نامه‌ای منعقد کردند که در راستای آن سربازان می‌توانند به جای خدمت وظیفه سربازی به انجام پروژه‌های سربازی بپردازند.

به گزارش مهر، اهداف تفاهم‌نامه همکاری میان معاونت علمی و فناوری با ستاد مشترک نیروهای مسلح که به امضای دکتر سورنا ستاری، معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری و سرلشکر محمدحسین باقری، فرمانده ستاد مشترک نیروهای مسلح رسید، شامل تغییر در فرهنگ جامعه با هدف افزایش میل و انگیزه جوانان برای انجام خدمت سربازی و جهت‌دهی آحاد جامعه به مهارت‌آموزی، ارتقای مهارت‌های شغلی و تسهیل شغل‌یابی سربازان تحصیلکرده می‌شود.

نگاه

وام‌هایی که پس از شکست استارت‌آپ باید پرداخت شوند

رویای خاکستری کارآفرینی

موج فعالیت استارت‌آپ‌ها در ایران رشد وسیعی داشته که البته این رشد لزوما به معنای موفقیت همه آنها هم نیست. در تعریف عامیانه‌ای که از استارت‌آپ به میان می‌آید این موضوع مطرح می‌شود که استارت‌آپ‌ها برخلاف تصور عموم پتانسیل شکست بالایی دارند و عده‌ای حتی معتقدند که یک ایده استارت‌آپی تا چندین بار با موانع سهمگین مواجه نشود، به موفقیت نمی‌رسد.

به گزارش دیجیاتو، مسئله وام‌دهی به این کسب‌وکارهای نوپا چندی است که در بین برخی بانک‌ها و یا صندوق‌های حمایتی دولتی مطرح شده ولی مدتی پیش مدیرکل دفتر نوآوری و حمایت از سرمایه‌گذاری وزارت ارتباطات گفت که این تجارت‌ها در ایران نیاز به وام ندارند.

«سورنا ستاری»، معاون علمی و فناوری ریاست جمهوری نیز اظهار نظر مشابهی دارد: «یکی از بحث‌های مهمی که اکوسیستم کارآفرینی ایران در آن ضعف دارد نبود سرمایه‌گذاری جسورانه (VC) است، ما باید به این برسیم که وام‌دادن به استارت‌آپ‌ها خیانت به آنهاست، معاونت علمی پیش از این از طریق صندوق‌های وابسته به بیش از ۲هزار شرکت وام داده است، اما امروز اثرات آن را می‌بینیم، بسیاری از این شرکت‌ها شکست خورده‌اند و امروز باید پول‌هایی را که وام گرفته‌اند پس بدهند.»

فعالان حوزه استارت‌آپ اما مدت‌هاست که چنین نظری دارند و معتقد هستند استارت‌آپی که نیاز به وام داشته باشد اساسا استارت‌آپ نیست. آنها باور دارند که یک ایده نو و ناب استارت‌آپی اگر واقعا مفید باشد، به سرعت رشد کرده و سرمایه‌گذار لازم را پیدا می‌کند و البته عده‌ای هم می‌گویند که نیاز به سرمایه‌گذاری توسط بخش‌خصوصی و یا دولتی موضوع مهم‌تری است که در این سال‌ها نادیده گرفته شده است.

با این وجود عده‌ای از جوانان در سودای راه‌اندازی کسب‌وکار با دریافت وام‌های دولتی موافق هستند؛ وام‌هایی که سورنا ستاری معتقد است «برای شرکتی است که از آب و گل درآمده و می‌تواند بازار، قیمت، رقبا و ریسک‌ها را پیش‌بینی کند، اما این در اختیار یک استارت‌آپ نیست.» او باور دارد که هیچ‌کس نمی‌داند یک ماه بعد چه اتفاقی برای یک استارت‌آپ و شرکت نوپا می‌افتد.

«ناصر غانم‌زاده»، مدیر شرکت سرمایه‌گذاری (VC) جسورانه «آپاتان» هم مدت‌هاست که از مخالفان سرسخت پرداخت وام به استارت‌آپ‌هاست. او باور دارد در تمامی تعاریفی که از استارت‌آپ شده، برای ۹۰درصد آنها احتمال شکست قابل تصور بوده و از هر ۱۰ استارت‌آپ، فقط یکی به موفقیت می‌رسد.

غانم‌زاده در این باره به دیجیاتو می‌گوید: «این تعریف ما را به این آگاهی می‌رساند که وقتی وامی به این صاحبان کسب‌وکار اعطا شود و بعد اگر بر فرض و احتمال (که درصد این احتمال هم کم نیست) استارت‌آپ شکست بخورد، افراد داخل آن استارت‌آپ باید در اوج شکست‌شان به فکر بازپس وام گرفته شده‌شان باشند. این امر عملا هلاک‌کردن صاحبان کسب‌وکار محسوب می‌شود و آنها را برای فعالیت در فرصت‌های آینده‌شان بازمی‌دارد.»

غانم‌زاده مثل بقیه مخالفان اعطای وام به استارت‌آپ‌ها مسئله سرمایه‌گذاری را مهم‌تر از وام‌دادن به این کسب‌وکارها می‌داند و آن را همانند ابعاد جهانی به دو بخش تقسیم می‌کند:

«سرمایه‌گذارهای Angel Investors یا همان فرشتگان سرمایه‌گذار و سرمایه‌گذاران جسور (ریسک‌پذیر) در دنیا وجود دارند که هر یک به شیوه خود به استارت‌آپ‌ها و رشد آنها کمک می‌کنند. نیاز مبرم به سرمایه‌گذاران VC در بازار استارت‌آپ‌های ایران بسیار به چشم می‌خورد و به اعتقاد من رقمی بین چهل تا هشتاد عدد از این شرکت‌ها برای پوشش‌دهی تمام استارت‌آپ‌های ایران لازم است، اما تعدادی که امروزه در ایران از این شرکت‌ها داریم به تعداد انگشتان دو دست هم نمی‌رسد و حتی نمونه‌های داخلی موجود در حال حاضر هم ۱۰۰درصد طبق استاندارد جهانی عمل نمی‌کنند.»

وی از شکست ۵۰درصدی استارت‌آپ‌هایی که Vها با کارشناسی بسیار روی آنها سرمایه‌گذاری می‌کنند، می‌گوید و باور دارد این شرکت‌ها با پیش‌بینی احتمال شکست شروع به سرمایه‌گذاری می‌کنند و بعد از این اتفاق هم از استارت‌آپ شکست‌خورده طلبی ندارند.

«در این بین موضوعی که وجود دارد این است که دولت لزوما نیازی به دخالت مستقیم در سرمایه‌گذاری روی استارت‌آپ‌ها و یا اعطای وام ندارد، این دخالت دولت حتی اگر به نیت خیر انجام شود، ممکن است در مواردی با کمک به استارت‌آپ A، دو کسب‌وکار B و C فراموش شوند و این مسئله مشکل‌ساز شود. کار مثبتی که دولت می‌تواند انجام دهد کمک به شرکت‌های سرمایه‌گذار جسور و تزریق پول به اکوسیستم استارت‌آپی است؛ موضوعی که تا به امروز به شکل صحیح صورت نگرفته است.»

دولت با وجود اعلام اینکه استارت‌آپ‌ها نیازی به وام ندارند، کماکان از طرق مختلف انواع وام با بهره‌های کم ۴درصد را که در ظاهر جذابیت خاصی دارند و برخی صاحبان کسب‌وکار را به دریافت آنها وسوسه می‌کند، اعطا می‌کند. این درحالی‌است که بسیاری از صاحبان استارت‌آپ‌ها و فعالان آگاه این حوزه سعی به آگاه‌سازی دیگر افراد تازه‌وارد در این تجارت را دارند تا به دنبال وام‌های به ظاهر رنگی ولی با آینده‌ای نامعلوم نباشند.

جولیان آسانژ حساب کاربری توییترش را حذف کرده است؟

به دلایلی نامعلوم، حساب کاربری جولیان آسانژ در توییتر از دسترس خارج شده است که نشان از حذف اکانت این افشاگر اطلاعات محرمانه دارد.

حساب کاربری توییتر جولیان آسانژ، موسس سایت ویکی‌لیکس به دلایل نامعلومی در دسترس نیست که گمانه‌هایی مبنی بر حذف این اکانت از توییتر مطرح شده است. هنوز مشخص نیست چرا جولیان آسانژ حساب کاربری خود را در توییتر حذف کرده است. خبر حذف‌شدن حساب کاربری توییتر جولیان آسانژ توسط فرد یا وب‌سایتی اعلام شد که از ۱۸سپتامبر سال جاری میلادی هر ساعت یک بار تصویری از وضعیت حساب کاربری آسانژ تهیه می‌کرد. براساس اطلاعات ارائه‌شده، حساب کاربری آسانژ تقریبا در ساعات اولیه بامداد و نزدیک به ساعت یک به وقت گرینویچ حذف شد.

شواهد امر نشان از این دارند که این حساب کاربری از سوی توییتر غیرفعال نشده و جولیان آسانژ از روز جمعه، توییتی منتشر نکرده است. نکته‌ای که باید به آن اشاره کنیم، پابرجا بودن اکانت توییتر ویکی‌لیکس است. حتی در ویکی‌لیکس نیز شاهد انتشار توییتی برای روشنگری در خصوص دلیل حذف حساب کاربری جولیان آسانژ نیستیم. در صورتی که یکی از دنبال‌کنندگان جولیان آسانژ بودید، حال با جست‌وجوی نام آسانژ نتیجه‌ای به نمایش درنمی‌آید. باید دید آیا جولیان آسانژ واکنشی به اخبار منتشرشده و حذف اکانت خود نشان خواهد داد و این موضوع را تشریح می‌کند یا خیر؟

دومین جشنواره توانمندسازی و سرمایه‌گذاری کسب‌وکارهای ارزش‌آفرین «توttاسکا» برگزار می‌شود

ترویج فرهنگ کارآفرینی، حمایت از ایده/طرح اولیه و محصولات، آموزش اصول راه‌اندازی کسب‌وکار، ایجاد ارتباط موثر برای فرصت‌های سرمایه‌گذاری، تجاری‌سازی طرح‌ها و ایده‌ها از مهم‌ترین اهداف جشنواره توانمندسازی و سرمایه‌گذاری کسب‌وکارهای ارزش‌آفرین «توسکا» است. به گزارش بنیاد ملی نخبگان چالش اصلی جشنواره توسکا «ایجاد ارتباط خلاقانه بین ایده، طرح اولیه و محصول شرکت‌کننده با یکی از چالش‌های زیست‌محیطی» است و در آن شرکت‌کنندگان در پنج گروه کلی تماشاچی علاقه‌مند، گروه ایده‌پرداز خلاق، فعال توسکا، شرکت‌های فعال در حوزه‌های مربوطه و سرمایه‌گذاران، تقسیم می‌شوند. برپایی کارگاه‌های آموزشی، ایجاد شبکه‌های کاری و آشناشدن با ایده‌پردازی از جمله بخش‌های جانبی این جشنواره است.

یادداشت

آیا می‌توانید ایده‌های پرشور خود را به کسب‌وکار تبدیل کنید؟

اگر ایده واقع‌بینانه‌ای در ذهن دارید، با تست چند مرحله ساده می‌توانید متوجه شوید که این ایده تا چه حد پتانسیل تجاری شدن دارد.

به گزارش زومیت، بسیاری از ما، از شغل‌های روزانه خود راضی نیستیم و ترجیح می‌دهیم کار ۹ ساعته اداری یا شرکتی فعلی‌مان را ترک کنیم و به دنبال علایق‌مان برویم. این حس، جوهر کارآفرینی است: رؤیای کاری که از ایده خودمان سرچشمه گرفته است.

اما چطور می‌توانیم علایقی مثل گل‌کاری و باغبانی، عکاسی، سرو قهوه، یا هر خدمتی را به یک کسب‌وکار درآمدزا تبدیل کنیم؟

برای اکثر ما، جواب این سؤال ساده نیست. لااقل نه به آن سادگی که حاضر باشیم شغل فعلی‌مان را به خاطر آن کنار بگذاریم. بااین‌حال با چک کردن یک سری مراحل، می‌توانیم پتانسیل رؤیای خود را برآورد کنیم.

از دیگران بازخورد صادقانه بخواهید

نه شما و نه خانواده یا دوستان‌تان، بهترین قاضی کار خود نیستید. به این منظور به یک مربی حرفه‌ای و باتجربه و همچنین بازخوردهای صادقانه نیاز دارید. کسب درآمد واقعی مستلزم این است که کار شما قابل توجه و ارزشمند باشد. بسیاری از مردم دوربین دارند، ولی اغلب آنها کادر و نور را نمی‌شناسند. حتی بسیاری از عکاسان باسابقه هم نمی‌توانند حس یک لحظه خاص را ثبت کنند.

مطمئنا هیچ‌کس آرزو ندارد در سطح متوسط و پایین کار کند. این چیزی نیست که رؤیاهای انسان را شکل می‌دهد. پیش از هر چیز باید اطمینان داشته باشید ایده شما، آن‌قدر خوب است که به موفقیت برسد و درعین‌حال، مهارت‌های خودتان هم می‌تواند همپای این ایده پیش برود. در صورت امکان با انجمنی از متخصصانی که دانش خود را به اشتراک می‌گذارند، در ارتباط باشید و کارتان را از جنبه انتقادی بررسی کنید.

شما باید یک محیط یادگیری فراهم کنید؛ فضایی که در آن بتوانید از متخصصان بازخورد رودررو دریافت کنید و با دیگر فعالان تازه‌کار این عرصه، به بحث و گفت‌وگو بنشینید. یکی از گزینه‌ها، دانشکده یا دوره آموزشی آنلاین است که به علاقه‌مندان کمک می‌کند مهارت‌های‌شان را زیر نظر کارشناسان و در یک محیط گروهی، بهبود دهند. مزیت چنین انتخابی، این است که به‌صورت فردی آموزش می‌بینید و نقد کارتان را می‌شنوید؛ از طرفی هم عضو یک گروه متمرکز آگاه و مطلع خواهید بود.

گزینه دیگر، پلتفرم‌های کاربردی امروزی مثل Mogul است که خدمات مشاوره‌ای دیجیتال خود را ۲۴ ساعته در اختیار متقاضیان قرار می‌دهد؛ یا لینکدین که به‌عنوان مکانی برای شبکه‌سازی با همکاران معتمد مورد استفاده قرار می‌گیرد.

اثبات مفهوم کارتان را بگیرید

«اثبات مفهوم» یکی از اصطلاحات کسب‌وکار است که بیشتر برای کارآفرینانی که در جست‌وجوی سرمایه هستند، کاربرد دارد. حتی اگر برای شروع کارتان به بودجه نیازی ندارید، باز هم تأیید اثبات مفهوم یک ایده، بد نیست. این امر به شما کمک می‌کند تا متوجه شوید محصول یا سرویسی که می‌خواهید ارائه دهید، خریداری می‌شود یا خیر.

یک روش سریع برای ارزیابی قابلیت فروش محصول در بازار، راه‌اندازی یک کمپین کراودفاندینگ در سایت‌هایی مثل کیک استارتر، گوفاندمی و ایندی‌گوگو (یا سایت‌های کراودفاندینگ ایرانی) است.

کلید فروش نتایج ایده شما، ارائه آن است. روزانه هزاران پروژه راه‌اندازی می‌شوند. چالش اصلی این است که بتوانید خودتان را از دیگران متمایز کنید. کراودفاندینگ روشی است که خیلی زود به شما نشان می‌دهد آیا مردم برای کار و خدمات شما پولی پرداخت می‌کنند یا نه. اگر این تست را با موفقیت پشت سر گذاشتید، به شما تبریک می‌گوییم! هم مقداری پول برای شروع کارتان به دست آورده‌اید و هم با مشتریان بالقوه آشنا شده‌اید.

یک شغل جانبی را شروع کنید

اگر بازار عمومی به ایده شما جواب فوق‌العاده‌ای نداد، بازهم یک شغل جانبی می‌تواند درآمدزایی قابل قبولی برای‌تان داشته باشد. اگر برای مخارج زندگی روزمره، مجبورید تمام‌وقت کار کنید، آخر هفته‌های خود را به این شغل دوم اختصاص بدهید. حرفه جانبی می‌تواند کارهایی نظیر بازاریابی، کار در یک وب‌سایت، تشکیل انجمن یا هر کار مرتبطی باشد که پس از مدتی، نام شما را به‌عنوان عکاس حرفه‌ای، توسعه‌دهنده وب‌سایت، معمار مناظر بیرونی یا متخصص یک حوزه، مطرح می‌کند.

به‌علاوه تا زمانی‌که بتوانید یک کار جدید و تمام‌وقت راه‌اندازی کنید، استفاده از اقتصاد گیگ هم می‌تواند راه خوبی برای درآمدزایی باشد. امروزه شرکت‌های تکنولوژی مانند Lyft، Doordash و Airbnb راه کسب درآمد را برای افراد بسیاری باز کرده‌اند. حتی بسیاری از مردم، از اقتصاد گیگ نسبت به شغل دائمی درآمدزایی بیشتری دارند.

تقویم کاری‌تان را دوباره نگاه کنید. وقتی این تقویم پر از سفارش‌های محصولات شغل جانبی‌تان باشد، مطمئناً زمان آن فرارسیده است که به راه‌اندازی یک کسب‌وکار تمام‌وقت بیندیشید.

یک طرح کسب‌وکار بنویسید

اگر می‌خواستید کسب‌وکاری را شروع کنید، باید یک طرح عالی برای آن می‌نوشتید. پس چرا این کار را برای ایده‌ای که دوستش دارید انجام نمی‌دهید؟ با این قدم مهارت‌های خود را به سطح حرفه‌ای می‌رسانید، ایده محصول یا کسب‌وکارتان را بررسی می‌کنید و می‌توانید فروش را شروع کنید. به‌هیچ‌وجه سمت تجاری ماجرا را دست کم نگیرید؛ در غیر این صورت خیلی زود از پیگیری علایق‌تان خسته می‌شوید. شما به یک سیستم مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) نیاز دارید تا با مشتریان‌تان ارتباط برقرار کنید. ضمن اینکه باید در شبکه‌های اجتماعی حضور پیدا کنید و یک طرح بازاریابی قوی هم داشته باشید.

نکته آخر

اگر رؤیای شما واقع‌بینانه نباشد، موفقیت‌تان هم بعید به نظر می‌رسد. برخی از علاقه‌مندی‌ها همیشه در سطح یک سرگرمی باقی می‌مانند. ممکن نیست با یک گیتار خیالی، به یک ستاره راک تبدیل شوید، اما فرصتی منطقی در اختیار دارید که عکاس، توسعه‌دهنده، باریستا یا مربی هنری خوب باشید. اگر ایده مورد علاقه شما تقاضای قابل توجهی در بازار داشته باشد، شانس موفقیت‌تان هم بیشتر است.

منبع: ENTREPRENEUR

جشنواره کارآفرینی و توسعه کسب و کار برگزار شد

جشنواره کارآفرینی و توسعه کسب و کار به منظور طرح نیازمندی‌های صنعت و ارائه دستاوردهای دانشجویان در دانشگاه شریف برگزار شد. به گزارش مهر، جشنواره کارآفرینی و توسعه کسب و کار (vccup)، رویدادی است که به اهتمام مرکز کارآفرینی دانشگاه صنعتی شریف راه‌اندازی شده و روز گذشته به پایان رسید.

این رخداد، در ادامه برگزاری موفق هشت دوره قبلی جشنواره کارآفرینی و توسعه کسب‌وکار شریف بوده که در حال حاضر به صورت کشوری توسعه یافته و در بخش‌ها و حوزه‌های مختلف برگزار می‌شود.

این جشنواره از یک سو عرصه‌ای است برای ارائه دستاوردهای فنی-پژوهشی دانشجویان، دانش‌آموختگان، اساتید دانشگاه‌ها، کارآفرینان، صاحبان ایده‌های کسب و کار و از سوی دیگر فضایی برای طرح نیازمندی‌های صنعت، که نهایتا از رهگذر سرمایه‌گذاری صنعت در کسب‌وکارهای دانش‌بنیان، فرصتی را برای همکاری موثر و نظام‌مند صنعت و دانشگاه فراهم می‌آورد. طی مراحل این جشنواره، شرکت‌کنندگان ضمن آشنایی با مفاهیم و اصول کسب‌وکار و تمرین عملی آنها بر مبنای ایده‌محوری و فناورانه خود، در یک محیط رقابتی نسبت به آماده‌سازی طرح خود جهت ارائه به نهادها و اشخاص سرمایه‌گذار اقدام می‌کنند.

خروجی نهایی این جشنواره، ایده‌ها و طرح‌های برتری است که ضمن برخورداری از خدمات حمایتی مرکز رشد دانشگاه صنعتی شریف و سایر نهادهای حامی، سایر سرمایه‌گذاران به منظور تجاری‌شدن طرح و تولید محصول مربوطه را خواهند داشت.

اختتامیه نهمین دوره این جشنواره ۴ دی‌ماه ۱۳۹۶ از ساعت ۱۵ الی ۱۹ در دو بخش شامل ایده - طرح نوآورانه و استارت‌آپ‌ها برگزار شد. ایده‌ها و طرح‌های شرکت‌کننده در هر سرفصل به طور جداگانه مورد داوری و ارزیابی قرار گرفت و برگزیدگان هر حوزه مورد تقدیر قرار گرفتند.

معاون پژوهش وزیر صنعت در گفت‌وگو با ایرنا تشریح کرد

«تاپ»، طرح نو وزارت صنعت برای اشتغال فراگیر فارغ‌التحصیلان

معاون آموزش، پژوهش و فناوری وزارت صنعت، معدن و تجارت، از تهیه طرحی منسجم تحت عنوان توانمندسازی و توسعه اشتغال پایدار (تاپ) از سوی این وزارتخانه برای اشتغال فراگیر دانش‌آموختگان دانشگاهی در کشور خبر داد. به گزارش ایرنا، موضوع بیکاری امروز ابرچالشی فراروی نظام اقتصادی، اجتماعی و سیاسی کشور است و پیش‌بینی می‌شود در دوره اجرای برنامه ششم توسعه (۱۴۰۰-۱۳۹۶) متوسط افزایش سالانه عرضه نیروی کار جدید در کشور حدود یک میلیون نفر باشد که حدود ۷۰۰ هزار نفر از این تعداد (بیش از ۶۴درصد) دارای تحصیلات دانشگاهی خواهند بود.

در حالی که گفته می‌شود ایجاد اشتغال برای سطوح بالای دانش‌آموختگی پرهزینه و دشوار است، آمارها بیانگر آن است که در سال جاری حدود ۹۰هزار نفر دانشجوی دوره دکترا، ۸۰۰ هزار دانشجوی دوره کارشناسی ارشد و ۴ میلیون دانشجوی دوره‌های کارشناسی و کاردانی در دانشگاه‌های کشور به تحصیل اشتغال دارند.در فراخوان جذب هیات علمی سال ۱۳۹۵، در حالی که ظرفیت جذب تنها ۴ هزار نفر بود، تعداد متقاضیان به ۳۰ هزار نفر رسید که بیانگر تراکم شدید و پرفشار در عرضه کار است؛ چالش و تهدیدی جدی که حالا معاون آموزش، پژوهش و فناوری وزارت صنعت، معدن و تجارت با تهیه یک طرح تحت عنوان «تاپ» قصد دارد آن را تبدیل به فرصت کند. دکتربرات قبادیان روز دوشنبه در گفت و گوی اختصاصی با ایرنا، با تاکید بر اینکه در حال حاضر سرعت تغییر در فناوری‌های تولید در برخی صنایع از خط سالانه نیز پایین‌تر آمده و حجم عظیمی از دانش فنی به صورت ماهانه دچار دگرگونی می‌شود، اظهار کرد: بنگاه‌های صنعتی در این خصوص درگیر ریسک‌ها و خطرپذیری‌های گوناگونی از جمله تحولات پرشتاب نوآورانه در فناوری‌ها هستند. وی یادآور شد: به طور حتم امروز وجود نیروی انسانی دانش‌آموخته توانمند برای به‌روز کردن فناوری در بخش‌های مختلف از جمله صنعت بسیار اثرگذار و راهگشا است.معاون آموزش، پژوهش و فناوری وزارت صنعت با بیان اینکه بنگاه‌های صنعتی باید نگاه نوآورانه و آینده‌نگرانه به تحولات بازار علم و فناوری را در سازمان خود درونی و نهادینه کنند و این امر نیازمند نیروی انسانی دانش‌آموخته توانمند است، خاطرنشان کرد: بنگاه‌های غفلت‌زده از این امر به طور حتم دچار سرنوشت شرکت‌های نوکیا، یا آلکاتل، در بازار فناوری ارتباطات ایران خواهند شد.

مدیرعامل آسیاتک:

توسعه فضای کسب و کار برای استارت‌آپ‌ها یک ضرورت ملی است

پنجمین دوره انتخابات هیأت‌مدیره سازمان نظام صنفی رایانه‌ای هفتم دی‌ماه ۱۳۹۶ برگزار می‌شود. به جرات می‌توان گفت صنعت ICTو رایانه کشور از مدیران به‌روز، باهوش و آینده‌نگری بهره‌مند است که می‌توانند آینده بهتری را برای این صنعت مهم، رقم بزنند و این موضوع، با بررسی وضعیت امروز این صنعت در کشور (در مقایسه با بسیاری از دیگر صنایع) به خوبی عیان می‌گردد.

محمدعلی یوسفی‌زاده، مدیرعامل شرکت آسیاتک که از موفق‌ترین مدیران صنعت ICT کشور است، در گفت‌وگویی با خبرنگار ما، یکی از اهداف اصلی خود از شرکت در این انتخابات و کاندیدا شدن را توسعه فضای کسب و کار برای استارت‌آپ‌ها عنوان کرد.

رشد و تاثیر جهانی این صنعت، تصمیمات مدیران صنعت ICT را بر اساس منافع ملی، حفظ حقوق سهامداران، کارکنان و مردم دانست. یوسفی‌زاده با تشریح اقدامات و برنامه‌های خود، نزدیک‌ترشدن صنایع نوپا و استارت‌آپ‌ها در حوزه آی‌تی به فضای مناسب در کسب و کارهای فعلی را از مهم‌ترین این اهداف برشمرد.

مدیرعامل آسیاتک تقویت نیروی انسانی متخصص را به همراه توسعه و قابل استفاده کردن کلان ابزارها براساس چهار پایه اصلی نظام صنفی در روابط با حاکمیت را از دیگر اهدافی دانست که در این فرآیند مبتنی و با تعریف قوانین جدید نظام صنفی رایانه‌ای صورت می‌پذیرد.

وی در پایان تاکید کرد: در نتیجه این فرآیند، توسعه کلانی در این حوزه روی خواهد داد که بدون شک اثرات مثبت این توسعه، بر تمامی سطوح کشور، بهبود کمی و کیفی کسب و کار و ارتقای کیفیت زندگی مردم عزیز میهن‌مان خواهد بود.

