روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

شنبه ۲۳ آذر ۱۳۹۸

Sat. 14 Dec 2019

۱۷ ربیع‌الثانی ۱۴۴۱ - سال ششم

شماره ۱۴۵۰ - ۱۶صفحه - ۵۰۰۰۰ریال

www.forsatnet.ir

از رشد ۵درصدی بورس تا افزایش ۲۰۰ تومانی دلار و کاهش ۱۲۰ هزار تومانی سکه

آنچه بر بازارهای مالی در هفته سوم آذرماه گذشت

فرصت امروز: در سومین هفته از آذرماه، بورس تهران ۵درصد رشد کرد، سکه امامی ۱۲۰ هزار...

۵

یادداشت

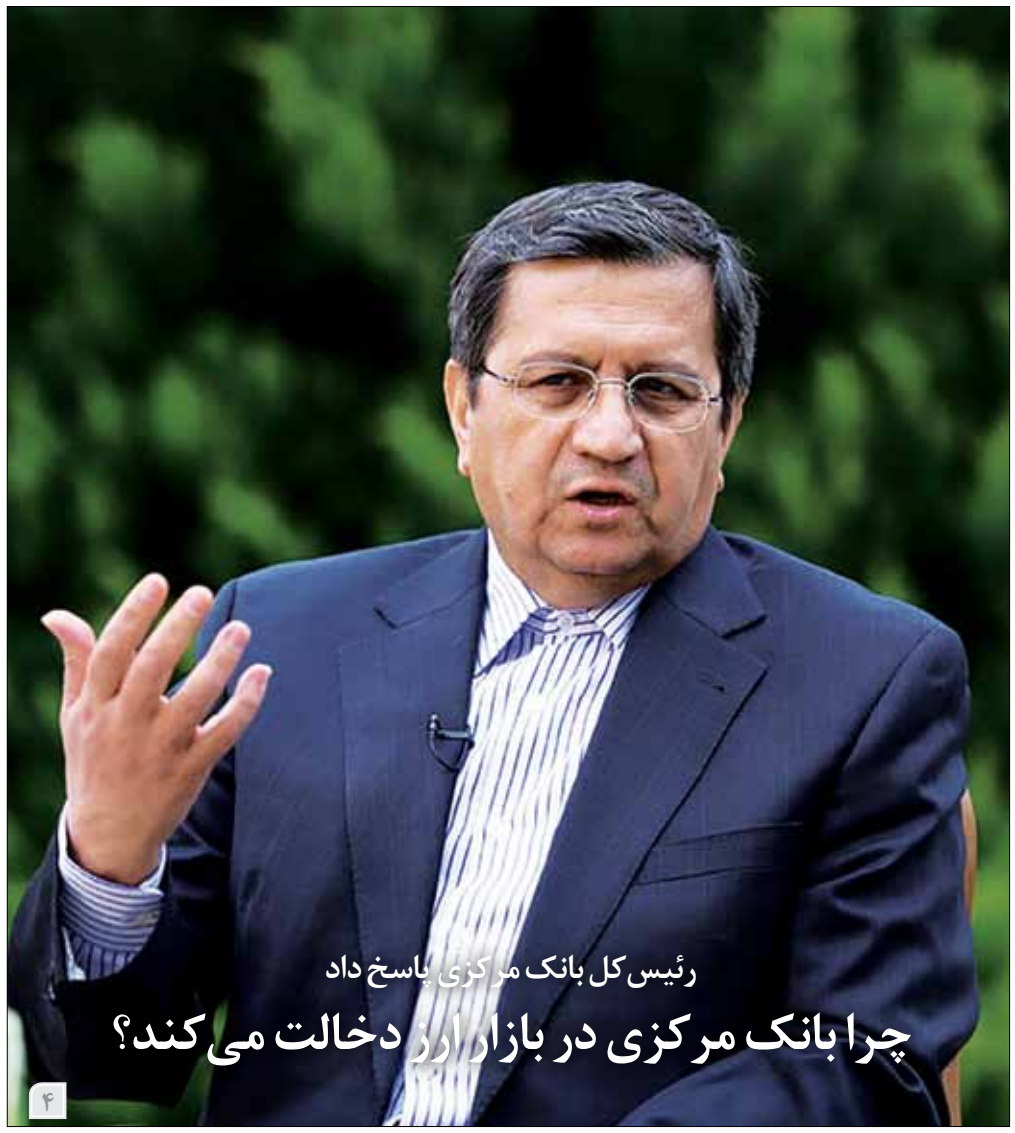
۴ مسیر نجات اقتصاد ایران

مجید سلیمی‌بروجنی
تحلیلگر اقتصادی

اقتصاد ایران روزگار سخت و پرتنشی را می‌گذراند. ایرانیان در طول چهار دهه گذشته، تجارب مختلفی از تحریم‌ها و زندگی در شرایط دشوار را از نزدیک دیده و لمس کرده‌اند، ولیکن به اذعان مردم و مسئولان در یک سال و نیم گذشته، اوضاع و احوال اقتصادی خانوارهای ایرانی به شکل غیرقابل تصوری در شرایط بغرنج و سختی بوده است و تورم سنگین و کمرشکن، بیکاری، رشد اقتصادی پایین و رکود در صنعت و تولید، تنها گوشه‌هایی از اقتصاد بیمار ایران هستند

اقتصاد ایران همین چند سال پیش، رویای شاگرد اول شدن در منطقه خاورمیانه در افق ۱۴۰۴ را در سر داشته است. اقتصاد نفتی کشورمان همیشه به کمک درآمدهای نفتی‌اش توانسته خود را سرپا نگه دارد و هرگاه که قیمت‌های جهانی نفت سقوط می‌کرد، تمامی برنامه‌های توسعه‌ای و عمرانی ایران متوقف و یا دچار اختلال می‌شده و این موضوع کاملا در تضاد با هدف‌های ایده‌آل اقتصادی است که همواره تولد صنعت و تولید داخلی و خودکفایی را به عنوان یکی از شعارهایش عنوان می‌کرده است. نگاهی...

۲



رئیس کل بانک مرکزی پاسخ داد

چرا بانک مرکزی در بازار ارز دخالت می کند؟

۴

وقتی دولت به صورت غیرمستقیم از بانک مرکزی استقراض می‌کند

۴ طلبکار بزرگ دولت

فرصت امروز: دولت بزرگ‌ترین بدهکار در اقتصاد ایران است و بدهی دولت به بخش‌های اقتصادی، بانک‌ها، بانک مرکزی و سازمان تامین اجتماعی به رقم بسیار بزرگی رسیده است. در این روزها که لایحه بودجه سال ۹۹ توسط دولت به مجلس ارائه شده و فرآیند تصویب آن در بهارستان کلید خورده است، می‌توان ردپای فشار تحریم‌ها به بودجه و افزایش بدهی‌های دولت را مشاهده کرد.

بررسی آمارهای بدهی دولت نشان می‌دهد که دولت به طیف وسیعی از شخصیت‌های حقیقی و حقوقی خصوصی، دولتی و عمومی غیردولتی، بدهکار است. از مهم‌ترین طلبکاران دولت می‌توان به سازمان تأمین اجتماعی، بانک مرکزی، بانک‌های دولتی و خصوصی‌سازی‌شده، دارندگان اوراق بهادار دولتی و پیمانکاران بخش خصوصی اشاره کرد. نکته مهم اما پس از مشخص شدن ماهیت طلبکاران از دولت، شناسایی مجاری ایجاد این بدهی‌هاست. این موضوع از این نظر اهمیت دارد که در صورت عدم شناخت مسیرهای ایجاد بدهی برای دولت نمی‌توان تمهیدات لازم برای جلوگیری از افزایش روزافزون آن را فراهم کرد. سوال این است که چرا دولت در اقتصاد ایران مدام بدهی بالا می‌آورد؟ در همین زمینه، نهاد پژوهشی مجلس در گزارشی به...

۲

از برداشت‌های بی‌رویه از صندوق توسعه ملی تا انتشار ۸۰ هزار میلیارد تومان اوراق مالی

مسیرهای آینده‌فروشی در بودجه ۹۹

۳

مدیریت و کسب‌وکار

- چگونه موفق باشیم
- برندگان و بازندگان جمعه سیاه ۲۰۱۹
- جایگاه فرهنگ سازمانی در کسب و کار برندهای بزرگ
- ۵ تغییر مهم در گوگل ادوردز
- چگونه مشتریان سختگیر را راضی نگه داریم؟
- بازاریابی ویدئویی با هدف جلب اعتماد مشتریان

۸ تا ۱۶

دفتر کار تازه آمازون در منهتن

کدام برندهای موبایل بازار آمریکا را تسخیر کرده‌اند؟

کاربران گوشی گران نمی‌خرند!

از آنجایی که بازار ایالات متحده آمریکا برای تولیدکنندگان موبایل در جهان از اهمیت خاصی برخوردار است، به تازگی گزارشی از سهم برندهای برتر گوشی‌های هوشمند در این کشور منتشر شده است.

به گزارش ایسنا، تولیدکنندگان گوشی‌های هوشمند در سراسر جهان از جمله اپل، سامسونگ، هوآوی، گوگل، شیائومی، لنوو، نوکیا و . . . همگی همواره در تلاشند تا با ارائه و عرضه گوشی‌های جدید با قابلیت‌های جذاب و منحصر به فرد نظر و اعتماد مشتریان را در کشورهای مختلف جلب کرده و بدین ترتیب سهم بیشتری را در بازارهای مهم جهان به دست بیاورند.

بازار ایالات متحده آمریکا همواره یکی از مهم‌ترین و بزرگترین بازارهای فروش محصولات مختلف علی‌الخصوص موبایل و خودرو به شمار می‌رود که همیشه مورد توجه شرکت‌های تکنولوژی و تولیدکنندگان موبایل قرار گرفته است.

براساس تازه‌ترین گزارش منتشرشده در وب‌سایت counterpointresearch، کارشناسان و تحلیلگران فعال در موسسه تحقیقاتی کانترپوینت دریافته و اعلام کرده‌اند که سهم فروش گوشی‌های اپل در بازار ایالات متحده آمریکا بسیار بیشتر از سایر برندهای موبایل فعال در این کشور گزارش و اعلام شده است. همچنین بعد از اپل، سامسونگ توانسته است به عنوان دومین برند برتر و محبوب موبایل جایگاه خود را در این بازار به تثبیت برساند.

در مجموع بازار فروش گوشی‌های هوشمند در ایالات متحده آمریکا با کاهشی ۲درصدی در مقیاس سالانه مواجه شده است و این روند نزولی استقبال کاربران بیشتر برای گوشی‌های پرچمدار و بالارده مشهود است. بررسی‌ها در بازه زمانی سه ماهه سوم سال ۲۰۱۸ تا سه ماهه سوم سال ۲۰۱۹ میلادی نشان می‌دهد سهم برندهای برتر موبایل ازجمله شرکت‌های اپل، سامسونگ، ال جی، لنوو به ترتیب جایگاه‌های ثابتی را برای خود در این بازار به ثبت رسانده‌اند.

اپل که در سومین فصل از سال گذشته سهمی معادل ۳۹درصد از بازار ایالات متحده را به خود اختصاص داده بود، در مدت مشابه سال جاری میلادی موفق شد این رقم را به ۴۲درصد افزایش دهد. اپل به لطف معرفی و عرضه گوشی‌های سری آیفون ۱۱ موفق شد نظر و توجه خیل عظیمی از مشتریان و کاربران را به سمت و سوی خود جلب کند. اما شرکت کره‌ای سامسونگ برخلاف رقیب آمریکایی خود، نتوانسته در این مدت سهم خود را در بازار آمریکا افزایش دهد و همچنان همان ۲۵درصدی که در سه ماهه سوم ۲۰۱۸ داشت، را باری دیگر در مدت مشابه سال ۲۰۱۹ نیز تصاحب کرده است. البته این شرکت در نخستین فصل از سال جاری با پرش به ۲۸درصد، یک رشد و افزایش ۳درصدی را برای خود به ثبت رسانده است ولی باری دیگر به ۲۵درصد تنزل پیدا کرده است. برخلاف بسیاری دیگر از بازارهای جهان، ال جی موفق شده است جایگاه مناسبی را برای خود دست و پا کند و در رتبه سوم بعد از غول‌های تکنولوژی اپل و سامسونگ قرار بگیرد. هرچند که این شرکت کره‌ای نیز در افزایش سهم خود در طول این یک سال موفق نبوده است چراکه سهم آن در سه ماهه سوم سال قبل ۱۷درصد بوده این در حالی است که سهم آن در مدت مشابه سال جاری میلادی به ۱۲درصد تقلیل یافته است. جایگاه چهارم نیز به لنوو که شامل گوشی‌های برند موتورولا نیز می‌شود، اختصاص یافته است که سهمی ثابت و ۸درصدی را از آن خود کرده است.

جایگاه پنجم نیز شامل گوشی‌های برندهای دیگر که سهمی بسیار کمتر از موارد ذکرشده داشتند، می‌شود که از جمله مهم‌ترین آنها گوشی‌های پیکسل توسعه داده شده توسط شرکت آمریکایی گوگل هستند.

در این میان گوشی‌های پیکسل ۳a و ۳a XL موفق شدند با رشدی ۱۳۹درصدی گوی رقابت را از پیکسل ۳ بربایند و از آن در میزان فروش و استقبال کاربران سبقت بگیرند.

همچنین نکته قابل توجه دیگری که در این جداول و آمارها به چشم می‌خورد، عدم حضور شرکت‌های چینی همچون هوآوی و شیائومی است که در بازارهای جهانی به ترتیب مقام‌های دوم و چهارم برترین و محبوب‌ترین گوشی‌های هوشمند را به خود اختصاص داده‌اند ولی تحت فشارهای سیاسی و تجاری و اتهامات جاسوسی دولت آمریکا علیه آنها، از اوایل سال ۲۰۱۸ میلادی به بعد دیگر در بازار ایالات متحده حضور و به تبع آن سهمی ندارند.

همچنین بسیاری از تحلیلگران فعال در حوزه فناوری برآورد کرده و اعلام نموده‌اند که تنها ۱۰درصد از کاربران حاضرند گوشی‌های گران‌تر از هزار دلار خریداری کنند. با اینکه اخیرا گوشی‌های هوشمند مجهز به قابلیت پشتیبانی از شبکه ۵G از محبوبیت و استقبال بی‌نظیری برخوردار شده‌اند، بسیاری از کارشناسان و تحلیلگران برآورد کرده‌اند که کاربران به احتمال زیاد به علت قیمت گران و بالای این محصولات، علاقه و تمایلی برای خریداری و استفاده از گوشی‌های ۵G نشان نخواهند داد.

براساس گزارش وب سایت techspot، برد آکیوز، یکی از تحلیلگران حاضر در کنفرانس NPD connected intelligence، در این خصوص خاطرنشان کرده است که انتظار می‌رود کاربران تحت تاثیر قیمت محصولات و گوشی‌های مجهز به قابلیت پشتیبانی از شبکه ۵G به فکر تعویض گوشی‌های قبلی خود و خرید دستگاه‌های جدید نیفتند. به عبارت دیگر، پیش‌بینی می‌شود در صورتی که روند قیمتی محصولات مذکور به همین منوال ادامه پیدا کند و گوشی‌های ۵G با قیمت بالای یک هزار دلار روانه بازار شوند، استقبال از آن بسیار کم خواهد بود و تنها ۱۰درصد از کاربران حاضر خواهند بود برای خریداری گوشی‌های بالای هزار دلار پول خرج کنند. از سوی دیگر، بسیاری از کارشناسان فعال در حوزه فناوری برآورد کرده‌اند که تعداد کثیری از کاربران و مشترکان گوشی‌های همراه در جهان باید حداقل تا سال ۲۰۲۵ میلادی برای اتصال به شبکه ۵G منتظر بمانند. با اینکه دولت‌های مختلف جهان با همکاری شرکت‌های مخابراتی بزرگی همچون هوآوی، نوکیا، ورایزن، تی موبایل، اریکسون و . . . در تلاشند تا در سال آینده میلادی امکان اتصال به اینترنت همراه را فراهم کنند اما به نظر می‌رسد که طبق برآوردهای صورت‌گرفته از سوی کارشناسان و تحلیلگران فعال در حوزه فناوری این امکان حداقل تا سال ۲۰۲۵ میلادی برای کاربران و مشترکان فراهم نخواهد شد.

چراکه طبق آمار و گزارش‌های منتشرشده از توسعه شبکه نسل پنجم اینترنت همراه در نقاط مختلف جهان، هنوز بسیاری از کشورها اقدامات لازم برای برقراری و راه‌اندازی شبکه ۵G را انجام نداده‌اند بنابراین به نظر می‌رسد حتی سال ۲۰۲۵ نیز بسیاری از کاربران به خصوص در کشورهای درحال توسعه، هیچ بهره‌ای از اینترنت پرسرعت ۵G نخواهند برد. این در حالی است که پیشتر شرکت سوئدی اریکسون برآورد و اعلام کرده بود که ۴۵درصد از جمعیت جهان قادر خواهند بود تا سال ۲۰۲۴ میلادی به نسل جدید اینترنت همراه و شبکه ۵G دسترسی داشته باشند و از خدمات پرسرعت آن بهره‌مند شوند.

اوایل سال ۲۰۱۲ میلادی بود که اتحادیه بین‌المللی مخابرات (ITU) تحت نظر سازمان ملل برنامه‌ای را برای توسعه تیم ارتباطات بین‌المللی موبایلی (IMT) برای افق ۲۰۲۰ و فرای آن (IMT-۲۰۲۰) آغاز کرد. در نتیجه رسماً یک مسابقه جهانی برای تعیین نسل پنجم شبکه موبایل شروع شد و از آن پس، شاهد رقابت تنگاتنگی میان اپراتورهای اینترنت و تلفن همراه در سراسر جهان هستیم که هر یک به‌دنبال برقراری و راه‌اندازی نسل جدید و پرسرعت اینترنت ۵G در کشورهای مختلفی همچون کره جنوبی، ژاپن، چین، ایالات متحده آمریکا، استرالیا و . . . هستند و از توانایی‌ها و برنامه‌های خود در این زمینه رونمایی می‌کنند.

براساس گزارش وب سایت cnn، کشورهای بسیاری در سراسر جهان از جمله ایالات متحده آمریکا، کانادا، استرالیا، چین، کره جنوبی، ژاپن و بسیاری از کشورهای اروپایی و . . . با همکاری بزرگترین اپراتورهای جهان در حال برقراری نسل پنجم اینترنت همراه ۵G هستند و در این زمینه فعالیت‌های گسترده‌ای را انجام داده‌اند.

کدام برندهای موبایل بازار آمریکا را تسخیر کرده‌اند؟

کاربران گوشی گران نمی‌خرند!

از آنجایی که بازار ایالات متحده آمریکا برای تولیدکنندگان موبایل در جهان از اهمیت خاصی برخوردار است، به تازگی گزارشی از سهم برندهای برتر گوشی‌های هوشمند در این کشور منتشر شده است.

به گزارش ایسنا، تولیدکنندگان گوشی‌های هوشمند در سراسر جهان از جمله اپل، سامسونگ، هوآوی، گوگل، شیائومی، لنوو، نوکیا و . . . همگی همواره در تلاشند تا با ارائه و عرضه گوشی‌های جدید با قابلیت‌های جذاب و منحصر به فرد نظر و اعتماد مشتریان را در کشورهای مختلف جلب کرده و بدین ترتیب سهم بیشتری را در بازارهای مهم جهان به دست بیاورند.

بازار ایالات متحده آمریکا همواره یکی از مهم‌ترین و بزرگترین بازارهای فروش محصولات مختلف علی‌الخصوص موبایل و خودرو به شمار می‌رود که همیشه مورد توجه شرکت‌های تکنولوژی و تولیدکنندگان موبایل قرار گرفته است.

براساس تازه‌ترین گزارش منتشرشده در وب‌سایت counterpointresearch، کارشناسان و تحلیلگران فعال در موسسه تحقیقاتی کانترپوینت دریافته و اعلام کرده‌اند که سهم فروش گوشی‌های اپل در بازار ایالات متحده آمریکا بسیار بیشتر از سایر برندهای موبایل فعال در این کشور گزارش و اعلام شده است. همچنین بعد از اپل، سامسونگ توانسته است به عنوان دومین برند برتر و محبوب موبایل جایگاه خود را در این بازار به تثبیت برساند.

در مجموع بازار فروش گوشی‌های هوشمند در ایالات متحده آمریکا با کاهشی ۲درصدی در مقیاس سالانه مواجه شده است و این روند نزولی استقبال کاربران بیشتر برای گوشی‌های پرچمدار و بالارده مشهود است. بررسی‌ها در بازه زمانی سه ماهه سوم سال ۲۰۱۸ تا سه ماهه سوم سال ۲۰۱۹ میلادی نشان می‌دهد سهم برندهای برتر موبایل ازجمله شرکت‌های اپل، سامسونگ، ال جی، لنوو به ترتیب جایگاه‌های ثابتی را برای خود در این بازار به ثبت رسانده‌اند.

اپل که در سومین فصل از سال گذشته سهمی معادل ۳۹درصد از بازار ایالات متحده را به خود اختصاص داده بود، در مدت مشابه سال جاری میلادی موفق شد این رقم را به ۴۲درصد افزایش دهد. اپل به لطف معرفی و عرضه گوشی‌های سری آیفون ۱۱ موفق شد نظر و توجه خیل عظیمی از مشتریان و کاربران را به سمت و سوی خود جلب کند. اما شرکت کره‌ای سامسونگ برخلاف رقیب آمریکایی خود، نتوانسته در این مدت سهم خود را در بازار آمریکا افزایش دهد و همچنان همان ۲۵درصدی که در سه ماهه سوم ۲۰۱۸ داشت، را باری دیگر در مدت مشابه سال ۲۰۱۹ نیز تصاحب کرده است. البته این شرکت در نخستین فصل از سال جاری با پرش به ۲۸درصد، یک رشد و افزایش ۳درصدی را برای خود به ثبت رسانده است ولی باری دیگر به ۲۵درصد تنزل پیدا کرده است. برخلاف بسیاری دیگر از بازارهای جهان، ال جی موفق شده است جایگاه مناسبی را برای خود دست و پا کند و در رتبه سوم بعد از غول‌های تکنولوژی اپل و سامسونگ قرار بگیرد. هرچند که این شرکت کره‌ای نیز در افزایش سهم خود در طول این یک سال موفق نبوده است چراکه سهم آن در سه ماهه سوم سال قبل ۱۷درصد بوده این در حالی است که سهم آن در مدت مشابه سال جاری میلادی به ۱۲درصد تقلیل یافته است. جایگاه چهارم نیز به لنوو که شامل گوشی‌های برند موتورولا نیز می‌شود، اختصاص یافته است که سهمی ثابت و ۸درصدی را از آن خود کرده است.

جایگاه پنجم نیز شامل گوشی‌های برندهای دیگر که سهمی بسیار کمتر از موارد ذکرشده داشتند، می‌شود که از جمله مهم‌ترین آنها گوشی‌های پیکسل توسعه داده شده توسط شرکت آمریکایی گوگل هستند.

در این میان گوشی‌های پیکسل ۳a و ۳a XL موفق شدند با رشدی ۱۳۹درصدی گوی رقابت را از پیکسل ۳ بربایند و از آن در میزان فروش و استقبال کاربران سبقت بگیرند.

همچنین نکته قابل توجه دیگری که در این جداول و آمارها به چشم می‌خورد، عدم حضور شرکت‌های چینی همچون هوآوی و شیائومی است که در بازارهای جهانی به ترتیب مقام‌های دوم و چهارم برترین و محبوب‌ترین گوشی‌های هوشمند را به خود اختصاص داده‌اند ولی تحت فشارهای سیاسی و تجاری و اتهامات جاسوسی دولت آمریکا علیه آنها، از اوایل سال ۲۰۱۸ میلادی به بعد دیگر در بازار ایالات متحده حضور و به تبع آن سهمی ندارند.

همچنین بسیاری از تحلیلگران فعال در حوزه فناوری برآورد کرده و اعلام نموده‌اند که تنها ۱۰درصد از کاربران حاضرند گوشی‌های گران‌تر از هزار دلار خریداری کنند. با اینکه اخیرا گوشی‌های هوشمند مجهز به قابلیت پشتیبانی از شبکه ۵G از محبوبیت و استقبال بی‌نظیری برخوردار شده‌اند، بسیاری از کارشناسان و تحلیلگران برآورد کرده‌اند که کاربران به احتمال زیاد به علت قیمت گران و بالای این محصولات، علاقه و تمایلی برای خریداری و استفاده از گوشی‌های ۵G نشان نخواهند داد.

براساس گزارش وب سایت techspot، برد آکیوز، یکی از تحلیلگران حاضر در کنفرانس NPD connected intelligence، در این خصوص خاطرنشان کرده است که انتظار می‌رود کاربران تحت تاثیر قیمت محصولات و گوشی‌های مجهز به قابلیت پشتیبانی از شبکه ۵G به فکر تعویض گوشی‌های قبلی خود و خرید دستگاه‌های جدید نیفتند. به عبارت دیگر، پیش‌بینی می‌شود در صورتی که روند قیمتی محصولات مذکور به همین منوال ادامه پیدا کند و گوشی‌های ۵G با قیمت بالای یک هزار دلار روانه بازار شوند، استقبال از آن بسیار کم خواهد بود و تنها ۱۰درصد از کاربران حاضر خواهند بود برای خریداری گوشی‌های بالای هزار دلار پول خرج کنند. از سوی دیگر، بسیاری از کارشناسان فعال در حوزه فناوری برآورد کرده‌اند که تعداد کثیری از کاربران و مشترکان گوشی‌های همراه در جهان باید حداقل تا سال ۲۰۲۵ میلادی برای اتصال به شبکه ۵G منتظر بمانند. با اینکه دولت‌های مختلف جهان با همکاری شرکت‌های مخابراتی بزرگی همچون هوآوی، نوکیا، ورایزن، تی موبایل، اریکسون و . . . در تلاشند تا در سال آینده میلادی امکان اتصال به اینترنت همراه را فراهم کنند اما به نظر می‌رسد که طبق برآوردهای صورت‌گرفته از سوی کارشناسان و تحلیلگران فعال در حوزه فناوری این امکان حداقل تا سال ۲۰۲۵ میلادی برای کاربران و مشترکان فراهم نخواهد شد.

یادداشت

۴ مسیر نجات اقتصاد ایران

مجید سلیمی‌بروجنی
تحلیلگر اقتصادی

اقتصاد ایران روزگار سخت و پرتنشی را می‌گذراند. ایرانیان در طول چهار دهه گذشته، تجارب مختلفی از تحریم‌ها و زندگی در شرایط دشوار را از نزدیک دیده و لمس کرده‌اند، ولیکن به اذعان مردم و مسئولان در یک سال و نیم گذشته، اوضاع و احوال اقتصادی خانوارهای ایرانی به شکل غیرقابل تصوری در شرایط بغرنج و سختی بوده است و تورم سنگین و کمرشکن، بیکاری، رشد اقتصادی پایین و رکود در صنعت و تولید، تنها گوشه‌هایی از اقتصاد بیمار ایران هستند.

اقتصاد ایران همین چند سال پیش، رویای شاگرد اول شدن در منطقه خاورمیانه در افق ۱۴۰۴ را در سر داشته است. اقتصاد نفتی کشورمان همیشه به کمک درآمدهای نفتی‌اش توانسته خود را سرپا نگه دارد و هرگاه که قیمت‌های جهانی نفت سقوط می‌کرد، تمامی برنامه‌های توسعه‌ای و عمرانی ایران متوقف و یا دچار اختلال می‌شده و این موضوع کاملا در تضاد با هدف‌های ایده‌آل اقتصادی است که همواره تولد صنعت و تولید داخلی و خودکفایی را به عنوان یکی از شعارهایش عنوان می‌کرده است. نگاهی به محتوای بودجه ۹۹ گویای این است که دولتمردان به ناچار تصمیم گرفته‌اند که در سال آینده، اصلاحات سنگینی بر پیکره بیمار اقتصادمان تحمیل کنند.

اصلاحاتی که از آن به عنوان یک ترک اعتیاد خشن برای دولت تعبیر شده است. دولت حسن روحانی به راحتی می‌توانست در سال‌های گذشته که اقتصاد آرامش و ثبات بیشتری داشت، دست به این فکر بزند، اما به دلایل سیاسی از این کار خودداری کرد و اکنون به ناچار و از سر اجبار به سراغ اصلاحات سنگین در ساختار بودجه سال آینده رفته است.

تجربه چند دهه گذشته نشان داده برنامه‌های اصلاحی در ایران همواره با صف‌آرایی مجموعه‌ای از چالش‌ها دست و پنجه نرم کرده که فقدان اجماع میان کنشگران سیاسی از جمله مهمترین آنها بوده است. سیاست‌گذاری اقتصادی محل برخورد و تضاد منافع گروه‌های مختلف است و عملی کردن آنچه بر روی کاغذ می‌آید، فرآیند دشواری خواهد بود. به طور مثال، اگر دولت تصمیم بگیرد نرخ تعرفه بر واردات کالایی را کاهش دهد، از یک‌سو با منافع مصرف‌کنندگانی روبه‌رو است که مایلند از خرید ارزان‌تر در کالاهای مورد نظر بهره‌مند شوند و در آن سوی میدان، با منافع تولیدکنندگانی روبه‌رو است که سودآوری‌شان با کاهش تعرفه واردات به خطر خواهد افتاد.

اگر دولت بخواهد که پس از سال‌ها سرکوب مالی، نرخ بهره بانک‌ها را به سطح تعادلی‌اش نزدیک‌تر کند، از یک طرف، با وام‌گیرندگانی مواجه است که برای پرداخت همان تسهیلات سابق باید هزینه بیشتری از جیب‌شان بپردازد و از سوی دیگر، با پس‌اندازکنندگانی برخورد خواهد کرد که تمایل دارند برای پس‌انداز خود حداقل سودی معادل تورم موجود دریافت کنند.

در مجموع می‌توان گفت اگر سیاست‌گذاران اقتصادی بخواهند به انتظار اجماع گروه‌های مختلف بمانند، هیچ‌گاه موفق به اجرای پروژه اصلاحات‌شان نخواهد شد. البته نباید از یاد ببریم که سیاست‌گذار اقتصادی در حین پروژه اصلاحاتش باید کاملا از اوضاع و احوال فاکتورهای مختلف اقتصادی‌اش به صورت کامل مطلع باشد و این توانایی و مدیریت را داشته باشد که در صورت بروز هرگونه حادثه و اختلال، آن را به بهترین وجه تصحیح کند.

اصلاحات اقتصادی اگر بخواهد با موفقیت به سرانجام برسد، باید به گونه‌ای طراحی و اجرا شود که منافع مردم را در بلندمدت تامین کند. تجربه گذشته نشان نمی‌دهد این نوع اصلاحات دولتمردان باید مبتنی بر ساز و کارهای علمی اقتصاد باشد و بیشتر متاثر از کمبود بودجه و همچنین ناشی از اشتباهات دولت‌های گذشته و دولت فعلی است که تغییر قیمت‌ها را به دلیل آنکه به دنبال منافع خود بودند، انجام ندادند و به تعویق انداختند و در حال حاضر هم که سودای عملیاتی کردن آن را دارند، بیشتر به دنبال کسب منافع خودشان خواهند بود و به این دلیل مهم است که مردم با اجرای این سیاست‌های اصلاحی مخالف هستند.

البته اگر مردم به حکومت و دولت اعتماد کافی داشته باشند و صداقت را در رفتار و اعمال‌شان ببینند، با آنها همراهی خواهند کرد. به طور نمونه، آخرین باری که بنزین گران شد، سال ۹۴ بود. از سال ۹۴ تا به امروز ۱۰۰درصد تورم داشته‌ایم، ولیکن قیمت بنزین تغییری نکرد. طبق قانون می‌بایست قیمت بنزین و سایر حامل‌های انرژی افزایش می‌یافت، اما دولت اعتنایی نکرد و اکنون که منابع درآمدی دولت کاهش یافته، به دنبال اصلاح قیمت بنزین و گران کردن آن رفته است.

اینجاست که مردم اعتماد نمی‌کنند و می‌گویند آن روزگارهایی که دولت درآمد خوبی داشت از اجرای قانون، سر باز زد و امروز از سر نیاز و اجبار دم از اصلاحات اقتصادی می‌زند، البته در دولت‌هایی که شکاف عمیق و نیز فضای گفتمان پوپولیستی وجود دارد، مانع اصلی اصلاحات در درون ساخت قدرت است. آنجاست که موانعی برای شکل‌گیری اجماع و انجام اصلاحات وجود دارد. چنانچه واقع‌گرایانه به موضوع نگاه کنیم در بسیاری از موارد، اصلاحات اقتصادی، اسم رمزی است برای اتخاذ سیاستی که هدف آن پر کردن جیب دولت‌هاست.

درآمدهای نفتی باعث شده تنها دغدغه دولت‌ها نحوه هزینه‌کرد این منابع باشد و از آنجا که با توجه به عدم وابستگی به مردم در تامین مالی، پاسخگویی لازم نیز وجود نداشته، تصمیمات اشتباهی اتخاذ شده و به مدت زمان طولانی تداوم داشته است و نتیجه آن، بروز شوک‌های تورمی مخصوصا در دوران کاهش درآمدهای نفتی شده است.

در گذشته دیده‌ایم که به درستی، دغدغه معیشت اقشار محروم وجود داشته و در اسناد بالادستی کشور بر آن تاکید شده، اما به دلیل آنکه سیاست‌گذاری در این حوزه در قالب یارانه قیمتی که به نوعی مشوق مصرف بیشتر است و هر کس که مصرف بیشتری داشته باشد، بیشتر بهره‌مند می‌شود دنبال شده، خروجی این سیاست‌ها نیز ناموفق بود و منجر به کسری بودجه فرآیند دولت و تورم فرض شده است.

سیاست‌هایی که برای حمایت از دهک‌های پایین جامعه اتخاذ شده، در نهایت خود به عاملی برای فشار بیشتر بر آنها تبدیل شده است. آنچه اهمیت بسیاری دارد، حفظ قدرت خرید مردم است و در صورتی که در سیاست‌های اصلاحی، حمایت‌های لازم از گروه‌های آسیب‌پذیر صورت بگیرد، این نگرانی مرتفع می‌شود. راه نجات اقتصاد ایران از چهار بزرگراه اصلاح قیمت انرژی، آزادسازی و بهبود فضای کسب‌وکار، تمام کردن سیاست سرکوب قیمت‌ها و ایجاد روابط خارجی پایدار می‌گذرد.

ما در مضیقه اقتصادی به‌سر می‌بریم و مردم مشکلات زیادی دارند. پس اجرای هرگونه اصلاحات نیازمند تدبیر و مدیریت زیادی از سوی حاکمیت و دولت است. ما بازار بزرگی در اختیار داریم. منابع چشمگیری در اختیارمان است و دولتمردان می‌توانند با اصلاحات آرام‌آرام و داشتن یک منطق اقتصادی صحیح و عاقلانه، اقتصاد را به ریل اصلی‌اش باز گردانند. هرگونه بی‌تدبیری و اجرای تصمیمات کارشناسی‌نشده می‌تواند خسارات جبران‌ناپذیری را به ایران‌مان تحمیل کند.

وقتی دولت به صورت غیرمستقیم از بانک مرکزی استقراض می‌کند

۴ طلبکار بزرگ دولت

فرصت امروز: دولت بزرگ‌ترین بدهکار در اقتصاد ایران است و بدهی دولت به بخش‌های اقتصادی، بانک‌ها، بانک مرکزی و سازمان تامین اجتماعی به رقم بسیار بزرگی رسیده است. در این روزها که لایحه بودجه سال ۹۹ توسط دولت به مجلس ارائه شده و فرآیند تصویب آن در بهارستان کلید خورده است، می‌توان ردپای فشار تحریم‌ها به بودجه و افزایش بدهی‌های دولت را مشاهده کرد.

بررسی آمارهای بدهی دولت نشان می‌دهد که دولت به طیف وسیعی از شخصیت‌های حقیقی و حقوقی خصوصی، دولتی و عمومی غیردولتی، بدهکار است. از مهم‌ترین طلبکاران دولت می‌توان به سازمان تأمین اجتماعی، بانک مرکزی، بانک‌های دولتی و خصوصی‌سازی‌شده، دارندگان اوراق بهادار دولتی و پیمانکاران بخش خصوصی اشاره کرد. نکته مهم اما پس از مشخص شدن ماهیت طلبکاران از دولت، شناسایی مجاری ایجاد این بدهی‌هاست. این موضوع از این نظر اهمیت دارد که در صورت عدم شناخت مسیرهای ایجاد بدهی برای دولت نمی‌توان تمهیدات لازم برای جلوگیری از افزایش روزافزون آن را فراهم کرد.

چرا دولت در اقتصاد ایران مدام بدهی بالا می‌آورد؟

سوال این است که چرا دولت در اقتصاد ایران مدام بدهی بالا می‌آورد؟ در همین زمینه، نهاد پژوهشی مجلس در گزارشی به وضعیت بدهی‌های دولت پرداخته و از استقراض دولت از بانک مرکزی به صورت غیرمستقیم خبر داده است. مرکز پژوهش‌ها در ابتدای این گزارش به شناسایی ماهیت طلبکاران دولت پرداخته و سپس مجاری ایجاد بدهی دولت به چهار گروه اصلی طلبکاران یعنی بانک مرکزی، بانک‌های تجاری دولتی و خصوصی، صندوق‌های بازنشستگی و پیمانکاران بخش خصوصی را بررسی کرده است.

به گفته بازوی کارشناسی مجلس، دولت اگرچه در سال‌های گذشته از منابع بانک مرکزی به‌صورت مستقیم استقراض نکرده است، اما شرکت‌های دولتی به روش‌های مختلف از منابع بانک مرکزی استفاده کرده‌اند و بدهی قابل‌توجهی به بانک مرکزی دارند، به‌طوری که عدد بزرگ و قابل‌توجهی از بدهی دولت و شرکت‌های دولتی به بانک مرکزی، از محل صدور ضمانت دولت برای گشایش اعتبار اسنادی برای شرکت‌ها و سازمان‌های دولتی ایجاد می‌شود. شرکت‌ها و سازمان‌های دولتی معمولاً اعتبار دریافت‌شده را بازپرداخت نمی‌کنند و سازمان برنامه‌وبودجه نیز اعتباری برای تسویه این بدهی‌ها در قوانین بودجه پیش‌بینی نمی‌کند. درنتیجه از این محل، بدهی قابل‌توجهی برای آنها ایجاد می‌شود.

همچنین منابع مالی بانک‌های عامل دولتی در موارد بسیاری برای تأمین هزینه‌ها و یا تسهیلات موردنیاز توسط دولت مورد استفاده قرار گرفته است. در بسیاری از این موارد، بانک‌های دولتی توان مالی لازم برای اجرای دستورات دولت را نداشته و در واقعیت، به استفاده از منابع بانک مرکزی متوسل شده‌اند. گرفتن خط اعتباری و اضافه برداشت از نمونه‌های قابل‌توجه این اتفاق است، بنابراین برآیند این اتفاقات با اندکی تفاوت، همان روش سنتی تأمین مالی دولت از منابع بانک مرکزی است. درنتیجه می‌توان انتظار داشت که مشکلات ناشی از تأمین مالی کسری بودجه دولت از بانک مرکزی در این حالت نیز اتفاق بیفتد؛ علاوه بر آن، ترازنامه بانک‌های دولتی نیز ضعیف شده و قدرت وام‌دهی و کسب سود آنها کاهش یافته و از منابع در دسترس برای سرمایه‌گذاری بخش خصوصی کاسته می‌شود.

صندوق‌های بازنشستگی، سرفصل بدهی‌های دولت

صندوق‌های بازنشستگی، سرفصل دیگر بدهی‌های دولت است. دولت‌ها در سال‌های بعد از انقلاب، با عدم پرداخت به‌موقع و کامل تعهدات خود به صندوق‌های بازنشستگی و ایجاد بار مالی از طریق مصوبه‌های قانونی نظیر بازنشستگی زودتر از موعد و تخفیف‌های مختلف، موجب فشار بر منابع مالی و ایجاد مشکلات بسیاری برای صندوق‌های بازنشستگی شده‌اند. به گفته مرکز پژوهش‌های مجلس، عدم ایفای تعهدات دولت به بنگاه‌ها، نکول تسهیلات آنها و کاهش رتبه اعتباری بنگاه در نظام بانکی را نیز به دنبال خواهد داشت. از سوی دیگر، تنگنای مالی ایجادشده در بسیاری از موارد منجر به اخلال در امور جاری بنگاه شده است و پرداخت حقوق و دستمزد و هزینه‌های انرژی را نیز با مشکل مواجه می‌کند.

در یک نگاه کلان می‌توان دریافت که کسری بودجه دولت در سال‌های مختلف به شکل بدهی‌های غیرسیال در ترازنامه بانک‌ها، بانک مرکزی، شرکت‌های پیمانکاری خصوصی و صندوق‌های بازنشستگی، خود را نشان داده است. این نحوه ایجاد بدهی علاوه‌بر عدم شفافیت، موجب اخلال در کارکرد نهادهای طلبکار و درنتیجه، فضای اقتصاد کشور می‌شود. همچنین ایجاد بدهی دولت از این مجاری تحت نظارت و کنترل نبوده و بنابراین موجب ایجاد مخاطره در پایداری بدهی‌های دولت خواهد شد. روش صحیح تأمین مالی دولت از محل بدهی، انتشار اوراق بدهی در بازار و استفاده از منابع مالی حاصل‌شده برای بازپرداخت مخارج و هزینه‌هاست. تأمین مالی از طریق انتشار اوراق موجب ایجاد بدهی سیال برای خریداران اوراق شده و در فعالیت آنها، اختلالی ایجاد نمی‌کند. همچنین بدهی ایجادشده از این روش شفاف بوده و قابلیت کنترل و ارزیابی ریسک بیشتری دارد.

بزرگ‌ترین طلبکاران دولت و شرکت‌های دولتی

ردیف	عنوان طلبکار و بدهکار	درصد از کل بدهی و شرکت‌های دولتی
۱	دولت - سازمان تامین اجتماعی	۱۳,۵
۲	شرکت ملی نفت – بانک مرکزی و سایر بانک‌ها	۱۱,۳
۳	دولت – بانک مرکزی	۱۰,۷
۴	دولت – دارندگان اوراق بهادار	۹,۲
۵	دولت – بانک‌های دولتی	۷,۶
۶	بدهی شرکت ملی نفت ایران به صندوق توسعه ملی	۶,۶
۷	دولت – بانک‌های خصوصی	۶,۳
۸	بدهی شرکت مادر تخصصی بازرگانی دولتی ایران به شبکه بانکی	۳
۹	بدهی شرکت نفت و گاز پارس به بانک‌ها	۱,۹
۱۰	بدهی شرکت پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی ایران به بانک مرکزی و بانک ملت	۱,۸

۲ سیاست دولت برای مهار تورم در سال ۹۹

تورم سال آینده چقدر افزایش می‌یابد؟

دولت در لایحه بودجه ۹۹ با در پیش گرفتن سیاست عدم تامین هزینه‌ها با پول پرقدرت و همچنین عدم افزایش قیمت کالاها و خدمات دولتی به‌ویژه کالاهای اساسی، در صدد است که تورم را مهار کرده و سرعت رشد آن را کاهش دهد.

به گزارش ایرنا، حسن روحانی در روز یکشنبه‌ای که گذشت، لایحه بودجه ۴۸۴ هزار میلیارد تومانی سال ۹۹ را به مجلس ارائه کرد. بودجه سال ۹۹ کل کشور از نظر منابع حدود ۱۹ میلیون و ۸۸۷ هزار و ۳۷۰ میلیارد و ۹۱۰ میلیون ریال و مصارف بودجه نیز معادل همین رقم تعیین شده است. از ویژگی لایحه پیشنهادی دولت برای سال آینده، اتخاذ راهکارهایی برای مهار تورم است که مهمترین آنها، عدم تامین هزینه‌ها با پول پرقدرت و همچنین عدم افزایش قیمت کالاها و خدمات دولتی به‌ویژه کالاهای اساسی و دارو با استمرار تامین ارز ۴۲۰۰ تومانی است.

عدم تامین هزینه‌ها با پول پرقدرت

بهره‌گیری دولت‌ها برای جبران کسری بودجه و پوشش هزینه‌ها از خطرناک‌ترین و پرهزینه‌ترین روش‌ها به شمار می‌رود که آثار تورمی زیادی را به دنبال دارد. باتوجه به مشکلات معیشتی در جامعه و آثار تورمی که پول پرقدرت به دنبال دارد، دولت در نظر دارد که در سال آتی به سراغ راه‌های جایگزین رفته و بدین شکل، موج تورم را مهار کند. بر این اساس، در لایحه بودجه ۹۹ به منظور اجرای سیاست پولی و مدیریت نرخ‌های سود در راستای کنترل بلندمدت نقدینگی و کنترل تورم و در راستای اجرای عملیات بازار باز و اعطای اعتبار در قبال وثیقه، به بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران اجازه داده می‌شود به تدریج بدهی بانک‌ها و موسسات اعتباری شامل خط اعتباری و اضافه برداشت را وثیقه‌دار کند. به این ترتیب، در پایان سال ۹۹ حداقل ۵۰درصد بدهی بانک‌ها و موسسات اعتباری به بانک مرکزی توثیق به اوراق بدهی منتشره به خزانه شود. سازمان بورس اوراق بهادار نیز مکلف به همکاری در توثیق اوراق بدهی خزانه نزد بانک مرکزی است.

