روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

شنبه
۶ اسفند ۱۴۰۱

Sat.25 Feb 2023
۴ شعبان ۱۴۴۳ - سال هفتم
شماره ۲۱۹۵
۸ صفحه - ۵۰۰۰ تومان

www.forsatnet.ir

در هر ۲ شاخص قیمت و اجاره در بهمن‌ماه

تورم ماهانه مسکن نزولی شد

در بهمن‌ماه ۱۴۰۱، تورم ماهیانه مسکن در هر دو شاخص قیمت و اجاره‌بها به ۲,۳ درصد رسید که در مقایسه با رقم ۲,۸ درصدی دی‌ماه، کاهش ۰,۵ درصدی را نشان می‌دهد. جدیدترین آمارهای رسمی منتشرشده درخصوص تورم کالاها و خدمات نشان می‌دهد که در بهمن‌ماه امسال تورم ماهیانه مسکن در کل کشور به ۲,۳ درصد رسیده است. این رقم در دی‌ماه امسال...

۲

احتمالا تورم امسال ۱۰ درصد بالاتر از سال گذشته تمام می‌شود

۴ سناریوی تورمی در پایان ۱۴۰۱

روندهای تورمی در اقتصاد ایران کماکان با قدرت ادامه دارند. تورم در چند دهه گذشته مهمترین دغدغه ایرانیان بوده و دولت‌ها با وجود وعده و وعیدهای کاهش تورم نتوانسته‌اند غول بی‌شاخ و دم تورم را رام کنند. شاخص تورم به عنوان یکی از سه شاخص اصلی اقتصاد کلان، از اهمیت زیادی در هر نظام اقتصادی برخوردار است، اما گویا درجه اهمیت آن در اقتصاد سیاسی ایران از سطح استاندارد فراتر رفته است؛ به طوری که دولت‌های وقت به جای آنکه بر رشد و توسعه اقتصادی متمرکز باشند، درگیر نرخ تورم هستند. جالب آنکه در سوی دیگر، بانک مرکزی به جای اینکه عهده‌دار وظیفه اصلی خود یعنی کنترل تورم باشد، در گیر و دار کنترل...

۳

چگونه ایران به رتبه ۵۳ دنیا در شاخص نوآوری رسید؟

دست‌انداز سیاستگذاری نوآورانه

۲

دماسنج اصلی تالار شیشه‌ای در نیمه کانال ۱,۶ میلیون واحدی ایستاد

بهترین رشد بورس در ۸ هفته

۴

سرمقاله

نهادینه‌سازی بانکداری الکترونیک

علی نظافتیان دبیر کمیسیون حقوقی کانون بانک‌ها

هفته گذشته با تلاش معاونت فناوری‌های نوین بانک مرکزی، «نهمین همایش بانکداری الکترونیک و نظام‌های پرداخت» پس از سه سال وقفه به دلیل شیوع کرونا، در سالن همایش‌های بین‌المللی برج میلاد تهران برگزار شد؛ همایشی که چندین سال است شبکه بانکی کشور و همکاران بانکی را با دنیای بانکداری الکترونیک و صنایع جانبی و راحتی‌ها و سختی‌های آن آشنا می‌سازد و آرام آرام راه را برای نهادینه‌سازی محصولات متنوع بانکداری الکترونیکی هموار خواهد ساخت؛ چنانکه قانون به‌شدت سامانه‌محور «اصلاح قانون صدور چک» مصوب سال ۱۳۹۷ با همه سختی‌های فنی آن با تلاش مستمر همکاران فناوری شبکه بانکی و بانک مرکزی نهایتا اجرایی شد و با اثربخشی این نهادینه‌سازی در حال حاضر، پدیده‌های نوینی همچون رمز یکبار مصرف یا یکپارچه‌سازی صدور و نقل‌وانتقال چک، هم در شبکه بانکی و هم در سطح جامعه نهادینه شده و جا افتاده است.

ادامه در همین صفحه

مدیریت و کسب‌وکار

آگاهی از برند (Brand Awareness) به زبان ساده

اینکه یک کسب و کار در میان مشتریان حسابی شناخته شده باشد، رویای شیرینی است که کمتر کسی حتی از مرورش هیجان‌زده نخواهد شد. در زمانه‌ای که برندهای بزرگ چشم مشتریان را به خود دوخته‌اند، توسعه برند کار ساده‌ای نیست؛ چراکه همیشه سایه رقبای بزرگ که اتفاقا محبوبیت بالایی هم دارند، بالای سرمان خواهد بود. درست در چنین وضعیتی آگاهی از برند (Brand Awareness) فرمولی طلایی برای میخکوب کردن مشتریان محسوب می‌شود. رقابت بر سر جلب نظر مشتریان اگر به اندازه مسابقات فرمول یک فشرده نباشد، بی‌شک دست کمی هم از آن ندارد. درست به همین خاطر یافتن یک استراتژی به درد بخور برای گرد و خاک کردن در بازار مثل نقشه گنج باارزش خواهد بود. این دقیقا همان کاری است که استراتژی آگاهی از برند برای شما انجام می‌دهد. البته به شرط اینکه درست اجرایش کنید!...

۸

نهادینه‌سازی بانکداری الکترونیک

واقعیت‌های امروز در عرصه بانکداری الکترونیک را نمی‌توان کتمان کرد. توسعه بانکداری الکترونیک گرچه برای بانک‌ها بسیار پرهزینه است، اما با خود، امنیت سرعت بالای پرداخت‌ها را به ارمغان می‌آورد، سرعت نقل‌وانتقالات مالی در دنیای تجارت را فزونی می‌بخشد و محیطی را فراهم می‌سازد تا مردم از خدمات بانکی بهتر و آسان‌تر بهره‌مند شوند.

ناگفته پیداست که با تحول و پیشرفت بانکداری الکترونیک، صنایع جانبی و مشاغل مرتبط با بانکداری الکترونیک نظیر فین‌تک‌ها نیز گسترش می‌یابند. آنان بانک‌ها و موسسات اعتباری را در تهیه و طراحی نرم‌افزارها و سخت‌افزارهای موردنیاز یاری می‌دهند. اپلیکیشن‌های پرداخت آسان سریع، از نمونه‌های آشکار رشد فناوری‌های مرتبط با بانکداری الکترونیک است. صنعت بانکداری کشورمان نیز خواه‌ناخواه در مسیر حذف کاغذ از فرایندهای بانکی و گسترش بانکداری الکترونیک قرار خواهد گرفت. بدین لحاظ، برگزاری این‌گونه همایش‌ها توسط بانک مرکزی، گام مثبتی است برای افزایش توان و توسعه بانکداری الکترونیکی کشور و ترغیب شبکه بانکی به سرمایه‌گذاری در این راه.

نگارنده نیز سخنران مدعو یکی از پنل‌های تخصصی «نهمین همایش بانکداری الکترونیک و نظام‌های پرداخت» با موضوع «چک دیجیتال در مقایسه با سایر ابزارهای پرداخت» بودم که دبیری آن را سرکار خانم نادعلی زاده از بانک مرکزی برعهده داشتند. همانطور که در یادداشت هفته پیشین نوشتم، چک دیجیتال در واقع، مولود «اصلاح قانون صدور چک» مصوب سال ۱۳۹۷ و نمونه زیبایی از پیشرفت بانکداری الکترونیک در ایران است. در قانون مورد اشاره برای اولین‌بار چک الکترونیک که بدان «چک دیجیتال» نیز می‌گویند، مطرح و در مورد آن گفته شد: «قوانین و مقررات مرتبط با چک حسب مورد، راجع به چک‌هایی که به شکل الکترونیکی (داده‌پیام) صادر می‌شوند نیز لازم‌الرعایه است. بانک مرکزی مکلف است ظرف مدت یک ساله پس از لازم‌الاجراشدن این قانون، اقدامات لازم درخصوص چک‌های الکترونیکی (داده‌پیام) را انجام داده و دستورالعمل‌های لازم را صادر نماید.»

طبیعتا در صنعت بانکداری، ابداع و پیدایش هر پدیده جدید و نوآورانه، به صبوری و گذشت زمان و نهادینه‌سازی اجتماعی نیاز دارد تا مشتریان بانک‌ها به‌راحتی آن را بپذیرند و مورد استفاده قرار دهند. چک الکترونیکی نیز هنوز در ابتدای راه است و به نظر می‌رسد برای نهادینه‌سازی، پذیرش مردمی و جایگزینی کامل آن با چک کاغذی و حل مشکلات پرداخت فعالان اقتصادی با استفاده از چک الکترونیکی، راهی طولانی در پیش است. به هر حال، آموخته‌ها و برداشت‌های بانکی نگارنده از مباحث مطرح‌شده از سوی صاحب‌نظران در پنل تخصصی «چک دیجیتال در مقایسه با سایر ابزارهای پرداخت» در «همایش بانکداری الکترونیک و نظام‌های پرداخت» بدین شرح است:

اول؛ به نظر می‌رسد تصمیم بانک مرکزی برای توسعه و ترویج بانکداری الکترونیکی، جدی است، اما موفقیت در این امر، مستلزم فراهم‌آوری امکانات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری لازم است. مهمتر از آن، توسعه بانکداری الکترونیک به تقویت و پشتیبانی از صنایع جانبی مرتبط با بانکداری الکترونیک نیاز دارد. پیشرفت و تحولات چند ساله اخیر در زمینه دریافت‌ها و پرداخت از طریق عابربانک، موبایل‌بانک و اینترنت‌بانک نشان می‌دهد که شبکه بانکی کشور نمی‌تواند به‌تنهایی و بدون بهره‌گیری از پشتیبانی عملیاتی فین‌تک‌ها و شرکت‌های طراح برنامه‌های «کوربانکینگ» (CORE BANKING)، مسیر پرفراز و نشیب بانکداری الکترونیک را به آسانی بپیماید. سیاست‌های تنگ نظرانه در این‌گونه موارد معمولا نتیجه عکس می‌دهد.

دوم؛ توسعه و پیشرفت بانکداری الکترونیکی نیازمند هماهنگی کامل و ارتباط برخط قوی امن شبکه بانکی کشور با بانک مرکزی است. علاوه‌برآن، اجرای مقررات متنوع قانون «اصلاح قانون صدور چک» مصوب سال ۱۳۹۷ نیز نیازمند هماهنگی کامل فنی بین نظام بانکی و قوه قضائیه است. بدون این هماهنگی چگونه می‌توان احکام و دستورات مراجع قضایی پیرامون موجودی حساب بانکی محکومان را در کوتاه‌ترین زمان اجرا کرد و نتیجه را به مراجع قضایی ذی‌ربط اعلام نمود؟ چگونه می‌توان تصور کرد بدهکاران بانکی برای رهایی از پرداخت یا به بیان دیگر، خلاصی از استرداد مطالبات بانک‌ها، راه اعلام ورشکستگی از طریق مراجع قضایی کشور را در پیش نگیرند و به علت فراهم نبودن زمینه همکاری سیستمی بین بانک مرکزی، شبکه بانکی و مراجع قضایی، بانک‌ها زمانی از صدور حکم ورشکستگی بدهکاران بانکی مطلع شوند که فرصت قانونی اعتراض به آن گذشته است؟

سوم؛ از نظر موازین قانونی، چک الکترونیکی که گاهی به آن «چک دیجیتال» نیز گفته می‌شود، همان ویژگی‌ها و مزایای قانونی چک کاغذی را دارد؛ با این تفاوت که چک الکترونیک در فضای الکترونیک متولد می‌شود.

چهارم؛ با این وجود، هنوز ابهامات حقوقی در مورد چک الکترونیکی فراوان است؛ مثلا در ماده ۲ قانون جدید چک آمده است: «برای صدور اجرائیه دارنده چک باید عین چک و گواهینامه مذکور در ماده ۴ و یا گواهینامه مندرج در ماده ۵ را به اجرای ثبت‌اسناد محل تسلیم نماید.» آیا مراجع ثبتی برای صدور اجرائیه چک الکترونیکی، اصل لاشه چک را که وجود خارجی ندارد، مطالبه خواهند کرد؟ همچنین تبصره ماده ۵ قانون جدید چک، ارائه اصل لاشه چک به بانک را از موجبات رفع سوءاثر از چک اعلام نموده است. اجرای این قاعده در مورد چک الکترونیکی چگونه امکان‌پذیرخواهد بود؟ مثال دیگر آنکه ماده ۱۱ قانون جدید چک در مورد پیگرد کیفری صادرکننده چک چنین گفته است: «جرایم مذکور در این قانون بدون شکایت دارنده چک قابل‌تعقیب نیست و در صورتی که دارنده چک تا شش ماه از تاریخ صدور چک برای وصول آن به بانک مراجعه ننماید یا ظرف شش ماه از تاریخ صدور گواهی عدم پرداخت شکایت ننماید دیگر حق شکایت کیفری نخواهد داشت.» این مقررات را در مورد چک الکترونیکی چگونه می‌توان اجرا نمود؟ و بالاخره اینکه مراجع ثبتی و قضایی برای عملیات اجرایی یا خدمات قضایی در مورد چک الکترونیکی، چه رویه‌ای را در پیش خواهند گرفت؟

پنجم؛ در برخی از کشورها، صدور چک الکترونیکی نیازمند داشتن یک حساب الکترونیکی است، اما در ایران فعلا همان حساب جاری سنتی کفایت می‌کند. اما قطعا صدور چک الکترونیکی مستلزم داشتن امضای دیجیتال است که زیرساخت‌های عمومی آن تاکنون فراهم نشده است.

ششم؛ با تولد چک الکترونیکی به نظر می‌رسد موضوعاتی نظیر تقدم تاریخ صدور چک بر تاریخی که روی چک نوشته می‌شود، جعل امضای دارنده چک، ناشناس بودن ظهرنویس و انتقال‌گیرنده چک و نظایر این مباحث، دیگر محلی از اعراب در نظام بانکی کشور نخواهند داشت.

هفتم؛ قانون جدید چک، مالکیت چک را به رسمیت شناخته است. پس چک می‌تواند موضوع خرید و فروش و معامله واقع شود و به‌اصطلاح بانکی‌ها، اسباب تنزیل آن فراهم است. به نظر می‌رسد می‌توان با سیاستگذاری مناسب، شرکت‌های پرداخت فین‌تک را به نحوی وارد بازار خرید و فروش تنزیل چک‌های الکترونیکی در قبال دریافت کارمزد معین کرد تا آنان نیز از این گستره بازار کسب درآمد مشروع نمایند. فردی که دارنده چک شش ماه است، ترجیح می‌دهد با پرداخت مبلغی کارمزد، چک خود را تبدیل به نقد نماید و منتظر آینده نماند.

هشتم؛ چک عادی یا چک الکترونیکی برخلاف سفته که ایجاد تعهد است، صرفا ابزار پرداخت به شمار می‌رود. صادرکننده با صدور چک، تعهد پرداخت مبلغ چک در سررسید معین نمی‌کند؛ بلکه فقط با صدور چک، مبلغ چک را به دارنده واگذار و به بانک دستور پرداخت چک می‌دهد. پس در ماهیت حقوقی، چک «سررسید» جایی ندارد، اما این موضوع، مانع از آن نیست که بانک مرکزی در طراحی چک الکترونیکی، جایی برای تاریخ صدور و جایی دیگر برای تاریخ و زمان پرداخت منظور کند تا صادرکننده و سایر مسئولان پرداخت بدانند که چک فقط در تاریخ پرداخت قابل مطالبه و صدور است و نه تاریخ صدور. اجرای این پیشنهاد می‌تواند مشکل فعالان اقتصادی در صدور چک وعده‌دار را حل کند تا نیاز به استفاده از سایر روش‌های غیرقانونی برای صدور و نقل و انتقال چک نباشد.

نهم؛ واقعیت آن است که با گسترش عابربانک‌ها و پرداخت‌های اینترنتی به نظر می‌رسد در شرایط فعلی، استفاده از چک به‌عنوان یک سند پرداخت آنی، کمرنگ شده و کاربرد چک به‌عنوان تضمین یا به‌عنوان سند پرداخت وعده‌دار بسیار پررنگ شده است. بنابراین ضرورت دارد بانک مرکزی با طراحی مناسب حقوقی، نقش چک‌های الکترونیکی به‌عنوان یک سند پرداخت وعده‌دار و همچنین نقش ماهیت تضمینی آن را پررنگ‌تر نماید. چون مردم در حال حاضر نیاز ندارند برای هر پرداخت چک صادر کنند. عابربانک‌ها و پرداخت اینترنتی جایگزین چک‌کشیدن شده است.

دهم؛ در مورد پشت‌نویسی چک‌های صیادی به‌عنوان تضمین و جایگاه تضمین چک در سامانه‌های بانک مرکزی، بحث و سخن حقوقی بسیار است. اما این موضوع نیز قابل انکار نیست که استفاده از چک به‌عنوان تضمین اصلی یا تضمین تکمیلی تسهیلات بانکی در شبکه بانکی کشور رواج داشته است. در مقام مقایسه مزایای قانونی چک و سفته، اینجانب در مدت خدمت در نظام بانکی کشور همواره استفاده از چک به جای سفته در تضمین تسهیلات بانکی را به دلایل متعدد حقوقی و بانکی ترجیح داده‌ام. بدین لحاظ به نظرم می‌توان با اصلاح مقررات مربوط به صدور چک الکترونیکی، زمینه استفاده بانک‌ها از چک الکترونیکی به‌عنوان تضمین تسهیلات بانکی را فراهم ساخت.

سخن پایانی آنکه، گسترش بانکداری الکترونیک موجبات افزایش سرعت و امنیت تراکنش‌های بانکی و استفاده آسان‌تر مردم از خدمات بانکی را فراهم خواهد ساخت. بنابراین بایستی از سیاست‌های بانک مرکزی در این زمینه استقبال نمود، اما در این مسیر نباید فراموش کرد که فراهم‌سازی بسترهای سخت‌افزاری و نرم‌افزاری بانکداری الکترونیکی برای بانک‌ها بسیار پرهزینه است. پس در این مسیر، بانک مرکزی باید راه‌های قانونی جبران این هزینه‌ها را نیز هموار سازد. استفاده از ظرفیت‌های قانونی مجلس برای تأمین اعتبارات لازم و همچنین متعادل‌سازی نظام پرداخت کارمزد خدمات بانکی، به‌ویژه در زمینه توسعه زیرساخت‌های بانکداری الکترونیکی و برقراری کارمزد پاسخ به استعلامات توسط بانک‌ها می‌تواند تا حدی این هزینه را تأمین و جبران نماید.

در نهمین همایش سالانه بانکداری الکترونیک و نظام‌های پرداخت

اپلیکیشن «زیپاد» محصول برتر بانکی جشنواره دکتر نوربخش شد

حساب دیجیتال کودک و نوجوان بانک پاسارگاد (زیپاد) به‌عنوان محصول برتر بانکی جشنواره دکتر نوربخش پژوهشکده پولی و بانکی بانک مرکزی معرفی شد و رتبه دوم را به خود اختصاص داد. به گزارش روابط عمومی بانک پاسارگاد، در مراسم اختتامیه نهمین همایش سالانه بانکداری الکترونیک و نظام‌های پرداخت که روزهای یکم و دوم اسفندماه با حضور مدیران بانک‌ها، کارشناسان و فعالان نظام بانکی کشور در سالن همایش‌های بین‌المللی برج میلاد تهران برگزار شد، در بخش جشنواره دکتر نوربخش و از میان محصولات بررسی‌شده توسط هیأت داوران جشنواره، حساب دیجیتال کودک و نوجوان پاسارگاد (زیپاد)، به عنوان محصول برگزیده بانکی این جشنواره معرفی شد و رتبه دوم را به خود اختصاص داد.

انتخاب بانک‌های برتر نوآور، یکی از فعالیت‌های جنبی همایش سالانه بانکداری الکترونیک و نظام‌های پرداخت است که از اولین دوره برگزاری تاکنون با رعایت سه معیار نوآورانه بودن، کاربردی بودن و سودآوری بالقوه در دستور کار همایش قرار گرفته است. بر همین اساس در سال ۱۴۰۱؛ محصول «زیپاد» از بانک پاسارگاد موفق به کسب رتبه دوم در بخش محصول برتر بانکی این جشنواره شد. گفتنی است که همزمان با کسب این عنوان توسط بانک پاسارگاد، محصول «زیپاد» در مراسمی با حضور تعدادی از دانش‌آموزان به فرزندان عزیز کشورمان معرفی شد. بانک پاسارگاد با هدف ایجاد نوآوری در خدمات مالی ویژه افراد زیر ۱۸ سال و افزایش سطح سواد مالی فرزندان ایران، اپلیکیشن «زیپاد» را با امکان ارائه خدمات مالی و بانکی متنوع همچون ایجاد حساب به صورت آنلاین توسط والدین، ایجاد قلک‌های مجازی ویژه، انتخاب حساب‌های بانکی با طرح‌ها و تسهیلات متنوع و کاربردی، مدیریت پول توجیبی فرزندان و ارائه کارت بانکی اختصاصی کودک و نوجوان (زی‌کارت) به بازار معرفی کرده است. «زی‌کارت» به نام خود فرزند صادر شده و کودک یا نوجوان با دریافت این کارت از خدمات حضوری بانکی مانند دریافت وجه، خریدهای حضوری و دریافت خدمات متنوع بانکی با استفاده از دستگاه خودپرداز بهره‌مند می‌شود. نکته جالب توجه این است که والدین با نصب اپلیکیشن «زیپاد» می‌توانند از امکانات نظارتی و آموزشی این حساب دیجیتال بهره‌مند شوند. در واقع، حساب دیجیتال کودک و نوجوان، نگرانی و دغدغه‌های والدین را در زمینه‌هایی از جمله نحوه خرج کردن پول مرتفع کرده و امکانات نظارتی مانند بررسی تراکنش‌های کودک یا نوجوان در هر لحظه، تعیین سقف برای برداشت و انتقال وجه یا خرید را در اختیار پدر و مادرها قرار داده است.

نگاه

گزارش مرکز آمار از آخرین تغییرات قیمتی

هزینه خانوار چقدر بالا رفت؟

در گـزارش مرکز آمار ایران، اعداد و ارقـام قابل توجهی دیده می‌شـود که تغییر فاحش قیمت‌ها را در طول یک سال گذشته تایید می‌کند؛ به طوری که در برخی کالاها حتی شـاهد افزایش بیش از ۲۰۰ درصد تورمی هم بوده‌ایم. به گزارش «خبرآنلاین»، آخرین گزارش رسـمی دولت از تغییـر قیمت‌ها، از افزایش تورم نقطـه به نقطه به حـدود ۵۳٫۴ درصد حکایـت دارد. این برای پنجمین ماه در طول امسال است که شاخص تورم نقطه‌ای (تورم بهمن‌ماه امسـال نسبت به بهمن سال گذشته) از ۵۰ درصد عبور کرده و به حدود ۵۳٫۴ درصد رسیده است. این در شرایطی است که تورم نقطه‌ای بهمن‌ماه به تورم تیرماه و پس از اجرای جراحی اقتصادی دولت بازگشـت؛ به طوری که بلافاصله پس از شـوک قیمتی که با حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی در اردیبهشـت‌ماه امسـال اتفـاق افتاد، نرخ تورم نقطه به نقطـه در خردادماه به یک‌باره از ۳۹٫۳ درصد در اردیبهشت‌ماه به ۵۲٫۵ درصد در خردادماه تغییر پیدا کرد. این شاخص در تیرماه به ۵۴ درصد رسید و در مردادماه بـا ۱٫۸ درصد کاهش بـه ۵۲٫۲ درصد تغییر کـرد. گزارش‌های مرکز آمار نشـان می‌دهد که نرخ تورم نقطه به نقطه از مردادماه رونـدی نزولی به خـود گرفت؛ تا جایی کـه پایین‌ترین عدد در آبان‌ماه امسال ثبت شد که ۴۸٫۱ درصد بود؛ این نقطه‌ای بود که مسـئولان دولتی، از تخلیه کامل شوک تورمی حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی سخن می‌گفتند و حتی پیش‌بینی ادامه این روند و کاهش نرخ تورم تا پایان سال را داشتند.

بانک مرکـزی نیـز در گزارش‌های متعـدد روی این موضوع تاکید داشـت و در یک گزارش اعلام کـرد: «طبق پیش‌بینی‌ها، اجرای طرح مردمی‌سـازی یارانه‌ها و سیاست حذف ارز ترجیحی در ماه‌های نخسـت اجرای طرح موجـب اصلاح و افزایش قیمت کالاهای اساسی مرتبط با تخصیص ارز ترجیحی شد، اما با توجه بـه تقلیل و حتی حذف مولفه‌های افزایش‌دهنده نرخ تورم از این محل، روند افزایشـی تورم ماهانه شاخص بهای کالاها و خدمات مصرفی در تیرماه متوقف و معکوس شد و بنابراین انتظار می‌رود این روند کاهشـی تورم ماهانه استمرار داشته باشد. علاوه بر این، با توجه به اینکه نرخ تورم سـالانه معادل میانگین تورم ۱۲ ماهه است، با کند شـدن روند افزایشی تورم ماهانه ناشی از تخلیه اثر حذف ارز ترجیحی، کاهش تورم سالانه نیز محتمل خواهد بود.»

امـا در واقعیت چه اتفاقی افتاد؟ در گـزارش مرکز آمار ایران، اعداد و ارقام قابل توجهی دیده می‌شود که تغییر فاحش قیمت‌ها را در طول یک سال گذشته تایید می‌کند؛ به طوری که در برخی کالاها حتی شـاهد افزایش بیش از ۲۰۰ درصد تورم هم بوده‌ایم. براسـاس گزارش مرکز آمار ایران، شـاخص تـورم خوراکی‌ها و آشامیدنی‌ها در بهمن‌ماه امسال نسبت به بهمن‌ماه سال گذشته، ۷۱٫۵ درصد افزایش یافته اسـت. به این ترتیب که در طول یک سال گذشته قیمت نان و غلات ۶۲٫۲ درصد، گوشت قرمز، سفید و فرآورده‌های آنها ۷۹٫۹ درصد، گوشـت قرمز و گوشت ماکیان ۸۷٫۴ درصـد، ماهی‌ها و صـدف‌داران ۴۰ درصد، شـیر، پنیر و تخم‌مـرغ ۸۲٫۷ درصد، روغن‌ها و چربی‌ها ۲۴۶٫۹ درصد، میوه و خشـکبار ۴۴٫۶ درصد و سبزیجات ۶۵٫۶ درصد گران شده است. همچنین در بهمن‌ماه امسـال نسـبت به بهمن‌ماه سال گذشته هزینـه دخانیات ۳۳٫۷ درصد، پوشـاک و کفـش ۴۶٫۵ درصد، مسـکن، آب، برق، گاز و سایر سـوخت‌ها ۳۹٫۹ درصد، بهداشت و درمان ۵۴٫۳ درصد، حمل‌ونقـل ۵۰٫۲ درصد، ارتباطات ۱۵٫۳ درصـد، تفریح و فرهنگ ۳۲٫۶ درصد و هتل و رسـتوران ۷۸٫۹ درصد افزایش داشته است.

نکته قابل توجهی که در میان اعداد و ارقام منتشرشـده توسط مرکز آمار در خصوص تـورم بهمن‌ماه ۱۴۰۱ وجود دارد، کاهش ۳٫۵ درصـدی نرخ تورم ماهانه اسـت؛ چنانکه نـرخ تورم ماهانه بهمن‌ماه ۱۴۰۱ نزولی شد و به ۳٫۵ درصد رسید که در مقایسه با دی‌ماه، ۰٫۸ واحد درصد کاهش داشته است. مشاهده این عدد در حالی اسـت که در گزارش رسمی دولت، از افزایش ۴٫۷ درصدی تورم بخش خوراکی‌ها و آشـامیدنی‌ها خبر داده شـده است؛ به این شـکل که در بهمن‌ماه امسال نان و غلات ۲٫۳ درصد، گوشت قرمز، سفید و فرآورده‌های آن ۱۰٫۵ درصد، گوشت قرمز و گوشت ماکیان ۱۰٫۸ درصد، ماهی‌ها و صـدف‌داران ۷٫۸ درصد، میوه و خشـکبار ۱٫۲ درصد، روغن‌ها و چربی‌ها ۰٫۵ درصد و سبزیجات ۱۲٫۴ درصد گران شده اسـت. البته در گزارش مرکز آمار ایران، نرخ ماهانـه دخانیات در بهمن‌ماه ۱٫۸ درصد، پوشـاک و کفش ۳٫۲ درصد، مسـکن، آب، برق، گاز و سایر سوخت‌ها ۲٫۶ درصد، حمل‌ونقل ۳٫۵ درصد، بهداشـت و درمـان ۱٫۶ درصد، تفریح و فرهنگ ۲٫۸ درصد و ارتباطات ۲٫۱ درصد اعلام شده است.

مشـاهده تغییر قیمت‌ها در طول یک ماه گذشـته، این سوال را بـرای عموم مطرح می‌کند که در حالـی که موجی از افزایش قیمت‌ها به خصوص در اقلام اساسـی مردم ایجاد شـده، چگونه نرخ تورم ماهانه کاهشـی شده اسـت؟ این در شرایطی است که تورم سالانه در بهمن‌ماه ۱٫۴ درصد رشد پیدا کرده است. براساس گزارش مرکـز آمار ایران، نرخ بهمن سـالانه بهمن‌ماه ۱۴۰۱ به ۴۷٫۷ درصد افزایش یافته و این در حالی است که این شاخص در ماه قبل از آن، در دی‌ماه ۴۶٫۳ درصد اعلام شده بود.

گزارش رسـمی دولت در این میان حاکی از آن اسـت نرخ تورم سـالانه از ابتدای امسال ۸٫۵ درصد افزایش یافته؛ به طوری که نرخ تورم از ۳۹٫۲ درصـد در فروردین‌ماه ۱۴۰۱ به رقم ۴۷٫۷ درصد در بهمن‌ماه ۱۴۰۱ تغییر کرده اسـت. با وجود مشاهده چنین اعداد و ارقامی از وضعیت تورم و وضعیتی که در قیمت‌ها مشاهده می‌شود، دولت سـیزدهم تاکید دارد که کشور را با تورم ۶۰ درصدی تحویل گرفته و توانسـته این تورم را به ۴۰ درصـد کاهش دهد؛ عدد ۶۰ درصـدی که در هیچ یک از اعداد و ارقام مرکز آمار (تورم سـالانه و نقطه به نقطه) دیده نمی‌شـود؛ به این شکل که در مردادماه ۱۴۰۰ که دولت سیزدهم به روی کار آمد، نرخ تورم نقطه به نقطه براساس گزارش مرکز آمار ایران، ۴۳٫۲ درصد و نرخ تورم سالانه ۴۵٫۲ درصد اعلام شده اسـت. با این حال، رئیس‌جمهور در آخرین گفت‌وگوی تلویزیونی خود هم تاکید کرد که دولت کشور را با تورم ۶۰ درصدی تحویل گرفت و علی رغم تحولات جهانی و منطقه‌ای و مسئله اصلاح یارانه‌ها و حذف ارز ۴۲۰۰ تومان، دولت توانسـت این تورم را به ۴۰ درصد کاهش دهد.

چگونه ایران به رتبه ۵۳ دنیا در شاخص نوآوری رسید؟

دست‌انداز سیاستگذاری نوآورانه

فرصت امروز: اصولا کشـورهای جهان در سیاسـتگذاری فناوری، دو رویکرد کلی دارند. گروه نخست، کشورهایی که دولت ظرفیت ارائه بسیاری از خدمات را نـدارد و به جای او، کارآفرینان و نوآوران به عنوان بازیگران اصلی در پیشـبرد نوآوری و ارائه محصولات و خدمات مختلف به جامعه ایفای نقش می‌کنند. گروه دوم، کشورهایی که دولت ظرفیت بالایی در آن دارد و توانسـته است با ارائه زیرساخت‌ها، موفقیت و فعالیت‌های نوآوران را تسـهیل نماید. به نظر می‌رسد که ایران در هیچ کدام از این دو دسته جای نمی‌گیرد؛ چنانکه سیاستگذار اقتصادی در کشورمان با ورود در اکثر حوزه‌هـا، یا امکان بازی را از بخش خصوصی سـلب کـرده یا در صورت موفقیت نسبی، از محل هزینه‌کرد منابع بودجه‌ای، خدمات غیراقتصادی و گران‌تر از رقبای بالقوه بخش خصوصی ارائه کرده و امکان بالفعل شدن را از کارآفرینان و نوآوران گرفته است. در واقع، دولت در صورت ورود، مرزی بـرای توقف و واگذاری برای خود قائل نبوده و در صورت عدم ورود، اجازه ورود به سایر بازیگران را نداده و زیرساخت آن را فراهم نکرده است؛ آنچه می‌توان از آن به «تنگنای سیاستگذاری نوآورانه در اقتصاد ایران» یاد کرد.

چالش نوآوری در اقتصاد ایران

ایران در آخرین گزارش شاخص جهانی نوآوری در سال ۲۰۲۲ میلادی، با امتیاز ۳۲٫۹ در جایگاه پنجاه و سوم از میان ۱۳۲ کشور جهان ایستاد. با وجود آنکه ایران در شاخص جهانی نوآوری بین سال‌های ۲۰۱۴ تا ۲۰۲۲، عملکرد صعودی و مثبتی داشـته و از امتیاز ۲۶٫۱ و رتبه ۱۲۰ در سـال ۲۰۱۴ به امتیاز ۳۲٫۹ و رتبه ۵۳ در سال ۲۰۲۲ رسیده است، با این وجود، جایگاه پنجاه و سوم ایران از بین ۱۳۲ کشور جهان، کافی به نظر نمی‌رسد و باید برای ارتقای نوآوری در کشورمان، تلاش بیشتری صورت گیرد. ایران در حالی در سال گذشته میلادی براساس گزارش شاخص جهانی نوآوری در رتبه پنجاه و سوم جهان قرار گرفته که در زیرشاخص نهادها رتبه ۱۳۱، در زیرشاخص سـرمایه انسانی رتبه ۵۴، زیرشاخص زیرساخت رتبه ۷۵، زیرشاخص پیچیدگی بازار رتبه ۱۱، زیرشاخص پیچیدگی کسب وکار رتبه ۱۱۵، زیرشـاخص خروجی‌های دانش و فناوری رتبه ۵۰ و در زیرشاخص خروجـی خلاقانه رتبه ۳۳ را به دسـت آورده اسـت. ایران همچنین در زیرشاخص ورودی نوآوری طی سال‌های گذشته، عملکرد صعودی داشته و از رتبه ۱۰۷ در سال ۲۰۱۴ به رتبه ۷۳ در سال ۲۰۲۲ ارتقا یافته است. رتبه ایران در زیرشـاخص خروجی نوآوری نیز در این سال‌ها همواره در حال صعود بوده و از رتبه ۱۲۵ در سال ۲۰۱۴ به رتبه ۳۸ در سال ۲۰۲۲ بهبود یافته اسـت. براساس شـاخص جهانی نوآوری، ایران منابع ورودی نوآوری را به نسبت کارا به محصولات خروجی نوآوری تبدیل می‌کند.

از آنجایی که توسـعه اقتصادی از طریق نـوآوری به مثابه یک فرآیند پویا هدایت می‌شود، بهبود جایگاه کشـورها در زمینه نوآوری از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است. بر همین اساس، یک گزارش رسمی پیشنهاد می‌کند که سیاست‌های تشویقی در اقتصاد ایران در جهت افزایش هزینه بخش خصوصی در تحقیق و توسـعه اتخاذ شود. همچنین سیاست‌های حمایتـی برای آموزش‌های در حین کار و آموزش‌های رسـمی کارکنان در بخش خصوصی و دولتی، ارتقای همکاری صنعت و دانشـگاه، افزایش حمایت از حقوق مالکیت فکری و تسهیل انتقال بین‌المللی فناوری در این مسیر از اهمیت بالایی برخوردار است.

۵ مرحله تخریب خلاق

نهاد پژوهشی مجلس در گزارشی به «ارزیابی جایگاهی ایران در شاخص جهانی نوآوری» پرداخته و وضعیت تجاری‌سازی دانش در اقتصاد ایران را بررسی کرده است. براساس ارزیابی مرکز پژوهش‌های مجلس، نوآوری به معنای خلق و تجاری‌سازی دانش جدید است. همچنین معرفی و کاربرد روش‌های جدید و بهبودیافته در انجام کارها نیز تعریف می‌شود. «جوزف شـومپیتر» به عنوان فردی که تاثیر زیادی بر نظریه‌های نوآوری گذاشته است در این باره اسـتدلال می‌کرد که توسعه اقتصادی از طریق نوآوری به مثابه یک فرآیند پویا هدایت می‌شـود کـه در آن، فناوری‌های جدید جایگزین فناوری‌های قدیمی می‌شـوند؛ به این فرآیند «تخریب خلاق» گفته می‌شـود. فهرست پیشنهادی او شـامل پنج مرحله است. معرفی محصولات جدید، معرفی روش‌های جدید تولید، گشایش بازارهای جدید، توسـعه منابع جدید تامین مواد خام یا سـایر نهاده‌ها و در نهایت ایجاد سـاختارهای جدید بازار در یک صنعت، مراحل مذکور هستند. می‌توان گفت نوآوری، دلیل نهایی بهبود عملکرد شرکت‌هاست. برای مثال، کاهش هزینه‌ها یـا افزایش تقاضای یک محصول یا فرآیند جدید می‌تواند منبع مزیت بازار برای مبتکر آن باشد. در مورد نوع نوآوری‌ها در فرآیند، افزایش بهره‌وری شرکت نسبت به رقبای خود سبب کسب مزیت در هزینه می‌شود و امکان سود بیشتر در قیمت رایج بازار یا بسته به کشش تقاضا، استفاده از ترکیبی از قیمت پایین‌تر و سود بالاتر را فراهم می‌کند که سبب ترکیبی از سهم بازار و سود بیشتر نسبت به رقبا می‌شود. در مورد نوآوری محصول، شرکت می‌تواند با معرفی یک محصول جدید، مزیت رقابتی به دست آورد که به آن اجازه می‌دهد تقاضا و ارزش را افزایش دهد. شرکت‌ها همچنین می‌توانند با افزایش توانایی در نوآوری، عملکرد خود را بهبود ببخشند.

این گزارش نشـان می‌دهد که حفظ حقوق مالکیت فکری، یک عامل مهم در نوآوری است. با توجه به اینکه نتایج تحقیقات و فناوری‌های جدید اغلب جنبه‌های یک کالای عمومی را دارند، پس از انتشار فناوری، کاربران را نمی‌توان از دسترسـی به نوآوری منع کرد. در چنین مواردی، شرکت نمی‌تواند از تمام مزایای حاصل از نوآوری خود بهره‌مند شود که این مسئله انگیزه سـرمایه‌گذاری در فعالیت‌های نوآورانه را کاهش می‌دهد. بنابراین توانایی حفاظت از نوآوری‌ها، تاثیر مهمی بر فعالیت نوآوری خواهد داشت.

عملکرد ایران در شاخص نوآوری

ایران در شـاخص جهانی نوآوری سال ۲۰۲۲ با امتیاز ۳۲٫۹ در جایگاه پنجاه و سوم از میان ۱۳۲ کشور جهان قرار دارد. روند رتبه و امتیاز ایران در شاخص جهانی نوآوری طی سال‌های ۲۰۱۴ تا ۲۰۲۲ صعودی بوده و از امتیاز ۲۶٫۱ و رتبه ۱۲۰ در سـال ۲۰۱۴ به امتیاز ۳۲٫۹ و رتبه ۵۳ در سال ۲۰۲۲ ارتقا یافته اسـت. هرچند روند شاخص جهانی نوآوری ایران رو بـه بهبود بوده، اما جایگاه ۵۳ ایران از بین ۱۳۲ کشـور، کافی به نظر نمی‌رسد و باید برای ارتقای نوآوری، تلاش بیشتری صورت بگیرد. امتیاز و رتبه ایران در زیرشاخص ورودی نوآوری نیز طی سال‌های ۲۰۱۴ تا ۲۰۱۹ صعودی بوده و از امتیاز ۳۳٫۲ و رتبه ۱۰۷ در سال ۲۰۱۴ به امتیاز ۳۶٫۵ و رتبه ۷۳ در سال ۲۰۲۲ ارتقا یافته است. براساس شاخص جهانی نوآوری، ایران منابع ورودی نوآوری را به نسبت کارا به محصولات خروجی نوآوری تبدیل می‌کند. ایران با ورودی‌های کمتر نسبت به اقتصادهای پردرآمدی مانند لاتویا و کروات دارای خروجی‌های قابل مقایسه با آنهاست. همچنین ایران در رکن نهادها با امتیاز ۳۱٫۱ رتبه ۱۳۱، در رکن سـرمایه انسانی با امتیاز ۳۵ رتبه ۵۴، در رکن زیرسـاخت با امتیاز ۴۱٫۱ رتبه ۷۵، در رکن پیچیدگی بازار با امتیاز ۵۶٫۸ رتبه ۱۱ و نهایتا در رکن خروجی خلاقانه با امتیاز ۳۱٫۸ رتبه ۳۳ را داراست.

ارزیابی محتوایی وضعیت ایران در شاخص جهانی نوآوری طی سال‌های ۲۰۱۴ تا ۲۰۲۲ نشان می‌دهد که جایگاه ایران در این شاخص ارتقا یافته و به رتبه ۵۳ از میان ۱۳۲ کشور رسیده است. ایران هرچند به لحاظ سرمایه انسانی، خروجی‌های خلاقانه و خروجی دانش و فناوری وضعیت متوسطی دارد، اما از نظر نهادها، پیچیدگی کسـب وکار و زیرساخت‌ها با بیشترین چالش‌ها برای نوآوری مواجه است. ذی‌نفعان توسعه نوآوری و ارکان آن در کشـور، بنگاه‌ها و کارآفرینان به عنوان تولیدکنندگان از یک طرف و همه آحاد جامعه به مثابه مصرف‌کنندگان از طرف دیگر هسـتند. در مجموع، جایگاه ایران در ارکان فرعی خلق دانش و دارایی‌های نامشـهود نسبت به سایر ارکان فرعی مناسب‌تر است و در ارکان فرعی تحقیق و توسعه و تاثیر دانش وضعیت متوسـطی دارد، اما جایگاه ایران در ارکان فرعی کارکنان دانشی، پیوندهای نوآوری، جذب دانش و انتشار دانش مناسب نیست.

در هر ۲ شاخص قیمت و اجاره در بهمن‌ماه

تورم ماهانه مسکن نزولی شد

در بهمن‌ماه ۱۴۰۱، تورم ماهیانه مسـکن در هر دو شـاخص قیمت و اجاره‌بها به ۲٫۳ درصد رسـید که در مقایسه با رقم ۲٫۸ درصدی دی‌ماه، کاهـش ۰٫۵ درصدی را نشـان می‌دهـد. جدیدترین آمارهای رسـمی منتشرشده درخصوص تورم کالاها و خدمات نشان می‌دهد که در بهمن‌ماه امسال تورم ماهیانه مسکن در کل کشور به ۲٫۳ درصد رسیده است. این رقم در دی‌ماه امسال ۲٫۸ درصد بود که از افت ۰٫۵ درصدی سرعت رشد قیمت مسـکن در دومین ماه فصل زمسـتان حکایت دارد. تورم نقطه به نقطه مسکن هم که تغییر قیمت در مقایسه با ماه مشابه سال قبل را نشان می‌دهد، از رقم ۴۱٫۷ درصد حکایت دارد. این شاخص در بهمن‌ماه ۱۴۰۰ بالغ بر ۳۹٫۵ درصد بود. بنابراین در این بخش با افزایش ۲٫۲ درصدی تورم مسکن کل کشور مواجه هستیم. همچنین رشد قیمت مسکن کل کشور در ۱۲ ماهه منتهی به بهمن‌ماه ۱۴۰۱ به رقم ۳۴٫۸ درصد رسـید که در مقایسه با رقم ۳۳٫۷ درصد ماه گذشته، رشد ۱٫۱ درصد را نشان می‌دهد.

در بخش اجاره‌بها نیز طبق اعلام مرکز آمار ایران، شاخص قیمت ماهیانه، نقطه به نقطه و سالیانه در بهمن‌ماه ۱۴۰۱ به ترتیب به ۲٫۳ درصد، ۴۱٫۶ درصد و ۳۴٫۷ درصد رسید. این در حالی است که ارقام مذکور در دی‌ماه به ترتیب ۲٫۸ درصد، ۳۹٫۴ درصد و ۳۳٫۵ درصد بوده است.

بررسـی وضعیت بازار مسکن کشـور در ۱۱ ماهه ابتدای سال ۱۴۰۱ حاکی از آن است که رشد ماهیانه قیمت مسکن در اردیبهشت ۲٫۵ درصد، خـرداد ۲٫۳ درصد، تیرماه ۳٫۸ درصد، مردادماه ۲٫۸ درصد، شـهریورماه ۳٫۵ درصد، مهرماه ۶٫۱ درصد، آبان ۳٫۷ درصد، آذر ۲٫۸ درصد، دی ۲٫۸ درصد و بهمن ۲٫۳ درصد بوده است. میزان افزایش ماهیانه نرخ اجاره در کل کشـور نیز در اردیبهشـت بالغ بر ۲٫۵ درصد، خرداد ۲٫۳ درصد، تیر ۳٫۸ درصد، مرداد ۲٫۹ درصد، شـهریور ۳٫۵ درصد، مهر ۶٫۱ درصد، آبان ۳٫۷ درصد، آذر ۲٫۸ درصد، دی ۲٫۸ درصد و بهمن ۲٫۳ درصد اعلام شد.

از جملـه خبرهای هفته گذشـته در حوزه مسـکن، سـفر وزیر راه و شهرسـازی به اسـتان اردبیل و افتتاح ۱۸۰ واحد نهضت ملی مسکن در این اسـتان بوده است. در اسـتان تهران نیز آنطور که مسئولان مربوطه خبر می‌دهند، بیش از ۷۸۰۰ واحد نهضت ملی مسـکن در استان تهران بـه مرحله اجرا رسـیده که ۲۳۰۰ واحد در مراحل پیشـرفت بالای ۷۰ درصد قرار دارد و در صورتی که زیرسـاخت‌های خدماتی، تسـهیلاتی و آورده متقاضیان به‌موقع تزریق شود، در خردادماه ۱۴۰۲ شاهد افتتاح آن خواهیم بود. در این زمینه «خلیل محبت‌خواه»، مدیرکل راه و شهرسازی اسـتان تهران به «ایسنا» توضیح می‌دهد: تعداد ۲۳۴۲ واحد نهضت ملی مسکن توسـط اداره کل راه و شهرسازی استان تهران در شهرستان‌های پاکدشـت، اسلامشهر، رباط‌کریم و شهریار با پیشرفت فیزیکی بین ۵۰ تا ۷۰ درصد در حال اجرا است و اخیرا عملیات آماده‌سازی و اجرای ۵۵۰۰ واحد دیگر نیز در شهرهای مذکور آغاز شده است. در شهرستان پاکدشت ۶۳۰ واحد نهضت ملی مسـکن به میانگین پیشـرفت ۷۰ درصد رسیده اسـت. در اسلامشـهر پروژه ۸۰۰ واحدی بین ۵۰ تا ۷۰ درصد پیشرفت فیزیکی دارد. پروژه ۴۰۸ واحدی رباط کریم تقریبا به همین میزان یعنی از ۷۰ درصد پیشرفت برخوردار اسـت. در شهریار هم ۵۰۴ واحد را اجرا می‌کنیم که به طور میانگین ۵۰ درصد پیشرفت فیزیکی دارد.

