

Sun.14 Aug 2022

۱۶ محرم ۱۴۴۳ - سال هفتم

شماره ۲۰۶۸

۸ صفحه - ۵۰۰۰ تومان

www.forsatnet.ir

نگاه

یک استاد دانشگاه مطرح

کرد

۳۰ ویژگی افراد با ذهن متمرکز

محمود سریع‌القلم، استاد دانشگاه شهید بهشتی در یادداشتی به ۳۰ ویژگی افراد با ذهن متمرکز پرداخت و این ویژگی‌ها را بدین ترتیب برشمرد:

۱-نسبت به تألیف‌ها هم آگاهی و حساسیت دارند.

۲-صرفاً در یک موضوع، تخصص دارند و نظر می‌دهند.

۳-همیشه چند پروژه جدی دارند.

۴-برای یک سال آینده، برنامه‌مکتوب و برای ۱۰ سال افق دارند.

۵-با تسلسل، اولویت‌بندی و کوتاه صحبت می‌کنند.

۶-در کسب مهارت جمع کردن اندیشه‌ها و سخنان خود بسیار تمرین کرده‌اند.

۷-زندگی‌شان براساس نظریه سیستم‌ها طراحی شده است.

۸-افراد ناصداق را از زندگی خود به تدریج حذف می‌کنند.

۹-واژه‌ها را بجای انتخاب کرده و از واژه «من» بسیار کم استفاده می‌کنند.

۱۰-با ریاضیات انس دارند.

۱۱-در انتخاب «دوست» بسیار سختگیر هستند ولی

آنها را با انبوه وقت، خوش‌قولی...

فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی

سیگنال برجام به بازار خودرو

خریداران بازار را خالی کردند



چرا خصوصی‌سازی در ایران به نتیجه نرسید؟

از خصوصی‌سازی تا خصولتی‌سازی

ملی»، «گسترش مالکیت در سطح عموم مردم به منظور تأمین عدالت اجتماعی»، «ارتقای کارایی بنگاه‌های اقتصادی و بهره‌وری منابع مادی و انسانی و فناوری»، «افزایش رقابت‌پذیری در اقتصاد ملی»، «افزایش سهم بخش‌های خصوصی و تعاونی در اقتصاد ملی»، «کاستن از بار مالی و مدیریتی دولت در تصدی فعالیت‌های اقتصادی»، «افزایش سطح عمومی اشتغال» و «تشویق اقشار مردم به پس‌انداز و سرمایه‌گذاری و بهبود درآمد خانوارها» را بسیار رویایی خوانده است؛ حال آنکه اهداف کشورهای موفق در خصوصی‌سازی عمدتاً بر «محدود کردن دامنه فعالیت‌های اقتصادی دولت»، «رقابت‌پذیری» و «اشتغال» متمرکز بوده است.

اهمیت بازسازی در واگذاری

مقایسه شاخص «آماده‌سازی» شرکت‌های دولتی برای واگذاری در ایران و جهان بیانگر تفاوت‌هایی است. «آماده‌سازی» شامل طیف وسیعی از اقدامات ضروری در مرحله پیش از واگذاری است که عموماً با اصطلاح «بازسازی» یا «اصلاح ساختار» شناخته می‌شود که می‌تواند طیف وسیعی از اقدامات از جمله تعدیل نیروی انسانی مزاد شرکت برای چلیکسازی را شامل شود. همچنین اصلاح ساختار مالی باعث می‌شود تا بنگاه‌های دولتی پیش از آنکه خصوصی شوند، از چنگ بدبھی‌ها رها شوند و بخش خصوصی با رغبت گام در میدان رقابت نهد. اصلاح ساختار در حوزه حقوقی نیز باعث می‌شود تا شرکت دولتی نسبت به تعیین تکلیف دعاوی حقوقی له و علیه خود اقدام نماید و بخش خصوصی پس از استقرار در شرکت، درگیر دعاوی حقوقی مختلف نشود. تجربیات کشورها نشان داد که همه کشورهای موفق در خصوصی‌سازی، نسبت به بازسازی و اصلاح ساختار شرکت‌های دولتی پیش از واگذاری اقدام کرده‌اند؛ در حالی که کشورهای ناموفق در خصوصی‌سازی از جمله ایران، این گام

فرصت امروز: خصوصی‌سازی برای اولین بار در آلمان و با واگذاری سهام شرکت فولکس واگن در سال ۱۹۵۷ میلادی آغاز شد. سپس خصوصی‌سازی مخابرات انگلیس در دوره مارگارت تاجر انجام شد و بانک‌های بزرگ فرانسه هم توسط ژاک شیراک در همین سال‌ها به بخش خصوصی رسید. در ادامه این روند، خصوصی‌سازی در اروپا، آمریکای جنوبی، آسیا و آفریقا ادامه یافت و به یک پدیده بزرگ اقتصادی در دهه‌های گذشته تبدیل شد. حالا خصوصی‌سازی از ارکان سیاست عمومی دولت‌ها در کشورهای درحال توسعه است و نرخ بالای بیکاری، پایین بودن بهره‌وری، عدم توازن در تراز پرداخت‌ها، کسری بودجه دولت‌ها، کم بودن وصول مالیات از شرکت‌های دولتی به دلیل فقدان کارایی در اقتصاد دولتی و مواردی از این دست، از جمله مهمترین عوامل گرایش کشورها به خصوصی‌سازی است. کارایی بالاتر، بهبود مزایای فناورانه، توسعه بازار سرمایه، مهار تورم، واقعی شدن هزینه خدمات و محصولات ارائه شده و افزایش درآمد دولت از جمله اهداف اصلی خصوصی‌سازی است. خصوصی‌سازی به روش‌های مختلفی انجام می‌شود که فروش سهام به عموم مردم، مذاکره و مزایده به سرمایه‌گذاران خاص، روش قرارداد، فروش سهام به مدیران و کارکنان، خصوصی‌سازی از طریق کوپن، فروش دارایی‌ها و اموال شرکت، تجدید ساختار و تفکیک واحدهای دولتی و سرمایه‌گذاری جدید بخش خصوصی در واحدهای دولتی از جمله آنهاست. در این راستا، یک مطالعه به بررسی جنبه‌های افتراق و اشتراك خصوصی‌سازی در ایران و کشورهای انگلستان، آلمان، ایتالیا، فرانسه، ترکیه، مالزی، چک، لهستان و شیلی در شش شاخص اهداف، روش‌ها، برنامه‌ریزی، آماده‌سازی، فرهنگ‌سازی و آموزش و همچنین آثار و پیامدهای آن پرداخته است.

شکست خصوصی‌سازی ایرانی

یافته‌های این مطالعه نشان می‌دهد هشت هدف برای

مهم و کلیدی پیش از واگذاری‌ها را انجام ندادند. علاوه بر اصلاح ساختار، مواردی نظیر مقررات‌زایی، تسهیل کسب وکار و ایجاد تعهد کامل سیاسی در قبال خصوصی‌سازی را نیز می‌توان از دیگر مصادیق آماده‌سازی برشمرد که وضعیت آنها در ایران در مقایسه با کشورهای موفق، نامطلوب است.

مقایسه شاخص «برنامه‌ریزی» نیز موبد تفاوت‌هایی بین ایران و سایر کشورهاست. در کشورهای موفق، خصوصی‌سازی در قالب یک برنامه مدون که عمدتاً از صنایع کوچک و خدمات غیرضروری شروع و به تدریج به کلیه بخش‌های اقتصادی گسترش می‌یافت، دنبال شد. واگذاری‌ها همچنین بدون عجله و همراه با نظارت بر رفتار بنگاه واگذار شد؛ حال آنکه خصوصی‌سازی ایرانی صرفاً بر سه شاخص زمان، درآمد و میزان سهام قابل واگذاری متمرکز شد و متأسفانه این اهداف نیز محقق نشدند. صرف نظر از سه شاخص مورد اشاره، هیچ برنامه راهبردی و عملیاتی در خصوصی‌سازی شرکت‌ها و بنگاه‌های دولتی به لحاظ فرایند واگذاری، تقدم و تأخر واگذاری در کشورمان مشاهده نمی‌شود. از همین رو برای مثال در یک مرحله واگذاری، می‌توان عرضه همزمان یک کشتارگاه صنعتی، یک پمپ بنزین، یک قطعه زمین و یک شرکت تساجی را مشاهده کرد؛ مواردی که نشان می‌دهد واگذاری‌های مذکور بدون پشتیبانی یک برنامه مشخص عرضه شده‌اند.

سیاه و سپید خصوصی‌سازی

از آنجا که خصوصی‌سازی با تغییر و انتقال مدیریت از بخش دولتی به بخش خصوصی و تبعات آن همراه است، شاخص «فرهنگ‌سازی و آموزش» همواره از اهمیت ویژه‌ای برخوردار بوده است. به طوری که در فرایند خصوصی‌سازی کشورهای موفق، موضوعاتی همچون

چاره‌اندیشی مناسب برای نگرانی‌های مردم، استفاده از نظریات

شاخص بورس تهران به سطح یک میلیون و ۴۶۷ هزار واحد رسید

رشد دسته جمعی شاخص‌ها

فرصت امروز: شاخص کل بورس تهران در دادوستدهای هفته گذشته و پس از نزدیک به هفت هفته به بازدهی مثبت رسید و به میزان ۰٫۷۷ درصد افزایش ارتفاع داد. شاخص کل هم وزن نیز – در دومین سالروز ریزش بزرگ بازار سرمایه – بازدهی ۱٫۴۴ درصدی را به ثبت رساند. تحركات برجامی، نقش اصلی را در این بازدهی مثبت هفتگی ایفا کرد و با ازسرگیری مذاکرات وین...

۴

شاخص تولید و فروش شرکت‌های بورسی در تیرماه کاهش یافت

تولید صنعتی در تنگنای بی‌برقی

فرصت امروز: نتایج یک گزارش رسمی نشان می‌دهد که شاخص‌های تولید و فروش شرکت‌های صنعتی و معدنی بورسی در تیرماه امسال نسبت به خردادماه کاهش‌ی شده‌اند. طبق گفته بازوی پژوهشی مجلس، شاخص تولید شرکت‌های صنعتی بورسی در تیرماه ۱۴۰۱ نسبت به ماه مشابه سال قبل با افزایش ۸٫۵ درصدی و نسبت به ماه قبل با کاهش ۵٫۲ درصدی مواجه شده است. در این ماه ۱۳ رشته فعالیت افزایش در شاخص تولید و دو رشته فعالیت کاهش در شاخص تولید داشته‌اند. رشته فعالیت‌های «منسوجات»، «ماشین آلات و تجهیزات»، «کاشی و...

۲

آیا اقتصاد جهان در تاریکی فرو می‌رود؟

نگاه IMF به اقتصاد ۲۰۲۲

۳

مدیریت و کسب‌وکار

بررسی معمای رابطه پهنیه پر ندها و مشتریان

فوت و فن‌هایی برای بهبود ارتباط با مشتریان

دنیای کسب و کار بدون مشتریان مثل سالن کنسرتی است که حتی یک نفر هم در آن حضور نداشته باشد. اینطور وقت‌ها گروه موسیقی و خواننده‌ها هر چقدر هم آثار درجه یکی در چپته داشته باشند، بازهم دست آخر سودی نصیب‌شان نمی‌شود. هرچه باشد یک گروه موسیقی قبل از راه انداختن کنسرتی پر هزینه باید کلی برای مخاطبیش مقدمه‌چینی کند و دل آنها را به دست بیاورد. وگرنه هیچ تمیه‌کننده‌ای ریسک سرمایه‌گذاری روی آلبوم این گروه را قبول نمی‌کند.
خب وقتی یک گروه موسیقی برای کسب سود باید اینقدر به فکر ارتباطش با مخاطب باشد، چرا کسب و کارها از همین فرمول طلایی استفاده نکنند؟ کارآفرینان معمولاً به تجربه و اطلاعات‌شان درباره مشتریان بیش از اندازه اعتماد دارند. به همین خاطر هم خیلی سراغ یادگیری نکات تازه...

۸

مشاوران و متخصصان، توجه به مسئله بیکاری کارگران، تضمین منافع مصرف‌کنندگان از طریق مکانیسم‌های نظارتی، شفاف‌سازی واگذاری‌ها و آموزش به کارکنان شرکت‌های واگذارشده مورد توجه قرار گرفته است؛ این در حالی است که در فرآیند واگذاری‌ها و خصوصی‌سازی در ایران، یکی از موضوعات فراموش شده همانا فرهنگ‌سازی و آموزش بوده است.

اما آخرین شاخصی که این مطالعه براساس آن به بررسی و مقایسه خصوصی‌سازی در ایران با سایر کشورهای جهان پرداخته، شاخص «آثار و پیامدها» است. شاخصی که به مرحله پس از واگذاری‌ها اشاره دارد و عملاً نتیجه اجرای سایر شاخص‌های مورد بررسی را نشان می‌دهد. در حالی که آثار و پیامدهای خصوصی‌سازی در کشورهای آلمان، انگلستان، فرانسه، چک، مالزی و ترکیه کاملاً مطلوب و همراه با تحقق اهداف مورد انتظار مجریان بوده است، اما آثار و پیامدهای خصوصی‌سازی در ایران همانند دو کشور لهستان و شیلی نامطلوب بوده و اهداف موردانتظار مجریان را برآورده ن ساخته است. کاهش بار مالی دولت، ارتقای کارایی بنگاه‌ها و شرکت‌های واگذار شده، مشارکت مردم در شرکت‌ها از طریق فراهم شدن امکان سرمایه‌گذاری و حفظ و افزایش سطح اشتغال از جمله آثار و پیامدهای خصوصی‌سازی و واگذاری بنگاه‌های دولتی در کشورهای موفق جهان بوده است. در سمت مقابل، کاهش و یا توقف فعالیت‌های شرکت‌های واگذارشده، عدم سرمایه‌گذاری جدید در آنها از سوی خریداران، کاهش سطح اشتغال، اتکای مجدد به حمایت‌ها و کمک‌های دولتی و عدم جذب سرمایه مردم از جمله آثار و پیامدهای خصوصی‌سازی ایرانی بوده است؛ مواردی که خروج خصوصی‌سازی از مسیر صحیح و شکست پروسه آن را در کشورمان نشان می‌دهد.

می‌شدند و شاید بدون چنین هزینه‌هایی قادر به ادامه حیات در فضای جدید نبودند. به رغم تلاش‌های «تروی هند» با شروع وحدت دو آلمان به یکباره اقتصادی با برنامه‌ریزی متمرکز وارد بازارهای جدید رقابتی شدند و با ناتوانی در فروش کالاهای‌شان مواجه شدند؛ به طوری که اگر کمک‌های سریع و فزاینده سازمان نبود، کل اقتصاد آلمان با شکست مواجه می‌شد. یکی از مشکلاتی که از بعد از سال ۱۹۹۲ در فرآیند واگذاری با آن مواجه شدند، مربوط به سرعت واگذاری‌ها بود که به علت عجله و شتاب با چالش‌هایی مواجه شدند.

هرچند خصوصی‌سازی در کشورهای آلمان و انگلستان به دلایل گفته شده باعث رشد اقتصادی و افزایش درآمد خانوارها شد، اما در بسیاری از کشورها مثل آرژانتین و روسیه به دلیل نبود تنظیم‌گر مناسب از جانب دولت سبب غارت سرمایه‌های عمومی توسط افراد دارای رانت شد. از همین رو در این کشورها برخلاف گروه اول نه تنها رشد اقتصادی پایدار رقم نخورد، بلکه بیکاری و فقر نیز تشدید شد و این خود شاهد مثالی بر این ادعاست که اگر برای آغاز این روند، شرایط کسب در نظر گرفته نشود و با سازوکار معیوبی برای واگذاری‌ها تدوین شود، پیامدهای جبران‌نشده نه فقط به خریداران این بنگاه‌ها که به نیروهای کار نیز وارد می‌شود.

اشتغال و افزایش سرمایه‌گذاری مولد از جمله وظایفی بود که قانون برای این سازمان تعیین کرد. سازمان مذکور برای انجام بهتر امور اقدام به استخدام کارشناسان خبره در طول روند خصوصی‌سازی کرد. این نهاد همچنین تعداد کل شرکت‌ها را فهرست و اقدام به جمع‌آوری اطلاعات آنها کرد. مجدداً ساختار فاطم مرحله‌ای مقدماتی برای خصوصی‌سازی بود و خود هدف محسوب نمی‌شد. «تروی هند» مبلغ قابل توجهی جهت تجدیدساختار، حفظ اشتغال و آماده کردن آنها برای خصوصی‌سازی پرداخت کرد. این نهاد برای انتخاب خریدار به این صورت عمل می‌کرد که از سرمایه‌گذار بالقوه می‌خواست پیشنهاد خود را ارائه دهد. پذیرفتن خریدار به قیمت پیشنهادی او ارتباطی نداشت، بلکه به تضمین اشتغال، سرمایه‌گذاری‌های آینده و ندوام بنگه بستگی داشت. بعد از این مرحله خریداران برای مذاکره دعوت می‌شدند و سپس واگذاری رخ می‌داد. از طرفی کنترل و نظارت بر رفتار بنگاه‌های واگذارشده جهت اطمینان از ادامه فعالیت و حفظ اشتغال و سرمایه‌گذاری برعهده این نهاد بود. «تروی هند» در واگذاری‌های خود به دنبال کسب درآمد نبود. درآمدهای حاصل شده طی سه سال تنها ۲٫۸ درصد هزینه‌های انجام شده بود و بیشترین رقم هزینه‌ها مربوط به تجدید ساختار شرکت‌ها بود. این هزینه‌ها در راستای حمایت از صنایعی بود که به یکباره با دنیایی پر از رقابت مواجه

نگاهی به روند خصوصی‌سازی در آلمان، انگلستان و روسیه

دولت تاجر خوبی نیست

ملی و تضمین منافع مصرف‌کننده همگی مورد توجه بودند. مهمترین روش‌هایی که در انگلستان برای دستیابی به اهداف موردنظر در امر خصوصی‌سازی مورد استفاده قرار گرفت، به ترتیب عرضه عمومی سهام، فروش مستقیم، واگذاری به مدیران و کارکنان و فروش دارایی‌ها به بخش خصوصی بودند.