جدی‌ترین اقدام برای مدیریت تورم و کنترل نرخ سود بانکی، عملیات بازار باز است که در بهار امسال به تصویب «شورای پول و اعتبار» رسید و قرار است توسط بانک مرکزی اجرا شود. عملیات بازار باز با کنار گذاشتن سیاست تعیین دستوری نرخ سود بانکی، اجازه می‌دهد نرخ سود در کانال مشخصی نوسان داشته باشد و همچنین نظام بانکی کشور را سروسامان دهد. براساس سازوکار طراحی‌شده، بانک مرکزی برای ایجاد دامنه مجاز نرخ سود بازار یا کریدور نرخ سود، کف نرخ کریدور را به عنوان نرخ پذیرش ذخایر مازاد بانک‌ها (سپرده‌گیری از بانک‌ها) و سقف نرخ را به عنوان نرخ تزریق نقدینگی (وام‌دهی در قبال اخذ وثایق نقدشونده به بانک‌ها) تعیین می‌کند.

فرآیند راهبری نرخ‌های بازار از طریق عملیات بازار باز، در نهایت از طریق سازوکار تسری سیاست پولی به تغییرات در سایر نرخ‌های بهره در اقتصاد منجر شده و سطوح قیمت‌ها و فعالیت‌های واقعی اقتصادی را تحت تاثیر قرار می‌دهد. در سال‌های اخیر با وجود گسترش فعالیت بازار بین‌بانکی ریالی، به دلیل تفاوت‌های ساختاری این بازار با سایر بازارهای بین‌بانکی دنیا (نبود حجم قابل ملاحظه اوراق بهادار دولتی، عمق پایین بازار بدهی و فقدان ابزارهای لازم و ...)، شرایط حضور موثر سیاست‌گذار پولی در بازار بین‌بانکی ریالی و استفاده از آن به عنوان ابزاری برای دستیابی به اهداف تورمی فراهم نشده بود.

پس از ایجاد بستر مناسب در زمینه انتشار اوراق بدهی دولت به ویژه اسناد خزانه اسلامی و تعمیق بازار آن، مجوزهای قانونی لازم برای انجام عملیات بازار باز توسط بانک مرکزی در قالب خرید و فروش اوراق مالی اسلامی منتشرشده از سوی دولت و وثیقه‌گیری این اوراق در تبادلات با بانک‌ها فراهم شد.

عدم افزایش قیمت کالاها و خدمات دولتی

سیاست دیگر پیش‌بینی شده در لایحه بودجه ۹۹، عدم افزایش قیمت کالاها و خدمات دولتی به‌ویژه کالاهای اساسی از طریق استمرار تامین ارز ۴۲۰۰ تومانی است. هرگونه افزایش قیمت کالاها و خدمات دولتی باعث بالا رفتن هزینه‌های عمومی و سپس قیمت همه کالاها و خدمات خواهد شد.

همانطور که رشد قیمت بنزین به طور روانی همه کالاها را تحت تاثیر قرار می‌دهد، افزایش قیمت کالاها و خدماتی که توسط دولت تامین می‌شود نیز می‌تواند موج جدیدی از گرانی و تورم را ایجاد کند، بنابراین دولت در صدد است قیمت کالاها و خدمات دولتی را در سال ۹۹ افزایش ندهد. بر این اساس، اعلام کرده است که در قالب بودجه ۹۹ قیمت حامل‌های انرژی و همچنین کالاهای اساسی تغییر نمی‌کند.

برای تضمین تامین کالاهای اساسی با قیمت مناسب و عدم افزایش قیمت آنها، در نظر دارد که برای کالاهای اساسی و دارو، همچنان ارز ۴۲۰۰ تومان را عرضه کند. در این راستا در سال ۹۹ معادل ۱۰.۵ میلیارد دلار ارز ۴۲۰۰ تومانی به کالاهای اساسی و دارو اختصاص می‌یابد که ۳.۵ میلیارد دلار آن به دارو و بقیه به سایر کالاهای اساسی تعلق دارد.

از برداشت‌های بی‌رویه از صندوق توسعه ملی تا انتشار ۸۰ هزار میلیارد تومان اوراق مالی

مسیرهای آینده‌فروشی در بودجه ۹۹

ایمان ولی‌پور
ایمیل: IvanKaramazof@yahoo.com

در یکشـــنبه هفته‌ای که گذشت، حسن روحانی لایحه بودجه سال ۹۹ را بـــه مجلس ارائه کرد؛ لایحه‌ای کـــه از نظر منابع، یک هزار و ۹۸۸ هزار میلیارد است و تقریبا ۱۱ هزار میلیارد تومان تا ۲ هزار هزار میلیارد تومانی شدن فاصله دارد. ازجمله ویژگی‌های بودجه سال آینده، کاهش وابستگی نفتـــی بودجه و نحوه هرینه‌کرد درآمدهای نفتی اســـت، اما برخلاف آنچه دولتمردان با شـــدت و حدت بیان می‌کنند، بودجه سال آینده هنور بوی نفت می‌دهد.

با توجه به فشـــار تحریم‌ها و کاهش امکان صادرات نفت ایران در یکی دو ســـال گذشته، دولت قصد دارد در روزهایی که با افت شدید مهمترین منبع درآمدی خود یعنی نفت روبه‌روســـت، کسری بودجه خود را از چند مسیر جبران کند. یکی از مسیرهای درآمدزایی دولت در بودجه سال ۹۹، افزایش درآمد مالیاتی است. میزان درآمدهای مالیاتی در بودجه سال آینده ۱۹۵ هزار میلیارد تومان پیش‌بینی شـــده که رشد ۱۳درصدی نسبت به سال ۹۸ دارد. همچنین دولت برای سال آینده پیش‌بینی فروش ۸۰ هزار میلیارد تومان اوراق مالی اسلامی کرده است.

اما علاوه بر مالیات و اوراق مالی، دولت برای پوشـــش کسری بودجه به ســـراغ صندوق توسعه ملی هم رفته اســـت، به‌طوری که دولت در لایحه بودجه ســـال آینده به دو طریق از صندوق توســـعه ملی برداشـــت خواهد داشت؛ یکی برداشت ۳۰ هزار میلیارد تومانی از موجودی صندوق توسعه ملی برای پرداخت هزینه‌های جاری و دوم، اســـتقراض تسهیلات ارزی به میزان ۳میلیارد و ۴۲۵ میلیون یورو برای تأمین منابع ۱۵ ردیف بودجه.

البتـــه چند هفته قبل از آنکه رئیس‌جمهور، بودجه ســـال ۹۹ را تقدیم مجلـــس کنـــد، افزایش قیمت بنزیـــن و نحوه اجرای این سیاســـت باعث افزایش هجمه‌ها و انتقادها علیه دولت دوازدهم شده بود. همه این عوامل از چگونگـــی اصلاح قیمت بنزین تا نحوه بودجه‌نویســـی دولت در ســـال آینده دست به دست هم داده تا اقتصاددانان در کنار افکار عمومی به نقد رویکرد دولت در بودجه سال آینده و به طور کلی، نحوه تصمیم‌گیری‌ها و سیاست‌گذاری‌ها بپردازند.

«سیاست‌گذاری کودکانه» و درک اشتباه از محدودیت‌ها

حسین ســـلاح‌ورزی، نایب‌رئیس اتاق ایران ازجمله کسانی است که به نقد سیاســـت‌گذاری دولت پرداخته اســـت. او بهترین تعبیر برای توصیف نحوه سیاست‌گذاری اقتصادی توسط دولت را «سیاست‌گذاری کودکانه» دانســـته و گفته است: «اطلاق «سیاســـت‌گذاری کودکانه» به هیچ عنوان بابت تخفیف و تحقیر نیســـت، بلکه اشـــاره به مشـــابهتی عجیب و البته هولناک دارد. کـــودکان محدودیت‌های دنیای واقعی را درک نمی‌کنند و می‌خواهند همیشـــه همه چیزهایی که به نظرشان خوب می‌آید را با هم داشته باشند. همچنین تصور درستی از محدودیت زمان، محدودیت منابع مـــادی و البته محدودیت ناشـــی از انتخاب‌ها، ترجیحات و حقوق دیگران ندارند و متناسب با آن قادر به تنظیم رفتار خود نیستند و بنابراین تصویر درســـتی هم از مفهوم مسئولیت ندارند. چنین است که در نگاه اول شاید خودخواه دیده شوند، اما موضوع فقط این است که درکی از روش عملکرد دنیای واقعی ندارند.»

ســـلاح‌ورزی معتقد است که منابع سرشار نفتی در طول نیم قرن اخیر، سیاســـت‌گذاران ایرانی را کودک بار آورده و بدنه سیستم تصمیم‌گیری به مثابه این کودک، نه درک چندانی از محدودیت دارد و نه تصویر درســـتی از مسئولیت. او مصداق‌های این تصمیم‌گیری کودکانه را در نرخ ارز ۴۲۰۰ تومانی جســـت‌وجو می‌کند و می‌گوید: «اگر اراده می‌کنیم که دلار ۴۲۰۰ تومان باشد؛ کاری که قبلا به مدد انفاس قدسی نفت انجام می‌شد؛ لاجرم کـــه می‌تواند و باید ۴۲۰۰ باشـــد؛ حتی وقتی دیگر پول نفت در بســـاط نیســـت؛ این عدم درک محدودیت اســـت. حالا اگر دلار ۴۲۰۰ تومانی را به بازار ریختیم و حاصل آن رانت و سوءاســـتفاده شد، این دیگر تقصیر ما نیست. تقصیر سوءاستفاده‌کنندگان است. این هم نداشتن تصویر درست از مفهوم مسئولیت است.»

بـــه گفته نایب‌رئیس اتـــاق ایـــران، «دلار ۴۲۰۰ تومانی فقط یک مثال است. سیاست‌گذار می‌خواهد با چند خط دستور و تخصیص منابع کاغذی بودجـــه، قدرت خرید مردم را ترمیم کنـــد. این کار را قبلا نفت در بودجه برای آنها انجام می‌داد. وقتی کار پیش نمی‌رود اول به سراغ سرکوب بازار کالا و خدمات می‌روند؛ سرکوب این بازار به فرض موفقیت‌آمیز بودن، بازار کار را سرکوب می‌کند؛ لذا قدرت خرید اگر بدتر نشود؛ بهتر نخواهد شد! یا دوباره آخر ســـال به اسم حمایت از کارگر، حداقل دستمزد را بدون در نظر گرفتن منطق اقتصادی آن افزایش می‌دهند. افزایش دستمزد به فرض اینکه ممکن باشـــد و بر وضع تولید اثر منفی نگذارد، با ایجاد فشار تقاضا، جنگ قیمت در بازار کالا و خدمات را شعله‌ور می‌کند و باز هم قدرت خرید مردم اگر بدتر نشود، بهتر نخواهد شد.»

بـــه گفته او، قـــدرت خرید مـــردم محدود بـــه قدرت تولید اســـت، اما تصمیم‌گیـــران از درک این حقیقت عاجزند: «سیاســـت‌گذار نمی‌خواهد بفهمد که قدرت خرید مردم، محدود به قدرت تولید کشور است. این عدم درک درســـت از محدودیت‌هاست. وقتی هم اوضاع آنطور که می‌خواهند پیش نمی‌رود، یا تقصیر فعالان اقتصادی اســـت که گران‌فروشی می‌کنند یا تقصیر مردم اســـت که به تعبیر رئیس‌جمهور محترم، نمی‌خواهند کار کنند، وگرنه کار برای همه هســـت. این نداشـــتن تصویر درست از مفهوم مسئولیت است.»

حســـن ختام گفته‌های ســـلاح‌ورزی، فصل بزرگ شدن کودک است. او می‌گوید: «پول نفت تمام شده عزیزان! فصل بزرگ شدن است.»

آینده‌فروشی با دست‌درازی به صندوق توسعه ملی

صندوق توسعه ملی، ســـرفصل دیگر نقدهای بودجه‌ای به دولت است. برداشـــت از صندوق توسعه ملی چند سالی است که به یکی از مسیرهای تأمیـــن مالی دولت‌ها تبدیل شـــده و ذخایر ارزی که قرار بود برای نســـل آینده و تأمین هزینه‌های سرمایه‌ای باشد، اکنون به یکی از منابع پرداخت هزینه‌های روزمره تبدیل شـــده است. دولت دوازدهم در لایحه بودجه ۹۹ برای اولین بار برداشت ریالی از صندوق توسعه ملی را در متن لایحه آورده و این موضوع اگرچه در تنگنای مالی ناشـــی از کاهش شـــدید درآمدهای نفتی اتفاق افتاده اســـت، اما با نگرانی بسیاری از اقتصاددانان همراه شده است.

در همین زمینه، داود ســـوری از برداشت‌های بی‌رویه از صندوق توسعه ملی انتقاد می‌کند و آن را مصداق آینده‌فروشی می‌داند. به تعبیر سوری، آینده ما شـــبیه خانواده‌ای اســـت که هیچ پس‌اندازی برای روزهای دشوار خود ندارد، بنابراین نباید به منابع صندوق توسعه ملی دست‌درازی شود؛ اگرچه این صندوق کارکرد بین‌نســـلی خود را از دســـت داده و با صندوق ذخیره ارزی دیگر کشورها قابل مقایسه نیست.

او نفت را به چشم یک تهدید برای اقتصاد ایران نگاه می‌کند، زیرا اقتصاد ایران در بیش از یک قرنی که از کشف نفت در مام وطن می‌گذرد، کاملا به این درآمدها وابسته است و دشمنان ایران هم از آن به‌عنوان یک اهرم فشار اقتصادی اســـتفاده می‌کنند. این اقتصاددان درباره نحوه برداشت از صندوق توسعه ملی می‌گوید: «برداشت ۳۰ هزار میلیارد تومانی سال آینده از صندوق توســـعه ملی، برابر با افزایـــش ۲۱۰ هزار میلیارد تومانی حجم نقدینگی است که تورم حداقل سه واحد درصدی ایجاد می‌کند، اما تبعات این برداشـــت فقط تورم نیست، بلکه آینده‌فروشی است و هزینه پس‌انداز ملی برای امور روزمره نیست.»

به اعتقاد ســـوری، صندوق ذخیره ارزی در کشـــورهایی با اقتصاد نفتی شکل گرفته اســـت تا این منابع در حوزه ســـرمایه‌گذاری‌های زیرساخت هزینه شود، اما متاسفانه ما هیچ اطلاع و نشانی از چنین سرمایه‌گذاری‌هایی نداریم و حتی نمی‌دانیم در حال حاضر، حجم دارایی نقدی صندوق ذخیره ارزی چقدر است. صندوقی برای ذخیره ارز در همه کشورهای دنیا به‌ویژه نروژ تجربه خوبی داشـــته است. نروژ اگرچه دارای یک اقتصاد نفتی است، اما دولت رانتی نشده است و این دقیقاً برعکس وضعیت اقتصاد ایران است.

به گفته این اقتصاددان، «دولت برای تامین منابع درآمدی خود در صدد اســـت که سال آینده ۳۰ هزار میلیارد تومان از محل صندوق توسعه ملی برداشت کند، اما این دقیقاً برخلاف رسالت اصلی این صندوق است. نفت و درآمدهای صندوق ذخیره ارزی یا صندوق توســـعه ملی، یک ثروت بین نسلی است، اما در ایران این صندوق هنوز کارکرد اصلی خود را پیدا نکرده است؛ گویا دولت‌ها تصور می‌کنند هدف از این صندوق این است که آنها هر زمان به پول نیاز داشـــتند اجازه برداشت از صندوق را بگیرند، بنابراین نباید به منابع صندوق توســـعه ملی دست‌درازی شود؛ اگرچه این صندوق کارکرد خود را از دست داده و با صندوق ذخیره ارزی دیگر کشورها قابل مقایســـه نیست. ما منابع آتی نســـل‌های خود را مصرف کرده و رفاه نسل آینـــده را صرف امور جاری خود کرده‌ایم. ما نمی‌دانیم نســـل آینده از این عملکرد ما چه هزینه‌هایی را تحمل خواهند کرد.»

آینده‌فروشی از مسیر فروش اوراق مالی اسلامی

البته آینده‌فروشی در بودجه سال ۹۹ تنها از مسیر دست‌درازی به منابع صندوق توسعه ملی و برداشت‌های بی‌رویه از ذخایر ارزی نمی‌گذرد. دولت در بودجه سال آینده، سقف فروش اوراق مالی را تا ۸۰ هزار میلیارد تومان پیش‌بینی کرده و این گزاره مترادف با آینده‌فروشی و بدهکار کردن دولت به نسل آینده است. این در حالی است که فروش اوراق مالی در سال ۹۸ آنچنان که باید و شـــاید محقق نشـــده است و ســـوال این است که دولت درحالی که نتوانسته امسال ۲۰ هزار میلیارد تومان اوراق پیش‌بینی شده را بفروشد، چطور می‌تواند تا سقف ۸۰ هزار میلیارد تومان در سال آینده از این مسیر، درآمدزایی داشته باشد.

شکاف دستمزد در جغرافیای بخش کشاورزی

کارگران کشاورزی چقدر دستمزد می‌گیرند؟

آمارها نشان می‌دهد که بیشترین متوسط مزد روزانه در میان مردان با رقم ۷۷۰,۴۳۵ ریال به کارگر «بیل زن باغ» و کمترین متوســـط مزد روزانه به کارگر «میوه چین» با رقم ۵۷۳,۳۳۰ ریال تعلق داشته است.

به گزارش مرکز آمار ایران، بررســـی نتایج آمارها در زمستان ۱۳۹۷ درخصـــوص مزد کارگران مشـــاغل منتخب کشـــاورزی نشـــان می‌دهد بیشـــترین متوســـط مزد روزانه در میان مردان بـــا رقم ۷۷۰,۴۳۵ ریال به کارگر «بیل زن باغ» و کمترین متوســـط مزد روزانه به کارگر «میوه چین» بـــا رقم ۵۷۳,۳۳۰ ریال اختصاص داشـــته اســـت. همچنین در بیـــن زنان، بیشـــترین و کمترین مزد روزانه به ترتیـــب به کارگر «میوه چیـــن» با رقم ۴۱۹,۸۸۶ ریال و کارگر «نشـــاکار» بـــا رقم ۳۹۹,۱۱۲ ریال اختصاص دارد.

بـــا توجه به درصد تغییرات متوســـط مـــزد روزانه مـــردان کارگر در زمســـتان ۱۳۹۷ نسبت به فصل مشـــابه سال قبل، مشاهده می‌شود که متوســـط مزد روزانه کارگران مرد «نشاکار» بیشترین افزایش و متوسط مزد روزانه کارگران مرد «نهرکش و مرزبند» کاهش داشته است. این در حالی اســـت که بیشترین افزایش در متوسط مزد روزانه کارگران زن در زمستان ۱۳۹۷ نسبت به فصل مشابه سال قبل، مربوط به کارگران زن «نشاکار» بوده است. گفتنی است که در زمستان سال گذشته، متوسط مزد روزانه مردان در تمام مشاغل منتخب کشاورزی به جز «نهرکش و مرزبند» افزایش داشته است، از سوی دیگر، این افزایش مزد برای زنان، در تمام مشاغل منتخب کشاورزی مشاهده می‌شود.

با توجه به متوســـط مزد مشـــاغل منتخب کشـــاورزی در استان‌های کشور در زمســـتان ۱۳۹۷، بالاترین متوسط مزد برای مردان مربوط به کارگر «میوه چین» در اســـتان آذربایجان شرقی با تقریبا ۱,۳۳۰,۰۰۰ ریال و پایین‌ترین متوسط مزد مربوط به کارگر «نهرکش و مرزبند» در استان خراسان جنوبی با تقریبا ۳۰۰,۰۰۰ ریال بوده است.

از سوی دیگر، در زمستان ۱۳۹۷، بالاترین و پایین‌ترین متوسط مزد برای زنان در بین اســـتان‌های کشـــور، به ترتیب مربوط به کارگر «میوه چین» در استان اصفهان با تقریبا ۸۰۰,۰۰۰ ریال و کارگر «میوه چین» در استان خراسان رضوی با تقریبا ۲۵۰,۰۰۰ ریال است.

بررســـی شـــکاف جنســـیتی مزد در زمستان ۱۳۹۷، نشـــان می‌دهد بیشـــترین شکاف مذکور به مانند زمستان ۱۳۹۶، به کارگر «وجین کار و تنک کار» تعلق داشته است. از سوی دیگر، کمترین شکاف جنسیتی مزد در زمستان ۱۳۹۷، به کارگر «میوه چین» اختصاص دارد.

بررســـی‌ها نشان می‌دهد که شکاف جنسیتی مزد در زمستان ۱۳۹۷، در بین مشـــاغل منتخب بخش کشـــاورزی در مناطق روستایی، نسبت به زمســـتان ۱۳۹۶ افزایش داشـــته است که بیشـــترین افزایش شکاف در زمســـتان۱۳۹۷ نسبت به زمستان ۱۳۹۶ مربوط به کارگر «نشاکار» است.

مسکن

با افزایش شدید قیمت‌ها، سقف تسهیلات مسکن بالا می‌رود؟

تبخیر وام خرید مسکن

افزایش شـــدید قیمت مسکن در طول یک‌سال و نیم اخیر، قدرت خرید مسکن را از بسیاری گروه‌های آسیب‌پذیر گرفته اســـت، به‌طوری که طبق گزارش‌های رسمی دولت، متوسط قیمت هر مترمربع واحد مسکونی به ۱۲ میلیون و ۴۶۰ هزار تومان افزایش یافته که رشد ۳۵,۸درصدی نسبت به آبان سال گذشـــته را نشـــان می‌دهد؛ این یعنی فردی که بخواهد خانه بخرد، با توجه به متوسط قیمت ۱۲ میلیون و ۴۶۰ هزار تومانی برای هر مترمربع واحد مسکونی، برای یک خانه ۵۰ متری باید ۶۲۳ میلیون تومان هزینه کند. این در حالی است که حداقل دســـتمزد یک کارگر برای سال ۹۸ حدود یک میلیون و ۵۱۶ هزار تومان اســـت. این بدان معنا است که اگر این کارگر هیچ هزینه‌ای نداشـــته باشـــد و حتی یک ریال از دستمزد خود را هزینه نکند، بعد از ۴۱۰ ماه می‌تواند یک خانه ۵۰ متری بخرد.

کاهش کارایی وام مسکن برای خرید آپارتمان

به گزارش خبرآنلاین، این روزها حتی وام و تسهیلات خرید مسکن نیز نمی‌تواند گره‌ای از مشکلات خریداران مسکن باز کند. با افزایش قیمت مســـکن طی یک سال و نیم اخیر، وام خرید بانک مسکن اثرگذاری خود را برای متقاضیان آن در بازار مسکن از دست داده و این وام در حال خروج تدریجی از سبد تقاضای خانوارهاست.

وام‌هایی که در بازار مسکن توسط بانک مسکن برای خرید پرداخت می‌شود، تناسبی با قیمت‌های کنونی ندارد. این بانک هم‌اکنـــون دو نوع وام را به متقاضیان پرداخت می‌کند؛ وام از طریق اوراق حق تقدم و وام صندوق پس‌انداز یکم. در نوع اول بنا بر اعلام بانک مســـکن، سقف تسهیلات قابل اعطا از محل اوراق گواهـــی حق تقدم برای خرید مســـکن جهت املاک تا ۲۰ سال ساخت از تاریخ صدور اولین پروانه ساختمانی (بدون توجه به تاریخ پایانکار ساختمانی) در تهران ۶۰ میلیون تومان، مراکز استان‌ها و شـــهرهای بالای ۲۰۰ هزار نفر جمعیت ۵۰ میلیون تومان، سایر مناطق شهری ۴۰ میلیون تومان و برای املاک بیش از ۲۰ سال تا ۲۵ سال در هر ۳ منطقه ۳۵ میلیون تومان اســـت. در شیوه دوم نیز حداکثر وام پرداختی به زوج‌ها ۱۶۰ میلیون تومان برای تهران و پس از یکسال سپرده‌گذاری است.

بر این اساس، یک فرد باید برای خرید واحد مسکونی ۱۰۰ مترمربعی با توجه به جدیدترین متوسط قیمت اعلامی از سوی بانک مرکزی، یک میلیارد و ۲۴۶ میلیون تومان پرداخت کند. وام اوراق حق تقدم با احتساب وام جعاله (در صورت پرداخت از سوی بانک) و البته هزینه خرید این اوراق (با قیمت حدود ۴۰ هزار تومانی) حدود ۸.۸درصد قیمت یک واحد مســـکونی را پوشـــش می‌دهد. با وام صندوق پس‌انداز یکم نیز یک زوج جوان می‌توانند ۱۲.۸درصد یک واحد مسکونی ۱۰۰ متری را خریداری کنند.

بالاخره سقف تسهیلات مسکن بالا می‌رود؟

به نظر می‌رســـد این شـــرایط در حال حاضر، اقتصاد کشور را به ســـمتی برده که برای افزایش ســـقف تسهیلات مسکن فکری کنند؛ تا جایی که مدیرعامل بانک مسکن در تازه‌ترین اظهارنظر از احتمال افزایش ســـقف تســـهیلات مسکن تا دو هفته دیگر در شـــورای پول و اعتبار خبر داده است. ابوالقاسم رحیمی‌انارکی در حاشـــیه آغاز احداث ۶۵۲۱ واحد مسکونی در قالب ۳۱ پروژه توسط شرکت گروه سرمایه‌گذاری مسکن اعلام کرد: «تا دو هفته دیگر جزییات افزایش سقف تسهیلات مســـکن که در شـــورای پول و اعتبار تصویب می‌شود، اعلام خواهد شد.»

او همچنیـــن چند روز قبل در مراســـم رونمایی از طرح آباد (طرح احداث۶ هزار و ۲۵۱ واحد مسکونی) با مشارکت بانک مسکن گفته بود: «افزایش وام مسکن از محل اوراق در شورای پول و اعتبار در دســـت بررسی اســـت. البته الان خبر قطعی نمی‌دهم، اما پیشـــنهاد افزایش وام مســـکن در شورای پول و اعتبار در دست بررسی است.»

این در شرایطی اســـت که دبیر کانون سراسری انبوه‌سازان چندی پیش، از ارائه پیشـــنهاد افزایش وام خرید مســـکن به ۳۰۰ میلیون با بازپرداخت ۲۰ ساله به دولت خبر داده بود. به گفته فرشید پورحاجت، وام خرید و ساخت مسکن در شرایط کنونی، کارایی خود را هم برای خریداران و هم برای سازندگان از دست داده است. بر این اساس، در حال مکاتبه با دولت برای افزایش سقف وام خرید به ۳۰۰ میلیون تومان و وام ساخت به ۲۵۰ میلیون تومان هستیم.»

آیا افزایش وام مسکن، تورم را بالا می‌برد؟

در این میان، با وجود اینکه گروهی بر ضرورت افزایش ســـقف تســـهیلات تاکید می‌کنند، ایـــن موضوع منتقدانی هـــم دارد. مخالفان افزایش وام مسکن معتقدند که افزایش مبلغ وام مسکن، تورم‌زاست. در سوی دیگر، بعضی فعالان بازار مسکن می‌گویند وزن معاملات ســـوداگرانه در جهش قیمت مسکن طی دو سال اخیر، بیشتر از خرید و فروش واقعی بوده است. سیدهادی بهادری، عضو کمیسیون عمران مجلس اعتقاد دارد؛ «افزایش میزان وام مسکن موجب بروز تورم در بازار می‌شود. همچنین این مساله قطعا تشدید گرانی در بازار را به دنبال خواهد داشت.»

بـــه گفته وی، «شـــاید افزایش میزان وام خرید مســـکن در شـــرایط عادی، راهکار قابل قبولی باشد، اما در شرایط کنونی که میزان تقاضا بسیار بالاتر از عرضه است، افزایش میزان وام موجب هجوم خریداران برای خرید مســـکن و افزایش قیمت ملک می‌شـــود. دولت به جای تزریق اعتبـــارات مربوطه برای افزایش میزان وام خرید مسکن باید در جهت تولید مسکن گام بردارد، یعنی آنکه دولت و وزارت راه و شهرســـازی خود اقدام به ســـرمایه‌گذاری برای تولید مسکن کنند و آن را به صورت مستقیم به جوانان با قیمت بسیار معقول بفروشند.»

او باور دارد که «در شـــرایط فعلی تنها راهکار برای خانه‌دار کردن جوانان، ورود دولت برای تولید مســـکن اســـت، در غیر این صورت، حتی اگر میزان تســـهیلات خرید مسکن افزایش یابد، باز با توجه به افزایش قیمت‌ها، وام کفاف خرید مســـکن را نخواهد داد.»

بانک نامه

رئیس‌کل بانک مرکزی پاسخ داد

چرا بانک مرکزی در بازار ارز دخالت می‌کند؟

رئیس‌کل بانک مرکزی دلایل و حدود دخالت بانک مرکزی در بازار ارز را تشریح کرد. عبدالناصر همتی که در دیدار با فعالان اقتصادی مشهد سخن می‌گفت، هدف از حضور بانک مرکزی در بازار ارز را ایجاد ثبات دانست و گفت که بانک مرکزی به هیچ‌وجه هدفش تعیین نرخ نیست، بلکه هدف، ایجاد ثبات در بازار است و اگر هم بانک مرکزی در بازار حضور پیدا می‌کند ناشی از آن است که تقاضا را زیاد، غیرواقعی و یا ناشی از سفته‌بازی می‌بیند.

به گفته همتی، به این ترتیب بانک مرکزی باید بازار را کنترل کند. از این رو، در چنین شرایط تحریمی، اجازه سفته‌بازی در بازار را نمی‌دهیم، چراکه معتقدیم سفته‌بازی ابزار دشمن است. لازم به ذکر است، در حال حاضر هیچ تقاضای واقعی وجود ندارد که تأمین نشود و تمام تقاضاهای واقعی در نیما تامین می‌شود.

رئیس شورای پول و اعتبار درباره اظهارنظرهای مختلف درخصوص بازار ارز گفت: اینکه بعضی افراد در مورد نرخ ارز اظهارنظر می‌کنند، نباید مبنای ذهنی قرار گیرد، زیرا اینها نظرات شخصی برخی افراد است و نه موضع و نظر بانک مرکزی؛ تبیین سیاست‌های ارزی برعهده این بانک است و نباید دیدگاه افراد مختلف را به عنوان نظر این بانک تصور کرد.

او با بیان اینکه در کشور بخش‌های مختلف نیازمند تأمین مالی و نیز تأمین ارز هستند، گفت: تمام تلاش ما این است که در این مسیر به تولیدکنندگان، واردکنندگان و صادرکنندگان برای برطرف شدن مشکلات اقتصادی‌شان کمک کنیم، اما در هر حال محدودیت‌هایی پیش روی ماست.

همتی با بیان اینکه به مانند همه دنیا، وظیفه بانک مرکزی کنترل تورم و ثبات وضعیت اقتصادی است، عنوان کرد: اگر نتوانیم تورم را کنترل کنیم، بیشترین آسیب به اقشاری با درآمدهای ثابت وارد می‌آید، بنابراین هدف اصلی ما این است که به رشد و اشتغال کمک کنیم.

رئیس کل بانک مرکزی با اشاره به تحریم‌های ظالمانه اقتصادی آمریکا علیه مردم ایران، گفت: دشمن در تلاش است که فعالیت‌های اقتصادی ما را محدود کند، در چنین شرایط دشواری بانک مرکزی باید نرخ ارز را کنترل و همزمان نقدینگی را نیز مدیریت کند.

وی ادامه داد: با این حال ملت ایران با وجود شرایط سخت تحریمی، توانست در برابر واضعان تحریم و اهدافشان سربلند باشد، هرچند در این مسیر لطمه‌هایی نیز دیدیم، به ویژه اقشار ضعیف مردم که فشار بیشتری به آنها وارد آمده و تولیدکنندگان و فعالان اقتصادی نیز مسائل خود را دارند. در هر حال شرایط ما خاص است و همه باید در چنین وضعیتی به یکدیگر کمک کنیم.

به گفته همتی، بانک مرکزی برای کالای اساسی نرخ تعیین شده توسط دولت یعنی ۴۲۰۰ تومانی را پذیرفته است که این سهم دولت است و خود دولت باید در مورد کالاهای اساسی تصمیم بگیرد. در بازار ثانویه یا نیما نیز براساس عرضه و تقاضا قیمت تعیین می‌شود و بانک مرکزی از بروز نوسانات در این بازار جلوگیری می‌کند، چراکه تثبیت اقتصادی هدف این بانک است.

همتی درباره «طرح گام» نیز گفت: بانک مرکزی «طرح گام» را برای کمک به تولیدکنندگان به صورت غیرتورمی و بدون ایجاد نقدینگی اجرایی خواهد کرد که کمک موثری به رونق تولید تلقی می‌شود. با این روش به صورت عمده، مشکل تولیدکنندگان با تضمین بانکی حل می‌شود.

رئیس کل بانک مرکزی درخصوص نرخ رشد غیرنفتی تصریح کرد: احتمال می‌دهم رشد غیرنفتی در شش ماه اول امسال مثبت باشد و این میزان جدای رشد اقتصادی با نفت کشور است، چراکه در صادرات نفتی با کاهش روبه‌رو شدیم. از این منظر کشور به سمت رونق تولید در حرکت است.

بانک مرکزی چگونه توانست افزایش قیمت‌ها در بازار ارز را مهار کند؟

رکب بانک مرکزی به سفته‌بازان بازار ارز

هرچند قیمت دلار در آغاز و پایان هفته گذشته تفاوت اندکی را نشان می‌دهد، اما بررسی‌ها حکایت از آن دارد که یکی از پرنوسان‌ترین هفته‌های پاییزی در هفته‌ای که گذشت، در بازار ارز رقم خورده است .در این میان، قیمت دلار بعد از بخشنامه بانک مرکزی مبنی بر محدودیت جدید تراکنش‌های بین بانکی رو به کاهش است و اجرای این بخشنامه و محدودیت سیستمی انجام نقل و انتقالات، تحرک دلالان را متوقف کرده است.

بازار ارز در هفته اخیر تغییرات متعددی را تجربه کرد؛ دلار که تا مرز ۱۳ هزار و ۷۰۰ تومان در صرافی‌های بانکی پیشروی کرد، بار دیگر در آخرین روز هفته به کانال ۱۲ هزار تومان برگشت و بر قیمت ۱۲ هزار و ۹۰۰ تومان ایستاد. این وضعیت در مورد سایر ارزها نیز وجود داشت، اما دلیل مهم نوسان قیمت دلار در بازار چه بود؟

چرا قیمت دلار بالا رفت؟

به گزارش خبرآنلاین، رئیس کل بانک مرکزی تاکنون سه دلیل مشخص را برای افزایش قیمت دلار مورد اشاره قرار داده است. اول فرارسیدن فصل تسویه حساب‌های بین‌المللی، تلاش صادرکنندگان برای فروش دلارها به بالاترین قیمت و همچنین افزایش قیمت بنزین.

هرچند عبدالناصر همتی، دلایل فوق را برای توضیح چرایی کوچ دلار از کانال ۱۱هزار تومان مورد استناد قرار می‌دهد اما تاکید دارد که اتفاقا اشراف بانک مرکزی به بازار بالاست و بی‌تردید آرامش به این بازار بازخواهد گشت. آنچه همتی درباره چرایی نوسان قیمت‌ها می‌گوید، کارشناسان و فعالان اقتصادی نیز مورد استناد قرار می‌دهند. مستخدمین حسینی کارشناس اقتصادی اما جدا از این دلایل، کاهش صادرات غیرنفتی به عراق و افغانستان را به واسطه ناآرامی‌های این دو کشور دلیل دیگر نوسان نرخ ارز می‌داند. عراق و افغانستان دو خریدار مهم کالاهای ایرانی در منطقه و جهان محسوب می‌شوند. دبیر اتاق مشترک بازرگانی ایران و عراق از کاهش ۲۱۰ میلیون دلاری صادرات به این کشور بر اثر ناآرامی‌های عراق خبر داده است. از سوی دیگر، تداوم تحریم‌ها و اخبار سیاسی منتشره در این حوزه نیز در این روند موثر بوده است. همه اینها دست به دست هم داد تا چهارشنبه‌ای استثنایی را در بازار ارز ایران رقم بزنند.

چرا قیمت‌ها برگشت کرد؟

هرچند روند ریزش قیمت‌ها در بازار ارز آغاز شده است اما هنوز دلار به موقعیت پیشین بازنگشته است. حرکت دلار از میانه کانال ۱۱ هزار تومان آغاز شد و حالا در آخرین روز هفته در سقف کانال ۱۲ هزار تومان متوقف شده است . به این ترتیب دلار بیش از هزار تومان افزایش قیمت را همچنان در کارنامه خود ثبت کرده است. بسیاری از معامله‌گران بازار معتقدند یکی از مهمترین دلیل ریزش قیمت‌ها در بازار ارز، تصمیم بانک مرکزی مبنی بر محدودیت تراکنش بین بانکی است.

بانک مرکزی با هدف اجرای الزامات مبارزه با پولشویی و مدیریت جریان وجوه در کشور، مقرر کرد از بیستم آذرماه، تراکنش‌های کلیه سامانه‌های بین بانکی به ازای هر شخص در ۲۴ ساعت از درگاه‌های غیرحضوری به یک میلیارد ریال برابر با ۱۰۰ میلیون تومان محدود می‌شود. کلیه بانک‌ها و موسسات اعتباری نیز موظفند این محدودیت را برای تراکنش‌های درون بانکی در درگاه‌های غیرحضوری خود اعمال کنند. به این ترتیب مشتریان بانک‌ها می‌توانند برای انجام تراکنش‌های بالاتر از این مبلغ کماکان به شعب بانک‌ها مراجعه کنند.

همین تصمیم سبب شد از روز چهارشنبه بسیاری از دلالان با تاکید بر اینکه نقدی خرید و فروش می‌کنند، تلاش کنند شرایط را برای معامله مهیا کنند. «پول نقد»، «پول نقد»، به یکی از کلیدواژه‌های دلالان حاشیه خیابان فردوسی در این روز تبدیل شد.

اثر بخشنامه بانک مرکزی در بازار ارز

اگرچه بازار ارز ظرف دو هفته اخیر، نوسانات بسیاری را تجربه کرد، اما بعد از بخشنامه بانک مرکزی مبنی بر محدودیت جدید تراکنش‌های بین بانکی، قیمت‌ها رو به کاهش است و اجرای این بخشنامه و محدودیت سیستمی انجام نقل و انتقالات، تحرک دلالان را نقش بر آب کرد.

به گزارش مهر، بسیاری از فعالان بازار ارز بر این باورند که بانک مرکزی درست در روزهایی که دلالان و سفته‌بازان احساس پیروزی بسیاری در بازار ارز داشته و روند رو به رشد قیمت را بسیار معقول و مطلوب عنوان می‌کردند، وارد عمل شده و بخشنامه‌ای صادر کرده است که بساط بسیاری از دلالانی که گوشه به گوشه خیابان فردوسی و چهارراه استانبول می‌ایستادند، را جمع کرده است؛ چراکه آنها نقل و انتقالات مالی خود را با استفاده از دستگاه‌های کارتخوان انجام می‌داده‌اند و همین بخشنامه آنها را محدودتر کرده است.

در واقع، بانک مرکزی در بخشنامه‌ای اعلام کرده است که در ادامه اجرای الزامات مبارزه با پولشویی و مدیریت جریان وجوه در کشور، از چهارشنبه (۲۰آذرماه ۹۸)، تراکنش‌های تمامی سامانه‌های بین بانکی را محدود کرده است؛ به این معنا که این تراکنش‌ها به ازای هر شخص در ۲۴ ساعت از درگاه‌های غیرحضوری، با سقف ۱۰۰ میلیون تومانی مواجه است.

این بخشنامه اعلام کرده است که تمامی بانک‌ها و موسسات اعتباری نیز موظفند این محدودیت را برای تراکنش‌های درون بانکی و در درگاه‌های غیرحضوری خود اعمال کنند. اینگونه است که مشتریان بانک‌ها فقط می‌توانند برای انجام تراکنش‌های بالاتر از این مبلغ کماکان به شعب بانک‌ها مراجعه کنند. همین بخشنامه کافی بود که بخشی از دلالی‌ها و سفته‌بازی‌ها در بازار ارز محدود شده و بساط برخی خرید و فروش‌های سفته‌بازانه جمع شود.

در این میان، رئیس کل بانک مرکزی البته بار دیگر به عدم دخالت و دستکاری قیمتی در بازار ارز هم اشاره می‌کند و معتقد است که برخی تحرکات سفته‌بازانه باعث شده تا قیمت در بازار بالا رود و این تحرکات، سهم بیشتری نسبت به سایر عوامل داشته‌اند. او می‌گوید که هدف از حضور بانک مرکزی در بازار ارز، ایجاد ثبات است و به هیچ‌وجه هدف تعیین نرخ ارز را دنبال نمی‌کند، بلکه هدف این بانک ایجاد ثبات در بازار است و اگر هم در بازار حضور پیدا می‌کند، ناشی از آن است که تقاضا را زیاد، غیرواقعی و یا ناشی از سفته‌بازی می‌بیند، پس باید بازار را کنترل کند. او به این نکته هم اشاره می‌کند که بانک مرکزی در چنین شرایط تحریمی، اجازه سفته‌بازی در بازار را نمی‌دهد.

آینده دلار چه می‌شود؟

البته هنوز هم تلاش‌های سفته‌بازان ادامه دارد ولی بانک مرکزی با برنامه‌ریزی‌های صورت گرفته به خصوص در حوزه تراکنش‌های بانکی، اجازه مانور به آنها نمی‌دهد؛ به خصوص اینکه آنها بسیاری از نقل و انتقالات ریالی برای معامله ارز را با استفاده از کارتخوان‌ها یا سامانه‌های غیرحضوری بانک‌ها انجام می‌دهند که به هر حال وضعیت کنونی مواجهه بانک مرکزی با این سناریوهای فروشندگان و خریداران سفته‌باز، حرکات آنها را محدود و محدودتر کرده است.

بسیاری معتقدند قیمت‌ها در بازار ارز برگشت خواهد کرد اما احتمال ایستادن در قیمتی بالاتر از قیمت‌های آبان ماه بالاست. گزارش‌های رسیده از بازار ارز نشان می‌دهد، جو بازار شکننده است و جولان شایعات در این بازار قیمت‌ها را به سرعت متاثر می‌کند. رئیس کنفدراسیون صادرات نیز معتقد است با بازگشت جو ثبات و آرامش جو روانی بازار نیز تغییر می‌کند، این وضعیت می‌تواند ابتکار عمل را از دست شایعه‌سازان خارج کند.

فراخوان مناقصه عمومی یک مرحله ای با ارزیابی فنی و بازرگانی خرید ۱۵۰ دستگاه رایانه به همراه متعلقات

وزارت راه و شهرسازی
شرکت فرودگاهها و ناوبری هوایی ایران
اداره کل فرودگاه بین المللی مهرآباد

شرکت فرودگاهها و ناوبری هوایی ایران در نظر دارد مناقصه عمومی یک مرحله ای خرید ۱۵۰ دستگاه رایانه به همراه متعلقات را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید. کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکتها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند.

تاریخ انتشار مناقصه در سامانه روز سه شنبه مورخ ۹۸/۹/۱۹ می باشد.

مهلت زمانی دریافت اسناد مناقصه از سایت: ساعت ۱۹ روز چهارشنبه مورخ ۹۸/۹/۲۷.

مهلت زمانی ارسال پیشنهاد: ساعت ۱۷ روز دوشنبه مورخ ۹۸/۱۰/۱۶.

زمان بازگشایی پاکات: ساعت ۹ صبح روز سه شنبه مورخ ۹۸/۱۰/۱۷.

اطلاعات تماس دستگاه مناقصه گزار جهت دریافت اطلاعات بیشتر درخصوص اسناد مناقصه و ارائه پاکتهای الف: آدرس: تهران- فرودگاه مهرآباد- بلوار معراج- ساختمان شرکت فرودگاهها و ناوبری هوایی ایران- اداره کل تدارکات و تامین تجهیزات- اداره قراردادها. تلفن ۶۱۰۲۲۴۵۴.

م.الف: ۳۰۹۹

آگهی مناقصه عمومی دو مرحله ای شماره ۹۸/۴۲

نوبت دوم

شرکت توزیع نیروی برق اهواز

شرکت توزیع نیروی برق اهواز در نظر دارد تابلو RTU مورد نیاز خود را به شرح اسناد از طریق مناقصه عمومی خریداری نماید.

- میزان ضمانتنامه شرکت در فرآیند ارجاع کار به شرح اسناد می باشد، که بصورت ضمانتنامه بانکی معتبر ، چک تضمین شده بانکی ، بلوکه از مطالبات و یا وجه نقد به حساب بانک تجارت شعبه شهید چمران به شماره ۱۰۲۸۰۴۰۰۲۰ بنام شرکت توزیع نیروی برق اهواز به مناقصه گزار تسلیم گردد.
- زمان و محل و نحوه دریافت اسناد :از تاریخ درج آخرین آگهی بمدت ۵ روز با در دست داشتن فیش واریزی به مبلغ ۲۰۰/۰۰۰ ریال به حساب بانک تجارت شعبه شهید چمران به شماره ۱۰۲۸۰۴۰۰۲۰ به آدرسهای زیر مراجعه نمایند :
- پایگاه اینترنتی شرکت توزیع برق اهواز : WWW.AEPDCO.IR
- پایگاه اینترنتی توانیر: WWW.TAVANIR.ORG.IR
- پایگاه اینترنتی ملی اطلاع رسانی مناقصات www.iets.mporg.ir
- تلفن تماس : ۴۴۹۰۷۰۰-۰۶۱۳ داخلی ۳۲۴۵
- آخرین مهلت و محل تحویل و بازگشایی پاکات : حداکثر تا ساعت ۱۴:۰۰ مورخ ۱۳۹۸/۱۰/۹ به دبیرخانه مرکزی شرکت : اهواز – بلوار پاسداران جنب شهرک صنعتی تسلیم گردد. بازگشایی راس ساعت ۱۴:۰۰ مورخ ۱۳۹۸/۱۰/۱۴ می باشد.
- به پیشنهادهای فاقد سپرده و امضاء ، مشروط ، مخدوش و پیشنهاداتی که بعد از انقضاء مدت مقرر واصل می شود، مطلقا ترتیب اثر داده نخواهد شد.
- هزینه آگهی مناقصه به عهده برنده مناقصه است.
- سایر اطلاعات و جزییات در اسناد مناقصه مندرج است .

امور تدارکات

۷۲

اطلاعیه

شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی

مشترکین گرامی به منظور جلوگیری از یخ زدگی کنتورها و لوله های روباز آب در فصل سرما، نسبت به پوشش مناسب از جمله پشم شیشه، گونی نخی و موکت اقدام نمایند.

روابط عمومی شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی

سازمان آگهی‌ها
۸۶۰۷۳۱۴۳

از رشد ۵درصدی بورس تا افزایش ۲۰۰ تومانی دلار و کاهش ۱۲۰ هزار تومانی سکه

آنچه بر بازارهای مالی در هفته سوم آذرماه گذشت

فرصت امروز: در سومین هفته از آذرماه، بورس تهران ۵درصد رشد کرد، سکه امامی ۱۲۰ هزار تومان ارزان شد، سکه بهار آزادی ۵۵ هزار تومان افزایش یافت و قیمت دلار به ۱۲ هزار و ۹۰۰ تومان رسید.

با اینکه قیمت دلار در هفته سوم آذرماه وارد کانال ۱۳ هزار تومانی شد، اما در روز پنجشنبه بار دیگر به کانال ۱۲ هزار تومانی عقبگرد کرد و هر دلار به قیمت ۱۲ هزار و ۹۰۰ تومان معامله شد. به این ترتیب، دلار در این هفته نسبت به هفته گذشته، حدود ۲۰۰ تومان افزایش قیمت داشته است. یورو نیز با ۱۰۰ تومان افزایش قیمت نسبت به هفته دوم آذرماه به قیمت ۱۴ هزار و ۱۹۴ تومان رسید.

براساس آنچه ایرنا گزارش داده، در آخرین روز معاملات هفته‌ای که گذشت، درام ارمنستان ۲۸ تومان، درهم امارات ۳ هزار و ۵۱۱ تومان، لاری گرجستان ۴ هزار و ۴۸۶ تومان، لیر ترکیه ۲ هزار و ۲۱۱ تومان، دلار کانادا ۹ هزار و ۷۴۱ تومان، دلار استرالیا ۸ هزار و ۸۲۹ تومان، فرانک سوئیس ۱۳ هزار و ۲۶۹ تومان، منات آذربایجان ۶ هزار و ۸۷۱ تومان، روبل روسیه ۲۰۵ تومان، بات تایلند ۴۲۹ تومان و رینگیت مالزی ۳ هزار و ۹۵ تومان قیمت خوردند.

رکورد بی‌سابقه قیمت سکه در هفته‌ای که گذشت

سکه امامی در هفته‌ای که گذشت نسبت به هفته قبل حدود ۱۲۰ هزار تومان ارزان شد و هر سکه امامی در روز پنجشنبه به قیمت ۴ میلیون و ۴۴۹ هزار تومان معامله شد، اما سکه بهار آزادی حدود ۵۵ هزار تومان گران شد و به قیمت ۴ میلیون و ۴۵۵ هزار تومان رسید.

همچنین نیم سکه با قیمت ۲ میلیون و ۴۶۸ هزار تومان و ربع سکه با قیمت یک میلیون و ۵۱۱ هزار تومان، هفته را به پایان رساندند؛ این یعنی به نسبت هفته گذشته‌اش، نیم سکه ۸۰ هزار تومان گران شد و ربع سکه نیز ۲۸ هزار تومان ارزان شد. این مساله نشاندهنده تقاضای بیشتر نیم سکه نسبت به ربع سکه بوده است. هر گرم طلای ۱۸ عیار نیز با قیمت ۴۴۹ هزار و ۵۰۰ تومان به کار خود در هفته سوم آذرماه پایان داد و حدود ۵ هزار تومان نسبت به هفته پیش ارزان شد.

به گفته نایب‌رئیس اتحادیه طلا و جواهر تهران، با توجه به کاهش قیمت ارز از اواسط هفته، قیمت سکه نیز در روزهای پایانی هفته حدود ۳۰۰ هزار تومان نسبت به ابتدای هفته کاهش داشته است. چنانچه در هفته‌های آینده، روند نزولی دلار ادامه‌دار باشد، بازهم قیمت‌ها در بازار سکه و طلا کاهشی خواهد بود.

محمد کشتی‌آرای، در گفت وگو با ایسنا، در رابطه با اوضاع و احوال بازار سکه و طلا در هفته اخیر گفت: جالب است که با وجود اینکه در ابتدای هفته شاهد بالاترین رشد قیمت طلا و سکه در ۹ ماه اخیر بوده‌ایم و این افزایش لجام گسیخته در ۹ ماهه گذشته سابقه نداشته است ، اما در اواسط هفته کاهش نرخ ارز باعث شد قیمت سکه و طلا نیز کاهش یابد. در حقیقت، قیمت سکه و طلا در حدود ۳۰۰ هزار تومان نسبت به روزهای ابتدایی هفته کاهش قیمت داشته است.

به گفته وی، افزایش قیمت سکه و طلا در اوایل هفته در حالی ایجاد شد که تغییرات قیمت جهانی طلا، بسیار مختصر بوده است. در روزهای پایانی هفته افزایش ۱۰ دلاری ایجاد شد، اما مجدد قیمت انس جهانی به قیمت روزهای ابتدایی هفته بازگشت، بنابراین افزایش قیمت سکه و طلا در بازار داخلی ناشی از افزایش قیمت‌های جهانی نبود بلکه تنها ناشی از قیمت ارز بوده است که در اوایل هفته قیمت سکه و طلا را هم افزایش داده بود اما از اواسط هفته، محدودیت تراکنش‌های بانکی که توسط بانک مرکزی اعلام شد، سبب شد قیمت ارز که تا ۱۴ هزار و ۲۵۰ تومان هم افزایش پیدا کرده بود، کاهشی شده و یکباره به زیر کانال ۱۳ هزار تومان برسد.

به اعتقاد او، این کاهش قیمت ارز باعث شد که یکباره قیمت سکه در یک روز حدود ۲۲۰ هزار تومان کاهش یابد. وضعیت هفته اخیر بازار سکه و طلا، رکورد بی‌سابقه‌ای بوده است که قیمت سکه به شدت افزایش و یکباره مجدد در طول هفته کاهش یابد. طبیعتاً چنانچه قیمت ارز در هفته‌های آینده همچنان کاهشی پیش رفته و مجددا افزایش نرخ ارز ایجاد نشود، قیمت سکه و طلا نیز کاهشی خواهد بود.

رشد طلایی شاخص بورس در هفته گذشته

معاملات بورس تهران نیز این هفته ۵درصد رشد داشت. شاخص کل بورس اوراق بهادار تهران در پایان معاملات روز چهارشنبه بیستم آذرماه به عدد ۳۳۹ هزار و ۳۸۶ واحد رسید که در مقایسه با پایان هفته گذشته حدود ۵درصد رشد داشته است. به این ترتیب، شاخص کل بورس در سومین هفته آذرماه نسبت به هفته دوم ۱۶ هزار و ۸۵۸ واحد رشد کرد. شاخص آزاد شناور هم در آخرین روز معاملات هفته دوم آذرماه ۳۸۰ هزار و ۴۳۲ واحد بود که در روز چهارشنبه هفته گذشته به رقم ۴۰۰ هزار و ۵۶۷ واحد رسید و افزایش ۲۰ هزار و ۱۳۵ واحدی را رقم زد. همچنین شاخص کل (هم وزن) در پایان دومین هفته آذرماه ۹۹ هزار و ۳۱۲ واحد بود که در سومین هفته این ماه به ۱۰۵ هزار و ۲۰۱ واحد و شاخص قیمت (هم وزن) از ۶۶ هزار و ۳۶۶ واحد به عدد ۷۰ هزار و ۲۹۷ واحد رسید.

در نهایت، ارزش بورس تهران در هفته‌ای که گذشت، ۱۲ هزار و ۵۵۸ میلیارد ریال بود که در مقایسه با هفته گذشته ۴درصد افزایش را تجربه کرد، همچنین ارزش فرابورس در مدت گفته شده ۳هزار و ۶۰۰ میلیارد بود که نسبت به مدت مشابه هفته گذشته با افزایش ۴درصدی همراه شد. در هفته منتهی به ۱۳ آذرماه، بیمه و بازنشستگی، خودرو، صنایع غذایی به جز قند و شکر، انبوه‌سازی، چندرشته‌ای صنعتی، فلزات اساسی، فرآورده‌های نفتی، کانه‌های فلزی، قند و شکر، کانی‌های غیرفلزی، بانک‌ها، رادیویی، حمل و نقل، تامین آب، برق و گاز، مواد دارویی با بازدهی مثبت برای سرمایه‌گذاران همراه بودند که طبق آمار ارائه‌شده در هفته‌ای که گذشت صنعت بیمه، خودرو، صنایع غذایی و سیمان با بیشترین افزایش همراه بودند. همچنین بانک‌ها و موسسات اعتباری، خودرو و قطعات، فلزات اساسی، شیمیایی، سرمایه‌گذاری‌ها، انبوه‌سازی املاک و مستغلات، بیمه و بازنشستگی، واسطه‌گری‌های مالی و پولی، ماشین‌آلات و تجهیزات، صندوق سرمایه‌گذاری قابل معامله، صنایع غذایی به جز قند و شکر، دارویی، حمل و نقل، انبارداری و ارتباطات نسبت به دیگر صنایع بیشترین حجم معاملات را داشتند.

نماگر بازار سهام

شاخص فرابورس از سقف تاریخی خود عبور کرد

رکورد فرابورس در هفته سوم آذرماه

در پایان سومین هفته آذرماه، اگرچه شاخص کل آیفکس در پله ۴هزار و ۳۸۶ واحدی قرار گرفت، اما طی هفته گذشته با رسیدن به سطح ۴هزار و ۳۹۲ واحدی، سقف تاریخی جدیدی را برای خود ثبت کرد. به این ترتیب شاخص از ابتدای سال تا ۲۲ آذر، ۹۴درصد رشد داشت و نسبت به ابتدای هفته نیز رشد ۵.۴درصدی را به ثبت رساند. به گزارش فرابورس ایران، در هفته منتهی به ۲۲ آذر، ارزش بازار فرابورس به رقمی افزون بر ۴ میلیون و ۵۷۶ هزار میلیارد ریال رسید که نشان‌دهنده رشد ۴.۶درصدی از ابتدای هفته و رشد ۷۸درصدی از ابتدای امسال است. پس از سپری شدن سه هفته از ابتدای آذر، ارزش کل بازار و شاخص کل آیفکس هر دو رشد ۱۱درصدی از ابتدای ماه داشته‌اند. در هفته‌ای که سپری شد، هر سه شاخصه ارزش، حجم و تعداد معاملات در مسیر افزایشی نسبت به هفته قبل قرار داشتند، با این‌حال شدت این افزایش در ارزش دادوستدها بیشتر بود و انعکاس آن را در رنگِ سبزِ تمامی تابلوهای فرابورس می‌توان مشاهده کرد. ارزش معاملات در پایان هفته با رسیدن به ۱۱۲ هزار میلیارد ریال، رشد ۹۴درصدی نسبت به هفته قبل داشت، اما مشاهده روند معاملات شنبه تا چهارشنبه از اختلاف چشمگیر این متغیر معاملاتی در ۱۷ آذر نسبت با سایر روزها حکایت دارد؛ دلیل این تفاوت به فروش اوراق منفعت دولت در روز یکشنبه بازمی‌گردد. حجم معاملات نیز در این هفته از رشد ۸درصدی نسبت به هفته پیشین حکایت می‌کند به طوری که با ثبت جابه‌جایی ۹ هزار و ۶۳۹ میلیون ورقه، مسیر صعودی هفته گذشته در این متغیر ادامه پیدا کرده است. همچنین تعداد معاملات در این هفته ۱۱درصد نسبت به هفته قبل بیشتر بود و شاهد یک میلیون و ۶۸۴ هزار دفعه معامله بین خریداران و فروشندگان بودیم. همانطور که اشاره شد بازارهای مختلف به لحاظ ارزش معاملات در این هفته روندی صعودی نسبت به هفته قبل داشتند اما این روند در برخی بازارها شدت بیشتری داشت. بیشترین افزایش در این آیتم نسبت به هفته گذشته به بازار شرکت‌های کوچک و متوسط (SME) بازمی‌گشت که با ۷۳۹درصد رشد، بیشترین افزایش را بین سایر بازارها داشت. در رتبه دوم افزایش ارزش دادوستدها نسبت به هفته گذشته نیز بازار ابزارهای نوین مالی قرار گرفت که رشد ۴۵۰درصدی، نشان از هفته‌ای پرکار برای همکاران ما در این واحد داشت. اما اگر بخواهیم از منظری دیگر نیز به معاملات بازارهای مختلف فرابورس نگاه کنیم، بیشترین ارزش دادوستدها مربوط بازارهای ابزارهای نوین بود که با ثبت حدود ۶۱ هزار میلیارد ریال معامله، بیشترین وزن را بر دوش داشت. همچنین در رتبه دوم بالاترین رقم ارزش معاملات، بازار دوم فرابورس قرار گرفت که طی این هفته ۲۹ هزار میلیارد ریال از معاملات را به خود اختصاص داده بود. بازارهای پایه، بازار اول و بازار SME نیز به ترتیب در رتبه‌های سوم تا پنجم قرار گرفتند. در هفته منتهی به ۲۲ آذر ۱۳۹۸، ترکیبی نسبتا متوازن را بین صنایع با بیشترین ارزش معاملات خرد شاهد بودیم. بر این اساس گروه فلزات اساسی با ۴ هزار و ۴۴۵ میلیارد ریال ارزش معاملات خرد، سهم ۹درصدی از کل معاملات را برعهده داشت.

«سهامی عام»

شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده های نفتی ایران
شرکت پالایش نفت آبادان (سهامی عام)

فراخوان ارزیابی کیفی مناقصه گران (عمومی دو مرحله ای)
شماره آگهی مناقصات: ۹۸/L/۱۷

نوبت دوم
شماره مجوز : ۱۳۹۸ . ۵۶۵۶

شرکت پالایش نفت آبادان در نظر دارد کالای موضوع مناقصات جدول ذیل را با مشخصات و شرایط کلی مشروحه از طریق مناقصه عمومی دو مرحله ای از سازندگان و تامین کنندگان معتبر خریداری نماید.

ردیف	شماره مناقصه	شرح کالا	تعداد اقلام	مبلغ ضمانتنامه به ریال	حداقل امتیاز ارزیابی کیفی	ساعات بازگشایی پاکات فنی	تاریخ گشایش پاکات (الف و ب) شرکتهای تایید شده در ارزیابی کیفی
۱	۰۱-۹۰-۹۷۳۲۲۰۳/ G۰۹	مواد شیمیایی زیست کش واحد R.O	۱	۵۵۰/۰۰۰/۰۰۰	۶۰	۱۶/۱۵	۱۳۹۸/۱۱/۰۶
۲	۰۱-۹۰-۹۸۳۲۱۲۱/G ۰۹	پودر رنگ قرمز بتزین	۱	۷۱۲/۵۰۰/۰۰۰	۷۰	۱۶/۳۰	۱۳۹۸/۱۱/۰۶
۳	۰۱-۹۰-۹۶۳۲۰۴۹/G ۱۳	SPARE PARTS FOR SERRTING TOOL	۱۲	۵۸۱/۷۵۰/۰۰۰	۶۵	۱۶/۰۰	۱۳۹۸/۱۱/۰۶
۴	۳۸-۹۰-۶۹۸۲۰۰۰۰۰۴/G ۱۴	NAFIEX NOPRENE	۱	۴۰۰/۰۰۰/۰۰۰	۷۰	۱۵/۳۰	۱۳۹۸/۱۱/۰۶
۵	۳۸-۹۰-۹۸۲۳۴۰۰۰۰۷/G ۰۸	ELBOW ۱۴"	۱	۱۷۵/۰۰۰/۰۰۰	۷۰	۱۵/۴۵	۱۳۹۸/۱۱/۰۶
۶	۴۰-۹۰-۹۷۴۲۴۰۰۰۹۵/ PO ۹	TRANSMITER & SENSOR	۱	۴۵۰/۰۰۰/۰۰۰	۶۰	۱۷/۰۰	۱۳۹۸/۱۱/۰۴
۷	۴۰-۹۰-۹۷۴۲۴۰۰۱۰۵/P۰۹	P/F H۲۵ TURBINE FOR CONTROL SYSTEM	۲۸	۳/۰۴۷/۴۰۰/۰۰۰	۶۵	۱۷/۰۰	۱۳۹۸/۱۱/۰۶

- از کلیه شرکتهای واجد شرایط که آمادگی و توانایی انجام موضوع مناقصه/مناقصات مذکور را دارند دعوت می شود اسناد استعلام ارزیابی کیفی مناقصه گران(دفترچه شماره دو و معیارهای ارزیابی کیفی) بانضمام سایر اسناد مناقصه (متن قرارداد شامل موافقتنامه شرایط عمومی و خصوصی و شرایط شرکت در مناقصه فرم تقاضا PMR و فرم معیارهای ارزیابی فنی) موجود در شبکه اطلاع رسانی این شرکت به نشانی http://WWW.abadan-ref.ir را دریافت ، پس از مطالعه و تکمیل به همراه کلیه مدارک مورد نیاز ، اسناد مناقصه مربوطه ، وفق برنامه زمان بندی فوق به کمیسیون مناقصات شرکت پالایش نفت آبادان تحویل نمایند.
- محل تشکیل جلسات و بازگشایی پاکات: آبادان- ساختمان دفتر مرکزی (جنرال آفیس)- طبقه دوم- سالن جلسات کمیسیون مناقصات
- تکمیل کلیه اطلاعات خواسته شده در فرمهای ارزیابی کیفی مناقصه گران بصورت دقیق و خوانا و ارسال تمامی مدارک و مستندات سوابق کاری ومالی و ... مربوطه به صورت کپی برابر اصل (مصدق شده) که به امضای صاحبان امضا مجاز رسیده و ممهور به مهر شرکت متقاضی باشد، در پاکت سر بسته الزامی است ، در صورت عدم تکمیل و ارسال اسناد استعلام ارزیابی کیفی و سایر مدارک فوق الاشاره ، صلاحیت شرکت کنندگان قابل بررسی نخواهد بود.
- **نحوه ارزیابی کیفی و معیارهای مورد نظر ، بشرح مندرج در فرمهای مربوطه و پیوست اسناد استعلام ارزیابی کیفی مناقصه گران فوق الذکر می باشد.**
- ارائه مدارک و سوابق مزبور هیچ گونه حقی را برای متقاضیان ایجاد نخواهد کرد و سایر اسناد و مدارک در صورت عدم تایید در هر کدام از مراحل مناقصه بصورت سربسته عودت میگردد.
- پس ارزیابی کیفی و مشخص شدن لیست کوتاه مناقصه/مناقصات مذکور ، به شرکتهای تایید شده در خصوص ارسال پاکات الف ب ج تا موعد مقرر در آگهی و اسناد مناقصه اطلاع رسانی خواهد شد.
- آخرین مهلت دریافت اسناد مناقصه/مناقصات از سامانه اینترنتی پالایشگاه:۱۰ روز پس از انتشار آگهی نوبت دوم
- آخرین مهلت تحویل دفترچه تکمیل شده شماره ۲ بانضمام اسناد مصدق شده کپی برابر اصل مورد نیاز:۱۰روز پس از آخرین مهلت دریافت اسناد مناقصه
- پیشنهاد فنی میبایست مطابق با فرم تقاضا (PMR) و بر اساس فرم معیارهای ارزیابی فنی تهیه و ارسال گردد.
- نرخ پیشنهاد دهندگان بایستی مقطوع بوده و شامل کلیه هزینه های مربوطه از جمله مالیات بر ارزش افزوده (بطور مجزا در پیشنهاد مالی درج گردد)و هزینه حمل باشد همچنین در برگه پیشنهاد نرخ مدت اعتبار نرخ (سه ماه)، محل تحویل کالا(پالایشگاه آبادان)و مدت زمان تحویل کالا (با استناد به اسناد مناقصه)درج گردد
- تاریخ بازگشایی پاکات مالی متعاقباً در جلسه بازگشایی پاکات فنی اعلام خواهد شد و شرکتهای که پیشنهاد فنی آنها حائز حداقل امتیاز فنی گردد میتوانند ۷۲ ساعت قبل از بازگشایی پاکات مالی نسبت به ارسال نرخ اصلاحی اقدام نمایند ضمن اینکه مراتب تایید/عدم تایید از طریق نمابر اطلاع رسانی خواهد شد.
-ضمناً آگهی این شرکت در شبکه اطلاع رسانی شانا به نشانی www.shana.ir و همچنین پایگاه اطلاع رسانی این شرکت به نشانی http://WWW.abadan-ref.ir و نیز پایگاه اطلاع رسانی مناقصات به نشانی IETS.MPORG.IR و سامانه کشوری نظارت بر مناقصات دستگاههای اجرایی WWW.TENDER.BAZRESI.IR درج و قابل مشاهده میباشد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۸/۰۹/۲۰ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۸/۰۹/۲۳

روابط عمومی – شرکت پالایش نفت آبادان

شرکت ملی نفت ایران
شرکت نفت فلات قاره ایران
(سهامی خاص)

آگهی مزایده عمومی
شماره ۹۸/۰۶ منطقه بهرگان

نوبت دوم

مورد مزایده	فروش آهن آلات مربوط به مخزن
مقدار / میزان کالا	وزن تقریبی ۲۹۰۰۰۰ کیلوگرم
محل بازدید و تحویل کالا	منطقه بهرگان
نرخ پایه کارشناسی	مبلغ ۵/۸۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال
محل دریافت اسناد مزایده	تهران– خیابان ولیعصر(ع) بالاتر از مسجد بلال، نرسیده به تقاطع شهید مدرس، کوچه خاکزاد، پلاک ۱۲، واحد فروش، طبقه ۶، اتاق ۶/۱۴
مهلت دریافت اسناد	از اولین روز آگهی تا ۷ روز پس از انتشار نوبت دوم آگهی
تلفن های تماس	۰۲۱ –۲۳۹۴۲۶۵۳ ۰۲۱ –۲۳۹۴۲۶۱۷

روابط عمومی شرکت نفت فلات قاره ایران
شماره مجوز: ۵۴۶۷. ۱۳۹۸

اخبار

تشریح دلایل توقف کالا در گمرکات طی هفته‌های اخیر

معاون گمرک ایران درخصوص دلایل توقف کالا در گمرکات طی هفته‌های اخیر توضیحاتی ارائه داد.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، مهرداد جمال ارونقی گفت: تمامی دستگاه‌هایی که در امر تجارت خارجی دخیل هستند، طبق ماده ۱۲ قانون امور گمرکی موظفند تحت نظارت گمرک اقدام کنند؛ قانون امور گمرکی مصوب سال ۱۳۹۰ گمرک را به عنوان مدیریت واحد در این زمینه شناخته است.

معاون فنی و امور گمرکی گمرک ایران گفت: یکپارچه‌سازی تجارت از این نظر معنی پیدا می‌کند که در تشریفات تجارت خارجی سازمان‌های مختلفی در قبل از صدور مجوز ورود کالا، تشریفات حمل کالا، پس از رسیدن کالا به گمرک و تشریفات ترخیص و بعد از تشریفات ترخیص به یک نحوی با هم ارتباط تنگاتنگی دارند.

وی افزود: باید اساس این سازمان‌ها در راستای یک هدف واحد یکپارچه باشد تا بتوانند فرآیند تشریفات را به حداقل زمان ممکن کاهش دهند.

جمال ارونقی تصریح کرد: گمرک در انجام فرآیند تشریفات خود از صفر تا صد با بیش از ۲۵ سازمان مختلف در ارتباط است.

وی افزود: این سازمان‌ها در زمینه‌های مختلف از قبیل صدور مجوزهای قانونی برای ترخیص کالا، اعمال کنترل‌ها و نظارت‌های لازم، صدور مجوز ورود کالا، تامین، تخصیص و کنترل ارز و بسیاری موارد دیگر نقش‌آفرین هستند.

معاون فنی و امور گمرکی گمرک ایران گفت: پروسه‌های مختلفی که تعریف شده برای ترخیص کالا، انجام تشریفات گمرکی و کنترل‌هایی که پشت سر هم صورت می‌گیرد تمامی این موارد باعث طولانی‌شدن انجام تشریفات گمرکی خواهد شد.

وی افزود: این شرایط برای قبل از انجام تشریفات گمرکی نیز صادق است یعنی امکان دارد یک کالا از سوی چند سازمان به طور همزمان مورد اظهارنظر قرار گیرد.

جمال ارونقی اظهار کرد: برای یک کالا به فرض سه مجوز قانونی نیاز است که هر یک از این مجوزها نیاز به نمونه‌برداری و کنترل‌های جداگانه از سوی دستگاه‌ها دارد که متاسفانه چنین رویه‌ای موجب طولانی شدن فرآیند انجام تشریفات گمرکی می‌شود.

وی گفت: خوشبختانه در سایر کشورها بدین شکل نیست بلکه کنترل‌ها یا نمونه‌برداری از کالا به وسیله یک دستگاه صورت می‌گیرد.

معاون فنی و امور گمرکی گمرک ایران افزود: امکان دارد سه دستگاه برای صدور مجوز قانونی اظهارنظر کنند، اما نمونه‌برداری به وسیله یک دستگاه صورت می‌گیرد که این رویه موجب تسهیل و تسریع فرآیندها است.

افزایش ۳۰درصدی مصرف تخم مرغ نسبت به قبل

قیمت تخم مرغ به ۷ هزار و ۶۰۰ تومان رسید

رئیس هیأت مدیره اتحادیه مرغ تخم‌گذار استان تهران گفت مصرف تخم مرغ در مقایسه با دو سال اخیر ۲۰ تا ۳۰درصد رشد داشته است.

ناصر نبی‌پور در گفت و گو با باشگاه خبرنگاران جوان، درباره آخرین تحولات بازار تخم مرغ اظهار کرد: هم‌اکنون متوسط نرخ هر کیلو تخم مرغ درب مرغداری ۷ هزار و ۶۰۰ تومان معادل شانه‌ای ۱۵ هزار و ۲۰۰ تومان است.

وی افزود: با وجود آنکه قرار بود سازمان صنعت و معدن و میادین میوه و تره بار هر کیلو تخم مرغ را با نرخ مصوب ستاد تنظیم بازار از مرغداران خریداری کنند، اما به سبب پایین بودن قیمت بازار از انجام این کار امتناع کردند.

نبی‌پور ادامه داد: اگرچه در شرایط فعلی مرغدار در فروش تخم مرغ تولیدی متحمل زیان نمی‌شود، اما به سبب عرضه زیر نرخ مصوب تنظیم بازار رقمی حدود ۱۰۰ تومان از سود تعیین‌شده کسر می‌شود.

این مقام مسئول با اشاره به اینکه گرانی قیمت تخم مرغ در خرده‌فروشی ارتباطی به تولیدکنندگان ندارد، بیان کرد: سازمان حمایت قیمت مصوب هر کیلو تخم مرغ درب مرغداری را ۸ هزار و ۹۰۰ تومان معادل شانه‌ای ۱۷ هزار و ۸۰۰ تومان اعلام کرده است و مسئولان ذی‌ربط باید نظارت کافی بر بازار داشته باشند تا سودجویان نتوانند اقدام به گران‌فروشی در بازار کنند.

وی درباره آخرین وضعیت صادرات تخم‌مرغ گفت: اتحادیه به منظور کنترل قیمت در بازار داخل، صادرات را تا حدی زیادی متوقف کرده و تنها مقدار جزئی به افغانستان صادر می‌شود، در حالی که در هفته‌های اخیر روزانه ۱۷۰ تا ۱۸۰ تن تخم مرغ به بازارهای هدف صادر می‌شد.

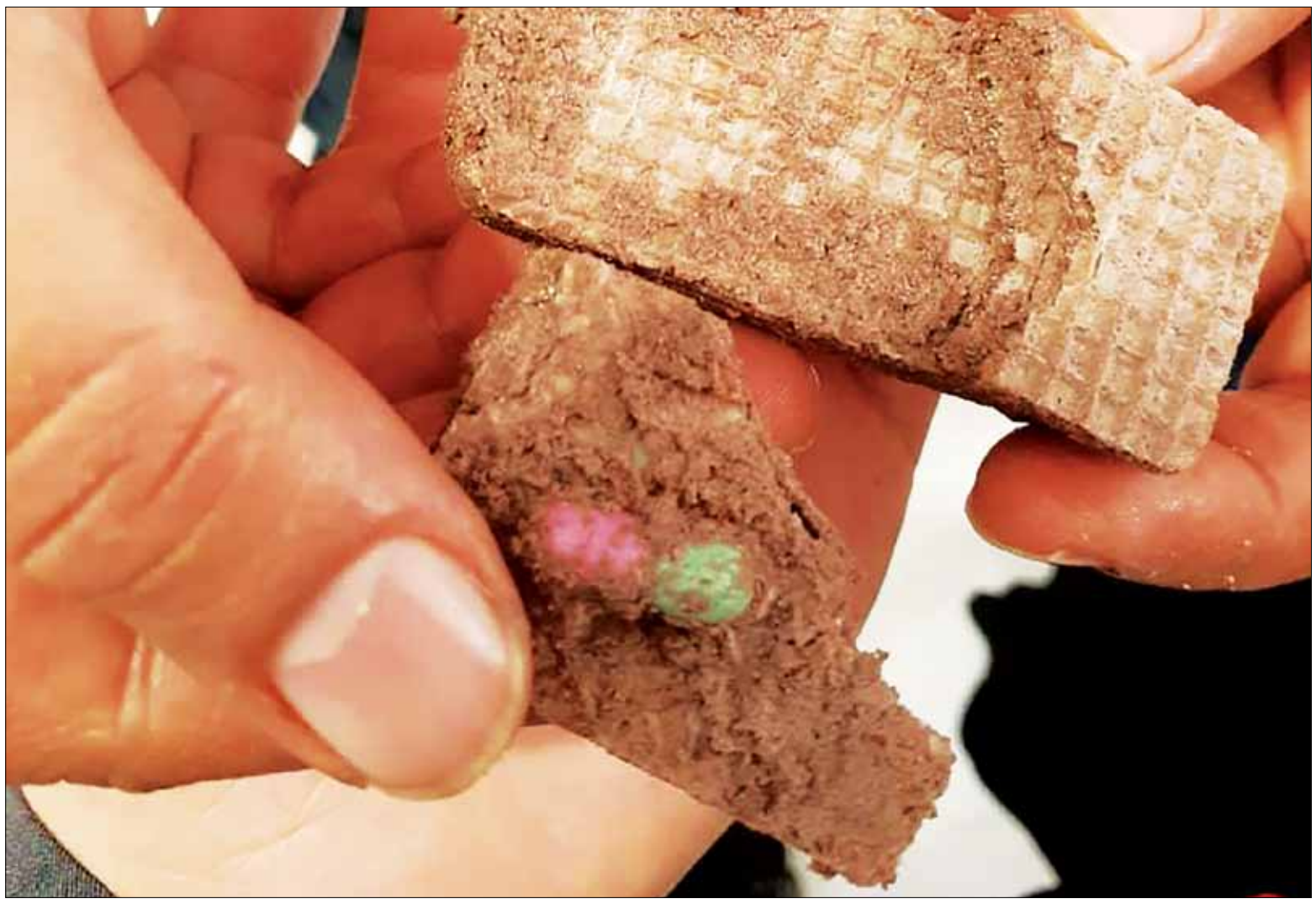
نبی‌پور مجموع صادرات تخم مرغ از خرداد تاکنون را ۲۰ هزار تن اعلام کرد و افزود: این در حالی است که مازاد روزانه تخم مرغ به رقمی حدود ۲۰۰ هزار تن معادل ماهانه ۵ تا ۶ هزار تن می‌رسد که متاسفانه به دلیل اتخاذ برخی سیاست‌ها مبنی بر ممنوعیت یکباره، اعتماد تجار بازارهای هدف به ما سلب می‌شود.

رئیس هیأت مدیره اتحادیه مرغ تخم گذار استان تهران با اشاره به اینکه تولید روزانه تخم مرغ از ۲۶۰۰ تا ۲۹۰۰ تن در نوسان است، بیان کرد: با وجود افزایش مصرف تخم مرغ، مازاد روزانه به رقمی بالغ بر ۲۰۰ تن می‌رسد که باید برای تعادل قیمت در داخل و جلوگیری از زیان مرغداران به بازارهای هدف صادر شود.

وی با بیان اینکه تخم مرغ ارزان‌ترین پروتئین در دسترس مردم به شمار می‌رود، تصریح کرد: با توجه به کاهش قدرت خرید خانوار و افزایش قیمت سایر محصولات پروتئینی، مصرف تخم مرغ در مقایسه با دو سال اخیر ۲۰ تا ۳۰درصد رشد داشته است و چنانچه قیمت هر کیلو مرغ به ۱۰ تا ۱۱ هزار تومان و گوشت ۵۰ هزار تومان کاهش یابد، مازاد تخم مرغ به ۳۰۰ هزار تن می‌رسد.

پشت پرده۷ایی از کیک‌های آلوده به دارو

از ردپای نفوذ در کارخانه‌ها تا احتمال قاچاق مواد مخدر به خارج از کشور



برخی مسئولان معتقدند با توجه به آلوده شدن کیک‌ها در استان‌های مرزی، احتمالا انجام این کار به قصد قاچاق قرص‌های روانگردان وجود داشته باشد.

به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، ماجرای وجود قرص در دلِ کیک‌ها و خوراکی‌ها کم کم از حالت یک شایعه خارج شده و رنگ و بوی تهدید و اضطراب به خود گرفته است؛ چند روزی است که فیلم‌ها و عکس‌های مربوط به خوراکی‌های حاوی قرص‌های عجیب به سرعت در شبکه‌های اجتماعی بازنشر می‌شود و تایید و تکذیب‌های عجیب مسئولین مختلف بر بازار داغ گمانه‌زنی‌ها دامن می‌زند و هر روز شاهد انتشار تصاویر جدیدی به دست شهروندانی از استان‌هایی مثل سیستان و بلوچستان و هرمزگان هستیم.

تکذیبی که تایید شد

عکس‌ها همگی با این مضمون منتشر می‌شد که این قرص‌ها از نوع خواب‌آور و قرص برنج هستند و حتی وزارت آموزش و پرورش بخشنامه‌ای درباره این موضوع به مدارس ابلاغ کرده است. در همان ساعات ابتدایی کیانوش جهانپور، رئیس مرکز روابط عمومی وزارت بهداشت ضمن تکذیب ماجرای ابلاغ بخشنامه بیان کرد: احتمالاً اشخاصی در فضای مجازی به دنبال ایجاد هرج‌ومرج و پیگیری اهداف خاص هستند. این موضوع ربطی به تولید کیک، ویفر و کارخانجات و صنایع غذایی ندارد.

اگرچه خوشبختانه تا به حال خبری مبنی بر ایجاد مسمومیت بر اثر مصرف این داروها به گوش نرسیده و در نمونه‌های یافت شده خبری از قرص‌های خواب‌آور، مخدر یا قرص برنج تایید نشده است، اما این موضوع چیزی از بزرگی ماجرا کم نمی‌کند؛ دلیل علت وجود قرص در خوراکی هرچه که باشد نباید سرسری از آن عبور کرد.

ابتدا خبر وجود قرص در کیک‌ها تکذیب می‌شد، اما کم کم تعداد عکس‌ها افزایش پیدا کرد، بر تعداد استان‌های درگیر با این ماجرا افزوده شد و کم کم ترامادول، سایر قرص‌های خطرناک به این قصه راه پیدا کردند و موضوع وجود دارو در دلِ کیک‌های موجود در مدارس غیرقابل انکار شد؛ اگرچه این ماجرا به چند استانِ خلاصه می‌شود، اما نگرانی سراسر کشور را دربر گرفته است. اگر علت جاساز شدن داروها در کیک یا ویفر قاچاق آنها باشد احتمال گسترده بودن ماجرا بسیار زیاد است.

بعد از افزایش تعداد موارد و گسترش موضوع کیانوش جهانپور این بار در کسوت سخنگوی سازمان غذا و دارو بیان کرد: تمام فروشگاه‌های مواد غذایی موظف هستند محصولات و فرآورده‌های غذایی را از شرکت‌های پخش مجاز و رسمی تحویل گرفته و در صورت تحویل اقلام از پخش‌کننده‌های غیرمجاز، در مقابل پیامدهای آن مسئول خواهند بود.

او بیان کرد: بررسی‌های همکاران ما نشان می‌دهد مشاهده جسم خارجی از جمله قرص و کپسول در تعدادی از بسته‌های فرآورده‌های غذایی از جمله ویفر، کیک و موارد از این قبیل در برخی مناطق جنوبی کشور، به هیچ‌وجه به سطح تولید و پخش کلان ارتباط ندارد. موارد مشکوکی در سطح عرضه مشاهده یا گزارش شده و به نظر می‌رسد موضوع فراتر از حوزه سلامت بوده و حتی ابعاد انتظامی، سیاسی و امنیتی داشته باشد.

جهانپور گفت: نحوه جاگذاری اجسام خارجی در تعدادی از محصولات، منسوب به بیش از ۱۲ شرکت مختلف است که در نواحی خاصی از نوار ساحلی جنوب کشور مشاهده شده و ارتباطی به خطوط تولید و کارخانجات صنایع غذایی ندارد.

کیک‌ها بعد از خروج از کارخانه دستکاری شده‌اند

محمدرضا مرتضوی، رئیس هیات مدیره کانون انجمن‌های صنایع غذایی ایران هم جاسازی قرص در کیک و بیسکوییت را از نظر فنی غیرممکن دانست و گفت: ظاهرا یک یا دو انبار پلمب شده و اگر از آن انبارها کیکی در بازار توزیع شده باشد، جمع‌آوری شده است.

او بیان کرد: اگر جاسازی قرص در کیک‌ها به قصد قاچاق بوده باشد امکان توزیع تعداد زیادی از آنها وجود دارد. با توجه به آلوده شدن کیک‌ها در استان‌های مرزی، احتمالا انجام این کار به قصد قاچاق قرص‌های روانگردان هم وجود دارد.

جمشید مغازه‌ای، رئیس انجمن بیسکوییت، شیرینی و شکلات پیرامون عکس‌های منتشرشده در فضای مجازی مبنی بر توزیع قرص در بیسکوییت، تیتاپ و شکلات اظهار کرد: توزیع قرص در بین تیتاپ، پچ‌پچ، بیسکوییت واقعیت دارد و مربوط به یک تا دو شرکت نیست و ده‌ها شرکت دچار این مشکل شده‌اند.

وی افزود: باتوجه به آنکه تیتاپ، بیسکوییت و کیک در درجه حرارت ۲۵۰ تا ۳۰۰ درجه سانتیگراد پخت می‌شود، بدیهی است که این قرص‌ها در چنین درجه حرارتی دوام نمی‌آورند و این مشکلات بعد از تولید در انبارهای توزیع و ... اتفاق می‌افتد چرا که براساس بررسی‌های صورت گرفته حتی ترکیب و رنگ این قرص‌ها در لابه‌لای کیک‌ها، کلوچه‌ها، بیسکوییت و ... بهم نخورده است.

آجیل شب یلدا فعلا گران نمی‌شود

رشد ۷۰درصدی در تولید خشکبار در ایران

رئیس اتحادیه خشکبار و آجیل گفت کمبودی در بازار آجیل برای استقبال از شب یلدا فعلا وجود ندارد؛ مردم گرانفروشان را به تعزیرات معرفی کنند.

مصطفی احمدی در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، درخصوص آخرین شرایط بازار آجیل و خشکبار با نزدیک شدن به شب یلدا، اظهار کرد: بازار آجیل و خشکبار هیچ کمبودی برای تامین نیاز مردم جهت برگزاری شب یلدا ندارد.

او در پاسخ به سوالی مبنی بر اینکه کدام اقلام سبد خشکبار شاهد افزایش قیمت هستند؟ گفت: افزایش ۱۰درصدی را در تخم کدو و آفتابگردان شاهدیم که البته مورد پذیرش ما نیست و علت این امر را می‌توان عدم ترخیص کالا در گمرک دانست.

رئیس اتحادیه خشکبار و آجیل ادامه داد: از گمرک تقاضا داریم که همکاری بیشتری را با بازار آجیل و خشکبار داشته باشند تا کمبودی در بازار احساس نشود.

به گفته احمدی؛ بادام هندی؛ افزایش قیمتی در بازار نداشته است.

رئیس اتحادیه خشکبار و آجیل با بیان اینکه ۸۰درصد نیاز به خشکبار در داخل تأمین می‌شود، اظهار کرد: ۲۰درصد مابقی نیاز آجیل که بیشتر مربوط به بادام هندی بوده که در ایران تولید نمی‌شود و محصول بومی کشور هند است که به ایران وارد می‌شود.

احمدی بیان کرد: امسال، بر اثر بارندگی‌ها و سرمازدگی که در کشور داشتیم مشکلاتی برای درختان به وجود آمد اما با تلاش مضاعف و پیش‌بینی‌ها خوشبختانه توانستیم بازار را به تعادل برسانیم.

رئیس اتحادیه خشکبار و آجیل در پاسخ به این پرسش، که بازار آجیل نسبت به سال گذشته چگونه ارزیابی می‌شود؟ افزود: خوشبختانه تولیدات ما ۷۰درصد نسبت به سال گذشته بیشتر شده است.

شب یلدا یا شب چله از جمله رسومات دیرینه ایرانی است که در شب ۳۰ آذر به هنگام ورود به اولین روز زمستان برگزار می‌شود ایرانیان این شب را با صرف انواع آجیل به پایان می‌رسانند. از این رو باشگاه خبرنگاران جوان به بررسی بازار این اقلام و کمبودها آن به طور ذره‌بینی می‌پردازد و از مخاطبان خود برای اعلام هرگونه تخلف و گرانفروشی دعوت به همکاری و اطلاع‌رسانی می‌کند.

گفتنی است، با وجود آنکه ایران قطب خشکبار در دنیا به شمار می‌رود، اما سال قبل به سبب سرمازدگی و اُفت محسوس تولید جایگاه خود در بازارهای هدف را از دست دادیم که امسال با وجود رشد چندبرابری تولید در صورت رفع مشکلات نقل و انتقال ارز، بازگشت رونق مجدد به صادرات اقلام آجیل و خشکبار دست‌یافتنی است.

قیمت گوجه فرنگی در بازار شکسته شد

حداکثر نرخ هر کیلو گوجه فرنگی گلخانه ۱۰ هزار تومان

دارایی‌نژاد گفت با وجود بارندگی‌های اخیر، قیمت گوجه فرنگی به سبب فراوانی عرضه تا حدودی در میدان کاهش یافته است.

مصطفی دارایی‌نژاد، رئیس اتحادیه بارفروشان میدان مرکزی میوه و تره بار در گفت و گو با باشگاه خبرنگاران جوان، از شکسته شدن قیمت گوجه فرنگی در بازار خبر داد و گفت: با وجود بارندگی‌های اخیر، قیمت گوجه فرنگی به سبب فراوانی عرضه تا حدودی در میدان کاهش یافته است. وی نرخ هر کیلو گوجه فرنگی انباری در میدان مرکزی میوه و تره بار را ۳ تا ۴ هزار تومان، گوجه فرنگی بوته‌ای ۵ هزار تا ۶ هزار و ۵۰۰ تومان، گوجه فرنگی بوته رس ۷ هزار تا ۸ هزار و ۵۰۰ تومان و گوجه فرنگی گلخانه‌ای ۸ هزار تا ۱۰ هزار تومان اعلام کرد. دارایی‌نژاد درباره علل قیمت بالای گوجه فرنگی در مغازه‌ها افزود: مغازه‌داران، بار خود را در زمان گرانی خریداری کردند و همچنان به سبب کاهش تقاضا، بار روی دست مغازه‌ها مانده است.

رئیس اتحادیه بارفروشان میدان مرکزی میوه و تره بار ادامه داد: برای اولین بار، خانوارها در پی کاهش عرضه و افزایش قیمت گوجه فرنگی، خرید خود را محدود به مصرف روزانه کردند و همین امر موجب شده به سبب ماندن بار روی دست مغازه‌داران، قیمت‌ها شکسته شود. به گفته وی، با وجود بارش باران همراه با تگرگ در استان بوشهر اظهاراتی مبنی بر خسارت بالا به مزارع گوجه فرنگی مطرح بود، در حالی که حداکثر ۱۰درصد محصول تولیدی دچار خسارت شده است و همواره با رسیدن محصول در مناطق دیگر کمبودی در عرضه نداریم.

کاهش مجدد قیمت گوجه فرنگی طی ۷ تا ۸ روز آینده در بازار

دارایی‌نژاد از افت مجدد قیمت گوجه فرنگی طی روزهای آتی در بازار خبر داد و گفت: با آغاز برداشت محصول از مناطق گرمسیری و عرضه گوجه فرنگی بوشهر به بازار پیش‌بینی می‌شود که ظرف ۷ تا ۸ روز آینده، نرخ این محصول به ۴ تا ۵ هزار تومان در بازار کاهش یابد و همواره مغازه‌داران طبق فاکتور می‌توانند با احتساب حداکثر ۳۵درصد سود، گوجه فرنگی را در بازار عرضه کنند.

سرگردانی مصرف‌کنندگان واقعی در بازار خودرو

با افزایش قیمت در بازارهای ارز و سکه طی نزدیک به دو هفته اخیر، منحنی قیمت در بازار خودرو هم صعودی شد، تا جایی که کف قیمت از مرز ۵۰ میلیون تومان هم گذشت.

به گزارش اقتصاد نیوز، از حدود یک ماه پیش که بنزین سهمیه‌بندی شد و قیمت آن افزایش یافت، بازارهایی مثل ارز و سکه و خودرو واکنش‌هایی صعودی به این ماجرا نشان دادند. در این بین، قیمت خودروهای داخلی به ویژه آنها که کم مصرف‌تر بودند، افزایش یافت و به تبع آن، دیگر محصولات هم روندی صعودی در قیمت پیش گرفتند. کمی بعد، بازار ارز و سکه تا حدی آرام شد و بازار خودرو نیز از صعود بیشتر باز ماند، اما این آرامش قبل از توفان بود، چه آنکه قیمت‌ها مجدداً افزایشی شد. طی حدود دو هفته اخیر، قیمت خودروهای داخلی بیش از پیش بالا رفت، حتی آنها که دیگر به تولید نمی‌رسند یا محصولاتی که خودروسازان نسبت به فروش فوری‌شان اقدام کرده‌اند.

در این مدت، گروه‌های خودروساز برای بعضی محصولات‌شان فروش فوری در نظر گرفتند، با این امید که قیمت آنها شکسته شده و پایین بیاید. به‌عنوان مثال، سایپایی‌ها برای پراید (محصولی که چند ماه دیگر از رده تولید خارج خواهد شد)، فروش فوری روزانه در نظر گرفتند، اما این ابزار هم چندان مؤثر واقع نشد و نتوانست قیمت را در حد قابل توجهی کاهش دهد. آنطور که فعالان بازار می‌گویند، هم اکنون پراید مدل ۱۳۱ قیمتی برابر با ۵۱ میلیون تومان دارد و مدل ۱۱۱ آن هم ۵۴ میلیون تومان قیمت خورده است. با این حساب، کف قیمت در بازار خودرو روی رقم ۵۱ میلیون تومان ایستاده، حال آنکه تا همین چند هفته پیش، زیر ۵۰ میلیون تومان بود.

دلیل صعود قیمت در بازار خودرو

اما چه شده که بازار خودرو با وجود فروش فوری‌ها و بهبود تیراژ و عرضه (البته به ادعای خودروسازان)، با کاهش قیمت رو به رو نشده و حتی صعود هم کرده است. به عقیده فعالان بازار، پاسخ به این سؤال را باید در نوسان بازارهای ارز و سکه جست‌وجو کرد. به گفته آنها، پس از افزایش قیمت در بازارهای موردنظر به خصوص ارز، منحنی قیمت در بازار خودرو هم صعودی و با سرازیر شدن مجدد نقدینگی رو به رو شد. به عبارت بهتر، همزمان با صعود قیمت در بازار ارز و سکه، تقاضای کاذب برای خرید خودرو (به امید فروش با قیمت‌های بالاتر در آینده) افزایش یافت و این ماجرا چون متناسب با عرضه نبود، به رشد قیمت خودروهای داخلی انجامید.

فعالان بازار در ادامه، این گونه تحلیل می‌کنند که با توجه به نزولی شدن قیمت در بازارهای ارز و سکه، تصور در خصوص آینده بازار خودرو نیز افت قیمت‌هاست، بنابراین نه فروشنده‌ها ریسک فروش را می‌پذیرند و نه خریداران ریسک خرید را. این وسط، مصرف‌کننده واقعی که به دنبال خرید خودرو برای استفاده شخصی است، میان این تحولات و نوسان قیمت گیر افتاده و توان خرید ندارد. هم‌اکنون شرایط به شکلی است که به علت نااطمینانی از آینده قیمت‌ها در بازارهای گوناگون، خرید و فروش خودرو ریسک بالایی پیدا کرده و ضرر این ماجرا بیشتر نصیب مصرف‌کنندگان واقعی شده است.

به عقیده کارشناسان، تا زمانی که تورم انتظاری شهروندان بالاست و اطمینان لازم بابت کاهش قیمت‌ها یا حتی ثبات در آینده وجود ندارد، نوسان قیمتی در بازارهای گوناگون به خصوص خودرو همچنان ادامه خواهد یافت. این وسط البته تیراژ و عرضه نقش بسیار مهمی در آرام گرفتن یا هیجانی شدن بازار خودرو دارد و باید منتظر ماند و دید تولید خودروسازان طی ماه‌های پایانی سال چه روندی را طی می‌کند. آخرین آمارها نشان می‌دهد تولید ماهانه خودروهای داخلی بهبود یافته است.

از دوچرخه‌های «بیدود» چه خبر؟

مدیرعامل سازمان حمل و نقل و ترافیک شهرداری تهران از تلاش شهرداری و مسئولان شرکت بیدود برای یافتن راه حلی برای رفع مشکلات این دوچرخه‌های اشتراکی خبر داد. به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از فارس، یوسف حجت در مورد وضعیت دوچرخه‌های بیدود با بیان اینکه این دوچرخه‌های اشتراکی توسط یک شرکت خصوصی تهیه و اداره می‌شدند، گفت: حالا شرکت مربوطه اعلام کرده است که دچار مشکل مالی شده است.

وی با بیان اینکه شرکت مذکور اعلام کرده به طور میانگین روزانه از هر دوچرخه یک یا دو مرتبه استفاده می‌شده، ادامه داد: این در حالی است که می‌بایست روزانه هفت الی هشت مرتبه از هر دوچرخه استفاده شود تا برای شرکت به صرفه باشد. حجت در پاسخ به این سوال که آیا این شرکت پیش از اجرای این طرح برآورد مالی نداشته است؟ افزود: ما نیز در این مورد از مسئولان شرکت سوال کردیم و آنها نیز اعلام کردند که در مطالعات مالی خود اشتباه کردند و حالا در مرحله ضرر قرار دارند.

وی با بیان اینکه در تهران هیچ مد حمل و نقلی بدون یارانه نمی‌تواند به خوبی کار کند به همین دلیل شهرداری تهران برای اتوبوس و مترو سالانه یارانه‌های زیادی را پرداخت می‌کند، در پاسخ به این سوال که آیا شهرداری به این شرکت یارانه می‌دهد؟ گفت: بعید می‌دانم چراکه شهرداری برنامه‌ای برای ارائه یارانه به دوچرخه‌های اشتراکی ندارد.

حجت افزود: دوچرخه‌های اشتراکی در این مدت عملکرد خوبی داشتند و در حال برگزاری جلسات مشترک برای تهیه و تدوین راه حلی برای رفع مشکلات هستیم.

مدیرعامل سازمان حمل و نقل و ترافیک شهرداری تهران در مورد سرانجام ودیعه مردم که نزد این شرکت باقی مانده نیز گفت: باید این شرکت پول را به مشترکان خود برگرداند.

تکرار تاریخ در جغرافیای صنعت خودرو

مدت‌هاست که شرکت‌های خودروساز هنوز در شوک رفتن شرکای نیمه راه خود باقی مانده و هنوز نتوانسته‌اند خود را به صورت کامل بازآفرینی کنند؛ بازآفرینی‌هایی که نیاز به جدیت بیشتر در داخلی‌سازی قطعات دارد.

به گزارش پدال نیوز به نقل از خودروکار، شرکت‌های خودروساز داخلی بعد از خروج آمریکا از برجام و به دنبال آن تحریم‌های جدید، بدون توجه به قراردادهای تازه خود با طرف ایرانی، بار و بندیل خود را بستند و باز هم صنعت خودرو ایران را تنها گذاشتند.

اما این بار داستان کمی متفاوت‌تر هم هست چراکه مثلا شرکتی مثل رنو با وجود کاهش شدید تولیداتش در ایران در زمان تحریم قبلی، این بار به صورت کامل بازار ایران را ترک کرده و به سرنوشت شرکای ایرانی با انبوهی از تعهدات هم بی‌توجه است. اما چاره کار کجاست؟ چگونه خودروسازان ایرانی باید ضربه بخورند تا درس‌های تاریخی خود را مرور کنند. چند بار باید این اتفاق مشابه پیش بیاید تا خودشان را پیدا کنند و وابستگی‌های بعضا بی‌مورد خود را به خودروسازان کاهش دهند؟

قطعا چاره کار داخلی‌سازی قطعاتی است که هم ارزبری بالایی دارند و هم عملا در این بزنگاه‌ها صنعت خودرو ایران را فلج می‌کنند و هر بار زیان‌های هنگفتی به این شرکت‌ها سرازیر می‌شود. به گفته بسیاری از کارشناسان صنعت خودرو، تقریبا قطعه‌ای برای خودروهای موجود در خطوط تولید خودروسازان وجود ندارد که توان داخلی‌سازی آن در ایران نباشد.

قطعاتی که با تلاش متخصصان و مهندسان داخلی قطعا می‌توان داخلی‌سازی و وابستگی صنعت خودرو به شرکای بدعهد را به حداقل ممکن رساند.

موضوعی که در روزهای خوش خیالی مدیران صنعت خودرو رها شده بود و کمتر مدیر دغدغه‌مندی وجود داشت که به فکر چنین روزهایی هم باشد و در خواب غفلت و راحت‌طلبی، فقط سود مقطعی مجموعه خود را نبیند و به یاد فصل سرمای صنعت خودرو هم باشد.

حال که باز هم تاریخ بدعهدی خودروسازان خارجی به خصوص فرانسوی‌ها در جغرافیای صنعت خودرو ایران تکرار شده است باید با جدیت تمام داخلی‌سازی را دنبال کرد و حتی به قیمت کاهش جزئی کیفیت این مهم را دنبال کرد تا حداقل صنعت خودرو و بازار پرتقاضای آن اینگونه دستخوش تلاطم‌های ناگهانی نشود و خطر ورشکستگی و تعدیل نیرو از این صنعت دور شود.

اخبار

آخر هفته با طعم نوسان شدید قیمت خودرو

در آخرین روز هفته، قیمت خودرو در بازار آزاد به طور میانگین حدود یک میلیون و ۵۰۰ هزار تومان کاهش یافت.

به گزارش پدال نیوز به نقل از صداوسیما، مشاهدات میدانی نشان می‌دهد در معاملات انجام شده در روز پنجشنبه ۲۱ آذر ۹۸، قیمت روز خودرو در بازار آزاد در مقایسه با روزگذشته با کاهش میانگین یک میلیون و ۵۰۰ هزار تومانی همراه است.

طبق آخرین قیمت بازار خودرو، قیمت پژو پارس، سراتو، پژو ۲۰۷ اتوماتیک، رنو ساندرو اتوماتیک با کاهش میانگین ۲ میلیون تومانی همراه بود.

همچنین پژو ۲۰۶ تیپ ۵ (ساده)، دنا پلاس توربو و رنو تندر پلاس دنده‌ای با کاهش یک میلیون تومانی به خریداران عرضه می‌شود.

قیمت پژو ۲۰۶ تیپ ۲ (ساده)، تیبا ۲، پژو صندوقدار و رانا ال ایکس نیز کاهش ۵۰۰ هزار تومانی را تجربه کردند.

آخرین قیمت رنو تندر پلاس اتوماتیک و سایپا ۱۱۱ در معاملات روز پنجشنبه یک میلیون و ۵۰۰ هزار تومانی کاهش نشان می‌دهد و سایپا ۱۳۱، سایپا ۱۳۲، ساینا و دنا نیز با کاهش متوسط ۲۵۰ هزار تومانی معامله می‌شوند. کاهش قیمت ارز و همچنین وعده خودروسازان به فروش فوری خودروهای خود در هفته آتی، از عوامل کاهشی شدن قیمت خودرو در آخرین روز هفته جاری اعلام شده است.

از ابتدای آبان ماه تاکنون قیمت خودروهای داخلی در بازار آزاد با افزایش حدودا ۲۰درصدی مواجه شده بودند.

پاسخ مبهم معاون محیط زیست درخصوص استاندارد نبودن خودروهای داخلی

معاون محیط زیست درخصوص استاندارد نبودن خودروهای داخلی که موجب آلودگی هوا می‌شوند پاسخ مبهمی داد.

مسعود تجریشی، معاون سازمان حفاظت محیط زیست در گفت و گو با باشگاه خبرنگاران جوان، درخصوص تعیین تکلیف خودروسازان برای ساخت خودروهایی با استانداردهای بین‌المللی اظهار کرد: اگر در بسیاری از موارد نتوانستیم به اجماع برسیم به این دلیل بود که حاضر نیستیم در لوای قانون حرکت کنیم.

وی افزود: اگر قرار باشد به دلیل تحریم و یا هر مساله‌ای بگوییم این قانون را عمل نمی‌کنیم نمی‌توانیم در یک کار جمعی به اهدافمان برسیم.

تجریشی گفت: اگر در قانون ضعیف هستیم باید آن را تصحیح کنیم مانند این است که خودروساز بگوید، چون این مشکلات را دارم قانون را عمل نمی‌کنم بنابراین یا باید مدیران را تغییر داد یا به صورت مکتوب عمل نکردن به قانون را ارائه دهند.

وی بیان کرد: باید فرهنگ و روحیه کارهای جمعی را بین خودمان تقویت کنیم، نه اینکه هر کسی به دلیل منفعت بخشی خود کاری که می‌خواهد را انجام دهد.

معاون محیط زیست گفت: هم‌اکنون به جایی رسیده‌ایم که جمع‌بندی در فرآیندها و کار جمعی و مشترک نیاز به بازنگری جدی دارد و این یکی از وظایف وزرا و معاونین هر وزارتخانه است که بین بخش‌ها هماهنگی‌ها انجام دهند.

حل مشکل کمبود تایرهای کامیونتی و نیسان‌باری

راه‌اندازی سامانه جدید توزیع تایر سنگین

معاون دفتر امور خدمات بازرگانی وزارت صمت با اعلام آغاز به کار «سامانه توزیع تایر وزارت صنعت» با هدف رفع نیاز گروه جدیدی از متقاضیان گفت کمبود تایرهای «کامیونتی» و «نیسان‌باری» که سایزهای ۱۶ تا ۲۰ دارند، رفع خواهد شد. به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از تسنیم، سال گذشته بحرانی در فرآیند توزیع تایر ناوگان سنگین ایجاد شد و رانندگان این خودروها برای تامین تایر مورد نیاز خود با مشکلات متعددی روبه‌رو شدند؛ به همین منظور، دولت تصمیم گرفت تایر ناوگان سنگین و نیمه‌سنگین را در گروه کالاهای اساسی دریافت‌کننده ارز ۴۲۰۰تومانی قرار دهد. بر همین اساس، دولت طرح توزیع سیستمی تایر سنگین را اجرایی کرد که براساس آن «سامانه جامعه تجارت» به صورت متمرکز به «سامانه توزیع لاستیک سازمان راهداری و حمل‌ونقل جاده‌ای» و «سامانه مدیریت مرکزی حمل و نقل درون شهری وزارت کشور» متصل شد و در نتیجه آن شفافیت زنجیره توزیع تایر سنگین از مرحله واردات و تولید تا مصرف نهایی افزایش چشمگیری یافت. بعد از اجرای کامل این طرح در شهریورماه سال جاری و بهبود فرآیند توزیع تایر برای ناوگان برون‌شهری و درون‌شهری، دغدغه جدیدی برای وزارت صمت ایجاد شد. ماجرا از این قرار بود که بعضی از خودروهای ناوگان سنگین و نیمه‌سنگین، شرایط دریافت حواله تایر را از هیچ یک از سامانه‌های موجود نداشته و در واقع خارج از گروه ناوگان درون‌شهری و برون‌شهری قرار می‌گرفتند.

برای حل این مشکل سامانه جدیدی در وزارت صنعت، معدن و تجارت شروع به کار کرده است. به همین منظور به جهت کسب اطلاعات بیشتر درخصوص این سامانه جدید و آخرین وضعیت توزیع سیستمی تایر ناوگان سنگین، با حمید محله‌ای، معاون دفتر امور خدمات بازرگانی وزارت صنعت، معدن و تجارت به گفت‌وگو نشستیم. محله‌ای با اعلام اینکه سامانه جدید، برای رفع نیاز گروه سومی از رانندگان ناوگان سنگین ایجاد شده است، گفت: با توجه به انسجام‌یافتن سامانه‌های توزیع تایر و همچنین تولید و واردات کافی این کالا، وزارت صنعت درگاه جدیدی را به آدرس kala.ntsw.ir ایجاد کرد تا نیاز آن دسته از متقاضیانی که در گروه ناوگان درون شهری و برون شهری قرار نمی‌گیرند، تامین شود. وی با بیان اینکه رانندگان هم‌اکنون می‌توانند برای دریافت حواله تایر به این سامانه مراجعه کنند، افزود: متقاضیان می‌توانند با مراجعه به این درگاه و ثبت کد ملی و مشخصات خودرو خود، حواله تایر موردنیاز خود را دریافت کنند، البته صدور حواله برای این رانندگان مشروط به راستی‌آزمایی پیماش خودرو و تطبیق مشخصات آنها با بانک اطلاعاتی موجود در سامانه است. این مقام مسئول با تاکید بر اینکه سامانه‌های توزیع تایر سنگین، کاملا به یکدیگر متصل هستند، ادامه داد: بر این اساس در هنگام ثبت‌نام مشخص می‌شود که فرد تاکنون چند حواله تایر دریافت کرده است و در صورت عدم دریافت حواله از سامانه‌های راهداری و حمل‌ونقل درون شهری، فرد می‌تواند حواله تایر را با توجه به سایز و برند مورد نظر خود از سامانه جدید وزارت صمت دریافت کند. وی با تاکید بر اینکه تایر سنگین و نیمه‌سنگین به میزان کافی در کشور وجود دارد، گفت: پیش از این در مورد بعضی از سایزها و مدل‌ها کمبودهای وجود داشت اما در حال حاضر مشکلات مربوط به تایرهای «کامیونتی» و «نیسان‌باری» که سایزهای ۱۶ تا ۲۰ را شامل می‌شود با شروع فعالیت «سامانه توزیع تایر وزارت صمت» رفع خواهد شد.

تمدید مهلت شرکت در جشنواره برگزیدگان مهندسی صنایع

اولین دوره جشـــنواره برگزیدگان انجمن مهندسی صنایع ایران در سه بخش کتاب، پایان نامه تحصیلات تکمیلی و ترویج دهنده مهندسی صنایع برگزار می شود.
بر این اساس، ضمن دعوت به شرکت اعضای هیات علمی و دانشجویان در جشنواره، به اطلاع می رساند فرم های مربوطه در نشانی iiie.ir/honors موجود می باشد.
بنابر این گزارش، آخرین مهلت تکمیل فرم های شـــرکت در جشنواره شنبه ۲۳ آذر ماه می باشد.ارســـال و ثبت اثر برای مولفین، مترجمین، پژوهشـــگران و فعالین شبکه های اجتماعی و وب، رایگان می باشد.شـــایان ذکر اســـت که بـــه منظور تحقق اهداف زمانی جشـــنواره، این مهلت مجددا تمدید نخواهد شد.برگزیدگان جشنواره، بهمن ماه در اختتامیه شانزدهمین کنفرانس بین المللی مهندسی صنایع معرفی خواهند شد.

دریچـــه

کارآفرینان موفق بعد از کارآفرینی سراغ چه شغلی می‌روند؟

آیـــا تاکنون با خود فکر کرده‌اید، اگـــر کارآفرینان بزرگ وارد عرصه کارآفرینی نمی‌شدند سراغ چه شغلی می‌رفتند و چه کاری را انتخاب می‌کردند؟ با ما همراه باشید تا دراین‌باره صحبت کنیم.

حتما شما هم تابه‌حال با افرادی مواجه شده‌اید که مدام شغل خود را تغییر می‌دهند. شـــاید این مساله چندان خوشایندتان نباشد و فکر کنید از این شـــاخه به آن شـــاخه پریدن، کار درستی نیست اما جالب اســـت بدانید، جدیدترین تحقیقات نشان می‌دهد هر فرد ممکن است در طـــول زندگی خود ۱۰ تا ۱۵ بار تغییر شـــغل دهـــد. پس اگر اکثر اوقات به شروع یک کار جدید یا تغییر شـــغل فکر می‌کنید، باید بدانید تنها نیســـتید. یافتن یک شغل جدید یا دنبال کردن یک ایده مســـاله‌ای اســـت که حتی کارآفرینان موفق هم به آن فکر می‌کنند.

اگر برای شروع یک کار جدید نیاز به راهنمـــا دارید، در ادامه ســـخنان موفق‌ترین کارآفرینان دنیـــا را مـــورد بررســـی قـــرار می‌دهیم.

بیـــل گیتـــس، بـــه عنـــوان کارآفرین موفق و ثروتمندترین فرد جهان، اگر قرار بود ســـراغ شـــغل دیگری برود، به احتمال زیـــاد در یـــک شـــغل در زمینه هـــوش مصنوعـــی، انـــرژی و زیست‌شناسی فعالیت می‌کرد.

بیل گیتس: «هوش مصنوعی در دنیـــای امروز جایگاه بســـیار خوبـــی دارد و تاثیر آن در تمام دنیـــا و زندگی مردم قابل لمس اســـت. از نظر مـــن فعالیت در هـــوش مصنوعی می‌توانســـت زندگـــی هیجان‌انگیزی برایم به ارمغان بیاورد.»

وارن بافـــت، ســـرمایه‌گذار موفق قرن بیســـتم هم می‌گوید اگـــر بخواهـــد دوبـــاره شـــغل انتخـــاب کنـــد، باز هم ســـراغ سرمایه‌گذاری می‌رود.

او می‌گوید: «من همیشه و در هر سنی از کارم لذت می‌برم و به آن به چشـــم تفریح نگاه می‌کنم. اعتقاد دارم به غیر از کار سرمایه‌گذاری، در هر شغل دیگری شکست می‌خوردم.»

باربارا کورکوران، کارآفرین بزرگ که از طریق ســـریال شارک تانک سراغ شغل جدیدی رفته است، نظر دیگری دراین‌باره دارد:

«برای من تفاوتی ندارد یک مغازه هات‌داگ‌فروشـــی داشته باشم یا دنبال راه‌اندازی یک تکنولوژی جدید باشـــم. مهم این اســـت به کارم ایمان داشـــته باشـــم و در مسیر رســـیدن به موفقیت تمام تلاش خود را به کار ببندم.»

مـــارک کوبان می‌خواهد به ســـخت کار کردن ادامـــه دهد. او درباره انتخـــاب شـــغل جدید می‌گویـــد: «من در طـــول روز بـــه کار فروش می‌پردازم و شب‌ها هم متصدی کافه هستم و یقین دارم دوباره به یک مولتی میلیاردر تبدیل خواهم شد.»

کریگ هندلی، موســـس و مدیرعامل کمپانی لیســـن تراست، تمایل دارد در کارهای گروهی و شبکه‌ای فعالیت کند.

هندلی می‌گویـــد: «موقعیت خود را در جامعه و بین دوستان و آشنایان‌تان بسنجید. فهرستی از ســـوالاتی کـــه می‌توانـــد به شناخت بیشـــتر خودتان کمک کند تهیه کنیـــد. به ارزش‌های خـــود پـــی ببریـــد و بـــه دنبال کسی باشید که قدرت انعکاس رویاهای شما را داشته باشد. در رویدادهایی شرکت کنید که در آنهـــا گروه‌های متنوعی از مردم می‌توانند به شـــما کمک کنند. حتی اگر امکان ورود به مجلس را نداریـــد در لابی بنشـــینید تا شـــاید با فردی مناسب ملاقات کنیـــد. از صحبـــت کـــردن بـــا دیگران نترسید و سعی کنید با همه ارتباط برقرار کنید.»

تای لوپـــز، کارآفریـــن و مرد قدرتمند رســـانه‌های اجتماعی دوســـت دارد بـــه مطالعـــه کتاب‌های تاریخـــی بپردازد. او دراین‌بـــاره می‌گویـــد: «من بعد از کارآفرینـــی به خواندن تاریخ علاقه دارم. شـــما تنهـــا یک بار زندگی خواهید کرد و از اتفاقات پیش‌رویتان مطلع نیســـتید. با درک تاریـــخ و عبرت گرفتن از اشتباهات و شکست‌های بزرگ دیگـــران می‌توانیـــد تصمیمات بهتـــری در زندگی‌تـــان اتخـــاذ کنید.»

بنا بر آمار منتشرشـــده توسط سازمان کار در ژانویه ۲۰۱۶ میلادی، میانگین زمانی که یک کارمند به کار ثابت مشـــغول اســـت حدود ۴٫۲ ســـال است. تغییر شغل و شـــروع یک کار جدید می‌تواند تاثیر مثبتی روی روند زندگی‌تان داشـــته باشـــد. پـــس اگر از موقعیـــت فعلی‌تان احساس رضایت ندارید به دنبال تغییر شغل باشید و کار موردعلاقه‌تان را انجام دهید.

منبع: inc/ucan

برنامه آمازون برای افزایش سط

دفتر کار تازه آم

فرصت امروز: آمازون به تازگی قرارداد اجاره دفتری جدید در منطقه منهتن در شهر نیویورک را امضا کرده اســـت. ساختمان جدید آمازون در نیویورک امکان افزایش حدود ۱۵۰۰ کارمند را فراهم خواهد کرد بنابراین باید منتظر افزایش سطح فعالیت این برند در شهر نیویورک باشیم. دلیل اصلی اجاره ســـاختمانی جدید در نیویورک از سوی آمازون سرمایه‌گذاری سایر برندهای بزرگ در این شهر است بنابراین آمازون قصد عقب افتادن از سایر رقبا را ندارد. منهتن به عنوان یکی از مرفه‌نشین‌ترین مناطق ایالات متحده و جهان اهمیت بسیار زیادی برای برندهای مختلف دارد. جلب نظر مشـــتریان این منطقه امکان کسب سود سرشـــار برای آمازون را فراهم خواهد کرد. براســـاس گزارش وال استریت ژورنال توافق انجام شد. در واقع این برند از تجربه تلخ سال گذ اجاره ساختمان در شهرهای دیگر ایالات متحد افتتاح دفتر مرکزی دومش در شـــهر لانگ آیلند سـال آینده به شـــدت افزایش خواهد یافت. س یـــاردز قـــرار دارد. به این ترتیب آمازون با دفتر مدیا همسایه خواهد شد. این امر موجب تمرکز

فریزرهای ایران‌ساخت به چند کشور دنیا صادر شد

یخچال یکی از وســـایل پرکاربرد و ضروری در تمام دنیا محســـوب می‌شود. وجود این دستگاه آنقدر در زندگی حیاتی است که تصور آشپزخانه و یا مراکز بهداشتی و درمانی بدون فریزر و یخچال‌های ویژه غیرممکن است.

یک شـــرکت دانش‌بنیان توانســـته بـــه تولید چندیـــن مـــدل از یخچـــال، فریزرهـــای ویژه و همچنیـــن دســـتگاه‌های دیگـــر موردنیاز صنعت آزمایشـــگاهی دســـت پیدا کند. مســـعود صرام، مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان «آرمینکو» درباره ویژگی یک مدل از ماشـــین‌های یخ‌ساز تولیدی این شـــرکت گفت: یخ‌ســـاز حبه‌ای یکی از انواع دســـتگاه‌های یخ ســـاز موجود در بازار است. یخ ساز حبه‌ای مخصوص تولید یخ حبه‌ای در حجم و مقیاس بالا اســـت و با اســـتفاده از یکی از آنها (بســـته به مدل انتخابی)، می‌تـــوان در طول روز چیـــزی حدود ۵۰ تـــا ۳۰۰ کیلوگرم یخ حبه‌ای تولید کرد. وی ادامه داد: شرکت آرمینکو دو نوع یخ ســـاز حبه‌ای در ســـبد محصولات خود دارد که می‌تواند حجم نسبتا زیادی یخ در طول شبانه روز تولید کند که یکی از آن مدل‌ها در طول یک شبانه روز حدود ۱۵۰ کیلوگرم و مدل دیگر آن حدود ۳۰۰ کیلوگرم یخ تولید می‌کند.

این فعال فناور در مورد ویژگی یکی دیگر از محصولات تولیدی این شرکت بـــه نام «چمبر ضد انفجـــار» توضیح داد: چمبر آزمایشـــگاهی نام دیگر چمبر تست شـــرایط محیطی است، چمبرهای آزمایشـــگاهی به منظور تعیین اثرات شـــرایط محیطی گوناگون بـــر روی نمونه‌های آزمایشـــگاهی مواد و قطعات تولیدی اســـتفاده می‌شوند.

صرام افزود: این چمبرها با شبیه‌ســـازی دما و رطوبت‌هـــای مختلف ســـعی در تعبیه محیط کاربـــری واقعـــی محصولات دارنـــد. چمبرهای آزمایشگاهی بسته به نوع شرایط محیطی مورد نیاز برای شبیه‌ســـازی به دســـته‌های مختلفی نظیر چمبرهای تســـت دما یا حرارت و برودت، چمبرهای تســـت دمـــا و رطوبـــت، چمبرهای شوک حرارتی و ... تقسیم می‌شوند.

وی همچنیـــن بیان کرد: ایـــن چمبر قابلیت گـــزارش جزییات هشـــدارهای اخیـــر، کنترل زمان‌بندی رله ســـیگنال، امکان تنظیم میزان زنگ هشـــدار، تغییر و بازسازی کنترل پردازش با سرعت بالا، امکان کنترل و نظارت بر عملیات، قابلیت اجرای تغییرات دما نسبت به زمان و قابلیت برنامه‌ریزی دمایی را دارد.

ارتباط استارت‌آپ‌های شهری و شهرداری تهران تقویت می‌شود

«سومین فن بازار تخصصی کشور» با عنوان فن بازار تخصصی تهران هوشمند همزمان با نمایشـــگاه تهران هوشـــمند برگزار شد، این فن بازار تخصصی که با پشـــتیبانی سازمان فاوای شـــهرداری تهران و با حمایت و مجوز شبکه فن بازار ملی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری برگزار شد، حمایت از استارت‌آپ‌های شهری را یکی از اهداف خود قرار داده است.

بهره‌برداری از توان داخلی، تســـهیل خدمات شهری، سرمایه‌گذاری بر روی استارت‌آپ‌های شهری، تســـهیل فروش دانش فنی، شناسایی و رفع نیاز فناورانه شـــهرداری تهران، از جمله اهدافی است که برای فن بازار تهران هوشمند تعیین شـــده اســـت. در این فن بـــازار، علاوه بر مجموعـــه شـــهرداری تهران، شـــرکت‌های خصوصـــی نیـــز به عنـــوان کارگـــزار و با هدف توســـعه بازار فناوری در حوزه خدمات شهری بـــه فعالیـــت می‌پردازند، این شـــرکت‌ها، عضو شبکه کارگزاران تجارت فناوری فن بازار ملی ایران هستند. فن‌بازار تخصصی شـــهر هوشمند تلاش کرده است که به عنوان پل ارتباطی میان صاحبان ایده، شـــرکت‌های دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌ها و مجموعه شهرداری تهران عمل کند.

کارگزاران تخصصی شـــبکه فن بازار ملی، به عنوان تسهیلگر ایجاد این ارتباط عمـــل می‌کنند. در حال حاضر شـــبکه فن بازار ملی معاونـــت علمی و فناوری ریاســـت جمهوری بر فعالیت ۲۰ فن بازار منطقه‌ای در ۲۰ شـــهر ایران نظارت دارد. همچنین سه فن بازار تخصصی سلامت، گاز و شهر هوشمند نیز مجوز فعالیت دریافت کرده‌اند. در حاشیه فن بازار تخصصی تهران هوشـــمند، تفاهم‌نامه‌ای میان محمد فرجود رئیس ســـازمان فناوری اطلاعات شـــهرداری تهـــران و میلاد صدرخانلو رئیس شـــبکه فن بازار ملی ایران امضا شـــد. در مراسم امضای این تفاهم‌نامه، رئیس شبکه فن بازار معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری ایران اظهار کرد: با توجه به فعالیت‌هایی که در شهرداری تهران در موضوع هوشمندســـازی انجام شده است بستر را فراهم دیدیم تا در ابتدا این فن بازار را با فاوای شهرداری تهران ایجاد کنیم، البته شـــرایط برای شهرهای دیگر نیز جهت بهره‌برداری از پتانسیل‌های شبکه فن‌بازار ملی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در حوزه هوشمندسازی و استفاده از نوآوری و فناوری در مدیریت شهری کاملاً فراهم است.

بوت‌کمپ بلاک‌چین ۲۳ آذرماه کار خود را آغاز می‌کند

با حمایت ستاد توسعه اقتصاد دیجیتال و هوشمندسازی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، بوت‌کمپ بلاک‌چین ۲۳ آذرماه آغاز می‌شود. این رویداد با هدف آموزش و تیم‌سازی برای استارت‌آپ‌های بلاک‌چینی برگزار خواهد شد. کمپ بلاک چین نخستین دوره آموزش و تیم‌سازی برای استارت‌آپ‌های بلاک‌چینی کشور است. کمپ، یک طرح طولانی‌مدت و مدون است که در آن شرکت‌کنندگان با کمک نخبگان و فعالان فعلی حوزه بلاک‌چین با همراهی پشتیبانان به حل مسائلی می‌پردازند که یافتن پاسخی برای آنها بدون وجود فناوری بلاک‌چین ممکن نبود. در این رویداد فناورانه یک دوره شش روزه فشرده آموزشی، یک دوره دو ماهه پیش‌شتابدهی و یک دوره شش ماهه شتابدهی در نظر گرفته شده است. در تمامی این مراحل مشاورین و منتورهای مختلف در حوزه‌های بلاک‌چین، برنامه‌نویسی بلاک‌چین، طراحی و مدیریت کسب‌وکار و مدیریت ریسک‌های حقوقی در کنار شرکت‌کنندگان خواهند بود.

طح فعالیتش در شهر نیویورک

ازون در منهتن

ق میان آمازون و بنگاه املاک منهتن به سرعت ذشته در زمینه مواجهه با مشکلات فراوان برای ه به خوبی درس گرفته است. گام بعدی آمازون ت است. به این ترتیب دامنه فعالیت آمازون در اختمان جدید برند آمازون در محله هادسون مرکزی برندهایی نظیر گوگل، فیس‌بوک و وارنر شماری از بهترین برندها در این منطقه می‌شود

بنابراین جذابیت‌های منهتن بیش از هر زمان دیگری افزایش خواهد یافت. براساس گزارش‌های رسمی از سوی وال استریت ژورنال برند فیس‌بوک در تلاش برای اجاره یک ساختمان بزرگ در کنار آمازون است. این امر موقعیت تجاری برندها در شهر نیویورک را به شدت تحت تاثیر قرار خواهد داد. برنامه اصلی آمازون افزایش نقش‌آفرینی دفترهای مرکزی و نمایندگی‌های اصلی‌اش در شهرهای مختلف است. به این ترتیب امکان رقابت هرچه نزدیک‌تر با سایر رقبا برای آمازون فراهم خواهد شد.

منبع: marketingdive

یادداشت

چگونه به جای محصول، «راه‌حل» بفروشید؟

مترجم: طاهره منیری شریف

جهت‌گیری فرآیند فروش از «محصول» به «راه‌حل»، استراتژی رایج برای شرکت‌هایی است که به دنبال افزایش سود خالص هستند. طی دو دهه گذشته، با شرکت‌های زیادی کار کردم که سعی می‌کردند این روش را اجرا کنند. آنها محصولات و خدمات خود را گرد هم می‌آوردند تا بتوانند راه‌حلی برای نیاز مشتریان‌شان ایجاد کنند و میزان فروش و حاشیه سودشان را افزایش دهند.

بسیاری از رهبران، از تاثیر این تغییر در مدل کسب‌وکار بر شرکت‌های فروش غافل هستند. امروزه کارشناسان فروش، دیگر به معرفی ساده محصولات و خدمات نمی‌پردازند، بلکه راه‌حل‌های واقعی و البته پیچیده‌تر را می‌فروشند.

وقتی شرکت فروشی تلاش می‌کند از روش مشاوره برای فروش موفق راه‌حل‌های جدیدش استفاده کند، سه عامل مهم می‌تواند موجب شکست در تلاش‌های متحول‌کننده آن شود:

۱-شرکت فروش، از استراتژی ورود به بازار استفاده نکند:

برای فروش راه‌حل نیازی نیست شرکت چیزهای مختلفی بفروشد. فقط لازم است تیم فروش به طور متفاوتی کار فروش را انجام دهد. داشتن مجموعه فوق‌العاده‌ای از محصولات یا خدمات ضروری است، ولی فروشندگان باید از حداقل نیازمندی‌های ورود به بازار در محیط فوق‌العاده رقابتی برخوردار باشند.

فرآیند فروش و تجربه فروشی که شما طراحی و ارائه می‌کنید باید ارزشی را به مشتری ارائه دهد. تیم فروش شما باید دیدگاه‌هایی را که کمک می‌کند، مشتریان دغدغه‌ها، فرصت‌ها و حتی راه‌حل‌های پیش‌بینی‌نشده را ببینند، با آنها به اشتراک بگذارد.

شرکت فروش، مسئولیت اجرای استراتژی ورود به بازار در هر تماس با مشتری را برعهده دارد. شرکت فروش، تضمین می‌کند که با مشتری هدفمندی در ارتباط است. نتایج کسب‌وکار را با مدیران مطرح و مشخص می‌کند قابلیت‌هایی که کسب وکار شما میلیون‌ها دلار روی آن سرمایه‌گذاری کرده، چگونه مشکلات مشتریان را حل خواهند کرد.

امروزه تدوین استراتژی فروش، اعلام آن به شرکت فروش در قالب این جمله که «بیرون بروید و هر چقدر که می‌توانید بفروشید»، کافی نیست. برای اینکه شرکت فروش راه‌حل‌های شما را با موفقیت در اختیار مشتریان قرار دهد، باید درک عمیقی از استراتژی و نقش شرکت در به اجرا درآوردن آن استراتژی داشته باشد.

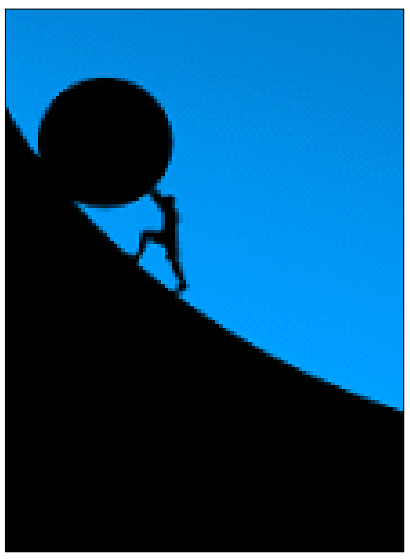
۲-شیوه‌های مدیریتی، از فرآیندِ فروشِ راه‌حل، پشتیبانی نکند:

وقتی تیم فروش برای تعامل با مشتریان از استراتژی جدیدی مثل شیوه مشاوره‌ای استفاده می‌کند، باید این تیم به طور متفاوتی مدیریت شود. تیم فروشی که از تراکنش‌های با حجم بالا به سمت فروش راه‌حل‌های بسیار پیچیده پیش می‌رود، باید با مجموعه متفاوتی از معیارها، نقاط‌عطف و روش‌های استخدامی مدیریت شود. به عبارت دیگر باید تمرکز بیشتری روی آماده‌سازی و توسعه حرفه‌ای اعضای خود داشته باشد. این امر به‌خصوص برای زمانی که از ارزش ارائه‌شده در طول فرآیند فروش صحبت به میان می‌آید (یک مولفه کلیدی برای فروش متمرکز بر راه‌حل).

به جای پیگیری معیارهای قدیمی موفقیت مثل تعداد تماس، جلسات یا نقل‌قول‌ها، فضایی را برای شاخص‌های برجسته معنی‌دار فراهم کنید. این امر باعث یک تغییر اساسی می‌شود و به جای بررسی عملکرد فروش (که مقدار کمی نتایج را ارتقا می‌دهد)، در عملکرد فروش بهبود ایجاد می‌کند.

۳- ساده‌انگاری درباره فروش مشاوره‌ای:

امروزه اکثر مردم پیچیدگی و فریبندگی موجود در راه‌حل‌های فروش را دست کم می‌گیرند. این نشان می‌دهد که «فروش» واقعا یک شغل محسوب نمی‌شود. اغلب فکر می‌کنند، هر کسی می‌تواند آن را انجام دهد یا اینکه شما ذاتا با آن مهارت متولد شده‌اید). مسخره است که بگوییم کسی به طور مادرزادی یک حسابدار است، ولی این طرزفکر نشان می‌دهد که شرکت‌ها در مورد فروش اغلب چگونه فکر می‌کنند.



امروزه فروش موفق مستلزم ترکیبی از تیزهوشی قوی کسب و کار و تسلط بر تکنیک‌های ارتباطی پیچیده است و از استراتژی‌های بسیار خاصی بهره می‌گیرد که معمولا اجرای آنها چالش‌برانگیز است. درست همانطور که انتظار ندارید یک حسابدار سطح متوسط یک دوره یک هفته‌ای را به پایان برساند و به یک مدیر مالی شایسته تبدیل شود، کارشناسان فروش هم فقط با چند روز آموزش به متخصص فروش راه‌حل‌ها تبدیل نخواهند شد.

سازمان‌های بسیار زیادی که مدعی هستند می‌خواهند یک نیروی فروش با تخصص فروش راه‌حل‌ها داشته باشند، نمی‌توانند به اندازه کافی روی ایجاد این قابلیت سرمایه‌گذاری کنند. توسعه یک سازمان فروش قوی با قابلیت ارائه ارزش در فرایند فروش، مستلزم تلاش پایدار و استراتژیک است.

عوامل زیاد دیگری هم وجود دارند که می‌توانند به موفقیت در تبدیل شدن به یک شرکت فروش راه‌حل(از استخدام و آموزش گرفته، تا بازطراحی شغل مدیریت فروش و نحوه استفاده از تکنولوژی CRM) کمک کنند. نکته مهم اینجاست که باید مطمئن شویم عملکرد فروش همیشه با یک استراتژی سازمانی در ارتباط است و تضعیف نمی‌شود.

منبع: forbes/modirinfo

فدراسیون سرآمدان علمی ایران از فارغ‌التحصیلان مقطع دکترا حمایت می‌کند

فدراسیون سرآمدان علمی ایران وابسته به معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با هدف حمایت از فارغ‌التحصیلان مقطع دکترا و کمک به ارتقای کیفیت پژوهش کشور، از دوره‌های تحقیقاتی پسادکترا حمایت می‌کند.

به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، فدراسیون سرآمدان علمی ایران وابسته به معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با هدف حمایت از فارغ‌التحصیلان مقطع دکترا و کمک به ارتقای کیفیت پژوهش کشور، از دوره‌های تحقیقاتی پسادکترا حمایت می‌کند. از ابتدای سال ۱۳۹۵ تا انتهای سال ۱۳۹۷ تعداد ۱۷۶ نفر، موفق به جذب این حمایت‌ها از فدراسیون شده‌اند. فدراسیون در این بازه زمانی بیش از ۴۶ میلیارد ریال حق الزحمه متقاضیان واجد شرایط پرداخت کرده است.

دوره تحقیقاتی پسادکترا با هدف عمیق‌تر شدن تخصص و دانش تحقیقاتی در موضوعی خاص ارائه می‌شود. در این دوره‌ها، فارغ‌التحصیلان مقطع دکترای تخصصی با جذب پژوهانه از موسسات حامی پژوهش، نزد اساتید و سرآمدان علمی دوره‌های تحقیقاتی را می‌گذرانند. فدراسیون سرآمدان علمی ایران نیز در چند سال گذشته با هدف حمایت از فارغ‌التحصیلان داخل کشور و کمک به ارتقای کیفیت پژوهش کشور، از این دوره‌های تحقیقاتی حمایت کرده است.

مطابق آیین‌نامه فدراسیون، سرآمدان علمی منتخب هر سال، سهمیه جذب و همکاری با ۱ الی ۲ محقق پسادکترا را دارند. در این دوره‌ها، فارغ‌التحصیلان دکترای داخل کشور (که دارای حداقل یک مقاله با ضریب تأثیر بیشتر از ۵ باشند) نزد سرآمدان علمی، دوره‌های تحقیقاتی خود را سپری می‌کنند و به آنها ماهانه مبلغ ۳۰ میلیون ریال (در شهر تهران) و ۲۵ میلیون ریال (در شهرستان‌ها) حق‌الزحمه پرداخت می‌شود. به این افراد همچنین پژوهانه معادل ۵۰ میلیون ریال برای انجام فعالیت‌های تحقیقاتی پرداخت می‌شود.

برای جذب این حمایت‌ها ضروری است که شخص متقاضی فارغ‌التحصیل مقطع دکترای داخل کشور باشد و از زمان فارغ‌التحصیلی، بیش از چهار سال نگذشته باشد. همچنین حداقل یک مقاله در نشریات برتر فدراسیون یا نشریات با ضریب تأثیر (IF) بالاتر از ۵ داشته باشد. در صورت داشتن این شرایط، متقاضی سوابق علمی خود را به فدراسیون سرآمدان علمی ایران ارسال کرده و پس از تأیید نهایی توسط فدراسیون، دوره تحقیقاتی پسادکترای خود را شروع خواهد کرد.

فعالیت ۲ شتاب‌دهنده حوزه معدن در دانشگاه امیرکبیر

معاون پژوهش و فناوری دانشگاه صنعتی امیرکبیر گفت برنامه‌ریزی برای فعالیت دو شتاب‌دهنده حوزه معدن در این دانشگاه صورت گرفته که اکنون یک شتاب‌دهنده در برج فناوری مشغول به فعالیت است.

به گزارش مهر، حسین حسینی تودشکی در جلسه مشترک دانشگاه صنعتی امیرکبیر و مسئولان (سازمان توسعه و نوسازی معادن و صنایع معدنی ایران (ایمیدرو)، اظهار کرد: دانشگاه صنعتی امیرکبیر برنامه دارد در حوزه نوآوری و توسعه آن در زمینه معدن فعالیت‌های جدی داشته باشد.

وی افزود: بر این اساس برنامه‌ریزی برای فعالیت دو شتاب‌دهنده حوزه معدنی در این دانشگاه صورت گرفته و اکنون یک شتاب‌دهنده حوزه معدن در برج فناوری این دانشگاه مشغول به فعالیت است.

معاون پژوهش و فناوری دانشگاه صنعتی امیرکبیر تاکید کرد: شتاب‌دهنده دوم در حوزه معدن نیز قرار است در دومین برج فناوری این دانشگاه که در حال ساخت است، راه‌اندازی شود.

حسینی تودشکی خاطرنشان کرد: در این شتاب‌دهنده‌ها کسب و کارهای مرتبط با حوزه معدن با محوریت توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان پیگیری خواهد شد.

وی عنوان کرد: با توجه به اینکه ارتباط صنعت و دانشگاه و تبدیل تحقیقات دانشگاهی به محصول قابل استفاده در جامعه از برنامه‌های دانشگاه صنعتی امیرکبیر است، بنابراین دانشگاه فعالیت در حوزه معدن را در اولویت خود قرار داده است.

حسینی تودشکی اضافه کرد: موضوع مدرسه کسب و کار میان دانشگاه صنعتی امیرکبیر و اتاق بازرگانی تهران در حال پیگیری است که فضایی برای این مدرسه در نظر گرفته شده است.

کارگاه برندینگ

۵ تغییر مهم در گوگل ادوردز

به قلم: نیکول کراگ نویسنده حوزه تکنولوژی و کسب‌وکار
مترجم: امیر آل‌علی

در حال حاضر بخش ویژه گوگل برای تبلیغات، به یکی از بهترین مکان‌ها برای اقدامات بازاریابی برندهای مختلف تبدیل شده است. یکی از دلایل مهم برتری گوگل ادز در مقایسه با سایر رقبا، ریشه در ماهیت برند گوگل دارد. درواقع این شرکت بزرگترین و محبوب‌ترین موتور جست‌وجوگر جهانی محسوب می‌شود که به صورت پیشفرض در تمامی گوشی-های اندرویدی به چشم می‌خورد. امکانات متنوع و روش‌های مختلف تبلیغاتی، از دیگر مزیت‌های آن محسوب می‌شود. برای مثال شما می‌توانید به ازای هر کلیک بر روی تبلیغ، مبلغی را به گوگل پرداخت کنید. این امر بدون شک فرصت را برای جذب حداکثری شرکت‌ها خصوصا آنهایی که بودجه زیادی را ندارند، فراهم آورده است. اخیرا نیز این سیستم، با تغییرات مهمی مواجه شده است که در ادامه به بررسی پنج مورد منتخب آن خواهیم پرداخت.

۱-بهبود روش‌های معامله

اگرچه گوگل گام‌های بزرگی را برای مقرون به صرفه کردن تبلیغات در خود انجام داده است، با این حال نباید تصور کرد که این موارد کافی هستند. به همین خاطر نیز اخیرا گوگل، اقدام به بازبینی در شیوه‌های قیمت‌گذاری خود کرده است. درواقع در نسخه جدید دیگر گوگل تنها به ازای هر کلیک از شما مبلغی را دریافت نمی‌کند و این موضوع با بررسی هدف شما انجام خواهد شد. برای مثال ممکن است هدف اصلی شما اتصال کاربران به سایت اصلی باشد. تحت این شرایط دریافت مبلغ تنها زمانی انجام خواهد شد که مخاطب برای مدتی در صفحه اصلی باقی بماند. درواقع در موارد متعددی مشاهده می‌شود که افراد به صورت ناخواسته بر روی یک تبلیغ کلیک می‌کنند. بدون شک چنین مخاطبی را نمی‌توان سودمند تلقی کرد. به همین خاطر دریافت مبلغی بابت چنین اتفاقاتی بدون شک مورد رضایت برندها قرار نگرفته است. به همین خاطر نیز دیگر از این بابت مشکلی را نخواهید داشت. نکته دیگری که باید به آن توجه داشته باشید این است که با تعیین هدف خود از تبلیغ، می‌توانید از راهنمایی‌های هوش مصنوعی گوگل نیز استفاده کرده و نتایج به مراتب بهتری را به دست آورید.

۲-ارتقای سطح شبکه نمایش تبلیغات گوگل

این قابلیت، سیستمی بسیار قدرتمند محسوب می‌شود که بنا به آمارهای منتشرشده به بیش از ۹۰درصد کاربران اینترنت دسترسی دارد. این برنامه کمک خواهد کرد تا به مخاطبان موردنظر خود دسترسی پیدا کنید. برای مثال برای همه اتفاق افتاده است که در حین اجرای یک اپلیکیشن، با تبلیغی مواجه شوند. این اقدام از طریق شبکه نمایش تبلیغات گوگل صورت می‌پذیرد. برای درک بهتر این موضوع لازم است تا به تفاوت‌های میان دو شبکه تبلیغاتی گوگل به نام موتور جست‌وجو و نمایش بپردازیم. در حالت نخست تبلیغات تنها زمانی به نمایش درآورده خواهند شد که شما در حالت استفاده از مرورگر گوگل باشید. تحت این شرایط تبلیغ برای تعداد افراد بی‌شماری به نمایش درآورده خواهد شد. با این حال شبکه نمایش، مخاطبان در دسته‌بندی‌های مشخصی قرار گرفته و براساس آن تبلیغات انجام خواهد شد برای مثال در حین انجام یک بازی، تبلیغی مرتبط به نمایش درآورده می‌شود. مزیت بزرگ این روش، آمادگی ذهنی بالای مشاهده‌کنندگان آن است که باعث می‌شود تا شانس تبدیل شدن آنها به مشتری، افزایشی چشمگیر را پیدا کند. جالب است بدانید که شما عملا نیازی به پیدا کردن سایت‌ها نخواهید داشت و گوگل این کار را به بهترین شکل انجام می‌دهد. اگرچه در گذشته این روش با ایراداتی نظیر عدم قیمت‌گذاری درست مواجه بود. با این حال در آخرین تغییرات، شرایط پرداخت بیشتری اضافه شده است که باعث می‌شود که اگر تبلیغ شما با موفقیت لازم همراه نبوده است، هزینه خاصی را متحمل نشوید.

۳-تعیین دقیق مکان نمایش تبلیغ

در گذشته شما تنها تبلیغ را ایجاد می‌کردید. تحت این شرایط گوگل خود به صورت هوشمند، بهترین مکان‌ها برای نمایش آن را مشخص می‌کرد. با این حال در آخرین ورژن گوگل ادز، شما می-توانید دقیقا مشخص کنید که تبلیغ شما در چه مکان و یا مکان‌هایی نمایش داده شود. برای مثال اگر در زمینه تولید لوازم ماهیگیری فعالیت دارید، می‌توانید نمایش تبلیغ را تنها به کانال-های یوتیوب مرتبط با این موضوع، محدود کنید.

۴-امکان استفاده از قابلیت گوگل دیسکاور

این بخش اخیرا توسط گوگل برای درک بهتر علایق کاربران ایجاد شده است. این امر باعث خواهد شد تا سایت‌های تخصصی، شرایط بهتری را برای پیشرفت داشته باشند. با این حال ممکن است در ابتدا ارتباط این موضوع با بخش تبلیغات گوگل را متوجه نشوید. مسئله اصلی این است که گوگل با شناسایی موارد مورد علاقه هر کاربر، همواره مواردی را به صورت پیشنهادی نشان خواهد داد که سایت شما نیز می‌تواند یکی از آنها باشد. با این حال شما تنها زمانی می‌توانید از این بخش استفاده کنید که حوزه کاری مشخصی را داشته باشید. در غیر این صورت امکان ارتباط دادن شما بسیار سخت خواهد شد. همچنین آمارها نیز حاکی از آن است که کاربران، تمایلی به سایت‌های ضعیف و غیرتخصصی نداشته و گوگل نیز نمی‌تواند برای شما بیش از حد ریسک کند. با این حال این بخش می‌تواند کمک بسیار خوبی برای تبلیغ سایت و یا محصولات شما باشد. نکته مهم دیگر این اتفاق این است که افراد نیز می‌توانند اطمینان داشته باشند که پیشنهادهای گوگل، سایت‌هایی حرفه‌ای هستند که این امر خیال آنها را از انواع کلاهبرداری‌ها آسوده خواهد کرد.

۵-امکان نمایش چندین عکس به صورت همزمان

در تبلیغاتی که تاکنون مشاهده کرده‌اید، تنها امکان نمایش یک عکس وجود داشته است. بدون شک چنین محدودیتی، تاثیر لازم را بر روی مخاطب نخواهد داشت. به همین خاطر نیز گوگل امکان نمایش چند عکس در یک تبلیغ را فراهم کرده است. برای استفاده از این قابلیت باید از بخش تبلیغات به صورت گالری، استفاده کنید. اگرچه از زمان شروع این طرح زمانی نمی‌گذرد، با این حال آمارهای منتشرشده بیانگر موفقیت بسیار بالای آن در افزایش تعامل مخاطبان است.

در نهایت توجه داشته باشید که موارد معرفی شده تنها بخشی از ویژگی‌های جدید گوگل ادوردز است، با این حال نحوه عملکرد حرفه‌ای نیاز به کسب دانش و تجربه بیشتری خواهد داشت. به همین خاطر ابدا خود را به مطالعه این مقاله محدود نکنید.

منبع: business۲community

بررسی رابطه میان ارزش‌های برند و موفقیت در کسب و کار

جایگاه فرهنگ سازمانی در کسب و کار برندهای بزرگ

به قلم: کایلا کارمیچل کارشناس کسب و کار در موسسه hubspot
ترجمه: علی آل‌علی

وقتی افراد به دنبال کار هستند، علاوه بر میزان حقوق شرایطی نظیر محیط کار نیز مدنظرشان قرار دارد. امروزه بسیاری از کارمندان حرفه‌ای و ماهر پیش از شرکت در مصاحبه‌های استخدامی اقدام به آگاهی از وضعیت شرکت موردنظر می‌کنند. بخش گسترده‌ای از این امر شامل جست‌وجو برای آگاهی از فرهنگ سازمانی در شرکت مورد نظر است. این امر اهمیت بسیار زیادی برای کارمندان دارد. به هر ما حال در طول روز باید نزدیک به ۸ ساعت در شرکت موردنظر حضور داشته باشیم، بنابراین اگر فرهنگ کلی آن با روحیه و شیوه فعالیت ما سازگار نباشد، با مشکلات بسیار زیادی مواجه خواهیم شد. من در تجربه شخصی‌ام همیشه از همکاری با شرکت‌های دارای فرهنگ سازمانی متفاوت با سلیقه‌ام پرهیز کرده‌ام. بدون تردید همه کارمندان علاقه‌مند به آگاهی از وضعیت فرهنگ یک شرکت در حوزه سازمانی هستند. این امر افق دید وسیع‌تری برای تصمیم‌گیری در اختیار ما قرار می‌دهد.

امروزه شرکت‌ها براساس اهداف و ارزش‌های‌شان مورد شناسایی قرار می‌گیرند. ارزش‌های مرکزی یک برند وضعیت سازماندهی و مدیریتش را مشخص می‌سازد. به همین خاطر اغلب کارمندان پیش از شروع به کار در شرکتی تازه به سراغ ارزش‌های مرکزی‌اش می‌روند. این امر آگاهی مناسبی در زمینه نحوه ساماندهی کسب و کار طرف مقابل در اختیار ما قرار خواهد داد. نحوه تعامل یک شرکت یا کارمندان و مشتریان در قالب مفهوم فرهنگ سازمانی مورد بررسی قرار می‌گیرد. اگر شما به عنوان یک کارمند در تلاش برای آگاهی بیشتر از مفهوم فرهنگ سازمانی هستید، این مقاله با بررسی مفهوم فوق در پنج برند برتر دنیا اطلاعات مناسبی در اختیارتان قرار می‌دهد. همچنین آگاهی از جایگاه فرهنگ سازمانی برندهای بزرگ برای صاحبان کسب و کار نیز مهم خواهد بود. به این ترتیب آنها فرصت ساماندهی فرهنگ سازمانی برندشان را خواهند داشت.

برترین برندها در زمینه توسعه فرهنگ سازمانی

۱. گوگل

همه ما با برند گوگل آشنایی داریم. این برند تاثیر انکارناپذیری بر روی زندگی میلیاردها انسان در سراسر جهان دارد. وقتی یک برند در سطح جهانی خدمات گسترده ارائه می‌کند، باید فرهنگ خاصی نیز داشته باشد. در مورد گوگل تاکید بر خلاقیت و نوآوری در مرکز فرهنگ سازمانی قرار دارد. برخلاف بسیاری از شرکت‌ها در گوگل خبری از طبقه‌بندی سفت و سخت کارمندان نیست. هر کارمندی امکان ایده‌پردازی و گفت‌وگو درباره ایده‌اش با دیگران را دارد. به این ترتیب امکان توسعه هرچه بهتر محیط کسب و کار از سوی آنها فراهم می‌شود. نکته بعد درخصوص گوگل مربوط به تقویت روحیه همکاری سازمانی است. امروزه بسیاری از شرکت‌ها با چالش عدم تمایل کارمندان به همکاری با یکدیگر دست و پنجه نرم می‌کنند. برند گوگل در این زمینه سرمایه‌گذاری بالایی در راستای ایجاد پیوند نزدیک میان کارمندان انجام داده است. نتیجه این تلاش روحیه همکاری بسیار بالای کارمندان گوگل است. همین امر فاصله میان ایده‌پردازی تا اجرا را بسیار کم کرده است.

دفترهای کار برند گوگل به طور معمول دارای اتاق‌های آزمایش و ایده‌پردازی است. کارمندان در طول روز امکان حضور در این اتاق و گفت‌وگو با دیگران درباره ایده‌های‌شان را دارند. همچنین امکان اجرای آزمایشی برخی از ایده‌ها نیز در محیط آزمایشگاه وجود خواهد داشت. بدون تردید وقتی از آزمایشگاه صحبت می‌کنیم، منظورمان محیط مرتبط با دنیای IT است. همین نکات جذاب و به نظر کوچک تفاوت میان برندی مانند گوگل و سایر کسب و کارهای حوزه آنلاین را رقم می‌زند.

وقتی کارمندان یک شرکت ترسی از رویاپردازی و اجرای ایده‌های‌شان نداشته باشند، فرهنگ سازمانی شرکت از فعالیت آزادانه آنها بهره‌مند خواهد شد. مشکل اصلی بسیاری از برندهای تازه‌کار عدم حمایت از خلاقیت و نوآوری کارمندان است. به این ترتیب کارمندان پس از گذشت اندک زمانی به طور کل قید هرگونه فعالیتی اضافه بر سازمانی را می‌زنند. نتیجه اینکه اغلب کارمندان فقط به فکر انجام وظایف از پیش تعیین شده‌شان هستند. جالب اینکه در برند گوگل مفهومی تحت عنوان وظایف از پیش تعیین شده وجود ندارد. عملکرد کارمندان در این شرکت براساس هم‌اندیشی و همکاری محض پیش می‌رود. همین امر انگیزه افراد برای خلاقیت بیشتر را دوچندان می‌کند.

یکی از نمودهای اصلی فرهنگ سازمانی گوگل خوشحال نگه داشتن مشتریان از طریق خوشحال نگه داشتن کارمندان است. این امر بر روی تاثیر متقابل رفتار شرکت با کارمندان بر روی مشتریان تاکید دارد. وقتی ما تعامل سازنده‌ای با کارمندان داشته باشیم، در نتیجه آن کارمندان نیز انگیزه بیشتری برای تعامل بهتر با مشتریان خواهند داشت. شاید این ایده در ابتدا بسیار ساده به نظر برسد، اما اجرای آن از سوی گوگل تحولی در حوزه کسب و کار ایجاد کرده است.

۲. نت‌فلیکس

امروزه همه مردم با شبکه آنلاین نت‌فلیکس آشنایی دارند. این پلتفرم تقریبا تمام فیلم و سریال‌های پرمخاطب را در آرشیوش دارد، بنابراین با خرید اشتراک نت‌فلیکس امکان دسترسی به دامنه وسیعی از فیلم و سریال فراهم خواهد شد. فرهنگ سازمانی این برند از همان مصاحبه اولیه با کارمندان شروع می‌شود. نکته کلیدی برای نت‌فلیکس توانایی کارمندان در زمینه ترکیب مهارت‌های شخصی با الزامات کار گروهی در دنیای کسب و کار است. متاسفانه بسیاری از کارمندان نسبت به ارتباط میان این دو مفهوم توجه کافی ندارند. به همین خاطر در عمل فقط بر روی افزایش توانمندی شخصی‌شان تمرکز می‌کنند. نتیجه این امر ناتوانی کارمندان بسیار ماهر و باتجربه در زمینه همکاری مناسب است.

فعالیت در حوزه پخش آنلاین فیلم و سریال نیازمند دقت و توجه بسیار زیادی است. بنابراین کارمندان نت‌فلیکس باید همیشه عملکرد مطلوبی از خود ارائه دهند. در غیر این صورت توانایی‌شان برای تاثیرگذاری بر مخاطب هدف کاهش خواهد یافت. امروزه بسیاری از برندها برنامه‌های تفریحی و فرصت‌های استراحت گسترده برای کارمندان در نظر می‌گیرند. این امر در مورد نت‌فلیکس بسیار هیجان‌انگیز است. بر این اساس کارمندان شرکت امکان استفاده از تعطیلات‌شان در هر زمانی را دارند. این امر به معنای لغو حالت تعطیلات در آخر هفته است. اگر یکی از کارمندان نت‌فلیکس باشید، امکان استفاده از تعطیلات آخر هفته در وسط هفته را خواهید داشت. جالب اینکه حتی برخی از افراد امکان استفاده از تعطیلات کل ماه به طور یکجا را دارند.

یکی دیگر از نکات جالب درباره فرهنگ سازمانی نت‌فلیکس راستگویی شدید است. به عنوان مثال، اگر ما قصد بیان انتقاد به یکدیگر را داریم، این کار باید در حالت بسیار حرفه‌ای و رو در رو با طرف مقابل صورت گیرد. در این شرکت خبری از پشت سر فردی حرف زدن نیست. این امر به خوبی موجب تقویت روحیه کار و فعالیت حرفه‌ای در میان افراد شده است. نکته جالب اینکه چنین قوانینی فقط برای کارمندان کاربرد ندارد. مدیران شرکت نیز باید به خوبی آنها را رعایت کنند بنابراین اگر قصد توسعه فرهنگ سازمانی‌تان براساس الگوی نت‌فلیکس را دارید، باید تمام مدیران را نیز با خود همراه سازید. در غیر این صورت کارمندان نسبت به نکات موردنظر ما واکنش منفی نشان خواهند داد.

۳.آمازون

بزرگترین خرده‌فروشی آنلاین دنیا یکی از جذاب‌ترین فرهنگ‌های سازمانی را دارد. هدف اصلی آمازون در زمینه فرهنگ سازمانی فراهم ساختن بهترین تجربه برای مشتریان است. بنابراین تمام همکاری میان کارمندان و مدیران در راستای بهبود وضعیت شرکت صورت می‌گیرد. نکته مهم در این میان توجه مناسب آمازون به کارمندان است. وقتی مشتریان در مرکز فعالیت یک برند قرار می‌گیرند، این امر به معنای فراموشی کارمندان نیست. هیچ شرکتی بدون توجه به کارمندانش امکان موفقیت در حوزه کسب و کار را ندارد. بنابراین آمازون نیز علاوه بر امکانات رفاهی، فرصت‌های مطالعاتی و ایده‌پردازی فراوانی برای کارمندان در نظر می‌گیرد. چنین امری علاوه بر افزایش رضایت کارمندان از وضعیت شغلی‌شان موجب توسعه رابطه میان شرکت و کارمندان می‌شود.

آمازون همیشه از کارمندان درخواست ارائه بهترین عملکرد را دارند. این امر جای تعجب ندارد. به هر حال شرکتی با مشخصات آمازون همیشه باید عملکرد عالی از خود ارائه دهد. قانون مرکزی در زمینه افزایش کار گروهی کارمندان در آمازون «۲ پیتزا» نام دارد. بر این اساس گروه‌های کاری در این شرکت باید به اندازه‌ای کوچک باشد که امکان استفاده از ۲ پیتزا برای تمام اعضای گروه فراهم شود. این امر اندازه گروه‌ها را به شدت کوچک می‌کند. در نتیجه سطح تعامل میان کارمندان به شدت افزایش پیدا می‌کند. وقتی ما شناخت بیشتری از اعضای تیم داشته باشیم، امکان فعالیت سازمان یافته و هدفمند افزایش می‌یابد. امروزه بسیاری از شرکت‌ها به دلیل بی‌توجهی به این نکته در عمل با مشکلات بسیار زیادی مواجه می‌شوند. امروزه تیم‌های کاری بیش از حد بزرگ توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را ندارند. همچنین فرآیند شناخت کارمندان از سوی مدیران نیز در تیم‌های کوچک بسیار راحت‌تر خواهد بود. کارمندان همیشه علاقه‌مند به تعامل سازنده میان مدیران هستند. اگر تیم شرکت به اندازه کافی کوچک باشد، امکان پاسخگویی مناسب به این خواسته کارمندان به خوبی فراهم خواهد شد.

ایده آمازون برای کوچک‌سازی تیم کارمندان با قانون «۲ پیتزا» الهام‌بخش بسیاری از شرکت‌های دیگر است. بر این اساس شرکت‌های زیادی در سراسر جهان در پی استفاده بهینه از این ایده و قانون کاربردی هستند. ما نیز باید به نوبه خود از این ایده جذاب نهایت استفاده را ببریم. البته کسب و کارهای کوچک به دلیل سطح فعالیت خرد و تعداد محدود کارمندان به طور خودکار از چنین مزیتی برخوردار هستند.

ارزش نهایی در فعالیت برند آمازون مربوط به سطح بالای استاندارد کیفی است. این امر در رابطه با کارمندان و مشتریان به طور یکسان معنا دارد. به این ترتیب شرکت در تلاش برای ارائه خدمات بهینه با کارمندان و مشتریان است. انتظار تیم مدیریتی نیز دریافت بازخورد مناسب است. این امر در رابطه با کارمندان شامل افزایش کیفیت عملکرد آنها و تلاش برای مهارت‌افزایی مداوم است. اگر کارمندان انگیزه‌ای برای بهبود مداوم عملکردشان در آمازون نداشته باشند، به زودی اخراج خواهند شد.

۴.بافِر

فرهنگ سازمانی برند بافر براساس کمک به کارمندان برای توسعه مهارت و توانمندی‌های شخصی است. در کنار این امر تقویت ارزش‌های انسانی و توجه به یکدیگر نیز مدنظر مدیران این شرکت قرار دارد. هدف اصلی بافر از فعالیت در عرصه توسعه فرهنگ سازمانی تقویت روراستی کارمندان با یکدیگر است. امروزه بسیاری از تیم‌های کسب و کار از این مسئله رنج می‌برند. به عقیده مدیران بافر کارمندان باید توانایی فعالیت بدون تعارف و محدودیت در کنار هم را داشته باشند. ما نباید از بیان یک مسئله یا نکته در محیط کار احساس شرمساری یا ترس کنیم. اگر یک شرکت در این زمینه عملکرد مناسبی نداشته باشد، به زودی با مشکلات عمده‌ای در زمینه نوآوری مواجه خواهد شد.

یکی از نکات جالب درباره سیاست برند بافر در زمینه توسعه فرهنگ سازمانی مبتنی بر روراستی مربوط به اجرای آن از سوی تمام مدیران است. یکی از نمودهای جالب این مسئله درج فهرست کارمندان شرکت با میزان حقوق و مزایای‌شان در سایت است. به این ترتیب همه کارمندان و مشتریان امکان مشاهده میزان درآمدها و مزایای جانبی را خواهند داشت. امروزه بسیاری از شرکت‌ها در تلاش برای توسعه فرهنگ سازمانی هستند. این امر در بسیاری از موارد محدود به توصیه‌هایی سطحی به کارمندان است. برند بافر در میان تمام این کلیشه‌ها علاوه بر اعلام اصول اساسی شرکتش اقدام به اجرای آن در سطوح بالای مدیریتی نیز کرده است. مدیران این شرکت اگر به طور کامل در دسترس کارمندان نباشند، با اخطار و توبیخ مواجه خواهند شد بنابراین در شرکت بافر تعامل نزدیک و صمیمی میان کارمندان و مدیران وجود دارد.

۵. زاپوس

صنعت خرده‌فروشی آنلاین در طول یک دهه گذشته تحول زیادی پیدا کرده است. برند زاپوس در زمینه خرده‌فروشی و توسعه فرهنگ این صنعت شهرت بسیار زیادی دارد. شاید شما نیز داستان گفت‌وگوی ۱۰ ساعته یکی از کارمندان این شرکت با مشتری را شنیده باشید. این داستان کاملا واقعی و برآمده از فرهنگ منحصر به فرد برند زاپوس است. این برند از همان روز مصاحبه با افراد علاقه‌مند به کار در شرکتش تا پایان دوران کار آنها بر تقویت ذهنیت مشتری‌مدارانه تاکید دارد. این امر به معنای هدایت تمام بخش‌های فعالیت کارمندان براساس میزان توانمندی‌شان برای کمک به مشتریان است.

وقتی ما توجه بسیار زیادی به مشتریان داریم، باید در عمل مهارت کارمندان برای تحقق استانداردهای مدنظرمان را نیز افزایش دهیم. در این زمینه دست اندر کاران برند زاپوس دوره‌های آموزشی متعددی برای کارمندان برگزاری می‌کنند. در خلال این دوره‌ها اغلب کارمندان امکان جا به جایی از بخش‌های فعلی‌شان به حوزه‌هایی هماهنگ با سلیقه‌شان را خواهند داشت. پیشفرض اصلی مدیران زاپوس برای این کار امکان فعالیت بهینه کارمندان در بخش‌های مورد علاقه‌شان است.

برخی از ارزش‌های محوری برند زاپوس شامل اعتماد متقابل، همکاری و تقویت مهارت‌های شخصی است. همین امر موجب توسعه سریع کسب و کار این شرکت شده است. سطح ارائه تجربه منحصر به فرد خرید به مشتریان در این برند بسیار بالاست. به همین خاطر اغلب افراد علاقه‌مند به خرید، حتی برای یکبار، از زاپوس هستند

بدون تردید تلاش برای توسعه فرهنگ سازمانی شرکت بسیار دشوار خواهد بود. خوشبختانه در این زمینه مثال‌های موفق بسیار زیادی وجود دارد بنابراین با استفاده از تجربه سایر برندها اقدام به ساماندهی فرهنگ شرکت‌تان کنید. این امر مسیر ساده‌تری در اختیار مدیران قرار می‌دهد. به عنوان یک درس عمومی از تجربه برندهای مختلف در این مقاله باید توجه همزمان با کارمندان و مشتریان را مدنظر داشت. هرگاه کفه ترازو به سوی یکی از این دو گروه سنگینی کند، طرف دیگر ناراضی خواهد شد بنابراین باید همیشه ایجاد تعادل در ساختار برند را مدنظر داشت.

منبع: hubspot

چالش تعامل بهینه با مشتریان سختگیر

چگونه مشتریان سختگیر را راضی نگه داریم؟

ترجمه: علی آل‌علی
به قلم: اسکای اسکولی (کارشناس بازاریابی و فروش)

تعامل با مشتریان یکی از دشوارترین کارها در حوزه کسب و کار به نظر می‌رسد. همیشه مشتریان دارای سلیقه‌های یکسانی نیستند بنابراین بخش فروش و پشتیبانی از امور مشتریان کار دشواری در تعامل با آنها خواهد داشت. براساس مطالعه موسسه Business News Daily نزدیک به ۹۳درصد از مشتریان علاقه‌مند به تکرار خریدشان از یک برند در صورت دریافت خدمات پس از فروش و سرویس‌دهی مطلوب بخش امور مشتریان هستند. این امر اهمیت خدمات شرکت‌ها را دوچندان می‌کند.

اصطلاح مشتریان دشوار یا سختگیر یکی از مفاهیم پیچیده در دنیای کسب و کار است. برندها به طور عموم برنامه مشخصی برای تعامل با مشتریان دارند. استراتژی کلی یک برند نیز براساس همان برنامه‌ها شکل می‌گیرد. حال اگر دامنه مشخصی از مشتریان با برنامه ما هماهنگی نداشته باشند، تحت عنوان مشتریان سختگیر شناخته خواهند شد. مسئله اصلی در اینجا نحوه حل و فصل مشکلات مشتریان سختگیر است. در غیر این صورت برند ما با مشکلات جدی مواجه خواهد شد.

بدون تردید برنامه‌ریزی برای بهبود کیفیت خدمات در بخش امور مشتریان اهمیت بسیار زیادی دارد. همچنین نقش‌آفرینی تیم‌های فروش را نیز باید در ذهن داشت، بنابراین حوزه تعامل با مشتریان سختگیر نیازمند هم‌اندیشی چندین بخش مختلف برندها در زمانی واحد است.

پیشفرض اصلی بسیاری از شرکت‌ها پایداری همیشگی اصل «حق با مشتری است» محسوب می‌شود. این امر موجب تلاش حداکثری کارمندان برای جلب رضایت مشتریان خواهد شد. نکته مهم در این میان ضرورت توجه به سلیقه مشتریان است. البته گاهی اوقات برخی از مشتریان هر چقدر هم تیم پشتیبانی خدمات مناسب ارائه دهد، بازهم ناراضی خواهند بود. بی‌تردید ایجاد شهرت مناسب برای برند در فضای آنلاین نیازمند رسیدگی به وضعیت مشتریان، حتی افراد بسیار سختگیر، است. بنابراین هدف اصلی این مقاله کاملا روشن خواهد بود. برندسازی، بازاریابی و تعامل با مشتریان بدون حل و فصل مشکلات مشتریان سختگیر امکانپذیر نیست. در این مقاله من ۱۰ تکنیک و استراتژی مناسب برای تعامل با اینگونه مشتریان را مورد بررسی قرار خواهم داد.

استراتژی‌های تعامل با مشتریان سختگیر

مایک ایفل، مدیرعامل پیشین برند وندیو، یکی از بهترین کارشناس‌های حوزه مدیریت مشتریان است. او تجربه بسیار زیادی در زمینه تعامل با مشتریان سختگیر دارد. به عقیده وی حضور مشتریان سختگیر اطراف یک برند نشانه خوبی است. این امر بیانگر شهرت روزافزون برند موردنظر و توانایی جلب نظر ابتدایی مشتریان سختگیر است. گام بعد مدیریت مناسب این مشتریان در راستای تبدیل آنها به خریدارهای وفادار برندمان است. شاید در نگاه نخست این امر عجیب به نظر برسد، اما با استفاده از استراتژی‌های مناسب امکان جلب نظر سختگیرترین مشتریان نیز فراهم خواهد شد. من به منظور فهم بهتر این موضوع با همکاری مایک ایفل به طبقه‌بندی ۱۰ استراتژی برتر در این زمینه پرداخته‌ایم.

۱.گوش دادن به صحبت‌های مشتریان سختگیر

نخستین نکته مهم در تعامل با مشتریان سختگیر توجه به نکات و دلایل نارضایتی‌شان است. بسیاری از کارمندان نارضایتی مشتریان سختگیر را امری طبیعی قلمداد می‌کنند. به همین خاطر هیچ‌گاه به دنبال حل و فصل کامل آن نیستند. توصیه ما در این بخش گوش دادن به صحبت‌های مشتریان است. بدون تردید بسیاری از ما ماهیت اعتراض‌های آنها را به خوبی می‌دانیم. در این صورت بازهم باید به صحبت آنها گوش داد. این عمل به ظاهر ساده نقش بسیار مهمی در تخلیه روانی مشتریان بازی می‌کند. پس از این مرحله مشتریان آمادگی بیشتری برای پذیرش توصیه‌ها و راهکارهای ما دارند. پس از بررسی گفته‌های مشتریان سختگیر امکان بررسی آنها و ارائه راهکارهای مناسب فراهم خواهد شد.

۲. ایجاد رابطه‌ای مناسب با مشتریان سختگیر

یکی از دشواری‌های اصلی کارمندان در تعامل با مشتریان سختگیر ایجاد رابطه‌ای مناسب است. مشتریان سختگیر همیشه به عنوان افرادی غیرمنطقی شناخته می‌شوند بنابراین کارمندان تلاش زیادی برای ایجاد رابطه‌ای معنادار با آنها نمی‌کنند. این امر مشکلات زیادی در زمینه تعامل با آنها ایجاد خواهد کرد. توصیه ما در این بخش تلاش برای آرام ساختن مشتریان از طریق بیان جملاتی نظیر «مشکل شمار را درک می‌کنم» یا «تمام تلاش‌مان برای رفع این مسئله را خواهیم کرد» است. وقتی مشتریان عصبانی باشند، امکان ایجاد رابطه‌ای عمیق با آنها وجود ندارد بنابراین ما باید تمام تلاش‌مان برای آرام ساختن آنها را به کار بگیریم.

بدون تردید ما آشنایی نسبی با مشکلات مشتریان داریم. این امر مزیت ما در تعامل با آنها خواهد بود. به همین خاطر باید در گام بعد اقدام به شناخت جزییات منحصر به فرد مشکل مشتریان کنیم. چنین امری به طور معمول در راستای نمایش اهمیت مسئله مشتریان برای برند موردنظر روی می‌دهد. وقتی مشتریان سختگیر شاهد تلاش ما برای رفع مشکل‌شان باشند، مقدمه ایجاد رابطه‌ای مناسب و عمیق با آنها فراهم خواهد شد. درباره مشتریان سختگیر دلیل انتخاب برندتان را مدنظر داشته باشید. وقتی یک مشتری سختگیر است، بنابراین برند شما را پس از بررسی‌های دقیق انتخاب کرده است بنابراین ما نباید وی را ناامید سازیم.

۳.صدای‌تان را کاهش دهید

اگر مشتری موردنظر ما تن صدایش را افزایش داد، ما باید واکنشی برعکس داشته باشیم. در این زمان کاهش شدت صدا و بیان آهسته کلمات کمک مناسبی در راستای مدیریت بحث خواهد کرد. متاسفانه بسیاری از کارمندان در تعامل با مشتریان سختگیر به سراغ افزایش تن صدای‌شان به موازات مشتریان می‌روند بنابراین بروز فاجعه در چنین مکالمه‌هایی دور از ذهن نخواهد بود. توصیه ما در این بخش استفاده از تکنیک‌های مختلف روانشناختی برای آرام ساختن مخاطب است. کاربرد کلمات و نحوه بیان آنها از سوی ما نقش مهمی در آرامش‌بخشی به مشتریان دارد. به هر حال مشتریان در حال خرید از برند ما و پدید آوردن سود هستند بنابراین ما باید نهایت احترام را نشان دهیم. در غیر این صورت خبری از تبدیل آنها به مشتریان وفادار نخواهد بود.

۴. وقتی همه مشتریان در حال تماشا هستند

نحوه برخورد ما با مشتریان سختگیر باید کاملا حرفه‌ای باشد. توصیه ما در این بخش رفتار مانند حالت حضور در یک اتاق کنفرانس شلوغ است. فرض کنید تمام مشتریان‌تان در حال مشاهده رفتار شما هستند. این امر کمک شایانی به ما در راستای مدیریت حرفه‌ای تعامل با مشتریان سختگیر خواهد کرد. امروزه بسیاری از مشتریان سختگیر در تلاش برای یافتن برندهای معتبر و مورد اعتماد هستند. اگرچه جلب نظر آنها بسیار دشوار است، اما در صورت موفقیت بخش قابل توجهی از فروش‌مان تضمین خواهد شد. مشتریان وفادار در مقایسه با سایر گروه‌های مشتریان تمایل کمتری به ترک برندهای مورد علاقه‌شان دارند. همین امر تلاش‌ها برای جلب رضایت این دسته از مشتریان را توجیه خواهد کرد.

۵.آگاهی از زمان نقش‌آفرینی

بدون تردید تعامل با مشتریان سختگیر اعصاب کارمندان را به هم خواهد ریخت بنابراین باید فکری به حال واکنش‌های عصبی کارمندان کنیم. اگر یک کارمند به طور مداوم مسئول پاسخگویی به مشکلات مشتریان، به طور ویژه مشتریان وفادار، باشد، به زودی ناراحتی اعصاب خواهد گرفت. یکی از توصیه‌های مناسب در این زمینه تغییر کارمند مسئول این بخش است. به این ترتیب سیستم چرخشی برای حضور در این بخش را اجرا کنید. این امر امکان مدیریت بهتر مشتریان را فراهم خواهد ساخت.

۶.آرامش‌تان را حفظ کنید

حفظ آرامش مهم‌ترین گام در راستای مدیریت بحران در حوزه پشتیبانی از مشتریان است. مشتریان سختگیر به طور معمول عصبانی هستند. این امر تمایل کارمندان برای برخورد پرخاشگرایانه را نیز تقویت خواهد کرد. کارمندان مسئول بخش روابط عمومی و امور مشتریان باید توانایی بالایی در زمینه حفظ آرامش‌شان داشته باشند. در غیر این صورت به زودی دچار مسئله‌های فراوان با مشتریان خواهند شد. عصبانیت مشتریان قابل درک است. به هر حال آنها در ازای کالا یا خدمات برند ما پول پرداخت کرده‌اند. از سوی دیگر ناراحتی و پرخاش کارمندان ما هیچ توجیهی ندارد. به عنوان مدیر یک شرکت باید دوره‌های آموزشی کنترل خشم و حفظ آرامش را برگزار کنیم. این امر کیفیت خدمات برندمان به مشتریان را افزایش خواهد داد.

۷.مسئله را شخصی نکنید

تمام مسائل در دنیای کسب و کار ماهیت حرفه‌ای دارد بنابراین تلاش برای شخصی ساختن مشکلات مشتریان نتیجه مناسبی در پی نخواهد داشت. امروزه بسیاری از کارمندان پیگیری مناسب مشکلات مشتریان را به معنای تعامل در سطح بسیار شخصی و فرا رفتن از سطح حرفه‌ای مسائل می‌دانند. این امر نتیجه مناسبی در زمینه مدیریت کسب و کار نخواهد داشت. به علاوه اغلب مشتریان سختگیر علاقه‌ای به تبدیل مسئله‌شان به بحثی شخصی ندارند بنابراین ما باید همیشه ماهیت حرفه‌ای کار را حفظ کنیم. در غیر این صورت با مشکلات بسیار زیادی مواجه خواهیم شد.

۸.ما در حال تعامل با انسان‌ها هستیم

گاهی اوقات کارمندان مشتریان سختگیر را به مانند روبات‌های بی‌روح تصور می‌کنند. این امر موجب تعامل بی‌روح کارمندان با آنها خواهد شد. در نتیجه سطح مشکلات بسیار بیشتر می‌شود. توصیه ما در این بخش تصور تمام مشتریان، حتی افراد سختگیر، به عنوان انسان‌هایی معمولی است. آنها نیز دقیقا مانند ما هستند. مشتریان با تمام مشکلات و دشواری‌های زندگی شخصی به سراغ برند ما برای خرید یک محصول آمده‌اند بنابراین واکنش ما نسبت به آنها باید کاملا حرفه‌ای باشد. در غیر این صورت انگیزه‌شان برای تعامل با ما از بین خواهد رفت.

۹.به تعهدات‌تان وفادار باشید

بسیاری از کارمندان در بخش پشتیبانی از مشتریان پس از توجه به مشکلات طرف مقابل قول بررسی موضوع و تماس دوباره را می‌دهند. نکته جالب اینکه بسیاری از تعهدات و قول‌های این افراد هرگز عملی نمی‌شود بنابراین مشتریان سختگیر بیش از هر زمان دیگری نسبت به شرکت موردنظر احساس منفی پیدا خواهند کرد. ما هرگز نباید شانس‌های تعامل‌مان با مشتریان سختگیر را نابود کنیم بنابراین در صورت تعهد نسبت به تماس دوباره با آنها باید این کار را انجام دهیم. این بخشی از فعالیت حرفه‌ای برند ما محسوب می‌شود.

۱۰. خلاصه‌نویسی از مشکلات مشتریان

پس از پایان گفت‌وگو با مشتریان سختگیر خلاصه‌ای از مشکلش و راهکارهای حل و فصل آن را بیان کنید. مشتریان باید نسبت به پیگیری مداوم مشکل‌شان از سوی ما آگاهی یابند. در غیر این صورت اعتبار برندمان در نگاه‌شان خدشه‌دار خواهد شد. به هر حال خلاصه‌نویسی از مشکلات مشتریان در حین گفت‌وگو تاثیر بسیار زیادی بر روی القای احساس پیگیری مداوم از سوی ما دارد.

بی‌تردید مدیریت کسب و کار و به طور مشخص بخش پشتیبانی از مشتریان چالش‌های زیادی به همراه دارد. این عرصه برای بسیاری از برندها دشوارترین بخش کسب و کار محسوب می‌شود. تعامل با مشتریان سختگیر به دلیل ماهیت مشکلات و همچنین سلیقه آنها سخت خواهد بود. در این امر هیچ شکی نیست، اما با استفاده از استراتژی‌های مورد بحث در این مقاله امکان مدیریت بهتر بحث و جلب رضایت آنها وجود خواهد داشت.

منبع: businessnewsdaily

ایستگاه بازاریابی

۵ تکنیک کاربردی حوزه بازاریابی در زمینه جلب اعتماد مشتریان

بازاریابی ویدئویی با هدف جلب اعتماد مشتریان

به قلم: امیر شاه‌زیدی کارشناس بازاریابی
ترجمه: علی آل‌علی

همه کسب و کارها به طور یکسان با مسئله جلب اعتماد مشتریان مواجه هستند. برند ما برای فروش بیشتر ابتدا باید اعتماد مخاطب هدف را جلب کند. امروزه هیچ مشتری بدون اعتماد به یک برند اقدام به خرید از آن نخواهد کرد، بنابراین مسئله جلب اعتماد مشتریان ماهیت جهانی دارد. حوزه بازاریابی به عنوان بخشی جذاب برای تعامل با مشتریان نقطه حرکت مناسبی در راستای جلب اعتماد آنها محسوب می‌شود. کاربرد محتوای ویدئویی در این زمینه ابزار بسیار مناسبی در راستای تعامل نزدیک و کسب رضایت مشتریان خواهد بود. اعتبار هر برند براساس جایگاهش در نگاه مشتریان ارزیابی می‌شود. متاسفانه امروزه بسیاری از برندها در تلاش برای مدیریت امور کسب و کارشان در جهت صرف کسب سود هستند. به این ترتیب آنها توجه کافی به وضعیت رضایت مشتریان یا سایر نکات مهم ندارند. توصیه من در زمینه استفاده از ویدئو برای جلب اعتماد مشتریان اشاره به مفهوم «بازاریابی ویدئویی» دارد. امروزه بازاریابی ویدئویی در میان مردم محبوبیت بسیار زیادی دارد. این امر ناشی از افزایش محبوبیت کلی فرمت ویدئو در میان کاربران اینترنت است. براساس گزارش موسسه فوربس اکنون نزدیک به ۸۰درصد از ترافیک کل فضای آنلاین مربوط به فرمت ویدئوست. نتیجه منطقی این امر در حوزه بازاریابی تاثیرگذاری به مراتب بیشتر محتوای ویدئویی در کمپین‌های بازاریابی است. هدف اصلی در این مقاله بررسی شیوه‌های تاثیرگذاری محتوای ویدئویی بر روی جلب رضایت و اعتماد مشتریان است. این امر در پنج بخش کلی مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

۱. ایجاد لحن و صدای خاص برند

امروزه هر برندی دارای لحن و صدای خاصی است. این امر امکان تاثیرگذاری برند مورد نظر بر روی مخاطب هدف را افزایش می‌دهد. چنین امری بستگی تام با ماهیت مشتریان ما دارد. همچنین باید به سلیقه مشتریان نیز توجه داشت. سلیقه مشتریان در هر حوزه کسب و کار براساس زمینه فعالیت برند موردنظر مشخص می‌شود. به عنوان مثال، فعالیت برند آدیداس در حوزه ورزشی موجب جهت‌گیری لحن و صدای برندش به سوی تزریق انرژی و انگیزه به مشتریان شده است. برند HubSpot نیز به عنوان یک پلتفرم بازاریابی به خوبی جلوه‌ای حرفه‌ای و پیگیر از خود به نمایش گذاشته است. این امر موجب افزایش انگیزه مخاطب هر دو برند برای تعامل بیشتر می‌شود. اگر به دنبال تقلید از برندهای موفق برای شکل‌دهی به لحن و صدای برندتان هستید، به طور ویژه فعالیت برند اپل را مدنظر قرار دهید. این برند به طور معمول فعالیت گسترده‌ای در زمینه بازاریابی ندارد، با این حال معدود کمپین‌های بازاریابی آنها با استقبال شدید مخاطب مواجه می‌شود. همین نکته اپل را بدل به یکی از موفق‌ترین برندها در زمینه تولید ویدئوی بازاریابی با لحن و صدای منحصر به فرد کرده است. آگاهی از سلیقه مشتریان در زمینه لحن و صدای برند کار چندان دشواری نیست. در این زمینه فقط باید پیگیری مداوم فعالیت مخاطب در شبکه‌های اجتماعی را مدنظر داشته باشیم. به این ترتیب تمام اطلاعات موردنیاز به سادگی در اختیار ما قرار خواهد گرفت.

۲. ایجاد کانال بازاریابی در یوتیوب

وقتی از بازاریابی ویدئویی صحبت می‌کنیم، عدم توجه به یوتیوب امکانپذیر نیست. بنابراین ما باید سرمایه‌گذاری دقیقی بر روی فعالیت در این عرصه داشته باشیم. متاسفانه بسیاری از برندها فقط درگیر فعالیت در پلتفرم‌هایی نظیر فیس‌بوک و توییتر هستند. این امر بی‌توجهی به یوتیوب را به بار می‌آورد. وقتی ما درباره بازاریابی ویدئویی صحبت می‌کنیم، فعالیت در بزرگترین پلتفرم ویدئویی باید در دستور کارمان قرار داشته باشد. ایجاد کانال رسمی در یوتیوب علاوه بر امکان جلب نظر کاربران فعال در این پلتفرم، فرصت مناسبی برای ارجاع کاربران در سایر پلتفرم‌ها به حساب رسمی‌مان در یوتیوب را فراهم می‌کند.

۳.تولید ویدئوهای داده‌محور

امروزه بسیاری از ویدئوها در شبکه‌های اجتماعی توانایی جلب نظر مخاطب هدف را ندارند. این امر موجب کاهش علاقه مخاطب به برندهای موردنظر می‌شود. بدون شک همه ما تجربه مطالعه مقالات مختلف درباره شیوه‌های افزایش جذابیت ویدئوهای بازاریابی را داشته‌ایم. نقطه ضعف اصلی این ویدئوها عدم اشاره به دلیل استقبال اندک کاربران از ویدئوهای بازاریابی است. بدون تردید همه برندها در شبکه‌های اجتماعی و حوزه بازاریابی ویدئویی وضعیت یکسانی ندارند. برخی از برندها همیشه نظر مخاطب را جلب می‌کنند. نگاهی به وضعیت برندهای بزرگ به خوبی گویای این نکته است. اگر ما نیز به دنبال موفقیت در این فضا هستیم، باید استراتژی مشابهی با برندهای بزرگ در پیش گیریم. در غیر این صورت امکان کسب موفقیت‌مان کاهش خواهد یافت. یکی از راهکارهای مناسب برای تولید ویدئوهای بازاریابی جذاب توجه به بانک داده‌های موجود درباره مخاطب هدف است. امروزه بسیاری از آژانس‌های بازاریابی چنین اطلاعاتی را در اختیار برندها قرار می‌دهند. اگر قصد همکاری و پرداخت هزینه به آژانس‌های بازاریابی را ندارید، راه‌اندازی بخش بازاریابی در داخل شرکت نیز ایده مناسبی خواهد بود. به این ترتیب ما فرصت تاثیرگذاری بر روی مخاطب را خواهیم داشت. این امر همیشه هزینه‌های کمتری برای برندها به همراه دارد. همچنین فرصت تاثیرگذاری بیشتر بر روی مخاطب هدف را نیز فراهم می‌کند. اطلاعات آژانس‌های بازاریابی به هر حال ماهیت کلی دارد، بنابراین در مورد زمینه تخصصی برخی از برندها کاربرد کمتری خواهد داشت.

۴.به اشتراک‌گذاری محتوای ارزشمند

وقتی از ارزشمندی محتوا صحبت می‌کنیم، معیار مشخصی برای این امر مدنظر قرار ندارد. همین امر بسیاری از برندها را دچار سردرگمی می‌کند. از نظر من معیار محتوای باارزش ناتوانی مخاطب در زمینه یافتن نمونه‌های مشابه نزد برندهای دیگر است. این امر انگیزه مخاطب برای استفاده از محتوای ما را دوچندان خواهد کرد. گاهی اوقات کیفیت بالای محتوای برندها انگیزه مخاطب برای پرداخت حق اشتراک برای مشاهده را نیز افزایش می‌دهد. امروزه بسیاری از برندهای فعال در عرصه آموزش و ارتقای اطلاعات مشتریان از همین تکنیک استفاده می‌کنند، بنابراین برند ما نیز باید برنامه‌ای منسجم برای تولید محتوای ارزشمند داشته باشد. اگر بخش قبلی درباره تهیه ویدئوهای داده محور را به خوبی انجام دهید، به اشتراک‌گذاری محتوای ارزشمند کار چندان دشواری نخواهد بود. مراحل مختلف مقاله کنونی از نظر منطقی با یکدیگر پیوند دارد. به همین خاطر بی‌توجهی به هر کدام از آنها موجب کاهش سطح جذابیت و اعتبار محتوای ویدئویی بازاریابی برندمان خواهد شد.

۵.توجه به اهداف بلندمدت

یکی از اشتباهات رایج برندها در زمینه فعالیت بازاریابی هدف گذاری کوتاه‌مدت است. بنابراین پس از دستیابی به چند هدف کوتاه قید فعالیت بیشتر در حوزه بازاریابی ویدئویی را می‌زنند. این امر از نقطه نظر فعالیت حرفه‌ای برندها ایرادات بسیار زیادی دارد. فعالیت یک برند همیشه باید معطوف به اهداف بلندمدت باشد. مشتریان اغلب به دنبال یافتن برندهای مناسب و همراهی با آنها برای مدت زمان طولانی هستند، بنابراین برنامه‌ریزی کوتاه مدت برند ما موجب ناامیدی مشتریان خواهد شد.

نتیجه مهم برنامه‌ریزی بلندمدت امکان تبدیل مشتریات عادی به خریدارهای وفادار است. هرچه ما در زمینه بازاریابی ویدئویی ثبات قدم بیشتری داشته باشیم، شانس بیشتری برای جلب نظر مخاطب هدف خواهیم داشت. مشتریان در طول زمان و مشاهده مداوم کمپین‌های ویدئویی برندها شناخت بهتری از آنها پیدا می‌کنند. به همین خاطر مشتریان ثابت برندهایی نظیر نایک یا اپل به سختی اقدام به خرید از برندهای دیگر می‌کنند. بی‌تردید این امر از نقطه نظر برندسازی اهمیت بسیار زیادی برای کارآفرینان و شرکت‌های مختلف خواهد داشت.

منبع: prdaily

رهبری

جمعه سیاه امسال چه نکات تازه‌ای داشت؟

برندگان و بازندگان جمعه سیاه ۲۰۱۹

به قلم: دافنی هاولند کارشناس تبلیغات
ترجمه: علی آل‌علی

بسیاری از کسب و کارها با برنامه‌های جذاب برای جمعه سیاه امسال در تلاش برای تحقق اهداف‌شان بودند. بدون تردید در هر رویدادی برخی از برندها برنده و برخی دیگر بازنده خواهند بود. این امر در مورد جمعه سیاه نیز صادق است. بر این اساس امسال برخی از برندها علی رغم هزینههای بسیار زیاد در عمل موفقیت چندانی در زمینه جلب نظر مشتریان نداشتند. در عوض برخی دیگر با سرمایه‌گذاری کم اما هوشمندانه موفق به جلب نظر مخاطب هدف شدند.

براساس گزارش موسسه تحلیلی Adobe امسال در جمعه سیاه نزدیک به ۲۹ میلیارد دلار رقم فروش برندها بود. این امر به معنای افزایش ۲۰درصدی فروش برندها در مقایسه با سال گذشته است. نکته جالب در این میان کاهش فروش خرده‌فروشی‌های بزرگ است. میزان درآمد کل خرده‌فروشی‌ها در جمعه سیاه امسال ۷,۴ میلیارد دلار بود. این رقم در مقایسه با سال گذشته و همچنین فروش ۷,۹ میلیاردی آنها در مناسبت «دوشنبه سایبری» کاهش نسبی داشته است. این امر به معنای کاهش جذابیت خرده‌فروشی‌ها در رویداد جمعه سیاه است.

براساس اظهارنظر جان ریلی، سرگروه ارشد تیم تحقیقاتی Publicis Sapient امسال در تاریخ فروش آنلاین جاودانه خواهد شد. دلیل این امر رویکرد اغلب برندها به فروش آنلاین از طریق گوشی‌های هوشمند بود. بی‌تردید بسیاری از کارشناس‌ها و کارآفرینان برجسته در حوزه کسب و کار تصویه‌های زیادی مبنی بر ضرورت استفاده از شبکه‌های اجتماعی و به طور کلی گوشی‌های هوشمند برای افزایش فروش برندها دارند. این امر تا مدت‌ها مورد بی‌توجهی شرکت‌های بزرگ قرار می‌گرفت، اما امسال شاهد تحولی در این زمینه بودیم، بنابراین شاید سال‌های بعد دیگر شاهد صف‌های طولانی در مراکز فروش برندهای بزرگ نباشیم. در عوض شمار هرچه بیشتری از مشتریان به سوی خرید آنلاین محصولات از طریق گوشی همراه در مناسبت‌هایی نظیر جمعه سیاه خواهند رفت.

در این مقاله هدف اصلی بررسی برندگان و بازندگان جمع سیاه سال ۲۰۱۹ است. در این زمینه ما نگاهی دقیق به نحوه فعالیت برندها در حوزه‌های مختلف خواهیم انداخت.

برنده جمعه سیاه: برندهای سازگار با گوشی‌های هوشمند

امسال به لطف شبکه‌های اجتماعی دیگر شاهد صف‌های بسیار طولانی در مراکز فروش نبودیم. این امر به معنای افزایش انگیزه مشتریان برای خرید آنلاین محصولات است. نکته مهم در این میان چرایی تقویت دیرهنگام این انگیزه است. خرده‌فروشی‌های بزرگ از مدت‌ها قبل از ضرورت فعالیت در زمینه فروش آنلاین اطلاع داشتند. این امر حتی منجر به راه اندازی سایت رسمی برای فروش آنلاین نیز شد، با این حال در عمل هیچ‌گاه مشتریان توجه کافی به این سایت‌ها نداشتند. نکته مهم در اینجا تجربه کاربری اغلب مشتریان در زمینه جست‌وجوی آنلاین محصولات از طریق گوشی‌های هوشمند است. بسیاری از سایت‌های فروش آنلاین هیچ سازگاری با گوشی‌های هوشمند ندارند. این امر انگیزه مشتریان برای خرید آنلاین را به شدت کاهش می‌دهد. نوآوری خلاقانه امسال در زمینه فروش آنلاین سازگاری هرچه بیشتر با گوشی‌های همراه بود. به این ترتیب برخی از برندهای بزرگ تمام بخش فروش همراه با تخفیف‌شان را در اپ‌های رسمی خود دنبال کردند.

امسال برندها از طریق سازگاری بیشتر با گوشی‌های هوشمند موفق به کسب رکورد فروش ۹۰۰ میلیون دلاری شدند. این امر رشد ۶۵درصدی در فروش آنلاین از طریق گوشی‌های هوشمند را نشان می‌دهد. به این ترتیب پیش‌بینی ادامه روند موفقیت‌آمیز برندها در چنین شرایطی هرگز دور از انتظار نیست. شاپیفای به عنوان یکی از خرده‌فروشی‌های مطرح در سال جاری افزایش ۶۹درصدی فروش را تجربه کرد. این امر به معنای درک اهمیت سازگاری هرچه بهتر با گوشی‌های همراه خواهد بود بنابراین در سال آینده میزان سرمایه‌گذاری برندها در حوزه فروش آنلاین به شدت افزایش خواهد یافت.

بازنده جمعه سیاه: فروشگاه‌های بدون روحیه مناسبتی

ترافیک فروشگاه‌ها در جمعه سیاه امسال هرگز مانند سال‌های قبل نبود. بسیاری از فروشگاه‌ها روزهای بسیار خلوتی را سپری می‌کردند. این امر ناشی از عدم آماده‌سازی مناسب بسیاری از فروشگاه‌هاست. بدون تردید وقتی یک مناسبت هم در راه است، روحیه و حال و هوای فروشگاه‌ها نیز باید با آن مطابقت داشته باشد. در این زمینه بسیاری از برندها بیش از حد درگیر تعیین فهرست تخفیف‌ها بودند. به این ترتیب در عمل فرصت کافی برای توجه به تزیین دکور داخلی یا کارهای مشابه نداشتند. همین امر انگیزه مشتریان برای مراجعه به فروشگاه‌های فوق را کاهش داد. به این ترتیب بسیاری از خرده‌فروشی‌های بزرگ نیز روزهای بسیار خلوتی را سپری کردند.

نکته مهم درخصوص آماده‌سازی برند برای جمعه سیاه توجه همه جانبه به بخش‌های مختلف است. متاسفانه امروزه بسیاری از برندها توجه کافی به این مسئله ندارند. به همین خاطر در اجرای ایده‌های‌شان با مشکلات بسیار زیادی مواجه خواهند شد.

براساس گزارش موسسه Retail Next، فعال در زمینه تحلیل وضعیت بازار خرده‌فروشی، میزان فروش کلی در این صنعت بین ۱,۶ تا ۲,۱درصد کاهش داشته است. این امر سال ۲۰۱۹ را یکی از عجیب‌ترین سال‌ها برای خرده‌فروشی‌ها ساخت. دلیل اصلی کاهش فروش نیز باید در نحوه جهت‌گیری برندها جست‌وجو شود. بسیاری از برندهای بزرگ در جمعه سیاه امسال ایده خاصی برای معرفی محصولات تازه نداشتند. جالب اینکه برخی از برندها در عمل همان فهرست تخفیف‌های سال گذشته را ارائه کردند. بدون تردید فقدان انگیزه کافی در برندها عامل بسیار مهمی برای کاهش انگیزه خرید مشتریان محسوب می‌شود. در این زمینه عملکرد خرده‌فروشی‌های آنلاین فقط اندکی بهتر از رقبای سنتی‌شان بود. براساس گزارش Adobe خرده فروشی‌های آنلاین نیز امسال یکی از دوران تاریک‌شان را سپری کردند. یکی از دلایل اصلی این امر افزایش رویدادهای مهم مانند «دوشنبه سایبری» و «شنبه کسب و کارهای کوچک» است. این امر میزان جذابیت و رقابت‌ناپذیری جمعه سیاه را کاهش داده است، بنابراین بسیاری از کسب و کارها به جای تمرکز صرف بر روی جمعه سیاه به فکر سایر مناسبت‌های تازه نیز هستند. بی‌تردید این امر در نگاه نخست عجیب به نظر می‌رسد، اما با نگاه عمیق‌تر به مسئله بسیاری از ابعاد آن برای ما واضح خواهد شد. وقتی برندها امکان حضور در رویدادهای مختلفی را دارند، میزان توجه‌شان به یک رویداد مشخص کاهش می‌یابد. ضرورت برنامه‌ریزی برای رویدادهای مختلف از اهمیت یک رویداد مشخص، در اینجا جمعه سیاه، می‌کاهد، بنابراین یکی از چالش‌های اصلی برندها در دنیای کنونی برنامه‌ریزی برای حضور موفق در رویدادهای مختلف است.

منبع: marketingdive

جشن بانک‌های خصوصی

محمدرضا جمشیدی
دبیرکل کانون بانک‌ها و موسسات اعتباری خصوصی

در پی اعلام نظر حضرت آیت‌الله نوری همدانی درخصوص طرح جدید مجلس مبنی بر آنکه طرح جدید بانکداری به ربا رسمیت می‌بخشد، جناب آقای مصباحی مقدم براساس گزارش مورخ ۹۸/۹/۱۴ خبرگزاری فارس اعلام فرمودند «اگر طرح بانکداری در مجلس مسکوت بماند، بانک‌های خصوصی جشن خواهند گرفت.» ایشان با نگارش نامه‌ای خطاب به معظم له با عنوان نمودن این مطلب که (بانک‌ها، به ویژه بانک‌های خصوصی که به دریافت ربح مرکب و وجه التزام‌های مضاعف و سنگین از بدهکاران بانکی عادت کرده و منافع فراوانی از این رهگذر اندوخته‌اند، دقیقاً به همین دلیل، از تصویب چنین طرحی در مجلس شورای اسلامی ناراحتند و در صورت مسکوت ماندن یا عدم تصویب آن، جشن خواهند گرفت. بدین ترتیب مشارالیه مواردی را به شبکه بانکی کشور به ویژه بانک‌های خصوصی نسبت دادند که لازم آمد توضیحاتی در این زمینه بیان شود:

۱-طرح مطول بیش از ۲۰۰ ماده‌ای موسوم به طرح بانکداری جمهوری اسلامی ایران که گزارش یک شوری آن اخیراً منتشر شده حاصل زحمات و تلاش‌های ارزنده کمیسیون محترم اقتصادی مجلس با همفکری صاحب نظرانی چون جناب آقای مصباحی مقدم است که مانند هر طرح دیگر دارای نکات بسیار مثبت از جمله پاره‌ای نوآوری‌ها در صنعت بانکداری و ساختار سیاست‌گذاری و نظارتی بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران است، اما این طرح نیز مانند هر طرح قانونی دیگر نیازمند بررسی و نقد کارشناسی است تا خدای نکرده نظام بانکی کشورمان را با چالش‌های اساسی مواجه نسازد.

۲-از جنبه کارشناسی طرح موردنظر در کنار نقاط مثبت، همچنان دارای دو ایراد اساسی در مورد تغییر ساختار و وسعت اختیارات و ماموریت‌های قانونی بانک مرکزی جمهوری اسلامی و نیز مبانی شرعی و حقوقی عملیات بانکی بدون ربا است که اجمال آن به شرح ذیل است:

الف: ساختار بانک مرکزی

بررسی به عمل آمده حاکی از آن است که الگوی طرح مورد بحث در مورد تغییر ساختار و ارکان بانک مرکزی، ظاهراً برگرفته از ساختار بانک مرکزی یکی از کشورهای اروپایی است، ولی چندان که باید و شاید براساس مبانی عملیات بانکی بدون ربا بومی‌سازی نشده است. لذا دور از انتظار نخواهد بود که فقدان استقلال کارشناسی بانک مرکزی، نظام بانکی کشور را در آتیه با چالش‌های اساسی مواجه سازد، زیرا در طرح پیشنهادی هم شورای پول و اعتبار و هم هیات نظارت اندوخته اسکناس و هم مجمع عمومی از ارکان بانک مرکزی حذف شده و کلیه اختیارات به هیات عالی داده شده است. از نظر کارشناسی پاره‌ای از نتایج منفی و چالش‌برانگیز ساختار موردنظر به شرح زیر بسیار محتمل خواهد بود:

-حذف مجمع عمومی از ارکان بانک مرکزی، براساس قوانین فعلی منجمله قانون محاسبات عمومی به منزله تبدیل ساختار تشکیلاتی بانک مرکزی از شرکت دولتی به موسسه دولتی خواهد بود. در این صورت پرسش آن است که این موسسه جدید تازه تاسیس تحت نظر کدام وزارتخانه است و کدام وزارتخانه یا چه مقامی پاسخگویی عملکرد موسسه دولتی بانک مرکزی در برابر مجلس محترم را خواهد داشت؟ آیا طراحان این طرح در صدد ایجاد تشکیلات دولتی جدید و استثنایی غیر از موسسه یا شرکت دولتی هستند؟ شفاف‌سازی در این مورد به بسیاری از ابهامات حقوقی و قانونی خاتمه خواهد داد. افزون بر آن پس از تاسیس موسسه دولتی بانک مرکزی، تکلیف حقوق و تعهدات شرکت سهامی فعلی بانک مرکزی در مراجع داخلی چه خواهد بود؟ آیا به موسسه دولتی (جدید) بانک مرکزی منتقل خواهد شد یا همچنان پوسته و شخصیت حقوقی آن حفظ خواهد شد؟

-اعضای اجرایی و نیز غیراجرایی هیات عالی بانک مرکزی به طور مستقیم یا غیرمستقیم منصوب دولت (ریاست جمهوری، وزارت امور اقتصادی و بانک مرکزی) خواهند بود و از لحاظ وابستگی استخدامی نیز هیچ‌گونه تفاوتی بین اعضای اجرایی با اعضای غیراجرایی نخواهد بود. قوه مقننه نیز در بالاترین مرجع سیاست‌گذاری امور بانکی کشور عضویت نخواهد داشت. چنانچه عضویت یک نفر نماینده اتاق‌های سه‌گانه (بخش تعاونی و خصوصی) نیز صرفاً امری تشریفاتی است. زیرا موکول به تایید وزیر امور اقتصادی شده است.

- حذف هیات نظارت اندوخته اسکناس: بدون تردید حذف هیات نظارت اندوخته اسکناس از ارکان بانک مرکزی (متشکل از نمایندگان منتخب قوای سه‌گانه و دیوان محاسبات کشور) که نظارت بر امر بسیار مهم چاپ و نشر اسکناس را به عهده دارد و در فقدان نظارت هیأت مزبور (بخوانیم قوای سه‌گانه) چاپ و نشر اسکناس بدون پشتوانه کافی و قانونی که امکان آن دور از ذهن نیست، نتایجی را به دنبال خواهد داشت که افزایش نقدینگی و تورم لجام گسیخته یکی از آثار آن به شمار خواهد رفت.

به هر حال به نظر کانون بانک‌ها لازمه استقلال سیاست‌گذاری بانک مرکزی در امور پولی، اعتباری و بانکی و نظارت بر بانک‌ها فراهم آوردن، حضور واقعی و غیرتشریفاتی نمایندگان منتخب سه بخش اقتصادی کشور یعنی بخش دولتی؛ بخش خصوصی و بخش تعاونی در مراجع سیاست‌گذاری بانک مرکزی جمهوری اسلامی است.

ب: عملیات بانکی بدون ربا

گرچه بحث عملیات بانکی بدون ربا می‌بایستی به صورت لایحه یا طرحی مجزا از طرح مورد بحث ارائه می‌شد، اما در مورد انتقادات مطروحه از طرح قانونی موردنظر، از حیث موازین بانکی بدون ربا صرفا به بیان موارد زیر من باب مشت نمونه خروار بسنده می‌شود:

اول: در این موضوع که کلیه فرآیندهای بانکی بدون ربا می‌بایستی مطابق با موازین شرع انور باشد یا حداقل با آن مغایرت نداشته باشد هیچ تردیدی نیست و این امر مورد اعتقاد کلیه مدیران بانکی اعم از بانک‌های دولتی یا خصوصی است اما در این زمینه باید توجه داشت که مدیران بانکی بالفعل متخصص امور شرعی نیستند. پس بایستی مرجعی قانونی باشد که مسئولیت تشخیص و احراز انطباق عملیات بانکی با شرع انور را برعهده داشته باشد. خوشبختانه برنامه ششم توسعه به این خلأ قانونی خاتمه داد و از این رو شورای فقهی بانک مرکزی در حال حاضر جایگاه قانونی خود را پیدا کرده است. از جمله دستورالعمل امهال یکی از برجسته‌ترین دستاورد شورای فقهی است که در حال حاضر مبنای کار شبکه بانکی کشور قرار گرفته است. شایان توجه است: بسیاری از برداشت‌های غیرصحیح که در جامعه از مفهوم سود یا جریمه مرکب و عملکرد نظام بانکی کشور وجود دارد در واقع مبتنی بر راهکارهای پیش‌بینی‌شده در دستورالعمل امهال برای فرصت‌دهی به بدهکاران بانکی است که به تأیید جناب آقای مصباحی مقدم نیز رسیده است.

دوم: جناب ایشان در مورد جریمه یا خسارت تاخیر مرقوم داشته‌اند: در حال حاضر، جریمه‌هایی که بانک¬ها دریافت می‌کنند، طبق قوانین و مقررات فعلی به خودشان تعلق می¬گیرد و همین موضوع باعث شده که ایشان و برخی دیگر از مراجع بزرگوار، اخذ جریمه تأخیر را تحریم و کراراً ناقد و معترض اخذ جریمه تأخیر توسط بانک‌ها، گردیده‌اند و لذا طرح مجلس از این نظر کاملاً منطبق بر موازین فقهی و نظرات مراجع معظم تقلید تدوین شده و پرداخت هرگونه جریمه به بانک را ممنوع کرده¬ است) قطعا اظهارنظر راجع به حکم شرعی خسارت تاخیر که در نامه ایشان به عنوان جریمه از آن یادشده در صلاحیت کانون بانک‌ها نیست و انتظار است مراجع عظام تقلید در این خصوص اعلام فتوا نمایند. اما استدلال معظم له برای توجیه مشروعیت خسارت تاخیر آن است که اگر جریمه مالی یا همان خسارت تاخیر به حساب ویژه جرایم مالی واریز و توسط بانک مرکزی هزینه شود واجد هیچ‌گونه ایراد شرعی نیست. اگر این جرایم به عنوان سود عملیاتی بانک‌ها پس از کسر مالیات، متعلق به سهامداران باشد خلاف شرع است. این استدلال از نظر ایشان متضمن این معناست که نفس گرفتن خسارت تاخیر هیچ‌گونه اشکال شرعی ندارد منتها ظاهراً بحث راجع به تغییر در موضوع مصرف و تعیین مصرف‌کننده این منابع است. بر این اساس از نظر ایشان منابع حاصل از جرائم مالی حق حاکمیت است و بانک‌ها مکلف هستند جریمه تاخیر بگیرند ولی مجاز به هزینه یا توزیع سود عملیاتی حاصل از آن بین سهامداران نیستند. این استدلال بر بنای کدام منطق حقوقی و اصول قانون اساسی ارائه می‌شود؟ مگر بانک مرکزی می‌تواند بدون رعایت اصل ۵۵ قانون اساسی این منابع را راساً هزینه کند؟ و مگر در این زمینه بین بانک‌های دولتی با بانک‌های خصوصی تفاوتی وجود دارد؟ و مگر حقوق سهامداران بانک‌ها را که متحمل زیان‌هایی از محل عدم وصول بعضی از این نوع بدهی‌ها لاوصول می‌گردند، می‌توان در اختیار بانک مرکزی گذاشت؟

سوم: در طرح قانونی ارائه شده تخلفات مشتریان بانکی مستوجب دو گونه جرایم مالی و غیرمالی (نظیر محرومیت از خدمات و تسهیلات بانکی) اعلام شده است. این امر در واقع تکرار تجربه شکست خورده دولت در دهه ۸۰ است که پس از موفق نشدن جایگزینی محرومیت‌های بانکی به جای وجه التزام مالی موجب شد که نرخ این وجه التزام به صورت پلکانی تا ۱۴درصد نیز افزایش یابد.

به هرحال هیچ‌کدام از کارکنان و خدمتگزاران شبکه بانکی کشور چه بانک‌های خصوصی و چه بانک‌های دولتی به هیچ وجه به اجرای فرآیندهای بانکی ربوی راضی و خشنود نیستند، اما تشخیص شرعی یا غیرشرعی بودن موضوعات در صلاحیت و تخصص آنان نیست و از سوی دیگر شتابزدگی در تصویب طرح مورد بحث نیز روا نیست. پس لطفاً اجازه بفرمایند طرح موردنظر در فضایی آرام و کارشناسی و بدون طرح اتهام و فضاسازی بر علیه شبکه بانک‌های خصوصی (که معلوم نیست به چه دلیل و ممیزه‌ای آنها را از بانک‌های دولتی جدا کرده‌اند)، از جهات مختلف اقتصادی و به ویژه از جهات شرعی بررسی شود. در مورد موازین شرعی طرح مورد نظر پیشنهاد می‌نماید گزارش یک شوری کمیسیون محترم اقتصادی مجلس در خصوص طرح بانکداری به همراه دستورالعمل امهال را به نظرخواهی مراجع عظام تقلید بگذارید تا حکم شرعی موضوعات دقیقاً مشخص شود و سیستم بانکی کشور مدام با چالش شرعی یا غیرشرعی بودن مباحث مواجه نباشند. مسلماً هیچ بانک خصوصی یا حتی بانک‌های دولتی از عدم تصویب طرح موردنظر جناب آقای مصباحی مقدم جشن نخواهند گرفت. بلکه قطعا در صورت تصویب نهایی و ابلاغ و انتشار در روزنامه رسمی کشور، آن را دقیقاً اجرا خواهند کرد، اما لازم است تاکید نماید مسلماً الگوبرداری از ساختار بانک مرکزی یکی از کشورها و عدم توجه به نظرات کارشناسی صاحبنظران و مدیران بانکی مسلماً نظام بانکی کشور را با چالش‌های اساسی فراوانی مواجه خواهد ساخت.

اما روی سخن ما با حضرت ایشان یادآوری نکاتی است که ظاهراً از نظر ایشان دور مانده و ضروری است در این مجمل نکاتی را یادآور گردیم.

اول آنکه شبکه بانک‌های خصوصی که در پی سیاست‌های اصل ۴۴ قانون اساسی و در تبعیت از فرامین قانونی و توصیه‌های مقام معظم رهبری در خصوصی‌سازی اقتصاد پا به عرصه خدمت در کشور نهادند، منشأ نوآوری‌های کم‌نظیر در حوزه خدمات بانکی، الکترونیکی کردن تراکنش‌ها و نظام‌های پرداخت، سرعت عمل در انجام امور بانکی مشتریان، کاهش تردد و مراجعات حضوری و... در کشور گردیدند.

دوم، نظام بانکی کشور و از جمله بانک‌های خصوصی همواره نسبت به اجرای مصوبات شورای محترم پول و اعتبار و سایر تصمیمات بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران و نیز مصوبات قانونی که به تأیید شورای محترم نگهبان رسیده است کوشا بوده‌اند و هرگز مقرراتی خارج از چارچوب مقررات مزبور برای خود تدوین نکرده و نخواهند کرد. چه آنکه به لحاظ عملکردی غیر از آن، مراجع ذی‌صلاح ناظر بر بانک‌ها نسبت به اصلاح رویه‌های اشتباه و متنبه نمودن آنان به وظایف خود عمل می‌نمودند و خواهند نمود.

این درست نیست که به لحاظ اصلاح طرحی قانونی که به دفعات از سوی تدوین‌کنندگان آن و مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی که همگان دعوت به اظهار نظر در جهت اصلاح آن می‌شدند و کانون بانک‌ها و موسسات اعتباری خصوصی با نیتی خیر و سازنده به دفعات و به تناسب اصلاح تدریجی و تغییر متون آن اقدام به اظهارنظر و نقد علمی طرح مزبور کرده‌اند، این استنباط را برای معظم له ایجاد نماید که علی‌رغم آنکه فرموده‌اند بیش از ۴۰ سال در بانکداری اسلامی تتبع، تدریس و تحقیق داشته و همواره منتقد وضع موجود بانکداری کشور بوده‌اند، این نقد کانون بانک‌ها و موسسات اعتباری خصوصی را دلیلی بر مخالفت بانک‌های خصوصی به طرح مزبور بدانند.

اخبار

رییس ستاد انتخابات استان قزوین:

فرمانداران و بخشداران از همراهی با کاندیداهای مجلس خودداری کنند

قزوین – خبرنگار فرصت امروز: رییس ستاد انتخابات استان قزوین گفت: فرمانداران، بخشداران و دهیاران باید به طور جدی از همراهی با کاندیداهای نمایندگی مجلس خودداری کنند تا هیچ شائبه‌ای در دفاع از نامزد خاصی پیش نیاید. به گزارش اداره کل روابط عمومی استانداری ، منوچهر حبیبی رییس ستاد انتخابات استان قزوین بیان داشت: نشست مشترک فرمانداران و اعضای ستاد انتخاباتی یازدهمین دوره مجلس شورای اسلامی امروز به ریاست استاندار تشکیل و تمام مسایل و موارد ضروری به آنها یادآوری شد. وی اضافه کرد: هیات‌های اجرایی در ۱۹ بخش اصلی و فرعی آغاز به کار کرده‌اند و هم اکنون نیز در حال رسیدگی به صلاحیت داوطلبان هستند. حبیبی ادامه داد: مراجع چهارگانه شامل دادسرا، اطلاعات، نیروی انتظامی و ثبت احوال حداکثر تا ۲۱ آذرماه باید پاسخ استعلامات را بدهند و هیات‌های اجرایی هم ظرف ۱۰ روز آینده، یعنی تا ۲۶ آذرماه کار رسیدگی به صلاحیت‌ها را انجام خواهند داد. وی اظهار داشت: در روز ۲۷ آذرماه نیز فرمانداران مراتب رد صلاحیت داوطلبانی که رد شده‌اند را به آنها اعلام کرده و از همان زمان این افراد فرصت دارند تا حداکثر چهار روز بعد برای اعتراض و دعوی به هیات‌های نظارت مراجعه کنند. حبیبی در خصوص تخلفات داوطلبان نیز یادآور شد: برای گزارش تخلف داوطلبان مردم می‌توانند هم به ستاد پیشگیری از تخلف در قوه قضاییه و هم به فرمانداری‌ها و ستادهای انتخاباتی مراجعه کنند.

نشست کارگروه ایثارگران دستگاه های اجرایی استان در شرکت گاز مازندران تشکیل شد

ساری – دهقان : نشست کارگروه ایثارگران دستگاه های اجرایی استان با حضور مشاور استاندار و مسئول هماهنگی امور ایثارگران استان در شرکت گاز مازندران برگزار شد. به گزارش خبرنگار مازندران و به نقل روابط عمومی شـرکت گاز اسـتان مازندران، در این نشست که با هدف ترویج فرهنگ ایثار و شهادت و نیز تکریم و پاسداری از حقوق ایثارگران دستگاه های اجرایی استان، اعم از شهدا، جانبازان، آزادگان، رزمندگان و خانواده های آنان برگزار شد، اعضای کارگروه ضمن طرح موضوعات مربوط به این حوزه، راهکارهایی را نیز برای رفع موانع و مشـکلات موجود ارائه کردند. "عبدا... ریاحی " مشـاور استاندار و مسئول هماهنگی امور ایثارگران مازندران اظهار داشـت: تلاش و فعالیت در حوزه ایثار و شـهادت می تواند موجب ماندگاری و حفظ روحیه ایثارگری در بین کارکنان دستگاه های اجرایی استان شود. وی با تاکید بر اینکه باید از دل و جان در خدمت ایثارگران باشیم، افزود: تکریم، توجه و رسیدگی به مسائل و مشکلات ایثارگران از اصلی ترین وظایف مدیران و مسئولان در هر رده و مسئولیتی است. ریاحی با تقدیر از حمایت ها و توجه مدیرعامل شرکت گاز مازندران به قشر ایثارگر گفت: عزتمندی و اقتدار نظام جمهوری اسلامی ایران، مرهون مجاهدت ها و رشادت های شهدا، رزمندگان و ایثارگران است و امروز بر همه ما فرض است که به این قشر فرهیخته، بیش از پیش ارج نهیم و احترام گذاریم. پیش از سخنان مشاور استاندار و مسئول هماهنگی امور ایثارگران ، "سیدحمزه عمادی" مسئول امور ایثارگران شرکت گاز مازندران و عضو کارگروه ، گزارشی اجمالی از خدمات و اقدامات انجام شده در حوزه های اداری و رفاهی به ایثارگران گاز استان ارائه کرد.

سرپرست واحدزیباسازی شهرداری شاهرود عنوان کرد؛

زیباسازی شهری نوعی سرمایه گذاری با هدف ارتقاء فرهنگ شهر ی است

شـاهرود_ حسـین بابامحمـدی: سرپرسـت واحدزیباسـازی شـهرداری شاهرودد رگفتگوباخبرنگارماگفت:از مصادیقی که می تواند در بسط و توسعه نشاط اجتماعی موثر باشد و به نوعی مکمل بخشی از اهداف فرهنگی مدیریت شهری تلقی گردد،زیبا سازی و مبلمان شهری است که ضمن القای پیام به مخاطب در ترویج نشاط اجتماعی و روحیه سـرزندگی در بین شهروندان تاثیر گذار است .مهندس وزیری درادامه بیان داشت: امروزه شهرها نیز مانند شرکتها ،با هم به رقابت می پردازند.تلاش برای زیباتر شدن ، کارآمد بودن و ارائه هویتی با ارزش ،چرا که در این صورت قادر خواهند بود توجه جهانی ، جذب گردشگر و بازار سرمایه و استعداد را به خود اختصاص دهند .به همین دلیل رشـد و توسعه "کیفیت زندگی شهری" و نگاه "انسان مدارانه "مورد توجه قرار گرفته است .مهندس وزیری اظهارداشت:هر گونه هزینه کرد در راسـتای ارتقاء سـیما و منظر شهری و زیباسازی فضاهای شهری نوعی سرمایه گذاری با هدف ارتقاء فرهنگ شهر است .سرپرست واحدزیباسازی شهرداری شاهرودد رادامه گفت: هنر های شهری علاوه بر احساس رضایت شهروندان ، فضای شهری را به مکانی توام با حس تعلق ، بدل می سازند.فراهم آوردن فرصت های حضور مردم در شهر ،اصلاح فرهنگ شهروندی ،آموزش مباحث مذهبی ،بازنمایی نوستالوژی های فردی ، افزایش سواد بصری ، بهبود اخلاق شهروندان ، خلق محیطی جذاب ،انرژی بخش و بالنده ،از دیگر دستاوردهای زیبا سازی شهری به شمار می رود .

بزرگترین پروژه عمرانی شهر گرگان ۲۵ آذرماه افتتاح می‌شود

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: شهردار گرگان با بیان اینکه تقاطع غیرهمسطح سربازان گمنام امام زمان (عج) ۲۵ آذرماه امسال به بهره‌برداری می‌رسد، گفت: برای ساخت این روگذر به همراه پروژه‌های جانبی آن ۵۰ میلیارد تومان بودجه صرف شده است.عبدالرضا دادبود در بازدید از آخرین روند اجرای پروژه تقاطع غیرهمسطح سربازان گمنام امام زمان (عج) اظهارداشت: عملیات احداث این روگذر به عنوان بزرگترین پروژه عمرانی تاریخ شهرداری گرگان به همراه ساماندهی ۶۰ متری افسران که خلیج گرگان نام گرفته است و بازآفرینی میدان بسیج تقریبا به اتمام رسیده است.وی فزود: برای احداث این روگذر و پروژه‌های جانبی آن ۵۰ میلیارد تومان از بودجه عمرانی شهر هزینه شد.شهردار گرگان بیان داشت: در حال حاضر فقط بخشی از اقدامات مربوط به زیباسازی و فضای سبز این پروژه باقی مانده است که در روزهای آینده به پایان خواهد رسید.به گفته وی، تقاطع غیرهمسطح سربازان گمنام امام زمان (عج) شهر گرگان ساعت ۱۴ روز ۲۵ آذرماه با حضور مسئولان و مردم به بهره‌برداری می‌رسد.دادبود گفت: با حذف ورودی‌های خطرناک و ایجاد دوربرگردان، این نقطه ایمن شده و دسترسی به مسیرهای مختلف از جمله افسران نیز تسهیل شده است.وی درباره تکمیل بخشی از کمربندی گرگان هم گفت: با خریداری املاک اراضی شهروندان در منطقه زنگیان و جاده‌سازی، بخشی از کمربندی شهر هم تکمیل می‌شود.شهردار گرگان بیان داشت: با اجرا و تکمیل رو گذر افسران خوروهایی که از میدان بسیج وارد گرگان می‌شوند به سمت تقاطع افسران و پس از آن با عبور از روگذر به میدان شهید قندهاری دسترسی پیدا می‌کنندوی خاطر نشان کرد: در ساخت این پروژه از دانش توان فنی نیروهای بومی استفاده شده که زمینه رونق کار و گردش مالی را در این شهر فراهم کرده است.

مدیربهره برداری شرکت گاز خراسان رضوی خبر داد:

ارائه ۶۱۵۰۰۰ خدمت مرتبط با گاز طبیعی از طریق دفاتر پیشخوان دولت

مشهد – صابر ابراهیم بای: مدیربهره برداری شرکت گاز خراسان رضوی گفت: در هشت ماهه نخست امسال، ۶۱۵ هزار خدمت مرتبط با گاز طبیعی از طریق دفاتر پیشخوان دولت در این استان به شهروندان ارائه شده است. حسن افتخاری با اعلام این خبر اظهار کرد: از ابتدای سال جاری تاکنون، ۶۱۵ هزار خدمت مرتبط با گاز طبیعی در ۴۴۱ دفتر پیشخوان دولت در سطح مناطق هشت گانه مشهد و نواحی شهرستانها به شهروندان ارائه شـده که این رقم در مدت مشـابه سال ۹۷، ۵۶۷ هزار خدمت بود. وی با اشاره به واگذاری ۲۲ خدمت شرکت گاز به دفاتر پیشخوان دولت از سال گذشته افزود: هدف از این اقدام، افزایش رضایتمندی مشترکان، دسترسی آسان به خدمات و جلوگیری از اتلاف وقت شهروندان است. مدیربهره برداری شـرکت گاز استان ادامه داد: ۲۲ خدمت قابل ارائه شرکت گاز خراسان رضوی در دفاتر پیشخوان دولت شامل، اشتراک پذیری، ارائه قبض المثنی، ارائه استعلام بدهی، استعلام سازمانها، تغییرنام، اصلاح آدرس، ثبت رقم کنتور، اصلاح قبض، تغییر ظرفیت، تغییر نوع مصرف، رفع اشکال قبض گاز، تست کنتور، نصب علمک، جمع آوری تجهیزات، جابه جایی علمک، قطع و وصل مجدد، ارائه جزئیات محاسبه صورتحساب و پرداخت قسمتی از آن، تفکیک کنتور، درخواست فسخ و تعویض کنتور گاز می باشد. وی افزود: شهروندان گرامی برای دریافت خدمات مرتبط با گاز طبیعی نیازی به حضور در ادارات گاز مشهد و نواحی شهرستانها نداشته و تقاضای آنان پس از ثبت از طریق دفاتر پیشخوان دولت، در کوتاه ترین زمان ممکن بررسی خواهد شد. این مقام مسئول گفت: سامانه ۳۷۰۷۴ مرکز ارتباطات مردمی شرکت گاز خراسان رضوی، آماده دریافت انتقادات و پیشنهادات شهروندان برای نظارت بر حسن اجرای طرح واگذاری خدمات گاز طبیعی از طریق دفاتر پیشخوان دولت است. خراسان رضوی با دو میلیون و ۳۳۳ هزار مشترک گاز، پس از استان تهران بزرگ رتبه دوم تعداد کل مشترکین گاز کشور را دارد.

معاونت بهداشتی دانشگاه با همکاری آموزش و پرورش استان برگزار نمود

افتتاحیه مکمل یاری دانش آموزان سال تحصیلی ۱۳۹۹-۱۳۹۸

همدان – خبرنگار فرصت امروز: برنامه افتتاحیه مکمل یاری دانش آموزان سـال تحصیلـی ۱۳۹۹-۱۳۹۸ با حضور معاون بهداشتی دانشگاه، معاون تربیت بدنی و سلامت اداره کل آموزش و پرورش در آموزشگاه دخترانه نرگس برگزار شد. به گزارش پایگاه خبری وبدا در همدان به نقل از روابط عمومی معاونت بهداشـتی و مرکز بهداشت اسـتان، برنامه افتتاحیه مکمل یاری دانش آموزان سال تحصیلی ۱۳۹۹-۱۳۹۸ با حضور معاون بهداشتی دانشگاه، معاون تربیت بدنی و سلامت اداره کل آموزش و پرورش، رئیس مرکز بهداشت شهرستان همدان و مسئولین وکارشناسان مربوطه از بخش بهداشت و آموزش و پرورش و جمعی از مدیران و اعضا انجمن اولیا و مربیان مدارس ناحیه یک همدان در آموزشگاه دخترانه نرگس برگزار شد. در ابتدا جعفری؛ معاون محترم تربیت بدنی و سلامت اداره کل آموزش و پرورش ضمن تشکر از هماهنگی های منسجم بین دو اداره بر ضرورت توزیع و مصرف صحیح مکمل ها تاکید کردند. در ادامه دکتر کرمی؛ معاون محترم بهداشتی دانشگاه در خصوص ارزش و اهمیت مکمل یاری صحبت کردند و اثرات روانی، بهداشتی، اقتصادی و اجتماعی کمبود ریزمغذی ها بر سلامت را شرح دادند. وی تاکید کرد که با وجود باورهای غلط، نوجوانان که به واسطه بلوغ نیازمند مصرف مکمل‌ها هستند نسبت به مصرف قرص آهن و پرل D۳ که با صرف هزینه و وقت بسیار به صورت رایگان در اختیار آنها که آینده سازان کشورند اقدام نمایند و به مسئولیت اجتماعی اولیا، مدیران، مراقبین و رابطین سلامت در خصوص رفع باورهای اشتباه و توزیع درست و به موقع مکمل‌ها برای مصرف حداکثری دانش آموزان در جهت تضمین سلامت و نشاط آنها تاکید و به مصرف برخی خوراکی ها برای افزایش جذب آهن ازجمله مصرف مواد حاوی ویتامین C و رعایت زمان مصرف نوشیدنی هایی مثل چای، قهوه و شیر همراه وعدهای غذایی اشاره نمود.

استاندار آذربایجان شرقی:

ایجاد زنجیره کامل تولید، توزیع و صادرات محصولات کشاورزی ضروری است

تبریز – فلاح: اسـتاندار آذربایجان شرقی با اشاره به کاهش ارزش افزوده بخش کشـاورزی از سال ۸۹ تاکنون، گفت: برای اصـلاح این وضعیت نیازمند ایجاد زنجیره کامل تولید، توزیع و صادرات محصولات کشاورزی در استان هستیم. دکتر محمدرضا پورمحمدی در پنجاه و هفتمین جلسه شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی اسـتان، با بیان اینکـه برخی از محصولات تولیدی استان مثل کشـمش از ارزش افزوده بالایی برخوردار اسـت، افزود: بخش خصوصی و اتاق بازرگانی باید برای افزایش ارزش افـزوده ایـن محصولات و اسـتفاده از مزیت‌های بخش کشـاورزی اسـتان، راهبردهای لازم را تدوین کنند. وی تأکید کرد: در این راسـتا بازنگری در روند کاشت، داشت، برداشت و نوع محصولات کشاورزی تولیدشـده در استان و ایجاد زنجیره کامل تولید، توزیع و صـادرات محصولات و همچنین مکانیزه کردن بخش کشاورزی ضروری است. استاندار آذربایجان شرقی در ادامه از تمام دسـتگاه‌ها، نهادها و سازمان‌های دخیل در امر کمک‌رسانی به آسـیب‌دیدگان زلزله در شهرستان‌های میانه و سراب قدردانی کرد و گفت: در هفته اول بعد از وقوع این حادثه، اسکان اضطراری و هفته دوم اسکان موقت زلزله‌زدگان انجام شد و هم‌اکنون مراحل اسـکان دایم آنان در حال انجام اسـت. وی گفت: از ۳ هزار خانوار آسیب دیده در این حادثه، ۲ هزار و ۷۴۰ خانوار، درخواست کمک ۱۰ میلیون تومانی بلاعوض را داشتند که بیشـتر این کمک‌ها واریز شده و بقیه نیز درخواست احداث اتاقک اسـکان موقت کرده بودند که واحدهای آنها نیز ساخته شـده است. پورمحمدی با اشاره به تامین بیش از ۳۰۰ دستگاه کانکس در مناطق زلزله‌زده، گفت: در برخی از روستاها، کانکس بیش از نیاز افراد تأمین شده است. وی با بیان اینکه کمک‌رسانی به حادثه‌دیدگان باید سـامان‌دهی و تبدیل به فرهنگ شـود، افزود: از اتاق بازرگانی تبریز انتظار کمک بیشتری در این حادثه داشـتیم. پورمحمدی، با اشاره به اینکه در برخی از رسانه‌ها القا می‌شود که هنوز مردم زلزله‌زده در چادرها سکونت دارند، افزود: چادرهایی که برای اسـکان اضطراری برپا شده بود هم‌اکنون به عنوان انباری استفاده می‌شود و دلیل اینکه این چادرها هنوز هم برپاست بی‌رغبتی اهالی روستاها برای تحویل آنهاست. استاندار آذربایجان شـرقی در بخش دیگری از سخنان خود با اشاره به اعتراض‌های اخیر به افزایش قیمت بنزین، گفت: به طور طبیعی مردم حـق اعتراض دارند، اما در قضیـه اخیر، بدخواهان نظام به بهانه افزایش قیمت بنزین، پروژه‌ای را برای ایجاد آشـوب و اغتشاش در کشور طراحی کرده بودند که با هوشیاری مردم ناکام ماند. پورمحمدی افزود: مردم تبریز راه خود را از اغتشاش‌گران جدا کردند و با راهپیمایی عظیم خود دوباره در خنثی شـدن توطئه های دشـمنان پیشگام شدند. استاندار آذربایجان شرقی همچنین مصوبات شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی را برای کاهش بروکراسی اداری و به مثابه قانون دانست و گفت: دبیرخانه شورا دسـتگاه‌هایی را که مصوبات را اجرا نمی‌کنند، معرفی کند تا طبق قانون با آنها برخورد شـود. وی با اشاره به تاکیدهـای رهبر معظم انقلاب و رئیس جمهور بر هموار کردن راه تولید و رفع موانع از مسیر آن، خاطرنشان کرد: ناهمواری‌ها و مشکلات باید با همفکری مدیران دستگاه‌ها از بین برود.

معاون مهندسی و توسعه شرکت مهندسی آب و فاضلاب کشور در بازدید از پروژه های آبفا استان اصفهان اعلام کرد:

تحقق ۷۲ درصدی جمعیت تحت پوشش شبکه فاضلاب در اصفهان با جذب سرمایه گذاری بخش خصوصی

اصفهان- قاسم اسـد :مهندس شـاهین پاکروح در بازدید از طرح توسـعه تصفیه خانه فاضلاب فولادشهر، سـامانه دوم آبرسانی بـه اصفهان ،احداث تصفیه خانه فاضلاب تیران و پروژه آبرسـانی به دهاقـان اعلام کرد: هم اکنون تنگناهـای مالی یکی از چالش های اساسـی در روند اجرای پروژه های آب و فاضلاب در کشور محسوب می شـود .در حالیکه اصفهان با جذب سرمایه گذار توانست ضریب نفوذ جمعیت تحت پوشش شـبکه فاضلاب را به ۷۲ درصد برساند. وی افزود: در سالهای اخیر آبفا اصفهان توانست با جذب سرمایه گذار و مشارکت ذی نفعان بر تنگناهای مالی غلبه کند و طرح های توسعه ای فاضلاب را در سطح استان اجرا نماید.

معاون مهندسـی و توسعه شرکت مهندسی آب و فاضلاب کشوربا بیان اینکه جذب سرمایه گذار بهترین راهکار غلبه بر چالش های مالی در اجرای پروژه هاسـت عنوان کرد: هم اکنون در شرایط اقتصادی که به سـر می بریم برای اینکه بتوانیـم خدمات پایدار به مردم ارائه دهیم و خللی در اجرای پروژه های آبفا ایجاد نشود باید حتما زمینه های مشارکت بخش خصوصی را در اجرای پروژه ها فراهم نمائیم.

مهندس پاکروح یکی از شـاخص های توسـعه یافتگی در دنیا را استفاده از پساب برشمرد و تصریح کرد: با توجه به حفظ و نگهداری از منابع آبی در دسـترس باید زمینه های اسـتفاده از پساب را در بخش های غیر شـرب در کشور فراهم نمود. وی به استفاده از پساب در رفع نیاز آبی صنایع تاکید کرد و خاطرنشـان ساخت:بسـیاری از صنایع می توانند با اسـتفاده از پسـاب در چرخـه تولید به تامین پایدار منابع آبی امیدوار باشـند این امـر در واقع یکی از مولفه های سازگاری با کم آبی به شمار می آید. معاون مهندسی و توسعه شرکت مهندسی آب و فاضلاب کشور ،اصفهان را از جمله استانهایی دانست که در مرحله تنش آبی قرار دارد و اظهار داشت:هم اکنون اصفهان در زمینه مدیریت توزیع و هیدرولیکی شـبکه های آب پروژه های قابل توجهی را در دستور کار قرار داده است بطوریکه توانست بر مشکلات کم آب در تابستان ۹۷ غلبه کند وی افزود: در بخش مدیریت مصرف بسـتر لازم برای همـکاری مردم در مصرف بهینه آب فراهم شـده ولی مردم آنچنان در اسـتفاده از تجهیزات کاهنده مصرف استقبال نکردندکه به این مهم باید بیش از پیش توجه شود. مهندس پاکروح بر راه اندازی سـامانه دوم آبرسـانی به اصفهـان تاکید کرد و بیان داشت:مطالعات جامع ایی پیرامون تامین بلند مدت و میان مدت آب شرب مردم شهرسـتانهای اصفهان انجام گرفته که مسئولان شرکت آبفا زیرسـاختهای لازم به منظور توزیع عادلانه آب را در اسـتان به خوبی فراهم نمودند. معاون مهندسـی و توسـعه شرکت مهندسی آب و فاضلاب کشـورادامه داد: هم زمان و توام با ایجاد زیر سـاخت توزیع عادلانـه آب در اصفهان ، طرح های تامین بلند مدت آب نیز در دسـتور کار قرار دارد چرا که ظرفیت انتقال آب سامانه آبرسانی اصفهان بزرگ محدود و پاسخگوی نیاز آبی جمعیت استان اصفهان نمی باشد. وی اجرای طرح های توسعه ایی را در اصفهان قابل توجه دانست و عنوان کرد: آبفا استان اصفهان در اجرای پروژ ه ها به کارگاه سـازندگی آب و فاضلاب در کشـور تبدیل شده به گونه ایی که در اجرای پروژه ها همیشـه خلاقانه عمل نمود و الگوی بسیار مناسبی برای سایر شرکتها در کشور محسوب می شود.

فولاد خوزستان موفق به کسب گواهینامه معیار مصرف انرژی شد

اهواز – شبنم قجاوند: فولاد خوزستان موفق به کسب گواهینامه معیار مصرف انرژی بر اساس استاندارد ۹۶۵۳ شد. سیدمسعود معصوم نتاج مدیر دفتر فنی انرژی و سیالات با اعلام این خبر افزود: با توجه به جایگاه و اهمیت انرژی در ایران و جهان، بتدریج رویکرد استراتژیک کشور به سوی حفظ و صیانت از منابع انرژی سوق یافت. ردپای این مسائل و مباحث مدیریت انرژی را در قانون پنج ساله سوم توسعه و پس از آن به صورت توسعه یافته و دقیق در قانون اصلاح الگوی مصرف در سـال ۱۳۸۹ می‌توان یافت. بر اساس ماده ۱۱ قانون اصلاح الگوی مصرف انرژی، سـازمان ملی استاندارد اقدام به مشخص نمودن استانداردهای انرژی جهت تجهیزات و ماشین آلات انرژی بر و فرآیندهای صنعتی، معدنی و کشاورزی، تولیدکنندگان و واردکنندگان سوخت‌های مصرفی و برق نموده و رعایت این قوانین و استانداردها از سوی صنایع و سـایر مشـمولان، الزامی اسـت. وی در ادامه گفت: پس از تالیف اولین نسخه از استاندارد ۹۶۵۳، با در نظر گرفتن معیار مصرف انرژی در فرآیندهای تولید آهن و فولاد، در سال ۸۶ اقدام به اصلاح و بازنگری در این استاندارد با کمک شرکت‌های فولادی به محوریت سازمان ملی استاندارد شـد. بر این اساس بازرسی‌های انرژی طبق استاندارد ۹۶۵۳ (معیار مصرف انرژی در فرآیندهای تولید آهن و فولاد) هر ساله از سوی شرکت‌هایی به نمایندگی از سازمان ملی استاندارد صورت می‌گیرد. در سال ۹۶ شرکت تکین کو به نمایندگی از سازمان ملی استاندارد اقدام به بازرسی شرکت فولاد خوزستان نموده و گواهینامه انطباق با استاندارد ۹۶۵۳ از سـوی آن سازمان به شرکت فولاد خوزسـتان اعطا شد. مدیر دفتر فنی انرژی و سیالات روند بازرسـی‌ها را اینگونه بیان کرد: دریافت مستندات مربوط به مصارف انرژی و تولیدات، دریافت اطلاعات از وزارت خانه‌های نیرو و نفت، سـایت ویزیت و بررسـی کلان فرآیندهای گندله‌سازی، احیا و فولادسازی، بررسی بخش مدیریت انرژی طبق ماده ۲۴ قانون اصلاح الگوی مصرف، بررسی شواهد و مستندات و انطباق با معیارهای استاندارد ۹۶۵۳، تهیه گزارش بازرسی، ارائه پیش‌نویس و ارائه گزارش به سازمان ملی استاندارد و صدور گواهینامه از مهم‌ترین معیارهای مورد نظر این اسـتاندارد است. نتاج در پایان جرائم سنگین ریالی را پیامد رعایت نکردن استاندارد ۹۶۵۳ اعلام کرد و افزود: شرکت‌ها و صنایع انرژی بَر در صورت رعایت نکردن استانداردهای معیار مصرف انرژی، براساس ماده ۲۶ قانون اصلاح الگوی و آیین نامه اجرایی آن، چنانچه نرخ مصارف واحدهای صنعتی منطبق با استانداردهای ملی (مانند ۹۶۵۳ جهت فرآیندهای تولید آهن و فولاد) نباشد، مشمول جرائم سنگین ریالی این قانون می‌شوند. خوشبختانه شرکت فولاد خوزستان تاکنون موفق به دریافت گواهینامه‌های انطباق با معیارهای مصرف انرژی شده است و هر ساله روند بهبود مستمر عملکرد انرژی و سیستم مدیریت انرژی را در دستور کار داشته است.

مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان قم:

قم؛ پیشتاز در امر احیای فرهنگ ایثار و شهادت

قم – خبرنگار فرصت امروز: اولین جلسه کمیته فرهنگی هنری کنگره ملی شهدای قم با حضور نمایندگان دستگاه‌های عضو این کمیته تشکیل شد.

به گزارش روابط عمومی اداره کل فرهنگ و ارشـاد اسـلامی استان قم، مهندس حسینی کاشانی در خصوص چگونگی برپایی کنگره ملی شهدای استان گفت: قم به دلیل پیشینه درخشان در امر جهاد و شهادت باید برای احیای فرهنگ ایثار و شهادت پیشتاز باشد. مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی گفت: شروع برپایی یادواره‌ها و کنگره‌های مربوط به شهدا در کشور، از شهر قم بوده است و بعد از برپایی یک دوره در تمام کشور، مجددا این کنگره در سال آینده در شهر قم برگزار خواهد شد. ایشان تشکیل ده کارگروه تخصصی در کمیته فرهنگی و هنری کنگره بـرای برنامه‌ریزی دقیق‌تر برای نیل به اهداف کمیته را از اقدامات اولیه اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی قم دانست و گفت: تا کنون بیش از یکصد برنامه متنوع فرهنگی و هنری توسـط این کارگروه‌ها پیشـنهاد شده است که در صورت تأمین اعتبار به یاری خداوند متعال و عنایت شهداء اجرایی خواهد شد.

مدیرعامل آبفای هرمزگان وضعیت آب شهرستان خمیر را تشریح کرد:

حذف نوبت بندی آب با بهره برداری از فاز دوم آب شیرین کن بندرعباس

بندرعبـاس – خبرنگار فرصت امروز : مدیرعامل آبفای هرمزگان با اشاره به خشکسالی های اخیر و کاهش منابع آبی شهرهای استان، تصریح کرد: سیاسـت تامین آب از آب شـیرین کن ها، ضرورتی است که با هدف صیانت از منابع آب های سطحی و زیرزمینی از سوی وزارت نیرو در دستور کار آبفای استان قرار گرفت. امین قصمی افزود: در همین رابطه، تامین آب شهرستان خمیر از آب شیرین کن یکصد هزار مترمکعبی بندرعباس و رفع بحران کم آبی در این شهرسـتان در اولویت برنامه های آبفای اسـتان قرار گرفت. به گفته این مقام مسـئول؛ در حال حاضر نیاز آبی شهرستان خمیر از فاز اول آب شیرین کن بندرعباس به میزان ۲۰ هزار متر مکعب در شبانه روز تامین می شود که به لحاظ کیفی در وضعیت بسیار مطلوبی قرار دارد.

قصمـی همچنین در خصـوص گلایه شـهروندان بندرخمیر از قطعی آب،اظهار داشـت: با وجود تامین آب این شهر از آب شیرین کن بندرعباس و کاهـش میزان قطعی ها، به دلیل تامین نیاز آبی روسـتاهای بندر خمیر و روستای گچین، ناگزیر نوبت بندی دو روزه آب را در شهر خمیر داریم.

وی ضمن قدردانی از صبوری شهروندان خمیر، اطمینان داد: این مجموعه تلاش می کند با بهره برداری از فاز دوم آب شیرین کن بندرعباس و اصلاح و توسعه خطوط انتقال و افزایش ظرفیت تاسیسات آبی، نیاز آبی روستاهای این شهرستان را مرتفع نموده و با حذف نوبت بندی میزان قطعی ها را به کمترین زمان ممکن برساند. مدیرعامل آبفای استان همچنین در پاسخ به دیگر گلایه شـهروندان شهرستان خمیر نسبت به بالا بودن آب بها گفت: تمامی تعرفه های ابلاغی آب و خدمات دفع فاضلاب شهری و روستایی بر اساس مصوبه هیئت وزیران بوده که بر این اسـاس نرخ فروش آب شـرب تولیدی از آب شیرین کن ها (بخش خصوصی) در شهرهایی که از طریق شبکه توزیع در اختیار مشترکین قرار می گیرد به ازای هر واحد مسکونی تا ۱۰ متر مکعب در ماه (میزان الگوی مصرف) بر اسـاس تعرفه خانگی و برای مصارف بالای الگوی مصرف به ازای هر متر مکعب براساس قیمت قرارداد با بخش خصوصی محاسـبه و اخذ می‌شود. به گفته این مقام مسئول؛ علی رغم مجوز شرکت آب و فاضلاب هرمزگان نسـبت به محاسبه آب بها بر اساس قیمت قرارداد با بخش خصوصی برای مشـترکین با مصرف بیش از ۱۰ مترمکعب در ماه، این شرکت با استفاده از اختیارات خود در هیئت مدیره، آب بهایی کمتر از تعرفه ی مصوبِ هیئت وزیران از مشترکین شهرستان خمیر دریافت می کند به طوری که متوسط مبلغ قبض ماهیانه هر مشترک خانگی در بندرخمیر دویست هزار ریال می باشد.

اجرای هفت پروژه آبرسانی در شهرستان خمیر

مدیرعامل آبفای هرمزگان در ادامه به پروژه های انجام شده در شهرستان خمیر اشـاره کرد و گفت: اجرای فاز اول خط انتقال آب رویدر به طول ۲۳ کیلومتر، توسعه شبکه شهرک نور رویدر به طول پنج کیلومتر، کف شکنی ۴ حلقه چاه در رویدر و کهورستان و همچنین توسعه و اصلاح شبکه شهر خمیر به طول ۱۰کیلومتر از جمله پروژه هایی است که اخیرا در این شهرستان با اعتباری بالغ بر ۱۹۸ هزار میلیون ریال اجرا شده است.

قصمی همچنین از اجرای هفت پروژه دیگر در این شهرستان خبر داد و گفت: توسعه و اصلاح شبکه روستای آرابی به طول ۲ کیلومتر، احداث خط انتقال آب روسـتای پل انگور به طـول دو کیلومتر، احداث خط انتقال آب شهرک صنعتی بندرخمیر به طول ۶,۲کیلومتر، اصلاح و بازسازی ایستگاه پمپاژ پارک ۲۲ بهمن(شهرک صنعتی بندرخمیر)، احداث مخزن درگور به ظرفیت ۱۰۰۰مترمکعب، توسعه و اصلاح شبکه روستاهای درگور، کسه و آل درویش به طول سـه کیلومتر و اصلاح و توسعه شبکه روستای نیمه کار به طول پنج کیلومتر از دیگر پروژه هایی است که در این شهرستان اجرا خواهد شـد. وی میزان اعتبار در نظر گرفته شـده برای این پروژه ها را ۶۷۹ هزار میلیون ریال عنوان کرد.

سازمان آگهی ها
۸۶۰۷۳۱۴۳

(آگهی مزایده اموال غیرمنقول (اسناد رهنی))

آگهی مزایده ی اموال غیرمنقول پرونده اجرایی ۹۶۰۰۳۵۱ ورامین

به موجب پرونده اجرائی کلاسه ۹۶۰۰۳۵۱ له بانک پارسیان علیه آقای علیرضا معصوم‌شاهی:

۱- ششدانگ یک واحد آپارتمان به مساحت شصت و شش متر و پنجاه و هفت سانتی متر مربع به پلاک ثبتی شماره ده هزار و دویست فرعی از یکصد و یازده اصلی مفروز و مجزی شده از دو هزار و نهصد و هفتاد و هفت فرعی قطعه سه تفکیکی واقع در بخش بهنام وسط ورامین که سند مالکیت آن ذیل شماره ۸۸۷۹۲۸۵ صفحه ۱۱ دفتر ۲۳۱ به نام آقای علیرضا معصوم‌شاهی ثبت و صادر گردیده است و محدود است به حدود: شمالا دیواریست مشترک بطول (۹/۲۶) نه متر و چهل و شش سانتیمتر به آپارتمان مسکونی قطعه دو شرقا در دو قسمت اول نیم دیوار جلوی بالکن بطول (۲/۶۶) دو متر و شصت و شش سانتیمتر به فضای کوچه به عرض ۸ متر دوم دیوار و پنجره است بطول (۵/۲۲) پنج متر و بیست و دو سانتیمتر به فضای کوچه به عرض ۸ متر جنوبا: در سه قسمت که قسمت دوم آن غربی است: اول دیواریست مشترک بطول (۲/۶۶) چهار متر و شصت و شش سانتیمتر به آپارتمان مسکونی قطعه ۴ دوم دیواریست مشترک بطول (۱/۵۶) یک متر و پنجاه و شش سانتیمتر به آپارتمان مسکونی قطعه ۴ سوم دیواریست مشترک بطول (۴/۸۰) چهار متر و هشتاد سانتیمتر به آپارتمان مسکونی قطعه ۴ غربا: در پنج قسمت که قسمت چهارم آن شمالی قسمت دوم آن جنوبی است. اول دیواریست مشترک بطول (۱/۰۰) یک متر به آپارتمان مسکونی قطعه ۴ دوم دیواریست مشترک بطول (۰/۰۷) هفت سانتیمتر به آپارتمان مسکونی قطعه ۴ سوم درب و دیوار است بطول (۴/۰۳) چهار متر و سه سانتیمتر به راهرو چهارم دیواریست مشترک بطول (۰/۰۹) نه سانتیمتر به آپارتمان مسکونی قطعه ۲ پنجم دیواریست مشترک بطول (۱/۱۵) یک متر و پانزده سانتیمتر به آپارتمان مسکونی قطعه ۲. انباری مسکونی قطعه سوم تفکیکی به مساحت (۱/۷۱) یک متر و هفتاد و یک دسیمتر مربع، واقع در سمت غربی طبقه ششم شرقا: درب و دیوار است بطول (۱/۱۱) یک متر و پانزده سانتیمتر به محوطه باز مشاعی جنوبا: دیواریست مشترک بطول (۱/۵۴) یک متر و پنجاه و چهار سانتیمتر به انباری مسکونی قطعه ۴ غربا دیواریست بطول (۱/۱۱) یک متر و پانزده سانتیمتر به درز انقطاع مورد تفکیک که ماوراء آن قطعه ۱۲ تفکیکی قرار دارد که طبق نظر کارشناس رسمی به مبلغ یک میلیارد و پانصد میلیون ریال ارزیابی گردیده است ۲- ششدانگ یک واحد آپارتمان به مساحت نود و هشت متر و نوزده سانتی متر مربع به پلاک ثبتی شماره ده هزار و یکصد و نود و هشت فرعی از یکصد و یازده اصلی مفروز و مجزی شده از دو هزار و نهصد و هفتاد و هفت فرعی قطعه یک تفکیکی طبقه همکف واقع در بخش بهنام وسط ورامین که سند مالکیت آن ذیل شماره ۸۸۷۹۲۸۳ صفحه ۵ دفتر ۲۳۱ که به نام آقای علیرضا معصوم‌شاهی ثبت و صادر گردیده است و محدود است به حدود: شمالا در چهار قسمت که قسمت سوم آن غربی است. اول دیواریست بطول (۲/۹۴) دو متر و نود و چهار سانتیمتر به راه پله مشاعی دوم دیواریست بطول (۰/۶۷) شصت و هفت سانتیمتر به محوطه مشاعی سوم دیواریست بطول (۰/۰۵) پنج سانتیمتر به محوطه مشاعی چهارم دیواریست بطول (۱۰/۳۳) ده متر و سی و سه سانتیمتر به محوطه مشاعی شرقا: دیوار و پنجره است بطول (۶/۷۴) شش متر و هفتاد و چهار سانتیمتر به کوچه به عرض ۸ متر جنوبا: در سه قسمت که قسمت دوم آن شرقی است اول درب و دیوار و پنجره ای است بطول (۹/۷۸) نه متر و هفتاد و هشت سانتیمتر به تراس دوم دیواریست بطول (۱/۰۴) یک متر و چهار سانتیمتر به تراس سوم نیم دیوار جلوی بالکن بطول (۴/۱۲) چهار متر و دوازده سانتیمتر به فضای رمپ غربا: دیواریست بطول (۷/۷۶) هفت متر و هفتاد و شش سانتیمتر به درز انقطاع مورد تفکیک که ماوراء آن قطعه ۱۲ تفکیکی قرار دارد کف با سقف زیرزمین یک اشتراکی است که طبق نظر کارشناس رسمی به مبلغ دو میلیارد و چهارصد میلیون ریال ارزیابی گردیده است. ۳- ششدانگ یک واحد آپارتمان به مساحت یکصد و سه متر و چهل و هشت سانتی متر مربع به پلاک ثبتی شماره ده هزار و دویست و هشت فرعی از یکصد و یازده اصلی مفروز و مجزی شده از دو هزار و نهصد و هفتاد و هفت فرعی قطعه یازده واقع در بخش بهنام وسط ورامین که سند مالکیت آن ذیل شماره ۸۸۷۹۲۹۶صفحه ۴۴ دفتر ۲۳۱ که به نام آقای علیرضا معصوم‌شاهی ثبت و صادر گردیده است و محدود است به حدود: در دو قسمت اول نرده ایست پیشرفتگی بطول (۲/۰۸) چهار متر و هشت سانتیمتر به فضای کوچه احداثی به عرض ۸ متر دوم دیوار و پنجره قسمت پیشرفتگی ساختمان بطول (۱۰/۰۶) ده متر و شش سانتیمتر به فضای کوچه احداثی به عرض ۸ متر شرقا: در دو قسمت اول دیواریست پیشرفتگی بطول (۲/۵۱) دو متر و پنجاه و یک سانتیمتر به فضای کوچه احداثی به عرض ۸ متر دوم دیوار و پنجره قسمت پیشرفتگی ساختمان بطول (۴/۲۷) چهار متر و چهل و هفت سانتیمتر به فضای کوچه احداثی به عرض ۸ متر جنوبا در پنج قسمت که قسمت دوم آن شرقی است اول دیواریست مشترک بطول (۱۰/۹۸) ده متر و نود و هشت سانتیمتر به آپارتمان مسکونی قطعه ۱۲ دوم دیواریست مشترک بطول (۱/۱۵) یک متر و پانزده سانتیمتر به آپارتمان مسکونی قطعه ۱۲ سوم دیواریست بطول (۰/۰۹) نه سانتیمتر به آپارتمان مسکونی قطعه ۱۲ چهارم درب و دیوار است بطول (۱/۴۴) یک متر و چهل و چهار سانتیمتر به راهرو پنجم دیواریست بطول (۲/۹۷) دو متر و نود و هفت سانتیمتر به راه پله مشاعی غربا: در دو قسمت اول دیواریست بطول (۶/۱۸) شش متر و هجده سانتیمتر به درز انقطاع مورد تفکیک که ماوراء آن قطعه ۱۲ تفکیکی قرار دارد دوم دیواریست پیشرفتگی بطول (۱/۲۰) یک متر و بیست سانتیمتر به فضای کوچه احداثی به عرض ۸ متر پارکینگ مسکونی قطعه پنجم تفکیکی به مساحت (۱۰/۵۶) ده متر و پنجاه و شش دسیمتر مربع واقع در سمت جنوب شرقی همکف شمالا: خط فرضی بطول (۴/۸۰) چهار متر و هشتاد سانتیمتر به پارکینگ مسکونی قطعه ۴ شرقا: خط فرضی به محوطه مشاعی است بطول (۲/۲۰) دو متر و بیست سانتیمتر جنوبا: خط فرضی به محوطه مشاعی است بطول (۴/۸۰) چهار متر و هشتاد سانتیمتر غربا: خط فرضی به محوطه مشاعی است بطول (۲/۲۰) دو متر و بیست سانتیمتر انباری مسکونی قطعه یازدهم تفکیکی به مساحت (۱/۴۵) یک متر و چهل و پنج دسیمتر مربع، واقع در سمت غربی طبقه ششم شمالا: دیواریست بطول (۱/۴۴) یک متر و چهل و چهار سانتیمتر به محوطه باز مشاعی شرقا: درب و دیوار است بطول (۱/۰۰) یک متر به محوطه باز مشاعی جنوبا: دیواریست مشترک بطول (۱/۴۶) یک متر و چهل و شش سانتیمتر به انباری مسکونی قطعه ۱۲ غربا: دیواریست بطول (۱/۰۰) یک متر به درز انقطاع مورد تفکیک که ماوراء آن قطعه ۱۲ تفکیکی قرار دارد که طبق نظر کارشناس رسمی به مبلغ دو میلیارد و هفتصد و هفتاد میلیون ریال ارزیابی گردیده است. ۴- ششدانگ یک واحد آپارتمان به مساحت یکصد و سه متر و چهل و هشت سانتی متر مربع به پلاک ثبتی شماره ده هزار و دویست و یازده فرعی از یکصد و یازده اصلی مفروز و مجزی شده از دو هزار و نهصد و هفتاد و هفت فرعی قطعه چهارده واقع در بخش بهنام وسط ورامین که سند مالکیت آن ذیل شماره ۸۸۷۹۲۹۹ صفحه ۵۳ دفتر ۲۳۱ که به نام آقای علیرضا معصوم‌شاهی ثبت و صادر گردیده است و محدود است به حدود: شمالا در دو قسمت اول نرده ایست پیشرفتگی بطول (۲/۰۸) چهار متر و هشت سانتیمتر به فضای کوچه احداثی به عرض ۸ متر شرقا: در دو قسمت اول دیواریست پیشرفتگی بطول (۲/۵۱) دو متر و پنجاه و یک سانتیمتر به فضای کوچه احداثی به عرض ۸ متر دوم دیوار و پنجره قسمت پیشرفتگی ساختمان بطول (۴/۲۷) چهار متر و چهل و هفت سانتیمتر به فضای کوچه احداثی به عرض ۸ متر جنوبا: در پنج قسمت که قسمت دوم آن شرقی است اول دیواریست مشترک بطول (۱۰/۹۸) ده متر و نود و هشت سانتیمتر به آپارتمان مسکونی قطعه ۱۵ دوم دیواریست مشترک بطول (۱/۱۵) یک متر و پانزده سانتیمتر به آپارتمان مسکونی قطعه ۱۵سوم دیواریست مشترک بطول (۰/۰۹) نه سانتیمتر به آپارتمان مسکونی قطعه ۱۵ چهارم درب و دیوار است بطول (۱/۴۴) یک متر و چهل و چهار سانتیمتر به راهرو پنجم دیواریست بطول (۲/۹۷) دو متر و نود و هفت سانتیمتر به راه پله مشاعی غربا: در دو قسمت اول دیواریست بطول (۶/۱۸) شش متر و هجده سانتیمتر به درز انقطاع مورد تفکیک که ماوراء آن قطعه ۱۲ تفکیکی قرار دارد دوم دیواریست پیشرفتگی بطول (۱/۲۰) یک متر و بیست سانتیمتر به فضای کوچه احداثی به عرض ۸ متر کف در دو قسمت اول دیواریست بطول (۶/۱۸) شش متر و هجده سانتیمتر به درز انقطاع مورد تفکیک که ماوراء آن قطعه ۱۲ تفکیکی قرار دارد دوم دیواریست پیشرفتگی بطول (۱/۲۰)یک متر و بیست سانتیمتر به فضای کوچه احداثی به عرض ۸ متر سقف با کف طبقه شش اشتراکی است. پارکینگ مسکونی قطعه ششم تفکیکی به مساحت (۱۰/۵۶) ده متر و پنجاه و شش دسیمتر مربع واقع در سمت غربی همکف شمالا: خط فرضی به محوطه مشاعی است بطول (۴/۸۰) چهار متر و هشتاد سانتیمتر شرقا: خط فرضی به محوطه مشاعی است بطول (۲/۲۰) دو متر و بیست سانتیمتر جنوبا: خط فرضی به محوطه مشاعی است بطول (۴/۸۰) چهار متر و هشتاد سانتیمتر غربا: خط فرضی به محوطه مشاعی است بطول (۲/۲۰) دو متر و بیست سانتیمتر انباری مسکونی قطعه ششم تفکیکی به مساحت (۴/۲۳) چهار متر و بیست و سه دسیمتر مربع واقع در سمت غربی طبقه ششم شمالا: در سه قسمت که قسمت دوم آن غربی است اول دیواریست مشترک بطول (۱/۵۱) یک متر و پنجاه و یک سانتیمتر به انباری مسکونی قطعه ۵ سوم دیواریست بطول (۱/۳۱) یک متر و سی و یک سانتیمتر به محوطه باز مشاعی شرقا: درب و دیوار است بطول (۱/۵۳) یک متر و پنجاه و سه سانتیمتر به محوطه باز مشاعی جنوبا: در سه قسمت که قسمت دوم آن شرقی است. اول دیواریست مشترک بطول (۱/۵۱) یک متر و پنجاه و یک سانتیمتر به انباری مسکونی قطعه ۷ دوم دیواریست مشترک بطول (۰/۰۵) پنج سانتیمتر به انباری مسکونی قطعه ۷ سوم دیواریست بطول (۱/۳۱) یک متر و سی و یک سانتیمتر به راه پله مشاعی غربا: دیواریست بطول (۱/۴۷) یک متر و چهل و هفت سانتیمتر به درز انقطاع مورد تفکیک که ماوراء آن قطعه ۱۲ تفکیکی قرار دارد که طبق نظر کارشناس رسمی به مبلغ دو میلیارد و هشتصد میلیون ریال ارزیابی گردیده است. ۵- ششدانگ یک واحد آپارتمان به مساحت نود و پنج متر و نود و سه سانتی متر مربع به پلاک ثبتی شماره ده هزار و دویست و چهار فرعی از یکصد و یازده اصلی مفروز و مجزی شده از دو هزار و نهصد و هفتاد و هفت فرعی قطعه هفت واقع در بخش بهنام وسط ورامین که سند مالکیت آن ذیل شماره ۸۸۷۹۲۸۹ صفحه ۲۳ دفتر ۲۳۱ که به نام آقای علیرضا معصوم‌شاهی ثبت و صادر گردیده است و محدود است به حدود: شمالا در هفت قسمت که قسمتهای چهارم و ششم آن شرقی است. اول دیواریست بطول (۳/۰۴) سه متر و چهار سانتیمتر به راه پله مشاعی دوم درب و دیوار است بطول (۱/۳۹) یک متر و سی و نه سانتیمتر به راهرو سوم دیواریست مشترک بطول (۰/۰۷) هفت سانتیمتر به آپارتمان مسکونی قطعه ۶ چهارم دیواریست مشترک بطول (۱/۰۰) یک متر به آپارتمان مسکونی قطعه ۶ پنجم دیواریست مشترک بطول (۴/۸۰) چهار متر و هشتاد سانتیمتر به آپارتمان مسکونی قطعه ۶ ششم دیواریست مشترک بطول (۱/۵۶) یک متر و پنجاه و شش سانتیمتر به آپارتمان مسکونی قطعه ۶ هفتم دیواریست مشترک بطول (۵/۸۲) پنج متر و هشتاد و دو سانتیمتر به آپارتمان مسکونی قطعه شش شرقا: دیوار و پنجره قسمت پیشرفتگی ساختمان بطول (۴/۰۸) چهار متر و هشت سانتیمتر به فضای کوچه به عرض ۸ متر جنوبا در پنج قسمت اول دیواریست پیشرفتگی بطول (۱/۴۵) یک متر و چهل و پنج سانتیمتر به فضای کوچه به عرض ۸ متر سوم دیوار و پنجره است بطول (۹/۴۸) نه متر و چهل و هشت سانتیمتر به فضای تراس چهارم نیم دیوار جلوی بالکن بطول (۰/۳۱) سی و یک سانتیمتر به فضای تراس پنجم نیم دیوار جلوی بالکن بطول (۴/۱۲) چهار متر و دوازده سانتیمتر به فضای رمپ غربا: دیواریست بطول (۷/۷۳) هفت و متر و هفتاد و سه سانتیمتر به درز انقطاع مورد تفکیک که ماوراء آن قطعه ۱۲ تفکیکی قرار دارد کف با سقف طبقه یک اشتراکی است. پارکینگ مسکونی قطعه یازدهم تفکیکی به مساحت (۱۰/۵۶) ده متر و پنجاه و شش دسیمتر مربع واقع در سمت شرقی زیرزمین اول شمالا: خط فرضی بطول (۴/۸۰) چهار متر و هشتاد سانتیمتر به پارکینگ مسکونی قطعه ده شرقا: خط فرضی به محوطه مشاعی است بطول (۲/۲۰) دو متر و بیست سانتیمتر جنوبا: خط فرضی به محوطه مشاعی است بطول (۴/۸۰) چهار متر و هشتاد سانتیمتر غربا: خط فرضی به محوطه مشاعی است بطول (۲/۲۰) دو متر و بیست سانتیمتر انباری مسکونی قطعه نهم تفکیکی به مساحت (۱/۹۵) یک متر و نود و پنج دسیمتر مربع واقع در سمت غربی طبقه ششم شمالا: دیواریست بطول (۱/۴۳) یک متر و چهل و سه سانتیمتر به انباری مسکونی قطعه هشت شرقا: دیواریست مشترک بطول (۱/۳۵) یک متر و سی و پنج سانتیمتر به انباری مسکونی قطعه ۱۰ جنوبا: درب و دیوار است بطول (۱/۴۶) یک متر و چهل و شش سانتیمتر به محوطه باز مشاعی غربا: دیواریست بطول (۱/۳۴) یک متر و سی و چهار سانتیمتر به درز انقطاع مورد تفکیک که ماوراء آن قطعه ۱۲ تفکیکی قرار دارد که طبق نظر کارشناس رسمی به مبلغ دو میلیارد و پانصد و پنجاه میلیون ارزیابی گردیده است. ۶- ششدانگ یک واحد آپارتمان به مساحت هشتاد و یک متر و بیست و یک سانتی متر مربع به پلاک ثبتی شماره ده هزار و دویست و چهارده فرعی از یکصد و یازده اصلی مفروز و مجزی شده از دو هزار و نهصد و هفتاد و هفت فرعی قطعه هفده واقع در بخش بهنام وسط ورامین که سند مالکیت آن ذیل شماره ۸۸۷۹۳۰۱ دفتر ۲۳۱ که به نام آقای علیرضا معصوم‌شاهی ثبت و صادر گردیده است و محدود است به حدود: شمالا در شش قسمت که قسمت دوم آن شرقی قسمت چهارم آن غربی است. اول دیوار و پنجره است بطول (۵/۱۹) پنج متر و نوزده سانتیمتر به محوطه باز مشاعی دوم دیواریست مشترک بطول (۱/۴۹) یک متر و چهل و نه سانتیمتر به انباری مسکونی قطعه ۱۵ سوم دیواریست مشترک بطول (۱/۸۸) یک متر و هشتاد و هشت سانتیمتر به انباری مسکونی قطعه ۱۵ چهارم دیواریست مشترک بطول (۱/۴۸) یک متر و چهل و هشت سانتیمتر به انباری مسکونی قطعه ۱۵ پنجم دیواریست بطول (۰/۸۹) هشتاد و نه سانتیمتر به انباری مسکونی قطعه ۱۵ ششم دیواریست بطول (۱/۹۴) یک متر و نود و چهار سانتیمتر به تراس شرقا: درب و دیوار و پنجره ای است بطول (۹/۱۶) نه متر و شانزده سانتیمتر به تراس جنوبا: در پنج قسمت که قسمتهای دوم چهارم آن غربی است. اول دیوار و پنجره است بطول (۳/۰۵) سه متر و پنج سانتیمتر به محوطه باز مشاعی دوم دیواریست بطول (۰/۲۲) بیست و دو سانتیمتر به محوطه باز مشاعی سوم دیواریست بطول (۱/۶۷) یک متر و شصت و هفت سانتیمتر به محوطه باز مشاعی چهارم دیواریست بطول (۰/۶۴) شصت و چهار سانتیمتر به محوطه باز مشاعی پنجم دیوار و پنجره است بطول (۵/۱۱) پنج متر و یازده سانتیمتر به محوطه باز مشاعی غربا: در پنج قسمت که قسمت دوم آن شمالی قسمت چهارم آن جنوبی است. اول دیواریست بطول (۲/۰۰) دو متر به محوطه باز مشاعی دوم دیواریست بطول (۰/۳۲) سی و دو سانتیمتر به راهرو سوم درب و دیوار است بطول (۴/۰۳) چهار متر و سه سانتیمتر به راهرو چهارم دیواریست بطول (۰/۲۹) بیست و نه سانتیمتر به راهرو پنجم دیواریست بطول (۲/۲۵) دو متر و بیست و پنج سانتیمتر به محوطه باز مشاعی کف با سقف طبقه پنج اشتراکی است. سقف با کف پشت بام مشاعی اشتراکی است. پارکینگ مسکونی قطعه چهارم تفکیکی به مساحت (۱۰/۵۶) ده متر و پنجاه و شش دسیمتر مربع واقع در سمت شرقی همکف شمالا: خط فرضی به محوطه مشاعی است بطول (۴/۸۰) چهار متر و هشتاد سانتیمتر شرقا: خط فرضی به محوطه مشاعی است بطول (۲/۲۰) دو متر و بیست سانتیمتر جنوبا: خط فرضی بطول (۴/۸۰) چهار متر و هشتاد سانتیمتر غربا: خط فرضی به محوطه مشاعی است بطول (۲/۲۰) دو متر و بیست سانتیمتر انباری پارکینگ مسکونی قطعه غربا: خط فرضی به محوطه مشاعی است بطول (۲/۷۵) دو متر و هفتاد و پنج دسیمتر مربع واقع در مرکز طبقه ششم شمالا: درب و دیوار است بطول (۱/۸۲) یک متر و هشتاد و دو سانتیمتر به محوطه باز مشاعی شرقا دیواریست مشترک بطول (۱/۴۸) یک متر و چهل و هشت سانتیمتر به آپارتمان مسکونی قطعه ۱۷ جنوبا: دیواریست مشترک بطول (۱/۸۸) یک متر و هشتاد و هشت سانتیمتر به آپارتمان مسکونی قطعه ۱۷ غربا: دیواریست مشترک بطول (۱/۴۹) یک متر و چهل و نه سانتیمتر به آپارتمان مسکونی قطعه ۱۷ که طبقه نظر کارشناس رسمی به مبلغ دو میلیارد و دویست میلیون ریال ارزیابی گردیده است. ۷- ششدانگ یک واحد آپارتمان به مساحت هفتاد و هشت متر و پنجاه و شش سانتی متر مربع به پلاک ثبتی شماره ده هزار و دویست و دوازده فرعی از یکصد و یازده اصلی مفروز و مجزی شده از دو هزار و نهصد و هفتاد و هفت فرعی قطعه یازده واقع در بخش بهنام وسط ورامین که سند مالکیت آن ذیل شماره ۸۸۷۹۳۰۰ صفحه ۵۶ دفتر ۲۳۱ که به نام آقای علیرضا معصوم‌شاهی ثبت و صادر گردیده است و محدود است به حدود: شمالا دیواریست مشترک بطول (۱۰/۹۸) ده متر و نود و هشت سانتیمتر به آپارتمان مسکونی قطعه ۱۴ شرقا: در دو قسمت اول نرده ایست پیشرفتگی بطول (۲/۶۶) دو متر و شصت و شش سانتیمتر به فضای کوچه به عرض ۸متر دوم دیوار و پنجره قسمت پیشرفتگی ساختمان بطول (۵/۲۲) پنج متر و بیست و چهار سانتیمتر به فضای کوچه به عرض ۸ متر جنوبا: در سه قسمت که قسمت دوم آن غربی است. اول دیواریست مشترک بطول (۶/۱۸) شش متر و هجده سانتیمتر به آپارتمان مسکونی قطعه ۱۶ دوم دیواریست مشترک بطول (۱/۵۶) یک متر و پنجاه و شش سانتیمتر به آپارتمان مسکونی قطعه ۱۶ سوم دیواریست مشترک بطول (۴/۸۰) چهار متر و هشتاد سانتیمتر به آپارتمان مسکونی قطعه ۱۶ غربا: در پنج قسمت که قسمت چهارم آن شمالی قسمت دوم آن جنوبی است. اول دیواریست مشترک بطول (۱/۰۰) یک متر به آپارتمان مسکونی قطعه ۱۶ دوم دیواریست مشترک بطول (۰/۰۷) هفت سانتیمتر به آپارتمان مسکونی قطعه ۱۶ سوم درب و دیوار است بطول (۴/۰۳) چهار متر و سه سانتیمتر به راهرو چهارم دیواریست مشترک بطول (۰/۰۹) نه سانتیمتر به آپارتمان مسکونی قطعه ۱۴ پنجم دیواریست مشترک بطول (۱/۱۵) یک متر و پانزده سانتیمتر به آپارتمان مسکونی قطعه ۱۴ کف با سقف طبقه چهار اشتراکی است سقف با کف طبقه شش اشتراکی است. پارکینگ مسکونی مراجم قطعه دوم تفکیکی به مساحت (۱۰/۵۶) ده متر و پنجاه و شش دسیمتر مربع واقع در سمت شمال شرقی همکف شمالا: خط فرضی به محوطه مشاعی است بطول (۴/۸۰) چهار متر و هشتاد سانتیمتر شرقا: خط فرضی به محوطه مشاعی است بطول (۲/۲۰) دو متر و بیست سانتیمتر جنوبا: خط فرضی به محوطه مشاعی است بطول (۴/۸۰) چهار متر و هشتاد سانتیمتر غربا: خط فرضی به محوطه مشاعی است بطول (۲/۲۰) دو متر و بیست سانتیمتر پارکینگ قطعه ۱ از این پارکینگ حق عبور دارد. انباری مسکونی قطعه سیزدهم تفکیکی به مساحت (۱/۵۵) یک متر و پنجاه و پنج دسیمتر مربع واقع در سمت غربی طبقه ششم شمالا: دیواریست بطول (۱/۴۸) یک متر و چهل و هشت سانتیمتر به انباری مسکونی قطعه ۱۳ شرقا: درب و دیوار است بطول (۱/۰۴) یک متر و چهل و چهار سانتیمتر به محوطه باز مشاعی جنوبا: دیواریست مشترک بطول (۱/۵۰) یک متر و پنجاه سانتیمتر به انباری مسکونی قطعه ۱۴ غربا: دیواریست بطول (۱/۰۴) یک متر و چهار سانتیمتر به درز انقطاع مورد تفکیک که ماوراء آن قطعه ۱۲ تفکیکی قرار دارد. که طبق نظر کارشناس رسمی به مبلغ دو میلیارد و یکصد و پنجاه میلیون ریال ارزیابی گردیده است. ۸- ششدانگ یک واحد آپارتمان مسکونی قطعه دوم تفکیکی پلاک ثبتی شماره ده هزار و یکصد و نود و نه فرعی مفروز و مجزی شده از شماره د و هزار و نهصد و هفتاد و هفت فرعی از یکصد و یازده اصلی به مساحت هفتاد و هشت متر و نه دسیمتر مربع واقع در سمت شمالی طبقه اول که (۵/۷۸) پنج متر و هفتاد و هشتاد دسیمتر مربع آن بالکن است و سند مالکیت آن ذیل شماره ۸۸۷۹۲۸۴ صفحه ۸دفتر ۲۳۱که به نام آقای علیرضا معصومشاهی ثبت و صادر گردیده است و محدود است به حدود: شمالا: در سه قسمت اول نیم دیوار جلوی بالکن بطول (۴/۱۰) چهار متر و ده سانتیمتر به فضای کوچه احداثی به عرض ۸ متر دوم دیوار و پنجره است بطول (۸/۲۹) هشت متر و بیست و نه سانتیمتر به آپارتمان مسکونی قطعه ۳ دوم دیواریست بطول (۱/۸۴) یک متر و هشتادو چهار سانتیمتر به فضای کوچه احداثی به عرض ۸ متر شرقا: دیوار و پنجره است بطول (۴/۵۰) چهار متر و پنجاه سانتیمتر به فضای کوچه به عرض ۸ متر جنوبا: در پنج قسمت که قسمت دوم آن شرقی است اول دیواریست مشترک بطول (۹/۴۶) نه متر و چهل و شش سانتیمتر به آپارتمان مسکونی قطعه ۳ دوم دیواریست مشترک بطول (۱/۱۵) یک متر و پانزده سانتیمتر به آپارتمان مسکونی قطعه ۳ سوم دیواریست بطول (۰/۰۹) نه سانتیمتر به آپارتمان مسکونی قطعه ۳ چهارم درب و دیوار است بطول (۱/۴۴) یک متر و چهل و چهار سانتیمتر به راهرو پنجم دیواریست بطول (۲/۹۷) دو متر و نود و هفت سانتیمتر به راه پله مشاعی غربا: دیواریست بطول (۶/۱۸) شش متر و هجده سانتیمتر به درز انقطاع مورد تفکیک که ماوراء آن قطعه ۱۲ تفکیکی قرار دارد کف با سقف طبقه همکف اشتراکی است سقف با کف طبقه دو اشتراکی است پارکینگ مسکونی قطعه دوازدهم تفکیکی به مساحت (۱۰/۵۶) ده متر و پنجاه و شش دسیمتر مربع واقع در سمت شرقی زیرمین اول شمالا: خط فرضی به محوطه مشاعی است بطول (۴/۸۰) چهار متر و هشتاد سانتیمتر شرقا: خط فرضی به محوطه مشاعی است بطول (۲/۲۰) دو متر و بیست سانتیمتر جنوبا: خط فرضی بطول (۴/۸۰) چهار متر و هشتاد سانتیمتر به پارکینگ مسکونی قطعه ۱۳ غربا: خط فرضی به محوطه مشاعی است بطول (۲/۲۰) دو متر و بیست سانتیمتر انباری مسکونی قطعه پنجم تفکیکی به مساحت (۴/۸۸) یک متر و چهل و هشت سانتیمتر مربع، واقع در سمت غربی طبقه ششم شمالا: دیواریست مشترک بطول (۱/۵۲) یک متر و پنجاه و دو سانتیمتر به انباری مسکونی قطعه ۴ شرقا: در دو قسمت اول درب و دیوار است بطول (۰/۹۲) نود و دو سانتیمتر به محوطه باز مشاعی دوم دیواریست مشترک بطول (۰/۰۶) شش سانتیمتر به انباری مسکونی قطعه ۶ جنوبا: دیواریست مشترک بطول (۱/۵۱) یک متر و پنجاه و یک سانتیمتر به انباری مسکونی قطعه ۶ غربا: دیواریست بطول (۰/۹۸) نود و هشت سانتیمتر به درز انقطاع مورد تفکیک که ماوراء آن قطعه ۱۲ تفکیکی قرار دارد که طبق نظر کارشناس رسمی به مبلغ دو میلیارد و سی میلیون ریال ارزیابی گردیده است.

** لازم به ذکر است مازاد واحدهای مذکور بازداشت می باشد.

توصیف اجمالی ملک طبق نظر کارشناس رسمی: ملک مذکور در ورامین- خیابان شهید محمودی کوچه امام حسن عسگری پلاک ۱۴ واقع می باشد ملک مذکور به صورت شمالی ساز و در عرصه آن ساختمانی هشت طبقه شامل طبقه زیرزمین همکف و شش طبقه روی همکف جمعا دارای هفده واحد مسکونی احداث گردیده است ساختمان دارای اسکلت بتنی و سقف تیرچه بلوک می باشد واحدهای مذکور دارای هال و پذیرائی و آشپزخانه این و حمام و سرویس بهداشتی است کف واحدها سرامیک و بدنه گچ اندود می باشد مجتمع دارای آسانسور و برق مشترک و دارای امتیاز آب و برق و گاز به طور مجزا می باشد ضمنا ساختمان قدمتی بالای چهار سال و نمای شمالی- شرقی و جنوبی آن سنگ و کامپوزیت می باشد. و مالک ملک خود را طبق اسناد رهنی ۱۴۲۷۵ و ۶۷۲۸ در قبال مبلغ ۲۲/۵۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال بابت اصل وام به انضمام سود روزشمار در رهن بانک پارسیان قرار داده ولیکن نسبت به پرداخت بدهی خود اقدامی ننموده است لذا به درخواست بستانکار بانک پارسیان عملیات اجرایی ادامه و ملک مورد وثیقه به پلاک ثبتی فوق الذکر توسط کارشناس رسمی به شرح فوق ارزیابی و پلاک فوق از ساعت ۹ الی ۱۲ مورخ پانزدهم دی ماه سال هزار و سیصد و نود و هشت در اداره اجرای اسناد رسمی ورامین واقع در ورامین- خیابان سینما- اداره ثبت اسناد و املاک ورامین واحد اجرا از طریق مزایده به فروش می رسد. مزایده از مبلغ ارزیابی طبق گزارش کارشناس رسمی به شرح فوق شروع و به بالاترین قیمت پیشنهادی نقدا فروخته می شود. لازم به ذکر است پرداخت بدهی های مربوط به آب برق گاز اعم از حق انشعاب و یا حق اشتراک و مصرف در صورتی که مورد مزایده دارای آنها باشد و نیز بدهی های مالیاتی و عوارض شهرداری و غیره تا تاریخ مزایده اعم از اینکه رقم قطعی آن معلوم شده یا نشده باشد به عهده برنده مزایده است و نیز در صورت وجود مازاد وجوه پرداختی بابت هزینه های فوق از محل مازاد به برنده مزایده مسترد خواهد شد و نیم عشر و حق مزایده نقدا وصول می گردد ضمنا چنانچه روز مزایده تعطیل رسمی گردد مزایده روز اداری بعد از تعطیلی در همان ساعت و مکان مقرر برگزار خواهد شد با توجه به اعلام بستانکار بیمه می باشد.

تاریخ انتشار: ۱۳۹۸/۰۹/۲۳

۶۱۹ م الف

رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ورامین - محمد رحیم پور

آگهی فقدان سند مالکیت

خانم صغری ندرلو فرزند زیداله با تسلیم استشهادیه مصدق ذیل شماره های ۸۱۷ و ۸۱۸ مورخ ۱۳۹۸/۰۹/۱۱ دفترخانه ۸۳۱ تهران اعلام نموده سند مالکیت سه دانگ مشاع از ششدانگ عرصه و اعیان آپارتمان به مساحت ۵۰/۴۴ متر مربع واقع در سمت شمال شرقی طبقه دو که مقدار ۲/۱۳ متر مربع آن بالکن است به شماره ۲۵۱۳۹ فرعی از ۲ اصلی مفروز از شماره ۱۷۶۷۱ فرعی از اصلی مذکور واقع در بخش ۱۲ تهران که ذیل دفتر الکترونیکی شماره ۱۳۹۶۲۰۳۰۱۰۷۸۰۱۱۹۱۵ املاک و با شماره چاپی ۸۴۶۲۱۹ بنام خانم صغری ندرلو ثبت و صادر شده است به علت اسباب کشی مفقود گردیده و به موجب درخواست شماره ۱۰۷۸۰۳۳۵۰۰ به تاریخ ۱۳۹۸/۰۹/۱۲ تقاضای صدور المثنی سند مالکیت سه دانگ مشاع از ششدانگ پلاک مذکور را نموده است لذا در اجرای ماده ۱۲۰ آئین نامه اصلاحی قانون ثبت (مصوب ۸۰/۱۱/۰۸) مراتب در یک نوبت آگهی می شود تا چنانچه شخص یا اشخاص مدعی انجام معامله نسبت به ملک مرقوم یا وجود سند مالکیت نزد خود می باشد ظرف مدت ۱۰ روز پس از انتشار این آگهی اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت یا سند معامله به این منطقه واقع در تهران خیابان دامپزشکی بعد از تقاطع جیحون اداره ثبت اسناد و املاک منطقه یافت آباد تسلیم و رسید اخذ نمایند بدیهی است در صورت انقضاء مهلت مقرر و عدم وصول اعتراض و یا در صورت اعتراض و عدم ارائه اصل سند مالکیت یا سند معامله طبق مقررات المثنی سند مالکیت صادر و تسلیم خواهد شد.

۱۸۲۴۵م الف

کفیل واحد ثبتی حوزه ثبت ملک یافت آباد تهران

شناسه آگهی ۶۹۱۰۸۹

آگهی فقدان سند مالکیت

آقای غلامرضا پیرهادی توانعشتی بموجب وکالتنامه ۴۹۴۸۹- ۹۸/۳/۱۱ دفترخانه ۸۳۲ تهران از آقای محمد سعید گودرزی وکیل ششدانگ یک دستگاه آپارتمان واقع در طبقه همکف قطعه اول تفکیک به مساحت ۶۶/۲۴ متر مربع که مقدار ۴/۸۰ متر مربع آن ایوان مسقف است به پلاک ثبتی ۱۴۷۸۶۰ فرعی از ۴۴۷۶ اصلی مفروز و مجزی شده از ۱۸۶۲۱ فرعی از اصلی مذکور واقع در بخش ۷ تهران با قدرالسهم از عرصه و سایر مشاعات و مشترکات که سند مالکیت المثنی آن ذیل شماره ۱۷۴۴۱ صفحه ۲۲۴ دفتر ۱۳۱ به شماره چاپی ۲۸۲۴۸۴۱ که بنام فاطمه حقاظلی ثبت و صادر و تسلیم شده است و بموجب گواهی حصر وراثت ۲۲۳۵- ۹۷۰ مورخ ۹۷/۱۲/۲۰ شعبه ۷۹۱ شورای حل اختلاف شماره ۱۵ تهران وراث حین الفوت وی عبارتند از محمد سعید گودرزی با ارائه دو برگ استشهادیه که بامضاء شهود رسیده است و ذیل آن طی شماره ۲۱۶۸۲- ۹۸/۸/۰۸ توسط دفترخانه ۸۳۲ تهران گواهی امضاء گردیده مدعی است که اصل سند مالکیت به علت آتش سوزی مفقود گردیده است و تقاضای صدور المثنی دوم سند مالکیت ملک مذکور را نموده لذا مراتب باستناد ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت در یک نوبت آگهی می شود تا چنانچه کسی مدعی انجام معامله نسبت و یا در اختیار داشتن سند مالکیت نزد خود می باشد ظرف مدت ۱۰ روز از انتشار این آگهی به این منطقه مراجعه و اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت اقدام نماید بدیهی است در این صورت پس از تنظیم صورت مجلس اصل سند مالکیت به ارائه کننده مسترد خواهد شد و صدور المثنی سند مالکیت منوط به ارائه دادنامه از مراجع ذیصلاح قضایی خواهد بود و پس از انقضاء مدت مذکور و عدم هرگونه اعتراض این منطقه نسبت به صدور المثنی سند مالکیت اقدام خواهد نمود.

۱۸۲۲۸ م الف

رییس اداره ثبت خاوران تهران

شناسه آگهی۶۹۱۱۳۷

آگهی ابلاغ اجرائیه طبق ماده ۱۸ آئین نامه اجرای مفاد اسناد رسمی

بدینوسیله به ۱- شرکت تولیدی کفش آسیا به شماره ثبت ۷۲۶۹۲ ثبت شرکتهای تهران ۲- فرامرز شمسی حاتم ۳- سیدعلی طباطبائی متعهد پرونده اجرایی کلاسه دستی ۱۲۵۸۱ مکانیزه ۹۸۰۰۹۹۱ ساکن نشانی ۱- تهران سه راه پاچنار سرای موسوی پلاک سه ۲- تهران انتهای نبرد جنوبی روبروی مسجد المهدی انتهای گلستان سی و یکم پلاک ۹۱۸) ۳- تهران خ شریعتی خیابان اسدی طاهر شریفی نبش شماره ۴۰ ابلاغ می شود که بانک صادرات شعبه آمل به استناد اجرائیه سند شماره ۱۸۴۸۷۴- ۸۳/۷/۲۹ تنظیمی دفترخانه ۴۹ آمل جهت وصول موضوع لازم الاجرا مبلغ ۱۶۷، ۲۳۶، ۳۹۰، ۴ ریال اعم از اصل و سود و خسارت تا تاریخ ۸۷/۸/۲۶ و از تاریخ مزبور تا روز وصول روزانه وصول مبلغ ۳۱۹، ۸۰۸، ۱ ریال بابت خسارت تاخیر تادیه و طبق مفاد اجرائیه سند مزبور و برابر مقررات علیه شما اجرائیه صادر و پرونده بکلاسه فوق در این اداره تشکیل شده و طبق گزارش وارده ۳۳۸۰۰- ۸۷/۱۱/۸ و ۳۳۶۹۰- ۸۷/۱۱/۸ مامور اجرا محل اقامت شما به شرح متن سند و نشانی اعلامی شناخته نشده و ابلاغ میسر نشده لذا به تقاضای بستانکار و طبق ماده ۱۸ آئین نامه اجرا از تاریخ انتشار این آگهی که روز ابلاغ اجرائیه محسوب است چنانچه ظرف ده روز نسبت به پرداخت بدهی خود اقدام ننمائید عملیات اجرائی جریان خواهد یافت.

۱۸۲۴۷ م الف

رئیس اداره اول اجرای اسناد رسمی تهران- محمد احمدیان کلجه

شناسه آگهی ۶۹۱۱۳۴

آگهی ابلاغ اجرائیه طبق ماده ۱۸ آئین نامه اجرای مفاد اسناد رسمی

بدینوسیله به مینو افشار قاسملو به نشانی: تهران خیابان الهیه خیابان بوستی و هرزگوین واحد B۶ ابلاغ میشود که بانک سپه جهت وصول طلب خود به مبلغ ۱۰/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال اصل و خسارت تا تاریخ ۹۸/۰۱/۳۱ و از تاریخ ۹۸/۰۲/۰۱ تا روز وصول طبق مقررات به موجب سند رهنی شماره ۱۰۹۴۳۱- ۹۶/۰۹/۱۸ تنظیمی دفترخانه شماره ۱۹۱ تهران علیه شما اجرائیه صادر نموده و پرونده اجرائی بکلاسه ۹۸۰۰۴۷۹ در این اداره تشکیل شده و طبق گزارش مامور مربوطه آدرس شما بشرح متن سند فوق شناخته نشده و آدرس فعلی شما نیز برای این اجرا مشخص نمی باشد لذا طبق ماده ۱۸ آیین نامه اجرا مفاد اجرائیه یک مرتبه در یکی از جرائد کثیرالانتشار آگهی می شود چنانچه ظرف مدت ۱۰ روز از تاریخ انتشار این آگهی که روز ابلاغ محسوب می گردد نسبت به پرداخت بدهی خود اقدامی ننمائید مورد وثیقه مندرج در سند رهنی فوق با تقاضای بستانکار پس از ارزیابی از طریق مزایده فروخته و از حاصل فروش آن طلب بستانکار و حقوق دولتی استیفاء خواهد شد.

۱۸۲۴۳ م الف

رئیس اداره سوم اجرای اسناد رسمی-ثقیبی

شناسه آگهی۶۹۱۰۷۸

آگهی ابلاغ اجرائیه

بدینوسیله به آقای محمد علی اکبر پور قصبه به نشانی: تهران بازار ک غریبان پاچنار ابلاغ می گردد: خانم صدیقه حسن پور باغبان به استناد سند ازدواج شماره ۶۵۱- ۱۳۵۴/۶/۱۲ دفتر ازدواج شماره ۲۳۳ تهران جهت وصول هفتاد هزار تومان وجه رایج که متعاقبا به نرخ روز محاسبه خواهد شد علیه شما مبادرت به صدور اجرائیه نموده و پرونده اجرائی به کلاسه ۹۸۰۳۴۸۵ در این اداره تشکیل شده و در جریان است. لذا با توجه به اینکه ابلاغ اجرائیه به شما در آدرس متن سند میسر نشده مراتب از طریق درج در روزنامه به شما ابلاغ میگردد مقتضی است حداکثر ظرف ۲۰ روز از تاریخ انتشار این آگهی نسبت به پرداخت بدهی خود اقدام نمائید در غیر اینصورت عملیات اجرائی علیه شما ادامه خواهد یافت.

۱۸۲۴۲ م الف سرپرست اداره پنجم اجرای اسناد رسمی - اعزازی

شناسه آگهی۶۹۱۰۷۲

آگهی فقدان سند

شاهرخ رسولی واشقانی و مژگان بهزاد با تسلیم استشهادیه گواهی امضا به شماره ۱۴۶۳۸ مورخه ۹۸/۸/۲۱ دفترخانه ۱۴۰۱ تهران تقاضای صدور سند مالکیت المثنی نموده و مدعی است سند مالکیت ششدانگ یک دستگاه آپارتمان واقع در طبقه ۴ به مساحت ۸۸/۲۰ متر مربع پلاک ۵۰۴۵۰ فرعی از ۲۳۹۵ اصلی واقع در بخش ده تهران ذیل ثبت ۲۵۴۳۶۱ صفحه ۲۲۹ دفتر ۱۶۴۵ به شماره چاپی ۳۵۱۵۵۹ بنام بانو پروین ناصری ثبت و صادر سپس مع الواسطه برابر سند قطعی ۱۲۱۷۳۴- ۱۳۹۱/۹/۱ دفترخانه ۶۳ تهران به شاهرخ رسولی واشقانی منتقل گردید سپس ۲ دانگ از ۶ دانگ برابر سند صلح قطعی عمری ۹۲۹۱-۱۳۹۱/۱۰/۲۶ دفترخانه ۱۴۰۱ تهران در مالکیت مژگان /بهزاد فرزند محمد تقی شماره شناسنامه ۵۹۹ تاریخ تولد ۱۳۵۰/۰۵/۱۱ دارای شماره ملی ۱۳۷۸۰۵۰۵۲۵ و مالکیت شاهرخ / رسولی واشقانی فرزند محمدحسین شماره شناسنامه ۴۲۰۹ تاریخ تولد ۱۳۴۹/۰۶/۳۱صادره از تهران دارای شماره ملی ۰۰۵۷۱۳۴۰۴۹ با جز سهم ۴ از کل سهم ۶ بعنوان مالک چهار دانگ مشاع از شش دانگ می باشد به علت جابجائی مفقود گردیده لذا مراتب در اجرای تبصره یک ماده ۱۲۰ آیین نامه قانون ثبت در یک نوبت آگهی می گردد تا چنانچه کسی مدعی انجام معامله نسبت به آن و یا وجود سند مالکیت مذبور نزد خود باشد از تاریخ انتشار این آگهی ظرف مدت ده روز اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت یا سند معامله به این اداره تسلیم نماید تا مورد رسیدگی قرار گیرد بدیهی است چنانچه در مهلت مقرر اعتراضی واصل نگردد المثنی سند مالکیت مرقوم صادر و به متقاضی تسلیم می شود.

۱۸۲۴۴ م الف رئیس واحد ثبتی حوزه ثبت ملک رودکی تهران

شناسه آگهی۶۹۱۰۸۷

پیش نویس آگهی عدم تسلیم سند مورث

ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی بمساحت ۱۵۰۰ متر مربع بشماره ۸۱۲ فرعی مجزی شده از ۵۳۷ فرعی از سنگ ۳۵ اصلی واقع در قریه کند لواسان کوچک بخش ۱۱ تهران ذیل شماره ثبت ۸۵۳۰ صفحه ۴۲۱ دفتر ۲۸ قشم با شماره چاپی ۳/۳۲۹۹۴۲ به نام آقای حسن محمدی ثبت صادر و تسلیم گردیده سپس ششدانگ پلاک مذکور طی سند انتقال به شماره ۷۶۰۱۷ مورخ ۷۱/۱۲/۳ به آقای رضا خداینده لو منتقل که طی گواهی حصر وراثت شماره ۳۰۳ صادره از شعبه ۴۲ دادگاه عمومی تهران نامبرده در تاریخ ۸۳/۰۲/۱۰ فوت نموده و ورثه حین الفوت (جمشید، جمیله، مرجان و مونا همگی خداینده لو فرزندان و طاهره مطلوب روزانه همسر) می باشند آقای جمشید خداینده لو احدی از ورثه مرحوم آقای رضا خداینده لو طی درخواست شماره ۱۳۹۸۸۵۶۰۱۰۴۸۰۱۰۸۵۳ مورخ ۱۳۹۸/۷/۹ درخواست صدور سند مالکیت به نام خود را نموده است جری تشریفات و اخطاریه به شماره ۱۳۹۸۸۵۶۰۱۰۴۸۰۱۱۳۵۲ مورخ ۹۸/۰۷/۱۶ انجام و مهلت مقرر اتمام یافته است در قید رهن نمی باشد و در اجرای ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت (اصلاحی ۸۰/۱۱/۰۸) مراتب در یک نوبت آگهی می شود تا چنانچه شخص یا اشخاص مدعی انجام معامله نسبت به ملک مرقوم یا وجود سند مالکیت نزد خود باشند ظرف مدت ۱۰ روز پس از انتشار این آگهی اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت یا سند معامله به این اداره تسلیم و رسید دریافت نمایند بدیهی است در صورت انقضاء مهلت مقرر و عدم صول اعتراض و یا در صورت اعتراض اصل سند مالکیت یا سند معامله ارائه نگردد طبق مقررات المثنی سند مالکیت صادر و تسلیم خواهد شد.

۱۸۲۴۱ م الف

کفیل اداره ثبت اسناد و املاک لواسان - فیروز قجری

شناسه آگهی ۶۹۱۰۶۲

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

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

برابر رای شماره ۱۳۹۸۶۰۳۱۸۰۲۲۰۰۵۲۴۴ مورخ ۱۳۹۸/۰۹/۰۹ و هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ماسال تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی رسول جوادی درخاله فرزند غلامرضا بشماره شناسنامه ۸۰۱ صادره از ماسال در ششدانگ عرصه و اعیان یک باب مغازه به مساحت ۲۸/۴ متر مربع پلاک ۶۴۶۹ فرعی از ۲۳ اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک ۸۷ فرعی از ۲۳ اصلی واقع در قریه جلسه سرا بخش ۲۶ گیلان خریداری از مالک رسمی سیروس ایلداری لوحه سرا محرز گردیده است لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۳۹۸/۰۹/۲۳ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۳۹۸/۱۰/۰۸

۹۱۳۸۹۰ آرمان کاظمی - رئیس ثبت اسناد و املاک

آگهی ابلاغ وقت دادرسی و دادخواست و ضمائم به

کلاسه پرونده: ۹۸ ب۷ ۸۹۷ وقت رسیدگی: ۹۸/۱۰/۲۴ ساعت ۹صبح خواهان: شکراله عمادی

خوانده: فاطمه کوشکی خواسته:مطالبه خسارت

خواهان دادخواستی تسلیم دادگاههای عمومی نموده که جهت رسیدگی به شعبه۷پرند ارجاع گردیده و وقت رسیدگی تعیین شده بعلت مجهول المکان بودن خوانده به درخواست خواهان و دستور دادگاه و به تجویز ماده ۷۳ قانون آیین دادرسی مدنی مراتب یک نوبت در یکی از جرائد کثیرالانتشار آگهی می شود. تا خوانده از تاریخ نشر آخرین آگهی ظرف یک ماه به دفتر دادگاه مراجعه و ضمن اعلام نشانی کامل خود نسخه دوم دادخواست و ضمائم را دریافت نماید و در وقت مقرر بالا جهت رسیدگی حضور به هم رساند چنانچه بعدا ابلاغی بوسیله آگهی لازم شود فقط یک نوبت منتشر و مدت آن ده روز خواهد بود.

مدیر دفتر شعبه ـــ دادگاه عمومی ـــ

مفقودی

سندبرگ سبزوکارت ماشین وسیله نقلیه نوع:سواری سمند تیپ: LX۱۶۰۰ برنگ نقره ای-آبی مدل ۱۳۸۸ به شماره موتور ۱۳۹۸۷۰۰۳۱۷۳ شماره شاسی NAACB1FF19F302472 به شماره پلاک خودرو ۱۶۹ ق ۹۳ ایران ۷۷ بنام خانم فهیمه هشجینی مفقود واز درجه اعتبار ساقط می باشد.

شهرستان قزوین

مفقودی

سندبرگ سبزوبرگ کمپانی وسیله نقلیه نوع:سواری رنو تیپ tondar90A برنگ سفیدشیری-روغنی مدل ۱۳۹۵ به شماره موتور 10001621RR04290۵ شماره NAALSRBYWGA5275370 به شماره پلاک خودرو ۷۷۵ س ۴۷ ایران ۷۹ بنام آقای حسین قدیری مفقود واز درجه اعتبار ساقط می باشد.

شهرستان قزوین

سازمان آگهی‌ها
۸۶۰۷۳۱۴۳

اپل چگونه توانست به شرکتی تریلیون دلاری تبدیل شود؟

اپل، موفق‌ترین شرکت فعال در حوزه تکنولوژی معرفی می‌شود که تاکنون قیمت محصولات خود را برای رقابت با دیگر برندهای موجود در بازار کاهش نداده و تعریف ملموس و قابل فهمی از تکنولوژی ارائه کرده اســت. با ما همراه باشید تا ببینید چه چیزی باعث موفقیت این شرکت تریلیون دلاری شده است.

در دهه‌های اخیر شــرکت‌های تکنولوژی زیادی تأســیس شــده‌اند اما هیچ یک به اندازه اپل موفق نبوده‌اند. حتماً می‌دانید اپل اولین کمپانی جهانی است که ارزش آن از مرز یک تریلیون دلار نیز گذر کرده است.

اپل اولین فعالیت خود را در گاراژ خانه‌اش شــروع کرد و اکنون ارزشــمندترین شرکت دنیاست. اگر به تاریخچه ۴۰ ســاله اپل نگاه کنید متوجه می‌شــوید چه عواملی باعث موفقیت این شــرکت شده اســت. در این مقاله قصد داریم به بررسی چند مورد از این عوامل بپردازیم.

از میان برداشتن موانع و سختی‌های مشتریان

آمارها نشــان می‌دهد بیشتر مردم از اقشــار مختلف در آمریکا و دیگر کشورهای اروپایی، گوشی آیفون دارند. یکی از علل تمایل افراد به برند اپل از سال‌های قبل تاکنون نحوه تبلیغ محصولات این شرکت است. دیدگاه اپل نسبت به مشــتریان هدف تحت تأثیر جمعیت‌شناسی، شــخصیت افراد یا هر چیز دیگری که بازار را تقسیم می‌کند قرار نگرفته اســت. حقیقت این اســت، تمام مردم، مشــتری هدف برند اپل هســتند. در واقع، «کاربر پســند بودن» از اصلی‌ترین خصوصیات تمام محصولات این شرکت است.

شــاید یکی از دلایل موفقیت اپل این اســت کــه در تبلیغات و بازاریابی خود از اصطلاحــات تخصصی برای معرفی محصولاتش اســتفاده نمی‌کند. هدف این شــرکت تریلیون دلاری این اســت که تمام مردم با هر ســن و تحصیلاتی که دارند پیام تبلیغاتی را متوجه شــوند. اپل اغلب روی ویژگی‌هایی متمرکز می‌شــود که توســط افراد عادی نیز قابل درک اســت. ویژگی‌هایی چون کیفیت دوربین، وضوح نمایشگر، فضای ذخیره‌سازی، آنلاک کردن قفل نمایش توسط اثرانگشت یا عنبیه چشم و ... .

حتماً متوجه شــده‌اید، اپل مشتریان خود را از بین یک قشــر خاص انتخاب نمی‌کند بلکه عموم مردم را هدف قرار داده است. به همین خاطر ارزش سهام آن ۱۵ هزار درصد رشد کرده است.

جا انداختن فرهنگ استفاده از برند

بیشــتر مردم با یک بار خرید محصولات اپل نســبت به این برند وفادار شــده و این مســئله در دیگر برندها دیده نمی‌شــود. اکنون اپل، به چیزی فراتر از یک برند تبدیل شــده اســت. تولید محصولات باکیفیت توسط این برند ثابت شده است و اپل به نام تجاری تبدیل شده که مشتریان وفادار آن در سال‌های متمادی حاضر به خرید دیگر محصولات موجود در بازار نیستند.

این قضیه به اوایل دهه ۸۰ برمی‌گردد که مفهوم کامپیوتر خانگی در حال محبوب شــدن بود. اســتیو جابز در همان ســال‌ها، ۹ هزار کامپیوتر را به مدرســه‌های کالیفرنیا اهدا کرد و در آن زمان با مخالفان زیادی مواجه شــد. این روش بازاریابی علاوه بر مزایای مالیاتی، بسیار هوشمندانه بود. استیو جابز با راه‌اندازی برنامه «بچه‌ها نمی‌توانند صبر کنند» قصد داشــت، کودکان را از ســنین پایین و قبل از توانایی خرید کامپیوتر، با محصولات برند خود آشــنا کند. این نوع تبلیغات مفهوم اصلی فرهنگ اپل است.

تاکنون دانش‌آموزان زیادی با اســتفاده از کامپیوترهای اپل در مدارس تحصیل کرده‌اند. همین کودکان در ســنین بزرگسالی برای خرید کامپیوتر شخصی به سراغ برند اپل می‌روند. اصلاً برای آنها مهم نیست دیگر برندها چه امکاناتی دارند، چراکه آنها با کامپیوترهای اپل بزرگ شده و نسبت به این برند وفاداری دارند.

واردنشدن در نبرد بین برندها

خیلی از برندها فکر می‌کنند جنگ قیمت بخشی از رقابت در هر صنعت است، اما اپل اعتقادی به این موضوع ندارد. برند اپل در ســال‌های اخیر مدل قیمت‌گذاری یکســانی داشته و حتی قیمت محصولات آن بالاتر از دیگر برندها بوده است. برای مثال، مک بوک پرو ۱۳ اپل را با لپ‌تاپ اچ پی اسپکتر ۱۳ مقایسه کنید که هر دو از جدیدترین محصولات دو برند اپل و اچ پی هســتند. شــاید دو لپ‌تاپ شباهت زیادی به هم داشته باشند و هر یک مزایا و معایب خاص خود را دارند، اما قیمت مک بوک اپل حدود ۸۰۰ دلار بیشــتر اســت! آیا دلیل این تفاوت قیمت را می‌دانید؟ حقیقت این است که اپل با هیچ یک از برندهای بازار رقابت نمی‌کند.

برند اپل قصد ندارد با کاهش قیمت محصولاتش نســبت به دیگر برندها، مشــتری به دســت آورد. اپل روی فعالیت رقبایــش تمرکــز نمی‌کند و تمام‌وقت و تمرکز خود را روی ویژگی‌های منحصربه‌فرد یعنی طراحی زیبا و فراهم کردن تجربه بی‌نظیر برای کاربر، قرار داده است.

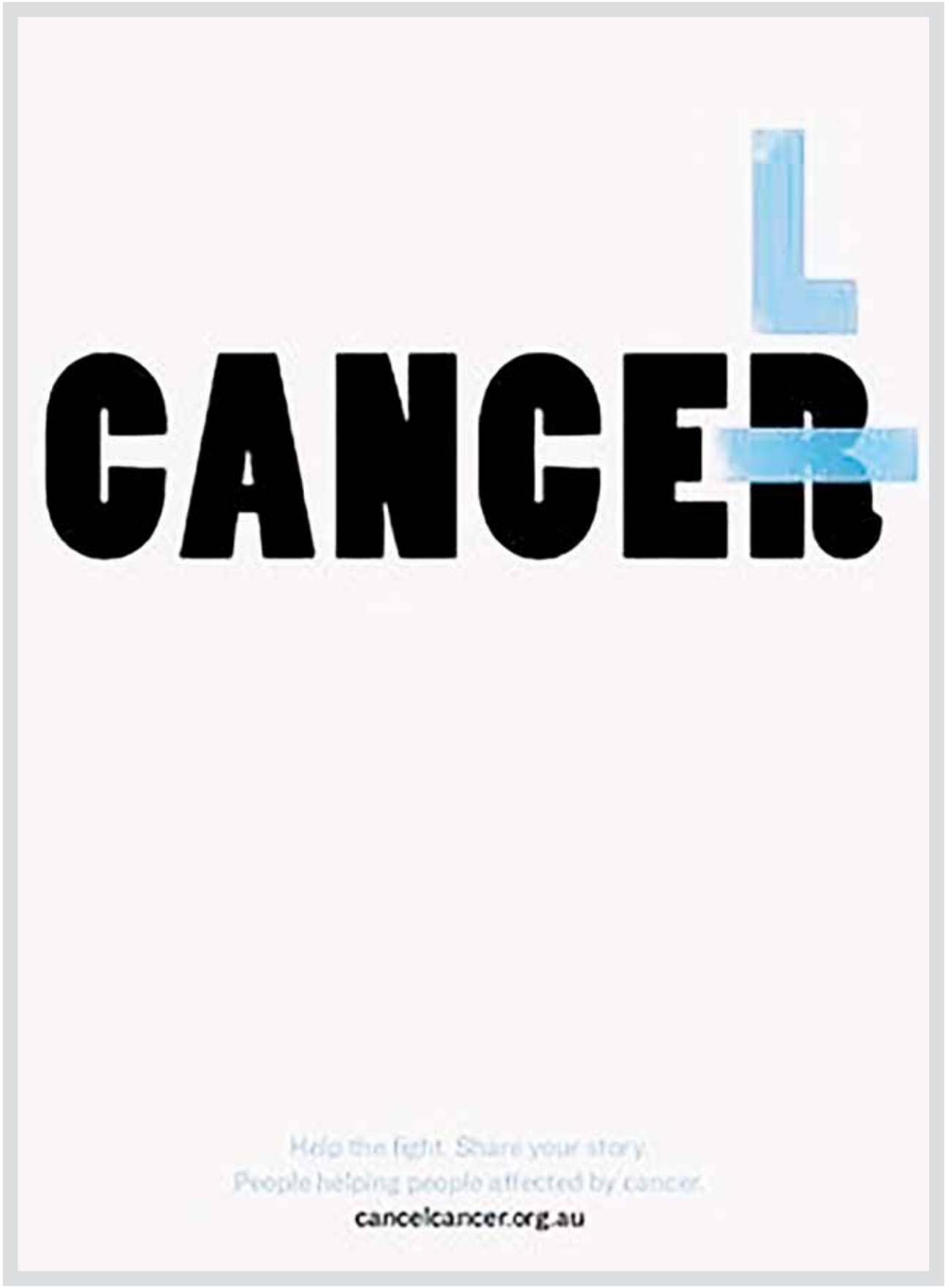
اســتیو جابز دوست نداشــت محصولات خود را با ارزش پایین‌تر وارد بازار کند پس تمام تلاش خود را به کار بست تــا ثابت کند محصولات اپل نســبت به رقبا متمایز هســتند و ارزش این مقدار هزینه را دارنــد. این دیدگاه نه تنها به طرفداران اپل افزود بلکه این برند را در مسیر تولید محصولاتی با پیشرفته‌ترین تکنولوژی‌ها قرار داد. گوشی‌های آیفون بارزترین مثال هستند. تا قبل از عرضه اولین آیفون در سال ۲۰۰۷ گوشی‌های هوشمند با ابعاد و طراحی متفاوتی وارد بازار می‌شــدند اما پس از عرضه اولین آیفون تمام گوشــی‌ها بدون توجه به برندشان طراحی یکسانی پیدا کردند، پس می‌توان ادعا کرد آیفون استاندارد جدیدی از گوشی‌های همراه وارد بازار کرد.

حقیقت دیگر این اســت کــه اپل هیچ‌وقت برای رقابت با دیگر برندها قیمــت محصولاتش را کاهش نداد. بلکه این برند به مشتریان نشان داد چرا برای محصولات و خدماتی که عرضه می‌کند، پول بیشتری می‌گیرد. پس روی افزایش کیفیت محصولات و خدمات تمرکز کنید و مطمئن باشید نتیجه آن را در طولانی‌مدت مشاهده خواهید کرد.

شــرکت اپل تعریف جدیدی از تکنولوژی ارائه کرده و روش زندگی مردم دنیا را تغییر داده است. سال‌های متمادی این باور در بین مردم وجود داشــت که تکنولوژی‌های جدید به قدری پیچیده هســتند که هر کسی قادر به درک آنها نیســت، اما اپل به دنیا نشــان داد تکنولوژی ساده‌تر از آن چیزی است که توسط قشر خاصی از مردم قابل درک باشد. اپل به تمام مردم دنیا ثابت کرد پیشــرفته‌ترین محصولات توســط همه و بدون توجه به ســن، تحصیلات و موقعیت اجتماعی قابل استفاده هستند.

اپل به عنوان تنها عرضه‌کننده محصولات درجه یک شناخته نمی‌شود اما توانسته نگرش «ناب بودن» محصولاتش را در باور مردم جای دهد.

منبع: entrepreneur/ucan



۷ روش برای اینکه به فردی خوشبین تبدیل شویم

آیا هفت روش آســان برای تبدیل شــدن به یک فرد خوشبین می‌خواهید؟ تعداد کمی از افراد مایل رفتن به یک ســفر روحانی برای تبدیل شــدن به یک فرد مثبت هســتند، زیرا بعضی اوقات به نظر می‌رســد که انجام این کار ســختی زیادی دارد. با الهام از جیم کری که ســال‌ها را در ســفر روحانی خود گذراند، می‌توانیم از نکته‌هایی که آموخت اســتفاده کنیم. در ادامه هفت روش برای تبدیل شدن به یک فرد مثبت معرفی می‌شود.

۱. قدردانی ابزاری است که اغلب نادیده گرفته می‌شود

آیــا می‌خواهیــد در همه حال مثبــت بمانید؟ یــاد بگیرید که سپاســگزار باشــید. افرادی که سپاسگزار هســتند تقریباً همیشه خوشبین‌اند زیرا برای آنچه که دارند قدردانند. آنها از این واقعیت قدردانی می‌کنند که می‌توانند بدون درد نفس بکشــند، می‌توانند غذا بخورند، افرادی هســتند که آنها را دوســت دارنــد و توانایی اندیشیدن و رشد دارند.

سپاســگزار نبودن، منبع بســیاری از بدبختی‌ها در جهان است. اگر مردم قدردان دارایی‌های خود بودند، هیچ وقت کســی دزدی نمی‌کرد، اگر مردم نســبت به همسرشان سپاســگزار بودند، هیچ وقت کســی خیانت نمی‌کرد. اگر حس ناراحتی و بدبختی داشته باشید، خوش بین بودن بســیار سخت می‌شود و حس ناراحتی و بدبختی از قدردان نبودن نشأت می‌گیرد.

۲. مسئله مهم این است که خودتان را از بدبین بودن بیرون بکشید نه اینکه خوشبین شوید

می‌گویند بهترین روش برای کشف یک دروغگو این است که به جای یافتن نشــانه‌های دروغ در کلام فرد به دنبال علائم حقیقت در ســخن وی باشید. در هنگام خوشــبینی، همین رویکرد مشابه عقب رو به جلو را پیش بگیرید. به جای اینکه همیشه سعی کنید خوشبین باشید، خود را از یک فاکتور منفی بیرون بکشید.

شــان استفنســون و تونی رابینز هــر دو می‌گوینــد که زمانی توانســتند با تاریک‌ترین روزهای زندگی‌شــان مقابله کنند که به خود اجازه احســاس ناراحتــی و منفی بودن را دادنــد، اما اجازه ندادند که در این موقعیت باقی بمانند.

۳. از خود بپرسید از هر اتفاق چه چیزی یاد گرفتید

خود را از یک فاکتور منفی بیرون کشــیدن بسیار دشوار است. شــما ممکن اســت انرژی لبخند مصنوعی زدن و یا نگاه کردن به جنبه مثبت ماجرا را نداشته باشید. در صورتی که این امر در مورد شــما صدق می‌کند، باید در مورد وضعیتی که در آن هستید فکر کنید و از خود بپرسید از رویداد اخیر چه چیزی آموختید. چیزی که یاد می‌گیرید ممکن اســت در آینده به شــما کمک نکند، اما مطمئناً ضرری ندارد. خودتان را مجبور کنید از آنچه اتفاق افتاده است یاد بگیرید، حتی اگر تمام چیزی که یاد می‌گیرید این باشد که زندگی هر از گاهی تلاش می‌کند شما را به زمین بیندازد.

۴. به جای مدام شکاک بودن باور داشته باشید اما درستی امر را چک کنید

بخشی از خوشبین بودن یادگیری این است که به جنبه مثبت قضایا نگاه کنید، اما جهان یک مکان بد و خطرناک اســت و نگاه به جنبه مثبت ممکن اســت شما را در معرض خطر قرار دهد. ما طبیعتاً شکاک هستیم، زیرا ذهن ما به دنبال خطر است. به جای شک و تردید، باید باور داشته باشید، اما درستی امر را چک کنید.

اگر دختر شــما می‌گوید که شــب در خانه دوستش می‌خوابد، باور کنید و او را بفرســتید، اما از صحت گفته او مطمئن شــوید. فرامــوش نکنید که می‌توانید بعد از یک رویداد صحت آن را چک کنید و می‌توانید آن را به طور معمول انجام دهید. به عنوان مثال، هنگامی که دختر خود را به مدرسه می‌برید، ممکن است دوستش را ببیند، در این صورت می‌توانید پیش وی بروید، ســلام کنید و بگویید: «امیدوارم که دخترم پنجشــنبه شب بیش از حد مزاحم شما نشده باشد.»

۵. دعا کنید

بــرای سپاســگزاری از وجــود خود دعــا کنید. برای تشــکر از چیزهایــی که برای آن قدردان هســتید دعا کنید. ممکن اســت بپرســید چگونه دعا کردن به مثبت اندیشــی کمک می‌کند؟ این کار نه‌تنها یک حس آرامش روحی به شما می‌دهد، بلکه تمرکزتان را از مشکلات و ناراحتی‌ها دور کرده و به سمت «زندگی» هدایت می‌کند.

۶. هر وقت به جنبه مثبت قضایا نگاه نکردید به دست خود ضربه‌ای بزنید

برخی افراد به طور پیشــفرض منفی هســتند. آنها همیشــه به ســمت تاریک و منفی نگاه می‌کننــد، زیرا اینگونه عادت کرده‌اند. در این صورت ایده خوشــبینی احمقانه، ضعیف یا کودکانه به نظر می‌رســد. اگر متوجه شــدید که به ســمت منفی نــگاه می‌کنید، سپس روی مچ دست خود ضربه‌ای بزنید. در حقیقت یک نماینده فیزیکی از انتخاب‌تان را برای متوقف کردن بدبینی به خود بدهید.

هر وقت که متوجه شــوید که در مســیر منفی قــرار دارید، به مچ دســت خود ضربه‌ای بزنید، زیرا در ذهن شــما مجموعه‌ای از خاطــرات ایجاد می‌کند که مغزتان را مجبور می‌کند هر زمانی که در حال بدبینی هســتید متوجه شــوید. این امر باعث می‌شود به طور تصادفی یا به طور پیشــفرض منفی بودن در شما کمتر شود. این یک مجازات نیســت، بلکه یک راه برای کمک به ذهن اســت وقتی که به طور پیشفرض بدبین می‌شوید.

۷. عشق، پول، شرافت و برابری شرارت را از بین نمی‌برد - شجاعت، بدی را شکست می‌دهد

واضح‌ترین پرسش این است: «چگونه می‌توانم در جهان بسیار فاسد مثبت باشم؟» جواب این است:«شجاعت». ممکن است مردم به شما بگویند که عشــق جهان را نجات خواهــد داد یا فهم جهان را تغییر خواهد داد و یا محیط اطراف مردم اســت که آنها را بد می‌کند. همه اینها دروغی بیش نیست اگر می‌خواهید در دنیایی زندگی کنید که در آن به مثبت بودن افتخار می‌کنید، پس شجاع باشید و دیگران را به خاطر شجاعت پاداش دهید. از شجاعت خود سربلند باشید، حتی اگر شما را در معرض خطر فیزیکی قرار دهد.

شــجاعت قدرتمند اســت و هنگامی که شــجاعت به قدردانی اضافه می‌شــود، همه چیز را برای فردی خوشــبین و خوشــحال بودن خواهید داشت.

منبع: Pickthebrain/ucan

فرصت امروز
روزنامــه مدیریتــی - اقتصــادی
شــنبه | ۲۳ آذر ۱۳۹۸ | شــماره ۱۴۵۰ | صفحه ۱۶
صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز
مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی
چاپ: هنر سرزمین سبز
دفتر مرکزی: میدان هفت تیر، خیابان لطفی، پلاک ۴۹
دفتر مرکزی: ۸۶۰۷۳۳۸۱
روابط عمومی: ۸۶۰۷۳۱۴۳ فکس تحریریه: ۸۸۸۲۷۱۱۲
سازمان آگهی‌ها: ۸۶۰۷۳۳۱۲ امور مشترکین: ۸۶۰۷۳۱۴۳
آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS
WWW.FORSATONLINE.COM
INFO@FORSATONLINE.COM