روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

شنبه ۱۴ اردیبهشت ۱۳۹۸

Sat. 4 May 2019

۲۸ شعبان ۱۴۴۰ - سال پنجم

شماره ۱۳۰۳- ۱۶صفحه - ۵۰۰۰۰ریال

www.forsatnet.ir

اعتراض مجلس به پنهان‌کاری دولت

سهمیه‌بندی بنزین در سال ۹۸ منتفی می‌شود؟

اظهارات رسمی مسئولان مبنی بر ضرورت سهمیه‌بندی بنزین در سال ۹۸ و اطلاع‌رسانی برخی منابع آگاه وزارت نفت از این اقدام چراغ خاموش دولت...

۳

همتی از ۶ سیاست برای مقابله با فاز جدید تحریم‌ها رونمایی کرد

تدابیر بانک مرکزی در مقابل تحریم‌ها

رئیس‌کل بانک مرکزی تدابیر شش‌گانه ارز، تولیدی و تجاری این بانک را برای مقابله و خنثی‌کردن فشارهای اقتصادی آمریکا اعلام کرد. عبدالناصر همتی در یادداشت اینستاگرامی خود اعلام کرده که بانک مرکزی قبلاً تدابیر لازم برای مقابله و خنثی‌کردن فشارهای اقتصادی آمریکا، اتخاذ و آرایش متناسب با هدف کنترل بازار ارز و مهار تورم را در نظر گرفته است. به گفته وی، برنامه‌های بانک مرکزی برای این هدف شش مورد است که اولین اقدام تلاش برای حفظ و تقویت ثبات نسبی بازار ارز از طریق عملیاتی‌کردن بازار متشکل ارزی و تقویت...

۴

استفاده از ارزهای دیجیتال در زمان تحریم چقدر کارساز است؟

دور زدن تحریم‌های بانکی با ارز دیجیتال

۳

خدمات بورس کالا به اقتصاد ایران به روایت رئیس سازمان بورس

۵

مدیریت و کسب‌وکار

- رونق ایده‌های پول‌ساز بر بستر فناوری
- افسانه‌های استارتاپی: قدرت مطلق برای بنیان‌گذار
- ۱۰ برند برتر در زمینه فعالیت سازگار با محیط زیست
- اهمیت طراحی تجربه کاربری در توسعه هوش مصنوعی
- روانشناسی تبلیغات: تأثیر ذهن و احساسات مخاطبان
- تریپ‌ادوایزر؛ حقیقتی دروغین

۸ تا ۱۶

اریک اشمیت بعد از ۱۸ سال هیات مدیره آلفابت را ترک می‌کند

یادداشت

حذف ۴صفر از پول ملی؛ راهکاری ناموفق برای کنترل تورم

یلدا راهدار

نایب‌رئیس سازمان ملی کارآفرینی

حذف چهار صفر از پول ملی، بار دیگر موضوع بحث و تصمیم‌گیری است و در صدر خبرها قرار گرفته است. اواخر سال گذشته بود که با رونمایی از اسکناس جدید ۵۰۰ هزار ریالی زمزمه‌های حذف صفر از پول ملی قوت گرفت. روی این اسکناس پنج صفر دیده می‌شود که چهار صفر آن کمرنگ شده و پایین اسکناس عدد ۵۰ به‌تنهایی قابل‌مشاهده بوده که سابقه نداشته است. البته بانک مرکزی در توجیه انتشار این اسکناس بهره‌گیری از امنیت بالا را عنوان کرده است.

براساس آمار بانک جهانی و صندوق بین‌المللی پول، حذف صفر از پول ملی در دنیا سابقه دیرینه داشته و تاکنون ۵۰ کشور یک یا تعدادی صفر را از پول ملی خود حذف کرده‌اند. اولین بار پس از جنگ جهانی دوم، در کشور آلمان غربی و در پی بروز ابرتورم، حذف صفر از پول ملی به اجرا درآمد.

ادامه در همین صفحه

قائم‌مقام وزیر علوم، تحقیقات و فناوری:

دانشگاه خاتم سرآمد ایران و جهان خواهد شد

مراسم گرامیداشت مقام معلم و تقدیر از استادان دانشگاه خاتم و بانک پاسارگاد، یازدهم اردیبهشت‌ماه امسال در محل دانشگاه خاتم و با حضور مدیرعامل بانک پاسارگاد و دانشگاه خاتم، اعضای هیأت‌امنای دانشگاه، جمعی از مدیران بانک و استادان و معلمان برگزار شد. به گزارش روابط‌عمومی بانک پاسارگاد، در این مراسم دکتر باقری قائم‌مقام وزارت علوم، تحقیقات و فناوری ضمن تبریک به مناسبت فرا رسیدن بزرگداشت مقام معلم گفت: امروز اگر شاهد این هستیم که بیش از ۹۰درصد از اعضای جامعه از سواد مطلوب برخوردار هستند و نیروی کارشناسی در تمام سطوح به اندازه کافی وجود دارد، حاصل زحمات شبانه‌روزی استادان و معلمان عزیز کشور است و ما قدردان همه این عزیزان هستیم.

وی ادامه داد: از اینکه شعار کیفیت را در دانشگاه خاتم انتخاب کرده‌اید به شما تبریک می‌گویم. اینکه تلاش می‌کنید زمینه را برای یادگیری جوانان این مرز و بوم فراهم کنید، جای تقدیر دارد. رویکرد دانشگاه خاتم در بحث توسعه کیفی بی‌شک مورد حمایت همه مدیران در آموزش عالی است.

دکتر باقری با بیان اینکه شعار ما در آموزش عالی، بازگشت به کیفیت پس از پشت سرگذاشتن توسعه کمی است، افزود: امروز توجه به بخش خصوصی در آموزش عالی هم براساس تکالیف قانونی و هم براساس احساس نیاز، یکی از ضرورت‌های مهم جامعه ما است. به گفته قائم‌مقام وزیر علوم، دانشگاه خاتم حتماً با چنین رویکرد و برنامه‌ای و با وجود استادان باانگیزه، می‌تواند یکی از دانشگاه‌های مطرح کشور و سرآمد در جهان شود.

دانشگاه خاتم نقطه اتکای بزرگ‌ترین تحولات علمی و دانشی می‌شود

دکتر مجید قاسمی، مدیرعامل بانک پاسارگاد و رئیس دانشگاه خاتم نیز ضمن گرامیداشت مقام والای معلم گفت: علوم همگی فرزند فلسفه هستند، ولی در جامعه ما با وجود غنای بسیار زیادی که در این علم داریم، نقش کمرنگی در سایر علوم دارد. علت اینکه ما درس فلسفه را به‌عنوان رشته دوره دکترا در دانشگاه خاتم انتخاب کرده‌ایم، پر کردن این خلأ بود.

دکتر قاسمی ادامه داد: امروز تهاجم تکنولوژی و تکنیک در زندگی طبیعی انسان بیداد می‌کند. علومی هم که تکنولوژی را می‌آورند، ثمرات مثبت آن را بدون توجه به اثرات منفی آن ترویج می‌کنند. انسان در حال دور شدن از طبیعت انسانی است. ما باید به دنبال طبیعتی انسانی و انسانی طبیعی باشیم. تحولات علمی آنچنان سریع اتفاق می‌افتند و تهاجمات تکنیکی آنچنان انسان را احاطه کرده است، که نمی‌توان فردا را به راحتی پیش‌بینی کرد. رئیس دانشگاه خاتم تصریح کرد: دانشگاه‌ها در دنیا باید جواب این سؤال را بدهند که اگر تکنیکی ارائه شد، تبعات منفی آن را چگونه باید مرتفع کرد؟ دانشگاه خاتم یکی از اهدافش این است که بتواند رابطه علوم را با علم مادر فلسفه به درستی برقرار کند.

وی تأکید کرد: ما عین آنچه را که در انواع رشته‌های مهندسی و علوم انسانی مطرح است، در گروه مالی پاسارگاد داریم. سرمایه‌گذاری‌هایی که ما در هلدینگ پاسارگاد انجام داده‌ایم، تمام این علوم را شامل می‌شود. به‌عنوان مثال در حوزه معدن، ما از معدن تا محصول نهایی را در فلزات و مس داریم. در حال حاضر از اسفندماه، تولید مس کاتد در شهر بابک از طریق تکنولوژی بایولیچینگ یا کشت باکتری آغاز شده است که در نتیجه آن دو کارخانه حذف می‌شوند. به‌طوری‌که قیمت تمام‌شده تولید مس کاتد شهربابک، ۳۰درصد از قیمت تمام‌شده کاتد مس دنیا کمتر می‌شود. وی ادامه داد: بی‌شک کسی که کتاب خوانده است با کسی که این کتاب را در صحنه واقعی دیده است، تفاوتی به اندازه انتقال علم به دانش و دانایی دارند؛ در حقیقت دانش یعنی دانایی و تسلط به آن مقوله‌ای که شما مسئولیت آن را برعهده می‌گیرید. ما به دنبال آن هستیم که اساتید و دانشجویان دانشگاه خاتم حرف‌های دست اول در دنیا بزنند که این اتفاق هم افتاده است. قرار است دانشگاه خاتم نقطه اتکای بزرگ‌ترین تحولات علمی و دانشی کشور شود که موفقیت‌ها و جایگاه بسیار خوب این دانشگاه نیز گواه این مطلب است. رئیس دانشگاه خاتم در پایان گفت: همه این توفیقات را اول مرهون لطف الهی و پس از آن مرهون لطف و نگاه مرحمت‌آمیز وزارت علوم که ما را حمایت کرد، می‌دانیم.

حذف ۴صفر از پول ملی؛ راهکاری ناموفق برای کنترل تورم

ادامه از همین صفحه

پس‌ازآن نیز برخی کشورها این کار را انجام داده و حتی برخی نام واحد پول خود را نیز تغییر دادند. نکته مشترک همه این کشورها پیش از حذف صفر، وجود ابرتورم مداوم بوده است. برزیل طی پنج دهه گذشته، ۱۸ صفر از پول ملی خود را حذف کرده است. این کشور در دهه‌های ۸۰ و ۹۰ میلادی با ابرتورم بیش از ۶ هزار درصدی مواجه بوده است. این کشور درنهایت در سال ۱۹۹۶ پس از چندین بار حذف صفر و تغییر نام واحد پول خود، به تورم تقریباً باثبات رسیده، هرچند نرخ تورم این کشور پس از سال ۱۹۹۶ نیز معمولاً دورقمی بوده است. مثال دیگر، کشور ترکیه است؛ ترکیه قبل از حذف شش صفر از پول ملی خود، با اجرای برنامه‌های صندوق بین‌المللی پول ابرتورم لجام‌گسیخته را مهار کرد. در مقابل اقدام کشور زیمبابوه برای حذف سه صفر از پول ملی در سال ۲۰۰۳ مؤثر نبود، چراکه این کشور قبل از این اقدام، برای کنترل تورم برنامه‌ای اجرا نکرد. جریان حذف صفر از پول ملی و بررسی ابعاد آن به ۲۵ سال پیش بازمی‌گردد. پس‌ازآن در دولت محمود احمدی‌نژاد دوباره در دستور کار قرار گرفت و در آذرماه ۱۳۹۵ طبق مصوبه هیات دولت حسن روحانی مقرر شد که واحد پول به تومان (معادل ۱۰ ریال) تغییر یابد که محقق نشد.

حذف صفر از پول ملی دارای مزایا و معایبی است که به‌طور خلاصه به آن اشاره می‌شود:

۱-با حذف چهار صفر، محاسبات مالی و حسابداری راحت‌تر شده و امکان خطا کمتر می‌شود. البته لازم به ذکر است که ایران با پدیده ابرتورم تازنده مواجه نیست و قیمت کالاهای موردنیاز مردم عدد بزرگی را نشان نمی‌دهد که محاسبات را دچار مشکل کرده باشد. این مزیت برای کشورهایی کاربرد دارد که به‌عنوان‌مثال قیمت یک عدد نان آنها برابر با یک‌میلیون واحد پولی آن کشور باشد!

۲-مزیت دیگر حذف صفر، تأثیر روانی مثبتی است که بر جامعه می‌گذارد چراکه ممکن است برای عامه مردم این ذهنیت ایجاد شود که حذف صفر باعث کاهش قیمت‌ها می‌شود.

۳- مهم‌ترین عیب حذف صفر هزینه‌ای است که به دولت برای چاپ اسکناس‌های جدید تحمیل می‌شود و این هزینه در شرایط فعلی که درآمدهای ارزی دولت بسیار کاهش یافته و همچنین به دلیل وقوع سیل هزینه‌های اضافی برای دولت ایجاد شده پیشنهاد نمی‌شود.

۴-ایراد دیگر سوءاستفاده برخی افراد سودجو در قیمت‌گذاری کالاهای خود است. ممکن است برخی به بهانه حذف صفر و کاهش ظاهری نرخ کالاها، قیمت اقلام خود را بیش از واقع نشان دهند و عده‌ای نیز فریب نیرنگ این افراد را بخورند.

همان‌گونه که مثال‌هایی از کشورهایی که صفر را از پول ملی خود حذف کرده‌اند آورده شد، مشخص می‌شود که کشورهایی با حذف صفر در مهار تورم لجام‌گسیخته موفق بوده‌اند که در کنار این اقدام، برنامه‌هایی برای کنترل تورم به کار گرفته‌اند، اما این مسئله که حذف صفر درمان قطعی ابرتورم است، تصوری اشتباه است. بررسی تجربه کشورها در حذف صفر نشان می‌دهد کشورهایی که در مهار تورم با این روش موفق بوده‌اند که حذف صفر آخرین مرحله در فرآیند مهار تورم لجام‌گسیخته آنان بوده و پیش از حذف صفر اقدامات مؤثر دیگری انجام داده‌اند. شاید بتوان گفت مهم‌ترین اثری که حذف صفر در این جوامع داشته اثر مثبت روانی است. بنابراین حذف صفر به‌منظور کنترل تورم زمانی می‌تواند مؤثر واقع شود که قبل از آن سیاست‌های مؤثر و عملی برای اصلاح نظام پولی و بانکی، تجدیدنظر در سیاست‌های پولی و مالی و ارزی درآمدی، اصلاح بودجه‌ریزی کشور، خصوصی‌سازی صحیح، رفع انحصار، آزادسازی اقتصادی و در کل هر آنچه باعث بروز تورم می‌شود، اعمال شود و درنهایت برای ایجاد تأثیر روانی، حذف صفر و حتی تغییر نام واحد پولی عملی شود. بدین منظور بایستی از نظرات کارشناسان بین‌المللی و بانک جهانی و صندوق بین‌المللی پول نیز بهره جست چراکه بیماری اقتصادی کشور روزبه‌روز در حال وخیم‌شدن است. به نظر می‌رسد در وضعیت فعلی که کشور شرایط خاصی را از نظر اقتصادی می‌گذراند، حذف صفر از پول ملی نه‌تنها تأثیر مثبت نداشته بلکه ممکن است پس از مدتی آثار تورمی بیشتری را ایجاد کند.

سازمان آگهی‌ها ۸۸۹۳۶۶۵۱

دریچه

صندوق بین‌المللی پول برای سال ۲۰۱۹ پیش‌بینی کرد

ذخایر ارزی ۱۰۳ میلیارد دلاری ایران

صندوق بین‌المللی پول اعلام کرد ایران به لحاظ ذخایر ارزی در رتبه سوم منطقه خاورمیانه، شمال آفریقا و آسیای مرکزی قرار دارد. این نهاد بین‌المللی در جدیدترین گزارش خود موسوم به چشم‌انداز اقتصادی منطقه خاورمیانه، شمال آفریقا و آسیای مرکزی اعلام کرد: ذخایر ارزی ایران در پایان سال ۲۰۱۸ به ۱۰۸.۳ میلیارد دلار رسیده است. این درحالی است که ذخایر ارزی ایران در سال پیش از آن ۱۱۱.۷ میلیارد دلار گزارش شده بود.

به گزارش تسنیم، براساس پیش‌بینی این نهاد بین‌المللی با وجود تلاش‌های آمریکا برای فشار حداکثری به اقتصاد ایران ذخایر ارزی ایران در سال ۲۰۱۹ همچنان بالای ۱۰۰میلیارد دلار باقی خواهد ماند و ایران رتبه سوم خود در منطقه را از نظر میزان ذخایر ارزی خود حفظ خواهد کرد. صندوق بین‌المللی پول پیش‌بینی کرده است ذخایر ارزی ایران در سال ۲۰۱۹ به ۱۰۳.۲میلیارد دلار برسد که در میان ۳۱ کشور منطقه فقط دو کشور عربستان و امارات ذخایر ارزی بیشتری نسبت به ایران خواهند داشت. ذخایر ارزی عربستان در سال ۲۰۱۹ بالغ بر ۴۹۵.۷ میلیارد دلار و ذخایر ارزی امارات ۱۱۳.۹ میلیارد دلار پیش‌بینی شده است. کل ذخایر ارزی کشورهای منطقه نیز ۱۱۴۸.۶ میلیارد دلار پیش‌بینی شده که ۹درصد از این رقم سهم ایران است. ذخایر ارزی برخی کشورهای دیگر منطقه عبارت است از: الجزایر ۵۵.۶ میلیارد دلار، بحرین ۲ میلیارد دلار، عراق ۵۳.۲ میلیارد دلار، کویت ۳۷.۲ میلیارد دلار، لیبی ۷۷.۷میلیارد دلار، عمان ۱۶.۱ میلیارد دلار، افغانستان ۸.۴ میلیارد دلار، . پاکستان ۱۰میلیارد دلار. ذخایر ارزی عربستان در سال ۲۰۱۷ نسبت به دو سال قبل از آن ۱۱۸.۱ میلیارد دلار کاهش یافته است. در پایان سال ۲۰۱۵ ذخایر ارزی این کشور ۶۱۱.۹ میلیارد دلار برآورد شده بود. صندوق بین‌المللی پول پیش‌بینی کرده است ذخایر ارزی عربستان در سال جاری میلادی اندکی افزایش یابد و به ۴۹۵ میلیارد دلار برسد. براساس این گزارش ذخایر ارزی ایران نیز در پایان سال ۲۰۱۷ به ۹۵.۱ میلیارد دلار رسیده که این رقم نسبت به دو سال قبل از آن ۲۰.۶ میلیارد دلار کاهش یافته است. ذخایر ارزی ایران در پایان سال ۲۰۱۵ بالغ بر ۱۱۵.۷ میلیارد دلار برآورد شده بود. این نهاد بین‌المللی پیش‌بینی کرده است ذخایر ارزی ایران در پایان سال ۲۰۱۸ به ۱۰۸.۴میلیارد دلار و در سال ۲۰۱۹ به ۱۲۷ میلیارد دلار برسد.

گزارش وال استریت ژورنال درباره اثرات تحریم‌ها

ایران آبدیده شده است

مقام‌های آمریکایی در حالی به دنبال اجرای نسخه گسترش غیرقانونی تحریم‌های یکجانبه علیه ایران هستند که عزم عمومی در داخل کشور معطوف به ارتقای توان داخلی و تکیه به داشته‌های بومی برای غلبه بر شرایط تحمیلی و سخت کنونی از سوی واشنگتن است. به گزارش ایرنا، نشریه وال‌استریت ژورنال به نقل از مقام‌های آمریکایی نوشت که واشنگتن به دنبال گسترش حوزه اعمال تحریم‌های خود در صنایع پتروشیمی است؛ اقدامی که پیشتر از سوی مقام‌های ایرانی و تحلیلگران به ویژه در عرصه اقتصادی قابل پیش‌بینی و به عنوان تلاشی مذبوحانه در گذشته از سوی آمریکایی‌ها علیه کشورهای مستقل اجرا شده است.

به عقیده بسیاری از کارشناسان، توجه به ظرفیت‌های بومی و بهره‌گیری صحیح از توان داخلی فارغ از برنامه‌های مقطعی ضریب توفیق در مقابل زیاده‌خواهی دشمن که جنگ اقتصادی را برای ضربه‌زدن به ملت ایران را دستمایه کار قرار داده، افزایش خواهد داد. وال‌استریت ژورنال به نقل از مقام‌های آمریکایی در تارنمای خود نوشت که دولت دونالد ترامپ رئیس جمهوری آمریکا اعمال تهاجمی‌تر تحریم‌های کشورش علیه ایران را بررسی می‌کند. واشنگتن که در سیاست به صفر رساندن صادرات نفت ایران با شکست روبه‌رو شده، تلاش دارد اعمال تحریم‌ها بر صادرات محصولات پتروشیمی ایران را شدیدتر کند و بانک‌ها و شرکت‌های بیشتری را هدف تحریم قرار دهد. به گفته مقام‌های آمریکایی، این تحریم‌ها شبکه‌های مالی در سنگاپور، مالزی، امارات متحده عربی و ارمنستان را که در ازای صادرات پتروشیمی دلار در اختیار شرکت‌های ایرانی قرار می‌دهند و همچنین صادرات کالاهای مصرفی به افغانستان را هدف می‌گیرد. براساس این گزارش، صنایع پتروشیمی ایران اکنون نیز مشمول تحریم‌های واشنگتن بوده، اما برخی شرکت‌های خارجی هنوز در این زمینه با تهران تجارت دارند و وزارت خزانه‌داری آمریکا قصد دارد با تشدید نظارت خود، این شرکت‌ها را در چین و دیگر کشورها هدف قرار دهد. آمریکا همچنین در حال بررسی این موضوع است که قراردادهای نفتی شرکت‌های خارجی با ایران را که پیش از پایان معافیت‌های قبلی امضا شده، در شمول تحریم قرار ندهد. چنین اقدامی سبب می‌شود که واشنگتن در بحبوحه مذاکرات تجاری با چین و هند از اصطکاک دیپلماتیک بیشتر مصون بماند. تلاش‌های جدید آمریکایی‌ها در حالی است که اعلام تمدید نشدن معافیت خریداران نفت ایران در ماه گذشته افزایش شدید قیمت نفت در بازار جهانی را به دنبال داشت. افزایش بهای سوخت و اعتراف مقام‌های انگلیسی به آن و صعود منحنی قیمت انرژی که در ۲۰ سال گذشته در بریتانیا بی‌سابقه بوده بیانگر این شوک برای خریداران و مصرف‌کنندگان انرژی در سطح اروپا و جهان است.

همچنین مقام‌های کشورمان همچون دکتر حسن روحانی، رئیس جمهوری و محمدجواد ظریف وزیر امور خارجه تاکید کرده‌اند که با وجود تهدیدهای آمریکا، ایران به یافتن مشتریان و فروش نفت خود ادامه خواهد داد. شبکه خبری سی ان ان نیز در گزارشی نوشت: مقام‌های آمریکایی نگران واکنش تهران به تلاش واشنگتن برای قطع صادرات نفت ایران هستند. «هنری روم» تحلیلگر «گروه اوراسیا» گفت که به باور وی، ایران واکنش تهاجمی نخواهد داشت و اگر برای مذاکره تلاش نکند، منتظر به سر آمدن دوران ریاست جمهوری دونالد ترامپ می‌ماند.

تحلیلگر ارشد گروه اوراسیا همچنین تاکید کرد که روش دولت ترامپ برخلاف دولت باراک اوباما رئیس جمهوری پیشین آمریکا در اعمال تحریم‌ها علیه ایران هم بر بازار جهانی نفت و هم بر روابط واشنگتن با واردکنندگان نفت ایران تاثیر منفی بسیار داشته است.

بزرگ‌ترین نگرانی‌های اقتصادی در سال ۲۰۱۹ چیست؟

ریسک‌های پیش‌روی اقتصاد جهان

سال ۲۰۱۹ با موجی از اخبار ناامیدکننده در مورد اقتصاد دنیا شروع شده است؛ اخباری که حاکی از وجود ابرهای تیره اقتصادی بر آسمان اقتصاد دنیا و تنش‌های مالی پیش روی مردم است. موری ابسفیلد اقتصاددان ارشد صندوق بین‌المللی پول در مصاحبه‌ای با وب‌سایت این سازمان در پاسخ به این سوال که چه چالش‌هایی در سال ۲۰۱۹ میل ادی پیش روی اقتصاد دنیاست، گفت: سال سختی پیش رو خواهیم داشت؛ سالی که بحران‌های بزرگ به دلیل تغییرات جدی در سیاست‌های اقتصادی ایجاد خواهد شد. اصلی‌ترین و مهم‌ترین چالش سال جاری، بح ران در عرصه تجارت، بازگشت تعرفه‌های تجاری در آمریکا و چین و بالا گرفتن تنش در فضای تجاری این دو کشور است. اهمیت این دو کشور از این جهت است که آنها بزرگ‌ترین اقتصادهای دنیا هستند که بیشترین سهم را در عرصه تجارت جهانی دارند. بالا گرفتن تنش در روابط تجاری این دو کشور می‌تواند بستر را برای بحران‌های بیشتر در فضای اقتصادی دنیا فراهم کند.

اما گیتا کوپیناف علاوه بر تایید نظر همکارش به چالش بزرگ و مهم دیگری هم اشاره کرد و گفت: یکی از مهم‌ترین مشکلاتی که در سال‌های اخیر اقتصاد دنیا را درگیر کرده، بی‌ثباتی است. بی‌ثباتی برای اقتصاد سم است و این سم در سال‌های اخیر در تمامی بخش‌های اقتصاد دنیا رسوخ کرده است. به عنوان مثال، تنش در روابط تجاری آمریکا و چین در سال‌های اخیر بالا گرفته و در نتیجه تعرفه‌های تجاری در این دو کشور رشد کرد. این برای اولین بار بعد از تصویب طرح جهانی‌سازی و تجارت آزاد است که کشوری برخلاف این قوانین و مصوبات اقدام به افزایش تعرفه کرده است. به همین دلیل نمی‌توان پیش‌بینی صحیحی در این زمینه ارائه داد. همین مسئله عامل بی‌ثباتی است. با وجود اینکه در ماه‌های اخیر اختلاف بین دو کشور در عرصه تجارت کمتر شده، ولی نمی‌توان به این آتش‌بس چندان اطمینان کرد و عدم اطمینان به این مسئله باز هم مصداقی بر بی‌ثباتی در فضای اقتصادی دنیاست.

به گزارش آینده‌نگر، بی بی سی در گزارش اخیر خود به موضوع ابرهای تیره موجود بر فراز اقتصاد دنیا پرداخت و نوشت: همواره می‌شنویم سال ۲۰۱۹ سال سختی برای اقتصاد دنیا است در حالی که ما سال ۲۰۱۸ را با موفقیت‌های زیادی پشت سر گذاشتیم. در سال گذشته نرخ رشد اقتصادی دنیا به مرز ۳.۷درصد رسید و دو اقتصاد آمریکا و چین توانستند با سرعت بالایی رشد کنند. در سالی که گذشت اقتصاد آمریکا با نرخ ۳درصد رشد کرد و چین هم توانست نرخ رشد ۶.۶درصدی را ثبت کند. البته این نرخ رشد برای اقتصاد کشوری که طی سه دهه گذشته رشد دورقمی را تجربه کرده بود، نرخ بالایی نیست ولی از آنجا که این سیاست خودخواسته بوده است نشان‌دهنده موفقیت اقتصادی این سرزمین است. چین همیشه یکی از کشورهایی بود که توجه اقتصادهای جهان را به خود جلب می‌کرد. چه آن سال‌هایی که تنها یک مصرف‌کننده بود و چه حالا که یک تولیدکننده بزرگ است. این کشور بازار بسیار بزرگی دارد و توجه به نیازهای این بازار یکی از اهداف اصلی و مهم تولیدکنندگان دنیا است، ولی قدرت‌نمایی این کشور در عرصه تولید و صنعت و اقتصاد هم باعث شده است تا در رده‌بندی قدرت جایگاه مهمی به دست آورد و محور اصلی بخش زیادی از مذاکرات باشد.

در نتیجه افزایش نرخ رشد اقتصادی چین بود که استاندارد زندگی مردم در این کشور هم رشد کرد و توان مصرف آنها هم بیشتر شد. این تصویر کلی و روشن این سؤال را ایجاد می‌کند که نگرانی در کجا وجود دارد؟ ابر های تیره در کجای آسمان اقتصادی دنیا پراکنده هستند؟

ترامپونومیک یا بحران اقتصاد ترامپی

اقتصاد آمریکا تحت تاثیر سیاست‌های رئیس‌جمهوری این کشور است. رئیس‌جمهوری که بی‌پروا اقدام به پیشنهاد و اجرای طرح‌هایی می‌کند که شمار زیادی از کارشناسان اقتصادی با آن مخالف هستند. انتظار می‌رود در سال جاری در نتیجه اجرای سیاست‌های ترامپ برای بالغ بر دو سال، نرخ رشد اقتصادی آمریکا کمتر شود. رشد اقتصادی سال ۲۰۱۸ در نتیجه اجرای سیاست کاهش نرخ مالیات یا حذف مالیات برای گروه‌های خاص توسط ترامپ بود. این سیاست اثری موقت و کوتاه‌مدت بر رشد اقتصادی دارد و در سال ۲۰۱۹ تاثیر این سیاست در اقتصاد از بین خواهد رفت.

از طرف دیگر ترامپ بارها اعلام کرده است که اصلی‌ترین مشکل اقتصاد آمریکا سیاست‌های فدرال رزرو در جهت افزایش نرخ بهره و عادی‌سازی آن است. او آنقدر این نظریه را تکرار کرد که استیون مانچین وزیر خزانه‌داری آمریکا اعلام کرد ترامپ قصد ندارد در تصمیم‌گیری‌های فدرال رزرو در مورد نرخ بهره مداخله کند. در اینجا این سوال ایجاد می‌شود که آیا دولت آمریکا قدرت مداخله در عملکرد فدرال رزرو را دارد یا خیر. طبق قانون آمریکا کنگره می‌تواند روی سیاست‌گذاری‌های فدرال رزرو نظارت داشته باشد و رئیس‌جمهور در این زمینه دخیل نیست. رئیس‌جمهور تنها می‌تواند رئیس فدرال رزرو را منصوب کند و به احتمال زیاد اگر دونالد ترامپ در انتخابات سال ۲۰۲۰ برای دور دوم رئیس‌جمهور آمریکا شود، در پایان دوره ریاست جرومی پاول در سال ۲۰۲۲، دوره ریاست او را تمدید نخواهد کرد.

یک مسئله دیگر که در دوره ریاست جمهوری ترامپ ایجاد شد و اقتصاد آمریکا را بدون شک تحت تاثیر قرار خواهد داد، تغییر سیاست‌های تجاری است. تجارت بین‌الملل در نتیجه این تحول منفی آسیب جدی می‌بیند و آمریکا هم شاهد کاهش درآمد تجاری خود خواهد بود که بخش مهمی در رشد اقتصادی هر کشور است. با این توضیحات کوتاه مشخص می‌شود که در سال‌های پیش رو اقتصاد آمریکا نه‌تنها رشدی نخواهد کرد بلکه با افول اقتصادی هم روبه‌رو می‌شود و این افول در نتیجه سیاست‌های اقتصادی اجراشده توسط ترامپ یا دولت اوست.

افزایش تعرفه‌های تجاری بین آمریکا و چین

آمریکا و چین دو اقتصاد بزرگ و قدرتمند دنیا هستند که تحولات مثبت و منفی در اقتصاد این کشورها می‌تواند عملکرد اقتصاد دنیا را تحت تاثیر قرار دهد. در سال گذشته آمریکا و چین رسما وارد یک تقابل و رویارویی تجاری با هم شدند. آغاز این تقابل زمانی بود که ترامپ چین را دزدی قلمداد کرد که از تکنولوژی‌های تولید آمریکا برای ایجاد شغل و آغاز کسب و کار کوچک و بزرگ در داخل کشورش استفاده می‌کند. سه ماه از آغاز سال ۲۰۱۸ و بیان این سخن توسط رئیس‌جمهوری آمریکا نگذشته بود که بخش عظیمی از کالاهای وارداتی از چین به آمریکا مشمول پرداخت تعرفه‌های وارداتی شدند و در نتیجه قیمت این محصولات در بازار آمریکا بین ۱۰ تا ۲۵درصد رشد کرد. چین هم در پاسخ به این سیاست آمریکا، تعرفه‌های وارداتی کالاهای آمریکایی را افزایش داد و واردات برخی از اقلام کالایی را محدود کرد.

البته از آن زمان تاکنون مذاکرات زیادی بین رئیس‌جمهوری آمریکا و چین انجام شده است و احتمال این وجود دارد که این تنش‌ها از بین برود ولی هیچ تضمینی برای از بین رفتن تنش‌ها وجود ندارد و این بی‌ثباتی عامل مهمی در افت نرخ رشد اقتصادی دنیا در سال‌های پیش رو خواهد بود.

افت نرخ رشد اقتصادی اروپا

اروپا هم مشکلات خاص خود را دارد. داده‌های اقتصادی این منطقه در فصل سوم سال قبل نشان از افت نرخ رشد اقتصادی منطقه یورو در کل سال داشت. برخی بر این باورند که وضعیت کنونی اروپا به دلیل تغییرات سیاسی و اقتصادی داخلی این منطقه دچار ضعف شده است و این وضعیت موقتی است، اما دیگر تحلیلگران اقتصادی بحران کنونی این منطقه را بسیار جدی ارزیابی می‌کنند و بر این باورند که ادامه روند کنونی می‌تواند چالش بسیار بزرگی در اقتصاد اروپا ایجاد کند. به خصوص که شرایط اقتصادی اروپا طی یک دهه اخیر هم چندان مثبت و امیدوارکننده نبوده است. مطالعات نشان داده است که صنایع تولیدی در سال ۲۰۱۸ با افت بی‌سابقه‌ای در تولید و درآمد روبه‌رو بودند و افت تولید در دو کشور فرانسه و ایتالیا بیش از دیگر کشورها بوده است. از طرف دیگر اروپا مشکلات خود را در حوزه تجارت دارد. مشکلاتی که جدا از مشکلات جهانی و مشکلات ایجادشده توسط دولت ترامپ است. این مشکلات به دلیل برگزیت و تبعات اقتصادی و سیاسی و قانونی این جدایی در اروپا ایجاد خواهد شد. بریتانیا باید تا روز ۲۹ مارس سال ۲۰۱۹ رسما از اتحادیه اروپا خارج شود و احتمالات زیادی برای وضعیت تجاری اروپا و بریتانیا بعد از این جدایی مطرح است. بریتانیا در پی خروج از اتحادیه اروپا است به گونه‌ای که کمترین آسیب به تجارت بین اروپا و بریتانیا وارد شود ولی واقعیت اینجاست که این جدایی بدون شک روی روابط اقتصادی بریتانیا با دیگر کشورهای اروپایی اثر منفی دارد. اولین نماد آن را می‌توان در خارج‌شدن مراکز مالی اروپا از لندن مشاهده کرد. پیش از این لندن پایتخت مالی اروپا بود ولی بعد از برگزیت و تمایل بریتانیایی‌ها به خارج شدن از اتحادیه اروپا پایتخت مالی این منطقه به آلمان منتقل شد. این مسئله روی بازار کار و ارزش پول بریتانیا تاثیر بسیار مخربی داشت و فرصت‌های شغلی زیادی را در کشور از بین برد.

احتمال رکود اقتصادی در آمریکا

در آخرین ماه‌های سال ۲۰۱۸، بازار سهام در اغلب کشورهای صنعتی وضعیت بسیار بدی داشت. برخی از بازارها در اولین روزهای سال ۲۰۱۸ تا انتهای نیمه اول سال روند نوسانی ولی افزایشی را تجربه کردند، ولی با واردشدن به نیمه دوم سال ورق برگشت و افت بازارهای مالی شروع شد. مطالعات نشان می‌دهد سال ۲۰۱۸ بدترین سال برای بازارهای جهانی بعد از بحران مالی سال ۲۰۰۸ بود. سالی که چالش‌های زیادی در عرصه مالی و اقتصادی دنیا ایجاد شد و بازارهای مالی هم تحت تاثیر تحولات سیاسی و تصمیم‌گیری‌های منطقه‌ای با نوسانات زیادی روبه‌رو شدند.

بی بی سی بر این باور است که افت ارزش سهام شرکت‌های مختلف یک پیام هشدار است؛ پیامی که می‌گوید مشکلات اقتصادی بسیار بزرگ‌تری پیش رو است و حتی احتمال رکود اقتصادی هم وجود دارد ولی نمی‌توان تنها با استناد به این پیام هشدار در مورد سیاست‌های آینده پیش‌بینی کرد یا برآوردهایی را در مورد اقتصاد کشورهای مختلف ارائه داد. مطالعات نشان داده است که در بسیاری از موارد بازار مالی پیام‌های نادرستی مخابره می‌کند.

اما فارغ از پیش‌بینی بازار در مورد چالش‌های اقتصادی پیش رو، اقتصاددانان برجسته‌ای از جمله نوریل روبینی هم انتظار رکود اقتصادی در آمریکا را انتظاری محتمل می‌دانند. روبینی که رکود اقتصادی سال ۲۰۰۸ را هم پیش‌بینی کرده بود، در سخنرانی اخیر خود خبر از آغاز رکود اقتصادی در آمریکا از سال ۲۰۲۰ داد. وی در این مورد گفت: رکود پیش رو چندین بار سخت‌تر و بزرگ‌تر از رکود قبلی خواهد بود؛ رکودی که هم دولت و هم فدرال رزرو برای مواجهه با آن با مشکلات زیادی روبه‌رو خواهند شد. زیرساخت‌های اقتصادی آمریکا بعد از رکود سال ۲۰۰۸ بسیار ضعیف است و اگر حمایت‌های مالی دولت از اقتصاد متوقف شود، اقتصاد هم فرومی‌پاشد. دیگر نمی‌توان انتظار داشت که رکود این بار با سیاست‌هایی که در دوره قبل به کار گرفته شده است، قابل درمان باشد. ضمن اینکه دولت آمریکا هم از نظر مالی ضعیف‌تر از دولت ۱۰سال قبل است. این را می‌توان از بحران‌های مالی کوچک و بزرگی که در کشور ایجاد می‌شود دید.

بحران در اقتصاد چین

چین هم موضوعات زیادی برای نگرانی دارد. مسائلی از قبیل افزایش بدهی‌های دولتی و بخش خصوصی که ثبات مالی و اقتصادی این کشور را هدف قرار داده است. آمارها نشان می‌دهد که سفارش‌های جدید برای تولیدکنندگان روند کاهشی داشته است و اوج این روند کاهشی در ماه دسامبر مشاهده شده است. این برای اولین بار طی دو سال اخیر است که ما کاهش سفارش کالاهای مورد استفاده در بخش تولید چین را تجربه کردیم.

چالش ایجادشده بین آمریکا و چین در عرصه تجارت مسئله‌ای بسیار جدی است زیرا اقتصاد این کشور وابستگی زیادی به تجارت دارد و اگر این بحران زمینه‌ساز کاهش صادرات شود و درآمد این کشور از محل صادرات را تقلیل دهد، نمی‌توان انتظار داشت رشد اقتصادی این کشور ادامه پیدا کند. مسئله دیگر در چین مداخله دولت در نظام مالی و پولی داخلی و مخالفت دنیا با این سیاست است. مقامات چین در سال‌های اخیر بارها به این دلیل با سران کشورهای دیگر دیدار کرده‌اند زیرا غربی‌ها بر این باورند که چین با مداخله دولتش در بازار پول و پایین نگه داشتن ارزش یوان، توازن در بازارهای تجاری را بر هم زده است و قدرت رقابت محصولات چینی را در بازار جهانی افزایش داده است. انتقادی که چین قویا آن را مردود می‌داند. در پایان باید گفت که ابرهای تیره بر فراز اقتصاد دنیا در حال حرکت هستند و سایه آنها روی مناطق مختلف می‌تواند به تدریج تبعات مخربش را به دیگر کشورها هم برساند. به دلیل همین چالش‌ها است که در آستانه سال جدید اغلب گزارش‌ها از تاثیر زیاد سیاست روی اقتصاد دنیا در سال ۲۰۱۹ همانند سال قبل از آن صحبت می‌کرد. حال باید دید کدام یک از این چالش‌ها با آگاهی و درایت سیاستمداران اقتصادی قابل حل است و کدام چالش‌ها بر بدنه اقتصاد جهان آسیب جدید وارد می‌کند.

سهمیه‌بندی بنزین به تعویق افتاد

شایعه‌های مجازی، صف‌های واقعی

فرصت امروز: گمانه‌زنی درباره سهمیه‌بندی بنزین و ماجرای افزایش قیمت آن، تمامی ندارد. در حالی که همه گمان می‌کردند از انتهای هفته گذشته، بنزین سهمیه‌بندی و دو نرخی می‌شود، اما شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی اعلام کرد، پنجشنبه (دوازدهم اردیبهشت ماه) زمان اجرای طرح سهمیه‌بندی بنزین نیست و زمان اجرا متعاقبا اعلام می‌شود. در واقع، شایعه برخی رسانه‌ها در مورد سهمیه‌بندی بنزین در دنیای مجازی باعث شد تا صف‌هایی طولانی جلوی پمپ بنزین‌های کشور شکل بگیرد و خرید بنزین در جایگاه‌های سوخت، جهشی شدید را تجربه کند.

شنیده‌ها حاکی است در پی مخالفت شدید مجلس با تصمیم سران قوا برای سهمیه‌بندی بنزین بدون اطلاع نمایندگان، درحالی دولت خود را برای آغاز طرح سهمیه‌بندی بنزین آماده کرده بود که ظاهراً اجرای این تصمیم به زمان دیگری موکول شده است. گزارش‌های مختلف نشان می‌دهد که گویا تصمیم نهایی در دولت گرفته شده و قرار است بنزین سهمیه‌ای ۱۰۰۰ تومان و آزاد ۲۵۰۰ تومان شود، ولی پس از انتشار این خبر، نمایندگان مجلس که اغلب مخالف اجرای این طرح بودند خواهان توقف و یا تأخیر در اجرای آن شدند.

به نظر می‌رسد مجلسی‌ها از اینکه از قافله عقب مانده و نظر آنها گرفته نشده است، ناراحت هستند. به گزارش اتاق تهران، علی بختیار، عضو شورای عالی انرژی در این باره گفت: افزایش خودسرانه قیمت بنزین توسط دولت با برخورد مجلس رو به رو می‌شود. مجلس هیچ تصمیمی درخصوص افزایش قیمت بنزین نداشت و اگر دولت بدون نظر مجلس و خودسرانه نسبت به افزایش قیمت بنزین اقدام کند حتماً مجلس برخورد لازم را انجام خواهد داد چراکه این کار کاملاً غیرقانونی است. به گفته او، اگر دولت به استناد تصمیم سران سه قوه این کار را انجام دهد نیز توجیهی ندارد. چراکه مصوبه سران سه قوه صرفاً باید در جهت راهکارهای مقابله با تحریم باشد. درخصوص بحث بنزین ما امروز کمبودی در داخل نداریم و دولت برای هر اقدامی در این زمینه نیاز به اجازه مجلس دارد.