او درباره چالش‌های اجرای طرح‌های مسـکونی نیـز می‌گوید: عمده متقاضیان تاکنون تا ۲۰۰ میلیون تومان آورده واریز کرده‌اند. پیامک بعدی واریز ۴۰ میلیون تومان دیگر را برای آنها ارسـال کرده‌ایم. بحمدالله همه پروژه‌ها فعال هستند. درخواست افزایش تسهیلات از ۳۰۰ به ۴۵۰ میلیون را داریـم که انتظار داریم شـورای پول و اعتبار بـا آن موافقت کند؛ زیرا متقاضیان شـهرهای تابعه استان تهران غالبا کسانی هستند که در شهر تهران کار می‌کنند یا ساکن تهران هستند. بنابراین انتظار داریم به همان میزان تسـهیلاتی که در پرند و پردیس پرداخت می‌شـود، به متقاضیان شهرهای دیگر اسـتان نیز پرداخت شود. خوشبختانه اخیرا دستگاه‌های مربوطه به تامین زیرسـاخت‌های شـبکه آب، برق و گاز ورود کرده‌اند و درخواسـت ما این است که سرعت بیشـتری به این فرآیند بدهند. اگر تسـهیلات، آورده و زیرساخت‌های خدماتی فراهم شود اغلب پروژه‌ها در سال آینده به مراحل نهایی می‌رسد.

مدیرکل راه و شهرسـازی اسـتان تهران درباره زمان افتتاح طرح‌های نهضت ملی مسـکن می‌افزاید: در صورتی که منابع لازم از سوی بانک‌ها و متقاضیان به موقع تزریق شـود و دستگاه‌های خدمات‌رسان هم اهتمام بیشتری نشان دهند، در خردادماه شاهد افتتاح پروژه‌ها خواهیم بود.

احتمالا تورم امسال ۱۰ درصد بالاتر از سال گذشته تمام می‌شود

۴ سناریوی تورمی در پایان ۱۴۰۱

ایمان ولی‌پور
ایمیل: IvanKaramazof@yahoo.com

روندهـــای تورمی در اقتصاد ایران کماکان با قدرت ادامه دارند. تورم در چند دهه گذشته مهمترین دغدغه ایرانیان بوده و دولت‌ها با وجود وعده و وعیدهای کاهش تورم نتوانســـته‌اند غول بی‌شاخ و دم تورم را رام کنند. شاخص تورم به عنوان یکی از سه شاخص اصلی اقتصاد کلان، از اهمیت زیادی در هر نظام اقتصادی برخوردار اســـت، اما گویا درجه اهمیت آن در اقتصاد سیاســـی ایران از سطح اســـتاندارد فراتر رفته است؛ به طوری که دولت‌های وقت به جای آنکه بر رشـــد و توسعه اقتصادی متمرکز باشند، درگیر نرخ تورم هســـتند. جالب آنکه در ســـوی دیگـــر، بانک مرکزی به جای اینکه عهده‌دار وظیفه اصلی خود یعنی کنترل تورم باشـــد، در گیر و دار کنترل نرخ ارز اســـت. همین دو مثال به خوبی نشـــان می‌دهد که سیاستگذاری اقتصادی ایران از شرایط مطلوب، فاصله زیادی دارد.

سوال این است که نرخ تورم در پایان سال ۱۴۰۱ به چه رقمی می‌رسد؟ آنطور که بازوی پژوهشـــی اتاق بازرگانی تهران برآورد کرده است، به نظر می‌رســـد شـــتاب افزایش قیمت‌ها در اســـفندماه حداقل ۴۹,۱ درصد و حداکثر ۴۹,۶ درصد باشد. طبق ارزیابی معاونت بررسی‌های اقتصادی اتاق تهران، تورم ایران در دو ســـال ۱۳۹۵ و ۱۳۹۶ تک رقمی بود که از سال ۱۳۹۷ مجددا دورقمی و روند افزایشی آن آغاز شد؛ به طوری که در سال ۱۴۰۰ به رقم ۴۰,۲ درصد رسید. همچنین میانگین تورم ماهانه در فصل بهار امســـال به ۶,۴ درصد، در فصل تابستان به ۲,۹ درصد، در فصل پاییز به ۲,۳ درصد و در ۱۱ ماه ابتدای سال ۱۴۰۱ به حدود ۳,۹ درصد رسیده است. کمترین تورم ماهانه در آذر با ۱,۹۲ درصد و بالاترین آن در خرداد با ۱۲,۲ درصد بوده است. با فرض چهار سناریوی ممکن برای استمرار تورم ماهانه ۱، ۲، ۳ و ۴ درصد در اسفندماه، تورم کل در پایان سال به ترتیب ۴۹,۱ درصد، ۴۹,۲ درصد، ۴۹,۴ درصد و ۴۹,۶ درصد برآورد می‌شود. این رقم ۹ درصد از تورم سال قبل بالاتر است.

سیر تورم در نیمه زمستان

اگرچه از سرعت تورم ماهانه در بهمن‌ماه ۱۴۰۱ کاسته شد، اما همچنان در بالای ســـطح ۳,۵ درصد باقی ماند. عوامـــل اثرگذار بر افزایش ۵۳,۳۸ درصدی شـــاخص بهای کالاها و خدمات خانوارهای کشـــور در بهمن‌ماه امسال در مقایسه با بهمن سال گذشـــته، مشارکت ۳۸,۸ درصدی گروه کالایـــی و ۱۴,۶ درصـــدی گروه خدمات بوده اســـت. براســـاس تفکیک گروه‌های عمده، مهمترین عوامل مشـــارکت‌کننده در این تورم، افزایش شـــاخص بهای گروه خوراکی‌ها و آشـــامیدنی‌ها با مشارکت ۲۵,۵ درصد است. مسکن شـــامل اجاره و خدمات تعمیر مسکن با سهم ۹,۱ درصد و حمل‌ونقل با ســـهم حدود ۵,۶ درصد است. در این بین، سهم بهداشت و درمان ۳,۱ درصد و پوشاک و کفش با سهم ۲,۶ درصد برآورد شده است. برمبنای این داده‌ها می‌توان گفت که پنج گروه کالا و خدمات ۴۶,۳ درصد یعنی ۸۷ درصد از شاخص کل مجموع اثر بر تورم اثر گذاشته است.

در بهمن‌ماه امسال، دو گروه با کمترین افزایش شاخص بها در مقایسه با ماه مشـــابه سال قبل، گروه دخانیات و گروه ارتباطات هستند. شاخص بهای دخانیات در بهمن‌ماه ۱۴۰۱ نســـبت به ماه مشابه سال قبل، حدود ۳۴ درصد افزایش داشته است. میزان مشارکت این گروه در تورم نقطه‌ای بهمن‌ماه، حدود ۰,۳ درصد اســـت. افزایش شـــاخص بهای مصرف‌کننده مربوط به گروه خدماتی ارتباطات در این ماه در مقایسه با بهمن‌ماه سال قبل برابر با ۱۵,۳ درصد و کمترین مشـــارکت در تورم نقطه به نقطه این ماه نیز متعلق به این گروه و با ســـهم ۰,۲۱ درصدی است. در میان اقلام خوراکی و آشامیدنی چهار گروه کالایی شامل؛ نان و غلات، گوشت قرمز و ماکیان، روغن‌ها و چربی‌ها و محصولات لبنی در مجموع با مشـــارکت ۱۷,۳ درصـــدی، حـــدود ۶۸ درصـــد از مشـــارکت ۲۵,۵ درصدی گروه خوراکی‌ها و آشـــامیدنی‌ها را در تورم ماه مورد بررسی تشکیل داده‌اند. از منظر طبقه‌بندی کالایی برحسب ماندگاری، بیشترین مشارکت در تورم بهمن‌مـــاه ۱۴۰۱ مربوط به گروه کالاهای بـــی‌دوام با حدود ۳۰,۴ درصد سهم است. از نگاه کارشناســـان، عوامل دخیل بر افزایش ۳,۵۱ درصدی شـــاخص بهای کالاها و خدمات خانوارهای کشور در بهمن‌ماه ۱۴۰۱ در مقایسه با دی‌ماه همین سال، مشارکت ۲,۸۶ درصدی گروه کالایی و ۰,۶۴ درصدی گروه خدمات است.

تورم خوراکی در بهمن‌ماه

تورم ماهانه در بهمن‌ماه در حالی به ۳,۵۱ درصد رســـید که براســـاس برآورد تحلیلگران، عوامل دخیل بر افزایش ۳,۵۱ درصدی شـــاخص بهای کالاها و خدمات خانوارهای کشـــور در این ماه در مقایسه با ماه قبل (دی ماه ۱۴۰۱)، مشـــارکت ۲,۸۶ درصدی گروه کالایی و ۰,۶۴ درصدی گروه خدمات بوده اســـت. براســـاس تفکیک گروه‌های عمده، مهمترین عوامل مشارکت‌کننده در تورم ماهانه بهمن، افزایش شاخص بهای خوراکی‌ها و آشامیدنی‌ها با سهم ۱,۸۸ درصد بوده است. در این میان، مسکن با ۰,۴۷ درصد و حمل‌ونقـــل با ۰,۴ درصد در افزایش تورم موثر بوده‌اند. داده‌های موجود نشان می‌دهد که پوشاک و کفش با سهم ۰,۱۷ درصدی و مبلمان و لوازم خانگی با ســـهم ۰,۱۲ درصدی نیز در این رشـــد موثر بوده‌اند. به ایـــن ترتیب، مجموع اثر این گروه‌ها بر تورم، ۸۹ درصد از مجموع افزایش شاخص کل را دربر می‌گیرد. از نگاه کارشناسان در این ماه مشارکت گروه کالایی خوراکی و آشـــامیدنی در تورم ماهانه تشدید شده است. به تعبیر بهتر، رشد شاخص خوراکی‌ها فقط ۴,۸ درصد در این ماه بر افزایش تورم خوراکی‌ها اضافه کرده است.

پرسشـــی که مطرح می‌شـــود، این اســـت که در گـــروه خوراکی‌ها و آشـــامیدنی‌ها چه کالاهایی منجر به شـــکل‌گیری این رشد شده است؟ داده‌هـــای موجود نشـــان می‌دهد کـــه افزایـــش ۱۲,۴ درصدی قیمت سبزیجات و ۱۰,۸ درصدی بهای گوشت قرمز و ماکیان، بیشترین اثر را در شکل‌گیری رشد تورم گروه خوراکی‌ها داشته‌اند. البته رشد ۲,۳ درصدی بهای میوه هم اثرگذار بوده اســـت. گفته می‌شود در این جریان رشد تورم خوراکی، بهای انرژی از جمله آب، برق و سوخت در بهمن‌ماه ۱۴۰۱ نسبت به ماه قبل، حدود ۵,۹ درصد افزایش داشـــته اســـت؛ به‌طوری که میزان مشـــارکت این گروه در تورم ماهانه بهمن، حدود ۰,۱۱ درصد بوده است. وقتی طیف خوراکی‌ها برمبنای ماندگاری بررسی می‌شود، دیده می‌شود کالاهایی که بادوام هستند، بیشتر از کالاهای کم‌دوام یا بی‌دوام، رشد تورم را تجربه کردند. این نرخ تورم در بهمن نسبت به دی ۴,۶ درصد است. در این مقطع اما میزان مشـــارکت کالاهای بادوام در شکل‌گیری تورم بخش خوراکی، ۰,۴۷ درصد اســـت. این رقم برای کالاهای بی‌دوام ۲,۸ درصد و برای کالاهای کم‌دوام ۰,۲۲ درصد است.

تحولات تورمی یک دهه اخیر

در سال ۱۳۹۱ با تشدید تحریم‌ها، متوسط تورم ماهانه افزایش یافت و به ۷,۲ درصد رســـید. سپس در بین سال‌های ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۶، میزان افزایش شـــاخص بهای کالا و خدمات مصرفی خانوارهای کشور در هر ماه نسبت به ماه قبل، یعنی تورم ماهانه در ســـطح کمتر از یک درصد قرار گرفت، اما از سال ۱۳۹۷ همزمان با تثبیت نرخ ارز رسمی به ۴۲۰۰ تومان برای هر دلار آمریکا و تشدید مجدد تحریم‌ها با خروج آمریکا از برجام، به تدریج بر سرعت افزایش ماهانه شاخص قیمت‌ها افزوده شد؛ به نحوی که میانگین تورم ماهانه در ســـال ۱۳۹۷ به رقم ۳,۳ درصد افزایش یافت. همچنین در سال ۱۳۹۹ مجددا متوسط تورم ماهانه رشد کرد و به ۳,۴ درصد رسید. در سال ۱۴۰۰ تا حدودی از شدت تورم ماهانه کاسته شد، ولی با این حال در سطح بالای ۲ درصد باقی ماند. میانگین این رقم در این بازه زمانی ۲,۵ درصد بوده است. در بازه ۱۱ ماهه سال ۱۴۰۱ نیز متوسط تورم ماهانه با رقم ۳,۹ درصد، افزایش قابل توجهی را تجربه کرد. طی هفت ماه از سال جاری، تورم ماهانه در سطح ۳ درصد و بالاتر ثبت شـــد، اما تورم بهمن‌ماه ۱۴۰۱ به بالاترین رقم بعد از تورم ماهانه بهمن‌ماه ۹۱۱۳ (برابر با ۴,۷ درصد) در ۱۰ سال اخیر رسید.

بانک نامه

برای چه مصارفی می‌توانیم ارز بگیریم؟

۶۳ مورد تخصیص ارز در مرکز مبادله

ســـرفصل‌های شصت‌وســـه‌گانه مصـــارف ارزی- خدماتـــی (غیربازرگانی) در مرکز مبادله ارز و طلای ایران منتشر شد. در پی راه‌انـــدازی مرکز مبادله ارز و طلای ایران که در مرحله اول دو تالار مبادله ارز و حواله ارز در آن فعال شده است، این مرکز ۶۳ سرفصل مصارف ارزی- خدماتی (غیربازرگانی) را منتشـــر کرد که می‌توان به سرفصل‌هایی از جمله هزینه معالجه یا درمان، ارز ماموریت، ارز دانشجویان بورسیه و غیربورسیه، فرصت‌های مطالعاتی و تحقیقاتی حق عضویت و ثبت‌نام در ســـازمان‌ها و مجامع بین‌المللی و محافل علمی، هزینه چاپ مقالات علمی، هزینه شـــرکت در نمایشگاه‌های خارج از کشـــور، حـــق الوکاله دعاوی خارجی و ســـایر هزینه‌های حقوقی، اصل سود و تمامی عواید حاصل از سرمایه‌گذاری خارجی در کشـــور، هزینه کمیته ملی، المپیک یا پارالمپیک و فدراســـیون بین‌المللـــی ورزش‌های زورخانه‌ای و کشـــتی پهلوانی، هزینه دفاتر و مدارس خارج از کشـــور، هزینه خریـــد امتیاز پخش فیلم، هزینه آزمایش‌های علمی و فنی، حق بیمه هواپیما و کشـــتی ایرانی، ارز مسافرتی هوایی، زمینی، ریلی و دریایی، هزینه اعزام زائران، هزینه حقوق و مزایای کارکنان خارجی شـــاغل در ایران، هزینه‌های دفاتر نمایندگی خارجی در ایران و... اشاره کرد.

بـــه عنوان مثال، هزینه معالجه و یـــا درمان بیماران در دو بخش حداکثر تا سقف ۱۰ هزار یورو به نرخ بازار مبادله و بالاتر از ۱۰ هزار یورو تقسیم شده است که از این بسته‌بندی بیماران عادی با تایید معاونت درمان وزارت بهداشـــت پس از اخذ اسناد مستنته می‌تواند حداکثر تا ۱۰ هزار یورو یا معادل آن به ســـایر ارزها دریافت کند و بیماران عادی با تایید شـــورای عالی پزشکی معاونت درمان وزارت بهداشت و جانبازان با تایید شورای عالی پزشکی بنیاد شهید و امور ایثار ایران پس از اخذ اسناد مستنته بیش از ۱۰ هزار یورو می‌توانند ارز دریافت کنند.

همچنین ارز دانشـــجویان بورسیه به ترتیب با تایید دستگاه‌های ذی‌ربط و وزارتخانه‌های بهداشـــت یا علـــوم می‌تواند برای هر ماه اقامت ۱۵۰۰ یورو و برای همسر و فرزند هر کدام ۵۰۰ یورو ماهیانه دریافت کنند، اما دانشـــجویان غیربورســـیه ضمن نیاز به گذراندن مراحل مذکور برای مقاطع لیســـانس و بالاتر شـــهریه تا سقف ۱۳ هزار یورو در ســـال دریافت می‌کنند و بـــرای اقامت هر ماه ۱۵۰۰ یورو و برای همسر و فرزند هر کدام ۵۰۰ یورو می‌توانند ارز دریافت کنند. ارز مســـافرتی برای مســـافران هوایی ۵۰۰ یورو یا معادل آن با ســـایر ارزها و برای مســـافران زمینی، ریلی و دریایی ۳۰۰ یورو تعیین شـــده است که البته این مسافران باید مدارک موردنیاز خود را داشته باشـــند تا بتوانند در گیت‌های خروجی ارز موردنیاز خود را دریافت کنند.

یکی دیگر از ارزهای تعیین‌شده در جدول مصارف خارجی مرکز مبادله، ارز موردنیاز رانندگان بخش حمل‌ونقل بین‌المللی و ترانزیت اســـت. رانندگان کامیون ایرانی حداکثـــر ۴۵۰۰ یورو می‌توانند ارز دریافـــت کنند که البته به تایید ســـازمان راهـــداری و حمل‌ونقل جاده‌ای ایران و ممهور شدن گذرنامه یا دفترچه خروج راننده برای ســـفر بعدی پس از اخذ اسناد مستنته نیاز دارد. دیگر مصارف ارزی تعیین شده در سرفصل ارزهای خدماتی (غیربازرگانی)، سقف ندارد یا اینکه مشروط به تعیین میزان آن در صورتحساب یا دیگر شرایط مانند پیش‌فاکتور و ... است.

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان کرمانشاه
اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک کرمانشاه ناحیه یک
هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی

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

برابر رای شماره ۱۴۰۱۶۰۳۱۶۰۰۱۰۰۵۱۰۶ مورخ ۱۴۰۱/۱۱/۹ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک کرمانشاه ناحیه یک تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای محمد جعفری راد فرزند عباس بشماره شناسنامه ۶۹۸ شماره ملی ۳۲۵۵۶۶۰۸۴۱ صادره از کرمانشاه به آدرس کرمانشاه سرخه لیزه دریک باب ساختمان وباغ ومحوطه متصل مجموعا به مساحت ۹۷۰۶ متر مربع واقع در محدوده اراضی قطعه نهم تفکیکی پلاک ۱۰ فرعی از ۱۴۳ اصلی مالکیت رسمی مشاعی متقاضی محرز گردیده است لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم وپس 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 وعدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۱۲/۶
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۱۲/۱۶
سجاد مویدی - رئیس ثبت اسناد واملاک

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان کهگیلویه وبویراحمد
اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک یاسوج
هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی

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

برابر رای شماره ۱۴۰۱۶۰۳۲۰۰۰۱۰۱۳۶۰ مورخ ۱۴۰۱/۱۰/۲۶ هیات اول / دوم موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک یاسوج تصرفات مالکانه بلا معارض متقاضی آقای / خانم شرکت گاز استان ایستگاه اسلام آباد تنگ سرخ فرزند بشماره شناسنامه صادره از دریک باب ایستگاه گاز به مساحت ۱۲/۴۰ متر مربع پلاک ۱۰۱۳ فرعی از ۸۲۹ اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک فرعی از اصلی قطعه واقع در قریه تنگ سرخرداری از مالک رسمی آقای / خانم محسن بختیاری منصور آباد 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 اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خودرا 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: ۱۴۰۱/۱۲/۰۶
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۱۲/۲۱
حسین فرخی
رئیس ثبت اسناد و املاک

آگهی قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی حوزه ثبتی نوشهر

نظر به دستور مواد ۱ و ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۹/۲۰ املاک متقاضیانی که در هیات موضوع ماده یک قانون مذکور مستقر در واحد ثبتی نوشهر مورد رسیدگی و تصرفات مالکانه و بلامعارض انان محرز و رای لازم صادر گردیده جهت اطلاع عموم به شرح ذیل آگهی می گردد:
املاک متقاضیان واقع در قریه مرتع دودارک پلاک ۱ اصلی بخش ۳ قشلاقی
۱۶۱۵ فرعی اقا / خانم محترم قورجیانی اخوره علیانی فرزند غضنفر نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی (کاربری مسکونی) به مساحت ۱۹۰/۵۱ متر مربع خریداری بدون واسطه / با واسطه از حمید عبدی
لذا به موجب ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی و ماده ۱۳ ایین نامه مربوطه این آگهی در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق این روزنامه محلی / کثیرالانتشار در شهرها منتشر و در روستاها علاوه بر انتشار آگهی رای هیات الصاق تا در صورتیکه اشخاص ذینفع به آرای اعلام شده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشار اولین آگهی و در روستاها از تاریخ الصاق در محل تا دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند. معترض باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نماید و گواهی تقدیم دادخواست به اداره ثبت محل تحویل دهد که در این صورت اقدامات ثبت موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه است و در صورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل ارائه نکند اداره ثبت مبادرت به صدور سند مالکیت می نماید و صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نیست. بدیهی است برابر ماده ۱۳ آیین نامه مذکور در مورد قسمتی از املاکی که قبلا اظهارنامه ثبتی پذیرفته نشده، واحد ثبتی با رای هیات پس از تنظیم اظهارنامه حاوی تحدید حدود مراتب را در اولین آگهی نوبتی و تحدید حدود به صورت همزمان به اطلاع عموم می رساند و نسبت به املاک در جریان ثبت و فاقد سابقه تحدید حدود، واحد ثبتی آگهی تحدید حدود را به صورت اختصاصی منتشر می نماید.
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۱۲/۰۶
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۱۲/۲۰
رئیس اداره ثبت اسناد و املاک نوشهر - صفر رضوانی
شناسه آگهی ۱۴۵۷۸۸۲
۱۱۲