مدیران استارت‌آپ‌های میلیاردی در یک قاب

بیش از ۷۰۰ نفر از فعالان مدیران میلیاردی استارت‌آپی در شب یلدا گردهم آمدند تا برای آینده این حوزه تاثیرگذار در اقتصاد دانش‌بنیان برنامه‌ریزی کرده و تصمیم‌گیری کنند. به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، شب یلدای امسال برای مدیران میلیاردی استارت‌آپی کشور که بازیگران جدی و جدید عرصه اقتصاد آینده کشور هستند شب ویژه‌ای بود. بنیانگذاران استارت‌آپ‌های بزرگ و کوچک، مدیران صندوق‌های خطرپذیر، شتاب‌دهنده‌ها، فضاهای اشتراکی، برگزارکنندگان ایونت‌ها و کلاس‌های آموزشی، چهره‌های مطرح فضای مجازی، همچنین حضور مدیران و کارشناسان ریاست جمهوری، قوه قضاییه، پلیس فتا، نهادهای نظامی و انتظامی و... و از طرفی شرکت مدیران یا کارشناسان ارشد سرمایه‌گذاران سنتی، بانک‌ها، هلدینگ‌های بزرگ مالی، اتحادیه‌ها و رسانه‌های سنتی و... از جمله کسانی بودند که در این جمع شاخص حضور داشتند. این حضور فعال و پرشور آینده اقتصادی نوینی برای کشور نوید می‌دهد؛ اقتصادی که مبتنی بر ایده‌های نو، فکر و اندیشه جوانان این سرزمین خواهد بود. زیست‌بوم جدید نوآوری و کسب و کارهای نو مفاهیم نوینی هستند که به کمک توسعه استارت‌آپ‌ها و کسب و کارهای دیجیتالی ممکن می‌شود. «استارت‌آپ» چند سالی می‌شود که در ایران نیز رونق پیدا کرده است. برگزاری رویدادهای مختلف و گردهمایی‌های متعدد در طول سال‌های گذشته کمک کرده تا همزمان با دیگر کشورها، کاربران ایرانی نیز در تب و تاب راه‌اندازی استارت‌آپ قرار بگیرند. برگزاری شب یلدایی با رنگ و بوی استارت‌آپی یکی از تجارب جدید و ارزنده‌ای است که ماه‌های پایانی سال ۹۶ اتفاق افتاد. این رویداد، نویدبخش روزهای خوب و امیدبخش برای کسب و کارهای مبتنی بر فناوری و نوآوری در کشور است.

حضور حداکثری مدیران جوان میلیاردی که چند سالی است اقتصاد سنتی کشور را به چالش کشیده‌اند و از اقتصادی سخن به میان می‌آورند که با خود مفاهیم جدیدی به ارمغان آورده است، می‌تواند راهکاری برای رفع مشکلات موجود در این حوزه و توسعه این نوع کسب وکارها در کشور باشد. چنین گردهمایی‌هایی می‌تواند جوانان مستعد و برتر کشور را امیدوار به اتفاقات خوب و موثر در آینده اقتصادی کشور کند؛ اتفاقی که تاکنون توانسته تعداد قابل توجهی از جوانان مستعد را به بازگشت به ایران ترغیب کند.

کارگاه برندینگ

BRAND

چگونه وفاداری به برند در بانوان را افزایش دهیم؟

آزاده اردشیری چم

شرکت‌ها به روش‌های گوناگون در حال انجام تحقیقات روی مشتریان هستند، اما وقتی نوبت به بازاریابی برای جامعه هدف خانم‌ها می‌رسد، مهم است که بدانیم از کدام موارد اجتناب کنیم تا بتوانیم بازاریابی اثربخش‌تری داشته باشیم و وفاداری به برند را افزایش دهیم.

تکیه کردن برنتایج گروه‌های تحقیقات بازار سنتی (Traditional focus group)

بسیاری از برندها همچنان از گروه‌های تحقیقات بازار (focus group) سنتی در هنگام کشف بینش مشتریان خانم استفاده می‌کنند. با اینکه (focus group) یکی از معمول‌ترین شکل‌های تحقیقات است، اما اغلب در تحقیقات آقایان و سبک‌های ارتباطی در اولویت قرار می‌گیرند. اتفاقی که می‌افتد این است که عموما یک رهبر ظهور می‌کند و تا آخر جلسه این شخص تأثیر عمیقی بر همه یا اکثر حضار در گروه می‌گذارد که موجب افزایش میزان نادرستی نتایج حاصل از گروه تحقیق بازار می‌شود.

هرچیزی را که خانم‌ها در مورد برند شما می‌گویند باور نکنید

خانم‌ها تنها بخشی از حقیقت را در مورد برند شما می‌گویند. نه به عمد، اما اتفاق می‌افتد! داستان از این قرار است که: شما مقدار زیادی پول و زمان را خرج تهیه تحقیقات مصرف‌کنندگان خانم می‌کنید، فقط برای آنکه آنها تجربه و نگرش درست‌شان را در مورد برندتان، به شما بگویند. ولی در واقعیت و زمانی‌که با برند شما مواجه شوند و بخواهند تصمیم عملی بگیرند، در بسیاری از مواقع رفتار کاملا متفاوتی خواهند داشت.

بنابراین، چگونه می‌خواهید از این موارد اجتناب کنید؟ رویکردهای خود را اصلاح کنید. به دنبال راه‌های غیر سنتی برای جمع‌آوری بینش‌ها باشید و بدانید تحقیقات مصرف‌کننده نیازی به هزینه و زمان زیاد برای تجزیه و تحلیل ندارد. در ادامه چند ایده را در این مورد مرور خواهیم کرد.

۱- ایجاد جلسات گفت‌وگو

به جای استفاده از گروه تحقیقات بازار (focus group)، جلسات گفت‌وگو در مورد خانم‌ها اثرگذاری بیشتری دارد. این جلسات را با سه یا چهار خانم که با هم دوست هستند یا همدیگر را می‌شناسند برقرار کنید و آنها را به محیط خودمانی و صمیمی ببرید. البته همچنان یک تعدیل‌کننده هم در جلسه حضور داشته باشد؛ با این حال گفت‌وگو بازتر از گروه تحقیقات بازار سنتی است. مزیت این روش آن است که تمام خانم‌ها برای شرکت در گفت‌وگو احساسی قوی دارند و این مورد باعث می‌شود یکدیگر را به سمت گفتن حقیقت سوق دهند.

۲- جمع سپاری را در نظر بگیرید

خانم‌ها آنلاین هستند. صحبت می‌کنند و دوست دارند به شما بگویند که به چه چیزی فکر می‌کنند. بازاریابان و برندها باید از این موارد به وسیله جمع‌سپاری بینش‌ها به عنوان مزیت و فرصت استفاده کنند. شما باید در گروه‌های گفت‌وگوی خانم‌ها شرکت کنید، به حرف‌های آنها گوش کنید و سعی کنید نظرات آنها را اعمال کنید. به این صورت وفاداری به برند آنها را بالا می‌برید، چراکه آنها به دنبال این هستند که به آنها گوش کنید.

۳- آنلاین باشید

شما می‌توانید تنها با توجه کردن به آنکه خانم‌ها چگونه از سایت شما استفاده می‌کنند و اینکه به صورت آنلاین در مورد شما چه می‌گویند، در مورد اینکه آنها چه می‌خواهند و نیازشان چیست، چیزهای زیادی را بیاموزید. چشم‌تان را از روی تحلیل سایت برندارید. به دنبال کلمات کلیدی باشید که در نوار جست‌وجو زیاد تکرار شده باشند و به نوعی معروف باشند. ارتباطات مشتری و رتبه‌بندی مشتری و بازخورد سایت را چک کنید.

۴- فقط گوش کنید

ما معمولا راه خوب گوش کردن قدیمی را فراموش می‌کنیم. به دنبال اشخاصی در درون سازمان خود باشید که دسترسی مستقیم به مشتریان دارند. ببینید آنها چه چیزهایی را از خانم‌ها می‌شنوند، عمیقا بررسی کنید. فقط به دنبال اینکه آنها چه می‌گویند نباشید، ببینید برای چه این حرف را می‌زنند. دلیل و چرایی بینش و نظرات آنها را بیابید. این موارد در افزایش وفاداری به برند در جامعه هدف بانوان به شما کمک خواهد کرد.

وقتی ابتدا این اطلاعات ارزشمند را از مشتریان‌تان به دست آوردید، کارتان تمام نشده است. حتما ضروری خواهد بود که از این اطلاعات استفاده کنید و دست به عمل بزنید و به زیرنظر گرفتن واکنش‌ها ادامه دهید. این تلاش کاملا ارزشمند است، چرا که راهی است برای جذب هر چه بیشتر مشتریان خانم به برند شما و وفاداری به برند.

منبع: belovedmarketing

هوش عاطفی برند و نقش آن در افزایش فروش

مائده فرجی
کارشناس ارشد و محقق بازاریابی و برند

همانطور که می‌دانید افراد بر اساس منطق خریدهای خود را انجام می‌دهند، در حقیقت، آنها تصمیمات خود را با منطق توجیه می‌کنند، اما در واقع محصولات و خدمات را بر اساس احساسات و عواطف خود انتخاب کرده و در لیست خریدشان جای می‌دهند. لوازم مورد علاقه خود را در نظر بگیرید. شما احتمالا قیمت و کارکرد آنها را هنگام خرید مدنظر قرار داده‌اید، اما ممکن است علاوه بر این، رنگ، نحوه بسته‌بندی و یک تصویر ذهنی جذاب نیز در انتخاب شما مؤثر بوده باشند. هنگامی‌که علت انتخاب خود را توضیح می‌دهید، از دلایل منطقی استفاده می‌کنید، اما این احساسات بوده‌اند که موجب انگیزش شما به خرید محصول یا خدمتی هستند.

تکنیک‌های بسیار زیادی وجود دارد که یک برند می‌تواند مشتریان شما را جذب کرده و محصولات و خدمات شما را بفروشد که در زیر به چند مورد اشاره شده است.

کمیاب بودن «تعداد محدود»: از بقیه جاها عقب خواهم ماند

برندهای کمیاب باعث ترس خریدار از جا ماندن یا عقب ماندن از بقیه یا از دست دادن یک معامله عالی می‌شوند. این برندها معمولا با جملاتی همچون «فرصتی کوتاه» یا «این فرصت استثنایی را از دست ندهید» همراه هستند.

همچنین در بازاریابی پاسخ مستقیم آن را می‌توان دید، زمانی‌که یک پیشنهاد یا محصول «در حال اتمام» یا «ویژه» است. هنگامی که شرکت شما فقط تعداد محدودی از این پیشنهادها را ارائه دهد کمیاب بودن محصول ارائه‌شده اثر خود را به خوبی خواهد گذاشت، زیرا با این کار پیشنهادهای خود را ویژه‌تر و استثنایی‌تر جلوه می‌دهید. به عنوان مثال برای جذاب‌تر کردن پیشنهاد خود یک رویداد با تعداد صندلی‌های محدود و «تخفیف» برای ۵۰ نفر اول ارائه دهید؛ هیچ‌کس دوست نخواهد داشت فرصت‌های این چنینی را از دست بدهد، این پیشنهاد به ویژه برای جذب اولین‌ها بسیار مؤثر است.

جذابیت: من از بقیه جلوتر و محبوب‌تر خواهم بود

هرگونه محصول یا خدمتی که در مشتری موجب احساس جذاب‌تر یا محبوب‌تر شدن شود، بسیار اغواکننده خواهد بود. در جهانی که محبوب و مشهور بودن مهم تلقی می‌شود، باید نشان دهید چگونه محصول یا خدمات شما می‌تواند برای مشتری محبوبیت در بین دوستان و عزیزان و در کسب‌وکارشان اعتبار و شهرت به ارمغان آورد. به گزارش فاکس نیوز، بنابر نتایج نظرسنجی از مشتریانی که در فاصله سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۷ اقدام به خرید بیش از ۶۴ هزار خوردو در آمریکا کرده‌اند، خودروسازی تویوتا محبوب‌ترین برند در صنعت خودروسازی بوده است.

جذابیت بخشیدن از طریق ستاره‌ها

از تحسین و رضایت ستاره‌ها در رابطه با محصول یا خدمت خود برای ایجاد جذابیت استفاده کنید. به عنوان نمونه می‌توان به تیزر جالب مرسدس بنز با حضور مایکل شوماخر که از چالش شکستن قانون جاذبه برای معرفی SLS AMG استفاده می‌کند یا تبلیغ جالب تیغ ژیلت با حضور راجر فدرر و لیونل مسی و همراهی بهرام رادان با برند سامسونگ در ایران در کمپین مشعل‌دار المپیک اشاره کرد. علاوه بر این، شرکت شما می‌تواند با داشتن مشهورترین نام در بازار مشتریان بیشتری را جذب کرده و موجب افزایش فروش شود. توجه داشته باشید که برای جذب مشتری، باید به ارائه محصولات و خدمات نوآورانه ادامه دهید، زیرا همراهی مشتریان و خرید مستمر باعث تداوم محبوبیت برند و جذابیت آنها می‌شود.

هوشمندی: این برند مرا در نگاه بقیه باهوش جلوه می‌دهد

برندهای هوشمند نشان می‌دهند که چگونه خریدار با انتخاب آنها می‌تواند در زمان صرفه‌جویی کند، بهره وری را ارتقا دهد، سلامت را بهبود بخشد یا از مشکلات پیشگیری کند. به‌عبارت‌دیگر، مصرف‌کنندگان با انتخاب یکی از محصولات یا خدمات آن شرکت در نظر مردم باهوش جلوه می‌کنند. برندهای هوشمند به مشتریان‌شان آموزش‌هایی در مورد جنبه‌های مختلف صنعت خود می‌دهند که فقط کارکنان داخلی شرکت از آنها مطلعند. آنها متخصصانی دارند که اطلاعات و اخبار مهمی را در جهت کمک به مشتریان در رابطه با تصمیم‌گیری‌های‌شان با آنها به اشتراک می‌گذارند. همچنین از طریق توسعه کانال‌های ارتباطی موجب می‌شوند مشتریان برای دریافت اطلاعات، ابتدا به شرکت شما مراجعه کنند. درج محتوای تخصصی در وب‌سایت شرکت، ویدئوهای آموزشی و مطالعاتی که استفاده از محصول یا خدمت را حمایت و پیشنهاد می‌کنند، نمونه‌ای از این اقدامات به شمار می‌رود. هوشمندی، هوش عاطفی خوبی برای آن دسته از ارائه‌دهندگان خدمات است که می‌خواهند مشتریانی با سطح تفکر پیچیده‌تر و متفکرتر را جذب کنند؛ به ویژه مشتریانی که از یادگیری روش‌های بهتر در زندگی و کسب‌وکار بهره می‌برند. به عنوان مثال، تیزر جالب اپل برای آی‌پد پروی جدیدش با سؤالی که در انتها تکلیف آینده را روشن می‌کند: «کامپیوتر چیه؟»

حس محافظت یا امنیت: استفاده از این برند باعث امنیت من خواهد شد

مشتری هنگام خرید یک محصول یا خدمت با گزینه‌های مختلف مواجه است، به همین دلیل بعد از خرید دچار نوعی تنش روانی می‌شود که ناسازگاری ادراکی – شناختی نامیده می‌شود و اغلب برای تسکین این احساس سعی می‌کند انتخاب خود را تحسین کند یا تحسین دیگران را برانگیزاند. برندها می‌توانند از طریق القای حس امنیت، ترس یا تنش روانی مشتری را کاهش دهند. سناریوهای تبلیغاتی باید به گونه‌ای باشد که پیام برند شما زندگی مشتریان و آرامش ذهنی‌شان را بهبود می‌بخشد و استفاده از محصولات یا خدمات شما برای آنها نتیجه‌بخش بوده است.

به عنوان نمونه شرکت‌های لوازم آرایشی، زنان را به خرید محصولات ضدپیری تشویق می‌کنند و شرکت‌های تأمین کننده امنیت منازل مسکونی برای نشان دادن پاسخگویی تیم خود به صاحب‌خانه سناریوهای سرقت را از نو طرح می‌کنند. ممکن است افرادی به‌کارگیری این تاکتیک‌ها را نسبت به احساسات انسانی ناعادلانه بدانند، اما به‌هرحال ترس یک انگیزه قوی است. تبلیغ خلاق از کمپانی مرسدس بنز: این ماشین تصادف نمیکنه! !

حس نوع دوستی: با این برند من می‌توانم کمک کنم تا اوضاع بهتر شود

بازاریابان و به ویژه سازمان‌های غیرانتفاعی از حسِ نوع‌دوستی یا کمک به دیگران صحبَت می‌کنند. زمانی‌که خرید مشتریان از علت یا ارزشی که به آن اعتقاد دارند حمایت می‌کنند، احساس خوبی در آنها ایجاد می‌شود، اما باید توجه داشت که مشتریان به صحیح و قانونی بودن آن علت یا ارزش واقعا اعتقاد داشته باشند. نخست مشتریان خود را به اندازه کافی بشناسید تا ارزش‌ها و منافع آنها را درک کنید، سپس سراغ روش‌هایی بروید که مشتری می‌تواند از طریق آنها و با همکاری و خرید محصول یا خدمت شرکت اقدامات نیکوکارانه انجام دهد. اگر فعالیت‌های نوع‌دوستی با ارزش‌های شرکت شما منطبق باشند، شما یک فرهنگ قوی به همراه یک برند نوع‌دوست برای شرکت خود خواهید ساخت، در نتیجه باعث ایجاد تصویر ذهنی مثبت در ذهن مشتری شده، تبلیغات شفاهی مثبت افزایش می‌یابد و موجب افزایش فروش خواهد شد. به عنوان مثال، مشتری با خرید یک جفت کفش، جفتی دیگر به‌طور رایگان به یک کودک نیازمند هدیه می‌دهد. یک شرکت فروش دمپایی ابری و لاانگشتی با استفاده از توییت‌های رئیس‌جمهوری آمریکا اقدام به جمع‌آوری پول برای اتحادیه آزادی‌های مدنی آمریکا کرده است. توجه داشته باشید که سوءاستفاده از حس نوع‌دوستی برند و ظاهرسازی در اقدامات نیکوکارانه، موجب رسوایی شرکت و حس عدم امنیت، فریب‌خوردگی و عدم محبوبیت در افراد می‌شود.

کدام‌یک از گزینه‌ها مناسب است؟

اکنون‌که شما برخی از احساسات اولیه مصرف‌کنندگان برای توجیه خرید را می‌دانید کدام تکنیک می‌تواند با منطق برند شما منطبق شود؟ از طریق وب‌سایت و شبکه‌های اجتماعی و ارتباط دوسویه با مشتریان جنبه‌های احساسی را شناسایی کنید و ارتقا دهید. تکنیک‌هایی را که رقبا در جهت جذب احساسات و عواطف مشتری به‌کار می‌برند مورد بررسی قرار دهید. پیام‌ها و نقشه‌های یکپارچه و سازگار خلق کنید تا بتوانید به وسیله آن میان احساسات و همچنین منطقی که افراد برای توجیه خرید محصول و یا خدمات از آن استفاده می‌کنند همراستایی ایجاد کنید. توجه به احساسات و منطق و پیوند زدن آنها به هم، کسب‌وکار شمارا از رقبا متمایز خواهد کرد و منجر به فروش بیشتر خواهد شد.

منبع: brandabout

ایستگاه تبلیغات

ADS

نقش نسبتا جدید سلبریتی‌ها

میزبانی صفحه‌های شبکه‌های اجتماعی برندها

نازنین کی‌نژاد

دنیا چه بخواهیم و چه نخواهیم، نگاهش رو به جلو است و همیشه حتی آن وقتی که فکر می‌کنیم، دیگر چیز جدیدی برای روکردن ندارد، چیزی یا اتفاقی حیرت‌انگیز مقابل چشمان‌مان می‌گذارد و مجبوریم با آن روبه‌رو شویم، به کار بگیریم و از قافله عقب نمانیم؛ شاید برای اینکه بتوانیم با مخاطب هم‌زبان بمانیم.

امروز در کنار تمام «معجزه‌های» نرم‌افزاری و رفتاری شبکه‌های اجتماعی، شاهد مفهومی هستیم به نام «میزبانی شبکه‌های اجتماعی». معنای این عبارت، به ظاهر ساده است: برندها زمان مشخصی از زندگی بازاریابی‌شان را در اختیار یک سلبریتی/ اینفلوئنسر/ سفیر/ پرسونال برند می‌گذارند. بله، با مفهوم ساده‌ای روبه‌رو هستیم که پیچیدگی‌های خودش را دارد. باز هم همان حرف‌های همیشگی انتخاب هدف و استراتژی به میان می‌آید. چه می‌خواهیم بگوییم و چطور می‌خواهیم با کدام مخاطب حرف بزنیم؟ پیام از چه جنسی است؟ چگونه باید این سفیر/ سلبریتی یا هر چه اسمش است، را انتخاب کنیم؟ در نهایت قرار است به چیز برسیم؟ معیارهای سنجش‌مان چه چیزهایی هستند؟

شکل کار برای برندهای بزرگ خارجی، تا به حال این طور بوده که در یک کمپین در حال اجرا، سلبریتی‌ها را وارد ماجرای‌شان می‌کردند، یعنی بدون برنامه و بدون هدف صفحه‌شان را دست کسی نداده‌اند.

در حال حاضر، اینستاگرام و اسنپ‌چت بیش از دیگر پلت‌فرم‌ها پذیرای این روش نوین بازاریابی بوده‌اند. کمترین فایده این روش، دسترسی به عده زیادی از مخاطبان جدید و قوی کردن دامنه ارتباط با مخاطبان قدیمی است.

مادامی که برند مخاطبان جدیدی را هدف قرار می‌دهد، سلبریتی‌ها نیز فالوئرهای تازه پیدا می‌کنند. حضور سلبریتی در صفحه برند و تولید محتوای خاص او، محتوای تازه را به صفحه برند می‌آورد و موج تازه‌ای از تعامل بین مخاطب و برند آغاز می‌شود.

به نظر می‌رسد حضور عامل انسانی در صفحه برند وجه انسانی آن را برجسته‌تر می‌کند و مخاطبان تمایل بیشتری به حرف زدن و شرکت در مکالمات برند دارند.

هنوز هم تفاوت بین سلبریتی‌های آن‌لاین و سلبریتی‌های دنیای واقعی در جذب مخاطب آشکار است. انگار مردم هنوز به کسانی که بیرون از صفحه موبایل‌شان با آنها آشنا شده‌اند بیشتر اعتماد می‌کنند. شاید به همین دلیل است که Disney در نمایش جهانی فیلم دیو و دلبر از ایوانز هنرپیشه فیلم استفاده می‌کند و میزبانی صفحه‌اش را به او می‌سپارد.

سلبریتی‌های دنیای آن‌لاین که ممکن است خیلی‌ها فکر کنند کار خاصی هم انجام نمی‌دهند، روزهای زیادی را صرف گسترش رابطه‌های‌شان در فضای آن‌لاین کرده‌اند و به قول خودشان برای هر مخاطب و وفاداری‌اش، عرق ریخته‌اند. همین رابطه‌هاست که امروز، این سلبریتی‌ها را به کانال‌های بازاریابی مناسب برای برندها تبدیل کرده است. آنها به دلیل حضور در دنیای مجازی از همان ابتدا، به راه و رسم و قوانین این دنیا و رابطه‌هایش واردند و خیلی از برندها از آنها برای میزبانی صفحه‌شان استفاده می‌کنند. هر چه باشد آنها ساکنان اولیه سرزمین‌های مجازی‌اند.

مثال خوبش می‌شود، Eddie Bauer لباس‌فروش که در صفحه اینستاگرامش از سلبریتی‌های آن‌لاین بهره می‌گیرد و به این ترتیب از پتانسیل حمایت فالوئرهای آنها برخوردار است.

منبع: mbanews

تبلیغات خلاق

ایستگاه بازاریابی

بالا بردن انگیزه خرید مشتریان با ایجاد حس فوریت و اضطرار

انگیزه در انسان‌ها به عنوان نیروی محرکه‌ای است که آنها را به حرکت و اقدام برای انجام کاری وا می‌دارد.

انسان‌ها به لحاظ روان‌شناختی بیشتر برای انجام کارهایی انگیزه و انرژی پیدا می‌کنند که برای انجام آن احساس اجبار کنند. پس می‌توان از این ویژگی ذاتی انسان‌ها در امر فروش بهره برد. مشتریان هر وقت احساس کنند زمان کافی برای تهیه یک محصول را دارند، خرید آن را به تعویق می‌اندازند و ترجیح می‌دهند گزینه‌های دیگر را امتحان کنند و در نهایت پس از آزمودن دیگر گزینه‌ها به سراغ خرید یک محصول بروند. در این مدت زمان وقفه‌ای که مشتریان در حال آزمودن سایر گزینه‌ها هستند شما بسیاری از مشتریان خود را در بازاریابی از دست می‌دهید. پس بهتر است به فکر راهی باشید که فاصله احساس نیاز به خرید یک محصول و اقدام به خرید آن را در مشتریان کوتاه‌تر کنید. از جمله روش‌هایی که برای کم کردن این فاصله در بسیاری از کسب‌وکارها استفاده می‌شود ایجاد حس اضطرار و فوریت در مشتریان است. آگهی‌های بازرگانی که از واژه «بشتابید»، «فرصت محدود»، «فرصت استثنایی»، «فقط تا ... زمان فرصت باقی است»، «تنها چند عدد باقی مانده است» استفاده می‌کنند در واقع می‌خواهند یک حس فوریت در مشتریان ایجاد کنند. اگر بتوانید احساس فوریت در مشتریان را ایجاد کنید می‌توانید از مزایای زیر بر اساس نظر مشاوره بازاریابی و تبلیغات بهره‌مند شوید:

یک) برنامه‌ریزی‌های شما دقیق‌تر می‌شود

در صورتی که بدانید به‌طور دقیق چه تعداد سفارش دارید یا تا چه زمانی در اوج سفارشات و تقاضای محصول هستید به‌راحتی می‌توانید تخمین بزنید که تا چه میزان سفارش خواهید داشت یا اینکه تا چه زمانی فرصت تهیه آن را دارید. پس به‌راحتی برای میزان تولید و تحویل محصول می‌توانید برنامه‌ریزی کنید.

دو) مانع فعالیت رقیب‌های خود می‌شوید

از زمانی‌که مشتریان در جریان فروش استثنایی شما قرار می‌گیرند تا زمانی‌که تصمیم و اقدام به خرید می‌کنند از آنجا که فرصت کوتاه و کمی است پس در این مدت زمان کوتاه هیچ رقیبی نمی‌تواند برای شما محدودیت ایجاد کند یا در بازار وارد شود. پس با این کار می‌توانید تا مدتی بدون رقیب جدی در بازار به فعالیت بپردازید.

برای ایجاد احساس فوریت از روش‌های مختلفی استفاده می‌شود که در اینجا به چند مورد از آنها اشاره می‌شود:

۱- ایجاد محدودیت زمانی

شما می‌توانید برای ایجاد انگیزه و ترغیب مشتریان برای اقدام فوری جهت خرید محصول‌تان آن را به صورت محدود یا فصلی به صورت استثنایی به فروش برسانید. به عنوان مثال شما می‌توانید مدت ۱۰ روز، یک ماه یا یکی از فصول مانند تابستان را برای عرضه کالا با شرایط استثنایی معرفی کنید. انتخاب هر یک از این زمان‌ها بستگی به نوع محصول شما دارد که بهتر است با مشورت بازاریاب‌های خود آن را انتخاب کنید.

۲- در تعداد محدود و کم عرضه کنید

می‌توانید برای ایجاد این حس فوریت کالاهای مورد نظر خود را که با شرایط استثنایی به فروش می‌رسانید در تعداد معدود و کمی عرضه کنید تا حس اضطرار بیشتری ایجاد شود.

۳- پیشنهادهای خاصی ارائه کنید

می‌توانید شرایط و پیشنهادهای خاصی را مطرح کنید که محصول خود را با این شرایط و پیشنهاد خدمات ویژه به فروش می‌رسانید.

منبع: qmpmarketing

چگونه در فروش درخشان ظاهر شویم؟

مترجم: امیر آل‌علی

همواره در بازارهای پررقابت، افراد به دنبال ایجاد تمایز نسبت به یکدیگر هستند. با این حال بسیاری از این افراد در اندیشه انجام کارهای بزرگ به سر می‌برند که بدون شک زمان‌بر خواهد بود. با این حال افراد موفق با تکیه بر اقدامات و تغییرات کوچک کار خود را ادامه می‌دهند و همین موفقیت‌های به ظاهر ساده و پیش پا افتاده در نهایت باعث به وجود آمدن اتفاقی بزرگ خواهد شد. به همین خاطر همواره توصیه می‌شود اقدامات کوتاه‌مدت و بلندمدت داشته باشید تا در رقابت با سایرین همواره در مسیر پیشرفت قرار گرفته و از رقابت با آنها عقب نمانید. جایگاه فروشنده برای شرکت به قدری بااهمیت است که به آن لقب تمام‌کننده را می‌دهند. درواقع تمامی اقدامات شما در راستای عرضه محصول است و فردی که به شکل مستقیم به این امر بپردازد فروشنده شرکت خواهد بود. به همین خاطر لازم است نسبت به آن توجه ویژه‌ای نشان داده شود. با این حال این شغل به دلیل آنکه همواره با مشتریان در ارتباط است، باید از توانایی‌هایی برخوردار باشد که در ادامه به معرفی آنها خواهیم پرداخت.