خصوصی‌سازی در آلمان نیز از تجربیات موفق جهانی است. بعد از ادغام آلمان غربی و شرقی، دولت با انبوه شرکت‌های ناآگراآمد مواجه بود که اکثر آنها با ناتوانی در رقابت مواجه بودند. آلمان هدف خود را واگذاری دارایی‌های دولتی به سرمایه‌گذاران خصوصی برشمرد؛ به این امید که انگیزه‌هایی برای تشکیل سرمایه و ارتقای کارایی پدید آید. در همین راستا، امنیت حقوق مالکیت به مسئله مهم اصلاحات در این کشور بدل شد. مسئله اصلی، نحوه خصوصی‌سازی بود. در اول مارس ۱۹۹۰، بنیاد امنایی تأسیس شد به نام «تروی هند انشتالت» (THA) که به عنوان هدایت‌کننده تدریجی اقتصاد دموکراتیک آلمان به درون یک اقتصاد بازار بود. «تروی هند» وظیفه داشت که به خصوصی‌سازی بپردازد و باید ساختار اقتصاد را با مقتضیات بازار سازگار می‌کرد. محدود کردن دامنه فعالیت اقتصادی دولت از طریق خصوصی‌سازی، افزایش زمینه رقابت بین شرکت‌ها، مدرنیزه کردن ماشین‌آلات و تجهیزات، حفظ

ورود به فعالیت‌های اقتصادی است. کشورهایی که با رعایت این اصول به خصوصی‌سازی روی آوردند، از نتایج موردانتظار خصوصی‌سازی نیز بهره‌مند شدند و برعکس، کشورهایی که بدون فراهم آوردن شرایط لازم به خصوصی‌سازی ضربتی با هدف درامدزایی دولت اقدام کردند، منجر به اتلاف منابع، ناکارایی بیشتر، گسترش فقر و افزایش حجم دولت شدند. میلیتون فریدمن، برنده جایزه نوبل اقتصاد زمانی گفته بود، اگر اداره صحرا را هم به دولت بسپاریم بعد از چند سال با کمبودش مواجه خواهد شد. کشورهای بسیاری به درستی این گزاره ایمان داشتند. کشورهایی مثل لهستان پس از فروپاشی اقتصاد کمونیستی با جراحی‌های برق‌اسا، اقتصاد خود را خصوصی کرده و از فروپاشی نجات دادند، اما واقعیت این است که به دلایلی، یک بافشاری همگانی روی لزوم خصوصی‌سازی وجود دارد؛ در حالی که همه کشورها قرار نیست با به کار بستن یک مدل به سعادت برسند. در زمره کشورهای کمونیستی، اقتصادهای غول آسایی چون چین و روسیه وجود داشتند که به متدهایی با ریسک کمتر برای موفقیت نیاز داشتند. در انگلستان اما ماجرا فرق می‌کرد. اگرچه خصوصی‌سازی در انگلستان با یک برنامه جامع شروع نشد و پله پله جلو رفت، اما استفاده از مشاوران متخصص، جهت‌گیری مؤثر اقدامات در راستای اهداف تدوین شده، توجه به بیکاری کارگران، حمایت از منافع

اولین سیاست‌های خصوصی‌سازی در تاریخ مدرن، در انگلستان پدید آمد و سالال ۱۹۷۹ میلادی را می‌توان سرآغاز خصوصی‌سازی در جهان دانست؛ زمانی که مارگارت تاجر با شعار «دولت تاجر خوبی نیست»، اقدام به خصوصی کردن شرکت‌ها در انگلستان کرد. نسخه تاجر بعدها در فرانسه گرفتند به این جریان پیوندند، اما واقعیت این است که دنیای اقتصاد، این است که راه توسعه و رقابت در اقتصاد تنها از مسیر خصوصی‌سازی می‌گذرد. کشورهای مختلفی بعد از دهه ۸۰ میلادی تصمیم گرفتند به این جریان پیوندند، اما واقعیت این است که کاهش تصدیگری دولت برای همه سرزمین‌ها لزوماً شفافیش نیست. خصوصی‌سازی بدون توجه به زیرساخت‌ها و بسترهای موردنیاز و بدون در نظر گرفتن درجه توسعه‌یافتگی، نتایج موردانتظار را در پی نخواهد داشت؛ کما اینکه شاهد مثال این ادعا همانا کشور خودمان است.

براساس مطالعه‌ای که صندوق بین‌المللی پول در ۱۸ کشور جهان انجام داده است، خصوصی‌سازی سالانه ۲ درصد به تولید ناخالص داخلی دولت اضافه می‌کند. طبق گزارش مرکز تحقیقات و بررسی‌های اقتصادی اتاق بازرگانی ایران، از جمله الزامات اساسی برای حرکت به سمت خصوصی‌سازی فراهم آوردن محیط کسب وکار مساعد، بهبود حقوق مالکیت، مبارزه با فساد و تقویت بخش خصوصی کرامد برای

يك استاد دانشگاه مطرح كرد

۳۰ ویژگی افراد با ذهن متمرکز

محمود سریع‌القلم، استاد دانشگاه شهید بهشتی در یادداشتی به ۳۰ ویژگی افراد با ذهن متمرکز پرداخت و این ویژگی‌ها را بدین ترتیب برشمرد:

- نسبت به ثانیه‌ها هم آگاهی و حساسیت دارند.
- صرفاً در یک موضوع، تخصص دارند و نظر می‌دهند.
- همیشه چند پروژه جدی دارند.
- برای یک سال آینده، برنامه مکتوب و برای ۱۰ سال افق دارند.
- با تسلسل، اولویت‌بندی و کوتاه صحبت می‌کنند.
- در کسب مهارت جمع کردن اندیشه‌ها و سخنان خود بسیار تمرین کرده‌اند.
- زندگی‌شان براساس نظریه سیستم‌ها طراحی شده است.
- افراد ناصادق را از زندگی خود به تدریج حذف می‌کنند.
- واژه‌ها را بجا انتخاب کرده و از واژه «من» بسیار کم استفاده می‌کنند.
- با ریاضیات انس دارند.
- در انتخاب «دوست» بسیار سختگیر هستند ولی آنها را با انبوه وقت، خوش‌قولی، خویشتنداری و مهر نکه می‌دارند.
- در سخن گفتن، وقت مخاطب را تلف نمی‌کنند.
- بر آنچه می‌گویند ریاضی‌وار کنترل دارند.
- حس و فهمی تسلسلی از فرآیند تحقق مصالح و منافع خود دارند.
- چند قدم جلوتر، پیامدهای سخنان خود را می‌سنجند.
- با تیمی کار کردن، اعتماد پایدار شبکه‌های کاری خود را جلب می‌کنند.

- هر پروژه‌ای را به ۱۰ قسمت تقسیم می‌کنند و آرام و با حوصله پیش می‌روند.
- عموم کارهای آنان ناظر به درازمدت است.
- منحنی ثبات فکری و رفتاری طرف‌های خود را مرتب ترسیم و به‌نگام می‌کنند.
- لوزی‌وار فکر می‌کنند و سخن می‌گویند: مقدمه‌ای کوتاه، تشریح و نتیجه‌گیری.
- فقط یک جهان‌بینی دارند نه آنکه به تناسب شرایط و مخاطب، جهان‌بینی خود را چند بار در روز تغییر دهند.
- نیاز به «هایش» را از خود زدوده‌اند: مانند زیردریایی بعضی وقت‌ها به روی اقیانوس می‌آیند.
- موثرترین دانشی که سعی می‌کنند آن را با حوصله به کار ببرند، شناخت چرایی رفتار افراد است.
- از فردی که مکرراً بدعه‌دی می‌کند به تدریج فاصله می‌گیرند، چون به درد ساختن نمی‌خورد.
- در سال به سنت دانمارکی‌ها حداقل نیم متر کتاب می‌خوانند (حدود ۱۸ کتاب).
- سر-موقع تصمیم می‌گیرند: چه موقعی سکوت کنند و چه موقعی تقابل.
- محرک‌های عصبانیت آنها، تحت کنترل توانایی‌های‌شان است.
- از صبح تا شب دنبال بهترشدن هستند و دفترچه خودانتقادی آنها مرتب به‌نگام می‌شود.
- با غلو طبع و اعتماد به نفسی که دارند، نیازی به حيله‌گری و بدگویي ندارند.
- اکثر مواقع به جای واکنش، سکوت می‌کنند.

اقتصاد خانواده‌ها بر تحصیل دانش‌آموزان اثر دارد

در غیاب عدالت آموزشی

از بین ۴۰ داوطلب برتر کنکور امسال تنها دو نفر، یکی در مدرسه دولتی و دیگری در مدرسه نیمه‌دولتی درس خوانده‌اند. ۲۹ داوطلب یا به عبارت بهتر، ۷۲ درصد از کل رتبه‌های برتر در مدارس استعدادهای درخشان تحصیل کرده‌اند. پس از مدرسه استعدادهای درخشان، سهم مدارس غیرانتفاعی از رتبه‌های برتر کنکور بیش از دیگر رقبا بود. این مدارس ۲۳ درصد از داوطلبان را برای مارتن کنکور امسال آماده کرده‌اند، آن هم با دریافت هزینه‌های سرسام‌آور.

اثر شرایط اقتصادی و تحصیل دانش‌آموزان در مدارس غیردولتی، از سال‌ها پیش در آزمون ورودی دانشگاه خودنمایی کرده است. ایسنا در سال ۱۳۹۸ گزارش داد که «تحصیل بیش از ۷۰ درصدی نغات برتر کنکور در مدارس خاص دولتی و غیردولتی، رنگ خطر به محاق رفتن عدالت آموزشی را دوباره به صدا درآورد.» همچنین روزنامه فرهیختگان در همان سال اعلام کرد که «بیش از ۷۰ درصد رتبه‌های برتر کنکور امسال در رشته‌های ریاضی، تجربی و انسانی دانش‌آموزان سמיד هستند. سهم غیرانتفاعی‌ها ۱۴ درصد و نمونه دولتی‌ها ۱۳ درصد است. ۹۱ درصد نغات برتر شهرستانی در مدارس سמיד درس خوانده‌اند و تنها ۹ درصد آنان در مدارس غیرانتفاعی و دولتی تحصیل کرده‌اند. ۶۶ درصد دانش‌آموزان تهرانی که جزو نغات برتر کنکور ۹۸ هستند، در مدارس غیرانتفاعی و نمونه دولتی درس خوانده‌اند و ۲۳ درصد آنان دانش‌آموزان مدارس سמיד هستند.»

گذشته از نقدهای انجام شده در این سال‌ها به وضعیت نظام آموزشی در ایران، اثر فقر و وضعیت اقتصادی بر نمره‌های دانش‌آموزان بارها در پژوهش‌ها مورد بررسی قرار گرفته است. پژوهشگران می‌گویند ثروت خانواده‌ها بر بهبود رتبه دانش‌آموزان اثر می‌گذارد، اما فقر خانوارها هم به عقب ماندن بیشتر فرزندان‌شان می‌انجامد. یک مطالعه در این زمینه پس از بررسی ۱۲۰۰ نوجوان ۱۲ تا ۱۴ ساله می‌گوید که فقر با نمره‌های پایین در درس ریاضی و خواندن ارتباط دارد؛ چراکه نوجوانان در محیط‌های خانوادگی زندگی می‌کردند که از تحریک‌های شناختی و حمایتی کمی برخوردار بودند. همچنین مطالعاتی که در مورد روابط میان آموزش و پرورش و درآمد‌ها و نابرابری‌ها در خانواده‌ها انجام شده است، نشان می‌دهد که هر اندازه سطح درآمد‌ها بالاتر می‌رود، پیشرفت‌های تحصیلی هم بیشتر می‌شود؛ این یعنی سطح تحصیل کودکان و نوجوانان با درآمد خانواده آنان، رابطه مستقیمی دارد. به عقیده پژوهشگران، تورم، گرانی، رکود و نابرابرداری اقتصادی اثر عمیقی بر جنبه‌های فردی و فرهنگی نسل جوان دارد و رابطه وضعیت اقتصادی بر تحصیل و نمره‌های دانش‌آموزان، تنها بخشی از آن است. در این شرایط، ایجاد سازوکارهای حمایتی و توسعه بیمه‌ها در مهمترین کارهایی است که می‌تواند به شکل جدی از خانواده‌ها برای تامین حداقل‌های زندگی و احساس امنیت نسبت به آینده حمایت کند. گفتنی است نتایج این مطالعه با عنوان «بررسی ارتباط بین اقتصاد و شکوفایی استعداد دانش‌آموزان یک کشور» در نشریه مطالعات نوین بانکی در بهار امسال منتشر شده است.

شاخص تولید و فروش شرکت‌های بورسی در تیرماه کاهش یافت

تولید صنعتی در تنگنای بی‌برقی



فروش شرکت‌های صنعتی و معدنی بورسی در تیرماه امسال نسبت به خردادماه کاهشی شده‌اند. در تیرماه ۱۴۰۱، شاخص تولید شرکت‌های صنعتی بورسی نسبت به ماه مشابه سال قبل با افزایش ۸٫۵ درصدی و نسبت به ماه قبل با کاهش ۵٫۲ درصدی مواجه شده است. در این ماه نسبت به ماه مشابه سال قبل، ۱۳ رشته فعالیت افزایش در شاخص تولید و دو رشته فعالیت کاهش در شاخص تولید داشته‌اند. رشته فعالیت‌های «منسوجات»، «ماشین‌آلات و تجهیزات»، «کاشی و سرامیک» و «کک و پالایش» بیشترین سهم را در افزایش شاخص تولید و رشته فعالیت‌های «شیمیایی به جز دارو» و «لاستیک و پلاستیک» بیشترین سهم را در کاهش شاخص تولید داشته‌اند. همچنین از بین ۱۵ رشته فعالیت صنعتی بورسی تنها چهار رشته افزایش و ۱۱ رشته کاهش در شاخص تولید را ثبت کرده‌اند که رشته فعالیت‌های «خودرو و قطعات»، «سایر کانی غیرفلزی»، «فلزات پایه» و «سیمان» از جمله آنهاست و از قضا بیشترین اعتراض را نسبت به قطعی برق در هفته‌های گذشته داشته‌اند.

شاخص تولید شرکت‌های معدنی بورسی هم نسبت به ماه مشابه سال قبل با کاهش ۳٫۹ درصدی و نسبت به ماه قبل با کاهش ۳۴٫۱ درصدی مواجه شده است. در تیرماه امسال همچنین شاخص فروش شرکت‌های صنعتی بورسی نسبت به ماه مشابه سال قبل با افزایش ۲٫۸ درصدی و نسبت به ماه قبل با کاهش ۱۱٫۷ درصدی مواجه شده است. در این ماه نسبت به ماه مشابه سال قبل، ۱۰ رشته فعالیت افزایش در شاخص فروش و پنج رشته فعالیت کاهش در شاخص فروش داشته‌اند. رشته فعالیت‌های «ماشین‌آلات و تجهیزات»، «کاشی و سرامیک»، «تجهیزات برقی» و «منسوجات» بیشترین سهم را در افزایش شاخص فروش نسبت به ماه مشابه سال قبل و رشته فعالیت‌های «دارو» و «شیمیایی به جز دارو» بیشترین سهم را در کاهش شاخص فروش داشته‌اند. در تیرماه همچنین تنها دو رشته فعالیت «کک و پالایش» و «غذایی و آشامیدنی به جز قند و شکر» افزایش در شاخص فروش (نسبت به ماه قبل) داشته‌اند و سایر رشته فعالیت‌ها با کاهش فروش مواجه شده‌اند؛ بیشترین سهم در کاهش شاخص فروش متعلق به رشته فعالیت‌های «تجهیزات برقی» و «ماشین‌آلات و تجهیزات» و «فلزات پایه» بوده است. شاخص فروش شرکت‌های معدنی بورسی هم نسبت به ماه مشابه سال قبل با افزایش ۱۲٫۵ درصدی و نسبت به ماه قبل با کاهش ۱۱٫۱ درصدی مواجه شده است.

صنعت و معدن کشور را توضیح دهند و با توجه به بررسی‌های انجام شده و تطبیق دادن این شاخص با شاخص تولید صنعتی بانک مرکزی و مرکز آمار ایران که به صورت فصلی منتشر می‌شود، این شاخص به خوبی می‌تواند در وقفه انتشار این شاخص‌های رسمی، شاخص جایگزین مناسبی برای آن باشد. در واقع، از آنجا که شاخص تولید، فروش و قیمت صنایع بورسی با شاخص تولید صنعتی بانک مرکزی و مرکز آمار همگرایی مناسبی دارد، با دقت زیادی می‌تواند تحولات بخش صنعت و معدن کشور را به صورت ماهیانه رصد کند. در همین راستا تغییرات شاخص‌های تولید، فروش و قیمت شرکت‌های صنعتی و معدنی پذیرفته شده در بورس و رشته فعالیت‌های آن توسط مرکز پژوهش‌ها مورد بررسی قرار گرفته است.

برآیند این گزارش نشان می‌دهد که در تیرماه ۱۴۰۱، شاخص تولید شرکت‌های صنعتی بورسی نسبت به ماه مشابه سال قبل با افزایش ۸٫۵ درصدی و نسبت به ماه قبل با کاهش ۵٫۲ درصدی مواجه شده است. همچنین شاخص فروش شرکت‌های صنعتی بورسی نسبت به ماه مشابه سال قبل با افزایش ۱۱٫۷ درصدی مواجه شده است. شاخص قیمت فعالیت‌های صنعتی بورسی نیز نسبت به ماه مشابه سال گذشته ۴۸٫۱ درصد و نسبت به ماه گذشته ۰٫۶ درصد افزایش یافته است. اما مهمترین عاملی که در این گزارش باعث کاهش سطح تولید و فروش در اولین ماه فصل تابستان شده سال قبل با افزایش ۲٫۸ درصدی و نسبت به ماه قبل با کاهش ۱۱٫۷ درصدی مواجه شده است. شاخص قیمت فعالیت‌های صنعتی بورسی نیز نسبت به ماه مشابه سال گذشته ۴۸٫۱ درصد و نسبت به ماه گذشته ۰٫۶ درصد افزایش یافته است. اما مهمترین عاملی که در این گزارش باعث کاهش سطح تولید و فروش در اولین ماه فصل تابستان شده سال قبل با افزایش ۲٫۸ درصدی و نسبت به ماه قبل با کاهش ۱۱٫۷ درصدی مواجه شده است. اما صنایع همچون سال قبل با مشکل بی‌برقی مواجه شده‌اند؛ کما اینکه چند هفته پیش، انجمن تولیدکنندگان فولاد در نامه‌ای به وزیر صمت هشدار داد که بخشنامه‌های شرکت برق به کارخانجات و مخصوصا کارخانه‌های بخش خصوصی، تعطیلی سه ماهه آنها را به دنبال خواهد داشت. علاوه بر صنعت فولاد و سیمان، صنایع غذایی نیز از فشار بی‌برقی و کاهش شدید تولید خود خبر دادند. حال وضعیت شاخص تولید، فروش و قیمت صنایع بورسی نشان می‌دهد که این هشدارها چندان بیراه نبوده است.