همه اینها در حالی است که بیش از ۱۰ سال از زمان نخستین سهمیه‌بندی بنزین در ایران می‌گذرد. سال ۹۶ نیز دولت سعی داشت در لایحه بودجه ۹۷ افزایش قیمت بنزین را لحاظ کند، اما با واکنش افکار عمومی عقب نشست. زمان تقدیم لایحه بودجه ۹۸ هم در حالی که گمان می‌شد صحبتی از افزایش قیمت بنزین در میان باشد، اما چنین اتفاقی نیفتاد تا اینکه خبر رسید دولت دوباره قصد دارد بنزین را سهمیه‌ای کند؛ بنزینی که همیشه بین دوراهی آزاد و سهمیه‌ای قرار دارد. زمان جنگ بنزین کوپنی توزیع می‌شد. چندی بعد که شرایط آرام شد، بنزین هم آزاد شد. در زمان دولت احمدی‌نژاد زمانی که تحریم‌ها سنگین‌تر شد، بحث سهمیه‌بندی بنزین دوباره مطرح شد و کارت سوخت متولد شد. دولت روحانی کارت سوخت را حذف کرد و سهمیه‌بندی بنزین برداشته شد. به این ترتیب قیمت بنزین تک نرخی شد، اما حالا دوباره به نظر می‌رسد دولت در پی سهمیه‌بندی بنزین است.

به گزارش ایرنا، قیمت بنزین نه‌تنها در ایران که در سراسر دنیا اهمیت دارد. برای دانستن اهمیت آن کافی است وعده‌های انتخاباتی نامزدهای رئیس جمهوری آمریکا را مرور کنیم. در بیشتر موارد نامزدهای انتخاباتی وعده بنزین ارزان را به مردم آمریکا می‌دهند.

در ایران هم قیمت بنزین همواره اهمیت زیادی داشته و این اهمیت در ۱۰ سال گذشته حتی بیشتر از قبل نیز شده است. بیش از ۱۰ سال از زمان نخستین سهمیه‌بندی بنزین در ایران می‌گذرد. در آن زمان رشد مصرف بنزین در کشور شتابی بالا داشت و برای جلوگیری از افزایش مصرف بنزین و همچنین کاهش واردات، سهمیه‌بندی بنزین در دستور کار قرار گرفت.

این کار که بخشی از یک طرح بزرگ‌تر در ایران به نام طرح تحول اقتصادی بود، به سرعت واکنش‌هایی را در کشور برانگیخت. صف‌های طولانی جلوی پمپ بنزین‌ها برای پر کردن باک خودروها با بنزین ارزان شکل گرفت و حتی برخی از افراد بنزین را در گالن‌های چند لیتری در خانه‌های خود انبار کردند، کاری که باعث آتش‌سوزی‌ها و به بار آوردن خسارت‌های جانی و مالی نیز شد.

براساس این طرح قرار بود قیمت بنزین به مرور زمان و با افزایش تدریجی، به قیمت فوب خلیج فارس نزدیک شده و بعد از آن نظام سهمیه‌بندی برچیده شود؛ اتفاقی که در عمل هیچ‌گاه نیفتاد و تنها در ماه‌هایی از این ۱۰ سال به دلیل کاهش قیمت نفت و همچنین ثبات قیمت دلار در ایران، بنزین یک هزار تومانی تقریبا با قیمت فوب خلیج فارس برابری می‌کرد.

همین امر باعث شد تا موضوع سهمیه‌بندی بی‌اثر شود و کم کم موضوعیت خود را از دست بدهد. به مرور زمان استفاده از کارت‌های سوختی که به مردم برای سوخت‌گیری داده شده بود، کارایی خود را از دست داد و بنزین در کشور تک نرخی شد.

نوسانات قیمتی در سال گذشته در کشور اما دوباره قیمت دلار را در ایران بالا برد و در کنار آن قیمت بنزین نیز به بالای ۵۰ دلار در هر بشکه بازگشت. همدستی این دوعامل زمینه را برای اختلاف قیمت بنزین در ایران و همسایگانش فراهم کرد و همین موضوع قاچاق سوخت را مانند گذشته برای سودجویان جذاب کرد.

قاچاق سوخت قوت گرفت، تا آنجا که هر روز خبری از قاچاق بنزین و یا گازوییل شنیده می‌شود، اما این تمام ماجرا نبود. با کاهش ارزش بنزین در کشور، مصرف که چند سالی کنترل شده بود دوباره اوج گرفت و حتی در تعطیلات نوروز امسال به حدود ۱۲۰ میلیون لیتر در روز رسید.

با توجه به این موارد بود که مسئولان نظام، تصمیم بر بازگشت سهمیه‌بندی بنزین و دو نرخی شدن آن گرفتند؛ تصمیمی که با توجه به شرایط فعلی کشور درست و کارآمد به نظر می‌رسد اما در این بین هر از گاهی افرادی از نمایندگان مجلس گرفته تا کارشناسان و فعالان این حوزه، در مخالفت با سهمیه‌بندی صحبت می‌کنند.

برخی از خبرگزاری‌ها نیز در یکی دو هفته اخیر تلاش کردند تا با عنوان رسالت خبررسانی، اخباری را منتشر کنند که یا بخشی از آن با واقعیت همخوانی نداشت و یا از پایه و اساس دروغ بود؛ تا آنجا که وزیر نفت در واکنش به این شایعات اعلام کرد که اینها مثل همیشه دروغ می‌گویند. این خبرگزاری‌ها ابتدا موضوع سهمیه‌بندی را با قیمت‌هایی نجومی برای بنزین مطرح کردند و به تدریج بحث سهمیه‌بندی را بیش از پیش بر سر زبان‌ها انداختند.

در آخرین گام نیز به صورت هماهنگ، به فاصله چند ساعت، زمان آغاز سهمیه‌بندی را «امشب» اعلام کردند. این شایعه به سرعت در فضای مجازی دست به دست شد و مردم برای پر کردن آخرین باک خودرو خود با بنزین تک نرخی راهی پمپ بنزین‌ها شدند. قدرت این شایعات آنقدر زیاد بود که نه‌تنها در تهران که در سراسر کشور صف‌هایی چند کیلومتری جلوی پمپ بنزین‌ها شکل گرفت، صف‌هایی که بیشتر از آنکه صف بنزین باشد، صف نگرانی حاصل از شایعات بود.

فرافکنی تا آنجا بود که بعد از تکذیب وزیر نفت درخصوص سهمیه‌بندی، یکی از این خبرگزاری‌ها همچنان بر اطلاعات خود و درستی آن پافشاری داشت و دلیل تعویق سهمیه‌بندی را فشار نمایندگان مجلس در این مورد عنوان کرد. این در شرایطی بود که پیش از این، «علی لاریجانی»، رئیس مجلس شورای اسلامی از موافقت مجلس با این طرح صحبت کرده و گفته بود که این تصمیمی است که در جلسه سران سه قوه گرفته شده است. حال باید دید چرا در شرایطی که کشور به دلیل تحریم‌های همه‌جانبه آمریکا با مشکلات زیادی روبه‌رو است و همه مسئولان بر همکاری و همفکری برای گذر از این شرایط تاکید دارند، شایعاتی از این دست منتشر می‌شود و هدف اصلی شایعه‌سازان چیست؟

اعتراض مجلس به پنهان‌کاری دولت

سهمیه‌بندی بنزین در سال ۹۸ منتفی می‌شود؟

اظهارات رسمی مسئولان مبنی بر ضرورت سهمیه‌بندی بنزین در سال ۹۸ و اطلاع‌رسانی برخی منابع آگاه وزارت نفت از این اقدام چراغ خاموش دولت، موجی از واکنش‌های تند نمایندگان مجلس را علیه این اقدام دولت برانگیخت تا منتفی‌شدن سهمیه‌بندی بنزین در سال ۹۸ قوت بگیرد.

به گزارش تسنیم، علی‌رغم مخالفت مجلس شورای اسلامی با افزایش قیمت بنزین و سهمیه‌بندی آن در سال گذشته، اما وزارت نفت و دولت سهمیه‌بندی و گرانی بنزین را از کانالی غیر از مجلس در پیش گرفتند که مخالفت شدید نمایندگان مجلس را برانگیخت.

اظهارات چند هفته گذشته برخی مسئولان به ویژه در دولت و وزارت نفت مبنی بر ضرورت سهمیه‌بندی و گرانی بنزین و اطلاع‌رسانی برخی منابع آگاه وزارت نفت از این اقدام چراغ خاموش دولت به برخی رسانه‌ها، موجی از واکنش‌های نمایندگان مجلس را علیه این اقدام دولت و وزارت نفت برانگیخت تا منتفی شدن سهمیه‌بندی بنزین در سال ۹۸ قوت بگیرد.

خبرگزاری خانه ملت در همین باره با انتشار گزارشی، از منتفی‌شدن گرانی و سهمیه‌بندی بنزین با پیگیری‌ها و تلاش‌های وکلای مردم در مجلس شورای اسلامی خبر داد و نوشت: برخی از نمایندگان به دولت بابت در جریان نگذاشتن مجلس بابت از اتخاذ چنین تصمیم مهمی انتقاد کرده‌اند.

دولت عواقب این تصمیم به یکباره خود را بپذیرد

حسینعلی حاجی دلیگانی عضو کمیسیون برنامه، بودجه و محاسبات مجلس گفت دولت در صورت گرفتن چنین تصمیمی مجلس را در عمل انجام‌شده قرار داده است.

وی با بیان اینکه تصمیم افزایش قیمت بنزین در شرایط اقتصادی کنونی نگران‌کننده است، گفت: بهتر است دولت تا روز یکشنبه به‌عنوان نخستین جلسه مجلس صبر کرده و پس از تبادل‌نظر با نمایندگان کمیسیون انرژی، هیات رئیسه و دیگر نمایندگان مجلس تصمیم نهایی را درباره افزایش قیمت بنزین اتخاذ کند چراکه به‌یقین با همفکری مجلس به نتیجه بهتری خواهند رسید.

نماینده مردم شاهین‌شهر، میمه و برخوار همچنین درخصوص ضرورت عقب انداختن این تصمیم تا برگزاری جلسه با نمایندگان مجلس باتوجه به عصبانیت‌ها و نگرانی‌های مردم از افزایش قیمت بنزین، افزود: دولت عواقب این تصمیم به یکباره خود را بپذیرد.

حاجی دلیگانی همچنین با اعتقاد به اینکه طرح اختصاص روزانه یک لیتر بنزین به هر یک از افراد جامعه بسیار متقن و جامع بود، پیشنهاد داد: دولت به جای افزایش قیمت بنزین بررسی این طرح را در دست گیرد چراکه این تصمیم در شرایط اقتصادی کنونی نگران‌کننده است.

مخفی‌کاری جزییات سهمیه‌بندی بنزین از نمایندگان

فلاحت‌پیشه، رئیس کمیسیون امنیت ملی مجلس هم می‌گوید: باوجود در نظر گرفتن سهمیه چند لیتری در ماه به صاحبان خودروها، بهتر است دولت تصمیم افزایش قیمت بنزین را به زمان بازگشایی مجلس و مشورت با نمایندگان موکول کند یا قبل از گرفتن تصمیم در روزهای گذشته موضوع افزایش قیمت بنزین را به اطلاع نمایندگان می‌رساند تا پس از بررسی کم و کیف موضوع تصمیم نهایی گرفته شود.

نماینده مردم اسلام‌آباد غرب همچنین درخصوص ضرورت عقب انداختن این تصمیم تا برگزاری جلسه با نمایندگان مجلس باتوجه به عصبانیت‌ها و نگرانی‌های مردم از افزایش قیمت بنزین، افزود: دولت موظف است در هر گونه تصمیم‌گیری خود عواقب و آسیب‌های اجتماعی محتمل آن را در نظر گیرد و لازم است تمام تصمیم‌های آنها توجیه اجتماعی داشته باشند. رئیس کمیسیون امنیت ملی و سیاست خارجه مجلس شورای اسلامی اضافه کرد: مجلس اطلاعی از تصمیم نهایی گرفته‌شده از سوی دولت برای افزایش قیمت بنزین ندارد.

گرانی بنزین بقیه کالاهای اساسی را هم گران می‌کند

هدایت‌الله خادمی عضو کمیسیون انرژی مجلس با بیان اینکه دولت در لایحه بودجه سال ۹۷ افزایش ۶۰درصدی قیمت بنزین را گنجاند اما مجلس آن را رد کرد، ادامه داد: اگرچه دولت برای سال ۹۸ در لایحه بودجه به این موضوع اشاره نکرد اما درصدد است این مهم را از طریق دیگری دنبال و به نتیجه برساند.

وی با یادآوری اینکه جایگاه‌های سوخت استاندارد و هوشمند نیستند، افزود: اجرای طرح سهمیه‌بندی و دو نرخی کردن قیمت سوخت نیازمند هوشمندسازی جایگاه‌های سوخت است.

عضو کمیسیون انرژی مجلس با ابزار نگرانی از گران‌شدن قیمت بنزین، اضافه کرد: مردم دیگر توان گرانی‌ها را بیش از این ندارند لذا نباید در این شرایط سخت اقتصادی، کاری انجام داد که شرایط سخت‌تر از این شود.

همچنین علاءالدین بروجردی عضو کمیسیون امنیت ملی و سیاست خارجی مجلس نیز گفته است: شرایط کنونی اقتصاد مناسب افزایش قیمت حامل‌های سوخت و بنزین نیست چراکه با تحقق این امر التهابات بسیاری به بازار تزریق شده و قیمت سایر کالاهای اساسی نیز گران می‌شود.

نماینده مردم بروجرد در مجلس با بیان اینکه جامعه آماده افزایش قیمت بنزین نیست، افزود: دولت برای افزایش قیمت بنزین باید علی‌رغم در نظر گرفتن شرایط جامعه، پروسه‌ای منطقی و مبتنی بر واقعیت‌ها، وضعیت اقتصادی کشور و مردم را به کار گیرد و با طرحی پخته به سراغ تحقق این موضوع رود.

دریچه

پرونده سهمیه‌بندی بنزین چه زمانی کلید خورد؟

قیمت بنزین را گران نکنید، واقعی کنید

«بنزین ایران دومین بنزین ارزان دنیاست» این جمله مدت‌هاست از سوی کارشناسان و تئوریسین‌های اقتصادی شنیده می‌شود.

به گزارش خبرآنلاین، طبق آمار رسمی، قیمت بنزین با ارز آزاد در ترکیه هر لیتر در حدود ۱۹ هزار و ۳۰۰ تومان، در افغانستان حدود ۱۲ هزار و ۴۰۰ تومان و در پاکستان حدود ۱۲ هزار و ۷۰۰ تومان است. قیمت هر لیتر از این فرآورده استراتژیک نفتی در آذربایجان حدود ۸۰۰۰ تومان، در اردن حدود ۲۵ هزار و ۳۰۰ تومان، در امارات متحده عربی حدود ۱۱ هزار و ۵۰۰ تومان و در عراق حدود ۱۰ هزار و ۷۰۰ تومان است.

با توجه به عدم افزایش نرخ بنزین در فاصله سال‌های ۹۴ تاکنون شاید بتوان گفت دوره ارزانی بنزین یا عدم‌تغییر آن به نسبت سال‌های قبل کوتاه‌تر بوده است. نگاهی به روند تغییر قیمت بنزین از سال ۵۷ تاکنون نشان می‌دهد در دوره‌های قبل نرخ بنزین گاهی تا ۱۰ سال نیز افزایش پیدا نکرده بود. این عدم افزایش منجر به بروز این عادت اجتماعی شد که اگر قیمت بنزین کوچک‌ترین تغییری هم‌راستای تورم و افزایش هزینه‌های تولید داشته باشد، معنای آن این است که بنزین در حال گران‌شدن است، اما متأسفانه حافظه این بخش از جامعه که دارای خودرو هستند تناسب بین تورم و نرخ ارز و نرخ بنزین را به یاد نمی‌آورد. ازاین‌رو توقع صاحبان خودرو و مصرف‌کنندگان بنزین این بود که دولت‌ها هیچ تغییری در قیمت بنزین ایجاد نکنند و این توقع در حالی مطرح می‌شود که قیمت تمام کالاهای دیگر همزمان با رشد نرخ ارز و تورم افزایش پیدا می‌کند.

این پرسش که چرا دولت باید به ۱۰ تا ۱۵ میلیون نفر که دارای خودروی شخصی هستند از جیب تمام ملت یارانه پرداخت کند؟ سؤالی بی‌پاسخ است. نزدیک به یک‌سوم جمعیت کشور در دهه ۷۰ و نزدیک به یک‌پنجم جمعیت فعلی کشور عادت کرده‌اند که دولت از محل منابع عمومی کشور یارانه بنزین آنها را بپردازد.

یکی دیگر از نکات پنهان در افزایش نرخ بنزین اسراف در مصرف این محصول استراتژیک است. طی مسیر نرخ بنزین از زمان پیروز شدن انقلاب اسلامی تا به امسال، از لیتری ۱ تومان تا لیتری ۱۰۰۰ تومان هم نتوانست فرهنگ مصرف را اصلاح کند. درحالی‌که در سال‌هایی که نرخ بنزین افزایش پیدا می‌کرد و یا سهمیه‌بندی می‌شد از اهدافی مانند کاهش ترافیک، کاهش آلودگی هوا، ارزان شدن خودرو و ترویج فرهنگ استفاده از وسایل نقلیه عمومی نام برده می‌شد. درحالی‌که با افزایش نرخ بنزین نه‌تنها هیچ‌یک از این اهداف محقق نشد بلکه معضل ترافیک به گرهی سردرگم تبدیل شد.

پرونده سهمیه‌بندی بنزین برای کنترل قاچاق و میزان مصرف یکی از راه‌هایی بود که در دولت دوازدهم مجدداً باز شد. نیمه دوم سال گذشته بود که بیژن زنگنه در این خصوص اعلام کرد: اعداد و ارقامی که در مورد قاچاق سوخت اعلام می‌شود، حدس و گمان است و اینکه گفته می‌شود وزارت نفت مخالف احیای کارت سوخت است، دروغی مانند دیگر دروغ‌های رسانه نماهاست.

زنگنه در حاشیه امضای قرارداد «طرح توسعه حمل‌ونقل ریلی درون‌شهری (جابه‌جایی مسافر با قطار شهری) در تهران و هشت کلانشهر دیگر» در جمع خبرنگاران گفت: درباره سهمیه‌بندی یا کارت سوخت به‌طورجدی بحث است اما اساس دولت بر افزایش قیمت‌ها نیست.

اما رشد قیمت ارز و افزایش اختلاف قیمت سوخت داخلی کشور با سایر همسایگان موجب شد تا دوباره بازار قاچاق سوخت رونق بگیرد. به گفته هندیان، معاون ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز تا سال ۹۲ حجم قاچاق سوخت چیزی حدود ۷ یا ۸ میلیارد تومان بود اما حدفاصل ۹۲ الی ۹۶ این رقم به ۵۰۰ میلیون دلار تبدیل شد. این در حالی است که طی سه ماه چیزی حدود یک میلیارد لیتر قاچاق داشته‌ایم یعنی روزانه حدود ۱۰ تا ۱۳میلیون لیتر سوخت قاچاق می‌شده است.

درست چند روز بعد بود که وزیر نفت خبر احتمال سهمیه‌بندی‌شدن بنزین را اعلام کرد و گفت: بحث افزایش قیمت بنزین در سال ۹۸ مطرح است، اما هیچ تصمیمی در این زمینه اخذ نشده است و هرچه دراین‌باره عنوان می‌شود شایعه است و اگر تصمیمی در این زمینه اخذ شود صادقانه به مردم گفته می‌شود.

عضو کابینه دوازدهم درباره انتشار اخباری مبنی بر بنزین ۵ هزار تومانی، تصریح کرد: افزایش قیمت سوخت و بنزین ۵ هزار تومانی شایعه است. هم‌زمان با بررسی گرانی یا سهمیه‌بندی بنزین توسط کارت سوخت دولت خبر خودکفا شدن در تولید بنزین را به مردم داد. دراین‌باره محمدجواد نوفرستی تحلیلگر بازار انرژی نوشت: خودکفایی بنزین در ایران دولتمردان آمریکا را خلع سلاح کرد. اقدامات مؤثر دولت تدبیر و امید برای افزایش تولید بنزین و خودکفایی در آن را باید یک موفقیت بزرگ عنوان کرد و با توجه به روند توسعه پالایشگاه ستاره خلیج‌فارس در پنج سال گذشته باید گفت با توسعه چنین پالایشگاه‌هایی در آینده خودمان می‌توانیم خام‌فروشی را تحریم کنیم و این از اهداف مهم اقتصاد مقاومتی برای ایران خواهد بود. باوجود تشدید تحریم‌ها و فشار ناشی از عدم واقعی‌بودن نرخ حامل‌های انرژی از یک‌سو و پرداخت یارانه به حدود ۱۷ میلیون مالک خودرو از سوی دیگر همچنان برخی مخالفان دولت از واقعی‌شدن قیمت بنزین و یا سهمیه‌بندی آن به‌عنوان یکی از انتقادات جدی از دولت استفاده می‌کردند. در مجلس دو دسته اصلی برای نرخ ارز وجود داشت نظر دسته نخست عدم افزایش آن به دلیل اثرات تورمی روی سایر کالاها و نظر دسته دوم ضرورت افزایش قیمت بنزین از سال ۹۲ بود.

اما طی روزهای گذشته یکی از رسانه‌های منتقد دولت با انتشار خبر سهمیه‌بندی و گران‌شدن نرخ بنزین پیش از تصویب قانونی و نهایی آن، مقدمات بحرانی بزرگ در کلانشهرها و تمام پمپ‌بنزین‌های کشور را فراهم آورد. انتشار این خبر و ذوق‌زدگی از بحران‌زایی آن تا بدان‌جا پیش رفت که یکی از خبرنگاران این رسانه از آشوبی که به پا کرده بودند با عنوان «قدرت خبرگزاری» نام‌برده و به آن افتخار کرد. اما بازهم وزیر نفت با تأکید بر عدم تصویب گران‌شدن قیمت بنزین و سهمیه‌بندی آن اعلام کرد این خبر کذب است. وزیر نفت با بیان اینکه افزایش قیمت بنزین در بودجه سال ۹۷ دیده شده است، افزود: اینکه چه زمانی و چگونه افزایش قیمت بنزین اعمال شود، هنوز مشخص نیست.

بانک‌نامه

همتی از ۶ سیاست برای مقابله با فاز جدید تحریم‌ها رونمایی کرد

تدابیر بانک مرکزی در مقابل تحریم‌ها

رئیس‌کل بانک مرکزی تدابیر شش‌گانه ارز، تولیدی و تجاری این بانک را برای مقابله و خنثی‌کردن فشارهای اقتصادی آمریکا اعلام کرد.

عبدالناصر همتی در یادداشت اینستاگرامی خود اعلام کرده که بانک مرکزی قبلاً تدابیر لازم برای مقابله و خنثی‌کردن فشارهای اقتصادی آمریکا، اتخاذ و آرایش متناسب با هدف کنترل بازار ارز و مهار تورم را در نظر گرفته است.

به گفته وی، برنامه‌های بانک مرکزی برای این هدف شش مورد است که اولین اقدام تلاش برای حفظ و تقویت ثبات نسبی بازار ارز از طریق عملیاتی‌کردن بازار متشکل ارزی و تقویت و ارتقای عملکرد سامانه نیما و تأمین تراز ارزی کشور است.

دومین برنامه بانک مرکزی به گفته همتی، تنظیم سیاست‌های ارزی برای رشد صادرات غیرنفتی و برگشت ارز به چرخه اقتصادی کشور است.

طبق اعلام رئیس کل بانک مرکزی، تأمین ارز مورد نیاز کالاهای اساسی و ضروری در اجرای سیاست دولت در حمایت از اقشار آسیب‌پذیر از دیگر تدابیر بانک مرکزی برای مقابله با فشارهای اقتصادی آمریکاست.

وی چهارمین برنامه بانک مرکزی را فعال‌سازی عملیات بازار باز با هدف کنترل نرخ اوراق و کمک به دولت در انتشار اوراق خزانه برشمرد و گفت: تأمین نقدینگی و سرمایه در گردش برای حفظ و رونق تولید از طریق نظام بانکی در چارچوب برنامه‌های طراحی‌شده برای کنترل رشد نقدینگی از دیگر تدابیر بانک مرکزی خواهد بود.

رئیس کل بانک مرکزی، برقراری مکانیسم مالی با کشورهای همسایه و دوست و ایجاد تعامل بین وزارت صمت و گمرک با بانک مرکزی به منظور واردات از طریق تهاتر را از دیگر تدابیری دانست که این بانک برای خنثی‌کردن فشارهای اقتصادی آمریکا در پیش گرفته است.

قیمت سکه در هفته‌ای که گذشت

کاهش داد و ستد در بازار طلا و سکه

یک کارشناس بازار طلا و سکه گفت با توجه به نزدیکی به ماه مبارک رمضان از میزان داد و ستد در این بازار کاسته شده است.

محمد کشتی‌آرای در گفت‌وگو با ایسنا، درباره وضعیت بازار طلا طی یک هفته گذشته اظهار کرد: طلا در بازارهای جهانی طی یک هفته گذشته روند نزولی به خود گرفت و با کاهش ۱۸ دلاری به ارزش ۱۲۶۸ دلار رسید، اما این اتفاق در حالی رخ داد که ارزش طلا در بازار داخلی روند صعودی به خود گرفته است.

این کارشناس بازار طلا و سکه ادامه داد: رشد قیمت طلا در بازار داخلی فقط به واسطه رشد قیمت ارز بوده که دلایل سیاسی و اقتصادی بر این موضوع حاکم است و این اتفاقات در نهایت ارزش هر گرم طلای خام ۱۸ عیار را با رشد ۱۳ هزار و ۲۰۰ تومانی به ۴۵۶هزار و ۴۰۰ تومان افزایش داده است.

وی با اشاره به رشد ۵۷ هزار تومانی هر مثقال طلای ۱۷ عیار و تعیین قیمت یک میلیون و ۹۷۷ هزار تومانی در انتهای هفته برای آن، خاطرنشان کرد: سکه طرح قدیم با رشد ۷۰ هزار تومانی به ارزش ۴میلیون و ۸۰۰ هزار تومان، سکه طرح جدید با رشد ۱۰۵ هزار تومانی به ارزش ۵میلیون و ۸۰ هزار تومان، نیم سکه و ربع سکه با رشد ۴۰ هزار تومانی به ترتیب به ارزش ۲میلیون و ۷۶۰ هزار و یک میلیون و ۷۹۰ هزار تومان داد و ستد شده‌اند.

کشتی‌آرای با بیان اینکه هر قطعه سکه یک گرمی با افزایش ۱۰ هزار تومانی به ارزش ۹۶۵ هزار تومان معامله می‌شود، گفت: به دلیل نزدیکی به ماه مبارک رمضان از میزان داد و ستد در بازار کاسته شده و عرضه و تقاضا در تعادل قرار دارد و نکته قابل توجه آن است که حباب سکه همچنان ثابت و میزان آن ۵۸۰ هزار تومان اعلام می‌شود.

سازمان آگهی‌ها
۸۸۹۳۶۶۵۱

استفاده از ارزهای دیجیتال در زمان تحریم چقدر کارساز است؟

دور زدن تحریم‌های بانکی با ارز دیجیتال

استفاده از روش‌های خلاقانه برای دور زدن تحریم‌های ظالمانه آمریکا در مبادلات بین‌المللی توسط فعالان اقتصادی مورد توجه قرار گرفته که یکی از آنها بهره‌گیری از ارزهای دیجیتال است، اما هنوز موانع زیادی پیش روی گسترش این مبادلات وجود دارد.

به گزارش ایرنا، ارز دیجیتال با «بیت‌کوین» در سال ۲۰۰۸ میلادی متولد شد و به سرعت گسترش یافت؛ در شرایط کنونی، مزیت این ارز این است که تابع قوانین و استانداردهای بانک مرکزی هیچ کشوری نبوده و به همین دلیل به طور کامل قابل رصد کردن نیستند.

به طور کلی ارزهای دیجیتال بر بستر شبکه جهانی اینترنت بین اشخاص مبادله می‌شود و هیچ بانک یا دولتی بر آن نظارت نمی‌کند؛ از آنجا که حساب‌ها شفاف و تراکنش‌ها قابل مشاهده و تایید دیگران است، امکان تقلب ندارد اما معامله‌گران ارز دیجیتال ناشناس باقی می‌مانند.

قابل رصدنبودن ارزهای دیجیتال باعث شده است که استفاده از این نوع ارزها در شرایطی مانند تحریم کارساز باشد.

برخی کارشناسان در هفته‌های اخیر و به ویژه تشدید تحریم‌های آمریکا پیشنهاد داده‌اند که استفاده از این نوع ارزها برای مبادلات خارجی بیشتر مورد توجه قرار گیرد تا بدین وسیله تحریم‌ها دور زده شود، اما گروهی دیگر معتقد هستند که این نوع ارزها برای دور زدن تحریم‌ها چندان کارساز نیستند و استفاده از آنها محدودیت‌هایی دارد.

افزایش ۲۰درصدی تقاضا برای ارزهای دیجیتال

محمد حق‌وردی، کارشناس بازار مالی در کشور درباره رشد تقاضا برای ارزهای دیجیتال در کشور گفت: براساس تخمین‌ها می‌توان گفت حدود ۲۰درصد از افزایش تقاضا برای ارزهای دیجیتال در هفته‌های اخیر ناشی از تشدید تحریم‌ها بوده که جذابیت این ارزها را برای برخی فعالان اقتصادی افزایش داده است، اما علت اصلی بالارفتن جذابیت ارزهای دیجیتال رشد قیمت این نوع ارزها در بازارهای جهانی و نیز رشد قیمت دلار است.

این فعال صنعت ارزهای دیجیتال ادامه داد: معمولاً در شرایط بی‌ثباتی اقتصادی و نوسان نرخ ارز افراد بیشتری به سراغ کالاهایی می‌روند که بتوانند ارزش پول خود را حفظ کنند که ارز دیجیتال از جمله آنهاست.

وی درباره استفاده صادرکنندگان و واردکنندگان و فعالان اقتصادی از ارزهای دیجیتال برای نقل و انتقال پول گفت: به تازگی برخی از شرکت‌های فعال به سراغ ما و سایر فعالان صنعت ارز دیجیتال رفته و برای نقل و انتقال پول‌های خود از طریق این نوع ارزها درخواست داشته‌اند.

توصیه به بازرگانان برای استفاده از ارزهای دیجیتال

این فعال صنعت ارزهای دیجیتال با توصیه به فعالان اقتصادی گفت: بازرگانان باید توجه داشته باشند که دو نوع ارز دیجیتال وجود دارد که دسته نخست مانند ارز بیت‌کوین دارای نوسان بسیار زیادی هستند، اما دسته دوم دارای ثبات نرخ هستند که به آنها «استیبل کوین» می‌گویند.

این کارشناس بازار مالی با هشدار به بازرگانان اظهار داشت: برخی از فعالان اقتصادی که می‌خواستند به طرف خارجی خود ارز دیجیتال پرداخت کنند از برخی از ارزهای دارای نوسان استفاده کردند که آنها را دچار مشکلاتی کرده است.

وی ادامه داد: به عنوان مثال آنها اقدام به ارسال مقدار مشخصی بیت‌کوین به فروشنده کردند اما به یکباره ارزش بیت‌کوین در فاصله چند ساعت، ۱۰ یا حتی ۲۰درصد افت کرده که باعث شده مبلغی که به پذیرنده رسیده پایین‌تر از مبلغ مورد توافق‌شده باشد که این موضوع باعث بروز اختلافاتی شده است.

حق‌وردی ادامه داد: برای حل این مشکل توصیه می‌شود که از ارزهای دیجیتال باثبات که بر پایه نرخ دلار ارزش‌گذاری می‌شوند استفاده شود تا با چنین مشکلاتی مواجه نشوند.

کارمزد پایین، علت استقبال از ارزهای دیجیتال

معین غفاری، کارشناس ارزهای دیجیتال نیز گفت: آشنایی مردم با ارزهای دیجیتال در حال افزایش است که این موضوع را در استقبال مردم از خرید این ارزها می‌توان مشاهده کرد.

وی با بیان اینکه ارزهای دیجیتال می‌توانند کمک زیادی به نقل و انتقال پول برای مبادلات اقتصادی کند، اظهار داشت: برخی شرکت‌ها برای این هدف به سراغ استفاده از ارزهای مجازی رفته‌اند.

این کارشناس ارزهای دیجیتال یادآور شد: از جمله مزایای نقل و انتقال پول از طریق ارزهای دیجیتال این است که کارمزد انتقال بسیار پایین است در حالی که کارمزد نقل و انتقال اسکناس و پول‌های رسمی بالاست.

غفاری به استقبال خارجی‌ها برای سرمایه‌گذاری در صنعت ارز دیجیتال ایران اشاره کرد و گفت: درخواست‌های زیادی به ویژه توسط چینی‌ها بدین منظور به طرف‌های ایرانی ارائه شده است.

قوانین گمرکی اجازه استفاده از ارزهای مجازی را نمی‌دهد

با وجود تاکید فعالان ارزهای دیجیتال بر مزایای استفاده از این نوع ارزها، مدیرگروه بانکداری الکترونیک پژوهشکده پولی و بانکی بانک مرکزی نظر دیگری دارد و می‌گوید: این نوع ارزها نمی‌تواند در زمان تحریم پاسخگوی نیاز بازرگانان باشد.

نیما امیرشکاری، مدیر گروه بانکداری الکترونیک پژوهشکده پولی و بانکی بانک مرکزی هم درباره استقبال صادرکنندگان و واردکنندگان از ارزهای دیجیتال برای نقل و انتقال پول در زمان تحریم گفت: ارزش مبادلات خارجی ایران سالانه ۷۰ تا ۱۰۰ میلیارد دلار است در حالی که بازار ارزهای دیجیتال در جهان حدود ۳۰۰ میلیون دلار ارزش مبادلاتی دارد که حجم کمی از آن متعلق به ایران است.

وی ادامه داد: به همین دلیل مشخص می‌شود که سهم بازار ارزهای دیجیتال در مقایسه با بازار مبادلات خارجی ایران بسیار پایین است به همین دلیل نمی‌تواند سهم چشمگیری در مبادلات خارجی ایران داشته باشد.

امیرشکاری ادامه داد: مشکل دیگری که در استفاده از ارزهای دیجیتال برای صادرات و واردات وجود دارد این است که براساس قانون، واردکنندگان و صادرکنندگان باید اظهارنامه خود را به گمرک و نهادهای ذی‌ربط ارائه دهند و اسناد مرتبط را ارائه کنند که چه مقدار دلار یا ارز خارجی را برای خرید واریز کردند، اما چنین امکانی در بیت کوین و سایر ارزهای دیجیتال وجود ندارد.

مدیر گروه بانکداری الکترونیک پژوهشکده پولی و بانکی بانک مرکزی یادآور شد: اکنون پذیرفتنی نیست که یک واردکننده به گمرک اظهار کند که پول خرید محصول را به بیت‌کوین پرداخت کرده است؛ گمرک به هیچ‌وجه آن را نمی‌پذیرد.

امیرشکاری با بیان اینکه شاید واردات و صادرات به صورت خرد و کوچک و قاچاق از طریق بیت‌کوین امکان‌پذیر باشد، ادامه داد: صادرکنندگان و واردکنندگان کوچکی که مثلاً پول مربوط به خرید و فروش خود را با چمدان جابه‌جا می‌کنند، می‌توانند از طریق بیت‌کوین، نقل و انتقال پول مورد نیاز خود را انجام دهند که همان‌طور که اشاره شد مربوط به مبادلات کوچک است.

مدیره گروه بانکداری الکترونیک پژوهشکده پولی و بانکی بانک مرکزی گفت: اکنون قانون اجازه نمی‌دهد که کالایی را وارد کنیم که سند گمرکی آن براساس پرداخت بیت‌کوین صادر شده باشد. مشکل دیگری که اکنون در استفاده از بیت‌کوین و سایر ارزهای دیجیتال به عنوان اطلاعات تجاری وجود دارد این است که نهادهای رگولاتوری بین‌المللی و از جمله اروپایی بسیار نسبت به مبادلات از طریق ارزهای دیجیتال حساس شده‌اند.

امیرشکاری یادآور شد: شاید در دوره قبلی تحریم‌ها یعنی سال‌های ۲۰۱۱ تا ۲۰۱۵ امکان‌پذیر بود که به راحتی از ارزهای دیجیتال استفاده کنند، زیرا نهادهای اروپایی و بین‌المللی واکنشی نسبت به آن نداشتند، اما اکنون شرایط تغییر کرده است.

مدیرگروه بانکداری الکترونیک پژوهشکده پولی و بانکی بانک مرکزی گفت: به عنوان مثال اکنون شماری از کشورها برخی از کیف‌های پول‌های ارزهای دیجیتال را بلوکه کرده‌اند و حتی شماری از کشورها استفاده از برخی از این ارزها را ممنوع کردند به همین دلیل استفاده از آنها برای دور زدن تحریم‌ها شاید چندان کارساز نباشد. امیرشکاری افزود: ارزهای دیجیتال صرفاً یک ابزار انتقال پول و پرداخت هستند، اما تحریم‌های جدید آمریکا، فروش کالا به ایران را نیز ممنوع کرده‌اند، یعنی اینکه اصلاً شرکت خارجی نمی‌تواند کالا و محصول را به ایران بفروشد و بحث انتقال پول آن، موضوع دیگری است.

آگهی
سازمان بنادر و دریانوردی
باستناد رونوشت سند شماره ۸۵۵۵۳ مورخ ۱۳۹۴/۰۹/۲۶ دفترخانه اسناد رسمی شماره ۱۵ چابهار، آقای درمحمد پوشه فرزند یوسف به کد ملی ۳۶۵۱۱۲۴۷۰۳، تمامی ۶ دانگ شناور لنج صیادی به شماره ثبت ۴/۳۹۳۸ چابهار را به آقای علی تابه زر فرزند ناصر علی به کد ملی ۳۶۴۱۲۳۵۰۲۲ انتقال قطعی داده اند.
مراتب به موجب ماده ۲۵ قانون دریایی ایران آگهی می گردد.
م.الف ۲۲

نوبت اول
آگهی مناقصه عمومی
شرکت ملی گاز ایران
شرکت گاز استان خراسان رضوی (سهامی خاص)
۱- مناقصه گزار: شرکت گاز استان خراسان رضوی
۲- موضوع مناقصه: خدمات تخلیه و بارگیری کالا، خدمات اپراتوری ماشین آلات و... شرکت گاز خراسان رضوی
۳- شرایط اولیه متقاضیان:
الف- دارای بودن تاییدیه مرتبط صلاحیت از وزارت تعاون کار و رفاه اجتماعی
ب- دارا بودن ظرفیت خالی ارجاع کار
ج- دارا بودن گواهینامه تایید صلاحیت ایمنی از اداره کار و امور اجتماعی
د- مدت پیمان: ۲ سال تقویمی
۴- مدت اعتبار پیشنهادها: از تاریخی که برای تسلیم آن در فراخوان ذکر شده تا مدت سه ماه می بایست معتبر باشد.
۵- مبلغ تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار: -/۶۵۲/۶۸۰/۰۵۰ ریال می باشد که می بایست براساس یکی از تضامین قابل قبول وفق آیین نامه تضمین معاملات دولتی به شماره ۱۲۳۴۰۲/ت ۵۰۶۵۹ ه مورخ ۹۴/۰۹/۲۲ تهیه گردد.
۶- متقاضیان می‌توانند از تاریخ ۹۸/۰۲/۱۴ الی ۹۸/۰۲/۱۸ ضمن واریز مبلغ -/۳۵۰/۰۰۰ ریال به شماره IR۰۲۰۱۷۰۰۰۰۰۰۲۱۷۴۵۳۱۶۰۱۰۰۴ بانک ملی شعبه سجاد بنام شرکت گاز استان خراسان رضوی جهت خرید و دریافت اسناد مناقصه به نشانی مشهد، بلوار خیام، نبش تقاطع ارشاد، شرکت گاز استان خراسان رضوی، طبقه دوم، اتاق ۲۱۲ مراجعه و اسناد مناقصه را دریافت نمایند.
۷- آخرین مهلت بازگرداندن اسناد مناقصه: ساعت ۹:۰۰ صبح مورخ ۹۸/۰۲/۲۹
۸- پیشنهادهای واصله در ساعت ۱۱:۳۰ مورخ ۹۸/۰۲/۲۹ در کمیسیون مربوطه باز و خوانده می شود و حضور پیشنهاددهندگان و یا یک نفر نماینده مجاز آنها با همراه داشتن معرفینامه ممهور به مهر شرکت در جلسه افتتاح پاکات آزاد است.
شایان ذکر است دسترسی به متن این آگهی، در سایت www.nigc-khrz.ir امکان پذیر بوده و در صورت نیاز به کسب اطلاعات بیشتر با تلفن: ۳۷۰۷۲۲۰۹-۰۵۱ تماس بگیرید.
شماره مجوز ۱۳۹۸/۷۰۷
روابط عمومی شرکت گاز استان خراسان رضوی
تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۸/۲/۱۴ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۸/۲/۱۵
۲۰۹

خدمات بورس کالا به اقتصاد ایران به روایت رئیس سازمان بورس

اقتصاد ایران در سال ۹۷ دوران سخت و پرفراز و نشیبی را پیمود. از خروج یک‌جانبه آمریکا از برجام و بازگشت تحریم‌های آمریکا گرفته تا رشد تورم و نوسانات شدید نرخ ارز همگی به عنوان حلقه‌های یک زنجیره، تولیدکنندگان را با مسیری ناهموار توام با نااطمینانی از آینده مواجه کرد.

در این میان، با نامگذاری سال ۹۸ با عنوان رونق تولید از سوی مقام معظم رهبری، همه نگاه‌ها حول محور تولید داخلی پس از آرامش نسبی پس از توفان اقتصادی سال گذشته می‌چرخد. در همین زمینه شاپور محمدی، رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار معتقد است که یکی از اقدامات مهم که می‌تواند از پایه‌های رونق تولید داخلی باشد، احترام به نظام بازار و مکانیسم عرضه و تقاضا در مبادلات کالاها است که بهترین بستر برای پیاده‌سازی نظام بازار، استفاده از ظرفیت بورس کالاست.

به گزارش «کالاخبر»، رئیس سازمان بورس در پاسخ به این سوال که چرا بورس کالا در اقتصاد ایران متولد شد، گفت: بورس کالا در اکثر اقتصادها وجود دارد. بعضی از اقتصادها بیشتر بر ابزارهایی همچون مشتقه تکیه دارند، اما در کشور ما به دلیل ماهیت بازار، تکیه بیشتر بر بازار نقدی بوده است اما درخصوص چرایی تولد بورس کالا در اقتصاد ابتدا باید عنوان کرد که شفافیت، عامل اصلی پدیدار شدن بورس‌های کالایی است.

به گفته وی، موضوع دوم، کشف قیمت صحیح‌تری است که در بورس‌ها انجام می‌شود. بورس‌ها به دلیل تابلوهای شفافی که دارند، محتوای اطلاعاتی بیشتری در روند کشف قیمت منتشر می‌کنند که مکانیسم این کشف قیمت نیز براساس عرضه و تقاضاست، اما عامل سوم تولد و توسعه بورس‌های کالایی در اقتصادها، اهمیت روزافزون بازارهای مالی در خدمت‌رسانی به فعالان اقتصادی است. این سه عامل باعث شد تا در سال ۱۳۸۲ شاهد تولد بورس فلزات و در سال ۸۳ راه‌اندازی بورس کالای کشاورزی در بازار سرمایه ایران باشیم و در ادامه با ادغام این دو بورس، شرکت بورس کالای ایران آغاز به کار کند. همچنین در ادامه بورس انرژی ایجاد شد تا دو بورس کالایی در کشور ما فعالیت کنند.

او درباره اینکه سازوکار بورس کالا در طول سال‌های گذشته چه خدماتی به صنایع مختلف ارائه داده، گفت: یکی از مهم‌ترین تحولاتی که با راه‌اندازی بورس فلزات و بعدا بورس کالا در کشور اتفاق افتاده بحث حواله‌ای‌بودن معاملات کالاها بود که مکانیسم بورس کالا به آن سیستم ناکارآمد پایان داد. در آن سال‌ها، معاملات میان تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان به شکل حواله‌ای انجام می‌شد، اما با راه‌اندازی بورس کالا، نظام حواله‌ای توزیع کالاها جمع شد که این اتفاق از اهمیت بسیار ویژه‌ای برخوردار است که کارایی و ظرفیت بالای بورس کالا را نشان می‌دهد.

محمدی ادامه داد: دومین رویدادی که با ایجاد بورس کالا افتاد، این بود که قیمت‌ها به سمت آزاد شدن رفتند. به طوری‌که در قوانینی که ناظر بر قیمت‌گذاری کالاها است، آمده است کالاهایی که در بورس کالا معامله می‌شوند از شمول قیمت‌گذاری آزاد هستند و مشمول قانون تغییرات حکومتی نمی‌شوند؛ این قانون نشان می‌دهد با راه‌اندازی بورس کالا شاهد یک تحول بزرگ و مثبت در اقتصاد بوده‌ایم به طوری‌که از نظام کنترل قیمتی یا به عبارتی قیمت‌گذاری دستوری به نظام قیمتی که انعطاف‌پذیر است و می‌تواند به صورت تلاقی نیروهای بازار تعیین شود، حرکت کردیم. به جرأت می‌توان گفت از همین نقطه بود که سودهای واقعی به سمت تولید حرکت کرد و با واقعی‌شدن قیمت‌ها، سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در تولید کشور نیز سرعت گرفت.

رئیس سازمان بورس درباره سومین خدمتی که بورس کالا به اقتصاد ایران ارائه کرده، گفت: خدمت سوم و با اهمیتی که بورس کالا به اقتصاد ایران کرده است، موضوع شفافیت است. پیش از عرضه و معامله کالاها در بورس کالا، آمارهای شفافی از روند مبادلات وجود نداشت اما امروز همه مردم حتی آنهایی که در خرید یا فروش کالاها نقشی ندارند هم می‌توانند از طریق تلفن همراه‌شان آمار معاملات کالاها در بورس کالا را مشاهده کنند.

به گفته محمدی، سهولت خرید و فروش برای تولیدکنندگان و خریداران و ایفای تعهدات طرفین، مسئله دیگری بود که با راه‌اندازی بورس کالا اتفاق افتاد. در واقع یکی از دلایل تشکیل بورس‌ها، کاهش ریسک عملیاتی در ایفای تعهدات است، به این معنا که کسی که باید کالایی را تحویل دهد، حتما تحویل می‌دهد و از طرفی وجه کالا نیز براساس معامله، حتما پرداخت می‌شود که این اقدامات همگی براساس مقررات تسویه و پایاپای بورس کالا انجام می‌شود.

وی سپس به مقاومت‌هایی که در مسیر بورس کالا در ۱۵ سال گذشته وجود داشته، اشاره کرد و گفت: انتقادهایی که در مقاطعی درخصوص معاملات کالاها در بورس بروز می‌کند در واقع به سازوکار بورس مرتبط نمی‌شود بلکه معتقدم عمده این موارد به موضوع قیمت‌گذاری برمی‌گردد. در واقع وقتی قیمت‌گذاری روی یک محصولی صورت می‌گیرد، فردی که مواد اولیه خود را از بورس با قیمت آزاد خریداری کرده، مجبور است محصول تولیدی‌اش را با قیمت‌های تعیین‌شده و دستوری بفروشد. در زمان‌هایی، عکس این رویداد هم صدق می‌کند، یعنی طی مقطعی خاص یک محصولی در بورس کالا با محدودیت‌هایی و به شکل دستوری قیمت‌گذاری می‌شود؛ در شرایطی که تولیدکنندگان می‌توانند خارج از بورس آن محصول را با قیمت بالاتر بفروشند اینجاست که تضاد منافع میان خریداران و فروشندگان اوج می‌گیرد و به اشتباه این انتقادها به سمت بورس کالا می‌رود.

رئیس سازمان بورس در پایان، احترام به نظام بازار را پیش‌شرط رونق تولید خواند و گفت: اگر زنجیره تولید محصولات در بورس کالا عرضه شود و شاهد کانال غیررسمی و غیرشفاف دیگری خارج از بورس کالا و بورس انرژی نباشیم، این مشکلات وجود نخواهد داشت. مگر اینکه یکی از حلقه‌های پایین یا حلقه‌های بالایی در زنجیره تولید محصولات با قیمت‌گذاری روبه‌رو شود. با همه این تفاسیر هر چقدر به سمت احترام به مکانیسم بازار و دوری از قیمت‌گذاری برویم و به اقتصاد اجازه دهیم که نیروهای بازار، قیمت‌ها را تعیین کنند، بدون شک منافع تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان براساس واقعیت‌های بازار برآورده می‌شود و شاهد تحقق شعار سال یعنی رونق تولید خواهیم بود.

نماگر بازار سهام

شاخص بورس در هفته‌ای که گذشت

افزایش ۲۳درصدی قیمت‌ها در بورس تهران

حجم و ارزش معاملات بورس تهران در هفته‌ای که گذشت، به ترتیب ۵۵ و ۲۳درصد رشد کرد.

به گزارش ایسنا، در پنج روز کاری بورس تهران در هفته گذشته، فعالان بازار سهام شاهد ادامه رشد قیمت‌ها در بورس و روند رکوردشکنی شاخص‌های بازار بودند؛ به طوری که عمده گروه‌های بورس با رشد فزاینده در قیمت پایانی مواجه شدند.

احتمال افزایش قیمت نرخ حامل‌های انرژی از جمله بنزین در کنار رشد قیمت دلار در این روزها سیگنال‌های رشد قیمت‌ها در بازار سهام را به فعالان بازار سهام داده است و این موضوع سبب شده حجم و ارزش معاملات نیز از این شرایط متأثر شود؛ به طوری که در پنج روز کاری این هفته نسبت به چهار روز کاری هفته قبلش ارزش معاملات ۵۵درصد رشد را نشان می‌دهد.

در هفته اخیر هرچند که گروه‌های شاخص‌ساز و بزرگ، بازار را در دست داشتند اما گروه‌های کوچک هم توانستند با رشد قیمت همراه شوند و به کانال‌شکنی‌های شاخص کل کمک کنند.

هفته‌های گذشته بود که شاخص بورس توانست برای اولین بار در تاریخ بازار سرمایه ایران از کانال ۱۹۶ هزار واحدی عبور کند و در ادامه در این هفته این شاخص قله ۲۲۰هزار واحدی را نیز پشت سر گذاشت.

این هفته در شرایطی که بازار رشد را تجربه می‌کرد، اولین عرضه اولیه سال ۱۳۹۸ نیز انجام شد. این موضوع در کنار جو افزایشی بازار توانست نقدینگی قابل توجهی را به بازار سهام بیاورد.

حجم معاملات در این مدت ۲۷ هزار و ۳۱۴ میلیون سهم را تجربه کرد. این در حالی است که در هفته گذشته این رقم ۲۲ هزار و ۲۵۶ سهم بود. در نتیجه حجم معاملات در این مدت ۲۳درصد رشد را نشان می‌دهد.

رشد فزاینده شاخص کل نشان می‌دهد که فعالان بورسی به طور متوسط شاهد رشد بیش از ۲۳درصدی قیمت‌ها در بورس تهران بودند و سهم پنج روز کاری هفته اخیر از این رشد ۸درصد بود که رقم نسبتاً بالایی را نشان می‌دهد.

همچنین شاخص بازار اول و دوم در این مدت رشد باشتابی را تجربه کردند؛ به طوری که هر کدام از این شاخص‌ها به ترتیب ۷.۱ و ۸.۷ واحد رشد را شاهد بودند.

فراخوان ارزیابی کیفی و مناقصه عمومی یک مرحله ای

نوبت اول

سازمان جهاد کشاورزی استان کردستان

سازمان جهاد کشاورزی استان کردستان در نظر دارد به استناد نامه شماره ۷۲/۳۴۳۹/د مورخه ۹۸/۲/۹ مدیریت آب و خاک و امور فنی مهندسی دراجرای آئین نامه بند "ج" ماده ۱۲ قانون برگزاری مناقصات به شماره ۸۴۱۳۶/ت ۳۳۵۶۰ ه مورخ ۸۵/۷/۱۶ نسبت به برگزاری ارزیابی کیفی و مناقصه عمومی یک مرحله ای با موضوع **تهیه ونصب تابلو برق واتصال آن به ترانس واجرای تاسیسات الکتریکال درده باب ایستگاه پمپاژ شبکه فرعی آبیاری تحت فشار اراضی جنوب زریوار شهرستان مریوان ازتوابع استان کردستان** از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس WWW.SETADIRAN.IR بشرح مشخصات ذیل اقدام نماید . لذا کلیه مراحل برگزاری فراخوان از دریافت و تحویل اسناد تا ارایه پیشنهاد پیمانکاران و بازگشایی آن ها از طریق سامانه مذکور انجام خواهد شد . لذا ضروری است پیمانکاران در صورت عدم ثبت نام قبلی، جهت ثبت نام در سایت مذکور و تهیه گواهی امضاء الکترونیکی اقدام نمایند .

۱ – نام و نشانی کارفرما : سنندج – بلوار پاسداران – جنب دانشگاه آزاد اسلامی – سازمان جهاد کشاورزی استان کردستان – شماره تماس : ۳۳۲۸۹۲۰۰ – ۰۸۷ ، شماره فکس : ۳۳۲۸۸۷۹۹ – ۰۸۷ ، کدپستی : ۳۵۳۸۳ / ۶۶۱۶۹

۲ – پایه و رشته گواهینامه صلاحیت لازم : گواهینامه صلاحیت رشته تاسیسات وتجهیزات حداقل پایه ۵ (پنج)ازسازمان مدیریت وبرنامه ریزی، با ظرفیت آزاد حجم کاری و ریالی ملاک سنجش در سایت ساجار می باشد

توجه : لازم است مشخصات و ظرفیت کاری مندرج در سایت ساجار ضمیمه گواهینامه صلاحیت مذکور گردد .

۳ – محدوده کار و برآورد اولیه مناقصه : اراضی جنوب زریوار شهرستان مریوان با مبلغ برآورد ۳۶,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰ریال مطابق آنالیز بها ء در اسناد مناقصه

۴ – روش ارزیابی کیفی : ارزیابی ساده مطابق بند الف ماده ۱۱ بارعایت ماده ۲۲ آئین نامه اجرایی بند ج ماده ۱۲ قانون برگزاری مناقصات

۵ – نوع و مبلغ تضمین شرکت در مناقصه : مبلغ ۱,۸۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال مطابق آئین نامه تضمین معاملات دولتی به نامه شماره ۱۲۳۴۰۲/ت ۵۰۶۵۹ ه مورخ ۹۴/۹/۲۲

۶ – تاریخ انتشار و مهلت دریافت وتحویل وتشکیل جلسه اسناد در سامانه :

- تاریخ انتشار : ساعت ۹ صبح روز دوشنبه مورخ ۹۸/۲/ ۱۶
- تاریخ دریافت : ساعت ۹ صبح روز دوشنبه مورخ ۹۸/۲/۱۶ لغایت ساعت ۱۴ ظهر روز جمعه مورخ ۹۸/۲/۲۰
- تاریخ تحویل اسناد : ساعت ۱۴ ظهر روز سه شنبه مورخ ۹۸/۲/۳۱
- تاریخ تشکیل جلسه : ساعت ۹صبح روز پنج شنبه مورخ ۹۸/۳/۲ دراداره امور پیمان وقراردادهای سازمان

ردیف	موضوع	کد فراخوان	برآورد اولیه (ریال) و محل تامین اعتبار
۱	تهیه ونصب تابلو برق واتصال آن به ترانس واجرای تاسیسات الکتریکال درده باب ایستگاه پمپاژ شبکه فرعی آبیاری تحت فشار اراضی جنوب زریوار شهرستان مریوان ازتوابع استان کردستان	۲۰۹۸۰۰۰۰۷۱۰۰۰۰۰۶	۳۶,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰ریال (از محل طرح شبکه های فرعی آبیاری تحت فشار غرب وشمال غرب کشور باکد طرح ۱۳۰۷۰۰۲۲۲۱)

(هزینه چاپ آگهی بر عهده برنده مناقصه می باشد)

روابط عمومی سازمان جهاد کشاورزی استان کردستان

۱۹۹

آگهی مناقصه عمومی

نوبت اول

شهرداری قدس

شهرداری شهرقدس درنظردارد نسبت به تهیه ولکه گیری آسفالت معابر سطح ناحیه دو منطقه دو با برآورد اولیه ۵/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال ازطریق مناقصه عمومی وعقد پیمان با پیمانکار حائز صلاحیت(شرکتهای دارای حداقل رتبه ۵ راه وباند) اقدام نماید. متقاضیان می توانند ظرف مدت ۱۰روز کاری ازتاریخ چاپ نوبت دوم آگهی که به فاصله یک هفته ازنوبت اول چاپ خواهد شد با مراجعه به امور قراردادهای شهرداری واقع در:شهرقدس،بلوار انقلاب اسلامی ساختمان مرکزی شهرداری شهرقدس،طبقه دوم با ارائه معرفینامه نسبت به دریافت وتحویل اوراق مناقصه اقدام نمایند.

- خرید اوراق مناقصه معادل ۵۰۰/۰۰۰ ریال قابل واریز به حساب ۰۱۰۵۷۰۸۲۹۸۰۰۰ بانک ملی شعبه شهر قدس
- سپرده شرکت در مناقصه معادل۵٪ برآورد اولیه به مبلغ ۲۵۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال وبه صورت سپرده نقدی یا ضمانتنامه معتبر بانکی می باشد .
- سپرده نفرات اول تا سوم تا زمان انعقاد قرارداد مسترد نمی گردد.
- شهرداری در رد یا قبول پیشنهادها مختار است.
- هزینه آگهی به عهده برنده مناقصه است.
- متقاضیان قبل از دریافت اسناد ملزم به دریافت تاییدیه ارزیابی HS از اداره آموزش شهرداری میباشند
- سایر جزئیات در اسناد مناقصه قید گردیده است .
- پرداخت مبلغ قرارداد بصورت ۵۰٪ نقد و ۵۰٪ تهاتر می باشد .

روابط عمومی شهرداری شهرقدس

تاریخ انتشار نوبت اول:۹۸/۲/۱۴ تاریخ انتشار نوبت دوم:۹۸/۲/۲۱

۲۰۲

اخبار

واردات به مناطق آزاد کاهش یافت

معاون دبیرخانه شورای عالی مناطق آزاد از کاهش بیش از ۳۶درصدی واردات به مناطق آزاد در سال گذشته خبر داد. محمدرضا عبدالرحیمی در گفت‌وگو با ایسنا، با بیان اینکه مجموع واردات به مناطق آزاد در سال گذشته معادل یک میلیارد و ۲۸۸ میلیون دلار بوده، اظهار کرد: مجموع این واردات شامل مواد اولیه تولید، تجهیزات و ماشین‌آلات واحدهای تولیدی و واحدهای خدمات فنی و مهندسی مستقر در مناطق آزاد، کالاهای عرضه به مسافران و بازدیدکنندگان و مصرف در مناطق آزاد بوده که نسبت به سال ۱۳۹۶ حدود ۳۶.۴درصد کاهش داشته است. وی با اشاره به کاهش ۲۱.۷درصدی واردات کل کشور در سال گذشته نسبت به سال ۱۳۹۶، تصریح کرد: این آمار نشان می‌دهد که عملکرد مناطق آزاد در کاهش واردات، ۱۵درصد بیشتر از سرزمین اصلی بوده است. به گفته معاون برنامه‌ریزی دبیرخانه شورای عالی مناطق آزاد، کل واردات کشور در ساله ۱۳۹۶ معادل ۵۴ میلیارد و ۳۰۰ میلیون دلار بوده است که در سال ۹۷ به ۴۲.۶ میلیارد دلار کاهش یافته است. عبدالرحیمی در ادامه سهم مواد اولیه، تجهیزات و ماشین‌آلات واحدهای تولیدی و واحدهای خدمات فنی و مهندسی مستقر در مناطق آزاد را معادل ۶۷۵ میلیون دلار عنوان کرد که شامل ۵۲درصد کل واردات به مناطق آزاد بوده است.

همچنین به گفته وی سهم کالای مسافر و کالاهای مصرفی در مناطق آزاد نیز به ترتیب ۳۲۵ و ۲۳۵ میلیون دلار بوده که معادل ۲۵ و ۱۸درصد کل کالاهای وارداتی به مناطق آزاد در سال گذشته بوده است. معاون برنامه‌ریزی دبیرخانه شورای عالی مناطق آزاد همچنین با اشاره به اینکه واردات وسایل نقلیه موتوری در سال گذشته نسبت به سال ۱۳۹۶ حدود ۸۹درصد کاهش داشته، گفت: اوایل سال گذشته حدود ۵۳ میلیون دلار وسایل نقلیه موتوری که قبل از ممنوعیت واردات فرآیند واردات آن طی شده بود، به مناطق آزاد وارد شد که معادل ۴درصد کل واردات به مناطق آزاد بود. همچنین به گفته وی سهم مواد اولیه، تجهیزات و ماشین‌آلات برای واحدهای تولیدی و واحدهای خدماتی فنی و مهندسی در سال گذشته نسبت به سال ۹۶ حدود ۵درصد افزایش داشته است. از طرف دیگر سهم واردات کالا برای عرضه به مسافران و کالاهای مصرفی در مناطق آزاد به ترتیب ۴۶ و ۲۵درصد کاهش داشته است. عبدالرحیمی در پایان خاطرنشان کرد که اگر چه مقررات و تنظیم دولتی در حوزه تجارت خارجی و کاهش نرخ برابری پول ملی در مقابل ارزهای خارجی دو عامل تأثیرگذار در کاهش واردات کشور بود، اما برنامه‌ریزی و تلاش برای قرار گرفتن مناطق آزاد در مسیر تولید صادرات‌محور در سال گذشته سبب شد از میزان واردات کالاهای مصرفی کاسته و در مقابل سهم واردات مواد اولیه و تجهیزات و ماشین‌آلات تولید افزایش پیدا کند.

وی افزود: تلاش‌ها در سال جدید برای رونق تولید در حوزه کسب و کارها و صنایع فعال موجود و جذب سرمایه‌گذاری‌های جدید با شدت بیشتری در دستور کار تمام سازمان‌های مناطق آزاد قرار گرفته است ضمن اینکه این مناطق خود را بیش از پیش متعهد به مشارکت در تقویت اقتصاد ملی و عبور از شرایط حساس کنونی می‌دانند.

آغاز برداشت مزارع نیشکر در خوزستان

عرضه شکر تازه به بازار طی روزهای آینده

نایب‌رئیس هیات مدیره شرکت بازرگانی توسعه نیشکر و صنایع جانبی گفت خوشبختانه با فروکش کردن آب در خوزستان برداشت مزارع نیشکر آغاز و همینطور دو کارخانه تصفیه شکر نیز آماده تصفیه شکر خام است بنابراین امروز یا فردا محصول تازه وارد بازار مصرف می‌شود. به گزارش تسنیم، محمدمهدی راسخ در مصاحبه با رادیو، افزود: زمان برداشت نیشکر قبل از سال بود که به دلیل بارندگی‌ها واحدهای نیشکری موفق به برداشت محصول خود نشدند چرا که برای برداشت نیشکر باید زمین خشک باشد تا دستگاه‌ها بتوانند محصول را برداشت کنند. وی همچنین اظهار داشت: پس از عید نیز باوقوع سیل در خوزستان از مجموع هفت واحد نیشکری پنج واحد به طور کامل به زیر آب رفت. نایب‌رئیس هیات مدیره شرکت بازرگانی توسعه نیشکر و صنایع جانبی گفت: پیش‌بینی می‌شد امسال کشور با کمبود شکر مواجه شود، چرا که میزان تولید شکر به دلیل خشکسالی سال گذشته کمی دچار کاهش شده بود. وی در ادامه افزود: به طور کلی با توجه به کمبودهایی که بود شرکت بازرگانی دولتی وارد عمل شد و مقداری شکر وارد کرد. راسخ اظهار داشت: جدا از بازرگانی دولتی به شرکت‌های خصوصی هم برای واردات شکر مجوز صادر شده و این شرکت‌ها در حال واردات شکر هستند، بنابراین مردم نگران کمبود شکر نباشد و به مقدار نیاز واقعی خود خرید کنند.

وی گفت: تصمیم شرکت بازرگانی توسعه نیشکر و صنایع جانبی نیز معطوف به اینکه عمده شکر استحصالی کارخانجات نیشکری از طریق فروشگاه‌های زنجیره‌ای، شرکت‌های تعاونی مصرف و اتحادیه‌های صنفی با قیمت مصوب در سطح کشور توزیع شود تا در ماه رمضان مردم بابت شکر مشکل خاصی نداشته باشند. نایب‌رئیس هیات مدیره شرکت بازرگانی توسعه نیشکر و صنایع جانبی افزود: خوشبختانه با فروکش کردن آب در خوزستان برداشت مزارع نیشکر آغاز و همینطور دو کارخانه تصفیه شکر نیز آماده تصفیه شکر خام است، بنابراین امروز یا فردا محصول تازه وارد بازار مصرف می‌شود.

وزارت جهاد کشاورزی موظف شد خرمای ماه رمضان را تأمین کند

براساس تصمیم ستاد تنظیم بازار کشور، وزارت جهاد کشاورزی مکلف شد از طریق سازمان‌های جهاد کشاورزی و تعاون روستایی استان‌ها، خرمای مورد نیاز بازار برای ماه مبارک رمضان را تامین کند.

به گزارش تسنیم، محمدرضا کلامی، مدیرکل دفتر برنامه‌ریزی تامین، توزیع و تنظیم بازار وزارت صنعت، معدن و تجارت با بیان این مطلب گفت: براساس مصوبه ستاد تنظیم بازار، وزارت جهاد کشاورزی ماموریت یافت با برگزاری جلسه با صاحبان محموله‌های خرما در استان‌های منبع تولید نسبت به عرضه مستقیم این محصول و حذف واسطه و دلالان اقدام کند. وی افزود: طبق گزارشی که در جلسه ۹ اردیبهشت تنظیم بازار ارائه شد، تامین‌کنندگان حاضر شدند خرما را با قیمت ۱۵درصد کمتر از نرخ میادین عرضه کنند. کلامی تصریح کرد: همچنین سازمان‌های میادین میوه و تره‌بار و استانداران مکلف شدند جایگاه عرضه مستقیم برای توزیع خرما اختصاص دهند.

تکلیف خود را روشن کنید داروخانه هستید یا مرکز عرضه لوازم آرایشی؟

وزیر بهداشت، درمان و آموزش پزشکی گفت شیوه سنتی توزیع و عرضه دارو، در شرایط امروز کشور، شیوه کارآمدی نیست، بنابراین نظام توزیع و عرضه دارو نیازمند تحول بنیادی است تا مبادا بیماری در این روزها، دغدغه دارو داشته باشد.

به گزارش ایسنا، سعید نمکی در اختتامیه همایش معاونان غذا و دارو دانشگاه‌های علوم پزشکی سراسر کشور در قمصر کاشان اظهار کرد: تلاش ما بر این است که هیچ‌کس دغدغه کمبود دارو نداشته باشد و معاونان غذا و دارو دانشگاه‌ها باید روزانه بر توزیع و موجودی دارو نظارت کنند و اگر کمبودی در استانی وجود دارد از استان‌های مجاور تامین شود.

وی افزود: اصالت و حمایت از تولید مهم است و باید تولیدات‌مان را افزایش دهیم تا از واردات بی‌رویه دارو جلوگیری کنیم. حمایت از تولیدکنندگان داخلی دارو و صنعت یک وظیفه ملی است، اما این حمایت‌ها باید با رعایت استانداردهای لازم باشد.

وی تصریح کرد: وقتی شرکت‌های چند ملیتی از ایران رفتند ما ۲۵درصد از داروی مورد نیازمان را با کمک آنها تولید می‌کردیم، اما امروز بدون آنها با پشتوانه داروسازان صنعتی و بخش‌های تحقیق و توسعه خودمان ۹۷درصد از محصولات داخلی را با فرم‌های پیچیده‌تر از آن زمان، تولید می‌کنیم.

وی با تاکید بر رعایت استانداردها، گفت: نخستین نقش من به عنوان وزیر بهداشت، دفاع از سلامت مردم و رساندن داروی سالم به آنهاست و دوم اینکه از کارخانه‌ها در استان‌ها به طور واقعی حمایت و یاری کنیم و نگذاریم کارشناسی بی‌جهت داروی غیراستاندارد را تایید کند تا مشکلی بر مشکلات مردم افزوده شود.

وزیر بهداشت تصریح کرد: علاوه بر رعایت استاندارد و انجام آزمایش‌های دوره‌ای، باید بازار پراکنده و عریض دارو و صدور پروانه‌ها را به طور مستمر نظارت کنیم تا فردی نتواند به هر شکلی که بخواهد، بی‌قانونی کند.

نمکی تاکید کرد: علت ورشکستگی برخی شرکت‌های داخلی، توزیع سنتی دارو و نبود نظام توزیع علمی و به‌روز است و باید نمایشگاه دارویی از شرکت‌های دانش‌بنیان و بضاعت‌های ملی برگزار کنیم تا بتوانیم تولید داخلی و تولیدکنندگان بومی را در عرصه تولید و توزیع دارو، معرفی و حمایت کنیم.

وی گفت: هزینه‌های نقل و انتقال دارو بسیار زیاد است و باید در نظام توزیع چه در سطح پخش و چه در اتصال سازمان غذا دارو به داروخانه‌ها، به گونه‌ای برنامه‌ریزی شود که در پرونده الکترونیک سلامت، جای داده شود تا همه موارد را بتوانیم به‌روز کنترل کنیم.

وی تصریح کرد: نظام عرضه دارو در برخی داروخانه‌ها مناسب نیست زیرا در برخی داروخانه‌ها، تکریم ارباب رجوع بی‌رنگ و حتی فراموش شده است و برخی از آنها به سمت توسعه موارد آرایشی بهداشتی رفته‌اند.

نمکی تاکید کرد: مسئولان داروخانه‌ها باید تکلیف خود را روشن کنند که آیا داروخانه است یا مرکز عرضه لوازم آرایشی بهداشتی است. چون متاسفانه سود در لوازم آرایشی بهداشتی است، قسمت داروخانه هر روز کوچک‌تر می‌شود.

وزیر بهداشت گفت: مجموعه این وزارتخانه در خدمات‌رسانی به مردم سیل‌زده کشور بدون هیچ کمک خارجی افتخاری را کسب کرد که در تاریخ این سرزمین مانند حماسه دفاع مقدس ماندگار شد.

نمکی افزود: هنگام هجوم سیل، با وجود تعطیلات، ۹ مرتبه به استان‌های سیل‌زده جهت بررسی وضعیت سلامت این مناطق سفر کردم و با لطف خدا و همت همه همکاران، مردم و مشارکت دیگر دستگاه‌ها و نهادها حتی یک مورد اپیدمی در مناطق سیل‌زده نداشتیم که سازمان‌های تخصصی جهانی را نیز متحیر کرد.

قیمت گوشت قرمز در بازار چند؟

قیمت هر کیلوگرم گوشت گوسفندی بدون دنبه حدود ۹۵ هزار تومان، با دنبه ۹۲ هزار تومان و گوشت گوساله ۹۵ به فروش می‌رسد این درحالی است که قیمت این محصولات در برخی از نقاط بیشتر از اینها است.

به گزارش تسنیم، درحالی که هر کیلوگرم گوشت قرمز تنظیم بازاری سردست با دنبه ۴۲ هزار و ۴۰۰ تومان و ران ۴۴ هزار و ۴۰۰ تومان به فروش می‌رسید و تقاضای زیادی برای خریداری آن وجود داشت و عدم تناسب عرضه و تقاضا منجر به ایجاد صف‌های طولانی برای خرید این محصول شده بود، حال با قطع اختصاص ارز ۴۲۰۰ تومانی به واردات این محصول حجم تقاضا را به شدت کاهش داده است.

کف قیمت هر کیلوگرم گوشت گوسفندی بدون دنبه حدود ۹۵ هزار تومان، با دنبه ۹۲هزار تومان و گوشت گوساله ۹۵ به فروش می‌رسد؛ مسئول یکی از فروشگاه‌های زنجیره‌ای در تهران در این ارتباط به خبرنگار تسنیم، گفت: در گذشته که قیمت گوشت قرمز تنظیم بازاری بود همه به دنبال خرید این محصول بودند اما امروز که قیمت آن آزاد شده است فروش نداریم و حتی محصولات عرضه‌شده را به شرکت برگشت می‌زنیم.

وی می‌افزاید که این کاهش تقاضا باعث شده که قیمت گوشت قرمز ۵ تا ۱۰ هزار تومان در هر کیلوگرم کاهش یابد اما کماکان مردم نمی‌خرند.

بنابر این گزارش یک قصابی نیز که تنها چند قطعه سردست و ران گوسفندی در ویترین یخچالی مغازه خود آویزان کرده است، می‌گوید: زمانی ویترین این مغازه پر از لاشه گوسفند بود اما این روزها تنها چند مشتری در روز بیشتر نداریم که آنها نیز حجم کمی از این محصول را خریداری می‌کنند و ادامه این روند باعث تعطیلی مغازه‌ام می‌شود.

وی در پاسخ به اینکه چرا با کاهش قیمت به دنبال جذب مشتری نیست، می‌افزاید: در صورتی که خودم بروم دام زنده خریداری و ذبح کنم، برای خرید هر کیلوگرم دام زنده باید حداقل ۴۰ هزار تومان پول پرداخت کنم که نیمی از آن ضایعات است و برای خودم هم در هر کیلوگرم ۱۰ تا ۱۲ هزار تومان سود در نظر گیرم قیمتش همین حدود ۹۴ تا ۹۵ هزار تومان می‌شود.

آزادشدن صادرات، تخم مرغ را گران کرد

قیمت هر شانه تخم مرغ ۳۰ عددی در بازار که تا ۱۲ هزار تومان کاهش یافته بود، خبر آزاد شدن صادرات، نرخ این محصول را دوباره افزایش داد و به ۱۳ هزار و ۵۰۰ تومان تا ۱۸ هزار تومان رساند درحالی که قیمت تخم مرغ هر ساله در ایام ماه رمضان ارزان می‌شود.

به گزارش تسنیم، در پی نارضایتی مرغداران درباره کاهش قیمت تخم مرغ در بازار، رضا رحمانی وزیر صمت در تاریخ ۳ اردیبهشت ماه با ارسال نامه‌ای به رئیس گمرک، صادرات این محصول را آزاد اعلام کرد اما به نظر می‌رسد که برای تنظیم بازار در کشورمان دیواری کوتاه‌تر از مصرف‌کنندگان وجود ندارد.

بنابر این گزارش، پیش از این نبی‌پور، رئیس هیأت مدیره اتحادیه مرغ تخم‌گذار گفته بود هر کیلوگرم تخم مرغ ۲۲۰۰ تا ۲۳۰۰ تومان زیر قیمت تمام‌شده تولید عرضه می‌شود.

مجلس در برنامه ششم مجوز اعمال سهمیه‌بندی را به دولت داده است

با تصمیم مشترک سران ۳ قوه، سهمیه‌بندی بنزین به زودی اجرایی می‌شود

عضو کمیسیون انرژی مجلس شورای اسلامی اعلام کرد که مجلس در برنامه ششم مجوز اعمال سهمیه‌بندی را به دولت داده اما اینکه در نهایت سران سه قوه تصمیم مشترکی درخصوص سهمیه‌بندی بنزین اتخاذ کردند را باید به فال نیک گرفت.

جلال میرزایی در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، درخصوص سهمیه‌بندی بنزین اظهار داشت: مجلس در برنامه ششم این مجوز را به دولت داده اما دولت در اجرای آن مقداری مردد بود و مجلس نیز به دلیل اینکه در سال پایانی یک دوره به سر می‌برد و نمایندگان درگیر انتخابات بودند نتوانست در کمیسیون تلفیق و در زمان بررسی بودجه به یک جمع‌بندی و نتیجه در این خصوص دست یابد.

نماینده مردم ایلام، ایوان چرداول، مهران، ملکشاهی و شیروان افزود: در آن زمان به نظر می‌رسید دولت قصد ندارد به تنهایی مسئولیت این اقدام را به عهده گیرد و مجلس نیز این آمادگی را نداشت، اما حال که سران سه قوه تصمیم گرفته‌اند و مسئولیت این اقدام را پذیرفته‌اند، به نظر می‌رسد این اقدام به زودی اجرایی می‌شود.

عضو کمیسیون انرژی مجلس شورای اسلامی گفت: مجلس طبق برنامه ششم این مجوز را به دولت داده است، اما بهره‌برداری انتخاباتی از این موضوع و اینکه برخی اعلام م کنند دولت این مجوز را ندارد موضوع دیگری است. اگر به مفاد برنامه ششم مراجعه شود ملاحظه می‌شود که این موضوع مصوب شده است.

میرزایی افزود: زمانی که مشکلات را بررسی می‌کنیم همگی از طیف‌های مختلف قبول دارند که وضعیت موجود خوشایند نیست و این میزان مصرف و هدررفت منابع و این میزان قاچاق سوخت -که به دلیل تفاوت قیمت بین ایران و کشورهای همسایه وجود دارد- پذیرفتنی نیست. یکی از راهکارها برای جلوگیری از هدررفت منابع و قاچاق سوخت، واقعی کردن قیمت‌ها و کاهش سوبسیدی است که دولت برای مصرف حامل‌های انرژی تخصیص می‌دهد.

نماینده مردم ایلام، ایوان چرداول، مهران، ملکشاهی و شیروان درخصوص عادلانه بودن این اقدام و در نظر گرفتن افرادی که خودرو و مصرف سوخت ندارند، گفت: ممکن است وضعیت بهبود یابد و این افراد خودرو بخرند. ما نباید از یک بعد به موضوع بنگریم؛ کسانی که خودرو دارند و در خیابان‌ها تردد می‌کنند در حال صرف هزینه هستند. باید به سمت واقعی‌کردن قیمت‌ها حرکت کنیم که این گامی رو به جلو است برای اینکه در حق افرادی که خودرو ندارند و از منابع و حامل‌های انرژی و سوبسید آن استفاده نمی‌کنند تبعیضی صورت نگیرد و متضرر نشوند.

عضو کمیسیون انرژی مجلس شورای اسلامی درخصوص زمان انجام سهمیه‌بندی گفت: درخصوص اینکه این مساله دقیقا فردا اجرا می‌شود یا اینکه چند روز جابه‌جا می‌شود اطلاع دقیق ندارم اما این تصمیمی است که سران سه قوه در شورای هماهنگی اقتصادی سران قوا گرفته‌اند و به زودی اجرایی می‌شود. این موضوع جزو اولین تصمیماتی است که یک قوه مسئولیت آن را به تنهایی نمی‌پذیرد و سران ۳ قوه با واقع‌بینی این تصمیم را اتخاذ کرده‌اند و باید این امر را به فال نیک گرفت.

اینستکس کمکی به صنعت خودرو کشور نمی‌کند

نباید از خودروساز و قطعه‌ساز انتظار معجزه داشته باشیم

عضو هیات علمی دانشگاه علم و صنعت بیان کرد که ساز و کار حمایت از تبادلات تجاری ایران و اروپا موسوم به اینستکس در بلندمدت کمکی به صنعت خودرو کشور نمی‌کند بلکه موجب وابستگی کشور و صنعت خودرو خواهد شد، اما اینگونه فرآیندها در کوتاه‌مدت ممکن است به صنعت خودرو کشور یاری رسانند.

غلامرضا مولایی‌منش در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، درخصوص راهکاری که مطابق با آن وزارت صمت بتواند قیمت خودرو را سریع‌تر به یک نقطه تعادل برساند، اظهار داشت: یک مساله درازمدت وجود دارد مبنی بر اینکه صنعت خودرو کشور توام با بهره‌وری نیست و به همین دلیل با زیان‌دهی همراه است و نمی‌تواند به طور چشمگیری سوددهی داشته باشد و مشکلاتی از این قبیل در صنعت خودروی کشور وجود دارد.

وی افزود: دولت باید به صورت هوشمند یک حمایت اساسی و بنیادی از صنعت خودرو کشور داشته باشد به نحوی که در افزایش بهره‌وری صنعت خودرو کشور موثر باشد. حمایت دولت باید هوشمندانه و پلکانی بوده و منجر به رشد صنعت خودرو و افزایش بهره‌وری در این صنعت شود و نیز موجب کاهش قیمت تمام‌شده خودرو گردد.

عضو هیات علمی دانشگاه علم و صنعت افزود: در کوتاه‌مدت و در شرایط خاص فعلی نباید از خودروساز و قطعه‌ساز انتظار معجزه داشته باشیم. مثل تمام دنیا در چنین شرایط خاصی، دولت باید حمایت‌های ویژه‌تری از صنعت خودرو داشته باشد و لازم است که خروجی این حمایت‌ها مشهود باشد.

مولایی‌منش افزود: در تمام دنیا چنین مسائلی وجود دارد؛ مثلا در کشور آمریکا وقتی که کمپانی جنرال موتور به ورشکستگی نزدیک شده بود، اوباما رئیس جمهور وقت، به طور کامل از این کمپانی حمایت کرد تا ورشکستگی این کمپانی اتفاق نیفتد و حتی عنوان کرد که پرچم جنرال موتور، پرچم آمریکا است.

وی افزود: نکته مهم این است که در این میان نباید مردم چوب این قضیه را بخورند. اگر شرایط به گونه‌ای است که خودروساز نمی‌تواند به دلیل مشکلات زیرساختی و اساسی، خودرو با کیفیت و با قیمت مناسب ارائه دهد، متضرر این شرایط نباید مردم باشند و نباید به این صورت باشد که قیمت خودرو افزایش یابد و مردم ناچار به پرداخت این هزینه‌ها باشند. وظیفه اصلی متوجه دولت است و بیشترین کمک را دولت می‌تواند به عمل آورد.

عضو هیات علمی دانشگاه علم و صنعت درخصوص میزان تاثیر ساز و کار حمایت از تبادلات تجاری ایران و اروپا موسوم به اینستکس بر صنعت خودرو کشور گفت: به دو نحو می‌توان به این مساله نگریست؛ اگر به شکل بلندمدت به این موضوع نگاه شود نباید متکی به اینستکس یا برجام بود.

وی افزود: اینستکس، برجام و همه اینها حتی اگر فرآیندهای بسیار خوبی باشند – گرچه می‌توان ایرادات زیادی به آن گرفت- آخرین آفت آنها این است که باعث وابستگی کشور شده و موجب می‌شوند که صنعت خودرو به شکل متکی به خود و مستقل پرورش نیابد.

مولایی‌منش افزود: واقعیت این است که اروپایی‌ها نیز به دنبال منافع خود بوده و طبیعتا در ساز و کار جدید مالی نیز که در حال شکل‌گیری است خیلی نمی‌توانند به ما کمک کنند. ما باید همواره متوجه این موضوع باشیم که آنها پیگیر منافع خود هستند نه منافع ما، لذا اینستکس شاید در کوتاه‌مدت کمکی برای ما و صنعت خودرو باشد ولی در بلندمدت دلخوش کردن حتی به بالاتر از اینستکس نیز نمی‌تواند کمکی برای صنعت خودرو باشد.

احتمال ورود مجدد شورای رقابت به قیمت‌گذاری خودرو

این روزها و در جریان آشفته‌بازار خودرو، ظاهراً رایزنی‌هایی برای ورود مجدد شورای رقابت به عنوان مرجع قیمت‌گذاری خودرو در حال انجام است.

سال گذشته بود که براساس مصوبه هیأت هماهنگی سران سه قوا قرار بر این شد تا سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان به عنوان تنها مرجع کارشناسی قیمت در کشور تعیین شده و بر همین اساس تمامی مراجع قانونگذاری و تعیین قیمت مکلف شدند نظرات کارشناسی آن را مدنظر قرار دهند.

در همین راستا عملکرد شورای رقابت که تا آن زمان مرجع تعیین فرمول و تعیین تغییرات قیمت خودروهای داخلی زیر ۴۵ میلیون تومان بود نیز تحت‌الشعاع قرار گرفت و قرار شد تا شورا فقط در چارچوب قیمت‌گذاری خودروهای داخلی و البته خودروهایی که در بازار آنها انحصاری شده عمل کرده و نظر خود را به ستاد تنظیم بازار اعلام کند ولی میزان افزایش و قیمت نهایی هر خودرو با مجوز این ستاد در سازمان حمایت مشخص و به خودروسازان ابلاغ شود.

اما این روزها که بازار خودرو دچار آشفتگی بسیاری شده و تعیین قیمت‌ها بی‌ضابطه و خارج از چارچوب مشخصی در حال انجام و بازار با افزایش شدید و گاهاً غیرمنطقی مواجه است، بحث ورود شورای رقابت به قیمت‌گذاری و نظارت بر آن مطرح است.

اینکه وضعیت شورای رقابت برای ورود به بازار خودرو چگونه خواهد، موضوعی است که پرس و جوی آن از برخی از اعضای شورا با این توضیح همراه بود که گرچه طی مصوبه، مرجع قیمت‌گذاری و ابلاغ خودرو، شورای رقابت نیست و به نهاد دیگری واگذار شده اما این شورا همچنان معتقد است از فرآیند قیمت‌گذاری کنار نرفته است.

این در حالی است که گفته می‌شود شورا در حال نامه‌نگاری و رایزنی‌های با مراجع ذی‌ربط برای بازگشت مجدد به بازار خودرو و ورود مستقیم به تعیین فرمول و قیمت‌گذاری خودرو است و اگر بار دیگر به این شرایط برگردد به طور حتم برای نظارت بر قیمت تمامی خودروهای داخلی و وارداتی که بازار آنها انحصاری تشخیص داده شده ورود خواهد کرد.

در این رابطه باید گفت شورای رقابت از اوایل دهه ۹۰ به عنوان مرجع قیمت‌گذاری خودروهای داخلی انتخاب و در ابتدا تقریباً تعیین قیمت تمام محصولات خودروسازان را برعهده داشت، اما به تدریج از حجم فعالیت آن برای قیمت‌گذاری کاسته شد و تنها به تعیین قیمت خودروهای داخلی بالای ۴۵ میلیون تومان که بازار انحصاری داشتند محدود شد، به عبارتی می‌توان گفت شورا در قیمت‌گذاری خودروهای بالای ۴۵ میلیون تومان دخالتی نداشت.

این در حالی بود که در زمان فعالیت شورای رقابت برای قیمت‌گذاری خودرو با اینکه تقریباً هیچ‌گاه رأی به کاهش قیمت خودروها نداد، ولی بارها انتقاداتی از سوی خودروسازان و البته وزارت صمت مطرح بود و حتی خودروسازان معتقد بودند قیمت‌گذاری‌های شورای رقابت موجب سرکوب بازار آنها شده است.

از سوی دیگر در سال‌های قبل وزارت صمت نظراتی برای حذف شورای رقابت از قیمت‌گذاری خودرو داشت و تاکید بر این بود که بازار خودرو انحصاری نیست که شورا به آن ورود کند با این وجود شورای رقابت معتقد بود که بیش از ۹۰درصد بازار در دست دو خودروساز است و این به معنای انحصار می‌تواند باشد و باید بر آن نظارت کند.

در مجموع با افزایش قیمت خودرو دیگر خودروی زیر ۴۵ میلیونی تومانی وجود نداشت که شورای رقابت در قیمت‌گذاری آن دخالتی داشته باشد و در این حالت به صورت خودکار شورا حذف می‌شد با این وجود گفته‌های برخی از اعضای شورا حکایت دارد که ۴۵ میلیون تومان فقط یک ملاک بود و می‌تواند با توجه به شرایط تغییر کند و گستره دخالت شورای رقابت در قیمت‌گذاری به نحوی دیگر تغییر کند.

اخبار

اخذ عوارض زوج و فرد اشتباه است

رئیس پلیس راهنمایی و رانندگی نیروی انتظامی جزییات شکایت پلیس راهور از شهرداری تهران درخصوص اخذ عوارض علاوه بر جریمه به دلیل تردد غیرمجاز در محدوده زوج و فرد را تشریح کرد.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از ایسنا، سردار سید کمال هادیانفر درباره سرانجام شکایت پلیس راهور از شهرداری تهران در مورد اخذ عوارض زوج و فرد از خودروها در این محدوده گفت: واقعیت ماجرا این است که پلیس راهور برای مدیریت ترافیک و کمک به مردم شکایت را به دیوان فرستاده است تا در آنجا تصمیم نهایی در این خصوص اتخاذ شود.

وی با بیان اینکه تصمیمی که در شورای شهر تهران و معاونت حمل و نقل در مورد اخذ عوارض در محدوده زوج و فرد گرفته شده خلاف قانون است، گفت: هم فرمانداری تهران این تصمیم را نقض کرده و هم با قانون مغایرت دارد.

رئیس پلیس راهور ناجا با تشریح دلایل اجرای طرح زوج و فرد گفت: با افزایش آلودگی هوا بعد از اجرای طرح ترافیک مقرر شد یک طرح موقت و نه دائم در ۵درصد از شهر اجرا شود که اگر آلودگی بالای صد پی‌پی‌ام رسید طرح اجرا شود که با افزایش آلودگی هوا، طرح زوج و فرد هم اجرا شد.

وی با تاکید بر اینکه گرفتن عوارض در طرح پیش‌بینی نشده است، گفت: در مصوبه اخیر شورای شهر تهران در مورد اخذ عوارض نیز محدوده به محدوده‌ها تبدیل شده است.

هادیانفر ادامه داد: ما بحث‌مان این است که طرح زوج و فرد برای کاهش آلودگی هوا خوب است و موافق آن هستیم چراکه ۲میلیون وسیله نقلیه در تهران شده ۴میلیون وسیله و معابر تهران گنجایش این تعداد وسیله نقلیه را ندارد، اما زوج و فرد با هدف کسب درآمد ایجاد نشده و تو این شرایط اقتصادی مردم، ما مخالف اخذ عوارض هستیم.

رئیس پلیس راهور ناجا درباره طرح جدید شهرداری در مورد زوج و فرد که بناست از ابتدای تیرماه اجرا شود، گفت: معاونت حمل و نقل شهرداری تهران قرار شد طرحی را تهیه کند و ابتدا بیایند در ناجا و بررسی کنیم که آیا طرح جدید به مدیریت ترافیک کمک می‌کند و به‌صلاح مردم است یا خیر.

هادیانفر با تاکید بر اینکه شکایت ما از شهرداری تهران پابرجاست، درباره اینکه چرا همان پارسال پلیس در مورد اخذ عوارض شکایت نکرد تا مردم عوارضی پرداخت نکنند، گفت: نامه و شکایت پلیس راهور مربوط به سال قبل است و مربوط به الان نیست و امیدوار بودیم که قبل از رسیدگی دیوان، شهرداری آن را اصلاح کند.

به گفته هادیانفر، مسیر شهرداری در اخذ عوارض زوج و فرد از مردم اشتباه است و نباید به مردم فشار مالی بیاید.

واردات خودرو در سال۹۸ آزاد نخواهد شد

از نظر وزارت صمت ۵هزار خودرو در گمرک مشکلی برای ترخیص ندارد

مدیرکل دفتر مقررات صادرات و واردات تاکید کرد به هیچ عنوان واردات خودرو در سال ۹۸ در دستور کار قرار ندارد.

سید مهدی نیازی در گفت‌وگو با خبرنگار اقتصاد آنلاین، با بیان اینکه آزادسازی خودروهای دپوشده طبق مصوبه هیات وزیران در حال انجام است، اظهار کرد: تا الان هیچ مصوبه جدیدی به ما ابلاغ نشده است.

مدیرکل دفتر مقررات صادرات و واردات درباره پروسه آزادسازی این خودروها از گمرک توضیح داد: خودروهایی که در گمرک دارای قبض انبار هستند دو گروهند یا ثبت سفارش بانکی داشته و یا ثبت سفارش بدون انتقال ارز داشته‌اند؛ آنهایی که بدون انتقال ارز هستند باید قبض انبار ۵/۱۶ به قبل داشته باشند تا خودروهای‌شان با ثبت سفارش جدید ترخیص شود و آنهایی که ثبت سفارش بانکی داشته‌اند، اگر تا تاریخ ۱۰/۱۶ قبض انبار داشته باشند، ثبت سفارش آنها تمدید و خودرو آنها ترخیص می‌شود که البته این فرآیند شامل چند مرحله است.

نیازی اضافه کرد: بعد از درخواست متقاضی، دفتر خودرو و نیرو محرکه وزارت صنعت، معدن و تجارت ضوابط فنی خودروها را بررسی می‌کند، اگر متقاضی غیرنمایندگی باشد، سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان آن را چک می‌کند و بعد از این دو مرحله، ثبت سفارش تاییدشده وارد پروسه بانکی برای اظهار منشأ، پرداخت مابه‌التفاوت تا سقف سنا (برای ثبت سفارش‌های بانکی) و سایر مراحل مرتبط با بانک می‌شود.

نیازی ادامه داد: در مرحله بعد متقاضی با اظهار به گمرک مراحل تشریفات گمرکی را طی می‌کند و در مرحله آخر قبل از ترخیص تاییدیه سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان برای بررسی قرارداد واردکننده با خریدار انجام در صورت تایید سازمان مذکور، خودرو از گمرک ترخیص می‌شود.

به گفته نیازی، بیش از ۵ هزار خودرو تاکنون ثبت سفارش شده‌اند که در مراحل مختلف این پروسه قرار دارند و از نظر وزارت صنعت مشکلی برای ترخیص ندارند.

همچنین نیازی در خاتمه تاکید کرد به هیچ عنوان برنامه‌ای برای واردات خودرو در دستور کار نیست و واردات خودرو کماکان ممنوع است.

تشکیل کانون خیران کارآفرین در خراسان جنوبی

حاجی عبدالوهاب، مشـاور معاون اشـتغال و خودکفایی کمیته امداد کشـور در سفر به خراسان جنوبی و در نشست با اعضای کارگروه اشـتغال خراسـان جنوبی با اشاره به شرایط اقتصادی حاکم در کشـور، درخصوص اجرایی‌شدن کانون خیران کارآفرین گفت: این کانون در چارچوب نظام جذب خیران و کارآفرین طراحی شده است و کارآفرینان به عنوان نخبگان حوزه کسب و کار در محوریت فعالیت‌های کانون قرار خواهند داشت. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، وی افزود: تاکنون کانون خیران کارآفرین و اشتغال در چند استان اجرایی و موجب افزایش هم‌افزایی در بین کارآفرینان خیر و فعال در اسـتان‌ها شـده اسـت و برکات و نتایج ارزشمند آن در حوزه کسب و کار و فعالیت‌های اقتصادی نصیب دو دهک پایین جامعه خواهد شد.

حاجی عبدالوهاب، با اشاره به نحوه فعالیت کانون خیران کارآفرین اشتغال گفت: شناسایی کارآفرینان واقعی به خصوص کسانی که در شرایط بد اقتصادی همچنان بنگاه‌های اقتصادی خود را فعال نگه داشتند، گام نخست در اجرا و پیاده‌سازی این مدل است.

مشـاور معاون اشـتغال کمیته امداد کشور با تأکید بر اینکه نظام آموزشی ما مبتنی بر نیازهای توسعه‌ای ملی، منطقه‌ای و محلی شکل نگرفته اسـت، افزود: وجود انبوه فارغ‌التحصیلان بیکار یکی از معضلات جامعه کنونی اسـت که با گذشت زمان نه‌تنها از جمعیت بیکاران کاسته نشده بلکه بر تعداد آنها افزوده می‌شود.

دریچـــه

۵ گام استراتژیک برای توسعه اکوسیستم کارآفرینی

مترجم: نازنین توکلی
کارشناس ارشد مدیریت صنعتی

اکوسیستم کارآفرینی جامعه خود را چگونه ارزیابی می‌کنید؟ چگونه می‌توان زیرسـاختی مناسـب برای کارآفرینان فراهم کرد؟ دولت‌ها تا چه اندازه برای ایجاد و حمایت از کارآفرینی تلاش می‌کنند؟

با همکاری و تشریک مساعی در راستای ایجاد زیرساخت‌ها، می‌توان شـاهد ظهور اکوسیسـتم‌های کارآفرینی در جوامـع مختلف بود، اما چگونه این هدف تحقق می‌یابد؟

۵ گام راهبردی برای ایجاد و توسعه اکوسیستم کارآفرینی عبارتند از:

۱-منابع کارآفرینی را در جامعه شناسـایی کنید و آنها را در معرض دید قرار دهید

۲-منابع را از طریق یک هاب مرکزی به هم وصل و مرتبط کنید.

۳-اکوسیستم کارآفرینی را توانمند کنید کافی است با کمک‌گرفتن از افراد، توجه به محیط و تشـریک مسـاعی شکاف‌های اکوسیستم را پر کنید.

۴-در هر مرحله از توسـعه اکوسیسـتم، میزان تاثیر اقدامات‌تان را اندازه‌گیری کنید.

این مراحل به شـما کمک می‌کند زیرساخت‌هایی برای کارآفرینان و فعالیت‌های آنها فراهم کنید. شـاید در نگاه اول ساده به نظر برسند، اما پشت‌سـر گذاشتن این مراحل نیاز به تلاش جامع در همه برنامه‌ها و مرزها، همچنین همت و تلاش شمار زیادی از افراد جامعه دارد.

مرحله ۱: شناسایی

هنـگام شناسـایی منابع، احتمالا هر بخـش از جامعه دید متفاوتی نسـبت به سیسـتم دارد. سـرمایه‌گذاران ممکن اسـت بگویند منابع بلااستفاده باقی ماندند، در حالی که کارآفرینان بگویند منابع از دست رفته و یا به نوعی مفقود شـدند. واقعیت این است که برای هر جامعه ای منابعی وجود دارد. مهم نیست این جوامع چقدر بزرگ یا کوچکند. همیشـه فرصت‌هایی وجود دارد که ممکن اسـت شما از آنها بی‌خبر باشید.

مرحله ۲: ارتباط

طرح توسـعه ارتباطات میان اعضای جوامع در سخن، ساده به نظر می‌رسـد، اما بسیار حائز اهمیت است. باید شبکه ایجاد کنید نه اینکه صرفا به ساختن یک دایرکتوری بسنده کنید، چرا که شبکه‌ها زنده‌اند و نفس می‌کشند. آنها به جوامع کمک می‌کنند تا علاوه بر شکاف‌های موجود شرکا و هم‌دستان بالقوه را نیز ببینند.

مرحله ۳: توانمندسازی

هنگامی که یک شبکه ایجاد می‌شود، توانمندسازی از طریق تعامل و همـکاری اتفاق می‌افتد و به شـبکه اجازه می‌دهـد تا تصمیمات را مبتنـی بر داده‌هـا اتخاذ کند، شـکاف‌ها را پر کند، سـرمایه‌ها را در راستای تقویت زیرساخت‌ها هدایت کند و کپی‌برداری را کاهش دهد. در نهایت هم این پیام را در جامعه گسـترش دهد که همواره منابعی برای بهره‌برداری وجود دارد و اکوسیستم در حال رشد و توسعه است.

مرحله ۴: سنجش و ارزیابی

چگونه می‌توان متوجه شـد که این مراحل انجام شده است؟ کافی است موارد حائز اهمیت را اندازه‌گیری کنید. معیار اندازه‌گیری توسعه اقتصادی «شـغل» است. طرح‌ها و برنامه‌های فردی می‌توانند این کار را انجـام دهند، اما اگر درباره کل جامعه صحبت می‌کنید، خوب کمی سخت‌تر است. احتمالا معیارهای اولیه بیشتر مربوط به شبکه باشند.

این معیارها عبارتند از:

- بازدید از وب
- تلفن‌های خط مستقیم شبکه
- وجود تقویم رویدادها
- نتایج نظرسنجی
- ترافیک رسانه‌های اجتماعی
- رشد مخاطبان

بنابراین وقتی شـبکه‌ها پیچیده‌تر می‌شوند، شما به سوی معیارهای بیشتری از جمله میزان دسترسـی به سرمایه، خطوط نوآوری، منابع جمعیت‌شـناختی و برقـراری ارتبـاط میان منابع حرکـت می‌کنید، بنابراین کشـف کنید که چه معیاری برای جامعه شـما حائز اهمیت است، سپس آن را اندازه‌گیری کنید.

این نکته را به خاطر داشـته باشید؛ سـاخت اکوسیستم کارآفرینی هرگز کار یک نفر نیسـت حتـی اگر کل هفته‌هـا و ماه‌های کاری را به‌صورت تمام‌وقت کار کند. این درحالی اسـت که بعضی افراد ممکن اسـت به سختی بتوانند حتی یک سـاعت در هفته برای پشتیبانی از این مراحل وقت بگذارند، اما با این تقویم‌های شلوغ چگونه می‌توان به سمت ایجاد یک اکوسیستم کارآفرینی حرکت کرد؟!

وظایف کوچک را به لیست کارهای‌تان اضافه کنید

اگر لازم است، فرآیند راه‌اندازی استارتاپ‌تان را با دیگران به اشتراک بگذاریـد، هر کارآفرین را به یک مشـتری یا مربـی معرفی کنید، در جلسـات مرتبط شـرکت کنید یا از کارآفرینان از طریق رسـانه‌های اجتماعی‌تان تجلیل کنید.

برای انجام هر یک از این وظایف کوچک تنها کافی است به تعهدات زمانی کوتاه‌مدت پایبند باشـید، هـر کدام از اینها می‌تواند کمک کند جامعه کارآفرین‌تان به مکانی جدید و پربار برای همه تبدیل شود.

منبع: joinsourcelink/modirinfo

اریک اشمیت بعد از ۱۸ سال هیات مدیره آلفابت را ترک می‌کند

اریک اشـمیت بعد از ۱۸ سـال حضـور در هیات مدیـره آلفابت را ترک می‌کند. تـرک هیات مدیره آلفابت یکسـال بعد از آن اتفاق می‌افتد که اشـمیت از سـمت خود به عنوان رئیس هیات مدیره آلفابت نیز کناره‌گیری کرد.

به گزارش دیجیاتو، اما اسـتعفای وی از سـمت ریاسـت هیات مدیره آلفابت نیز ریشـه در اختلافات داخلی این شـرکت داشـت کـه به خاطر حضـور آن در برنامه‌های نظامی آمریـکا، مراوداتش با چین و سرپوش‌گذاشتن این شرکت بر سوءرفتارهای جنسی برخی کارکنان به وجود آمده بود.

اشمیت در مدت حضور خود در گوگل نقشی کلیدی را ایفا کرد. او در سال ۲۰۰۱ میلادی و در حالی که مدیرعامل گوگل بود به هیات مدیره آلفابت راه پیدا کرد تا از تخصص خود برای بهبود آنچه لری پیج و سـرگئی برین (موسسان گوگل) سـاخته بودند کمک بگیرد. در سال ۲۰۱۱ میلادی اشمیت از سمت مدیرعاملی گوگل استعفا کرد و بر کرسی ریاست هیات مدیره آلفابت تکیه زد. در ابتدای سال ۲۰۱۸ او از آن سمت هم کناره‌گیری کرد و به یکی از اعضای معمولی هیات مدیره بدل شد.

روز گذشـته نیز آلفابت در بیانیه‌ای خبری اعلام کرد که اشـمیت بعد از تمام‌شدن دوره حضورش در هیـات مدیره در تاریخ ۱۹ ژوئن دیگـر تمایلی به انتخاب مجدد ندارد و از آن زمان به بعد به عنوان یک مشاور فنی با شرکت همکاری خواهد داشت (نقشی که از یک سال پیش برعهده گرفت).

اشـمیت اما در این رابطه گفته که از سـمت خود کناره‌گیری می‌کند تا راه برای حضور نسـل بعدی استعدادها در عرصه باز شود. او گفته در ادامه بیشتر یاد می‌گیرد و وقتش را در سازمان بشردوستانه‌اش (Schmidt Futures) صـرف می‌کنـد و در نقش تازه‌اش به عنوان مشـاور فنی در کسـب و کارها و تکنولوژی‌های گوگل و آلفابت مربیگری خواهد کرد.

البته که این مدیر کهنه‌کار نقشـی کلیدی را در رسـیدن گوگل به جایگاه امـروزی‌اش ایفا کرده، اما حضورش در این شـرکت در ماه‌های اخیر چندان خوشـایند برخی نبود. شـش ماه پیش بود که گوگل بعد از گزارش نیویورک تایمز در مورد سوءرفتارهای جنسی درون شرکت زیر ذره‌بین قرار گرفت. در آن گزارش ذکر شـده بود که این کمپانی ۱۵۰ میلیون دلار را در بحبوحه خبرهای سـوءرفتار جنسی اندی رابین خالق اندروید به وی پرداخت کرده. بعدها نام اشـمیت در پرونده شـکایتی رویت شد که به خاطر سرپوش‌گذاشتن بر سوءرفتارهای جنسی در دادگاه به جریان افتاده بود.

شرکت شهرکهای صنعتی چهارمحال و بختیاری

آگهی مناقصه

نوبت دوم

شـرکت شـهرکهای صنعتـی چهارمحـال و بختیـاری در نظـر دارد به اسـتناد قوانین و مقـررات معاملات دولتـی، مناقصه های عمومی مطابق شـرایط زیـر را با بهره گیری از سـامانه تـدارکات الکترونیکی دولـت برگزار نماید. کلیـه مراحل برگـزاری مناقصه از دریافـت اسـناد تـا ارائـه پیشـنهاد مناقصـه گران و بازگشـایی پاکت ها از طریق درگاه سـامانه تدارکات الکترونیکی دولت (سـتاد) بـه آدرس http://www.setadiran.ir انجام خواهد شـد و لازم اسـت مناقصـه گران در صورت عـدم عضویت قبلی،مراحل ثبت نـام در سـایت مذکـور و دریافـت گواهـی امضای الکترونیکی را جهت شـرکت در مناقصه محقق سـازند. تاریخ انتشـار مناقصه در سـامانه تاریخ ۱۳۹۸/۰۲/۱۴ می باشـد.

مناقصه

نام پروژه	محل اجرا	نوع فراخوان	مبلغ برآورد اولیه (ریال)	آخرین مهلت دریافت اسناد از سایت		آخرین مهلت ارائه پیشنهاد		زمان بازگشایی		محل تأمین اعتبار	رشته مورد نیاز	مبلغ تضمین (میلیون ریال)
				ساعت	تاریخ	ساعت	تاریخ	ساعت	تاریخ			
تهیه مصالح و اجرای زیرسازی، روسازی و جدول گذاری مجتمع های کارگاهی و اجرای پل روگذر لوله گاز در فازهای ۱و۳ شهرک صنعتی شهرکرد	شهرک صنعتی شهرکرد	مناقصه عمومی یک مرحله ای	۱۷/۴۷۸/۹۴۳/۲۷۴	۱۴	۱۳۹۸/۰۲/۱۸	۱۴	۱۳۹۸/۰۲/۲۸	۸:۳۰	۱۳۹۸/۰۲/۲۹	داخلی (جاری) و عمرانی استانی	راه و ترابری (سازمان مدیریت) و ایمنی (صادره از ادارات کار)	۹۰۰
نگهداری،مراقبت از تأسیسات و واگذاری امور جاری شهرک های صنعتی سطح استان چهارمحال و بختیاری	شهرکهای صنعتی استان	مناقصه عمومی یک مرحله ای	۷/۷۶۳/۰۰۰/۰۰۰	۱۴	۱۳۹۸/۰۲/۱۸	۱۴	۱۳۹۸/۰۲/۲۸	۸:۳۰	۱۳۹۸/۰۲/۲۹	داخلی (جاری)	باغبانی ، امور تاسیسات،تعمیر و نگهداری و ارائه گواهی تایید صلاحیت ایمنی صادره از سوی ادارت تعاون ،کار و رفاه اجتماعی	۴۰۰
تهیه مصالح و اجرای شبکه برق فشار متوسط و روشنایی شهرک صنعتی شهرکرد و دستگرد- تجدید شده	شهرک صنعتی شهرکرد و دستگرد	مناقصه عمومی یک مرحله ای	۵/۶۵۴/۱۴۵/۵۷۰	۱۴	۱۳۹۸/۰۲/۱۸	۱۴	۱۳۹۸/۰۲/۲۸	۸:۳۰	۱۳۹۸/۰۲/۲۹	داخلی (جاری) و عمرانی استانی	نیرو (سازمان مدیریت) و ایمنی (صادره از ادارات کار)	۴۳۰
تهیه مصالح و ایجاد فضای سبز، تمیزکاری و خاکریزی در شهرکهای صنعتی استان	شهرکهای صنعتی استان	مناقصه عمومی یک مرحله ای	۱۱/۷۶۲/۳۵۶/۸۵۰	۱۴	۱۳۹۸/۰۲/۱۸	۱۴	۱۳۹۸/۰۲/۲۸	۸:۳۰	۱۳۹۸/۰۲/۲۹	داخلی (جاری) و عمرانی استانی	کشاورزی(سازمان مدیریت) یا باغبانی (صادره از ادارات کار) و ایمنی (صادره از ادارات کار)	۶۰۰
تهیه مصالح و اجرای عملیات خاکی و جدول گذاری معابر شهرک صنعتی ناغان	شهرک صنعتی ناغان	مناقصه عمومی یک مرحله ای	۳/۱۸۹/۱۷۸/۶۴۳	۱۴	۱۳۹۸/۰۲/۱۸	۱۴	۱۳۹۸/۰۲/۲۸	۸:۳۰	۱۳۹۸/۰۲/۲۹	داخلی (جاری) و عمرانی استانی	راه و ترابری (سازمان مدیریت) و ایمنی (صادره از ادارات کار)	۱۶۰

روابط عمومی شرکت شهرکهای صنعتی چهارمحال و بختیاری

شناسه آگهی : ۴۵۲۰۴۵

۲۰۰

ورود سرمایه‌گذاران جسور به حوزه فضایی کشور

رئیس سازمان فضایی ایران با اشاره به بازدیدی که از محصولات فناورانه حوزه فضایی دانشگاه علم و صنعت داشت، در اینستاگرام نوشت: جوانان مهم‌ترین سرمایه کشور هستند و براساس تأکیدات مقام معظم رهبری، لازم است تا بستر مناسب برای حضور جوانان خلاق در عرصه‌های فناوری و اقتصادی حوزه فضایی را در ورود به گام دوم انقلاب و تحقق آرمان‌های آن مهیا کنیم.

به گزارش مهر، مرتضی براری گفت: امروز در تمام ارکان حوزه فضایی، چه در بالادست و چه در پایین‌دست، جوانان متخصص و خلاق کشور خوش درخشیده‌اند و دستاوردهای ممتازی را برای کشور به ارمغان آورده‌اند. وی خاطرنشان کرد: در مراسم بزرگداشت دستاوردهای دانشکده فناوری‌های نوین دانشگاه علم و صنعت، از ۳۰ محصول فناورانه در حوزه‌های فضایی، نانو، انرژی، محیط زیست و بیوتکنولوژی که حاصل مشارکت جوانان باانگیزه و خلاق این دانشکده طی پنج سال اخیر است، بازدید کردم.

براری افزود: در این مراسم پیشنهاد شد تا با مشارکت و تعامل با بنگاه‌های اقتصادی و ورود سرمایه‌گذاران جسور به حوزه فضایی، بتوانیم بسترساز توسعه کسب و کارها در حوزه طراحی و ساخت ماهواره‌های عملیاتی و منظومه‌های ماهواره‌ای باشیم و روند تجاری‌سازی محصولات فناورانه و تثبیت صنعت فضایی را با شتاب بیشتر طی کنیم.

یادداشت

چگونه فرهنگ کاری مناسب بسازیم؟

در میان بسیاری از فاکتورهای مهم برای اداره یک شرکت موفق، فرهنگ مثبت و سالم در محل کار، بسیار اهمیت دارد که در آن بهره‌وری، استعداد، مهارت و روحیه پرورش پیدا می‌کند. در کسب و کارها، ایجاد سیستم ارزشمندی که مأموریت شرکت و چگونگی رسیدن به آن را نشان دهد بسیار مهم است. علاوه بر این، فرهنگ کاری مناسب، چگونگی انجام کارها، نحوه تعامل کارکنان با یکدیگر و مسیر هدایت شرکت را مشخص می‌کند، بنابراین یک فرهنگ سازمانی سالم دارای تأثیرات بلندمدت است که توسط پرورش افراد و ارزش‌های خوب می‌توان به آن دست یافت.

اگر می‌خواهید محیط کارتان را به موفقیت برسانید، باید فضای کاری خود را به عنوان یک عامل برای عملکرد مشاهده کنید، نه اینکه فقط از نظر هزینه به آن نگاه کنید. شناخت فضای کاری به عنوان راهی برای افزایش بهره‌وری فرهنگ سازمانی شما را تعریف می‌کند. هنگامی که این فرهنگ را با اهداف خود در هم می‌آمیزید، تفاوت قابل ملاحظه‌ای ایجاد خواهد شد. با ما همراه باشید تا چند نکته برای ساخت شرایط مناسب و فرهنگ درست در محل کار را معرفی کنیم.

شفافیت را تشویق کرده و انتظارات واقع‌بینانه تعیین کنید

شفافیت در محل کار فضای اعتماد و صداقت بین رهبران و کارکنان آنها را ایجاد می‌کند. اگر محل کار فاقد شفافیت باشد، به محیطی سمی تبدیل خواهد شد. اگر با الگویی مناسب رهبری کرده و سعی کنید در موقعیت‌های مختلف منصفانه و شفاف باشید، کارکنان شما به طور دائمی از این رفتارتان پیروی می‌کنند. توانایی شما برای نشان‌دادن آنچه که شرکت عنوان می‌کند، یک راه عالی برای ساخت فرهنگی است که در ذهن دارید. شما باید چشم‌اندازی از آنچه می‌خواهید به آن دست یابید را به همراه نگرش‌ها و رفتارهایی که برای شرکت شما اهمیت دارد بیان کنید. از آنجاکه تیم شما ممکن است به طور غریزی این موضوع را درک نکند، سعی کنید صریحاً انتظارات خود را شرح دهید و از هر انحرافی جلوگیری کنید.

افرادی مناسب که به فرهنگ شما می‌خورند انتخاب کنید

کارمندان متعهد دارایی‌های هر سازمان هستند. تحقیقات مشارکت کارکنان نشان می‌دهد که شرکت‌هایی که کارکنان‌شان مشارکت کمی دارند از کاهش ۳۲درصدی درآمد عملیاتی رنج می‌برند. احساس شور و اشتیاق کارکنان خود را تقویت کنید. در حقیقت، انگیزه کارکنان در فرهنگ شرکت نهفته است، بنابراین در طول فرآیند استخدام باید افرادی را انتخاب کنید که ارزش‌های‌شان با شما سازگار است. در این موقعیت، پرسیدن سؤالات درست می‌تواند برای شما بسیار مفید باشد. به عنوان مثال، در مورد کار خود چه چیزی را دوست دارید؟ چه چیزی به شما الهام می‌دهد؟ اجازه ندهید که سازمان شما توسط افراد خاصی به عنوان پله‌ای برای رشد شخصی خود استفاده شود؛ با این حال، حتی اگر چنین اتفاقی افتاد، فقط مطمئن شوید که این کارکنان ارزش قابل توجهی برای سازمان شما ایجاد می‌کنند.

ارتباط کلید است

ارتباطات مؤثر یک ابزار ضروری برای ایجاد محیطی است که به افراد انگیزه می‌دهد و پیشنهادات و انتقادات را تشویق می‌کند. این کار باعث مشارکت کارمندان می‌شود و به آنها امکان می‌دهد نوآور باشند، همکاری کنند و به فردی کارآمد تبدیل شوند. علاوه بر این، ارتباط شخصی شما با کارکنان باعث افزایش اعتماد به نفس و عزت نفس آنها خواهد شد. اگر به طور منظم با آنها جلسه برگزار کرده و در مورد مسائل صحبت کنید و مشکلات و موانع را از بین ببرید، به احتمال زیاد به کارمندان بهتری تبدیل خواهند شد. هنگامی که این سطح از ارتباطات و فرهنگ در هر سازمانی غالب می‌شود، موفقیت و الهام‌بخشی آن شرکت افزایش چشم‌گیری می‌یابد. به عنوان یک رهبر، ارتباطات و صداقت شما هرگز نباید کاهش یابند.

تلاش‌های ارزشمند را بشناسید و به آنها پاداش دهید

قدردانی و شناخت تلاش‌های کارکنان برای‌شان بسیار مهم است. اهمیت دارد که بیشتر اقداماتی که برای شرکت شما سودمند است را تشویق کنید. افرادی که فکر می‌کنند ارزشمند هستند در مورد خود حس مثبت دارند و توانایی آنها برای کمک کردن تقویت می‌شود. علاوه بر این، یک فرهنگ شناختی غنی درصد میزان حفظ کارمند بیشتری دارد. بنابراین برای جلب توجه کارمندان خود چه کاری می‌توانید انجام دهید؟ آنها هر از گاهی نیاز به تنوع و جشن دارند. شما می‌توانید یک مهمانی خوب برای آنها برگزار کنید و کارت‌های هدیه به آنها بدهید. این شناسایی تلاش کارکنان پیامی بسیار قدرتمند برای آنها می‌فرستد بنابراین، یک روش ارتباط قوی است.

به کارکنان خود بگویید که آنها یک تیم هستند، نه یک دسته از افراد

قدرت کار در یک تیم آنچنان قوی است که حتی کارهای ظاهراً غیرممکن قابل اجرا به نظر می‌رسد. کار گروهی اساساً باعث حس اتحاد، شور و شوق برای منافع مشترک و تعهد به انجام بهتر می‌شود. شما باید این سیستم ارزش را در کارکنان خود ایجاد کنید که کار تیمی برای موفقیت شرکت حیاتی است. آنها باید یاد بگیرند که تنها کار کردن در حالی که بخشی از یک پروژه مشترک هستند، اساساً توانایی‌شان برای کمک و یادگیری را محدود می‌کند. به کارکنان خود بگویید در همه پروژه‌های مرتبط با کار با هم دیگر کار کنند و در صورت لزوم به یکدیگر کمک کنند. یک مقایسه ساده از فوتبال قدرت کار تیمی را نشان می‌دهد. قبل از به ثمر رسیدن گل، در میان بازیکنان تیم، یک سری از پاس‌ها و کک‌ها وجود دارد و همدیگر را تشویق می‌کنند. بنابراین، کار گروهی، کارآمدترین راه برای انجام کارهاست.

نتیجه‌گیری

یک فرهنگ سازمانی سالم، پایه‌ای برای ادغام دانش، باور و رفتار انسانی است که نسل‌های بعد را پرورش می‌دهد. داشتن یک فرهنگ مثبت در شرکت راهی برای این است که اطمینان حاصل کنید همه در مورد انتظارات شرکت ایده‌ای مشترک دارند.

منبع: Lifedev/ucan

وزارت نیرو
شرکت مدیریت منابع آب ایران
شرکت آب منطقه ای لرستان

آگهی تودیع

با توجه به اینکه علیرغم انجام تشریفات قانونی مربوط به تملک اراضی و املاک واقع در **طرح سد ایوشان** تاکنون انجام معامله **قطعی** ممکن نگردیده است، لذا باستناد ماده ۸ لایحه قانونی نحوه خرید و تملک اراضی و املاک برای اجرای برنامه های عمومی، عمرانی و نظامی دولت مصوب ۱۳۵۸/۱۱/۱۷ شورای انقلاب اسلامی ایران به مالکین و صاحبان حقوق واقع در محدوده تملک طرح مذکور اعلام می گردد **ظرف مدت ۳۰ روز از تاریخ انتشار این آگهی** با در دست داشتن اسناد مثبته به دفتر حقوقی شرکت آب منطقه ای لرستان واقع در بلوار ولیعصر (عج) جهت هماهنگی انجام سایر تشریفات قانونی مراجعه نمایند. در غیر اینصورت ارزش تقویمی ملک که طبق نظر هیات کارشناسی تعیین شده است به صندوق ثبت محل تودیع و تشریفات قانونی لازم در خصوص تملک و تصرف ملک مورد اجرا گذاشته خواهد شد.

روابط عمومی شرکت آب منطقه ای لرستان

۲۰۶

شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی ایران – منطقه ساری

فراخوان تجدید مناقصه عمومی یک مرحله ای با ارزیابی کیفی

نوبت دوم

مناقصه گزار: شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی ایران/منطقه ساری
موضوع مناقصه: واگذاری حجمی انبار نفت ساری، تاسیسات گاز مایع نکا و سوختگیری هواپیمایی ساری
تاریخ، مهلت و نشانی محل دریافت و تحویل اسناد ارزیابی کیفی و اسناد مناقصه: از تاریخ انتشار دومین آگهی روزنامه (۹۸/۲/۱۴) تا تاریخ ۹۸/۲/۲۸ و قابل برداشت از سایتهای http://iets.mporg.ir و http://monaghese.niopdc.ir می باشد و تحویل پاکات تضمین (الف)، اسناد و مدارک مناقصه (ب)، پیشنهاد قیمت (ج) و پاکت استعلام ارزیابی کیفی و HSE بصورت لاک و مهر شده در چهار پاکت جداگانه به آدرس: ساری، کیلومتر یک جاده ساری نکا، جنب انبار نفت ساری، امور حقوقی و پیمانها می باشد. تلفن: ۵-۳۳۲۸۰۰۳۰-۰۱۱ داخلی ۲۲۳۲ و ۲۳۴۱
برآورد معامله: ۹۰،۳۰۸،۲۲۴،۷۶۵ ریال
نوع و مبلغ تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار: تضمین قابل قبول یکی از تضامین معتبر در آیین نامه تضمین معاملات دولتی مصوب ۱۳۹۴/۹/۲۲ و بمبلغ ۳،۳۰۶،۱۶۴،۴۹۵ ریال می باشد. (در صورت واریز سپرده نقدی، حساب سپرده بانکی مجاز شرکت، حساب دو طرفه شماره ۹۲۰۰۰۱۵۱۷۴ با شناسه پرداخت ۱۶۱۰۰۰۰۰۰۱۷ نزد بانک ملت شعبه انقلاب ساری می باشد.)
** بدیهی است بازگشایی پاکات با حداقل دو شرکت کننده میسر خواهد بود.
تاریخ تحویل پاکات: تا ساعت ۱۶ روز شنبه مورخ ۹۸/۲/۲۸
جلسه توجیهی: جلسه توضیح و تشریح اسناد مناقصات ساعت ۹ صبح روز دوشنبه مورخ ۹۸/۲/۲۳ در محل سالن جلسات شرکت (سالن تدبیر) برگزار می گردد.
* پس از ارزیابی شرکت کنندگان توسط کمیته فنی و بازرگانی منطقه، تاریخ گشایش پاکات مناقصه متعاقبا از طریق دعوتنامه اعلام خواهد شد.
شرایط متقاضیان:
۱- ارائه تصویر گواهی صلاحیت معتبر مرتبط با موضوع مناقصه از اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی
۲- ارائه تصویر گواهی تائید صلاحیت ایمنی معتبر از اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی
۳- ارائه رتبه بندی طرح طبقه بندی مشاغل کارگری مورد تائید وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی در حرفه مورد نظر
۴- احراز حداقل امتیاز قابل قبول (امتیاز ۵۵) بر اساس معیارهای ارزیابی کیفی پیمانکاران
۵- احراز حداقل امتیاز قابل قبول (امتیاز ۶۰) بر اساس معیارهای ارزیابی توانمندی بهداشت، ایمنی و زیست محیطی (HSE)
۶- ارائه صورتهای مالی حسابرسی شده مربوط به سال ۹۶ که توسط سازمان حسابرسی یا اعضاء جامعه حسابداران رسمی انجام پذیرفته باشد.
۷- ارائه تصویر کلیه صفحات اساسنامه شرکت، تصویر آگهی ثبت شرکت بهمراه آخرین تغییرات در روزنامه رسمی، تصویر اظهارنامه ثبت شرکت، تصویر کد اقتصادی، تصویر شناسه ملی، تصویر گواهی ثبت نام در نظام مالیات بر ارزش افزوده
۸- ارائه نمونه امضاء تعهدآور از دفتر اسناد رسمی برای افراد صاحب صلاحیت شرکت بر اساس آخرین تغییرات در روزنامه رسمی
* حضور شرکتها به صورت مشارکتی و کنسرسیوم در مناقصه امکان پذیر نمی باشد.
* تمامی مستندات ارائه شده در مناقصه میبایستی ممهور به مهر و امضاء مجاز پیمانکار و بصورت اصل و یا برابر اصل باشد.
* ضمنا متن اگهی در سایت www.shana.ir نیز درج می گردد.

روابط عمومی شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری
شماره مجوز ۱۳۹۸.۶۷۶
۱۹۷

کارگاه برندینگ

تریپ‌ادوایزر؛ حقیقتی دروغین

این روزها برای انتخاب هتل، رفتن به رستوران و مکان‌های تفریحی به وب‌سایت‌هایی مراجعه می‌کنیم که به مرور زمان به عنوان مرجع مطرح شده‌اند. محتوای این وب‌سایت‌ها را قرار است خوانندگان و افرادی که این لذت‌ها را تجربه کرده‌اند بنویسند، اما این محتوا و نقدها چقدر قابل اطمینان است؟ چند درصدشان را مخاطبان واقعی نوشته‌اند؟ چه میزان از این نظرها به تقاضای کارفرما و با پرداخت پول نوشته شده است؟ جدای از این نقدها و نظرات دروغین، آیا این امکان وجود دارد که هتل یا رستورانی که وجود خارجی ندارد، در این وب‌سایت‌ها معرفی شود؟

در سال ۲۰۱۷ رستوران د شد (The Shed) در دالویچ (Dulwich) لندن رتبه اول رستوران‌های لندن را در وب‌سایت تریپ‌ادوایزر (TripAdvisor) به خود اختصاص داد. نظرات زیادی در این وب‌سایت وجود داشت که از کیفیت غذاهای منحصربه‌فرد رستوران می‌گفت.

تنها مشکلی که وجود داشت این بود که این رستوران وجود خارجی نداشت!

همه چیز یک شوخی بود برای اینکه نشان داده شود چطور می‌توان در دنیای آنلاین واقعیت‌ها را دستکاری کرد.

اوبا باتلر (Oobah Butler) نویسنده وب‌سایت وایس (Vice) صاحب این رستوران بود. ایده افتتاح رستوران از نقدهای دروغی بود که او با گرفتن مبلغ ۱۳ دلار برای رستوران‌ها در تریپ‌ادوایزر می‌نوشت. او برای رستوران‌هایی که ندیده بود و غذای‌شان را نخورده بود، براساس نظر صاحبان‌شان نقد و بررسی می‌نوشت.

اوبا به این نتیجه رسید در شرایطی که مردم مشتاقند هرچه بیشتر دروغ بشنوند، پس می‌شود رستورانی را که وجود خارجی ندارد به آنها فروخت.

خانه اوبا در آلونکی (shed) در یک باغ در جنوب لندن بود. برای شروع نیاز به شماره تلفنی برای رستوران داشت. پس از تهیه‌کردن یک شماره تلفن، رستوران متولد شد. او به آدرسی برای رستورانش نیاز داشت؛ به جای آدرس کامل فقط خیابان‌ها و مسیرهای اصلی را در تریپ‌ادوایزر ذکر و نوع رستوران را «فقط با رزرو قبلی» تعیین کرد.

وب‌سایتی درست کرد و در آن اطلاعاتی درباره رستوران و منوی آن نوشت. عکس‌هایی هم غذاهای به‌ظاهر خوشمزه رستوران را همراهی می‌کرد. منوی رستوران این نوید را می‌داد که غذاها براساس حال و هوای میهمانان تهیه می‌شوند.

در یکی از عکس‌ها از رنگ و خمیرریش استفاده شده بود.

در عکس دیگری هم که قرار بود بیکن کنار تخم‌مرغ باشد، درواقع پای اوبا نقش بیکن را بازی می‌کرد.

پس از تایید در تریپ‌ادوایزر کار به طور رسمی شروع شد. رتبه «د شد» در ابتدا ۱۸.۱۴۹ بود؛ بدترین رستوران در لندن. دوستان اوبا از کامپیوترهای مختلف نقدها و نظرات‌شان را درباره غذاها و فضای «د شد» می‌نوشتند. هفته‌های اول موفقیت خوبی برای رستوران بود، اما هنوز به هدف اصلی‌شان نرسیده بودند. تا اینکه بالاخره تلفن رستوران زنگ خورد و کسی که پشت خط بود، گفت: «من خیلی درباره رستوران‌تون شنیده‌ام. می‌دونم که ممکنه جا نداشته باشین، ولی می‌خواستم بپرسم می‌تونم برای امشب صندلی رزرو کنم؟» و طبق برنامه اوبا به او اعلام کرد که صندلی‌های رستوران تا شش هفته بعد پُر است. روز بعد فرد دیگری می‌خواست چهار ماه جلوتر برای یک تولد ۹ نفره جا رزرو کند.

ایمیل هم در همین وضعیت بود. ده‌ها درخواست رزرو در انتظار پاسخ بودند. به این ترتیب «د شد» توانست در مدت کوتاهی به رتبه ۱۴۵۶ برسد.

اما چه چیز تا این اندازه جذابش می‌کرد؟ رزروهایی که به سنگ می‌خوردند، نبودن آدرس و عکس‌هایی که کنجکاوی مردم را ترغیب می‌کرد.

تلفن رستوران بی‌وقفه زنگ می‌زد و در مدت چندماه رتبه «د شد» به ۱۵۶ رسید. اوضاع کمی از کنترل خارج شده بود. شرکت‌ها با گوگل‌مپ محل احتمالی رستوران را حدس می‌زدند تا بتوانند نمونه‌های خوراکی‌های‌شان را برای اوبا بفرستند. افرادی هم که می‌خواستند با رستوران کار کنند، به این بحران دامن می‌زدند. یک شرکت استرالیایی هم بود که می‌خواست رستوران را در ویدئوهایش به دنیا نشان بدهد و بالاخره اوبا جلسه‌ای در اسکایپ با یک آژانس روابط عمومی داشت که قول داده بود «د شد» را با تم بتمن به برنامه میل آنلاین (Mail Online) ببرد.

پنج ماه بعد رستوران در رتبه یکم قرار گرفت. حالا اوبا در خیابان با افرادی مواجه می‌شد که آدرس رستوران را از او می‌خواستند.

خلاصه یک روز اوبا ایمیلی از تریپ‌ادوایزر دریافت کرد که اطلاعات کامل رستوران را درخواست کرده بود. رستوران در رتبه اول بود و مردم بیش از پیش می‌خواستند به آن مراجعه کنند. اوبا که تقریبا دلش می‌خواست رستوران را ببندد با تلفن‌های مکرر مردم تصمیم گرفت رستوران را چند روز باز کند.

پس سعی کرد دقیقا همان مکانی را که دوستانش در شش ماه گذشته در تریپ‌ادوایزر نوشته بودند به نمایش بگذارد.

در نقدها نوشته شده بود که غذاهای «د شد» مردم را به یاد غذاهای خانه‌شان می‌اندازد: پس به غذاهایی فکر کرد که در طول زندگی‌اش خورده بود؛ غذاهای یخ‌زده.

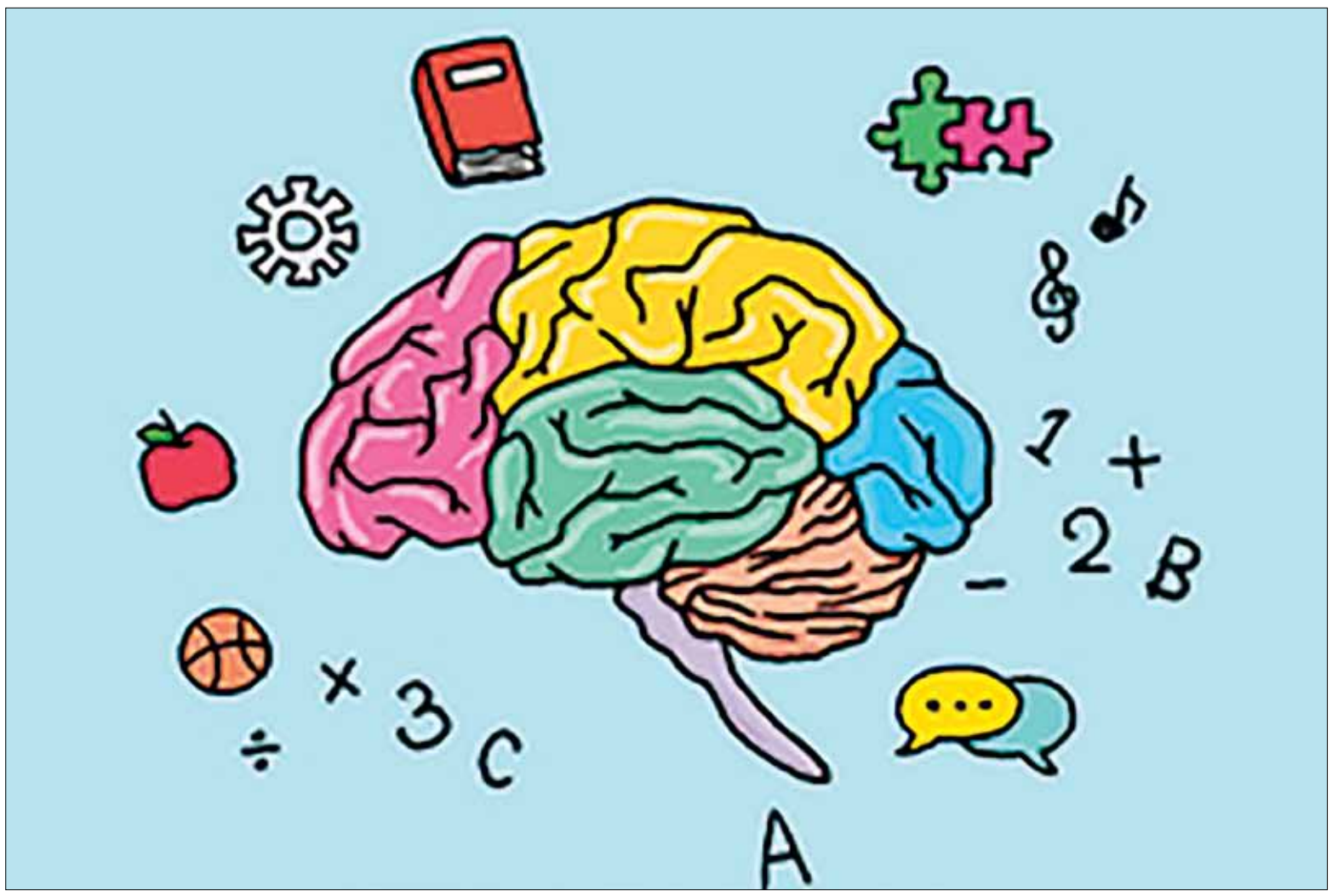
تصمیم گرفت نصف میزهایش را با کسانی که می‌شناخت پُر کند. یک اجاق از همسایه‌اش قرض کرد. یک DJ با موسیقی زنده میهمان‌ها را همراهی می‌کرد و مرغ‌هایی که اجاره کرده بود فضا را به محیطی روستایی تبدیل می‌کردند. خیلی زود دوستش که قرار بود آشپزی هم بکند رسید.

اولین میهمان‌ها که با چشم‌بند به میزهای‌شان هدایت شدند، یک زوج آمریکایی بودند که تازه از پاریس آمده بودند. آنها ابتدا از منظره‌ای که می‌دیدند راضی نبودند ولی با حضور میهمان‌های دیگر وضع عوض شد و زوج آمریکایی هم درنهایت نقدهای خوبی نوشتند.

بله، حتی در وب‌سایت تریپ‌ادوایزر هم می‌شود تبلیغ رستورانی را کرد که در هیچ‌جایی وجود ندارد. آن هم فقط به این دلیل که بنا به عقیده اوبا مردم دل‌شان می‌خواهد هر دروغی را بشنوند و دنیای آنلاین این امکان را ایجاد کرده که آدم‌ها دل‌شان بخواهد به جایی بروند که حتی آدرس مشخصی ندارد.

منبع: vice/mbanews

روانشناسی تبلیغات: تأثیر ذهن و احساسات مخاطبان



تهیه و تنظیم: گروه کسب و کار فرصت امروز

آیا تابه‌حال برای‌تان اتفاق افتاده است که تبلیغاتی را در تلویزیون دیده و تحت تأثیر قرار گرفته باشید؟ آیا هر بار که راجع به یک تبلیغ خاص فکر می‌کنید احساساتی می-شوید؟ جواب بسیاری از افراد، مثبت خواهد بود و چنین تاثیری وابسته به روانشناسی تبلیغات است. چرا بعضی از کمپین‌های تبلیغاتی موفق می‌شوند و در ذهن‌مان می‌مانند و بقیه به راحتی از یاد می‌روند؟ تصادف و شانسی در کار نیست و چنین امری حاصل زحمت و کاری دقیق است که فاکتورهای مختلفی را در بر دارد. زندگی همه افراد با تبلیغات گره خورده است و هر کس بخش زیادی از روز خود را با تبلیغات سروکار دارد. تبلیغات همه جا هستند و می‌توانند روی صفحه تلویزیون و گوشی همراه، رادیو، رسانه‌های اجتماعی و ... خود را نشان دهند. به این ترتیب می‌توان گفت که روانشناسی تبلیغات روی ذهن همه افراد تأثیر می‌گذارد و اگر با ما همراه شوید، به شما خواهیم گفت که این امر چگونه صورت می‌گیرد.

روانشناسی تبلیغات چیست؟

به طور کلی، روانشناسی تبلیغات ترکیبی از متغیرهای متفاوت است که سعی می‌کنند گرایشات ذهنی مصرف‌گرایی را پیش‌بینی کنند. امروزه تبلیغات فقط به تلویزیون، رادیو و حتی اینترنت محدود نمی‌شود و عملا هر چیزی که در اطراف‌مان است این نقش را ایفا می‌کند. نحوه‌ای که محصولات در یک فروشگاه به نمایش گذاشته می‌شوند، رنگ و اندازه چیپس، قیمت لباس‌ها، حرف‌های زیرکانه‌ای که در رادیو پخش می‌شوند و به عبارت دیگر، هر چیزی که محصولی را جذاب و نظرمان را به آن جذب می‌کند، ابزاری قوی برای تبلیغات آن است.

همه ما وقتی محصولی را می‌خریم، سعی می‌کنیم خود را از دیگران متمایز کنیم. چنین تمایلی برای برجسته، متفاوت و منحصر به فرد بودن، چیزی است که روانشناسی تبلیغات از آن بهره می‌برد. بعد از اینکه تفاوت‌های شخصیتی ایجاد شدند، مفاهیمی مانند انگیزه، اولویت‌ها و یا قضاوت‌های شخصی پا به میدان می‌گذارند.

تأثیر تبلیغات

طبق تحقیقات، مردم در سال ۱۹۷۰ به صورت روزانه ۵۰۰ تبلیغ می‌دیدند. امروز این رقم در کمترین حالت به ۵۰۰۰ تبلیغ در روز رسیده است. هر ساله ۵٫۳ تریلیون تبلیغ به مردم نشان داده می‌شود و به طور متوسط، کودکان ۲۰۰۰ تبلیغ ۳۰ثانیه‌ای در سال می‌بینند. این رقم برای بزرگسالان ۲ میلیون است.

چنین ارقامی نشان‌دهنده تاثیر تبلیغات روی موفقیت یک شرکت است. بازاریاب‌ها می‌دانند که مردم به چیزی که برای‌شان لذت‌بخش و جذاب است، واکنش نشان می-دهند و این چیز می‌تواند یک تصویر، موزیک و یا داستان برندشان باشد. آنها از این موضوع برای ابداع استراتژی‌های روانشناسی تبلیغات استفاده می‌کنند تا بتوانند بیشترین مخاطب را جذب کنند. هرچه متخصصان یک کمپین تبلیغاتی کاربلدتر باشند، راحت‌تر تشخیص می‌دهند که چه محتوایی بهتر تاثیر می‌گذارد.

برتری محتوای احساسی بر منطقی

تبلیغات طوری طرح می‌شوند که هم فکر و هم احساس مخاطب را تحت تأثیر قرار دهند. با این وجود، اهمیت احساس بیشتر به نظر می‌رسد. براساس عملکرد کمپین‌های تبلیغاتی، ۳۱درصد تبلیغات با محتوای احساسی موفق بودند. این رقم برای محتوای منطقی ۱۶درصد بود.

تبلیغات احساسی از موضوعات مختلفی استفاده می‌کنند ولی احساساتی از قبیل افتخار، عشق، موفقیت، یکدلی انسان‌ها، دوستی، تنهایی و خاطرات بیشترین تأثیر را می‌گذارند. واکنش احساسی به تبلیغات، بیشتر از محتوای واقعی‌اش تاثیرگذار است و مصرف‌کننده را مجاب به خرید محصول می‌کند.

دو نوع واکنش احساسی

دو نوع واکنش احساسی وجود دارد و هر دو در روانشناسی تبلیغات استفاده شده‌اند و نتایج خیره‌کننده‌ای در برداشتند. اولی بر پایه همدلی است. چنین واکنشی وقتی به وجود می‌آید که فرد با یک برند احساس نزدیکی می‌کند. اکثر اوقات این واکنش از طریق نشان دادن تصاویری از بچه‌ها، گربه‌ها و سگ‌ها به دست می‌آید. دومین واکنش براساس خلاقیت است. این واکنش زمانی رخ می‌دهد که فرد حس می‌کند برندی از بقیه جلوتر است و دارای قدرت تخیل است. این واکنش با استفاده از صداگذاری عالی، انتخاب بازیگر و محل مناسب، داستان مورد استفاده و حتی موزیک پیش‌زمینه خوب به دست می‌آید. کارگردانی تبلیغات نیز تأثیر بسزایی دارد. در این زمینه چند روش کلیدی وجود دارد. ایجاد غافلگیری و لذت آنی در تبلیغات جزو بهترین روش‌ها هستند و ذهن مخاطب را درگیر نگه می‌دارند. همچنین تبلیغات باید بالا و پایین‌های احساسی خود را داشته باشند تا مخاطب را پای تبلیغات نگه دارند. علاوه بر این، جلب اعتماد مخاطبان از مهم‌ترین قدم‌ها برای متقاعد کردن آنهاست.

برای برانگیختن این واکنش‌ها راه‌های دیگری نیز وجود دارد. یکی از آنها استفاده از افراد مشهور برای تبلیغ محصول شماست. بسیاری از مردم به افراد مشهور اعتماد دارند، زیرا حس می‌کنند آنها را می‌شناسند و وجود آنها تضمین‌کننده کیفیت محصول است. روش دیگر استفاده از «متخصصان» برای تأیید محصول شما در تبلیغ است و این باعث جلب اعتماد مردم می‌شود. همچنین مصاحبه با مردم عادی برای تبلیغ محصول، بسیار کارآمد است زیرا کسی از میان خود مردم آن را تأیید می‌کند. مردم با آنها احساس همدلی دارند و کسی که مانند خودشان است، همیشه مورد اعتماد واقع می‌شود.

استراتژی‌های روانشناسی تبلیغات

با دانستن ویژگی‌های مردم و نحوه خریدشان، می‌توانید از طریق رسانه، تأثیر زیادی بر روی‌شان بگذارید، اما چگونه؟

اگر برای‌تان اتفاق افتاده که به قصد خرید تعداد کمی محصول به یک سوپرمارکت رفته باشید و با یک سبد پر برگشته‌اید، تبریک می‌گوییم، شما مورد هدف تکنیک‌های علم روانشناسی تبلیغات قرار گرفته‌اید. در واقع، بازاریاب‌ها برای متقاعدکردن مشتری از استراتژی‌های روانشناسی تبلیغات استفاده می‌کنند و ما به چند مورد اشاره می‌کنیم:

استراتژی مکانیکی: نخست، با استفاده از علم روانکاوی، این استراتژی از طریق تکرار یک شعار یا تصویر، مردم را شرطی می‌کند. تکرار مستمر باعث متقاعدکردن مشتری برای خرید یک محصول می‌شود.

استراتژی متقاعدکننده: هدف این تکنیک بالابردن یک محصول و بهتر نشان‌دادن آن در مقابل محصولات مشابه است. برای این کار، ویژگی‌های مختلف محصول را معرفی کرده و با طرفداری از آنها، با ویژگی‌های سایر محصولات مشابه مقایسه می‌کند. همچنین از عناصر خلاقیت و درک شخصی به خوبی استفاده می‌کند.

استراتژی فرافکنی: این روش بر روی الگوها، فرهنگ و روش زندگی مردم تمرکز می-کند و معمولاً محصولات را هماهنگ با سلیقه و نظرهای‌شان نشان می‌دهد. در اینجا، جامعه‌شناسی و مردم‌شناسی نقش مهمی را ایفا می‌کنند.

استراتژی پیشنهادی: این استراتژی در نهایت سعی می‌کند با تکنیک‌های روانکاوی ذهن مردم را بخواند. به طور کلی، این روش بر روی اضطراب، ترس و استرس مصرف‌کنندگان تمرکز می‌کند و آنها را متقاعد می‌کند «محصولی جادویی» وجود دارد که دقیقا برای نیازهای آنها طراحی شده است.

روانشناسی تبلیغات موفق

در همه کمپین‌های تبلیغاتی تصمیم‌های مهمی است که باعث شکست یا موفقیت آن می‌شود. در همه این تصمیم‌ها، متخصصان روانشناسی تبلیغات تحقیقاتی انجام می-دهند و دانش خود را برای تاثیرگذاری بیشتر بازاریابی ارائه می‌کنند. آنها این فاکتورها را در نظر می‌گیرند:

ویژگی‌های تبلیغ: کدام رنگ‌ها، تایپوگرافی و تصاویر باید استفاده شوند.

تکرار: تعداد دفعاتی که باید تبلیغ را ارائه و منتشر کنند. با وجود اینکه این روش یکی از قدیمی‌ترین استراتژی‌های موجود است، هنوز هم یکی از موثرترین‌ها به حساب می-آید. فلسفه این روش چنین است که هرچه مصرف‌کنندگان، پیامی را بیشتر ببینند یا بشنوند، بیشتر در ذهن‌شان می‌ماند.

قیمت: قیمت کمتر صرفا به معنای فروش بیشتر نیست. در حالی که این موضوع یک فاکتور بسیار مهم است، متغیرهای دیگری نیز تاثیرگذار هستند

کانال: تبلیغات در کجا منتشر می‌شوند (رادیو، تلویزیون، اینترنت و ...).

یک روانشناس تبلیغات همچنین باید گرایش‌های مصرفی سنین مختلف را در نظر گیرد. جهتی که مخاطبان به آن سوق داده می‌شوند نیز حائز اهمیت است. برای مثال، اگر می‌خواهیم نوجوانان را هدف قرار دهیم، باید از اینترنت و یا موبایل‌ها برای تبلیغ استفاده کنیم. به علاوه، با در نظر گرفتن شرایط سنی‌شان، می‌توانیم از هویت‌شان حمایت کنیم. این موضوع مهم‌ترین مسئله در این سن است.

روانشناسی رنگ‌ها

متخصصان روانشناسی تبلیغات اهمیت زیادی را به رنگ‌های استفاده‌شده در کمپین قائل می‌شوند. هر رنگی نشان‌دهنده یک چیز متفاوت است و می‌تواند احساسات خاصی را در مخاطب برانگیزد. طبق تحقیقات، استفاده از رنگ‌ها باعث افزایش مخاطبان شده و مردم بیشتر جذب چنین تبلیغاتی می‌شوند. همچنین کنتراست رنگ و استفاده از رنگ‌های مخالف استراتژی مناسبی برای جذب مردم است. به طور مختصر به تأثیر رنگ‌ها روی ذهن می‌پردازیم.

سفید: رنگ سفید احساس خلوص، خالی‌بودن، پاکی، معصومیت، بزرگی، سردی و روشنایی را به مخاطب انتقال می‌دهد.

آبی: رنگ آبی انتقال‌دهنده احساس تازگی، طراوت، شفافیت، عمق، ثبات، خردمندی، اعتماد و سبکی است و همچنین حالتی آرامش‌بخش دارد.

زرد: زرد نشان‌دهنده یکدلی، برون‌گرایی، نور، لذت، گرمی، توجه، سرزندگی و جوانی است.

قرمز: قرمز دارای حس شور، عشق، شدت، قدرت، خشم، هیجان، استحکام و پویایی است. همچنین همه نظرها را به خود جذب کرده و ذهن را تحریک می‌کند.

سبز: سبز نشانگر امید، رشد، سلامتی، هماهنگی، امنیت، طراوت و طبیعت است و قدرت آرامش‌بخش فوق‌العاده‌ای دارد.

بنفش: رنگ بنفش احساس خردمندی، ثروت، تجمل، قدرت، جادویی‌بودن و آرامش را انتقال می‌دهد.

نارنجی: نارنجی نشان‌دهنده شوق، گرما، موفقیت، خلاقیت و هیجان است.

سیاه: در نهایت، رنگ سیاه دارای حس قدرت، رازآلودی، ظرافت، تاریکی، غم، مرگ، اطمینان، آرامش و ثبات است.

روانشناسی نقش مهمی را در طرح کلی و موفقیت یک کمپین تبلیغاتی بازی می‌کند. به گفته یکی از متخصصان روانشناسی تبلیغات، یک پیام متقاعدکننده، پیامی است که بتواند نحوه عملکرد ذهن فرد را تغییر دهد. پس شناختن ذهن انسان مهم‌ترین مسئله است و با استفاده از قوانین پایه روانشناسی تبلیغات می‌توان احساسات و واکنش‌های مورد انتظار را برانگیخت و مصرف‌کنندگان را به سمت خود جذب کرد. این تبلیغات می‌توانند گروه خاصی را مورد هدف قرار دهند تا به شناخته‌شدن کلی برند تجاری کمک کنند.

منابع: exploringyourmind , appliedpsychologydegree, glintadv

موسسه بازاریابی محتوایی اشتباه‌های بازاریاب‌ها را بررسی می‌کند:

۲۲ اشتباه بزرگ در بازاریابی مبتنی بر شبکه‌های اجتماعی

ترجمه: علی آل‌علی

به قلم: آن جین (کارشناس بازاریابی و طراح استراتژی B۲B و B۲C)

گشت و گذار در شبکه‌های اجتماعی می‌تواند تجربه‌ای دردناک و آزاردهنده باشد. متاسفانه بسیاری از برندها و افراد حقیقی از گوشی‌های هوشمندشان به شیوه درستی استفاده نمی‌کنند. در بهترین حالت، کمبود آگاهی آنها (از مخاطب، نوع پلتفرم و بسیاری موارد دیگر) موجب رنجش مخاطب می‌شود. در بدترین حالت نیز چنین اکانت‌هایی کاربران را مجاب به انتخاب گزینه Mute یا آنفالو خواهد کرد.

هدف اصلی مقاله کنونی کاهش جنبه‌های منفی جست‌وجو در شبکه‌های اجتماعی و کمک به برندها در راستای بازاریابی و برندسازی آنلاین بهینه است. در این راستا من از کارشناس‌های خبره موسسه بازاریابی محتوایی درخواست ارائه توصیه‌های کاربردی کردم. نتیجه کار جمع‌آوری شمار بسیار زیادی توصیه جالب و تاثیرگذار بود. در اینجا باید به تاثیرگذاری هشتگ #CMWorld (دنیای بازاریابی محتوایی) به عنوان هشتگ رسمی موسسه اشاره کنم. بدون استفاده از این هشتگ در توییتر بسیاری از اطلاعات مقاله کنونی فراهم نمی‌شد.

اکنون اجازه دهید بدون هیچ‌گونه مقدمه‌چینی اضافه‌ای به سراغ بررسی ۲۲ اشتباه بزرگ بازارایاب‌ها در شبکه‌های اجتماعی برویم.

۱. طرح پرسش و عدم پاسخگویی

امی هیگز: رئیس موسسه بازاریابی محتوایی

در میان کارهای اذیت‌کننده برندها طرح پرسش از طریق شبکه‌های اجتماعی و عدم پاسخگویی جلب توجه می‌کند. در چنین مواقعی اشتباه اصلی متوجه برند مورد نظر است. البته چنین اشتباهی فقط به دلیل سهل‌انگاری نیست. در برخی موارد برند موردنظر توانایی نرم‌افزاری یا سخت‌افزاری پاسخگویی به شمار بالایی از مخاطب‌ها را ندارد. به طور معمول بازاریاب‌ها با هدف جلب نظر مخاطب به برندشان اقدام به طرح پرسش می‌کنند. نکته مورد غفلت آنها در این میان فراموشی افزودن برندشان به فرآیند جذب مخاطب است.

۲. ارسال سریع پیام فروش

هالی لارنس: نویسنده و طراح استراتژی کسب‌وکار

هنگامی که چندی پیش یک اکانت را در توییتر فالو کردم، به سرعت پیامی تبلیغاتی به منظور فروش محصولات مختلف از وی دریافت کردم. در چنین مواقعی انتظار من از برند مورد نظر کاملا واضح است: «اجازه دهید اندکی نفس بکشم. سپس به دنبال فروش محصولات‌تان به من باشید.»

۳. فروش سریع

کتی مک فیلیپس: نایب‌رئیس انجمن بازاریابی آمریکا

پلتفرم لینکدین برای بسیاری از بازاریاب‌ها و به طور کلی کارآفرینان بدل به خانه دوم شده است. امکانات گسترده این شبکه در راستای یافتن نیروی متخصص و همکارهای مورد نیاز شهرت جهانی دارد. ایراد اصلی حضور در لینکدین متوجه مدیران آن نیست. برخی از اکانت‌های لینکدین با ارسال پیام‌های فروش به صورت دسته‌جمعی موجب رنجش کاربران می‌شوند. به عنوان یک بازاریاب پیروی از چنین دیدگاهی به هیچ‌وجه نتیجه مناسبی در پی نخواهد داشت.

۴. وقتی فکر می‌کنیم یک محتوا برای همه پلتفرم‌ها مناسب است

استیو هُوارد: نویسنده حوزه کسب‌وکار

هر پلتفرم اجتماعی دارای ویژگی‌های خاص خود است. یک بازاریاب موفق به خوبی با ویژگی‌های منحصر به فرد هر شبکه اجتماعی آشنایی دارد. به این ترتیب دیگر جایی برای استفاده از محتوایی واحد در شبکه‌های اجتماعی مختلف نخواهد ماند.

۵. مخفی‌شدن پشت کسب‌وکار

چیم شاپیرو: مشاور حوزه شبکه‌های اجتماعی و کارشناس تخصصی تجارت

بسیاری از کارآفرینان و بازاریاب‌های غیرحرفه‌ای به جای استفاده از تصویر خود در لینکدین، لوگو برندشان را بارگذاری می‌کنند. نکته مهم در این میان ماهیت اصلی لینکدین است. این شبکه اجتماعی به منظور برقراری پل ارتباطی نزدیک میان کارآفرینان افتتاح شده است. با ثبت اکانت‌های حقوقی و متعلق به برندهای مختلف در عمل چنین رابطه نزدیکی از بین خواهد رفت، بنابراین باید به دنبال راهکاری بهتر برای فعالیت در لینکدین باشیم.

۶. عدم تولید محتوا

میشله گارِت: مشاور روابط عمومی و نویسنده

بازاریاب‌هایی که به نَدرت پست تولید می‌کنند، بدون تردید چنین افرادی به هیچ‌وجه توجیهی برای کم‌کاری‌شان ندارند. به هر حال شبکه‌های اجتماعی فضایی برای فعالیت و تعامل با دیگران است. اگر قصد تولید محتوا نداریم، اصلا چرا اکانتی در شبکه‌های اجتماعی تاسیس می‌کنیم؟ پاسخگویی به این پرسش بسیاری از رفتارهای آزاردهنده بازاریاب‌ها را رفع خواهد کرد.

۷. پاسخگویی خودکار با کامنت‌ها

مائورا هیوز: مدیر بخش تولید محتوای دیجیتال موسسه بازاریابی محتوایی

در بسیاری از موارد ما در ذیل پست یک برند کامنتی درج می‌کنیم. در این شرایط برخی از برندها با صرف زمان و مطالعه هر کامنت اقدام به پاسخگویی دقیق می‌کنند. با این حال برخی از برندها راهکار ساده‌تر و در عین حال اذیت‌کننده‌ای را در پیش می‌گیرند. استفاده از روبات‌های ثبت خودکار کامنت اشتباه بسیار رایجی در میان بازاریاب‌هاست. این امر موجب رنجش‌خاطر شدید کاربران در شبکه‌های اجتماعی می‌شود.

۸. تلاش برای فریب کاربران

تاد کوردیل: مدیرعامل موسسه Growth Advisor

گاهی اوقات برندها به خوبی از ماهیت روباتی پیام‌های خود آگاهی دارند. به این ترتیب در تلاش برای فریب مخاطب از طریق ارسال پیام‌های خودکار طولانی و دارای جزییات زیاد هستند. بدون تردید همه ما تجربه دریافت پیام‌های طولانی از سوی برندهای مختلف را داریم. نکته جالب در مورد این پیام‌ها استفاده‌شان به عنوان سوژه خنده در صفحات تفریحی و طنز اینستاگرام است. به این ترتیب یک برند با دست خود موجب خدشه اعتبارش می‌شود.

۹. قرض‌گرفتن مطلب

اریکا هیلد: طراح استراتژی بازاریابی

به عنوان یک بازاریاب همیشه قانون کپی‌رایت را دارای نقص‌های بسیاری دانسته‌ام. دلیل اصلی چنین دیدگاهی وجود راه‌های فرار بسیار برای افراد سودجو در این قانون است. یکی از این سودجویی‌ها از طریق الگوبرداری کامل از متن یک بازاریابی و اکتفا به تغییر فقط چند واژه ساده است. به این ترتیب وقتی بازاریاب اصلی متن را مطالعه کند، تمام مطلب و ایده خود را در قالب عبارت‌های تازه بازخوانی خواهد کرد. بدون تردید استفاده از این شیوه علاوه بر تعرض به حقوق مالکیت فکری دیگران موجب بی‌اعتباری وجه برندمان در نگاه مخاطب نیز خواهد شد.

۱۰. استفاده از کاربران بدون اطلاع‌رسانی کافی

جین پیتروف: مربی رهبری و بازاریابی

استفاده از مردم به عنوان سوژه بازاریابی یکی از بهترین شیوه‌های تمام طول تاریخ کسب‌وکار محسوب می‌شود. نکته مهم در این میان اطلاع‌رسانی به مردم در مورد استفاده تجاری از حضورشان است. امروزه اغلب این استفاده‌ها در شبکه‌های اجتماعی صورت می‌گیرد. به این ترتیب باید از کاربران حاضر در محتوای‌مان به صورت مستقیم اجازه بگیریم. همچنین در موارد پیشرفته تگ اکانت‌شان در پست مورد نظر نیز ضروری خواهد بود.

۱۱. فراموشی مردم

لیلی نیومن: مدیر و کارشناس در حوزه شبکه‌های اجتماعی

بسیاری از برندها و بازاریاب‌ها آنقدر که به دنبال کسب سود هستند، مخاطب را به کلی فراموش می‌کنند. به این ترتیب راه برند موردنظر و مخاطب در عمل جدا خواهد شد. این امر از نقطه‌نظر مخاطب به معنای جهت‌گیری به سوی استفاده از محصولات برندی دیگر است. با این حال برای بازاریاب‌ها و برندها به معنای از دست رفتن اعتبار و جایگاه‌شان است. در هر صورت یک برند و بازاریاب با هدف جلب نظر مردم مشغول به فعالیت است.

۱۲. استفاده از عبارت‌های بیش از اندازه نامفهوم و دشوار

گوین پیرسون: مدیر و کارشناس در حوزه شبکه‌های اجتماعی

در بسیاری از موارد من بخش کامنت پلتفرم‌های اجتماعی را آزاردهنده می‌یابم. این امر به دلیل بارگذاری کامنت‌های بیش از اندازه پیچیده از سوی برخی از کاربران و برندهاست. در حقیقت برخی بازاریاب‌ها و برندها دریافت نادرستی از نحوه برقراری ارتباط با مخاطب دارند. به این ترتیب استفاده از واژگان و دستور زبان پیچیده و سنگین به عنوان مزیت قلمداد می‌شود. البته حقیقت امر کاملا برعکس است. برندها نه‌تنها با استفاده از واژگان سنگین و پیچیده موفقیت به دست نمی‌آورند، بلکه مخاطب را نیز ناامید می‌سازند. همچنین جلوه حرفه‌ای کسب‌وکار آنها نیز به خطر خواهد افتاد.

۱۳. درج کامنت بدون معنا

تیلور باربیری: طراح تبلیغات و بازاریاب ایمیلی

در بسیاری از موارد مشاهده کامنت‌های کاربران بدون هیچ‌گونه معنایی من را اذیت می‌کند. البته در این زمینه کامنت‌های همکارانم در زمینه بازاریابی بیش از همه عجیب و بی‌مفهوم است. بدون تردید برای موفقیت در عرصه بازاریابی و تبلیغات باید راهکاری بهتر از درج کامنت‌های بی‌معنا پیدا کنیم.

۱۴. ادعای بدون جذب مخاطب

کریستین لوری: کارشناس متخصص شبکه‌های اجتماعی

بدون تردید اکنون افراد تاثیرگذار در شبکه‌های اجتماعی بدل به یکی از تولیدکنندگان اصلی مزاحمت و ناراحتی برای کاربران شده‌اند. متاسفانه بسیاری از افراد بدون هیچ‌گونه تخصص و مهارتی اقدام به شروع کار به عنوان فردی تاثیرگذار در شبکه‌های اجتماعی می‌کنند. به لطف ابزارهای کسب فالوور تقلبی نیز چنین افرادی دارای شمار زیادی فالوور هستند. نکته جالب اینکه وقتی به سراغ بخش کامنت این افراد به اصطلاح تاثیرگذار برویم، با عمق فاجعه مواجه خواهیم شد. به طور معمول میزان کامنت‌های دریافتی چنین صفحاتی با حجم بالای فالوورهای‌شان تناسب ندارد. همین امر گواه مطمئنی مبنی بر خرید یا جذب فالوور تقلبی از سوی آنهاست. شاید هم چنین افرادی دارای فالوور واقعی باشند، با این حال وقتی کمترین توانایی در جلب نظر و تعامل مخاطب به پست‌های‌مان را داریم، چگونه امکان موفقیت‌مان مطرح خواهد بود؟

۱۵. بی‌حوصلگی در گفت‌وگو

ریچارد سنک: موسس برند Marketing Advising

به عنوان یک بازاریاب طرف حساب اصلی ما مردم هستند. به این ترتیب کارهای ما باید موردپسند آنها واقع شود. در غیر این صورت به تدریج از صحنه بازاریابی کنار می‌رویم. یکی از نکات مهم فعالیت در شبکه‌های اجتماعی ضرورت توجه به گفت‌وگو با سایر کاربران است. در اینجا منظور اصلی من فقط گفت‌وگو با مخاطب هدف کمپین‌ها نیست. همکاران و سایر برندها نیز در چنین دسته‌بندی قرار می‌گیرد. بدون گفت‌وگویی جذاب با مخاطب در شبکه‌های اجتماعی امکان جلب نظر و تاثیرگذاری هم وجود نخواهد داشت، بنابراین باید نسبت به نحوه تعامل‌مان با سایر کاربران در شبکه‌های اجتماعی تجدید نظر اساسی کنیم.

۱۶. دعوت بدون محتوا

مونینا واگنر: مدیر شبکه‌های کاربران و انجمن‌های تخصصی

فعالیت در لینکدین به عنوان بزرگترین پلتفرم اجتماعی ویژه کارآفرینان بدل به عادتی برای همه شده است. در این راستا شاید بسیاری از کاربران به هیچ‌وجه کارآفرین به معنای دقیق کلمه محسوب نشوند. به همین دلیل حضور گسترده مردم در لینکدین موجب کاهش کیفیت اصلی فعالیت در آن شده است. شکل اصلی من در لینکدین دریافت لینک‌های دعوت بسیار زیاد از سوی کاربران مختلف است. در لینکدین لینک‌های دعوت برای افزودن کاربران به گفت‌وگو یا تحلیل مقاله‌ای تخصصی است. با این حال در بسیاری از موارد لینک موردنظر فاقد هرگونه محتوای اصلی است. در برخی موارد نیز مخاطب با صفحه‌ای کاملا خالی یا دارای تصویری خنده‌دار مواجه می‌شود. این امر ناشی از علاقه بسیاری از کاربران غیرحرفه‌ای لینکدین به شوخی با دیگران است.

۱۷. خلق تیتر و واژگان خودساخته

مایک میرز: بازاریاب

در دنیای بازاریابی تفاوت بسیار واضح و مشخصی میان مفاهیم گوناگون وجود دارد. به این ترتیب بازاریاب‌ها به راحتی توانایی بیان منظور خود را دارند. متاسفانه برخی از بازاریاب‌ها به جای استفاده از مفاهیم و اصطلاح‌های رایج در دنیای بازاریابی اقدام به خلق اصطلاح‌های خودساخته می‌کنند. با چنین کاری ما شاهد بسیاری از مفاهیم عجیب و غریب در دنیای بازاریابی خواهیم بود. مقصر اصلی نیز در این میان بازاریاب‌های مورد نظر هستند. نمونه‌های واضح خلق مفاهیم عجیب و غریب در دنیای بازاریابی عبارت‌هایی نظیر نینجا و گورو است. کاربرد این واژگان به جای جذابیت بیشتر موجب سردرگمی مخاطب خواهد شد.

۱۸. نگارش بیوگرافی‌های بی‌فایده

لیزا دوگرتی: وبلاگ‌نویس و کارگردان کلیپ‌های تبلیغاتی

حضور بازاریاب‌ها و متخصص‌های امور تبلیغاتی در شبکه‌های اجتماعی با هدف خاصی صورت می‌گیرد. به طور معمول این افراد به منظور دریافت بازخورد مخاطب در قبال کارهای‌شان و یافتن شرکت‌های تازه برای همکاری به فعالیت در پلتفرم‌های اجتماعی مشغول هستند. به این ترتیب ما همیشه باید هدف اصلی حضورمان در شبکه‌های اجتماعی را به یاد داشته باشیم. کارهایی نظیر بارگذاری استوری‌های متفرقه، نگارش بیوگرافی طولانی و بسیار شخصی، بارگذاری تصاویر سلفی و به‌روز رسانی مداوم تصویر پروفایل اکانت‌مان از جمله اشتباه‌های مهلت در ارتباط با مخاطب است. در حقیقت کاربران شبکه‌های اجتماعی نه به شخص شما، بلکه کارتان علاقه‌مند هستند.

۱۹. اشتباه‌های کوچک در پست‌ها

سو لوکاس: استاد دانشگاه و مشاور کسب‌وکار

آیا امری به اندازه اشتباه‌های پیش‌پا افتاده در شبکه‌های اجتماعی کاربران را اذیت می‌کند؟ پاسخ من منفی است. در حقیقت مشاهده یک پست بسیار جذاب همراه با اشتباهی ساده در املای کپشن تمام انگیزه مخاطب را از بین خواهد برد. به این ترتیب علاوه بر توجه به کلیات باید تمرکز ویژه‌ای نیز بر روی جزییات مطالب داشته باشیم.

۲۰. بارگذاری دوباره پست‌های قدیمی بدون تغییر

تریسی برادنان: مشاور امور بازاریابی

بارگذاری پست‌های قدیمی بدون هرگونه ویرایش و به‌روز رسانی توهین به مخاطب محسوب می‌شود. همچنین بارگذاری محتوایی یکسان در شبکه‌های اجتماعی مختلف نیز امری غیرحرفه‌ای خواهد بود.

۲۱. عدم اطلاع از هدف

اچ. بی دوران: نویسنده مستقل

بسیاری از بازاریاب‌ها و اهالی دنیای کسب‌وکار بدون هیچ‌گونه هدفی از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند. بدون تردید این امر موجب رنجش‌خاطر مخاطب در تعامل با آنها خواهد شد.

۲۲. گم‌کردن دلیل اصلی حضور در شبکه‌های اجتماعی

لیزا راپل: نویسنده

بسیاری از بازاریاب‌ها و برندها بدون آگاهی از دلیل حضور در شبکه‌های اجتماعی مختلف فقط اقدام به تاسیس اکانت در توییتر، فیس‌بوک، اینستاگرام، یوتیوب و لینکدین می‌کنند. اگر از آنها در مورد دلیل تاسیس این حجم از اکانت سوال شود، پاسخی نخواهند داشت. بدون تردید پیش از حضور در یک پلتفرم اجتماعی باید از دلیل فعالیت در آن و ویژگی‌های منحصر به فردش اطلاع کافی داشت.

منبع: contentmarketinginstitute

ایستگاه بازاریابی

اهمیت طراحی تجربه کاربری در توسعه هوش مصنوعی

طراحی و تجربه کاربری موضوعی است که معمولا در طراحی نرم‌افزارهای هوش مصنوعی نادیده گرفته می‌شود درصورتی‌که تأثیر فوق‌العاده زیادی روی عملکرد مشتری می‌گذارد.

نرم‌افزار متن باز (open source software) یکی از محرک‌های کلیدی انقلاب هوش مصنوعی است. امروزه با توجه به گسترش زبان‌های برنامه‌نویسی مانند پایتون و پلتفرم‌هایی مانند TensorFlow هر شخصی می‌تواند مدل‌های پیچیده بسازد، اما این به این معنا نیست که اپلیکیشن‌های ساخته‌شده مفید خواهند بود و حتی گاهی‌اوقات ضرر آنها بیشتر از منفعت‌شان است.

بااین‌حال تجربه کاربری یکی از مواردی است که همواره در طراحی نرم‌افزارهای هوش مصنوعی نادیده گرفته می‌شود. با اینکه ابزارهای قدرتمند و سیستم‌های مبتنی بر ابر در دسترس هستند، اما واقعیت این است که معمولا دانشمندان داده که اپلیکیشن‌ها را می‌سازند ممکن است در توسعه رابط‌های بصری مهارت نداشته باشند. با توجه به اینکه اغلب مردم غیر فنی از هوش مصنوعی برای دستیابی به اهداف کسب‌وکار استفاده می‌کنند بنابراین این موضوع اهمیت زیادی دارد.

در حال حاضر دسته جدیدی از ابزارهای هوش مصنوعی به نام یادگیری ماشین خودکار (AutoML) در حال شکل‌گیری است که از ورک فلوهای ساده (سیستم گردش کار) و روش کشیدن و رها کردن برای ساخت مدل‌های پیچیده استفاده می‌کند و هوش مصنوعی را دموکراتیزه می‌کند. استفاده از پلتفرم‌های توسعه کم کد می‌تواند در ساخت اپلیکیشن‌هایی با رابط کاربری زیبا بسیاری کاربردی باشد و همچنین کمبود نیروی متخصص شرکت‌ها را برای ساخت اپلیکیشن پوشش دهد، اما حتی استفاده از این سیستم‌ها نیز به پیش‌زمینه‌ای در علوم داده نیاز دارد و این موضوع روی توسعه رابط کاربری تأثیر می‌گذارد. فلوریان داوتو، مدیرعامل شرکت نرم‌افزاری Dataiku می‌گوید:

«زمانی‌که ما Dataiku را طراحی می‌کردیم، مأموریت‌مان این بود که داده و هوش مصنوعی را میان مردم همه‌گیر کنیم و تمام قطعات مختلف تکنولوژی را دور هم جمع کنیم و هنگام طراحی رابط کاربری این موضوع را مدنظر قرار دادیم. هوش مصنوعی شرکتی به‌معنای آینده است و این یعنی صدها و هزاران نفر از مردم از نرم‌افزار Dataiku برای انجام کارهای شرکت استفاده می‌کنند و روزانه چند ساعت با این نرم‌افزار کار می‌کنند. بنابراین ما طراحی کاربری Dataiku را ساده، شفاف، مدرن و زیبا انجام دادیم. مطمئنا هیچ‌کس دلش نمی‌خواهد در یک فضای فیزیکی یا مجازی به‌هم‌ریخته و قدیمی کار کند؛ مخصوصا در زمینه تکنولوژی‌های پیشرفته‌ای مانند علم داده و یادگیری ماشین.

سهولت در استفاده، یکی دیگر از مواردی است که باید در اپلیکیشن‌های هوش مصنوعی در نظر گرفت، اما نباید به‌معنای از بین رفتن قدرت نرم‌افزار تمام شود. این یعنی طراحی کاربری Dataiku باید برای انجام کارهای تجاری ساده باشد زیرا بسیاری از کاربران دانش بالایی در علوم داده ندارند اما این موضوع نباید روی عملکرد نرم‌افزار تأثیر بگذارد.» اگرچه برقراری این تعادل آسان نیست اما برای طراحی نرم‌افزارهای هوش مصنوعی ضروری است. سؤال مهم این است که چه کارهایی برای تحقق این هدف باید انجام شود. در ادامه به بررسی بیشتر تعدادی از آنها می‌پردازیم: تمرکز کردن روی الگوهای معنادار: زمانی‌که صحبت از طراحی و تجربه کاربری به میان می‌آید، جنبه هوش مصنوعی نرم‌افزار باید برای مشتری پنهان بماند. در این شرایط موضوعاتی که باید از دید مشتری پنهان بماند، نسبت به ویژگی‌هایی که باید به کاربر نشان داده شود، اهمیت بیشتری دارد زیرا دادن اطلاعات اضافی به مشتری، به‌معنای گمراه شدن آنها و از بین رفتن الگوهای معنادار است.

اهمیت‌دادن به فونت: نرم‌افزارهای هوش مصنوعی با حجم زیادی از اطلاعات درگیر هستند. برخی از آنها ۳۵ میلیون رویداد را از ۷هزار سیگنال تقلبی در هر ماه پردازش می‌کنند و لازم است به مواردی مانند فونت، رنگ و سایز اهمیت دهند. این موارد شاید مهم به نظر نرسد، اما در تحلیل حجم زیادی از اطلاعات، سیگنال‌ها و نتایج اهمیت بالایی دارد.

ساده‌کردن برچسب‌ها: طراحی و تجربه کاربری یعنی زبان مشترک توسعه‌دهندگان به زبانی قابل فهم برای مشتری‌های یک نرم‌افزار هوش مصنوعی مانند تحلیلگران تبدیل شود، به‌عنوان مثال هنگام بررسی یک رویداد توسعه‌دهندگان متوجه الگویی شده و آن را با برچسب «خطای لاگین در آخرین ساعت رویداد بزرگ‌تر از ۱۰» نام‌گذاری می‌کنند اما این موضوع را با برچسب «فعالیت غیرطبیعی اورژانسی» به تحلیلگران گزارش می‌دهند.

فهمیدن نیازهای مشتری و درک آنها یکی دیگر از دلایل موفقیت در طراحی و تجربه کاربری یک نرم‌افزار بوده و اساس کار بسیاری از سیستم‌ها و الگوریتم‌های هوش مصنوعی را تشکیل می‌دهد. یونی کاون، مدیر طراحی شرکت نرم‌افزار Intuit می‌گوید:

«زمانی‌که در مورد آماده‌سازی مالیات از هزاران مشتری نظرسنجی کردیم اغلب آنها با ترس، عدم اطمینان و شک به ما پاسخ می‌دادند. بعد از جویا شدن دلیل احساسات آنها موفق شدیم با اعمال تغییراتی در طراحی تجربه کاربری، از نظر روان‌شناسی طراحی بهتری برای نرم‌افزار داشته باشیم.

ما برای کاهش بار شناختی (تلاشی که ذهن برای پردازش اطلاعات انجام می‌دهد) از طریق محتوا، توضیح بصری، استفاده از انیمیشن و بازسازی اطلاعات میزان سردرگمی و اضطراب کاربران را کاهش دادیم. ما همچنین برای بهبود سیستم گردش کار سؤال‌های سخت و پیچیده فرم مالیاتی را به سؤال‌هایی ساده و مانند یک مصاحبه دوستانه تبدیل کردیم.

برای رفع خستگی کاربران صفحاتی را طراحی کردیم که میزان پیشرفت آنها در فرم و همچنین صحت اطلاعات آنها را ارزیابی می‌کرد. همچنین صفحه‌هایی داشتیم که علاوه‌بر تشویق و افزایش اعتمادبه‌نفس آنها نکات و اطلاعاتی جدیدی درخصوص تغییرات فرم‌های مالیاتی به آنها یادآوری می‌کرد. این تغییرات معمولا در طراحی و توسعه نرم‌افزار استفاده نمی‌شوند اما تأثیر فوق‌العاده خوبی روی تجربه کاربری می‌گذارند. مهم‌ترین درسی که ما هنگام طراحی TurboTax گرفتیم این بود که بین سادگی و تضمین ۱۰۰درصدی صحت اطلاعات کاربران تعادل ایجاد کنیم. ما هر سال اطلاعات ارزشمندی از نحوه تعامل مشتری‌ها با نرم‌افزار کسب می‌کنیم. انتظارات مردم نسبت به سادگی محصول در حال تغییر است و ما با استفاده از اطلاعات به‌دست‌آمده، تلاش می‌کنیم این تغییرات را اعمال کنیم و درنهایت تجربه خوبی از پر کردن فرم‌های مالیاتی برای آنها رقم بزنیم.»

منبع: FORBES/zoomit

رهبری

افسانه‌های استارتاپی: قدرت مطلق برای بنیان‌گذار

برخـی از بنیان‌گذاران اسـتارتاپ‌ها تصور می‌کنند برای اسـتقلال در تصمیم‌گیری و پیاده‌سـازی برنامه‌ها باید قدرت مطلقی در شرکت نوپای خود داشته باشند. تمایل به انجام کارهای مورد علاقه، درکنار بهره‌برداری از ایده‌ای باارزش از دلایل اصلی راه‌اندازی استارتاپ توسط اکثر افراد است. رئیـس خود بودن یکی از جذاب‌ترین بخش‌های بنیان‌گذاری اسـتارتاپ محسـوب می‌شود. خصوصا اگر شما سـال‌ها تحت مدیریت دیگران کار کـرده و مجبور به اجرای تصمیم‌های آنها بوده باشـید، از چنین فرصتی لذت خواهید برد. اسـتقلالی که افراد پس از تأسـیس اولین اسـتارتاپ خود حس می‌کنند، جذابیت بسـیار بالایی دارد. این حالت را نمی‌توان با استقلال زندگی شخصی در نوجوانی و جوانی مقایسه کرد. حس جذابیت ایجادشـده، برخی اوقات به‌قدری شدید می‌شود که افراد بیش از حد در مسیرهای مورد نظر خود تلاش کرده و به اطرافیان هم فشار وارد می‌کنند. مسیرهای جدید پیش روی آنها، پشت همان دیوارهایی هستند که قبلا حرکت را به‌خاطر زندگی کارمندی دشـوار می‌کردند. به هر حال رویکرد اغلب افراد پس از حس اسـتقلال، به‌نوعی شبیه به شورشی می‌شود که گویی در هورمون‌های آنها وجود داشـته اسـت. رئیس بودن حس آزادی و قدرت به افراد می‌دهد. قدرتی که شاید برخی اوقات مسموم‌کننده هم باشد. به‌هرحال استفاده بیش از حد از قدرت جدید می‌تواند خسارت‌های متعددی، هم برای خود شـخص و هم شرکت تازه تأسیس‌اش به همراه داشته باشد. در ادامه این مقاله زومیت، به نکاتی می‌پردازیم که با درک آنها می‌توان از توهم قدرت ایجادشده بر اثر کارآفرینی جلوگیری کرده و آن را به مسیری کارآمد برای پیشرفت کسب‌وکار هدایت کرد.

نیاز به دیگران منجر به موفقیت می‌شود

تقریبا تمامی کسب‌وکارها برای پیشرفت به کمک افراد متعدد نیاز دارند. اگرچه شما بنیان‌گذار و مالک شرکت خود هستید و کنترل آن را در دست می‌گیرید، انعطاف‌پذیری در همکاری با همین افراد مورد نیاز، نکته کلیدی پیشرفت خواهد بود. شما افرادی را به تیم خود اضافه می‌کنید تا نقاط خالی مورد نیاز در بحث دانش و تجربه را برای‌تان پوشش دهند. به‌همین دلیل عاقلانـه نخواهد بود که نیازهای خود را به این افراد دیکته کنید و نظرات آنها را نشـنوید. درنهایت تلاش کنید تـا از دانش و تجربه موجود در تیم حداکثر استفاده را ببرید. علاوه بر دانش و تجربه، ایده هم از اهمیت بالایی در کسب‌وکارهای نوپا برخوردار است. ایده‌هایی که تنها از یک منبع و یک چشـم‌انداز ایجاد می‌شوند، قطعا کیفیت بالایی نخواهند داشت. درمقابل، بهترین ایده‌ها آنهایی هستند که بازخورد تیم و بخش‌های متنوع کسب‌وکار را به‌همراه داشته باشند و نظرات آنها هم در توسعه ایده لحاظ شده باشد. مدیریت به سـبک سنتی، حق شما به‌عنوان کارفرما و مدیر شرکت است. البته فراموش نکنید که ایده‌ها، برنامه‌ها و سیاسـت‌هایی که بدون نظرات خارجی توسعه می‌یابند، پذیرش و انرژی مثبت آنچنانی به‌همراه نخواهند داشت. درعوض، مواردی که توسط تیم توسعه می‌یابند، پیشرفت بیشتری به‌همراه خواهند داشت. درواقع ایده‌های نوع اول آنچنان باقدرت، پردازش و اصلاح نشده‌اند و احتمالا نتایج خوبی هم به‌همراه نخواهند داشت.

بهره‌گیری از مشاوره مربی

احتمالا در ابتدا، ایده‌ای کلی از اهداف کسـب‌وکار و چگونگی دستیابی به آنها داشته باشـید. البته باوجود تمام قدرت و انرژی که برای تأسیس استارتاپ دارید، طبیعتا شما همه‌چیز را درباره کسب‌وکار جدید نمی‌دانید. ازطرفی کوتاه‌نیامدن از ایده‌ها و تصمیم‌ها یا مقاومت در برابر تغییر مسیر و اهداف استارتاپ، نوعی حس قدرت به شما می‌دهد. منتها حسی که شما به‌عنوان عزم راسـخ می‌بینید، شـاید به لجبازی و غرور بینجامد؛ غروری که شـما را از گوش‌دادن به نظرات دیگران که منجر به موفقیت می‌شود، باز خواهد داشـت. مربی‌ها و مشاوران اسـتارتاپ نقشی حیاتی در مسیر کارآفرینی دارند. در قـدم اول، بنیان‌گذاران باید تصمیم به گوش‌دادن و تلاش برای درک هرچه بهتر توصیه‌های آنها داشته باشند. البته بنیان‌گذار لزوما نباید تمامی پیشـنهادهای منتورها را قبول و آنها را اجرا کند. اگر مشاوره با منتورها و مشاوران را به‌عنوان رویکردی دائمی در کسب‌وکار در نظر بگیرید، می‌توانید از ایده‌های آنها برای تصمیم‌گیری‌های خرد و کلان استفاده کنید. درنظرگرفتن نظرات آنها پیش از تصمیم‌گیری‌های متعدد کسـب‌وکاری، شما را از دام چشم‌اندازهای تونلی و ایزوله در مدیریت رها می‌کند. چشـم‌انداز تونلی تنها به هدف نهایـی توجه می‌کند و ایده‌های خارجی ارزشی برای آن ندارند. این رویکرد می‌تواند به تصمیم‌های اشتباه و شکست‌های جبران‌ناپذیر منجر شود.

حق اکثرا با مشتری است

گرفتارشـدن در تصور صحیح‌بودن همه فرآیندهای کسـب‌وکار آسان است. چنین تصوری درنهایت منجر به گم‌کردن هدف اصلی هم می‌شود؛ هدفی که درواقع به‌صورت تحویل‌دادن کالا و خدمات عالی به مشـتریان خارج از دیوارهای شرکت تعریف می‌شود. قطعا نمی‌توان ایده‌پردازی درباره روندهای پرطرفدار بازار و موارد مشابه را محدود کرد، اما طراحی محصول نهایـی هم نباید تنها باتوجه به چنین روندهایی باشـد. چنین رویکردی منجر به عرضه محصول یا خدماتی می‌شود که مخاطبان محدود و اندک دارد. درنتیجـه در زمـان ایده‌پردازی برای اسـتارتاپ و محصول آن باید ایده‌های مشتریان احتمالی و سلیقه آنها را نیز لحاظ کنید. حتی زمانی‌که محصول استارتاپ به استقبالی مناسب در بازار دست پیدا کند، باید توسعه و بهبود آن را براسـاس نظرات و ایده‌های مشتریان در نظر داشته باشید. هزینه‌کردن مشـتریان، خرید یا عدم خرید کالا و خدمات و بازخوردهای زنده آنها، مسـیر توسـعه محصول یا خدمت را جهت‌دهی می‌کند. همه فرآیندهای کسب‌وکاری خصوصا در حوزه استارتاپ‌ها نیاز به ایجاد تعادل دارند. در بحث ایده‌ها و بهبود محصولات نیز باید تعادلی بین ایده‌های خود و آنچه در داخل شـرکت و خارج از آن می‌شنوید، ایجاد کنید. بنیان‌گذار به‌عنوان رهبر و تصمیم‌گیر استارتاپ باید ایده‌های شنیده‌شده را به‌نوعی پیاده کند که رضایت حداکثر افراد (از جمله خودش) را به‌همراه داشـته باشد.

نکته بالا به‌عنوان درگیری اصلی زندگی کارآفرینی شـناخته می‌شود. به‌منظور جذب دیگران به همراهی در مسـیر تصمیم‌گیری برای رسیدن به اهداف و چشم‌اندازهای موردنظر، باید همان اهداف و چشم‌اندازها را در مسیر پیشرفت، دستخوش تغییر کنید. به‌بیان‌دیگر وقتی استارتاپ شما به‌دنیای واقعی قدم می‌گذارد، ایده‌های جذابی که در ذهن خود داشتید و زمانی عالی تصور می‌شدند، باید از تغییر استقبال کنند.

درگیـری تغییـر در اهداف و چشـم‌اندازها باید از سـوی کارآفرین و بنیان‌گـذار پذیرفته شـود. درواقع بیشـتر باید به‌دنبـال چنین نوعی از درگیری‌ها باشیم. هیچ‌یک از کارآفرینان به‌تنهایی به موفقیت نرسیده‌اند و نخواهند رسید. همه ما به افرادی نیاز داریم که در زمان تصمیم‌گیری‌های حیاتی برای پیشرفت کسب‌وکار، در کنارمان باشند.

منبع: FORBES/zoomit

وقتی کسب‌وکار سبز با موفقیت برندها گره می‌خورد

۱۰ برند برتر در زمینه فعالیت سازگار با محیط زیست

به قلم: آرون ویلس بازاریاب موسسه Care۲ و کارشناس کسب‌وکار
ترجمه: علی آل‌علی

سـال گذشـته رهبران جهان در پاریس پیرامـون تصمیم‌گیری برای موضوع افزایش دمای جهانی گردهم آمدند. هدف اصلی دیدار دسـتیابی به توافقی همه‌جانبه برای پیشـگیری از افزایش بی‌رویه دمای جهان بود. تغییرات مضر آب و هوایی در طول دهه‌های اخیر به طور مستمر با تولید گازهای گلخانه‌ای روند صعودی داشـته است. متاسفانه در طول دهه‌های اخیر تقریبا هیچ کشـوری اقدام جدی برای جلوگیـری از تولید گازهای گلخانه‌ای در سطح انبوه انجام نداده است.

درحالی کـه تصمیم‌گیری‌های عمومی نظیـر گردهمایی پاریس برای جلوگیری از افزایش گرمای جهانی بسیار ضروری است، اقدامات داوطلبانه واحدهای خصوصی نظیر شـرکت‌های تجاری نیز در این مسـیر بسـیار راهگشـا خواهد بـود. امروزه به دلیل اهمیت موضـوع حفاظت از محیط زیست بسیاری از برندها به دنبال انجام اقدامات داوطلبانه برای حمایت از طبیعت در راستای جذب مشتریان بیشتر هستند. به این ترتیب سرنوشت برندها به حمایت‌شان از محیط زیست گره خورده است.

بدون تردید هر فهرسـتی از برندهای برتر با مناقشه‌های زیادی همراه است. با این حال در اینجا هدف اصلی من بررسی ۱۰ برند برتر در زمینه اقدام مثبت محیط زیستی اسـت. در این فهرست تمایزی میان اقدامات درون شرکتی و بیرونی برندها اعمال نشده است. به این ترتیب تمرکز من فقط بر روی خلاقیت و جدیت برندها قرار دارد.

در ادامه به بررسـی ۱۰ برند برتـر در زمینه اقدام مفید جهت مقابله با آسیب‌های خطرناک به محیط زیست و حل و فصل مشکلات آن خواهیم پرداخت.

۱. پاناسونیک

هنگامی که به کسب‌وکارهای سبز (حامی محیط زیست) فکر می‌کنیم، شـرکت الکترونیکی ژاپنی «پاناسونیک» نخستین گزینه تامل ما خواهد بود. در حقیقت، در سـال ۲۰۱۴ موسسه مطبوعاتی- تحلیلی Fortune نکته مهمی در مورد فاصله میان اقدامات واقعی پاناسـونیک و آنچه مردم در مورد این برند گمان می‌کنند، پی برد.

برخلاف تصور بسیاری از مردم مبنی بر صدمات بسیار زیاد شرکت‌های حوزه الکترونیک به طبیعت، برند پاناسونیک یک استثنا واقعی است. آنها هزینه‌های بسیار زیادی را برای پرهیز از آلوده‌سازی محیط زیست پرداخت می‌کنند. اقدامات پاناسونیک از کارهای داوطلبانه در کنار شهروندان گرفته تا بحث ذخیره انرژی با پیشرفته‌ترین تکنولوژی‌ها و راه‌اندازی خط بازیابی انرژی به صورت پیشرفته را شامل می‌شود.

یکی از جذاب‌ترین اقدامات برند پاناسونیک مربوط به دفتر نمایندگی‌اش در آمریکای شمالی است. دفتر نمایندگی این برند بزرگ در سال ۲۰۱۳ به منظور حمایت از محیط زیست محل استقرار خود را از شهر سیکوکس در نیوجرسـی به منطقه جنوبی شهر نوارک منتقل کرد. اهمیت این موضوع با بررسـی پیشینه طولانی اسـتقرار نمایندگی پاناسونیک در سیکوکس آشکارتر خواهد شد. به این ترتیب پاناسونیک به خوبی پرده از اراده مصمم خود در راستای حمایت از محیط زیست برداشت.

۲. شرکت جدید تولید نوشیدنی بلژیک

شرکت تولید نوشـیدنی بلژیک اقدامات بسـیار پردامنه‌ای در راستای حمایت از محیط زیسـت انجام می‌دهد. یکـی از مهم‌ترین اقدامات آنها استفاده کامل از انرژی‌های تجدیدپذیر و سبز برای تولید نوشیدنی است. به این ترتیب آلودگی‌های ناشی از تولید محصولات نوشیدنی‌سازی بلژیک به حداقل می‌رسـد. نکته جالب اینکه آنها سومین برند بزرگ حوزه تولید نوشـیدنی در آمریکا هستند. بدون تردید فعالیت برندی با این بزرگی در زمینه کسب‌وکارهای سبز امیدواری زیادی در میان حامیان محیط زیست ایجاد خواهد کرد.

حمایت از انرژی‌های سبز بخش جدایی‌ناپذیری از فرهنگ شرکت تولید نوشیدنی بلژیک به حساب می‌آید. به این ترتیب آنها سرمایه‌گذاری وسیعی در راسـتای خرید پنل‌های خورشـیدی و تصفیـه بازمانده‌های تولیدی کارخانه‌های‌شـان انجام داده‌اند. یکی از نکات جالب در مورد کسـب‌وکار سـبز این برند عرضه رایگان دوچرخه بین کارمندان شرکت است. به این ترتیب هر کدام از کارمندان که مسیر خانه تا محل کار را با دوچرخه طی کند، پاداش اضافی بر روی حقوقش دریافت خواهد کرد.

علاوه بر سیاسـت‌های درون شرکتی، شـرکت تولید نوشیدنی بلژیک موضع‌های قاطع سیاسی نیز در طول زمان اتخاذ کرده است. آنها یکی از ۲۰ برند نخست عضو پیمان «مراقبت کسب‌وکارها در راستای آب و هوایی بهتر و سیاست انرژی» محسوب می‌شوند. به این ترتیب وضعیت حمایت آنها از کسب‌وکار سبز به طور کاملا واضحی بیان شده است.

۳. والمارت

شـاید در نگاه نخسـت حضور یک فروشـگاه زنجیره‌ای در فهرسـت کسـب‌وکارهای سبز عجیب به نظر برسـد. در هر حال شغل آنها فروش هرگونه محصولی، حتی مضر برای محیط زیست را ایجاب می‌کند. با این حال برند والمارت در فعالیت‌های خود موضع‌های قابل تحسینی پیرامون حمایت از محیط زیست گرفته است.

تصمیم والمارت در سـال ۲۰۱۴ مبنی بر خرید محصولات از شـرکت وایلـد اوآتس بحث‌های زیادی را برانگیخت. وایلد اوآتس به طور عمده در زمینـه تولید مواد خوراکی ارگانیک فعالیـت دارد. هدف آنها تولید غذای ارگانیک با هزینه کم برای مردم اسـت. این تصمیم والمارت در پی تغییر اسـتراتژیک آنها در سال ۲۰۱۳ مبنی بر حمایت بیشتر از کسب‌وکارهای سـبز صورت گرفت. به این ترتیب اکنون بسـیاری از مردم برند والمارت را به عنوان یک فروشـگاه حامی محیط زیسـت قلمداد می‌کنند. در پی این اقدام شـرکت تصمیم به جایگزینی محصولات سـازگار با طبیعت با نمونه‌های پرخطر کرد.

۴. اپل

شهرت اصلی اپل برای تولید محصولاتی بهره‌مند از آخرین تکنولوژی‌های مدرن اسـت. این شهرت جهان‌شـمول آنها را از کسب شهرت در زمینه کسـب‌وکارهای سبز باز داشته اسـت. با این حال چنین امری به معنای عدم فعالیت آنها در راسـتای حمایت از محیط زیست نیست. توافق ۸۴۸ میلیون دلاری اپل با یکی از توسـعه‌دهندگان انرژی‌های خورشـیدی در کالیفرنیا به آنها در راسـتای فعالیت با استفاده از انرژی‌های تجدیدپذیر و سازگار با طبیعت کمک کرد. چند ماه پس از این تصمیم بسته‌بندی برند اپل با اسـتفاده از کاغذهای بازیافتی صورت گرفت. به این ترتیب حرکت این غول دنیای گوشی‌های هوشمند در مسیر کسب‌وکارهای سبز سرعت بیشتری به خود گرفت. به مانند پاناسونیک، اپل نیز سرمایه‌گذاری قابل توجهی بر روی کاهش مصرف سـوخت‌های فسیلی از سوی کارمندانش انجام داده است. به این ترتیب اکنون اغلب کارمندان اپل از سیستم حمل و نقل شرکت استفاده می‌کنند. این سیستم با استفاده از باطری‌های برقی به خوبی با محیط زیست سـازگاری دارد. موضع‌گیری‌های اپل در مورد بحث‌های محیط زیستی همیشه جالب توجه بوده است. آنها در سال‌های ۲۰۰۹ و ۲۰۱۵ نسبت به عواقب بد ناشی از تولید محصولات با مواد اولیه مضر برای طبیعت به سازمان‌های دولتی آمریکا هشدار داده‌اند. همچنین بـه هنگام خـروج از معاهده آب و هوایی پاریس یکی از سرسـخت‌ترین مخالفان دولت ایالات متحده برند اپل بود.

۵. Ikea

در ماه ژوئن ۲۰۱۵ برند Ikea سـرمایه‌گذاری یک میلیادر دلاری‌اش را بر روی به کارگیری لوازم تولید سبز (سازگار با محیط زیست) اعلام کرد. هدف آنها از این کار دسـتیابی به فرآیند تولید سازگار با طبیعت بود. در این میان خبرگزاری تلگراف به نکته جالبی اشـاره کرد: «سـرمایه‌گذاری عظیم برند Ikea نه‌تنها شامل کشـور سوئد، بلکه برخی از صنعتی‌ترین کشورها نظیر آلمان نیز می‌شـود.» به این ترتیب پروژه این برند سوئدی دامنـه‌ای جهانی دارد. اقدامات دیگری نظیر خرید پنل‌های خورشـیدی برای تامین انرژی خط تولید کارخانه‌ها و اسـتفاده از مواد اولیه سازگار با طبیعت از دیگر اقدامات قابل توجه Ikea در مسـیر سازگاری با طبیعت محسوب می‌شود.

۶. IBM

برند IBM یکی از پرچمدارهای تجارت سـازگار با محیط زیست برای دهه‌های متمادی محسوب می‌شـود. در سال ۲۰۱۵ اعلامیه رسمی این برند از هدفش در راسـتای حذف کامل تولید گازهای گلخانه‌ای تا سـال ۲۰۲۰ پرده برداشـت. به این ترتیب تا سـال ۲۰۲۰ دیگر شـاهد تولید گازهای گلخانه‌ای از سـوی IBM نخواهیم بود. این آمار با توجه به رقم واقعی تولید گازهای گلخانه‌ای آنها در سـال ۲۰۰۵ بسـیار هیجان‌انگیز خواهد بـود. در حقیقت IBM در صنعت بسـیار بحث‌برانگیزی فعالیت دارد، چراکه تولید گازهای گلخانه‌ای بخش جدایی‌ناپذیری از فرآیند تولید محصولات آنها به حساب می‌آید. جهت‌گیری آنها به سوی انرژی پاک به معنای پیشرفت سریع تکنولوژی‌های سازگار با طبیعت است.

شـاید نگاهی به دامنه جهانی فعالیت برند IBM راهگشا باشد. آنها در کشور دنیا حضور فعال دارند. شمار کارمندان‌شان نیز نزدیک به ۱۸ هزار نفر است، بنابراین جهت‌گیری آنها به سوی انرژی‌های پاک موفقیت بسیار بزرگی برای حامیان محیط زیست محسوب خواهد شد.

۷. Uniliver

برند Uniliver نزدیک به یک دهه در زمینه کسـب‌وکار سبز فعالیت دارد. آنها اخیرا در پژوهش موسسه حمایت از آب و هوای سالم به عنوان برترین برند در زمینه حمایت از کسـب‌وکار سبز شناخته شده‌اند. به این ترتیب باید نگاهی ویژه به نحوه فعالیت این برند داشت.

علاوه بر حمایت قاطع طیف مدیران Uniliver از کسـب‌وکار سـبز، موضع‌گیری‌های صریح آنها در قبال سیاسـت‌های آسیب‌زای کشورهای مختلف نیز قابل توجه اسـت. یکی از اقدامات جالب این شـرکت در سال ۲۰۱۰ اعلام رسـمی رساندن نرخ تولید گازهای گلخانه‌ای به صفر در ۱۰ سال آینده بود. به این ترتیب در سال آینده ما شاهد فعالیت این برند بزرگ بدون تولید حتی درصد گاز گلخانه‌ای خواهیم بود.

در سـال ۲۰۱۲، Uniliver در اعلام نظری رسمی مهلت سه ساله‌ای برای پاکسـازی خط تولیدش از مواد اولیه خطرناک برای طبیعت تعریف کرد. به این ترتیب از سـال ۲۰۱۵ ما خط تولیدی کاملا سازگار با محیط زیست در کارخانه‌های برند Uniliver مشاهده کرده‌ایم.

۸. چیپوتل

رستوران‌های زنجیره‌ای چیپوتل یکی از آخرین برندهای فعال در زمینه حمایت از محیط زیسـت به حسـاب می‌آید. آنها برای سال‌های متمادی تحت فشار برای ورود به این عرصه بوده‌اند. با این حال به دلیل مشکلات عدیده چنین جهت‌گیری را برای سال‌ها به تاخیر انداخته‌اند. آنها در سال ۲۰۰۱ بالاخـره جهت‌گیری خود در راسـتای حمایت از محیط زیسـت را اعـلام کردند. به این ترتیب یکـی از بزرگ‌ترین برندهای تولید غذا در جهان به فعالیت سـبز پرداخت. وقتی اقدام چیپوتل در راستای حمایت از کسب‌وکار سبز علنی شد، معنای آن خداحافظی با روغن‌های خطرناک برای محیط زیسـت بود. اگرچه روغن‌های ایـن برند تاثیر مخرب اندکی بر روی سـلامتی انسان داشـتند، اما باقی‌مانده آن یک سم مهلک برای طبیعت محسوب می‌شد. به این ترتیب آنها بدل به مشتری پر و پا قرص روغن‌های طبیعی و سـازگار با محیط زیست شدند. گام نهایی آنها برای فعالیت در عرصه کسـب‌وکارهای سبز اعلام توقف خرید محصولات اولیه غیـر ارگانیک بود. به ایـن ترتیب مواد اولیه این رسـتوران به طور کاملا ارگانیک تهیه می‌شود.

۹. بیوژن

برند بیوژن نخستین بار فعالیت خود را در ایالت ماساچوست شروع کرد. زمینه اصلی فعالیت آنها در زمینه بیوتکنولوژی اسـت. به این ترتیب آنها نه‌تنها برندی فعال در زمینه کسب‌وکار سبز هستند، بلکه به سایر برندها نیز برای پیوسـتن به چنین الگویی از کسب‌کار کمک می‌کنند. آنها تنها برندی هستند که دو سال پیاپی به عنوان کسب‌وکار حامی محیط زیست انتخاب شـده‌اند. پیش از آنها هیچ برندی موفق به کسب چنین افتخاری نشـده بود. آنها در سـال ۲۰۱۵ خبر ایجاد دستکاری در مواد اولیه دارای کربن به منظور سازگاری بیشتر با محیط زیست پس از تولید محصولات کارخانه‌ای را رسانه‌ای کردند. این امر به معنای کاهش تولید مواد خطرناک برای طبیعت از سوی کارخانه‌های پرشماری بود. البته تا زمان به کارگیری چنین ماده‌ای در صنایع مختلف هنوز باید اندکی صبر کنیم. مجله گرین ویک در سـال ۲۰۱۵ نام این برند را در فهرست سبزترین کسب‌وکارهای دنیا در رتبه نخست قرار دارد. دلیل اصلی این انتخاب فعالیت اصلی بیوژن در راستای توسعه کسب‌وکارهای سبز است.

سرمایه‌گذاری‌های بیوژن تقریبا همه بخش‌های تولید و کسب‌وکار را در بر می‌گیرد. به این ترتیب آنها راهکاری بسـیار قوی برای جلب همکاری تمام برندها در سراسر دنیا در اختیار دارند. نکته جالب درخصوص فعالیت این برند دسـتیابی به نرخ عجیب و باورنکردنی صفر درصد هدررفت مواد اولیه اسـت. به این ترتیب آنهـا با کمترین مواد اولیه مـورد نیاز و بدون هدررفت حتی یک درصت آن مشغول به فعالیت هستند.

۱۰. چیکوبگ

چیکوبگ یکی از نام‌های آشـنا برای علاقه‌مندان به کیف‌های کاربردی و لوکس اسـت. شـهرت اصلی آنها به دلیل فعالیت در زمینه تولید انواع کیف‌های مورد نیاز مردم است. از کیف‌های مسافرتی گرفته تا نمونه‌های لوکـس و مخصوص مهمانی‌های رسـمی، همگی در فهرسـت تولیدات این برند قرار دارد. چیکوبگ نه‌تنها در زمینه توسـعه کسـب‌وکار یکی از موفق‌ترین برندها محسـوب می‌شود، بلکه تمرکز بالایی در زمینه فعالیت سبز و سازگار با محیط زیست نیز دارد.

امروزه بسیاری کیف‌ها در سراسر دنیا با استفاده از مواد اولیه پلاستیکی تولید می‌شـود. برخی از این مواد به طور کامل با محیط زیست ناسازگار هسـتند. به همین دلیل پس از دفن به عنوان زباله تا چند صد سـال در طبیعـت باقی می‌مانند. همچنین برخی از آنها سـم‌های خطرناکی برای محیط زیست تولید می‌کنند. به همین دلیل استراتژی کاربردی چیکوبگ توقف استفاده از مواد اولیه ناسازگار با محیط زیست برای تولید کیف‌های خود است. به این ترتیب آنها به عنوان یکی از مشهورترین برندهای فعال در زمینه تولید کیف در زمره برندهای سازگار با محیط زیست در آمده‌اند.

منبع: allbusiness

اخبار

رئیس شورای شهر گرگان:

قاطعانه از تیم بسکتبال شهرداری گرگان حمایت می‌کنیم

گرگان- خبرنگار فرصت امروز- رئیس شورای اسلامی شهر گرگان گفت: همه اعضای شورای شهر و شهرداری حمایت کامل و قاطع خود را از تیم بسکتبال شهرداری اعلام کرده و امیدواریم با تصویب بودجه مناسب این موفقیت‌ها نیز در فصل بعد ادامه داشته باشد. علی اصغر یوسفی در پایان دیدار دوم فینال لیگ برتر بسکتبال و پیروزی تیم بسکتبال شهرداری گرگان در جمع خبرنگاران اظهار داشت: این پیروزی شیرین را به همه مسئولان و مردم شهر گرگان تبریک می‌گویم.وی افزود: امیدواریم در آبادان نیز موفق شویم و این بردهای شیرین تداوم داشته باشد تا بتوانیم جشن قهرمانی را در گرگان برگزار کنیم.رئیس شورای اسلامی شهر گرگان گفت: حساسیت در این دیدار بسیار بالا بود اما همه کادرفنی و بازیکنان و تماشاگران زحمت بسیاری کشیدند تا تیم پیروز شود.رئیس شورای اسلامی شهر گرگان درباره حمایت ها از تیم شهرداری گرگان در فصل بعد هم گفت: همه اعضای شورای شهر و شهرداری حمایت کامل و قاطع خود را از تیم بسکتبال شهرداری اعلام کرده و امیدواریم با تصویب بودجه مناسب این موفقیت‌ها نیز در فصل بعد ادامه داشته باشد.سرپرست تیم شهرداری گرگان هم در پایان این دیدار در جمع خبرنگاران گفت: این پیروزی را به جامعه ورزشی گرگان و استان تبریک گفته و امیدواریم از آبادان دست پر به گرگان بازگردیم و دیدار پنجم را در گرگان برگزار کنیم.کریم علمی درباره اعزام تماشاگران گرگانی به آبادان هم گفت: براساس توافق انجام شده بین ۲ تیم قرار شده که تیم‌ها تماشاگر اعزام نکنند و نمی‌توان تماشاگران گرگانی را به آبادان اعزام کرد.

مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری خبر داد :

بیش از ۱۳۵۰۰ نفر ساعت آموزش در منطقه ساری

ساری -دهقان – مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری گفت : در سال ۹۷ تعداد ۵۰ دوره تخصصی و عمومی آموزشی برای کارکنان ، پیمانکاران ، رانندگان و کارآموزان منطقه ساری برگزار شد . سبحان رجب پور مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری با بیان اینکه حیات سازمانها به دانش ، آگاهی و مهارت های گوناگون و جدید وابسته است ، اظهار کرد : همه ساله دوره های آموزشی متنوع با هدف ارتقاء سطح کیفی مهارت های فردی و عملکردی کارکنان در منطقه ساری به اجراء در می آید که از ابتدای سال تا کنون تعداد ۵۰ دوره آموزشی برای کارکنان رسمی ، قرارداد مدت معین و پیمانکاری ، رانندگان و کارآموزان برگزار شد . وی با بیان اینکه آموزش و توانمند سازی نیروی انسانی سبب می شود تا افراد بتوانند متناسب با تغییرات سازمانی و محیطی به طور مؤثر فعالیت خود را ادامه داده و بر کارایی خود بیفزایند ، عنوان کرد : ۷ دوره تخصصی برای تعداد ۱۲۸ نفر در ۱۲۰ ساعت و مجموع ۲۲۱۶ نفر ساعت و ۷ دوره به صورت عمومی برای تعداد ۲۰۸ نفر در ۱۰۴ ساعت ودر مجموع بیش از ۲۹۰۰ نفر ساعت در سال ۹۷ توسط واحد آموزش منطقه ساری برگزار شد . وی رسیدن به اهداف سازمان را در روز آمد بودن و توانایی کارکنان در انجام وظایف محوله و انطباق با محیط متغیر دانست و اظهار کرد : برای ۱۵ نفر از کارآموزان دانشگاهی معادل ۳۳۷۶ نفر ساعت دوره آموزشی برنامه ریزی و اجرائی شد . سبحان رجب پور در ادامه اظهار کرد : در سال ۹۷ دوره هایی برای مدیریت و سرپرستی ، پیمانکاران و رانندگان نیز برگزار شد که در مجموع ۵۰۴۴ نفر ساعت دوره آموزشی برگزار شد .

به همت جمعیت هلال‌احمر لرستان انجام شد:

توزیع مجدد اقلام امدادی و آموزشی در منطقه «رودبار» کوهدشت

خرم آباد- خبرنگار فرصت امروز- مدیرعامل جمعیت هلال‌احمر لرستان از توزیع مجدد اقلام آموزشی، امدادی و بهداشتی در منطقه سیل‌زده «رودبار» کوهدشت خبر داد. صارم رضایی در جمع خبرنگاران از توزیع مجدد اقلام بهداشتی، آموزشی و امدادی ویژه کودکان، بانوان و خانواده‌ها از جمله شیر خشک، بسته‌های امدادی و آموزشی در مناطق سیل زده رودبار خبر داد. وی گفت: توزیع این اقلام به صورت مشترک توسط جمعیت هلال احمر شهرستان کوهدشت و کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان این شهرستان انجام شد. مدیرعامل جمعیت هلال احمر لرستان تصریح کرد: علاوه بر برپایی محل‌های اسکان و اردوگاه‌ها به آموزش‌های امدادی و اقدامات بعد از سیل پرداخته‌ایم تا در کنار کمک‌های مردمی و دستگاه‌های امدادرسان، بحران را مدیریت کنیم. رضایی به همکاری دستگاه‌ها برای کمک به مردم سیل زده اشاره کرد و افزود: در حال حاضر تمامی نهادها از جمله سپاه، ارتش، بسیج، کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان، دیگر گروه‌های فعال در منطقه در کنار هم و با وحدت در حال امدادرسانی و کمک به هموطنان آسیب دیده هستند.

آغاز فعالیت رسمی بازسازی و نوسازی واحدهای آسیب دیده گمیشان از چهاردهم اردیبهشت

رشت-مهناز نوبری- ماکان پدرام مدیرکل و رئیس شورای هماهنگی راه و شهرسازی گیلان صبح امروز در جلسه هماهنگی بازسازی و نوسازی واحدهای مسکونی آسیب دیده از وقوع سیل گمیشان استان گلستان در فرمانداری شهرستان گمیشان با اشاره به اینکه گیلان به عنوان استان معین جهت بازسازی واحدهای مسکونی خسارت دیده معرفی شده است، گفت: پیرو دستور دکتر سالاری استاندار گیلان از واحدهای خسارت دیده بازدید صورت گرفت.وی افزود: بررسی دقیق وضعیت جغرافیایی منطقه به صورت علمی و اصولی باید صورت بگیرد تا فرآیند ساخت و سازها به صورت دقیق انجام گیردمدیرکل راه و شهرسازی گیلان اظهار داشت: رعایت اصول فنی، علمی و مهندسی در ساخت و سازهای منطقه مورد تاکید است.پدرام افزود:استفاده از سازه های ایمن و تسریع در اجرای کار را بعنوان برنامه ویژه خود قرار خواهیم داد.پدرام در پایان خاطر نشان کرد: ان شاا... با همکاری یکدیگر دغدغه های مردم را به خاطرات خوش تبدیل خواهیم کرد.

توسط امور آب و فاضلاب شهرستان اراک

پایش شبکه جمع آوری فاضلاب و جلو گیری از ورود آبهای سطحی به شبکه

اراک- مینو رستمی- با توجه به اینکه شبکه های جمع آوری فاضلاب فقط برای جمع آوری و انتقال فاضلاب های ناشی از مصرف آب طراحی شده اند ورود آب های سطحی به ویژه هنگام بارندگی های شدید و با حجم گسترده مشکلاتی همچون پس زدگی فاضلاب به منازل مردم و همچنین اختلال در عملکرد تصفیه خانه فاضلاب را به وجود می آورد. به گزارش روابط عمومی شرکت آب و فاضلاب استان مرکزی سعید سرآبادانی مدیر امور آب وفاضلاب شهرستان اراک اظهار داشت : با پایش دقیق شبکه فاضلاب شهر در راستای جلوگیری از ورود آبهای سطحی به شبکه جمع آوری فاضلاب و به حداقل رساندن خسارات ناشی از آن توسط اداره بهره برداری فاضلاب منطقه یک آبفا اراک ، یکی از این نقاط ورود آب های سطحی به شبکه فاضلاب در کوی نگین شهر اراک شناسایی شد. وی در ادامه تصریح کرد : آبهای سطحی که از داخل شهر به سمت انتهای خیابان هپکو و پل شهید بختیاری هدایت می شوند به دلیل نداشتن مسیر مناسبی برای انتقال به بیرون از شهر متأسفانه به شبکه فاضلاب شهری هدایت می شدند که موجب وارد آوردن خسارتهای زیادی به شبکه جوع آوری و تصفیه خانه فاضلاب شهر شده است. سرآبادانی در پایان عنوان کرد: دبی ورودی آبهای سطحی به شبکه جمع آوری فاضلاب در این محل حدود ۱۵۰۰ متر مکعب در ساعت بوده است.

بازگشایی مسیر های ارتباطی روستاهای مجاور منطقه عملیاتی سرکان

کرمانشاه - منیر دشتی – به نقل از پایگاه اطلاع رسانی شرکت بهره برداری نفت و گاز غرب با همت و تلاش جهادی و شبانه روزی کارکنان این شرکت مسیر دوم منطقه عملیاتی سرکان از سمت روستای وه ره زرد بازگشایی شد. مهندس ناصری پور مدیر عامل شرکت بهره برداری نفت و گاز غرب با اعلام این خبر اظهار کردند: در پی بارش های اخیر و وقوع سیلاب های عظیم و کم سابقه در استان های غرب کشور و مناطق عملیاتی شرکت اکثر راههای ارتباطی این مناطق کاملا تخریب گردید که علاوه بر ایجاد مشکلات بسیار برای تردد همکاران مسیر های ارتباطی روستاهای اطراف از جمله پران پرویز، کیان آباد، تیمور آباد و وه ره زرد از شهرستان پلدختر مسدود شد. ایشان تصریح نمودند: خوشبختانه با برنامه ریزی های صورت گرفته، تاکید مدیر عامل شرکت نفت مناطق مرکزی ایران و تعامل با فرماندار محترم شهرستان پلدختر و فرماندار شهرستان رومشگان، برگزاری جلسات متعدد و همت همکاران آسیب های وارد شده به شرکت در این مناطق به حداقل ممکن رسید و شرکت به عنوان وظیفه انسانی و دینی خود در همان ساعات اولیه اقدام به امداد رسانی در این مناطق نمود و با توزیع کمک های خوراکی و بهداشتی با همکاران بسیجی به یاری سیل زدگان شتافت و با تداوم آن همزمان ضمن فراخوان ادوات سبک و سنگین خود در همه مناطق به نقاط بحرانی اقدام به بازگشایی مسیر ها و امداد رسانی به سیل زدگان نموده ایم. وی افزود: پیشتر نیز با توجه به مسدود بودن همه راهها و تخریب آنها، شرکت به منظور بازگشایی مسیر اول در همان ساعات نخست به منظور تسریع در انتقال و جابجایی همکاران عملیاتی سرکان و مالکوه و رساندن تجهیزات لازم به این واحد و ایجاد راه دسترسی به واحد بهره برداری سرکان و چهار روستای محاصره شده اقدام به بازگشایی مسیر های ارتباطی روستاهای اطراف نمود و با تلاش جهادی همکاران توانست در کمتر از ۷۲ ساعت پس از سیل و با وجود ادامه بارش ها و حجم بالای آبهای روان، مسیر اول بطول ۱۳ کیلومتر را از سمت جاده کوهستانی روستای رومشگان (L.B.V ۱) به سرکان را بازگشایی نماید و راه ارتباطی روستای پران پرویز به رومشگان نیز برقرار گردید.

برگزاری کلاس یکروزه هموویژلانس توسط انتقال خون ایلام

ایلام- هدی منصوری- کلاس یکروزه هموویژلانس جهت بالا بردن سطح آگاهی دانشجویان علوم آزمایشگاهی دانشگاه علوم پزشکی استان ایلام برگزار گردید هاشم بیگی ، مسئول پخش خون این اداره ضمن خوش آمد گویی به حضار هدف از برگزاری این سمینار را بالا بردن سطح آگاهی دانشجویان علوم آزمایشگاهی دانشگاه علوم پزشکی استان دانستند . در ادامه در خصوص نقش انتقال خون در طب ، سیستم هموویژلانس و اهمیت آن ، آشنایی با نحوه تزریق خون ، آزمایش های قبل از تزریق خون ، عوارض ناشی از تزریق خون ، آشنایی با انواع فرآورده های سلولی پلاسمایی و اندیکاسیون های تزریق و سیستم هموویژلانس در ایلام مطالبی را بیان نمودند .

برنامه ریزی، کلید عبور از بحران ها

بندرعباس- خبرنگار فرصت امروز- شرکت فولاد هرمزگان با پیش بینی های انجام شده و اقدامات صورت گرفته در خصوص مواجهه با بحران، بدون بروز مشکل یا حادثه ای بحران بارندگی اخیر را پشت سر گذاشت . هرمزگان یکی از استان هایی است که با بارش های فراوانی در روزهای اخیر مواجه بوده و در بعضی نقاط شاهد سیل و آب گرفتگی بوده است . با توجه به موقعیت جغرافیایی شرکت فولاد هرمزگان و عبور مسیل از اخل آن و با توجه به احتمال وقوع سیلاب، این رویداد بحرانی در این شرکت با مدریت صحیح، بدون حادثه پشت سر گذاشته شد. مهندس سید اصغر مدنی معاون بهره برداری شرکت فولاد هرمزگان در این خصوص گفت : به محض وصول خبر احتمال وقوع سیل ، در این شرکت کمیته بحران با حضور معاونین و مدیران مرتبط تشکیل شد . در این کمیته موارد و نقاطی که از جهت ایجاد مشکل و حادثه قابل پیش بینی بود، معلوم گردید. و علیرغم مشخص نبودن حجم آب ورودی به شرکت، تمهیداتی اندیشیده و مسئولیت هر فرد مشخص شد . وی با بیان اینکه بحران قابل پیش بینی نیست اما با برنامه ریزی می توان بحران را بدون خسارت پشت سر گذاشت گفت : قبل از وقوع بارندگی ها حجم زیادی از مسیل یا همان خور و آبراه های داخل شرکت لایروبی شد. همچنین تمام تمهیدات لازم برای قطع شدن برق و تلفن در نظر گرفته شده بود . مدنی در ادامه گفت : از اولین لحظات بارندگی ، هر کدام از اعضای کمیته بحران در یکی از نقاط مشخص شده حاضر و نقاط ضعف احتمالی مشخص و با همکاری دسته جمعی، بلافاصله نسبت به رفع آن ها اقدام شد . مدنی با بیان این که ایمنی در هنگام بروز بحران در کارخانه از اهمیت بالایی برخوردار است گفت : این گونه بحران ها اگر درست مدیریت نشوند باعث مشکلات ایمنی متعددی در شرکت خواهند شد. وی در ادامه اظهار داشت:اکنون نیز که ساعات اولیه بعد از بحران را سپری می کنیم به چک کردن نقاط مختلف ادامه می دهیم تا احتمال بروز حادثه را به صفر برسانیم. جانشین مدیرعامل شرکت فولاد هرمزگان از احساس مسئولیت مدیران شرکت هنگام بحران قدردانی کرد و گفت: از اولین لحظات بارندگی ها تا ۲۴ ساعت بعد و پایان یافتن شدت بارندگی ها، معاونین و مدیران و روسای مرتبط در شرکت حضور داشته و مستقیما موارد مربوطه را مدیریت می کردند . وی تصریح کرد شرکت فولاد هرمزگان با جمع پیش بینی های انجام شده و اقدامات صورت گرفته در خصوص مواجهه با بحران، بدون بروز مشکل یا حادثه ای بحران بارندگی اخیر را پشت سر گذاشت . معاون بهره برداری شرکت فولاد هرمزگان از تعریف پروژه هایی برای اقدامات دائمی برای مقابله با اینگونه بحران ها خبر داد و اظهار امیدواری کرد با اجرایی شدن این پروژه ها آمادگی شرکت در برابر مواجهه با بحران های این چنینی از امروز نیز بیشتر باشد . وی با بیان اینکه فولاد هرمزگان فقط یکی از شرکت های واقع در منطقه ویژه است ابراز امیدواری کرد با برنامه ریزی وسیع تر و هماهنگی بیشتر در سطح شرکت های واقع در این منطقه ، احتمال وقوع حادثه و خسارات وارده به هریک از شرکت ها را به حد قابل توجهی کاهش یابد .

مدیر عامل شرکت شهرک های صنعتی البرز

بیش از ۶۰۳ هزار دلاری پوشاک از استان البرز صادر شد

کرج- خبرنگار فرصت امروز- مدیر عامل شرکت شهرک های صنعتی البرز گفت: بیش از ۶۰۳ هزار دلار، پوشاک در سال گذشته توسط اصناف صنفی و صنعتی پوشاک این استان صادر شده است. محمد امین فرشی با بیان اینکه این آمار توسط خوشه پوشاک استان اعلام شده افزود: عمده این صادرات به کشورهای عراق، افغانستان و ترکیه صورت گرفته است. وی با اشاره به وجود یک هزار و ۳۴۰ واحد صنفی و صنعتی مجوز دار در زمینه پوشاک در استان اظهار داشت: با هدف توسعه صادرات در این بخش به دیگر کشورها، از جمله کشورهای منطقه، کنسرسیوم صادرات پوشاک در استان ایجاد می شود. فرشی گفت: یکی از برنامه های این کنسرسیوم، ایجاد یک برند مشترک بین ذینفعان خوشه پوشاک استان است. وی ادامه داد: طراحی پوشاک و توجه به بازارهای داخلی و خارجی از دیگر مواردی است که در این کنسرسیوم لحاظ می شود. فرشی گفت: البرز به عنوان قطب صنعتی در کشور، دارای ظرفیت های بسیاری از جمله در بخش پوشاک است که در صورت توجه هر چه بیشتر به این بخش و برندسازی می توانیم علاوه بر کسب ارزش افزوده قابل توجه ای برای استان، در مسیر تحقق شعار امسال که از سوی مقام معظم رهبری به عنوان رونق تولید نامگذاری شده نیز گام های عملیاتی برداریم. وی ادامه داد: با توجه به اینکه صنایع زیادی در البرز در زمینه تولید پوشاک فعالیت می کنند می توان این استان را پایتخت پوشاک کشور نامید. فرشی گفت: با هدف معرفی توانمندی‌های استان البرز در این بخش و بر مبنای برنامه ریزی های انجام شده مقرر شده در نیمه اول امسال به میزبانی شرکت شهرک های صنعتی استان البرز، همایش « البرز، پایتخت پوشاک کشور » برگزار شود.

پیام تقدیر و تشکر مدیرعامل برق منطقه ای خوزستان

اهواز- شبنم قجاوند- پیام تقدیر و تشکر مدیرعامل برق منطقه ای خوزستان از شرکت هایی که در بحران سیلاب با این شرکت همکاری داشتند. مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان از همه سازمان ها و مسئولانی که در بحران سیلاب خوزستان با این شرکت در محافظت از پست های برق همکاری داشتند، تشکر و قدردانی کرد. محمود دشت بزرگ اظهار داشت: بارندگی های کم سابقه اخیر در حوزه آبریز رودخانه های کرخه، دز و کارون باعث شد تا مناطق وسیعی از استان خوزستان دچار سیلاب شوند و به تبع آن ۵۱ پست و ۱۷۰۰ دکل این شرکت نیز در معرض آبگرفتگی قرار بگیرند. وی با بیان اینکه ۲۸ پست برق از پست های در معرض سیلاب وضعیت بحرانی داشتند، افزود: اکر به موقع در این پست ها سیل بند و خاکریز برای جلوگیری از ورود آب احداث نمی شد خاموشی گسترده ای در شبکه برق رخ می داد و بحران سیلاب وارد فاز تازه ای می شد. مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان اضافه کرد: احداث سیل بند در ۲۸ پست در بازه زمانی کوتاه نیازمند هماهنگی و عملیات خاکی سنگینی بود و در این مسیر شرکت ها و سازمان هایی با برق منطقه ای خوزستان در بحث تامین نیروی انسانی، ماشین آلات و پمپ های کف کش همکاری داشتند. دشت بزرگ با بیان اینکه حدود ۷۰ دستگاه کمپرسی، لودر و بیل مکانیکی برای احداث سیل بند در اطراف پست ها به کار گرفته شد، تصریح کرد: از مجموعه شرکت های تابعه وزارت نیرو که در زمان بحران سیل در کنار برق منطقه ای خوزستان بودند و در بحث تامین ماشین آلات همکاری داشتند کمال تقدیر و تشکر را دارم. وی همچنین از اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای فارس و خوزستان، شرکت حفاری، شرکت ملی مناطق نفت خیز جنوب نیز قدردانی کرد. مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان با تشکر از حضور مسئولان وزارت نیرو و شرکت توانیر در مدت زمان بحران سیل در خوزستان، تاکید کرد: حضور مسئولانی از وزارت نیرو و شرکت توانیر در هماهنگی های صورت گرفته و بسیج امکانات برای محافظت از پست ها نقش پر رنگی داشت.

مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان بوشهر :

تاسیسات جدید آب شیرین‌کن در شهرهای مختلف استان بوشهر اجرا می شود

بوشهر- خبرنگار فرصت امروز- عبدالحمید حمزه‌پور در جمع خبرنگاران در بوشهر با بیان اینکه ۲ دهه خشکسالی امسال پشت سرگذاشتیم اظهار داشت : سال آبی ۹۶ - ۹۷ شاهد کمترین بارش باران در کشور و بوشهر بودیم که در ۵۰ سال گذشته بی سابقه بود و این مهم بر کمبود تامین آب آشامیدنی استان بوشهر اثرگذار بود. به گزارش روابط عمومی و آموزش همگانی شرکت آب و فاضلاب استان بوشهر وی، با بیان اینکه بیش از ۸۵ درصد منابع آب آشامیدنی استان بوشهر خارج از استان است خاطر نشان کرد: ۶۰ درصد آب آشامیدنی به گزارش روابط عمومی و آموزش همگانی شرکت آب و فاضلاب استان بوشهر استان بوشهر از سد کوثر در استان کهگیلویه و بویراحمد و ۲۵ درصد هم از خط آبرسانی کازرون و مابقی از طریق چاههای آب استان تامین می‌شود. مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان بوشهر از تولید آب از طریق شیرین سازی آب دریا خبر داد و بیان کرد: اکنون ۲ سایت آب شیرین‌کن در کنگان و بوشهر با ظرفیت ۲۲ هزار و ۵۰۰ متر مکعب تولید در شبانه‌روز وارد مدار است که ۸ درصد از آب استان بوشهر را تامین می‌کند. حمزه‌پور از اجرایی شدن تاسیسات جدید آب شیرین‌کن در شهرهای مختلف استان بوشهر خبر داد و خاطر نشان کرد: اکنون به ظرفیت ۶۰ هزار متر مکعب در شبانه‌روز آب شیرین‌کن در استان بوشهر در حال اجراء است که با وارد مدار شدن این طرح‌ها، تولید آب از آب‌شیرین‌کن‌های استان بوشهر از ۸ درصد به ۴۰ درصد افزایش می‌یابد. وی، با اشاره به اینکه عملیات اجرایی طرح آب شیرین‌کن ۳۵ هزار متر مکعب بوشهر آغاز شده گفت: فاز سوم ۱۰ هزار متر مکعبی بوشهر و ۱۵ هزار متر مکعب در شهرهای وحدتیه - دالکی و آب پخش - سعدآباد در شهرستان دشتستان عملیات اجرایی آن آغاز که این پروژه‌ها در قالب ۴ سرمایه‌گذار عملیات اجرایی آن آغاز شده است. مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان بوشهر با بیان اینکه به‌زودی ۳ پروژه آب شیرین‌کن دیگر آغاز می‌شود افزود:آب شیرین‌کن عسلویه و تنگستان هر کدام به ظرفیت ۵ هزار مترمکعب و آب شیرین‌کن ۱۷ هزار متر مکعبی برازجان که در ساحل بوشهر ساخته می‌شود به‌زودی پیمانکار و سرمایه‌گذار آن تعیین می‌شود. حمزه‌پور بیان کرد: در مجموع طرح‌های اجرایی ظرفیت شیرین سازی آب دریا برای تامین آب آشامیدنی استان بوشهر به ۹۰ هزار مترمکعب می‌رسد. وی، تصریح کرد: طرح ۱۰ هزار متر مکعب آب شیرین‌کن بوشهر در حال اجراء است که ۵ هزار متر مکعب آن اواسط تابستان امسال و ۵ هزار متر مکعب دیگر پاییز وارد مدار تولید می‌شود.

«پیام استاندار قم به مناسبت هفته بزرگداشت مقام معلم»

نامگذاری سالروز شهادت متفکر و اندیشمند بزرگ « استاد شهید مرتضی مطهری(ره)» بنام روز و هفته بزرگداشت مقام معلم، فرصت ارزشمندی است تا ضمن تبیین منزلت و جایگاه رفیع علم و دانش، از زحمات معلمان فرهیخته کشور «این تلاش گران فرهیخته، متعهد و اندیشمند عرصه اعتلای فرهنگ و اندیشه میهن عزیزمان» تقدیر نمود. سفیران هدایت و روشنی و پیام آوران نور و آگاهی که از سر عشق و تعهد، عمر گرانمایه خود را چراغ افروز راه دانایی و جهل ستیزی نموده و موجبات رشد و بالندگی و شکوفایی علمی، اخلاقی و فرهنگی جامعه را فراهم می کنند. بدون شک در توسعه مبتنی بر دانایی، امر تعلیم و تربیت از ارکان اصلی محسوب شده و نقش معلمان و جامعه خردمند فرهنگیان به عنوان یکی از ارزشمند ترین سرمایه های اجتماعی کشور، مؤثرترین عنصر در مسیر تحقق مأموریت های خطیر نهاد آموزش و پرورش و پرچمدار فرهنگ و تمدن باشکوه اسلامی، بسیار مهم و شایسته توجه می باشد. اینجانب ضمن گرامیداشت یاد و خاطره اسوه عملی و چهره ماندگار عرصه تعلیم و تربیت "استاد شهید مرتضی مطهری(ره)"، فرارسیدن هفته بزرگداشت مقام معلم را به همه مجاهدان سنگر مقدس علم و دانش در جای جای ایران اسلامی به ویژه اساتید، معلمان و فرهنگیان پرتلاش استان قم در مقاطع مختلف تحصیلی، تبریک و تهنیت عرض نموده و با قدردانی از زحمات و خدمات ارزنده این قشر شریف که با صبر و بردباری و سعه صدر خاص این حرفه مقدس و پرانگیزه و مصمم تر از همیشه برای انجام موفق رسالت کاری خود سعی و تلاش می کنند، برای همگی این عزیزان آرزوی توفیق و سربلندی دارم.

بهرام سرمست - استاندار قم

بازدید معاون انرژی سازمان پدافندغیرعامل کشور از پست ۲۰/۶۳کیلوولت چن سبلی آق قلا

گرگان- خبرنگار فرصت امروز- معاون انرژی سازمان پدافندغیرعامل کشور گفت : هر برنامه ای می خواهد اجرا شود بایستی الزامات پدافند غیرعامل را داشته باشد و این الزامات در حوزه برق مشخص شود تا دستورالعمل و ضوابط مربوطه به زیر ساختهای برق را تصویب نماییم.به گزارش روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق گلستان ،معاون انرژی سازمان پدافندغیرعامل کشور در سفر به گلستان و بنا به مأموریت ستاد کل نیروهای مسلح جمهوری اسلامی ایران و سازمان پدافندغیرعامل کشور , طی بازدید فنی از زیرساخت ها، تأسیسات و صنعت آب و برق استان، نسبت به بررسی خسارتهای وارده ناشی از سیل و تاثیر آن به زیر ساختهای این استان اقدام و تمهیدات و الزامات پدافند غیر عامل لازم را بررسی نمود. سردار محمدعلی مطیعی در حاشیه بازدید از پست ۶۳/۲۰ کیلوولت چن سبلی شهرستان آق قلا گفت : قریب به ۲۶ روز همه زیر ساختها بخصوص تمام زیر ساخت های شبکه های انتقال و توزیع در آب بوده اند که باعث شده است مقاومت این زیر ساختها کاهش پیدا کند.وی افزود : دلیل حضور اینجانب در این استان سیل زده ، بررسی فنی و مهندسی از منظر پدافند غیرعامل در شرایط تغییر اقلیم در آینده جهت توسعه شبکه برق ، و همچنین الزامات خاص فنی و مهندسی از منظر پدافند غیرعامل که بخشی از مقاوم سازی است.معاون انرژی سازمان پدافندغیرعامل کشور ادامه داد: درست است که ما در مقابل تهدید مقاومت می کنیم ولی سیلاب هم جزوء آسیب پذیری های موضوعات پدافند غیر عامل است که به آن توجه ویژه می شود.سردار مطیعی ادامه داد : کشورمان ۱۵ الی ۲۰ سال است با خشک سالی مواجه است و برنامه ریزی ها برای خشک سالی است و الان با یک تغییر اقلیم جدی روبرو هستیم، طوفان سیل و فراوانی اب روان داریم که اینها بایستی در برنامه ریزی ها به آن توجه کرد.

رونق ایده‌های پول‌ساز بر بستر فناوری

اواخر سال ۲۰۰۶ میلادی با ورود اینترنت پرسرعت به شبکه‌های ارتباطی جهانی و به‌روز رسانی تلفن‌های همراه هوشمند تحول بزرگی در کسب و کار فضای مجازی در جهان شکل گرفت، اما در ایران با تاخیر در سال‌های گذشته با ورود نرم‌افزارهای موبایلی و افزایش سرعت اینترنت، ظرفیت و نقاط ضعف و قوت این رویکرد جدید اشتغال‌آفرین نمایان شد.

تاکنون بیش از ۳۳ هزار نوع کسب و کار اینترنتی در کشور شناسایی شده که اعطای روزافزون مجوز در این بخش می‌تواند در توسعه اقتصادی و کاهش آمار بیکاری در کشور تاثیرگذار باشد.

به گزارش ایرنا، در دولت تدبیر و امید ده‌ها هزار نوع شغل با توجه به اهمیت شبکه‌های اجتماعی در کشور ایجاد شد که توسعه این بخش در چارچوب قانون می‌تواند رونق اقتصادی سرشاری را نصیب کشور کند.

به باور کارشناسان اکنون ۱،۵درصد از خریدهای روزانه مردم در کشور به صورت اینترنتی انجام می‌شود که با توجه به نوپا بودن این فناوری‌های جدید این عدد و رقم در کشور به نسبت کشورهای پیشرفته جهان آمار خوبی است.

براساس آمار، اداره کل ارتباطات و فناوری اطلاعات سمنان این استان در زمینه توسعه ارتباطات و فناوری اطلاعات در سه سال متوالی بعد از تهران در رتبه دوم کشور قرار دارد و شهرها، جاده‌های اصلی و ریلی استان سمنان دارای پوشش ۱۰۰درصدی و جاده‌های فرعی نیز دارای پوشش ۸۰درصدی تلفن همراه هستند.

این اداره کل ۳۷۰ هزار مشترک تلفن ثابت و ۱۱۷ سامانه پوشش اینترنت پرسرعت در استان سمنان وجود دارد و بیش از ۹۰ دفتر آی.سی.تی در مناطق روستایی ارائه خدمات می‌کنند و اکنون یک میلیون و ۲۰۰ هزار مشترک تلفن همراه در این استان وجود دارد.

اجرای طرح دولت الکترونیک و رونق کسب و کارهای اینترنتی با توجه به فراهم بودن زیرساخت‌های ارتباطی و پوشش ۱۰۰درصدی مناطق شهری، ریلی و جاده‌ای در سمنان می‌تواند فصل جدیدی را برای ایجاد اشتغال پایدار در استان باز کند.

با توجه به اینکه سمنان از نظر وسعت ششمین استان وسیع کشور است، توسعه شبکه‌های اینترنتی می‌تواند به فروش برخط صنایع دستی، انواع محصولات دامی و کشاورزی و همچنین معرفی جاذبه‌های گردشگری و طبیعی برای جذب گردشگر کمک شایانی کند.

خرید و فروش برخط کالا در سمنان سرعت می‌گیرد

رئیس اتاق اصناف شهرستان سمنان گفت: با توجه به ورود شرکت‌های دانش‌بنیان، خرید و فروش برخط کالا در استان سمنان سرعت می‌گیرد.

احمد اخلاقی افزود: اکنون ۱،۵ تا ۲درصد از مجموع کالاهای قابل عرضه در بازار مرکز استان به صورت برخط عرضه می‌شود که با هوشمندسازی شبکه‌های اطلاع‌رسانی و فروش از سوی اصناف این رقم در مرکز استان می‌تواند رشد چشمگیری در سال‌های آینده داشته باشد.

وی تصریح کرد: اکنون ۳ تا ۵درصد از عرضه کالاها در بازار استان به صورت غیرمستقیم و بدون حضور مشتری در فروشگاه انجام می‌شود که این رقم نسبت به آمار کشور مطلوب است.

اخلاقی اضافه کرد: اجرای طرح دولت الکترونیک و رونق کسب و کارهای اینترنتی می‌تواند در میان‌مدت به کاهش آمار بیکاری در استان سمنان منجر شود.

رئیس اتاق اصناف شهرستان سمنان گفت: رونق ایده‌پردازی‌های پولساز در چارچوب قانون و به‌روز شدن اصناف برای خرید و فروش کالا می‌تواند به رونق کسب و کار در استان بینجامد.

صنعت سمنان نیازمند بازاریابی اینترنتی

رئیس انجمن مدیران صنایع و خوشه قطعات خودرو استان سمنان گفت: رونق‌بخش صنعت استان و افزایش فروش کالاهای واحدهای تولیدی استان نیازمند بازاریابی‌های اینترنتی است.

رستم سعداللهی افزود: اکنون بسیاری از شرکت‌های خارجی از طریق فضای مجازی در کشور فعالیت دارند و فعالان اقتصادی ایران هم می‌توانند با افزایش شناخت در ارتباط با کسب و کارهای اینترنتی برای رونق اقتصادی در کشور گام‌های عملیاتی بردارند.

وی تصریح کرد: توسعه و حمایت از فضای مجازی نیازمند باور قلبی و جمعی مسئولان است و یکی از مولفه‌های افزایش فروش کالا در بخش صنعت و معدن بازاریابی و توجه به فروش برخط کالا است.

سعداللهی ادامه داد: به معنای واقعی زیرساخت‌های دولت الکترونیک در استان سمنان فراهم است و با برگزاری کلاس‌های آموزشی می‌توان این بخش از اقتصاد استان را شکوفا کرد.

رئیس انجمن مدیران صنایع و خوشه قطعات خودرو استان سمنان گفت: حلقه مفقوده در توسعه استان توجه به کسب و کارهای اینترنتی است و با هم‌افزایی دولت و بخش خصوصی و اشتغال‌آفرینی در این بخش می‌توان آمار بیکاری در استان را روز به روز کاهش داد.

نیاز ضروری تعاونی‌های سمنان به فروش برخط کالا

مدیر تعاون روستایی استان سمنان گفت: تعاونی‌های استان برای عرضه محصولات باکیفیت خود نیاز ضروری به فروش برخط کالاهای تولید خود دارند.

احسان عباسپور اضافه کرد: اکنون ۱۰۸ تعاونی در قالب چهار گروه تولیدی، زنان، روستایی و کشاورزی در استان سمنان فعال است که با توسعه کسب و کارهای اینترنتی می‌توان گره از کار این قشر از جامعه باز کرد.

وی اضافه کرد: در کنار توجه به تولید در تعاونی‌ها به مقوله فروش و معرفی کالا هم باید توجه داشت، با توجه به اینکه روستاییان استان می‌بایست کیلومترها از مناطق روستایی به شهر برای فروش محصولات خود در حرکت باشند، پوشش ۱۰۰درصدی اینترنت در مناطق دوردست استان و فراهم‌بودن فروش برخط محصولات می‌تواند به رونق و افزایش انگیزه کارکنان در این بخش منجر شود.

وی تصریح کرد: اکنون در مناطق شهری بسیاری از افراد خواهان خرید محصولات لبنی و کشاورزی درجه یک هستند، اما به دلیل دوری از مناطق روستایی و تولیدکننده، این محصولات شاید سال‌های زیاد از چشیدن طعم بسیاری از محصولات لبنی و کشاورزی روستاییان استان محروم باشند.

عباسپور گفت: با رونق کسب و کارهای اینترنتی، فروشنده و خریدار کالا با یک جست و جوی کوتاه در فضای مجازی با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند و محصولات به آسانی هرچه تمام‌تر به فروش می‌رسد.

مدیر تعاون روستایی استان سمنان گفت: زیرساخت‌های توسعه کسب و کارهای اینترنتی با ورود اینترنت‌های پرسرعت در مناطق شهری و روستایی استان فراهم است که با افزایش شناخت کاربران از این ظرفیت می‌توان برای فعالیت روزافزون روستاییان و عشایر در این بخش اقدام کرد.

اینترنت پرسرعت و رونق گردشگری

نماینده مردم شهرستان‌های گرمسار و آرادان در مجلس شورای اسلامی گفت: اینترنت پرسرعت و توجه به کسب و کارهای اینترنتی می‌تواند در کوتاه‌مدت با فراهم کردن زیرساخت‌ها به رونق بخش گردشگری در استان منجر شود. غلامرضا کاتب افزود: صنایع دستی، محصولات لبنی و کشاورزی و انواع محصولات تولیدی در استان سمنان نیازمند معرفی است که با حمایت از کسب و کارهای اینترنتی می‌توان در این بخش گام‌های موثری برداشت. وی تصریح کرد: فعالان این بخش نیازمند حمایت همه‌جانبه دولت دارند و با دستگاه‌های اجرایی و اداره کل ارتباطات و فناوری اطلاعات سمنان برای رفع چالش‌های پیش رو این فعالان برای سال جدید در تلاش باشد.

وی تصریح کرد: در سال رونق تولید باید ابعاد مختلف اقتصاد کشور شکوفا شود و توجه به کسب و کارهای اینترنتی نماد واقعی تحقق شعار سال است.

کاتب ادامه داد: تسهیل در اعطای مجوز فعالیت کسب و کارهای اینترنتی و همچنین فعالیت در این بخش در چارچوب قانون می‌تواند به رونق اقتصادی در کشور منجر شود.

نماینده مردم شهرستان‌های گرمسار و آرادان در مجلس شورای اسلامی گفت: بسیاری از فعالیت‌های بخش روستایی و عشایری استان به دلیل نبود بازار فروش تعطیل شد که توجه به فروش برخط می‌تواند رونق را به این بخش از اقتصاد استان برگرداند.

تاکید رئیس جمهوری به رونق کسب و کارهای اینترنتی

مدیرکل ارتباطات و فناوری اطلاعات استان سمنان گفت: کسب و کارهای اینترنتی با توجه به فراهم‌بودن زیرساخت‌های ارتباطی برای تحقق شعار سال و رونق تولید در استان رونق می‌گیرد.

سید مسعود میررضایی افزود: رئیس جمهوری برای سال ۹۸ به افزایش رونق کسب و کار در فضای مجازی تاکید دارند و وزارت ارتباطات و فناوری ارتباطات برای تحقق این رویکرد در تلاش است.

وی خاطرنشان کرد: نشست‌های شورای راهبردی رونق و توسعه کسب و کار ارتباطات و فناوری اطلاعات استان سمنان برای تحقق شعار رونق تولید به ریاست حشمت‌الله عسگری، معاون هماهنگی امور اقتصادی استانداری در سال جاری برگزار می‌شود.

وی ادامه داد: برگزاری شش نشست تخصصی و ۱۰ نشست کارشناسی برای هم‌اندیشی و تقویت ظرفیت‌های ارتباطات و فناوری اطلاعات استان سمنان برای تحقق شعار سال برنامه‌ریزی شده است.

مدیرکل ارتباطات و فناوری اطلاعات سمنان اضافه کرد: استان از نظر شاخص توسعه ارتباطات و فناوری اطلاعات در سه سال متوالی بعد از تهران در رتبه دوم کشور قرار گرفت و به معنای واقعی زیرساخت‌ها برای توسعه کسب و کارهای مجازی در سمنان فراهم است.

اتصال ۱۰۰ روستای سمنان به اینترنت پرسرعت

مدیرکل ارتباطات و فناوری اطلاعات سمنان با بیان اینکه تاکنون ۲۸۱ روستای بالای ۲۰ خانوار استان از اینترنت پرسرعت برخوردار شدند، گفت: اجرای طرح پهن‌باند برای اتصال ۱۰۰ روستای بالای ۲۰ خانوار دیگر استان به اینترنت در سال ۹۸ برنامه‌ریزی شده است.

میررضایی افزود: طرح فیبر نوری براساس دستور وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات در ۳۰۰ کیلومتر از راه‌های روستایی استان سمنان در سال ۹۸ اجرا می‌شود.

مدیرکل ارتباطات و فناوری اطلاعات استان سمنان خاطرنشان کرد: همچنین برای تحقق شعار رونق تولید به کارگیری نیروهای جوان و متخصص در دستور کار قرار دارد و حمایت از شرکت‌های شتاب‌دهنده و اعطای تسهیلات ۱۵ میلیارد ریالی به این شرکت‌ها برای سال ۹۸ انجام خواهد شد.

سازمان آگهی‌ها
۸۸۹۳۶۶۵۱

آگهی فقدان سند مالکیت

اقای محمود سهیل سرو با تسلیم دو برگ استشهاد محلی مصدق به مهر دفترخانه ۸۴ همدان برابر وارده ۹۸/۲۴۳۰-۹۸/۲/۵ مدعی است یک جلد سند مالکیت ششدانگ پلاک ۱۰/۱۰۵۹۷ واقع در حومه یک که به نامش ذیل ثبت ۶۹۰۸ صفحه ۲۴۶ دفتر ۳۱ سابقه ثبت دارد و نزد کسی در بیع شرط نیست به علت سهل انگاری مفقود گردیده .لذا به استناد تبصره الحاقی به ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت بدینوسیله آگهی میشود تا هر کسی مدعی انجام معامله و یا وجود سند مالکیت نزد خود می باشد از تاریخ انتشار این آگهی طی مدت ۱۰ روزه به اداره ثبت اسناد و املاک مراجعه و ضمن ارائه اصل سند مالکیت ویا سند معامله اعتراض خود را کتبا تسلیم نماید در صورت انقضا مدت واخواهی ونرسیدن اعتراض و یا در صورت اعتراض چنانچه اصل سند مالکیت ارائه نگردد سند المثنی به نام متقاضی صادر و تسلیم خواهد شد.

رییس اداره ثبت اسنادواملاک منطقه ۱ شهرستان همدان – علی زیوری حبیبی م.الف:۱۷۲

آگهی فقدان سند مالکیت

اقای مهدی سپهری با وکالتنامه ۲۰۰۰۱-۹۷/۹/۲۷ تنظیمی دفترخانه ۸۴ قروه از طرف هوشنگ سپهری با تسلیم دو برگ استشهاد محلی مصدق به مهر دفترخانه ۶۱ همدان مدعی است سند مالکیت ششدانگ آپارتمان پلاک ۱/۶۶۸۱ واقع در حومه دو همدان ذیل ثبت ۷۰۴۷۹ صفحه ۴۴ دفتراملاک ۲۷۵ سابقه ثبت دارد و نزد کسی در بیع شرط هست به علت جابجایی مفقود گردیده .لذا به استناد تبصره الحاقی به ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت بدینوسیله آگهی میشود تا هر کسی مدعی انجام معامله و یا وجود سند مالکیت نزد خود می باشد از تاریخ انتشار این آگهی طی مدت ۱۰ روزه به اداره ثبت اسناد و املاک مراجعه و ضمن ارائه اصل سند مالکیت ویا سند معامله اعتراض خود را کتبا تسلیم نماید در صورت انقضا مدت واخواهی ونرسیدن اعتراض و یا در صورت اعتراض چنانچه اصل سند مالکیت ارائه نگردد سند المثنی به نام متقاضی صادر و تسلیم خواهد شد. مورد ثبت بموجب سند شماره ۴۷۴۴ -۸۵/۱۱/۱۵ تنظیمی دفترخانه ۳۱ همدان در رهن بانک کشاورزی است.ضمنا برابر نامه شماره ۹۲۱۵۶۹-۹۲/۱۲/۱۰ شعبه ۵ دادسرای همدان و برابر نامه شماره ۱۹۷۵۷۲۷ ج -۹۷/۱۰/۱۵ اجرائیات امور مالیاتی بازداشت میباشد.

رییس اداره ثبت اسنادواملاک ناحیه ۲ شهرستان همدان – موسی حنیفه م.الف:۱۷۵

آگهی مفقودی (نوبت سوم)

گواهینامه موقت پایان تحصیلات اینجانب فرزاد صیدی قلعه گاه فرزند عبدالله به شماره شناسنامه ۱۴۶۰۱ مقطع دکتری رشته شیمی – آلی صادره از دانشگاه صنعتی شریف مفقود شده واز درجه اعتبار ساقط می باشد.

آگهی مزایده اموال غیر منقول (اسناد رهنی) پرونده اجرایی ۹۴۰۲۱۷۰ و ۹۴۰۲۱۶۹

بدین وسیله به اطلاع عموم می رساند: ششدانگ پلاک ثبتی ۱۳۴۳/۷۷۵۵ واقع در بخش ۳ اهواز (هفت هزار و هفتصد و پنجاه و پنج فرعی از یکهزار و سیصد و چهل و سه اصلی) مساحت ۱۱۰ متر مربع طبق گزارش کارشناسان هیات سه نفره یکباب ساختمان یک طبقه مسکونی مساحت اعیان ۷۳/۵۰ متر مربع یک اتاق خواب هال پذیرایی مشترک ساختمان آن سنتی سقف تیرچه بلوک کف موزائیک نمای ساختمان سرامیک گرانیتی می باشد. موضوع اسناد رهنی شماره ۸۶۳۲-۹۳/۱۱/۲۱ و ۸۶۳۳-۹۳/۱۱/۲۱ تنظیمی دفترخانه ۱۷۵ اهواز مالکیت آقای محمدرضا اسدی فرزند علی شماره شناسنامه ۷۳ کد ملی ۴۵۱۹۹۲۲۷۵۵ ساکن اهواز خشایار بین زینب و سروش کوچه مختاری پلاک ۳۸۴ که در اثر عدم پرداخت بدهی منجر به صدور پرونده اجرائی مکلنیزه ۹۴۰۲۱۷۰ و ۹۴۰۲۱۶۹ گردیده است که پس از ابلاغ اجرائیه وقطعیت ارزیابی به بستانکاری بانک ملت مدیریت شعب استان خوزستان از طریق مزایده به فروش میرسد.مزایده از مبلغ پایه ۱/۴۶۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال(یک میلیارد و چهارصد و شصت میلیون ریال) بابت قسمتی از مطالبات در روز شنبه مورخ ۹۸/۰۳/۰۴ از ساعت ۹ الی ۱۲ در محل اجرای ثبت اهواز (واقع در اهواز امانیه خیابان مدرس پشت دادگستری ساختمان اداره کل ثبت اسناد و املاک استان خوزستان- اداره اجرای اسناد رسمی اهواز) برگزار میگرددمزایده از مبلغ اعلامی فوق شروع و به بالاترین قیمت پیشنهادی نقدا فروخته می شود. ملک فاقد بیمه می باشد ضمن اینکه پرداخت بدهی های مربوط به آب ، برق ، گاز اعم از حق انشعاب و یا حق اشتراک و مصرف در صورتی که مورد مزایده دارای آنها باشد و نیز بدهی های مالیاتی و عوارض شهرداری و غیره تا تاریخ مزایده اعم از اینکه رقم قطعی آن معلوم شده یا نشده باشد به عهده برنده مزایده است و نیز در صورت وجود مازاد ، وجوه پرداختی بابت هزینه های فوق از محل مازاد به برنده مزایده مسترد خواهد شد و نیم عشر و حق مزایده نقدا وصول میگردد ضمنا چنانچه روز مزایده تعطیل رسمی گردد ، مزایده روز اداری بعد از تعطیلی در همان ساعت و مکان مقرر برگزار خواهد شد. حدود و مشخصات ملک طبق وضعیت ثبتی شمالا پی است بطول ۵/۵۰ به خیابان به عرض ۱۰ متر شرقا پی است بطول ۲۰ متر به پلاک ۱۳۴۳/۳۴۶۱ جنوبا پی است بطول ۵/۵۰ متر به پلاک ۱۳۴۳/۳۴۵۷ غربا پی به پی به طول ۲۰ متر به پلاک ۱۳۴۳/۳۴۶۰ باقیمانده حقوق ارتفاقی ندارد. تاریخ انتشار:۹۸/۰۲/۱۴ —— شماره م/الف: ۵/۴۱۱

رئیس اداره اجرای اسناد رسمی اهواز – مهدی بهمئی

رونوشت آگهی حصر وراثت

آقای صفی اله اسکندری دارای شناسنامه شماره ۴ به شرح دادخواست به کلاسه ۱۰/۹۸۰۰۶۳ از این شورا درخواست گواهی حصر وراثت نموده و چنین توضیح داده شده که شادروان کریم اله اسکندری به شناسنامه ۶۶۴ در تاریخ ۹۷/۱۱/۶ اقامتگاه دائمی خود بدرود زندگی گفته ورثه حین الفوت آن مرحوم منحصر است به: ۱- نسرین حاجیلو ش ش ۱۹۲ همسر متوفی ۲- منیره امامی ش ش ۴۲۸۳۴۳۱۰۲۸ مادر متوفی ۳- حدیث اسکندری ش ش ۴۳۸۰۵۰۹۵۳۲ فرزند متوفی ۴- نرگس اسکندری ش ش ۴۳۸۰۲۲۸۳۳۹ فرزند متوفی ۵- صفی اله اسکندری ش ش ۴ پدر متوفی اینک با انجام تشریفات مقدماتی درخواست مزبور را در یک نوبت آگهی می‌نماید تا هر کس اعتراضی دارد و یا وصیتنامه از متوفی نزد او باشد از تاریخ نشر آگهی ظرف یک ماه به دادگاه تقدیم دارد و الا گواهی صادر خواهد شد.

شعبه دهم شورای حل اختلاف شهر تاکستان

۱۹۵

رونوشت آگهی حصر وراثت

آقای طیب طاهرخانی دارای شناسنامه شماره ۲۳۰۰۳ به شرح دادخواست به کلاسه ۱۰/۹۸۰۰۶۴ از این دادگاه درخواست گواهی حصر وراثت نموده و چنین توضیح داده شده که شادروان محبوبه طاهرخانی به شناسنامه ۱۴۲۱۶ در تاریخ ۸۹/۵/۲۲ اقامتگاه دائمی خود بدرود زندگی گفته ورثه حین الفوت آن مرحوم منحصر است به ۳ پسر ۲ دختر: ۱- طیب طاهرخانی ش ش ۲۳۰۰۳ پسر متوفی ۲-اکبر طاهرخانی ش ش ۲۷۱ پسر متوفی ۳- طاهر طاهرخانی ش ش ۱۸۷ پسر متوفی ۴- معصومه طاهرخانی ش ش ۱۸۷۵۶ دختر متوفی ۵- فرشته طاهرخانی ش ش ۳۲۸ دختر متوفی ۶- عیسی طاهرخانی ش ش ۱۰۳۴۰ همسر متوفی جمعا شش نفر اینک با انجام تشریفات مقدماتی درخواست مزبور را در یک نوبت آگهی می‌نماید تا هر کس اعتراضی دارد و یا وصیتنامه از متوفی نزد او باشد از تاریخ نشر آگهی ظرف یک ماه به دادگاه تقدیم دارد و الا گواهی صادر خواهد شد.

شعبه دهم شورای حل اختلاف شهر تاکستان

۱۹۸

آگهی ابلاغ اجرائیه

بدینوسیله مستند به پرونده اجرایی کلاسه ۹۷۰۰۵۲۷ و در اجرای ماده ۱۸- آئین نامه اجرای مفاد اسناد رسمی لازم الاجراء به آقایان سیف اله قادری نام پدر: محمد تاریخ تولد: ۱۳۵۶/۰۸/۰۵ شماره ملی: ۳۸۰۰۳۷۲۱۴۲ و سیدطاهر حسینی نام پدر: سید محمد تاریخ تولد ۱۳۵۶/۰۸/۰۱ شماره ملی ۳۸۰۰۱۱۹۱۳۷ به نشانی: قروه شهرک بعثت بالاتر از دانشگاه علمی کاربردی ک برابر اعلام مامور پست در آدرس فوق شناسایی نشده اید ابلاغ می گردد؛ حسب تقاضای بانک ملت موضوع سند رهنی شماره ۱۱۳۸۴۳ مورخه ۹۴/۱۲/۱۶ تنظیمی دفترخانه شماره ۵ قروه مبلغ ۴۸۱/۳۴۰/۰۳۳ ریال اصل طلب، مبلغ ۵۲/۱۸۸/۸۹۸ ریال سود، مبلغ ۲۵۳/۸۰۵/۹۹۳ خسارت تاخیر تادیه که روزانه مبلغ ۴۰۹/۰۴۸ ریال به جمع بدهی اضافه میگردد و همچنین ۵ درصد حقوق دولتی متعلقه بدهکار می باشید. لذا طبق ماده فوق الذکر می توانید ظرف ده روز از تاریخ انتشار آگیه نسبت به پرداخت بدهی خود اقدام نمایید. در غیر این صورت پس از سپری شدن مدت مقرر، عملیات اجرایی علیه شما تا وصول تمامی مطالبات بانک و حقوق دولتی جریان خواهد یافت.

رئیس واحد اجرای اسناد رسمی قروه – مهدی محمد مرادیان

۱۹۶

اجرائیه

مشخصات محکوم له/ محکوم لهم ۱- نام:مهدی نام خانوادگی : گلگیری نام پدر: علی نشانی : استان خوزستان- شهرستان اهواز- شهر اهواز- کوی نفت خ رسالت ۲۵ پ ۹ -- مشخصات محکوم علیه/محکوم علیهم ۱- نام: احمد نام خانوادگی: حمید نام پدر:بدیر نشانی:استان خوزستان-شهرستان اهواز- اهواز محکوم به -- بموجب درخواست اجرای حکم مربوطه به شماره ۱۳۹۸۰۳۷۰۰۰۱۴۹۶۶۵ و شماره دادنامه مربوطه ۹۷۰۹۹۷۶۱۹۵۰۰۱۴۲۸ محکوم علیه محکوم است به پرداخت مبلغ ۱/۵۰۰/۰۰۰/۰۰۰ بابت اصل خواسته و مبلغ ۵۰/۵۰۰/۰۰۰ ریال هزینه دادرسی و خسارت تاخیر تادیه از تاریخ ۹۲/۷/۲۲ لغایت اجرای حکم و پرداخت نیم عشر در حق دولت ضمنا خواهان مکلف است ما به التفاوت هزینه دادرسی را در مرحله اجرا پرداخت نمایید. محکوم علیه مکلف است از تاریخ ابلاغ اجرائیه: ۱- ظرف ده روز مفاد آن را به موقع اجراء گذارد(ماده ۳۴ قانون اجرای احکام مدنی). ۲- ترتیبی برای پرداخت محکوم به بدهد. ۳- مالی معرفی کند که اجراء حکم و استیفاء محکوم به از آن میسر باشد . چنانچه خود را قادر به اجرای مفاد اجرائیه نداند باید ظرف سی روز کلیه اموال خود را شامل تعداد یا مقدار و قیمت همه اموال منقول و غیر منقول ، به طور مشروح مشتمل بر میزان وجوه نقدی که به هر عنوان نزد بانکها و موسسات مالی و اعتباری ایرانی یا خارجی دارد به همراه مشخصات دقیق حسابهای مذکور و کلیه اموالی که او به هر نحو نزد اشخاص ثالث دارد و کلیه مطالبات او از اشخاص ثالث ونیز فهرست نقل و انتقالات و هر نوع تغییر دیگر در اموال مذکور از زمان یک سال قبل از طرح دعوای اعسار به ضمیمه دادخواست اعسار به مقام قضائی ارائه نماید والا به در خواست محکوم له بازداشت می شود (مواد ۸ و ۳ قانون نحوه اجرای محکومیت مالی ۱۳۹۴) ۴- خودداری محکوم علیه از اعلام کامل صورت اموال به منظور فرار از اجرای حکم ، حبس تعزیری درجه هفت را در پی دارد.(ماده ۳۴ قانون اجرای احکام مدنی و ماده ۲۰ ق.م.ا و ماده ۱۶ قانون نحوه اجرای محکومیت مالی ۱۳۹۴) ۵- انتقال مال به دیگری به هر نحو با انگیزه فرار از ادای دین به نحوی که باقیمانده اموال برای پرداخت دیون کافی نباشد موجب مجازات تعزیری درجه شش یا جزای نقدی معادل نصف محکوم به یا هر دو مجازات می شود.(ماده ۲۱ قانون نحوه اجرای محکومیت مالی ۱۳۹۴) ۶- چنانچه صورت اموال پس از مهلت سی روز ارائه شود آزادی محکوم علیه از زندان منوط به موافقت محکوم له یا تودیع وثیقه یا معرفی کفیل توسط محکوم علیه خواهد بود.(تبصره ۱ ماده ۳ قانون نحوه اجرای محکومیت مالی ۱۳۹۴)

مدیر دفتر شعبه ۹ دادگاه عمومی حقوقی شهرستان اهواز – صادق مروائی

آگهی تحدید حدود اختصاصی

در اجرای ماده ۱۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی ششدانگ یک قطعه مفروز از پلاک فرعی ۷۰ سنگ اصلی ۲۳ واقع در قریه چلمه سرا بخش ۲۶ گیلان بعنوان ششدانگ یک قطعه زمین مشتمل بر ساختمان در حال احداث در طبقه اول و همکف طی رای شماره ۱۳۹۷۶۰۳۱۸۰۲۲۰۰۵۱۶۰ مورخ ۱۳۹۷/۱۰/۲۳ بنام اقای ارشاد یعقوبی طاسکوه فرزند امیرقلی به مساحت ۲۷۲/۴۵ مترمربع از کمیسیون ماده مذکور رای صادر و پلاک فرعی ۶۱۸۵ مجزی شده برای آن تعیین شده چون اصل ملک تحدید حدود نشده در اجرای تصمیم هیئت مذکور تعیین حدود پلاک اخیرالذکر ساعت ۱۲ ظهر مورخ ۱۳۹۸/۰۳/۰۶ در محل شروع و به عمل خواهد آمد و مراتب جهت اطلاع مالکین مشاع و مجاورین آگهی می شود چنانچه اعتراضی به حدود و حقوق ارتفاقی ملک داشته باشند از تاریخ تعیین حدود لغایت ۳۰ روز اعتراض خود را کتبا با قید نشانی کامل به اداره ثبت اسناد و املاک ماسال تسلیم و رسید اخذ نمایند. ضمنا طبق ماده ۸۶ اصلاحی قانون ثبت اعتراض باید کتبی و مستقیما به اداره ثبت محل تسلیم و معترض باید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض به مرجع ثبتی دادخواست به مراجع ذیصلاح قضایی تسلیم نماید و گواهی طرح دعوا را به این اداره اعلام نماید در غیر اینصورت متقاضی ثبت می تواند به دادگاه مراجعه و گواهی عدم تقدیم دادخواست دریافت و به این اداره تسلیم نماید و اداره ثبت بدون توجه به اعتراض و برابر مقررات عملیات ثبتی را ادامه خواهد داد. تاریخ انتشار:۱۳۹۸/۰۲/۱۴

آرمان کاظمی – رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ماسال

سازمان ثبت اسناد و املاک کشور
اداره کل ثبت اسناد واملاک استان همدان
اداره کل ثبت اسناد واملاک حوزه ثبت ملک همدان - منطقه دو همدان
هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی

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

برابر رای شماره۱۳۹۷۶۰۳۲۶۰۳۴۰۰۱۵۷۵ مورخه ۱۳۹۷/۱۲/۰۱ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک همدان منطقه دو تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای فرهاد فرخ فرزند بهروز به شماره شناسنامه ۶۱۳ صادر ازسنقر. درششدانگ یک باب مغازه به مساحت ۳۹/۳۴ مترمربع تحت پلاک ۱۷۵/۱۰۲۷۶ واقع در همدان حومه بخش دو خریداری مع الواسطه ازمحمد رضا حجتی بصیر 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 : ۱۳۹۸/۰۲/۱۴
تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۳۹۸/۰۲/۲۹

رئیس اداره ثبت اسناد و املاک منطقه دو همدان – موسی حنیفه م الف:۱۵۵

سازمان ثبت اسناد و املاک کشور
اداره کل ثبت اسناد و املاک استان همدان

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

برابر رای شماره۱۳۹۸۶۰۳۲۶۰۰۹۰۰۰۰۴۷ مورخه ۹۸/۰۱/۳۱ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی شهرستان فامنین تصرفات مالکانه و بلامعارض اقای علی اکبر سلیمانی فرزند محمد ولی به شماره شناسنامه ۱۸ صادره از فامنین به شماره ملی ۵۰۲۹۸۷۳۵۰۳ در ششدانگ اعیانی بالضمام عرصه ۷۹ شعیر مشاع از ۹۶ شعیر ششدانگ یکباب خانه بمساحت صد و هشتاد و پنج متر مربع و شصت و هفت صدم متر مربع قسمتی از پلاک ۹۹ اصلی واقع در بخش پنج همدان اراضی ماسان خریداری از مالک رسمی اقای فرج ا.. قنبری ، 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 اداره ثبت اسناد و املاک شهرستان فامنین تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مرجع 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 : ۹۸/۰۲/۱۴
تاریخ انتشار نوبت دوم : ۹۸/۰۲/۲۹

رئیس اداره ثبت اسناد و املاک شهرستان فامنین – رضا بیات م الف ۳۶

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

نظر به دستور مواد ۱ و ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۰۹/۲۰، املاک متقاضیانی که در هیات موضوع ماده یک قانون مذکور مستقر در واحد ثبتی نوشهر مورد رسیدگی و تصرفات مالکانه و بلامعارض آنان محرز و رای لازم صادر گردیده جهت اطلاع عموم به شرح ذیل آگهی می گردد :

املاک متقاضیان واقع در کور کور سر سفلی پلاک اصلی ۴ بخش ۱
۳۰۶۱ فرعی نادر علی مددی و نیما ثمرقندی نسبت به حصه هر کدام مشاعا و بالسویه به میزان سه دانگ مشاع از ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۲۹۸،۴۰ متر مربع خریداری بدون واسطه از صحت اله زکی پور مالک رسمی

املاک متقاضیان واقع درکور کور سر علیا پلاک اصلی ۵ بخش ۱
۷۷ فرعی اصغر حسین نیا شوکی نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۱۳۶،۲۳ متر مربع خریداری بدون واسطه از سید حسین حسینی مالک رسمی

املاک متقاضیان واقع در بسطام پلاک اصلی ۷ ییلاقی بخش ۱
۱۵ فرعی حسن کلوه فیروز نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۴۳۰،۷۲ متر مربع خریداری بدون واسطه از مورونی مالک رسمی.

املاک متقاضیان واقع در نیرنگ پلاک اصلی ۲۱ بخش ۱
۹۱۲ فرعی علی اصغر ابراهیمی نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۱۲۴،۲۸ متر مربع خریداری بدون واسطه از لطف اله حیدری مالک رسمی

املاک متقاضیان واقع در مرتع چالک غربی پلاک اصلی ۱ بخش ۲
۵۷۰ فرعی اصغر مومنی نژاد نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی (قسمتی از پلاک ۶۹ فرعی) به مساحت ۳۴۶،۷۵ متر مربع خریداری بدون واسطه از مجید رحیمیمالک رسمی

املاک متقاضیان واقع در مرتع خشکرود شرقی پلاک اصلی ۲ بخش ۲
۲۳ فرعی محمد علی درستان نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۴۹۰،۸۷ متر مربع خریداری بدون واسطه از حسن علیزاده مالک رسمی

۲۸ فرعی حسین حسینی نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۴۱۶،۵۶ متر مربع خریداری بدون واسطه از اکبر خواجوند صالحی مالک رسمی

املاک متقاضیان واقع در مرتع خشکرود غربی پلاک اصلی ۳ بخش ۲
۱۵۰ فرعی امنه علیدینی روشن ابسر نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۲۲۸،۷۸ متر مربع خریداری بدون واسطه از رضا مهدوی مالک رسمی

املاک متقاضیان واقع درسید علی کیا سلطان پلاک اصلی ۲۷ بخش ۲
۲۶۶ فرعی فاطمه اشرف زاده شیمی نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۹۶۴،۹۶ متر مربع خریداری بدون واسطه از علی اشرف زاده مالک رسمی

املاک متقاضیان واقع در درزبکلا پلاک اصلی ۳۱ بخش ۲
۳۵۶ فرعی جمال الدین اخباری و مسعود اخباری و محمد رضا سلمانیها نسبت به حصه هر کدام مشاعا و بالسویه به میزان دو دانگ مشاع از ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۱۵۲،۴۰ متر مربع خریداری بدون واسطه از علیدین لر اولیئی مالک رسمی

املاک متقاضیان واقع در علی آباد میر پلاک اصلی ۳۳ بخش ۲
۲۳۸۷ فرعی عمران حیدری نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۱۳۶۸،۱۴ متر مربع خریداری بدون واسطه از رمضانعلی ناظمی مالک رسمی

۲۳۸۸ فرعی زینب باقری خیره و افسانه علیزاده بازار محله نسبت به حصه هر کدام مشاعا و بالسویه به میزان سه دانگ مشاع از ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۳۰۰،۳۰ متر مربع خریداری بدون واسطه از سید فخر الدین حسینی مالک رسمی

املاک متقاضیان واقع در موسی آباد پلاک اصلی ۳۴ بخش ۲
۱۵۹۴ فرعی ابراهیم سلیمانی نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۱۳۰ متر مربع خریداری بدون واسطه از بنیاد مستضعفان مالک رسمی

املاک متقاضیان واقع در شوفسکاج پلاک اصلی ۳۹ بخش ۲
۴۹ فرعی علی اکبر رستمی و فریده منتاجی تیمور نسبت به حصه هر کدام مشاعا و بالسویه به میزان سه دانگ مشاع ازششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۳۲۵،۳۲ متر مربع خریداری بدون واسطه از بنیاد مستضعفان مالک رسمی

۵۱ فرعی ایمان کوچ پی ده نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۴۱۴،۴۹ متر مربع خریداری بدون واسطه از مورونی مالک رسمی.

املاک متقاضیان واقع در مرتع طلا پلاک اصلی ۴۱ بخش ۲
۷۲ فرعی رجب فرخی کجور نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۳۶۷،۳۸ متر مربع خریداری بدون واسطه از ورات علیجان فاضلی مالک رسمی

املاک متقاضیان واقع در لاشک پلاک اصلی ۶۷ بخش ۲
۳۹ فرعی ابدا ملکان راد نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۶۲۵،۶۳ متر مربع خریداری بدون واسطه از سعید کیا لاشکی مالک رسمی

املاک متقاضیان واقع در مزرعه بلرماب پلاک اصلی ۱۰۷ بخش ۲
۱۷۸ فرعی شمسی قهرمانی نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۲۶۵،۵۰ متر مربع خریداری بدون واسطه از منوچهر گلستانی مالک رسمی

املاک متقاضیان واقع در اندرور پلاک اصلی ۲ بخش ۳
۸۵۹ فرعی ابراهیم دودل اندرور نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۲۳۳۵،۰۶ متر مربع خریداری بدون واسطه از عبداله دودل مالک رسمی

املاک متقاضیان واقع در سنگسرا پلاک اصلی ۵ بخش ۳
۲۲۷ فرعی مجید رئیسی و علی صفائی نسبت به حصه هر کدام مشاعا و بالسویه به میزان سه دانگ مشاع از ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۲۲۸،۳۹ متر مربع خریداری بدون واسطه از عظیم رمضان دیده مالک رسمی

املاک متقاضیان واقع در حمزده علیا پلاک اصلی ۷ بخش ۳
۲۲۲ فرعی غلامرضا کیوانی نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۳۱۳،۵۴ متر مربع خریداری بدون واسطه از ذکریا جوادی نیا مالک رسمی.

املاک متقاضیان واقع در ملکار پلاک اصلی ۱۰ بخش ۳
۴۹۳ فرعی الهه خراسانی نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۲۲۶،۵۰ متر مربع خریداری بدون واسطه از حمیدرضا سلیمانی مالک رسمی

املاک متقاضیان واقع در دزدک پلاک اصلی ۱۴ بخش ۳
۶۹۹ فرعی قاسم غلام حسینیان نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۲۹۰ متر مربع خریداری بدون واسطه از ابوالحسن صبوری مالک رسمی

۷۰۰ فرعی عفت حاجی علیرضا و غلامرضا نوروزی نسبت به حصه هر کدام مشاعا و بالسویه به میزان سه دانگ مشاع از ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۲۴۹،۸۰ متر مربع خریداری بدون واسطه از بهمن ترک چورن مالک رسمی

املاک متقاضیان واقع در چلک پلاک اصلی ۱۷ بخش ۳
۷۹۱ فرعی محمد رضا رضازاده نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی (قسمتی از پلاک ۴۲ فرعی ذیل ثبت ۵۸۸۲ صفحه ۳۹۲ جلد ۳۵ بنام محمدرضا رضازاده سابقه ثبت و سند مالکیت صادر گردید) به مساحت ۸۹۱ متر مربع خریداری بدون واسطه نازان ایمانی مالک رسمی

۸۰۰ فرعی علیرضا رمضانی نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۵۳۹،۶۲ متر مربع خریداری بدون واسطه از شجاع امینی و شریک مالک رسمی

املاک متقاضیان واقع در پی کلا پلاک اصلی ۲ بخش ۴
۳۷۵ فرعی مرتضی جلایری نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۵۱۶،۹۸ متر مربع خریداری بدون واسطه از جواد کریمی فر مالک رسمی

املاک متقاضیان واقع در تاج الدین کلا پلاک اصلی ۴ بخش ۴
۱۹۱ فرعی محسن رحمانی نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۱۷۳،۲۴ متر مربع خریداری بدون واسطه از حسین حسینی مالک رسمی

املاک متقاضیان واقع در لیگوش پلاک اصلی ۱۳ بخش ۴
۴ فرعی معصومه حمصی طاهری نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۵۱۱،۸۸ متر مربع خریداری بدون واسطه از سمیه قهرمانی مالک رسمی

املاک متقاضیان واقع درسیاهرود پلاک اصلی ۴ بخش ۵
۸۶۶ فرعی علی هوشیاری نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۳۳۸ متر مربع خریداری بدون واسطه از ارسلان قاضی نژاد مالک رسمی

املاک متقاضیان واقع در فراشکلای سفلی پلاک اصلی ۶ بخش ۵
۲۸۸ فرعی محمد حاجی نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۲۳۵،۷۵ متر مربع خریداری بدون واسطه از محمد ضیایی مالک رسمی.

املاک متقاضیان واقع در فراشکلای علیا پلاک اصلی ۷ بخش ۵
۶۴ فرعی مریم بهلولی زنجانی نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۲۷۳،۹۳ متر مربع خریداری بدون واسطه از حسین علی دهقان مالک رسمی

۶۵ فرعی زهره نجفی نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۲۶۴ متر مربع خریداری بدون واسطه از حمید افراسیابی مالک رسمی.

۶۶ فرعی منصوره حاج محمدعلی ترک آبادی نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۲۷۴،۲۰ متر مربع خریداری بدون واسطه از حسن خادم مالک رسمی

۶۷ فرعی حسین شهبالی راد منفرد نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۲۶۲،۶۰ متر مربع خریداری بدون واسطه از امین ترجانی مالک رسمی

املاک متقاضیان واقع در بنجکول پلاک اصلی ۸ بخش ۵
۱۲۳ فرعی نرگس ذوالفقاری کارزار نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۱۵۰،۰۶ متر مربع خریداری بدون واسطه از عزت اله تونی مالک رسمی

املاک متقاضیان واقع در نوده پلاک اصلی ۱۱ بخش ۵
۸۳ فرعی زهره خسروی نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۱۰۸۸،۶۲ متر مربع خریداری بدون واسطه از منصور خراسانی مالک رسمی.

املاک متقاضیان واقع در کدیر پلاک اصلی ۱۵ بخش ۵
۱۲۳ فرعی جهانسوز قیصری فیروز نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۱۵۸۱،۳۲ متر مربع خریداری بدون واسطه از مهربان ملکی مالک رسمی

۱۲۶ فرعی آزیتا پاشائی نازنج بن نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۴۱۷،۵۱ متر مربع خریداری بدون واسطه از علی پاشائی مالک رسمی

املاک متقاضیان واقع در میانک پلاک اصلی ۲۷ بخش ۵
۳۳۲ فرعی گیلدا نیشابوریان نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۲۶۹،۳۲ متر مربع خریداری بدون واسطه از اصغر محمدپور مالک رسمی

املاک متقاضیان واقع در منوچهر کلا پلاک اصلی ۲۹ بخش ۵
۵۹۳ فرعی حسن کوزه گر نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۸۲۴۸،۱۵ متر مربع خریداری بدون واسطه از علی تنها مالک رسمی

املاک متقاضیان واقع در ونوش پلاک اصلی ۵۸ بخش ۶
۵۸۱ فرعی احمد رضا ولی پور نرائی نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۳۱۴،۷۰ متر مربع خریداری بدون واسطه از ابوالفضل فروتن اقدم مالک رسمی

لذا به موجب ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی و ماده ۱۳ آئین نامه مربوطه این آگهی در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق این روزنامه محلی / کثیرالانتشار در شهرها منتشر و در روستاها علاوه بر انتشار آگهی، رای هیات الصاق تا در صورتیکه اشخاص ذینفع به آرای اعلام شده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشار اولین آگهی و در روستاها از تاریخ الصاق در محل تا دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند معترض باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نماید و گواهی تقدیم دادخواست به اداره ثبت محل تحویل دهد که در این صورت اقدامات ثبت موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه است و در صورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل ارائه نکند اداره ثبت مبادرت به صدور سند مالکیت می نماید و صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نیست. بدیهی است برابر ماده ۱۳ آئین نامه مذکور در مورد قسمتی از املاکی که قبلا اظهار نامه ثبتی پذیرفته نشده واحد ثبتی با رای هیات پس از تنظیم اظهارنامه حاوی تحدید حدود، مراتب را در اولین آگهی نوبتی و تحدید حدود به صورت همزمان باطلاع عموم می رساند و نسبت به املاک در جریان ثبت و فاقد سابقه تحدید حدود، واحد ثبتی آگهی تحدید حدود را به صورت اختصاصی منتشر می نماید.

م الف: ۹۸/۱۷۰/۷۱۵۵

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۳۹۸/۰۲/۱۴ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۳۹۸/۰۲/۲۸

رئیس اداره ثبت اسناد و املاک نوشهر
فرامرز کلبادی نژاد

راهکارهای ایجاد جلوه‌ای قدرتمند برای برندمان در شبکه‌های اجتماعی

به قلم: ایوان ویدجایا کارشناس امور کسب‌وکار و صاحب سایت noobpreneur.com - ترجمه: علی آل‌علی

امروزه فعالیت در شبکه‌های اجتماعی بدل به راهکار اصلی بسیاری از برندها به منظور توسعه جایگاه‌شان و جلب نظر شمار هرچه بیشـــتری از مشتریان به حساب می‌آید. بدون تردید چنین رویکردی درست و منطقی است. به عنوان مثال، نگاهی به آمارهای مختلف مربوط به کسب سود شرکت‌های مختلف از فعالیت در دنیای آنلاین بیندازید. شبکه‌های اجتماعی به عنوان یکی از پرمخاطب‌ترین سرویس‌های آنلاین نقش انکارناپذیری در فروش برندهای سراسر دنیا بازی می‌کند. هنگامی که برند نایک تصویری مربوط به آخرین طراحی کفش‌های اسنیکر خود را در اکانت اینستاگرامی‌اش با بیش از ۸۶ میلیون فالوور پست می‌کند، مخاطب هدف آنها افراد علاقه‌مند به کفش‌های ورزشی است. کسب ۸۶ میلیون فالوور نیز نشانه معتبری در زمینه علاقه بسیاری از کاربران اینستاگرام به حوزه فعالیت نایک به حساب می‌آید. داستان در مورد حوزه فعالیت سایر شـــرکت‌ها نیز به صورت مشابه اســـت، بنابراین فعالیت اصولی در شبکه‌های اجتماعی منجر به موفقیت خواهد شد. اجازه دهید دوباره به برند نایک بازگردیم. این برند در اینستاگرام محتوای مناسب را در اختیار مخاطب مناسب قرار می‌دهد. به این ترتیب استقبال کاربران اینستاگرام و سایر شبکه‌های اجتماعی دیگر از مطالب نایک جای هیچ تعجبی ندارد. نکته جالب در مورد فعالیت برندهای بزرگ در شبکه‌های اجتماعی عدم نیاز آنها به صرف هزینه‌های تبلیغاتی است. بسیاری از برندهای نوپا برای نمایش محتوای‌شان به کاربران اقدام به پرداخت هزینه‌های تبلیغاتی به شبکه‌های اجتماعی می‌کنند. ماجرا در مورد برندهای بزرگ به طور کلی متفاوت است. برندی مانند نایک به دلیل شهرت بالای خود هیچ نیازی به تبلیغ محتوایش ندارد. به عقیده دکتر جین مک بارون (استاد بازنشسته دانشگاه و کارشناس شبکه‌های اجتماعی) شرکت‌ها در پلتفرم‌های اجتماعی نیازمند اختصاص زمان مناسب به منظور ایجاد برنامه‌ای منسجم هستند. در غیر این صورت موفقیت‌های آنها حالت مقطعی پیدا خواهد کرد. درست در همین مرحله پایه تمام شهرت و بازگشت سرمایه‌شان رقم می‌خورد. متاسفانه بسیاری از برندها فعالیت در شبکه‌های اجتماعی را به عنوان پروژه‌ای کوتاه‌مدت و بدون نیاز به برنامه‌ریزی قلمداد می‌کنند. به این ترتیب در عمل هیچ فعالیتی در راستای برنامه‌ریزی دقیق انجام نمی‌دهند. به هر حال افزایش آگاهی مردم پیرامون برندمان از طریق بازاریابی مدرن کار نسبتا دشواری است. دلیل عمده چنین امری حضور برندهای بسیار بزرگ و بین‌المللی در بازارهای مختلف است. وقتی با چنین شرایط پیچیده‌ای مواجه هستیم، نیاز به خلاقیت و نوآوری به منظور جلب نظر مخاطب افزایش پیدا می‌کند. هدف اصلی من از نگارش این مقاله پرداختن به پنج توصیه کاربردی به منظور برندســـازی و بازاریابی مناســـب در شبکه‌های اجتماعی است، بنابراین در ادامه به بررسی پنج توصیه مورد نظر خواهیم پرداخت.

۱. منحصر به فرد و خلاق باشید

دکتر جین مک بارون یکی از شخصیت‌های عجیب دنیای کسب‌وکار به حساب می‌آید. وی استاد بازنشسته رشته فیزیک، یکی از نخستین افراد تاثیرگذار در شبکه‌های اجتماعی، نویسنده کتاب‌های تخصصی در زمینه بازاریابی و برندسازی و مشاور شـــرکت‌های بزرگ اســـت. بدون تردید باتوجه به سابقه فعالیت‌های وی امکان چشم‌پوشی از توصیه‌هایش وجود ندارد. به عقیده وی یکی از کلیدهای موفقیت در شبکه‌های اجتماعی مربوط به توانایی برندها در ارائه مفهوم و المانی نو به مخاطب اســـت. به عنوان مثال، اگر اکانت فیس‌بوک یک برند دقیقا از محتوای یکســـان با ســـایر اکانت‌های آن برند در شبکه‌های اجتماعی دیگر استفاده کند، آنگاه هیچ جذابیتی برای مخاطب نخواهد داشت. بی‌شک مخاطب نیز به هنگام مشاهده چنین محتوایی در نهایت آرامش و بی‌توجهی از کنارش عبور خواهد کرد. با توجه به این نکته دیگر فهم دلیل بی‌تفاوتی کاربران شبکه‌های اجتماعی نسبت به اکانت رسمی بسیاری از برندها دشوار نیست. نتیجه آنچه در دو سطر بالا گفته شد، ضرورت توجه برندها به تولید محتوای منحصر به فرد و خلاقانه در شـــبکه‌های اجتماعی اســـت. البته منظور اصلی من در اینجا اختصاص زمان مناسب برای تولید حتوای منحصر به فرد برای هر کدام از اکانت‌های برندمان در شبکه‌های اجتماعی مختلف است. چنین شخصی‌سازی‌ای با توجه به ماهیت پلتفرم مورد نظر و تفاوت آن با سایر شبکه‌های اجتماعی صورت می‌گیرد.

۲. فهم درست از مخاطب

به منظور جذب تعامل فالوورها طراحی یک برنامه درســـت برای تولید محتوا کافی نیســـت. در اینجا شـــناخت درست از مخاطب نیز ضرورت دارد. به عنوان مثال، اگر یک شـــرکت در زمینه فروش محصولات رایانه‌ای برند دل فعالیت دارد، ســـرمایه‌گذاری بر روی مشـــتریان وفادار به محصولات اپل به هیچ‌وجه منطقی نخواهد بود. برخی از مشتریان در بازارهای مختلف علاقه زیادی به یک برند خاص دارند. تلاش برای جلب نظر آنها به برندی دیگر یکی از دشـــوارترین کارهای دنیا محســـوب می‌شـــود. نکته مهم در اینجا کسب شناخت مناسب از مخاطب هدف‌مان اســـت. به این ترتیب دیگر بودجه و محتوای خود را هدر نخواهیم داد. به علاوه فرآیند دستیابی به اهداف‌مان نیز سرعت خواهد یافت.

۳. بارگذاری مداوم مطلب

دکتر جین مک بارون تاکید فراوانی بر روی بارگذاری مداوم مطلب در شبکه‌های اجتماعی دارد. در حقیقت کشنده‌ترین اقدام برندها در شبکه‌های اجتماعی فعالیت اندک‌شان است. به این ترتیب مخاطب در عمل از آنها ناامید می‌شود. وقتی یک برند در تلاش برای جلب نظر مخاطب اســـت، انتظارات مشـــتریان از آنها به طور مداوم افزایش پیدا می‌کند. در نتیجه بی‌تحرکی و عدم فعالیت برندها ذوق مخاطب را کور می‌کند. از همه مهم‌تر، وقتی کاربران صفحه یک برند را دنبال می‌کنند، انتظار مشاهده مطلب تازه دارند. فعالیت ضعیف و اندک عامل اصلی از دست رفتن فالوورها در شبکه‌های اجتماعی است. نتیجه و معنای سطر فوق برای برندهای متمرکز بر روی توسعه برندشان چیست؟ نخستین معنای آن ضرورت به کارگیری نیروی تازه برای فعالیت شدیدتر در شبکه‌های اجتماعی است. خوشبختانه امروزه همکاری با بازاریاب‌های حرفه‌ای در زمینه شبکه‌های اجتماعی کار چندان دشواری نیست. به این ترتیب باید اندکی از بودجه برندمان را به همکاری با بازاریاب‌های حرفه‌ای و کاربلد اختصاص دهیم.

۴. اهمیت جذب مخاطب

در کنار بارگذاری مداوم مطلب، جذب مخاطب نیز اهمیت بالایی دارد. به معنایی ساده، نظرخواهی و دریافت بازخوردهای مخاطب، پاسخگویی به پیام‌ها و کامنت‌ها و بازنمایی نظرات کارشناس‌های حرفه‌ای پیرامون محصولات‌مان از اهمیت بالایی برخوردار است. این کار ارتباط برند ما با مخاطب را عمیق‌تر خواهد کرد. به این ترتیب اعتماد آنها به ما افزایش پیدا می‌کند. جلب اعتماد مخاطب نخستین گام در راستای تبدیل آنها به مشتریان ثابت محسوب می‌شود. وقتی یک برند برای نظرات تک تک مشتریان اهمیت قائل باشد، ذهنیت مشخصی را در مخاطب ایجاد می‌کند. بدون تردید هیچ فردی نگاه منفی نسبت به برندی موفق در زمینه ارتباط پایدار با مشتریانش نخواهد داشت. توجه داشته باشید، شهرت برندها در زمینه رابطه با مشتریان اهمیت بالایی دارد. به این ترتیب شهرت منفی برخی از برندها در عمل موجب حذف‌شان از دنیای کسب‌وکار می‌شود.

۵. ترویج به اشتراک‌گذاری محتوا

ارتقا از ســـطح چند هزار فالوور به میلیون‌ها طرفدار کار ســـاده‌ای نیست. در عین ناباوری، برخی از برندها با کمپین‌های ساده و در عین حال هوشمندانه چنین کاری را در کمترین زمان ممکن انجام می‌دهند. نکته مهم درخصوص این کمپین‌ها بهره‌مندی‌شان از ترندهای برتر است. اگر با مفهوم ترند در شبکه‌های اجتماعی آشنایی ندارید، معنای آن موضوعات داغ و جذاب است. به طور معمول ترندها هر ماه تغییر می‌کند. با این حال برخی از ترندها تا چند سال نیز پایداری دارند. نکته مهم درخصوص انتخاب ترند مناسب در کمپین‌های بزرگ توجه به میزان پایداری‌شان است. به این ترتیب انتخاب یک ترند کوتاه‌مدت برای کمپینی بزرگ و حداقل شش ماه اقدام منطقی محسوب نخواهد شد. بدون تردید استفاده از ترندهای برتر همیشه تاثیرگذار خواهد بود، با این حال چرا باید همیشه از ترندهای دیگران استفاده کرد؟ چرا برندمان اقدام به تولید ترند منحصر به فرد نکند؟ شاید در نگاه نخست چنین کاری بی‌نهایت دشوار و غیرممکن به نظر برسد. با این حال تولید محتوای باکیفیت و ترغیب مخاطب به بازنشر آن ما را هدف‌مان نزدیک خواهد کرد. برگزاری مسابقه آنلاین نیز راهکار جالبی برای توســـعه ترندهای مخصوص برندمان اســـت. در اینجا برند ما باید مســـابقه‌ای مرتبط با ماهیت خود برگزار کند. استفاده از المان‌های جذاب در این مســـابقه کلید موفقیت ما در توسعه ترندهای‌مان است. براساس تجربه، پلتفرم‌های اینستاگرام و فیس‌بوک بهترین گزینه برای برگزاری مسابقه محسوب می‌شوند.

منبع: noobpreneur

فرصت امروز
روزنامه مدیریتی-اقتصادی
شنبه | ۱۴ اردیبهشت ۱۳۹۸ | شماره ۱۳۰۳ | صفحه ۱۶
صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز
مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی
چاپ: هنر سرزمین سبز
دفتر مرکزی: میدان هفت تیر، خیابان لطفی، پلاک ۴۹
دفتر مرکزی: ۸۸۸۹۵۳۴۱ - ۸۸۸۹۵۳۴۲
روابط عمومی: ۸۸۸۹۵۶۷۲ فکس تحریریه: ۸۸۸۵۳۹۱۹
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۹۳۶۶۵۱ امور مشترکین: ۸۸۹۳۵۳۴۹
آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS
WWW.FORSATONLINE.COM
INFO@FORSATONLINE.COM

قانونی ساده برای موفقیت

مســـیر موفقیت در سه بخش خلاصه می‌شـــود. آگاهی از ایـــن بخش‌ها و نحوه صحیح اســـتفاده از آنها برای حرکت در مســـیر درســـت می‌تواند ما را به موفقیت بسیار نزدیک کند. بـــرای آگاهی از این بخش‌ها در ادامه با ما همراه باشـــید. در بازی پوکر و استراتژی آن یک موضوع جالب وجود دارد. پوکر بازی‌ای براساس احتمالات است، بنابراین اصل استراتژی آن به حداکثر رساندن احتمال برنده‌شدن است.

زندگی هم می‌تواند مشابه «بازی» احتمالات باشد که در آن عنصر شانس دخالت دارد. بودن در مکان و زمان مناسب مهم اســـت، بنابراین با این حساب یک قانون ساده برای موفقیت در زندگی وجود دارد. کارهایی انجام دهید که شانس موفقیت شـــما را در درازمدت افزایش می‌دهنـــد، اما این جمله به چه معناســـت. برای باز کردن این موضوع، سه بخش وجود دارند که درس‌های مهمی را با خود به ارمغان می‌آورند:

۱. درازمدت
۲. احتمالات
۳. افزایش

بیایید یک به یک این بخش‌ها را بررسی کنیم.

۱. درازمدت

چارچوب صحیح فکر کردن در مورد موفقیت در درازمدت اســـت نه کوتاه‌مدت، چرا؟ زیرا این‌گونه است که قانون تکانه برای شما جواب می‌دهد. این امر مانند یک هواپیما است که می‌خواهد پرواز کند. این هواپیما برای پرواز نیاز به یک مسیر طولانی و کافی دارد. به طور مشابه شما نیز نیاز به یک مسیر طولانی و کافی برای دستیابی به چیزهای ارزشمند دارید. این امر همچنین به این معناست که شما باید از حواسپرتی‌های موقعیت‌های کوتاه‌مدت دوری کنید. به درازمدت فکر کنید. همان‌طـــور کـــه در مورد جزییـــات انعطاف‌پذیر هســـتید در چشم‌انداز خود پافشاری کنید.

۲. احتمالات

چه بخواهید چه نخواهید شـــانس در این امر دخیل است. چیزهایی وجود دارند که خارج از کنترل شما هستند. ممکن است همه چیز را برنامه‌ریزی کرده باشید، اما باز هم احتمال شکست وجود دارد.

نکته این است که نباید از شکست‌خوردن بترسید. به جای تـــرس از این موضوع آن را قبول کنید. شکســـت را به عنوان موقعیتی برای یادگیری ببینید.

۳. افزایش

در حالی که قســـمت قبل در مـــورد تمام چیزهایی بود که نمی‌توانید کنترل کنید، این بخش در مورد چیزهایی اســـت که در کنترل شما هستند. برای افزایش شانس موفقیت خود می‌توانید کارهای زیر را انجام دهید.

- ارزشمندی دانش را در نظر بگیرید
- مشاهده‌گر باشید
- با حاشیه زندگی کنید
- زندگی متعادل داشته باشید
- پروژه‌های جانبی داشته باشید
- پافشاری کنید

شما می‌توانید اینها را کنترل کنید و این بستگی به خودتان دارد.

به درازمدت فکر کنید، شکست را بپذیرید و آنچه نیاز است انجام دهید در این صورت در مسیر دسترسی به نهایت توانایی خود خواهید بود.

منبع: Lifeoptimizer/ucan

فراخوان انتخاب ناظر حقیقی جهت پروژه های عمرانی شهرک های صنعتی تابعه
نوبت دوم
شرکت شهرکهای صنعتی استان البرز
شـرکت شـهرکهای صنعتی اسـتان البـرز در نظر دارد نسـبت بـه انتخـاب و معرفی ناظر حقیقی جهـت پروژه هـای عمرانی (در رشـته هـای عمران- برق- مکانیک- نقشـه بـرداری) در محل شـهرکهای صنعتی تابعه جهت همکاری با مشـاور و... با شـرایط ذیل اقـدام نماید.
۱- ۱۰ سال سابقه کار در ارتباط با موضوع
۲- مدرک تحصیلی مرتبط
۳- دارای صلاحیت های لازم و گواهینامه های معتبر از مراجع ذیصلاح
لـذا مقتضـی اسـت افـراد شـرکت کننـده در فراخوان صرفا نسـبت به ارسـال سـوابق- مدارک صلاحیتـی- رزومه به همـراه گواهی هـای مرتبط و رضایـت نامـه از کارفرمایـان قبلی خـود حداکثر ظرف مـدت ۲۰ روز (تا تاریخ ۱۳۹۸/۰۳/۰۴) به دبیرخانه این شـرکت بـه آدرس ذیل اقدام نمایند.
ضمنا شرکت شهرک های صنعتی هیچگونه مسئولیتی در خصوص بکارگیری ناظر ندارد.
آدرس: اسـتان البـرز- کـرج- میـدان امـام خمینـی- بلـوار یـادگار امـام خیابـان یاسـر پنجـم پـلاک ۶۶ کدپسـتی: ۳۱۳۹۹۴۵۳۹۷
تلفن ۷- ۰۲۶۳۴۶۴۵۸۰۲
۱۸۹
تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۸/۲/۱۱ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۸/۲/۱۴
شرکت شهرکهای صنعتی استان البرز

سازمان آگهی‌ها
۸۸۹۳۶۶۵۱