آگهی قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی حوزه ثبتی نوشهر

نظر به دستور مواد ۱ و ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۹/۲۰ املاک متقاضیانی که در هیات موضوع ماده یک قانون مذکور مستقر در واحد ثبتی نوشهر مورد رسیدگی و تصرفات مالکانه و بلامعارض انان محرز و رای لازم صادر گردیده جهت اطلاع عموم به شرح ذیل آگهی می گردد.
املاک متقاضیان واقع در قریه ونوش پلاک ۵۸ اصلی بخش ۶ قشلاقی
۸۹۵ فرعی آقای محمد سریع خواه فرزند سیف اله نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی (کاربری مسکونی) به مساحت ۲۰۷/۵۷ مترمربع خریداری بدون واسطه با واسطه از فرهاد جعفری نژاد بسطامی
لذا به موجب ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی و ماده ۱۳ آئین نامه مربوطه این آگهی در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق این روزنامه محلی / کثیر الانتشار در شهرها منتشر و در روستاها علاوه بر انتشار آگهی رای هیات الصاق تا در صورتیکه اشخاص ذینفع به آرای اعلام شده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشار اولین آگهی و در روستاها از تاریخ الصاق محل تا دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند معترض باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نماید و گواهی تقدیم دادخواست به اداره ثبت محل تحویل دهد که در این صورت اقدامات ثبت موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه است و در صورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل ارائه نکند اداره ثبت مبادرت به صدور سند مالکیت می نماید و صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نیست. بدیهی است برابر ماده ۱۳ آیین نامه مذکور در مورد قسمتی از املاکی که قبلا اظهار نامه ثبتی پذیرفته نشده، واحد ثبتی با رای هیات پس از تنظیم اظهارنامه حاوی تحدید حدود مراتب را در اولین آگهی نوبتی و تحدید حدود به صورت همزمان باطلاع عموم می رساند و نسبت به املاک در جریان ثبت و فاقد سابقه تحدید حدود واحد ثبتی آگهی تحدید حدود را به صورت اختصاصی منتشر می نماید.
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۱۲/۰۶ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۱۲/۲۰
صفر رضوانی - رئیس اداره ثبت اسناد واملاک نوشهر
شناسه آگهی: ۱۴۶۱۷۶۵

آگهی قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

نظر به دستور مواد ۱ و ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۹/۲۰ و برابر رای شماره ۱۴۰۱۶۰۳۱۰۰۱۳۰۲۰۵۵۲ مورخ ۱۴۰۱/۱۲/۰۲ هیات قانون تعیین تکلیف موضوع ماده یک قانون مذکور مستقر در واحد ثبتی چمستان تصرفات مالکانه وبلامعارض متقاضی آقای/خانم محمد حسین حاجی سید جوادی فرزند سیدعلی اصغر نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی/به مساحت ۲۸۸/۲۸ متر مربع به شماره پلاک ۶۶۷ فرعی از ۳۵ اصلی واقع در قریه سیدکلا بخش ۱۱ خریداری شده از آقای / خانم رضا توکلی مالک رسمی محرز گردیده است لذا به موجب ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی و ماده ۱۳ آئین نامه مربوطه این آگهی در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق این روزنامه و محلی / سراسری در شهرها منتشر و در روستاها رای هیات الصاق تا در صورتیکه اشخاص ذینفع به آرای اعلام شده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشار اولین آگهی و در روستاها از تاریخ الصاق در محل تا دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند. معترض باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نماید و گواهی تقدیم دادخواست به اداره ثبت محل تحویل دهد که در این صورت اقدامات ثبت موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه است و در صورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض، گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل را ارائه نکند اداره ثبت مبادرت به صدور سند مالکیت می نماید و صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نیست.
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۱۲/۰۶ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۱۲/۲۰
رئیس اداره ثبت اسناد و املاک چمستان - عین اله تیموری
شناسه آگهی ۱۴۶۱۴۷۰
۱۱۳

بورس نامه

اعتماد عمومی به بورس باز می‌گردد؟

بورس روی موج نااطمینانی

شـــاخص‌های آماری و وضعیت معاملات ســـهامی روزانه نشان می‌دهند که بازار سهام در حال حاضر به شدت نیازمند ورود پول حقیقی اســـت. نیاز بازار سهام به ورود پول باعث شده تا با مثبت شـــدن خالص جریان پـــول حقیقی به ســـهم‌ها، ارزش معاملات افزایش پیدا کند و شاخص کل نیز با رشد تراز قابل توجهی همراه شـــود. به گزارش «اکوایران»، بورس تهران پس از ریزش ســـال ۱۳۹۹ همچنان نتوانسته اســـت اعتماد عمومی مردم را به خود بازگرداند. این در حالی اســـت کـــه بازارهای موازی بورس تهران همچون بازار ســـکه، با وجود رشـــد روزافزون قیمت‌ها و مسائلی همچون حباب، از اعتماد عمومی بالاتری برخوردارند. در ماه‌های اخیر کمترین بازدهی میان بازارها، نصیب بازار سهام شده است. با وجود تأثیرگذار بودن رشد سایر بازارهای موازی بر بازار سهام، مدتی اســـت که رفته رفته از این اثرگذاری کاسته می‌شود. این روند تأثیر بازارهای موازی بر بازار سهام تا حدی پیش رفته است که در این روزها با ســـبزپوش شـــدن دلار و ســـکه در بازار آزاد، شاخص‌های بازار سهام دچار ریزش می‌شوند.

مشـــکل این روزهای بورس تهران را می‌توان ناشی از کم شدن کشش فعالان بازار سهام نسبت به عقب‌ماندگی این بازار دانست. بازارهـــای مالی با ورود پول رونق می‌گیرنـــد و دارایی‌های مورد مبادله در آنها با رشـــد قیمت مواجه می‌شوند. مسئله بازار سهام فقـــط منفی بودن خالص جریان پول حقیقی نیســـت؛ بلکه عدم ورود پول که نشـــأت گرفته از بی‌اعتمادی است، در حالی افسار بازار را محکم چســـبیده است که ســـایر بازارهای موازی و تورم بالای کشور، در حال یکه‌سواری‌اند.

حال با شدت یافتن عطش بازار سهام به اعتماد عمومی و ورود پول حقیقی؛ واکنش‌های بازار به ورود پول از شـــدت بیشـــتری برخوردار شده است؛ به طوری که در هفته اول اسفندماه با دو روز ورود پول حقیقی به بازار، شـــاخص کل رشد تراز بالایی را تجربه کـــرد و ارزش معاملات خرد نیز به شـــدت افزایش یافت. در این روزها دو مســـئله ذهن فعالان بازار سهام را به خود مشغول کرده اســـت. اول اینکه آیا به دلیل عقب‌ماندگی شـــدید بازار سهام به نسبت سایر بازارها، شوک‌های خبری می‌توانند ورود پول حقیقی را بـــه بازار بازگردانند؟ و دوم اینکه اگر جواب ســـوال قبل منفی است؛ بازار تا چه مدت توان تحمل این عطش را در انتظار افزایش اعتماد عمومی دارد؟

تسهیلات تکلیفی علیه ناترازی بانک‌ها

رکورد ۷ ساله نرخ بهره شکست

در هفته منتهی به ســـوم اسفندماه ۱۴۰۱، نرخ بهره بین بانکی به رکورد شـــش ساله خود رسید. پس از تغییر در دامنه نرخ بهره بین بانکی از ســـوی بانک مرکزی، این شاخص مسیری صعودی پیدا کرده و مدام رکوردهای تازه‌ای را به ثبت می‌رســـاند. عده‌ای این اقدام بانک مرکزی را در راستای کنترل تورم، مفید می‌دانند و برخـــی دیگر، اقدام ناکافی این نهاد در مبـــارزه با تورم قلمداد می‌کنند. به گزارش «اکوایران»، روند نرخ بهره بین بانکی مســـیر صعودی خود را ادامه داده و در هفته منتهی به ســـوم اسفندماه ۱۴۰۱، یک رکورد قابل توجه را ثبت کرد. به طور کلی، نرخ بهره بین بانکی حاصل از دادوســـتد بانک‌ها با یکدیگر در بازار شـــبانه است. بانک‌ها می‌توانند نیازهای مالی هفتگی خود را عموما در دو بازار برطرف کنند؛ بـــازار بین بانکی و بازار باز. در بازار باز تزریق و جذب پول از ســـوی بانک مرکزی با بانک‌های متقاضی بوده و تاریخ سررســـید معاملات آن به نوعی میان‌مدت تلقی می‌شـــود؛ این در حالی اســـت که در بازار بین بانکـــی، بانک‌ها می‌توانند از نهادهـــای مالی دارای مازاد قرض پول کرده و کســـری‌های خود را تامین کنند.

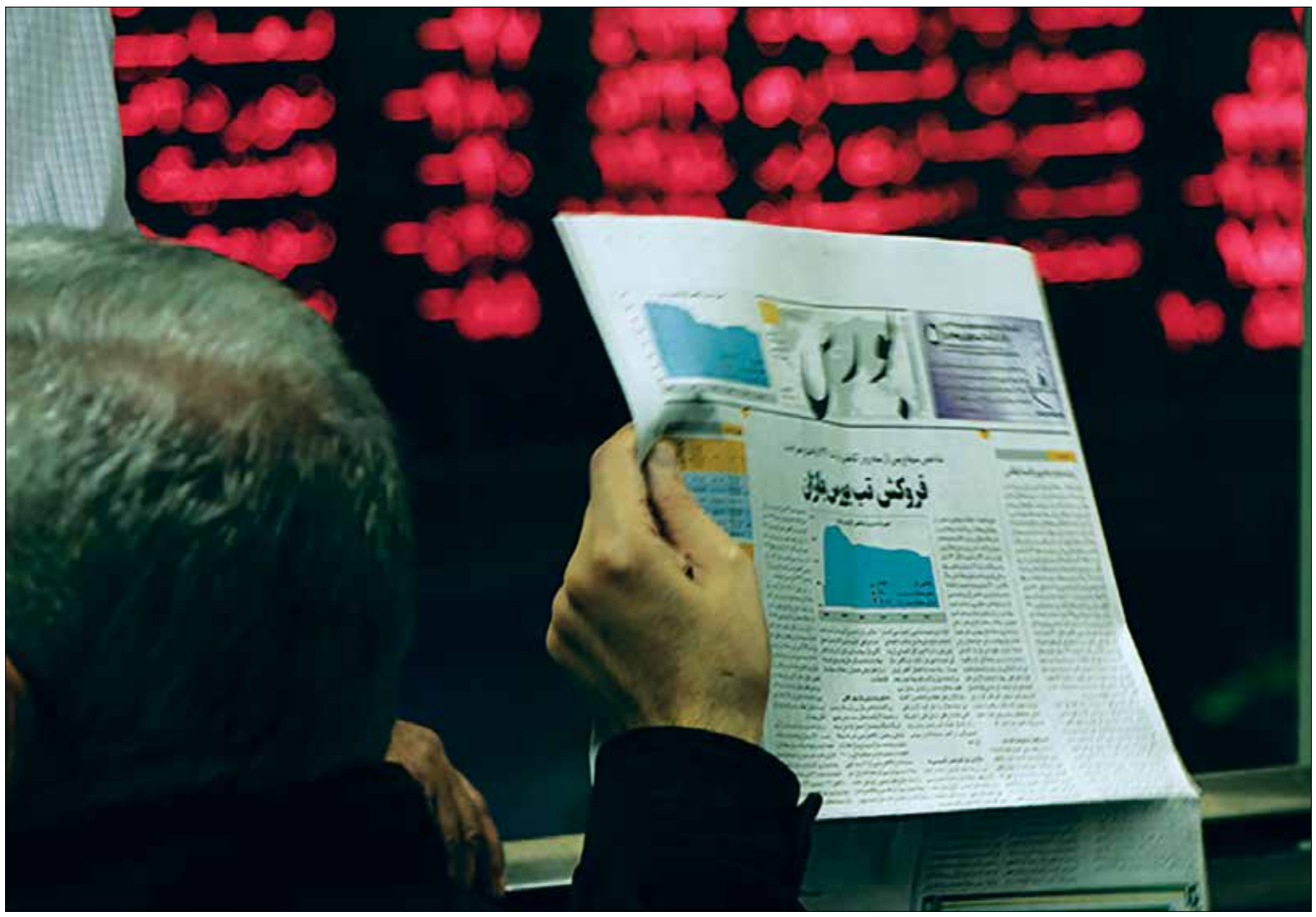
حـــال آمارهـــا از رکوردزنی نرخ بهره بین بانکـــی در هفته اول اســـفندماه حکایت دارد. دادو ســـتد بانک‌ها با یکدیگر در دامنه نرخ ســـودی قرار دارد که بانک مرکزی هـــر از چندگاهی آن را تغییـــر می‌دهد. با توجه به سیاســـت‌های کنترل تورمی این نهاد در هفته‌های اخیر، دالان نوســـانات نرخ ســـود در بازار شبانه یا همـــان بازار بین بانکی تغییر کرده اســـت. این دامنه که تا پیش از بهمن‌ماه امســـال در بازه ۱۴ تا ۲۳ درصد قرار داشت، از میانه زمستان امسال به بعد جهشی کوتاه داشته و به ۱۷ تا ۲۴ درصد رســـیده است. در همین رابطه در هفته منتهی به سوم اسفندماه طبـــق اطلاعات بانک مرکزی، نرخ بهره بین بانکی برابر با ۲۳.۰۱ درصد به ثبت رسیده است. بررسی‌ها نشان می‌دهد که از ابتدای آذرماه ۱۳۹۴ تاکنون این بیشـــترین میزان نرخ بهره بین بانکی در کشـــور بوده و به عبارت دیگر، رکورد هفت سال اخیر به شمار می‌آید.

برخی تحلیلگران، این سیاست بانک مرکزی را در جهت کنترل تورم در کشور مفید دانسته و معتقدند بالاتر بردن نرخ سود بین بانکی به نوعی هزینه استقراض بانک‌ها از یکدیگر را بالاتر می‌برد؛ اتفاقی که شاید بتواند ناترازی بانک‌ها و در ادامه تقاضای بی‌رویه پول از ســـوی نهادهای مالی مقروض را کنتـــرل کند. این اتفاق می‌تواند با کنترل بدهی بانک‌ها و در ادامه تنظیم شـــرایط مالی بانک‌ها، نرخ تورم را در کشور مهار کند. اما در سوی مقابل، برخی دیگر از کارشناسان بر این باورند که افزایش نرخ بهره بین بانکی یک تنه نمی‌تواند بر ســـر رشـــد تورم بایستد؛ چراکه رشد بدهی بانک‌ها از ناحیه کســـری دامنه‌دار در ایـــن نهادهای مالی بوده و مناسب‌تر آن است که شـــرایط پولی این نهادها بهبود پیدا کند. اقداماتی نظیر تسهیلات تکلیفی دولت، یکی از مواردی است که به وخامت وضعیت بانک‌ها در کشور دامن می‌زند.

سازمان آگهی‌ها ۸۸۹۳۶۶۵۱

دماسنج اصلی تالار شیشه‌ای در نیمه کانال ۱,۶ میلیون واحدی ایستاد

بهترین رشد بورس در ۸ هفته



فرصت امروز: با وجود آنکه شـــاخص کل بـــورس تهران در آخرین روز معاملاتی هفته گذشته قرمزپوش شد، اما در مقیاس هفتگی با رشد ۱۳۱ هزار واحدی طی چهار روز معاملاتی، بازدهی مثبت ۸,۶۴ درصدی را ثبت کرد تا بورس‌بازان پس از ماه سرخ بهمن با امیدواری بیشتری به استقبال اولین تعطیلات آخر هفته اسفندماه بروند. این بیشترین بازدهی بورس در هشت هفته اخیر است. شاخص کل هم‌وزن نیز در هفته‌ای که گذشت، با رشـــد ۶ درصدی، بیش از ۲۸ هزار واحد افزایش ارتفاع داد و در تراز ۵۰۳ هزار و ۲۳۲ واحد ایســـتاد. همچنین شـــاخص کل فرابورس در پایان این هفته، بازدهی ۷,۱۹ درصد و رشد یک هزار و ۴۳۲ واحدی را به ثبت رساند و در سطح ۲۱ هزار و ۳۴۶ واحد آرام گرفت. میانگین ارزش معاملات خرد سهام در هفته گذشته به ۷ هزار و ۹۱۹ میلیارد تومان رسید که نسبت به میانگین هفته قبل از آن، رشد ۱۰۱ درصدی را نشان می‌دهد.

به نظر می‌رســـد انتشـــار خبر حذف نرخ ارز ثابت نیمایـــی ۲۸ هزار و ۵۰۰ تومانی برای شرکت‌های بورســـی در پی راه‌اندازی مرکز مبادله ارز و طلای ایران، از یکسو شوک مثبتی به بازار سهام تزریق کرده و از سوی دیگر، باعث تردید در مسیر صعودی قیمت رسمی ارز شده است. با وجود بازدهی هفتگی مثبت بازار سهام، آن هم پس از بازدهی ماهانه منفی ۹,۲ درصدی در بهمن‌ماه، بدیهی است که ادامه این مسیر رشد در گروی رفع ریسک‌های دوچندان پیرامون بورس تهران است. ریسک‌های غیراقتصادی و اقتصادی حل نشـــده‌ای همچون عدم احیای برجام، شکاف دلار نیمایی با دلار بازار آزاد، دغدغه‌های بودجه‌ای ســـهامداران، قیمتگذاری دستوری و به ویژه حواشـــی تصمیمات مقطعی و سلیقه‌ای سیاستگذار نظیر آنچه در فرآیند عرضه خودرو در بورس کالا با انتشـــار نامه رئیس شورای رقابت و دســـتورالعمل هفت‌بندی این شورا بر سر بورس رفت. تا زمانی که سایه سنگین این ریسک‌ها بر ســـر بورس تهران باقی است، طبیعتا قطار بازار سهام از طی مسیر رو به رشد خود باز خواهد ماند.

بیشترین رشد در ۸ هفته اخیر

در هفته اول اسفندماه ۱۴۰۱، نماگر اصلی بورس تهران تا نیمه کانال ۱,۶ میلیون واحدی بالا آمد و شـــاخص کل هم‌وزن نیز محدوده ۵۰۰ هزار واحدی را احیا کرد. شاخص کل بورس پس از تعطیلی رسمی روز شـــنبه، در روز یکشـــنبه بیش از ۸ هزار واحد رشد کرد و روز دوشنبه نیز ۶۰ هزار و ۸۹۷ واحد دیگر بالا آمد. روز سه‌شـــنبه شاخص کل بار دیگر جهش کرد و ۶۵ هزار و ۱۵۴ واحد افزایش ارتفاع داد. در آخرین روز معاملاتی هفته اما شـــاخص کل تعدیل شد و ۲ هزار و ۸۱۶ واحد پایین آمد. بدین ترتیب، شاخص کل بورس تهران در آخرین روز کاری هفته به رقم یک میلیون و ۶۵۶ هزار واحد رســـید و نســـبت به آخرین روز معاملاتی هفته قبل، ۱۳۱ هزار و ۸۰۵ واحد بالاتر ایستاد تا بازدهی هفتگی آن به مثبت ۸,۶ درصد برسد که بالاترین میزان بازدهی بورس در هشـــت هفته اخیر به شـــمار می‌رود. همچنین شاخص کل هم‌وزن در پایان این هفته نســـبت به هفته قبـــل از آن، ۲۸ هزار و ۴۲۳ واحد بالاتر ایســـتاد تا پس از چهار هفته بار دیگر رشد کند و بازدهی مثبت ۶ درصدی را در هفته اول اســـفندماه به ثبت برساند. در آن سوی بازار سهام نیز شـــاخص کل فرابورس به بازدهی ۷,۱۹ درصد و افزایش یک هزار و ۴۳۲ واحدی رسید و در تراز ۲۱ هزار و ۳۴۶ واحد جای گرفت.

میانگین ارزش معاملات کل بازار ســـهام در هفته گذشته بالغ بر ۴۵ هـــزار و ۲۰ میلیارد تومان بود که نســـبت به هفته قبل از آن، افت ۳۵ درصدی را نشان می‌دهد، اما میانگین روزانه ارزش معاملات خرد بورس به ۷ هزار و ۵۴۷ میلیارد تومان رسید که نسبت به رقم ۳ هزار و ۶۹۹ میلیاردی هفته پیشـــین، افزایش ۱۰۴ درصدی داشته است. در هفته اخیر شـــاهد توقف روند خروج پول حقیقی از بازار بودیم. در حالی که در تمامی روزهای معاملاتی بهمن‌ماه، پول حقیقی از بازار خارج شـــد و تا روز یکشـــنبه ۳۰ بهمن تداوم داشت، در روز دوشنبه یکم اسفندماه ۹۷۸ میلیارد تومان پول حقیقی به بازار ســـهام وارد شد. روز سه‌شنبه نیز ۳۴۴ میلیارد تومان دیگر ســـرمایه حقیقی به بورس وارد شد، اما در روز چهارشنبه و همسو با تعدیل شاخص‌ها، خروج ۳۸۹ میلیارد تومان سرمایه حقیقی از بورس ثبت شد.

ورود پول حقیقی به بورس

آنچه در هفته اول اســـفندماه، توجه کارشناســـان را به خود جلب کرد، ورود پول حقیقی به تالار شیشـــه‌ای بـــود. به رغم تجربه یک ماهه خروج متوالی پول از معاملات خرد در بهمن‌ماه، بازار ســـهام در هفته گذشته با ورود پول حقیقی روبه‌رو شـــد و در مجموع به طور خالص یک هزار و ۳۰ میلیارد تومان پول حقیقی در این هفته به بازار معاملات خرد وارد شـــد. نکته جالب آنکه اکثر کارشناســـان بازار ســـهام، این بازار را در آخرین ماه سال به دلایل مختلف، ضعیف قلمداد کرده و انتظار حجم پایین معاملات را دارنـــد. آنها از جمله دلایل این امر را نزدیک بودن عید نوروز و افزایش فروش حقوقی‌ها جهت تأمین منابع مالی برای پرداخت عیدی کارمندان می‌دانند. اسفندماه همچنین پایان سال مالی اکثر شرکت‌ها است و از این رو جهت تســـویه اعتباراتی که در گذشته دریافت کرده‌اند اقدام به فروش می‌کنند. دولت نیز برای تأمین کســـری‌های خود به طور معمول در این ماه دست به فروش دارایی‌های خود می‌زند. علاوه بر اینها، خریدهای شب عید نیز از دیگر عواملی است که می‌تواند خروج حقیقی‌ها را سبب شود، اما به‌رغم عوامل مذکور، ماه اسفند با ورود پول حقیقی و صعود چشمگیر شاخص کل بورس و ارزش قابل توجه معاملات خرد آغاز شد. آنچه در این زمینه مورد توجه اســـت، انتشار خبر حذف نرخ ارز ثابت نیمایی ۲۸ هزار و ۵۰۰ تومانی برای شـــرکت‌های بورسی در پی راه‌اندازی مرکز مبادله ارز و طلای ایران اســـت. با توجه به موارد اعلام‌شده، منابع ارزی شرکت‌های بورسی براساس ســـازوکار جدید مبتنی بر منابع و مصارف کشف قیمت می‌شـــوند. با توجه به اختلاف نرخ ارز بازار غیررســـمی و نرخ ارز نیمایی، این شـــرکت‌ها با افزایش درآمد و سودسازی همراه خواهند شد. بنابراین با خوش‌بینی نســـبت به بهبود وضعیت شرکت‌های صادرات‌محور، سهام گروه‌های نفتی، فلزات اساســـی و شـــیمیایی‌ها جذاب شده و تقاضا برای آنها با افزایش چشمگیری روبه‌رو شد. از آنجا که این شرکت‌ها، مهمترین گروه‌های شاخص‌ساز بازار سهام به حساب می‌آیند، شروع توفانی شاخص کل را در آغاز اسفندماه شاهد بودیم.

