

یادداشت

سیاست ترامپ در مقابل ایران

حسین حقگو کارشناس اقتصادی

شاید مهمترین عامل تاثیرگذار بر اقتصاد کشورمان و به تبع آن، سایر حوزه‌های زندگی انسان ایرانی در این مقطع زمانی، آغاز دور دوم ریاست جمهوری «دونالد ترامپ» باشد. کسی که در دوره قبیل ریاست جمهوری با سیاست «فشار حداکثری» و وضع تحریم‌های گسترده، کشورمان را با چالش‌های بزرگی مواجه کرد و ضمن تشدید ناترازی‌ها در حوزه‌های مختلف بودجه‌ای، بانکی، انرژی، مخابرات و… در یک قلم جمعیت فقرزده طی تنها چهار سال (۱۳۹۷ تا ۱۴۰۱) از ۱۶ به ۲۶ میلیون نفر افزایش یافت؛ اتفاقی نادر در تاریخ کشورمان و در سطح جهان شاید. (۱)

البته این واقعیت مسلم و وضعیت بحرانی کشور که حتی صدای روسای دو قوه مجریه و مقننه را هم درآورده (۲)، ظاهراً چندان هم از سوی بعضی از افراد و جریان‌های سیاسی پرقدرت کشور، مورد قبول نیست و این‌افراد و جریان‌ها، بیان این واقعیات را به نوعی عملیات فریب و «فرق مصنوعی» عنوان می‌کنند و اینکه «دشمن از طریق رسانه‌های در اختیار و افراد وابسته و یا سداده لوح و فریب خورده، انبوهی از گزرهاه و…

ادامه در همین صفحه

فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی

در مراسم رونمایی از «سند مطالعات راهبردی صنعت ساختمان» مطرح شد

مسکن در تله بوروکراسی



...اخبار و گزارش‌های ناامیدکننده و یأس‌آور را به جامعه تزریق کرده و در میان مردم و حتی مسئولان و دست‌اندرکاران، پخش می‌کنند؛ به گونه‌ای که با احساسی از ناامیدی و بن بست روبه‌رو شوند. در این حالت، پخش دوم این ترنند به کار گرفته می‌شود و با زبان و قلم و قدم افراد خریداری شده، خواسته خود را به عنوان راه خروج از آن بن بست مصنوعی را در رابطه (خوانید وابستگی) به آمریکا نشان می‌دهند و اینکه… چاره‌ای جز رابطه با آمریکا نداریم! مشکلات کشور از قطع رابطه با آمریکا ریشه می‌گیرد.» (۳)

به نظر می‌رسد تا این قضیه حل نشود و توافق بر سر تحلیلی واحد از وضعیت امروز کشور در حوزه‌های مختلف و در اینجا حوزه اقتصادی صورت نگیرد، گام مهم و اساسی برای حل مسئله خروج از این وضعیت نمی‌توان برداشت؛ چراکه «هیچ کشوری در دنیا با این حد از تفاوت تحلیل در میان مقامات نمی‌تواند اداره شود. این تحلیل متفاوت در گذشته صرفا یک اشکال بود، اما امروز واقعا خطرناک است.» (۴)
کما اینکه اگر در یکسو وزیر سابق خارجه و مغز متفکر دولت قرار دارد که از علاقه «پزشکیان به ثبات و توسعه اقتصادی در خاورمیانه» و تمایل در تعامل سازنده با غرب» می‌گوید و حتی از آمادگی «برای مدیریت تنش‌ها با ایالات متحده که به تازگی رئیس‌جمهور جدیدی نیز انتخاب کرده» (۵)، در سوی دیگر، وزیر خارجه فعلی است که روزگاری خود دومین فرد مذاکرات برجام بود و در پاسخ به این سوال که «آیا تهران با «ترامپ» در دور دوم ریاست جمهوری‌اش مذاکره خواهد کرد؟» عنوان می‌کند: «اکنون بنایی برای گفت‌وگو نداریم یعنی زمینه‌ای برای گفت‌وگو وجود ندارد.» (۶)
البته کما جمعه تهران در همان روز انتشار مصاحبه وزیر خارجه کشورمان از تریبون نماز جمعه نیز با شدت بیشتری، این سخن را تکرار می‌کند و می‌گوید: «مگر آدم چندین بار باید از یک

سوراخ گزیده شود. هیچ وقت در مذاکره با آمریکا، عزتی کسب نکردیم، قدمی پیش نرفتیم.» (۷)
بنابراین تا یک گزارش جامع از چالش‌های مختلف روابط خارجی، چالش‌های اجتماعی، چالش‌های اقتصادی یا همان ناترازی‌ها تهیه نشود و مدیریتی اصلی آن، مدیریت شرایط موجود و خروج از این وضعیت باشد و نظام حکمرانی بر سر آن اتفاق نظر داشته باشند، کمتر گام مهمی می‌توان برداشت. (۸)
کاری که هر کشور خواهان توسعه و پیشرفتی چنین می‌کند؛ چنانکه راز چرخش سیاست عربستان در قبال ایران نه چنانکه گفته می‌شود معامله با رئیس‌جمهور آینده آمریکا یا عادی‌سازی روابط با رژیم صهیونیستی بلکه «تضمین ثبات در داخل کشور و محافظت از پروژه اقتصادی این کشور است که به متغیر ایران برمی‌گردد؛ زیرا وی صدها میلیارد دلار برای شکل دادن به آینده عربستان صرف می‌کند.» (۹)
اما دربارہ رابطه ایران و آمریکا در دوره «ترامپ» و تاثیر آن بر اقتصاد کشورمان، دو تحلیل عمده وجود دارد که در یکسو، نگاهی است که به عنوان یک فرصت به این دوره می‌نگرد و اینکه به سبب نیاز ترامپ به خروج از خاورمیانه و خلاص شدن از بحران‌های هر از چندگاه آن که آورده‌ای هم برای آمریکا ندارد و چه بسا هزینه‌های سنگین نظامی و مالی و انسانی را نیز به این کشور تحمیل می‌کند لذا توافق با ایران می‌تواند در جهت انجام این سیاست و معطوف شدن به تهدیدات چین و مهار این قدرت جهانی است که سیطره آمریکا را با خطر مواجه کرده است، اما در سوی دیگر برخلاف این تحلیل، گروهی معتقدند که اگرچه «ترامپ» همچون دوره قبل ریاست جمهوری، خواهان توافق با ایران است اما این توافق، توافقی معمولی نیست و تغییرات بنیادین در سیاست خارجی و دفاعی و نظامی ایران طلب می‌کند که نظام جمهوری اسلامی اصولا نه تمایل و نه امکان دادن چنین

امتیازاتی را دارد و با اصول بنیادین آن در تضاد است و به اضافه آنکه سبب دور شدن متحدان تا حدودی استراتژیک ایران، یعنی چین و روسیه و کادش نفوذ منطقه‌ای ایران در بین گروه‌های طرفدار آن و البته بدنه داخلی ارزشی نظام شود. براساس این دو تحلیل از سوی کارشناسان، چهار سناریوی عادی‌سازی روابط، توافق جامع، مهر ایران و حفظ وضع موجود، مفروض گرفته می‌شود که برای هر یک از این سناریوها، ضعف‌ها و قوت‌هایی می‌توان برشمرد؛ چنانکه در سناریوی عادی‌سازی رابطه ایران و آمریکا، می‌بایست عادی‌سازی رابطه با رژیم صهیونیستی را هم لحاظ کرد، والا شدنی نخواهد بود و ایران بسیار بعید است به چنین سازشی تن دهد. یا در سناریوی توافق جامع نیز باز با مانع رژیم صهیونیستی مواجه خواهیم بود، اما احتمال اجرای سناریو مهر ایران با توجه به پیشینه این رویکرد در دولت اول «ترامپ» به نظر امکان وقوع بیشتری دارد. سناریویی که در آن فشار بر چین برای ممانعت از خرید نفت ایران و سنگتیری بیشتر در اعمال تحریم‌های ثانویه و در مقابل، حرکت ایران به سمت تغییر دکترین هسته‌ای خود را می‌توان متصور بود. سناریوی سناریوی حفظ وضع موجود با توجه به روحیات «دونالد ترامپ» و تنش‌های موجود در منطقه و بخصوص رابطه به شدت خصمانه ایران و رژیم صهیونیستی بسیار بعید می‌نماید. بر این اساس، اگر احتمال توافقات موفق و کوتاه مدت را بین ایران و آمریکا در صورت مذاکره مستقیم دو کشور نمی‌توان منتفی دانست، اما حل اساسی و جامع مسائل فی مابین دو طرف که قدمتی به اندازه عمر نظام جمهوری اسلامی دارد و با ارزش‌های بنیادین و ایدئولوژیک این نظام گره خورده است، بسیار بعید و دور از انتظار است. (۱۰)

در چارچوب سناریوهای فوق و فرصت-تهدیدهای روی کار آمدن رئیس‌جمهور جدید آمریکا، می‌توان

خودکفایی در دسرساز

البته تلاش آنها تاکنون و در سال‌هایی با نزولات مناسب آسمانی عمدتا حول محصول گندم قرار داشته است. در این سال‌ها افزایش برچادبه نرخ تضمینی خرید گندم به کاهش سطح کشت محصولات رقیب، ازجمله جو و کلزا منجر شده است. در حقیقت، هزینه دستیابی به خودکفایی‌های ناپایدار و حساسی «منبت غذایی در سایه خودکفایی» بوده است. اولین گام برای نیل به راهبرد «بهره‌وری پایدار»، ارزیابی واقع‌گرایانه از ظرفیت‌های تولید کشور، به خصوص آب است. مدیریت بخش بایستی برمبنای این ظرفیت‌ها، الگوی کشت محصولات اساسی کشور را بایستی به گونه‌ای تنظیم نماید که بین کشت محصولات مختلف، اختلاف رقابت مزیت و جاذبه اقتصادی معناداری نباشد. در چنین ضرورتی است که اهمیت تعیین نرخ‌های تضمینی خرید محصولات آشکارتر می‌شود، اما شورای متولی تعیین نرخ برای خرید

آیا نرخ تورم تا پایان امسال به زیر ۳۰ درصد می‌رسد؟

۵ سناریوی تورمی ۱۴۰۳

فرصت امروز: تورم سالانه در پایان امسال در خوش‌بینانه‌ترین حالت به ۳۰٫۸ درصد و در بدبینانه‌ترین حالت به ۳۱٫۸ درصد می‌رسد. بنابراین به نظر نمی‌رسد که تورم در پایان سال وارد کانال ۲۰ درصدی شود. با توجه به تورم آذرماه ۱۴۰۳ می‌توان در پنج سناریو، میزان تورم در پایان سال را پیش‌بینی کرد؛ در سناریو اول و براساس تورم ماهانه آذر ۱۴۰۳ که معادل ۲ درصد بوده…

برای رفع کم‌اظهاری صادرات، یکسان‌سازی نرخ ارز، ضروری است

مانع ارزی توسعه صادرات

فرصت امروز: کم‌اظهاری صادرات، یکی از روش‌های فرار سرمایه است که هم‌زمان می‌تواند پول شویی و فرار مالیاتی نیز تلقی شود. پژوهشکده پولی و بانکی در یک گزارش تحلیلی به «برآورد کم‌اظهاری صادرات در ایران» پرداخته و تفاوت نرخ ارز سامانه نیما و بازار آزاد را مهمترین عامل کم‌اظهاری صادرات دانسته است. طبق ارزیابی بازوی پژوهشی بانک مرکزی، تعدد نرخ‌های ارز، از جمله دلایل مهم کم‌اظهاری صادرات در ایران است و براساس برآوردها، میزان کم‌اظهاری صادرات در سال ۱۴۰۱ به ۵ میلیارد دلار رسیده که البته این آمار در سال‌های اخیر طبیعتا بیشتر شده است. به گفته پژوهشکده پولی و بانکی، یکسان‌سازی نرخ ارز برای کاهش کم‌اظهاری صادرات، امری ضروری است. در دوره‌هایی مانند پاییز ۱۳۹۹ که اختلاف بین نرخ ارز سامانه نیما و بازار آزاد به حداقل رسید، نرخ کم‌اظهاری صادرات نزدیک به صفر بود. اما در زمستان ۱۴۰۱ که شکاف قیمتی دلار آزاد و نیما بیشتر شد، نرخ کم‌اظهاری نیز به میزان قابل توجهی افزایش پیدا کرد و به ۱۲٫۱ درصد رسید. همچنین میزان کم‌اظهاری صادرات در همین سال به بیش از ۵ میلیارد دلار رسید که رقم قابل توجهی است. بنابراین برای کنترل کم‌اظهاری صادرات و جلوگیری از خارج شدن ارز از چرخه اقتصادی، یکسان‌سازی نرخ ارز در اقتصاد ایران، لازم و ضروری است. صادرکنندگان برای کسب سود بیشتر، میزان صادرات را کمتر از میزان واقعی گزارش می‌کنند که این اقدام با انگیزه‌های مختلفی انجام می‌شود. اولین انگیزه…

۲

آخرین تغییرات شاخص قیمت بخش صنعت در نیمه پاییز نشان می‌دهد

تغییر فاز تورم تولید

۳

مدیریت و کسب‌وکار

اصول بازاریابی هوشمند: پرواز در مسیر موفقیت

تصور کنید وسط یک مسابقه فرمول یک هستید. نه، قرار نیست خودتان پشت فرمان بنشینید، اما نقش‌تان به عنوان مدیر تیم حیاتی است. هر چیزی باید با دقت برنامه‌ریزی شده باشد؛ از انتخاب تایرهای مناسب تا هماهنگی با مکانیک‌ها و حتی پیش‌بینی وضعیت آب و هوا. اگر همه این عوامل به درستی مدیریت شوند، راننده شما می‌تواند از خط پایان عبور کرده و جام قهرمانی را به خانه بیاورد. حالا این سناریو را به دنیای بازاریابی ببرید؛ جایی که موفقیت به همان اندازه به برنامه‌ریزی، هدف‌گذاری و هماهنگی نیاز دارد. بازاریابی هوشمند دقیقا همین مفهوم را به تصویر می‌کشد. برخلاف روش‌های سنتی و پراکنده، در بازاریابی هوشمند همه چیز با یک هدف مشخص و از پیش تعریف شده طراحی می‌شود. هیچ چیزی به شانس واگذار نمی‌شود و هر حرکت در مسیر درست انجام می‌گیرد. مثل وقتی که تیم…

از سوی دستگاه بوروکراتیک که متکی به مبانی علمی و کارشناسی است، چندان مورد اقبال قرار نمی‌گیرد.

بحران البته تنها به سیاست خارجی ختم نمی‌شود و کلیت حوزه‌های زندگی و نظام حکمرانی را دربر می‌گیرد و ضرورت حیاتی امروز کشور، تدوین و اجماع نظام حکمرانی بر سر یک برنامه اضطرار ملی با محوریت روابط معقول و منطقی خارجی و حقوق و آزادی‌های اقتصادی و سیاسی داخلی است. پروژه «وفاق» به عنوان پروژه اصلی و محوری دولت چهاردهم و شخص «مسعود پزشکیان» باید ضمن وفاق با لایه‌های مختلف قدرت، توافق درونی خود را از مسیر راهکارهای برآمده از خواست‌ها و مطالبات جامعه حاصل نماید که با رأی آنان بر کرسی نشسته است تا امکان گشایش در سیاست خارجی و گشودن باب گفت‌وگو با دولت جدید آمریکا به عنوان ضرورت منطقی خارجی و حقوق و آزادی‌های اقتصادی و اجتماعی بیاید. گامی بلند که تا پیش از آنکه دیر شود باید برداشته شود!

منابع:

- ۱-پیرهادی، نایب رئیس فراکسیون انقلاب مجلس، ۱۴ اسفندماه ۱۴۰۱
- ۲-سختان قالیباف در مجلس در ۷ آذرماه و پزشکیان در گفت‌وگو با صدا و سیما در ۱۷ آذرماه ۱۴۰۳
- ۳-کیهان، ۱۴ آذرماه ۱۴۰۳
- ۴-مسعود نیلی، دنیای اقتصاد، ۲۸ مهرماه ۱۴۰۳
- ۵-محمدجواد ظریف، ۱۲ آذرماه ۱۴۰۳
- ۶-عباس عراقچی، فراو، ۱۶ آذرماه ۱۴۰۳
- ۷-کاسم صدیقی، ۱۶ آذرماه ۱۴۰۳
- ۸-مسعود نیلی، دنیای اقتصاد، ۲۸ مهرماه ۱۴۰۳
- ۹-فان پالسی، دنیای اقتصاد، ۱۴ آذرماه ۱۴۰۳
- ۱۰-سناریوهای روابط ایران و آمریکا، دنیای اقتصاد، ۴ آذرماه ۱۴۰۳

تضمینی عمدتا مبادلات بازارهای جهانی را مبنای قرار داده و دیگر پیامدهای دامنه‌دار این نرخ‌ها را در پایداری بخش کشاورزی کشور لحاظ نمی‌کنند. این شورا بایستی در مبانی تعیین نرخ‌گذاری محصولات اساسی، از جاذبه‌های اقتصادی بخش خدمات و تغییر کاربری اراضی برای تولیدکنندگان کشاورزی بکاهد. متأسفانه الگوی کشتی که بعد از سال‌ها وعده تدوین و اجرای آن داده شد در حال حاضر فاقد هوشمندی اقتصادی و دینامیسیم لازم در این راستا بوده و تنها به جنبه‌های فنی تولید محصولات بسنده شده است. الگوی که می‌توانست هم برای شورای عالی نرخ‌گذاری و از جنگ سرد که جز در باگنای‌ها و ارزشیوهای تاریخی، نشانی از آن نمی‌توان یافت. نگاهی که در سطحی از ساختار قدرت پرورده و ابلاغ می‌شود که عمدتا متکی به ارزش‌های ایدئولوژیک است و

از تصدی‌های غیرلازم مدیریت بخش کشاورزی نیز در امور خرید محصولات اساسی به بخش خصوصی ذی‌نفع انتقال و بر کارآمدی نظارتی متولی کشاورزی افزوده می‌شود. در چنین ترکیبی، نمایندگان سندیکاهای صنایع غذایی در هر شاخه تولیدی موردنظر با حضور و اثرگذاری در شورای عالی اقتصاد می‌توانند به روند نرخ‌گذاری، عینیت بیشتری ببخشند. البته به خاطر بسپاریم نرخ‌گذاری تضمینی محصولات اساسی در معرض آسیب‌هایی از قبیل تأکید نمایشی مدیریت بخش کشاورزی برای افزایش تولید یک محصول و درنتیجه به حاشیه رفتن دیگر محصولات اساسی، شتاب‌های جهشی تورم، رونق مخرب در بخش خدمات و ساخت وساز و زمین بازی، تأثیرپذیری صادرات و واردات محصولات از مناسبات سیاسی و تحریم و به ویژه حلقه‌های قدرتمند و پشت پرده واردکنندگان قرار دارد. حلقه‌هایی که در دوره‌های زمانی افزایش درآمد نفت با تلاش برای افزودن به واردات بی‌رویه و توجه از یکسو، دست در صندوق ذخیره ارزی و از سوی دیگر، چنگ بر سیما سبز تولید داخلی می‌کشند.

نگاه

آیا شبيلات، جای نفت را در آینده مکران می‌گیرد؟

جذابیت مکران در توسعه دریامحور

کارشناسان و فعالان اقتصادی در نشست تخصصی «پدیهایی برای پیشرفت و توسعه منطقه مکران» از جذابیت بالای این منطقه برای توسعه دریامحور سخن گفتند. در این نشست تخصصی که با حضور کارشناسان و پژوهشگران و فعالان اقتصادی بخش خصوصی به همت کمیسیون خدمات فنی و مهندسی و احداث اتاق ایران برگزار شد، بر «جذابیت مکران در اقتصاد دریامحور» و لزوم نگاه چندبعدی به این منطقه برای توسعه همه‌جانبه، تأکید شد. «صمد حسن‌زاده»، رئیس اتاق بازرگانی ایران در ابتدای این نشست به فعالیت مرکز پژوهش‌های اتاق ایران، اشاره کرد و گفت: «این مرکز در قالب چند سرفصل، منطقه مکران را مورد توجه و بررسی قرار می‌دهد. در قدم اول، موفقیت استراتژیک مکران را دیده و به دنبال آن، دیپلماسی اقتصادی برای توسعه مکران، ایجاد پل ارتباطی اقتصادی با کشورهای همسایه، بررسی ظرفیت‌های لجستیکی مکران، نقش بنادر مکران بر تجارت و نقش بخش خصوصی در اقتصاد دریامحور با تکیه بر ظرفیت‌های مکران را در دستور کار قرار داده‌است.» به گفته رئیس اتاق ایران، «این محورها بیابگر سطح اهمیت منطقه مکران است.»

«علی عبدالعلی‌زاده»، نماینده ویژه ویژه رئیس‌جمهور در اقتصاد دریامحور نیز در ادامه این نشست، گفت: «دیدگاه من به اداره امور کشور، سپردن اقتصاد به بخش خصوصی است؛ دولت باید برای اقتصاد، سیاست‌گذاری کند و سیاست‌ها در راستای منافع مردم و بخش خصوصی باشد. کشور را باید با مردم و بخش خصوصی اداره کرد.» به گفته «عبدالعلی‌زاده»، «توسعه دریامحور، پارادایم شیفت مهمی در اداره کشور است. ما از دولت قدرتمند و با درآمد کافی نفت، به سمت راهبرد جدیدی حرکت می‌کنیم که اساس آن بر تعامل سازنده با جهان استوار است. توسعه دریامحور برای من از مکران شروع شده، اما متأسفانه در طرح‌های مطالعه شده برای توسعه دریامحور و توسعه مکران به همه جوانب مثل استفاده از سواحل دریای عمان توجه نشده‌است. همه طرح‌ها به شکلی است که گویی طرح جامع برای تهران تهیه شده‌است. دریا و ساحل در حاشیه برنامه است.»

نماینده ویژه رئیس‌جمهور در اقتصاد دریامحور، ادامه داد: «مکران، دروازه ارتباط ایران با جهان است. مکران برای توسعه کشور بسیار ارزشمند است. موفقیت استراتژیک مکران در تجارت بین‌الملل، دو محور دارد: توسعه دریامحور به‌شرط صلح و آرامش ممکن است، نه تلاطم‌های عکس‌العملی. سایه سیاست خارجی بر سیاست داخلی واضح است. ما باید تعامل سازنده با دنیا را شروع کنیم، وگرنه توسعه دریامحور در حد شعار باقی خواهد ماند. در دریا مقررات بین‌المللی حاکم است، نه قواعد و قوانین داخلی. تعامل سازنده دوطرفه است. این‌گونه نیست که کشورهای خارجی بر ایران سرمایه‌گذاری کنند و ما از هرگونه سرمایه‌گذاری امتناع کنیم، اگر با کشوری قرارداد داشته باشیم ما هم می‌توانیم در آنجا واحدهای تجاری راه‌اندازی کنیم. بر پایه روابط بر-د-برد باید با کشورهای تعامل کرد. مکران شریان‌بومی بکر ماده این منطقه ۸۰ هزار کیلومترمربع مساحت دارد. طول ساحل این منطقه، سه برابر طول ساحل امارات متحده عربی است. ساحل اقیانوسی و صخره‌ای دارد و کشتی‌ها تا ۶۰۰ هزار تن امکان پهلو گرفتن دارد. زمان دسترسی را به نصف زمان قبلی کاهش می‌دهد و هزینه‌ها ۳۰ درصد کاهش می‌یابد و دسترسی را به کشورهای مختلف تسهیل می‌کند.»