۱- توانایی ذهنی خود را بالا ببرید

بهترین فروشنده فردی است که اجازه ندهد مشتری بدون خرید از نمایندگی فروش خارج شود. این امر اگرچه غیرممکن به نظر می‌رسد با این حال واقعیت این است فردی که از وقت خود می‌گذرد و وارد نمایندگی شما می‌شود، بدون تردید نیازی دارد که باید تأمین شود. با این حال افراد تا هنگامی که به اطمینان لازم دست پیدا نکنند، اقدام به خرید نخواهند کرد. به همین خاطر لازم است فروشندگان همواره جملاتی از پیش تعیین شده در خاطر خود داشته باشند تا مشتری را مجاب کنند خرید آنها انتخابی درست و مناسب خواهد بود. با این حال این امر به تنهایی کافی نبوده و این افراد باید اطلاعات کافی در رابطه با محصولاتی که به فروش می‌رسانند داشته باشند. به همین خاطر اگر حافظه ضعیفی دارید لازم است با روش‌های مرسوم اقدام به تقویت و بهبود آن کنید. همچنین فروشندگان موفق همواره اوضاع را مورد تجزیه و تحلیل قرار داده و در کسری از ثانیه اقدامات بعدی خود را در راستای فروش محصول طرح‌ریزی می‌کنند.

۲- جذابیت داشته باشید

یک فروشنده نماینده شرکت و برند خود محسوب می‌شود، به همین خاطر لازم است به هر نحوی که شده شأن شرکت خود را حفظ کند. میز کاری شلوغ یا ظاهری ناآراسته بدون تردید مخاطب را تحت تأثیر قرار نخواهد داد. با توجه به این امر که برخورد اول بسیار اهمیت دارد، لازم است محیط فروشگاه و ظاهر خود را به نحوی تنظیم کنید که مورد قبول باشد. در این رابطه بهتر است خلاقیت‌های جذابی نیز داشته باشید تا مشتری از همان ابتدا حیرت‌زده شده و خود را در مکانی منحصر به فرد حاضر بداند.

۳- دلسوز باشید

به عنوان یک فروشنده در طول روز با افراد متفاوتی از قشرهای متنوع جامعه روبه‌رو خواهید شد. این امر ارتباط برقرار کردن را مشکل خواهد ساخت، با این حال توجه داشته باشید که همه از افرادی که به نوعی دلسوز آنها هستند، استقبال کرده و با دیدی مثبت به آنها می‌نگرند. در همین راستا لازم است همواره خود را در موقعیت خریدار قرار داده و کارهایی را انجام دهید که دوست دارید برای شما نیز صورت گیرد. این امر در افراد حس خوبی را به وجود خواهد آورد و باعث خواهد شد با شما به نوعی ارتباط عاطفی برقرار کرده و این خود می‌تواند به تنهایی ضامن خرید مجدد آنها باشد.

۴- با احتیاط رفتار کنید

همه ما از شخصیت خاصی برخوردار هستیم و این امر به این معنا است که در موقعیت‌های مختلف واکنش‌های متفاوتی از خود نشان خواهیم داد. با این حال فراموش نکنید این مشتری است که ضامن بقای شرکت شما خواهد بود و حتی یک رفتار نادرست می‌تواند دلیلی کافی برای ترک برند شما باشد. این اتفاق با توجه به این امر که نیاز مشتری برطرف نشده است باعث خواهد شد تا آنها به برندهای رقیب مراجعه کنند. تحت این شرایط شما عملا با دو ناکامی مواجه خواهید شد، نخست آنکه مشتری خود را از دست داده‌اید و مورد دیگر آنکه به تعداد مشتریان رقبای خود افزوده‌اید. در همین راستا امروزه شرکت‌ها دوره‌های آموزشی رفتار با مشتری را برگزار می‌کنند تا فروشندگان خود همواره حتی در بدترین شرایط ممکن، طبق اصول حرفه‌ای عمل کنند.

۵- تمرکز خود را حفظ کنید

شاید هیچ چیز به اندازه فروشنده‌ای حواس‌پرت مشتری را مورد آزار قرار ندهد. بدون تردید افراد از زمان محدودی برخوردار هستند و اگر نتوانید در کسری از ثانیه پاسخگوی سوالات و خواسته‌های آنها باشید، آخرین مراجعه آنها را تجربه خواهید کرد. در همین راستا لازم است از انجام چندکار به‌طور همزمان خودداری کرده و فقط روی وظیفه اصلی خود متمرکز باشید. همچنین جواب دادن به گوشی تلفن هنگامی که مشتری حضور دارد از رفتارهای رایج و در عین حال غیرحرفه‌ای فروشندگان محسوب می‌شود که باید آن را کنار بگذارید. فراموش نکنید مشتری باید همواره از جانب شما احترام دریافت کند و این یک اصل غیرقابل تغییر است. با این حال برخی از افراد در قالب مشتری وارد می‌شوند و هدفی جز متشنج کردن جو ندارند. بدون تردید هدف آنها این است که شما رفتاری را انجام دهید که بتوانند به پشتوانه آن به برند شما ضربه بزنند. با این حال این امر نباید دلیل بر تندخویی شما باشد. فراموش نکنید که مشتری در همه حال مشتری است و باید با سیاست با چنین افرادی رفتار کنید، به نحوی که همگان انگشت اتهام را به سمت فرد خاطی و نه برند شما دراز کنند.

۶- حس رقابت داشته باشید

یکی از اقدامات مفید این است که به‌طور مداوم در قالب مشتری به نمایندگی‌های فروش سایر رقبای شرکت خود بروید و اقدامات آنها را مورد بررسی قرار دهید. این امر مانند یک کلاس آموزشی به شما کمک خواهد کرد تا روش‌های فروش بیشتری را یاد بگیرید و با قدرت بیشتری عمل کنید. همچنین ایجاد رقابت با سایر همکاران خود و تعیین جایزه برای برنده آن، می‌تواند به بالاتر رفتن انگیزه شما برای انجام کارهای بیشتر و بالا بردن کیفیت کارتان کمک کند. همچنین فراموش نکنید که باید همواره در برخورد با مشتری پرانرژی و سرحال باشید تا بتوانید تأثیر خوبی روی مشتریان‌تان داشته باشید.

۷- کنجکاوی و اطمینان را در خود تقویت کنید

بدون تردید افراد علاقه‌مند به گفت‌وگو و تبادل اطلاعات هستند. با این حال بیشتر فروشندگان این باور غلط را دارند که باید مشتری را بمباران اطلاعاتی کرد. این امر باعث خواهد شد آنها مجالی برای بیان مواردی که می‌خواهند با شما در میان بگذارند نداشته باشند و این خود باعث کاهش رضایتمندی از شما خواهد شد. در همین راستا لازم است همواره خود را نسبت به حتی بی‌اهمیت‌ترین گفته‌ها، کنجکاو نشان دهید. همچنین لازم است با لحنی محکم و اطمینان خاطر صحبت کنید. بدون تردید هنگامی که خود تردید داشته باشید نمی‌توانید فرد دیگری را به مرحله اطمینان برسانید.

۸- سماجت داشته باشید

در مقام فروشنده لازم است خود را با کلمه نه به خوبی سازگار کنید. بدون تردید حتی با رعایت تمامی موارد و اصول حرفه‌ای، این احتمال وجود دارد که با پاسخ منفی مشتری مواجه شوید. توجه به این نکته ضروری است که برخی از افرد صرفا بازدیدکننده هستند. این افراد در مقابل خرید واکنش منفی خواهند داشت. با این حال این افرد با مراجعه به نمایندگی این حقیقت را آشکار می‌سازند که قصد خرید دارند، اما زمان آن حال حاضر نیست. تحت این شرایط نباید با شنیدن کلمه نه، این دسته از افراد را به حال خود رها سازید. در واقع باید پلی ارتباطی میان خود و آنها ایجاد کنید تا هر زمان که قدرت خرید پیدا کردند، تنها به شما مراجعه کنند.

۹- صداقت داشته باشید و سیستم اطلاعات مشتری را ایجاد کنید

از سیاست‌های نادرست فروشندگان در مواجهه با مشتری این است که تنها در اندیشه فروش محصول خود هستند و برای رسیدن به این خواسته از هیچ اقدامی دریغ نمی‌کنند. بدون شک دروغی که بگویید شاید باعث شود مشتری به اشتباه از شما یک بار خرید کند، با این حال مطمئن باشید که این اشتباه را برای بار دوم مرتکب نخواهد شد و همواره با دلخوری از برند شما یاد خواهد کرد. به همین خاطر لازم است در مواجهه با مشتری همیشه صداقت لازم را داشته باشید. این امر بدین معنا نیست که تمام اطلاعات شرکت را به این بهانه برای آنها برملا سازید، بلکه باید هر اطلاعاتی را که باید در اختیار مشتری قرار دهید، بدون اندکی کم‌وکاست باشد. همچنین باید اطلاعاتی را که از مشتری خود دریافت کرده‌اید در جایی مکتوب کنید تا در صورت مراجعه مجدد، بدانید که چگونه باید با وی رفتار کنید.

۱۰- ارتباطات خود را گسترش دهید

هیچ مانع منطقی وجود ندارد که شما نتوانید با سایر همکاران خود حتی از برندهای دیگر و همچنین مشتریان ارتباطی دوستانه داشته باشید. این امر نه‌تنها بد نخواهد بود، بلکه مزیت‌های بسیاری را نیز به همراه خواهد داشت. با این حال فراموش نکنید که هیچ چیز را نباید به فرد مقابل خود تحمیل کنید و این امر تنها باید در قالب یک پیشنهاد باقی بماند.

منبع: www.insightsquared.com

بازاریابی خلاق

بازاریابی نوین

محتوای ویدئویی در استراتژی بازاریابی

سهیل قدری

محتوای ویدئویی یکی از ابزارهای قدرتمند در بازاریابی محتوا محسوب می‌شود، اما تولید ویدئوی مناسبی که با مخاطب به‌خوبی ارتباط برقرار کند، به تخصص و دانش کافی نیاز دارد.

محتوای ویدئویی محبوبیت خود را از آنجا به دست آورد که درآمدزایی بالا و هزینه تولیدی کمی داشت. همچنان که روندهای فناوری رو به گسترش هستند، هزینه تولید ویدئو نیز پایین‌تر می‌آید. به‌علاوه، ابزارهای ارتقای محتوا، به پیشرفت تبلیغات دیجیتال کمک زیادی کرده و بازاریابان به‌راحتی می‌توانند با قیمتی مناسب، محتوای موفق تولید کنند.

نکته مهم این است که ساخت ویدئوی موفق، بیش از آنکه وابسته به تخصیص بودجه باشد، به استراتژی بازاریابی درست نیاز دارد. پس قبل از هرکاری برای شروع فیلمبرداری، یک استراتژی خوب برای ویدئوی خود پیدا کنید.

قبل از تولید ویدئو، به همه چیز خوب فکر کنید

درست مثل همه محصولات تجاری دیگر که باید مرحله تست و آزمایش را بگذرانند، استراتژی بازاریابی شما هم نباید بدون بررسی دقیق، ویدئو را اولویت اول سرمایه‌گذاری‌های بازاریابی قرار دهد. هرچند موتورهای جست‌وجو و رسانه‌های اجتماعی بیش از هر زمان دیگری مردم را به سمت ویدئو سوق می‌دهند و به خرید پلتفرم‌های مخصوص تشویق می‌کنند، ولی یک رویکرد متفکرانه، هرگز سریع و نامطمئن پیش نمی‌رود.

محتوای ویدئویی شما تنها در صورتی تأثیر خواهد داشت که به‌خوبی طراحی شده باشد، با قوانین دنیای تجارت سازگاری داشته و پیام پرمفهومی را ارسال کند.

چهار گام بعدی در ادامه مطلب را بخوانید و نکات مربوطه را در استراتژی بازاریابی خود لحاظ کنید:

۱- استراتژی بازاریابی خود را مستند کنید

هر زمان که بخواهید یکی از عناصر استراتژی بازاریابی محتوا را اضافه یا حذف کنید، باید این تغییر را مستند کنید. این کار به شما کمک می‌کند پیش از اینکه به تولید محتوا دست بزنید، جایگاه خود را درک کنید. به‌علاوه باعث می‌شود متوجه شوید چه نوع محتوای خاص، شما را به موفقیت می‌رساند.

همه‌چیز را با جزییات بنویسید: اهداف، پارامترها، نتایج مورد انتظار از آزمایش‌ها، مخاطبان، استراتژی توزیع و... این کار را حتما پیش از شروع ضبط ویدئو انجام دهید. به‌این‌ترتیب راحت‌تر با چالش‌های غیر منتظره روبه‌رو می‌شوید.

۲- مخاطبان خود را بشناسید

آیا مخاطبان هدف شما از رسانه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند؟ معمولا از چه پلتفرمی بیشتر استفاده می‌کنند؟ به‌جز ویدئو، با چه محتوایی بهتر ارتباط برقرار می‌کنند؟

محتوای پیشین خود را بررسی کنید. چه آنها که موفقیت‌آمیز بوده‌اند و چه مواردی که شکست خورده‌اند. به‌این‌ترتیب می‌توانید برآورد کنید که چه ویدئویی برای کسب‌وکار شما مناسب است.

اگر ویدئوی خود را در یوتیوب پست کنید درحالی‌که اکثر مخاطبان شما از اینستاگرام استفاده می‌کنند، به موفقیت نمی‌رسید. همچنین در کشور ما باید به نکاتی همچون حجاب و شئونات اسلامی دقت شود، این درحالی است که ممکن است در کشور دیگری اینچنین نباشد.

۳- قدم‌های کوچک بردارید

هرگز در یک روز، تعداد زیادی ویدئو پشت سرهم پست نکنید! در عوض، فیلم‌ها را به محتوای نوشتاری متصل کنید. صفحات فعلی سایت را ارتقا دهید و با مقایسه عملکرد حال و گذشته، دید بهتری نسبت به تغییرات جدید به دست آورید.

فیلم‌های اولیه را کوتاه تولید کنید؛ مثلا در حد ۱۵ تا ۳۰ ثانیه برای شبکه‌های اجتماعی همچون اینستاگرام. ممکن است اوایل کار اصلا نیازی به فیلمبرداری نداشته باشید و بتوانید با استفاده از عکس‌ها و تصاویر یک ویدئوی ساده تولید کنید. ممکن است مخاطبان شما از یک اسلایدشو لذت ببرند، ولی برای موفقیت استراتژی بازاریابی، نیازی نیست با اسپیلبرگ قرارداد ببندید!

۴- تست کنید

فرض کنیم شما از ویدئوهای کوتاه شروع کرده‌اید و حالا چندین ویدئوی باکیفیت تولید کرده‌اید که موردعلاقه مخاطبان قرار گرفته‌اند. هنوز کار به پایان نرسیده است. فقط به این دلیل که برخی از ویدئوهای شما با استقبال مشتریان مواجه شده‌اند، به این معنی نیست که همیشه همه فیلم‌های‌تان کارآمد خواهند بود. به‌جای تکیه به موفقیت‌های موقت و نامطمئن، به‌طور مداوم رویکرد خود را ارزیابی و در صورت لزوم کارتان را اصلاح کنید. عملکردتان را بررسی کنید، روی محتوای جدیدتان تست A/B انجام دهید و هر زمان که فاکتورهای مورد آزمایش به شما اشاره می‌کنند، تغییرات لازم را اعمال کنید.

محتوای ویدئویی می‌تواند ابزار قدرتمندی در جهت استراتژی بازاریابی شما باشد، پس قبل از شروع به ساخت یک محتوای خوب، در مورد آن خوب تحقیق کنید.

منبع: imarketor

کلید

برای دستیابی به موفقیت، فعالیت‌های کنونی را با جدّیت و توالی بیشتری دنبال کنید

در سال ۲۰۰۴ میلادی ۹ بیمارستان واقع در ایالت میشیگان آمریکا روش تازه‌ای را در مراکز خود به کار گرفتند که توانست در طول ۱۸ ماه حدود ۶۶درصد از موارد ابتلا به بیماری را کاهش دهد و به یک صرفه‌جویی عظیم ۷۵میلیون دلاری منجر شود. علاوه بر آن روش مورد اشاره در مدت مذکور توانست جان بیش از ۱۵۰۰ انسان را نجات دهد. به گزارش دیجیاتو، این معجزه حتی از آن چیزی که تصور می‌کنید هم ساده‌تر است و چیزی به جز یک چک لیست نبود.

قدرت نهفته در گام‌های متوالی

استراتژی چک لیست مورد استفاده در بیمارستان‌های میشیگان با نام پروژه «Keystone ICU» شناخته می‌شود و توسط پزشکی با نام «پیتر پرونووست» رهبری شد و سپس با قلم یک نویسنده به نام «آتول گاوانده» به شهرت رسید.

«گاوانده» در بخشی از کتاب پرفروش The Checklist Manifesto خود در مورد روش ساده چک لیست این گونه گفته است: دکتر پرونووست روی یک تکه کاغذ مراحلی را که لازم است طی شود تا جلوی ابتلا به بیماری‌ها گرفته شود نوشت. پزشکان می‌بایست ۱- دست‌های‌شان را با صابون بشویند، ۲- پوست بیمار را با ضدعفونی‌کننده کلرهگزیدین پاک کنند، ۳- پارچه استریلی را روی کل بدن بیمار بکشند، ۴- ماسک، کلاه و دستکش استریل بپوشند و ۵- پوششی استریل را روی قسمت مورد نظر قرار دهند.

این پنج گام ساده که سال‌هاست شناخته شده هستند، توانست بدون آنکه حاوی مطلبی جدید و یا نوآورانه باشد، جان بیش از ۱۵۰۰ نفر را نجات دهد.

راه حل‌های جدید در مقابل راه‌حل‌های گذشته

ما همیشه تمایل داریم پاسخ‌هایی را که هم‌اکنون کشف شده‌اند دست کم بگیریم، حتی اگر آنها بهترین راه‌حل ارائه شده تاکنون باشند. مشکل

اینجاست که «این موضوع را همه می‌دانند» با «این کار را همه افراد انجام می‌دهند» کاملا متفاوت است.

همه پزشکان در بیمارستان‌های میشیگان پنج گام عنوان شده توسط دکتر پرونووست را می‌دانستند، اما تعداد معدودی از آنها هر بار تمام گام‌ها را به صورت بی‌نقص و به ترتیب انجام می‌دادند. ما همیشه تصور می‌کنیم که برای پیشرفت و موفقیت باید به دنبال راه‌های جدیدی باشیم، اما این مسئله همیشه درست نیست.

از آنچه هم‌اکنون دارید استفاده کنید

این الگو همین الان هم علاوه بر شرکت‌ها و دولت‌ها، زندگی‌های شخصی‌مان را تحت‌الشعاع قرار داده است. ما در حال اتلاف منابع و ایده‌ها هستیم، آن هم تنها به دلیل اینکه جدید یا هیجان‌انگیز نیستند.

بسیاری از فرصت‌های بزرگ و کوچک در زندگی‌مان وجود دارند که چنانچه به‌طور مداوم و با جدیت بیشتری به آنها دل بدهیم، می‌تواند مسیر پیشرفت و ترقی را هموار سازد. هر روز نخ دندان کشیدن، فراموش نکردن ورزش، انجام وظایف مربوط به کسب و کار خود، عذرخواهی کردن و قبول اشتباهات بیش از پیش.

درست است، این فعالیت‌ها خسته‌کننده هستند، اما یک چک لیست ساده از گام‌های مورد نیاز وجود دارند که می‌توانید از همین امروز آنها را دنبال کنید.

در آخر باید بیان کرد که پیشرفت در پس راه‌حل‌های ساده و خسته‌کننده و بینش‌های بی‌استفاده پنهان شده است. شما به اطلاعات بیشتری احتیاج ندارید. شما به استراتژی بهتری نیاز ندارید. تنها لازم است کارهایی را که هم‌اکنون انجام می‌دهید، با جدیت و توالی بیشتری دنبال کنید.

منبع: Entrepreneur

بررسی ۱۶ کسب‌وکار موفق در زمینه تلفن‌های هوشمند

چگونه با تلفن همراه خود کسب درآمد کنیم (۱)

مترجم:امیر آل‌علی

تصور اکثر افراد در رابطه با کسب‌وکار حضور در مکانی مشخص و سپری کردن ساعت‌های زیاد در محیط اداری است. با این حال جهان حال حاضر دستخوش تغییرات زیادی نسبت به گذشته شده است و این تغییرات در کسب‌وکار نیز حس می‌شود. در واقع شما باید در کاری فعالیت داشته باشید که علاقه‌مند هستید و انگیزه برای فعالیت زیاد و در نتیجه کسب موفقیت داشته باشید. به همین خاطر لازم است نحوه نگرش خود را در این رابطه تغییر دهید. در ادامه به بررسی ۱۰فعالیت پول‌ساز که نیازی به محیط ثابت ندارد و با تلفن همراه خود می‌توانید همه هماهنگی‌های لازم را انجام دهید، خواهیم پرداخت.

۱- مراقبت از حیوانات

در حال حاضر شمار خانواده‌هایی که حیوانات خانگی نگهداری می‌کنند در تمامی نقاط جهان رو به افزایش است. با این حال حیوانات نیز نیاز به مراقبت دارند و این امر با توجه به ساعاتی که افراد در محل کار خود حضور دارند جور در نخواهد آمد. به همین خاطر از جمله اقداماتی که افراد می‌توانند در راستای کسب درآمد داشته باشند این است که وقت خود را صرف مراقبت از حیوانات خانگی دیگران کنند، با توجه به این امر که شما نیاز به خرید یا اجاره محلی برای خود ندارید، همچنین وسیله خاصی در این رابطه مورد نیاز نیست. هرچقدر دستمزد برای این کار دریافت کنید، سود خالص خواهد بود. این امر خصوصا برای افرادی که علاقه به حیوانات دارند می‌تواند گزینه‌ای مطلوب محسوب شود. حضور در یک شبکه اجتماعی محبوب در این رابطه ضروری بوده و لازم است افردی را که حیوانات خانگی دارند، با چند جست‌وجوی ساده براساس هشتگ‌ها شناسایی کنید.

۲- رستوران و کافه‌های سیار

احداث یک رستوران یا کافه همواره به سرمایه‌ای عظیم نیاز دارد و همین امر باعث می‌شود افراد در این رابطه صرفا به کارگری برای افراد اکتفا کنند. با این حال دنیای تجارت میدان بازی خلاقیت است. در این رابطه افراد با اعمال تغییراتی در خودروی خود اقدام به ایجاد رستوران یا کافه‌های سیار برای خود می‌کنند و این امر با توجه به این امر که افراد نیز به علت کمبود وقت ممکن است زمانی برای رفتن به کافه‌های دور نداشته باشند، می‌تواند به گزینه‌ای پرطرفدار تبدیل شود. با این حال لازم است خود را به درستی به سایرین بشناسانید تا به محبوبیت دست پیدا کنید. در این رابطه کاربرد تلفن همراه هنگامی است که شما بتوانید سفارش‌ها را بهمکان‌های مدنظر ببرید. همچنین در این رابطه هیچ شبکه اجتماعی مانند اینستاگرام نمی‌تواند به شما در این زمینه کمک کند. درواقع با توجه به ماهیت متفاوت این نوع کافه و رستوران‌ها معمولا با واکنش‌های خوبی از سوی قشر جوان مواجه خواهند شد. توصیه می‌شود در صورتی که تمایل دارید در این عرصه فعالیت کنید، نمونه‌های موجود را مورد بررسی قرار دهید و خود خلاقیت‌هایی را نیز به کار گیرید. به هر میزان که در طراحی اتومبیل خود هنر بیشتری به خرج دهید می‌توانید حتی به مکانی برای گرفتن عکس مشتریان نیز تبدیل شوید که خود عاملی برای فروش بیشتر خواهد بود.

۳- گرداننده جشن‌ها

امروزه کمبود وقت افراد در تمامی جنبه‌های زندگی حس می‌شود و عاملی است که می‌توانید از آن کسب درآمد داشته باشید. یکی از این حوزه‌ها این است که مدیریت مجالس افراد را برعهده بگیرید. اگرچه سالن‌های متعددی در این رابطه وجود دارد، با این حال قیمت بالای آنها باعث می‌شود تا افراد تنها برای مراسم‌های بزرگ مانند ازدواج به سراغ آنها بروند.

با این حال این امر به معنای عدم نیاز آنها نبوده و لازم است به کاهش چشمگیر قیمت‌ها در این رابطه اقدام کنید.

برای این کار وجود یک وسیله حمل و نقل مانند ون یا مینی‌بوس در راستای جابه‌جایی افراد و همچنین توانایی موسیقیایی ضروری است.

۴- تدریس خصوصی

هر فردی از علایق متعددی برخوردار است با این حال عامل کمبود وقت باعث می‌شود افراد قید آنها را بزنند. پاسخ به این نیاز در واقع تدریس خصوصی است.

برای مثال افراد معدودی وجود دارند که علاقه به نواختن یک ساز مانند گیتار دارند، با این حال نبود وقت کافی باعث می‌شود قادر به رفتن به مراکز آموزشی نباشند. در صورتی که شما از توانایی نواختن یک آلت موسیقی برخوردار هستید می‌توانید نیاز این دسته از افراد را به خوبی پاسخ دهید.

در واقع کار کردن براساس توانایی‌ها، یکی از ایده‌آل‌ترین فرصت‌های شغلی برای هر فردی است که نباید آن را به سادگی از دست داد.

۵- رسیدگی به وسیله نقلیه

بسیاری از افراد وجود دارند که از توانایی‌های خوبی در حوزه مکانیک برخوردارند، با این حال به دلایل مختلف از امکان ایجاد یا کار در یک مکانیکی برخوردار نیستند. تحت این شرایط سیار بودن عاملی است که به شما کمک خواهد کرد. در واقع ضرورتی وجود ندارد که حتما افراد برای تعمیر یا تمیز کردن خودروی خود به شما مراجعه کنند و عکس این قضیه نیز می‌تواند رخ دهد. با این کار شما می‌توانید افرادی را به مشتریان خود تبدیل کنید که فرصتی برای بردن و پس گرفتن وسیله خود ندارند. با این حال فراموش نکنید که قیمت شما باید در هر یک از مواردی که معرفی می‌کنیم به نحوی باشد که افراد به مشتری ثابت شما تبدیل شوند. درواقع شما در اینگونه کارها، بسیاری از هزینه‌ها را نخواهید داشت و به همین خاطر قیمت نیز باید معقول باشد.

۶- مربی شخصی

حضو فناوری و انواع تکنولوژی‌ها باعث شده است تا تحرک افرد کم شده و این امر سلامت آنها را به شدت تحت تأثیر قرار می‌دهد. این امر در حالی است که کیفیت کم غذاهای فست فودی و تمایل افراد به سمت آنها به دلیل سریع آماده شدن، شرایط سختی را ایجاد کرده است. همین امر منجر به این می‌شود تا افراد نیاز به روی آوردن به یک ورزش را حس کنند. با این حال اماکن ورزشی در همه جا وجود ندارد و این خود بزرگ‌ترین مانع حضور افراد محسوب می‌شود. تحت این شرایط در صورتی که از توانایی مربیگری برخوردار هستید می‌توانید با معرفی خود، در محل کار یا منزل افراد حضور یافته و به تناسب اندام آنها کمک کنید. فراموش نکنید که در این رابطه مشتریان بهترین تبلیغ‌کننده‌ها محسوب می‌شوند و به هر میزان که کار شما بهتر باشد، شانس جذب مخاطب بیشتری را برای خود خواهید داشت. اگرچه یک باشگاه هزینه‌های زیادی مانند اجاره سالن را دارد، با این حال شما تنها با یک تماس ساده می‌توانید در این رابطه کسب درآمد کنید. با این حال نحوه تبلیغ اولیه مهم است و باید به شکلی خلاقانه صورت گیرد.