۷۶۶ میلیون گواهی سپرده کالا در بورس کالا دست به دست شد

کارنامه ۱۱ ماهه بازار گواهی سپرده

بازار گواهی سپرده در بهمن‌ماه امسال و دست به دست شدن نزدیک به ۶۲,۹ میلیون گواهی سپرده کالایی به ارزش ۳,۴ همت را ثبت کرد. بدین ترتیب در مجموع از ابتدای فروردین تا پایان بهمن‌ماه، ۷۶۶ میلیون و ۸۱۰ هزار گواهی ســـپرده به ارزش بیش از ۲۴,۷۶ همت در بورس کالای ایران میان معامله‌گران دست به دست شد. در ۱۱ ماه ابتدای سال گذشته، بیش از ۲۳۲ میلیون و ۲۴ هزار و ۶۳۷ گواهی سپرده کالایی به ارزش نزدیک به ۸,۶ همت دست به دست شد. بررسی‌ها در ۱۱ ماهه ابتدای امسال نسبت به سال گذشته از لحاظ حجم، افزایش ۲۳۰,۵ درصدی و از لحاظ ارزش، افزایش ۱۸۸ درصدی را نشان می‌دهد.

به گزارش «کالاخبر»، حجم معاملات ماهانه بازار گواهی سپرده کالایی در بورس کالای ایران در بهمن‌ماه ۱۴۰۱ به حدود ۶۲ میلیون و ۸۹۲ هزار و ۹۴۹ ورقه بهادار مبتنی بر کالا بر پایه دارایی‌های ربع سکه و تمام سکه طلا، زعفران، شیشه، سیمان، برنج، زیره سبز و نخود به ارزش نزدیک به ۳ هزار و ۴۰۴ میلیارد و ۷۰۵ میلیون تومان رسید.

در معاملات ماهانه، عنوان برتر معاملات به لحاظ حجم به سیمان و به لحاظ ارزش به سکه طلا تعلق گرفت. به عبارت دیگر، ۲۵ میلیون و ۴۲۳ هزار گواهی ســـپرده ســـیمان در حالی دست به دست شد که این دارایی پایه با ثبت ارزش بیش از ۲۰,۶۶ میلیارد تومان به لحاظ حجم صدرنشین شـــد اما از نظر ارزش معاملات در جایگاه پنجم و پس از ربع ســـکه، تمام سکه، شیشه و زعفران ایستاد. این دارایی ۴۱ درصد از حجم کل معاملات این ماه را به ثبت رســـاند. بعد از سیمان نیز ربع سکه به لحاظ حجمی با جابه‌جایی ۱۵ میلیون و ۲۳۱ هزار و ۸۰۰ گواهی ســـپرده و کسب سهم ۲۴ درصـــدی از حجم کل معاملات، در جایـــگاه دوم قرار گرفت و ارزش معاملات این دارایی به بیش از هزار و ۲۵۸ میلیارد تومان رســـید. ســـهم ربع سکه از ارزش معاملات ۳۷ درصد بود و این دارایی به لحاظ ارزش در جایگاه اول قرار گرفت.

همچنین ۴ میلیون و ۸۹۱ هزار و ۸۰۰ گواهی سپرده تمام سکه طلا نیز به ارزش نزدیک ۱,۲۱ همت (هزار میلیارد تومان) مورد معامله قرار گرفت و دارایی پایه مذکور در یازدهمین ماه از ســـال جاری از نظر حجم، رتبه چهارم و از نظر ارزش، رتبه دوم معاملات را کسب کرد. این دارایی پایه ۸ درصـــد از حجم معاملات و ۳۶ درصد از ارزش معاملات را در بهمن‌ماه از آن خود کرده بود. معامله ۱۳ میلیون و ۳۰۷ هزار و ۵۶۴ گواهی ســـپرده زعفران، ارزشی بیش از ۴۴۹ میلیارد تومان را رقم زد و این دارایی با سهم ۲۱ درصدی از کل حجم معاملات بعد از ســـیمان و ربع سکه در جایگاه سوم قرار گرفت و از نظر ارزشی با کسب سهم ۱۳ درصدی از ارزش کل، جایگاه چهارم را از آن خود کرد.

ارزش معامله ۳ میلیون و ۹۶۳ هزار و ۶۲۸ گواهی ســـپرده شیشه نیز از رقم ۴۶۰ میلیارد تومان فراتر رفت. همانگونه که ذکر شـــد، این دارایی از نظر ارزش معاملات با کسب ســـهم ۱۳ درصدی، جایگاه سوم را از آن خود کرد. در ماه مورد بررسی در نماد معاملاتی برنج نیز ۷۴ هزار و ۵۷۸ گواهی ســـپرده میان معامله‌گران دست به دست شد و ارزش بیش از ۵,۸ میلیارد تومان را در پی داشت. در نماد معاملات زیره سبز نیز در مجموع ۵۶۵ ورقه بهادار مبتنی بر کالا دســـت به دست شد و ارزش بیش از ۹۴ میلیون تومان را رقم زد. در بهمن ماه امسال و بر پایه دارایی نخود نیز در مجموع ۱۴ گواهی سپرده معامله شد و ارزش نزدیک به ۴۵۰ هزار تومانی را به ثبت رساند.

آمارها همچنین گویای آن اســـت که در مجموع ۱۱ ماه ابتدای امسال، ۷۶۶ میلیون و ۸۱۰ هزار و ۲۲۸ گواهی ســـپرده کالایی به ارزش بیش از ۲۴ هزار و ۷۶۴ میلیارد تومان میان معامله‌گران دست به دست شد؛ این در حالی است که در ۱۱ ماه ابتدای سال گذشته، ۲۳۲ میلیون و ۲۴ هزار و ۶۳۷ گواهی ســـپرده کالایی به ارزش نزدیک به ۸ هزار و ۵۸۷ میلیارد تومان دست به دست شده بود. بررسی‌ها در ۱۱ ماه ابتدای امسال نسبت به سال گذشته از لحاظ حجم، رشد ۲۳۰,۵ درصدی و از لحاظ ارزش نیز افزایش ۱۸۸ درصدی را نشان می‌دهد.

۱۰۰ هزار خودروی وارداتی عرضه می‌شود

مدیـــر طرح واردات خودروی وزارت صنعت، معدن و تجارت گفت در طرح ثبت‌نام برای خرید خودروهای وارداتی با توجه به تعداد ثبت نام، درخصوص میزان عرضه خودروی خارجی تصمیم‌گیری خواهد شد، اما دســـت‌کم یکصد هزار دســـتگاه خودرو در بازه زمانی شش ماهه عرضه می‌شود.

به گزارش صنعت ماشین، «ضیغمی» در گفت‌وگویی افزود: متقاضیان باید مبلغ ۵۰۰ میلیون تومان در حســـاب وکالتی خود مسدود کنند، تا زمانی که حق تقدم مشـــخص شود و طبق نوبت مشخص شده براساس خودروهایی که عرضه و ثبت نام خواهد شـــد مبلـــغ اولیه را تکمیل و واریز کنند.

ضیغمی تصریح کـــرد: افراد می‌توانند هر زمان که بخواهند پول را از حساب‌شان خارج کنند، اما از نوبت نیز خارج خواهند شد.

وی درخصوص شـــرایط لازم برای ثبت‌نام‌کنندگان خاطرنشان کرد: داشـــتن گواهینامه، نداشتن پلاک فعال خودرو و عدم خرید خودرو در ۴۸ ماه گذشته از جمله این شرایط است و متقاضیان باید بدانند تا یک سال امکان انتقال سند برای آنان وجود ندارد.

به گزارش ایرنا، پیشتر ســـخنگوی وزارت صنعت، معدن و تجارت از آغاز ثبت‌نام بـــرای خرید خودروهای وارداتـــی از هفته آینده خبر داد و گفت: فـــروش خودروهای وارداتی از طریق ســـامانه یکپارچه فروش خودرو انجام خواهد شد.

«امید قالیباف» با اشـــاره به ثبت ســـفارش ۸۵ هزار دستگاه خودرو توسط شرکت‌های واردکننده، راه‌اندازی سامانه یکپارچه فروش خودرو و عرضه خودروهای وارداتی در این ســـامانه را در راستای اجرای مصوبه اخیر دولت درخصوص روش‌های جایگزین عرضه در بورس کالا دانست و افزود: سامانه یکپارچه فروش خودرو کاملا نظارت‌پذیر و شفاف است و ظرفیت عرضـــه خودروهای داخلی نیز برای این ســـامانه پیش‌بینی شده است.

نماگر بازار سهام

فریاد خودروسازان از قیمتگذاری دستوری

در شرایطی که تفاوت قیمت خودرو از کارخانه تا بازار آزاد بیش از دو برابر اســـت، همچنان بر قیمتگذاری دستوری به نفع دلالان و به زیان مردم و خودروســـازان اصرار می‌شود. بازار خودرو به یکی از بحرانی‌ترین گزینه‌های اقتصادی کشـــور تبدیل شده است. رشد بی‌رویه قیمت‌ها، تفاوت قیمت‌ها از کارخانه تا بازار آزاد، دلال‌بازی، احتکار خودرو، بی‌توجهی به واردات خودرو، ضعف نظارت و بسیاری موارد دیگر باعث شـــده تا خودرور به دســـت مصرف‌کننده واقعی نرســـد که در نهایت نارضایتی مردم را به همراه داشـــته و مهمتر اینکه معلوم نیســـت این بازار آشفته چه زمانی سامان می‌یابد. یکی از مهمترین گزینه‌هایی که همواره باعث توجیه گرانی‌ها می‌شـــود، افزایش قیمت دلار است.

امروزه در حالی دلار ۵۰ هزار تومانی را تجربه می‌کنیم که قیمت همه کالاها و خدمات به دنبال دلار روند صعودی را در پیش گرفته است.

تمامی صاحب‌نظران و کارشناسان اقتصادی تاکید دارند تا زمانی که نتوانیم افســـار دلار را بکشیم، هیچ مهاری بر قیمت دیگر کالاها نمی‌توان زد و باید منتظر روزهای بسیار گرانتری باشیم.

چسبندگی قیمت‌ها

واقعیـــت اقتصادی کـــه گرانی‌ها را توجیه می‌کند، چســـبندگی قیمت‌هاست. بدین معنا که وقتی دلار بالا می‌رود، به تبع آن قیمت دیگر کالاها نیـــز بالا می‌رود و معضل چســـبندگی قیمت‌ها اتفاق می‌افتد. در این شـــرایط اقتصاد دولتی بحران آفرینی می‌کند، زیرا دولت به جای آنکه قیمت‌ها را مدیریت کند، سعی می‌کند با اقتصاد دستوری، بازار را به صورت مصنوعی کنترل کند. این نوع مدیریت اقتصادی، شاید برای مدت کوتاهی پاسخگو باشد، اما نمی‌تواند دوام بیاورد، زیرا قیمتگذاری دســـتوری به فنری می‌ماند که تحت فشار قرار می‌گیرد و هنگامی که فشـــار غیر قابل تحمل شـــود، یک باره آنچنان جهشی می‌کند، که تبعات جبران‌ناپذیری بر جا می‌گذارد.

تفاوت خودرو از کارخانه تا بازار

یکـــی از بخش‌هایی که از اقتصاد دســـتوری رنج می‌برد، خودرو اســـت. تفاوت قیمت خودرو از کارخانه تا بازار نشـــان می‌دهد که صنعت خودرو تا چه اندازه از اقتصاد دســـتوری رنج می‌برد و البته تـــاوان این تفاوت را مـــردم می‌دهند. بدتر آنکه واســـطه‌ها در این آشـــفته بازار یکه‌تازی می‌کنند و در حالی که مردم و خودروسازان زیان می‌بینند، واسطه‌ها سودهای کلانی به جیب می‌زنند.

بورس ابزار مقابله با اقتصاد دستوری

در شرایطی که خودروســـازان ملزم به فروش خودرو با قیمت‌های دستوری هســـتند، بورس به یاری بازار خودرو آمد تا شفافیت اتفاق بیفتد که البته بســـیار کارســـاز بود. خودروهایی که در بورس عرضه شد، از قیمت بازار آزاد کمتر و از قیمت کارخانه بیشتر بود، اما شاهد اعتراض‌هایـــی در این زمینه بودیم که با مقاومت ســـازمان بورس و نمایندگان مجلس رو به رو شـــد که همچنان عرضه خودرو در بورس اتفـــاق می‌افتد. اما می‌توان برای آینده فرهنگ‌ســـازی کرد تا عرضه خودرو در بورس استمرار داشته باشد.

نوبت اول
شناسه آگهی: ۱۴۵۹۴۳۶

شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی ایران
منطقه اهواز

آگهی مناقصه عمومی یک مرحله ای

دستگاه مناقصه گزار: شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی ایران - منطقه اهواز به نشانی اهواز: میدان شهید بندر - جنب سپاه پاسداران شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه اهواز

ردیف	عنوان	شرح
۱	موضوع مناقصه	تامین سرویسهای ایاب و ذهاب کارکنان عملیاتی منطقه اهواز
۲	مدت اجرای قرارداد	یکسال شمسی
۳	برآورد پایه	۲۹,۳۲۰,۲۲۱,۸۵۰ ریال
۴	مبلغ تضمین شرکت در فرایند (جاج کار	۱,۶۱۲,۰۰۰,۰۰۰ ریال
۵	نوع تضمین	یکی از تضامین قابل قبول آیین نامه تضمین معاملات دولتی مصوب ۹۴/۰۹/۲۲ و به مبلغ اعلامی فوق (در صورت واریز نقدی به شماره حساب جام دو طرفه ۹۲۰۰۰۴۰۱۸۰ با شناسه ۴۰۱۳۳ نزد بانک ملت) می باشد (ارایه هرگونه چک قابل قبول نیست)
۶	تاریخ انتشار در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت	روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۱/۱۲/۰۶ ساعت ۸ صبح
۷	مهلت دریافت اسناد از سامانه ستاد	تا ساعت ۱۴:۳۰ روز پنجشنبه مورخ ۱۴۰۱/۱۲/۱۱
۸	تاریخ و محل جلسه توجیهی / بازدید	رأس ساعت ۱۰ صبح روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۱/۱۲/۱۵ در سالن جلسات ستاد منطقه اهواز
۹	مهلت زمانی ارسال پیشنهاد در سامانه ستاد	تا ساعت ۱۴:۳۰ روز پنجشنبه مورخ ۱۴۰۱/۱۲/۲۵
۱۰	محل و نحوه دریافت و تسلیم پیشنهادات - دریافت اسناد مناقصه و فرم های ارزیابی و تسلیم پاکات الف (تضمین شرکت در فرایند (جاج کار) پاکت ب (اسناد و مدارک مناقصه) پاکت ج (پیشنهاد قیمت) و پاکت ارزیابی	در مهلت مقرر با مراجعه به سایت www.setadiran.ir اسناد را دریافت و پس از بارگزاری کلیه پاکات تکمیل شده در سامانه تدارکات الکترونیک دولت (ستاد) رسید آن را به همراه اصل پاکت الف (تضمین شرکت در فرایند (جاج کار) بصورت لاک و مهر و امضاء شده به دبیرخانه کمیسیون مناقصات شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه اهواز واقع در اهواز، میدان شهید بندر - جنب سپاه پاسداران، شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه اهواز تحویل نمایند. شرکتهای حاضر در مناقصه باید کلیه اسناد و پاکات تکمیل شده را در مهلت مقرر در سامانه بارگذاری نمایند در غیر اینصورت و یا اعضای تحویل اصل مستندات پاکات الف صرفا به صورت غیرپیکی به غیر خانه کمیسیون مناقصات مورد پذیرش نبوده و به صلاحدید منطقه گاز از مناقصه کنار گذاشته میشود و حق هرگونه اعتراض در مراجع اداری و قضایی را از خود سلب می نماید. لازم است متقاضیان در صورت عدم عضویت قبلی در سایت مذکور ثبت نام نموده و نسبت به دریافت گواهی امضای دیجیتال جهت شرکت در مناقصه اقدام نمایند.
۱۱	شرایط متقاضیان	۱- ارائه گواهی تعیین صلاحیت فعالیت (دارای اعتبار) از اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی که در آن مناقصه گر مجاز به فعالیت در بخش حمل و نقل باشد تبصره: در صورتیکه محل صدور گواهینامه تعیین صلاحیت فعالیت از استانی به غیر از استان محل فعالیت (استان خوزستان) باشد اخذ و ارائه تاییدیه گواهینامه موصوف از اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان خوزستان توسط برنده مناقصه الزامی است. ۲- ارائه گواهینامه تائید صلاحیت ایمنی پیمانکاران (دارای اعتبار) از اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی توضیح اینکه تامین اعتبار گواهینامه های مورد اشاره در بندهای ۱ و ۲ در طول مدت فرآیند تشریفات برگزاری مناقصه و اجرای کار، لازم و به عهده شرکت کننده در مناقصه می باشد. ۳- ارائه کپی از ۱- کلیه صفحات اساسنامه شرکت ۲- آگهی تاسیس شرکت و آخرین آگهی تغییرات در روزنامه رسمی ۳- کد اقتصادی و شناسه ملی الزامی است. ۴- کلیه متقاضیانی که در شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه اهواز در حال حاضر دارای ۲ پیمان می باشند مجاز به شرکت در این مناقصه نمی باشند. ۵- کلیه صفحات فرم های پیش نویس قرارداد و شرح کارهای مناقصه باید به امضای تعهد آور (فرد مجاز طبق اساسنامه) برسد و در صورت تغییر امضای فرد مجاز می بایست گواهی امضاء ارائه گردد. ۶- عدم ممنوع المعامله بودن در سطح کلیه شرکتها (در صورت قرار داشتن در لیست شرکتهای ممنوع المعامله، سپرده شرکت در مناقصه به نفع مناقصه گزار ضبط خواهد گردید.) ۷- عدم ارائه مدارک فوق و عدم تحقق هر یک از شروط مندرج در این آگهی و سایر شرایط مندرج در اسناد مناقصه موجب رد صلاحیت مناقصه گر خواهد شد.
۱۲	تاریخ و مکان گشایش پاکات الف،ب،ج	از ساعت ۱۰ صبح شنبه مورخ ۱۴۰۱/۱۲/۲۷ در سالن جلسات شرکت به نشانی مناقصه گذار
۱۳	تاریخ اعتبار پیشنهادات	سه ماه بعد از بازگشایی پاکات نرخ
۱۴	حداقل تعداد مناقصه گران جهت گشایش پاکات	۲ مناقصه گر
۱۵	سایر شرایط و زمانبندی	وفق اسناد مناقصه و گزیده شرایط اسناد (ضروری است متقاضی کلیه اسناد مناقصه و صورتجلسه توجیهی قبل از پیشنهاد نرخ را دریافت، مطالعه و اطلاعات و مدارک درخواستی را از طریق سامانه ستاد ارائه نماید)

تاکید میگردد پیشنهاد مناقصه گرانی که در ارزیابی شکلی، مستندات فوق (شرایط متقاضیان) را ارایه نمایند گشوده خواهد شد. ضمنا متن آگهی و اسناد بارگذاری شده در سایتهای http://monaghesat.nipdc.ir و http://sets.mporg.ir صرفا جهت اطلاع و رویت بوده و ضروری است کلیه مراحل برگزاری مناقصه اعم از پرداخت اسناد و سایر مراحل در بستر سامانه www.setadiran.ir انجام گردد. بدیهی است بارگزاری (آپلود) و ارسال مدارک مورد نیاز و ارایه پیشنهاد مناقصه گران و بارگشایی پاکات ها صرفا پس از دریافت (دانلود) اسناد مناقصه از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد و ضروری است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام را در سایت مذکور و دریافت گواهی دیجیتال الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند. اطلاعات تماس سامانه تدارکات الکترونیک دولت (ستاد) جهت انجام مراحل عضویت در سامانه: مرکز تماس ۰۲۱-۴۱۹۳۴ دفتر ثبت نام ۰۲۱-۸۸۹۶۷۳۷ و فاکس ۰۲۱-۸۸۹۵۹۵۴ می باشد.
* اطلاعات تماس دفاتر ثبت نام سایر استانها در سایت سامانه www.setadiran.ir بخش ثبت نام/پروفایل تامین کننده/مناقصه گر موجود است.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۱۲/۰۶
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۱۲/۰۷

روابط عمومی شرکت ملی پخش فراورده های نفتی منطقه اهواز
۱۰۷

سازمان آگهی‌ها ۸۸۹۳۶۶۵۱

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

چون برابر رای شماره ۱۴۰۱۶۰۳۰۱۱۴۷۰۰۲۵۳۶ مورخ ۱۴۰۱/۱۱/۱۱ منضم به نامه شماره ۱۴۰۱۶۰۳۰۱۱۴۷۰۰۲۵۳۷ مورخ ۱۴۰۱/۱۱/۱۱ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی زراعی، باغات و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۹۰/۹/۲۰ مستقر در اداره ثبت اسناد و املاک زیبادشت تهران تصرفات مفروزی و مالکانه آقای محمد سلطان محمدی بشماره شناسنامه ۵۰۵۸ کد ملی ۰۰۳۷۴۲۰۴۲۹ فرزند محمد جواد متقاضی پرونده کلاسه ۱۴۰۱۱۱۴۴۰۱۱۴۷۰۰۰۱۸۵ نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی در آن به مساحت ۲۵۲/۶۱ متر مربع قسمتی از پلاک ۱۷۹۴ اصلی واقع در بخش ۱۰ تهران محرز گردیده است با حدود اربعه: شمالا بطول ۱۲/۲۸ متر دیواریست به باقیمانده پلاک ۱۷۹۴
شرقا بطول ۲۰/۳۹ متر دیواریست به باقیمانده پلاک ۱۷۹۴
جنوبا بطول ۱۲/۲۸ متر دیواریست به باقیمانده پلاک ۱۷۹۴
غربا در دو قسمت اول بطول ۳/۰۲ متر درب است به کوچه ۳ متری دوم بطول ۱۷/۷۴ متر دیواریست به باقیمانده پلاک ۱۷۹۴
لذا به منظور اطلاع ذوی الحقوق و شرکای مشاعی مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز در روزنامه آگهی می گردد در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار 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 پس از انقضای مهلت قانونی و عدم وصول واخواهی و اعتراض طبق مقررات سند مالکیت بنام نامبرده صادر خواهد شد.
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۱۲/۰۶
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۱۲/۲۱

۱۵۹۳۹ م الف **رئیس واحد ثبتی حوزه ثبت ملک زیبادشت تهران - منوچهر کاظم اصلانی**
شناسه آگهی ۱۴۵۵۴۸۲

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

برابر رای شماره ۱۴۰۱۶۰۳۱۲۰۰۱۰۰۶۷۸۶ هیئت موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی تصرفات مالکانه بلامعارض کلاسه ۱۳۹۹۱۱۴۴۱۲۰۰۱۰۰۰۰۶۷ تقاضای خانم بیجه نساء رستاقی چالکی به شماره شناسنامه ۲۸۲ و کد ملی ۲۱۲۰۸۰۴۹۵۸ صادره از گرگان فرزند ابراهیم در ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی بمساحت ۶۱۶۹۵ متر مربع از پلاک شماره ۱۰۵ - اصلی واقع در اراضی قریه کلاسنگیان بخش دو حوزه ثبت گرگان طبق رای صادره حکایت از انتقال از مالک رسمی علی اکبر رهبر به متقاضی دارد لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله پانزده روز آگهی میشود از این رو اشخاصی که نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراض داشته باشند میتوانند از تاریخ انتشار اولین آگهی بمدت دو ماه اعتراض خود را با ذکر شماره پرونده به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یکماه از تاریخ تسلیم اعتراض به مرجع ثبتی دادخواست خود را به مرجع ذیصلاح قضائی تقدیم نماید
م الف: ۱۴۲۰۱
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۱۲/۶
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۱۲/۲۲

مهدی شاه مهری
سرپرست اداره ثبت اسناد و املاک منطقه یک گرگان
از طرف غلامرضا قاسمی

مفقودی

کلیه مدارک یک دستگاه موتورسیکلت ورزشی سیستم هنسکوارنا CC۴۴۹ مدل ۱۳۸۲ سفید- روغنی به شماره شاسی VBKUXP۴۳۳EM۳۴۴۳۱۷ و شماره موتور ۴۵۸۶۴۰۹۳۵ فاقد شماره انتظامی بنام رامین سلطانی کیا مفقود واز درجه اعتبار ساقط می باشد.