او با بیان اینکه «توسعه مکران به سرمایه‌گذاری زیرساختی نیاز دارد»، گفت: «این منطقه ظرفیت سرمایه‌گذاری بالایی دارد. الان روی ابرپروژه‌ها تصمیم قطعی برای سرمایه‌گذاری داریم. در آینده مکران، شبيلات جای نفت را خواهد گرفت. ظرفیت تولید ماده این منطقه ۴ میلیون تن برید و این تا ۱۰۰ میلیون تن توسعه هم ظرفیت دارد. ما در مکران به دنبال توسعه دودکشی نیستیم. برای توسعه دانش در این منطقه تلاش می‌کنیم. نباید فرصت توسعه کشور را با دودکش‌ها خفه کنیم. در مکران بادهای شدید ماسه‌ای داریم. در اینجا امکان استفاده از انرژی تجدیدپذیر خورشیدی وجود ندارد ولی ظرفیت خوبی برای انرژی بادی هست.» به گفته «عبدالعلی‌زاده»، «سواحل مکران، ظرفیت خوبی برای توسعه گردشگری دارد و باید تصمیم بگیریم که از رقباي خود در منطقه پیش بقیتم.» امین‌ولام در سواحل خشک شاهد حضور سرمایه‌گذارهای خارجی باشیم»

در بخش بعدی این نشست، «محمد فاضلی»، پژوهشگر و جامعه‌شناس با اشاره به پرسش‌های بنیادی که درباره مکران مطرح است، گفت: «قبل از هر برنامه‌ریزی باید یک ایده بسازیم و طبق آن جلو برویم. برای ایده‌سازی به پاسخ چند سؤال نیاز است: اول اینکه مکران، خویاگاه، کارگاه یا رستگاه؟ برای نمونه، شهر پردن که یک منطقه خویاگایی بوده و یا عسولویه که منطقه‌ای کارگاهی است. این دو زیستگاه محسوب نمی‌شوند چون هویت شهری ندارند. پرسش بعدی این است که هر زیستگاهی که کارگاه دارد که محل درآمدزایی است. در اینجا باید پاسخ بدهیم در مکران می‌خواهیم چه نوع کارگاهی را دایر کنیم، همان کارگاههایی که در سرزمین اصلی داریم را تکرار کنیم یا کارگاههایی پهرمزور تا بسطخ دانش بالاتر ایجاد کنیم؟ سطح دانش در تولید صنایعی چون فولاد، پتروشیمی نسبت به صنایعی که محصولات نزدیک به مصرف تولیدی می‌کنند، پایین‌تر است. حالا می‌خواهیم چه کارگاهی با چه شرایطی را در مکران بسازیم؟»

به گفته «فاضلی»، «شکافی جدی از منظر توسعه‌ای بین کشور شمالی و کشورهای جنوبی خلیج‌فارس ایجاد شده‌است. مکران تنها منطقه‌ای است که می‌توانیم از آن به‌عنوان نقطه تعادل آبیادنی بین شمال و جنوب خلیج‌فارس استفاده کنیم. باید به این سؤال پاسخ دهیم که آیا قرار است مکران را زیربازیم یا مانند سرزمین اصلی تمام اصول زیباشناختی را زیر پا بگذاریم؟» او از مکران به‌عنوان آخرین پهنه سرزمینی باقی‌مانده کشور برای پاسخ به نسل آینده، یاد کرد و گفت: «باید به این سؤال جواب بدهم که قرار است پاسخ نسل بعد را چگونه بدهیم؟ آیا قرار است این پهنه را به‌گونه‌ای بسازیم که نسل آینده به آن افتخار کند؟ مکران یک پرسش جدید است که به پاسخ جدید نیاز دارد. نسل آینده، امید می‌خواهد. آیا می‌توان از مکران، امید تولید کنیم؟ آیا می‌توان در مکران یک همکاری واقعی بین بخش خصوصی، دولت و جامعه محلی ایجاد کنیم؟ آیا می‌توانیم مهاجرت به بیرون را در این منطقه به مهاجرت از بیرون به درون تبدیل کنیم؟»

این جامعه‌شناس، منطقه مکران را پاسخی راهبردی به عدم موازنه فعلی بین چشم‌اندازهای اجتماعی و اقتصادی حاشیه جنوبی و شمالی خلیج‌فارس برشمرد و افزود: «باید الگوی حکمرانی اقتصادی بر مکران را دقیق‌تر تعریف کنیم. از طرفی باید سیاست صنعتی مکران را بشناسیم و بدانیم با چه اهداف اجتماعی در این منطقه حضور خواهیم داشت. باید تمام جوانب حضور در این منطقه را بررسی کرده و بهترین مکران را رقم بزنیم. چون ایران از جهان حذف شده‌است. بنابراین باید بدانیم که حضور و موفقیت‌ها را بر سرزمین اصلی، تشری دهد.»

«بهدی طیبی‌زاده»، رئیس اتاق کرمان نیز بر لزوم ممنوعیت توسعه مکران با تکرش قبلی دولت، تأکید کرد و گفت: «برای توسعه مکران باید به همه ظرفیت‌های منطقه توجه شود و باید در توسعه این منطقه، تغییر پارادایم باشیم. اگر سیاست‌گذار می‌خواهد با تکرش قبلی، توسعه منطقه را در دستور کار قرار دهد، بهتر است به منطقه مکران دست نزنند و زیستگاه این منطقه را تغییر ندهد. نباید مکران را تبدیل به منطقه قشم یا عسولویه کرد.»

«فرمان جوزی»، رئیس انجمن صنعت ساختمان ایران هم در این نشست گفت:

«متأسفانه منطقه مکران هنوز بکر مانده و این تأسیس در مسیر توسعه ایران است

و البته اگر قرار باشد الگوی سازه‌ای ناقصی در اینجا ساخته و اجرا شود، بهتر است

اصلا به ساخت آن دست نز نشود. راهی جز تکیه بر توانمندی بخش خصوصی

نداریم. باید به الگوی اقتصاد مختلط توجه شود. اگر به دنبال توسعه متوازن در

جنوب ایران و جزایر ایران با تکیه به توسعه دریامحور هستیم، باید به ملرومات

آن توجه بدهیم؛ باید مراقب بود با اعمال سیاست تکراری، طبقه‌ای از نوکیشان

در منطقه جنوب سر کار نیایند.» به گفته «جوزی»، «توسعه برخی از جزایر را

می‌توان به بخش خصوصی واگذار کرد و دولت نقش رگولاتوری داشته باشد.

در صورت سرمایه‌گذاری صحیح، این مناطق قادر هستند اقتصاد کل کشور را

نجات دهند»

برای رفع کم‌اظهاری صادرات، یکسان‌سازی نرخ ارز، ضروری است

مانع ارزی توسعه صادرات



به‌صورت خوداظهاری است که ممکن است با واقعیت تطابق نداشته باشد. برای ارزیابی تفاوت این داده‌ها با واقعیت، از داده‌های صادرات گمرکی به تفکیک کد تعرفه (HS)، کشور مقصد و ماه از فروردین ماه ۱۳۹۷ تا فروردین ماه ۱۴۰۲ استفاده شده‌است. به‌منظور صحت‌سنجی داده‌های داخلی، از پایگاه داده آماری تجارت کالاهای سازمان ملل استفاده شده‌است. این پایگاه داده، مجموعه‌ای جامع از آمار تجارت بین‌المللی است که امکان دسترسی به آمار تجارت بین‌المللی را به تفکیک کد تعرفه، کشور مقصد، کشور مبدأ و ماه فراهم می‌کند. بیش از ۱۴۰ کشور جهان، داده‌های صادرات و واردات خود را به تفکیک کد تعرفه، کشور مقصد، کشور مبدأ و ماه، گزارش می‌دهند. هرچند ایران جزو کشورهای گزارش‌دهنده نیست، اما بخش قابل‌توجهی از شرکای تجاری ایران این اطلاعات را به تفکیک به پایگاه داده گزارش می‌کنند. بنابراین چون شرکای تجاری ایران، آمار واردات خود از ایران را به تفکیک ماه و کد تعرفه (HS) ارائه می‌دهند، می‌توان مقایسه‌ای میان داده‌های داخلی و خارجی انجام داد.

میزان کم‌اظهاری صادرات در این سال‌ها

از آنجا که در شهریورماه ۱۳۹۷، دستورالعمل الزام به بازگشت ارز صادراتی اجرائی شده، فرض می‌شود که در شش ماهه اول این سال، کم‌اظهاری وجود نداشته‌است. در این دوره، میانگین وزنی تفاوت بین قیمت‌های ضمنی اظهارشده توسط شرکای تجاری ایران و قیمت‌های ضمنی اظهارشده توسط صادرکنندگان ایرانی حدود ۱۰ درصد بوده‌است. این اختلاف ناشی از تفاوت در ماهیت ثبت اطلاعات است؛ یعنی ارزش اظهارشده در پایگاه داده سازمان ملل شامل حمل‌ونقل و بیمه نیز می‌شود، اما اطلاعات داخلی چنین نیست. ملاک برآورد نرخ کم‌اظهاری در نیمه دوم سال ۱۳۹۷ به بعد، این است که هرگونه اختلاف بیش از ۱۰ درصد بین قیمت‌های ضمنی دو مرجع داده، به‌عنوان کم‌اظهاری در نظر گرفته می‌شود. براساس این معیار، نرخ کم‌اظهاری در نیمه دوم سال‌های ۱۳۹۷ و ۱۳۹۸ به‌ترتیب ۴.۷ درصد و ۶.۶ درصد برآورد شده‌است. همچنین در سال‌های ۱۳۹۹ و ۱۴۰۰، میانگین نرخ کم‌اظهاری بین ۷.۵ تا ۸ درصد بوده‌است. در سال ۱۴۰۱ این نرخ به‌طور قابل‌توجهی افزایش پیدا کرده و به ۱۲.۱ درصد رسیده‌است. اگر این نرخ را به کل صادرات غیرنفتی تعمیم داده شود، میزان کم‌اظهاری صادرات در این سال به بیش از ۵ میلیارد دلار می‌رسد که رقم قابل توجهی است.

مهمترین مامل مؤثر در کم‌اظهاری صادرات، اختلاف نرخ ارز سامانه نیما در نرخ ارز بازار آزاد است. طبق برآوردها در دوره‌هایی مانند پاییز ۱۳۹۹ که اختلاف این دو نرخ به حداقل رسید، نرخ کم‌اظهاری به صفر رسید. اما در دوره‌هایی مانند زمستان ۱۴۰۱، که اختلاف این دو نرخ بیشتر شد، نرخ کم‌اظهاری نیز به‌طور قابل توجهی افزایش یافت. بنابراین در بلندمدت یکسان‌سازی ارزی می‌تواند گام مؤثری برای کنترل کم‌اظهاری صادرات باشد. با این حال، در کوتاه‌مدت و زمانی که انتظارات بر تغییرات نرخ ارز تسلط دارد، باید از تمام ظرفیت‌ها برای مقابله با کم‌اظهاری صادرات استفاده کرد. یک تخلف با آثار منفی زیادی است) استفاده کرد. در شرایط فعلی که داده‌ها در حوزه‌های مختلف ثبت می‌شوند، یکی از بهترین روش‌های مقابله با تخلفات کم‌اظهاری صادرات، استفاده از این داده‌هاست. بهره‌گیری از اطلاعات سامانه جامع تجارت، داده‌های بین‌المللی، قیمت‌های جهانی و اطلاعات شرکت‌های بورسی در کنار یکدیگر می‌تواند به‌خوبی موارد غیرطبیعی را شناسایی کرده و از ثبت نادرست صادرات و واردات جلوگیری کند. اظهار نادرست صادرات و واردات، تخلفی است که نیازمند همکاری دستگاه‌های متعدد است و علاوه بر گمرک، مرکز اطلاعات مالی (به دلیل

ماهیت پولشویی)، سازمان مالیاتی (به واسطه اینکه این عمل فرار مالیاتی تلقی می‌شود) و بانک مرکزی (به‌دلیل دسترسی به داده‌های ارزی) در این حوزه دخیل هستند.

عوارض چند نرخ ی بودن ارز ادامه دارد

در همین حال، وزارت اقتصاد در گزارشی، عوارض چندنرخ ی بودن ارز را بررسی کرد که نشان می‌دهد افزایش کسری تجارت غیرنفتی به ۱۷ میلیارد دلار در سال ۱۴۰۲ به‌دلیل جذابیت واردات یا بیش‌اظهاری آن و سرکوب انگیزه صادرات یا کم‌اظهاری آن بوده‌است. البته این امر، معلول شکاف نرخ ارز رسمی و غیررسمی است. یکی از چالش‌های اقتصادی کشور، تلاوم کسری تجاری غیرنفتی است که موجب صرف بخش مهمی از درآمدهای صادرات نفتی برای واردات شده‌است. تحریم‌ها، مشکلات زیادی را برای اقتصاد کشور ایجاد کرده‌است که در کنار عدم ارتباط با بانک‌های خارجی در شرایط تحریمی، هزینه‌های معاملاتی صادرات و واردات را به‌شدت افزایش داده‌است. همچنین بی‌برنامگی‌ها و تصمیمات متناقض در سیاست‌های تجاری و ارزی، صادرکنندگان را با مشکلات مربوط به قیمت تمام‌شده در مقابل نرخ فروش از مواجه کرده‌است.

براساس آمارهای رسمی، تراز تجاری غیرنفتی در سال‌های ۱۴۰۰، ۱۴۰۱ و ۱۴۰۲ فرایزنده و به ترتیب منفی ۴.۶ میلیارد دلار، منفی ۶.۲ میلیارد دلار و ۱.۶۸ میلیارد دلار بوده‌است. افزایش کسری تجارت غیرنفتی به حدود ۱۷ میلیارد دلار در سال ۱۴۰۲ به‌دلیل جذابیت واردات یا بیش‌اظهاری آن و سرکوب انگیزه صادرات یا کم‌اظهاری آن بوده‌است؛ به طوری که تنها در ۶۰ ردیف تعرفه صادراتی کشور بالغ بر ۴ میلیارد دلار معادل ۳۵ درصد ارزش کم‌اظهاری انجام شده‌است. این موضوع به کاهش انگیزه صادرات و عدم امکان تحقق هدف برنامه هفتم پیش‌رفت مبنی بر رشد سالانه ۲۳ درصدی صادرات غیرنفتی در طول سال‌های برنامه می‌انجامد و عملاً موجب هدایت غیرهدفمند منابع و تنبیه صادرات و تشویق واردات می‌شود.

راه‌اندازی بازار ارز توافقی و پایان رانت نیما

ایجاد بستر معاملات پشت سامانه که مغایر بابند(۱۹) سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی مبنی بر جلوگیری از «شفاف‌سازی اقتصاد و سالم‌سازی آن و جلوگیری از اقدامات، فعالیت‌ها و زمینه‌های فسادزادر حوزه‌های پولی، تجاری، ارزی و…» است؛ صف طولانی‌تأمین ارز (که به‌طور متوسط به ۱۲۰ روز) به‌دلیل جذابیت و رانت نرخ نیمایی و افزایش اختلال در فرآیند تولید و تأمین به‌موقع مواد اولیه تولید که به نوبه خود بر نرخ ارز در بازار آزاد فشار می‌آورد؛ تأخیر قابل توجه در انتقال ارز و امکان خالی فروشی ارز و ایجاد پرونده‌های متعدد قضایی، عدم قابلیت نظارت قیمتی بر اقلام مصرفی خانوار که در فرآیند تولید از نهاده‌ها و ماشین‌آلات وارداتی با نرخ نیمایی استفاده کرده‌اند (به‌دلیل گستردگی و تنوعی اقلام وارداتی و استفاده از آنها در فرآیند تولید)؛ عدم امکان توسعه مستندات ارزی در به‌منظور پوشش ریسک نوسانات نرخ ارز (موضوع تبصره ماده ۲۰ قانون رفع موانع تولید) و در نهایت تضعیف سیاست‌گذاری پولی در راهبری بازار ارز و برجسته‌شدن کنال‌هاول و سایت‌های غیرمجاز مستقر در خارج کشور و خارج از کنترل بانک مرکزی از دیگر آثار منفی قیمت‌گذاری دستوری نرخ ارز بوده‌است. حالا دولت با اعمال سیاست ارزی اخیر خود و راه‌اندازی بازار توافقی، مسیر رانت ارز نیمایی را مستسود کرده که متعاقب آن، کم‌اظهاری واردات و بیش‌اظهاری صادرات که در فضای شکاف ارز رسمی و غیررسمی رواج یافته‌است، درمان می‌شود.

در مراسم رونمایی از «سند مطالعات راهبردی صنعت ساختمان» مطرح شد

مسکن در تله بوروکراسی

همچنین ارزش بازار مسکن این کشور در این سال، بیش از ۴۵ تریلیون دلار بوده‌است. در اقتصاد چین نیز یکی از بالاترین نسبت‌های وابستگی به بخش مسکن مشاهده می‌شود؛ به طوری که سهم این بخش از GDP حدود ۲۵ تا ۳۰ درصد است و ساخت‌وساز این کشور حدود ۳۰ تا ۴۰ درصد کل سرمایه‌گذاری‌ها را به خود اختصاص داده‌است.

با این حال، سیاست‌گذاری‌های نادرست و مداخله بی‌حدوحصر دولت در صنعت ساختمان و البته بوروکراسی پیچیده در اقتصاد ایران، صنعت ساختمان را هر چه بیشتر کوچک کرده‌است. مطالعات مرکز پژوهش‌ها و انجمن صنعت ساختمان نشان می‌دهد که سرمایه‌گذاری در بخش ساختمان توسط بخش خصوصی در یک دهه گذشته، روند نزولی داشته و حتی افزایش قیمت‌ها نتوانسته محرکی برای افزایش سرمایه‌گذاری‌های این بخش باشد. نکته مهم دیگر، افت سهم بخش مسکن در ارزش افزوده کشور است که می‌تواند منجر به رکود در بخش‌های دیگر اقتصاد شود و چرخه خلق ثروت و ارزش افزوده را کندتر از پیش می‌کند؛ چراکه بخش مسکن به‌عنوان پیشران توسعه مطرح بوده و باز ایستادن این بخش موجب رکود در ۶۰ صنعت اصلی کشور می‌شود. براساس آمارها، سهم ارزش افزوده بخش ساختمان به تولید ناخالص داخلی در سال ۱۳۸۱ حدود ۵ درصد بوده و این در حالی است که این نسبت در سال ۱۳۹۱ به ۴.۴ درصد کاهش یافته و در سال ۱۴۰۲ به ۲.۵ درصد نزول کرده‌است. همچنین سهم تشکیل سرمایه بخش ساختمان از تولید ناخالص داخلی از حدود ۱۲ درصد در سال ۱۳۹۰ به ۶ درصد در سال‌های اخیر رسیده‌است. در دهه ۱۳۹۰ فقط در سه سال ۱۳۹۹، ۱۳۹۹ و ۱۴۰۰، رشد اقتصاد ایران مثبت بوده

^[1] به‌صورت خوداظهاری است که ممکن است با واقعیت تطابق نداشته باشد

^[2] برای ارزیابی تفاوت این داده‌ها با واقعیت، از داده‌های صادرات گمرکی

اخبار



مدیر طرح واردات خودرو وزارت صمت خبر داد

دور جدید عرضه خودرو از نیمه دی ماه

مدیر طرح واردات خودرو وزارت صمت از آغاز فرآیند طرح جدید خودروهای وارداتی از اواخر هفته جاری، خبر داد و اعلام کرد که متقاضیان از پایان این هفته، حساب خود را وکالتی کنند؛ چراکه از روز شنبه (۱۵ دی ماه) دور تازه عرضه خودروهای وارداتی آغاز می‌شود.
«مهدی ضیعی» در نشست برخط از آغاز عرضه جدید خودروهای وارداتی از ابتدای هفته آینده خبر داد و گفت: متقاضیان روزهای پایانی هفته جاری برای وکالتی کردن یکی از حساب‌های خود نزد بانک‌های عامل مورد تایید سامانه یکپارچه عرضه خودروهای وارداتی اقدام و وجه مورد نیاز برای این منظور که ۵۰۰ میلیون تومان است را در این حساب بلوکه کنند.
به گفته «ضیعی»، به احتمال بسیار قوی، از روز شنبه (۱۵ دی ماه) فرآیند ثبت‌نام خودرویی آغاز خواهد شد.

معامله‌گران خارجی بورس از کدام کشورها هستند؟

ارزش دارایی سرمایه‌گذاران خارجی در پاییز امسال در بازار سرمایه ۱۸ درصد افزایش یافته و عمده معامله‌گران این بخش از کشورهای هلند، کویت و افغانستان بوده‌اند.
طبق اعلام سازمان بورس و اوراق بهادار، ارزش دارایی سرمایه‌گذاران خارجی در پایان فصل پاییز که بازار روند صعودی داشته، نسبت به ابتدای پاییز افزایش داشته است. براساس گزارش داده‌های آماری مدیریت نظارت بر بورس‌های سازمان بورس و اوراق بهادار، ارزش دارایی سرمایه‌گذاران خارجی به ۱۰ هزار و ۷۲۴ میلیارد تومان در پایان فصل پاییز رسید.
داده‌های این گزارش نشان می‌دهد که ارزش دارایی سرمایه‌گذاران خارجی در مهرماه به ۸۹۶۳ میلیارد تومان و در آبان ماه به ۹۶۷۶ میلیارد تومان رسیده بود.
گزارش اداره مدیریت نظارت بر بورس‌های سازمان بورس و اوراق بهادار، نشان می‌دهد خالص ارزش خرید و فروش سرمایه‌گذاران خارجی به تفکیک محل تولد ثبت در پایان آذرماه، ۲۸۶ میلیارد تومان فروش و عمدتاً متعلق به کشورهای هلند، کویت و افغانستان بوده است.



فرصت امروز: مرکز آمار ایران، داده‌های تورم تولیدکننده در نیمه پاییز را منتشر کرد که از تغییر فاز تورم تولید حکایت دارد.
میزان تغییرات شاخص قیمت تولیدکننده بخش صنعت در ۱۲ ماه منتهی به آبان‌ماه ۱۴۰۳ نسبت به سال قبل، ۲۳.۱ درصد بوده که در مقایسه با همین اطلاع در ماه قبل (با رقم ۲۳.۸ درصد)، افت ۰.۷ واحد درصدی را نشان می‌دهد.
از آنجا که شاخص قیمت تولیدکننده بخش صنعت و تورم پیش‌نگر مصرف‌کننده، نشانگر روند نزولی هزینه ساخت و تولید محصولات صنعتی است، به نظر می‌رسد این روند تا حدودی نمایانگر روند رو به بهبود تورم است.
شاخص قیمت تولیدکننده بخش صنعت در آبان‌ماه ۱۴۰۳ به حدود ۱۳۲۲.۹ رسید که نسبت به ماه قبل (تورم ماهانه) ۲.۴ درصد افزایش، نسبت به ماه مشابه سال قبل (تورم نقطه به نقطه) ۲۵.۲ درصد افزایش و در ۱۲ ماه منتهی به ماه جاری نسبت به دوره مشابه سال قبل (تورم سالانه) ۲۳.۱ درصد افزایش داشته است.
تورم ماهانه تولید در حالی که ۲.۴ درصد رسید که نسبت به ماه قبل، ۰.۳ واحد درصد کاهش نشان می‌دهد. این یعنی میانگین قیمت دریافتی توسط تولیدکنندگان محصولات صنعتی به ازای تولید کالا‌های خود در داخل کشور، در آبان امسال نسبت به ماه قبل، ۲.۴ درصد افزایش داشته است.
بیشترین تورم ماهانه به گروه «ساخت مواد شیمیایی و فرآورده‌های شیمیایی» و کمترین تورم ماهانه به گروه «ساخت چرم و محصولات وابسته» اختصاص داشته است.
همچنین تورم نقطه‌ای تولید در آبان‌ماه ۱۴۰۳، حدود ۲۵.۲ درصد بوده که در مقایسه با همین اطلاع در ماه قبل، ۲.۹ واحد درصد افزایش داشته است.
به عبارت بهتر، میانگین قیمت دریافتی توسط تولیدکنندگان محصولات صنعتی به ازای تولید کالا‌های خود در داخل کشور، در آبان‌ماه ۱۴۰۳ نسبت به آبان‌ماه ۱۴۰۲ بالغ بر ۲۵.۲ درصد افزایش داشته است.
بیشترین تورم نقطه‌ای به گروه «ساخت تجهیزات برقی» و کمترین تورم نقطه‌ای به گروه «ساخت منسوجات» تعلق داشته است.

شاخص قیمت بخش صنعت به‌روز شد

میزان تغییرات شاخص قیمت تولیدکننده بخش صنعت در ۱۲ ماه منتهی به آبان‌ماه ۱۴۰۳ نسبت به دوره مشابه سال قبل، ۲۳.۱ درصد است که در مقایسه با همین اطلاع در ماه قبل حدود ۰.۷ واحد درصد کاهش داشته است.
براساس گزارش مرکز آمار ایران، شاخص قیمت تولیدکننده بخش صنعت در آبان‌ماه ۱۴۰۳ به حدود ۱۳۲۲.۹ رسید که نسبت به ماه قبل (تورم ماهانه) ۲.۴ درصد افزایش، نسبت به ماه مشابه سال قبل (تورم نقطه به نقطه) ۲۵.۲ درصد افزایش و در ۱۲ ماه منتهی به ماه جاری نسبت به دوره مشابه سال قبل (تورم سالانه) ۲۳.۱ درصد افزایش داشته است.
در آبان‌ماه ۱۴۰۳، میزان تغییرات شاخص قیمت تولیدکننده بخش صنعت نسبت به ماه قبل (تورم ماهانه) ۲.۴ درصد است که در مقایسه با همین اطلاع در ماه قبل (۲.۷ درصد)، ۰.۳ واحد درصد کاهش داشته است.
به عبارتی، میانگین قیمت دریافتی توسط تولیدکنندگان محصولات صنعتی به‌ ازای تولید کالا‌های خود در داخل کشور، در آبان‌ماه ۱۴۰۳ نسبت به ماه قبل، ۲.۴ درصد افزایش دارد.
در این ماه بیشترین تورم ماهانه با ۴.۶ درصد مربوط به گروه «ساخت مواد شیمیایی و فرآورده‌های شیمیایی» و کمترین تورم ماهانه با ۰.۲ درصد افزایش مربوط به گروه «ساخت چرم و محصولات وابسته» است.
همچنین در این ماه شاخص گروه «ساخت وسایل نقلیه موتوری، تریلرو نیم‌تریلر» بدون تغییر مانده است.

آخرین تغییرات شاخص قیمت بخش صنعت در نیمه پاییز نشان می‌دهد

تغییر فاز تورم تولید



در آبان‌ماه ۱۴۰۳، میزان تغییرات شاخص قیمت تولیدکننده بخش صنعت نسبت به ماه مشابه سال قبل (تورم نقطه به نقطه) ۲۵.۲ درصد است که در مقایسه با همین اطلاع در ماه قبل (۲۲.۳ درصد)، ۲.۹ واحد درصد افزایش داشته است.
به عبارتی، میانگین قیمت دریافتی توسط تولیدکنندگان محصولات صنعتی به‌ ازای تولید کالا‌های خود در داخل کشور، در آبان‌ماه ۱۴۰۳ نسبت به ماه مشابه سال قبل، ۲۵.۲ درصد افزایش دارد.
در این ماه بیشترین تورم نقطه به نقطه با ۳۷.۶ درصد مربوط به گروه «ساخت تجهیزات برقی» و کمترین تورم نقطه به نقطه با ۱۴.۴ درصد مربوط به گروه «ساخت منسوجات» است.

همچنین میزان تغییرات شاخص قیمت تولیدکننده بخش صنعت در ۱۲ ماه منتهی به در آبان‌ماه ۱۴۰۳ نسبت به دوره مشابه سال قبل، ۲۳.۱ درصد است که در مقایسه با همین اطلاع در ماه قبل (۲۳.۸ درصد)، ۰.۷ واحد درصد کاهش داشته است.
به عبارتی، میانگین قیمت دریافتی توسط تولیدکنندگان محصولات صنعتی به‌ ازای تولید کالا‌های خود در داخل کشور، در ۱۲ ماه منتهی به آبان‌ماه ۱۴۰۳ نسبت به دوره مشابه سال قبل، ۲۳.۱ درصد افزایش دارد.
در این ماه بیشترین تورم سالانه با ۳۷.۵ درصد مربوط به گروه «ساخت ماشین‌آلات و تجهیزات طبقه‌بندی‌نشده درجای دیگر» و کمترین تورم سالانه با ۱۳.۲ درصد مربوط به گروه «ساخت کاغذ و محصولات کاغذی» است.

بهبود پاییزی شاخص مدیران خرید

در این‌ میان، گزارش اتاق بازرگانی ایران نشان می‌دهد که شاخص مدیران خرید (شاخص) در آبان ماه به سطح ۵۱.۴ رسید و برای دومین ماه متوالی، میزان فعالیت‌های اقتصادی اندکی بهبود پیدا کرد.
بدین ترتیب، میزان فعالیت‌های اقتصادی در آبان نسبت به مهرماه، افزایش جزئی داشته و پس از تعدیل فصلی معادل ۵۱.۴ برآورد شده است که حاکی از بهبود اندک نسبت به ماه قبل (۵۰.۲) است.
شاخص «میزان تولید محصول یا ارائه خدمات» در آبان‌ماه بعد از تعدیل فصلی، معادل ۵۱.۵ محاسبه شده و برای دومین ماه متوالی، بیشتر از محدوده مرزی ۵۰ قرار گرفته است.
با شروع مجدد قطعی‌های برق و پیش‌بینی شدت گرفتن کمبود انرژی در ماه‌های آینده و همچنین افزایش نرخ ارز و تشدید تورم قیمتی، کسب‌وکارها با نااطمینانی در رشد فعالیت‌ها در ماه‌های آینده روبه‌رو هستند.
شاخص «میزان سفارشات جدید مشتریان» پس از حذف اثر فصلی، معادل ۵۲.۴ برآورد شده و پس از شش ماه متوالی کاهش، برای اولین بار در آبان افزایش داشته است.
اگرچه به عقیده فعالان اقتصادی به دلیل کمبود نقدینگی، تقاضا به‌خصوص در بخش صنعت و ساختمان همچنان ضعیف است.

شاخص «قیمت مواد اولیه یا لوازم خریداری‌شده»، با مقدار ۸۲.۲، بیشترین مقدار ۱۸ ماهه از خردادماه ۱۴۰۲ را به ثبت رسانده است.
افزایش نرخ ارز، باعث افزایش قیمت مواد اولیه شده است.
با افزایش فشار هزینه‌های تأمین نهاده‌ها، شاخص «قیمت محصولات تولیدشده و خدمات ارائه شده» با عدد ۶۱.۴ بیشترین مقدار هفت ماهه خود از اردیبهشت‌ماه را ثبت کرده است.
از آنجا که افزایش قیمت‌های فروش، به‌شدت افزایش قیمت نهاده‌ها نبوده و معمولاً اثر گذاری آن با وقفه زمانی در زنجیره تولید صنایع و خدمات کسب‌وکارها اتفاق می‌افتد، پیش‌بینی می‌شود بسیاری از محصولات و خدمات در ماه‌های آینده با افزایش قیمت فروش روبه‌رو باشند.
شاخص «موجودی محصول نهایی در انبار» در آبان پس از حذف

اثر فصلی، ۴۸.۱ به دست آمده است.
این شاخص که برای سومین ماه متوالی کاهشنی شده، کمترین مقدار پنج ماهه خود را به ثبت رسانده است.
به نظر می‌رسد با افزایش نرخ ارز و تورم زیاد زنجیره تأمین نهاده‌ها، شرکت‌ها برای تأمین سفارشات مشتریان، بیشتر از موجودی انبار خود استفاده کرده‌اند.
شاخص «میزان فروش کالاها یا خدمات» در آبان ماه پس از حذف اثر فصلی، ۵۱.۱ ثبت شده که در مقایسه با ماه قبل (۵۴.۸) رشد کمتری داشته است.
اگرچه شاخص مذکور پس از رکود پنج ماهه برای دومین ماه متوالی بیشتر از محدوده ۵۰ قرار گرفته است، اما میزان فروش همچنان در سطوح پایینی قرار دارد که بخشی از آن ناشی از کاهش فروش صادراتی است.

فروش‌بینی کاهش تولید صنعتی آذرماه

شاخص مدیران خرید صنعت پس از رکود چهار ماهه، برای دومین ماه متوالی در آبان افزایش یافته و پس از تعدیل فصلی معادل ۵۱.۸ برآورد شده است که نسبت به مهرماه (۵۶.۰۳)، بهبود جزئی نشان می‌دهد.
شاخص «مقدار تولید محصولات» پس از تعدیل فصلی معادل ۵۲.۷ محاسبه شده و برای دومین ماه متوالی بیشتر از محدوده مرزی ۵۰ قرار گرفته است.
بسیاری از شرکت‌ها به دلیل پیش‌بینی قطعی برق و افزایش نرخ ارز و هزینه بالای تأمین نهاده‌های تولید، کاهش تولید در آذرماه را پیش‌بینی کرده‌اند.
شاخص «میزان سفارشات جدید مشتریان» پس از تعدیل فصلی به ۵۰.۷ رسیده که تقریباً در محدوده مرزی ۵۰ قرار گرفته و نشان می‌دهد به دلیل کاهش نقدینگی و کاهش قدرت خرید، تقاضای مشتریان همچنان ضعیف و کم رونق است.
به گفته نگاه‌های اقتصادی در بسیاری موارد، وصول مطالبات صورت نمی‌گیرد.
شاخص «موجودی مواد اولیه» پس از تعدیل فصلی، معادل ۴۷.۸ برآورد شده و کمترین مقدار چهار ماهه خود را ثبت کرده است.
افزایش نرخ ارز باعث افزایش هزینه نهاده‌های تولید شده که عدم عرضه یا فروش مواد اولیه در قیمت‌های بالا را از سوی تأمین‌کنندگان به هیمره داشته است.
درنتیجه بسیاری از شرکت‌ها با مشکلات عدم تخصیص ارز و کمبود منابع مالی و کمبود مواد اولیه روبه‌رو شده‌اند؛ تا جایی که شاخص «قیمت خرید مواد اولیه»، در آبان با رقم ۸۱.۶ افزایش قابل توجهی داشته و بیشترین مقدار ۱۸ ماهه (از خردادماه ۱۴۰۲ بدین سو) خود را تجربه کرده است.

شاخص «موجودی محصول نهاییی در انبار» پس از تعدیل فصلی، معادل ۴۷.۹ برآورد شده که برای ششمین ماه پیاپی کاهش یافته است.
فشار افزایش هزینه نهاده‌های تولید ناشی از افزایش نرخ ارز باعث شده تا به دلیل کمبود منابع مالی و درنتیجه کاهش موجودی مواد اولیه، بسیاری از شرکت‌ها برای تأمین تقاضای محدود مشتریان از موجود انبار خود استفاده کنند.
گرچه به دلیل تقاضای ضعیف همچنان شدت افزایش قیمت فروش محصولات به میزان افزایش نرخ ارز و نهاده‌های تولید نبوده است، با این وجود، شاخص «قیمت محصولات تولیدشده» با عدد ۶۱.۳، بیشترین مقدار شش ماهه خود از خردادماه را ثبت کرده است.
کمبود نقدینگی، عدم تسهیل‌تدهی بانک‌ها و عدم تخصیص ارز، به‌شدت افزایش با کمبود منابع مالی برای ادامه فعالیت‌ها مواجه کرده است.
همچنین به دلیل مشکلات رفع تعهد ارزی، صادرات بسیاری از شرکت‌ها کاهش داشته و یا متوقف شده است.
به نظر می‌رسد قوانین مخل باعث کاهش صادرات کالاها شده است.

حکمرانی اقتصادی طی چند سال اخیر با توسعه عمق ابهامات، فعالان اقتصادی و حتی مردم عادی را به فضای تحلیل‌ها و تصمیمات کوتاه مدت سوق داده و این شرایط با همراهی عوامل درون ساختاری در بازار سرمایه نیز با اثر مشددی تسری یافته است.
میل به سرمایه‌گذاری کوتاه‌مدت و در دو روز گذشته شاهد برتری فروشندگان مخصوصاً در نمادهای بزرگ ریسک‌های محیطی، دستورال‌ناگزیر چنین شرایطی است؛ همین شرایط است که بازارساز را در تله نوسانگیران، گیر انداخته و بر همین مینا، رفتار و نظارت خود را کتانلیزه می‌کند که حاصل آن، ورود حقوقی‌های بزرگ که روز سهامداران عمده سهام شاخص‌ساز به رفتارهای نوسانگیری و تولید ظرفیت‌های نوسان در بازار شده است.
همچنین رشد نامتوازن شاخص‌های کل و هموزن قطعه‌نمودی از چنین وضعیتی می‌تواند باشد.»
به عقیده این فعال بازار سرمایه، «استرس و ذی‌نفع بودن در تصمیمات و سیاست‌گذاری‌ها، در کنار تلاش بازارساز برای هماهنگی با الگوهای تکنیکال، شاید بزرگ‌ترین دلیل رفتار بازار در روز یکشنبه باشد.
همچنین وعده گشایش نمادهای گروه پتروشیمی در سیزدهم دی ماه، شاید نمودی از رفتار بازارساز در همانگی با الگوهای تکنیکال خواهد بود.
رفتار دولت در صنعت خودرو را می‌توان الگویی از رفتارهای پر تکرار ذی‌نفعانه و چه بسا تداوم روند نوسانگیری دولت سیزدهم در این روزها در نظر گرفت.
محیط شدن استرس بر چشم‌انداز برنامه‌ها و سیاست‌های کلان اقتصادی از نوع اخبار مخالفت مجمع تشخیص با نرخ‌های ارز در بوده‌جه سال ۱۴۰۳، طرح موضوع قیمت دلار در شورای اسران قواء مخالف هیأت عالی نظارت مجمع تشخیص با تخصیص اری برای واردات خودرو و…، شرایط را بر هر سرمایه‌گذار و فعال اقتصادی در شدت پریسک و مبهم می‌کند.»

۲ هزار میلیارد تومان پول حقیقی از بورس خارج شد

ادامه صف فروش صندوق‌های اهرمی

فروش مواجه شدند؛ به طوری که نماد اهرم ضمن ثبت خروج پول ۱۷۱ میلیارد تومانی بیش از ۲۵۰ میلیارد تومان صف فروش داشت.
«ندا کریمی»، تحلیلگر بازار سرمایه درخصوص روند بازار در دومین روز هفته به «اوکوپران»، گفت: «بازار این هفته متفاوت از هفته‌های اخیر بود و در دو روز گذشته شاهد برتری فروشندگان مخصوصاً در نمادهای بزرگ بودیم و شاخص کل نیز حدود ۵۰ هزار واحد کاهش را تجربه کرد.
گزارش شش ماهه پالایشگاه ستاره خلیج فارس، اندکی ضعیف‌تر از پیش‌بینی‌ها بود و همین امر نیز منجر به تسری فشار فروش تایپکو و شستا به سایر شرکت‌ها و صنایع شد.
در این روز همچنین آگهی بلوکی سهام ایران خودرو توسط سرمایه‌گذاری سمند و گسترش سرمایه‌گذاری ایران منتشر شد که همین امر موجب اقبال نسبی به گروه خودرو شد و با وجود فشار فروش سنگین در بازار، این گروه شاهد معاملات بهتری بود.»

این فعال بازار سرمایه از انتظار بهبود شرایط سهم‌های کوچک، خبر داد و افزود: «بعد از رشد دلار بازار آران به بالای ۸۰ هزار تومان، دلار نیما رشد روزانه خود را متوقف کرد و شایعاتی مبنی بر دخالت بازارساز در بازار ارز منجر به کاهش هرچند مختصر رشد دلار شد.
برای روزهای بعد به نظر می‌رسد که شاهد نوسانات و معاملات سنگین در نمادهای باشیم و انتظار وضعیت بهتری را در سهم‌های کوچک بازار را داریم.
بنابراین در روزهای آتی، تک سهم‌های کوچک بازار می‌توانند مقصد پول‌های ریسک‌پذیر باشند؛ همچنان قطعی گاز و برق و تحولات حول محور بورس کالا، مهمترین محرک بازار در کوتاه‌مدت است.»

همچنین «عبدالله رحیم لوی بنیس»، دیگر کارشناس بازار سرمایه، به میل سرمایه‌گذاران به سپرده‌های کوتاه‌مدت، اشاره کرد و گفت: «کیفیت

شناسه آگهی: ۱۸۵۲۷۸۱

آگهی ابلاغ اتهام

با توجه به ثبت پرونده

نظر به اینکه پرونده آقای محمد زندی‌فر در هیات بدوی رسیدگی به تخلفات اداری دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمائی قم به‌اتهام غیبت غیر موجه تحت رسیدگی می باشد، مقتضی است از تاریخ انتشار این آگهی ظرف مدت ده روز نسبت به ارسال دفاعیه کتبی خود به شعبه مدارک لازم به دفتر این هیأت واقع در قم، خیابان شهید لوسانی، دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمائی قم اقدام نمایند.
در غیر اینصورت هیأت برابر مقررات اقدام به صدور رای خواهد نمود.

هات بدوی رسیدگی به تخلفات اداری کارمندان دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمائی قم

خبرنامه

به منظور مدیریت مصرف انرژی

ساعت کاری بانک‌ها تغییر کرد

شورای هماهنگی بانک‌ها پیرو بخشنامه سازمان اداری و استخدامی کشور به منظور مدیریت بهینه مصرف انرژی و حفظ پایداری شبکه سراسری برق و گاز، ساعت کاری بانک‌ها تا پایان بهمن ماه را اعلام کرد.
باتوجه به بخشنامه سازمان اداری و استخدامی کشور به منظور مدیریت بهینه مصرف انرژی و حفظ پایداری شبکه سراسری برق و گاز کشور و با هدف تامین آسایش آحاد مردم و عدم وقفه در خدمت‌رسانی، ساعات کاری بانک‌ها تا پایان بهمن امسال در تمام کشور به این شرح تغییر می‌کند:
«ستاد بانک‌ها در تهران از شنبه تا چهارشنبه از ساعت ۷ی۱۴»، «شعب بانک‌ها در کل کشور از شنبه تا چهارشنبه از ساعت ۷ الی ۱۴ برای کارکنان و از ساعت ۷:۳۰ تا ۱۳:۳۰ برای مشتریان» و «شعب بانک‌ها در کل کشور در روزهای پنجشنبه از ساعت ۷الی ۱۳ برای کارکنان و از ساعت ۷:۳۰الی ۱۳:۳۰ برای مشتریان».

۱۵ سد فکتر کمتر از ۲۰ درصد آب دارند

۵۷ درصد مخازن سدها خالی است

براساس آخرین آمارها از ابتدای سال آبی تا تاریخ هشتم دی‌ماه امسال از وضعیت سدهای کشور، ۱۵ سد زیر ۲۰ درصد آب دارند و حجم آب موجود در مخازن سدها ۴۳ درصد است.میزان ورودی مخازن کل کشور از ابتدای سال آبی (ابتدای مهرماه) تا هشتم دی‌ماه معادل ۴.۷۷ میلیارد متر مکعب بوده که در مقایسه با سال گذشته (با رقم ۵.۰۰ میلیارد مترمکعب) حدود ۵ درصد کاهش داشته است. همچنین میزان کل خروجی سدهای کشور نیز نسبت به سال قبل با ۴ درصد افزایش مواجه شده است. حجم آب موجود مخازن اکنون ۲۲.۳۷ میلیارد متر مکعب ثبت شده که این عدد نسبت به سال قبل (با رقم ۲۰.۴۵ میلیارد مترمکعب) ۹ درصد افزایش یافته است. همچنین حجم پرشدگی سدهای کشور نیز تا این تاریخ ۴۳ درصد است. وضعیت برخی از سدهای مهم کشور، بیانگر آن است که در ۱۴ سد درصد پرشدگی کمتر از ۲۰ درصد است، به‌طوری که سدهای پنجگانه تهران ۱۸ درصد، سد زاینده‌رود اصفهان ۱۳ درصد، سد دوستی و طوق استان خراسان رضوی به ترتیب ۱۳ و ۱۱ درصد، سد پانزده خرداد حوضه قمرود ۱۰ درصد، سد استقلال آذربایجان غربی ۷ درصد، سد سرنی هرمزگان ۱۴ درصد، سد تهم استان زنجان ۱۵ درصد، سد رودیل داراب استان فارس ۲ درصد، چابمیه استان سیستان و بلوچستان ۱۴ درصد، سد تنگویه سمرجان استان کرمان ۸ درصد و سد نسان استان ۱۰ درصد، سد سناوه و کامل صالح استان مرکزی به ترتیب ۷ درصد و ۱۶ درصد آب دارند. حجم ذخیره سد شیمیل و نیان استان هرمزگان نیز صفر درصد است. همچنین ارتفاع کل ریزش‌های جوی کشور معادل ۴۲.۳ میلیمتر است. این مقدار بارندگی نسبت به میانگین دوره‌های مشابه درازمدت (۶۹.۴ میلیمتر) ۲۹ درصد کاهش و نسبت به دوره مشابه سال آبی گذشته (۴۵.۸ میلیمتر) ۸ درصد کاهش را نشان می‌دهد.

افزایش ۸۰ میلیون مترمکعبی مصرف گاز خانگی

رئیس مرکز کنترل شبکه راهبری گاز کشور از کاهش میانگین وزنی دما در هفته نخست دی ماه نسبت به مدت مشابه پارسل خبر داد و گفت این تغییر دما سبب افزایش ۸۰ میلیون مترمکعبی مصرف گاز در بخش خانگی تجاری و صنایع جزء در هفته نخست دی شده است. به گفته «غلامرضا کوشکی»، روز شنبه (هشتم دی) با کاهش نسبی دما و ورود دو سالنامه سرمایشی جدید از غرب کشور، مصرف گاز در بخش خانگی، تجاری و صنایع جزء به ۶۱۳ میلیون مترمکعب رسید. با توجه به تداوم سرما تا پایان هفته جاری، پیش‌بینی می‌شود مقدار مصرف در بخش خانگی، تجاری و صنایع جزء از مرز ۶۵۰ میلیون مترمکعب بگذرد و رکورد مصرف ۶۶۰ میلیون مترمکعب در این بخش ثبت شود. این مقام مسئول با یادآوری اینکه پارسل در هفته نخست دی ماه در بخش خانگی، تجاری و صنایع جزء حدود ۵۷۷ میلیون مترمکعب مصرف داشتیم و این رقم امسال در همین بازه زمانی به ۶۰۷ میلیون مترمکعب در روز رسیده است، بار دیگر بر مدیریت مصرف انرژی تأکید کرد و از سوی تمامی نهادها و مردم تأکید کرد و افزود: تلاش شبانه‌روزی همکاران در بخش‌های تولید، بالادست و پالایشگاهی، سبب شد تا در کنار پایداری شبکه گاز، در تولید، فزآورش و انتقال گاز نیز رکورد بزیم. از تمامی هم‌وطنان در سراسر کشور تقاضا می‌کنیم با توجه به شدت برودت هوا و افزایش مصرف، ضمن رعایت الگوی مصرف و همراهی با پویش دو درجه‌ای کاهش دمای منزل و محیط کار، به پایداری شبکه گاز در این روزهای سرد کمک کنند تا در هیچ نقطه‌ای از کشور، دچار افت فشار یا قطع گاز نشود.

رونمایی از بسته ۶ میلیارد دلاری تامین برق صنایع کوچک و اصناف

رئیس همایش ملی «شکوفایی سبز؛ نوآوری‌های انرژی و حمل و نقل پاک»، جزئیات رونمایی از بسته ۶ میلیارد دلاری تامین برق صنایع کوچک و اصناف را تشریح کرد و گفت: با اجرایی شدن این طرح، هر واحد صنعتی می‌تواند، معادل ۱۶۰ میلیون تومان وام کم بهره برای دریافت و نصب صفحات خورشیدی دریافت کند. به گزارش «ایسنا»، «علی محمودیان» در حاشیه برگزاری این همایش با بیان اینکه براساس گزارش‌های رسمی، قطعی‌های چند سال اخیر برق تا امروز، معادل ۱۱ میلیارد دلار به صنایع و واحدهای صنفی خسارت وارد کرده است، گفت: دولت برای جایگزینی، بهبود و بهینه کردن تامین برق واحدهای صنفی بزرگ براساس ماده ۱۲ قانون رفغ منابع تولید، با استفاده از طرح های بزرگ چند مگاواتی صورت‌شده‌ی، (SMES) لازم را اندیشیده، اما برای صنایع کوچک و متوسط و اصناف (تأسیسات) تا امروز هیچ تدبیری اندیشیده نشده بود. وی با بیان اینکه با کمک بخش خصوصی و اتحادیه کشوری سوخت‌های جایگزین، طرحی برای حمایت از تامین برق واحدهای کوچک و اصناف آماده شده، گفت: قرار است برای واحدهای صنفی فعال در حوزه تولید و واحدهای خدماتی، صنخات خورشیدی ۵ کیلوواتی نصب شود که با اجرایی شدن این طرح، ۱۳ هزار مگاوات به تامین برق کشور کمک می‌شود. مخاطب صفحات خورشیدی کوچک مقیاس (SMES)، واحدهای تولیدی و صنفی هستند که دولت برای تامین برق آنها، تا امروز تدابیری نیندیشیده بود؛ ضمن اینکه سرمایه گذاری کاملا از سوی بخش خصوصی انجام می‌شود. به گفته «محمودیان»، با اجرایی شدن این طرح، هر واحد صنفی می‌تواند، معادل ۱۶۰ میلیون تومان وام کم بهره برای دریافت و نصب صفحات خورشیدی دریافت کند. برای هر واحد صنفی، با توجه به ظرفیت آنها، به طور میانگین ۴ کیلووات برق در نظر گرفته شده و با توجه به داشتن ۱۰ میلیون واحد صنفی، پیش‌بینی می‌شود که این طرح، بتواند بخش عمده‌ای از چالش‌ها و مشکلات در حوزه برق کشور را مرتفع کند. رئیس همایش ملی شکوفایی سبز؛ نوآوری‌های انرژی و حمل و نقل پاک، ادامه داد: در حال حاضر سهم انرژی‌های تجدیدپذیر در ایران، کمتر از یک درصد است اما این میزان به طور متوسط در سایر کشورها، حدود ۲۶ درصد است؛ به عبارتی فاصله ما با سبد انرژی خورشیدی در دنیا خیلی پایین است و ساختار فعلی کشور، با توجه به ظرفیتهای بوجه‌بندی، مشارکت بخش خصوصی از اهمیت بالایی برخوردار است و عملاً باید سیاست‌ها و تصمیمات به گونه‌ای اتخاذ شود که منجر به ایجاد انگیزه کافی برای سرمایه‌گذاران و فعالان واحدهای تولیدی و صنفی شود. پیشنهادات در این حوزه ارائه ارانه است و امیدواریم به زودی محقق شود.

آیا نرخ تورم تا پایان امسال به زیر ۳۰ درصد می‌رسد؟

۵ سناریوی تورمی ۱۴۰۳



تورم است. درواقع فرض بر این است که با مدیریت نقدینگی و برخی اصلاحات در نظام بانکی و بودجه دولت نقدینگی و به‌تبع آن تورم را کنترل کرد؛ این در حالی است که تورم فعلی ایران چندان ریشه پولی ندارد و کنترل انتظارات و نرخ ارز مهمترین چالش کاهش تورم است. با توجه به فشارهای وارده بر اقتصاد ایران به‌واسطه تحریم و انتظارات منفی و آسیب شدید تولید و سرمایه‌گذاری و از طرفی توفیق نه‌چندان موفق سیاست‌های کنترل نقدینگی، بهتر است در شرایط تحریم چندنان روی سیاست‌های انقباضی شدید به‌خصوص در مورد اعتبارات و تسهیلات تمرکز نکرد و سعی نمود به‌جای آن با مدیریت تورم و ثبات تورم، تولید را به حرکت درآورد.

در شرایط فعلی اجرای سیاست‌های پولی و مالی، باید ثبات تورم و نه‌چندان کاهش تورم را در اولویت قرار دهد و نمی‌توان انتظار داشت با اجرای برخی سیاست‌های پولی و مالی تورم کاهش قابل‌توجهی را تجربه کند. اگر تحریم‌ها رفع شود سیاست‌های پیشنهادی مذکور می‌تواند تورم بلندمدت و ماندگار کشور را کاهش داده و آن را به سطوح تک‌رقمی سوق دهد، اما اگر تحریم‌ها رفع نشود، سیاست‌های مذکور بدون کاهش چندان در تورم بر تولید و سرمایه‌گذاری فشار وارد نموده و کشور هم تورم و هم رکود را تجربه خواهد کرد. بنابراین بهتر است که در این شرایط روی رشد اقتصادی و مدیریت و ثبات‌بخشی به تورم تمرکز کرد تا سیاست‌های انقباضی شدید و تحمیل رکود.

هدف‌گذاری تورمی بانک مرکزی

بانک مرکزی تلاش می‌کند تا نرخ تورم را تا پایان سال به سطح ۳۰ درصد برساند، اما این هدف‌گذاری تورمی بانک مرکزی با توجه به شرایط پیرامونی اقتصاد ایران و افزایش سطح نااطمینانی از بابت بازگشت دونالد ترامپ به کاخ سفید و اجرای دوباره سیاست فشار حداکثری تا حدودی زیر سوال می‌رود. از نگاه کارشناسان مرکز پژوهش‌های اتاق ایران، می‌توان سیاست‌هایی را در شرایط فعلی با شدت کم و بعد از رفع تحریم‌ها با شدت زیاد دنبال کرد. سیاست‌های مذکور اگرچه می‌تواند تورم پایدار اقتصاد ایران که در شرایط غیرتحریمی نیز برقرار بوده را کنترل و کاهش دهد، ولی در شرایط فعلی در بهترین حالت اندکی (در نهایت بین ۵ تا ۱۰ درصد) می‌تواند تورم را کاهش دهد و اصرار بیش‌ازحد بر آنها می‌تواند رکود را بر بخش تولید و سرمایه‌گذاری غالب می‌کند. در شرایط غیرتحریمی، سیاست‌هایی مذکور می‌تواند میانگین تورم بلندمدت اقتصاد ایران را کاهش دهد و سطح تورم پایدار تک‌رقمی را برای اقتصاد ایران به ارمغان بیاورد. در این گزارش به دو دیدگاه پولی و تأثیرات نرخ ارز بر تورم اشاره شده است. در دیدگاهی که پول را علت‌العلل می‌دانند، استدلال می‌کنند که عرضه پول به دنبال خود افزایش قیمت ارز و تورم را دارد و با کنترل نقدینگی می‌توان حتی بر شوک‌های ارزی غلبه کرد اما دیدگاه دوم، پول را معلول نرخ ارز و سایر شوک‌ها دانسته و استدلال می‌کند که در شرایط بی‌ثباتی ارزی و شوک‌های منفی عرضه، بانک مرکزی مجبور به چاپ پول می‌شود و با آن همراهی می‌کند.

۱۴۰۰ در حدود ۳۲ میلیون نفر در زیر خط فقر (فقر غذایی) قرار دارند و این روند همچنان به‌واسطه تورم شدید چند سال اخیر به‌سرعت در حال گسترش است. در چنین فضایی، صحبت از اهداف سرمایه‌گذاری و تولید و همچنین کنترل فقر و نابرابری، خیالی بیش نخواهد بود. درباره رابطه بین نقدینگی و تورم، تصور اکثر اقتصاددانان بر این است که تورم ایران یک پدیده پولی است و با کنترل عرضه پول می‌توان تورم را مهار کرد. به‌هیچ‌وجه نمی‌توان تورم‌زا بودن پول را منکر شد اما هر همبستگی بین عرضه پول و تورم به معنای علت بودن پول برای تورم نیست، بلکه عوامل دیگری جز پول نیز مؤثر است. منحصراً کردن علت تورم فعلی ایران به رشد نقدینگی، دادن آدرس غلط به مخاطب است و اشارات سیاسی آن بسیار پرمخاطره خواهد بود.

موتور ارزی تورم‌های لجام‌گسیخته

با وجود اینکه همه تورم ایران به‌خصوص در شرایط فعلی از نمی‌توان با نقدینگی تشریح کرد، اما به‌رحال، بخشی از تورم مزمن و پایدار اقتصاد ایران مربوط به رشد نقدینگی است که ریشه این رشد را باید در بزرگ بودن دولت و تحمیل هزینه‌های بی‌شمار ببر بودجه دولت، تأمین مالی کسری‌های بودجه ساختاری از طریق مکانیزم خلق پول، نبود یک نظام بودجه‌ریزی کارا مبتنی بر قواعد مشخص و شفاف، سلطه مالی و عدم استقلال بانک مرکزی و … جست‌وجو کرد. در شرایط فعلی اقتصاد ایران، این برش‌های بی‌سابقه نرخ ارز است که موتور محرکه تورم‌های لجام‌گسیخته اخیر بوده است. چنانچه نرخ رشد دلار را در کنار نرخ تورم و نرخ رشد نقدینگی قرار دهیم، همبستگی بالای افزایش نرخ ارز و تورم به‌خصوص برای سال‌های توأمان با بی‌ثباتی سیاسی-اقتصادی و تحریم قابل‌مشاهده است. تحت این شرایط متناسب با تغییرات نرخ ارز، قیمت‌ها بالا می‌رود و عرضه پول و پایه پولی به‌تناسب آن رشد می‌کند. در واقع، جهت علیت به‌جای اینکه از پایه پولی و نقدینگی به تورم باشد از نرخ ارز به تورم و از تورم به نقدینگی و سپس پایه پولی است.

تحلیل رایج در مورد شکل‌گیری انتظارات عقلایی، آن است که انتظارات نسبت به متغیرهای اثرگذار بر قیمت در طرف عرضه و تقاضا به‌خصوص نقدینگی است که انتظارات قیمتی و تورم را شکل می‌دهد و شوک‌های تصادفی عرضه و تقاضا جایگاه خاصی در شکل‌دهی انتظارات نداشته چون تصادفی بوده و میانگین انتظاری آنها صفر است، اما اگر عوامل اقتصادی همواره در انتظار شوک‌های منفی طرف عرضه باشند و آن را در تحلیل‌های خود وارد کنند، شوک‌های عرضه و تقاضا دیگر تصادفی تلقی نشده و انتظارات تورمی ناشی از شوک‌های عرضه و تقاضا در کنار انتظارات عرضه پول بر تورم اثرگذار خواهد بود. با توجه به مطالب فوق دیگر نمی‌توان به‌راحتی گفت با کنترل نقدینگی می‌توان تورم را کنترل کرد. چون در شرایط بی‌ثباتی ارزی، خود نقدینگی معلول و نه علت است.

مسئله تورم در برنامه هفتم توسعه

در باب برنامه هفتم و مسئله تورم باید گفت اگرچه در ظاهر این برنامه به مسئله تورم پرداخته است، اما نگاه حاکم بر آن نگاه پولی به مسئله

دلایل بروز خاموشی در نیمه دوم سال

چرا ذخایر نیروگاه‌ها کم آمد؟

لیتر رسید. اجرای پروژه‌های توسعه‌ای صنعت پالایش کشور در طی سال‌های اخیر می‌توانست موجب شود تا میزان تولید گازوئیل در سال ۱۴۰۲ از مرز ۱۲۰ میلیون لیتر عبور کند و این ظرفیت ایجادشده، در افزایش ذخیره‌سازی گازوئیل مورد نیاز نیروگاه‌ها در فصل سرد سال خود را نشان می‌داد و موجب جلوگیری از بروز خاموشی‌های پاییزه و زمستانه می‌شد. البته باید گفت که در چهار ماه فعالیت دولت چهاردهم، با رفغ منابع تولید و استفاده از ظرفیته‌های مفعول این حوزه، متوسط تولید روزانه گازوئیل کشور از ۱۱۱ میلیون لیتر در پنج ماهه نخست امسال به ۱۲۵ میلیون لیتر افزایش یافته است.

براساس این گزارش، عرضه‌های پرتکرار و پرحجم ۱.۳ میلیارد لیتری گازوئیل تولیدی پالایشگاه آبادان در بورس انرژی و صادرات ۱۲۹ میلیون لیتری آن در ماه‌های تیر و مرداد، در کاهش ذخیره‌سازی سوخت نیروگاهی در تابستان سهم داشته است. قطعی‌های برنامه‌ریزی شده برق خانگی و صنعت در حالی کم‌اکن دارد که هنوز میزان سوخت تحویلی به نیروگاه‌ها و ذخایر سوخت مایع آنها، کفاف تأمین برق پایدار را نمی‌دهد. یکی از دلایل اصلی بروز قطعی‌های پاییزه و زمستانه برق امسال، به عدم ذخیره‌سازی مناسب سوخت مایع نیروگاهی در تابستان باز می‌گردد. مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی در بخشی از سلسله گزارش‌های خود در زمینه بررسی لایحه بودجه ۱۴۰۴، به این موضوع اشاره کرد و نوشته است: «ذخایر گازوئیل و نفت‌کوره نیروگاه‌ها در شش ماه نخست سال ۱۴۰۳ نسبت به مدت مشابه سال قبل، کاهش پیدا کرده و افزایش ناترازی گاز و عدم امکان تأمین سوخت مایع جایگزین، چالش‌هایی را برای تأمین برق در زمستان بوجود آورده است.»

هر ساله برای تضمین تولید برق پایدار در زمستان، ذخیره‌سازی سوخت مایع در مخازن ذخیره نیروگاه‌ها در طول تابستان افزایش پیدا می‌کرد تا در شروع فصل سرد سال، با توجه به ناترازی گاز و محدود شدن گازرسانی به نیروگاه‌ها به‌دلیل افزایش مصرف گاز بخش خانگی، نیروگاه‌ها در تأمین سوخت موردنیاز تولید برق، با چالشی مواجه نشوند. اشاره گزارش مرکز

فرصت امروز: تورم سالانه در پایان امسال در خوش‌بینانه‌ترین حالت به ۳۰.۸ درصد و در بدبینانه‌ترین حالت به ۳۱.۸ درصد می‌رسد. بنابراین به نظر نمی‌رسد که تورم در پایان سال وارد کانال ۲۰ درصدی شود. با توجه به تورم آذرماه ۱۴۰۲ می‌توان در پنج سناریو، میزان تورم در پایان سال را پیش‌بینی کرد؛ در سناریو اول و براساس تورم ماهانه آذر ۱۴۰۳ که معادل ۲ درصد بوده، میزان تورم سالانه تا پایان سال جاری معادل ۳۱.۵ درصد و تورم نقطه به نقطه معادل ۳۱.۴ درصد خواهد بود. در سناریو دوم و براساس میانگین ۹ ماهه منتهی به آذر ۱۴۰۳ که معادل ۲.۴۱ درصد بوده، میزان تورم سالانه در پایان سال جاری به ۳۱.۸ درصد و تورم نقطه‌ای به ۳۳ درصد خواهد رسید. در سناریو سوم و براساس میانگین ۱۲ ماهه منتهی به آذر ۱۴۰۳ که معادل ۲.۳ درصد بوده است، می‌توان گفت که تورم سالانه در پایان سال ۱۴۰۳ به ۳۱.۷ درصد خواهد رسید و همچنین تورم نقطه‌ای در پایان سال ۳۲.۶ درصد خواهد شد.

همچنین در سناریوی چهارم و براساس تورم ماهانه یک درصدی تا پایان سال ۱۴۰۳، می‌توان گفت که تورم سالانه در بهترین حالت به ۳۰.۸ درصد رسیده و تورم نقطه‌ای تا پایان سال در سطح ۲۷.۶ درصد قرار می‌گیرد. نهایتاً در سناریوی پنجم و براساس میانگین تورم ماهانه از ابتدای دولت چهاردهم که معادل ۲.۲۴ درصد بوده (یعنی از ابتدای دولت چهاردهم تا آذرماه امسال میانگین قیمت کالاها و خدمات در هر ماه به اندازه ۲.۲۴ درصد افزایش داشته است)، تورم سالانه در پایان سال جاری به ۳۱.۷ درصد و تورم نقطه‌ای به ۳۲.۴ درصد خواهد رسید. در مجموع، برآیند این سناریوها منتهی می‌دهد که تورم نقطه‌ای در پایان سال در بازه ۲۷.۶ درصد تا ۳۳ درصد و تورم سالانه در محدوده ۳۰.۸ درصد تا ۳۱.۸ درصد در نوسان خواهد بود.

تورم از منظر پولی و تأثیرات نرخ ارز

مرکز پژوهش‌های اتاق ایران در یک گزارش تحلیلی به آسیب‌شناسی «تورم و راهکارهای مهار آن» پرداخته و محرک‌های تورمی اقتصاد ایران را با دو دیدگاه پولی و تأثیرات نرخ ارز بررسی کرده است. در این گزارش از تورم به عنوان بیماری سرطان، یاد شده است که کل سیستم اقتصادی یک جامعه را به هم می‌ریزد و مانع از کارایی سیستم می‌شود. تورم علاوه بر آنکه فعالیت‌های سوداگران، فرار سرمایه، فقر، بیکاری و… را افزایش می‌دهد، منجر به نابودی تولید، سرمایه‌گذاری و… نیز می‌شود و می‌تواند تا مرحله بحران اقتصادی پیش برود. متأسفانه اقتصاد ایران در طول دهه‌های اخیر و به‌خصوص دو دهه اخیر، تورم بالایی را تجربه کرده است. میزان تورم در اقتصاد ایران طی ۴۴ سال گذشته نصب به طور میانگین حدود ۲۰ درصد بوده است. بنابراین در اقتصادهایی با تورم ۲۰ درصد، صحبت کردن از تولید، سرمایه‌گذاری، رشد اقتصادی و… عملاً به‌بوده و نامتعرف است. در اقتصاد ایران در سال ۱۳۹۶، آمار جمعیت زیر خط فقر (فقر غذایی) براساس برآوردهای وزارت رفاه در حدود ۱۸ میلیون نفر بوده، ولی به دلیل تورم و شوک‌های سال ۱۳۹۷ و ۱۳۹۸، این آمار به بیشتر از ۲۶ میلیون در انتهای سال ۱۳۹۸ رسیده است. مطابق با آخرین آمار موجود، تا پایان سال

<div>آگهی مفقودی</div>
<p>اینجناب نادر اسدی بور گهرم شماره شناسی NAANA۱۵EYNKA۰۴۹۹۰۰۶۹۹۵۵، بعلت فندان اسناد فروش نتقاضی روپوشت المثنی اسناد مذکور را نموده ام. لذا چنانچه هر کس ادعایی در مورد خودروی مذکور دارد ظرف ۱۰ روز به دفتر حقوقی شرکت ایران خودرو واقع در کیلومتر ۱۴ جاده مخصوص تهران – کرج شهرک پیکان شهر ساختمان سمنده طبقه ۱ مراجعه نماید بدینهی است پس از انتضای مهلت مزبور طبق ضوابط مقرر اقدام خواهد شد.</p>
<p>خلخال</p>
<p>۹۰۸</p>

<div> (آگهی ابلاغ دادنامه به محکوم /محکومین پرونده خودرو صاحب متواری)</div>
<p>دادنامه شماره: ۱۴۰۳۰۰۲۲۴۰۲۴۰۰۰۷۹۰ مورخ ۱۴۰۳/۰۹/۲۶</p> <p>پیرو آگهی منتشره در روزنامه جمهوری اسلامی مورخ ۱۴۰۳/۰۸/۰۶ و نظر به اینکه پرونده کلاسه ۱۴۰۳۰۰۱۲۴۰۲۴۰۰۰۳۸۷ در مورخ ۱۴۰۳/۰۹/۱۴ منجر به صدور رای از سوی شعبه ویژه رسیدگی به تخلفات قاچاق کالا و ارز تعزیرات حکومتی شهرستان ديلم به اتهام کشف مقادیری کالای قاچاق بلاصاحب (کلاه و جوراب شلواری) بصورت غیابی محکوم گردید. لذا به محکوم علیه ابلاغ می گردد ظرف مدت ۲۰ روز از تاریخ انتشار آگهی نسبت به واخواهی از حکم صادره به شعبه صادر کننده دادنامه مراجعه نمایند بدینهی است در صورت عدم حضور در فرجه قانونی شعبه وفق مقررات قانونی اقدام خواهد کرد. م الف ۱۱۰</p> <p>پارسا رئیس شعبه ویژه ویزه رسیدگی به تخلفات قاچاق کالا و ارز تعزیرات حکومتی شهرستان ديلم</p>

<div> (آگهی ابلاغ احضاریه)</div>
<p>کلاسه پرونده: ۱۴۰۳۰۰۱۲۴۰۲۴۰۰۰۴۰۱ مورخ ۱۴۰۳/۰۹/۲۶</p> <p>نظر به کشف مقادیری کالای قاچاق (لوازم آرایشی) در خودرو پژو ۴۰۵ به شماره پلاک ایران ۵۲م۳۴۶-۲۷ به مالکیت آقای سلیمان مراد ایچی و عدم شناسایی متهم در اجرای مواد ۴۶ و ۵۱ و ماده ۱۷۴ قانون آیین دادرسی کیفری به صاحب یا صاحبان کالا مکتشفه ابلاغ می گردد جهت رسیدگی ظرف مدت حداکثر یک ماه از تاریخ انتشار آگهی به شعبه ویژه قاچاق کالا و ارز تعزیرات حکومتی شهرستان ديلم به نشانی: خیابان پاسداران – خیابان شهید مزارعی – نیش کوچه شهید خلیفه مراجعه نمایند. در غیر اینصورت در صورت عدم حضور متهم یا متهمین وفق مقررات قانونی اقدام به صدور رای میگردد. م الف ۱۱۱</p> <p>پارسا رئیس شعبه ویژه ویزه رسیدگی به تخلفات قاچاق کالا و ارز تعزیرات حکومتی شهرستان ديلم</p>

<div> (آگهی ابلاغ دادنامه به محکوم /محکومین پرونده خودرو صاحب متواری)</div>
<p>دادنامه شماره: ۱۴۰۳۰۰۲۲۴۰۲۴۰۰۰۹۰ مورخ ۱۴۰۳/۰۹/۲۶</p> <p>پیرو آگهی منتشره در روزنامه جمهوری اسلامی مورخ ۱۴۰۳/۰۸/۰۶ و نظر به اینکه پرونده کلاسه ۱۴۰۳۰۰۱۲۴۰۲۴۰۰۰۳۹۱ در مورخ ۱۴۰۳/۰۹/۲۶ منجر به صدور رای از سوی شعبه ویژه رسیدگی به تخلفات قاچاق کالا و ارز تعزیرات حکومتی شهرستان ديلم به اتهام کشف مقادیری کالای قاچاق بلاصاحب (لباس زیر زنانه شامپو و کرم نرم کننده) بصورت غیابی محکوم گردید. لذا به محکوم علیه ابلاغ می گردد ظرف مدت ۲۰ روز از تاریخ انتشار آگهی نسبت به واخواهی از حکم صادره به شعبه صادر کننده دادنامه مراجعه نمایند. بدینهی است در صورت عدم حضور در فرجه قانونی شعبه وفق مقررات قانونی اقدام خواهد کرد. م الف ۱۱۲</p> <p>پارسا رئیس شعبه ویژه ویزه رسیدگی به تخلفات قاچاق کالا و ارز تعزیرات حکومتی شهرستان ديلم</p>

سازمان آگهی‌ها

۸۸۹۳۶۶۵۱

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

برابر رای شماره ۱۴۰۳۰۰۳۷۳۲۰۱۱۰۰۳۷۳۲ مورخ ۱۴۰۳/۰۸/۱۹ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبتی ناحیه سه کرج تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای ابراهیم علی پلندلوشناسنامه شماره ۱۲۶۸ صادره از رزن فرزند مرحومعلی در ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی در آن به مساحت ۲۰۸ مترمربع مفروز از پلاک شماره ۶۶۱ فرعی از ۱۴۳ اصلی واقع در البرز و در خریداری از آقای حسین مدبریروستا که خود مالک اولیه میباشد تایید مینماید 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 طرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدینهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۳/۰۹/۲۴

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۳/۱۰/۱۰

شناسه آگهی: ۱۸۴۵۳۹۰

حسین رضا نوری شاد
رئیس اداره ثبت اسناد واملاک ناحیه سه کرج

آگهی فقدان سند مالکیت

حسب درخواست و اعلام آقای محمد باقر واحدی بعنوان مالک یک دانگ و نیم مشاع از ششدانگ پلاک ثبتی ۳ فرعی از ۲۲۱ اصلی، واقع در مزرعه انجمین بخش مزارع حوزه ثبت ملک اشتهادر استان البرز ضمن تسلیم ۲ برگ استشهادیه تصدیق شده بشماره ۵۰۰۳۳۸ مورخ ۱۴۰۳/۰۹/۰۶ دفترخانه اسناد رسمی شماره ۲۷۴ اشتهادر سند مالکیت اصلی بشماره چابی ۰۹۳۷۳۷ سبری الف سال ۸۳ که در صفحه ۳۹۴ دفتر املاک جلد ۴۹ ذیل شماره ۱۰۵۱۳ ثبت گردیده است به علت سهل انگاری مفقود گردیده است و مالک تقاضای صدور سند مالکیت المثنی را نموده. که مراتب باستناد تبصره یک ذیل ماده ۱۲۰ اصلاحی آیین نامه قانون ثبت در یک نوبت آگهی می شود تا چنانچه کسی مدعی وجود سند مالکیت در نزد خود یا انجام معامله نسبت به ملک مذکور باشد از تاریخ انتشار آگهی ظرف مدت ده روز اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند معامله کتبا به این اداره تسلیم و رسید دریافت نمایند و چنانچه ظرف مدت مقرر اعتراضی نرسد و یا در صورت اعتراض اصل مدارک و سند ارائه نگردد سند مالکیت المثنی طبق مقررات صادر به متقاضی تسلیم خواهد شد.

رئیس اداره ثبت اسناد و املاک اشتهادر – مسیب محمدی
شناسه آگهی ۱۸۵۴۶۳۳
م الف ۱۸۷۳
۹۰۳



اداره کل ثبت اسناد و املاک استان زنجان
اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک سلطانیه
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 ۱۴۰۳۰۰۳۷۳۲۰۰۸۰۰۳۷۳۲ مورخ ۱۴۰۳/۰۹/۲۶ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک سلطانیه تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی شرکت شیشه زنگان پارس فرزند بشماره شناسنامه صادره از در یک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۱۲۱۹۲/۹۹ متر مربع پلاک ۸۴۷ فرعی از ۶۳ اصلی 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 طرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدینهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول مقررات طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۳/۱۰/۱۱
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۳/۱۰/۲۶

سعید حسینی
رئیس ثبت اسناد واملاک

آگهی فقدان سند مالکیت

حسب درخواست و اعلام آقای محمد باقر واحدی فرزند غلامحسین بشماره ملی ۰۳۲۳۱۰۹۹۷۷ بعنوان مالک ششدانگ پلاک ثبتی ۸۸۳ اصلی، واقع در حوزه ثبت ملک اشتهادر استان البرز ضمن تسلیم ۲ برگ استشهادیه تصدیق شده بشماره ۴۵۹۹۷۲ مورخ ۱۴۰۳/۰۹/۰۶ دفترخانه اسناد رسمی شماره ۲۷۴ اشتهادر سند مالکیت اصلی بشماره چابی ۸۱۶۸۷۲ ب ۹۵ به شماره دفتر املاک الکترونیکی ۱۴۰۳۲۳۲۶۰۳۳۱۰۱۴۰۳۲۳۲۶ ثبت گردیده است به علت سهل انگاری مفقود گردیده است، و مالک تقاضای صدور سند مالکیت المثنی را نموده. که مراتب باستناد تبصره یک ذیل ماده ۱۲۰ اصلاحی آیین نامه قانون ثبت در یک نوبت آگهی می شود تا چنانچه کسی مدعی وجود سند مالکیت در نزد خود یا انجام معامله نسبت به ملک مذکور باشد از تاریخ انتشار آگهی ظرف مدت ده روز اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند معامله کتبا به این اداره تسلیم و رسید دریافت نمایند و چنانچه ظرف مدت مقرر اعتراضی نرسد و یا در صورت اعتراض اصل مدارک و سند ارائه نگردد سند مالکیت المثنی طبق مقررات صادر به متقاضی تسلیم خواهد شد.

رئیس اداره ثبت اسناد و املاک اشتهادر – مسیب محمدی
شناسه آگهی ۱۸۵۴۵۸۳
م الف ۱۸۷۱
۹۰۲

آگهی مفقودی مدرک تحصیلی

مدرک فارغ التحصیلی اینجناب عاطفه میرزاده فیروز آبادی فرزند علی به شماره شناسنامه ۰۰۲۱۰۶۶۶۰۰۲۱۰۶۶۶ صادره از تهران در مقطع کارشناسی رشته حسابداری صادره از واحد دانشگاهی آزاد پرند واقع در آزاد راه تهران- سوسه، شهر جدید پرند به تاریخ تولد ۱۳۷۷/۰۶/۱۳ و محل سکونت رباط کریم، خیابان شهید، کوشه ۳۳ پلاک ۱۷ و تلفن ثابت ۰۲۱۵۶۲۲۵۱۴ مفقود و از درجه اعتبار ساقط می گردد.

نوبت اول: ۱۴۰۳/۱۰/۱۰
نوبت دوم:۱۴۰۳/۱۰/۱۷
رابط کریم
نوبت سوم:۱۴۰۳/۱۰/۲۴

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

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

برابر رای شماره ۱۴۰۳۶۰۳۲۶۰۰۲۰۳۲۶۰ مورخ ۱۴۰۳/۰۹/۲۶ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک کیوردآهنگ تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی محمد امینی اعلائی فرزند احمد علی به ش ش ۵۷۰ صادره از کیوردآهنگ دریک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۱۷۶۸۸/۸۵مترمربع پلاک ۶۸۶ فرعی از ۳۲۹ اصلی واقع در روستای قهورد سفلی خریداری از مالک رسمی احمد علی زهدی وصال محرز گردیده است لذا به منظوراطلاع 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 اعتراضی دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدهی است در صورت انقضای مدت مذکوروعدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد. م الف ۶۲۹

رئیس ثبت اسناد و املاک کیوردآهنگ – داود غفرانی دلاور
تاریخ انتشار اول: ۱۴۰۳/۰۹/۲۵
تاریخ انتشار دوم: ۱۴۰۳/۱۰/۱۰

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

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

برابر رای شماره ۱۴۰۳۶۰۳۲۶۰۰۲۰۳۲۶۰ مورخ ۱۴۰۳/۰۹/۲۶ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک کیوردآهنگ تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی روح اله بهروش نیکو فرزند احمد علی به ش ش ۵۷۰ صادره از کیوردآهنگ دریک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۱۸۹۲۸/۴ مترمربع پلاک ۶۸۳ فرعی از ۳۲۹ اصلی واقع در روستای قهورد سفلی خریداری از مالک رسمی احمد علی زهدی وصال محرز گردیده است لذا به منظوراطلاع 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 اعتراضی دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدهی است در صورت انقضای مدت مذکوروعدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد. م الف ۶۲۹

رئیس ثبت اسناد و املاک کیوردآهنگ – داود غفرانی دلاور
تاریخ انتشار اول: ۱۴۰۳/۰۹/۲۵
تاریخ انتشار دوم: ۱۴۰۳/۱۰/۱۰

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان همدان
اداره کل ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک کیورد آهنگ
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 ۱۴۰۳۶۰۳۲۶۰۰۲۰۳۲۶۰ مورخ ۱۴۰۳/۰۹/۲۶ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک کیوردآهنگ تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی روح اله بهروش نیکو فرزند احمد علی به ش ش ۵۷۰ صادره از کیوردآهنگ دریک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۱۷۱۳۵/۸ مترمربع پلاک ۱۱۲ فرعی از ۳ اصلی واقع در روستای لوج تپه خریداری از مالک رسمی علی غلام حسینی محرز گردیده است لذا به منظوراطلاع 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 اعتراضی دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد. م الف ۶۴۵

رئیس ثبت اسناد و املاک کیوردآهنگ – داود غفرانی دلاور
تاریخ انتشار اول: ۱۴۰۳/۰۹/۲۵
تاریخ انتشار دوم: ۱۴۰۳/۱۰/۱۰

دوشنبه
۱۰ دی ۱۴۰۳
۵

شماره ۱۴۰۳۶۱۴

فصلت امروز

www.forsatnet.ir

مفقودی

سندمالکیت(برگ سبز) خودروی سواری پراید مدل ۱۳۸۸ رنگ سفید روغنی، به شماره پلاک۷۹۹۰۶۰۶۹۹۵۵ج ۸۲ ایران۸۵ شماره موتور ۳۳۱۷۵۸۰۳۳۱۷۵۸۰۳ شماره شناسی ۲S۱۴۱۳۲۸۸۸۲۸۲۶۰۲ نامتجد خسروی کدملی ۰۹۲۲۳۵۵۸۷۳ مفقودشده وازدرجه اعتبارساقط می باشد

آگهی مفقودی مدارک خودرو

برگ سبز خودرو وانت پیکان به شماره انتظامی ۲۱ ایران ۵۲۵ ب ۳۳ شماره موتور ۱۷۲۸۴۰۶۰۶۹۷۷ و شماره شناسی ۱۲۱۳۵۹۴۴ متعلق به اینجناب حسین برهنم به شماره ملی ۲۶۸۴۵۷۳۳۸ مفقود و از درجه اعتبار ساقط میباشد.رابط کریم

آگهی مفقودی

برگ سبز خودرو سواری سیستم تزپ پیو PARSXUYV مدل ۱۴۰۱ رنگ سفید شماره موتور ۰۶۹۹۵۵۰۰۶۹۹۵K شماره شناسی ۰۴۹۹۰ NAANA۱5EYNKA شماره انتظامی ۹۱-۹۲۹ ص ۱۷ بنام نادر اسدی بور گهرم مفقود از درجه اعتبار ساقط می باشد.
خلخال ۹۰۷ م الف ۱۲۰

مفقودی

مدرک تحصیلی اینجناب نوشین نیک رای فرزند اسعد دارای شناسنامه شماره ۳۲۴۶۷ به شماره ملی ۰۷۷۱۰۰۷۷۱۰۰۷۷۱ صادره از تهران متولد ۱۳۶۵ در مقطع دکتری حرفه ای رشته مابریزکی دانشگاه رازی کرمانشاه به شماره ۰۶۱۴۰۱۰۶۱۴ / ۱۹ / ۱۴ در تاریخ ۱۳۹۹ / ۱۲ / ۱۹ مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد. ۱۲۰

مفقودی

سند و شناسنامه (برگ سبز) خودرو سواری پیکان تیب ۱۶۰۰ به رنگ سفید – روغنی مدل ۱۳۸۲ بشماره موتور۰۳۷۹۹۵۲۵۰۳ شناسه شناسی۱۱۵۸۲۳۵۰۳ شماره شناسی۸۴۴۱۵۱۸۶ بشماره انتظامی ط ۱۲۱ پلاک ۱۳ ایران ۱۹ بنام خدیجه حیدری فرد بشماره ملی ۳۳۵۵۵۷۷۷۳ مفقود گردیده واز درجه اعتبار ساقط می باشد. ۱۳۰ ج

آگهی ابلاغ احضاریه)

کلاسه پرونده: ۱۴۰۳۰۰۱۲۴۰۲۴۰۰۰۴۹۶ مورخ ۱۴۰۳/۰۹/۲۶

نظر به کشف مقادیری کالای قاچاق (سیگار) در خودرو سمنده به شماره پلاک ایران ۵۲-۵۳ق۳۳۲ به مالکیت خلم زهرا اکبرزاده از عدم شناسایی متهم در اجرای مواد ۴۶ و ۵۱ و ماده ۱۷۴ قانون آیین دادرسی کیفری به صاحب یا صاحبان کالا مکتشفه ابلاغ می گردد جهت رسیدگی ظرف مدت حداکثر یک ماه از تاریخ انتشار آگهی به شعبه ویژه قاچاق کالا و ارز تعزیرات حکومتی شهرستان ديلم به نشانی: خیابان پاسداران – خیابان شهید مزارعی – نیش کوچه شهید خلیفه مراجعه نمایند. در غیر اینصورت و در صورت عدم حضور متهم یا متهمین وفق مقررات قانونی اقدام به صدور رای میگردد. م الف ۱۰۷

پارسا رئیس شعبه ویژه ویزه رسیدگی به تخلفات قاچاق کالا و ارز تعزیرات حکومتی شهرستان ديلم

آگهی ابلاغ احضاریه)

کلاسه پرونده: ۱۴۰۳۰۰۱۲۴۰۲۴۰۰۰۳۶۲ مورخ ۱۴۰۳/۰۹/۲۶

نظر به کشف مقادیری کالای قاچاق (لوازم جاسی – ساعت مچی) در خودرو پژو ۴۰۵ تاکسی زرد رنگ به شماره پلاک ایران ۳۹۱۳۷-۲۴ به مالکیت آقای سید یونس موسوی و عدم شناسایی متهم در اجرای مواد ۴۶ و ۵۱ و ماده ۱۷۴ قانون آیین دادرسی کیفری به صاحب یا صاحبان کالا مکتشفه ابلاغ می گردد جهت رسیدگی ظرف مدت حداکثر یک ماه از تاریخ انتشار آگهی به شعبه ویژه قاچاق کالا و ارز تعزیرات _ حکومتی شهرستان ديلم به نشانی :خیابان پاسداران – خیابان شهید مزارعی – نیش کوچه شهید خلیفه مراجعه نمایند. در غیر اینصورت و در صورت عدم حضور متهم یا متهمین وفق مقررات قانونی اقدام به صدور رای میگردد. م الف ۱۰۹

پارسا رئیس شعبه ویژه ویزه رسیدگی به تخلفات قاچاق کالا و ارز تعزیرات حکومتی شهرستان ديلم

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

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

برابر رای شماره ۱۴۰۳۶۰۳۲۶۰۰۲۰۳۲۶۰ مورخ ۱۴۰۳/۰۹/۲۶ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک کیوردآهنگ تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی سناد توسعه و بازسازی رعیت عالیات به شماره شناسه ملی ۰۰۵۴۶۸۱۵۰ دریک باب ساختمان به مساحت ۱۱۲/۸ مترمربع مفروز و مجری شده از پلاک ۲۶۸ اصلی واقع در شهر کیوردآهنگ خیابان مطهری بلوار شهنا روستای خریداری مع واسطه از مالک رسمی اعظم جعفری محرز گردیده است لذا به منظوراطلاع 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 اعتراضی دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدهی است در صورت انقضای مدت مذکوروعدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد. م الف ۶۲۱

رئیس ثبت اسناد و املاک کیوردآهنگ – داود غفرانی دلاور
تاریخ انتشار اول: ۱۴۰۳/۰۹/۲۵
تاریخ انتشار دوم: ۱۴۰۳/۱۰/۱۰

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان تهران
اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک شهریار
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 اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

برابر رای شماره ۱۴۰۳۶۰۳۲۶۰۰۲۰۳۲۶۰ مورخ ۱۴۰۳/۰۹/۲۶ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی خاتم حسن عزیزان متعلق فرزند ابراهیم بشماره شناسنامه ۲۸۴۷ صادره از تهران در ششدانگ یک باب ساختمان به مساحت ۱۰۰۷۴۴ متر مربع پلاک ۴۲۳ فرعی از ۱۲ اصلی واقع در شهریار خریداری از مالک رسمی آقای /خاتم علی وثاقي ذاکر و محمد سعادت 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 اعتراضی دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدینهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۳/۰۹/۲۵
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۳/۱۰/۱۰
م الف ۱۱۸۴۷

مهدي نصاری – رئیس ثبت اسناد و املاک

۷۹۶

مشتریان منفعل چه ویژگی‌هایی دارند؟

آشنایی با مشتریان منفعل (Passive Customers)



نویسنده: علی آل علی

در دنیای پرمبایه‌ی بازارهای مدرن مشتری‌ها انواع و اقسام بی‌نهایت متنوعی دارند. بعضی‌ها مثل مهاجم فوتبالی که دنبال فرصت‌ها هستند تا گل پرزوری را بزنند، به سرعت جذب برندها می‌شوند. آنها به محض دیدن تبلیغی جذاب یا محصولی جدید کارت بانکی‌شان را از جیب بیرون می‌آورند و خرید می‌کنند. اینها مشتریان فعالند؛ همان‌هایی که دست برندها را می‌گیرند و با قله فروش می‌برند. حالا از طرف دیگر مشتریانی هم داریم که مثل سایه از دور نظاره‌گرند. سرشان در کار خودشان است، کم حرف می‌زنند و کمتر واکنش نشان می‌دهند؛ همان‌هایی که بهشان می‌گویند مشتریان منفعل!

برندهای بزرگ همیشه چشم‌شان به دنبال شکار مشتری‌های فعال و پرجنب و جوش است، چون راحت‌تر می‌توانند آنها را درگیر کنند. ولی واقعیت اینجاست که بازار فقط به همین دسته از مشتری‌ها وابسته نیست. یک پای ثابت هر بازار مشتریان منفعلند. اینها همان‌هایی هستند که شاید محصولی بخرند اما هیچ بازخوردی نمی‌دهند، در نظرسنجی‌ها شرکت نمی‌کنند و حتی وقتی از خدمات ناراضی‌اند، ترجیح می‌دهند سکوت کرده و برند دیگری انتخاب کنند.

وقتی پای مقایسه به میان می‌آید، مشتری‌های فعال نقش اسپانسر پرشور برندها را بازی می‌کنند و هرجا دل‌شان بخواهد، تبلیغ محصول را می‌کنند. در مقابل مشتریان منفعل کم حرف و محتاط‌ترند. برای آنها یک تجربه معمولی از محصول یا خدمات کافی است تا دیگر سراغ برند موردنظر نیابند، اما حتی یک اعتراض هم نمی‌کنند که مدیران بفهمند مشکل کجاست. این رفتار مرموز آنها، درست مثل آب زیرک است که می‌تواند زنگ خطر بزرگی برای هر کسب و کاری باشد.

ما در این مقاله می‌خواهیم دنبال یک راه بزرگ برویم. اینکه مشتریان منفعل چه کسانی هستند و چرا اینقدر کم حرف می‌زنند؟ شناخت رفتار این دسته از مشتری‌ها شاید بتواند کلید حل معمای باشد که برندها مدت‌هاست با آن درگیرند. این شما و این هم راه‌های مشتریان منفعل که زیر پوست بازار جا خوش کرده‌اند!

ویژگی‌های مشتریان منفعل

سکوت به جای شکایت

مشتریان منفعل استاد سکوت کردن هستند. وقتی محصولی مشکلی دارد یا خدماتی طبق انتظارشان پیش نمی‌رود، به جای اینکه اعتراض کنند، ترجیح می‌دهند موضوع را به راحتی نادیده بگیرند. این رفتار مثل آب راکد است که هیچ صدایی از آن در نمی‌آید؛ حتی اگر مشکلات عمیقی در زیر سطح وجود داشته باشد. فرض کنید یک فروشگاه آنلاین محصولی را در بزر تر از موعد تحویل دهد. مشتری فعال سریع تماس می‌گیرد، پیگیری می‌کند و شاید حتی در شبکه‌های اجتماعی اعتراضش را فریاد بزند، اما مشتری منفعل فقط آهی می‌کشد و برای بار بعد از فروشگاه دیگری خرید می‌کند.

این سکوت در نگاه اول ممکن است برای کسب و کارها خوشایند به نظر برسد، اما واقعیت چیز دیگری است. وقتی مشتری شکایت نمی‌کند، برند هیچ وقت متوجه نمی‌شود که ایراد کار کجاست. عدم بازخورد به این معناست که فرصت بهبود از بین می‌رود و مشکلات کوچک می‌توانند به معضلات بزرگ‌تری تبدیل شوند. این زنگ خطری خاموش است که

ممکن است ناگهان برند را زمین بزند.

جالب اینجاست که مشتریان منفعل معمولاً شکایات خود را با اطرافیان‌شان مطرح می‌کنند، نه با خود برند. این همان تبلیغات منفی زیرپوستی است که برای شرکت‌ها مثل سم عمل می‌کند. چون دیگر خبری از فرصت اصلاح و جبران نیست و برند بدون اینکه بداند، در حال از دست دادن مشتریان بیشتر است.

سکوت مشتریان منفعل می‌تواند باعث شود که برندها خود را در مسیر درست تصور کنند. مدیران ممکن است فکر کنند وقتی شکایتی نیست، همه چیز عالی پیش می‌رود، اما این فرضیه غلط است. هر شکایتی که شنیده نشود، احتمالاً در حال نابود کردن تدریجی اعتبار برند است. مشتری منفعل با یک سکوت ساده در حقیقت هشدار می‌دهد که ارتباطش با برند در حال قطع شدن است، اما برندها باید هوشیار باشند و از روش‌های هوشمندانه برای کشف این ناراضی‌های پنهان استفاده کنند. ایجاد کانال‌های بازخورد راحت و بدون دردسر می‌تواند گره از کار بسیاری از این سکوت‌ها باز کند.

خرید بدون هیجان

مشتریان منفعل به وقت خرید، مثل یک ماموریت ساده و روزمره با آن برخورد می‌کنند. برای این گروه خریدن یک محصول نه یک تجربه شگفت‌انگیز است و نه چیزی که ارزش به اشتراک گذاشتن داشته باشد. برخلاف مشتریان پرشور که از امتحان کردن محصولات جدید و ارائه نظرات‌شان لذت می‌برند، مشتریان منفعل فقط می‌خواهند کارشان راه بیفتد و خرید را به سرعت تمام کنند.

تصور کنید یک برند جدید بستنی وارد بازار شده و تبلیغات پرزرق و برقی راه انداخته است. مشتریان فعال مشتاق می‌شوند تا محصول جدید را امتحان کنند و شاید حتی عکس آن را در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک بگذارند، اما مشتری منفعل بی‌تفاوت از کنار این تبلیغات عبور می‌کند و همان بستنی همیشگی‌اش را می‌خرد. برای او تغییر برند یا کشف محصولات جدید کار اضافی و بی‌دلیل است. این رفتار باعث می‌شود که برندها نتوانند به راحتی این مشتریان را درگیر کنند. آنها کمتر به تخفیف‌ها، کمپین‌ها یا برنامه‌های وفاداری واکنش نشان می‌دهند. از دید آنها خرید فقط یک نیاز است که باید برطرف شود؛ بدون هیاهو، بدون سر و صدا.

مشتریان منفعل به ندرت خرید خود را به دیگران توصیه می‌کنند یا از تجربیات‌شان حرف می‌زنند. این موضوع می‌تواند فرصت‌های ارزشمندی برای بازاریابی دهان به دهان را از بین ببرد. درحالی که مشتریان پرنرزی به خوبی نقش تبلیغ‌کننده‌های رایگان را ایفا می‌کنند، مشتریان منفعل در دایره سکوت خود باقی می‌مانند.

درنهایت، برای جذب این گروه از مشتریان، برندها باید محصولاتی ارائه کنند که دقیقاً مطابق با نیاز و ترجیحات این افراد باشد. راحتی در فرآیند خرید و عدم پیچیدگی می‌تواند تا حدودی این مشتریان را راضی و پایبند نگه دارد.

وفاداری شکننده

یکی از ویژگی‌های مهم مشتریان منفعل وفاداری سطحی و شکننده آنهاست. این مشتریان ممکن است برای مدت‌ها از یک برند خرید کنند، اما وفاداری از جنس اعتماد عمیق نیست. آنها به یک برند پایبند می‌مانند

فقط چون مسیر خرید آشناست یا حوصله جست و جوی جایگزین ندارند. حالا تصور کنید یک برند رقیب با تبلیغی هوشمندانه، قیمت بهتر یا کیفیت بالاتر وارد بازار شود. مشتری منفعل بدون کوچک‌ترین تردیدی برند قبلی را کنار می‌گذارد و سراغ گزینه جدید می‌رود. این بی‌ثباتی در وفاداری، برای شرکت‌ها چالش بزرگی است. چون آنها هیچ وقت نمی‌دانند چه تعداد از مشتریان‌شان واقعا وفادار هستند. این رفتار شکننده معمولاً ناشی از عدم ارتباط عاطفی بین مشتری و برند است. مشتریان منفعل احساس خاصی نسبت به برند ندارند و هر خرید برای آنها یک تصمیم منطقی و بدون احساسات است. در نتیجه کوچک‌ترین تغییر در شرایط می‌تواند مسیر خریدشان را تغییر دهد.

برندها باید به خوبی درک کنند که مشتریان منفعل را نمی‌توان به راحتی وفادار کرد. برنامه‌های وفاداری، پاداش‌های ویژه و ایجاد تجربه‌ای متمایز می‌تواند این مشتریان را به ماندن ترغیب کند، اما بدون این تلاش‌ها، این مشتریان مانند شن‌های روان به سرعت از دست خواهند رفت. برندها نباید به سکوت مشتریان منفعل دل خوش کنند. وفاداری سطحی این گروه هر لحظه ممکن است به پایان برسد. ارتباط مداوم، ارائه ارزش افزوده و توجه به نیازهای واقعی آنها می‌تواند کمک کند تا این مشتریان را حفظ کرد.

عدم مشارکت در تعاملات

مشتریان منفعل معمولاً در فرآیندهای تعاملی شرکت نمی‌کنند. برندها از طریق نظرسنجی‌ها، کمپین‌های بازخورد یا مسابقات، تلاش می‌کنند مشتریان را درگیر کنند و نظرات‌شان را بشنوند، اما مشتری منفعل بی‌تفاوت از کنار این فرصت‌ها عبور می‌کند.

فرض کنید یک برند لوازم خانگی بعد از عرضه محصول جدید، از مشتریان می‌خواهد در یک نظرسنجی شرکت کنند. مشتریان فعال با اشتیاق بازخورد می‌دهند و حتی نقاط ضعف و قوت محصول را اعلام می‌کنند، اما مشتریان منفعل ترجیح می‌دهند وقت‌شان را صرف این کارها نکنند. برای آنها این فرآیندها وقتگیر و بی‌فایده است.

این عدم مشارکت می‌تواند برندها را دچار مشکل کند. چون بدون اطلاعات کافی از مشتریان، تصمیم‌گیری‌های آینده بر پایه حدس و گمان خواهد بود. برندها نمی‌دانند مشتریان منفعل چه فکر می‌کنند، چه می‌خواهند و چه چیزی آنها را راضی می‌کند. تعاملات کم می‌تواند نشان‌دهنده فاصله عاطفی بین مشتری و برند باشد. مشتریان منفعل خود را درگیر برند نمی‌دانند و هیچ دلیلی نمی‌بینند که برای بهبود محصول یا خدمات وقتی بگذارند. این بی‌تفاوتی، یکی از چالش‌های بزرگ برای برندهاست. برای رفع این مشکل، برندها باید راه‌های ساده و جذابی برای تعامل با این مشتریان پیدا کنند. استفاده از کانال‌های ارتباطی آسان و

پاداش‌های کوچک می‌تواند مشتریان منفعل را به مشارکت تشویق کند. **ترجیح خرید از مسیره‌های آشنا**

مشتریان منفعل معمولاً به خرید از مسیره‌های سنتنی و آشنا پایبند هستند. آنها ترجیح می‌دهند به همان فروشگاه‌های همیشگی بروند یا از همان برندهای قدیمی خرید کنند. برای آنها، تغییر مسیر خرید کاری است که انرژی زیادی می‌برد و ارزشش را ندارد.

فرض کنید یک برند جدید خرده‌فروشی یا تکنولوژی روز و امکانات دیجیتال وارد بازار می‌شود. مشتریان فعال سریع جذب این نوآوری‌ها می‌شوند و از تجربه جدید لذت می‌برند، اما مشتریان منفعل ترجیح می‌دهند از همان فروشگاه محلی همیشگی‌شان خرید کنند. برای آنها، آشنایی با روند خرید مهم‌تر از جذابیت‌های جدید است. این رفتار باعث می‌شود که برندهای نوپا نتوانند به راحتی این مشتریان را جذب کنند. برای تغییر رفتار این مشتریان، برندها باید اعتمادسازی کنند و نشان دهند که تجربه خرید جدید، آسان و بدون دردسر خواهد بود. مشتریان منفعل با پایبندی به مسیره‌های آشنا، تغییر‌پذیری کمتری از خود نشان می‌دهند. برندها باید با صبر و ارائه مزایای واقعی، این مشتریان را به امتحان روش‌های جدید تشویق کنند.

سخن پایانی

در دنیای کسب و کار شناخت مشتریان منفعل به اندازه جذب مشتریان فعال اهمیت دارد. این گروه از مشتریان با سکوت‌شان وفاداری شکننده و عدم مشارکت در تعاملات چالش‌های نامرئی اما بزرگی برای برندها ایجاد می‌کنند. آنها به جای بیان ناراضی‌های‌شان به راحتی از برند فاصله می‌گیرند و مسیر دیگری را برای خرید انتخاب می‌کنند. درحالی که در ظاهر هیچ مشکلی دیده نمی‌شود، اما عدم بازخورد و نبود ارتباط عاطفی، می‌تواند به تدریج موقعیت یک برند را متزلزل کند.

ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم برای غلبه بر چالش‌های فوق، برندها باید هوشمندانه‌تر عمل کنند. ارائه تجربه‌های خرید راحت، ساختارهای ساده برای دریافت بازخورد و ایجاد مزایای ملموس می‌تواند مشتریان منفعل را به تعامل بیشتر تشویق کند. برندها باید این مشتریان را از سکوت به مشارکت و از بی‌تفاوتی به وفاداری تبدیل کنند. درنهایت، توجه به مشتریان منفعل نه تنها به بهبود عملکرد برند کمک می‌کند، بلکه فرصت‌های پنهانی برای رشد و توسعه پایدار را نیز آشکار خواهد کرد.

منابع:

https://www.radical.com/a-complete-guide-to-engaged-vs-passive-customers
https://fuelcycle.com/blog/consumer

شناسه آگهی : ۱۸۵۲۲۶۶

آگهی مزایده عمومی
نوبت دوم

اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان البرز در نظر دارد پروژه ذیل را بر اساس شرایط ذکر شده و به شرح مشخصات، اطلاعات و جزئیات مندرج در اسناد مزایده از طریق مزایده عمومی به پیمانکاران واجد صلاحیت واگذار نماید.

ردیف	موضوع مزایده	مبلغ بر آورد (ریال)	مبلغ تضمین (ریال)	شماره مزایده	مدت اعتبار پیشنهادات
۱	تجدید مزایده فروش یک دستگاه خودرو سواری نیسان رونیز	***	۶۰۰/۰۰۰/۰۰۰	۱۰۰۳۰۰۴۲۲۴۰۰۰۳۰	سه ماه
۲	تجدید مزایده فروش یک دستگاه خودرو سواری پژو جی ال ایکس ۴۰۵	***	۱۲۰/۰۰۰/۰۰۰	۱۰۰۳۰۰۴۲۲۴۰۰۰۰۲۹	سه ماه
۳	تجدید مزایده فروش یک دستگاه خودرو سواری پژو جی ال ایکس ۴۰۵	***	۱۰۰/۰۰۰/۰۰۰	۱۰۰۳۰۰۴۲۲۴۰۰۰۰۲۸	سه ماه
۴	تجدید مزایده فروش یک دستگاه خودرو سواری پژو جی ال ایکس ۴۰۵	***	۱۲۰/۰۰۰/۰۰۰	۱۰۰۳۰۰۴۲۲۴۰۰۰۰۲۷	سه ماه

اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان البرز در نظر دارد مزایده عمومی مذکور را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت بر گزار نماید. کلیه مراحل برگزاری مزایده از دریافت اسناد مزایده تا ارائه پیشنهاد مزایده گران و بازگشایی پاکت‌ها از طریق درگاه الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مزایده گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مزایده محقق سازند؛ زمان دریافت اسناد مزایده در سامانه ستاد (setadiran.ir) و مهلت بازدید در روزهای اداری از تاریخ ۹/۲۲/۱۴۰۳ ساعت ۸ صبح لغایت ساعت ۱۳ ظهر مورخ ۱۴۰۳/۰۹/۲۹ می باشد. مهلت، زمان و محل تحویل پیشنهادات در سامانه ستاد و تحویل ضمانت نامه به دبیرخانه اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان البرز در قبال دریافت رسید تا ساعت ۱۴ مورخ ۱۴۰۳/۱۰/۱۱ می باشد. به پیشنهادهای فاقد امضاء، مشروط، مخدوش و پیشنهادهایی که بعد از انقضای مدت مقرر در فراخوان واصل شود، مطلقاً ترتیب اثر داده نخواهد شد. تاریخ جلسه بازگشایی پاکت: روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۳/۱۰/۱۲ راس ساعت ۸صبح (حضور نماینده شرکت با معرفی نامه و کارت شناسایی معتبر بلامانع است). ارسال اسناد فقط از طریق سامانه ستاد می باشد. (اطلاعات تماس دستگاه مزایده گزار جهت دریافت اطلاعات بیشتر در خصوص اسناد مزایده: آدرس: کرج-آزاد راه کرج-قزوین-ضلع جنوب غربی پلی مهر شهر جنب امام زاده طاهر شماره تماس: ۰۲۶-۳۴۱۸۴۰۰۰) اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه و هر گونه مشکل در بارداری اسناد: مرکز تماس ۱۴۵۶ و سامانه کشوری نظارت بر معاملات دستگاه‌های اجرایی www.bazresi.ir

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۱۰/۰۹ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۱۰/۱۰

روابط عمومی اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای استان البرز

شناسه آگهی : ۱۸۵۲۸۵۷

آگهی فراخوان مناقسه عمومی دو مرحله ای همراه با ارزیابی کیفی یکبار چه

شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی در نظر دارد قرارداد خرید را از طریق مناقسه عمومی دو مرحله ای از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (سامانه ستاد) نماند.

ردیف	موضوع مناقسه	مبلغ بر آورد (ریال)	مبلغ تضمین (ریال)	شماره مناقسه	مدت اعتبار پیشنهادات
۱	تجدید مزایده فروش یک دستگاه خودرو سواری نیسان رونیز	***	۶۰۰/۰۰۰/۰۰۰	۱۰۰۳۰۰۴۲۲۴۰۰۰۰۳۰	سه ماه
۲	تجدید مزایده فروش یک دستگاه خودرو سواری پژو جی ال ایکس ۴۰۵	***	۱۲۰/۰۰۰/۰۰۰	۱۰۰۳۰۰۴۲۲۴۰۰۰۰۲۹	سه ماه
۳	تجدید مزایده فروش یک دستگاه خودرو سواری پژو جی ال ایکس ۴۰۵	***	۱۰۰/۰۰۰/۰۰۰	۱۰۰۳۰۰۴۲۲۴۰۰۰۰۲۸	سه ماه
۴	تجدید مزایده فروش یک دستگاه خودرو سواری پژو جی ال ایکس ۴۰۵	***	۱۲۰/۰۰۰/۰۰۰	۱۰۰۳۰۰۴۲۲۴۰۰۰۰۲۷	سه ماه

شناسه آگهی : ۱۸۵۵۷۰۲

آگهی مزایده عمومی یک مرحله ای
اجاره انبار

شماره: ۵۵۱۳۶/۰۳/۲۰۶۵ تاریخ: ۱۴۰۲/۱۰/۱۰

شرکت خدمات حمل و نقل بین‌المللی گسترده ایستاد همدان

۱- آگهی مزایده عمومی یک مرحله ای جهت اجاره انبار در استان همدان، به شرح زیر: ۱-۱- محل: استان همدان، شهر همدان، منطقه ۱، پلاک ۱۰۰، پلاک ۱۰۱، پلاک ۱۰۲، پلاک ۱۰۳، پلاک ۱۰۴، پلاک ۱۰۵، پلاک ۱۰۶، پلاک ۱۰۷، پلاک ۱۰۸، پلاک ۱۰۹، پلاک ۱۱۰، پلاک ۱۱۱، پلاک ۱۱۲، پلاک ۱۱۳، پلاک ۱۱۴، پلاک ۱۱۵، پلاک ۱۱۶، پلاک ۱۱۷، پلاک ۱۱۸، پلاک ۱۱۹، پلاک ۱۲۰، پلاک ۱۲۱، پلاک ۱۲۲، پلاک ۱۲۳، پلاک ۱۲۴، پلاک ۱۲۵، پلاک ۱۲۶، پلاک ۱۲۷، پلاک ۱۲۸، پلاک ۱۲۹، پلاک ۱۳۰، پلاک ۱۳۱، پلاک ۱۳۲، پلاک ۱۳۳، پلاک ۱۳۴، پلاک ۱۳۵، پلاک ۱۳۶، پلاک ۱۳۷، پلاک ۱۳۸، پلاک ۱۳۹، پلاک ۱۴۰، پلاک ۱۴۱، پلاک ۱۴۲، پلاک ۱۴۳، پلاک ۱۴۴، پلاک ۱۴۵، پلاک ۱۴۶، پلاک ۱۴۷، پلاک ۱۴۸، پلاک ۱۴۹، پلاک ۱۵۰، پلاک ۱۵۱، پلاک ۱۵۲، پلاک ۱۵۳، پلاک ۱۵۴، پلاک ۱۵۵، پلاک ۱۵۶، پلاک ۱۵۷، پلاک ۱۵۸، پلاک ۱۵۹، پلاک ۱۶۰، پلاک ۱۶۱، پلاک ۱۶۲، پلاک ۱۶۳، پلاک ۱۶۴، پلاک ۱۶۵، پلاک ۱۶۶، پلاک ۱۶۷، پلاک ۱۶۸، پلاک ۱۶۹، پلاک ۱۷۰، پلاک ۱۷۱، پلاک ۱۷۲، پلاک ۱۷۳، پلاک ۱۷۴، پلاک ۱۷۵، پلاک ۱۷۶، پلاک ۱۷۷، پلاک ۱۷۸، پلاک ۱۷۹، پلاک ۱۸۰، پلاک ۱۸۱، پلاک ۱۸۲، پلاک ۱۸۳، پلاک ۱۸۴، پلاک ۱۸۵، پلاک ۱۸۶، پلاک ۱۸۷، پلاک ۱۸۸، پلاک ۱۸۹، پلاک ۱۹۰، پلاک ۱۹۱، پلاک ۱۹۲، پلاک ۱۹۳، پلاک ۱۹۴، پلاک ۱۹۵، پلاک ۱۹۶، پلاک ۱۹۷، پلاک ۱۹۸، پلاک ۱۹۹، پلاک ۲۰۰، پلاک ۲۰۱، پلاک ۲۰۲، پلاک ۲۰۳، پلاک ۲۰۴، پلاک ۲۰۵، پلاک ۲۰۶، پلاک ۲۰۷، پلاک ۲۰۸، پلاک ۲۰۹، پلاک ۲۱۰، پلاک ۲۱۱، پلاک ۲۱۲، پلاک ۲۱۳، پلاک ۲۱۴، پلاک ۲۱۵، پلاک ۲۱۶، پلاک ۲۱۷، پلاک ۲۱۸، پلاک ۲۱۹، پلاک ۲۲۰، پلاک ۲۲۱، پلاک ۲۲۲، پلاک ۲۲۳، پلاک ۲۲۴، پلاک ۲۲۵، پلاک ۲۲۶، پلاک ۲۲۷، پلاک ۲۲۸، پلاک ۲۲۹، پلاک ۲۳۰، پلاک ۲۳۱، پلاک ۲۳۲، پلاک ۲۳۳، پلاک ۲۳۴، پلاک ۲۳۵، پلاک ۲۳۶، پلاک ۲۳۷، پلاک ۲۳۸، پلاک ۲۳۹، پلاک ۲۴۰، پلاک ۲۴۱، پلاک ۲۴۲، پلاک ۲۴۳، پلاک ۲۴۴، پلاک ۲۴۵، پلاک ۲۴۶، پلاک ۲۴۷، پلاک ۲۴۸، پلاک ۲۴۹، پلاک ۲۵۰، پلاک ۲۵۱، پلاک ۲۵۲، پلاک ۲۵۳، پلاک ۲۵۴، پلاک ۲۵۵، پلاک ۲۵۶، پلاک ۲۵۷، پلاک ۲۵۸، پلاک ۲۵۹، پلاک ۲۶۰، پلاک ۲۶۱، پلاک ۲۶۲، پلاک ۲۶۳، پلاک ۲۶۴، پلاک ۲۶۵، پلاک ۲۶۶، پلاک ۲۶۷، پلاک ۲۶۸، پلاک ۲۶۹، پلاک ۲۷۰، پلاک ۲۷۱، پلاک ۲۷۲، پلاک ۲۷۳، پلاک ۲۷۴، پلاک ۲۷۵، پلاک ۲۷۶، پلاک ۲۷۷، پلاک ۲۷۸، پلاک ۲۷۹، پلاک ۲۸۰، پلاک ۲۸۱، پلاک ۲۸۲، پلاک ۲۸۳، پلاک ۲۸۴، پلاک ۲۸۵، پلاک ۲۸۶، پلاک ۲۸۷، پلاک ۲۸۸، پلاک ۲۸۹، پلاک ۲۹۰، پلاک ۲۹۱، پلاک ۲۹۲، پلاک ۲۹۳، پلاک ۲۹۴، پلاک ۲۹۵، پلاک ۲۹۶، پلاک ۲۹۷، پلاک ۲۹۸، پلاک ۲۹۹، پلاک ۳۰۰، پلاک ۳۰۱، پلاک ۳۰۲، پلاک ۳۰۳، پلاک ۳۰۴، پلاک ۳۰۵، پلاک ۳۰۶، پلاک ۳۰۷، پلاک ۳۰۸، پلاک ۳۰۹، پلاک ۳۱۰، پلاک ۳۱۱، پلاک ۳۱۲، پلاک ۳۱۳، پلاک ۳۱۴، پلاک ۳۱۵، پلاک ۳۱۶، پلاک ۳۱۷، پلاک ۳۱۸، پلاک ۳۱۹، پلاک ۳۲۰، پلاک ۳۲۱، پلاک ۳۲۲، پلاک ۳۲۳، پلاک ۳۲۴، پلاک ۳۲۵، پلاک ۳۲۶، پلاک ۳۲۷، پلاک ۳۲۸، پلاک ۳۲۹، پلاک ۳۳۰، پلاک ۳۳۱، پلاک ۳۳۲، پلاک ۳۳۳، پلاک ۳۳۴، پلاک ۳۳۵، پلاک ۳۳۶، پلاک ۳۳۷، پلاک ۳۳۸، پلاک ۳۳۹، پلاک ۳۴۰، پلاک ۳۴۱، پلاک ۳۴۲، پلاک ۳۴۳، پلاک ۳۴۴، پلاک ۳۴۵، پلاک ۳۴۶، پلاک ۳۴۷، پلاک ۳۴۸، پلاک ۳۴۹، پلاک ۳۵۰، پلاک ۳۵۱، پلاک ۳۵۲، پلاک ۳۵۳، پلاک ۳۵۴، پلاک ۳۵۵، پلاک ۳۵۶، پلاک ۳۵۷، پلاک ۳۵۸، پلاک ۳۵۹، پلاک ۳۶۰، پلاک ۳۶۱، پلاک ۳۶۲، پلاک ۳۶۳، پلاک ۳۶۴، پلاک ۳۶۵، پلاک ۳۶۶، پلاک ۳۶۷، پلاک ۳۶۸، پلاک ۳۶۹، پلاک ۳۷۰، پلاک ۳۷۱، پلاک ۳۷۲، پلاک ۳۷۳، پلاک ۳۷۴، پلاک ۳۷۵، پلاک ۳۷۶، پلاک ۳۷۷، پلاک ۳۷۸، پلاک ۳۷۹، پلاک ۳۸۰، پلاک ۳۸۱، پلاک ۳۸۲، پلاک ۳۸۳، پلاک ۳۸۴، پلاک ۳۸۵، پلاک ۳۸۶، پلاک ۳۸۷، پلاک ۳۸۸، پلاک ۳۸۹، پلاک ۳۹۰، پلاک ۳۹۱، پلاک ۳۹۲، پلاک ۳۹۳، پلاک ۳۹۴، پلاک ۳۹۵، پلاک ۳۹۶، پلاک ۳۹۷، پلاک ۳۹۸، پلاک ۳۹۹، پلاک ۴۰۰، پلاک ۴۰۱، پلاک ۴۰۲، پلاک ۴۰۳، پلاک ۴۰۴، پلاک ۴۰۵، پلاک ۴۰۶، پلاک ۴۰۷، پلاک ۴۰۸، پلاک ۴۰۹، پلاک ۴۱۰، پلاک ۴۱۱، پلاک ۴۱۲، پلاک ۴۱۳، پلاک ۴۱۴، پلاک ۴۱۵، پلاک ۴۱۶، پلاک ۴۱۷، پلاک ۴۱۸، پلاک ۴۱۹، پلاک ۴۲۰، پلاک ۴۲۱، پلاک ۴۲۲، پلاک ۴۲۳، پلاک ۴۲۴، پلاک ۴۲۵، پلاک ۴۲۶، پلاک ۴۲۷، پلاک ۴۲۸، پلاک ۴۲۹، پلاک ۴۳۰، پلاک ۴۳۱، پلاک ۴۳۲، پلاک ۴۳۳، پلاک ۴۳۴، پلاک ۴۳۵، پلاک ۴۳۶، پلاک ۴۳۷، پلاک ۴۳۸، پلاک ۴۳۹، پلاک ۴۴۰، پلاک ۴۴۱، پلاک ۴۴۲، پلاک ۴۴۳، پلاک ۴۴۴، پلاک ۴۴۵، پلاک ۴۴۶، پلاک ۴۴۷، پلاک ۴۴۸، پلاک ۴۴۹، پلاک ۴۵۰، پلاک ۴۵۱، پلاک ۴۵۲، پلاک ۴۵۳، پلاک ۴۵۴، پلاک ۴۵۵، پلاک ۴۵۶، پلاک ۴۵۷، پلاک ۴۵۸، پلاک ۴۵۹، پلاک ۴۶۰، پلاک ۴۶۱، پلاک ۴۶۲، پلاک ۴۶۳، پلاک ۴۶۴، پلاک ۴۶۵، پلاک ۴۶۶، پلاک ۴۶۷، پلاک ۴۶۸، پلاک ۴۶۹، پلاک ۴۷۰، پلاک ۴۷۱، پلاک ۴۷۲، پلاک ۴۷۳، پلاک ۴۷۴، پلاک ۴۷۵، پلاک ۴۷۶، پلاک ۴۷۷، پلاک ۴۷۸، پلاک ۴۷۹، پلاک ۴۸۰، پلاک ۴۸۱، پلاک ۴۸۲، پلاک ۴۸۳، پلاک ۴۸۴، پلاک ۴۸۵، پلاک ۴۸۶، پلاک ۴۸۷، پلاک ۴۸۸، پلاک ۴۸۹، پلاک ۴۹۰، پلاک ۴۹۱، پلاک ۴۹۲، پلاک ۴۹۳، پلاک ۴۹۴، پلاک ۴۹۵، پلاک ۴۹۶، پلاک ۴۹۷، پلاک ۴۹۸، پلاک ۴۹۹، پلاک ۵۰۰، پلاک ۵۰۱، پلاک ۵۰۲، پلاک ۵۰۳، پلاک ۵۰۴، پلاک ۵۰۵، پلاک ۵۰۶، پلاک ۵۰۷، پلاک ۵۰۸، پلاک ۵۰۹، پلاک ۵۱۰، پلاک ۵۱۱، پلاک ۵۱۲، پلاک ۵۱۳، پلاک ۵۱۴، پلاک ۵۱۵، پلاک ۵۱۶، پلاک ۵۱۷، پلاک ۵۱۸، پلاک ۵۱۹، پلاک ۵۲۰، پلاک ۵۲۱، پلاک ۵۲۲، پلاک ۵۲۳، پلاک ۵۲۴، پلاک ۵۲۵، پلاک ۵۲۶، پلاک ۵۲۷، پلاک ۵۲۸، پلاک ۵۲۹، پلاک ۵۳۰، پلاک ۵۳۱، پلاک ۵۳۲، پلاک ۵۳۳، پلاک ۵۳۴، پلاک ۵۳۵، پلاک ۵۳۶، پلاک ۵۳۷، پلاک ۵۳۸، پلاک ۵۳۹، پلاک ۵۴۰، پلاک ۵۴۱، پلاک ۵۴۲، پلاک ۵۴۳، پلاک ۵۴۴، پلاک ۵۴۵، پلاک ۵۴۶، پلاک ۵۴۷، پلاک ۵۴۸، پلاک ۵۴۹، پلاک ۵۵۰، پلاک ۵۵۱، پلاک ۵۵۲، پلاک ۵۵۳، پلاک ۵۵۴، پلاک ۵۵۵، پلاک ۵۵۶، پلاک ۵۵۷، پلاک ۵۵۸، پلاک ۵۵۹، پلاک ۵۶۰، پلاک ۵۶۱، پلاک ۵۶۲، پلاک ۵۶۳، پلاک ۵۶۴، پلاک ۵۶۵، پلاک ۵۶۶، پلاک ۵۶۷، پلاک ۵۶۸، پلاک ۵۶۹، پلاک ۵۷۰، پلاک ۵۷۱، پلاک ۵۷۲، پلاک ۵۷۳، پلاک ۵۷۴، پلاک ۵۷۵، پلاک ۵۷۶، پلاک ۵۷۷، پلاک ۵۷۸، پلاک ۵۷۹، پلاک ۵۸۰، پلاک ۵۸۱، پلاک ۵۸۲، پلاک ۵۸۳، پلاک ۵۸۴، پلاک ۵۸۵، پلاک ۵۸۶، پلاک ۵۸۷، پلاک ۵۸۸، پلاک ۵۸۹، پلاک ۵۹۰، پلاک ۵۹۱، پلاک ۵۹۲، پلاک ۵۹۳، پلاک ۵۹۴، پلاک ۵۹۵، پلاک ۵۹۶، پلاک ۵۹۷، پلاک ۵۹۸، پلاک ۵۹۹، پلاک ۶۰۰، پلاک ۶۰۱، پلاک ۶۰۲، پلاک ۶۰۳، پلاک ۶۰۴، پلاک ۶۰۵، پلاک ۶۰۶، پلا

افزایش ۳۰ درصدی تولید محصولات پتروشیمی آریا ساسول در آذر ماه امسال



بوشهر – خیرنگار فرصت امروز: مبلغ فروش تجمعی آریا در ۹ ماهه ابتدای سال ۱۴۰۳ را رشد چشم‌گیر نسبت به دوره مشابه سال قبل، رکورد مبلغ فروش تمامی ادوار را در ۹ ماهه نسکست. آریا طی ماه آذر ۱۷۰ هزار تن انواع محصولات تولید و ۹۲ هزار تن به فروش رساند که این مقدار تولید و فروش نسبت به ماه گذشته به ترتیب دارای ۳۰ و ۵ درصد رشد بوده است. مبلغ فروش آریا طی ماه آذر حدود ۴۲ هزار میلیارد ریال بوده در همین حال مبلغ فروش آذر آریا نسبت به دوره مشابه سال گذشته ۶۰ درصد رشد داشته است. در مجموع آریا از ابتدای سال تا پایان فصل پاییز موفق به فروش ۳۳۴ هزار میلیارد ریال شد. مبلغ فروش تجمعی ۹ ماهه ۱۴۰۳ آریا نسبت به دوره مشابه ۱۴۰۲ دارای ۳۷ درصد رشد بوده است. در این مبلغ فروش تجمعی آریا بالاترین رکوردی بوده که تاکنون تا پایان آذر ثبت شده است. شرکت پلیمر آریا ساسول با بهره مندی از امکانات روز و پیشرفته دنیا واقع در پارس جنوبی ، سالانه ۱۸۰۰۰۰ تن اتیلن در واحد LDPE و ۳۷۵۰۰۰ تن پلی اتیلن سبک (۹ گرید تحت لیسانس استانی کرین هلند) در واحد LDPه و ۳۷۵۰۰۰ تن پلی اتیلن متوسط و سنگین (۱۰ گرید تحت لیسانس بازل آلمان) در واحد MDHDPE خود تولید می نماید.

محکومیت تاوان ثبت نکردن لوازم آرایشی و بهداشتی قاچاق

رشتست – زهرا رضازاده: به گزارش روابط عمومی اداره کل تعزیرات حکومتی گیلان ، مرتضی امینی گفت: برنده ثبت نکردن انواع لوازم آرایشی و بهداشتی در ششم پنجم قاچاق کالا و ارز رشت رسیدگی شد. مدیرکل تعزیرات حکومتی گیلان افزود: تسلیحه پس از بررسی برنده و ارائه نشدن مدارک معتبر استعمال قاچاق و معاونت غنا وداروی دانشگاه علوم پزشکی اتهم انتسابی را محرز و علاوه بر ضبط لوازم آرایشی قاچاق متخلف را به پرداخت ۹میلیارد و ۲۰۰ میلیون ریال جزای نقدی محکوم کرد. امینی گفت: مأموران پلیس امنیت اقتصادی در بازرسی ازابیل واحد صنعتی ، لوازم آرایشی و بهداشتی که ورود و خروج آنها در سامانه جامع انبارها ثبت نشده بود را کشف و گزارش آن را برای رسیدگی به تعزیرات حکومتی ارسال کردند.

افتتاح مدرسه شهید ذوالفقاری شهرستان مابید



یزد – سید محمد جواد عرفان‌فر ؛ با حضور حمیدرضا خان محمدی، رئیس سازمان نوسازی مدارس، مدیرکل آموزش و پرورش و میرمحمدی، نماینده محترم مجلس برگزار شدند.
مدرسه شهید ذوالفقاری شهرستان مابید با حضور حمیدرضا خان محمدی، معاون وزیر و رئیس سازمان نوسازی مدارس، مدیرکل آموزش و پرورش و میرمحمدی نماینده مجلس برگزار شد.
خان محمدی معاون وزیر و رئیس سازمان نوسازی مدارس کشور شهرستان مابید را یکی از شهرستان‌های پیشرو و توانمند در زمینه‌های آموزشی معرفی کرد و آموزش و پرورش استان یزد را از نظر کیفیت محتوای آموزشی مطلوب ارزیابی نمود. او همچنین آینده نظام آموزش و پرورش را روشن دانست و رویکرد دولت را هم‌راستا و حامی آموزش و پرورش توصیف کرد. رئیس اداره نوسازی مدارس کشور مدرسه را کانون تعلیم و تربیت برشمرد و امیدواری خود را نسبت به احداث بزرگترین مجتمع آموزشی کشور در مابید اعلام کرد. وی اظهار داشت: «با همت و تلاش مسئولین و جامعه فرهنگی می‌توانیم به اهداف بزرگی در زمینه آموزش و پرورش دست بیابیم و مدارس را به عنوان کانون‌های اصلی تربیت و یادگیری به بهترین شکل ممکن مدیریت کنیم.»
در ادامه، خان محمدی از خانواده شهید ذوالفقاری قدردانی کرد و برای پدر شهید طلب مغفرت و آموزش نمود. وی افزود: «پاد و خاطره شهدا همیشه در قلب‌هایمان زنده خواهد ماند و تلاش آنان در مسیر تعلیم و تربیت نسل‌های آینده الگویی بی‌نظیر خواهد بود.»

آب شیرین دهنتل وارد مدار بهره برداری شد



بندرعباس – خیرنگار فرصت امروز: مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب هرمزگان از وارد مدار شدن یک سایت جدید آب شیرین کن در غرب استان خبر داد.
عبدالحمید حمزه پور در تشریح جزئیات این پروژه افزود: این آب شیرین کن توسط سرمایه‌گذار بخش خصوصی با تولید ۱۸۰۰ متر مکعب در شبانه روز وارد مدار بهره‌برداری شده است. به گفته وی، با وارد مدار شدن این آب شیرین کن جمعیتی بالغ و ۱۱ هزار و ۵۰۰ نفر در ۱۰ روستا به آب شرب پایدار دست یابفتند. مدیرعامل ابفا با بیان اینکه اجزای این پروژه باعث تامین آب پایدار و با کیفیت بخشی از جمعیت روستاهای تحت پوشش این شهرستان شده است، افزود: مشترکن این روستا تا پیش از این، هر شش روز یک بار آب دریافت می کردند که با این پروژه به آب شرب پایدار و با کیفیت دست یافتند.

پایان تعمیر و ایمن سازی خط ۱۲ اینچ گاز مایع ماهشهر



اهواز – ششمین قیابانده: خط ۱۲ اینچی حامل گاز مایع به پتروشیمی بندر امام در مجاورت منطقه مسکونی شهرک طالقانی شهر ماهشهر، شبانهگاه دپیمانە ۱۲۰۳ دچار نشتی شد که با حضور گروه‌های عملیاتی ،ایمن سازی این خط با اقدامات اولیه قطع سیال بالادست و هدایت گاز مایع به مخازن ذخیره ماهشهر انجام شد.

همچنین با تصمیم کارگروه مستقر با هدف ایمنی و جلوگیری از حوادث احتمالی در مجاورت ساکنین محلی و جاده عبوری بخشی از سیال این خط بناچار به گودال سوخت هدایت گردید.

در پایان یادآور می‌شود تمام اهتمام و تمهیدات لازم با هدف ایمنی و کاستن از سوانح احتمالی صورت گرفته و این شرکت بابت آلودگی اضطراری چند ساعتی از مجاورین محترم شهرک طالقانی و مردم عزیز شهرستان ماهشهر عذرخواهی می نماید.

۲۹ خدمت شناسه دار منابع طبیعی استان گلستان به صورت اینترنتی انجام می شود

گرگان – خیرنگار فرصت امروز: به گفته رییس فناوری و اطلاعات اداره کل منابع طبیعی استان گلستان ۲۹ خدمت شناسه دار منابع طبیعی استان به صورت اینترنتی انجام می شود.به گزارش پایگاه اطلاع رسانی اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری استان، سید هاشم سید نبی هاشم با اعلام این خبر افزود: براساس تکالیف قانونی و اصلاح نظام اداری و در راستای برنامه های سازمان منابع طبیعی و آبخیزداری کشور ۲۹خدمت این اداره کل به صورت ۲۹نوعه دولت الکترونیک با استفاده از فناوری های روز و سامانه های هوشمند(اینترنتی و الکترونیک) به مردم ارائه می شود.مهمترین نتیجه خدمات الکترونیک دولت، خدمت رسانی مطلوب وشفاف به مردم است.وی اظهار کرد: در راستای طرح تکريم رباب رجوع و جلوگیری از تسبیح حقوق دولت و مردم این اداره کل تعداد ۲۹خدمت شناسه دار قابل ارائه به مردم در میز خدمت از طریق سامانه الکترونیکی www.mizkhedmat.frw.ir صورت می‌پذیرد.

نبی هاشم افزود: از این پس خدمات مربوط به ارائه مجوز قطع و حمل محصولات منابع طبیعی همچون صدور مجوز قطع گونه های جنگلی، صدور مجوز بهره برداری از محصولات فرعی جنگل و مرع و صدور مجوز تهیه و حمل زغال نیز به صورت اینترنتی قابل ارائه است.ایشان در ادامه ادعان داشت: خدمات مذکور در راستای جلوگیری از آسیب به منابع طبیعی و جلوگیری از قاچاق اجناس آلود، نظارت و بازرسی بر فرایند تهیه و حمل زغال و همچنین بهره برداری صحیح و به موقع از عرصه های منابع طبیعی به منظور استفاده از محصولات فرعی جنگل و مرع و متقاضیان دارای مجوز بهره برداری می باشد.

رییس فناوری اطلاعات اداره منابع طبیعی استان گلستان با بیان اینکه دولت الکترونیک به معنای اطلاع رسانی و خدمات رسانی به منظور افزایش شفاف و دقیق و شفاف به مردم است گفت: مهم‌ترین نتیجه خدمات الکترونیکی دولت، کاهش رباب رجوع، کاهش هزینه ایاب و ذهاب و تلف شدن وقت و در نهایت افزایش رضایتمندی مردم است. سلامتی کوتاه شدن زمان پاسخگویی، افزایش دقت، سرعت و نظارت بر فرایند پاسخگویی و مطلع شدن متقاضیان از مراحل روند انجام کار را از دیگر مزایای مهم راهاندازی سامانه الکترونیکیwww.mizkhedmat.frw.ir و اینترنتی شدن کارها دانست

هشدار دستگاه قضایی سیستان و بلوچستان به صنوف متخلف



زاهدان – خیرنگار فرصت امروز:سرپرست معاونت حقوق عامه دادستانی اهدان ضمن هشدار به صنوف متخلف در به کارگیری اتباع بیگانه غیر مجاز، گفت: اولویت دستگاه قضایی در سیستان و بلوچستان صیانت از هویت ایرانی و استفاده افراد مستعد کار است. به گزارش روابط عمومی اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی سیستان و بلوچستان، ابوالفضل احمدزاده در گفت‌وگو با خبرنگاران در حاشیه برگزاری در اولین جلسه کارگروه استانی سامانه‌های اتباع و مهاجرین خارجی که با رویکرد مقابله با بکارگیری آن‌ها در اتباع آموزشی، فرهنگی، صنعتی، کشاورزی و خدماتی (براساس دستور قضایی درجهانی از سوی رئیس دادگستری استان در پنجمین نشست شورای پیشگیری از وقوع جرم سیستان و بلوچستان) با حضور اعضا در محل سالن جلسات شهید بهشتی دادگستری کل استان برگزار شد. افزود: این جلسات قطعاً با صورت ماهانه استمرار خواهد داشت چرا که محوریت این کارگروه بنا به تاکید بر این بوده با توجه به اینکه نیروی کار در این استان وجود دارد و می‌توان از ظرفیت و استعداد آنها به نحو شایسته استفاده کرد. اولویت به کارگیری این افراد در امور مرتبط وجود دارد. غیر بیان کرد: یکی از تصمیمات این کارگروه برای اولین بار این است که افراد اشخاص با صنوفی که به کارگیری اتباع بیگانه در مجاز در سیستان و بلوچستان را دارند و این کار، از لحاظ قانونی ممنوع بوده اگر به کارگیری کنند برپنده کیفری و حقوقی برای یکایک آنها تشکیل خواهد شد.

سرپرست معاونت حقوق عامه دادستانی زاهدان ادامه داد: هشدار جدی به تمام صنوف می‌دهیم اگر محوریت آنها با به کارگیری اتباع بیگانه در سیستان و بلوچستان است این مورد را جدی تلقی کرده چرا که یکی از دلایل به کارگیری این افراد آنست که پهنانه آورده نیروی کار نادریم؛ اما در استان نیروی کار وجود دارد. اگر همه نیروی کار مورد نیاز آنها وجود نداشته باشد سایر ندهادهای مرتبط تصمیم جدید اتخاذ خواهند کرد.

وی اظهار کرد: رویکرد دستگاه قضایی برخورد جدی بوده و قطعاً پلمب در انتظار متخلفان اصناف مختلف در سیستان و بلوچستان است. همچنین برپنده کیفری و حقوقی به صورت نامحدود برای این افراد، متصدیان و افرادی که برپنده کسب دارنده تشکیل خواهد شد.

احمدزاده افزود: افرادی که بدون پروانه کسب اقدام به فعالیت کرده به ویژه در بکارگیری اتباع بیگانه، هشدار می‌دهیم؛ چرا که تردد این افراد به همراه خانواده به خارج از کشور، به ویژه پاکستان و افغانستان خواهد بود.

وی تاکید کرد: رویکرد جدی دستگاه قضایی سیستان و بلوچستان صیانت از هویت ایرانی و استعداد افراد مستعد کار است.

پلمب سه واحد مرغ و ماهی و ۲واحد قصابی

یزد – سید محمد جواد عرفان‌فر ؛ سه واحد مرغ و ماهی و ۲ واحد قصابی به دلیل عدم رعایت نکات بهداشتی دامپزشکی و عرضه فرآورده خام دامی بدون شناسنامه بهداشتی و چرخ کردن گوشت در غیبه مستتر و کشتار غیر مجاز دام اسراس هماهنگی معون قبلی و دستور دادستانی یزد، پلمب گردید. روح الله حاتمى معاون دامپزشکی شهرستان یزد گفت : همشهریان از خرید فرآورده های خام دامی بدون شناسنامه بهداشتی دامپزشکی و گوشت چرخ کرده از پیش آماده شده خودداری نمایند در صورت مشاهده هرگونه تخلف بهداشتی دامپزشکی، موارد را با سامانه فوریت‌های دامپزشکی ۱۵۱۲ اطلاع دهند.



بررسی برنامه‌های افق ۵ ساله میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی یزد

وروستاهای واجد شرایط ثبت ملی در حوزه صنایع دستی، راهاندازی هنرستان صنایع دستی، تهیه اطلس صنایع دستی یزد، ایجاد کارگاهها و خانه‌های صنایع دستی یزد، بازارهای صنایع دستی، تبلیغات در فضای مجازی برای فروش و صادرات بیشتر صنایع دستی، ازجمله مهم‌ترین مباحثی بود که در حوزه صنایع دستی یزد در خصوص آن‌ها بحث و برنامه‌ریزی شد. رزستگاری اضافه کرد: در حوزه گردشگری اقی پیشو و در ۵ سال آینده، برگزاری رویدادهای گردشگری، برگزاری قم تور، زیرساخت‌های گردشگری، تکمیل پروژه‌های نیمه‌تمام گردشگری در استان و تأمین تسهیلات موردنیاز، استفاده از روش‌های نوین تأمین مالی پروژه‌ها، محتوای تبلیغاتی قوی برای فضای مجازی، تقویت زیرساخت‌های ریلی و هوایی استان خواهد شد. مدیرکل میراث‌فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی یزد اظهار کرد: برنامه‌های حوزه گردشگری سلامت، گردشگری معنوی، کودک، گردشگری کشاورزی نیز از دیگر مواردی بود که در حوزه گردشگری به آن پرداخته شد. رستگاری خاطرنشان کرد: در این نشست کلیات برنامه‌های یزد، مورد تأیید قرار گرفت و مقرر شد با نظر فاعلین سه حوزه میراث‌فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی جزئیات برنامه‌ها هم تدوین و برنامه کامل پنجاهه در راستای برنامه‌های یزد پایدار و برنامه سند توسعه هفتم تهیه، تصویب و اعلام شود.



در این نشست مقرر شد برای استعدایابی ظرفیت‌های آثار ثبت جهانی یزد، ظرفیتی در پایگاه یزد ایجاد شود و در حوزه‌ی باغات هم تأمین اعتبار موردنیاز انجام گیرد. او تصریح کرد: با توجه به اینکه در حوزه صنایع‌دستی فعلاً مهم‌ترین مسئله در یزد، ثبت جهانی زیورآلات سنتی یزد است، در این نشست به این موضوع پرداخته شد. همچنین شهرها

حوزه میراث‌فرهنگی یزد در این نشست مطرح، بررسی و طرح‌های مصوب آن‌ها طی ۵ سال ارائه شد. مدیرکل میراث‌فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی یزد خاطر نشان کرد: در این نشست به پروژه موزه یزد بزرگ به‌طور خاصی پرداخته شد و مقرر شد اسامی با اعتباراتی که تأمین شده، مراحل نهایی و تکمیل پروژه را طی کنیم. رستگاری گفت:

مدیر منطقه ۸ عملیات انتقال گاز ایران:

برگزاری مسابقات ورزشی هفته بسیج نماد اتحاد و همدلی است

فرست امروز – ماهان فلاج: مدیر منطقه ۸ عملیات انتقال گاز ایران در حاشیه اعلام نتایج مسابقات ورزشی هفته بسیج برگزاری این مسابقات را نماد اتحاد و همدلی کارکنان این منطقه عملیاتی دانست.

مهدی زارع، با اعلام این خبر گفت: در هفته گرامیداشت بسیج مستضعفین به همت پایگاه مقاومت بسیج مهران منطقه، مسابقات ورزشی در رشته‌های فوتبال (گل کوچک)، تنیس روی میز، بدمینتون، شطرنج، فوتبال دستی و دارت در بخش برادران و جوانان را حضور پرشور کارکنان منطقه بر گزار و فضایی مفرح و پر انرژی برای همکاران ایجاد شد. زارع افزود: برگزاری این مسابقات در راستای ارتقای روحیه همدلی، تعامل و نشاط بین کارکنان و همچنین تقویت روحیه تیمی صورت گرفت. مدیر منطقه ۸ عملیات انتقال گاز ایران اظهار داشت: ورزش به عنوان یک عامل مهم در حفظ سلامت جسمی و روحی کارکنان، نقش بسزایی در افزایش بهره‌وری و ایجاد محیطی پویا در



در بازدید معاون برنامه ریزی و امور اقتصادی شرکت مهندسی آب و فاضلاب کشور مطرح شد:

تاکید بر ضرورت آگاه سازی عمومی و مدیریت مصرف در وضعیت کم آبی بندرعباس

شرکت آب و فاضلاب هرمزگان نیز در این بازدید با بیان اینکه وضعیت تامین و توزیع آب بندرعباس به‌طور ویژه در دستور کار است افزود: متأسفانه به دلیل تداوم خشکسالی و کاهش نزولات آسمانی، سدهای واقع در شرق هرمزگان به‌ عنوان یکی از منابع تأمین آب بندرعباس خشک شده اند و ورودی آب این شهر کاهش محسوسی داشته است. وی ادامه داد:تداوم این وضعیت و عدم مدیریت مصرف آب باعث افزایش بحران و کم آبی می شود اما این شرکت با اطلاع رسانی از وضعیت پیش آمده مردم را در جریان این موضوع آگاه داده که امیدواریم با مدیریت مصرف و خودداری از تصارف غیر شرب بتوانیم شاهد پایداری وضعیت آب شهر بندرعباس که جمعیتی زیادی را در خود جای داده است، باشیم. مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب هرمزگان با بیان اینکه مجموعه وزارت نیرو، شرکت مهندسی آب و فاضلاب کشور و استانداری هرمزگان از این زمینه همکاری و همراهی خوبی با آفای هرمزگان دارند، افزود: تلاش برای جبران کمبودهای آب ادامه دارد اما می طلبید تا ما همراهی تمامی مصرف کنندگان، از این وضعیت گذر کنیم.



فضای سبز با توجه به اقلیم هرمزگان و همچنین "ابن" بودن برخی از صنایع، ادامه داد: تکمیل این تصفیه خانه ضمن جلوگیری از ورود پساب به دریا باعث تأمین آب پایدار صنایع می شود. عبدالحمید حمزه پور مدیرعامل

پیشرفت چشمگیر پتروشیمی تبریز با مدیریت جهادی و انقلابی؛

پتروشیمی تبریز روی ریل اقتدار و استقلال صنعت کشور

نیروهای متخصص و توانمند و کاری استفاده شده است، شاهد پیشرفت چشمگیر بوده‌ایم.
حجت‌الاسلام‌المسلمین آقاجان پور رئیس سازمان عقیدتی سیاسی وزارت دفاع و پشتیبانی نیروهای مسلح به همراه حجت الاسلام‌والمسلمین ایزدی رئیس سازمان عقیدتی سیاسی مساج (سازمان تأمین اجتماعی نیروهای مسلح) در صدر هیات، از مجتمع پتروشیمی تبریز بازدید و با دکتر سید نوراله میرشرفی مدیرعامل و نائب رئیس هیئت مدیره پتروشیمی تبریز و جمعی از مدیران ارشد شرکت دیدار کردند. در این بازدید مهمانان پس از اقای احترام به دعوت شاخ شهید کامناب، از بخش‌های مختلف مجتمع پتروشیمی تبریز و پروژه توسعه‌ای از جمله طرح پلی‌اتیلن سنگین، پروژه انتقال و استفاده از پساب شهری و پروژه EBSM بازدید کردند. در حین بازدید، دکتر میرشرفی مدیرعامل شرکت پتروشیمی تبریز گزارش جامعی از پیشرفت پروژه‌های جاری شرکت و وضعیت تولید، تأمین خوراک، مهندسی ساخت، پوشش و آموزش نیروی مدیریت انرژی و چالش‌های پیش روی این شرکت ارائه کرد.

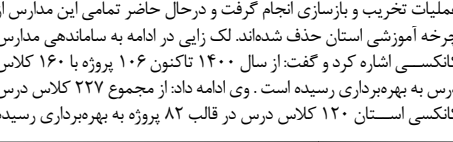


حاکمی از مدیریت جهادی و انقلابی در این مجموعه است و هر کجا که ما از مدیران جهادی استفاده کردیم و مدیران جهادی از ثبات مدیریتی برخوردار بوده‌اند و از

تحول در فضای آموزشی سیستان و بلوچستان:

از حذف مدارس خشت و گلی تا ساماندهی مدارس سنگی و کانکسی

و مابقی پروژه‌ها با پیشرفت فیزیکی ۹۰ درصد در حال تکمیل هستند که به زودی به اتمام می‌رسند تا فضایی ایمن و استاندارد برای تحصیل دانش آموزان فراهم شود. وی همچنین به اقدامات در راستای حذف مدارس سنگی اشاره کرد و گفت: در حال حاضر ۵۷ پروژه با ۱۶۳ کلاس درس در دست اجرا است که عملیات تخریب و بازسازی آنها آغاز شده است و امیدواریم با همکاری دولت، خیرین و اهالی روستاها تا پایان سال ۱۴۰۳ شاهد حذف کامل مدارس سنگی از سیماهای استان باشیم تا دانش آموزان در شرایطی مناسب‌تر به تحصیل بپردازند. وی همچنین به اقدامات در راستای حذف مدارس سنگی اشاره کرد و گفت: در حال حاضر ۵۷ پروژه با ۱۶۳ کلاس درس در دست اجرا است که عملیات تخریب و بازسازی آنها آغاز شده است و امیدواریم با همکاری دولت، خیرین و اهالی روستاها تا پایان سال ۱۴۰۴ شاهد حذف کامل مدارس سنگی از سیماهای استان باشیم و دانش آموزان در شرایطی مناسب تر به تحصیل بپردازند. وی ضمن قدردانی از تلاش‌های دولت و همراهی خیرین در توسعه فضای آموزشی، خاطرنشان کرد این اقدامات گامی مؤثر در تحقق عدالت آموزشی و محرومیت‌های زیرساختی استان سیستان و بلوچستان است. که نقش مهمی در بهبود شرایط تحصیلی دانش‌آموزان این منطقه ایفا می‌کند.



مدیر عامل شرکت نفت و گاز آغاچاری :

لزوم شناسایی استعداد‌های بانوان برای کمک به چرخه صنعت نفت

قرار گیرد. مدیر عامل شرکت نفت و گاز آغاچاری همچنین با اشاره به سختی‌های حوزه کاری صنعت نفت افزود، با وجود این سختی‌ها و مسئولیت‌های خدادمی، زنان شائفل در صنعت نفت نقش مهم خود را در ارتقای رضایتمندی صنعت نفت به‌خوبی ایفا کرده و می‌کنند که باید قدران آنها باشیم. در ادامه این نشست برخی موضوعات و مشکلات کاری بانوان شافل بیان و مورد بررسی قرار گرفت. در این نشست همچنین مدیریت منابع انسانی، مدیر خدمات، مدیر عملیات، رییس دفتر مدیر عامل، مشاور فرهنگی مدیر عامل و رئیس روابط عمومی نیز حضور داشتند. در ادامه برنامه گرامیداشت روز زن در شرکت آغاچاری آئین درختکاری را حضور بانوان شافل در شرکت در پام فرهنگی امیدیه نیز برگزار کردید.

همراهی و همکاری با انودهای استعداد‌های بانوان برای کمک به چرخه صنعت نفت

گاز را محقق کرد تا بهره‌مندی تمامی هموطنان در اقصی نقاط کشور از این نعمت خدادادی فراهم شود. مدیرعامل شرکت گاز استان ایلام گفت: احاد مختلف مردم با کاهش ۲ درجه دمای منزل علاوه بر کمک به پایداری و استمرار جریان گاز، سبب قرار گرفتن مصارف در به‌لایه پایین‌تر مصرف تعرفه گاز بها و دریافت پائین صرفه‌جویی، به اقتضای خانواده خود کمک شایانی می‌کنند. کنشگران از تلاش اهالی رسانه استان از جمله صدا و سیما، خبرگزاری‌ها، پایگاه‌های خبری، روزنامه‌های سراسری، نشریات محلی و فضای مجازی برای پوشش ۲ درصدی مصرف گاز و اطلاع رسانی مناسب فصل سرما، به حداقل رساندن درجه حرارت مستغاره از لیس‌های مناسب کردن وسایل گرمایشی اتاق‌ها و اماکن غیرضروری، در مصرف گرمایشی، خاموش کردن وسایل گرمایشی اتاق‌ها و اماکن غیرضروری، در مصرف گاز سادترین مواردی است که با رعایت آنها می‌توان حادتر صرفه‌جویی مصرف

یزد – مرتضی نوراللهی بوز: مدیرکل میراث‌فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی یزد گفت: برنامه‌های افق ۵ ساله میراث‌فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی یزد ارائه و بررسی شد. به گزارش روابط عمومی اداره کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی یزد، سید محمد رستگاری با اعلام این خبر گفت: روز گذشته ۴ دی‌ماه در نشست در محل وزارت میراث‌فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی با حضور قائم‌مقام وزیر و برخی معاونان و مدیران وزارتخانه، برنامه‌های افق ۵ ساله میراث‌فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی استان یزد در سه حوزه ارائه و بررسی شد. مدیرکل میراث‌فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی یزد افزود: در این نشست برنامه زمان‌بندی، میزان اعتبار و میزان مشارکت خیرین و سایر ارگان‌های ذی‌ربط در حوزه میراث‌فرهنگی تشریح و بررسی شد. رستگاری عنوان کرد: احیای بافت‌های تاریخی ارزشمند شهرستان‌ها و احیاء و مرمت اینیه تاریخی پارزش از اهم پروژه‌هایی بود که در سطح استان، مطرح و مقرر شد با کمک دولت، خیرین و دوستداران میراث‌فرهنگی طی ۵ سال به آن‌ها پرداخته شود. به گفته او بحث مرمت بازار یزد، احیاء برج و بارو و حصار تاریخی یزد، پایش بافت تاریخی یزد و اصلاح و ساماندهی تابلیهای آن اقدامات حفاظتی بافت‌های تاریخی و آثار ثبت جهانی و تأمین اعتبار برای ابنیه ارزشمند شهرستان‌ها از دیگر مواردی بود که در

بررسی اصول و ایده‌های بازاریابی هوشمند

اصول بازاریابی هوشمند: پرواز در مسیر موفقیت



نویسنده: علی آلی علی

تصور کنید وسط یک مسابقه فرمول یک هستید. نه، قرار نیست خودتان پشت فرمان بنشینید، اما نقش‌تان به عنوان مدیر تیم حیاتی است. هر چیزی باید با دقت برنامه‌ریزی شده باشد؛ از انتخاب تاپرای مناسب تا هماهنگی با مکانیک‌ها و حتی پیش‌بینی وضعیت آب و هوا. اگر همه این عوامل به درستی مدیریت شوند، راننده شما می‌تواند از خط پایان عبور کرده و جام قهرمانی را به خانه بیاورد. حالا این سناریو را به دنیای بازاریابی ببرید؛ جایی که موفقیت به همان اندازه به برنامه‌ریزی، هدف‌گذاری و هماهنگی نیاز دارد. بازاریابی هوشمند دقیقا همین مفهوم را به تصویر می‌کشد.

برخلاف روش‌های سنتی و پراکنده، در بازاریابی هوشمند همه چیز با یک هدف مشخص و از پیش تعریف شده طراحی می‌شود. هیچ چیزی به شانس واگذار نمی‌شود و هر حرکت در مسیر درست انجام می‌گیرد. مثل وقتی که تیم پشتیبانی فرمول یک با هم هماهنگ می‌شود تا کوچک‌ترین اشتباهی رخ ندهد. بازاریاب‌های هوشمند هم باید به دقت روی استراتژی‌های خود کار کنند. این رویکرد فقط مربوط به داشتن ابزارهای پیشرفته یا داده‌های کلان نیست، بلکه ترکیبی از برنامه‌ریزی استراتژیک، تحلیل دقیق داده‌ها و اجرا براساس اهداف است. بازاریابی هوشمند یعنی از منابع محدود بیشترین بهره را ببرید و به جای شلیک در تاریکی، دقیقا بدانید هدف شما کجاست.

دنیای امروز پر از تغییرات سریع است. مخاطب هر لحظه با انبوهی از تبلیغات مواجه می‌شوند و تنها راه موفقیت این است که پیام شما دقیقا به مخاطب موردنظر برسد. درست مثل راننده‌ای که در مسیر مسابقه از تمام پیچ و خم‌ها عبور می‌کند، بازاریاب‌های هوشمند هم باید بدانند چگونه در میان چالش‌های بازار، مسیر خود را پیدا کنند.

در یک کلام، بازاریابی هوشمند یعنی مدیریت منابع، افزایش بهره‌وری و رسیدن به نتیجه‌ای که هم برای مشتری و هم برای کسب و کار ارزشمند باشد. با این توضیحات، می‌خواهیم در ادامه سراغ این موضوع برویم که چگونه می‌توان این نوع بازاریابی را به بهترین شکل اجرا کرد. پس اگر آماده هستید، بیایید به دنیای بازاریابی هوشمند وارد شویم.

بازاریابی هوشمند در عمل؛ توصیه‌هایی برای شروع
بازاریابی هوشمند، همانطور که بررسی کردیم، تعریف نسبتاً واضحی دارد. با این حال بدون یک نقشه راه‌ما برای اجرای درست آن هر لحظه امکان گم شدن در دنیایی ناشناخته وجود خواهد داشت. این همان نکته‌ای است که به شما برای شروع کارتان فشار مضاعفی وارد

می‌کند. به همین خاطر ما در این بخش سعی داریم برخی از ایده‌ها و توصیه‌های کلیدی برای شروع کار را بررسی کنیم. پس با ما همراه باشید تا نکات اساسی در این رابطه را دقیق‌تر زیر ذره بین ببریم.

تحلیل داده‌های مشتری برای درک عمیق‌تر نیازها
تحلیل داده‌های مشتریان یکی از اصول بنیادی بازاریابی هوشمند است که به شما کمک می‌کند به جای حدس و گمان، تصمیمات خود را براساس اطلاعات واقعی بگیرید. تصور کنید که یک برند لوازم بهداشتی هستید و می‌دانید اکثر مشتریان شما در بازه سنی ۲۰ تا ۳۰ سال قرار دارند و محصولات گیاهی (Vegan) را ترجیح می‌دهند. این داده‌ها به شما امکان می‌دهد کمپین‌های بازاریابی خود را دقیقا براساس این ویژگی‌ها طراحی کنید و پیام‌هایی ارسال کنید که حس می‌کند برندان آنها را درک کرده است. این اطلاعات نه تنها به شما می‌گوید که مشتریان شما چه کسانی هستند، بلکه نشان می‌دهد چگونه می‌توانید نیازهای‌شان را پیش‌بینی کنید. برای مثال، اگر داده‌ها نشان دهد که مشتریان پس از خرید یک محصول، معمولا به محصول دیگری در همان دسته علاقه نشان می‌دهند، می‌توانید پیشنهادهای خاصی برای خرید مکمل‌ها ارائه دهید. این کار احتمال افزایش فروش را بسیار بالا می‌برد.

علاوه بر این، تحلیل داده‌های مشتری می‌تواند شما را از اشتباهات بازاریابی نیز نجات دهد. فرض کنید که بدون بررسی یک محصول جدید معرفی کنید که هیچ تناسبی با نیازهای مشتریان‌تان ندارد. این کار نه تنها منابع شما را هدر می‌دهد، بلکه می‌تواند تصویری منفی از برندان بسازد، اما با استفاده از تحلیل داده‌ها، می‌توانید پیش از معرفی محصول مطمئن شوید که آن مورد علاقه مشتریان قرار می‌گیرد.

ابزارهایی مانند گوگل آنالیتیکس یا حتی هوش مصنوعی این اطلاعات را به شکلی سازماندهی شده جمع‌آوری کنید. نکته مهم این است که داده‌ها باید به طور منظم به‌روزرسانی شوند تا همیشه با نیازهای در حال تغییر مشتریان هماهنگ باشید. تحلیل داده‌ها به شما این امکان را می‌دهد که استراتژی‌های خود را نه تنها هدفمند، بلکه پویا کنید. اگر مشتریان شما ناگهان رفتارهای جدیدی از خود نشان دهند، داده‌ها اولین جایی هستند که این تغییرات را منعکس می‌کنند و شما را قادر می‌سازند که به سرعت واکنش نشان دهید. این یعنی قدرت بازاریابی هوشمند در عمل!

تعین هدف‌های شفاف و قابل اندازه‌گیری
در بازاریابی هوشمند بدون تعیین هدف‌های شفاف موفقیت مثل پیدا کردن سوزن در انبار کاه است. وقتی

می‌دانید که می‌خواهید به چه چیزی برسید، مسیرتان واضح‌تر می‌شود و هر تلاش در راستای رسیدن به این اهداف معنا پیدا می‌کند. فرض کنید هدف شما افزایش ۲۰ درصدی فروش در سه ماه آینده است. این هدف نه تنها روشن است، بلکه شما را وادار می‌کند که برای رسیدن به آن برنامه‌ای دقیق تدوین کنید.

یکی از مزایای تعیین هدف‌های شفاف امکان پیگیری پیشرفت است. وقتی هدفی مانند جذب ۵۰۰ مشتری جدید از طریق شبکه‌های اجتماعی تعیین می‌کنید، می‌توانید به طور مداوم ارزیابی کنید که چه مقدار از این مسیر را طی کرده‌اید. اگر در میانه راه احساس کنید که به اندازه کافی پیشرفت نکرده‌اید، می‌توانید برنامه‌های‌تان را اصلاح کنید و منابع بیشتری به آن اختصاص دهید.

نکته جالب اینکه اهداف مشخص باعث می‌شوند تیم بازاریابی شما بهتر هماهنگ گردد. وقتی همه اعضای تیم بدانند که اولویت اصلی چیست، همگی در یک جهت حرکت می‌کنند. مثل یک ارکستر که تمام نوازندگان آن زیر نظر رهبر، قطعه‌های یکپارچه و هماهنگ اجرا می‌کنند. این هماهنگی در بازاریابی هوشمند نیز حیاتی است.

داشتن اهداف قابل اندازه‌گیری همچنین به شما کمک می‌کند که در پایان هر کمپین نتایج خود را به دقت بررسی کنید. اگر به هدف موردنظر نرسیده باشید، می‌توانید دلایل آن را شناسایی کنید و در کمپین‌های بعدی بهتر عمل کنید. اما اگر به هدف رسیدید، می‌توانید با اطمینان از موفقیت کمپین خود، استراتژی های مشابه را دوباره به کار بگیرید. اهداف شفاف و قابل اندازه‌گیری مثل چراغ‌های راهنمایی در مسیر بازاریابی هستند. آنها به شما نشان می‌دهند که کجا ایستاده‌اید، به کجا می‌روید و چطور باید به مقصد برسید. بدون این اهداف، بازاریابی هوشمند تنها یک شعار است.

محتوای شخصی‌سازی‌شده برای جذب و نگهداشت مخاطبان
یکی از کلیدهای موفقیت بازاریابی هوشمند ارائه محتوایی است که هر مخاطب احساس کند مخصوص او طراحی شده است. در دنیایی که همه چیز از پیامک‌های تبلیغاتی گرفته تا ایمیل‌های بازاریابی پر از پیام‌های عمومی است، شخصی‌سازی یک تفاوت بزرگ ایجاد می‌کند. به جای اینکه به همه یک پیام یکسان ارسال کنید، می‌توانید پیام‌هایی ارسال کنید که نیازها، علایق و حتی نام مشتری را منعکس می‌کنند. فرض کنید شما صاحب یک فروشگاه آنلاین هستید و مشتری‌ای که معمولا لباس‌های ورزشی می‌خرد، چند هفته است که خریدی انجام نداده است. ارسال یک ایمیل با پیام «لباس‌های ورزشی جدید برای شما آماده‌اند، رفیق عزیز!» می‌تواند او را به خرید دوباره تشویق کند. این رویکرد نه تنها باعث جذب دوباره مشتریان می‌شود، بلکه حس ارزشمندی و اهمیت را در آنها تقویت می‌کند.

محتوای شخصی‌سازی‌شده تنها به ایمیل‌ها محدود نمی‌شود. شما می‌توانید از این تکنیک در تبلیغات آنلاین، پیشنهادهای محصولات و حتی خدمات پس از فروش استفاده کنید. برای مثال، اگر مشتری‌ای به تازگی یک تلفن هوشمند خریداری کرده است، می‌توانید لوازم جانبی مرتبط با آن را پیشنهاد دهید. این استراتژی همچنین می‌تواند به بهبود تجربه مشتری کمک کند. وقتی مشتری ببیند که شما او را می‌شناسید و به نیازهایش اهمیت می‌دهید، احتمال بازگشت او به برند شما بسیار بیشتر می‌شود. این همان چیزی است که بازاریابی هوشمند را از بازاریابی سنتی متمایز می‌کند. محتوای شخصی‌سازی‌شده ابزاری قدرتمند برای ایجاد ارتباطی عمیق‌تر و مؤثرتر با مشتریان است.

این تکنیک نشان می‌دهد که بازاریابی هوشمند نه تنها درباره جذب مشتری، بلکه درباره حفظ و تقویت رابطه با او نیز است. این رابطه همان چیزی است که موفقیت پایدار را به همراه دارد.

استفاده از هوش مصنوعی برای پیش‌بینی رفتار مشتریان

یکی از جذاب‌ترین ابزارهای بازاریابی هوشمند در دنیای امروز، هوش مصنوعی (AI) است که به کسب و کارها کمک می‌کند رفتار مشتریان را پیش‌بینی کنند و

براساس آن تصمیم‌گیری‌های استراتژیک داشته باشند. تصور کنید یک برند خرده‌فروشی با کمک الگوریتم‌های پیشرفته متوجه می‌شود که مشتریان معمولا قبل از تعطیلات پایان سال به دنبال خرید هدیه هستند. با این اطلاعات برند مورد نظر می‌تواند کمپین‌های تبلیغاتی خاصی طراحی کند که دقیقا به این نیازها پاسخ دهد. هوش مصنوعی می‌تواند با تحلیل داده‌های گذشته، الگوهای رفتاری مشتریان را شناسایی کند. مثلا اگر مشتریان به خریدهای فصلی علاقه نشان می‌دهند، برندها می‌توانند تخفیف‌های ویژه‌ای در زمان‌های خاص ارائه کنند. این سطح از پیش‌بینی‌پذیری، بازاریابی را از حالت آزمون و خطا به یک بازی هدفمند و هوشمند تبدیل می‌کند.

علاوه بر این، استفاده از هوش مصنوعی باعث می‌شود کمپین‌ها دقیق‌تر و هزینه‌های بازاریابی بهینه‌تر شوند. به جای تبلیغ محصولات به گروهی بزرگ اما غیرمرتبط، می‌توانید پیام‌های تبلیغاتی را دقیقا به دست کسانی برسانید که احتمال خریدشان بیشتر است. این یعنی صرفه‌جویی در زمان و هزینه و البته بازدهی بهتر. هوش مصنوعی همچنین می‌تواند در طراحی تجربه شخصی‌سازی شده مشتریان نقش بزرگی ایفا کند. مثلا یک فروشگاه آنلاین می‌تواند با تحلیل رفتار خرید مشتریان در هر نقطه‌ای که هستند، ارتباط برقرار کنند. هر شخص ارائه دهد. چنین تجربه‌ای نه تنها به فروش بیشتر کمک می‌کند، بلکه رابطه‌ای بلندمدت با مشتری ایجاد می‌کند.

هوش مصنوعی در بازاریابی هوشمند مثل یک مربی حرفه‌ای است که استراتژی‌های برنده را پیشنهاد می‌دهد. با این ابزار قدرتمند، برندها می‌توانند همیشه یک قدم جلوتر از رقیبا باشند و تجربه‌ای استثنایی برای مشتریان خود خلق کنند.

تمرکز بر بازاریابی چند کاناله برای تعامل گسترده‌تر

بازاریابی چند کاناله (Omni channel Marketing) یکی دیگر از روش‌های کلیدی در بازاریابی هوشمند است که به برندها کمک می‌کند با به زبان خودمانی، این استراتژی یعنی حضور همه‌جانبه در فضای آنلاین و آفلاین. فرض کنید شما صاحب یک برند لباس هستید و مشتری شما می‌تواند از طریق وب سایت، اپلیکیشن موبایل، شبکه‌های اجتماعی و حتی فروشگاه‌های فیزیکی با شما در ارتباط باشد. این استراتژی نه تنها دسترسی به مشتریان را افزایش می‌دهد، بلکه به آنها امکان می‌دهد تجربه‌ای یکپارچه از محصولات شما داشته باشند. برای مثال، اگر مشتری‌ای محصولی را به سبب خرید خود در وب‌سایت اضافه کند اما خرید را کامل نکند، می‌توانید از طریق ایمیل یا نوتیفیکیشن موبایلی او را به اتمام خرید ترغیب کنید. چنین رویکردی شانس موفقیت را به طرز چشمگیری افزایش می‌دهد.

یکی از مزایای بزرگ بازاریابی چند کاناله این است که مشتریان را در هر مرحله از سفر خرید همراهی می‌کند. از لحظه‌ای که محصولی را جست و جو می‌کنند تا زمانی که خرید انجام می‌دهند و حتی پس از آن، برند می‌تواند با استفاده از کانال‌های مختلف، ارتباط خود را حفظ کند. این یعنی فرصتی برای ایجاد وفاداری و افزایش ارزش طول عمر مشتری. علاوه بر این، بازاریابی چند کاناله به برندها اجازه می‌دهد داده‌های بیشتری جمع‌آوری کنند. این داده‌ها می‌توانند اطلاعاتی درباره نحوه تعامل مشتریان با هر کانال ارائه دهند. با تحلیل این اطلاعات، برندها می‌توانند استراتژی‌های خود را بهینه کنند و پیام‌هایی طراحی کنند که بهترین تأثیر را بر مشتری داشته باشد.

بازاریابی چند کاناله به برندها کمک می‌کند نه تنها ذهن مشتریان بمانند، بلکه به بخشی از زندگی روزمره آنها تبدیل شوند. این رویکرد نشان می‌دهد که بازاریابی هوشمند فقط درباره فروش نیست، بلکه درباره ساختن تجربه‌ای جامع و بی‌نقص است.

به کارگیری اتوماسیون برای افزایش کارایی

اتوماسیون بازاریابی یک انقلاب واقعی در دنیای بازاریابی هوشمند است که نه تنها فرآیندها را سریع‌تر می‌کند، بلکه دقت و کارایی را نیز افزایش می‌دهد.

فرض کنید شما در حال مدیریت کمپینی برای فروش ویژه پایان سال هستید. به جای ارسال دستی ایمیل‌ها یا برنامه‌ریزی جداگانه تبلیغات، می‌توانید از ابزارهای اتوماسیون استفاده کنید تا این کارها را به صورت خودکار انجام دهند.

با استفاده از اتوماسیون می‌توانید کمپین‌های کاملا هدفمند طراحی کنید که بر اساس رفتار مشتریان تنظیم شوند. مثلا اگر مشتری‌ای به تازگی محصولی را از شما خریداری کرده است، می‌توانید به صورت خودکار ایمیلی حاوی پیشنهادهای مرتبط با خرید او ارسال کنید. این رویکرد نه تنها ارتباط شما را با مشتریان تقویت می‌کند، بلکه احتمال فروش بیشتر را نیز افزایش می‌دهد. اتوماسیون همچنین به شما کمک می‌کند تا منابع خود را بهینه‌تر مدیریت کنید. به جای صرف زمان زیاد برای کارهای تکراری، تیم بازاریابی شما می‌تواند بر روی طراحی استراتژی‌های خلاقانه‌تر تمرکز کند. ابزارهای اتوماسیون مثل هاب اسپات (HubSpot) یا میل چیمپ (MailChimp) به شما اجازه می‌دهند که نه تنها فرآیندها را خودکار کنید، بلکه نتایج را نیز به صورت دقیق ارزیابی کنید.

یکی دیگر از مزایای بزرگ اتوماسیون این است که خطاهای انسانی را به حداقل می‌رساند. فرض کنید در یک کمپین، بخشی از اطلاعات مشتریان به اشتباه وارد شود. با استفاده از ابزارهای اتوماسیون، می‌توانید مطمئن باشید که تمام داده‌ها درست و منظم هستند و کمپین شما بدون هیچ نقصی اجرا می‌شود. در نهایت، اتوماسیون بازاریابی به شما این امکان را می‌دهد که با منابع کمتر، به نتایج بزرگ‌تری برسید. این یعنی همان چیزی که بازاریابی هوشمند به دنبال آن است: ترکیب کارایی، دقت و خلاقیت برای ساختن یک تجربه بی‌نظیر برای مشتریان و موفقیت پایدار برای برند.

سخن پایانی

بازاریابی هوشمند، همان نقشه‌راهی است که در دنیای شلوغ و پیچیده امروزی شما را به موفقیت می‌رساند. این نوع بازاریابی، نه یک انتخاب بلکه یک ضرورت است؛ چراکه با برنامه‌ریزی دقیق، هدف‌گذاری روشن و استفاده از ابزارهای پیشرفته شما می‌توانید با مشتریان خود ارتباطی عمیق‌تر و معنادارتر برقرار کنید. اگر قرار است در بازار رقابتی امروز متمایز شوید، وقت آن است که از رویکردهای سنتی فاصله گرفته و با تکیه بر بازاریابی هوشمند، آینده‌ای پایدار و موفق بسازید.

شاید اجرای بازاریابی هوشمند در نگاه اول پیچیده به نظر برسد، اما ابزارها و تکنیک‌هایی که در این مقاله بررسی کردیم، نشان می‌دهند که این کار نه تنها شدنی، بلکه لذت‌بخش است. از تحلیل داده‌ها و هوش مصنوعی گرفته تا اتوماسیون بازاریابی و بازاریابی چند کاناله، این استراتژی‌ها به شما کمک می‌کنند که مشتریان خود را بهتر بشناسید، نیازهای‌شان را درک کنید و با راهکارهای خلاقانه به آنها پاسخ دهید. مهمتر از همه، این روش‌ها به شما این امکان را می‌دهند که نه تنها فروش خود را افزایش دهید، بلکه رابطه‌ای طولانی مدت و سودمند با مشتریان‌تان ایجاد کنید.

در پایان، بازاریابی هوشمند چیزی فراتر از یک تکنیک بازاریابی است؛ این یک رویکرد جامع برای رشد و موفقیت کسب و کار است. با اجرای این رویکرد شما نه تنها در بازار پیشرو خواهید بود، بلکه به الگویی برای دیگران تبدیل می‌شوید. پس امروز اولین قدم را بردارید، ابزارها را انتخاب کنید، تیم خود را آموزش دهید و از هوشمندی در بازاریابی برای رسیدن به اهداف‌تان بهره ببرید. آینده در انتظار کسانی است که امروز هوشمندانه عمل می‌کنند. هر جا هم به مشکل خوردید، ما کنارتان هستیم تا مسیر موفقیت را همچنان تخته گاز طی کنید!

منابع:

https://wise.com/gb/blog/smart-marketing-strategies-for-small-businesses

https://www.indeed.com/career-advice/career-development/smart-goals-marketing

https://sproutsocial.com/insights/marketing-campaign-ideas