روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

یکشنبه
۹ آذر ۱۴۰۴

Sun.30 Nov 2025

۹ جمادی‌الثانی ۱۴۴۷ - سال نهم
شماره ۲۸۲۸
۸ صفحه - ۵۰۰۰ تومان

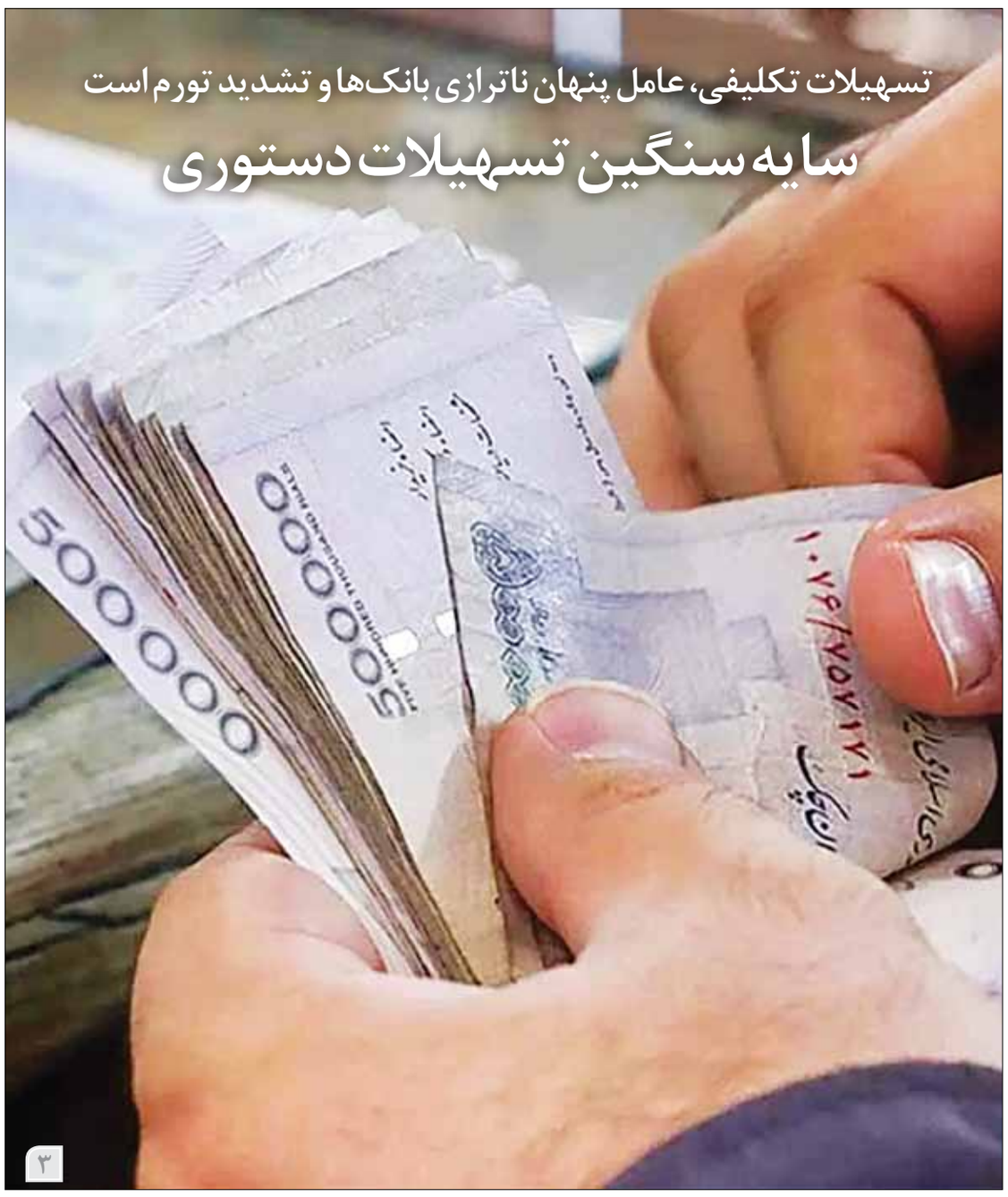
www.forsatnet.ir

کدام خودروها سهمیه بنزین نمی‌گیرند؟

برندگان و بازندگان نرخ سوم بنزین

در مصوبه جدید دولت (تعیین نرخ سوم بنزین) که از نیمه آذرماه امسال آغاز می‌شود، «علاوه بر خودروهای مناطق آزاد و خودروهای خارجی وارداتی، سهمیه ۱۵۰۰ تومانی و ۳ هزار تومانی خودروهای نوشماره داخلی نیز حذف می‌شود.» منظور از خودروهای نوشماره، خودروی صفر پلاک جدید است؛ یعنی کسی که برای اولین‌بار ماشین می‌خرد و ماشین خریداری‌شده‌اش صفر است...

۲



تسهیلات تکلیفی، عامل پنهان ناترازی بانک‌ها و تشدید تورم است

سایه سنگین تسهیلات دستوری

۳

شاخص اجرای قانون بهبود کسب‌وکار به ۶۹ درصد رسید

اقتصاد در اسارت سامانه‌ها

فرصت امروز: در سال‌های اخیر، دستگاه‌های دولتی با هدف تسهیل محیط کسب‌وکار، اقدام به راه‌اندازی سامانه‌های متعدد کرده‌اند، اما این رویکرد با چالش‌های ساختاری و اجرایی همراه بوده است. نبود یکپارچگی میان سامانه‌ها، موجب سردرگمی کاربران و تکرار اطلاعات شده و هر سامانه با فرآیندها و فرم‌های خاص خود، هماهنگی را دشوار ساخته است. فقدان استانداردهای فنی برای تبادل داده نیز مانع از تحلیل جامع و تصمیم‌گیری مؤثر در سطح ملی شده است. زمانبر بودن تطبیق کسب‌وکارها با سامانه‌های مختلف، بهره‌وری را کاهش داده و تعامل ضعیف میان سامانه‌ها و نهادهای اجرایی، پاسخگویی را محدود کرده است. دغدغه‌های امنیتی و حفظ حریم خصوصی نیز در برخی موارد به‌درستی مدیریت نشده‌اند. درنهایت، نبود نقشه راه ملی برای تحول دیجیتال، موجب پراکندگی، دوباره‌کاری و اتلاف منابع در توسعه این سامانه‌ها شده است. برای عبور از این...

۲

ارزش معاملات خرد دوباره کمتر شد

بورس روی موج نوسان

۴

مدیریت و کسب‌وکار

اشتباهات تعیین بودجه بازاریابی: تبدیل مارکتینگ به ماشین پول‌سوزی

در اتاق جلسات هیأت مدیره لحظه ارائه بودجه سالانه بازاریابی اغلب صحنه یک تنش ناگفته است. از یک سو مدیر ارشد مالی قرار دارد که به این ارقام به عنوان یک مرکز هزینه بزرگ نگاه می کند؛ ستونی از اعداد که از حساب های شرکت خارج می شوند و بازگشت سرمایه آنها همیشه در هاله ای از ابهام قرار دارد. از سوی دیگر مدیر ارشد بازاریابی نشسته است که همان ارقام را به عنوان یک مرکز سرمایه گذاری حیاتی می بیند؛ سوختی که قرار است موتور رشد شرکت را به حرکت درآورد، برند را در ذهن مشتریان حک کند و آینده ای پایدار را تضمین نماید.

این دوگانگی در نگاه ریشه بسیاری از ناکارآمدی های استراتژیک در دنیای کسب و کار است. بسیاری از سازمان ها، بودجه بازاریابی را نه به عنوان یک ابزار قدرتمند برای ساختن آینده، که به عنوان یک اهرم مکانیکی برای رسیدن به اهداف فروش کوتاه‌مدت فصل بعد، مدیریت می کنند. این مقاله کالبدشکافی این ماشین پول‌سوزی...

۸

یادداشت

ضرورت بازآفرینی حکمرانی دیجیتال

شهاب جوانمردی
نایب‌رئیس اتاق بازرگانی تهران

دهه گذشته، جغرافیای ارزش در اقتصاد جهان را دگرگون کرد. اگر در گذشته محور رشد، زمین و سرمایه فیزیکی بود، امروز «داده، الگوریتم و شبکه» به دارایی‌های راهبردی تبدیل شده‌اند. شرکت‌هایی که زنجیره ارزش‌شان بر پیوند هوشمند میان تولید داده، تحلیل مبتنی بر هوش مصنوعی و توزیع پلتفرمی استوار است، سهم فزاینده‌ای از تولید ناخالص داخلی، اشتغال و حتی نفوذ ژئواقتصادی را در اختیار گرفته‌اند. در چنین چشم‌اندازی، «رگولاتوری دیجیتال» نه صرفاً مجموعه‌ای از مقررات، بلکه ستون فقرات حکمرانی اقتصادی است؛ زیرا تعیین می‌کند چه کسی به چه داده‌ای دسترسی دارد، چگونه رقابت شکل می‌گیرد و توازن میان «نوآوری» و «حقوق عمومی» چگونه برقرار می‌شود.

برای اقتصاد ایران که در آستانه دوره‌ای تازه از دیجیتالی‌شدن تولید، تجارت و خدمات عمومی است، پاسخ به این پرسش حیاتی است: چگونه می‌توان در عین حفاظت از منافع عمومی، فضای پیش‌بینی‌پذیر و جذابی برای سرمایه‌گذاری و نوآوری فراهم کرد؟

ادامه در همین صفحه

ضرورت بازآفرینی حکمرانی دیجیتال

کلید پاسخ، بازآفرینی رگولاتوری دیجیتال و ارتقای کیفیت حکمرانی است. این مقاله با لحن رسمی و مستدل، برای مخاطبانی نوشته شده که اهمیت تنظیم‌گری را می‌شناسند اما لزوماً با جزییات فنی صنعت ICT آشنا نیستند؛ بنابراین به جای ورود به پیچیدگی‌های فنی، بر منطق اقتصادی، ساختاری و نهادی رگولاتوری تمرکز می‌کند و با اتکا به تجارب جهانی، تصویری عملی از مسیر اصلاح ارائه می‌دهد.

تعریف و مبانی: رگولاتوری دیجیتال چیست؟

رگولاتوری دیجیتال، مجموعه‌ای از قواعد، نهادها و رویه‌هاست که با هدف حفظ تعادل میان سه هدف کلیدی، طراحی می‌شود: ۱) تسهیل نوآوری و کاهش موانع ورود، ۲) حفاظت از حقوق مصرف‌کننده و امنیت/حریم خصوصی، ۳) تضمین رقابت سالم و جلوگیری از انحصار و سوءاستفاده بازار. تفاوت بنیادین رگولاتوری دیجیتال با رگولاتوری سنتی در «پویایی» و «داده‌محوری» آن است. بازارهای دیجیتال به‌سرعت تغییر می‌کنند و تصمیم‌ها باید با چرخه‌های کوتاه بازنگری شوند. لذا، کیفیت رگولاتوری، بیش از آنکه به سخت‌گیری وابسته باشد، به «پیش‌بینی‌پذیری، شفافیت و چابکی» وابسته است. در عمل، رگولاتوری دیجیتال بر چهار ستون بنا می‌شود: الف) قانون‌گذاری پایه و اصول حاکم (مانند حقوق داده و مسئولیت پلتفرم‌ها)، ب) نهاد مستقل تنظیم‌گر با اختیارات مشخص و پاسخگویی عمومی، ج) زیرساخت‌های نظارت داده‌محور (RegTech/SupTech) برای پایش بلادرنگ بازار و انطباق، و د) سازوکار مشارکت ذی‌نفعان (بخش خصوصی، جامعه مدنی، دانشگاه و نهادهای عمومی) در چرخه سیاستگذاری.

رگولاتورها و تلفیق نوآوری با حقوق عمومی

چگونه رگولاتورها نوآوری را با حقوق عمومی جمع کرده‌اند؟ الگوهای جهانی در سه خوشه اصلی، قابل روایتند: اروپا با رویکرد حقوق‌محور، ایالات متحده با رویکرد بازارمحور و شرق آسیا با رویکرد دولتِ تسهیلگر. هر سه الگو با وجود تفاوت‌های فلسفی، در یک نکته اشتراک دارند: «استقلال نهادی رگولاتور، شفافیت تصمیم‌سازی و استفاده گسترده از ابزارهای داده‌محور». اتحادیه اروپا (EU) با تصویب مقرراتی چون GDPR (حفظ داده‌ها و حریم خصوصی)، Digital Services Act (مسئولیت پلتفرم‌ها) و AI Act (چارچوب مخاطره‌محور برای هوش مصنوعی)، چارچوبی چندلایه ایجاد کرده که در آن، کمیسیون اروپا سیاست‌ها را طراحی و رگولاتورهای ملی مانند Ofcom (بریتانیا) و ARCEP (فرانسه) آنها را اجرا می‌کنند. ویژگی مهم این الگو، «ارزیابی اثر مقررات» (Regulatory Impact Assessment) پیش و پس از اجرا و الزام به گزارش‌دهی عمومی است.

در ایالات متحده نیز نهادهایی چون FCC (ارتباطات) و FTC (رقابت و حقوق مصرف‌کننده) با استقلال بالا عمل می‌کنند و در برابر کنگره پاسخگو هستند. رویکرد غالب، «حفظ رقابت» و «مواجهه با سوءاستفاده پلتفرم‌های بزرگ» است. مداخله زمانی صورت می‌گیرد که احتمالا رقابت مختل شده یا حقوق مصرف‌کننده نقض شده باشد. نقش دادگاه‌ها در تفسیر و تعدیل مقررات برجسته است و همین به پیش‌بینی‌پذیری کمک می‌کند. همچنین کشورهایی چون کره جنوبی و سنگاپور در شرق آسیا با ایجاد Sandboxهای رگولاتوری و پنجره‌های واحد نوآوری، مسیر آزمایش کنترل‌شده فناوری‌های نو را فراهم کرده‌اند. «شاخص نوآوری مجاز» در کره جنوبی، نمونه‌ای از سنجش اثرات مقررات بر نوآوری است. سنگاپور (MAS) در فین‌تک، ترکیب کم‌نظیری از سخت‌گیری استانداردهای انطباق و چابکی رگولاتوری را پیاده کرده است؛ نتیجه، جذب سرمایه و توسعه خدمات مالی دیجیتال بدون تضعیف اعتماد عمومی است.

تعدد تنظیم‌گران و تداخل مأموریت‌ها در ایران

ساختار تنظیم‌گری اقتصاد دیجیتال در ایران با چند مسئله مزمن روبه‌رو است: ۱) تعدد نهادهای مقررات‌گذار و ناظر با مرزهای نامشخص، ۲) وابستگی نهادی رگولاتورها به دستگاه‌های اجرایی و در نتیجه کاهش استقلال، ۳) نبود سازوکار کارآمد برای حل تعارض میان نهادها، ۴) کمبود زیرساخت‌های نظارت داده‌محور، و ۵) ضعف شفافیت در انتشار داده‌ها، مصوبات و ارزیابی‌های اثر. برای مثال، در یک خدمت پلتفرمی پرکاربرد، سه دستگاه مختلف به‌طور موازی مقررات وضع کرده‌اند و هر کدام سامانه، مجوز و رویه انطباق جداگانه‌ای مطالبه می‌کنند. نتیجه، اتلاف منابع بنگاه‌ها و دولت، طولانی‌شدن زمان ورود محصول به بازار (Time-to-Market) و افزایش ریسک حقوقی است. در فین‌تک نیز هم‌پوشانی نقش‌ها و تغییرات ناگهانی دستورالعمل‌ها سبب شده است که بسیاری از تیم‌های نوآور یا فعالیت خود را محدود کنند یا به حوزه‌های کم‌ریسک‌تر بروند. در حوزه زیرساخت و اپراتوری، ناپایداری سیاست‌های قیمت‌گذاری و نبود فرمول شفاف برای پوشش هزینه سرمایه‌گذاری (Capex) و هزینه‌های عملیاتی (Opex) باعث شده است افق سرمایه‌گذاری بلندمدت تیره شود. از سوی دیگر، نبود چارچوب روشن حاکمیت داده (Data Governance) و دسترسی دولتی/عمومی به داده، هم مانع خلق خدمات نو و هم محل بروز بی‌اعتمادی اجتماعی شده است.

پیامدهای اقتصادی و نهادی آشفتگی رگولاتوری

کاهش سرمایه‌گذاری خصوصی، کندی رقابت و تقویت انحصار طبیعی، فرسایش اعتماد عمومی و لطمه به پیوندهای بین‌المللی، چهار پیامد اقتصادی و نهادی آشفتگی رگولاتوری است: ۱) کاهش سرمایه‌گذاری خصوصی: سرمایه نسبت به عدم‌قطعیت حساس است. هرچه ریسک مقرراتی بیشتر و افق تصمیم‌گیری کوتاه‌تر باشد، هزینه سرمایه بالاتر می‌رود و پروژه‌های بلندمدت کنار گذاشته می‌شوند. ۲) کندی رقابت و تقویت انحصار طبیعی: تراکم مقررات و مجوزمحوری، هزینه‌های ثابت ورود را بالا می‌برد و رقبا را حذف می‌کند؛ نتیجه، کاهش نوآوری و کیفیت خدمات برای مصرف‌کننده است. ۳) فرسایش اعتماد عمومی: تصمیم‌های ناگهانی، فیلترینگ یا محدودیت‌های پیش‌بینی‌ناپذیر، تصور «قانون‌ناپذیر» بودن بازار را می‌سازد و مشارکت بخش خصوصی را تضعیف می‌کند. ۴) لطمه به پیوندهای بین‌المللی: نبود استانداردهای هم‌تراز با قواعد جهانیِ داده، امضای الکترونیک و انطباق مالی، همکاری‌های مرزی، جذب سرمایه و صادرات خدمات دیجیتال را دشوار می‌سازد.

مطالعه موردی داخلی (بی‌نام): از پلتفرم تا اپراتور

الف) پلتفرم خدمات شهری: در غیاب پنجره واحد، پلتفرم ناچار است هم‌زمان از سه نهاد مجوز بگیرد؛ هر سه ارزیابی فنی مشابهی مطالبه می‌کنند اما معیارها و زمان‌بندی متفاوت است. تأخیر چند ماهه عرضه باعث از دست رفتن مزیت رقابتی می‌شود.

ب) فین‌تک پرداخت: دستورالعمل‌های پی‌درپی و ناهماهنگ درباره احراز هویت، کارمزد و مسیریابی تراکنش‌ها، مدل کسب‌وکار را ناپایدار کرده است. Sandbox می‌توانست ریسک‌های نوآوری را مدیریت و مسیر صدور مجوز تجاری را هموار کند.

ج) قیمت‌گذاری دیتای موبایل: کنترل دستوری قیمت بدون فرمول پوشش هزینه و کیفیت، نهایتاً به کاهش سرمایه‌گذاری در شبکه و افت کیفیت تجربه کاربر منجر می‌شود. الگوی جهانی حرکت به سمت «قیمت‌گذاری مبتنی بر هزینه و رقابت» با سقف/کف شفاف است.

د) خدمات ابری و مراکز داده: نبود چارچوب واحد برای مکان‌گزینی، امنیت اطلاعات و مسئولیت‌پذیری، باعث تفاوت‌های گسترده در مجوزدهی می‌شود. نتیجه، افزایش هزینه انطباق و کندی توسعه ظرفیت ابری است.

چارچوب پیشنهادی بازآفرینی رگولاتوری دیجیتال

۱) حکمرانی یکپارچه با حفظ تخصص: تشکیل «شورای هماهنگی تنظیم‌گری دیجیتال» به‌عنوان مرجع حل تعارض و هم‌ترازی مقررات؛ اعضای آن از رگولاتورهای بخشی، وزارتخانه‌های مرتبط، اتاق‌های بازرگانی، انجمن‌های تخصصی و جامعه مدنی برگزیده شوند.

۲) استقلال نهادی و پاسخگویی: رگولاتورهای بخشی (ارتباطات، مالی، رقابت، حفاظت داده) از وابستگی اداری به دستگاه‌های اجرایی رها و با سازوکار بودجه‌ای مستقل، در برابر مجلس و افکار عمومی پاسخگو شوند؛ گزارش سالانه عملکرد اجباری باشد.

۳) گذار به رگولاتوری داده‌محور: پیاده‌سازی RegTech/SupTech برای پایش بلادرنگ بازار، کشف تخلف مبتنی بر الگو و کاهش بازرسی‌های دستی؛ ایجاد مخازن داده مشترک میان رگولاتورها با پروتکل‌های دسترسی شفاف.

۴) بازمهندسی چرخه قانون‌گذاری: الزام «ارزیابی اثر مقررات» پیش از تصویب و پس از اجرا، دوره‌های بازنگری مشخص و مشورت عمومی با ذی‌نفعان؛ استفاده از هیأت‌های داوری تخصصی برای حل اختلاف.

۵) نوسازی قوانین پایه: تدوین «قانون جامع تحول دیجیتال» که فصل‌های حقوق داده و حریم خصوصی، مسئولیت پلتفرم‌ها، تعامل‌پذیری، امضای دیجیتال، و انتقال فرامرزی داده را پوشش دهد و با اسناد بالادستی هم‌راستا باشد.

۶) Sandboxهای تخصصی: ایجاد Sandbox ملی در حوزه‌های فین‌تک، سلامت دیجیتال، GovTech و انرژی هوشمند با معیارهای روشن خروج از graduation (Sandbox) و اتصال مستقیم به فرآیند صدور مجوز.

۷) توانمندسازی رگولاتور: برنامه آموزش مستمر سیاستگذاری مبتنی بر شواهد، اقتصاد مقررات و فناوری‌های نو برای کارکنان؛ استخدام بین‌رشته‌ای (حقوق، اقتصاد، علوم داده).

۸) شفافیت و مشارکت: انتشار عمومی مصوبات، داده‌های نظارتی و صورت‌جلسات، ایجاد درگاه مشارکت عمومی و گزارش‌های دوره‌ای از شاخص‌های کیفیت رگولاتوری.

نقشه راه کوتاه‌مدت، میان‌مدت، بلندمدت

کوتاه‌مدت (۱۲ ماه): ایجاد دبیرخانه شورای هماهنگی، فهرست‌برداری از مقررات متعارض، توقف موقت تصمیمات شتاب‌زده، طراحی چارچوب ارزیابی اثر مقررات، آغاز پایلوت RegTech در یک حوزه منتخب.

میان‌مدت (۳-۲ سال): تصویب قانون جامع تحول دیجیتال، استقلال بودجه‌ای رگولاتورها، راه‌اندازی Sandboxهای تخصصی، پایش عمومی شاخص‌های کیفیت رگولاتوری، تدوین فرمول قیمت‌گذاری مبتنی بر هزینه و رقابت در ارتباطات.

بلندمدت (۶-۴ سال): نهادینه‌سازی حکمرانی داده، هم‌ترازی با استانداردهای بین‌المللی برای تعاملات فرامرزی، توسعه بازارهای خدمات دیجیتال صادرات‌محور و ارتقای رده ایران در شاخص‌های جهانی کیفیت رگولاتوری و رقابت‌پذیری.

توصیه‌هایی برای مدیران و تصمیم‌گیران

۱) تشکیل شورای هماهنگی تنظیم‌گری دیجیتال با حضور دولت، رگولاتورها، اتاق‌ها و انجمن‌ها؛ تعیین سازوکار الزام‌آور حل تعارض.

۲) تصویب منشور حقوق دیجیتال شهروندان و بنگاه‌ها (الهام از GDPR) و تعیین مرجع حفاظت از داده‌های شخصی.

۳) الزام ارزیابی اثر مقررات (قبل/بعد) و انتشار گزارش‌های عمومی؛ توقف مقرراتی که اثر منفی اثبات‌شده دارند.

۴) اجرای پایلوت RegTech/SupTech در فین‌تک و ارتباطات برای نظارت داده‌محور و کاهش هزینه انطباق.

۵) ایجاد Sandbox ملی با مسیر روشن صدور مجوز و حمایت بیمه‌ای/حقوقی محدود در فاز آزمایشی.

۶) تدوین فرمول شفاف قیمت‌گذاری خدمات اپراتوری مبتنی بر هزینه، کیفیت و رقابت؛ پرهیز از کنترل دستوری.

۷) تقویت استقلال رگولاتورهای بخشی (ارتباطات، رقابت، مالی) با بودجه مستقل و پاسخگویی پارلمانی.

۸) یکپارچه‌سازی درگاه‌های مجوزدهی و حذف آزمون‌های تکراری؛ پذیرش متقابل ارزیابی‌های فنی.

۹) ایجاد مرکز ملی داده‌های حکمرانی برای تبادل امن داده میان رگولاتورها با استانداردهای دسترسی روشن.

۱۰) برنامه توانمندسازی منابع انسانی رگولاتور: آموزش اقتصاد مقررات، حقوق فناوری و علوم داده.

بازسازی اعتماد، پیش‌شرط جهش دیجیتال

اقتصاد دیجیتال، میدان رقابتِ هوش، سرمایه و اعتماد است. اگر بناست ایران در این رقابت عقب نماند، باید تصویر رگولاتور در ذهن کارآفرین تغییر کند: از «دربانِ مجوز» به «معمارِ بازار». این جابه‌جایی فقط با تدوین قوانین جدید رخ نمی‌دهد؛ مستلزم بازمهندسی فرآیندها، استقلال نهادی، داده‌محوری و مشارکت واقعی ذی‌نفعان است. نقشه راهی که در این یادداشت ارائه شد، نه فهرستی از آرزوها، بلکه مجموعه‌ای از اقدامات اجرایی و قابل سنجش است. اجرای این برنامه، ثبات سیاستی، کاهش ریسک سرمایه‌گذاری، رشد رقابت و بهبود کیفیت خدمات را به همراه دارد و در نهایت، بهره‌وری اقتصاد ملی را افزایش می‌دهد. امروز بهترین زمان برای بازآفرینی حکمرانی اقتصادی دیجیتال است؛ زیرا هر ماه تأخیر، هزینه فرصتِ از دست رفته‌ای است که به‌سادگی جبران نمی‌شود. اتاق‌های بازرگانی، به‌ویژه اتاق تهران، می‌توانند نقش حلقه وصل میان دولت و بخش خصوصی را ایفا کنند: با تولید دانش سیاستی، پایش مستقل کیفیت رگولاتوری و تسهیل گفت‌وگوهای ذی‌نفعان. آینده اقتصاد دیجیتال ایران، بیش از هر چیز به «هارمونی حکمرانی» وابسته است؛ هارمونی‌ای که در آن قانون، نه ترمز نوآوری، که فرمان هدایت آن باشد.

آرزوی بر باد رفته رشد اقتصادی

مهراد عباد، فعال اقتصادی

سالیان زیادی است که رشد اقتصادی کشورها به عنوان شاخصی برای اندازه‌گیری قدرت اقتصادی آنها، مورد استفاده قرار می‌گیرد. رشد اقتصادی با میزان افزایش یا کاهش ارزش کالاها و خدمات تولیدشده یک کشور، در بازه زمانی محدود و با لحاظ مقدار تورم، محاسبه می‌شود. البته در سالیان اخیر، انتقادهایی به کارایی این شاخص، وارد بوده است؛ به ترتیبی که منتقدان بیان داشته‌اند که این افزایش شاخص به تنهایی نشان‌دهنده توسعه‌یافتگی پایدار و سبز یک کشور نمی‌تواند باشد. رشد اقتصادی ایران در بهار ۱۴۰۴ پس از حدود پنج سال دوباره منفی شد. طبق گزارش مرکز آمار ایران، رشد اقتصادی در بهار امسال نسبت به بهار گذشته با احتساب نفت به منفی ۰.۱ درصد و بدون احتساب نفت، منفی ۰.۴ درصد بوده است. قابل ذکر است که در سالیان گذشته، مخصوصاً قبل از برجام، کشور عزیزمان ایران، رشدهای منفی دورقمی را تجربه کرده است. با بررسی جداول داده‌های مرکز آمار ایران درخصوص رشد محصول ناخالص داخلی در رشته فعالیت‌های عمده اقتصادی، می‌توان پی برد که در تمامی رشته‌ها به جز گروه خدمات، شاهد رشد منفی در آمار مقایسه‌ای سه ماهه اول ۱۴۰۳ و ۱۴۰۴ هستیم؛ به ترتیبی که رشد گروه کشاورزی منفی ۲.۷ درصد، گروه صنایع و معادن منفی ۰.۳ درصد، صنایع و معادن بدون نفت منفی ۱.۲ درصد و خدمات ۰.۵ درصد بوده است که در زیرگروه خدمات، بیشترین رشد که باعث مثبت شدن آن شده، مربوط به واسطه‌گری‌های مالی است که معادل ۱۰.۹ درصد است! در سایر گروه‌ها به جز گروه خدمات، تنها در زیرگروه صنایع بدون نفت و در سمت معدن آن، شاهد رشد مثبت قابل توجهی بودیم که ۲.۳ درصد است که البته معادل درصد رشد در دوره مشابه است. کاهش رشد منفی ۲.۷ درصدی بخش کشاورزی به واسطه بحران آب و کاهش رشد استخراج نفت و گاز طبیعی از ۱۰.۳ درصد به ۰.۸ درصد و تامین آب و برق از ۴.۵ درصد به منفی ۱۱.۸ درصد، نشان از بحران انرژی دارد. لذا به وضوح می‌توان مشاهده کرد که بحران آب و انرژی به صورت مستقیم بر رشد اقتصادی ایران، تاثیر منفی گذاشته است.

از سوی دیگر، گزارشات مربوط به رشد محصول ناخالص داخلی به تفکیک اجزای هزینه‌ای، نشان از کاهش شدید رشد تشکیل سرمایه و تجارت خارجی دارد و در عمل می‌توان گفت که تحریم‌های تجاری و بلندمدت و ارتباط محدود تجارت خارجی نیز یکی از عوامل کاهش رشد اقتصادی ایران بوده است. با توجه به موارد ذکر شده، در صورت وجود عزمی راسخ برای رسیدن به اهداف رشد اقتصادی تعیین شده در اسناد بالادستی کشور، می‌بایست اقدامات اصلاحی اساسی در حوزه بحران انرژی و آب و همچنین بهبود تعاملات بین‌المللی، انجام داد.

بخش اندکی از اقتصاد کشور در اختیار بخش خصوصی است، تولید و تجارت خارجی این بخش از اقتصاد کشور نیز در حد خود بر روی رشد اقتصادی تاثیر دارد. با وجود اینکه تاثیر آن اندک است، اما مشکلات چند دهه بخش خصوصی در تولید و تجارت خارجی، باعث کاهش بهره‌وری این حوزه شده است. طی چند روز گذشته با نظرسنجی از میان حدود ۳۰ نفر از اعضای اتاق بازرگانی ایران، پنج عامل مهم که باعث جلوگیری از رشد اقتصادی مناسب ایران است، شناسایی شد؛ پنج عامل: سیاست و قوانین داخلی، نحوه تعاملات بین‌المللی، دولت‌های ناکارآمد، فساد، بوروکراسی و حکمرانی اقتصادی معیوب به عنوان عوامل موثر از میان چندین عامل انتخاب شده‌اند. مسلماً یک یا چند عامل به تنهایی نمی‌تواند باعث عدم رشد اقتصادی گردد. علاوه بر موارد منتخب در آن نظرسنجی، قطعاً وابستگی شدید به درآمدهای نفتی، تورم مزمن، کسری بودجه، سیاست‌های پولی انبساطی، سیستم بانکی بیمار، عدم استقلال بانک مرکزی و بسیاری عوامل داخلی و خارجی را می‌توان نام برد که بهبود و اصلاح فرآیندهای مربوط به آن، منجر به رشد اقتصادی خواهد شد. برای نیل به اقتصادی با رشد پایدار مثبت می‌بایست نگرش اقتصادی موجود تغییر کند و در کنار آن، سهم دولت از اقتصاد کاهش یابد و اصلاحات اساسی و ساختاری در سیاست‌های اقتصادی خرد و کلان، صورت گیرد.

خبرنامه

آلودگی هوا چگونه از بهره‌وری نیروی کار می‌کاهد؟

تهران در رتبه ششم آلوده‌ترین شهرها

آخرین داده‌های وب‌سایت رسمی «IQAIR» نشان می‌دهد که تهران در رتبه ششم آلوده‌ترین شهرهای جهان قرار دارد؛ آنچه به گفته یک استاد دانشگاه، باعث خسارت ۲۳ میلیارد دلاری آلودگی هوا به اقتصاد ایران شده است. براساس داده‌های به‌روز شده در «پایگاه بین‌المللی سنجش و رتبه‌بندی کیفیت شهرهای جهان» (IQAIR)، قاهره، پایتخت مصر با شاخص کیفیت هوای ۲۸۵ و قرار گرفتن در وضعیت بسیار ناسالم، رتبه اول ۱۰ شهر آلوده جهان را دارد. پس از قاهره نیز شهر تاشکند در ازبکستان با شاخص ۲۲۶ در جایگاه دوم رتبه‌بندی جهانی کیفیت هوا قرار گرفته است. در مجموع، ۱۰ شهر آلوده جهان از نگاه پایگاه اطلاع‌رسانی «IQAIR» عبارتند از: قاهره (مصر)، تاشکند (ازبکستان)، لاهور (پاکستان)، چنگدو (چین)، دهلی (هند)، تهران (ایران)، کراچی (پاکستان)، کلکته (هند)، بغداد (عراق) و چونگ‌چینگ (چین). از بین این ۱۰ شهر آلوده جهان، شهرهای قاهره، تاشکند و لاهور در وضعیت بسیار ناسالم و بقیه شهرها در وضعیت ناسالم قرار دارند.

در حال حاضر، هوای بسیاری از کلانشهرهای ایران آلوده است. بسیاری از شهروندان زیر لایه‌های مختلف ماسک، نفس می‌کشند و خودشان در خانه‌ها حبس کردند تا از شر آلاینده‌ها در امان بمانند. آلودگی هوا در سال‌های اخیر، مرگ‌های بسیاری را به تعجیل انداخته و به گفته کارشناسان، دومین عامل مرگ و میر در دنیاست. «عباس شاهسونی»، استاد دانشگاه و معاون مرکز تحقیقات آلودگی هوا از تاثیرات اقتصادی مرگ‌های زودرس می‌گوید. او در گفت‌وگو با «اکوایران» و با استناد به مطالعات علمی، می‌گوید: «مواجه با آلودگی هوا و ذرات معلق در ایران، ۵۴ هزار مرگ زودرس رقم زده است. طبق بررسی‌ها، ۱۵ درصد مرگ‌هایی که در کشورمان رخ می‌دهند، منتسب به آلودگی هوا است.» «شاهسونی» از کودکان، سالمندان و افرادی که دارای اضافه وزن هستند، به عنوان افراد آسیب‌پذیرتر در آلودگی هوا نام می‌برد و با اشاره به تبعات اقتصادی آلودگی هوا، توضیح می‌دهد: «هزینه مرگ‌های منتسب به آلودگی هوا در ایران ۲۳ میلیارد دلار است. همچنین آلودگی هوا ۵ درصد تولید ناخالص داخلی ایران را از بین می‌برد.»

در سطح جهانی نیز مطالعات متعددی درباره رابطه اقتصاد و آلودگی هوا انجام شده است. «کلارا کوگل» در پژوهشی که در سال ۲۰۲۲ با عنوان «تاثیر آلودگی هوا بر بهره‌وری نیروی کار در فرانسه» انجام داده، نشان می‌دهد که آلودگی هوا، یکی از علل اصلی مرگ‌ومیر قابل اجتناب انسان‌ها در قرن بیست‌ویکم به شمار می‌رود. موضوعی که علاوه بر تاثیر آن روی سلامتی انسان‌ها می‌تواند تاثیرات ظریفی روی فرآیند شناختی انسان‌ها هم بگذارد و از طریق اختلال در فرآیندهای شناختی آنها، بهره‌وری نیروی کار را کاهش دهد. او در مطالعه موردی خود در کشور فرانسه، به بررسی عملکرد نیروی کار شرکت‌های تولیدی و غیرمالی طی سال‌های ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۸ میلادی، پرداخته نشان می‌دهد که با هر افزایش ۱۰ درصدی ذرات ریز در هوا، یک‌ونیم درصد بهره‌وری نیروی کار، کاهش پیدا می‌کند. نکته جالب در مطالعه «کلارا کوگل» این است که تاثیر آلودگی هوا بر عملکرد نیروی کار، همگن نیست؛ یعنی اثر آلودگی هوا بر روی نیروی کار به‌صورت ناهمگونی توزیع شده است. شاید در نگاه نخست اینطور به نظر برسد که اثر اصلی آلودگی هوا بر عملکرد نیروی کاری کم‌مهارتی باشد که در صنایع سنگین با محیط‌های بسیار آلوده مشغول کار هستند، اما مطالعات این پژوهشگر، نشان می‌دهد که اثر آلودگی هوا از کانال کاهش فرآیندهای شناختی مغز، عملکرد نیروی کار ماهر که مشغول کارهای غیرروتین هستند، بیشتر است.

این یافته در مطالعات علمی دیگری نیز به چشم می‌خورد؛ مثلا پژوهش «متیو ای.کان» و «پی لی» با عنوان «آلودگی هوا بهره‌وری کارکنان بخش دولتی با مهارت بالا را در چین کاهش می‌دهد». این دو پژوهشگر می‌گویند «شهرنشینان در چین همچنان در معرض سطوح بالای آلودگی هوا هستند. این نوع از قرار گرفتن در معرض آلودگی هوا، خطر مرگ‌ومیر آنها را افزایش می‌دهد و همچنین موجب کاهش بهره‌وری کارگران مشغول به کار در فضای باز می‌شود. ما با استفاده از مجموعه‌ای منحصربه‌فرد از داده‌ها، نشان می‌دهیم که آلودگی هوای محلی، بهره‌وری مقامات دولتی با مهارت بالا را که از داخل خانه مشغول به کار هستند، کاهش می‌دهد. شواهد جدید ما درباره اثرات آلودگی هوا، چالشی را که آلودگی برای کیفیت زندگی و بهره‌وری نیروی کار ایجاد می‌کند، برجسته می‌کند و همچنین نشان می‌دهد که نخبگان شهری چین، زمانی که شهرهای‌شان سوخت فسیلی کمتری می‌سوزانند، مزایای مشترکی کسب می‌کنند.»

همچنین پژوهش «لوئیس سارمینتو» با عنوان «آلودگی هوا و بهره‌وری نیروی کار با مهارت بالا: شواهدی از جلسات دادگاه» در سال ۲۰۲۱ میلادی، نتایج حیرت‌انگیز جالبی را نشان می‌دهد. این پژوهش بیان می‌کند که «تاثیر آلودگی هوا بر بهره‌وری شناختی یک موضوع اقتصادی بسیار مهم است که متاسفانه درک نشده است. این مطالعه، شواهدی از تاثیر نامطلوب قرار گرفتن در معرض آلودگی هوا بر بهره‌وری کارکنان دادگستری مکزیک ارائه می‌کند. نتایج نشان می‌دهد که آلودگی هوا باعث کاهش بهره‌وری کارکنان دادگستری می‌شود. به‌عنوان مثال، افزایش ۱۰ واحدی ذرات ریز، طول جلسات را تا ۶,۷ درصد افزایش می‌دهد. محاسبات همچنین نشان می‌دهد که اگر ذرات معلق در هوا تنها ۱۰ واحد کمتر بود، طول جلسات دادگاه‌ها بین سال‌های ۲۰۱۵ تا ۲۰۱۷ میلادی، به مدت ۸۱۷۱۲ دقیقه یا ۵۶ روز کاری افزایش می‌یافت.»

درخصوص اهمیت بهره‌وری نیروی کار، بیان همین نکته کافی است که در سراسر ادبیات جریان اصلی اقتصاد، علت‌العلل رشد اقتصادی پایدار را در افزایش سطح بهره‌وری نیروی کار، جست‌وجو کرده‌اند. در نتیجه، کاهش سطح بهره‌وری نیروی کار، یک زنگ خطر جدی برای هر نظام اقتصادی محسوب می‌شود. حال از آنجایی که مطالعات علمی، نشان می‌دهد که آلودگی هوا از طریق بدتر کردن کیفیت اکسیژن موجود در هوا، موجب مختل شدن عملکرد مغز می‌شود، یک چالش برای اقتصاددانان ایجاد می‌شود که شاید آلودگی هوا موجب شود تا از طریق کانال‌هایی مانند ایجاد خستگی، سردرد و کاهش تمرکز، موجب کاهش سطح بهره‌وری نیروی کار شود و به نظام اقتصادی آسیب برساند. شاید بهترین پرسش در حوزه محیط‌زیست را «پل ساموئلسون» و «ویلیام نوردهاوس» در کتاب «اصول علم اقتصاد» خود بیان کرده باشند. اینکه کدام‌یک بهتر است؟ کامپیوتر بیشتری برای نسل بعد برجای بگذاریم یا درختان بیشتری؟ برای ارائه پاسخ به این پرسش ما باید یک هزینه‌فایده روشمندی انجام دهیم. روش مربوط به انجام این هزینه‌فایده را ابزارهای اقتصاد محیط‌زیست به ما ارائه کرده است. واقعیت آن است که در تمام مطالعات نام‌برده، اثبات می‌شود که آلودگی هوا، اثر علّی بر کاهش سطح بهره‌وری نیروی کار و همچنین کاهش سطح عرضه آن دارد. افزون بر آن، نشان می‌دهد که آلودگی هوا، بیشترین اثر مخرب خود را روی نیروی کار ماهری می‌گذارد که در مشاغل نیازمند به فعالیت‌های شناختی مشغول است. اینها به خودی خود به درک ما برای جدی گرفتن معضل آلودگی هوا، حتی به‌عنوان تولیدکننده نیز اثرگذار است، اما واقعیت آن است که مسئله زمانی حل خواهد شد که هزینه این کاهش سطح بهره‌وری و کاهش سطح عرضه نیروی کار از هزینه کنترل سطح آلودگی بیشتر شود. تحقق این مهم شاید زمانی باشد که اوضاع به مراتب وخیم‌تر از حال حاضر شود یا زمانی که تکنولوژی به داد ما برسد و هزینه‌های فنی کاهش آلودگی را بسیار کاهش دهد. انسان عاقل سعی می‌کند که روی دومی سرمایه‌گذاری کند.

شاخص اجرای قانون بهبود کسب‌وکار به ۶۹ درصد رسید

اقتصاد در اسارت سامانه‌ها

فرصت امروز: در سال‌های اخیر، دستگاه‌های دولتی با هدف تسهیل محیط کسب‌وکار، اقدام به راه‌اندازی سامانه‌های متعدد کرده‌اند، اما این رویکرد با چالش‌های ساختاری و اجرایی همراه بوده است. نبود یکپارچگی میان سامانه‌ها، موجب سردرگمی کاربران و تکرار اطلاعات شده و هر سامانه با فرآیندها و فرم‌های خاص خود، هماهنگی را دشوار ساخته است. فقدان استانداردهای فنی برای تبادل داده نیز مانع از تحلیل جامع و تصمیم‌گیری مؤثر در سطح ملی شده است. زمانبر بودن تطبیق کسب‌وکارها با سامانه‌های مختلف، بهره‌وری را کاهش داده و تعامل ضعیف میان سامانه‌ها و نهادهای اجرایی، پاسخگویی را محدود کرده است. دغدغه‌های امنیتی و حفظ حریم خصوصی نیز در برخی موارد به‌درستی مدیریت نشده‌اند. درنهایت، نبود نقشه راه ملی برای تحول دیجیتال، موجب پراکندگی، دوباره‌کاری و اتلاف منابع در توسعه این سامانه‌ها شده است. برای عبور از این چالش‌ها، نیازمند یکپارچه‌سازی هوشمند، استانداردسازی فنی و طراحی معماری کلان ملی هستیم.

براساس گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس، تنها در قانون برنامه هفتم، نام بیش از ۷۰ نوع سامانه و درگاه متفاوت به چشم می‌خورد که تکالیف قانونی مرتبط با آنها تعریف شده است. با این حال طبق ارزیابی شورای اجرایی فناوری اطلاعات، در مجموع بیش از ۱۶۰۰ خدمت الکترونیک توسط ۱۶۲ دستگاه اجرایی تعریف شده که برای هر خدمت نیز یک سامانه راه‌اندازی شده است. نکته جالب آنکه بسیاری از این سامانه‌ها در سال‌های گذشته پس از صرف هزینه برای راه‌اندازی متروک شده و برخی دیگر با وجود همپوشانی با همدیگر در رقابت هستند تعدد سامانه‌ها و وجود سامانه‌های موازی، ابهام در تعیین متولی برخی از سامانه‌ها و ابهام در گستره و سطح کاری آنها، از جمله مشکلاتی هستند که در نهایت به سردرگمی کاربران (مردم و کسب‌وکارها)، افزایش هزینه‌ها در انجام کارها و صرف وقت و زمان بیشتر می‌انجامد. از سوی دیگر، به واسطه عدم ارتباط سامانه‌ها با یکدیگر، اعمال حکمرانی داده‌محور نیز با چالش مواجه شده است.

تورم قوانین و بخشنامه‌ها در اقتصاد

مرکز پژوهش‌های اتاق ایران، گزارش پایش اجرای قانون بهبود مستمر محیط کسب‌وکار در سال ۱۴۰۳ را منتشر کرد. یافته‌های این گزارش نشان می‌دهد رقم شاخص کل اجرای احکام شصت‌گانه قانون، معادل ۶۸,۸۷ درصد به دست آمده است که نسبت به دوره گذشته (۵۹,۴۴)، بیش از ۹ واحد افزایش یافته است. رقم شاخص کل دستیابی به اهداف چهارده‌گانه قانون، معادل ۶۰,۷۵ درصد به دست آمده که نسبت به دوره گذشته (۵۷,۰۶)، حدود ۴ واحد افزایش یافته است. همچنین رقم شاخص کل اجرای احکام شصت‌گانه قانون در بخش حاکمیت (دستگاه‌های اجرایی) معادل ۶۰,۵۰ درصد، در بخش خصوصی و تعاونی (اتاق‌ها) معادل ۷۶,۸۲ درصد و در بخش مشترک (شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی) معادل ۸۳,۱۱ درصد بوده است که شاهد افزایش در مقادیر عملکرد حاکمیت و شورای گفت‌وگو و کاهش عملکرد اتاق‌ها نسبت به دوره گذشته بوده‌ایم. میزان دستیابی به هدف شماره ۱۲ «حذف امتیازات انحصاری و تحمیل شرایط غیرعادلانه در قوانین و روابط کاری بین دولت و بخش‌های خصوصی و تعاونی» دارای بیشترین مقدار (۸۵,۳۲ درصد) و دستیابی به هدف شماره ۱۴ «جبران خسارت فعالان اقتصادی ناشی از اتخاذ تصمیم‌های دولت در زمینه قطع خدمات برق، گاز و مخابرات» دارای کمترین مقدار (۲۲,۱۱ درصد) بوده است.

از آنجایی که سهم وظایف و احکام بخش حاکمیت در قانون حدودا ۷۰ درصد تخمین زده شده است، از دیدگاه خبرگان حوزه کسب‌وکار، تقریباً به همان میزان هم نقش عوامل داخلی در عدم اجرای کامل قانون مؤثر بوده است؛ یعنی علی‌رغم وجود شرایط تحریم و جنگ اقتصادی در سال‌های اخیر و مشکلات خارجی ایجادشده برای کشورمان، باز هم این عوامل مدیریتی و اجرایی داخل کشور است که بیشترین

مانع برای بهبود محیط کسب‌وکار را ایجاد می‌کنند. این پایش نیز همانند دوره گذشته، مبتنی بر ارزیابی کمی و کیفی داده‌های مرتبط با شاخص‌های عملکردی تعریف‌شده، انجام شده است. در این راستا از یک‌سو، جمع‌آوری اطلاعات از دستگاه‌ها و نهادهای مجری داخل و خارج از اتاق ایران و از سوی دیگر، نظرسنجی از فعالان اقتصادی و خبرگان حوزه کسب‌وکار عضو سه اتاق در سراسر کشور، در دستور کار مرکز پژوهش‌های اتاق ایران قرار گرفت.

در ادامه، تعیین اهداف قانون در دستور کار قرار گرفت که از مجموع موارد گزارش نظارتی «کمیسیون ویژه حمایت از تولید ملی و نظارت بر اجرای اصل ۴۴ قانون اساسی مجلس شورای اسلامی» و نقطه نظرات کارگروه متشکل از نمایندگان معاونت‌های اتاق ایران، احصا شد. در نهایت نیز با تلفیق داده‌های جمع‌آوری شده، نسبت به محاسبه میزان موفقیت در اجرای احکام، درجه دستیابی به اهداف قانون و تعیین سهم هر یک از مجریان مربوطه، با رعایت اصول حرفه‌ای و بدون جانبداری اقدام شده است.

چالش سامانه‌های پراکنده ادامه دارد

دستگاه‌های دولتی با هدف تسهیل محیط کسب‌وکار، اقدام به راه‌اندازی سامانه‌های متعدد کرده‌اند، اما این رویکرد با چالش‌های ساختاری و اجرایی همراه بوده است. نبود یکپارچگی میان سامانه‌ها موجب سردرگمی کاربران و تکرار اطلاعات شده و هر سامانه با فرآیندها و فرم‌های خاص خود، هماهنگی را دشوار ساخته است. همچنین فقدان استانداردهای فنی برای تبادل داده، مانع از تحلیل جامع و تصمیم‌گیری مؤثر در سطح ملی شده است. زمانبر بودن تطبیق کسب‌وکارها با سامانه‌های مختلف، بهره‌وری را کاهش داده و تعامل ضعیف میان سامانه‌ها و نهادهای اجرایی، پاسخگویی را محدود کرده است. دغدغه‌های امنیتی و حفظ حریم خصوصی نیز در برخی موارد به‌درستی مدیریت نشده‌اند. در نهایت، نبود نقشه راه ملی برای تحول دیجیتال، موجب پراکندگی، دوباره‌کاری و اتلاف منابع در توسعه این سامانه‌ها شده است.

در سال گذشته، هیأت وزیران و شوراهای عالی با هدف تسریع تصویب آیین‌نامه‌ها (ازجمله آیین‌نامه‌های اجرایی قانون برنامه هفتم)، اصلاحاتی در فرآیند بررسی انجام داده‌اند. تشکیل کمیسیون‌های تخصصی با اختیارات تفویض‌شده، موجب کاهش رفت‌وبرگشت‌های اداری شده است. استفاده از سامانه‌های الکترونیکی برای ثبت و پیگیری مصوبات، شفافیت و سرعت را افزایش داده است. تعیین ضرب‌الاجل برای بررسی در کمیسیون‌ها، از تعویق‌های طولانی جلوگیری کرده و هماهنگی بیشتر با مجلس، مانع از بازگشت مصوبات به دلیل مغایرت‌های قانونی شده است. با این حال، نبود معماری کلان تصمیم‌گیری و پراکندگی سامانه‌ها همچنان مانع تحقق کامل روند مطلوب است. تدوین نقشه راه ملی برای تحول دیجیتال و یکپارچه‌سازی فرآیندها، گام ضروری بعدی در این مسیر است.

قانون بهبود مستمر محیط کسب‌وکار با وجود ظرفیت‌های بالا، به دلیل ضعف ضمانت اجرایی، نبود هماهنگی نهادی و پیچیدگی‌های بوروکراتیک، اثربخشی محدودی داشته است. شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی، نقش کلیدی دارد اما مصوبات آن، ضمانت اجرایی کافی ندارند. چالش‌هایی مانند تغییرات خلق‌الساعه در سامانه‌ها، نبود زیرساخت‌های پایدار و تفسیرهای سلیقه‌ای، مانع اجرای مؤثر قانون شده‌اند. تقویت نقش تشکل‌ها، ساده‌سازی مقررات، توسعه زیرساخت‌های دیجیتال و نظارت مستمر از الزامات ارتقای اثربخشی قانون هستند.

مرکز پژوهش‌های اتاق ایران در پایان گزارش خود برای اجرای بهتر قانون بهبود محیط کسب‌وکار، پیشنهادهایی در ۱۲ محور ارائه داده است که شامل کاهش بوروکراسی، حمایت از استارت‌آپ‌ها و سرمایه‌گذاری، آموزش و فرهنگ‌سازی، دیجیتالی‌سازی فرآیندها، شفاف‌سازی مقررات و تقویت تعامل دولت و بخش خصوصی هستند. همچنین بر نظارت مستمر، اصلاح مواد کلیدی قانون، حمایت مالیاتی و توجه ویژه به صنایع کوچک و متوسط تأکید شده است. ایجاد سامانه‌های یکپارچه، حذف مقررات خلق‌الساعه و الزام دستگاه‌ها به پاسخگویی، از دیگر راهکارهای کلیدی‌اند. با این حال، اجرای این پیشنهادات، مستلزم اراده سیاسی، هماهنگی نهادی و بازنگری در آیین‌نامه‌هاست.

تکاپوی دستگاه‌ها برای تولید سامانه

وجود سامانه‌های فراوان و بعضا موازی با یکدیگر، تحقق دولت الکترونیک در ایران را با چالش مواجه می‌کند. این تورم و تعدد سامانه‌ها نه‌تنها اهداف کلان تحول دیجیتال را تحت‌الشعاع قرار می‌دهد، بلکه به‌طور مستقیم بر کارایی نظام اداری و رضایت شهروندان نیز تاثیر منفی می‌گذارد. در قانون برنامه هفتم به دفعات از عباراتی نظیر «سامانه»، «پایگاه» و «درگاه» استفاده شده است. این سامانه‌ها، حوزه‌های متنوعی از خدمات قضایی و حقوقی، بهداشت و سلامت، اقتصادی و بازرگانی، رفاهی، اجتماعی و فرهنگی، خدمات شهری و محیط زیست و حکمرانی اداری را پوشش می‌دهند. در قانون برنامه هفتم همچنین تکالیف مختلفی در ارتباط با استفاده از ۷۲ سامانه مختلف ذکر شده است. این در حالی است که براساس اطلاعات شورای اجرایی فناوری اطلاعات، ۱۶۲ دستگاه اجرایی در مجموع بیش از ۱۶۰۰ خدمت الکترونیک تعریف کرده‌اند که اکثرا برای هر خدمت نیز یک سامانه تاسیس شده است. شوربختانه بسیاری از این سامانه‌ها پس از صرف هزینه فراوان برای راه‌اندازی حالا متروک شده‌اند و برخی دیگر از آنها با وجود همپوشانی با همدیگر کماکان در رقابت هستند. فراوانی بالای سامانه‌ها در ایران، نشان‌دهنده یک مشکل اساسی در معماری نظام دیجیتال است.

از نگاه بازوی پژوهشی مجلس، تلاش برای ایجاد زیرساخت‌های دیجیتال از سال ۱۳۹۶ به بعد، با وجود شناسایی مزایای دولت الکترونیک (همچون کاهش فساد و ارتقای شفافیت)، به‌دلیل عدم انسجام و نبود یکپارچگی کارآمد میان سامانه‌ها، به پیچیدگی و پراکندگی هرچه بیشتر آنها انجامیده است. این وضعیت در عمل بدان معناست که سامانه‌های الکترونیک در ایران، به جای آنکه شبکه‌ای منسجم و هماهنگ باشند، به صورت جزیره‌ای عمل می‌کنند. در نتیجه، اطلاعات درون این سامانه‌ها متمرکز نبوده و تبادل اطلاعات به صورت کارآمدی انجام نمی‌شود. به نظر می‌رسد چالش سامانه‌های پراکنده در اقتصاد ایران همچنان ادامه دارد.

کدام خودروها سهمیه بنزین نمی‌گیرند؟

برندگان و بازندگان نرخ سوم بنزین

در مصوبه جدید دولت (تعیین نرخ سوم بنزین) که از نیمه آذرماه امسال آغاز می‌شود، «علاوه بر خودروهای مناطق آزاد و خودروهای خارجی وارداتی، سهمیه ۱۵۰۰ تومانی و ۳ هزار تومانی خودروهای نوشماره داخلی نیز حذف می‌شود.» منظور از خودروهای نوشماره، خودروی صفر پلاک جدید است؛ یعنی کسی که برای اولین‌بار ماشین می‌خرد و ماشین خریداری‌شده‌اش صفر است. بنابراین خودروهای صفری که پلاک قبلی مالک بر روی آنها نصب می‌شود، از سهمیه بنزین ۱۵۰۰ تومانی و ۳ هزار تومانی بهره‌مند می‌شوند.

براساس مصوبه جدید هیأت دولت مبنی بر اصلاح سهمیه سوخت خودروها از نیمه دوم آذرماه، سهمیه برخی از خودروها، از جمله خودروهای دولتی (غیر از آمبولانس)، خودروهای نوشماره داخلی، خودروهای خارجی وارداتی و خودروهای دوم مالکان، تنها مشمول سهمیه با نرخ سوم یا ۵ هزار تومانی می‌شود و از آنجا که در این مصوبه، اشاره‌ای به خودروهای مونتاژی نشده، تنها در صورتی که صفر کیلومتر یا نوشماره باشند، سهمیه اول و دوم آنها قطع خواهد شد. به گزارش «ایسنا»، اخیرا هیأت وزیران، مصوبه جدید دولت مبنی بر سهمیه‌بندی جدید سوخت را با هدف استفاده حداکثری از سهمیه کارت سوخت شخصی و جلوگیری از افزایش واردات بنزین، تصویب کرد که در ابتدای هفته گذشته ابلاغ شد. این مصوبه از ۱۵ آذرماه ۱۴۰۴ اجرایی می‌شود و اصلاحی جدید در ساختار نظام سوخت یارانه‌ای کشور است و علاوه بر سهمیه اول و دوم، نرخ سهمیه سوم نیز برای برخی از خودروها و وسایل نقلیه اعلام خواهد شد؛ به طوری که علاوه بر سهمیه ۱۵۰۰ تومانی و ۳ هزار تومانی، نرخ سوم ۵ هزار تومانی نیز اضافه شده که در صورت مصرف ۶۰ لیتر ماهانه ۱۵۰۰ تومانی و مصرف ۱۰۰ لیتر به نرخ دوم یا ۳ هزار تومانی، مصرف مازاد با نرخ سوم قابل استفاده است.

از سوی دیگر، نرخ سوم یا بنزین ۵ هزار تومانی، شامل خودروهای صفر یا نوشماره داخلی، خودروهای دوم یا غیر از خودرو اول مالکان خودروهای داخلی، خودروهای خارجی وارداتی، خودروهای مناطق آزاد و ویژه اقتصادی، خودروهای دوگانه سوز و خودروها با پلاک دولتی می‌شود. همچنین از نیمه دوم آذرماه، هر خودرویی که از طریق کارت جایگاه سوخت اقدام به سوخت گیری کند، نرخ بنزین ۵ هزار تومانی برای وی محاسبه می‌شود. به عبارت بهتر، اگر از کارت جایگاه یا همان کارت اضطراری/آزاد استفاده شود، قیمت بنزین با نرخ جدید محاسبه خواهد شد.

براساس این گزارش، مطابق مصوبه دولت، اشخاص حقیقی مالک خودروهای سواری شخصی بنزین سوز که دارای بیش از یک خودرو باشند، تنها برای یکی از خودروهای مشمول واجد سهمیه بنزین با نرخ‌های سهمیه اول و دوم خواهند بود و سهمیه کارت سوخت شخصی سایر خودروهای تحت تملک آنها مشمول نرخ سوم (۵ هزار تومانی) خواهد بود و مقرر شده تا وزارت نفت و شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی ایران از طریق سامانه ذی‌ربط این امکان را فراهم آورند تا مالکان در بازه زمانی یک‌ماهه خودروی موردنظر خود را به عنوان خودروی سهمیه دار انتخاب کرده اما در صورت عدم انتخاب خودرو توسط مالک و اگر یک مالک چند خودرو داشته باشد، وزارت نفت و شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی ایران، مجاز است یک دستگاه از خودروهای مشمول وی را به عنوان خودروی سهمیه دار تعیین کند.

علاوه بر این، براساس مفاد این مصوبه، به منظور متنوع سازی سبد سوخت ناوگان حمل و نقل و کاهش انتشار آلاینده‌ها با استفاده از سوخت پاک سی‌ان‌جی (CNG) وزارت نفت شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی ایران، مکلف است در چارچوب مصوبه شورای اقتصاد نسبت به تبدیل خودروهای بنزینی به دوگانه سوز اقدام کرده و همچنین میزان سهمیه با نرخ دوم خودروهای دوگانه سوز از ابتدای بهمن‌ماه ۱۴۰۴ به نصف کاهش می‌یابد. همانطور که گفته شد و براساس آنچه در این مصوبه آمده است؛ خودروهای دولتی، خودروهای وارداتی (خارجی) و آن دسته از خودروهایی که نوشماره یا صفر کیلومتر (خودرویی که تازه از کارخانه بیرون آمده باشد) هستند یا اخیرا ثبت شده‌اند، مشمول سهمیه اول و دوم یارانه‌ای بنزین نمی شوند و بنزین ۶۰+۱۰۰ لیتری با نرخ اول و دوم به آنها تعلق نمی‌گیرد و در نتیجه، تعداد زیادی از خودروها به‌ویژه خودروهای جدید، خارجی و خودروهای دولتی، از نرخ اول و دوم استفاده نمی‌کنند. طبق آنچه گفته شده است، دولت با اجرای این مصوبه قصد دارد تا با مدیریت مصرف سوخت از کاهش هدررفت و همچنین قاچاق سوخت جلوگیری کند تا مصرف بی‌رویه سوخت در کشور، کاهش پیدا کند و اگر این سیاست به درستی اجرا شود، می‌تواند منجر به صرفه‌جویی در مصرف سوخت و کاهش قاچاق سوخت شود.

با این حال، نکته‌ای که در اینجا باید به آن اشاره داشت، مربوط به مالکان خودروهای صفر کیلومتر داخلی است که هیچ‌گونه سهمیه با نرخ اول و دوم یعنی ۱۵۰۰ تومانی و ۳ هزار تومانی به آنها تعلق نمی‌گیرد. برای مثال اگر شخصی پس از سال‌ها پس انداز برای اولین بار اقدام به خرید خودرو داخلی کند و یک خودرو صفر کیلومتر خریداری کند، سهمیه بنزین وی با نرخ سوم، یعنی ۵ هزار تومانی خواهد بود و این در حالی است که کسانی که از خودروهای مونتاژی (مونتاژ داخل) چند میلیارد تومانی استفاده می‌کنند، از آنجایی که در مصوبه فوق، هیچ اشاره‌ای به خودروهای مونتاژی نشده است، مشمول استفاده از سهمیه اول و دوم خواهند بود و به عبارتی در گروه خودروهای معمولی قرار می‌گیرند و تنها در صورتی که نوشماره یا صفر کیلومتر باشند، سهمیه اول و دوم به آنها تعلق نمی‌گیرد.

مفقودی

برگ سبز خودروی سواری سیستم سمند تیپ SORENTXU۷P مدل ۱۴۰۴ به رنگ سفید به شماره موتور ۲۵K۰۴۵۰۸۱۵ و شماره شاسی YAACY۱HLFSKJ۶۰۸۶۸ و شماره انتظامی ۴۶-۱۵۴ س ۵۳ به نام خانم مهرنسا ایمانی مصطفی لوئی با کدملی ۱۶۳۸۴۵۵۹۶۱ مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط است . ۳۹۶ خلخال

مفقودی

کلیه مدارک شامل سندمالکیت(برگ سبز)،سند کمپانی، کارت شناسایی وکارت سواری سیستم پژو، تیپ GLXمدل ۱۳۸۸،رنگ نقره‌ای متالیک، به شماره پلاک۲۲۶ ل ۳۷ ایران ۴۲ با شماره موتور ۱۲۴۸۸۰۰۷۸۲۴وشماره شاسی NAAM۰۱CA۳۹K۹۳۸۷۶۴بنام خانم عصمت زابلی با شماره ملی۳۶۷۲۸۹۶۸۹۶ مفقودشده وازدرجه اعتبارساقط است. زاهدان

مفقودی

گواهی می شود فاکتور بلوک سیلندر به شماره فاکتور ۹۷۰۸۶۷۱۴۹ و شماره موتور ۱۲۴۸۹۲۷۷۳۸۵ مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد.
۱۲۰ / د

مفقودی

کارت هوشمند کامیون دانگ فنگ کشنده بشماره ۴۳۷۰۲۳۶ بنام فرهاد صحرایی مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد.
۱۵۵ / م

مفقودی

کارت هوشمند کاماز کمپرس بشماره ۲۲۵۸۰۱۴ بنام یونس صفایی زرینی مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد.
۱۸۰ / ی

مفقودی

برگ سبز ماشین سمند مدل ۱۳۹۳ به رنگ سفید روغنی شماره موتور ۱۴۷A۰۱۰۳۳۳۱ و شماره شاسی NAACJ۱JW۸EF۱۷۷۹۳۰ و شماره پلاک ایران ۶۸-۱۷۷ م ۲۴ به نام سید جواد خضری مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط است . ۳۹۷ تاکستان

مفقودی

سند کارخانه سواری پراید هاچ بک به شماره انتظام۴۶-۳۲۹م۱۵ومدل۹۶به رنگ سفید روغنی وشماره شاسی hj۸۹۶۱۸۴وشماره موتور۰۰۰۰۲۹۹ مفقود گردیده واز درجه اعتبار ساقط می باشد

تسهیلات تکلیفی، عامل پنهان ناترازی بانک‌ها و تشدید تورم است

سایه سنگین تسهیلات دستوری

فرصت امروز: حجم بالای تسهیلات تکلیفی که فراتر از توان واقعی بانک‌هاست، ناترازی گسترده‌ای در نظام بانکی ایجاد کرده و به یکی از عوامل اصلی تشدید تورم و ناترازی بودجه در اقتصاد ایران، تبدیل شده است. با وجود اهداف مهمی که برای تسهیلات تکلیفی فهرست می‌شود، این تسهیلات می‌توانند تأثیرات منفی قابل توجهی در نظام بانکی و سایر بخش‌های اقتصادی داشته باشند؛ از جمله چالش‌های اقتصادی این تسهیلات، کاهش سودآوری بانک‌هاست؛ زیرا تسهیلات تکلیفی معمولاً با نرخ سود پایین ارائه می‌شوند که می‌تواند سودآوری بانک‌ها را تحت‌الشعاع قرار دهد.

براساس گزارش پژوهشکده پولی و بانکی، ممکن است برخی از دریافت‌کنندگان تسهیلات تکلیفی، توانایی بازپرداخت وام را نداشته باشند و از همین رو، نظام بانکی را با مطالبات غیرجاری مواجه کنند که خود بر کاهش بیشتر سودآوری بانک‌ها خواهد افزود. حتی امکان سوءاستفاده از این تسهیلات توسط افراد و شرکت‌های غیرواقعی نیز وجود دارد که به تخصیص غیربهینه منابع، منتهی خواهد شد. همچنین باید توجه داشت که افزایش حجم تسهیلات تکلیفی، نظر به نرخ سود ترجیحی آنها می‌تواند فشار مالی دوچندانی بر بانک‌ها وارد کند. به گفته کارشناسان، هرچند تسهیلات تکلیفی می‌توانند به رشد بخشی از جامعه کمک کنند، اما در صورت نبود مدیریت صحیح ممکن است باعث افزایش تورم در جامعه شوند. در کنار چالش‌های اقتصادی، چالش‌های حقوقی تسهیلات تکلیفی نیز هزینه‌های مختلفی را بر کلیت اقتصاد وارد می‌کند که می‌توان به تعارض این تسهیلات با استقلال بانک مرکزی و مسئولیت مدنی بانک‌ها و تعارض منافع بین دولت، سهامداران بانک‌ها و سپرده‌گذاران، اشاره کرد.

وقتی استقلال بانک مرکزی، نقض می‌شود

به گزارش «ایرنا»، دولت به عنوان نهاد حاکم در هر کشور، مسئول اصلی تأمین منافع عمومی و رفاه جامعه بوده و موظف است زیرساخت‌های لازم را برای تضمین امنیت اقتصادی و اجتماعی و توزیع عادلانه منابع در میان اقشار مختلف جامعه را فراهم نماید. با این وجود، در شرایطی که کشور با چالش‌های اقتصادی شدید مانند تحریم‌ها، تورم بالا، کاهش درآمدهای ملی و کسری بودجه مواجه است، دولت ممکن است توانایی لازم برای انجام کامل این وظایف را نداشته باشد. در چنین شرایطی، دولت ناگزیر است بخشی از مسئولیت‌های خود را به نهادهای دیگر از جمله بانک‌ها منتقل کند. بانک‌ها به عنوان نهادهای مالی قدرتمند و تأثیرگذار، نقش محوری در گردش مالی، تأمین سرمایه و حمایت از بخش‌های مختلف اقتصادی دارند و در شرایطی که دولت قادر به تأمین کامل منافع عمومی نیست، بانک‌ها به عنوان بازوی اجرایی دولت در نظر گرفته می‌شوند و وظایفی همچون تأمین مالی پروژه‌های زیربنایی، حمایت از کسب‌وکارهای کوچک، ارائه تسهیلات ارزان قیمت به اقشار کم‌درآمد و مشارکت در برنامه‌های اجتماعی را برعهده می‌گیرند. این انتقال مسئولیت اگرچه ممکن است در کوتاه مدت به کاهش فشار بر دولت کمک کند، اما فشار قابل توجهی بر نظام بانکی وارد می‌سازد.

در اغلب ساختارهای اقتصادی جهان، بانک مرکزی، نهادی مستقل است که ثبات اقتصادی و سلامت نظام بانکی را دنبال می‌کند، اما تسهیلات تکلیفی اغلب با دستورات مستقیم دولت به بانک‌ها تحمیل می‌شوند و این موضوع، استقلال بانک مرکزی را نقض می‌کند. اگرچه استقلال بانک مرکزی در مواد ۲ و ۱۰ قانون بانک مرکزی، مورد تایید قرار گرفته تا بتواند به کنترل و کاهش تورم کمک کند اما تسهیلات تکلیفی در قالب بودجه سالیانه به نظام بانکی تحمیل می‌شود که می‌تواند سیاستگذاری نهاد ناظر در کنترل تورم را تحت‌الشعاع قرار دهد؛ زیرا پرداخت تسهیلات ارزان به بخش‌های مختلف اقتصاد، بدون هماهنگی با بانک مرکزی، موجب افزایش نقدینگی و رشد تورم می‌شود. در شرایطی که بانک مرکزی با اعمال سیاست‌های انقباضی به دنبال کنترل تورم از مسیر کنترل رشد پایه پولی است، این گونه تسهیلات‌دهی سبب می‌شود تا ابزارهایی مانند نرخ سود بین بانکی یا نسبت ذخیره قانونی، اثرگذاری خود را از دست بدهند و سیاست‌های بانک مرکزی، خنثی شوند.

تسهیلات تکلیفی و مسئولیت مدنی بانک‌ها

بانک‌ها به عنوان نهادهای مستقل، موظف به رعایت حقوق سهامداران و سپرده گذاران خود هستند اما تحمیل تسهیلات تکلیفی، آنها را در تضاد منافع قرار می دهد. بانک از یکسو، مسئولیت پاسخگویی به دولت و اجرای سیاست‌های کلان را برعهده دارد و از سوی دیگر، مسئولیت حقوقی در قبال زیان سپرده‌گذاران و سهامداران برعهده اوست سپرده‌گذاران براساس مفاد قانون عملیات بانکی بدون ربا، حق دریافت سود متناسب با منابع خود را دارند، اما اختصاص بخش بزرگی از منابع بانک‌ها به تسهیلات تکلیفی کم بازده عملاً حقوق مادی سپرده‌گذاران را نقض می‌کند. کاهش سودآوری بانک‌ها به دلیل تسهیلات تکلیفی، آنها را به سمت پذیرش ریسک بیشتر سوق می‌دهد تا کسری درآمد را جبران کنند. این موضوع احتمال ورشکستگی بانک‌ها و از دست رفتن اصل سپرده‌ها را افزایش می‌دهد. اختصاص بخشی از سپرده‌ها به حوزه تسهیلات تکلیفی، آن هم بدون اطلاع سپرده‌گذاران، به نوعی برای بانک موجبات مسئولیت مدنی را فراهم می‌سازد و ملزم هستند خسارت وارده به سپرده‌گذاران را جبران کنند. البته نباید از این نکته غافل شد که تسهیلات تکلیفی با تزریق نقدینگی بدون پشتوانه، سرعت افزایش تورم را بالا می‌برند که این موضوع در نهایت سبب کاهش ارزش واقعی سپرده‌ها و نقض حق حفظ قدرت خرید سپرده‌گذاران می‌شود.

طبق اصل ۲۲ قانون اساسی، «اموال افراد از تعرض مصون است، مگر آنکه این موضوع با حکم قانون صورت پذیرد. همچنین مفاد قانون انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات (مصوب ۱۳۸۷)، شفافیت در عملکرد نهادها را الزامی می‌داند، اما عملا سپرده‌گذاران از چگونگی استفاده از منابع خود در تسهیلات تکلیفی بی‌اطلاع هستند. نقض حقوق سپرده‌گذاران بانک‌ها بر اثر تسهیلات تکلیفی صرفاً یک مسئلهٔ اقتصادی نیست، بلکه نقض تعهدات حقوقی بانک‌ها و دولت در قبال شهروندان است که حل این چالش در گرو همکاری سه قوه برای اصلاح قوانین، شفاف سازی فرآیندها و جبران خسارت از طریق سازوکارهای عادلانه است. حفظ منافع سپرده‌گذاران به عنوان ذی‌نفعان اصلی نظام بانکی باید در کانون توجه سیاستگذاران قرار گیرد. تسهیلات تکلیفی، علاوه بر چالش‌های مذکور، مسئولیت‌های حقوقی پیچیده‌ای ایجاد می‌کنند که ریشه در تضاد منافع بین دولت، بانک‌ها، سهامداران و سپرده‌گذاران دارد و این تضادها می‌تواند به نقض قوانین مدنی و شهروندی در قبال ذی‌نفعان منجر شود.

تجربه جهانی استفاده از صندوق‌های اختصاصی

به دلیل مشکلاتی که تسهیلات تکلیفی به نظام بانکی کشور وارد می‌کنند، کارشناسان توصیه می‌کنند که دولت‌ها از ظرفیت صندوق‌های اختصاصی استفاده کنند و با ایجاد این صندوق‌ها که منابع آن از طریق بودجه عمومی تأمین می‌شود، فشار بر بانک‌ها را کاهش دهند؛ همچنانکه دولت چین از صندوق‌های اختصاصی برای تأمین مالی پروژه‌های زیربنایی و صنعتی استفاده می‌کند. افزایش نقش بانک مرکزی در تصویب تسهیلات تکلیفی، راهکار دومی است که می‌توان در پیش گرفت؛ در این شیوه بانک مرکزی باید نقش مؤثرتری در تصویب و نظارت بر تسهیلات تکلیفی داشته باشد تا از حقوق بانک‌ها و سپرده گذاران صیانت کند.

ایجاد مسئولیت حقوقی برای نهاد سیاستگذار، راهکار سوم است که باید از طریق پیش بینی سازوکارهایی در لایحه بانکداری پیگیری شود تا نهادهای تصمیم گیرنده در قبال تصمیمات خود در حوزه تسهیلات تکلیفی دارای مسئولیت حقوقی شوند. به عبارت دیگر، اگر در نتیجه تصمیمات این نهادها، خسارت یا آسیب مالی به بانک‌ها وارد شود، آن نهادها باید مسئولیت حقوقی و کیفری این خسارات را برعهده بگیرند. ضمانت اجرایی این مسئولیت‌پذیری می‌تواند از طریق طرح دعوی بانک مرکزی در قوه قضائیه محقق شود. توجه به تخصصی و توسعه ای بودن بانک در ارائه تسهیلات تکلیفی خاص، راهکار چهارم در ساماندهی این نوع تسهیلات است؛ این رویکرد نه تنها به افزایش کارایی و هدفمندی تسهیلات کمک می‌کند بلکه امکان نظارت و ارزیابی بهتر را نیز فراهم می‌سازد. راهکار پنجم، تضمین و بازپرداخت مابه‌التفاوت سود در قوانین بودجه سنواتی توسط دولت و راهکار ششم، در نظر گرفتن تمایز بین بانک‌های ناتراز که با مشکلات مالی مواجه اند و بانک‌های سودده که از وضعیت مالی سالمی برخوردارند است تا در امور تنظیمگری و سیاستگذاری تسهیلات تکلیفی واقع بینانه عمل شود. به نظر می‌رسد با این راهکارها می‌توان نظام بانکی را به سمت شفافیت، کارایی و عدالت بیشتر سوق داد؛ زیرا نه تنها از حقوق سپرده‌گذاران محافظت می‌کند بلکه به بهبود عملکرد نظام بانکی، منجر می‌شود.

گلایه فعالان اقتصادی از پیچیده‌تر شدن تجارت

گره‌ای که با ۳۱ سامانه باز نشد

در سال‌های اخیر، انبوهی از سامانه‌های دولتی با هدف شفاف‌سازی، تسهیل تجارت و کاهش بوروکراسی راه اندازی شدند، اما اکنون فعالان اقتصادی گلایه های بسیاری از این سامانه ها دارند. گلایه‌هایی که نشان می‌دهد مسیر تجارت خارجی و حتی فعالیت روزمره تولیدکنندگان، نه تنها ساده‌تر نشده، بلکه در بسیاری موارد پیچیده تر نیز شده است. طبق یک برآورد کارشناسی، یک بنگاه متوسط تولیدی یا بازرگانی برای ادامه فعالیت قانونی خود ناگزیر است با دست کم ۳۱ سامانه مجزا و عمدتاً غیریکپارچه در ارتباط باشد؛ سامانه‌هایی که هر یک قرار بود بخشی از فرآیند تجارت را تسهیل کنند، اما در عمل به زنجیره‌ای از مراحل تکراری، بارگذاری‌های متعدد و پیگیری‌های فرسایشی تبدیل شده‌اند. نمونه‌هایی از این سامانه‌ها شامل سامانه جامع تجارت، سامانه جامع انبارها، سامانه پنجره واحد گمرکی و سامانه مودیان مالیاتی هستند؛ سامانه‌هایی که هر یک مأموریت مشخصی دارند اما در نبود یک معماری واحد، به مسیرهای موازی و گاه متعارض تبدیل شده‌اند.

به عنوان نمونه، سامانه جامع تجارت ایران که با هدف تسهیل تجارت خارجی، مدیریت ارز و یکپارچگی نظارت بر واردات و صادرات راه‌اندازی شده، با مسائل و مشکلات فراوانی مواجه شده است؛ از یکسو، بسترهای لازم دیجیتال که مهمترین آن اینترنت پایدار با سرعت بالا است، برای توسعه اقتصاد دیجیتال ایران فراهم نبوده و از طرف دیگر سامانه‌های متعددِ راه‌اندازی‌شده توسط دولت‌های مختلف در این سال‌ها کارایی لازم را نداشته است. این دو عامل باعث شده با وجود افزایش تب نیاز به اقتصاد دیجیتال، توسعه قابل توجهی در این حوزه نداشته باشیم. سامانه جامع تجارت قرار بوده که مرکزی واحد برای انجام کلیه امور تجارت خارجی باشد، اما اکنون همچنان شاهد فعالیت سامانه‌های مختلفی در این حوزه هستیم. کاربران این سامانه شکایت‌های مختلفی از کندی و اختلالات فنی آن داشته‌اند، آنها شاهد قطعی‌هایی مکرر و خطاهای بسیار هستند به ترتیبی که کندی روندها باعث اتلاف زمان، انرژی و منابع مالی آنها می‌شود. تغییرات مکرر قوانین و مقررات تجارت خارجی و اعمال تغییرات آن در سامانه جامع تجارت طی این سال‌ها باعث سردرگمی کاربران آن می‌شود. همچنین برخی از کاربران به علت عدم آگاهی کافی به قوانین جدید و به‌روز رسانی‌های پی در پی آن به همراه مشکلات متعدد در احراز هویت باعث محدودیت دسترسی برای برخی از کاربران شده است. از طرف دیگر، مشکلات مربوط به تخصیصی ارز و روندهای متغیر آن در این سال‌ها و پروسه‌های پیچیده و ناکارآمد سامانه جامع تجارت باعث کاهش انگیزه صادرکنندگان و واردکنندگان شده است. سیستم پشتیبانی کند و غیرتخصصی سامانه نیز تیر آخر ناکارآمدی این سامانه است، به ترتیبی که کاربران شاهد صف‌های ۱۰۰نفره و اتلاف وقت نیم‌ساعته جهت وصل شدن به نیروهای پشتیبانی سامانه هستند که اطلاع دقیقی از قوانین و مقررات جدید و تغییرات سامانه ندارند!

براساس این گزارش، سیاستگذار در طول سال‌های گذشته بارها تأکید کرده است که تسهیل تجارت به افزایش دسترسی بنگاه‌ها به نهاده‌های تولید، تقویت صادرات و پیوند بیشتر ایران با زنجیره‌های ارزش جهانی منجر می‌شود، اما تجربه میدانی تولیدکنندگان و صادرکنندگان، تصویر دیگری را نشان می‌دهد. به گزارش «ایسنا»، فعالان اقتصادی می‌گویند هر بار که وارد یکی از این سامانه‌ها می‌شوند، با تغییرات ناگهانی، خطاهای فنی یا تفسیرهای مختلف از سوی دستگاه‌های اجرایی مواجه‌اند؛ مسائلی که نه تنها هزینه و زمان تجارت را افزایش داده، بلکه ریسک پیش‌بینی‌ناپذیری را به فعالیت اقتصادی تزریق کرده است. صادرکنندگان می‌گویند قرار بوده همه چیز الکترونیکی شود تا کارها سریع‌تر و قابل‌ردگیری باشد، اما در حال حاضر برای ثبت یک عملیات ساده باید در چند سامانه جداگانه بارگذاری کرد.

قانون بهبود مستمر محیط کسب‌وکار ظرفیت‌های مهمی برای کاهش پیچیدگی اداری دارد، اما به باور کارشناسان، این قانون نیز در گرداب ضعف ضمانت اجرایی و نبود هماهنگی نهادی گرفتار شده است. شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی نیز در این میان نقش مهمی دارد، اما مصوبات آن اغلب به دلیل نبود سازوکار الزام‌آور، در حد توصیه باقی می‌ماند. به بیان دیگر، حتی در مواردی که سیاستگذار راه‌حل را می‌شناسد، ابزار لازم برای اجرای مؤثر آن وجود ندارد.

کارشناسان معتقدند ریشه اصلی مشکل، تعریف تقلیل‌گرایانه از دولت الکترونیک است. به‌جای بازمهندسی ساختارها و یکپارچه‌سازی داده‌ها، راه‌اندازی سامانه‌های متعدد به‌عنوان «نشانه مدرنیزاسیون» تلقی شد؛ در حالی که بسیاری از این سامانه‌ها حتی از استانداردهای اولیه زیرساختی بهره‌مند نیستند. نتیجه آن شد که، پیچیدگی اداری کاهش نیافت، بوروکراسی کاغذی حذف نشد؛ دیجیتالی شد. هماهنگی بین دستگاه‌ها شکل نگرفت بلکه اختلافات بیشتر شد. همچنین شفافیت افزایش نیافت بلکه مسیرهای سردرگمی بیشتر شد. به تعبیر برخی صاحب‌نظران، وقتی یک معماری واحد برای حکمرانی داده وجود ندارد، هر سامانه جدید یک قفل تازه روی درِ تجارت می‌گذارد. اکنون بسیاری از صاحب‌نظران معتقدند وقت آن است که به‌جای افزودن سامانه‌های جدید، سامانه‌های موجود در یک ساختار یکپارچه تجمیع شوند. تجربه کشورهای موفق نشان می‌دهد که یک «پنجره واحد واقعی» می‌تواند بیش از ۸۰ درصد بار اداری تجارت را کاهش دهد؛ مشروط بر آنکه، مقررات ساده‌سازی شود، نقش تشکل‌های اقتصادی تقویت شود، زیرساخت پایدار و قابل اتکا ایجاد شود و نظارت مستمر بر عملکرد دستگاه‌ها وجود داشته باشد.

حال پرسش مهم اینجاست که این همه سامانه واقعاً به چه کار آمده‌اند؟ امروز فعالان اقتصادی یک پرسش اساسی دارند و آن اینکه با وجود ده‌ها سامانه تجاری، مالیاتی، گمرکی و بیمه‌ای در کشور، آیا مسیر تولید و تجارت نسبت به یک دهه قبل، آسان‌تر شده است؟ پاسخ اغلب فعالان اقتصادی به این پرسش، منفی است؛ زیرا سامانه‌هایی که قرار بود گره‌گشا باشند، در غیاب یک پارادایم واحد، خود به یک گره کور تبدیل شده‌اند. تا زمانی که «ساماندهی سامانه‌ها» در دستور کار قرار نگیرد، نه صادرکننده و واردکننده از مزایای تجارت الکترونیک بهره‌مند می‌شوند و نه اقتصاد ایران از فرصت‌های زنجیره ارزش جهانی، بهره خواهد برد.

اخبار

ورود سرمایه به صندوق‌های ریپل، رکورد زد

نوسان بیت‌کوین در مرز ۹۰ هزار دلار

صندوق‌های قابل معامله در بورس ریپل در ماه اول راه‌اندازی، ۶۴۳ میلیون دلار ورودی خالص سرمایه ثبت کردند و جریان ورودی روزانه در بیشتر ماه مثبت ماند و بیشترین جریان‌های ورودی با ۲۴۳.۰۵ میلیون دلار در روز ۱۴ نوامبر و ۱۶۴.۰۴ میلیون دلار در روز ۲۴ نوامبر ثبت شد. حجم معاملات با وجود نوسانات قیمت ریپل، انعطاف‌پذیر است و صادرکنندگان این رمزارز مانند گری‌اسکیل، فرانکین تمپلتن، بیت‌وایز و کنری، در مجموع جریان ورودی ثابتی را در صرافی‌های آمریکا ایجاد کردند. داین چهار صندوق، ریپل نگهداری شده در صندوق‌های قابل معامله در بورس را به بالای ۰.۵ درصد از کل عرضه در گردش رساندند که نشان‌دهنده علاقه اولیه نهادی است و فقط در روز ۲۶ نوامبر، ارزش کل ۳۸.۱۲ میلیون دلار در معاملات ایجاد کردند. حجم معاملات در اوایل ماه، همزمان با افزایش شدید جریان ورودی، بالاتر بود اما قیمت بازار ریپل همچنان بی‌ثبات ماند. این رمزارز حدود ۲.۲۳ دلار معامله شد؛ زیرا تقاضای صندوق‌های قابل معامله در بورس، ضعف گسترده‌تر بازار رمزارزها را جبران کرد. جریان ورودی صندوق‌های قابل معامله در بورس، طی ۹ روز از ۱۰ روز معاملاتی گذشته، افزایش یافته است. آخرین مجموع روزانه، ورود ۲۱.۸۱ میلیون دلار به صندوق‌های قابل معامله در بورس ریپل را در روز ۲۶ نوامبر نشان داد. این روند ورود، نشان می‌دهد که نهادها هنوز در حال افزایش سرمایه‌گذاری هستند. همچنین عرضه نقدینگی در صرافی‌ها را کاهش می‌دهد؛ زیرا متولیان صندوق‌های قابل معامله در بورس، ریپل را به ذخیره‌سازی تحت نظارت منتقل می‌کنند. فرانکلین تمپلتون تا روز ۲۵ نوامبر، میزان ۳۲.۰۴ میلیون ریپل نگهداری شده در صندوق‌های قابل معامله در بورس خود را اعلام کرد که نشان‌دهنده ادامه انباشت است. این الگوی ورود ثابت در ماه اول برای صندوق‌های قابل معامله در بورس، مثبت بوده و نشان‌دهنده بهبود وضوح نظارتی برای محصولات ریپل است. به گزارش وب‌سایت «بی این کریپتو»، ریپل اما تنها رمزارزی نبود که در طول هفته گذشته، چراغ سبز صندوق‌های قابل معامله در بورس را دریافت کرد. صندوق‌های قابل معامله در بورس دوج‌کوین، هدرا و لایت‌کوین نیز اوایل ماه جاری، معاملات خود را آغاز کردند، با این حال، این صندوق‌ها هیچ علاقه قابل توجهی از سوی سرمایه‌گذاران نهادی دریافت نکردند. گفتنی است ارزش بیت‌کوین در معاملات روز شنبه به ۹۰ هزار و ۷۱۵ دلار و ۲۱ سنت رسید که نسبت به روز گذشته، افت ۰.۴۷ درصدی را نشان می‌دهد.

مرکز آمار ایران گزارش داد

جهش ۶۰ درصدی تورم کشاورزی

شاخص قیمت تولیدکننده در بخش «زراعت، باغداری و دامداری سنتی» در تابستان ۱۴۰۴ با رشد قابل توجه ۶۰ درصدی نسبت به سال گذشته همراه شد. براساس داده‌های مرکز آمار، شاخص قیمت تولیدکننده در بخش «زراعت، باغداری و دامداری سنتی» در تابستان امسال به عدد ۴۱۴.۲ رسید که نسبت به فصل مشابه سال قبل، ۶۰.۹ درصد افزایش نشان می‌دهد. همچنین تورم سالانه این بخش براساس متوسط چهار فصل منتهی به تابستان ۱۴۰۴ (تابستان ۱۴۰۴ + بهار ۱۴۰۴ + زمستان ۱۴۰۳ + پاییز ۱۴۰۳) نسبت به دوره مشابه سال قبل، با رشد ۴۲.۶ درصدی همراه بوده است. بررسی جزییات این گزارش، نشان می‌دهد تورم نقطه‌به‌نقطه این بخش در تابستان ۱۴۰۴ با جهش قابل توجهی مواجه شده و نسبت به فصل قبل، ۳۹.۵ واحد درصد افزایش داشته است؛ به‌طوری که این شاخص از ۲۱.۴ درصد در بهار به ۶۰.۹ درصد در تابستان رسیده است. در میان گروه‌های مختلف، «باغداری» با ثبت تورم نقطه‌به‌نقطه ۸۱ درصد بیشترین رشد قیمت را به خود اختصاص داده و «پرورش بز و بزغاله سنتی» با ۱۳.۲ درصد کمترین میزان افزایش را داشته است. همچنین نرخ تورم سالانه این بخش نیز روندی صعودی را تجربه کرده و از ۲۸.۳ درصد در فصل بهار به ۴۲.۶ درصد در تابستان رسیده است؛ رقمی که بیانگر افزایش ۱۴.۳ واحد درصدی است. در این شاخص، گروه «غلات» با تورم سالانه ۵۶.۱ درصد در صدر قرار دارد و کمترین تورم سالانه نیز با ۱۷.۶ درصد به گروه «پرورش گاوداری سنتی» اختصاص یافته است.

در هفته اول آذرماه امسال واریز شد

۶۷۳ میلیارد تومان سود برای ۲۶۶ هزار سهامدار

بیش از ۶۷۳ میلیارد تومان سود در هفته اول آذرماه از سوی ۱۰ ناشر به حساب ۲۶۶ هزار سهامدار از طریق اطلاعات سامانه جامع اطلاعات مشتریان (سجام) واریز شد. طبق اعلام شرکت سپرده‌گذاری مرکزی، در هفته اول آذرماه امسال، مبلغی بالغ بر ۶۰۱۳ میلیارد تومان سود جاری، سنواتی و حق تقدم به حساب ۲ میلیون و ۱۴۴ هزار و ۲۸۴ سهامدار واریز شده است. این عملیات با همکاری ۴۸ ناشر بورسی و فرابورسی و از طریق اطلاعات سامانه «سجام» صورت گرفته تا این سامانه بار دیگر کارآمدی خود را در تسهیل فرآیندهای مالی بازار سرمایه به اثبات برساند. همچنین در هفته اول آذرماه امسال، هشت شرکت «ص .س . املاک و مستغلات امین شهر، بهمن لیزینگ، پتروشیمی غدیر ، تکادو، بانک گردشگری، کارخانجات تولیدی شیشه دارویی رازی، کربن، دانش بنیان پویا نیرو» سود جاری ۲۵۴ هزار و ۱۰۶ سهامدار که شامل ۶۴۵ میلیارد و ۹۵ میلیون تومان می‌شود را به حساب بانکی آنها واریز کردند. گفتنی است؛ در این بازه زمانی، دو ناشر «گروه سرمایه‌گذاری میراث فرهنگی و معدنی دماوند» سود سنواتی ۱۲ هزار و ۲۲۵ سهامدار که شامل ۲۸ میلیارد و ۴۳۵ میلیون تومان می‌شود را توسط سپرده‌گذاری مرکزی پرداخت کردند. تمرکز بر واریز ۶۷۳ میلیارد تومان سود به حساب ۲۶۶ هزار و ۳۳۱ سهامدار از سوی ۱۰ ناشر در اولین هفته آذرماه، سیگنال مهمی از پایداری سودآوری در بخش مشخصی از بازار سرمایه و کارآمدی بی‌وقفه سامانه سجام صادر می‌کند. از سوی دیگر، با توجه به تنوع این ۱۰ ناشر (که هشت مورد آن سود جاری و دو مورد آن سود سنواتی و حق تقدم پرداخته‌اند)، مشخص می‌شود که «سجام» نه‌تنها ابزاری برای تسویه سودهای تازه است، بلکه توانسته گره مطالبات معوقه (سود سنواتی) را نیز برای ۱۲ هزار و ۲۲۵ سهامدار باز کند. این قابلیت دوگانه (پرداخت منظم و رفع انباشت معوقات) اعتماد به زیرساخت دیجیتال بازار سرمایه را تقویت می‌کند و نشان می‌دهد که سامانه، به یک راه‌حل جامع و غیرقابل جایگزین برای مدیریت کلیه انواع پرداختی‌ها تبدیل شده است. یادآور می‌شود؛ سامانه «سجام» (سامانه جامع اطلاعات مشتریان) به عنوان یک بستر ملی و یکپارچه، فرآیندهای حضور در بازار سرمایه را برای تمامی فعالان (اعم از حقیقی و حقوقی) آسان کرده است. هر فرد تنها یک‌بار با ثبت اطلاعات خود در این سامانه و انجام احراز هویت، می‌تواند از خدمات متنوعی شامل «دریافت سودهای جاری، سنواتی و سود سهام عدالت، صدور کد معاملاتی و ورود رسمی به بازار سرمایه، دسترسی به درگاه ذی‌نفعان بازار سرمایه، مشاهده دارایی‌ها، دریافت گواهی سهام، لیست مجامع و سایر خدمات الکترونیکی» بهره‌مند شود. برای ثبت‌نام یا احراز هویت در این سامانه، کافی است به آدرس www.sejam.ir مراجعه کنید. مزایای «سجام» تنها به دریافت سود محدود نمی‌شود. با ثبت‌نام در این سامانه، دیگر هیچ نهاد مالی در بازار سرمایه نیازی به دریافت مجدد اطلاعات شما نخواهد داشت. همه‌چیز یکپارچه، سریع و با امنیت کامل در اختیار سهامداران قرار می‌گیرد. سهامداران می‌توانند با مراجعه به درگاه یکپارچه ذی‌نفعان بازار سرمایه به آدرس dara.csdiran.ir و ورود به بخش «گزارش‌ها – سودهای پرداخت‌شده»، جزییات سودهای واریزی شرکت‌هایی که در آنها سهام دارند را مشاهده کنند. این امکان، شفافیت و دسترسی آسان به اطلاعات مالی را برای سرمایه‌گذاران تضمین می‌کند. آینده بازار سرمایه دیجیتال است و «سجام»، دروازه ورود به این آینده است. لازم به ذکر است؛ سود جاری، سودی است که شرکت‌ها پس از برگزاری مجمع عمومی عادی سالیانه و تصویب صورت‌های مالی، به صورت نقدی بین سهامداران تقسیم می‌کنند. همچنین سود سنواتی، به سودی گفته می‌شود که به دلیل عدم دریافت آن توسط سهامدار در سال‌های گذشته، به حساب او پرداخت نشده و با درخواست وی یا واریز متمرکز از طریق سجام به حسابش واریز می‌شود. حق تقدم نیز به سهامداران فعلی یک شرکت، حق و دومویت خرید سهام جدید شرکت با قیمتی کمتر از قیمت بازار داده می‌شود. در صورت عدم تمایل به خرید، می‌توانند حق تقدم خود را به فروش برسانند و مبلغ آن را دریافت کنند.

نگاه

هر ۱۶۰۰ خودرو، یک جایگاه سوخت سی‌ان‌جی

به گفته مدیر طرح سی‌ان‌جی، به ازای هر ۱۶۰۰ خودرو در کشور، یک جایگاه سی‌ان‌جی وجود دارد و از ابتدای طرح تاکنون هم حدود ۴.۳ میلیون خودرو به صورت کارخانه‌ای یا از طریق تبدیل کارگاهی به دوگانه‌سوز تبدیل شده‌اند. مدیر طرح سی‌ان‌جی، ارزش حرارتی هر مترمکعب سی‌ان‌جی را معادل یک لیتر بنزین دانست و گفت: این ویژگی، نقش مهمی در کاهش مصرف بنزین دارد. از ظرفیت ۴۰ میلیون مترمکعبی تولید سی‌ان‌جی در کشور، هم‌اکنون روزانه حدود ۱۶ میلیون مترمکعب در جایگاه‌ها توزیع می‌شود.

او نسبت جایگاه‌ها به شمار خودروها را محدود توصیف کرد و گفت: در حال حاضر به ازای هر ۱۶۰۰ خودرو تنها یک جایگاه سی‌ان‌جی در کشور فعال است. به گفته «سعید رحمان‌سالاری»، از ابتدای اجرای طرح تاکنون حدود ۴.۳ میلیون خودرو به صورت کارخانه‌ای یا از طریق تبدیل کارگاهی به دوگانه‌سوز تغییر یافته‌اند. توسعه زیرساخت و افزایش تعداد جایگاه‌ها می‌تواند مصرف این سوخت و نقش آن در کاهش مصرف بنزین را تقویت کند.

با طولانی‌شدن مذاکرات صلح اوکراین

قیمت نفت کاهش یافت

قیمت نفت در معاملات بازار جهانی که سرمایه‌گذاران در بحبوحه مذاکرات صلح طولانی روسیه و اوکراین، ریسک ژئوپلیتیکی نفت را در نظر گرفتند و در عین حال، به دنبال سرنخ‌هایی در مورد تغییرات احتمالی در تولید اوپک پلاس بودند، کاهش یافت اما رشد هفتگی به ثبت رساند. بهای معاملات آتی نفت وست تگزاس اینترمدیت آمریکا پس از توقف به دلیل قطعی سیستم در اپراتور بورس CME Group که به دلیل مشکل خنک‌کننده در مراکز داده سایروس وان بود، از سر گرفته شد. نفت برنت در بورس بین قاره‌ای یا ICE معامله می‌شود. بهای معاملات آتی نفت خام برنت برای ماه ژانویه که روز جمعه منقضی شد، با ۱۴ سنت معادل ۰.۲۲ درصد کاهش، به ۶۳ دلار و ۲۰ سنت در هر بشکه رسید. قرارداد فعال‌تر فوریه، در ۶۲ دلار و ۳۸ سنت بسته شد. قیمت نفت وست تگزاس اینترمدیت با ۱۰ سنت معادل ۰.۱۷ درصد کاهش نسبت به روز چهارشنبه، به ۵۸ دلار و ۵۵ سنت در هر بشکه رسید. روز پنجشنبه به دلیل تعطیلات روز شکرگزاری در آمریکا، هیچ معامله‌ای انجام نشد.

با وجود افزایش حدود یک درصدی در طول هفته، هر دو شاخص برای چهارمین ماه متوالی با کاهش قیمت مواجه شدند که طولانی‌ترین روند نزولی آنها از سال ۲۰۲۳ است. «جانیو شاه» تحلیلگر شرکت تحقیقاتی ریستاد، گفت: حاشیه سود قوی پالایش سوخت، تقاضا برای نفت خام را در برخی مناطق افزایش داده است، اما تاثیر نزولی مازاد نفت مورد انتظار، قیمت‌ها را تحت فشار قرار می‌دهد.

آخرین داده‌های اداره اطلاعات انرژی آمریکا، نشان میدهد که تولید نفت آمریکا در سپتامبر به بالاترین حد خود رسید و نگرانی‌ها را در مورد اینکه بازار به سمت مازاد عرضه پیش می‌رود، تشدید کرد. طبق داده‌های این آژانس، تولید نفت آمریکا در سپتامبر، ۴۴ هزار بشکه در روز افزایش یافت و به رکورد ۱۳.۸۴ میلیون بشکه در روز رسید. همچنین نتایج نظرسنجی رویترز از ۳۵ اقتصاددان و تحلیلگر نفتی، نشان داد که پاسخ‌دهندگان انتظار دارند قیمت نفت برنت در سال ۲۰۲۶، به طور متوسط ۶۲ دلار و ۲۳ در هر بشکه باشد که نسبت به پیش‌بینی قیمت ۶۳ دلار و ۱۵ سنت در اکتبر، کاهش یافته است. طبق داده‌های شرکت مالی LSEG، این شاخص از ابتدای سال ۲۰۲۵ تاکنون، به طور متوسط ۶۸ دلار و ۸۰ سنت در هر بشکه بوده است. به گزارش رویترز، نشانه‌هایی مبنی بر نزدیک بودن توافق صلح بین اوکراین و روسیه، قیمت نفت را در اوایل هفته گذشته به شدت کاهش داد، اما با طولانی‌شدن مذاکرات، قیمت‌ها در سه جلسه گذشته بهبود یافته‌اند. «دنیس کیسلر» معاون ارشد معاملات در بانک «بی اُ کی» (BOK) در یادداشتی نوشت: «بازارهای آتی نوعی توافق صلح را پیش‌بینی می‌کردند که فشار را بر قیمت‌ها حفظ کرده است.» با این حال، در حال حاضر اطلاعات کمی در دست است و عدم توافق احتمالا به معنای تحریم‌های شدیدتر علیه صادرات نفت روسیه خواهد بود. دو نماینده گروه اوپک پلاس و یک منبع آگاه از مذاکرات به رویترز گفتند که اوپک پلاس احتمالا در جلسه روز یکشنبه، سطح تولید نفت را بدون تغییر باقی خواهد گذاشت و بر سر مکانیسمی برای ارزیابی حداکثر ظرفیت تولید اعضا توافق خواهد کرد. انتظار می‌رود عربستان سعودی به عنوان بزرگ‌ترین صادرکننده نفت جهان، تحت فشار عرضه فراوان و چشم‌انداز مازاد، قیمت نفت خام خود را در ژانویه برای خریداران آسیایی کاهش دهد.

ارزش معاملات خرد دوباره کمتر شد

بورس روی موج نوسان

فرصت امروز: شاخص کل بورس تهران، هفته دوم آذرماه را با افت ۰,۲۹ درصدی آغاز کرد و تا ارتفاع ۳ میلیون و ۲۷۲ هزار واحد پایین آمد. شاخص هم‌وزن نیز با افت مشابه ۰,۲۹ درصدی در تراز ۹۳۸ هزار واحد ایستاد. کاهش همزمان هر دو شاخص، نشان داد که فشار فروش در کلیت معاملات شنبه، گسترده بوده و بخش بزرگ بدنه بازار با کمبود تقاضا مواجه شده است. این افت بورس، زمانی معنادارتر می‌شود که توجه کنیم ارزش معاملات نسبت به روزهای قبل، رشد کرده اما این افزایش به دلیل بالابودن حجم فروش‌ها بوده و نه تقویت سمت خرید. بورس تهران در معاملات آغازین هفته در مجموع، تصویری از گستردگی عرضه‌ها، خروج نقدینگی و ضعف تقاضا را نشان داد. افت همزمان دو شاخص کل و هم‌وزن، افزایش صف‌های فروش، کاهش ارزش معاملات و منفی شدن قدرت خرید حقیقی‌ها، نمایانگر این واقعیت است که جریان بازار، برخلاف رشد نسبی روزهای قبل، در مسیر محافظه‌کارانه و نزولی قرار گرفته است.

از دیگر نکات مهم معاملات شنبه، خروج ۱۸۱۴ میلیارد تومان پول از صندوق‌های درآمد ثابت بود که نشان می‌دهد بخشی از سرمایه‌گذاران در حال جابه‌جایی منابع خود هستند، اما همچنان اثر این خروج نقدینگی در بازار سهام مشاهده نشده و ورود آن به سوی سهم‌ها رخ نداده است بلکه احتمالا این پول به سمت بازارهای موازی رفته است. این موضوع در کنار افت همزمان شاخص کل و هم‌وزن به خوبی نشان می‌دهد که همچنان بخشی از پول ترجیح می‌دهد خارج از جریان معاملات سهام باقی بماند. حجم معاملات سهام، حق تقدم و صندوق‌های سهامی به ۲۹,۴ میلیارد برگه سهم رسید و ارزش معاملات خرد تا سطح ۹۸۰۶ میلیارد تومان کاهش یافت که نسبت به رقم ۱۳ همتی ارزش معاملات چهارشنبه هفته گذشته، کاهش قابل توجهی را نشان می‌دهد. همچنین سرانه خرید حقیقی‌ها، ۵۰,۷ میلیون تومان و سرانه فروش حقیقی‌ها، ۵۶,۳ میلیون تومان گزارش شد.

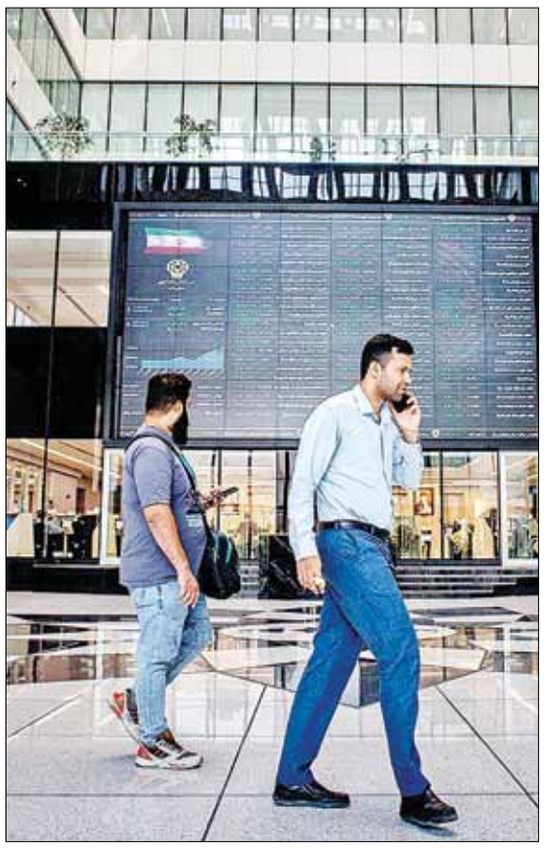
دلایل روند صعودی بازار سهام

بورس تهران در حالی معاملات هفته دوم آذرماه را با افت ۰,۲۹ درصدی آغاز کرد که دو فاز متفاوت را در معاملات هفته گذشته گذراند؛ هم اینکه در روز سه‌شنبه با هجوم نقدینگی و تقویت تقاضا در نمادهای بزرگ و کوچک، یکی از مثبت‌ترین روزهای پاییز را رقم زد و هم اینکه در پایان معاملات هفته در روز چهارشنبه، شاخص بورس قرمز شد. بررسی‌ها نشان می‌دهد در معاملات هفته گذشته که نخستین هفته کاری بورس در آذرماه بود و در حالی که برآوردهای اولیه از تداوم روند صعودی شاخص در این هفته حکایت داشت، اما شاخص کل، روز پایانی خود را در این هفته با افت ۲۱ هزار واحدی به پایان رساند و حتی در شرایطی که شاخص بورس تهران وارد کانال تراز ۳.۳ میلیون واحد شده بود، با از دست دادن این کانال بار دیگر در تراز ۳ میلیون و ۲۸۲ هزار واحد قرار گرفت. با توجه به اینکه شاخص کل بورس تهران در پایان هفته گذشته در تراز ۳ میلیون و ۱۶۷ هزار واحد به کار خود پایان داده بود، بازدهی هفتگی بورس به ۳.۶۱ درصد رسید. با این حال، تداوم این روند مثبت به گفته کارشناسان، نیازمند سه شرط اساسی است. اول، ثبات در متغیرهای کلیدی اقتصاد کلان؛ یعنی نرخ ارز، نرخ سود و سیاست‌های پولی نباید دچار شوک‌های لحظه‌ای شوند. دوم، ثبات و شفافیت در سیاستگذاری، به‌ویژه در حوزه‌هایی مانند قیمت‌گذاری دستوری، نرخ خوراک صنایع، مقررات معاملاتی و سیاست‌های مالیاتی و سوم، تقویت زیرساخت‌های اطلاعاتی و انتشار گزارش‌های دقیق‌تر و به‌موقع از سوی شرکت‌ها.

«مجید عبدالحمیدی»، کارشناس بازار سرمایه درباره فضای فعلی تالار شیشه‌ای به «خبرآنلاین» می‌گوید: رکوردشکنی‌های اخیر بورس را باید نتیجه یک هم‌افزایی چندلایه از عوامل بنیادی، انتظاری و سیاستی دانست. طی ماه‌های گذشته، شاهد کاهش بخشی از ریسک‌های سیستماتیک، ثبات نسبی در متغیرهای کلان و شکل‌گیری یک رویکرد پیش‌بینی‌پذیرتر در سیاستگذاری اقتصادی بوده‌ایم. همین موضوع باعث شد که انتظارات فعالان بازار سرمایه از یک حالت محافظه‌کارانه به سمت دیدگاه‌های مبتنی بر رشد منطقی، تغییر جهت دهد و نقدینگی سرگردان اقتصاد، بخشی از مسیر خود را دوباره به سوی بازار سهام پیدا کند.

۳ شرط تداوم روند مثبت بورس

او سه شرط «ثبات متغیرهای اقتصاد کلان»، «ثبات و شفافیت سیاستگذاری» و «تقویت زیرساخت‌های اطلاعاتی» را سه شرط تداوم روند صعودی بورس، می‌داند و می‌افزاید: در دو سال اخیر، بخش بزرگی از شرکت‌ها به دلیل شرایط رکودی، نوسانات شدید ارزی و عدم قطعیت تصمیم‌گیری، در محدوده‌هایی معامله می‌شدند که با ارزش واقعی‌شان، فاصله قابل‌توجهی داشت اما این فاصله اکنون در حال اصلاح است. از سوی دیگر، گزارش‌های مالی شرکت‌ها (چه در سطح فروش، چه سود عملیاتی و چه حاشیه سود) نشانه‌های



امیدوارکننده‌ای از بازگشت ظرفیت تولید و فروش در صنایع کلیدی نشان می‌دهد. این پیشرفت‌ها هنگامی اهمیت مضاعف پیدا می‌کند که در کنار ثبات نرخ بهره، کنترل انتظارات تورمی و آرام‌تر شدن فضای سیاستگذاری ارزی دیده شود.

«عبدالحمیدی» با اشاره به چشم‌انداز ادامه‌دار بودن رشد بازار سهام، توضیح می‌دهد: تداوم روند مثبت فعلی، نیازمند سه شرط اساسی است. اول، ثبات در متغیرهای کلیدی اقتصاد کلان؛ یعنی نرخ ارز، نرخ سود و سیاست‌های پولی نباید دچار شوک‌های لحظه‌ای شوند. دوم، ثبات و شفافیت در سیاستگذاری، به‌ویژه در حوزه‌هایی مانند قیمت‌گذاری دستوری، نرخ خوراک صنایع، مقررات معاملاتی و سیاست‌های مالیاتی و در نهایت، شرط سوم، تقویت زیرساخت‌های اطلاعاتی و انتشار گزارش‌های دقیق‌تر و به‌موقع از سوی شرکت‌ها است؛ زیرا هر زمان این شفافیت افزایش یابد، ریسک تحلیلی کاهش پیدا می‌کند و بازار امکان قیمت‌گذاری درست‌تری پیدا می‌کند.

به گفته این کارشناس بازار سهام، شرایط امروز بورس از نظر ترکیب نقدینگی و نسبت‌های ارزش‌گذاری، تفاوت‌های جدی با دوره صعود و سقوط شدید گذشته دارد. هم‌اکنون P/E بازار در حدی قرار دارد که قابل دفاع و در برخی صنایع حتی جذاب به نظر می‌رسد. جریان ورود پول هم بسیار هوشمندتر از سال‌های قبل شده و سهم سرمایه‌گذاران نهادی و تحلیل‌محور افزایش یافته است. ابزارهای نظارتی نیز نسبت به سال‌های گذشته کارآمدتر شده‌اند؛ از جمله ارتقای سامانه‌های نظارت لحظه‌ای مدیریت رفتارهای الگوریتمی و سازوکارهای جدید دامنه نوسان پویا که مانع از شکل‌گیری فشارهای هیجانی ناگهانی می‌شود. با وجود موارد مثبت مذکور، نباید انتظار داشت که بازار در یک مسیر کاملا خطی و بدون اصلاح حرکت کند.

ریسک سقوط عمیق دیده نمی‌شود

وی ریسک سقوط عمیق بورس را کمرنگ می‌داند و ادامه می‌دهد: اگر سرعت رشد قیمت‌ها از توان سودآوری و جریان نقدی شرکت‌ها عبور کند، ورود به یک فاز اصلاحی طبیعی و حتی ضروری است اما تفاوت مهم امروز با دوره‌های قبل، این است که ریسک سقوط عمیق و ناگهانی که ناشی از حباب‌های قیمتی گسترده بود، فعلا دیده نمی‌شود، مگر آنکه متغیرهای کلان یا مقررات حیاتی، دچار تغییرات غیرمنتظره شوند. یکی از نقاط قوت بازار در شرایط کنونی، بلوغ نسبی رفتار سرمایه‌گذاران است. بسیاری از فعالان اکنون از مدل‌های جریان نقدی تنزیل‌شده (DCF)، ارزش جایگزینی دارایی‌ها و تحلیل حساسیت سودآوری استفاده می‌کنند. این یعنی بازار نه‌تنها رشد می‌کند، بلکه کیفیت رشد نیز افزایش یافته است و تصمیم‌گیری‌ها کمتر تحت تأثیر موج‌سازی قرار می‌گیرد. همین ویژگی، احتمال تکرار نوسانات بسیار شدید گذشته را به‌شکل محسوسی کاهش داده است.

به گفته «عبدالحمیدی»، برای جلوگیری از بروز شرایطی مشابه سقوط‌های گذشته، رعایت اصول مدیریت ریسک و پرهیز از تصمیم‌گیری‌های کوتاه‌مدت مبتنی بر هیجان ضروری است. اگر شفافیت اطلاعاتی افزایش یابد، سیاستگذاری‌های اقتصادی، ثبات بیشتری یابد و فعالان بر تحلیل‌های بنیادی تکیه کنند، بازار این ظرفیت را دارد که نه‌تنها از اصلاحات احتمالی عبور کند بلکه به یک بستر قابل اتکا برای تأمین مالی پایدار اقتصاد تبدیل شود. در چنین شرایطی، سقوط‌های سنگین گذشته دیگر تکرار نخواهد شد و بورس می‌تواند نقش واقعی خود را در اقتصاد ایفا کند. تجربه بازار سرمایه نشان داده که معمولا پس از دوره‌های رشد قابل‌توجه، احتمال ورود به فاز اصلاح وجود دارد؛ مگر آنکه مجموعه ریسک‌های سیستماتیک در اقتصاد به‌طور پایدار کاهش یافته باشد. بنابراین سقوط یا اصلاح الزاما نتیجه سیاستگذاری نیست، بلکه تابعی از هماهنگی ارزش‌گذاری‌ها با سودآوری واقعی شرکت‌ها و سطح ریسک‌های کلان است.

استاندار مرکزی:

توسعه و حمایت از صنایع شهرک صنعتی خیرآباد با جدیت دنبال می‌شود

اراک – فرناز امیدی: استاندار مرکزی گفت: توسعه و حمایت از صنایع شهرک صنعتی خیرآباد با جدیت دنبال می‌شود.

در چارچوب برنامه‌های روز همت اقتصادی استان مرکزی، مهدی زندیه‌وکیلی استاندار مرکزی به همراه معاون هماهنگی امور اقتصادی و توسعه منطقه‌ای استاندار، فرماندار اراک و جمعی از مدیران دستگاه‌های اجرایی از شهرک صنعتی خیرآباد بازدید کرد.

استاندار مرکزی در این بازدید با اشاره به اهمیت پشتیبانی از واحدهای تولیدی و توسعه زیرساخت‌های صنعتی گفت: هنگام ایجاد یک شهرک صنعتی، ضروری است منابع مالی آن در مسیر اقدام‌های اولویت‌دار و حیاتی هزینه شود و از واحدهای تولیدی مستقر در آن نیز حمایت جدی به عمل آید.

مهدی زندیه وکیلی با تأکید بر لزوم تعیین تکلیف اراضی باقیمانده افزود: این زمین‌ها باید در کوتاه‌ترین زمان ممکن تأمین و در قالب فروش یا اجاره در اختیار شهرک قرار گیرد تا درآمد حاصل به مدیریت و هیأت‌مدیره بازگردد و برای توسعه بیشتر مجموعه هزینه شود.

وی در حاشیه بازدید از چند واحد تولیدی و صنعتی اراک و بررسی روند رسیدگی به مشکلات این واحدها، در جمع خبرنگاران اظهار داشت: شهرک صنعتی حاجی‌آباد اراک با حدود ۳۰۰ واحد صنعتی، یکی از شهرک‌های خصوصی فعال استان است و نیازهایی برای تقویت خدمات و پشتیبانی هیأت‌مدیره مطرح شده که در حال پیگیری است.

استاندار مرکزی بیان داشت: در هر واحد صنعتی، جلسات داخلی برگزار شد و مسائل مطروحه مورد بررسی قرار گرفت. بخشی از مشکلات در همان جلسه و به‌صورت فوری رفع شد و برخی دیگر در قالب صورت‌جلسه با زمان‌بندی مشخص برای پیگیری و حل نهایی تعیین تکلیف شد.

زندیه‌وکیلی با اشاره به بازدید از شرکت «کالبر» تولیدکننده فرآورده‌های لبنی گفت : در این بازدید، موضوعات مربوط به تامین مواد اولیه، فرآیندهای تولید، مسائل بانکی و مجوزهای مرتبط احصا و برای هر مورد، مسئول مشخص تعیین شد تا روند پیگیری با سرعت بیشتری انجام شود.

وی با اشاره به حضور مدیران دستگاه‌های اجرایی در جلسه گفت: پیگیری مشکلات واحدهای تولیدی جزو برنامه‌های مستمر استان است و هیچ پرونده‌ای بدون نتیجه رها نخواهد شد.

استاندار مرکزی عمده چالش‌های واحدهای تولیدی مورد بازدید را مسائل بانکی، تأمین نقدینگی و امهال تسهیلات گذشته برشمرد و تأکید کرد: با افزایش قیمت‌ها و نیاز واحدهای صنعتی به سرمایه در گردش، مشکلات بانکی بیشترین سهم را در مراجعات واحدها دارد و تلاش می‌شود با حضور میدانی و همراه کردن بانک‌ها، راه‌حل‌های عملیاتی ارائه شود.

زندیه‌وکیلی در ادامه بیان داشت: مشکلات این واحد تولیدی به صورت میدانی و دقیق بررسی شده و دستگاه‌های اجرایی موظف‌اند در کوتاه‌ترین زمان ممکن نسبت به رفع موانع قابل حل، اقدام کنند.

وی تاکید کرد: استانداری رفع کاستی‌ها، کاهش بروکراسی اداری و اجرای اقدامات حمایتی را در دستور کار دارد و هر اقدامی که در چارچوب قانون امکان‌پذیر باشد برای تقویت تولید انجام خواهد داد.

زندیه وکیلی با بیان اینکه صنایع غذایی در ایجاد اشتغال و تامین نیاز بازار داخلی نقش مهمی دارند، افزود: هدف اصلی استان مرکزی ایجاد محیطی پایدار برای فعالیت واحدهای صنعتی و جلوگیری از توقف چرخه تولید است.

همچنین با حضور استاندار مرکزی خط تولید پنیر پیتزا در کارخانه کالبر اراک افتتاح شد.

بدهی بانکی، مشکلات مالیاتی، بدهی به تامین اجتماعی و مشکل تامین مواد اولیه از مهمترین مشکلات مطرح شده در این کارخانه تولیدی بود.

استاندار مرکزی در ادامه با اشاره به بازدید از شرکت «گام» تولیدکننده دکل‌های انتقال انرژی، دکل‌های مخابراتی و سازه‌های نیروگاه‌های تجدیدپذیر گفت: در این مجموعه نیز موضوعاتی نظیر تأمین نقدینگی و مواد اولیه مطرح بود که برای رفع آنها تصمیم‌گیری شد.

مهدی زندیه‌وکیلی با اشاره به اجرای برنامه‌های حمایتی در حوزه انرژی افزود: واحدهای تولیدی می‌توانند با خرید سهم از تسهیلات مناسب و ارزان‌قیمت صندوق توسعه انرژی بهره‌مند شوند.

وی عنوان کرد: هر شرکت فعال قادر است تا سقف ۱۰۰ میلیارد تومان تسهیلات دریافت کند و این امکان برای مجموعه‌هایی که قصد ایجاد نیروگاه تا ظرفیت سه مگاوات دارند نیز فراهم است.

استاندار مرکزی بیان داشت: در بازدید از شهرک صنعتی حاجی‌آباد، مسائل مدیریتی، خدماتی و زیرساختی این شهرک مورد بررسی قرار گرفت و برای رفع آنها هماهنگی‌های لازم انجام شد.

زندیه‌وکیلی تصریح کرد: در بازدید از واحد در حال احداث تولید ورق نیز مشکلات مربوط به تأمین مالی و زیرساخت‌ها با حضور مسئولان مرتبط بررسی و برای آنها تصمیماتی اتخاذ شد.

وی با تأکید بر اهمیت مدیریت میدانی اظهار داشت: بسیاری از مسائل واحدهای تولیدی در داخل استان قابل حل است و حضور مدیران در محل، ضمن ایجاد انگیزه و ارائه راهکارهای دقیق‌تر، روند تصمیم‌گیری را تسهیل می‌کند.

استاندار مرکزی ادامه داد: در شرایطی که برخی واحدها با محدودیت نقدینگی روبه‌رو هستند، این حمایت مالی می‌تواند بخش مهمی از مشکلات آنان را برطرف کند.

زندیه‌وکیلی همچنین بر لزوم همکاری شرکت‌ها برای تکمیل سازه‌ها و زیرساخت‌های موردنیاز طرح‌ها تاکید کرد و گفت: هدف این است که مسیر اجرای پروژه‌ها کوتاه و هموار شود و سرمایه واحدها در جهت پیشبرد فعالیت‌های تولیدی به‌کار گرفته شود.

وی تاکید کرد: با اجرای این سیاست‌ها، موانع تولید به‌صورت مرحله‌ای برطرف و زمینه برای افزایش بهره‌وری و توسعه فعالیت واحدهای صنعتی استان فراهم خواهد شد.

آگهی فراخوان تجدید مناقصه عمومی ۰۳/م/۱۴۰۴

شرکت مخابرات ایران
مدیریت مخابرات منطقه مرکزی

مدیریت مخابرات منطقه مرکزی در نظر دارد عملیات نگهداری امور شبکه ثابت در استان مرکزی را به اشخاص حقوقی واجد شرایط واگذار نماید لذا از کلیه فعالان در این زمینه دعوت می شود جهت دریافت اسناد مناقصه به سایت مخابرات منطقه مرکزی برای دانلود مراجعه و یا با در دست داشتن فیش واریزی به مبلغ ۱۰۰۰۰۰۰ ریال به شماره حساب جام ۱۶۶۰۸۶۰۸۹۲ نزد بانک ملت شعبه اراک بنام مخابرات منطقه مرکزی با کد شناسه ۳۱۰۰۰۸۰۶۶۰۱۲۷ به نشانی ذیل مراجعه و پس از تکمیل اسناد مذکور، پاکتهای پیشنهادی خود را حداکثر تا ساعت ۱۲ مورخ ۱۴۰۴/۰۹/۱۸ به واحد قراردادها تحویل نمایند.

(شرکت کنندگانی که اسناد را از طریق سایت دانلود می نمایند نیازی به پرداخت فیش ندارند.)

مبلغ تضمین شرکت در مناقصه: ۵۸/۶۵۰/۰۰۰/۰۰۰. ریال

نوع تضمین شرکت در مناقصه: واریز مبلغ تضمین به حساب بانکی شرکت مخابرات ایران- مدیریت منطقه مرکزی، ضمانتنامه بانکی قابل تمدید دارای حداقل سه ماه اعتبار در وجه شرکت مخابرات ایران- مدیریت منطقه مرکزی مطابق نمونه پیوست شماره یک، چک بانکی تضمینی در وجه شرکت مخابرات ایران- مدیریت منطقه مرکزی.

توجه : به پیشنهادهای فاقد سپرده، سپرده های مخدوش، سپرده های کمتر از میزان مقرر، چک شخصی و نظایر آن ترتیب اثر داده نخواهد شد.

تاریخ بازگشایی پاکات قیمت: پس از ارزیابی فنی و مالی

مکان دریافت اسناد مناقصه و ارائه پیشنهادات (پاکتهای مناقصه): اراک خیابان دانشگاه سه راه خانه سازی قنات انتهای خیابان شقایق ساختمان شماره یک مخابرات طبقه همکف واحد قراردادها.

سایر اطلاعات و جزئیات مربوط، در اسناد مناقصه مندرج است.

هزینه چاپ آگهی برعهده برنده مناقصه می باشد.

تلفن تماس: ۳۲۲۶۱۰۰۳ واحد قراردادها

جهت دانلود اسناد مناقصه به نشانی www.mk.tci.ir مراجعه گردد.

مدیریت مخابرات منطقه مرکزی

۳۸۶

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

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

برابر رای شماره ۱۴۰۴۶۰۳۰۱۰۷۸۰۰۵۶۹۹ مورخ ۱۴۰۴/۸/۷ موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک یافت آباد تهران تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای اباسعد نوری فرزند عبداله بشماره شناسنامه ۹۴۳ صادره از بیجار در ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی در آن به مساحت ۱۲۵ متر مربع پلاک ۱۷۸۳ فرعی از ۲ اصلی واقع در بخش ۱۲ تهران خریداری از مالک رسمی آقای براتعلی اسماعیلی مجید 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: ۱۴۰۴/۰۸/۲۴ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۴/۰۹/۰۹
۱۵۴۵۵ م الف
رئیس ثبت اسناد و املاک – خداداد بشیری
شناسه آگهی ۲۰۴۵۹۴۱

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

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

برابر رای شماره ۱۴۰۳۶۰۳۰۱۱۵۱۰۰۲۸۶۵ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک لویزان تهران تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای / خانم حسین همتی ولندران فرزند عباس بشماره شناسنامه ۲۴۷ کد ملی ۵۱۹۸۴۴۵۳۹۸ نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی در آن بمساحت ۶۳/۳۸ متر مربع قسمتی از پلاک شماره ۵۵ فرعی از ۶۷۲۰ اصلی واقع در بخش ۲ حوزه ثبت ملک لویزان تهران خریداری از مالک رسمی آقای هایکاز چکناوریان 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: ۱۴۰۴/۰۸/۲۴
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۴/۰۹/۰۹
۱۵۴۵۴ م الف رئیس ثبت اسناد و املاک لویزان تهران – ابوالفضل تریوه
شناسه آگهی ۲۰۴۵۹۳۷

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان تهران
اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک تهرانپارس
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 آراء شماره ۱۴۰۴۶۰۳۰۱۰۷۹۰۰۴۶۷۲ و ۱۴۰۴۶۰۳۰۱۰۷۹۰۰۴۶۷۳ مورخ ۱۴۰۴/۰۸/۱۳ در خصوص پرونده های کلاسه ۱۴۰۳۱۱۴۴۰۱۰۷۹۰۰۰۱۱۲ و ۱۴۰۳۱۱۴۴۰۱۰۷۹۰۰۰۱۱۳ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک تهرانپارس تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای احمد رحیمی به شناسنامه شماره ۲۹۷ کد ملی ۴۵۹۰۷۱۳۴۱۱ متولد ۱۳۶۲ صادره شاهرود فرزند عباس نسبت به سه دانگ مشاع از ششدانگ و آقای علی اکبر عامری به شناسنامه شماره ۱۱۰۹۲ کد ملی ۰۰۵۴۱۱۰۸۲۳ متولد ۱۳۴۸ صادره تهران فرزند عبدالحسین نسبت به سه دانگ مشاع از ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی در آن به مساحت ۱۵۴/۵۸ متر مربع از پلاک ثبتی ۱۸۸ فرعی از ۹۲ اصلی واقع در بخش ۱۱ حوزه ثبت ملک تهرانپارس خریداری در ازای سهم مشاعی 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: ۱۴۰۴/۰۹/۰۹ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۴/۰۹/۲۴
۱۵۸۸۷ م الف رئیس ثبت اسناد و املاک تهرانپارس – رضا النچری
شناسه آگهی ۲۰۵۸۳۱۶

آگهی قانون تعیین تکلیف اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی شهرستان بروجرد سری ۳۲۷ جمعی

نظر به دستور مواد ۱ و ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی املاک متقاضیانی که در هیات موضوع ماده یک قانون مذکور مستقر در واحد ثبتی بروجرد مورد رسیدگی و تصرفات مالکانه و بلا معارض آنان محرز و رای لازم صادر گردیده جهت اطلاع عموم به شرح ذیل در دو نوبت آگهی میگردد در صورتی که هرکس نسبت به صدور سند مالکیت بنام متقاضیان اعتراض داشته باشد. تواند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را کتباً به اداره ثبت اسناد و املاک محل تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یکماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع محترم قضایی تقدیم و گواهی تقدیم دادخواست را به اداره ثبت محل تحویل نماید در صورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل ارائه نکند اداره ثبت مبادرت به صدور سند مالکیت مینماید و صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نیست.

۱ - تقاضای بهرام شاهوردی» فرزند «غلامعلی» نسبت به ششدانگ یک قطعه «باغ بمساحت ۲۴۳۰،۱۳ متر مربع مجزی شده از پلاک شماره ۲۷۸ فرعی از «۱۵۵» اصلی واقع در بخش «۴» خروجی از مالکیت مالک اولیه «غلامعلی و فریدون شاهوردی

۲ - تقاضای «بهرام شاهوردی» فرزند «غلامعلی» نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی بمساحت ۶۱۶۲،۵۱ متر مربع مجزی شده از پلاک شماره ۲۸۱ فرعی از «۱۵۵» اصلی واقع در بخش «۴» خروجی از مالکیت مالک اولیه «غلامعلی و فریدون شاهوردی

۳. تقاضای «بهرام شاهوردی» فرزند غلامعلی نسبت به ششدانگ یک قطعه باغ بدون درج بنا و مستحدثات بمساحت ۲۲۹۸،۷۰ متر مربع مجزی شده از پلاک شماره (۲۸۲» فرعی از «۱۵۵» اصلی واقع در بخش «۴» خروجی از مالکیت مالک اولیه « غلامعلی و فریدون شاهوردی

۴ - تقاضای «بهرام شاهوردی» فرزند «غلامعلی» نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی بمساحت ۴۶۹۷،۷۵ متر مربع مجزی شده از پلاک شماره ۲۸۳ فرعی از «۱۵۵ اصلی واقع در بخش ۴ خروجی از مالکیت مالک اولیه «غلامعلی و فریدون شاهوردی

۵ - تقاضای بهرام شاهوردی فرزند غلامعلی» نسبت به ششدانگ یک قطعه باغ بمساحت ۱۱۹۰،۴۸ متر مربع مجزی شده از پلاک شماره ۲۷۲» فرعی از ۱۵۵ اصلی واقع در بخش «۴» خروجی از مالکیت مالک اولیه «غلامعلی و فریدون شاهوردی

۶. تقاضای «بهرام شاهوردی» فرزند غلامعلی نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی بمساحت ۴۰۸۷،۴۱ متر مربع مجزی شده از پلاک شماره ۲۸۵» فرعی از «۱۵۵» اصلی واقع در بخش «۴» خروجی از مالکیت مالک اولیه «غلامعلی و فریدون شاهوردی

۷ - تقاضای «بهرام شاهوردی» فرزند «غلامعلی» نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی بمساحت «۳۹۸۷،۹۳ متر مربع مجزی شده از پلاک شماره ۲۷۴ فرعی از «۱۵۵» اصلی واقع در بخش «۴» خروجی از مالکیت مالک اولیه «غلامعلی و فریدون شاهوردی

۸ - تقاضای «بهرام شاهوردی» فرزند «غلامعلی نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی بمساحت ۱۵۶۴۸،۵۷ متر مربع مجزی شده از پلاک شماره ۲۷۳ فرعی از ۱۵۵ اصلی واقع در بخش «۴» خروجی از مالکیت مالک اولیه «غلامعلی و فریدون شاهوردی

۹ - تقاضای «بهرام شاهوردی» فرزند «غلامعلی» نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی بمساحت ۴۷۷،۸۱ متر مربع مجزی شده از پلاک شماره ۲۷۷ فرعی از «۱۵۵» اصلی واقع در بخش «۴» خروجی از مالکیت مالک اولیه «غلامعلی و فریدون شاهوردی

۱۰- تقاضای «بهرام شاهوردی» فرزند «غلامعلی» نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی» بمساحت ۷۳۱۰،۴۱ متر مربع مجزی شده از پلاک شماره ۲۸۷ فرعی از «۱۵۵» اصلی واقع در بخش «۴» خروجی از مالکیت مالک اولیه غلامعلی و فریدون شاهوردی

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۴/۰۹/۰۹
تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۴/۰۹/۲۴
محمد آجرلو
سرپرست اداره ثبت اسناد و املاک بروجرد
شناسه آگهی : ۲۰۵۷۷۶۲

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 عبدالمطلب طارمی به شناسنامه شماره ۱۶ کد ملی ۵۸۹۹۸۵۸۴۰۰ صادره فرزند خلیل در ششدانگ یک قطعه زمین زراعی کاداستری به مساحت ۱۱۵۹۱/۵۵ متر مربع پلاک شماره ۱۱۳۳ فرعی از ۸۲ اصلی
آقای عبدالمطلب طارمی به شناسنامه شماره ۱۶ کد ملی ۵۸۹۹۸۵۸۴۰۰ صادره فرزند خلیل در ششدانگ یک قطعه زمین زراعی کاداستری به مساحت ۱۴۳۴۲/۶۸ متر مربع پلاک شماره ۱۱۶۵ فرعی از ۸۲ اصلی
آقای عبدالمطلب طارمی به شناسنامه شماره ۱۶ کد ملی ۵۸۹۹۸۵۸۴۰۰ صادره فرزند خلیل در ششدانگ یک قطعه زمین زراعی کاداستری به مساحت ۲۲۱۶۰/۹۸ متر مربع پلاک شماره ۱۱۶۴ فرعی از ۸۲ اصلی
آقای عبدالمطلب طارمی به شناسنامه شماره ۱۶ کد ملی ۵۸۹۹۸۵۸۴۰۰ صادره فرزند خلیل در ششدانگ یک قطعه زمین زراعی کاداستری به مساحت ۱۳۸۴۰/۴۷ متر مربع پلاک شماره ۱۱۶۳ فرعی از ۸۲ اصلی
آقای عبدالمطلب طارمی به شناسنامه شماره ۱۶ کد ملی ۵۸۹۹۸۵۸۴۰۰ صادره فرزند خلیل در ششدانگ یک قطعه زمین زراعی کاداستری به مساحت ۵۹۶/۲۸ متر مربع پلاک شماره ۱۱۳۱ فرعی از ۸۲ اصلی
آقای عبدالمطلب طارمی به شناسنامه شماره ۱۶ کد ملی ۵۸۹۹۸۵۸۴۰۰ صادره فرزند خلیل در ششدانگ یک قطعه زمین زراعی کاداستری به مساحت ۲۶۰۷/۹۴ متر مربع پلاک شماره ۱۱۳۲ فرعی از ۸۲ اصلی
آقای عبدالمطلب طارمی به شناسنامه شماره ۱۶ کد ملی ۵۸۹۹۸۵۸۴۰۰ صادره فرزند خلیل در ششدانگ یک قطعه زمین زراعی کاداستری به مساحت ۱۹۷۳/۶۶ متر مربع پلاک شماره ۱۰۹۲ فرعی از ۸۲ اصلی
آقای عبدالمطلب طارمی به شناسنامه شماره ۱۶ کد ملی ۵۸۹۹۸۵۸۴۰۰ صادره فرزند خلیل در ششدانگ یک قطعه زمین زراعی کاداستری به مساحت ۶۷۳۴/۹۱ متر مربع پلاک شماره ۹۴۰ فرعی از ۸۲ اصلی
آقای عبدالمطلب طارمی به شناسنامه شماره ۱۶ کد ملی ۵۸۹۹۸۵۸۴۰۰ صادره فرزند خلیل در ششدانگ یک قطعه زمین زراعی کاداستری به مساحت ۳۵۲۴/۰۹ متر مربع پلاک شماره ۹۴۱ فرعی از ۸۲ اصلی
آقای عبدالمطلب طارمی به شناسنامه شماره ۱۶ کد ملی ۵۸۹۹۸۵۸۴۰۰ صادره فرزند خلیل در ششدانگ یک قطعه زمین زراعی کاداستری به مساحت ۳۴۱۲/۴۷ متر مربع پلاک شماره ۱۱۶۶ فرعی از ۸۲ اصلی
آقای عبدالمطلب طارمی به شناسنامه شماره ۱۶ کد ملی ۵۸۹۹۸۵۸۴۰۰ صادره فرزند خلیل در ششدانگ یک قطعه زمین زراعی کاداستری به مساحت ۱۱۷۸۱ متر مربع پلاک شماره ۶۹۱ فرعی از ۸۲ اصلی
آقای عبدالمطلب طارمی به شناسنامه شماره ۱۶ کد ملی ۰۹۳۹۹۷۵۴۱۶ صادره فرزند خلیل به ششدانگ یک قطعه زمین زراعی کاداستری به مساحت ۳۶۷۹/۷ متر مربع پلاک شماره ۶۹۰ فرعی از ۸۲ اصلی
واقع در روستای کاکاآباد سلطانیه خریداری از مالک رسمی آقای خلیل طارمی 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: ۱۴۰۴/۰۸/۲۴ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۴/۰۹/۰۹
شناسه آگهی ۲۰۴۶۸۷۴
۲۱۱

مفقودی

کلیه مدارک خودرو سواری پرایدصبا مدل ۱۳۸۶به شماره شاسی S۱۴۱۲۲۸۶۰۷۷۳۷۵ و شماره موتور ۱۹۲۹۲۱۸ و شماره انتظامی ۷۸ ایران ۵۳۶ ل ۵۱ به نام حیدرعاروان مفقود گردیده است و فاقد اعتبار است.

مفقودی

کلیه مدارک مالکیت سندزمین با بنای احداثی مربوط به پلاک اصلی ۲۵۶۷ پلاک فرعی ۷۲ حوزه ثبتی اداره ۲ به مساحت ۷۴۰متربه آدرس قم خیابان امام بعداز پل دستغیب خداکرم ۳ سمت راست با وکالت (خریدار) ۴ دانگ از ۶ دانگ به نام یوسف عباسی گم شده است وفاقد اعتبار می باشد.

آگهی فقدان اسناد مالکیت خودرو

اینجانب جهان قلقلی مالک خودرو سواری سیستم پژو تیپ پارس مدل۱۳۸۲ به شماره شهربانی ۶۱۲ د ۳۱ ایران ۲۸ و شماره شاسی ۰۰۸۲۸۰۶۲۹۶ و شماره موتور ۰۰۸۲۸۲۰۵۷۷۵ بعلت فقدان سند ، شناسنامه 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.
۱۵۰ / ع

مژدگانی

خودرو سواری سیستم پژو تیپ PARSXUYP مدل ۱۴۰۱ به رنگ سفید روغنی بشماره موتور۱۲۵k۰۰۵۷۴۶۶ بشماره شاسی NAANA۱۵E۷NK۸۵۸۸۷۴ به شماره پلاک ۹۴۵ ص ۷۲ ایران۴۱ متعلق به حدیث نادی بن گیسوئی فرزند جعفر بشماره ملی ۴۲۰۰۲۰۶۵۰۱ در تاریخ ۱۴۰۴/۰۹/۰۴ در کرمانشاه به سرقت رفته است . در صورت مشاهده به شماره زیر اطلاع و مژدگانی دریافت نمایید.
نادی بن گیسوئی ۰۹۱۶۷۰۷۰۶۹۶

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان همدان
اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک بهار
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 ۷۵۴۳-۱۴۰۴/۰۷/۰۹ هیات پنجم موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک بهار تصرفات مالکانه بلا معارض متقاضی آقای سجاد منصوری فرزند قاسم بشماره شناسنامه ۴۰۴۰۴۰۴۶۴۵ صادره از همدان در ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۳۲۶۴۶/۱۹ متر مربع پلاک ۳۲۹۳ فرعی از ۴ اصلی واقع در بخش چهار حوزه ثبت ملک بهار اراضی مهاجران خریداری از مالک رسمی خانم فروین ایزدی و سایرین محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند میتوانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.م الف ۳۱۰

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۴/۰۸/۲۴
تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۴/۰۹/۰۹
حسین مرادی
رئیس ثبت اسناد و املاک

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان همدان
اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک بهار
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 شماره۷۵۴۶- ۱۴۰۴/۰۷/۰۹ هیات پنجم موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک بهار تصرفات مالکانه بلا معارض متقاضی آقای سلمان منصوری فرزند محمد بشماره شناسنامه ۶۵۱۵ صادره از بهار در ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۱۲۶۴۹/۱۰ متر مربع پلاک ۳۲۸۸فرعی از ۴ اصلی واقع در بخش چهار حوزه ثبت ملک بهار اراضی مهاجران خریداری از مالک رسمی خانم فروین ایزدی و سایرین محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند میتوانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.م الف ۳۰۱

تاریخ انتشار نوبت اول ۱۴۰۴/۰۸/۲۴
تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۴/۰۹/۰۹
حسین مرادی
رئیس ثبت اسناد و املاک

سازمان ثبت اسناد و املاک کشور
اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک جنوب اصفهان
هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

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

برابر رای شماره ۳۳۳۵ مورخ ۱۴۰۴،۰۷،۲۴هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک جنوب اصفهان تصرفات مالکانه بلا معارض متقاضی، مالکیت آقای غلامرضا علی اشرف دستجردی به شناسنامه شماره ۵ کدملی ۱۲۸۸۸۳۴۹۳۴ صادره اصفهان فرزند حسن در ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۸۷۶.۴۰ متر مربع بدون درج اعیانی و با کاربری کشاورزی (با توجه به نامه اداره جهاد کشاورزی) پلاک شماره ۴۶۹۳ اصلی واقع در اصفهان بخش ۵ حوزه ثبت ملک جنوب اصفهان در ازای مالکیت رسمی مشاعی اولیه مفروز ثبتی 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 : ۱۴۰۴،۰۸،۲۴ تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۴،۰۹،۰۹
حسین عینی- رئیس ثبت اسناد و املاک
شناسه آگهی:۲۰۴۶۲۹۲

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 ۱۴۰۴۶۰۳۰۱۰۵۷۰۲۹۴۳۱ مورخ ۱۴۰۴/۰۷/۲۷ هیات اول / دوم 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 اکرم نورافکن فرزند محمدقاسم به شماره شناسنامه ۵۴۳۱ بصورت سه دانگ مشاع از ششدانگ یک قطعه باغ به مساحت ۴۹۵ متر مربع پلاک ۲۷ فرعی از ۹۲ اصلی واقع در شهریار خریداری از مالک رسمی آقای حسین رضایی بهابادی 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: ۱۴۰۴/۰۹/۰۹
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۴/۰۹/۲۳
م الف ۱۳۱۵۰ مهدی ناصری – رئیس ثبت اسناد و املاک
۳۹۴

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

برابر آرای شماره ۱۴۰۴۶۰۳۲۶۰۰۶۰۰۹۷۶۷ مورخه ۱۴۰۴/۰۷/۲۳ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ملایر تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی مهدی مهدیان بشماره شناسنامه ۱۸۹۱ کد ملی ۳۹۳۲۸۲۵۶۲۴ صادره از ملایر فرزند حشمت اله ششدانگ یک قطعه زمین زراعی به مساحت ۱۲۳۴۹متر مربع قسمتی از اراضی روستای مهدی آباد پلاک ۱۱ اصلی واقع بخش ملایر خریداری از مالک رسمی برجعلی کولیوند 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.م الف۱۲۶۸

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۴/۰۸/۲۴
تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۴/۰۹/۰۹
مرتضی مسعودی
رئیس اداره ثبت اسناد و املاک شهرستان ملایر

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان همدان
اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک بهار
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 شماره۷۵۴۵-۱۴۰۴/۰۷/۰۹ هیات پنجم موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک بهار تصرفات مالکانه بلا معارض متقاضی آقای سلمان منصوری فرزند محمد بشماره شناسنامه ۶۵۱۵ صادره از بهار در ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۲۰۵۳۸/۷۱ متر مربع پلاک ۳۲۹۹ فرعی از ۴ اصلی واقع در بخش چهار حوزه ثبت ملک بهار اراضی مهاجران خریداری از مالک رسمی خانم فروین ایزدی و سایرین 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.م الف۳۰۰

تاریخ انتشار نوبت اول:۱۴۰۴/۰۸/۲۴
تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۴/۰۹/۰۹
حسین مرادی
رئیس ثبت اسناد و املاک

آگهی فقدان سند مالکیت

نسبت به ۱۵۲/۱ سهم مشاع از ۲۸۵/۱ سهم ششدانگ یک قطعه زمین به مساحت ۲۸۵/۱ مترمربع پلاک ۳۱۷۷۷ فرعی ۱ از یک اصلی تاکستان بخش ۸ قزوین ذیل دفتر الکترونیک به شماره ۱۴۰۰۲۰۳۰۹۰۰۲۰۰۵۸۶۷ سند مالکیت به نام غلامرضا معصومی به شماره مسلسل ۱۴۷۲۰ صادر وتسلیم گردیده است سپس نامبرده با ارائه دو برگ فرم شهادت شهود مدعی فقدان سند مالکیت به علت جابجایی منزل مفقود گردیده است و تقاضای صدور سند مالکیت المثنی را نموده است لذا مراتب به استناد ماده ۱۲۰ آیین نامه قانون ثبت اعلام می‌دارد تا چنانچه نسبت به ملک مذکور حق و ادعایی یامدعی وجود سند مالکیت نزد خود می‌باشد از تاریخ انتشار این آگهی به مدت ده روز می‌تواند با ارائه مدارک و یا اصل سند مالکیت اعتراض خود را به این اداره تسلیم نماید در غیر این صورت پس از گذشت مهلت مقرر مطابق مقررات ثبت به صدور سند مالکیت المثنی و تسلیم آن به مالک اقدام می گردد. ۳۹۸

رئیس اداره ثبت اسناد و املاک تاکستان – مسعود رحمانی

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان همدان
اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک بهار
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 شماره۷۵۵۳- ۱۴۰۴/۰۷/۰۹هیات پنجم موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک بهار تصرفات مالکانه بلا معارض متقاضی آقای سجاد منصوری فرزند قاسم بشماره شناسنامه ۴۰۴۰۴۰۴۶۴۵ صادره از همدان در ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۳۰۲۷۶/۶۲ متر مربع پلاک ۳۲۹۲ فرعی از ۴ اصلی واقع در بخش چهار حوزه ثبت ملک بهار اراضی مهاجران خریداری از مالک رسمی خانم فروین ایزدی و سایرین 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 ی

اصول رهبری تجاری پایدار

نویسنده: علی آل‌علی

در ذهنیت مدرن کسب و کار، ما شیفته ساختن آسمان خراش ها هستیم. سازه هایی که با سرعتی سرسام آور قد می کشند، خط افق را برای مدتی تسخیر می کنند و بازدهی سرمایه را در کوتاه ترین زمان ممکن تضمین می نمایند. فرهنگ رهبری ما نیز به همین بیماری سرعت و مقیاس مبتلا شده است. ما به دنبال رشد فصلی، اهداف کوتاه مدت و پیروزی های آنی هستیم و رهبران تجاری را براساس ارتفاع آسمان خراشی که می سازند، قضاوت می کنیم، اما تاریخ داستان دیگری را روایت می کند. پایدارترین و تاثیرگذارترین سازه های بشری، آسمان خراش ها نیستند، بلکه بناهای تاریخی هستند؛ سازه هایی که ساختن شان نسل ها به طول انجامیده و طراحی شان نه برای یک دهه، بلکه برای قرن ها بوده است. رهبری برای موفقیت پایدار یک تمرین در معماری این گونه بناهاست. این هنر، فراتر از مدیریت منابع برای ساختن سریع یک سازه است؛ این فرآیند طاقت فرسا اما معنادار، خلق یک میراث است که مدت ها پس از فراموش شدن نام معمار آن، استوار باقی بماند.

اصل شفافیت بی‌رحمانه

ادبیات کسب و کار مملو از ستایش چشم انداز است. از رهبران تجاری انتظار می رود که یک تصویر بزرگ، الهام بخش و اغلب مبهم از آینده ترسیم کنند، اما یک چشم انداز، به تنهایی، یک دارایی بی فایده است. این مانند داشتن یک نقشه گنج است که در آن، محل گنج با یک لکه بزرگ مشخص شده، اما هیچ مسیر مشخصی برای رسیدن به آن وجود ندارد. رهبران تجاری بزرگ، این ابهام را تحمل نمی کنند. آنها می دانند که وظیفه اصلی شان، نه خلق یک چشم انداز شاعرانه، بلکه ایجاد یک شفافیت بی رحمانه در سراسر سازمان است.

این به معنای تقلیل دادن آن چشم انداز بزرگ به چند قانون ساده، قابل فهم و غیرقابل مذاکره است که به عنوان یک قطب نمای درونی برای هر کارمند، در هر سطحی از سازمان عمل می کند. این قوانین، به هزاران تصمیم روزمره، از طراحی محصول گرفته تا خدمات مشتری، جهت می دهند و نیاز به مدیریت ذره بینی را از بین می برند.

جف بزوس با وسواس خود بر روی تمرکز بر مشتری آمازون را به یک امپراتوری تبدیل کرد اما این عبارت، یک شعار توخالی نبود. او این چشم انداز را به یک قانون ساده و عملیاتی ترجمه کرد: «همیشه از مشتری شروع کن و به عقب برگرد». این قانون ساده، به تیم کتابخوان کیندل اجازه داد تا دستگاهی بسازند که حتی اگر فروش کتاب های فیزیکی آمازون را تهدید کند، بهترین تجربه را برای خواننده فراهم آورد.

این قانون به تیم خدمات وب آمازون قدرت داد تا محصولی را توسعه دهند که در ابتدا برای نیازهای داخلی خودشان بود، اما می توانست یک مشکل جهانی را برای سایر کسب و کارها حل کند. این شفافیت، یک زبان مشترک در یک سازمان بسیار پیچیده و متنوع ایجاد کرد و به هر تیمی اجازه داد تا به صورت مستقل و در عین حال همسو به سمت یک هدف مشترک حرکت کند.

معماری استقلال اعضای تیم

بسیاری از رهبران تجاری توانمندسازی را با واگذاری وظایف اشتباه می گیرند. این یک مدل ناقص است، زیرا هنوز هم قدرت در دستان رهبر باقی می ماند و اوست که این قدرت را به صورت قطره چکانی به دیگران «می بخشد». رهبران تجاری میراث ساز، به توانمندسازی اعتقاد ندارند؛ آنها به معماری استقلال باور دارند. این به معنای طراحی یک سیستم، یک فرهنگ و یک زمین بازی است که در آن، قدرت به صورت ذاتی در اختیار افراد و تیم ها قرار دارد. وظیفه رهبر، دیکته کردن حرکات بازیکنان نیست، بلکه طراحی دقیق زمین بازی است: مشخص کردن مرزها (ارزش های غیرقابل مذاکره)، فراهم کردن منابع (ابزار و بودجه) و شفاف سازی قوانین بازی و نحوه امتیازدهی (اهداف استراتژیک). پس از آن رهبر از زمین بازی خارج شده و به بازیکنان خود اعتماد می کند تا بهترین بازی ممکن را ارائه دهند.

فرهنگ مشهور نتفلیکس که در «آزادی و مسئولیت» تشریح شده، نمونه کامل این معماری است. نتفلیکس به جای ایجاد کتابچه های قطور از قوانین و سیاست ها، یک اصل ساده را دنبال می کند: «استعدادهای برتر را استخدام کن، زمینه استراتژیک را به صورت شفاف به آنها ارائه بده و سپس از سر راه‌شان کنار برو». در این شرکت، قانونی برای تعداد روزهای مرخصی یا نحوه گزارش هزینه ها وجود ندارد. فرض بر این است که کارمندان، افرادی بالغ و مسئولیت پذیر هستند که بهترین تصمیم را برای شرکت خواهند گرفت. این معماری استقلال، یک سیستم خودتنظیمگر ایجاد می کند که نه تنها بهترین استعدادها را که از مدیریت ذره بینی بیزارند به خود جذب می کند، بلکه سرعت تصمیم گیری و نوآوری را نیز به شدت افزایش می دهد، زیرا هیچ تیمی برای برداشتن قدم بعدی، منتظر تایید از بالا نمی ماند.

طراحی سیستم های ضد شکننده

مدل ذهنی اکثر سازمان ها تاب آوری است؛ یعنی توانایی مقاومت در برابر ضربه و بازگشت به حالت اولیه پس از یک بحران. این خوب است، اما کافی نیست. یک فنجان پلاستیکی تاب آور است؛ اگر از دست‌تان بیفتد، نمی شکند اما رهبران تجاری بزرگ، سازمان هایی ضدشکننده می سازند. یک سیستم ضدشکننده، سیستمی است که از آشوب، استرس و عدم قطعیت، نه تنها جان سالم به در نمی برد، بلکه قوی تر می شود. این سیستم ها مانند سیستم ایمنی بدن انسان عمل می کنند که پس از مواجهه با یک ویروس، یاد می گیرد و در آینده مقاوم تر می شود. رهبری ضدشکننده به معنای طراحی فرآیندهایی است که به جای پنهان کردن اشتباهات، آنها را به سطح می آورند و از هر خطا به عنوان یک فرصت رایگان برای یادگیری و تقویت کل سیستم استفاده می کنند.

سیستم تولید تویوتا یک شاهکار مهندسی ضدشکننده است. مشهورترین نماد این سیستم طناب آندون است؛ طنابی که در بالای خط مونتاژ قرار دارد و هر کارگری می تواند با کشیدن آن، کل خط تولید را متوقف کند. در نگاه اول، این به نظر یک فاجعه برای کارایی می آید، اما فلسفه تویوتا کاملا برعکس است. هر توقف، یک هدیه است.

این یک سیگنال است که یک نقص در سیستم وجود دارد. در آن لحظه، تیم ها جمع می شوند، ریشه مشکل را پیدا می کنند و فرآیند را به گونه ای اصلاح می نمایند که آن اشتباه هرگز تکرار نشود. این سیستم، به طور سیستماتیک از بحران های کوچک استقبال می کند تا از وقوع یک فاجعه بزرگ در آینده جلوگیری نماید. این کیمیاگری، استرس را به قدرت تبدیل می کند و سازمان را به یک موجود زنده یادگیرنده تبدیل می نماید.

رهبری تجاری به مثابه یک میراث‌دار

در نهایت، پایدارترین شکل رهبری، از یک تغییر عمیق در افق زمانی نشأت می گیرد. اکثر مدیران برای فصل مالی بعدی کار می کنند. رهبران تجاری بزرگ، برای نسل بعدی می سازند. آنها خود را نه به عنوان مدیران اجرایی، بلکه به عنوان «میراث‌داران» یک ایده بزرگ‌تر می بینند. وظیفه آنها، به حداکثر رساندن سود در کوتاه مدت نیست، بلکه اتخاذ تصمیماتی است که بقا، سلامت و اهمیت آن ایده را برای یک قرن آینده تضمین کند. این «قطب نمای یک قرن»، اغلب آنها را مجبور به گرفتن تصمیماتی می کند که از نظر منطق کوتاه مدت، غیرعاقلانه یا حتی مخرب به نظر می رسند. این شجاعت، برای قربانی کردن موفقیت امروز به خاطر اهمیت فردا، کمیاب ترین و ارزشمندترین ویژگی یک رهبر تجاری میراث‌ساز است.

استیو جابز در اپل تجسم کامل این اصل بود. در سال ۲۰۰۷ آیپاد موفق ترین محصول اپل و فرمانروای بلامنازع بازار موسیقی دیجیتال بود. هر مدیر منطقی، تمام تلاش خود را برای محافظت و رشد این منبع درآمدی به کار می گرفت. اما جابز می دانست که آینده، تلفن هایی هستند که می توانند موسیقی پخش کنند. او با معرفی آیفون، عملا موفق ترین محصول خود را قربانی کرد. او با دست های خودش، آینده ای را ساخت که در آن، آیپاد دیگر ضرورتی نداشت. این یک تصمیم بی رحمانه و آینده نگرانه بود که تنها از یک ذهنیت میراث‌دار برمی‌آید؛ ذهنیتی که به جای پرسیدن «چگونه می توانیم امسال بیشتر بفروشیم؟»، می پرسد: «چگونه می توانیم اطمینان حاصل کنیم که اپل در ۱۰۰سال آینده نیز همچنان مهم و تاثیرگذار باقی خواهد ماند؟».

سخن پایانی

مسیر تبدیل شدن به یک رهبر تجاری میراث‌دار، یک مسیر آسان نیست. این مسیر نیازمند مقاومت در برابر وسوسه پیروزی های سریع، شجاعت برای شفاف بودن در عین آسیب پذیری و حکمتی برای ساختن سیستمی است که بتواند بدون حضور شما نیز به رشد خود ادامه دهد. این یک دعوت به تغییر از سرعت به استحکام، از مقیاس به معنا و از مدیریت به معماری است. از شما دعوت می کنم تا به نقش خود نه به عنوان یک سازنده آسمان خراش، بلکه به عنوان معمار یک بنای ماندگار نگاه کنید. از خود بپرسید: آیا من در حال ساختن چیزی هستم که با رفتن من فرو می ریزد یا چیزی که نسل ها بعد، الهام بخش دیگران خواهد بود؟ پاسخ به این سوال، تفاوت میان یک شغل و یک میراث را مشخص می‌کند.

منابع:

leadership--۴/https://www.inc.com/nathan-miller
۹۱۲۷۰۷۱۶/principles-for-lasting-success

اشتباهات کلیدی در برگزاری مصاحبه استخدامی

نویسنده: علی آل‌علی

برای لحظه ای محصول اصلی شرکت خود را فراموش کنید. آن نرم افزار، آن کالای مصرفی یا آن خدمت تخصصی اولین چیزی نیست که بااستعدادترین افراد بازار با آن روبه‌رو می شوند. اولین محصولی که شما به یک متخصص درجه یک می فروشید، تجربه ۳۰ دقیقه ای یا یک ساعته ای است که آن را مصاحبه شغلی می نامید.

این یک فرآیند اداری برای ارزیابی مهارت ها نیست؛ این یک نمایش زنده و نفسگیر از فرهنگ، ارزش ها و هوش سازمان شماست. هر سوالی که می پرسید، هر دقیقه ای که تاخیر می کنید و هر نگاه بی تفاوتی که نشان می دهید، داده های بیشتری در مورد واقعیت شرکت شما به آن متخصص می دهد تا تمام بروشورهای تبلیغاتی و وب سایت زیبای شما.

بسیاری از رهبران تجاری مصاحبه را یک فرآیند یک طرفه برای شکار استعداد می بینند. این یک اشتباه استراتژیک و پرهزینه است. در اقتصاد دانش بنیان شما در حال شکار نیستید؛ شما در حال جذب کردن هستید و در این بازی ظریف، مصاحبه شغلی نه یک تور، بلکه ویترین مغازه شماست. شکست در این صحنه، تنها به از دست دادن یک کاندیدای خوب منجر نمی شود؛ این یک شکست برند در حساس ترین نقطه تماس ممکن است.

توهم بازجویی: وقتی به جای استخدام، بازرسی می کنید!

یکی از قدیمی ترین و مخرب ترین الگوهای مصاحبه، مدل بازجویی است. در این مدل مصاحبه کننده در موضع قدرت قرار می گیرد و با سوالات سریع و پشت سر هم تلاش می کند تا نقاط ضعف یا تناقضات کاندیدا را کشف کند. سوالاتی مانند «بزرگ‌ترین نقطه ضعف شما چیست؟» یا «خود را پنج سال دیگر کجا می بینید؟» نه برای شناختن فرد، بلکه برای آزمودن توانایی او در ارائه پاسخ های از پیش آماده شده طراحی شده اند.

این رویکرد، یک فرض بنیادین معیوب دارد: اینکه می توان توانایی یک فرد برای خلق ارزش در آینده را با تحت فشار قرار دادن او در زمان حال، سنجید. نتیجه این فرآیند، در بهترین حالت، استخدام افرادی است که در مصاحبه دادن ماهر هستند، نه لزوما در انجام دادن کار. در بدترین حالت، شما بااستعدادترین و خلاق ترین افراد را که به دنبال یک محیط مشارکتی و محترمانه هستند، از خود می رانید.

گوگل، شرکتی که زمانی به پرسیدن سوالات سخت و حتی عجیب مشهور بود، در طول سال ها فرآیند خود را به یک مدل کشف متقابل تکامل داده است. یک کاندیدای مهندسی در گوگل به ندرت با یک بازجویی روبه‌رو می شود. در عوض، او به یک جلسه حل مسئله مشترک دعوت می شود. مصاحبه کننده یک مشکل واقعی را روی تخته سفید مطرح می کند و سپس می گوید: «بسیار خوب، چگونه می توانیم این را با هم حل کنیم؟».

در طول یک ساعت آینده، آنها با هم کار می کنند، ایده ها را به چالش می کشند و راه حل های مختلف را بررسی می نمایند. گوگل در این فرآیند، نه تنها مهارت فنی کاندیدا، بلکه توانایی او در تفکر ساختاریافته، دریافت بازخورد، همکاری و برقراری ارتباط را نیز ارزیابی می کند. مهمتر از آن، کاندیدا نیز یک تجربه واقعی از نحوه کار کردن در گوگل به دست می آورد. این یک گفت‌وگوست، نه یک امتحان.

دام هوش انتزاعی: مدل اشتباه یافتن افراد باهوش

در دوره ای از تاریخ سیلیکون ولی پرسیدن معماهای فکری در مصاحبه ها به یک نماد اعتبار تبدیل شده بود. سوالاتی مانند «چرا درپوش های فاضلاب گرد هستند؟» یا «چند توپ گلف در یک هواپیمای بوئینگ ۷۴۷ جا می شود؟» قرار بود توانایی تفکر خلاق و حل مسئله کاندیدا را بسنجند، اما این رویکرد یک نمایش پرزرق و برق از شبه هوش است که تقریبا هیچ ارتباطی با عملکرد واقعی در محیط کار ندارد.

موفقیت در دنیای واقعی به ندرت به لحظات ناگهانی الهام در یک خلأ اطلاعاتی وابسته است. موفقیت محصول همکاری، تحقیق، دسترسی به داده ها و توانایی ساختن بر روی ایده های دیگران است. معماهای فکری، هیچ کدام از این متغیرها را در نظر نمی گیرند. آنها تنها یک نوع خاص از هوش انتزاعی را می سنجند و اغلب به نفع کاندیداهایی تمام می شوند که صرفا با این نوع سوالات آشنایی بیشتری دارند. این یک فیلتر کارآمد برای یافتن استعداد نیست؛ این یک فیلتر عالی برای استخدام افرادی است که شبیه به خودتان فکر می کنند و این، دستورالعملی برای ساختن یک تیم همگن و غیرنوآور است.

مایکروسافت، یکی از شرکت هایی که زمانی از طرفداران پر و پا قرص این معماها بود، به طور کامل این رویکرد را کنار گذاشته است. این شرکت دریافت که هیچ همبستگی معناداری بین توانایی یک فرد در پاسخ دادن به این معماها و عملکرد شغلی آینده او وجود ندارد. امروزه، فرآیند مصاحبه در مایکروسافت بر روی سوالات رفتاری و موقعیتی متمرکز است. به جای یک معمای انتزاعی، از یک کاندیدای مدیریت محصول ممکن است پرسیده شود: «موقعیتی را توصیف کنید که در آن مجبور بودید یک ویژگی محبوب اما پرهزینه را از یک محصول حذف کنید. چگونه این تصمیم را گرفتید و چگونه آن را برای تیم و کاربران توجیه کردید؟». این نوع سوال، نه تنها مهارت های تحلیلی، بلکه هوش هیجانی، توانایی برقراری ارتباط و درک تجاری کاندیدا را نیز آشکار می سازد. این یک شبیه سازی از کار واقعی است، نه یک بازی فکری.

سفیران بی‌تفاوت: مصاحبه‌کننده‌های فاجعه

هیچ چیز به اندازه یک مصاحبه‌کننده بی تفاوت، غیرحرفه ای به برند کارفرمایی شما آسیب نمی زند. کاندیدایی که هفته ها برای آماده شدن وقت گذاشته است، با مصاحبه کننده ای روبه‌رو می شود که ۱۰ دقیقه دیر می‌رسد، رزومه او را برای اولین بار در همان جلسه مرور می کند و سوالات کلیشه ای می پرسد که نشان‌دهنده عدم درک عمیق از نقش موردنظر است. این تجربه، یک پیام ویرانگر ارسال می کند: «شما برای ما مهم نیستید. وقت شما برای ما ارزشی ندارد».

این پیام، فارغ از نتیجه مصاحبه، در ذهن کاندیدا حک می شود. او این تجربه را با دوستان و همکاران خود به اشتراک خواهد گذاشت و این داستان، مانند یک ویروس، اعتبار شما را در بازار استعدادها از بین خواهد برد. در جنگ برای جذب بهترین ها، هر مصاحبه کننده، یک سفیر برند است و یک سفیر بی تفاوت، از یک منتقد سرسخت، خطرناک تر است. در نظر بگیرید که کاندیدایی برای یک نقش کلیدی در تیم طراحی تجربه کاربری اپل مصاحبه می کند. برند اپل بر پایه وسواس بر روی جزییات، سادگی و تجربه کاربری بی نقص بنا شده است. اگر مصاحبه‌کننده، که خود یک طراح ارشد در اپل است، فرآیندی آشفته، نامنظم و غیرمحترمانه را اجرا کند، یک تناقض بنیادین میان وعده برند و واقعیت آن ایجاد می شود. این کاندیدای بااستعداد ممکن است با خود فکر کند: «اگر این شرکت حتی نمی تواند یک تجربه مصاحبه یک ساعته را به درستی طراحی کند، چگونه می تواند محصولاتی با آن سطح از کیفیت خلق نماید؟». این عدم همخوانی، حتی جذاب ترین پیشنهادهای مالی را نیز تحت الشعاع قرار می دهد. اپل می داند که تجربه مصاحبه، بخشی جدایی ناپذیر از محصول نهایی است و برای آموزش مدیران خود در این زمینه، سرمایه گذاری سنگینی می کند.

مونولوگ ناخواسته: تبدیل جلسه به کنفرانس خبری

در سوی دیگر طیف بازجویی مدل فروش بیش از حد قرار دارد. در این سناریو، مصاحبه کننده که از از دست دادن کاندیدای خوب می ترسد، تمام زمان جلسه را به صحبت در مورد مزایای شگفت انگیز شرکت، فرهنگ کاری فوق العاده و فرصت های رشد بی پایان اختصاص می دهد. او آنقدر مشغول «فروختن» شرکت است که فراموش می کند خرید کند، یعنی واقعا بفهمد که آیا این کاندیدا برای نقش و فرهنگ شرکت مناسب است یا خیر.

این رویکرد نه تنها اطلاعات کمی در مورد کاندیدا به دست می دهد، بلکه یک حس ناامیدی را نیز منتقل می کند. بدتر از آن، این کار یک تصویر غیرواقعی و بیش از حد خوش‌بینانه از شرکت ارائه می دهد. کاندیداهایی که با این روش جذب می شوند، اغلب پس از چند ماه، زمانی که با واقعیت های روزمره کار روبه‌رو می شوند، سرخورده شده و شرکت را ترک می کنند. یک مصاحبه خوب، یک پیش نمایش صادقانه است، نه یک تریلر سینمایی.

فرهنگ کاری در نتفلیکس که با شعار «آزادی و مسئولیت» شناخته می شود، یک مثال عالی از این اصل است. یک مصاحبه در نتفلیکس، به همان اندازه که در مورد توانایی های کاندیداست، در مورد تناسب او با این فرهنگ خاص نیز هست. یک مصاحبه کننده موثر در این شرکت، نه تنها در مورد مزایای استقلال کاری صحبت نمی کند، بلکه به همان اندازه، بر روی فشار و مسئولیت پذیری بالایی که همراه با این آزادی می آید نیز تاکید می ورزد. او ممکن است سوالاتی بپرسد مانند: «موقعیتی را توصیف کنید که در آن مجبور بودید بدون راهنمایی مستقیم مدیر خود، یک تصمیم بزرگ و پرریسک بگیرید». این کار کاندیداهایی را که تنها به دنبال آزادی بدون مسئولیت هستند، فیلتر می کند. هدف یافتن افرادی نیست که صرفا جذب ایده کار در نتفلیکس شده اند، بلکه یافتن کسانی است که واقعا در این محیط خاص، شکوفا خواهند شد.

سخن پایانی

بازنگری در فرآیند مصاحبه شغلی، یک تمرین در زمینه منابع انسانی نیست، بلکه یک ضرورت استراتژیک برای رهبران تجاری است. زمان آن فرا رسیده است که از خود بپرسیم: آیا فرآیند ما برای ارزیابی گذشته یک فرد طراحی شده یا برای کشف پتانسیل آینده او؟ آیا این یک آزمون استرس است یا یک گفت‌وگوی سازنده؟ آیا این فرآیند، بهترین چهره برند ما را به نمایش می گذارد یا ناخواسته آن را تخریب می کند؟ از شما دعوت می کنم تا به هر مصاحبه شغلی، به عنوان یک فرصت برای ساختن یک رابطه نگاه کنید، حتی اگر آن رابطه به استخدام منجر نشود. زیرا در دنیای کوچک استعدادهای برتر، هر کاندیدایی که با احترام و حرفه ای گری با او برخورد شود، به یک سفیر خاموش برای برند شما تبدیل خواهد شد و این، سرمایه‌گذاری ای است که بازده آن را در هیچ ترازنامه ای نمی توان محاسبه کرد.

منابع:

https://www.inc.com/joe-procopio/how-to-
۹۱۲۶۵۹۹۶/conduct-a-terrible-job-interview
so-you-botched-a-job-/۱۲/۲۰۲۱/https://hbr.org
interview-whats-next

شناسه آگهی: ۲۰۵۴۴۶۷ نوبت اول

آگهی مناقصه عمومی دو مرحله ایی با ارزیابی کیفی

شرکت ملی حفاری ایران

مشخصات مناقصه:

نام مناقصه گزار	شماره تقاضا/ مناقصه	شرح تقاضا	شماره فراخوان	مبلغ برآورد (یورو)	مبلغ تضمین (یورو)
شرکت ملی حفاری ایران	۴۲-۲۲-۰۴۰۷۰۴۵۱۰۰ FP/17-04/116	Mot package	۲۰۰۴۰۹۳۹۸۵۰۰۸۸۲	۱۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۸۱,۵۴۰

روش ارزیابی: بر اساس کسب حداقل امتیاز مربوط به معیارهای موجود در استعلام های ارزیابی کیفی که توسط متقاضیان شرکت در مناقصه تکمیل می شود، انجام می گردد (حداقل امتیاز ۵۰)

تاریخ شروع دریافت: توزیع اسناد از یک روز پس از چاپ آگهی نوبت دوم آغاز شده و تا ۱۰ روز پس از آن ادامه خواهد داشت. تاریخ شروع: ۱ از ۱۴۰۴/۰۹/۱۱ لغایت ۱۴۰۴/۰۹/۲۲ (۱۴۰۴/۱۰/۰۶) آخرین مهلت: ۱۴ روز پس از آخرین روز دریافت اسناد

انواع تضامین قابل قبول: ضمانتنامه بانکی و یا ضمانتنامه های صادره از سوی موسسات اعتباری غیر بانکی دارای مجوز فعالیت از بانک مرکزی اصل فیش واریز وجه نقد به حساب شماره ۴۰۰۱۱۱۴۰۰۶۳۷۶۶۳۶ نزد بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران تحت عنوان شرکت ملی حفاری ایران (شماره شبا IR۲۵۰۱۰۰۰۴۰۰۱۱۱۴۰۰۶۳۷۶۶۳۶) و سایر تضمین های معتبر در آیین نامه تضمین معاملات دولتی به شماره ۶۵۸۹-ت ۱۲۲۴۰۲ مورخ ۹۳/۰۹/۲۲ مورد قبول و پذیرش می باشد. (به اطلاع می رساند ارائه ضمانتنامه صادره از بانک پاسارگاد و سپه مورد پذیرش نخواهد بود.)

مدت اعتبار پیشنهاد/ تضمین: ۹۰ روز (برای یک بار در سقف مدت اعتبار اولیه قابل تمدید باشد)

تذکر: تحویل اسناد به شرکت: سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به نشانی www.setadiran.ir و اصل ضمانت نامه به آدرس اهواز - بلوار پاسداران بالاتر از میدان فرودگاه - شرکت ملی حفاری ایران - ساختمان پایگاه عملیاتی - طبقه اول پارت B - اتاق ۱۰۷ - دبیرخانه کمیسیون مناقصات - شماره تماس ۳۲۱۲۸۵۶۹ - ۰۶۱-۳۲۱۲۸۵۸۰

کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکت ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد.

• کانال‌های اطلاع‌رسانی شرکت ملی حفاری ایران www.nidc.ir http:sappirnide_pr

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

فرصت امروز

شرکت ملی حفاری ایران – اداره تدارکات خارجی کالا

اخبار

کالیبراسیون بیش از پنج هزار و ۵۰۰ کنتور گاز، تصحیح کننده و گیج فشار و دما در شش ماهه نخست سال جاری

کرج – اباصلت عابد: مدیرعامل شرکت گاز استان البرز از انجام کالیبراسیون و تعمیر پنج هزار و ۵۵۲ مورد کنتورهای توربینی و دیافراگمی، تصحیح کننده ها و گیج های فشار و دما در شش ماهه نخست سال جاری خبر داد. به گزارش روابط‌عمومی شرکت گاز استان البرز، سیدرضا غفاریان با تشریح جزئیات این اقدام اظهار کرد: از مجموع تجهیزات کالیبره شده، ۱۹۷ مورد مربوط به کنتورهای توربینی، چهار هزار کنتور دیافراگمی، ۱۶۱ تصحیح‌کننده، ۵۲ گازسنج و بوسنج و یک هزار و ۱۱۲ مورد گیج‌های فشار و دما بوده است. وی با تأکید بر ضرورت نگهداری و پایش مستمر تجهیزات اندازه گیری افزود: ۲۹۸ مورد بازدید و تنظیم تصحیح‌کننده در ایستگاه‌های عمده صنعتی انجام شده و ۱۲ ایستگاه نیز راه‌اندازی شده است که نقش مهمی در ارتقای زیرساخت‌های گازرسانی و پشتیبانی از صنایع استان دارد مدیرعامل شرکت گاز استان البرز با تاکید بر بهبود عملکرد تجهیزات و یکپارچگی شبکه گاز افزود: ۱۵مورد بازدید تخصصی مشترک با شرکت پخش و پالایش فرآورده‌های نفتی از ایستگاه‌های CGS انجام شده که در ارتقاء ایمنی و هماهنگی عملیاتی تأثیر بسزایی داشته است. غفاریان در پایان خاطرنشان کرد: اجرای این اقدامات با هدف بهبود کارایی، افزایش ضریب اطمینان و کاهش خطای اندازه‌گیری در شبکه گاز استان صورت گرفته و روند ارتقایی آن با جدیت در نیمه دوم سال نیز تداوم خواهد داشت.

توقیف دو دستگاه تانکر فروش غیرمجاز آب در شهرستان تفت

یزد - سید محمد جواد عرفان فر: رئیس اداره منابع آب شهرستان‌های تفت، اشکذر و زارچ از توقیف دو دستگاه تانکر فروش غیرمجاز آب در شهرستان تفت خبر داد. به گزارش روابط عمومی شرکت سهامی آب منطقه‌ای یزد، محمد رضا جوکار رئیس اداره منابع آب شهرستان‌های تفت، اشکذر و زارچ با اعلام این خبر گفت: دو دستگاه تانکر که به‌صورت غیرمجاز اقدام به فروش و انتقال آب به برخی صنایع در شهرستان تفت می‌کردند، توقیف شدند. وی به اهمیت مدیریت منابع آب در شرایط کم‌آبی استان یزد اشاره کرد و افزود: با همکاری نیروهای گشت و بازرسی این اداره، دو تانکر در حین فروش انتقال آب غیرمجاز شناسایی و توقیف شدند که پس از تشکیل پرونده، موضوع برای رسیدگی و صدور حکم قانونی به مراجع قضایی ارجاع گردید. جوکار با بیان اینکه برداشت و فروش غیرمجاز آب نه تنها تخلف قانونی محسوب می‌شود، بلکه تهدیدی جدی برای منابع حیاتی و امنیت آبی شهرستان است، تصریح کرد: در شرایطی که استان یزد با محدودیت‌های شدید منابع آب روبه‌روست، چنین اقداماتی می‌تواند آسیب‌های جبران‌ناپذیری به بخش کشاورزی و تأمین آب شرب وارد کند. رئیس اداره منابع آب شهرستان های تفت، زارچ و اشکذر همچنین تأکید کرد که برخورد با تخلفات مشابه در دستور کار جدی این اداره قرار دارد و هیچ‌گونه اغماضی در برابر متخلفان صورت نخواهد گرفت. وی در پایان از شهروندان و فعالان صنعتی خواست در تأمین آب مورد نیاز خود صرفاً از مسیرهای قانونی اقدام کنند و در صورت مشاهده موارد مشکوک، موضوع را به اداره منابع آب شهرستان اطلاع دهند.

بیست و سومین مراسم یادبود شهدای گمنام اسلامشهر

آیینی که معنویت فاطمی را از تاریخ به امروز جامعه اسلامی کشاند

خبرنگار اسلامشهر - آوا نباتی: در واپسین روزهای فاطمیه، آرامستان دارالسلام اسلامشهر بار دیگر صحنه تجدید عهد مردم و مسئولان بود؛ بیست و سومین سالگرد تدفین پنج شهید گمنام در کنار آیین سوگواری حضرت فاطمه زهرا (س) و مراسم بزرگداشت "مادران آسمانی". این هم‌زمانی، پیوندی نمادین میان درد مادران شهدا و مظلومیت دختر پیامبر (س) ایجاد کرد. در خلال این مراسم، اسلامشهر، فراتر از یک شهر، خود را به‌مثابه حافظ حافظه جمعی شهدا نشان داد. در مراسمی که با حضور اقشار مختلف مردم، خانواده‌های شهدا و جمعی از مسئولان شهری، استانی و نمایندگان مجلس برگزار شد، چهره‌ها در میان پرچم‌های سیاه و سفید عزاداری و نقوش سبزرنگ گل‌های شهیدان معنا می‌یافتند. فضای دارالسلام، میان بغض و باور در نوسان بود. این اجتماع، تصویر کوچکی از پیوند مردم با ریشه‌های هویتی شهر و انقلاب بود. پیام اصلی مراسم، استمرار روح مقاومت فاطمی در مسیر انقلاب اسلامی بود. حجت‌الاسلام والمسلمین برقراری، امام جمعه اسلامشهر، در سخنانش با تسلیت شهادت حضرت زهرا(س)، آن بانوی بزرگ را الگوی جاودانه زنان عالم دانست و با یادآوری خطبه فدکیه، بر تداوم جریان دفاع از ولایت و حق در عصر حاضر تأکید کرد. در خلال این مراسم، با همراهی مدیران شهری و خانواده‌های شهدا، پیکر نمادین حضرت زهرا (س) تشییع شد و قبور پنج شهید گمنام اسلامشهر با گل و گلاب عطرآگین گردید.

شهرداری اسلامشهر، جلوه‌ی مشارکت سازمانی و وحدت شهری

شهرداری اسلامشهر در برگزاری این مراسم توانست الگوی «هم‌افزایی فرهنگی و مدیریتی» را در عمل نشان دهد.

اجرای این مراسم به همت مجموعه‌ای از نهادهای شهری — از سازمان آرامستان دارالسلام تا بنیاد شهید، شهرداری، سازمان فرهنگی و خدمات شهری — صورت گرفت. چنین هماهنگی گسترده‌ای و حضور مدیران و مسئولینی همچون دکتر فلسفی نماینده مجلس شورای اسلامی ، ائمه جماعات ، جعفری معاون سیاسی و انتظامی فرمانداری اسلامشهر ، خانعلی رئیس شورا و اعضای شورای اسلامی ، دکتر حمیدی شهردار اسلامشهر و معاونین ،محمدی مهینی رئیس کمیته امداد، غلامحسین نصرالله مدیرکل بنیاد شهید و امور ایثارگران استان تهران، نمایانگر بلوغ فرهنگی و مدیریتی یک شهر در پاسداشت ارزش‌های الهی است. مراسم امسال نه فقط یک مناسبت مذهبی، بلکه تجدید میثاقی جمعی با فرهنگ جهاد و مادران شهید بود؛ جایی میان غبار آرامستان و بوی گلاب، اسلامشهر بار دیگر ثابت کرد که هنوز به یاد گمنامانش، زنده است. و در طول این مراسم، دارالسلام اسلامشهر، موزه‌ای زنده از ایمان و منش فاطمی در کالبد شهری امروز بود.

درخشش کشتی‌گیران نفت مسجدسلیمان در رقابت‌های فرزندان کارکنان مناطق نفت‌خیز جنوب

مسابقات کشتی فرنگی ویژه فرزندان زیر ۱۵ سال کارکنان شرکت ملی مناطق نفت‌خیز جنوب به میزبانی اهواز برگزار شد. در بخش انفرادی این رقابت‌ها، از تیم نفت مسجدسلیمان طاها ییلاقی در وزن ۶۸ کیلوگرم، امیرعباس ملایی در وزن ۳۵ کیلوگرم و آروین رمضانی در وزن ۳۸ کیلوگرم موفق به کسب مقام نخست شدند. همچنین حسین راشدی در وزن ۴۴ کیلوگرم به مقام دوم دست یافت و محمد قنبری در وزن ۶۲ کیلوگرم و مازیار صادقی نیز در وزن ۵۷ کیلوگرم عنوان سوم را به دست آورد. در پایان و در بخش تیمی، تیم‌های نفت اهواز، نفت گچساران و نفت مسجدسلیمان به ترتیب مقام‌های اول تا سوم این دوره از رقابت‌ها را کسب کردند.

تأکید مدیرعامل گاز گلستان بر نقش حیاتی بازرسی فنی در ارتقای کیفیت خدمات گازرسانی

گرگان-نادر کرمی-ابوالفضل نرسی مدیرعامل شرکت گاز استان گلستان در نشستی صمیمی با رئیس و کارکنان واحد بازرسی فنی، بر اهمیت و حساسیت مأموریت این واحد تأکید کرد. وی با اشاره به جایگاه ویژه بازرسی فنی در تضمین کیفیت خدمات، اظهار داشت: «وظیفه اصلی این واحد، اعمال نظارت تخصصی بر رعایت استانداردها در حوزه کیفیت کالا، حسنِ اجرای پروژه‌ها، نشت یابی و نگهداشت تأسیسات و تجهیزات و نیز نحوه بهره‌برداری صحیح از آنهاست که مستقیماً با ایمنی و رضایت مشترکین ارتباط دارد.»مدیرعامل گاز گلستان افزود: بازرسی فنی، چشم نظارتی شرکت است و نقش آن در پیشگیری از هرگونه نقص یا مخاطره احتمالی، نقشی بی‌بدیل محسوب می‌شود. نرسی همچنین ضمن تقدیر از زحمات و تلاش‌های کارکنان این واحد، خواستار استمرار دقت و تعهد حرفه‌ای در همه مراحل فعالیت شد.در ادامه این نشست، عبدالحکیم کوچکی سرپرست واحد بازرسی فنی گاز گلستان، ضمن قدردانی از حمایت‌های مدیرعامل، گزارشی از اهم اقدامات و دستاوردهای واحد ارائه داد.وی به تشریح طرح‌های انجام‌شده در زمینه ارتقای نظارت پروژه‌های گازرسانی، پایش کیفی تجهیزات، و بازبینی فنی خطوط گاز پرداخت و بخشی از مسائل و چالش‌های موجود را برای بررسی و تصمیم‌گیری مطرح کرد. این نشست با گفت‌وگویی سازنده میان مدیرعامل و کارکنان همراه بود و مقرر شد پیشنهادهای ارائه‌شده برای بهبود فرایندها در دستور کار بررسی و اجرا قرار گیرد.

برگزاری کارگاه آموزشی مقررات و دستورالعمل های ابلاغی جدید گاز برای دفاتر پیشخوان گرگان

گرگان-نادر کرمی-به منظور افزایش سطح اطلاعات و تسریع در روند خدمات‌رسانی به متقاضیان و مشترکین گاز شهرستان گرگان، یک دوره آموزشی تخصصی ۴ ساعته با همکاری واحد آموزش شرکت برگزار شد.این دوره یک روزه با هدف آشنایی کامل مسئولین و کارشناسان دفاتر پیشخوان طرف قرارداد با شرکت گاز منطقه یک گرگان، نسبت به آخرین دستورالعمل‌ها و روش‌های ابلاغی جدید در ارائه خدمات برگزار گردید. در این کارگاه، کارشناسان واحد مشترکین اداره گاز منطقه یک گرگان، به تشریح دقیق مقررات و دستورالعمل های ابلاغی به‌روز شده پرداختند.در بخشی از این دوره، فرصتی برای طرح پرسش و پاسخ مستقیم فراهم شد تا هر یک از مدعوین بتوانند ابهامات موجود در اجرای فرآیندهای جدید را مستقیماً با کارشناسان مطرح و پاسخ‌های شفاف دریافت نمایند.سید جواد موسوی، رئیس اداره گاز منطقه یک گرگان، ضمن قدردانی از برگزاری منظم و مثمر ثمر این دوره و همکاری بسیار خوب مرکز آموزش شرکت، هدف اصلی این اقدام را «اطلاع‌رسانی شفاف قوانین و مقررات ابلاغی جدید و رفع کامل ابهامات به منظور تسریع در روند خدمات قابل ارائه به مردم شریف» عنوان کرد.

معارفه سرپرست راهداری و حمل و نقل جاده‌ای کرمانشاه

طی مراسمی علی سلیمی به عنوان سرپرست اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای استان کرمانشاه معرفی و از زحمات یزدان خسروی مدیرکل پیشین قدردانی شد. طهماسب نجفی معاون عمرانی استانداری کرمانشاه، در این مراسم با اشاره به برخی اقدامات موثری که طی یکسال اخیر در حوزه راهداری و حمل و نقل جاده‌ای کرمانشاه انجام شده، اظهار کرد: یکی از این اقدامات خرید حدود ۷۵ دستگاه ماشین آلات جدید در حوزه راهداری بود که یک سال طلایی برای این حوزه رقم زد. وی افزود: بعلاوه در بحث ساخت و روکش راه‌ها نیز در این مدت کارهای خوبی شده و کرمانشاه را جزو استان‌های برتر کشور در این حوزه قرار داده است.

معاون استانداری کرمانشاه با بیان اینکه حوزه راهداری یک اولویت مهم در استان است، تصریح کرد: در بحث تخصیص اعتبارات همیشه آب و راهداری را به عنوان اولویت‌های مهم استان مورد توجه قرار داده‌ایم. وی با بیان اینکه کرمانشاه یک استان استراتژیک است، عنوان کرد: کرمانشاه با داشتن چندین مرز رسمی درگاه اصلی تجارت با کشور عراق است و از همه مهمتر قطب لجستیک غرب کشور به شمار می‌رود

نجفی در ادامه بر لزوم مناسب سازی زیرساخت‌ها برای کاهش تصادفات جاده‌ای در استان تاکید کرد و افزود: بنا به تاکیدات مقام معظم رهبری و نیز طبق اسناد بالادستی از جمله برنامه هفتم توسعه، آمار تصادفات جاده‌ای در کشور و به تبع در استان ما باید سالانه کاهش ۱۰ درصدی داشته باشد.

نجفی ادامه داد: تکمیل پروژه‌های نیمه تمام، ارتقاء شاخص ایمنی راه‌های استان با بهره گیری از فناوری‌های نوین، بهبود وضعیت راه‌های روستایی، ساماندهی حمل و نقل بار، ساماندهی پایانه‌های مرزی استان و... از دیگر اقداماتی است که باید در حوزه راهداری استان انجام گیرد.

علی سلیمی سرپرست جدید اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای استان نیز با اشاره به جایگاه ویژه کرمانشاه در صنعت حمل و نقل، گفت: باتوجه به موقعیت استراتژیک این استان، وجود پایانه‌های مرزی و شرایط راه‌های استان از نظر کریدوری، کرمانشاه از جایگاه ویژه‌ای در کشور برخودار است، اما با چالش‌هایی نیز در این حوزه مواجه هستیم. وی افزود: باتوجه به اینکه کرمانشاه یک استان مرزی است، میزان ورود ناوگان حمل و نقلی به داخل آن به واسطه وجود مرزها بسیار بالاست که این یکی از چالش‌هایی است که با آن مواجه‌ایم.

سرپرست جدید اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای کرمانشاه تصریح کرد: از طرفی کرمانشاه یک استان کشاورزی است و محصولات کشاورزی باید به سرعت جابجا شوند و این آمار تردد ناوگان حمل و نقل را در این استان بالا می‌برد. وی ادامه داد: در حوزه حمل و نقل مسافر نیز با توجه به اینکه کرمانشاه در مسیر تردد زوار عتبات عالیات قرار دارد هرساله در ایام اربعین میزبانی حجم بالایی از زائرین حسینی را برعهده داریم که این موضوع در کنار اینکه یک ظرفیت مهم برای استان است، با چالش‌هایی نیز همراه است که باید آنها را رفع کنیم. سلیمی افزود: امیدواریم با تلاش مضاعف و استفاده از ظرفیت پلیس راه و کار تیمی و فنی و علمی در زمینه کاهش تصادفات قدم برداریم. وی در پایان گفت: تمام تلاش خود را برای ارتقاء حوزه راهداری و حمل و نقل جاده‌ای کرمانشاه بکار خواهم گرفت.

یزدان خسروی مدیرکل پیشین راهداری و حمل و نقل جاده ای استان کرمانشاه نیز با اشاره به چالش‌هایی که طی مدت حدود یکسال و چندماه مدیریتش در این اداره کل داشته، اظهار کرد: زمانی که این اداره کل را تحویل گرفتیم حدود ۶۰ درصد از ناوگان حوزه راهداری ما به دلیل فرسودگی زمین‌گیر شده بود و موجی از ناامیدی را در بین همکاران و پیمانکاران شاهد بودیم.

وی افزود: همچنین اداره کل راهداری استان از نظر عملکردی در کشور در قعر جدول ارزیابی قرار داشت که خوشبختانه با همت همکاران توانستیم بر این مشکلات غلبه کنیم.

وی با بیان اینکه راهداری و حمل و نقل جاده‌ای کرمانشاه طی یکسال گذشته روند رو به رشدی را طی کرده، عنوان کرد: اگر می‌خواهیم این روند رو به رشد تداوم داشته باشد، همه باید به سرپرست جدید این اداره کل کمک کنند.

مدیرعامل شرکت توزیع برق گیلان خبر داد:

افتتاح فاز اول مرکز بازآماد

رونمایی از تجهیزات جدید ارتقاء توان لجستیکی

رشت - زهرا رضازاده: مدیر عامل شرکت توزیع نیروی برق استان گیلان در مراسم افتتاح فاز اول مرکز بازآماد (لجستیک معکوس) و رونمایی از تجهیزات جدید ارتقاء توان لجستیکی این شرکت، به اهمیت و ضرورت این اقدامات در مدیریت منابع و مقابله با بحران‌ها و حوادث طبیعی اشاره کرد.

وی با بیان اینکه لجستیک معکوس به فرآیند مدیریت و بازگشت تجهیزات و منابع به چرخه استفاده مجدد اشاره دارد، گفت: با فعالیت های مرکز بازآماد مجهز شرکت توزیع نیروی برق گیلان، توان لجستیکی شرکت افزایش می‌یابد و این امر موجب می‌شود که منابع به‌طور بهینه مدیریت شوند و زمان پاسخگویی به نیازهای شبکه کاهش یابد. صادقی خمامی ضمن اشاره به سرآمدی مرکز بازآماد توزیع برق گیلان در سطح صنعت برق کشور،تاکید کرد: استفاده از تجهیزات جدید و فناوری‌های مرتبط با لجستیک معکوس در این مرکز، فرآیند بازسازی و تعمیرات تسهیل می‌کند و امکان مدیریت بهتر منابع را فراهم می‌آورد. مدیرعامل توزیع برق گیلان ضمن بازدید از بخش های مختلف این مرکز، افزود: بازگشت سرمایه و جلوگیری از اتلاف منابع یکی از بزرگترین دستاوردهای فرایندها لجستیک معکوس در مرکز بازآماد توزیع برق گیلان است که علاوه بر کمک های فنی، موجب پیشبرد برنامه‌های سند جامع نسیم تحول خواهد شد. وی اضافه کرد: افزایش مهارت کارکنان، برنامه ریزی دقیق، تکمیل تجهیزات مورد نیاز باید در دستور کار قرار گیرد تا فاز های بعدی مرکز بازآماد توزیع برق گیلان نیز آماده بهره‌برداری شود. صادقی خمامی همچنین از تجهیزات جدید ارتقاء توان لجستیکی توزیع برق گیلان بازدید کرد و اظهار داشت: این تجهیزات نه تنها توان لجستیکی ما را افزایش می‌دهند بلکه امکان مدیریت بهتر منابع و تسهیل در روند بازسازی و تعمیرات را نیز فراهم می‌کنند و با استفاده از این فناوری‌ها، می‌توانیم زمان پاسخگویی به بحران‌ها را کاهش دهیم و خدمات بهتری به مردم ارائه دهیم. وی در پایان تأکید کرد: سرمایه‌گذاری در زمینه لجستیک معکوس و تجهیز زیرساخت‌ها، بخشی از برنامه‌های کلان این شرکت برای بهبود کیفیت خدمات و افزایش رضایت‌مندی مشترکان است. شایان ذکر است در این مراسم از تجهیزاتی مانند یک دستگاه جرثقیل ۱۵ تن، دو دستگاه تراکتور، شش دستگاه دیزل ژنراتور سیار(سه دستگاه ۲۵۰ کاوآ و سه دستگاه ۱۰۰ کاوآ)، ۱۰ دستگاه موتور برق ۱۰ کیلووات و ۸ دستگاه اره موتوری بنزینی (به منظور شاخه زنی در زمان حوادث) رونمایی شد.

همیاران گاز، سفیران فرهنگ مصرف بهینه در ایلام

ایلام - مدیرعامل شرکت گاز استان ایلام از فعالیت ۱۱ هزار و ۶۵۰ نفری معلمان و دانش‌آموزان در طرح همیاران گاز در سال جاری خبر داد و گفت: نقش آموزش و پرورش در فرهنگ‌سازی مصرف بهینه گاز، موثر و توانمند است. «محمود کشاورز» در نشست هم‌اندیشی معلمان همیار گاز با مدیرعامل شرکت گاز و مدیران آموزش و پرورش استان ایلام،با قدردانی از معلمان فعال در این طرح در سال گذشته، اظهار داشت: آموزش و پرورش نقش بسیار موثر و توانمندی در امر فرهنگ‌سازی و آموزش عمومی ایفا می‌کند. وی همیاران گاز را سفیران شرکت گاز در ترویج فرهنگ مصرف درست و بهینه دانست و افزود: این عزیزان با حضور در مدارس و جامعه، پیام‌رسان ایمنی و صرفه‌جویی در مصرف این حامل انرژی هستند.

مدیرعامل شرکت گاز استان ایلام به آمار قابل توجه مشارکت در سال گذشته اشاره کرد و گفت: در دوره قبلی این طرح، نزدیک به ۳ هزار دانش‌آموز و معلم پایه ششم ابتدایی مشارکت داشتند که از میان آنها، از ۶۰ معلم و ۳۰۰ دانش‌آموز برتر تقدیر به عمل آمد.

کشاورز از توسعه کمی و کیفی این طرح در سال جاری خبر داد و تصریح کرد: امسال گستره طرح همیاران گاز به مقاطع چهارم، پنجم و ششم ابتدایی توسعه یافته و ۱۱ هزار و ۶۵۰ معلم و دانش‌آموز تحت پوشش آن فعالیت خواهند کرد. وی این افزایش چشمگیر را نشان‌دهنده استقبال جامعه آموزشی از فرهنگ مصرف بهینه گاز دانست و بر تداوم و تقویت این همکاری مشترک تاکید کرد.

به گفته وی، هدف نهایی از اجرای این طرح، نهادینه کردن فرهنگ صرفه‌جویی و استفاده ایمن از گاز در میان خانواده‌ها از طریق دانش‌آموزان است. کشاورز از تمامی دست‌اندرکاران آموزش و پرورش و معلمان همیار گاز که در این مسیر فرهنگی همراه شرکت گاز استان ایلام هستند، تشکر و قدردانی کرد. همچنین معاون آموزش ابتدایی اداره کل آموزش و پرورش استان ایلام از آمادگی کامل این نهاد برای همکاری هرچه بیشتر با شرکت گاز در راستای آموزش دانش‌آموزان و نهادینه کردن روحیه صرفه‌جویی خبر داد. «زهره تیژه»، معاون آموزش ابتدایی اداره کل آموزش و پرورش استان ایلام، با تقدیر از همکاری و پیگیری‌های مدیرعامل شرکت گاز استان، بر توسعه همکاری‌های مشترک تاکید کرد.

وی اظهار داشت: آموزش و پرورش استان ایلام آمادگی کامل دارد تا در چارچوب تفاهم‌های منعقده، همکاری خود با شرکت گاز را برای آموزش موثر دانش‌آموزان و ایجاد روحیه صرفه‌جویی و مصرف بهینه گسترش دهد.

تیژه، مدارس را کانون اصلی تربیت نسل آینده و فرهنگ‌سازی در جامعه دانست و افزود: با بهره‌گیری از ظرفیت معلمان و دانش‌آموزان، به ویژه در مقطع ابتدایی، می‌توان پیام مصرف درست گاز را به درون خانواده‌ها برد.

وی از تلاش‌های بی‌وقفه شرکت گاز استان در راستای ارتقای فرهنگ عمومی و همکاری سازنده با آموزش و پرورش تشکر و قدردانی نمود.

گفتنی است در این مراسم، از ۶ معلم و ۶ دانش‌آموز که در سال گذشته در زمره برگزیدگان کشوری این طرح قرار گرفتند، نیز با اهدای لوح تقدیر و هدایا، تقدیر به عمل آمد..

جنس خدمت در شهرداری کرج پُشت میزنشینی نیست

کرج – محمد رنجبرکهن: شهردار کرج گفت: جنسِ پاسخگویی و خدمت در شهرداری کلانشهری به بزرگی کرج، پُشت میزنشینی نیست و مدیران شهری باید به صورت روزانه بازدید از محلات و روند تکمیل پروژه‌های عمرانی و رصد و بررسی بازخوردِ آنها در افکار عمومی را در دستور کار خود قرار دهند. مهرداد کیانی در حاشیه بازدید از روند تکمیل پروژه‌های عمرانی اظهار داشت: چنانچه پیمانکاران تصور کنند که کارفرما نسبت به بررسی و نظارت بر کیفیت اجرای پروژه یا تکمیل آن در موعد اعلام شده حساسیت و جدیتی ندارد، امکان سوء استفاده و کم کاری وجود خواهد داشت، لذا مدیران شهری باید با تَرکِ پُشت میزنشینی، در سطح شهر و محلات حضور فعال داشته باشند و جنسِ مردمی دوره کنونی مدیریت شهری را به نمایش بگذارند.

مردم با مشاهده کیفیت و سرعتِ پروژه‌ها به عملکرد مدیریت شهری نمره می‌دهند

وی افزود: این مسئله در خصوص همه پروژه‌ها اعم از خُرد و کلان صدق می کند؛ چنانچه در معبری عملیات آسفالت ریزی و جدول‌گذاری یا کاشت فضای سبز صورت می‌گیرد، باید به بهترین نحو ممکن اجرایی شود، چرا که مردم با مشاهده کیفیت و سرعتِ انجام کارها به عملکرد مدیریت شهری نمره می‌دهند و چنانچه برایندِ اقدامات ما منجر به جلب اعتماد مردمی شود، قطع به یقین شهروندان نیز در پرداخت عوارض شهری و صنفی همکاری بهتری خواهند داشت.

نیاز به تقویت احساسِ تعلق خاطر بین شهروندان داریم

شهردار کرج تصریح کرد: پاسخگویی و ارتباط مستمر با شهروندان به ویژه معتمدین محلات و همکاری با گروه‌های جهادی و حضور در مساجد و گفت‌وگو با مردم نه توصیه بنده، بلکه وظیفهِ مدیران شهری بوده و عملکرد آنها بر اساس همین موارد مورد ارزیابی قرار می گیرد؛ امروز نیاز به تقویت احساسِ تعلق خاطر بین شهروندان داریم و باید دیوار اعتماد بین ما و جامعه بلندتر شود و راهی جز بهبود عملکرد نداریم. کیانی تاکید کرد: موضوعاتی که شهروندان در محورهایِ ساخت و ساز غیرمجاز، سد معبر، رهاشدگی نخاله و زباله، خرابی آسفالتِ خیابان‌ها، آبگرفتگی معابر یا دیگر موضوعات به سامانه ۱۳۷ گزارش می‌دهند، باید بلافاصله مورد پیگیری حوزه های ذیربط قرار گیرد؛ نه به صورت سطحی، بلکه باید با جدیت برای رفع آنها و تامین رضایت شهروندان اقدام شود؛ شهروندانی که برای طرح موضوعات شهری با مدیریت شهری ارتباط برقرار می کنند، در واقع سطح پاسخگویی ما را مورد ارزیابی قرار میدهندو اگر پاسخ لازم را دریافت نکنند، شاهد تشدیدفضای بی اعتمادی و کاهش سرمایه اجتماعی مدیریت شهری خواهیم بود.

نفت و گاز مارون میزبان نشست تخصصی حفاوا حراست

بیست و چهارمین نشست شورای راهبری حفاظت فناوری اطلاعات، اسناد و مدارک حراست شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب، به میزبانی شرکت بهره برداری نفت و گاز مارون برگزار شد. در این نشست که با حضور نماینده محترم مرکز مدیریت راهبردی افتا ریاست جمهوری در استان خوزستان و رئیس برنامه ریزی و ارزیابی عملکرد حراست مناطق نفتخیز جنوب و رؤسای حفاوای شرکت های تابعه شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب همراه بود، رئیس حفاظت فناوری اطلاعات، اسناد و مدارک این شرکت ارتقاء سطح امنیت سیستم های IT و سیستم های کنترل صنعتی(OT)، تامین امنیت اسناد و مدارک تحت اختیار صنعت نفت را امری مهم و راهبردی در صیانت از رسالت تولیدی و پیشبرد اهداف سازمان در محیطی امن و ایمن برشمرد و هوشمندسازی خدمات حراستی را از برنامه‌های آتی و پیش روی حراست اعلام کرد. علی واحدیان افزود: در سایه تعامل مستمر حراست مدرن با مدیریت های ستادی و شرکت های بهره بردار، سازمان در حوزه سایبری به شکل روزآمد و کارآمد عمل کرده و این مهم نتیجه بهره مندی از نیروی انسانی متعهد، متخصص و متبحری است که با بهره گیری از ابزارهای فناورانه و بروز، در این حوزه حساس فعالیت می کند. مهندس آل طیب، نماینده مرکز افتا بر رعایت دستور العمل های ابلاغی مراجع نظارتی مرکز افتا تاکید و از اقدامات حراست شرکت ملی مناطق نفت خیز جنوب و همکاری مستمر با افتا ریاست جمهوری تقدیر و تشکر کرد. مهندس ایزدی، رئیس برنامه ریزی و ارزیابی عملکرد، برگزاری منظم و مدون جلسات شورای حفاظت فناوری اطلاعات و بازدیدهای دوره ای در این حوزه را مهم و اثربخش ارزیابی نموده و بر ادامه این مسیر تاکید نمود. در ادامه رؤسای حفاوا حاضر در جلسه مسائل مرتبط با حوزه فناوری اطلاعات و اسناد و مدارک را از ابعاد مختلف فنی و عملیاتی مورد بحث و تبادل نظر قرار داده و به بیان چالش ها و مشکلات این حوزه و نحوه تعامل با مدیریت‌های مرتبط در سایر بخش‌های سازمان پرداختند.

اشتباهات تعیین بودجه بازاریابی: تبدیل مارکتینگ به ماشین پول‌سوزی

نویسنده: علی آل‌علی

در اتاق جلسات هیأت مدیره لحظه ارائه بودجه سالانه بازاریابی اغلب صحنه یک تنش ناگفته است. از یک سو مدیر ارشد مالی قرار دارد که به این ارقام به عنوان یک مرکز هزینه بزرگ نگاه می کند؛ ستونی از اعداد که از حساب های شرکت خارج می شوند و بازگشت سرمایه آنها همیشه در هاله ای از ابهام قرار دارد. از سوی دیگر مدیر ارشد بازاریابی نشسته است که همان ارقام را به عنوان یک مرکز سرمایه گذاری حیاتی می بیند؛ سوختی که قرار است موتور رشد شرکت را به حرکت درآورد، برند را در ذهن مشتریان حک کند و آینده ای پایدار را تضمین نماید.

این دوگانگی در نگاه ریشه بسیاری از ناکارآمدی های استراتژیک در دنیای کسب و کار است. بسیاری از سازمان ها، بودجه بازاریابی را نه به عنوان یک ابزار قدرتمند برای ساختن آینده، که به عنوان یک اهرم مکانیکی برای رسیدن به اهداف فروش کوتاه‌مدت فصل بعد، مدیریت می کنند.

این مقاله کالبدشکافی این ماشین پول‌سوزی است. ما به فراتر از اشتباهات تاکتیکی نگاه کرده و چند نقص بنیادین استراتژیک را بررسی می کنیم که باعث می شوند میلیون ها دلار بودجه بازاریابی در سراسر جهان، بدون آنکه تاثیر ماندگاری از خود به جای بگذارند، دود شوند و به هوا بروند. این یک دعوت به بازنگری عمیق در فلسفه سرمایه‌گذاری بازاریابی است؛ دعوتی برای خاموش کردن موتورهای پرسر و صدا و بی حرکت و ساختن یک موتور کم مصرف اما قدرتمند که بتواند برند شما را به جایگاه واقعی‌اش در آینده برساند.

تله مرگبار تمرکز صرف بر نتایج فوری

یکی از بزرگ ترین خطاهای استراتژیک تخصیص تمام بودجه بازاریابی به فعالیت هایی است که مستقیما به تولید سرنخ یا فروش فوری منجر می شوند. این رویکرد، که اغلب تحت فشار تیم های فروش و مدیران مالی صورت می گیرد، در ظاهر منطقی به نظر می رسد، اما در بلندمدت یک تله مرگبار است. تمرکز انحصاری بر روی لایه پایینی قیف بازاریابی، مانند کشاورزی است که تمام انرژی خود را صرف درو کردن محصول می کند، بدون آنکه هرگز دانه ای برای فصل بعد بکارد.

شما ممکن است برای مدتی کوتاه از ذخایر موجود بهره برداری کنید، اما به زودی زمینی خشک و بی حاصل برای‌تان باقی خواهد ماند. ساختن برند و افزایش آگاهی فعالیت هایی هستند که در لایه های بالایی قیف بازاریابی قرار دارند و وظیفه آنها، ساختن یک رابطه عاطفی، ایجاد اعتماد و آشنا کردن مشتریان بالقوه با جهان بینی برند شماست، مدت ها قبل از آنکه آنها حتی به فکر خرید بیفتند.

شرکت کوکاکولا را در نظر بگیرید. بخش عظیمی از بودجه بازاریابی جهانی این شرکت صرف فعالیت هایی می شود که هیچ فراخوان به اقدام (Call to Action) مستقیمی ندارند: حمایت مالی از رویدادهای ورزشی بزرگ مانند المپیک، ساختن انیمیشن های کوتاه و احساسی در مورد دوستی و خانواده یا کمپین های گسترده ای که هدف آنها صرفا پیوند زدن نام کوکاکولا با مفهوم «شادی» است. این شرکت تلاش نمی کند تا شما را متقاعد کند که همین امروز یک بطری نوشابه بخرید. در عوض، با یک استراتژی صبورانه و بلندمدت، در حال ساختن یک معبد فرهنگی است؛ معبدی که در آن، نام کوکاکولا به بخشی جدایی ناپذیر از خاطرات خوش، جشن ها و لحظات خوب زندگی ما تبدیل شده است. آنها در حال سرمایه گذاری بر روی نسل بعدی مشتریان خود هستند و این، تفاوت میان یک برند ماندگار و یک کالای مصرفی زودگذر است.

وسواس نسبت به جذب مشتری جدید

دومین نقص بزرگ تخصیص نامتناسب بودجه به جذب مشتریان جدید و نادیده گرفتن کامل حفظ مشتریان فعلی است. این استراتژی شبیه به تلاش برای پر کردن یک سطل سوراخ با یک جریان آب دائمی است. شما ممکن است با تلاش زیاد بتوانید سطح آب را ثابت نگه دارید، اما در حال هدر دادن بخش عظیمی از منابع خود هستید.

منطق اقتصادی به وضوح نشان می دهد که هزینه حفظ یک مشتری راضی، به مراتب کمتر از هزینه جذب یک مشتری جدید است. علاوه بر این، مشتریان وفادار نه تنها به طور مکرر از شما خرید می کنند، بلکه به قدرتمندترین و معتبرترین کانال بازاریابی شما، یعنی «تبلیغات دهان به دهان»، تبدیل می شوند. بودجه ای که صرفا بر روی پر کردن بالای قیف تمرکز دارد، یکی از ارزشمندترین دارایی های شرکت، یعنی پایگاه مشتریان وفادار را نادیده می گیرد.

شرکت ادوبی یک نمونه درخشان از درک این اصل است. این شرکت مدل کسب و کار خود را از فروش لایسنس های نرم افزاری گران قیمت و یک باره (یک مدل کاملا مبتنی بر جذب مشتری)، به یک مدل اشتراک ماهانه تحت عنوان «کریتیو کلاود» تغییر داد. این تغییر، کل فلسفه بازاریابی آنها را دگرگون کرد. موفقیت آنها دیگر در تعداد فروش های جدید خلاصه نمی شد، بلکه به توانایی آنها در حفظ رضایت و تعامل مداوم کاربران‌شان بستگی داشت.

در نتیجه، بخش بزرگی از سرمایه گذاری بازاریابی و محصول آنها اکنون صرف ارائه به روزرسانی های منظم، آموزش های کاربردی و ساختن یک جامعه فعال برای کاربران می شود تا اطمینان حاصل کنند که مشتریان‌شان دلیلی برای ترک کردن این اکوسیستم ندارند. آنها سوراخ های سطل خود را ترمیم کرده اند و اکنون می توانند با کارایی بسیار بیشتری رشد کنند.

بازاریابی یعنی فروش ارزش!

سومین و شاید رایج ترین اشتباه ساختن یک ماشین بازاریابی است که تمام پیام هایش فریاد می زند: از من خرید کن! این رویکرد تهاجمی و خودمحور، که ریشه در یک تفکر قدیمی دارد، در دنیای امروز که مصرف کنندگان به اطلاعات نامحدود دسترسی دارند، نه تنها ناکارآمد، که اغلب نتیجه معکوس می دهد. وقتی یک برند فاقد یک نقطه تمایز واقعی باشد و تنها راهی که برای جلب توجه بلد است، تکرار مداوم پیام های فروش باشد، به سرعت در ذهن مشتری به عنوان یک مزاحم ثبت می شود.

موثرترین استراتژی در دنیای امروز، تغییر نقش از یک «فروشنده دوره گرد» به یک «معلم معتمد» است. این یعنی باید قبل از آنکه چیزی از مشتری بخواهید، ارزشی واقعی و بدون چشمداشت به او ارائه دهید. با آموزش دادن به بازار، حل کردن مشکلات کوچک آنها و به اشتراک گذاشتن تخصص خود، شما جایگاه خود را از یک فروشنده صرف، به یک مرجع قابل اعتماد ارتقا می دهید.

شرکت هاب اسپات، غول نرم افزارهای بازاریابی، امپراتوری خود را بر پایه همین اصل بنا کرده است. آنها به ندرت در مورد ویژگی های محصول خود تبلیغ می کنند. در عوض، آنها یکی از بزرگ ترین و معتبرترین منابع آموزشی رایگان در مورد بازاریابی درونگرا (Inbound Marketing) را در جهان ساخته اند. وبلاگ، آکادمی آنلاین و ابزارهای رایگان آنها هر ساله به میلیون ها کسب و کار کمک می کند تا بازاریابی را بهتر بیاموزند. این شرکت با سخاوت تمام، دانش خود را به اشتراک می گذارد و به جامعه هدف خود کمک می کند تا رشد کند. در نتیجه، زمانی که این کسب و کارها به نقطه ای می رسند که برای مدیریت فعالیت های خود به یک نرم افزار قدرتمند نیاز پیدا می کنند، هاب اسپات تنها انتخاب منطقی و قابل اعتماد برای آنهاست، زیرا این رابطه مدت ها قبل و بر پایه اعتماد و ارزش متقابل ساخته شده است.

سخن پایانی

چالش اصلی پیش روی رهبران کسب و کار، فراتر از بهینه سازی تاکتیکی کمپین هاست. چالش واقعی این است که شجاعت لازم برای مقاومت در برابر فشار اهداف کوتاه مدت را داشته باشند و بخشی از منابع خود را به سرمایه گذاری هایی اختصاص دهند که شاید بازگشت سرمایه آنها در گزارش فصل بعد دیده نشود، اما بقا و شکوفایی شرکت را برای دهه بعد تضمین می کند. این به معنای یک انتخاب استراتژیک است: آیا می خواهید یک شکارچی باشید که هر روز باید برای یافتن یک شکار جدید به دشت برود و همیشه در آستانه گرسنگی قرار دارد؟ یا ترجیح می دهید یک باغبان باشید که با صبر و هوشمندی، یک باغ پربار و پایدار را پرورش می دهد که سال ها و سال ها برای شما و نسل های بعد از شما، محصول خواهد داد. در نهایت، بودجه بازاریابی شما مانند یک قطعه سنگ مرمر تراش نخورده است. یک مجسمه ساز بی حوصله و عجول، به سرعت آن را خرد کرده و چندین مجسمه کوچک و بی ارزش می سازد تا بتواند آنها را به سرعت بفروشد، اما یک استادکار واقعی، با نگاهی عمیق، شاهکار پنهان در دل آن سنگ را می بیند. او ممکن است ماه ها یا سال ها با صبر و دقت بر روی آن کار کند، اما در نهایت، اثری خلق می کند که ارزش آن هزاران برابر آن مجسمه های کوچک است و برای همیشه در تاریخ ماندگار خواهد شد. بودجه شما، آن قطعه سنگ مرمر است. انتخاب اینکه کدام نوع مجسمه ساز باشید، با شماست.

منابع:

https://www.entrepreneur.com/growing-a-business/your-marketing-budget-is-wasted-۴۹۸۷۱۸/mistakes-۴-if-you-make-these

https://keomarketing.com/marketing-budget-waste-strategic-vs-tactical

اصطلاحات مالی که هر کارآفرینی باید بلد باشد

نویسنده: علی آل‌علی

در ذهن هر کارآفرین بزرگی یک آتش سوال برانگیز شعله‌ور است. آتشی از جنس یک ایده انقلابی، یک اشتیاق سیری ناپذیر برای ساختن و یک توانایی جادویی برای روایت داستانی که دیگران را به سوی خود می کشد. آنها می توانند محصولی را از هیچ خلق کنند، تیمی از نوابغ را گردهم آورند و بازارها را متقاعد سازند که به چیزی نیاز دارند که تا دیروز حتی وجودش را تصور نمی کرد، اما در زیر عرشه باشکوه این کشتی که با بادبان های چشم انداز به پیش می رود، یک موتورخانه داغ، پرسر و صدا و به ظاهر پیچیده وجود دارد که با یک زبان کاملا متفاوت سخن می گوید: زبان بی رحم اعداد.

بسیاری از کارآفرینان این موتورخانه را نادیده می گیرند. آنها امور مالی را یک وظیفه جانبی، یک شر ضروری و یک کار خسته کننده برای حسابداران می دانند. این، بزرگ ترین تراژدی در دنیای کسب و کار است. زیرا در نهایت، سرنوشت باشکوه ترین کشتی ها، نه بر روی عرشه، که در همین موتورخانه نادیده گرفته شده، رقم می خورد. یادگیری این زبان، به معنای تبدیل شدن به یک حسابدار نیست؛ به معنای تبدیل شدن به یک کاپیتان واقعی است که می داند قدرت واقعی کشتی اش از کجا سرچشمه می گیرد.

جریان نقدینگی: اکسیژن کسب وکار شما

یک کسب و کار می تواند برای مدتی بدون سود زنده بماند، همانطور که یک انسان می تواند برای مدتی بدون غذا دوام بیاورد، اما هیچ موجود زنده ای نمی تواند حتی برای چند دقیقه بدون اکسیژن زنده بماند. جریان نقدینگی اکسیژن خالص کسب و کار شماست. این مفهوم به طرز فریبنده ای ساده است: آیا پولی که وارد حساب بانکی شما می شود، از پولی که از آن خارج می شود، بیشتر است؟

بسیاری از کارآفرینان این حقیقت حیاتی را با درآمد یا سود اشتباه می گیرند. شما می توانید یک قرارداد میلیون دلاری امضا کنید و روی کاغذ، درآمد فوق العاده ای داشته باشید، اما اگر قرار باشد پول آن را در شش ماه آینده دریافت کنید و در عین حال، باید حقوق کارمندان و اجاره دفتر خود را همین امروز بپردازید، کسب و کار شما به سادگی خفه شده و خواهد مرد. درک جریان نقدینگی، یک تمرین حسابداری نیست؛ این یک بررسی روزانه و وسواس گونه از علائم حیاتی سازمان شماست. رهبری تجاری که نبض جریان نقدینگی شرکتش را در دست ندارد، در حال هدایت یک کشتی با چشمانی بسته در میان کوه های یخ است. آمازون در سال های اولیه حیات خود، بهترین مطالعه موردی برای این اصل است. برای نزدیک به یک دهه، این شرکت به طور مداوم بر روی کاغذ ضرر می کرد و بسیاری از تحلیلگران وال استریت، مدل کسب و کار آن را زیر سوال می بردند اما جف بزوس، با یک وسواس بی رحمانه، تنها بر روی یک شاخص متمرکز بود: جریان نقدینگی حاصل از عملیات. او می دانست که با دریافت پول از مشتریان به صورت آنی و پرداخت پول به تامین کنندگان با تاخیر، در حال ساختن یک موتور تولید نقدینگی غول‌پیکر است.

این اکسیژن مازاد به او اجازه می داد تا تمام سودهای بالقوه را دوباره در کسب و کار سرمایه گذاری کند: ساختن انبارهای جدید، ورود به بازارهای تازه و توسعه فناوری. در یک جلسه فرضی با سرمایه گذاران نگران، بزوس می توانست بگوید: «به ستون سود و زیان نگاه نکنید؛ این داستان گذشته است. به جریان خون این سازمان نگاه کنید. تا زمانی که این جریان قدرتمند باشد، ما می توانیم هر عضله ای را که برای پیروزی در آینده نیاز داریم، بسازیم.»

توهم سود: ورشکستگی با ذهنیت سودآوری

خطرناک ترین کلمه در واژگان یک کارآفرین کلمه سود است، اگر به تنهایی به کار برده شود. سودآوری بر روی کاغذ، به ویژه برای کسب وکارهای در حال رشد، می تواند به یک سراب مرگبار تبدیل شود. سود یک مفهوم حسابداری است؛ یک محاسبه از درآمدها منهای هزینه ها در یک دوره زمانی مشخص. این یک عکس فوری است، نه یک فیلم کامل. یک شرکت می تواند با گرفتن یک سفارش بزرگ به سودآوری خیره کننده ای بر روی کاغذ دست یابد. تیم فروش جشن می گیرد، مدیرعامل بیانیه ای خوش بینانه صادر می کند و همه چیز عالی به نظر می رسد اما این سود، تا زمانی که به پول نقد واقعی در حساب بانکی تبدیل نشود، یک توهم، یک طلب و یک وعده شکننده است. داستان های بی شماری از شرکت هایی وجود دارد که با یک دفتر سفارش پر و یک حساب بانکی خالی، ورشکست شده اند. این شرکت ها، قربانی یک موفقیت سمی شده‌اند: آنها آنقدر سریع رشد کرده اند که نیازشان به پول نقد برای تامین مالی آن رشد، از توانایی شان برای تولید آن پیشی گرفته است.

یک برند مد مانند زارا را تصور کنید. فرض کنید آنها یک قرارداد بزرگ برای تامین لباس یک زنجیره فروشگاهی عظیم در آمریکا امضا می کنند. در ستون سود و زیان، این یک پیروزی بزرگ ثبت می شود، اما شرایط پرداخت آن زنجیره فروشگاهی، ۱۲۰ روزه است. در همین حال زارا باید هزینه پارچه، تولید در کارخانه هایش و حمل و نقل هوایی سریع را به صورت نقدی و فوری پرداخت کند تا بتواند به تعهدات خود عمل نماید.

این شکاف زمانی میان خروج پول نقد (برای تولید) و ورود پول نقد (از مشتری)، یک دره مرگ مالی ایجاد می کند. اگر زارا نتواند از طریق منابع دیگر، این دره را پر کند، آن قرارداد سودآور، به طور طعنه‌آمیزی، می تواند به ماشه ورشکستگی آن تبدیل شود. یک رهبر تجاری خردمند در اینجا می داند که مدیریت «سود» آسان است؛ هنر واقعی، مدیریت «زمان بندی» جریان پول است.

قیمت‌گذاری: یک بیانیه استراتژیک

بسیاری از کارآفرینان قیمت گذاری را یک تمرین ریاضی ساده می بینند: هزینه تمام شده محصول را محاسبه کرده، یک حاشیه سود مشخص به آن اضافه می کنند و به قیمت نهایی می رسند. این رویکرد یک دستورالعمل برای بقا در بهترین حالت و شکست در بدترین حالت است. قیمت گذاری در هسته خود یک تصمیم بازاریابی و یک بیانیه استراتژیک عمیق است. قیمت شما پیش از هر تبلیغ یا کمپینی، داستان برند شما را به جهان می گوید. یک قیمت بالا، داستان انحصار، کیفیت بی نقص و تجمل را روایت می کند. یک قیمت پایین، داستان کارایی، دسترسی پذیری و ارزش را فریاد می زند. یک قیمت گذاری اشتباه، یک ناهماهنگی شناختی در ذهن مشتری ایجاد می کند که می تواند اعتبار کل برند را زیر سوال ببرد. قیمت گذاری صرفا ابزاری برای پوشش هزینه ها نیست؛ این قدرتمندترین ابزار شما برای جایگاه یابی در ذهن مشتری و تعریف کردن ارزش درک شده از محصول‌تان است.

اپل استاد مسلم قیمت گذاری استراتژیک است. قیمت یک آیفون جدید، حاصل جمع هزینه قطعات آن به علاوه یک سود مشخص نیست. این قیمتی است که براساس یک سوال کاملا متفاوت تعیین می شود: «ارزش تجربه ای که ما خلق کرده ایم، چقدر است؟». این قیمت شامل هزینه طراحی صنعتی، اکوسیستم نرم افزاری، امنیت، حریم خصوصی و مهمتر از همه، پرستیژ خود برند اپل است. تصور کنید در یک جلسه داخلی، تیم مالی پیشنهاد می کند که با استفاده از یک آلیاژ آلومینیوم کمی ارزان تر، می توانند هزینه تولید را کاهش داده و قیمت نهایی را رقابتی تر کنند. استیو جابز یا تیم کوک در پاسخ خواهند گفت: «مشتری ما قیمت پایین تر نمی خواهد؛ او بهترین را می خواهد. احساسی که کاربر هنگام در دست گرفتن این دستگاه دارد، بخشی از محصولی است که ما می فروشیم و این احساس، قیمت خودش را دارد». آنها به قیمت نه به عنوان یک عدد، بلکه به عنوان یک بیانیه از باورهای بنیادین شرکت نگاه می کنند.

منابع:

https://www.inc.com/entrepreneurs-organization/why-entrepreneurs-must-financial-basics-or-struggle--۵-master-these ۹۱۲۶۰۴۵۱/to-succeed

استراتژی لذت‌های کوچک: سلاح پنهان برندهای بزرگ

نویسنده: علی آل‌علی

در دنیای کسب و کار ما شیفته روایت‌های حماسی هستیم. داستان هایی از جهش های بزرگ، اختراعات انقلابی و موفقیت های یک شبه که مسیر تاریخ را تغییر می‌دهند. این تمرکز بر پیروزی های عظیم یک باور پنهان را در فرهنگ سازمانی ما نهادینه کرده است: ارزش واقعی تنها در دستاوردهای بزرگ و نقاط عطف تاریخی نهفته است، اما این وسواس برای رسیدن به قله های بلند، اغلب ما را از توجه به مهمترین منبع انرژی پایدار برای رشد غافل می کند، یعنی قدرت استراتژیک لحظه های کوچک و مثبت که در روزمرگی های ما پنهان شده اند. استراتژی لذت های کوچک یک رویکرد مدیریتی یا یک شعار انگیزشی نیست، بلکه یک مزیت رقابتی نامرئی برای ساختن برندهای ماندگار و تیم های تاب آور است.

بازتعریف پیروزی: از اهداف بزرگ تا پیروزی های میلیمتری

فرهنگ سازمانی که تمام پاداش ها و ارزش ها را به دستاوردهای بزرگ و چند ماهه گره می زند، ناخواسته فضایی از اضطراب و فرسودگی مزمن را پرورش می دهد. در این مدل، مسیر رسیدن به هدف مانند یک بیابان طولانی و طاقت فرساست که در انتهای آن یک واحه بزرگ قرار دارد.

کارمندان مجبورند ماه ها بدون هیچ بازخورد مثبت یا احساس پیشرفت، به امید رسیدن به آن مقصد نهایی تلاش کنند. این رویکرد نه تنها انرژی تیم را تحلیل می برد، بلکه خلاقیت را نیز از بین می برد، زیرا ترس از شکست در یک پروژه بزرگ، جایگزین جسارت برای آزمون و خطاهای کوچک می شود. استراتژی لذت های کوچک این معادله را معکوس می کند. این استراتژی بر این اصل استوار است که با شناسایی و جشن گرفتن پیروزی های کوچک و روزانه، می توان یک جریان مداوم از انرژی مثبت و انگیزه را در سازمان ایجاد کرد. برای درک این مفهوم، می توان به تحول فرهنگی در مایکروسافت تحت رهبری ساتیا نادلا نگاه کرد. مایکروسافت برای سال ها با فرهنگ رقابت داخلی شدید و سیستم ارزیابی کارمندان که به «رتبه بندی پشته ای» مشهور بود، شناخته می شد. این سیستم، کارکنان را مجبور به رقابت با یکدیگر برای بقا می کرد. نادلا این ساختار را با ترویج «ذهنیت رشد» که بر یادگیری مداوم و پیشرفت تدریجی تاکید دارد، جایگزین کرد. این تغییر تمرکز را از پیروزی های فردی بزرگ به موفقیت های تیمی کوچک و روزمره منتقل کرد. در این فرهنگ جدید، به جای آنکه یک تیم ماه ها در سکوت روی یک پروژه بزرگ کار کند، تشویق می شود تا پیشرفت های کوچک خود را به اشتراک بگذارد، از اشتباهاتش درس بگیرد و موفقیت های کوچک را جشن بگیرد. این رویکرد، عملا لذت های کوچک را به بخشی از فرآیند کار تبدیل کرده و با ایجاد حس امنیت روانی، به کارمندان اجازه می دهد تا با انرژی و خلاقیت بیشتری به سوی اهداف بزرگ‌تر حرکت کنند.

مهندسی تجربه مشتری: خلق خاطرات کوچک و ماندگار

در بازار اشباع شده امروز، وفاداری مشتری دیگر تنها به کیفیت محصول یا قیمت رقابتی وابسته نیست. عامل تعیین‌کننده تجربه ای است که یک برند برای مشتریانش خلق می کند. بسیاری از شرکت ها به اشتباه تصور می کنند که یک تجربه به یادماندنی نیازمند سرمایه گذاری های عظیم در کمپین های بازاریابی پرزرق و برق یا خدمات مشتریان خارق العاده است، اما برندهای پیشرو دریافته‌اند که وفاداری عمیق، از مجموعه ای از تعاملات مثبت و کوچک ساخته می شود. این لذت های کوچک و اغلب نامحسوس، نقاط تماس احساسی ظریفی هستند که استرس را از بین می برند، حس خوبی ایجاد می کنند و در نهایت، یک پیوند عاطفی قدرتمند با برند می سازند. این رویکرد، بازاریابی را از یک فعالیت مبتنی بر تبلیغات، به یک فرآیند «مهندسی خاطره» تبدیل می کند. آمازون نمونه ای برجسته از این استراتژی است. اگرچه این شرکت به مقیاس غول آسای خود مشهور است، اما قدرت واقعی آن در تسلط بر لذت های کوچک نهفته است. لذت یک خرید تنها با «یک کلیک» بدون نیاز به وارد کردن مجدد اطلاعات پرداخت، حس خوب دیدن اینکه بسته شما یک روز زودتر از موعد مقرر به دست‌تان رسیده است یا آسودگی خاطر ناشی از یک فرآیند بازگشت کالا که هیچ سوالی از شما نمی پرسد، همگی نمونه هایی از این لذت های کوچک هستند. آمازون با حذف سیستماتیک موانع و نقاط استرس زا از فرآیند خرید، توانسته است تعامل با پلتفرم خود را به یک تجربه روان و رضایت بخش تبدیل کند. این لحظه های کوچک و بدون اصطکاک، در ذهن مشتری به عنوان حس راحتی و اعتماد ثبت می شوند و او را تشویق می کنند تا بارها و بارها به این پلتفرم بازگردد، نه لزوما به خاطر قیمت بهتر، بلکه برای تجربه ای که کمترین میزان استرس و بیشترین میزان رضایت را به همراه دارد.

رهبری تاب‌آور: مدیریت انرژی

مدل سنتی رهبری، بر مدیریت زمان و منابع متمرکز بود. رهبران وظیفه داشتند تا پروژه ها را در زمان تعیین شده و با بودجه مشخص به سرانجام برسانند، اما در اقتصاد دانش بنیان امروز، بزرگ‌ترین دارایی یک تیم، انرژی شناختی و عاطفی آن است. یک رهبر مدرن و موثر، بیش از آنکه یک مدیر پروژه باشد، یک مدیر انرژی است. او می داند که فرسودگی و بی انگیزگی، دشمنان اصلی خلاقیت و بهره وری هستند. بنابراین، وظیفه اصلی او طراحی محیطی است که در آن انرژی مثبت تیم به طور مداوم بازتولید شود. این کار از طریق خلق فرصت های کوچک برای استراحت، تقدیر و ارتباط انسانی انجام می شود. این رهبران می دانند که یک تقدیر کلامی به موقع، یک استراحت کوتاه پس از یک جلسه فشرده یا یک گفت‌وگوی غیررسمی، می توانند تاثیر عمیق تری بر روحیه تیم نسبت به پاداش های بزرگ سالانه داشته باشند. فرهنگ سازمانی گوگل در سال های اوج نوآوری‌اش، بازتابی از این فلسفه بود. پردیس های مشهور این شرکت با رستوران های باکیفیت، فضاهای استراحت خلاقانه و امکانات تفریحی، تنها مزایای جانبی برای جذب استعدادها نبودند. آنها به صورت استراتژیک طراحی شده بودند تا فرصت هایی برای تجربه لذت های کوچک و بازسازی انرژی ذهنی را در طول روز کاری فراهم کنند. ایده «زمان ۲۰ درصدی» که به کارمندان اجازه می داد بخشی از زمان خود را صرف پروژه های شخصی کنند، فراتر از یک سیاست کاری بود؛ این یک مجوز رسمی برای کنجکاوی و بازیگوشی ذهنی بود. گوگل با فراهم کردن این فضاها، این پیام را به کارمندانش ارسال می کرد که استراحت و لذت های کوچک، نه تنها مجاز، بلکه برای دستیابی به نوآوری های بزرگ ضروری هستند. این رویکرد، انرژی تیم ها را در سطح بالایی نگه می داشت و فرهنگی را ترویج می کرد که در آن خلاقیت می توانست در هر لحظه ای شکوفا شود.

برندینگ در عصر فرسودگی: کلید موفقیت های بلندمدت

ما در جهانی زندگی می کنیم که از اطلاعات، انتخاب ها و محرک های عصبی اشباع شده است. توجه مخاطب به کمیاب ترین منبع تبدیل شده و فرسودگی دیجیتال به یک تجربه همگانی. در چنین شرایطی، برندهایی که تلاش می کنند با صدای بلندتر یا تبلیغات بیشتر دیده شوند، اغلب به بخشی از همین هیاهوی خسته کننده تبدیل می شوند. استراتژی هوشمندانه تر، تبدیل شدن به یک پناهگاه آرامش و یک لذت کوچک در زندگی پراسترس مشتری است. این برندها به جای فریاد زدن، زمزمه می کنند. آنها با ارائه محصولی که استفاده از آن ساده، زیبا و لذت بخش است، یک لحظه کوتاه آرامش را به مشتری هدیه می دهند. این رویکرد، رابطه برند و مشتری را از یک معامله تجاری به یک تعامل احساسی مثبت ارتقا می دهد و باعث می شود برند به بخشی دوست داشتنی از روزمره مخاطب تبدیل شود. اپل استاد بی‌رقیب این استراتژی است. تجربه «جعبه‌گشایی» محصولات این شرکت، یک کلاس درس کامل در زمینه مهندسی لذت های کوچک است. از طراحی مینیمال و بافت جعبه گرفته تا صدای رضایت بخش کنده شدن پوشش پلاستیکی صفحه نمایش، تمام جزییات به گونه ای طراحی شده اند که مجموعه ای از حس های مثبت و کوچک را حتی پیش از روشن شدن دستگاه به کاربر منتقل کنند. خود رابط کاربری محصولات اپل نیز بر همین فلسفه استوار است. انیمیشن های نرم و روان، طراحی ساده و شهودی و نبود گزینه های پیچیده و غیرضروری، همگی برای ایجاد یک تجربه آرام و بدون استرس طراحی شده اند. در جهانی پر از فناوری های پیچیده و گیج کننده، اپل با تمرکز بر سادگی و زیبایی، توانسته است محصولاتش را به یک لذت کوچک روزانه در زندگی میلیون ها نفر تبدیل کند و از این طریق، وفاداری عمیقی بسازد که هیچ کمپین تبلیغاتی نمی تواند به تنهایی آن را ایجاد کند.

منابع:

how-/۹۱۴۴۴۵۰۱/https://www.fastcompany.com micro-joy-can-help-you-feel-happier-every-day

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

| یکشنبه | ۹ آذر ۱۴۰۴ | شماره ۲۸۲۸ | 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