زنگ خطر تولید به صدا در آمد

مرکز پژوهش‌ها، گزارش پایش بخش حقیقی اقتصاد ایران در بخش صنعت و معدن را منتشر کرد که نشان می‌دهد شاخص‌های تولید و

فرصت امروز: نتایج یک گزارش رسمی نشان می‌دهد که شاخص‌های تولید و فروش شرکت‌های صنعتی و معدنی بورسی در تیرماه امسال نسبت به خردادماه کاهشی شده‌اند. طبق گفته بازوی پژوهشی مجلس، شاخص تولید شرکت‌های صنعتی بورسی در تیرماه ۱۴۰۱ نسبت به ماه مشابه سال قبل با افزایش ۸٫۵ درصدی و نسبت به ماه قبل با کاهش ۵٫۲ درصدی مواجه شده است. در این ماه ۱۳ رشته فعالیت افزایش در شاخص تولید و دو رشته فعالیت کاهش در شاخص تولید داشته‌اند. رشته فعالیت‌های «منسوجات»، «ماشین‌آلات و تجهیزات»، «کاشی و سرامیک» و «کک و پالایش» بیشترین سهم را در افزایش شاخص تولید نسبت به ماه مشابه سال قبل و رشته فعالیت‌های «شیمیایی به جز دارو» و «لاستیک و پلاستیک» بیشترین سهم را در کاهش شاخص تولید به خود اختصاص داده‌اند.

تحلیل روند رشد بخش صنعت از جنبه‌های مختلف، عاملی کلیدی در تحلیل‌های خرد و کلان اقتصادی و یکی از ارکان تصمیم‌گیری در حوزه اقتصاد است. شاخص تولید بخش صنعت به دلیل تأثیر نوسانات سطح فعالیت صنعت بر بخش‌های دیگر اقتصاد همواره به عنوان یک شاخص مهم کوتاه‌مدت مورد استفاده قرار می‌گیرد. مرکز پژوهش‌های مجلس به صورت ماهیانه شاخص تولید، فروش و قیمت شرکت‌های بورسی را محاسبه و منتشر می‌کند. اهمیت این شاخص به روز برای اقتصاد ایران که تحولات زیادی دارد، بیشتر خواهد بود؛ چراکه بازخورد شوک‌های وارده به اقتصاد ایران و واکنش‌های سیاست‌گذاران باید در تواتر کمتر از فصل مورد رصد قرار گیرد؛ این در حالی است که آمار رسمی بخش حقیقی به صورت فصلی و با تأخیر ارائه می‌شود.

تبعات خاموشی در فصل گرما

شاخص تولید، فروش و قیمت صنایع بورسی از اطلاعات ماهیانه ۳۰۲ شرکت بورسی محاسبه می‌شود. شاخص تولید و قیمت صنایع بورسی را بانک مرکزی و مرکز آمار ایران منتشر می‌کنند، اما هیچ الزامی به انتشار شاخص فروش صنعتی ندارند. این آمار همچنین دارای چندین نقطه ضعف اساسی است که از جمله آنها می‌توان به وقفه سه ماهه در انتشار داده‌ها و بعضاً متوقف شدن انتشار آنها و نداشتن تواتر ماهیانه اشاره کرد. شاخص‌های ماهیانه تولید، فروش و قیمت استخراج شده از اطلاعات عملکردی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس تهران تا حد زیادی می‌توانند با دقت مناسب و به صورت بهنگام تحولات بخش

بانک‌ها برای پرداخت وام بدون ضامن چه شروطی دارند؟

۱۵ هزار میلیارد تومان وام بدون ضامن

میلیون تومانی باید یک نفر ضامن معتبر و نیز سفینه یا چک حسب مورد به بانک ارائه کنند. در این زمینه، آخرین اعلام وزارت اقتصاد بایگنر این است که از ابتدای پهنم ماه ۱۴۰۰ تا پایان تیرماه امسال، بانک‌های دولتی ۱۵ هزار و ۹۳۱ میلیارد و ۶۳۲ میلیون تومان اعتبار به ۴۷۵ هزار و ۴۴۸ نفر تسهیلات پرداخت کرده‌اند. در این بین، بررسی شرایط پرداخت وام بدون ضامن در بانک‌های دولتی نشان می‌دهد که برترکارترین شرط اعلامی از سوی بانک‌ها برای پرداخت این تسهیلات، بررسی معدل و میانگین حساب متقاضی است. البته برخی از بانک‌ها میانگین حقوق دریافتی متقاضی در یک سال را نیز ملاک پرداخت وام بدون ضامن اعلام می‌کنند. به عبارت دیگر، براساس اعلام برخی از بانک‌ها، میانگین مانده حساب متقاضی در بانک مربوطه طی سه تا شش ماه مورد بررسی قرار می‌گیرد و این بررسی مبلغ وام را مشخص می‌کند. در همین راستا، مسئول اعتبارات یک بانک دولتی درباره شرایط پرداخت وام بدون ضامن این گونه توضیح می‌دهد که کارکنان دولت می‌توانند معادل ۱۰ برابر میانگین حساب جاری و شش برابر معدل حساب کوتاه مدت خود بدون ضامن وام بگیرند. او همچنین سقف این تسهیلات را ۱۰۰ میلیون تومان با سود ۱۸ درصد اعلام کرد. علاوه بر این، یک بانک دیگر نیز شرط اصلی پرداخت وام بدون ضامن را بررسی گردش حساب می‌داند و اینکه آن فرد در بانک مربوطه مانده حساب داشته باشد، حائز اهمیت بیان کرده؛ این در حالی است که در بخشنامه ابلاغی وزارت اقتصاد به بانک‌های دولتی این شروط وجود ندارد و وزیر اقتصاد هرگونه شرط اضافی که خارج از مصوبات در این زمینه باشد را تخلف دانسته و اعلام کرده است که با آن برخورد خواهد شد. همچنین سیداحسان خاندوزی، وزیر اقتصاد از مدیران بانک‌ها در این راستا خواسته است تا شکایات مردم در رابطه با وام بدون ضامن طی ۴۸ ساعت پاسخ داده شود و در صورت ثبت تخلف بانک‌ها در این زمینه نسبت به تغییر مدیران شعب درنگ نکنند.



شرکت ارتباطات زیرساخت

استان مرکزی

آگهی مزایده

نوبت اول

مدیریت ارتباطات زیر ساخت

استان مرکزی براساس مجوز شماره

۲۲۰/۷۵۸۴۸ مورخ ۱۴۰۰/۰۴/۱۲

در نظر دارد یکسری از اقلام مازاد

و اسقاط خود را از طریق مزایده

فروش برساند.

بانک نامه

تا یک سقف قیمتی مشخص

صندوق‌های اجاره بانک‌ها بیمه می‌شود

با توجه به اینکه در پی سرقت از شعبه دانشگاه بانک ملی، صندوق‌های دزدیده شده به این دلیل که مسئولان بانک و بیمه اطلاعی از محتویات آنها نداشتند، مشمول بیمه نشدند؛ حالا دبیر شورای هماهنگی بانک‌های دولتی از تهیه پیش‌نویسی برای بیمه شدن این صندوق‌ها خبر داده است. به گزارش ایسنا، در جریان سرقتی که از شعبه دانشگاه بانک ملی انجام شد، حدود ۱۶۲ صندوق اجاره‌ای این بانک و محتویات آن مورد سرقت قرار گرفت. مشمول بیمه بودن این صندوق‌ها و محتویات آنها به منظور پرداخت خسارت در زمان وقوع حوادثی همچون سرقت از بانک در آن زمان از موضوعات حائز اهمیت بود که طبق گفته مسئولان و به استناد قوانین بانکی، از آنجا که مسئولان بانک ملی و بیمه اطلاعی از محتویات داخل صندوق‌ها نداشت‌اند، مسئولیتی هم در قبال خسارات واردشده به آنها ندارند. به گفته مسئولان بانک ملی، این بانک فقط یک محل مطمئن برای نگهداری اشیاء به مشتری اجاره داده و فرض آن است که بانک از محتویات داخل صندوق‌های امانات اطلاع نداشته است. البته بانک باید امنیت و حفاظت از اموال و شعبات خود را تامین کند. در این راستا، اگر از نظر کارشناسی ثابت شود که هر بانکی مقررات قانونی و مصوب مراجع انتظامی را رعایت نکرده و ثابت شود که دزدان یا کیف‌فایان از این قبیل ضعف‌های امنیتی شعب سوءاستفاده کرده‌اند، مسلماً بانک در قبال مسامحه یا قصور در فراهم آوردن شرایط لازم امنیتی شعبه، مسئول جبران خسارت به مشتری خسارت‌دیده شناخته خواهد شد. علاوه بر این، شرکت‌های بیمه نیز نمی‌توانند با توجه به محتوای مجرمانه این صندوق‌ها به‌طور مشخص بیمه‌ای برای آنها در نظر بگیرند، بلکه صندوق اجاره به طور کلی می‌تواند بیمه شود که در این مورد هم نوع پوشش بیمه‌ای و سقف آن مورد توجه خواهد بود. ممکن است داخل یک صندوق فقط اسناد یا وسیله‌ای نگهداری شود که ارزش مالی چندانی ندارد و در صندوق دیگر، یک عتیقه با ارزش چند میلیارد تومانی باشد. در این حالت حتی اگر پوشش بیمه‌ای هم به صورت کلی انجام شود، نمی‌تواند پاسخگوی هزینه و خسارت وارد شده باشد. در زمان سرقت از شعبه دانشگاه بانک ملی، مسئولان بانک بر پرداخت تمام خسارات واردشده به مشتریان تاکید کردند؛ تا اینکه با دستگیری سارقان اعلام کردند که اموال دزدیده شده بازپس گرفته خواهد شد که البته هنوز این کار انجام نشده است و اموال در خزانه بانک ملی قرار دارد تا دادستان نامه تحویل اموال را به بانک ارائه دهد. در این بین، با وقوع این سرقت و اتفاقات رخ داده در پی آن، مسئله امنیت و بیمه صندوق امانات بانک‌ها و ضعف قوانین بانکی و لزوم رفع این گونه خلأها همچنان محل بحث است. در این باره فرزین، مدیرعامل بانک ملی اعلام کرده که در پی این حادثه، سیستم‌های حفاظتی تازه‌ای برای شعب طراحی شده و در کنار ساماندهی صندوق‌ها، بیمه شدن آنها نیز در حال پیگیری است. علاوه بر این، علیرضا قیطاسی، دبیر شورای هماهنگی بانک‌های دولتی نیز از تهیه و تدوین پیش‌نویس‌هایی برای چگونگی بیمه شدن صندوق امانات بانک‌ها خبر داده است. او همچنین اعلام کرده که پس از سرقت از بانک ملی، جلسات مختلفی برگزار و پیش‌نویس‌هایی تدوین شده است که در قالب دستورالعمل به بانک‌ها ابلاغ خواهد شد و براساس آن تا یک سقفی، صندوق‌های اجاره‌ای بانک‌ها با پرداخت هزینه از سوی متقاضی مشمول بیمه خواهد شد. به گفته قیطاسی، براساس این دستورالعمل متناسب با اندازه صندوق و توافق متقاضی صندوق، این صندوق‌ها بیمه خواهند شد که البته هنوز این پیش‌نویس به تصویب نرسیده که امیدواریم بانک‌ها با بیمه به توافق برسند.



صندوق بین‌المللی پول (IMF) در گزارش ماه آوریل، رشد اقتصاد جهان در سال جاری و آینده را ۳٫۶ درصد پیش‌بینی کرد که در گزارش ۲۶ جولای (۴ مرداد) از ارقام مزبور کاست و پیش‌بینی نرخ رشد اقتصاد جهان برای سال ۲۰۲۲ را به ۳٫۲ درصد و سال ۲۰۲۳ را به ۲٫۹ درصد کاهش داد. نرخ رشد گروه اقتصادهای پیشرفته نیز در سال جاری ۲٫۵ درصد و گروه اقتصادهای در حال توسعه و بازارهای نوظهور هم ۳٫۶ درصد پیش‌بینی شده است.

در گزارش اخیر صندوق بین‌المللی پول همچنین از نرخ رشد مورد انتظار آمریکا در سال جاری ۱٫۴ واحد درصد کاسته شده و به ۲٫۳ درصد تقلیل داده شده است که کاهش قدرت خرید خانوارها و سیاست پولی سختگیرانه از جمله دلایل این افت رشد عنوان شده است. افزایش قرنطینه‌ها به همراه تعمیق بحران املاک و مستغلات در کشور چین نیز باعث شد تا رشد مورد انتظار اژدهای زرد در سال جاری با ۱٫۱ واحد درصد کاهش همراه شده و به ۳٫۳ درصد برسد. همچنین علت افت ۰٫۲ واحد درصدی چشم‌انداز رشد اقتصادی منطقه یورو و پیش‌بینی رشد ۲٫۶ درصدی این منطقه، سرریزهای جنگ اوکراین و اعمال سیاست‌های پولی سختگیرانه‌تر اعلام شده است. به دلیل اثرپذیری بیشتر اقتصادهای در حال توسعه منطقه اروپا از جنگ اوکراین و روسیه، میانگین رشد اقتصادی موردانتظار برای این گروه کشورها در سال جاری معادل منفی ۱٫۴ درصد پیش‌بینی شده که نسبت به رقم متناظر در آوریل همین سال، ۱٫۴ واحد درصد بهتر شده است. در بین سایر اقتصادهای جهان نیز رشد مورد انتظار برای عربستان در سال جاری ۷٫۶ درصد پیش‌بینی شده که بالاترین رقم در بین اقتصادهای منتخب است. نرخ رشد اقتصادی ایران هم در سال‌های ۱۳۹۹ و ۱۴۰۰ برابر با ۱٫۸ درصد و ۴ درصد بوده و پیش‌بینی شده است که نرخ رشد در سال ۱۴۰۱ به رقم ۳ درصد و در سال ۱۴۰۲ به ۲ درصد برسد که از انتظار کاهش رشد اقتصادی ایران در سال جاری و سال آینده حکایت دارد.

روند رو به رشد تورم ادامه دارد؟

طبق پیش‌بینی تازه صندوق بین‌المللی پول، نرخ تورم مورد انتظار برای جهان در سال ۲۰۲۲ به دلیل افزایش قیمت مواد غذایی و همچنین افزایش هزینه انرژی از رقم قبلی ۴٫۷ درصدی پیش‌بینی شده در ماه آوریل به ۳٫۸ درصد افزایش یافته است و پیش‌بینی می‌شود که نرخ تورم در سال جاری به ۶٫۶ درصد در گروه اقتصادهای پیشرفته و ۹٫۵ درصد در گروه اقتصادهای در حال توسعه و بازارهای نوظهور برسد. در این میان، قیمت جهانی نفت خام (میانگین بهای نفت برنت، فاتح دبی و

فرصت امروز: اقتصاد جهانی که هنوز با همه‌گیری کووید-۱۹ و تهاجم روسیه به اوکراین درگیر است، با چشم‌اندازی تاریک و نامطمئن مواجه است و بسیاری از پیش‌بینی‌های نزولی صندوق بین‌المللی پول در گزارش ماه آوریل چشم‌انداز اقتصاد جهانی واقعیت پیدا کرده است. تورم بالاتر از حد انتظار به ویژه در آمریکا و اقتصادهای بزرگ اروپایی باعث تشدید شرایط مالی جهانی شده است. کندی چین در بحبوحه شیوع کووید-۱۹ بدتر از پیش‌بینی‌ها بوده و سرریزهای منفی بیشتری از جنگ اوکراین وجود داشته است. بدین ترتیب، تولید جهانی در سه ماهه دوم سال جاری میلادی کاهش یافت. طبق پیش‌بینی تازه صندوق بین‌المللی پول، نرخ رشد اقتصادی از ۶٫۱ درصد در سال گذشته به ۳٫۲ درصد در سال ۲۰۲۲ و همچنین ۲٫۹ درصد در سال ۲۰۲۳ کاهش پیدا می‌کند که نسبت به گزارش آوریل به ترتیب ۰٫۴ و ۰٫۷ واحد درصد کاهش را نشان می‌دهد. به گفته صندوق بین‌المللی پول، این امر نشان‌دهنده توقف رشد در سه اقتصاد بزرگ جهان – آمریکا، چین و منطقه یورو – به همراه پیامدهای مهم برای چشم‌انداز جهانی است. کاهش قدرت خرید خانوارها و سیاست‌های پولی سختگیرانه در آمریکا، میزان رشد اقتصادی در ینگه دنیا را به ۲٫۳ درصد در سال جاری و یک درصد در سال آینده کاهش می‌دهد. در چین نیز قرنطینه‌های بیشتر و عمیق‌تر شدن بحران املاک و مستغلات، نرخ رشد را به ۳٫۳ درصد در سال جاری کاهش داد که کندترین سرعت از چهار دهه گذشته بدون احتساب همه‌گیری کروناست. همچنین میزان رشد اقتصادی در منطقه یورو به ۲٫۶ درصد در سال جاری و ۱٫۲ درصد در سال ۲۰۲۳ کاهش یافته است که منعکس‌کننده پیامدهای جنگ در اوکراین و سیاست‌های پولی سختگیرانه دولت‌هاست.

چشم‌انداز کاهش رشد اقتصاد جهان

پس از مهار نسبی همه‌گیری کرونا، اقتصاد جهان در سال ۲۰۲۱ شاهد رونق نسبی به همراه تحقق رشد بالای ۶ درصدی بود، ولی با تهاجم روسیه به خاک اوکراین، اختلال در زنجیره‌های تامین و بروز تهدیدهای گوناگون، شرایط تیره و تاری بر اقتصاد جهانی حاکم شد. تولید اقتصاد جهان در فصل دوم امسال به دلیل رکود در اقتصادهای چین و روسیه کاهش یافت و میزان مخارج مصرف‌کنندگان در آمریکا نیز به سطحی کمتر از انتظارات قبلی رسید. اقتصاد جهان که پیشتر بر اثر بروز همه‌گیری کووید-۱۹ تضعیف شده بود، با شوک‌های منفی از جمله تورم بالاتر از حد انتظار به ویژه در آمریکا و اروپا، تشدید تنگنای شرایط مالی جهان، کندی بیش از انتظار سرعت تولید در اقتصاد چین بر اثر قرنطینه‌ها و همچنین پیامدهای منفی ناشی از جنگ در اوکراین مواجه شد.

آگهی تجدید مزایده کتب چاپ اول



شهرداری رودسر

شهرداری رودسر در نظر دارد به استناد بند ۲ مصوبه شماره ۴۱ مورخ ۱۴۰۱/۴/۴ شورای اسلامی شهر رودسر ، سرقفلی یک باب مغازه به آدرس رودسر – خیابان شهید – روبروی بیمارستان شهید انصاری – نبش کوچه باهنر ۳ را با مشخصات اسکلت ساختمان بتنی و نمای اصلی سنگ و سربندی فلزی با پوشش ورق گالوانیزه و دیواره و کف سرامیک و دارای پله فلزی پیچ برای طبقه دوم میباشد و همچنین کرکره و شیشه سکوریت ، سقف کاذب طبقه دوم و کلید و پریزها و روشنایی و امتیازات آب و برق و گاز نیز بر عهده شهرداری بوده که به صورت آماده تحویل برنده مزایده خواهد گردید به مساحت طبقه همکف ۳۳/۷۰ متر مربع و مساحت طبقه اول ۳۵/۳۰ متر مربع میباشد را به فروش برساند .