شهرستان قزوین

آگهی قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی حوزه ثبتی قائم شهر

نظر به دستور مواد ۱ و ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۹/۲۰ املاک متقاضیانی که در هیات موضوع ماده یک قانون مذکور مستقر در واحد ثبتی قائم شهر مورد رسیدگی و تصرفات مالکانه و بلامعارض آنان محرز و رای لازم صادر گردیده جهت اطلاع عموم به شرح ذیل آگهی می گردد:
املاک متقاضیان واقع در قریه درزیکلا پلاک ۲۰ اصلی بخش ۱۶
۲۱۲۷ فرعی بنام آقای حمید رضا شعبانی خنار نسبت به سه دانگ مشاع از ششدانگ یک قطعه زمین که در آن احداث بنا شده است به مساحت ۱۰، ۱۹۹ متر مربع خریداری مع الواسطه از هیئت موسسین تهیه زمین پرسنل نیروی انتظامی قائم شهر مالک رسمی
۲۱۲۷ فرعی بنام آقای علیرضا شعبانی خنار نسبت به سه دانگ مشاع از ششدانگ یک قطعه زمین که در آن احداث بنا شده است به مساحت ۱۰، ۱۹۹ متر مربع خریداری مع الواسطه از هیئت موسسین تهیه زمین پرسنل نیروی انتظامی قائم شهر مالک رسمی
لذا به موجب ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی و ماده ۱۳ آئین نامه مربوطه این آگهی در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق این روزنامه محلی/ کثیرالانتشار در شهرها منتشر و در روستاها علاوه بر انتشار آگهی رای هیات الصاق تا در صورتیکه اشخاص ذینفع به آرای اعلام شده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشار اولین آگهی و در روستاها از تاریخ الصاق در محل تا دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند. معترض باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نماید و گواهی تقدیم دادخواست به اداره ثبت محل تحویل دهد که در این صورت اقدامات ثبت موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه است و در صورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل ارائه نکند اداره ثبت مبادرت به صدور سند مالکیت می نماید و صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نیست.
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۱۲/۰۶
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۱۲/۲۱

شناسه آگهی ۱۴۶۱۰۸۸
رئیس اداره ثبت اسناد و املاک قائم شهر - یونس قصابی
۱۰۶

آگهی احراز تصرفات، موضوع ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی و ماده ۱۳ آئین نامه اجرائی آن مصوب ۹۰/۹/۲۰

نظر به اینکه به استناد رای شماره ۱۳۹۹۶۰۳۰۱۰۴۲۰۰۱۹۹۵ تاریخ صدور ۱۳۹۹/۱۲/۱۷ و اصلاحی شماره ۱۴۰۱۶۰۳۰۱۰۴۲۰۰۰۲۹۹ مورخ ۱۴۰۱/۰۹/۱۴ و رای شماره ۱۳۹۹۶۰۳۰۱۰۴۲۰۰۱۹۹۹ تاریخ صدور ۱۳۹۹/۱۲/۱۷ و اصلاحی شماره ۱۴۰۱۶۰۳۰۱۰۴۲۰۰۰۲۹۷ مورخ ۱۴۰۱/۰۹/۱۴ هیئت رسیدگی کننده موضوع قانون صدرالذکر مستقر در اداره ثبت اسناد و املاک مولوی تهران، تصرفات بلامنازع خانم رقیه دادخواه فرزند آقا حسین دارای کد ملی ۱۴۶۴۸۷۶۸۵۱ و ابراهیم سروری نیارق فرزند علی دارای کد ملی ۱۴۶۱۵۰۱۹۲۱ (هر یک نسبت به سه دانگ مشاع از ششدانگ) یک قطعه زمین با بنای احداثی در آن بمساحت (۵۰/۷۰ متر مربع) پنجاه متر و هفتاد دسیمتر مربع در قسمتی از پلاک ۲۲۶ فرعی از ۴۷۳۰ اصلی که در اجرای استانداردسازی به پلاک ۱۷۸۲۰ فرعی از ۴۷۳۰ اصلی تغییر یافته است واقع در بخش ۶ تهران که بموجب مبایعه نامه عادی مع الواسطه از مالکین رسمی (آقایان نبی اله تاجیک و میرزا علی پیشنماززاده) باستناد شهادت شهود خریداری نموده است، احراز شده و جهت اجرا و صدور سند مالکیت طی نامه شماره ۱۴۰۱۶۰۳۰۱۰۴۲۰۰۰۴۶۹ و ۱۴۰۱۶۰۳۰۱۰۴۲۰۰۰۴۷۱ تاریخ ۱۴۰۱/۱۱/۱۲ به این اداره اعلام گردیده است لذا به استناد ماده ۳ قانون مذکور مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی تا چنانچه شخص و یا اشخاص اعم از حقیقی یا حقوقی نسبت به موضوع صدور سند بنام متقاضی مذکور هرگونه اعتراضی دارند ظرف مهلت دو ماه از تاریخ انتشار این آگهی، به این اداره مراجعه و ضمن تسلیم اعتراض و اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست به دادگاه عمومی محل وقوع ملک تقدیم نموده و گواهی مربوطه را از دادگاه اخذ و به این اداره تحویل نماید، در غیر اینصورت پس از سپری شدن مهلت مقرر، سند مالکیت وفق مقررات صادر خواهد گردید.
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۱۲/۰۶
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۱۲/۲۱

۱۵۹۳۲ م الف **کفیل واحد ثبتی حوزه ثبت ملک مولوی تهران - عبداله اخلاقی سیاهمرد**
شناسه آگهی ۱۴۵۵۴۳۷

آگهی قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی حوزه ثبتی شهرستان نوشهر

نظر به دستور مواد ۱ و ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۹/۲۰ املاک متقاضیانی که در هیات موضوع ماده یک قانون مذکور مستقر در واحد ثبتی نوشهر مورد رسیدگی و تصرفات مالکانه و بلامعارض آنان محرز و رای لازم صادر گردیده جهت اطلاع عموم به شرح ذیل آگهی می گردد:
املاک متقاضیان واقع در قریه سنگسرا پلاک ۵ اصلی بخش ۳ قشلاقی
۴۳۵ فرعی اقا / خانم علی رضائی فرزند یداله نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی (کاربری مسکونی) به مساحت ۲۹۴/۷۳ متر مربع خریداری بدون واسطه / با واسطه از مرتضی محمدی ارهانی
لذا به موجب ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی و ماده ۱۳ آیین نامه مربوطه این آگهی در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق این روزنامه محلی/ کثیرالانتشار در شهرها منتشر و در روستاها علاوه بر انتشار آگهی رای هیات الصاق تا در صورتیکه اشخاص ذینفع به آرای اعلام شده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشار اولین آگهی و در روستاها از تاریخ الصاق در محل تا دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند. معترض باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نماید و گواهی تقدیم دادخواست به اداره ثبت محل تحویل دهد که در این صورت اقدامات ثبت موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه است و در صورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل ارائه نکند اداره ثبت مبادرت به صدور سند مالکیت می نماید و صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نیست. بدیهی است برابر ماده ۱۳ آیین نامه مذکور در مورد قسمتی از املاکی که قبلا اظهارنامه ثبتی پذیرفته نشده، واحد ثبتی با رای هیات پس از تنظیم اظهارنامه حاوی تحدید حدود مراتب را در اولین آگهی نوبتی و تحدید حدود به صورت همزمان به اطلاع عموم می رساند و نسبت به املاک در جریان ثبت و فاقد سابقه تحدید حدود، واحد ثبتی آگهی تحدید حدود را به صورت اختصاصی منتشر می نماید.
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۱۲/۰۶
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۱۲/۲۰

رئیس اداره ثبت اسناد و املاک نوشهر - صفر رضوانی
شناسه آگهی ۱۴۵۹۷۲۲
۱۰۳

آگهی تحدید حدود حوزه ثبتی شهرستان نوشهر

پیرو آگهی قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی و به استناد تبصره ذیل ماده ۱۳ قانون و ماده ۱۳ ایین نامه قانون اخیرالذکر تحدید حدود املاک مشروحه ذیل در ساعت و تاریخ های مقرر در محل وقوع ملک به شرح ذیل به عمل خواهد آمد
املاک متقاضیان واقع در قریه سنگسرا پلاک ۵ اصلی بخش ۳ قشلاقی
۴۳۵ فرعی اقا/ خانم علی رضائی فرزند یداله نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی (کاربری مسکونی) به مساحت ۲۹۴/۷۳ متر مربع خریداری بدون واسطه/ با واسطه از مرتضی محمدی ارهانی
ساعت ۹ صبح روز شنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۱/۱۹ لذا از متقاضیان و مالکین املاک مجاور و صاحبان حقوق ارتفاقی دعوت می شود در وقت مقرر در محل وقوع ملک حضور بهم رسانند بدیهی است در صورت عدم حضور متقاضی و یا نماینده قانونی انان طبق ماده ۱۵ قانون ثبت ملک مورد تقاضا با حدود اظهار شده از طرف مجاورین تحدید خواهد شد معترضین می توانند به استناد ماده ۲۰ قانون ثبت و مواد ۷۴ و ۸۶ ایین نامه قانون ثبت ظرف مدت ۳۰ روز از تاریخ تنظیم صورت مجلس تحدید حدود اعتراض خود را کتبا به این اداره تسلیم و ظرف مدت یکماه از تاریخ تسلیم اعتراض به واحد ثبتی مبادرت به تقدیم دادخواست به مرجع قضایی نمایند. در غیر اینصورت با ارائه گواهی عدم تقدیم دادخواست توسط متقاضی و یا نماینده قانونی وی و بدون توجه به اعتراض واصله عملیات ثبتی با رعایت مقررات ادامه می یابد.
تاریخ انتشار: ۱۴۰۱/۱۲/۰۶

رئیس ثبت اسناد و املاک شهرستان نوشهر - صفر رضوانی
شناسه آگهی ۱۴۵۹۷۳۳
۱۰۴

آگهی قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی حوزه ثبتی نوشهر

نظر به دستور مواد ۱ و ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۹/۲۰ املاک متقاضیانی که در هیات موضوع ماده یک قانون مذکور مستقر در واحد ثبتی نوشهر مورد رسیدگی و تصرفات مالکانه و بلامعارض آنان محرز و رای لازم صادر گردیده جهت اطلاع عموم به شرح ذیل آگهی می گردد:
املاک متقاضیان واقع در قریه حمزده سفلی پلاک ۸ اصلی بخش ۳ قشلاقی
۴۹۲ فرعی اقا / خانم اکبر شریفی کلیشادی فرزند مظاهر نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی (کاربری مسکونی) به مساحت ۴۰۷/۴۳ متر مربع خریداری بدون واسطه / با واسطه از احمد پولاد خانی
لذا به موجب ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی و ماده ۱۳ ایین نامه مربوطه این آگهی در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق این روزنامه محلی/ کثیرالانتشار در شهرها منتشر و در روستاها علاوه بر انتشار آگهی رای هیات الصاق تا در صورتیکه اشخاص ذینفع به آرای اعلام شده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشار اولین آگهی و در روستاها از تاریخ الصاق در محل تا دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند. معترض باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نماید و گواهی تقدیم دادخواست به اداره ثبت محل تحویل دهد که در این صورت اقدامات ثبت موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه است و در صورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل ارائه نکند اداره ثبت مبادرت به صدور سند مالکیت می نماید و صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نیست. بدیهی است برابر ماده ۱۳ آیین نامه مذکور در مورد قسمتی از املاکی که قبلا اظهارنامه ثبتی پذیرفته نشده، واحد ثبتی با رای هیات پس از تنظیم اظهارنامه حاوی تحدید حدود مراتب را در اولین آگهی نوبتی و تحدید حدود به صورت همزمان به اطلاع عموم می رساند و نسبت به املاک در جریان ثبت و فاقد سابقه تحدید حدود، واحد ثبتی آگهی تحدید حدود را به صورت اختصاصی منتشر می نماید.
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۱۲/۰۶ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۱۲/۲۰

رئیس اداره ثبت اسناد و املاک نوشهر - صفر رضوانی
شناسه آگهی ۱۴۵۸۶۱۰
۱۰۲

آگهی تحدید حدود حوزه ثبتی شهرستان نوشهر

پیرو آگهی قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی و به استناد تبصره ذیل ماده ۱۳ قانون و ماده ۱۳ ایین نامه قانون اخیرالذکر تحدید حدود املاک مشروحه ذیل در ساعت و تاریخ های مقرر در محل وقوع ملک به شرح ذیل به عمل خواهد آمد
املاک متقاضیان واقع در قریه مرتع دودارک پلاک ۱ اصلی بخش ۳ قشلاقی
۱۶۱۵ فرعی اقا/ خانم محترم قورچیانی اخوره علیائی فرزند غضنفر نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی (کاربری مسکونی) به مساحت ۱۹۰/۵۱ متر مربع خریداری بدون واسطه/ با واسطه از حمید عبدی
ساعت ۹ صبح روز شنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۱/۱۹ لذا از متقاضیان و مالکین املاک مجاور و صاحبان حقوق ارتفاقی دعوت می شود در وقت مقرر در محل وقوع ملک حضور بهم رسانند بدیهی است در صورت عدم حضور متقاضی و یا نماینده قانونی انان طبق ماده ۱۵ قانون ثبت ملک مورد تقاضا با حدود اظهار شده از طرف مجاورین تحدید خواهد شد معترضین می توانند به استناد ماده ۲۰ قانون ثبت و مواد ۷۴ و ۸۶ ایین نامه قانون ثبت ظرف مدت ۳۰ روز از تاریخ تنظیم صورت مجلس تحدید حدود اعتراض خود را کتبا به این اداره تسلیم و ظرف مدت یکماه از تاریخ تسلیم اعتراض به واحد ثبتی مبادرت به تقدیم دادخواست به مرجع قضایی نمایند. در غیر اینصورت با ارائه گواهی عدم تقدیم دادخواست توسط متقاضی و یا نماینده قانونی وی و بدون توجه به اعتراض واصله عملیات ثبتی با رعایت مقررات ادامه می یابد.
تاریخ انتشار: ۱۴۰۱/۱۲/۰۶

رئیس ثبت اسناد و املاک شهرستان نوشهر - صفر رضوانی
شناسه آگهی ۱۴۵۷۸۷۹
۱۰۱

با اعلام برگزیدگان در بندرلنگه صورت گرفت

آیین اختتامیه اولین جشنواره منطقه ای شعر نبوی

بندرعباس- خبرنگار فرصت امروز: اولین جشنواره منطقه ای شعر نبوی با اعلام برگزیدگان در بندرلنگه به ایستگاه پایانی خود رسید. به گزارش روابط عمومی اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان هرمزگان این اختتامیه جشنواره دوشنبه ۱ اسفندماه در سالن اجتماعات الغدیر بندر کنگ برگزار گردید و از برگزیدگان سه بخش شعر کلاسیک، سپید بومی سروده با اهداء جوایز تقدیر به عمل آمد.

آغازگر برنامه بعد از تلاوت قرآن و سرود ملی جمهوری اسلامی ایران با عرض خیر مقدم تصویری امام جمعه محترم شهرستان بندرلنگه همراه بود سپس با پخش بیانات مقام معظم رهبری درباره شکوه حضور مردم در راهپیمایی ۲۲ بهمن ماه ادامه یافت. پس از آن اسمعیل جهانگیری مدیر کل فرهنگ و ارشاد اسلامی هرمزگان ضمن عرض خیرمقدم خدمت شاعران و مهمانان حاضر تبریک شب بعثت پیامبر اعظم (ص)، به وصف برکات صدیقه طاهره (س) پرداختند.

جهانگیری در ادامه بیان داشت: قریب به صد و پنجاه شعر از ۸ استان

کشور به دبیرخانه جشنواره ارسال شد. این جشنواره برای اولین بار به شکل منطقه ای و در ادامه ادوار گذشته است که به شکل استانی برگزار می شد.

وی تأکید نمود: خداوند با بعثت پیامبر (ص) بر ملت منت گذاشت. اگر مبعث رسول اکرم (ص) نبود، بشریت همواره در مسیر گمراهی باقی می ماند. انسان جاهل قبل از بعثت، با حضور حضرت رسول (ص) به عقلانیت رسید.

مدیر کل فرهنگ و ارشاد اسلامی هرمزگان در پایان اشاره داشت: تقدیر و تشکر دارم از تمامی شاعران، هنرمندان، همکاران و مسئولین اداری بندر کنگ و بندر لنگه که این محفل را برگزار نمودند.

برنامه با مولودی خوانی مداح اهل بیت کربلایی علی اصغر احمدی ادامه یافت که با استقبال حضار همراه بود. پس از آن برنامه با شعرخوانی آثار برگزیده شاعران شرکت کننده در جشنواره ادامه یافت.

در پایان پس از اجرای برنامه های متنوع فرهنگی و هنری که با شور و استقبال جمعیت حاضر در سالن همراه بود، ضمن اجرای آیین های مولودی خوانی، اجرای گروه سنتی اوزال و رزیف، بیانیه هیئت داوران توسط مسلم محبی قرائت شد و از شاعران برگزیده تقدیر بعمل آمد.

شایان ذکر است اولین دوره جشنواره در بندرلنگه با حضور استان های هرمزگان، فارس، خوزستان، سیستان و بلوچستان، کرمان، کرمان جنوبی و بوشهر برگزار گردید.

بمنظور یاری رسانی به شهروندان؛

خودروهای راهسازی نفت و گاز مسجدسلیمان به مناطق برفگیر چهارمحال و بختیاری اعزام شدند

اهواز - شبنم قجاوند: رییس اداره ترابری شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان از اعزام ۲ دستگاه لودر جهت بازگشایی راه های دسترسی و رفع بحران در پی وقوع بارش بی سابقه برف در استان چهارمحال و بختیاری خبر داد .

عبدالعظیم فخرالدین در توضیح این خبر اظهار داشت: در پی بارش شدید و بی سابقه برف در استان چهارمحال و بختیاری و مسدود شدن راه های درون و برون شهری با درخواست مدیریت بحران استانداری چهارمحال و بختیاری از استانداری های همجوار ، یک دستگاه لودر و ۲ دستگاه تریلر کمرشکن شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان و یک دستگاه لودر اداره راهداری شهرستان لالی لحظاتی پیش بسوی استان بحران زده چهارمحال و بختیاری اعزام شدند . این مقام مسئول افزود : این اقدام در پی درخواست مدیریت بحران استانداری خوزستان و دستور مساعد و موافقت مهندس دانشی مدیرعامل شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب و مهندس هیهاوند مدیرعامل شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان بمنظور یاری رساندن به هموطنان صورت گرفت .

به گفته ی فخرالدین قرار است این لودرها در اختیار مدیریت بحران استانداری چهارمحال و بختیاری قرار گرفته و جهت بازگشایی راه های مواصلاتی استان چهارمحال و بختیاری و تا رفع بحران یاد شده فعالیت نمایند . رییس اداره ترابری شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان یادآور شد: هفته پیش و به دنبال بارش شدید برف و بوران در منطقه

کوهستانی تاراز از توابع بخش چلو شهرستان اندیکا که منجر به بسته شدن راه مواصلاتی و بین استانی مسجدسلیمان به شهرکرد و گیرافتادن خودروهای عبوری در برف و یخبندان شد ، با درخواست مدیریت بحران شهرستان مزبور یک دستگاه بلدوزر و یک دستگاه لودر شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان به این منطقه اعزام و در امر بازگشایی این جاده استراتژیک اداره راهداری و حمل نقل جاده ای را یاری نمودند .

مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری :

جایگاه های سوخت استان آماده خدمت رسانی در تعطیلات نوروزی هستند

ساری - دهقان : مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری گفت : جایگاه های عرضه فرآورده های نفتی منطقه ساری در ایام نوروز ۱۴۰۲ آماده ارائه خدمات به مردم هستند .

به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی ، سبحان رجب پور مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری در جلسه توجیهی که در بهمن ۱۴۰۱ با حضور نمایندگان شرکت های زنجیره ی توزیع (برند) و مالکان جایگاههای اختصاصی و مجاری عرضه سطح منطقه ساری در سالن جلسات شرکت انجام شد بیان کرد : هدف از برگزاری این نشست عرضه سوخت مطلوب و به موقع به شهروندان در ایام تعطیلات نوروزی و آمادگی لازم برای استقبال مسافران احتمالی نوروزی می باشد . سبحان رجب پور از بازدیدهای محسوس و نامحسوس مجاری عرضه در ایام نوروز خبر داد و افزود : کارشناسان و بازرسان طرح نظارت نوروزی به منظور آمادگی کامل جایگاه و پایش مراکز عرضه سوخت در سطح شهرستانهای منطقه ساری از نیمه دوم اسفند ماه کار خود را آغاز کرده و تا تاریخ ۱۴۰۲/۱/۱۵ ادامه خواهد داشت .

سبحان رجب پور هدف از اجرای این طرح را ارائه خدمات مطلوب تر و ارتقای سطح کمی و کیفی مجاری عرضه در ایام نوروز بیان کرد و گفت : جایگاه هایی که در محورهای ورودی و خروجی استان قرار دارند از حساسیت بالاتری برخوردارند و نظافت سرویس های بهداشتی و نماز خانه ها ، آماده به کار بودن تجهیزات ایمنی ، اطمینان از سالم بودن تلمبه ها و خرید به موقع مواد نفتی از اولویتهای بازدید طرح نظارتی می باشد . رجب پور انتظارات شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی ایران در دو بخش تخصصی و عمومی از جایگاههای سی ان جی را عنوان کرد و بر حضور فرد پاسخگو در این ایام تاکید کرد .

رجب پور مدیر منطقه ساری ضمن بیان مسائل و مشکلات موجود در حوزه عرضه فرآورده ها از تعامل ،همکاری و خدمات مطلوب اکثر جایگاه داران استان در رعایت پروتکل های بهداشتی به ویژه پیگیری های انجمن صنفی جایگاهها در سطح منطقه ساری قدردانی کرد . در ادامه تعدادی از جایگاهداران با بیان نقطه نظرات و پیشنهادات ،موانع های احتمالی سوخت رسانی را مطرح و خواهان رفع آن شدند .