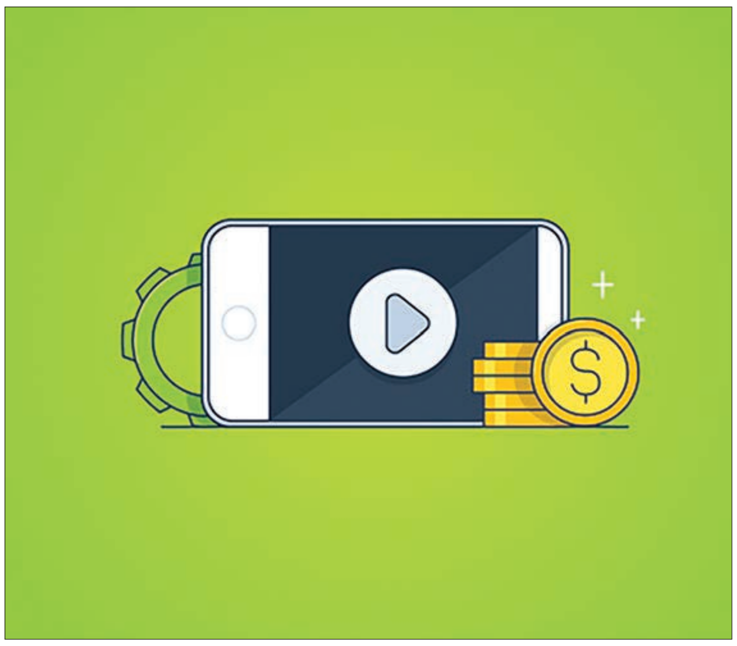
۷- کلید سازی

در بسیاری از موارد مشاهده شده است که افراد کلید خود را در درون اتومبیل‌شان جا می‌گذارند، یا رمز گاوصندوق خود را فراموش می‌کنند. تحت این شرایط مراجعه به یک کلیدساز ضروری است. با این حال واقعیت این است که این کسب‌وکار در عمل نیاز به هیچ مکان ثابتی ندارد و تنها کافی است شماره شما برای افراد در دسترس باشد تا در صورت به مشکل خوردن با شما تماس بگیرند. این امر باعث خواهد شد تا شما نیز از آزادی بیشتری برای پرداختن به کارهای دیگر برخوردار باشید.

۸- خدمات نظافتی

این امر شباهت‌هایی با مورد شماره۶ دارد، با این حال در این جا دیگر صرفا با وسیله نقلیه مواجه نیستید و هرچیزی می‌تواند محدوده عملکردی شما باشد. با این حال فراموش نکنید که در لیست قیمت خود همواره تنوع کافی داشته باشید. برای مثال ممکن است فردی تنها بخواهد شیشه‌های محل کارش با آب تمیز شود، با این حال فردی دیگر تمایل به نهایت پاکیزگی دارد که بدون شک قیمت برای هریک باید متفاوت باشد.

منبع: www.thebalance.com



نگاه

با ترکیب «تفکر طراحی» و فرهنگ سازمانی، اوضاع را به نفع کسب و کارتان تغییر دهید

مترجم:مارال مختارزاده
کارشناس ارشد کارآفرینی

«تفکر طراحی» و اجرایی ساختن آن، نیازمند تغییرات فرهنگی در سازمان است

برخلاف آنچه از شنیدن نام «تفکر طراحی» به ذهن می‌رسد، این مقوله چیزی نیست که به‌طور انحصاری توسط طراحان مورد استفاده قرار گیرد. تفکر طراحی تکنیکی است که گرچه ریشه در خلاقیت دارد، اما شرکت‌ها برای حل مشکلات خاص از آن استفاده می‌کنند. تفکر طراحی به‌عنوان مقوله‌ای چندبخشی شامل طراحی، کسب‌وکار و تکنولوژی تعریف می‌شود که برای حل مشکلات انسانی ایجاد شده است.

نکته‌ای که وجود دارد این است که تفکر طراحی مشکلات جهان را حل نمی‌کند، اما با ترکیبی از تفکر، اجرا و فرهنگ، می‌تواند اوضاع را به نفع‌تان عوض کند.

در ادامه به نقل از مدیر اینفو به بررسی هر کدام از این فاکتورها می‌پردازیم:

تفکرطراحی: نقاط ضعف را درک کنید

اینکه مشکل را شناسایی کنید و برای حل آن چاره‌ای بیندیشید، کافی نیست. باید بتوانید درک کنید که چرا این مشکل کاربران و مشتریان‌تان را به زحمت می‌اندازد. مهم‌ترین مرحله در تفکر طراحی این است که نتیجه‌گیری کنیم. در واقع فقط جمع‌آوری داده کافی نیست. باید بتوانید به معنا و مفهوم داده‌ها پی‌ببرید.

این مقوله به‌معنای صرف زمان با مشتریان، مصرف‌کنندگان و کارمندان‌تان است تا دقیقا درک کنید که مشکلات آنها چیست و اساسا چرا این مشکلات وجود دارند. هنگامی‌که کسب‌وکار سناریوی فعلی را درک کند، می‌تواند نقاط ضعف را شناسایی و سپس شروع به تصور کردن وضعیتی کند که این مشکلات در آن وجود ندارد.

اجرایی ساختن: طراحی، رویکردی برای ارائه راه‌حل‌ها

یکی از مشکلات رایج در کسب‌وکارهایی که سعی در اعمال اصول طراحی دارند، مرحله ایده‌یابی است. در اغلب شرکت‌ها کمبود ایده وجود ندارد؛ مشکل اصلی در اجرایی ساختن ایده‌ها است.

توصیه می‌شود که روشی چابک و بهینه را برای اجرایی ساختن راه‌حل‌ها ایجاد کنید. نمونه‌ای از ایده‌تان را به صورت آزمایشی ایجاد و بررسی کنید، مشکلات را بیابید و نمونه بهتری را توسعه دهید.

راه‌اندازی سریع و تکراری؛ روش خوبی است. به این معنی که باید بررسی کنید، نمونه موردنظر واقعا خوب کار می‌کند یا خیر؟ در مرحله بعد ارزیابی کنید که تأثیر تجاری آن تا چه اندازه بوده است؟ آیا بر افراد تأثیرگذار بوده است یا خیر؟ (به یاد داشته باشید روش معمول به این صورت است: از طریق تعامل با مشتری، نیازمندی‌ها و مشکلات او شناسایی می‌شود. بعد از آن نمونه اولیه مطابق با خواست و نیاز مشتری ایجاد و وارد بازار می‌شود و در نهایت ارزیابی و اصلاحات لازم انجام می‌شود).

فرهنگ، بستری برای ظهور نوآوری

شکل‌گیری تفکر طراحی موفق، نیازمند تحول فرهنگی است. «آی. بی. ام» چندین مرحله را برای پرورش تفکر طراحی در فرهنگ خود پشت‌سر گذاشته است برای مثال در نیروی کارش تعداد طراحان را افزایش داده است به‌صورتی که به‌ازای هر ۳۳ برنامه‌نویس، هشت نفر طراح استخدام کرده است.

شرکت‌ها باید فضایی اختصاصی برای تیم‌ها ایجاد کنند که بستری برای کارهای خلاقانه و توام با ریسک باشد. همچنین لازم است به افراد مسئول در تیم قدرت و اختیارات لازم داده شود. زیرا آنان قادر هستند ورای قوانین موجود فکر و عمل کنند.

برگرفته از سایت. telegraph. co. uk

دیجیتال مارکتینگ چیست؟

بهناز بختیاری

مدت زمان آنلاین بودن مردم نسـبت به ۱۲سال گذشته دوبرابر شده است. زمانی‌که مدام این جمله تکرار شود که «نحوه خرید مردم تغییر کرده است»، به این معناست که بازاریابی سنتی (offline marketing) به اندازه گذشته کارآمد نیست. بازاریابی همیشه به معنای ارتباط با مخاطبان در مکان و زمان درسـت بوده اسـت. بازتعریف این مفهوم در دنیای امروز یعنی برآورده کردن احتیاجات آنان در اینترنت، جایی که بیشتر زمان خود را در آن سپری می‌کنند. پس به دنیای دیجیتال مارکتینگ یا بازاریابی آنلاین (digital marketing) یا به عبارتی هر گونه بازاریابی که به شکل اینترنتی وجود دارد، خوش آمدید.

در حوزه بازاریابی همیشـه سـؤالات اساسـی وجود داشـته‌اند، افراد اغلب می‌پرسـند بازاریابی چیسـت، تبلیغات چیسـت و مارکتینـگ دیجیتال یا اینترنتی چیست؟ شاید روزانه با این مفاهیم سر و کار داشته باشید اما ممکن اسـت هنگام تعریف هر یک از این موارد، ندانید از کجا باید شـروع کنید و به راسـتی تعریفی درسـت برای هریک از آنها چه می‌تواند باشـد! از این رو در ایـن مقاله به تعریف بازاریابـی اینترنتی خواهیم پرداخت. بازاریابی ربایشـی (inbound marketing) و بازاریابی دیجیتالی عملاً مشـابه هستند ولی چند تفاوت کوچک نیز میان آنها وجود دارد. شاید پس از صحبت با بازاریابان و صاحبان کسـب و کار در ایالات‌متحده، انگلستان، آسیا، استرالیا و نیوزیلند قادر به فهم آن باشـید که این تفاوت‌های کوچک در سرتاسـر جهان چگونه دیده می‌شوند. آیا تفاوت این دو رویکرد برای شما ملموس است؟ اگر این گونه نیسـت ادامه مقاله را بخوانید و آن را با مطالـب بازاریابی جاذبه‌ای یا درونگرا مقایسه کنید.

دیجیتال مارکتینگ دقیقا به چه معناست؟

دیجیتال مارکتینگ چتری اسـت که تمام تلاش‌های بازاریابی آنلاین شما را پوشش می‌دهد. کسب‌وکارها کانال‌های دیجیتالی چون موتور جست‌وجوی گوگل، شـبکه‌های اجتماعی، ایمیل و وب سـایت‌ها را به عنوان اهرمی برای دستیابی به مشـتریان فعلی و آتی خود قرار می‌دهند. از وب‌سایت‌تان گرفته تا دارایی‌های برندینگ آنلاین‌تـان مانند تبلیغات دیجیتالی،بازاریابی ایمیلی، بروشـورهای آنلاین و... طیف عظیمی از دارایی‌ها و تاکتیک‌ها وجود دارد که زیـر چتر بازاریابی دیجیتالی قرار می‌گیرد. بازاریابان دیجیتالی خبره به خوبی می‌دانند که هر دارایی یا تاکتیک چگونه اهداف گسـترده آنان را پشـتیبانی می‌کند. در این قسـمت توضیحی کوتاه و مختصر درباره برخی از دارایی‌ها و تاکتیک‌های رایج دیجیتال مارکتینگ آورده شده است:

دارایی‌ها

- وب سایت
- پست‌های وبلاگ
- کتاب‌هـای الکترونیـک (Ebooks) و مقالـه سـفید یا وایـت پیپرها (whitepapers)
- اینفوگرافیک‌ها (Infographics)
- ابزارهای تعامل
- کانال‌های شـبکه‌های اجتماعی(Facebook، LinkedIn، Twitter، Instagram و...)
- کسب پوشش آنلاین (روابط عمومی (PR)، شبکه اجتماعی و بررسی‌ها)
- بروشورهای آنلاین و lookbookها
- دارایی‌های برندینگ (لوگوها، فونت‌ها و ...)

تاکتیک‌ها

بهینه‌سازی موتور جست‌وجو (SEO)

فرآیند بهینه‌سازی وب سایت یا سئو (SEO) به معنای دستیابی به رتبه‌های بالاتر در صفحات نتایج موتور جسـت‌وجو است که در نهایت منجر به افزایش ترافیک ارگانیک (یا رایگان) سایت شما می‌شود.

بازاریابی محتوا (Content Marketing)

خلـق و ارتقـای دارایی‌های محتوایی بـا هدف ایجاد آگاهی از برند، رشـد ترافیک، جذب مشـتریان فعلی و بالقوه رابازاریابی محتوا گویند. نیاز، سـبک زندگی مخاطبان و ویژگی‌ها و لحن برند خود را مشـخص کنید و با توجه به این موارد اقدام به تولید محتوای باکیفیت کنید، کارآمد بودن این رویکرد برای کسب و کارهای بیشماری ثابت شده است.

بازاریابی درونگرا یا ربایشی (Inbound Marketing)

بازاریابی ربایشی به چرخه کاملی اشاره دارد که طی آن مخاطبان به وسیله محتوا ابتدا جذب می‌شوند سپس به مشتری بالقوه و در گام سوم به مشتری و در نهایت به هوادار تبدیل خواهند شد. در بازاریابی ربایشی فرآیندی از داخل سـازمان شـکل می‌گیرد و هدف آن جذب مخاطبان و برقراری تعامل عمیق با آنها است به نوعی که پس از مدتی این افراد کاملاً جذب برند شما شوند.

بازاریابی شبکه‌های اجتماعی (Social Media Marketing)

بـه فرآیند ارتقای برند و محتوا از طریق کانال‌های شـبکه‌های اجتماعی به منظور افزایش آگاهی از برند، جذب ترافیک و جذب مشتری برای کسب و کار را بازاریابی شبکه‌های اجتماعی گویند.

پرداخت به ازای کلیک (PPC)

به راهکار جذب ترافیک به وب‌سـایت از طریق پرداخت به ناشران با هر بار کلیک تبلیغ‌تان در سایت ناشـر، پرداخت به ازای کلیک می‌گویند. این روش در واقع نوعی تبلیغات آنلاین محسـوب می‌شـود که افراد را به صفحات فرود سایت فرامی‌خواند.

بازاریابی وابسته (Affiliate Marketing)

نوعی از تبلیغات مبتنی بر عملکرد است که در آن شما به ازای تبلیغ و ارتقای محصولات و خدمات دیگری در وب‌سایت‌تان، کمیسیون دریافت می‌کنید.

تبلیغات بومی یا همسان (Native Advertising)

تبلیغات بومی یا همسان به تبلیغاتی اشاره دارد که در اصل به شکل محتوا در پلتفرم در کنار سایر محتواهای غیرپرداختی ظاهر می‌شوند و به نوعی پست‌های دارای اسپانسـر هستند ولی بسیاری از مردم تبلیغات در شبکه‌های اجتماعی مانند تبلیغات فیس‌بوک و اینستاگرام را نیز در این دسته قرار می‌دهند.

اتوماسیون بازاریابی (Marketing Automation)

منظور از اتوماسـیون بازاریابی نرم‌افزارهایی اسـت که بـا هدف اتوماتیک و خـودکار کردن فعالیت‌های بازاریابی وجود دارند. بسـیاری از دپارتمان‌های بازاریابی می‌بایسـت وظایف تکراری مانند بازاریابی ایمیلی، شبکه اجتماعی و دیگر فعالیت‌های مربوط به وب سایت را خودکار کنند.

بازاریابی ایمیلی (Email Marketing)

شـرکت‌ها از بازاریابی ایمیلی به عنوان راهی برای ارتباط با مخاطبان‌شـان اسـتفاده می‌کنند. ایمیل اغلب برای تبلیغ یـک محتوا، تخفیفات یا رویدادها مورد اسـتفاده قرار می‌گیرد و همچنین مردم را به وب سـایت کسب و کارها هدایت می‌کند.

روابط عمومی آنلاین (Online PR)

روابط عمومی آنلاین عمل تأمین امنیت به دست آمده از پوشش آنلاین به وسیله نشریات دیجیتالی، وبلاگ‌ها و سایر وب‌سایت‌های مبتنی بر محتوا است. بسیار شبیه روابط عمومی سنتی است ولی در محیط مجازی شاهد آن هستیم.

تفاوت دیجیتال مارکتینگ و بازاریابی ربایشی

در ظاهـر این دو مفهوم شـبیه هم هسـتند: هـر دو در محیط آنلاین رخ می‌دهند و روی ایجاد محتوای دیجیتالی برای استفاده مردم تمرکز دارند. پس تفاوت در چیست؟

واژه دیجیتـال مارکتینـگ هیچ تفاوتی میان تاکتیک‌هـای بازاریابی کششـی (pull) و فشـاری (push) (یـا همان چیزی کـه امروزه با عنوان روش‌هـای درونگـرا (inbound) و برونگـرا (outbound) شناخته می‌شوند) قائل نمی‌شود. هر دو این روش‌ها در زیر چتر بازاریابی دیجیتالی قرار می‌گیرند.

تاکتیک‌های بازاریابی برونگرا به دنبال آن است که پیام را مستقیماً در پیش روی بیشـترین تعداد افرادی که در فضای مجـازی امکان دارد (صرف نظر از اینکه فرد مقابل چقدر مرتبط یا خواهان آن اسـت) قرار دهد. به عنوان مثال تبلیغات بنری پرزرق و برقی که شما در بالای بسیاری از وب‌سایت‌ها می‌بینید، سعی دارند محصولی را تحمیل کنند یا برای افرادی تبلیغ کنند که لزوماً برای دریافت آن آماده نیستند، در این زمره قرار می‌گیرند.

از سوی دیگر بازاریابانی که تاکتیک‌های بازاریابی درونگرا یا ربایشی را به کار می‌بندند از محتوای آنلاین برای جذب مشتریان هدف خود به وب‌سایت‌شان بهـره می‌گیرند. یکی از سـاده‌ترین و همچنین قدرتمندترین ابـزار بازاریابی ربایشی وبلاگ است. وبلاگ به سایت شما این امکان را می‌دهد که روی لغات موردپسند مشتریانتان سرمایه‌گذاری کنید.

نهایتاً بازاریابی ربایشـی یا درونگرا روشی اسـت که از دارایی‌های دیجیتال مارکتینگ برای جذب و تبدیل مخاطب آنلاین به مشـتری بالقوه و سـپس مشـتری و بعد از آن هواخواه اسـتفاده می‌کند(attract، convert، close، delight). از طرفـی بازاریابی دیجیتال یک واژه کلی اسـت که شـامل کلیه تاکتیک‌هـای بازاریابی اینترنتـی (صرف‌نظر از درونگرا یـا برونگرا بودن آنها) می‌شود.

منبع: **belovedmarketing**

آگهی مزایده اموال غیر منقول اسناد رهنی

مزایده پلاک ۶۱/۶۸۲ به موجب پرونده اجرائی کلاسه ۹۴۰۰۰۰۸ ششدانگ یک دستگاه اپارتمان دو طبقه واقع در طبقه همکف به نشانی دهدشت کوی ۱۸۰ دستگاه کوچه شهید عزیزی ۱- به پلاک ۶۱/۶۸۲ که سند مالکیت ان ذیل ثبت ۳۳۱۱ صفحه ۸۵ دفتر ۲۲ ثبت و صادر و مع الواسطه به خانم فرخنده قنبری منتقل شده است طبق سند رهنی شمار ه ۷۴۰۵۶ مورخ ۸۶/۹/۴ تنظیمی دفترخانه ۸۳ یاسوج در قبال مبلغ ۱۶۴۰۰۰۰۰۰ ریال در رهن بانک صنعت و معدن قرار گرفته و طبق نظر کارشناس رسمی به مبلغ ۹۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال ارزیابی شده و پلاک فوق دارای یک ساختمان دو طبقه با کاربری مسکونی اسکلت فلزی و مصالح بنایی طبقه همکف دارای سه اتاق خواب پذیرایی هال اشپزخانه سرویس بهداشتی و حمام بیرونی با سقف و طاق ضربی دیوارهای داخلی سفیدکاری گچی است زمین کل مورد ثبت به مساحت ۲۵۵ متر مربع که مقدار ۴۱/۵۵ متر مربع حیاط اختصاصی پلاک ۶۱/۶۸۲ طبقه همکف می باشد راه پله ارتباطی به طبقه اول به شکل رفت و برگشت نمی باشد و مختص پلاک ۶۱/۲۰۷۲ می باشد محدود به حدود شمالا در ۶ قسمت که دوم و چهارم شرقی است اول به طول ۲/۲۵ متر درب ود یواریست به خیابان ۱۲ متری دوم الی پنجم بطولهای ۴ متر ۹۰ سانتی متر ۲/۸۰ متر ۵/۵۰ متر همگی دیواریست به حیاط اختصاصی ششم به طول ۱/۱۰ متر دیواریست به راه پله اختصاصی طبقه اول شرقا به طول ۱۵/۲۰ متر دیوار به دیوار پلاک ۶۱/۶۸۳ جنوبا که بطول ۹/۸۰ متر د یواریست به حیاط خلوت غربا به طول ۲۲/۱۰ متر دیوار به دیوار پلاک ۶۱/۶۸۱ حقوق ارتفاقی به شرح قانون تملک اپارتمانها می باشد ایوان پیشرفتگی به مساحت ۱۱/۷۶ متر مربع که بر روی حیاط خلوت می باشد ایوان با پیشرفتگی که بر روی حیاط اختصاصی می باشد به مساحت ۶/۶ متر مربع در حیاط اختصاصی که مختص طبقه همکف می باشد به مساحت ۴۱/۵۵ متر مربع الف قسمتهای اختصاصی ۱- راه پله که مختص طبقه اول است ۲- حیاط اختصاصی که مختص طبقه همکف می باشد ۳- شامل دو واحد مسکونی طبقه همکف وا ول می باشد که عرصه مشاعی به تنهایی قابل انتقال نیست ب — قسمتهای مشاعی ۱- زمین مورد ثبت به مساحت ۲۵۵ متر مربع که مقدار ۴۱/۵۵ متر مربع حیاط اختصاصی طبقه همکف می باشد ۲- تاسیسات از قبیل لوله های اب فاضلاب برق تلفن کانال کولر بخاری ۳- اسکلت ساختمان ۴- راه پله طبقات و پاگردها که خارج از قسمتهای مشاعی اختصاصی قرار گرفته اند به مساحت ۷/۵۹ متر مربع ۵- پشت بام و کلیه تاسیسات که برای استفاده عموم شرکا و یا فقط بنا در ان احداث گردیده است ۶- نمای خارجی ساختمان ۷- محوطه ساختمان که جنبه عمومی دارد و در سند قسمت اختصاصی نیز ثبت شده است ۸- عرصه کل قابل نقل و انتقال نیست و در صورت انتقال قسمتهای اختصاصی به هر صورتی که باشد انتقال عرصه و قسمتهای مشاعی و مشترک قهری خواهد بود پلاک فوق از ساعت ۹ الی ۱۲ روز دوشنبه مورخ ۹۶/۱۱/۲ در اداره ثبت اسناد واملاک از طریق مزایده به فروش می رسد مزایده از مبلغ ۹۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال شروع و به بالاترین قیمت پیشنهادی نقدا فروخته می شود لازم به ذکر است پرداخت بدهی های مربوط به آب و برق وگاز اعم از حق انشعاب و یاحق اشتراک و مصرف در صورتی که مورد مزایده دارای انها باشد و نیز بدهی های مالیاتی و عوارض شهرداری و غیره تا تاریخ مزایده 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 از محل مازاد به برنده مزایده مسترد خواهد شد و نیم عشر و حق مزایده نقدا وصول می گردد ضمنا چنانچه روز مزایده تعطیل رسمی گردد مزایده روز اداری بعد از تعطیلی در همان ساعت و مکان مقرر برگزار خواهد شد

مسئول واحد اجرای اسناد رسمی ثبت دهدشت قدرت اله اله کرم پور

۹۶۸

آگهی درخواست انحصار وراثت

به اطلاع می رساند اقای حسین رئیس زاده دارای سند سجلی ۳ درخواستی به خواسته صدور گواهی انحصار وراثت تقدیم شورای حل اختلاف لنده نموده که به کلاسه ۱-۹۶/۲۵۷ ثبت شعبه اول شورا گردیده وطی آن اظهار نموده که مرحوم حکیمه بی غمی ماشیخ فرزند محمدعلی در تاریخ ۹۶/۹/۱۶ به رحمت ایزدی پیوست ورثه حین الفوت وی عبارتند از محمد علی بی غمی ماشیخ ف خداداد ش ش ۲۳۳ ت ت ۱۳۴۴ پدر متوفی و عزت محمدی کیش ف عبدالرضا ش ش ۹ ت ت ۱۳۴۷ مادر متوفی و حسین رئیس زاده ف علیشاد ش ش ۳ ت ت ۱۳۶۴ همسر متوفی و اوارئیس زاده ف حسین ش ش ۵۵۰۰۰۹۹۳۹۶ ت ت۱۳۸۹ فرزند متوفی ولاغیر اینک با انجام تشریفات مقدماتی و به استناد ماده ۳۶۱ قانون امور حسبی مراتب را در یک نوبت آگهی می نماید تا هر کس اعتراضی دارد و یا وصیتنامه ای از متوفی نزد او باشد از تاریخ نشر نخستین آگهی ظرف یک ماه به شورا تقدیم دارد والا گواهی صادر خواهد شد

رئیس شورای حل اختلاف شماره یک لنده

۹۸۵

اگهی موضوع ماده ۳ قانون وماده ۱۳ ائین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی

برابر رای شماره ۱۳۹۶۶۰۳۰۱۰۶۰۰۰۶۷۹۷ - هیات اول / موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ورامین تصرفات مالکانه و بلامعارض متقاضی آقای سید فرج اله میری فرزند سید محمد به شماره شناسنامه ۵ صادره از ورامین در ششدانگ یک قطعه زمین بابنای احداثی در ان به مساحت ۶۴۵۹/۹۵ متر مربع پلاک ۱۶۶ فرعی از ۸۷ اصلی واقع در قریه قنات بزرگ آباریک ورامین خریداری از مالک رسمی و مشاعی متقاضی سید فرج اله میری و نامه جهاد ۹۶/۲۲۰/۱۰۴۹۸ - ۹۶/۲/۲ و در رهن بانک کشاورزی ورامین می باشد و بانک کشاورزی برابر نامه ۶۱/۱۱۰۹/۵۶۰-۹۶/۵/۲۹ با حفظ حقوق رهنی سند شماره ۱۶۰۱۳۳ موافقت نموده است محرز گردیده است لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز اگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند ازتاریخ انتشار اولین اگهی به مدت دوماه اعتراض خود را به اداره تسلیم و پس از ا خذ رسید ظرف مدت یکماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مرجع قضائی تقدیم بدیهی است در صورت انقضا مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سندمالکیت متقاضی صادر خواهد شد

تاریخ انتشار نوبت اول ۹۶/۹/۲۰ تاریخ انتشار نوبت دوم ۹۶/۱۰/۵

م الف ۶۷۱ رئیس ثبت اسناد واملاک محمد رحیم پوررایینی

۶۹۵

اگهی موضوع ماده ۳ قانون وماده ۱۳ ائین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی

برابر رای شماره ۱۳۹۶۶۰۳۰۱۰۶۰۰۰۵۱۶۹ و اصلاحی ۱۳۹۶۶۰۳۰۱۰۶۰۰۰۸۲۳۴ - هیات اول / موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در و احد ثبتی حوزه ثبت ملک ورامین تصرفات مالکانه و بلامعارض متقاضی خانم لیلی محمودی فرزند حسین به شماره شناسنامه ۱۲ صادره از میامی در ششدانگ یک باب خانه به مساحت ۱۰۰/۹۰ متر مربع پلاک ۳۲۴ فرعی از ۱۲ اصلی واقع در قریه خیراباد ورامین خریداری از مالک رسمی آقای باقر خانی محرز گردیده است لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز اگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند ازتاریخ انتشار اولین اگهی به مدت دوماه اعتراض خود را به اداره تسلیم و پس از ا خذ رسید ظرف مدت یکماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضائی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضا مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سندمالکیت متقاضی صادر خواهد شد

تاریخ انتشار نوبت اول ۹۶/۱۰/۵ تاریخ انتشار نوبت دوم ۹۶/۱۰/۲۰

م الف ۶۸۴ رئیس ثبت اسناد واملاک محمد رحیم پوررایینی

۹۸۷

موضوع:آگهی ابلاغ وقت رسیدگی

خواهان آقای داودسلطانی فرزند محمد قلی به طرفیت خوانده قدیرصفویه به خواسته مطالبه وجه چک مطرح که به این شعبه ارجاع وبه شماره پرونده کلاسه ۹۶۰۹۹۸۲۸۲۲۷۰۰۴۹۲ شعبه ۱۷شورای حل اختلاف شهرستان قزوین ثبت وقت رسیدگی مورخ ۱۳۹۶/۱۱/۱۴ ساعت ۱۶/۰۰تعیین که حسب دستور دادگاه طبق موضوع ماد ه ۷۳قانون آیین دادرسی مدنی به علت مجهول المکان بودن خوانده ودرخواست خواهان مراتب یک نوبت در یکی ازجراید کثیرالانتشار آگهی می گردد تا خوانده ظرف یک ماه پس ازتاریخ انتشار آگهی به دفتر دادگاه مراجعه و ضمن اعلام نشانی کامل خود، نسخه ثانی دادخواست وضمائم را دریافت ودروقت مقرر فوق جهت رسیدگی درداد‌گاه حاضر گردد.

مسئول دفترشعبه شورای حل اختلاف شعبه ۱۷شورای حل اختلاف شهرستان قزوین –لیلا نقدلو

موضوع:آگهی ابلاغ وقت رسیدگی ودادخواست وضمائم به آقای /خانم محمدکریمی

خواهان آقای مهدی قربانی دادخواستی به طرفیت خوانده آقای محمد کریمی فرزند حمید به خواسته مطرح که به این شعبه ارجاع وبه شماره پرونده کلاسه ۹۶۰۹۹۸۲۸۱۰۸۰۰۷۰۳ شعبه ۸دادگاه عمومی حقوقی قزوین ثبت وقت رسیدگی مورخ ۱۳۹۶/۱۱/۲۸ ساعت ۱۳/۰۰تعیین که حسب دستور دادگاه طبق موضوع ماد ه ۷۳قانون آیین دادرسی مدنی به علت مجهول المکان بودن خوانده ودرخواست خواهان مراتب یک نوبت در یکی ازجراید کثیرالانتشار آگهی می گردد تا خوانده ظرف یک ماه پس ازتاریخ انتشار آگهی به دفتر دادگاه مراجعه و ضمن اعلام نشانی کامل خود، نسخه ثانی دادخواست وضمائم را دریافت ودروقت مقرر فوق جهت رسیدگی درداد‌گاه حاضر گردد.

مدیرشعبه ۸دادگاه عمومی حقوقی قزوین –ولی اله حکمی نجفی

آگهی قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمان های فاقد سند رسمی حوزه ثبتی شهرستان لردگان

نظر به دستور مواد یک و سه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی و ماده ۱۳ آئین نامه قانون فوق الذکر املاکی که در هیئت قانون مذکور مستقر در اداره ثبت اسناد واملاک لردگان مورد رسیدگی قرار گرفت و رای آن صادر گردید ، جهت اطلاع عموم به شرح ذیل آگهی می گردد

املاک واقع درشهر لردگان به شماره پلاک ثبتی یک اصلی جانکی بخش ده ثبتی و فرعی های زیر

۵۲۰۰ –فرعی آقای محمد حسن اکبری شاه نجفی فرزند جان محمد ششدانگ یک دهنه مغازه به مساحت ۴۹/۷۱ متر مربع مجزی از ۳۰۴۶ فرعی واقع درلردگان- کوچه پزشکان خریداری شده مع الواسطه از اقای امید علی چراغی

۵۴۵۴ – فرعی آقای حامد لایقی قلعه سوخته فرزند حمید رضا ششدانگ یکباب ساختمان به مساحت ۳۵۱/۱۰ متر مربع مجزی از ۶۷۴ فرعی واقع درلردگان- خیابان ولیعصر کوچه گلزار شهدا خریداری شده مع الواسطه از اقای رضا اردشیری

۵۷۷۷ – فرعی آقای علی کریمی فرزند جهانگیر ششدانگ یکباب خانه به مساحت ۲۴۱/۴۰ متر مربع مجزی از ۶۵۸ فرعی واقع درلردگان- بلوار پاسداران طرح سپاه خریداری شده مع الواسطه از اقایان اردشیری و نادری و کاظمی

۶۵۹۰ –فرعی آقای فتاح جمالی ارمندی فرزند نورمحمد نسبت به یک و نیم دانگ مشاع از ششدانگ یکباب خانه به مساحت ۲۵۴/۲۳ متر مربع مجزی از ۶۶۶ فرعی واقع درلردگان- زمین شهری خریداری شده مع الواسطه از اقاجمال محمودی

۶۹۱۹ –فرعی خانم فاطمه احمدی میلاسی فرزند علی بیگ و آقایان اسماعیل و یوسف و ابراهیم همگی مشیرنژادی فرزندان علی ششدانگ یکباب خانه به مساحت ۲۸۷/۳۴ متر مربع مجزی از ۶۵۱ فرعی واقع درلردگان- بلوار رسالت کوچه منشعبه خریداری شده مع الواسطه از عزیز الله نادری (باسویه و الاشاعه)

۶۹۶۹ –فرعی آقای خیراله حسنی ساطحی فرزند حبیب اله ششدانگ یکباب خانه به مساحت ۲۶۶/۷ متر مربع مجزی از ۶۵۵ فرعی واقع درلردگان- بلوار ولیعصر خریداری شده مع الواسطه از اقای فرود و کوروش شفیعی

۷۵۰۷ – فرعی آقای محسن جلیل سرقلعه فرزند علی بابا ششدانگ یکباب مغازه به مساحت ۳۰/۵۰ متر مربع مجزی از ۶۷۱ فرعی واقع درلردگان- بلوار عشایر خریداری شده مع الواسطه از اقای حسن محمودی و قربانعلی اردشیری

۸۱۱۶ – فرعی آقای امین حسنی ساطحی فرزند اسماعیل ششدانگ یکباب خانه به مساحت ۲۱۷/۱۵ متر مربع مجزی از ۶۵۱ فرعی واقع درلردگان – خیابان دادگستری خریداری شده مع الواسطه از آقای حفیظ الله مسعودی

۸۵۷۸ –فرعی آقای حسین حسنی ساطحی فرزند نصرت اله ششدانگ یکباب خانه به مساحت ۲۰۴/۴۳ متر مربع مجزی از ۶۵۱ فرعی واقع درلردگان –بلوار رسالت خریداری شده مع الواسطه از آقای درویشعلی نادری

۸۶۱۱ –فرعی آقای جواد نژنداصیل فرزند حجت اله ششدانگ یکباب خانه به مساحت ۲۴۱/۲۱ متر مربع مجزی از ۶۵۵ فرعی واقع درلردگان –بلوار رسالت کوچه منشعبه خریداری شده مع الواسطه از اقای محمد شفیعی

۸۶۱۵ – فرعی آقای جواد کریمی ناغونی فرزند علی خون نسبت به ۴ سهم مشاع از ۱۴ سهم ششدانگ یکدهنه مغازه به مساحت ۵۶/۱۷ متر مربع مجزی از ۶۷۵ فرعی واقع درلردگان – خیابان ولیعصر خریداری شده مع الواسطه از خانم ها ماهرخ سلطان ، قدسیه و ایران تاج همگی شارق

۸۶۱۶ – فرعی آقای محمد جانکی جوزستانی فرزند حسین ششدانگ یک باب خانه به مساحت ۴۰۰/۰۷ متر مربع مجزی از ۶۶۵ فرعی واقع درلردگان – خیابان ۱۳ آبان کوچه ۱۶ مطهری خریداری شده مع الواسطه از آقای شیر علی محمودی

۸۶۱۸ –فرعی آقای جبار قنبری کهیانی فرزند جواد نسبت به ۵۴ حبه مشاع از ۷۲ حبه ششدانگ یکباب خانه به مساحت ۲۴۰ متر مربع مجزی از ۶۶۳ فرعی واقع در لردگان –طرح سپاه خریداری شده مع الواسطه از خانم ها فرح و ماهرخ اردشیری

۸۶۱۹ – فرعی آقای هادی نادری لردجانی فرزند ابراهیم نسبت به ۶۷/۵ حبه مشاع از ۷۲ حبه ششدانگ یکباب خانه به مساحت ۲۶۵/۸۹ متر مربع مجزی از ۶۵۸ فرعی واقع درلردگان – طرح سپاه خریداری شده مع الواسطه از اقای اسمعیل نادری لردجانی

۸۶۳۷ –فرعی آقای فیض اله کریمی منجرموئی فرزند حفیظ اله نسبت به ۵۴ حبه مشاع از ۷۲ حبه ششدانگ بنای احداثی و زمین متصله به مساحت ۲۵۴/۵۶ متر مربع مجزی از ۶۶۳ فرعی واقع درلردگان – طرح سپاه خریداری شده مع الواسطه از آقای عبدالرضا محمودی

ابنیه واملاک واقع در اراضی قریه چله گاه پلاک ۶۹- اصلی جانکی وفرعی های زیر

۶۲۴ –فرعی آقای میرزا علی مسعودی چله گاهی فرزند قلی ششدانگ یک باب خانه به مساحت ۳۲۸/۲۰ متر مربع مجزی از ۴۸۹ فرعی واقع در روستای چله گاه خریداری شده مع الواسطه از اقای قلی مسعودی

۶۲۵ – فرعی آقای ترنج کاظمی چله گاهی فرزند قلی ششدانگ یک باب خانه به مساحت ۴۸۳ متر مربع مجزی از ۴۸۹ فرعی واقع در روستای چله گاه خریداری شده مع الواسطه از اقای قلی مسعودی

ابنیه واملاک واقع در اراضی علی آباد پشته پلاک ۱۳–اصلی خانمیرزا وفرعی های زیر

۳۱ – فرعی آقای صید مراد بندری پشته فرزند عبداله ششدانگ یکباب ساختمان به مساحت ۹۲/۹۸ متر مربع واقع در خانمیرزا روستای علی آباد پشته خریداری شده بلاواسطه از اقای حیدر بندری

۳۲ –فرعی آقای صید مراد بندری پشته فرزند عبداله ششدانگ یکباب خانه به مساحت ۲۳۱/۰۴ متر مربع واقع در خانمیرزا روستای علی آباد پشته خریداری شده بلاواسطه از اقای حیدر بندری

۳۳ –فرعی خانم شمسی جوی پشته فرزند اسفندیار ششدانگ یکباب خانه به مساحت ۲۸۰/۱۴ متر مربع واقع در خانمیرزا روستای علی آباد پشته خریداری شده مع الواسطه از اقای رحیم علی جوی

ابنیه واملاک واقع در اراضی مزروعی مرادان پلاک ۲۰ –اصلی خانمیرزا وفرعی زیر

۳۲۷ –فرعی آقای یوسف مرادی شاه قریه فرزند حیدرقلی ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۵۰۰۱۰/۱۶ متر مربع واقع در اراضی مزروعی مرادان خریداری شده مع الواسطه از اقای حیدرقلی مرادی

ابنیه واملاک واقع در اراضی سینی پلاک ۳۷–اصلی خانمیرزا وفرعی زیر

۹۲۶ –فرعی آقای محمد عباسی نژاد فرزند الماس ششدانگ یکباب خانه به مساحت ۳۱۲/۲۵ متر مربع واقع در خانمیرزا شهر آلونی محله سینی خریداری شده مع الواسطه از اقای مرید کریمیان

ابنیه واملاک واقع در اراضی مزروعی حسن آباد سفیلان پلاک ۱۱۶- اصلی خانمیرزا وفرعی زیر

۵۲ –فرعی آقای عبدالرحمن خسروی دینارعالی فرزندحسین ششدانگ یک قطعه پرورش گاو شیری به مساحت ۳۱۸۸/۸۱ متر مربع واقع در خانمیرزا اراضی حسن آباد سفیلان خریداری شده بلاواسطه از اقای حسین خسروی

به موجب ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی ، این اگهی نسبت به املاک فوق الذکر دردو نوبت به فاصله پانزده روز از طریق روزنامه های کثیرالانتشار و محلی آگهی می گردد در صورتیکه اشخاص ذی نفع به آراءاعلام شده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشارآگهی در شهرها، و در روستاها از تاریخ الصاق در محل ، تا دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت اسناد واملاک لردگان تسلیم و رسید اخذ نمایند .معترض باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نمایند و گواهی تقدیم دادخواست را به اداره ثبت اسناد و املاک لردگان تحویل دهد . در این صورت اقدامات ثبت ، موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه است .درصورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردديا معترض ، گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل را ارائه نکند اداره ثبت محل باید مبادرت به صدور سند مالکیت نماید . صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نیست.

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۳۹۶/۱۰/۵ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۳۹۶/۱۰/۲۰

رسول تعمیدی- رئیس اداره ثبت اسناد و املاک لردگان

آگهی حصر وراثت

آقای سیدحسن حسینی موسی به شماره شناسنامه ۱۰۱۹۷ مطابق دادخواست تقدیمی به کلاسه پرونده ۹۶۰۸۵۲/۷۰۳ از این شعبه درخواست گواهی حصر وراثت نموده و چنین توضیح داده که شادروان سیداحمد حسینی پورموسی به شماره شناسنامه ۴ در تاریخ ۹۶/۶/۱۴ اقامتگاه دائمی خود بدرود زندگی گفته و ورثه حین الفوت آن مرحوم منحصر است به: ۱ سیدحسن حسینی موسی ش ش ۱۰۱۹۷ ت ت ۱۳۴۹ صادره از تهران فرزند ۲ سیداکبر حسینی موسی ش ش ۲۲۱۳ ت ت ۱۳۴۶ صادره از تهران فرزند ۳ سیده خدیجه حسینی موسی ش ش ۳۴۱۶ ت ت ۱۳۴۷ صادره از تهران فرزند ۴ اعظم سادات حسینی موسی ش ش ۵۷۷۳ ت ت ۱۳۵۸ صادره از تهران فرزند ۵ فاطمه حسین ش ش ۴ ت ت ۱۳۲۳ صادره از ری همسر و مرحوم ورثه دیگری ندارد اینک با انجام تشریفات مقدماتی درخواست مزبور را باستناد ماده ۳۶۱ قانون امور حسبی در یک نوبت آگهی می نماید تا هر کس اعتراضی دارد و یا وصیتنامه ای از متوفی نزد او باشد از تاریخ نشر آگهی ظرف مدت یک ماه به این شعبه تقدیم دارد والا گواهی مربوط صادر خواهد شد.

۱۱۰/۱۲۷۲۴۴ات رئیس شعبه ۷۰۳ شورای حل اختلاف مجتمع شماره ۱۶ تهران

آگهی حصر وراثت

آقای وحدت یوسف نیاآرالو به شماره شناسنامه ۲۲۱۶۶ مطابق دادخواست تقدیمی به کلاسه پرونده ۹۶۰۸۶ از این شعبه درخواست گواهی حصر وراثت نموده و چنین توضیح داده که شادروان رسول یوسف نیازالو به شماره شناسنامه ۴۱۱ در تاریخ ۹۲/۲/۱ اقامتگاه دائمی خود بدرود زندگی گفته و ورثه حین الفوت آن مرحوم منحصر است به: ۱ وحدت یوسف نیاآرالو ش ش ۳۲۱۶۶ ت ت ۱۳۵۷ صادره از تهران فرزند ۲ نسرین یوسف نیاآرالو ش ش ۱۹۷۹۱ ت ت ۱۳۵۳ صادره از تهران فرزند ۳ ژیلا یوسف نیارالو ش ش ۹۱۵۱ ت ت ۱۳۵۱ صادره از تهران فرزند ۴ مهرداد یوسف نیارالو ش ش ۱۱۹۹۶ ت ت ۱۳۶۱ صادره از تهران فرزند ۵ مرحمت اکبری جبه دار ش ش ۷۰۶۷۵ ت ت ۱۳۲۶ صادره از تهران همسر و مرحوم ورثه دیگری ندارد اینک با انجام تشریفات مقدماتی درخواست مزبور را باستناد ماده ۳۶۱ قانون امور حسبی در یک نوبت آگهی می نماید تا هر کس اعتراضی دارد و یا وصیتنامه ای از متوفی نزد او باشد از تاریخ نشر آگهی ظرف مدت یک ماه به این شعبه تقدیم دارد والا گواهی مربوط صادر خواهد شد.

۱۱۰/۱۲۷۲۳۶ات رئیس شعبه شورای حل اختلاف مجتمع شماره ۱۶ تهران

آگهی حصر وراثت

خانم بدری زمان خانی به شماره شناسنامه ۷۹۳ مطابق دادخواست تقدیمی به کلاسه پرونده ۹۶۰۸۶۳ از این شعبه درخواست گواهی حصر وراثت نموده و چنین توضیح داده که شادروان عباس عباس زاده به شماره شناسنامه ۲۵۶ در تاریخ ۹۶/۸/۱۲ اقامتگاه دائمی خود بدرود زندگی گفته و ورثه حین الفوت آن مرحوم منحصر است به: ۱ مجید عباس زاده ش ش ۵۲۸ ت ت ۱۳۶۲ صادره از تهران فرزند ۲ معصومه عباس زاده ش ش ۶۶۲ ت ت ۱۳۶۱ صادره از تهران فرزند ۳ بدری زمان خانی ش ش ۷۹۳ ت ت ۱۳۴۴ صادره از تهران همسر و مرحوم ورثه دیگری ندارد اینک با انجام تشریفات مقدماتی درخواست مزبور را باستناد ماده ۳۶۱ قانون امور حسبی در یک نوبت آگهی می نماید تا هر کس اعتراضی دارد و یا وصیتنامه ای از متوفی نزد او باشد از تاریخ نشر آگهی ظرف مدت یک ماه به این شعبه تقدیم دارد والا گواهی مربوط صادر خواهد شد.

۱۱۰/۱۲۷۲۳۷ات رئیس شعبه ۷۰۳ شورای حل اختلاف مجتمع شماره ۱۶ تهران

آگهی حصر وراثت

خانم روح انگیز طلوع حسینی به شماره شناسنامه ۵۵۴ مطابق دادخواست تقدیمی به کلاسه پرونده ۹۶۰۸۰۹/۷۰۳ از این شعبه درخواست گواهی حصر وراثت نموده و چنین توضیح داده که شادروان علی اصغر پورنده به شماره شناسنامه ۱۴۸۸ در تاریخ ۹۶/۱/۱۷ اقامتگاه دائمی خود بدرود زندگی گفته و ورثه حین الفوت آن مرحوم منحصر است به: ۱ روح انگیز طلوع حسینی ش ش ۵۵۴ ت ت ۱۳۳۲ صادره از تهران همسر ۲ صغری پورنده ش ش ۲۸۸۰ ت ت ۱۳۵۱ صادره از تهران فرزند ۳ مریم پورنده ش ش ۶۹۱۷ ت ت ۱۳۵۴ صادره از تهران فرزند ۴ مینا پورنده ش ش ۶۹۵۷ ت ت ۱۳۶۳ صادره از تهران فرزند ۵ نیلوفر پورنده ش ش ۲۸۴۶۳ ت ت ۱۳۶۶ صادره از تهران فرزند و مرحوم ورثه دیگری ندارد اینک با انجام تشریفات مقدماتی درخواست مزبور را باستناد ماده ۳۶۱ قانون امور حسبی در یک نوبت آگهی می نماید تا هر کس اعتراضی دارد و یا وصیتنامه ای از متوفی نزد او باشد از تاریخ نشر آگهی ظرف مدت یک ماه به این شعبه تقدیم دارد والا گواهی مربوط صادر خواهد شد.

۱۱۰/۱۲۷۲۳۴ات رئیس شعبه ۷۰۳ شورای حل اختلاف مجتمع شماره ۱۶ تهران

آگهی حصر وراثت

خواهان رونوشت حصر وراثت جهانگیر نبی زاده تویسرکانی به ش ش ۴۳ به شرح دادخواست تقدیمی ثبت شده به کلاسه ۹۶۰۹۹۸۰۹۱۵۶۰۱۴۷۱ از این شورا درخواست گواهی حصر وراثت نموده و چنین توضیح داده که شادروان ایران دخت محمد علیزاده به ش ش ۶۸۳ در تاریخ ۹۵/۳/۲۵ در اقامتگاه دائمی خود بدرود حیات گفته و ورثه حین الفوت وی منحصر است به: ۱ متقاضی با مشخصات فوق الذکر پسر متوفی ۲ مجید نبی زاده تویسرکانی به ش ش ۹۴۵ پسر متوفی ۳ پروین دخت نبی زاده تویسرکانی به ش ش ۱۲۸۴ دختر متوفی ۴ معصومه نبی زاده تویسرکانی به ش ش ۲۱۳۰ دختر متوفی اینک با انجام تشریفات مقدماتی درخواست مزبور یک نوبت آگهی می گردد تا چنانچه شخصی اعتراضی دارد و یا وصیت نامه ای از متوفی نزد او می باشد از تاریخ نشر آگهی ظرف مدت یک ماه به این دادگاه تقدیم دارد والا گواهی صادر خواهد شد.

۱۱۰/۱۲۷۲۳۳ات رئیس شعبه ۶۰۷ شورای حل اختلاف مجتمع شماره ۱۳ تهران

دادنامه

تاریخ رسیدگی ۹۶/۸/۲۲ شماره پرونده ۹۶۰۶۱۰/۷۱۹ حوزه شورای حل اختلاف مجتمع ۱۶ استان تهران شماره و تاریخ دادنامه: ۹۶۰۹۸۴-۹۶ -۹۶/۸/۲۹ خواهان: سمیه معظمی به نشانی خزانه انتهای ابریشم انتهای بابایی آپارتمان دخانیات فاز یک بلوک ۱ ورودی ۵ ط ۵ واحد ۹ خوانده: سعید کنعانی مجهول المکان خواسته: مطالبه خسارت خواهان دادخواستی/درخواستی بخواسته فوق به طرفیت خوانده تقدیم داشته که پس از ارجاع آن به این حوزه و ثبت به کلاسه فوق و جری تشریفات قانونی در وقت فوق العاده/ مقرر حوزه به تصدی امضاءکننده ذیل تشکیل است با بررسی اوراق پرونده به شرح زیر مبادرت به صدور رای می نماید. رای شورا: در خصوص دعوی خواهان سمیه معظمی فرزند عظیم به طرفیت خوانده سعید صفایی به خواسته مطالبه خسارت مبلغ ۶/۵۰۰/۰۰۰ ریال خسارت وارده هزینه دادرسی و هزینه دستمزد کارشناس با لحاظ نظریه مشورتی اعضاء شورا محتویات پرونده مستندات ابرازی خواهان و اینکه خوانده دفاع موجه و موثری در قبال دعوی مطروحه به عمل نیاورده اند، ادعای خواهان را وارد تشخیص داده و با استناد به مواد ۱۹۸ و ۵۱۵ قانون آیین دادرسی در امور مدنی حکم به محکومیت خوانده به پرداخت مبلغ ۶/۵۰۰/۰۰۰ ریال بابت اصل خواسته مبلغ ۲/۰۰۰/۰۰۰ ریال دستمزد کارشناس و هزینه دادرسی پرونده بدوی تامین دلیلی با جلب نظر کارشناس و هزینه دادرسی پرونده مذکور و هزینه نشر آگهی جمعا ۱/۲۷۰/۰۰۰ ریال در حق خواهان صادر و اعلام می نماید رای صادره حضوری بوده و ظرف بیست روز پس از ابلاغ قابل تجدیدنظرخواهی در محاکم عمومی تهران می باشد.

۱۱۰/۱۲۷۲۱۹ات رئیس شعبه ۷۱۹ شورای حل اختلاف مجتمع شماره ۱۶ تهران

دادنامه

شماره پرونده ۹۶۰۳۴۵/۷۰۷/۹۶ حوزه ۷۰۷ شورای حل اختلاف مجتمع ۱۶ استان تهران خواهان: سعید اخوت با وکالت مرتضی یوسفی خ محلاتی خ نبرد جنوبی پ ۱۹۵ خوانده: مهدی درگاهی مجهول المکان خواهان دادخواستی/ درخواستی به خواسته فوق به طرفیت خوانده تقدیم داشته که پس از ارجاع آن به این حوزه و ثبت به کلاسه فوق و جری تشریفات قانونی در وقت فوق العاده/ مقرر حوزه به تصدی امضاءکننده ذیل تشکیل است با بررسی اوراق پرونده به شرح زیر مبادرت به صدور رای می نماید. رای شورا: در خصوص دعوی آقای سعید اخوت با وکالت مرتضی یوسفی به طرفیت آقای مهدی درگاهی به خواسته مطالبه وجه یک فقره چک به شماره ۰۷۸۹۲۹/۴۱ مورخه ۹۴/۱۲/۲۸ به مبلغ ۴۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال به عهده بانک ملت شعبه بانضمام خسارات تاخیر تادیه هزینه دادرسی و حق الوکاله تقدیمی از ناحیه خواهان دلالت بر استقرار دین به میزان خواسته در عهده خوانده دانسته و بقاء اصول مستندات مذکور در ید مدعی دلالت بر بقاء دین و اشتغال ذمه خوانده و استحقاق خواهان در مطالبه وجه آن را دارد لذا چون خوانده دفاعی در قبال دعوی مطروحه معمول نداشته و دلیلی بر برائت ذمه خود اقامه و ارائه نکرده است لذا دعوی خواهان را ثابت تشخیص داده و مستندا به مواد ۱۹۸ و ۵۱۹ قانون آیین دادرسی مدنی و مواد ۳۱۳ قانون و تجارت و تبصره الحاقی ماده ۲۰ قانون چک استفساریه مصلحت نظام مصوب ۱۳۷۵ حکم به محکومیت خوانده به پرداخت مبلغ ۴۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال معادل چهار میلیون تومان بانضمام تاخیر تادیه از تاریخ چک ۹۴/۱۲/۲۸ لغایت یوم الوصول و هزینه دادرسی به مبلغ ۱/۰۹۰/۰۰۰ ریال در حق خواهان صادر و اعلام می نماید رای صادره غیابی بوده و ظرف بیست روز پس از ابلاغ قابل واخواهی در همین حوزه و سپس ظرف بیست روز دیگر قابل تجدیدنظرخواهی در محاکم عمومی — حقوقی تهران می باشد.

۱۱۰/۱۲۷۲۱۷ات رئیس شعبه ۷۰۷ شورای حل اختلاف مجتمع شماره ۱۶ تهران

آگهی حصر وراثت

خواهان رونوشت حصر وراثت ام البنین آزادی به ش ش ۲۶۴۷ به شرح دادخواست تقدیمی ثبت شده به کلاسه ۹۶۰۹۹۸۰۹۱۵۶۰۱۴۷۳ از این شورا درخواست گواهی حصر وراثت نموده و چنین توضیح داده که شادروان محمد آزادی به ش ش۱۶ در تاریخ ۹۵/۴/۲۷ در اقامتگاه دائمی خود بدرود حیات گفته و ورثه حین الفوت وی منحصر است به: ۱ ام البنین آزادی به ش ش ۲۶۴۷ دختر متوفی۲ اکرم آزادی به ش ش ۱۴۴۸ دختر متوفی ۳ حمید آزادی به ش ش ۳۰۸۲ پسر متوفی ۴ اعظم آزادی به ش ش ۴۰۲۷ دختر متوفی ۵ وحید آزادی به ش ش ۲۳۱۷ پسر متوفی ۶ سارا آزادی به ش ش ۲۴۸۰۵ دختر متوفی ۷ ماه به بین آزادی احمدآبادی به ش ش ۱۲۳۲ همسر متوفی اینک با انجام تشریفات مقدماتی درخواست مزبور یک نوبت آگهی می گردد تا چنانچه شخصی اعتراضی دارد و یا وصیت نامه ای از متوفی نزد او می باشد از تاریخ نشر آگهی ظرف مدت یک ماه به این دادگاه تقدیم دارد والا گواهی صادر خواهد شد.

۱۱۰/۱۲۷۲۲۱ات رئیس شعبه ۶۰۷ شورای حل اختلاف مجتمع شماره ۱۳ تهران

دادنامه

شماره پرونده ۹۶۰۳۴۴/۷۰۷/۹۶ شماره دادنامه ۹۶۰۷۴۹- ۹۶/۷/۲۶ مرجع رسیدگی: حوزه ۷۰۷ شورای حل اختلاف ۱۶ شاکی: سعید اخوت با وکالت مرتضی یوسفی خ محلاتی خ نبرد جنوبی پ ۱۹۵ درب حیاط ط اول متهم: رضا فرضی مجهول المکان موضوع: مطالبه وجه گردشکار- شاکی/ درخواستی به خواسته فوق به طرفیت متهم تقدیم داشته که پس از ارجاع به این حوزه و ثبت به کلاسه فوق و جری تشریفات قانونی در وقت فوق العاده/ مقرر حوزه به تصدی امضاءکنندگان زیر تشکیل است و با توجه به محتویات پرونده پس از شور و تبادل نظر ختم رسیدگی را اعلام و به شرح زیر مبادرت به صدور رای می نماید. رای شورا: در خصوص دعوی خواهان سعید اخوت با وکالت مرتضی یوسفی به طرفیت رضا فرضی بخواسته مطالبه وجه به مبلغ ۲/۱۰۰/۰۰۰ ریال بانضمام کلیه خسارات قانونی تا اجرای حکم و حق الوکاله وکیل موضوع چک شماره ۸۲۱۹۸۷ مورخ ۸۹/۱۲/۲۷ به مبلغ ۲/۱۰۰/۰۰۰ ریال عهده بانک سپه با ملاحظه فتوکپی مصدق اصل چک و گواهینامه عدم پرداخت صادره از سوی بانک محال علیه و با عنایت به اینکه چک جز اسناد تجاری محسوب که وجود آن در ید خواهان ظهور در اشتغال ذمه خوانده داشته و شخص اخیرالذکر به عنوان صادرکننده حضور نیافته و دلیلی و مدارکی در رد ادعای خواهان و یا پرداخت دین خویش به شعبه ارائه و ابراز ننموده است نظر به اینکه تاریخ صدور چک (۸۹/۱۲/۲۷) می باشد بنابراین مشمول مرور زمان موضوع ماده ۳۱۸ قانون تجارت گردیده و این چکها از مزایای قانونی قانون تجارت برخوردار نبوده و صرفا به عنوان سند عادی غیرتجاری در دین عادی تلقی می گردد و محاسبه تاخیر تادیه چنین اسناد عادی از تاریخ مطالبه تقدیم دادخواست خواهد بود شمول ماده ۵۲۲ قانون آئین دادرسی مدنی و مبدا خسارت یاد شده نیز تاریخ تقدیم دادخواست می باشد فلذا شورا با توجه و جمیع موارد اشعاری و مستندات ابرازی به استناد مواد ۱۹۸ و ۵۱۹ قانون آئین دادرسی مدنی حکم به محکومیت خوانده به پرداخت مبلغ ۲/۱۰۰/۰۰۰ ریال و خسارت تاخیر تادیه از زمان تاریخ دادخواست ۹۶/۴/۱۳ لغایت اجرای حکم و هزینه دادرسی به مبلغ ۶۳۰/۰۰۰ ریال و حق الوکاله وکیل صادر و اعلام می نماید رای صادره غیابی بوده و ظرف مهلت بیست روز از تاریخ ابلاغ قابل واخواهی در همین حوزه و بیست روز پس از آن قابل اعتراض در محاکم عمومی حقوقی تهران می باشد.

۱۱۰/۱۲۷۲۱۶ات رئیس شعبه ۷۰۷ شورای حل اختلاف مجتمع شماره ۱۶ تهران

آگهی ابلاغ

بدین وسیله به آقایان سیاوش و منوچهر و خانمها فرح ونسترن همگی رستمی وراث مرحوم حبیب رستمی ساکن کرمانشاه خیابان کسری ۱۰ متری منصوبیان پلاک ۷۸ ابلاغ می شود که بانک اقتصاد نوین به استناد سند رهنی شماره ۸۶۰۷۴ دفتر ۳۶ کرمانشاه جهت وصول مبلغ ۲/۲۶۹/۵۱۷/۰۵۵ ریال تا تاریخ ۹۰/۱۰/۱۷ به انضمام خسارت تاخیر متعلقه واز تاریخ مذکور تا روز تسویه کامل بدهی طبق مقررات علیه شما اجرائیه صادر نموده وپرونده اجرائی به کلاسه فوق در این اداره تشکیل شده وطبق گزارش مامور ،ابلاغ واقعی میسورنشده ،لذا بنا به تقاضای بستانکار طبق ماده ۱۸ آئین نامه اجرا مفاد اجرائیه فقط یک مرتبه در یکی از روزنامه های کثیر الانتشار محلی آگهی می شود وچنانچه ظرف مدت ده روز از تاریخ این آگهی که روز ابلاغ محسوب می گردد ،نسبت به پرداخت بدهی خود اقدام ننمایید ،مورد وثیقه مندرج در سند رهنی فوق با تقاضای بستانکار پس از ارزیابی از طریق مزایده فروخته واز حاصل فروش آن طلب بستانکار وحقوق دولتی استیفا خواهد شد.

رئیس اجرای اسناد رسمی کرمانشاه –عبدالقادر قادری

آگهی ابلاغ وقت دادرسی

خواهان شرکت توسعه ونگهداری اماکن ورزشی کشوردادخواستی به طرفیت ستاد اجراءی فرمان حضرت امام (ره)استان همدان ومری لیلی قراگوزلوبه خواسته اعتراض ثالث تقدیم دادگاه اصل ۴۹ قانون اساسی کرمانشاه ارجاع که به کلاسه ۹۶۰۹۹۸۸۳۱۴۹۰۰۰۱۰ ثبت گردیده که وقت رسیدگی برای ۱۶ /۱۳۹۶/۱۲ ساعت ۱۲ ظهر تعیین گردیده به علت مجهول المکان بودن خانم لیلی قراگوزلو ودر خواست خواهان وبه تجویز ماده ۷۳ قانون آیین دادرسی دادگاههای عمومی و انقلاب در امور مدنی و دستوردادگاه مراتب یک نوبت در یکی از جراید کثیر الانتشار آگهی می شود تا خوانده پس از نشر آگهی و اطلاع از مفاد آن به دادگاه مراجعه وضمن اعلام نشانی کامل خود نسخه دوم دادخواست وضمائم را دریافت در وقت مقرر فوق جهت رسیدگی حاضر گردد.

مدیر دادگاه اصل ۴۹ قانون اساسی کرمانشاه سلگی

اگهی مزایده اموال غیر منقول اسناد رهنی
مزایده پلاک ۶۱/۲۰۷۲

به موجب پرونده اجرائی کلاسه ۹۴۰۰۰۰۸ ششدانگ یک دستگاه اپارتمان دو طبقه واقع در طبقه اول به نشانی دهدشت کوی ۱۸۰ دستگاه کوچه شهید عزیزی ۱- به پلاک ۶۱/۲۰۷۲ که سند مالکیت ان ذیل ثبت ۸۶۴۸ صفحه ۱۸۴ دفتر ۲۲ ثبت و صادر و مع الواسطه به خانم فرخنده قنبری منتقل شده است طبق سند رهنی شماره ۷۴۰۵۶ -۸۶/۹/۴ تنظیمی دفترخانه ۸۳ یاسوج در قبال مبلغ ۱۶۴۰۰۰۰۰۰ ریال در رهن بانک صنعت و معدن قرار گرفته و طبق نظر کارشناس رسمی به مبلغ ۵۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال ارزیابی شده و پلاک فوق دارای یک ساختمان دو طبقه با کاربری مسکونی اسکلت فلزی و مصالح بنایی طبقه همکف دارای سه اتاق خواب پذیرایی هال اشپزخانه سرویس بهداشتی و حمام بیرونی با سقف و طاق ضربی دیوارهای داخلی سفیدکاری گچی است زمین کل مورد ثبت به مساحت ۲۵۵ متر مربع که مقدار ۴۱/۵۵ متر مربع حیاط اختصاصی پلاک ۶۱/۶۸۲ طبقه همکف می باشد راه پله ارتباطی به طبقه اول به شکل رفت و برگشت نمی باشد و مختص پلاک ۶۱/۲۰۷۲ می باشد محدود به حدود شمالا در ۷ قسمت دوم و چهارم و ششم شرقی است اول به طول ۲/۲۵ متر دو بطول ۴ متر سوم به طول ۱/۲۵ چهارم به طول ۲۰ سانتی متر پنجم به طول ۱۵ سانتی متر ششم به طول ۱۰ سانتی متر همگی دیواریست به تراس هفتم بطول ۶/۲۰ متر درب و دیواریست به تراس شرقا به طول ۸/۲۵ متر به فضای پلاک ۶۱/۶۸۱ کف مشترک سقف ان و پشت بام ان مشاعی است حقوق ارتفاقی به شرح قانون تملک اپارتمانها می باشد به مساحت ۲۵۵ متر مربع که به مساحت ۴۱/۵۵ متر مربع مختص طبقه همکف می باشد الف قسمتهای اختصاصی ۱- راه پله که مختص طبقه اول است ۲- حیاط اختصاصی که مختص طبقه همکف می باشد ۳- شامل دوواحد مسکونی طبقه همکف و اول می باشد که عرصه مشاعی به تنهایی قابل انتقال نیست ب- قسمتهای مشاعی ۱-زمین مورد ثبت به مساحت ۲۵۵ متر مربع که مقدار ۴۱/۵۵ متر مربع حیاط اختصاصی طبقه همکف می باشد ۲- تاسیسات از قبیل لوله های اب فاضلاب برق تلفن کانال کولر بخاری ۳- اسکلت ساختمان ۴- راه پله طبقات و پاگردها که خارج از قسمتهای مشاعی اختصاصی قرار گرفته اند به مساحت ۷/۵۹ متر مربع ۵- پشت بام و کلیه تاسیسات که برای استفاده عموم شرکا و یا حفظ بنا در ان احداث گردیده است ۶- نمای خارجی ساختمان ۷- محوطه ساختمان که جنبه عمومی دارد ودر سند قسمت اختصاصی نیز ثبت نشده باشد ۸- عرصه کل قاب نقل و انتقال نیست و در صورت انتقال قسمتهای اختصاصی به هر صورتی که باشد انتقال عرصه و قسمتهای مشاعی و مشترک قهری خواهد بود پلاک فوق از ساعت ۹ الی ۱۲ روز دوشنبه مورخ ۹۶/۱۱/۲ در اداره ثبت اسناد واملاک د هدشت از طریق مزایده به فروش می رسد مزایده طبقه همکف از مبلغ ۵۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال شروع و به بالاترین قیمت پیشنهادی نقدا فروخته می شود لازم به ذکر است پرداخت بدهی های مربوط به آب و برق وگاز اعم از حق انشعاب و یاحق اشتراک و مصرف در صورتی که مورد مزایده دارای انها باشد و نیز بدهی های مالیاتی و عوارض شهرداری و غیره تا تاریخ مزایده 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 از محل مازاد به برنده مزایده مسترد خواهد شد و نیم عشر و حق مزایده نقدا وصول می گردد ضمنا چنانچه روز مزایده تعطیل رسمی گردد مزایده روز اداری بعد از تعطیلی در همان ساعت و مکان مقرر برگزار خواهد شد

مسئول واحد اجرای اسناد رسمی ثبت دهدشت قدرت اله اله کرم پور

۹۷۱

اگهی موضوع ماده ۳ قانون وماده ۱۳ ائین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی

برابر رای شماره ۱۳۹۶۶۰۳۰۱۰۶۰۰۰۷۵۳۰ - هیات اول / موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در و احد ثبتی حوزه ثبت ملک ورامین تصرفات مالکانه و بلامعارض متقاضی خانم سحر غلامی فرزند علی به شماره شناسنامه ۲۴۱۲ صادره از ری در ششدانگ یک باب خانه به مساحت ۵۴/۶۷ متر مربع پلاک ۲۷۱ فرعی از ۷ اصلی واقع در قریه کاظم اباد ورامین خریداری از مالک رسمی آقای سید عزیزاله سیدعزیزاله طهرانی محرز گردیده است لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز اگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند ازتاریخ انتشار اولین اگهی به مدت دوماه اعتراض خود را به اداره تسلیم و پس از ا خذ رسید ظرف مدت یکماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضائی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضا مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سندمالکیت متقاضی صادر خواهد شد

تاریخ انتشار نوبت اول ۹۶/۱۰/۵تاریخ انتشار نوبت دوم ۹۶/۱۰/۲۰

م الف ۶۸۵ رئیس ثبت اسناد واملاک محمد رحیم پوررائینی

۹۸۶

دادنامه

پرونده کلاسه ۹۵۰۹۹۸۲۶۸۹۸۰۰۱۰۲شعبه۱۰۲دادگاه کیفری دوشهرقدس (۱۰۲جزایی سابق)تصمیم نهایی شماره ۹۶۰۹۹۷۲۶۵۰۵۰۶۰۱۲۱۲ شاکی:آقای عمران مهدی زفرقندی فرزندمحمدعلی به نشانی تهران ابتدای مصطفی خمینی ۴راه مولوی پ۲۰ متهم:آقای برات مظفری هاشم آباد فرزند جعفر اتهام:جعل چک واستفاده ازسند مجعول گردشکار:شاکی شکایتی علیه متهم تقدیم دادگاه نموده که پس ازثبت به کلاسه فوق وجری تشریفات قانونی نتیجتا ختم دادرسی اعلام ومبادرت به صدور رای می نماید.(رای دادگاه) درخصوص موضوع اتهام آقای برات مظفری هاشم آباد دایربر جعل چک واستفاده ازسند مجعول موضوع شکایت عمران مهدوی وکیفرخواست صادره ازسوی دادسرای عمومی وانقلاب شهرستان قدس با عنایت به جمیع اوراق ومحتویات پرونده ودلایل ومدارک موجود از شکایت شاکی وپاسخ استعلام بعمل آمده ازبانک مربوطه وعدم حضور متهم در مراحل دادرسی جهت دفاع بزهکاری وی رامحرز دانسته لذا با استناد به ماده ۵۲۳و۵۳۶قانونمجازات مصوب ۱۳۷۵وماده۱۳۴قانون مجازات اسلامی مصوب ۱۳۹۲رای به محکومیت نامبرده به تحمل دوسال حبس بابت ارتکاب بزه جعل ونیز پرداخت دوازده میلیون ریال جزای نقدی بابت ارتکاب بزه استفاده ازسندمجعول ومعدوم نمودن سندمجعول صادرواعلام می نماید بدیهی است اجرای احکام مجازات اشد را اجرا خواهد نمود ودرصورت منتفی شدن اجرای مجازات اشدمجازات اخف اجرا می گردد رای صادره غیابی وظرف مدت بیست روز پس از ابلاغ قابل واخواهی دراین دادگاه می باشد.

رئیس شعبه ۱۰۲دادگاه کیفری ۲دادگستری شهرستان قدس –علی مرزبان م الف ۱۰۸/۲۴۰۸

دادنامه

پرونده کلاسه ۹۵۰۹۹۸۲۶۵۲۳۰۰۶۸۶شعبه۱۰۲دادگاه کیفری دوشهرقدس(۱۰۲جزایی سابق)تصمیم نهایی شماره ۹۶۰۹۹۷۲۶۵۰۶۰۱۲۴۰ شاکی: خانم معصومه مقدم فرزند داود به نشانی شهرستان قدس میدان امام حسین کوچه نسترن یکم پ۲۸واحد۵ متهم:آقای حمیدرضا نصرالهی به نشانی تهران- میدان توحید – انتهای کوچه کوثریکم خیابان ستایش پلاک ۱طبقه ۲ اتهام ها: ۱- تحصیل مال از طریق نامشروع ۲- کلاهبرداری گردشکار: شاکی شکایتی علیه متهم تقدیم دادگاه نموده که پس از ثبت به کلاسه فوق وجری تشریفات قانونی نتیجتا ختم دادرسی اعلام ومبادرت به صدور رای می نماید. (رای دادگاه)درخصوص موضوع اتهامی آقای حمیدرضا نصرالهی دایربر تحصیل مال از طریق نامشروع به مبلغ سی وپنج میلیون ریال موضوع شکایت خانم معصومه مقدم کیفرخواست صادره از سوی دادسرای عمومی وانقلاب شهرستان قدس با عنایت به مجموع اوراق ومحتویات پرونده دلایل ومدارک موجود خصوصا شکایت شاکییه وگزارش وتحقیقات ضابطین وپاسخ استعلام بعمل آمده ازبانک مربوطه وعدم حضور متهم جهت دفاع درمراحل دادرسی بزهکاری مشارالیه رامحرز دانسته فلذا مستندا به ماده ۲قانون تشدید مجازات مرتکبین اختلاس وارتشاء وکلاهبرداری مصوب ۱۳۶۷رای برمحکومیت نامبرده به نودویک روز حبس وردمال (سی وپنج میلیون ریال) به شاکیه صادرواعلام می نماید رای صادره غیابی وظرف بیست روز از تاریخ ابلاغ قابل اعتراض دراین دادگاه می باشد.

رئیس شعبه ۱۰۲دادگاه کیفری ۲دادگستری شهرستان قدس - مرزبان م الف ۱۰۸/۲۴۰۹

آگهی حصر وراثت

آقای شاپور شهرت برهمند نام پدر محمد حسن بشناسنامه ۱۷۵۷۵۳۳۶۴۸ صادره از اهواز درخواستی بخواسته صدور گواهی حصروراثت تقدیم و توضیح داده که شادروان مرحومه خدیجه شهرت رحیمی بشناسنامه ۲۲۰۳۸ صادره مسجد سلیمان در تاریخ ۱۳۸۸/۰۹/۱۰ در دائمی اقامتگاه اهواز فوت ورثه اش عبارتند از : ۱- متقاضی شاپور برهمند ش ملی ۱۷۵۷۵۳۳۶۴۸ صادره از اهواز ۲- ابراهیم برهمند ش ملی ۱۷۵۷۱۹۱۲۷۵ صادره از اهواز ۳- شهرام برهمند ش ملی ۱۷۵۶۰۵۱۶۹۰ صادره از اهواز ۴- اسماعیل برهمند ش ملی ۱۷۴۰۲۸۱۲۷۵ صادره از اهواز (پسران متوفی)۵- مریم برهمند ش ملی ۱۷۴۱۳۹۲۹۴۲ صادره از اهواز (دختر متوفی). اینک با انجام تشریفات قانونی مراتب مزبور را در یک نوبت آگهی مینماید تا هرکس اعتراض دارد یا وصیت نامه از متوفی نزد او باشد از تاریخ نشر آگهی ظرف یک ماه به شورا تقدیم دارد والا گواهی صادر و هر وصیت نامه بجز سری و رسمی که بعد از این تاریخ ابراز شود از درجه اعتبار ساقط است.

قاضی شورای حل اختلاف مجتمع شماره دو اهواز

دادنامه

پرونده کلاسه ۹۶۰۹۹۸۱۷۲۰۵۰۰۴۵۷ شعبه پنجم شورای حل اختلاف مجتمع شهید قدوسی شهرستان گرگان تصمیم نهایی شماره دادنامه ۹۶۰۹۹۷۱۷۲۰۵۰۰۷۰۲ شماره بایگانی ۹۶۰۴۶۳ / خواهان: آقای سید محمود حسینی فرزند حسین بنشانی استان گلستان- شهر گرگان- خیابان امام رضا- امام رضا ۳۹- منزل پدری / خوانده: خانم ماندانا بابائی فرزند موسی بنشانی مجهول المکان / خواسته: مطالبه وجه چک / به تاریخ ۹۶/۹/۲۰ در وقت فوق العاده شعبه پنجم شورای حل اختلاف حوزه قضائی گرگان با حضور امضا کننده ذیل تشکیل است پرونده کلاسه ۹۶۰۴۶۳ از دفتر شورا واصل تحت نظر قرار گرفت با بررسی محتویات پرونده ختم رسیدگی اعلام و به شرح ختم رسیدگی اعلام و به شرح ذیل مبادرت به صدور رای می گردد.

رای قاضی شورا

درخصوص دادخواست آقای سید محمود حسینی فرزند حسین به طرفیت خانم ماندانا بابائی فرزند موسی به خواسته مطالبه مبلغ ۱۴۲/۷۲۰/۰۰۰ ریال وجه دو فقره چک به شماره ۱-(۶۱۶۴۶۳۱ به مبلغ ۶۷/۲۰۰/۰۰۰ ریال) ۲- (۶۱۶۴۶۶ به مبلغ ۷۵/۵۲۰/۰۰۰ ریال) عهده بانک سپه شعبه محمودآباد به انضمام خسارات دادرسی و خسارت تاخیر تادیه باتوجه به محتویات پرونده و گواهینامه عدم پرداخت وجه چک از ناحیه بانک محال علیه و باتوجه به اظهارات خواهان به شرح دادخواست تقدیمی ونظر به اینکه خوانده علیرغم ابلاغ قانونی از طریق نشر آگهی در روزنامه در تاریخ ۹۶/۸/۱۷ در جلسه رسیدگی شورا حاضر نشده ودر مقابل دعوی خواهان دفاعی بعمل نیاورده است ونظر به اینکه اصل سند تجاری در ید دارنده حکایت از مدیونیت صادرکننده و ظهور در اشتغال ذمه وی دارد و نظر به اینکه از ناحیه خوانده دلیلی که حکایت از پرداخت وجه چک نماید ارائه نگردیده فلذا باتوجه به نظریه مشورتی اعضای شورا به شرح صورتجلسه مورخه و با احراز اشتغال ذمه خوانده و استصحاب دین و مستندا به ماده ۹ قانون شوراهای حل اختلاف مصوب ۹۴ و مواد ۳۱۰ و ۳۱۱ و ۳۱۳ و از قانون تجارت و تبصره الحاقی مصوب مجمع تشخیص مصلحت نظام به ماده ۲ قانون صدور چک و مواد ۱۹۸ و ۵۱۹ از قانون آئین دادرسی مدنی حکم به محکومیت خوانده به پرداخت مبلغ ۱۴۲/۷۲۰/۰۰۰ ریال بابت اصل خواسته و پرداخت خسارت تاخیر تادیه از تاریخ سررسید چک ۱- (۹۶/۶/۱) ۲-(۹۶/۷/۱) تا زمان اجرای حکم براساس شاخص اعلامی از ناحیه بانک مرکزی و پرداخت مبلغ ۱/۲۳۳/۰۰۰ ریال بابت هزینه دادرسی در حق خواهان صادر و اعلام می گردد. رای صادره غیابی و ظرف ۲۰ روز پس از پس از ابلاغ قابل واخواهی درهمین شعبه و ظرف ۲۰ روز پس از آن قابل تجدیدنظر در محاکم عمومی گرگان می باشد.

روح اله امیری– قاضی شعبه پنجم شورای حل اختلاف گرگان

آگهی ابلاغ وقت رسیدگی

کلاسه پرونده:۹۶۰۷۲۳ شعبه ۱۶ شورای حل اختلاف گرگان بدینوسیله به آقای/ خانم ۱. رضا مهماندویی ف عباس ۲. ناصرجهانی ف عباس ۳. علیرضاالارزمنی ف محمد تقی مجهول المکان اخطارمی گردد. خواهان بانک قرض الحسنه مهرایران دادخواستی به طرفیت شما به خواسته مطالبه طلب به شعبه ۱۶ گرگان تقدیم نموده است . پس از ارجاع به این شعبه و ثبت آن به کلاسه فوق و جری تشریفات قانونی تعیین وقت رسیدگی و صدور اخطاریه جهت طرفین نظر به اینکه خوانده / خواندگان مجهول المکان می باشد لذا مستندا به ماده ۷۳ قانون آیین دادرسی مدنی مراتب در یک نوبت در یکی از روزنامه های کثیر الانتشار درج می گردد تا خوانده / خواندگان در دفتر شعبه ۱۶ شورای حل اختلاف گرگان حاضرونسخه ثانی دادخواست و ضمائم و اخطاریه را دریافت نموده . درجلسه دادرسی که به روز۹۶/۱۱/۷ ساعت ۱۰/۱۵ صبح تعیین شده است شرکت نمایند. چنانچه نیاز به اگهی مجدد باشد فقط یک نوبت و مدت آن ده روز خواهد بود.

مدیر دفتر شعبه شانزدهم (ویژه امور بانکی) شورای حل اختلاف گرگان

دادنامه

تاریخ ۹۶/۷/۲۴ شماره پرونده ۱۶۲/۳/۹۶ شماره دادنامه ۱۶۳ خواهان: زهرا اسدی به نشانی شهرقدس ۲۰متری ولیعصر ۱۰متری واحدشش متری لاله پ۱۵ خوانده:امین امامی پور سپاهمزکی مجهول المکان خواسته:مطالبه نفقه گردشکار:خواهان دادخواستی بخواسته فوق وبطرفیت خوانده به تقدیم کهپس از ثبت به کلاسه فوق وجری تشریفات قانونی ختم دادرسی اعلام مبادرت به صدور رای مینماید(.رای شورا)درخصوص دادخواست خواهان زهرالسدی بطرفیت خوانده امین امامی پور سیاهمزکی به خواسته صدورحکم مبنی برمحکومیت خوانده به پرداخت نفقه معوقه ازتاریخ ۹۶/۲/۲۶تازمان صدور حکم با احتساب هزینه دادرسی توجها به رونوشت مصدق شناسنامه موجود وطلاقنامه درپرونده واحراز قرابت رابطه پدروفرزندی فی مابین واین که دررابطه نفقه بارعایت القرب فالاقرب به عهده پدراست ونفقه فرزند رابایدپرداخت نماید با عنایت به ابلاغ قانونی خوانده نیز درجلسه رسیدگی شورا حاضر نگردیده ودلیلی برپرداخت نفقه فرزند یاعدم استحقاق ایشان ارائه نداده است لذا شورا نفقه فرزند راباتوجهبهنیازهای متعارف ومتناسب باوضعیت ایشان هرماه ۲/۵۰۰/۰۰۰ریال طبق طلاق نامه تعیین به استناد ماده ۱۱۹۹قانون مدنی ومواد ۱۹۸و۵۱۹آیین دادرسی مدنی خوانده به پرداخت مبلغ فوق از تاریخ ۹۶/۲/۲۶الی۹۶/۷/۲۶تازمان صدورحکم ۲/۵۰۰/۰۰۰ریال به عنوان اصل خواسته ونفقه مستمر فرزند طبق طلاق نامه ۲/۵۰۰/۰۰۰ریال ومبلغ ۲۵۰/۰۰۰ ریال هزینه دادرسی درحق خواهان محکوممی نماید رای صادره غیابیوظرف ۲۰روز ازتاریخ ابلاغ قابل واخواهی درشورای حل اختلاف شهرستان قدس میباشد.

ولیعهدی قاضی حوزه ۳شورای حل اختلاف شهرستان قدس م الف ۱۰۸/۲۴۳۲

اجرائیه

مشخصات محکوم علیه / محکوم علیهم نام و نام خانوادگی : رسول سیمین پور نام پدر ... نشانی مجهول المکان محکوم به : بموجب درخواست اجرای حکم مربوطه به شماره و شماره دادنامه مربوطه ۸۹۰۹۹۷۷۷۱۰۱۰۰۴۴۵ محکوم علیه محکوم است به حکم بر محکومیت خوانده به پرداخت مبلغ ۶۵۹۸۲۴۴۴۰۰ ریال بابت اصل خواسته و پرداخت مبلغ ۱۳۱۹۱۵۰۰۰ ریال بابت هزینه دادرسی و همچنین پرداخت حق الوکاله وکیل و پرداخت خسارت تاخیراز تاریخ گواهینامه عدم پرداخت چکها (۸۸/۶/۱۹ و ۷۹/۱۹/۵) تا هنگام پرداخت متناسب با تغییر شاخص قیمت سالانه که از طرف بانک مرکزی اعلام می شود و توسط اجرای احکام حقوقی مورد محاسبه قرار خواهد گرفت در وجه خواهان و نیم عشر اجرائیه در حق دولت .

مدیر دفتر دادگاه حقوقی شعبه اول بوشهر –احسان امیری

محکوم علیه مکلف است از تاریخ ابلاغ اجرائیه : ۱- ظرف مدت ده روز ازتاریخ نشر آگهی نسبت به اجرای مفاد رای یاد شده اقدام نماید. ۲- ترتیبی برای پرداخت محکوم به بدهد . ۳- مالی معرفی کند که اجراء و حکم و استیفاء محکوم به از آن میسر باشد چنانچه خود را قادر به اجرائیه نداند ظرف مهلت ۳۰روز کلیه اموال خود را شامل تعداد یا مقدار و قیمت همه اموال غیر منقول به طور مشروح مشتمل بر میزان وجوه نقدی که به هر عنوان نزد بانکها و موسسات مالی و اعتباری ایرانی یا خارجی دارد به همراه مشخصات دقیق حسابهای مذکور و کلیه اموالی که او به هر نحو نزد اشخاص ثالث دارد و کلیه مطالبات او از اشخاص ثالث و نیز فهرست نقل و انتقالات و هر نوع تغییر دیگر در اموال مذکور از زمان یک سال قبل از طرح دعوای اعسار به ضمیمه دادخواست اعسار به مقام قضایی ارائه نماید والا به درخواست محکوم له بازداشت می شود (مواد۸ و ۳ قانون نحوه اجرای محکومیت مالی ۱۳۹۴) ۴- خودداری محکوم علیه از اعلام کامل صورت اموال به منظور فرار از اجرای حکم حبس تعزیری درجه هفت را در پی دارد(ماده۳۴ قانون اجرای احکام مدنی و ماده ۲۰ق م ۱و ماده ۱۶ قانون نحوه اجرای محکومیت مالی ۱۳۹۴) ۵- انتقال مال به دیگری به هر نحو با انگیزه فرار از ادای دین به نحوی که باقیمانده اموال برای پرداخت دیون کافی نباشد موجب مجازات تعزیری درجه شش یا جزای نقدی معادل نصف محکوم به یا هر دو مجازات می شود (ماده ۲۱ قانون نحوه اجرای محکومیت مالی ۱۳۹۴) ۶- چنانچه صورت اموال پس از مهلت سی روز ارائه شود ازادی محکوم علیه از زندان منوط به موافقت محکوم له یا تودیع وثیقه یا معرفی کفیل توسط محکوم علیه خواهد بود (تبصره ۱ ماده ۳ قانون نحوه اجرای محکومیت مالی ۱۳۹۴) م الف ۱۹۶۱

مدیر دفتر دادگاه حقوقی شعبه اول بوشهر

آگهی ابلاغ وقت رسیدگی

کلاسه پرونده :۹۶۰۷۳۱ شعبه ۱۶ شورای حل اختلاف گرگان بدینوسیله به آقای/ خانم ۱. آقای نعمت الله کوهی محمودی فرزند قنبر ۲. محمد کوهساری فرزند علیرضا مجهول المکان اخطارمی گردد. خواهان بانک قرض الحسنه مهرایران دادخواستی به طرفیت شما به خواسته مطالبه طلب به شعبه ۱۶ گرگان تقدیم نموده است . پس از ارجاع به این شعبه و ثبت آن به کلاسه فوق و جری تشریفات قانونی تعیین وقت رسیدگی و صدور اخطاریه جهت طرفین نظر به اینکه خوانده / خواندگان مجهول المکان می باشد لذا مستندا به ماده ۷۳ قانون آیین دادرسی مدنی مراتب در یک نوبت در یکی از روزنامه های کثیر الانتشار درج می گردد تا خوانده / خواندگان در دفتر شعبه ۱۶ شورای حل اختلاف گرگان حاضرونسخه ثانی دادخواست و ضمائم و اخطاریه را دریافت نموده . درجلسه دادرسی که به روز۹۶/۱۱/۷ ساعت ۱۰ صبح تعیین شده است شرکت نمایند. چنانچه نیاز به اگهی مجدد باشد فقط یک نوبت و مدت آن ده روز خواهد بود.

مدیر دفتر شعبه شانزدهم (ویژه امور بانکی) شورای حل اختلاف گرگان

آگهی ابلاغ وقت رسیدگی

کلاسه پرونده :۹۶۰۷۳۵ شعبه ۱۶ شورای حل اختلاف گرگان بدینوسیله به آقای/ خانم ۱. رضا سلمانی مقدم ف حسین ۲. سید میثم حسینی ف حسن مجهول المکان اخطارمی گردد. خواهان بانک قرض الحسنه مهرایران دادخواستی به طرفیت شما به خواسته مطالبه طلب به شعبه ۱۶ گرگان تقدیم نموده است . پس از ارجاع به این شعبه و ثبت آن به کلاسه فوق و جری تشریفات قانونی تعیین وقت رسیدگی و صدور اخطاریه جهت طرفین نظر به اینکه خوانده / خواندگان مجهول المکان می باشد لذا مستندا به ماده ۷۳ قانون آیین دادرسی مدنی مراتب در یک نوبت در یکی از روزنامه های کثیر الانتشار درج می گردد تا خوانده / خواندگان در دفتر شعبه ۱۶ شورای حل اختلاف گرگان حاضرونسخه ثانی دادخواست و ضمائم و اخطاریه را دریافت نموده . درجلسه دادرسی که به روز۹۶/۱۱/۷ ساعت ۹/۳۰ صبح تعیین شده است شرکت نمایند. چنانچه نیاز به اگهی مجدد باشد فقط یک نوبت و مدت آن ده روز خواهد بود.

مدیر دفتر شعبه شانزدهم (ویژه امور بانکی) شورای حل اختلاف گرگان

دادنامه

پرونده کلاسه ۹۵۰۹۹۸۲۶۵۲۳۰۰۰۰۱شعبه۱۰۲دادگاه کیفری دوشهرقدس (۱۰۲جزایی سابق)تصمیم نهایی شماره ۹۶۰۹۹۷۲۶۵۰۶۰۱۱۸۲شاکی :شبکه بهداشت ودرمان شهرستان قدس به نشانی شهرقدس بلوار شهدا خیابان شهید شاهبوداغیان پ۲۸۰متهم: آقای محمدقضاتلو بهنشانی شهرقدس میدان آزادی خ شهید عالمی خیابان مهدیه رستوران زعفران اتهام:تخلف از مقررات بهداشتی توسط صاحبان ومسئولان اماکن عمومی گردشکار: شاکی شکایتی علیه متهم تقدیم دادگاه نموده که پس از ثبت به کلاسه فوق وجری تشریفات قانونی نتیجتا ختم دادرسی اعلام ومبادرت به صدور رای می نماید. (رای دادگاه) درخصوص موضوع اتهام آقای محمدقضاتلو دایربر تهدید علیه بهداشت عمومی موضوع شکایت اداره بهداشت وکیفرخواست صادرهاز سوی دادسرای عمومی وانقلاب شهرستان قدس با عنایت به محتویات پرونده ودلایل ومدارکموجود از جمله شکایت شاکی وگزارش ضابطین وتحقیقات ضابطین ودادسرا وعدم حضور متهم درمراحل دادرسی بزهکاری وی رامحرز دانسته وبا استناد به بندالف ماده ۳۷وماده ۶۴قانون مجازات اسلامی مصوب ۱۳۷۵رای به محکومیت نامبرده به پرداخت پنج میلیون ریال جزای نقدی جایگزین نود ویک روز حبس صادرواعلام می نماید رای صادره غیابی وظرف مدت بیست روز پس از ابلاغ قابل اعتراض دراین دادگاه می باشد.

رئیس شعبه ۱۰۲دادگاه کیفری ۲دادگستری شهرستان قدس –علی مرزبان م الف ۱۰۸/۲۴۱۰

آگهی ابلاغ وقت رسیدگی

کلاسه پرونده :۹۶۰۷۱۷ شعبه ۱۶ شورای حل اختلاف گرگان بدینوسیله به آقای/ خانم ۱. زهرا گلی ف محمد ۲. حامد نیرنگی ف یزدان ۳. سکینه گلی ف محمد بیک مجهول المکان اخطارمی گردد. خواهان بانک قرض الحسنه مهرایران دادخواستی به طرفیت شما به خواسته مطالبه طلب به شعبه ۱۶ گرگان تقدیم نموده است.پس ازارجاع به این شعبه و ثبت آن به کلاسه فوق و جری تشریفات قانونی تعیین وقت رسیدگی و صدور اخطاریه جهت طرفین نظر به اینکه خوانده / خواندگان مجهول المکان می باشد لذا مستندا به ماده ۷۳ قانون آیین دادرسی مدنی مراتب در یک نوبت دریکی از روزنامه های کثیر الانتشار درج می گردد تا خوانده / خواندگان در دفتر شعبه ۱۶ شورای حل اختلاف گرگان حاضرونسخه ثانی دادخواست و ضمائم و اخطاریه را دریافت نموده . درجلسه دادرسی که به روز۹۶/۱۱/۷ ساعت ۱۰/۳۰ صبح تعیین شده است شرکت نمایند. چنانچه نیاز به اگهی مجدد باشد فقط یک نوبت و مدت آن ده روز خواهد بود.

مدیر دفتر شعبه شانزدهم (ویژه امور بانکی) شورای حل اختلاف گرگان

اخبار

تقدیر وزیر نیرو از مدیرعامل و کارکنان شرکت آبفا استان اصفهان پیرامون خدمات رسانی به مناطق زلزله زده غرب کشور

اصفهان – قاسم اسد – دکتر رضا اردکانیان وزیر نیرو با ارسال لوحی از مدیرعامل و کارکنان شرکت آب و فاضلاب شهری استان اصفهان به جهت امداد رسانی و کمک به زلزله زدگان غرب کشور تقدیر و تشکر نمودند. وزیر نیرو در این متن با اشاره به اینکه وقوع حادثه تلخ و تأسف بار زلزله، علاوه بر اینکه آسیب جدی به جمع زیادی از هموطنان در استانهای غربی کشور متحمل نمود موجب وارد نمودن خسارت های گسترده ای به زیرساخت های صنعت آب و برق این مناطق گردید به گونه ای که روند خدمت رسانی را با وقفه مواجه نمود. اما با این حال با تلاش و همت ستودنی همکاران ارزشمند و ساعی، بخش عمده ای از مشکلات در ساعات اولیه رخداد زلزله برطرف گردیده و کوشش ها برای دستیابی به وضعیت عادی و پایدار همچنان ادامه دارد. از یکایک افرادی که عزم خود را جزم نموده و به وظیفه حیاتی و مقدس خود در قبال مردم شریف و مصیبت دیده عمل کرده و می کنید، صمیمانه سپاسگزاری می نمایم.

بررسی مسایل و مشکلات توسعه میدان نفتی مسجدسلیمان

اهواز – شبنم قجاوند – جلسه بررسی مسایل و مشکلات توسعه میدان نفتی مسجدسلیمان برگزار شد . این جلسه با حضور کارشناسان فنی و عملیاتی شرکت مهندسی و توسعه نفت (متن) و شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان برگزار شد. طی این جلسه که مهندس قباد ناصری مدیرعامل شرکت نفت و گاز مسجدسلیمان ریاست آن‌را برعهده داشت کارشناسان دو شرکت در خصوص توسعه قدیمی ترین میدان نفتی خاورمیانه و حیطه اختیارات و مقدار دخل و تصرف در فرآیند مدیریت و لزوم تولید و دریافت نفت با کیفیت و استانداردهای رایج شرکت ملی نفت ایران به بحث و تبادل نظر پرداختند . لازم به ذکر است میدان نفتی مسجدسلیمان ؛ قدیمی ترین میدان نفتی خاورمیانه است که تولید از آن به ۵ خرداد ۱۲۸۷ که برای نخستین بار چاه شماره یک از آن نفت فوران کرد و سرآغاز پیدایش نفت در خاورمیانه و ایران شد باز می گردد .

هم اندیشی به مناسبت روز جهانی خاک در اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری گلستان

گرگان – خبرنگار فرصت امروز – به مناسبت روز جهانی خاک ، اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری استان گلستان نشستی تحت عنوان "هم اندیشی به مناسبت روز جهانی خاک" با حضور مدیریت وکارشناسان مرتبط این اداره کل ، اعضای هیات علمی دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی و مرکز تحقیقات کشاورزی و منابع طبیعی، مدیر کل مدیریت بحران گلستان، مدیران سازمان جهاد کشاورزی و کارشناسان سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان گلستان برگزار کرد. در این نشست مدیرکل منابع طبیعی و آبخیزداری گلستان گفت: خاک به عنوان بستر تولید در اثر فشار بیش از حد، سوء مدیریت در معرض تهدید قرار دارد و پتانسیل و باروری آن پایین می آید. درصد مواد آلی در خاک های استان گلستان بسیار کاهش پیدا کرده است که همین مسئله باعث کاهش نگه‌داشت آب در خاک شده و توان تولید را کاهش می دهد. مهندس قزل سفلو با تاکید بر اهمیت موضوع خاک ادامه داد: همه دنیا در امنیت غذایی دغدغه مند هستند و این امنیت از طریق تغییرات اقلیم و کاهش بارش و گرم شدن کره زمین تهدید می شود. خاک حاصل خیز به عنوان بستر تولید برای گیاهان زراعی برای پشتوانه تولید ضروری است. در ادامه این نشست، دکتر خرمالی عضو هیات علمی دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان گزارشی با عنوان "روز جهانی خاک ، امنیت خاک" ارایه و اظهار کرد: خاک از منابع طبیعی محدود و تجدید ناپذیردر محدوده زمانی حیات بشر است و استفاده نامناسب، فشار جمعیت رو به رشد و مدیریت ناکارآمد باعث تخریب آن می شود.

مدیر کل منابع طبیعی و آبخیزداری استان گلستان:

برای تمام اراضی ساحلی استان سند مالکیت اخذ شده است

گرگان – خبرنگار فرصت امروز – در بازدیدی که ابوطالب قزل سفلو به‌همراه تعدادی از مسئولین و کارشناسان این اداره کل از اراضی ساحلی استان داشت گفت: در استان گلستان ۲۲ هزار هکتار اراضی مستحدث وساحلی دریای خزر وجود دارد که برای آنها به نام دولت جمهوری اسلامی سند مالکیت اخذ شده و به منظور مشخص شدن مرز بین اراضی زراعی و اراضی مستحدث و ساحلی ، بنچ مارکهایی به طول ۵ کیلومتر بنچ مارکهایی در حوزه شهرستانهای بندرترکمن ، گمیشان و بندرگز نصب شده است .ایشان در ادامه گفتند: در همین خصوص طرح کاداستر یا حدنگاری را در دستورکار داریم که بر طبق آن نقشه ها و اسنادی که با هماهنگی اداره ثبت اسناد تهیه شده تبدیل به کاداستر مینماییم تا وضعیت مالکیت اراضی مشخص شده تثبیت و مالکیت صورت پذیرد.در ادامه پیرامون اراضی ساحلی گفتند: خوشبختانه تثبیت اراضی ساحلی استان آزاد است و با اقدامات خوبی که در گذشته در این اراضی صورت گرفته جلوی تجاوزات و تصرفات ، خصوصاً ساخت و سازها گرفته شده و اگر در جاهایی هم تصرفاتی در قالب فعالیتهای زراعی صورت گرفته ، پیگیریهای قانونی در حال انجام است. وی در ادامه گفت: بخشی از این اراضی مشمول طرح تداخلات میباشد که از طریق دبیرخانه جهادکشاورزی شهرستان ها در حال پیگیری است ، عرصه هایی هم که به عنوان عرصه های تصرفی است برابر قانون از طریق مراجع قضایی پیگیرهستیم. ایشان در ادامه افزودند: انشاءالله بتوانیم از اراضی ساحلی و مستحدث برای متقاضیان درجهت فعالیتهای سرمایه گذاری درآنها در قالب قوانین و مقررات در طرح هایی که قابلیت اجرایی دارند استفاده و از این اراضی در جهت توسعه استان و ایجاد اشتغال بهره برداری نماییم.

شرکت توزیع نیروی برق استان قزوین عنوان دستگاه برتر را در گروه دستگاه های زیر بنایی در حوزه صیانت از حقوق شهروندی کسب کرد

قزوین – خبرنگار فرصت امروز – بر اساس ارزیابی ستاد صیانت استان در اجرای برنامه های ابلاغی ستاد مرکزی صیانت شرکت توزیع نیروی برق استان قزوین در سال ۹۵ عنوان دستگاه برتر استان در گروه دستگاه های امور زیر بنایی در حوزه حقوق شهروندی شناخته شده است . در همین ارتباط معاون سیاسی ، اجتماعی و امنیتی استانداری و جانشین رئیس ستاد صیانت از حریم امنیت عمومی و حقوق شهروندی استان قزوین با ارسال لوح تقدیر از مهندس سعید بهادیوند چگینی مدیر عامل شرکت توزیع نیروی برق استان قزوین به پاس کسب رتبه دستگاه برتر در گروه دستگاههای بالای ۵۰ نفر امور زیر بنایی در حوزه حقوق شهروندی تقدیر و تشکر بعمل آورد. در بخشی از این لوح آمده است:

جناب آقای سعید بهادیوند چگینی – مدیر عامل محترم شرکت توزیع نیروی برق استان قزوین

با سلام و احترام ، بی تردید تلاش ، همکاری و همراهی دلسوزانه شما در ارزیابی ستاد صیانت استان نشات گرفته از روحیه تقید به ارزشهای اسلامی ، باورهای دینی و توجه به جایگاه والا و ارزشمند انسانی داشت. نظر به اینکه نتایج حاصل از ارزیابی ستاد صیانت استان در اجرای برنامه های ابلاغی ستاد مرکزی صیانت ، بیانگر اقدامات ارزشمند جنابعالی و همکاران گرانقدرتان در تقویت و ارتقاء فرهنگ عفاف و حجاب و حقوق شهروندی می باشد ، بر این اساس اداره متبوع جنابعالی به عنوان دستگاه برتر استان در گروه دستگاه‌های بالای ۵۰ نفر امور زیر بنایی در حوزه حقوق شهروندی شناخته شده است . بدینوسیله فرصت را مغتنم شمرده ضمن تقدیر و تشکر از تلاش و توجه شما و همکاران محترمتان در زمینه اجرایی نمودن دستورالعمل ستاد صیانت در آن دستگاه ، رجاء واثق دارم، همواره در ظل توجهات حضرت ولی عصر (عج) موفق و موید باشید.

طی ۸ ماهه سال جاری

مصرف ۱۱ میلیارد و ۴۹۴ میلیون متر مکعب گاز طبیعی در استان خوزستان

اهواز – شبنم قجاوند – سید ناصر حسینی نژاد مدیر عامل شرکت گاز استان خوزستان از مصرف ۱۱ میلیارد و ۴۹۴ میلیون متر مکعب گاز طبیعی طی ۸ ماهه اول سال جاری در این استان خبر داد. سید ناصر حسینی نژاد گفت : از این میزان گاز مصرف شده در استان بیشترین سهم یعنی ۴ میلیارد و ۹۸۰ میلیون متر مکعب در بخش نیروگاه های استان مصرف شده که که نشاندهنده افزایش ۸۶۴ میلیون متر مکبی مصرف نسبت به مدت مشابه سال گذشته و توجه به این بخش از خدمات عمومی دولت خدمتگذار تدبیر و امید در استان خوزستان است . مدیر عامل محترم شرکت گاز استان خوزستان افزود : همچنین طی مدت یاد شده ، گاز مصرفی استان حدود ۶۰۸ میلیون متر مکعب یعنی ۵/۶ درصد نسبت به مدت مشابه سال گذشته افزایش داشته که صنایع فولاد با ۱۵/۸۸ درصد و بخشهای تجاری استان نیز با ۱۳/۵۳ درصد به ترتیب بیشترین میزان افزایش مصرف طی مدت مشابه را به خود اختصاص داده اند که نشان از توجه خاص دولت تدبیر و امید به رفاه عمومی و تولید و اشتغال جوانان دارد .

مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق مازندران خبر داد

ضرورت استفاده ازسامانه اطلاعات مکانی GISدر صنعت برق

ساری – دهقان – مهندس قاسم شهابی در گفت و گویی اظهار داشت: با توجه به اهمیت سیستم اطلاعات جغرافیایی (GIS) در تصمیم‌گیری‌های مکان‌مند و تأثیر آن در افزایش دقت در مطالعات و انجام فرآیندها و کاهش زمان و هزینه‌های اضافی در اجرای پروژه‌ها بر استفاده از GIS و عملیاتی کردن آن در فعالیت‌های روزانه ضروری است. وی افزود: سیستم اطلاعات جغرافیایی (GIS) به عنوان بستری جهت ذخیره‌سازی، ویرایش، تجزیه و تحلیل و بهنگام‌رسانی اطلاعات مکانی و توصیفی و به عنوان یکی از تکنولوژی‌های اطلاعاتی و ابزارهای تصمیم‌گیری است که مورد توجه مدیران و کارشناسان برق به منظور برنامه‌ریزی، بهره‌برداری و توسعه بهینه شبکه توزیع قرار گرفته است. مهندس شهابی از حضور شرکت توزیع نیروی برق مازندران در چهارمین کنفرانس ملی کاربرد سامانه اطلاعات مکانی (GIS) در صنعت آب و برق در استان مرکزی خبرداد. وی گفت: شرکت توزیع نیروی برق مازندران با ارائه ۶ مقاله در حوزه کاربرد GIS در صنعت برق و همچنین رونمایی از کتاب پیاده سازی شبکه های توزیع برق در سامانه اطلاعات مکانی (GIS) در این کنفرانس و برپایی غرفه ارائه عملکردها و فعالیت های نوین خود در حوزه جی ای اس در نمایشگاه جانبی این کنفرانس حضور فعال داشته است.

سخنگوی شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری خبر داد

تجلیل از رانندگان نفتکش به مناسبت روز حمل و نقل

ساری – دهقان – سخنگوی شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری گفت : مراسم گرامیداشت هفته حمل و نقل با هدف تجلیل و تکریم رانندگان نفتکش و شرکت های حمل و نقل فرآورده های نفتی با حضور مدیر و مسئولین منطقه ساری برگزار گردید . عباس خلیل پورسخنگوی شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری از حضور صمیمانه مدیر منطقه ساری در بین رانندگان نفتکش گفت و بیان کرد : با تبریک هفته حمل و نقل به رانندگان نفتکش و شرکت های حمل و نقل فرآورده های نفتی درحوزه منطقه ساری آنها را از ارکان اصلی در چرخه تأمین و توزیع فرآورده های نفتی دانست که نقش بی بدیل آنها درگردش چرخ اقتصاد، تولید و خدمات برکسی پوشیده نیست . عباس خلیل پور اهمیت سوخت رسانی و نقش رانندگان نفتکش و شرکت های

حمل و نقل فرآورده های نفتی را برشمرد و اظهار کرد : مدیر منطقه ساری در پاسخ به طرح سوال و مشکلات در فضایی صمیمانه از سوی رانندگان ، پاسخهایی را مطرح کردند و در ادامه مسابقه آموزشی در قالب پرسشنامه با موضوع ایمنی و آتش نشانی از سوی دو واحد روابط عمومی و اچ اس ای برگزار شد . در ادامه مراسم حسینعلی طالبی اذعان داشت : امید است روزهای سخت و سرد زمستان را همانند سال های گذشته با همت شما مردان سخت کوش پشت سرگذاشته و به کمک شما سرافراز باشیم . وی ادامه داد : با همکاری صمیمانه رانندگان نفتکش و شرکتهای حمل و نقل فرآورده های نفتی در سال جاری روزانه شش الی دوازده میلیون لیتر فرآورده های نفتی به اقصا نقاط کشور ارسال شد و همچنین منطقه ساری توانست طرح کامل برندیک را به کمک رانندگان اجرایی کند . در پایان مراسم از فعالان عرصه سوخت رسانی منطقه ساری ، رانندگان و شرکت های حمل و نقل فرآورده های نفتی با اهدای لوح تقدیر و هدیه تجلیل بعمل آمد.

نشت‌یابی بیش از ۷۸۰۰ کیلومتر شبکه و ۲۵۰۰۰۰ عدد انشعاب گاز در سطح استان اردبیل در سال ۱۳۹۶

اردبیل – خبرنگار فرصت امروز – مدیر عامل شرکت گاز استان اردبیل گفت : براساس برنامه ریزی تدوین شده در سال ۹۶ بیش از ۶۴۰۰ کیلومتر شبکه گازدار در سطح استان ، توسط این شرکت نشت یابی شده است. به گزارش روابط عمومی شرکت گاز استان اردبیل ، فیروز خدائی با اعلام این خبر افزود : در همین راستا در سالی که گذشت با همّت واحد بازرسی فنی شرکت گاز استان اردبیل تعداد ۲۰۰۰۰۰ انشعاب گاز نیز مورد نشت یابی قرار گرفت. مدیر عامل شرکت گاز استان اردبیل با بیان اینکه بیش از ۱۴۰۰ کیلومتر شبکه و ۵۰۰۰۰ انشعاب گاز نیز به منظور پایش مناطق پر تردد و پرتراکم ، خارج از برنامه زمانی نشت یابی شد ، که در مجموع در استان بالغ بر ۷۸۰۰ کیلومتر شبکه و ۲۵۰۰۰۰ انشعاب توسط همکاران واحد بازرسی فنی کنترل و نشت یابی گردید و پس از ارایه گزارش تیم نشت یاب ، موارد نشتی ومخاطره آمیز سریعاً اعلام شده و واحدهای مربوطه دراسرع وقت اقدامات لازم را به منظور رفع نشتی انجام می دهند. وی تصریح کرد : نگهداری و مراقبت از

تأسیسات گازدار بویژه تأسیسات مدفون ؛ اهمیت بسزایی دارد به نحوی که کوتاهی و غفلت از آن می تواند صدمات و خسارات فراوان و جبران ناپذیر به همراه داشته باشد. در همین راستا و به جهت صیانت از تاسیسات گازدار در حال بهره برداری استان ، پایش وضعیت بهره برداری ایستگاه های تقلیل فشار و میترینگ ها و ضخامت سنجی آنها طبق دستورالعمل های مربوطه توسط این واحد در حال انجام بوده و تا پایان سال به اتمام خواهد رسید. خدائی افزود : با عنایت به اینکه پایش و کنترل منظم و دوره‌ای تأسیسات شبکه و انشعاب گاز مطابق با استانداردهای شرکت ملی گاز ایران یکی از وظایف بسیار مهم و حساس واحد بازرسی فنی شرکت گاز استان اردبیل بوده و به موقع انجام می گیرد خوشبختانه تاکنون حوادث ناشی از نشت گاز که منجر به بروز خسارات جانی و مالی باشد گزارش نشده است. وی با تأکید بر جدی گرفتن نشت گاز به مشترکین عزیز توصیه کرد : به منظور حصول اطمینان از عدم وجود نشت گاز ، لازم است مشترکین گاز خانگی سیستم های لوله کشی گاز داخلی منازل خود را حداقل ۶ ماه یکبار با کف صابون نشت یابی کنند. مدیر عامل شرکت گاز استان اردبیل اظهارداشت : مشترکین واحدهای صنعتی و تجاری نیز دقت کنند شیر ورودی و سایر شیرهای مصرف را بسته و فشار محبوس شده شبکه داخلی را به دقت اندازه گیری و بمدّت چند ساعت مورد پایش قرار دهند تا در صورت وجود افت فشار با هماهنگی شرکتهای مجری ذیصلاح جهت بررسی و رفع نشت گاز اقدام نمایند.

در کمیسیون معادن وصنایع معدنی اتاق بازرگانی اصفهان مطرح شد

از ۱۳۷۹ معدن استان اصفهان ۷۲۲ معدن فعال است

اصفهان – قاسم اسد – نهمین جلسه کمیسیون معادن و صنایع معدنی اتاق بازرگانی اصفهان با حضور فعالان بخش معدن و مسوولین کمیته ها در تالار هیات نمایندگان اتاق بازرگانی اصفهان برگزار شد. شهریار شعبانی دبیر کمیسیون معادن و صنایع معدنی اتاق بازرگانی اصفهان در این جلسه ضمن ارایه گزارشی از جلسه کمیسیون معادن و صنایع معدنی اتاق ایران در یزدگفت: جلسه بعدی این کمیسیون در اتاق بازرگانی اصفهان با حضور آقایان کرباسیان، سرقینی، اسماعیلی و مدیران کل وزارت و میهمانان ویژه برگزار خواهد شد. وی به آخرین اطلاعات و آمار معادن استان اشاره کرد و گفت: از تعداد ۱۳۷۹ معدن استان ۷۲۲ معدن فعال می باشند و از این تعداد ۳۴۵ معدن مربوط به سنگ های تزیینی است. وی گفت در رابطه با بودجه ۹۷ کشور در خصوص تسهیل دریافت بخش های مختلف از سهم حقوق دولتی معادن و نیز توسعه پایدار شهری برای شورای شهر و استفاده از سنگ در نماهای شهری و بتن در رویه های جاده ها پیشنهاداتی ارایه شده است. وی از شروع برنامه ریزی ها برای اجرای دومین پاویون اتاق بازرگانی در نمایشگاه سنگ ورونا ایتالیا خبر دادو اعلام نمود جلساتی مقدماتی برای این رویداد

برگزار خواهد شد. حسام الدین فرهادی نسب مشاور کمیسیون در این جلسه ضمن ارایه آمار و ارقام تخصصی از بخش معدن و صنایع معدنی در بودجه ۹۷ کشور، کاهش کاملا محسوس سهم معدن کشور را متذکر شد و گفت: هزینه های پیش بینی شده در قسمت اکتشافات معدنی در سازمان زمین شناسی کشور و ایمیدرو کاهش قابل ملاحظه ایی دارد که درصورت تصویب با مشکلات عدیده‌ای روبرو خواهیم شد. کامران سیامکی مسوول کمیته کانی های غیرفلزی کمیسیون در این جلسه گفت:تاکنون دو نشست برای حل مسایل واحدهای سیمانی برگزار شده است که در ماه آینده بصورت گسترده تری با حضور میهمانانی ویژه به مساله کاهش تقاضای سیمان پرداخته می شود. علیرضا عقیلی عضو کمیسیون در این جلسه گفت: تدبیر مدیریت استان ها بر کاهش معادن و محدوده های بزرگ است و از طرفی دیگر افزایش محدوده ها و معادن خرد و کوچک در دستور کار قرار دارد و این امر موجب افزایش آمار استانی می گردد. احمدرضا بصیری عضو کمیسیوندر این جلسه خواستار بررسی و تغییر نگرش در سیستم نظام مهندسی معدن و اصلاح شرح وظایف مسوولین فنیشد و گفت: اعتماد سازی بین بهره بردار و مسوولین فنی بسیار مهم است و بهره برداران به نحوی باید مدیریت فنی و مهندسی معادن را به مسوولان فنی بسپارند و شاهد کاهش قیمت تمام شده ماده معدنی در محدوده ها باشند. محمدرضا عالم مسوول کمیته کانی های فلزی در این جلسه گفت: حرکتی که برای وحدت رویه در یکنواختی قیمت ها شروع شده بود یک ماه دوام داشت در نتیجه نمی توان تمامی این مسایل را برای دولت عنوان نمود چرا که ما هنوز تجربه کار تیمی موفق را نداریم و فرهنگ سازی این گونه حرکات نیز زمان زیادی نیاز دارد.

مدیر عامل شرکت شهرک‌های صنعتی استان البرز:

توسعه خوشه‌های صنعتی در البرز زمینه ساز افزایش تولید و ورود به بازارهای جهانی است

کرج – خبرنگار فرصت امروز – مدیر عامل شرکت شهرکهای صنعتی استان البرز گفت: توسعه خوشه های صنعتی، زمینه رسیدن به مقیاس بالا از جمله در تولید محصولات و ادامه خدمات و دستیابی به بازارهای جهانی را فراهم می سازد. جهانگیر شاهمرادی با اشاره به اهمیت توجه به خوشه های صنعتی در استان اظهار داشت: خوشه صنعتی به مجموعه ای از واحدهای کسب و کار گفته می شود که در یک منطقه جغرافیایی و یک گرایش صنعتی متمرکز شده و با همکاری و تکمیل فعالیت های یکدیگر، به تولید و عرضه تعدادی کالا و خدمات می پردازند که از چالش ها و فرصت های مشترک برخوردارند. وی با اشاره به اینکه در ساختار خوشه‌ای، مجموعه‌ای از شرکت‌ها در یک مسیر و در جهت رفع موانع و مشکلات مشترک پیرامون خود با یکدیگر همکاری می کنند و در این مسیر از حمایت دولت برخوردار

خواهند بود، افزود: استان البرز از ظرفیت و پتانسیل‌های ویژه ای برای ایجاد و توسعه خوشه های صنعتی برخوردار است و لازمه موفقیت در این امر نیز وجود اطلاعات و آمارهای شفاف و همکاری تمامی نهادهای دست اندرکار است. مدیر عامل شرکت شهرکهای صنعتی استان البرز خاطرنشان کرد: توسعه خوشه های صنعتی، زمینه رسیدن به مقیاس بالا از جمله در تولید محصولات و ادامه خدمات و دستیابی به بازارهای جهانی را فراهم می سازد. وی با اشاره به لزوم مطالعه عمیق و ریشه ای در خصوص راهکارهای توسعه خوشه های صنعتی بر داشتن اطلاعات شفاف، جامع و دقیق از واحدهای شهرکها و نواحی صنعتی و خارج از آنها تاکید کرد و افزود: در جهت ایجاد خوشه ها باید راهکارهایی مناسب جهت ارتباط موثر بین ذینفعان خوشه ها و عاملین آنها ایجاد شود. شاهمرادی بیان کرد: پیاده سازی خوشه های صنعتی ضمن ساماندهی مشاغل خانگی و صنایع کوچک، بهره گیری این واحدهای از تسهیلات و حمایتهای دولتی را افزایش داده و منجر به افزایش توان رقابتی در بازارهای هدف در مقایسه با محصولات سایر کشور می شود.

بازدید معاون مدیر عامل از مرکز انتقال نفت عسلویه

بندرعباس – معاون مدیر عامل شرکت خطوط لوله ومخابرات از مرکز انتقال نفت عسلویه و مسیر خط لوله ۳۶ اینچ عسلویه – بندرعباس بازدید بعمل آورد. به گزارش روابط عمومی شرکت خطوط لوله ومخابرات نفت ایران منطقه خلیج فارس ، مدیر منطقه اظهار داشت: این بازدید بمنظور بررسی امکان واگذاری تعمیرات و نگهداری خط لوله ۳۶ و مرکزانتقال نفت عسلویه و تاسیسات انتهایی پالایشگاه ستاره خلیج فارس در آینده نزدیک به شرکت خطوط لوله و مخابرات انجام شد. علیرضا عطار ادامه داد: خط لوله ۳۶ اینچ عسلویه به بندرعباس۳۸۸کیلومتر طول دارد و در فاز اول روزانه ۱۲۰ هزار بشکه میعانات گازی

فازهای مختلف عسلویه را بمنظور تامین خوراک پالایشگاه ستاره خلیج فارس به بندرعباس منتقل می نماید. لازم به ذکراست مهندس علیزاده معاون عملیاتی مدیر خطوط لوله و همچنین معاونین عملیاتی و فنی منطقه و رئیس خطوط لوله پالایشگاه ستاره خلیج فارس نیزدر این بازدید حضورداشتند.

یارانه ۷۰ هزار مددجوی زیرپوشش بهزیستی استان مرکزی ۳ برابر شد

اراک – مینو رستمی – بهروز رفیعی در جلسه شورای هماهنگی مدیران دستگاه‌های تابعه وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان اظهار داشت: سالانه ۳۰ هزار فرزند معلول در کشور متولد می‌شود که سهم استان مرکزی از آن ۹۰۰ فرزند معلول است که با افزودن افرادی که در اثر حوادث ناشی از کار و تصادفات معلول می‌شوند تعداد معلولان استان سالانه به یک‌هزار و ۶۰۰ نفر می‌رسد. وی افزود: به همین منظور یکی از اهداف بهزیستی در استراتژی پیشگیری بحث پیشگیری از معلولیت است که در کنار تشویق‌ها به فرزندآوری نگاهمان به جلوگیری از تولید فرزندان معلول هم بوده و در این زمینه اقدامات پیشگیرانه لازم را انجام می‌دهیم. مدیرکل بهزیستی استان مرکزی تصریح کرد: در زمینه پیشگیری بحث پیشگیری از اعتیاد را داریم که در ارتباط آن با شورای هماهنگی مبارزه با مواد مخدر همکاری داریم و در این راستا در مراکزی چون کمپ‌ها، خانه دختران و دی آی سی‌ها و دیگر مراکز اقامتی ارائه خدمات داریم.

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی-اقتصادی

سه‌شنبه | ۵ دی ۱۳۹۶ | شماره ۹۶۲ | صفحه ۱۶

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز
مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی
چاپ: شرکت هم‌میهن توزیع: نشر گستر امروز
آدرس: میرزای شیرازی- نبش کوچه چهارم - پلاک ۶۸- واحد ۴
دفتر مرکزی: ۸۸۸۹۵۳۴۱ - ۸۸۸۹۵۳۴۲
روابط عمومی: ۸۸۸۹۵۶۷۲
فکس تحریریه: ۸۸۸۵۳۹۱۹
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۹۳۶۶۵۱
امور مشترکین: ۸۸۹۳۵۳۴۹
آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه:
WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

روزنامه فرصت امروز براساس رتبه‌بندی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با امتیاز ۶۱/۶۳، رتبه هشتم روزنامه‌های بخش خصوصی کشور را داراست.

WWW.FORSATNET.IR
INFO@FORSATNET.IR

نوشدارو

۵ مرحله کلیدی در توسعه و اجرای«سی آر ام»

بسیاری از شرکت‌ها استراتژی‌های مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) را اجرا کرده‌اند. به نظر می‌رسد که بازار نرم‌افزار «سی آر ام» در بزرگ‌ترین بازار یعنی آمریکا بسیار کاربرد دارد. شرکت‌های بزرگ، اولین مراکزی بودند که استفاده از «سی آر ام» را پی گرفتند به دنبال آنان، شرکت‌هایی با اندازه متوسط این کار را انجام دادند. هنوز این پتانسیل وجود دارد که پیام «سی آر ام» به شرکت‌های کوچک‌تر، دیگر بازارهای جهانی و سایر کسب‌وکارهای نوپا و جدید برسد. در ادامه به نقل از هورموند به بیان پنج مرحله کلیدی در توسعه و اجرای «سی آر ام» خواهیم پرداخت. این مدل پنج مرحله کلیدی در توسعه و استراتژی و اجرای «سی آر ام» را شناسایی می‌کند.

۱- تحلیل و طبقه‌بندی مجموعه‌ای از مشتریان: این مرحله شامل تحلیل پایگاه مشتریان واقعی و بالقوه به‌منظور شناسایی این مسئله است که در آینده به کدام مشتریان می‌خواهید سرویس دهید. در بالای لیست، مشتریان از لحاظ استراتژیک مهم قرار دارند، از جمله کسانی که در آینده ارزش ایجاد خواهند کرد.

۲- مشتری‌نوازی: شما باید هویت، شرح‌حال، تاریخچه، نیازها، توقعات و سلایق مشتریانی را که می‌خواهید به آنان سرویس دهید بدانید.

۳- توسعه شبکه: روابط با اعضای شبکه شرکت خود را شناسایی، توجیه، کنترل و اداره می‌کنید. اینها سازمان‌ها و افرادی هستند که در خلق و ارائه ارزش برای مشتریان منتخب، سهم داشته‌اند. این شبکه می‌تواند شامل اعضای خارجی مثل تأمین کنندگان، شرکا و مالکان/ سرمایه‌گذاران، به‌علاوه یک گروه داخلی مهم یعنی کارکنان باشد.

۴- توسعه پیشنهاد ارزش: این مورد شناسایی منابع ارزشی برای مشتریان و ایجاد مسئله و تجربه‌ای است که نیازها، توقعات و سلایق آنان را برآورده می‌سازد.

۵- مدیریت دوره عمر مشتری: چرخه زندگی مشتری، سفر یک مشتری از سمت «مشتری احتمالی» به‌سوی «وضعیت طرفدار» است. اداره چرخه زندگی، هم نیازمند توجه به فرآیند است و هم توجه به ساختار.

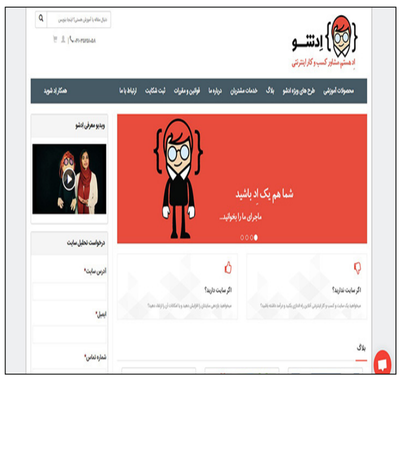
معرفی استارت‌آپ

راه‌اندازی آسان‌تر کسب و کار اینترنتی

نام استارت‌آپ: ادشو
وب سایت: edshow. ir
سال تأسیس: ۱۳۹۶
موضوع: طراحی سایت و مشاور کسب‌وکار اینترنتی
توضیح بیشتر:

اِد نام شخصیت ماست که قرار هست به شما کمک بکند تا بتوانید کسب‌وکار اینترنتی خود را هر چه بهتر و آسان‌تر در زمین گسترده اینترنت بنا بکنید.

اِد تشبیهی از فردی خوشحال، متخصص و ثروتمند است که هر کسی دلش می‌خواهد تبدیل به یک اِد شود و اینجاست که ماجرای ادشو آغاز شد...



بسته‌بندی خلاق

برای مطالعه ۸۶۵ پرسش و پاسخ قبلی مطرح شده در کلینیک کسب و کار می‌توانید به سایت clinic.forsatnet.ir مراجعه کنید.

کلینیک کسب‌وکار

پرسش: مدیرعامل یک شرکت فعال در حوزه انرژی و عضو چند انجمن بین‌المللی هستم و موفقیت‌هایی را در حوزه بین‌المللی کسب کرده‌ام. تصمیم دارم اخبار مربوط به این موفقیت‌ها را رسانه‌ای کنم. چه توصیه‌ای برای من دارید؟

تقویت ارتباط با رسانه‌ها

پاسخ کارشناس: نخست یک مشاور رسانه‌ای برای خود انتخاب کنید. مشاور رسانه‌ای بسیار متفاوت از مشاور تبلیغاتی است. این فرد باید دارای خصوصیات رسانه ای باشد، رسانه‌ها را خوب بشناسد و ارتباط خوبی با آنها داشته باشد و دارای سابقه کار رسانه‌ای هم باشد. متاسفانه بسیاری از شرکت‌ها این وظیفه را به شرکت‌های تبلیغاتی می‌سپارند، در صورتی که این فعالیت اساسا با تبلیغات متفاوت است. البته اگر یک روابط عمومی کاملا حرفه‌ای هم در زیرمجموعه شکل بگیرد می‌تواند همان کار را به شکل مناسب انجام دهد. دوم آنکه سعی کنید با مشاور روابط عمومی خود خبری‌ترین جنبه‌های موفقیت‌های خودتان را شناسایی کنید و محور مطالب را بر همین جنبه‌ها متمرکز سازید. در این شرایط امکان پوشش گسترده‌تری در مطبوعات و خبرگزاری‌ها فراهم خواهد شد. نکته دیگر آنکه با فواصل زمانی مناسب این اخبار را منتشر کنید و به اشکال مختلف. یک‌بار از طریق نشست خبری این اطلاع‌رسانی را انجام دهید و بار دیگر از طریق فاکس برای تمام رسانه‌های معتبر و بار دیگر از طریق گفت‌وگوی اختصاصی و...

اما مهم‌ترین تولید ما برقراری یک ارتباط دوستانه با رسانه‌هاست. این ارتباط می‌تواند از طریق همان مشاور رسانه‌ای و روابط عمومی با سابقه و حرفه‌ای صورت پذیرد. به هر حال باید توجه داشت که پوشش خبری گسترده به میزان زیادی به ارتباطات دوستانه شما با رسانه‌ها بستگی دارد.

مدرسه مدیریت

استارت‌آپی که شیوه خرید خانه را متحول کرد

استارت‌آپ «ترنزکتلی» با حوزه فعالیت املاک و مستغلات، در حال تلاش برای ایجاد تحولی بزرگ و مشتری‌پسند در خرید خانه است.

در سن ۲۰تا ۳۰ سالگی، ایده خرید یک خانه مناسب برای بسیاری از افراد وحشتناک است! خرید خانه همواره با یک فشار و ضربه مالی همراه است و این امر را بسیاری از افرادی که برای اولین بار اقدام به خرید خانه می‌کنند، به‌خوبی حس کرده و با آن آشنا هستیم.

به گزارش نوپانا، افراد جوان‌تر در حالی برای خرید خانه وارد بازار می‌شوند که احتمالا شاهد تجربیات ناخوشایند والدین خود در این فرآیند طی سال‌های گذشته بوده‌اند. به نظر می‌رسد، برای این دسته از افراد یا حتی خانه‌اولی‌ها، فرآیند خرید خانه که با انباری از کارهای اداری قدیمی و عدم شفافیت همراه بوده است، بیش از پیش، آنها را نگران کند.

در حال حاضر استارت‌آپی با عنوان Transactly سعی در تغییر این روند دارد.

Transactly، یک پلتفرم دیجیتال جدید است که تمام تعاملات و ارتباطاتی را که در طول خرید یک خانه اتفاق می‌افتد در دسترس قرار می‌دهد. سنت چارلز St. Charles، راهبری تیم این استارت‌آپ را که در میسوری پایه‌گذاری شده است بر عهده دارد و دارای ارتباطات قوی در حوزه املاک و مستغلات است.

از سوی دیگر، بریان بولس Bryan Bowles، موسس و مدیرعامل شرکت Worth Clark Realty است که یک کارگزار واقعی املاک و مستغلات محسوب می‌شود و دو بار در مجلهInc ۵۰۰۰، برجسته شده است.

Inc. ۵۰۰۰، عنوان مجله هفتگی آمریکایی است که اخبار مربوط به کسب‌وکارهای کوچک و استارت‌آپ‌ها را پوشش می‌دهد. این مجله همچنین سالانه لیست ۵۰۰ تا ۵۰۰۰ شرکت کوچک و استارت‌آپ‌هایی را که در ایالات متحده به‌سرعت رشد می‌کنند، منتشر می‌کند. در سال ۲۰۱۶ شرکت Bowles، به‌عنوان هشتادونهمین شرکت در این لیست قرار گرفت که دارای سریع‌ترین رشد در ایالت میسوری بوده و یکی از سریع‌ترین کارگزاران املاک و مستغلات در حال رشد در این کشور محسوب می‌شود، اما تنها رشد کردن هدف نهایی Bowles و تیم کاری او نبود.

Bowles می‌گوید: «خرید یک خانه مهم‌ترین و معقول‌ترین معامله مالی است که تا به حال انجام داده‌اید.»

او همچنین می‌گوید: «بیش از ۹ مورد از ۱۰ معامله املاک و مستغلات، به‌صورت آنلاین کار خود را شروع می‌کنند، اما پس از آن این فرآیند با ناراحتی همراه می‌شود. این روند بسیار استرس‌زا بوده و یک کسب‌وکار مشتری‌محور محسوب نمی‌شود و در عصر تکنولوژی غیر قابل توجیه است، چراکه خرید خانه باید یکی از هیجان‌انگیزترین خریدهایی باشد که شما انجام می‌دهید، درحالی‌که به‌دلیل عدم شفافیت معاملات اغلب این‌طور نخواهد بود.»

Bowles، یکی از دلایل تأسیس استارت‌آپ Transactly را تغییر در شیوه خرید خانه عنوان کرده است. او می‌گوید: «ما به این استارت‌آپ اعتقاد داریم تا آنجا که می‌خواهیم نه‌تنها کسانی که در Worth Clark Realty کار می‌کنند، بلکه هر کسی غیر از آنها نیز بتواند از آن استفاده کند.»

به عبارت دیگر، وجود نقص در روند خرید املاک و مستغلات، Bowles و تیم او را برای تلاش جهت رسیدن به این واقعیت و ارائه ابزاری که به‌صورت قابل توجهی در افزایش میزان شفافیت معاملات نقش داشته باشد، مصمم‌تر کرده است.

با توجه به اهمیت بازار مسکن و موج جدید خریداران خانه‌اولی، استارت‌آپTransactly، نوآوری است که باعث می‌شود یافتن بازار مناسب برای خرید خانه راحت‌تر باشد و موظف است تأثیر بزرگی در یکی از مهم‌ترین بخش‌های اقتصادی داشته باشد.

منبع: inc

مسیر موفقیت

چرا صحبت کردن با خود اولین نشانه موفقیت و کامیابی است؟

«یوگن گمبل» شخصی است که اکثر زمان خود را به حرفه دندانپزشکی در لندن مشغول بود، اما او سه سال پیش ناگهان تصمیم گرفت به یک کارآفرین تبدیل شود، ولی در این مسیر باید با یک مشکل بزرگ روبه‌رو می‌شد: او در زمینه تجارت و کسب‌وکار تجربه‌ای نداشت و نمی‌توانست به خوبی عمل کند.

به گزارش دیجیاتو، «گمبل» پس از شکستی که با آن مواجه شده بود، اعتماد به نفس خود را از دست داد و بنابراین تصمیم گرفت یک مربی کسب‌وکار را به استخدام خود درآورد؛ شخصی که با بیان یک پند عجیب اما ساده توانست زندگی «گمبل» را دگرگون کند.

مربی «گمبل» به او گفته بود که با صدای بلند با خود حرف بزند، حرکتی که کمی عجیب و غیرمنطقی به نظر می‌رسد، اما او در این رابطه می‌گوید: «من اعتقادی به کارآمد بودن آن نداشتم، اما زمانی که امتحانش کردم متوجه شدم حس بسیار خوبی را به من منتقل می‌کند.»

شاید به نظر شما هم این موضوع کمی عجیب به نظر می‌رسد، اما روز به روز مطالعات بیشتری در زمینه مورد بحث انجام می‌گیرد که نشان‌دهنده تأثیر مثبت صحبت کردن با خود روی تقویت حافظه، اعتماد به نفس، تمرکز و مسائل دیگر هستند.

«گری لوپیان» استاد روان‌شناسی دانشگاه ویسکانسین است که روی مبحث مورد اشاره تحقیقات فراوانی انجام داده و مقالاتی هم در مورد تأثیر گوش فرادادن به صحبت‌های خود در تقویت حافظه منتشر کرده است.

او آزمایشی را انجام داد و از تعدادی داوطلب خواست تا به اشیای به نمایش درآمده روی مانیتور نگاه کنند.

برخی از آنها به هنگام مشاهده جسم، نام آن را بلند اعلام می‌کردند اما بقیه افراد نام‌ها را تنها در ذهن خود نگه می‌داشتند.

نتیجه آزمایش این بود: کسانی که کلمات را با صدای بلند اعلام می‌کردند، قادر بودند سریع‌تر اجسام به نمایش درآمده روی مانیتورها را پیدا کنند.

صحبت کردن با خود حال شما را بهتر می‌کند

«ان ویلسون شیف»، روانشناسی است که معمولا مراجعه‌کنندگان را به صحبت کردن با خود تشویق می‌کرد، زیرا این کار نه‌تنها به تقویت حافظه منجر می‌شود، بلکه حس بهتری را هم به فرد منتقل می‌کند.

به عنوان مثال، او به کسانی که ناراحت و عصبانی بودند پیشنهاد می‌کرد با صدای بلند مسائلی را که آنها را آزرده خاطر کرده بازگو کنند و با این کار حس عصبانیت‌شان به کلی خاموش می‌شد.

او معتقد است: «افراد نیاز دارند با شخصی گفت‌وگو کنند که علاقه‌مند شنیدن صحبت‌های‌شان بوده و به خوبی آنها را بشناسد.» او می‌گوید که احتمالا علاقه‌مندترین فرد به صحبت‌های‌مان خودمان هستیم.

همچنین مطالعه‌ای که «ایثان کراس» در سال ۲۰۱۴ در دانشگاه میشیگان انجام داد، نشان می‌دهد که صحبت کردن با خود می‌تواند به القای حسی بهتر کمک کرده و ذره ذره به بهبود اعتماد به نفس ما منجر شود.

علاوه بر آن، «کراس» با کمک همکارانش ترتیب انجام آزمایشی را روی تعدادی داوطلب داد و در آن از افراد خواستند تا احساسات‌شان را با ذکر نام خود یا استفاده از ضمایر «تو» و یا «او» بیان کنند.

نتایج نشان داد کسانی که از ضمایر سوم شخص و دوم شخص استفاده کردند، کنترل بهتری روی احساسات خود داشته و در نهایت حس بهتری را تجربه کردند.

او در نتیجه‌گیری خود عنوان کرد که صحبت با خود، آن هم با ضمیر سوم شخص نه‌تنها می‌تواند در شرایط استرس‌زا به افراد کمک کند تا به احساسات خود مسلط باشند، بلکه آنها قادر خواهند بود تصمیمات عاقلانه‌تری هم بگیرند.

حافظه را هم تقویت می‌کند

از آنجایی که «گمبل» هنوز صحبت کردن با خود را شروع نکرده بود، این کار برایش کمی عجیب و غریب به نظر می‌رسید، اما مربی‌اش از او خواست جملاتی را با خود بازگو کند که به موفقیت او در کسب‌وکارش منجر شد.

«گمبل» پیش از آنکه به ملاقات با سرمایه‌داران ثروتمند برود، متن سخنرانی را روی یک کاغذ می‌نوشت و بارها و بارها آن را با صدای بلند می‌خواند. او با شنیدن صدای خود توانست افکارش را بهتر مدیریت و ایراداتش را برطرف کند. «گمبل» این کار را به پیانو زدن تشبیه می‌کند و می‌گوید: «زمانی‌که پیانو می‌نوازم، یک قطعه را آنقدر تمرین می‌کنم تا بتوانم نقاط ضعفم را برطرف کنم.»

از طرف دیگر مطمئنا صحبت کردن کودکان با خود توجه شما را در بسیاری مواقع جلب کرده و باید بدانید که این کار سهم بسزایی در فرآیند رشد کودکان دارد. نتایج مطالعه‌ای در سال ۲۰۰۸ نشان می‌دهد که کودکان پنج ساله‌ای که با صدای بلند با خود حرف می‌زنند، در مهارت‌های حرکتی بهتر از بقیه کودکان عمل می‌کنند.

«گمبل» معتقد است که او حالا اعتماد به نفس بسیار بیشتری نسبت به قبل دارد. با وجود آنکه مسائل بسیاری در تبدیل موفقیت‌آمیز او از یک دندان‌پزشک به یک کارآفرین نقش داشته‌اند، اما مسلما در این مسیر تمرین صحبت کردن با خود سهم بسزایی داشته است.