ارزش پایه کارشناسی سرقفلی مغازه فوق به مبلغ ۲۷/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال و اجاره بها مالکانه مغازه موصوف برای مدت یکسال مبلغ ۱/۵۰۰/۰۰۰ ریال میباشد . - متقاضیان می‌توانند جهت دریافت اسناد مزایده از طریق درگاه سامانه تدارک الکترونیکی دولت (ستاد) با واریز مبلغ ۲۰۰/۰۰۰ ریال به حساب شماره ۱۱۷۸۸۲۲۲۵۲ درآمد شهرداری (بانک ملت) از روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۱/۵/۲۴ لغایت روز پنجشنبه مورخ ۱۴۰۱/۶/۳ اقدام نمایند .

- شرکت کنندگان می‌بایست مبلغ تضمین شرکت در مزایده که مبلغ ۱/۳۵۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال میباشد را به صورت نقدی به حساب ۱۰۷۳۶۶۱۲۹۰۰ بانک ملی به نام شهرداری رودسر واریز و یا با دریافت ضمانتنامه بانکی به نفع شهرداری رودسر باشد اقدام نماید .

- آخرین مهلت ارائه پیشنهاد ها در سامانه دولت (ستاد) تا پایان ساعت ۱۲ روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۱/۶/۱۴ می‌باشد - متقاضیان میبایست جهت ارائه تمامی اسناد پاکت (الف و ب و ج) از طریق سامانه فوق الذکر بارگذاری و اقدام نمایند ضمناً شرکت کننده می بایست محتوای پاکت (الف) را به بصورت درپسته تا زمان اعلام شده (ساعت ۱۲:۰۰ مورخ ۱۴۰۱/۶/۱۴) به کارفرما تحویل نماید .

- تاریخ بازگشایی پیشنهادهای ارائه شده روز سه‌شنبه مورخ ۱۴۰۱/۶/۱۵ رأس ساعت ۱۱:۰۰ در ساختمان شهرداری رودسر خواهد بود .

- هزینه درج آگهی - کارشناسی ونقل و انتقال و غیره بر عهده برنده مزایده میباشد .

- شهرداری در رد یا قبول هر یک از پیشنهادهای مختار می باشد .

- سایر جزئیات و اطلاعات در اسناد مزایده قید گردیده است .

- پیشنهادات فاقد سپرده ، مهجم ومشروط از درجه اعتبار ساقط می باشد .

- برنده مزایده می‌بایست ۷ روز پس از دریافت ابلاغ نسبت به واریز مبلغ پیشنهادی خود اقدام نماید.

مازیار صفائی اصلی – شهردار رودسر

اطلاعیه ثبت نام کاندیداهای تصدی

ریاست هیئت ورزشی استان مرکزی



وزارت ورزش وجوانان

اداره کل ورزش وجوانان استان مرکزی

به اطلاع می‌رساند اداره کل ورزش وجوانان استان در نظر دارد مجمع انتخابی هیات ورزشی جودو استان مرکزی را با شرایط ذیل برگزار نماید. لذا از کلیه علاقمندان احراز پست ریاست هیئت‌های محضری از متقاضیان بازنشسته مبنی برعدم استفاده مبنی بر مدت یک هفته کاری

۱۳- سرپرستان یا روسای سایر هیات های استانی تأزماتی که از سمت قبلی خود در هیات استغفا نداده باشند نمی توانند در انتخابات شرکت نمایند.

۱۴- قاعد تابعیت مضاعف بوده و در استان سکونت داشته باشد.

۱۵- حضور دارندگان مدارک تحصیلی دیپلم و فوق دیپلم به شرط داشتن سوابق ذیل بالامانع است:

۱۶- الف) دارا بودن حداقل سن ۳۰ و حداکثر ۶۵ سال

۱۷- سابقه مدیریت اجرایی حداقل پنج سال

۱۸- دارا بودن کارت پایان دوره ضرورت (خدمت سربازی) یا معافیت

۱۹- دارا بودن مدرک تحصیلی کارشناس(لیسانس)

۲۰- حضور دارندگان مدارک تحصیلی دیپلم و فوق دیپلم به شرط داشتن سوابق ذیل بالامانع است:

۲۱- الف) دارا بودن حداقل یک دوره چهارساله ریاست هیات استان باعضویت رتبه فدراسیون.

۲۲- ب) دارا بودن سوابق قهرمانی آسیا (اول تاسوم)، بازی های آسیایی و پارا آسیایی(اول تا سوم)، قهرمانی جهان(اول تاسوم)، بازی های المپیک و پارا المپیک(اول تانشم) ج) سابقه عضویت در کادر مربیرگی تیمهای ملی و داوران بین المللی که حداقل به یک مسابقه رسمی بین المللی اعزام شده باشند.

۲۳- فاقد تابعیت مضاعف بوده و در استان سکونت داشته باشد.

۲۴- حضور شخص متقاضی یا نماینده وکیل قانونی آن با ارائه وکالتنامه رسمی ومحضری در زمان ثبت نام الزامی می باشد.

۲۵- ارائه تعهدنامه محضری از متقاضیان بازنشسته مبنی برعدم استفاده مبنی بر مدت یک هفته عمومی کل کشور و یا دریافت کمک های دولتی باامناع عمومی ۱۰- تکمیل فرم های ثبت نام باتوجه به نوع اعلام آمادگی داوطلب(هرگونه خط خوردگی، لاک گرفتگی، عدم امضا یا اثر انگشت موجب ابطال فرم ها خواهد شد).

۱۱- ارائه گواهی سوپیشینه و گواهی عدم اعتیاد به موادمخدر.

۱۲- اعلام کتبی اسامی داوطلبان پست های هیات رئیسه(خزانه دار دارای سابقه مرتبط با امور مالی) خبره ورزشی، نایب رئیس بانوان، دو نفر عضو حداقل یک نفر از بین بانوان) و ارائه مدارک و تکمیل فرم های اعلام استعداد اعضای پیشنهادی هیات رئیسه هریک از داوطلبان احراز پست ریاست هیات استان در زمان ثبت نام ۱۳- سرپرستان یا روسای سایر هیات های استانی تأزماتی که از سمت قبلی خود در هیات استغفا نداده باشند نمی توانند در انتخابات شرکت نمایند.

۱۴- حضور داوطلبانی که در دوره های قبلی ریاست هیات، مستعفی یا برکنار شده اند منوط به موافقت رئیس ونایب رئیس مجمع می باشد.

۱۵- پرسنل نیروهای مسلح می بایست از سازمان ورزش و آمادگی جسمانی نیروهای مسلح معرفی نامه کتبی داشته باشند.

۱۶- اصل و تصویر مدرک تحصیلی

۱۷- یک قطعه عکس ۳×۴ با زمینه روشن

۱۸- اصل و تصویر کلیه صفحات شناسنامه و کارت ملی

ساعات مراجعه: ۸ صبح لغایت ۱۳ عصر

آدرس دبیرخانه مجمع: اراک – بلوار فاطمیه – جنب استانداری – اداره کل ورزش وجوانان استان مرکزی

روابط عمومی اداره کل ورزش و جوانان استان مرکزی

نماگر بازار سهام



زمانی در صنعت کفش و نساجی مطرح بودیم، ولی حالا؟

یک کارشناس حوزه کار می‌گوید باید به تولید و اشتغال مولد در بخش‌های صنعت، کشاورزی و گردشگری روی بیاوریم و کارخانه‌های صنعتی خود را به معنای واقعی احیا کنیم. احیای کارخانه فقط باز کردن درهای آن نیست، بلکه باید تحول جدی رخ دهد و تجهیزات و تکنولوژی قدیمی آن به‌روز شود. ولی الله صالحی - در گفت‌وگو با ایسنا، از بخش گردشگری و کشاورزی به عنوان بخش‌های دارای اشتغال و ارزش افزوده بالا یاد کرد و گفت: ما باید به تولید و اشتغال مولد روی بیاوریم و خوشبختانه بستر آن را در بخش‌های کشاورزی، گردشگری، صنعت و خدمات داریم.

وی ادامه داد: در حال حاضر بسیاری از کشورها منبع درآمدشان از راه گردشگری است و زیرساخت‌های توسعه گردشگری را فراهم کرده‌اند، ولی متأسفانه ما در این بخش ضعیف عمل کرده‌ایم در حالی که اقلیم چهار فصل و متنوعی داریم که می‌تواند ظرفیت‌های اشتغال بسیاری را فعال کند.

این کارشناس حوزه کار با تأکید بر لزوم حرکت به سمت کشاورزی مدرن، اظهار کرد: زمانی که جنگ اوکراین و روسیه رخ داد کسی نمی‌دانست که اوکراین بخش اعظمی از محصولات کشاورزی و غلات استراتژیک جهان را تأمین می‌کند ما هنوز در بخش کشاورزی مثل دیگر کشورها ورود نکرده‌ایم و از ظرفیت‌های آن بهره نبرده‌ایم اگر به سمت کشاورزی مدرن پیش می‌رفتیم و تجهیزات و سیستم‌های جدید را به کار می‌گرفتیم قطعاً امروز بخش کشاورزی ما به پیشرفت چشمگیری می‌رسید.

صالحی تصریح کرد: خوشبختانه فضا و بستر توسعه کشاورزی در کشور مهیا است و باید از این ظرفیت برای اشتغال و تولید مولد استفاده کنیم.

ایسن کارشناس حوزه کار بخش صنعت را از دیگر بخش‌های دارای اشتغال‌زایی بالا دانست و گفت: زمانی در صنعت نساجی و کفش مطرح بودیم، ولی امروز کارخانه‌های نساجی، کفش ملی و ارج کجا هستند؟ ما در بخش لوازم خانگی هم می‌توانیم صادرکننده باشیم و بازارهای خارجی را در اختیار بگیریم به شرط آنکه زیرساخت‌ها را فراهم کنیم.

وی خاطرنشان کرد: کارخانه‌ای که کلی بدهی دارد و تکنولوژی آن عقب مانده است و ناچار است محصولاتش را به داخل تزریق کند در حالی که مشتری چندانی ندارد نمی‌تواند دوام بیاورد، احیای کارخانه فقط باز کردن درهای آن نیست بلکه باید تحول جدی رخ دهد و ابزار و تجهیزات و تکنولوژی به روز وارد آن شود. صالحی افزود: متأسفانه به دلیل تحریم‌های بیرونی و کرونا که اخیراً با آن مواجه شدیم بسیاری از بخش‌ها از جمله صنعت دچار آسیب شد ولی اگر بسترها فراهم شود و در این شرایط دولت خودش ورود و سرمایه‌گذاری کند، بهتر است. این کارشناس گفت: در حال حاضر بخش تعاونی به آن معنا در کشور شکل نگرفته و بخش خصوصی واقعی و متشکلی هم نداریم چون بیشتر کارها دولتی است، اما اگر بخش خصوصی واقعی شکل بگیرد و سرمایه بیاورد و تعاونی‌ها تقویت شوند، به تدریج می‌توان کارها را به بخش خصوصی و تعاونی سپرد و مردم را برای سرمایه‌گذاری تشویق کرد.

وی در پایان با تأکید بر ضرورت ایجاد اشتغال مولد توسط دولت، تصریح کرد: با توجه به نیروهای تحصیلکرده فراوانی که در کشور داریم باید از ظرفیت و ایده‌های آنها به نحو شایسته استفاده کنیم، از طرفی بسیاری از کارخانه‌ها با تکنولوژی قدیمی و فرسوده کار می‌کنند که باید به روز شوند تا تولید مولد داشته باشیم، لذا در شرایط حاضر دولت باید به بخش‌های کشاورزی، گردشگری و صنعت ورود کند تا به تدریج که زیرساخت‌های قوی ایجاد شد و بخش خصوصی واقعی شکل گرفت، تصدیگری‌ها به بخش‌های خصوصی و غیردولتی واگذار شود.

سیگنال برجام به بازار خودرو

خریداران بازار را خالی کردند



کاهش قیمت خودرو تأثیر دیگری نیز بر بازار می‌گذارد. کاهش فاصله قیمت خودرو با بازار تقاضای بالقوه خودرو را کاهش می‌دهد و همین امر در ریزش بیشتر قیمت‌ها مؤثر خواهد بود. سیگنال‌های مثبت ارائه‌شده از برجام به بازارهای داخلی، خریدوفروش خودرو در بازار را متوقف کرد. در حالی که اخبار رسانه‌های داخلی و خارجی بر این نکته استوار است که به‌زودی برجام احیا خواهد شد و توافق در این مرحله نهایی است، بازار خودرو با ایست خریدوفروش مواجه گردید و کمتر کسی در این بازار دست به خرید می‌زند.

ریزش عجیب تعداد خریداران و تقاضای خرید در بازار سبب شده است در اولین روز هفته بازار به بازاری بسیار راکد تبدیل شود و معامله‌گران نیز پیش‌بینی می‌کنند در روزهای آتی بازار ایران به بازاری فروشنده تبدیل گردد.

یکی از فعالان بازار خودرو در گفت‌وگو با قرن نو در پاسخ به این سؤال که آیا بازار در شرایط فعلی امکان معامله و خریدوفروش را داراست یا خیر؟ گفت: از مدت‌ها قبل اعلام شده بود که شهریورماه فصل واردات خودرو خواهد بود؛ هرچند هنوز چیزی روشن نیست، اما نکته اساسی و مهم این است که بسیاری به استناد همین گمانه‌زنی، تقاضای خرید را به تعویق

انداخته و خرید خود را به موقعیتی دیگر موکول کرده‌اند.

وی افزود: در حقیقت این دسته از افراد ترجیح می‌دهند نسبت به خرید خودرو پس از آغاز واردات اقدام کنند؛ زیرا این باور وجود دارد که واردات خودرو، ریزش قیمت دستنه‌ای از خودروهای وارداتی و مونتاژی را در پی خواهد داشت، اما نکته مهم دیگر که روند فعالیت در بازار را دستخوش تغییر کرده اخباری است که درخصوص توافق قریب‌الوقوع برجام منتشر می‌شود.

بسیاری از معامله‌گران معتقدند در صورت دستیابی به توافق، ریزش ارزش دلار به‌صورت مقطعی ممکن است، اما آنچه بیشتر خودرو را مستعد ریزش کرده، قیمت بالا و غیرواقعی بازار تحت‌تأثیر چشم‌انداز تورمی پیش بوده است.

به این ترتیب بررسی‌ها نشان می‌دهد در صورت احیای برجام، چشم‌انداز آتی نرخ تورم بهبود خواهد یافت و همین امر می‌تواند زمینه را برای ریزش قیمت خودرو مهیا کند.

کاهش قیمت خودرو تأثیر دیگری نیز بر بازار می‌گذارد. کاهش فاصله قیمت خودرو با بازار تقاضای بالقوه خودرو را کاهش می‌دهد و همین امر در ریزش بیشتر قیمت‌ها مؤثر خواهد بود.

مُجمَع
فولاد
مُبارک

آگهی فراخوان عمومی

(مناقصه‌های شماره ۴۸۵۴۹۰۳۳ و ۴۸۵۴۹۰۴۴)

موضوع فراخوان: انجام عملیات طراحی ، مهندسی ، خرید تجهیزات ساخت داخل و خارج از کشور ، ساخت ، نصب ، تست ، راه اندازی و تضمین عملکرد پروژه سیستم پایش بر خط حرکت اسیلاتور ماشین‌های ریخته‌گری به صورت EPC
از کلیه پیمانکاران توانمند که در زمینه موضوع فراخوان دارای تخصص و توانایی لازم می‌باشند تقاضا می‌گردد که آمادگی خود را اعلام نمایند.

معیارهای ارزیابی کیفی مناقصه‌گران به شرح موارد ذیل می‌باشد

- تجربه و سوابق اجرایی ۲۵ امتیاز
- توان مالی ۲۰ امتیاز
- توان فنی و برنامه ریزی ۲۵ امتیاز
- توان تأمین تجهیزات ۱۰ امتیاز
- توان مدیریتی ۱۰ امتیاز

سایر اطلاعات مناقصه به شرح ذیل می‌باشد:

مبلغ ضمانتنامه شرکت در مناقصه: ۸۰۰.۰۰۰.۰۰۰ هشتصد میلیون ریال

توجه: ضمانت نامه فوق بایستی در زمان ارائه پیشنهاد قیمت تهیه گردد و در این مرحله نیازی به تهیه ضمانت نامه بانکی نمی‌باشد.

مهلت ارسال مدارک: ۱۴۰۱/۰۶/۰۸

نحوه ثبت نام در فراخوان: ارسال نامه اعلام آمادگی و اطلاعات مورد نیاز بر اساس معیارهای ارزیابی کیفی به آدرس پستی: اصفهان - ۷۵ کیلومتری جنوب غربی - شهرستان مبارکه - شرکت فولاد مبارکه اصفهان - واحد قراردادهای توسعه - خانم مریم جمالی پور

ارایه مدارک و سوابق هیچ گونه حقی را برای متقاضیان ایجاد نخواهد کرد. و اسناد کیفی پس از تأیید در این مرحله برای مناقصه‌گران ارسال خواهد شد. در صورت نیاز به اطلاعات بیشتر با شماره تلفن ۰۳۱۵۲۷۳-۳۰۹۹ خانم جمالی پور تماس حاصل فرمایید.

روابط عمومی شرکت فولاد مبارکه اصفهان

۱۴۰۱-۲۶

۵۲۶

شرکت مدیریت تولید، انتقال و توزیع نیروی برق تهران
توانیر

«آگهی مناقصه عمومی یک مرحله‌ای

شماره ۰۴-۰۱۴۲ (بصورت الکترونیکی)»

شرکت توانیر در نظر دارد در اجرای ماده «۱۲» قانون الحاق موادی به قانون تنظیم بخشی از مقررات مالی دولت (۲) و جزء « ۱ » بند «ه» تبصره «۶» ماده واحده قانون بودجه سال ۱۴۰۱ کل کشور و آیین نامه اجرایی مربوطه، بیمه حوادث ناشی از برق مشترکین خانگی و تجاری(سایر مصارف) صنعت برق در سال ۱۴۰۱ را از طریق برگزاری مناقصه عمومی یک مرحله ای همزمان با ارزیابی کیفی(بصورت الکترونیکی) و از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت -بخش مناقصه و با توجه به موارد ذیل به بیمه‌گر واجد صلاحیت (شخص حقوقی) واگذار نماید:

۱- مهلت و محل دریافت اسناد مناقصه: از تاریخ درج آگهی تا ساعت ۱۶ روز پنج شنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۵/۲۷ از طریق سایت www.setadiran.ir (سامانه تدارکات الکترونیکی دولت-بخش مناقصه)

تذکر: شماره مناقصه مندرج در سایت فوق‌الذکر ۲۰۰۱۰۰۱۰۰۷۰۰۰۰۰۴ می‌باشد.

۲- میزان تضمین شرکت درقرآیند ارجاع کار(شرکت در مناقصه): مبلغ کل ۲۴/۱۴۳/۵۹۴/۴۰۰ (بیست و چهار میلیارد و یکصد و چهل و سه میلیون و پانصد و نود و چهار هزار و چهارصد)ریال میباشد که نحوه تهیه و ارائه آن در شرایط مناقصه اعلام شده است.

۳- مهلت ارائه پیشنهادات: حداکثر تا ساعت ۱۱ روز شنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۶/۱۲ از طریق سامانه فوق‌الذکر میباشد.

ضمناً تاریخ گشایش پیشنهادات بر روی سامانه یاد شده، ساعت ۱۰ صبح روز سه‌شنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۶/۱۵ میباشد.

۴-حداقل امتیاز قابل قبول ارزیابی کیفی مناقصه‌گران ۵۰ میباشد.

۵-جلسه توجیهی مربوط به توضیح و تشریح اسناد مناقصه از ساعت ۹ الی ۱۱ روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۵/۳۱ جهت پاسخگویی به سوالات پیشنهاددهندگان در محل سالن مجامع شرکت توانیر برگزار خواهد شد.

۶-فقط واحد ها و ادارات مرکزی شرکت های بیمه مورد تأیید سازمان بیمه مرکزی ایران مجاز به شرکت در مناقصه می‌باشند و پیشنهادات نمایندگی های شرکتهای بیمه مردود و غیر قابل قبول می‌باشد.

۷-سایر اطلاعات و جزئیات مربوطه در اسناد مناقصه مندرج در سامانه مورد نظرمی باشد.

تذکر: متقاضیانی می‌توانند نسبت به ارائه پیشنهاد در خصوص مناقصه فوق‌الذکر اقدام نمایند که شرایط شرکت در مناقصه‌های الکترونیکی مندرج در سامانه فوق‌الذکر را رعایت نموده باشند.

«متقاضیان برای کسب اطلاعات بیشتر می‌توانند به سایت www.Tavanir.org.ir مراجعه و یا با شماره تلفن ۲۷۹۳۵۰۶۸ تماس حاصل نمایند.

م.الف ۱۸۷۰

روابط عمومی و امور بین الملل شرکت توانیر

راه‌نمای تولید محتوا و بازاریابی در تیک تاک

بازاریابی در تیک تاک به سبک برندهای بزرگ دنیا

نویسنده: علی آل علی

تیک تاک دیگر یک پلتفرم کوچک برای جولان نوجوانان با ویدیوی خنده‌دار نیست. حتی قبل از پاندمی کرونا هم تیک تاک سریع‌ترین رشد در میان شبکه‌های اجتماعی فعال در آمریکا را داشت. صرف نظر از اینکه چنین رکوردی به معنای پشت سر گذاشتن غول‌هایی مثل اینستاگرام و فیس‌بوک در سرعت جذب کاربران است، تیک تاک پتانسیل‌های زیاد برای برندها دارد. مثلا براساس گزارش موسسه نو گود (No Good) کاربرانی که در تیک تاک با برندها تعامل دارند، ۱۵۰ درصد بیشتر از مواقع عادی نسبت به خرید وسوسه می‌شوند. اگر پیش خودتان فکر کرده‌اید بازاریاب‌ها از خیر چنین فرصت طلایی می‌گذرند، سخت در اشتباهید!

بازاریابی در تیک تاک هم مثل هر کار دیگری در این دنیا فوت و فن‌های خاص خودش را دارد. شما حتی اگر بهترین اسلحه تک تیرانداز دنیا را هم در اختیار یک فرد تازه کار قرار دهید، تا زمانی که مهارت‌های کافی را کسب نکنند نمی‌تواند وسط سیبل را هدف بگیرد. خب وقتی تفریحی مثل تیراندازی اینقدر حساب و کتاب دارد، اصلا نباید فکر بازاریابی بی‌برنامه در تیک تاک هم در سر کارفرینان بچرخد.

ما در روزنامه فرصت امروز اصلا میانه خوبی با دستورالعمل‌های خشک و خالی در دنیای کسب و کار نداریم. به همین خاطر هم به جای اینکه یک فهرست بلندبالا از تکنیک‌های بازاریابی در تیک تاک برای‌تان آماده کنیم، یک راست رفته‌ایم سراغ تجربه برندهای بزرگ. اینطوری نه دیگر شما وسط مقاله خواب‌تان می‌گیرد، نه اینکه حس بدبینی‌تان نسبت به این فهرست کسل کننده برانگیخته خواهد شد. خب تا حوصله‌تان سر نرفته اجازه دهید برویم سراغ اصل مطلب. این شما و این هم مارکتینگ در تیک تاک به سبک برندهای بزرگ.

تیک تاک مارکتینگ+برندهای بزرگ: ۶ درس کلیدی برای همه!
تولید محتوای بازاریابی برای خیلی از کارآفرینان مثل معمایی بی‌جواب است. اینکه شما چطور باید با محتوایی نسبتا کوتاه کاربران را شیفته برنداتان کرده و چندتایی محصول بفروشید، اگر سخت‌تر از حل معادلات فیزیک نداشته باشید خیلی هم کار ساده‌ای نیست؛ به ویژه وقتی پای یک پلتفرم تازه مثل تیک تاک در میان باشد.

وقتی تیک تاک تازه قدم‌های اولش در دنیای پلتفرم‌های اجتماعی را برمی‌داشت، خیلی از بازاریاب‌ها فکر می‌کردند تکنیک‌های اینستاگرام مارکتینگ اینجا هم جواب می‌دهد. اگر نظر ما را بخواهید، رُک و پوست‌کنده به شما می‌گوییم هر شبکه اجتماعی تکنیک‌های بازاریابی خاص خودش را می‌خواهد. وگرنه مثل این است که فلورنتینو پرز انتظار داشته باشد تیم فوتبال و بسکتبال رئال مادرید هر دو از یک تاکتیک واحد استفاده کنند؛ همین قدر عجیب و باورنکردنی!

ما در ادامه سعی می‌کنیم در قالب مرور تجربه بعضی از موفق‌ترین برندهای دنیا در تیک تاک به شما نشان دهیم چطور بدون دردسر جا پای غول‌های تیک تکی بگیراید. پس آب دست‌تان است زمین گذاشته و در ادامه با ما همراه باشید.

۱. تنقلیکس: ترکیب کلیپ سریال‌ها و مصاحبه‌های ویژه
همانطور که در مقدمه گفتیم، تیک تاک استراتژی بازاریابی خاص خودش را لازم دارد. این یعنی شما قبل از هر کاری باید کمی درباره نحوه تولید محتوا در این فضا با خودتان دو دو تا چهار تا کنید. قبول دارم چنین کاری بی‌نهایت زمانبر و حتی کسل‌کننده به نظر می‌رسد اما اگر درست از پس این چالش برآیید، نتیجه‌اش در حد و اندازه ۲۶ میلیون فالوور تنقلیکس در تیک تاک می‌شود. ماجرا جالب شد، نه؟

استراتژی تیک تاک برای تولید محتوا در تنقلیکس بیشتر از آنکه حاصل

آزمون و خطا یا اقدامات فوق پیچیده باشد، نتیجه درک درست حال و

هوای این پلتفرم است. بازاریاب‌های این برند خیلی زود فهمیدند کاربران

در تیک تاک دنبال محتوای طولانی یا عمیق نیستند. در عوض کلیپ‌های

کوتاه با تم خنده‌دار حسایی نظرشان را جلب می‌کند. اگر به این معجون

نمایش پشت صحنه تهیه سریال‌های محبوب تنقلیکس و مصاحبه‌های

اختصاصی با بازیگران را هم اضافه کنیم، آن وقت یک فرمول برنده خواهیم

داشت.

بی‌شک تولید محتوای اختصاصی از سوی تنقلیکس در تیک تاک هزینه

اضافه‌ای روی دست آنها گذاشته است. آنها هم می‌توانستند مثل خیلی از

برندهای درجه دو دنیا فقط به بازنشر محتوای وبلاگی یا یوتیوبی‌شان در

این فضا اکتفا کنند اما تنقلیکس به چیزی به جز بهترین بودن قانع نیست.

به همین خاطر آشنی با ترکیب وقت، پول و صداالبته یک تیم بازاریابی

مفقودی

برگ سبز و برگ کمپانی سواری سیستم نیسان کامپوننت ــــــون تیپ تهران مالک با تسلیم یک برگ استهضادیه ودرخواستی به شماره وارده ۷۹۹۱ مورخ ۲۴۰۰ برنگ آبی- روغنی مدل ۱۳۸۵ به شماره موتور ۳۴۱۳۶۲ ۳۴۱۶۹۵. شماره پلاک خودرو ۸۱۶ ق ۲۵ ایران ۷۹ بنام جواد جواهری مفقود واز درجه اعتبار ساقط می باشد.

شهرستان قزوین

آگهی فقدان سند مالکیت (موضوع ماده ۱۴۰)

آقای امیر عبدالغنی فرزند محمد حسین به شناسنامه شماره ۱۲۱۶۶ صادره از ۱۴۰۱/۴/۲۲ اعلام داشته سند مالکیت ششداگ یکدستگاه آپارتمان بمساحت ۱۰۷/۷۰ مترمربع قطعه دوم تفکیکی واقع در طبقه اول به پلاک ثبتی ۲۲۰۴ فرعی از ۲۷ اصلی مفروز ومجزی شده از ۲۷۲۲ فرعی از اصلی مذکور واقع در بخش ۱۲ تهران شهرستان اسلامشهر که سند مالکیت به دفتر ۲۲۹صفحه ۲۲۰ذیل ثبت ۲۸۷۳۹ بنام امیر عبدالغنی ثبت و سند جایی ۵۱۷۵۶۹ الف ۸۳۲ صادر وتسلیم شده است وبموجب سند رهنی ۲۸۹۱۴ مورخ ۱۳۹۹/۶/۱۷ دررهن بانک اقتصاد می باشد وحسب الاظهار بعلت جابجایی مفقود گردیده است لذا تقاضای صدورسند مالکیت المثنی را نموده است درهمین راستا وفق مقررات ماده ۱۲۰ آیین نامه اصلاحی قانون ثبت مصوب ۱۳۸۰/۱۱/۸ مراتب دریک نوبت آگهی می گردد تاچنانچه کسی مدعی حقی برای خود بوده یا اعتراضی داشته باشد از تاریخ انتشار این آگهی ظرف مدت ده روز به این اداره مراجعه وضمن ارائه اصل سند یا سند معامله اعتراض خود را اکتبا تسلیم نماید بدیهی است درصورت عدم وصول اعتراض ادره مدت مقرر قانونی وباعدم ارائه اصل سند مالکیت یا سند معامله سند المثنی پلاک مذکور طبق مقررات صادر وتسلیم خواهد شد.

همایون صفری – رئیس واحد ثبتی حوزه ثبت ملک اسلامشهر

جداگانه برای رسیدگی به تیک تاک مارکتینگ پخته است. اگر شما هم از طرفدارهای سریال‌های تنقلیکس هستید یا دل‌تان می‌خواهد پشت صحنه تهیه آثار جذاب این سرویس را مشاهده کنید، اکانت تیک تاک تنقلیکس را هیچ جوره از دست ندهید.

درس مهمی که از تنقلیکس باید گرفت، درک حال و هوای تیک تاک با جاشنی آمادگی برای تولید محتوا براساس سلیقه مخاطب است. اینطوری شما می‌توانید مطمئن باشید برنداتان خیلی زود به صندلی VIP در دل مشتریان پیدا می‌کند؛ به همین سادگی.

۲. ان بی ای (NBA): آشنایی با هنر بازاریابی آنلاین

کمتر کسی در دنیا پیدا می‌شود که توان مقاومت در برابر مسابقات لیگ بسکتبال ان بی ای را داشته باشد. حرکات حیرتانگیز لیبران جیمز، استفن کری یا کوین دورانت در زمین مسابقه هوش از سر تماشایی می‌برد. احتمالا شما هم در اطراف‌تان دوستانی دارید که دیوانه مسابقات این لیگ هستند. با این حساب مشاهده اکانت‌های رسمی ان بی ای در شبکه‌های اجتماعی با فالوورهای چند ده میلیونی جای تعجب ندارد. باور کنید یا نه ان بی ای فقط در فیس‌بوک، اینستاگرام و توئیتر بیش از ۱۱۷ میلیون فالوور دارد. هنر آدمین‌های اکانت ان بی ای در شبکه‌های اجتماعی طراحی محتوای منحصر به فرد برای کاربران است. البته در این میان نیم نگاهی هم به کاربردهای خاص هر پلتفرم داشته‌اند. اگر شما دنبال اخبار تازه درباره مسابقات و حواشی داغ هستید، اکانت توئیتر ان بی ای با اپدیت‌های لحظه به لحظه در کنار شماس‌ت. هایلایت بازی‌ها هم به طور روزانه در اینستاگرام بارگذاری می‌شود. در این بین تیک تاک برای تعامل با مخاطب برمبنای انواع میم (Meme) و صحنه‌های خنده‌دار بازی‌ها کنار گذاشته شده است. بنابراین کسانی که عاشق دنیای میم یا محتوای خنده‌دار هستند، به راحتی با مراجعه به اکانت ان بی ای با انبوهی از محتوای جذاب و هیجان‌انگیز رو به رو می‌شوند. مثال برند ان بی ای یکی از بهترین تجربیات برای اختصاص هر شبکه اجتماعی به کاری خاص است. شما لازم نیست همیشه برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به دنبال استفاده از یک شبکه اجتماعی برای تمام اهداف‌تان باشید، چراکه دوران شعارهایی مثل «یکی برای همه» دیگر به سر رسیده است. در عوض باید حال و هوای هر پلتفرم را به خوبی تشخیص داد و برمبنای آن به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف بود. اگر هم در میانه راه احساس کردید ماموریت غیرممکنی پیش پای‌تان قرار گرفته، همیشه نیم نگاهی به تجربه ان بی ای داشته باشید. آن وقت کار‌تان نه تنها در تیک تاک، بلکه تمامی پلتفرم‌های اجتماعی ساده‌تر از هر زمان دیگری خواهد شد.

۳. چپیوتل: تیک تاک با طعم غذای بهترین رستوران دنیا!

هیات موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی برابر رای شماره ۱۴۰۰۹۰۳۰۳۱۶۰۳۰۰۴۰۲۲ مورخ ۱۴۰۱/۰۴/۲۲ هیات موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ملک ناحیه ۲، رشت، تصرفات مالکانه بلامعارض سعید رشیدی فرزند عباس به شماره شناسنامه ۷۷ صادره از تجریش در قریه لاکان در سه دانگ مشاع از ششداگ یک قطعه زمین مشتمل بر بنای احداثی به مساحت ۲۱۸ متر مربع پلاک فرعی ۲۶۲۲ از اصلی ۳۸ مفروز مجزی از پلاک ۴ باقیمانده از اصلی ۲۸ واقع در بخش چهار رشت خریداری از مالک رسمی بنیاد مستضعفان انقلاب اسلامی 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، می‌توانند 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، بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۰۵/۲۳ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۰۶/۰۷

۱۰۱۵ م الف سعید بدوی – رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه ۲ رشت

۵۲۵

هیات موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی برابر رای شماره ۱۴۰۰۸۸۰۳۰۳۱۶۰۳۰۰۴۰۲۲ مورخ ۱۴۰۱/۰۴/۲۲ هیات موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ملک ناحیه ۲، رشت، تصرفات مالکانه بلامعارض مهدی رشیدی فرزند عباس به شماره شناسنامه ۵۰۹۱۵ صادره از اصفهان در قریه لاکان در سه دانگ مشاع از ششداگ یک قطعه زمین مشتمل بر بنای احداثی به مساحت ۲۱۸ متر مربع پلاک فرعی ۳۶۲۲ از اصلی ۳۸ مفروز مجزی از پلاک ۴ باقیمانده از اصلی ۲۸ واقع در بخش چهار رشت خریداری از مالک رسمی بنیاد مستضعفان انقلاب اسلامی 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، می‌توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند، بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۰۵/۲۳ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۰۶/۰۷

۱۰۱۷ م الف سعید بدوی – رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه ۲ رشت

۵۲۶

ملکیت کسب و کار

اجازه دهید در این بخش همین اول کاری با یک مثال جذاب بحث‌مان را شروع کنیم. یک طرفدار مسابقات قایقرانی را در نظر بگیرید؛ چنین آدمی احتمالا اطلاعات بی‌نهایت زیادی درباره دنیای قایق‌ها دارد. بی‌شک انتظار اینکه چنین آدمی یک عالمه اطلاعات ریز و درشت درباره زیر و بم مسابقات این رشته داشته باشد، خیلی دور از ذهن نیست. حالا اگر بحث ما سر یک آدم کاملا معمولی که حتی یکبار هم پایش به قایق باز نشده بود، آیا بازهم چنین نتیجه‌گیری می‌کردید؟ بی‌شک هر پاسخی به غیر از یک «نه» قرص و محکم به سوال بالا شک‌برانگیز خواهد بود. البته مگر اینکه پای برسدی بی‌نهایت جذاب و صداالبته حرفه‌ای در بازاریابی وسط باشد. چپیوتل در دنیای رستوران‌های زنجیره‌ای چنین وضعیتی دارد. شما لازم نیست حتما یک شعبه از این رستوران سر کوچه‌تان باشد تا دل‌تان برای امتحان منو یا نوشیدنی‌های معمولی آن ضعیف برود. این امر به خوبی معجزه مارکتینگ در دنیای مدرن را نشان می‌دهد. امکان ندارد جایی بحث از رستوران‌گردی باشد و نام چپیوتل در بین پنج گزینه اولی که به ذهن آدم می‌رسد، نباشد. با این حساب اصلا بعید نیست چپیوتل از سوی موسسه‌های آماری مختلف به عنوان موفق‌ترین رستوران در تیک تاک معرفی شود، مگر نه؟ اولین سوالی که با ادعای بزرگ بهترین بودن چپیوتل در تیک تاک به ذهن آدم می‌رسد، دلیل این اتفاق است. به زبان خودمانی، چپیوتل با چه نوع محتوایی کاربران تیک تاک را پشت‌گوشی‌شان میخوبک کرده است؟ بی‌شک این سوال مهم آنقدر ارزش دارد که برای جفت و جور کردن جوابی مناسب خودمان را به در‌دسر بیندازیم. چپیوتل از سال ۲۰۱۹ یعنی به محض اینکه تیک تاک کمی اسم و رسم برای خودش در دنیا پیدا کرد، اکانت رسمی‌اش را تاسیس نمود. این حرکت اگر دیوار صوتی در زمینه ثبت نام در یک پلتفرم آنلاین شکسته باشد، دست کم رکورد جانانه‌ای محسوب می‌شود. شاید فکر کنید چپیوتل همین طوری شانسی خیلی زود در تیک تاک عضو شده بود، اما ما در روزنامه فرصت امروز استدلال کاملا متفاوتی داریم. بازاریاب‌های این غول رستوران‌داری خیلی زود متوجه پتانسیل‌های بی‌نظیر تیک تاک برای رقابت با اینستاگرام یا دست کم جلب نظر میلیون‌ها کاربر در سراسر دنیا شدند. به همین خاطر همه تلاش‌شان حضور به عنوان اولین برند در این فضا بود. نتیجه کار هم یکی از پرطرفدارترین اکانت‌های تیک تاک از آب درآمده است. کاربران تیک تاک در اکانت رسمی چپیوتل تقریبا هر نوع محتوایی که فکرش را بکنید، پیدا می‌کنند. از میم‌های جذاب گرفته، تا پشت صحنه آماده‌سازی سفارشات و حتی گپ و گفتی با مشتریان مختلف،	آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی برابر رای شماره ۱۴۰۰۹۰۳۰۳۱۶۰۳۰۰۴۰۲۲ مورخ ۱۴۰۱/۰۴/۲۰ هیات موضوع قانون تعیین وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک اداره سه اهواز تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای لفته حیدری فرزند خلف بشماره شناسنامه ۲۱۸۹ صادره از دشت آزادگان در ششداگ یک پلاک ساختمان به مساحت ۱۵۶/۸۵ متر مربع در قسمتی از پلاک ۱۵۵۹ باقیمانده واقع در بخش ۳ اهواز بنشانی کوی علوی خیابان سروش بین ابوسلم و بهداشت خریداری از ملک رسمی آقای محمد باقر قمشی مالک سهام شماره ۳۲ اراضی کوی باغات شاه 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 می‌توانند 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 قضائی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد. م الف: ۵/۱۰۸۴ (تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۰۵/۰۸) (تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۰۵/۲۳) رئیس ثبت اسناد و املاک – یاور مرادی گراوند
هیات موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی برابر رای شماره ۱۴۰۰۹۰۳۰۳۱۶۰۳۰۰۴۰۲۲ مورخ ۱۴۰۱/۰۴/۲۰ هیات موضوع قانون تعیین وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ملک ناحیه ۲، رشت، تصرفات مالکانه بلامعارض آقای مهدی ثابت فرزند ایوب به شناسنامه ۶۴ صادره از رشت در قریه بیجار کن در ششداگ یک قطعه زمین مشتمل بر بنای احداثی به مساحت ۱۱۴٫۹۲ متر مربع پلاک فرعی ۱۹۵۰۴ از اصلی ۷۵ مفروز مجزی از پلاک ۱۱۵۴ از اصلی ۷۵ واقع در بخش چهار رشت خریداری از مالکین رسمی ام البینین، محمدعلی، علی، شهریانو، مهدی، ربابه، صفرعلی و محمد جملگی غلامی مقدم بیجار کنی و جمائیل مهربان پيله دارینی 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 می‌توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه‌اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند، بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.	تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۰۵/۲۳ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۰۶/۰۸

مفقودی

احدی از ورته خاتم قدم خیر رستمی با تسلیم یک برگ استهضادیه که به تایید و گواهی امضاء دفتر ۵۱ فروه رسیده مدعی است که سند مالکیت مقدار ششداگ یک باب خانه تحت پلاک ۹۱۵۱ فرعی از ۶۳ از بخش ۵ اسفندآباد کردستان به نام مالک فوق صادر و تسلیم گردیده است و بعلت سبیل انگاری مفقود شده و تقاضای صدور سند مالکیت المثنی را نموده اند لذا به استناد ماده ۱۲۰ آیین نامه اصلاحی قانون ثبت مراتب در یک نوبت آگهی می شود تا چنانچه شخص یا اشخاص دیگر نسبت به پلاا مرقوم مدعی انجام معامله و یا وجود اصل سند مالکیت یا سند معامله نزد خود باشند از تاریخ انتشار آگهی ظرف مدت ۱۰ روز اعتراض خود را کتبا همراه با اصل سند مالکیت یا سند معامله به این اداره تسلیم نمایند. بدیهی است اگر ظرف مدت مرقوم اعتراضی واصل نگردد و یا در صورت اعتراض اصل سند مالکیت ارائه نشود اداره ثبت سند المثنی را طبق مقررات صادر و به متقاضی تسلیم خواهد کرد و در صورت ارائه سند مالکیت یا سند معامله صورت مجلس مبنی بر وجود آن نزد مترضر در دو نسخه تنظیم و یک نسخه آن به متقاضی المثنی تسلیم و اصل سند به ارائه دهنده مسترد خواهد شد. م الف: ۴۲/ تاریخ انتشار: ۱۴۰۱/۰۵/۲۳

رئیس اداره ثبت اسناد و املاک شهرستان قروه

همه و همه در اکانت تیک تاک این برند قابل دسترسی است. اگر به این معجون راهاندازی چالش‌های مختلف را هم اضافه کنیم، آن وقت دیگر فالوورهای میلیونی این رستوران در تیک تاک اصلا جای تعجب ندارد. خب مگر کسی هم هست که بعد از یک روز کسل کننده با دیدن چالشی هیجان‌انگیز و شرکت در آن سرحال نشود؟

۴. رد بول: برندی برای تمام نسل‌ها

رد بول از قدیم‌ها متخصص تولید محتوای وایرال در اینترنت محسوب می‌شود. در این میان هم فرقی ندارد پای مسابقات رالی در میان باشد یا ماجرای رکورد شکنی در پرش ارتفاع از بیرون جو زمین؛ در هر صورت هر جا بویی از خطر به مشام برسد، رد پای رد بول هم خیلی دور نخواهد بود. همین حس ماجراجویی و شجاعت هم ۶٫۶ میلیون فالوور برای این برند در تیک تاک به ارمغان آورده است. با این حساب رد بول بدون هیچ عذر و بهانه‌ای جایی منحصر به فرد در فهرست طلایی برندهای موفق در تیک تاک دارد.

حالا که کمی درباره حال و هوای رد بول در تیک تاک با هم حرف زدیم، بد نیست سری هم به استراتژی تولید محتوای آن داشته باشیم. اولین کاری که رد بول خیلی خوب در تیک تاک انجام می‌دهد، ایجاد هشتگ‌های اختصاصی برای کمپین‌هاست. مثلا اگر آنها قصد ایجاد هیجان اضافی درباره مسابقات رالی داکار را دارند، با هشتنگ رالی داکار از کاربران برای انتشار محتوا دعوت به عمل می‌آورند. البته بازاریاب‌های رد بول هم در این میان دست به سینه یک گوشه‌ای نمی‌نشینند، بلکه خودشان هم محتواهایی در چه سبک که از قضا بی‌نهایت کوتاه و موزیکال است، تولید می‌کنند. اینطوری ترکیب هیجان مسابقات ورزشی مختلف با حال و هوای مخصوص تیک تاک درهم می‌آمیزد. نتیجه هم هم استقبال بی‌نظیر کاربران از ویدئوهای رد بول است؛ به همین سادگی!

رد بول از همان اول که در تیک تاک کارش را شروع کرد، به خوبی متوجه حال و هوای متفاوت این پلتفرم شد. دقیقا به همین خاطر هم به جای اینکه الکی از استراتژی‌های اینستاگرام یا توئیتر مارکتینگ استفاده کند، کپی کاری را کنار گذاشت و یک راست رشت تسراغ طراحی یک استراتژی دست اول برای تیک تاک. این استراتژی تلاش برای جلب نظر مخاطب هدف در همان نگاه نخست بود. اجازه دهید بحث را کمی ساده‌تر کنیم، بازاریاب‌های رد بول خیلی خوب متوجه شدند تیک تاک جایی برای زیاده‌گویی نیست. در نتیجه محتوای‌شان را در نهایت کوتاهی و همراه با موزیک متن جذاب آپلود کردند.

ادامه دارد

محمد علی دهقانی

رئیس اداره ثبت اسناد و املاک شهرستان قروه

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

پرنیان: رسانه هادر پیشرفت و تحولات اقتصادی سهمیم هستند



تسهیل امور، اصحاب رسانه باید یک فضای روانی مناسب از استان ترسیم کنند. وی ادامه داد: آذربایجان شرقی در تمام حوزه ها جزو چهار استان اول کشور است؛ پس تا جایی که می توانیم اخبار خوش به جامعه مخابره کنیم. پرنیان با بیان این که با مطرح کردن ظرفیت های استان در رسانه ها، از توانمندی های فعالان اقتصادی حمایت کنیم، گفت: ۸۵درصد اقتصاد کشور در اختیار دولت و بخش خصوصی است ولی این موضوع در استان برعکس است یعنی اقتصاد استان بر پایه بخش خصوصی است در این زمینه باید همه کمک کنیم تا در

در بازدید مدیرکل امور اقتصادی و مناطق سازمان بندار از بندرامیرآباد مطرح شد:

سرمایه گذاری بیش از ۱۹ هزار میلیارد ریالی بخش خصوصی در بندرامیرآباد



بندرامیرآباد اشاره کرد و گفت از این میزان سرمایه گذاری ۲۸ پروژه به ارزش بیش از ۱۰ هزار میلیارد ریال در حال بهره برداری و ۱۲ پروژه با اعتباری بالغ بر ۹ هزار میلیارد ریال در حال ساخت می باشد.

معاون استاندار آذربایجان شرقی:

دستگاه ها عملکرد یک ساله خود را اطلاع رسانی کنند



محور بسنده نتایجهم کرد بلکه نگاه به برنامه ها مساله محور نیز خواهد بود، وی ادامه داد: وظایف این ستاد، سیاست گذاری و تعیین اهداف و رویکردها، انتخاب شعار و نامگذاری ایام هفته برای برش استثنایی، احصای اقدامات شاخص، تصویب دستورالعمل اجرایی و پیوست رسانه ای هفته دولت، ابلاغ مصوبات به دستگاه های اجرایی و نظارت بر حسن اجرای مصوبات و برنامه های هفته دولت در سراسر استان است. وی گفت: تقویت انسجام وحدت ملی، همدلی و هم افزایی بین دستگاه های اجرایی، امید آفرینی و اعتماد بخشی در جامعه نسبت به ایجاد آینده بهتر، تشریح خدمات و دستاوردهای یک ساله و برنامه های آتی دولت برای برون رفت از مشکلات و تحقق ایران قوی، ایجاد کرد واقع بینانه برای مردم نسبت به شرایط کشور و تبیین وضعیت و مشکلات در زمان تحویل به دولت سیزدهم به منظور قضاوتی عادلانه و تقویت ارتباط و وسیع و دو سویه دولت و مردم از جمله اهداف ستاد گرامی داشت

سرپرست شهرداری رشت در جلسه شورای معاونین تاکید کرد :

اجرای پروژه‌های عمرانی، اولویت نخست شهرداری رشت

رشت- خبرنگار فرصت امروز: سید مجتبی خدمت بین دانا سرپرست شهرداری رشت با بیان اینکه موضوع تامین اعتبارات نباید به هیچ عنوان در اجرای پروژه‌های عمرانی خللی وارد سازد گفت: اجرای پروژه‌های عمرانی ، اولویت نخست شهرداری رشت است. به گزارش واحد خبر مدیریت ارتباطات و امور بین الملل شهرداری رشت - سید مجتبی خدمت بین دانا سرپرست شهرداری رشت، ظهر امروز چهارشنبه ۱۹ مرداد ۱۴۰۱ در جلسه شورای معاونین اظهار داشت: اهمیت پروژه‌های عمرانی برای شهرداری رشت بسیار زیاد است، زیرا با این کار نه تنها زمینه عمران و آبادانی شهر فراهم می‌شود بلکه اعتماد خوبی را بین شهروندان و مجموعه مدیریت شهری ایجاد می‌کند. سرپرست شهرداری رشت تسريع در روند اجرای پروژه میدان روگذر تقاطع غیرممسطح میدان ولی عصر (عج) به میدان امام علی (ع) و پروژه تملک مسیر سعدی به سرگل و محور اقتصاد را هم خواستار شد و افزود: از آنجا که فقط تا ۳۱ شهريور برای جذب اعتبارات دولتی فرصت داریم، بنابراین انتظار دارم برنامه‌های شهرداری در حوزه‌های کوتاه مدت



استان با توسعه اقتصادی تولید ثروت ایجاد شود. وی اظهار کرد: ظرفیت های صنعتی زیادی در استان داریم و در حوزه صنایع مختلف و حتی تجارت می توانیم کارهای بسیاری انجام دهیم. پرنیان با بیان این که فضای مثبتی را برای رونق کسب و کار در این حوزه ایجاد کرده ایم، گفت: باید با برجسته کردن داشته های اقتصادی، این بخش را تقویت کنیم و رسانه ها ورود جدی تری به این عرصه داشته باشند. رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت آذربایجان شرقی افزود: اگر آذربایجان شرقی به یک استان اقتصادی تبدیل شود علاوه بر بهبود معیشت مردم، بسیاری از مسایل فرهنگی و اجتماعی نیز حل می شود. وی با ابراز خشنودی از شکل گیری تخصصی تشکل های رسانه ای اظهار داشت: انجمن صنفی دفاتر نمایندگی روزنامه های سراسری، ظرفیت رسانه ای موثر و عطیمی برای استان آذربایجان شرقی از جمله در حوزه صنعت، معدن و تجارت محسوب می شود. پرنیان اضافه کرد: علاقه مند هستیم تعامل و همکاری مستمری با انجمن نوپا و تخصصی سرپرستان جراید داشته باشیم. وی ضمن استقبال از انجام طرح های مشترک، بر لزوم برخورداری از پیوست رسانه ای فعالیت های سازمان صمت استان، تاکید کرد و خواستار همکاری انجمن صنفی دفاتر نمایندگی روزنامه های سراسری در این راستا شد.

در بازدید مدیرکل امور اقتصادی و مناطق سازمان بندار از بندرامیرآباد مطرح شد:

سرمایه گذاری بیش از ۱۹ هزار میلیارد ریالی بخش خصوصی در بندرامیرآباد

محمدمعلی اصل سعیدی پور با بیان اینکه بندرامیرآباد با دارا بودن اراضی وسیع پشتیبانی ، امکانات و موقعیت راهبردی خود همچنان خاستگاه اصلی بخش خصوصی جهت سرمایه گذاری می باشد ، از وجود ۹ درخواست جدید سرمایه گذاری کلان در این بندر توسط بخش خصوصی خیر داد. وی بر ضرورت تعیین تکلیف بازنگری قراردادهای سرمایه گذاری در موعد مقرر تاکید و ابراز آمیدواری کرد رویه جدید سازمان بندار درخصوص سنجش صلاحیت شرکتهای سرمایه گذار بتواند جذب سرمایه گذار در بندار را تسريع و تسهيل کند.مدیرکل بندرامیرآباد در پایان ، طولانی شدن فرآیند انتخاب و معرفی کارگروه کارشناس خبره ، عدم تطابق شاخص های ارزیابی با موضوع قراردادهای سرمایه گذاری و عدم وجود فرآیند و دستورالعمل در خصوص تعیین تکلیف مجوز بهره برداری موقت پروژه های صنعتی را بخشی از مشکلات موجود در حوزه سرمایه گذاری برشمرد.

هفته دولت در استان است. معاون هماهنگی امور عمرانی استاندار و رئیس کمیته عمرانی ستاد گرامی داشت هفته دولت در آذربایجان شرقی نیز در این جلسه گفت: طبق معمول سال های گذشته مکاتبات لازم با دستگاه های اجرایی برای دریافت عملکرد آنها انجام شده است و به دلیل اینکه این مکاتبات ۲ ماه قبل از هفته دولت برای تعیین تکلیف پروژه ها انجام می شود گاه پیش بینی ها برای اتمام پروژه ها با مشکل مواجه می شود. جواد رحمتی افزود: در برخی پروژه ها مرحله بندی وجود دارد که باید در افتتاح هر مرحله از این طرح ها اطلاع رسانی دقیق در خصوص وضعیت پروژه و مراحل مختلف آن اعلام شود. مدیرکل امور روستایی و شوراهای استانداری و رئیس کمیته روستایی و محرومیت زدایی ستاد گرامیداشت هفته دولت در استان هم اظهار داشت: تاکنون ۴۱۰ برنامه متعدد برای هفته دولت از طریق فرمانداران، دهیاری ها و دستگاه های خدمات رسان در روستاها دریافت و جمع بندی شده است. محمد اسکندری افزود: برای هر حوزه جغرافیایی استان است و پروژه تعریف شده تا برنامه های هفته دولت معلوف به مرکز استان و شهرهای بزرگ نباشد. مدیرکل روابط عمومی استانداری و رئیس کمیته اطلاع رسانی ستاد گرامی داشت هفته دولت در استان هم گفت: دستگاه ها در برنامه ریزی افتتاح ها نباید مستقل عمل کنند. ضروری است و پروژه تعریف شده تا اهداف پرهبررداری از این پروژه بوده است، تصریح افتتاح های مهم به خوبی صورت گیرد. رامین نظامی خواه افزود: مدیران دستگاه های اجرایی با رسانه ها و مطبوعات استانی نشست های خبری و مصاحبه های اختصاصی داشته باشند تا برنامه های یک ساله خود را از هفته دولت ۱۴۰۰ تا هفته دولت امسال به صورت دقیق اعلام کنند.



خواند و با بیان اینکه مردم برای اتمام این پروژه از شهرداری انتظار دارند، اظهار داشت: وعده دادیم که پروژه خیابان سعدی به سرگل تا آخر اسمال بازگشایی شود و باید هر طور که شده این امر تحقق پیدا کند. سرپرست شهرداری رشت تصریح کرد: از مدیران مناطق پنجگانه شهرداری رشت انتظار دارم در دو ماه آینده پروژه‌های عمرانی که وظیفه اصلی شهرداری است را نادیده نگیرند و برای به ثمر رساندن آن تلاش کنند، زیرا اقدامات عمرانی، کارنامه و عملکرد مدیریت شهری در طول دوره خدمت است.

سرپرست اداره کل دامپزشکی استان مرکزی خبرداد:

۶۹۶ راس دام در تاسوعا و عاشورا در استان مرکزی معاینه شد

اراک- فرمانز امیدی: سرپرست اداره کل دامپزشکی استان مرکزی از بازرسی و معاینه تعداد ۶۹۶ راس دام سبک و سنگین در تاسوعا و عاشورای حسینی خبر داد. به گزارش روابط عمومی اداره کل دامپزشکی استان مرکزی، دکتر محمد فتاحی افزود: ۶۹۶ راس دام در روزهای عاشورا و تاسوعا در قالب طرح نظارتی محرم توسط بازرسان بهداشتی و شرعی دامپزشکی استان مرکزی معاینه شد که در این نظارت‌ها ۲ راس گوسفند ضبط و ۵۲ راس لاشه دام نیز اصلاح شد. سرپرست اداره کل دامپزشکی استان مرکزی گفت: ۵۰ کیلوگرم گوشت غیرقابل‌صرف و فاقد شاخص‌های بهداشتی در روزهای تاسوعا و عاشورای حسینی در این استان شناسایی و معدوم شد. فتاحی ادامه داد: ۶۲ گاو ثابت و سیار

کنترل و نظارت بهداشتی و شرعی بر کشتار دام‌های قربانی را در استان مرکزی برعهده داشتند. وی بیان داشت: ۱۴۵ قطعه (لایش) کبید، ره و کلیه) غیرقابل مصرف نیز در راستای تأمین سلامت عبادان حسینی و بازرسی کارشناسان این اداره‌کل از دام‌های قربانی، شناسایی و معدوم و تعداد ۱۰۰ قطعه کبد نیز در این طرح اصلاح شد. سرپرست اداره کل دامپزشکی استان مرکزی خاطرنشان کرد: همشهریان می‌توانند در صورت مشاهده هرگونه اقدام غیربهداشتی دام در استان با شماره تلفن ۱۵۱۲ (سامانه اطلاع رسانی و پاسخگویی اداره کل دامپزشکی استان مرکزی) و با شماره تلفن شبکه دامپزشکی شهرستان‌های تابعه تماس بگیرند

اخبار

با تصاحب سکوهای افتخار مسابقات قهرمانی کشور اسکواش؛

ورزشکاران آذربایجان شرقی خوش درخشیدند



آذربایجان شرقی - لیل‌ا پاشایی: مسابقات قهرمانی کشور (کمتر از ۱۲ و ۱۵ سال دختران) اسکواش با شناخت چهره های برتر به پایان رسید. مراسم اختتامیه این رقابت ها با حضور حسن زاده رئیس هیات اسکواش استان، امان زاده معاون ورزشی آذربایجان شرقی، سعید نامور رئیس هیات ورزشی پیوند اعضای استان، نوید شفیعی دبیر هیات اسکواش استان، علیدین زاده نائب رئیس هیات استان، شهرنایان نائب رئیس فدراسیون، شعبانی سرپرست فنی مسابقات، حیدری مربی ارشد تیم ملی بزرگسالان و ناظر فدراسیون، امانی پور مربی تیم ملی نوجوانان و سروش کارشناس سازمان لیگ و سرداور مسابقات برگزار شد.

نتایج رقابت ها در رده کمتر از ۱۵ سال: مقام اول: باران محمد پور (تهران)-مقام دوم: پرنیان نجفی (اصفهان)- مقام سوم مشترک: عسلی محمدی (مرکزی)،فاطمی‌قانع‌ی (مرکزی)

نتایج رقابت ها در رده کمتر از ۱۲ سال: مقام اول: شاینا امیری (تهران)- مقام دوم: نازنین زهرا جلیلی (آ. شرقی)- مقام سوم مشترک: سنائی اسدی (آ.شرقی) و آمنّا اسفندیاری (گیلان)

رئیس هیات اسکواش آذربایجان شرقی ضمن تبریک به مدال آوران این رقابت ها، اظهار کرد: بعد از چند سال بازیکنان توانستند توانایی های خود را بسنجند و برای تمرینات بیشتر و شرکت در مسابقات بعدی انگیزه کافی داشته باشند. حسن زاده افزود: خدا را شاکریم که این رقابت ها نیز با نظم و ترتیب و محیطی کاملا صمیمی برگزار شد و امیدواریم این مسابقات زمینه ای برای توسعه این ورزش مهیج و آشنایی هموطنان با فرهنگ های مختلف کشورمان و ایجاد دوستی و محبت بین ورزشکاران باشد.
داوران این دوره از مسابقات: ندا سروش سرداور، نیره هاشمی، التاز هوشمندکیا، نرگس مختاری، مرجان درابیگی و شیرین صادق پور بودند که قضاوت بازی ها را انجام دادند. لازم به ذکر است مسابقات قهرمانی کشور اسکواش دختران از روز چهارشنبه (۵ مرداد) با حضور ۵۵ بازیکن در دو رده سنی کمتر از ۱۲ و ۱۵ سال از ۱۴ استان کشور به میزبانی آذربایجان شرقی در خانه اسکواش تبریز برگزار شد که یک نفره و یک برتر، سهم آذربایجان شرقی از این مسابقات بود.
سای اسدی در رده سنی زیر ۱۲ سال پدیده این مسابقات بود که توانست در اولین آزمون حرفه ای خود در گود میادین ورزشی، مدال برنز قهرمانی کشور را کسب و آذربایجان شرقی را صاحب سکوی سوم افتخار کند.

فرشچی : در مراسم گرامیداشت "هفته حمایت از صنایع کوچک" اعلام نمود :

تأمین زمین یکی از چالش‌های توسعه شهرکهای صنعتی تقاضا محور استان خراسان رضوی



مشهد- مهدی ختانی : مدیر عامل شرکت شهرک‌های صنعتی خراسان رضوی گفت : در ایجاد و توسعه شهرک‌های صنعتی در استان چالش‌هایی از جمله تأمین زمین در مشهد، ایجاد شهرک جدید، فرسودگی شهرک‌های خدماتی و افزایش هزینه‌های تشعبات وجود دارد ؛ ضمن اینکه هزینه هر کیلو وات برق چندین برابر قیمت زمین است. "جعفر فرشچی" ضمن گرامیداشت "هفته حمایت از صنایع کوچک"، با اشاره به چالش‌های موجود در ایجاد و توسعه شهرک‌های صنعتی اظهار نمود : رسالت شرکت شهرک‌های صنعتی ایران در دو محور ایجاد و توسعه شهرک‌ها و نواحی صنعتی استان و توانمندی صنایع کوچک است. وی با تأکید بر فرمایشات مقام معظم رهبری مبنی بر حل و فصل سریع مسائل مرتبط با صنایع کوچک و متوسط که عامل اصلی ایجاد تحرک و اشتغال است ؛ خاطر نشان کرد : ایجاد شهرک‌های جدید بدون هدف گذاری صحیح ، هزینه ساز و دارای مشکلات متعددی برای ما و دستگاه‌های خدمات‌رسان بوده و باید با کمک دستگاه‌های اجرایی استان برای ایجاد شهرک‌ها قوانینی تدوین شود تا این شهرک‌ها در شهرستان‌های تقاضا محور و مستعد در زمینه رفع موانع تخصیص زمین شرکت‌های دانش بنیان و اشتغال آفرین ایجاد شوند که در همین راستا فوراً اجرا شهرک صنعتی شماره ۵ مشهد و توسعه شهرک‌های کالویان و مشهد (کلات) را در دستور کار خود قرار دادیم.مدیر عامل شرکت شهرک‌های صنعتی خراسان رضوی تصریح کرد: باید درصدد آن مالیات برارزش افزوده واحدهای صنعتی به شرکت‌های خدماتی به منظور نوسازی تأسیسات و مدیریت این شهرک‌ها تخصیص یابد . وی باتوجه به اینکه توسعه صنعت دانش بنیان استان یکی از ارکان اساسی حمایت از صنایع کوچک میباشد ، بیان نمود : در راستای تحقق شعار سال جاری و بیابینه گام دوم انقلاب کارهای خوبی در شناسایی واحدهای مستعد دانش بنیان و.. در استان آغاز شده و امیدواریم این واحدها با کمک دستگاه‌های مربوطه به سمت دانش‌بنیان هدایت شوند. فرشچی طوسی در انتها با گرامیداشت مقام صاحبان صنایع کوچک که بحق سربازان خط مقدم جبهه اقتصادی هستند، درخصوص تأمین موانع مالی واحدهای تولیدی ؛ عنوان کرد : مشکل اصلی فعال‌سازی واحدهای راکد در تأمین سرمایه در گردش با سرمایه ثابت است و چگونگی استفاده از آن موضوع میباشد که باید به صورت خاص در استان پیگیری شده و از ظرفیت کمیسیون حمایت قضایی و بانک‌های استان برای حل مشکلات قضایی و مالی واحدهای راکد استفاده نموده و همچنین پایش واحدهای راکد در استان بعنوان یک اولویت اصلی ادامه دارد.

فاز اول پست برق ۲۳۰ کیلوولت سبزآب اندیمشک وارد مدار شد



اهواز – شبنم قفاجان:مدیرعامل شرکت برق منطقه‌ای خوزستان با بیان اینکه ترانس فاز اول پستست برق ۲۳۰ کیلوولت سبزآب برق‌دار و وارد مدار شد، تصریح کرد: ارزش سرمایه‌گذاری این پروژه یکپهزار و ۵۰۰ میلیارد ریال بوده است. محمود دشت‌بزرگ اظهار کرد: عملیات احداث و راه‌اندازی ترانس اول فاز اول پست ۲۳۰ و ۱۲۲ و ۳۳ کیلوولت سبزآب اندیمشک شامل تأمین تجهیزات، عملیات نصب و راه‌اندازی به ظرفیت ۵۰ مگاوات آمر با ارزش سرمایه‌گذاری یکپهزار و ۵۰۰ میلیارد ریال به پایان رسید و برق‌دار شد. وی با بیان اینکه تأمین برق طرح ابرسانی غدیر یکی از اهداف پرهبررداری از این پروژه بوده است، تصریح کرد: امکان انتقال توان تولیدی نیروگاه دوکوهه به شبکه پایین دست، بهبود ولتاژ پست‌های ۱۳۲ کیلوولت منطقه و تأمین برق مقناضیان صنعتی و بهبود پایداری و قابلیت اطمینان شبکه ناحیه شمال خوزستان و جلوگیری از خاموشی‌های گسترده از دیگر اهداف پرهبررداری از فاز اول پست ۲۳۰ کیلوولت سبزآب بوده است.مدیرعامل شرکت برق منطقه‌ای خوزستان گفت: از مهرماه ۱۴۰۰ تاکنون ۹۷۷ مگاوات آمپر در بخش انتقال و فوق توزیع به ظرفیت شبکه تحت نظارت این شرکت در استان‌های خوزستان و کهگیلویه و بویراحمد اضافه شده است. شرکت برق منطقه‌ای خوزستان مسئولیت تأمین و انتقال برق در شبکه انتقال و فوق توزیع در دو استان خوزستان و کهگیلویه و بویراحمد را بر عهده دارد.

فرماندار شهرستان قدس :

قدرت رسانه ای به قدری است که می تواند موازنه های بسیاری را تثبیت ویا بر هم بزند



شهرستان قدس –غلامرضا جباری : فرماندار شهرستان قدس در آئین تجلیل از خبرنگاران با بیان اینکه خبرنگاران از پایه های مهم استحکام بخشی هر جامعه ای می باشند، اظهارداشت: اگر فعالان حوزه رسانه، درباره واقعیت های نظام دست به نوشتن و نگارش بزنند، بسیاری از دستاوردها آشکار خواهد شد . وحید گلی کلّی که در جمع خبرنگاران شهرستان قدس به مناسبت پاسداشت روز خبرنگار سخن می گفت، اظهارداشت: قدرت رسانه ای به قدری است که می تواند تاریخ ساز باشد و شرایط زمانی کشور را تثبیت کند و با آراش برساند تا روزی روزی نسبت به رشد تعالی آن دست یافتد. وی گفت: نقش خبرنگار در الگو پذیری از درس عاشورا، اثر نگار می باشد و تنویر افکارعمومی مهمترین رسالت اصحاب قلم می باشد. این مسئول با بیان اینکه استفاده از ظرفیت رسانه ها به منظور فعالیت در حوزه جهاد تبیین مهم می باشد خاطر نشان ساخت: افرادی که در حوزه بیان واقعیت‌ها فعالیت می کنند باید ابعاد مختلف، اقدامات نظام مقدس جمهوری اسلامی را در بخش‌ها و عرصه‌ها با محوریت ولایت فقیه اطلاع‌رسانی کنند چراکه اطلاع‌رسانی فعالیت‌های نظام در حوزه فرهنگسازی نسل‌های آینده نقش دارد. وی با بیان اینکه جهاد تبیین به معنای انتشار فعالیت‌های مسئولین به مردم است ادامه داد: تمامی دستگاه‌های اجرایی می‌بایست در راستای بیان فعالیت‌های خود با بهره گیری از ظرفیت رسانه‌ها فعالیت کنند چراکه جهاد تبیین به معنای انتشار فعالیت‌های مسئولین به مردم است. مقام عالی دولت در شهرستان قدس ادامه داد: در حوزه‌های مختلف به منظور گسترش زیرساخت‌ها هدف‌گذاری‌های لازم انجام شده است و به دنبال استفاده از ظرفیت رسانه‌ای در راستای اطلاع به شهروندان به منظور جایگزینی بلا تکلیفی به سمت آمیدواری هستیم.

مدیر مخابرات منطقه گلستان:

استفاده از تلفن ثابت ارزان ترین راه برای برقراری تماس تلفنی

گراگان- خبرنگار فرصت امروز: مدیر مخابرات منطقه گلستان به استفاده از تلفن ثابت بعنوان ارزان ترین راه برقراری تماس تلفنی توصیه داشت. دکتر غلامعلی شهمردی که در جلسه ارزیابی خدمات ادارات مخابرات شهرستان ها سخن می گفت با اشاره به وضعیت دایره تلفن ثابت اجرای عملیات‌ها توسعه ای در مناطق فاقد امکانات را در دستور کار مخابرات شهرستان ها قرار داد و بر تسريع فعالیت های توسعه ای تاکید کردوی استفاده از تلفن ثابت ارزان ترین راه برای برقراری تماس تلفنی دانست و گفت : علاوه بر این مورد ، تلفن ثابت بستری برای دسترسی به اینترنت است و خدمات و سرویس های قابل ارائه بر روی تلفن ثابت بسیار متنوع است و اگر مردم استان می خواهند از محصولات و سرویس های مخابراتی بهره مند شوند می بایست امتیاز تلفن ثابت در اختیار داشته باشند. مدیر مخابرات منطقه گلستان رفع خرابی ها در اسرع وقت را خواستار شد و گفت : خدمات پس از فروش و پشتیبانی مناسب الویت بوده و توجه به آن موجب رضایت مندی حداکثری مردم خواهد شد .

نویسنده: علی آل علی

دنیای کسب و کار بدون مشتریان مثل سالن کنسرتی است که حتی یک نفر هم در آن حضور نداشته باشد. اینطور وقت‌ها گروه موسیقی و خواننده‌ها هر چقدر هم آثار درجه یکی در چنته داشته باشند، بازهم دست آخر سودی نصیب‌شان نمی‌شود. هرچه باشد یک گروه موسیقی قبل از راه انداختن کنسرتی پرهزینه باید کلی برای مخاطبیش مقدمه‌چینی کند و دل آنها را به دست بیاورد. وگرنه هیچ تهیه‌کننده‌ای ریسک سرمایه‌گذاری روی آلبوم این گروه را قبول نمی‌کند.
خب وقتی یک گروه موسیقی برای کسب سود باید اینقدر به فکر ارتباطش با مخاطب باشند، چرا کسب و کارها از همین فرمول طلایی استفاده نکنند؟ کارآفرینان معمولا به تجربه و اطلاعات‌شان درباره مشتریان بیش از اندازه اعتماد دارند. به همین خاطر هم خیلی سراغ یادگیری نکات تازه برای بهبود ارتباطشان با مهمترین عنصر دنیای کسب و کار نمی‌روند. نتیجه چنین ریسک بزرگی از قبل مشخص است؛ یک عالمه برند که مشتریان بدون اینکه حتی نگاهشان را برگردانند، از کنارشان عبور می‌کنند. فکر می‌کنم فهمیدن این نکته که چنین برندهایی دیر یا زود از لیگ قهرمانان کسب و کار حذف می‌شوند، کار چندان سختی نباشد.

ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم ارتباط بهینه با مشتری فرآیندی نیست که یکبار برای همیشه انجام شود. در عوض شما باید هر روز حواس‌تان به این بخش مهم باشد و دائما تغییر رفتار و سلیقه مشتریان را ببایید. بی‌شک چنین کاری برای هر کارآفرینی مثل وضعیت آلیس در سرزمین عجایب است. خب تا وقتی می‌شود با کارهای هیجان‌انگیزی مثل طراحی کمپین حس یک مهاجم گلزن را داشت، مگر کسی حاضر است با پاییدن مخاطب هدف در پست دفاع آخر بازی کند؟

فرمول طلایی ما برای تبدیل فرآیند بهبود ارتباط با مشتریان از چیزی شبیه به بازی در دفاع آخر به داستان‌های حماسی، مجموعه‌ای از تکنیک‌های درجه یک است. حتی سخت‌ترین کارهای دنیا هم وقتی شما فوت و فن آن را بلد باشید، طوری ساده می‌شود که نگو و نپرس. ما در ادامه این مقاله سعی می‌کنیم چندتا از این فرمول‌های درجه یک را برای شما موشکافی کنیم. پس اگر شما هم دوست دارید یکبار برای همیشه پرونده بهبود ارتباط با مشتریان را ببندید و فوت کوزه‌گری‌اش را یاد بگیرید، هیچ جوره این مقاله را از دست ندهید.

بهبود ارتباط با مشتریان: چطور و چگونه
هیچ کارآفرینی در دنیا نیست که دوست نداشته باشد با انبوهی از مشتریان راضی از کسب و کارش سر و کله بزند. اینکه شما مطمئن باشید مشتریان ارتباط خوبی با برندان دارند، نه تنها سود آخر ماه‌تان را تضمین می‌کند، بلکه قوت قلب بی‌نهایت بزرگی هم محسوب می‌شود. البته در این میان یک چالش بزرگ وجود دارد و آن رقابت شدید در مارااتن کسب و کار است. اگر به این قضیه دردرس پیدا کردن راهکارهایی مطمئن برای ارتباط بهتر با مشتریان را اضافه کنیم، آن وقت بحرانی در حد و اندازه جنگ سرد خواهیم داشت!

همانطور که در بخش قبل قول دادیم، هدف ما بررسی تاکتیک‌هایی درجه یک برای موفقیت تیم برندان در بهبود ارتباط با مشتریان است. اینطوری شما می‌توانید مثل یک سرمربی کارکنشته حتی قبل از اینکه تیم‌تان وارد میدان شود، از پیروزی پرگل‌تان مطمئن باشید. اجازه دهید تا دیر نشده و معجون ما از دهن نیفتاده، بدون هیچ مقدمه بیشتری برویم سراغ تاکتیک‌های پیروزی بخش‌مان. این شما و این هم فرمول طلایی بهبود ارتباط با مشتریان.

بیان داستان‌های شخصی: چه کسی عاشق یک داستان خوب نمی‌شود؟

عشق و علاقه انسان‌ها در چهار گوشه دنیا به داستان نکته تازه‌ای نیست. از دوران ماقبل تاریخ تا عصر دیجیتال کنونی تک تک آدم‌ها گوشه چشمی به ژانرهای مختلف داستان داشته‌اند. شاید برای بعضی‌ها رمان‌های طولانی داستایفسکی خیلی جذاب نباشد، اما داستان‌های پلیسی شرلوک هولمز یا نمونه‌های مدرن ادبیات داستانی مثل

هری پاتر می‌تواند دل سختگیرترین منتقدان را هم ببرد، چه برسد به خواننده‌های معمولی!

فکر می‌کنم اولین ایده ما برای بهبود ارتباط با مشتریان از همین الان مثل روز مشخص شده باشد. شما در اینجا مثل ریش سفید قبیله‌ای هستید که برای دور هم جمع کردن جوانان و تقویت روحیه همدلی باید داستان‌های کوتاه و صدالبته جذاب درباره تاریخچه قبیله جفت و جور کنید. در این بین هم هیچ چیز به اندازه قوه تخیل کمک‌تان نخواهد کرد. ماجرا تازه دارد به سکانس‌های هیجان‌انگیزش می‌رسد، نه؟

اجازه دهید قبل از اینکه بلندپروازی‌های دور و درازی درباره داستان‌سرایی برای برندان کنید، خیال‌تان را بابت یک نکته مهم راحت کنیم. یادتان باشد نه شما نویسنده‌ای در حد و اندازه آلبر کامو هستید، نه مخاطب‌تان انتظار شاهکاری مثل رمان بیگانه را از شما دارد. همین که داستان شما اندکی کشش داشته باشد و به مخاطب نشان دهد چه مسیر طولانی برای موفقیت طی کرده‌اید، به

ارتباطی در دنیای آنلاین است. اگر بخواهیم با لنز بدبینی به ماجرا نگاه کنیم، کمتر تعامل دیجیتال با مشتریان شاید خیلی ساده باشد، اما حتی به گرد پای ملاقات‌های رو در رو هم نمی‌رسد. چراکه در دنیای آنلاین هر لحظه امکان سوءبرداشت‌های گسترده وجود دارد. آن وقت شما باید کلسی از وقت‌تان را به اثبات این نکته اختصاص دهید که قصدتان بی‌احترامی یا ایجاد ناراحتی برای مشتریان نبوده است.

ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم فرق بین تعامل ضروری با مشتریان با نمونه‌های دیجیتالی دقیقا مثل تفاوت میان فوتبال بازی کردن در سانتیاگو برنابو و تجربه دیجیتالی آن در پلی استیشن است. همانطور که یک بازی کامپیوتری هیچ وقت نمی‌تواند لذت واقعی فوتبال بازی کردن را به شما منتقل کند، ارتباط دیجیتالی با مشتریان هم دیر یا زود کار دست‌تان می‌دهد. توصیه ما در این بین توجه به برگزاری همایش‌ها یا حتی جلسات حضوری با مشتریان مهم برند است. خب وقتی پسای معاملاتی



با هزینه‌های کلان در میان باشند، ماجرا به هیچ وجه شوخی بردار نیست. صرف نظر از برگزاری مراسم‌های ریز و درشت برای ملاقات با مشتریان، باید نیم نگاهی هم به دنیای کسب و کارهای B۲B داشته باشیم. این مدل از کسب و کارها روابط میان شرک‌تها با یکدیگر را توصیف می‌کند. مثلا رابطه میان شرکت مرسدس بنز با برند تیونینگ AMG دقیقا در این قالب قرار دارد. بی‌شک چنین همکاری‌هایی را نمی‌شود در قالب ارتباطات دیجیتالی توسعه داد. پس اگر سر و کارتان به جای مشتریان عادی با دیگر برندهاست، یادتان باشد رمز موفقیت‌تان در جلسات حضوری و کاملا رسمی خلاصه می‌شود.

قدردانی از مشتریان: فرمولی برای همه زمان‌ها
بازگری را در نظر بگیرید که دوست دارد همیشه مورد تشویق اهالی هنر و تماشاجی‌ها باشد، اما حتی یک بار هم حاضر نیست به دغدغه‌های طرفدارانش گوش داده یا از آنها قدردانی کند. بی‌شک چنین بازیگری حتی اگر یک ستاره بی‌همتا هم باشد، دیر یا زود شهرتش دود هوا می‌شود. وقتی در یک خانواده کسی لطفی در حق بگیران می‌کند، معمولا کمترین واکنش اعضای خانواده تشکر و قدردانی از عضو مورد نظر است. این امر شاید خیلی ساده و بدیهی به نظر برسد، اما تاثیر روانی بی‌نهایت بالایی روی مخاطب هدف خواهد داشت. هرچه باشد آدم وقتی مطمئن باشد بعد از تلاشش مورد قدردانی دیگران قرار می‌گیرد، بد دل و جان کار خواهد کرد. این ماجرا کم و بیش درباره مشتریان نیز صادق دارد. شاید پیش خودتان فکر کنید همین که محصول‌تان کیفیت بالایی دارید مشتریان باید قدردان برندان باشند، اما راستش را بخواهید قضیه در اینجا کاملا برعکس است. مشتریان صدها برند مشابه شما در بازار دم دست دارند که اتفاقا بعضی از آنها خدمات بسیار بهتری هم ارائه می‌دهند. با این حساب اگر در مرااتن کسب و کار مشتریان به شما یک شانس هرچند کوچک هم دادند، باید همیشه از آنها تشکر کنید. قدردانی از مشتریان لزوما همیشه زبانی نیست. در عوض می‌توانید با اقدامات‌تان به طور عملی نشان دهید از خرید مشتریان راضی هستید. یادتان نرود این روزها نمی از احترام به مشتریان در تشکر مداوم بابت خریدشان خلاصه می‌شود. پس اگر شما تا به حال چنین کاری را انجام نداده‌اید، فکر می‌کنم درک دلیل عدم استقبال خریداران از برندان معمای پیچیده‌ای نباشد!

این روزها برندهای بزرگ ۲۴ ساعته پیگیر وضعیت مشتریان‌شان هستند. قبول دارم این امر در محدوده وظایف تیم خدمات مشتری است، اما از سوی دیگر احترام بالایی یک برند به مشتریان را نیز نشان می‌دهد. پس دفعه بعد که قصد داشتید محتوایی در شبکه‌های اجتماعی بارگذاری کنید یا کمپینی راه بیندازید، قدردانی صمیمانه از مشتریان را فراموش نکنید. این کار ده‌ها پله برند شما را در دنیای کسب و کار جلو خواهد انداخت؛ به همین سادگی.

نظر خواهی از مشتریان: دسترسی به اطلاعاتی که کسی به شما نمی‌دهد!

بازاریاب‌ها و به طور کلی اهالی دنیای کسب و کار دوست دارند همیشه ته توی وضعیت مشتریان را دربیاورند. در این بین هم آزمون و خطا مد دستی‌ترین ابزار برندهاست. اینکه شما واکنش مشتریان به استراتژی‌های مختلف را ارزیابی کرده و نهایتا بهترین مورد را انتخاب کنید، به اندازه کافی منطقی به نظر می‌رسد. با این حال ما در

بررسی معمای رابطه بهینه برندها و مشتریان

فوت و فن‌هایی برای بهبود ارتباط با مشتریان

در آن سر دنیا دسترسی داشته باشید؛ آن هم بدون اینکه حتی یک سنت از جیب‌تان برود. حالا اگر در این میان شما قرار باشید همانطور که نامه‌های اداری را روی کاغذ پیاده می‌کنید، محتوای بازاریابی تولید کنید دیگر سنگ روی سنگ بند نخواهد شد، چراکه مشتریان این روزها حتی حوصله محتوای استاندارد بازاریابی را هم ندارند، چه برسد به اینکه یک محتوای دست چندی با لحنی خشک پیش پای‌شان قرار گیرد.

فرمول ما در این بخش بی‌نهایت ساده اما تاثیرگذار است. شما کافی است همانطور که با دوستان‌تان صحبت می‌کنید، دست به قلم شده و مشغول تولید محتوا شوید. در این بین هم فرقی میان محتوای متنی، پادکست‌ها یا محتوای بصری نیست. اگر هم دوست داشتید مو لای درز کارتان نرود، قبل از اینکه محتوا را آپلود کنید، یک بار نظر همکاران یا بعضی از کارشناس‌ها را جویا شوید. این طوری دیگر مطمئن می‌شوید کارتان بدون هیچ عیب و ایرادی به دست مشتریان می‌رسد. خب وقتی لحن محتوای شما

خودمانی و ساده باشد، تقریبا ۵۰ درصد مسیر ارتباط بهتر با مشتریان را تخته گاز طی کرده‌اید؛ به همین سادگی. **خودتان را جای مشتریان بگذارید: وقتی دغدغه‌های مشتریان اولویت اصلی است!**
ارتباط بهینه با مشتریان فقط در حضور به موقع درست زمانی که مشتریان به شما نیاز دارند، خلاصه نمی‌شود. به زبان خودمانی، شما قرار نیست فقط وقتی مشتریان با مشکل رو به رو می‌شوند، سر و کله‌تان پیدا شود. در عوض باید قبل از اینکه حتی مشکلی برای مشتریان پیش بیاید یا احساس نیاز به حضور شما را کنید، برنامه‌ای دقیق داشته باشید. شاید پیش خودتان فکر کنید ما در این بخش خواب‌های عجیبی برای‌تان دیده‌ایم، اما ایده اصلی ما در یک کلام خلاصه می‌شود: توجه به دغدغه‌های مشتریان.

اجازه دهید از یک مثال کاربردی برای فهم بهتر توصیه‌ها استفاده کنیم. برند کوکا کولا بدون شک یکی از بزرگ‌ترین تولیدکنندگان نوشابه در سراسر دنیا محسوب می‌شود. این برند وقتی مشتریان در صنعت غذا نسبت به استفاده از مواد اولیه تجدیدناپذیر برای بسته‌بندی محصولات و مسائل زیست محیطی حساس شدند، قبل از اینکه موج انتقادات با صنعت نوشابه‌سازی برسد تعهدات سفت و سختی برای کاهش استفاده از آلومینیوم و پلاستیک در بسته‌بندی محصولاتش داد. شاید فکر کنید کوکا کولا همین طوری الکی یک قولی داده و اصلا به فکر انجامش هم نیست، اما نگاهی کوتاه به تغییرات اساسی در بسته‌بندی محصولات این برند دوست‌داشتنی نشان‌دهنده عزم راسخ مدیران ارشد آن برای تغییر شرایط است.

قبول دارم تعهداتی مثل آنچه کوکا کولا داده است، برای خیلی از برندها دست نیافتنی به نظر می‌رسد. شما کاملا حق دارید در مواجهه با چنین اقدامات بزرگی نگران وضعیت خودتان در این رقابت بی‌سر و ته شوید، اما یادتان نرود همیشه کارهای بزرگ و پرهزینه نیست که دل مشتریان را می‌برد. شما حتی اگر یک برند کوچک هستید، اگر در حد توان‌تان به دغدغه‌های مشتریان پاسخ دهید، طوری ارتباط‌تان با آنها بهتر می‌شود که انگار هیچ برندی به غیر از شما در دنیا وجود هم ندارد. پس منتظر چه هستید؟ همین حالا وارد گود شوید و با زیر و رو کردن بارز دغدغه‌های مشتریان‌تان را شناسایی کنید. در مرحله بعد هم قدمی هرچند کوچک برای رفع نگرانی آنها بردارید. قول می‌دهیم نه تنها تعامل مشتریان با شما بی‌نهایت بهتر می‌شود، بلکه در یک چشم به هم زدن سود برندان هم سر به فلک خواهد کشید.

ملاقات حضوری با مشتریان: فیس تو فیس با مخاطب هدف
در دنیایی که تار و پود آن با شبکه‌های اجتماعی گره خورده، دیگر مجالی برای ملاقات‌های رو در رو باقی نمی‌ماند. هیچ بعید نیست تا چند دهه دیگر فقط در کتاب‌های تاریخ اثری از روابط رو در رو (به قول فرنگی‌ها فیس تو فیس) باقی بماند. از آنجایی که کارآفرینان همیشه آدم‌های باهوشی هستند، از یک دهه پیش به خوبی اهمیت دیجیتالی شدن را درک کرده‌اند. کافی است نگاهی کوتاه به دور و برتان داشته باشید تا خیلی راحت انتقال تک تک دپارتمان شرکت‌ها به شبکه‌های اجتماعی را درک کنید. از بخش بازاریابی و تبلیغات گرفته تا روابط عمومی و خدمات مشتریان، همه و همه در شبکه‌های اجتماعی مشغول سرویس دهی به مشتریان هستند.

سوالی که در اینجا پیش می‌آید، مسئله خطاهای

روزنامه فرصت امروز آزمون و خطا را تکنیکی متعلق به عصر حجر می‌دانیم، چراکه در گیر و دار این فرآیند خیلی از مشتریان از شما ناامید خواهند شد. کافی است خودتان را به جای مشتریانی بگذارید که هر روز با یک استراتژی تازه غافلگیر می‌شوند. شما را نمی‌دانم، ولی من که در چنین شرایطی از دست برند مورد نظر قرار خواهم کرد. بی‌شک هیچ استراتژی در دنیای کسب و کار بی‌عیب نیست. دعوی اصلی در این میان بر سر عیب و ایراد کمتر راهکارهای مختلف است. ما در اینجا قصد داریم راه حلی با دروسرهای کمتر به شما معرفی کنیم تا هم وضعیت مشتریان را متوجه شوید، هم اینکه ارتباطاتن با آنها بهبود پیدا کند. فیلم سینمایی ما دارد به حساس‌ترین بخش‌اش می‌رسد، نه؟

معجون جادویی ما در این بخش نظرخواهی از مشتریان است. البته منظور ما از نظرسنجی از مشتریان کمی با آنچه شما در سر دارید، فرق می‌کند. خیلی از کارآفرینان تا حرف نظرخواهی از مشتریان می‌شود، یاد تماس‌های تلفنی به مشتریان و گفت‌وگوهای طولانی می‌افتند. امیدوارم شما هیچ وقت اجرای چنین ایده‌ای به سرتان نرزد، چراکه خیلی زود موج بزرگی از اعتراض مشتریان مثل سیل شما را با خودش خواهد برد. اجازه دهید با هم روراست باشیم، در این دوره و زمانه دیگر کسی حوصله گفت‌وگوهای طولانی را ندارد؛ به ویژه اگر پای برندها هم در میان باشد!

نظرخواهی از مشتریان معمولا کار خیلی سخت یا پیچیده‌ای نیست. قرار هم نیست شما کلی از وقت خود و مشتریان را بگیرید. در عوض ابزارهای کاربردی زیادی در بازار هستند که مثل آب خوردن فرم نظرخواهی طراحی می‌کنند. شما با طراحی یک فرم نظرخواهی کوتاه بدون اینکه خیلی مزاحم مشتریان شوید، اطلاعاتی فوق‌العاده ارزشمند را گردآوری خواهید کرد.

در دنیایی که فناوری‌های دیجیتالی روز به روز بخش بیشتری از زندگی ما را تسخیر می‌کند، برندها هم باید به فکر روش‌هایی نو برای دسترسی به اطلاعات حیاتی باشند. نظرسنجی‌هایی که دقیق طراحی شده باشد، دل هر مشتری را آب خواهد کرد. خب اگر مشتری را سراغ دارید که دوست ندارد نظراتش را به گوش برندهای مورد علاقه‌اش برساند، ما را هم بی‌خبر نگذارید.

ابزار پیشنهادی ما برای طراحی نظرسنجی در دنیای آنلاینی سروی مانکی (SurveyMonkey) است. این ابزار که این روزها زیرشاخه‌ای از موسسه مومنتیو (Momentive) محسوب می‌شود، کار طراحی و انتشار نظرسنجی‌های مختلف را انجام می‌دهد. کافی است در این سایت ثبت نام کرده و با هزینه‌ای بسیار اندک هرچندتا نظرسنجی که دل‌تان می‌خواهد طراحی کنید. اگر هم نگران دنگ و فنگ‌های طراحی نظرسنجی در چنین ابزاری هستید، باید خیال‌تان را راحت کنیم، چراکه سروی مانکی رابط کاربری بی‌نهایت ساده‌ای دارد؛ طوری که حتی باورنات نمی‌شود طراحی نظرسنجی آنلاین اینقدر راحت بوده است!

واکنش به اتفاقات روزمره: بی‌تفاوتی ممنوع

بسیاری از برندها هیچ کاری با دنیای اطرافشان ندارند و سرشان فقط گرم کار خودشان است. شاید چند دهه قبل این مدل برندها بی‌نهایت حرفه‌ای محسوب می‌شدند، اما این روزها اصلا از این خبرها نیست. مشتریان در چهار گوشه دنیا برندهایی را دوست دارند که به اتفاقات مهم دور و اطرافشان واکنش نشان می‌دهند. حتما می‌رسید چطور باید چنین کاری را انجام داد؟ اجازه دهید با یک مثال ساده این فیل را از تاریکی بیرون بکشیم.

زمانی که آلین پیرس در آتش‌سوزی بزرگ جنگل‌های ایالات متحده جانش را برای نجات مردم به خطر انداخت، برای نشان دادن عمق فاجعه تصویری از خودروی بارکش تویوتای خود که در جریان نجات شهروندان آسیب دیده بود منتشر کرد. اگرچه قصد این پرستار فقط نشان دادن میزان خطر آتش‌سوزی و درخواست از مردم برای تخلیه خانه‌های اطراف بود، اما این برند تویوتا خیلی زود به این واقعه واکنش نشان داد. اکانت رسمی تویوتا زیر این پست از تلاش‌های قهرمانانه آلین و همکارانش تشکر کرد و به این پرستار شجاع قول داد یک مدل خودروی شاسی بلند نو به جای بارکشی که آسیب دیده به او خواهد داد.

همانطور که می‌بینید، تویوتا خیلی سریع به اتفاقات اطرافش واکنش نشان داد. از شانس آنها در این فاجعه طبیعی پای یک بارکش برندشان هم در میان بود. البته شما لازم نیست همیشه منتظر ارتباط یک رویداد با برندان باشید، بلکه در مورد مشکلات اجتماعی یا حتی فاجعه‌های زیست محیطی باید خیلی زود موضع‌تان را اعلام کنید. اینطوری نه تنها به مشتریان اهمیت دغدغه‌های عمومی برای برندها را نشان می‌دهید، بلکه موضوعی ایده آل برای بحث و گفت‌وگو دوجانبه با مشتریان در دست خواهید داشت.

سختن پایانی

بهبود ارتباط با مشتریان هدف بسیاری از برندها در سراسر دنیا محسوب می‌شود، اما کمتر کارآفرینی دقیقا می‌داند چطور باید این کار را انجام داد. شما الان تکنیک‌های پایه‌ای برای شروع به کار در این زمین بازی رقابتی را در اختیار دارید. من و همکارانم در روزنامه فرصت امروز امیدواریم نکات مورد بحث در این مقاله به شما کمکی هرچند اندک برای آشنایی با راه و رسم بهبود ارتباط با مشتریان کرده باشد.

منابع:

tips-to-۱۱/https://prologger.com create-a-personal-connection-with-your-audience https://www.businessnewsdaily.com/۱۰۳۳۰/connect-with-customers.html https://www.speakwithpersuasion.com/ways-connect-audience