رجب پور بر لزوم در معرض دید بودن تابلوهای پاسخگویی به شکایات تاکید کرده تا مسافران و مردم استان بتوانند از طریق مرکز پاسخگویی ۰۹۶۲۷ و سامانه پیام گیر ، پیشنهادات و انتقادات خود را نسبت به نحوه عملکرد مجاری عرضه و شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی مناطق استان اعلام نمایند .

مدیر کل منابع طبیعی استان مرکزی خبر داد

توزیع یک میلیون اصله نهال در استان مرکزی

اراک- فرناز امیدی: مدیر کل منابع طبیعی استان مرکزی از توزیع یک میلیون اصله نهال همزمان با هفته درختکاری در استان خبر داد.

عبدالحسین محمدی با بیان اینکه ایران جزو هفت کشور تولیدکننده اکسیژن است، اظهار کرد: تغییرات اقلیم، افزایش گازهای گلخانه‌ای، تخریب بی‌رویه طبیعی و غیرطبیعی جنگل‌ها و... باعث شده تا در راستای احیای اکوسیستم طرح کاشت یک میلیارد درخت مد نظر قرار بگیرد.

وی بیان اینکه طرح مردمی کاشت یک میلیارد درخت در کشور با هدف افزایش مشارکت مردم برنامه‌ریزی شده است اظهار کرد: این طرح در استان مرکزی نیز با هدف کاشت ۱۶ میلیون درخت در ۴ سال اجرایی می‌شود.

مدیرکل منابع طبیعی و آبخیزداری استان مرکزی بیان کرد: به همین منظور و در راستای سرسبزی و آبادانی یک میلیون اصله نهال همزمان با هفته درختکاری در سطح استان توزیع می‌شود.

محمدی با بیان اینکه ۱۵ تا ۲۱ اسفندماه به عنوان هفته منابع طبیعی نام‌گذاری شده ادامه داد: این مدت فرصت خوبی برای ارتقاء فرهنگ درختکاری و فرهنگ‌سازی در خصوص حفظ و احیاء منابع طبیعی به عنوان یکی از بزرگترین نعمات خداوند است.

وی با اشاره به نصب بنر این طرح در مسیر راهپیمایی ۲۲ بهمن در دوازده شهرستان استان اضافه کرد: در روز راهپیمایی نیز هزار اصله نهال رایگان بین مردم توزیع شد.

مدیرکل منابع طبیعی و آبخیزداری استان مرکزی خاطرنشان کرد: در روز ۱۶ اسفند در مکان‌های تعیین شده نهال رایگان توزیع می‌شود و مردم و مسئولان با حضور در پارک‌ها، جنگل‌ها و دیگر نقاط به کاشت نهال می‌پردازند.

با حضور نماینده مردم مشگین شهر در مجلس صورت گرفت

افتتاح طرح گازرسانی به ۱۷ روستای این شهرستان بمناسبت ایام الله دهه فجر

اردبیل- خبرنگار فرصت امروز: مدیر عامل شرکت گاز استان اردبیل از افتتاح پروژه گازرسانی به ۱۷ روستای شهرستان مشگین شهر از توابع استان اردبیل همزمان با دهه فجر خبر داد.

به گزارش روابط عمومی شرکت گاز استان اردبیل ، طی آئینی با حضور نماینده مردم شهرستان مشگین شهر در مجلس شورای اسلامی، مدیر کل دفتر فنی استانداری ، مدیر عامل شرکت گاز استان ، بخشدار جمعی از مسئولان استانی و محلی و با حضور مردم روستای مشیران طرح گازرسانی به ۱۷ روستای شهرستان مشگین شهر بمناسبت ایام الله دهه فجر افتتاح و به بهره‌برداری رسید.

در این مراسم میر سعید سید متین مدیر عامل شرکت گاز استان اردبیل برخورداری حداکثری خانوار روستایی از نعمت گاز طبیعی را برهون خدمات کلیه خادمین مردم در صنعت گاز دانست و افزود : شهرستان مشگین شهر به لحاظ توسعه شبکه های گازرسانی و پروژه های در دست اجراء بعنوان یکی از بزرگترین کارگاههای گازرسانی در استان مطرح می باشد و خدمات ارزشمند شرکت گاز در گازرسانی به روستاها و ایجاد زیر ساختهای لازم برای توسعه صنعتی در این

شهرستان نسبت به سایر مناطق استان چشمگیر می باشد.

وی در ادامه گفت : طرح گازرسانی به روستاهای قره آغاج کلان، کنچوبه، برج لو، عباس قشلاقی، مشیران، پشته قشلاق، کهریز شامی، قلعه قشلاق، قشلاق عربلو، یوسف خان کندی، قولدر کهلی، قوزی قوروغی، علی کران، پست کندی، قاسم کندی، الرده و بابیان شهرستان مشگین شهر در قالب ۳ پروژه با اعتباری بالغ بر ۲۴۰ میلیارد ریال به بهره برداری رسید که با افتتاح این پروژه های گازرسانی، قریب به ۸۰۰ خانوار روستایی شهرستان مشگین شهر از نعمت گاز طبیعی بهره مند می شوند.

مدیر عامل شرکت گاز استان اردبیل در رابطه با حجم عملیات شبکه گذاری به منظور گازرسانی به این روستاها گفت: پروژه گازرسانی به این ۱۷ روستا با ۱۰۳ کیلومتر شبکه گذاری به بهره برداری رسید که با احتساب این میزان؛ حجم شبکه گذاری در سطح شهرستان از ابتدا تا کنون به بیش از ۱۷۲۰ کیلومتر می رسد.

سید متین در پایان در جمع مردم شهید پرور روستای مشیران از توابع مشگین شهر در خصوص پروژه های در دست اجراء در این شهرستان نیز توضیح داد و اظهار داشت: در حال حاضر پروژه های گازرسانی به ۵ روستای شهرستان مشگین شهر در دست اجراء می باشد و مراحل پیمان سپاری ۱۱ روستای این شهرستان نیز در دست اقدام است که با اتمام این پروژه ها ضریب نفوذ گاز طبیعی در این شهرستان به بیش از ۹۷ درصد خواهد رسید.

بررسی روند اجرای عملیات انبارگردانی در بازدید مدیرعامل شرکت گازاستان گلستان

گرگان - نادر کرمی: در روزهای پایانی سال ۱۴۰۱ ، مهندس علی طالبی مدیر عامل شرکت گاز استان گلستان و همراهان با حضور در انبار مرکزی شرکت از روند اجرای پروژه انبارگردانی شرکت که همه ساله انجام می پذیرد بازدید به عمل آوردند.دراین بازدید مهندس طالبی با تقدیر از تیم انبارگردانی، فرآیند اجرای عملیات انبارگردانی شمارش کالاهای موجود و ثبت آنها را از نزدیک مورد بررسی و ارزیابی قرار داده و رهنمودهای لازم نیز در خصوص انجام دقیق و منظم این برنامه ارائه نمود.وی همچنین در خصوص اهمیت انبار گردانی تصریح کرد: طبق روال هر ساله این شرکت در پایان سال در راستای به روز رسانی موجودی انبار کالا و رفع مغایرت‌ها و اختلافات با سیستم یکنواخت کالا اقدام به شمارش و ثبت آنها می‌کند و این عمل با دقت خاصی انجام می شود.طالبی اظهار داشت: این عملیات متشکل از چند گروه کارشناس شامل گروه شمارشگر، گروه تغذیه کننده اسناد و گروه ناظران مالی تحت نظارت حسابرسان مستقل انجام می گیرد که در این زمینه اقلام موجود پس از شمارش مرحله اول تعداد آنها در سیستم مکانیزه کالا درج شده و مجدداً پس از شمارش دوم ، در صورت مغایرت دو شمارش انجام شده، گزارش اختلافات ارائه و نسبت به بررسی و رفع آن اقدام می شود

اخبار

با حضور مدیرعامل، معاونین و مدیران آبفا برگزار شد؛

جشن تکلیف فرزندان کارکنان شرکت آب و فاضلاب آذربایجان شرقی

تبریز - فلاح: مراسم جشن تکلیف به مناسبت دهه فجر با حضور فرزندان کارکنان شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی برگزار شد. در مراسمی که با حضور مدیرعامل، معاونین و مدیران شرکت برگزار شد، به مناسبت دهه مبارکه فجر و پیروزی شکوهمند انقلاب اسلامی از فرزندان دختر و پسر مکلف که به همراه خانواده حضور داشتند، تجلیل شد. مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی گفت: سن تکلیف آغاز تغییر و تحول نوجوانی و گام نهادن در عرصه جدید تکلیف الهی می باشد و امید است دختران و پسران تازه مکلف شده آینده روشنی برای خود، خانواده و جامعه رقم زنید. مهندس خانی افزود: امیدواریم برگزاری جشن تکلیف به عنوان یک سنت حسنه در سطح ادارات و سازمانها گسترش بیشتری یابد، چرا که سبب جذب بیشتر فرزندان به امور دینی و ایجاد شوق به مسائل معنوی در ایشان می گردد. خاطرنشان می گردد که جشن تکلیف دختران و پسران کارکنان شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی در این گردهمایی انجام گرفت که این دختران و پسران پس از آشنایی با نحوه صحیح اداء نماز از برنامه های فرهنگی و متنوعی از جمله سرود و مسابقه که برای آنان ترتیب داده شده بود، بهره مند گردیدند. در پایان مراسم، هدایای فرهنگی برای فرزندان کارکنان اهداء شد و همچنین از فعالان حوزه نماز و کارکنانی که تازه ازدواج کرده اند، تجلیل بعمل آمد.

فرماندار بوشهر:

جیره بندی آب در بوشهر حذف می شود

بوشهر - خبرنگار فرصت امروز: به گزارش روابط عمومی فرمانداری بوشهر : جلسه هماهنگی سفر رییس جمهور به ریاست صالح رحیمی فرماندار بوشهر در سالن کنفرانس کانون پرورش فکری کودکان بوشهر برگزار گردید. صالح رحیمی فرماندار شهرستان بوشهر: در جلسه هماهنگی سفر رئیس جمهور اظهار داشت: در این سفر رئیس جمهور آبشیرین کن مپنا را مورد بهره برداری قرار می گیرد و ۳۵ هزار متر مکعب آب وارد مدار تولید می شود و جیره بندی آب در شهر بوشهر حذف می شود. وی با اشاره به اینکه دشمن در اغتشاشات به دنبال ستیز و جدایی میان شیعه و سنی بود، بیان کرد: با همراهی و بصیرت مردم ایران اسلامی نسخه سناریو سوریه سازی در کشور خنثی و نقش بر آب شد. رحیمی تصریح کرد: مردم ایران اسلامی با حضور باشکوه خود در راهپیمایی ۲۲ بهمن ماه، مشت محکمی بر دشمنان قسم خورده این سرزمین زدند.

تقدیر از هرمزگان برای طرح «آموزش هنر برای همه»

بندرعباس- خبرنگار فرصت امروز: استان هرمزگان از جانب وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی به عنوان استان نمونه در طرح آموزش هنر برای همه مورد تقدیر قرار گرفت. بنا بر اعلام اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی هرمزگان، در راستای تکلیف استان ها از سوی وزیر در خصوص طرح آموزش هنر برای همه، با پیگیری مدیر کل فرهنگ و ارشاد اسلامی و تلاش همکاران واحد امور هنری و روسای ادارات فرهنگ و ارشاد اسلامی شهرستانها، با ثبت نام افزون بر ۶ هزار نفر هنرجو در این طرح که از لحاظ تعداد در ثبت نام در کشور دومین استان می باشد، مورد تقدیر قرار گرفت. این تقدیر در راستای تحقق شعار عدالت فرهنگی و محرومیت زدایی در دولت سیزدهم و گام دوم انقلاب اسلامی است و همچنین به توسعه و بالندگی روز افزون فرهنگ و هنر این سرزمین منجر می شود.

در بازدید مدیر کل میراث فرهنگی استان خوزستان از موزه کارخانه برق مسجدسلیمان عنوان شد؛

ابراز خرسندی از تبدیل اماکن صنعتی قدیمی نفت به موزه

اهواز - شبنم قجاوند: مدیرکل میراث فرهنگی،صنایع دستی و گردشگری استان خوزستان از موزه کارخانه برق مسجدسلیمان به عنوان اولین کارخانه گازی تولید برق خاورمیانه بازدید نمود . دکتر محمد حسین ارسطو زاده که به همراه جمعی از کارشناسان آن اداره کل از این کارخانه بازدید می نمود با توضیحات حمید احمدی کارشناس موزه نفت مسجدسلیمان در جریان تاریخچه احداث، فعالیت و توقف فعالیت های این کارخانه که نقش بسزایی در تأمین انرژی الکتریکی مورد نیاز صنعت نفت مسجدسلیمان در اوایل شکل گیری این صنعت داشت، قرار گرفتند . مدیرکل میراث فرهنگی،صنایع دستی و گردشگری استان خوزستان طی گفتگویی با خبرنگار پایگاه خبری شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان،کارخانه برق تمبی را نماد بالندگی صنعت نفت خواند و بر خرسندی آن اداره کل از تبدیل اماکن قدیمی صنعت نفت به موزه جهت انتقال تاریخچه و روند فعالیت ها به نسل های آینده تأکید نمود . محمد حسین ارسطو زاده افزود : صنعت نفت ، نقشی بسزا و تعیین کننده در شکل گیری تحولات و پیشرفت های اقتصادی و اجتماعی کشورمان داشته و راه اندازی چنین موزه هایی موجب افزایش آگاهی مردم نسبت به ایفای نقش این صنعت تاثیر گذار در تاریخ معاصر کشورمان می گردد .

مدیرعامل شرکت مهندسی و توسعه گاز ایران:

توسعه میدان گازی بانکول منطبق بر اصول توسعه پایدار، زمینه‌ساز تحول اقتصادی در ایلام می شود

ایلام-هدی منصوری: مدیرعامل شرکت مهندسی و توسعه گاز ایران گفت: وجود میادین گازی در ایلام ظرفیت بزرگی برای این استان به‌شمار می‌آید و توسعه میادین گازی بانکول و باباقیر، چشم‌اندازهای روشنی در گسترش فرصت‌های شغلی در بین جوانان مستعد این خطه از کشور عزیزمان ترسیم می‌کند. رضا نوشادی با بیان اینکه استان ایلام از جمله استان‌های دارای پتانسیل در زمینه نفت و گاز است و توسعه طرح‌های مختلف گازی از جمله توسعه فاز دو پالایشگاه ایلام و مخازن بانکول و باباقیر در این دیار کهن و بااصالت در دستور شرکت ملی گاز ایران قرار دارد، خاطرنشان کرد: پروژه ارزیابی مخزن بانکول پس از حفاری چاه و کسب داده‌های مورد نیاز، در پاییز سال آینده وارد فاز مطالعه می‌شود تا حجم، فشار و توانایی تولید آن برای چند سال آینده مشخص و بر این مبنا مرحله توسعه میدان آغاز شود.

تولید روزانه ۱۵ میلیون متر مکعب گاز

وی با اشاره به ظرفیت عظیم میدان گازی بانکول گفت: مطابق اطلاعات فعلی که در مطالعات آتی تدقیق خواهد شد ان‌شاءالله با توسعه این میدان، روزانه ۱۵ میلیون متر مکعب گاز تولید می شود که با توجه به لزوم احداث پالایشگاه در جوار آن، سبب‌ساز اشتغال نیروهای استان و باعث ارتقای شاخص‌های رونق و رفاه در جوامع پیرامونی است. مدیرعامل شرکت مهندسی و توسعه گاز ایران همچنین از برنامه این شرکت برای توسعه میدان باباقیر در همسایگی میدان بانکول خبر داد و تصریح کرد: به ثمر نشستن پروژه بانکول، فرصتی ارزشمند برای توسعه میدان باباقیر پدید می آورد که با توجه به حجم تاسیسات پالایشی این دو میدان، امیدها برای توسعه ایلام افزایش یافته و مردم منطقه از گسترش فرصت‌های شغلی و آثار و برکات آن بهره‌مند و متنعم خواهند شد.

تغییر چندباره مسیر پروژه برای حفظ محیط زیست

وی با تحسین دغدغه برخی حامیان محیط‌زیست درباره ابعاد زیست‌محیطی این طرح ملی، احساس مسئولیت این عزیزان را نشانه رشد فکری و سزاوار قدردانی دانست و گفت: شرکت مهندسی و توسعه گاز ایران علیرغم اخذ تمامی مجوزهای لازم از سازمان محیط‌زیست و پرداخت خسارت اراضی واقع شده در طرح، با درک این مهم که اجرای طرح‌های انرژی تنها در صورت حفظ محیط‌زیست، پایدار خواهد بود، رنج تغییر چندباره مسیر پروژه را با کمال میل به جان خرید تا بهینه‌ترین مسیر که کمترین تبعات زیست‌محیطی را داشته باشد، انتخاب کند. نوشادی با اشاره به اینکه حساسیت شرکت مهندسی و توسعه گاز ایران بر روی موضوع محیط‌زیست قطعا در مراحل آتی پروژه ادامه خواهد یافت، گفت: فعالان محیط‌زیست مطمئن باشند که ما تمام ابزارهای حرفه‌ای، دانش تخصصی و تجربه خود که حاصل چند دهه کار عملیاتی است را به‌کار خواهیم گرفت تا این پروژه که تضمین‌کننده عرضه پایدار انرژی برای ساکنان شریف غرب کشور است به صورت تمام و کمال و به‌ویژه با لحاظ دید ملاحظات زیست‌محیطی اجرا شود.

رشت در آستانه ثبت در شبکه جهانی شهرهای صنایع دستی بعنوان "شهر جهانی صنایع دستی "

رشت- زینب قلیپور: یوسف یزدانی اعلام کرد: با محقق شدن عنوان جهانی صنایع دستی ، رشت در ردیف معدود شهرهای صاحب دو برند در یونسکو و شبکه شهرهای جهانی خواهد شد. یوسف یزدانی سرپرست شهرداری رشت اظهار داشت: با محقق شدن عنوان جهانی صنایع دستی برای رشت و ثبت در شبکه جهانی، موجب رونق اعتباری و اقتصادی برای شهر رشت ،جذب اعتبارات ملی و مهمتر از آن رضایت شهروندان را بدنبال خواهد داشت.سرپرست شهرداری رشت اشاره داشت: برای دریافت عنوان جهانی صنایع دستی برای رشت باید در یک فرصت چندروزه بصورت ویژه و شبانه‌روزی تلاش کنیم و اجازه ندهیم این فرصت طلایی برای شهر رشت که با تلاش دوستان در چندین ارگان در تهران و رشت انجام شده به هدر برود.یوسف یزدانی گفت: این مهم نیز لازم به ذکر است که چنانچه موفق به ثبت نام رشت در بخش صنایع دستی شویم ؛ عمارت فرهنگ و هنر با اختصاص به کاربری عرضه صنایع دستی دارای ردیف اعتباری ملی شده و مرمت ساختمان از سوی دولت اجرایی خواهد شد.تاج شهرستانی، رئیس کمیسیون فرهنگی شورای اسلامی در این جلسه اظهار داشت: معتقدیم این شهر با تکیه بر خلاقیتهای فردی شهروندان و پشتوانه قدمت تاریخی و خوش ذوقی نسلهای پیشینِ خود در تولید انواع هنرهای دستی، اکنون در جایگاهی است که میتواند این ظرفیت را به جهان معرفی کند.

آگاهی از برند (Brand Awareness) به زبان ساده

نویسنده: علی آل‌علی

اینکه یک کسب و کار در میان مشتریان حسابی شناخته شده باشد، رویای شیرینی است که کمتر کسی حتی از مرورش هیجان‌زده نخواهد شد. در زمانه‌ای که برندهای بزرگ چشم مشتریان را به خود دوخته‌اند، توسعه برند کار ساده‌ای نیست؛ چراکه همیشه سایه رقبای بزرگ که اتفاقا محبوبیت بالایی هم دارند، بالای سرمان خواهد بود. درست در چنین وضعیتی آگاهی از برند (Brand Awareness) فرمولی طلایی برای میخکوب کردن مشتریان محسوب می‌شود.

رقابت بر سر جلب نظر مشتریان اگر به اندازه مسابقات فرمول یک فشرده نباشد، بی‌شک دست کمی هم از آن ندارد. درست به همین خاطر یافتن یک استراتژی به درد بخور برای گرد و خاک کردن در بازار مثل نقشه گنج باارزش خواهد بود. این دقیقا همان کاری است که استراتژی آگاهی از برند برای شما انجام می‌دهد. البته به شرط اینکه درست اجرایش کنید!

اگر شما هم بارها و بارها مفهوم آگاهی از برند در بحث‌های روزانه با همکاران به گوش‌تان خورده اما از کم و کیف ماجرا خبر ندارید، این مقاله یکبار برای همیشه به همه سوالات‌تان جواب خواهد داد. ما این کار را اول از همه با تعریف آگاهی از برند و سپس مرور راهکارهای ساده برای اجرای این استراتژی در عمل انجام خواهیم داد. پس با ما همراه باشید تا تکلیف آگاهی از برند را روشن کنیم.

آگاهی از برند چیست؟

وقتی درباره آگاهی از برند حرف می‌زنیم، اول از همه چه چیزی به ذهن شما می‌رسد؟ شاید کمی درباره وضعیت برند در بازار و میزان شناخت مشتریان از آن فکر کنید. خب هرچه باشد، از اسم این استراتژی خیلی چیزها را می‌شود حدس زد. ما در روزنامه فرصت امروز آگاهی از برند را سطحی از شناخت مشتریان از یک برند می‌دانیم که آن را از حالت گمنامی درمی‌آورد. ماجرا جالب شد، نه؟

اجازه دهید قبل از اینکه بحث‌مان شبیه کلاس‌های کسل‌کننده شود، با یک مثال کاربردی بحث را پیش ببریم. برندهایی مثل کوکاکولا یا آئودی بدون هیچ شکی نام‌های شناخته‌شده‌ای در بازار هستند. شما لازم نیست حتما یکی از خودروهای آئودی زیر پای‌تان باشد تا این غول آلمانی را مثل کف دست‌تان بشناسید. این امر به خوبی معجزه آگاهی از برند را نشان می‌دهد. برندهای بزرگ به خاطر سابقه طولانی در بازار و مارکتینگ قوی همیشه در قلب مشتریان جای دارند. این وضعیت برای کسب و کارهای نوپا دقیقا برعکس است؛ چراکه کمتر کسی حتی حوصله شناخت این مدل برندها را دارد؛ چه برسد به اینکه پای خرید هم در میان باشد!

همانطور که نقد فیلم‌های سینمایی خیلی راحت‌تر از خلق یک شاهکار به تمام معناست، در دنیای کسب و کار هم ایجاد آگاهی مطلوب از برند چندان راحت نیست. به همین خاطر ما در ادامه قصد داریم راه و چاه این مسیر ناهموار را به شما نشان دهیم. اینطوری کسب و کارتان حرفی برای گفتن در برابر بقیه رقبا خواهد داشت.

استراتژی آگاهی از برند در عمل: تکنیک‌هایی برای حرفه‌ای‌شدن!

خب، دیگر وقت آن رسیده که آستین‌ها را بالا بزنیم و وارد گود شویم. تا اینجای کار شما یک تعریف خودمانی از استراتژی آگاهی از برند دم دست دارید. شاید فکر کنید همین تعریف ساده خیلی جاها کارتان را راه می‌اندازد، اما راستش را بخواهید در بازار اصلا از این خبرها نیست. پس کمی دندان روی جگر گذاشته و تا آخر این بخش با ما همراه باشید. آن وقت تبدیل به یک کارآفرین کاردرست با برندی بی‌نهایت مشهور خواهید شد. اجازه دهید بدون هیچ مقدمه‌چینی دیگری یک راست برویم سراغ اصل مطلب. این شما و این هم نقشه گنج ما در روزنامه فرصت امروز برای اجرای استراتژی آگاهی از برند.

ترسیم تصویر برند: تداوم و دیگر هیچ

به نظر شما برندهای بزرگ و دوست‌داشتنی چه ویژگی مهمی دارند؟ قبول دارم این سوال هزاران جواب مختلف دارد اما ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم رمز موفقیت برندهای بزرگ «ماندگاری در ذهن مشتریان» است. خیلی وقت‌ها آدم صبح تبلیغات یک برند تازه کار را تماشا می‌کند و تا شب حتی اسم آن برند را هم یادش می‌رود. البته ماجرا درباره برندهای بزرگ اصلا اینطوری نیست. برندهایی مثل اپل حتی اگر ۱۰۰ سال دیگر هم تبلیغاتی انجام ندهند، بازهم چیزی از محبوبیت‌شان در بین مشتریان کم نخواهد شد. خب راستش را بخواهید، همین حالا هم اپل خیلی فعالیت تبلیغاتی در بازار ندارد، اما هنوز هم که هنوز است مثل روز اول مشتریان برای خرید سری جدید آیفون رو به روی شعبه‌های این برند صف می‌کشند.

اگر همین حالا از مدیران باسابقه در بازار درباره دلیل شهرت برندهای بزرگ سوال کنید، احتمالا یکسری کلیشه‌های رایج درباره اهمیت تولید محصولات درجه یک یا قیمتگذاری منصفانه تحویل‌تان خواهند داد. قبول دارم این نکات خیلی کلیدی به نظر می‌رسد اما جواب مورد نیاز امروز ما نیستند!

آنچه برندهای بزرگ را از بقیه رقبای پیش پا افتاده جدا می‌کند، نه کیفیت محصولات، بلکه تصویری است که از خودشان در ذهن مشتریان ایجاد کرده‌اند. مثلا مک دونالد را در نظر بگیرید؛ این برند سال‌های سال است که مورد شدیدترین انتقادات درباره کیفیت برگرها و بقیه فست فودهایش است. با این حال هر وقت صحبت از فست فود می‌شود، بدون حتی یک ثانیه تاخیر لوگو زرد و قرمز مک دونالد در ذهن مردم نقش می‌بندد، چرا؟ چون این برند همیشه از همین لوگو و ترکیب رنگ برای تعامل با مشتریان استفاده کرده است؛ به همین سادگی.

اگر شما هم از آن دست کارآفرینانی هستید که هر روز یک رنگ یا لوگو برای برندتان انتخاب می‌کنید، تعجبی ندارد که هنوز اوضاع‌تان روی هوا باشد. اولین قدم در توسعه آگاهی مشتریان از برند انتخاب یک هویت بصری ثابت برای کسب و کار است. پس یکبار برای همیشه تکلیف‌تان با لوگو، رنگ‌های اصلی برند و تا حدودی شعارهای محوری را روشن کنید. اینطوری مشتریان به مرور زمان به کسب و کارتان عادت خواهند کرد.

شناخت نیازها و سلیقه مشتریان: همه چیز به مشتریان ختم می‌شود!

وقتی یک بازیگر قصد دارد در بین مردم محبوب شود، نباید همینطور خودسرانه نقش‌های مختلف را قبول کند. این روزها معمولا بازیگران نقش‌های منفی محبوبیت زیادی در بین تماشاچی‌ها ندارند. در عوض این ابرقهرمان‌ها و نقش‌های مثبت هستند که یک بازیگر را به قله‌های موفقیت می‌رساند. شاید بپرسید چرا اوضاع اینطوری است؟ خب واضح است، چون مردم اینطور دوست دارند!

شما به عنوان مدیر یا صاحب یک کسب و کار چند بار تا حالا به حرف مشتریان گوش داده‌اید؟ اگر جواب‌تان هر چیزی به غیر از «هر روز» است، راه را کاملا اشتباه آمده‌اید. یادتان باشد قرار نیست محصولات یا نحوه فعالیت برندتان در بازار شما را راضی کند. در عوض این مشتریان هستند که حرف اول و آخر را می‌زنند. پس سعی کنید اول از همه به نظرات آنها بها دهید. وگرنه خیلی زود تک و تنها در حاشیه بازار قرار می‌گیرید.

حالا که متوجه اهمیت گوش دادن به حرف مشتریان شدید، باید فکری به حال نحوه انجام این کار کنیم. خب مشتریان که همینطور بی‌مقدمه سلیقه‌شان را برای کسی رو نمی‌کنند. به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز دو تا ایده طلایی برای‌تان کنار گذاشته‌ایم:

اول از همه شما باید سراغ اکانت‌تان در شبکه‌های اجتماعی رفته و کامنت‌ها، پیام‌ها و محتوای تولیدی کاربران درباره برندتان را چک کنید. منابع بالا اطلاعات دست اولی درباره اوضاع برندتان به شما می‌دهد. پس منتظر چه هستید؟ کمی بیشتر در شبکه‌های اجتماعی وقت گذرانده و اوضاع‌تان را بهبود بخشید.

در مرحله دوم شما باید نگاهی وسیع‌تر به بازار هدف‌تان داشته باشید. به زبان خودمانی، بقیه برندها چطور به حرف مشتریان گوش می‌دهند؟ این سرنخ مهم شما را به جاهای خوبی می‌رساند. پس همیشه نیم نگاهی هم به اوضاع رقبا داشته باشید تا اوضاع‌تان خیلی به هم نریزد.

باور کنید یا نه، فرمول‌های بالا برای شناخت درست مشتریان کافی خواهد بود. پس تعارف را کنار گذاشته و همین دو مورد را به خوبی اجرا کنید. شاید پیش خودتان فکر کنید شناخت سلیقه مشتریان باید راهکارهای خیلی پیچیده‌تری داشته باشد اما از آنجایی که ما در روزنامه فرصت امروز اصلا میانه خوبی با روش‌های پیچیده نداریم، یک راست رفته‌ایم سراغ تکنیک‌های ساده و صدالبته کاربردی. پس منتظر چه هستید؟ از همین حالا کارتان را شروع کنید.

طراحی شخصیت برند: هر برند یک شخصیت

آیا تا حالا پیش آمده برندها را مثل آدم‌های واقعی دارای شخصیت ببینید؟ اگر جواب‌تان به سوال بالا مثبت است، اصلا لازم نیست به سلامت‌تان شک کنید؛ چراکه این یکی از ویژگی‌های استراتژی آگاهی از برند است. کسب و کارهای بزرگ برای اینکه محبوبیت بیشتری در بین مشتریان کسب کنند، خیلی زود شخصیتی کامل برای برندشان طراحی می‌کنند. مثلا مایکروسافت را در نظر بگیرید؛ شخصیت این برند مثل یک آدم کاملا موجه و همه‌چیزدان است. به همین خاطر مردم برای خرید لپ تاپ یا حتی نصب سیستم عامل اول از همه سراغ مایکروسافت می‌روند؛ چراکه مو لای درز کار این برند نمی‌رود (لااقل از شخصیت مایکروسافت که اینطور برداشت می‌شود!).

وقتی درباره شخصیت برند حرف می‌زنیم، خیلی بیشتر از ویژگی‌های انسانی آن مد نظرمان است. مثلا تعهدات یک برند نیز در این قالب دسته‌بندی می‌شود. این روزها خیلی از برندها نسبت به مسائل زیست محیطی یا اختصاص بخشی از سودشان برای توسعه کشورهای فقیر حساسیت نشان می‌دهند. این امر به مرور بخشی از شخصیت این برندها شده است. البته باید حواس‌تان باشد وقتی تعهداتی برای خودتان ترسیم می‌کنید، نباید خیلی زود قید آنها را بزنید؛ چراکه مشتریان برندهای فراموش‌کار را اصلا دوست ندارند.

تا اینجای کار درباره شخصیت برند به تعهدات یک برند اشاره کردیم، اما باید بدانید بحث کمی گسترده‌تر از این حرف‌هاست. یکی دیگر از اجزای مهم شخصیت برند مربوط به لحن آن است. مثلا برند کوکاکولا همیشه لحن دوستانه‌ای در کمپین‌های بازاریابی‌اش دارد. در عوض برندی مثل مرسدس بنز از جایگاه یک قهرمان با مشتریان حرف می‌زند. یادتان باشد هر لحنی که در آغاز کار برای برندتان ترسیم می‌کنید، باید تا انتها بدان وفادار باشید. وگرنه مشتریان کم کم از دور و برتان پراکنده خواهند شد.

مطالعه در حوزه سئو: شهرت در دنیای آنلاین

اگر تا همین دو دهه قبل شهرت برندها به خاطر تبلیغات محیطی یا تلویزیونی بود، حالا دیگر همه چیز به دنیای اینترنت ختم می‌شود. به طوری که گاهی اوقات آدم دوستانش را فقط به لطف شبکه‌های اجتماعی می‌بیند. در چنین اوضاعی اگر شما به فکر شهرت آنلاین برندتان نباشید، دیر یا زود از کورس رقابت جا خواهید ماند.

وقتی یک سرمربی فوتبال قصد دارد تیمش را با خریدهای بزرگ تقویت کند، معمولا سراغ اسم‌های مشهور بازار می‌رود. این دقیقا همان کاری است که مشتریان برای خرید انجام می‌دهند. از آنجایی که این روزها گوگل برای هر سوالی هزاران جواب آماده دارد، اولین گزینه مشتریان زیر و رو کردن گوگل خواهد بود. شاید فکر کنید گوگل همینطور شانسی سایت برندها را به مشتریان نشان می‌دهد. در این صورت باید شما را با مفهوم سئو آشنا کنیم.

سئو به الگوریتم رتبه‌بندی سایت‌ها در موتورهای جست‌وجو (همان گوگل خودمان!) اشاره دارد. معیارهایی نظیر استفاده درست از کلیدواژه‌ها، کیفیت استاندارد محتوا و رضایت کاربران از سایت از جمله مواردی است که در رتبه‌بندی نهایی سایت‌ها تاثیر دارد. پس اگر تا حالا توجهی به وضعیت آنلاین برندتان نداشته‌اید، حالا دیگر زمان تغییر فرا رسیده است.

تنها کاری که در این بخش باید انجام دهید، مروری بر برندهای موفق در گوگل است. البته باید به ارتباط میان حوزه کاری آنها و برندتان نیز توجه داشته باشید. اینطوری بدون اینکه دست به سیاه و سفید بزنید از تجربه برندهای بزرگ نهایت استفاده را خواهید برد. مثلا اگر رقبای بزرگ شما از کلیدواژه‌های مشخصی استفاده می‌کنند، بد نیست از همان موارد برای تولید محتوا در سایت‌تان استفاده کنید. اینطوری دیگر هیچ وقت از ترندهای داغ بازار عقب نخواهید افتاد.

حضور در شبکه‌های اجتماعی: فضایی برای تعامل با دنیا

آیا برند مشهوری را سراغ دارید که دست کم یک اکانت رسمی در شبکه‌های اجتماعی نداشته باشد؟ بی‌شک کمتر برندی در این دوره و زمانه هست که اهمیت پلتفرم‌های اجتماعی را درک نکرده باشد. اصلا به همین خاطر چرخ اینستاگرام و بقیه شبکه‌های اجتماعی می‌چرخد. هرچه باشد آنها سودشان را از همکاری تبلیغاتی با برندها تامین می‌کنند. پس بد نیست دستی به سر و گوش اکانت‌تان در این پلتفرم‌ها بکشید.

اولین کاری که شما در این بخش باید انجام دهید، شروع به تولید محتوا در شبکه‌های اجتماعی پرطرفدار است. منظور ما از تولید محتوا فقط آپلود پشت سرهم پست‌ها نیست. در عوض باید فکری هم به حال کیفیت محتوا کنید. به طور کلی تولید محتوای آموزشی، معرفی محصولات و سرگرمی سه‌گانه خوبی برای شروع کارتان خواهد بود. اینطوری کاربران هیچ وقت از برندتان خسته نخواهند شد.

یادتان باشد همکاری با اینفلوئنسرها یا حتی برندهای دیگر نیز ایده بدی نخواهد بود. هرچه باشد حضور در کنار برندهای نام‌آشنا کم کم شهرت و آوازه شما را هم تقویت خواهد کرد، مگر نه؟

گاهی اوقات کارآفرینان حضور در شبکه‌های اجتماعی را نوعی سرگرمی تلقی می‌کنند. به همین خاطر همیشه برای اثرگذاری بر روی مشتریان یا توسعه برندشان در این فضا با مشکل رو به رو می‌شوند. اگر از ما می‌شنوید، نباید هیچ وقت بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی را کاری عادی در نظر بگیرید. دوست داشته باشید یا نه، این روزها شبکه‌های اجتماعی حرف اول و آخر در تعیین وضعیت برندها را می‌زنند. پس دیگر وقت نگاه جدی به شبکه‌های اجتماعی رسیده است.

مهمترین سوالی که درباره شبکه‌های اجتماعی مطرح می‌شود، نحوه انتخاب یک پلتفرم مناسب است. همانطور که می‌شود حدس زد، کمتر کسی فرصت و حتی توانایی حضور در همه شبکه‌های اجتماعی را دارد. بنابراین شما عملا با یک انتخاب سخت رو به رو هستید. اینکه از بین گزینه‌های مختلف کدام را ترجیح می‌دهید، اصلا یک انتخاب شخصی نیست!

آدم‌های سختگیر وقتی قصد خرید یک محصول را دارند، معمولا همه جوانب کار را در نظر می‌گیرند و فقط بعد از مقایسه‌های طولانی دست به یک خرید درست خواهند زد. خب وقتی آدم برای خریدهای عادی تا این اندازه سختگیری می‌کند، چرا برای فعالیت در شبکه‌های اجتماعی نباید کمی مته به خشخاش گذاشت؟

فرمول ما در روزنامه فرصت امروز برای انتخاب بهترین پلتفرم آنلاین بی‌نهایت ساده است. شما فقط باید دو معیار کلیدی در پس ذهن‌تان داشته باشید. اولین معیار امکانات پلتفرم موردنظر برای تولید محتواست. مثلا اینکه یک شبکه اجتماعی گزارش‌های دقیق درباره اوضاع برندها ارائه می‌کند یا نه، در این جمع‌بندی موثر خواهد بود. در مرحبه بعد نوبت به نظرخواهی از مشتریان می‌رسد. هرچه باشد برندها باید درست بغل دست مشتریان حضور داشته باشند. پس الکی سراغ گزینه‌های غیرمحبوب نروید؛ چراکه اینطوری فقط وقت‌تان را تلف خواهید کرد.

تولید محتوا با قابلیت به اشتراک‌گذاری: راز موفقیت در دنیای دیجیتال

نگاهی به دور و برتان بیندازید؛ آیا برندی را سراغ دارید که در شبکه‌های اجتماعی حضور نداشته باشد؟ شما را نمی‌دانم، ولی من که اصلا چنین برندی را سراغ ندارم. هرچه باشد کارآفرینان در طول سال‌های اخیر اهمیت حضور در پلتفرم‌های آنلاین را خیلی خوب درک کرده‌اند، اما کمتر برندی حضوری موفق در این فضا دارد. اینجا ماجرا تقریبا شبیه وضعیت تیم‌های لیگ بسکتبال NBA است که از همان اول فقط چند تا تیم مشخص شانس قهرمانی محسوب می‌شوند.

شاید پیش خودتان فکر کنید چه چیزی برندهای موفق در شبکه‌های اجتماعی را از سیاهی لشکر این حوزه سوا می‌کند. در این صورت باید یکی از جواب‌های بی‌نهایت کوتاه را به شما بدهیم: قابلیت به اشتراک‌گذاری محتوا!

احتمالا این اولین باری است که مفهوم به اشتراک‌گذاری محتوا به گوش‌تان می‌خورد. در این صورت اصلا لازم نیست نگران شوید؛ چراکه این مفهوم خیلی ساده‌تر از آن است که فکرش را بکنید. وقتی درباره قابلیت به اشتراک‌گذاری یک محتوا حرف می‌زنیم، چیزی فراتر از جذابیتش برای مخاطب را مد نظر داریم. ماجرا کمی گیج‌کننده شد، نه؟

اجازه دهید بحث‌مان را با یک مثال جذاب پیش ببریم. احتمالا شما بارها و بارها در توئیتر با محتوای جذاب برند برگرکینگ رو به رو شده‌اید. محتوای این برند معمولا توئیت‌هایی کوتاه و صدالبته متمرکز بر روی دغدغه‌های مشتریان است. به همین خاطر نرخ بازنشر محتوای برگرکینگ همیشه بالاست. در عوض اکانت توئیتری خیلی از برندها اصلا چنگی به دل نمی‌زند؛ چراکه بازاریاب‌ها معمولا به هر چیزی فکر می‌کنند به جز سلیقه مشتریان. وقتی هم پای مشتریان وسط نباشد، توئیت‌ها نه‌تنها جذاب از آب درنمی‌آید، بلکه پتانسیل زیادی برای بازنشر از سوی کاربران هم نخواهد داشت. آن وقت شما می‌مانید و محتواهایی که به هیچ دردی نمی‌خورند.

یادتان باشد برای افزایش آگاهی از برند در بین مشتریان باید آنها را در کانون توجه‌تان قرار دهید. اگر هنوز هم در بازار توجهی به مشتریان ندارید، دیر یا زود شکست‌های بزرگ از راه می‌رسند. آن وقت دیگر هیچ توجیهی پذیرفته نیست و باید دیر یا زود کارتان را تمام کنید.

بازاریابی مجدد: هرگز بی‌خیال مشتریان نشوید!

کاربرانی که محتوای بازاریابی شما را مشاهده کرده و بعد سری به سایت‌تان می‌زنند، همیشه کارشان به خرید منجر نخواهد شد. شما را نمی‌دانم، ولی من که خیلی وقت‌ها فقط نگاهی کوتاه به سایت برندها می‌اندازم و بعد هم سراغ بقیه کارهایم می‌روم. بی‌شک خیلی از مردم دنیا نیز چنین رفتاری در قبال تلاش‌های بی‌وقفه کسب و کارها دارند. قبول دارم این ماجرا خیلی غم‌انگیز است اما اصلا نباید تسلیم چنین رفتارهایی شوید؛ چراکه جلب اعتماد مشتریان و توسعه آگاهی پیرامون برند کاری نیست که یک شبه انجام شود.

توصیه ما در این بخش برای توسعه آگاهی درباره برند استفاده از شیوه‌ای ساده و در عین حال تاثیرگذار است. کافی است سراغ مفهوم بازاریابی مجدد بروید. در این الگو شما به جای اینکه قید مشتریان بالقوه‌ای که به هر دلیلی قصد خرید از شما را نداشته‌اند بزنید، دوباره سراغ‌شان می‌روید. البته این دفعه باید با دست پر جلوی راه‌شان سبز شوید. وگرنه برای همیشه تبدیل به یک کسب و کار مزاحم خواهید شد!

همانطور که بوکسورهای حرفه‌ای از هر شکست‌شان درس گرفته و عملکرد بهتری از خودشان نشان می‌دهند، شما هم باید ناکامی‌تان در جلب نظر مشتریان را مثل یک درس مهم ببینید. پس قلم و کاغذتان را آماده کرده و به آنالیز سختگیرانه اشتباهات‌تان بپردازید. شاید فکر کنید کمپین‌تان اصلا ایرادی نداشته و همه چیز تقصیر مشتریان است. در این صورت حتی یک دقیقه تامل درباره اوضاع کمپین‌تان همه چیز را عوض خواهد کرد. یادتان باشد، کمپین بی‌عیب و نقص اصلا وجود ندارد.

بعد از اینکه اشتباهات کمپین‌های قبلی را کنار هم قرار دادید، دیگر پازل‌تان کامل شده است. از اینجا به بعد باید یک کمپین تازه با رفع اشتباهات قبلی طراحی کنید. آن وقت شانس‌تان برای جلب نظر مشتریان از دست رفته چندین برابر خواهد شد.

ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم استراتژی آگاهی از برند فقط در یک مرحله انجام نمی‌شود. به همین خاطر شما گاهی اوقات نیازمند تلاش‌های بی‌وقفه برای کسب موفقیت هستید. پس بهانه‌تراشی را کنار گذاشته و هر بار کمپینی بی‌عیب و نقص‌تر برای مشتریان آماده کنید. اینطوری شانس‌تان در بازار عملا بهتر خواهد شد.

ارزیابی نهایی: به وقت حساب و کتاب

تا اینجا شما با راهکارهای متنوعی برای توسعه آگاهی از برند در میان مشتریان آشنا شدید. حالا نوبتی هم باشد باید نتیجه کار را زیر ذره بین ببرید. خب اگر بعد از این همه دردسر هنوز هم شهرت و اعتبار برندتان مثل قبل باشد، حسابی راه را اشتباه آمده‌ایم. از این گذشته چطور باید به یک استراتژی که نتیجه لازم را به همراه ندارد، اعتماد کنیم؟

اولین معیاری که ما در این بخش برای ارزیابی نهایی کار توصیه می‌کنیم، مربوط به رتبه سئو برند است. اگر یادتان باشد، در بخش‌های قبلی درباره ماجرای سئو حسابی با هم گپ زدیم و تکنیک‌هایی هم به اتفاق هم مرور کردیم. کاری که اینجا باید انجام دهید، مرور میزان موفقیت‌تان در اثرگذاری بر روی رتبه سئو برند است. اگر هنوز اوضاع‌تان مثل قبل است، احتمالا یک جای کارتان ایراد دارد. پس دوباره به عقب برگشته و کارتان را اصلاح کنید.

اگر توسعه آگاهی از برند در شبکه‌های اجتماعی را جدی گرفته باشید، یکی از معیارهای کلیدی برای ارزیابی کار «نرخ منشن» است. این معیار به تغییرات مربوط به منشن شدن برندتان در شبکه‌های اجتماعی اشاره دارد. به طور طبیعی انتظار می‌رود نرخ منشن یک برند در طول زمان با اجرای استراتژی آگاهی از برند رشد پیدا کند. پس اگر چنین تغییری را احساس می‌کنید، مو لای درز کارتان نمی‌رود و باید همین دست‌فرمان را ادامه دهید.

آخرین توصیه ما برای ارزیابی درست استراتژی آگاهی از برند مربوط به بازخورد مشتریان است. بی‌شک هر کارآفرینی افزایش تعداد مشتریان یا علاقه آنها به برند را متوجه می‌شود. پس کمی حواس‌تان را جمع کرده و اوضاع را بهتر ارزیابی کنید. انتظار طبیعی از استراتژی آگاهی از برند افزایش تعداد مشتریان است. پس اگر چنین تغییری را احساس می‌کنید، نتیجه کارتان درست از آب درآمده است، در غیر این صورت باید تغییری اساسی در اوضاع ایجاد کنید.

منابع:

marketing--۸/com/blog.https://brand۲۴
/tactics-to-build-brand-awareness

https://www.investopedia.com/terms/b/
brandawareness.asp

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

| شنبه | ۶ اسفند ۱۴۰۱ | شماره ۲۱۹۵ | صفحه ۸ |

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: هنر سرزمین سبز

دفتر مرکزی: مطهری، خیابان علی‌اکبری، پلاک ۱۱۵

دفتر مرکزی: ۸۸۳۱۷۷۳۸

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۳۲۰۹۶۰

آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR