روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب‌وکار آفرینی

یکشنبه
۲۷ فروردین ۱۴۰۲

Sun.16 Apr 2023
۲۵ رمضان ۱۴۴۳ - سال نهم
شماره ۲۲۱۷
۸ صفحه - ۵۰۰۰ تومان

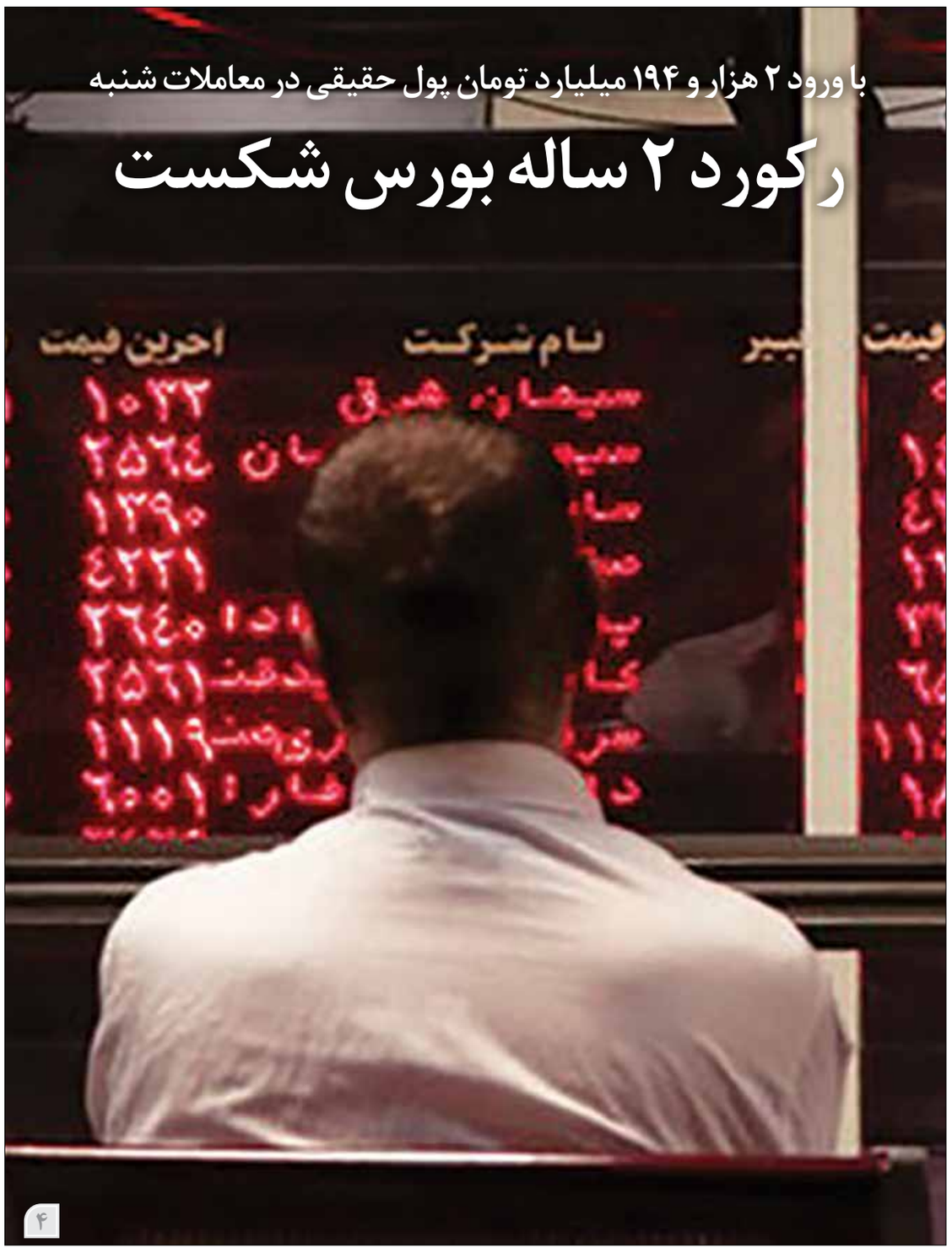
www.forsatnet.ir

قیمت‌گذاری دستوری دست از سر خودرو برنمی‌دارد

از عرضه خودروی بورسی چه خبر؟

پس از چند روز کش و قوس میان شورای رقابت و وزارت صمت سرانجام میزان افزایش قیمت توسط خودروسازان، آن هم به‌صورت غیرمستقیم اعلام شد. بدین ترتیب، قیمت کارخانه‌ای خودرو پس از فریز ۱۷ماهه بین ۱۷ تا ۲۹ درصد افزایش یافت. پیشتر شورای رقابت با همفکری سازمان حمایت بر سر افزایش ۴۰ درصدی قیمت خودرو به توافق رسیده بودند که بعد از دستور...

۳



با ورود ۲ هزار و ۱۹۴ میلیارد تومان پول حقیقی در معاملات شنبه

رکورد ۲ ساله بورس شکست

۴

تورم انتظاری، محرک فروش آخر سال بنگاه‌های اقتصادی شد

خروج تولید از منطقه رکود

فرصت امروز: شاخص مدیران خرید کل اقتصاد در اسفندماه ۱۴۰۱ در حالی به سطح ۵۶,۷۹ واحد رسید و سقف ۴۲ ماهه را شکست که این میزان ۵,۴۴ واحد بالاتر از ماه قبل است. شاخص مدیران خرید بخش صنعت نیز در این ماه با رشد ۲,۱۲ واحدی به رقم ۵۹,۵۱ واحد رسید. به گفته فعالان اقتصادی، محرک اصلی در افزایش فروش و رشد فعالیت‌های بنگاهی، افزایش تقاضای آخر سال ناشی از تنش نرخ ارز و بالارفتن انتظارات تورمی بوده است. در واقع، تورم انتظاری از یکسو و افزایش نرخ ارز از سوی دیگر، موتور محرک فروش آخر سال بنگاه‌های اقتصادی شد. فعالیت شرکت‌ها در اسفندماه سال گذشته همچون اسفندماه سال‌های قبل افزایش داشته و هر پنج مولفه اصلی در این ماه از مرز ۵۰ واحد فراتر رفته‌اند. در صدر این مولفه‌ها، شاخص میزان فعالیت‌های کسب‌وکار با شیب نسبتا زیادی افزایش داشته و دومین مقدار حداکثری خود را در ۴۲ ماه اخیر به ثبت رسانده است. همچنین شاخص میزان سفارشات جدید مشتریان به بیشترین مقدار ۱۰ ماهه خود رسیده...

۲

راه کنترل تورم در کوتاه‌مدت از مسیر بازار ارز می‌گذرد

دست‌اندازهای مهار تورم ۱۴۰۲

۳

مدیریت و کسب‌وکار

پروفایل مشتری ایده‌آل (ICP) چیست؟

تعامل با مشتریان کاری نیست که امشب درباره‌اش تصمیم بگیرید و فردا کل مشتری دم فروشگاه‌تان صف بکشند. در عوض کارآفرینان باید یک استراتژی دقیق برای یافتن مشتریان و سپس جلب نظرشان داشته باشند. وگرنه تک تک محصولات روی دست‌شان باد خواهد کرد. این سرنوشت آشنایی است که اغلب کسب و کارها، به ویژه در ابتدای راه، با آن رو به رو می‌شوند.

یکی از تکنیک‌هایی که یافتن مشتریان را از هزارتویی اسرارآمیز به نوعی بازی سرگرم‌کننده تبدیل می‌کند، ساخت پروفایل مشتری ایده‌آل (Ideal Customer Profile) است. این استراتژی به شما کمک می‌کند تا به بهترین شکل ممکن مشتریان مناسب را از آنهایی که علاقه‌ای به محصولات‌تان ندارند، تشخیص دهید. فکر می‌کنم شما هم به خوبی می‌دانید هدف‌گذاری بر روی مشتریان نادرست تا چه اندازه خطرناک خواهد...

۸

نگاه

تورم مهمترین مانع در نوسازی بافت‌های فرسوده است

شکست نوسازی بافت فرسوده

قیمت خانه‌های کلنگی شهر تهران براساس محله، موقعیت و عرض معبر، متفاوت است. کسانی که در بافت فرسوده کلانشهرها قصد نوسازی واحدهای فرسوده را دارند، می‌توانند از تسهیلات ۴۵۰ میلیون تومانی استفاده کنند که ۱۵۰ میلیون تومان آن با نرخ سود صفر درصد است. در محله‌های واقع در محدوده حرم‌های مطهر چهار کلانشهر نیز تا ۶۰۰ میلیون تومان تسهیلات پرداخت می‌شود. براساس آمارها، مناطق ۱۰ و ۱۲ شهر تهران رتبه‌های اول را از نظر بافت فرسوده در اختیار دارند و به ترتیب ۵۲ و ۳۷ درصد این مناطق را بافت فرسوده تشکیل می‌دهد. طبق آماری که اواخر سال گذشته اعلام شد، ۹۵ درصد از بافت فرسوده شهر تهران در مناطق ۷ تا ۲۰ قرار دارد.

بافت فرسوده ترکیبی از سه شاخص ناپایداری سازه‌ای، نفوذناپذیری (عرض کمتر از شش متر) و ریزدانگی (مساحت کمتر از ۲۰۰ متر) است که در صورت وقوع حوادث از قبیل زلزله، سیل و آتش‌سوزی با مشکلات متعددی مواجه می‌شوند. دولت با کمک مدیریت شهری، تسهیلاتی را برای نوسازی واحدهای فرسوده در اختیار مالکان و سازندگانی که قصد تجمیع و نوسازی این خانه‌ها را دارند قرار می‌دهد.

۲

پرداخت تسهیلات...

بانک‌های اجتماعی چه تفاوتی با بانک‌های سنتی دارند؟

الگوی مالی بانکداری اجتماعی

فرصت امروز: در دهه‌های پایانی قرن گذشته میلادی، تغییر پارادایمی در اقتصاد جهانی رخ داد و باعث شد تا از اوایل دهه ۱۹۷۰، نگاه صرفا سودمحور در حوزه‌های مختلف زندگی به‌ویژه در حوزه کسب‌وکارها به مرور کمرنگ شود. علت این تغییر پارادایم، چالش‌های مختلف اقتصادی و اجتماعی از جمله بحران محیط زیست بود که موجب شد ابهامات زیادی در مورد آینده زندگی بشر به وجود آید. در چنین شرایطی بود که زمزمه رویکردی جدید به توسعه اقتصادی در چارچوب مفهومی با عنوان «توسعه پایدار» مطرح شد. «توسعه پایدار»، رویکردی از توسعه همه‌جانبه جوامع انسانی است که تمام ابعاد مختلف زندگی انسان‌ها از جمله زندگی اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی را در کنار هم و در قالب یک کل یکپارچه در نظر می‌گیرد. «توسعه پایدار» در نیم قرن اخیر به تدریج به صورت یک گفتمان غالب جهانی درآمد و شیوه‌های تفکر، برنامه‌ریزی، سیاستگذاری و همچنین مدل‌های کسب‌وکار و شیوه فعالیت بنگاه‌های اقتصادی را متحول ساخت.

یکی از عرصه‌هایی که بر اثر نگاه صرفا سوداگرانه در طول چند دهه اخیر با بحران‌های جدی مواجه شد، حوزه خدمات مالی به ویژه صنعت بانکداری است. فارغ از بحران بانکداری اخیر که به ورشکستگی چندین بانک آمریکایی و اروپایی منتهی شده است، به عنوان نمونه می‌توان به بحران مالی ۲۰۰۷ اشاره کرد. این بحران در ابتدا از بخش وام‌های مسکن رهنی در آمریکا شروع شد و سپس کل صنعت بانکداری این کشور و سراسر دنیا را درنوردید. تلاش‌ها برای حل این بحران مالی زمینه‌ساز مطالبه اجتماعی از یک سو و الزام قانونی از سوی دیگر برای بازطراحی بانک‌ها در راستای دستیابی به نظام پولی سالم، فراتر رفتن از نگاه صرفا سودگرا و متمرکز بر منافع سهامداران بانک‌ها و حرکت به سوی ادغام رویکردهای نوین برگرفته از پارادایم «توسعه پایدار» در صنعت مالی و بانکداری شد. به این ترتیب، بانک‌ها به عنوان پیشگامان صنعت مالی در حرکت به سوی «توسعه پایدار» متحول شدند و روی خواسته‌ها، نیازها و اولویت‌های عموم مردم و مخصوصا اقشار کم‌درآمد جامعه تمرکز کردند. در نتیجه این بازنگری در مدل کسب وکار بانک‌ها، رویکرد «بانکداری اجتماعی» (و همچنین عناوین مشابهی نظیر بانکداری اخلاقی، بانکداری توسعه پایدار و...) متولد شد.

تفاوت بانکداری سنتی و اجتماعی

بانک‌های اجتماعی یا بانک‌هایی که به مدل کسب‌وکار خود رویکرد اجتماعی دارند، ابزاری به منظور کنترل و کاهش ریسک فقر محسوب می‌شوند. رویکرد بانک‌های اجتماعی، رویکردی حمایتی از قشر ضعیف و محروم جامعه با هدف آزادسازی ظرفیت‌های اقتصادی و کسب‌وکاری آنان با درنظرگیری اثرهای اجتماعی مطلوب در کوتاه‌مدت و بلندمدت است. این رویکرد به دنبال ایجاد بستری برای رشد اوضاع اقتصادی و محیط اجتماعی و زیست‌محیطی است. بانک‌های اجتماعی با بانک‌های سنتی و اسلامی متفاوت است. بانک‌های اجتماعی، بانک‌هایی غیراقتصادی هستند که توجه آنها به معیارهای اجتماعی، اخلاقی و زیست‌محیطی است. بانک‌های اجتماعی به پیامدهایی غیرمالی تأمین مالی خود توجه می‌کنند. یکی از شعارهای مهم بانک‌های اجتماعی، ارتقای سطح زندگی افراد و حمایت‌های اجتماعی است. در مدل کسب‌وکاری این نوع بانک‌ها، حرکت تسهیلات ارائه‌شده (به وام‌گیرندگان) در جهت بهبود شرایط اجتماعی، ضرورت و اهمیت بسیار ویژه‌ای دارد.

طبق گزارش مرکز آمار در سال ۱۳۹۸، نرخ بیکاری در این سال ۹,۸ درصد گزارش شده که وضعیت نامطلوب نیروی فعال را در ایران نشان می‌دهد. بنابراین برای بهبود وضعیت اشتغال در کشور، نقش‌آفرینی بانک‌های اجتماعی، امری ضروری به شمار می‌رود. بانک‌های اجتماعی با تمرکز بر سه بخش انتفاع، مردم و محیط‌زیست در حوزه‌هایی همچون ارتقای سطح زندگی افراد جامعه، حمایت‌های اجتماعی و ایجاد فرصت برای محرومان، تأمین مالی خود را انجام داده تا بتواند علاوه بر کسب سود نسبی، به سوی اهداف اجتماعی خود حرکت کنند. در این راستا، مدل کسب‌وکار بانک‌های اجتماعی باید ویژگی‌های متفاوت‌تری نسبت به بانک‌های سنتی داشته باشند. مسئولیت‌پذیری، ثبات و شفافیت را می‌توان از ویژگی‌هایی نامید که مدل کسب‌وکار بانک‌های اجتماعی را از بانک‌های سنتی متمایز می‌کند.

یکی از چالش‌های مدل بانکداری اجتماعی، محدودیت در استفاده از ابزارهای تأمین مالی است؛ بدین صورت الگوی مالی مدل‌های کسب‌وکاری، تنها به سه زیرمجموعه استقراض خُرد، تأمین مالی جمعی و مدل کسب‌وکار اجتماعی (بدون سود سهام) تقسیم می‌شوند. مدل تأمین مالی جمعی معمولا نیازمند متقاعدکردن جمعی از سرمایه‌گذاران و بانک‌ها براساس جریان‌های نقدی پیش‌بینی شده است؛ درصورتی‌که مدل استقراض خُرد بانک‌های سنتی، به علت نبود وثیقه و تمایل به حمایت از گروه‌های ضعیف اقتصادی، به‌دنبال اعطای تسهیلات به گروه‌های کم‌درآمد جامعه است. یکی دیگر از مدل‌ها، مدل کسب‌وکارهای اجتماعی است که با رویکرد ایجاد توسعه و رونق اقتصادی، روی کسب‌وکارهای اقشار ضعیف با هدف عدم انتفاع سرمایه‌گذاری می‌کند.

الگوهای مدل کسب‌وکار پایدار

یکی از راه‌های تأمین مالی پایدار بانک‌ها، سپرده‌پذیری است. بانک‌ها فعالیت‌های سپرده‌گذاری و وام‌دهی (از طریق اعتباری که به بنگاه‌ها ارائه می‌دهند) را ترکیب می‌کنند. در استقراض خُرد بانک‌های سنتی، به‌علت هزینه‌های زیاد معامله و نبود وثیقه و تاریخ اعتبار، این تمایل وجود دارد تا وام گروه‌های کم‌درآمد به‌منظور توسعه کسب‌وکار خُرد اختصاص داده شود. البته براساس نتایج یک پژوهش بانکی در ایران، سپرده‌های دیداری، سپرده‌های پس‌انداز، سپرده‌های سرمایه‌گذاری بلندمدت و سپرده‌های سرمایه‌گذاری کوتاه‌مدت، روی میزان درآمد بانک تأثیر مثبت دارند. این محدودیت در ابزارهای تأمین مالی پایدار بانکی، به کاهش اثربخشی و کارایی منابع مالی بانک‌های اجتماعی منجر می‌شود. به بیان بهتر، تنوع‌بخشی الگوهای مالی مدل کسب‌وکار بانک‌های اجتماعی، امری مهم و ضروری تلقی می‌شود تا بتوان متناسب با شرایط مدل کسب‌وکار، الگوی مالی مقتضی آن را به‌منظور بهره‌وری بهتر منابع مالی کسب‌وکارهای خُرد تخصیص داد. این چالش برای کشورهای در حال توسعه همانند ایران بسیار جدی‌تر است؛ زیرا در کشورهای در حال توسعه، حمایت از کسب‌وکارهای خُرد در توسعه اقتصادی و اجتماعی، نقشی کلیدی دارد.

سوال این است که آیا با به‌کارگیری ابزارهای تأمین مالی مبتنی بر دارایی (نظیر تسهیلات اجاره و مزارعه) می‌توان جریان نقدینگی پایداری را برای بانک‌های اجتماعی فراهم کرد؟ در پاسخ به این سوال، یک پژوهش به روش تحلیل سیستمی در تلاش است تا بتواند اثر پایداری کسب‌وکارهای بانک‌های اجتماعی مبتنی بر ابزارهای تأمین مالی دارایی‌محور را بررسی کند. یکی از ویژگی‌های اصلی مدل‌های کسب‌وکار بانک‌های اجتماعی، ثبات و پایداری تأمین مالی است. بنابراین یکی از مؤلفه‌های اصلی کسب‌وکار اجتماعی، ثبات الگوی مدل کسب‌وکار است. در این پژوهش، تمامی الگوهای مدل کسب‌وکار پایدار به ۱۱ الگو تقسیم شده‌اند. این الگوها عبارتند از الگوهای قیمت‌گذاری و درآمد، الگوهای مالی، الگوهای زیست‌محیطی، الگوهای بستن حلقه، الگوهای زنجیره تأمین، الگوهای اهدا، الگوهای ارائه دسترسی، الگوهای مأموریت اجتماعی، الگوهای خدمات و عملکرد، الگوهای سازمانی، الگوهای پلتفرم جامعه. ارزش‌آفرینی الگوهای مالی در حوزه‌های اجتماعی و اقتصادی تقریبا به صورت متوازن تقسیم شده است. مدل مالی الگوهایی هستند که به مدل مالی در یک مدل کسب‌وکار مربوط می‌شوند. مدل مالی در واقع، همان ابزارهای تأمین مالی است. این الگو به سه زیرمجموعه استقراض خرد، تأمین مالی جمعی و مدل کسب‌وکار اجتماعی (بدون سود سهام) تقسیم می‌شود.

تأمین مالی مبتنی بر بدهی و دارایی

الگوی استقراض خرد، مناسب‌ترین الگو برای مدل کسب‌وکار بانک‌های اجتماعی است؛ زیرا اساس کسب‌وکار بانک‌ها بر سپرده‌پذیری و وام‌دهی بنا شده است. این الگو زمانی برای بانک‌های اجتماعی مفهوم می‌یابد که مشتریان آن کسب‌وکارهای خردی باشند که به روش استقراض خرد تقاضای تأمین مالی از بانک‌های اجتماعی داشته باشند. تأمین مالی بانک‌های اجتماعی برای این کسب‌وکارهای خرد، موضوع مهمی است؛ زیرا توسعه صنایع کوچک و فناوری‌های متوسط، استراتژی مناسبی برای کشورهای در حال توسعه است. این کشورها از طریق رفع فقر، افزایش درآمد، ایجاد فرصت‌های شغلی برای نیروی انسانی غیرماهر، انباشت سرمایه از طریق افزایش بازدهی، بهبود بهره‌وری در بخش روستایی و همچنین جلوگیری از گسترش شهرنشینی و مهاجرت بی‌رویه می‌توانند به فرآیند توسعه ابعاد اقتصادی و اجتماعی خود کمک کنند.

بنگاه‌های کوچک و متوسط یکی از عوامل ایجاد اشتغال و افزایش تولید و ارزش‌آفرینی با ابزارهای نسبتا ساده و فناوری‌های نه خیلی پیچیده‌اند که با سرمایه‌های کم و زمان کوتاه قابلیت راه‌اندازی دارند و در رشد و شکوفایی اقتصادی کشورها و افزایش سطح زندگی افراد، نقش مهمی ایفا می‌کنند. نوعی رابطه علیت مثبت از سمت اشتغال به رشد اقتصادی وجود دارد. روش‌های زیادی برای تأمین منابع مورد نیاز بنگاه‌های کوچک و متوسط وجود دارد که عبارتند از: منابع تأمین مالی از طریق بدهی و قرض، منابع خصوصی تأمین مالی، منابع داخلی تأمین مالی و منابع تأمین مالی از طریق سرمایه و سهام. به نظر می‌رسد محدودیت در ابزارهای تأمین مالی بانک‌های اجتماعی برای این بانک‌ها، چالشی اساسی به حساب می‌آید. از مهمترین نیازهای کشورهای در حال توسعه، زیرساخت‌های اقتصادی آن است که زمینه رشد و توسعه در سایر بخش‌های اقتصادی را فراهم می‌کند و عدم پاسخ‌گویی صحیح به نیاز تأمین مالی در این بخش، توسعه اقتصادی را با مشکلات اساسی مواجه می‌سازد. کشورهای در حال توسعه در تأمین مالی پروژه‌های زیرساختی خود با مشکل مواجهند. این نوع از پروژه‌ها دو مشخصه اصلی دارند که در روش تأمین مالی باید بدان توجه کرد. اولین مشخصه، بلندمدت بودن و دومین مشخصه، هزینه زیاد اجرای این‌گونه پروژه‌هاست. به‌صورت کلی، دو روش برای تأمین مالی مطرح است: تأمین مالی مبتنی بر بدهی و تأمین مالی مبتنی بر دارایی.

بازده بیشتر سپرده‌گذاران بانک اجتماعی

با توجه به اینکه بانک‌های اجتماعی متعارف که از ابزارهای استقراض خرد استفاده می‌کنند، معمولا در جذب سپرده به قشر خاصی از سپرده‌گذاران محدود می‌شوند. از همین رو، در انجام مأموریت خود با محدودیت منابع مواجه هستند. بنابراین اثرگذاری اجتماعی و اقتصادی آنها نیز محدود می‌شود. در این پژوهش با الگوگیری از ابزارهای تأمین مالی اسلامی، به بررسی تأثیر به‌کارگیری دو ابزار مالی مبتنی بر دارایی (اجاره و مزارعه) بر جذب سپرده و جریان نقدینگی بانک اجتماعی پرداخته شد و در یک مدل‌سازی شبیه‌سازی نتایج الگوی پیشنهادی در جذب منابع با مدل متعارف استقراض خرد در بانک‌های اجتماعی مقایسه شد. نتایج حاصل از این شبیه‌سازی نشان می‌دهد که بازده سپرده‌گذاران بانک اجتماعی پیشنهادی در مقایسه با بانک‌های سنتی از سال دوم افزایش پیدا می‌کند. در افق دو ساله بازده سپرده‌گذاران بانک اجتماعی پیشنهادی به ۱۳ درصد خواهد رسید و حتی در افق زمانی طولانی بازده سپرده‌گذاران در سال ششم به ۲۰ درصد و در سال دهم به ۲۱ درصد افزایش می‌یابد. این مدل از بانک می‌تواند به علت جریان نقدینگی ایجاد شده، ظرفیت‌های تولیدی کشور را افزایش داده و هر ساله برای نیروی کار حوزه کشاورزی که زمینی برای زراعت ندارند، شغل ایجاد کند. اهمیت کاربردی این پژوهش از این جهت است که نشان می‌دهد چگونه می‌توان با به‌کار بردن ابزارهای مبتنی بر دارایی بر محدودیت جذب سپرده در بانک‌های اجتماعی متعارف فائق آمد و تأثیرگذاری این نوع بانک‌ها را در انجام مأموریت‌شان با افزایش جذب سپرده و نقدینگی بیشتر کرد.

نتایج این پژوهش که با عنوان «الگوی مالی پایدار برای کسب‌وکار بانک‌های اجتماعی» در شماره ۴ دوره ۲۴ فصلنامه «تحقیقات مالی» منتشر شده است، نشان می‌دهد جریان نقدینگی در بانک اجتماعی با ابزارهای مالی مبتنی بر دارایی، روندی صعودی داشته است؛ در حالی که جریان نقدینگی بانک اجتماعی با ابزار استقراض خُرد در بازه‌های زمانی مختلف، رفتار نوسانی از خود نشان داده است. بنابراین با توجه به نرخ بازده سپرده‌گذاران بانک اجتماعی با ابزارهای مبتنی بر دارایی، می‌توان انتظار داشت که این نوع بانک‌ها در بلندمدت جذابیت بیشتری برای جذب سپرده‌گذاران دیگر بانک‌ها داشته باشند.

تعیین حدود ارائه خدمات بانکی به اشخاص محجور در موسسات اعتباری

اداره مبارزه با پولشویی و تأمین مالی تروریسم بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران در راستای اجرای آیین‌نامه اجرایی ماده ۱۴ الحاقی قانون مبارزه با پولشویی (مصوب هیأت محترم وزیران در تاریخ ۲۱ مهرماه ۱۳۹۸) و با هدف تبیین حدود و نحوه ارائه خدمات بانکی به اشخاص محجور، طی بخشنامه شماره ۰۰/۲۴۱۸۰۴ به تاریخ ۲۲ آبان ماه ۱۴۰۰، «دستورالعمل اجرایی تعیین حدود ارائه خدمات بانکی به اشخاص محجور در موسسات اعتباری» را به بانک‌ها ابلاغ کرده است. به گزارش روابط عمومی بانک پاسارگاد، اشخاص محجور مشتمل بر اشخاص زیر هستند که به موجب قانون از تصرف در اموال و حقوق مالی خود ممنوع می‌باشند:

* اشخاص کمتر از (۱۸) سال تمام: شامل اشخاص صغیر (کلیه اشخاصی که به حد بلوغ شرعی - اناث، ۹ سال تمام و ذکور ۱۵ سال تمام - نرسیده باشند) و اشخاص بالغ غیررشید که رشد آنها از سوی دادگاه صالحه تشخیص داده نشده است؛
* اشخاص غیررشید و مجنون: شامل اشخاص غیررشید بالاتر از (۱۸) سال تمام و اشخاص مجنون که شناسه یکتای هویتی آنها به علت قرار داشتن در شرایط حجر، تعلیق شده است.

همچنین از جمله مهمترین تدابیر و الزام‌های دستورالعمل یادشده عبارت است از:

* ممنوعیت ارائه خدمات بانکی اعم از «اعطای هرگونه ابزار پذیرش»، «اعطای انواع تسهیلات و قبول انواع تعهدات با موضوعات تجاری»، «افتتاح و نگهداری سپرده قرض‌الحسنه جاری با/ بدون دسته چک» و «خریدوفروش ارز اعم از نقدی و حواله‌ای» به محجورین و همچنین «اجاره صندوق امانات به اشخاص کمتر از ۱۸ سال»؛
* ممنوعیت افتتاح و نگهداری بیش از یک سپرده قرض‌الحسنه پس‌انداز و یک سپرده سرمایه‌گذاری کوتاه‌مدت عادی به نام هر شخص محجور؛
* ممنوعیت افتتاح سپرده مشترک با اشخاص محجور؛
* ممنوعیت افتتاح سپرده قرض‌الحسنه پس‌انداز و سپرده سرمایه‌گذاری کوتاه‌مدت عادی به نام هر شخص محجور مجموعا در بیش از دو موسسه اعتباری؛
* «ممنوعیت اختصاص هرگونه ابزار پرداخت به سپرده‌های اشخاص کمتر از هفت سال تمام»؛
* مجاز بودن اختصاص صرفا کارت پرداخت فیزیکی با قابلیت خرید با آن به حساب‌های اشخاص بالاتر از هفت سال تمام تا ۱۲ سال تمام و نیز مجانین و اشخاص غیررشید بالاتر از ۱۸ سال تمام».

گفتنی است طبق مفاد ماده ۲۵ دستورالعمل یادشده، در مورد مشتریان فعلی بانک که در شمول اشخاص مشمول این دستورالعمل قرار می‌گیرند، بانک موظف است از طریق مسدودنمودن حساب‌های مازاد و غیرفعال کردن ابزارهای پرداخت، نسبت به تطبیق نحوه ارائه خدمات بانکی به ایشان با مفاد این دستورالعمل اقدام نماید.»

نگـــاه

تورم مهمترین مانع در نوسازی بافت‌های فرسوده است

شکست نوسازی بافت فرسوده

قیمت خانه‌های کلنگی شـهر تهران براسـاس محله، موقعیت و عرض معبر، متفاوت است. کسانی که در بافت فرسوده کلانشهرها قصد نوسـازی واحدهای فرسـوده را دارند، می‌توانند از تسهیلات ۴۵۰ میلیون تومانی اسـتفاده کنند که ۱۵۰ میلیون تومان آن با نرخ سود صفر درصد است. در محله‌های واقع در محدوده حرم‌های مطهر چهار کلانشهر نیز تا ۶۰۰ میلیون تومان تسهیلات پرداخت می‌شود. براساس آمارها، مناطق ۱۰ و ۱۲ شهر تهران رتبه‌های اول را از نظر بافت فرسوده در اختیار دارند و به ترتیب ۵۲ و ۳۷ درصد این مناطق را بافت فرسوده تشکیل می‌دهد. طبق آماری که اواخر سـال گذشته اعلام شد، ۹۵ درصد از بافت فرسوده شهر تهران در مناطق ۷ تا ۲۰ قرار دارد.

بافت فرسـوده ترکیبی از سـه شـاخص ناپایداری سـازه‌ای، نفوذناپذیری (عرض کمتر از شش متر) و ریزدانگی (مساحت کمتر از ۲۰۰ متر) اسـت که در صورت وقوع حوادث از قبیل زلزله، سیل و آتش‌سوزی با مشکلات متعددی مواجه می‌شوند. دولت با کمک مدیریت شـهری، تسهیلاتی را برای نوسازی واحدهای فرسوده در اختیار مالکان و سـازندگانی که قصد تجمیع و نوسازی این خانه‌ها را دارند قرار می‌دهد. پرداخت تسـهیلات تا سـقف ۶۰۰ میلیون تومان، امکان ساخت تا دو طبقه بیشتر نسبت به تراکم مجاز، ارائه حداقل ۵۰ درصد تخفیـف در صدور پروانه و امکان تهاتر زمین با اراضی دولتی از جمله این مشوق‌هاست.

در همین زمینه، «خلیل محبت‌خواه»، مدیرکل راه و شهرسازی اسـتان تهران از افزایش ۶۰ درصدی صدور پروانه ساخت و ساز در محلات بافت‌های فرسوده شهر تهران خبر داد و به «ایسنا» گفت: «تسهیلات بافت فرسوده در اسـتان تهران از محل اعتبارات سال ۱۴۰۰ توسـط بانک‌های عامل ۲۱۵۶ واحد معادل (۶۸۶۱ میلیارد ریـال) بوده که امیدواریم در سـال ۱۴۰۲ این میـزان با توجه به شرایط جدید مشوق‌ها بهتر شود.»

دولت سیزدهم مشوق‌هایی را برای تحقق هدف نوسازی و بهسازی سالیانه ۱۵۰ هزار واحد مسکونی در مناطق هدف بازآفرینی شهری در دستور کار قرار داده است. به دنبال تصویب قانون جهش تولید و تامین مسکن، وزارت راه و شهرسازی پرداخت تسهیلات نوسازی و بهسـازی تا سـقف ۴۵۰ میلیون تومان در کلانشـهرها و مراکز اسـتان‌ها و تا سـقف ۶۰۰ میلیون تومان در شهرهای دارای حرم مطهر را در دسـتور کار قرار داد. سـقف وام در چهار شهر مشهد، قم، شـیراز و تهران و در محدوده حرم امام رضا (ع)، حرم حضرت معصومه (ع)، حرم شاهچراغ (ع) و حرم حضرت عبدالعظیم (ع) تا سقف ۶۰۰ میلیون تومان رسیده که ۱۵۰ میلیون تومان از وام کلیه متقاضیان بدون سـود بانکی پرداخت می‌شود. مبلغ ۱۵۰ میلیون تومان از تسـهیلات ۴۵۰ و ۶۰۰ میلیون تومانی بافت فرسـوده با نرخ سود صفر درصد پرداخت می‌شود. افراد ساکن در محدوده‌های بافت‌های فرسوده و ناکارآمد شهری می‌توانند از تمامی تسهیلات، حمایت‌ها و تخفیف‌های نهضت ملی بدون رعایت شرایط چهارگانه نهضت ملی استفاده کنند.

«فرید قدیری» کارشـناس بازار مسـکن، مشکل اصلی نوسازی بافت‌های فرسـوده را تـورم بالا می‌داند و می‌گویـد: آنچه که در مناطق بافت فرسـوده تهران شاهد هسـتیم با سیاست‌های فعلی شهری ارتباط برقرار نکرده است، آن هم به دو دلیل؛ یکی وضعیت اقتصادی و معیشـتی افرادی که در بافت فرسوده زندگی می‌کنند و دیگری در اولویت نبودن نوسازی بافت فرسوده توسط مالکان.

او درخصوص تاثیر نوسـازی بافت فرسـوده بر بازار مسکن در گفت‌وگو با «مهر» توضیح می‌دهد: در بافت‌های فرسوده دو دسته زندگی می‌کنند؛ یکی مسـتاجران هستند که به نوسازی مرتبط نیست و دیگری، مالکان قدیمی در بافت فرسوده است که دغدغه نوسـازی ندارند. تصمیم گرفتن برای تخریب و نوسازی به راحتی نیسـت. حتی برای افرادی که در شمال پایتخت زندگی می‌کنند هم تخریب تصمیم راحتی نیسـت و باید با چند سازنده مشورت کنند و ببینند کدام به صرفه است. به گفته «قدیری»، خانه‌ها در بافت‌های فرسـوده سند نداشته و یا مشکل چند مالکی دارند که این موضوع باعث عدم دریافت تسـهیلات از سـوی بانک‌ها شده است. تسـهیلاتی از طرف دولت و شهرداری برای ترویج ساخت و ساز داده شـده اما نتیجه دلخواه نداشته است، به عنوان مثال، شهرداری هزینه پروانه را نمی‌گیرد یا اینکه دولت هزینه انشعابات را نصف دریافت می‌کند، اما اینها باز هم باعث نمی‌شود تا مالکان بافت‌های فرسـوده رغبتی برای نوسازی داشـته باشند. در حال حاضر حدود ۲ میلیون نفر سـاکن بافت‌های فرسوده هستند که با توجه به شـرایط بد اقتصادی به مناطق پایین‌تر شهر مهاجرت کرده و نمی‌توان با سخن و یک نسخه واحد، کاری برای بافت‌های فرسوده انجام داد.

این کارشـناس بازار مسکن با اشـاره به لزوم همکاری دولت و شهرداری می‌افزاید: در حال حاضر شهرداری ابزار قوی به نام پروانه در دسـت دارد که می‌تواند با توجه به هزینه صدور جواز به ساخت و سـاز در بافت‌های فرسـوده کمک کند؛ چراکه در بعضی مناطق مانند منطقه یک ساخت و ساز اشباع شده و باید سرمایه‌گذار را به سـمت ساخت و ساز در بافت‌های فرسوده مناطق پایین و متوسط شهر هدایت کرد. از طرف دیگر وظیفه دولت این است که با کنترل اقتصاد کلان و با سیاسـت‌های اقتصادی تورم را کنترل کند؛ زیرا با افزایش تورم تولیدکننده در مسـکن، تـورم مصرف‌کننده را نیز شاهد خواهیم بود.

تورم انتظاری، محرک فروش آخر سال بنگاه‌های اقتصادی شد

خروج تولید از منطقه رکود

فرصت امروز: شاخص مدیران خرید کل اقتصاد در اسفندماه ۱۴۰۱ در حالی به سطح ۵۶,۷۹ واحد رسید و سقف ۴۲ ماهه را شکست که این میزان ۵,۴۴ واحد بالاتر از ماه قبل اسـت. شاخص مدیران خرید بخش صنعت نیز در این ماه با رشـد ۲,۱۲ واحـدی به رقم ۵۹,۵۱ واحد رسید. به گفته فعالان اقتصادی، محرک اصلی در افزایش فروش و رشـد فعالیت‌های بنگاهی، افزایش تقاضای آخر سال ناشی از تنش نرخ ارز و بالارفتن انتظارات تورمی بوده اسـت. در واقع، تورم انتظاری از یکسـو و افزایش نرخ ارز از سـوی دیگر، موتور محرک فروش آخر سال بنگاه‌های اقتصادی شد.

فعالیت شـرکت‌ها در اسـفندماه سال گذشـته همچون اسفندماه سـال‌های قبل افزایش داشـته و هر پنج مولفه اصلـی در این ماه از مـرز ۵۰ واحد فراتـر رفته‌اند. در صدر این مولفه‌ها، شـاخص میزان فعالیت‌های کسـب‌وکار با شیب نسبتا زیادی افزایش داشته و دومین مقـدار حداکثری خـود را در ۴۲ ماه اخیر به ثبت رسـانده اسـت. همچنین شاخص میزان سفارشات جدید مشتریان به بیشترین مقدار ۱۰ ماهه خود رسـیده، اما شدت افزایش شاخص در مقایسه با اسفند سال‌های قبل کمتر بوده اسـت. شاخص موجودی مواد اولیه یا لوازم خریداری‌شـده نیز بیشترین رشد ۱۲ ماهه را ثبت کرده، اما هم‌زمان شـاخص قیمت خرید مواد اولیه و لوازم موردنیاز با شـیب بیشتری نسـبت به ماه قبل افزایش داشـته و به بالاتریـن نرخ ۱۰ ماهه خود از خردادماه رسیده است. از سـوی دیگر، شاخص موجودی محصول نهایی در انبار یا کارهای معوق و ناتمام برای سومین ماه پیاپی کاهشی شـده و رکورد کمترین مقدار ۳۰ ماهه (از مهرماه ۱۳۹۹) را شکسته اسـت. یکی از دلایل این اتفاق، افزایش فروش شـرکت‌ها به واسطه بالارفتن تورم انتظاری جامعه است که در شاخص میزان فروش کالاها یا خدمات نیز خود را نشان می‌دهد.

شامخ چطور اندازه‌گیری می‌شود؟

از میـان شـاخص‌های متنوع و گوناگونی که توسـط کشـورها و سـازمان‌های بین‌المللی منتشـر می‌شوند، شـاخص مدیران خرید (Purchasing Manager's Index) از جملـه مهمتریـن شـاخص‌های اقتصادی اسـت که مـورد پذیرش اکثر کشـورهای توسعه‌یافته و در حال توسـعه قرار دارد و در حال حاضر برای حدود ۲۹ هزار بنگاه بخش خصوصی در بیش از ۴۰ کشـور دنیا محاسـبه می‌شـود. این شاخص در فارسی به اختصار «شامخ» نامگذاری شده و مرکز پژوهش‌های اتاق بازرگانی ایران، ماموریت محاسبه و انتشار آن را به عهده دارد.

شاخص مدیران خرید یا همان شامخ براساس پایش پرسشنامه‌ای به دست می‌آید و تصویر جامع و ملموسی از شرایط اقتصاد کلان به ویژه وضعیت رونق و رکود در بخش‌هـای صنعت و خدمات ارائه می‌دهد. در طرح شـامخ از پاسخ دهندگان خواسته می‌شود که به ۱۲ پرسش مطرح شده در قالب سه معیار وضعیت نسبت به ماه پیش (بهتر شده، بدتر شـده و یا تغییری نکرده است) پاسـخ دهند. در صورت انتخاب گزینه بیشتر از ماه قبل عدد یک، گزینه بدون تغییر عدد ۰,۵ و گزینه کمتر از ماه قبل عدد صفر برای آن پرسـش ثبت می‌شـود. مجموع حاصلضرب درصد پاسـخگویان به هر یـک از گزینه‌ها در عدد همان گزینه، بیانگر عدد شامخ در آن پرسش است. در نهایت، معیار سنجش این شاخص عددی بین صفر تا صد است. عدد صفر و صد به ترتیب به معنای آن است که ۱۰۰ درصد پاسخگویان گزینه «بدتر شده است» و «بهتر شـده اسـت» را انتخاب کرده‌اند. عدد ۵۰ نیز نشـان‌دهنده عدم تغییر وضعیت نسبت به ماه قبل، بالای ۵۰ نشانه بهبود وضعیت نسبت به ماه قبل و زیر ۵۰ به معنای بدتر شدن وضعیت نسبت به ماه قبل اسـت. در این راستا، چنانچه عدد محاسبه شده زیر ۵۰ باشد، اما از عدد محاسبه شـده ماه قبل بیشتر باشد، نشان می‌دهد که سرعت بدتر شـدن وضعیت کاهش یافته است. در سمت مقابل، چنانچه عدد محاسـبه شده بالای ۵۰ باشـد اما از عدد ماه قبل کمتر باشد، نشان می‌دهد که سـرعت بهبود وضعیت در مقایسه با ماه قبل کاهش یافته است. حالا آنطور که بازوی پژوهشی اتاق ایران گزارش داده، هم شامخ کل اقتصاد و هم شامخ بخش صنعت در اسفندماه ۱۴۰۱ بهبود یافته و سقف شکنی کرده‌اند.

شامخ اقتصاد به ۵۶,۷۹ واحد رسید

شـاخص مدیران خرید برای کل اقتصاد ایران در اسـفندماه، رقم ۵۶,۷۹ محاسـبه شـد. در این ماه همـه مؤلفه‌های اصلی، بیشـتر از ۵۰ گزارش شـده‌اند. به نظر می‌رسد رکود شـدید ماه‌های قبل و انتظارات تورمی برای ماه‌های آینده باعث شده تا در اسفندماه ۱۴۰۱ در مقایسـه با سـال‌های قبل، فعالیت‌ها رونق بیشتری داشته باشند؛ چنانکه شاخص میزان فعالیت‌های کسب‌وکار در اسفندماه (۶۰,۸۱) با شـیب زیادی افزایش داشته و دومین مقدار بالای خود را در ۴۲ دوره به ثبت رسانده است. فعالیت‌ها در هر سه بخش با افزایش همراه بوده و بخش صنعت و خدمات و کشـاورزی، شدت افزایش بیشتری را در مقایسـه با بخش ساختمان داشته‌اند. شاخص میزان سفارشات جدید مشـتریان نیز در اسـفندماه (۵۴,۹۷) به بیشترین مقدار طی ۱۰ ماه اخیر از خردادماه رسـید، هرچند شدت افزایش شاخص در مقایسه با اسفندماه سال‌های قبل کمتر اسـت. بخش صنعت بیشترین افزایش تقاضا را در میان بخش‌های اصلی داشـته اسـت. شاخص موجودی مواد اولیه یا لوازم خریداری‌شـده در اسفندماه (۵۴,۱۴) طی ۱۲ ماه گذشته از اسـفندماه ۱۴۰۰ بیشـترین افزایش را داشته است. طبق روال اسـفندماه هر سال همراه با افزایش تقاضای مشتریان، موجودی مـواد اولیه نیز افزایـش دارد. همچنین شـاخص موجودی محصول نهایـی در انبار یا کارهای معوق و ناتمام (۴۵,۱۸) برای سـومین ماه پیاپی همچنان کاهشی است و در ۳۰ ماه گذشته از مهرماه ۱۳۹۹ به کمترین میزان خود رسیده است.

نهایتا شاخص انتظارات در ارتباط با میزان فعالیت اقتصادی در ماه آینده (۳۶,۴۸) طی ۱۲ ماه اخیر از اسفندماه ۱۴۰۰ به کمترین مقدار خود رسـیده است. پیش‌بینی کاهش فعالیت‌ها در فروردین ماه طبق روال سـال‌های قبل وجود دارد. در اسفندماه طبق روال هر ساله اکثر شاخص‌ها با افزایش همراه بودند، اگرچه در این دوره علاوه بر افزایش تقاضای آخر سـال مشتریان، صعود قیمت ارز و انتظارات تورمی برای افزایش بیشـتر قیمت محصولات طی ماه‌های آینده باعث سریع‌ترین افزایش رشـد فروش در اسفندماه شده است، اما در این دوره، جهش شـدید نرخ ارز و انتظـارات تورمی طی ماه‌های آینـده باعث نگرانی فعالان اقتصادی برای تأمین نهاده‌های موردنیاز و تشـدید نااطمینانی در برنامه‌ریزی حتی کوتاه‌مدت شده است.

سقف ۹ ماهه شامخ صنعت شکست

شاخص مدیران خرید صنعت نیز در اسفندماه به عدد ۵۹,۵۱ واحد رسید که بیشـترین میزان ۹ ماهه اخیر (از تیرماه) محسوب می‌شود و از دومین ماه پیاپی رونق در فعالیت‌های بخش صنعت حکایت دارد که مطابق انتظار اسفند هر سال بوده است. در این ماه همه مؤلفه‌های اصلی افزایش داشتند، اما موجودی مواد اولیه و میزان استخدام تقریبا در مرز خنثی ۵۰ قرار داشتند. در میان رشته فعالیت‌ها، صنایع کانی غیرفلزی بیشـترین رشد را داشتند؛ درحالی‌که صنایع پوشاک و چرم با کاهش شاخص روبه‌رو شدند. شاخص مقدار تولید محصولات بخش صنعـت در اسـفندماه (۶۳,۴۶) به بالاترین مقـدار ۱۰ ماهه خود از خردادماه رسیده که نشـان‌دهنده رونق فعالیت‌های تولیدات صنعتی در ماه پایانی سـال است. در اسفند تقریبا همه صنایع به‌جز پوشاک و چرم و سایر صنایع با افزایش در شاخص تولید روبه‌رو شدند. همچنین شـاخص میزان سفارشات جدید مشـتریان (۶۲,۱۴) همچنان مانند ماه گذشـته اما با شـدت کمتر، یکی از بیشـترین مقادیر خود را از فروردیـن ماه ۱۴۰۰ (به‌غیر از اردیبهشـت‌ماه) ثبت کرده اسـت. به عقیده فعـالان اقتصادی علاوه بر اثـر دوره‌ای افزایش تقاضای پایان سال، انتظارات تورمی ناشی از جهش ارز برای طرف تقاضا در ماه‌های آینده باعث شـده تا اکثر شـرکت‌ها با افزایش تقاضا روبه‌رو باشـند. در میان فعالیت‌ها، صنایع لاسـتیک و پلاستیک بیشترین افزایش در سفارشات را داشتند.

شـاخص انتظارات تولید در ماه آینده (۴۰,۳۴) نیز کاهشـی شده و در رابطه با چشـم‌انداز فروردین نشـان‌دهنده انتظـار رکود برای کسب‌وکارهای بخش صنعت در اکثر فعالیت‌هاست. طبق روال دوره‌ای در اسـفندماه اکثر رشته فعالیت‌های بخش صنعت با رشد در افزایش شـاخص روبه‌رو شـدند. به عقیده فعالان اقتصادی، جهش نرخ ارز و افزایش هزینه تولید به همراه تغییرات دائما غیرکارشناسـانه قوانین و مقررات توسـط وزارت صمت، گمرک و بانک مرکزی، بسـیاری از شـرکت‌ها را متضرر کرده اسـت. جهش نـرخ ارز، کمبود نیروی کار متخصص، تصمیمات ناگهانی و اشتباه و تغییر دائمی قوانین و مقررات مدیران بالادستی در دستگاه‌های دولتی به‌خصوص در وزارت صمت، مشکل بازگشت پول حاصل از صادرات مخصوصا به عراق و... از جمله مشکلات فعالان اقتصادی در اسفندماه ۱۴۰۱ گزارش شده است.

آگهی فقدان سند مالکیت

سند مالکیت ۳/۶ دانگ مشاع از شش دانگ یک قطعه آپارتمان نوع ملک طلق با کاربری مسکونی به پلاک ثبتی ۹۷۳۵ فرعی از ۱۱۶ اصلی، مفروز و مجزا شده از ۷۴۷ فرعی از اصلی مذکور، قطعه ۲ در طبقه همکف و واقع در بخش ۱۱ به مساحت ۱۰۵/۹۷ متر مربع باانضمام انباری قطعه ۶ به مساحت ۹/۵۱ متر مربع و پارکینگ قطعه ۱ به مساحت ۱۱/۲۵ متر مربع

مشخصات مالکیت:

مالکیت سیدمحمد / بهلولی بعنوان مالک سه ممیز شش دهم دانگ مشاع از شش دانگ عرصه و اعیان با شماره مستند مالکیت ۷۱۹۶۴ تاریخ ۱۳۹۳/۰۷/۰۳ دفترخانه اسناد رسمی شماره ۳۳۶ شهر تهران استان تهران، موضوع سند مالکیت اصلی بشماره چاپی ۷۲۷۳۷۶ سری ب سال ۹۳ با شماره دفتر الکترونیکی ۱۳۹۴۲۰۳۰۱۰۸۰۰۰۴۰۳۰ که در صفحه ۱۳۷ دفتر املاک جلد ۲۳۶ ذیل شماره ۳۱۰۲۲ ثبت گردیده است.

نامبرده اعلام نموده سند مالکیت بعلت جابجایی مفقود گردیده و درخواست سند مالکیت المثنی نموده است. بدینوسیله مراتب باستناد ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت در یک نوبت آگهی می شود چنانچه کسی مدعی انجام معامله نسبت به ملک مرقوم یا وجود سند مالکیت نزد خود می باشد از تاریخ انتشار این آگهی ظرف مدت ۱۰ روز اعتراض خود را کتبا ضمن ارائه سند مالکیت یا سند معامله به این منطقه تسلیم و رسید اخذ نمائید در صورت عدم ارائه اعتراض یا اصل سند مالکیت یا سند خریداری اقدام به صدور سند مالکیت المثنی وفق مقررات خواهد شد.

۱۰۱۷۱ م الف — رئیس واحد ثبتی حوزه ثبت ملک سعادت آباد تهران – محمد گلباغی
شناسه آگهی ۱۴۷۹۷۰۲

آگهی فقدان سند مالکیت

مشخصات ملک

سند مالکیت سه دانگ مشاع از شش دانگ یک قطعه زمین به شماره ۳۰۳۶ فرعی از ۴۶۷۸ اصلی مفروز و مجزا شده از فرعی از اصلی مذکور واقع در بخش ۰۷ ناحیه ۰۰ حوزه ثبت ملک خاوران تهران استان تهران به مساحت ۶۲/۵۰ متر مربع

مشخصات مالکیت:

آقای حمید طالبی سیاوشانی فرزند محمدعلی تاریخ تولد ۱۳۷۱/۰۱/۲۴ صادره از آشتیان دارای شماره ملی ۰۵۱۰۰۱۵۲۷۱

موضوع سند مالکیت اصلی بشماره چاپی ۷۳۴۱۵۸ و شماره دفتر املاک الکترونیکی ۱۳۹۶۲۰۳۰۱۰۵۴۰۴۲۲۰۷ ثبت گردیده است. اینک آقای مالک فوق الذکر با ارائه دو برگ استشهادیه که بامضاء شهود رسیده است و آن به گواهی شماره ۳۵۳۹۵ مورخ ۱۴۰۱/۱۰/۰۳ دفترخانه ۵۳۳ تهران گواهی امضاء گردید مدعی است که اصل سند مالکیت به علت اسباب کشی و جابجایی مفقود گردیده است و تقاضای صدور المثنی سند مالکیت ملک مذکور را نموده لذا مراتب باستناد ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت در یک نوبت آگهی می شود تا چنانچه کسی مدعی انجام معامله نسبت و یا در اختیار داشتن سند مالکیت نزد خود می باشد ظرف مدت ۱۰ روز از انتشار این آگهی به این منطقه مراجعه و اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت اقدام نماید بدیهی است در این صورت پس از تنظیم صورت مجلس اصل سند مالکیت به ارائه کننده مسترد خواهد شد و پس از انقضاء مدت مذکور و عدم هرگونه اعتراض این منطقه نسبت به صدور المثنی سند مالکیت اقدام خواهد نمود.

۱۰۱۸۶ م الف — سرپرست واحد ثبتی حوزه ثبت ملک خاوران تهران
شناسه آگهی ۱۴۷۹۷۱۶

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

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

برابر رای شماره ۱۴۰۱۶۰۳۰۱۰۷۸۰۰۳۷۲۳ مورخ ۱۴۰۱/۱۲/۲۵ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک یافت آباد تهران تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای هوشنگ بیات فرزند مصطفی بشماره شناسنامه ۱ صادره از دورود در ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احدائی در آن به مساحت ۸۹/۸۸ متر مربع در قسمتی از پلاک ۸۴۲۳ فرعی از ۲ اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک ۱۱۹۱ فرعی از ۲ اصلی واقع در بخش ۱۲ تهران خریداری از مالک رسمی آقای رضا ترکاشد جوزانی 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 باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید، ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۰۱/۲۷
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۰۲/۱۱

۱۰۱۸۹ م الف — رئیس ثبت اسناد و املاک – خداداد بشیری
شناسه آگهی ۱۴۷۹۷۲۲

آگهی فقدان سند مالکیت پلاک ثبتی ۸۸/۳۲۰۲۵ بخش ۱۱ تهران

نظر به اینکه آقای سیدحسین میرحسینی اردکانی برابر برگ تقاضا به شماره وارده ۶۴۰۳ مورخ ۱۴۰۱/۲/۱۹ و با تسلیم دو برگ استشهادیه محلی ثبت شده به شناسه ۱۴۰۰۰۲۱۵۱۴۶۹۰۰۰۸۱۶ مورخ ۱۴۰۰/۱۱/۱۲ دفترخانه اسناد رسمی شماره ۶۶۱ تهران مدعی شده که سند مالکیت شش دانگ یک قطعه آپارتمان مسکونی به پلاک ثبتی ۳۲۰۲۵ فرعی از ۸۸ اصلی، مفروز و مجزا شده از ۱۰۱۲۰ فرعی از اصلی مذکور به مساحت ۱۲۵/۷۵ متر مربع بنام سیدحسین میرحسینی اردکانی فرزند سیدرضا شماره شناسنامه ۱۳۷۰۷ تاریخ تولد ۱۳۶۳/۰۶/۱۶ صادره از تهران دارای شماره ملی ۰۰۷۰۳۴۷۶۵۴ با جز سهم ۶ از کل سهم ۶ بعنوان مالک شش دانگ عرصه و اعیان با شماره مستند مالکیت ۴۹۵۷۱ تاریخ ۱۳۹۸/۰۳/۰۸ دفترخانه اسناد رسمی شماره ۱۰۶۵ شهر تهران استان تهران، موضوع سند مالکیت اصلی بشماره چاپی ۳۶۵۴۷۱ سری ج سال ۹۷ با شماره دفتر الکترونیکی ۱۳۹۸۲۰۳۰۱۰۷۹۰۰۸۷۷۳ ثبت گردیده است. و بعلت جابجایی مفقود گردیده فلذا درخواست صدور المثنی سند مالکیت پلاک موصوف را نموده اند لذا مراتب در اجرای ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت در یک نوبت در یکی از روزنامه های کثیرالانتشار آگهی می شود تا چنانچه کسی مدعی انجام معامله نسبت به ملک مذکور می باشد و یا ادعای وجود اصل سند مالکیت نزد خود را دارد، از تاریخ انتشار این آگهی ظرف مهلت ۱۰ روز اعتراض خود را به انضمام اصل سند مالکیت به این منطقه ارائه نماید تا مورد رسیدگی قرار گیرد. بدیهی است اصل سند پس از رویت و ملاحظه به ارائه کننده آن اعاده خواهد شد. ضمنا به اعتراضات بدون سند مالکیت ترتیب اثر داده نمی شود. النهایه در صورت عدم وصول واخواهی ظرف مهلت مقرر قانونی، المثنی سند مالکیت پلاک مرقوم صادر و به متقاضی تسلیم خواهد شد.

۱۰۱۷۲ م الف — رئیس واحد ثبتی حوزه ثبت ملک تهرانپارس – رضا النجری
شناسه آگهی ۱۴۷۹۷۰۶

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

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

برابر رای شماره ۱۴۰۱۶۰۳۰۱۰۷۸۰۰۳۴۳۳ مورخ ۱۴۰۱/۱۲/۱۱ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک یافت آباد تهران تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای حمد اله حسن پور فرزند سلام اله بشماره شناسنامه ۲۹۱۱ صادره از تهران در ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احدائی در آن به مساحت ۵۳/۸۰ متر مربع در قسمتی از باقیمانده پلاک ۱۹۰ فرعی از ۲ اصلی واقع در بخش ۱۲ تهران خریداری از مالک رسمی آقای هوشنگ زندیه 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 از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید، ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۰۱/۲۷
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۰۲/۱۱

۱۰۱۸۷ م الف — رئیس ثبت اسناد و املاک – خداداد بشیری
شناسه آگهی ۱۴۷۹۷۱۸

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

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

برابر رای شماره ۱۴۰۱۶۰۳۰۱۰۷۸۰۰۳۷۸۹ مورخ ۱۴۰۱/۱۲/۲۷ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک یافت آباد تهران تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای مصطفی نورمحمدی فرزند زلفعلی بشماره شناسنامه ۳۹۶ صادره از چاروایماق در ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احدائی در آن به مساحت ۱۲۰ متر مربع در قسمتی از پلاک ۲۷۱۲ فرعی از ۲ اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک ۱۶۲۷ فرعی از ۲ اصلی واقع در بخش ۱۲ تهران خریداری از مالک رسمی آقای پیر هارطونیانس 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 از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید، ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۰۱/۲۷ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۰۲/۱۱

۱۰۱۹۰ م الف — رئیس ثبت اسناد و املاک – خداداد بشیری
شناسه آگهی ۱۴۷۹۷۲۴

آگهی فقدان سند مالکیت

نظر به اینکه خانم ها سکینه اصغری و فاطمه پنجه علی با تسلیم دو برگ استشهادیه محلی مصدق شده به شناسه یکتا طی شماره های ۱۴۰۲۰۲۱۵۶۷۹۹۰۰۰۰۰۹ و ۱۴۰۲۰۲۱۵۶۷۹۹۰۰۰۰۱۰ مورخ ۱۴۰۲/۰۱/۰۸ و ۱۴۰۲۰۲۱۵۶۷۹۹۰۰۰۰۲۱ و ۱۴۰۲۰۲۱۵۶۷۹۹۰۰۰۰۲۲ مورخ ۱۴۰۲/۰۱/۱۵ و رمز تصدیق به شماره ۴۴۵۴۵۸ و ۹۱۵۶۴۱ و ۶۸۷۶۵۲ و ۲۵۷۸۳۵ و شماره ترتیب ۲۹۳۶۹ و ۲۹۳۷۰ و ۲۹۳۸۱ و ۲۹۳۸۲ مورخ ۱۴۰۲/۰۱/۰۸مورخ ۱۴۰۲/۰۱/۱۵ توسط دفترخانه اسناد رسمی شماره ۹۷۶ تهران و برگ تقاضا به شماره وارده ۱۰۷۸۰۰۱۰۹۶ مورخ ۱۴۰۲/۰۱/۲۰ مدعی فقدان سند مالکیت ششدانگ یک دستگاه آپارتمان واقع در غرب طبقه سوم به مساحت ۹۶/۴۶ متر مربع قطعه پنجم تفکیکی واقع در سمت غربی طبقه سوم که (۶) شصت دسیمتر مربع آن بالکن است. به پلاک ۶۷۸۹۰ فرعی از ۳ اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک ۶۴۲۵۷ فرعی از اصلی مذکور، باانضمام پارکینگ مسکونی قطعه چهارم تفکیکی، به مساحت (۱۱) یازده متر مربع، واقع در سمت شرقی همکف بخش ۱۲ تهران، ذیل ثبت ۵۷۵۰۸ و ۵۴۷۶۲ صفحات ۳۸ و ۳۳۱ دفاتر جلد ۳۹۹ و ۳۸۱ بنام سکینه اصغری و فاطمه پنجه علی هر یک نسبت به سه دانگ مشاع ثبت و اسناد مالکیت به شماره چاپی های ۱۶۶۶۰۶ و ۱۶۶۶۰۵ صادر و تسلیم گردیده است.

بعلت جابجایی مفقود گردیده و درخواست صدور سند مالکیت المثنی پلاک موصوف را نموده است لذا مراتب در اجرای ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت فقط در یک نوبت در یک روزنامه کثیرالانتشار آگهی می شود تا چنانچه کسی ادعای انجام معامله نسبت به ملک مذکور و یا وجود اصل سند مالکیت نزد خود را داشته باشد از تاریخ انتشار این آگهی ظرف مهلت ۱۰ روز اعتراض خود را به انضمام اصل سند مالکیت به این منطقه ارائه نماید تا مورد رسیدگی قرار گیرد بدیهی است اصل سند مالکیت پس از رویت و ملاحظه به ارائه دهنده اعاده خواهد شد لیکن به اعتراض بدون ارائه اصل سند مالکیت ترتیب اثر داده نمی شود. در صورت عدم وصول واخواهی ظرف مهلت مقرر قانونی المثنی سند مالکیت پلاک مرقوم صادر و به متقاضی تسلیم خواهد گردید.

۱۰۱۹۱ م الف — سرپرست واحد ثبتی حوزه ثبت ملک یافت آباد تهران – خداداد بشیری
شناسه آگهی ۱۴۷۹۷۲۷

راه کنترل تورم در کوتاه‌مدت از مسیر بازار ارز می‌گذرد

دست‌اندازهای مهار تورم ۱۴۰۲

فرصت امروز: سال ۱۴۰۱ با اعلام رسمی نرخ تورم ۴۶ درصدی به پایان رسید و این موضوع در کنار تورم ۷۰ درصدی خوراکی‌ها باعث طرح گمانه‌زنی‌های تازه‌ای درباره ادامه این روند تورمی در سال ۱۴۰۲ شده است. سال گذشته سال رکوردشکنی غول بی‌شاخ و دم تورم در اقتصاد ایران بود و سال جدید در حالی سال «مهار تورم و رشد تولید» نام گرفته که با عدم احیای برجام و باقی ماندن رشد اقتصادی در حدود ۳ درصد به نظر می‌رسد امسال هم با رکوردهای تورمی تازه‌ای روبه‌رو شویم.

رئیس کل بانک مرکزی در جدیدترین اظهارنظر رسانه‌ای خود، تورم را یک موضوع حاکمیتی و مهار آن را در گروی همکاری دستگاه‌های مختلف دانست. «محمدرضا فرزین» در اولین جلسه شورای فقهی بانک مرکزی در سال جدید در مورد اقدامات لازم برای تحقق شعار سال گفت: «تورم یک موضوع حاکمیتی است و مهار آن نیازمند هماهنگی و همکاری دستگاه‌های مختلف است اما نقش بانک مرکزی محوری است و از تمامی ابزارهای موجود جهت کنترل تورم استفاده خواهد کرد.» به گفته وی، «انضباط مالی دولت، کنترل اضافه برداشت بانک‌ها، هدایت هدفمند نقدینگی به سمت بازارهای مولد، تامین مالی غیرتورمی تولید بدون فشار به منابع بانکی و اتخاذ سیاست خارجی مناسب از جمله الزامات تحقق شعار سال است.» صحبت‌های «فرزین» در حالی است که نرخ تورم در چهار سال اخیر همواره بالاتر از ۴۰ درصد برآورد شده و همین امر به مشکل بغرنج اقتصاد ایران بدل شده است. سال ۱۴۰۲ نیز در رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی با اعلام نرخ تورم رسمی سال گذشته و هشدارهای تورمی کارشناسان آغاز شد. اعلام رسمی نرخ تورم ۴۶ درصدی سال ۱۴۰۱ و تورم نقطه‌ای ۶۴ درصدی در اسفند گذشته (در مقایسه با اسفندماه ۱۴۰۰) در کنار تورم ۷۰ درصدی خوراکی‌ها به بحث و جدل‌های کارشناسی دامن زد؛ تا جایی که برخی گمانه‌زنی‌ها از سه رقمی شدن تورم، شکل‌گیری ابرتورم و ونزوئلایی شدن اقتصاد ایران در صورت عدم مهار دست‌اندازهای تورمی حکایت دارد.

آیا تورم بزرگ در راه است؟

براساس آخرین گزارش بانک مرکزی، در اسفندماه ۱۴۰۱ تورم سالانه به ۴۶,۵ درصد رسید که حدود ۷ درصد از تورم ۴۰,۲ درصدی سال ۱۴۰۰ بالاتر است. درباره سمت و سوی تورم در سال جدید، یک اقتصاددان معتقد است که تنها راه مهار تورم در کوتاه‌مدت، کنترل بازار ارز است.

به عقیده «حسین صمصامی» استاد اقتصاد دانشگاه شهید بهشتی، عامل اصلی تورم در اقتصاد ایران به‌ویژه در کوتاه‌مدت، نرخ ارز است و اگر به این موضوع توجه نشود، سیاست‌هایی که نوشته می‌شوند چندان سیاست‌های موفقی نخواهند بود. او در گفت‌وگو با «اطلاعات آنلاین» به مهمترین محورهای تحقق شعار سال پرداخت و گفت: یکی از مهمترین معضلات کشورمان، وجود تورم است. در شرایط کنونی می‌توان گفت که نرخ تورم به بالاترین میزان خود در دهه‌های اخیر رسیده است. این تورم بالا باعث می‌شود سرمایه‌گذاری انجام نشود، رشد اقتصادی اتفاق نیفتد و نقدینگی به سمت سفته‌بازی و دلالی برود. شعار «مهار تورم» اگر واقعا محقق شود، رشد اقتصادی مدنظر اتفاق خواهد افتاد و شرایط اقتصادی کشور بهبود خواهد یافت.

«صمصامی» در ترسیم رابطه میان مهار تورم و رشد تولید افزود: بحث تورم و رشد اقتصادی، دو مقوله مرتبط هستند؛ به‌طوری‌که در کوتاه‌مدت، تورم و بیکاری و رشد اقتصاد بر هم اثرگذار خواهند بود. رابطه بین تورم و بیکاری و همچنین رابطه بین رشد و تورم یک رابطه منفی است. تورم‌های بالا، رشد اقتصادی را کم می‌کنند، چون سرمایه‌گذاری را کاهش می‌دهند. وقتی تورم بسیار بالا اتفاق می‌افتد سرمایه‌گذاری کاهش پیدا می‌کند و پول به سمت تولید نمی‌رود. به همین سبب رهبر انقلاب فرمودند «مهار تورم، رشد تولید»؛ زیرا لازمه رشد تولید، مهار تورم است.

وی پیرامون دلایل رشد تورم در سال‌های اخیر اینگونه توضیح داد: علاوه بر موضوع نقدینگی، به‌خصوص در دهه ۹۰ یعنی سال‌های ۹۰، ۹۱ و ۹۲ و به‌ویژه الان، عامل اصلی تورم، سیاست‌های نامناسب ارزی دولت است. اکنون هم یکی از عوامل اصلی رشد نقدینگی، نرخ ارز است. وقتی نرخ ارز از هزار تومان در سال ۱۳۹۰ به ۴۵ هزار تومان و بیشتر می‌رسد، با توجه به اینکه تولید ما وابسته به نهاده‌های وارداتی و کالاهای سرمایه‌ای است، در نتیجه افزایش نرخ ارز، هزینه‌های تولید بالا می‌رود و افزایش هزینه تولید، قیمت کالاها را بالاتر می‌برد که این امر موجب سفته‌بازی و دلالی در بازار می‌شود و نقدینگی از مسیر صحیح خودش منحرف‌شده و دلالی و سفته‌بازی در بازار ارز و سکه رخ می‌دهد و به دنبال آن مجددا افزایش هزینه‌های تولید و ایجاد تورم رخ خواهد داد.

روی جذب سرمایه حساب نکنید

به عقیده این استاد دانشگاه، در شرایط موجود، اصلی‌ترین عامل تورم در اقتصاد ما به ویژه در کوتاه‌مدت، نرخ ارز است و اگر به این موضوع توجه نشود، سیاست‌هایی که نوشته می‌شوند چندان سیاست‌های موفقی نخواهند بود. مهمترین راهکار مهار تورم این است که اولا بانک مرکزی نباید از نرخ بازار آزاد که بازار قاچاق ارز است تبعیت کند؛ یعنی نرخ ارزی را که در اقتصاد اعمال می‌کند متناظر با نرخ بازار آزاد بالا نبرد. ثانیا بانک مرکزی باید اعلام کند تمام واردات کالاهای اساسی و مواد اولیه و کالاهایی که در فرآیند تولید استفاده می‌شوند و همچنین کالاهای سرمایه‌ای و واسطه‌ای با این نرخ اعمالی انجام می‌شود؛ به عبارت دیگر، بانک مرکزی فقط یک نرخ را اعلام کند و از آن تبعیت کرده و اعلام کند که همه واردات ما با این نرخ انجام می‌شود و نرخ بازار آزاد، نرخ قاچاق است و با بازار قاچاق ارز هم به‌شدت مقابله کند. از طرف دیگر، صادرکننده را ملزم کند ارز خود را وارد کشور کند که این ارز وارد فعالیت‌های تولیدی شود.

«صمصامی» در پایان صحبت‌هایش با بیان اینکه فعلا روی سرمایه‌گذاری خارجی حساب نکنید، گفت: اگر نرخ ارز تثبیت شود و طی سال مقداری نرخ را پایین‌تر بیاورند، اتفاقی که می‌افتد این است که اولا بانک مرکزی سفته‌بازی و دلالی را مهار می‌کند؛ ثانیا می‌تواند نقدینگی را به سمت تولید هدایت کند؛ ثالثا تورم را کنترل می‌کند و وقتی تورم مهار شود، رشد اقتصادی را خواهیم داشت. همچنین در شرایط کنونی به دلیل وضعیت بی‌ثباتی ناشی از تحریم‌ها و سیاست خارجی و تورمی که وجود دارد، نباید چندان روی سرمایه‌گذاری خارجی حساب باز کنیم. البته باید از این ظرفیت هم تا جای ممکن استفاده کرد اما در کوتاه‌مدت باید روی سیاست‌ها و سرمایه‌های داخلی خودمان حساب باز کنیم.

همچنین «هادی حق‌شناس» نیز درباره دلایل رشد تورم در اقتصاد ایران به «خبرآنلاین» گفت: اولین دلیل رشد تورم، تداوم تحریم بود. براساس آمارها، نرخ تورم در سال‌های ۱۳۹۴ تا نیمه اول سال ۱۳۹۷ کاهشی بود، اما با خروج آمریکا از برجام، تورم دستخوش افزایش شد؛ چراکه تحریم هم مراودات صادراتی و هم مراودات وارداتی ما را دستخوش تغییر کرد. همچنین هزینه بیمه برای برخی کالاهای وارداتی ایران بعضا تا دو برابر افزایش یافته و این خود عامل افزایش نرخ تورم است. از سوی دیگر سیاست‌های پولی و مالی نیز در خدمت تولید تورم است. مسئله سوم هم کسری بودجه است.

قیمت‌گذاری دستوری دست از سر خودرو برنمی‌دارد

از عرضه خودروی بورسی چه خبر؟

پس از چند روز کش و قوس میان شورای رقابت و وزارت صمت سرانجام میزان افزایش قیمت توسط خودروسازان، آن هم به‌صورت غیرمستقیم اعلام شد. بدین ترتیب، قیمت کارخانه‌ای خودرو پس از فریز ۱۷ماهه بین ۱۷ تا ۲۹ درصد افزایش یافت. پیشتر شورای رقابت با همفکری سازمان حمایت بر سر افزایش ۴۰ درصدی قیمت خودرو به توافق رسیده بودند که بعد از دستور معاول اول رئیس‌جمهور تعدیل شد. خودروسازان معتقدند که قیمت‌های تعدیل شده در تولید یک میلیون و ۶۰۰ هزار دستگاهی ۱۴۰۲ اختلال ایجاد خواهد کرد.

قیمت خودروهای داخلی در حالی تا سقف ۲۹ درصد افزایش یافت که شورای رقابت و وزارت صمت ابتدا به سقف ۷۰ درصدی افزایش قیمت خودروها رسیدند و سپس با توجه به شعار امسال (مهار تورم) آن را تا میانگین ۴۰ درصد تعدیل کردند. با این حال، معاون اول رئیس جمهور این مصوبه را وتو کرد و در روز پنجشنبه هفته گذشته در نامه‌ای خطاب به رئیس شورا و مرکز ملی رقابت، خواستار تجدیدنظر در قیمت‌گذاری خودرو در شرایط فعلی شد. «محمد مخبر» در این نامه، قیمت‌های پایه‌ای (کارخانه‌ای) ارائه‌شده در جلسه اخیر شورای رقابت را افزایشی غیرمتعارف دانست که دارای آثار تورمی است. بنابراین در نامه خود با اشاره به اینکه اصلاح یکباره قیمت‌ها در شرایط فعلی مناسب نیست، از شورای رقابت خواست تا فورا در تعامل با وزارت صمت نسبت به تجدیدنظر در قیمت‌گذاری صورت‌گرفته اقدام کند.

پس از عقب‌نشینی شورای رقابت و سازمان حمایت از افزایش قیمت ۷۰ درصدی، بنا بود رقم ۴۰ درصد اعلام شود، اما تعلل این دو نهاد در اطلاع‌رسانی رسمی و همچنین نامه معاون اول رئیس‌جمهور، فضا را تغییر داد و آنها مجبور به تجدیدنظر در مصوبه خود شدند. جالب آنکه در چند روز گذشته (چه وقتی میانگین افزایش قیمت ۴۰ درصد بود و چه پس از تعدیل آن)، وزارت صمت و شورای رقابت بر سر مرجع اطلاع‌رسانی قیمت‌های جدید با یکدیگر در جدل بودند. وزارت صمت می‌گفت شورای رقابت قیمت‌ها را تعیین کرده و بنابراین خودش باید آنها را اعلام کند و این وظیفه وزارتخانه نیست. در سمت مقابل نیز شورای رقابت وزارت صمت را مسئول اعلام قیمت‌های جدید دانست و حتی اعلام کرد این وزارتخانه در کاهش قیمت‌های تعیین‌شده اختیار تام دارد. حرف شورای رقابت این بود که این شورا تنها دستورالعمل قیمت خودرو را اعلام و قیمت‌ها نیز با نظر وزارت صمت (به عبارت بهتر، سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان به عنوان زیرمجموعه این وزارتخانه) تعیین شده‌اند، بنابراین صمتی‌ها باید لیست مربوطه را اعلام و ابلاغ کنند.

بدین ترتیب، این جدال همچنان ادامه داشت و نه شورای رقابت و نه وزارت صمت هیچ کدام زیر بار اعلام قیمت‌های جدید نرفتند تا نهایتا مسئولیت اعلام آن به دوش خودروسازان افتاد. در واقع، به دلیل شعار سال ۱۴۰۲ (مهار تورم)، وزارت صمت و شورای رقابت با وجود عقب‌نشینی از رشد قیمت ۷۰ درصدی و در ادامه ۴۰ درصدی، حتی حاضر به اعلام لیست جدید قیمت خودروهای داخلی (با سقف ۲۹ درصدی) نیز نشدند. این دو نهاد نمی‌خواستند در سال «مهار تورم»، اعلامیه‌ای را منتشر کنند که در آن قیمت خودروهای داخلی نزدیک به ۳۰ درصد افزایش یافته است. در نتیجه قرعه به نام خودروسازان و مدیرعامل سایپا افتاد تا کف و سقف افزایش قیمت خودروها را رسما اعلام کند.

در همین حال، برخی اظهارنظرها از سوی شورای رقابت و همچنین عرضه نشدن خودروی بورسی طی دو ماه گذشته، شائبه‌هایی را در مورد احتمال توقف عرضه خودرو در بورس کالا ایجاد کرده که آخرین اظهارنظر وزیر اقتصاد تا حدی ماجرا را شفاف کرد. به گزارش «ایسنا»، آخرین تصمیمی که سال قبل و پس از کشمکش‌های فراوان بین شورای عالی بورس و شورای رقابت در مورد عرضه خودرو در بورس کالا گرفته شد، از ادامه عرضه این محصول در تالار شیشه‌ای حکایت داشت؛ هرچند این ماجرا مخالفان زیادی داشت و از جمله آنها شورای رقابت بود که خودرو را محصولی انحصاری تشخیص داد و اعلام کرد که جای محصول انحصاری در بورس نیست. در هر صورت شورای عالی بورس در آخرین جلسه خود به این نتیجه رسید که عرضه‌ها باید ادامه یابد. سپس ایران‌خودرو در ۲۵ بهمن ماه پارسال برنامه عرضه محصولات خود در بورس کالا را منتشر کرد، اما تا پایان سال تعهدی نصفه و نیمه به این برنامه داشت و بسیاری از خودروهایی که وعده داده بود در بورس عرضه نشد. از ابتدای امسال تاکنون هم هیچ خبری از عرضه خودرو در بورس کالا نشده است.

«اسماعیل شجاعی»، سخنگوی شورای رقابت در این باره گفت که عرضه خودرو در بورس کالا متوقف شده و این توقف قطعی است. عرضه خودرو در بورس کالا به مجوز شورای رقابت نیاز داشت و از آنجاکه مجوز اخذ نشده بود، این تصمیم از نظر شورای رقابت غیرقانونی بود. همچنین «سپهر دادجوی توکلی»، مدیر روابط عمومی شورای رقابت با بیان اینکه در مورد موضوعات مختلف باید بررسی شود که حدود اختیار شورای رقابت چقدر است؟ گفت: حدود اختیار شورای رقابت به حدی نیست که تعیین کند کدام کالا در کدام بازار عرضه شود اما در مورد خودرو موضوع مهم این است که شورای رقابت دستورالعمل تنظیم بازار خودروی سواری را تدوین کرده که در این دستورالعمل جایی برای عرضه خودرو در بورس دیده نشده است. شورای رقابت سیاست‌گذار صنعت خودرو نیست و فقط به تعیین دستورالعمل قیمت‌گذاری خودرو وارد شده است. از این دستورالعمل می‌توان تفسیرهای متفاوتی ارائه کرد. نهایتا «احسان خاندوزی»، وزیر اقتصاد در اظهارنظری در مورد خبر منتفی شدن عرضه خودرو در بورس کالا از سوی شورای رقابت، گفت که در اطلاعیه شورای رقابت چنین چیزی وجود ندارد. با این حال، همچنان اطلاعیه‌ای مبنی بر عرضه خودرو در بورس کالا منتشر نشده و باید منتظر ماند و دید قرعه نخستین عرضه در سال جدید به نام کدام خودرو خواهد افتاد.

بانک نامه

با افت ۴۰۰ هزار تومانی در اولین روز هفته

سکه به کانال ۲۹ میلیون رسید

هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید در بازار تهران با ۴۰۰ هزار تومان کاهش قیمت در اولین روز هفته با رقم ۲۹ میلیون و ۹۵۰ هزار تومان معامله شد. براساس نرخ‌های اعلامی اتحادیه صنف فروشندگان و سازندگان طلا، جواهر، نقره و سکه تهران، قیمت سکه تمام بهار طرح جدید به ۲۹ میلیون و ۹۵۰ هزار تومان رسید. سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم نیز با رقم ۲۸ میلیون تومان خرید و فروش شد. همچنین نیم‌سکه ۱۸ میلیون و ۷۰۰ هزار تومان، ربع سکه ۱۱ میلیون و ۴۰۰ هزار تومان و سکه یک گرمی ۶ میلیون و ۴۰۰ هزار تومان قیمت خورد. علاوه بر این، در بازار طلای تهران نرخ هر گرم طلای ۱۸ عیار ۲ میلیون و ۵۲۴ هزار تومان و قیمت هر مثقال طلا ۱۰ میلیون و ۹۳۶ هزار تومان اعلام شد. بهای هر اُنس طلا در بازارهای جهانی نیز ۲ هزار و ۵ دلار گزارش شد.

همچنین قیمت هر دلار آمریکا در مرکز مبادله ارز و طلای ایران با ۱۲ تومان افزایش قیمت در روز شنبه نسبت به پنجشنبه هفته گذشته به ۴۱ هزار و ۷۲۴ تومان و نرخ حواله دلار با ۱۱ تومان افزایش قیمت به ۳۷ هزار و ۹۳۱ تومان رسید. برپایه داد و ستد بازار مبادله ارز و طلای ایران، قیمت هر اسکناس دلار ۴۱ هزار و ۷۲۴ تومان و قیمت حواله دلار ۳۷ هزار و ۹۳۱ تومان است. بهای هر اسکناس یورو نیز ۴۵ هزار و ۸۰۶ تومان و بهای حواله یورو ۴۱ هزار و ۶۴۱ تومان، هر اسکناس درهم ۱۱ هزار و ۳۶۱ تومان و هر حواله درهم ۱۰ هزار و ۳۲۸ تومان کشف شد. آخرین نرخ ربع سکه در مرکز مبادله ارز و طلای ایران نیز ۹ میلیون و ۵۶۸ هزار تومان است.

وضعیت کار و بیکاری در زمستان ۱۴۰۱

نرخ بیکاری در ۱۰ استان به بیش از ۱۰ درصد رسید

نرخ بیکاری در زمستان سال گذشته هرچند کمتر از ۱۰ درصد گزارش شده، اما این رقم در بیش از ۱۰ استان کشور به بیش از ۱۰ درصد رسیده است. همچنین نرخ بیکاری زنان هم افزایش یافته است.

در جدیدترین گزارش مرکز آمار از وضعیت کار و بیکاری، همچنان وضعیت بازار کار نامطلوب است. این گزارش نشان می‌دهد که وضعیت بازار کار برای زنان مثل تمام سال‌های گذشته، با اختلاف بالا در نرخ بیکاری در مقایسه با مردان همراه بوده است. در استان کردستان نرخ بیکاری نقطه‌ای در زمستانی که گذشت، ۲۰,۵ درصد اعلام شد. همچنین استان کرمانشاه با ثبت ۱۵,۱ درصد نرخ بیکاری در جایگاه دوم از نظر بیکاری جمعیت فعال در اقتصاد کشور ایستاد. نرخ بیکاری در چهارمحال و بختیاری هم به ۱۳,۵ درصد رسیده است. همچنین نرخ بیکاری در لرستان ۱۲,۸ درصد، در همدان ۱۲,۳ درصد و در آذربایجان غربی ۱۲,۱ درصد بوده است. گفتنی است نرخ بیکاری در کردستان از ۱۷,۹ درصد در زمستان ۱۴۰۰ به بیش از ۲۰ درصد در زمستان ۱۴۰۱ رسیده است. در استان‌های همدان، گیلان، سیستان و بلوچستان و چهارمحال و بختیاری نیز نرخ بیکاری مسیر افزایشی را طی کرده است.

همانطور که اشاره شد، نرخ بیکاری زنان بیشتر از مردان گزارش شده است. این نرخ برای زنان در زمستان سال گذشته ۱۵,۷ درصد بوده؛ در حالی که از جمعیت مردان تنها ۸,۵ درصد بیکار بوده‌اند. نرخ بیکاری زنان در زمستان ۱۴۰۰ هم ۱۴,۹ درصد گزارش شده است. براساس گزارش وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، نرخ بیکاری زنان پس از سال ۱۳۵۵، در اغلب سال‌ها دو برابر مردان گزارش شده که نشان می‌دهد چه شکاف بزرگی در تقاضای نیروی کار بین مرد و زن در بازار کار کشور وجود دارد. آمارهای جهانی در سال ۲۰۱۸ نشان می‌دهد که نرخ بیکاری زنان در جهان ۶ درصد و نرخ بیکاری مردان ۵,۲ درصد بوده است؛ حال آنکه نرخ بیکاری زنان در ایران ۱۹,۲ درصد و نرخ بیکاری مردان ۱۰,۳ درصد گزارش شده است. در بین فارغ‌التحصیلان دانشگاهی هم نرخ بیکاری زنان قابل توجه است. براساس آمارها، نرخ بیکاری در بین مردانی که از دوره‌های تحصیلات تکمیلی فارغ‌التحصیل شده‌اند، ۹,۲ درصد گزارش شده؛ در حالی که از کل جمعیت زنان با تحصیلات عالی، ۲۰,۹ درصد بیکارند.

کدام کشور بزرگترین اقتصاد خاورمیانه را دارد؟

اقتصاد خاورمیانه در ۲۰۲۳

اتاق بازرگانی تهران در جدیدترین گزارش خود به بررسی وضعیت اقتصاد کشورهای منطقه منا (خاورمیانه و شمال آفریقا) پرداخته و وضعیت رشد اقتصادی این کشورها در سال جاری میلادی را ارزیابی کرده است. با وجود اختلالاتی که در وضعیت رشد اقتصاد جهانی در سال ۲۰۲۲ به وجود آمد (از تداوم محدودیت‌های کرونایی گرفته تا جنگ روسیه و اوکراین) اما کشورهای منطقه خاورمیانه و به طور خاص کشورهای فروشنده نفت توانستند رشد مثبت خود را ادامه دهند. آمارها نشان می‌دهد که میانگین رشد اقتصادی در منطقه خاورمیانه ۵,۸ درصد بوده که در این میان کشورهای عضو شورای خلیج فارس توانسته‌اند رشد ۷,۳ درصدی داشته باشند و در میان کشورهای در حال توسعه نیز رشد ۴,۹ درصدی به ثبت رسیده است. البته با توجه به پیش‌بینی کاهش جدی رشد اقتصادی در سال جاری میلادی، کشورهای منطقه نیز از این موضوع آسیب خواهند دید.

در سال ۲۰۲۲، بالاترین رشد اقتصادی منطقه به عربستان سعودی با رشد ۸,۷ درصدی اختصاص پیدا کرده و پس از آن عراق و کویت با رشد ۷,۹ درصدی و مصر و امارات متحده عربی با رشد ۶,۶ درصدی قرار گرفته‌اند. در سال جاری میلادی اما رشد اقتصادی کشورهای منطقه کاهش خواهد یافت و فقط عمان و جیبوتی با رشد ۴ درصدی، عددی بالاتر از سال قبل را تجربه می‌کنند. رشد اقتصادی ایران نیز در سال ۱۴۰۱ بالغ بر ۲,۷ درصد تخمین زده شده و پیش‌بینی می‌شود با توجه به افت جهانی، رشد ایران در سال ۱۴۰۲ نیز به ۲ درصد کاهش پیدا کند که پایین‌تر از میانگین منطقه است.

در میان کشورهای منطقه نیز عربستان سعودی فعلا بالاترین حجم و اندازه اقتصادی را دارد. این کشور تولید ناخالص داخلی خود را به ۱۰۱۹ میلیارد دلار رسانده است. پس از آن امارات متحده عربی با ۴۸۶ میلیارد دلار و مصر با ۴۷۷ میلیارد دلار قرار گرفته‌اند و اقتصاد ایران نیز با تولید ناخالص ۴۰۷ میلیارد دلار در رده بعدی قرار دارد. پس از ایران هم عراق با ۲۴۷ و قطر با ۲۲۵ میلیارد دلار در رده بعدی قرار دارند. در میان کوچکترین اقتصادهای منطقه نیز جیبوتی با چهار، سوریه با ۱۲، فلسطین با ۱۹ و لبنان با ۲۲ میلیارد دلار قرار دارند. در درآمد سرانه نیز قطر با رقم ۷۸ هزار و ۲۲۰ دلار در صدر قرار دارد و حتی در این حوزه توانسته از ایالات متحده آمریکا نیز عبور کند. امارات متحده عربی، کویت، بحرین و عربستان در رده‌های بعدی قرار دارند و ایران نیز درآمد سرانه ۴۸۰۹ دلاری را به ثبت رسانده است.

انرژی

با وجود تحریم‌ها و به لطف هند و چین

درآمد نفتی روسیه بهبود یافت

چین و هندوستان، حجم خرید نفت روسیه را به حدی افزایش داده‌اند که میزان فروش نفت روسیه با وجود تحریم‌های گسترده غرب رکورد شکسته و از میزان فروش قبل از آغاز جنگ اوکراین نیز فراتر رفته است. روسیه توانسته است تحریم‌های غرب علیه خود را به شکلی هدایت کند که صادرات نفت این کشور به بالاتر از زمان پیش از آغاز جنگ برسد. داده‌های اخیر نشان از آن دارند که روسیه برای این دستاورد باید از چین و هند تشکر کند. در سه ماه اول سال مجموع صادرات نفت خام دریایی روسیه به ۳,۵ میلیون بشکه در روز رسید؛ در حالی که میزان صادرات این محصول در بازه زمانی سال گذشته و ابتدای جنگ اوکراین، ۳,۳۵ میلیون بشکه در روز بوده است.

براساس داده‌های شرکت تحلیلگر کپلر، در حال حاضر چین و هند خریدار ۹۰ درصد از نفت روسیه هستند و هر یک از آنها به صورت متوسط روزانه ۱,۵ میلیون بشکه نفت در روز از روسیه خریداری می‌کنند. این حجم تقاضا برای جذب محموله‌هایی که دیگر راهی کشورهای اروپایی نمی‌شوند، کافی است. اروپا پیش از جنگ مشتری دو سوم نفت صادراتی روسیه بود، اما اکنون براساس داده‌های شرکت کپلر، تنها ۸ درصد از صادرات نفت روسیه را دریافت می‌کند. به گفته تحلیلگران این شرکت، چین و هند از تخفیفات نفت خام روسیه نهایت بهره را می‌برند و تحریم‌هایی که دیگر کشورها علیه روسیه اعمال کرده‌اند به نفع آنها تمام شده است. پس از هند و چین نیز ترکیه و بلغارستان بزرگترین خریداران نفت روسیه محسوب می‌شوند.

حتی پیش از آغاز جنگ اوکراین هم چین یکی از بزرگترین خریداران نفت روسیه بود. در سال ۲۰۲۱ چین ۲۱ درصد از نفت خام موردنیاز خود را از روسیه وارد کرد. این رقم از آن زمان تاکنون ۳۶ درصد افزایش یافته است. هند سومین واردکننده بزرگ نفت در جهان، پیش از جنگ برای تامین یک درصد از نفت موردنیاز خود به روسیه اتکا می‌کرد. هند امروز ۵۱ درصد از نفت موردنیازش را از روسیه تامین می‌کند.

تحریم‌های اقتصادی و اعمال سقف قیمت انرژی که پس از آغاز جنگ روسیه و اوکراین توسط کشورهای غربی به رهبری آمریکا علیه روسیه اعمال شده‌اند، این هدف را دنبال می‌کنند که همزمان با مختل کردن درآمد صادراتی روسیه، وضعیت بازار تثبیت شده باقی بماند. محاسبات بانک مرکزی اروپا نشان می‌دهد که حجم تجارت میان منطقه اروپا و روسیه از فوریه ۲۰۲۲ تاکنون به واسطه کاهش شدید واردات از روسیه در پی ممنوعیت واردات ذغال سنگ از آگوست سال گذشته، نفت خام از دسامبر سال گذشته و محصولات پتروشیمی از فوریه سال جاری به نصف رسیده است.

همزمان داده‌های بانک مرکزی اروپا مشابه داده‌های شرکت تحلیلی کپلر نشان از آن دارد که صادرات نفت خام روسیه بیشتر از همیشه از مشتریان اروپایی فاصله گرفته و به سوی مشتریان آسیایی متمایل شده است. اگرچه سود روسیه از محل صادرات نفت خام به واسطه کاهش قیمت کاهش یافته است، در حدی که فروش حجم بالای نفت هم نتوانسته آن را جبران کند. آژانس بین‌المللی انرژی روز جمعه اعلام کرد سود روسیه از محل صادرات نفت به نسبت سال گذشته ۴۳ درصد کاهش یافته است، اما قیمت نفت به واسطه بازگشایی اقتصاد چین و در نتیجه آن جهش تقاضا و همچنین تحت فشار قرار گرفتن منابع تامین نفتی از سوی اوپک پلاس و روسیه در حال افزایش است. اوپک پلاس به تازگی از کاهش تولید روزانه بیش از یک میلیون بشکه نفت خبر داده و روسیه هم در این کاهش عرضه، سهمی ۵۰۰ هزار بشکه‌ای خواهد داشت.

با کاهش سطح تولید اوپک پلاس

اقتصاد از ریل خارج می‌شود

قیمت نفت پس از آنکه آژانس بین‌المللی انرژی پیش‌بینی کرد تقاضای جهانی نفت با بهبود مصرف چین به رکورد بالایی در سال جاری خواهد رسید، افزایش پیدا کرد و چهارمین رشد هفتگی متوالی را به ثبت رساند. آژانس بین‌المللی انرژی همچنین هشدار داد کاهش جدید تولید که از سوی اوپک پلاس اعلام شده است، می‌تواند کمبود عرضه نفت را تشدید کرده و به مصرف‌کنندگان لطمه زند. بهای معاملات نفت برنت با ۲۲ سنت معادل ۰.۳ درصد افزایش در ۸۶ دلار و ۳۱ سنت در هر بشکه بسته شد. بهای معاملات وست تگزاس اینترمدیت آمریکا با ۳۶ سنت معادل ۰.۴ درصد افزایش در ۸۲ دلار و ۵۲ سنت در هر بشکه بسته شد. هر دو شاخص با کاهش نگرانی‌هایی که نسبت به بحران بانکی ماه گذشته وجود داشت و تصمیم غیرمنتظره اخیر اوپک و متحدانش برای کاهش بیشتر تولید، برای چهارمین هفته متوالی افزایش پیدا کردند. نفت برنت حدود ۱,۵ درصد رشد هفتگی و شاخص نفت آمریکا ۲,۴ درصد رشد هفتگی ثبت کرد.

آژانس بین‌المللی انرژی در گزارش ماهانه خود اعلام کرد تقاضای جهانی نفت در سال ۲۰۲۳ به میزان ۲ میلیون بشکه در روز رشد کرده و به رکورد ۱۰۱.۹ میلیون بشکه در روز می‌رسد که تا حد زیادی تحت تاثیر مصرف قوی‌تر چین پس از لغو محدودیت‌های کرونایی در این کشور خواهد بود. تقاضا برای سوخت جت ۵۷ درصد از کل رشد تقاضا سوخت در سال ۲۰۲۳ به حساب می‌آید. اما اوپک پنجشنبه گذشته در راستای تصمیم خود برای کاهش تولید به میزان ۱,۱۶ میلیون بشکه در روز دیگر، به ریسک‌های نزولی برای تقاضا برای نفت در تابستان اشاره کرد. «فیونا سینکوتا»، تحلیلگر «سیتی ایندکس» در یادداشتی نوشت: قیمت نفت از نشانه‌های تقاضای بالاتر در چین که کمک کرد هشدارهای اوپک جبران شود، پشتیبانی شد.

آژانس بین‌المللی انرژی هشدار داد: تصمیم اوپک پلاس ممکن است به مصرف‌کنندگان و احیای اقتصادی جهانی لطمه بزند. در گزارش نفت ماهانه این آژانس آمده است: مصرف‌کنندگان که با قیمت‌های بالاتر برای کالاهای اساسی روبه‌رو هستند، تحت فشار بیشتری قرار خواهند گرفت. این امر برای احیا و رشد اقتصادی جالب نخواهد بود. آژانس بین‌المللی انرژی با اشاره به افزایش یک میلیون بشکه در روز تولید کشورهای غیراوپک در برابر کاهش ۱,۴ میلیون بشکه در روز تولید اوپک پلاس، پیش‌بینی کرد عرضه جهانی نفت به میزان ۴۰۰ هزار بشکه در روز تا پایان سال کاهش پیدا می‌کند.

شاخص دلار آمریکا در هفته گذشته، با انتظارات برای نزدیک شدن به پایان سیکل افزایش نرخ‌های بهره توسط فدرال رزرو، تقویت شد. با این حال، دلار روز گذشته افزایش یافت و معاملات نفت که به این ارز قیمت‌گذاری می‌شوند را گران‌تر ساخت. براساس گزارش رویترز، گزارش شرکت خدمات انرژی بیکرهیوز نشان داد که شرکت‌های انرژی آمریکایی، هفته گذشته برای سومین هفته متوالی، شمار دکل‌های حفاری نفت و گاز طبیعی را کاهش دادند. شمار دکل‌های حفاری نفت و گاز طبیعی در هفته منتهی به ۱۴ آوریل، سه حلقه کاهش یافت و به ۷۴۸ حلقه رسید.

با ورود ۲ هزار و ۱۹۴ میلیارد تومان پول حقیقی در معاملات شنبه

رکورد ۲ ساله بورس شکست

فرصت امروز: بورس تهران تقریبا از میانه پاییز سال گذشته، روند صعودی خود را آغاز کرد و با ورود به سال جدید بر شتاب رشد خود افزوده شد؛ تا جایی که دماسنج اصلی تالار شیشه‌ای در آغازین روزهای معاملاتی سال ۱۴۰۲ از سقف تاریخی سال ۱۳۹۹ عبور کرد و در حال حاضر در مرز ۲,۲ میلیون واحد در حال نوسان است. بورس تهران در معاملات روز گذشته نیز رکورد دو ساله ورود پول حقیقی را شکست و بیش از ۲ هزار و ۱۹۴ میلیارد تومان پول حقیقی به بورس وارد شد.

پس از آنکه شاخص کل بورس تهران در دو روز پایانی هفته گذشته، مسیر نزولی را برگزید و در پایان به بازدهی هفتگی ۱,۹ درصدی بسنده کرد، در آغاز معاملات هفته جاری بار دیگر به مسیر صعودی بازگشت و با رشد ۳,۳۹ درصدی از نیمه کانال ۲,۲ میلیون واحد فراتر رفت. شاخص کل بورس در معاملات شنبه با ۷۴ هزار و ۲۳ واحد افزایش تا سطح ۲ میلیون و ۲۵۳ هزار و ۹۴۶ واحد بالا آمد. شاخص کل هم‌وزن نیز همچون اغلب روزهای گذشته عملکرد بهتری را به نمایش گذاشت و با رشد ۲۶ هزار و ۷۹۳ واحد معادل ۳,۸۷ درصد در تراز ۷۱۹ هزار و ۷۳۸ واحد ایستاد. در واقع، هم شاخص کل و هم شاخص هم‌وزن در جریان دادوستدهای بیست و ششمین روز فروردین ماه، بالاترین رشد خود را در سال جدید ثبت کردند. از نظر درصد تغییر نیز شاخص کل بیشترین میزان رشد در سال ۱۴۰۲ را به ثبت رساند، اما شاخص هم‌وزن دومین صعود بزرگ سال را ثبت کرد. همچنین شاخص کل فرابورس نیز با رشد ۹۱۰ واحدی برای اولین بار وارد کانال ۲۸ هزار واحد شد. همانطور که اشاره شد، خالص تغییر مالکیت حقوقی به حقیقی بازار سهام برای دومین روز کاری متوالی مثبت شد و ۲ هزار و ۱۹۴ میلیارد تومان پول حقیقی به بازار سهام وارد شد که بالاترین رقم از آذرماه ۱۳۹۹ تاکنون به شمار می‌رود.

بورس تهران سبزتر از همیشه

ثبت رکوردهای جدید در بازار سرمایه همچنان ادامه دارد؛ به طوری که شاخص کل بورس در اتفاقی کم‌سابقه بیش از ۷۰ هزار واحد و شاخص کل فرابورس نیز در اتفاقی بی‌سابقه بیش از ۹۰۰ واحد صعود کردند. در جریان معاملات روز شنبه ۲۶ فروردین ماه، شاخص کل بورس با ۷۴ هزار و ۲۳ واحد معادل ۳,۳۹ درصد افزایش تا رقم ۲ میلیون و ۲۵۳ هزار واحد صعود کرد. شاخص کل با معیار هم‌وزن نیز با تجربه صعودی چشم‌گیر، ۲۶ هزار و ۷۹۳ واحد معادل ۳,۸۷ درصد افزایش یافت و رقم ۷۱۹ هزار و ۷۳۸ واحد را ثبت کرد. در این بازار ۹۹۰ هزار معامله انجام شد که ۲۱۳ هزار و ۳۸۵ میلیارد ریال ارزش داشت. ۹۸ درصد نمادهای بورسی در این روز مثبت بودند که از میان آنها ملی صنایع مس ایران، سرمایه‌گذاری غدیر و صنایع پتروشیمی خلیج فارس نسبت به سایر نمادها بیشترین تاثیر مثبت را روی بورس گذاشتند. در آن سوی بازار سرمایه نیز شاخص کل فرابورس با ۹۱۰ واحد افزایش برای نخستین مرتبه وارد کانال ۲۸ هزار واحد شد و رقم ۲۸ هزار و ۶۱۰ واحد را ثبت کرد. در این بازار ۴۸۵ هزار معامله به ارزش ۵۳۷ هزار و ۷۸۳ میلیارد ریال ارزش داشت. ۹۵ درصد نمادهای فرابورسی مثبت بودند که از میان آنها پتروشیمی مارون، ایران خودرو دیزل و سرمایه‌گذاری مالی سپهر صادرات نسبت به سایر نمادها بیشترین تاثیر مثبت را روی فرابورس گذاشتند. خالص ورود پول حقیقی به بازار سرمایه نیز از مرز ۲۰۰۰ میلیارد تومان گذشت و بیشترین ورود پول این گروه به گروه‌های بانکی و نفتی صورت گرفت.

ارزش معاملات کل بازار سهام به ۴۵ هزار و ۵۸۰ میلیارد تومان رسید. ارزش معاملات اوراق بدهی در بازار ثانویه ۲۴ هزار و ۴۶۶ میلیارد تومان بود که ۵۴ درصد از ارزش کل معاملات بازار را در این روز شامل می‌شود. ارزش معاملات خرد نیز با افزایش ۱۸ درصدی به نسبت روز معاملاتی قبل به رقم ۱۶ هزار و ۳۵۰ میلیارد تومان رسید. در معاملات شنبه، ۳۷۳ نماد صف خرید داشتند و پنج نماد با صف فروش مواجه شدند. مجموع ارزش صف‌های خرید با رشد ۷۴ درصدی نسبت به روز قبل به ۲ هزار و ۶۴۹ میلیارد تومان افزایش یافت و مجموع ارزش صف‌های فروش نیز با کاهش ۶۳ درصدی به ۴ میلیارد تومان رسید.

گلایه مشتریان خودروی بورسی

در حالی موعد تحویل برخی خودروهای عرضه شده در بورس کالا به خریداران نزدیک است که برخی از این افراد از لزوم مبلغی تحت عنوان «مابه‌التفاوت» گلایه دارند؛ موضوع مهمی که هرچند در اطلاعیه‌های عرضه به آن اشاره شده بود، اما همچنان پر از ابهام است. به گزارش «ایسنا»، زمزمه‌های عرضه خودرو در بورس کالا از نیمه دوم سال ۱۴۰۰ به گوش رسید تا اینکه در دومین ماه از سال ۱۴۰۱ این موضوع به تحقق پیوست و پس از آن شاهد عرضه انواع خودرو کم تیراژ یا پرتیراژ در بستر بورس کالا بودیم. عرضه‌هایی که شمارش معکوس برای تحویل آنها آغاز شده است و خریداران آماده تحویل گرفتن سفارش خود هستند. در چنین شرایطی برخی از این افراد در حساب کاربری که در سامانه خودروسازها ایجاد کرده بودند با پیامی مواجه شدند که برای تحویل گرفتن خودروی خود باید مبلغی را به عنوان مابه‌التفاوت پرداخت کنند. براساس این پیام، مبلغ مذکور از مواردی همچون مبلغ جدید بیمه شخص ثالث، مبلغ جدید ماده ۱۰ قانون ساماندهی، مبلغ جدید ماده ۲۸ و مبلغ جدید مالیات ماده ۳۰ تشکیل شده است. جمع این موارد نهایتا تبدیل به مبلغی شده که قابل توجه است، اما ماجرای مابه‌التفاوتی که از مشتریان خودروی بورسی اخذ می‌شود، چیست؟

برای بررسی این موضوع باید به اطلاعیه‌های عرضه خودروها برگردیم. در برخی از این اطلاعیه‌ها این موضوع ذکر و اشاره شده بود که «پرداخت هزینه‌های مربوط به مالیات بر ارزش افزوده، عوارض، شماره‌گذاری، بیمه شخص ثالث و سایر هزینه‌های مرتبط توسط خریدار الزامی بوده و در صورت تغییر هر یک از موارد در زمان صدور حواله، خریدار موظف به پرداخت مابه‌التفاوت است.» اما ابهامی که در این میان وجود دارد، این است که طبق گفته خریداران خودرو، به غیر مابه‌التفاوت بیمه شخص ثالث سایر مبالغ تفاوتی نداشته و خریداران تا زمانی که مبالغ موارد مذکور را پرداخت نمی‌کردند موفق به تشکیل پرونده نمی‌شدند. بنابراین باید این موضوع از سوی خودروسازان روشن شود که مبلغ مابه‌التفاوت بر چه اساسی از خریداران اخذ می‌شود؟

آگهی تسلیم سند مالکیت مورث

مشخصات ملک
یک قطعه آپارتمان نوع ملک طلق به پلاک ثبتی ۱۵ فرعی از ۵۱۳۵ اصلی، مفروز و مجزا شده از فرعی از اصلی مذکور، قطعه ۲۲ در طبقه ۳ و واقع در بخش ۰۲ ناحیه ۰۰ حوزه ثبت ملک نارمک تهران استان تهران به مساحت ۵۷/۱ متر مربع
مشخصات منضمات ملک:
انباری قطعه ۱۸ به مساحت ۲/۱ متر مربع
مشخصات مالکیت:
مالکیت آسیه / کشوریان طبرستانی فرزند محمدعلی شماره شناسنامه ۲۵۰۹ تاریخ تولد ۱۳۵۶ دارای شماره ملی ۰۰۷۳۹۰۹۴۱۶ با جز سهم ۶ از کل سهم ۶ بعنوان مالک شش دانگ با شماره مستند مالکیت ۱۰۸۴۱۶ تاریخ ۱۳۸۲/۰۷/۲۷ موضوع سند مالکیت المثنی بشماره چاپی ۱۷۵۳۳۶ سری ب سال ۹۱ که در صفحه ۷۷ دفتر املاک جلد ۱۹۶۴ ذیل شماره ۳۰۲۷۴۲ ثبت گردیده است. محدودیت: محدودیت دفتر املاک: رهنی شماره ۱۰۸۴۴۸ مورخ ۱۳۸۲/۰۷/۲۷ ثبت شده
که نامبرده برابر دادنامه شماره ۱۰۵۴ مورخ ۹۲/۵/۱۴ صادره از مجتمع ۱۱ و ۱۲ شورای حل اختلاف تهران فوت نموده وراث حین الفوت عبارتند از: محمدعلی کشوریان طبرستانی (پدر) و فرح انگیز نجفی پور (مادر) هانیه سید خبازی (دختر) میباشد اینک هانیه سید خبازی (دختر متوفی) با اعلام طی نامه وارده به شماره ۱۴۰۱۸۵۶۰۱۰۲۵۰۳۵۳۵۹ مورخ ۱۴۰۱/۱۰/۱۰ و اینکه اصل سند مالکیت نزد شما می باشد به نشانی: تهران، تهران — میدان ابن سینا (دروازه شمیران)- خیابان شهید بیانی — خیابان منوچهری- نبش کوچه واسعی پلاک ۳۲ واحد میباشد تقاضای صدور سند مالکیت سهم الارث خود را نموده که بدوا طی شماره ۱۴۰۱۸۵۶۰۱۰۲۵۰۳۵۳۶۵ مورخ ۱۴۰۱/۱۰/۱۰ به دارنده سند مالکیت اخطار گردید که ظرف مهلت مقرر سند مالکیت را اخبار ارائه نماید لذا با عنایت به انقضاء مهلت مذکور و عدم ارائه سند مالکیت مراتب در اجرای تبصره ۳ ذیل ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت یک نوبت آگهی می شود تا چنانچه شخص یا اشخاصی مدعی وجود سند مالکیت نزد خود میباشند ظرف مدت ۱۰ روز از انتشار این آگهی اعتراض خود را به ضمیمه اصل سند مالکیت به این منطقه تسلیم و رسید دریافت نمایند بدیهی است در صورت انقضاء مهلت مقرر و عدم وصول اعتراض و یا در صورت اعتراض عدم ارائه اصل سند مالکیت نسبت به درخواست متقاضی اقدام لازم معمول خواهد شد.
۱۰۱۸۸ م الف
سرپرست واحد ثبتی حوزه ثبت ملک نارمک تهران – غلامرضا غضنفری
شناسه آگهی ۱۴۷۹۷۲۰

پیش نویس آگهی فقدان سند مالکیت

آقای حسین منیر واقفی وکالتا با شماره وکالت ۵۶۰۷۱ مورخ ۱۴۰۱/۰۱/۲۴ و شماره وکالت ۵۶۵۵۲ مورخ ۱۴۰۱/۰۹/۰۲ دفترخانه اسناد رسمی شماره ۷۸ شهر اصفهان استان اصفهان از آقای سید محمود منیر واقفی برابر امین نامه شماره ۱۴۰۰۰۹۹۹۰۳۴۰۳۴۴۴۴ مورخ ۱۴۰۰/۰۹/۱۵ شعبه ۱ سرپرستی دادسرای عمومی و انقلاب شهرستان اصفهان امین اموال آقای سید جواد منیرواقفی با تسلیم استشهادیه گواهی شده شماره ۲۰۳۲۵ مورخ ۱۴۰۰/۱۱/۰۹ دفتر اسناد رسمی شماره ۴۱۲ تهران طی درخواست وارده ۱۰۴۹۰۲۰۲۶ مورخ ۱۴۰۱/۰۱/۳۰ با اعلام اینکه سند مالکیت سه دانگ مشاع یک دستگاه آپارتمان اداری به پلاک ثبتی ۳۰۹۶۲ فرعی از ۳۵۲۶ اصلی، مفروز و مجزا شده از ۲۱۵۱۲ فرعی از اصلی مذکور، قطعه ۴۱ و واقع در جنوب غربی طبقه ۴ بخش ۰۳ ناحیه ۰۰ حوزه ثبت ملک ولیعصر تهران استان تهران به مساحت ۹۴/۶۴ متر مربع که مقدار ۴/۶۸ متر مربع آن بصورت بالکن پیشرفته است به نام سید جواد منیرواقفی با جز سهم ۳ از کل سهم ۶ بعنوان مالک سه دانگ مشاع از شش دانگ عرصه و اعیان با شماره مستند مالکیت ۱۲۳۰۲۴ تاریخ ۱۳۷۳/۰۷/۲۳ موضوع سند مالکیت اصلی بشماره چاپی ۹۹۱۱۲۹ که در صفحه ۲۹۴ دفتر املاک جلد ۷۱۱ ذیل شماره ۱۰۲۶۲۷ ثبت گردیده است. بعلت مفقود شدن سند مالکیت بعلت جابجایی، تقاضای صدور المثنی سند مالکیت پلاک مذکور را نموده است که در اجرای ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت (اصلاحی ۸۰/۱۱/۰۸) مراتب در یک نوبت آگهی می شود تا چنانچه شخص یا اشخاصی مدعی انجام معامله نسبت به ملک مرقوم یا وجود سند مالکیت نزد خود باشند ظرف مدت ۱۰ روز پس از انتشار این آگهی اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت یا سند معامله به این اداره تسلیم و رسید دریافت نمایند بدیهی است در صورت انقضاء مهلت مقرر و عدم وصول اعتراض و یا در صورت اعتراض اصل سند مالکیت یا سند معامله ارائه نگردد طبق مقررات المثنی سند مالکیت صادر و تسلیم خواهد شد.
۱۰۱۹۳ م الف
مدیر واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ولیعصر تهران – مجید زاهدی منش
شناسه آگهی ۱۴۷۹۷۴۴

آگهی فقدان سند مالکیت

نظر به اینکه خانم شکوه جلالی جعفری طی وکالتنامه های شماره ۱۸۸۱۵ مورخ ۱۳۹۶/۱۰/۳۰ و ۲۱۳۰۳ مورخ ۱۳۹۷/۸/۱۳ دفترخانه ۱۱۹۶ تهران و وکالتنامه شماره ۵۴۳۵۳ مورخ ۱۳۹۸/۷/۱۸ دفترخانه ۳۵۶ تهران و ۸۲۶۶۵ مورخ ۱۴۰۱/۱۰/۱۰ دفترخانه ۴۰۹ تهران وکالتا از طرف عفت طباطبائی و فاطمه جلالی جعفری و محسن جلالی جعفر و مهرداد جلالی جعفر با اعلام مفقود شدن سند مالکیت ملک مورد آگهی با تسلیم استشهادیه گواهی امضاء شده ۹۶۰۶۶ و ۹۶۰۶۷ مورخ ۱۴۰۱/۹/۱۲ دفترخانه ۲۲۲ تهران و درخواست وارده شماره ۱۰۲۰۶۱۹ مورخ ۱۴۰۱/۹/۲۲ تقاضای صدور المثنی سند مالکیت را نموده است، مراتب در اجرای ماده ۱۲۰ آیین نامه قانون ثبت به شرح زیر آگهی می گردد:
نام و نام خانوادگی مالک:
شماره پلاک ثبتی: ۷۸۸۲ فرعی از ۴۸ اصلی مفروز از پلاک ۲۵ فرعی از اصلی مذکور واقع در مجیدیه بخش ۱۱ تهران
علت گم شدن: جابجایی
خلاصه وضعیت مالکیت:
سند مالکیت ششدانگ یک قطعه زمین به مساحت ۳۰۰ متر مربع قطعه ۸۶ تفکیکی پلاک ثبتی ۷۸۸۲ فرعی از ۴۸ اصلی مفروز از پلاک ۲۵ فرعی از اصلی مذکور واقع در مجیدیه بخش ۱۱ تهران ذیل صفحه ۳۲۳ دفتر ۲۸۲ به نام بانو فهیم دخت برکنهائی ثبت و سند به شماره چاپی ۸۰۰۳۱۰ صادر گردیده است و سپس برابر سند شماره ۳۰۵۰۸ مورخ ۱۳۵۸/۳/۳۰ دفترخانه ۴۳۱ تهران به ابوالقاسم جعفری جلالی (چهار دانگ دانگ مشاع از ششدانگ) و عفت طباطبائی (دو دانگ مشاع از ششدانگ) منتقل گردیده است.
سپس به موجب گواهی حصر وراثت شماره ۱۲۵/۱۰۵/۹۰ مورخ ۱۳۹۰/۵/۲۵ شورای حل اختلاف منطقه ۳ تهران آقای ابوالقاسم جلالی جعفری فوت نموده و وراث وی عبارتند از: ۱- عفت طباطبائی (زوجه) ۲- محسن ۳- فاطمه ۴- شکوه ۵- مهرداد همگی به شهرت جلالی جعفری (فرزندان).
اینک با توجه به اعلام مفقودی سند مالکیت مورد ثبت فوق الذکر و درخواست صدور المثنی آن؛ مراتب اعلام تا هر کس نسبت به ملک مورد آگهی، معامله کرده و این معامله در این آگهی قید نگردیده یا مدعی وجود سند مالکیت نزد خود می باشد باید تا ده روز پس از انتشار آگهی به ثبت محل مراجعه و اعتراض خود را ضمن ارایه اصل سند مالکیت یا سند معامله تسلیم نماید و اگر ظرف مهلت مقرر اعتراض نرسد و یا در صورت اعتراض اصل سند مالکیت یا سند معامله ارایه نشود اداره ثبت المثنی سند مالکیت را طبق مقررات صادر و به متقاضی تسلیم خواهد کرد.
۱۰۱۹۲ م الف
رئیس واحد ثبتی حوزه ثبت ملک لویزان تهران – ابوالفضل تریوه
شناسه آگهی ۱۴۷۹۷۳۳

متن آگهی

آقای هادی گراوندی به نشانی مجهول المکان نظربه اینکه حکم طلاق شماره ۱۴۰۱۵۰۳۹۰۰۰۴۷۹۶۶۸۳ پرونده کلاسه ۱۴۰۱۵۰۲۰۰۰۱۰۰۶۴۰۳ بین شما و لیلا قبادی بصیر قطعی گردیده ودر اجرای دستور ریاست شعبه ۹ دادگاه و تبصره ماده ۳۵ قانون حمایت خانواده به شما اخطار می گردد حداکثر ده روز پس از نشر این آگهی به ادرس کرمانشاه بعد از ارشاد چهار راه اتش نشانی دفتر طلاق ۳۶ مراجعه گردد سر دفتر طلاق ۳۶ روبروی بستان ال اقا
در صورت عدم حضور طلاق مطابق مقررات ثبت می گردد.

مفقودی

کلیه مدارک سواری پراید جی تی ایکس آی مدل ۱۳۸۴ برنگ نقره ای متالیک به شماره شاسی S14122844808 44 و شماره موتور ۰۱۱۰۰۳۶۵ به شماره انتظامی ۱۷۶ ل ۲۶ ایران ۷۹ بنام حسین ملکی مفقود واز درجه اعتبار ساقط می باشد.
شهرستان قزوین

روابط عمومی دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی مازندران در راستای ارتقاء سطح سواد سلامت مردم و نهادینه کردن سبک زندگی سالم و پیشگیری از بیماری‌ها، با استفاده از ظرفیت رسانه‌ها اقدام به ترویج فرهنگ خود مراقبتی و بررسی مؤلفه‌های مؤثر بر سلامت در استان مازندران نموده است.

در گزارشی که می‌خوانید در خصوص مبحث اطلاع رسانی و آگاهی بخشی بعنوان یکی از مولفه های مهم در چرخه بحران کووید در گفتگو با دکتر مریم خزائی پول رییس مرکز تحقیقات علوم بهداشتی استان و عضو هیات علمی دانشگاه علوم پزشکی مازندران مورد بررسی قرار گرفته است.

اطلاع رسانی و آگاهی بخشی یکی از مولفه‌های مهم در چرخه بحران کووید

اولویت بندی مخاطبان و مسیرهای اطلاع رسانی برای آماده سازی شهروندان در مقابله با بحران های مختلف امر مهم و اساسی است که‌نباید از نظر دور نگه داشته شود و در این راستا اطلاع‌رسانی در بحران کرونا یکی از عوامل مهم برای مقابله با این بیماری بوده و در همه بحران‌ها نقش تعیین کننده در کنار عوامل مختلفی همچون نگرش و باور مردم، مسوولیت‌پذیری، زیر ساخت ها، هماهنگی بین بخشی و.. دارد.

چند سالی است که موضوع «بحران کووید» و «مقابله با کرونا» به عنوان یکی از ابرچالش ها و مساله های مهم سیاسی، اجتماعی، اقتصادی، کشور ایران را همچون سایر کشورها تحت تاثیر قرار داده است و استان‌مازندران هم در این بخش با چالش های فراوانی روبرو بوده است.

در دوران کرونا علی رغم وجود برخی کنترل ها و سخت گیری های وزارت بهداشت در ترددها و جلوگیری از دور هم‌نشینی ها و تجمعات در برخی از موارد با ورود حجم بسیار زیاد مسافر از شهرها و استان‌های کشور به مازندران روبرو بودیم و در مرحله ای این استان از لحاظ شیوع ویروس کرونا به مرحله بحرانی رسیده و به گفته مسئولان، بیمارستان‌های این استان، دیگر جایی برای پذیرش بیماران کرونایی نداشت و تقریبا به سطح اشباع رسیده بودند و در چنین شرایطی که عوامل مختلف در شیوع و همه گیری کرونا اثرگذار بوده، اطلاع رسانی درست و به موقع در کنار سایر عوامل می توانست راهکار خوبی برای مقابله با کرونا به عنوان یک بحران باشد (که البته برای همه بحران ها صدق می کند و اثرگذار است) و همین امر موجب شد تا اطلاع رسانی دقیق تری از عوامل اثرگذار بر کرونا مورد توجه پژوهشگران و محققان قرار گیرد و در این راستا مریم خزائی پول رییس مرکز تحقیقات علوم بهداشتی استان مازندران در این بخش تحقیقات گسترده و در خور توجهی ارائه داده و بر این باور است که اطلاع رسانی و آگاهی بخشی یکی از مولفه های مهم در چرخه بحران کووید و بحران های مختلف است.

وی می گوید: اولویت بندی مخاطبان و مسیرهای اطلاع رسانی برای آماده سازی شهروندان در مقابله با بحران های مختلف امر مهم و اساسی است که‌نباید از نظر دور نگه داشته شود و در این راستا اطلاع‌رسانی در بحران کرونا یکی از عوامل مهم برای مقابله با این بیماری بوده و در همه بحران‌ها نقش تعیین کننده در کنار عوامل مختلفی همچون نگرش و باور مردم، مسوولیت‌پذیری، زیر ساخت ها، هماهنگی بین بخشی و.. دارد.

رییس مرکز تحقیقات علوم بهداشتی مازندران و دانشیار دانشگاه افزود:: مرکز تحقیقات علوم پزشکی مازندران در ۴ بخش اصلی که هر کدام زیر مجموعه های مختلفی دارند فعالیت پژوهشی دارد. یکی از بخش های مهم انجام تحقیقاتی در زمینه توسعه اجتماعی و ارتقای سلامت است که شامل حوزه های مختلف سلامت جنسی، روانی و جسمی، شغلی در گروه های مختلف جامعه از جمله زنان و مردان، سالمندان و کودکان است و گروه هدف در اینجا عموم جامعه هستند و ما متخصصان ارتقاء سلامت باید انتقال دهنده مناسب برای پیام های بهداشتی باشیم.

خزائی پول گفت: زمینه های دیگر همکاری پژوهشی این‌مرکز شامل بیماری های واگیردار، بیماری های غیر واگیر همچون چاقی، دیابت و.. و سلامت و اقلیم و تغییرات آب و هوایی است که تحقیقات مختلف بر روی این موارد انجام شده و می شود.

وی اظهار کرد: در بخش سلامت و اقلیم، بعنوان نمونه بر روی این مساله کار می شود که چرا مردم در برخی از مناطق سخت و خشک و در برخی مناطق، آرام و... هستند و نکته مهم نقش فرهنگ در اقیلم های مختلف است و ما با تفاوت فرهنگی روبرو هستیم که می تواند سبب بروز چالش های مختلفی گردد.

خزائی پول با بیان اینکه بهداشت و ارتقای سلامت نیازمند آموزش و همکاری، فرهنگ و آگاهی است، خاطرنشان کرد: استان مازندران استانی چند فرهنگی است و خرده فرهنگ های مختلف بر نوع انجام رفتار و مشارکت در کنترل بحران های سلامتی اثر می گذارد.

رییس مرکز تحقیقات علوم بهداشتی مازندران با اشاره به تحقیقات گسترده در بخش کووید بود نیاز اطلاع رسانی در این بخش گفت: در بخش کووید هم مشارکت جامعه مهم است و اینکه چگونه بعنوان یک فرد در جامعه مشارکت داشته و مدیریت بحران کنیم.

خزائی پول با اعلام اینکه در یکی پژوهش های دوران کووید، به بررسی رویکردهای نوآورانه ای که سبب افزایش مشارکت جامعه در کنترل بحران کووید بود پرداختیم، یادآور شد: در استان مازندران به این سوال رسیدیم که چه دلیلی باعث شد که مردم مشارکت کنند که اولین عامل نگرش مردم بود عده ای آن را سرماخوردگی و آنفلوانزا می دانستند و یا اینکه برخی معتقد بودند توسط عده ای خاص و با عنوان سیاسی وارد شده و این باورها موجب می شد که رفتار خاص داشته و آن را به جامعه منتقل کنیم.

وی افزود: در همان ابتدای شیوع کووید، قرنطینه اعمال شد و رفت و امدهاومحدود شد، استفاده از ماسک همه گیر شد و همه و همه این موارد بیانگر مشارکت مردم برای پیشگیری و مقابله با کووید بود و اینکه در برابر این ویروس چه عکس العملی نشان‌می دهند.

خزائی پول گفت: از دیگر عواملی که بر سطح مشارکت جامعه نقش داشت ترس فراگیر در جامعه بود، ترس از سرایت بیماری به فرد، به خانواده و ترس مالی و اینکه اگر صاحب کار متوجه شود، امنیت کاری نداشتند و ترس ازدست دادن شغل موجب می شد که فرد بیماری خود را پنهان کند.

وی افزود: مساله بعدی در کووید، انتشار اضطراب فراگیر در جامعه بود که موجب شده بود برخی دو تا دو تا ماسک بزنند.

دانشیار دانشگاه علوم پزشکی مازندران با بیان اینکه در ادامه این تحقیق، مشخص شد مولفه مهم اثرگذار بر رفتارهای پیشگیرانه رشد باور خودکارآمدی فرد بود فرد به این باور رسیده بود که با وجود بیماری پاندیک می تواند با مراقبت از ابتلای به بیماری پیشگیری کند.

خزائی پول گفت: براساس نتایج این تحقیق ملی مردم بر این باور بودند که اطلاع رسانی در بخش کووید بخش کلیدی در کنترل یا انتشار بیماری بود و در اوایل شیوع بیماری چون اطلاع رسانی کمتر بود یا ناقص بود، مراقبت کمتری انجام می شد و چون اطلاع رسانی ضعیف بود در نتیجه رفتار بهداشتی ضعیفی هم از مردم مشاهده می شد و رفته رفته با افزایش اطلاع رسانی در فضای مجازی و رسانه ها خودمراقبتی و مقابله با بیماری افزایش یافت.

وی افزد: در بخش اطلاع رسانی در دوران شیوع کووید متاسفانه اطلاعات اشتباه و نادرستی هم در برخی موارد به مردم ارائه می شد، در حالیکه اطلاع رسانی در هر بحرانی بسیار کلیدی است که بخشی از مسئولیت رسانه های جمعی در کنار متخصصین حوزه سلامت است تا به زبان ساده و بیان مردم به جامعه اعلام و اطلاع رسانی شود.

رییس مرکز تحقیقات علوم بهداشتی مازندران با اشاره به اینکه بحث فرهنگ سازی و شبکه سازی در بحران ها بسیار مهم است ، اظهار کرد: در این بخش هم در دوران شیوع کرونا در استان مازندران و به خصوص شهرستان آمل که فرهنگ تجمعی در آن غالب است به این‌نتیجه رسیدیم که در اوج کرونا فرهنگ تجمعی را رها نمی کردند و میزان سطح مشارکت مردم آمل در اوایل کرونا در بخش جلوگیری از تجمعات خانوادگی و دوستانه خیلی پایین تر از نقاط و شهرهایی بود که تجمعات خانوادگی را کم کرده بودند و به همان نسبت هم میزان انتشار بالای بیماری به خصوص درجوانان در آمل مشاهده و گزارش شد.

خزائی پول، فعالیت های داوطلبانه و جهادی را گامی برای مدیریت کووید و بحران های مختلف دانست که در دوران کرونا بسیار بالا بود و ورود مردم و سازمان های مردم نهاد و خیریه ها به تولید ماسک و ضدعفونی روستاها و معابر و.. موجب شد مردم برای مقابله با کرونا مشارکت و بحران را مدیریت کنند

وی مسوولیت اجتماعی را از دیگر موارد مهم در بحران دانست که در دوران کووید و شیوع کرونامشاهده شد و در این راستا برخی از افراد از آن سرباز زده و بر این باور بودند که چرا باید برخی مسائل را رعایت کنند در حالیکه مبتلا نیستند و یا خانواده درگیر این بیماری نیست و بعد از گذر چند ماه مسوولیت پذیری افزایش یافت.

خزائی پول، افزود: تاب آوری اجتماعی در دوران کرونا هم‌مساله مهم دیگری بود که به حداقل رسید چرا که جمع ها و نشست های خانوادگی کم شده بود، دید و بازدید عید کم شده بود و در مراسم فوت عزیزانشان نمی توانستند شرکت کنند و باید در بخش تاب آوری اجتماعی بیش از پیش کار شود.

رییس مرکز تحقیقات علوم بهداشتی مازندران گفت: سیاست های جبرانی مالی دولت و بحث معافیت مالیاتی، پرداخت اقساط وام با دو ماه تاخیر و...هم در دوران کرونا بسیار اثرگذار بود و موجب شد تا مردم و کسبه هم وارد شده و بعضا اجاره یک یا دو ماه را نگرفتند و موجب شد تا افراد نگران پرداخت اجاره نباشند و امنیت مالی نسبی کسب کردند.

وی افزود: در مجموع برای اینکه بحران کرونا را کم کنیم عوامل مختلفی وجود داشت که به برخی اشاره شد و همچنین چالش های روانی، اجتماعی، اقتصادی و مالی و جسمی و سلامتی در دوران کرونا فراوان شد و در بخش چالش های جسمی و درمانی موجب شد که چون دسترسی به پزشک کمتر شده بود، برخی بیماری ها اوج بگیرد .

دانشیار دانشگاه‌علوم‌پزشکی‌مازندران تصریح کرد: هماهنگی بین بخشی هم از دیگر موارد مهم در دوران بحران کرونا و مدیریت همه بحران هاست که به عنوان نمونه وزارت بهداشت در دوران کرونا ممنوعیت تردد را وضع کرد اما وزارت راه نامه تردد برای برخی از خودروها صادر می کرد و این موجب شد که مثلا در غرب استان با انفجار ورود مسافران به غرب استان بالا بود که انتشار بیماری را افزایش میداد.

خزائی پول در ادامه سخنان خود، با اشاره به مهم‌ترین منبع کسب اطلاعات از نظر مردم مازندران، اظهار کرد: در این‌تحقیق، مردم در دوران کرونا مهمترین‌منبع اطلاع رسانی و خبر را کارکنان بهداشت و درمان می دانستند که مهمترین منبع اطلاعات و اعتماد به گفتار سیستم بهداشت و درمان داشتند و سپس کسب اطلاعات از شبکه های اجتماعی بود و متاسفانه اعتماد به صدا و سیما در کسب اطلاعات کم بود.

دانشیار دانشگاه علوم پزشکی مازندران گفت: در همه بحران ها باید زمینه آماده شود، آمادگی در مردم ایجاد کرده و تلاش کنیم تا اطلاع رسانی درست انجام دهیم و مردم خبرها را بپذیرند و براساس آن مسوولیت پذیری خود را بالا برده و افزایش دهیم.

خزائی پول گفت: با توجه به اینکه استانی هستیم که زیرساخت فرهنگی قوی دارد در خیلی از موارد جا ماندیم و پیشرفت مناسبی نداشتیم که باید در این بخش تلاش کنیم و همه‌ما سفیران فرهنگ سازی در جامعه باشیم.

آشنایی با قدرت داستان‌ها در دنیای کسب و کار

مزایای داستان‌سرایی در عرصه بازاریابی

نویسنده: علی آل‌علی

یک داستان خوب چقدر ارزش دارد؟ این سوال برای مدیر یک انتشارات معتبر به معنای فروش بالا در بازار کتاب و کسب سودهای کلان خواهد بود. البته کتاب بازها تنها کسانی نیستند که از داستان‌های خلاقانه لذت می‌برند، بلکه مشتریان هم چنین عادتی دارند. احتمالا برای شما هم پیش آمده که فقط به خاطر داستان پشت یک محصول اقدام به خریدش کرده باشید. مثلا برند نایک را در نظر بگیرید؛ این برند معمولا همیشه داستان قهرمان‌های بزرگ ورزشی را پشت سر خودش دارد؛ همینقدر جذاب و هیجان‌انگیز!

داستان‌ها این قابلیت را دارند که آدم را تا مدت‌ها سرگرم کرده و ذهن را طوری درگیر کنند که انگار هیچ امر مهم دیگری در دنیا نیست. به همین خاطر هم بازاریاب‌ها همیشه دنبال طراحی داستان‌های هیجان‌انگیز برای تعامل با مشتریان هستند. از آنجایی که داستان‌سرایی کار ساده‌ای نیست، خیلی از کارآفرینان دوست دارند قبل از اینکه شروع به یادگیری مهارتی کنند، درباره مزایای آن اندکی تحقیق انجام دهند. اگر شما هم جزو آن دسته از بازاریاب‌هایی هستید که همینطور بی‌مقدمه بی‌گدار به آب نمی‌زنید، این مقاله کاملا برای شما طراحی شده است. ما در ادامه نگاهی به مزایای داستان‌سرایی در دنیای بازاریابی خواهیم داشت.

بازاریابی + داستان‌سرایی: مزایای کاربردی

داستان‌سرایی به چه دردی می‌خورد؟ این سوالی است که کمابیش ذهن هر کارآفرینی را به خودش مشغول می‌کند. البته در این میان بعضی‌ها هیچ وقت جسارت لازم برای طرح این سوال را پیدا نمی‌کنند. البته ما اینجا هیچ تعارفی نداریم. پس با ما همراه باشید تا یکبار برای همیشه جواب چنین سوالاتی را پیدا کنید.

کمک به ارتباط عمیق‌تر با مخاطب

آیا تا حالا برای‌تان پیش آمده با کلی شوق و ذوق یک کمپین بازاریابی طراحی کنید اما حتی یک نفر هم روی خوش به آن نشان ندهد؟ بی‌شک چنین تجربه‌ای برای هر کسی دردناک خواهد بود. به همین خاطر ریشه‌یابی‌اش کمک زیادی برای توسعه کسب و کار خواهد کرد. قبول دارم در چنین بحران‌هایی دلایل زیادی نقش دارند، اما یکی از مهمترین نکات فقدان تم داستانی است. به زبان خودمانی، وقتی یک کمپین بازاریابی داستان مشخصی نداشته باشد، توجه زیادی هم جلب نخواهد کرد.

داستان‌ها به آدم کمک می‌کنند تا تعامل بسیار بیشتری با برندها پیدا کنند. اگر بخواهیم ماجرا را ساده کنیم، یک داستان خوب به طور غیرمستقیم آدم را به یک برند گره می‌زند. آن وقت دیگر می‌توانید با خیال راحت کارتان را جلو برده و مخاطب را میخکوب کنید.

معمولا فیلم‌هایی که روند داستانی قوی دارند، تاثیرگذاری‌شان بر روی مخاطب هدف بی‌نهایت بیشتر از سایر عنوان‌هاست. باور کنید یا نه، آدم‌ها از اول تاریخ تا حالا شنیدن داستان را دوست داشته‌اند. دقیقا به همین خاطر هم افسانه‌های کهن بسیار زیادی در چهارگوشه دنیا به دست ما رسیده است. اگر شما هم نگران جلوه خشک و بی‌روح کسب و کارتان هستید، یک داستان جذاب می‌تواند برگ برنده‌تان باشد. به طوری که علاوه بر ارتباط عمیق با مخاطب هدف، آنها را پیگیر کار برندتان نیز می‌کند.

یادتان باشد، این روزها کلی محصول گوناگون در بازار وجود دارد. این یعنی دست مشتریان برای خرید حسابی باز است و احتمال اینکه محصولات شما تفاوت چشمگیری با رقبا داشته باشند، بی‌نهایت کم خواهد بود. پس بهتر است کارتان را با چاشنی یک داستان جذاب جلو ببرید تا بهانه‌ای دست مشتریان برای تعامل بیشتر با برندتان داده باشید.

ماندگاری در ذهن مشتری

فردی را در نظر بگیرید که بعد از یک جلسه تمرینی سخت در باشگاه به نزدیک‌ترین فروشگاه رفته و قصد دارد آبمیوه‌ای خنک بخرد. احتمالا اگر کسی چند روز بعد درباره برند آبمیوه‌ای که او خریده سوال کند، ورزشکار قصه‌مان هیچ ایده‌ای نخواهد داشت. هرچه باشد خرید ساده‌ای مثل آبمیوه چیزی نیست که در ذهن آدم بماند، مگر نه؟

اگر در سناریوی بالا جای آبمیوه را با کوکاکولا عوض کنیم، احتمالا ماجرا حسابی فرق خواهد کرد؛ چراکه کوکاکولا برندی است که حتی یکبار خرید از آن هم برای همیشه در ذهن آدم باقی می‌ماند. این دقیقا تاثیر داستان برندها را نشان می‌دهد؛ چراکه برندی مثل کوکاکولا در کنار صدها برند دیگری که نوشابه تولید می‌کنند، قرار دارد. با این حال داستان‌های جذاب این برند باعث شده همه شش دانگ حواس‌شان به آن باشد.

بهبود نرخ تبدیل

مشتریان معمولا دنبال بهانه‌ای برای خرید از برندها هستند. در این میان موضوعاتی مثل قیمت یا کیفیت مناسب محصولات در رتبه‌های بعدی اهمیت قرار دارد. احتمالا برای شما هم پیش آمده گاهی اوقات در به در دنبا بهانه‌ای برای خرید از یک برند باشید. در چنین زمان‌هایی آدم حس می‌کند بدون یک ارزش اضافه از سوی برندها دست و دلش به خرید نخواهد رفت. داستان‌سرایی دقیقا همان ارزش افزوده‌ای است که خیلی وقت‌ها آدم را آرام خواهد کرد.

برندهایی که بر روی داستان‌سرایی سرمایه‌گذاری می‌کنند، معمولا نرخ تبدیل بالاتری در تعامل با مشتریان خواهند داشت. البته هدف نهایی در این موارد الزاما فروش محصولات نیست. در عوض نکاتی مثل بهبود ارتباط با مشتریان نیز مد نظر قرار دارد.

این روزها کمتر کسب و کاری است که دوست نداشته باشد رابطه‌ای نزدیک با مشتریان داشته باشد. اگر شما هم چنین فکر و خیالی در سر دارید، یادتان باشد این هدف همینطور الکی محقق نمی‌شود. در عوض باید کم کم وارد دنیای داستان‌سرایی شوید.

دسترسی به مخاطب جدید

آیا تا حالا پیش خودتان فکر کرده‌اید چرا برندهای بزرگ همیشه مشتریان تازه را قبل از بقیه به دست می‌آورند؟ این امر نکته بی‌نهایت مهمی از نظر بازاریابی و روابط عمومی محسوب می‌شود. شاید فکر کنید بریز و بپاش‌های تبلیغاتی نقش مهمی در این راستا دارد. در این صورت باید کمی ناامیدتان کنیم؛ چراکه یک داستان خوب از هر ترفند تبلیغاتی نیز موثرتر خواهد بود.

وقتی شما هویت برندتان را در قالب داستان بیان می‌کنید، مخاطب انگیزه بیشتری برای آشنایی با آن خواهد داشت. این امر به طور ناخودآگاه مخاطب‌تان را به سوی تعامل هرچه بیشتر با برندتان سوق می‌دهد. بنابراین دیگر لازم نیست خیلی به خودتان سخت گرفته یا اوضاع را برای کسب و کارتان پیچیده کنید. یادتان نرود، این روزها مشتریان خیلی سختگیرتر از قبل هستند. بنابراین شاید به بیشتر از یک داستان نیاز داشته باشید.

حالا که درباره اهمیت داستان‌سرایی در جذب مشتری تازه حرف زدیم، اجازه دهید کمی هم به ویژگی‌های یک داستان مناسب اشاره کنیم. اول از همه یادتان باشد شما یک نویسنده حرفه‌ای نیستید. انتظار مشتریان هم رمان‌هایی در حد آثار چالز دیکنز نیست. پس الکی به خودتان سخت نگیرید. ضمنا، داستان‌های شما باید هویت برندتان را به خوبی نشان دهد. وگرنه هیچ ارزشی برای مخاطب هدف نخواهد داشت.

نکته دیگری که باید همیشه گوشه ذهن داشته باشید، شخصی‌سازی داستان است. بی‌شک داستان‌های خیلی زیادی در سراسر دنیا دست به دست می‌شود که ماهیت کلیشه‌ای دارند. اگر فکر کرده‌اید مشتریان به داستان کلیشه و نیم‌بند شما روی خوش نشان خواهند داد، سخت دراشتباهید.

بهبود تصویر برند

اینکه مشتریان درباره یک برند چطور فکر می‌کنند، مسئله‌ای نیست که به همین سادگی از کنارش عبور کنید. گاهی اوقات برخی از برندها علی رغم فعالیت عالی در بازار فقط به دلیل اینکه نسبت به ذهنیت مشتریان بی‌تفاوت هستند هیچ موفقیتی به دست نمی‌آورند. در چنین شرایطی داستان برند به شما برای ساخت یک تصویر جذاب از کسب و کارتان کمک خواهد کرد.

یکی از موفق‌ترین مثال‌ها در زمینه ایجاد داستانی حیرت‌انگیز برای مشتریان مربوط به برند تسلا می‌شود. این برند با بلندپروازی‌های حیرت‌انگیز در طول سال‌های اخیر میلیون‌ها نفر در سراسر دنیا را شیفته کسب و کارش کرده است. در کنار این مسئله، حضور ایلان ماسک به عنوان یکی از جنجالی‌ترین شخصیت‌های دنیا در کنار تسلا بر اهمیت این برند افزوده است. به طوری که خیلی از کارآفرینان دنیال تعامل با این برند به هر قیمتی هستند.

یادتان باشد یک داستان خوب باید اندکی هم مطابق با میل مشتریان پیش برود. پس علاوه بر سلیقه خودتان، نیم نگاهی هم به خواسته مشتریان داشته باشید. وگرنه احتمالا داستان‌تان فقط برای خودتان جذاب خواهد بود، نه فرد دیگری!

جمع‌بندی

داستان‌سرایی المانی مهم برای بازاریابی و برندینگ در دنیای کنونی محسوب می‌شود. متاسفانه هنوز خیلی از برندها در دنیای کسب و کار داستان‌سرایی را جدی نمی‌گیرند. هدف ما در این مقاله بررسی برخی از مهمترین مزایای داستان‌سرایی در عرصه کسب و کار بود. من و همکارانم در روزنامه فرصت امروز امیدواریم نکات مورد بحث در این مقاله کمکی هرچند کوچک به شما برای آشنایی با داستان‌سرایی کرده باشد. مثل همیشه اگر سوال یا نکته کلیدی درباره موضوع بحث داشتید، کارشناس‌های ما همیشه آماده پاسخگویی به شما خواهند بود پس تعارف را کنار گذاشته و سوالات‌تان را با ما در میان بگذارید.

منابع:
https://www.noobpreneur.com/2023/03/27/5-reasons-why-storytelling-should-be-a-priority-for-marketers
https://asmarketingagency.com/en/blog/importance-of-storytelling-in-marketing

نوبت دوم
شناسه آگهی : ۱۴۷۸۱۳۰

فراخوان تجدید دور اول (دومین دور برگزاری) مناقصه عمومی همزمان با ارزیابی کیفی (یکپارچه) دومرحله ایی

شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی s.p.g.c
شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی پالایشگاه دهم (فاز۱۹)

پالایشگاه دهم پارس جنوبی فاز ۱۹ درنظر دارد تجدید مرحله اول (دومین دور برگزاری) مناقصه عمومی همزمان با ارزیابی کیفی (یکپارچه)شماره:R۱۰/۱۴۰۱/۰۲۲ تقاضای۰۱۰۰۷۶۳ به شماره فراخوان در سامانه ستاد ایران: ۲۰۰۱۰۹۷۶۸۴۰۰۰۰۷۴ به شرح : رزین کاتیونی و آنیونی را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکتها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس WWW.SETADIRAN.IR انجام خواهد شد .لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی ،مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند .
برآورد مناقصه : ۸۵،۰۰۰،۰۰۰،۰۰۰ ریال و تضمین فرآیند ارجاع کار : ۴،۲۵۰،۰۰۰،۰۰۰ ریال بوده و تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار بصورت یکی از تضامین قابل قبول وفق آیین نامه تضمین شماره ۱۳۴۰۲/ت۵۰۶۵۹ ه مورخ ۹۴/۰۹/۲۲ هیات وزیران قابل قبول می باشد.
جدول زمان بندی به شرح ذیل می باشد:

ردیف	اقدام	تاریخ
۱	تاریخ انتشار مناقصه در سامانه	۱۴۰۲/۰۱/۲۸
۲	مهلت زمانی دریافت اسناد مناقصه	۱۴۰۲/۰۲/۰۴
۳	مهلت زمانی ارسال پیشنهادات	۱۴۰۲/۰۲/۱۸
۴	زمان بازگشایی پاکت ارزیابی کیفی مناقصه گران	۱۴۰۲/۰۲/۱۸

اطلاعات تماس دستگاه مناقصه گزار جهت دریافت اطلاعات بیشتر در خصوص اسناد مناقصه و ارائه ضمانت نامه فرآیند ارجاع کار (پاکت الف) :
آدرس: استان بوشهر -شهرستان کنگان -کیلومتر ۲۰ جاده کنگان به عسلویه -سایت ۲ منطقه ویژه اقتصادی انرژی پارس -پالایشگاه دهم -فاز ۱۹ ، تلفن : اداره خدمات کالای پالایشگاه دهم : ۰۷۷۳۱۴۶۶۲۸۷-۰۷۷۳۱۴۶۶۲۸۳ فکس: ۰۷۷۳۱۴۶۶۲۷۲ نایبدیه فکس: ۰۷۷۳۱۴۶۶۲۷۱
اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه :
مرکز تماس : ۴۱۹۳۴ – ۰۲۱ دفتر ثبت نام : ۸۸۹۶۹۷۳۷ و ۸۵۱۹۳۷۶۸
اطلاعات تماس دفاتر ثبت نام سایر استانها در سایت سامانه WWW.SETADIRAN.IR

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۲/۰۱/۲۶ تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۲/۰۱/۲۷

روابط عمومی مجتمع گاز پارس جنوبی

۴۰

نوبت اول
شناسه آگهی : ۱۴۸۰۸۲۴

آگهی فراخوان
فراخوان شماره ۳ – ۱۴۰۲

اداره کل راه و شهرسازی استان قزوین

بدینوسیله به اطلاع میرساند اداره کل راه و شهرسازی استان قزوین در نظر دارد یک قطعه زمین با کاربری فرهنگی در اراضی شهر مهرگان به شرح جدول ذیل از طریق فراخوان عمومی در قالب ماده ۱۰۰ قانون تنظیم بخشی از مقررات مالی دولت بصورت نقد و اقساط با شرایط (حداقل ۲۵٪ نقد الباقی در اقساط ۵ ساله) به افراد حقیقی و حقوقی واجد شرایط (دارندگان موافقتنامه اصولی از اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان قزوین برای شهر مهرگان) و صرفا با بهره گیری از سامانه تدارکات الکترونیک دولت (setadiran.ir) واگذار نماید.

ردیف	پلاک ثبتی	مساحت (مترمربع)	قیمت پایه هرمتر مربع(ریال)	قیمت کل (ریال)	سپرده شرکت در فراخوان (ریال)	آدرس
۱	قسمتی از ۵۷ فرعی از ۳۳ اصلی بخش ۱۴ قزوین	۵۵۲/۵۸	۴۰،۰۰،۰۰۰	۲۲،۱۰۳،۲۰۰،۰۰۰	۱۱۰۵۱۶۰۰۰۰	مهرگان، بر جنوب غربی تقاطع بلوار امام رضا و بلوار ولیعصر، طبق نقشه ارائه شده در سامانه

تاریخ انتشار: ۱۴۰۲/۱/۲۷ و ۱۴۰۲/۱/۲۸ مهلت دریافت اسناد: ۱۴۰۲/۱/۳۱ تاریخ بازدید: ۱۴۰۲/۱/۳۱ مهلت ارسال پیشنهاد: ۱۴۰۲/۲/۱۱
تاریخ بازگشایی : ۱۴۰۲/۲/۱۲ تاریخ اعلام به برنده : ۱۴۰۲/۲/۱۲
بدیهی است انتخاب خریدار با درنظر گرفتن بهترین مبلغ پیشنهادی و نحوه پرداخت اعم از پیش پرداخت و مدت زمان واریز اقساط در زمان کوتاهتر می باشد

شرایط عمومی و توضیحات برگزاری مزایده / فراخوان دستگاه اجرایی

- برگزاری فراخوان صرفا از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت بوده و کلیه مراحل فرایند مزایده شامل دریافت اسناد مزایده ، ارسال پیشنهاد قیمت و اطلاع از وضعیت برنده بودن مزایده گران محترم از این طریق امکان پذیر می باشد .
- کلیه اطلاعات املاک و مستغلات شامل مشخصات ، شرایط و نحوه فروش در برد اعلان عمومی سامانه مزایده قابل مشاهده بررسی وانتخاب می باشد.
- علاقمندان به شرکت درفراخوان می بایست جهت کسب اطلاع از نحوه ثبت نام و دریافت گواهی الکترونیکی (توکن) به سایت سامانه (www.setadiran.ir) بخش ثبت نام / پروفایل مزایده گر مراجعه و با تلفن ۱۴۵۶-۰۲۱ داخلی ۵ تماس حاصل نمایند نمایند .

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۲/۰۱/۲۷ تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۲/۰۱/۲۸

روابط عمومی اداره کل راه و شهرسازی استان قزوین

۴۶

نوبت دوم
شناسه آگهی : ۱۴۷۸۰۰۸

آگهی مزایده عمومی به شماره
RIPI-A-140008,140105

پژوهشگاه صنعت نفت

۱- **موضوع مزایده:** دو دستگاه دیزل ژنراتور میتسوبیشی و یک دستگاه دیزل برق سیار F.G WILSON
۲- **نام و نشانی مزایده‌گزار:** پژوهشگاه صنعت نفت به نشانی تهران، بلوار غربی مجموعه ورزشی آزادی کد پستی ۱۴۸۵۶-۱۳۱۱۱ صندوق پستی ۱۳۷-۱۴۶۶۵
۳- **مبلغ سپرده شرکت در مزایده:** توان واریز وجه نقد به مبلغ ۷۵۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال به حساب پژوهشگاه صنعت نفت با شماره شبای IR۵۴۰۱۰۰۰۰۴۱۰۱۰۴۵۶۰۰۱۹۰۸۵۹ نزد بانک مرکزی و یا ارائه ۷۵۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال بصورت ضمانتنامه بانکی با اعتبار ۳ ماهه
۴- **محل و نحوه تسلیم پیشنهاد:** به صورت کتبی طی سه پاکت «الف»، «ب» و «ج» لاک و مهر شده و در محل پژوهشگاه صنعت نفت
۵- **مهلت، نحوه دریافت و ارسال اسناد مزایده:** واجدین شرایط میتوانند با مراجعه به پورتال پژوهشگاه صنعت نفت به نشانی WWW.RIPI.IR قسمت فرصت همکاری- مناقصه و مزایده، نسبت به تهیه اوراق استعلام ارزیابی کیفی اقدام نموده و حداکثر تا پایان وقت اداری روز شنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۲/۰۹ نسبت به تکمیل و الحاق مدارک در خواستی و تحویل آن با ذکر موضوع و شماره مزایده در پاکت در بسته لاک و مهر شده به دبیرخانه کمیسیون معاملات پژوهشگاه صنعت نفت به نشانی مزایده گزار تحویل و رسید دریافت دارند.
* شایان ذکر است هزینه چاپ آگهی بر عهده برنده مزایده می باشد.

دبیرخانه کمیسیون معاملات

نوبت دوم

آگهی تجدید مناقصه عمومی جمع آوری زباله و حمل پسماند عادی سطح شهر به محل سکوی میانی ملارد

شهرداری ملارد در نظر دارد به استناد مجوز شماره ۱۹۲۲/ص ش /۱۴۰۱ تاریخ ۱۴۰۱/۱۲/۱۰ موضوع بند ۲ مصوبه جلسه ۱۱۷ مورخ۱۴۰۱/۱۱/۲۳ شورای اسلامی شهر ملارد، مناقصه عمومی جمع آوری زباله و حمل پسماند عادی سطح شهر به محل سکوی میانی ملارد را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید.
کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت و تحویل اسناد مناقصه تا بازگشایی پاکتها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد .
متقاضیان شرکت در مناقصه در صورت عدم عضویت در سامانه نسبت به ثبت نام و دریافت گواهی امضای الکترونیکی (به صورت بر خط) برای کلیه صاحبان امضای مجاز و مهر سازمانی اقدام لازم را بعمل آورند.
۱) موضوع مناقصه : جمع آوری زباله و حمل پسماند عادی سطح شهر به محل سکوی میانی ملارد
۲) مبلغ اعتبار : ۳۲۹/۶۲۶/۷۸۶/۲۲۹ ریال
۳) مدت انجام کار : یکسال شمسی
۴) مهلت خرید و دریافت اسناد مناقصه :
از تاریخ ۱۴۰۲/۰۱/۲۰ تا تاریخ ۱۴۰۲/۰۱/۲۷ ساعت ۱۴:۳۰ در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت(ستاد) به آدرس www.setadiran.ir می باشد.
۵) مهلت قبول و بارگذاری پیشنهادات:
از تاریخ۱۴۰۱/۰۱/۲۷ تا تاریخ ۱۴۰۲/۰۲/۰۹ ساعت ۱۴:۳۰ در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت(ستاد) به آدرس www.setadiran.ir می باشد.
۶) سپرده شرکت در مناقصه مبلغ ۱۶/۴۸۱/۳۴۰/۰۰۰ ریال می باشد که می بایست به صورت یکی از روشهای مشروحه ذیل در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir بارگذاری و اصل رسید بانکی واریز وجه یا ضمانتنامه بانکی تا تاریخ ۱۴۰۲/۰۲/۰۹ ساعت ۱۴:۳۰ در پاکت لاک و مهر شده به دبیرخانه شهرداری واقع در بلوار رسول اکرم (ص) ، ساختمان مرکزی شهرداری ملارد تسلیم گردد.
الف) رسید بانکی واریز وجه مذکور به حساب شماره۰۱۱۶۶۸۵۴۲۸۰۰۳ سپرده شرکت در مناقصه نزد بانک ملی شعبه ملارد کد۲۶۱۶
ب)ضمانتنامه بانکی به نفع شهرداری ملارد به حساب به شماره ۰۱۱۶۶۸۵۴۲۸۰۰۳ نزد بانک ملی ایران شعبه ملارد کد ۲۶۱۶
۷) لازم بذکر است نفرات اول ، دوم و سوم مناقصه هرگاه حاضر به انعقاد قرارداد نشوند سپرده آنان به ترتیب به نفع کارفرما ضبط خواهد شد.
۸) لازم بذکر است سایر اطلاعات و جزئیات مربوط به معامله در اسناد مناقصه مندرج می باشد.
۹) لازم بذکر است شهرداری در رد یا قبول هر یک از پیشنهادها مختار است .
۱۰) هزینه درج آگهی به عهده برنده مناقصه است .
۱۱) زمان بازگشایی پیشنهادها در ساعت ۱۴:۳۰ روز یکشنبه تاریخ ۱۴۰۲/۰۲/۱۰ در سالن جلسات ساختمان مرکزی شهرداری ملارد می باشد.

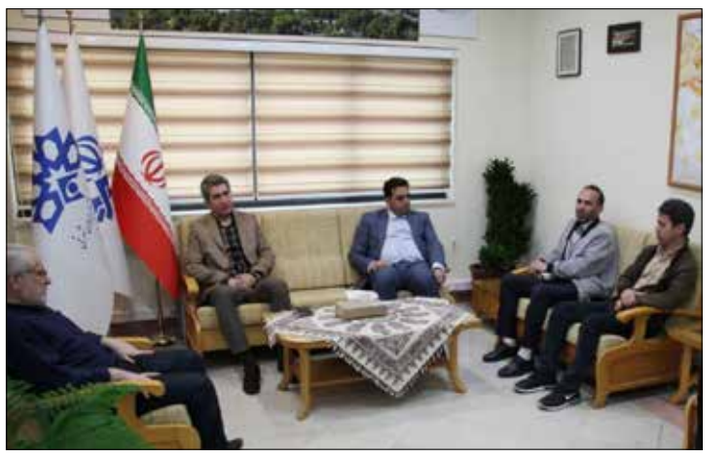
تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۲/۰۱/۲۰ تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۲/۰۱/۲۷

محمد بهمنی – شهردار ملارد

۲۰

در دیدار با ارکان انجمن صنفی دفاتر نمایندگی روزنامه های سراسری عنوان شد؛

هم اندیشی جامعه رسانه ای با برنامه سازان رسانه ملی الزامی است



تبریز – روزنامـــه فرصت امروز: رئیس و اعضای انجمن صنفی دفاتر نمایندگی روزنامه‌های سراسری با مدیرکل صدا و سیمای مرکز آذربایجان شرقی دیدار و گفتگو کردند.

مدیرکل صدا و سیمای مرکز آذربایجان شرقی در این دیدار با تاکید بر لزوم تقویـت بنیه ی علمی و حرفه ای خبرنگاران در حوزه ی تولید، نگارش و نشر خبر گفت: خبرنگاران با ارتقا دانش و تخصص لازم در حوزه ی خبر می توانند برای گروه های مختلف جامعه اخبار تخصصی با اطلاعات دقیق تولید کنند.

دکتر اکبر رضائی بر رسالت امیدآفرینی و امیدبخشی رسانه ها تاکید کرد و با بیان اینکه از تمام ظرفیت‌های موجود برای اطلاع رسانی، آگاهی بخشی و نقش‌آفرینی رسانه در استان استفاده خواهیم کـرد، افزود: در حال برنامه ریزی و تدوین برنامه‌ای با همکاری تشکل های رسـانه ای از جمله انجمن صنفی دفاتر نمایندگی روزنامه‌های سراسـری در راسـتای مـرور اخبار و رویدادهای استانی هستیم.

وی اظهار داشـت: رسـانه‌ها باید به‌دور از هر نوع تمایل و جریان‌های سیاسی به توسـعه استان و معیشت مردم کمک کنند و بدون هیچ قید و بندی با اطلاع‌رسانی صادقانه و بدون کینه و سیاه‌نمایی، تحلیل‌های خود را آزادانه ارائه نمایند.

رضایی با اشـاره به اهداف مشـترک جرایـد، خبرگزاریها، پایگاه های خبری و رسـانه ملی و استانی، بر ارتقای همکاری رسانه‌ای تأکید کرد و ابراز داشت: گسترش تعاملات، همفکری و مشـورتی و هم اندیشـی جامعه رسـانه ای با برنامه ریزان و برنامه سازان رسـانه ملی را امری ضروری خواند و بهره‌مندی از کارشناسـان و نخبگان رسـانه‌ای در برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی را در ارتقای کیفی تولیدات و جلب رضایت مخاطبان مثبت ارزیابی کرد.

رئیس انجمن صنفی دفاتر نمایندگی روزنامه‌های سراسری اسـتان آذربایجان شـرقی نیز ضمن قدردانـی از همکاری و همراهی رسـانه ملی با جامعه مطبوعاتی و رسانه ای استان، از آمادگـی هرگونه همکاری انجمن در راسـتای هم‌افزایی و همگرایی دوسویه خبر داد.

اسد فلاح با ارائه گزارشی از فعالیت‌ها و برنامه‌های این انجمن اظهار داشت: روزنامه‌های سراسری بیشترین مخاطب و خریدار را در پیشخوان و کیوسک‌های فروش مطبوعات استان دارند و این نشان‌دهنده حفظ مزیت جراید کشوری است.

وی بـه نقش مهـم روزنامه‌های سراسـری در پرداخت و انعکاس اخبار استانی در کنار سایر رسانه‌ها اشاره کرد و افزود: بازتاب اخبار فعالیت‌های اسـتان از طریق رسانه‌های مکتوب کثیرالانتشـار کشور، علاوه بر ایفای مسئولیت و رسالت اطلاع رسـانی، تلاشگران و دلسـوزان آذربایجان شرقی را در مسیر توسعه روزافزون، همراهی و همیاری می‌کند.

در این دیدار دیگر اعضای هیئت‌مدیره انجمن صنفی دفاتر نمایندگی روزنامه‌های سراسـری اسـتان هم به بیان مسائل موجود پرداختند.

فرمانده لشکر ۱۶ زرهی قزوین:

۲۵۰ برنامه به مناسبت هفته ارتش در استان قزوین برگزار می‌شود

قزوین- خبرنگار فرصت امروز: فرمانده لشکر ۶۱ زرهی قزوین از برگزاری ۰۵۲ برنامه از جمله برپایی نمایشگاه ادوات نظامی و یادواره شهید صیاد شیرازی با هدف گرامیداشت هفته ارتش در استان خبر داد.

امیر سرتیپ‌دوم حسین محمدشفیعی شنبه شب در نشست خبـری با اصحاب رسـانه قزوین که به مناسـبت روز ارتش جمهوری اسلامی برگزار شد، با اشاره به فلسفه نام گذاری روز ارتش گفت: بعد از پیروزی انقلاب اسلامی و استقرار آن خیلی از مخالفین دنبال انحلال ارتش بودند یا قصد داشـتند ارتش فداییان خلق را مستقر کنند.

وی ادامه داد: حضرت امام خمینی(ره) به عنوان معمار کبیر انقلاب اسلامی با تیزبینی و درایتی که داشتند در عصر روز ۸۲ فروردین در بیانه ای روز چهارشـنبه ۹۲ فروردین را روز ارتش اعلام کرده و فرمودند «ارتش محترم در این روز در شهرستان های بزرگ با ساز و برگ به رژه بپردازند و پشتیبانی خود را از جمهوری اسـلامی و ملت بزرگ ایـران و حضور خود را برای فداکاری در راه استقلال و حفظ مرزهای کشور اعلام نمایند.“

امیر سرتیپ‌دوم شفیعی با بیان اینکه این اقدام امام (ره) مهر تاییدی برای حفظ استقلال و تمامیت ارزی ایران بود،تصریح کـرد: هفته ارتش جمهوری اسـلامی ایران از بیسـت و یکم فروردین همزمان با سالروز شـهادت شهید صیاد شیرازی به مدت یک هفته آغاز می شود و با انجام یک رژه حماسی پایان می یابد. وی با اشـاره به برنامه‌های این هفته گفت: همزمان با آغاز هفته یادواره شهید صیاد شیرازی با حضور مقامات ارشد به همراه رونمایی از ۲ کتاب برگزار خواهد شد و همچنین یادواره ۲ هزار و ۰۵۹ شـهید لشکر ۶۱ زرهی نیز در این هفته برگزار می شود.

امیر سرتیپ‌دوم شفیعی اظهار کرد: نمایشگاه ادوات نظامی و تجهیزات نیروی زمینی در لشـکر ۶۱ زرهی از روز بیست و یکم فروردین به صورت روزانه دایر می شـود و بازدید از آن در سـاعات ۰۳:۹ الی ۰۳:۲۱ و ۵۱ و ۰۳ تا ۸۱ و ۰۳ برای عموم شهروندان آزاد خواهد بود.

وی همچنین گفت: در این نمایشـگاه تعدادی از پهپادهای ساخت داخل که قبلاً از آن رونمایی شده نیز به معرض نمایش عمومی گذاشته خواهد شد.

فرمانده لشکر ۶۱ زرهی قزوین با خانواده معظم شهدا، دیدار با نماینده ولی فقیه و امام جمعه قزوین، حضور و سـخنرانی در راهپیمایی روز قدس در قزوین و شهرستان ها، برگـزاری ضیافت افطاری، ارائه خدمات درمانی توسـط کادر درمانی بیمارستان۳۲۵ ارتش شهر قزوین در مناطق محروم و روسـتاها، نورافشانی در شب بیست و نهم فروردین و برگزاری مراسم ویژه شب قدر بخشی از برنامه های لشکر ۶۱ زرهی در این هفته به شمار می رود.

استقرار نیروهای لشکر ۶۱ زرهی قزوین در نقاط صفر مرزی

این مسوول ارتش جمهوری اسـلامی ایران افزود: آسایش، آرامش و آن چیزی که در اختیار داریم بزرگترین سرمایه ماست و آن را برای آسـایش و امنیت مردم هزینه می کنیم تا بدون دغدغه زندگی کنند.

فرمانده لشکر ۶۱ زرهی قزوین با اشاره به اقدامات این لشکر عنوان کرد: نیروی زمینی لشکر ۶۲ زرهی و تیپ های تابعه از سه سال گذشـته در جهت تامین امنیت مرزها در نقاط صفر مرزی شمال کشور مستقر شده است.

امیر سرتیپ‌دوم شفیعی خبر داد: حفاظت از مرزهای کشور، دستگیری عوامل نفوذی دشمن، کشف سلاح و مهمات، کشف اقلام قاچاق، مشروبات، احشـام از دستاوردهای حضور شبانه روزی نیروهای ما در این مناطق به شمار می رود.

وی همچنین گفت:بـا درایت و آینده نگری فرمانده نیروی زمینی سه اصل مهم ولایت محوری، عدالت محوری و شایسته سالاری در نیروی زمینی ارتش نهادینه شده است.

فرمانده ارشد آجا در استان‌های قزوین و زنجان اظهار کرد: طرح لبیک یا خامنه ای و طرح های ۱۳ گانه در راستای ارتقا معیشت کارکنان ، آمادگی رزمی نیروی زمینی، ارتقای منزلت اجتماعی و افزایش امید به آینده در حال اجرا می باشد.

فرمانده لشـکر ۶۱ زرهی قزوین اضافه کرد: در طرح لبیک اصلـی و در لبیک اول که با هـدف تغییر و تحول در هویت و ماهیت نزاجا اجرا شـده از این پس هیچ نیروی زمینی پیاده محض نخواهیم داشـت و همه نیروها به تجهیزات روز دفاعی مجهز می شوند.

امیر سرتیپ دوم شفیعی با اشاره به طرح لبیک دوم گفت: این طرح با هدف جایگزین کردن تسلیحات به روز با قدیمی در نیروی زمینی و در راستای دور زنی، دقیق زنی، هوشمند زنی و قابلیت شـبکه بودن تیراندازی به اهداف دشمن اجرا شده و هدف ما این است که در جهت صرفه جویی در تسلیحات برای هر هدف یک گلوله شلیک کنیم.

وی اضافه کرد: در طرح لبیک سوم نیز نزاجا با هدف زدودن کهنگی از چهره پادگان‌ها، خانه های سازمانی و مراکز درمانی نسبت به نوسازی و زیباسازی این بناها اقدام خواهد کرد.

حضور تیم ورزشی لشگر ۶۱زرهی در مسابقات جهانی

امیر سرتیپ‌دوم شفیعی با اشاره به اقدامات ورزشی صورت گرفته در لشکر ۶۱ زرهی قزوین گفت: تیم وزنه برداری لشکر ۶۱ زرهـی با شکسـت حریفان قدرتمند خود در مسـابقات کشوری، بعد از ماه مبارک رمضان در مسابقات جهانی حضور خواهد داشت. فرمانده ارشد آجا در استان‌های قزوین و زنجان با بیان اینکه بیش از ۳۲ هزار واحد مسکونی در سطح کشور برای کارکنان خدوم ارتش ساخته شده یا در حال احداث است است گفت: در حال حاضر بیش از ۲هزار واحد مسکونی ویژه کارکنان ارتش در استان قزوین وجود دارد که ۳۷۷ واحد از آنها در شهر قزوین واقع شده است.

وی همچنین گفت: ۰۲۱ واحد مسـکونی شخصی نیز در راستای تامین مسکن کارکنان لشـکر ۶۱ زرهی و تیپ های تابعه در منطقه احداث خواهد شد.

فرمانده لشـکر ۶۱ زرهی قزوین گفت: ارتش در کنار سایر نیروهای مسلح، سپاه پاسداران، فرماندهی فراجا، بسیج و آحاد مردم در تمامی صحنه ها حضور فعالی داشته و در دفاع مقدس بیش از ۲ هزار و ۰۵۹ شهید، یک هزار و ۶۰۲ جانباز و یک هزار و ۸۸۵ آزاده تقدیم جمهوری اسلامی ایران کرده است.

وی در پایان در پاسـخ به سوال یکی از خبرنگاران مبنی بر جابجایی لشکر ۶۱زرهی از موقعیت کنونی گفت: در حال حاضر هیچ برنامه ای برای تغییر مکان لشکر ۶۱ زرهی نداریم.

فرمانده لشـکر ۶۱ زرهی قزوین گفت در راسـتای تامین آسایش و آرامش مردم و تل گره ترافیکی در بلوار شهید چگینی تنها بخشی از لشکر جهت تعریض این کمربندی در حال تغییر کاربری می باشد و همچنین در این منطقه برای خانه دار شدن تعدادی از کارکنان واحدهای مسکونی احداث خواهد شد.

نشست اعضای ستاد نهمین دوره جشنواره روستاها و عشایر دوستدار کتاب خوزستان برگزار شد

اهواز - شـبنم قجاوند: معاون فرهنگی و رسـانه اداره کل فرهنگ و ارشـاد اسلامی خوزسـتان در نشست اعضای ستاد نهمین دوره جشـنواره روستاها و عشایر دوستدار کتاب خوزستان گفت: این جشنواره با توجه به تجربه برگزاری هشت دوره ی موفق، در بین مردم روستاها هویت دار و شناخته شده است. به گزارش روابط عمومی اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان، مجید منادی در نشست اعضای ستاد نهمین دوره جشنواره روستاها و عشایر دوستدار کتاب خوزستان بیان کرد: وزارت فرهنگ و ارشـاد اسـلامی در طول چند سال مستمر اجرای رویدادهای ترویجی کوشیده است با هدف پشتیبانی از برنامه‌ها و طرح‌های خلاق در زمینه کتاب و کتابخوانی و تقویت هویت اسلامی در سراسر کشور ، علاقه‌مندان زیادی را به سوی کتابخوانی جذب کند.

وی با بیان اینکه خوزستان در چند دوره برگزاری جشنواره روستاها و عشایر همواره به عنوان استان برتر در سطح کشوری معرفی شـده است، اظهار کرد: ترویج و گسترش کتابخوانی از پایه می‌تواند زمینه مناسب را برای حرکت های بلندمدت ادبی و فرهنگی در جامعه فراهم کند.

در این نشست افتخار فرج، فعال رسانه‌ای و از اعضای ستاد نهمین دوره جشنواره روستاها و عشـایر دوستدار کتاب قرار گرفتن جوامع روسـتایی در کنار شـرکت‌های توسعه نیشکر و استفاده از ظرفیت این شـرکت‌ها برای حضور در جشنواره روسـتاها و عشـایر را مثبت ارزیابی کرده و بیان کرد: با توجه به قابلیت و توانمندی شـرکت‌های توسعه نیشکر امیدواریم با اجرای طرح هدفمند و بلند مدت یکساله زمینه توسعه و تجهیز کتابخانه در این روستاها فراهم شود.

ولید آلبوناصر، مدیر روابط عمومی توسعه و نیشکر خوزستان نیز در این نشست ضمن ابراز خرسندی از تعامل بین اداره کل فرهنگ و ارشـاد اسلامی خوزستان و شرکت توسعه نیشکر و صنایع جانبی خوزستان اظهار کرد: بعضی از روستاهای مجاور شـرکت‌های توسعه نیشـکر ظرفیت بالایی دارند و برگزاری رویدادهایی چون جشنواره روستاها و عشایر می‌تواند توانمندی این روسـتاها را در ابعادی چون گردشگری و دیگر قابلیت‌ها به مردم معرفی کند. وی ایده طرح هر مدرسـه روستایی یک کتابخانه از سوی اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان را مطلوب دانسـته و اضافه کرد: با توجه به وجود ۱۴۷ روستا در کنار شرکت‌های توسعه نیشکر در ۷ شهرستان خوزستان، با ساخت قفسـه کتاب از سوی این شرکت چند روستا دارای کتابخانه شـده و در ادامه نیز به صورت مستمر این طرح را در روستاهای دیگر اجرا خواهیم کرد. در پایان این نشست از سوی اداره کل فرهنگ و ارشـاد اسـلامی خوزستان ابلاغی باعنوان مسئول اجرایی نهمین دوره جشنواره روستاها و عشایر دوستدار کتاب در روستاهای مجاور شرکت توسعه نیشکر به مدیر روابط عمومی این شرکت اعطا شد.

نماینده ولی فقیه در آذربایجان شرقی و امام جمعه تبریز:

دولت باید اقتصاد را به اهلش بسپارد

تبریز - فلاح: نماینده ولی فقیه در آذربایجان شرقی و امام جمعه تبریز در دیدار با هیئت نمایندگان دوره نهم و دهم اتاق تبریز با تاکید بر اینکه دولت باید اقتصاد را به اهلش بسـپارد، گفت: اتاق تبریز باید نقش تصمیم‌سازی در حوزه‌ی اقتصادی استان را برعهده بگیرد.

حجت‌الاسـلام سید محمدعلی آل هاشـم تاکید کرد: اگر سخنان مقام معظم رهبری در دیدار با کارآفرینان و فرمایشات ایشـان در روز اول سال در مشـهد مقدس را در نظر بگیریم بسیاری از مشـکلات اقتصادی کشور حل می‌شود. طبق این رهنمودها، دولت باید اقتصاد را به اهلش بسپارد.

وی ادامـه داد: هیئت نمایندگان جدید و اتاق تبریز باید در تصمیم‌سازی‌های اقتصادی استان نقش ایفا کند و باید مسایل معیشتی و اقتصاد استان، با مشاوره‌ی اتاق تبریز انجام شود.

وی خاطرنشان کرد: امیدوارم در دوره‌ی جدید شاهد حضور نماینـدگان اتاق تبریز در اتاق ایران باشـیم. این امر می‌تواند بر اعتبار اتاق تبریز و پیشـبرد اهداف بخش خصوصی استان بیفزایـد. وی بر همدلی هر چه بیشـتر در بین اعضای هیئت نمایندگان اتاق تبریز تاکید کـرد و گفت: امیدوارم در دوره‌ی جدید، ارتباطات تجاری بین‌المللی اتاق با کشـورهای منطقه افزایش یابد و باید روحیه‌ی تولید و افزایش صادرات را تقویت کنیم. رئیس اتـاق بازرگانی تبریز نیز در ایـن دیدار به بیان گزارشی از عملکرد اتاق تبریز در دوره‌ی چهار ساله نهم پرداخت و گفت: اتاق بازرگانی تبریز به عنوان نخسـتین اتاق بازرگانی کشور به شمار می‌رود. در حال حاضر تعداد اعضای اتاق تبریز به ۲۳۰۰ نفر رسیده است و از این لحاظ جزو اولین‌هاست.

یونس ژائله یادآور شد: برای نخستین بار در تاریخ اتاق تبریز، دفتر بناب راه‌اندازی شـد تا فعالان اقتصادی این شهرسـتان بتوانند خدمات مورد نیاز خود را بدون نیاز به مراجعه به تبریز کسب کنند. شعبه جلفا نیز با درخواست فعالان اقتصادی حوزه منطقه آزاد ارس آماده راه‌اندازی شـد که با اسـتقبال اعضای اتاق در این منطقه مواجه شـده است. ژائله اضافه کرد: شورای گفتگـوی دولت و بخش خصوصی اتاق در دو سـال اخیر، با عملکرد و مناسب و تعداد قابل توجه پیشنهادهای ملی، رتبه‌ی اول کشوری را کسب کرده است. در حوزه‌ی آموزش و افزایش مهارت‌آموزی نیز طی سال‌های اخیر رتبه‌ی نخست کشوری را کسب کرده‌ایم. ژائله تصریح کرد: مطابق وعده‌ها، پنجره‌ی واحد کسـب و کار از مردادماه ۱۳۹۹ در اتاق تبریز راه‌اندازی شد و طی ۳ سال گذشته با استقبال صعودی متقاضیان مواجه شده است. همچنین نماینده‌ی منطقه‌ی آزاد ارس و مشاوره بخش دانش‌بنیان نیز در سال اخیر در اتاق تبریز مستقر شده‌اند تا به اعضای محترم اتاق خدمات لازم را ارائه دهند.

رئیس اتـاق بازرگانی تبریز همچنین از برگزاری مناسـب دهمیـن دوره انتخابـات اتاق تبریز خبـر داد و گفت: هیئت نمایندگان جدید اتاق از تشـکل‌ها و صنوف مختلف تشکیل یافته‌اند و برنامه‌ی اتاق در سـال جدید تقویت مهارت‌آموزی و بخش آموزش و از سـویی افزایش تعاملات بین‌المللی برای توسعه‌ی صادرات بخش خصوصی اسـتان است. لازم به ذکر است در این دیدار تعدادی از اعضای هیئت نمایندگان نظرات و پیشـنهادات خود را در حضور نماینده ولی فقیه در اسـتان مطرح کردند.

معاون پرورشی و فرهنگی اداره کل آموزش و پرورش آذربایجان شرقی خبر داد؛

تبریز میزبان جشن بزرگ ۱۰ هزار نفری دانش‌آموزان دختر روزه اولی

تبریز - پاشـائی: جشـن بزرگ ۱۰ هـزار نفری دانش‌آمـوزان دختر روزه اولی در تبریز برگزار می‌شـود. پناه علی حسین زاده، معاون پرورشی و فرهنگی اداره کل آموزش و پرورش آذربایجان شرقی اظهار کرد: این برنامه با حضور بیش از ۱۰ هزار نفر دانش آموز دختر با مشارکت و همکاری اداره کل آموزش و پرورش آذربایجان شرقی در روز دوشنبه ۲۸ فروردین ماه، مصادف با ۲۶ ماه رمضان در مصلی امام خمینی (ره) تبریز برگزار خواهد شد. وی افزود: برنامه های مهیج و آموزشی متنوعی برای دانش آموزان در این روز تدارک دیده شده تا این عزیزان با فیوضات ماه پر برکت رمضان آشنا شده و خاطره ای ماندگار در ذهن دانش آموزان ایجاد شود.

وی ضمن اشـاره به برنامه های ایـن روز گفت: دانش آموزان در این روز از سـخنان ارزشمند نماینده ولی فقیه در استان و امام جمعه محبوب تبریز بهره مند و در بخشی از برنامه ها با حضور محمدحسین پویانفر به اجرای سرود روزه اولی ها خواهند پرداخت.

وی از همکاری تمامی تشکل ها برای برگزاری هر چه بهتر این جشن باشـکوه قدردانی و خاطرنشان کرد: این جشـن با هدف اجرای ساحت های شش‌گانه سند تحول بنیادین آموزش و پرورش در راستای تربیت دینی و ولایی دانش آموزان و آشـنایی آن ها با احکام الهی و فیوضات ماه مبارک رمضان برگزار می شـود. لازم به ذکر است که جشن بزرگ ۱۰ هزار نفری دانش آموزان دختر آذربایجان شرقی روز دوشـنبه ۲۸ فروردین ماه، مصادف با ۲۶ ماه رمضان در محل مصلی اعظم امام خمینی (ره) تبریز برگزار خواهد شد.

اخبار

دانشگاه حضرت معصومه(س) در آستانه روز قدس بیانیه ای صادر کرد

قم- خبرنگار فرصت امروز: به گزارش روابط عمومی دانشگاه حضرت معصومه(س) متن بیانیه به شرح ذیل است:

بسم الله الرحمن الرحیم

”وَلَقَدْ كَتَبْنَا فِي الزَّبُورِ مِنْ بَعْدِ الذِّكْرِ أَنَّ الْأَرْضَ يَرِثُهَا عِبَادِيَ الصَّالِحُونَ“

سوره انبیاء. آیه ۱۰۵

قصّه پرغصه فلسطین و اندوهِ مظلومیتِ جانکاه این ملت مقاوم و صبور، درد و رنجی انبوه را بر دلِ انسـانهای آزادی خواه و عدالت جو می نشاند، چرا که در هیچ برهه ای از تاریخ، هیچ یک از ملتهای جهان با چنین رنج بزرگ و اقدامی طالمانه مواجه نبوده اند که در یک توطئه فرامنطقه ای و غیر انسـانی، ملتی با کشـتار و غارت، از خانه خود رانده شده و کشورشان به طور کامل اشغال شده و گروهی دیگر از جای جایِ جهان به خانه و سرزمین آنها گسیل شوند و تجربه تلخ سهمگینی را در حافظه تارسخ بشیریت ثبت کنند. انتخاب هوشمندانه و حکیمانه معمار کبیر انقلاب اسـلامی در نامگذاری "روز جهانیِ قدس" تیری بود بر قلبِ توطئه استکبار جهانی و صهیونیسم در فراموشی مظلومیتِ خاموشِ ملت فلسین و گاهِ بیداری و مطالبه گری آرمان آزادی خواهی. اقدامی که منجر به شکل گیری محور مقاومت در مقابل توطئه بزرگ سیطره استکبار و صهیونیست در منطقه غرب آسیا و شکل گیری جغرافیای سیاسی مقاومت شد. "آزادی قدس" نه تنها یک آرمان و هدف متعالی برای جامعه اسلامی، بلکه به یک مؤلفه گفتمان ساز برای آزادی خواهان و حق طلبان جهان تبدیل شده است و اتفاقات منطقه و جهان در برهم خوردن معادلات بین المللی در عرصه حکمرانی قدرت های جهانی، حاکی از توانایی روز افزون گفتمان "مقاومت" برای برپانمودن "نظم نوین جهانی" و جهان "چندقطبی" و در نهایت "حکومت مستضعفین" است.

ما؛ جامعه دانشگاهی دانشگاه حضرت معصومه (س) ضمن تجدید عهد با آرمان های انقلابی و انسان دوستانه معمار کبیر انقلاب اسلامی و در راسـتای فرمایشات مقام معظم رهبری، امام خامنه ای و تداوم راه مقدس سردارِ شهید مقاومت؛ حاج قاسم سلیمانی، با شرکت در راهپیمایی روز قدس، نفرت خویش را از سلطه گری و زیاده خواهی استکبار جهانی و صهیونیست فریاد خواهیم زد و اعلام می داریم که مبارزه مشروع و اخلاقی با این رژیم غاصب و کودک کش ادامه خواهد یافت تا زمانی که بر مبنای دموکراسی رایج در جهان، برگزاری همه پرسی از تمامی ساکنان اصلی فلسطین، تعیین کننده نظام سیاسی کشور و سرنوشت بیگانگان سکنی گزیده، باشد.

دانشگاه حضرت معصومه (س)

۲۲ رمضان ۱۴۴۴

بازدید نماینده ولی فقیه در استان هرمزگان از دستاوردهای پالایشگاه ستاره خلیج فارس

بندرعباس- خبرنگار فرصت امروز: نماینده ولی فقیه در اسـتان هرمزگان و امام جمعه بندرعباس ضمن بازدید از پالایشگاه ستاره خلیج فارس دستاوردهای بزرگ‌ترین پالایشگاه کشـور را مورد تحسـین قرار داد. به گزارش روابط عمومی و بین الملل شرکت نفت سـتاره خلیج فارس، حجت‌الاسلام و المسلمین محمد عبادی زاده با بیان اینکه مقام معظم رهبری نگاه ویژه به پالایشگاه ستاره خلیج فارس دارند و فرمودند نفت ستاره خلیج فارس نقشه دشمنان در تحریم بنزین را نقش بر آب کرد، ابراز کرد: راه‌اندازی این پالایشگاه به همت جوانان متخصص کشور صورت گرفت و جلوگیری از خام فروشی را باعث شده است. وی ادامه داد: دشمن نسبت به خود اتکایی به داخل بسیار حساس است و این مجموعه که با تکیه بر توان داخلی نهادینه شده است در تیر رس و نگاه دشمن است. حجت‌الاسلام و المسلمین عبادی زاده ابراز کرد: اقتدار دانشی در این مجموعه دسیسه‌های دشمن را خنثی کرده است که این دستاوردها بسیار قابل تحسین است. این مقام مسئول چشم انداز آینده برای نفت ستاره خلیج فارس را چشم انداز روشنی دانست و اظهار کرد: در بخش های مختلف نیازمند پیشرفت هستیم و اینکه در این مجموعه از خام فروشی جلوگیری شده است بسیار باعث افتخار است اما هیچ‌گاه نباید از تولید فرآورده با ارزش تر غافل بود و در این راستا باید همت خود را بالا ببریم. وی گفت: پالایشگاه ستاره خلیج فارس نه تنها چشم و چراغ صنعت استان بلکه چشم و چراغ صنعت کشور ماست و تلاش‌های کارکنان این مجموعه ستودنی است. در این دیدار علیرضا جعفرپور مدیرعامل شرکت نفت ستاره خلیج فارس نیز به تشریح دستاوردهای اخیر این مجموعه عظیم نفتی کشور پرداخت که بسیار مورد تحسین نماینده ولی فقیه در استان هرمزگان و امام جمعه بندرعباس قرار گرفت. همچنین در این دیدار سردار غلامشاهی فرمانده منطقه یکم نیروی دریایی سپاه، حجت‌الاسلام و المسلمین عبادی زاده را همراهی می کرد.

۹ زمین چمن مصنوعی فوتبال در محلات بوشهر نوسازی می‌شود

بوشـهر- خبرنگار فرصت امروز: شهردار بندر بوشهر در نشست با نمایندگان محلات جنوبی از اختصاص ۲۰۰ میلیارد ریال اعتبار به پروژه انتقال سایت پسماند به خارج از شهر، آغاز پروژه استانداردسازی کارخانه آسفالت شهرداری، اختصاص ۱۲۰ میلیارد ریال اعتبار به پروژه احداث کانال دفع آب‌های سطحی و احداث ۹ زمین چمن مصنوعی فوتبال در محلات جنوبی بوشهر خبر داد. به گزارش واحد خبر و رسانه مدیریت ارتباطات و امور بین‌الملل شـهرداری بندر بوشهر، حسین حیدری در نشست اعضای شورا و مسئولان شهرداری با نمایندگان محلات جنوبی شهر بوشهر اظهار کرد: شهرداری با هدف توسعه متوازن در شهر بوشهر نگاهی ویژه و راهبردی به محلات جنوبی معطوف کرده است که گذر سرتل – تنگک نیز در همین راستا عملیاتی شده و به‌زودی بهره‌برداری می‌شود. به‌گفته وی، در سال ۱۴۰۲ قرارداد نوسازی و ترمیم ۹ زمین چمن مصنوعی فوتبال در محلات جنوبی منعقد شده و همچنین ۱۲۰ ریال اعتبار به پروژه احداث کانال دفع آب‌های سطحی در این محلات اختصاص یافته است. شهردار بوشهر در ادامه با بیان اینکه ۲۰۰ میلیارد ریال اعتبار به پروژه جابه‌جایی سایت دفن پسماند بوشهر اختصاص پیدا کرده است که این مهم در صورت تعامل و همراهی دستگاه‌های ذیربط در سال جاری محقق می‌شـود، یادآور شد: با هدف ساحل‌سـازی در جوار پارک شغاب نیز تجهیز کارگاه پروژه صورت گرفته و به‌زودی این پروژه وارد فاز عملیاتی می‌شود که دستاورد نهایی آن بازگشایی بخش جدیدی از ساحل برای استفاده شهروندان است.

وی در پایان افزود: شتاب‌بخشی به پروژه آسفالت کوچه‌های خاکی، آغاز استانداردسازی کارخانه آسفالت، توسعه فضای سبز، اجرای گذر جدید جوار مرکز تحقیقات کشاورزی از دیگر پروژه‌های در حال احداث شهرداری بوشهر در محلات جنوبی است.

بازدید دکتر گلاب کش معاون برنامه ریزی و امور اقتصادی توانیر، از پروژه های شرکت برق منطقه ای مازندران وگلستان

ساری – دهقان : جلسه بررسـی پروژه های اولویت دار جهت گذر از پیـک بار ۱۴۰۲، با حضور دکتر گلاب کش معاون برنامه ریزی و امور اقتصادی توانیر و دکتر موسوی تاکامی، مدیرعامل شرکت برق منطقه ای مازندران و گلسـتان، در محل احداث ایستگاه ۴۰۰ کیلوولت شهرستان آزادشـهر، اسـتان گلسـتان برگزار گردید. به گزارش خبرنگار روزنامه مازندران به نقل روابط عمومی ، شـایان ذکر اسـت معاون برنامه ریزی و امور اقتصادی توانیرو دکتر علیپور مدیر کل دفتر فنی انتقال شـرکت توانیر در سفر یکروزه به استان گلستان از مراحل احداث فونداسیون پروژه خط چهار مداره ۲۳۰ و ۶۳ کیلوولت گرگان - کردکوی ومراحل اجرایی و احداث ایستگاه ۴۰۰ کیلوولت روستای مریم آباد، شهرستان گرگان و ایستگاه ۴۰۰ کیلوولت شهرستان آزادشهر،باز دیدبعمل آوردند.

مدیرکل بیمه سلامت استان مرکزی:

پرداخت چهار هزار دویست و شصت و دو میلیارد و ۸۰۴ میلیون ریال بابت مطالبات موسسات طرف قرارداد استان

اراک- فرناز امیدی: محمدرضا جیریایی، مدیرکل بیمه سلامت استان مرکزی با اعلام این خبر گفت: رقمی بیش از چهار هزارو دویست و شصت و دو میلیارد و ۸۰۴ میلیون ریال بابت مطالبات سطح یک و دو و سه طرف قرارداد در سطح استان در سال گذشته پرداخت کرده ایم .

وی ضمن ارائه گزارشی از وضعیت پرداختی به موسسات طرف قرارداد اسـتان بیان داشت: از این پرداختی ها رقمی معادل ۳۳۲ میلیارد و ۶۳۴ میلیـون ریال بابت مطالبات داروخانه های طرف قرارداد اسـتان ، ۲۸۲ میلیارد و ۴۷۴ میلیون ریال بابت ارز ترجیحی غیر دانشگاهی ، ۴۹۰ میلیارد و ۸۱۵ میلیون ریال بابت پرداختی به پزشـکان طرف قرارداد استان ، ۳۷۰ میلیارد و ۴۵۱ میلیون ریال بابت آزمایشگاههای طرف قرارداد استان ، ۹ میلیارد و ۹۱۴ میلیون ریال بابت مطالبات مراکز فیزیوتراپی استان ، ۱۸۰ میلیارد و ۳۷۱ میلیون ریال بابت مطالبات مراکز تصویربرداری اسـتان ، ۳۶۰ میلیارد و ۴۲۴ میلیون ریال بابت مطالبات مراکز غیر دانشگاهی (درمانگاهها و بیمارستانها) ، یک هزار و ۸۷۳ میلیارد و ۶۹۴ میلیون ریال ، ۴۳ میلیارد و ۲۶۳ میلیون ریال ، ۸۸ میلیارد و ۸۳۹ میلیون ریال بابت مطالبات خسارت متفرقه و مراکز ترک اعتیاد و یک هزار و ۱۶۵ میلیارد و ۹۲۵ میلیون ریال بابت مطالبات سطح یک روستای پرداخت و تسویه شده است. مدیر کل بیمه سلامت استان در پایان خاطرنشان کرد: سال گذشته از لحاظ پرداختی مطالبات موسسات طرف قرارداد استان خوشبختانه در وضعیت بسیار خوبی بودیم و پرداخت مطالبات را می توان گفت در یکی دو سال گذشته توسط سازمان بروز رسانی کرده ایم که این مهم جز با تلاش مدیران ارشد و پیگیری های همکاران محترم ستادی و سازمانی محقق نخواهد شد .

در سال تولید، دانش‌بنیان و اشتغال‌آفرین:

۱۴۳ واحد تولیدی و صنعتی در نقاط شهری و روستایی ایلام گازدار شدند

ایلام-هدی منصوری: مدیرعامل شرکت گاز استان ایلام گفت: در "سال تولید، دانش‌بنیان و اشتغال‌آفرین" بیش از ۱۴۳ واحد تولیدی و صنعتی در نقاط مختلف شهری و روستایی استان ایلام گازدار شدند تا گامی در راستای تحقق نامگذاری سال برداشته شود. محمود کشاورز به گازرسانی به صنایع در استان اشاره کرد و افزود: از این تعداد صنایع ۱۳ واحد تولیدی و صنعتی در ایلام، ۲۰ واحد در چوار، ۶ واحد در ایوان، ۴ واحد در آبدانان، ۲ واحد در بدره، ۱۰ واحد در چرداول، ۷ واحد در درهشهر، ۲۵ واحد در دهلران، ۱۵ واحد در سیروان، ۲۳ واحد در ملکشاهی، ۱۱ واحد در مهران و ۷ واحد صنعتی و تولیدی در هلیلان در طول سال ۱۴۰۱ گازدار شده اند. وی با بیان اینکه از ابتدای گازرسانی به استان تاکنون، یکهزار و ۲۷۸ واحد صنتی در نقاط مختلف شهری و روستایی استان گازدار شده است، اظهار داشت: در راستای تحقق نامگذاری سال گذشته، کمک به توسعه و رونق صنایع و افزایش تولید و محرومیت‌زدایی، برای ۱۴۳ واحد گازرسانی اجرا شده است. مدیرعامل شرکت گاز استان تصریح کرد: با گازرسانی به این تعداد صنایع، ۱۳ هزار مترمکعب در ساعت، گاز به جای سوخت‌های مایع جایگزین شده است. کشاورز با بیان اینکه از ابتدای گازرسانی تاکنون ۳۵۸ مرغداری، ۱۸۸ گاوداری، ۳۵ دامداری، ۴۷۹ صنایع متفرقه، ۱۹۴ صنایع عم

پروفایل مشتری ایده‌آل (ICP) چیست؟ راهنمایی برای فروش بی‌دردسر

نویسنده: علی آل‌علی

تعامل با مشتریان کاری نیست که امشب درباره‌اش تصمیم بگیرید و فردا کل مشتری دم فروشگاه‌تان صف بکشند. در عوض کارآفرینان باید یک استراتژی دقیق برای یافتن مشتریان و سپس جلب نظرشان داشته باشند. وگرنه تک تک محصولات روی دست‌شان باد خواهد کرد. این سرنوشت آشنایی است که اغلب کسب و کارها، به ویژه در ابتدای راه، با آن رو به رو می‌شوند.

یکی از تکنیک‌هایی که یافتن مشتریان را از هزارتویی اسرارآمیز به نوعی بازی سرگرم‌کننده تبدیل می‌کند، ساخت پروفایل مشتری ایده‌آل (Ideal Customer Profile) است. این استراتژی به شما کمک می‌کند تا به بهترین شکل ممکن مشتریان مناسب را از آنهایی که علاقه‌ای به محصولات‌تان ندارند، تشخیص دهید. فکر می‌کنم شما هم به خوبی می‌دانید هدف‌گذاری بر روی مشتریان نادرست تا چه اندازه خطرناک خواهد بود، مگر نه؟

اگر شم هم دوست دارید با راهکاری تازه برای شناسایی مشتریان علاقه‌مند به محصولات‌تان آشنا شوید، این مقاله نقشه گنجی معتبر برای‌تان آماده کرده است. با ما همراه باشید تا زیر و لم طراحی و استفاده از پروفایل مشتری ایده‌آل را یاد بگیرید. در این مقاله با سرفصل‌های زیر آشنا خواهید شد:

تعریف دقیق پروفایل مشتری ایده‌آل
تفاوت آن با پرسونای مشتری
مراحل طراحی پروفایل مشتری ایده‌آل
پروفایل مشتری ایده‌آل چیست؟

آدم‌ها قبل از اینکه شروع به مطالعه یک کتاب برای شب امتحان کنند، سراغ تعریف‌های اصلی می‌روند؛ چراکه وقتی تعریف‌های اصلی پس ذهن‌مان باشد، حتی سخت‌ترین امتحانات دنیا را هم یک طوری پاس خواهیم کرد. البته اینجا خبری از امتحانات سخت و نفسگیر نیست. در عوض ما قصد داریم برای راحتی شما هم که شده، قبل از هر کاری سراغ یک تعریف دست اول از پروفایل مشتری ایده‌آل برویم.

اجازه دهید از همین اول کار بحث‌مان را بدون اصطلاحات پیچیده جلو ببریم. پروفایل مشتری ایده آل در واقع ارزیابی کلی از مشتریانی است که احتمالا مایل به خرید از برندتان هستند. این دسته از مشتریان نه تنها علاقه زیادی برای خرید از شما دارند، بلکه احتمالا شما را به دوستان و آشنایان نیز معرفی خواهند کرد. به همین خاطر سرمایه‌گذاری بر روی این دسته از افراد اهمیت فراوانی دارد.

کارآفرینانی که همیشه مو را از ماست بیرون می‌کشند، احتمالا با تعریف ساده بالا میانه خوبی نخواهند داشت. پس اجازه دهید کارمان را کمی تخصصی‌تر کنیم. پروفایل مشتری ایده آل معمولا در یک قالب مشخص عرضه می‌شود. در این قالب پنج بخش اصلی وجود دارد:

توضیح مختصر درباره مشتری
آمار و ارقام کمی درباره او
اهداف کاری یا هدف اصلی مشتری موردنظر از خرید
مشکلات یا دغدغه‌های مشتری

الگوی اولیه رفتار مشتری در بازار

همانطور که می‌بینید، پروفایل مشتری ایده آل اطلاعات زیادی درباره مشتریان به آدم می‌دهد. شاید فکر کنید این مدل فقط به درد کسب و کارهای B2B بخورد. هرچه باشد این نوع کسب و کارها هستند که با تعداد محدودی از مشتریان سر و کار دارند و طراحی چنین قالبی برای‌شان منطقی خواهد بود. خب در این صورت باید بگوییم کمی دراشتباهید؛ چراکه این روزها بیشتر کسب و کارهای معمولی (همان B2C) از تکنیک بالا استفاده می‌کنند. اگر مهارت خوبی در دسته‌بندی مشتریان داشته باشید، آن وقت دیگر کاری نیست که در بازار نتوانید انجام دهید؛ از جمله همین تکنیک طراحی پروفایل ایده آل مشتری.

پروفایل مشتری ایده‌آل Vs پرسونای مشتری

احتمالا تا همینجای کار هم حسابی درباره شباهت بین پروفایل مشتری ایده‌آل و پرسونای مشتری خیال‌پردازی کرده‌اید. راستش را بخواهید، ما هم وقتی اولین بار با این مفهوم تازه آشنا شدیم، خیال کردیم یک تعریف تازه از همان پرسونای مشتری خودمان است. با این حال ماجرا کاملا فرق دارد.

در حالی که پروفایل مشتری ایده‌آل درباره فرآیند شناسایی خریداران است، پرسونای مشتری در واقع به مرحله جلب نظر آنها می‌پردازد. اجازه دهید از یک مثال جذاب استفاده کنیم. وقتی یک سرمربی بسکتبال دنبال یک بازیکن عالی برای پست گارد راس است، اول از همه سراغ تمام کسانی می‌رود که کیفیت و توانایی لازم برای بازی در این پست را دارند. این مرحله همان جایی است که پروفایل مشتری ایده‌آل به درد آدم می‌خورد. در مرحله بعد که قرارداد بین بازیکن و تیم ثبت شد، سرمربی قصه ما برای تعامل بهتر با بازیکن تازه وارد نیاز به شناخت هرچه دقیق‌تر او دارد. در این مرحله پرسونای مشتری وارد عمل می‌شود تا هیچ مشکلی از نظر شناخت فرد موردنظر پیش نیاید.

امیدوارم مثال بالا به اندازه کافی ذهن‌تان را نسبت به اصل قضیه روشن کرده باشد. به طور خلاصه، پروفایل مشتری ایده‌آل در مرحله ابتدایی آشنایی با مشتریان کاربرد دارد و پس از اینکه مشتریان کمی بیشتر به برند سرهم از شما خواهند کرد. پس به جای اینکه ذهنیت‌تان صرفا مربوط به فروش یکباره محصولات باشد، دنبال کسانی بروید که امکان خرید مداوم از شما را داشته باشند. این ویژگی نقش مهمی در انتخاب مشتریان ایده‌آل دارد.

دامنه ارتباطی: مشتریانی که دامنه ارتباطی وسیعی دارند، معمولا خیلی راحت‌تر اقدام به خرید می‌کنند؛ چراکه کمتر از دیگران درگیر سوالات کلیشه‌ای درباره محصولات شده و تمایلی هم برای مقایسه مداوم آن محصولات نخواهند داشت.

ویژگی‌های بالا در همه مشتریان به چشم نمی‌خورد. قبول دارم جست‌وجوی آنها در تمام مشتریان کار سختی به نظر می‌رسد، اما بعدا کارتان را راحت می‌کند. پس برای شروع هم که شده کمی به مشتریان‌تان با دید دقیق نگاه کنید. احتمالا خیلی زود این ویژگی‌ها را در دامنه‌ای از مشتریان پررنگ‌تر خواهید دید.

طراحی پروفایل مشتری ایده‌آل: تکنیک‌هایی برای اجرا

کارآفرینان معمولا در مواجهه با یک استراتژی تازه سعی در دشوار نشان دادن آن دارند. هرچه باشد استفاده از استراتژی‌های قدیمی همیشه به آدم احساس امنیت و راحتی می‌دهد. با این حال شما قرار نیست به چنین صورتی کارتان را دنبال کنید؛ چراکه ما کنارتان هستیم تا این کار سخت تبدیل به نوعی تفریح ساده شود.

ما در روزنامه فرصت امروز طراحی پروفایل مشتری ایده‌آل را در سه مرحله دنبال می‌کنیم. این مراحل در عین حال که ساده هستند، باید به طور اصولی دنبال شوند. وگرنه تاثیرگذاری لازم را به همراه نخواهند داشت. ما در ادامه سعی می‌کنیم هر کدام از این مراحل را به زبانی ساده و خودمانی با شما در میان بگذاریم.

شناسایی بهترین مشتریان

نظر شما درباره «بهترین مشتریان» چیست؟ اصلا کدام دسته از مشتریان برای شما تبدیل به بهترین می‌شوند؟ معمولا کارآفرینان معیارهای مشخصی برای خودشان دارند. مثلا به موارد زیر دقت کنید:

دایره فروش کوتاه (همان خرید سریع‌السیر از سوی مشتریان!)
هزینه پایین تبلیغات برای جلب نظر مشتری موردنظر
رضایت بالای مشتریان از خرید
تعداد دفعات بالای تکرار خرید
معرفی مداوم برند از سوی مشتریان به دیگران

بی‌شک موارد بالا را تا بی‌نهایت می‌توان ادامه داد. با این حال هدف ما در این بخش مته به خشخاش گذاشتن درباره چنین موضوعی نیست. تنها نکته‌ای که اهمیت دارد، تعیین معیارهایی برای دسته‌بندی مشتریان به معمولی و عالی است. اینطوری شما اولین مرحله برای طراحی پروفایل مشتری ایده‌آل را طی کرده‌اید.

اشتباهی که خیلی از کارآفرینان مثل آب خوردن انجام می‌دهند، تمرکز بر روی همه مشتریان به عنوان بهترین خریداران دنیاست. حتی برندهای بزرگ هم گاهی اوقات از این مدل اشتباهات می‌کنند. اگر هنوز درباره این موضوع شک دارید، کافی است به باشگاه مشتریان در برندهای بزرگ نگاه کنید. این امر به خوبی تفاوت میان مشتریان عالی از معمولی را نشان می‌دهد.

یادگیری بیشتر درباره بهترین مشتریان

حالا که براساس معیارهای خودتان گروهی از مشتریان را تحت عنوان «بهترین مشتریان» شناسایی کردید، وقت آن رسیده تا کمی بیشتر درباره‌شان اطلاعات جمع کنید. بی‌شک خیلی از کارآفرینان مثل کارآگاه‌های حرفه‌ای عمل می‌کنند اما به مرور زمان تجربه را به مطالعه دقیق مشتریان ترجیح می‌دهند. آن وقت است که کم کم سر و کله مشکلات پیدا خواهد شد؛ چراکه مشتریان همیشه آنطور که شما انتظار دارید، رفتار نمی‌کنند!

فرمول طلایی ما در این بخش گردآوری دو دسته اطلاعات کلی و جزئی درباره مشتریان است. وقتی دنبال اطلاعات کلی هستید، باید به چنین سوالاتی جواب دهید:

چرا مشتریان از برندی مثل شما خرید می‌کنند؟
مشکلی که مشتریان دنبال حل آن با محصولات‌تان هستند، چیست؟
آنها به غیر از شما چه گزینه‌های دیگری برای خرید دارند؟
امکانات مورد انتظار آنها از محصول شما چیست؟
چه کسی در طرف مقابل تصمیم‌گیرنده نهایی است (بیشتر درباره حوزه B2B کاربرد دارد)؟
خرید محصول شما چطور زندگی آنها را تغییر می‌دهد؟

وقتی اطلاعات کلی بالا را گردآوری کردید، یک شناخت نسبی از مشتریان خواهید داشت. البته لازم نیست خیلی کار را جدی بگیرید؛ چراکه هنوز بخش معمایی و پلیسی ماجرا شروع نشده است. وقتی دنبال اطلاعات دقیق درباره مشتریان هستیم، شما باید با ذره بین دنبال سرنخ‌های جزئی بگردید. چنین بخشی مربوط به اطلاعات جزئی بوده و باید پیرامون نکات زیر دنبال شود:

حوزه کاری: مشتریان ایده‌آل شما در چه حوزه کاری فعالیت دارند؟

موقعیت مکانی: اینکه مشتریان کجا زندگی یا کار می‌کنند، نقش مهمی در تعامل بین شما خواهد داشت. پس سعی کنید جواب درستی برای این سوال پیدا کنید.

میزان درآمد: مشتریانی که پول زیادی در دست ندارند، معمولا توان خرید از شما را هم نخواهند داشت. این امر باید همیشه مدنظر شما قرار داشته باشد؛ چراکه بدون توجه به این نکته مهم، خیلی زود تمام پتانسیل‌تان برای اثرگذاری بر روی مشتریان را با سر و کله زدن‌های بی‌پایان کنار مشتریان عادی تلف خواهید کرد.

منابع درآمد: وقتی طرف مقابل شما یک شرکت است، باید منابع درآمدی آن را هم بشناسید؛ چراکه فروش محصولات در حجم بالا بدون اطمینان از گردش مالی مناسب یک شرکت بی‌نهایت خطرناک خواهد بود. این امر شما را در موقعیت بی‌نهایت حساسی از نظر مالی قرار می‌دهد. پس هرگز درباره همکاری بی‌مقدمه با شرکت‌های دیگر فکر هم نکنید.

همانطور که می‌بینید، چهار معیار بالا بیشتر از اینکه به رفتار کلی مشتریان مربوط باشد، جزییات آنها را زیر ذره بین می‌برد. بسیاری از برندهای بزرگ قبل از اینکه هرگونه مشتریان تازه‌ای را تحت نظر قرار دهند، این نکات را مرور می‌کنند. نکته جالب اینکه به مروز زمان این امر تبدیل به فرهنگی غالب در شرکت‌ها می‌شود. به طوری که تمام اعضای تیم فروش به طور ناخودآگاه از آن پیروی خواهند کرد. ماجرا جالب شد، نه؟

یادتان باشد، اطلاعاتی که در این بخش به دست می‌آورید، نباید کاملا محرمانه و فقط در اختیار خودتان باشد. در عوض تیم‌های فروش، بازاریابی و تبلیغات هم باید در جریان ماجرا قرار گیرند؛ چراکه تعامل میان برندها و مشتریان در دنیای امروز امری تفکیک‌پذیر نیست. به عبارت ساده، تمام بخش‌های شرکت باید در جریان ریز جزییات کار باشند. وگرنه شما توانایی لازم برای اثرگذاری بر روی آنها را از دست خواهید داد.

طراحی پروفایل رفتاری از مشتریان

حالا نوبت به استفاده از اطلاعات به دست آمده در بخش‌های قبلی برای گام پایانی کارمان است. امیدوارم هنوز آن قالب پنج بخشی پروفایل مشتری ایده‌آل را به یاد داشته باشید. اگر نه، بهتر است دوباره به بخش‌های قبلی برگشته و آن را مرور کنید. در این بخش شما باید تمام اطلاعاتی که درباره مشتریان دم دست دارید را در قالب مورد نظر بریزید. قبول دارم این کار کمی سخت به نظر می‌رسد اما هر کاری برای اولین بار سخت خواهد بود. پس به جای اینکه الکی غُر بزنید، آستین‌ها را بالا زده و دست به کار شوید.

ما چند گام اساسی برای طراحی نهایی پروفایل مشتری ایده‌آل مدنظر داریم. این گام‌ها به این ترتیب هستند:

ارزیابی کلی: در این مرحله شما باید تمام اطلاعاتی که گردآوری کرده‌اید را مرور کنید. کار شما در این بخش شبیه معلمی است که مشغول تصحیح برگه امتحانی دانش‌آموزان است. پس کمی حوصله به خرج دهید و اصلا عجله نکنید.

دسته‌بندی مشتریان: همه مشتریان یک عادت مشخص برای خرید ندارند. ویژگی‌ها و الگوی رفتاری آنها نیز با هم فرق می‌کند. پس فکر نکنید برندتان باید حتما یک گروه یکدست از مشتریان ایده‌آل داشته باشد. چه بسا طراحی چند قالب در کنار امری ضروری به نظر برسد.

شناسایی شباهت‌ها: حالا که کارتان کمی جلوتر رفته، باید از بین گروه‌های مختلف مشتری ایده‌آل دست به شناسایی نکات مشترک بزنید. این امر می‌تواند نقش مهمی برای اثرگذاری بهینه بر روی مشتریان داشته باشد. اشتباه برندها در این مرحله معمولا تلاش برای تمرکز صرف بر روی یک دسته خاص از مشتریان است. به طوری که خیلی زود اوضاع برای برندها سخت می‌شود.

جای‌گذاری اطلاعات: در مرحله آخر شما باید اطلاعات به دست آمده را جای‌گذاری کنید. این امر به شما کمک بی‌نهایت زیادی به منظور اثرگذاری بر روی مخاطب هدف خواهد کرد. به طوری که از اینجا به بعد همیشه یک پروفایل حرفه‌ای برای تعامل با مشتریان‌تان خواهید داشت؛ به همین سادگی!

بی‌شک هر کسی برای اثرگذاری بر روی مشتریان، آن هم در اولین برخورد، مشکلات خاص خودش را خواهد داشت. پس فکر نکنید ما دنبال ساده‌سازی کارها یا تشویق الکی‌تان به سوی بی‌گدار به آب زدن هستیم. در عوض فقط باید کارتان را از یک جایی شروع کنید. اینطوری فرصت بسیار بهتری برای تمرین آموخته‌های این مقاله خواهید داشت.

جمع‌بندی

پروفایل مشتری ایده‌آل به فروشندگان برای یافتن مشتریان درست و ارتباط اولیه با آنها کمک می‌کند. اگر شما هم در زمینه ارتباط اولیه با مشتریان مشکل دارید، این مقاله کمک شایانی به شما خواهد کرد. من و همکارانم در روزنامه فرصت امروز امیدواریم نکات مورد بحث در این مقاله کمی هرچند کوچک به شما کرده باشد. مثل همیشه اگر سوالی درباره پروفایل مشتری ایده‌آل داشتید، ما همیشه آماده کمک به شما هستیم.

منابع:
https://www.saleshacker.com/ideal-/customer-profile
https://www.cognism.com/blog/ideal-customer-profile

فرصت امروز
روزنامه مدیریتی - اقتصادی
یکشنبه | ۲۷ فروردین ۱۴۰۲ | شماره ۲۲۱۷ | صفحه ۸
صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز
مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی
چاپ: ریحان
دفتر مرکزی: مطهری، خیابان علی‌اکبری، پلاک ۱۱۵
دفتر مرکزی: ۸۸۵۱۴۵۳۸
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۵۲۶۹۲۳
آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS
WWW.FORSATNET.IR
INFO@FORSATNET.IR