روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

چهارشنبه
اول خرداد
۱۳۹۸

Wed. 22 May 2019
۱۶ رمضان ۱۴۴۰ - سال پنجم
شماره ۱۳۱۷- ۸صفحه - ۵۰۰۰۰ریال

www.forsatnet.ir

سازوکار شورای رقابت برای تعیین قیمت مفید نیست

مصوبه مجلس مشکل بازار خودرو را حل نمی‌کند

یک کارشناس صنعت خودرو با بیان اینکه سازوکار شورای رقابت برای تعیین قیمت مفید نیست، گفت بازگشت شورای رقابت به قیمت‌گذاری، مشکل...

۴

یادداشت

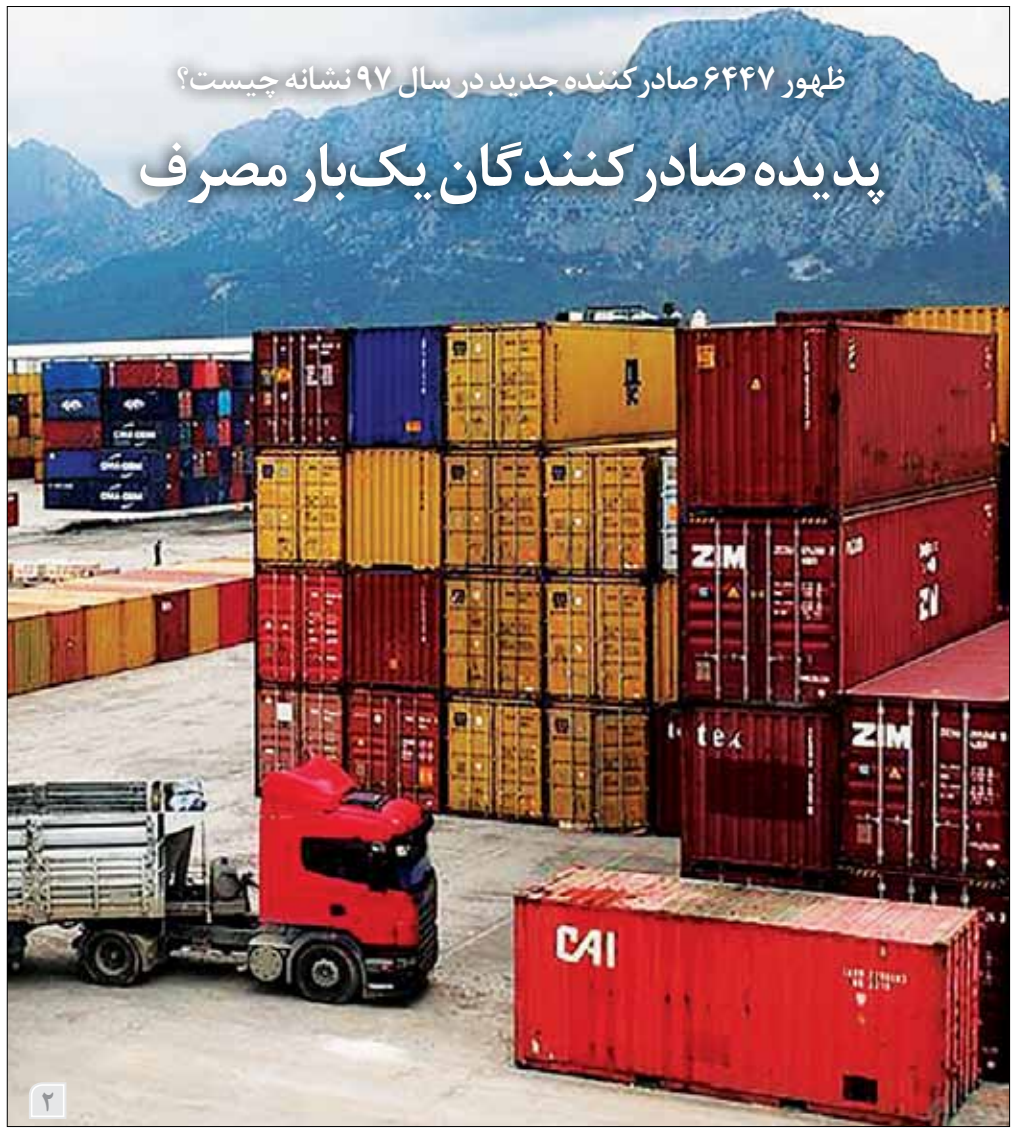
چرا سکه ارزان شد؟

عبادالله محمدولی
تحلیلگر بازار سکه

بانک مرکزی از مدت‌ها پیش ایجاد بازار متشکل ارزی را وعده داده است یعنی بازاری که در آن قیمت ارز براساس مکانیزم عرضه و تقاضا در بازار تعیین می‌شود. طی این مدت عرضه ارز به بازار برای پاسخ به تقاضای پیش‌بینی‌شده افزایش پیدا کرده است. در شرایطی که قیمت سکه در حال اوج‌گرفتن بود، تدابیر بانک مرکزی توانست به‌موقع به نیاز بازار ارز پاسخ دهد و از اثرگذاری روانی ارز بر بازار سکه بکاهد. اکنون بازار کنترل شده و در مدیریت بانک مرکزی به نظر می‌رسد. از سوی دیگر انتشار اخبار مثبت پیرامون مسائل سیاسی و اقتصادی کشور می‌تواند به ثبات بیشتر بازار کمک کند. ضمانت عرضه باثبات ارز می‌تواند از اثرگذاری جنبه روانی مسائل اقتصادی و سیاسی هم بر بازار بکاهد.

نکته مهم دیگر مسئله ساماندهی بازارهای مختلف است. اگر بانک مرکزی زمینه تمرکز فعالان حوزه ارز را در بورس‌های منطقه‌ای و شهری فراهم کند، بازار از هرج و مرج خارج می‌شود و این مسئله هم به نوبه خود بر بهبود وضعیت...

۳



ظهور ۶۴۴۷ صادرکننده جدید در سال ۹۷ نشانه چیست؟

پدیده صادرکنندگان یک‌بار مصرف

۲

مردم و فعالان اقتصادی به عملکرد بازار متشکل ارزی اعتماد کرده‌اند

بازار ارز، طلا و سرمایه به کدام سو می‌رود؟

افت قیمت طلا و ارز در روزهای گذشته این پرسش را نزد فعالان اقتصادی و حتی بسیاری از مردم عادی به وجود آورده که بازار سرمایه و نیز طلا و ارز چه وضعیتی را دست‌کم در آینده نزدیک تجربه خواهد کرد؟ به گزارش ایرنا، از کسادی کار دلالان و سفته‌بازان در اقتصاد کشورمان چهار سالی می‌گذشت و در این مدت بازارها پس از تحمل هشت سال نوسان پی‌درپی، روی آرامش را دیدند تا اینکه اواخر سال ۹۶ نقطه آغاز خروج تعادل بازارها به ویژه بازار ارز بود. پس از آن خروج آمریکا از برجام، افزایش قیمت ارز، هراس مردم از آینده اقتصادی کشور و هجوم نقدینگی به بازارهای مختلف برای حفظ ارزش سرمایه‌ها در مقابل کاهش ارزش ریال و آغاز دور جدید تحریم‌ها همه دست به دست هم دادند و بازارها از تعادل خارج شدند و امروز نرخ تورم نقطه به نقطه به...

۳

اطلاعات بانکی مؤدیان کف دست مالیاتی‌ها

۳

مدیریت و کسب‌وکار

- شیوه‌های بازاریابی با تمرکز بر دانشجویان
- ۲۱ آژانس تبلیغاتی برتر در اینستاگرام
- دو روی تحریم برای استارت‌آپ‌های ایرانی
- چگونه یک استراتژی بازاریابی منسجم خلق کنیم؟

۸ تا ۱۶

ناگفته‌های رئیس شورای رقابت از ابهامات قیمت‌گذاری خودرو

«شریعتمداری» بازار خودرو را بهم ریخت!

رئیس شورای رقابت با اعلام اینکه در حال حاضر بازار خودرو وضعیت آشفته‌ای دارد، گفت باید برای ساماندهی بازار خودرو نخست تکلیف شورای رقابت و اشتباه وزیر وقت صنعت در برداشت غلط از یک مصوبه مشخص شود.

رضا شیوا در گفت‌وگو با تسنیم، با اشاره به اینکه حدود یک سالی است که بحث بررسی طرح ساماندهی بازار خودرو در مجلس شورای اسلامی مطرح است، گفت: بیشتر ماده‌های این طرح به واردات خودرو برمی‌گردد که در حال حاضر با ممنوعیت واردات خودرو باید به بخش خودروهای داخلی و قیمت آنها پرداخت.

او با بیان اینکه در این طرح یک بند با شورای رقابت ارتباط دارد، افزود: در این بند گفته شده شرکت‌های خودروساز مکلف هستند هنگام فروش قیمت تمام‌شده، درصد سود و قیمت قطعی محصولات خود را محاسبه و به شورای رقابت اعلام کنند.

ابهامات مصوبه اخیر مجلس در مرجع قیمت‌گذاری خودرو

رئیس شورای رقابت در ادامه گفت: این موضوع برای ما دارای ابهامات بسیاری است زیرا اگر قرار است شورای رقابت دستورالعمل قیمت‌گذاری خودروها را اعلام کند دیگر ارسال قیمت محاسبه‌شده خودروسازان چه الزامی دارد؟ اگر قیمت‌های اعلامی شرکت‌های خودروساز با معیارهای شورای رقابت مطابقت نداشته باشد ما چه وظیفه‌ای داریم؟ شیوا با اعلام اینکه این بند از طرح ساماندهی بازار خودرو در مورد شورای رقابت و قیمت خودرو مبهم است، تصریح کرد: البته به‌صورت کلی ما احتیاجی به مصوبه مجلس نداشتیم زیرا براساس ماده ۵۸ اصل ۴۴ قانون اساسی، شورای رقابت باید در بازارهای انحصاری ورود پیدا کرده و دستورالعمل قیمت‌گذاری‌ها را تعیین کند به این ترتیب این وظیفه ذاتی شورای رقابت است و کسی نمی‌تواند خلاف قانون عمل کند. وی درخصوص واگذاری تعیین قیمت خودرو به ستاد تنظیم بازار که در آبان‌ماه سال گذشته اجرایی شده بود، گفت: براساس ماده ۳ ابلاغیه سران سه قوه شورای عالی هماهنگی اقتصادی «هرگونه تصمیم‌گیری در مورد نرخ و ضوابط قیمت‌گذاری و تعیین سهمیه کالا و خدمات که به‌موجب قوانین و مقررات مختلف در اختیار دستگاه‌ها و شوراهای مختلف قرار گرفته است منوط به تأیید ستاد تنظیم بازار است.»

به‌گفته شیوا، به‌موجب این ماده هر تشکیلاتی نه‌تنها شورای رقابت که در بخش قیمت‌گذاری کالا فعالیت می‌کرد باید دستورالعمل‌ها را برای تأیید به ستاد تنظیم بازار ارسال کند، اما این مصوبه به هیچ عنوان به‌معنای سلب وظیفه از شورای رقابت نبود.

وی با ابراز اینکه پیش از این ابلاغیه، شورای رقابت دستورالعمل قیمت‌گذاری را به ستاد تنظیم بازار ارسال نمی‌کرد، گفت: قانون‌گذار براساس ماده ۵۸ اصل ۴۴ به ما گفته بود باید دستورالعمل قیمت‌گذاری را به‌صورت مستقل اعلام کند تا براساس آن چارچوب قیمت‌ها تعیین شود، اما بعد از ابلاغیه ماده ۳ مصوبه سران قوا در شورای عالی هماهنگی اقتصادی، دستورالعمل تنظیم قیمت باید برای تأیید به ستاد تنظیم بازار ارسال می‌شد.

برداشت اشتباه شریعتمداری از یک مصوبه بازار خودرو را بهم ریخت

رئیس شورای رقابت در پاسخ به این پرسش که بعد از ابلاغیه شورای عالی هماهنگی اقتصادی شما دستورالعمل قیمت‌گذاری خود را به ستاد تنظیم بازار ارسال کردید یا خیر؟ گفت: بله، ما ارسال کردیم ولی وزیر وقت صنعت از این ابلاغیه برداشت اشتباهی کرد و این تصور به‌وجود آمد که قیمت‌گذاری از شوراها، نهادها و ارگان‌هایی که قیمت‌گذاری می‌کردند گرفته شده است.

شیوا اضافه کرد: این برداشت اشتباه باعث شد تا وزارت صمت و سازمان حمایت طرح ۵درصد زیر قیمت حاشیه بازار را برای خودرو مطرح کنند که این تصمیم نه‌تنها اوضاع بازار خودرو را بهتر نکرد بلکه فضا بدتر هم شد. البته بنده از روز نخست اعلام این طرح گفته بودم که شکست خواهد خورد زیرا مهره اصلی قیمت بازار خود انحصارگران (شرکت‌های خودروساز) هستند. به‌نوعی انحصارگر بازار را تنظیم می‌کند و ۵درصد زیر قیمتی که خود آنها تعیین می‌کنند قیمت‌گذاری اشتباهی خواهد بود.

شیوا در پاسخ به اینکه «آیا اعتراضی برای برداشت اشتباه وزیر وقت صنعت از مصوبه شورای عالی هماهنگی اقتصادی نکردید؟» گفت: بله ما اعتراض کردیم و حتی اعتراض خود را به سران سه قوه و سازمان بازرسی کل کشور فرستادیم که این موضوع در دیوان عدالت اداری در حال بررسی است.

وی در پاسخ به این پرسش که؛ «با مصوبه اخیر مجلس در تعیین قیمت خودرو توسط شورای رقابت چه اقداماتی را در دستور کار خود قرار داده‌اید؟»، افزود: این نکته را باید بگویم که بعد از اعلام این مصوبه تعدادی از نمایندگان مجلس گفته‌اند شورای رقابت رسماً مسئول قیمت‌گذاری خودرو شده است که باید بگویم این شورا از زمان تصویب ماده ۵۸ اصل ۴۴ قانون اساسی مسئول ورود به بازارهای انحصاری و تعیین دستورالعمل قیمت‌گذاری بوده و هیچ‌کس نتوانسته این وظیفه را از آن بگیرید مگر اینکه خود مجلس ماده مربوطه را لغو کند.

رفع ابهامات مصوبه نمایندگان مجلس

وی ادامه داد: در جلسه اخیر شورای رقابت نخست ما یک نامه به ریاست مجلس شورای اسلامی ارسال کردیم تا ابهامات بند مربوطه به شورای رقابت در طرح ساماندهی بازار خودرو برطرف شود.

رئیس شورای رقابت با اعلام اینکه در حال حاضر بازار خودرو وضعیت آشفته‌ای دارد، گفت: ساماندهی این بازار کار آسانی نیست و باید اطلاعات لازم با قیمت تمام‌شده خودروها از شرکت‌ها دریافت شود که آنها به‌راحتی این کار را انجام نمی‌دهند. از همه مهم‌تر محدودیت‌های خودروسازان هم برای تولید افزایش پیدا کرده و واردات انواع قطعه‌ها با مشکل روبه‌رو شده است که همین امر این سؤال را به‌وجود می‌آورد که تا چه میزان قطعات داخلی‌سازی شده و آیا خودروسازان تعهدات خود را نسبت به قطعه‌سازان پرداخت می‌کنند یا خیر! علاوه بر این باید موانع پیش پای تولید هم برداشته شود تا بتوان عرضه محصولات را با بازار افزایش داد.

وی تصریح کرد: در حال حاضر باید برای ساماندهی بازار خودرو نخست تکلیف شورای رقابت و حتی اشتباه وزیر وقت صنعت در برداشت غلط از یک مصوبه مشخص شود.

سخنگوی قوه قضائیه خبر داد

۲۰ سال حبس برای حسین هدایتی

سخنگوی قوه قضائیه از محکومیت حسین هدایتی به تحمل ۲۰ سال حبس خبر داد. غلامحسین اسماعیلی، سخنگوی قوه قضائیه دیروز در نشست خبری، با اعلام صدور حکم حسین هدایتی گفت: براساس اعلام دادگاه ویژه مفاسد اقتصادی، حسین هدایتی یکی از متهمان پرونده بانک سرمایه به تحمل ۲۰ سال حبس، محرومیت دائم از به کارگیری از خدمات دولتی و رد مال معادل ۴ هزار و ۸۸۹ میلیارد و ۳۹۵ میلیون ریال یعنی ۴۸۸میلیارد تومان به نفع بانک سرمایه که از این بانک تحصیل مال نامشروع کرده بود و همچنین تحمل ۷۴ ضربه شلاق در انظار عمومی محکوم شده است.

اتهامات حسن هدایتی، مشارکت در اخلال عمده در نظام اقتصادی کشور از طریق نظام پولی و بانکی به‌موجب تحصیل هشت فقره تسهیلات اعطایی به‌مبلغ ۵ هزار و ۸۶۹ میلیارد و ۳۹۶ میلیون ریال، خیانت در امانت و پولشویی است.

اولین جلسات دادگاه

به گزارش خبرآنلاین، اولین جلسه رسیدگی به اتهامات ۱۱ متهم اخلال در نظام اقتصادی کشور از جمله حسین هدایتی در شعبه سوم دادگاه ویژه رسیدگی به جرائم اخلالگران و مفسدان اقتصادی به ریاست قاضی اسدالله مسعودی مقام زمستان سال گذشته برگزار شد.

در اول بهمن‌ماه و در دومین جلسه رسیدگی به اتهامات متهمان بانک سرمایه مهدی صفری، نماینده دادستان تهران از عدم ثبات مدیریتی و اعمال نفوذ برای پرداخت امتیازات به اشخاص خاص به عنوان یکی از ضعف‌های این بانک یاد کرد و با ارائه دلایلی اعلام کرد که متهمان در تخلفات خود سوءنیت داشته و با آگاهی مرتکب این جرائم شده‌اند که از این جرائم می‌توان به پرداخت تسهیلات بانک سرمایه به حسین هدایتی برای شرکت جاوید گشت هیرمند، پرداخت تسهیلات به گروه جهانبانی و سامان مدل اشاره کرد.

این درحالی است که قاضی مسعودی مقام هفته گذشته در جمع خبرنگاران گفته بود: هدایتی تاکنون اقدامی در جهت تسویه بدهی خود انجام نداده است.حکم هدایتی صادر شده و در مرحله تایپ است و تا چند روز آینده از طریق سخنگوی قوه قضائیه اعلام خواهم شد.

جزییات احکام سایر متهمان پرونده بانک سرمایه

به گفته سخنگوی قوه قضائیه متهم دیگر پرونده بانک سرمایه آقای سید مهدی موسوی‌نژاد به جرم اخلال در نظام اقتصادی به تحمل ۱۵ سال حبس، محرومیت دائم از مشاغل دولتی، استرداد ۹۳ میلیارد تومان و ۷۴ ضربه شلاق، علی‌اکبر یقینی به جرم معاونت در اخلال در نظام اقتصادی به تحمل ۱۰ سال حبس، محرومیت به‌کارگیری در مشاغل دولتی و آقای کیان‌پیشه به جرم معاونت در نظام اقتصادی به تحمل پنج سال حبس محکوم شده‌اند.

اسماعیلی ادامه داد: آقای محمد محسنی‌آقویی به جرم اخلال در نظام اقتصادی به تحمل ۱۰ سال حبس، ضبط ارزهای مکشوفه و ۵۰۰ میلیون ریال جزای نقدی، محمدحسین عابدینی‌نژاد به جرم اختلاس به جرم چهار سال حبس و انفصال دائم از مشاغل دولتی و استرداد ۱۳۷۴ میلیارد و ۶۴۰ میلیون و ۷۲۲ تومان در حق صندوق دولت. آقای جهانگیر حجتی نجف‌آبادی به جرم اخلال در نظام اقتصادی به تحمل سه سال حبس و پرداخت جزای نقدی مجموعاً ۱۱ میلیارد و ۸۸ میلیون و ۷۰۰ هزار ریال در حق ۳۱ نفر از شکات، آقای سید حمیدرضا رضوی به جرم اخلال در نظام اقتصادی به تحمل سه سال حبس و ضبط ارزهای مکشوفه، سیدرضا میری به تحمل سه سال حبس، نوید محمد به جرم اخلال در نظام اقتصادی سه سال حبس، سید ناصر مزیدی به جرم اخلال در نظام ارزی کشور تحمل سه سال حبس و ضبط ارزهای مکشوفه صادر شد.

پرونده عراقچی مجدداً به دادگاه رفت

سخنگوی قوه قضائیه در پاسخ به سوالی درباره آخرین وضعیت پرونده‌های سیف، عراقچی و سالار آقاخان گفت: پرونده با نقص از ناحیه دادگاه به دادسرا اعاده شد. دادگاه باید در مورد عراقچی و سالار آقاخان نواقص را برطرف کند، اما نمی‌توانست کسی را که در کیفرخواست نیست و اظهاراتش اخذ نشده و اظهارات او مؤثر است را شخصاً احضار و از او تحقیق کند. دادگاه فقط در چارچوب کیفرخواست رسیدگی می‌کند و می‌تواند موضوع اتهامی را تغییر دهد اما این بخش را نمی‌توانست راسا اقدام کند.

سخنگوی قوه قضائیه همچنین از ارجاع پرونده احمد عراقچی، معاون ارزی سابق بانک مرکزی به دادگاه خبر داد و گفت: دادسرا تحقیقات را تکمیل کرده است و پرونده در همین هفته به دادگاه اعاده شد.

سازمان آگهی‌ها ۸۸۹۳۶۶۵۱

مسکن

معاملات اوراق تسهیلات مسکن بازهم کاهش یافت

آپارتمان‌های خوش‌فروش بازار کدامند؟

آمار نشان می‌دهد واحدهای ۵۰ تا ۷۰ متر مربع بیشترین تقاضا را در بازار مسکن پایتخت به خود اختصاص می‌دهند و در این بین، غفلت سیاست‌گذار از عرضه کافی، تقاضای بالا و معاملات مکرر، تورم این گروه از آپارتمان‌ها را تشدید کرده است.

به گزارش ایسنا، دست به دست شدن چندباره آپارتمان‌های در محدوده استطاعت گروه اصلی مخاطب مسکن، این دسته از واحدها را از دسترس متقاضیان مصرفی خارج کرده است. دفاتر مشاور املاک شهر تهران می‌گویند اتفاقی که در ماه‌های اخیر بسیار دیده می‌شود این است که بعضی سرمایه‌گذاران بازار مسکن، آپارتمان‌های زیر قیمت و عمدتاً ریزمتراژ را با پرداخت حداکثر ۳۰درصد از مبلغ کل، قولنامه می‌کنند و ظرف چند روز آن را با قیمتی به مراتب بالاتر از رقم خرید خود به فروش می‌رسانند. این روند، التهاب قیمت در گروه آپارتمان‌های کوچک‌متراژ را تشدید کرده است. بازسازی جزئی این واحدها نیز بازده ۵۰درصدی سرمایه نوسازی را به دنبال دارد.

از سوی دیگر هجوم بخش عمده تقاضا به سمت آپارتمان‌های ۵۰ تا ۷۰ متر مربع در ماه‌های گذشته باعث شده تا فایل‌های این دسته از واحدهای مسکونی در دفاتر املاک پایتخت بسیار کمیاب و در مقابل، سهم واحدهای بزرگ‌متراژ در دفاتر افزایش پیدا کند.

غفلت از عرضه متناسب با تقاضا در سال‌های گذشته تناقض‌های آشکاری را در بازار مسکن شهر تهران در پی داشته است. کارشناسان معتقدند بازار مسکن به طور دائم آمادگی جذب آپارتمان‌های کوچک را دارد؛ زیرا با وجود اینکه طرف عرضه در سال‌های اخیر تمرکز خود را بر ساخت واحدهای بالای ۹۰ متر مربع به دلیل سودآوری بالای آنها گذاشته، همواره آپارتمان‌های کمتر از ۸۰ متر مربع بیشترین سهم را از معاملات به خود اختصاص داده‌اند. در فروردین ماه ۱۳۹۸ واحدهای ۶۰ تا ۷۰ متر مربع با سهم ۱۵.۲درصد از معاملات، بیشترین تقاضا را به خود اختصاص داده‌اند. واحدهای دارای زیربنای ۵۰ تا ۶۰ متر و ۷۰ تا ۸۰ متر نیز به ترتیب با سهم‌های ۱۵ و ۱۱.۹درصد در رتبه‌های بعدی قرار دارند. در مجموع در فروردین ماه ۱۳۹۸ واحدهای مسکونی با سطح زیربنای کمتر از ۸۰ متر مربع ۵۵.۳درصد از معاملات انجام‌شده را به خود اختصاص دادند.

گام شفاف‌ساز در بازار مسکن

اما پس از آنکه فایل‌های مسموم به عنوان عوامل التهاب‌زا، جو روانی بازار مسکن را طی یک سال اخیر بهم زد، وزارتخانه‌های راه و شهرسازی و صنعت، معدن و تجارت به همراه اتحادیه صنف مشاوران املاک، اقداماتی را برای ایجاد شفافیت قیمتی در بازار مسکن آغاز کردند. سامانه اطلاعات بازار املاک ایران که با همکاری وزارتخانه‌های صمت و راه و شهرسازی راه افتاد و حدود هفت سال از راه‌اندازی آن می‌گذرد به عنوان سایت مرجع آنطور که باید و شاید شناخته نشده است. یک آسیب به کارکرد این سامانه در سال ۱۳۹۳ خدمات آن را تضعیف کرد. تا قبل از آن تمام معاملاتی که در مشاوران املاک دارای مجوز انجام و کد پیگیری ارائه می‌شد در سامانه به ثبت می‌رسید، بنابراین همه می‌توانستند به این سامانه مراجعه کنند و دریابند در منطقه و محله‌شان چه معامله‌ای با چه قیمتی به صورت واقعی، انجام شده است، اما بنا به گفته مدیرکل دفتر اقتصاد مسکن وزارت راه و شهرسازی، رأی دیوان عدالت اداری در سال ۱۳۹۳ مبنی بر اجباری نبودن کد پیگیری، منجر به تضعیف سامانه شد. در حال حاضر وزارت صنعت، معدن و تجارت به همراه مشاوران املاک در تلاش هستند تا این سامانه تقویت شود.

ثبات هفتگی بازار مسکن

پس از نوسانات دو ماهه بازار مسکن، دفاتر املاک از توقف رشد قیمت مسکن در هفته اخیر خبر می‌دهند و خطر صعود مجدد را تهدید رکودزای این بازار تلقی می‌کنند.

معاملات قطعی در بازار مسکن به نصف اردیبهشت ماه سال قبل رسیده است. دفاتر مشاور املاک می‌گویند که بعد از جهش ماهیانه قیمت که در اسفندماه اتفاق افتاد در یک هفته گذشته، رشد قیمت متوقف و فایل‌های بیشتری به بازار عرضه شده است. تقویت بازار از طریق دو گروه سنی آپارتمان‌ها محسوس‌تر است؛ گروه اول واحدهای قدیمی هستند که به قصد تبدیل به احسن برای فروش ارائه شده‌اند و گروه دوم کلیدنخورده‌هایی که صاحبان آنها به دلیل سردرگمی بازار در ماه‌های اخیر از فروش آن خودداری می‌کردند.

کاهش معاملات اوراق تسهیلات مسکن

اما معاملات اوراق تسهیلات مسکن در آخرین روز اردیبهشت‌ماه از رونق بالایی برخوردار نبود و همین عدم استقبال منجر به کاهش مجدد قیمت این اوراق به زیر ۵۰ هزار تومان شد. به گزارش مهر، اوراق تسهیلات مسکن در جریان معاملات بازار سرمایه با کاهش استقبال از سوی خریداران روبه‌رو شد. به گونه‌ای که در بیشتر نمادهای معاملاتی، تعداد برگه‌های به فروش رسیده زیر هزار برگه بود. در چند نماد محدود نیز به واسطه افزایش عرضه برگه‌های گواهی حق تقدم تسهیلات مسکن صادره در ماه‌های منتهی با سال ۹۷ و نخستین ماه ابتدایی ۹۸ که از تاریخ اعتبار حدوداً دو ساله برخوردار هستند، میزان فروش این برگه‌ها بیشتر بود.

این در حالی است که در هفته گذشته پس از گذشت حدود دو ماه از سقوط قیمت‌ها به کانال ۴۰ هزار تومانی، افزایش نرخ و بازگشت قیمت اوراق تسهیلات مسکن به کانال ۵۰هزار تومان را شاهد بودیم، با این حال در نماد معاملاتی تسه ۹۸۰۱ (اوراق تسهیلات مسکن صادره در فروردین امسال) تا نرخ ۵۳ هزار و ۴۰۰ تومان نیز به فروش رسید، اما در نرخ ۵۰ هزار و ۱۳۰ تومان تثبیت شد. اوراق تسهیلات مسکن صادره در بهمن سال گذشته (تسه ۹۷۱۱) از دیگر نمادهایی بود که رقم ۵۳ هزار تومان را تجربه کرد اما نهایتاً با رقم ۴۹ هزار و ۵۲۷ تومان در معاملات امروز فرابورس ثبت شد. ۱۸ نماد معاملاتی اوراق تسهیلات مسکن در جریان معاملات بازار سرمایه نیز بازه ۵۰ تا ۵۲ هزار تومان را رقم زدند، اما این خرید و فروش‌ها در پایان معاملات بار دیگر به کانال ۴۰ هزار تومانی بازگشت و در نرخ ۴۹ هزار تومان تثبیت قیمت شد.

تعداد معاملات مسکن در ماه اردیبهشت امسال بنا به اعلام سامانه مشاوران املاک نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۴۷درصد کاهش داشته و به نظر می‌رسد همین کاهش معاملات منجر به کاهش تقاضا برای اوراق و افت دوباره قیمت شده باشد.

ظهور ۶۴۴۷ صادرکننده جدید در سال ۹۷ نشانه چیست؟

پدیده صادرکنندگان یک‌بار مصرف

فرصت امروز: در روزهای ابتدایی اردیبهشت‌ماه امسال بود که سرپرست سازمان توسعه تجارت از ظهور ۶۴۴۷ صادرکننده جدید در سال ۹۷ خبر داد و گفت سال گذشته ۶۴۴۷صادرکننده جدید حقیقی و حقوقی ظهور کردند که این افراد در مجموع ۵.۴میلیارد دلار صادرات انجام دادند. این آمار نشان می‌دهد که بیشتر این صادرات با هدفی به جز بازگشت ارز صورت گرفته، چراکه در همین سال میزان صادرات صادرکنندگان اصلی و باسابقه کاهش داشته است.

به گفته محمدرضا مودودی، از این میان تنها ۴۴۵ فرد و شرکت، صادرات بیش از یک‌میلیون دلار داشته‌اند و مابقی، صادراتی کمتر از یک میلیون دلار انجام داده‌اند و این به‌معنای آن است که بخش عمده‌ای از این صادرات با هدف بازگشت ارز به کشور صورت نگرفته است.

این همان نکته‌ای است که محسن جلال‌پور، رئیس سابق اتاق بازرگانی ایران نیز به آن معترف است و گفته است: «در طول ۴۰ الی ۵۰ سال گذشته ۸ هزار صادرکننده در کشور ایجاد شد، اما در سال ۹۷ و با یک تصمیم اشتباه، حدود ۶ هزار و ۵۰۰ صادرکننده جدید شکل گرفت.»

رد پای دلارهای گم‌شده در جیب صادرکنندگان کاغذی

وضعیت حاکم بر تجارت خارجی و بازار ارز سبب ایجاد صادرکنندگانی شده که اگر رانتی به دست بیاورند و کالایی را صادر کنند، ارز حاصل از آن را برنمی‌گردانند. این در حالی است که صادرکنندگان ریشه‌دار به طور قطع ارز را به چرخه اقتصاد برمی‌گردانند چراکه خودشان برای واردات مواد اولیه به این ارز نیاز دارند.

به گزارش ایرنا، با اعمال تحریم‌های آمریکا علیه کشورمان کاهش ذخایر ارزی قابل پیش‌بینی است. از سوی دیگر در جریان تحولات اخیر بخشی از نقدینگی به صورت افسارگسیخته وارد بازار ارز شد و افزایش تقاضا میزان عرضه را کاهش داد، بنابراین یکی از راهکارهای دولت برای ساماندهی به بازار ارز می‌تواند تزریق ارز باشد که این راهکار به پشتوانه پرقدرت ارزی نیاز دارد.

یکی از تصمیمات اخیر دولت برای حفظ منابع ارزی، برگشت ارز از چرخه صادرات به کشور است. از این رو طبق مقررات اخیر بانک مرکزی، تمام صادرکنندگان مکلف به ارائه تعهد برگشت ارز هستند. براساس دستورالعمل‌ها، صادرکنندگانی که درآمد صادراتی آنها در طول یک سال تا یک میلیون یورو باشد معاف از فروش ارز در سامانه نیما هستند، اما اگر درآمد صادراتی‌شان تا ۳میلیون یورو باشد، مکلفند ۵۰درصد آن را در سامانه مذکور به فروش برسانند. اگر بیش از ۳میلیون یورو تا ۱۰ میلیون یورو باشد، باید ۷۰درصد ارز صادراتی را در این سامانه عرضه کنند و با درآمد بالای ۱۰ میلیون یورو باید ۹۰درصد ارز صادراتی را در سامانه نیما بفروشند.

با وجود این مقررات صریح، وزارت اقتصاد چند روز پیش اعلام کرد که از مجموع ۴۰میلیارد دلار ارز حاصل از صادرات، ۳۰ میلیارد دلار آن نه به صورت کالا و نه به هیچ صورت دیگر به کشور برنگشته است. در طرف مقابل، سرپرست سازمان توسعه تجارت در واکنش به این اعلان وزارت اقتصاد گفته اگر در کشور ما ۳۰ میلیارد دلار خروج سرمایه یا فرار سرمایه اتفاق افتاده باشد، چطور خطوط تولید همچنان فعالند. معتقدیم خروج سرمایه از کشور صورت نگرفته و این رقم، از کانالی که مدنظر بانک مرکزی بوده، به کشور بازنگشته است، اما این به معنای عدم بازگشت ارز به کشور نیست بلکه قطع به یقین این ارقام به کشور از کانال‌های دیگر برگشته است.

در این بین، برخی فعالان اقتصادی می‌گویند مگر دولت چه مشوق‌هایی در اختیار صادرکنندگان قرار داده که انتظار دارد ارز صادراتی را که در این شرایط نابسامان اقتصادی و بازارهای بین‌المللی به دست آورده‌اند، زیر قیمت بازار به فروش برسانند. از سوی دیگر این محدودیت‌های دولت باعث به وجود آمدن صادرکنندگان کاغذی شده است؛ سودجویانی که به دنبال خروج سرمایه از کشورند.

شکل‌گرفتن صادرکنندگانی یک‌بار مصرف

کیومرث فتح الله‌کرمانشاهی، معاون اسبق سازمان توسعه تجارت ایران و رئیس کمیسیون توسعه صادرات خانه اقتصاد ایران درباره برنگشتن ۳۰ میلیارد دلار ارز حاصل از صادرات به کشور، گفت: خواسته ما به عنوان فعالان اقتصادی این است که دولت به صورت شفاف و با جزییات، آمار حوزه تجارت به ویژه در بخش صادرات را اعلام کند، چراکه لازمه تجارت و صادرات اصولی شفافیت است تا رانتی در تجارت وجود نداشته باشد. وی ادامه داد: تمام جزییات درباره میزان صادرات وجود دارد اما علت اکراه دولت برای انتشار آمار به صورت دقیق را نمی‌دانیم. گمرک اظهارنامه‌های صادراتی را در اختیار دارد، آمار و لیست تخصیص هر نوع ارزی هم در نزد بانک مرکزی موجود است، بنابراین اگر ۳۰ میلیارد دلار صادراتی برنگشته دولت می‌تواند آمار دقیق را منتشر کند در غیر این صورت ابهامات در این زمینه از بین نمی‌رود.

کرمانشاهی تاکید کرد: در حالی گفته شده ۳۰ میلیارد دلار ارز صادراتی برنگشته است که طبق آمار منتشرشده، تمام سهم بخش خصوصی در صادرات حدود ۱۰ میلیارد دلار است، بنابراین ۲۰ میلیارد دلار از ارزی که برنگشته متعلق به صادرات بخش‌های دولتی بوده است. ضمن اینکه اکثر ارز مورد مصرف بخش خصوصی ارز بازار آزاد است و دسترسی به ارز دولتی و ارز نیمایی ندارند یا به سختی این ارز به بخش خصوصی در بخش صادرات ارائه می‌شود.

معاون اسبق سازمان توسعه تجارت ایران با بیان اینکه متاسفانه سیستم تجارت کشور واردات‌محور بوده و کمتر به صادرات توجه شده است، ادامه داد: در حال حاضر واردکنندگان دسترسی به ارز نیمایی دارند اما صادرکنندگان با ارز آزاد کالاهای مورد نیاز را تهیه می‌کنند حال اینکه صادرکننده درآمد خود را باید در سامانه نیما به فروش بگذارد. معتقدم این ظلمی است که به صادرات شده و رانتی است که همواره برای واردکنندگان وجود داشته است.

به گفته وی، سوال ما این است که دولت چه یارانه و امکاناتی در اختیار صادرکنندگان قرار داده که انتظار دارد که ارز خود را در سامانه نیما عرضه کند. با راه‌اندازی بازار متشکل ارزی هم نگران این هستیم که نرخ جدیدی وارد بازار ارز شود.

کرمانشاهی افزود: شفافیت زمانی به وجود می‌آید که آمارها درست و همراه با جزییات باشد تا اگر رانتی باشد اعلام شود. از سوی دیگر در این شرایط خود به خود افرادی که ارز دریافت کرده‌اند و به کشور بازنگردانده‌اند، مشخص می‌شوند.

معاون اسبق سازمان توسعه تجارت ایران با اشاره به ایجاد صادرکنندگان کاغذی و یک‌بار مصرف در کشور تاکید کرد: با توجه به محدودیت‌های دولت و به جهت اجباری که برای برگشت ارز ایجاد شده، سال گذشته تعدادی از صادرکنندگان دست از کار کشیدند و مابقی هم با کاهش صادرات مواجه شدند، اما در ازای آن یکسری صادرکنندگان کاغذی روی کار آمده‌اند. صادرکنندگان یک‌بار مصرف اگر رانتی به دست بیاورند و کالایی را صادر می‌کنند، ارز حاصل از آن را برنمی‌گردانند. این در حالی است که صادرکنندگان ریشه‌دار به طور قطع ارز را به چرخه برمی‌گردانند چراکه خودشان برای واردات مواد اولیه به این ارز نیاز دارند.

فراریان ارزی چه چیزی را از دست می‌دهند؟

برخی از فعالان اقتصادی می‌گویند ارز مصرفی برای صادرات را از بازار آزاد تهیه می‌کنند و به ارز نیمایی دسترسی ندارند، بنابراین فروش ارز حاصل از صادرات در سامانه نیما منطقی نیست، با این حال طبق مقررات بانک مرکزی صادرکنندگانی که ارز خود را در سامانه نیما عرضه کنند می‌توانند به ازای آن ارز نیمایی برای واردات مواد اولیه دریافت کنند.

بنابراین صادرکنندگان برای واردات مواد اولیه با ارز نیمایی راهی جز عرضه ارز حاصل از صادرات خود در سامانه نیما ندارند. در غیر این صورت ارز نیمایی برای واردات مواد اولیه خود را از دست می‌دهند. همچنین، طبق قوانین و ضوابط بازگردانده‌نشدن ارز حاصل از صادرات در قالب کالا یا پول مصداق فرار سرمایه محسوب می‌شود و قرار بر این است که در سال جاری معافیت‌های مالیاتی صادرکنندگانی که ارزشان را برنمی‌گردانند لغو شود.

البته بارها تجربه این را داشته‌ایم که مقررات دستوری و محدودکننده نتوانسته اهداف دولت را محقق کند و شاید دولت برای افزایش همکاری بخش خصوصی به ویژه در این شرایط سخت اقتصادی کشور، بهتر است که ادبیات اقتصادی خود را تغییر دهد و از اهرم مشوق برای جلب مشارکت بخش خصوصی استفاده کند.

در پی بسته جدید ارزی بانک مرکزی

صادرکنندگان انتخاب کنند؛ تشویق یا تنبیه؟!

صادرکنندگانی که ارز خود را به چرخه اقتصاد باز می‌گردانند، تشویق شده و در مقابل، صادرکنندگانی که ارزی به چرخه اقتصاد بازنگردانده‌اند، تنبیه خواهند شد.

به گزارش ایسنا، بازگشت ارز حاصل از صادرات به کشور موضوعی است که اخیراً از سوی دو نهاد مهم کشور یعنی وزارت امور اقتصادی و دارایی و بانک مرکزی مورد توجه قرار گرفته و این در حالی است که هر کدام از این دو نهاد دو آمار متفاوت از این موضوع ارائه داده‌اند.

فرهاد دژپسند، وزیر امور اقتصادی و دارایی گفته بود که ۷۵درصد از ارز صادراتی به ایران برنگشته و از سوی دیگر عبدالناصر همتی، رئیس‌کل بانک مرکزی اعلام کرد که بیش از ۶۰درصد از ارز حاصل از صادرات به چرخه اقتصاد بازگشته و بخشی از این صادرات نیز هنوز برای بازگشت ارز فرصت دارد.

در همین راستا، بانک مرکزی برای جذب بیشتر ارز صادراتی و ترغیب بیشتر صادرکنندگان به بازگشت ارز حاصل از صادرات‌شان، بسته ارزی جدیدی را در این زمینه منتشر کرد که تفاوت‌هایی با بسته قبلی دارد.

براساس مصوبه جدید بانک مرکزی، نحوه برگشت ارز پتروشیمی‌ها به چرخه اقتصادی در سال ۱۳۹۸، حداقل ۶۰درصد سامانه نیما، حداکثر ۱۰درصد اسکناس و مابقی واردات در مقابل صادرات خود تعیین شد و سایر صادرکنندگان باید حداقل ۵۰درصد ارز خود را در سامانه نیما عرضه کنند و حداکثر تا ۲۰درصد به صورت اسکناس و مابقی واردات در مقابل صادرات خود یا سایر اشخاص نسبت به برگشت ارز حاصل از صادرات به چرخه اقتصادی اقدام کنند.

به این ترتیب، صادرکنندگان محصولات پتروشیمی باید حداقل ۶۰درصد و سایر صادرکنندگان حداقل ۵۰درصد از ارز خود را در سامانه نیما عرضه کنند.

این ارقام در سال گذشته کمی متفاوت از ارقام فعلی بود و اساس درصد بازگشت آن به سامانه نیما، ارزش صادرات در نظر گرفته شده بود؛ هرچه میزان صادرات بالاتر بود، باید درصد بیشتری از ارز حاصل از آن در سامانه نیما به فروش می‌رفت.

بانک مرکزی نیز درخصوص نحوه رفع تعهد ارز حاصل از صادرات سال ۱۳۹۷ نسبت به معرفی صادرکنندگانی که ارز حاصل از صادرات خود را به چرخه اقتصادی برابر دستورالعمل‌های صادره در سال گذشته اقدام کرده‌اند، به سازمان امور مالیاتی اقدام خواهد کرد. در همین زمینه به اطلاع می‌رساند صادرکنندگانی که تاکنون موفق به برگشت کامل ارز صادراتی خود نشده‌اند تا پایان تیرماه مهلت دارند مطابق دستورالعمل‌های ابلاغی سال ۱۳۹۷ نسبت به برگشت ارز اقدام کنند.

تشویق‌ها و تنبیه‌ها

اما بانک مرکزی برای نظارت بهتر بر بازگشت ارز به چرخه اقتصاد کشور، تنبیه‌ها و تشویق‌هایی را نیز برای صادرکنندگان در نظر گرفته که می‌تواند به اجرای بهتر این تصمیمات کمک کند.

صمد کریمی، مدیر اداره صادرات بانک مرکزی شب گذشته در برنامه تیتر امشب، گفت: باید با همین منابع ارزی حاصل از فروش محصولات غیرنفتی بتوانیم کالاهای مورد نیاز کشور را تأمین کنیم و به همین دلیل صادرات صادرکنندگان را به طور دقیق رصد می‌کنیم و آنهایی که بیش از ۷۰درصد از ارز حاصله را به سامانه نیما عرضه کرده‌اند، تشویق می‌شوند.

هرچند که گفته نشده چه تشویق‌هایی برای صادرکنندگانی که بیش از ۷۰درصد از ارز خود را به سامانه نیما وارد کرده‌اند، در نظر گرفته می‌شود، اما در مقابل هنوز صادرکنندگانی هستند که هیچ ارزی را به چرخه اقتصاد کشور بازنگردانده‌اند که در این باره بانک مرکزی دو برخورد را در نظر گرفته است.

بانک مرکزی در مرحله نخست، این صادرکنندگان را به دستگاه قضایی معرفی کرده که این موضوع را وزیر اقتصاد نیز گفته است.

از سوی دیگر این بانک به افرادی که هیچ ارزی به سامانه نیما نیاورده‌اند و رفع تعهد ارزی نکرده‌اند، در صورتی که بخواهند وارداتی داشته باشند، برای‌شان تأمین ارز انجام نمی‌شود.

مردم و فعالان اقتصادی به عملکرد بازار متشکل ارزی اعتماد کرده‌اند

بازار ارز، طلا و سرمایه به کدام سو می‌رود؟

افت قیمت طلا و ارز در روزهای گذشته این پرسش را نزد فعالان اقتصادی و حتی بسیاری از مردم عادی به وجود آورده که بازار سرمایه و نیز طلا و ارز چه وضعیتی را دست‌کم در آینده نزدیک تجربه خواهد کرد؟

به گزارش ایرنا، از کسادی کار دلالان و سفته‌بازان در اقتصاد کشورمان چهار سالی می‌گذشت و در این مدت بازارها پس از تحمل هشت سال نوسان پی‌درپی، روی آرامش را دیدند تا اینکه اواخر سال ۹۶ نقطه آغاز خروج تعادل بازارها به ویژه بازار ارز بود. پس از آن خروج آمریکا از برجام، افزایش قیمت ارز، هراس مردم از آینده اقتصادی کشور و هجوم نقدینگی به بازارهای مختلف برای حفظ ارزش سرمایه‌ها در مقابل کاهش ارزش ریال و آغاز دور جدید تحریم‌ها همه دست به دست هم دادند و بازارها از تعادل خارج شدند و امروز نرخ تورم نقطه به نقطه به ۵۱درصد رسیده است.

هرچند در طول سالیان گذشته اقداماتی برای کاهش سهم دلار در اقتصاد کشورمان انجام شده، اما واقعیت این است که نقش پررنگ دلار در نوسانات قیمتی در بازارهای کشورمان قابل انکار نیست، بنابراین با رشد جهشی قیمت دلار حتی کالاهایی که وابسته به ارز نیستند هم تحت تاثیر افزایش نرخ این ارز قرار گرفتند.

هرچند در این مدت دولت راهکارهایی را برای مهار جهش دلار و به دنبال آن طلا و ... به اجرا رساند، اما هر بار باعث شد برای افرادی رانت ایجاد شود و این کمکی به بازار و آرام گرفتن قیمت‌ها نکرد. این بار نسخه دولت برای پایدارسازی قیمت‌ها، راه‌اندازی بازار متشکل ارزی است که از روز دوشنبه، سی‌ام اردیبهشت‌ماه- شاهد اثرگذاری این راهکار در بازار بودیم به طوری که قیمت دلار و به دنبال آن طلا به طور محسوسی کاهش یافت و در مقابل تابلو بورس و بازار سرمایه سبز شد.

اما موضوع و مهم تاثیرگذار در نوسانات قیمتی جو روانی ناشی از متغیرهای سیاسی و روابط بین‌الملل است که اقتصاد ایران چسبندگی فوق‌العاده‌ای به این موضوع دارد و سهم مباحث سیاسی به ویژه سیاست خارجی در آرامش بازارها یا تنش در بازار قابل چشم‌پوشی نیست.

حال موضوع مهم این است که با توجه به تمام شرایط اقتصادی و سیاسی کشورمان آیا ریزش قیمت ارز، طلا و ... استمرار پیدا می‌کند یا یک مُسکن مقطعی است. پاسخ کارشناسان به این سوال این است که شرط پایداری قیمت‌ها و برقراری ثبات در اقتصاد عملکرد صحیح بازار متشکل ارزی و ایجاد آرامش در روابط بین‌الملل خواهد بود. در این شرایط است که نقدینگی به بازار سرمایه و بورس برمی‌گردد.

افت قیمت ارز بورس را نجات می‌دهد

سعید اسلامی بیدگلی، دبیرکل کانون نهادهای سرمایه‌گذاری ایران درباره آینده بازارهای طلا، ارز و بازار سرمایه با توجه به آغاز ریزش قیمت‌ها از روز دوشنبه گفت: در شرایط حال حاضر تحلیل وضعیت بازارهایی مانند ارز، طلا و ... از بُعد اقتصادی بسیار دشوار است چراکه این روزها وزن متغیرهای سیاسی و تاثیر آنها بر متغیرهای اقتصادی به حدی زیاد است که تمام تصمیم‌گیری‌ها با این موضوع گره خورده است.

وی با بیان اینکه برخی از نوسانات در بازارهای مالی پشتوانه اقتصادی ندارد و تحت تاثیر متغیرهای سیاسی است، ادامه داد: به نظر می‌رسد که راه‌اندازی بازار متشکل ارزی و تزریق ارز از سوی بانک مرکزی و کاهش تاثیرپذیری سرمایه‌گذاران از اخبار منفی سیاسی باعث شده که قیمت ارز روند نزولی پیدا کند.

اسلامی افزود: به دنبال کاهش قیمت ارز، نرخ طلا هم پایین آمد. البته ریزش قیمت طلا در بازار متاثر از کاهش نرخ آن در بازارهای جهانی هم بوده است. البته نکته قابل توجه دیگر در کاهش قیمت طلا بحث کاهش تقاضا در بازار است.

وی با بیان اینکه به نظر می‌رسد به دلیل افزایش چشمگیر قیمت ارز از سال گذشته تا به امروز، سفته‌بازان انتظار برگشت قیمت‌ها را داشتند، اظهار داشت: معتقدم مجموعه این عوامل باعث شده این روند نزولی قیمت‌ها آغاز شود، اما تداوم این جریان به مباحث و اخبار سیاسی بستگی دارد. البته شکل‌گیری بازار متشکل ارزی و تحقق اهداف دولت از اجرای سیاست هم می‌تواند در کنترل بازار ارز موثر عمل کند.

دبیرکل کانون نهادهای سرمایه‌گذاری ایران تاکید کرد: اگر در عرصه بین‌المللی کشورمان و مباحث سیاسی ریسک جدیدی ایجاد شود و بازار متشکل ارزی در مسیر درست کار کند، در کوتاه‌مدت می‌توانیم انتظار روند نزولی قیمت‌ها را داشته باشیم.

وی درباره آینده بازار سرمایه و اینکه در چه شرایطی نقدینگی به بورس برمی‌گردد، گفت: متاسفانه برای بسیاری از سرمایه‌داران عادی در یک سال گذشته سرمایه‌گذاری در بازار سکه، طلا و ارز ارجحیت داشته و سرمایه‌ها کمتر به سمت بازار سرمایه حرکت کرده، اما بدیهی است که با روند افت قیمت‌ها در بازار ارز و طلا بخشی از منابع به سمت بازار سرمایه هدایت خواهد شد.

آرامش بازار در گرو پیش‌بینی‌پذیر بودن اقتصاد

مهم‌ترین عامل پایداری قیمت‌ها و خروج التهاب از بازارها، پیش‌بینی‌پذیر بودن اقتصاد است. اعتماد به آینده اقتصاد، نقش ضربه‌گیر را دارد و می‌تواند جلوی نوسانات قیمتی ناشی از شوک‌های وارده به بازار را بگیرد. اگر تهدیدهای اقتصادی قابل پیش‌بینی و شناسایی باشند، به طور قطع عامل جو روانی در ایجاد التهابات در بازار حذف می‌شود و به دنبال آن دلالان هم قدرت مانور در بازار را نخواهند داشت.

پیام کاهش قیمت ارز در بازار این است که مردم و فعالان اقتصادی به عملکرد بازار متشکل ارزی اعتماد کرده‌اند و به طور قطع اگر دولت نتواند در جلب این اعتماد موفق عمل کند نه‌تنها به بازار کمکی نمی‌کند بلکه باعث رشد دوباره قیمت‌ها خواهد شد. از این رو در این شرایط اقتصادی کشور، مهم‌ترین ماموریت دولت این است که این اعتماد ایجادشده را چه در بخش بهبود متغیرهای اقتصادی و چه متغیرهای سیاسی حفظ کند. به طور قطع تداوم این شرایط باعث استمرار تعدیل قیمت‌ها در بازارهای مختلف می‌شود.

با تفکیک حساب‌های بانکی خود

جلوی سرقت آنلاین را بگیرید

در حالی که اجرای طرح رمز دوم یک‌بار مصرف به تعویق افتاده، می‌توان با تفکیک حساب‌های اصلی و فرعی، ریسک کلاهبرداری‌های اینترنتی و سرقت‌های آنلاین را کاهش داد.

به گزارش ایسنا، در سال‌های اخیر استفاده از کارت‌های بانکی برای خریدهای اینترنتی، تراکنش‌های غیرحضوری، پرداخت‌های درون برنامه‌ای و ... با افزایش چشمگیری روبه‌رو شده و این در حالی است که به همین نسبت کلاهبرداران اینترنتی و سودجویان نیز بیشتر شده‌اند.

کلاهبرداران اینترنتی یا همان سارقان آنلاین سعی می‌کنند با عملیات فیشینگ (Phishing) به اطلاعات هویتی یا مالی افراد دست پیدا کنند و سودجویی و سرقت خود را از این طریق انجام دهند.

فیشینگ یا سرقت آنلاین در عمل به صورت کپی دقیق رابط گرافیکی یک وبگاه معتبر مانند بانک‌های آنلاین انجام می‌شود که ابتدا کاربر از طریق ایمیل یا آگهی‌های تبلیغاتی سایت‌های دیگر، به این صفحه قلابی راهنمایی می‌شود. سپس از کاربر درخواست می‌شود اطلاعاتی مانند اطلاعات کارت اعتباری خود در آنجا وارد کند که در صورت گمراه‌شدن کاربر و وارد کردن اطلاعات خود، فیشرها به اطلاعات شخص دسترسی پیدا می‌کنند.

شاید بارها شنیده باشید که شرکت‌ها و بانک‌هایی که درگاه پرداخت آنلاین ارائه می‌کنند، برای مشتریان خود پروتکل‌های امنیتی خاصی را در نظر می‌گیرند و نشان‌ها و فرآیندهایی را ایجاد می‌کنند که کاربر با استفاده از آنها بتواند به درستی به درگاه پرداخت آنلاین پی ببرد.

شبکه‌های اجتماعی بزرگ مانند فیس‌بوک، اینستاگرام، تلگرام و ... که این روزها بیشتر مورد استفاده قرار می‌گیرند، از ضریب امنیتی بالایی برخوردارند و با توجه به افزایش مستمر سطح امنیتی آنها، عملاً نفوذ به این اپلیکیشن‌ها بدون کمک خود کاربر امکان‌پذیر نیست تا جایی که برخی از این شبکه‌ها برای افرادی که بتوانند باگ‌های امنیتی پیدا کنند، جایزه قابل توجهی در نظر گرفته‌اند.

اما اقدامی که فیشرها انجام می‌دهند این است که از طریق برخی آگهی‌های تبلیغاتی، افراد را به سمت درگاه‌ها و صفحه‌های ساختگی با شکل شبکه‌های اجتماعی هدایت می‌کنند و در صورتی که کاربر به موارد امنیتی توجه نکند، می‌تواند در تله فیشینگ بیفتد.

جلوگیری از سوءاستفاده در تراکنش‌های غیرحضوری و خریدهای اینترنتی، دلیلی بود که بانک مرکزی را مجاب کرد با اجرای طرح رمزهای دوم یک‌بار مصرف، این تهدیدات را کاهش دهد، اما این طرح به دلیل برخی مشکلات، دیرتر از آن تاریخی که اعلام شده بود، اجرایی خواهد شد.

در این میان یکی از اقداماتی که مردم می‌توانند برای کاهش ریسک سرقت‌های آنلاین انجام دهند، این است که حساب‌های بانکی خود را تفکیک کنند؛ در واقع به جای اینکه بخش عمده‌ای از پول خود را در حسابی نگه دارند و با کارت متصل به آن حساب، خریدهای آنلاین خود را انجام دهند، یکی از حساب‌های خود را برای انجام این کار در نظر بگیرند و پول کمی در آن داشته باشند.

امروزه بسیاری از مردم ایران از کارت‌های بانکی برای خریدهای آنلاین، خرید شارژ سیم‌کارت، پرداخت غیرحضوری قبوض و سایر تراکنش‌های بانکی استفاده می‌کنند که به این ترتیب، افراد بهتر است برای این اقدامات کارت بانکی دیگری جدا از حساب اصلی‌شان دریافت کنند و پول خود را در آن بریزند و این اقدامات را با آن کارت انجام دهند. به این ترتیب، ریسک استفاده از تراکنش‌های غیرحضوری نیز کاهش می‌یابد و در صورتی که این اتفاق برای کاربر رخ دهد، ضرر مالی هنگفتی به او نمی‌خورد.

اطلاعات بانکی مؤدیان کف دست مالیاتی‌ها

ارائه اطلاعات بانکی مؤدیان مالیاتی به سازمان امور مالیاتی تصمیمی است که اخیراً بانک مرکزی دستور آن را به بانک‌ها ارسال کرده است؛ اقدام خوبی که مشابه آن را می‌توان در سایر حوزه‌های مربوط به افزایش عدالت اجتماعی مانند حذف یارانه پردرآمدها نیز اجرا کرد.

به گزارش ایسنا، در عصر جدید «اطلاعات» رکن تصمیم‌گیری‌های کلان در حوزه‌های اقتصادی است. تصور کنید به عنوان یک سیاست‌گذار می‌خواهید برنامه‌هایی را برای افزایش عدالت در جامعه پیاده کنید. در اولین قدم و قبل از هر تصمیم‌گیری باید اطلاعات اقتصادی صحیح و کاملی از میزان درآمد افراد جامعه خود داشته باشید.

از سوی دیگر به دلیل وجود فضاهای الکترونیک در عصر جدید، دیگر نیازی به کاغذبازی‌های طولانی نیست و می‌توان از طریق شبکه‌های الکترونیک و اتصال آنها به یکدیگر یک بانک اطلاعاتی عظیم به وجود آورد تا از این طریق تصمیم‌گیران بتوانند تصمیمات خود را با اطمینان بیشتری اتخاذ کنند.

در این بین سازمان امور مالیاتی به دلیل سروکار داشتن با مساله مالیات‌گیری و نقش آن در تعدیل ثروت و ایجاد عدالت اجتماعی نیاز فوق‌العاده‌ای به اطلاعات دقیق و به‌روز از درآمدهای مالیاتی دارد و در این راستا چه نهادی بهتر از بانک‌ها می‌توانند به آن کمک کنند.

در همین زمینه اخیراً بانک مرکزی در بخشنامه‌ای به بانک‌ها ابلاغ کرد که طبق قانون بودجه سال ۱۳۹۸ فهرست حساب‌ها و اطلاعات کلیه تراکنش‌های بانکی مؤدیان به صورت ماهانه در اختیار سازمان امور مالیاتی قرار گیرد.

امثال این تصمیم علاوه بر اینکه می‌تواند به برنامه‌ریزی درست کمک کند، همچنین می‌تواند باعث افزایش شفافیت در فضای اقتصادی هم بشود. در این مورد خاص، از اطلاعات بانک‌ها به عنوان اصلی‌ترین مراجع پولی و مالی در کشور می‌توان در حوزه‌های دیگری مانند تخصیص یارانه‌ها و حذف یارانه افراد پردرآمد هم استفاده کرد. یارانه‌بگیرانی که با وجود الزام قانون برای غربالگری اما در ماه حدود ۷۸ میلیون نفر را شامل می‌شود.

به هر حال تصمیم اخیر بانک مرکزی در دادن اطلاعات بانکی مؤدیان مالیاتی به سازمان امور مالیاتی، علاوه بر اینکه می‌تواند در پیشبرد طرح‌هایی مانند طرح مالیات بر عائدی سرمایه مؤثر باشد، می‌تواند مقدمه‌ای برای تهیه یک بانک بزرگ اطلاعات مالی در کشور برای مصارف گوناگون شود.

گفتنی است نمایندگان مجلس در جریان تصویب قانون بودجه سال ۱۳۹۸ مقرر کردند تمامی بانک‌ها و مؤسسات مالی و اعتباری موظفند، براساس درخواست سازمان امور مالیاتی فهرست حساب‌های بانکی و اطلاعات مربوط به کلیه تراکنش‌های بانکی (درون بانکی و بین بانکی) مؤدیان را به‌صورت ماهانه در اختیار سازمان امور مالیاتی قرار دهند.

یادداشت

چرا سکه ارزان شد؟

عبادالله محمدولی
تحلیلگر بازار سکه

بانک مرکزی از مدت‌ها پیش ایجاد بازار متشکل ارزی را وعده داده است یعنی بازاری که در آن قیمت ارز براساس مکانیزم عرضه و تقاضا در بازار تعیین می‌شود. طی این مدت عرضه ارز به بازار برای پاسخ به تقاضای پیش‌بینی‌شده افزایش پیدا کرده است. در شرایطی که قیمت سکه در حال اوج‌گرفتن بود، تدابیر بانک مرکزی توانست به‌موقع به نیاز بازار ارز پاسخ دهد و از اثرگذاری روانی ارز بر بازار سکه بکاهد. اکنون بازار کنترل شده و در مدیریت بانک مرکزی به نظر می‌رسد. از سوی دیگر انتشار اخبار مثبت پیرامون مسائل سیاسی و اقتصادی کشور می‌تواند به ثبات بیشتر بازار کمک کند. ضمانت عرضه باثبات ارز می‌تواند از اثرگذاری جنبه روانی مسائل اقتصادی و سیاسی هم بر بازار بکاهد.

نکته مهم دیگر مسئله ساماندهی بازارهای مختلف است. اگر بانک مرکزی زمینه تمرکز فعالان حوزه ارز را در بورس‌های منطقه‌ای و شهری فراهم کند، بازار از هرج و مرج خارج می‌شود و این مسئله هم به نوبه خود بر بهبود وضعیت بازار موثر است.

اگر سیاست بانک مرکزی درباره ساماندهی و ثبات نرخ ادامه پیدا کند، این انتظار وجود دارد که پس از پایان ماه مبارک رمضان و افزایش تقاضا در بازار، آرامش بازار حفظ شده و قیمت‌ها رشد نکند و البته روند کاهش قیمت هم تا حدودی حفظ شود. البته نمی‌توان به طور قطع درباره آینده بازار طلا و ارز اظهارنظر کرد چراکه عوامل بسیاری در این بازار دخیل است اما وزن مدیریت بانک مرکزی از دیگر عوامل سنگین‌تر به نظر می‌رسد.

افزایش یا کاهش قیمت ملاک مناسبی برای وضعیت مثبت بازارها نیست. آنچه باید ملاک کار در بازار قرار بگیرد، ثبات بازار است تا امکان برنامه‌ریزی برای فعالیت‌های اقتصادی مردم و فعالان بازار فراهم شود.

بازار سکه و طلا در آخرین روز اردیبهشت

سکه باز هم ریخت

تداوم روند ریزش قیمت دلار در بازار سبب شد که قیمت سکه و طلا در بازار نیز با کاهشی قابل توجه روبه‌رو شود.

به گزارش خبرآنلاین، قیمت هر قطعه سکه تمام بهار آزادی در آخرین روز اردیبهشت‌ماه به ۴ میلیون و ۶۱۷ هزار تومان رسید که نسبت به روز قبل، کاهشی ۵۰ هزار تومان را نشان می‌دهد.

قیمت هر قطعه سکه بهار آزادی طرح قدیم نیز به ۴ میلیون و ۵۴۰ هزار تومان رسید. در بازار آزاد هر قطعه نیم سکه بهار آزادی۲ میلیون و ۶۲۰ هزار تومان، ربع سکه یک‌میلیون و ۶۷۰ هزار تومان و هر قطعه سکه گرمی ۹۹۹ هزار تومان فروخته می‌شود.

قیمت طلای ۱۸عیار هم ۴۱۲ هزار و ۸۰۰ تومان ارزش‌گذاری شده است. این قیمت کاهشی ۱۰ هزار تومانی را نسبت به روز دوشنبه برای قیمت هر گرم طلای ۱۸ عیار به همراه داشته است. ضمن آنکه هر اونس طلا در بازارهای جهانی با قیمت ۱۲۷۶.۱ دلار معامله می‌شود.

صرافی‌های بانک‌ها قیمت دلار را برای فروش به مردم، با کاهش ۵۰ تومانی نسبت به روز قبل، ۱۳ هزار و ۷۵۰ تومان اعلام کرده‌اند. این صرافی‌ها دلار را از مردم با قیمت ۱۳ هزار و ۶۵۰ تومان خریداری می‌کنند.

باز هم صف خرید در بورس تهران

شاخص بورس ۳۲۲۰ واحد رشد کرد

یک روز بعد از اینکه شاخص کل بورس حدود ۱۰۰۰ واحد افت کرد، قیمت‌ها با رشد مواجه شد و این شاخص بیش از ۳۰۰۰ واحد رشد را تجربه کرد. به گزارش ایسنا، در واپسین روز اردیبهشت، شاخص کل بازده نقدی و قیمتی بورس و اوراق بهادار تهران ۳۲۲۰ واحد رشد کرد و تا رقم ۲۱۵ هزار و ۹۱ واحدی بالا رفت. شاخص کل هم‌وزن نیز پس از ۷۸۶ واحد افزایش رقم ۴۷ هزار و ۵۳۴ را تجربه کرد. شاخص آزاد شناور پس از ۴۲۲۴ واحد رشد تا عدد ۲۴۲ هزار و ۸۲۵ بالا رفت و شاخص بازار اول و بازار دوم هر کدام به ترتیب ۲۵۹۲ و ۵۳۷۹ واحد رشد کردند. فولاد مبارکه اصفهان، بانک ملت، پتروشیمی پارس و صنایع مس ایران هر کدام به ترتیب ۳۶۶، ۲۱۲، ۱۹۲ و ۱۷۵ واحد به رشد شاخص‌های بازارهای سرمایه کمک کردند، اما در طرف مقابل نفت بهران، شرکت ارتباطات سیار ایران، توسعه معادن و فلزات و پرداخت الکترونیک سامان کیش هر کدام به ترتیب ۵۸، ۵۵، ۱۵ و ۱۳ واحد به شاخص‌های بازار سرمایه دامن زدند. فولاد مبارکه بیشترین سهم را از نوسانات شاخص بازار سرمایه از آن خود کرد. ارزش معاملات این سهم به ۱۹.۴ میلیارد تومان رسید. این در حالی است که ارزش معاملات کل گروه فلزات اساسی حدود ۷۷.۴ میلیارد تومان بود و حجم کل این معاملات به ۱۴۰میلیون سهم و اوراق مالی دست یافت. نوسان قیمت سهم‌ها در گروه فلزات اساسی اکثراً کمتر از ۲درصد بود.

اما گروه بانک‌ها و مؤسسات اعتباری روز خاصی را تجربه کردند؛ به طوری که بیشترین ارزش معاملات را از آن خود کردند و حجم معاملات‌شان به رقم ۹۶۱ میلیون سهم و اوراق مالی رسید. ارزش معاملات این گروه به حدود ۱۲۵ میلیارد تومان دست یافت. وقتی به تابلوی معاملات این گروه نگاه می‌کنیم، می‌بینیم که بیشتر سهم‌های بانکی با رشد بیش از ۳درصد در قیمت پایانی مواجه شدند و صف‌های پایدار خرید برای برخی از سهم‌ها مشهود است.

در گروه خودرو و ساخت قطعات نیز ارزش معاملات به حدود ۸۷ میلیارد تومان رسید و حجم معاملات این گروه به رقم ۴۷۸ میلیون سهم و اوراق مالی دست یافت. در گروه خودرو سهم‌ها بیشتر با روند افزایشی در قیمت سهام مواجه شدند.

مابقی گروه‌ها و سهم‌های تأثیرگذار نیز رشد قیمت را تجربه کردند. ارزش معاملات بورس تهران به رقم ۱,۲۱۰ میلیارد تومان رسید و حجم معاملات رقم ۳.۵ میلیارد سهم و اوراق مالی را تجربه کرد. همچنین تعداد معاملات این بازار عدد ۲۶۲ هزار و ۴۰۰ تجربه کرد.

خودرو

مصوبات مجلس در طرح ساماندهی بازار خودرو در حد امکانات اجرایی کشور نیست

مشاور انجمن خودروسازان ایران بیان کرد یک مشکل کلی تصمیم‌گیری در کشور ما این است که ایده‌های خوبی که امکان اجرای آن در کشور وجود ندارد، ملاک تصمیم‌گیری قرار می‌گیرد و مصوبات امروز مجلس در حوزه خودرو در زمره این تصمیمات می‌گنجد. داوود میرخانی رشتی در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، درخصوص مصوبه روز گذشته مجلس در مورد صفر شدن تعرفه واردات خودروهای هیبریدی اظهار داشت: ما موافق این امر هستیم که تعرفه واردات خودروهای هیبریدی صفر و واردات آن آزاد باشد، اما مشخص نیست که ثبت سفارش آزاد می‌شود یا خیر، زیرا دولت با مضیقه ارزی روبه‌رو است.
مشاور انجمن خودروسازان ایران افزود: هم‌اکنون برای تامین قطعات یدکی به خودروسازان ارز تخصیص نمی‌دهند و همچنین برای دیگر نیازهای ارزی تولید داخل به خودروسازان ارز لازم تخصیص داده نمی‌شود. قرار بود ۸۰۰ میلیون یورو به قطعه‌سازان تخصیص داده شود تا قطعه‌سازان مواد اولیه لازم را وارد و امور را رتق و فتق کنند که این امر همچنان انجام نشده است. میرخانی گفت: اگر ارز برای واردات خودروهای هیبریدی اولویت دارد ارز را به این بخش تخصیص دهند و اگر در سال رونق تولید، اولویت با تولید داخل است و براساس گفته‌های مقام معظم رهبری تولید باید اولویت اول کشور باشد قضیه متفاوت خواهد بود. دولت باید تصمیم بگیرد که آیا واردات خودروهای هیبریدی (و مثلا کمری ۲۰۰ میلیون تومانی) دارای اولویت است یا خودروهای ناقص کف کارخانجات برای دولت اولویت دارد؟ چراکه ۹۰درصد تولیدات به صورت ناقص کف کارخانجات می‌ماند.
مشاور انجمن خودروسازان ایران تصریح کرد: در حال حاضر به دلیل کمبود قطعه، بیش از ۹۰درصد تولیدات سایپا و ایران خودرو به صورت خودروی ناقص کف کارخانه می‌ماند و تجاری و وارد بازار نمی‌شوند. زیرا قطعه‌سازان، گرفتاری‌های بسیار درخصوص تامین مواد اولیه دارند و ارز لازم به آنها تخصیص داده نشده است؛ حال باید مسئولین محترم تصمیم بگیرند که اولویت تخصیص ارز با کدام بخش است.

سازوکار شورای رقابت برای تعیین قیمت مفید نیست

مصوبه مجلس مشکل بازار خودرو را حل نمی‌کند

یک کارشناس صنعت خودرو با بیان اینکه سازوکار شورای رقابت برای تعیین قیمت مفید نیست، گفت بازگشت شورای رقابت به قیمت‌گذاری، مشکل بازار خودرو را حل نمی‌کند، این مصوبه به منزله عدم شناخت کافی از ریشه مشکل است. فربد زاوره در گفت‌وگو با خبرگزاری میزان، درباره بازگشت قیمت‌گذاری خودرو به شورای رقابت اظهار داشت: بازگشت شورای رقابت به قیمت‌گذاری، مشکل بازار خودرو را حل نمی‌کند، این مصوبه مجلس به منزله عدم شناخت کافی از ریشه مشکل است، به همین دلیل راه حل‌های غلطی در نظر گرفته می‌شود. این کارشناس صنعت خودرو افزود: شورای رقابت حدود ۹ سال قیمت‌گذاری را در اختیار داشت که در این مدت هم تحریم‌ها و هم برجام را تجربه کردیم اما، شاهد بودیم که نقش شورای رقابت هیچ کمکی برای کنترل بازار نکرده است.
وی گفت: طی سال‌های گذشته شورای رقابت هیچ کاری برای رفع مشکل اصلی انحصار نکرد حتی زمانی که نعمت‌زاده وزیر اسبق صنعت، واردات خودرو را انحصاری کرد شورای رقابت هیچ‌گونه ورودی مبنی بر اینکه این کار انحصارسازی و خلاف است نکرد. زاوه ادامه داد: نه‌تنها سازوکاری که شورای رقابت با آن کار می‌کند مفید نیست بلکه برگرداندن این شورا به قیمت‌گذاری نیز هیچ فایده‌ای ندارد. این کارشناس صنعت خودرو با بیان اینکه مدلی که شورای رقابت قیمت‌گذاری می‌کند در تضاد با حق مالکیت است، تصریح کرد: ۱۵درصد سهام ایران خودرو مربوط به دولت است و مابقی مالکیت خصوصی دارد اما، شورای رقابت، قیمت را دستوری تعیین می‌کند، این تفکر نمی‌تواند مشکلات صنعت خودروی کشور را برطرف کند، این مصوبه شرایط را پیچیده می‌کند و به بهبود وضعیت نمی‌انجامد.

آخرین تحولات بازار طلای سرخ

گمرک آمار صادرات زعفران در سال ۹۸ را اعلام نکرد

نایب‌رئیس شورای ملی زعفران گفت هم‌اکنون حداقل قیمت هر کیلو طلای سرخ ۸میلیون و ۲۰۰ هزار و حداکثر ۱۳ تا ۱۴ میلیون تومان است.
غلامرضا میری در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، درباره آخرین تحولات بازار طلای سرخ گفت: با توجه به عدم ثبات نرخ ارز و نرخ کالاها نمی‌توان پیش‌بینی دقیقی را راجع به بازار زعفران داشت.
میری از افزایش قیمت زعفران در بازار خبر داد و گفت: کاهش عرضه، افزایش قیمت تمامی کالاها و امتناع فروشندگان از توزیع محصول موجب شده است تا نرخ طلای سرخ با نوساناتی نسبت به هفته‌های گذشته در بازار روبه‌رو شود.
این مقام مسئول با بیان اینکه مصرف زعفران در بازار داخلی کاهش پیدا کرده است، اظهار داشت: این در حالی است که صادرات طبق روال عادی در حال انجام است.
وی درباره آخرین وضعیت صادرات زعفران گفت: براساس آمار ۱۲ماهه گمرک در سال ۹۷، صادرات نسبت به مدت مشابه سال قبل ۱۴درصد رشد داشته است و درخصوص صادرات امسال، گمرک آماری ارائه نکرده است که بتوانیم نسبت به مدت مشابه سال قبل آن را مقایسه کنیم.
میری نسبت به قاچاق زعفران از مرزهای کشور هشدار داد و افزود: با توجه به بخشنامه بانک مرکزی مبنی بر بازگشت ارز حاصل از صادرات به سامانه نیما و مشکلات صادرکنندگان در این زمینه، برخی افراد با سوءاستفاده از این موقعیت زعفران را به صورت قاچاق از کشور خارج می‌کنند که این امر بر کاهش عرضه محصول در بازار داخل دامن زده است.
عضو شورای ملی زعفران ادامه داد: با توجه به اظهارات بانک مرکزی و سایر مسئولان بین ۴ تا ۶ هزار صادرکننده جدید وارد بازار شدند و مقادیر قابل توجهی کالا صادر می‌کنند، در حالی‌که هیچ ارزی وارد کشور نکردند. از این رو به نظر می‌رسد که تجدیدنظری باید در بخشنامه بانک مرکزی صورت گیرد به طوری‌که صادرکنندگان ارز حاصل از صادرات را در اختیار واردکنندگان قرار دهند.
وی در پایان تصریح کرد: با توجه به مشکلات پیش روی صادرکنندگان باید تمهیدات جدی اندیشیده شود، در غیر این صورت صادرکنندگان واقعی از امر صادرات خارج خواهند شد که در نهایت این امر به سبب ارزآوری بالا و حجم کم محصول بر قاچاق دامن می‌زند.

سواحل دریایی ایران فرصت طلایی برای پرورش یک میلیون تن ماهی در قفس

علاوه بر میزان فعلی تولید ۷۰۰هزار تن ماهی پرورشی در کشور، حدود یک‌میلیون تن دیگر ظرفیت پرورش ماهی در قفس در نوار ساحلی طولانی کشور وجود دارد که بلااستفاده مانده است.
به گزارش تسنیم، در بیانیه «گام دوم انقلاب»، به بخش کشاورزی و فرصت‌های بیکرانی که در این بخش برای تولید و اشتغال‌زایی دارد، اشاره شده است. این خبرگزاری تصمیم دارد در سلسله گزارش و مصاحبه‌هایی مطالبی را راجع به مواردی که در این بیانیه که در ارتباط با ظرفیت‌های کشاورزی به آنها اشاره شده، منتشر کند.
در بخشی از این بیانیه به فهرست طولانی فرصت‌های مادی کشور از جمله موضوع «سواحل دریایی طولانی» پرداخته شده است؛ در این گزارش سعی شده که بخشی از این فرصت تشریح شود.
در شمال و به‌ویژه جنوب کشورمان خطوط ساحل طولانی داریم، طول سواحل کشور حدود ۵هزار و ۸۰۰ کیلومتر اعلام شده که ۸۹۰ کیلومتر آن در شمال و مابقی در جنوب کشور است. علاوه بر طرح‌های عمرانی و گردشگری متعددی که در این نوار ساحلی می‌توان ایجاد کرد از این فرصت می‌توان برای طرح‌های پرورش ماهی در قفس استفاده کرد که ظرفیت بزرگی برای سرمایه‌گذاری، اشتغال، تولید و صادرات ایجاد کرده است.
بنابر این گزارش، یک‌میلیون و ۲۰۰هزار تن ماهی در کشور به‌صورت صید و پرورشی تولید می‌شود که این میزان در مقایسه با سال ۵۷، رشد ۴۰برابری داشته است. نبی‌الله خون‌میرزایی، معاون وزیر و رئیس سازمان شیلات درباره وضعیت تولید و پرورش ماهی در قفس در کشور گفته است: براساس برنامه چشم‌انداز باید ظرفیت تولید و پرورش ماهی در قفس کشور به ۲۰۰ هزار تن در سال برسد، اما هنوز از این برنامه‌ریزی نیز فاصله داریم.
بنابر این گزارش، پرورش ماهی در قفس یکی از روش‌های متداول پرورش ماهی در دنیا است که مزایای مخصوص به خود را دارد. پرورش ماهی با هدف تولید اقتصادی تحت چهار سامانه انجام می‌شود که شامل پرورش در استخرهای روباز خاکی و پرورش در استخرهای سرپوشیده گلخانه‌ای، در تانک و یا در قفس است.

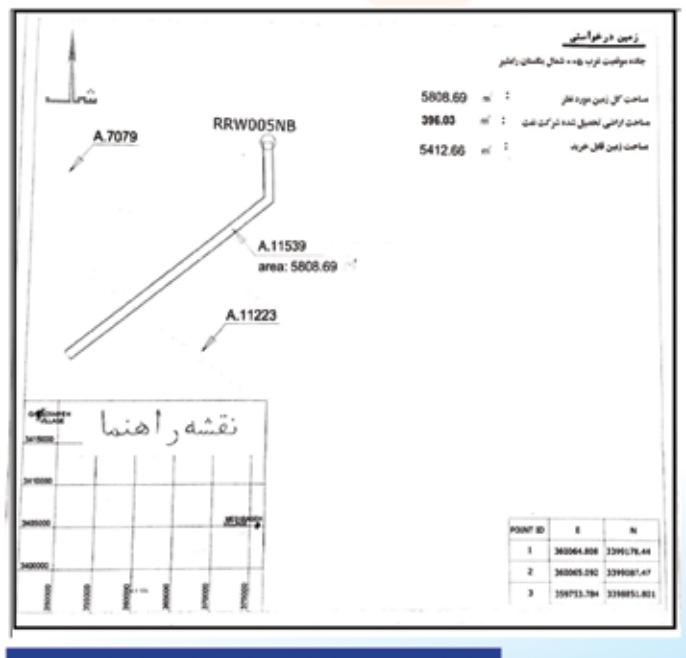
عملکرد ضعیف وزارت جهاد کشاورزی در قانون انتزاع

رئیس کمیسیون کشاورزی آب و منابع طبیعی مجلس شورای اسلامی گفت با وجود تصویب قانون انتزاع در چند سال گذشته، اما وزارت جهاد کشاورزی ماموریت بزرگ خود را در این زمینه انجام نداده است.
به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، احمدعلی کیخا در همایش روز جهانی تنوع زیستی که در محل سازمان تحقیقات آموزش و ترویج کشاورزی برگزار شد، اظهار داشت: این روزها دولت و بخش‌هایی از مجلس برای تشکیل وزارت بازرگانی تلاش می‌کنند چراکه وزارت جهاد کشاورزی ماموریت بزرگ خود را در قانون انتزاع انجام نداده است.
وی افزود: با تصویب قانون انتزاع چند سال گذشته و واگذاری امور به وزارت جهاد کشاورزی آنطور که باید و شاید وزارت جهاد ماموریت بزرگ خود را در این زمینه انجام نداده است هرچند تلاش‌هایی در این زمینه صورت گرفت، اما کافی نبوده است.
کیخا ادامه داد: با توجه به آنکه ظرفیت لازم برای اجرای قانون انتزاع درون وزارتخانه ایجاد نشده است از این روز هر مشکلی که در تنظیم بازار به وجود می‌آید در نهایت سران سه قوه طی نامه‌ای به مقام معظم رهبری امور مربوط به مجوز واردات و صادرات را به وزارت صمت واگذار می‌کند.

شرکت ملی نفت ایران
شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب

آگهی تملک اراضی نوبت اول
نقشه تحصیلی ۱۱۵۳۹– رامشیر

شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب قصد دارد در اجرای تکالیف قانونی خود مطابق کروکی پیوست ، جهت تحصیل مسیر جاده موقعیت غرب ۰۰۵ شمال بنگستان رامشیر به مساحت ۱۴۲۵ متر مربع را جهت احداث تأسیسات نفتی تملک نماید.لذا در اجرای تبصره دو ماده ۴ قانون نحوه خرید و تملک اراضی و املاک مصوب ۱۳۵۸/۱۱/۱۷ به موجب این آگهی از مالکین محل مذکور دعوت به عمل می آورد ظرف یکماه از تاریخ انتشار آگهی با در دست داشتن اسناد مالکیت به اداره امور حقوقی شرکت ملی نفت مناطق نفتخیز جنوب واقع در اهواز، کوی فدائیان اسلام، خیابان پارک ۴ (امور اراضی) مراجعه‌نمایند.

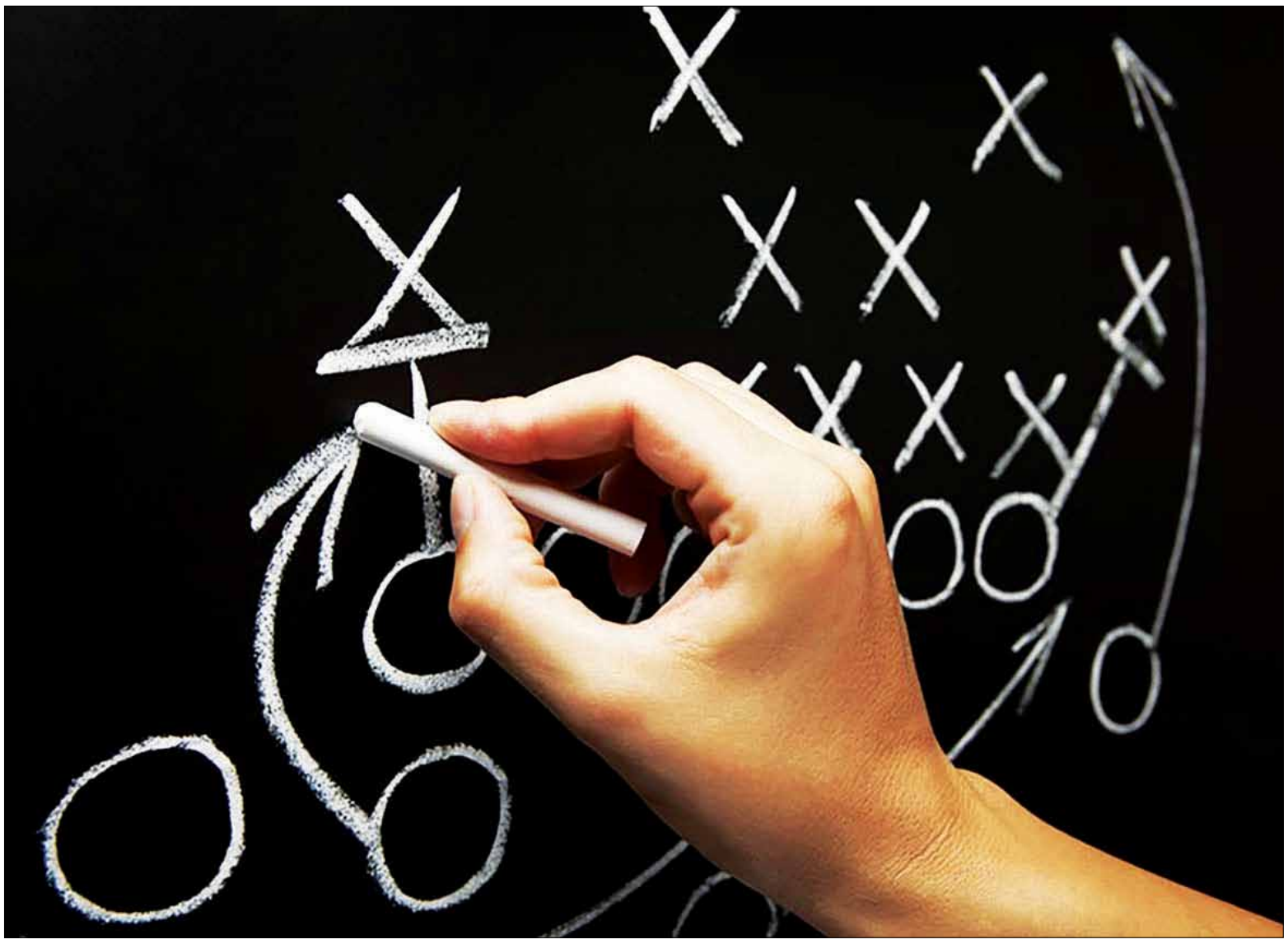


www.shana.ir
www.nisoc.ir
http://iets.mporg.ir
شماره مجوز :۱۳۹۸/۱۱۳۱
۳۷۰ تاریخ انتشار نوبت اول : ۹۸/۰۳/۰۱ تاریخ انتشار نوبت دوم : ۹۸/۰۴/۰۱
روابط عمومی شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب

فراخوان خدمات مشاور
به شماره ۵۱/۹۸/۲

وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات در نظر دارد فراخوان انتخاب مشاور براساس روش کیفیت و قیمت با موضوع " انجام مطالعات و طراحی بهسازی لرزه ای جهت مقاوم سازی ساختمانهای ستادی وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات" به شماره ۲۰۹۸۰۰۰۰۰۵۰۰۰۰۰۳ را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید. کلیه مراحل برگزاری فراخوان انتخاب مشاور از دریافت و تحویل اسناد فراخوان تا تهیه فهرست مشاوران دارای صلاحیت، ارسال درخواست پیشنهاد (RFP)، ارائه پیشنهاد مشاوران و بازگشایی پاکت ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس WWW.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مشاوران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در فراخوان محقق سازند.تاریخ انتشار فراخوان در سامانه ۹۸/۰۳/۰۱ میباشد.
نشانی مناقصه گزار: تهران - خیابان شریعتی - بالاتر از چهارراه شهید قدوسی (قصر)- وزارت ارتباطات وفناوری اطلاعات – ورودی شماره۷ -ساختمان معاونت توسعه مدیریت، هماهنگی و امور پشتیبانی-اداره کل امور اداریو پشتیبانی- اداره خرید و قراردادها.
مهلت زمانی دریافت اسناد فراخوان: ازساعت ۰۸:۰۰روزچهارشنبه مورخ ۹۸/۰۳/۰۱ لغایت ساعت ۱۲:۰۰ روز شنبه مورخ ۹۸/۰۳/۱۱.
مهلت زمانی ارسال پاسخ فراخوان: ساعت۱۲:۰۰روز سه شنبه مورخ۹۸/۰۳/۲۱.
بدینوسیله از مشاوران دارای رتبه ۱و ۲ گروه شهرسازی و معماری، با تخصص مقاوم سازی - شهرسازی جهت شرکت در فراخوان دعوت به عمل می آید. جهت دریافت اطلاعات بیشتر با شماره ۸۸۱۱۲۷۸۵ تماس حاصل نمایید.
اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه: مرکز تماس۴۱۹۳۴-۰۲۱ .
اداره کل امور اداری و پشتیبانی
م.الف ۶۳۳

چگونه یک استراتژی بازاریابی منسجم خلق کنیم؟



به قلم: کلیفورد چی بازاریاب و کارشناس تبلیغات
ترجمه: علی آل‌علی

در دنیای کسب‌وکار افراد و برندهای حرفه‌ای به دنبال تکنیک‌های کاربردی هستند. این امر به دلیل تاثیرگذاری بالای تکنیک‌ها در زمینه دستیابی به اهداف کوتاه‌مدت است. بدون شک تمرکز بر روی اهداف کوتاه‌مدت اهمیت زیادی دارد، با این حال صرف تمام زمان و تلاش برندمان برای اهداف کوتاه‌مدت ما را از کسب موفقیت در بازه زمانی طولانی باز خواهد داشت.

خوشبختانه راهکار موثری برای کسب هر دو اهداف کوتاه و بلندمدت وجود دارد. طراحی یک استراتژی منسجم کسب‌وکار راه‌حل مطلوب بسیاری از برندها به هنگام مواجهه با تضادهای میان اهداف کوتاه و بلندمدت است. مفهوم استراتژی بر روی اصول تمرکز دارد. این امر برخلاف تکنیک‌هاست. در تکنیک تمرکز اصلی ما بر روی راهکارهای قابل اجرا در کوتاه‌مدت است. وقتی یک برند مشغول به طراحی استراتژی است، باید از عقل جمعی کارمندانش نیز استفاده کند. تفاوت دیگر مفهوم استراتژی با تکنیک، تمرکز بر روی چرایی انجام برخی از فعالیت‌هاست. به هنگام خلق یا استفاده از تکنیک‌ها به هیچ‌وجه در مورد چرایی انجام فعالیت‌های مختلف سوال نمی‌شود. هدف اصلی در طراحی تکنیک انجام بهتر و ساده‌تر یک یا چند کار است، با این حال در استراتژی ما دغدغه یافتن ماهیت و فلسفه انجام یک کار در کنار بررسی انتقادی‌اش را داریم.

در این مقاله هدف اصلی من بررسی مفهوم استراتژی کسب‌وکار و نحوه خلق آن به گونه‌ای صحیح است.

استراتژی کسب‌وکار چیست؟

استراتژی کسب‌وکار یک برند نقشه‌راه‌اش در مسیر دستیابی به اهداف کاری است. این استراتژی با ایجاد مجموعه‌ای از اصول شکل‌دهنده به شرایط، تصمیم‌گیری‌ها و اعمال شرکت همه‌چیز را تحت یک نظم واحد پیش خواهد برد. نکته مهم در مفهوم استراتژی تفاوت آن با هدف صرفا ساده‌سازی تکنیک است. به این ترتیب استراتژی، برخلاف تکنیک، تمام بخش‌های یک شرکت را دربر می‌گیرد.

چگونه یک استراتژی کسب‌وکار منسجم خلق کنیم؟

۱.شناسایی آرزوهای برندمان و تعیین اهداف به منظور اندازه‌گیری میزان موفقیت‌مان در دستیابی به آنها

در کسب‌وکار سنت قدیمی تعیین اهداف به ما در زمینه ارزیابی میزان نزدیکی یا دوری برندمان به آنها کمک می‌کند. به هر حال اگر پس از گذشت چند ماه هیچ تغییری در زمینه دستیابی به اهداف صورت نگیرد، به خوبی بیانگر رویکرد نامناسب ما خواهد بود. نقطه ضعف مهم سنت قدیمی تعیین اهداف عدم کارایی‌اش در زمینه یافتن راهکار جایگزین است. همچنین گاهی اوقات تلاش برای تغییر شانسی شیوه دستیابی به اهداف می‌تواند نتیجه نامناسبی به همراه داشته باشد. اغلب برندها در چنین مواقعی به اشتباه نیازهای خود را با نیاز مشتریان یکی می‌پندارند. به این ترتیب در عمل مشتریان کمترین اعتنایی به اهداف و برنامه‌های آنها نخواهند داشت.

به منظور تمرکز بیشتری بر روی اهداف و فرآیند دستیابی به آنها به جای بررسی صرف نتیجه فعالیت‌ها باید به فکر تهیه فهرستی از آرزوهای برندمان باشیم. این فهرست شامل هرگونه هدف کوتاه یا بلندمدت ما خواهد بود. چنین فهرستی نمای کلی جهت‌گیری‌های آتی ما را مشخص خواهد کرد. مشکل اصلی بسیاری از برندها ناتوانی در درک رابطه میان اهداف‌شان است. به این ترتیب فرض تضاد و تقابل بسیاری از اهداف با یکدیگر پیش می‌آید. به منظور تدوین یک استراتژی کاربردی نخستین گام کنار هم گذاشتن اهداف مختلف است. این کار به ما در جهت تلاش تاثیرگذار به منظور جلب رضایت مشتریان کمک خواهد کرد. به طور کلی، مزیت اصلی خلق استراتژی ترکیب اهداف مختلف و صرفه‌جویی در انرژی و بودجه برندمان به منظور رفع نیازهای مشتریان و دستیابی به اهداف‌مان است. فعالیت‌های مبتنی بر یک استراتژی منسجم به معنای دقیق کلمه مشتری‌محور هستند. به این ترتیب جلب رضایت مشتریان امر چندان عجیبی نخواهد بود.

۲. تعیین دقیق بخش موردنظر برندمان از بازار

محصول یا سرویس برند ما به طور معمول مناسب تمام افراد حاضر در یک بازار نیست. این امر شاخصه اصلی فعالیت تجاری است. به همین دلیل باید با خودمان صادق باشیم. به راستی کدام بخش از بازار به عنوان مشتری هدف ما شناخته می‌شود؟ تعیین این امر باید براساس نوع محصول یا سرویس ما صورت گیرد. بهترین راه برای این امر تعیین میزان بهره‌مندی هر دسته از افراد حاضر در یک بازار از محصولات‌مان است.

مشتریانی که نیاز اساسی به کالا یا سرویس برندمان دارند، بیش از سایر مشتریان نسبت به ما وفادار خواهند بود. این امر در زمینه برندسازی و بازاریابی اهمیت بالایی دارد، چراکه هر برند باید علاوه بر یافتن مشتری برای خود به فکر تبدیل برخی از مخاطب‌های هدف به مشتریان وفادار نیز باشد. اعتبار یک برند به طور کامل بستگی به میزان موفقیتش در تبدیل مخاطب معمولی به مشتری وفادار دارد. یکی از مزیت‌های اصلی برندها در تعامل با مشتریان ثابت و وفادار عدم نیاز به صرف بودجه‌های کلان برای بازاریابی و تبلیغ محصولات‌شان است. مشتریان وفادار همیشه محصولات موردنیاز خود را از برند محبوب‌شان تهیه می‌کنند.

۳. کشف شیوه غلبه بر رقبا

همه ما فیلم جالب شب‌های تالادگا را به یاد داریم. در این فیلم شخصیت ریکی بابی دیالوگ جالبی دارد: «اگر تو ول نباشی، آخر خواهی بود.» البته این امر همیشه در مورد دنیای کسب‌وکار صادق نیست، با این حال بخشی از حقیقت را نشان می‌دهد. بدون تردید مشتریان معمولی دوبار از یک برند خرید نمی‌کنند. تمایل طبیعی همه ما کشف محصولات تازه و امتحان برندهای جدید است. مگر اینکه یک برند کیفیت بسیار بالایی را عرضه کند. در این صورت فرآیند ماجراجویی ما در دنیای کسب‌وکار پایان خواهد یافت. بدون تردید همه برندها از اهمیت پرداختن به کیفیت محصولات‌شان آگاهی دارند. با این حال فقط شمار اندکی از آنها به راستی دنبال چنین هدفی هستند. دلیل آن نیز واضح است: ارتقای کیفی تمام محصولات بیش از اندازه گران و هزینه‌بر به نظر می‌رسد.

راهکار موردنظر من در این بخش تمرکز بر روی المان‌هایی به غیر از کیفیت مستقیم محصولات است. در حقیقت برند ما باید همیشه در ذهن مخاطب باشد. تدوین کمپین‌های خلاقانه، تمرکز بر روی تفاوت‌های برندمان با رقبا در تبلیغات و برندسازی و در نهایت قیمت‌گذاری هوشمندانه محصولات و خدمات‌مان نقش انکارناپذیری در این زمینه دارد. به این ترتیب مخاطب همیشه در مورد برند ما و مزیت‌های آن فکر خواهد کرد.

۴.یافتن شایستگی‌های مورد نیاز برای پیروزی در رقابت با دیگران

متاسفانه، علاقه و جدیت برای غلبه بر رقبا در عرصه کسب‌وکار کافی نیست. استعداد و توانایی فقط یک بخش از ماجرای موفقیت است. بسته به نوع آرزوها، اهداف، بازار هدف و محصولات برندمان نیازمند نوع متفاوتی از کارمندان و تیم‌های بازاریابی هستیم. بدون تردید دو شرکت با فعالیت در بازاری واحد نیز نیازمند انواع متفاوتی از نیروی کار و تیم هستند. این امر به دلیل تاثیرگذاری شرایط درونی یک شرکت بر روی نیازهای آن درست به اندازه شرایط بیرونی است. وقتی ما تصور واضحی از نیازهای برندمان در زمینه نیروی کار و تشکیل تیم‌های کسب‌وکار داشته باشیم، یافتن کارمندان راحت‌تر خواهد شد. این امر در زمینه شکست رقبا در میدان رقابت دارای اهمیت بالایی است. بدون تردید یک شرکت با کارمندان ناهماهنگ توانایی کسب موفقیت‌های پایدار را ندارد.

۵.انتخاب سیستم مدیریتی مناسب برای جذب نیروی کار دارای شایستگی مورد نیاز

اگر کسب‌وکار شما به صورت تیمی مدیریت می‌شود، مدیران شرکت‌تان در حقیقت نقش مربی را برعهده دارند. آنها در قبال توسعه، حمایت و روحیه‌بخشی به کارمندان و بهره‌برداری از بهترین عملکرد آنها مسئول خواهند بود. اهمیت این بحث به دلیل نقش مهم مدیران در کسب‌وکار مدرن است. اگر یک شرکت ماهرترین و بااستعدادترین نیروی کار را نیز در اختیار داشته باشد، بدون مدیران توانا در زمینه هدایت نیروی کار به موفقیت نخواهد رسید. دلیل این امر کاملا روشن است: نیروی کار به تنهایی توانایی ارزیابی شرایط پیچیده و تصمیم‌گیری‌های کلان را ندارد. در این میان ما نیازمند بخش ویژه‌ای برای تصمیم‌گیری و هدایت شرکت هستیم. اگر به مفهوم و جایگاه سازمانی مدیران نیز نگاه کنیم، به خوبی دلیل انتخاب چنین جایگاهی را متوجه می‌شویم. برندهای بزرگ هرگز از استعدادها و توانایی کارمندان خود چشم‌پوشی نمی‌کنند. توانایی بهره‌برداری کامل از توانایی کارمندان رابطه مستقیمی با مهارت و توانایی مدیریتی آن شرکت دارد. این نوع مهارت‌ها بدون همکاری با مدیران باتجربه قابل دستیابی نیست.

اصول مهم‌تر از تکنیک‌ها

امروزه ما در عصر و زمان حکمرانی اینترنت زندگی می‌کنیم. اگر هر کدام از ما به دنبال یافتن توصیه‌هایی در زمینه‌های مختلف باشیم، به سرعت سراغ جست‌وجوی در اینترنت خواهیم رفت. بی‌شک همه ما دسترسی وسیعی به شمار انبوهی از توصیه‌ها و تکنیک‌ها برای توسعه کسب‌وکار یا حتی راه‌اندازی شرکت شخصی‌مان داریم، با این حال بدون بررسی انتقادی مسائل توانایی ما در زمینه کاربرد صحیح و هدفمند توصیه‌ها با چالش مواجه می‌شود. نکته مهم در این میان بررسی انتقادی تناسب و هماهنگی میان توصیه‌های پرشمار اینترنتی با وضعیت منحصر به فرد کسب‌وکارمان است. اگر چنین هماهنگی یافت نشود، پیگیری و اجرای توصیه‌های آنلاین به هیچ دردی نخواهد خورد. توانایی کسب موفقیت در درازمدت بستگی به مهارت تفکر انتقادی برندمان دارد. مفهوم استراتژی درست به خاطر دلایل مورد بحث در سطر قبلی دارای اهمیت است. یک استراتژی منسجم کسب‌وکار ما را در راستای اصول هماهنگ با شرایط ویژه شرکت توسعه می‌دهد. به این ترتیب شرایط مناسب برای دسترسی به هر دو اهداف کوتاه و بلندمدت پدید خواهد آمد.

منبع: hubspot

نماگر بازار سهام

بررسی ایده موفقیت سریع در صنعت رستوران‌داری

چطور یک رستوران تازه‌تاسیس را به ستاره‌ای موفق بدل کنیم؟

به قلم: جان فورکنِل
کارشناس بازاریابی نرم‌افزاری

امروزه راه‌اندازی یک رستوران همراه با ریسک‌های بسیار زیادی است. براساس برخی از گزارش‌های رسمی در ایالات متحده آمریکا نرخ ورشکستگی رستوران‌های تازه‌تاسیس ۹۰درصد است. به این ترتیب مشاهده موفقیت رستوران‌های نوپا بدل به امری نوپا شده است. به راستی آیا موفقیت در عرصه رستوران‌داری به پایان خواهد رسید؟

موفقیت بیش از اندازه شاید به مثابه یک چالش لذت‌بخش جلوه کند. به هر حال چگونه امکان دستیابی به موفقیت بیش از اندازه وجود دارد؟ باور من مبتنی بر امکان تحقق موفقیت بیش از اندازه در زمینه رستوران‌داری است. اگرچه مشکلات این عرصه بسیار زیاد ارزیابی می‌شود.

چند ماه پیش رستورانی با نام بروپاب در نزدیکی خانه دوستم در کالیفرنیا تاسیس شد. این رستوران در یک مرکز خرید بزرگ قرار داشت، با این حال پس از گذشت زمانی اندک با مشکلات عدیده مجبور به تعطیلی شد. بسیاری از کارشناس‌ها از انتخاب محل تاسیس رستوران بروپاب انتقاد کردند. دلیل آن نیز حضور شمار بسیار زیادی از فست‌فودهای زنجیره‌ای بزرگ در آن مرکز خرید بود. وقتی مشتریان با برندهای بزرگ در زمینه غذا مواجه باشند، به هیچ وجه سراغ نامی ناآشنا نخواهند رفت.

شاید در نگاه نخست ماجراجویی کارآفرینان در صنعت رستوران‌داری رو به پایان باشد، با این حال روند تغییر و تحولات حاکی از واقعیت‌های دیگری است. به این ترتیب شانس مردم آمریکا و بسیاری از نقاط دیگر جهان برای مشاهده رستوران‌های تازه‌تاسیس و موفق به شدت افزایش یافته است.

دلیل این امر جهت‌گیری‌های هوشمندانه بسیاری از کارآفرینان در زمینه تاسیس رستوران ارزیابی می‌شود.

امروزه کارآفرینان برداشت‌های بسیار متنوعی از محیط یک رستوران دارند. به این ترتیب دیگر رستوران‌ها یک مکان فوق‌العاده لوکس نیستند.

بلکه حتی یک کافه بسیار ارزان‌قیمت و خودمانی نیز در تلاش برای افزودن منوی غذایی مقرون به صرفه وارد صنعت رستوران‌داری می‌شود.

اگر قصد تاسیس یک رستوران تازه را دارید، باید به چند نکته توجه داشته باشید. هدف اصلی من از نگارش مقاله کنونی نیز آگاهی‌بخشی پیرامون این زمینه است.

ضرورت شروع آسان کار

بسیاری از رستوران‌های تازه‌تاسیس در پی ارائه منوی کامل و بسیار جذاب از همان ابتدای کار هستند. متاسفانه تلاش برای شروع فعالیت به مانند یک رستوران باسابقه و مجهز در بلندمدت مشکلات عمده‌ای را پدید می‌آورد. به همین دلیل باید تا جای ممکن شروع کارمان را ساده و آسان سازیم. هیچ ایرادی در ارائه یک منو ساده در ابتدای کار نیست. در حقیقت اخیرا بسیاری از رستوران‌های تازه‌تاسیس کارشان را با یک منو ساده شروع می‌کنند.

مزیت این شیوه کاهش زمان انتظار مشتریان برای غذاهای مختلف است. کادر آشپزخانه در صورت مواجهه با منوی غذایی ساده امکان تهیه سریع آنها را خواهد داشت. البته با توسعه امکانات و کادر آشپزی سرعت پخت غذا نیز افزایش می‌یابد.

وقتی در مورد یک رستوران با منویی کامل حرف می‌زنیم، باید میزان مشتریان آن را نیز در نظر داشته باشیم. یک رستوران بزرگ به طور معمول دارای تعدادی مشتری ثابت است. این تعداد مشتریان ثابت در طول زمان به دست آمده است. تصور اشتباه بسیاری از رستوران‌های تازه‌کار امکان دستیابی سریع به میزان مشابهی از مشتریان ثابت است.

آنتونی بوردین در کتاب «آشپزخانه محرمانه» دلیل اصلی شکست رستوران‌های کوچک و تازه‌کار را تصور اغلب صاحبان آنها مبنی بر دلالت موفقیت‌های کوچک بر کسب قطعی موفقیت‌های بزرگ می‌داند.

به همین خاطر بسیاری از رستوران‌های تازه‌کار پس از مدت کوتاهی شروع به تاسیس شعبه‌های بعدی می‌کنند. در حالی که هنوز با چالش‌های پیچیده دنیای رستوران‌داری مواجه نشده‌اند.

آنها را دوباره به رستوران‌تان بیاورید

بدون تردید مشتریان تمایلی به انتظار طولانی برای غذا یا مواجهه با عبارت «موجودی امروز این غذا تمام شد» ندارند. اگر یک مشتری با چنین صحنه‌ای مواجه شود، به احتمال زیاد دیگر به سراغ رستوران موردنظر نخواهد رفت.

پیش از این در مورد رستوران کالیفرنیایی بروپاب واقع در محله دوستم صحبت کردم.

این رستوران با شروع ساده کار خود از نارضایتی اولیه مشتریان پرهیز کرد. به این ترتیب زمان طبخ غذا و موجودی هر کدام از آنها به خوبی با استانداردهای مطلوب رستوران‌داری هماهنگ بود. نکته مهم شروع ساده کار امکان فهم میزان مشتریان روزانه رستوران است. به این ترتیب در صورت تمایل برای توسعه منوی رستوران دست ما کاملا باز خواهد بود. مزیت اصلی این روش امکان بازگرداندن مشتریان به رستوران است.

یکی از شیوه‌های مناسب برای شروع به کار رستوران دریافت بازخورد مشتریان است. به این ترتیب امکان بهبود وضعیت منوی غذا و سرویس‌دهی وجود دارد. به هر حال شروع ساده کار رستوران موجب بازگشت چند باره مشتریان می‌شود.

منبع: allbusiness

دو روی تحریم برای استارت‌آپ‌های ایرانی

تحریم برای استارت‌آپ‌های جوان ایرانی به مثابه دو روی یک سکه است که یک طرف محدودکننده فعالیت‌های آنها و روی دیگرش آغاز فصلی نو برای رشد و خودکفایی در تولید و کسب و کار محسوب می‌شود.

حال که دشمن سد تحریم را در برابر ایرانی‌های خلاق و تلاشگر قرار داده است چاره‌ای جز اتکا به توانمندی‌های داخلی و بهره‌گیری از ظرفیت‌های نیروی انسانی خلاق و مبتکر ایرانی نمانده و باید به هر نحو این ظرفیت‌های نهفته به فعل برسند.

عمر استارت‌آپ‌ها در ایران به چند سال هم نمی‌رسد، اما آنها در همین مدت کم به موفقیت‌های بزرگ دست یافته‌اند و آثار تلاش آنها را می‌توان در کسب و کارهای اینترنتی مانند «دیجی‌کالا» یا تاکسی‌های اینترنتی، سایت‌های مبادله کالا یا بسیاری از درگاه‌های خدماتی اینترنتی مشاهده کرد.

استارت‌آپ‌ها کسب و کارهای نوپایی هستند که با استفاده یا بدون استفاده از فناوری روز و فقط بر پایه ایده و فکر نو به وجود می‌آیند و به نظر می‌رسد در شرایطی که فضای کشور برای فعالیت واحدهای قدیمی در صنعت و تجارت مناسب نیست و بازار دچار رکود شده است، استارت‌آپ‌ها بهترین گزینه برای زدن جرقه امید و گرفتن نفس تازه در فضای کسب و کار باشند.

حال که امید کشور معطوف به کسب و کارهای نوین و صاحبان ایده‌های جدید برای رونق اقتصاد شده است، در این نوشتار جویای بررسی نقش تحریم‌ها در فعالیت استارت‌آپ‌های ایرانی شدیم تا سیمای کلی از وضعیت استارت‌آپ‌ها در شرایط کنونی و راهکارهایی برای پیشرفت آنها ارائه شود.

ضرر و سود استارت‌آپ‌ها از تحریم‌ها

یک مشاور کسب و کار و رئیس دبیرخانه استارت‌آپ‌های خراسان رضوی با اشاره به فعالیت ۳۵۰ استارت‌آپ در استان به خبرنگار ایرنا، گفت: برای توسعه پایدار و حل مسائل و چالش‌های اجتماعی و اقتصادی ناگزیریم از روش توسعه استارت‌آپ‌ها بهره گیریم.

علی جاهدی افزود: استارت‌آپ‌ها و کسب و کارهای نوپای کوچک یکی از بهترین روش‌هایی است که کشورهای پیشرفته به عنوان راهکار اثربخش، کارآمد و کاربردپذیر برای حل مسائل و رسیدن به توسعه پایدار از آن بهره می‌گیرند.

وی اظهار داشت: استفاده از استارت‌آپ‌ها در دنیا باعث شده است هزینه‌های تحقیق، توسعه و پژوهش که بخش بزرگی از آنها در کشوری مانند ایران بی‌نتیجه و بی‌اثر بوده است، کاهش یابد.

این مشاور کسب و کار گفت: در کشورهای پیشرفته به جای اینکه سازمان‌ها هزینه‌های گزافی را صرف پژوهش برای حل مسائل خود و رسیدن به توسعه کنند، این کار را به استارت‌آپ‌ها می‌سپارند و با فرصت‌های کسب و کار که برای استارت‌آپ‌ها به وجود می‌آورند مسائل خود را حل می‌کنند.

جاهدی افزود: یکی از مسائل جدی کشور، تحریم‌هاست که استارت‌آپ‌ها و کسب و کارهای نو را مانند سایر بخش‌ها تحت تاثیر قرار داده است زیرا استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان بیشتر از سایر کسب و کارها از فناوری‌های روز دنیا استفاده می‌کنند و از این طریق ارزش افزوده به دست می‌آورند.

وی اظهار داشت: کسب و کارهای نو یا استارت‌آپ‌ها برای توسعه فناوری و ارائه راهکارهای فناورانه نیازمند منابع علمی، آموزشی و دانش روز دنیا هستند.

وی گفت: با اعمال تحریم‌ها، بخش بزرگی از این دسترسی‌ها برای کاربران ایرانی محدود یا مسدود شده و این مهم، کار استارت‌آپ‌های ایرانی برای دسترسی به منابع آموزشی را دشوار کرده است.

رئیس دبیرخانه استارت‌آپ‌های خراسان رضوی افزود: استارت‌آپ‌ها همچنین نیازمند دسترسی به بهترین و به‌روزترین ابزارها و فناوری‌های جهان هستند تا بتوانند با استفاده از آنها ارزش‌آفرینی داشته باشند.

جاهدی اظهار داشت: بعد از تحریم‌ها، دسترسی استارت‌آپ‌ها به بخش بزرگی از ابزارها و فناوری‌های روز دنیا مسدود شد و فقط به بخش اندکی از ابزارها و فناوری‌ها دسترسی دارند.

وی گفت: استارت‌آپ‌های ایرانی مجبور هستند زمان بسیار صرف دور زدن تحریم‌ها کنند تا در نهایت به سخت‌ترین و پرهزینه‌ترین شیوه به ابزارها و فناوری‌های روز دنیا دسترسی پیدا کنند.

این مشاور کسب و کار افزود: یکی از ساده‌ترین ابزارها که در استارت‌آپ‌های نرم‌افزاری کاربری زیاد دارد، ابزارهای مبتنی بر نقشه است که شرکتی مانند گوگل استفاده از آن را برای استارت‌آپ‌های ایرانی محدود کرده است.

جاهدی اظهار داشت: برای استارت‌آپ‌های سخت‌افزاری، دسترسی به قطعات به‌روز دنیا به منظور تولید محصولات فناورانه، به شدت محدود شده و فرآیند کار آنها را سخت و پرهزینه کرده است.

وی ادامه داد: به غیر از محدودیت تحریم‌ها برای استفاده استارت‌آپ‌ها از منابع آموزشی و سخت‌افزارها و نرم‌افزارها، توسعه بازار نیز برای آنها محدود شده است، این در حالی است که خیلی از استارت‌آپ‌های ایرانی توانمندی حضور در بازارهای بین‌المللی را دارند اما به دلیل محدودیت‌های تبادل مالی و حضور در بازارهای خارجی، از این مزیت محروم شده‌اند.

وی گفت: در این شرایط خیلی از استارت‌آپ‌های ایرانی مجبور می‌شوند کسب و کارهای غیرواقعی یا به اصطلاح کسب و کارهای کاغذی درست کنند تا بتوانند در قالب شرکت با هویت کشور ثالث، تحریم‌ها را دور زده و وارد بازارهای جهانی شوند.

جاهدی افزود: با این حال همه محدودیت‌ها و چالش‌ها برای کارآفرین می‌تواند فرصتی ارزنده باشد زیرا در این شرایط استارت‌آپ‌ها قادر خواهند بود مشابه ابزارها، پلتفرم‌ها و فناوری‌هایی را که از دسترسی به آنها محروم شده‌اند تولید کنند و از این نظر کشور را به خودکفایی برسانند.

وی اظهار داشت: تاکنون تحریم‌ها باعث شده است کشور در برخی جهات به خودکفایی برسد، از جمله اینکه محدودیت‌هایی که ایران برای دسترسی به سرویس‌های مبتنی بر نقشه‌های شرکت‌های بزرگ داشت، باعث شد استارت‌آپ «مسیریاب نشان» به وجود آید.

وی گفت: با تولید این ابزار، ایران به بخش بزرگی از فناوری مسیریاب که در انحصار شرکت‌های بزرگ دنیا بود بی‌نیاز شد.

جاهدی افزود: نبود دسترسی به بازارها یا ابزارها فرصت خوبی برای استارت‌آپ‌های ایرانی است تا مشابه آن ابزارها و فناوری‌ها را در داخل کشور تولید کنند تا کسب و کاری در کشور مبتنی بر این بازار به وجود آید و درآمدی که می‌توانست به شرکت خارجی تعلق گیرد، در داخل بماند و صرف سازندگی این کشور شود.

وی ادامه داد: زمانی که دسترسی ایرانی‌ها به فروشگاه «آمازون» به عنوان بزرگترین فروشگاه مجازی آنلاین دنیا محدود شد، کسب و کار جدیدی به نام «دیجی‌کالا» یا فروشگاه‌های اینترنتی دیگر در کشور شکل گرفت و اکنون هزاران ایرانی در استارت‌آپ‌هایی از این دست اعضا هستند.

رئیس دبیرخانه استارت‌آپ‌های خراسان رضوی اظهار داشت: جوانان و کارآفرینان در شرایط تحریم باید به نیازهایی که ناشی از آن در جامعه به وجود می‌آید، توجه کنند و سعی نمایند آنها را مرتفع و کسب و کار پایدار ایجاد کنند و این مهمترین نقش استارت‌آپ‌ها در فضای تحریم است.

اثر تحریم بر کسب و کار اینترنتی استارت‌آپ‌ها

رئیس انجمن صنفی مراکز مشاوره اطلاع‌رسانی و خدمات کارآفرینان خراسان رضوی در این باره به خبرنگار ایرنا، گفت: تحریم روی کالاها و محصولاتی که مواد اولیه آنها از داخل کشور تهیه می‌شود، تاثیر نگذاشته است.

محمود جانی درمیان افزود: اما در عرضه محصولات و کالاهایی که مواد اولیه آنها یا منشأ تولیدشان وارداتی است و توزیع آنها از طریق فروشگاه‌های اینترنتی انجام می‌گیرد، موثر بوده است.

وی اظهار داشت: تحریم‌ها فعالیت همه فروشگاه‌های اینترنتی که توسط استارت‌آپ‌ها در حوزه تامین، حمل و نقل و فروش کالا اداره می‌شود را کاهش داده است.

وی گفت: با این حال تحریم‌ها اثرات مثبتی نیز بر فروش کالا داشته‌اند زیرا با توجه به اینکه روند خرید مردم در بستر اینترنت، رو به افزایش است، ظرفیت فروش محصولاتی که مواد اولیه آنها در داخل تهیه می‌شود، افزایش می‌یابد.

جانی درمیان افزود: در این شرایط استارت‌آپ‌هایی که محصولات خود را از مواد اولیه داخل کشور تهیه می‌کنند، از فروش بیشتری برخوردار می‌شوند.

اثربخشی استارت‌آپ‌ها در افزایش تاب‌آوری اقتصادی

یک کارشناس حوزه استارت‌آپ و معاون برنامه‌ریزی و توسعه سرمایه انسانی شهرداری مشهد هم در این باره به خبرنگار ایرنا، گفت: استارت‌آپ‌ها می‌توانند در کاهش اثرات تحریم و افزایش تاب‌آوری اقتصادی موثر باشند.

شهریار آل شیخ افزود: فردی که خلاقیت، نوآوری، انگیزه و سواد علمی داشته باشد، قادر است مشابه تولیدات خارجی یا فعالیت شرکت‌های خارجی را انجام دهد. وی اظهار داشت: استارت‌آپ‌ها کسب و کارهای در حال شکل‌گیری هستند که رویکرد آنها مبتنی بر علم و فناوری روز جهان است و می‌توانند در بسیاری از صنایع، تامین کالاها، نرم‌افزارها یا ارائه خدمات موثر باشند.

وی با بیان اینکه استارت‌آپ‌ها می‌توانند روش‌های تولید را بهینه کنند، گفت: فعالیت استارت‌آپ‌ها در تامین مواد اولیه برای تولید و اصلاح شیوه‌های تولید در کشور کمرنگ است در حالی که آنها می‌توانند در تامین نهاده، قطعات فناورانه برای بخش تولید و بهینه‌سازی روش تولید موثر باشند.

معاون شهردار مشهد افزود: هم‌اکنون مشکلی در حوزه قوانین و مقررات برای فعالیت استارت‌آپ‌ها در کشور وجود ندارد اما خلأ قانونی در جمع‌سپاری‌های مالی برای استارت‌آپ‌ها به شدت احساس می‌شود.

آل شیخ اظهار داشت: بهتر است با محرک‌های مصنوعی مانند حمایت‌های مالی یا پرداخت تسهیلات، ساختار استارت‌آپ‌ها حفظ شود.

وی گفت: البته گاهی تلاش می‌شود همه مسائل کشور از طریق استارت‌آپ‌ها حل شود که این امر باعث خروج آنها از مسیر طبیعی رشدشان می‌شود کماینکه در چند سال گذشته که به استارت‌آپ‌ها توجه زیاد نمی‌شد، آنها به طور طبیعی رشد کردند.

این کارشناس حوزه استارت‌آپ‌ها افزود: بهترین کاری که می‌توان برای استارت‌آپ‌ها انجام داد، گفتن صادقانه نیازهای کشور و کمک نکردن به آنهاست، دولت تنها باید اطلاعات درست در اختیار استارت‌آپ‌ها قرار دهد و تضمین کند که نتیجه کار آنها را خریداری خواهد کرد.

جای خالی استارت‌آپ‌ها در فناوری‌های «های تک»

کارشناس حوزه کسب و کارهای مجازی سازمان صنعت، معدن و تجارت خراسان رضوی نیز در این باره به خبرنگار ایرنا، گفت: به دلایل متعدد، استارت‌آپ‌های ایرانی با وجود برخورداری از دانش فنی موفق نشدند در فناوری‌های «های تک» فعال شوند.

مهدی طاحونه بان افزود: حال آنکه شرکت‌های دانش‌بنیان در صنایع «های تک» ورود پیدا کرده و موفقیت‌های بسیار نیز به دست آورده‌اند.

وی اظهار داشت: طی چند سال اخیر استارت‌آپ‌های موفقی در کشور و استان خراسان رضوی شکل گرفتند، اما همه آنها در حوزه خدماتی مانند فروش اینترنتی کالا، سرویس حمل و نقل و مشابه آن فعالیت دارند و وارد حوزه فناوری‌های «های تک» نشده‌اند.

وی گفت: حضور نداشتن استارت‌آپ‌ها در حوزه فناوری‌های «های تک» و تولید خانه‌های هوشمند و قطعات رایانه و امثال آن، نشأت‌گرفته از چند عامل است که بخش عمده‌ای از آنها را می‌توان با تغییر نگرش‌ها و سیاست‌ها رفع کرد.

این کارشناس افزود: نخستین دلیل مربوط به حوزه جغرافیایی و فراگیری تولید است، شرکت‌هایی مانند «فیس بوک»، «گوگل» یا «مایکروسافت» جغرافیای تولید گسترده دارند و این مهم برای تولیدکننده ارزش‌آفرینی می‌کند.

طاحونه بان اظهار داشت: این در حالی است که اگر شرکت ایرانی مانند «دیجی کالا» خود را به زبان انگلیسی به‌روز کند، موفقیتی را که با ارائه کالاها به زبان فارسی دارد به دست نمی‌آورد.

وی گفت: صنایع «های تک» سرمایه‌گذاری عظیمی نیاز دارد که رغبت سرمایه‌گذاری در فناوری‌های نوین مشابه آنچه شرکت‌های «ال.جی» یا «مایکروسافت» انجام دادند، در ایران کمتر است.

وی افزود: به‌روز بودن، شرط اصلی در صنایع «های تک» است، در صنعت خودرو، استارت‌آپ‌های ایرانی چون تنها بازار محدود ایران را در اختیار دارند، نمی‌توانند برای یک فناوری چند ۱۰۰ میلیون دلاری هزینه کنند.

طاحونه بان ادامه داد: نگرش خوبی نسبت به سرمایه‌گذاران وجود ندارد و این مهم مانع از سرمایه‌گذاری آنان در حوزه صنایع «های تک» می‌شود.

وی گفت: بخش خصوصی در ایران برای فعالیت در صنایع های تک، رقبای جدی دارد که یا دولتی و یا خصولتی هستند، به عنوان مثال استارت‌آپ‌ها نمی‌توانند در حوزه‌هایی مانند مخابرات و خودروسازی در برابر این رقبا قد علم کنند.

وی افزود: در ایران قوانین کسب و کار نه به سود سرمایه‌گذار است و نه به سود مشتری، افرادی که در شرکت‌های کوچک کار می‌کنند، نمی‌توانند مطمئن باشند که از امنیت شغلی برخوردار هستند و افراد فعال در شرکت‌های بزرگ هم نمی‌توانند مطمئن باشند که مورد حمایت قرار می‌گیرند.

طاحونه بان اظهار داشت: نبود چشم‌انداز درست از آینده باعث می‌شود سرمایه‌گذار برای حمایت مالی از یک استارت‌آپ جوان دچار تعلل شود و نداند که آیا سرمایه‌گذاری او نتیجه‌بخش خواهد بود یا خیر.

این کارشناس گفت: ایران سرشار از افراد دارای دانش و هوش بسیار است که خود را در شرکت‌های بزرگ دنیا مانند گوگل و ناسا و امثال آنها اثبات کرده‌اند حتی ایرانی‌ها در ارائه طرح‌هایی در داخل ایران مانند بازی اینترنتی موفق به نام «زولا» که هم‌تراز با نمونه‌های برجسته خارجی است، توانمندی خود را به نمایش گذاشته‌اند.

وی افزود: استارت‌آپ‌های جوان ایرانی در صورت برخورداری از حمایت‌ها و تسهیل فضای کسب و کار می‌توانند در صنایع «های تک» نیز کارایی خود را ثابت کنند.

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

برابر رأی شماره ۱۳۹۷۶۰۳۱۷۰۰۱۰۰۶۰۱۴-۹۷/۱۲/۲۶ هیأت اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی ناحیه یک اهواز تصرفات مالکانه و بلامعارض متقاضی آقای سید کریم موسوی فرزند سید عبدالله بشماره شناسنامه ۱۶۴۶ صادره از اهواز به شماره ملی ۱۷۵۷۷۳۳۷۸۷ در ششدانگ یک باب ساختمان به مساحت ۱۶۱/۷۵ متر مربع در قسمتی از پلاک ۶۰/۱۲ بخش ۹ اهواز خریداری شده موضوع سهمی آقای علی هاشمی زاده(مالک رسمی)که به متقاضی انتقال یافته ، محرز گردیده است . لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله پانزده روز آگهی می شود در صورتیکه اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند میتوانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض ، دادخواست خود را به مرجع قضائی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد. ضمناً صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نخواهد بود.

(تاریخ انتشار نوبت اول :۹۸/۰۲/۱۶) (تاریخ انتشار نوبت دوم:۹۸/۰۳/۰۱)

شماره م/الف: ۵/۴۰۸ رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه یک اهواز-اکبر افشین

آگهی مزایده

به موجب رای شماره ۹۵۰-۰۱۳۷ صادره از شعبه هشتم دادگستری شهرستان و کلاسه پرونده ۹۶۲۰۳۶/م اجرای احکام مدنی دادگستری شهرستان بهارستان محکوم علیه نوروز صادقی فرزند محمد محکوم است به پرداخت مبلغ ۱۱۰۸۹۵۵۶۰۰ ریال برابر اجرائیه در حق محکوم له رقیه مرادی فرزند محمود و مبلغ یک بیستم ریال بابت نیم عشر دولتی در حق صندوق دولت که اموال محکوم علیه حسب درخواست محکوم له توقیف و توسط کارشناس منتخب دادگاه ارزیابی گردیده است که قرار مزایده اموال توقیفی ذیل به تاریخ ۱۳۹۸/۳/۲۲ روز چهارشنبه ساعت ۱۰- ۱۱ صبح در محل مزایده به نشانی نسیم شهر میدان هفت تیردادگستری شهرستان بهارستان دفتر اجرای احکام مدنی برگزار می گردد علیهذا افرادی که مایل به شرکت در مزایده می باشند می توانند در تاریخ فوق الذکر مراجعه و فرد یا افرادی که بالاترین قیمت را پیشنهاد دهند به عنوان برنده مزایده شناخته خواهند شد:

مشخصات و قیمت پایه اموال توقیفی مورد مزایده:

مورد مزایده عبارت است یک واحد آپارتمان مسکونی به مبایعه نامه عادی شماره ۳۹۶۲۱ به شماره پروانه ۳۲۶۶ به مساحت ۷۵ متر مربع واقع در سه راه آدران شهرک تاجیک خیابان اصلی بین کوچه ۹ و ۱۰ شقایق غربی پلاک ۲۶ مجتمع میلاد ۴ واحد ۴ پلاک ۲۶ دو خوابه همراه با پذیرایی و آشپزخانه اپن و حمام و سرویس بهداشتی است کفپوش واحد سرامیک و پوشش سقف و دیوارها گچ و سیستم سرمایشی کولر و گرمایشی بخاری گازی و دارای آب و برق و گاز مستقل است. حسب نظر کارشناس ارزش ششدانگ مورد مزایده ۷۵۰۰۰۰۰۰۰ ریال معادل هفتادو پنج میلیون تومان برآورد شده است. ماده ۱۲۹ قانون اجرای احکام مدنی: ده درصد پیشنهادی نقدا از برنده مزایده اخذ و نامبرده مکلف است ظرف یکماه از تاریخ مزایده باقیمانده ثمن مورد معامله را به صندوق دولت تودیع نماید در غیر این صورت ده درصد وصول شده به نفع صندوق دولت ضبط و مزایده تجدید خواهد شد متقاضیان می توانند پنج روز قبل از موعد مزایده به این اجراء مراجعه نمایند تا ترتیب بازدید آنان از محل مزایده داده شود.

مدیر / دادورز اجرای احکام مدنی دادگستری شهرستان بهارستان- آقاجانی

۳۶۰

معاون وزیر نیرو در امور برق و انرژی با اشاره به تاریخ شروع اقدامات مدیریت مصرف در خوزستان:

۱۹ خرداد؛ روز مدیریت مصرف نام گذاری می شود

اهواز- شبنم قجاوند: معاون وزیر نیرو در امور برق و انرژی با بیان اینکه با اقدامات مدیریت مصرف در سال گذشته یک و نیم برابر درآمد برق کشور صرفه جویی شده است، افزود: ۱۹ خرداد که تاریخ شروع اقدامات مدیریت مصرف در سال گذشته در خوزستان بوده را به عنوان روز مدیریت مصرف نام گذاری کرده ایم و در ۱۹ خرداد پیش رو اعلام می شود.همایون حائری در نشست کمیته کنترل و کاهش پیک بار تابستان ۹۸ خوزستان با حضور مدیران صنعت برق و استاندار گفت: استاندار خوزستان تئوریسن عملی کردن مدیریت مصرف برق در کشور است و بعد از مدت ها یک عملیات بهینه بهره وری در کشور با هدایت و راهنمایی او در تابستان سال گذشته با موفقیت انجام شده است.وی بیان کرد: هماهنگی های سال گذشته در خوزستان باعث شد تا نگاه جدیدی در صنعت برق باز شود که ما می توانیم با تعامل با مسئولین استانی مدیریت مصرف ارزشمندی را داشته باشیم.حائری گفت: ۱۹ خرداد که تاریخ شروع اقدامات مدیریت مصرف در سال گذشته از

خوزستان بوده را به عنوان روز مدیریت مصرف نام گذاری کرده ایم و در ۱۹ خرداد پیش رو اعلام می شود.وی با تشکر از اقدامات انجام شده در سیل و سربلندی صنعت برق در سیل اخیر، تاکید کرد: امیدوارم تابستان بدون مشکلی را با برنامه ریزی های صورت گرفته پشت سر بگذاریم و در برنامه ریزی های سال های آینده در کنار سرمایه گذاری هایی که انجام می شود مدیریت مصرف نیز در نظر گرفته و دیده شود.مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان نیز در این نشست گفت: سال گذشته برای اولین بار رشد مصرف برق منفی بوده است و این نتیجه اقدامات انجام شده و هماهنگی های صورت گرفته در کاهش ساعت اداری بوده است.محمود دشت بزرگ با بیان اینکه کاهش ساعت اداری در سال گذشته باعث شده تا ۲۶۳ مگاوات در شبکه صرفه جویی شود، بیان کرد: برای سال ۹۸ نیز پیشنهاد می کنیم با توجه به افزایش دما و وارد شدن به محدوده بالای ۶ هزار مگاواتی و رشد ۱۵ درصدی مصرف برق در روز گذشته، از ابتدای خرداد ساعات اداری کاهش یابد.غلامرضا شریعتی استاندار خوزستان نیز اظهار داشت: به همین دلیل ساعت کاری ادارات خوزستان از اول خرداد تا ۱۸ خرداد از ساعت هفت صبح تا ۱۳.۳۰ دقیقه، و از ۱۹ خرداد از هفت صبح تا ۱۳ خواهد بود و شرکت های توزیع و برق منطقه ای خوزستان وظیفه دارند که بر اجرای صحیح این برنامه و کاهش مصرف برق نظارت داشته باشند.

سرپرست فرمانداری بندرعباس:

روشنایی دور رینگ جزیره توسط اداره برق با کمک بنیاد برکت انجام شود

بندرعباس- خبرنگار فرصت امروز: سرپرست فرمانداری بندرعباس گفت: تمام مصوبات جلسات گذشته در جلسه آینده باید انجام شده باشدبه گزارش روابط عمومی فرمانداری شهرستان بندرعباس ، جلسه بررسی مسائل و مشکلات بخش هرمز به ریاست عزیزاله کناری سرپرست فرمانداری در محل سالن کنفرانس این فرمانداری تشکیل گردید.سرپرست فرمانداری بندرعباس در این جلسه اظهار داشت: تمام مصوبات جلسات گذشته در جلسه آینده باید انجام شده باشد.وی در ادامه گفت: هر نوع ساخت و ساز در جزیره هرمز با مجوز شهرداری

صورت گیرد.این مقام مسئول بیان داشت: اداره برق در خصوص نصب برق مسکن مهر جزیره هرمز فورا اقدام کند تا مردم بتوانند در منازل خود مستقر شوند.عزیزاله کناری تصریح کرد: روشنایی دور رینگ جزیره توسط اداره برق با کمک بنیاد برکت انجام شود تا مردم بتوانند استفاده لازم را از نقاط مختلف جزیره در شب داشته باشند و هم باعث زیبایی جزیره گردد.سرپرست فرمانداری شهرستان بندرعباس در پایان گفت: اداره آب و فاضلاب پیگیری نماید مشکل فاضلاب جزیره رفع گردد و همچنین محل مناسبی برای جایگاه عرضه سیلندر گاز در نظر گرفته شود.

مدیرکل ارتباطات و امور بین‌الملل شهرداری قم:

رسانه و روابط عمومی نقش مهمی در تبیین فرهنگ شهروندی دارند

قم- خبرنگار فرصت امروز: مدیرکل ارتباطات و امور بین‌الملل شهرداری قم گفت: اگر فرهنگ شهروندی،ارتقاء یابد بسیاری از مشکلات رفع خواهد شد؛ در این میان رسانه و روابط عمومی نقش مهمی در تبیین فرهنگ شهروندی دارند. مهدی کلانترزاده در میزگرد آسیب شناسی دلایل تنزل و تغییر ماهیت جایگاه روابط عمومی ها در دستگاه ها و نهادهای استان قم عنوان کرد: اصحاب رسانه و روابط عمومی ها،بازوان قوی در مدیریت شهری و رفع آسیب ها هستند. مدیرکل ارتباطات و امور بین‌الملل شهرداری قم افزود: اگر فرهنگ شهروندی،ارتقاء یابد بسیاری از مشکلات رفع خواهد شد؛ در این میان رسانه و روابط عمومی نقش مهمی در تبیین فرهنگ شهروندی دارند. وی اظهار کرد: در مدیریت شهری نیاز به حضور رسانه های تخصصی داریم،روابط عمومی های استان قم و رسانه های فعال نیز در حوزه مدیریت شهری باید اطلاعات کافی داشته باشند.کلانترزاده بیان

کرد:روابط عمومی دریچه ارتباطات است و علم مدیریت در چرخه اطلاعات و ارتباطات، جان تازه ای می گیرد، باید از ابزارهای پیشرفته ای در دنیای مدرن امروز برخوردار باشیم و رسانه ها در حوزه خبر و اطلاع رسانی به روز باشند.مدیرکل ارتباطات و امور بین‌الملل شهرداری قم افزود:مدیر روابط عمومی باید در اعتماد سازی و ایجاد ارتباط موفق باشد تا بتواند در مسئولیتی که بر عهده دارد،کارآمد باشد.وی عنوان کرد: رسانه های نوین نقش مهمی در رفع مشکلات دارند، شهرداری حیطه گسترده ای از شهر را تحت خدمت رسانی دارد و باید از توان مدیران رابط عمومی ها و اصحاب رسانه کمک بگیرد.کلانترزاده اظهار کرد: در حوزه خدمات شهرداری، ۸ منطقه و ۱۵ سازمان تحت پوشش داریم،همچنین در حوزه بین الملل با ۳۳ ظرفیت مهم برنامه ای جامع در پیش گرفته ایم و از ظرفیت مراکزی چون جامعه المصطفی و موسسات فعال فرهنگی و پژوهشی بین المللی بهره می گیریم.وی گفت:اداره ۱۳۷ ارتباط تنگاتنگی با مردم و بررسی مشکلات شهر بر عهده دارد همچنین در حیطه وظایف خود،اداره تبلیغات محیطی به صورت تخصصی در تولید محتوا و برگزاری جشنواره ها و سوگواره ها فعالیت دارد ضمن اینکه مرکز اسناد و موزه نیز در قم فعال است.

اخبار

مدیرعامل توزیع برق کرمانشاه:

هنوز افزایش پیک مصرف برق در کرمانشاه آغاز نشده است

کرمانشاه – منیر دشتی: مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان کرمانشاه با بیان اینکه هنوز افزایش پیک مصرف برق در کرمانشاه آغاز نشده، گفت: هر سال افزایش پیک مصرف از نیمه خرداد شروع می‌شود.امیدعلی مرآتی اظهار کرد: با وجود گرمای چند روز اخیر که در سطح استان شاهد بودیم، هنوز افزایش پیک مصرف برق در کرمانشاه آغاز نشده است.وی با بیان اینکه در فصل گرما استفاده از کولرهای گازی یکی از دلایل بالا رفتن پیک مصرف است، خاطرنشان کرد: هم اکنون گرما به اندازه‌ای نیست که مردم از کولرهای گازی استفاده کنند و کولرهای آبی نیز مصرف را چندان بالا نمی‌برمرآتی پیش‌بینی کرد: افزایش پیک مصرف مانند هر سال از ۱۵ خرداد آغاز شود و تا ۱۵ شهریور ادامه داشته باشد.وی افزود: سال گذشته پیک مصرف برق در تاریخ ۱۰ تیر ماه و با میزان ۷۲۷ مگاوات رخ داد.مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان کرمانشاه یادآور شد: پیش‌بینی ما این است که امسال پیک مصرف برق به ۷۱۸ مگاوات برسد.مرآتی با بیان اینکه نباید اجازه دهیم پیک مصرف از این میزان بیشتر شود، عنوان کرد: در این صورت احتمال اعمال خاموشی وجود خواهد داشت. وی از مردم خواست همکاری لازم را برای صرفه‌جویی در مصرف برق داشته باشند تا تابستان امسال را بدون خاموشی پشت سر بگذاریم.

شهردار قدس تاکید کرد:

ضرورت مناسب سازی فضاها و تجهیزات شهری

شهرقدس – محبوبه ابوالقاسمی: شهردار قدس، با تأکید بر ضرورت مناسب سازی فضاها و تجهیزات شهری، از مناسب سازی فضای بوستانهای سطح شهر به منظور فراهم آوردن امکان حضور معلولان و بهره مندی ایشان از اماکن عمومی و تفریحی خبر داد. مسعود مختاری با اشاره به اقدامات شهرداری در خصوص ارائه خدمات بهینه به معلولین، تصریح کرد: این شهرداری به منظور تسهیل در تردد معلولین، مناسب سازی فضاهای شهری را با اقداماتی چون همسطح سازی رفیوژ بلوارها، ساماندهی ورودی ساختمان های اداری شهرداری با ایجاد رمپ های ویژه، مناسب سازی پیاده روها و ابنیه های در حال احداث را اجرایی می کند.مختاری با بیان اینکه فضاهای سبز شهری علاوه بر بهبود شرایط اکولوژیکی و ارتقای کیفیت محیط زیست شهری با ایجاد فضایی مناسب جهت تعاملات اجتماعی و فرهنگی تمامی اقشار جامعه بر پویایی جامعه می افزایند، بیان داشت: در همین راستا به منظور فراهم کردن امکان حضور جانبازان و معلولان در سطح شهر و بهره مندی ایشان از اماکن عمومی و تفریحی، مناسب سازی بوستان‌های موجود شهر با در نظر گرفتن ضوابط و استانداردهای مربوطه در دستور کار مستمر شهرداری قرار دارد.مسعود مختاری در خاتمه عنوان کرد: در راستای مناسب سازی فضای بوستانها برای معلولان و جانبازان، هم سطح سازی فضای بوستانها برای تسهیل تردد معلولین با ویلچر، ایجاد رمپ های ورودی ویژه برای معلولان و نصب تابلوهای راهنما برای بهره گرفتن از تجهیزات نصب شده صورت گرفته است و امیدواریم با تعبیه مبلمان و نیمکت های مخصوص، تجهیز بوستان ها به ست های ورزشی مخصوص معلولان، تابلوهای راهنما و سرویس‌های بهداشتی مناسب استفاده کم توانان، نصب وسایل بازی قابل استفاده توسط کودکان کم توان، در دسترسی ایشان به تمامی امکانات و تجهیزات بوستانهای شهری اقدام مؤثری صورت پذیرد.

شرکت گاز استان مرکزی در مسیر تعالی سازمانی و سرآمدی

اراک- مینو رستمی: مدیرعامل شرکت گاز استان مرکزی به بیان گزارش سرآمدی ومسیرتعالی شرکت گاز استان مرکزی پرداخت و دراین خصوص گفت:با تصویب هیأت مدیره در سال ۱۳۹۳ این شرکت گام درمسیرتعالی گذاشت. به گزارش روابط عمومی شرکت گاز استان مرکزی،محمدرضاسمیعی با اشاره به اقدامات صورت گرفته در این خصوص افزود:تیم رهبری با ترسیم افق چشم‌انداز وارکان جهت ساز،قرار گرفتن درمیان سه شرکت برتر گاز استانی را برای یک افق ۱۰ ساله تا سال۱۴۰۴ مدنظر قرار داد و دراین زمینه با پیاده‌سازی برنامه‌های بهبودی نظیر استقرار برنامه‌ریزی استراتژیک، مدیریت فرآیندها، نظرسنجی از ذینفعان و پیاده‌سازی استانداردهای مدیریتی ISO۹۰۰۱:۲۰۰۸وISO ۱۴۰۰۱:۲۰۰۴ و ISO ۵۰۰۰۱:۲۰۱۱ و OHSAS۱۸۰۰۱:۲۰۰۷ و HSE-MS در سال ۱۳۹۴ موفق به کسب گواهینامه تعهد به تعالی از جایزه ملی تعالی سازمانی گردید همچنین در سال ۱۳۹۵ این مسیر ادامه یافت وبا اجرای برنامه هایی نظیر مدیریت ریسک، تعمیق برنامه‌ریزی استراتژیک، ارتقای ویرایش استانداردهای ISO۹۰۰۱:۲۰۱۵ وISO۱۴۰۰۱: ۲۰۱۵ و پیاده‌سازی استانداردهای رسیدگی به شکایات مشتریان ISO۱۰۰۰۲:۲۰۱۴ و مدیریت ارتباط با مشتری ISO۱۰۰۰۴:۲۰۱۲ در جایزه ملی تعالی سازمانی شرکت نموده و حائز تقدیرنامه دو ستاره گردید.قائم مقامی درادامه گفت:با تغییرات صورت گرفته درهیأت مدیره شرکت در سال۱۳۹۷،با این تغییرعزمی راسخ تراز گذشته برای ادامه مسیر تعالی در سازمان نمایان شده و با تعریف برنامه های بهبودی چون بازنگری اهداف واستراتژیها، ارزیابی ۳۶۰ درجه مدیران، مدیریت مدل کسب و کار ، مدیریت تغییر و توسعه مدل مسئولیتهای اجتماعی و استقرار استانداردهای ISO۴۵۰۰۱:۲۰۱۸ و ISO۱۰۰۰۲:۲۰۱۸ و ISO۱۰۰۰۴:۲۰۱۸ گامی دیگر در مسیر بهبود مستمر برداشته و درنتیجه این تلاشها شرکت گاز استان مرکزی در دومین جشنواره سرآمدی و بهبود مستمر صنعت گاز مفتخر به دریافت تقدیرنامه چهارستاره تعالی سازمان گردیده است و این مسیر با قوت تمام همچنان ادامه دارد.

آگهی فقدان سند مالکیت

خانم افسانه اقبال ضمن تسلیم دو برگ استشهادیه تصدیق شده اعلام نموده است که سند مالکیت سه دانگ مشاع از ششدانگ آپارتمان مسکونی به مساحت ۱۳۹/۸۴ متر مربع قطعه ۹ تفکیکی به شماره ۱۱۲۲۵ فرعی از ۱۵۱ اصلی مفروز از پلاک ۲۳۱۷ فرعی از اصلی مذکور واقع در اراضی حوزه ثبتی شهرستان کرج به نام مالک فوق به علت سهل انگاری مفقود گردیده و تقاضای صدور سند مالکیت المثنی نموده است. لذا مراتب به استناد تبصره یک اصلاحی به ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت در یک نوبت آگهی می شود تا چنانچه کسی مدعی وجود سند مالکیت نزد خود و یا انجام معامله نسبت به ملک مذکور باشد از تاریخ انتشار این آگهی به مدت ده روز اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت به این اداره تسلیم تا وفق مقررات عمل گردد بدیهی است چنانچه ظرف مدت مقرر اعتراضی واصل نشود و یا در صورت اعتراض اصل سند ارائه نگردد سند مالکیت المثنی طبق مقررات به متقاضی تسلیم خواهد شد.

۹۸/۷۸۵۲۸/ف شوش پاشا - رئیس ناحیه ۱
۳۶۸

آگهی فقدان سند مالکیت

آقای مهدی غیاثی ضمن تسلیم دو برگ استشهادیه تصدیق شده اعلام نموده است که سند مالکیت سه دانگ مشاع از ششدانگ آپارتمان مسکونی به مساحت ۱۳۹/۸۴ متر مربع قطعه ۹ تفکیکی به شماره ۱۱۲۲۵ فرعی از ۱۵۱ اصلی مفروز از پلاک ۲۳۱۷ فرعی از اصلی مذکور واقع در اراضی حوزه ثبتی شهرستان کرج به نام مالک فوق به علت سهل انگاری مفقود گردیده و تقاضای صدور سند مالکیت المثنی نموده است. لذا مراتب به استناد تبصره یک اصلاحی به ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت در یک نوبت آگهی می شود تا چنانچه کسی مدعی وجود سند مالکیت نزد خود و یا انجام معامله نسبت به ملک مذکور باشد از تاریخ انتشار این آگهی به مدت ده روز اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت به این اداره تسلیم تا وفق مقررات عمل گردد بدیهی است چنانچه ظرف مدت مقرر اعتراضی واصل نشود و یا در صورت اعتراض اصل سند ارائه نگردد سند مالکیت المثنی طبق مقررات به متقاضی تسلیم خواهد شد.

۹۸/۷۸۵۲۷/ف شوش پاشا - رئیس ناحیه ۱
۳۶۹

مفقودی مدارک خودرو

برگ سبز تاکسی تارون XML۶۴۸۲E-YJD به شماره موتور Jm۲۹۱QMEE۰۳۲۲۰ وشماره پلاک ۷۸۲ ت ۴۳ ایران ۳۳ بنام اکبر قارلقی مفقود و از درجه اعتبار ساقط است.

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

برابر رای شماره ۱۳۹۸۶۰۳۰۱۰۵۰۰۰۰۰۶۶-۱۳۹۸/۰۱/۲۱ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک قدس تهران تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای نادر رحمتی فرزند محرم بشماره شناسنامه ۱۱۸۹ صادره ازابهر سلطانیه درششدانگ یک باب ساختمان به مساحت ۱۱۶/۷۳ مترمربع از پلاک ۱۲۸ فرعی از ۱۵اصلی مفروز وجزی شده از پلاک ۱۳فرعی از اصلی قطعه ۱۳۰ واقع در شهرقدس شهرک دانش انتهای بیست متری فعال کوچه گلها پلاک ۵ خریداری از مالک رسمی آقایان سرکیس شیرولیان و خورن گراگریان (به تساوی)محرز گردیده است . لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند میتوانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض،دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایندبدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

سعید هوشنگی - رییس ثبت اسناد و املاک م الف ۳۴۹
تاریخ انتشار نوبت اول:۹۸/۰۳/۰۱ تاریخ انتشار نوبت دوم:۹۸/۰۳/۱۸

آگهی پرونده ۹۰۰۴۰۱۷۰۹۷۰۰۰۰۷۳/۱ به شماره بایگانی ۹۰۰۰۰۷۳ ،اخطاریه ماده ۱۰۱ –اموال غیر منقول

به: شرکت کشاورزی بهمن وام گیرنده با توجه به اینکه طبق گزارش مورخ ۱۳۹۶/۱۰/۲۷ مامور پست ، محل اقامت شما به شرح متن سند شناخته نشده در خصوص پرونده اجرایی کلاسه ۹۰۰۰۰۷۳-۹۰/۳۹۴ به موجب گزارش کارشناسی به شماره وارده ۱۳۹۶۰۵۰۱۷۰۹۷۰۰۰۸۲۳ مورخ ۱۳۹۶/۱۰/۲۴ آقای احمدرضا حیدری، کارشناس رسمی دادگستری ،پلاک ثبتی ۸۷ فرعی از ۵۳۶۸۵۴۶۳ پلاک اصلی واقع در بخش یک شوشتر به مبلغ ۸۲۸/۴۰۰/۰۰۰ ریال ارزیابی گردیده لذا چنانچه به مبلغ ارزیابی پلاک مذکور معترض می باشید، اعتراض کتبی خود را ظرف مدت پنج روز از تاریخ انتشار این اخطاریه به ضمیمه فیش بانکی دستمزد کارشناس تجدید نظر به مبلغ ۵/۰۰۰/۰۰۰ ریال به دفتر این اجرا تسلیم نمایید ضمنا به اعتراضی که خارج از موعد یا فاقد فیش بانکی دستمزد کارشناس تجدید نظر باشد ترتیب اثر داده نخواهد شد.شماره م الف ۱۵/۷۱

رئیس واحد اجرای اسناد رسمی شوشتر - حیدر شاهینی فر

آگهی اخطاریه ماده ۱۰۱ – اموال غیر منقول:۱۳۷۷۰۴۰۱۷۰۹۷۰۰۰۰۱/۱ به شماره بایگانی ۷۷۰۰۰۳۵

در خصوص پرونده اجرایی کلاسه ۸۱/۱۵۱-۷۷۰۰۰۳۵ به موجب گزارش به شماره وارده ۱۳۹۷۰۵۰۱۷۰۹۷۰۰۰۸۸۴ - عبدالحسین صادقی پور کارشناس رسمی دادگستری موضوع سند رهنی به شماره ۶۲۴۷۶ مورخ ۱۳۷۷/۱۲/۰۵ تنظیمی دفترخانه اسناد رسمی شماره ۶۹ اهواز مربوط به پلاک ثبتی شماره ۲۲ فرعی از ۳۱ اصلی مفروز و مجزی شده از ۳ و ۲ فرعی از اصلی مذکور واقع در بخش پنج شوشتر به مبلغ ۴/۳۶۳/۶۳۰/۳۰۰ ریال(چهار میلیارد و سیصد و شصت و سه میلیون و ششصد و سی هزار و سیصد ریال) ارزیابی گردیده لذا چنانچه به مبلغ ارزیابی پلاک مذکور معترض می باشید ، اعتراض کتبی خود را ظرف مدت پنج روز از تاریخ ابلاغ این ضمیمه فیش بانکی دستمزد کارشناس تجدید نظر به مبلغ ۱۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال (به صورت علی الحساب) به شماره حساب ۰۱۰۵۴۷۷۵۹۲۰۰۰ کانون کارشناسان رسمی دادگستری واریز و فیش واریزی را به دفتر این اجرا تسلیم نمایید ضمنا به اعتراضی که خارج از موعد یا فاقد فیش بانکی دستمزد کارشناس تجدید نظر باشد ترتیب اثر داده نخواهد شد.شماره م الف ۱۵/۷۰

مسئول واحد اجرای اسناد رسمی شوشتر - حیدر شاهینی فر

رای هیئت (نوبت دوم)

برابر رای شماره ۱۳۹۷۶۰۳۰۱۰۵۷۰۰۰۶۹۰ مورخ ۹۷/۳/۵ صادره از هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی املاک و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۹۰/۹/۳۰ مستقر در اداره ثبت اسناد واملاک شهریار تصرفات مالکانه مهدی حکیم پور فرزند اکبر به صورت ۶دانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی در آن به مساحت ۹۰ متر مربع قسمتی از پلاک ۲۵۲ فرعی از ۱۳۲ اصلی واقع در شهریار محرز گردیده و برابر محتویات پرونده ثبتی و دفتر املاک مربوطه سند مالکیت ۶دانگ پلاک مذکور به مساحت ۳۶۱۱۰ متر مربع ذیل ثبت صفحات ۷۱ الی ۸۹ دفتر املاک جلد ۸۹ بنام میر محمد حسن میر گلی مساحت ۳۱۱۱۰ متر مربع مشاع و بانو فرشته میر گلی مساحت ۱۰۰۰۰ متر مربع مشاع ثبت صادر و تسلیم شده سپس برابر سند شماره ۳۲۲۲۴ مورخ ۵۳/۱۰/۱ دفتر ۷ قلهک به بانوان حاجیه رضاقلی و فرهاد بینش پژوه هر یک ۱ دانگ و نیم و لیلی بینش پژوه و پری گلریز هر یک ۳ ربع دانگ مشاع انتقال یافته و مقادیری بصورت مشاعی و مقادیری در اجرای ماده ۱۴۷ اصلاحی قانون ثبت و ماده ۱۳۳ قانون برنامه چهارم توسعه کشور بغیر واگذار شده است مورد تقاضا از سهمی حاجیه رضاقلی و فرهاد بینش پژوه و لیلی بینش پژوه و پری گلریز می باشد که نامبردگان در هیات حضور نیافته و هیات مقرر نموده با اعمال ماده ۳ قانون مذکور و نیز ماده ۱۳ آیین نامه اجرایی آن مصوب ۹۱/۴/۲۵ نسبت به صدور سند مالکیت بنام متصرف فوق الذکر اقدام شود و بدینوسیله مفاد رای صادره به مالک و نیز اشخاص ذینفع جهت اطلاع آگهی تا چنانچه به مفاد رای صادره اعتراض دارند اعتراض خود را ظرف مدت ۲ ماه از تاریخ انتشار اولین آگهی به اداره ثبت اسناد و املاک شهریار تسلیم و رسید آن را دریافت دارند بدیهی است در صورت عدم اعتراض ظرف مهلت مقرر این اداره نسبت به صدور سند مالکیت برابر مقررات اقدام خواهد نمود ضمنا صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نخواهد بود.

سید مرتضی موسوی – رئیس اداره ثبت اسناد و املاک شهریار (۵۶۰۱)

آگهی نوبتی سه ماهه چهارم سال ۹۷

برابر ماده ۱۲ و۲۵ قانون ثبت و مواد ۵۴و۵۹ آیین نامه مذکور اینک املاکی که جزء حوزه ثبتی قزوین با مجهول المالک بوده و در سه ماهه چهارم سال ۹۷ اظهارنامه آنها برگشته و یا املاکی که آگهی نوبتی آنها اشتباه بوده و طبق رای هیات نظارت و یا طبق اختیارات تفویضی دستور اصلاح آنها صادر شده بل ذکر شماره ملک و نام نام خانوادگی مالک و محل وقوع ملک جهت اطلاع عموم به شرح ذیل آگهی می گردد.

بخش ۴ شمال شرق قزوین

۷۱۲۴ فرعی از ۳۱۹۱ اصلی –محمد رضایی دوست فرزند محمود نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین تهر متروکه به مساحت ۶۰.۶۰ متر مربع لذا برابر ماده ۱۶ قانون ثبت و تبصره ۲ ماده واحد هرکسی نسبت به آگهی فوق اعتراض دارد می تواند از تاریخ انتشار نوبت اول به مدت ۹۰ روز نسبت به آگهی اصلاحی به مدت یک ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و رسید عرض حال اعتراض را دریافت نماید. ضمنا اعتراض به تقاضای ثبت موضوع ماده ۱۶ و ۲۰ قانون ثبت می باید توسط معترض ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض به مراجع ثبتی با تقدیم دادخواست به مراجع ذیصلاح قضایی صورت پذیرد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۸/۲/۲ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۸/۳/۱

حسن غلامحسینی – رئیس اداره ثبت اسناد واملاک منطقه یک قزوین -۳۸/م الف

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

نظر به اینکه در اجرای قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی برابر رای ۷۳—۱۳۹۸ مورخ ۹۸/۱/۲۱ تصرفات آقای عبدالرحیم محلوجی شماره شناسنامه ۲۴۲ صادره از شوشتر فرزند مجید دارای کد ملی شماره ۱۸۸۱۴۹۲۲۴۹ ششدانگ یکباب ساختمان به مساحت ۱۷/۹۲ متر مربع در قسمتی از ششدانگ پلاک ۲۳۴۸ و ۲۳۵۲ واقع در بخش یک اهواز گردیده لذا پس از اخبار خروجی دفتر ۱۰۹ صفحه ۱۱ ذیل شماره ۳۲۴۵۸ بنام عبدالرحیم محلوجی ،برابر ماده ۳ قانون مزبور مراتب در دو نوبت به فاصله پانزده روز جهت اطلاع عموم آگهی می گردد تا هر کس نسبت به تصرفات مفروزه و مالکیت ایشان اعتراض داشته باشد از تاریخ انتشار نوبت اول این آگهی بمدت دو ماه اعتراض خود را مستقیما به اداره ثبت اسناد و املاک اهواز تسلیم و رسید دریافت نمایند و معترض مکلف است ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست به مقامات قضائی تقدیم و گواهی تقدیم دادخواست اخذ و به اداره ثبت محل تحویل نمایند. بدیهی است در صورت عدم وصول اعتراض در موعد مقرر اداره ثبت برابر مقررات اقدام بصدور سند مالکیت خواهد نمود.

(تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۳۹۸/۰۲/۱۶) (تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۳۹۸/۰۳/۰۱)

شماره م/الف: ۴۹۰/۵ کفیل اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه دو اهواز - نصرت اله

دادنامه

پرونده کلاسه ۹۷۰۹۹۸۱۹۴۶۳۰۰۰۳۸۹ شعبه ۳ دادگاه عمومی حقوقی شهرستان بهشهر تصمیم نهایی شماره ۹۸۰۹۹۷۱۹۴۶۳۰۰۰۲۱۸ خواهان: خانم آذرمیدخت خدایاری فرزند شاکوس با وکالت آقای مجید داودی فرزند حسن به نشانی استان مازندران- شهرستان ساری- شهر ساری- خ امیر مازندرانی مقابل فرش سلیمان- ساختمان امیر- طبقه ۲ – دفتر وکالت و خانم ملیحه عربی فرزند سعداله به نشانی استان مازندران – شهرستان بهشهر - شهر بهشهر - بهشهر- خ امام پاساژ توسلی- طبقه اول خوانده: آقای خدایار خدایاری فرزند شاکوس به نشانی مجهول‌المکان خواسته ها: ۱ الزام به تنظیم سند رسمی ملک ۲ مطالبه خسارت دادرسی رای دادگاه: در خصوص دعوای خواهان خانم آذرمیدخت خدایاری فرزند شاکوس با وکالت آقای مجید داودی به طرفیت خوانده آقای خدایار خدایاری فرزند شاکوس به خواسته الزام خوانده به تنظیم سند رسمی انتقال خشکه زاری به پلاک ثبتی ۳۷۵۷ فرعی از ۳۹ اصلی به مساحت ۶۰۰۰ متر مربع واقع در مزرعه مشهد خیل رستمکلا مقوم به مبلغ ۲۰/۰۰۰/۱۰۰ ریال به انضمام خسارات دادرسی وکیل خواهان اعلام داشت که به موجب فروشنامه عادی مورخه ۹۶/۴/۲۰ خوانده محترم اقدام به فروش ششدانگ یک قطعه زمین خشکه زاری به مساحت ۶۰۰۰ متر مربع به موکل نموده است لیکن علیرغم تعهد خوانده به تنظیم سند رسمی انتقال به نام موکل در تاریخ ۱۳۹۷/۱/۲۰ اما تا کنون از انجام آن امتناع کرده است لذا تقاضای صدور حکم به شرح خواسته را دارم. خوانده علی رغم ابلاغ وقت دادرسی از طریق نشر آگهی، در جلسه دادرسی حاضر نگردیده و در رد خواسته خواهان دلیلی ارائه نکرده است. با توجه به محتویات پرونده و ملاحظه متن فروشنامه تنظیمی مورخه ۹۶/۴/۲۰ که مصون از تعرض باقی مانده است انتقال مالکیت ملک موضوع خواسته از خوانده به خواهان محرز می باشد و با توجه به پاسخ استعلام ثبتی که پلاک ثبتی فوق به نام خوانده می باشد لذا دادگاه دعوی خواهان را وارد تشخیص داده و به استناد مواد ۱۰، ۲۱۹، ۲۲۰، ۲۲۲، ۲۲۳ و ۲۲۵ قانون مدنی و مواد ۱۹۸ و ۵۱۹ قانون آیین دادرسی مدنی حکم به الزام خوانده به حضور در یکی از دفاتر اسناد رسمی و انتقال پلاک ثبتی ۳۷۵۷ فرعی از ۳۹ اصلی به مساحت ۶۰۰۰ متر مربع واقع در مزرعه مشهد خیل رستمکلا به نام خواهان و محکومیت خوانده به پرداخت خسارات دادرسی در حق خواهان صادر و اعلام می گردد. رای صادره غیابی است و ظرف مدت ۲۰ روز قابل واخواهی در این دادگاه و سپس ظرف مدت ۲۰ روز قابل تجدیدنظرخواهی در محاکم محترم تجدیدنظر استان مازندران می باشد

م الف ۹۷/۲۰/۷۰۶۸ رئیس شعبه سوم دادگاه حقوقی بهشهر - سید رحیم میری اطربی
۳۶۷

رای هیئت (نوبت دوم)

برابر رای شماره ۱۳۹۸۶۰۳۰۱۰۵۷۰۰۰۶۴۳ -۹۸/۲/۵ صادره از هیات رسیدگی به اسناد عادی موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی املاک و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۹۰/۹/۲۰ تصرفات پری خزایی فرزند غلامعلی بصورت ۶دانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی در آن به مساحت ۱۰۲ متر مربع قسمتی از قطعه ۳۱ تفکیکی بشماره ۹۱۵۳ – ۵۲/۱۱/۳۰ پلاک ۱۹۱ فرعی از ۶۶ اصلی واقع در شهرستان شهریار محرز گردیده و برابر محتویات پرونده ثبتی ۶دانگ یک قطعه زمین به شماره ۱۹۱ فرعی از ۶۶ اصلی مفروز و مجزی شده از اصلی مذکور قطعه ۳۱ تفکیکی واقع در قریه حصارک زیرک شهریار ذیل ثبت ۱۳۷۲۵ صفحه ۵۰۳ دفتر ۹۹ بنام بانو عزیزه افراسیابیان ثبت و صادر و تسلیم شده است سپس تمامی مورد ثبت برابر صورتجلسه تفکیکی شماره ۹۱۵۳ – ۵۲/۱۱/۳۰ به ۳۵ قطعه تفکیک که طبق خروجی دفتر املاک نسبت به قطعه ۳۱ تفکیکی بمساحت ۱۱۲۰ متر مربع سند مالکیت مفروزی صادر نگردیده است اما در اجرای ماده ۱۴۷ اصلاحی ق ث مساحت های ۸۵ متر مربع و ۱۹۹/۰۸ متر مربع به غیر انتقال یافته است مورد تقاضا از مالکیت عزیزه افراسیابیان می باشد لذا هیات مقرر نموده با اعمال ماده ۳ قانون مذکور و نیز ماده۱۳ آیین نامه اجرایی آن مصوب ۹۱/۴/۲۵ نسبت به صدور سند مالکیت بنام متصرف فوق الذکر اقدام شود و بدینوسیله مفاد رای صادره به مالک و نیز اشخاص ذینفع جهت اطلاع آگهی تا چنانچه به مفاد رای صادره اعتراض دارند اعتراض خود را ظرف مدت ۲ ماه از تاریخ انتشار اولین آگهی به اداره ثبت اسناد و املاک شهریار تسلیم و رسید آن را دریافت دارند بدیهی است در صورت عدم اعتراض ظرف مهلت مقرر این اداره نسبت به صدور سند مالکیت برابر مقررات اقدام خواهد نمود ضمنا صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نخواهد بود.

سید مرتضی موسوی – رئیس اداره ثبت اسناد و املاک شهریار (۵۵۹۶)

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

| چهارشنبه | اول خرداد ۱۳۹۸ | شماره ۱۳۱۷ | صفحه ۸ |

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

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

دفتر مرکزی: ۸۶۰۷۳۱۴۳ - ۸۶۰۷۳۳۸۱
فکس تحریریه: ۸۸۸۲۷۱۱۲

WWW.FORSATONLINE.COM
INFO@FORSATONLINE.COM

ایستگاه تبلیغات

برترین آژانس‌های تبلیغاتی در شبکه‌های اجتماعی کدامند؟(۴)

۲۱ آژانس تبلیغاتی برتر در اینستاگرام

به قلم: کارلا کوک مسئول تیم وبلاگ موسسه HubSpot
ترجمه: علی آل‌علی

در مطالب پیشین به ۱۳ آژانس تبلیغاتی برتر در اینستاگرام اشاره کردیم و حال به ادامه آنها می‌پردازیم.

۱۴. سالتِد استون

شـاید در نگاه نخَست میزان شـهرت و فالوورهای آژانس تبلیغاتی سالتد اسـتون در مقایسه با سایر نمونه‌های فهرسـتی کنونی بسیار اندک (۴۱۰۰ فالـوور) به نظر برسـد، با این حـال کیفیت محتوای آنها بـه خوبی گویای وضعیت رو به رشدشـان اسـت. این آژانس فعالیتش را در کالیفرنیا شـروع کرد. همچنین همکاری بسیار نزدیکی هم با موسسه HubSpot دارد. آنها از اینسـتاگرام برای دسـتیابی به اهدافی خاص اسـتفاده می‌کنند. به مانند تمام آژانس‌های این فهرسـت نمایش پشت صحنه کسب‌وکار بخش مهمی از فرآیند تولید محتوای آنها را شـکل می‌دهد. همچنین سـالتد اسـتون به پوشش مراسم‌های مهم در زمینه بازاریابی و تبلیغات در کنار اجرای آنلاین مراسم‌های خلاقانه و نوآورانه علاقه دارد. این امر از آنها برندی نسبتا معتبر در سطح کسب‌وکارهای کوچک و امیدوار به آینده ساخته است.

۱۵. رسانه تاک شاپ

شـک نکنید، چشم‌های شـما در حال فریب‌تان نیست. یکی مراسم‌های مطرح رسـانه تاک شاپ با حضور پرنس ویلیام و دوشس کمبریج اجرا شده است. بسـیاری از آژانس‌های تبلیغاتی در اینستاگرام مشغول نمایش پشت صحنه کسب‌وکارشان هستند. بدون تردید این ایده جذابیت‌های خاص خود رادارد، با این حال اجرای آن از سـوی اغلـب برندها از جذابیت و هیجانش نزد مخاطب کاسته است. به همین دلیل رسانه تاک شاپ کمتر بر روی این موضوع تمرکز دارد. به جای آن پرداختن تخصصی به تبلیغات، مراسـم‌های مهـم و تکنیک‌های تولیـد محتوای باکیفیت در دسـتور کار آنها قرار دارد. فالو صفحه اصلی آنها در اینسـتاگرام درسـت به مانند دسترسـی به آرشیو وسـیعی از همایش‌های مهم بازاریابی و تبلیغاتی اسـت. به همین دلیل هر فرد علاقه‌مند به بازاریابی و تبلیغات باید صفحه آنها را فالو داشته باشد.

۱۶. گودبای سیلورستین و شرکا

مـارگارت جانسـون، رئیس بخـش ایده‌هـای خلاقانه آژانـس گودبای سیلورسـتین و شـرکا، به تازگی افتخار حضور در فهرسـت ۳۰ فرد خلاق حوزه تبلیغات از سـوی موسسـه بیزینس اینسـایدر را داشته است. صفحه اصلی اینستاگرام برند جانسـون و همکارانش فرصت مشاهده نحوه فعالیت روزانـه یکی از خلاق‌ترین آژانس‌های دنیا را بـه کاربران می‌دهد. همچنین در زمینـه ایده‌پردازی نیز کاربران فرصت مشـارکت با موسسـه را خواهند داشـت. نکته جالب اجرای ایده‌های برتر از سـوی گودبای سیلورسـتین و شرکاست. به این ترتیب انگیزه کاربران برای مشارکت در صفحه اینستاگرام آنها افزایش خواهد یافت.

۱۷. آژانس تبلیغاتی RPA

آژانس تبلیغاتی RPA به مانند همه آژانس‌های دیگر از اینستاگرام برای نمایش پشـت صحنه کسـب‌وکارش اسـتفاده می‌کند. همچنین آنها علاقه زیـادی به جلب مشـارکت و همکاری کاربـران معمولی (نـه بازاریاب‌های حرفـه‌ای) برای ایده‌پـردازی دارند. به این ترتیب صفحه اینسـتاگرامی آنها شـامل پست‌های بسـیاری در زمینه نظرخواهی از کاربران است. آنها اخیرا ایـده جالبی در زمینه انتشـار تصاویری از محیط دفتر کارشـان را اجرایی کرده‌اند. به این ترتیب دسترسـی مخاطب‌ها به پشـت صحنه کسـب‌وکار آژانس RPA بیش از هر زمان دیگری شـده است. این امر به آژانس فرصت اسـتفاده از ایده‌هـای کاربـران در زمینه طراحی دکـور داخلی و همچنین تاثیرگذاری بر روی آنها را می‌دهد.

۱۸. کول+مک وُی

وقتـی صحبت از طراحـی تبلیغات به میان می‌آید، چشم‌پوشـی از برند کول+مک وُی بسـیار دشـوار خواهـد بود. آنهـا کار خود را بـه تازگی در سـطح بین‌المللی شـروع کرده‌اند. با این حال تجربه طولانی فعالیت محلی بـه خوبـی آنها را با شـرایط بازارهای جهانی هماهنگ کرده اسـت. به این ترتیـب کول+مک وُی روز به روز فرهنگ خاص خـود در زمینه بازاریابی و تبلیغات را بیشتر در بعد جهانی توسعه می‌دهد. نگاهی به محبوبیت صفحه اینسـتاگرامی آنها به خوبی گواه موفقیت‌شـان در زمینه جلب نظر کاربران جهانی است.

۱۹. hzdg

آژانـس تبلیغاتی hzdg بـه طور عمده در زمینـه طراحی‌های دیجیتال فعالیـت دارد. به همین دلیـل اغلب در قالب همکاری با سـایر آژانس‌های تبلیغاتـی اقدام به تولید آگهی‌های مختلـف می‌کند. این امر به آنها فرصت همکاری و مشارکت با برندهای بسیار بزرگی را داده است. به این ترتیب نام آنها با برخی از آژانس‌های بزرگ دنیای بازاریابی در پیوند است. مزیت چنین امری یادآوری نام آنها هنگام صحبت از همکاران‌شـان است. تورهای آنلاین ایـن برند به طور معمـول کاربران را به اعماق ایده‌هـای خلاقانه کارمندان hzdg پیرامـون طراحی آگهی می‌برد. با توجه به اینکه زمینه اصلی فعالیت آنهـا تبلیغات دیجیتال اسـت، تمام محتوای صفحه اینستاگرام‌شـان نیز به صورت دیجیتال طراحی شـده اسـت. وقتی صفحه نخست اینستاگرام این برند را مورد بررسی قرار می‌دهیم، نوع نگاه‌مان به حوزه بازاریابی و تبلیغات تغییـر خواهد کرد. دلیل آن تمرکز کامل hzdg بر روی طرح‌های گرافیکی و کامپیوتری به جای نمونه‌های تبلیغاتی واقع‌گرایانه است.

۲۰. Social Distillery

آژانس Social Distillery با دفتر مرکزی‌اش در ایالت تگزاس بسیاری از نگاه‌ها را به خود در زمینه شخصی‌سازی تبلیغات جلب کرده است. شاید محتـوای تولیدی ایـن آژانس برترین نمونه تبلیغاتـی دنیا از حیث کیفیت نباشـد، با این حال سـطح بالایی از شخصی‌سـازی را فراهم می‌آورد. بدون تردید سـایت تبلیغات جذاب و شخصی‌سازی‌شـده در عصر کنونی اهمیت بالایـی دارد. دلیل اصلی آن هم توجه بیـش از اندازه مخاطب به هماهنگی سـلیقه‌اش با تبلیغات اسـت. به این ترتیب تولید تبلیغات یکسان و تکراری هیچ کمکی به برندها در زمینه بهبود وضعیت بازاریابی و فروش‌شان نخواهد کرد.

وقتی مشتریان هدف برندمان دانشجویان هستند

شیوه‌های بازاریابی با تمرکز بر دانشجویان

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

هیـچ بازاری بـدون مخاطب به حیـات خود ادامه نخواهـد داد. اگر مخاطب هدف کسـب و کار ما دانشجویان دانشگاهی باشند، نیاز اصلی ما تهیه اسـتراتژی کاربردی است. این امر درست مانند نیاز دانشجویان امـروزی به بهترین ابزارهای بررسـی وضعیت تحصیلی اسـت. چنین ابزارهایی دانشـجویان را از وضعیت مناسـب تحصیلی و کسب نمرات دلخواه مطمئن می‌سازد.

هنگام پـردازش و تدوین ایده‌های بازاریابی با هـدف تاثیرگذاری بر روی دانشـجویان باید یک نکته مهم را به یاد داشـت. هدف‌گذاری بر روی نسـل جوان درسـت مانند یک بازی پیچیده اسـت. در این بازی باید حوصله زیادی به خرج داد. نسـل جوان از هیچ‌چیز به اندازه عجله برندها به منظور فروش محصولات‌شـان متنفر نیسـت. در اینجا نظریه «کانون بارد» کاربرد بسـیار زیادی دارد. براساس این نظریه برندها باید به دنبال ایجاد رابطه‌ای احساسی به مشتریان‌شان باشند. به این ترتیب سـطح واکنش افراد افزایش چشـمگیری خواهد یافت. معنای این امر برای برندها فروش بیشـتر محصولات جلب نظر طیف هرچه وسیع‌تری از مشتریان است.

برنـد ما توانایی طراحی جلوه‌ای ایسـتا از خـود را ندارد. در حقیقت هزینه‌های بازنمایی برندمان در قالب مجموعه‌ای خشـک و تغییرناپذیر بسیار بالاست. به علاوه، محصولات ما باید داستان منحصر به فرد خود را نیز داشـته باشند. مردم وقتی با داسـتانی ویژه مواجه شوند، اندکی تامل خواهند کرد. در غیر این صورت از محصول مورد نظر به سـرعت عبـور خواهند کرد. این امر به دلیل سـاختار مغـزی ما روی می‌دهد. انسـان‌ها تمایل بسیار شدیدی به واکنش در قبال داستان‌های جذاب و پیچیده دارند. شـاید خلق داسـتانی جذاب برای بازاریابی بهتر بیش از اندازه دشوار به نظر برسد. بسیاری از برندها چالش زیادی با این قضیه دارند. در این صورت مقاله کنونی برای آنها کاربردی خواهد بود.

چرا باید ایده‌های بازاریابی برای دانشجویان داشته باشیم؟

به عنوان یک بازاریاب، هدف اصلی شما کسب سود به هنگام طراحی کمپین‌ها و ایده‌های تبلیغاتی اسـت. از ایـن رو باید به نکاتی چند در امر بازاریابی برای دانشـجویان دقت داشته باشید. شاید دلیل این حجم از تاکید بر روی دانشـجویان عجیب به نظر برسـد. به هر حال آنها نیز مانند سایر مردم بخشی از دامنه وسیع و متنوع مخاطب هدف هستند. نکته مهم در اینجا دشـواری‌های تعامل با قشـر دانشجو است. یکی از دلایل اصلی دشواری بازاریابی برای دانشجویان حجم وسیع محصولات در دسـترس آنها و بودجه اغلب اندک‌شان اسـت. بسیاری از ما تجربه زندگی دانشجویی را داشته‌ایم. در این مدت اگر کار پاره‌وقتی نیز داشته باشیم، درآمدش فقط کفاف زندگی روزمره را می‌دهد. نکته دیگر، عدم احسـاس وفاداری و دلبستگی عمیق دانشجویان به یک برند است. اگر کیفیت محصول یک برند فقط اندکی بد به نظر برسد، آنها برای همیشه قید تامل پیرامون برند مورد نظر را نیز فراموش خواهند کرد.

شـاید در نگاه نخست دانشجویان قشری دمدمی‌مزاج به نظر برسند، با این حال به محض موفقیت در جلب رضایت آنها ماهیت واقعی‌شـان را متوجه می‌شـویم. میزان وفاداری دانشـجویان به عنـوان خریدار به برندهای مورد اعتمادشـان بسیار زیاد اسـت، بنابراین هدف اصلی یک برند جلب اعتماد مخاطب دانشـجوی خود خواهد بود. به منظور کمک به برندها و بازاریاب‌ها در زمینه بهبود رابطه‌شـان با دانشـجویان مقاله کنونی به بررسی برخی از توصیه‌های کاربردی خواهد پرداخت.

۱. هدف‌گذاری بر روی والدین

شاید دانشـجویان در مورد فروشگاه‌های مورد علاقه‌شان برای خرید ایده‌های متنوعی داشـته باشـند، با این حال در ۸۰درصد مواقع هزینه خرید را والدین پرداخـت می‌کنند. به این ترتیب نوع خرید آنها تا حد زیادی از سوی والدین شکل می‌پذیرد.

بهتریـن اسـتراتژی بازاریابـی یک برند بـرای جلب نظر مشـتریان دانشـجو باید دارای دو بخش موازی باشد: هدف‌گذاری بر روی والدین و دانشجوها. اگر محصول شما ارزان، جذاب و مرتبط با نیاز دانشجویان است، مخاطب هدف‌تان شخص دانشجویان خواهد بود، با این حال اگر قیمت محصول بالاتر از حد معمول باشـد (امـا همچنان مرتبط با نیاز دانشـجوها)، به احتمال زیاد از سوی دانشجویان نادیده گرفته می‌شود. در چنین زمانی هدف اصلی ما باید جلب نظر والدین باشـد. اگر والدین در مورد ارزش محصول مورد نظر اقناع شـوند، پول بیشتری در اختیار فرزندان‌شـان به منظور خرید آن قرار خواهند داد. به عنوان مثال، اگر استفاده از سیستم‌های آنلاین برنامه‌ریزی تحصیلی دیگر رایگان نباشد، شـاید بسـیاری از دانشجویان دیگر از آنها اسـتفاده نکنند، با این حال والدین آنها حاضر به پرداخت هزینه اشـتراک یا خرید برای بهره‌مندی فرزندان‌شان خواهند بود.

۲. ترندها و گروه همسالان

ترندهای محبوب قشـر دانشـجو کدام اسـت؟ جدیدترین مد مورد توجـه آنها چه ویژگی‌هایـی دارد؟ بازاریابی برای دانشـجویان نیازمند پاسـخگویی به پرسـش‌هایی از این دست اسـت. در حقیقت توجه به ایده‌های مورد علاقه، ترندها و مدهای مطرح در میان دانشجویان برای تدوین اسـتراتژی بازاریابی موفق الزامی خواهد بود. همچنین برخی از برندها از یک یا دو دانشجو نیز به عنوان عضو تیم بازاریابی‌شان استفاده می‌کننـد. این امر به برندها فرصت بهتری در زمینه نزدیکی به دیدگاه دانشجویان می‌دهد.

اسـتراتژی بازاریابی ما باید حول محور ترندهای مشهور و مورد علاقه دانشـجویان بنا شـود. همچنین روند تبلیغاتی آن نیـز باید مبتنی بر پلتفرم‌های مورد توجه آنها باشـد. به عنوان مثال، اکنون دانشـجویان بیشـتر از کانال‌هـای معمولی تلویزیونـی به سـوی کانال‌های آنلاین گرایش دارند. نکته مهم در این میان نتیجه موفقیت در زمینه بازاریابی برای دانشجویان اسـت. نتیجه این امر تبدیل دانشجویان به سفیرهای برندمان اسـت. بـه این ترتیب در درازمدت هزینه‌هـای تبلیغاتی ما به شدت کاهش خواهد یافت.

۳.اهمیت المان‌های رایگان

همه افـراد از چیزهـای رایگان خوش‌شـان می‌آید. اعطـای هدیه، کاهش سـطح قیمت‌ها و توسـعه محصولات در کانال‌های اجتماعی به عنوان بهترین راهکارهای بازاریابی در عصر کنونی شـناخته می‌شـود. خوشـبختانه چنیـن تکنیک‌هایی بر روی دانشـجویان نیـز تاثیر قابل

توجهـی دارد. یکی از بهترین زمان‌ها برای اجرای کمپین‌های بازاریابی مبتنـی بر اهدای هدیه روزهای آغاز سـال تحصیلی اسـت. در چنین زمان‌هایـی دانشـجویان نیاز بالایی بـه خرید دارند. به هر حال سـال تحصیلی جدید الزام‌هایی در زمینه استفاده از لوازم مختلف را به همراه دارد. حضور در محیط خوابگاه‌ها به هنگام سـال تحصیلی تازه حس و حـال جالبی دارد. در این زمان همه دانشـجویان در تکاپو برای یافتن محصولات مورد نیازشان و خرید آنها هستند.

برند ما به سـادگی امکان یافتن محصولات مورد نیاز دانشـجویان را دارد. هدف اصلی من در این بخش اقناع برندها به منظور اهدای رایگان محصولات‌شـان نیسـت. بلکه باید بر روی تهیه محصولات ارزان مورد نیاز مشتریان و اعطای‌شـان در قالب هدیه تمرکز کنیم. به این ترتیب نـام برند ما تا مدت‌ها در ذهـن مخاطب خواهد ماند. نکته جالب اینکه شانس برندهای فعال در زمینه اهدای هدیه به مخاطب هدف در فروش بیشتر محصولات بیشتر از سـایر رقباست. همچنین اگر مخاطب مورد نظر ما به صورت مستقیم اقدام به خرید نکند، دست‌کم محصولات ما را به دوستانش معرفی می‌کند. این امر به تنهایی مزیت‌های قابل توجهی برای برند ما به ارمغان خواهد آورد.

۴.ضرورت حفظ صداقت

بـه عنوان یک بازاریـاب متمرکز بر روی طیف دانشـجویان بهترین اسـتراتژی و شیوه بازاریابی‌مان باید همراه با صداقت و راستگویی باشد. در زمینه معرفی محصولات و شـرایط تولیدشان کاملا مستقیم و بدون تعارف صحبت کنید. دانشـجویان وقتی نسـبت به یک محصول اطلاع کامل داشته باشند، علاقه بیشتری به خرید نشان خواهند داد. همچنین میزان وفاداری آنها به برند موردنظر نیز افزایش چشمگیری می‌یابد. این امر تا حد زیادی در مورد سـایر مخاطب‌های هدف نیز صادق است. به این ترتیب پایبندی به صداقت و روراسـتی با مشتریان بهترین سرمایه یک برند خواهد بود. وقتی یک برند با عنوان صادق و راسـتگو شـهرت یابد، تقریبا از هرگونه تبلیغات اضافی بی‌نیاز می‌شـود. چراکه شـهرت مطلوب آنها در زمینه راستگویی و صداقت به طور خودکار نظر مخاطب را جلب خواهد کرد.

جمع‌بندی

بازاریابی برای دانشـجویان فرآیند بسـیار دشوار و پیچیده‌ای نیست. اگرچه انجام نامناسـب آن مشکلات زنجیره‌ای را به همراه می‌آورد. رمز موفقیت یک برند در زمینه جلب نظر دانشـجویان استفاده از استراتژی بازاریابی منسجم و تاثیرگذار است. هدف اصلی من در شرح توصیه‌های فـوق نیز همین امر بود. بدون تردید با اسـتفاده از این توصیه‌ها امکان دستیابی به موفقیت در جذب دانشجویان فراهم خواهد شد.

منبع: noobpreneur

وزارت نیرو
شرکت برق منطقه ای زنجان

آگهی فراخوان مناقصه عمومی یک مرحله ای شماره ۹۸/۳۰۰/۰۸

نوبت اول

شـرکت بـرق منطقـه ای زنجان در نظـر دارد مناقصـه مشـروحه ذیـل را از طریق سـامانه تـدارکات الکترونیکی دولـت (سـتاد) برگـزار نمایـد. لـذا کلیـه مراحـل برگـزاری مناقصـه از دریافـت اسـناد مناقصـه و تحویـل اسـناد پیشـنهادات قیمـت و سـایر مراحـل مناقصـه از طریق درگاه سـامانه تـدارکات الکترونیکی دولت (سـتاد) بـه آدرس www.setadiran.ir انجـام خواهـد شـد. لازم اسـت مناقصـه گـران در صـورت عـدم عضویت قبلـی ، مراحل ثبـت نـام در سـایت مذکـور و دریافـت گواهـی امضـای الکترونیکـی را جهـت شـرکت در مناقصـه محقـق سـازند. تاریـخ انتشـار آگهـی در سـامانه مـورخ ۱۳۹۸/۰۳/۰۴ می باشـد.

ردیف	شماره مناقصه (مرجع)	شماره فراخوان در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت	موضوع مناقصه	تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار	زمان بارگذاری پیشنهادات قیمت در سامانه	زمان بازگشایی	صلاحیت مورد نیاز
۱	۹۸/۳۰۰/۰۸	۲۰۹۸۰۰۱۳۱۳۰۰۰۰۰۴	واگذاری خدمات عمومی پستهای فوق توزیع و انتقال و انبارهای حوزه عملیاتی شرکت واقع در استان های زنجان و قزوین	۹۹۶/۶۰۰/۰۰۰ریال	تا ساعت ۱۹ یکشنبه مورخ ۱۳۹۸/۳/۱۹	۱۰ صبح دوشنبه مورخ ۹۸/۰۳/۲۰	۱-ارائـه گواهـی صلاحیـت در رشـته خدمـات عمومـی (باغبانـی و نظافتـی) اخـذ شـده از سـازمان تعـاون کار و رفاه اجتماعـی الزامـی اسـت. ۲- ارائـه دو فقـره قـرارداد کار مشـابه بـه همـراه رضایـت نامـه هـای مربوطه از سـازمانها و شـرکت هایی که قبـلا با آنها قـرارداد داشـته اسـت (۵ سـال اخیر)

۱-زمـان ، مهلـت ، مبلـغ و محـل دریافـت اسـناد مناقصـه : متقاضیـان مـی تواننـد از تاریـخ ۱۳۹۸/۰۳/۰۴لغایـت ۱۳۹۸/۰۳/۰۸ به سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir مراجعه و با پرداخت مبلـغ ۱/۵۰۰/۰۰۰ ریـال از طریـق درگاه ـ پرداخـت اینترنتی به حسـاب سـیبای شـماره ۴۰۰۱۱۰۷۱۰۴۰۱۹۵۲۰ نـزد بانـک مرکـزی جمهوری اسـلامی ایران بنـام تمرکز وجوه در آمد شـرکت بـرق منطقه ای زنجـان جهت خرید اسـناد مناقصه فوق اقـدام فرمایند.

۲- مدت اعتبار پیشنهاد قیمت از زمان افتتاح پاکات ۶ ماه می باشد .

۳- زمـان و محـل تحویـل تضمین شـرکت در فرآینـد ارجاع کار : پیشـنهاد دهندگان می بایسـت ضمـن بارگذاری تصویـر کلیـه مـدارک (الـف- ب- ج) در سـامانه تدارکات الکترونیکی دولت (سـتاد) نسـبت بـه ارایه اصل تضمین شـرکت در فرآیند ارجاع کار قبل از شـروع جلسـه کمیسـیون مناقصه اقدام نمایند .

-اطلاعـات تمـاس دسـتگاه مناقصه گزار : شـرکت بـرق منطقه ای زنجان (بخـش بازرگانی – ایمانـی و یار محمدی ۳۳۸-۳۳۱۴۵۳۹۴-۰۲۴) و (بخـش فنی پیمان جعفـری ۳۳۱۴۵۱۱۷-۰۲۴)

دفتر پشتیبانی و راهبری سامانه :۴۱۹۳۴-۲۱

دفتـر ثبـت نـام اسـتان تهـران :۸۸۹۶۹۷۳۷-۰۲۱ و ۸۵۱۹۳۷۶۸-۰۲۱ و دفتـر پیشـخوان دولـت (طبـق اعلامـی سـامانه جهت سـایر اسـتان ها)

دفتر ثبت نام استان زنجان : ۳۳۱۴۴۴۸۳-۰۲۴ و تلفن همراه به شماره ۰۹۳۰۲۱۶۳۶۰۲ جناب آقای صفری

اطلاعـات تمـاس ثبـت نام سـایر اسـتانها، در سـایت سـامانه (www.setadiran.ir) بخش پروفایـل ثبت نام / پروفایـل تامیـن کننـده / مناقصـه گـر " موجود اسـت. ضمنـا اطلاعات فوق در شـبکه اطلاع رسـانی در سـایت های ذیـل موجود می باشـد.

سامانه تدارکات الکترونیکی دولت www.setadiran.ir
پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات http://iets.mporg.ir
پایگاه اطلاع رسانی مناقصات شرکت توانیر http://tender.tavanir.org.ir
پایگاه اطلاع رسانی شرکت برق منطقه ای زنجان www.zrec.co.ir

روابط عمومی شرکت برق منطقه ای زنجان

۳۸۴

تاریخ انتشار نوبت اول : ۹۸/۳/۱ تاریخ انتشار نوبت دوم : ۹۸/۳/۴