روزنـامه مدیریتـی - اقتصـادی

فرصت امروز

بـرای کسـب وکـار آفـرینی

یکشنبه
۲۵ آبان ۱۴۰۴

Sun.16 Nov 2025

۲۵ جمادی‌الاول ۱۴۴۷ - سـال نهم

شماره ۲۸۱۹

۸ صفحه - ۵۰۰۰ تومان

www.forsatnet.ir

با وجود اصلاح قانون چک

چرا میزان چک‌های برگشتی بیشتر شد؟

بـا وجود بهبود قوانیـن مربوط به تبادلات چک از سـوی بانک مرکزی، میزان چک‌های برگشـتی در سال ۱۴۰۴ نسبت به انتهای سال گذشته، افزایش داشته است. براساس آخرین آمارهای بانک مرکزی (اسـفندماه ۱۴۰۳ و اردیبهشـتماه ۱۴۰۴)، میزان چک‌های برگشتی امسـال نسبت به انتهای سال قبل، افزایش یافته است که البته بسیاری از صنوف، این امر را ناشی از رکود فضای...

۲

تورم تولیدات صنعتی، رکورد ۴۰ ماهه را شکست

فرود پاییزی تولید صنعتی

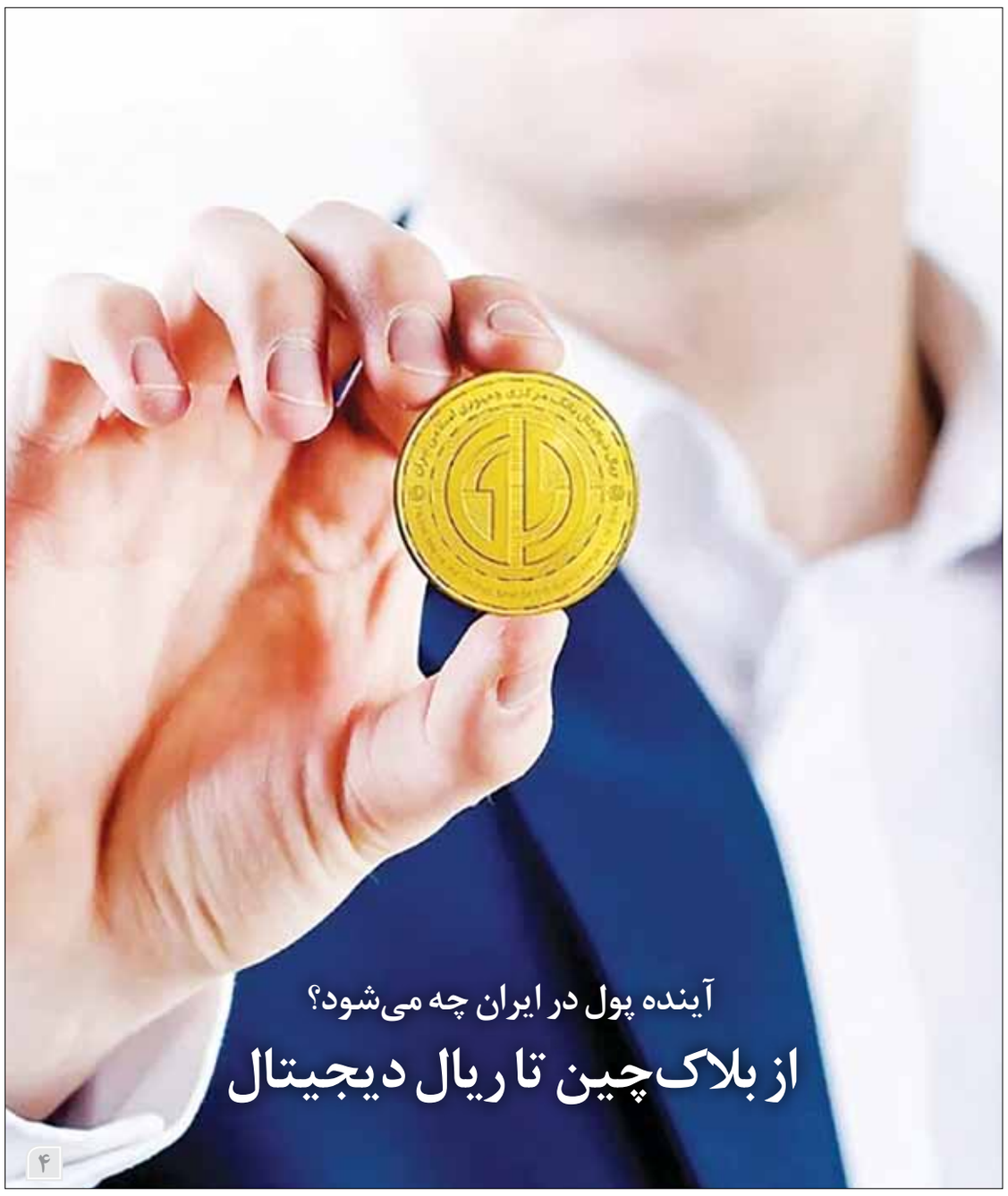
فرصت امروز: آخرین گزارش بازوی پژوهشـی بانک مرکزی، نشـان می‌دهد که رشد شاخص تولید صنعتی در مهرماه ۱۴۰۴ بار دیگر منفی شـده است. در اولین ماه پاییز، رشد شاخص تولید صنعتی پس از ثبت رشد مثبت در دو ماه مرداد و شهریور، وارد محدوده منفی شد و به منفی ۲.۱ درصد رسید. همچنین شاخص تولید صنعتی در سـه ماهه منتهی به مهر، تغییر محسوسـی نسبت به مدت مشابه سال گذشته، نداشت و رشد آن تقریبا صفر شـد. رشـد منفی و ادامه‌دار دو صنعت محصولات شـیمیایی و کانی‌های غیرفلزی، سهم قابل توجهی در «فرود پاییزی تولید صنعتی» در مهرماه داشته است. در این ماه، رشد شاخص تولید پنج صنعت، مثبت و هشت صنعت، منفی شـده اسـت. در بین صنایع با رشد مثبت، تنها رشـد صنعت محصولات دارویی، بیشتر از یک درصد بوده است. بیشترین کاهش تولید در ماه‌های اخیر، مربوط به صنعت ماشین‌آلات و تجهیزات بوده است. همچنین در...

۳

ویتنام چگونه سی و پنجمین اقتصاد بزرگ دنیا شد؟

منوی اقتصادی تهران-هانوی

۲



آینده پول در ایران چه می‌شود؟

از بلاک‌چین تا ریال دیجیتال

۴

سرمقاله

چالش‌های اقتصاد ایران در مواجهه سرمایه‌دار و کارآفرین

غلامعلی رموی
کارشناس اقتصادی

اگر بخواهیم با نگاهی صادقانه بـه اقتصاد ایـران بنگریـم، باید بپذیریم که مسـئله اصلی ما در ناتوانی از رشـد پایدار، نه کمبود منابع طبیعی اسـت و نه فقدان نیـروی انسـانی خـلاق؛ بلکـه نـوع نگاه‌مان بـه «سـرمایه» و «کارآفرینی» است. در بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته، کارآفرین همان کسی است که مورد احترام جامعه است؛ کسی که می‌آفریند، خطـر می‌کنـد، می‌سـازد و به حرکتِ جامعه معنـا می‌دهد. اما در ایران، چهـره محبوب و مورد حمایت سـاختار اقتصـادی، نه کارآفرینِ مولد بلکه سرمایه‌داری اسـت که ثروت دارد، ولو بی‌آنکه چیزی بیافریند. در نظریه مشهور ویلیـام بومـول (Baumol, ۱۹۹۰)، کارآفرینی به سه دسته مولد، غیرمولد و ویرانگر، تقسیم می‌شـود. تفاوت جوامـع در این نیسـت کـه کارآفریـن دارند یا نه، بلکـه در این اسـت که نظام نهادی و ارزش‌های اجتماعی‌شان کدام نـوع از کارآفرینی را پاداش می‌دهد. جامعه‌ای که سـود را در دلالـی و رانـت می‌بیند، طبیعی است که نوآورانش را سرخورده و دلالانش را ثروتمند ببیند.

ادامه در همین صفحه

مدیریت و کسب‌وکار

بازاریابی فیلم‌های سینمایی: هنر فروش رویا

هیچ کسـب و کاری در جهان به اندازه صنعت سـینما جسورانه و دیوانه‌وار نیست. تصور کنید شما مدیرعامل یک شرکت هستید؛ محصول شما یک موجود نامرئی و بی شکل است؛ مجموعه ای از نور و صدا که تنها زمانی معنا پیدا می کند که در ذهن یک غریبه بازآفرینی شود. شما هیچ نمونه رایگانی برای عرضه ندارید. مشتریان شما نمی توانند محصول را پیش از خرید لمس یا امتحان نمایند. بدتر از همه شما تنها یک آخر هفته یعنی ۷۲ ساعت فرصت دارید تا کل سرمایه گذاری چند صد میلیون دلاری خود را بازگردانید یا با یک شکست فاجعه بار روبه‌رو شوید. این چالش روزمره بازاریابی فیلم اسـت؛ یک هنر سـیاه، یک علم دقیق و یک قمار پرمخاطره برای به فروش رساندن یک کالای کاملا نامشـهود: رویا. این صنعت با هیچ منطق تجاری دیگری قابل مقایسـه نیست. بازاریاب های یک فیلم فروشنده محصول نیستند؛ آنها معماران پیش بینی و مهندسان هیجان هستند. وظیفه آنها، نه معرفی ویژگی ها، که کاشتن...

۸

چالش‌های اقتصاد ایران در مواجهه سرمایه‌دار و کارآفرین

کارآفرین، معمار آینده؛ سرمایه‌دار، مالک گذشته

در نظریه اقتصادی کلاسـیک، سرمایه‌دار کسی است که «داراست» و کارآفرین کسی است که «می‌سازد». در جامعه‌ای که سرمایه بر خلاقیت مقدم شود، گذشته بر آینده حکم می‌راند. همان‌گونه که کرزنر (Kirzner, ۱۹۷۳) می‌گوید، کارآفرینی جوهره کشف و شهامت است؛ تلاشی برای دیدن فرصت‌هایی که دیگران نمی‌بینند، اما وقتی سـاختار اقتصادی به گونه‌ای تنظیم شود که این شهامت بی‌پاداش بماند، جامعـه وارد چرخه‌ای از تکرار، وابسـتگی و فرسـودگی می‌شـود. در کشـورهای توسعه‌ای، سیاست‌های اقتصادی دقیقاً با همین درک شکل گرفته‌اند: باید کسی که می‌آفریند، بیش از کسی که صرفاً مالک است، مورد حمایت و احترام قرار گیرد. در کره جنوبی، حمایت دولت از بنگاه‌هایی که واقعاً تولید و صادرات می‌کردند، نه تنها صنعت را احیا کرد، بلکه روحیه «سـاختن» را در نسـل‌های جوان زنده نگه داشت (Acs et al., ۲۰۱۸).

اقتصاد توسعه‌ای: ستایش خلاقیت، نه مالکیت

در اقتصادهای توسـعه‌یافته، سرمایه تا آنجا ارزش دارد که به خدمت تولید درآید. تمجید از کارآفرین به معنای ستایش «آفرینش» است؛ این همان روحی است که از آلمان تا ژاپن، توسعه را به حرکت درآورد. پژوهش‌ها نشان می‌دهد که میان شاخص کارآفرینی مولد و رشـد اقتصادی، رابطه‌ای مسـتقیم و معنادار وجود دارد (Acs & Szerb, ۲۰۱۹). در این کشورها، ثروت نتیجه تولید است، نه شرط آن. اما در ایران، ما اغلب معادله را وارونه خوانده‌ایم. به جای آنکه ثروت از مسیر تولید به دست آید، تولید برای حفظ یا توجیه ثروت به کار گرفته می‌شود. نظام اداری و مالی کشور به شکلی طراحی شـده که سرمایه‌دارِ غیرمولد با کمترین زحمت، بیشترین امتیاز را می‌گیرد، درحالی‌که کارآفرین مولد با بیشترین ریسک، در مواردی کمترین حمایت را دارد.

وضعیت ایران: فاصله میان دانستن و عمل کردن

بسـیاری از پژوهش‌های اقتصادی ایران به این نکته اشـاره کرده‌اند که ساختار موجود، سـرمایه را از مسـیر تولید منحرف می‌کند (Ghodrati et al., ۲۰۲۳). سـود در فعالیت‌های غیرمولد و واسـطه‌گری بیشـتر اسـت تا در نوآوری و تولید. Pourfakhraei (۲۰۱۸) نشـان داده است که بهره‌وری کل عوامل در کشاورزی ایران طی دو دهه گذشته، نه‌تنها رشد نکرده، بلکه کاهش یافته است. این نشانه‌ای روشـن از فرسودگی سازوکارهای تولید است؛ یعنی انرژی انسانی فراوانی داریم که در نظام انگیزشـی ناکارآمد، هدر می‌رود. در چنین وضعی، نه اسـتعداد کم داریم و نه ایده، بلکه مشـکل در آن اسـت که مسـیر دسـتیابی به ثمره تلاش، از میان بوروکراسی سنگین، مجوزهای بی‌پایان، مالیات‌های تبعیض‌آمیز و رانت‌های پنهان، عبور می‌کند. این ساختار نه‌تنها کارآفرین را دلسرد می‌کند، بلکه او را وادار می‌سازد که یا مهاجرت کند یا به سمت فعالیت‌های کم‌ریسک و غیرمولد، روی آورد.

ریشه‌های فرهنگی: احترام به ثروت، نه به آفرینش

در جوامع توسـعه‌یافته، احترام اجتماعی به کسـی داده می‌شود که چیزی را به جامعه افزوده است. در ایران اما، ثروت (هرچند بی‌ریشه) اغلب معادل موفقیت تلقی می‌شود. این تغییر ارزش، شاید مهمترین مانع توسعه باشد. نظام اداری و رسانه‌ای کشـور نیز ناخودآگاه این تصویر را بازتولید می‌کند: ثروتمند را در رأس می‌نشاند و تولیدکننده خلاق را در حاشـیه. در نتیجه، سـرمایه‌داری غیرمولد به «الگو» بدل می‌شود و کارآفرینی به «خطر».

به نظر نگارنده این سـطور، مسئله اقتصاد ایران را نمی‌توان فقط با سیاست‌های مالی یا صنعتی توضیح داد؛ ریشـه آن در نظام ارزش‌ها و نهادهاسـت. ما در طول دهه‌ها، سـرمایه‌دار را محترم داشته‌ایم و کارآفرین را فراموش کرده‌ایم. نتیجه این است که امروز، بخش قابل توجهی از ثروت ملی در گردش غیرمولد و یا رانت‌جویانه گرفتار شـده اسـت. راه اصلاح این وضعیت، تنها در تغییر قوانین نیست؛ در تغییر نگاه است. باید دوباره باور کنیم که «ثروت، محصولِ کارِ خلاق است». دولت و نظام اداری باید تمایز میان سـرمایه مولد و غیرمولد را به رسـمیت بشناسـند. سیاست مالیاتی و بانکی باید از تولیدکننده واقعی پشتیبانی کند، نه از صاحب امتیاز. رسانه‌ها و دانشگاه‌ها باید ارزش اجتماعیِ آفرینش را بازتعریف کنند و به جای تکرار داستان ثروتمندان، داستان سازندگان را روایت کنند. توسعه زمانی آغاز می‌شود که جامعه تصمیم بگیرد از سرمایه‌داری غیرمولد، عبور کند و کارآفرینی مولد را محور عزت و پیشرفت خود قرار دهد. ایران، سرزمین استعداد و ایده است؛ تنها کافی است نظام پاداش و احترامش را اصلاح کند تا چرخ‌هایش دوباره بچرخد.

منابع:

۱- Acs, Z. J., Audretsch, D. B. & Lehmann, E. (۲۰۱۸). Entrepreneurship and Innovation. Springer.

۲- Acs, Z. J. & Szerb, L. (۲۰۱۹). Global Entrepreneurship Index ۲۰۱۹. GEDI Institute.

۳- Baumol, W. J. (۱۹۹۰). Entrepreneurship: Productive, Unproductive, and Destructive." Journal of Political Economy, ۹۸(۵), ۸۹۳-۹۲۱.

۴- Ghodrati, M. et al. (۲۰۲۳). Unproductive Activities and Their Affecting Factors in Iran. CAB International.

۵- Kirzner, I. M. (۱۹۷۳). Competition and Entrepreneurship. University of Chicago Press.

۶- Pourfakhraei, M. (۲۰۱۸). Total Factor Productivity in Iranian Agriculture (۱۹۹۱-۲۰۱۰). arXiv preprint.

انرژی در خطر

رضا پدیدار، نایب‌رئیس فدراسیون نفت ایران

سـال ۱۴۰۴ بـه نیمه پایانی خود رسـید و کماکان بحران ناترازی انـرژی به قوت خود باقی اسـت و رهایی از آن به هدفی دسـت‌نیافتنی، مبدل شده است. بحران انرژی در ایران نه‌تنها کاهش نیافته‌اند، بلکه به مرحله‌ای رسیده‌اند که امنیت انرژی و زیرساخت‌های کشور را با تهدیدی جدی مواجه کرده‌اند. این بحران‌ها که ریشـه در نبود سـرمایه‌گذاری کافی، فرسودگی زیرساخت‌ها و مدیریت نادرست دارند، اکنون به‌صورت مستقیم بر پایداری صنایع و روندِ توسعه اقتصادی، تأثیر گذاشته‌اند. براساس آمارها، زیان ناشی از بحران انرژی در ایران صرفا در حوزه قطعی‌های برق در سال ۱۴۰۱ حدود ۵ میلیارد دلار، در سال ۱۴۰۲ حدود ۷ میلیارد دلار و در سال ۱۴۰۳ حدود ۱۰ میلیارد دلار برآورد شده است. همچنین میزان خاموشـی‌ها نسبت به سـال‌های قبل، رشد چشمگیری داشـته که این خاموشی‌ها، ضربه بزرگی به تجهیزات صنعتی، تولید و صادرات وارد کرده‌اند. از طرفی می‌توان گفت که بحران انرژی در ایران، یک مشکل چندجانبه است که با ترکیبی از عوامل، از جمله حکمرانی غلط و اخذ تصمیم‌های اشتباه، عدم جذب سرمایه‌گذاری خارجی، شکست‌های سیاست خارجی و تسلط دولت بر صنایع تحت سلطه خود، تشدید شده است.

از نوامبـر ۲۰۲۴، ایران با شـدیدترین بحران‌های انرژی در دهه‌های اخیر، شـامل قطع مکـرر بـرق و اختلال در تأمین گاز طبیعی مواجه اسـت. در ایـن رابطه می‌توان گفت که زیرسـاخت‌های انرژی کشور، نامطلوب و خراب است و بسیاری از پالایشگاه‌ها و نیروگاه‌ها، کمتر از ظرفیت خود کار می‌کنند. عرضه انرژی ایران در حال حاضر غیرقابل اعتماد شـده و خاموشـی‌ها و کمبودهای مکرر بر زندگی روزمره، صنایع و خدمات ضروری، تأثیری وافر گذاشـته اسـت. با نگاهی جامع به فرآیند محدودیت‌ها و علی‌رغم کمبود مداوم برق، ایران همچنان به صادرات برق ادامه می‌دهد و در چهار ماهه اول سـال ۲۰۲۳ نسـبت به مدت مشابه سال ۲۰۲۲، افزایشی نزدیک به ۹۲ درصد داشته است.

بر پایه ارزیابی وزارت نفت که سـایت «تجارت‌نیوز» در فروردین‌ماه ۱۴۰۴ منتشر کرده است، کسری روزانه گاز کشور در زمستان ۱۴۰۴ می‌تواند به حدود ۳۰۰ میلیون متر مکعب برسد. در همین رابطه و با وجود کمبود برق و عدم تعادل انرژی در کشور می‌توان گفت که از زمستان ۲۰۲۴، ایران با شدیدترین بحران انرژی خود در دهه‌های اخیر، با قطع مکرر برق و اختلال در تأمین گاز طبیعی، رنج می‌برد. در این مسیر، مقامات از تعطیلی گسترده مدارس، دانشگاه‌ها، ادارات دولتی و مراکز خرید در تهران و نیز ۱۷ استان ایران برای صرفه‌جویی در مصرف انرژی خبر داده‌اند. بد نیست یادآوری شود که کمبود برق تا تابستان ۱۴۰۴ حدود ۱۴ هزار مگاوات برآورد شـده است که رقم قابل توجهی است. برآوردهای قبلی وزارت نیرو و مرکـز پژوهش‌های مجلس، حاکـی از آن بود که ایران برای جلوگیری از کمبود برق باید سالانه حدود ۵ هزار مگاوات (۷ درصد) به تولید برق خود اضافه کند. البته آمارهای رسمی، نشان می‌دهد که این هدف در سال‌های اخیر به دست نیامده است.

در مجمـوع می‌تـوان گفت که عدم تعادل انرژی در سـال ۱۴۰۴ حـدود ۳۰۰ میلیون متر مکعب در روز بوده اسـت. عرضه انرژی در ایران، مسـیر غیرقابل اعتماد را طی می‌کند و خاموشـی‌ها و کمبودهای مکرر برق بر زندگی روزمـره، صنایع و خدمات ضروری، تأثیر می‌گذارد. در ادامه این تحلیل، در مراجع اقتصادی کشور اینگونه بیان شده که ایران در دهه اخیر (۲۰۲۵-۲۰۱۵) با عدم تعادل در بازار انرژی خود مواجه بوده است. مصرف برق از سال ۲۰۱۵، حداقل سالانه تا ۵ درصد افزایش یافته و در سال ۱۴۰۴ به حدود ۲۹۵ تراوات ساعت رسـیده است. بخش مسـکونی نیز نزدیک به ۳۳ درصد از مصرف برق را تشکیل می‌دهد و بخـش صنعت ۳۵ درصد و بخش خدمات در محـدوده ۱۸ درصد قرار دارند. مابقی، یعنی حدود ۱۴ درصد در صنایع نفت و گاز مصرف می‌شود.

در ادامه این تحلیل جامع، می‌توان گفت که مصرف سرانه انرژی برابر با ۳.۲ TOE (این معیار، مقدار انرژی موجود در یک تن نفت خام را نشان می‌دهد) است. توجه داشته باشیم که مصرف سرانه انرژی در ایران مشابه با میانگین خاورمیانه یا اتحادیه اروپا است. براساس آمارها و از سال ۲۰۱۶، گاز طبیعی حدود ۷۰ درصد از کل مصرف انرژی را به خود اختصاص داده که این سـهم از سال مذکور به طور متوسط و پیوسته معادل ۱۰ درصد افزایش یافته اسـت. ایران هر سال ۷۰ میلیارد متر مکعب گاز به نیروگاه‌ها می‌رساند که تقریبا ۱.۵ برابر کل گاز مصرفی ترکیه است. همان‌گونه که همگان مطلع هستند، ایران در تابستان گذشته (۱۴۰۴) با ۱۴ هزار مگاوات کمبود برق مواجه شـد. علی‌رغم ظرفیت اسـمی بیش از ۹۲ گیگاوات، بسیاری از نیروگاه‌های ایران قدیمی‌اند و بخش قابل توجهی از نیروگاه‌های بخار و گاز، بیش از ۳۰ سال عمر دارند.

دلیل سـرمایه‌گذاری کم، تحریم‌های اقتصادی و نیـز محدودیت‌های مقرراتی و اجرایی دولتی اسـت. از طرفی، وزارت نیرو که تنها خریدار برق اسـت، با جلوگیری از تشکیل بازار انرژی، مشوق‌های بخش خصوصی را محدود کرده است؛ بنابراین ایجاد بدهی فزاینده دولت به صاحبان نیروگاه‌های خصوصی، مانع از سـرمایه‌گذاری در این بسـتر فزاینده شده است. براسـاس آخرین آمارهای پارلمـان بخش خصوصی تا اوایل سـال ۱۴۰۵، بدهی دولت به صاحبان نیروگاه‌های خصوصی از حدود ۲ میلیارد دلار گذشت. همچنین فشار مالی به‌خاطر نزدیـک به ۳۰ میلیارد دلار یارانه برق و ۵۲ میلیارد دلار برای فرآورده‌های نفتی در سـال ۱۴۰۴، شـرایط نامسـاعدتری ایجاد نموده است که علت اصلی آن، افزایش بی‌رویه مصرف است. براساس آخرین مطالعات آسیب‌شناسی، حدود ۱۳ درصد برق در شبکه‌های فرسوده انتقال و توزیع از بین می‌رود که سالانه ۴ تا ۵ میلیارد دلار برای کشور هزینه دربر دارد. این امر منجر به قطع مکرر برق در اوج تابستان و کسری روزانه ۲۵۰ تا ۲۸۰ میلیون متر مکعب گاز در زمستان می‌شود که حداقل سالانه ۸ میلیارد دلار برای صنایع کشور هزینه دارد.

یکـی دیگر از چرایـی بحران انرژی، موضوع مهم علل عدم تعادل گاز اسـت که به طور همزمان با سایر حامل‌های انرژی کشور، دست به گریبان است؛ چراکه ایران، چهارمین کشور مصرف‌کننده گاز در جهان است و بیشتر از مجموع ۳۰ کشور اروپایی، گاز مصرف می‌کند. ایران سـالانه ۲۶۰ میلیارد متر مکعب گاز طبیعی تولید می‌کند که حدود ۱۸ میلیارد متر مکعب آن برای صادرات و بقیه در داخل کشور مصرف می‌شود. مصرف گاز ایران از نزدیک بـه ۱۵۳ میلیـارد متر مکعب در سـال ۲۰۱۴ به حدود ۲۴۵ میلیارد متر مکعب در سـال ۱۴۰۴ افزایش یافته که توسط بخش مسکونی، وسایل نقلیه و نیروگاه‌ها مصرف می‌شود. از طرفی، زیر بنای صنعت گاز ایران، کارایی لازم را ندارد و بنا به دلایل شعله‌ور شدن، نشت و بهره‌گیری پایین، خسارات قابل توجهی به همراه دارد. ایران سالانه ۱۸ میلیارد متر مکعب گاز را به دلیل تجهیزات ناکافی جمع می‌کند، ولی سالانه نزدیک به ۷ میلیارد متر مکعب آن در شبکه انتقال و توزیع تلف می‌شود. علاوه بر این، نیروگاه‌های حرارتی ایران تنها با راندمان ۳۳ درصد کار می‌کنند و ۱۳ درصد از برق نیز در حین انتقال از بین می‌رود.

در بیان مشـکلات و چرایی عدم توسـعه و وجود بحران انرژی، تحریم‌های اقتصادی در دو دهه گذشته، مانع از سرمایه‌گذاری خارجی در بخش انرژی ایران شده و توسعه ظرفیت تولید گاز و نیروگاه‌ها را محدود کرده است. علی‌رغم داشتن ذخایر قابل توجه گاز در مراکز ذخایر انرژی مشترک، بسیاری از آنها به دلیل عدم سرمایه‌گذاری، توسعه‌نیافته باقی مانده‌اند. وزیر وقت نفت در سـال ۲۰۲۲ هشـدار داده بود که بدون یک سرمایه‌گذاری ۲۴۰ میلیارد دلاری، ایران تبدیل به یک واردکننده انرژی خواهد شـد. درحالی که کشـورهای همسایه، مانند ترکیه، ترکیب انرژی خود را با متعادل کردن ذغال‌سنگ، گاز طبیعی، نفت و انرژی‌های تجدیدپذیر متنوع می‌کنند، ایران همچنان به شدت به گاز طبیعی، متکی باقی مانده است.

یکی دیگر از چرایی‌های بحران انرژی در ایران، بازار ارزهای دیجیتال اسـت که به‌نحوی شتاب‌دهنده در حال رونق است. استفاده از بیت‌کوین باعث مصرف انرژی زیادی می‌شود و به منابع الکتریکی قابل توجهی نیاز دارد. شـبکه برق ایران با قطع مکرر و اتلاف حدود ۱۳ درصد برق در حین انتقال بسیار پرهزینه است. توجه داشته باشیم که ایران برای گسترش بازار ارزهای دیجیتال خود، به ویژه برای بیت‌کوین، در صدد عبور از تحریم‌های بین‌المللی برآمده و مقدار قابل توجهی از برق تولیدی را از شبکه عمومی برق، حذف کرده است.

امـا در کلام پایانـی این تحلیل باید گفـت که بخش انرژی ایران در سـال‌های اخیر و بخصـوص در دولت گذشـته با بی‌توجهـی مدیریتی مواجه بوده اسـت. ایران به دلیل برنامه‌ریزی ضعیف، زیرساخت‌های قدیمی و تأثیر تحریم‌های بین‌المللی با کمبود انرژی مواجه است. علی‌رغم این چالش‌ها، دولت نتوانسته است سیستم برق خود را مدرن کند که در نتیجه، منجر به قطع مکرر برق و بحران‌های انرژی در طول سال شده است. یکی از مسـائل اصلی که کمبود انرژی را تشدید می‌کند، قاچاق بی‌رویه سوخت است. اگرچه دولت ادعا می‌کند که صادرات مواد سوختی را افزایش داده، اما بیشتر این تجارت از طریق شـبکه‌های قاچاق غیرقانونی و تحت کنترل انجام می‌شـود که آن هم با نظارت گروهی خاص از فعالان اقتصادی در نهادها صورت می‌گیرد؛ چراکه سوخت یارانه‌ای ایران بسیار ارزان‌تر از کشورهای همسایه است و به همین دلیل، قاچاقچیان را به شدت جذب می‌کند. در نتیجه، مقادیر زیادی بنزین و گازوئیل به صورت غیرقانونی از ایران صادر می‌شـود و بدین ترتیب، بازار داخلی با عدم عرضه کافی مواجه می‌شـود. یکی از نمایندگان محترم مجلس، فاش کرد که سـالانه حدود ۱.۵ میلیارد لیتر سـوخت مایع از نیروگاه‌های ایران قاچاق می‌شود و فعالیت‌های قاچاق اغلب شامل مدارک جعلی و جریمه‌های پایین است که چنین جرایمی را سودآور می‌کند.

از طرفی، خصوصی‌کردن نیروگاه‌های اصلی در سـال‌های اخیر به وخامت بخش انرژی، کمک کرده اسـت. در ارتباط بـا محدودیت‌های بودجه، دولت بسـیاری از نیروگاه‌ها را به سـرمایه‌گذاران خصوصی واگذار کرد که اغلب از نظر اجرایی و مدیریتی با نهادهای وابسته بـه دولت مرتبـط بودند. با این حال، این مالکان جدید بـرای تعمیر و نگهداری نیروگاه‌ها، سـرمایه‌گذاری لازم را نکرده‌اند و بدین ترتیب، موجب از بین رفتن این تأسیسات شده‌اند. در جمله پایانی، پیچیدگی بیشـتر به دنبال طرح جنجال‌برانگیز خصوصی‌سازی در آخرین بودجه کشور است که به نهادهای نظامی و مرتبط با دولت اجازه می‌دهد نفت بفروشند و به منافع خود دست یابند. امید می‌رود با عبور از بحران‌های تحریمی و پایداری امنیت انرژی در کشور بتوان با بهره‌گیری از ظرفیت‌های خالی و بلااستفاده بخش خصوصی، به این بحران‌ها خاتمه داد و مسیر رشد و تکامل همه‌جانبه را فراهم ساخت.

سرپرست محترم روزنامه در استان سیستان و بلوچستان

جناب آقای حیدری نیا

بـا نهایت تاسـف و تاثر درگذشـت برادر گرامیتـان را خدمت شـما و خانواده محترم تسـلیت عرض نمـوده و از خداوند متعال غفـران و رحمت الهی برای آن عزیـز از دسـت رفتـه و سـلامتی و طـول عمـر بـا عـزت بـرای جنابعالی خواهانیم.

همکاران شما در رسانه مجاز

خبرنامه

کدام نسل در ایران، کاری و سختکوش‌تر است؟

رویاها و سوداهای نسل Z

طبق آمارهای وزارت کار، ۳۰ درصد بازار کار رسمی در اختیار متولدان دهه ۷۰ است؛ نسلی که جایگاه خود را در بازار کار تا حدودی به دست آورده و مشغول کار است. نسل جدید که دهه هفتادی‌ها و نسل Z را شامل می‌شوند، عمدتا در شبکه‌های اجتماعی فعالند و از طریق ارتباط با همسالان خود، اخبار و پیشرفت‌های اینترنتی و تکنولوژیک را دنبال می‌کنند. نحوه ارتباط نسل جدید با جهان اطراف خود، بسیار متفاوت از سایر نسل‌هاست. آنها از طریق تولید محتوای آنلاین، چت و تماس ویدئویی و شرکت فعالانه در شبکه‌های اجتماعی، خود را ابراز می‌کنند و در فضای مجازی حضور پررنگی دارند.

نسل به انسانی‌هایی گفته می‌شود که در یک دوره زمانی زندگی کرده یا متولد شده‌اند و دارای اشتراکاتی هستند. در مطالعات علمی، نسل‌ها به نسل B، نسل X و نسل Y و Z تقسیم می‌شوند. نسل B نسل قدیمی‌تر است و به آن نسل کودک انفجار (Baby Boomer) می‌گویند که بین سال‌های ۱۳۲۴ تا ۱۳۴۲ متولد شده‌اند. یعنی بعد از جنگ جهانی دوم و از آنجا که در این دوره جمعیت به صورت انفجاری رشد کرد، به نسل B نسل انفجار جمعیت هم گفته می‌شود. همچنین نسل B از نظر اقتصادی در دوران رفاه و رونق اقتصادی زندگی کرده و از نظر سیاسی و اجتماعی هم تغییر و تحولاتی زیاد و عمیقی را تجربه کرده‌اند. ریسک‌پذیری و کارآفرینی و خلق کسب و کار جدید از ویژگی‌های بارز این نسل است. از خصوصیات دیگر این نسل، سحرخیز بودن و کار زیاد، اهل حساب و کتاب و پایبندی به قرارهای جمعی و خانوادگی است. آنها بیشتر به رسانه‌های سنتی مثل رادیو، تلویزیون و مجله و روزنامه تمایل دارند. عمده صاحبان کسب‌وکارها در این نسل امروزه با کوله‌باری از تجربه و کارنامه‌ای پربار کسب و کار خود را توسعه داده‌اند و صاحبان برند و کارخانه‌داران خلاق و کارآفرین قدیمی را باید جزو این دسته برشمرد.

نسل X به نسل بعد از بیبی‌بومرها گفته می‌شود که تولد آنها در اوایل دهه ۱۹۶۰ آغاز شد و در اوایل دهه ۱۹۸۰ به پایان رسید. این نسل در ایران معادل سال‌های ۱۳۴۰ و قبل از دهه ۱۳۶۰ است. بزرگ‌ترین ویژگی نسل X، توانایی برقراری ارتباط آنها با جامعه اطراف است. در بحث کسب و کار و شغل، کمتر از نسل قبل از خود کار می‌کنند و بیشتر اهل تفریح هستند. تنوع در این نسل بیشتر است و به مسائل مادی و رقابت اهمیت زیادی می‌دهند. اهل روزنامه و مجله هستند ولی از تلویزیون و رادیو هم عقب نمی‌مانند و در کنار رسانه‌های سنتی، اکانت شبکه‌های اجتماعی را دارند با این تفاوت که در یکی از شبکه‌ها فعالیت مستمر دارند و در بقیه حضور جدی ندارند.

همچنین نسل Y عموماً بین سال‌های ۱۹۸۱ تا ۱۹۹۶ میلادی به دنیا آمده‌اند که معادل سال‌های ۱۳۶۰ تا ۱۳۷۵ شمسی در ایران است. این نسل در دوران رشد خود با تغییرات و تحولات چشمگیری در فناوری، سیاست و فرهنگ مواجه شده و گسترش تلویزیون ماهواره‌ای و اینترنت تا تحولات اقتصادی جهانی را تجربه کرده‌اند. از جمله خصوصیات بارز این نسل تسلط به تکنولوژی، اتکا به اینترنت، تمایل به ارتباطات مجازی و دریافت آنلاین کالا و خدمات است. آنها استقلال، اعتماد به نفس بالا دارند و به‌جای سفر لوکس و ساعت گران‌قیمت به دنبال کسب تجربه‌های جدید و ایده‌های خلاق می‌گردند. در بحث کار، کار و زندگی را مکمل هم می‌بینند و ابزارهای دورکاری را در اختیار دارند و حتی در سفر و تفریح هم کار و فعالیت خود را دنبال می‌کنند. متولدین نسل Y به روزنامه و رادیو کمتر تمایل نشان می‌دهند ولی با وجود آنکه با موبایل و لپ تاپ و نرم‌افزارها بیشتر کار می‌کنند همچنان تلویزیون را هم می‌بینند. آنها برخلاف نسل‌های قبل از خود زمان زیادی را در شبکه‌های اجتماعی صرف می‌کنند.

و اما نسل Z یا زومرها که بین سال‌های ۱۹۹۷ تا ۲۰۱۰ متولد شده‌اند و در ایران معادل سال‌های ۱۳۷۵ تا ۱۳۸۹ است. به آنها نسل موبایل به دست‌ها هم گفته می‌شود، زیرا در فضای مجازی متولد شده‌اند و نخستین نسلی هستند که از کودکی با فناوری‌های دیجیتال، شبکه‌های اجتماعی و اینترنت بزرگ شده‌اند. از نظر شغل و کار، نسل Z علاقه‌مند به کسب و کارهای هوشمند است و کار در فضای هوشمند و مجازی را به کار در مشاغل سنتی ترجیح می‌دهد. با توجه به آنکه از بدو تولید در یک فضای کاملا دیجیتال بزرگ شده‌اند، اینترنت و تکنولوژی تاثیر انکارناپذیری بر سبک زندگی و روحیات آنها گذاشته است. نسل زدی‌ها بیشتر به دنبال پروژه‌های شخصی، کارهای فریلنسری و خودمستقل و بدون کارفرما و آقابالاسر هستند. آنها طرفدار کسب و کارهایی هستند که در کوتاه‌ترین زمان به موفقیت‌های بزرگ و درآمدهای سرشار دست یابند. از ویژگی‌های بارز آنها این است که اهل کار داوطلبانه و مدیریت آزادانه هستند. خودمختار و خودتصمیم‌گیرند و جنس استقلال آنها با نسل‌های قدیمی و قبل‌تر متفاوت است. از آنجا که با موبایل و فضای مجازی بزرگ شده‌اند تلویزیون نمی‌بینند یا کمتر می‌بینند و اخبار و اطلاعات موردنیازشان را از شبکه‌های اجتماعی دریافت می‌کنند و در فضای آنلاین به دنبال گشت‌زنی درخصوص موضوعات مورد علاقه، نیازمندی‌ها و پاسخ به سوالات خود هستند.

با بررسی ویژگی‌ها و سبک زندگی نسل‌های پیش‌گفته، اکنون می‌توان به روشنی دانست که کدام نسل در بحث فعالیت کاری و ایجاد کسب و کار، مصمم‌تر و خلاق‌تر، کاری و سختکوش‌تر است. به اعتقاد کارشناسان، نسل‌های قبل از نسل Z مانند بیبی‌بومرها در حال بازنشسته شدن و کناره‌گیری از بازار کار هستند و نسل Y و X هم تا حدودی جایگاه شغلی خود را پیدا کرده‌اند و تکلیف‌شان مشخص است، به همین دلیل باید تمرکز در برنامه‌ریزی‌ها و تصمیم‌گیری‌ها روی نسل Z باشد که در آستانه ورود به بازار کار هستند. از طرفی براساس گزارش مجمع جهانی اقتصاد، تا چند سال آینده بسیاری از مشاغل به سبب پیشرفت علم و تکنولوژی و ساخته‌شدن برنامه‌ها و اپلیکیشن‌های متفاوت از بین خواهند رفت. مشاغل جدید در بستر اینترنت و شبکه‌های اجتماعی، ظهور خواهند کرد و کار با ابزارهای ارتباط جمعی گسترده‌تر خواهد شد؛ از این رو باید زیرساخت‌های مشاغل نوظهور را فراهم کنیم و همزمان با رشد اقتصادهای مدرن و ظهور تکنولوژی‌های جدید، چشم‌انداز دستیابی به مشاغل آینده و حرکت به سمت و سوی تکنولوژی‌های نوین را به سرعت ترسیم کنیم. به اعتقاد کارشناسان بازار کار، مسیر شغلی و تحصیلی نسل جدید، بسیار متفاوت از نسل‌های قبل از آنهاست و رفتارهای فردی و اجتماعی آنها به شدت تحت تاثیر اینترنت و فضای مجازی قرار دارد.

به نظر می‌رسد نسل Z، محصول تغییرات سریع اجتماعی، اقتصادی و فناوری است. برخلاف نسل‌های X و Y، آنها هیچ‌گاه دنیایی بدون اینترنت را تجربه نکرده‌اند و اینترنت پرسرعت، تلفن‌های هوشمند و شبکه‌های اجتماعی، ابزارهای اصلی رشد و یادگیری آنها به شمار می‌رود. از نگاه کارشناسان و تحلیلگران بازار کار، تعالی سازمانی بدون اعتماد به نسل Z، یک آرمان ناتمام است؛ زیرا نسل Z، نسلی مطالبه‌گر، خلاق و اثرگذار است که می‌تواند موتور محرک تحول در مدیریت، کیفیت و بهره‌وری کشور باشد و باید روی این نسل، حساب دیگری باز کرد.

ویتنام چگونه سی و پنجمین اقتصاد بزرگ دنیا شد؟

منوی اقتصادی تهران– هانوی

فرصت امروز: ویتنام، نمونه بارز یک توسعه اقتصادی موفق است. این کشور آسیایی به واسطه اصلاحات اقتصادی خود، فقط طی یک نسل از یکی از فقیرترین ملت‌های جهان به کشوری با درآمد متوسط تبدیل شده است. براساس آمارها، سرانه تولید ناخالص داخلی ویتنام در بین سال‌های ۲۰۰۲ تا ۲۰۲۱ میلادی، ۳,۶ برابر شده و به نزدیک ۳۷۰۰ دلار آمریکا رسیده است. نرخ فقر نیز تنها طی یک دهه (از سال ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۰) از ۱۴ درصد به ۳,۸ درصد رسیده است.

تولید ناخالص داخلی ویتنام طی سه دهه اخیر همواره به طور میانگین بین ۲,۵ تا ۳,۵ درصد رشد را به نمایش گذاشته است. رشد تولید ناخالص داخلی ویتنام از ۸ درصد در سال ۲۰۲۲ به ۶,۳ درصد در ۲۰۲۳ رسیده است. توسعه دسترسی شهروندان به امکانات رفاهی در دهه‌های اخیر شگفت‌انگیز بوده است. به عنوان نمونه، در سال ۱۹۹۳، یعنی دهه نخست اصلاحات اقتصادی ویتنام، ضریب دسترسی مردم به الکتریسیته به عنوان منبع اصلی روشنایی فقط ۱۴ درصد بوده که این عدد در سال ۲۰۱۹ به ۹۹,۴ درصد رسیده است. همچنین در سال ۲۰۲۳، تولید ناخالص داخلی (به قیمت‌های جاری) ویتنام بالغ بر ۴۳۳ میلیارد دلار آمریکا بوده و تجارت این کشور از سال ۲۰۱۲ به شکل پیوسته در وضعیت مازاد تجاری قرار داشته است. این در حالی است که تولید ناخالص داخلی ویتنام در ابتدای هزاره جدید میلادی، تنها ۳۱ میلیارد دلار بوده و در نتیجه این روند، ویتنام در ابتدای دهه دوم هزاره جدید، سی و پنجمین اقتصاد بزرگ دنیا به شمار می‌رود. دولت ویتنام، استراتژی‌های اقتصادی خود را معطوف به ورود به جرگه کشورهای با درآمد بالا تا سال ۲۰۴۵ کرده است. مرکز پژوهش‌های اتاق ایران در یک گزارش آماری به بررسی شرایط اقتصادی ویتنام و منوی همکاری تهران-هانوی پرداخته است.

فرصت‌های اقتصادی ویتنام برای ایران

روند تجارت ایران و ویتنام در سال‌های اخیر، تصویری چندلایه از پیوندهای اقتصادی دو کشور، ارائه می‌دهد؛ پیوندهایی که از یکسو، سابقه‌ای چند دهه‌ای و پشتوانه‌ای حقوقی و نهادی دارند و از سوی دیگر، عملا هنوز با ظرفیت‌های بالقوه بسیار فاصله دارند. بررسی مسیر تجارت میان دو کشور، نشان می‌دهد که سهم ویتنام از کل صادرات و واردات ایران همچنان اندک است. در سال ۱۴۰۳ از مجموع ۸.۵۷ میلیارد دلار صادرات ایران، تنها ۹۸ میلیون دلار به ویتنام ارسال شده که معادل ۰.۱۷ درصد از کل صادرات کشورمان است. این عدد، ویتنام را در جایگاه سی‌وسوم از میان ۱۴۶ شریک صادراتی ایران قرار می‌دهد. در واردات نیز سهم ویتنام، ۴۶.۸ میلیون دلار از مجموع ۳.۷۲ میلیارد دلار واردات ایران بوده که معادل ۰.۰۶ درصد است و این کشور را در رتبه چهل‌وششم از میان ۱۱۹ شریک وارداتی ایران قرار می‌دهد. این اعداد و ارقام، نشان می‌دهد که با وجود قدمت همکاری‌های نهادی و وجود موافقتنامه‌های متعدد، تجارت دوجانبه هنوز در سطحی محدود جریان دارد. در حالی که مبادلات اقتصادی ایران و ویتنام از دهه ۱۳۷۰ با امضای موافقتنامه‌های متعدد تجاری، گمرکی، حمل‌ونقل و سرمایه‌گذاری، شکل نهادی به خود گرفته، واقعیت‌های آماری نشان می‌دهد سطح کنونی تجارت دو کشور با ظرفیت‌های بالقوه، فاصله چشمگیری دارد. داده‌های رسمی، حکایت از آن دارد که سهم ویتنام از ۸,۵۷ میلیارد دلار صادرات ایران در سال ۱۴۰۳، تنها ۰,۱۷ درصد و از ۳,۷۲ میلیارد دلار واردات ایران، فقط ۰,۰۶ درصد بوده است؛ ارقامی که جایگاه این کشور آسیای جنوب شرقی را در میان شرکای تجاری ایران به ترتیب در رتبه‌های ۳۳ و ۴۶ قرار می‌دهد. داده‌های سه ماهه نخست ۱۴۰۴ نیز نشان می‌دهد که صادرات ایران به ویتنام به ۷.۳۷ هزار تن و به ارزش بیش از ۱۶ میلیون دلار رسیده و واردات از ویتنام نیز معادل ۸.۱ هزار تن به ارزش ۵.۵ میلیون دلار ثبت شده است. از نگاه اتاق بازرگانی ایران، تصویر کلی از تجارت ایران و ویتنام، روایتی از تضاد میان «ظرفیت» و «کارکرد» است. زیرساخت توافقنامه‌ای فراهم است، نیاز تجاری وجود دارد، تنوع کالایی مکمل است، اما سازوکارهای عملیاتی تجارت هنوز آنقدر ناکارآمد است که بازار ۱,۵ میلیارد دلاری بالقوه به صادراتی محدود و ناپایدار تقلیل یافته است؛ وضعیتی که اگر اصلاح نشود، فاصله میان «فرصت» و «واقعیت» همچنان پابرجا خواهد ماند.

ترکیب کالایی تجارت تهران و هانوی

تجارت ایران و ویتنام در سال‌های گذشته، الگوهای معناداری را آشکار می‌کند. واردات ایران از ویتنام از سال ۱۳۹۶ تا ۱۴۰۳ از نظر وزن و ارزش تقریبا در سطحی ثابت باقی مانده و تغییرات قابل توجهی نشان نمی‌دهد، اما صادرات ایران به ویتنام از روندی دو فازی پیروی می‌کند: دوره نخست از ۱۳۹۶ تا ۱۳۹۹ که روندی کاملا نزولی داشته و سپس دوره ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۳ که در آن ارزش صادرات دوباره افزایشی شده است. این الگو برای ارزش کل تجارت دو کشور نیز مشاهده می‌شود. از سال ۱۳۹۶ تا ۱۳۹۹، ارزش تجارت روندی نزولی داشته و در سال ۱۳۹۹ به ۹۴ میلیون دلار رسیده که کمترین رقم در این بازه زمانی بوده است. اما از ۱۳۹۹ به بعد، مسیر صعودی شده و در سال ۱۴۰۲ ارزش تجارت به ۱۸۳ میلیون دلار رسیده که بالاترین رقم دوره پس از ۱۳۹۹ است. با این حال، تجارت دوجانبه هرگز به رکورد ۴۵۰ میلیون دلاری سال ۱۳۹۶ که تحت تأثیر فضای مساعد پسابرجام شکل گرفته بود، بازنگشته و این نشان می‌دهد که حتی افزایش‌های اخیر هم بیشتر به معنای جبران افت دوره قبل است تا یک جهش ساختاری.

ترکیب کالاهای مبادله شده در سال ۱۴۰۳ نیز نکات تحلیلی مهمی ارائه می‌کند. در صادرات ایران به ویتنام، اقلام عمده شامل قیر نفت با ۵۲ میلیون دلار، پسته ۱۵ میلیون دلار، پای مرغ ۷ میلیون دلار، پلی‌اتیلن ۶ میلیون دلار، عناصر شیمیایی ۴ میلیون دلار و کائوچوی بوتادین و روده و شکمبه حیوانات هر کدام حدود ۲ میلیون دلار بوده‌اند. اغلب این اقلام یا در دسته کالاهای صنعتی پایه قرار می‌گیرند یا محصولات کشاورزی با مزیت نسبی شناخته شده ایران هستند. در سمت مقابل، واردات ایران از ویتنام عمدتا متکی بر کالاهای کشاورزی و مواد اولیه صنایع غذایی است؛ قهوه با ۲۱ میلیون دلار بزرگ‌ترین قلم وارداتی بوده و پس از آن فلفل با ۷ میلیون دلار و نارگیل و لاستیک هر کدام با حدود ۱.۷ میلیون دلار قرار دارند. این تفاوت در ساختار صادرات و واردات، نشان می‌دهد که تجارت دو کشور از نوع مکمل است و نه رقابتی؛ به این معنا که ایران عمدتا مواد اولیه صنعتی، پتروشیمی و محصولات کشاورزی خاص عرضه می‌کند و ویتنام عمدتاً محصولات کشاورزی گرمسیری و برخی مواد اولیه صنعتی.

بازخوانی تجارت ۲ کشور در یک دهه

در کنار روندها و ساختار کالاها، بستر حقوقی و نهادی تجارت ایران و ویتنام نیز اهمیت زیادی دارد. دو کشور از سال ۱۳۷۳ دارای کمیسیون مشترک اقتصادی هستند که در ایران وزارت جهاد کشاورزی مسئولیت آن را برعهده دارد. این کمیسیون کانال اصلی هماهنگی و توسعه همکاری‌ها در حوزه‌های مختلف اقتصادی است. افزون بر این، مجموعه‌ای گسترده از موافقتنامه‌ها میان دو کشور وجود دارد که زمینه حقوقی لازم برای گسترش تجارت را فراهم کرده است. این موافقتنامه‌ها از موضوعات قضایی و امنیتی مانند استرداد مجرمان (مصوب ۱۴۰۳) تا موضوعات مالیاتی، گمرکی، حمل‌ونقل، کشتیرانی و همکاری‌های تجاری را پوشش می‌دهند. مجموعه این موافقتنامه‌ها نشان می‌دهد که از منظر حقوقی و نهادی، تجارت میان ایران و ویتنام زیرساختی نسبتا کامل دارد و ضعف‌های موجود در سطح جریان واقعی تجارت بیش از آنکه ناشی از کمبود چارچوب حقوقی باشد، به عوامل دیگری مربوط است؛ ازجمله محدودیت‌های شبکه تبادلات مالی بین‌المللی، چالش‌های لجستیکی، رقابت سنگین سایر صادرکنندگان در بازار ویتنام و محدودیت‌های ساختاری در تنوع کالاهای صادراتی ایران به شرق آسیا.

از نگاه پژوهشگران اتاق ایران، مجموع این داده‌های آماری، تصویر روشن و چندلایه‌ای از وضعیت تجارت ایران و ویتنام ترسیم می‌کند. تجارت دوجانبه از نظر حجم و نسبت به ظرفیت واقعی همچنان کوچک است، اما روندهای اخیر، نشان می‌دهد که پس از دوره افت، دوباره در مسیر افزایشی قرار گرفته است. ساختار کالاهای مبادله‌شده، نشان می‌دهد که دو کشور از منظر اقتصادی مکمل یکدیگرند و همین مکمل بودن، پتانسیل تجارت را بالا برده است. چارچوب حقوقی و نهادی موجود نسبتا کامل است و محدودیت اصلی، نه در قوانین، بلکه در سازوکارهای اجرایی، مالی، رقابتی و لجستیکی نهفته است. شاخص پتانسیل صادراتی نیز تأیید می‌کند که ایران می‌تواند بیش از ۱۰ برابر مقدار کنونی به ویتنام صادرات داشته باشد؛ مشروط بر آنکه موانع موجود کاهش یابد و سیاستگذاری منسجم‌تری برای حضور در یکی از پویاترین اقتصادهای جنوب شرق آسیا تدوین شود. این تصویر آماری، نشان می‌دهد که رابطه تجاری ایران و ویتنام، با وجود سابقه توافقات متعدد، هنوز در مرحله شکل‌گیری است و ظرفیت‌های بالفعل نشده فراوانی دارد؛ ظرفیتی که برای بهره‌برداری از آن، نیازمند ترکیبی از اصلاحات داخلی، دیپلماسی فعال اقتصادی و بهبود حضور ایران در زنجیره تأمین منطقه‌ای هستیم.

با وجود اصلاح قانون چک

چرا میزان چک‌های برگشتی بیشتر شد؟

با وجود بهبود قوانین مربوط به تبادلات چک از سوی بانک مرکزی، میزان چک‌های برگشتی در سال ۱۴۰۴ نسبت به انتهای سال گذشته، افزایش داشته است. براساس آخرین آمارهای بانک مرکزی (اسفندماه ۱۴۰۳ و اردیبهشتماه ۱۴۰۴)، میزان چک‌های برگشتی امسال نسبت به انتهای سال قبل، افزایش یافته است که البته بسیاری از صنوف، این امر را ناشی از رکود فضای کسب وکار در فضای دو ماهه ابتدای هر سال می‌دانند. به گزارش «ایسنا»، بانک مرکزی با هدف بهبود شرایط مبادله چک‌های صیادی همچنان در تلاش است که میزان چک‌های برگشتی را از نظر تعداد و مبلغ کاهش دهد و در این راستا همواره قوانین و ابلاغیه‌های جدیدی را ارائه می‌کند تا مصرف‌کنندگان با آگاهی کامل از شرایط، در این زمینه روند مثبت‌تری را طی کنند. به عنوان مثال، بانک مرکزی در آخرین اطلاع‌رسانی خود، اعلام کرد: «در صورت مغایرت اطلاعات مندرج بر روی چک کاغذی با اطلاعات ثبتی در سامانه صیاد، ملاک عمل برای بانک‌ها و مراجع قانونی، اطلاعات ثبت‌شده در سامانه خواهد بود و گواهی‌نامه عدم پرداخت نیز صرفاً بر همان اساس صادر می‌شود.»

همانطور که گفته شد، بانک مرکزی، هدف خود از این اطلاع‌رسانی را «افزایش آگاهی عمومی، جلوگیری از بروز اختلافات بانکی و قضایی و ارتقای امنیت در تبادلات مالی» عنوان کرده است. این اطلاعیه بانک مرکزی در واقع، پاسخ به یکی از ابهام‌های حقوقی مهم در اجرای طرح صیاد است؛ اینکه اگر بین اطلاعات برگه چک و ثبت سامانه مغایرت باشد، کدام یک از نگاه بانک مرکزی، مبنای قانونی دارد؟ طبق آخرین اطلاعیه بانک مرکزی؛ ناهمخوانی تاریخ چک در برگه و سامانه صیاد، درج اشتباه مبلغ در برگه و سامانه صیاد و همچنین تفاوت در اطلاعات هویتی گیرنده چک روی برگه و سامانه صیاد، از جمله مواردی هستند که در صورت بروز آنها، اطلاعات داخل سامانه صیاد، ملاک عمل بانک‌ها خواهد بود اما در این میان، مقایسه دو آمار آخر بانک مرکزی از میزان وصول و برگشت چک، نشان می‌دهد که میزان وصول چک، کمتر و میزان چک‌های برگشتی، بیشتر شده است. البته بسیاری از صنوف و کسب وکارها، وصول کمتر چک و افزایش میزان چک‌های برگشتی را ناشی از رکود محیط کسب وکار در فضای دو ماهه ابتدای سال جدید می‌دانند.

براساس آمارهای منتشرشده از سوی بانک مرکزی برای اسفندماه ۱۴۰۳ (آخرین ماه سال گذشته)، در این ماه بیش از ۱۰.۶ میلیون چک مبادله شد که از این بین حدود ۹۰.۶ درصد چک‌ها وصول شدند و از کل تعداد چک‌های مبادله شده حدود ۹.۴ درصد برگشت داده شدند. همچنین در اردیبهشتماه ۱۴۰۴ و طبق آخرین آمارهای بانک مرکزی، بیش از ۹.۸ میلیون فقره چک در میانه فصل بهار امسال مبادله شده است که از این مقدار حدود ۸۹.۹ درصد از تعداد چک‌ها وصول شده و ۱۰.۱ درصد از آنها برگشت خورده است. به این ترتیب، طبق اقدامات صورت گرفته از سوی بانک مرکزی، می‌توان به این نتیجه رسید که اگر اسفندماه ۱۴۰۳ و اردیبهشتماه ۱۴۰۴ را دو ماه پایانی هر سال در نظر بگیریم، تعداد چک‌های وصول شده، کاهش محسوسی داشته است. درباره چک‌های برگشتی نیز آمارهای رسمی، نشان از افزایش میزان آن دارد که با توجه به این شرایط باید دید که آیا بانک مرکزی می‌تواند شرایط را برای ادامه سال بهبود بخشد یا خیر.

در این راستا، بانک مرکزی با این اقدام عملاً پیام روشنی به صادرکنندگان و دارندگان دسته‌چک داده است که هرگونه سهل‌انگاری در ثبت اطلاعات یا عدم استعلام در زمان دریافت چک می‌تواند موجب تضییع حقوق طرفین شود. براساس مقررات جدید بانک مرکزی، در صورت عدم ثبت چک در سامانه صیاد، بانک‌ها مجاز به پرداخت وجه یا حتی صدور «گواهی عدم پرداخت» نخواهند بود. همچنین از دی ماه سال گذشته، صدور دسته‌چک جدید، منوط به تطبیق کد ملی و کدپستی متقاضی با سامانه ملی املاک و اسکان کشور شده است؛ اقدامی که به گفته کارشناسان و تحلیلگران، در راستای جلوگیری از سوءاستفاده و شفافیت بیشتر در نظام اعتباری کشور، انجام شده است.

تورم تولیدات صنعتی، رکورد ۴۰ ماهه را شکست

فرود پاییزی تولید صنعتی

فرصت امروز: آخرین گزارش بازوی پژوهشی بانک مرکزی، نشان می‌دهد که رشد شاخص تولید صنعتی در مهرماه ۱۴۰۴ بار دیگر منفی شده است. در اولین ماه پاییز، رشد شاخص تولید صنعتی پس از ثبت رشد مثبت در دو ماه مرداد و شهریور، وارد محدوده منفی شد و به منفی ۲.۱ درصد رسید. همچنین شاخص تولید صنعتی در سه ماهه منتهی به مهر، تغییر محسوسی نسبت به مدت مشابه سال گذشته، نداشت و رشد آن تقریبا صفر شد. رشد منفی و ادامه‌دار دو صنعت محصولات شیمیایی و کانی‌های غیرفلزی، سهم قابل توجهی در «فرود پاییزی تولید صنعتی» در مهرماه داشته است. در این ماه، رشد شاخص تولید پنج صنعت، مثبت و هشت صنعت، منفی شده است. در بین صنایع با رشد مثبت، تنها رشد صنعت محصولات دارویی، بیشتر از یک درصد بوده است. بیشترین کاهش تولید در ماه‌های اخیر، مربوط به صنعت ماشین‌آلات و تجهیزات بوده است. همچنین در ادامه روندی که در فصل تابستان وجود داشت، رشد تولید منفی در مهرماه با کاهش موجودی انبار، همراه شده که نشان می‌دهد محدودیت‌های سمت عرضه، عامل مهمی در کاهش تولید این فصل بوده است.

براساس گزارش پژوهشکده پولی و بانکی، رشد شاخص قیمت صنعت که از داده‌های بورسی استخراج شده است، در مهرماه به ۴۱.۶ درصد رسید. این اولین بار پس از خردادماه ۱۴۰۱ است که رشد شاخص قیمت صنعت، بالاتر از ۴۰ درصد قرار گرفته است. بدین ترتیب، تورم تولیدات صنعتی، رکورد ۴۰ ماهه شکست و به ۴۱.۶ درصد در مهرماه امسال رسید. نرخ رشد قیمت محصولات کاغذی، ماشین‌آلات و تجهیزات، صنایع دارویی و دستگاه‌های برقی در مهرماه، بیشتر از سایر صنایع و بالاتر از ۵۰ درصد بوده تا این صنایع در نیمه ۱۴۰۴، تورم بالای ۵۰ درصد را تجربه کنند. کمترین تورم مهرماه نیز به لاستیک و پلاستیک تعلق داشته است.

شاخص تولید صنعتی در یک نگاه

شرکت‌های صنعتی ثبت‌شده در بازارهای بورس اوراق بهادار و فرابورس ایران، حدود ۴۲ درصد از ارزش محصول کارگاه‌های بزرگ صنعتی (بالاتر از ۱۰۰ نفر کارکن) را در اختیار دارند. با توجه به انتشار منظم ماهانه عملکرد تولید و فروش این شرکت‌ها، می‌توان با اتکای به این داده‌ها، برآورد قابل قبولی از عملکرد بخش صنعت کشور، ارائه داد و تغییرات این بخش را رصد کرد. نکته جالب آنکه شاخص برگرفته از داده‌های این شرکت‌ها، همراستا با شاخص تولید صنعتی کل کشور است. لذا این شاخص در زمانی که شاخص‌های رسمی کشور با تأخیر منتشر می‌شوند و تواتر فصلی دارند، می‌تواند جایگزین خوبی برای آنها باشد و وضعیت تغییرات ماهانه صنعت را نشان دهد.

براساس یافته‌های پژوهشکده پولی و بانکی، رشد شاخص تولید صنعتی که در نیمه اول سال ۱۴۰۲، روند صعودی ملایمی داشت، در نیمه دوم این سال، روند نزولی پیدا کرد و از بالای ۶ درصد در تیرماه به زیر ۲ درصد در دی‌ماه رسید؛ به‌طوری که رشد متوسط در نیمه اول سال ۱۴۰۲، بالای ۵ درصد بوده که در نیمه دوم همین سال به حدود ۳ درصد کاهش داشته است. در نیمه اول ۱۴۰۳ نیز متوسط رشد تولید صنعتی حدود ۱.۶ درصد بوده و این رشد در نیمه دوم سال گذشته به ۰.۸ درصد کاهش پیدا کرده است. در بهار ۱۴۰۳، رشد شاخص تولید صنعتی، وارد محدوده منفی شده و به منفی ۴.۸ درصد رسید. در ماه‌های تابستان، روند رشد شاخص تولید صعودی بوده، ولی در نهایت رشد تابستان ۱۴۰۴ کماکان در محدوده منفی نزدیک به صفر (۰.۶ درصد) باقی ماند.

در نهایت در اولین ماه پاییز امسال، رشد شاخص تولید صنعتی پس از تجربه دو ماه رشد مثبت، منفی شد و به منفی ۲.۱ درصد رسید

که از رشد شهریورماه کمتر بوده است. رشد تولید ۵ صنعت در مهرماه مثبت و ۸ صنعت منفی بوده و از میان صنایع با رشد مثبت، تنها صنعت دارویی بیش از یک درصد رشد داشته است. همچنین بیشترین رشد در سه ماهه منتهی به مهر، مربوط به صنایع دارویی و خودروسازی و قطعات و کمترین رشد مربوط به ماشین‌آلات و تجهیزات بوده است. همانطور که اشاره شد، رشد منفی و ادامه‌دار دو صنعت محصولات شیمیایی و کانی‌های غیرفلزی، سهم زیادی در رشد منفی این ماه داشته است. رشد منفی تولید صنعتی در مهرماه با کاهش موجودی انبار همراه بوده که نشان‌دهنده پررنگ شدن اثر محدودیت‌های سمت عرضه در کاهش تولید است.

انبار کدام صنایع خالی شده است؟

بررسی تغییرات در موجودی انبار محصولات نهایی در کنار رشد تولید صنایع، می‌تواند تحلیلی از تغییرات سمت عرضه و تقاضا ارائه دهد. در برهه‌های زمانی که محدودیت تقاضا و ظرفیت مازاد تولید در بخش عرضه وجود دارد، روند رشد تولید و تغییرات موجودی انبار در خلاف جهت هم خواهد بود؛ یعنی تغییرات رشد تولید، ریشه در تغییرات تقاضا دارد. زمانی که تکانه‌ای منفی، بخش عرضه تولید و فروش را تحت تأثیر قرار دهد، در دوره‌های اولیه با وجود اینکه رشد تولید را کاهش می‌دهد، رشد فروش را تحت تأثیر قرار نمی‌دهد و همین امر، باعث کاهش موجودی انبار محصولات نهایی می‌شود. بنابراین زمانی که کاهش رشد تولید با کاهش موجودی انبار همراه باشد، می‌توان گفت که تکانه واردشده از بخش عرضه است.

همسویی روند رشد تولید و موجودی انبار، نشان می‌دهد که در پنج ماه ابتدایی سال ۱۴۰۳، کاهش تولید صنعتی، ریشه در تغییرات بخش تقاضا نداشته است. در ماه‌های سرد سال ۱۴۰۳، یعنی دی و بهمن همزمان با کاهش موجودی انبار، رشد تولید نیز منفی شد. این نکته، نشان می‌دهد که کاهش تولید، عامل محدودکننده‌ای از سمت عرضه (مانند محدودیت برق و گاز) داشته است. در سه ماهه ابتدایی سال ۱۴۰۴ به رغم رشد منفی تولید، تغییرات موجودی انبار در صنایع منفی شده است. در تابستان نیز رشد منفی تولید با کاهش موجودی انبار همراه بوده که از کاهش تولید به دلیل عوامل محدودکننده بخش عرضه در این فصل نشان دارد. در مهرماه نیز رشد تولید منفی با کاهش موجودی انبار همراه شده است.

در سه ماه مرداد، شهریور و مهر امسال، صنایع به چهار دسته تقسیم شده‌اند؛ گروه نخست با رشد مثبت تولید و کاهش موجودی انبار، مانند خودروسازی، قطعه‌سازی، صنایع غذایی و فلزات اساسی که به دلیل افزایش فروش، انبارشان کاهش یافته است. گروه دوم با رشد مثبت تولید و افزایش موجودی انبار، مانند صنعت دارویی که تولید از رشد تقاضا سبقت گرفته است. این اتفاق یا به دلیل رشد قیمت این محصولات و در نتیجه کاهش تقاضا رخ داده یا اینکه شرکت‌های تولیدکننده محصولات دارویی، تولید خود را برای ذخیره‌سازی افزایش داده‌اند. گروه سوم با رشد منفی تولید و کاهش موجودی انبار، مانند صنعت کانی‌های غیرفلزی که نشان از اثر عوامل محدودکننده عرضه مانند محدودیت برق یا گاز دارد. گروه چهارم با رشد منفی تولید و افزایش موجودی انبار، مانند صنایع شیمیایی که با افت فروش به دلیل کاهش تقاضا مواجه بوده‌اند.

رکورد ۴۰ ماهه تورم صنعتی شکست

با استفاده از داده‌های شرکت‌های بورسی که قیمت فروش محصولات‌شان را منتشر می‌کنند، شاخصی برای سنجش قیمت در صنایع مختلف ساخته شده و روند آن با شاخص قیمت تولیدکننده صنعتی بانک مرکزی مقایسه شده است. نتایج این مقایسه، نشان می‌دهد که تورم بخش صنعت از ابتدای نیمه دوم سال ۱۴۰۲ روند نزولی گرفت؛ به‌طوری‌که تورم صنعتی بر پایه داده‌های بورسی که در مهر این سال بیش از ۳۶ درصد بود، تا اسفندماه به حدود ۲۰ درصد کاهش یافت. در بهار ۱۴۰۳ دوباره افزایش ملایمی در تورم صنعتی مشاهده شد و این نرخ در خردادماه به حدود ۲۵ درصد رسید، اما در فصل تابستان این سال دوباره کاهش یافت و به زیر ۲۰ درصد رسید. از آبان تا اسفندماه ۱۴۰۳ تحت تاثیر عواملی مانند نوسانات بازار ارز، تورم تولیدات صنعتی دوباره صعودی شد و تا حدود ۳۸ درصد بالا رفت. در چهار ماه نخست امسال نیز نرخ رشد قیمت‌های صنعتی بین ۳۵ تا ۳۷ درصد در نوسان بود و سپس در مردادماه به ۳۹.۷ درصد، در شهریورماه به ۳۸.۵ درصد و در مهرماه با عبور از مرز ۴۰ درصد به ۴۱.۶ درصد رسید که بالاترین سطح تورم صنعتی از خردادماه ۱۴۰۱ تاکنون محسوب می‌شود.

پژوهشکده پولی و بانکی همچنین در این گزارش، رشد قیمت صنایع مختلف را بررسی کرده و آورده است که صنایع محصولات کاغذی با ۱۱۳ درصد، دارویی با ۶۲ درصد، ماشین‌آلات و تجهیزات با ۵۵ درصد و دستگاه‌های برقی با ۵۰ درصد، بیشترین افزایش قیمت را در مهرماه امسال داشته‌اند. در نقطه مقابل، کمترین رشد قیمت صنایع در مهرماه، به صنعت لاستیک و پلاستیک تعلق داشته که تورمی کمتر از ۳۵ درصد را تجربه کرده است. همچنین مقایسه تورم مهرماه و شهریورماه ۱۴۰۴، نشان می‌دهد که بیشترین افزایش تورم در این مدت به صنعت منسوجات اختصاص داشته و بیشترین کاهش تورم در صنعت غذا مشاهده شده است. نکته مهم در مورد شاخص قیمت صنایع، این است که از ۱۳ صنعت منتخب اعلام شده در مهرماه امسال، چهار گروه صنعتی رشد شاخص قیمت تولیدات بالاتر از ۵۰ درصد ثبت کرده‌اند، درحالی‌که تعداد صنایع با تورم بالاتر از ۵۰ درصد در شهریورماه، دو مورد بوده است.

ریشه‌های تورم و چالش‌های پولی

وام ازدواج، عامل تورم نیست

یک کارشناس اقتصادی با تاکید بر اینکه اقتصاد ایران تب دارد و تا ریشه‌های این تب درمان نشود، تورم کاهش نمی‌یابد، گفت در شرایط تورم رکودی، عامل اصلی افزایش قیمت‌ها، نه وام‌های خرد، بلکه سفته‌بازی، انتظارات تورمی و نبود شفافیت در نظام مالی است؛ مسائلی که موجب می‌شود سرمایه‌های کلان به‌جای تولید، روانه بازار ارز و طلا شوند. به عقیده «فاطمه پاسبان»، در اقتصادی که هم‌زمان با تورم و رکود مواجه است، نمی‌توان یک سیاست را به‌عنوان عامل اصلی کنترل یا تشدید تورم معرفی کرد. اقتصاد ما در شرایط تورم رکودی قرار دارد؛ یعنی هم فشارهای تورمی وجود دارد و هم رکود حاکم است و هنوز از این وضعیت خارج نشده‌ایم. در چنین شرایطی، میزان اثرگذاری وام ازدواج بر تورم، برخلاف اقتصادهای باثبات که قابل اندازه‌گیری دقیق است، به‌سادگی قابل سنجش نیست. در اقتصاد ما، عوامل متعدد و گسترده‌ای در شکل‌گیری تورم، نقش دارند و نمی‌توان یک عامل را به صورت جداگانه، مسئول تغییرات تورمی دانست.

او با اشاره به عوامل پررنگ‌تر در تشدید تورم به «ایسنا» گفت: آنچه امروز بیش از همه بر تورم اثر می‌گذارد و موجب نوسان مداوم قیمت‌ها می‌شود، انتظارات تورمی و گسترش فعالیت‌های سفته‌بازانه است. خرید و فروش دلار، طلا و گردش مداوم پول‌های سرگردان البته نه مبالغ خرد مردم، بلکه سرمایه‌های کلان موجب تشدید این وضعیت می‌شود. این سرمایه‌ها به‌دلیل نبود اعتماد نسبت به آینده اقتصادی، وارد بخش تولید نمی‌شوند. سرمایه‌گذار باید چشم‌انداز روشنی از بازار، سیاست‌های دولت و شرایط سیاسی کشور داشته باشد.

«پاسبان»، نبود شفافیت در نظام اقتصادی را یکی از چالش‌های اصلی دانست و گفت: برای نمونه، بانک‌ها تسهیلاتی ارائه می‌دهند که افراد برای دریافت امتیاز آن، مبالغی در حساب قرار می‌دهند. این افراد معمولاً صاحبان سرمایه‌های سرگردان هستند که نمی‌توانند با اطمینان سرمایه خود را وارد تولید کنند؛ بنابراین پول را در بانک نگه می‌دارند و پس از یک ماه، امتیاز وام را در بازار خرید و فروش می‌کنند. اگرچه ارائه خدمات مالی امری ضروری است و در همه کشورها انجام می‌شود، اما نتیجه این فعالیت‌ها زمانی مثبت خواهد بود که نظارت کافی، قوانین شفاف و سازوکار مشخص وجود داشته باشد. درحالی‌که در برخی بازارها این چارچوب‌ها وجود ندارد و برخلاف بورس که با قواعد و مقررات مشخص اداره می‌شود، هر فرد می‌تواند بدون محدودیت وارد بازار شده و به خرید و فروش امتیاز وام یا استفاده از روش‌های غیررسمی مانند به‌کارگیری کارتن‌خواب‌ها برای دریافت تسهیلات اقدام کند. در نهایت، پول‌هایی که باید وارد چرخه تولید شود، به‌سمت بازارهایی می‌رود که تنها موجب جابه‌جایی سرمایه و افزایش تقاضاها می‌شود؛ مانند بازار ارز و طلا.

وی وام‌های خرد و ازدواج را عامل تورم ندانست و گفت: وقتی قیمت دلار یا طلا ناگهان افزایش پیدا می‌کند، طبیعی است که تورم بالا می‌رود. نمی‌توان گفت پرداخت ۲۰۰ یا ۳۰۰ میلیون تومان وام ازدواج به یک فرد برای خرید وسایل اولیه یا اجاره خانه، عامل اصلی تورم است. این نوع تحلیل‌ها، منحرف‌کردن توجه جامعه از مسائل اصلی است. مسئله اصلی در بازار مالی و حوزه تأمین مالی، نبود شفافیت است. گردش پول در کشور کجا رصد می‌شود؟ کجا پایش و کنترل می‌شود؟ این اتفاقات چگونه مدیریت می‌شود؟ هیچ‌یک از این فرآیندها شفاف نیست. در بورس، وقتی فردی قصد عرضه سهام دارد، همه‌چیز طبق قوانین مشخص، نظارت‌پذیر و کاملاً شفاف انجام می‌شود اما در بازار تأمین مالی و تأمین سرمایه چنین شفافیتی وجود ندارد. در نتیجه، گروهی از افراد با موج‌سواری از این شرایط بهره می‌برند و سودهای کلان کسب می‌کنند؛ در حالی‌که هزینه این وضعیت را مردم می‌پردازند، آن هم از طریق تورمی که ایجاد می‌شود.

این کارشناس اقتصادی به محدودیت‌های دولت اشاره کرد و افزود: دولت با کسری بودجه مواجه است و توان تأمین مالی کافی ندارد. بارها تأکید شده که کوچک‌کردن دولت راه‌حل نیست؛ دولت باید کارآمد شود و منابع مالی پایدار داشته باشد. این منابع از طریق فعالیت‌های اقتصادی و کسب‌وکارهای مولد تأمین می‌شود اما در حال حاضر، دولت نه برای تأمین مالی کسب‌وکارها برنامه مشخصی دارد، نه شفافیت ارائه می‌دهد و نه حمایت لازم را انجام می‌دهد. همین مسئله باعث شده بسیاری از بنگاه‌ها ورشکست شوند، تعدادی تعطیل شوند و بسیاری نیز با ظرفیت پایین فعالیت کنند.

به گفته «پاسبان»، در همه کشورهای دنیا، بازار رسمی و غیررسمی وجود دارد، اما بازار غیررسمی به این معنا نیست که هر فرد بتواند هر کاری که بخواهد انجام دهد. قواعد مشخصی وجود دارد و امکان شکایت و پیگیری قانونی فراهم است. اما در کشور ما، مشاهده می‌کنیم که در بازار غیررسمی وام، افراد با هر نرخی که مایل باشند تسهیلات می‌دهند؛ از ۵ درصد ماهانه تا ۱۲ یا حتی ۱۵ درصد. درست است که در همه کشورها دولت‌ها به‌تنهایی تأمین مالی نمی‌کنند و بخش خصوصی نقش اصلی را دارد، اما این بخش خصوصی در چارچوب قانونی و تحت نظارت فعالیت می‌کند. اگر امروز فردی به من با نرخ ۱۲ درصد ماهانه وام بدهد، من کجا می‌توانم شکایت کنم؟ چه نهادی این نرخ را ارزیابی می‌کند؟ چه چارچوبی بر این بازار حاکم است؟ پاسخ این است که هیچ‌جا.

او با بیان اینکه تا تب اقتصاد کنترل نشود، نمی‌توان انتظار بهبود داشت، گفت: بی‌شک اقتصاد ما یک اقتصاد بیمار است. همان‌طور که فرد تب‌دار بدون درمان تبش کاهش نمی‌یابد، تورم نیز بدون کنترل عوامل ایجادکننده آن، خودبه‌خود پایین نمی‌آید. تورم نبض اقتصاد است و اکنون این نبض نشان می‌دهد که اقتصاد ما در وضعیت وخیمی قرار دارد. تا زمانی که تبِ اقتصاد کنترل نشود، نمی‌توان انتظار بهبود داشت. در حال حاضر هیچ چشم‌انداز روشنی از آینده اقتصاد وجود ندارد. نه رشد تولید مشاهده می‌شود، نه سرمایه‌گذاری جدید، نه بهبود شرایط برای تولیدکنندگان و نه ایجاد اشتغال. بنابراین دلیلی وجود ندارد که انتظار داشته باشیم تورم کاهش پیدا کند. در کنار اینها، شبکه‌هایی در اقتصاد شکل گرفته‌اند که می‌توان آنها را مافیا نامید. این گروه‌ها قیمت‌ها را بالا یا پایین می‌برند. این شبکه‌ها به‌دلیل منافع کلان، حاضر به عقب‌نشینی نیستند و به فعالیت خود ادامه خواهند داد.

اخبار

تا ۱۵۰ میلیون تومان تسهیلات بگیرید

آغاز جایگزینی موتورسیکلت‌های فرسوده

طرح جایگزینی موتورسیکلت‌های فرسوده از ابتدای این هفته آغاز شد و راکبان می‌توانند با تحویل موتورسیکلت قدیمی خود از تسهیلات ۱۲۰ میلیونی برای نمونه بنزینی و ۱۵۰ میلیون تومانی برای موتورسیکلت برقی بهره‌مند شوند و همزمان از یارانه اسقاط نیز استفاده کنند.

«محمدصادق حاتمی»، رئیس ستاد و مدیر نوسازی ناوگان حمل‌ونقل ایدرو در یک گفت‌وگوی تلویزیونی، از آغاز طرح ثبت نام جایگزینی موتورسیکلت‌های فرسوده، خبر داد و گفت: در طول حدود ۴۰ سال اخیر به‌ویژه از سال ۱۳۸۴ تا امروز، فرآیند مشخص و سازمان‌یافته‌ای برای اسقاط موتورسیکلت‌های فرسوده وجود نداشته است؛ در نتیجه جمع تعداد موتورسیکلت‌ها تقریبا ۱۴ میلیون دستگاه برآورد می‌شود که نتیجه تولید، واردات و ورود تدریجی به ناوگان حمل‌ونقل کشور بوده، بدون اینکه هیچ‌گونه خروجی از این ناوگان صورت بگیرد؛ بنابراین قرار است طرحی با هدف اسقاط و نوسازی موتورسیکلت‌های فرسوده اجرایی شود. به گفته «حاتمی»، از ابتدای سال ۱۴۰۴، برنامه‌ریزی برای طرح اسقاط موتورسیکلت صورت گرفت و حتی سامانه مرتبط با آن نیز ایجاد شده است. در این سامانه، تمامی راکبان می‌توانند موتورسیکلت‌های فرسوده خود را ثبت‌نام کنند و وارد فرآیند اسقاط شوند و در کنار فرآیند اسقاط، طرح جایگزینی نیز برای متقاضیان فعال می‌شود.

آنگونه که او مدعی شده است؛ براساس تفاهم‌نامه‌ای که میان ۱۳ نهاد ذی‌ربط منعقد شده، قرار است، تا پایان امسال نزدیک به ۵ هزار دستگاه موتورسیکلت برقی و ۶۵ هزار دستگاه موتورسیکلت بنزینی در ناوگان جایگزین شوند که طرح جایگزینی در حال حاضر قابل دسترسی است و راکبان موتورسیکلت‌های فرسوده می‌توانند از روز شنبه (۲۴ آبان) در این طرح شرکت کرده و در کنار آن، تسهیلات ۱۲۰ میلیون تومانی برای جایگزینی موتورسیکلت فرسوده با موتورسیکلت بنزینی و تسهیلات ۱۵۰ میلیون تومان برای جایگزینی با موتورسیکلت برقی دریافت کنند.

راکبان همچنین علاوه بر مبلغ تسهیلات فوق، یارانه اسقاط موتورسیکلت (بسته به نوع موتورسیکلت جایگزینی) نیز دریافت خواهند کرد. فرآیند اسقاط و جایگزینی موتورسیکلت‌های فرسوده با موتورسیکلت‌های نو (بنزینی یا برقی) به صورت کلید به کلید است و راکبان و مالکان موتورسیکلت‌های فرسوده در زمان تحویل موتورسیکلت خود، موتورسیکلت جدید و جایگزین را دریافت می‌کنند. آمارها نشان می‌دهد که فرسودگی ناوگان حمل‌ونقلی کشور، از خودروهای سواری و باری گرفته تا موتورسیکلت، جدی است و همین موضوع باعث شده که مصرف سوخت وسایل نقلیه به شکل غیرقابل باوری چند برابر شود که نتیجه‌ای جز تداوم روند ناترازی سوخت، به ویژه مصرف بنزین به همراه نخواهد داشت.

ورود مستقیم نهاد ناظر با هیأت سرپرستی جدید

بانک مرکزی به سراغ موسسه ملل رفت

بانک مرکزی پس از تعیین تکلیف وضعیت بانک آینده، این‌بار با هدف ساماندهی ناترازی و مقابله با تخلفات مالی به سراغ موسسه ملل رفت و تصمیم گرفت با استقرار هیأت سرپرستی جدید، مسیر اصلاح ساختار این موسسه اعتباری را آغاز کند. شنیده‌ها حاکی از آن است که بانک مرکزی بعد از تعیین تکلیف موفق بانک آینده به سراغ موسسه ملل رفته و قصد دارد با تعیین هیأت سرپرستی برای این موسسه، به ناکارآمدی و ناترازی آن پایان دهد. در این فرآیند، بحث گزیر و انحلال به هیچ وجه مطرح نیست. به نوشته «تسنیم»، تخلفات مالی متعدد، فساد و عدم اجرای فرآیند اصلاحی مدنظر بانک مرکزی، موسسه ملل را وارد فرآیند اصلاح و تغییر مسیر موجود کرده است. سرمایه‌گذاری مستقیم این موسسه در املاک و مستغلات موجب شد تا این بار بانک مرکزی مستقیما وارد عمل شود. هیأت سرپرستی موسسه ملل در روزهای آینده، فعالیت خود را آغاز خواهد کرد. گفته می‌شود که بانک مرکزی با استفاده از ظرفیت ماده ۳۰ قانون پولی کشور، روند مدیریت ناکارآمد فعلی را متوقف کرده و با استقرار هیأت سرپرستی مورد تایید در پی اصلاح ناترازی این موسسه مالی است. طبق قانون، ماده ۳۰ مشروعیت هرگونه فعالیت موسسات را منوط به مجوز بانک مرکزی می‌کند. بانک مرکزی با استفاده از این ماده قانونی، می‌تواند در صورت تشخیص، جلوی هرگونه فعالیتی که منجر به هرج و مرج پولی شود را بگیرد.

نوبت دوم

آگهی مناقصه عمومی

سازمان آتش نشانی و خدمات ایمنی شهرداری اراک

سازمان آتش نشانی و خدمات ایمنی شهرداری اراک

سازمان آتش نشانی و خدمات ایمنی شهرداری اراک در نظر دارد بر اساس بودجه مصوب سال جاری نسبت به خرید ۱ دستگاه کمپرسور شارژ سیلندرتنفسی آتش نشانی اقدام نماید.

عنوان مناقصه و مبلغ تضمین	خرید۱ دستگاه کمپرسور شارژ سیلندر تنفسی آتش نشانی با برآوردی بالغ بر ۱۷۰/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال مبلغ تضمین ۸/۵۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال (شماره مناقصه در سامانه ستاد: ۲۰۰۴۰۹۴۲۱۹۰۰۰۰۰۷)
نحوه و زمان دریافت اسناد مناقصه	دریافت اسناد مناقصه ازساعت ۰۹:۰۰ روز چهارشنبه ۱۴۰۴/۰۸/۲۱ تا ساعت ۱۳:۰۰ روز سه شنبه مورخ ۱۴۰۴/۰۸/۲۷ به مدت ۷ روز و صرفا از طریق سامانه تدارکات الکترونیک دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir امکان پذیر می باشد.
آخرین مهلت بارگذاری مدارک و پیشنهاد قیمت	آخرین مهلت بارگذاری مدارک بصورت الکترونیکی در سامانه ستاد با رعایت موارد مندرج در اسناد مناقصه و تحویل نسخه فیزیکی ضمانت نامه یا فیش واریزی به دبیرخانه سازمان آتش نشانی و خدمات ایمنی شهرداری اراک تا ساعت ۱۳:۰۰ روز شنبه مورخ ۱۴۰۴/۰۹/۰۸ می باشد.
میزان و نوع تضمین شرکت در مناقصه	برابر ۵ درصد مبلغ براورد و صرفا در قالب ضمانت نامه بانکی (فرایند ارجاع کار) با ۳ ماه اعتبار یا فیش واریزی به حساب سپرده پیمانکاران سازمان آتش نشانی و خدمات ایمنی شهرداری اراک به شماره حساب ۱۰۰۸۱۷۷۸۵۱۲۳ بانک شهر شعبه شهید بهشتی اراک
زمان گشایش پاکت ها و محل تشکیل کمیسیون مناقصه	روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۴/۰۹/۰۹ راس ساعت ۸/۳۰ دفتر رئیس سازمان –حضور شرکت کنندگان بلامانع است (همراه داشتن معرفی نامه جهت شرکت در جلسه مناقصه الزامی است) .
حداقل صلاحیت شرکت کننده	اشخاص و شرکت های فروشنده

به پیشنهادات مبهم، مشروط ، فاقد شرایط قانونی، فاقد ضمانت نامه یا فیش واریزی و یا به میزان کم تر از مبلغ تضمین و خارج از مهلت ترتیب اثر داده نمی شود.
هزینه کارمزد سامانه ستاد بعهده برنده مناقصه خواهد بود .
سایر اطلاعات و جزئیات در اسناد مناقصه مندرج است .
کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد تا ارائه پیشنهاد شرکت کنندگان در مناقصه و بازگشایی پاکت ها از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به نشانی : www.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است شرکت کنندگان در مناقصه در صورت عدم عضویت ، مراحل ثبت نام در سامانه مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه انجام دهند .

لذا متقاضیان می توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر می توانند به امور مالی سازمان واقع در شهرک مصطفی خمینی –بلوار قدس- نبش خیابان آتش نشان-سازمان آتش نشانی و خدمات ایمنی مراجعه و یا با شماره تلفن ۳۳۴۲۵۱۲۶-۰۸۶ تماس حاصل فرمایند.

