روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

دوشنبه ۲۸ خرداد ۱۳۹۷

Mon. 18 Jun 2018

۴ شوال ۱۴۳۹ - سال چهارم

شماره ۱۰۸۹-۱۶صفحه - ۲۰۰۰۰ریال

www.forsatnet.ir

دارندگان سکه‌های پیش‌فروش‌شده بخوانند

چگونه سکه‌های پیش‌فروش به اوراق تبدیل می‌شود؟

فرصت امروز: این روزها قیمت سکه تا مرز ۲میلیون و ۶۰۰ هزار تومان رسیده است و نگاهی به آمارها نشان می‌دهد که یکی از مقاصد نقدینگی‌های...

۴

ریشه‌های مشکلات اقتصاد ایران کجاست

اقتصاد یا سیاست؟

اقتصاد یا سیاست؟ این پرسشی است که در رابطه با علت و ریشه مشکلات اقتصادی در فضای امروز جامعه ایران مورد پرسشگری قرار گرفته است. از یک سو، دولتمردان معتقدند که دلیل تنش‌های اقتصادی اخیر در جامعه ایران، غیر اقتصادی است، اما از سوی دیگر هرچند تحلیل وضعیت اقتصادی ایران با سیاست‌های رئیس‌جمهور آمریکا و اقدام او در خروج از برجام و تهدید به بازگشت تحریم‌ها گره می‌خورد، ولی با این حال مرور حوادثی که در سال گذشته بر اقتصاد ایران رفته است، نشان می‌دهد که آنچه امروز رخ می‌دهد در وادی...

۲

نرخ‌گذاری دستوری، راهکار کنترل بازار مسکن نیست

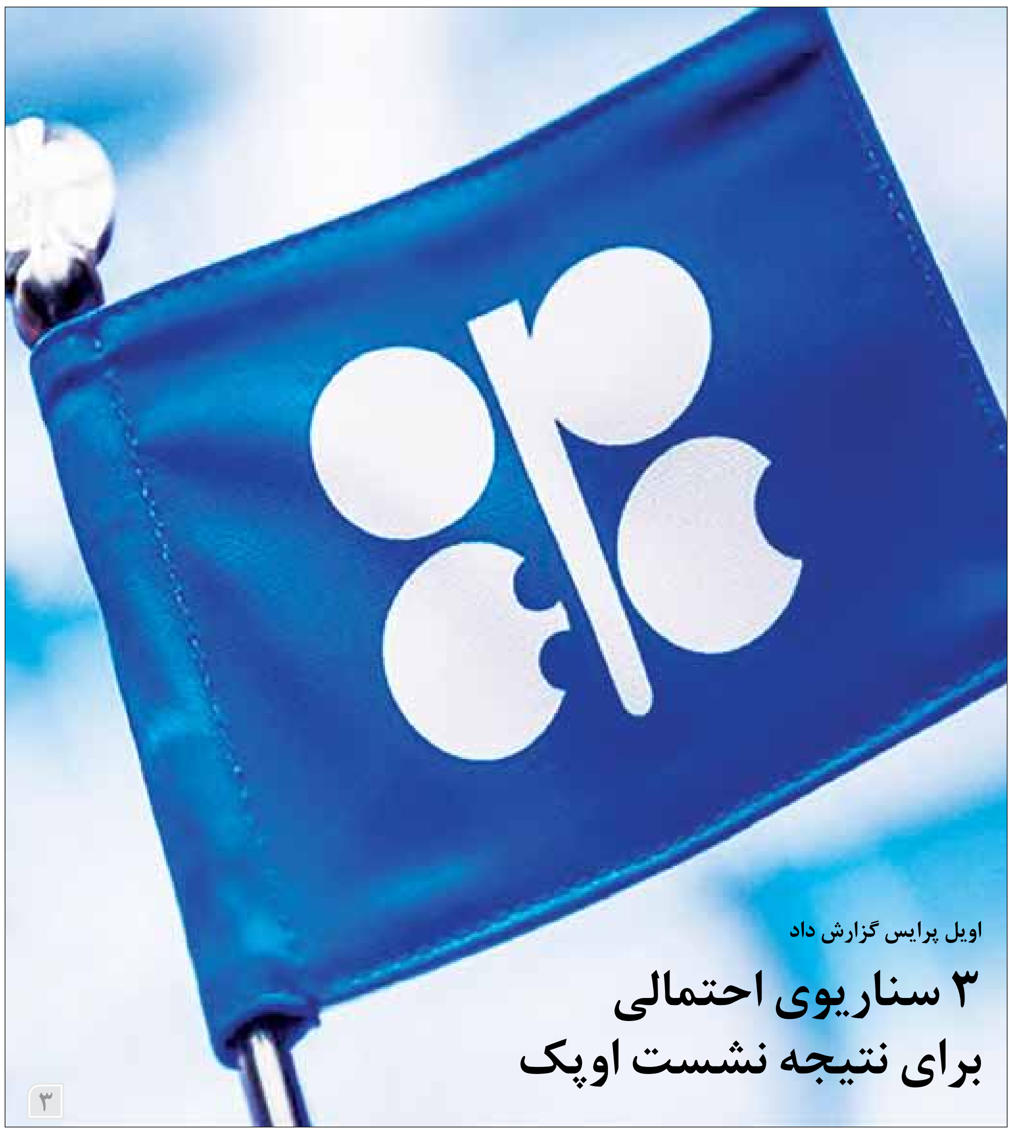
سامانه «تعیین قیمت مسکن» در بوته آزمون

۳

شاخص بورس تهران ۱۰۲ هزار واحدی شد

بورس رکورد ۵۰ ساله را شکست

۵



اویل پرایس گزارش داد

۳ سناریوی احتمالی برای نتیجه نشست اوپک

۳

یادداشت

بخت بد واردات خودرو

فرهاد احتشام‌زاد

رئیس انجمن واردکنندگان خودرو

«وصله سیاهی بر پیراهن سفید اقتصاد کشور» تعبیری است که دولت از فعالیت واردکنندگان خودرو دارد. به تعبیر دولت، واردات خودرو در شرایطی که کشور دارای چند تولیدکننده است امری غیرضروری است، به همین دلیل نیز در چند سال گذشته سیاستگذاران با انواع و اقسام دستورالعمل‌ها تلاش کردند تا از ورود خودروهای خارجی به کشور جلوگیری کنند؛ از تغییر دستورالعمل واردات خودرو و حذف بخش مهمی از واردکنندگان خودرو تا بستن سایت ثبت سفارش به مدت شش ماه تا افزایش تعرفه واردات خودرو به بیش از ۴۰درصد؛ تمامی دستورالعمل‌های قانونی و غیرقانونی که دولت در طول دو سال گذشته اتخاذ کرده موجب برهم زدن بازار و افزایش قیمت این خودروها شده است؛ دستورالعمل‌هایی که نه‌تنها هیچ تناسبی با برنامه‌های از پیش تعیین‌شده در چشم‌انداز ۱۴۰۴ کشور برای واردات خودرو نداشته بلکه...

۲

مدیریت و کسب‌وکار

- درس‌هایی که رهبران موفق از کارمندان خود می‌گیرند
- ۵ سؤالی که قبل از تغییر عادات باید از خود بپرسید
- با رعایت ۴ نکته کلیک در وب‌سایت خود را افزایش دهید
- رونق کسب‌وکار با بازاریابی محتوا
- تبلیغات در سال ۲۰۱۸
- تکنیک‌های تازه برای نفوذ بیشتر در مصرف‌کنندگان

۸ تا ۱۶

موسس شرکت ترانوس به اتهام شیادی دادگاهی می‌شود

همه چیز درباره پلاسکوی جدید

گودبرداری بزرگ در انتظار چهارراه استانبول

فرصت امروز: از ۳۰ دی‌ماه سال ۹۵ که ساختمان ۱۵ طبقه پلاسکو پس از چند ساعت آتش‌سوزی سرانجام فروریخت، حدود ۱۷ ماه می‌گذرد و حالا همزمان با عید سعید فطر، گودبرداری و کلنگ‌زنی پلاسکوی جدید آغاز شده است. اما این اقدام موجب واکنش شورای شهر تهران شده و آنها معتقدند که ساخت پلاسکو در ۱۵ طبقه تخلف است. اما در مقابل، بنیاد مستضعفان اعلام کرده که ساخت پلاسکوی جدید، قانونی و بر اساس مصوبه استانداری تهران است. هرچه هست، قرار است بنیاد مستضعفان پنج طبقه اضافی در زیرزمین پلاسکو بسازد تا از فروش آن هزینه اضافی از کسبه برای گرفتن مغازه‌هایشان دریافت نشود، اما گویا این گودبرداری بدون مجوز است و ممکن است مشکلاتی را به وجود بیاورد. به گزارش خبرآنلاین، مراسم کلنگ‌زنی ساختمان جدید پلاسکو حاشیه‌های زیادی را به‌همراه داشت؛ از آغاز گودبرداری بدون مجوز تا شرایط واگذاری مجدد مغازه‌ها به کسبه. برخی می‌گویند نباید بگذاریم پلاسکو هم مانند گود کنار برج میلاد شود و از طرفی دیگر به‌نظر می‌رسد تنها راه‌حل بنیاد برای نگرفتن هزینه اضافی از کسبه همین است که پنج طبقه منفی بسازد تا از فروش آن هزینه‌های اضافی را تأمین کند.

۵ طبقه اضافه می‌شود تا کسبه هزینه اضافی پرداخت نکنند

یکی از کسبه پلاسکو درباره فرمول دریافت مغازه‌ها از بنیاد می‌گوید: «قسمت سالم پلاسکو که بازسازی می‌شود و مغازه‌ها سرجای فعلی‌شان قرار دارند و مشکلی به‌وجود نمی‌آید. برای قسمت تخریب شده هم قرار است طبق سندی که در استانداری تهران به امضای استاندار تهران، بنیاد مستضعفان، شهرداری، سازمان میراث و... رسیده و شورای تأمین این مجوز را گرفته، مغازه‌ها مثل قبل ساخته شوند و تمام اسنادی که کسبه در ارتباط با اجاره‌نامه قبلی با بنیاد داشته‌اند به همان شکل باشد و طبق همان متراژ، اجاره‌نامه و اولویت‌ها ساخته خواهد شد و بر اساس آن اجاره‌ها به ذی‌حقان واگذار می‌شود.»

او در ادامه درباره روند دریافت مغازه‌ها توسط کسبه می‌گوید: «در واقع قسمت سالم که نیمی از مغازه‌ها و حدود ۲۸۰ مغازه است توسط خود کسبه عملیات تعمیر و مقاوم‌سازی انجام می‌شود و بنیاد در این روند دخالتی نمی‌کند. قسمت تخریب‌شده را هم بنیاد ادعا کرده که می‌سازد و هزینه‌ای را هم که در ارتباط با ساخت اینجا متقبل شده از روی طبقات منفی می‌پردازند. به عبارتی دیگر ۵ طبقه زیرزمین ساخته می‌شود که بنیاد از فروش آنها هزینه ساخت برج را تهاتر می‌کند و کسبه تا جایی که امکان‌پذیر باشد نباید برای ساخت هزینه‌ای را پرداخت کنند.»

ساختمان جدید پلاسکو سال ۹۹ به بهره‌برداری می‌رسد

این کسبه در ادامه درباره تعداد طبقات ساختمان جدید پلاسکو می‌گویند: «قسمت برج ۱۵ طبقه روی همکف است که با یک طبقه زیرزمین و همکف ۱۷ طبقه می‌شود. البته بنیاد ۴، ۵ طبقه زیر طبقه منفی یک می‌سازد و از راه فروش سرقفلی آنها هزینه را تأمین می‌کند. استاندار و آقای سعیدی‌کیا هم گفته‌اند که عید فطر ۹۹ ساختمان جدید پلاسکو را بهره‌برداری می‌کنیم.» آنها درباره مشکلاتی که با سازمان میراث داشتند نیز می‌گویند: «سازمان میراث نسبت به مجموعه ژاندارک مشکل داشت؛ زیرا ثبت شده و حریم آنها بود و نباید ارتفاعی روی آن ساخته می‌شد و حق هم با آنها بود. در قسمت ساخت برج هم از حریم ژاندارک خارج است و ارتفاع آن ربطی به میراث ندارد. مشکل اصلی میراث برای باغ اکبر بود که در مرحله اول قرار بود در این ساختمان جدید باهم ادغام شوند که کلاً منتفی شد و وضع سابق اجرایی می‌شود.»

کلنگ‌زنی بدون مجوز مشکل‌ساز می‌شود

اما از سوی دیگر علی اعطا، سخنگوی شورای شهر هم گودبرداری ساختمان جدید را بدون هیچ مجوزی، روندی مشکل‌ساز خوانده و با بیان اینکه پادرمیانی و ورود استاندار به موضوع اقدامی مثبت است، به ایلنا گفته است: «موضوع پلاسکو بسیار جدی است. نباید اجازه داد پلاسکو تبدیل به یک زخم کهنه شود. قبل از عید، شهرداری بدون صدور جواز ساختمانی، برای گودبرداری چراغ سبز نشان داد، اما با پیگیری‌های ما این مسئله متوقف شد، چراکه من عمیقا اعتقاد داشتم اگر این گودبرداری ادامه پیدا کند، تبدیل به موضوعی از جنس گود کنار برج میلاد خواهد شد که همانطور بلاتکلیف رها شده است. براساس طرح تفصیلی، مالک فقط اجازه ساخت ۷ طبقه را دارد اما به گفته مدیرعامل بنیاد مستضعفان پلاسکوی جدید تا ۱۵ طبقه بالا خواهد رفت.»

او با اشاره به اختلاف‌هایی که بر سر تعداد طبقات میان بنیاد مستضعفان و شهرداری وجود دارد، گفته است: «میراث فرهنگی مخالفت‌ها و محدودیت‌هایی دارد، وضعیت ساختمان شمالی هم هنوز تعیین‌تکلیف نشده است. پارکینگ ضلع شرقی دارای جداره تاریخی است و بحث حریم در مورد آن مطرح است، وضعیت آن نامشخص بوده و مشکل مالکیت هم دارد، در چنین شرایطی که هنوز طرح مصوبی برای پلاسکوی جدید وجود ندارد، اگر گودبرداری را آغاز کنند تازه اول این اختلافات است. در این شرایط احتمالا این گود دوباره تبدیل به یک گود پرخطر در منطقه مرکزی تهران می‌شود، منطقه‌ای که خودش به اندازه کافی مشکل دارد. به همین دلیل هم من مخالف گودبرداری بدون مجوز بودم و هستم. تا زمانی‌که این ساختمان مجوز نگیرد، آغاز عملیات به صلاح نیست.»

اعطا به مسائل کسبه اشاره کرده و با بیان اینکه روی شهرداری و شورای شهر در رابطه با پلاسکو فشار اجتماعی وجود دارد، گفته است: «فشارهای اجتماعی قابل درک است اما نباید کار را به شکلی آغاز کنیم که راه‌حل امروز تبدیل به مشکل فردای ما شود. این کار به نفع کسبه هم نیست. مشکل پلاسکو مشکل لاینحلی نیست، فقط مدیریت و تدبیر بیشتر می‌خواهد و یک مقدار هم نیازمند کوتاه آمدن از انتظارات و ایده‌آل‌ها میان همه طرف‌های درگیر است. باید درخواست بنیاد به کمیسیون ماده ۵ برود و هر هشت عضو کمیسیون ازجمله شهرداری، وزارت راه و شهرسازی، میراث فرهنگی و شورای شهر به تصمیمی با حداکثر وفاق برسند و براساس رای کمیسیون پروانه ساختمانی صادر شود. موضوع نباید تبدیل به زخمی کهنه شود.»

تصمیم درباره بخش سالم پلاسکو؛ تخریب یا نوسازی؟

محمد مقیمی، استاندار تهران نیز در رابطه با کلنگ‌زنی پلاسکو در روز عید فطر به ایلنا گفته است: «ساختمان پلاسکو دو قسمت دارد؛ قسمت جنوبی که کامل تخریب شده است و باید با طراحی و ساخت جدید قابل بهره‌برداری شود. قسمت پشت ساختمان یعنی بخش شمالی که ساختمانی پنج طبقه است، متاثر از آتش سوزی بخش جنوبی بوده و خسارتی هم به آن وارد شده است، اما گفته‌اند که باید مقاوم‌سازی شود. تصمیمی که در رابطه با بخش شمالی پلاسکو گرفته شد با توجه به اینکه افرادی اعلام کردند مشکل ما با مقاوم‌سازی حل می‌شود و سیستم‌های تأسیسات آن نیز باید تعمیر شود و چون باید این کارها انجام می‌شد، قرار شد بخش شمالی نیز کوبیده و از نو ساخته شود.»

وی در پاسخ به این سؤال که آیا هزینه تعمیرات و مقاوم‌سازی بیشتر از هزینه تخریب و ساخت دوباره می‌شد که این تصمیم‌گیری برای بخش شمالی پلاسکو صورت گرفت، گفته است: «این ساختمان ۲۸۶ ساکن دارد؛ تصمیم‌گیری راجع به اینکه چه کاری باید انجام شود، بر عهده بنیاد مستضعفان است. شورای شهر مسئولیتی در رابطه با اینکه آیا این بخش از ساختمان باید تخریب شود یا خیر ندارد. این شورا وظایف دیگری دارد، اما می‌تواند نظر بدهد. این ساختمان مالک دارد و مالک باید تشخیص دهد که چه کاری باید انجام بدهد، کسبه در رابطه با این تصمیم‌گیری دخیل هستند. ما جلسه‌ای با کسبه و مالک برگزار کردیم، عده‌ای خواهان ساخت دوباره بودند و عده‌ای هم می‌گفتند که باید با مقاوم‌سازی فعالیت تجاری از سر گرفته شود.»

به گفته مقیمی، به مالک و کسبه گفتیم که باید با هم جلسه بگذارند و اگر نصف به علاوه یک نفر خواهان مقاوم‌سازی بودند با توجه به اینکه کسبه اعلام کرده بود حتی هزینه مقاوم‌سازی را هم پرداخت می‌کنند، این مسئله به این صورت حل شود اما اگر نصف به علاوه یک نفر خواهان تخریب بودند پس بخش سالم باید تخریب شود، یعنی اختیار را به آنها واگذار کردیم، حال اینکه چه اتفاقی افتاد از آن اطلاعی ندارم. بنیاد مستضعفان اعلام کرده در صورت تخریب بخش شمالی دو طبقه زیر همکف هم می‌سازد به عنوان تالار و خدماتی که این مجموعه داشته باشد و از محل آن هزینه کل ساختمان را می‌دهد تا هزینه اضافی به ساکنان تحمیل نشود. برای تخریب بخش شمالی ساختمان هم، اگر نصف به علاوه یک نفر خواهان تخریب باشند، باید تخریب شود.»

بانک‌ها از چرخه پرداخت ارز مسافرتی حذف می‌شوند؟

بانک مرکزی در اواخر فروردین‌ماه با تغییر در مقررات ارزی، خرید و فروش در صرافی‌ها را نیز ممنوع کرد و این مسئولیت را به صورت محدود به برخی بانک‌ها سپرد، بر این اساس ارز مسافرتی برای یک‌بار در سال به میزان ۵۰۰ یورو (برای کشورهای مشترک‌المنافع و هم‌مرز غیر از عراق و عربستان) و برای سایر کشورها حداکثر ۱۰۰۰ یورو تعیین شده که از طریق شعب ارزی در فرودگاه‌های بین‌المللی امام خمینی (ره)، اصفهان، شیراز، تبریز، ارومیه و اهواز پرداخت می‌شود.

اما خلأهای این مصوبه به‌ویژه در بخش ارز مسافرتی، سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری را بر آن داشته تا از رایزنی با بانک مرکزی برای حذف بانک‌ها از چرخه پرداخت ارز مسافرتی خبر دهد.

محمد محب‌خدایی در گفت‌وگو با ایسنا، با اشاره به واگذاری عملیات پرداخت ارز مسافرتی به دفاتر خدمات مسافرتی که در حال تنظیم مقررات و سازو کار آن با بانک مرکزی است، گفت: کلیات این طرح مشخص شده، اما بانک مرکزی به تضمین‌ها و سازوکاری مشخص‌تر نیاز دارد که مشترکا و با همراهی آژانس‌های گردشگری در حال تنظیم آن هستیم.

وی افزود: در فرآیند جدید، دفاتر خدمات مسافرتی همان کار صراف‌ها را برای مسافران انجام می‌دهند، سیستمی هم تعریف شده است که بازار سیاه شکل نگیرد. در واقع بانک‌های عامل کاملا از این چرخه حذف نمی‌شوند، ولی در مکانیزم جدید، دیگر نیاز نیست مردم به بانک‌ها مراجعه کنند و دسترسی سهل‌تر خواهد شد. مسافران از آژانسی که خدمات خریده‌اند، پس از کنترل مدارک و درصورتی که قبلا ارز مسافرتی سالانه خود را دریافت نکرده باشند، حواله ارزی دریافت می‌کنند و آژانس‌ها از طریق سامانه‌ای که طراحی می‌شود به بانک‌های عامل متصل می‌شوند.

او درباره تأیید این طرح از سوی بانک مرکزی اظهار کرد: کلیات این طرح مشخص شده، اما بانک تضمین‌های لازم را از ما می‌خواهد، در این سیستم بانک‌ها را کاملا حذف نمی‌کنیم، ولی ارتباط مستقیم با مردم دیگر وجود ندارد و همه کارها از پنجره واحد انجام خواهد شد؛ موضوعی که در ستاد هماهنگی خدمات سفر پیگیری می‌شود. ما می‌خواهیم کیفیت خدمات سفر را ارتقا دهیم تا در موضوعی همچون ارز مسافرتی، کاهش چالش‌های بین‌سیستمی، شفافیت و کاهش سردرگمی‌های مردم را شاهد باشیم.

خدایی در پاسخ به برخی اظهارنظرها درباره اینکه تبدیل آژانس‌ها به صرافی چالش‌های دیگری را به وجود می‌آورد، گفت: این اتفاق نخواهد افتاد، چون آژانس‌ها به سامانه بانک‌های عامل متصلند و سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری هم این فرآیند را کنترل می‌کند.

وی درباره مشارکت دفاتر خدمات مسافرتی در تنظیم ساز و کار پرداخت ارز مسافرتی در آژانس‌ها، بیان کرد: آنها کاملا در جریان قرار دارند و در جلساتی که با بانک مرکزی برگزار می‌شود، حضور و مشارکت دارند و پیشنهاد و انتقادهای خود را مطرح می‌کنند.

معاون گردشگری درباره تکلیف ارز مسافرتی گروهی که از آژانس‌ها خرید نمی‌کنند و به صورت مجازی و یا از یک کشور دیگر خرید خود را انجام می‌دهند، گفت: بالاخره مسافر از هر جا که نباید خدمات بگیرد، این شیوه همزمان از مراجعه به فعالان و وب‌سایت‌های غیرمجاز جلوگیری خواهد کرد. مسافرانی هم که از آژانس‌ها خرید نمی‌کنند حتما به وب‌سایت معتبری مراجعه کرده‌اند که می‌توانند از خدمات ارزی نیز بهره‌مند شوند. البته سازوکار این بخش هنوز مشخص نشده و در حال تنظیم آن هستیم.

خدایی درباره پیگیری مشکلات ارزی گردشگران خارجی که بانک مرکزی آنها را به سمت بانک‌ها هدایت کرده، درحالی‌که استقبال زیادی از این حرکت نشده است، گفت: قرار شد این مسئولیت در ساختاری یکپارچه به آژانس‌ها، هتل‌ها و یا راهنمایان گردشگری محول شود که جزییات آن در آینده مشخص خواهد شد.

سازمان آگهی‌ها ۸۸۹۳۶۶۵۱

یادداشت

بخت بد واردات خودرو

فرهاد احتشام‌زاد
رئیس انجمن واردکنندگان خودرو

«وصله سیاهی بر پیراهن سفید اقتصاد کشور» تعبیری است که دولت از فعالیت واردکنندگان خودرو دارد. به تعبیر دولت، واردات خودرو در شرایطی که کشور دارای چند تولیدکننده است امری غیرضروری است، به همین دلیل نیز در چند سال گذشته سیاست‌گذاران با انواع و اقسام دستورالعمل‌ها تلاش کردند تا از ورود خودروهای خارجی به کشور جلوگیری کنند؛ از تغییر دستورالعمل واردات خودرو و حذف بخش مهمی از واردکنندگان خودرو تا بستن سایت ثبت سفارش به مدت شش ماه تا افزایش تعرفه واردات خودرو به بیش از ۴۰درصد؛ تمامی دستورالعمل‌های قانونی و غیرقانونی که دولت در طول دو سال گذشته اتخاذ کرده موجب برهم زدن بازار و افزایش قیمت این خودروها شده است؛ دستورالعمل‌هایی که نه‌تنها هیچ تناسبی با برنامه‌های از پیش تعیین‌شده در چشم‌انداز ۱۴۰۴ کشور برای واردات خودرو نداشته بلکه متضاد آن است.

دولت یازدهم و دوازدهم به بهانه کاهش منابع ارزی از چند سال پیش سنگ‌های متعددی را پیش پای واردکنندگان خودرو قرار داد؛ هرچند مسئولان وزارت صمت بر وجهه اقتصادی تصمیمات به جای سیاسی تأکید داشتند اما بررسی رفتار دولت در قبال شرکت‌های تولیدکننده خودرو و سایر کالاهای وارداتی نشان می‌داد که دغدغه دولت بیشتر از آنکه ناشی از نگرانی ارزی باشد به حمایت دولت از واردات خودروی سواری توسط خودروسازان و فروش محصولات مونتاژی آنها در دوره پسابرجام بازمی‌گردد. در انگاره دولت هرچه فشار بر واردات خودرو افزایش یابد و سمت و سوی خرید مشتریان به نفع تولیدات شرکت‌های خودروساز داخلی تغییر پیدا کند، توان خودروساز داخلی افزایش پیدا می‌کند، در این انگاره هیچ توجهی به سلایق و علایق مشتری صورت نمی‌گیرد. در حالی تمام سیاست‌گذاری‌ها بر افزایش قیمت خودروهای وارداتی معطوف شده که سهم واردات خودرو در کشور در سال ۹۶ کمتر از ۵ درصد و سهم خودروسازان داخلی بیش از ۹۵ درصد بازار خودرو کشور بوده است. در این میان ایران‌خودرو و سایپا به عنوان دو تولیدکننده شبه‌دولتی دارای قریب به تمام بازار با سهم ۹۱ درصدی از بازار خودروی تولید داخل هستند. هرچند سیاست‌گذاران کشور واردات خودرو را امری مذموم می‌دانند اما شرکت‌های خودروساز داخلی بعد از برجام به جای عملیاتی کردن قراردادهای تولیدی‌شان به واردات خودروهای شرکت‌های شریک‌شان روی آورده‌اند. بررسی آمار سال ۹۶ نشان می‌دهد ۱۱ درصد واردات سال گذشته به کشور از طریق خودروسازان صورت گرفته است. این آمار در حالی است که سهم خودروسازان در واردات قطعات منفصله به منظور تولید خودروی سواری نیز ۸۰ درصد بوده است.

خودروساز داخلی نه‌تنها از طریق حمایت‌های دولتی توانسته سهم بازار خود را حفظ کند، بلکه از طریق واردات قصد دارد سهم خود را در بازه‌های قیمتی مشابه خودروهای وارداتی افزایش دهد. در واقع می‌توان تفسیر کرد که دلیل سیاست‌گذاران صنعتی و تجاری کشور در خصوص افزایش فشار بر واردات خودرو و بالارفتن قیمت خودروهای وارداتی در راستای بازارسازی برای محصولات خودروسازان داخلی بوده است، چراکه در چنین شرایطی خودروساز می‌تواند با خیال آسوده‌تر خودروهای مونتاژی و وارداتی خود را در بازار به فروش برساند. چنین سیاست‌گذاری‌هایی نه‌تنها اهمیتی به انتخاب مشتری در بازار نمی‌دهند بلکه زمینه افزایش انحصار به ضرر مشتریان را ایجاد می‌کنند.

در شرایطی که با تصمیم اخیر دولت یکسان‌سازی نرخ ارز صورت گرفته و بحث نرخ ارز و تأثیرات آن بر اقتصاد کشور داغ است، بار دیگر بحث افزایش قیمت خودروهای وارداتی مطرح و افزایش قیمت خودروهای ساخت داخل اجرا می‌شود. هرچند اقدام دولت در منتفی شدن نرخ ارز مبادله‌ای و اجرای سیاست یکسان‌سازی نرخ ارز مثبت است، اما این اقدام دولت موجب شکل‌گیری بازار غیررسمی ارز با نرخی متفاوت از نرخ رسمی اعلام‌شده می‌شود که مسلما تأثیر جدی در قیمت کالاها و نوسان آن بر جای می‌گذارد. این موضوع از آن رو حائز اهمیت است که واردکنندگان خودرو هنوز در خصوص امکان استفاده از ارز ۴۲۰۰ تومانی مطمئن نیستند. لذا مصوبه دولت در خصوص نرخ ارز تاکنون افزایش یا کاهشی در قیمت خودروهای وارداتی نیز ایجاد نکرده؛ چراکه واردکنندگان خودرو خرید خود را متوقف کرده‌اند تا وضعیت استفاده از ارز ۴۲۰۰ تومانی مشخص شود. در هر صورت اگر دولت این ارز را به واردکنندگان خودرو اختصاص دهد موجب ثبات قیمت‌های فعلی در بازار خواهد شد، اما اگر اختصاص داده نشود قیمت خودروهای وارداتی مجددا افزایش پیدا می‌کند، چرا که بازار براساس مکانیسم خود عمل می‌کند.

تصمیمات چند سال گذشته دولت باعث عدم تمایل بخش‌خصوصی به واردات خودرو شده است، در حال حاضر انگیزه واردکنندگان خودرو به دلیل عدم توان مقابله با دولت و سنگ‌اندازی‌های متعددی که در مسیر این تجارت رسمی کشور صورت می‌گیرد، کاهش یافته است. اکنون که فعالیت شرکت‌های واردکننده غیر نمایندگی مجددا ممنوع شده است، در صورتی که نمایندگان رسمی نیز به دلیل ریسک بازار، برنامه خود را مبنی بر خروج از بازار عملیاتی کنند قطعاً با کمبود عرضه مواجه می‌شویم که این موضوع نیز سبب رشد قیمت‌ها در بازار خواهد شد.

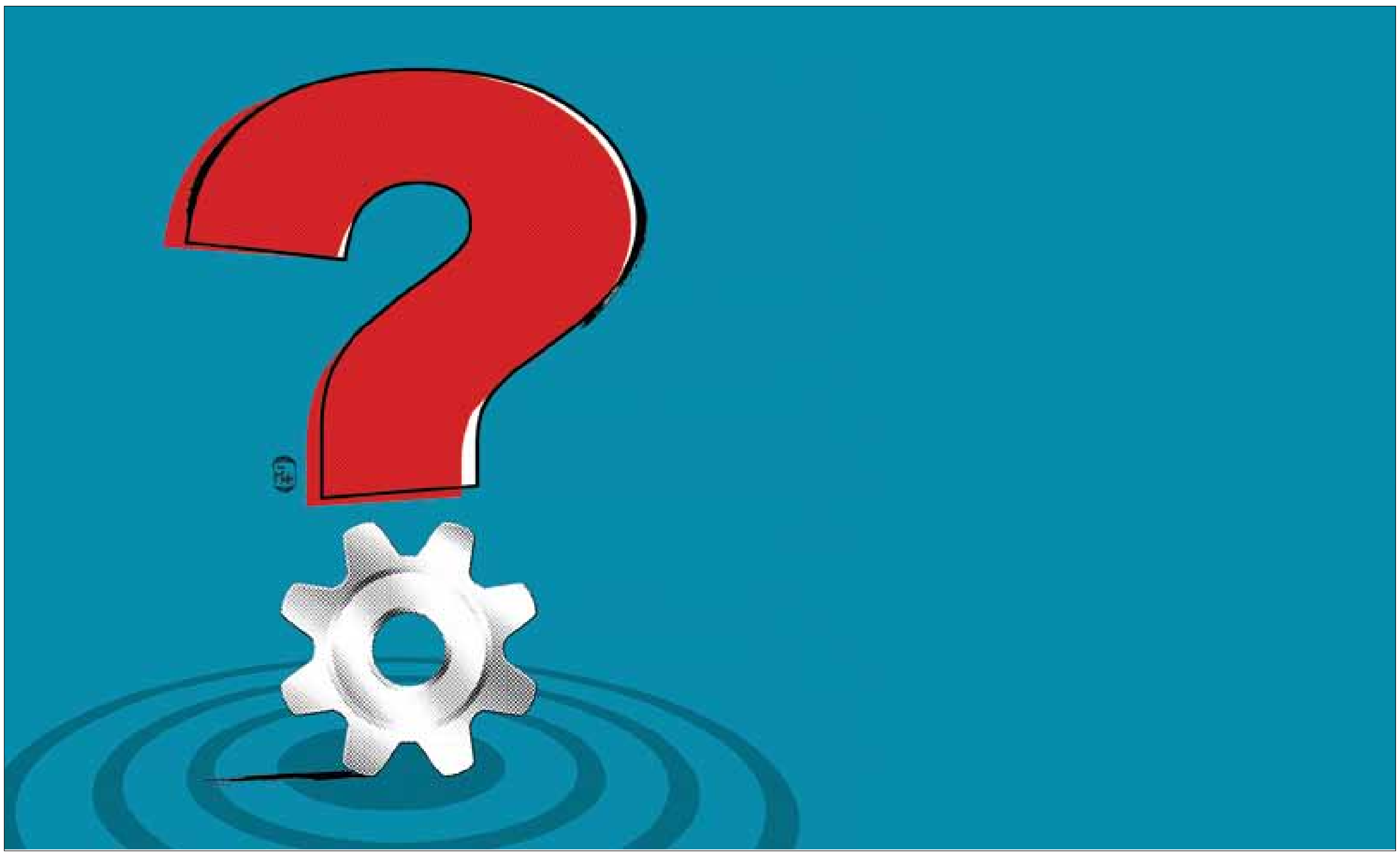
از سوی دیگر با توجه به قانون بودجه سال ۱۳۹۷ و آخرین تعرفه‌های گمرکی که از سوی دولت در اواخر سال گذشته تعیین شده است، در صورتی که مقررات جاری سخت‌گیرانه فقط برای واردکنندگان خودرو در کشور تغییری نکند و مشکلات بنگاه‌های اقتصادی واردکننده خودرو کماکان به قوت خود باقی باشد، با بحران مجدد افزایش قیمت‌ها و این‌بار کم‌رنگ شدن شرایط فروش اعتباری برای خودروهای وارداتی نیز روبه‌رو خواهیم شد.

در پایان امیدواریم دولت ضمن صرف‌نظر از تصدیگری خودروسازان داخلی، نگاه خود را به فعالیت واردکنندگان خودرو تغییر دهد تا این بخش نیز بتواند با فعالیت خود در کشور به بخش کوچکی از مشتریان ایرانی خدمات‌رسانی کند.

منبع: آینده‌نگر

ریشه‌های مشکلات اقتصاد ایران کجاست

اقتصاد یا سیاست؟



اقتصاد یا سیاست؟ این پرسشی است که در رابطه با علت و ریشه مشکلات اقتصادی در فضای امروز جامعه ایران مورد پرسشگری قرار گرفته است. از یک سو، دولتمردان معتقدند که دلیل تنش‌های اقتصادی اخیر در جامعه ایران، غیر اقتصادی است، اما از سوی دیگر هرچند تحلیل وضعیت اقتصادی ایران با سیاست‌های رئیس‌جمهور آمریکا و اقدام او در خروج از برجام و تهدید به بازگشت تحریم‌ها گره می‌خورد، ولی با این حال مرور حوادثی که در سال گذشته بر اقتصاد ایران رفته است، نشان می‌دهد که آنچه امروز رخ می‌دهد در وادی اقتصاد نیز ریشه دارد. به گزارش خبرآنلاین، «سود» حلقه گمشده اقتصاد ایران است. شاید برای خیلی‌ها که زندگی‌شان در معادله تورم در این کره خاکی تعریف نشده است، رفتار مردم در اقتصادهای متورم کمی عجیب به نظر برسد.

حفظ قدرت خرید پول، از مهم‌ترین دغدغه‌هایی است که در شرایط تورمی کارویژه مردمان تلقی می‌شود. تلاش برای حفظ قدرت خرید و پیگیری از دستبرد تورم بر دارایی سال‌های طولانی است پدیده‌ای تحت عنوان سرمایه‌های سرگردان را در ایران شکل داده است؛ سرمایه‌هایی که آماده‌اند در هر بزنگاه راهی بازاری شوند تا بتوانند ارزش و قدرت خود را حفظ کنند.

ایران در ماه‌های اخیر با افت ارزش پول ملی روبه‌رو شده است. هر چند امکان سنجش تحلیل پول ملی بر اساس ارزش مبادله ریال با دلار به دلیل اعلام سیاست تک‌نرخی کردن ارز و ابلاغ قیمت ۴۲۰۰ تومان برای هر دلار فراهم نیست اما با قیاس ارزش پول ملی با یورو، ارزی که جایگزین دلار در سبد ارزی ایران شده است می‌توان حجم تحلیل را دریافت. قیمت هر یورو در بیست و ششمین روز شهریور ماه سال ۱۳۹۶ برابر با ۴۷۱۶ تومان بود. درحالی‌که بیست و ششمین روز خرداد تعطیل رسمی است اما هر یورو ۸۰۱۱ تومان قیمت داشت. این بدان معناست که در همین دوره زمانی یعنی ۹ ماه اخیر هر یورو نزدیک به ۷۰ درصد افزایش قیمت داشته است. میزان افزایش قیمت پوند یا به عبارت دیگر نرخ برابر ریال با پوند انگلستان نیز در همین دوره زمانی ۷۳ درصد افزایش داشته است. قیمت درهم امارات نیز از ۱۰۷۴ تومان در شهریورماه به ۱۸۷۹ تومان رسیده است. به این ترتیب بهای این ارز نیز رشدی برابر با ۷۳درصد را نشان می‌دهد.

در چنین شرایطی بی‌تردید نمی‌توان قیمت ۴۲۰۰ تومان را برای هر دلار مبنایی برای دریافت کاهش ارزش پول ملی دانست چراکه نرخ برابری سایر ارزها این معادله را نقض می‌کند. اما دلیل واقعی کاهش ارزش پول ملی یا کاهش قدرت خرید ریال در این دوره چیست؟

سود بانکی

هر چند می‌توان رفتار غیرمسئولانه آمریکا در قبال برجام را عامل مهم این شرایط دانست اما مروری بر مواضع بسیاری از کارشناسان در شهریور ماه سال گذشته نشان از آن دارد که رشد قیمت‌ها در بازارهای موازی سود سپرده بانکی نظیر طلا، سکه، ارز و البته مسکن پیش‌بینی می‌شد.

بانک مرکزی در نیمه اول شهریور سال گذشته با استناد به کاهش نرخ تورم و مثبت بودن سود بانکی و با هدف کاهش قیمت تمام‌شده پول، بانک‌ها را مکلف به کاهش سود سپرده‌های بانکی کرد. بانک‌ها پیش از اجرای سفت و سخت این ابلاغیه تا ۲۴ درصد نیز به سپرده‌گذاران سود می‌دادند.

بازار اجاره بها در پایان تابستان سال گذشته اولین علائم را از خود نشان داد. رشد قیمت‌ها و نایاب شدن رهن کامل علامتی قابل بررسی در این حوزه بود. به‌تدریج سرمایه‌هایی که در بانک جا خوش می‌کردند راهی بازار ارز و سکه و طلا شدند و آنها که سرمایه‌ای بیشتر داشتند، تصمیم به خرید مسکن گرفتند.

علامت‌های اولیه نیز در ماه‌های پایانی سال گذشته به بازار داده شد. کمبود اسکناس ارز خود را به رخ کشید و ترس از بازگشت تحریم و خروج ترامپ از برجام، عوامل اقتصادی را تحت تأثیر قرار داد تا وضعیت از روال پنج ساله اخیر خارج شود.

سرمایه‌های سرگردان

سرمایه‌هایی که از ترس آب رفتن، آماده‌اند به هر بازاری ورود کنند، نیز بازار ارز را مناسب‌تر از دیگر بازارها تشخیص دادند. صف‌های طویل مقابل صرافی‌ها از یک سو و فعالیت مسموم صرافی‌های غیرمجاز در بازار ارز از سوی دیگر، شرایطی نامساعد را رقم زد. عطش بازار به حدی بود که تزریق میلیاردها دلار ارز به قرار دادن گلوله برفی مقابل خورشید تیرماه شباهت داشت. دولت نسبت به اعلام نرخ ۴۲۰۰ تومان برای هر دلار اقدام و از سوی دیگر محدودیت‌هایی را برای معاملات ارزی در نظر گرفت. اینچنین بود که سرمایه‌های سرگردان بازارهای موازی را هدف قرار دادند؛ بازار سکه و مسکن و البته خودرو. اگر نرخ برابری ریال با ارزهای دیگر کاهشی در حدود ۷۰ درصد را نشان می‌دهد، قیمت هر قطعه سکه تمام بهار افزایشی برابر با ۹۰ درصد را در ۹ ماه گذشته تجربه کرده است. قیمت هر قطعه سکه بهار آزادی طرح جدید در شهریورماه برابر با یک میلیون و ۲۴۴ هزار تومان بود اما دیروز هر سکه به قیمت ۲ میلیون و ۳۸۸ هزار تومان معامله شد. این امر نشان می‌دهد محدودیت در معاملات ارزی، بازار سکه را با هیجانی بیش از انتظار روبه‌رو کرده است. در عین حال قیمت خودرو و مسکن نیز افزایشی محسوس و قابل توجه را شاهد بوده است.

تورم انتظاری

ایرانی‌ها سال‌های طولانی است به تورم خو گرفته‌اند. بخش مهمی از تورم موجود در ایران به انتظارات تورمی در اقتصاد بازمی‌گردد. انتظار برای افزایش قیمت و تلاش برای ثابت نگه داشتن قدرت خرید در وهله اول و سود در مرحله بعدی سبب شده است انتظار افزایش قیمت در آینده همواره وجود داشته باشد.

در چنین شرایطی است که پس‌انداز نقدی ارزش خود را از دست می‌دهد، چراکه قدرت خرید نقدینگی در اثر رشد تورم هر سال کمتر از قبل می‌شود. کالاهایی که در سالیان اخیر پذیرای پس‌انداز ایرانی‌ها بوده‌اند و در قالب سرمایه‌گذاری جای گرفته‌اند نیز همان‌طور که اشاره شد، مسکن، خودرو، ارز، طلا و سکه بوده است. به این ترتیب تحولات سیاسی زمینه را برای رشد انتظارات تورمی فراهم کرد تا حلقه‌ای دیگر از این زنجیر تکمیل شود.

آوار نقدینگی بر سر اقتصاد

رشد قابل توجه و فزاینده نقدینگی در سال‌های گذشته، به رغم عدم رشد تورم نیز نقطه‌ضعفی بود که بارها کارشناسان بر آن تکیه کرده و تأکید داشتند این رشد جایی خود را نشان داده و بهمن نقدینگی بر سر اقتصاد آوار می‌شود. عدم کشش بورس برای جذب سرمایه‌های مردمی از یک سو و واردات محور بودن تولید از سوی دیگر شرایطی را رقم زده است تا ضعف ریال، تحلیل قدرت مالی خانوارهای ایرانی را در پی داشته باشد.

آنچه مسلم است اینکه هرچند مسائل غیر اقتصادی در تحلیل ارزش پول ملی دست بالا را دارند اما نمی‌توان از اهمیت مسائل اقتصاد غافل شد و اینجاست که می‌توان چنین گفت که بخشی از بحران کنونی با تدابیر اقتصادی قابلیت مهار دارد.

مشکلات نقشه ارزی دولت چیست؟

تنگنای ارزی

انتهای سال گذشته بود که نوسانات نرخ ارز در بازار آزاد آغاز شد و بعد از تعطیلات فروردین ماه امسال حالتی التهابی به خود گرفت به‌طوری که نرخ دلار از ۵۰۰۰ تومان هم عبور کرد، اما این نوسان هنوز متوقف نشده و حالا تا ۷۵۰۰ تومان هم بالا رفته است؛ اتفاقی که باعث نگرانی‌هایی برای بخش‌های مختلف اقتصادی کشور شده است. هرچند دولت با تک نرخی اعلام کردن نرخ ارز و راه‌اندازی سامانه «نیما» تا حدود زیادی توانست تلاطمات این بازار را کنترل کند، اما با اعلام خروج آمریکا از برجام و شروع دور جدید تحریم‌های آمریکایی به نظر می‌رسد دولت علاوه بر تدابیر اندیشیده شده باید از خروج ارز از کشور هم جلوگیری کند.

در این باره، وحید شقاقی شهری، عضو هیأت علمی دانشگاه خوارزمی تهران معتقد است که دولت باید تصمیمات سختی در زمینه ارز بگیرد و منافذ خروج ارز از کشور را ببندد. او در گفت‌وگو با ایسنا، با طرح این پرسش که چرا دولت تصمیمات سخت نمی‌گیرد، بیان کرد: سال گذشته حدود ۱۰ میلیارد دلار ارز به خاطر بخش گردشگری ما از کشور خارج شده است. ما در این تنگنای ارزی باید تصمیمات سختی را برای خروج گردشگران از کشور با ارز دولتی بگیریم.

وی همچنین به آسیب‌های پدیده قاچاق بر اقتصاد کشور هم اشاره کرد و گفت: در سال گذشته حدود ۱۵ میلیارد دلار قاچاق کالا در کشور داشتیم که این هم باعث خروج ارز از کشور می‌شود. ما باید جلوی خروج ارز از کشور را بگیریم، چرا که در آینده به این ارزهای خارجی و مخصوصا دلار نیازمند خواهیم بود.

این استاد دانشگاه با بیان اینکه سال گذشته همچنین ۷ میلیارد دلار تراز تجاری غیرنفتی داشته‌ایم، ادامه داد: این یعنی در سال گذشته (۱۳۹۶) واردات ما حدود ۷ میلیارد دلار بیشتر از صادرات غیرنفتی‌مان بوده است. در چنین شرایطی ما باید جلوی واردات غیرضروری کالاها به کشور را بگیریم؛ کالاهایی که حداقل حدود ۵۰ درصد آن غیرضروری است.

او با بیان این‌که ما باید نقشه ارزی کشور را بازسازی و ترمیم کنیم، گفت: ۷۰ درصد از واردات به کشور ما از دوبی انجام می‌شود که این مسئله باید اصلاح شود و به تصمیمات سختی روی بیاوریم چون بعید است اروپایی‌ها بتوانند در برابر آمریکا و تحریم‌های آن مقاومت کنند به همین خاطر مدیریت مصرف منابع ارزی در کشور بسیار مهم است.

شقاقی با تأکید بر این‌که سال گذشته حدود ۳۰ میلیارد دلار خروج سرمایه از کشور داشته‌ایم در این باره اظهار کرد: ۳۰ میلیارد دلار خروج سرمایه از کشور یعنی این‌که به این اندازه کالا از کشور خارج شده و متأسفانه ارز آن وارد کشور نشده است! دولت باید منابع ارزی را کنترل کند و اجازه ندهد این منابع صرف کالاهای غیرضروری در اقتصاد کشور شود.

گفتنی است ۱۸ اردیبهشت ماه امسال، ترامپ از خروج این کشور از برجام خبر داد و به تمامی شرکت‌ها و تجار فرصت داد تا ظرف مدت ۱۸۰ روز (شش ماه) فعالیت‌های خود را از ایران خارج کنند. به نظر می‌رسد با خروج آمریکا از برجام، آنها سعی خواهند کرد تا با اعمال تحریم‌های بانکی و پولی دسترسی ایران به دلار را بسیار محدود کنند تا از این طریق بتوانند ارزش ریال ایران را کاهش دهند؛ ریالی که حالا به دلیل حجم عظیم واردات و واردات غیررسمی یا قاچاق بسیار به دلار وابسته شده است. مطابق پیش‌بینی‌ها مبنی بر خروج احتمالی ترامپ از برجام، پیش از این و با پیشنهاد رئیس کل بانک مرکزی ایران «یورو» به عنوان ارز جایگزین دلار در مبادلات بین‌المللی انتخاب شد، اما اینکه یورو بتواند به عنوان جایگزینی مؤثر عمل کند یا خیر مسئله‌ای است که باید در ماه‌های آینده و مخصوصا با رفتار اروپایی‌ها در قبال باقی مانده برجام مشخص شود؛ امری که البته بعید به نظر می‌رسد.

نرخ‌گذاری دستوری، راهکار کنترل بازار مسکن نیست

سامانه «تعیین قیمت مسکن» در بوته آزمون

درحالی‌که کمیسیون عمران مجلس، پیشنهاد راه‌اندازی سامانه «تعیین قیمت مسکن» را با هدف ساماندهی بازار در دستور کار خود قرار داده است، اما کارشناسان معتقدند نرخ‌گذاری دستوری، راهکار کنترل بازار مسکن نیست.

به گزارش ایرنا، نشانه‌های اولیه رونق بازار مسکن که تقریبا از ابتدای دهه ۹۰ وارد دوره رکود شده بود، از سال گذشته خود را در بازار نشان داد، به‌طوری که از آبان‌ماه سال ۹۶ همراه با افزایش معاملات خرید و فروش مسکن شاهد افزایش نسبی نرخ مسکن بودیم. با گذشت زمان اما به تدریج شیب افزایش قیمت تندتر شد تا جایی که طبق آمارهای رسمی نرخ مسکن در برخی از مناطق شهر تهران تا ۴۵درصد هم رشد پیدا کرد. هرچند که انتظار رشد قیمت در بازار مسکن وجود داشت اما پیش‌بینی مسئولان مربوطه و بسیاری از کارشناسان حوزه این بود که این افزایش قیمت متناسب با نرخ تورم خواهد بود. این در حالی است که نرخ افزایشی مسکن هم‌اکنون در تهران و برخی کلانشهرها از نرخ تورم پیشی گرفته است.

طبق گزارش‌های رسمی از اردیبهشت‌ماه ۹۶ تا مدت مشابه آن در سال جاری به‌طور میانگین نرخ مسکن در تهران هر متر مربع یک میلیون و ۴۵۰هزار تومان افزایش یافته است.

از آنجایی که میزان اجاره تابع ارزش ملک است، پا به پای رشد قیمت مسکن، اجاره‌بها هم در بازار بالا رفت البته عوامل دیگری همچون تغییر نرخ سود بانکی، نرخ تورم و. . . بی‌تأثیر نبوده‌اند.

در شرایطی که دولت در تلاش بود تا با ارائه تسهیلات صندوق پس‌انداز یکم به خانه‌اولی‌ها بین ۸۰ میلیون تا ۱۶۰ میلیون تومان (متعلق به زوج‌های خانه‌اولی) قدرت خرید مردم را افزایش دهد اما این موج گرانی اثر وام را خنثی کرد.

حال اینکه برای کنترل این شرایط مجلس پیشنهاد راه‌اندازی «سامانه تعیین قیمت مسکن و اجاره‌بها» را داده است؛ پیشنهادی که هرچند در کمیسیون عمران مجلس در دست بررسی است اما عده‌ای اجرا و اثربخشی این ایده را در تنظیم بازار غیرممکن می‌دانند.

سامانه کنترل قیمت مسکن در دست بررسی

محمدرضا رضایی‌کوچی، رئیس کمیسیون عمران مجلس درباره جزییات راه‌اندازی سامانه تعیین قیمت مسکن و اجاره‌بها، اظهار داشت: این پیشنهاد در راستای ساماندهی بازار مسکن به ویژه در شهر تهران مطرح شده است. بررسی و ارزیابی آن در حال حاضر در دستور کار اعضای کمیسیون عمران مجلس قرار دارد.

وی ادامه داد: هنوز درباره جزییات آن به نتیجه نرسیده‌ایم و بررسی‌ها ادامه دارد، اما به‌طور قطع افزایش قیمت مسکن و اجاره‌بها بیش از توان گروه‌های متوسط و دهک‌های کم‌درآمد، فشار اقتصادی بیشتری به این قشر وارد می‌کند که برای حمایت از این گروه‌ها پیشنهاد ساماندهی بازار با راه‌اندازی سامانه تعیین قیمت‌ها ارائه شده است.

رضایی‌کوچی همچنین درباره ساز و کار این سامانه گفت: پیشنهاد اولیه این است که قیمت مسکن براساس اینکه در کدام محله واقع شده، سن بنا و کیفیت آن ارزیابی و در این سامانه مشخص شود.

آزمودن ایده‌های منسوخ‌شده

درحالی‌که نمایندگان مجلس در حال ارزیابی چگونگی اجرای پیشنهاد راه‌اندازی سامانه کنترل تعیین قیمت‌ها در بازار مسکن هستند، مصطفی قلی خسروی، رئیس اتحادیه مشاوران املاک استان تهران به تجربه اجرایی‌نشدن این‌گونه کنترل قیمت‌های دستوری در سال‌های گذشته اشاره کرد و گفت: در دولت‌های نهم و دهم، دولت افزایش قیمت بین ۷ تا ۹درصدی اجاره‌بها را در بازار مسکن اعمال کرد اما در نهایت این دستور نادیده گرفته شد و راه‌های دور زدن آن رواج یافت.

وی افزود: در آن سال‌ها تعزیرات برای اطمینان از اجرای این افزایش قیمت اجاره تا سقف ۹درصد عملکرد مشاوران املاک را مورد ارزیابی قرار می‌داد اما عملا اتفاقی که بین مستاجر و موجر می‌افتاد این بود که میزان افزایش قیمت اجاره بیشتر از ۷الی ۹درصد را به صورت زیرمیزی پرداخت و دریافت می‌کردند و قراردادهای صوری به امضا می‌رسید.

خسروی با تأکید بر اینکه راه‌اندازی سامانه تعیین قیمت و این دست از پیشنهادها نمی‌توانند راهکار ساماندهی بازار مسکن باشند، گفت: موثرترین راهکار ایجاد توازن بین عرضه و تقاضا است. تنها زمانی می‌توان از افزایش قیمت‌ها جلوگیری کرد که متناسب با ورود تقاضا به بازار، عرضه برای پاسخ به تقاضا وجود داشته باشد وگرنه نمی‌توان با قیمت‌گذاری دستوری بازار را کنترل کرد.

دلایل رشد قیمت و راهکار کنترل

به‌طور معمول نوسانات در بازار دو عامل درونی و بیرونی دارند، اما بازار مسکن از آنجایی که وابسته به صنایع خارجی نیست و عمده مصالح ساختمانی در داخل کشور تولید می‌شود، بنابراین کمتر از سایر بازارها از عوامل بیرونی تأثیر می‌پذیرد، اما در مقابل از آنجایی که مسکن یکی از بازارهای سنتی پرطرفدار و محلی امن برای سرمایه‌گذاری در بین اقشار مختلف مردم محسوب می‌شود به شدت به عوامل داخلی واکنش نشان می‌دهد.

هرچند مهم‌ترین عوامل داخلی موثر در تعیین قیمت مسکن؛ نرخ تورم، حجم نقدینگی، تغییرات نرخ سود بانکی و نرخ ارز و تغییر سقف ارائه تسهیلات خرید مسکن هستند، اما تنها عاملی که می‌تواند تأثیر این عوامل را در بازار کاهش دهد یا خنثی کند، عامل عرضه و کنترل جمعیت است.

اگر دو عامل میزان عرضه مسکن متناسب با توزیع جمعیت با یکدیگر هماهنگ باشند، می‌توان بازار مسکن کشور را که هم در دوره رونق مشکلاتی را برای مردم ایجاد می‌کند و هم در دوره رکود به اقتصاد کشور ضربه می‌زند، سامان بخشید. ضمن آنکه باید پذیرفت که پادزهر رشد قیمت ایجاد توازن بین عرضه و تقاضا است.

اویل پرایس گزارش داد

۳ سناریوی احتمالی برای نتیجه نشست اوپک

نشست رسمی اوپک پایان هفته جاری برگزار می‌شود و با توجه به سیگنال‌هایی که از سوی تولیدکنندگان بزرگ این گروه ارسال شده است، بازار انتظار دارد در این دیدار با افزایش تولید نفت موافقت شود.

به گزارش ایسنا، با این حال میزان دقیق افزایش تولید همچنان نامشخص است و پیامدهای عدم توافق جمعی ممکن است تبعاتی را به چندین شکل مختلف داشته باشد. سال‌هاست که چنین میزان ابهاماتی در آستانه دیدار اوپک مشاهده نشده بود. اختلافات درون‌گروهی ممکن است نتایج غیرمنتظره‌ای را به همراه داشته باشد. اویل پرایس در آستانه دیدار اوپک سناریوهای متعددی را مورد بررسی قرار داده که به این شرح هستند:

سناریوی شماره ۱

اوپک و هم‌پیمانانش در توافق نفتی با افزایش تولید مختصر بین ۵۰۰ تا ۸۰۰ هزار بشکه در روز موافقت خواهند کرد. به نظر می‌رسد بازار هم روی افزایش بین این محدوده حساب کرده است، اما گویا روسیه خواهان افزایش تولید بالاتری است. طبق گزارش‌هایی که چند هفته پیش منتشر شد، روسیه خواهان افزایش تولید این گروه به میزان یک میلیون بشکه در روز است. بلومبرگ اخیرا گزارش کرد که روسیه ممکن است پیشنهاد کند تولید به میزان ۱.۸ میلیون بشکه در روز افزایش پیدا کند و عملا به پیمان نفتی که اواخر سال ۲۰۱۶ بین کشورهای اوپک و غیراوپک منعقد شد، پایان دهد. با این حال برخی از کشورها مانند آنگولا، مکزیک و ونزوئلا قادر نخواهند بود به سطح تولید سابقشان بازگردند. عربستان سعودی خواستار افزایش تولید به میزان ملایم‌تری است. به نظر می‌رسد رقم افزایشی که ماه گذشته مطرح شد عربستان ترجیح می‌دهد، حدود ۳۰۰ هزار بشکه در روز است. از آن زمان دورنمای تولید ونزوئلا به حدی تیره شده است که ممکن است ریاض تمایل به تولید بالاتر پیدا کرده باشد.

اگر عربستان سعودی و روسیه به تفاهم برسند و تولیدشان را بین ۵۰۰ تا ۸۰۰ هزار بشکه در روز افزایش دهند، آنها بلافاصله عمده افت تولید ونزوئلا طی یک سال گذشته را جبران خواهند کرد. این افزایش به هیچ‌وجه بازار را از عرضه لبریز نخواهد کرد به‌خصوص که مازاد ذخایر نفت تقلیل پیدا کرده است. بازار نفت روی این میزان افزایش حساب کرده و این میزان افزایش احتمالات منطبق با انتظارات خواهد بود. در نتیجه قیمت‌های نفت تغییر چندانی پیدا نخواهد کرد.

سناریوی شماره ۲

عربستان سعودی و روسیه با افزایش تولید به میزان یک میلیون بشکه یا بیشتر موافقت می‌کنند. ماه گذشته زمانی‌که برای نخستین‌بار اعلام شد گروه اوپک پلاس در حال بررسی افزایش تولید است، قیمت‌های نفت سقوط کرد، اما بسیاری از تحلیلگران نفت با این موضوع موافق هستند که تولید نفت با توجه به سقوط تولید ونزوئلا و احتمال متاثر شدن صادرات ایران از تحریم‌های آمریکا و همچنین رشد قوی تقاضا، بایستی افزایش پیدا کند. این منطق به اصرار روسیه برای افزایش بیشتر تولید وزن بیشتری بخشیده است و اگر ریاض و مسکو برخلاف سناریوی شماره ۱ تصمیم بگیرند، احتمال افزایش تولید به میزان یک میلیون بشکه در روز یا بالاتر وجود دارد، اما جزییات همچنان باید بررسی شود. ظاهرا عربستان سرگرم بررسی افزایش دو مرحله‌ای تولید است تا تأثیر این اقدام را بر بازارها ملایم کند. تحت چنین سناریویی، تولید بلافاصله ۵۰۰ هزار بشکه در روز افزایش خواهد یافت و ۵۰۰هزار بشکه در روز دیگر در سه ماهه چهارم به میزان تولید اضافه می‌شود. طبق گزارش بلومبرگ، چنین طرحی مستلزم برگزاری یک دیدار فوق‌العاده در سپتامبر خواهد بود.

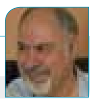
سناریوی شماره ۳

عربستان سعودی و روسیه نمی‌توانند توافق کنند و به‌طور یکجانبه تولیدشان را اندکی افزایش می‌دهند. اکثر تولیدکنندگان اوپک در برابر افزایش تولید مخالف هستند زیرا توان بالابردن تولید در مدت کوتاه را ندارند. تولید ونزوئلا طی شش ماه گذشته سیر نزولی داشته است. ایران نیز در برابر تحریم‌های آمریکا ممکن است با افت صادرات روبه‌رو شود. آنگولا و مکزیک با افت طبیعی تولید میادین خود مواجه شده‌اند. به‌جز روسیه و عربستان سعودی، شاید تنها کویت، امارات متحده عربی و عراق باشند که قادرند تولیدشان را افزایش دهند؛ با این حال عراق با تولید بالاتر ابراز مخالفت کرده است. بدون توافق رسمی، عربستان سعودی ممکن است محدودیت عرضه خود را بدون اینکه خشم سایر اعضای اوپک را برانگیزد، اندکی تسهیل کند و از آنجا که سعودی‌ها بزرگ‌ترین ظرفیت تولید شناور را دارند، رویکرد خوددارانه آنها ممکن است به معنای افزایش ملایم مجموع تولید باشد.

ابهامات زیادی درباره چگونگی به توافق رسیدن کشورهای تولیدکننده در بازنگری سیاست تولید وجود دارد، اما اگر تولید گروهی به عنوان مثال ۵۰۰ هزار بشکه در روز افزایش پیدا کند، نتیجه بسیار خوش‌بینانه‌ای خواهد بود. بازارها از حجم بالاتر عرضه حمایت می‌کنند و اگر افزایش تولید اندک باشد، قیمت‌ها افزایش پیدا خواهد کرد. اما مطمئنا بر مبنای سیگنال‌های اخیری که از سوی ریاض مخابره شده است و تمایل این کشور به تولید بالاتر را نشان می‌دهد، چنین سناریویی چندان محتمل به نظر نمی‌رسد.

یادداشت

همه برای معدن



ابراهیم جمیلی
فعال بخش معدن

اکتشاف معدن در ایران در مراحل ابتدایی است. قطع به یقین نیاز ایران به تکنولوژی‌های اکتشافی جدی است و این نیاز جز در ارتباط با شرکت‌های خارجی برآورده نمی‌شود. از این منظر ضروری است که با کشورهای صاحب تکنولوژی و شرکت‌های باسابقه در حوزه معدن همکاری کنیم و در شرایط فعلی با توجه به مشکلات بین‌المللی که در زمینه همکاری اقتصادی با ایران وجود دارد، باید از پیشنهادهای مختلف استقبال کرد. خبر همکاری معدنی ایران و روسیه که در دو هفته گذشته منتشر شد، اتفاق خوبی برای بخش معدن ایران به نظر می‌رسد اما نکته مهم تمایل شرکت‌ها به بستن قرارداد همکاری با ایران و وارد عمل شدن است. با توجه به کارشکنی‌های آمریکا در ماه اخیر شرکت‌های محدودی علاقه‌مند به همکاری با ایران در زمینه‌های مختلف هستند و معدن هم در این بین استثنا نیست، اما باید دید شرکت‌هایی که در این دوره ادعا می‌کنند، تا چه اندازه در عمل برای حضور در ایران جدی هستند.

باوجود تمام ظرفیت‌های بخش معدن، در دو سال گذشته و پس از تصویب برجام، این بخش در جذب سرمایه عملکرد قابل توجهی نداشته است. هرچند اعلام آمادگی در زمینه همکاری معدنی در ایران زیاده بوده، اما در عمل شاهد عمل به وعده‌های داده‌شده نبودیم. امیدواریم پیشنهاد روس‌ها در زمینه معدن باجدیت بیشتری دنبال شود. جذب سرمایه قابل توجه در بخش معدن در دوره برجام بنا به دلایل مختلف قابل توجه نبوده است. بخشی از این دلایل خارجی و بخشی داخلی است، اما از نظر من اکنون زمان همکاری بیشتر برای جلوگیری از وخیم‌شدن وضعیت معادن است. در شرایط حساس کنونی باید آستین‌ها را بالا زد. بخش دولتی و بخش‌خصوصی باید برای جلوگیری از تعطیلی معادن با هم همکاری کنند. وزارت صنعت، معدن و تجارت، محیط‌زیست و معدن‌کاران در این زمینه مسئولند. تعطیلی معادن ضربه بزرگی به اقتصاد کشور و اقتصاد معدن است چراکه بخش معدن هم در زمینه تولید مواد اولیه کارخانجات و هم اشتغال نقش مهمی ایفا می‌کند. علاوه بر جلوگیری از تعطیلی معادن، باید برای بازگرداندن معادن تعطیل‌شده به چرخه تولید هم تلاش کرد. معادن کوچک، متوسط و بزرگ در استان‌های مختلف توزیع شده است که هر کدام از نظر ظرفیت تولید و اشتغال متفاوت است. تعطیلی یک معدن بزرگ ممکن است به اندازه تعطیلی چند معدن متوسط به اقتصاد این بخش آسیب بزند، بنابراین در تحلیل وضعیت معادن نمی‌توان از تعداد معادن تعطیل‌شده گفت بلکه باید به ظرفیت‌های تولید توجه کرد.

معدن

رئیس خانه معدن ایران:

اروپا در صنایع کوچک معدنی ایران سرمایه‌گذاری کند

نزدیک به ۷هزار واحد کوچک در بخش معدن کشور فعالند که به گفته رئیس خانه معدن ایران در صورت جذب سرمایه‌گذاران کوچک و متوسط اروپایی می‌توانند نقش تعیین‌کننده‌ای در ایجاد اشتغال و تولید ثروت داشته باشند.

محمدرضا بهرامن در گفت‌وگو با ایرنا، درباره آینده بخش معدن پس از خروج آمریکا از برجام و تلاش این کشور برای برقراری مجدد تحریم‌ها اظهار داشت: تمرکز سرمایه‌ها در معدن و صنایع معدنی کوچک و فراهم‌کردن شرایط همکاری مشترک با واحدهای کوچک و متوسط اروپایی می‌تواند راهگشای بخش معدن در شرایط فعلی باشد.

وی با تأکید بر اینکه باید بتوان محیط را برای جذب سرمایه‌گذاری در بخش معدن و صنایع معدنی از مرحله اکتشاف تا فرآوری روان‌تر کرد، افزود: ایران همواره با جریانی از تحریم‌ها در سال‌ها و دهه‌های گذشته مواجه بوده که هرچند آثار منفی بر اقتصاد آن داشته است، اما می‌توان با اخذ تصمیم‌های صحیح و سیاست‌گذاری‌های مناسب شرایط را برای خود سهل‌تر کرد.

وی بیان داشت: در شرایط کنونی و خروج یک‌جانبه آمریکا از برجام، می‌توان با صنایع کوچک و متوسط کشورهای اروپایی که هیچ‌گاه دنباله‌روی تحریم‌ها نبودند همکاری‌های مشترکی با واحدهای کوچک و متوسط کشورمان تعریف کرد.

بهرامن از بخش معدن به عنوان تأمین‌کننده بخش بزرگی از صنایع کشور یاد کرد و گفت: اگر بتوان با روان‌سازی و بهبود محیط کسب و کار به جذب سرمایه‌گذاری خارجی در این بخش بپردازیم، آنگاه قادر خواهیم بود این سرمایه‌ها را برای ایجاد اشتغال و توسعه بخش معدن به کار بگیریم.

رئیس خانه معدن ادامه داد: هر معدن کوچک می‌تواند تأمین‌کننده اشتغال برای بیش از ۶۰ نفر باشد و اگر با فرآوری‌های اولیه همراه شود، دست‌کم هشت شغل دیگر در عرصه‌های خدماتی و حمل و نقلی ایجاد می‌شود.

وی با تأکید بر اینکه سیاست‌گذاران باید این تهدید (خروج آمریکا از برجام) را با شکار زمان به یک فرصت در بخش معدن تبدیل کنند، افزود: باید از ثروت‌های خدادادی کشور برای جلب و جذب سرمایه‌های جدید استفاده کرد که در این پیوند قوانین و مقررات کشور نقشی تعیین‌کننده دارد.

رئیس خانه معدن ایران گفت: باید قوانین و مقررات طوری باشد که ورود سرمایه به بخش معدن و صنایع معدنی را تسهیل کند، امروز کمتر کشوری در جهان سراغ داریم که بخش معدن آن بتواند بخش‌خصوصی را ۱۰۰درصد جذب کند اما قانون اساسی ایران این اجازه را صادر کرده است.

این فعال صنفی بخش معدن با رد این ایده که تعرفه‌گذاری دولت یک مانع بازدارنده در مسیر توسعه بخش معدنی است، تأکید کرد: عوامل تعرفه‌ای نمی‌تواند برای بخش معدن ۱۰۰درصد بازدارنده باشد، اما باید در کنار دولت قرار بگیریم تا بتوانیم عوامل تشویقی را نیز تعریف کنیم تا سرمایه‌گذاری‌ها به سمت تولید مواد با ارزش افزوده بالا هدایت شود.

دارندگان سکه‌های پیش‌فروش‌شده بخوانند

چگونه سکه‌های پیش‌فروش به اوراق تبدیل می‌شود؟

فرصت امروز: این روزها قیمت سکه تا مرز ۲میلیون و ۶۰۰ هزار تومان رسیده است و نگاهی به آمارها نشان می‌دهد که یکی از مقاصد نقدینگی‌های سرگردان در چند ماه گذشته، بازار سکه بوده است، چنانچه ۶۰ تُن سکه طلا در یک دوره زمانی شش ماهه توسط مردم خریداری شده است. در واقع، اگر متوسط خرید سکه در بازار را طی ۷۰ روز کاری اخیر بررسی کنیم، روزانه بیش از ۸۵۷ کیلوگرم سکه طلا در بازار ایران داد و ستد شده است.

به همین خاطر، بانک مرکزی اخیرا تصمیم به اجرای سیاستی جدید برای کنترل بازار سکه گرفته و قرار است سکه‌هایی که پیش‌تر آنها را پیش‌فروش کرده بود، به بورس آورده و معاملات آن را انجام دهد. بر این اساس، دارندگان سکه‌های پیش‌فروش می‌توانند در شرایطی، رسیدهایی که در اختیار دارند را تحویل داده و در ازای آن اوراق سکه دریافت کنند. آنگاه این اوراق در بورس و قبل از سررسید سکه‌ها قابل معامله خواهد بود. به عبارت دیگر، در طرح پیش‌فروش سکه که از بهمن‌ماه سال گذشته تا پایان فروردین‌ماه امسال برگزار شد، حدود ۷میلیون و ۶۰۰ هزار سکه در هفت سررسید به فروش رفت و بنابراین با طرح جدید بانک مرکزی، این تعداد سکه قابلیت تبدیل‌شدن به اوراق را دارد.

جزییات تبدیل سکه‌های پیش‌فروش به اوراق

اما چگونه سکه‌های پیش‌فروش‌شده به اوراق تبدیل می‌شود؟ این سوالی بود که روز گذشته معاون اقتصادی بانک مرکزی در نشستی خبری به تشریح آن پرداخت و جزییات تبدیل سکه‌های پیش‌فروش‌شده به اوراق را توضیح داد. به گفته قربانی، فروش اوراق سکه در بازار بورس به‌طور حتم پایین‌تر از نرخ روز در بازار سکه خواهد بود.

به گزارش ایسنا، او با مروری بر روند اجرای طرح پیش‌فروش که در ماه‌های اخیر آغاز شده گفت که در سررسید یک ماهه حدود ۸۰۰ هزار سکه به بازار تزریق شد. این در حالی است که بانک مرکزی متعهد است تمامی سکه‌های پیش‌فروش را به صاحبان آنها تحویل دهد، اما با توجه به نوسان اخیر بازار و حبابی که ایجاد شد بررسی‌های دیگری در دستور کار قرار گرفت.

معاون اقتصادی بانک مرکزی با اشاره به تصمیم بانک مرکزی برای ایجاد امکان نقدپذیری سکه‌های پیش‌فروش گفت: حدود ۱۰ هزار و ۸۰۰ میلیارد تومان سکه در این طرح به فروش رفت که این رقم حدود ۵.۱درصد پایه پولی ۱۳۹۶ است.

قربانی ادامه داد: در انتشار اوراق سکه دارنده می‌تواند رسید خود را به اوراق تبدیل و در بورس معامله و نقد کند. این در حالی است که اکنون تحویل سکه‌ها به صورت کالا می‌تواند خطراتی را از لحاظ امنیتی برای صاحبان آنها ایجاد کند، اما در مجموع هیچ مشکلی برای تحویل سکه نیست و هر کسی مایل باشد می‌تواند آن را دریافت کند.

وی تأکید کرد: اوراق سکه کاملا در حکم فیزیک سکه است.

آنطور که معاون اقتصادی بانک مرکزی گفت سازوکار این طرح به زودی با همکاری بانک مرکزی و سازمان بورس تعیین می‌شود.

آیا انتشار اوراق سکه بازار را تعدیل می‌کند؟

معاون اقتصادی بانک مرکزی در مورد اینکه انتشار اوراق سکه تا چه اندازه شرایط موجود بازار را تعدیل خواهد کرد، توضیح داد: ما نمی‌توانیم پیش‌بینی در این مورد داشته باشیم به هر حال بانک مرکزی با توجه به شرایط موجود سیاستی را در دستور کار قرار داده که بتواند بازار را کنترل کند. ممکن است زمانی قیمت اونس طلا در بازار جهانی به شدت افت کرده و با توجه به سیاستی که ما هم اجرا کردیم قیمت سکه تعدیل شود ولی ممکن است در سویی دیگر قیمت جهانی طلا و همچنین دلار رشد کرده و در نهایت سیاست ما تأثیر چندانی در کاهش قیمت سکه نداشته باشد.

وی این را هم گفت که به هر صورت انتشار اوراق بی‌تأثیر نیست و حتی اعلام خبر سیاست جدید بانک مرکزی در این زمینه خود موجب افت قیمت سکه تا ۵درصد در بازار شد.

قیمت‌گذاری سکه

با وجود اینکه قیمت دلار طی سیاست‌های جدید ارزی دولت ۴۲۰۰ تومان اعلام شد و تأکید بر این بود که هرگونه نرخی غیر از این ممنوع و قاچاق محسوب می‌شود فروش سکه و حتی سکه‌های پیش‌فروش همواره براساس قیمت دلار در بازار آزاد معامله می‌شود.

معاون اقتصادی بانک مرکزی در رابطه با این تناقض گفت که با توجه به شرایطی که پیش روی اقتصاد کشور وجود دارد دولت تصمیم گرفت تا ترتیبات ارزی را به مرحله اجرا درآورد، چراکه سیاست‌های قبلی دیگر برای شرایط موجود مناسب و پاسخگو نبود از این‌رو نرخ ۴۲۰۰ تومان را برای هر دلار مشخص و در دستور کار قرار داد که این نرخ برای تأمین نیازهای موجه یعنی واردات کالاهای ضروری و اساسی بود.

به گفته قربانی کسی که سکه می‌خرد جنس سرمایه‌گذاری او از نوع سفته‌بازی است و این نیازی نیست که بتوان آن را با ذخایر ارزی پاسخ داده و با دلار ۴۲۰۰ تومان و با رانت بالا پاسخگو بود، چراکه موجب ضرر به منابع و اقتصاد خواهد شد.

معاون اقتصادی بانک مرکزی در همین راستا توضیح داد: باید بتوان از شرایط ارزی و اقتصادی و زندگی مردم حمایت کرد و این در حالی است که سیاست ارزی نیز به مرور مورد پایش و تکمیل قرار خواهد گرفت.

پول‌های سرگردان کجا پناه می‌گیرد؟

بازدهی ۴۷درصدی بازار سکه در ۸۸ روز

در دو ماه و ۲۶ روز گذشته از سال ۹۷، بهای سکه ۷۶۵ هزار تومان افزایش یافته است تا بازدهی ۴۷درصدی برای بازار سکه در این مدت رقم خورده باشد. در واقع، بازار سکه پس از طی‌کردن یک دوره هیجانی و ثبت رکورد جدید، حالا اندکی آرام گرفته است تا شاید بتوان به تخلیه حباب آن امیدوار بود، به‌طوری که قیمت هر سکه امامی در نیمه هفته گذشته تا ۲ میلیون و ۶۰۰ هزار تومان در هر قطعه پیش رفت، اما در روز پایانی هفته بهای آن به زیر ۲میلیون و ۴۰۰ هزار تومان افول کرد.

اما از جمله دلایل این کاهش قیمت سکه، کاهش التهاب و فروکش کردن تقاضا بود. همچنین سقوط ۳۰ دلاری بهای جهانی طلا نیز بر کاهش قیمت مسکوکات دامن زد. اگرچه بازار جهانی در روز یکشنبه تعطیل بود و باید دید شرایط بازار داخلی چه سرنوشتی را برای قیمت مسکوکات رقم می‌زند، اما از سوی دیگر، بانک مرکزی نیز اعلام کرده است که سکه‌های پیش‌فروش‌شده را پیش از موعد تحویل در قالب اوراق عرضه می‌کند تا صاحبان آن بتوانند به فروش اوراق دست بزنند. این اقدام بازار جدیدی را ایجاد خواهد کرد و در مجموع، این عامل به همراه چند رویدادی که در انتهای هفته گذشته رقم خورد، در نهایت به کاهش التهاب بازار سکه و افت قیمت منجر شد.

به گزارش پایگاه خبری اتاق ایران، وقتی سرمایه‌های سرگردان، شرایط ریال را نامساعد می‌بینند، برای حفظ ارزش به بازارهای سرمایه‌ای با قدرت نقدشوندگی بالا کوچ می‌کنند. بازار طلا و ارز نزدیک‌ترین بازار به سرمایه‌ها در شرایط بحرانی ریال است. سکه و دلار به‌طور سنتی مأمن پول‌های سرگردان به شمار می‌روند. هجوم به بازار ارز موجب شد تا قیمت دلار به ۷ هزار تومان هم برسد و دولت معاملات ارز را غیرقانونی اعلام کند.

در این میان تنها بازار طلا و سکه باقی مانده که به عنوان بازار امن، معاملات در آن رونق دارد. بانک مرکزی برای پاسخگویی به سرکشی نقدینگی، طرح پیش‌فروش سکه را اجرا کرد که استقبال از آن موجب شد در فاصله زمانی کوتاهی ظرفیت ضرب سکه بانک مرکزی تکمیل و پیش‌فروش متوقف شود. در این طرح ۷ میلیون قطعه سکه پیش‌فروش و ۱۱ هزار میلیارد تومان نقدینگی جمع شد. قیمت سکه در بازار آزاد نیز چندان فروکش نکرد. قیمت سکه در بازار آزاد فقط چند روز کاهش یافت و بار دیگر به مدار صعودی بازگشت.

در روز شنبه ۲۶ خرداد قیمت سکه امامی به ۲میلیون و ۳۸۶ هزار تومان رسید. با این حساب در دو ماه و ۲۶ روز گذشته از سال جاری بهای سکه ۷۶۵ هزار تومان افزایش یافت تا در این مدت بازدهی ۴۷درصدی برای این بازار رقم خورده باشد.

رانت ۳۲۰۰ تومانی ارز بانکی

بازار ارز در سال ۹۷ شرایط ویژه‌ای نسبت به گذشته تجربه کرد. از ۲۰ فروردین که سیاست ارز تک‌نرخی تحت فشار بازار ارز به اجرا گذاشته شد، اوضاع ارزی کشور متحول شد. اعلام قیمت ۴۲۰۰تومان برای دلار و تضمین پرداخت‌های مشروع ارزی با این قیمت موجب شد تا هیجانات بازار متوقف شود. قیمت دلار در بازار آزاد به‌طور لحظه‌ای بالا می‌رفت و دولت توان جلوگیری از آن را نداشت. با تک‌نرخی شدن ارز، نیاز واردات کشور تأمین شد، اما بازار آزاد که به عنوان بازار زیرزمینی معرفی شد همچنان به فعالیت خود ادامه داد. صرافان فعالیت خود را متوقف کردند اما خرید و فروش ارز به‌خصوص برای ارزهای غیر دلار از سوی دلالان ادامه یافت.

قیمت دلار قبل از تعطیلات خرداد تا ۶ هزار و ۳۰۰تومان اعلام شد و هر یورو ۷ هزار و ۶۰۰ تومان قیمت خورد. هفته گذشته باز هم قیمت ارز در بازار غیررسمی تقویت شد، به‌طوری که بهای دلار تا ۷هزار و ۳۰۰ تومان پیش رفت و یورو به ۸ هزار و ۳۰۰ تومان رسید. در همین حال بانک مرکزی با قیمت ۵۱۰۰ تومان البته با احتساب عوارض و کارمزد به مسافران یورو پرداخت می‌کند. اختلاف ۳۲۰۰ تومانی قیمت یورو بانک مرکزی با قیمت آن در بازار زیرزمینی موجب شده است تا رانت دریافت ارز بانکی، رقم قابل توجهی باشد.

خبرنامه

واکاوی دلایل رشد هیجانی بازار سرمایه

شاخص بورس روی خط دلار

بازار سرمایه ایران در دو جلسه معاملاتی اخیر حدود ۶ درصد رشد کرده و شاخص کل این بازار نیز از ۱۰۲هزار واحد گذشته است. کارشناسان بازار سرمایه، این رشد بازار را ناشی از انطباق بازار سرمایه با اتفاقات ارزی اخیر عنوان می‌کنند که با مثبت شدن دورنمای فروش ارز شرکت‌های صادرات‌محور بورسی، در قیمت سهام این شرکت‌ها منعکس شده است. در همین زمینه، احسان رضاپور کارشناس بازار سرمایه در گفت‌وگو با اتاق ایران، با اشاره به رشد اخیر بازارهای طلا، سکه، مسکن و خودرو، گفت: این بازارها به ترتیب از افزایش نرخ ارز متأثر شدند و رشد قابل‌توجهی را تجربه کردند اما بازار سرمایه بنا به ملاحظاتی، با وجود جذاب بودن قیمت سهام، خود را با این رشد منطبق نکرد و سهامداران همچنان منتظر ماندند تا تکلیف ریسک‌هایی که بازار سرمایه را با چالش مواجه می‌کردند روشن شود و پس از آن با شرایط جدید ارزی منطبق شوند. احسان رضاپور افزود: در ماه‌های اخیر بازار سرمایه از یک‌سو با ریسک‌های سیاسی و امنیتی متأثر از روابط بین‌المللی و مسائل داخلی مواجه بود و از سوی دیگر برخی بحث‌های اقتصادی مانند الزام شرکت‌ها به فروش ارز حاصل از صادرات خود به نرخ ۴۲۰۰ تومان نیز مانع رشد قیمت‌ها در این بازار شده بود.

رضاپور ادامه داد: ریسک‌های سیاسی باعث شده بود با وجود رشد قابل‌توجه بازارهای موازی، همچنان نقدینگی برای ورود به بازار سرمایه محتاط باشد ضمن اینکه الزام شرکت‌ها به فروش دلار به قیمت ۴۲۰۰ تومان نیز عملاً منجر به زیان یا کاهش شدید حاشیه سود آنها می‌شد و سود شرکت‌ها را به جیب دلال‌ها روانه می‌کرد، در نتیجه شرکت‌ها به دنبال یافتن راهی برای فروش ارز به قیمت بالاتر بودند و بازار نیز با وجود افزایش ارزش جایگزینی شرکت‌های بورسی به‌واسطه رشد نرخ ارز، تا زمان مسجل شدن این راهکار از افزایش قیمت سهام خودداری کرد.

مدیرعامل هلدینگ تتا انرژی با تأکید بر اینکه رشد اخیر بازار سرمایه به‌واسطه کاهش وزن موانع رشد این بازار بوده است، گفت: درنهایت چند روز پیش گفته شد دولت در حال تدوین راهکاری برای فروش ارز حاصل از صادرات شرکت‌هاست که سود بیشتری نصیب شرکت‌ها می‌کند و همین خبر استارت منطبق‌سازی بازار سرمایه با تحولات اخیر ارزی را زد. رضاپور افزود: ارائه خوراک ارزان به پتروشیمی‌ها در مقابل الزام آنها به فروش دلار ۴۲۰۰ تومانی یا ارائه اظهارنامه صادراتی به شرکت‌های صادرات‌محور برای واقعی‌سازی قیمت فروش ارز آنها به واردکنندگان ازجمله اتفاقاتی است که می‌تواند بخشی از نگرانی شرکت‌ها برای فروش ارز را رفع کند. کارشناس بازار سرمایه تصریح کرد: پتانسیل بازار سرمایه برای رشد، رسیدن بازارهای موازی به منطقه هیجانی و کم شدن جذابیت ورود نقدینگی بازارهای ارز، سکه، مسکن و خودرو و هم‌زمان صحبت‌هایی مبنی بر حمایت از بازار سرمایه باعث شد بخشی از نقدینگی هنگفت سرگردان در جامعه، بازار سرمایه را برای سرمایه‌گذاری انتخاب کند.

البته او تأکید کرد: بازار سرمایه در مقایسه با قیمت روز بازارهای دیگر، ظرفیت رشد مساعدی دارد اما در روزهای آینده هر تصمیمی که در حوزه ارز، مالیات، تعرفه‌های گمرکی و نرخ بهره اتخاذ شود می‌تواند هیجان بازار سرمایه را تشدید یا متوقف کند ضمن اینکه حدود ۴۰ روز تا اولین سررسید اعمال تحریم‌های آمریکا علیه ایران باقی‌مانده و این تحریم‌ها نیز می‌تواند بازار سرمایه را متأثر کند اما درنهایت اگر قیمت ارز غیررسمی با این تحریم‌ها رشد کند، باز هم اثرات این افزایش قیمت در بازار سرمایه نیز منعکس خواهد شد.

به گفته او، بررسی رشد شرکت‌های بورسی در دو جلسه معاملاتی اخیر حاکی از این است که شرکت‌های بزرگ، بخش عمده این رشد را به خود اختصاص داده‌اند و شاخص نیز به‌واسطه رشد همین شرکت‌ها جهش قابل‌ملاحظه‌ای را تجربه کرده است.

رضاپور افزود: این شرکت‌ها عمدتاً از گروه‌های فلزی، معدنی، پتروشیمی و پالایشی است که از چند ماه پیش با افزایش قیمت‌های جهانی با اقبال بازار مواجه شده‌اند و اکنون نیز با احتمال تسهیل شرایط فروش ارز مورد توجه قرار گرفته‌اند. در این میان گروه خودرو نیز با افزایش قیمت محصولات، تحت تأثیر رشد نرخ ارز شاهد استقبال سهامداران بوده است. او ادامه داد: در این وضعیت، قیمت سهام دیگر شرکت‌هایی نیز که هنوز افزایش نرخ فروش محصولات آنها نهایی نشده یا از وضعیت بنیادی نامساعدتری برخوردار هستند نیز به همراه جو هیجانی حاکم بر بازار با رشد مواجه خواهد شد، اما این نکته نیز باید مورد توجه قرار گیرد که سهام این شرکت‌ها در زمان استراحت یا اصلاح احتمالی بازار، افت بیشتری را احساس خواهند کرد.

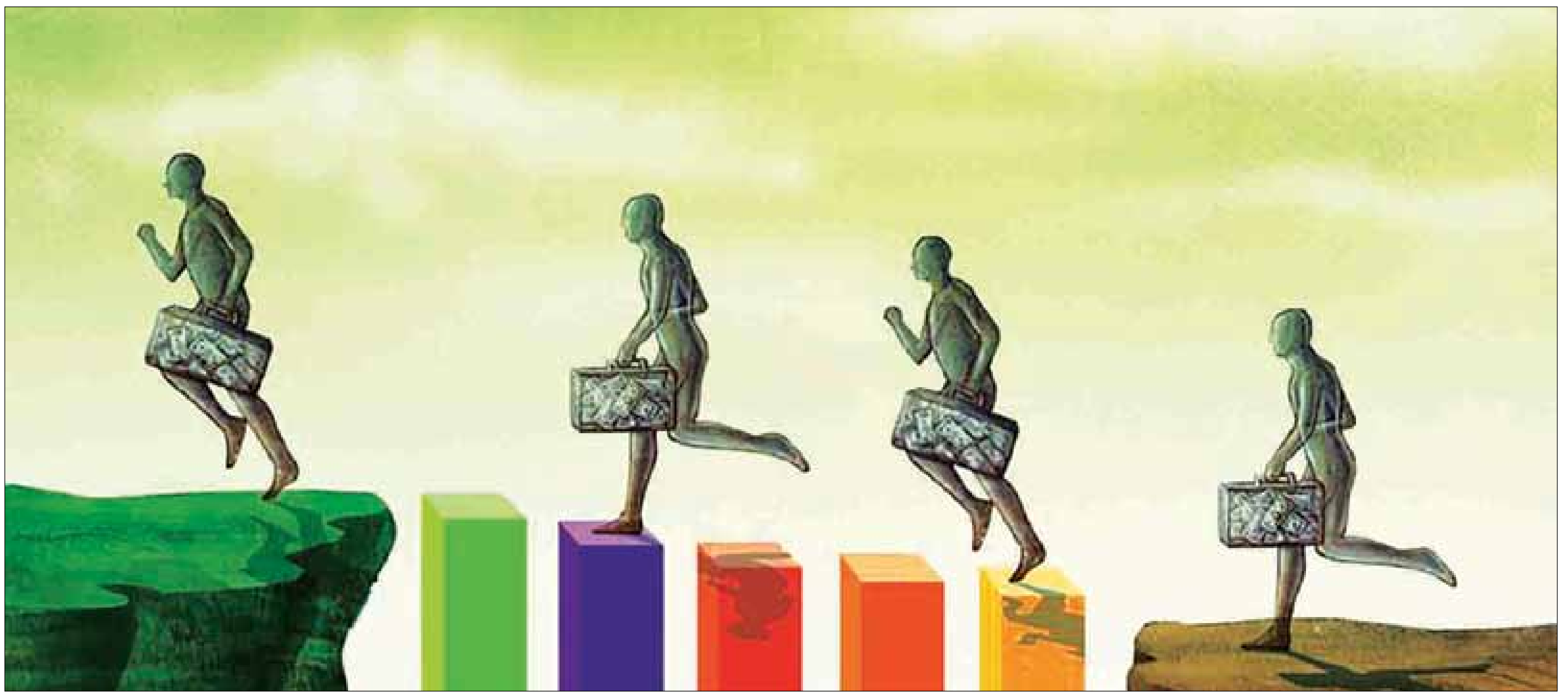
سازمان خصوصی‌سازی اعلام کرد

سامانه سهام عدالت از دسترس خارج می‌شود

سامانه سهام عدالت برای ثبت شماره شبای بانکی از اول تیرماه به مدت دو هفته از دسترس خارج می‌شود. سازمان خصوصی‌سازی در اطلاعیه‌ای با بیان این مطلب اعلام کرد: چگونگی ادامه دریافت شماره شبا از مشمولان سهام عدالت توسط سازمان خصوصی‌سازی بررسی می‌شود. همچنین دریافت شماره شبای بانکی مشمولان جهت واریز سود سال مالی ۱۳۹۵ شرکت‌های سرمایه‌پذیر به حساب مشمولان در حالی از ۲۰فروردین‌ماه سال ۹۶ تا به امروز از طریق سامانه سهام عدالت در حال اجرا است که این سازمان با صدور اطلاعیه شماره ۱۳ خود اعلام کرد: دریافت شماره شبای حساب بانکی مشمولان تا ۳۱خردادماه جاری ادامه خواهد داشت و از این تاریخ به مدت دو هفته سامانه سهام عدالت در بخش مربوط به دریافت شماره شبای مشمولان برای به‌روزرسانی و همچنین بررسی درخصوص نحوه ادامه دریافت شماره شبا از مشمولان سهام عدالت از دسترس خارج خواهد شد و امکان ثبت شماره شبای بانکی جدید در این سامانه فراهم نخواهد بود. لذا از مشمولانی که تا به حال موفق به واردکردن شماره شبای بانکی خود به سامانه سهام عدالت نشده‌اند، درخواست می‌شود تا از فرصت باقیمانده تا پایان خردادماه جهت ثبت شماره شبای بانکی خود استفاده کرده و طی فرصت مذکور مبادرت به ثبت شماره شبای بانکی خود در سامانه سهام عدالت به نشانی اینترنتی www.samanese.ir کنند. شایان ذکر است سایر خدمات این سامانه طی دو هفته مذکور کماکان به عموم مشمولین ارائه می‌شود.

شاخص بورس تهران ۱۰۲ هزار واحدی شد

بورس رکورد ۵۰ ساله را شکست



«۹۹هزار و ۱۴۶»؛ شاخص بورس ایرانی در حالی در لحظه‌های شروع به کار خود روز یکشنبه روی این عدد ایستاده بود که همه منتظر بودند ببینند آیا رکورد تاریخی ۱۰۰ هزار واحد بالاخره شکسته خواهد شد یا نه؟ بورس ایرانی برای ۱۰۰ هزار تایی شدن تنها به رشد ۸۵۴ واحدی نیاز داشت و بسیاری از تحلیلگران بازار سرمایه معتقد بودند بورس می‌تواند این رکورد را بشکنند؛ اتفاقی که تنها دقایقی بعد از شروع به کار بورس رخ داد و رکوردی تاریخی زد شد، لحظه‌ای که ساعت ۹:۱۰ دقیقه بامداد روز ۲۷ خردادماه برای بورس ایران رقم خورد.

البته پیش از خروج آمریکا از برجام و پیش از شروع سال جدید، بورس ایران برای چند ماه روندی رو به رشد داشت و حتی شاخص تا نزدیکی ۱۰۰ هزار واحد هم رسید ولی ناگهان بازار رو به عقب حرکت کرد و در نهایت نه‌تنها نتوانست رکوردشکنی کند، بلکه حتی تا نزدیک ۸۰ هزار واحد هم سقوط کرد. البته این روند کاهش از شروع سال متوقف شد و بورس دوباره حرکتی رو به رشد گرفت تا اینکه آمریکا از برجام خارج شد؛ در این شرایط که پیش‌بینی می‌شد بازار سرمایه به خروج آمریکا از برجام واکنش منفی نشان دهد و سقوط کند، حرکتی غیرقابل پیش‌بینی را در پیش گرفت و شروع به رشدی سریع کرد.

البته روز چهارشنبه گذشته و یک روز پیش از شروع تعطیلات عید فطر نیز روزی طلایی برای بورس ایران بود، زیرا نماگر بورس با جهش بی‌سابقه ۲ هزار و ۷۶۸ واحدی کار خود را به پایان رساند تا با ثبت سه کانال‌شکنی به رقم ۹۹ هزار و ۱۴۶ واحد برسد. همچنین ورود نقدینگی از سوی معامله‌گران به‌ویژه حقیقی‌ها ارزش معاملات خرد را به بیش از ۴۰۰ میلیارد تومان رساند که از ۱۷فروردین ۹۴ تکرار نشده است. این رونق معاملاتی در شرایطی رقم خورد که میانگین ارزش روزانه معاملات در سال جاری به زحمت به ۱۲۰ میلیارد تومان می‌رسید و حالا بورس تهران رکورد تاریخی را شکسته است.

دلیل رشد بازار سهام

کارشناسان مهم‌ترین محرک رشد سهام در روزها و هفته‌های گذشته را افزایش قیمت ارز و قیمت‌های ناشی از انتظارات تورمی می‌دانند؛ اختلاف ۲۵۰۰ تا ۳ هزار تومانی بین قیمت دلار رسمی و غیررسمی، سودآوری برخی شرکت‌ها را افزایش داده و بازار سرمایه را امیدوار کرده است. در عین حال، بالا ماندن سطح قیمت فلزات در بازارهای جهانی، افزایش قیمت فروش محصولات در بورس کالا، نشانه‌های انعکاس رشد نرخ دلار در سودآوری آینده شرکت‌ها و روانه شدن نقدینگی به بازار سهام از جمله مهم‌ترین محرک‌های بورس تهران به حساب می‌آیند.

به عبارت دیگر، در این روزها در حالی بورس تهران شاهد کانال‌شکنی‌های پی‌درپی است که بسیاری معتقدند نقدینگی جدیدی به بازار سهام تزریق نشده، بلکه افزایش قیمت دلار در بازارهای غیررسمی علت اصلی این روند صعودی است. به گزارش ایسنا، در ماه‌های گذشته تا به امروز بازار غیررسمی ارز شاهد رشد قیمت دلار است و این موضوع روی بازارهای پولی و مالی از جمله بازار سهام تأثیرگذار بود.

بسیاری معتقدند افزایش قیمت در بازار سهام ناشی از ورود نقدینگی تازه به بورس نیست، بلکه صرفا افزایش قیمت دلار در بازارهای غیررسمی سبب بالا رفتن قیمت‌ها و در نتیجه افزایش ارزش معاملات شده است. همچنین به اعتقاد برخی کارشناسان، بورس تهران همچنان از کمبود نقدینگی رنج می‌برد و برای بسیاری از افراد حقیقی سرمایه‌گذاری در بورس توجیه اقتصادی ندارد، اما نوسان‌گیران بازار سهام این روزها بازار داغی را شاهد هستند و توانستند با سودهای کلان از بازار خارج شوند.

روز تاریخی بورس

روز یکشنبه شاخص کل بازده نقدی و قیمتی در روندی بی‌سابقه در سال جاری بیش از ۳۳۰۶ واحد رشد کرد و به رقم ۱۰۲ هزار و ۴۵۲ واحدی رسید. در عین حال شاخص کل هم وزن ۳۹۷ واحد افزایش یافت و تا رقم ۱۸ هزار و ۲۸۷ بالا رفت. شاخص آزاد شناور نیز ۳۵۰۶ واحد رشد کرد و به رقم ۱۱۲ هزار و ۹۸۳ رسید. علاوه بر اینها شاخص بازار اول و بازار دوم هر یک به ترتیب ۲۵۰۱ و ۶۲۲۷ واحد رشد کردند.

در بازار سراسر سبز این روز، فولاد مبارکه اصفهان، پتروشیمی خلیج‌فارس و مخابرات ایران به ترتیب با ۳۲۸، ۳۲۳ و ۲۱۸ واحد تأثیر مثبت روی شاخص‌ها بیشترین نقش را در افزایش نماگر بازار سرمایه داشتند، اما در طرف مقابل سیمان مازندران، بیمه دانا و فولاد امیرکبیر کاشان با اندک تأثیری در شاخص‌ها سعی کردند دماسنج بازار را به سمت پایین هدایت کنند.

در گروه فلزات اساسی شاهد رشد قیمت اکثریت سهم‌ها تا نزدیک ۵ درصد بودیم. در این گروه حجم معاملات ۲۹۲ میلیون سهم را رد کرد و ارزش آن به بیش از ۱۰۰ میلیارد تومان رسید. در گروه محصولات شیمیایی نیز صف میلیونی خرید وجود داشت و اکثریت سهم‌ها نزدیک به ۵ درصد در قیمت آخرین معامله و قیمت پایانی رشد را تجربه کردند. در این گروه نیز که یکی از پرمعامله‌های بازار بود حجم دادوستد به ۱۹۵ میلیون سهم و ارزش معاملات به نزدیک ۸ میلیارد تومان رسید.

همچنین در گروه فرآورده‌های نفتی، کک و سوخت هسته‌ای شاهد رشد یکدست قیمت سهم‌ها بودیم و این گروه با صف پایدار خرید روبه‌رو بود. برای نمونه در این گروه پالایش نفت تهران حدود ۵ درصد نسبت به آخرین روز معاملاتی هفته گذشته رشد قیمت داشت. ۶۴.۳ درصد خریدها در این نماد مربوط به افراد حقیقی و ۳۵.۶ درصد از خریدها مربوط به حقوقی‌ها بود.

در گروه خودرو و ساخت قطعات نیز روند قیمت سهم‌ها به نحوی بود که اکثریت شرکت‌ها با افزایش قیمت سهم تا بیش از ۴ درصد مواجه شدند. در این گروه ۲۴۶ میلیون سهم به ارزش بیش از ۳۰ میلیون تومان مورد دادوستد واقع شد. در بسیاری از سهم‌ها در گروه‌های مختلف شاهد حجم بالای فروش حقوقی‌ها و در مقابل خرید حقیقی‌ها بودیم.

ارزش معاملات بورس تهران ۵۴۹ میلیارد تومان را رد کرد و حجم معاملات به ۱.۸ میلیون سهم و اوراق مالی رسید. آیفکس نیز ۳۷.۶ واحد افزایش یافت و تا رقم ۱۱۹۱ واحدی بالا رفت. ارزش معاملات فرابورس ایران رقم ۳۲۶ میلیارد تومان را رد کرد و حجم معاملات به ۶۱۳ میلیون سهم و اوراق مالی رسید.

نگاه

مهم‌ترین دلایل و پشتوانه رشد بازار سهام

جهش بی‌نظیر بورس

طی هفته‌های اخیر و بعد از جهش قیمت‌ها در بازار ارز و سکه و متعاقب آن جهش بازار مسکن و تلاطم قیمت‌ها در بازار خودرو، بسیاری از کارشناسان انتظار داشتند که قیمت‌ها در بازار سهام نیز رشد کند، چرا که از یک طرف نقدینگی بی‌ثبات راه خود را به بازار سهام باز می‌کند و از طرف دیگر قیمت سهام بسیاری از شرکت‌ها حتی بر اساس دلار ۴۲۰۰ تومانی نیز نسبتاً ارزان برآورد می‌شود.

مدیرعامل تأمین سرمایه نوین در گفت‌وگو با سنا و با اعلام این مطلب، به تشریح مهم‌ترین دلایل و پشتوانه‌های رشد بازار سهام در شرایط کنونی پرداخت و گفت: البته انتظار می‌رود که سیاست ارزی جدید هر چه زودتر اصلاح شود تا ضمن حذف رانت و فساد ناشی از تفاوت نرخ ارز ۴۲۰۰ تومانی و قیمت ارز در بازار آزاد، صادرات نیز مورد تشویق قرار گیرد.

ولی نادی قمی با بیان اینکه در حال حاضر مهم‌ترین پشتوانه‌های رشد بازار سهام را می‌توان در سه عامل جست‌وجو کرد، گفت: اول نقدینگی بی‌ثبات است که بعد از ایجاد تلاطم در بازار ارز، سکه، مسکن و خودرو، زمینه را برای ورود به بازار سهام مناسب دیده است. دوم ثبات قیمت‌های بالای مواد خام در بازارهای جهانی و سوم زمزمه تغییر در سیاست ارزی و برآورد بازار سهام از حتمی بودن این تغییر است.

مدیرعامل تأمین سرمایه نوین اظهار داشت: سیاست ارزی قبلی دولت به مراتب بهتر از سیاست ارزی جدید بوده و بهتر می‌توانست در کنترل نرخ ارز مؤثر باشد. بنابراین ورود منابع جدید و هیجان ناشی از نقدینگی وارد شده به بازار سهام منجر به جهش ۲۷۶۸ واحدی شاخص کل بورس (۲/۸۷ درصد) در روزهای اخیر شد که طی یک سال اخیر بی‌نظیر بود.

این کارشناس بازار سرمایه در عین حال افزود: اگرچه با توجه به نرخ بازدهی در بازارهای رقیب، امکان بازدهی بین ۲۰ تا ۳۰ درصدی بازار سهام وجود دارد اما نباید فراموش کرد که اقتصاد کشور در سال جاری با وضعیت دشواری روبه‌رو است و ریسک‌های تهدیدکننده رونق بازار سهام در حال برجسته شدن هستند.

نادی‌قمی توضیح داد: براساس مفاهیم تئوریک محرک‌های اصلی بازار سهام در دو دسته کلی شامل رشد واقعی قدرت سودآوری شرکت‌ها و کاهش ریسک بازار طبقه‌بندی می‌شوند که در خصوص این دو مورد دغدغه وجود دارد.

وی خاطرنشان کرد: با توجه به تحریم‌های جدید آمریکا و آینده نامشخص برجام، ریسک‌های سیاسی بازار در حال افزایش است. وضعیت بانک‌ها و نرخ سود سپرده‌ها نیز ریسک‌های مالی بازار و نرخ تنزیل بازار را افزایش می‌دهد.

مدیرعامل تأمین سرمایه نوین در پایان گفت‌وگو با سنا اظهار داشت: اگرچه رقم سود شرکت‌ها (علی‌الخصوص شرکت‌های صادراتی) در سال جاری افزایشی است اما بخشی از این تغییرات مثبت سود نیز در اثر بزرگ‌نمایی مقیاس‌ها (کاهش ارزش ریال) است، چراکه قدرت سودآوری شرکت‌ها در اثر فتح بازارهای جدید برای فروش محصولات یا در اثر افزایش بهره‌وری در تولید محصولات و به تبع آن کاهش بهای تمام شده محصولات افزایش خواهد یافت.

آگهی تجدید مزایده کتبی

به استناد ماده ۳۰ آئین نامه مالی شهرداری های تهران و مراکز استان ها و از محل ردیف اعتباری ۷۰۲۰۰۱ بودجه سال ۹۶، شهرداری ساری در نظر دارد ملک مشروحه ذیل را مطابق جدول بند یک بفروش برساند.

۱-موضوع مزایده کتبی: فروش ملک

ردیف	مشخصات ملک	مساحت (مترمربع)	قیمت پایه (ریال)	مبلغ سپرده شرکت در مزایده(ریال)	ملاحظات
۱	واحد تجاری شماره ۵۰۶ طبقه زیرزمین مجتمع تجاری جویا واقع در میدان فرح آباد	۳۵/۵۰	۲/۱۸۰/۰۰۰/۰۰۰	۱۰۹/۰۰۰/۰۰۰	کاربری تجاری

۲- قیمت پایه فروش ملک توسط کارشناسان رسمی دادگستری تعیین گردیده است که متقاضیان می توانند با مراجعه به واحد دبیرخانه شهرداری باتوجه . به موقعیت ملک از مفاد گزارش هیئت کارشناسان اطلاع حاصل نمایند.
۳- متقاضیان می بایستی از تاریخ ۹۷/۳/۲۸ لغایت ۹۷/۳/۳۱ نسبت به خرید اسناد مزایده کتبی از دبیرخانه شهرداری اقدام نمایند.
۴- کلیه متقاضیان شرکت در مزایده می بایستی جهت خرید اسناد مزایده مبلغ ۱/۰۰۰/۰۰۰ ریال به حساب درآمد شهرداری ساری به شماره ۰۱۰۸۵۹۸۷۹۹۰۰۰ نزد بانک ملی ایران واریز نمایند.
۵- متقاضیان می بایست سپرده شرکت در مزایده کتبی را برابر مبلغ مندرج در جدول فوق به حساب سپرده شهرداری ساری به شماره ۰۱۰۸۵۹۸۸۳۴۰۰۵ نزد بانک ملی ایران واریز و یا معادل آن ضمانتنامه معتبر بانکی ارائه نمایند.
۶- سپرده نفرات اول، دوم تا پرداخت بهای ملک نگهداری خواهد شد و در صورت انصراف برنده مزایده سپرده آنان به ترتیب ضبط و به حساب درآمدی شهرداری منظور می گردد.
۷- هزینه نقل و انتقال سند و سایر هزینه ها بعهده خریدار می باشد.
۸- شهرداری در رد یا قبول یک یا کلیه پیشنهادات مجاز می باشد.
۹- سایر اطلاعات در اسناد مزایده مندرج می باشد.

مهدی عبوری-شهردار ساری
۹۸۷

صاحبان محترم مشاغل (اشخاص حقیقی)

شما می توانید ،بدون مراجعه به اداره امور مالیاتی ازطریق WWW.Tax.gov.ir اظهارنامه الکترونیکی خود را حداکثر تا پایان خرداد ماه سالجاری ارسال ومالیات مربوطه رانیز پرداخت نمایید.

سازمان امور مالیاتی کشور ۹۹۹
روابط عمومی اداره کل امور مالیاتی استان قزوین

آگهی مناقصه (عمومی)

نوبت دوم

شرکت ملی گاز ایران
شرکت گاز استان خراسان رضوی (سهامی خاص)

۱-مناقصه گزار : شرکت گاز استان خراسان رضوی
۲-موضوع مناقصه : اصلاح شبکه و انشعابات گاز ، ابزار دقیق و حفاظت از زنگ در سطح ناحیه گازرسانی تربت جام
۳-شرایط اولیه متقاضیان:
الف- دارا بودن رتبه تاسیسات و تجهیزات از سازمان برنامه و بودجه
ب- دارا بودن ظرفیت خالی ارجاع کار
ج- دارا بودن گواهینامه تائید صلاحیت ایمنی از اداره کار وامور اجتماعی
د- مدت پیمان :۳۶۵ روز تقویمی
۴-مدت اعتبار پیشنهادها از تاریخی که برای تسلیم آن در فراخوان ذکر شده تا مدت سه ماه می بایست معتبر باشد.
۵-مبلغ تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار : ۴۱۵/۳۵۰/۰۰۰ ریال می باشد که می بایست براساس یکی از تضامین قابل قبول وفق آیین نامه تضمین معاملات دولتی به شماره ۱۲۳۴۰۲/ت ۵۰۶۵۹ ه مورخ ۹۴/۹/۲۲ تهیه گردد.
۶-متقاضیان می توانند از تاریخ ۹۷/۳/۲۷ الی ۹۷/۳/۳۱ ضمن واریز مبلغ ۶۵۰/۰۰۰ ریال به شماره IR ۰۲۰۱۷۰۰۰۰۰۰۲۱۷۴۵۳۱۶۰۱۰۰۴ بانک ملی شعبه سجاد بنام شرکت گاز استان خراسان رضوی جهت خرید و دریافت اسناد مناقصه به نشانی مشهد، بلوار خیام، نبش تقاطع ارشاد، شرکت گاز استان خراسان رضوی ، طبقه دوم اتاق ۲۱۲ مراجعه و اسناد مناقصه را دریافت نمایند.
۷-آخرین مهلت بازگرداندن اسناد مناقصه : ساعت ۹ صبح مورخ ۹۷/۴/۱۰
۸-پیشنهادهای واصله در ساعت ۱۰ صبح مورخ ۹۷/۴/۱۰ در کمیسیون مربوطه باز و خوانده می شود و حضور پیشنهاد دهندگان و یا یک نفر نماینده مجاز آنها با همراه داشتن معرفینامه ممهور به مهر شرکت در جلسه افتتاح پاکات آزاد است.

شایان ذکر است دسترسی به متن این آگهی در سایت WWW.nigc.khrz.ir امکان پذیر بوده و در صورت نیاز به کسب اطلاعات بیشتر با تلفن ۰۵۱-۳۷۰۷۲۲۱۳ تماس بگیرید.

تاریخ انتشار نوبت اول ۹۷/۳/۲۷
تاریخ انتشار نوبت دوم ۹۷/۳/۲۸
شماره مجوز: (۱۳۹۷/۱۲۰۱)
روابط عمومی شرکت گاز استان خراسان رضوی
۹۷۴

اخبار

ضوابط خرید تضمینی محصولات زراعی ابلاغ شد

سازمان برنامه و بودجه ضوابط قیمت خرید تضمینی محصولات زراعی، برگ سبز چای و پیله تر ابریشم برای سال ۱۳۹۷ و محصولات باغی برای سال ۱۳۹۶ را ابلاغ کرد.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، به نقل از سازمان برنامه و بودجه، تصویب‌نامه مربوط به «ضوابط قیمت خرید تضمینی محصولات زراعی» با شماره ۱۲۸۸۲۵ مورخ ۳۰/ ۳/ ۱۳۹۷ از طرف محمدباقر نوبخت معاون رئیس‌جمهور و رئیس سازمان برنامه و بودجه کشور برای اجرا به وزارت جهاد کشاورزی ابلاغ شد.

متن کامل تصویب‌نامه به شرح زیر است: شورای اقتصاد در جلسه مورخ ۱۳۹۷/۳/۷ درخواست‌های شماره ۰۲۰/۱۷۸۸۳ مورخ ۱۳۹۶/۷/۱۹ و ۰۲۰/۲۰۱۳ مورخ ۱۳۹۷/۲/۸ وزارت جهاد کشاورزی درخصوص اصلاح مصوبه شماره ۴۵۵۲۳ مورخ ۱۳۹۷/۲/۵ شورای اقتصاد موضوع قیمت خرید تضمینی محصولات زراعی، برگ سبز چای و پیله تر ابریشم برای سال ۱۳۹۷ و محصولات باغی برای سال ۱۳۹۶، را به استناد ماده (۳۶) قانون الحاق موادی به قانون تنظیم‌بخشی از مقررات مالی دولت (۲) بررسی و به شرح ذیل مورد تصویب قرار داد.

۱-در توضیحات ردیف ۶ جدول شماره (۱) مصوبه مذکور درصد عیار برای چغندر قند پاییزه از ۱۶درصد به ۱۵درصد تغییر می‌یابد. نحوه محاسبه قیمت خرید چغندر قند پاییزه برای عیارهای مختلف، براساس فرمول مورد توافق وزارت جهاد کشاورزی و انجمن صنفی کارخانه‌های قند و شکر ایران تعیین می‌شود.

۲-متن ذیل در انتهای جدول شماره یک مصوبه فوق‌الذکر اضافه می‌گردد.

«در قبال تحویل هر تن چغندر قند ۲۰ کیلوگرم تفاله خشک (به نرخ هر کیلوگرم ۱۲۰۰ ریال برای چغندر قند بهاره و ۱۰۰۰ ریال برای چغندر قند پاییزه) و ۲ کیلوگرم قند یا شکر (به نرخ هر کیلوگرم ۷۵۰۰ ریال برای چغندر قند بهاره و ۶۵۰۰ ریال برای چغندر قند پاییزه) به عنوان جایزه تحویل می‌شود. به ازای هر کیلوگرم چغندر قند مبلغ ۴۱۰ ریال هزینه حمل در سقف قیمت ابلاغی منظور شده است.

«اصلاحات فوق از طریق بهبود بهره‌وری کارخانجات، نباید سبب افزایش قیمت مصرف‌کنندگان و ایجاد بار مالی برای دولت گردد.»
سایر مفاد مصوبه قبلی به قوت خود باقی است.

افزایش ۵۰۰درصدی تولیدات کشاورزی ایران طی ۴ دهه

رئیس بسیج مهندسین کشاورزی و منابع طبیعی گفت: میزان کل تولید محصولات زراعی در سال ۵۷، ۱۳.۳ میلیون تن بوده که در سال ۹۵ به ۸۳میلیون تن رسیده یعنی ۵۲۳درصد افزایش داشته است. به گزارش تسنیم، محمدرضا جهان‌سوز، رئیس بسیج مهندسین کشاورزی در مراسمی با عنوان شنبه‌های انقلاب، دستاوردهای ۴۰ ساله انقلاب اسلامی در زمینه کشاورزی اظهار کرد: در بخش کشاورزی مشکل نبود آمارهای دقیق وجود دارد، اما براساس آمار موجود میزان کل تولید محصولات زراعی در سال ۵۷، ۱۳.۳ میلیون تن بوده که در سال ۹۵ به ۸۳ میلیون تن رسیده یعنی ۵۲۳درصد افزایش داشته است.

وی با طرح این سوال که برخی دستاورد انقلاب را در این ارتباط ناشی از افزایش سطح زیرکشت می‌دانند، گفت: در پاسخ به آنها باید اظهار داشت، درحالی‌که قبل از پیروزی انقلاب ۹.۴ میلیون هکتار زمین زراعی وجود داشت که این رقم اکنون به ۱۱.۷ میلیون هکتار رسیده و صرفا ۲۴درصد بر سطح زیرکشت زمین‌های زراعی اضافه شده است، اما به میزان تولیدات ۵۲۳درصد افزوده شده است. رئیس بسیج مهندسین کشاورزی و منابع طبیعی با اشاره به اینکه در ۴۰ سال گذشته برای تولید محصولات کشاورزی اقدامات خوبی در زمینه تولید بذر صورت گرفته است، اظهار داشت: تولید بذر اصلاح‌شده کشور در این مدت ۲۰ برابر شده است و تولیدکنندگان بذوری که تحت نظارت موسسه ثبت و گواهی بذر تولید دارند، بر میزان تولیدشان ۳ برابر اضافه شده است.

جهان‌سوز گفت: درحالی‌که قبل از پیروزی انقلاب اسلامی ایران تعداد ارقام اصلاح‌شده بذور مصرفی در بخش کشاورزی بسیار محدود بود امروز ۳۵۰رقم بر بذور مورد نیاز کشور اضافه شده است و دارای استانداردهای بومی و محلی بذر هستیم.

جهان‌سوز با بیان اینکه فناوری‌های نوین در بخش کشاورزی ترویج یافته است، گفت: اکنون از فناوری کشت بافت تولید محصولات کشاورزی استفاده می‌کنیم و وضعیت بهداشت، علم و ترویج در این بخش قوی و منجر به ایجاد حماسه ملی در بخش کشاورزی شده است. وی با بیان اینکه گندم ناموس کشاورزی ایران است، گفت: کسانی که می‌گویند باید تولید گندم را در کشور قطع کرد چون قیمت‌های جهانی ارزان‌تر است باید به عقل یا طینت آنها شک کرد. رئیس بسیج مهندسین کشاورزی اظهار داشت: باوجود تمامی موفقیت‌ها در بخش کشاورزی هنوز میزان واردات در این بخش بالا است اما این مشکلات نیز با اتکا به توان داخلی قابل حل است. جهان‌سوز اظهار داشت: درحالی‌که متوسط تولید برنج در کشور ۳.۴ تن الی ۴ تن است که نمونه‌های ما ۱۳ تن در هکتار تولید می‌کند؛ این امر به معنای آن است که علم و توان لازم در بخش کشاورزی کشور وجود دارد و باید به سایر کشاورزان نیز توسعه یابد. وی با بیان اینکه میانگین تولید ذرت در کشور مناسب است، گفت: در هر هکتار از مزارع کشور به‌طور میانگین ۷.۶ تن ذرت تولید می‌شود، اما کشاورزانی نیز داریم که ۱۹ تن در هکتار ذرت برداشت می‌کنند. رئیس بسیج مهندسین کشاورزی وضعیت سلامت تولیدات کشاورزی را بعد از پیروزی انقلاب اسلامی مناسب ارزیابی و اظهار کرد: یکی از مواردی که قبل از پیروزی انقلاب جایش در بخش کشاورزی خالی بود، نبود استانداردهای لازم بود اما اکنون در بخش کشاورزی استانداردسازی صورت گرفته است و بیش از ۵۰ محصول کشاورزی ما استاندارد تولید دارد.

وی با اشاره به اینکه آب در کشور ما تبدیل به یک معضل شده است، گفت: با این وجود تکنولوژی و توانمندی‌های لازم وجود دارد تا از آب استفاده بهینه صورت گیرد.

چرا صادرات عسل ایرانی به کما رفت؟

فروش عسل‌های تقلبی با برند خارجی!

با توجه به ظرفیت‌های فراوان برای توسعه زنبورداری در کشور، اما وجود برخی مشکلات مانع دستیابی به جایگاه مطلوب در این بخش شده است.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، ایران یکی از کشورهای تولیدکننده و پرورش‌دهنده عسل است و به‌رغم ظرفیت‌های فراوانی که برای توسعه زنبورداری در کشور وجود دارد، اما به دلیل وجود برخی مشکلات نتوانسته به جایگاه مطلوب در صادرات دست یابد که ادامه این روند و بی‌توجهی مسئولان به صنعت زنبورداری، نابودی بخش کشاورزی را به همراه دارد چراکه گرده‌افشانی مهم‌ترین نقش زنبورعسل در طبیعت است. هر از گاهی اخبار ناخوشایندی در مورد قاچاق کالاهای مختلف به گوش می‌رسد که این‌بار قاچاقچیان به سراغ عسل و ملکه زنبور رفته‌اند، قاچاق می‌تواند تهدید جدی‌ای برای صنعت زنبورداری ایران باشد.

با توجه به آنکه عسل ایران دارای خواص بی‌نظیر گیاهان دارویی است که با حمایت از تولید داخل می‌توان در صادرات این محصول حرفی برای گفتن در بازارهای هدف داشت، اما برخی افراد سودجو کاهش برداشت عسل در سال‌های اخیر را ناشی از بی‌کیفیتی ملکه‌های زنبورعسل می‌دانند تا با واردات و فروش آن با قیمت‌های گزاف و سرسام‌آور بتوانند از این آب گل‌آلود بیشترین سود را به جیب بزنند و این در حالی است که مسئولان زی‌ربط باید نسبت به واردات ملکه زنبورعسل از طریق راه‌های متفاوت همچون چمدانی، کیفی و . . . حساسیت نشان دهند چراکه واردات غیرقانونی آن می‌تواند زمینه را برای بروز بیماری‌های ناشناخته در زنبورستان‌ها و حتی خطر بیوتروریست به همراه داشته باشد.

البته ماجرا تنها به اینجا ختم نمی‌شود چراکه در برخی از فروشگاه‌ها شاهد توزیع عسل‌های خارجی هستیم که هر یک از مسئولان دلایل متفاوتی برای این امر بیان می‌کنند، اما آن چیزی که حائز اهمیت است آن است که براساس قانونی نظام بهره‌وری، واردات عسل و فرآورده‌های مربوط به آن به سبب مازاد تولید داخل ممنوع است به همین دلیل از مسئولان انتظار می‌رود نظارت بیشتری بر این امور داشته باشند بر این اساس به سراغ مدیرعامل اتحادیه زنبورداران ایران رفتیم و گفت‌وگویی با او ترتیب داده‌ایم که در ادامه آن را می‌خوانید.

عفت رئیسی‌سرحدی، مدیرعامل اتحادیه زنبورداران ایران با بیان اینکه سال گذشته ۸۸ هزار تن عسل در کشور تولید شد، اظهار کرد: سال گذشته با توجه به آموزش‌های مناسبی که زنبورداران دیدند در بحث تولید ژله‌رویال، گرده گُل و زهر زنبور فعالیت‌های خوبی انجام شد چراکه با توجه به استفاده دارویی عسل باید نگاه‌مان به سایر محصولات جانبی به غیر از تولید عسل نیز جذب شود.

وی سرانه مصرف عسل در ایران را یک کیلو و ۷۰گرم اعلام کرد و افزود: با احتساب جمعیت ۸۰میلیون نفری و تولید ۸۸ هزار تن عسل و عدم مصرف این ماده غذایی در کودکان زیر دو سال، سالانه با مازاد ۲۰ هزار تن عسل در کشور روبه‌رو هستیم که می‌بایست برای صادرات آن برنامه‌ریزی کرد.

رئیسی‌سرحدی با انتقاد از کاهش صادرات عسل در سال گذشته، بیان کرد: اگرچه در سال‌های نه‌چندان دور با وجود کاهش تولید نسبت به مدت مشابه سال قبل ۷ هزار تن عسل به بازارهای هدف صادر می‌شد، اما در سال‌های اخیر به سبب حذف استاندارد اجباری و تبدیل آن به استاندارد تشویقی با افت صادرات عسل روبه‌رو بودیم چراکه کشورهای اروپایی، حوزه خلیج‌فارس و ترکیه حاضر نیستند عسل تولیدی ایران با استاندارد تشویقی را خریداری کنند.

این مقام مسئول با اشاره به ضرورت اجباری‌شدن استاندارد عسل، گفت: دستگاه‌های زی‌ربط همچون سازمان دامپزشکی، استاندارد و نظارت بر مواد غذایی که سلامت مردم بخشی از وظایف‌شان است، باید به این مسائل پاسخگو باشند و این در حالی است که این دستگاه‌ها راجع به عسل وظایف خود را رها کرده‌اند به همین دلیل هر از گاهی شاهد برگشت محموله‌های عسل از بازارهای هدف هستیم.

مدیرعامل اتحادیه زنبورداران ایران ادامه داد: استاندارد تشویقی عسل نه‌تنها کمکی به صادرات نمی‌کند بلکه موجب می‌شود به سبب فقدان نظارت و کنترل در صادرات بسیاری از بازارهای هدف از خرید این ماده غذایی و ارزشمند ایران، که دارای خواص فراوان گیاهان دارویی است، امتناع کنند و این در حالی است که دستگاه‌های زی‌ربط در صورت فقدان عسل تولیدی از متخلفان جریمه اندکی اخذ می‌کنند و این امر تهدید جدی برای صنعت زنبورداری کشور است.

به گفته رئیسی‌سرحدی با توجه به استاندارد تشویقی عسل و نبود نظارت کافی بر توزیع این محصول، بسیاری از مصرف‌کنندگان داخلی و خارجی دیگر رغبتی به استفاده از عسل ایرانی ندارند و مصرف‌کنندگان خارجی ترجیح می‌دهند عسل موردنیاز خود را از کشورهای مبدأ که حداقل کنترل و نظارت بر محصول‌شان را دارند خریداری کنند.

وی با بیان اینکه با وجود ممنوعیت واردات عسل شاهد توزیع عسل‌های خارجی در برخی از فروشگاه‌ها و مغازه‌ها هستیم، تصریح کرد: برخی از مصرف‌کنندگان فقط به دنبال تولید خارجی هستند و این در حالی است که عسل ایران جزو عسل‌های باکیفیت جهان محسوب می‌شود و به دلیل تنوع اقلیمی کشور در هیچ جای دنیا عسل طبیعی این تنوع گیاهی را ندارد.

مدیرعامل اتحادیه زنبورداران ایران ادامه داد: مردم باید نسبت به محصولات تولیدی کشورشان عرق ملی داشته باشند چراکه به‌رغم ممنوعیت واردات شاهد قاچاق عسل‌های خارجی هستیم و این امر می‌تواند مشکلات و بیماری‌های متعددی را به همراه داشته باشد.

مدیرعامل اتحادیه زنبورداران ادامه داد: اگرچه جلسات متعددی برای حذف استاندارد تشویقی و تبدیل آن به اجباری برگزار شد، اما این جلسات نتیجه‌ای در بر نداشت و این امر دستاوردی جز افت صادرات و نابودی صنعت زنبورداری در بر ندارد.

سنگی که شکست

صنعت سنگ ایران این روزها با انواع مشکلات از جمله رکود، نرخ سود بالای بانکی، رانت‌خواری و عدم حمایت دولت مواجه است.

به گزارش تسنیم، رئیس انجمن سنگ تزئینی و نماینده تولیدکنندگان سنگ تزئینی با گلایه از رکود و بهره سنگین تسهیلات بانکی، خواهان حمایت بیشتر دولت و مسئولان از صنعت سنگ تزئینی شدند.

مهدی حیدرزاده از تولیدکنندگان سنگ تزئینی گفت: نخستین مشکل ما رکود است که واقعا بر تولیدکنندگان فشار آورده است.

حیدرزاده افزود: دومین مشکلی که ما داریم تصویب قوانینی است که دست‌های ما را می‌بندد و کمتر از رکود نیست مثلا شهرداری‌ها کمیته‌ای به نام کمیته نما درست کرده‌اند که مانع استفاده از سنگ در نمای ساختمان‌ها می‌شود و الزام می‌کند که حتما باید از آجر نسوز یا شاموتی برای نما استفاده شود.

این تولیدکننده سنگ تزئینی افزود: این کار به واسطه لابی قوی تولیدکنندگان آجر است و این باعث رانت شده است.

ابوالقاسم شفیعی، رئیس انجمن سنگ تزئینی این بخش صحبت‌های حیدرزاده را تأیید کرد و گفت: نباید الزام شود که در نما فقط از یک ماده خاص استفاده شود.

سیف‌الله امیری، مدیرکل صنایع مدنی وزارت صنعت هم با تأیید صحبت‌های آقای حیدرزاده گفت: حتی یک‌وقت جایی گفتیم به جای آجرهای خیابان و حاشیه جوی‌ها از سنگ استفاده کنند که معترض شدند و گفتند شما می‌خواهید نان ما را ببرید ما می‌خواهیم هر سال اینها را بازسازی و تعویض کنیم اگر سنگ استفاده کنیم که دیگر خراب نمی‌شود و نان ما بریده می‌شود و اینها لابی قدرتمندی دارند.

امیری افزود: البته کالای جایگزینی هم برای سنگ وارد بازار شده مثل کامپوزیت‌ها و کاشی سرامیک و . . . که نسبت به سنگ ارزان‌ترند.

حیدرزاده، تولیدکننده سنگ تزئینی در ادامه گفت: چرا ما باید با قوانین دست و پا گیر رکود را تشدید کنیم.

این تولیدکننده همچنین صنعت تولید سنگ تزئینی را سنتی بیان کرد و افزود: برای صادرات به لحاظ سخت‌افزاری یعنی تجهیزات و ماشین‌آلات به‌روز نیستیم و به غیر از این واقعا مشکل نقدینگی داریم و تولیدکنندگان زیر فشار وام با بهره سنگین هستند.

حیدرزاده گفت: ما وقتی در نمایشگاه‌های خارجی شرکت می‌کنیم، می‌بینیم که رغبتی برای همکاری با ما وجود ندارد و ما نمی‌توانیم محصولات‌مان را بفروشیم و بخشی از مشکلات ما ناشی از مسائل سیاسی است درحالی‌که همین اروپا تشنه سنگ ایرانی است و سنگ‌های ما با واسطه به اروپا صادر می‌شود. در ادامه شفیعی، رئیس انجمن سنگ تزئینی از نبود رشته تحصیلی در دانشگاه‌ها درخصوص صنعت سنگ انتقاد کرد و گفت: کشورهایی مثل ایتالیا تا دکترا در رشته معدن و سنگ‌های تزئینی تحصیلات دارند، ولی در کشور ما رشته معدن توسعه نیافته است و باید رشته تخصصی سنگ تزئینی و آهن و . . . در کشور تأسیس شود. شفیعی با بیان اینکه نحوه تولید سنگ در سطح جهان فرق کرده گفت: تولید سنگ فرق کرده و به این نحوی که در کشور داریم در دنیا منسوخ شده است و باید بتوانیم دانش‌مان را ارتقا دهیم و با تجهیزات مدرن کیفیت سنگ‌های تولیدی را به سطح جهانی برسانیم.

رئیس انجمن سنگ تزئینی گفت: واحدهای تولید سنگ در کشور با یک سوم ظرفیت کار می‌کنند.

شفیعی با اشاره به امضای موافقتنامه با ایتالیایی‌ها برای برگزاری دوره‌های آموزشی برای تولیدکنندگان سنگ ایران گفت: مدت‌های مدیدی است که ستاد سنگ‌های تزئینی در وزارتخانه تشکیل نمی‌شود و دولت در حمایت از تولیدکنندگان سنگ تزئینی و بازارهای صادراتی کوتاهی می‌کند درحالی‌که حتی در ترکیه هزینه شرکت در نمایشگاه‌ها را دولت می‌دهد در ایتالیا هم همین گونه است.

رئیس انجمن سنگ تزئینی گفت: صنعت سنگ بیمار است، برای اینکه بدانید صنعتی رشد کرده و حالش خوب است باید عوارض را از واردات مشابه‌اش بردارید اگر بتواند ادامه حیات بدهد و رقابت کند آن صنعت خوب است و رونق دارد، اما برای صنعت سنگ، خودرو و کفش ایران اگر عوارض واردات حذف شود نمی‌توانند ادامه حیات دهند و ورشکست می‌شوند، این صنایع بیمارند.

سیف‌الله امیری، مدیرکل صنایع مدنی وزارت صنعت هم گفت: باید با افزایش کیفیت، ارتقای دانش فنی، به‌روز کردن تجهیزات و مدیریت مناسب و حمایت از تولیدکنندگان بازار صادرات را فراهم کنیم.

بازار دوم ارزی نداریم

واردات فقط با دلار ۴۲۰۰ تومانی

معاون سازمان توسعه تجارت در واکنش به برخی اظهارنظرها مبنی بر واردات برخی کالاها با دلار با نرخ بیش از ۴۲۰۰ تومان تأکید کرد: براساس تمهیدات صورت‌گرفته از سوی دولت، هیچ برنامه‌ای برای واردات با نرخ ارزی دیگری غیر از آنچه در مصوبات دولت آمده، امکان‌پذیر نخواهد بود، بنابراین ادعای برخی رسانه‌ها به ویژه در شبکه‌های مجازی در این خصوص، صحت و سندیتی ندارد.

محمدرضا مودودی در گفت‌وگو با ایسنا، در پاسخ به این سوال که آیا قرار است اختصاص ارز ۴۲۰۰تومانی به برخی کالاهای وارداتی مانند تلفن همراه و خودروهای خارجی قطع شود؟ توضیح داد: در حال حاضر بحثی مبنی بر ممنوعیت واردات وجود ندارد اما چنانچه بر اثر شدت تحریم‌ها شرایط اقتصادی کشور ایجاب کند، شاید در فرآیند واردات و صادرات سیاست‌هایی اتخاذ شود که مطابق آنها تغییراتی در روند فعلی صورت گیرد، اما در شرایط فعلی هنوز هیچ بخشنامه‌ای درخصوص ممنوعیت یا بازار دوم ارزی ابلاغ نشده است، لذا همچنان از دید ما فقط یک بازار رسمی ارز که از سوی بانک مرکزی اعلام می‌شود، وجود دارد. وی درخصوص چنین شایعاتی که دوباره منجر به التهاب در فضای بازار ارز شده است، افزود: طبیعی است که دلالان ارز و فرصت‌طلبان این بازار به دنبال اخباری هستند که بتوانند بازار ارز را ملتهب کرده و از آب گل‌آلود ماهی بگیرند، از همین روست که سیاست ارزی اخیر دولت را مستمسکی برای آشفته‌کردن این بازار کرده و با انعکاس گسترده این خبر که ارز وارداتی برخی اقلام مصرفی دیگر نرخ مصوب نیست، فضا را برای سودجویی خود مساعد کردند و برخی از مردم و فعالان اقتصادی نیز با باور این شایعات، آب به آسیاب آنان ریختند.

معاون سازمان توسعه تجارت ایران در توضیح آخرین مصوبه ارزی دولت افزود: براساس این مصوبه، ارز مورد نیاز اقلام ضروری و کالاهای اساسی و دارو از محل صادرات نفت خام و ارز مورد نیاز اقلام واسطه‌ای و مواد اولیه کارخانجات و تجهیزات و ماشین‌آلات صنعتی از محل صادرات شرکت‌های دولتی، شبه‌دولتی و شرکت‌های وابسته به نهادهای عمومی تأمین خواهد شد، ولی برای اقلام مصرفی مورد نیاز کشور این امکان به بخش‌خصوصی داده شده که ارز خود را مطابق مصوبه دولت یا خود برای واردات، مصرف کنند یا آن را در اختیار واردکننده غیر قرار دهند. بدیهی است که این مجوز به معنای تعیین نرخ آزاد مطابق نرخ بازار سیاه برای صادرکننده بخش‌خصوصی نیست، بلکه یک تعامل توافقی است و صادرکنندگان باید بدانند که افزایش نرخ ارز توافقی، در طول فرآیند برگشت ارز به داخل کشور موجب افزایش هزینه‌های تولید شده و در نهایت کالای صادراتی را گران‌تر خواهد کرد و رقابت‌پذیری آنان را کاهش می‌دهد، لذا توصیه می‌شود صادرکنندگان با افق کوتاه‌مدت به منافع این بازار نگاه نکنند. مودودی با تأکید بر اینکه در شرایط فعلی و حالت فوق‌العاده احتمالی در آینده، تلاش می‌شود وضعیت واردات و صادرات به درستی مدیریت شده تا مشکلی در تأمین کالاهای مورد نیاز و ضروری و مهم مردم ایجاد نشود، گفت: اگر اکنون شاهد برخی گرانی‌ها و یا احتکار در برخی اقلام بازار هستیم، لازم است بیش از هر زمان دیگر بحث نظارت بر بازار و برخورد نهادهای بازرسی مورد تأکید قرار گیرد، چراکه در غیر این صورت طرح‌های مختلف دولت در زمینه مدیریت نرخ ارز و کنترل التهابات بازار به نتیجه نخواهد رسید.

وی همچنین در ادامه افزود: تلاش دولت بازگشت ثبات به بازار است، اما اگر در این راستا مردم حمایت نکنند و سایر ارکان نظام به کمک دولت نیایند و با فساد در هر شکلی برخورد قاطع نشود، قطعا اقدامات دولت نیز کم‌اثر خواهد شد و این همان اتفاقی است که دلالان و سودجویان این بازار آرزویش را دارند.

سیاست دهه ۷۰ باید در بازار خودرو اعمال شود

خودروسازان مانع عرضه خودرو می‌شوند

رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران و فروشندگان خودرو گفت در بازار خودرو باید سیاست دهه ۷۰ اعمال شود و در سند، مهر عدم امکان نقل و انتقال تا دو سال زده شود، با چنین سیاستی دیگر کسی قادر به فروش خودرو نخواهد بود. سعید موتمنی، رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران و فروشندگان خودرو در گفت‌وگو با ایسکانیوز به دلایل افزایش قیمت خودرو طی چند روز اخیر اشاره کرد و گفت: التهابات موجود در بازار خودرو ناشی از عدم عرضه از سوی خودروسازان است، در صورت عرضه خودرو در بازار به میزان کافی، قیمت‌ها به تعادل می‌رسند، در غیر این‌صورت بازار با آشفتگی‌هایی همراه می‌شود که اکنون با آن مواجه هستیم، بنابراین در صورتی که خودرو به اندازه کافی در بازار عرضه شود قیمت‌های دونرخی از بین خواهد رفت و با تناسب میزان خودرو در بازار مواجه می‌شویم. او با بیان اینکه افزایش قیمت خودرو در بازار را نمی‌توان متاثر از خروج آمریکا از برجام دانست زیرا خودروهای داخلی متاثر از چنین سیاست‌هایی نیستند، افزود: خودروسازان زمانی‌که تصمیم به افزایش قیمت می‌گیرند از مدت‌ها قبل سیاست‌های لازم برای افزایش قیمت را در پیش می‌گیرند که کاهش عرضه در بازار و نیز عدم ثبت‌نام از جمله سیاست‌هایی است که خودروسازان برای افزایش قیمت در دستور کار قرار می‌دهند.

موتمنی با تأکید بر اینکه در بازار با همه نوع دلالی روبه‌رو هستیم، گفت: کوتاه بودن مدت زمان ثبت‌نام خودرو زمینه وجود و افزایش دلال‌ها را در بازار فراهم کرده است، برخی دلالان در بازار حضور دارند که به صورت کلی خودرو را خریداری و در فرصت مناسب اقدام به فروش می‌کنند که می‌توان گفت برای رفع چنین مشکلاتی باید برخی از روزنه‌ها که زمینه دلالی را فراهم کرده است بسته شود.

موتمنی با تأکید بر اینکه ما به دنبال رسیدن خودرو به دست خریداران واقعی هستیم، اظهار داشت: باید سیاست دهه ۷۰ اعمال شود و در سند مهر عدم امکان نقل و انتقال خودرو تا دو سال زده شود، با چنین سیاستی دیگر کسی قادر به فروش نخواهد بود و تنها مصرف‌کنندگان واقعی که تمایلی به فروش ندارند وارد بازار می‌شوند و اقدام به خرید خودرو می‌کنند، با چنین تصمیمی دیگر ثبت‌نام‌های اینترنتی تا این حد شلوغ نمی‌شود و بهانه‌های وجود دلالان از خودروسازان گرفته می‌شود.

او با اشاره به افزایش بی‌حد و اندازه قیمت برخی خودروهای داخلی در بازار گفت: شرکت‌های خودروسازی مانع تحویل خودروهای ثبت‌نام شده به متقاضیان شدند که این امر باعث افزایش ۱۰۰میلیون تومانی قیمت خودرو از ابتدای سال جاری تا به امروز شد و در حال حاضر هیچ خرید و فروشی در بازار انجام نمی‌شود.

رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران و فروشندگان خودرو گفت: قیمت خودرو استپ‌وی در کارخانه ۶۱میلیون تومان است درحالی‌که در بازار با نرخ ۹۰ میلیون تومان عرضه شد، قیمت‌هایی که اخیراً در بازار اعلام می‌شود با حباب قیمتی همراه هستند و خریدار واقعی باید به‌طور حتم به قیمت‌ها توجه کند.

او به لغو قرارداد خودروسازان خارجی با ایران اشاره کرد و افزود: قراردادها به صورت واقعی لغو نشدند اما در صورت حتمی شدن لغو قراردادها نمی‌توانیم در کوتاه‌مدت منتظر تأثیر آن در بازار باشیم، بلکه به‌طور حتم در بلندمدت تأثیر خود را در بازار خواهد گذاشت.

او با بیان اینکه خودروهایی که اکنون از کارخانه در بازار عرضه می‌شوند تولید ۹ ماه پیش هستند، گفت: زمانی‌که عرضه با کاهش همراه می‌شود و تولید به صورت تزریقی صورت می‌گیرد چنین اتفاقاتی در بازار رخ می‌دهد اما در صورت تحویل به‌موقع خودروها به مشتریان شاهد تعادل قیمت در بازار و نیز کاهش اختلاف قیمت کارخانه و بازار خواهیم بود.

به گفته او، از دو هفته گذشته بود که افزایش قیمت‌ها شروع شد و با چنین آشفته‌بازاری مواجه شدیم درحالی‌که تا سه هفته گذشته چنین جوی بر بازار حاکم نبود.

او با اشاره به اینکه خودرو همانند بسیاری از کالاهای دیگر به عنوان کالای اساسی تلقی می‌شود، اظهار داشت: در صورتی که به دلیل لغو قرارداد با عدم واردات خودروهای پژو یا دیگر خودروهای خارجی به کشور مواجه شویم به‌طور حتم خودروهای دیگر را جایگزین خودروهای خارجی خواهیم کرد.

چرا رنو در ایران ماند

با اعلام کارلوس گوسن، مدیرعامل رنو این خودروساز فرانسوی با وجود خروج آمریکا از برجام و بازگشت تحریم‌های مربوط به صنعت خودرو، در ایران می‌ماند.

نکته کلیدی در اظهارات گوسن، امیدواری وی به آینده رنو در بازار خودروی ایران است؛ چه آنکه تأکید کرده ماندن در شرایط تحریم می‌تواند در سال‌های بعد به یک مزیت برای این خودروساز تبدیل شود. در واقع رنو امیدوار است به‌واسطه خروج سایر خودروسازان خارجی از ایران به‌دلیل نقض برجام، خود را به‌عنوان بازیگر نقش اول یکی از بزرگ‌ترین بازارهای خودروی خاورمیانه مطرح کند.

در شرایطی که گمان می‌رفت رنو نیز مانند هموطنش پژو، ایران را از ترس تحریم‌ها و تهدیدهای آمریکا ترک کند، این خودروساز فرانسوی خبر از ماندن داد. آن طور که خبرگزاری فرانسه گزارش داده، کارلوس گوسن مدیرعامل «گروه خودروسازی رنو-نیسان-میتسوبیشی» در مجمع عمومی و در جمع سهامداران اعلام کرده این شرکت با وجود خروج آمریکا از برجام و بازگشت تحریم‌های این کشور، از ایران خارج نخواهد شد. وی در عین حال تأکید کرده که رنو برای در امان ماندن از ریسک مجازات آمریکایی‌ها (بابت ماندن در ایران و نقض تحریم‌ها)، اقداماتی را انجام خواهد داد.

بنابر گزارش خبرگزاری فرانسه، گوسن گفته رنو بازار ایران را رها نخواهد کرد، حتی اگر مجبور شود حجم فعالیت‌های خود را به شکل قابل‌توجهی کاهش دهد. وی البته با نگاهی امیدوارانه به آینده نیز تأکید کرده که وقتی بازار ایران دوباره باز شود، این واقعیت که رنو در دوران تحریم‌ها در این بازار باقی مانده است، خود را به‌عنوان یک مزیت (برای رنو) نشان خواهد داد. این بخش از اظهارات مدیرعامل رنو را می‌توان به نوعی کنایه به پژو دانست، چه آنکه پژویی‌ها قصد رفتن دارند و رنویی‌ها سودای ماندن و این می‌تواند به جابه‌جایی نقش آنها در بازار ایران (پیشی گرفتن رنو از پژو) بینجامد. در واقع به‌نظر می‌رسد رنویی‌ها قصد دارند از فرصت تحریم و خروج خودروسازان خارجی از ایران به‌خصوص پژو، نهایت استفاده را کرده و خود را به‌عنوان بازیگر نقش اول بازار خودروی کشور مطرح کنند.

تصمیم رنو برای ماندن در ایران اما در شرایطی است که بیش از یک ماه پیش، دونالد ترامپ رئیس‌جمهوری ایالات‌متحده آمریکا اعلام کرد که این کشور از برجام و توافق هسته‌ای خارج خواهد شد. این خروج زمینه‌ساز بازگشت تحریم‌های آمریکا به‌خصوص در حوزه خودروسازی است، چه آنکه تا کمتر از دو ماه دیگر صنعت خودروی ایران دوباره از سوی آمریکایی‌ها تحریم خواهد شد و این به معنای محدود شدن دوباره و البته سخت‌تر از گذشته خارجی‌ها برای حضور در این صنعت است.

با توجه به بازگشت تحریم‌ها، طبعا هر خودروسازی که بخواهد با هر بخشی از صنعت خودروی ایران همکاری و مراوده داشته باشد، از ترکش مجازات‌های آمریکا در امان نخواهد بود. به عبارت بهتر، ماندن خودروسازان خارجی در ایران پس از پایان ضرب‌الاجل آمریکایی‌ها (نیمه مرداد ماه)، آنها را در معرض جرایم مختلف از سوی دولت آمریکا قرار خواهد داد و از همین رو نرفتن‌شان ریسک بسیار بزرگی به‌شمار می‌رود. این ریسک به حدی بزرگ و خطرناک است که به فاصله کوتاهی از اعلام خروج آمریکا از برجام، برخی خودروسازان خارجی، رسمی و غیررسمی اعلام کردند در ایران نخواهند ماند.

اولین شرکتی که در این ماجرا پیشقدم شد، پژوی فرانسه بود، چه آنکه در بیانیه‌ای رسمی اعلام کرد به‌دلیل خروج آمریکا از برجام و بازگشت تحریم‌های مرتبط با صنعت خودرو، فعالیت‌هایش را (در ایران) تعلیق می‌کند. هرچند پژویی‌ها این را هم گفته‌اند که به‌دنبال اخذ معافیت از آمریکا برای ماندن در ایران هستند، با این حال بسیار بعید به‌نظر می‌رسد حتی در صورت گرفتن مجوز مورد نظر، به سرمایه‌گذاری مستقیم (در ایران) ادامه داده و به مفاد قرارداد خود با ایران‌خودرو پایبند بمانند.

اگرچه خروج پژو از ایران با وجود نداشتن بازار در آمریکا تعجب‌آور بود، اما در ادامه مشخص شد خودروساز فرانسوی در نتیجه تهدیدات سفت و سخت آمریکایی‌ها تصمیم به رفتن، آن هم به این زودی گرفته است. در واقع دلیل اصلی موضع ناگهانی پژوسیتروئن مبنی بر ترک ایران، تهدیدات رعب‌آور آمریکا علیه این گروه خودروسازی بود، به نحوی که پژو می‌ترسید فعالیت‌های جهانی‌اش به واسطه تحریم‌ها و جرایم دولت آمریکا مختل شود. گفته می‌شود آمریکایی‌ها پژوسیتروئن را تهدید کردند که در صورت ماندن در ایران، سیستم مالی جهانی را علیه این گروه خودروسازی متحد خواهند کرد. بنابراین اینکه پژو تصمیم گرفت ایران را با وجود نداشتن منافع خاصی در بازار آمریکا، ترک کند، ریشه در تهدیدات پشت پرده آمریکایی‌ها داشت.

به جز این خودروساز فرانسوی، هیوندایی موتورز کره جنوبی نیز تا اواسط مرداد امسال ایران را ترک خواهد کرد تا دومین خودروساز بی‌وفای پسابرجامی لقب بگیرد. هیوندایی منافع قابل‌توجهی در بازار آمریکا دارد، بنابراین از همان ابتدای خروج این کشور از برجام و بازگشت تحریم‌ها، کاملاً مشخص بود این خودروساز معتبر دنیا نیز چمدان‌هایش را می‌بندد و می‌رود. این ماجرا همچنین برای شرکت‌هایی مانند فولکس واگن و کیا موتورز و حتی برخی برندهای چینی حاضر در ایران نیز قابل تکرار است و هیچ بعید نیست آنها هم به تبعیت از سیاست‌های دولت ایالات‌متحده آمریکا و از بیم جرایم مالی و معنوی این کشور، رفتن را بر ماندن ترجیح دهند.

قیمت‌گذاری ارز حاصل از صادرات، چالش جدید واردکنندگان خودرو

همزمان با تشریح سیاست‌های دولت در خصوص نحوه تأمین ارز کالاهای وارداتی، واردکنندگان خودرو بیش از گذشته نگران ادامه فعالیت هستند چرا که بر اساس شنیده‌ها، ارز واردات خودرو تنها از محل ارز حاصل از صادرات تأمین خواهد شد که سازوکار تعیین قیمت این ارز نیز همچنان در ابهام قرار دارد. به گزارش «عصرخودرو»، به گفته مسئولان بانک مرکزی و سازمان توسعه تجارت، سه راهکار برای تأمین ارز کالاهای وارداتی وجود خواهد داشت که راهکار دوم شامل فروش ارز حاصل از صادرات فرآورده‌های نفتی، پتروشیمی و اقلام معدنی فلزی است که در سامانه نیما فروخته می‌شود که در فاز نخست حدود ۷۰ درصد صادرات غیرنفتی را پوشش می‌دهد و تا سقف ۸۰ درصد قابل افزایش عنوان شده است. در ماده یک بخشنامه‌ای که در تاریخ ۲۲ اردیبهشت‌ماه از سوی معاون اول رئیس‌جمهوری ابلاغ شده است، ۹۵درصد ارز ناشی از صادرات کالاها باید در یکی از چهار روش واردات در مقابل صادرات، پرداخت بدهی ارزی خود، فروش ارز به بانک‌ها و صرافی‌های مجاز و سپرده‌گذاری ارزی نزد بانک‌ها یا ترکیبی از آنها در چرخه اقتصادی کشور به کار گرفته شود. اما با این وجود، واردکنندگان معتقدند تعیین قیمت این ارز تبدیل به چالشی شده چراکه ساز و کار آن هنوز تعریف نشده است.

مدیرعامل شرکت ستاره ایران نماینده انحصاری بنز در ایران در این گفت‌وگو با تأکید بر این‌که قیمت ارز صادراتی برای واردکنندگان خودرو هنوز در هاله‌ای از ابهام قرار دارد، گفت: هنوز قیمت نهایی این ارز و همچنین روند قیمت‌گذاری ارز حاصل از صادرات و انجام آن احراز نشده و مکانیزم پرابهام است. غلامرضا رزازی افزود: واردکنندگان درگیر این موضوع، هنوز از روند کار اطلاع درستی ندارند و لازم است سازوکاری با هدف جلوگیری از سوءاستفاده در این زمینه تعریف شود.

وی با بیان این‌که هرچند روند ثبت درخواست‌ها اعلام شده اما هنوز قیمت مشخصی برای ارز حاصل از صادرات و فروش آن به واردکننده تعریف نشده است، تصریح کرد: شنیده‌ها حاکی از آن است که این قیمت از طریق چانه‌زنی با واردکننده و توافق دوطرفه تعیین خواهد شد که این رویه، چندان جالب به نظر نمی‌رسد چراکه کمبود عرضه امکان غیرواقعی بودن ارزها را تا اندازه زیادی به وجود می‌آورد.

مدیرعامل شرکت ستاره ایران ادامه داد: در حال حاضر این نگرانی وجود دارد که هنوز رویه مشخصی برای تعدادی از خودروها که بدون انتقال ارز و با سیستم قبلی وارد کشور شده، تعریف نشده و این در حالی است که پرداخت‌ها با ارز آزاد و روند واردات نیز پیش از مصوبات جدید انجام شده که لازم است این فرآیند دوباره طی شود درحالی‌که پرداخت‌ها انجام شده و ارزی مورد نیاز نیست هرچند که گفته می‌شود در حال پیش‌بینی راهکاری هستند که واردات خودروهایی که پیش از این انجام شده، بدون انتقال ارز میسر باشد.

رزازی بر تعیین هرچه سریع‌تر شرایط نرخ ارزگذاری ارزها تأکید و اظهار کرد: هم‌اکنون قیمت ارز حاصل از صادرات بر اساس عرضه و تقاضا مشخص می‌شود و از آنجا که این عرضه به‌طور قطع در مقاطع مختلف نوسان خواهد داشت، این کار به لحاظ حساب و کتاب امری دشوار است زیرا ارزی نیست که امکان برنامه‌ریزی بر روی آن وجود داشته باشد و در عین حال نیز تجربه‌ای در این زمینه وجود ندارد.

وی اختصاص ارز حاصل از صادرات به واردکنندگان خودرو را دنیایی پر از ابهام اعلام و تصریح کرد: این‌که چه حجمی از واردات از محل این ارز اختصاص می‌یابد و آیا با عرضه تناسب خواهد داشت یا خیر از نگرانی‌های عمده در این زمینه است، چراکه به‌طور قطع قیمت این ارز به بالانس عرضه و تقاضا بستگی دارد و این در حالی است که این نگرانی وجود دارد که شرایط ناپایدار فعلی، شرایط و تصمیم‌گیری‌های اقتصادی را تحت تأثیر قرار دهد.

اخبار

لزوم تشکیل کمیته حمایتی جهت پرداخت خسارت‌های قطعه‌سازان

عضو انجمن قطعه‌سازان در خصوص وضعیت قطعه‌سازانی که در قراردادهای جوینت‌ونچر مشارکت دارند اظهار داشت که از میان تقریباً ۱۰۰ شرکت قطعه‌ساز داوطلب، حدود ۷۰ شرکت موفق به اخذ قرارداد برای مشارکت در قراردادهای جوینت‌ونچر شدند و نقشه‌های طراحی و ساخت قالب‌ها را دریافت کرده و شروع به سرمایه‌گذاری‌های کلان در این بخش کردند. رضا رضایی در گفت‌وگو با خبر خودرو افزود: بخش عمده قالب‌های خودرو ۳۰۱ ساخته شد و ۴۰ درصد توافق اولیه داخلی‌سازی این خودرو انجام گرفت و قرار بود از ابتدای سال ۲۰۱۹ این خودرو به تولید انبوه برسد، همچنین بخشی از قطعات خودروهای ۲۰۰۸ و ۲۰۸ نیز ساخته شد. وی تأکید کرد: در دنیا روال بر این است که در چنین شرایطی خودروسازان هزینه قالب‌ها و ابزارآلات خاص قطعه‌سازان را تقبل می‌کنند اما متأسفانه این اتفاق در کشور رخ نداد و با وجود همه مشکلات کلیه هزینه‌ها توسط قطعه‌سازان تأمین شد. رضایی با اشاره به لزوم تشکیل کمیته حمایتی برای دریافت خسارت‌ها توسط قطعه‌سازان، تأکید کرد: برای جبران زیان‌هایی که به قطعه‌سازان وارد شده است و برای کمک به قطعه‌سازان جهت رفع مشکلات اقتصادی باید کمیته حمایتی تشکیل شود تا قطعه‌سازان بتوانند مطالبات خود را طبق آنچه گفته می‌شود در قراردادها قید شده است دریافت کنند و بتوانند پس از تحریم‌ها باز هم روی پای خود بایستند. وی تأکید کرد: چنانچه کلیه شرکت‌های خارجی از ایران خارج شوند این بار به پشتوانه انتقال دانش و کسب مهارت‌های لازم توسط مهندسین همچنین فناوری روز قطعه‌سازی‌ها، نسبت به دوره قبل تحریم‌ها توانمندی قطعه‌سازان بیشتر است، به‌طوری‌که توانمندی تولید خودروهایی که قطعات عمده آنها ساخته شده است مانند پژو ۳۰۱ و همچنین خودروهایی مانند دنا پلاس و پژو ۲۰۷ با کیفیت بهتر و قیمت مناسب‌تر وجود دارد. وی در پایان گفت: چنانچه هدف مشخصی تعریف و برنامه‌ریزی‌های لازم برای رسیدن به آن هدف انجام شود و تجهیزات لازم برای برنامه‌ها فراهم شود و همدلی بین گروه‌های مختلف وجود داشته باشد و خودروسازان مانند دوره قبل قطعه‌سازان را تنها نگذارند، این دوره تحریم‌ها با دوره قبل تفاوت زیادی خواهد داشت.

صدور ۳ هزار کارت بلیت یک‌ساله مترو برای خبرنگاران

معاون حمل و نقل ترافیک شهرداری تهران با بیان اینکه ۳ هزار کارت بلیت یک‌ساله مترو برای خبرنگاران صادر می‌شود، گفت کارت‌ها بدون مبلغ است و در هفته جاری تعیین‌تکلیف می‌شود.

به گزارش فارس، محسن پورسیدآقایی درخصوص صدور کارت بلیت یک‌ساله حمل و نقل خبرنگاران گفت: قرار بود کارت‌های مبلغ‌دار صادر کنیم اما عده‌ای اعتراض کردند که شاید برخی بخواهند کمتر از مبلغ یا برخی بخواهند بیشتر از مبلغی که قرار است کارت‌ها شارژ شوند استفاده کنند. وی با بیان اینکه قرار است کارت‌ها به صورت یک‌ساله و بدون مبلغ صادر می‌شود، گفت: در حال تغییر سیستم سخت‌افزاری و همچنین نرم‌افزاری کارت‌ها هستیم تا افراد از زمان صدور کارت به مدت یک‌سال هر چقدر خواستند از کارت استفاده کنند. معاون حمل و نقل ترافیک شهرداری تهران با اشاره به اینکه در هفته جاری اعلام می‌کنیم که کارت در چه زمانی صادر و خبرنگاران چگونه آن را دریافت کنند، گفت: زمان دقیق را نمی‌دانم اما در حال تغییرات هستیم چراکه قرار است این کارت‌ها در اتوبوس نیز کار کند. وی با تأکید بر این موضوع که این کارت‌ها در پارکومترها مورد استفاده قرار نمی‌گیرد، گفت: این کارت‌ها فقط برای اتوبوس و مترو در نظر گرفته شده است. وی در پاسخ به این پرسش که آیا به تمام خبرنگارانی که ثبت‌نام کردند و آرم طرح ترافیک دریافت نکرده‌اند کارت بلیت یک‌ساله تعلق می‌گیرد، گفت: ما سهمیه در نظر می‌گیریم و سهمیه را به رسانه‌ها اعلام می‌کنیم تا آنها خبرنگاران‌شان را معرفی کنند. معاون حمل و نقل ترافیک شهرداری تهران با بیان اینکه بیش از ۲ هزار آرم طرح ترافیک به خبرنگاران داده شده است، گفت: برای حدود ۳ هزار خبرنگار کارت بلیت یک‌ساله صادر می‌شود و با این کار تقریباً تمام خبرنگاران تحت پوشش قرار می‌گیرند.

اعطای وام ۸۰ درصدی جهت نوسازی ناوگان باری

مدیرکل راهداری و حمل‌ونقل جاده‌ای استان زنجان از اعطای وام ۸۰ درصدی قیمت خودرو به رانندگان جهت نوسازی ناوگان باری استان خبر داد. به گزارش پایگاه خبری وزارت راه و شهرسازی به نقل از روابط عمومی اداره کل راهداری و حمل‌ونقل جاده‌ای استان زنجان، ایرج دست‌نشان گفت: با توجه به ماده ۱۲ قانون رفع موانع تولید رقابت‌پذیر و اهمیت نوسازی ناوگان فرسوده کامیون‌ها و کشنده‌ها با سن بالاتر از ۳۵ سال نرخ نوسازی ناوگان با اعطای تسهیلاتی برابر ۸۰ درصد از قیمت خودرو اجرا می‌شود. مدیرکل راهداری و حمل‌ونقل جاده‌ای استان زنجان تصریح کرد: در این طرح کلیه اقدامات نوسازی از جمله اسقاط خودروی فرسوده، تولید خودرو، تأمین منابع مالی به منظور اعطای تسهیلات به متقاضیان شرکت در طرح و تحویل خودرو بر عهده سرمایه‌گذار (شرکت تولیدکننده خودرو) است. وی تأکید کرد: ناوگان فرسوده‌ای که دارای کارت هوشمند از سازمان راهداری و حمل‌ونقل جاده‌ای بوده و به استناد اطلاعات بارنامه‌های صادره در بانک‌های اطلاعاتی سازمان، کالا جابه‌جا کرده و حداقل یک سال قبل از نوسازی در شبکه حمل‌ونقل عمومی کالا فعالیت داشته است، مشمول این طرح است. وی با بیان اینکه میزان ۸۵درصد صرفه‌جویی سوخت سه ماه حدفاصل اسقاط ناوگان فرسوده و ابطال کارت سوخت تا جایگزینی ناوگان نو به عنوان پیش‌پرداخت به متقاضیان پرداخت می‌شود، گفت: سقف پرداخت مبلغ صرفه‌جویی معادل قیمت خودرو است که طی حداکثر هفت سال بر اساس پیمایش از سوی شرکت ملی نفت ایران پرداخت خواهد شد. به گفته دست‌نشان تسهیلات اعطا شده به متقاضیان توسط کارخانجات سازنده خودرو (سرمایه‌گذار) معادل ۸۰درصد قیمت خودرو تا سقف ۲میلیارد و ۲۰۰میلیون ریال برای کامیون‌های بالای ۲۶ تن و تا سقف ۲ میلیارد و ۴۰۰ میلیون ریال برای کامیون‌های ۱۹ تا ۲۶ تن و تا سقف ۲ میلیارد ریال برای کامیون‌های ۱۰ تا ۱۸ تن با نرخ سود (در حال حاضر) ۹درصد به متقاضیان شرکت در طرح تسهیلات پرداخت می‌شود و تاکنون ۹۹ دستگاه از ناوگان باری استان زنجان جهت نوسازی ثبت‌نام کرده و ۵۴ نفر از متقاضیان خودرو را دریافت کرده‌اند.

استارتاپ‌ها شامل معافیت مالیاتی ۱۰۰درصدی می‌شوند

مدیرعامل بیمه تأمین اجتماعی در زمینه رفع مشکلات مالیاتی برای کسب و کارهای نوپا خاطرنشان کرد: با توجه به توافق وزارت کار با وزارت ارتباطات، باید از طریق مجلس یا دولت، شمول معافیت‌های مالیاتی خدمات مولد را برای این نوع از کسب و کارهای نوپا و شرکت‌های استارتاپی گسترش دهیم تا مالیات صفر برای آنها در نظر گرفته شود. به گزارش افق نیوز، سیدتقی نوربخش مدیرعامل سازمان تأمین اجتماعی با اشاره به اقدامات جدیدی که در تسهیل امور کارفرمایان و بیمه‌شدگان تأمین اجتماعی اتفاق افتاده است، اظهار کرد: بنگاه‌هایی که تولیدی داخلی دارند، به ازای هر دو نفری که مشغول به کار کنند، یک نفر از معافیت پرداخت حق بیمه برخوردار خواهد شد.

دریچه

درس‌هایی که باید از استارتاپ شکست‌خورده آموخت

گفته می‌شود که شکست پیش‌نیاز موفقیت است ولی تفاوت کارآفرینان بزرگ که خود را از نابودی شکست نجات می‌دهند و افراد عادی که از بین می‌روند در چیست؟

هیچ کارآفرینی تمایل ندارد در کسب‌وکار رو به نابودی فعالیت کند. متأسفانه خطر شکست در کمین همه استارتاپ‌ها است. مدیران باید با کسب آگاهی از نشانه‌های زوال کسب و کار و اشتباهات متداول کارآفرینان، در موقعیت‌های مشابه تصمیم‌های خردمندانه‌تری بگیرند.

افت شاخص‌های کسب‌وکار به معنای تمام شدن کار نیست. در چنین شرایطی باید تمرکز کنید و دنبال دلایل اصلی آن بگردید. اگر نتوانید با ذهن باز ریشه‌های اصلی مشکلات را شناسایی کنید، تلاش‌های شما مانند دست و پا زدن بی‌هدف شناگران مبتدی بی‌نتیجه خواهد بود. در صحبت از کسب‌وکار همواره ظاهر خوش آن نمایش داده می‌شود و کمتر کسی تمایل دارد از مشکلات پیش‌رو سخنی به میان آورد. در ادامه به مواردی از مهم‌ترین درس‌هایی که باید از استارتاپ‌های شکست خورده گرفت اشاره می‌کنیم.

۱- از افراد مناسب مشورت بگیرید

کسب مشورت از نخستین لحظات تصمیم‌گیری برای فعالیت آغاز می‌شود. با تقلید کورکورانه نمی‌توان راه به جایی برد ولی ضمن پیروی از مسیر خود، باید از افراد صالح و معتبر مشورت بگیرید. مشورت در همه مراحل فعالیت از راه‌اندازی تا اداره آن، حتی در کسب و کارهای موفق نیز ضروری است. برای این‌کار بهتر است ابتدا به مشاوران مالی، وکلا و فعالان تجاری مراجعه کنید.

به کمک مشاوران مالی می‌توانید وضعیت اقتصادی کسب‌وکار خود را بهتر تحلیل کنید. وکیل‌ها به شما کمک می‌کنند چارچوب‌های فعالیت خود را استوارتر بنا کنید و در آینده با مشکلات حقوقی مواجه نشوید. بدون شک تجربه افراد فعال در فضای کارآفرینی نیز بسیار ارزشمند است.

۲- برای بدترین شرایط آماده باشید

تقریباً هیچ فعالیتی دقیقا طبق برنامه‌ریزی نظری پیش نمی‌رود. کارآفرینان همواره با مشکلات پیش‌بینی‌نشده‌ای مانند عادت‌های غلط مشتریان، سرقت، بلایای طبیعی، خرابی تجهیزات و... مواجه هستند.

از آنجا که نمی‌توان همه چیز را تحت کنترل گرفت، باید برای رویارویی با بدترین اتفاقات آماده شد. آیا در صورت از کار افتادن تجهیزات سیستم جایگزینی در نظر دارید؟ اگر تأمین‌کنندگان مواد اولیه دست به اعتصاب بزنند، چرخ تولید شما در گروی شفقت آنان خواهد بود؟

کارآفرینان باید در مراحل راه‌اندازی کسب‌وکار همواره به گردش سرمایه اهمیت بدهند. اگر دچار بحران مالی شدید، پس‌انداز یا حساب معتبری برای مرتفع کردن مشکل دارید؟ گاهی اگر سرمایه به‌موقع وجود نداشته باشد، ضررهای جبران‌ناپذیری به کسب‌وکار وارد می‌شود.

در بعضی موارد کالا یا خدماتی که ارائه می‌دهید از رده خارج می‌شوند یا استراتژی‌های بازاریابی که استفاده می‌کنید؛ دیگر مشتری جدیدی جذب نمی‌کنند. برای چنین شرایطی باید طرح کسب و کار مناسبی داشت و با استراتژی مناسب تهدیدها را به فرصت تبدیل کرد.

۳- انکار واقعیت باعث بدتر شدن شرایط می‌شود

در مواقعی که شاخص‌های کسب و کار روند نزولی طی می‌کنند، انکار بحران نه‌تنها مشکلی را حل نمی‌کند بلکه باعث از دست رفتن فرصت‌های جبران می‌شود. باید واقعیت را قبول کنید و بدون تعصب دنبال دلایل اصلی و راه‌حل‌های در دسترس باشید. هر چه سریع‌تر به رفع مشکلات اقدام کنید؛ شانس بیشتری برای نجات کسب و کارتان خواهید داشت.

۴- اشتباهات خود را تکرار نکنید

شاید زمانی ایده‌های شکست‌خورده بسیاری را دنبال کرده باشید. زودتر از موعد فعالیت خود را گسترش داده و با شکست مواجه شده‌اید یا بخشی از حوزه‌های فعالیت را از دست داده‌اید. برای بازگشت به دوران سابق باید پا روی غرورتان بگذارید و از کارهای کوچک‌تر شروع کنید.

تا زمانی‌که به اشتباهات خود معترف نباشید، همواره آنها را در شکل‌های مختلف تکرار خواهید کرد. اگر به مرز ورشکستگی رسیده‌اید ناامید نشوید. به قول معروف «در بن‌بست هم راه آسمان باز است». فرآیندهای غیر ضروری و دست‌وپاگیر را حذف کنید. لیستی از نقاط قوت خود تهیه کنید و از هر کسی که می‌تواند کمکی به شما بکند کمک بگیرید.

۵- امید خود را از دست ندهید

مهم‌ترین درسی که از فعالیت‌های شکست‌خورده می‌توان گرفت امیدواری است. اگر به زندگی هر یک از بزرگان کسب و کار نگاهی بیندازید، همه آنها با انواع شکست‌ها و مشکلات بزرگ روبه‌رو بوده‌اند. اگر آنها با اولین شکست ناامید می‌شدند، امروز شاهد بسیاری از برندهای بزرگ نبودیم.

اجازه ندهید شایعات مربوط به تحریم و رکود اراده شما را سست کند. اگر کارمندی را کنار گذاشته و به مسیر کارآفرینی روی آورده‌اید، پس حتماً به قدرت خودتان ایمان داشته‌اید. هیچ طاووسی بدون جور هندوستان به دست نیامده است.

منبع FORBES/zoomit

استارتاپ نقش مهمی در توسعه‌یافتگی جوامع پیشرفته دارد

عضو هیأت‌علمی پژوهشگاه پلیمر با اشاره به لزوم توسعه‌یافتن فضای کسب‌وکار، گفت تجربه استارتاپ در کشورهای توسعه‌یافته نتایج خوبی داشت و توانست نقش مهمی در توسعه‌یافتگی ایفا کند.

مسعود اسفنده، عضو هیأت‌علمی پژوهشگاه پلیمر در گفت‌وگو با پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان با اشاره به فقدان نیازسنجی در پذیرش دانشجو، گفت: امروزه کشور با مشکل تعدد دانشجو روبه‌رو نیست بلکه مسئله اصلی پراکندگی نامتوازن و نامناسب دانشجو است.

وی افزود: بسیاری از رشته‌های دانشگاهی به لحاظ شغلی در کشور اشباع شده‌اند، اما کماکان دانشگاه در حال پذیرش دانشجو است. این موضوع قطعا مشکلات بسیاری ازجمله فقدان شغل مناسب، برای کشور ایجاد کرده و خواهد کرد. از سوی دیگر، در برخی رشته‌ها که نوپا هستند و کشور زیرساخت لازم برای فعالیت در آنها را دارد، مسئله کمبود دانشجو، استاد و محقق وجود دارد. اسفنده ادامه داد: به دلیل پراکندگی نامناسب و عدم‌توجه به نیازهای موجود کشور، پذیرش دانشجو روند منطقی‌ای را طی نکرده و نمی‌کند. این روند دانشجو را به کارجو تبدیل کرده است؛ کارجوهایی که مهارت و توان عملی بالایی برای فعالیت در محیط‌های واقعی را ندارند.

محقق برجسته مهندسی پلیمر اضافه کرد: در این روند، دانشجو دولت را موظف به استخدام و تعریف شغل برای خود می‌داند؛ البته این ایراد بیش از آنکه به دانشجو وارد باشد، به سیستم آموزشی وارد است که دانشجو را با منطق پذیرش نکرده و آموزش نداده است تا پس از اتمام تحصیل به فردی موثر در اشتغال‌زایی و اقتصاد کشور تبدیل شود.

عضو هیأت‌علمی پژوهشگاه پلیمر گسترش فضای دانش‌بنیان را اقدام مناسب و راه‌حل خروج از مشکلات فعلی در عرصه‌های اقتصادی و اشتغالی دانست و اظهار داشت: کارهای خوبی انجام شده که به نتایج خوبی نیز منجر شده است، اما باید دانست این روند تنها زمانی پایدار خواهد بود که حمایت‌های موجود در حوزه دانش‌بنیان مستمر باشد. از سوی دیگر، دانشجو باید در طول تحصیل مهارت‌های لازم را کسب کند.

عزم جدی معاونت علمی و فناوری برای مشارکت در طرح‌های فناورانه

معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری گفت: معاونت علمی و فناوری برای مشارکت در طرح‌های فناورانه که می‌توانند نیازی از صنعت را تأمین کنند، آمادگی دارد و ضمن مشارکت مالی، تلاش می‌کند تا مسیر ورود این طرح‌ها به صنعت و بازار تجاری هموار شود.

به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، سورنا ستاری، در بازدید از پروژه‌های فناورانه مشترک جهاد دانشگاهی و معاونت علمی و فناوری با اشاره به آمادگی معاونت علمی و فناوری برای حمایت از تجاری‌سازی طرح‌های فناور دانشگاهی و پژوهشگاهی گفت: معاونت علمی و فناوری به‌طور کامل آمادگی دارد تا ضمن مشارکت در طرح‌های فناورانه که نیازی از صنعت را تأمین می‌کند، با ایجاد زیرساخت‌های لازم مسیر ورود این طرح‌ها به صنعت و بازار تجاری هموار شود. ستاری با اشاره به طرح‌های مشترک میان معاونت علمی و فناوری و جهاد دانشگاهی گفت: معاونت علمی ریاست جمهوری حساب مشترکی با جهاد دانشگاهی دارد که پروژه‌ها را با سهم ۵۰درصد برای هر یک از طرفین تأمین مالی می‌کند.

رئیس بنیاد ملی نخبگان با اشاره به در مسیر پیشرفت قرار داشتن این طرح‌ها افزود: خوشبختانه پس از حدود سه سال از شروع این کار مشترک، در حال حاضر پروژه‌های خوبی آماده تحویل به صنعت داریم.

ستاری با تأکید بر عزم جدی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری برای به نتیجه رسیدن این طرح‌ها و ایجاد زمینه بهره‌مندی از این دستاوردها در صنایع گفت: معاونت علمی و فناوری پشتیبانی و حمایت‌های خود از طرح‌های مشترک با جهاد دانشگاهی را به همان شکل گذشته و در بستر همکاری مشترک ادامه می‌دهد.

وی با تأکید بر اینکه با تزریق منابع مالی به دانشگاه‌ها و پژوهشگاه‌ها هیچ‌گاه نمی‌توانیم نتیجه‌بخش باشیم و باید زمینه ورود این فناوری‌ها به بازار و صنعت فراهم شود، اظهار کرد: در این مسیر ما نیازمند نهادهای واسطی هستیم که در جهت تولید فناوری حرکت کنند.

آخرین مهلت ثبت‌نام در اولین رویداد استارتاپ ویکند سلامت الکترونیک

اولین رویداد استارتاپ ویکند (Startup Weekend) سلامت الکترونیکی دانشکده مجازی دانشگاه علوم پزشکی تهران در تاریخ ۳ تا ۵ مرداد ۱۳۹۷ همزمان با روز ملی کارآفرینی در دانشکده مجازی دانشگاه علوم پزشکی تهران برگزار خواهد شد. این رویداد با هدف ترویج فرهنگ خلاقیت، کارتیمی و کارآفرینی، ایجاد محیط خلاقانه و کارآفرینانه میان نخبگان دانشگاهی برای پرورش روحیه کسب و کارهای نوین در زمینه سلامت الکترونیکی، شناسایی ایده‌های فناورانه برای توسعه کسب و کارهای نوپا در حوزه سلامت الکترونیکی برای کاهش هزینه‌های خدمات سلامت محور، گسترش عدالت و مدیریت بحران در بخش سلامت، استفاده از پتانسیل کسب و کارهای الکترونیکی سلامت برای ترویج خدمات سلامت و پیشگیری از بیماری‌ها و ایجاد ارتباط مؤثر بین تیم‌های کارآفرین و سرمایه‌گذاران علاقه مند برگزار خواهد شد.

الیزابت هولمز موسس شرکت ترانوس به اتهام شیادی دادگاهی می‌شود

دادستان‌های فدرال آمریکا اخیرا الیزابت هولمز، موسس ترانوس و رامش بالوانی، مدیر عملیات‌های این کمپانی را به خاطر کلاهبرداری از مشتریان و سرمایه‌گذاران به دادگاه احضار کرده‌اند و اعمال آنها را «توطئه‌ای سازمانی» خوانده‌اند که «سلامت و جان را به خطر انداخته است.»

به گزارش دیجیاتو، الیزابت هولمز هم‌اکنون از سمت خود به عنوان مدیرعامل ترانوس کناره گرفته است؛ شرکتی فعال در زمینه تست خون که زمانی ارزش بازاری معادل ۹ میلیارد دلار داشت و از محبوبیت زیادی در سیلیکون ولی برخوردار بود. در سال ۲۰۱۵ بود که شرایط برای ترانوس وخیم شد؛ زمانی‌که نشریه وال‌استریت ژورنال در مجموعه مقاله‌ای جنجال‌برانگیز فاش کرد که تکنولوژی تست خون این کمپانی حقیقت ندارد.

در پی این افشاگری، ترانوس مجبور به ابطال یا تصحیح نزدیک به یک میلیون تست خون شد و از آن زمان، به مثالی برای خطرات هایپ بیش از حد در سیلیکون ولی تبدیل شده است. در این بین، الیزابت هولمز که روزی خود را یک میلیاردر می‌دید، حالا آه در بساط ندارد.

هولمز و بالوانی هم‌اکنون با دو اتهام تلاش برای کلاهبرداری و ۹ اتهام کلاهبرداری مواجه هستند. این اتهامات می‌تواند به ۲۰ سال محکومیت در زندان و نیز پرداخت غرامت ۲۵۰ هزار دلاری به ازای هر کلاهبرداری منجر شود. در حال حاضر سرنوشت ترانوس دقیقا مشخص نیست، اما هولمز ۳۴ ساله در سمت رئیس هیأت مدیره باقی می‌ماند و دیوید تیلور، مشاور پیشین کمپانی نیز مدیرعاملی آن را عهده‌دار خواهد شد.

یادداشت

۷ گام تا ترویج نوآوری در سازمان

مترجم: طاهره منیری شریف
کارشناس ارشد MBA

برای کارآفرینان نوآوری در اولویت است. آنها می‌دانند در بازار جهانی جایی برای میانجی‌گری وجود ندارد. مشتریان، از شرکت‌های کوچک و بزرگ ارائه محصولات و خدماتی را انتظار دارند که ارزان‌تر، با کیفیت‌تر و هیجان‌انگیزتر باشد، اما چگونه می‌توان موج نوآوری را در سازمان به جریان انداخت؟

با اجرای هفت مرحله زیر می‌توانید به سازمانی نوآور تبدیل شوید:

۱. کسب و کارتان را با تفکر رو به جلو رهبری کنید

ترویج فرهنگ نوآوری، به کیفیت و نحوه رهبری مالک کسب و کار بستگی دارد. مدیران یا رهبران سازمان‌های خلاق باید در کارشان شور و شوق، نگاه مثبت و خوش‌بینانه، انگیزه واقعی، چشم‌انداز روشن و تفکر رو به جلو داشته باشند. رهبران باید متفکرانی شجاع و جسور باشند و به استقبال «تغییر» بروند. آنها در ترویج نوآوری نقش اصلی را ایفا می‌کنند.

۲. فرهنگ نوآوری ایجاد کنید

وقتی کارکنان انگیزه پیدا می‌کنند کارشان را بهتر انجام می‌دهند. تشویق می‌شوند؛ خارج از چارچوب فکر کنند و می‌توانند مرزهای محدود ذهن را درنوردند. البته برای شکوفایی تفکر خلاق باید به اندازه کافی استقلال داشته باشند. ایده‌پردازی کنند و به‌دنبال اجرا کردن ایده‌های‌شان باشند. درواقع اگر مدیریت محیطی باز و خلاق را فراهم کند، نوآوری هم به تدریج اتفاق می‌افتد. وقتی توفان فکری در کل سازمان جریان دارد، فرآیند غربال ایده‌ها و انتخاب بهترین ایده، سریع‌تر و کارآمدتر از زمانی رخ می‌دهد که فقط کارمندان کلیدی درگیر این فرآیند باشند. با ایجاد فرهنگ نوآوری در سازمان، قدرت را میان کارکنان‌تان تفویض کنید تا بتوانند خلاق و نوآور باشند.

۳. تیم‌های کارآمد بسازید

تیم‌هایی که عملکرد فوق‌العاده دارند در دنیای کسب و کار به الگو تبدیل می‌شوند. برای تشکیل تیم‌های کارآمد، نیازمندی‌های کلیدی وجود دارد که عبارتند از: وجود اعتماد بین اعضا، ساختار کارآمد تیم، اهداف شفاف، تلاش بی‌وقفه اعضا، باور به تحقق یافتن نتایج مطلوب در بلندمدت و... . باید امنیت و اعتماد در روابط بین اعضا موج بزند. همچنین در فضای همکاری تیم‌ها باید روابط صادقانه، صمیمانه و فارغ از تشریفات اداری وجود داشته باشد.

۴. به شکست‌ها جایزه بدهید

یکی از قوی‌ترین ابزارها برای ترویج نوآوری و خلاقیت کارکنان این است که آنها به رسمیت شناخته شوند. افراد می‌خواهند به رسمیت شناخته شوند و به خاطر نوآوری‌ها و ایده‌های‌شان پاداش بگیرند. این کار می‌تواند پیامدهای بسیار خوبی برای سازمان داشته باشد. یکی از دلایلی که کارمندان معمولاً ایده‌های خود را بیان نمی‌کنند، ترس از مورد استقبال قرار نگرفتن ایده‌شان است. آنها نمی‌خواهند اگر مشکلی پیش آمد مقصر محسوب شوند.

به‌عنوان رهبر یا مالک کسب و کارتان، اشتباهات را تحمل کنید و انتظار شکست را هم داشته باشید. به کارکنان‌تان به خاطر درس‌هایی که از شکست‌های‌شان می‌گیرند، جایزه دهید. به خاطر داشته باشید، ایده‌ها از همان ابتدای امر با موفقیت اجرا نمی‌شوند.

۵. رسیدگی به مشکلات مشتریان را جدی بگیرید

سازمان‌های خلاق کارمندان را تشویق می‌کنند تا مشکلات و شکایات مشتریان را پیگیری و در بخش خدمات مشتریان به آنها رسیدگی کنند. هر شکایت یا مشکل از جانب مشتریان، این فرصت را در اختیار سازمان قرار می‌دهد که توانمندی‌های واقعی خود را نشان دهد و بهبودهایی مشهود در طراحی محصول یا خدمتش اعمال کند. درس‌های فراگرفته شده از تجربه پاسخگویی به انتقادات یا شکایات مشتریان باید با هر یک از کارکنان سازمان به اشتراک گذاشته شود. این کار باعث می‌شود یادگیری اثربخش کارکنان در سازمان به حداکثر برسد.

۶. برای ارزیابی نوآوری در سازمان تان، معیار مناسب انتخاب کنید

کارآفرین‌ها از کجا می‌دانند که نوآور هستند؟ (معیار آنها برای تشخیص نوآوری چیست؟) شما و سازمان‌تان بخشی از اکوسیستم کسب‌وکار هستید که شامل رقبا، مشتریان و شرکای صنعت است. باید مطمئن شوید، تاکتیک‌ها و استراتژی‌های‌تان، شما را به جایگاه بالایی خواهند رساند. اگر در بازار جدید یا صنعت خود رهبر نیستید، باید راهنما و معیارهای مناسب انتخاب کنید. از معیارهای حیرت‌انگیزی که به جای ارزش واقعی سازمان، فقط احساس خوب در شما ایجاد می‌کنند پرهیز کنید.

۷. ساختار مدیریتی شرکت را مسطح کنید

ساختار مدیریتی شرکت‌های نوآور، مسطح و یکنواخت است (فارغ از سلسله‌مراتب و تشریفات اداری). در سازمان‌های نوآور فرصت‌هایی برای ارتباطات باز و تشویق اعتماد به نفس فراهم است. با این حال اگر ساختار مسطح مناسب فرهنگ شرکت شما نیست، راه جایگزین این است که رهبر نوآوری در شرکت داشته باشید که بتواند توجه مدیریت را به سمت ایده‌های عالی سوق دهد.

با استفاده از این هفت استراتژی، می‌توانید در سازمان خود نوآوری را به جریان بیندازید، آن را بسنجید، بهبود بخشید و مدیریت کنید. به این ترتیب جریان مستمری از نوآوری‌ها در سازمان‌تان ایجاد می‌شود.

منبع: entrepreneur/modirinfo

مهارت‌های لازم برای ایجاد نوآوری در کسب‌وکار

برای پیروزی در دنیای پررقابت کسب‌وکار حتما باید در کار خود نوآوری داشته باشید. سرعت رشد کسب‌وکارها در دنیای امروز بسیار بالاست و در هر لحظه ممکن است رقیب جدیدی برای کسب‌وکارتان پیدا شود. پس لازم است برای پیروزی در این دنیای پررقابت، نوآوری داشته باشید. نوآوری باعث رشد، توسعه و بقای کسب‌وکار شما می‌شود. به گزارش نوپانا، برای ایجاد نوآوری در کسب‌وکار خود باید دارای مهارت‌هایی باشید که در نوشتار زیر برخی از این مهارت‌ها را بررسی می‌کنیم.

پیاده‌سازی

همه ما می‌دانیم که داشتن ایده‌های خوب تا زمانی‌که آنها را عملی نکنید هیچ ارزشی ندارند. باید بتوانید ایده‌های خود را پیاده‌سازی کنید. برای این کار در ابتدا باید بهترین ایده را انتخاب کنید و سپس به دنبال راهی باشید تا این ایده را به یک محصول یا خدمت ارزشمند تبدیل کنید.

کنجکاوی

برای رسیدن به ایده‌های جدید لازم است به همه مسائل از زوایای متفاوتی نگاه کنید، درباره همه‌چیز سوال کنید و کنجکاو باشید. برای ایجاد نوآوری، دنیای اطراف خود را با دقت مشاهده کنید و به سادگی از کنار مسائل مختلف عبور نکنید.

مشاهده

برای اینکه فرد نوآوری باشید باید دنیای اطراف خود را خوب مشاهده کنید. برای مثال با مشاهده زندگی اطرافیان ممکن است ایده‌ای برای بهترشدن زندگی آنها به ذهن شما برسد یا با مشاهده یک نوآوری در کسب‌وکار دیگر، جرقه‌ای در ذهن شما ایجاد شود.

فناوری

برای ایجاد نوآوری در کسب‌وکار خود قطعا باید از فناوری‌های مختلف استفاده کنید. فناوری‌ها مدام در حال تغییر و پیشرفت هستند پس برای پیداکردن مهارت در فناوری‌های مختلف لازم است زمان زیادی برای آنها بگذارید.

همکاری

با داشتن مهارت همکاری می‌توانید تیم‌های قوی تشکیل دهید و با افراد مختلفی از سراسر دنیا در ارتباط باشید. با متصل‌شدن به افراد و صنایع گوناگون در دنیا، فرصت‌های خوبی برای رشد کسب‌وکار و موفقیت پیدا می‌کنید.

پارک‌های علم و فناوری؛ جدال در خط مقدم جبهه نوآوری

پارک‌های علم و فناوری شرایط مناسبی برای تحقق نوآوری‌های محققان فراهم می‌کنند ولی در عین حال با مشکلات فراوان در حوزه‌های مختلف روبه‌رو هستند.

به گزارش ایرنا، پارک‌های علم و فناوری محیط‌هایی مناسب برای استقرار شرکت‌های فناور کوچک و متوسط، واحدهای تحقیق و توسعه صنایع و موسسات پژوهشی هستند که در تعامل سازنده با یکدیگر و دانشگاه‌ها به فعالیت‌های فناوری اشتغال دارند.

مهم‌ترین فعالیت‌های پارک‌های علم و فناوری شامل بازارسنجی، ایده‌پردازی، پژوهش علمی، طراحی مهندسی، نمونه‌سازی، طراحی صنعتی، استانداردسازی، تدوین دانش فنی، ثبت مالکیت فکری، تجاری‌سازی، فروش و پشتیبانی‌های بعدی برای تحقق محصولات فناوری در عرصه تولید صنعتی همچنین عرضه سایر خدمات تخصصی است.

وزیر علوم، تحقیقات و فناوری و معاون پژوهش و فناوری وزیر علوم، بر اهمیت ارتباط روسای پارک‌ها با مدیران استانی و اطلاع از چالش‌های هر منطقه تأکید دارند.

دکتر منصور غلامی در نشستی با روسای پارک‌ها از آنها خواست علاوه بر اطلاع از چالش‌های استانی و چاره‌اندیشی برای حل آنها در قالب فناوری‌های جدید در پارک‌ها بتوانند حمایت‌ها را برای توسعه فضای کارآفرینی در پارک‌ها از مدیران جلب کنند.

بر پایه آمار وزارت علوم، اکنون ۱۹۰ مرکز رشد و ۴۳ پارک علم و فناوری در سراسر کشور وجود دارد و در این پارک‌ها ۴۴۰۰ شرکت مستقر و از این تعداد ۳۷۰۰ شرکت دانش‌بنیان، همچنین ۴ هزار و ۷۱۶ واحد فناور در پارک‌های علم و فناوری و مراکز رشد مستقر هستند.

از دیگر سو نگاهی به قانون بودجه سال ۹۷، نشان از سعی جدی دولت در توسعه اقتصاد دانش‌بنیان و اشتغال‌زایی پایدار به ویژه برای دانش‌آموختگان از راه توجه ویژه به بودجه پارک‌های علم و فناوری به عنوان یکی از ساختارهای توسعه اقتصاد دانش‌بنیان دارد.

تبلیغات نوین

BRAND

تکنیک‌های تازه تبلیغاتی برای نفوذ بیشتر در مصرف‌کنندگان

مترجم: علی اکبری

به‌خاطر افزایش میزان استفاده کاربران از نرم‌افزارهای مسدودسازی تبلیغات آنلاین و DVR، شرکت‌های تبلیغاتی دسترسی به مصرف‌کنندگان را از هر زمانی سخت‌تر می‌یابند. در اینجا چند تاکتیک ارائه شده است که از سوی برندهای مختلفی که قصد تأثیرگذاری بیشتر محتوا را دارند اجرا شده است.

هری لی، شهروند ۲۶ ساله اهل آتلانتا، در چند ماه اخیر، ۱۰ فصل از سریال دوستان (Friends) را با نت‌فلیکس دیده است. او در ازای استفاده از خدمات تلویزیون کابلی، هیچ هزینه‌ای پرداخت نمی‌کند، اما برنامه‌های تلویزیونی مورد علاقه‌اش را با نسخه‌های استریم دزدی آنلاین تماشا می‌کند. او حتی در این شرایط هم از دسترس شرکت‌های تبلیغاتی خارج است. نرم‌افزار مسدودساز تبلیغاتی که روی لپ‌تاپش نصب کرده است، بسیاری از این آگهی‌های تبلیغاتی را مسدود می‌کند. آقای لی می‌گوید: ترجیح می‌دهم به‌جای دیدن تبلیغات، برنامه‌ای ۴۰ دقیقه‌ای را یکباره تماشا کنم. ۱۸ دقیقه تبلیغات اصلا خوشایند نیست. از آنجایی که این هفته اهالی صنعت بازاریابی از اقصی نقاط جهان در فستیوال تبلیغاتی کن دورهم جمع می‌شوند، اولین نکته‌ای که به ذهن می‌رسد این است که هرروز جلب توجه مصرف‌کنندگان سخت‌تر شده و تقریبا تمامی ابزارهای رسانه‌ای به این وضعیت دچار شده‌اند. مردم از تبلیغات چاپی و تلویزیونی دوری می‌کنند. به‌خاطر توسعه و گسترش نرم‌افزارهای مسدودساز تبلیغات، دسترسی آنلاین به مصرف‌کنندگان به مراتب دشوارتر است.

نتیجتا شرکت‌ها به بازنویسی برنامه‌های بازاریابی خود همت گماشتند. برخی از این شرکت‌ها با هدف درک اینکه دقیقا مصرف‌کنندگان چه چیزی را می‌بینند و می‌خوانند، دست به ایجاد تمایز میان آگهی و محتوا زده‌اند. عده‌ای دیگر فعالیت خود را بر جمع‌آوری اطلاعات و هدف‌گذاری موقعیتی متمرکز کرده و اعتقاد دارند که مصرف‌کنندگان آگهی‌های مرتبط با خود را پذیرا هستند. شرکت پپسی به تازگی استودیوی ۱۲۰۰ متری را با هدف تولید انبوه محتوا احداث کرده است که حوزه کاری این استودیو از برنامه‌های واقعی تا فیلم‌های آنلاین را شامل می‌شود. اوایل سال جاری، هنگامی که یکی از کاراکترهای سریال «امپراتور» کمپانی فاکس، پیشنهاد قرارداد تأییدنامه‌ای را از سوی پپسی دریافت کرد، این استودیو نقش بزرگی در خط داستانی سریال از آن خود کرد. ایده این بود که برنامه‌های تبلیغاتی تا حد ممکن شکل و شمایل تبلیغات نداشته باشند، تا شاید بتوانند توجه مخاطبان را جلب کنند.

برد جِیکمن، مدیر گروه جهانی پپسی می‌گوید: «از تبلیغات بیش از حد با عنوان محتوای آلوده یاد می‌شود.» او اضافه کرد: «در حال حاضر باید محتوایی را تولید کنیم که مخاطب قصد و میل دیدن آن را داشته باشد.» تقریبا از ۲۴۰۰۰ مصرف‌کننده آمریکایی‌ای که سال قبل پرسشنامه تحقیقات بازار شرکت GfK MRI را پرکردند، بر این عقیده‌اند که «اکثر آگهی‌های تبلیغاتی آزاردهنده هستند». بنا بر تحقیقی که در ۲۸ کشور جهان صورت گرفت، ۸۴درصد از مردم بر این اعتقادند که در دنیای مجازی، وقفه‌های تبلیغات مجازی امری عادی هستند. در آمریکا ۱۰درصد از کاربران رایانه‌های شخصی برنامه‌های مسدودساز تبلیغات را نصب کرده‌اند و این موج در حال انتقال به کاربران تلفن‌های همراه است. لورا هندرسون، مدیر مالی محتوا و رسانه در شرکت بین‌المللی موندلز اینترنشنال می‌گوید: «مصرف‌کنندگان می‌توانند تبلیغات را به‌طور کل مسدود کنند.» این شرکت در حال حاضر مشغول تولید «مائده بهشتی» است، برنامه ویژه یک ساعته‌ای که آدامس جویدنی این شرکت را تبلیغ می‌کند. از دیگر برنامه‌های این شرکت حضور در تلویزیون‌های اینترنتی است. خانم هندرسون می‌گوید: «ما قصد داریم از یک شرکت خریدار رسانه، به یک تولیدکننده محتوا تبدیل شویم.» اطلاعات موندلز حاکی است که بازی تلفن همراه جاینت اسنک هفت میلیون بار دانلود شده و مردم به‌طور میانگین ۴۰ میلیون دقیقه صرف این نرم‌افزار کرده‌اند. بازاریابان به دلیل قابلیت هدف‌گیری دقیق‌تر مصرف‌کنندگان، به سوی تبلیغات دیجیتال جلب شده‌اند، اما به علت واکنش‌هایی که در خصوص کمیت و عدم اعتمادسازی بازاریابی دیجیتال وجود دارد و همچنین وجود نرم‌افزارهای مسدودساز تبلیغات، شرکت‌های تبلیغاتی باید راه‌های تازه‌ای را برای جلب توجه مخاطبان و مصرف‌کنندگان بیابند. شرکت اعلام کرد که تبلیغات بومی راهی مؤثر برای ایجاد تأثیر بیشتر بر کاربران تلفن‌های همراه است. در مورد تلویزیون باید گفت که تقریبا نیمی از خانه‌های آمریکایی به DVR مجهز هستند که تبلیغات تلویزیونی را مسدود می‌کند و همچنین خستگی و انزجار مصرف‌کنندگان از تبلیغات طولانی مدت، اصحاب رسانه را بر آن داشته تا طول مدت تبلیغات را کاهش دهند و دورهای تبلیغاتی ۳۰ ثانیه‌ای ایجاد کنند. برای مثال در آغاز برنامه «آخرشب‌ها با ست میرز» وُله ویدئویی فیلم «مکس دیوانه» پخش شد. در انتهای کلیپ، آوایی تبلیغاتی کارت‌های اعتباری امکس بلو را تبلیغ کرد.

تبلیغات بومی نسبت به تمامی اشکال تبلیغاتی دیگر، ۵۰درصد بیشتر تأثیر دارد.
- شان بلانکن‌شیپ، سرپرست بازاریابی گروه مشاور املاک کلدوِل بنکر

امکس بیان می‌دارد که با اجرای این کمپین، که شامل تبلیغات تلویزیونی هم بود، نسبت به زمان پیش از آن، میزان جست‌وجوها پیرامون کارت‌های اعتباری ۵۰درصد و میزان کاربری این کارت‌ها ۴۵درصد افزایش داشته است. برخی از بازاریابان برای تأثیر هرچه بیشتر بر مصرف‌کنندگان و افزایش میزان فروش کالا و خدمات خود، به استفاده از فناوری واقعیت مجازی روی آورده‌اند و برخی دیگر از همتایان آنها همچنان به استفاده از برنامه‌های هدف‌گیری مخاطب غول‌های رسانه‌ای همچون فیس‌بوک اصرار دارند. شرکت بلکین اینترنشنال که تولیدکننده مودم‌های وای‌فای خانگی و تجهیزات هوشمندسازی مسکن است، ویدئوهای تبلیغاتی خود را به افرادی نمایش می‌دهد که پروفایل‌شان در رسانه‌های مجازی گویای فعالیت آنها در حوزه خرده‌فروشی است.

هدف بلکین: بر صاحبان مشاغل خرده‌فروشی تأثیر بگذار، شرکت برای معرفی محصولات خود به مشتریان، به این افراد متکی است. شرکت جانسون و جانسون، با استفاده از ابزارهای تحلیل داده، درصدد یافتن این نکته است که چه زمانی و تحت چه شرایطی، مشتریان نسبت به آگهی‌های تبلیغاتی کنجکاو می‌شوند و دقیقا از شرکت چه انتظاراتی دارند. این شرکت به مدت چند سال به تازه‌مادران کالاهای کودک تولیدی خود را معرفی می‌کرد تا اینکه بالاخره در مرکز خرید آنلاین بیبی‌سنتر (که مختص فروش سیسمونی و کالای کودک است) متوجه شد مادران در هفته بیست و ششم بارداری سیسمونی کودک خود را خریداری می‌کنند. شرکت جانسون و جانسون در کمپین ضدآفتاب نیوتروژن سال قبل، بنرهای تبلیغاتی تلفن همراه خود را به هنگام بالابودن درصد اشعه فرابنفش منتشر می‌کرد. این آگهی‌ها، که عمدتا افراد نزدیک به سواحل را مورد تمرکز خود قرار داده بودند، در بین داستان‌های مد و زیبایی بسیاری از وب‌گاه‌ها منتشر می‌شدند. چیزی حدود ۶۰درصد کسانی که پرسشنامه شرکت را پر کردند، به خریدن محصولات ضدآفتاب تمایل داشتند. الیسون لوئیس، مدیر و سرپرست بازاریابی شرکت جانسون و جانسون، بیان داشت که به مدت چند دهه برنامه تبلیغاتی شرکت شامل دو آگهی ۳۰ ثانیه‌ای تلویزیونی، دو آگهی بیلبوردی و پنج بار آگهی چاپی در سال می‌شد. او افزود: «امروزه جهان این‌طور پیش نمی‌رود.»

منبع: wsj

۳ معیار حیاتی که باید هنگام تبلیغات در عصر کنونی به آنها توجه کنید

تبلیغات در سال ۲۰۱۸

مترجم: نیما جوادی

شما به عنوان رهبر یک تجارت که بر تولید سود و فروش آنلاین تمرکز دارد، باید با درک ویژگی‌های فضای دیجیتال و با استفاده از تبلیغات مناسب، بیشترین میزان بازگشت سرمایه ممکن را رقم بزنید.

الگوهای بازار در سال ۲۰۱۸، مانند افزایش ویدئوهای تبلیغاتی، شبکه‌های اجتماعی و محتوای تعاملی، همگی برای تجارت‌های آنلاین بسیار حیاتی خواهند بود.

به‌طور مشابه، پویایی الگوریتم جست‌وجو و بهینه‌سازی نرخ تبدیل بر نحوه یافتن برند شما و تعامل مشتری با آن مؤثر است.

شما با توجه به این فاکتورها، فرصت‌های جدیدی در فضای بازاریابی دیجیتال خواهید داشت و هم‌اکنون باید با زیرکی از آنها استفاده کنید. افرادی که در فضای قانونی از سایرین پیشی می‌گیرند و مایل به بهره‌برداری از الگوهای جدید هستند به‌طور طبیعی موفق‌تر نیز خواهند بود.

یک تجارت آنلاین چطور در برابر الگوها دوام خواهد آورد؟

به این مسئله فکر کنید: تجارت‌های آنلاین زیادی به دنبال بقا و موفقیت هستند. هر یک به دنبال جلب توجه قشر خاصی از کاربران اینترنت هستند و در نتیجه محیط تبلیغات روز به روز رقابتی‌تر خواهد شد.

ما در سطح جهان بیش از یک میلیارد وب‌سایت و وبلاگ داریم. در واقع، طبق گزارش استاتیستا (Statista)، فقط ۴۰۰ میلیون بلاگ در تامبلر (Tumblr) وجود دارد.

پس چطور برند خود را برای رقابت آماده کنیم؟ چطور مشتریان ثابتی برای کسب‌وکار خود به دست آوریم؟ به این استراتژی‌های توجه داشته باشید:

بازاریابی مجدد را از یاد نبرید

بازاریابی مجدد آنلاین، یک راه عالی برای کسب سود از تبلیغات آنلاین خواهد بود. روش کار بسیار ساده است: افرادی که در گذشته به وب‌سایت شما مراجعه کرده‌اند، دائما در وب‌سایت‌ها و شبکه‌های اجتماعی مختلف با تبلیغات شما مواجه خواهند شد. بازاریابی مجدد نرخ تبدیل و همچنین بازگشت سرمایه شما را نیز افزایش خواهد داد. طبق گفته کارشناس بازاریابی، جفری لنت (Jeffrey Lant): «شما باید در عرض ۱۸ ماه حداقل هفت بار با مشتری ارتباط برقرار کنید.»

به‌طور مشابه، بازاریابی مجدد باعث افزایش ارتباط تبلیغ و کاهش هزینه هر کلیک (CPC) خواهد شد و این در نهایت به نرخ کلیک و تبدیل بالاتر از یک تبلیغ عادی منتهی می‌شود. به همین دلیل پلتفرم‌های بزرگ تبلیغاتی معمولا بازاریابی مجدد را به کاربران خود پیشنهاد می‌کنند.

استفاده از بررسی‌های آنلاین مشتریان

راه دیگر بقا در فضای به شدت رقابتی دیجیتال، استفاده از بررسی برای تجارت آنلاین خود است.

طبق گزارش سرچ اینجین لند، ۸۸درصد مصرف‌کنندگان آنلاین به بررسی‌های آنلاین به اندازه پیشنهادهای شخصی اعتماد دارند. پس بررسی‌های آنلاین باعث جلب اعتماد مشتری، افزایش فروش و اعتبار و تبدیل آنلاین خواهند شد.

به‌طور مشابه، تجارت‌ها با کمک بررسی‌ها به درک بهتری از مشتری دست پیدا می‌کنند و این باعث تولید فرصت‌های بازاریابی جدیدی می‌شود. شما می‌توانید مشتری را تشویق به ثبت بررسی کنید. با این کار مشتریان احتمالی در عرض چند دقیقه بین تماس با شرکت یا جست‌وجو در سایر وب‌سایت‌ها، یک گزینه را انتخاب خواهند کرد.

و اکنون سه معیار مهم برای ارزیابی بازگشت سرمایه تبلیغات در سال ۲۰۱۸

بازاریابی دیجیتال در مقایسه با تبلیغات رادیویی، تلویزیونی و روزنامه، در ابعاد جدیدی قرار خواهد گرفت و اینجا، ظهور بازاریابی دیجیتال به نفع شماست، زیرا برخلاف مدل‌های بازاریابی سنتی، به

مخاطبان و دانش بیشتری دسترسی خواهید داشت.

این سه معیار مهم را برای سال ۲۰۱۸ به خاطر بسپارید

۱. CPM را برای کمپین‌های شناسایی و پرورش مشتری اندازه‌گیری کنید. CPM، یا «هزینه هر ۱۰۰۰ نمایش»، یک معیار تبلیغات بسیار مهم است که شما باید آن را جهت دنبال کردن بازگشت سرمایه تجارت آنلاین خود اندازه‌گیری کنید. طبق گفته فیس‌بوک، این معیار به‌طور معمول در صنعت تبلیغات آنلاین و برای اندازه‌گیری مقرون به صرفه بودن یک کمپین تبلیغاتی مورد استفاده قرار می‌گیرد. در اکثر موارد از آن برای مقایسه عملکرد میان کمپین‌ها و ناشران تبلیغاتی مختلف یک شرکت استفاده می‌شود.

شما برای اندازه‌گیری CPM، باید نمایش‌های به دست آمده از یک تبلیغ را تقسیم بر کل هزینه انجام شده کرده و سپس نتیجه را در ۱۰۰۰ ضرب کنید. بسته به اهداف تبلیغاتی شما، مانند آگاهی از برند در مقابل شناسایی و پرورش مشتری، CPM خام متفاوت خواهد بود.

تجارت‌هایی که به دنبال گسترش برند و آگاهی آنلاین کلی خود هستند، کاهش CPM کلی به آنها در افزایش دسترسی کلی کمک خواهد کرد.

۲. هزینه تهیه و دستیابی کمپین‌های آگاهی برند خود را اندازه‌گیری کنید. معیار بعدی که در درک و اندازه‌گیری بازگشت سرمایه یک تجارت مورد استفاده قرار می‌گیرد، هزینه تهیه و دستیابی است که باید با تولید درآمد مقایسه شود.

شما می‌توانید با پیاده‌سازی پیگیری تبدیل، هزینه تمام نقاط تماس مصرف‌کننده، شامل ثبت‌نام کاربر جدید، تماس‌های تلفنی، سؤالات مشتریان و فروش تجارت الکترونیک را زیر نظر داشته باشید. با اختصاص یک مقدار به هر مورد و درک پیامدهای درآمد، امکان استفاده از بخش‌های مفید کمپین‌های بازاریابی به صورت مؤثر، فراهم خواهم شد.

۳. ترافیک و هزینه‌های مشارکت را ارزیابی کنید. بسته به هدف نهایی تجارت، که احتمالا فروش یک محصول یا امضای یک قرارداد جدید است، درک هزینه ایجاد انگیزه تعامل با برند در مشتری بسیار مهم خواهد بود.

شما می‌توانید با اعداد به دست آمده، تأثیر هزینه انجام شده برای تبلیغات را ارزیابی و همچنین نقاط ضعف خود را شناسایی کنید. ارزیابی ترافیک وب‌سایت گام مهمی در این زمینه است.

ابزاری مانند الکسا (Alexa) به شمارش تعداد بازدیدکنندگان وب‌سایت کمک خواهد کرد. این ابزار نحوه کشف وب‌سایت شما و اعمالی را که پیش و پس از بازدید انجام شد تعیین می‌کند.

به‌طور مشابه، هزینه هر کلیک (CPC) و نرخ کلیک (CTR) به شدت در ارزیابی هزینه‌های آنلاین مفید هستند.

شما با تبلیغات CPC، قدرت تعیین مقدار دقیق هزینه شده برای هر کلیک در کمپین تبلیغاتی خود را به دست خواهید آورد. گرچه تعداد زیادی از شرکت‌ها بر CPC تمرکز دارند، ولی درک این شماره در مفهوم تبدیل‌ها یا تهیه و دستیابی‌های کلی مزیت بزرگی است. به علاوه، CTR، بر اساس تعداد نمایش‌ها، به شما در ارزیابی تعداد کلیک‌هایی که برای تبلیغات خود دریافت می‌کنید، کمک خواهد کرد. چنانچه CTR پایینی دارید، احتمالا باید طرح تبلیغاتی خود را تعویض کنید. شما با کمک این موارد از قدرت و تأثیر کلمات کلیدی و عملکرد تبلیغات خود آگاه خواهید شد.

نکته نهایی

به عنوان یک تجارت، یکی از مهم‌ترین فعالیت‌های شما ارزیابی بازگشت سرمایه است. شما به این ترتیب، متوجه نقاط ضعف و همچنین نقاط قوت کمپین‌ها و فعالیت‌های تبلیغاتی خود خواهید شد.

به‌طور مشابه، با نحوه تعامل مشتری با تجارت آشنا شده و از این اطلاعات برای طراحی استراتژی‌های بازاریابی و عملیاتی جدید استفاده خواهید کرد.

۱۰ شیوه بازاریابی محتوایی

رونق کسب‌وکار با بازاریابی محتوا

به قلم کاترین پالژوگ Business News Daily
مترجم: حمید پرهام‌پور
حق مالکیت عکس: Aysezgicmeli/Shutterstock

بازاریابی محتوایی شکلی از بازاریابی غیرمستقیم است که مبنای کار خود را شیوه جست‌وجو و به اشتراک‌گذاری اطلاعات در اینترنت توسط مردم قرار می‌دهد. در این نوع بازاریابی مطالب برخط که عموما به شکل نوشتاری، تصاویر یا ویدئوهای مرتبط با برند مورد نظر هستند تولید می‌شوند. بازاریابی محتوایی در زمره فروش‌های سخت و مستقیم (hard sell) قرار ندارد. در بازاریابی محتوایی هیچ‌گاه به مشتری مستقیما نمی‌گویید «این را بخر!». بلکه با نشر اطلاعاتی که مشتری به آن بها می‌دهد و برای او ارزشمند است، مشتری را با برند خود آشنا می‌سازید و او را جذب می‌کنید. این شیوه بازاریابی با موتورهای جست‌وجو نیز تناسخی ندارد و در نتیجه مشتری راحت‌تر شما را در فضای مجازی پیدا خواهد کرد.

در دنیای امروز که دنیای اینترنت است، بازاریابی محتوایی می‌تواند علاقه و توجه افراد را نسبت به برند شما برانگیزد، کسب‌وکار شما را نزد سایرین مطرح کند و با مشتریان حاضر یا بالقوه ارتباط شکل دهد. شما می‌توانید با استفاده از این ۱۰ شیوه بازاریابی محتوایی، راهبرد محتوایی اثربخشی برای خود تدوین کنید.

۱- اینفوگرافیک‌ها

اینفوگرافیک‌ها یا داده نگاشت‌ها اطلاعات و داده‌ها را به شکل تصویری ارائه می‌کنند. فلوچارت‌ها یا نمودارها نمونه‌هایی از داده‌نگاری هستند. معمولا اینفوگرافیک‌ها هم یک بخش نوشتاری دارند و هم یک بخش تصویری.

خواندن و فهمیدن اینفوگرافیک‌ها آسان است و همین موجب محبوبیت آنها شده است. از مزیت‌های دیگر اینفوگرافیک‌ها این است که می‌توان آنها را به سرعت لینک کرد یا به اشتراک گذاشت، چراکه اینفوگرافیک‌ها بسته‌های اطلاعاتی مستقل هستند که به شیوه‌هایی قابل ارائه هستند. شما می‌توانید مواردی نظیر نام شرکت، نام کاربری‌تان در شبکه‌های اجتماعی یا لینک وب‌سایت شرکت خود را در اینفوگرافیک‌های خود درج کنید تا کاربران علاقه‌مند از این طریق بتوانند در خصوص محتوای اینفوگرافیک‌ها اطلاعات بیشتری کسب کنند و مهم‌تر اینکه تبلیغی هم برای شرکت خود کرده‌اید.

کجاها از اینفوگرافیک‌ها استفاده کنیم: مطالب وبلاگ، شبکه‌های اجتماعی، صفحات وب، پست‌های مهمان، ایمیل.

۲- ویدئو

در بازاریابی محتوایی ویدئوها به‌عنوان یک آگهی تبلیغاتی یا تجاری ساخته نمی‌شوند، بلکه بیشتر مجالی هستند برای معرفی افرادی که شرکت را اداره می‌کنند و مشتری مستقیما با آنها آشنایی ندارد یا اینکه واسطه‌ای برای پاسخگویی به سوالات و نگرانی‌های مشتریان به‌طور مستقیم و موثق. وقتی ویدئوهایی بسازید که جنبه‌ای شخصی از کسب‌وکار شما را نشان می‌دهند، نه‌تنها به مشتریان‌تان مشاوره ارزشمند ارائه می‌کنید، به آگاهی و بینش آنها می‌افزایید و شاید لبخندی هم بر لب آنها می‌نشانید، بلکه به نوعی با آنها رابطه نیز برقرار می‌کنید. ویدئو دردسرها و مضرات محتوای متنی را ندارد و می‌توان آن را نیز به سادگی بازنشر داد.

کجاها از ویدئو استفاده کنیم: صفحات وب، مطالب وبلاگ، شبکه‌های اجتماعی، بسترهای ویدئویی (مانند یوتیوب)، ایمیل.

۳- اوراق سفید

اوراق سفید (white papers) به گزارش‌های معتبری اطلاق می‌شود که مسئله‌ای را تشریح کرده یا یک سری اطلاعات جامعی را ارائه می‌دهند. شما در رویکرد بازاریابی محتوایی خود می‌توانید با تولید اوراق سفید، در کنار پرداختن به سوالات و نگرانی‌های مشتریان و ارائه پاسخ‌های مفصل، خود را به‌عنوان یک متخصص مطرح سازید.

می‌توانید اوراق سفید را پیرامون هر موضوعی که با صنعت کسب‌وکار شما مرتبط است تدوین کنید. به‌خصوص در کسب‌وکارهایی که با حوزه‌های فنی‌تر سروکار دارند، اوراق سفید می‌توانند مفید واقع شوند، چراکه مجالی فراهم می‌کنند تا موضوعات مورد علاقه مخاطبان به‌صورت مفصل و جامع بررسی و بحث شوند.

کجاها از اوراق سفید استفاده کنیم: دانلودهای رایگان، بروشورهای برخط، صفحات وب، وب‌سایت‌های صنایع.

۴- موردپژوهی

موردپژوهی (case study) عبارت است از گزارشی مفصل با محوریت تجربیات فرد یا گروهی خاص که اغلب با تحقیق و ثبت تغییرات در طول زمان همراه است، اما موردپژوهی لزوما ماهیت خشک و فنی ندارد؛ معمولا بسیاری از موردپژوهی‌ها لحنی محاوره‌ای و الهام بخش دارند.

با استفاده از موردپژوهی در رویکرد بازاریابی محتوایی خود، به‌طور دقیق به مشکل‌گشا بودن محصولات و خدمات خود می‌پردازید و قادر خواهید بود تجربه مشتریان از کسب‌وکار خود را برجسته سازید.

کجاها از موردپژوهی استفاده کنیم: پست‌های مهمان، مطالب وبلاگ، دانلودهای رایگان، صفحات وب، ویدئو، ایمیل، شبکه‌های اجتماعی.

۵. بررسی محصول

وقتی می‌خواهید محصولی را با هدف بازاریابی محتوایی بررسی کنید، از محصولات خودتان انتخاب نکنید. شاید این‌طور به نظر برسد که دارید خودتبلیغی و تعریف از خود (self-promotion) می‌کنید، در صورتی که هدف بازاریابی محتوایی چیز دیگری است.

لذا در عوض محصولات کسب‌وکارهای مرتبط را بررسی کنید که احتمال می‌دهید مشتری ایده‌آل شما به آنها علاقه‌مند باشد. با نشر وبررسی محصولات مختلف، اطلاعات مفیدی به مخاطبان خود ارائه و میان مشتریان و برند خود اعتمادسازی می‌کنید. همچنین اصطلاحات جست‌وجوی (search terms) مرتبط به وب‌سایت خود اضافه می‌کنید و مشتریان با جست‌وجوی برخط راحت‌تر کسب‌وکار شما را پیدا می‌کنند.

کجاها از بررسی محصولات استفاده کنیم: شبکه‌های اجتماعی، مطالب وبلاگ، صفحات وب، ویدئو.

۶- مصاحبه

می توانید با افراد مختلفی مصاحبه انجام دهید، مثلا مشتریان وفادارتان، رهبران صنعت یا کارمندان خودتان. با نشر مصاحبه هم محتوای جالب در اختیار مخاطب قرار می‌دهید و هم یک جور حس ارتباط شخصی در او ایجاد می‌کنید.

اگر با یکی از مشتریان مصاحبه می‌کنید، به خاطر وفاداری‌شان آنها را پاداش دهید و به آنها نشان دهید که تجارب‌شان برای شما ارزشمند است. نشر دادن مصاحبه‌هایی که با کارمندان خودتان انجام شده باشد، به برند شما چهره و داستان شخصی می‌بخشد. همچنین مصاحبه کردن با رهبران صنعت خودتان باعث گسترش مخاطبان‌تان شده، بستری در اختیارتان قرار می‌دهد که شبکه خود را وسیع‌تر کنید و به شهرت شما می‌افزاید.

کجاها از مصاحبه استفاده کنیم: ایمیل، مطالب وبلاگ، ویدئو، شبکه‌های اجتماعی، پست‌های مهمان.

۷- چک لیست

تهیه و تدوین چک لیست ساده است و به سادگی هم می‌توان آن را بازنشر داد.

چک لیست‌ها را می‌توان حول هر موضوعی که به کسب‌وکار شما یا علایق مشتریان‌تان مرتبط می‌شود تدوین کرد. مخصوصا اگر چک لیست شما دستورالعمل‌های مشخصی به مشتریان‌تان ارائه کند که منجر به بهبود زندگی آنها بشود یا گرهی از مشکلات‌شان بگشاید، ارزش آن مضاعف خواهد بود. اگر چک لیست خود را به‌صورت گرافیکی درست کرده‌اید، بازنشر آن راحت‌تر خواهد بود و احتمال اینکه دست به دست بچرخد بیشتر است، پس حتما با درج نام شرکت، آدرس وب‌سایت و نام کاربری شبکه‌های اجتماعی خود آن را به نام خود برند بزنید.

کجاها از چک لیست استفاده کنیم: اینفوگرافیک‌ها، مطالب وبلاگ، صفحات وب، دانلودهای رایگان، ایمیل.

۸- تحقیق

با نوشتن شرح یک پژوهش یا نظرسنجی اطلاعات ارزشمندی را که مشتریان‌تان به آنها علاقه‌مند هستند به آنان عرضه می‌دارید، حال چه این پژوهش متعلق به خودتان باشد چه پژوهش فردی دیگر باشد. با نوشتن یا گفت‌وگو درباره پژوهش‌های جدید نه‌تنها خود را به‌عنوان یک متخصص مطرح می‌کنید، بلکه اصطلاحات جست‌وجوی ارزشمندی را به وب‌سایت یا شبکه‌های اجتماعی خود می‌افزایید و افرادی که به این پژوهش‌ها علاقه‌مند هستند به این وسیله قادر خواهند بود شما را پیدا کنند.

در صورتی که خودتان پژوهش را انجام داده‌اید، می‌توانید نتایج آن را در مجلات یا رسانه‌های دیگر انتشار دهید تا برندتان بیشتر در دید قرار بگیرد. اگر پژوهش متعلق به فرد دیگری است، همیشه منبع اصلی را لینک کنید و ارجاع دهید.

کجاها از پژوهش استفاده کنیم: مطالب وبلاگ، پست‌های مهمان، ویدئو، ایمیل، شبکه‌های اجتماعی، صفحات وب، بیوی شرکت (company bio)، بیانیه‌های مطبوعاتی.

۹- اخبار صنعت

با نشر اخبار صنعت می‌توانید در عین حال که تخصص و تناسب‌تان با صنعت بزرگ‌تر را به رخ می‌کشید، روی موضوعات باب روز تمرکز و از کنار آن مخاطب جذب کنید. وقتی اخبار روز را نشر می‌دهید، به‌عنوان منبع موثقی مطرح می‌شوید که مشتریان و سایر دست‌اندرکاران صنعت می‌توانند برای کسب اطلاعات به آن مراجعه کنند.

اخبار صنعت می‌تواند شامل رویدادهای پیش رو یا تغییرات و توسعه‌هایی باشد که در حوزه مربوط رخ داده است. همچنین می‌توانید تازه واردان به صنعت را معرفی کنید، مسائل باب روز نوظهور را مطرح کنید، یا اینکه در خصوص تاثیرات سیاست‌های دولت بر کسب‌وکار و مشتریان خود صحبت کنید.

کجاها از اخبار صنعت استفاده کنیم: ایمیل، صفحات وب، بیانیه‌های مطبوعاتی، ویدئو، شبکه‌های اجتماعی، مطالب وبلاگ.

۱۰- خبرنامه

خبرنامه (newsletter) بستر بسیار مناسبی برای بازاریابی محتوایی است، چرا که مستقیما به دست گروهی از مشتریان موجود یا بالقوه می‌رسد که به مطالب عنوان شده در آن علاقه دارند.

از آنجا که خبرنامه در اختیار عموم قرار نمی‌گیرد، منحصر به فرد جلوه و حس خاص بودن القا می‌کند. می‌توانید از این ویژگی کمک بگیرید تا افراد را تشویق به عضویت کنید و با به اشتراک‌گذاری محتوای اختصاصی و منحصر، اعضا را پاداش دهید. با این کار رابطه‌ای وفادارانه و توأم با اعتماد با مشترکان خود شکل خواهید داد و همزمان برند خود را در ذهن آنان نهادینه خواهید کرد.

کجاها از خبرنامه استفاده کنیم: ایمیل.

منبع: **businessnewsdaily**

بازاریابی نوین

با رعایت ۴ نکته نرخ کلیک در وب‌سایت خود را افزایش دهید

به قلم سامی کاراملا
مترجم: رضوان دریس‌پور

مجاب کردن مشتریان به کلیک کردن یکی از دشوارترین بخش‌های بازاریابی دیجیتال به شمار می‌رود. در واقع، نه‌تنها لازم است آنچنان در افراد علاقه ایجاد کنید که به برند شما اعتماد کنند، لازم است برای تکرار این اتفاق در آینده به توزیع محصولات به شکل مطابق انتظار بپردازید. در صورتی که مشتریان شما شانس کسب اطلاعات درباره محصولات و خدمات شما را نداشته باشند، کیفیت محصولات و خدمات شما اهمیتی نخواهد داشت. حفظ نرخ بالای کلیک هدفی مهم در حوزه بازاریابی محسوب می‌شود. در اینجا چهار نکته را برای دستیابی به چنین نرخ بالایی به شما آموزش می‌دهیم.

۱. کسب آگاهی درباره مشتریان

مشتریان هسته کسب‌وکار شما به شمار می‌روند. در صورتی که هدف افزایش فروش را در ذهن می‌پرورانید، لازم است اطلاع کسب کنید که مشتریان مورد نظر در جست‌وجوی چه چیزی هستند و چگونه می‌توان توجه آنها را به خود جلب کرد. به بیان دان دایکسترا، مدیر بازاریابی دیجیتال کمبایند اینشورنس که شرکت چاپ شرکت مادر آن به شمار می‌رود، آگاهی یافتن نسبت به مشتریان و آنچه به آنها عرضه می‌کنید، نقطه آغاز فرآیند افزایش نرخ کلیک محسوب می‌شود. اگر از نیازهای مشتریان و نحوه جست‌وجوی آنها اطلاع دقیق داشته باشید، می‌توانید تبلیغاتی با کیفیت‌تر و مطابق نیازهای آنها را طراحی کنید. در عصری که سفارشی‌سازی‌های انبوه امری بسیار رایج به شمار می‌رود، کاربران انتظار دارند با پاسخ‌هایی مواجه شوند که دقیقا با پرسش‌های مدنظر آنها مطابقت دارند – آنها نحوه جست‌وجوی خود را به منظور به حداکثر رساندن شانس دستیابی به نتیجه صحیح تغییر نمی‌دهند.

بررسی کنید که مشتریان شما زمان خود را صرف چه بخش‌هایی می‌کنند و از نوع تبلیغات مورد علاقه آنها آگاهی کسب کنید. به عنوان مثال، اگر مشتریان شما مدام فیس‌بوک را چک می‌کنند، تبلیغاتی را همراه با لینکی تعاملی در فیس‌بوک قرار دهید تا آنها برای سر زدن به سایت شما مجاب شوند. بنابراین، هر جا آنها هستند حاضر شوید و مطابق نیازمندی‌های آنها به عرضه محصولات خود بپردازید.

۲. جاذبه بصری وب‌سایت خود را بالا ببرید

توجه مشتریان اغلب توسط جلوه‌های بصری، همچون طرح‌های رنگی یا تصاویر جذاب جلب می‌شود. به کارگیری جلوه‌های بصری تاکتیکی مهم در حوزه بازاریابی دیجیتال است که تحقیقات و آزمایش لازمه آن است. برای ساخت تبلیغات دارای جاذبه بصری شیوه‌های متعددی وجود دارد. به عنوان مثال، ایسکرا اوتیموا، متخصص بهینه‌سازی موتورهای جست‌وجو و بازاریابی، توصیه می‌کند از رهنمون‌های بصری یا خطوط گرافیکی که به شکل طبیعی چشم افراد را به دکمه یا لینکی که قصد دارید بر آنها کلیک کنند هدایت می‌کنند، استفاده کنید.

اوتیموا معتقد است که این جاذبه بصری ممکن است در قالب یک خط گرافیکی ساده یا تصویر فردی که نگاهش را در جهت دکمه مورد نظر دوخته است، باشد. تصور کنید در خیابان قدم می‌زنید و ناگهان متوجه می‌شوید ۱۰ نفر همزمان به یک جهت چشم دوخته‌اند. آیا شما هم ترغیب نمی‌شوید به همان جهت چشم بدوزید؟ این غریزه در مورد وب‌سایت‌ها نیز کارکرد مشابهی دارد. وی همچنین پیشنهاد می‌دهد برای بخشیدن جلوه بیشتر، از رنگ متفاوتی برای این دکمه‌ها استفاده شود. بدین شکل، مشتریان در جست‌وجوی عبارات فراخوانی برای اقدام (سی‌تی‌ای) نخواهند بود؛ آنها خود به خود جذب شده‌اند. کریس پانتین، مالک و ناشر Creating A Website Today اضافه می‌کند: از واضح بودن این دکمه‌ها اطمینان کسب کنید، به گونه‌ای که مشخص باشد آنها CTA در صفحه وب‌سایت شما هستند. هدف از این کار، قابل کلیک به نظر رسیدن دکمه‌ها و عدم پنهان شدن آنها در محتوای وب‌سایت آن هم به گونه‌ای است که از اینکه خوانندگان متوجه حضور آنها نشوند جلوگیری به عمل آید. احتمالا نخستین مرتبه این اقدام شما بی‌نقص نخواهد بود، اما مشکلی در این زمینه وجود ندارد. پانتین توصیه می‌کند با استفاده از آزمون A/B تأثیر رنگ‌ها و طراحی‌های گوناگون ارزیابی شود تا بتوان در زمینه تغییر آنها نتیجه‌گیری کرد.

۳. جملات و واژه‌های خود را بهبود بخشید

اگرچه ممکن است جلوه‌های بصری در ابتدا توجه مشتریان را جلب کنند، جملات و واژه‌های شما به همان اندازه تأثیرگذار هستند. اگر مشتریان جذب سخنان شما نشوند یا پیشنهادهای شما برای آنها ملال‌آور باشد، بدون هیچ تفکر مجددی از دنبال کردن مطالب شما صرف‌نظر می‌کنند. مطالب خود را به شیوه‌ای جذاب برای مشتریان و با استفاده از واژه‌های مرتبط و تأثیرگذار بنگارید. به بیان ندلینا پاپانوا، متخصص بازاریابی در آژانس ترجمه Asian Absolute، لازم است علاوه بر به کارگیری کلید واژه‌های خود در تبلیغات اطمینان کسب کنید که محتوای وب‌سایت شما جذاب و گیرا بوده و توجه مخاطبان را به خود جلب می‌کند. پاپانوا معتقد است اختصاص دادن زمانی به نوشتن تبلیغات مجاب‌کننده و جذاب شانس متقاعد کردن کاربران به کلیک کردن را افزایش می‌دهد. زمانی را به آنالیز اقدامات کسب‌وکارهای دیگر اختصاص دهید و سپس، به نگارش آنچه متمایز است بپردازید.

۴. فراخوانی برای اقدام را به شکل مشخصی به انجام برسانید

دکمه‌های CTA که اغلب روی وب‌سایت‌های تجاری و وب‌سایت‌های مقصد یافت می‌شوند، نوعی تاکتیک بازاریابی محسوب می‌شوند که تغییر دیدگاه مشتریان را به دنبال دارند. «همین امروز عضو وب‌سایت ما شوید»، «همین حالا رزرو کنید» و «رایگان امتحان کنید» نمونه‌هایی از عبارات CTA به شمار می‌روند. این عبارات سبب می‌شوند مشتریان بیش از پیش ترغیب به کلیک کردن شوند و به خرید محصولات یا خدمات یک برند بپردازند. به بیان رومن رابینویچ، مدیر سابق توسعه کسب‌وکار در موسسه بازاریابی اونتیج، زمانی را به کسب آگاهی درباره شخصیت جمعیت مخاطب خود اختصاص دهید و اطمینان کسب کنید که دکمه CTA مخاطبان شما را ترغیب به دانستن آنچه در پس دکمه است، می‌کند. در پس آن دکمه باید ادعایی جسورانه برای پاسخ دادن به پرسش‌های احتمالی مشتریان یا راهکاری برای مشکلی که مشتری با آن دست و پنجه نرم می‌کند، نهفته باشد.

فراموش نکنید همواره در مسیری که به مشتری قول داده‌اید پیش بروید و یا در غیر این صورت به اعتبار خود و اعتماد آنها به برند خود لطمه خواهید زد. محصولات خود را مطابق انتظار مشتری ارائه کنید؛ خواهید دید که به سرعت برق و باد مشتریانی وفادار جذب خواهید کرد.

منبع: **businessnewsdaily**

کلید

اسرار کارآفرینان جهان

۵ سؤالی که قبل از تغییر عادات باید از خود بپرسید

مترجم: علی اکبری

قبل از اینکه تصمیم بگیرید زودتر از خواب بیدار شوید یا یکباره رژیم غذایی خود را تغییر دهید، باید هدف این کار را از خودتان بپرسید تا بدانید دقیقا به‌دنبال چه هستید. در دنیایی که وسواس ارتقای شخصی بیداد می‌کند، یافتن دلیل برای تغییر عادات فردی چندان دشوار نیست. هرروز مقاله یا کتاب جدیدی با موضوع بهترین ساعت بیدار شدن از خواب، بهترین رژیم غذایی و کیفیت خواب منتشر می‌شود. اما برای هر فرد، رویکرد موفقیت‌آمیز منحصر به‌فرد است. اینکه فردی روتین خاصی را تجربه کرده و به موفقیت مدنظر خود دست پیدا کند، بدین معنا نیست که رویه مذکور برای شما نیز کارکردی باشد. پیش از آنکه برنامه غذایی خود را تغییر دهید یا اینکه تصمیم بگیرید دو ساعت زودتر از خواب بیدار شوید، بهتر آن است که سؤالات زیر را از خود بپرسید:

۱. هدف نهایی من چیست؟

هنگامی که دنیل دولینگ تمام وقت خود را به نویسندگی آزاد اختصاص داد، متوجه شد که نباید به سطوح انرژی‌اش اجازه دهد میزان کارکردش را تعریف کند. وی باید این کار را به شکلی متفاوت انجام دهد. در واقع باید جریان کاری‌اش، سطوح انرژی‌اش را تعریف کند. دولینگ برای نیل به این هدف سلسله‌ای از تغییرات را ایجاد کرد. این تغییرات عبارت بودند از ورزش صبحگاهی تا استراحت کردن در بازه‌های زمانی ۳۰ تا ۴۵ دقیقه‌ای حین کارکردن و خوردن صبحانه‌ای متشکل از چربی و پروتئین‌های سالم. پیش‌تر دولینگ کارش را با معده خالی شروع می‌کرد و هربار که از پشت میزش بلند می‌شد، سرش گیج می‌رفت و تعادلش را از دست می‌داد. دولینگ برای تمامی این تغییرات هدفی شفاف و مشخص داشت، وی می‌خواست ذهنش را هوشیار نگاه دارد تا بتواند خوب بنویسد. اگر او چنین هدف واضحی نداشت، احتمالا نمی‌توانست رویه جدیدش را به مدتی طولانی حفظ کند.

اگر باطنا دلیل تغییری را ندانید و هدف مشخصی در سر نداشته باشید، نهادینه کردن عادات جدید دشوار و احتمال رهاکردن این روند بسیار بیشتر است.

۲. در روال کاری من، کار نکردن دقیقا به چه معناست؟

گاهی اوقات جامعه بدون داشتن دلیلی قانع‌کننده بر خوب بودن یا بدبودن چیزی تأکید می‌کند. ممکن است تازه‌کارها پس از خواندن عادات روزمره مدیران موفق، دلیل موفقیت آنان را بیدارشدن زودهنگام هرروز صبح بدانند. اگر زود بیدارشدن شما را خسته می‌کند، دلیلی وجود ندارد که ساعت زنگ‌دارتان را روی ساعت ۵ تنظیم کنید. همانطور که دِیو آسپری، پیش‌تر برای فست کمپانی نوشت: «اگر کارتان را ساعت ۱۰ صبح آغاز کنید، الزاما آدم بدی نیستید، فارغ از تمام چیزهایی که تابه‌حال درمورد بهترین ساعت بیدارشدن از خواب شنیده‌اید، باید بگویم که انسان‌ها دو دسته‌اند: آدم‌های روز و آدم‌های شب.»

البته اگر رئیس‌تان از شما بخواهد که سریع‌تر در محل کار حاضر شوید، مسئله کاملا متفاوت است. اما در صورتی که توصیه خاصی دریافت نکرده‌اید، سودمندترین روال ممکن را در پیش بگیرید.

۳. کدام تغییر بیشترین تأثیر را دارد؟

حفظ و برقرار نگاه داشتن کوچک‌ترین تغییرات نیز کاری بس دشوار است. به‌خصوص اگر برنامه پیش‌رو انجام ندادن کار خاصی را دربرداشته باشد. فرض کنید که هرشب قبل از خواب توییتر و استوری‌های اینستاگرام را چک می‌کنید و سعی بر ترک این عادت دارید. عادت به انجام ندادن این کار بسیار سخت‌تر از جایگزینی آن با عادتی جدید است. قبلا پروفسور آرت مارکمن (استاد روان‌شناسی و بازاریابی) در مجله فست کمپانی این‌گونه نوشت: «متأسفانه مکانیسم‌های مغزی‌ای که مسئول ایجاد عادات هستند، نمی‌توانند انجام ندادن کاری را فراگیرند.» پس بهترین کار این است که به جای حذف عادات، آنها را با عادت‌هایی جدید جایگزین کنید.

۴. من برای ایجاد این تغییرات تا چه حد متعهد هستم؟

وقتی تغییر عادات را تمرین می‌کنید، در ابتدای مسیر خود را در برابر تمامی عوامل بازدارنده مقاوم می‌پندارید، اما باید با حقیقت روبه‌رو شد؛ بالاخره زمانی فرا می‌رسد که از تلاش برای ایجاد عادت یا عادات مدنظرتان خسته می‌شوید. افزون بر این، دانستن چرایی ایجاد عادت، نقش مهمی در دانستن میزان تعهدتان ایفا می‌کند. فرض کنید تصمیم گرفته‌اید پس از بازگشت از محل کار، یک ساعت از زمان خود را به ورزش اختصاص دهید، اما واقعا حاضر هستید زمان تفریح‌تان را با رفتن به باشگاه ورزشی جایگزین کنید؟

لورا واندرکام پیش‌تر عنوان کرد کسانی که در تغییر عادات خود موفق عمل می‌کنند، در واقع ساختار زندگی خود را طوری تنظیم می‌کنند که ایجاد و حفظ این عادات ممکن شود. پدر واندرکام پروفسور الهیات بود و به مدت ۳۹ سال ۳۰ دقیقه از روز خود را به خواندن متون عبری اختصاص می‌داد. جودی هلمر خبرنگار، برای اطمینان از داشتن زمان کافی برای نگارش خبر در مجله‌اش، هیچ کاری را پیش از ساعت ۹:۳۰ صبح برنامه‌ریزی نمی‌کند.

۵. چگونه می‌توانم تغییرات را به شکلی کارکردی ایجاد کنم؟

سوزان باند، مربی کسب‌وکار و مدیر اجرایی، در ذهن خود هدفی تحت عنوان تمرین روزانه یوگا داشت، اما دچار آسیب فیزیکی شد و طبیعتا برنامه مدنظرش نیز مختل گشت. او متوجه شد که حتی اگر وسایل مورد نیاز برای تمرین را از شب قبل آماده کند، بازهم نمی‌تواند هرروزتمرین یوگا داشته باشد. بنابراین تصمیم گرفت با استفاده از یک برنامه قابل نصب روی گوشی همراه، روزانه چهار دقیقه تمرین داشته باشد. او خود را در انتخاب ساعت و زمان تمرین آزاد گذاشت و به‌منظور انگیزش شخصی، تقویمی طراحی کرد و روزهای تمرین را در آن تیک زد. وی برای فست کمپانی این‌گونه نوشت: «تعهد به عادت چهار دقیقه تمرین مستمر روزانه، مرا قادر ساخت بدون مقابله با کمال‌گرایی درونی‌ام، از قدرت عادات خرد و کوچک استفاده کنم. این بعد درونی من به ایجاد عادت نیاز دارد.» باند مکانیسم نهادینه‌سازی عادت مدنظرش را طوری برنامه‌ریزی کرد که دقیقا متناسب با هدف و شخصیتش باشد. او ابتدا برای این منظور گرایشات کمال‌گرایانه خویش را انکار کرد، اما موفق نشد. در تغییر و ایجاد عادات دانستن «چرا» بسیار مهم است، اما به همان نسبت احاطه و تسلط کامل به «چگونگی» تغییر و ایجاد عادات نیز حائز اهمیت است.

منبع: **fastcompany**

درس‌هایی که رهبران موفق از کارمندان خود می‌گیرند

استفاده از نظرات تمام کارکنان در کل سلسله‌مراتب سازمانی می‌تواند تا حد زیادی به موفقیت مدیران کمک کند.

به اعتقاد بسیاری دلیل شکست کداک (شرکت باسابقه و نمادین عکاسی) ظهور فناوری‌های دیجیتال بود. درحالی‌که سقوط کداک هیچ ربطی به فناوری دیجیتال نداشت. درواقع استیو ساسون اولین دوربین دیجیتالی را در سال ۱۹۷۵ در کداک اختراع کرد. در آن زمان او یک مهندس جوان با جایگاهی در پایین نردبان سازمانی بود. متأسفانه، مدیریت این شرکت از دستاوردهای مفید کارمندان آگاهی نداشت و تحت تأثیر نوآوری قرار نمی‌گرفت. مدیران کداک نمی‌دانستند نمایش و اشتراک‌گذاری تصاویر روی دستگاه‌های مختلف از طریق عکاسی دیجیتالی مسیری به سمت آینده است و بیشتر بر تحول کسب‌وکار کنونی تأکید داشتند.

عدم توجه به فناوری و مدل کسب‌وکار جدید منجر به عملکرد ضعیف کداک در طول چند دهه گذشته شد و در نهایت این شرکت در سال ۲۰۱۲ دچار ورشکستگی شد. حالا این سؤال مطرح می‌شود که اگر شخص ارائه‌کننده دوربین دیجیتال به‌جای یک کارمند سطح پایین، سرپرست یا مدیر اجرایی یکی از بخش‌های شرکت بود چه اتفاقی رخ می‌داد؟ آیا مدیریت بیشتر به حرف او گوش می‌داد؟

از این اشتباه مشهور کداک می‌توان درس‌های زیادی گرفت. هر شخصی در یک شرکت می‌تواند ایده‌ها و نوآوری‌های خارق‌العاده و سودمند ارائه دهد. مدیران اجرایی باید به این درک برسند که می‌توانند از تمام اعضای تیم خود درس بگیرند. مدیرعامل‌ها می‌توانند از کارمندان خود در تمام سطوح درس بگیرند و به مبادله مهارت و دانش به‌صورت آزادانه و سودمند در کل سازمان بپردازند.

ارزش ایده‌های جدید و تغییر

اندی گروو، مدیرعامل سابق اینتل که به تدریس روش کسب‌وکار سیلیکون ولی می‌پردازد در کتاب مشهور خود با عنوان تنها پارانوئید نجات پیدا می‌کند، می‌نویسد:

موفقیت در خود دانه‌های نابودی را حمل می‌کند. موفقیت باعث افزایش رضایت از خود می‌شود. رضایت از خود منجر به شکست می‌شود. درنتیجه تنها یک پارانوئید (شکاک) نجات پیدا می‌کند.

از صحبت‌های گروو این‌گونه برداشت می‌شود که نباید اجازه داد موفقیت گذشته منجر به رضایت از خود شود (درست مثل اتفاقی که برای کداک افتاد). به همین دلیل مدیرعامل‌ها باید فعالانه به دنبال ایده‌های جدید باشند. آنها همیشه باید آماده باشند و در صورت نیاز متمایل به تغییر باشند. یادگیری و درس گرفتن از تمام کارکنان سازمان، کلیدی برای شناخت ارزش ایده‌های جدید به شمار می‌رود. کارکنان در تمام سطوح بهترین راه‌حل را برای یک مسئله ضروری ارائه دهند یا در مورد نیاز و تضمین آینده سازمان یک راه‌حل منحصربه‌فرد را پیشنهاد کنند. برای مثال، مارک دوهنالک به‌عنوان مدیرعامل یک سازمان مهندسی و تولیدی معمولا با کارمندان سطح پایین‌تر ترتیب ملاقات می‌دهد. او به کارمندان توصیه می‌کند همیشه نسبت به روند کند تولید یا شکاف‌ها و نواقص موجود در کنترل کیفی آگاه باشند، زیرا آنها می‌توانند راه‌حل‌هایی را در مورد روش بهبود عملیات در زمان‌بندی، تحویل، تغییرات و سازگاری‌های مونتاژ، ذخیره‌سازی، حمل‌ونقل و دیگر محاسبات زنجیره تأمین ارائه کنند.

اهمیت برقراری ارتباط

رهبران کسب‌وکار همواره بر تأثیر ارتباطات بر فرهنگ سازمانی تأکید دارند. بدون ارتباطات مناسب، انگیزه و کار تیمی به خطر می‌افتد و درنهایت می‌تواند منجر به رکود و شکست شود. در مقابل تعامل با اعضای تیم (حتی اگر ارتباط کاری نباشد) می‌تواند اهمیت برقراری ارتباط را در عمل به شما ثابت کند. وقتی اتحاد و یکپارچگی بین اعضای تیم وجود داشته باشد، احتمال دستیابی به نتایج بهتر و سودبخش‌تر هم بیشتر می‌شود. مدیرعامل‌ها با برقراری ارتباطات خوب می‌توانند به این درک برسند که رها کردن (دادن فضای کاری به کارمندان) بهتر از مدیریت خرد و جزئی همه‌چیز است.

علاوه بر این، مدیرعامل‌ها با برقراری ارتباط با اعضای تیم می‌توانند به‌ضرورت درک نیازها پی ببرند. آنها با تأکید و اهمیت دادن به خواسته کارکنان خود می‌توانند بیشتر روی کمک آنها حساب کنند.

یک مثال خوب در مورد برقراری ارتباط مناسب، روش درخواست کمک اوری اگوستین (مدیر یک شرکت فناوری) از کارکنان خود برای بهبود خبرنامه داخلی شرکت است. او از یک کارمند جدید برای نوشتن خبرنامه استفاده کرد. این کارمند از بخش‌های مختلف در مورد خبرنامه و روش بهبود آن نظرخواهی کرد. آگوستین با استفاده از بازخورد دریافتی توانست به روشی برای افزایش مشارکت در سازمان برسد. این روایت‌ها و به‌روزرسانی‌ها امروزه به یکی از دارایی‌ها و محرک‌های بزرگ این شرکت تبدیل شده‌اند.

کمک گرفتن از تیم به‌منظور جذب و حفظ استعداد

استخدام و حفظ همکاران بااستعداد برای موفقیت یک شرکت ضروری است. برای داشتن یک انتخاب مناسب و جذب بهترین کاندیداها، نه‌تنها باید برای طرح پیشنهادی خود بلکه باید برای فرآیند جذاب و به‌یادماندنی مصاحبه هم تلاش کرده و ارزش قائل شوید.

برای بهبود فرآیندهای استخدامی شاید منبعی بهتر از اعضای تیم فعلی وجود نداشته باشد. یک از مقاله‌های Entrepreneur با عنوان درخواست پیوسته بازخورد از همکارها در مورد فرآیند استخدام و یکپارچه‌سازی توصیه می‌کند شرکت‌ها از تیم منابع انسانی خود استفاده کنند و با مقایسه دستاوردهای خود به خطاها پی ببرند و به‌این‌ترتیب به شناخت استعداد برتر نزدیک شوند.

انجام این کار برای کسب‌وکار شما ضروری است. گذشته از این، لینکدین در یک بررسی به این نتیجه رسیده است که ۵۰درصد افراد شاغل برای کشف فرصت‌های جدید به مهارت‌های کلامی وابسته هستند. اگر بتوانید در طول فرآیند استخدام و یکپارچه‌سازی به تشویق اعضای جدید تیم بپردازید، خبر این تشویق در مورد شرکت شما به رسانه‌های آنلاین و شبکه‌های خصوصی درز خواهد کرد. برای اجرای تمام این فرآیندها (ازجمله فرآیندهای استخدامی) بهتر است از کارکنان قدیمی خود کمک بگیرید.

چگونه می‌توانید رهبر بهتری باشید

مدیرعامل‌ها به یک دلیل دیدگاه‌های مختلف در مورد عملکرد خود را در وب‌سایت‌هایی مثل Glassdoor مطالعه می‌کنند. یک مقاله در مجله وال‌استریت اشاره می‌کند که آنها فقط برای آگاهی از نظرات اعضای تیم نسبت به خود این کار را نمی‌کنند، بلکه هدف آنها ارزیابی کسب‌وکار، فرآیندها و استراتژی‌ها است. آنها به این فکر می‌کنند که چگونه می‌توانند در سمت مدیرعامل برای آینده شرکت خود تلاش کنند.

پی بردن به تأیید یا عدم تأیید مدیرعامل از سوی کارمندان، به او این فرصت را می‌دهد که روش‌های رهبری خود را بهبود دهد. مدیرعامل‌ها برای دستیابی به بازخورد صادقانه باید دسترسی به خود را آسان‌تر سازند.

اگر به بررسی مدیرعامل‌های دوست‌داشتنی در سراسر جهان بپردازید، مشاهده می‌کنید افرادی که با کارمندان خود همکاری می‌کنند و به توصیه آنها گوش می‌دهند موفق‌تر هستند. آنها به چشم همکار به کارمندان خود نگاه می‌کنند نه کسی که از دستورات پیروی می‌کند.

به توصیه کارمند گمنام Clorox در مورد بنو دورر، مدیرعامل شرکت و مرور مدیراجرایی بالارتبه Glassdoor نگاه کنید:

ارتباطات خوب در رابطه با چشم‌انداز، استراتژی و مقصد، دسترسی پیوسته به مدیریت از طریق میزگرد و رویدادهای شرکت‌های دیگر به کارمندان اجازه می‌دهد خود را بخشی از فرآیند تصمیم‌گیری و استراتژی بدانند.

برای تبدیل‌شدن به بهترین مدیرعامل از کارکنان خود درس بگیرید

رهبری می‌تواند معناهای مختلفی داشته باشد. به‌طورکلی رهبری به توانایی ایجاد چشم‌انداز، جهت‌گیری و حفظ انگیزه افراد نسبت به یک هدف بزرگ گفته می‌شود. موفقیت با دیکته کردن وظایف و مسئولیت‌ها به دست نمی‌آید، بلکه تنها زمانی به دست می‌آید که رهبرها به ارزش یادگیری از همه اعضای تیم پی ببرند. کارکنان می‌توانند ایده‌های جدیدی را ارائه کنند و ارزش روابط قوی و اعتماد را نشان دهند و همچنین نظرات خود را در مورد جذب افراد بااستعداد ارائه کنند. همچنین می‌توانند روش رهبری بهتر را به مدیرعامل‌ها آموزش دهند.

مدیرعامل‌ها با ساخت فرهنگی که تمام کارکنان در تمام سطوح آن فرصت آموزش به مدیریت را داشته باشند (مثل برنامه آموزشی معکوس مربی – کارآموز) می‌توانند خود را برای رسیدن به موفقیت‌های پایدار آماده کنند. این اتفاق تنها زمانی رخ می‌دهد که ارزش هر فرد در سازمان به‌خوبی آشکار شود و برخلاف شرکت کداک، استعدادها به هدر نروند.

منبع: **ENTREPRENEUR/zoomit**

دیگر مشتری‌های‌تان را از دست ندهید

به تجربه‌های خود غنا ببخشید و برای خود طرفدارانی وفادار بسازید

به‌قلم بری رینجل
مترجم: نسیم حسینی

قبل از آنکه کتاب «دیگر مشتری‌های‌تان را از دست ندهید» نوشته جوئی کُلمن را بخوانم، وقتی کسی از من می‌پرسید وظیفه‌ام در ایمپکت (I - PACT) چیست، به‌سختی می‌توانستم پاسخ روشنی برایش پیدا کنم.

من در اینجا کمی به کارهای مدیریتی می‌پردازم، دستی هم در امور مربـوط به بهبـود کالا و خدمات و خیلی کارهای دیگـر دارم. معمولا هیچکدام از این کارها در رویدادهای شبکه‌ســازی معنایی ندارند، اما به کمک این کتاب حالا می‌توانم به سـرعت هدفـم در ایمپکت را به‌طور خلاصه بیان کنم.

حالا فهمیده‌ام کاری که در یک سال گذشته انجام می‌داده‌ام صددرصد پیرامــون رقم‌زدن عالی‌ترین تجربه‌ها برای مشـتریان در ایمپکت بوده اســت. این کار قطعا به معنی حصول اطمینان از رسـیدن‌مان به نتایج مطلوب اسـت، اما سـاختار کلی نحوه تعامل مشتری با ما و احساس او حین کار با ما را نیز در خود گنجانده است.

احساس می‌کنم از خوش‌شانسی‌ام بوده که توانسته‌ام چنین سمت‌وسویی تعیین کنم و همچنین به جزییات نحوه رقم زدن یک تجربه عالی در ۱۰۰ روز اول برای مشتری بپردازم.

قبلا درباره اینکه چطور تصمیم گرفتیم تجربه مشتریان در ۱۰۰ روز اول را بهبود ببخشیم نوشته‌ام و حالا که در پی راهی برای بهبود هر چه بیشتر این تجربه هستیم، کتاب «دیگر مشتری‌های‌تان را از دست ندهید» بیش از هر وقت دیگر می‌تواند کمک‌مان کند.

اقدامات اولیه‌ای که سال گذشته آغاز کردیم فقط زیربنای کار بود. اکنون چارچوبی حقیقی داریم تا به کمک آن تاکتیک‌های خود را ارائه داده و برای رقم زدن تجربیات هر چه بهتر برای مشــتری در آشــنایی با محصولات و خدمات خود بر آنها تکیه کنیم.

در ادامــه توصیفــی کلی از هشــت مرحله را می‌بینید که هر مشــتری بالقوه‌ای در حین تعامل با برند شــما طی می‌کند، همچنین ایده‌هایی هم برای غنا بخشیدن به تجربه مشتری پیشنهاد شده است.

اما قبل از هر چیز ببینیم اصلا چرا تجربه مشــتری باید برای بازاریابان مهم باشد؟

ممکن اســت بپرســید این قضیه تجربه مشــتری چرا باید به بازاریابان ارتباطی داشته باشد؛ اگر کار ما (بازاریابان) جذب مشتری و کار فروشندگان قطعی کردن فروش است، رقم زدن یک تجربه خوب برای مشتری به‌طور کامل به عهده تیم خدمات است، این طور نیست؟

نه این‌طورها هم نیست.

با تمرکز صرف بر اعداد و ارقام و جذب مشــتریان واجد شــرایط، فقط کار خودتان را در درازمدت ســخت‌تر می‌کنید، چراکه مشــتریان به دلیل تجربیات ضعیفی که مطابق با انتظارات‌شان نبوده است سرخورده می‌شوند. علاوه‌براین، وقتی یک مشــتری احتمالی عالی پیدا می‌کنید و تیم فروش قراردادش را به خوبی منعقد می‌کند، اشتباهات تیم خدمات می‌تواند بسیار ناامیدکننده‌باشد.

فقط وقتی می‌توانید کسب‌وکاری پایدار با موفقیت ماندگار داشته باشید که به ارزش طول عمر مشتری و حفظ مشتری پی برده باشید.

علاوه‌براین، مشــتریان خشنود بیشتر خرید می‌کنند. به جای آنکه تمام حواس خود را به مشتری جدید معطوف کنید، به ارزش بیشتری فکر کنید که می‌توانید بارها و بارها از یک مشتری خشنود به دست آورید.

به گفته کولمن «ارزش طول عمر یک مشتری وفادار می‌تواند بیش از ۱۰ برابر ارزش اولین خرید باشد.»

علاوه‌براین، کولمن (به درستی) اشاره می‌کند که تجربه مشتری در آینده به راهی برای متمایز ساختن شرکت‌ها از هم تبدیل خواهد شد.

همه ما دارای وب‌ســایت و سایر فرآیندهای مشــابه فروش هستیم، اما نحوه تعامل مشتری با برندمان پس از فروش بیش از پیش در حال اهمیت یافتن اســت و متأسفانه بیشتر شرکت‌ها تصور می‌کنند در این حوزه واقعا خوب عمل می‌کنند.

کولمــن به پژوهش بِین و همکارانش اشــاره می‌کند کــه در آن اظهار داشــته‌اند «وقتی از شرکت‌ها در این مورد ســؤال شد، ۸۰درصد آنها ادعا کردند خدماتی «ممتاز» به مشــتری ارائه می‌دهند. [با این حال] برداشت مشتریان از سطح خدمات بسیار متفاوت بود. تنها ۸درصد از مشتریان سطح خدمات شرکت‌ها را «ممتاز» ارزیابی کرده بودند.»

به همین خاطر است که بازاریابان باید به تجربه مشتری توجه داشته و بخشی از این فرآیند باشند تا بتوانید از تحقق چیزی که وعده‌اش را داده‌اید مطمئن شوید.

چرا صد روز اول؟

برای آنکه تجربه خوبی برای مشتری به جا بگذارید، دست‌تان خیلی باز نیســت. همه ما این جمله را شنیده‌ایم که می‌گوید «برای تأثیرگذاری در برخــورد اول، فقط یک بار فرصت داری». همین جمله در مورد احســاس مشــتری جدید هنگامی که از فروشنده به ســراغ تیم خدمات می‌آید نیز صادق است.

این کار به‌ویژه برای شــرکت‌هایی که نمی‌توانند اســباب خشــنودی و رضایت فوری مشتری، یا همان کسب نتیجه را فراهم کنند دشوار است.

برای مثال ایمپکت را در نظر بگیرید.

بازاریابی درون‌ســو از قدیم راهبردی برای موفقیت یک‌شبه نبوده است. وقتی پای راهبرد بلندمــدت به میان می‌آید، تاکتیک‌هایی وجود دارد که می‌توانیم برای پیروزی‌های آنی به کار ببندیم، اما تا به نتیجه رسیدن آن تاکتیک‌ها برای مشتریان ممکن است یکی دو هفته طول بکشد.

از آنجایی که نمی‌توانیم یک‌شــبه مشتری جذب کنیم، باید برای جلب اعتماد مشتری بیشتر تلاش کنیم و به او نشان دهیم کار کردن با ما تصمیم درستی بوده است.

اگر در شــرکت‌های مشــابه خدمات‌محور یا حتی محصول‌محوری کار می‌کنید که شامل پیاده‌سازی هستند، لازم است این نکته را به یاد داشته باشید.

مشتری برای تصمیم‌گیری درباره ارزش همکاری با شما بیشتر از ۱۰۰ روز منتظر نمی‌ماند. اگر تا آن موقع احساس کند قرار نیست به چیزی که برایش با شما قرارداد بسته برسد، احتمالا به دنبال جای دیگری می‌شود یا در آینده دیگر برای محصول یا خدمات شما پولی خرج نمی‌کند.

اینجاست که کولمن توصیه‌هایی ارائه می‌دهد تا بتوانیم تجربه مشتریان خود را طی هشت مرحله مختلفی که در ۱۰۰ روز اول پشت سر می‌گذارند ارتقا دهیم.

۸ مرحله تجربه مشتری

وقتی تصمیم گرفتیم تجربه مشتری‌ها از ۱۰۰ روز اول آشنایی با خودمان را ارتقا دهیم، با مشتریان فعلی، مشتریان جدید و حتی با مشتریان احتمالی که از دست داده بودیم مصاحبه کردم تا ببینم چه چیزهایی نیاز به اصلاح و بهبود دارد، اما قطعا روش نظام‌مندی برای پیش‌بینی سیر زمانی ۱۰۰ روزه نداشتیم.

کتاب کولمن را درست به همین دلیل دوست دارم.

راســتش تمام کردن این کتاب خیلی طول کشید زیرا دائما دست نگاه می‌داشــتم و ایده‌های کتاب را روی تخته وایت‌برد یادداشت می‌کردم. هر چند وقت یک بار کتابی پیدا می‌شود که این‌طور تأثیرگذار باشد؟

در زیر هشــت مرحله تجربه مشتری را به همراه ایده‌هایی آموزنده برای شروع کار می‌بینید.

۱- ارزیابی

در مرحله ارزیابی، مشتری تصمیم می‌گیرد که آیا می‌خواهد با شما کار کند یا خیر.

این مرحله اساســا فرآیندهایــی از قبیل بازاریابی، فــروش، آموزش به مشتری و شناساندن شرکت‌تان به عنوان تنها پاسخگوی نیازهای مشتری را در برمی‌گیرد.

ایده: ما پس از صحبت با چندین مشــتری احتمالی متوجه شــدیم که موافقت با یک شــراکت بلند مدت بدون اطلاع از چیزی که در انتظارشان است برای‌شان بسیار سخت بوده است.

در فرآیند فروش امید و آرزوهای فراوانی وجود دارد که مشتریان احتمالی ما نگران برآورده نشدن آنها بودند. این مسئله هنگام خرید رایج است؛ «اگر خریدتان آن‌طور که فکر می‌کردید نباشد، چه؟»

بنابراین، به جای آنکه از مشتری بخواهیم چنین مسئولیت بزرگی را قبول کند، آنچه را در یک شــراکت جدید ممکن اســت روی دهد تجزیه کرده و یک راهبرد و طرح بازاریابی کوتاه‌مدت تهیه کردیم تا مشــتری‌های‌مان بتوانند قبل از موافقت با همکاری بلندمدت، نحوه کار با ما را تجربه کنند.

با این کار توانستیم از نگرانی‌ها بکاهیم و تضمین کنیم صرف‌نظر از اینکه ما را برای کار انتخاب می‌کنند یا خیر، راهبرد فوق‌العاده‌ای در اختیارشان گذاشته شده است.

این یک بازی برد-برد ســودمند است که به‌طور قطع همه معضلاتی را کــه در زمان بی‌توجهی‌مان به این نگرانی‌ها دچارش شــده بودیم برطرف کرده است.

۲- پذیرش

این مرحله زمانی اســت که مشتری پاســخ مثبتش را اعلام می‌کند. او بســیار خوشحال اســت که برای مشــکل خود راه‌حلی پیدا کرده و بسیار امیدوار شده است.

متأســفانه در این مرحله شــرکت‌ها موفقیت خود را جشــن می‌گیرند، بی‌آنکه شــادی خود را با مشتریان‌شان تقســیم کنند. چیزی که اینجا از دید شرکت‌ها مغفول می‌ماند، فرصت پیوند محصولات‌شان با حال خوش مشتریان است. حتما نمی‌خواهید مشتری جدیدتان احساس کند خودش هم یکی از آمار و ارقام است.

ایده: برایشــان هدیه بفرستید. این یک ژست ســاده است که هیجان و خوشــحالی شما و اهمیت شما به موفقیت بلندمدت آنها را نشان می‌دهد. برای کســب امتیاز بیشــتر هدیه‌تان را مرتبط با تجربه کلی مشتری تهیه کنید.

برای مثال، یک سالن استخر می‌تواند براساس قرارداد به مشتریان خود یک بطری نوشیدنی بدهد و از آنها بخواهد قبل از آماده شدن استخر برای جشن آن را باز نکنند. با این کار مشتری خیال می‌کند که در یک جزیره لوکس و خوش آب‌وهوا نشســته و نوشــیدنی می‌خورد، نه در حیاط ساده خانه‌اش.

۳- تصدیق

در این مرحله پشیمانی خریدار شروع به خودنمایی می‌کند.

هیجان فرآیند فروش فروکش کرده و مشــتری کــم کم در حال ارجاع به تیم خدمات است. ممکن است فرآیندها و قیمت‌های شما را زیر سؤال برده و کم‌کم نسبت به اینکه فروشنده درستی را انتخاب کرده دچار شک و نگرانی شود.

اگر در همین مرحله جلویش را نگیرید، بازی را باخته‌اید. هر چقدر هم که در دو مرحله قبل خوب عمل کرده باشید به هر حال چنین وضعی پیش می‌آید. این وضعیت طبیعی و انسانی است، بنابراین کارتان در این مرحله این است که به این مسئله رسیدگی کنید.

ایده: کولمن، در کتاب خود، مثالی از یک شرکت کانادایی تسویه بدهی آورده است.

پس از اینکه مشــتری با شــرکت قــرارداد می‌بندد توســط یک مدیر حسابداری مدیریت می‌شود. به منظور رفع نگرانی‌های حاصل از یک انتقال پردســت‌انداز، شرکت فیلمی از فروشنده و مدیر حسابداری برای مشتری جدید می‌فرســتد که به او نشــان می‌دهد آنها با حداکثر توان آماده کار با او هستند.

آهــا با صحبــت درباره تعداد زیاد مشــتریان خرســند و راضی مدیر حســابداری و اشــتیاق بی‌صبرانه خود برای مشاهده نام مشتری جدید در فهرســت هواداران خود، بار دیگر بر درســت بودن تصمیم مشتری صحه می‌گذارند.

۴- شروع کار

در این مرحله کارها به‌طور واقعی آغاز می‌شوند، چه خرید یک محصول باشد و چه شروع یک خدمت جدید.

مشتریِ احتمالا هیجان‌زده اما مضطرب و امیدوار است که تیم خدمات حقیقتاً بتواند به وعده‌اش عمل کند.

حالا زمانی است که باید کنش‌گر باشید. چگونگی شروع اولین تعامل با تیم خدمات برای شکل‌دهی به چگونگی استمرار رابطه در بلندمدت نقش تعیین‌کننده‌ای دارد.

ایده: جلسه اول خود را شخصی‌سازی کنید. مثلا فرض کنید یک مؤسسه مشاوره فناوری اطلاعات هستید و شخصا با مشتری جلسه می‌گذارید.

یــک راه ســاده بــرای شخصی‌ســازی تجربــه تحقیــق دربــاره ذائقه شرکت‌کننده‌ها و تهیه عصرانه‌ای باب میل آنهاست.

برای مثال، اگر طرف اصلی شما به تغذیه سالم علاقه دارد (که از صفحه اینســتاگرامش مشخص است)، برای او غذایی سالم تدارک ببینید تا به او نشان دهید برای شناختن او تلاش بسیاری کرده‌اید و آن نوع تلاش در تمام کارهایی که انجام می‌دهید خودنمایی می‌کند.

حتی یک حرکت ساده می‌تواند نتیجه فوق‌العاده‌ای داشته باشد.

۵- عادت

در این مرحله مشــتری با شــما و نحوه کسب‌وکار ســازمان شما آشنا می‌شود.

این مرحله‌ای اســت که ما و اغلب شرکت‌ها چندین بار درباره‌اش دچار سوءتفاهم شده‌ایم.

مــا با چارچوب اســکرام (Scrum) کار می‌کنیم و گاهی چنین تصور می‌کنیم که چون نحوه کار آن را در فرآیند فروش و در جلسه اول بررسی کرده‌ایم، مشتریان‌مان فورا آن را متوجه شده‌اند.

وقتی چنین فرضی می‌کنیم، همه افراد را در معرض شکست در انجام کار مفید و باکیفیت قرار می‌دهیم.

اگر کمی ســرعت خود را کــم کنید و هم‌پای مشــتریان جدیدتان در فرآیندهــا یا پروژه‌های جدید حرکت کنید آنها را با نحوه کار با خودتان و کسب نتایج مطلوب‌شان آشنا می‌کنید و وفق می‌دهید.

ایده: فرآیند کار را به‌طور تصویری توصیف کنید.

برای مثال، یک مؤسسه مشاوره در حوزه مدیریت پروژه که برای بررسی نرم‌افزارها و موارد کاربرد مدیریت پروژه کســب‌وکارها فرآیند معینی دارد می‌تواند آن را به‌طور واقعی به تصویر بکشد و این امکان را برای مشتریان خود فراهم کند تا بدانند از چه مرحله‌ای وارد این فرآیند می‌شوند.

با این کار آنها سرانجام شما را درک کرده و به فرآیند کار اعتماد می‌کنند.

۶- تحقق

مرحله تحقق مرحله‌ای اســت که مشتری به اهداف مطلوب اصلی‌اش از کار با شما رسیده است.

بــا این حال نکته جالبی که در کتاب مطرح شــده ایده «دویدن تا خط پایان است.»

اگر بلافاصله پس از رسیدن به اهداف کار را متوقف کنیم و نگاهی به ادامه کار و نحوه رساندن کارها به مرحله بعد نداشته باشیم هنوز هم خود را در موقعیت متزلزل از دست دادن مشتری قرار می‌دهیم.

ایده: بعد از اتمام پروژه به مشــتری پیشنهاد مشاوره بیشتر بدهید. مثلا یک شــرکت طراحی محوطه حیاطی زیبا را در فصل بهار برای مشــتری طراحی می‌کند. این شرکت به جای اینکه پس از اتمام کار مشتری را رها و ســعی کند بهار ســال بعد با او ارتباط برقرار کند، می‌تواند درباره چیدن گیاهان یک ســاله یا محافظت از گیاهان در برابر آب و هوای نامســاعد به صاحب‌خانه مشاوره فصلی بدهد.

با تثبیت خود در ذهن مشــتری (و دویدن تا خط پایان)، احتمال اینکه صاحب‌خانه در بهار آینده هم با شرکت محوطه‌سازی شما کار کند بیشتر است.

۷- پذیرش

اگر بتوانید مشــتریان خود را به مرحله پذیرش برسانید، دیگر همه چیز عالی است.

در این مرحله، مشتریان در ارتباط با شما احساس مالکیت می‌کنند.

شما اهداف آنها را برآورده ساخته‌اید و آنها برای آنکه شیوه شما در انجام کسب‌وکار را کاملا بپذیرند باید احساس کنند که عضوی از یک باشگاه ویژه هستند. آنها تازه به این جایگاه رسیده‌اند و می‌خواهند با آن شناخته شوند.

ایده: مشتریان خود را در محتوای خود به دیگران بشناسانید.

اگر مشتریان تا اینجا آمده‌اند و اهداف خود را به روشنی محقق ساخته‌اند، داســتان آنها را با مخاطب خود در میان بگذارید و مشــتری را در جایگاه یک رهبر فکری قرار دهید. برای مثال، ما برنامه‌ای داریم به نام «پادکست موفقیت جاذبه‌ای» که توسط کاتلین بوث اجرا می‌شود.

او در یکــی از قســمت‌های این برنامه اســتفان اوکانر، رئیــس بازاریابی دیجیتال ADSC را معرفی کرد. او یکی از مشــتریان اولیه ماســت که به طــرزی باورنکردنی باهوش و موفق اســت. پس بدیهی اســت که او را در محتــوای خود به تصویر می‌کشــیم تا هم دیگران دوســتش بدارند و هم رهبــری فکری او را تقویت کنیم چراکــه به دلیل تمام زحماتش لیاقتش را دارد.

۸- طرفداری

آخرین مرحله زمانی است که مشتری تبدیل به یک سخنگوی غیررسمی می‌شود و خوبی‌های برند شما را تبلیغ می‌کند.

کار شما در ارتقای کسب‌وکار آنها عالی بوده است و حالا آنها هستند که می‌خواهند به رشد کار شما کمک کنند، اما باید به آنها کمی انگیزه برای این کار بدهید. اینجاست که معمولا برنامه‌های رجوع وارد میدان می‌شوند.

ایــده: چندی پیش بازاریابی شــرکت ویت واچرز را بررســی می‌کردم و توجهــم به برخورد آنها با چند نفر از «اعضای دائمی» جلب شــد، افرادی کــه با موفقیت به هدف کاهش وزن خود دســت یافته بودند. چند نفر از آنها شــانس این را داشتند که در آگهی تلویزیونی ویت واچرز در کنار اپرا وینفری باشند. اگر این یک نمونه شگفت‌انگیز از ارتقای تجربه مشتری در مرحله طرفداری نیست، چه چیز دیگری می‌تواند باشد. آن چند نفر حالا تبدیل به سفیران این برند شده و دنبال‌کنندگان بسیار زیادی در رسانه‌های اجتماعی دارند که موظف‌اند اعضای جدید دیگری را به شرکت جذب کنند.

منبع: impactbnd

آگهی فقدان سند مالکیت

سند مالکیت ششدانگ پلاک ۱۴۸فرعی از۲۸۳فرعی از۹۴فرعی از۴۳اصلی و۲فرعی از۴۱و۴۱اصلی بخش ۵قزوین ذیل ثبت ۲۴۳۸۹صفحه ۱۴۱دفتر۹۲به شماره چاپی ۲۸۳۴۵۶به نام مسعود جوبانی صادروتسلیم گردیده است سپس تمامی ششدانگ مرقوم طبق سند رسمی ۹۳۶۴مورخ ۸۲/۱۱/۱۴دفتر۴۰قزوین به سعید وحسن ذوالقدرهریک نسبت به سه دانگ مشاع انتقال قطعی یافته است وسند اولیه درسهم آقای سعید ذوالقدرقرارگرفته است وسپس برابراسنادرهنی شماره ۳۰۹۶۹مورخ ۸۴/۱/۱۷دفتر۱۹قزوین دررهن بانک صنعت ومعدن و۶۸۳۷و۱۰۶۸۲۶-۱مورخ ۹۳/۹/۲۶دفتر۴قزوین دررهن بانک ملت قرارگرفته است نامبردگان باارائه دوبرگ فرم شهادت شهود بوارده ۱۱۳/۹۷/۵۱۷۰مورخ ۹۷/۳/۱۹مدعی شده که سند مذکور مفقود گردیده است وباسند مذکور معامله ای نشده وثبت دفتر املاک موید این ادعا میباشد تقاضای صدور سند مالکیت المثنی مالک مزبورلنموده علیهذا مراتب باتوجه به تبصره یک ماده ۱۲۰آیین نامه قانون ثبت اعلام می گردد تا هر کس به نحوی از هرانحاء نسبت به ملک مذکور حقی داشت ویا معاملاتی به نفع اوشده ویا مدعی وجود سند در نزد خود باشد از تاریخ انتشار این آگهی تا مدت ده روز ضمن مراجعه به این اداره اعتراض خود را با ارائه اصل سند مالکیت و سند معامله تسلیم نماید وچنانچه درظرف مدت مقرر اعتراض به این اداره نرسد ویا در صورت اعتراض اصل سند مالکیت ارائه نشود اداره ثبت المثنی سند مالکیت را طبق مقررات صادر و به متقاضی تسلیم خواهد کرداین آگهی در یک نوبت به شرح ذیل منتشر خواهد شد. تاریخ انتشار:۹۷/۳/ ۲۸

علی شهسواری - رئیس اداره ثبت اسنادواملاک منطقه دو قزوین ۳۶۰ ام الف

شعبه ۱۱دادگاه عمومی حقوقی قزوین

آگهی ابلاغ وقت رسیدگی

خواهان شهرداری قزوین خوانده‌اداره کل راه وشهرسازی استان قزوین-شمس الملوک احسانی تلگرافچی(مجهول المکان)-سهامی آب منطقه ای قزوین-هوشنگ مهدوی(مجهول المکان)-خریدمهدوی-دفترخانه اسناد رسمی شماره ۱۹-اداره کل ثبت اسناد واملاک استان قزوین خواسته سایر دعاوی غیرمالی -ابطال سند رسمی (موضوع سند ملک است)-سایردعاوی غیرمالی -ابطال سند رسمی (موضوع سند ملک است)-مطالبه خسارت دادرسی مطرح که به این شعبه ارجاع وبه شماره پرونده کلاسه۹۷۰۹۹۸۲۸۱۱۱۰۰۰۸۴ شعبه ۱۱دادگاه عمومی حقوقی قزوین ثبت ووقت رسیدگی مورخ ۱۳۹۷/۰۵/۰۲ساعت ۰۹:۰۰تعیین که حسب دستوردادگاه طبق موضوع ماده ۷۳قانون آیین دادرسی مدنی به علت مجهول المکان بودن خواندگان هوشنگ مهدوی وشمس الملوک احسانی تلگرافچی ودرخواست خواهان مراتب یک نوبت در یکی ازجراید کثیرالانتشار آگهی می گردد تا خواندگان ظرف یک ماه پس ازتاریخ انتشار آگهی به دفتر دادگاه مراجعه و ضمن اعلام نشانی کامل خود نسخه ثانی دادخواست وضمائم را دریافت ودروقت مقررفوق جهت رسیدگی در دادگاه حاضرگردد.

منشی دادگاه حقوقی شعبه ۱۱دادگاه عمومی حقوقی قزوین - قاسمی

آگهی حصر وراثت

ابابسلط احمدی فرزند اباذر به شماره شناسنامه ---- به شرح درخواستی که به شماره ۹۷۰۹۹۸۲۴۰۱۰۰۰۴۰۲ این شعبه ثبت گردیده درخواست صدور گواهی حصر وراثت نموده و چنین توضیح داده که شادروان بتوله احمدی به شماره شناسنامه ۸ در تاریخ ۹۷/۳/۴ در اقامتگاه دائمی خود فوت نموده و ورثه/ وراث حین الفوت وی عبارتند از ابابسلط احمدی ش ش ۱۱۸۹-۱۳۴۵ فرزندمتوفی و محمد احمدی ش ش ۱۹۶۳-۱۳۵۴ فرزندمتوفی و بهنام احمدی ش ش ۱۱۰-۱۳۶۶ فرزندمتوفی و بهرام احمدی ش ش ۴۲۷۰۲۵۲۶۶۹-۱۳۶۹ فرزندمتوفی و علی احمدی ش ش ۵۰۲۰-۱۳۵۹ فرزندمتوفی و تیمتاج احمدی ش ش ۱۱۸۸-۱۳۴۴ فرزندمتوفی و زرین احمدی ش ش ۱۵۱۳-۱۳۴۷ فرزندمتوفی و معصومه احمدی ش ش ۱۹۶۳-۱۳۵۸ فرزندمتوفی و اباذر احمدی ش ش ۴۲۷۰۶۵۳۹۶۵-۱۳۱۶ همسر متوفی ولاغیر، اینک با انجام تشریفات مقدماتی درخواست مزبور را یک نوبت آگهی می نماید تا چنانچه شخصی اعتراضی دارد و یا وصیت نامه ای از متوفی نزد او می باشد از تاریخ انتشار آگهی ظرف یک ماه به این دادگاه تقدیم دارد والا گواهی صادر خواهد شد

قاضی شعبه یک شورای حل اختلاف زنجان

۹۸۴

اجرائیه

مشخصات محکوم له /محکوم لهم:۱-بهزاد علمداری فرزندقربانعلی نشانی:استان قزوین-شهرستان قزوین - شهرقزوین-نواب شمالی کوچه شهید حدادی فرعی:استری پلاک۸ محکوم علیه /محکوم علیهم:۱-محسن غلامی آقابابایی فرزند محمد نشانی:قزوین -خ شهرک ولایت پردیس ۳مهستان ۲ط ۲واحد۷ ۲-محمد علی هدایتی فرزندفتحعلی نشانی:- محکوم به:بسمه تعالی بموجب درخواست اجرای حکم مربوطه به شماره ۹۷۱۰۰۹۲۸۲۳۱۰۰۰۹۴وشماره دادنامه مربوطه ۹۶۰۹۹۷۲۸۲۳۱۰۰۷۶۶ محکوم علیهما محکوم اند به حضور دریکی ازدفاتر اسنادرسمی وتنظیم سند رسمی یک دستگاه پراید۱۳۲سفید رنگ به شماره ۵۲۳ ص ۱۵بنام محکوم له وپرداخت مبلغ ۳۱۹۰۰۰۰ریال بابت هزینه دادرسی درحق محکوم له باانضمام نیم عشردولتی درحق اجرا

مسئول دفتر شعبه شورای حل اختلاف شعبه ۲۱شورای حل اختلاف شهرستان قزوین-سمانه زنجانی

آگهی ابلاغ

آگهی ابلاغ وقت رسیدگی ودادخواست وضمائم به آقای / خانم رسول میدان جو خواهان معاونت تحقیقات دانشگاه علوم پزشکی کرمانشاه دادخواستی به طرفیت خواندگان شرکت تحقیقاتی یادآوران واقع اصفهان ورسول میدان جو به خواسته الزام به ایفای تعهد مطرح که به این شعبه ارجاع وبه شماره پرونده کلاسه ۹۷۰۹۹۸۸۳۱۱۳۰۰۰۲۲شعبه ۱۳ دادگاه عمومی حقوقی شهرستان کرمانشاه ثبت ووقت رسیدگی مورخ ۱۳۹۷/۵/۱۵ ساعت ۸:۳۰ تعیین که حسب دستور دادگاه طبق موضوع ماده ۷۳ قانون آئین دادرسی مدنی به علت مجهول المکان بودن خوانده رسول میدان جو ودر خواست خواهان مراتب یک نوبت در یکی از جرائد کثیرالانتشار آگهی می گردد تا خوانده ظرف یک ماه پس از تاریخ انتشار آگهی به دفتر دادگاه مراجعه وضمن اعلام نشانی کامل خود نسخه ثانی دادخواست وضمائم را دریافت ودر وقت مقرر فوق جهت رسیدگی در دادگاه حاضر گردد.

منشی شعبه ۱۳ دادگاه عمومی حقوقی شهرستان کرمانشاه - طیبه عباسی
کرمانشاه - بلوار بنت الهدی

اصلاحیه

در آگهی ابلاغ که در مورخ ۹۷/۳/۲۴ چاپ شده نام زیبا سالک رجبی صحیح می باشد که بدین وسیله اصلاح می گردد

۹۸۲

آگهی ابلاغ اجرائیه ۹۶۰۰۰۵۱

بدینوسیله به آقای حمزه علی تیرگری فرزند حسن به شماره شناسنامه ۴۲۷ و شماره ملی ۵۷۹۹۵۸۴۱۹۸ به نشانی بهشهر روبروی راه و ترابری کوی گلها گلهای یک بدهکار پرونده کلاسه ۹۶۰۰۰۵۱ که برابر گزارش مامور ابلاغ شناخته نگردیده ابد ابلاغ می گردد که برابر قرارداد بانکی شماره ۹۳-۱۱۹۴۱۷۰-۹۴/۵/۳ بین شما و بانک سپه شعبه بازار مبلغ ۳۳۹۳۱۲۴۴۰ به همراه جریمه روزانه بدهکار می باشید که بر اثر عدم پرداخت وجه بستانکار درخواست صدور اجرائیه نموده پس از تشریفات قانونی اجرائیه صادر و بکلاسه فوق در این اجرا مطرح می باشد لذا طبق ماده ۱۹-۱۸ آئین نامه اجرائی مفاد اسنادرسمی به شما ابلاغ می گردد از تاریخ انتشار این آگهی که تاریخ ابلاغ اجرائیه محسوب است فقط یک نوبت در روزنامه درج و منتشر می گردد ظرف مدت ده روز نسبت به پرداخت بدهی خود اقدام و درغیراینصورت بدون انتشار آگهی دیگری عملیات اجرائی طبق مقررات علیه شما تعقیب خواهد شد تاریخ انتشار ۹۷/۳/۲۸

م الف ۹۷/۲۰/۲۰۰۵

۹۸۰

آگهی ابلاغ اجرائیه ۹۵۰۰۰۳۴

بدینوسیله به شرکت تولیدی پوشاک شهاب کار جامه سهامی خاص به شماره ثبت ۴۳۴ به نشانی بهشهر خ قائم ک سالارزاده بدهکار پرونده کلاسه ۹۵۰۰۰۳۴ که برابر گزارش مامور ابلاغ شناخته نگردیده ابد ابلاغ می گردد که برابر سند رهنی شماره ۱۷۳۲-۹۰/۸/۱۵ دفترخانه ۳۵۱ مشهد بین شما و بانک قوامین مبلغ ۱۸۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال به همراه جریمه روزانه بدهکار می باشید که بر اثر عدم پرداخت وجه بستانکار درخواست صدور اجرائیه نموده پس از تشریفات قانونی اجرائیه صادر و بکلاسه فوق در این اجرا مطرح می باشد لذا طبق ماده ۱۹-۱۸ آئین نامه اجرائی مفاد اسنادرسمی به شما ابلاغ می گردد از تاریخ انتشار این آگهی که تاریخ ابلاغ اجرائیه محسوب است فقط یک نوبت در روزنامه درج و منتشر می گردد ظرف مدت ده روز نسبت به پرداخت بدهی خود اقدام و درغیراینصورت بدون انتشار آگهی دیگری عملیات اجرائی طبق مقررات علیه شما تعقیب خواهد شد تاریخ انتشار ۹۷/۳/۲۸

م الف ۹۷/۲۰/۲۰۷۳

۹۹۲

آگهی ابلاغ اجرائیه ۹۵۰۰۰۳۵

بدینوسیله به آقای ابراهیم شهابی فرزند محمد تقی به شماره شناسنامه ۲۵ و شماره ملی ۲۲۴۹۶۳۶۲۲۹ به نشانی بهشهر خ قائم ک سالارزاده بدهکار پرونده کلاسه ۹۵۰۰۰۳۵ که برابر گزارش مامور ابلاغ شناخته نگردیده ابد ابلاغ می گردد که برابر سند رهنی شماره ۱۹۴۳-۹۰/۱۰/۲۶ دفترخانه ۳۵۱ مشهد بین شما و بانک قوامین مبلغ ۹۰۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال به همراه جریمه روزانه بدهکار می باشید که بر اثر عدم پرداخت وجه بستانکار درخواست صدور اجرائیه نموده پس از تشریفات قانونی اجرائیه صادر و بکلاسه فوق در این اجرا مطرح می باشد لذا طبق ماده ۱۹-۱۸ آئین نامه اجرائی مفاد اسنادرسمی به شما ابلاغ می گردد از تاریخ انتشار این آگهی که تاریخ ابلاغ اجرائیه محسوب است فقط یک نوبت در روزنامه درج و منتشر می گردد ظرف مدت ده روز نسبت به پرداخت بدهی خود اقدام و درغیراینصورت بدون انتشار آگهی دیگری عملیات اجرائی طبق مقررات علیه شما تعقیب خواهد شد تاریخ انتشار ۹۷/۳/۲۸

م الف ۹۷/۲۰/۲۰۷۶

۹۹۴

آگهی ابلاغ وقت دادرسی ودادخواست وضمائم به :

کلاسه پرونده:۹۷۰۱۸۰/۳ وقت رسیدگی:۱۳۹۷/۴/۳۰ ساعت: ۱۱صبح خواهان خسرو دمرچلی با وکالت رحیم پورنصیر خوانده: نادر خانی مجهول المکان خواسته: مطالبه وجه خواهان دادخواستی تسلیم دادگاه های عمومی نموده که جهت رسیدگی به شعبه ۳ارجاع گردیده ووقت رسیدگی تعیین شده بعلت مجهول المکان بودن خوانده در درخواست خواهان ودستور دادگاه وبه تجویز ماده۷۳ قانون آئین دادرسی مدنی مراتب یک نوبت دریکی از جراید کثیرالانتشار آگهی میشود تا خوانده از تاریخ نشر آخرین آگهی ظرف یک ماه به دفتر دادگاه مراجعه وضمن اعلام نشانی کامل خود نسخه دوم دادخواست و ضمائم را دریافت نماید ودروقت مقرر بالا جهت رسیدگی حضور بهم رساند چنانچه بعدا ابلاغی بوسیله آگهی لازم شود فقط یک نوبت منتشر ومدت آن ده روز خواهد بود.

مدیردفتر شعبه ۳ دادگاه عمومی شهرستان قدس م الف ۸۰۷

آگهی ابلاغ وقت دادرسی ودادخواست وضمائم به :

کلاسه پرونده:۹۷۰۲۶۰/۳ وقت رسیدگی:۱۳۹۷/۴/۳۱ ساعت: ۱۰:۱۵صبح خواهان سید واحد کریمی فرزند سید رضی خوانده: باجی خانم محمدی فرزند احسان اله مجهول المکان خواسته: تمکین خواهان دادخواستی تسلیم دادگاه های عمومی نموده که جهت رسیدگی به شعبه ۳ارجاع گردیده ووقت رسیدگی تعیین شده بعلت مجهول المکان بودن خوانده در درخواست خواهان ودستور دادگاه وبه تجویز ماده۷۳ قانون آئین دادرسی مدنی مراتب یک نوبت دریکی از جراید کثیرالانتشار آگهی میشود تا خوانده از تاریخ نشر آخرین آگهی ظرف یک ماه به دفتر دادگاه مراجعه وضمن اعلام نشانی کامل خود نسخه دوم دادخواست و ضمائم را دریافت نماید ودروقت مقرر بالا جهت رسیدگی حضور بهم رساند چنانچه بعدا ابلاغی بوسیله آگهی لازم شود فقط یک نوبت منتشر ومدت آن ده روز خواهد بود.

مدیردفتر شعبه ۳ دادگاه عمومی شهرستان قدس م الف ۸۰۵

اجرائیه

مشخصات محکوم له: منیره محمدحسین زاده نام پدر ذوالفعلی نشانی قدس خ امام حسین ک هجرت یکم پ ۱۲ مشخصات محکوم علیه: مهران آفردار نام پدر : محمدجمال نشانی البرز ساوجبلاغ شهرک هیو خ ش فرجاد پ ۱۹ مشخصات نماینده یا قائم مقام محکوم له /محکوم علیه رحیم پور نصیر نام پدر : کشانسب نشانی تهران - شهرستان قدس بلوار امام خمینی روبروی مسجد جامع ط فوقانی فروشگاه فدک پ ۱۲۸ - واحد ۱۰ نوع رابطه: وکیل محکوم له: منیره محمدحسین زاده محکوم به: بموجب درخواست اجرای حکم مربوطه به شماره ۹۶۱۰۰۹۲۶۵۰۲۰۰۸۰۶ شماره دادنامه مربوطه ۹۶۰۹۹۷۲۶۵۰۲۰۰۶۷۳ محکوم علیه محکوم است علاوه بر پرداخت خسارت دادرسی به پرداخت ۸۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال بابت اجرت المثل ایام زناشویی از تاریخ ۸۶/۱۲/۲۴ لغایت ۹۵/۰۷/۰۱ درحق خواهان و پرداخت نیم عشر در حق صندوق دولت

منشی دادگاه حقوقی شعبه ۲ دادگاه عمومی حقوقی شهرقدس حجت اله فلاح مظلومی م الف ۸۰۸

آگهی ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی

نظر به این که به استناد مفاد رای شماره ۱۴۲ ۱۳۹۷۰۶۰۳۰۱۰۲۲۰۰۰-۹۷/۲/۹ هیات رسیدگی به اسناد عادی مستقر در اداره ثبت اسناد و املاک شهرستان رباط کریم بر حسب ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی مبنی بر تائید انتقال عادی و تصرفات مالکانه متقاضی آقای اصغر محمدی فرزند حمزه علی به شماره شناسنامه ۶۷ صادره از زنجان نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۳۸ متر مربع مفروز ومجزی شده از پلاک - فرعی مفروز از قطعه ۵ تفکیکی از ۱۵۳ اصلی واقع در حوزه ثبتی شهرستان رباط کریم از مالکیت رسمی محمود جعفری محرز گردیده لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتیکه شخص یااشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دوماه اعتراض خود رابه این اداره تسلیم و رسید اخذ نمایند تا به دادگاه صالحه احاله و اقدامات موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه گردد. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات قانونی سندمالکیت صادر خواهد شد و در هر حال صدور سند مالکیت جدید مانع مراجعه متضرر به دادگاه نخواهد بود

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۷/۳/۲۸ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۷/۴/۱۲

رئیس اداره ثبت اسناد رباط کریم منوچهر کاظم اصلانی

۹۹۵

آگهی ابلاغ وقت رسیدگی

شماره درخواست:۹۷۱۰۴۶۰۰۵۹۵۰۰۰۰۳۸ شماره پرونده: ۹۷۰۹۹۸۰۰۵۹۵۰۰۱۳۸ شماره بایگانی ۹۷۰۲۰۳ درکلاسه پرونده ۹۷۰۹۹۸۰۰۵۹۵۰۰۱۳۸ و شماره بایگانی ۹۷۰۲۰۳/۱/۹۷ شعبه اول دادگاه حقوقی گرگان بدینوسیله به غلامرضا رمضان پور ف حسن و محمد موسوی فرزند وهاب اخطار می گردد. خواهان موسسه اعتباری کاسپین دادخواستی بطرفیت شما به خواسته مطالبه وجه چک به دادگستری گرگان تقدیم نموده است. پس ازارجاع به این شعبه و ثبت آن به کلاسه فوق و جری تشریفات قانونی تعیین وقت رسیدگی وصدوراخطاریه جهت طرفین نظربه اینکه خوانده مجهول المکان می باشد لذا مستندا به ماده ۷۳ قانون آیین دادرسی مدنی مراتب دریک نوبت دریکی ازروزنامه های کثیرالانتشار درج می گردد تا خوانده دردفترشعبه اول دادگاه عمومی حقوقی گرگان حاضر و نسخه ثانی دادخواست وضمائم و اخطاریه را دریافت نموده .درجلسه دادرسی که به روزیکشنبه مورخ ۱۳۹۷/۴/۳۱ ساعت ۱۲/۳۰ تعیین شده است شرکت نمایند.

مدیر دفترشعبه اول دادگاه حقوقی گرگان

آگهی ابلاغ وقت رسیدگی

شماره درخواست:۹۷۱۰۴۶۰۰۵۹۷۰۰۰۰۳۳ شماره پرونده:۹۷۰۹۹۸۰۰۵۹۷۰۰۰۰۹۸ شماره بایگانی: ۹۷۰۱۲۶ درکلاسه پرونده به شماره بایگانی ۹۷۰۱۲۶/۸/۹۷ شعبه هشتم دادگاه حقوقی گرگان بدینوسیله به آقایان ۱ سید مهدی- سید حسن- سید جواد- سید هادی- سید اسماعیل- سید ماشااله - سید ابراهیم- سید امیر و خانم سیده نزهت شهرت همگی میر کریمی همگی فرزندان سید حمزه اخطار می گردد. آقایان سید محمد رضا میر کریمی ف کوچک - سید محمد علی میر کریمی ف کوچک - سید محمد تقی میر کریمی- ف کوچک و خانم ها صدیقه میر کریمی- طاهره سادات میر کریمی ف سید کوچک و فاطمه بیگم میر کریمی ف آقا کوچک با وکالت آقای سید حسن محمد خانی دادخواستی بطرفیت شما به خواسته مطالبه سهم الارث - تقسیم ترکه به دادگستری گرگان تقدیم نموده است. پس ازارجاع به این شعبه و ثبت آن به کلاسه فوق وجری تشریفات قانونی تعیین وقت رسیدگی وصدوراخطاریه جهت طرفین نظربه اینکه خواندگان مجهول المکان می باشد لذا مستندا به ماده ۷۳ قانون آیین دادرسی مدنی مراتب دریک نوبت دریکی از روزنامه های کثیر الانتشار درج می گردد تا خواندگان دردفتر شعبه هشتم دادگاه حقوقی گرگان حاضر ونسخه ثانی دادخواست و ضمائم واخطاریه را دریافت نموده درجلسه دادرسی که به روزسه شنبه مورخ ۱۳۹۷/۵/۱۶ ساعت ۹ صبح تعیین شده است شرکت نمایند.

رئیس شعبه هشتم دادگاه عمومی حقوقی گرگان - اسماعیل زاهدی

دادنامه

پرونده کلاسه ۹۶۰۹۹۸۰۰۵۶۱۰۱۰۴۸ شعبه دوم دادگاه عمومی حقوقی گرگان تصمیم نهایی دادنامه شماره - ش ب : ۹۶۱۱۲۹ / خواهان: موسسه کاسپین بامدیریت عاملی آقای علی نعیمی و وکالت مع الواسطه غلامرضا یابین محلی با وکالت آقای محمود بهرام نژاد ف لطف اله به نشانی استان گلستان شهرستان گرگان - گرگان خ ولی عصر نبش عدالت ۳۱ مجتمع کوروش طبقه اول واحد ۶ / خواندگان: ۱. خانم آمنه ملائی ف حسن ۲. آقای محمدرضا سالاری جزی ف علی اصغر ۳. آقای حمیدرضا فرزان نژاد ف علی اصغر به نشانی استان گلستان شهرستان گرگان - گرگان شهرک امام بیست متری نهضت پلاک ۴۴ ۴. آقای حمیدرضا بید مال ف غلامرضا به نشانی استان گلستان شهرستان گرگان - گرگان- الماس شمال طبقه اول تاج موبایل . خواسته ها: مطالبه خسارت تاخیر تادیه ۲. مطالبه وجه چک ۳. مطالبه خسارت دادرسی

رای دادگاه

درخصوص دعوی آقای محمود بهرام نژاد به وکالت از طرف موسسه تعاونی امید جلین(در حال تصفیه) با وکالت مع الواسطه از طرف موسسه کاسپین بطرفیت : ۱. خانم آمنه ملائی ف حسن ۲. محمدرضا سالاری جزی ف علی اصغر ۳. حمیدرضا بید مال ف غلامرضا ۴. حمیدرضا فرزان نژاد ف علی اصغر بخواسته مطالبه مبلغ ششصدو نود میلیون ریال (بابت وجه چک) (به صورت تضامنی) بابت وجه یک فقره چک بانک مهر اقتصاد نوین به شماره سریال ۹۱۵۷/۲۸۵۷۹۴ به تاریخ ۱۳۹۶/۱/۲۳ در وجه تعاونی اعتباری امید جلین از حساب شماره ۳۰۰۱۱۳۹۷۷۲۷۷۱ به انضمام خسارت تاخیر تادیه از تاریخ مندرج در چک و خسارات دادرسی (هزینه دادرسی و حق الوکاله وکیل) نظر به اینکه اولا اصل سند تجاری و گواهینامه عدم پرداخت به رویت دادگاه رسیده است ثانیا وجود اصل سند تجاری حکایت از مدیونیت خواندگان دارد ثالثا خواندگان علیرغم ابلاغ قانونی و انتظار کافی و همچنین بعد از نشر آگهی (درخصوص خواندگان ردیف اول و دوم) حاضر نشدندو وکیلی نیز معرفی ننمودند و لایحه ای نیز ارسال ننمودند رابعا امضا ذیل و ظهرسند تجاری مورد ایراد و انکار خواندگان قرار نگرفت خامسا با عدم ارائه دلیل بر برائت ذمه بقا دین استصحاب می گردد لذا مستندا به ماده ۱۲۵۷ قانون مدنی و مواد ۳۱۰و۳۱۷و۳۲۰ و۳۱۱ قانون تجارت مصوب ۱۳۱۱ و تبصره ماده ۲ قانون صدور چک الحاقی ۱۳۷۶/۳/۱۰ مصوب مجمع تشخیص مصلحت نظام وقانون استفساریه تبصره ماده ۲ واحده فوق مصوب ۱۳۷۷/۹/۲۱ مجمع تشخیص مصلحت نظام و مواد ۱۹۸و۵۱۹و۵۲۲ قانون آئین دادرسی مدنی مصوب ۱۳۷۹/۱/۲۱ مجلس شورای اسلامی و قاعده فقهی استصحاب حکم بر محکومیت تضامنی خواندگان به پرداخت مبلغ ششصد و نود میلیون ریال به عنوان اصل خواسته و مبلغ بیست و چهار میلیون و دویست و بیست و پنج هزار ریال به عنوان خسارت دادرسی و همچنین به پرداخت خسارت تاخیر تادیه از تاریخ مندرج در سند تجاری ۱۳۹۶/۱/۲۳ تا زمان پرداخت براساس نرخ شاخص تورم بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران و حق الوکاله وکیل طبق تعرفه قانونی که دو مورد اخیردراجرای احکام مدنی محاسبه می گردد درحق خواهان صادر و اعلام می نماید در خصوص تامین خواسته قبلا اقدام شده است) رای صادره غیابی و ظرف ۲۰ روزپس از ابلاغ قابل واخواهی در این مرجع و سپس ظرف ۲۰ روز قابل تجدید نظر خواهی در دادگاه تجدید نظر استان گلستان می باشد.

رئیس شعبه دوم دادگاه عمومی حقوقی گرگان - محمد علی صادقی

آگهی ابلاغ وقت رسیدگی

شماره درخواست:۹۷۱۰۴۶۰۰۵۹۵۰۰۰۰۲۹ شماره پرونده:۹۷۰۹۹۸۰۰۵۹۵۰۰۰۰۶۸ شماره بایگانی: ۹۷۰۱۰۲ درکلاسه پرونده ۹۷۰۹۹۸۰۰۵۹۵۰۰۰۰۶۸ و شماره بایگانی ۹۷۰۱۰۲/۱/۹۷ شعبه اول دادگاه حقوقی گرگان بدینوسیله به جعفرمقدم فرزند محمدرضا اخطار می گردد. خواهان محمود مهری دادخواستی بطرفیت شما به خواسته مطالبه وجه و مطالبه خسارات دادرسی ومطالبه خسارت تاخیر تادیه به دادگستری گرگان تقدیم نموده است. پس ازارجاع به این شعبه و ثبت آن به کلاسه فوق و جری تشریفات قانونی تعیین وقت رسیدگی وصدوراخطاریه جهت طرفین نظربه اینکه خواندگان مجهول المکان می باشد لذا مستندا به ماده ۷۳ قانون آیین دادرسی مدنی مراتب دریک نوبت دریکی ازروزنامه های کثیرالانتشار درج می گردد تا خوانده دردفترشعبه اول دادگاه عمومی حقوقی گرگان حاضر و نسخه ثانی دادخواست و ضمائم و اخطاریه را دریافت نموده .درجلسه دادرسی که به روزچهارشنبه مورخ ۱۳۹۷/۵/۱۰ ساعت ۱۱ تعیین شده است شرکت نمایند.

مدیر دفترشعبه اول دادگاه حقوقی گرگان

دادنامه

پرونده کلاسه ۹۶۰۹۹۸۰۰۵۹۱۰۰۴۳۵ شعبه ۱۰ دادگاه عمومی حقوقی گرگان تصمیم نهایی شماره ۹۷۰۹۹۷۰۰۵۹۱۰۰۲۸۵ ش ب : ۹۶۰۵۳۰ / خواهان: آقای راغب اقبالی شیره جینی ف حسن به نشانی استان گلستان شهرستان گرگان شهر گرگان- خیابان شهید بهشتی بهشت ۲۳- رودکی دوم درب آخر/ خواندگان:۱. آقای تاج محمد رحیمی ف امین اله ۲. آقای علی محمد رنجبر ف قاسم ۳. آقای سراله کابوسی ف طاهر به نشانی مجهول المکان خواسته ها:۱. اثبات مالکیت (مالی غیر منقول) ۲. اثبات وقوع بیع

(رای دادگاه)

درخصوص دعوی آقای راغب اقبالی شیره جینی ف حسن بطرفیت ۱/. تاج محمد رحیمی ف امین اله ۲. علی محمد رنجبر ف قاسم ۳. سراله کابوسی ف طاهر بخواسته صدور حکم بر اثبات وقوع بیع یک قطعه زمین به مساحت ۹۰ متر مربع واقع در شهرک فلسقی موضوع مبایعه نامه عادی به تاریخ ۹۵/۳/۲ مقوم به ۳/۱۰۰/۰۰۰ ریال و اثبات مالکیت قطعه زمین موصوف مقوم به ۳/۱۰۰/۰۰۰ ریال دادگاه با توجه به موضوع خواسته های معنونه و مستند پیوست دادخواست و توضیحات ارائه شده از ناحیه خواهان و ملاحظه پرونده استنادی شماره ۹۶-۳۱۸ شعبه ۹ دادگاه عمومی حقوقی گرگان که خوانده ردیف اول اقرار به فروش زمین موصوف را نموده است لذا دادگاه با وصف اینکه اصل بر صحت عقود و قرار دادهاست و خلاف آن محتاج دلیل است هر معامله ای که واقع می شود محمول بر صحت است مگر اینکه فساد آن معلوم شود در متحن فیه هیچ دلیلی بر فساد معامله و یا صوری بودن معامله وجود ندارد و برابر مقررات صریح قانون مدنی عقودی که بر طبق قانون واقع شده باشد بین متعاملین و قائم مقام آنها لازم الاتباع است مگر این که به رضای طرفین اقاله یا به علت قانونی فسخ شود. همین طور عقود نه فقط متعاملین را به اجرای چیزی که در آن تصریح شده است ملزم می نماید بلکه متعاملین به کلیه نتایجی هم که به موجب عرف و عادت یا به موجب قانون از عقد حاصل می شود ملزم می باشند و اینکه خواندگان علیرغم ابلاغ در جلسه حاضر نگردیده دلیلی درجهت رد ادعای خواهان ارائه و ابراز ننموده و باالحاظ اینکه موضوع به کارشناسی ارجاع و نظریه کارشناسی نیز مصون از هرگونه ایراد و اعتراض باقیمانده لذا بنا به دلایل مطروحه فوق الاشعار این دادگاه دادخواهی خواهان را وارد و ثابت تشخیص و مستندا به مواد ۱۰-۲۱۹-۲۲۰-۲۲۳-۲۲۴ و ۱۳۰۱ قانون مدنی حکم به اثبات وقوع بیع موضوع مبایعه نامه عادی پیوست مورخ ۹۵/۳/۲ ما بین خواهان و خوانده ردیف اول و حکم اثبات مالکیت خواهان نسبت به یک قطعه زمین به مساحت ۹۰ متر مربع واقع در گرگان- شهرک فلسقی به شرح مندرج در نظریه کارشناسی به حدود ثغور تعیینی له خواهان صادر و اعلام می نماید رای صادره غیابی و ظرف مهلت ۲۰ روزپس ازتاریخ ابلاغ واقعی قابل واخواهی دراین دادگاه وسپس ظرف مهلت مذکو قابل تجدید نظرخواهی درمحاکم تجدید نظر استان گلستان می باشد.

رئیس شعبه ۱۰ دادگاه عمومی حقوقی گرگان - غلامرضا جهان افروز

آگهی حصر وراثت

ش درخواست: ۹۷۱۰۴۶۱۷۲۳۱۰۰۰۱۶ ش پرونده: ۹۶۰۹۹۸۱۷۲۳۱۰۰۷۹۲ ش ب : ۹۶۰۸۰۱ /خواهان روبوشت حصروراثت حسین خسرو شیری فرزند ابراهیم به شرح درخواست تقدیمی ثبت شده به کلاسه ۹۶۰۹۹۸۱۷۲۳۱۰۰۷۹۲ ازاین دادگاه درخواست گواهی حصروراثت نموده وچنین توضیح داده که شادروان زینب خسرو شیری دراقامتگاه دائمی خود بدرود حیات گفته و ورثه / حین الفوت وآن مرحوم منحصر است به: ۱. اسماعیل کیوانلو ف نور محمد ش ش ۸۶۹ نسبت فرزند متوفی ۲. فاطمه کیوانلو ف نور محمد ش ش ۸۶۸ نسبت فرزند متوفی ۳. مریم کیوانلو ف نور محمد ش ش ۵۲۱۰۰۳۶۹۲۸ نسبت فرزند متوفی ۴. رقیه کیوانلو ف نور محمد ش ش ۵۲۱۰۰۳۶۹۱۱ نسبت فرزند متوفی ۵. معصومه خسرو شیری ف ابراهیم ش ش ۸۷۱ نسبت فرزند متوفی ۶. حسین خسرو شیری ف ابراهیم ش ش ۸۷۰ نسبت فرزند متوفی ۷. ابراهیم کیوانلو نسبت همسر متوفی/اینک پس از انجام تشریفات مقدماتی درخواست مذبور را یک نوبت آگهی می نماید تا هر کس اعتراضی دارد ویا وصیت نامه ای از متوفی نزد او می باشد از تاریخ انتشار آگهی ظرف یک ماه به این دادگاه مراجعه وتقدیم نماید والا گواهی صادر خواهد شد.

مسئول دفترشعبه ۱۲ شورای حل اختلاف مجتمع شهید قدوسی گرگان- زینب خمر

دادنامه

پرونده کلاسه ۹۶۰۹۹۸۰۲۴۱۸۰۰۷۹۵ شعبه ۱۲۱ دادگاه عمومی حقوقی مجتمع قضایی شهید باهنر تهران تصمیم نهایی شماره ۹۷۰۹۹۷۰۲۴۱۸۰۰۱۹۸ خواهان آقای علی ولی زاده فرزند جعفر با وکالت آقای علی شمس فرزند حسین به نشانی تهران سعادت آباد میدان کتاب خیابان کوهستان خیابان صحرا کوچه چهارم پلاک ۱۵ طبقه همکف خواندگان ۱. آقای فرید مرزعه فراهانی فرزند فریدون ۲. آقای احمد کیشانی فراهانی همگی به نشانی مجهول المکان خواسته مطالبه وجه چک رای دادگاه در خصوص دعوی آقای علی ولی زاده فرزند جعفر با وکالت آقای علی شمس به طرفیت آقایان ۱- فرید مرزعه فراهانی فرزند فریدون (بعنوان صادر کننده چک) ۲- احمد کیشانی فراهانی (بعنوان ظهر نویس) بخواسته مطالبه مبلغ ۳۳۷/۰۰۰/۰۰۰ ریال بعنوان سه فقره چک بانک ملت به شماره های ۱۵۵۲/۸۴۱۷۶۷/۶۴ بتاریخ ۹۶/۲/۲۴ و ۱۵۵۲/۸۴۱۷۷۰ بتاریخ ۹۶/۲/۲۴ و ۱۵۵۲/۸۴۱۷۶۸/۴۸ بتاریخ ۹۶/۳/۲۴ هرکدام به مبلغ ۱۰۹/۰۰۰/۰۰۰ ریال بعنوان خسارت تاخیر تادیه و مطلق دادرسی بدین توضیح که وکیل خواهان ضمن ارائه کپی مصدق چک های موضوع خواسته صادره از حساب خوانده ردیف اول به شماره حساب ۴۳۱۳۰۵۱۵/۳۷ و گواهینامه عدم پرداخت بانک محال علیه در تشریح خواسته موکل خود اجمالا چنین بیان داشته که موکل وی از بابت مطالباتی که بابت فروش کفش از خوانده ردیف دوم داشته چک های مذکور را که خوانده ردیف اول بعنوان صاحب حساب و صادر کننده آن ها می باشد و خوانده ردیف دوم نیز بعنوان ظهر نویسی ظهر انها را امضا نموده است دریافت نموده است ولی وقتی که در سررسید جهت وصول وجه آنها به بانک ارائه شده از طرف بانک محال علیه بعلت عدم کفایت موجودی گواهی عدم پرداخت نسبت به انها صادر شده و خواندگان تا کنون اقدامی در جهت پرداخت وجه چک های مذکور انجام نداده اند بنابراین تقاضای صدور حکم مبنی بر محکومیت تضامنی مشار الیهم به شرح خواسته را دارد خواندگان با وجود دعوت و ابلاغ قانونی اخطاریه در جلسه دادرسی حاضر نشده و لایحه ای نیز ارسال نکرده اند بنابراین در مقابل دعوی و دلایل خواهان دفاعی بعمل نیاورده و ضمن اینکه اسناد و مدارک خواهان مصون از تعرض و خدشه از جانب مشار الیهم باقیمانده دلیل معارض نیز از جانب مشار الیهم ارائه نشده است النهایه دادگاه با بررسی محتویات پرونده با توجه به اینکه صدور چک بعنوان یک سند تجاری از جانب خوانده ردیف اول ظهور در اشتغال ذمه وی بعنوان صادر کننده و خوانده ردیف دوم بعنوان ظهر نویسی چک در حق خواهان بعنوان دارنده چک دارد و وجود و بقای اصل چک های مذکور در دست خواهان (با این توضیح که اصل چک های مذکور در جلسه دادرسی در دست وکیل خواهان رویت شد) نیز دلالت بر بقای طلب وی و دین و بدهی خواندگان دارد و خواندگان نیز دلیلی که مثبت پرداخت وجه چک های مذکور و به تبع آن پرداخت دین و بدهی و برائت ذمه خودشان باشد ارائه نداده اند بنابراین دعوی و خواسته خواهان را ثابت و قابل اجابت دانسته و به استناد مواد ۱۹۸-۵۰۵-۵۱۵-۵۱۹-۵۲۲ قانون آئین دادرسی مدنی ۲۴۹-۳۱۰-۳۱۳د قانون تجارت ۱۲۵۸ (بند ۲) ۱۲۸۴ و ۱۳۰۱ قانون مدنی قانون استفساریه تبصره الحاقی به ماده ۲ قانون اصلاح موادی از قانون صدور چک و مفهوم مخالف ماده ۱۷ قانون صدور چک و بلحاظ ماده ۳۱۵ قانون تجارت رای بر محکومیت تضامنی خواندگان مذکور به پرداخت مبلغ ۳۲۷/۰۰۰/۰۰۰ ریال معادل مجموع وجه چک های موضوع خواسته بعلاوه خسارت تاخیر تادیه بر مبنای نرخ تورم اعلامی بانک مرکزی از تاریخ هر چک نسبت به مبلغ همان چک لغایت اجرای دادنامه (پرداخت وجه چک) بعلاوه پرداخت مبلغ ۱۰/۶۱۱/۰۰۰ ریال بعنوان هزینه دادرسی بعلاوه پرداخت مبلغ ۶/۰۰۰/۰۰۰ ریال (معادل ۶۰ درصد حق الوکاله مندرج در وکالتنامه وکلای خواهان که به جهت اینکه این مبلغ کمتر از تعرفه قانونی می باشد بر مبنای ماده ۱۰۳ قانون مالیات های مستقیم و ماده ۱ قانون آیین نامه حق تعرفه حق الوکاله حق المشاوره و هزینه سفر وکلای دادگستری و وکلای ماده ۱۸۷ قانون برنامه سوم توسعه جمهوری اسلامی ایران همین مبلغ مبنای محاسبه برای محکومیت خوانده می باشد) بعنوان حق الوکاله مرحله بدوی در حق خواهان صادر و اعلام می دارد رای صادره غیابی بوده و ظرف مدت بیست روز از تاریخ ابلاغ از جانب خواندگان قابل واخواهی در این دادگاه می باشد ضمنا رای صادره ظرف همین مدت (۲۰ روز)از جانب خواندگان پس از انقضای مدت واخواهی و از جانب خواهان از تاریخ ابلاغ قابل تجدیدنظر خواهی در دادگاه تجدیدنظر استان تهران می باشد .

۱۱۰/۲۴۷۷۱ت رئیس شعبه ۱۲۱ دادگاه عمومی حقوقی تهران

آگهی

در خصوص پرونده کلاسه ۹۶۰۰۶۴ دعوی محسن ابراهیمی جم به طرفیت خواندگان محمدرضا رحیمی – میرزاده رضایی بخواسته مطالبه خسارت دادرسی- تامین خواسته – مطالبه خسارت با توجه به وصول نظریه کارشناس رسمی دادگستری به موجب این آگهی به شما اخطار و اعلام میگردد چنانچه اعتراضی نسبت به آن نظریه دارید ظرف مدت یک هفته کتبا اعلام نمایید این آگهی تنها یکبار در یکی از روزنامه های کثیر الانتشار چاپ و در پایان مهلت اقدام قانونی صورت میگردد ضمنا چنانچه نیاز به نظریه کارشناسی داشته باشید بامراجعه به دفتر شعبه ۱۵۱ دادگاه عمومی تهران واقع در خ پیروزی بلوار ابوذر بعد از پل پنجم مجتمع قضایی شهید محلاتی طبقه هفتم نظریه تقدیم میگردد.

۱۱۰/۲۴۷۷۶ت رئیس شعبه ۱۵۱ دادگاه عمومی حقوقی تهران

آگهی

خواهان ها حسین بلورچی قوی – منیژه بلورچی قوی – مسعود بلورچی قوی خوانده احمد پور پور خواسته الزام به تنظیم سند رسمی ملک – مطالبه خسارت دادرسی مطرح که به این شعبه ارجاع و به شماره پرونده کلاسه ۹۷۰۰۸۹ شعبه ۱۵۱ دادگاه عمومی حقوقی مجتمع قضایی شهید محلاتی تهران ثبت و وقت رسیدگی مورخ ۱۳۹۷/۵/۲۳ ساعت ۱۰:۳۰ تعیین که حسب دستور دادگاه طبق موضوع ماده ۷۳ قانون آئین دادرسی مدنی بعلت مجهول المکان بودن خوانده و درخواست خواهان مراتب یک نوبت در یکی از جراید کثیر الانتشار آگهی میگردد تا خوانده ظرف یک ماه پس از تاریخ انتشار آگهی به دفتر دادگاه مراجعه و ضمن اعلام نشانی کامل خود نسخه ثانی دادخواست و ضمائم را دریافت و در وقت مقرر فوق جهت رسیدگی در دادگاه حاضر گردد.

۱۱۰/۲۴۷۷۲ت رئیس شعبه ۱۵۱ دادگاه عمومی حقوقی تهران

آگهی

خواهان علی محمد احمدی خواندگان سید اسداله طاهری تاری – نصرت اله پولادوند خواسته الزام به فک رهن مطالبه خسارت دادرسی الزام به تنظیم سند رسمی ملک تسلیم مبیع (تحویل مورد معامله) مالی غیر منقول مطرح که به این شعبه ارجاع و به شماره پرونده کلاسه ۹۷۰۰۸۹ شعبه ۱۵۱ دادگاه عمومی حقوقی مجتمع قضایی شهید محلاتی تهران ثبت و وقت رسیدگی مورخ ۱۳۹۷/۵/۲۱ ساعت ۱۱:۰۰ تعیین که حسب دستور دادگاه طبق موضوع ماده ۷۳ قانون آئین دادرسی مدنی بعلت مجهول المکان بودن خوانده و درخواست خواهان مراتب یک نوبت در یکی از جراید کثیر الانتشار آگهی میگردد تا خوانده ظرف یک ماه پس از تاریخ انتشار آگهی به دفتر دادگاه مراجعه و ضمن اعلام نشانی کامل خود نسخه ثانی دادخواست و ضمائم را دریافت و در وقت مقرر فوق جهت رسیدگی در دادگاه حاضر گردد.

۱۱۰/۲۴۷۷۳ت رئیس شعبه ۱۵۱ دادگاه عمومی حقوقی تهران

آگهی ابلاغ وقت رسیدگی و دادخواست وضمائم به آقای علی اکبر رمضانی

خواهان ها محمود مرادی و اصغر ملائی دستجردی دادخواستی به طرفیت خوانده آقای علی اکبر رمضانی بخواسته الزام به تنظیم سند مطرح که به این شعبه ارجاع و به شماره پرونده کلاسه ۹۷۰۹۹۸۰۲۳۱۴۰۰۰۸۰ شعبه ۱۴۹ دادگاه عمومی حقوقی مجتمع قضایی شهید محلاتی تهران ثبت و وقت رسیدگی مورخ ۱۳۹۷/۵/۲۲ ساعت ۱۱:۳۰ تعیین که حسب دستور دادگاه طبق موضوع ماده ۷۳ قانون آئین دادرسی بعلت مجهول المکان بودن خوانده و درخواست خواهان مراتب یک نوبت در یکی از جراید کثیر الانتشار آگهی می گردد تا خوانده ظرف یک ماه پس از تاریخ انتشار آگهی به دفتر دادگاه مراجعه وضمن اعلام نشانی کامل خود نسخه ثانی دادخواست و ضمائم را دریافت و در وقت مقرر فوق جهت رسیدگی در دادگاه حاضر گردد.

۱۱۰/۲۴۷۷۲ت رئیس شعبه ۱۴۹دادگاه عمومی حقوقی تهران

اطلاعیه موت فرضی اسداله جهان ارا

دادخواست خواهان ها خانم مخدره حسنی و هاجر اکبری و مرتضی سمیه مصطفی و زینب جهان ارا به طرفیت دادستان عمومی وانقلاب زنجان به خواسته تقاضای صدور فوت فرضی اسداله جهان ارا فرزند عبداله بدلیل مفقود الاثر بودن وی دادخواست تقدیم دادگاه عمومی شهرستان زنجان نموده که جهت رسیدگی به شعبه ۶ دادگاه خانواده زنجان واقع در زنجان خ اما م حد فاصل امامزاده و میدان انقلاب مجتمع قضایی خانواده کدپستی ۴۵۱۶۶۴۵۵۱۴ ارجاع و به شماره بایگانی ۹۷۰۱۱۰ ثبت گردیده که وقت رسیدگی ۹۷/۵/۲ ساعت ۹ صبح تعیین شده است لذا باتوجه به فوت فرضی اسداله جهان ارا فرزند عبداله متولد ۱۳۳۵ شماره ملی ۴۲۸۴۶۰۹۶۳۷ چنانچه کسی از وی اطلاعی دارد در دادگاه شعبه ۶ حقوقی زنجان حاضر شود به این مرجع اعلام نماید

مدیر دفتر دادگاه حقوقی شعبه ۶ دادگاه خانواده زنجان

۹۸۱

مفقودی

کارت هوشمند ناوگان به شماره ۱۷۹۴۳۲۲ متعلق به کامیون به شماره پلاک ۱۴ع۸۸۴ ایران ۸۷ تعویض پلاک به شماره ۴۷ ع۸۱۳ ایران ۸۷ مفقود گردیده وفاقد اعتبار میباشد .

زنجان

آگهی فقدان مدرک تحصیلی

مدرک فارغ تحصیلی اینجانب سپیده بختیاری فرزند محمدعلی به شماره شناسنامه ۴۳۱۰۱۷۲۸۰۲صادره ازقزوین درمقطع کارشناسی رشته معماری صادره ازواحد دانشگاه آزاد قزوین بشماره ۳۴/۵۰۶۵مفقود گردیده است وفاقد اعتبار می باشد ازیابنده تقاضا می شود اصل مدرک را به دانشگاه آزاد اسلامی واحدقزوین به نشانی بلوار نخبگان دانشگاه آزاد قزوین ارسال نماید.

قزوین

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

برابر رای شماره ۹۷/۲/۹-۱۰۰۰۰۰۵۳ - هیات اول / موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ناحیه دو زنجان تصرفات مالکانه و بلامعارض متقاضی آقای کریم سلطانی فرزند ابوالفضل به شماره شناسنامه ۹۷۰ صادره از زنجان در ششدانگ یکباب ساختمان به مساحت ۹۹/۱۰ متر مربع از پلاک ۱۲ فرعی از ۴۲۴۹ اصلی واقع در بخش دو زنجان از مالکیت متقاضی خود ملک محرز گردیده است لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند ازتاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دوماه اعتراض خود رابه اداره تسلیم و پس از اخذ 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 ۹۷/۳/۱۴ تاریخ انتشار نوبت دوم ۹۷/۳/۲۸

رئیس ثبت اسناد واملاک ابراهیم اکبری

۸۵۶

آگهی تغییرات موسسه خیریه یاوران مهر علی ارومیه به شماره ثبت ۱۱۰۷ و شناسه ملی ۱۴۰۰۶۷۶۴۴۲۰

به استناد صورتجلسه هیات مدیره مورخ۹۷/۱/۲۹ و مجوز شماره ۹۷/۳/۱۰- ۱۴۲۱/۲/۲۹۲۱ فرمانداری شهرستان ارومیه تصمیمات ذیل اتخاذ شد آقای رضا عبدالهی درشکی ش م ۲۸۵۰۳۲۵۹۷۱ به سمت رئیس هیات مدیره و آقای وحید حمدالهی ش م ۲۷۵۴۵۷۵۶۵۰ به سمت نایب رئیس هیات مدیره و کاظم حبشی یوالاری ش م ۲۷۵۱۱۹۲۹۶۴ به سمت خزانه دار و آقای مهدی سلطانی ش م ۲۷۵۴۶۲۸۵۹۲ به سمت عضو هیات مدیره و مدیر عامل و جواد بهرام زاده عرزم ش م۲۷۵۳۵۸۹۶۲۳ به سمت عضو هیات مدیره برای بقیه مدت ماموریت هیات مدیره تا مورخه ۹۷/۱۲/۲۳ انتخاب شدند - کلیه اوراق و اسناد بهادار تعهدآور موسسه از قبیل چک سفته بروات قراردادها و عقود اسلامی با امضای مدیر عامل و خزانه دار و در غیاب خزانه دار با امضای رئیس هیات مدیره همراه بامهر موسسه معتبر می باشد با ثبت این مستند تصمیمات تعیین وضعیت حق امضا انتخاب و تعیین سمت هیات مدیره تعیین سمت مدیران انتخاب شده توسط متقاضی در سوابق الکترونیک شخصیت حقوقی مرقوم ثبت و در پایگاه آگهی های سازمان ثبت قابل دسترس می باشد

اداره کل ثبت اسناد واملاک استان اذربایجان غربی
مرجع ثبت شرکتها و موسسات غیر تجاری ارومیه

۹۶۵

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

برابر رای شماره ۱۳۹۷۶۰۳۲۷۰۰۸۰۰۰۰۵۶ - ۹۷/۳/۱۹ - هیات اول /موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک سلطانیه تصرفات مالکانه و بلامعارض متقاضی آقای علی بابامرادی فرزند محمود به شماره شناسنامه ۲۶۷ صادره از سلطانیه در یکباب عمارت به مساحت ۱۴۹/۵۵ متر مربع پلاک فرعی از اصلی واقع در سلطانیه خریداری از مالک رسمی آقای علی بابامرادی خود متقاضی محرز گردیده است لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند ازتاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دوماه اعتراض خود را به اداره تسلیم و پس از اخذ 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 ۹۷/۳/۲۸ تاریخ انتشار نوبت دوم ۹۷/۴/۱۲

رئیس ثبت اسناد واملاک اصغر بیگدلی

۹۶۴

آگهی حصر وراثت

محمود پور نبی فرزند نبی اله به شماره شناسنامه — به شرح درخواستی که به شماره ۱۰/۹۷/۱۵۸ این شعبه ثبت گردیده درخواست صدور گواهی حصر وراثت نموده و چنین توضیح داده که شادروان مرحومه عذرا تجفیان گرجی فرزند حجت اله به شماره شناسنامه ۴۷ صادره از بهشهر در تاریخ ۹۷/۳/۵ در اقامتگاه دائمی خود شهرستان بهشهر فوت نموده و ورثه/وراث حین الفوت وی عبارتند از محمود پور نبی ف نبی اله ش ش ۴۴۱۸ ص از بهشهر ت ت ۱۳۶۳ فرزند متوفی و حمیدرضا پور نبی ف نبی اله ش ش ۸۴۱۳ ص از بهشهر ت ت۱۳۶۵ فرزند متوفی و محمدعلی پور نبی ف نبی اله ش ش ۳۸۳ ص از بهشهر ت ت ۱۳۵۱ فرزند متوفی واحمد پور نبی ف نبی اله ش ش ۴۳۰ ص از بهشهر ت ت ۱۳۵۷ فرزند متوفی و زینب پور نبی ف نبی اله ش ش ۳۱۴ ص از بهشهر ت ت ۱۳۵۸ فرزند متوفی و فاطمه زهرا پور نبی ف نبی اله ش ش ۶۲۱ ص از بهشهر ت ت ۱۳۴۹ فرزند متوفی ولاغیر. اینک با انجام تشریفات مقدماتی درخواست مزبور را یک نوبت آگهی می نماید تا چنانچه شخصی اعتراضی دارد و یا وصیت نامه ای از متوفی نزد او می باشد از تاریخ انتشار آگهی ظرف یک ماه به این دادگاه تقدیم دارد والا گواهی صادر خواهد شد.

م الف ۹۷/۲۰/۶۵۸۴ قاضی شعبه دهم شورای حل اختلاف بهشهر

۹۷۳

آگهی مزایده نوبت اول اموال غیر منقول

نظر به اینکه به موجب دادنامه ۹۶۰۹۹۷۰۲۰۷۴۰۰۲۴۳-۹۶/۳/۶ اصداری از شعبه چهارم دادگاه حقوقی ورامین دستور فروش ششدانگ مشاع پلاک ثبتی ۱۱۱/۲۷۸۴ مورد مالکیت مورث مرحوم حسین فدوی و تقسیم وجه حاصل از فروش در حق وراث بنامهای هوشنگ فدوی اردستانی و خانم توران اردستانی فدوی وپوران اردستانی فدوی ومنوچهر اردستانی فدوی به سیاق گواهی حصر وراثت صادر و برابر نظر کارشناس منتخب پرونده پلاک ثبتی مذکور واقع در ورامین خ طالقانی ک شهید حسین تاجیک پ ۱۸ ساختمان دو طبقه قدیمی ساز و دارای فاقد اسکلت سازه ای و فاقد هر گونه تجهیزات داخلی و ملک مورد بازدید بصورت جنوبی ساز و دارای دوطبقه بنای قدیمی و در طبقات همکف و اول و عرصه آن به مساحت ۲۰۷/۱۰ متر مربع و باتوجه به قدمت زیاد بنای موجود ملک مذکور فاقد ارزش اعیان بوده و بدون در نظر گرفتن میزان بدهی به ادارات و شهرداری و میزان اصلاحی و رهنی و بازداشتی احتمالی و فارغ از هر گونه موارد و مانع جهت نقل و انتقالات و توضیح اینکه طبق ضوابط فنی و شهرسازی شهرداری عرصه ملک قابل تفکیک به چهار قطعه نمی باشد و باشرایط فوق ملک موصوف به مبلغ ۶۵۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال معادل ششصد و پنجاه میلیون تومان قیمت گذاری شده و از اعتراض مصون مانده است که ملک فوق برای روز ۹۷/۴/۱۲ از ساعت ۱۰ الی ۱۱ صبح در محل اجرای احکام مدنی دادگستری ورامین به مزایده گذاشته خواهد شد و مزایده از قیمت کارشناسی شروع و برنده مزایده کسی خواهد بود که بالاترین قیمت را قبول نماید و فی المجلس ده درصد وجه مزایده از خریدار اخذ و مابقی ظرف دو ماه از تاریخ مزایده مهلت دارد که به صندوق دادگستری واریز نماید ضمنا طالبین می توانند ۵ روز قبل از تاریخ جلسه مزایده ویا مراجعه به اجرای احکام از ملک فوق دیدن فرمایند .

م الف ۴۴۵ مدیر دفتر اجرای احکام مدنی دادگستری شهرستان ورامین

۹۷۱

اخبار

مدیرعامل آبفای گیلان در نشست با اصحاب رسانه :

کیفیت آب در تمامی شهرهای استان در حد استانداردهای ملی است

رشت- مهناز نوبری – در نشست مدیرعامل این شرکت با اصحاب رسانه ضمن تشریح پروژه های آبرسانی استان، برنامه های فرهنگی مربوط به هفته صرفه جویی در مصرف آب اعلام شد.سید محسن حسینی رئیس هیأت مدیره و مدیرعامل آبفای گیلان با اشاره به اینکه پروژه های اجرایی در حوزه آبرسانی از پروژه های طولانی مدت می باشد افزود: اجرای این پروژه ها موجب افزایش کیفیت و کمیت آب خواهد شد.وی با تأکید براینکه آب شرب در تمامی شهرهای استان گیلان در حد استانداردهای ملی است تصریح کرد: علاوه بر کنترل کیفیت آب و نمونه برداریهای روزانه از سوی دفتر کنترل کیفی شرکت ، مراکز بهداشت استان نیز بر سلامت آب نظارت کامل داشته و کیفیت مطلوب آن مورد تأئید است. مدیرعامل آبفای گیلان با برشمردن پروژه های در دست اجرای این شرکت افزود: مناقصات برگزار شده برای اجرای ۱۱ پروژه آب و فاضلاب در استان بالغ بر ۵۰۳ میلیارد ریال می باشد .حسینی همچنین به طرح ساماندهی رودخانه ها اشاره کرد و گفت: طی ۲ مرحله با هزینه ۳۰ میلیارد تومان نسبت به جمع آوری ۲۴۰۰۰ مترمکعب فاضلاب از سطح رودخانه ها اقدام شد و برای جمع آوری و هدایت ۳۳۶۰۰ مترمکعب در شبانه روز نیز طرحهایی در حال اجراست. وی در ادامه افزود: بجز مسکن مهر در تصفیه خانه فاضلاب فخب ۴۲۳۰۰ مترمکعب فاضلاب تصفیه می شود و معادل ۴۵٪ فاضلاب تولیدی رشت بوده که با شبکه های درحال ساخت و اتصال به تصفیه خانه فاضلاب فخب این ظرفیت افزایش خواهد یافت. مدیرعامل آبفای گیلان همچنین با برشمردن برنامه های هفته صرفه جویی در مصرف آب اظهار داشت: آب بعنوان یک کالای استراتژیک اهمیت والایی دارد و علیرغم پرباران بودن استان گیلان، منابع آبی قابل شرب محدودی داریم. وی در ادامه گفت: برای جلوگیری از بدمصرفی آب برنامه های آموزشی اجرا خواهد شد که برگزاری جشنواره آب و هماهنگی جهت بازدید اقشار مختلف مردم از تصفیه خانه بزرگ آب گیلان به منظور آشنایی با مشکلات تأمین و توزیع آب و مشاهده روند تصفیه آن و نحوه صحیح مصرف از اهم آن می باشد.مدیرعامل آبفای گیلان سامانه ارتباطات مردمی ۱۲۲ این شرکت را پل ارتباطی مشترکین و آبفای گیلان اعلام کرد و گفت: برای آشنایی شهروندان با عملکرد سامانه ۱۲۲ و نقش موثر آن در تأمین درخواستهای مشترکین با عدم مراجعه حضوری برنامه های آموزشی و تبلیغات گسترده ای خواهیم داشت.قرائت آنلاین و صدور قبض آب در محل نیز از برنامه های شرکت برای سال ۹۷ می باشد.گفتنی است پس از این نشست اصحاب رسانه با بازدید از مرکز ۱۲۲ از نزدیک شاهد نحوه ارائه خدمات غیرحضوری بوده و با عملکرد این حوزه آشنا شدند.

مدیر کل بیمه سلامت استان گلستان :

۲۴۰ پزشک خانواده در نظام ارجاع الکترونیک گلستان فعالیت می کنند

گرگان- خبرنگار فرصت امروز- مدیر کل بیمه سلامت استان گلستان گفت : ۲۴۰ پزشک خانواده در طرح نظام ارجاع الکترونیک گلستان مشغول بکار هستند . سید محمد حسینی در نشست خبری اظهار کرد : از ابتدای اجرای طرح نظام ارجاع الکترونیک تا کنون تعداد ۲۴۰ پزشک خانواده در ۱۳۸ مرکز جامع سلامت استان گلستان مشغول به کار هستند .وی افزود : ارجاع الکترونیک یکی از مهم ترین و زیر بنایی ترین طرح های وزارت بهداشت در حوزه درمان است که سال گذشته برای اولین بار در استان گلستان به اجرا درآمد .حسینی ادامه داد : در این طرح هر پزشک خانواده تعداد ۴ هزار بیمار را تحت پوشش دارد که بستری شدن و دریافت دارو این بیماران فقط زیر نظر پزشک مورد نظر انجام می شود .مدیر کل بیمه سلامت گلستان با بیان اینکه این طرح هزینه مراجعان را به شدت کاهش داده است ، گفت : بیمارانی که در این طرح برای آنان پرونده پزشکی تشکیل می شود ، فقط بنا به دستور پزشک ، درمان های بعدی را ادامه می دهند .حسینی اظهار کرد : هم پوشانی بیمه ها یکی از مشکلات حوزه پزشکی در استان گلستان است که موجب شده تا تعداد زیادی از بیمه شدگان تامین اجتماعی هم زمان از دفترچه های بیمه سلامت هم استفاده کنند .وی افزود : با فراگیر شدن هم پوشانی بیمه ها یکی از مشکلات حوزه پزشکی در استان گلستان است که موجب شده تا تعداد زیادی از بیمه شدگان تامین اجتماعی هم زمان از دفترچه ای بیمه سلامت هم استفاده کنند.

افتتاح کتابخانه روستایی درشهرستان رامیان

گرگان- خبرنگار فرصت امروز- کتابخانه عمومی شهید گلوی روستای رضا آباد شهرستان رامیان باحضور رضا قوانلو مدیر کل کتابخانه های عمومی استان ، حجت الاسلام بیات امام جمعه خان ببین وتعدادی از اصحاب فرهنگ وعلاقه مندان حوزه کتابخوانی افتتاح شد.به گزارش روابط عمومی اداره کل کتابخانه های عمومی گلستان، به مناسبت عید سعید فطر اداره کل کتابخانه های عمومی استان گلستان در راستای ترویج فرهنگ کتاب وکتاب خوانی و دسترسی اقشار روستایی کتابخانه روستایی شهید گلوی را افتتاح کرد.مدیر کل کتابخانه های عمومی استان گلستان دراین زمینه گفت: کتابخانه فرخی سیستانی درروستای انقلاب شهرستان آق قلا،کتابخانه شهدای شیرنگ درروستای شیرنگ شهرستان علی آباد،کتابخانه ولیعصر(عج)درروستای نوده خاندوز شهرستان آزادشهر ،وکتابخانه شهدای مدافع حرم روستای صادق اباد شهرستان گالیکش و کتابخانه امام علی(ع)روستای آق امام شهرستان مراوه تپه در سال گذشته ودرایام ا..دهه فجر در بهمن ماه افتتاح شده است.قوانلو درادامه افزود: باید تلاش کرد تا دسترسی به کتاب ومحصولات فرهنگی برای همه اقشار جامعه امکان پذیرباشد.وی درادامه عنوان کرد:راه اندازی کتابخانه های روستایی علاوه برایجاد اشتغال برای نیروهای بومی به توسعه فرهنگی وجلوگیری از آسیب های اجتماعی کمک می کند.گفتنی است اداره کل کتابخانه های عمومی استان گلستان دارای۷۴باب کتابخانه روستایی وشهری و مشارکتی بوده که با افتتاح این کتابخانه روستایی تعداد کتابخانه های عمومی به۸۰باب می رسد.

عملیات اجرایی ساخت بیمارستان شهدای پتروشیمی شازند آغاز شد

اراک - مینو رستمی - عملیات اجرایی ساخت بیمارستان شهدای پتروشیمی شازند با حضور وزیر بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و جمعی از مسئولان استان مرکزی آغاز شد. عملیات اجرایی احداث بیمارستان ۱۶۰ تختخوابی شازند با مشارکت پتروشیمی و دانشگاه علوم پزشکی به منظور تامین نیازهای بهداشتی و درمانی این خطه آغاز شد. این بیمارستان در وسعت ۴ هکتار و با صرف اعتبار اولیه ۶۰۰ میلیارد ریالی از سوی پتروشیمی شازند ساخته می شود. بر اساس پیش بینی های انجام شده حدود ۱۶ هزار متر مربع فضای فیزیکی در این بیمارستان پیش بینی شده است. وزیر بهداشت، درمان و آموزش پزشکی در جریان سفر خود به استان مرکزی ضمن بازدید از طرح احداث بیمارستان ولی عصر(عج)، در آیین بهره برداری از بخش دوم طرح توسعه بیمارستان آیت الله خوانساری اراک نیز شرکت کرد. حضور در آیین تجلیل از خیران حوزه سلامت از دیگر برنامه های سفر وزیر بهداشت، درمان و آموزش و پزشکی به استان مرکزی است. استان مرکزی با یک میلیون و ۴۱۴ هزار نفر جمعیت با ۱۲ شهرستان دارای ۲۰ بیمارستان فعال با یک هزار و ۹۴۵ تخت مصوب و ۷۵۰ تخت فعال در قالب ۸۵ بخش درمانی است.

دیدار مدیر مخابرات منطقه لرستان از خانواده های تحت حمایت کمیته امداد در قالب طرح مفتاح الجنه

خرم آباد- خبرنگار فرصت امروز- مدیر مخابرات منطقه لرستان با همراهی مسئولین کمیته امداد لرستان در بیست و چهارمین شب ماه مبارک رمضان در قالب طرح مفتاح الجنه با دو خانواده نیازمند تحت حمایت این نهاد دیدار کردند. مهندس محمودی در این دیدار اظهارداشت : رسیدگی به مستضعفان و محرومان جامعه از کارهای اساسی و مورد تاکید در اسلام است و نباید آن را کم اهمیت شمرد. وی افزود: در این ماه مبارک ، زمینه‌ای فراهم شده تا مسوولان از منازل مددجویان تحت حمایت بازدید و به مشکلات آن ها رسیدگی کنند. وی ، طرح مفتاح‌الجنه را یکی از طرح‌های موفق کمیته امداد دانست و ادامه داد: اجرای این طرح برکات بسیاری را برای نیازمندان به دنبال دارد به طوری که همه ساله همزمان با ماه مبارک رمضان با همراهی خیران نسبت به سرکشی از خانواده‌های نیازمندان اقدام می‌شود. در این آیین منازل مددجویان تحت حمایت کمیته امداد امام (ره) مورد بازدید قرار گرفت و با اهدای هدایایی از سوی مدیر مخابرات منطقه لرستان ، از مددجویان دلجویی شد.

طرح های پژوهشی هدفمند و دارای خروجی ، مورد حمایت و پشتیبانی شرکت شهرکهای صنعتی قزوین

قزوین- خبرنگار فرصت امروز- معاون صنایع کوچک شرکت شهرک های صنعتی استان قزوین گفت : شرکت شهرک های صنعتی استان قزوین متعهد به شناسایی و حمایت از شرکت های دانش بنیان در سطح استان قزوین است و مشوق های را هم برای حمایت از شرکت های دانش بنیان موفق که ایده های قابل اجراء دارند در نظر گرفته ایم. به گزارش روابط عمومی شرکت شهرکهای صنعتی استان قزوین، "شهریار کشاورز " در نشست هم اندیشی درجهت حمایت از کالای ایرانی در دانشگاه آزاد بوئین زهرا برگزار شده بود اظهار داشت: بیش از۹۲ درصد صنایع در حوزه صنایع متوسط و کوچک فعالیت دارند اظهار کرد : با توجه به ویژه گیهای منحصر فرد صنایع کوچک و متوسط ((SME و موفقیت های که این صنایع در کشور های توسعه یافته داشته اند در حال حاضر رویکرد سیاست مداران و برنامه ریزان کشور به سمت حمایت از صنایع کوچک و متوسط است. وی افزود: تکنولوژی بیشتر صنایع بزرگ وارداتی و وابسته به خارج است اما تکنولوژی صنایع کوچک و متوسط بیشتر داخلی وبومی است ؛ به همین دلیل با توجه به تحریم های جدید دشمنان، این صنایع در برابر تحریم ها مقاومت و استقامت بیشتری دارند و کمتر مورد آسیب قرار می گیرند. کشاورز افزود : یکی از ویژگیهای صنایع کوچک و متوسط پراکندگی این صنایع است تاجائیکه در حال حاضر تمامی مناطق استان قزوین از مزایای صنایع کوچک و متوسط برخودار هستند . معاون صنایع کوچک شرکت شهرک های صنعتی استان قزوین نوآوری، اشتغال‌آفرینی و انعطاف‌پذیری بنگاه‌های کوچک و متوسط را مورد اشاره قرارداد و خاطرنشان کرد : در حال حاضر ۱۹ شهرک خصوصی و دولتی در سطح استان قزوین با ظرفیت اشتغالزایی ۴۵ هزار نفر فعالیت دارند که ۸۶۶ واحد به غیر از شهرک صنعتی البرز با اشتغالزایی مستقیم ۲۵ هزار نفر در حوزه واحد های متوسط و کوچک فعال هستند . وی توجه به اقتصاد مقامتی وظرفیت ها و پتانسیل های مادی و معنوی درون و بومی را از راهکارهای اصلی جهت عبور از مشکلات بویژه تحریم های ظالمانه دشمنان ذکر کرد و گفت : حمایت از شرکت های دانش بنیان بخصوص شرکت های دانش بنیان دانشگاه ها می تواند در تحقق شعار سال در زمینه حمایت از کالای ایرانی بسیار مهم و تاثیر گذار باشد.

در آستانه عید سعید فطر صورت گرفت؛

تحویل اولین محموله ریل ملی ذوب آهن اصفهان به راه آهن جمهوری اسلامی

اصفهان – قاسم اسد – طی آیین ویژه ای در آستانه عید سعید فطر با حضور مسئولین راه آهن استان اصفهان و ذوب آهن اولین محموله ریل ملی تولید شده در این شرکت تحویل راه‌آهن جمهوری اسلامی گردید تا رسماً ایران به جمع کشورهای تولید کننده ریل بپیوندد . این محموله ، ۵۰۰ تن ریل U۳۳ است که مطابق با آخرین تکنولوژی های روز دنیا در ذوب آهن اصفهان تولید شده و کاملاً منطبق بر استاندارد اروپایی EN۱۳۶۷۴ می باشد . شرکت فرانسوی بیروویتاس به عنوان ناظر ، ریل های تولید شده در ذوب آهن را با آزمون های مختلف بررسی و تایید نموده است . مهندس سیدرضا سادات حسینی مدیر کل راه آهن اصفهان در این آیین و در گفتگو با خبرنگار ما اظهار داشت : تحویل اولین محموله ریل ملی ، نوید این را می دهد که دغدغه راه آهن جمهوری اسلامی برای تامین ریل رفع می گردد و این امر با افزایش تولید حاصل می شود . وی با بیان اینکه تولید ریل با استقبال راه آهن جمهوری اسلامی همراه بوده است ، گفت : این سازمان به تعهدات خود در قبال ریل ملی عمل می کند تا گام مهمی در جهت توسعه حمل و نقل ریلی برداشته شود . مدیر کل راه آهن اصفهان گفت : طبق برنامه ششم توسعه ، خطوط راه آهن ایران باید به ۲۵ هزار کیلومتر برسد و هر ۱۰ کیلومتر نیاز به

۵۰۰ تن ریل دارد . این آمار نشانگر میزان زیاد ریل مورد نیاز کشور است . مهندس سادات حسینی یادآور شد : تست ریل های تولید شده در ذوب آهن ، مطابق یک روند کارشناسی صورت گرفته و قابل اطمینان است . کیفیت این محصولات پس از نصب بهتر مشخص می گردد . مهندس یزدی زاده مدیرعامل ذوب آهن اصفهان ضمن ابراز خرسندی از به ثمر نشستن تلاش های این مجتمع عظیم صنعتی در جهت خود کفایی ایران اسلامی در تولید ریل در سال حمایت از کا لای ایرانی گفت : توسعه حمل و نقل ریلی ، یکی از نیازهای اساسی کشور است و در این بین تامین ریل از اهمیت استراتژیک برخوردار است . در شرایط کنونی که با تحریم های ظالمانه طرف هستیم ، تامین ریل در داخل کشور ، پشتیبانی بسیار موثری در جهت توسعه حمل و نقل ریلی محسوب می گردد . وی افزود : در امر تولید ریل ، کیفیت نقش بسیاری دارد و ذوب آهن اصفهان از بدو تاسیس در مورد کیفیت محصولات خود حساسیت ویژه داشته است . به همین دلیل هر محصولی در این شرکت تولید شده ، تبدیل به برند گردیده و مشتریان اطمینان ویژه ای به این محصولات دارند . مدیرعامل ذوب آهن گفت : در تولید ریل نیز ، رضایت مشتری برای ما حائز اهمیت فراوان است و لذا تولید ریل بر اساس جدید ترین استاندارد اروپایی EN۱۳۶۷۴ صورت گرفته و شرکت بیروویتاس به عنوان ناظر خارجی این محصولات را تایید کرده است . وی اظهار داشت : تیرآهن ومیلگرد ذوب آهن اصفهان که از کیفیت بالایی برخوردار است و به کشورهای اروپایی نیز صادر می شود در امنیت ساختمان و ریل ذوب آهن در امنیت حمل و نقل ریلی نقش دارند و لذا کیفیت برتر آنها حائز اهمیت فراوان است . مدیرعامل ذوب آهن افزود : این شرکت با امکان تولید ۴۰۰ هزارتن ریل در سال ، قادر به تامین کامل نیاز راه آهن جمهوری اسلامی به ریل می باشد و مازاد آن نیز صادر خواهد شد.

تشریح اقدامات انجام گرفته برای پایداری شبکه برق دزفول، اندیمشک و شوش

اهواز – شبنم قجاوند- اقدامات اساسی و لازم برای پایداری شبکه برق و عبور از تابستان ۹۷ در ناحیه شمال (دزفول، اندیمشک و شوش) شرکت برق منطقه ای خوزستان انجام گرفته است. مدیر امور بهره برداری ناحیه شمال این شرکت در تشریح اقدامات انجام گرفته در شبکه برق ناحیه شمال گفت: تعویض ترانس های پست چغازنبیل از ۳۰ به ۵۰ مگاولت آمپر، تعویض ترانس پست آهودشت از ۳۰ به ۵۰ مگاولت آمپر، نصب و راه اندازی کامل پست ۳۳/۱۳۲ کیلو ولت دانیال با یک دستگاه ترانس ۵۰ مگاولت آمپری و چهار فیدر خروجی از جمله اقدامات اساسی انجام شده برای پایداری شبکه برق در ناحیه است. محسن مرادی ادامه داد: سرویس کامل ترانس T۳ پست صفی آباد، تعویض رله دیستانس خط اصلی هفت تپه – شمال غرب، تعویض رله O/C خط اصلی هفت تپه – اندیمشک با نوع دیستانس و انجام تنظیمات مجدد در هر دو سوی خطوط

اندیمشک – شوش و اندیمشک – هفت تپه از دیگر اقدامات انجام گرفته بر روی شبکه بوده است. وی اضافه کرد: از اقدامات انجام گرفته دیگر می توان به تعویض جمپرهای خط اصلی پست اندیمشک، نصب بریکر بر خروجی ترانس T۴ پست فتح المبین، انجام عملیات درخت بری زیر خطوط، نصب شیلد وایر بر روی قسمتی از خطوط، جابجایی بار پست سبزآب و دهلران از نوع هادی پرظرفیت، کاهش بار بخش ۲۳۰ کیلو ولت و انتقال بار آن روی شبکه ۴۰۰ کیلو ولت، تعویض باتری های فرسوده پست ها و انجام کسری بندی و جوشکاری دکل های انتقال نیرو در خطوط ناحیه اشاره کرد. مدیر امور بهره برداری ناحیه شمال شرکت برق منطقه ای خوزستان بیان کرد: شستشوی پست های ناحیه در چند مرحله، پیگیری جهت نصب و راه اندازی پست موبیل چغامیش، تعویض رله دیستانس ترانس T۱ پست شهرک صنعتی اندیمشک، رفع اشکال از سیم لاشگی های خطوط انتقال نیرو، بهینه سازی پست فرعی اندیمشک، نصب باتری و شارژر در برخی از پست ها و اجرای کامل برنامه های PM سال ۹۶ از دیگر اقدامات انجام گرفته بر روی شبکه برق ناحیه برای عبور از تابستان ۹۷ است.

سرپرست سازمان سیما، منظر و فضای سبز شهری شهرداری کرج؛

بوستان جهان نما به قطب گردشگریِ کرج تبدیل می‌شود

کرج- خبرنگار فرصت امروز- سرپرست سازمان سیما، منظر و فضای سبز شهری شهرداری کرج دربازدید از بوستان های جهان نما و مجموعه بین المللی تنیس از امکان سنجی جهت جذب سرمایه گذار برای این دو بوستان در آینده ای نزدیک خبر داد. به گزارش فرصت امروز، با وجود بوستان جنگلی جهان نما در شرق کرج به زودی این مکان به یکی از قطب های بزرگ گردشگری تبدیل و با امکان سنجی جذب سرمایه گذار برای این بوستان و مجموعه بین المللی تنیس زمینه های لازم برای حضور و استفاده بیشتر شهروندان از این فضاها فراهم خواهد شد. با توجه به اینکه در هر شهری مکان هایی وجود دارد که بین مردم محبوبیت زیادی داشته و یکی از نقاط خاطره انگیز آن شهر محسوب می شوند و به دلیل موقعیت جغرافیایی خود برای مردم بسیار اهمیت پیدا می کند و قابلیت ایجاد کسب و کارهای

فراوانی را در اطراف خود دارد، اهمیت به این فضاها که موجب رونق صنعت گردشگری و فراهم شدن فرصت های سرمایه گذاری خواهد شد از بسیاری جهات ضرورت می یابد. از این رو پیمان بضاعتی پور سرپرست سازمان سیما، منظر و فضای سبز شهری شهرداری کرج از دو بوستان بزرگ جهان نما و مجموعه بین المللی تنیس بازدید کرد تا نقاط نیازمندِ اصلاح و مناسب‌سازی ها مشخص و تصمیماتی برای اصلاح فضاها جهت حضور همه شهروندان در این مکان ها اتخاذ شود. سرپرست سازمان سیما، منظر و فضای سبز شهری شهرداری کرج طی این بازدیدها به ضرورت بهره‌مندی از ظرفیت های این مجموعه ها به ویژه جهان نما اشاره کرد و گفت: پارک جهان نما در حوزه گردشگری مستعد و دارای ظرفیت های فراوانی ست و این بوستان می تواند بسترِ توسعه گردشگری شرق کرج را مهیا سازد. بضاعتی پور ابراز امیدواری کرد: در آینده‌ای نزدیک با شناخت و ایجاد فضاهای مناسب برای امکان سنجی ، جذب سرمایه گذار و تقویت و توسعه قطب گردشگری این دو مجموعه اقدام خواهد شد.

«پیام استاندار قم به مناسبت عید فطر»

قم – خبرنگارفرصت امروز – رمضان برترین ماه خدا، ماه معنویت و صفای نفس، موسم فلاح و رستگاری و فرصتی ناب برای خدایی شدن و بازیافتن خویشتن گمشده و حضور در دلنشین ترین ضیافتی که معبود حق تعالی، میزبان آن است و پایان این مهمانی باشکوه الهی، عید سعید فطر است. عید رحمت و مغفرت، عید بشارت و سعادت و جشن پیروزی بر امیال نفسانی و تجلی یک ماه بندگی و اطاعت پروردگار متعال است. روزی که مؤمنان به شکرانه یک ماه توفیق روزه داری و بهره مندی از خوان گسترده احسان و فضل بی انتهای الهی، متواضعانه به سوی قبله دلها ایستاده و ندای "و لله الْحَمْد،الْحَمْدلله، عَلَی مَا هدانا و له الشکر، عَلَی مَا اولانا " سر می دهند.

اینجانب، ضمن آرزوی قبولی طاعات و عبادات مؤمنین در ماه پر خیر و برکت رمضان، حلول ماه شوال و عید سعید فطر را به همه مسلمانان و عاشقان و دلدادگان ماه ضیافت الهی، به ویژه علما و مراجع معظم و مردم شریف و متدین استان مقدس قم، تبریک و تهنیت عرض نموده و سعادت و رستگاری همگان را از درگاه ایزد تبارک و تعالی مسألت دارم.

سید مهدی صادقی
استاندار قم

قدردانی شرکت توزیع نیروی برق مازندران از پلیس آگاهی استان مازندران در دستگیری سارقان

ساری – دهقان – مدیریت شرکت توزیع نیروی برق مازندران از فرماندهی محترم نیروی انتظامی استان مازندران بخصوص رئیس پلیس آگاهی استان مازندران و پرسنل خدوم آن مجموعه بابت همکاری و اقدام مقتدرانه پلیس آگاهی در دستگیری باند سارقان تجهیزات شبکه توزیع برق مازندران تشکر و قدردانی کردند. به گزارش خبرنگار مازندران و به نقل روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق مازندران، سرهنگ پهلوانی رییس پلیس آگاهی استان مازندران در این دیدار بیان داشت: همزمان با چهاردهم خرداد مصادف با رحلت جانگداز رهبر کبیر انقلاب امام (ره) و شب های قدر، سارقین با استفاده از ایامی که مردم برای سوگواری تا پاسی از شب را به عزاداری میپردازند و روزها به استراحت میپردازند، از این فرصت استفاده کرده غافل از اینکه نیروهای جان برکف نیروی انتظامی و در راس آن پلیس

آگاهی استان با هماهنگی مراجع محترم قضائی و حراست شرکت توزیع نیروی برق مازندران در یک عملیات منسجم و غافلگیرانه دستگیر و تحویل مراجع قضائی شدند. سرهنگ پهلوانی در ادامه گفت: این یکی از شدید ترین درگیرهای مسلحانه طی سالهای اخیر بوده است که در یک عملیات اطلاعاتی منسجم و غافلگیرانه با بکار گیری سلاح پس از تیر اندازی، دستگیر شدند.وی گفت: همه کارهای ما باید مبتنی بر نظم باشد و نظم جزء فرهنگ سازمان است در تمامی ماموریت ها نظم را سرلوحه کارخویش قرار دهید تا زیبایی کار به منصه ظهور برسد. رییس پلیس آگاهی استان مازندران بیان داشت: افرادی که بخواهند نظم و امنیت استان مازندران را مختل نمایند و آسایش و آرامش را از شهروندان عزیز مازندرانی بگیرند با شدت هر چه تمام با آنها برخورد خواهیم نمود. سرهنگ پهلوانی امنیت را نیاز قطعی و ضروری همگان دانست و اظهارداشت: اگر ناامنی در جامعه پا بگیرد، تمامی فعالیت ها و اقدامات را تحت تاثیر قرار خواهد داد، پس برای جلوگیری از این مساله باید تلاش و کوشش لازم برای برقراری امنیت در جامعه بی وقفه انجام شود

شهردار قدس:

اراضی و اماکن مخروبه و نیمه‌تمام در سطح شهر ساماندهی می‌شود

شهرقدس- خبرنگار فرصت امروز- شهردار قدس با تاکید بر ساماندهی اراضی و اماکن مخروبه و نیمه‌تمام در سطح شهر، از صدور اخطاریه و اجرای ماده ۱۱۰ قانون شهرداری (دیوارکشی) ملک قدیمی در بلوار مدافعان حرم خبر داد. مسعود مختاری با بیان اینکه ماده ۱۱۰ قانون شهرداری در یکی از ملک‌های قدیمی شهر به مرحله اجرا در آمد، گفت: بر اساس ماده ۱۱۰ قانون شهرداری‌ها، شهرداری موظف است نسبت به زمین یا بناهای مخروبه و غیرمتناسب با وضع محل و یا ساختمان‌های نیمه‌تمام واقع در محدوده شهر که در خیابان یا کوچه و یا میدان قرار گرفته و منافی با پاکی و پاکیزگی و زیبایی شهر یا موازین شهرسازی باشد پس از صدور اخطار و ابلاغ قانون به مالک و در صورت عدم مراجعه مالک در زمان مقرر، رأسا

اقدام به دیوارکشی ملک نماید. وی اظهار داشت: اراضی و املاک واقع در سطح شهر که دارای ویژگی‌های یادشده باشد مورد شناسایی قرار گرفته و در حال طی مراحل قانونی است. بر همین اساس، یک ملک قدیمی واقع در بلوار مدافعان حرم که به شکل نیمه‌تمام رها شده و مشکلاتی را برای شهروندان ایجاد کرده بود مشمول قانون ۱۱۰ شهرداری گردید و پس از صدور اخطاریه، نسبت به دیوارکشی در این مکان اقدام شد. شهردار قدس در تشریح مشکلاتی که این اراضی و بناهای مخروبه برای شهر و شهروندان ایجاد می‌کند، بیان داشت: تجمع اراذل و اوباش و استعمال مواد مخدر در این مکان‌ها از معضلات و آسیب‌های اجتماعی مربوط به این مکان‌هاست که این امر نیز علاوه بر ایجاد چهره نازیبا برای شهر، امنیت منطقه را مخدوش می‌نماید. از این رو مدیریت شهری با جدیت ساماندهی و تعیین تکلیف این اراضی و اماکن را دنبال می‌کند.

درنگ

سیاست‌های زیست محیطی دولت ترامپ
مرگ ۸۰هزار نفر در یک دهه آینده را رقم خواهد زد

دو نفر از دانشـمندان برجسـته دانشـگاه هاروارد به تازگی پیش‌بینی کرده‌اند که اعمال سیاست‌های زیسـت محیطی جدید دولت ترامپ در حوزه تغییرات آب و هوایی می‌تواند تا یک دهه آینده به افزیش ۸۰ هزار نفری آمارهای مرگ و میر منجر شود.

بـه گزارش دیجیاتـو، این دو می‌گویند که در خوش‌بینانه‌ترین حالت نیـز تصمیم‌های جنجالی رئیس جمهور آمریکا در حوزه‌های زیسـت محیطی تا ۱۰سـال آینده زندگی یک میلیون نفر را در سرتاسر دنیا دستخوش تغییرات ناخوشایند خواهد کرد.

به عنوان مثال ترامپ در نخسـتین ماه‌های شـروع دوره ریاسـت جمهوری خود دسـتور اجرایی اوباما موسوم به «Clean Power Plan» را لغو کرده. این دستور ایالت‌های آمریکا را ملزم می‌کرد تا هر چه بیشتر به سمت استفاده از انرژی‌های تجدیدپذیر و کاهش استفاده از ذغال سنگ بروند.

عـلاوه بر اینها خروج رسـمی آمریکا از معاهـده آب و هوایی پاریس نیز نگرانی‌هـای زیادی را در نزد کارشناسان به وجود آورده. دو محقق هاروارد باور دارند که همین یک تصمیم می‌تواند در آینده جان نیم میلیون انسان را به صورت مستقیم یا غیرمستقیم در خطر قرار دهد.

البته دولت فعلی آمریکا با چنین اعداد و ارقامی به هیچ وجه موافق نیست. یکی از سخنگویان رسمی در واکنش به گزارش مذکور اعلام کرده است که آنها به هیچ وجه با یک تحقیق علمی مواجه نیستند، بلکه نوشـته منتشر شده توسط دانشـمندان هاروارد در واقع یک مقاله سیاسی است. او در ادامه افزوده که تولید گازهای گلخانه‌ای از زمان روی کار آمدن دونالد ترامپ کاهش یافته اسـت. گرچه آمارهای رسمی خلاف این را به اثبات رسانده‌اند.

مدرسه مدیریت

چگونه مهارت‌های ضروری را در تیم خود تقویت کنیم

به قلم لوی کینگ مدیرعامل و موسس شرکت Nav

مترجم: امیر آل‌علی

اگرچـه همواره مقالات متعددی در رابطه با نحوه مدیریت تیم کاری به چاپ رسـیده اسـت، با این حـال توجه به تجربه افرادی که در این زمینه سـابقه دارند، می‌تواند بهترین راه‌حل موجود باشـد. به همین دلیل بسیار مهم است که در این رابطه نگاهی به اقدامات مؤثر سایر افراد داشته باشیم. از جمله اقداماتی که باعث می‌شـود شـما بتوانید در اوج جوانی عملکردی درخشان داشته باشید، این است که اقدامـات اشـتباه رایج را انجام ندهید. از جمله مواردی که در شـرکت باید مـورد توجه قرار گیرد این اسـت که شـما باید افراد را با ایده‌آل‌های خود منطبق سـازید. درواقع همواره این احتمال وجود ندارد که بتوانید تمامی افراد تیم کاری خود را اسـتخدام کنید و در شـرایطی شما باید با کارمندان سابق نیز روبه‌رو شوید. در همین راستا و در ادامه به بررسی مهارت‌هایی ضروری که باید در تیم کاری خود ایجاد یا تقویت کنید، خواهیم پرداخت.

۱- تأثیر اولیه خوبی داشته باشید

نخستین برخورد شما با کارمندان بدون شک مهم‌ترین بوده و آنها را به کلیتی در رابطه با شما خواهد رسـاند، به همین دلیل بسـیار مهم است که چگونه به نظر می‌رسید. درواقع این موضوع تنها در رابطه با زبان بدن یا نوع لباس پوشـیدن شما نبوده و بیشـتر به ویژگی‌های اخلاقی شما اشاره دارد. درواقع شما باید بتوانید تأثیر لازم را داشـته باشید تا تیم با شـما همگام شود، در غیر این صورت زمینه نارضایتی‌ها تشـدید خواهد شد. این امر خصوصا برای کارآفرینان جوان بسیار دشوار است و به علت سن‌شان همواره خود را در موضع ضعف احسـاس می‌کنند. با اینکه با نگاهی به افرادی نظیر مارک زاکربرگ به این نکته پی خواهید برد که تمامی این موارد تنها بهانه‌های شـما محسـوب می‌شوند، این موضوع در نهایت سبب خواهد شد تا افراد دیگر نیز از شما الگوبرداری کنند و با حضور فردی جدید در شرکت برای ارائه رفتاری مشابه شما تلاش داشته باشند.

۲- زمان استراحت را در میان کارمندان سپری کنید

در واقع اینکه بتوانید به کارمندان خود زمان بیشتری اختصاص دهید، از جمله مواردی است که سبب خواهد شـد تا ارتباط مسـتحکم‌تری میان شما شـکل گیرد. اگرچه مدیران همواره از حجم کاری بسیار بالایی برخوردارند، با این حال این امر نباید سبب شود تا شما از این اقدام صرف‌نظر کنید. بدون شک از جمله زمان‌هایی که در اختیار خواهید داشت، زمان صرف ناهار است که توصیه می‌شود در کنار کارمندان صورت گیرد. اینکه در تلاش برای ایجاد ارتباطی خوب با کارمندان باشـید، باعث خواهد شـد تا افراد نیز این امر را به عنوان یکی از اصول کاری بدانند و در نهایت فرهنگ آن شکل گیرد. این موضوع با توجه به اینکه الزام اصلی کار تیمی همدلی است، می‌تواند بسیار کارساز باشد.

۳- اینترنت را جدی بگیرید

امروزه اگر شـرکتی نتواند از ابزارهای موجود خود به خوبی اسـتفاده نماید، محکوم به شکست خواهد بود. درواقع این امر از این منظر مهم است که اینترنت انجام بسیاری از کارها را ساده کرده و در بازار به شدت رقابتی حال حاضر در صورتی که در این زمینه ضعف‌هایی داشته باشید، بدون شک بازنده خواهید بـود. این امر تنها مختص به مدیر شـرکت یا افراد خاصـی نبوده و تمامی افراد باید اصول آن را به خوبی فراگیرند. با این حال آموزش همگانی خود را تنها محدود به این امر نکنید و هر موردی را که نیاز است، مورد اسـتفاده قرار دهید. در این زمینه حتی کارمندان توانای شـرکت را نیز می‌توانید به عنوان آموزش دهنده، مورد استفاده قرار دهید که تحت این شرایط بسیاری از هزینه‌ها کاهش پیدا خواهد کرد.

۴- به سایرین کمک کنید

بدون شـک شـما در شـرکت از بالاترین حد توانایی برخوردار خواهید بود و همین امر باعث می‌شود تا ضرورت کمک به سـایرین از جانب شـما افزایش پیدا کند. درواقع به هر میزانی که تیم شما از قدرت بیشتری برخوردار باشد، این موضوع در نهایت به نفع شما خواهد بود. همچنین توصیه می‌شود تا سایرین را نیز به این امر تشویق کنید.

در آخر توجه داشـته باشید که مهم‌ترین فرد در ایجاد تأثیرات و تغییرات مثبت در تیم کاری، مدیران هستند که لازم است آنها خود را برای چنین شرایطی آماده سازند.

منبع: entrepreneur

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی-اقتصادی

| دوشنبه | ۲۸ خرداد ۱۳۹۷ | شماره ۱۰۸۹ | صفحه ۱۶ |

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: هنر سرزمین سبز   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

تبلیغات خلاق

مسیر موفقیت

۶ صفت انسان‌های بزرگ

شری کمبل روان‌شناس، مؤلف، سخنران

مترجم: مروارید فیض

همه ما اسـتعداد عالـی بودن را داریم. ما برای رشـد و ابراز عالی بودن خود، باید اشـتیاق شـدید و پشتکار برای زندگی کردن همـراه با خطرات محاسبه‌شـده و ایمان را داشـته باشـیم. زمانی‌که برای عالی بودن تلاش و سـعی می‌کنیم هرچـه را داریم، برای تحقق رؤیاهای‌مان بدهیم، آنگاه «موفقیت» در درجه دوم اهمیت قرار میگیرد.

انسانی عالی بودن در مسیر سفر نهفته است، نه در نتیجه کار. اگـر موفقیت تنها انگیزه ما باشـد، میتوانیم به ثروت مالی برسیم، اما نمی‌توانیم انسان بزرگی بشویم. عالی بودن بسیار عمیق‌تر از ثروت و گویای شخصیت ماست.

۱. رهبری

رهبـران، عالی بـودن خود را با یک نگـرش مثبت ابراز می‌کنند. به همین دلیل اسـت که بایـد درمورد هرکاری که انجام می‌دهیم، نگرشـی مثبت داشـته باشـیم. اینکار سـبب می‌شـود یک واکنش زنجیره‌ای از افکار، اتفاقات و پیامدهای مثبت در سـر راهمان قـرار گیرد. نگرش مثبت باید آنقدر قدرتمند باشـد که بـه تکتک اعضای گروهمان سـرایت کند. این نگرش ماست که به اعضای گروه انگیزه می‌دهد تا به اهداف پیش‌روی خود برسند.

چگونگی واکنش ما به اعضای گروهمان، در زمانی‌که ریسک بالایی وجود دارد و پیامدهای کار واقعا مهم هسـتند، همان چیزی اسـت که به بی‌باکی آنها کمـک می‌کند. ما بهعنوان رهبر، باید زمینه موفقیت آنها را مهیا کنیم و سپس از فروتنی و اعتمادبهنفس برخوردار باشـیم تا بتوانیم عقب بنشینیم و درخشش آنها را تماشـا کنیم. یک رهبر بزرگ، در زمانی‌که کارها اشـتباه از آب در می‌آیند، بیش از سهم منصفانه خود احساس تقصیر و در زمان موفقیت نیز کمتر از سهم منصفانه خود احساس رضایت می‌کند.

۲. خدمات

مـا برای ارائه خدمات واقعی در ایـن دنیا، باید عاملی را بـه زندگی افـراد اضافه کنیم که قابلخریداری نیسـت. ما برای انسـان عالی بودن، همواره باید به هرچیز و هر فردی که برایمان عزیز اسـت، انرژی بدهیم و از بالاترین سـطح صمیمیت و درستکاری بهره بگیریم.

باید آماده باشـیم تا وقت و قلب‌مان را در کاری که ارائه میدهیم، سرمایه‌گذاری کنیم. زمانی‌که کار خود را بهخوبی انجام می‌دهیم و متوجه می‌شـویم تغییر مهمی در زندگی دیگران ایجاد شـده اسـت، می‌توانیم مطمئن شـویم که تلاشـهای خود را در تمام روش‌های درست سرمایه‌گذاری کردهایم. ما هرکدام در وجود خود دارای بزرگی و استعداد بخشیدن چیزی منحصربه‌فرد و خاص به این دنیا هستیم. زمانی‌که اسـتعدادهای فـردی خود را با میـل به خدمت به دیگران ترکیـب می‌کنیم، به نوعـی زیبایی در زندگی میرسیم که روح و روانمان را تعالی می‌دهد.

۳. نتایج

نتایج دلخواه، از میزان سـختی کار و خوشبین بودن‌مان بهدسـت می‌آیند. انسـان عالی بودن از این درک حاصل می‌شـود که عمر ما در این دنیا محدود است، بنابراین باید مراقب باشـیم که با تلاش برای شبیه ساختن زندگی خود به دیگری، وقتمان را هدر ندهیم.

ما مجبوریم اشتیاق شدید و پشتکار خود را با هم ترکیب کنیم تا بتوانیم رؤیاهای‌مـان را دنبال کنیم. به‌طور جدی باید از افتادن در دام باورهای محدودکننده -که از سـمت افـراد کوته‌بین در زندگی بهوجود می‌آیند- اجتناب کنیم. باید شـجاعت این را داشته باشـیم که غریزه‌مان را دنبال کنیـم، خـود را با تمام وجـود وقف آن چیـزی کنیم که می‌خواهیم به آن برسـیم و همـواره نتایجی را ارائه دهیم که منتظرش هسـتیم. رسیدن به نتایج بزرگ، به آرزوهای بـزرگ نیـاز دارد. ما بـرای عالی بودن، بایـد اجازه دهیم تـا آرزوی رسـیدن به نتایجی که طالبش هسـتیم، جرقه اتفاقات خارق‌العاده‌ای را در درون‌مان بزند.

۴. کارایی

انسـان عالی بودن، کاری انفرادی نیسـت، بلکه توانایی وجـودی ما جهـت برانگیختن گفتمان مؤثـر، هماهنگ و همدلی اسـت. جلسـاتی که برپا می‌کنیم، باید سـنجیده و عمـدی، سـازمان‌یافته و دارای نظـم باشـند و هدف را مشـخص کنند تا همـه اعضایی گروهمـان در طول این فرآیند احسـاس کنند به حسـاب آورده شدهاند و درگیر کار هستند.

سـودآوری، بدون گفتمان مؤثر و مفید میسر نمی‌شود. سودآوری نتیجه بهره‌وری، کارایی، مدیریت، دقت و روش اداره زمـان و کسـب‌وکارمان اسـت. اگـر بخواهیم نقش معناداری در این دنیا داشـته باشیم، باید برای وقت خود، وقـت دیگران و انرژی موردنیاز برای رسـیدن به هدفمان ارزش قائل شویم. نمی‌توانیم اجازه دهیم گفتمان ضعیف و تلخکامی‌ها، مانع بهره‌وری و سودآوری ما شوند.

۵. کیفیت

مـا برای انسـان عالی بودن، باید عمیقـا مراقب کیفیت خدماتی باشیم که ارائه می‌دهیم. کیفیت محصولات هرگز یک اتفاق تصادفی نیست، بلکه نتیجه تلاش آگاهانه است. مـا با ارائه کالاها و خدمـات مرغوب، کیفیت زندگی خود، ظرفیتمان برای خودباوری و سـطح شادمانیمان را افزایش می‌دهیم.

کار باکیفیتـی که تولید می‌کنیم، به ما اجازه می‌دهد به آنچه هسـتیم، آنچه انجام می‌دهیـم و چگونگی تأثیرمان بـر زندگـی افراد دیگر افتخـار کنیم. با تولیـد خدمات یا کالاهایـی باکیفیت بالا، میتوانیم بـا آرامش ذهنی زندگی کنیم. ارائه محصولات باکیفیت، استرس را کاهش می‌دهد. بههمیـن دلیل باید افکار، احساسـات و اقدامات باکیفیت را انتخـاب و اطمینان حاصل کنیـم عالی بودن‌مان ابراز و پذیرفته و از آن قدردانی می‌شود.

۶. قابلیت اطمینان

عالـی بودن، بازتابی اسـت از قابلیـت اطمینان به آنچه ما انسان‌ها هسـتیم و کالاها و خدماتی که ارائه می‌دهیم. شـخصیت ما و آنچه می‌فروشـیم یا تولیـد می‌کنیم، باید تاحـدودی قابلپیش‌بینـی باشـند. بایـد تاحـدودی در شخصیتمان و آنچه میفروشـیم یا تولید می‌کنیم، قابلیت پیش‌بینی‌پذیری داشـته باشیم. در این شـرایط میتوانیم اطمینـان حاصل کنیم آنچه تولیـد می‌کنیم، دقیقا همان چیزی است که قولش را داده‌ایم.

بهمنظـور عالی بـودن، باید بـرای انضباط شـخصی و نظامهایی ارزش قائل شـویم که اشتباه کردن را غیرممکن می‌سـازند. هرچه قابلاطمینان‌تر باشـیم، دیگران بیشـتر مشـتاق خواهنـد بود بـه ما اعتمـاد کنند و بـه خدمات باکیفیتی وابسـته شـوند که انتظار ارائه‌اش را از ما دارند. ما باید منظم، مطمئن، باهوش و آرام باشـیم. زمانی‌که این صفات را دارا هستیم، انسانی عالی خواهیم بود.

منبع: entrepreneur