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۴/۰۸/۲۱ تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۴/۰۸/۲۵

مجتبی خراجی – سرپرست سازمان آتش نشانی و خدمات ایمنی شهرداری اراک

۱۸۳

نگاه

کسب تابعیت از طریق ازدواج با زن ایرانی شدنی است؟

چالش‌های قانونی ازدواج شرعی

در بخش‌های مختلف کشور، به‌ویژه شهرهای مرزی، ازدواج زنان ایرانی با مردان خارجی، از جمله اتباع افغانستان، پاکستان و عراق، امری شایع است. همین مسئله، موجب بروز فراز و نشیب‌های فراوان برای فرزندان حاصل از این ازدواج‌ها شده است. به گزارش «فرارو»، از سال ۱۳۱۹ کسب تابعیت ایران از طریق ازدواج با زنی ایرانی، یکی از دشوارترین راه‌ها بود. تا اینکه از پشت درهای مجلس، زمزمه‌هایی در مورد هموارسازی این مسیر به گوش رسید. لایحه تشکیل سازمان ملی مهاجرت پس از هفت سال بار دیگر در مجلس بررسی شد. چندی بعد خبر رسید که این لایحه ۱۱ ماده‌ای، به ۷۰ ماده افزایش یافته است. در میان مفاد جدید، دو بند بیش از سایر موارد توجه‌برانگیز شد: نخست، کسب تابعیت از طریق صیغه با زنان ایرانی و دوم، امکان تملک اموال غیرمنقول برای اتباع خارجی. اکنون با گذشت حدود یک ماه از طرح این موضوع، همچنان ابهامات و حاشیه‌ها پیرامون آن ادامه دارد.

ماجرا از آنجا آغاز شد که دولت و مجلس هر کدام برنامه‌هایی برای ساماندهی اتباع خارجی در ایران داشتند و به نظر می‌رسد طرح‌های‌شان در قالب یک لایحه ادغام شده است. اما پس از بررسی اولیه، یکی از روزنامه‌های دولتی با انتشار گزارشی، این لایحه را ننگ‌نامه خواند و مدعی شد که لایحه تشکیل سازمان ملی مهاجرت به دولت تحمیل شده است. در این گزارش آمده بود که مفاد لایحه، امتیازات فراوانی را به بیگانگان می‌دهد؛ از جمله حق دریافت تابعیت از طریق ازدواج با زن ایرانی و امکان تملک اموال غیرمنقول پس از پنج سال اقامت در کشور. بخش بحث‌برانگیز گزارش روزنامه، آنجایی بود که نوشت: «طُرفه آنکه سازمانی که قرار است از هویت ملی کشور صیانت کند و مانع از مداخلات اتباع بیگانه شود، اجازه می‌دهد اتباع بیگانه با عقد شرعی یا همان صیغه کردن زنان ایرانی، تابعیت بگیرند.»

استفاده از واژه صیغه در این گزارش، واکنش‌های زیادی را در میان افکار عمومی برانگیخت و نگرانی‌هایی را ایجاد کرد. مجلس اما این گزارش را بی‌پاسخ نگذاشت. رئیس کمیسیون مشترک بررسی لایحه سازمان ملی مهاجرت در واکنش به این ادعا، گفت: «ادعای یک روزنامه درباره تابعیت مرد خارجی در ازدواج با زن ایرانی، دروغ محض است.» همچنین «ابوالفضل ابوترابی» عضو کمیسیون امور داخلی مجلس، تأکید کرد که طبق مواد قانونی ذکرشده در این لایحه، ازدواج شرعی دیگر مبنای قانونی برای تابعیت نخواهد بود.

براساس این گزارش، بررسی قوانین نشان می‌دهد که طبق قانون ایران، اگر مردی ایرانی با زن خارجی ازدواج کند، زن به تابعیت ایران درخواهد آمد، اما اگر زن ایرانی با تبعه خارجی ازدواج کند، مرد به تابعیت ایران درنمی‌آید، مگر با کسب اجازه از دولت. از طرفی، ازدواج مرد خارجی با زن ایرانی، وابسته به مسلمان شدن مرد و سپس کسب اجازه مخصوص از دولت است. ازدواج یادشده در صورت عدم اخذ مجوز از دولت، از نظر شرعی صحیح است و آثار نکاح بر آن مترتب است، اما این اقدام مستوجب مسئولیت و قابل پیگرد خواهد بود. در عین حال، در بخش‌های مختلف کشور، به‌ویژه شهرهای مرزی، ازدواج زنان ایرانی با مردان خارجی از جمله اتباع افغانستان، پاکستان و عراق، امری شایع است. همین مسئله موجب بروز فراز و نشیب‌های فراوان برای فرزندان حاصل از این ازدواج‌ها شده است. از سوی دیگر، زنانی که با مردان خارجی ازدواج کرده‌اند، برای دریافت حقوق قانونی خود با چالش‌های جدی مواجه می‌شوند.

از آنجا که در این زمینه، قانون و شرع به موازات هم حرکت می‌کنند و ازدواج مرد و زن مسلمان از نظر شرعی مجاز است اما از نظر قانونی ممکن است ثبت نشود، برخی فعالان اجتماعی نسبت به پیامدهای آن هشدار داده‌اند. «زهرا نژادبهرام» عضو پیشین شورای شهر تهران و فعال سیاسی اصلاح‌طلب در این باره، می‌گوید: «اتصال این موضوع به ازدواج شرعی و انجام آن بدون ثبت قانونی، جز تحمیل هزینه‌های زیاد به زنان، هیچ ضمانت حقوقی و قانونی برای آنان ایجاد نمی‌کند.» او همچنین به موضوع هویت فرزندان این زنان اشاره کرده و می‌گوید: «ازدواج شرعی منجر به نبود تکلیف قانونی نسبت به فرزندان و آینده زنان می‌شود. بنابراین تأکید بر لزوم ازدواج قانونی و ثبت رسمی آن، بسیار مهم است.» در این میان، ممکن است بحث ازدواج شرعی مجددا ابهاماتی ایجاد کند. این مسئله به همان قانونی بازمی‌گردد که پیش‌تر ذکر شد؛ یعنی این دو فرد از نظر شرعی زن و شوهر محسوب می‌شوند، اما از نظر قانونی ازدواج‌شان به رسمیت شناخته نمی‌شود.

سپس در نخستین نشست رسمی کمیسیون مشترک بررسی لایحه سازمان ملی مهاجرت در پنجم آبان‌ماه، ماده یک لایحه که به تعاریف پایه‌ای اختصاص دارد مورد بررسی قرار گرفت. در این ماده مفاهیمی چون سازمان، شورا، اتباع خارجی، مهاجر قانونی، پناهجو، پناهنده، آواره، اردوگاه مراقبتی، مهمانشهر، اقامت، کارت اقامت و پایگاه جامع اطلاعاتی تعریف شده‌اند. «ابوالفضل ابوترابی» نماینده نجف‌آباد با تکذیب شایعات مربوط به غیرعلنی بودن بررسی‌ها، اعلام کرد که تا این مرحله، سه ماده نخست لایحه شامل تعاریف، وظایف و اختیارات سازمان ملی مهاجرت به تصویب کمیسیون رسیده است. پس از آن، نمایندگان مجلس شورای اسلامی در نشست ۱۲ آبان کمیسیون مشترک بررسی لایحه ساختار، وظایف و اختیارات سازمان ملی مهاجرت، ماده ۲ این لایحه را نیز بررسی کرده و به تصویب رساندند. براساس این ماده، به منظور ساماندهی امور مهاجرین و اتباع خارجی، هماهنگی و هم‌افزایی میان دستگاه‌های ذی‌ربط، راهبری، برنامه‌ریزی و تعامل مؤثر با نهادها و سازمان‌های مرتبط، سازمان ملی مهاجرت با شخصیت حقوقی مستقل به عنوان مؤسسه‌ای دولتی و وابسته به وزارت کشور تشکیل می‌شود.

آینده پول در ایران چه می‌شود؟

از بلاک‌چین تا ریال دیجیتال

فناوری‌های غیرمتمرکز، بستر خلق ریال دیجیتال را فراهم کرده است؛ بانک مرکزی نیز با ریال دیجیتال، وارد این عرصه شده و با آن می‌توان پرداخت‌های فرد به فرد، دیون دولتی و حتی تسهیلات نوآورانه را ساده‌تر و شفاف‌تر انجام داد. پول دیجیتال بانک مرکزی به‌عنوان گونه‌ای نوین از اسناد بدهی منتشر شده توسط بانک‌های مرکزی، با اهداف و قالب‌های متنوع در کشورهای مختلف، مورد توجه قرار گرفته است. گستره وسیع قابلیت‌های این ابزار، سبب شده که اهداف، روش‌ها و دستاوردهای گوناگونی برای آن تعریف شود؛ تا جایی که می‌توان گفت که در دهه اخیر، تجربه کشورها در بهره‌گیری از فناوری‌های غیرمتمرکز همچون دفتر کل توزیع‌شده افق‌های تازه‌ای را در حوزه پول دیجیتال بانک مرکزی گشوده است.

دفترکل توزیع‌شده در تعریف کلی، پایگاه داده‌ای غیرمتمرکز است که بر پایه مفهوم تمرکززدایی میان اجزای مختلف به اشتراک گذاشته می‌شود و محیطی غیرمتمرکز را جایگزین نهاد متمرکز می‌کند. به‌روزرسانی این پایگاه داده‌ها، مستلزم یکسان بودن اطلاعات در همه اجزا است و همین طراحی، وابستگی کاربران به نهاد مرکزی را از میان می‌برد. این مفهوم، زمینه‌ساز توسعه فناوری‌های پسینی همچون زنجیره بلوک شده است؛ روشی برای ذخیره‌سازی و تأیید تعاملات به‌صورت غیرمتمرکز که در آن همه بازیگران به سوابق تعاملات دسترسی دارند اما امکان تغییر فردی وجود ندارد. این فناوری، بستری برای توسعه انواع رمزدارایی‌ها، رمزارزها و پول دیجیتال رمزبنیه بانک مرکزی، فراهم کرده و تحولی بزرگ در اقتصاد و کسب‌وکارها ایجاد کرده است. در حالی که راهکارهای غیرمتمرکز در جهان گسترش یافته‌اند، طی سال‌های اخیر راهکارهای نیمه‌متمرکز به عنوان نسل جدید محصولات مبتنی بر زنجیره بلوک، مورد توجه قرار گرفته‌اند؛ از جمله زنجیره بلوک سازمانی و پول دیجیتال بانک مرکزی. هدف اصلی این ساختارها، بهره‌گیری حداکثری از مزایای زنجیره بلوک همراه با سطحی از تمرکزگرایی کنترل‌شده است.

ارزیابی پول دیجیتال بانک مرکزی

به گزارش «ایرنا»، یکی از روش‌های پیاده‌سازی پول دیجیتال بانک مرکزی در ایران، «ریال دیجیتال» نام دارد که بر پایه راهکارهای نیمه متمرکز زنجیره بلوکی طراحی شده است. در این مدل، عضویت محدود و تنها با تأیید بانک مرکزی امکان‌پذیر است. انتشار ریال دیجیتال نیز صرفاً در اختیار بانک مرکزی بوده و توزیع آن از طریق بانک‌ها و مؤسسات اعتباری میان مردم انجام می‌شود. بانک‌های مرکزی متناسب با نیازهای خاص خود، اهداف متفاوتی را دنبال می‌کنند. بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران نیز با هدف بسترسازی برای توسعه اقتصاد دیجیتال، اقدام به راه‌اندازی ریال دیجیتال کرده است. بدیهی است مزایا و کارکردهای دیگری نیز در کنار این هدف اصلی موردانتظار خواهد بود.

در تعریف ساده، پول دیجیتال بانک مرکزی، نوعی تعهد الکترونیکی رایج است که می‌تواند برای تسویه حساب یا ذخیره ارزش مورد استفاده قرار گیرد. این تعریف بسته به تنظیم پارامترهای مختلف دقیق‌تر می‌شود؛ از جمله آن می‌توان به سطح دسترسی، قابلیت پرداخت بهره، امکان مبادله با سایر بدهی‌های بانک مرکزی، مبتنی بودن بر توکن یا حساب، شیوه رمزنگاری، میزان گمنامی و سطح احراز هویت، تاب‌آوری زیرساختی اشاره کرد. بر این اساس، پول دیجیتال بانک مرکزی را می‌توان نوعی پول الکترونیکی محدود دانست که در قالب ذخایر بانک مرکزی نیز طبقه‌بندی می‌شود. یکی از پرسش‌های اساسی در این زمینه، دسترسی عمومی است. برخی تحلیلگران آن را ویژگی بنیادین پول دیجیتال بانک مرکزی می‌دانند. به همین دلیل، بانک مرکزی اروپا ترجیح داده از اصطلاح گسترده‌تر «پایه پولی دیجیتال» استفاده کند. با این حال، بانک مرکزی می‌تواند نوع خاصی از پول دیجیتال را برای بخش‌های مشخص اقتصادی منتشر کند؛ مانند پول دیجیتال خرد برای خانوارها و کسب‌وکارهای کوچک یا پول دیجیتال کلان برای تسویه پرداخت‌های بزرگ شرکت‌ها.

از دیگر مولفه‌های پول دیجیتال به قابلیت پرداخت بهره براساس امکان اعمال نرخ‌های مثبت، صفر یا منفی به‌عنوان ابزار سیاست پولی، قابلیت مبادله یعنی امکان تبدیل یک‌به‌یک یا انعطاف‌پذیر میان پول نقد و پول دیجیتال، فناوری مورد استفاده برای انتشار مبتنی بر توکن (مشابه اسکناس) یا مبتنی بر حساب (نیازمند ثبت حساب نزد بانک مرکزی)، رمزنگاری، گمنامی و احراز هویت، میزان مشارکت متولیان زیرساخت در اجماع تراکنش‌ها و دامنه اثرگذاری پول دیجیتال در اقتصاد اشاره کرد.

انجام تمامی معاملات با ریال دیجیتال

درباره آخرین وضعیت استقرار و استفاده از ریال دیجیتال، باید گفت که هم اکنون در شبکه شاپرک و شتاب یک پرداخت از ۱، ۱۰، ۱۰۰ و ۱۰۰۰ ریال تا پرداخت‌های چند ده و یا صد میلیونی انجام می‌شود؛ یعنی وقتی سقف خرید با کارت را نگاه کنید، دامنه وسیعی از پرداخت یک شارژ یا خرید بسیار کم تا پرداخت‌های چند صد میلیون تومانی در این بستر در حال انجام است. تک تک این تراکنش‌ها در حال پرداخت هزینه معینی هستند ضمن اینکه بیش از ۶۰ درصد تراکنش‌ها، تراکنش‌های خُرد است و در عمل هزینه انجام تراکنش را پوشش نمی‌دهد؛ موضوع دیگر، فشار وارده روی یک شبکه بانکی است؛ مثلا شبکه شاپرک یا شبکه تبادلات بانکی (شتاب) و روی پروتکل‌های ساتنا و پایا و البته با اینکه پروتکل پل نیز فعال شده و سقف جابه‌جایی پول در آن افزایش یافته است، ولی در خیلی از پرداخت‌ها می‌توانیم از ابزار جدیدی مانند ریال دیجیتال استفاده کنیم.

براساس پیش‌بینی‌ها می‌توان پرداخت‌های خرد و غیربرخط (آفلاین) را بر بستر ریال دیجیتال انجام داد؛ حتی پرداخت‌های فرد به فرد یا دیون دولتی می‌تواند به راحتی در بستر ریال دیجیتال انجام شود. از نگاهی دیگر، حتی موضوع پرداخت یارانه‌ها و واریز آن به حساب سرپرستان خانوار، آن هم در یک بازه زمانی کوتاه، فشار بسیاری را به شبکه بانکی وارد می‌کند و از طرف دیگر در فردای واریز یارانه‌ها بیش از ۵۰ درصد از مبالغ از حساب‌ها خارج می شود که این موضوع نیز هزینه زیادی را به شبکه بانکی تحمیل می‌کند؛ در حالی که با بهره‌گیری از ریال دیجیتال می‌توان به حل بخشی از این مشکلات کمک کرد.

برای بسیاری از بانک‌ها مهم است که مشتری پول خود را در کجا مصرف می‌کند؛ در این زمان نیز ریال دیجیتال می‌تواند به شما بگوید که پول را می‌توانید در کجا و در چه موضوعی هزینه کنید و این نشان می‌دهد که می‌توان با ریال دیجیتال، هدایت منابع هدفمندی یارانه‌ها را نیز کاملا مشخص کرد و بر پایه آن خدمات به مشمولان ارائه داد. کاربرد ریال دیجیتال درباره دیونی که دارای حکم قضایی هستند و نیاز است که یک نهاد بیرونی آن را به عنوان یک تراستی (حساب‌هایی که دارایی ارزی اشخاص شامل حقیقی، حقوقی یا نهادهای دولتی به صورت امانی نزد بانک‌ها یا موسسات مالی با هدف مدیریت منافع به نفع ذی‌نفع مشخص نگهداری می‌شود) و یا کاستودی (خدمات نگهداری و حفاظت از دارایی‌ها) بپذیرد و آن را ثبت کند، مورد استفاده قرار می‌گیرد.

کاربردپذیری ریال دیجیتال در نظام بانکی

پیگیری آخرین وضعیت استقرار ریال دیجیتال در نظام بانکی ایران، نشان می‌دهد که پروژه‌ای برای کاربردپذیری ریال دیجیتال در نظام بانکی شروع شده و از فعالان فین‌تک و مجموعه‌های نوآور که در این حوزه کار می‌کنند، خواسته شده است که وقت بگذارند و همراه بانک مرکزی، این کاربردپذیری را جلو ببرند. در طی سال‌های اخیر، شرکت‌های پرداخت الکترونیک در این حوزه بسیار خوب فعالیت کرده‌اند و بانک‌ها نیز به منظور تسهیل مراودات پولی مشتریان از سویی و کاهش فشار ناشی از تراکنش‌ها در شبکه‌های خود، عزم خود را برای استقرار ریال دیجیتال جزم کرده‌اند؛ به طوری که حتی انتظار می‌رود به منظور اجرای آزمایشی آن، بخشی از تسهیلاتی که به شرکت‌های نوآور پرداخت می‌شود، در قالب ریال دیجیتال باشد تا کاربرد پذیری پول که باید در حوزه استارت‌آپ هزینه شود، محقق شود.

در این میان نباید فراموش کرد که شرکت‌های مبتنی بر فناوری مالی (فین‌تک‌ها) نقش بسیار مهمی در زمینه راه‌اندازی و استفاده از ریال دیجیتال دارند. بر همین اساس، با هماهنگی با سایر دستگاه‌ها انتظار می‌رود که در این حوزه نیز گام موثری برداشته شود. بر این اساس، شروع فعالیت ریال دیجیتال می‌تواند از تبادلات خرد به دلیل اینکه ریسک کمتری دارد، آغاز شود و به بخش‌های دیگر نیز گسترش یابد. برای کاربرد ریال دیجیتال در کشور، کاربردهای بسیاری پیش‌بینی شده است که می‌توان از ظرفیت آن استفاده کرد و نتایج بسیار خوبی در حوزه پرداخت به دست آورد.

اگهی مزایده اموال غیر منقول استاد ذمه‌ای پرونده کلاسه اجرایی ۱۴۰۳۰۳۰۹۷

به موجب پرونده اجرایی کلاسه فوق متعهد: حجت اله کرمیان - :متعهدله بانک مسکن یک فقره پلاک ثبتی به شرح ذیل مزایده می گردد.
شش دانگ عرصه و اعیان یک باب خانه مسکونی به پلاک ثبتی فرعی ۸۲۵۳ از پلاک اصلی ۱۰ هشت هزار و دویست و پنجاه و سه فرعی از ده اصلی واقع در بخش ۰۱ ناحیه ۹۹ حوزه ثبت ملک همدان ناحیه یک استان همدان به مساحت ۲۰۰ متر مربع به نشانی همدان خیابان خرم رودی کوچه- اتحاد- کوچه-۸ متری سحر قواره پنجم ساختمان شمالی ۳.۵ طبقه به حدود اربعه شمالا دیوار به پی بطول (۱۰،۰۰) ده متر به شماره هشت هزار و دویست و چهل و چهار فرعی شرقا دیوار بدیوار بطول (۲۰،۰۰) بیست متر به شماره هشت هزار و دویست و پنجاه فرعی جنوبا درب و دیوار بطول (۱۰،۰۰) ده متر به معبری است به عرض هشت متر غربا دیوار دیوار بطول (۲۰،۰۰) بیست متر به ده اصلی مشخصات مالکیت حجت اله کرمیان فرزند شمس الله شماره شناسنامه ۲۳۲۶ تاریخ تولد ۱۳۵۴،۰۹،۱۸ صادره از اسدآباد دارای شماره ملی ۴۰۱۰۷۷۸۱۶۴ با جز سهم ۶ از کل سهم ۶ بعنوان مالک شش دانگ عرصه و اعیان با شماره مستند مالکیت ۳۷۱۶۷ تاریخ ۱۳۹۵،۱۰،۰۴ دفترخانه اسناد رسمی شماره ۸۴ شهر همدان استان همدان موضوع سند مالکیت اصلی بشماره چاپی ۷۹۹۵۲۲ سری د سال ۹۳ با شماره دفتر الکترونیکی ۱۳۹۵۲۰۳۲۶۰۰۱۰۰۸۵۴۹ ثبت گردیده است و طبق نظر کارشناس ملک در مورخ ۱۴۰۳،۱۲،۱۳ یک باب خانه مسکونی که اعیانی در سه و نیم طبقه حدودا به مساحت غیر مفید ۵۰۴ متر مربع بعنوان مسکونی و پارکینگ ، طبقه همکف، حدودا به مساحت ۱۲۴ متر مربع بعنوان پارکینگ با مصالح کف سنگ و دیوار تا زیر سقف سرامیک و سنگ طبقه اول به مساحت حدودا ۱۲۴ متر مربع دارای هال و پذیرایی و آشپزخانه و اتاق خواب و کامل در زمان بازدید در تصرف مستاجر قرار داشت از داخل بازدید صورت نگرفت طبقه دوم و سوم به مساحت حدودا ۲۵۶ متر مربع بصورت مسکونی دوبلکس دارای هال و پذیرائی و آشپزخانه و اتاق خواب و سرویس کامل و بالکن با مصالح کف سرامیک و دیوار تاندود گچ و نقاشی با قدمت بالای ۵ سال ساخت با کیفیت ساخت مطلوب با نمای سنگ و با مصالح استاندارد دارای امتیازات آب و برق و گاز و تلفن که در حال حاضر ساختمان مسکونی در تصرف مالک و مستاجر میباشد با توجه به موقعیت و محل استقرار ملک و شرایط خاص قرار گیری و با در نظر گرفتن عوامل موثر ارزش معاملاتی تمامی شش دانگ عرصه و اعیانی و امتیازات این ملک با معیار عادله زمان بازدید برابر است با ۱۸۷،۷۰۰،۰۰۰،۰۰۰ ریال معادل (هجده میلیارد و هفتصد و هفتاد میلیون تومان) تعیین و اعلام نظر میگردد و این مبلغ شامل -۱ ارزش شش دانگ عرصه ملک ۱۳۲،۰۰۰،۰۰۰،۰۰۰ ریال معادل(سیزده میلیارد و دویست میلیون تومان) ۲ - ارزش شش دانگ اعیانی ملک ۵۵،۰۰۰،۰۰۰،۰۰۰ ریال معادل (پنج میلیارد و پانصد میلیون تومان)اعلام نظر میگردد ۳-ارزش امتیازات ۷۰۰،۰۰۰،۰۰۰ ریال معادل (هفتاد میلیون تومان) اعلام نظر میگردد و به استناد چک به شماره ۱۵ ۴۳۶۰ مورخ ۱۴۰۳،۰۷،۲۳ عهده ی بانک مسکن بازداشت گردید و به علت عدم انجام تعهد پلاک فوق از ساعت ۹ الی ۱۲ روز شنبه مورخه ۱۴۰۴،۰۹،۰۸ از طریق مزایده به فروش میرسد محل مزایده واقع در همدان سعیدیه بالا نبش بلوار غنی زادیان ساختمان اداره کل ثبت اسناد و املاک ،همدان طبقه اول، واحد اجرای اسناد رسمی همدان می باشد مورد مزایده از به مبلغ ۱۸۷،۷۰۰،۰۰۰،۰۰۰ ریال معادل (هجده میلیارد و هفتصد و هفتاد میلیون تومان) شروع و به بالاترین قیمت پیشنهادی نقدا فروخته میشوند. شرکت در مزایده منوط به پرداخت ده درصد از مبلغ پایه کارشناسی به حساب سپرده ثبت و حضور خریدار یا نماینده قانونی او در جلسه مزایده است. برنده مزایده مکلف است مابه التفاوت مبلغ فروش را ظرف مدت پنج روز از تاریخ مزایده به حساب صندوق ثبت تودیع نماید و در صورتی که ظرف مهلت مقرر مانده فروش را به حساب سپرده ثبت واریز نکند مبلغ مذکور قابل استرداد نبود و به حساب خزانه واریز خواهد شد لازم به ذکر است پرداخت بدهیهای مربوط به ،آب برق گاز اعم از حق انشعاب و یا حق اشتراک و مصرف در صورتی که مورد مزایده دارای آنها باشد و نیز بدهیهای مالیاتی و عوارض شهرداری و غیره تا تاریخ مزایده اعم از اینکه رقم قطعی آن معلوم شده یا نشده باشد به عهده برنده مزایده است و نیز در صورت وجود مازاد وجوه پرداختی بابت هزینه های فوق از محل مازاد به برنده مزایده مسترد خواهد شد و نیم عشر و حق مزایده نقدا وصول می گردد. ضمنا چنانچه روز مزایده تعطیل رسمی گردد مزایده روز اداری بعد از تعطیلی در همان ساعت و مکان مقرر برگزار خواهد شد.
تاریخ انتشار : ۱۴۰۴،۰۸،۲۵
ریاست اجرای اسناد رسمی همدان - یدی متوسل

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان خراسان شمالی
اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک منطقه دو بجنورد
هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

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

برابر آرای شماره ۱۴۰۴۶۰۳۰۷۰۰۵۰۰۸۵۳۴ و ۱۴۰۴۶۰۳۰۷۰۰۵۰۰۸۵۳۵ و ۱۴۰۴۶۰۳۰۷۰۰۵۰۰۸۵۳۶ مورخه ۲۶ / ۰۵ / ۱۴۰۴ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک منطقه دو بجنورد تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی : آقای ابراهیم عابدی به شناسنامه شماره ۲۴۶ کدملی ۰۶۸۰۵۴۷۱۳۴ صادره بجنورد فرزند موسی الرضا در دو سهم از پنج سهم ششدانگ و مالکیت آقای مصطفی عابدی به شناسنامه شماره ۰۶۷۰۲۹۸۲۶۳ کدملی ۰۶۷۰۲۹۸۲۶۳ صادره بجنورد فرزند موسی الرضا در یک ممیز پنج دهم سهم از پنج سهم ششدانگ و مالکیت آقای مرتضی عابدی به شناسنامه شماره ۰۶۷۰۲۹۸۲۵۵ کدملی ۰۶۷۰۲۹۸۲۵۵ صادره بجنورد فرزند موسی الرضا در یک ممیز پنج دهم سهم از پنج سهم ششدانگ یک قطعه زمین زراعی با کاربری زراعی - باغ به مساحت ۲۲ / ۵۸۹۲ مترمربع در قسمتی از پلاک شماره ۸۳۰ فرعی از ۵۱ اصلی واقع در اراضی موسوم به گریوان بخش دو حوزه ثبت ملک منطقه دو بجنورد از محل مالکیت ثبتی غلام رضا ولد حسن محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی میشود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند میتوانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید، ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم ،اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.
تاریخ انتشار نوبت اول : ۲۵ / ۰۸ / ۱۴۰۴
تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۰ / ۰۹ / ۱۴۰۴
شناسه آگهی: ۲۰۴۴۴۶۹
علیرضا حاج محمدی - رئیس اداره ثبت اسناد و املاک کشور

سازمان ثبت اسناد و املاک کشور
اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک غرب اصفهان

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

برابر آرا صادره هیاتهای موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی منطقه غرب اصفهان تصرفات مالکانه و بلامعارض متقاضیان محرز گردیده است لذا مشخصات متقاضیان و املاک مورد تقاضا به شرح زیر به منظور اطلاع عموم در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی میشود. در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضیان اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت اسناد و املاک تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یکماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مرجع قضایی تقدیم نماید.
ردیف ۱ - برابر رأی شماره ۱۴۰۵۰ مورخ ۱۴۰۴.۰۷.۱۵ هیأت سوم مالکیت خانم عصمت قاری به شناسنامه شماره ۸ کدملی ۱۲۸۹۹۳۳۷۳۱ فرزند عباس در ششدانگ قطعه ملک با کاربری کشاورزی به مساحت ۴۷۲.۴۴ متر مربع پلاک شماره ۲۷۶ فرعی از ۲۷ اصلی واقع در بخش ۱۴ حوزه ثبت ملک غرب اصفهان سند ۱۶۷۷۲ مورخ ۸۹.۳.۲۳ دفترخانه ۲۵ اصفهان و سهم الارث از عباس قاری افارانی سند ۴۰۴۶۴ مورخ ۳۵۸.۲۲ دفترخانه ۱۹ اصفهان تأئید و محرز گردیده است.
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۴،۰۸،۲۵
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۴،۰۹،۱۰
شهریاری - رییس منطقه ثبت اسناد و املاک غرب اصفهان
شناسه آگهی : ۲۰۴۸۳۴۸

آگهی مفقودی

برگ سبز ماشین پژو ۲۰۶ مدل ۱۴۰۱ برنگ سفید شماره موتور ۱۶۵A۰۲۰۰۷۸۰ شماره شاسی NAAP۰۳EE۶NJ۲۹۱۷۰۲ شماره پلاک ایران ۸۹ – ۹۶۲ ب ۲۳ مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد.
تاکستان
۲۲۹

مفقودی

سندمالکیت(برگ سبز) سواری زانتیا تیپ SX_PACK۲۰۰۰ ، مدل ۱۳۸۶رنگ سفید ، به شماره پلاک۳۵۲ ی ۵۷ ایران۹۹ با شماره موتور ۷۲۸۵۲۶ وشماره شاسی S۱۵۱۲۲۸۶۱۶۰۹۶۳ به نام بهمن اباذری گرگری کدملی ۵۰۵۹۲۱۰۳۰۸مفقودشده وازدرجه اعتبارساقط می باشد. زاهدان

آگهی فقدان مدرک تحصیلی

مدرک فارغ التحصیلی اینجانب علی رضا فیض اله زاده فرزند اصغر به شماره شناسنامه ۱۶۳۰۲۷۹۳۶۶ صادره از خلخال در مقطع کارشناسی رشته برق قدرت صادره از واحد دانشگاهی آزاد اسلامی خلخال با شماره ۴۰/۲۱۲/۴۰۳ مفقود گردیده است و فاقد اعتبار می باشد از یابنده تقاضا می شود اصل مدرک را به دانشگاه آزاد اسلامی واحد خلخال به نشانی خ ولی عصر دانشگاه آزاد اسلامی خلخال ارسال نمایند. تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۴/۰۸/۲۵ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۴/۰۹/۰۲ ۲۲۸

آگهی مفقودی

برگ سبز خودرو سواری پژو پارس شماره انتظامی ۱۰ ایران ۲۴۶ ب ۲۵ به شماره موتور ۱۲۴K۰۵۶۴۵۶۱ وشماره شاسی NAAN۰۱CA۳EH۱۹۵۶۱۶ متعلق به اینجانب امین فتح الهی به کد ملی ۴۱۲۰۰۹۰۶۵۵ مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط میباشد رباط کریم

آگهی مفقودی

کارت خودرو سواری پژو ۲۰۶ شماره انتظامی ۲۱ ایران ۴۸۶ ج ۶۳ به شماره موتور ۱۶۷B۰۰۲۱۹۴۶ وشماره شاسی NAAP۴۱FE۴HG۰۱۳۱۳۴ متعلق به اینجانب اکبر مرادی به کد ملی ۳۷۸۲۳۴۷۵۲۸ مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط میباشد رباط کریم

آگهی مفقودی

برگ سبز و کارت و سند کمپانی موتور سیکلت سحر شماره انتظامی ۳۲۷ ایران ۱۱۲۵۱ به شماره موتور ۰۱۲۴N۱۴۵۰۶۱۶۳ وشماره شاسی N۱۴AVSKDEL۱P۳۷۸۹۶ متعلق به اینجانب یاشار یاد آور به کد ملی ۰۱۵۰۱۶۶۷۹۶ مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط میباشد رباط کریم

مفقودی

کارت هوشمند کامیون دانگ فنگ کشنده بشماره ۲۵۲۲۶۰۵ بنام رحمان میوتی مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد.
۱۲۰ / و

مفقودی

کارت هوشمند مان کمپرس بشماره ۳۵۱۰۹۱۴ بنام ایران خسروی مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد.
۱۳۰ / ن

مفقودی

کارت هوشمند کامیون بادسان یخچالدار بشماره ۴۱۶۷۲۶۲ بنام ایلیا رستمی مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد.
۱۴۰ / ع

مفقودی

مجوز حمل سلاح شکاری برنو ۱۳۰۹ کوتاه کارابین ساخت آلمان، سریال مجوز ۹۵۱۴۵۱۲ بشماره سلاح ۱۶۵۹۶ – ۲۷ / ۴۷۵ ، شروع اعتبار ۱ / ۳ / ۱۳۹۶ و اتمام اعتبار ۱ / ۳ / ۱۴۰۱ بنام مراد محمدی کریانی فرزند رضا بشماره ملی ۲۲۵۸۳۱۲۹۱۱ مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد. ۱۵۰ / م

مفقودی

شناسنامه (برگ سبز) و کارت خودرو سواری سیستم MVM تیپ MT-X۲۲ مدل ۱۴۰۰ به رنگ سفید روغنی بشماره موتور MVMD۴C۱۵HAFM۰۲۶۷۱۴ بشماره شاسی NATFHAAV۴M۱۰۲۴۲۱۶ بشماره انتظامی ۵۹۲ ن ۱۵ ایران ۳۰ بنام مهرداد صادقی مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد.
۱۷۰ / ی

آگهی فقدان اسناد مالکیت خودرو

اینجانب شیما ازم مالک خودرو سواری پژو تیپ PARSXU۷JP۴ مدل ۱۳۹۲ به شماره شهربانی ۷۴۲ ق ۱۳ ایران ۸۴ و شماره شاسی NAAN۴۱DCXEH۰۰۹۴۵۷ و شماره موتور ۱۲۶K۰۰۰۲۵۳۸ بعلت فقدان اسناد فروش تقاضای رونوشت المثنی اسناد مذکور را نموده است . لذا چنانچه هرکس ادعایی در مورد خودروی مذکور دارد ظرف ده روز به دفتر حقوقی سازمان فروش شرکت ایران خودرو واقع در پیکان شهر ساختمان سمند مراجعه نماید. بدیهی است پس از انقضای مهلت مزبور طبق ضوابط مقرر اقدام خواهدشد. ۱۸۰ /ی

مفقودی

شناسنامه (برگ سبز) خودرو سواری سیستم سمند تیپ LX مدل ۱۳۹۰ به شماره موتور۱۲۴۹۰۱۶۹۳۸۳ بشماره شاسی NAACA۱CBXBF۲۴۳۲۵۸بشماره انتظامی ۴۴۸ ق ۹۲ ایران ۱۹ بنام فواد عزیزی مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد. ۱۳۰ /د

مفقودی

برگ کمپانی وبرگ سبز خودرو سواری پژو ۴۰۵ نقره‌ای_ متالیک مدل ۱۳۸۴به شماره شاسی ۱۳۲۰۱۳۵۳ و شماره موتور ۱۲۴۸۴۰۱۷۱۵۵ شماره انتظامی۱۶ایران ۹۳۵ط۹۳ به نام بتول محمدزاده ملکی مفقود گردیده و فاقد اعتبار است.

آگهی فقدان مدرک تحصیلی

مدرک فارغ‌التحصیلی اینجانب شهلا رحمانی فرزند جبار به شماره ملی ۴۳۹۱۳۸۳۰۵۵ به ش- شناسنامه ۱۰۳۶ صادره تاکستان در مقطع کارشناسی رشته فیزیک کاربردی از واحد دانشگاهی تاکستان مفقود گردیده است و فاقد اعتبار می‌باشد از یابنده تقاضا می‌شود اصل مدرک را به نشانی تاکستان سه راهی شامی شاپ واحد تاکستان ارسال نماید

آگهی مفقودی

برگ سبز رانا پلاس برنگ سفید مدل ۱۴۰۱ شماره موتور ۱۷۲B۰۰۸۵۰۷۴ شماره‌شاسی NAAU۰۱FE۳NT۳۶۱۴۹۰ مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد.

تاکستان

۲۳۲

آگهی مفقودی

برگ سبز موتورسیکلت ۱۲۵ مدل ۱۳۸۳ برنگ مشکی شماره موتور C۳۰۹۰۱۱۷۲ شماره تنه ARMCO۱۲۵۸۳۱۱۰۶۰۴ شماره پلاک ایران ۵۲۴ – ۳۱۹۲۵ مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد.

تاکستان

۲۳۱

آگهی مفقودی

برگ سبز سند کمپانی و کارت ماشین پژو پارس مدل ۱۴۰۱ برنگ سفید روغنی شماره موتور ۱۶۴B۰۳۱۲۰۷۲ شماره شاسی NAAN۱۱FEXNH۴۹۳۹۵۷ شماره پلاک ایران ۲۴ – ۳۶۵ هـ ۸۱ مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد.

تاکستان

۲۳۰

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 صادره هیئت موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی تصرفات مالکانه بلامعارض کلاسه ۱۴۰۳۱۱۴۴۱۲۴۸۰۰۰۱۳۸۰ تقاضای خانم پروانه رضائی به شماره شناسنامه ۶۶ و کد ملی ۴۵۰۰۶۷۵۵۱۵ صادره ایلام فرزند محمد در ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی که مقدار ۳ سهم از ۲۱ سهم ششدانگ عرصه آن وقف است بمساحت ۵۰۰ مترمربع از پلاک شماره ۲۶۷ -اصلی واقع در اراضی چینیان بخش دو حوزه ثبت گرگان طبق رای صادره حکایت از انتقال از مالک رسمی 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.

شناسه آگهی:۲۰۳۸۰۳۸

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۴.۰۸.۱۰

تاریخ انتشار نوبت دوم ۱۴۰۴.۰۸.۲۵

جواد پورمند – رئیس اداره ثبت اسناد و املاک منطقه یک گرگان

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

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

برابر رای شماره هیات اول / دوم موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک سلطانیه تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی رای ۱۴۰۴۶۰۳۲۷۰۰۸۰۱۱۶۵۴ آقای عباس مرادی به شناسنامه شماره ۲۴۱ کد ملی ۵۸۹۹۳۴۸۳۶۴ صادره سلطانیه فرزند محمدولی ششدانگ یک قطعه زمین باغی کاداستری به مساحت ۵۵۴/۹۷ متر مربع پلاک شماره ۱۰۱ فرعی از ۵۸ اصلی رای ۱۴۰۴۶۰۳۲۷۰۰۸۰۱۱۶۵۵ آقای عباس مرادی به شناسنامه شماره ۲۴۱ کد ملی ۵۸۹۹۳۴۸۳۶۴ صادره سلطانیه فرزند محمدولی ششدانگ یک قطعه زمین زراعی – باغی کاداستری به مساحت ۲۷۷/۷۹ متر مربع پلاک شماره ۹۸ فرعی از ۵۸ اصلی واقع در روستای اولنگ سلطانیه خریداری از مالک رسمی آقای عباس مرادی 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 اعتراض داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

حمید بابائی –رئیس ثبت اسناد و املاک شهرستان سلطانیه

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۴/۰۸/۱۰ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۴/۰۸/۲۵

شناسه آگهی ۲۰۳۵۹۸۸

۶۲

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

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

برابر رای شماره هیات اول / دوم موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک سلطانیه تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی رای ۱۴۰۳۶۰۳۲۷۰۰۸۰۰۸۰۳۰ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک سلطانیه تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای خلیل محمدی به شناسنامه شماره ۸۷ کد ملی ۵۸۹۹۹۷۴۸۸۵ صادره فرزند منصور در ششدانگ یک قطعه زمین زراعی کاداستری به مساحت ۳۱۵۳۴/۷۷ مترمربع پلاک شماره ۷۲۹ فرعی از ۵۹ اصلی واقع در روستای کبودگنبد سلطانیه خریداری از مالک رسمی آقای منصور محمدی محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

حمید بابائی –رئیس ثبت اسناد و املاک شهرستان سلطانیه

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۴/۰۸/۱۰

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۴/۰۸/۲۵

شناسه آگهی ۲۰۳۸۰۰۰

۶۴

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

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

برابر رای شماره هیات اول / دوم موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک سلطانیه تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی رای ۱۴۰۴۶۰۳۲۷۰۰۸۰۱۱۶۵۳ آقای حسین مرادی به شناسنامه شماره ۳۰۱ کد ملی ۵۸۹۹۳۴۸۹۶۸ صادره سلطانیه فرزند محمدولی ششدانگ یک قطعه زمین زراعی کاداستری به مساحت ۳۵۷/۶ متر مربع پلاک شماره ۹۷ فرعی از ۵۸ اصلی رای ۱۴۰۴۶۰۳۲۷۰۰۸۰۱۱۶۵۲ آقای حسین مرادی به شناسنامه شماره ۳۰۱ کد ملی ۵۸۹۹۳۴۸۹۶۸ صادره سلطانیه فرزند محمدولی ششدانگ یک قطعه زمین زراعی کاداستری به مساحت ۱۴۷۰/۷۶ متر مربع پلاک شماره ۱۰۰ فرعی از ۵۸ اصلی واقع در روستای اولنگ سلطانیه خریداری از مالک رسمی آقای حسین مرادی و برانعلی مرادی محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

حمید بابائی –رئیس ثبت اسناد و املاک شهرستان سلطانیه

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۴/۰۸/۱۰ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۴/۰۸/۲۵

شناسه آگهی ۲۰۳۵۹۷۰

۶۱

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

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

برابر رای شماره هیات اول / دوم موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک سلطانیه تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای محسن محمدی به شناسنامه شماره ۵۸۹۰۰۲۳۴۴۶ کد ملی ۵۸۹۰۰۲۳۴۴۶ صادره فرزند منصور در ششدانگ یک قطعه زمین زراعی کاداستری به مساحت ۵۸۹۵/۵۹ مترمربع پلاک شماره ۶۴۷ فرعی از ۵۹ اصلی

آقای محسن محمدی به شناسنامه شماره ۵۸۹۰۰۲۳۴۴۶ کد ملی ۵۸۹۰۰۲۳۴۴۶ صادره فرزند منصور در ششدانگ یک قطعه زمین زراعی کاداستری به مساحت ۸۷۴۹/۳۵ متر مربع پلاک شماره ۶۴۶ فرعی از ۵۹ اصلی واقع در روستای کبودگنبد سلطانیه خریداری از مالک رسمی آقای منصور محمدی محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

حمید بابائی –رئیس ثبت اسناد و املاک شهرستان سلطانیه

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۴/۰۸/۱۰ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۴/۰۸/۲۵

شناسه آگهی ۲۰۳۷۹۹۳

۶۳

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

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

برابر رای شماره ۱۴۰۴۶۰۳۰۱۰۵۷۰۲۱۱۷۲ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک شهریار تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی خانم بیتا مرادی ظهیر فرزند علی بشماره شناسنامه ۶۸۲۰ صادره از تهران با کد ملی ۰۰۷۱۷۰۰۶۳۳ بصورت ششدانگ یک قطعه باغ به مساحت ۵۹۷/۳۰ متر مربع از پلاک ۷۶ اصلی واقع در شهرستان شهریار خریداری از مالک رسمی آقای عباس اکرادی محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۴/۰۸/۲۵

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۴/۰۹/۱۰

م الف ۱۳۱۴۸ **مهدی ناصری –رئیس ثبت اسناد و املاک**

۲۲۱

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

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

برابر رای شماره ۱۴۰۴۶۰۳۱۶۰۰۳۰۰۷۶۸۱ مورخ ۲۰ / ۰۷ / ۱۴۰۴ موضوع پرونده کلاسه شماره ۱۴۰۴۱۱۴۴۱۶۰۰۳۰۰۰۳۸۰ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک کنگاور تصرفات مالکانه بلا معارض متقاضی آقای علیرضا صادقی فر به شناسنامه شماره ۳۲ کد ملی ۳۳۰۹۵۴۰۶۲۶ صادره کنگاور فرزند ملک محمد مبنی بر صدور سند مالکیت نسبت به ششدانگ یکباب ساختمان به مساحت ۲۶ . ۴۶ متر مربع، پلاک ثبتی ۲۷ –اصلی بخش ۹ واقع کنگاور خ زاندارمری کوچه ایرانیاک پلاک ۲۱ تائید و خریداری از مالک رسمی آقای امان اله خان ساری اصلانی محرز گردیده است . لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ، ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض ، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد. / ۲۵۹

طاهر تیما –رئیس ثبت اسناد و املاک

تاریخ انتشار نوبت اول : ۰۷ / ۰۸ / ۱۴۰۴

تاریخ انتشار نوبت دوم : ۲۵ / ۰۸ / ۱۴۰۴

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

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

برابر رای شماره ۱۴۰۴۶۰۳۱۶۰۰۳۰۰۷۸۱۰ و ۷۹۸۱ و ۷۹۷۹ و ۷۸۱۱ و ۷۸۱۲ مورخه ۲۲ / ۰۷ / ۱۴۰۴ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک کنگاور تصرفات مالکانه بلا معارض متقاضی آقای علی رحمت طاهر آبادی به شناسنامه شماره۶۳۶ کد ملی ۳۳۰۹۱۰۴۵۰۸ صادره کنگاور فرزند علی اکبر و خانم افسره سوری به شناسنامه شماره ۴ کدملی ۵۸۴۹۹۲۸۶۹۳ صادره کنگاور فرزند یارمحمد و آقای سالار طاهرآبادی به شناسنامه شماره ۱۸۳ کدملی ۳۳۰۹۹۴۰۴۸۹ صادره کنگاور فرزند علی رحمت مبنی بر صدور سند مالکیت نسبت به هر یک در دو دانگ از ششدانگ پنج قطعه زمین مزروعی به مساحت ۷۳ / ۱۸۷۴۶ و ۳۱ / ۱۱۵۹۸ و ۴۲ / ۱۴۴۹۶ و ۵۶ / ۲۲۳۱ و ۷۵ / ۳۰۹۵ متر مربع، پلاک ثبتی ۱۷ – اصلی بخش ۹ واقع کنگاور اراضی روستای طاهرآباد تائید و خریداری از مالک رسمی آقای علی اکبر طاهر آبادی محرز گردیده است . لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ، ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض ، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد. / ۲۶۲

طاهر تیما –رئیس ثبت اسناد و املاک

تاریخ انتشار نوبت اول : ۰۷ / ۰۸ / ۱۴۰۴ تاریخ انتشار نوبت دوم : ۲۵ / ۰۸ / ۱۴۰۴

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

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

برابر رای شماره ۱۳۰۴۶۰۳۱۶۰۰۳۰۰۴۳۰۶ تا ۴۳۱۲ مورخه ۰۲ / ۰۸ / ۱۴۰۳ و از شماره ۶۷۶۱ تا ۶۷۶۹ و ۶۷۷۱ و ۶۷۷۲ مورخه ۲۹ / ۰۹ / ۱۴۰۳ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک کنگاور تصرفات مالکانه بلا معارض متقاضی آقای صحبت اله زاله سمنگانی به شناسنامه شماره ۵۰۶ کد ملی۳۳۰۹۱۱۴۷۷۵ صادره ایران فرزند نعمت اله مبنی بر صدور سند مالکیت نسبت به ششدانگ یازده قطعه زمین مزروعی به مساحت ۷۴ . ۷۱۲۴ و ۵۴ / ۳۱۷۸ و ۹۱ / ۵۵۲ و ۱۶ / ۳۶۴۹ و ۲۶ / ۲۱۳۷ و ۷۷ / ۷۹۴۴ و ۰۹ / ۵۲۹۳ و ۷۴ / ۱۱۴۸۴ و ۸ / ۱۰۱۱ و ۵۴ / ۴۳۰۲ و ۱۷ / ۳۰۵۵ متر مربع و آقای نصرت الله زاله سمنگانی به شناسنامه شماره ۳۶۸ کدملی ۳۳۰۹۱۱۱۳۳۹۶ صادره ایران فرزند نعمت الله مبنی بر صدور سند مالکیت نسبت به ششدانگ هفت قطعه زمین مزروعی به مساحت ۲ . ۲۴۲۰ و ۶۴ / ۳۷۱۸ و ۲۴ / ۳۲۲۲ و ۵۶ / ۳۱۲۰ و ۴۴ / ۴۵۶۳ و ۵۱ / ۲۷۴۵ و ۵۳ / ۵۹۰۲ متر مربع در قسمتی از پلاک شماره ۴۰ اصلی واقع در بخش ۹ حوزه ثبت ملک کنگاور روستای عبدالتاجدین تائید و خریداری از مالک رسمی نعمت اله زاله سمنگانی محرز گردیده است . لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ، ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض ، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد. / ۳۶۰

طاهر تیما –رئیس ثبت اسناد و املاک

تاریخ انتشار نوبت اول : ۰۷ / ۰۸ / ۱۴۰۴ تاریخ انتشار نوبت دوم : ۲۵ / ۰۸ / ۱۴۰۴

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

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

برابر رأی شماره ۱۴۰۴۶۰۳۱۶۰۱۴۰۰۹۱۳۴ و ۹۱۲۶ و ۹۰۷۰ و ۹۰۹۰ و ۹۱۰۶ و ۹۰۱۸ و ۹۰۲۲ و ۹۰۵۳ و ۹۰۲۸ و ۹۰۲۹ و ۹۰۶۳ هیأت اول/ دوم موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک کرمانشاه ناحیه دو تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای/ خانم نادر نوروزی هلشی فرزند صیدعبداله بشماره شناسنامه ۲۳۸ صادره از ایران در ششدانگ ۱۱ قطعه زمین مزروعی به مساحت ۰۵. ۲۵۶۹ و ۶۸. ۹۴۳ و ۲۷. ۲۷۳۳ و ۷۲. ۲۰۲۲ و ۵۸. ۱۱۹۷ و ۴۷. ۱۵۲۷ و ۱۹. ۱۶۹۰ و ۴۹ ۲۹۶۹ و ۶۳. ۴۰۹۹ و ۵۳. ۴۱۷۳ و ۰۵. ۲۵۶۹ مترمربع در قسمتی از پلاک فرعی از ۱۳۲ اصلی واقع در بخش دو حومه به آدرس روستای کوچکداله سفلی خریداری از مالک رسمی آقای/ خانم نیم تاج ناصری محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می‌شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می‌توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید، ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است که در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد./ ۵۵۰۲

فرشاد نادری – رئیس ثبت اسناد و املاک

تاریخ انتشار نوبت اول: ۲۵ / ۰۸ / ۱۴۰۴ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۰ / ۰۹ / ۱۴۰۴

آگهی فقدان سند مالکیت

نظر به اینکه سند مالکیت ششدانگ یک بابخانه واقع در شهرستان سنقر روستای باوله تحت پلاک ثبتی ۲۳۴ از ۳۹ اصلی فعله‌گری ذیل ثبت ۲۸۱۰۰ صفحه ۵۵۹ دفتر جلد ۱۴۴ / ۱۰ بشماره سریال ۸۳۶۸۵ الف ۸۲ بنام آقای حسین پاشا شاهملکی صادر و تسلیم گردیده که خانم مریم شاهملکی احد از ورات مرحوم حسین پاشا شاهملکی برابر گواهی حصر وراثت و فرم ۱۹ مالیات بر ارث طی تقاضای وارده بشماره ۱۴۰۴۲۱۷۱۶۰۰۹۰۰۱۷۲۶۹ – ۰۷ / ۰۸ / ۱۴۰۴ خواستار صدور سند سهم الارث خود گردیده که بنا به اظهار نامبرده سند مالکیت مذکور نزد احد از ورات بنام محمد شاهملکی می‌باشد که مراتب طی اخطاریه شماره ۱۷۲۹۳ – ۰۷ / ۰۸ / ۱۴۰۴ جهت ارائه اصل سند ابلاغ که مخاطب از ارائه سند تمرد نموده لذا در اجرای بند ۳۰۴ مجموعه بخشنامه‌های ثبتی و ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت موضوع صدور سند مالکیت وراث مرحوم حسین پاشا شاهملکی در یک نوبت آگهی می‌شود تا چنانچه کسی مدعی انجام معامله نسبت به پلاک فوق و یا وجود سند مالکیت نزد خود می‌باشد از تاریخ نشر این آگهی ظرف مدت ده روز اعتراض خود را کتباً به ضمیمه اصل سند مالکیت و یا اصل سند معامله به اداره ثبت سنقر تسلیم و رسید دریافت نمایند در غیر این صورت پس از انقضا مدت مذکور و نرسیدن واخواهی نسبت به صدور سند مالکیت سهم الارث متقاضی برابر مقررات اقدام خواهد شد. ۷۷ / ۴

پیام حق شناس –رئیس ثبت اسناد و املاک شهرستان سنقر و کلیائی

تاریخ انتشار: ۲۵ / ۰۸ / ۱۴۰۴

آگهی فقدان سند مالکیت

خانم سیما امیرخانی (امیریان) با ارائه دو برگ استشهادیه محلی مصدق شده به شماره ۵۱۶۴۴ توسط دفتر اسناد رسمی شماره ۱۴ سنقر بشماره وارده ۱۸۰۴۳ مورخ ۱۸ / ۰۸ / ۱۴۰۴ مبنی بر فقدان سند مالکیت از ششدانگ یک باب خانه تحت پلاک ثبتی ۱۸۷۵ فرعی از ۲۰۸۳ مکرر و غیره که بشماره ثبت ۱۸۷۰۶ صفحه ۳۰۱ دفتر ۱۰/ ۱۰۲ بنام خانم سیما امیرخانی (امیریان) صادر و تسلیم گردیده است؛ حال بدلیل سهل انگاری سند مالکیت مفقود گردیده و مالک تقاضای صدور سند مالکیت المثنی نموده است؛ لذا مراتب به استناد تبصره یک ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت در یک نوبت آگهی می‌شود تا چنانچه کسی مدعی انجام معامله نسبت به پلاک فوق و یا وجود سند مالکیت نزد خود می‌باشد از تاریخ نشر این آگهی ظرف مدت ده روز اعتراض خود را کتباً به ضمیمه اصل سند مالکیت یا اصل سند معامله به اداره ثبت سنقر تسلیم و رسید دریافت نمایند در غیر این صورت پس از انقضا مدت مذکور و نرسیدن واخواهی نسبت به صدور سند المثنی طبق مقررات اقدام خواهد شد.۷۶ / ۴

پیام حق شناس –مدیر واحد ثبتی حوزه ثبت ملک سنقر

تاریخ انتشار: ۲۵ / ۰۸ / ۱۴۰۴

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان خراسان شمالی
اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک منطقه دو بجنورد
هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

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

برابر پرونده شماره ۱۴۰۳۱۱۴۴۰۷۱۱۵۰۰۱۰۱۷ و رای شماره ۱۴۰۴۶۰۳۰۷۰۰۵۰۱۲۰۴۸ مورخه ۲۹ / ۰۷ / ۱۴۰۴هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک منطقه دو بجنورد تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی : آقای محمدعلی محمدی فرزند علی محمد به شماره ملی ۵۹۱۹۱۷۵۴۹۴ در شش دانگ یک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۶۷ / ۱۱۲۷مترمربع قسمتی از پلاک شماره ۱۵۵- اصلی واقع در (کهنه کند) بخش ۲ حوزه ثبت ملک منطقه دو بجنورد از محل مالکیت ثبتی آقای غلامحسین مطهری محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی میشود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند میتوانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید، ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول : ۲۵ / ۰۸ / ۱۴۰۴

تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۰ / ۰۹ / ۱۴۰۴

شناسه آگهی: ۲۰۴۴۳۲۹

علیرضا حاج محمدی –رئیس اداره ثبت اسناد و املاک کشور

چرخش پول به سمت نمادهای کوچک بورس

هوای تالار شیشه‌ای متعادل شد

شاخص کل بورس تهران در معاملات اولین روز از هفته پایانی آبان‌ماه، ۰,۲۱ درصد افزایش یافت و کانال ۳,۱ میلیونی را که روز چهارشنبه هفته گذشته از دست داده بود مجددا تصاحب کرد. شاخص کل بورس اوراق بهادار تهران در پایان معاملات شنبه، ۶۶۰۰ واحد معادل ۰,۲۱ درصد رشد کرد و به ارتفاع ۳ میلیون و ۱۰۵ هزار واحد رسید. بدین ترتیب، شاخص کل، کانال ۳,۱ میلیونی را که حمایت معتبری برای بازار سرمایه محسوب می‌شود، تنها پس از یک روز کاری مجددا تصاحب کرد. ارزش معاملات با ثبت عدد ۶۹۴۳ میلیارد تومان در محدوده ای پایین‌تر از میانگین روزهای اخیر قرار گرفت. این حجم و ارزش، نشانه خوبی برای فعالان بورس نیست.

بازار سرمایه در نخستین روز کاری هفته با شیبی ملایم رو به بالا بسته شد و شاخص کل بورس با افزایش ۶۶۰۰ واحدی در سطح ۳ میلیون و ۱۰۵ هزار واحد متوقف شد. شاخص کل هم‌وزن نیز عملکرد بهتری نسبت به شاخص کل داشت و با رشد ۳۶۷۱ واحدی معادل ۰,۴۱ درصد به تراز ۹۰۷ هزار و ۳۲۵ واحد رسید. حرکت همزمان هر دو شاخص در محدوده مثبت، نشان می‌دهد که معاملات شنبه، گرایش بیشتر به سمت تقاضا داشته و بازار توانسته فشار عرضه‌های نیمه نخست معاملات شنبه را تا حدودی کنترل کند. در بخش سهام، حق تقدم و صندوق‌های سهامی، حجم معاملات به ۱۶,۳ میلیارد واحد رسید. ارزش معاملات نیز با ثبت عدد ۶۹۴۳ میلیارد تومان در محدوده‌ای پایین‌تر از میانگین روزهای اخیر قرار گرفت. سرانه خرید حقیقی به ۵۲,۷ میلیون تومان و سرانه فروش به ۴۹,۳ میلیون تومان رسید که نشان می‌دهد سمت تقاضا اندکی فعال‌تر عمل کرده است. قدرت خرید حقیقی نیز با عدد ۱,۰۷ در محدوده مثبت قرار دارد و بیانگر آن است که معامله‌گران حقیقی، بخشی از نقدینگی خود را وارد خرید سهام کرده‌اند. آمار ورود پول حقیقی نیز تاییدکننده همین موضوع است؛ ورود ۸۷ میلیارد تومان پول حقیقی، نشان می‌دهد که حقیقی‌ها نسبت به ابتدای روز به شکل محسوسی فعال‌تر شده‌اند.

در سمت صندوق‌های درآمد ثابت، خروج ۱۶۸۴ میلیارد تومان ثبت شده است. این خروج سنگین نقدینگی معمولا زمانی رخ می‌دهد که بخشی از سرمایه گذاران ترجیح می‌دهند منابع خود را از ابزارهای کم‌ریسک، خارج کرده و وارد بازارهای دارای نوسان کنند. با این حال، با توجه به اینکه ورود پول حقیقی به سهام، رقم چندان بزرگی نیست، می‌توان حدس زد که بخشی از این نقدینگی یا در حالت انتظار قرار گرفته یا اینکه به سمت بازارهای موازی رفته است.

در پایان معاملات شنبه، ۴۷۶ نماد در محدوده مثبت و ۳۳۴ نماد در محدوده منفی معامله شدند. اختلاف نه چندان زیاد این دو عدد، نشان می‌دهد که بازار گرچه در مجموع به سمت رشد متمایل بوده، اما این رشد همه جانبه و فراگیر نبوده است. تعداد قابل توجه نمادهای منفی نیز نشان‌دهنده آن است که بخش‌هایی از بازار همچنان با فشار عرضه و اصلاح روبه‌رو بوده‌اند. ارزش سفارش‌های خرید حقیقی ۱۴۷۱ میلیارد تومان و ارزش سفارش‌های فروش ۵۱۲ میلیارد تومان گزارش شده که اختلاف قابل توجه این دو عدد، بیانگر وجود تقاضای موثر در بازار است. با این حال، ارزش مجموع سفارشات خرید و فروش نسبت به هفته گذشته، بسیار کمتر شده است. افزایش ارزش سفارش‌های خرید معمولا به معنای افزایش احتمال ادامه روند صعودی در کوتاه مدت است، با این حال، این موضوع به تنهایی برای پیش بینی روند معاملات یکشنبه، کافی نیست و نیاز به رصد جریان نقدینگی حقیقی و ارزش معاملات در این روز خواهد داشت. در پایان معاملات روز گذشته، صف‌های خرید ۱۳۹ نماد و صف‌های فروش ۶۷ نماد ثبت شد. به گزارش «اقتصاد نیوز»، این میزان اختلاف میان تعداد صف‌های خرید و فروش، نشان‌دهنده بهبود قابل توجه جو عمومی بازار نسبت به روزهای گذشته است. وجود تعداد زیاد صف خرید معمولا در روزهایی رخ می‌دهد که مقدار مشخصی از نقدینگی به سمت سهم‌های کوچک و متوسط حرکت می‌کند. در آن سوی بازار سرمایه نیز شاخص کل فرابورس ایران با افزایش ۵۹ واحدی در معاملات شنبه به محدوده ۲۷ هزار و ۹۱۷ واحد رسید. تعداد معاملات فرابورس، ۲۹۲ هزار فقره و ارزش آن ۱۵۹ هزار میلیارد تومان بود. نمادهای آریا و شگویا، بیشترین تاثیر مثبت را بر شاخص کل فرابورس داشتند، اما مارون اثر منفی ایجاد کرد. پتوسعه، زفارس و فزر نیز از جمله نمادهای پرتراکنش بازار فرابورس بودند. گفتنی است که شاخص کل بازار سرمایه طی دو ماه گذشته در یک فرآیند افزایشی از سطح ۲.۴ میلیون واحد به سطح ۳.۲ میلیون واحد رسیده است. بورس تهران در یک ماه اخیر با افزایش ۱۷.۶ درصدی، بالاترین میزان بازدهی را در بین بازارهای رقیب به خود اختصاص داده است.

بازگشت به ریشه‌های کلاسیک صنعت فروش

نویسنده: علی آل‌علی

اگر دقت کرده باشید، یک وسوسه خطرناک استراتژی های فروش مدرن را فرا گرفته است: وسوسه دارایی الگوریتمی. ما در ستایش ابزارهایی هستیم که به ما اجازه می دهند در یک روز با صدها سرنخ تماس بگیریم، ایمیل های شخصی سازی شده را به صورت خودکار ارسال کنیم و از طریق داشبوردهای پیچیده، قیف فروش خود را بهینه نماییم.

ما به طرز خطرناکی به این باور رسیده ایم که می توان رابطه تجاری را نیز مانند هر متغیر دیگری مقیاس پذیر کرد. در این تعقیب بی وقفه برای بهینه سازی ما در حال خلق یک دنیای فروش هستیم که به طرز بی نقصی کارآمد، اما به شکل نگران کننده ای خالی از معنا است.

ما داده های فراوانی از مشتریان خود جمع آوری می کنیم، اما سیگنال های انسانی آنها را از دست می دهیم. این مقاله یک دفاعیه سرسختانه از یک فناوری فراموش شده اما هرگز منسوخ نشده است: حضور فیزیکی انسان. این یک استدلال علیه فناوری نیست، بلکه یک هشدار علیه این توهم است که می توان پیچیدگی، اعتماد و ظرافت یک تعامل انسانی را به چند پیکسل بر روی یک صفحه نمایش تقلیل داد. در اقتصاد جدید بزرگ ترین مزیت رقابتی نه در سرعت ارتباطات، بلکه در عمق آن نهفته است.

هزارتوی ویدئو کال!

ما به خودمان دروغ می گوییم که یک تماس ویدئویی تقریبا به خوبی یک ملاقات حضوری است. این یک اشتباه محاسباتی بزرگ است. هر تعامل انسانی حجم عظیمی از داده ها را منتقل می کند که بسیار فراتر از کلمات ادا شده است. زبان بدن، تغییرات جزئی در حالات چهره، انرژی حاضر در اتاق و حتی سکوت های معنادار، همگی بخشی از یک پهنای باند ارتباطی کامل هستند.

ابزارهای دیجیتال این پهنای باند غنی را به طرز بی رحمانه ای فشرده می کنند. آنها بخش بزرگی از این داده های غیرکلامی را حذف کرده و یک نسخه کم کیفیت و زیانبار از واقعیت را به ما تحویل می دهند. این مانند تفاوت میان گوش دادن به یک اجرای زنده موسیقی در یک سالن کنسرت و شنیدن یک فایل صوتی فشرده شده از طریق هدفون های معمولی است. شما ملودی اصلی را می شنوید، اما تمام بافت، عمق و روح اثر را از دست می دهید. در یک معامله پیچیده و پرریسک، که در آن، اعتماد و درک متقابل، متغیر های اصلی هستند، تکیه کردن بر این نسخه فشرده شده از ارتباط، مانند تلاش برای خواندن یک قرارداد حقوقی از پشت یک شیشه مات است. شما کلمات را می بینید، اما از درک کامل جزییات حیاتی عاجز هستید.

اقتصاد باسابقه توجه

در دنیایی که بزرگ ترین فقر ما نه فقر مالی، بلکه فقر توجه است، اختصاص دادن زمان و انرژی برای یک ملاقات حضوری به یک بیانیه استراتژیک قدرتمند تبدیل شده است. وقتی شما هزاران کیلومتر را برای ملاقات با یک مشتری کلیدی طی می کنید، شما فقط برای یک جلسه سفر نکرده اید؛ شما در حال ارسال یک پیام غیر قابل انکار هستید: «شما برای من آنقدر اهمیت دارید که من با ارزش ترین دارایی هایم یعنی زمان و توجه کامل و تقسیم نشده ام را بر روی شما سرمایه گذاری می کنم».

این سطح از سرمایه گذاری، اعتمادی را خلق می کند که با صدها ایمیل یا تماس ویدئویی قابل دستیابی نیست. در طول یک تماس ویدئویی، هر دو طرف به خوبی می دانند که ده ها تب دیگر بر روی مرورگر باز است و نوتیفیکیشن ها در هر لحظه ممکن است توجه را بدزدند اما در یک جلسه حضوری، یک حباب توجه مقدس ایجاد می شود. این تعهد مشترک به حضور کامل، زمین بازی را برای یک گفت‌وگوی عمیق تر، صادقانه تر و در نهایت، موثر تر آماده می کند. فرآیند فروش یک خودروی لوکس مانند رولزرویس را در نظر بگیرید. این فرآیند یک تجربه حضوری دقیق و مهندسی شده است، زیرا شرکت می داند که مشتری، نه فقط یک محصول، بلکه یک حس احترام و انحصار را می خرد؛ حسی که هرگز از طریق یک پیکربندی آنلاین قابل انتقال نیست.

هنر درک آنچه گفته نمی شود

بهترین فروشندگان کارآگاهان روانشناختی ماهری هستند. آنها توانایی خارق العاده ای در «خواندن هوای اتاق» دارند؛ یعنی درک پویایی های قدرت، تنش های پنهان و اولویت های بیان نشده ای که در زیر سطح یک گفت‌وگوی رسمی در جریان است. آیا مدیر فنی در طول ارائه شما با مدیر مالی نگاه معناداری رد و بدل کرد؟ آیا مدیرعامل هنگام صحبت در مورد یک ویژگی خاص، کمی به جلو متمایل شد؟

اینها ریزداده هایی هستند که نقشه راه واقعی برای بستن یک معامله را آشکار می کنند و تقریبا تمام آنها در دنیای دیجیتال غیرقابل مشاهده هستند. یک تیم فروش در شرکتی مانند اوراکل، که در حال فروش یک راه حل نرم افزاری چند میلیون دلاری به یک شرکت بزرگ است، می داند که موفقیت آنها نه تنها به کیفیت محصول، بلکه به توانایی آنها در درک و مدیریت سیاست های داخلی پیچیده آن سازمان بستگی دارد. این درک، در راهروها، در طول یک ناهار کاری و در گفت‌وگوهای غیررسمی قبل و بعد از جلسه اصلی شکل می گیرد. این تعاملات انسانی حاشیه ای اغلب از خود جلسه رسمی استراتژیک تر هستند، زیرا در این لحظات است که نقاب های حرفه ای کنار رفته و اعتماد واقعی ساخته یا شکسته می شود.

معماری یک استراتژی ترکیبی هوشمند

دفاع از ملاقات حضوری به معنای اعلام جنگ علیه فناوری نیست. این یک فراخوان برای هوشمندی استراتژیک است. آینده فروش، نه کاملا دیجیتال و نه کاملا سنتی خواهد بود؛ بلکه ترکیبی و وابسته به زمینه است. چالش اصلی دیگر «چگونه ارتباط برقرار کنیم؟» نیست، بلکه «چه زمانی از کدام کانال استفاده کنیم؟» است. ابزارهای دیجیتال برای مقیاس پذیری فوق العاده هستند: شناسایی و پرورش سرنخ ها، ارسال اطلاعات استاندارد و پیگیری های روتین. اما تعاملات حضوری برای عمق بخشیدن و نهایی کردن ضروری هستند.

یک استراتژی فروش هوشمند مانند یک کمپین نظامی مدرن عمل می کند. از ابزارهای دیجیتال مانند هواپیماهای بدون سرنشین برای شناسایی و جمع آوری اطلاعات استفاده می شود، اما برای تصرف یک موقعیت استراتژیک کلیدی هنوز به چکمه های نیروهای ویژه بر روی زمین نیاز است. رهبران فروش بزرگ آینده، کسانی خواهند بود که به تیم های خود آموزش می دهند تا معماران این استراتژی ترکیبی باشند. آنها باید بدانند که چه زمانی یک ایمیل کافی است، چه زمانی یک تماس ویدئویی ضروری است و مهمتر از همه، چه زمانی باید تمام ابزارهای دیجیتال را کنار گذاشته، سوار هواپیما شوند و با حضور فیزیکی خود، نشان دهند که این معامله، واقعا اهمیت دارد.

هرچه دنیا دیجیتالی تر، خودکارتر و الگوریتمی تر می شود، مزیت رقابتی تعاملات انسانی واقعی، نه تنها کاهش نمی یابد، بلکه به صورت تصاعدی افزایش پیدا می کند. در دریایی از کارایی دیجیتال، یک گفت‌وگوی انسانی عمیق و معنادار، به یک جزیره لوکس و به یاد ماندنی تبدیل می شود. سازمان هایی که این هنر را فراموش کنند، ممکن است در کوتاه مدت، کارآمدتر به نظر برسند، اما در بلندمدت، شاهد فرسایش آرام و پیوسته ارزشمندترین دارایی خود خواهند بود: رابطه واقعی با مشتریان‌شان.

منابع:

https://hbr.org/۲۰۲۵/۱۰/sales-teams-dont-undervalue-face-time-with-customers

شناسه آگهی : ۲۰۴۷۵۲۰ نوبت اول

شرکت ملی گاز ایران
شرکت گاز استان خراسان رضوی

آگهی مناقصه (عمومی) (کد فراخوان : ۳۱۵۸۲۴۷۳)
شماره فراخوان مناقصه در سامانه ستاد ۲۰۰۴۰۹۲۴۰۹۰۰۰۰۷۳

۱- مناقصه گزار: شرکت گاز استان خراسان رضوی
موضوع: انجام کارهای باقیمانده محوطه سازی و اجرای نمای دیوارهای محوطه اداره گاز ساختمان منطقه ۶ و ۸ مشهد
۲- شرایط اولیه متقاضیان:
الف- دارابودن صلاحیت پیمانکاری رشته ابنیه و ساختمان از سازمان برنامه و بودجه
ب- دارابودن ظرفیت خالی ارجاع کار
د- ثبت نام در سایت www.setadiran.ir و دریافت گواهی امضای الکترونیکی
۳. مدت اعتبار پیشنهادها: از تاریخی که برای تسلیم آن در فراخوان ذکر شده تا مدت سه ماه می بایست معتبر باشد.
۴. مبلغ تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار: ۲,۳۶۶,۳۵۰,۰۰۰/- (دو میلیارد و سیصد و شصت و شش میلیون و سیصد و پنجاه هزار ریال) می باشد که می بایست براساس یکی از تضامین فایل قبول وفق آیین نامه تضمین معاملات دولتی به شماره ۱۲۲۴۰۲ت۵۰۶۵۹ مورخ ۹۴/۰۹/۲۲ و اصلاحات پس از آن تهیه گردد و حتما اصل آن قبل از آخرین مهلت ارائه پیشنهاد قیمت به صورت دستی تحویل دفتر حراست شرکت گاز استان خراسان رضوی واقع درمشهد - بلوار خیام - نبش تقاطع ارشاد- طبقه همکف گردد.
تصره: مطابق ماده ۲۵ آیین نامه اجرایی قانون حمایت از شرکتها و موسسات دانش بنیان و اصلاحات بعدی آن، شرکتها و موسسات دانش بنیان در صورت شمول ماده مذکور و دارای صلاحیت مورد نیاز، شامل تخفیف ۵۰ درصدی در مبلغ سپرده تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار می باشند.
۵. مهلت اعلام آمادگی و دریافت اسناد مناقصه: از تاریخ ۱۴۰۴/۰۸/۲۵ لغایت ۱۴۰۴/۰۹/۰۲
۶. آخرین مهلت بارگذاری اسناد و تسلیم پیشنهاد قیمت: ساعت ۱۴:۰۰ مورخ ۱۴۰۴/۰۹/۱۵
۷. پیشنهادهای واصله: در ساعت ۰۹:۰۰ مورخ ۱۴۰۴/۰۹/۱۶ در کمیسیون مربوطه باز و خوانده می شود و حضور پیشنهاد دهندگان و یا یک نفر نماینده مجاز آنها با همراه داشتن معرفی نامه ممهور به مهر شرکت در جلسه آزاد است.
۸. یادآور می گردد کلیه مراحل مناقصه از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد.
۹. رعایت قانون حداکثراستفاده ازتوان تولیدی و خدماتی کشور و حمایت از کالای ایرانی الزامی است وصرفاً موسسات و شرکتهای ایرانی ثبت شده در فهرست توانمندی های مندرج درسامانه تولیدان مجاز می باشند.
شایان ذکر است دسترسی به متن این آگهی، در سایت WWW.nigc-khrz.ir امکان پذیربوده و در صورت نیاز به کسب اطلاعات بیشتر با تلفن: ۳۷۰۷۲۲۱۲-۰۵۱ تماس بگیرید.
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۴/۰۸/۲۵ تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۴/۰۸/۲۶
روابط عمومی شرکت گاز استان خراسان رضوی

شناسه آگهی : ۲۰۴۸۸۵۰

شرکت فرودگاهها و ناوبری هوایی ایران

آگهی مزایده عمومی اموال اسقاطی و ضایعات فرودگاههای استان کرمان

شرکت فرودگاهها و ناوبری هوایی ایران (اداره کل فرودگاههای استان کرمان) در نظر دارد براساس قانون برگزاری مناقصات ومزایده عمومی نسبت به فروش اموال اسقاطی و ضایعات این اداره کل به اشخاص حقیقی و حقوقی واجد شرایط از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت(ستاد) به آدرس www.setadiran.ir بشرح ذیل اقدام نماید.
موضوع مزایده: فروش اموال اسقاطی (شامل آهن آلات، استیل، مس، چوب، پلاستیک، شیشه و سایر ملزومات)
۱) تاریخ دریافت اسناد از سامانه: از روز شنبه تاریخ ۱۴۰۴/۰۸/۲۴ لغایت ساعت ۱۷ روز شنبه تاریخ ۱۴۰۴/۰۹/۰۱
۲) تاریخ بارگذاری اسناد و ارائه پیشنهادات : از روز یکشنبه تاریخ ۱۴۰۴/۰۹/۰۲ لغایت ساعت ۱۷ روز شنبه تاریخ ۱۴۰۴/۰۹/۲۲
۳) زمان بازدید از اموال اسقاطی بر اساس زمانبندی مشخص شده در اسناد مزایده از ساعت ۸ صبح تا ساعت ۱۳ از تاریخ ۱۴۰۴/۰۹/۱۱ لغایت ۱۴۰۴/۰۹/۱۸ (انبارفرودگاههای استان کرمان) خواهد بود.(بغیر از ایام تعطیلی رسمی، پنجشنبه ها و جمعه ها) اشخاص میتوانند جهت بازدید در خصوص موضوع مزایده با شماره تلفن ۳۱۲۶۸۴۱۳-۰۳۴ تماس حاصل نمایند.
۴) زمان بازگشایی پاکتها: ساعت ۱۰ صبح روزیکشنبه تاریخ ۱۴۰۴/۰۹/۲۳ درمحل اداره کل فرودگاه های استان کرمان
۵) مبلغ سپرده شرکت در مزایده: مبلغ ۴/۴۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال به صورت واریز نقدی به شماره حساب شبای IR۸۷۰۱۰۰۰۰۴۰۰۱۰۶۸۴۰۶۳۷۱۸۹۶ بنام تمرکز وجوه سپرده اداره کل خزانه بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران بنام شرکت فرودگاه ها و ناوبری هواپیمایی ایران با شناسه واریز ۹۲۵۲۸۰۵۲۰۱۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۳۱۸۰۰۱۱۸ و یا ضمانتنامه بانکی مورد پذیرش خواهد بود.
علاقه مندان به شرکت در مزایده می بایست جهت ثبت نام و دریافت گواهی الکترونیکی (توکن) با شماره های ذیل تماس حاصل نمایند: مرکز پشتیبانی و راهبری سامانه: ۱۴۵۶-۰۲۱
شرکت فرودگاهها و ناوبری هوایی ایران –اداره کل فرودگاههای استان کرمان

نوبت اول

شهرداری تاکستان

آگهی تجدید مناقصه عمومی پاکسازی و نقاشی

شهرداری تاکستان در نظر دارد به استناد بند ۷ مصوبه شماره ۲۵۳ شورای اسلامی شهر اجرای پروژه به شرح زیر را از طریق مناقصه عمومی به پیمانکاران واجد شرایط و صلاحیت واگذار نماید.
موضوع مناقصه:
- واگذاری امورات نقاشی و پاکسازی – با برآورد اولیه بمبلغ کل ۳۱/۰۲۵/۰۰۰/۰۰۰ ریال بمدت ۹ ماه شمسی.
از متقاضیان شرکت در مناقصه دعوت می شود پس از انتشار آگهی جهت دریافت اسناد مناقصه به سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد ایران) به آدرس www.setadiran.ir مراجعه نمایند
مشخصات و توضیحات:
- کلیه مراحل فرایند مناقصه شامل دریافت فایل اسناد ، ارائه تصویر پرداخت تضمین شرکت در مناقصه، ارسال پیشنهاد قیمت، انصراف از شرکت در مناقصه، بازگشایی فایل پاکات، اعلام به برنده و... در بستر سامانه تدارکات الکترونیکی دولت امکان‌پذیر می‌باشد
- شرکت کنندگان می‌بایست تا ساعت و تاریخ مشخص شده در اسناد پاکات الف و ب و پیشنهاد قیمت خود را در سامانه ثبت و بارگذاری و اصل پاکت الف را نیز تا مهلت معین شده به دبیرخانه شهرداری تاکستان تحویل نماید.
- پرداخت هزینه آگهی برعهده برنده مناقصه میباشد.
شرکت کنندگان مبلغ ۱/۵۵۱/۲۵۰/۰۰۰ ریال به عنوان سپرده بصورت نقدی به شماره حساب سپرده IR ۳۷۰۶۱۰۰۰۰۰۰۰۱۰۰۸۰۱۲۲۸۴۸۶ شهرداری تاکستان نزد بانک شهر واریز یا ضمانت نامه بانکی در وجه شهرداری تاکستان به شناسه ملی ۱۴۰۰۲۶۴۰۷۰۱ تهیه و مدارک را ضمیمه پیشنهاد خود نمایند.
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۴/۰۸/۲۵ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۴/۰۹/۰۲
کیوان رحمانی – شهردار تاکستان

شناسه آگهی : ۲۰۴۹۲۴۳ نوبت دوم

وزارت راه و شهرسازی
شرکت راه آهن جمهوری اسلامی ایران

آگهی دعوت به ارزیابی کیفی (فراخوان عمومی نخست)
مناقصه شماره ۰۸۰۴-ش-۰۳ (مناقصه عمومی ـ یک مرحله ای)

شرکت راه آهن جمهوری اسلامی ایران در نظر دارد بنابر آیین‌نامه اجرایی بند (ج) ماده ۱۲ قانون برگزاری مناقصات نسبت به ارزیابی کیفی پیمانکاران واجد شرایط جهت دعوت به مناقصه از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به نشانی www.setadiran.ir به شرح زیر اقدام نماید. مناقصه‌گران موظفند برای شرکت در مناقصه نسبت به ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضاء الکترونیکی اقدام نمایند. لازم به ذکراست کلیه مراحل برگزاری مناقصه از فراخوان ارزیابی کیفی تا انتخاب برنده از طریق سایت مذبور انجام می گردد.
۱- موضوع مناقصه : خرید ۱۰,۰۰۰ قالب کفشک ترمز چدنی بزرگ جهت ایستگاههای طبس،پروده ،تربت حیدریه و خواف
۲- مبلغ کل برآورد اولیه: ۹۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال
۳- مدت و محل اجرا : مدت اجرا ۸ ماه بوده ومحل اجراء براساس اسناد مناقصه می باشد.
۴- مهلت دریافت اسناد ارزیابی : حداکثر تا ساعت ۱۹:۰۰ روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۴/۰۹/۰۲
۵- مهلت بارگذاری اسناد ارزیابی: حداکثر تا ساعت ۱۹:۰۰ روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۴/۰۹/۱۹
۶- گواهینامه های مورد نیاز در مناقصه : شرکت کنندگان در فراخوان باید گواهینامه" معتبر صلاحیت نظام فنی راه آهن صادره از حوزه ناوگان را دارا باشند.
۷- مناقصه گران تایید صلاحیت شده در ارزیابی کیفی، که قصد ارائه پیشنهاد قیمت را دارند، باید در صورت نیاز به تامین کالا و تجهیزات جهت انجام موضوع مناقصه، قیمت متناسب با کالای ساخت داخل با لحاظ کیفیت ارائه نمایند.
شایان ذکراست دریافت و بارگذاری اسناد صرفاً می‌بایست از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) صورت پذیرد. در صورت بروز هر گونه ابهام با شماره ۱۴۵۶ (پشتیبانی سامانه ستاد) تماس حاصل نمایند.
تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۴/۰۸/۲۴ تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۴/۰۸/۲۵
اداره کل راه آهن شرق

نوبت اول

شهرداری تاکستان

آگهی مناقصه عمومی واگذاری امورات آرامستان

شهرداری تاکستان در نظر دارد به استناد بند ۱ مصوبه شماره ۳۵۳ شورای اسلامی شهر اجرای پروژه به شرح زیر را از طریق مناقصه عمومی به پیمانکاران واجد شرایط و صلاحیت واگذار نماید.
موضوع مناقصه:
- واگذاری امورات آرامستان – با برآورد اولیه بمبلغ کل ۵۰/۲۶۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال بمدت ۱۲ ماه شمسی.
از متقاضیان شرکت در مناقصه دعوت می شود پس از انتشار آگهی جهت دریافت اسناد مناقصه به سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد ایران) به آدرس www.setadiran.ir مراجعه نمایند
مشخصات و توضیحات:
- کلیه مراحل فرایند مناقصه شامل دریافت فایل اسناد ، ارائه تصویر پرداخت تضمین شرکت در مناقصه، ارسال پیشنهاد قیمت، انصراف از شرکت در مناقصه، بازگشایی فایل پاکات، اعلام به برنده و... در بستر سامانه تدارکات الکترونیکی دولت امکان‌پذیر می‌باشد
- شرکت کنندگان می‌بایست تا ساعت و تاریخ مشخص شده در اسناد پاکات الف و ب و پیشنهاد قیمت خود را در سامانه ثبت و بارگذاری و اصل پاکت الف را نیز تا مهلت معین شده به دبیرخانه شهرداری تاکستان تحویل نماید.
- پرداخت هزینه آگهی برعهده برنده مناقصه میباشد.
شرکت کنندگان مبلغ ۲/۵۱۲/۰۰۰/۰۰۰ ریال به عنوان سپرده بصورت نقدی به شماره حساب سپرده IR ۳۷۰۶۱۰۰۰۰۰۰۰۱۰۰۸۰۱۲۲۸۴۸۶ شهرداری تاکستان نزد بانک شهر واریز یا ضمانت نامه بانکی در وجه شهرداری تاکستان به شناسه ملی ۱۴۰۰۲۶۴۰۷۰۱ تهیه و مدارک را ضمیمه پیشنهاد خود نمایند.
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۴/۰۸/۲۵ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۴/۰۹/۰۲
کیوان رحمانی – شهردار تاکستان

آمادگی کامل شرکت گاز مازندران برای تأمین پایدار گاز در زمستان پیش‌رو

ساری – دهقان : مدیرعامل شرکت گاز استان مازندران از آمادگی کامل مجموعه گاز برای عبور ایمن و بدون قطعی از فصل زمستان خبر داد و بر ضرورت همکاری مشترکین در مصرف بهینه و رعایت اصول ایمنی تأکید کرد. به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط‌عمومی شرکت گاز استان مازندران، «هژبر جوادی» مدیرعامل این شرکت در گفت‌وگوی زنده تلویزیونی با برنامه «آفتاب‌سو» شبکه تبرستان با اشاره به انجام عملیات بازبینی و اورهال تمامی ایستگاه‌های CGS و TBS در سطح استان گفت: در حال حاضر، همه تأسیسات گازرسانی در وضعیت مطلوب قرار دارد و آمادگی کامل برای تأمین پایدار گاز در روزهای سرد سال فراهم شده است.

وی ضمن قدردانی از همراهی مردم در زمستان سال گذشته افزود: زمستان گذشته یکی از سخت‌ترین دوره‌های سرما در سال‌های اخیر بود اما با همکاری مردم و تلاش کارکنان شرکت گاز، توانستیم بدون بحران، انرژی مورد نیاز مشترکین را تأمین کنیم. جوادی از مردم استان خواست با رعایت صرفه‌جویی و توجه به نکات ایمنی، شرکت گاز را در خدمت‌رسانی بهتر و پایدار به تمامی نقاط شهری و روستایی یاری دهند.

اجرای نظام جدید تعرفه‌گذاری گاز؛ گامی در جهت عدالت مصرف و حمایت از کم‌مصرف‌ها

مدیرعامل شرکت گاز مازندران اعلام کرد: نظام جدید تعرفه‌گذاری گاز خانگی از اردیبهشت‌ماه امسال بر اساس مصوبه هیأت وزیران اجرایی شده

و هدف آن تحقق عدالت در مصرف و تشویق مشترکین کم‌مصرف است.

هژبر جوادی در این برنامه تلویزیونی با تشریح تغییرات جدید در نحوه محاسبه بهای گاز اظهار داشت: در طرح جدید، اقلیم‌های پنج‌گانه و پله‌های ۱۲گانه مصرف حذف و هر شهر به‌عنوان یک اقلیم مستقل در نظر گرفته شده است؛ بر این اساس، حدود ۷۰ درصد مشترکین در پله اول مصرف قرار می‌گیرند. وی افزود: این طرح به‌منظور حمایت از خانوارهای کم‌مصرف و اعمال تعرفه بازدارنده برای مصارف غیرضروری به اجرا درآمده است و مشترکینی که در رده‌های سوم و چهارم مصرف قرار دارند، باید نسبت به اصلاح الگوی مصرف خود اقدام کنند. مدیرعامل گاز مازندران با اشاره به اینکه مصرف بالای گاز در واحدهای ویلایی و خانه‌های دوم فشار مضاعفی بر شبکه توزیع وارد می‌کند، گفت: از صاحبان این املاک انتظار می‌رود در ایام اوج مصرف، همکاری لازم را با شرکت گاز داشته باشند تا توزیع عادلانه انرژی برای همه مشترکین استان فراهم شود.

مدیرعامل گاز مازندران: رعایت چند نکته ساده می‌تواند تا ۳۵ درصد در مصرف گاز صرفه‌جویی ایجاد کند

مدیرعامل شرکت گاز مازندران با تأکید بر اهمیت فرهنگ‌سازی در مصرف انرژی گفت: رعایت اصول ساده‌ای مانند عایق‌کاری، تنظیم مشعل، استفاده از ترموستات هوشمند و کنترل دودکش‌ها، نقش بسزایی در کاهش مصرف و حفظ ایمنی دارد. هژبر جوادی در بخش پایانی برنامه «آفتاب‌سو» با بیان اینکه کاهش مصرف انرژی به نفع مردم و شبکه ملی گاز است، اظهار داشت: عایق‌کاری لوله‌های آب گرم، نصب فوم پشت رادیاتور و استفاده از پرده‌های ضخیم در شب از اقدامات ساده اما مؤثر در صرفه‌جویی انرژی است. وی افزود: بازبینی مسیر دودکش‌ها، تنظیم دقیق مشعل شوفاژها و استفاده از ترموستات‌های هوشمند می‌تواند بین ۲۰ تا ۳۵ درصد در کاهش مصرف گاز مؤثر باشد. جوادی با قدردانی از تلاش‌های کارکنان شرکت گاز و همراهی مردم شریف استان گفت: هدف ما تأمین گرمای مطمئن، ایمن و پایدار برای تمامی خانوارهای مازندرانی است و این امر بدون همکاری مردم تحقق نخواهد یافت.

یزد میزبان جشنواره ملی تولید محتوای بین المللی گردشگری ایران

یزد - سید محمد جواد عرفان فر : رئیس کمیسیون گردشگری شورای اسلامی شهر یزد از برگزاری جشنواره ملی تولید محتوای بین‌المللی گردشگری ایران و برنامه‌ریزی گسترده برای تقویت شبکه‌سازی علمی، فرهنگی و بین‌المللی در حوزه گردشگری خبر داد. دکتر بی‌بی فاطمه حقیرالسادات، رئیس کمیسیون گردشگری، میراث فرهنگی، صنایع دستی و روابط بین‌الملل شورای اسلامی شهر یزد، با اشاره به برگزاری جشنواره ملی تولید محتوای بین‌المللی گردشگری ایران به میزبانی یزد، گفت: «یزد به عنوان قلب تپنده میراث و فرهنگ ایران، امروز میزبان جریان تازه‌ای از تولید محتوای گردشگری است که می‌تواند الگویی ملی در معرفی جاذبه‌های فرهنگی، تاریخی و طبیعی کشور به زبان بین‌الملل باشد.» وی افزود: این جشنواره با دبیری کریم‌نژاد، معاون پژوهشی دانشگاه آزاد اسلامی و با همکاری اداره کل بازاریابی و گردشگری خارجی وزارت گردشگری ،کمیسیون گردشگری شورای اسلامی شهر یزد، دانشگاه آزاد، شهرداری، خوشه گردشگری، اتاق بازرگانی و بخش خصوصی برگزار می‌شود. دبیرخانه مرکزی این رویداد در یزد مستقر است و از چهار ماه پیش روند اجرایی آن آغاز شده است.

به گفته‌ی وی، این جشنواره از ۱۰ مهرماه تا ۳۰ آبان‌ماه میزبان کارگاه‌های هفت‌گانه آموزشی در حوزه تولید محتوای گردشگری است. این کارگاه‌ها با حضور اساتید ملی و متخصصان برجسته کشور، هر هفته در روزهای چهارشنبه و پنج‌شنبه برگزار می‌شوند تا فعالان حوزه گردشگری، دانش‌آموزان، دانشجویان، راهنمایان تور و علاقه‌مندان، مهارت تولید محتوای اثرگذار و دوزبانه را بیاموزند.

دکتر حقیرالسادات اظهار کرد: «هدف اصلی این جشنواره، توانمندسازی فعالان گردشگری در زمینه روایت‌گری مؤثر از یزد و ایران است تا محتوایی در تراز بین‌المللی برای معرفی میراث ارزشمند کشور تولید شود.» وی ادامه داد: مهلت ارسال آثار از ۱ آذر تا ۱۰ بهمن خواهد بود و داوری آثار بین ۱۰ تا ۲۰ بهمن‌ماه توسط کمیته علمی انجام می‌شود. اختتامیه جشنواره نیز در ۲۵ بهمن‌ماه در نمایشگاه بین‌المللی گردشگری تهران برگزار خواهد شد.

رئیس کمیسیون گردشگری شورای شهر یزد در تشریح برنامه‌های جانبی جشنواره گفت: «در آذرماه، برگزاری چندین رویداد مکمل در قالب فرم تورهای تخصصی گردشگری" در یزد پیش‌بینی شده است؛ از جمله حضور اینفلوئنسرها و بلاگرهای گردشگری در هفته دوم، تورگردانان و مدیران آژانس‌های مسافرتی در هفته سوم و نشست‌های علمی اساتید برجسته حوزه گردشگری کشور در هفته چهارم. بهادری دبیر علمی جشنواره گزارشی از روند برگزاری کارگاه های آموزشی و علمی و حسن آبادی دبیر اجرایی جشنواره نیز گزارشی از روند اجرایی جشنواره ارائه دادند. آقای ثواچه رییس اداره گردشگری شهرداری یزد نیز در مورد حمایت ها و همکاری سازنده شهرداری با جشنواره توضیحات لازم را ارائه دادند وی در ادامه با اشاره به حمایت گسترده نهادهای استانی از این رویداد گفت: «خوشه گردشگری استان، استانداری یزد، اداره کل میراث فرهنگی، شهرداری یزد و سایر دستگاه‌های ذی‌ربط، با هدف ارتقای جایگاه یزد در تعاملات ملی و بین‌المللی گردشگری، از این جشنواره حمایت همه‌جانبه دارند.» دکتر حقیرالسادات همچنین از برگزاری اجلاس شهرهای تاریخی ایران در تاریخ ۲۱ و ۲۲ آبان‌ماه در یزد خبر داد و افزود:«در نشست علمی این اجلاس، فرصت معرفی رسمی جشنواره ملی تولید محتوا فراهم خواهد شد تا بستر شبکه‌سازی میان شهرهای تاریخی ایران و کشورهای عضو مجمع شهرداران آسیایی در حوزه تولید محتوای بین المللی گردشگری ایران ایجاد گردد.» وی با اشاره به حضور نمایندگان مجمع شهرداران آسیایی در نشست کمیسیون گردشگری، گفت: «یزد آمادگی دارد ریاست کارگروه فرهنگی و گردشگری مجمع شهرداران آسیایی را برعهده گیرد و با میزبانی از رئیس و معاون مجمع در اجلاس پیش‌رو، فصل جدیدی از دیپلماسی شهری و همکاری‌های بین‌المللی را رقم بزنند.»

فرهنگ‌سازی مصرف بهینه گاز با مشارکت شرکت گاز و آموزش و پرورش استان گیلان

رشت - زهرا رضازاده : به گزارش روابط عمومی شرکت گاز استان گیلان، در استمرار برنامه‌های ملی ارتقای فرهنگ مصرف بهینه انرژی، همایش تجلیل از منتخبان طرح ملی «همیار گاز» با همکاری مشترک شرکت گاز استان گیلان و اداره‌کل آموزش و پرورش استان، با حضور مهندس مسعود برادران نصیری مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان، نرگس دستیار مدیرکل آموزش و پرورش استان، و بیش از ۳۰۰ نفر از فرهنگیان و دانش‌آموزان منتخب طرح «همیار گاز» در فضایی آموزشی، فرهنگی ، در سالن ورزشی شرکت گاز گیلان برگزار شد. مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان در آیین گرامیداشت و تجلیل از منتخبان طرح ملی همیار گاز و سفیران انرژی، با اشاره به نقش تعیین‌کننده آموزش و پرورش در نهادینه‌سازی فرهنگ صحیح مصرف انرژی، گفت: بدون همراهی فرهنگیان و دانش‌آموزان، هیچ تحول پایداری در رفتار مصرفی ایجاد نخواهد شد و شما به عنوان سفیران و همیاران گاز می‌توانید پیام صرفه‌جویی هوشمندانه را در مدارس، خانواده‌ها و جامعه گسترش دهید. برادران نصیری در ادامه با بیان اینکه، کشور ما از موهبت بزرگ گاز طبیعی برخوردار است اما نوع مصرف باید اصلاح شود؛ اظهار کرد: تأکید ما بر مصرف درست و بهینه است نه کم‌مصرف کردن و ترویج این آگاهی در خانواده‌ها که دمای ۲۰ درجه سانتی‌گراد دمای آسایش است، باید به عنوان یک شاخص فرهنگی ماندگار در بین اقشار مختلف

جامعه نهادینه شود. وی همچنین با اشاره به آمادگی کامل شرکت گاز استان گیلان برای فصل سرمای پیش‌رو، از شهروندان خواست در کنار رعایت نکات ایمنی و استفاده از تجهیزات استاندارد، با حفظ دمای آسایش، به پایداری شبکه گاز یاری رسانند.

مدیرکل آموزش و پرورش گیلان

نرگس دستیار، مدیرکل آموزش و پرورش گیلان، در این آیین ،ضمن تقدیر از تلاش‌های ارزنده شرکت گاز گیلان در تعامل با مدارس استان، اظهار داشت: تربیت نسلی آگاه در زمینه مصرف انرژی، سرمایه واقعی آینده کشور است و آموزش و پرورش با بهره‌گیری از طرح‌های فرهنگی و آموزشی، می‌تواند الگوی مصرف خردمندانه را در رفتار دانش‌آموزان و خانواده‌ها نهادینه سازد. وی با تأکید بر منویات مقام معظم رهبری در خصوص صرفه‌جویی افزود: با هم‌افزایی فرهنگیان و مشارکت خانواده‌ها، تاکنون گام های مؤثری در اصلاح الگوی مصرف برداشته شده است که این مسیر باید همچنان ادامه یابد. دستیار اذعان کرد: اجرای طرح‌های «ملی همیار گاز » و « سفیران انرژی » در سطح استان آغاز شده است؛ طرح هایی که همگام با سراسر کشور با همکاری شرکت گاز گیلان، آموزش عملی و فرهنگی دانش‌آموزان را در راستای استفاده درست از منابع انرژی دنبال می‌کند. در پایان، مدیرکل آموزش و پرورش گیلان ضمن تقدیر از برنامه‌ریزی‌های متنوع شرکت گاز استان در زمینه آموزش و ترویج فرهنگ مصرف بهینه، تصریح کرد: همکاری و هم افزایی میان دو دستگاه با هدف اصلی تربیت نسلی مسئول، خلاق و حافظ منابع ملی در حال انجام است، نسلی که آسایش امروز را با آینده پایدار پیوند می‌زند.

گفتنی است ؛در پایان از معلمان و دانش آموزان منتخب طرح ملی همیار گاز و برگزیدگان جشنواره مصرف بهینه و ایمن گاز با اهدای لوح و جوایز، تقدیر و تجلیل به عمل آمد.

مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان در نشست هماهنگی سی‌وسومین دوره هفته کتاب خوزستان:

طراحی بیش از ۲۰ برنامه با محوریت کتاب در استان خوزستان

اهواز – شبنم قجاوند: مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان از طراحی بیش از ۲۰ برنامه با محوریت کتاب در استان خوزستان خبر داد. حسین براتی، مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان در نشست هماهنگی سی‌وسومین دوره هفته کتاب جمهوری اسلامی ایران در استان خوزستان با هدف هم‌افزایی و هماهنگی برای توسعه و ترویج فرهنگ کتاب یادآور شد: اهل فرهنگ می‌دانند که هر فضیلتی برای اثرگذاری بر دل و جان مردم و مخاطبین، نیازمند تلاش و زحمت است. شاید یکی از وجوه مظلومیت حوزه فرهنگ و کتاب ، همین باشد که ارزش‌های والا از جمله کتاب به زحمت جا باز می کنند، اما ناهنجاری‌ها با زحمت کمتری گسترش می‌یابند. اینجاست که باید اهل فن بنشینند و ریشه‌یابی کنند که مشکل ما در حوزه کتاب و مطالعه کجاست. مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان با اشاره به برنامه‌های متعدد اداره‌کل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان و دستگاه‌های همکار اظهار داشت: برای جریان‌سازی واقعی، نیازمند انسجام و ید واحد هستیم. اگر هم‌افزایی شکل بگیرد، این جریان فرهنگی می‌تواند جامعه‌ای گسترده‌تری را مخاطب قرار دهد. وی با تقدیر از معاونت فرهنگی اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان

اظهار داشت: از جناب آقای بهرامی و همکارانشان بابت طراحی بیش از ۲۰ برنامه تشکر می‌کنم. همچنین نهاد کتابخانه‌های عمومی با بیش از ۶۰ برنامه در هفته کتاب، نقش مهمی ایفا خواهد کرد. پیشنهاد می‌کنم همه دستگاه‌ها ذیل پرچم نظام مقدس جمهوری اسلامی، دست در دست هم بدهیم. در برنامه‌های یکدیگر شرکت کنیم، انگیزه ببخشیم و هم‌افزایی را به شکل عملیاتی محقق کنیم. حسین براتی، با اشاره به اینکه در پایان هفته، کتابچه‌ای از برنامه‌ها با نام دستگاه‌ها منتشر خواهد شد افزود: این کتابچه به عنوان سندی فاخر، در اختیار دستگاه‌های عضو و مراجع بالادستی قرار گیرد. این سند می‌تواند مایه تفاخر باشد و در دیدار با مسئولان، نمایندگان مجلس، مدیران کل و استانداران، به عنوان دستاوردی مشترک ارائه شود. همچنین پیشنهاد می‌کنم نقش هر دستگاه در برنامه‌ها مشخص شود. حضور، حمایت، تقدیر یا مشارکت مستقیم؛ هر دستگاه باید بداند چه نقشی دارد و در کنار دیگران چه کمکی می‌تواندانجام دهد. این تعامل دوسویه، هم‌افزایی را تقویت می‌کند. وی در بخش دیگری از سخنان خود بیان کرد: حضور جمعی در یک برنامه فرهنگی می‌تواند انگیزه و نشاط بیشتری ایجاد کند. اگر بخواهیم جریان‌سازی فرهنگی در استان شکل بگیرد، باید کنار هم باشیم، نقش‌ها را بشناسیم و با گفت‌وگو، برنامه‌ها را هم‌پوشانی کنیم. در پایان، گزارش نهایی هفته کتاب باید به‌صورت دقیق تدوین و منتشر شود تا برای سال‌های آینده و حرکت‌های فرهنگی بعدی، مرجع و الگو باشد. دانشگاه‌ها، کانون‌های مساجد، شهرداری‌ها و همه ظرفیت‌های استان باید در طول سال در کنار هم قرار گیرند. این تدبیر، ماندگار خواهد شد.

رئیس دانشگاه علوم پزشکی مازندران:

با ایجاد برنامه‌های مشترک می‌توان به استانداردهای بالاتری در آموزش دست یافت

ساری – دهقان : نشست مشترک رئیس دانشگاه علوم پزشکی مازندران و رئیس دانشگاه آزاد اسلامی مازندران برگزار شد. به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی دانشگاه علوم پزشکی مازندران، نشست مشترک رئیس دانشگاه علوم پزشکی مازندران و رئیس دانشگاه آزاد اسلامی مازندران، با هدف گسترش تعاملات آموزشی، پژوهشی و علمی میان دو دانشگاه برگزار شد. دکتر محمدصادق رضایی؛ رئیس دانشگاه علوم پزشکی مازندران، با تأکید بر ضرورت تحول در آموزش علوم پزشکی گفت: در دنیای امروز، دانشگاه‌ها تنها با آموزش نظری نمی‌توانند پاسخگوی نیازهای نظام سلامت باشند. ارتقای کیفیت آموزش و تربیت نیروی انسانی توانمند، مسئولیت‌پذیر و مهارت‌محور از اولویت‌های اصلی دانشگاه علوم پزشکی مازندران است. وی افزود: دانشجو باید بیاموزد چگونه بیندیشد، تحلیل کند و تصمیم علمی بگیرد. در این مسیر، بازنگری مداوم در سرفصل‌ها، توانمندسازی اساتید و توسعه زیرساخت‌های آموزشی، در دستور کار قرار دارد. رضایی با اشاره به اهمیت همکاری بین دانشگاهی تأکید کرد: ما

اعتقاد داریم تعامل میان دانشگاه علوم پزشکی و دانشگاه آزاد اسلامی می‌تواند فرصت‌های تازه‌ای برای ارتقای آموزش و پژوهش فراهم کند. با ایجاد برنامه‌های مشترک آموزشی، استفاده از ظرفیت اعضای هیأت علمی، می‌توان به استانداردهای بالاتری در آموزش دست یافت. وی خاطرنشان کرد: امروزه کیفیت آموزش پزشکی باید در تراز پاسخگویی اجتماعی باشد؛ یعنی ما باید نیروهایی تربیت کنیم که بتوانند در میدان واقعی خدمت، اثرگذار باشند. این همکاری‌ها می‌تواند بستری برای تربیت چنین نیروهایی فراهم کند. در ادامه، دکتر عبدالرضا بابایی؛ رئیس دانشگاه آزاد اسلامی مازندران، با ارائه گزارشی از روند آموزش و پژوهش در دانشگاه خود، گفت: در دانشگاه آزاد اسلامی مازندران تلاش کرده است با توسعه زیرساخت‌های آموزشی و پژوهشی، ایجاد مراکز تحقیقاتی، تجهیز آزمایشگاه‌ها و تقویت برنامه‌های بین‌رشته‌ای، کیفیت آموزش و پژوهش را به سطح قابل توجهی ارتقا دهد. وی افزود: تعداد دانشجویان تحصیلات تکمیلی و مقاطع تخصصی افزایش یافته و فعالیت‌های پژوهشی با تأکید بر حل مسائل استان و جامعه در دستور کار قرار گرفته است. بابایی تأکید کرد: هدف ما ایجاد ارتباط مستمر و اثرگذار میان دو دانشگاه است تا با استفاده از ظرفیت علمی اساتید و پژوهشگران، کیفیت آموزش و سطح پژوهش‌های کاربردی ارتقا یابد و نسل جدید دانشجویان با تجربه و مهارت لازم وارد جامعه شود.

اخبار

ضرورت صرفه‌جویی در مصرف آب با توجه به کاهش بارندگی‌ها در فلات مرکزی کشور

یزد- سید محمد جواد عرفان فر : مدیرعامل شرکت آب منطقه‌ای یزد گفت: صرفه‌جویی در همه بخش‌ها تنها راه عبور از چالش های آبی است. به گزارش روابط عمومی شرکت سهامی آب منطقه‌ای یزد، جواد محجوبی مدیرعامل این شرکت با اشاره به شرایط نگران‌کننده منابع آبی کشور به‌ویژه در استان یزد و مناطق مرکزی ایران، گفت: کاهش نزولات جوی و افت شدید منابع آبی سطحی و زیرزمینی، وضعیت تأمین آب را در همه بخش‌ها با چالش روبه‌رو کرده است. وی افزود: همچنین کاهش بارندگی ها، کاهش قابل‌توجه در حجم ذخیره سدها و منابع زیرزمینی را به دنبال داشته است. محجوبی با بیان اینکه استان یزد همواره در خط مقدم مقابله با بحران کم‌آبی قرار داشته، تصریح کرد: به دنبال کاهش بارندگی در سراسر حوزه آبریز، تداوم تأمین پایدار آب برای شرب مستلزم همکاری و صرفه‌جویی همه‌جانبه مردم است. این مقام مسئول خاطرنشان کرد: کاهش بارندگی‌ها در فلات مرکزی تنها یک هشدار اقلیمی نیست، بلکه نشانه‌ای از تغییرات پایدار در الگوی آب و هوایی کشور است که نیازمند بازنگری در شیوه مصرف و مدیریت منابع آبی است. امروز دیگر نمی‌توان با نگاه گذشته به منابع آب نگریست؛ بلکه باید بر مبنای واقعیت‌های جدید اقلیمی، برنامه‌ریزی و رفتار کرد. وی با اشاره به اینکه استان یزد به‌عنوان یکی از کم‌بارش‌ترین مناطق کشور، در دهه‌های اخیر با بحران دائمی کم‌آبی روبه‌رو بوده است، گفت: با اجرای طرح‌های انتقال آب، بهبود زیرساخت‌های آبرسانی و توسعه شبکه‌های کنترل و پایش منابع، تلاش شده تا شرایط آب استان پایدارتر شود. اما تداوم این پایداری منوط به مشارکت عمومی و رعایت الگوی صحیح مصرف است. محجوبی خاطر نشان کرد: مدیریت مصرف آب در بخش‌های شرب، صنعت، خدمات و کشاورزی باید به یک فرهنگ عمومی تبدیل شود. صرفه‌جویی حتی چند لیتر در هر خانه، در مجموع می‌تواند تأثیری چشمگیر در عبور از بحران کم‌آبی داشته باشد. رئیس هیئت مدیره شرکت سهامی آب منطقه ای یزد بیان کرد: این شرکت در کنار اجرای طرح‌های سازگاری با کم‌آبی، برنامه‌هایی را برای افزایش آگاهی عمومی و ترویج مصرف بهینه در دستور کار قرار داده است. وی در پایان با قدردانی از همراهی و مدیریت مصرف مردم، بهره برداران و کشاورزان در سال جاری گفت: همراهی مردم و نهادها می‌تواند استان را از این دوره سخت با کمترین آسیب عبور دهد.

اجرای طرح گسترده جمع‌آوری سد معبر در منطقه ۴ شهرداری کرج

کرج – اباصلت عابد: طرح جامع جمع‌آوری و ساماندهی سد معابر با هدف صیانت از حقوق عمومی، حفظ نظم شهری و تسهیل تردد شهروندان در منطقه ۴ شهرداری کرج به اجرا درآمد. این اقدام با استناد به ماده ۵۵ قانون شهرداری‌ها و با همکاری نیروی انتظامی انجام شده است. حسین عطایی اظهار کرد: این منطقه در ادامه اجرای وظایف قانونی خود، طرح جامع و گسترده‌ای برای جمع‌آوری و ساماندهی سد معابر در سطح منطقه به اجرا گذاشت. این اقدام در راستای صیانت از حقوق عمومی شهروندان، حفظ نظم شهری و تسهیل عبور و مرور انجام شده است. عطایی تأکید کرد: طبق ماده ۵۵ قانون شهرداری‌ها، شهرداری موظف است از اشغال معابر عمومی و پیاده‌روها جلوگیری کند و در صورت وقوع، نسبت به رفع و جمع‌آوری آن اقدام کند. وی افزود: سد معبر ایجادشده توسط مغازه‌داران و اصناف، وجود مشاغل مزاحم که موجب آلودگی‌های زیست‌محیطی و صوتی می‌شوند، ایجاد ترافیک و دشواری در تردد عابران، نصب زواید بصری، استندهای تبلیغاتی، تابلوهای غیراستاندارد و کانکس‌ها از جمله مواردی هستند که خلاف قانون محسوب شده و شهرداری بر اساس مفاد قانونی و مطالبات شهروندی، وظیفه جمع‌آوری و ساماندهی آن‌ها را بر عهده دارد. عطایی با اشاره به اجرای مستمر این طرح در محله‌ها و معابر مختلف، خاطرنشان کرد: این اقدام با همکاری نیروی انتظامی و با حضور نیروهای اداره پیشگیری و رفع تخلفات شهری انجام شده و برخلاف گذشته، طی چند روز متوالی و مستمر ادامه خواهد یافت. وی همچنین از تشکیل سامانه سوابق برای متخلفان خبر داد و تأکید کرد: در صورت تکرار تخلف، برخوردهای قانونی لازم صورت خواهد گرفت. مدیر منطقه ۴ شهرداری کرج با تقدیر از شهروندان آگاه و مسئولیت‌پذیر، از آنان خواست از طریق سامانه ۱۳۷، گزارش‌ها و پیام‌های خود را ثبت کنند. وی خاطرنشان کرد: همچنین دفاتر شهرداری منطقه آماده ارائه خدمات مشاوره‌ای به صاحبان مشاغل در زمینه قوانین صنفی، نصب تابلو و تبلیغات هستند.

تقدیر از کارکنان واحد تامین و توزیع منطقه گلستان در روز کیفیت

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: به مناسبت روز کیفیت، آیینی ساده اما پرانرژی در ستاد شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی منطقه گلستان برگزار شد.به گزارش روابط عمومی شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه گلستان، در این مراسم از کارکنان واحد تامین و توزیع تقدیر به عمل آمد.بر پایه این گزارش مدیر منطقه به همراه معاون فنی و عملیاتی با حضور در جمع کارکنان، بر اهمیت نقش حیاتی این واحد در پایداری تامین سوخت و خدمت‌رسانی بی‌وقفه تاکید کردند.سید محمد حسینی ضمن قدردانی از تلاش کارشناسان و کارکنان تامین و توزیع، این واحد را «نبض جریان سوخت‌رسانی» توصیف کرد و استمرار کیفیت در فرآیندهای تخصصی را از مهم‌ترین الزامات کاری برشمرد.

با هدف آمادگی کامل برای فصل زمستان: تعمیرات بای‌پس ایستگاه‌های گاز کردکوی با موفقیت انجام شد

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: تیم فنی تعمیرات و ابزار دقیق اداره گاز کردوی ، در یک اقدامی منسجم ، عملیات تعویض لوله بای‌پس در ایستگاه‌های تقلیل فشار و اندازه‌گیری گاز (TBS) شماره دو و سه واقع در منطقه کردکوی را با موفقیت کامل به پایان رساند.به گزارش روابط عمومی شرکت گاز استان گلستان ، عملیات تعمیراتی بای‌پس ، با هدف افزایش ضریب اطمینان شبکه توزیع گاز شهری و روستایی غرب استان گلستان، همزمان با فرارسیدن فصل سرما برنامه‌ریزی و اجرا گردید.در طول اجرای پروژه، محمد جواد کمال غریبی، سرپرست بهره‌برداری گاز مرکز و غرب استان گلستان به همراه مهرداد کیا وهمچنین روسای اداره و تعمیرات گازکردکوی ، با حضور در محل انجام عملیات، ضمن نظارت دقیق بر روند اجرای کار توسط پرسنل فنی و کارگاه، رهنمودهای فنی و اجرایی لازم را برای تضمین بالاترین سطح کیفیت، ایمنی و رعایت الزامات زمان‌بندی بیان نمودند.کمال غریبی با تشکر از زحمات همکاران اظهار داشت: "تعمیر و نگهداری پیشگیرانه در آستانه زمستان، خط مقدم ما در تأمین انرژی پایدار است. کیفیت این تعمیرات نقش بسیار مهمی در زمینه رفاه مشترکین عزیز را در روزهای سرد سال دارد.این اقدام موفقیت‌آمیز، نشان‌دهنده آمادگی کامل نیروهای عملیاتی اداره گاز کردکوی برای حفظ پایداری شبکه توزیع در شرایط حساس بوده و تعهد مجموعه را نسبت به تأمین مستمر و ایمن گاز مشترکین در زمستان امسال به اثبات می‌رساند.

نظارت بر طرح‌های تشویقی عوارض شهری در منطقه ۸ تقویت می‌شود

کرج – اباصلت عابد: مدیر منطقه ۸ شهرداری کرج با تاکید بر لزوم تقویت نظارت بر طرح‌های تشویقی پرداخت عوارض گفت: این برنامه با هدف افزایش مشارکت و همراهی شهروندان اجرا می‌شود. محمدرضا ناصرخاکی در جلسه کمیته درآمدی منطقه ۸ با تأکید بر ضرورت تقویت منابع پایدار مالی شهرداری گفت: هدف اصلی اجرای طرح‌های جدید، ایجاد درآمدهای پایدار و افزایش رضایت شهروندان است. ناصرخاکی با اشاره به شرایط اقتصادی موجود اظهار کرد: امروز مدیریت شهری نیازمند روش‌های نوآورانه و تسهیل‌گر برای تأمین درآمدهای قانونی است. استفاده از طرح‌های تشویقی، امکان تقسیط بدهی‌ها و بهره‌گیری از ظرفیت‌های قانونی از مهم‌ترین برنامه‌هایی است که در دستور کار منطقه قرار دارد. وی ضمن اشاره به اهمیت انضباط مالی افزود: در منطقه ۸ تلاش می‌کنیم با شفاف‌سازی فرآیندها، اطلاع‌رسانی مؤثر و توسعه سامانه‌های الکترونیکی، مسیر پرداخت عوارض را برای شهروندان ساده‌تر کرده و انگیزه مشارکت آنان را افزایش دهیم. مدیر منطقه ۸ شهرداری کرج همچنین با تأکید بر ضرورت شناسایی ظرفیت‌های تازه درآمدی گفت: اجرای طرح‌های خلاقانه و بهره‌برداری از فرصت‌های جدید، علاوه بر تأمین منابع لازم برای اجرای پروژه‌های عمرانی، به افزایش رضایت عمومی و بهبود ارائه خدمات شهری نیز کمک خواهد کرد.

آمادگی کامل راهداری آذربایجان غربی برای مقابله با شرایط زمستانی

ارومیه – خبرنگار فرصت امروز: مدیرکل راهداری و حمل‌ونقل جاده‌ای آذربایجان غربی از آمادگی کامل این استان برای اجرای طرح راهداری زمستانی خبر داد و گفت: با بهره‌گیری از ۶۷ راهدارخانه فعال و ۳۵۸ دستگاه ماشین‌آلات سنگین و نیمه‌سنگین، هیچ مسیری در زمستان پیش‌رو بدون خدمت نخواهد ماند. ارسلان شکری، مدیرکل راهداری و حمل‌ونقل جاده‌ای آذربایجان غربی در نشست منطقه‌ای هماهنگی و آمادگی راهداری زمستانی استان‌های شمال‌غرب کشور که با حضور مدیران کل، معاونان ستادی و مسئولان راهداری استان‌های آذربایجان شرقی، اردبیل و زنجان برگزار شد، اظهار کرد:گستره عملیات راهداری زمستانی در استان، بیش از ۱۲ هزار و ۳۵۹ کیلومتر راه را شامل می‌شود که از این میزان، ۱۱۷۴ کیلومتر راه شریانی و ۶۵۳ کیلومتر گردنه برف‌گیر است. وی افزود: در استان آذربایجان غربی، ۴۸ راهدارخانه ثابت و ۱۹ پایگاه سیار و استیجاری، در مجموع ۶۷ راهدارخانه فعال وجود دارد که به عنوان پایگاه‌های اصلی خدمات‌رسانی در شرایط بحرانی عمل می‌کنند. همچنین ۳۵۸ دستگاه انواع ماشین‌آلات راهداری در آماده‌باش کامل قرار دارند. شکری تصریح کرد: در راستای ارتقای توان عملیاتی، تعمیرات اساسی در ۱۷ راهدارخانه مرکزی استان انجام گرفته و دو راهدارخانه جدید در گردنه دوآب و منطقه حیدرآباد احداث شده است. همچنین انبارهای شن و نمک و آشیانه‌های ماشین‌آلات برف‌روب در راهدارخانه‌های مرکزی مهاباد و اشنویه احداث شده‌اند تا پشتیبانی عملیات زمستانی با قدرت بیشتری انجام گیرد.

بازاریابی فیلم‌های سینمایی: هنر فروش رویا

نویسنده: علی آل‌علی

هیچ کسب و کاری در جهان به اندازه صنعت سینما جسورانه و دیوانه‌وار نیست. تصور کنید شما مدیرعامل یک شرکت هستید؛ محصول شما یک موجود نامرئی و بی شکل است؛ مجموعه ای از نور و صدا که تنها زمانی معنا پیدا می کند که در ذهن یک غریبه بازآفرینی شود.

شما هیچ نمونه رایگانی برای عرضه ندارید. مشتریان شما نمی توانند محصول را پیش از خرید لمس یا امتحان نمایند. بدتر از همه شما تنها یک آخر هفته یعنی ۷۲ ساعت فرصت دارید تا کل سرمایه گذاری چند صد میلیون دلاری خود را بازگردانید یا با یک شکست فاجعه بار روبه‌رو شوید. این چالش روزمره بازاریابی فیلم است؛ یک هنر سیاه، یک علم دقیق و یک قمار پرمخاطره برای به فروش رساندن یک کالای کاملا نامشهود: رویا.

این صنعت با هیچ منطق تجاری دیگری قابل مقایسه نیست. بازاریاب های یک فیلم فروشنده محصول نیستند؛ آنها معماران پیش بینی و مهندسان هیجان هستند. وظیفه آنها، نه معرفی ویژگی ها، که کاشتن یک ایده در ذهن میلیون ها نفر است؛ ایده ای آنقدر قدرتمند که آنها را متقاعد کند تا از آسایش خانه خود خارج شده، پول پرداخت کنند و برای دو ساعت، خود را تسلیم یک دنیای کاملا خیالی نمایند. این فرآیند ترکیبی پیچیده از روانشناسی، تحلیل داده، هنر قصه گویی و دیپلماسی فرهنگی است. کالبدشکافی این ماشین پیچیده به ما نشان می دهد که بازاریابی در بالاترین سطح خود، نه فروش کالا، که هنر ارکستراسیون یک گفتگوی فرهنگی است.

هنر خلاصه‌سازی فیلم‌های طولانی

چالش اصلی و اولیه در بازاریابی هر فیلم تقطیر است. چگونه می توان یک فیلمنامه ۱۲۰ صفحه ای با تمام پیچیدگی های داستانی و ظرافت های شخصیتی اش را به یک ایده واحد و ویروسی تبدیل کرد که در دو ثانیه قابل فهم باشد؟ این هنر خلق مفهوم سطح بالا (High Concept) است؛ یک جمله یا یک تصویر که تمام دی ان ای فیلم در آن نهفته است. این همان کاری است که استیو جابز در اپل با محصولات پیچیده فنی انجام می داد؛ تقطیر هزاران ساعت مهندسی در یک عبارت ساده و قدرتمند مانند «هزار آهنگ در جیب شما».

پوستر فیلم و تریلر ابزارهای اصلی برای اجرای این تقطیر هستند. یک پوستر موفق، نه خلاصه ای از داستان، که یک پرسش بصری است. تریلر نیز یک محصول سرگرمی مستقل است، نه یک کاتالوگ از بهترین صحنه های فیلم. تریلرهای مدرن، به خصوص در دنیای بلاک باسترها، مانند تریلرهای فیلم های استودیوی مارول، به گونه ای مهندسی می شوند که به رویدادهای فرهنگی مستقلی تبدیل شوند.

آنها به طور عامدانه، سرنخ های مبهمی را در خود جای می دهند تا ارتشی از تحلیلگران یوتیوبی و هواداران در شبکه های اجتماعی، ساعت ها صرف کالبدشکافی فریم به فریم آن کرده و نظریه پردازی کنند. این فرآیند، بازاریابی را از یک فعالیت یک طرفه به یک بازی کارآگاهی تعاملی تبدیل می کند.

ساختن ارتش نامرئی

مدل قدیمی بازاریابی مخاطبان را به بخش های جمعیت شناختی ساده ای مانند «مردان ۱۸ تا ۲۴ ساله» تقسیم می کرد. بازاریابی فیلم مدرن می داند که این رویکرد به طرز خطرناکی سطحی است. یک فیلم برای یک گروه سنی ساخته نمی شود؛ برای یک قبیله فرهنگی ساخته می شود. یک فیلم علمی-تخیلی نه تنها باید علاقه مندان به سینما که باید قبیله طرفداران سرسخت داستان های علمی-تخیلی، شرکت کنندگان در همایش های کامیک-کان و خوانندگان وبلاگ های تخصصی فیزیک را نیز هدف قرار دهد. بازاریابی در این مدل، هنر صحبت کردن به زبان های مختلف برای قبایل متفاوت است.

این ریز هدف گیری (Micro-Targeting) به برندها اجازه می دهد تا پیام های کاملا سفارشی سازی شده خلق کنند. برای یک فیلم تاریخی، ممکن است تبلیغاتی طراحی شود که به طور خاص، مخاطبان پادکست های تاریخی را هدف قرار دهد. برای یک فیلم کمدی رمانتیک، کمپینی در اینستاگرام با همکاری اینفلوئنسرهای حوزه سبک زندگی اجرا می شود. هر قبیله، کانال های ارتباطی، زبان و ارزش های خاص خود را دارد و وظیفه بازاریاب، نفوذ محترمانه به این جوامع و تبدیل کردن اعضای آن به اولین سفیران فیلم است. این ارتش نامرئی از هواداران اولیه، همان هایی هستند که با بازاریابی دهان به دهان دیجیتال، آتش اولیه را به یک حریق گسترده تبدیل می کنند.

ستاره ها به مثابه پلتفرم

قدرت ستاره های سینما دیگر تنها به جذابیت آنها بر روی پرده نقره ای محدود نیست. امروز هر بازیگر بزرگ یک امپراتوری رسانه ای مستقل با میلیون ها دنبال کننده در پلتفرم های اجتماعی است. این تحول دینامیک بازاریابی فیلم را به طور کامل تغییر داده است.

کمپین تبلیغاتی، دیگر تنها از طریق کانال های رسمی استودیو اجرا نمی شود؛ بلکه به یک شراکت استراتژیک میان برند فیلم و برند شخصی ستاره های آن تبدیل می شود. انتشار اولین تصویر از فیلم در صفحه اینستاگرام بازیگر نقش اول، اغلب بسیار تاثیرگذارتر از انتشار همان تصویر در یک مجله معتبر است.

این رویکرد، اصالت و یک لحن انسانی را به کمپین تزریق می کند. وقتی یک بازیگر، در مورد تجربیات شخصی خود از پشت صحنه فیلم صحبت می کند یا با طرفداران به صورت زنده گفت‌وگو می نماید، یک ارتباط مستقیم و قابل اعتماد ایجاد می شود که هیچ بیلبورد تبلیغاتی قادر به خلق آن نیست.

این همزیستی، نیازمند یک هماهنگی دقیق است تا اطمینان حاصل شود که پیام های منتشرشده از سوی ستاره ها، با استراتژی کلی کمپین همسو است، بدون آنکه صدای منحصر به فرد و معتبر آنها را از بین ببرد. این دیگر تنها استفاده از چهره های مشهور نیست؛ این ادغام دو برند قدرتمند برای رسیدن به یک هدف مشترک است.

هنر خلق یک ضرورت فرهنگی

تمام این تلاش ها، استراتژی ها و سرمایه گذاری ها، در نهایت به یک نقطه اوج می رسد: آخر هفته افتتاحیه. بازاریابی فیلم، یک ماراتن با یک خط پایان سرعتی است. هدف نهایی کمپین، خلق یک ضرورت فرهنگی است؛ یعنی القای این حس در مخاطب که باید این فیلم را در همین آخر هفته ببیند تا از گفت‌وگوی فرهنگی جامعه عقب نماند. این حس فوریت، از طریق تاکتیک های مختلفی مهندسی می شود: از ایجاد رمز و راز پیرامون داستان و جلوگیری از لو رفتن آن تا برگزاری فرش‌های قرمز پرزرق و برق و انتشار موج اولیه نقدهای مثبت.

این پنجره ۷۲ ساعته بی رحمانه است. عملکرد یک فیلم در افتتاحیه، سرنوشت آن را تقریبا به طور کامل مشخص می کند. این عدد، نه تنها بر درآمد آینده فیلم، که بر جایگاه استودیو، ارزش سهام آن و آینده حرفه ای تمام افراد درگیر در پروژه تاثیر می گذارد. به همین دلیل است که بازاریابان فیلم، تمام انرژی خود را برای به حداکثر رساندن این موج اولیه متمرکز می کنند. آنها می دانند که در اقتصاد توجه، هیچ چیز به اندازه ترس از جا ماندن قدرتمند نیست.

بی شک بازاریابی فیلم بسیار فراتر از پر کردن صندلی های سینما است. این هنر ساختن یک خاطره جمعی است. این توانایی تبدیل کردن یک محصول سرگرمی به یک نقطه عطف فرهنگی است که مردم سال ها بعد در مورد آن صحبت خواهند کرد. جادوی واقعی سینما در تاریکی یک سالن و بر روی پرده نقره ای اتفاق می افتد، اما جادوی بازاریابی آن ماه ها قبل در ذهن های ما آغاز می شود. این یک فرآیند نامرئی است که با دقت و هوشمندی، ما را آماده می کند تا به طور همزمان، یک رویای مشترک را باور کنیم.

منابع:

https://www.nfi.edu/film-marketing

https://raindance.org/independent-film-best-strategies-for-filmmakers-۷-marketing

بازتعریف بازگشت سرمایه بازاریابی در عصر هوش مصنوعی

نویسنده: علی آل‌علی

در اتاق هیأت مدیره، مدیر ارشد مالی یک زبان جهانی و بی چون و چرا دارد: زبان اعداد مطلق در یک صفحه گسترده: سود، زیان، حاشیه سود، هزینه های سرمایه ای. همه چیز دقیق، قابل اندازه گیری و قاطع است. سپس مدیر ارشد بازاریابی وارد می شود و شروع به صحبت در مورد آگاهی از برند، تعامل مخاطب و عشق به برند می کند. در این لحظه یک شکاف عمیق و خطرناک بین دو جهان بینی ایجاد می شود. برای دهه ها، بازاریابی به عنوان یک مرکز هزینه هنری و تا حدی غیرقابل پیش بینی در نظر گرفته شده است، در حالی که بخش مالی، موتور محاسباتی و منطقی سازمان بوده است.

تلاش برای پر کردن این شکاف به تولد مفهوم بازگشت سرمایه در بازاریابی منجر شد، اما این راه حل خود به بزرگ ترین مشکل تبدیل شده است. ما با چسبیدن کورکورانه به یک فرمول ساده و ابتدایی، در حال اندازه گیری چیزهای اشتباه، در زمان اشتباه و به دلایل اشتباه هستیم. ما با وسواس، در حال شمارش شاخه های درخت هستیم، در حالی که فراموش کرده ایم که قدرت واقعی، در ریشه های نامرئی آن نهفته است. بازتعریف رادیکال بازگشت سرمایه، دیگر یک انتخاب نیست؛ این یک ضرورت استراتژیک برای بقا و پیروزی در منظومه کسب و کار آینده است.

کوه یخ معیارها: آنچه در زیر سطح اقیانوس پنهان است

اکثر سازمان ها بازگشت سرمایه بازاریابی را با معیارهای سطحی و قابل مشاهده اندازه گیری می کنند. اینها نوک کوه یخ هستند: تعداد بازدیدهای وب‌سایت، نرخ کلیک، تعداد لایک ها و دنبال کنندگان. این معیارهای پوچ (Vanity Metrics) فریبنده هستند، زیرا به راحتی افزایش می یابند و در گزارش ها زیبا به نظر می رسند.

یک کمپین ویروسی هوشمندانه می تواند میلیون ها بازدید برای برند برگر کینگ به ارمغان بیاورد، اما سوال استراتژیک این است: آیا این بازدیدها به مشتریان وفادار تبدیل شدند؟ آیا این هیاهو، ارزش طول عمر مشتری را افزایش داد؟

در زیر سطح آب، توده عظیم و تعیین کننده یخ پنهان شده است: معیارهای عمیقی که مستقیما به سلامت کسب و کار متصل هستند. هزینه جذب هر مشتری جدید، ارزش طول عمر مشتری، نرخ ریزش مشتریان و سهم بازار.

یک شریک استراتژیک واقعی بازاریابی، شما را مجبور می کند تا نگاه خود را از سطح پرزرق و برق اقیانوس برداشته و به این عمق استراتژیک خیره شوید. شرکت «سیلزفورس»، غول نرم افزارهای مدیریت ارتباط با مشتری، موفقیت خود را نه با تعداد دانلودهای یک کتاب الکترونیکی، که با کاهش نرخ ریزش مشتریان و افزایش طول عمر مشتری در میان کاربران سازمانی خود می سنجد. رهبران باید بیاموزند که از جذابیت معیارهای سطحی عبور کرده و فرهنگ پاسخگویی را براساس تاثیر واقعی بر کسب و کار بنا نهند. در غیر این صورت، تیم بازاریابی به یک استودیوی تولید محتوای سرگرم کننده تبدیل می شود، نه یک موتور رشد استراتژیک.

معمای افق زمانی

بازگشت سرمایه یک بعد حیاتی دیگر نیز دارد که اغلب نادیده گرفته می شود: زمان. یک کمپین «یکی بخر، دو تا ببر» برای یک برند کالای مصرفی مانند نسته، می تواند در همان هفته اول، یک بازگشت سرمایه مثبت و خیره کننده ایجاد کند. اعداد درخشان به نظر می رسند و مدیران احساس موفقیت می کنند. اما تاثیر بلندمدت این اقدام چیست؟ آیا این کار، تصویر برند را در ذهن مشتری از یک محصول با کیفیت به یک کالای تخفیفی تقلیل نمی دهد؟ آیا این انتظار را در مشتری ایجاد نمی کند که دیگر هرگز محصول را با قیمت کامل خریداری نکند؟

در مقابل، فعالیت های بنیادین برندسازی را در نظر بگیرید. یک شراکت بلندمدت میان برند ساعت های لوکس رولکس و مسابقات معتبر ورزشی مانند ویمبلدون احتمالا در کوتاه مدت بازگشت سرمایه قابل محاسبه ای ندارد. این یک سرمایه گذاری صبورانه بر روی تداعی مفاهیمی مانند دقت، برتری و میراث است. این یک جنگل کاری استراتژیک است که ممکن است دهه ها طول بکشد تا به ثمر بنشیند، اما در نهایت یک دارایی غیرقابل تقلید و بی نهایت ارزشمند به نام «قدرت برند» را خلق می کند. رهبران بزرگ، توانایی ایجاد تعادل میان این دو افق زمانی را دارند. آنها هم به نتایج فصلی اهمیت می دهند و هم بخشی از سرمایه خود را به ساختن آینده ای اختصاص می دهند که در گزارش های مالی سه ماهه بعدی قابل مشاهده نیست. سنجش تمام فعالیت های بازاریابی با یک خط کش کوتاه مدت، مانند این است که یک کشاورز، هر روز دانه ها را از خاک بیرون بکشد تا ببیند چقدر رشد کرده اند.

هنر تخصیص اعتبار در دنیای چندوجهی

در گذشته ای نه چندان دور، سفر مشتری ساده بود. او یک تبلیغ را در تلویزیون می دید، به فروشگاه می رفت و خرید می کرد. اسناد دادن فروش به آن تبلیغ، نسبتا ساده بود. امروز، این سفر به یک هزارتوی پیچیده و چندوجهی تبدیل شده است. یک مشتری ممکن است اولین بار در اینستاگرام با محصولات برند ورزشی آدیداس آشنا شود، سپس چند بررسی آنلاین در یوتیوب ببیند، از طریق یک تبلیغ جست‌وجوی گوگل وارد وب‌سایت شود، سبد خرید خود را رها کند، یک روز بعد یک ایمیل یادآوری دریافت کند و در نهایت با کلیک بر روی آن ایمیل، خرید خود را نهایی سازد. اعتبار این فروش متعلق به کیست؟

بسیاری از سیستم های تحلیلی، به دلیل سادگی، از مدل اسناد آخرین کلیک (Last-Click Attribution) استفاده می کنند و تمام اعتبار را به ایمیل پایانی می دهند. این رویکرد، به طرز خطرناکی گمراه کننده است. این کار مانند این است که در یک مسابقه فوتبال، تمام اعتبار گل را به بازیکنی بدهیم که آخرین ضربه را به توپ زده و نقش هافبک هایی که بازی سازی کرده اند را کاملا نادیده بگیریم.

این مدل های ناقص، باعث می شوند تا شرکت ها در کانال های انتهای قیف فروش، بیش از حد سرمایه گذاری کرده و از اهمیت کانال های آگاهی بخشی در ابتدای سفر مشتری، غافل شوند. شرکای بازاریابی استراتژیک، به جای تکیه بر یک مدل ساده، از مدل های اسناد چندلمسی استفاده می کنند تا تصویری جامع تر و عادلانه تر از نقش هر کانال در مسیر خرید به دست آورند. درک این پیچیدگی، مرز میان بازاریابی آماتور و حرفه ای است.

بازگشت سرمایه اعتماد و جامعه

چگونه می توان بازگشت سرمایه یک جامعه پرشور و وفادار را محاسبه کرد؟ برند اسباب بازی لگو را در نظر بگیرید. میلیون ها طرفدار بزرگسال در سراسر جهان، بدون دریافت هیچ هزینه ای، ساعت ها وقت صرف ساختن مدل های پیچیده، نوشتن در مورد آن در وبلاگ ها و به اشتراک گذاشتن تجربیات خود در شبکه های اجتماعی می کنند. این ارتش خودجوش از سفیران برند، یک دارایی بازاریابی بی نهایت قدرتمند است، اما چگونه می توان ارزش آن را در یک صفحه گسترده مالی نشان داد؟

یا برند پوشاک پاتاگونیا که با تعهد بی چون و چرای خود به محیط زیست، یک اعتماد عمیق و تزلزل ناپذیر در میان مشتریانش ایجاد کرده است. این اعتماد، باعث می شود تا مشتریان نه تنها محصولات این شرکت را بخرند، بلکه از فلسفه آن نیز دفاع کنند. این بازگشت سرمایه اعتماد در هیچ گزارش مالی فصلی قابل مشاهده نیست، اما در زمان بحران، به یک سپر دفاعی غیرقابل نفوذ برای برند تبدیل می شود. رهبرانی که تنها به دنبال بازگشت سرمایه قابل محاسبه و فوری هستند، هرگز قادر به ساختن چنین دارایی های نامشهود اما پایداری نخواهند بود. آنها نمی فهمند که قوی ترین شکل بازاریابی، محصولی از اعتماد است، نه نتیجه مستقیم تبلیغات. سرمایه گذاری در جامعه و اعتماد، ممکن است در کوتاه مدت هزینه بر به نظر برسد، اما در بلندمدت، خندقی اقتصادی به دور برند شما حفر می کند که هیچ رقیبی قادر به عبور از آن نخواهد بود.

سخن پایانی

بازگشت سرمایه در بازاریابی، یک فرمول ریاضی ساده نیست؛ این یک فلسفه و یک قطب نمای استراتژیک است که نشان می دهد یک سازمان، برای چه چیزی ارزش قائل است. سازمانی که تنها به دنبال نتایج فوری و قابل محاسبه است، به طور ناخودآگاه در حال ساختن یک کسب و کار شکننده و کوتاه مدت است اما سازمانی که درک می کند که قدرتمندترین دارایی هایش، یعنی برند، اعتماد مشتری و جامعه وفادار، در ترازنامه های مالی سنتی قابل اندازه گیری نیستند، در حال سرمایه گذاری بر روی آینده ای پایدار و تسخیرناپذیر است. چالش رهبران امروز، نه صرفا محاسبه بازگشت سرمایه، که بازتعریف معنای آن است. این سفر، با یک سوال بنیادین آغاز می شود: آیا ما در کسب و کار شکار لحظه ای هستیم یا در کسب و کار «خلق ارزش پایدار»؟ پاسخی که یک سازمان به این سوال می دهد، نه تنها استراتژی بازاریابی، که سرنوشت نهایی آن را نیز تعیین خواهد کرد.

منابع:

https://www.oracle.com/cx/marketing/marketing-roi

بازاریابی محتوا در خدمت بازیابی شهرت برند

نویسنده: علی آل‌علی

در عصر دیجیتال اعتبار یک برند نه قلعه ای ساخته از سنگ که سازه ای شیشه ای است؛ زیبا و شفاف اما شکننده. یک اشتباه، یک محصول معیوب یا یک تصمیم نادرست مدیریتی می تواند در کسری از ثانیه امواجی از واکنش های منفی را در سراسر شبکه های اجتماعی و رسانه ها به راه اندازد و این سازه شیشه ای را به طور کامل فرو بریزد. در چنین شرایطی رویکردهای سنتی مدیریت بحران مانند سکوت استراتژیک یا بیانیه های محافظه کارانه دیگر کارساز نیستند.

مخاطب امروز خواهان شفافیت، پاسخگویی و مهمتر از همه شواهد ملموس برای تغییر است. اینجاست که بازاریابی محتوایی از یک ابزار ترویجی به یک ضرورت استراتژیک برای بازسازی اعتماد تبدیل می شود. محتوا در این میدان دیگر برای فروش نیست؛ بلکه برای ترمیم، بازتعریف و احیای رابطه از دست رفته با مخاطب به کار گرفته می شود.

بازپس‌گیری روایت

هنگامی که یک بحران رخ می دهد، یک خلأ روایی ایجاد می شود. اگر سازمان این خلأ را با روایت شفاف و صادقانه خود پر نکند، رقبا منتقدان و افکار عمومی آن را با بدترین سناریوهای ممکن پر خواهند کرد. بازاریابی محتوایی به برند این امکان را می دهد که کنترل روایت را به دست گیرد.

این کار با انتشار محتوایی مستقیم و بدون واسطه از طریق کانال های اختصاصی سازمان (مانند وبلاگ رسمی، بیانیه های ویدئویی مدیرعامل یا گزارش های شفاف) انجام می شود. به عنوان مثال، اگر یک شرکت فناوری مانند متا با بحران مربوط به حریم خصوصی داده ها مواجه شود، به جای تکیه صرف بر مصاحبه های رسانه ای، می تواند با انتشار مقالات فنی عمیق یا ویدئوهایی که فرآیندهای امنیتی جدیدش را به زبان ساده توضیح می دهند، به طور مستقیم با کاربرانش ارتباط برقرار کرده و نشان دهد که چگونه در حال رفع مشکل است. این رویکرد، سازمان را از یک متهم در جایگاه دفاع، به یک منبع اطلاعاتی معتبر و پاسخگو تبدیل می کند.

شفافیت رادیکال

اعتماد از دست رفته با وعده و شعار بازنمی گردد؛ بلکه با عمل و اثبات آن ترمیم می شود. در دوران پس از بحران بهترین استراتژی محتوایی، نمایش شفاف و صادقانه فرآیند اصلاح است. این یعنی تبدیل اقدامات داخلی برای رفع مشکل به محتوایی قابل فهم برای عموم.

برای نمونه، شرکت سامسونگ پس از بحران باتری های یکی از مدل های گوشی هوشمندش، می توانست مجموعه ای از محتواهای ویدئویی و مقالات تصویری در مورد فرآیند کنترل کیفیت هشت مرحله ای جدید خود تولید کند. نمایش این فرآیند، از آزمایش های دقیق گرفته تا استانداردهای جدید ایمنی، به مخاطب این اطمینان را می دهد که شرکت نه تنها مشکل را پذیرفته، بلکه برای جلوگیری از تکرار آن سرمایه گذاری جدی کرده است.

این نوع محتوا، که بر پایه شفافیت بنا شده، بسیار قدرتمندتر از هر کمپین تبلیغاتی پرهزینه ای عمل می کند، زیرا به جای ادعا کردن، اثبات می کند.

تغییر کانون توجه

صحبت مداوم در مورد بحران و عذرخواهی های مکرر، پس از مدتی اثر خود را از دست می دهد و تنها یادآور همان خاطره تلخ است. یک استراتژی هوشمندانه، تغییر تدریجی کانون توجه از بحران به سمت ارزش آفرینی برای مخاطب است. سازمان باید با تولید محتوای آموزشی، کاربردی و الهام بخش که به نیازهای مخاطب پاسخ می دهد، دلیل اصلی وجود خود و ارزشی که برای جامعه خلق می کند را دوباره به یاد همه بیاورد. فرض کنید یک شرکت تولیدکننده مواد غذایی با یک چالش کیفی روبه‌رو شده است. این شرکت پس از شفاف سازی اولیه، می تواند یک هاب محتوایی قدرتمند در زمینه سلامت تغذیه، دستور پخت های سالم و کشاورزی پایدار ایجاد کند. این اقدام، برند را از جایگاه یک تولیدکننده صرف، به یک مرجع معتبر در سبک زندگی سالم ارتقا می دهد و به تدریج، تصویر ذهنی مثبت جایگزین خاطره منفی بحران می شود.

روایت داستان از درون سازمان

در زمان بحران، مخاطبان اغلب یک شرکت را به شکل یک هویت بی روح و مقصر می بینند. بازاریابی محتوایی می تواند این تصویر را با به نمایش گذاشتن چهره های انسانی سازمان تغییر دهد. به جای بیانیه های خشک شرکتی، می توان داستان کارمندانی را روایت کرد که با تعهد و تلاش شبانه روزی در حال رفع مشکل و بهبود فرآیندها هستند. مصاحبه‌های ویدئویی با مهندسان، متخصصان کنترل کیفیت یا اعضای تیم خدمات مشتریان، می تواند احساس همدلی و درک متقابل ایجاد کند.

برندهایی مانند آمازون می توانند با نمایش داستان های واقعی کارمندان انبار یا رانندگان تحویل کالا که برای خدمت رسانی بهتر تلاش می کنند، ارتباط عاطفی عمیق تری با مشتریان خود برقرار سازند. این داستان ها یادآوری می کنند که پشت هر لوگوی بزرگی، انسان هایی متعهد قرار دارند که به کیفیت و رضایت مشتری اهمیت می دهند.

کسب اعتبار از طریق محتوای تولیدی کاربران

هر چقدر هم که یک سازمان در مورد تلاش های اصلاحی خود صحبت کند، همیشه این شائبه وجود دارد که این تنها یک تلاش تبلیغاتی است. معتبرترین نوع محتوا در دوران بازسازی اعتبار، صدایی است که از بیرون سازمان شنیده می شود. برندها می توانند به طور فعال به دنبال تایید از سوی منابع ثالث معتبر باشند و این تاییدها را به بخشی از استراتژی محتوایی خود تبدیل کنند. این کار می تواند شامل انتشار نتایج یک بازرسی مستقل، برجسته کردن نظرات مثبت تحلیلگران صنعت یا انتشار مطالعات موردی از مشتریانی باشد که تجربه مثبتی از خدمات پس از بحران داشته اند. به عنوان مثال، یک شرکت خودروسازی مانند فولکس واگن پس از چالش های مربوط به استانداردهای آلایندگی، می توانست با انتشار نتایج تست های معتبر از سوی موسسات معتبر جهانی به طور مستند ثابت کند که مدل های جدیدش تمام استانداردها را رعایت می کنند.

صبر و استمرار در ارتباط

بازسازی اعتبار یک مسابقه سرعت نیست، بلکه یک ماراتن است. یک کمپین محتوایی کوتاه مدت نمی تواند آسیب عمیقی که به اعتماد وارد شده را ترمیم کند. کلید موفقیت در این راه، استمرار و صبر است. سازمان باید یک تقویم محتوایی بلندمدت طراحی کند که به طور مداوم و در طول زمان، پیام های شفافیت، تعهد و ارزش آفرینی را به مخاطب منتقل کند. این فرآیند ممکن است ماه ها یا حتی سال ها به طول انجامد. انتشار گزارش های پیشرفت فصلی، برگزاری وبینارهای منظم برای پاسخگویی به سوالات مشتریان و فعال نگه داشتن وبلاگ با محتوای مفید، همگی نشان دهنده تعهد بلندمدت سازمان به شفافیت و بهبود مستمر هستند. این استمرار به تدریج اعتماد را ذره ذره بازسازی می کند و به مخاطب نشان می دهد که تغییرات ایجادشده، سطحی و موقتی نبوده، بلکه بنیادین و پایدار هستند.

سخن پایانی

سازمان ها باید بپذیرند که بحران اعتبار، در عین حال که تهدیدی بزرگ است، فرصتی بی نظیر برای بازاندیشی و تحول نیز فراهم می آورد. این لحظه ای است که می توان ارزش های بنیادین را بازتعریف کرد، ارتباطی صادقانه تر با مخاطب برقرار نمود و فرهنگی مبتنی بر پاسخگویی و شفافیت ساخت. بازاریابی محتوایی در این سفر تحول، نقش یک نقشه راه و یک ابزار مستندسازی را ایفا می کند. این فرآیند، سازمان را وادار می کند که به جای پنهان شدن پشت درهای بسته، در زیر نورافکن افکار عمومی بایستد و نه با کلمات، که با اعمال و شواهد ملموس، داستان بازگشت و قدرتمندتر شدن خود را روایت کند. برندی که بتواند از خاکستر یک بحران، با روایتی صادقانه و محتوایی ارزشمند برخیزد، نه تنها اعتبار از دست رفته خود را بازمی‌یابد، بلکه رابطه ای عمیق تر و پایدارتر از همیشه با مخاطبانش بنا خواهد کرد.

منابع:

ways-content--۷/https://determ.com/blog

marketing-can-help-you-recover-your-brand-reputation

https://www.uschamber.com/co/grow/marketing/how-to-revive-your-companys-image

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

یکشنبه | ۲۵ آبان ۱۴۰۴ | شماره ۲۸۱۹ | صفحه ۸

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: صمیم

دفتر مرکزی: تهران، خیابان ولیعصر، خیابان زرتشت غربی، روبروی بیمارستان مهر پلاک ۴۵، طبقه سوم شرقی

دفتر مرکزی: ۸۸۹۹۱۹۲۷

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

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR