روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

دوشنبه
۳۰ دی
۱۳۹۸

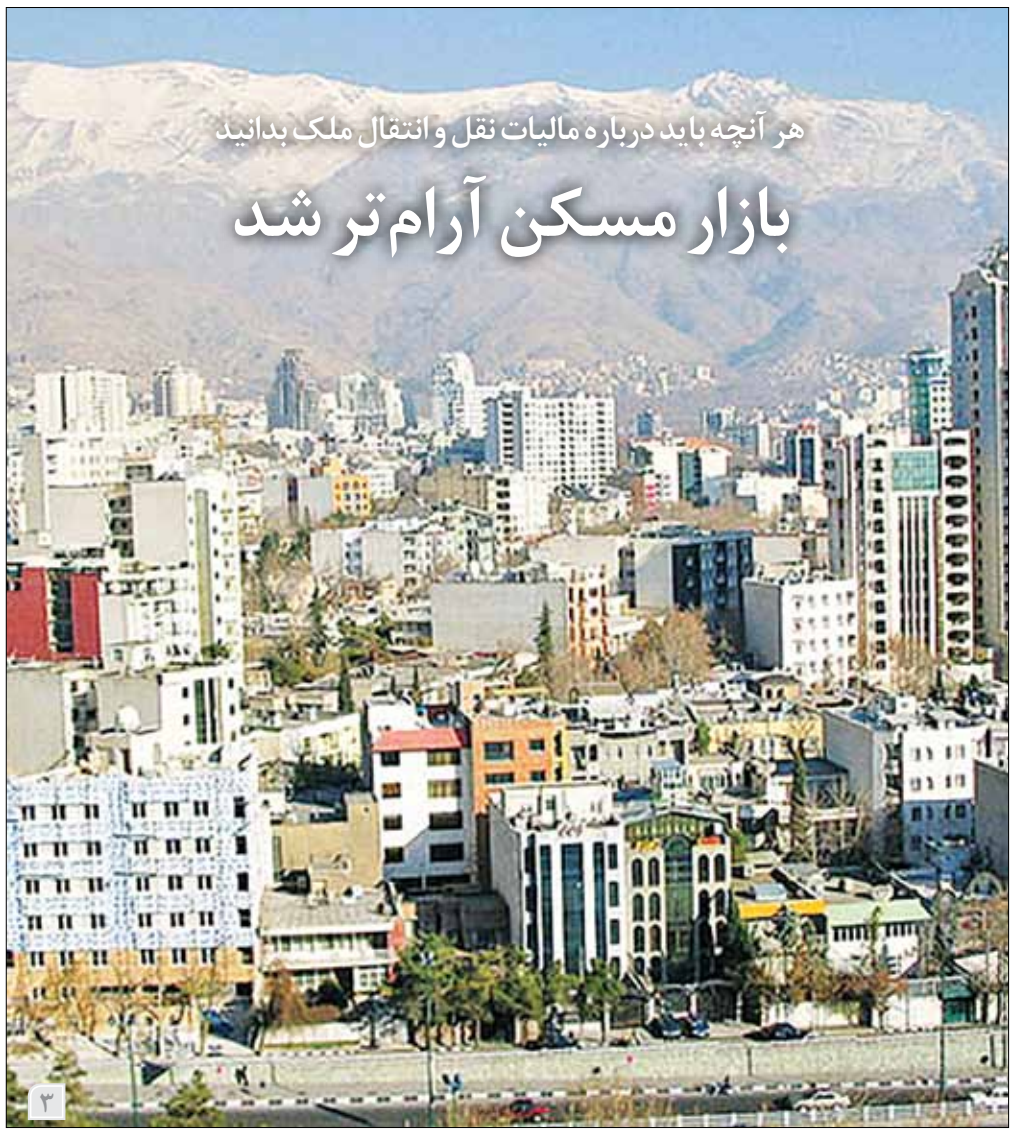
Mon. 17 Jan 2020
۲۲ جمادی‌الاول ۱۴۴۱ - سال ششم
شماره ۱۴۷۷-۱۶صفحه-۵۰۰۰۰ریال
www.forsatnet.ir

از سرعت رشد شاخص بورس در برفی‌ترین روز زمستان کاسته شد

بورس در قله تاریخ

فرصت امروز: هرچند پرونده بازار سرمایه در دومین روز هفته و در حالی که تهران، برفی‌ترین روز زمستان را پشت سر می‌گذاشت، صعودی بسته شد، اما از سرعت رشد شاخص بورس در این روز کاسته شد...

۵



هر آنچه باید درباره مالیات نقل و انتقال ملک بدانید

بازار مسکن آرام‌تر شد

۳

یادداشت

دلهره آمریکایی در دل چینی

فریال مستوفی
عضو هیأت نمایندگان اتاق بازرگانی تهران

ایران و چین دو کشور تاریخی با فراز و فرودهای فراوان در تحولات داخلی و تجارب روابط متقابل هستند. به رغم فراز و نشیب‌های فراوان در تاریخ ایران و چین، حفظ و توسعه روابط دوجانبه یکی از اصول سیاست خارجی دو کشور بوده است. این دو کشور به عنوان دو بازیگر اثرگذار در سطوح منطقه‌ای و بین‌المللی، از سابقه قابل تأمل و طولانی برخوردارند. چین یکی از قابل اعتمادترین شرکای تجاری ایران از زمان تحریم‌های آمریکا تاکنون محسوب می‌شد. با توجه به مکمل بودن ظرفیت‌های اقتصادی، همکاری در عرصه‌های انرژی، زیرساخت‌های صنعتی و فناوری نیز موجب شده دو کشور زمینه تعاملات دوجانبه در حوزه سرمایه‌گذاری و فاینانس پروژه‌های بالادستی و پایین‌دستی را دارا باشند. چین شریک اول بازارهای وارداتی و همچنین شریک اول صادرات غیرنفتی ایران است و بازار بزرگ چین فرصتی مهم برای صادرات محصولات ایرانی به چین است. به رغم مزیت‌های رقابتی فراوان در کشورمان در مقایسه با سایر کشورهای...

۳

فصل تازه تحولات اقتصادی با آغاز عملیات بازار باز بانکی

شروط موفقیت عملیات بازار باز

فرصت امروز: شنبه بیست و هشتم دی‌ماه در تاریخ سیاست‌گذاری پولی بانک مرکزی، روزی ویژه و به یاد ماندنی بود. در این روز اولین معامله رسمی در چارچوب عملیات بازار باز بانکی رقم خورد و ۱۰ هزار برگ سهم به ارزش یک میلیارد تومان بین بانک مرکزی و یکی از بانک‌ها در فرابورس معامله شد. روز شنبه البته تنها برای سیاست پولی، روزی مهم و تاریخی نبود، بلکه در بازار سرمایه نیز شاخص کل در این روز، رشدی کوبنده و خیره‌کننده داشت و برای اولین بار در تاریخ بازار سرمایه، شاخص بورس، کانال ۴۰۹ هزار واحدی را فتح کرد. همه اینها باعث می‌شود تا به عملیات بازار باز بانکی، نگاهی خوش‌بینانه داشته باشیم...

۴

مهلت ثبت نام متقاضیان «یارانه معیشتی» امروز به پایان می‌رسد

از یارانه معیشتی تا معیشت یارانه‌ای

۲

مدیریت و کسب‌وکار

- طرح پویش ملی تولید محتوای دیجیتال
- چگونه بهترین استخدام را داشته باشیم
- تسلا با رهگذران صحبت می‌کند
- بازاریابی و تبلیغات تاثیرگذار با هدف‌گذاری بر روی مخاطب
- بازاریابی موفق محصولات با بسته‌بندی خلاق
- ۴ نقطه ضعف اصلی سایت برندها در حوزه بازاریابی

آلفابت چهارمین شرکت یک تریلیون دلاری آمریکا شد

۸ تا ۱۶

شناسایی ۳۴ هزار ساختمان ناایمن در پایتخت

پلاسکو و دری که هنوز بر همان پاشنه می‌چرخد

کمی پیش از ظهر روز ۳۰دی ماه در سال ۱۳۹۵، در یکی از روزهایی که مثل هر روز آغاز شد اما عادی به پایان نرسید، پلاسکو فرو ریخت. فاجعه وسیع و جانسوز بود. گفتند از ۲۱ سال پیش تاکنون نزدیک به ۴۰بار اخطار گرفته اما توجهی به اعلام خطرها نشده که نتیجه‌اش شد جان باختن و شهادت ۱۶ آتش‌نشان. حالا ساختمان‌های علاءالدین، پایتخت، آلومینیوم و... مانده‌اند بی‌آنکه قانونی صریح برای برخورد با آنها وجود داشته باشد.

در همین زمینه، مهندس محمود قدیری، معاون پیشگیری سازمان آتش‌نشانی و خدمات ایمنی شهر تهران، در گفت‌وگو با ایسنا درباره ایمنی ساختمان‌ها در شهر تهران و خلأ قانونی برای الزام افراد به رعایت ایمنی در شهر، بیان کرد: براساس مصوبه شورای شهر که از سال گذشته برای طرح نظام بازرسی تصویب شد تاکنون ۳۴ هزار ساختمان ناایمن شناسایی شده‌اند اما هرچه پیش می‌رویم و تعداد بازدیدها افزایش می‌یابد این تعداد هم بیشتر می‌شود. عجیب است که از این تعداد تاکنون حدود ۲۰۰ ساختمان ایمن‌سازی‌های لازم را به صورت کامل انجام داده‌اند.

به گفته قدیری، از ۳۴ هزار ساختمان ناایمن شناسایی شده، بیش از ۵۰درصد ساختمان‌ها خط قرمزها را زیر پا گذاشته‌اند و وضعیت بسیار ناایمنی دارند.

او با بیان اینکه در زمینه برخورد با ساختمان‌های ناایمن و الزام مردم برای اجرای قانون خلأ قانونی وجود دارد، گفت: در حال حاضر حدود پنج سال است که به این قانون رسیدگی نشده است این در حالی است که باید تا به حال این قانون به مجلس رفته و تصویب شده باشد.

معاون پیشگیری سازمان آتش‌نشانی تهران ادامه داد: طی این قانون مرجع رسمی کشور باید تایید کند که عدم رعایت تمهیدات ایمنی یک جرم است و جریمه دارد؛ این قانون در اکثر کشورهای پیشرفته هم وجود دارد، اما متأسفانه تا به حال در کشور ما محقق نشده است. نبود این قانون زمانی احساس می‌شود که می‌بینیم پس از وقوع حادثه و جان باختن فرد یا افرادی، کسی که تمهیدات ایمنی را رعایت نکرده است محکوم می‌شود، این در حالی است که این محکومیت جبران‌کننده حادثه نیست.

وی با تاکید بر این موضوع که پلاسکو درس‌های بسیار زیادی با خود به همراه داشت، گفت: از سال ۷۴ تقریبا ۳۰ تا ۴۰ بار برای پلاسکو اخطار صادر شده بود، اگر آن زمان الزام قانونی وجود داشت مطمئنا این حادثه رخ نمی‌داد. اگر دستگاه‌های آب‌پاش در آن ساختمان وجود داشت، جعبه آتش‌نشانی سالم بود یا... حادثه پلاسکو اینچنین جبران‌ناپذیر نمی‌شد. اصطلاحی تحت عنوان مرزبندی حریق وجود دارد که راهکاری ساده است؛ کافی است دیوار تا سقف برسد تا از گسترش آتش در طبقات جلوگیری شود، این در حالی است که امروزه سقف‌های کاذب در مجتمع‌های تجاری بسیار وجود دارد و همین موضوع موجب می‌شود که حریق به سرعت به واحدهای دیگر سرایت کند. در پلاسکو هم اتفاقی مشابه رخ داد.

قدیری با بیان اینکه متأسفانه به دلیل وجود این خلأ قانونی هنوز ساختمان آلومینیوم، علاءالدین و... به طور کامل ایمن‌سازی نشده‌اند، گفت: مجتمع بهار که مرکز فروش لباس کودک است هم هنوز به طور کامل ایمن‌سازی نشده است. مجتمع کامپیوتر پایتخت نیز ایمنی کافی ندارد؛ این ساختمان طی سال گذشته چند بار دچار آتش‌سوزی شده که اکثرا هم دلیلش رایزر برق آن است و آتش‌نشانی هم به آن هشدار داده است.

معاون پیشگیری سازمان آتش‌نشانی تهران معتقد است که قوانین قبل و بعد از پلاسکو تغییر خاصی نکرده است چراکه اگر همان قوانین پیشین هم در پلاسکو رعایت می‌شد فرو ریختن پلاسکو و شهادت ۱۶ تن از آتش‌نشانان اتفاق نمی‌افتاد.

او همچنین در این زمینه اظهار کرد که به نظر می‌رسد در بحث فنی مشکلی وجود ندارد و مشکل آنها از آیین‌نامه فنی نیست، بلکه باید قانونی وجود داشته باشد که افراد را ملزم به اجرای قوانین کند.

قدیری با بیان اینکه آیین‌نامه‌هایی مشابه هم برای سازندگان وجود دارد که متأسفانه برخی از سازندگان برای تامین منافع خود به اجرای آن تن نمی‌دهند، گفت: برای مثال ساختمان‌های نوساز جنوب شهر در واقع فرسوده‌ساز هستند، چراکه برخی سازندگان برای کاهش قیمت‌ها و افزایش سود در اجرای ایمنی سیم‌کشی و لوله‌کشی و... کم کاری می‌کنند. متأسفانه در مواردی می‌بینیم که قوانین ایمنی اصلا رعایت نمی‌شود و نظارت مناسبی هم وجود ندارد.

معاون پیشگیری سازمان آتش‌نشانی تهران افزود: حتی بعضی از ساختمان‌های نوساز ایمنی کمتری نسبت به ساختمان‌های قدیمی‌ساز دارند. باید گفت که درصد بسیار بالایی از ساختمان‌های زیر شش طبقه مشمول ضوابط ایمنی آتش‌نشانی نیستند و جالب است که بیش از ۸۰درصد حریق‌های ساختمانی نیز در ساختمان‌های زیر شش طبقه رخ می‌دهد چراکه واحدهای این ساختمان‌ها مساحت کمی دارد و فاصله منابع حرارتی با منابع قابل اشتعال کم است؛ اکثر سیم‌کشی‌ها هم درست نیست و از یک پریز چند انشعاب گرفتند.

وی با بیان اینکه اگر حادثه دلخراش پلاسکو را در نظر نگیریم، می‌توان گفت تقریبا صد درصد مرگ و میرها در آتش‌سوزی، در ساختمان‌های زیر شش طبقه اتفاق می‌افتد، گفت: گرچه که به ظاهر آتش‌سوزی ساختمان‌های بلندمرتبه حساسیت بیشتری دارد چون خاموش کردن آنها سخت است.

به گفته وی می‌توان گفت که هیچ کدام از ساختمان‌های نوسازی که زیر شش طبقه هستند ایمنی کافی ندارند، چراکه ضوابط آتش‌نشانی در آنها رعایت نشده است.

قدیری درباره تغییر فرهنگ ایمنی پس از پلاسکو گفت: مردم از زمانی که پلاسکو اتفاق افتاد نگرش متفاوتی به آتش‌نشانی داشتند، اما این نگرش بیشتر عاطفی است تا اینکه باعث شود که آنها ضوابط را رعایت کنند. آتش‌نشانی واقعا از این بابت که مردم به نیروها بسیار لطف و محبت دارند انرژی می‌گیرد، اما چیزی که ما از مردم می‌خواهیم رعایت ضوابط و مقررات ایمنی است. اگر این موضوع رعایت شود هم آتش‌نشان‌ها کمتر در معرض خطر قرار می‌گیرند و هم جان افراد بیشتر حفظ می‌شود. ما بعد از پلاسکو هم مصدوم و شهید داشته‌ایم. اگر ما واقعا برای جان آتش‌نشانان ارزش قائلیم باید ایمنی را بیشتر رعایت کنیم. امیدواریم خودایمنی و خودامدادی افزایش پیدا کند.

خانه رویاهای جوانان ساخته می‌شود؟

مسکن ملی یک ساله شد

با وجود نقدهایی که به طرح اقدام ملی تولید و عرضه مسکن می‌شود، به نظر می‌رسد این طرح بیش از آنکه کپی پروژه شکست خورده مسکن مهر باشد به طرح نسبتا بهتر مسکن ویژه تهرانسر شباهت دارد؛ چراکه برای اجرای آن هم از پول پرقدرت و تورم‌زا استفاده نشده و هم اینکه زیرساخت‌های لازم را دارد. هرچند در یک سالگی این پروژه نقدهایی از درون دولت آن را هدف گرفته، اما به هر حال طرح در بعضی شهرها به پیشرفت بیش از ۴۰درصد رسیده و قرار است میزان پیشرفت پروژه در استان‌های مختلف اعلام شود. به گزارش ایسنا، طرح اقدام ملی تولید و عرضه ۴۰۰ هزار واحد مسکونی چند روز قبل وارد اولین سال اجرا شد. ۲۵ دی‌ماه سال گذشته بود که وزیر راه و شهرسازی در جریان کلنگ‌زنی ۶۰ هزار واحد طرح اقدام ملی در شهرهای جدید از سهمیه ۲۰۰ هزار واحدی این مجموعه و همچنین برنامه دولت برای تولید و عرضه ۴۰۰ هزار واحد مسکونی خبر داد. روز پنجم شهریورماه نیز رئیس‌جمهور به طور رسمی دستور آغاز عملیات اجرایی این طرح را صادر کرد.

قرار شد در قالب این طرح ۲۰۰ هزار مسکن در شهرهای جدید، ۱۰۰ هزار واحد در بافت‌های ناکارآمد و ۱۰۰ هزار واحد در مناطق هدف بنیاد مسکن انقلاب اسلامی عرضه شود. ابتدا شکل و شمایل ساخت و ساز در این پروژه، نمود بیشتری داشت اما به تدریج زوایای دیگر آن برای طرف تقاضا نیز نمایان شد؛ مثل شروط چهارگانه از جمله سبز بودن فرم «ج» و عدم مالکیت از سال ۱۳۸۴ تاکنون. ۱۸ آبان ماه امسال نیز طرح در مرحله نام‌نویسی قرار گرفت. آغاز مرحله نام‌نویسی در واقع شروع جدی و ملموس پروژه‌ای است که شاید رویای خانه‌دار شدن بسیاری از جوانان را محقق کند. پروژه در زمین‌های دولتی به شکل اجاره ۹۹ ساله ساخته می‌شود. قیمت واحدها نیز از سوی وزارت راه و شهرسازی بین ۲.۵ تا ۳ میلیون تومان در هر متر مربع و مبلغ پیش‌پرداخت ۳۰ میلیون تومان اعلام شده که البته این اعداد با توجه به هزینه‌های کنونی تخمین زده می‌شود و ممکن است پس از ساخته شدن خانه‌ها مقداری تغییر کند. با اینکه طی یک سال گذشته نگرانی‌هایی از چگونگی تامین مالی و طول دوره ساخت وجود داشت و برخی آن را کپی‌برداری از طرح شکست خورده مسکن مهر می‌دانستند، شواهد و قرائن گویای آن است که طرح اقدام ملی طی یک سال گذشته پیشرفت نسبتا مناسبی داشته و در بعضی مناطق به بیش از ۴۰درصد رسیده است. با توجه به وجود زیرساخت‌های شهری در غالب پروژه‌های طرح اقدام ملی، این پروژه را می‌توان شبیه «مسکن ویژه تهرانسر» دانست. مردادماه امسال کانون انبوه‌سازان ۴۲ ایراد به پروژه اقدام ملی گرفت و تاکنون به طور رسمی از ورود به این طرح امتناع کرده است. البته گفته می‌شود بعضی اعضای کانون انبوه‌سازان در استان‌ها در این طرح مشارکت دارند. در پروژه مسکن مهر نیز ابتدا انبوه‌سازان دخالتی نداشتند اما بعد از دو سال از آنها برای ورود به طرح دعوت شد که گفته می‌شود در تسریع پروژه موثر بوده‌اند.

استاندار کرمانشاه: به مسکن ملی خوشبین نیستم

به جز امتناع کانون انبوه‌سازان و ایراداتی از سوی بعضی نمایندگان مجلس، فشارهای آنچنانی، آغاز پروژه را با مشکل مواجه نکرد و فضای عمومی برای اجرای این پروژه مهیا بود، اما در روزهای اخیر از درون مجموعه دولت، انتقاداتی به این طرح وارد شد؛ آنجا که استاندار کرمانشاه روز ۱۱ دی ماه گفت که به طرح اقدام ملی خوشبین نیستم و بهتر است کلنگ آن را به زمین نزنیم. هوشنگ بازوند روز ۲۵ دی ماه در سخنانی دیگر درباره طرح اقدام ملی بیان کرد: «کلنگ‌هایی که جواب نمی‌دهد و به ثمر نمی‌رسد، برای مردم خوشایند نیست و مردم از کلنگ‌زنی‌های بی‌حساب و کتاب خسته شده‌اند.»

اما معاون وزیر راه و شهرسازی درباره طرح اقدام ملی، نظر دیگری دارد. محمود محمودزاده در گفت‌گو با ایسنا، با بیان اینکه استقبال چشمگیر از طرح اقدام ملی نشان می‌دهد برنامه‌ریزی و اجرای پروژه در مسیر درستی قرار دارد، گفت: بهمن ماه میزان پیشرفت و تصاویر آخرین وضعیت پروژه‌های طرح اقدام ملی مسکن در شهرهای مختلف، اطلاع‌رسانی می‌شود.

پروژه اقدام ملی شبیه مسکن مهر نیست همچنین نظر دبیر کانون انبوه‌سازان را درباره طرح اقدام ملی جویا شدیم. فرشید پورحاجت با بیان اینکه هنوز برای قضاوت درباره این طرح زود است، مهم‌ترین پاشنه آشیل این طرح را نامشخص بودن نحوه تامین مالی آن دانست و به ایسنا، گفت: در طرح اقدام ملی، پازل‌های تولید مسکن کنار هم قرار نگرفته و بخش خصوصی واقعی به بازی گرفته نشده است. هر روز می‌شنویم که برای پروژه در نقاط مختلف فراخوان داده می‌شود اما در حد فراخوان باقی می‌ماند، چراکه ایرادات به ماهیت قراردادها به قوت خود باقی است.

پورحاجت البته مزیت طرح اقدام ملی نسبت به مسکن مهر را وجود خدمات زیربنایی و روبنایی دانست و گفت: پروژه اقدام ملی، شباهتی به مسکن مهر ندارد. منابع مسکن مهر به استناد قانون ساماندهی تعریف شده بود. هرچند که گام‌هایی فراتر از ظرفیت‌های قانون برداشته شد. به طور مثال قرار بود سالانه ۱۰۰۰ میلیارد تومان تزریق شود که بعد به ۵۰ هزار میلیارد تومان افزایش یافت. مضافا اینکه برای تسهیلات طرح مسکن مهر یارانه پرداخت اما در مسکن ملی خبری از یارانه نیست. حدود ۵۰ هزار واحد از طرح اقدام ملی در قالب پروژه‌های سرمایه‌گذاری است که زیرساخت‌های لازم را دارد و در محدوده شهری است. مابقی که در حوزه پیمانکاری تعریف شده بخشی در زمین‌های شهرهای جدید است که آن هم خدمات زیربنایی و روبنایی دارد.

دبیر کانون انبوه‌سازان خاطرنشان کرد: اشتباهی که در مسکن مهر صورت گرفت این بود که طرح ابتدا به تعاونی‌ها داده شد و بعد از دو سال که تعاونی‌ها نتوانستند آن را جلو ببرند دولت از فعالان حوزه ساخت و ساز کمک خواست و دیدیم که پروژه تولید مسکن به شکل انبوه رونق گرفت. هم‌اکنون چنین شرایطی فراهم نیست. وقتی می‌گوییم علاوه بر تدوین و اجرا، بازبینی صورت گیرد همین است که از نقاط ضعف و قوت قبلی استفاده شود اما فعلا چنین شرایطی در طرح اقدام ملی فراهم نیست.

سازمان آگهی‌ها ۸۶۰۷۳۳۱۲

نگاه

آمریکای لاتین، منطقه‌ای‌شدن را به جهانی‌شدن ترجیح می‌دهد؟

از خشم اقتصادی تا خشم سیاسی

در تمام منطقه آمریکای لاتین، یک اتفاق بزرگ دارد می‌افتد. در ۴۰ سال اخیر، هدف اکثر رهبران و رأی‌دهندگان این بود که اقتصاد کشورهای این منطقه با بازارهای جهانی تطبیق پیدا کند، اما به نظر می‌رسید که همه احزاب و رأی‌دهندگان به آنها بر سر پیدا کردن جایی برای کشورشان در بازارهای خارجی و نیز جذب سرمایه خارجی به این کشورها با هم توافق نسبی پیدا کرده‌اند.

به گزارش «کوریا هرالد»، اما در ۱۰ سال اخیر، اوضاع به تدریج رو به تغییر گذاشت. تجارت جهانی روند آهسته‌تری پیدا کرد، جنگ‌های تجاری آغاز شد، معاهدات تجاری قبلی نادیده انگاشته شد و ناسیونالیسم اقتصادی به تهدیدی جدی برای نقش‌آفرینی اقتصادهای آمریکای لاتینی در بازارهای خارجی بدل شد. از آن بدتر اینکه آمریکای لاتین به عرصه شدیدترین نابرابری درآمدی در جهان بدل شد. در مجموع، کاهش تولید ناخالص داخلی در اکثر کشورهای این منطقه باعث شد امید به انجام اصلاحات اجتماعی هم به یأس بدل شود.

پیچیدگی اوضاع حتی پیامدهای دیگری نیز به همراه آورد. گروه‌های زیادی از رأی‌دهندگان در آمریکای لاتین به وعده‌های چهره‌هایی مثل خایر بولسونارو (برزیل)، کیکو فوجیموری (پرو) و حوزه آنتونیو کاست (شیلی) روی خوش نشان دادند؛ آن هم در حالی که اصلا صبر و آمادگی ایجاد تغییر در درازمدت را نداشتند. جهانی‌زدایی (برعکس جهانی‌شدن) و پروتکشنیسم باعث شد روندی که داشت در اقتصادهای آمریکای لاتین دنبال می‌شد بی‌هیچ آلترناتیو مناسبی کنار گذاشته شود. اما خشم اقتصادی مردم همچنان فروکش نکرده بود و اوضاع فقط بدتر شد. حتی در شیلی که مدت‌ها نماد بازار آزاد در آمریکای لاتین به شمار می‌رفت، اعتراضات گسترده‌ای شروع شد و به خشونت گرایید. خلاصه اینکه ۲۰۱۹ سال خوبی برای این منطقه نبوده. اما پیش‌بینی‌هایی که در مورد آینده اقتصادهای آمریکای لاتین می‌شود هم چندان درخشان به نظر نمی‌آیند. صندوق بین‌المللی پول تخمین زده که رشد تولید ناخالص داخلی این منطقه در سال جاری تنها ۰۶درصد باشد. صندوق بین‌المللی پول هم پیش‌بینی کرده که در سال ۲۰۲۰، رشد تولید ناخالص داخلی در منطقه آمریکای لاتین به ۲.۳درصد برسد، اما این رقم همچنان با متوسط جهانی فاصله زیادی دارد.

در این میان، امیدهایی هم برای برخی اقتصادهای آمریکای لاتین وجود دارد. مثلا بلوک تجاری مرکوسر می‌تواند روی آینده این منطقه تاثیر زیادی بگذارد. مرکوسر یکی از پروتکشنیستی‌ترین بلوک‌های تجاری جهان است، اما به هر حال چهار کشور آمریکای جنوبی (برزیل، آرژانتین، پاراگوئه و اروگوئه) در چارچوب آن وارد توافق‌های تاریخی در زمینه تجارت آزاد شده‌اند و انتظار می‌رود که این توافق‌ها در آینده هم ادامه داشته باشند. همچنین کشورهایی مثل کلمبیا، شیلی، پرو و بولیوی دارند سرمایه‌گذاری‌های گسترده خارجی در بخش‌های صنعت و معدن و نیز در بخش خدمات مالی را جذب می‌کنند.

خلاصه اینکه هر کشوری در منطقه آمریکای لاتین دارد اوضاع دراماتیک مخصوص به خودش را از سر می‌گذراند. مسئله اینجاست که دولت‌های آمریکای لاتینی تا چد حد قادرند اصلاحات سرمایه‌گذارپسند را با مطالبات مردم هماهنگ کنند! آنچه که در سراسر منطقه واضح است این است که آن فضای جهانی که قرار بود اقتصادهای آمریکای لاتین را نجات بدهد، از نظر مردم دارد ضعیف و ضعیف‌تر می‌شود. مردم آمریکای لاتین به این نتیجه رسیده‌اند که از جهانی‌شدن چیزی عایدشان نمی‌شود و دولت‌ها هم برای راضی‌نگه‌داشتنِ مقطعی رأی‌دهندگان، فقط شمه‌ای از سیاست‌های پوپولیستی را به نمایش می‌گذارند. این وضع نمی‌تواند در آینده هم ادامه پیدا کند چون توخالی بودن این وعده‌ها در زمانی کوتاه آشکار می‌شود. اوضاع اعتراضات خیابانی آمریکای لاتین حتی با اعتراضات اخیر در هنگ‌کنگ و لبنان هم بسیار تفاوت دارد. رهبران آمریکای لاتینی حالا بی‌شک می‌دانند که نبود آلترناتیوهایی که بتوانند جهانی‌شدنِ شکست‌خورده این منطقه را جبران کنند، آینده همه آنها را با تهدید جدی مواجه خواهد کرد.

داووس چگونه به کمک اقتصاد جهانی می‌آید؟

گردهمایی بزرگان اقتصاد در سوئیس

اجلاس سالانه مجمع جهانی اقتصاد فردا در داووس آغاز به کار خواهد کرد و این پنجاهمین سالی است که اجلاس داووس برگزار می‌شود.

در همین زمینه، «سی‌ان‌بی‌سی» در آستانه اجلاس داووس، آن را با معاهده ورسای مقایسه کرده و نوشته است: یک قرن پیش در این ماه، معاهده ورسای به مرحله اجرا درآمد و جنگ جهانی اول رسماً تمام شد، اما رویاهایی که وجود داشت، در حال از بین رفتن است. به گفته «سی‌ان‌بی‌سی» یکی از این رویاهایی که از معاهده ورسای تا به الان در حال دود شدن است، چشم‌انداز رئیس‌جمهوری آمریکا، وودرو ویلسون از جهانی امن برای دموکراسی و امید او برای جلوگیری از درگیری‌های آینده بود. هفته آینده که رهبران جهان در داووس گردهم می‌آیند، با لحظه‌ای تاریخی مشابه یک قرن پیش و مجموعه قابل‌مقایسه‌ای از امیدهای از بین رفته مواجه هستند. از دهه ۱۹۲۰ تا به الان اتفاق‌های زیادی در جهان رخ داده است: فریب انزوایی در ایالات‌متحده، اختلاف تلخ اروپا، رشد ناسیونالیسم و پوپولیسم در میان دموکراسی‌ها و افزایش اقتدارگرایی. با پایان جنگ جهانی اول، پایان جنگ سرد در سال ۱۹۸۹ اظهاراتی درباره پیروزی دموکراسی به وجود آمد. به‌طوری‌که سال ۱۹۹۲، فرانسیس فوکویاما در کتاب خود «پایان تاریخ و آخرین انسان» اظهار کرد که با فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی، بشریت به نقطه پایانی تکامل ایدئولوژیک رسیده و جهانی‌سازی لیبرال دموکراسی غربی به عنوان شکل نهایی حکومت بشر خواهد بود. به گفته او با پیروزی لیبرال دموکراسی بر رقبای ایدئولوژیک خود، بشریت به آخرین شکل حکومت بشری و پایان تاریخ رسیده است.

آنچه رهبران جهان در داووس می‌دانند این است که آن دوره تاریخ دوباره ایجادشده است. رقابت قدرت‌های بزرگ جهان ادامه دارد که ناشی از یک رقابت سیستمی بین سرمایه‌داری دولتی و دموکراسی است. جهان در حال حاضر با فناوری‌های جدید و افزایش تهدیدهای زیست‌محیطی مواجه است. نظم بین‌المللی قوانین و مؤسساتی که ایالات‌متحده و شرکایش بعد از جنگ جهانی دوم ساخته بودند الان قادر نیست همراه با چالش‌های موجود حرکت کند.

جورج سانتایانا فیلسوف در سال ۱۹۰۵ نوشت: «کسانی که نمی‌توانند گذشته را به خاطر آورند محکوم به تکرار آن هستند.» به این ترتیب، ویرانی‌های جنگ جهانی دوم نتایج اشتباهات ورسای بود. چالش پیشروی رهبران امروز در داووس این است که آنها بدانند چطور جهان را به مکانی بهتر و بدون خطر هدایت کنند. افتخار موسولینی در تابستان سال ۱۹۳۲ این بود که دولت لیبرال محکوم به هلاکت است و همان پژواک الان در بیانیه ولادیمیر پوتینی شنیده می‌شود که امسال گفت «نظریه به اصطلاح لیبرال بیشتر از هدفش عمر کرده است.» یک قرن پیش، عدم موفقیت رهبران جهان در پیش‌بینی و رفع خطرات آینده در معاهده ورسای به شروع جنگ جهانی دوم منجر شد. اگر یک‌بار دیگر شکستی در این زمینه انجام شود، هزینه آن در مقیاس جهانی پرداخت خواهد شد.

مهلت ثبت نام متقاضیان «یارانه معیشتی» امروز به پایان می‌رسد

از یارانه معیشتی تا معیشت یارانه‌ای

ایمان ولی‌پور
ایمیل: IvanKaramazof@yahoo.com

«یارانه معیشتی» درحالی به فهرست یارانه‌های پیدا و پنهان اقتصاد ایران پیوسته است که عمری به اندازه دو ماه دارد. در آخرین روزهای آبان‌ماه امسال بود که به موازات افزایش قیمت بنزین از لیتری هزار تومان به ۳ هزار تومان، سر و کله «یارانه معیشتی» در اقتصاد ایران پیدا شد. دولت دوازدهم تصمیم گرفت تا از یک سو، با اصلاح قیمت بنزین و واقعی‌سازی نرخ سوخت، زمینه قاچاق بنزین را از بین ببرد و از سوی دیگر، منابع ایجاد شده را در قالب «بسته معیشتی» میان ۶۰ میلیون نفر توزیع کند.

اما از همان فردای افزایش قیمت بنزین، اعتراض‌ها به این سیاست اقتصادی آغاز شد و بسیاری از کسانی که کار و شغل‌شان به نحوی با قیمت بنزین در ارتباط بود، از افزایش سه برابری قیمت بنزین انتقاد کردند. به موازات مردم، بسیاری از اقتصاددانان و صاحب‌نظران اقتصادی نیز این تصمیم را برنتافتند و با وجود پذیرش واقعی‌سازی قیمت سوخت، از منش یارانه‌ای و روش پول‌پاشی دولت انتقاد کرده و آن را مصداق «پول هلی‌کوپتری» و «پول‌پاشی بر آتش بنزین» تعبیر کردند.

دولت حسن روحانی اما کوشید تا با تسریع در پرداخت «یارانه معیشتی»، کمی از هجمه اعتراض‌ها کم کند و تاکنون در این فاصله دو ماهه، دو مرحله از «یارانه معیشتی» به حساب سرپرستان خانوارها واریز شده است. همچنین «ستاد شناسایی مشمولان بسته حمایت معیشتی» در سازمان برنامه و بودجه تشکیل شد و آیین‌نامه‌ای نیز به همین منظور تدوین و از سوی دولت ابلاغ شد. در این آیین‌نامه، ضوابط دریافت «یارانه معیشتی» مشخص شده و همینطور دولت این مجوز را پیدا کرده تا برای شناسایی خانوارهای مشمول به حساب‌های بانکی مردم سرک بکشد.

پرسش‌های پرتکرار شهروندان درباره «یارانه معیشتی»

در حالی که مهلت ثبت نام متقاضیان «یارانه معیشتی» تا روز ۲۴ دی‌ماه اعلام شده بود، اما این مهلت تا پایان دی‌ماه تمدید شد. در نتیجه، متقاضیان «یارانه معیشتی» که یارانه نقدی ۴۵ هزار و ۵۰۰ تومانی دریافت نمی‌کنند، یک هفته دیگر فرصت یافتند تا در این سامانه ثبت نام کنند. این مهلت اما امروز با پایان دی‌ماه، به اتمام می‌رسد و مرحله پایش ثبت‌نام‌ها و درخواست‌ها رسما کلید می‌خورد.

به گفته حسین میرزایی، سخنگوی ستاد شناسایی مشمولان بسته حمایت معیشتی، علاوه بر تمدید مهلت ثبت نام در سامانه معیشتی تا پایان دی‌ماه، افرادی که در آذرماه اعتراض خود را ثبت کرده‌اند نیز می‌توانند وارد سایت شده و نتیجه اعتراض خود را مشاهده کنند. این دسته افراد تا پایان ۳۰ دی‌ماه می‌توانند اعتراض کرده و درخواست بازبینی مجدد دهند. همچنین آن دسته از افرادی که درخواست بازبینی داده‌اند و حالا قصد انصراف دارند، امکان لغو درخواست بازبینی تا آخر دی‌ماه برای‌شان در سامانه فراهم شده است.

مبلغ «یارانه معیشتی» البته اندکی از میزان یارانه نقدی ۴۵ هزار و ۵۰۰ تومانی بیشتر است، به‌طوری که مبلغ «یارانه معیشتی» برای خانوارهای تک نفره ۵۵ هزار تومان، دو نفره ۱۰۳ هزار تومان، سه نفره ۱۳۸ هزار تومان، چهارنفره ۱۷۲ هزار تومان و پنج نفره و بیشتر ۲۰۵ هزار تومان است، اما سوال این است که چه کسانی مستحق دریافت «یارانه معیشتی» شناخته می‌شوند؟

برآوردهای اولیه نشان می‌دهد با افزایش قیمت بنزین، حدود ۲۵۰۰ میلیارد تومان در هر ماه و تا ۳۰ هزار میلیارد تومان در سال درآمدزایی می‌شود، اما اینکه چه کسانی این کمک معیشتی را دریافت می‌کنند، از همان ابتدای شروع طرح، از سوالات مهم افکار عمومی بود. با اینکه دولت از همان بدو شروع طرح، از واریز «یارانه معیشتی» برای ۶۰میلیون ایرانی خبر داد، اما بسیاری از سرپرستان خانوارها و یارانه‌بگیران نقدی اعلام کردند که «یارانه معیشتی» را دریافت نکرده‌اند. سوال آنها این بود که چگونه و بر چه مبنایی مشمول این یارانه شناخته نشده‌اند؟

از ۳ سفر غیرزیارتی خارجی تا خودرو و وام بانکی

در پاسخ به این پرسش‌ها، «ستاد شناسایی مشمولان بسته حمایت معیشتی» در قالب یک بسته سؤال و جواب، به تمام ابهام‌ها و ایهام‌ها در این زمینه جواب داده است. ازجمله سوال‌هایی که در افکار عمومی مطرح شده، این است که «یارانه معیشتی» شامل چه کسانی می‌شود؟ در پاسخ گفته شده «یارانه معیشتی» شامل کسانی است که یارانه نقدی دریافت می‌کنند و جزو دهک‌های درآمدی پایین جامعه هستند.

سوال پرتکرار دیگری که این روزها در سطح جامعه مطرح شده، زمان واریز «یارانه معیشتی» است. در پاسخ به این سوال، «ستاد شناسایی مشمولان بسته حمایت معیشتی» اعلام کرده مبلغ این یارانه به صورت ماهانه در دهم هر ماه واریز خواهد شد. پرسش دیگر این است که کسانی که کد ملی خود را به سامانه #۶۳۶۹* ارسال کرده‌اند و پیامک دریافت بسته برای آنها ارسال شده، اما مبلغی به حساب‌شان واریز نشده، چه باید بکنند؟ در پاسخ آمده است که این‌گونه مشکلات به بانک‌ها ارتباط پیدا می‌کند و سرپرست خانوار باید به بانک مربوطه مراجعه کند. وزارت رفاه تنها مسئول شناسایی و اعلام فهرست مشمولان به سازمان هدفمندسازی یارانه‌ها است. دستور پرداخت از سوی این سازمان انجام می‌شود و مشکلاتی مانند مسدودی حساب، فوت سرپرست و یا دلایل دیگر می‌تواند ازجمله دلایل عدم پرداخت باشد.

در این میان، هیات دولت نیز در ابتدای هفته گذشته، آیین نامه «نحوه شناسایی خانوارهای مشمول یارانه معیشتی» را ابلاغ کرد. طبق این آیین‌نامه، درآمد ماهانه بالاتر از ۴ میلیون تومان در خانوار تک نفره، ۵ میلیون در خانوار دو نفره، ۶ میلیون در خانوار سه نفره، ۷ میلیون در خانوار چهار نفره و درآمد ماهانه ۸ میلیون تومان در خانوار پنج نفره و بیشتر، مشمول دریافت «یارانه معیشتی» شناخته نمی‌شوند.

البته فارغ از سقف درآمدی، معیارهای دیگری هم برای «یارانه معیشتی» مشخص شده است. این معیارها از سه سفر غیرزیارتی خارجی تا خانوارهایی که به طور همزمان دارای واحد مسکونی، شغل و خودرو هستند را شامل می‌شود. طبق آیین‌نامه «نحوه شناسایی خانوارهای مشمول یارانه معیشتی»، خانوارهای دارای واحد مسکونی، شغل و خودرو به‌طور همزمان یا خانوارهای دارای دو واحد ملکی؛ خانوارهای دارای املاک و مستغلات با ارزش یک میلیارد و ۲۰۰ میلیون تومان در تهران و کلانشهرها و ۹۰۰ میلیون تومان در سایر شهرستان‌ها؛ خانوارهای دارای خودروهای سواری با ارزش بیش از ۳۰۰ میلیون تومان یا خودروهای عمومی با ارزش بیش از ۴۰۰ میلیون تومان؛ کارفرمایان دارای بیش از سه بیمه‌پرداز؛ خانوارهایی که بیش از سه سفر خارجی غیرزیارتی داشته‌اند و همچنین گیرندگان تسهیلات بانکی جمعا به مبلغ بیش از ۳۰۰ میلیون تومان که در حال بازپرداخت اقساط باشند، مشمول دریافت «یارانه معیشتی» شناخته نمی‌شوند.

تاوان سیاست‌های عوام‌گرایانه در اقتصاد ایران

در مجموع، با رسمی شدن مصوبه دولت برای پرداخت کمک‌های معیشتی، رفته رفته معیارهای پرداخت «یارانه معیشتی» نیز مشخص شد، به‌طوری که هم‌اکنون مجموعه‌ای از معیارهای درآمدی و سقف دارایی، تعیین‌کننده دریافت این کمک ماهانه است. در این بین، سوال مهم این است که پرداخت «یارانه معیشتی» تا چه زمانی قرار است ادامه پیدا کند؟ آن‌هم در شرایطی که دولت دوازدهم با کسری بودجه قابل‌توجهی در سال آینده روبه‌روست و با کاهش امکان صادرات نفت ایران، دستش از همیشه بسته‌تر است! از سوی دیگر، اقتصاد دستوری و یارانه‌ای با نقد قاطبه اقتصاددانان روبه‌روست. پر واضح است که نظام یارانه‌ای، بزرگ‌ترین تهدید در حیات و ممات یک اقتصاد است و یارانه از همان ابتدا نیز با فهمی اشتباه در جامعه ایران، پدید آمده است. به عبارت بهتر، سیاست پرداخت یارانه به عنوان یکی از مصادیق پول هلی‌کوپتری (پول‌پاشی) شناخته شده و ذیل سیاست‌های عوام‌گرایانه اقتصاد کلان قرار می‌گیرد. از رکود و نابرابری شدید درآمد و ثروت، یا دست‌کم احساس آن، به‌عنوان زمینه‌های بروز عوام‌گرایی یاد می‌شود. در این سیاست، سیاست‌گذاران تنها بر رشد و توزیع درآمد متمرکز می‌شوند، اما ریسک‌های ناشی از تورم، کسری بودجه و واکنش عوامل اقتصادی به دخالت‌های دستوری و غیربازاری را در نظر نمی‌گیرند.

تجربیات جهانی نشان می‌دهد اجرای این دست سیاست‌ها، گرچه در گام نخست، رضایت جامعه و اقناع افکار عمومی را در کوتاه‌مدت به دنبال دارد، اما در بلندمدت و با بروز ریسک تورمی، کمبود در طرف عرضه و تشدید کسری بودجه، کنترل شرایط و اوضاع از دست دولت خارج می‌شود و تورم فزاینده، دستمزدهای واقعی را در مسیر سرازیری قرار می‌دهد. نقطه پایان این سیکل مخرب نیز همانا بازگشت به نقطه شروع است، با این تفاوت که افزون بر رکود، حالا تورم شدید نیز قدرت خرید مردم را تا حدود زیادی کاهش داده است. در یک کلام، فرجام «پول‌پاشی هلی‌کوپتری»، نه سعادت و رفاه جامعه را به دنبال دارد و نه به توفیق دولت در مدیریت اقتصاد می‌انجامد.

نظامی‌ها همچنان در اقتصاد پیش می‌روند

۵ شرکت برتر ایران، خصوصی‌اند یا دولتی؟

شاید برای‌تان جالب باشد که بدانید از بین ۱۰ شرکت برتر کشور، چهار شرکت در حوزه فرآورده‌های نفتی و دو شرکت در حوزه بانک‌ها و موسسات اعتباری فعال بوده و سهم پتروشیمی‌ها، فلزات اساسی، سرمایه‌گذاری مالی و شرکت‌های صنعتی، هر کدام یک جایگاه است.

«بیش از ۹۴درصد صادرات کشور در اختیار ۱۰۰ شرکت است»؛ این خبری است که مدیرعامل سازمان مدیریت صنعتی با خوشحالی آن را اعلام می‌کند، اما در فحوای این مطلب، واقعیتی نهفته است که شاید تا این اندازه شیرین و خوشحال‌کننده نباشد، زیرا تعداد زیادی از این یکصد شرکت، شرکت‌هایی هستند که در ظاهر خصوصی، اما در باطن به‌نوعی توسط دولت و شرکت‌های شبه‌دولتی اداره می‌شوند؛ حتی قدرت دولت در کرسی‌های هیات‌مدیره این شرکت‌ها، آنقدر بالاست که مدیرعامل تعیین می‌کند.

به گفته ابوالفضل کیانی‌بختیاری، مدیرعامل سازمان مدیریت صنعتی، «۹۴٫۶درصد صادرات کشور مرهون تلاش ۱۰۰ شرکت برتر است که ارزش افزوده‌ای به میزان ۱۱درصد تولید ناخالص داخلی را ایجاد می‌کنند. میزان فروش ۱۰۰ شرکت نخست کشور، ۳۷درصد تولید ناخالص داخلی است. همچنین هلدینگ صنایع پتروشیمی خلیج فارس، شرکت پالایش نفت اصفهان، شرکت پالایش نفت بندرعباس، هلدینگ بانک ملت و هلدینگ فولاد مبارکه اصفهان به ترتیب، پنج شرکت برتر کشور را تشکیل می‌دهند.»

احتمالا همین وجود پتروشیمی‌ها به عنوان شرکت‌های برتر باعث شده است که نیروهای نظامی همچنان به دنبال تاسیس این قبیل شرکت‌ها باشند. به گزارش اتاق تهران، در نخستین روز این هفته، سعید محمد، فرمانده قرارگاه سازندگی خاتم‌الأنبیاء اعلام کرد «کلا ۱۰ پتروپالایش از سوی ستاد کل نیروهای مسلح به مجموعه نفت پیشنهاد شده است.» این در حالی است که دو سال پیش، امیر سرتیپ حاتمی، وزیر دفاع از دستور رهبر انقلاب برای واگذاری بنگاه‌های اقتصادی ارتش و سپاه خبر داده بود. او با تاکید بر «پیگیری واگذاری بنگاه‌های اقتصادی در ارتش و سپاه» گفته بود که «مسئولیت این کار از طرف رهبر انقلاب به ستاد کل نیروهای مسلح واگذار شده تا این نیروها از «کارهای اقتصادی غیرمرتبط» خارج شوند.»

با این حال، به اعتقاد کیانی‌بختیاری، بنگاه‌های بزرگ، نقش بسیار شاخصی در اقتصاد کشور دارند و پیشران و لکوموتیو ایجاد رشد اقتصادی هستند. این شرکت‌ها با کمک به اشتغال، مسئولیت‌پذیری در جامعه، ارتقای سطح رفاه و نیروی ضدتورمی، تاثیرگذار بر تولید داخلی هستند. به این ترتیب، از بین ۱۰ شرکت برتر ایران می‌توان گفت، چهار شرکت در حوزه فرآورده‌های نفتی و دو شرکت در حوزه بانک‌ها و موسسات اعتباری بوده و سهم پتروشیمی‌ها، فلزات اساسی، سرمایه‌گذاری مالی و شرکت‌های چند رشته‌ای صنعتی هم هر کدام یک جایگاه است.

چین چقدر در کشورهای جهان سرمایه‌گذاری کرده است؟

ایران چهارمین کشور خاورمیانه در جذب سرمایه چین

موسسه «امریکن اینترپرایز» در گزارشی به بررسی میزان سرمایه‌گذاری چین در کشورهای مختلف پرداخت و از سرمایه‌گذاری ۲تریلیون دلاری اژدهای زرد در کشورهای مختلف از سال ۲۰۰۵ تاکنون خبر داد.

به گزارش ایسنا، موسسه «امریکن اینترپرایز» اعلام کرد که با وجود کاهش حجم سرمایه‌گذاری‌های خارجی چین در کشورهای مختلف در سال ۲۰۱۹، این کشور به منظور توسعه روابط خود با جهان از سال ۲۰۰۵ تاکنون حدود ۲ تریلیون دلار سرمایه‌گذاری خارجی در کشورهای مختلف انجام داده که بخش بزرگی از این سرمایه‌گذاری در قالب پروژه «جاده و کمربند» که از آن به عنوان «جاده ابریشم جدید» نام برده می‌شود، بوده است.

طبق ادعای این موسسه، چین در بازه زمانی ۲۰۰۵ تا ۲۰۱۹ در مجموع ۲۶.۹۲ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری در ایران داشته است که از این رقم، ۱.۵۳ میلیارد دلار در بخش صنایع شیمیایی، ۱۱.۱ میلیارد دلار در بخش انرژی، ۴.۹۶ میلیارد دلار در بخش فلزات، ۱۶۰ میلیون دلار در بخش املاک، ۶.۹۲ میلیارد دلار در بخش حمل و نقل و ۲.۲۵ میلیارد دلار در سایر بخش‌های اقتصاد ایران بوده است.

همچنین در بین همسایگاه ایران، چین طی این مدت ۵۶.۳۳ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری در پاکستان، ۳.۴۸ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری در افغانستان، ۶.۸ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری در ترکمنستان، ۱.۹۲ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری در آذربایجان، ۱۵.۹۶میلیارد دلار سرمایه‌گذاری در ترکیه، ۲۳.۹۵ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری در عراق، ۴۱.۱۶ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری در عربستان و ۳۴.۷ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری در امارات داشته است. بدین ترتیب ایران پس از پاکستان، عربستان و امارات، چهارمین کشور جذب‌کننده سرمایه چین در بازه ۲۰۰۵ تا ۲۰۱۹ در منطقه بوده است.

همچنین با وجود روابط سیاسی نه چندان گرم، چین سرمایه‌گذاری گسترده‌ای در کشورهای غربی داشته است. طی بازه زمانی مذکور این کشور ۴۷.۴۳ میلیارد دلار در آلمان سرمایه‌گذاری کرده است. این رقم برای فرانسه ۲۴.۷۶ میلیارد دلار، انگلیس ۸۷.۱۷ میلیارد دلار، سوئیس ۶۱.۵۹ میلیارد دلار، کانادا ۵۶.۹۷ میلیارد دلار و آمریکا ۱۸۶.۵۶ میلیارد دلار بوده است.

در همین حال، با وجود نزدیکی جغرافیایی و روابط سیاسی بهتر با کشورهای آسیایی، میزان سرمایه‌گذاری چین در کشورهای این منطقه به صورت کلی کمتر از کشورهای غربی بوده است. طی این مدت چین در روسیه ۵۵.۱۴ میلیارد دلار، هند ۳۰.۶۷ میلیارد دلار، ژاپن ۹.۸۳ میلیارد دلار، استرالیا ۱۱۵.۵۶ میلیارد دلار و اندونزی ۵۱.۵۷ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری کرده است.

هر آنچه باید درباره مالیات نقل و انتقال ملک بدانید

بازار مسکن آرام‌تر شد

با فروکش کردن التهابات ناشی از تغییر قیمت بنزین و تنش‌های منطقه‌ای، رشد قیمت مسکن متوقف شده و واسطه‌ها از کسادی معاملات در دو هفته اخیر خبر می‌دهند. به گفته فعالان بازار مسکن، شوک افزایش قیمت بنزین نیز در این بازار محو شده و همزمان با افت معاملات مسکن بعد از تنش‌های سیاسی اخیر، رشد قیمت‌های پیشنهادی نیز متوقف شده است.

به گزارش ایسنا، بعد از آنکه خرید و فروش مسکن در شهر تهران طی آذرماه ۱۳۵درصد افزایش پیدا کرد، قیمت‌های پیشنهادی تا ۱۵درصد و قیمت‌های قطعی ۸.۵درصد بالا رفت که به نگرانی‌ها از ورود بازار مسکن به دوره پرش قیمتی منجر شد، اما واسطه‌های ملکی بیان می‌کنند که بازار مجددا آرام شده و طرف تقاضا در نشست‌ها دست بالا را پیدا کرده است.

بررسی آگهی‌های عرضه‌شده به بازار مسکن نیز گویای آن است که فایل‌های زیر قیمت و به‌قیمت روز به روز بیشتر می‌شود. این در حالی است که در دو هفته قبل عمده مالکان این نوع واحدها، فروش را به حالت تعلیق درآورده بودند. با ورود املاک زیر قیمت انتظار می‌رود سایر مالکان نیز نرخ‌های پیشنهادی را پایین بیاورند و فضا برای رونق بازار در شب عید فراهم شود.

یکی از مشاوران املاک منطقه ۸ تهران گفت: خاصیت دیرپذیری بازار مسکن با افزایش وسایل ارتباط جمعی و ورود تکنولوژی از بین رفته است. پیش از این نوسانات بازارهای موازی اثر خود را شش ماه بعد در بخش ملک نشان می‌داد اما بعد از تغییر قیمت بنزین به یکباره شاهد افزایش نرخ‌های پیشنهادی بودیم. تنش‌های اخیر منطقه‌ای نیز باعث کسادی معاملات شد که البته این شرایط دوام چندانی ندارد و احتمالا در روزهای آینده شاهد افزایش معاملات خواهیم بود. اوضاع بازار تعریفی ندارد اما از رکود مطلق خارج شده‌ایم. از طرف دیگر آنقدر فایل در بازار وجود دارد که رقابتی بین مالکان است و هر کس ارزان‌تر بفروشد امکان فروش ملک او بیشتر می‌شود.

سمت و سوی بازار مسکن در آخرین روز دی‌ماه

در روزهای اخیر برخی متقاضیان که به دنبال فایل‌های مرغوب می‌گشتند از خرید خانه در شرایط فعلی منصرف شدند، اما معدود خریداران آماتور با این پیش‌فرض که ممکن است با رشد قیمت در ماه‌های آینده مواجه شوند از ایده‌آل‌های خود درخصوص خانه مورد نظر کوتاه آمدند. آسیب دیگر این روزها از طرف واسطه‌های غیرحرفه‌ای به بازار ملک وارد شد. بدین صورت که مالک، واحد خود را با قیمت نامتعارف به یک مشاور نابلد می‌سپارد و پذیرش قیمت از سوی مشاور به توهم قیمتی دامن زد.

مکانیزم بازار مسکن بدین صورت است که معمولا از آذرماه تعداد معاملات افزایش پیدا می‌کند. این رفتار دست کم طی دو سال قبل وجود داشته و تا خردادماه سال بعد ادامه یافته است. سپس بازار وارد رکود می‌شود. بنگاهی‌ها بیان می‌کنند که این وضعیت معمولا با مقداری شدت و ضعف همواره طی دهه‌های اخیر در بازار حاکم بوده، اما تفاوت این دوره با سایر دوره‌ها در این است که ظرفیت جهش قیمتی وجود ندارد. خرید و فروش افزایش یافته اما اغلب متقاضیان برای حفظ ارزش پول اقدام به خرید می‌کنند. ممکن است قیمت‌های اسمی در این شرایط بالا برود اما اگر خواب سرمایه در دوره رکود را در نظر بگیریم سوددهی مناسبی برای آن دیده نمی‌شود.

طی دو ماه اخیر معاملات افزایش یافته است. آذرماه تعداد قراردادهای خرید و فروش ۱۳۵درصد نسبت به آبان بالا رفت. آمار اتحادیه املاک گویای آن است که معاملات در دی‌ماه نیز ۱۷درصد نسبت به آذرماه افزایش یافته، اما بسیاری از مشاوران سنتی چنین رونقی را احساس نمی‌کنند. بررسی علت این مساله نشان می‌دهد عمده قراردادها در دفاتری به امضا می‌رسد که از ابزارهای نوین و نیروهای آموزش دیده استفاده می‌کنند. هرچه میزان تسلط مشاوران به امکانات به‌روز، بیشتر باشد، امکان عقد قرارداد از سوی آنان افزایش پیدا می‌کند.

مهدی روانشادنیا، کارشناس اقتصاد مسکن درباره علت ایجاد رونق زودتر از انتظار در بازار مسکن گفت: آمار شهریور و مهرماه که تعداد معاملات تهران به شدت پایین آمده بود و به حدود ۳۰۰۰ فقره رسیده بود یک استثنا است و نمی‌توان روی آن تحلیلی ارائه داد. حالت طبیعی این است که ماهیانه حدود ۱۰ هزار معامله در شهر تهران داشته باشیم که این اتفاق در آذرماه افتاد. در سه ماه آخر سال هم احتمالا این روند ادامه می‌یابد، اما آنطور که قیمت‌ها ۸.۵درصد بالا رفت شاهد چنین رشد قیمتی نخواهیم بود.

اطلاعات ضروری درباره مالیات نقل و انتقال ملک

حالا که بازار مسکن کمی آرام‌تر شده است، شاید خیلی از مخاطبان، اطلاعات چندانی درباره مالیات نقل و انتقال ملک نداشته باشند. سوالاتی نیز از این دست که محاسبه ارزش معاملاتی املاک چگونه است؟ مالیات بر درآمد حاصل از ساخت و فروش املاک چیست؟ مالیات بر درآمد رضایت مالک یا حق مالکانه چگونه است؟

در پاسخ باید گفت، مالیات نقل و انتقال ملک، نوع دیگر مالیات بر درآمد املاک است که شامل مالیات انتقال حق واگذاری (سرقفلی)، مالیات بر درآمد حاصل از ساخت و فروش املاک (نوساز) و مالیات بر درآمد رضایت مالک یا حق مالکانه می‌شود. همچنین مالیات نقل و انتقال املاک به مأخذ ارزش معادل معاملاتی و به نرخ ۵درصد مشمول مالیات می‌شوند.

اما محاسبه ارزش معاملاتی املاک چگونه است؟ در محاسبه ارزش معاملاتی املاک و در نتیجه تعیین مالیات نقل و انتقال املاک مبنای آن تقویم ارزش معاملاتی عقد املاک است که فاکتورها و پارامترهایی بسته به نوع ملک دخالت دارند. مساحت عرصه، مساحت بنا، قدمت بنا یا سال ساخت، نوع اسکلت بنا، تاسیسات و تجهیزات به کار رفته، نوع استفاده و کاربری و محل وقوع ملک از جمله عواملی هستند که بر محاسبه ارزش معاملاتی املاک و تعیین مالیات نقل و انتقال تاثیر می‌گذارد.

مالیات انتقال حق واگذاری املاک (حقوق صنفی و سرقفلی) یکی از انواع مالیات نقل و انتقال املاک است که براساس آن انتقال محل واگذاری محل به مأخذ وجوه دریافتی مالک یا صاحب حق به نرخ ۲درصد در تاریخ واگذاری مالکان عین یا صاحبان حق، مشمول مالیات می‌شوند. لازم به گفتن است که حق واگذاری، حق کسب، پیشه یا حق تصرف محل یا حقوق ناشی از موقعیت تجاری محل است.

سوال دیگر این است که مالیات بر درآمد حاصل از ساخت و فروش املاک چیست؟ پاسخ این است که درآمد اشخاص حقیقی و حقوقی ناشی از ساخت و فروش هر نوع ساختمان، مشمول مقررات مالیات بر درآمد صاحبان مشاغل اشخاص حقوقی خواهد بود. البته اولین نقل و انتقال ساختمان‌های مذکور علاوه بر مالیات نقل و انتقال قطعی، مشمول مالیات علی‌الحساب به نرخ ۱۰درصد به مأخذ ارزش معاملاتی ملک مورد انتقال است. علاوه بر این، مالیات قطعی مؤدیان این ماده، پس از رسیدگی طبق مقررات تعیین می‌شود. البته شمول مقررات این ماده درخصوص ساخت و فروش ساختمان توسط اشخاص حقیقی منوط به آن است که بیش از سه سال از تاریخ صدور گواهی پایان کار آن نگذشته باشد. همچنین، شهرداری‌ها موظف هستند همزمان با صدور پروانه ساخت و در هنگام صدور پایان کار مراتب را به منظور تشکیل پرونده مالیاتی به اداره امور مالیاتی گزارش کنند. گفتنی است؛ شهرهای زیر ۱۰۰ هزار نفر جمعیت از حکم این ماده مستثنی هستند.

مالیات بر درآمد رضایت مالک یا حق مالکانه

مالک یا مالکان بابت اعلام رضایت نسبت به انتقال حق واگذاری محل (سرقفلی) اجاره بدون انتقال سرقفلی و تغییر شغل، مشمول مالیات به نرخ ۲درصد هستند. مؤدیان موضوع این نوع مالیات مکلف هستند، اظهارنامه مالیاتی خود را در مورد حق واگذاری محل تا ۳۰ روز پس از انجام معامله و در سایر موارد تا آخر تیرماه سال بعد به انضمام مدارک مربوط به اداره امور مالیاتی محل وقوع ملک تسلیم و مالیات متعلقه را طبق مقررات پرداخت کنند.

البته عدم تسلیم اظهارنامه در موعد مقرر، مشمول جریمه‌ای معادل ۱۰درصد مالیات متعلقه می‌شود که غیر قابل بخشودگی است. همچنین، عدم پرداخت مالیات در موعد مقرر مشمول جریمه‌ای معادل ۲.۵درصد مالیات به ازای هر ماه دیرکرد پس از اتمام سررسید تعیین می‌شود. در مورد مؤدیانی که مکلف به تسلیم اظهارنامه مالیاتی هستند مبلغ مندرج در اظهارنامه از تاریخ انقضای مهلت تسلیم آن و نسبت به مابه‌الاختلاف از تاریخ مطالبه، همچنین در مورد مؤدیانی که از تسلیم اظهارنامه خودداری کرده یا اصولاً مکلف به تسلیم اظهارنامه نیستند؛ مهلت تسلیم اظهارنامه پرداخت مالیات حسب مورد است.

همچنین استعلام دفاتر اسناد رسمی با ذکر نام خریدار، تصویر سند مالکیت و بنچاق، تصویر شناسنامه و کارت ملی فروشنده و خریدار، تصویر پایان کار، تصویر پروانه تخریب، نوسازی و عدم خلاف در مورد املاک در دست ساخت، تصویر صورت مجلس تفکیکی، تصویر اسناد اجاری(رسمی یا عادی)، تصویر گواهی واریز مالیات بر ارث، تصویر وکالت‌نامه در صورت مراجعه به وکیل، تصویر مبایعه‌نامه یا قولنامه درخصوص انتقال حق واگذاری محل از جمله مدارکی هستند که برای نقل و انتقال املاک لازم هستند.

کدام ایرلاین‌های هواپیمایی مجددا به آسمان ایران بازگشته‌اند؟

زیر آسمان‌های جهان

فرصت امروز: سقوط هواپیمای اوکراینی در حوالی تهران بر اثر خطای انسانی و به طور غیرعمد، کافی بود تا برخی از ایرلاین‌های خارجی، آسمان ایران را دور بزنند و همین امر باعث کاهش ترافیک هوایی آسمان ایران شد. آسمان ایران به دلیل موقعیت جغرافیایی ویژه تا پیش از حوادث تلخ رخ‌داده، یکی از مسیرهای اصلی عبور روزانه بسیاری از ایرلاین‌های هوایی جهان بود تا جایی که در برخی از روزها حتی چند صد پرواز از آسمان کشورمان عبور می‌کرد، اما نقشه‌های بین‌المللی در روزهای پس از سقوط هواپیمای اوکراینی نشان می‌داد که این عبور و مرورها به شدت کاهش پیدا کرده است.

پرواضح است که عبور هواپیماهای بین‌المللی از آسمان هر کشوری، علاوه بر اینکه برای آن کشور از نظر جهانی برد و اعتبار بسیاری دارد، درآمدهای زیادی هم می‌تواند برای صنعت هوایی کشورها به همراه داشته باشد. در نتیجه، کاهش پروازهای عبوری از آسمان ایران می‌تواند تبعات اقتصادی بسیاری به دنبال داشته باشد. طبق آمارهای سازمان هواپیمایی کشوری، در سال ۹۷ درآمد کشور از پروازهای عبوری ۱۷۰۰ میلیارد تومان بوده است و ۶۸درصد درآمد شرکت فرودگاه‌ها هم از محل پروازهای عبوری بوده است.

در روزهای پس از سقوط هواپیمای اوکراینی، بررسی تصاویر عبور و مرور ایرلاین‌های هواپیمایی در سایت جهانی «فلایت رادار» نشان می‌داد که اکثر ایرلاین‌های بین‌المللی (البته به جز قطرایرویز) آسمان کشورمان را دور می‌زدند و آسمان کشورهای افغانستان، عراق و کویت را به عنوان جایگزین انتخاب می‌کردند.

اما حالا اطلاعات سایت فلایت رادار۲۴ نشان می‌دهد پروازهای عبوری ایرلاین‌های ترکیش، آذربایجان، عمان، پاکستان، روسیه، بلاروس، فلای دوبی و الاتحاد (امارات) و بنگلادش همراه قطرایرویز به آسمان ایران بازگشته‌اند. به گزارش مهر، بررسی‌های سایت فلایت رادار ۲۴ نشان می‌دهد، اگرچه برخی ایرلاین‌های اروپایی با جوسازی درخصوص ناایمن بودن آسمان ایران، خواهان لغو کلیه پروازها به مقصد کشورمان شده یا پروازهای از مبدأ ایران را نمی‌پذیرند، اما با گذشت چند روز از سانحه هواپیمای اوکراینی، بار دیگر ثابت شد آسمان ایران، امن‌ترین و ارزان‌ترین مسیر برای پروازهای عبوری در کریدورهای پروازی شمال جنوب و شرق به غرب است.

در حال حاضر، پروازهای عبوری شرکت‌های هواپیمایی بنگلادش و پاکستان (پیا) پروازهای خود به غرب آسیا را از مسیر آسمان ایران اعم از مرزهای آبی و خاکی انجام می‌دهند. همچنین پروازهای شمال شرق اروپا به مقاصد جنوب خلیج فارس با ایرلاین‌های روسی و بلاروس نیز از فضای کشورمان انجام می‌شود. ضمن اینکه دو ایرلاین اماراتی فلای دوبی و الاتحاد، پروازهای ابوظبی و دوبی به مسکو و مینسک را که در روزهای قبل با عبور از آسمان عراق انجام می‌دادند، با تغییر مسیر به فضای کشورمان بازگردانده‌اند.

به نظر می‌رسد اصلی‌ترین عامل بازگشت پروازهای عبوری به آسمان کشور، گران بودن مسیرهایی غیر از آسمان ایران است، ضمن اینکه امنیت آسمان کشورمان نیز بر ایرلاین‌های منطقه ثابت شده است. بررسی‌ها نشان می‌دهد هواپیمایی سلام ایر (عمان) نیز در کنار قطرایرویز که هیچ‌گاه حاضر به ترک آسمان ایران نشد، فضای کشورمان را برای تردد به اروپا انتخاب کرده است. هواپیماهای دو شرکت هواپیمایی ترکیش ایر و آذربایجان نیز همچنان برای تردد به جنوب خلیج فارس از آسمان ایران عبور می‌کنند.

ایرلاین‌های چند کشور آسیای میانه شامل ازبکستان، قرقیزستان، تاجیکستان و قزاقستان نیز تصمیم گرفته‌اند برای انجام پروازهای غرب آسیا به مقاصد دوبی، ابوظبی، دوحه، منامه، جده و مدینه از آسمان ایران عبور کنند؛ این در حالی است که پیش از این، آسمان افغانستان در چند روز اخیر جایگزین آسمان ایران برای دسترسی به آسیای میانه شده بود.

یادداشت

دلهره آمریکایی در دل چینی

فریال‌مستوفی
عضو هیأت نمایندگان اتاق بازرگانی تهران

ایران و چین دو کشور تاریخی با فراز و فرودهای فراوان در تحولات داخلی و تجارب روابط متقابل هستند. به رغم فراز و نشیب‌های فراوان در تاریخ ایران و چین، حفظ و توسعه روابط دوجانبه یکی از اصول سیاست خارجی دو کشور بوده است. این دو کشور به عنوان دو بازیگر اثرگذار در سطوح منطقه‌ای و بین‌المللی، از سابقه قابل تأمل و طولانی برخوردارند. چین یکی از قابل اعتمادترین شرکای تجاری ایران از زمان تحریم‌های آمریکا تاکنون محسوب می‌شد. با توجه به مکمل بودن ظرفیت‌های اقتصادی، همکاری در عرصه‌های انرژی، زیرساخت‌های صنعتی و فناوری نیز موجب شده دو کشور زمینه تعاملات دوجانبه در حوزه سرمایه‌گذاری و فاینانس پروژه‌های بالادستی و پایین‌دستی را دارا باشند. چین شریک اول بازارهای وارداتی و همچنین شریک اول صادرات غیرنفتی ایران است و بازار بزرگ چین فرصتی مهم برای صادرات محصولات ایرانی به چین است.

به رغم مزیت‌های رقابتی فراوان در کشورمان در مقایسه با سایر کشورهای منطقه از جمله ظرفیت بازار ایران، موقعیت استراتژیک کشور، وجود منابع انرژی و نیروهای جوان و تحصیلکرده، اما متأسفانه مشکلات بانکی در حوزه نقل و انتقالات پولی، عدم تطابق بانک‌های ایرانی با مقررات و استانداردهای بین‌المللی، عدم ثبات در قوانین کشور، بی‌ثباتی در سیاست‌های اقتصادی، نوسانات ارزی و به دنبال آن تعدد ارائه بخشنامه‌ها و سیاست‌های ارزی باعث شده که سرمایه‌گذار خارجی نتواند برای طرح و ایده خود برنامه‌ریزی کند و همین مسائل رغبت سرمایه‌گذاران خارجی برای حضور در ایران را کاهش داده است.

همان‌گونه که می‌دانیم برای جلب سرمایه‌گذاری خارجی ابتدا باید زیربناهای لازم مهیا شود، سپس سیاست‌های تشویقی مطابق با قوانین و شرایط بین‌المللی در نظر گرفته شود. موضوع مهم دیگر، کاهش ریسک‌های سیاسی و اقتصادی است و همسو با آن باید استراتژی مناسب برای جذب سرمایه خارجی، توسعه تولید و اشتغال را تدوین کرد. در حال حاضر ما قادر به حل اصلی‌ترین مسئله برای ورود سرمایه‌گذار خارجی به کشورمان به خصوص در حوزه نقل و انتقالات پولی از طریق سیستم بانکی نیستیم، چراکه با هیچ‌کدام از بانک‌های خارجی و بین‌المللی ارتباط مالی نداریم.

و اما در مورد اینکه چرا چینی‌ها در ایران سرمایه‌گذاری نمی‌کنند، علاوه بر مشکلات ذکرشده، تحریم‌های اخیر آمریکا و ترس از برخورد آمریکا با چینی‌ها از یک طرف و ویژگی‌های منحصر به فرد کشور چین نظیر داشتن کارخانه‌هایی با ابعاد بزرگ و تیراژ بالای تولید، نیروی انسانی متبحر و ارزان و به‌طور کلی پایین بودن قیمت تمام‌شده کالای تولیدی چین در مقایسه با ایران، باعث شده است در حال حاضر، چینی‌ها تمایلی به سرمایه‌گذاری در ایران نداشته باشند و تنها به خرید انرژی و مواد اولیه موردنیاز کارخانجات خود بسنده کنند.

به رغم پتانسیل‌های فراوان، ظرفیت‌ها و موقعیت‌های استراتژیک بسیار بالا که می‌تواند زمینه‌های همکاری و مشارکت زیادی را با کشور چین فراهم کند، اما همکاری‌های دو کشور با حساسیت بسیاری از سوی بازیگران منطقه‌ای و جهانی دنبال می‌شود. از آنجایی که چین در رابطه با آمریکا از منافع بیشتری برخوردار است بنابراین یکی از اصول اساسی سیاست خارجی آنها عدم تعارض و برخورد با آمریکاست. همین موضوع موجب شده است تا نقش چین پس از تحریم یک‌جانبه کشورمان توسط آمریکا کمرنگ‌تر شود.

بر این اساس، طرح موضوعاتی چون بدنام شدن کالاهای چینی در ایران و اثر این موضوع بر تمایل آنها برای حضور در بازار ایران، موضوعاتی قابل طرح نیستند، چراکه در چین، کالاها در رده‌های مختلف کیفیتی تولید می‌شوند و در بسیاری از نقاط دنیا، مشتریان خود را دارند. یکی از اهداف مهم این کشور، برنامه‌ریزی بر روی صادرات است. کشورهای اروپایی و آمریکایی به لحاظ قدرت خرید بالاتر، اجناس باکیفیت تولیدی در این کشور را خریداری می‌کنند که خود بر خطوط تولیدشان نیز نظارت کامل دارند. در این میان، کشورهایی که قدرت خرید کمتر دارند، کالاهای ارزان‌تر با کیفیت پایین‌تر را خریداری می‌کنند، بنابراین تجار ایرانی به دلیل عدم آگاهی و شناخت کافی از محصولات چینی در بیشتر موارد، کالاهای بی‌کیفیت را وارد کشور می‌کنند. بر همین اساس، باید تاکید کنم که ورود کالای باکیفیت، ارتباط مستقیم به تجار وطنی و قدرت خرید مردم کشورمان دارد.

همچنین یکی دیگر از موضوعاتی که نگارنده لازم می‌داند به آن اشاره کند، بحث طرح «جاده ابریشم جدید» است. این طرح، بزرگ‌ترین طرح سرمایه‌گذاری در زیربناهای اقتصادی بیش از ۶۰ کشور جهان و توسعه دو مسیر تجاری کمربند اقتصادی راه ابریشم و راه ابریشم دریایی است که توسط چین ارائه شده است. طرح «جاده ابریشم» مستلزم اقداماتی همچون ایجاد مسیرهای تجاری جدید و توسعه زیرساخت‌ها در کشورهای در حال توسعه است که به تحرک اقتصادی و تسهیل مبادلات تجاری بین ده‌ها کشور منجر می‌شود. از آنجایی که ایران یکی از مهم‌ترین کشورهای مسیر «جاده ابریشم» به لحاظ موقعیت جغرافیایی است، می‌تواند محل عبور دو جاده دریایی و زمینی ابریشم باشد، لیکن به دلیل عدم سرمایه‌گذاری کافی در توسعه جاده‌ها، راه‌آهن و بنادر و همچنین تأثیر فشار سیاسی ایالات متحده آمریکا بر چین درخصوص ایران، تاکنون چین حاضر به تغییر مسیر «جاده ابریشم» به نفع ایران نشده است. موضوعاتی که مسئولان و دولتمردان باید توجه جدی به آن داشته باشند.

در پایان باید تاکید کنم که چین، دومین اقتصاد بزرگ جهان است و براساس پیش‌بینی‌ها، این کشور با تولید ناخالص داخلی ۲۳،۱۵۹ میلیارد دلار، بزرگ‌ترین اقتصاد جهان را در سال ۲۰۲۱ میلادی خواهد داشت. چین به اهمیت موضوع اقتصاد پی برده و همین عامل، زمینه موفقیت آنها را فراهم کرده است. بر همین اساس نیز آنها تلاش دارند با جلب صنایع بیشتر اقتصاد خود را قوی‌تر کنند.

منبع: آینده‌نگر

بانک نامه

کمک‌های بانک پاسارگاد به مناطق سیل‌زده سیستان و بلوچستان ادامه دارد

بانک پاسارگاد با تداوم ارسال کمک‌های خود به استان سیستان و بلوچستان، در کنار هم‌میهنان خسارت‌دیده در مناطق سیل‌زده است.

به گزارش روابط‌عمومی بانک پاسارگاد، این بانک علاوه بر ارسال ۱۰۰۰ تخته فرش و ۲۵۰۰ تخته پتو به استان سیستان و بلوچستان، ۴ هزار بسته غذایی شامل انواع کنسروها و ۳۰ هزار بطری آب معدنی، با همکاری ستاد بحران استان سیستان و بلوچستان، بین هم‌وطنان در مناطق مختلف آسیب‌دیده این استان توزیع کرد. براساس این خبر، سایر محموله‌های کمک‌رسانی این بانک در حال آماده‌سازی است که به زودی جهت توزیع به این مناطق ارسال خواهد شد.

عبدالناصر همتی اعلام کرد

برنامه‌های جدید بانک مرکزی برای بازار ارزی و پولی

رئیس کل بانک مرکزی، برنامه‌های تقویت اقتصادی بانک مرکزی را اعلام کرد و گفت باتوجه به اینکه بازار ارز محل تخلیه شوک‌های خارجی به اقتصاد است، نقش بانک مرکزی جلوگیری از نوسانات بازار و حذف نقش مخرب سفته‌بازان در این بازار است. عبدالناصر همتی در تازه‌ترین پست اینستاگرامی خود نوشت: تلاش‌های بی‌وقفه بانک مرکزی به همراه سایر بخش‌های کشور، نظام ارزی کشور را در شرایط بسیار سخت اقتصادی به سامان رسانده است. بازار ارز محل تخلیه شوک‌های خارجی به اقتصاد است و نقش بانک مرکزی نیز جلوگیری از نوسانات بازار و حذف نقش مخرب سفته‌بازان در این بازار است.

رئیس کل بانک مرکزی ادامه داد: این بانک از این پس، تمرکز خود را بر کنترل تورم خواهد داشت. استفاده از ابزارهای عملیات بازار باز و تغییر سیاست‌گذاری پولی بر کنترل تورم، سرلوحه برنامه‌های بانک مرکزی خواهد بود. بدیهی است در این مسیر، کلید موفقیت، افزایش تولید غیرنفتی داخلی است که بایستی با سیاست‌های مالی مناسب دولت همراهی شود.

همتی همچنین نوشت: همانگونه که رهبر معظم انقلاب تأکید کردند، راه برون‌رفت از شرایط موجود و تقویت اقتصاد، کمک به رشد غیرنفتی اقتصاد و کاهش وابستگی بودجه دولت به نفت است. در این مسیر بانک مرکزی، علاوه بر پیش‌بینی‌پذیر کردن مسیر متغیرهای کلان اقتصادی، سیاست‌هایش در جهت ایجاد فضایی مناسب برای کسب و کارهای مولد اشتغال، به کمک بهبود ترازنامه بانک‌ها و ایجاد جریان اعتباری سالم برای بانک‌ها خواهد بود. به گفته همتی، قبلاً نیز به بانک‌ها متذکر شدم که آنها بایستی خود را آماده تطابق با شرایط جدید سیاست‌گذاری پولی کنند. بانک مرکزی نیز عزم جدی برای کمک به افزایش قدرت نقدشوندگی ترازنامه بانک‌های کشور در بازار ثانویه دارد و با شروع اجرای عملیات بازار باز، این مهم را عملیاتی کرده است. در عین حال نظارت شدید بر عملکرد بانک‌ها و تلاش برای سالم‌سازی ترازنامه آنها، با قوت ادامه پیدا خواهد کرد.

همتی در پایان خاطر نشان کرد: مردم و فعالان اقتصادی به خوبی می‌دانند ادامه افزایش رشد اقتصاد، مهم‌ترین اقدام کشور برای شکست توطئه‌ها و تحریم‌های ظالمانه است.

آخرین وضعیت بازار سکه و طلا در برفی‌ترین روز سال

قیمت‌ها یخ کرد

قیمت طلا و سکه در دومین روز هفته و در برفی‌ترین روز زمستان در بازار تهران افت کرد، به طوری که قیمت سکه تمام بهار آزادی طرح جدید ۱۰ هزار تومان کاهش یافت و با قیمت ۴ میلیون و ۸۳۲ هزار تومان به فروش رفت. این در حالی است که قیمت نیم‌سکه ۱۵ هزار تومان، ربع‌سکه ۷ هزار تومان و سکه گرمی ۲ هزار تومان افزایش یافت. در نتیجه، نیم‌سکه در بازار تهران ۲ میلیون و ۴۶۰ هزار تومان، ربع‌سکه یک میلیون و ۴۶۰ هزار تومان و سکه گرمی ۹۳۰ هزار تومان قیمت خورد. هر گرم طلای ۱۸عیار نیز در بازار با افت ۲۰۰ تومانی مواجه شد و با قیمت ۴۹۲ هزار و ۲۰۰ تومان فروخته شد. هر مثقال طلا ۲ میلیون و ۱۳۴ هزار تومان قیمت داشت.

همچنین قیمت دلار نیز در صرافی‌های بانکی یک پله دیگر پایین آمد و با افت ۵۰ تومانی نسبت به روز شنبه به رقم ۱۳ هزار تومان رسید. بر این اساس، بهای خرید هر دلار در تابلوی صرافی‌های بانکی ۱۲ هزار و ۹۰۰ تومان و فروش ۱۳ هزار تومان بود. نرخ خرید هر یورو نیز ۱۴ هزار و ۴۰۰ تومان و نرخ فروش آن ۱۴ هزار و ۵۰۰ تومان شد.

میانگین بهای هر یورو در روز معاملاتی شنبه در سامانه سنا ۱۴ هزار و ۶۶۳ تومان و هر دلار ۱۳ هزار و ۴۴ تومان بود. همچنین در سامانه نیما در روز معاملاتی شنبه، هر حواله یورو ۱۲ هزار و ۴۷۷ تومان فروخته شد. نرخ حواله هر دلار نیز ۱۱ هزار و ۸۸۸ تومان بود.

چرا چک‌های برگشتی کم شده است؟

جریان مبادلات چک در دو سال اخیر حاکی از کاهش مبادله و نسبت چک‌های برگشتی است؛ روندی که به دلایل مختلفی شکل گرفته ولی مهم‌ترین آن به نوسان ارز و عدم ثبات اقتصادی و اجرای قانون جدید چک برمی‌گردد. در این بین ورود چک‌های صیادی به مبادلات بانکی و امکان استعلام صادرکننده چک نیز می‌تواند حائز اهمیت باشد.

به گزارش ایسنا، آخرین گزارشی که بانک مرکزی در رابطه با مبادلات چک منتشر کرد نشان داد که در آبان‌ماه امسال حدود ۷.۶ فقره چک به ارزش ۸۳ هزار میلیارد تومان مبادله شده که ۶۸۶ هزار فقره آن به ارزش ۱۰ هزار میلیارد تومان برگشت خورده است و ۶.۹ میلیون فقره به ارزش ۷۳ هزار و ۵۰۰ میلیارد تومان وصول شده است.

بررسی روند چک‌های مبادله‌ای و برگشتی از این حکایت دارد که درصد مبادلات چک کاهش دارد. همچنین نسبت چک‌های برگشتی در مقایسه با چک‌های مبادله‌ای نیز با کاهش همراه بوده است؛ به طوری که در آبان ۱۳۹۶ معادل ۱۵درصد، آبان ۱۳۹۷ حدود ۱۲درصد و در آبان‌ماه امسال حدود ۹درصد چک‌های معامله شده برگشت خورده است.

اما اینکه چرا روند کاهشی در مبادلات چک و چک‌های برگشتی دیده می‌شود، موضوع مهمی است. در دو سال گذشته به علت نوسان ارز و به دنبال آن نوسان در قیمت‌ها و عدم ثبات اقتصادی، اطمینان از وصول چک نیز کاهش یافته و در نهایت به کاهش معاملات با چک انجامید و معاملات عمدتا به صورت نقد انجام شد، اما پیش‌بینی می‌شود که با برگشت ثبات به فضای اقتصادی معاملات با چک مجددا رواج پیدا کند.

فصل تازه تحولات اقتصادی با آغاز عملیات بازار باز بانکی

شروط موفقیت عملیات بازار باز

فرصت امروز: شنبه بیست و هشتم دی‌ماه در تاریخ سیاست‌گذاری پولی بانک مرکزی، روزی ویژه و به یاد ماندنی بود. در این روز اولین معامله رسمی در چارچوب عملیات بازار باز بانکی رقم خورد و ۱۰ هزار برگ سهم به ارزش یک میلیارد تومان بین بانک مرکزی و یکی از بانک‌ها در فرابورس معامله شد. روز شنبه البته تنها برای سیاست پولی، روزی مهم و تاریخی نبود، بلکه در بازار سرمایه نیز شاخص کل در این روز، رشدی کوبنده و خیره‌کننده داشت و برای اولین بار در تاریخ بازار سرمایه، شاخص بورس، کانال ۴۰۹ هزار واحدی را فتح کرد. همه اینها باعث می‌شود تا به عملیات بازار باز بانکی، نگاهی خوش‌بینانه داشته باشیم.

صبح پنجشنبه گذشته بود که رئیس‌جمهور همزمان با پنجاه و نهمین مجمع عمومی بانک مرکزی، از عملیات بازار باز و سامانه معاملاتی آن رونمایی کرد. عبدالناصر همتی نیز در این روز از شروع عملیات بازار باز در هفته پیش رو خبر داد و از آن به عنوان انقلابی در نظام سیاست‌گذاری پولی یاد کرد.

طبق پیش‌بینی‌ها، قرار است چهارشنبه دوم بهمن‌ماه، بانک مرکزی اقدام به خرید قطعی اوراق بدهی دولتی از بانک‌ها کند. بانک‌ها نیز تا ساعت ۱۰ صبح سه‌شنبه اول بهمن‌ماه فرصت دارند تا براساس نیاز نقدینگی کوتاه‌مدت خود، پیشنهادهای فروش خود را به بانک مرکزی ارسال کنند.

هرچند اجرای عملیات بازار باز در نظام پولی، اولین بار است که در تاریخ ۶۰ساله بانک مرکزی انجام می‌شود، اما برخی از کارشناسان اعتقاد دارند عملیات بازار باز در واقعیت به محلی برای جبران کسری بودجه دولت تبدیل خواهد شد. به عقیده آنها، معامله ۱۰ هزار برگ سهم به ارزش یک میلیارد تومان برای اولین روز اجرای عملیات بازار باز، عدد کمی است و در نتیجه، حجم محدودی از جابه‌جایی و تامین منابع در بازار پول در انتظار این اوراق خواهد بود. اما فارغ از درستی یا نادرستی این گزاره، باید به انتظار نشست و دید بانک‌ها چه استقبالی از عملیات بازار باز می‌کنند، یعنی بانک‌ها چقدر اوراق به بانک مرکزی خواهند فروخت و چقدر منابع مالی از بانک مرکزی به بانک‌ها انتقال می‌یابد.

امید سیاست‌های پولی و مهار تورم به بازار باز

یکی از هدف‌گذاری‌های عملیات بازار باز، مهار تورم است. تورم یکی از چالش‌های بزرگ اقتصاد ایران در طول حداقل چهار دهه گذشته است و همیشه نوسان‌های شدید آن، زندگی مردم و فعالیت‌های اقتصادی از جمله تولید را با تنش رو به‌رو کرده است. طبق گزارش سازمان برنامه و بودجه که سال گذشته منتشر شد، متوسط نرخ تورم در ۴۰ سال اخیر، یعنی از سال ۱۳۵۷ تا ۱۳۹۷، معادل ۱۸درصد بوده است، ولی در برخی از سال‌ها همانند سال ۱۳۷۴ تورم کشور در مرز ۵۰درصد (۴۹,۴درصد) قرار گرفته است. همچنین تورم در دوران دولت نهم و دهم نیز به حدود ۴۶درصد رسید. البته ایران در فاصله سال‌های ۱۲۹۲ تا ۱۳۹۶ آرام‌ترین دوره تورمی خود را پشت سر گذاشت و در مقطعی حتی به تورم تک‌رقمی دست پیدا کرد، اما تحریم‌ها اجازه نداد تا این تورم تک رقمی چندان در اقتصاد ایران ادامه یابد. طبق آخرین آمارهای مرکز آمار ایران و بانک مرکزی، هم‌اکنون به بالای ۴۰درصد رسیده است. در این شرایط، بانک مرکزی و رئیس‌کل آن امیدوار هستند تا با اجرای عملیات بازار باز بانکی، تورم را به عنوان یکی از مهم‌ترین ابرچالش‌های اقتصاد ایران، مهار کرده و شرایط را سامان دهند.

بعد از مصوبه شورای عالی هماهنگی اقتصادی بود که اجرای عملیات بازار باز در دستور کار بانک مرکزی قرار گرفت و در نتیجه آن، به بانک‌ها اجازه داده خواهد شد تا اقدام به خرید اوراق خزانه دولت کرده و وقتی با کمبود منابع مواجه شوند، این اوراق را به بانک مرکزی بفروشند و پول خود را دریافت کنند. انتظار سیاست‌گذار این است که با استفاده از این ابزار، از یک سو کانال استقراض بانک‌ها به بانک مرکزی و اضافه برداشت آنها از پول پرقدرت بانک مرکزی را ترمیم و آن را محدود سازد و از سوی دیگر، با مدیریت نرخ سود بین بانکی در دامنه تعریف شده، مانع افزایش قیمت تمام‌شده پول در سیستم بانکی شده و با ایجاد یک کریدور جدید سود بانکی، در نهایت بتواند نرخ تورم را به هدف مورد نظر خود سوق دهد.

هفته گذشته و یک روز قبل از رونمایی از سامانه معاملاتی بازار باز به دست رئیس‌جمهور، بانک مرکزی در بیانیه‌ای اعلام کرد: «مدیریت نرخ سود در بازار بین بانکی»، «کنترل نقدینگی» و «بسترسازی برای سیاست‌های پولی مبتنی بر هدف‌گذاری تورمی» مهم‌ترین اهداف اجرای عملیات بازار باز بانکی است. در اطلاعیه بانک مرکزی آمده است: «اجرای چارچوب جدید سیاست‌گذاری پولی با هدف مدیریت نرخ سود در بازار بین بانکی و نهایتا کنترل نقدینگی و مهار تورم و فراهم کردن بستر لازم برای سیاست پولی مبتنی بر هدف‌گذاری تورم با استفاده از ابزارهای کوتاه‌مدت غیرمستقیم سیاست پولی است.»

عملیات بازار باز از نگاه رئیس‌کل بانک مرکزی

رئیس‌کل بانک مرکزی گفته است: «در تاریخ ۶۰ساله بانک مرکزی، این نهاد سیاست‌گذار حق استفاده از چنین ابزاری را نداشته و روش بانک مرکزی برای مداخله در بازار پول یک روش سنتی بود، اما از سال گذشته پس از مجوز استفاده از عملیات بازار باز از شورای عالی هماهنگی اقتصادی همچنین مصوبات شورای پول و اعتبار، الان به مرحله اجرای این تصمیم رسیده‌ایم.»

به گفته عبدالناصر همتی، پیش از این و در روش سنتی بانک مرکزی «کل‌های پولی» یعنی نقدینگی و پایه پولی را برای مهار تورم کنترل می‌کرده است و این روش دیگر در دنیا استفاده نمی‌شود. «این ابزار پولی الان در دنیا دیگر استفاده نمی‌شود و به جای آن از عملیات بازار باز استفاده می‌شود که از نظر مفهومی به‌معنای خرید و فروش اوراق خزانه دولتی توسط بانک مرکزی از طریق سایر بانک‌هاست و اوراق خزانه دولتی به‌عنوان دارایی از سوی بانک‌ها خریداری می‌شوند تا از این محل سود به دست آورند.» او درباره نرخ سود بانکی و اثرات بازار باز بانکی بر آن گفت: «هنگامی که بانک‌ها با کمبود نقدینگی مواجه باشند، اقدام به جذب نقدینگی با نرخ سود بالا می‌کنند و از همدیگر قرض می‌گیرند و در مقاطعی نرخ سود بین بانکی حتی به بالای ۲۳درصد هم رسیده است، اما هم‌اکنون به‌رغم تحریم‌ها و فشار حداکثری نرخ سود بین بانکی ۱۸,۵درصد است و از این پس هر وقت نرخ سود بین بانک‌ها رو به افزایش گذارد، بانک مرکزی اقدام به خرید اوراق خزانه دولت نزد بانک‌ها و تزریق نقدینگی به آنها می‌کند تا مشکل کمبود نقدینگی آنها حل شود و نرخ سود بین بانکی کاهش پیدا کند. با آغاز فعالیت عملیات بازار باز، بانک مرکزی نرخ سود بین بانکی را تنظیم و به اهداف تورمی خود دست پیدا می‌کند. این انقلابی در سیاست‌گذاری پولی به شمار می‌آید چراکه باعث دگرگونی در رابطه بین بانک‌ها از حیث اضافه برداشت‌ها و بدهی‌های بانک‌ها به بانک مرکزی خواهد شد.»

به طور خلاصه و به زبان اقتصادی، عملیات بازار باز به عنوان یکی از ابزارهای غیرمستقیم اجرای سیاست پولی و بیانگر چارچوب نهادی خرید و فروش اوراق بهادار پذیرفته شده توسط بانک مرکزی با هدف تاثیرگذاری بر نرخ سود کوتاه‌مدت در بازار بین‌بانکی و از این طریق تاثیرگذاری بر نرخ‌های سود در بازار پول و نهایتاً علامت‌دهی به سایر فعالیت‌های اقتصادی است. در واقع، عملیات بازار باز به خرید و فروش اوراق قرضه دولتی در بازار آزاد، برای گسترش یا انقباض میزان پول در سیستم بانکی گفته می‌شود، که توسط بانک‌های مرکزی کشورها انجام می‌شود. خریدها به سیستم بانکی پول تزریق می‌کنند و رشد اقتصادی را افزایش می‌دهند، در حالی که فروش‌ها عکس این را انجام می‌دهند. در سیاست‌های اقتصادی عملیات بازار باز می‌تواند اهداف متفاوتی را دنبال کند برای مثال بانک مرکزی می‌تواند از طریق عملیات بازار باز نرخ تورم را تا حدودی کنترل کند.

«بازار باز» شرط لازم است، اما کافی نیست

شروط لازم برای موفقیت «بازار باز»

عملیات بازار باز از روز شنبه در ایران آغاز شد؛ عملیاتی که سال‌هاست در دنیا رواج دارد و پای آن به تازگی در کشور ما باز شده است. با اینکه کارشناسان، اجرای عملیات بازار باز را نقطه عطفی در نظام اقتصادی کشور می‌دانند، اما با توجه به اینکه در بخش‌های مختلف اقتصاد ناتعادلی وجود دارد، نمی‌توان از این ابزار انتظار داشت به تنهایی تعادل را به اقتصاد کشور بازگرداند.

به گزارش ایسنا، وقتی دولت اوراق را منتشر می‌کند و در بازار قرار می‌دهد، به هر صورت بانک‌ها نیز از این اوراق خریداری می‌کنند که از محل آن سود دریافت کنند و به عنوان یکی از دارایی‌های آنها تلقی می‌شود. این در حالی است که در جریان بازار باز کنترل نرخ سود کوتاه‌مدت یا بین بانکی از کانال آن امکانپذیر خواهد بود؛ به گونه‌ای که اگر زمانی بانک‌ها دچار کمبود نقدینگی شوند و نرخ سود در بازار بین بانکی بالا برود، بانک مرکزی شروع به خرید اوراق از بازار و تزریق پول می‌کند تا بانک‌ها بتوانند مشکل نقدینگی را حل کنند و نرخ سود بین بانکی کاهش پیدا کند. البته برعکس این موضوع نیز اتفاق خواهد افتاد، بنابراین از این پس، بانک مرکزی از طریق خرید و فروش اوراق خزانه، نرخ سود بانکی را تنظیم و از طریق آن به اهداف تورمی که مدنظر دارد خواهد رسید.

سوی دیگر بازار باز به دولت برمی‌گردد که تسویه بدهی‌های خود را از کانال انتشار اوراق انجام می‌دهد و طی سال‌های اخیر اغلب از این روش استفاده کرده است، ولی با راه‌اندازی بازار باز، کانال اصلی انتشار و تسویه بدهی، این محل خواهد بود.

در این زمینه، حیدر مستخدمین حسینی معتقد است که موفقیت عملیات بازار باز در این است که دولت توانسته باشد تعادل را در سیاست‌های مالی، بودجه‌ای، تعرفه‌ای و بازرگانی و همچنین مالیاتی ایجاد کند تا بتواند به سیاست‌های پولی که بانک مرکزی اعمال می‌کند، پاسخ دهد و برای رشد اقتصاد، رفاه اقتصاد، کنترل تورم و نقدینگی نتیجه‌بخش باشد.

این اقتصاددان در گفت‌وگو با ایسنا، با بیان اینکه عملیات بازار باز یکی از ابزارهای سیاست پولی است، توضیح داد: سیاست پولی آخرین مرحله‌ای است که می‌تواند تعادل را در اقتصاد شکل دهد. سیاست بودجه‌ای، سیاست‌های مالی دولت، سیاست‌های تعرفه‌ای و بازرگانی دولت، بحث مالیات‌ها و . . . که توسط دولت صورت می‌گیرد و بانک مرکزی به عنوان متولی سیاست پولی از ابزارهایی که دربر گیرنده این سیاست است که یکی از آنها عملیات بازار باز تلقی می‌شود، می‌تواند عدم تعادلی که توسط سایر سیاست‌های شکل گرفته است را با اعمال ابزارهای سیاست‌های پولی متعادل کند.

معاون وزیر اسبق اقتصاد با تاکید بر اینکه عملیات بازار باز در چهار دهه اخیر در اقتصاد ایران وجود نداشته است، ادامه داد: این عملیات برای نخستین‌بار در سال ۱۳۴۹ با تکلیفی که بانک مرکزی به سایر بانک‌ها داد، اجرا شد و تا سال ۱۳۵۲ ادامه داشت. در آن زمان قرار شد بانک‌ها اوراق قرضه‌ای که دولت منتشر کرده خریداری کنند.

مستخدمین حسینی با تاکید بر اینکه عملیات بازار باز یکی از ابزارهای سیاست پولی در کنار سپرده‌های قانونی، نرخ تنظیم مجدد و تعیین نرخ بهره است که می‌تواند تعادل را ایجاد کند، اظهار کرد: نقطه ابهامی که در اجرای عملیات بازار باز وجود دارد این است که در شرایطی که اقتصاد کشور از ناتعادلی رنج می‌برد و ساختار اقتصادی ما بدون برنامه است این عملیات می‌تواند موفقیت‌آمیز باشد یا خیر.

معاون وزیر اسبق اقتصاد ادامه داد: بودجه در مجلس شورای اسلامی در حال بررسی است و با پیچیدگی‌های خاصی مواجه است. آزمون و تست صورت می‌گیرد از سوی دیگر در مورد کسری بودجه که روی نقدینگی و تورم تاثیرگذار است این نگرانی وجود دارد از آنجا که اقتصاد کشور در بخش‌های مختلف از ناتعادلی رنج می‌برد عملیات بازار باز سطح سود و میزان تقاضا را در شرایطی که بخش‌های مختلف اقتصاد تعادل ندارد افزایش می‌دهد.

وی ادامه داد: اگر این بخش هم نتواند وظیفه خود را ایفا کند با توجه به اینکه هنوز مشخص نیست مجلس شورای اسلامی در مورد مالیات و معافیت‌ها چه تصمیمی خواهد گرفت به ناتعادلی در اقتصاد دامن می‌زند.

معاون وزیر اسبق اقتصاد تاکید کرد: این بعید به نظر می‌رسد عملیات بازار باز همه ناتعادلی‌هایی را که توسط دولت و مجلس شورای اسلامی در بودجه پیش می‌رود از بین ببرد.

مستخدمین حسینی با تاکید بر اینکه اجرای عملیات بازار باز تصمیم خوبی است، اظهار کرد: البته به شرطی که این عملیات در شرایط متعادلی شکل می‌گرفت. دولت با کسری بودجه مواجه است و قصد دارد میزان انتشار اوراق‌های مختلف در سال آینده را افزایش دهد و می‌خواهد این وظیفه را به نظام بانکی محول کند. این در شرایطی است که واحدهای صنفی و تولیدی به نقدینگی نیاز دارند و به جای اینکه بانک‌ها به این مهم برسند باید اجبار داشته باشند که اوراق را از دولت خریداری کنند.

وی در ادامه با بیان اینکه وظیفه دیگر عملیات بازار باز این است که بتواند نرخ سود بین بانکی و نرخ سود بانکی را برای سپرده‌گذاران تعیین کند، گفت: نتیجه نهایی این فرآیند می‌تواند در رشد اقتصادی، رفاه اقتصادی مردم، کنترل نرخ تورم و سیاست‌های انقباضی یا انبساطی تاثیرگذار باشد.

از سرعت رشد شاخص بورس در برفی‌ترین روز زمستان کاسته شد

بورس در قله تاریخ

فرصت امروز: هرچند پرونده بازار سرمایه در دومین روز هفته و در حالی که تهران، برفی‌ترین روز زمستان را پشت سر می‌گذاشت، صعودی بسته شد، اما از سرعت رشد شاخص بورس در این روز کاسته شد. شاخص بورس روز شنبه رکوردی تاریخی ثبت کرده بود و با رشد بیش از ۱۰ هزار واحدی برای اولین بار در تاریخ بازار سرمایه به کانال ۴۰۹ هزار واحد رسیده بود، اما روز یکشنبه از سرعت این رشد، کم شد و شاخص کل با رشدی ۷۳۲ واحدی به رقم ۴۱۰ هزار و ۶۹۴ واحد رسید.

همچنین شاخص کل (هم وزن) با ۷۷۲ واحد افزایش به ۱۲۶ هزار و ۷۸۷ واحد و شاخص قیمت (هم وزن) با ۵۱۵ واحد رشد به ۸۴ هزار و ۶۰۸ واحد رسیدند. شاخص آزاد شناور نیز با یک هزار و ۹۳۱ واحد افزایش به رقم ۴۸۵ هزار و ۳۶۲ واحد رسید، شاخص بازار اول ۴۹۵ واحد و شاخص بازار دوم یک هزار و ۶۵۴ واحد افزایش داشتند. در معاملات این روز بیش از ۶ میلیارد و ۳۸۵ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۳۷هزار و ۱۱۹ میلیارد ریال داد و ستد شد.

در بین تمامی نمادها نیز نماد مخابرات ایران (اخابر) با ۴۰۰ واحد، پتروشیمی جم (جم) با ۲۴۰ واحد، کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران (حکشتی) با ۱۶۷ واحد، سرمایه‌گذاری غدیر (وغدیر) با ۱۴۰ واحد، توسعه معادن و فلزات (ومعادن) با ۱۰۸ واحد و سایپا (خساپا) با ۹۶ بیشترین تأثیر مثبت را بر شاخص کل داشتند. در مقابل، نماد پالایش نفت بندرعباس (شبندر) با ۲۸۴ واحد، معدنی و صنعتی گل‌گهر (کگل) با ۲۶۱ واحد، فولاد مبارکه اصفهان (فولاد) با ۲۱۲ واحد، شرکت ارتباطات سیار ایران (همراه) با ۱۶۲ واحد و پتروشیمی پارس (پارس) با ۱۴۲ واحد بیشترین تاثیر منفی را بر معاملات بورس گذاشتند.

نمادهای بانک تجارت، بانک ملت، فولاد مبارکه اصفهان، سایپا، س. صنایع شیمیایی ایران، پالایش نفت اصفهان و ایران خودرو ازجمله نمادهای پربیننده دیروز بودند. گروه خودرو نیز در معاملات این روز صدرنشین برترین گروه‌های صنعت شد و یک میلیارد و ۱۴۸ هزار برگه سهم به ارزش بیش از ۴هزار و ۳۶۹ میلیارد ریال در این گروه داد و ستد شد.

شاخص فرابورس نیز ۲۴ واحد رشد داشت و بر روی کانال ۵ هزار و ۲۹۷ واحد ثابت ماند. در این بازار ۲ میلیارد و ۳۳۰ هزار برگه سهم به ارزش بیش از ۱۸ هزار و ۹۵۴ میلیارد ریال داد و ستد شد. نمادهای پتروشیمی مارون (مارون)، صنایع ماشین‌های اداری ایران (مادیرا)، فرابورس ایران (فرابورس)، نفت پاسارگاد (شپاس)، بیمه کوثر (کوثر) بیشترین تأثیر مثبت را بر شاخص این بازار داشتند. همچنین سهامی ذوب آهن اصفهان (ذوب)، تولید نیروی برق دماوند (دماوند)، شرکت آهن و فولاد ارفع (ارفع)، فولاد هرمزگان جنوب (هرمز)، تولید برق عسلویه مپنا (بمپنا) مانع از رشد بیشتر این شاخص شدند.

نباید در انتظار صعود مداوم شاخص بورس بود

علی مهرآور، کارشناس بازار سرمایه درباره سمت و سوی بورس تهران در این روزها گفت: نباید در انتظار صعود مداوم شاخص بورس بود. به اعتقاد او، هر سهمی که چند روز مثبت باشد ممکن است یک روز منفی شود، اما برآیند کلی بازار مثبت خواهد بود.

مهرآور در گفت و گو با ایرنا، با بیان اینکه تا قبل از اقدام تروریستی آمریکا در شهادت سردار قاسم سلیمانی، روند شاخص بورس و حضور سرمایه‌گذاران در این بازار مثبت بود، افزود: بیشتر سرمایه‌گذاران در این بازار به دنبال خرید سهام بودند.

مهرآور برخی از اتفاقات سیاسی را زمینه‌ساز کاهش شاخص بورس دانست و گفت: در روز شهادت سردار سلیمانی شاخص بورس ۱۵ هزار واحد منفی بود در حالی که روز شنبه شاخص بورس رشد بیش از ۱۰ هزار واحدی را تجربه کرد، با این اتفاق نه‌تنها ضرر و زیان‌ها جبران شد بلکه شاهد رکوردشکنی شاخص بورس و ورود آن به کانال ۴۰۰ هزار واحدی بودیم.

به گفته وی، اگر اتفاق مهمی در بازار رخ ندهد و با ریسک غیرسیستماتیکی همراه نباشیم وضعیت بازار مناسب و رشد آن ادامه‌دار خواهد بود.

مهرآور با اشاره به حجم قابل توجه نقدینگی در سطح بازار ادامه داد: تصمیمات اتخاذشده از سوی مسئولان بانک مرکزی مبنی بر ارائه تسهیلات به خریداران سهام، زمینه رونق این بازار را فراهم کرد، این خبر می‌تواند زمینه ورود نقدینگی مازاد به این بازار را فراهم کند.

این کارشناس بازار سرمایه با بیان اینکه عزم مسئولان حمایت از بازار سرمایه است، گفت: این حمایت زمینه تمایل سرمایه‌گذاران برای ورود سرمایه‌های خود به این بازار را فراهم کرده است. این درحالی است که سایر بازارهای موازی مانند ارز، طلا، سکه و مسکن به دلیل عدم وجود بازدهی از جذابیت چندانی برای سرمایه‌گذاری در این بازار برخوردار نیستند.

مهرآور، روند افزایشی در بورس را ادامه‌دار اعلام کرد و گفت: توصیه ما به افرادی که به تازگی وارد بورس می‌شوند این است که براساس شایعات اقدام به خرید نکنند بلکه برای این اقدام به طور حتم تحلیل‌های بنیادی را در دستور کار قرار دهند.

این کارشناس بازار سرمایه گفت: این نکته را باید مدنظر قرار داد که نمی‌توان در انتظار صعود مداوم شاخص بورس بود، هر سهمی که چند روز مثبت باشد ممکن است یک روز منفی شود اما برآیند کلی بازار مثبت خواهد بود.

او به صنایع برتر در بازار اشاره کرد و گفت: صنایع صادرات‌محور و صنایعی که به دنبال تجدید ارزیابی هستند مورد اقبال بازار و سهامداران خواهند بود.

تنظیم نرخ سود در بازار صکوک کشور با عملیات بازار باز

همچنین ابتدای این هفته بود که اولین معامله رسمی در چارچوب عملیات بازار باز بانکی رقم خورد و ۱۰ هزار برگ سهم به ارزش یک میلیارد تومان بین بانک مرکزی و یکی از بانک‌ها در فرابورس معامله شد. طبق پیش‌بینی‌ها، قرار است چهارشنبه دوم بهمن‌ماه، بانک مرکزی اقدام به خرید قطعی اوراق بدهی دولتی از بانک‌ها کند. بانک‌ها نیز تا ساعت ۱۰ صبح سه‌شنبه اول بهمن‌ماه فرصت دارند تا براساس نیاز نقدینگی کوتاه‌مدت خود، پیشنهادهای فروش خود را به بانک مرکزی ارسال کنند.

در همین زمینه، امیر هامونی مدیرعامل فرابورس ایران گفت: عملیات بازار باز یکی از سیاست‌های پولی بانک مرکزی است که با استفاده از این عملیات، این بانک تلاش می‌کند با خرید و فروش گروهی از اوراق بهادار، نرخ سود در بازار صکوک کشور را تعدیل و تصحیح کند.

هامونی در گفت‌وگو با خبرنگار ایرنا، با اشاره به راه‌اندازی عملیات بازار باز به عنوان یکی از مهم‌ترین همکاری‌های چهار دهه گذشته بین ارکان بازار سرمایه و بانک مرکزی، افزود: به کمک توسعه ابزارهای بازارمحور سیاست‌های پولی، تنظیم نرخ سود در بازار صکوک کشور و همچنین مدیریت نقدینگی از سوی بانک مرکزی از طریق عملیات بازار باز امکان‌پذیر خواهد شد.

او با بیان اینکه بازار ابزارهای نوین مالی فرابورس، بستری را برای تامین مالی دولت، نهادهای عمومی غیردولتی و نیز بخش خصوصی فراهم می‌کند، افزود: براساس تبصره ۵ قانون بودجه سال ۱۳۹۸ کل کشور بانک مرکزی اجازه دارد به انجام عملیات بازار باز و خریدوفروش اوراق مالی اسلامی منتشرشده دولت از طریق بازارهای موجود در فرابورس ایران بپردازد که این طرح از ۲۸ دی‌ماه از طریق بازار ابزارهای نوین مالی فرابورس کلید خورد.

هامونی با اشاره به اینکه در برهه‌هایی، بازارهای سهام و صکوک تحت تاثیر نوسانات یکدیگر قرار می‌گیرند، اظهار کرد: بانک مرکزی به عنوان یک بازیگر مستقل و بازارگردان بزرگ می‌تواند در بازار ابزارهای مالی اسلامی ورود کرده و به تنظیم نرخ کمک کند. از این رو هم بازار صکوک به تعادل نزدیک می‌شود و هم بازار سرمایه نیز از این موضوع منتفع خواهد شد.

مدیرعامل فرابورس با بیان اینکه بانک مرکزی می‌تواند از طریق عملیات بازار باز برای کنترل و یا افزایش نقدینگی، به خریداری یا انتشار اوراق بهادار دست بزند، گفت: در بسیاری از کشورها نیز مهم‌ترین وظیفه بانک مرکزی کنترل نرخ تورم است که این کنترل می‌تواند از طریق عملیات بازار باز صورت گیرد. از سوی دیگر بانک‌های مرکزی کشورها از این عملیات یعنی خریدوفروش اوراق قرضه دولتی برای گسترش یا انقباض میزان پول در سیستم بانکی بهره می‌گیرند که زمینه‌های رشد اقتصادی را فراهم می‌سازد. مدیرعامل فرابورس با بیان اینکه بانک مرکزی می‌تواند با خرید یا فروش اوراق مالی اسلامی، اجرای سیاست‌های پولی خود را کنترل کند، افزود: همچنین بانک‌ها نیز به منظور تامین کسری وجوه خود می‌توانند با فروش این اوراق به بانک مرکزی، نقدینگی لازم را تامین کنند، چراکه مشتریان معامله‌گر مستقل بانک مرکزی، تمامی بانک‌های دارای مجوز از بانک مرکزی هستند.

بورس کالا

مدیرعامل بورس کالای ایران اعلام کرد

شروط راه‌اندازی بازار طلای آب‌شده در بورس

مدیرعامل بورس کالا با اشاره به آخرین اقدامات انجام‌شده برای راه‌اندازی بازار طلای آب‌شده در بورس کالا، گفت درحال حاضر استاندارد مشخصی برای ارزیابی طلا در بورس وجود ندارد. امیدواریم با رایزنی با فعالان بازار طلا این نهادها شکل بگیرند تا بتوان بازار طلا را هم راه‌اندازی کرد.

حامد سلطانی‌نژاد در گفت‌وگو با ایسنا، در مورد راه‌اندازی بازار طلای آب‌شده در بورس کالا توضیح داد: راه‌اندازی بازار طلای آب‌شده را پیش بردیم اما مشکلی که برای راه‌اندازی بازار طلای آب‌شده پیش آمد این بود که فعالان بازار استانداردسازی بازار طلای آب‌شده را دچار مشکل دانستند.

وی با بیان اینکه بازار طلای آب‌شده همان بازار شمش طلا است، اظهار کرد: در این بازار اینکه عیار شمش طلا چند است، چه ویژگی‌هایی دارد، چه مقدار ناخالصی دارد و خالص‌سازی که صورت می‌گیرد با عیار ۹۹۵ اتفاق می‌افتد یا خیر، محل بحث است و باید مرجعی مانند سازمان استاندارد یا مراجع دیگر یک شمش طلای استانداری را تعریف کنند که بازار طلای آب‌شده و شمش هم بتوانند براساس آن راه‌اندازی شوند.

مدیرعامل بورس کالا با تاکید بر اینکه در کشورهای دیگر دنیا چیزی به نام سکه طلا به این صورت که در ایران است، وجود ندارد، گفت: سکه از قدیم در ایران وجود داشته است، در حالی که در کشورهای دیگر اگر کسی بخواهد طلا خریداری کند باید به صورت گرمی یا شمش خرید را انجام دهد. در ایران شاید به همان دلیل که نهادهای تخصصی در حوزه عیارسنجی شمش و طلای آب‌شده و عهده‌دار شدن مسئولیت سنجش این عیار نیست، بازار به صورت سنتی اداره می‌شود.

سلطانی‌نژاد با تاکید بر اینکه در حال حاضر استاندارد مشخصی برای ارزیابی طلا در بورس وجود ندارد، ادامه داد: امیدواریم با رایزنی که با فعالان بازار طلا داریم این نهادها شکل بگیرند تا بتوان بازار طلا را هم راه‌اندازی کرد.

او با اشاره به عرضه شمش طلا در بورس کالا، ادامه داد: شمشی که در حال حاضر در بورس کالا عرضه می‌شود با برند شرکتی که تولیدش کرده شناخته می‌شود. برای مثال گفته می‌شود طلای زرشوران، مسئولیت آن هم با زرشوران است، اما اگر قرار باشد بازار شکل بگیرد و مردم خرید و فروش کنند، حتی اگر برند هم داشته باشد اعتماد وجود ندارد و ممکن است فکر کنند طلا آب و با مس مخلوط شده است.

مدیرعامل بورس کالا در ادامه با بیان اینکه هدف در بورس تبدیل کالا به اوراق بهادار با هدف تسهیل مبادلات کالاست، گفت: کالاها برای اینکه تبدیل به اوراق بهادار شود حتما باید استاندارد شوند و استاندارد شدن طلا نیازمند موسساتی است که عیارسنجی کرده و اعلام کنند طلا با فلان عیار می‌تواند در انبار بانک ذخیره و گواهی آن صادر شود.

سلطانی‌نژاد ادامه داد: اگر شرایط مذکور بر بازار شمش و طلای آب شده حاکم شود می‌توان مدعی شد بازار خوب و پربازیگری برای آن شکل می‌گیرد و مردم هم برای پس‌انداز دارایی‌های خود به سمت این بازار حرکت می‌کنند و از بازار غیرشفاف طلای زینتی یا شمشی که مردم ممکن است در صندوق نگهداری کنند دور خواهیم شد.

گفتنی است اویل تابستان امسال بود که مدیرعامل بورس کالای ایران ضمن اعلام اینکه بازار گواهی سپرده طلای آب‌شده به زودی در بورس راه‌اندازی می‌شود، اعلام کرده بود که اگر طلای آب‌شده در بستر بورس کالا معامله شود با توجه به عیارسنجی و استانداردسازیی که صورت می‌گیرد، ریسک‌های تقلب به حداقل می‌رسد.

قابل توجه سرمایه گذاران صندوق سرمایه گذاری نیکوکاری میراث ماندگار پاسارگاد

طبق تصمیمات مجمع مورخ ۱۳۹۸/۱۰/۱۵ و تاییدیه سازمان بورس و اوراق بهادار، مفاد بند ۱۳ امیدنامه مبنی بر اطلاع رسانی طبق مفاد ابلاغیه شماره ۱۲۰۱۰۰۶۵ سازمان بورس و اوراق بهادار تغییر یافت.

برای آگاهی از جزئیات بیشتر به وب سایت www.mirasfund.com مراجعه فرمایید.

شهرداری اهواز

آگهی مناقصه عمومی
یک مرحله ای – نوبت دوم

شهرداری اهواز در نظر دارد پروژه های مشروحه زیر را از طریق مناقصه عمومی به پیمانکاران و شرکت های دارای صلاحیت از سازمان برنامه و بودجه در پروژه های عمرانی و شرایط مندرج در اسناد مناقصه واگذار نماید.

ردیف	شرح مناقصه	مبلغ اولیه (ریال)	مدت اجرای پروژه (روز)	سپرده شرکت در مناقصه (ریال)
۱	عملیات خرید و اجرای خط کشی عابر پیاده رنگی و نقوش ترافیکی در حوزه خدماتی منطقه سه شهرداری اهواز	۲/۲۴۲/۵۰۰/۰۰۰	۴۵	۱۱۲/۱۲۵/۰۰۰

از شرکتهایی که دارای شرایط ذیل می باشند دعوت به عمل می آید جهت دریافت اسناد مناقصه به نشانی: اهواز بلوار پاسداران جنب کارخانه آرد مهزیار – روبروی خیابان دانیال – شهرداری منطقه ۳ – (تلفن تماس: ۳۴۴۸۶۱۲۹) مراجعه نمایند:

۱- در شرایط یکسان اولویت با پیمانکاران بومی خواهد بود.
۲- هزینه انتشار آگهی به عهده برنده مناقصه می باشد.
۳- مهلت قبول پیشنهاد نرخ و پاسخ به مناقصه از تاریخ انتشار آگهی به مدت ده روز است و تحویل در محل دبیرخانه محرمانه حراست مستقر در آدرس فوق الذکر می باشد.(حداکثر مهلت تحویل پاکات ساعت ۱۵/۳۰ روز دوشنبه مورخ ۹۸/۱۱/۱۴ می باشد).
۴- شهرداری در رد کلیه یا قبول هر یک از پیشنهادات مختار می باشد.
۵- مبلغ ضمانتنامه شرکت در مناقصه پنج درصد مبلغ اولیه می باشد که می بایست به یکی از سه طریق ذیل ارائه شود:
الف- فیش واریز مبلغ فوق به حساب ۱۰۰۴۰۹۷۶۲ نزد بانک شهر شعبه کوی ملت به نام شهرداری منطقه ۳
ب- به صورت ضمانتنامه بانکی به نام شهرداری منطقه سه اهواز و مدت سه / ۳ ماه از تاریخ افتتاح پیشنهادها
ج- چک تضمین شده بانکی که در آن قید شده باشد جهت واریز به حساب ۱۰۰۴۰۹۷۶۲ سپرده شهرداری منطقه ۳ اهواز
۶- برندگان اول و دوم مناقصه هرگاه حاضر به انعقاد قرارداد نشوند سپرده آنان به ترتیب ضبط خواهد شد.
۷- کلیه شرکتهای خدماتی به استناد مصوبه هیئت محترم وزیران به شماره ۲۷۵۰۶/۳۸۳۲۶ – ۸۱/۹/۵ به هنگام دریافت اسناد مناقصه ملزم به ارائه تایید صلاحیت معتبر از اداره کل کار و امور اجتماعی می باشند.
۸- شهرداری مختار است نسبت به ابطال پیشنهاد قیمت شرکتهایی که دارای دو پروژه فعال (پروژه ای که تحول موقت نشده است) در سطح شهرداری باشند اقدام نماید.
۹- تاریخ برگزاری کمیسیون مناقصه در ساعت ۱۵/۳۰ روز سه شنبه مورخ ۹۸/۱۱/۱۵ می باشد حضور پیشنهاددهندگان در جلسه مجاز می باشد.
۱۰- نتیجه کمیسیون برابر مواد ۱۵ و ۱۸ آیین نامه معاملات کلانشهرها به برنده اعلام خواهد شد.
۱۱- به استناد بند ۵ ماده ۱۱ آئین نامه معاملات کلان شهرها میزان تضمین حسن انجام تعهدات قرارداد معادل ۱۰ ٪ درصد می باشد.
۱۲- بر اساس ماده ۱۰ آیین نامه معاملات کلان شهرها شرکت در مناقصه و ارائه پیشنهاد به منزل قبول شروط و تکالیف شهرداری می باشد.
۱۳- به برنده مناقصه پیش پرداخت داده نخواهد شد.
* سایر اطلاعات و جزئیات در اسناد مناقصه درج شده است.

اداره کل ارتباطات و امور بین الملل شهرداری اهواز
۲۶۲

سازمان انتقال خون ایران

آگهی مناقصه
شماره ۲۰۹۸۰۰۰۱۳۲۰۰۰۰۰۵
نوبت دوم

اداره کل انتقال خون استان کرمان در نظر دارد ، خرید تجهیزات سردخانه ای با ملحقات مورد نیاز را از طریق مناقصه به شماره ۲۰۹۸۰۰۰۱۳۲۰۰۰۰۰۵ با جزئیات مندرج در اسناد مناقصه را با بهره گیری از سامانه تدارکات الکترونیک دولت www.setadiran.ir به صورت الکترونیکی به فروش برساند.

زمان انتشار در سایت: ۱۳۹۸/۱۰/۲۹
تاریخ دریافت شرایط مناقصه: از تاریخ نشر آگهی لغایت ۱۳۹۸/۱۱/۰۷ ساعت ۱۹
و ارائه پیشنهاد: تا تاریخ ۱۳۹۸/۱۱/۱۹ ساعت ۱۹
زمان بازگشایی پاکت ها: ۱۳۹۸/۱۱/۲۰ ساعت ۱۰
زمان اعلام به برنده: ۱۳۹۸/۱۱/۲۱ ساعت ۱۰ می باشد.

ضمنا برگزاری مناقصه صرفاً از طریق سامانه تدارکات الکترونیک دولت می باشد و کلیه مراحل فرایند شامل دریافت اسناد مناقصه، پرداخت تضمین شرکت در مناقصه (ودیعه)، ارسال پیشنهاد قیمت، بازگشایی پاکات، اعلام به برنده؛ واریز وجه مناقصه در بستر سامانه امکان پذیر می باشد.

روابط عمومی اداره کل انتقال خون استان کرمان
شناسه آگهی: ۷۳۹۴۰۰
تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۸/۱۰/۲۹
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۸/۱۰/۳۰
۲۶۲

اخبار

تکذیب استفاده از گوشت قورباغه در کباب

میرابراهیمی با رد شـایعه منتشرشده پیرامون استفاده از گوشت قورباغـه در کبـاب گفت وجود گوشـت قورباغـه در کباب، کذب محض اسـت. علی‌اصغر میرابراهیمی رئیس اتحادیه رستوران‌داران تهران در گفت‌وگو با باشـگاه خبرنـگاران جوان، درخصوص صحت یا تکذیب وجود گوشـت قورباغه در کباب اظهار کرد: وجود گوشت قورباغه در کباب تکذیب می‌شـود و همچنین این شایعه از اساس کذب محض است.

وی ادامه داد: مشـخص نیسـت چرا چنین شـایعاتی در فضای مجازی به وجود می‌آید. انتشـار این شـایعات سـبب می‌شود که تنش‌هایی در بین افراد شکل بگیرد.

گفتنی اسـت، از صبح روز گذشـته به دنبال انتشار ویدئویی در شبکه‌های اجتماعی با عنوان بهداشت و ایمنی غذاهای ارزان‌قیمت از شـایعه تـا واقعیت به روایـت «بهادر حاجی محمـدی» بازرس انجمن بهداشـت و ایمنی مـواد غذایی، در فضـای مجازی بحثی پیرامون استفاده از گوشت قورباغه در کباب داغ شد.

گرد کسادی بازار بر تار و پود فرش هریس

صحبت از هنری ایرانی اسـت که شهرت جهانی یافته و با اصالت تمام در موزه‌ها و خانه‌ها در نقاط مختلف جهان خودنمایی می‌کند، بـازی رنگ‌هـا و جذابیت فرش «هریس» حتی تـاب مقاومت را از کسـانی که بـازار آن را تحریـم کرده‌اند هم گرفته اسـت، اما این روزها گرد کسـادی بـازار فرش ایرانی، بیش از پیـش بر تار و پود فرش هریس نشسـته و کاسـبان را چشـم انتظار خریداران فرش نگه داشته است.

به گزارش ایسنا، در این میان، برخی از فروشندگان فرش معتقد هسـتند که تیمچه مظفریه تبریز با قدمتی چند صد سـاله بر بازار فرش دسـتبافت سـایه انداخته اسـت، هرچند، خرید و فروش در ایـن بازار هم رونق چندانی ندارد و به گفته فروشـندگان و باربران فرش‌سرای مظفریه، آنها هم چند ماهی است که دشت نکرده‌اند.

بازار فرش شـهریار یکی از قدیمی‌ترین بازارهای فرش دستبافت تبریز با بافتی سـنتی و قدیمی درسـت روبه‌روی مقبره‌الشعرا واقع شده است و فروشـندگان فرش در این بازار معتقد هستند که این بـازار بـا وجود قدمتی نزدیک بـه نیم قرن، آنچنان کـه باید برای خریداران، آشـنا نبوده و با وجود کیفیت بالای فرش‌های این بازار که عمدتا فرش هریس هسـتند، خریداران تمایل کمتری به خرید از بازار شهریار دارند.

بابایی، یکی از فروشـندگان فـرش در بازار شـهریار، علت عدم اسـتقبال از این بـازار فرش را عدم تبلیغات مناسـب برای معرفی آن بـه مـردم می‌داند و می‌گوید: حتی بچه‌ها هـم بازار مظفریه را می‌شناسـند و اغلب اصناف این بازار ساعت ۱۰ در دکان‌شان را باز کرده و ساعت دو ظهر هم تعطیل می‌کنند.

به گفته این فروشنده، بازار شهریار از سال ۵۴ و وقتی او ۱۰ ساله بوده، بازار فرش بوده استو فرش‌های این بازار، همگی از روستاهای اطراف آمده و عمدتا فرش‌های دستبافت هریس هستند.

حاج اصغر عباس‌زاده، کاسب دیگری که از ابتدا فرش‌فروش است با بیان اینکه مصالح فرش بسـیار گران شـده اسـت، بیان می‌کند: مدتی اسـت که مـردم خرید نمی‌کنند و نبود صـادرات هم باعث رکود بازار فرش شـده است و تا زمانی که صادرات نباشد، بازار هم رونق ندارد. او هم مانند دیگر هم‌صنفی‌هایش معتقد است که نبود تبلیغات کافی باعث ناشـناخته بودن بازار فرش شهریار شده است و در ایـن خصوص می‌گوید: تا به حـال هیچ خبرنگاری برای تهیه گزارش یا معرفی این بازار به اینجا نیامده اسـت و دلال‌های فرش هم مشـتریان سـایر شـهرها را به مظفریه می‌برند و مجالی برای معرفی بازار شهریار باقی نمی‌ماند.

او با اشـاره به اینکه خرید و فروش فرش در بازار فرش شـهریار بدون واسطه و بی‌حضور دلال انجام می‌شود، اظهار می‌کند: صحبت از معرفی و شناسـاندن بازار که باشـد، هیـچ حرکتی برای معرفی این بازار نشـده است، اما صحبت از مالیات که باشد، فرقی با دیگر کسبه‌ها نداریم.

خسارت سیل اخیر به بخش کشاورزی جدی است

سرپرسـت وزارت جهاد کشـاورزی بـا تاکید بر این مسـئله که خسارت برای کشاورزان و باغداران جدی است، گفت دولت برآورد خسـارت را بررسی و از طریق سـتاد بحران اقدامات لازم را انجام خواهد داد. به گزارش باشـگاه خبرنگاران جوان، عباس کشاورز که به منظور بازدید از خسارت سیل اخیر به سیستان و بلوچستان سفر کرده است، اظهار کرد: روز گذشته با همراهی رئیس‌جمهور به این اسـتان سفر و از منطقه دشتیاری بازدید کردم و فرصتی دست داد تا در مناطقی با کشاورزان به صورت مختصر صحبت داشته باشیم.

وی بـا بیـان اینکه در مدت یک و نیم ماه گذشـته سـفری به سیستان و بلوچستان داشتم، افزود: در آن سفر از مناطق کشاورزی و پـروژه آبیـاری این اسـتان بازدید کردم و جلسـاتی هم در این خصوص با همکاران داشتم. کشاورز با تأکید بر اینکه سعی می‌کنم در زمان سـیل در منطقه حضور داشـته باشم، یادآور شد: در سیل استان گلستان دو بار و در سیل استان خوزستان سه بار در منطقه حاضر بودم. وی با اشاره به سفر خود همراه با رئیس‌جمهور و هیأت دولت به استان سیستان و بلوچستان گفت: به دلیل مشکلات کاری و هماهنگی با سـفر رئیس‌جمهور، روز گذشـته به همراه سه نفر از معاونان وزارت جهاد کشـاورزی در منطقه حاضر شده‌ام و معاونان وزارت جهاد کشـاورزی از منطقه بازدیـد و گزارش‌هایی را در این زمینه اعلام کرده‌اند.

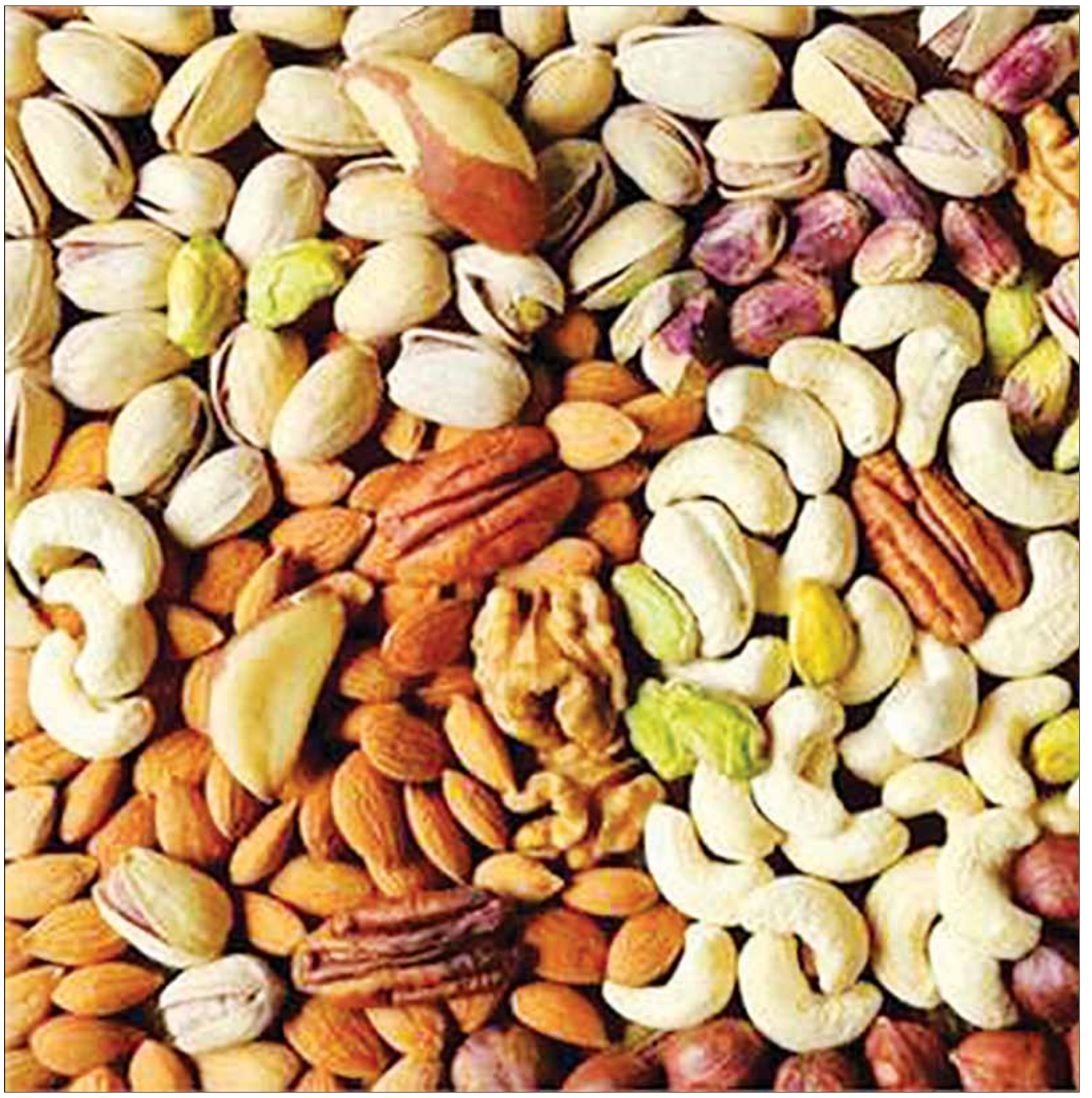
سرپرسـت وزارت جهـاد کشـاورزی ادامه داد: بنا بـر گزارش‌ها خسارت برای کشـاورزان و باغداران جدی است و در این زمینه ما برآوردها را به وزارت کشور منعکس کردیم.

وی افزود: قطعاً دولت برآورد خسـارت را بررسی و از طریق ستاد بحـران اقدامات لازم انجام خواهد شـد و من نگرانـی از این بابت ندارم.

سرپرسـت وزارت جهاد کشـاورزی در پایان به کشاورزان گفت: برای کشـت محصولاتی نظیر سـورگوم، ذرت و ماش بذر موردنیاز آماده شده و در اختیارشان قرار خواهد گرفت.

کاهش ۲۵ تا ۸۰درصدی قیمت اقلام آجیل و خشکبار در بازار

استمرار ثبات قیمت تابع نرخ ارز است



رئیس اتحادیه آجیل و خشکبار گفت با توجه به فراوانی تولید و عرضه قیمت اقلام آجیل و خشـکبار نسـبت به مدت مشابه سـال قبل ۲۵ تا ۸۰درصد در بازار کاهش یافته است.

علیرضا ارزانی ممقانی در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، از ثبات قیمت اقلام آجیل و خشکبار در بازار خبر داد و گفت: با توجه به فراوانی تولید و عرضه، نوسـانی در بازار اقلام آجیل و خشکبار نسبت به ماه‌های اخیر اتفاق نیفتاده است.

او افزود: در حال حاضر نوسانات نرخ ارز کمی دردسرساز شده است به طوری که با استمرار روند افزایشی قیمت ارز نرخ اقلام آجیل و خشکبار دسـتخوش تغییر و تحولاتی قرار خواهد گرفت. ارزانی ممقانی ادامه داد: با توجه به آنکه بیشـترین فروش عمده‌فروشـی‌ها از ۱۰ بهمن آغاز و تا ۱۵ اسفند نیز ادامه دارد از این رو اعضا خود را برای بازار شب عید آماده کردند و همواره پیش‌بینی می‌شـود بازار از رونق خاصی برخوردار باشد. این مقام مسئول از افت ۲۵ تا ۸۰درصدی قیمت اقلام آجیل و خشکبار نسبت به مدت مشابه سال قبل خبر داد و گفت: با توجه به فراوانی تولید اقلام آجیل و خشکبار ناشی از شرایط مساعد اقلیمی قیمت اقلام نسبت به مدت مشابه سال قبل افت محسوسی را تجربه کرده است که این امر در بهبود بازار تقاضا تاثیر بسزایی داشته است.

محدودیت واردات آفتابگردان و بادام هندی طی نوسانات نرخ ارز

رئیـس اتحادیـه آجیـل و خشـکبار دربـاره آخریـن وضعیـت بازار صادراتی بیان کرد: علی رغم سـال گذشـته که محصولی برای عرضه در بازارهای هدف به دلیل سـرمازدگی و کاهش تولید نداشـتیم، اما امسال صادرکننـدگان توانسـته‌اند مجدد در بازارهای صادراتـی حضور یابند و امیدواریم در ماه‌های آتی شاهد رونق بهتر بازار باشیم.

او با اشـاره به اینکه آمار دقیقی از میزان صادرات در دسـترس نیست، بیـان کرد: بنابر آمار میـزان واردات آفتابگردان و بادام هندی به سـبب نوسانات قیمت ارز محدود شده و همواره به میزان مصرف انجام می‌شود ناگفته نماند که واردات بادام هندی به شکل غیرقانونی صورت می‌گیرد.

ارزانی ممقانـی در پایان درباره آخرین وضعیـت قیمت اقلام آجیل و خشـکبار گفت: در حال حاضر قیمت هر کیلو پسـته فندقی ۱۲۰ هزار تومان، پسته احمد آقایی ۱۳۰ هزار تومان، پسته اکبری ۱۴۸ هزار تومان، تخمه کدو گوشتی ۵۰ هزار تومان، تخمه ژاپنی ۲۶ هزار تومان، مغز بادام ایرانـی ۱۷۰ هزار تومان، مغز بادام درختی ۱۳۸ هزار تومان، بادام زمینی ۳۰ هزار تومان، بادام هندی ۱۷۰ هزار تومان، فندق ۵۲ هزار تومان، انجیر ۶۶ تـا ۱۴۶ هزار تومان، خرما زاهدی ۱۶ هزار و ۵۰۰ تومان، کشـمش سبز قلمی ۳۲ تا ۳۸ هزار تومان و کشمش پلویی ۲۵ هزار تومان است.

قیمت لوازم آشپزخانه در ۶ ماه دوم سال ثابت است

رئیس اتحادیه فروشـندگان لوازم خانگی فلزی و آشپزخانه گفت در شـش ماه دوم سال، قیمت لوازم خانگی و آشپزخانه ثابت مانده و بعید است که افزایش قیمتی تا پایان سال داشته باشیم.

فریـدون نصیـری در گفت‌وگو با باشـگاه خبرنگاران جـوان، درباره وضعیت و قیمت لوازم خانگی و آشپزخانه در نیمه دوم سال اظهار کرد: در شش ماه دوم سال، قیمت لوازم خانگی و آشپزخانه ثابت مانده است.

رئیس اتحادیه فروشـندگان لوازم خانگی فلزی و آشپزخانه در پاسخ به این پرسـش که قیمت این لوازم تا پایان سـال افزایش پیدا می‌کند یا خیر؟ تصریح کرد: بعید اسـت که افزایش قیمتی تا پایان سال داشته باشیم، مگر آنکه اتفاق خاصی درخصوص نوسانات نرخ ارز رخ دهد.

نصیری درخصوص میزان تولیـدات داخلی و وارداتی موجود در بازار اظهـار کرد: هیچ آمار دقیقـی از میزان تولیدات داخلـی و وارداتی در دست نیسـت، چراکه بعد از تحریم‌ها شـرایط وارداتی در بازار کاهش یافته اسـت. رئیس اتحادیه فروشندگان لوازم خانگی فلزی و آشپزخانه با اشـاره به اینکه وضعیت لوازم خانگی در بازار بهتر شـده است، افزود: هم‌اکنون کالا در بازار روند بهتری به خود گرفته است.

نصیری در پاسـخ به این پرسـش که تولیدات کشـور در حوزه لوازم خانگـی فلزی و آشـپزخانه، نیاز بازار را تأمین می‌کنـد یا خیر؟ گفت: خوشـبختانه کمبودی در این بازار نداریم و تولیدکنندگان لوازم خانگی با وجود کمبود مواد اولیه توانسته‌اند نیاز بازار را تأمین کنند.

گفتنی اسـت، جای خالـی برندهای خارجی در حـوزه لوازم خانگی فلزی فرصت مناسـبی را جهت حضور پررنگ‌تر تولیدکنندگان داخلی فراهم آورده اسـت که اگر به‌درسـتی و اصولی از آن بهره‌برداری شود، می‌تواند گام بلندی جهت توسعه و برند شدن تولیدات داخلی باشد.

کاهش قیمت کالاها در گمرکات کشور

افزایش ۷۵درصدی ارزش صادرات به اوراسیا

رئیس کل سـازمان توسـعه تجارت ایران گفت کمیته نرخ‌گذاری با توجه به حجم کالاها، قیمت را در گمرکات کشور کاهش داده است.

به گزارش باشـگاه خبرنگاران جـوان، حمید زادبـوم در گردهمایی روسـای سازمان‌های صمت استانی که با حضور وزیر صمت برگزار شد، بیـان کرد: قیمت کالاها در گمرکات رو به کاهش بوده اسـت و کمیته نرخ‌گذاری با توجه به حجم کالاها، قیمت را کاهش داده است.

او با اعلام اینکه صادرات از لحاظ ارزشی ۷۵درصد در ۹ ماهه امسال به کشورهای اوراسیا اضافه شده است، گفت: بیشترین آن به ارمنستان و روسـیه بوده اسـت. زادبوم با اعلام اینکه ستاد ویژه صادرات به عراق تشکیل شده است، گفت: دو رایزن در عراق مستقر داریم.

او اضافـه کرد: دوره‌های آموزشـی صادرات به اوراسـیا بـا برگزاری همایـش در ۱۵اسـتان انجام شـده و در تهران کارگاه آموزشـی برای صادرات با کشورهای اوراسیا برگزار شده است.

رئیس کل سازمان توسعه تجارت ایران گفت: در ۱۷ استان تجلیل از صادرکنندگان برتر انجام شده است.

نیاز خودروسازان به ۳ برابر نقدینگی موجود

اصلاح قیمت‌ها راهکار نجات صنعت خودرو است

دبیر انجمن صنایع همگن نیرومحرکه و قطعه‌سازان با اشاره به مشکلات خودروسازان اظهار کرد نیاز خودروسازان، سه برابر نقدینگی فعلی آنها است و پرداخت وام صرفا مشکل صنعت خودرو را به تعویق می‌اندازد.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو»، آرش محبی‌نژاد با اشاره به وام ۷۲۰۰میلیارد تومانی در نظر گرفته شده برای خودروسازان، اظهار کرد: طبق مصوبه شورای پول و اعتبار، قرار است ۷۲۰۰میلیارد تومان نقدینگی در اختیار خودروسازان قرار گیرد تا بدهی قطعه‌سازان را پرداخت کنند، اما فعلا مشخص نیست که چرا رئیس بانک مرکزی زمان و نحوه تخصیص این وام را تعیین تکلیف نمی‌کند.

وی اضافه کرد: مقرر شده که از این مبلغ، ۵۰۰۰میلیارد تومان به صورت ریالی و ۲۲۰۰میلیارد تومان به صورت اوراق مشارکت پرداخت شود در حالی که از ابتدا قرار بود تمام تسهیلات به صورت ریالی پرداخت شود و صحبتی از فروش اوراق نشده بود.

محبی‌نژاد پرداخت وام را راهکار موقتی برای حل مشکل خودروسازان دانست و تاکید کرد: پرداخت تسهیلات با این روش صرفا یک مسکن موقت برای عقب انداختن مشکل اصلی است؛ راهکار اساسی برای حل معضل نقدینگی خودروسازان اولا حذف سیاست قیمت‌گذاری دستوری و اصلاح قیمت‌هاست تا دارایی خودروساز و قطعه‌ساز در میان‌مدت از بین نرود و ثانیا اینکه نقدینگی موردنیاز خودروسازان توسط نظام بانکی به طور کامل تامین شود.

دبیر انجمن صنایع همگن نیرومحرکه و قطعه‌سازان تاکید کرد: اگر می‌خواهیم تیراژ به میزان سال‌های قبل برسد باید نقدینگی موردنیاز صنعت خودرو تامین شود ضمن اینکه خودروسازان حداقل سه برابر نقدینگی فعلی، نقدینگی لازم دارند چراکه قیمت نهاده‌های تولید نیز به همین میزان افزایش پیدا کرده است؛ در کشوری که نه خودرو وارد می‌شود و نه در صورت واردات مردم توان خرید دارند، چاره‌ای جز اتکا به تولید داخل نیست که با وجود حمایت نکردن دولت، تولید داخلی هم نخواهیم داشت.

محبی‌نژاد تصریح کرد: در همه کشورها نظام بانکی در کنار صنایع تولیدی است، حتی در کشورهایی که مثل ما تورم بالا و صعود چشمگیر قیمت مواد اولیه ندارند نیز شاهد حمایت‌های دولتی و بانکی هستیم؛ زیان فعلی خودروسازان به خاطر سیاست‌های نادرست دولت ایجاد شده و به همین دلیل، دولت موظف به حمایت از صنعت خودرو است.

این فعال صنعت قطعه با تاکید بر ضرورت پرداخت تسهیلات اعطایی به مطالبات قطعه‌سازان تاکید کرد: این تسهیلات از روز اول برای پرداخت بدهی زنجیره تامین پیش‌بینی شده است و قرار بود خودروسازان صرفا گیرنده وام باشند، اما شنیده شده که خودروسازان می‌خواهند بخشی از این تسهیلات را به سایر بدهی‌های خود اختصاص دهند.

محبی‌نژاد گفت: بخشی از بدهی خودروسازان، چک‌های برگشتی است که ما در پرداخت آنها حرفی نداریم چرا که در نهایت به نفع قطعه‌سازان خواهد بود اما سایر بدهی خودروسازان باید از منابع جاری‌شان تامین شود نه از طریق این وام.

به گفته دبیر انجمن صنایع همگن نیرومحرکه و قطعه‌سازان، وزارت صمت به این موضوع ورود کرده و قرار است به مراحل تخصیص و پرداخت پول نظارت داشته باشد.

چرا هزینه دوگانه‌سوز کردن خودروها افزایش یافت؟

با اطلاع‌رسانی این طرح و تاکید بر رایگان بودن آن (قبل از بررسی امکان‌سنجی اجرا و ارزیابی پیامدهای آن)، بازار عادی دوگانه‌سوز کردن خودروها ملتهب شد و به‌هم ریخت.

یک مدرس دانشگاه و پژوهشگر حوزه اقتصاد انرژی در نقد طرح ۶۵۰۰ میلیارد تومانی دوگانه‌سوز کردن رایگان حدود ۱.۵ میلیون خودروی عمومی (وانت، تاکسی و ون) گفت: در این زمینه چند پرسش مهم مطرح است اول اینکه آیا قبل از تصویب طرح، با دست‌اندرکاران صنعت CNG (تولیدکنندگان تجهیزات و سرمایه‌گذاران بخش خصوصی) که در فاصله سال ۹۰ تا آبان ۹۸، با تغییر سیاست دولت (خارج شدن توسعه CNG از اولویت برنامه‌های دولت)؛ متضرر و ورشکست شدند، مشورت شده است و اگر شده چند درصد موافق این طرح بودند؟ به گزارش تین نیوز، جواد نوفرستی این مطلب را در کانال تلگرامی خود مطرح کرد و افزود: پرسش دوم این است که آیا همفکری با صاحب‌نظران و کارشناسان CNG انجام شده و چند درصد موافق انجام این طرح بودند؟

وی افزود: آیا این طرح پیوست کارشناسی دارد؟ همچنین با اطلاع‌رسانی این طرح و تاکید بر رایگان بودن آن (قبل از بررسی امکان‌سنجی اجرا و و ارزیابی پیامدهای آن)، بازار عادی دوگانه‌سوز کردن خودروها ملتهب شد و به‌هم ریخت، به‌گونه‌ای که هزینه دوگانه‌سوز کردن خودرو به یکباره و به شدت افزایش یافت. چرا این پیامد پیش‌بینی نشد؟ چه کسی پاسخگوست؟

نوفرستی تاکید کرد: قابلیت اجرای طرح (هم از نظر عرضه و هم از نظر تقاضا) و مهمتر از آن تحقق هدف اصلی طرح (جایگزینی ۱۰ میلیون لیتر بنزین با ۱۰ میلیون متر مکعب CNG در روز) به شدت زیر سؤال است.

وی با بیان اینکه تمام اهداف موردنظر طرح و حتی فراتر از آن (شامل پیشگیری از زمینه‌های رانت و فساد)، با راهکاری بدون هزینه و صرفاً با تدوین یک بند در قانون، محقق خواهد شد، گفت: دست‌اندرکاران صنعت CNG و حتی مالکان خودروهای خدماتی عمومی و خصوصی، برای استقبال از توسعه CNG، فقط یک تضمین می‌خواهند که برای دولت هزینه‌ای ندارد.

به گزارش تین نیوز، او خاطرنشان کرد: راهکار بدون هزینه، تصویب بند قانونی برای عدم کاهش فاصله تعرفه فروش CNG با بنزین و حفظ نسبت ۲۵ تا ۳۰درصد (مانند بسیاری از کشورها)؛ به مدت ۱۰ سال است.

این مدرس دانشگاه و پژوهشگر حوزه اقتصاد انرژی اظهار کرد: در همایش «CNG فرصت توسعه پایدار» که اول دی ماه ۹۸ در پژوهشکده علوم و فناوری انرژی شریف با حضور دست اندرکاران و ذی‌نفعان صنعت CNG برگزار شد، در بخش پرسش و پاسخ پنل بررسی همین طرح، بازخورد فوق و پیشنهاد «تصویب بند قانونی فوق به‌جای تخصیص بودجه ۶۵۰۰ میلیارد تومان»، به‌عنوان انتظار دست‌اندرکاران از دولت را طرح کردم که مورد تایید بسیاری از ذی‌نفعان قرار گرفت.

سالانه بیش از یک و نیم میلیون خودرو به خودروهای کشور افزوده می‌شود

۸۷درصد مینی‌بوس‌های کشور اسقاطی هستند

معاون سازمان محیط زیست کشور گفته است که سالانه بیش از یک و نیم میلیون خودرو به خودروهای کشور افزوده می‌شود.

عیسی کلانتری در مراسم رونمایی از سامانه ملی تهیه فهرست انتشار آلاینده‌های هوای کلانشهرهای کشور با بیان اینکه هوای پاک از حقوق شهروندی است، گفت: هوای ناسالم به مراتب خطرناک‌تر از آب ناسالم و غذای ناسالم است ولی چون در گذشته جمعیت ما کمتر بود و مصرف انرژی کمتر بود هوای ما سالم بود و هوای سالم را مفت و مجانی در اختیار داشتیم. امروز با افزایش جمعیت و افزایش مصرف سوخت فسیلی با اسراف در مصرف انرژی کار به جایی رسیده که هوای پاک کم کم به یک آرزو تبدیل شده است.

رئیس سازمان حفاظت محیط زیست با بیان اینکه دولت‌ها هیچ وقت نه فکر این را کرده بودند و نه آمادگی آن را داشتند که برای هوای پاک باید هزینه کرد، گفت: امروز نزدیک ۸۳ میلیون نفر و با مصرف روزی ۱۴۰ میلیون لیتر در هر روز در کشور به‌خصوص تمرکز مصرف در چند کلانشهر، هوای پاک در بخش‌هایی از سال یک آرزو برای شهروندان شده است. به دست آوردن هوای پاک بدون هزینه غیرممکن است.

کلانتری گفت: برای به دست آوردن هوای پاک هیچ بودجه‌ای در هیچ یک از برنامه‌های پنج ساله پیش‌بینی نشده بود.

رئیس سازمان محیط زیست با بیان اینکه سالانه بیش از یک و نیم میلیون خودرو به خودروهای کشور افزوده می‌شود، گفت: حداکثر کمتر از ۵درصد خودروهایی که به چرخه تولید اضافه می‌شوند از چرخه حذف می‌شوند. امروز ۸۷درصد مینی‌بوس‌های کشور اسقاطی هستند. ۸۱درصد موتورسیکلت‌ها اسقاطی هستند و بهره‌برداری می‌شوند. ۷۳درصد اتوبوس‌ها و ۶۱درصد کامیون‌ها نیز اسقاطی هستند.

کلانتری با بیان اینکه کشور اسقاطی‌ها شده‌ایم، گفت: در حالی که انتظار هوای پاک داریم و این عملاً غیرممکن است، اگر تلاش‌های وزارت نفت در سه چهار سال گذشته نبود و اگر کیفیت سوخت‌های ما مثل پنج سال پیش بود امروز کشور غیرقابل سکونت بود متأسفانه چون نیاز نداشتیم در گذشته برای هوای پاک هیچ هزینه‌ای را انجام نمی‌دهیم برای آب سالم خدا را شکر هزینه شده هنوز سالانه شاید میلیاردها تومان در کشور هزینه آب سالم می‌شود.

رئیس سازمان حفاظت محیط زیست با بیان اینکه از ۱۱ میلیون موتورسیکلت در کشور حدود ۹.۶ میلیون موتورسیکلت اسقاطی است، گفت: اما می‌گویند اینها ابزار رزق و روزی مردم است و توان مالی نداریم و ناچار باید حرکت کنند و هوای آلوده تولید کنند. هر موتورسیکلت اسقاطی ۷ تا ۸ برابر یک خودرو آلودگی ایجاد می‌کند. از طرفی ۵۶۰ هزار کامیون اسقاطی در کشور در حال حرکت هستند. تمام آلایندگی‌های کشور به ویژه در فصل سرما، ۶۱درصد را خودروهای دیزلی ایجاد می‌کنند که بخش عمده کامیون‌ها هستند و بعد اتوبوس‌ها و مینی‌بوس‌ها. وی با بیان اینکه ما هزینه‌ای نکرده‌ایم که انتظار داشته باشیم روز ناسالم نداشته باشیم، گفت: تحریم‌ها از یک سو باعث شده وزارت نفت نتواند مازوت تولیدی خود را صادر کند، وقتی جلوی مصرف مازوت را در نیروگاه‌ها گرفتیم پالایشگاه‌ها پر از مازوت شدند و در آستانه تعطیلی بودند چون نه می‌توانستند مصرف و نه صادر کنند. نیروگاه‌ها دوباره به مازوت سوزاندن روی آوردند و گرفتار هوای آلوده شدیم.

وی گفت: هوای پاک هزینه می‌خواهد اگر دولت‌ها می‌خواهند برای مردم هوای پاک ایجاد کنند سرمایه‌گذاری می‌خواهد وگرنه تعطیل کردن مدرسه و دانشگاه و شهر مشکل‌گشا نیست. خودروهای سواری ما طبق گزارش فرمانده انتظامی ۶درصد اسقاطی هستند ولی کل خودروهای دیزلی اسقاطی هستند.

کلانتری با بیان اینکه ناچار شدیم در تولید سواری از خیلی از استانداردها چشم‌پوشی کنیم، گفت: اگر بخواهیم استانداردها را اعمال کنیم کل خودروسازی کشور باید تعطیل شود. می‌گویند ۱.۵ میلیون کارگر بیکار می‌شوند و می‌خواهند هوای پاک داشته باشند در حالی که اگر تلاش‌های وزارت نفت نبود اوضاع به مراتب بدتر از این بود.

اخبار

زنگ خطر کمبود قطعات یدکی به صدا درآمد

سخنگوی اتحادیه لوازم یدکی خودرو اعلام کرد اگر دولت و وزارت صمت حمایت‌های لازم را در زمینه تولید و واردات نداشته باشند در آینده نزدیک با کمبود لوازم یدکی مواجه می‌شویم.

سید مهدی کاظمی در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو اظهار داشت: بازار لوازم یدکی کماکان به دلیل تردد اندک اتومبیل‌ها در رکود به سر می‌برد و قیمت لوازم یدکی از زمان افزایش نرخ بنزین هیچ‌گونه تغییری نداشته است.

سخنگوی اتحادیه لوازم یدکی خودرو گفت: قبلا به دلیل افزایش نرخ ارز، قیمت قطعات موتوری و وارداتی و حتی قطعات تولید ایران حدود ۵درصد افزایش یافت.

کاظمی گفت: در حال حاضر کمبودی در زمینه لوازم یدکی وجود ندارد اما اگر به همین شکل پیش رویم و دولت و وزارت صمت حمایت لازم را نداشته باشند و در واردات و تولید حمایت‌های لازم صورت نگیرد با کمبود مواجه خواهیم شد و این یک هشدار برای آینده است.

وی گفت: ما باید بتوانیم حداقل، قطعات خودروهای عمومی مانند کامیون‌ها و اتوبوس‌ها را به خوبی تامین کنیم تا در آینده مشکلات کمتری داشته باشیم؛ اگر نتوانیم حداکثر تا سه ماه آینده قطعات این خودروها را تامین کنیم با مشکل مواجه خواهیم شد.

سخنگوی اتحادیه لوازم یدکی خودرو گفت: هم‌اکنون درخصوص قطعات یدکی پرمصرف، افزایش قیمت و کمبود وجود ندارد اما باید در ارتباط با تامین مواد اولیه تولید و نیز در امر واردات قطعات یدکی حمایت‌های لازم صورت گیرد و در این راه سهولت ایجاد شود.

کاظمی درخصوص معضلی که درخصوص ارزش افزوده برای اقلیتی از صنف لوازم یدکی به عنوان عمده فروش به وجود آمده بود، گفت: این موضوع فعلا متوقف مانده؛ حال یا مصاحبه‌های ما اثرگذار بوده و یا اداره دارایی در آینده موضوع را پیگیری خواهد کرد، البته امیدواریم که سازمان امور مالیاتی مخصوصا حوزه ارزش افزوده از این موضوع صرف نظر کند و به معنای تمام کلمه ما را از یک مصیبت برهاند.

سخنگوی اتحادیه لوازم یدکی خودرو در پایان گفت: از مردم تقاضا داریم از خرید اینترنتی لوازم یدکی -که توسط کسانی که تخصصی در این زمینه ندارند انجام می‌شود- تا زمانی که این مراکز مجوز رسمی دریافت نکرده‌اند خودداری کنند.

لزوم خروج هرچه سریع‌تر دولت از تصدیگری بر خودروسازان

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی بر واگذاری صنعت خودروسازی به بخش خصوصی جهت جلوگیری از ورود آسیب بیشتر به این صنعت تاکید کرد.

رامین نورقلی‌پور در گفت‌وگو با خبرنگار پارلمانی خبرخودرو، درخصوص بهترین زمان خروج دولت از صنعت خودروسازی اظهار داشت: خصوصی‌سازی خودروسازان نیازمند ملزوماتی است که هرچه دیرتر نسبت به واگذاری این صنعت اقدام شود تامین این ملزومات دشوارتر می‌شود بنابراین می‌بایست هرچه سریع‌تر اقدامات مقتضی در این خصوص انجام شود تا مانع از ورود آسیب بیشتر به این صنعت شویم.

وی راهکار موثر را خروج این صنعت از تصدی دولت دانست و افزود: در این مسیر گام‌هایی برداشته شده اما آنچه مهم است هدف‌گذاری صحیح است.

نماینده مردم کردکوی، ترکمن و بندرگز در مجلس شورای اسلامی در ادامه گفت: تنش‌ها و چالش‌هایی که صنعت خودرو با آن مواجه است حمایت دولت از این صنعت را توجیه می‌کند اما به اعتقاد بنده می‌بایست دولت از اعمال این حمایت‌ها دست بردارد.

نورقلی‌پور درخصوص مصوبه اخیر مبنی بر ارائه تسهیلات ۱۰ هزار میلیارد تومانی به خودروسازان تصریح کرد: همانطور که اختصاص بسته حمایتی در ماه‌های اخیر با وجود بدهی‌های معوق ۲۰ هزار میلیارد تومانی خودروسازان به قطعه‌سازان در رفع کامل مشکلات آنها مثمرثمر نبود ارائه این تسهیلات نیز قطعا مشکلات خودروسازان را مرتفع نخواهد کرد.

وی با اشاره به مباحث مالی و تقدم هزینه‌ها بر درآمدها به عنوان اصلی‌ترین مشکلات خودروسازان اذعان داشت: البته ارائه این تسهیلات می‌تواند بخشی از سرمایه در گردش این مجموعه را تامین کند. این عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی در پایان ضمن بیان این موضوع که درخواست مردم از خودروسازان ورود به عرصه تحقیق و توسعه محصولات (R&D) است، خاطرنشان کرد: بسته‌های حمایتی و تسهیلات بانکی براساس توان مالی تامین‌کنندگان است و ضمن اینکه هدف از ارائه آنها حمایت و کمک به این صنعت است اما مجددا بار مالی سنگینی بر دوش خودروسازان خواهد گذاشت و چرخه مالی آنها را با مشکلات بیشتری مواجه خواهد کرد.

سرمایه‌گذاری هیوندای در تولید برقی‌ها

گروه خودروسازی هیوندای‌موتور که برند مادر کیاموتورز نیز محسوب می‌شود اعلام کرد که بنا دارد تا سرمایه‌گذاری ۱۰۰ میلیون یورویی را در یک استارت‌آپ بریتانیایی انجام دهد که با هدف تولید ون‌های برقی تا سال ۲۰۲۱ فعالیت می‌کند.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو»، شرکت ارایوال که از سال ۲۰۱۵ در لندن تاسیس شد، هم‌اکنون یک اتوبوس جعبه‌مانند با ظاهر مدرن را طراحی کرده است و بنا دارد که آن را وارد بازار حمل‌ونقل کند. شرکت مزبور اعلام کرده است که این ون می‌تواند با هر بار شارژ مسافتی حدود ۴۸۰ کیلومتر را بپیماید. ارایوال در بیانیه‌ای اعلام کرد که با هیوندای و کیا برای تولید و توسعه چند وسیله نقلیه برقی در بازارهای جهانی همکاری می‌کند. این دو شرکت کره‌ای سال گذشته نیز در یک شرکت کروات، سرمایه‌گذاری ۸۹ میلیون دلاری را برای تولید نسل جدید خودروهای برقی انجام دادند. ارایوال می‌گوید که سیستم دستیار راننده پیشرفته‌ای را روی ون‌های خود نصب می‌کند که می‌توانند در آینده به قابلیت خودران هم مجهز شوند.

عملکرد اعضای شبکه آزمایشگاهی ۴۰درصد رشد کرد

با نگاهی آماری به وضعیت موجود آزمایشـگاه‌ها می‌توان به رشد ظرفیت این مراکز پی برد، در حال حاضر آزمایشـگاه‌ها بیش از گذشـته از ظرفیت خود استفاده می‌کنند و درآمـد خـود را افزایش داده‌اند. به گزارش پایگاه اطلاع‌رسـانی بنیـاد ملی نخبگان، رضا اسـدی‌فرد گفت: درآمدزایی مراکز عضو شبکه، توسعه سیستم‌های آزمایشگاهی و رضایت مردم از ارائه این خدمات، رشد کرده است؛ رشدی که می‌تواند زمینه‌ساز توسعه صنعت آزمایشگاهی در کشور شود.

شـبکه آزمایشگاهی فناوری‌های راهبردی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در تعریفی که از وظایف خود کرده اسـت، به طور سـالیانه عملکرد مراکز عضو خود را بررسی و نقد می‌کند. با همین نگاه نیز در آخرین آماری که از این شبکه منتشر شده، بر رشد ۴۰درصدی سالانه این مراکز تاکید شده است.

دریچـــه

گامی برای مقاوم‌سازی اقتصاد

فاطمه میری - کارشناس دفتر توسعه کسب و کار بین‌المللی، معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری

معاونت علمی و فناوری برای حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان اقدام به بررسی مشکلات و ضعف‌های موجود بر سر راه کسب‌وکارهای بین‌المللی این شرکت‌ها و حمایت از آنها برای ورود به بازارهای بین‌المللی کرده است.

در این مسـیر تلاش شده اسـت که با مدل مشارکت دولت و بخش خصوصی، حمایت‌های مشـروط، زمان‌دار و هدفمند ایجاد زیرساخت‌های لازم برای تسهیل فرآینـد صادرات و کسـب‌وکار بین‌المللی شـرکت‌های دانش‌بنیان اعمال شـود. توانمندسازی، پشتیبان‌سازی و تأمین مالی صادراتی شرکت‌های دانش‌بنیان اجزای تشـکیل‌دهنده این نقشه راه هسـتند. ایجاد و توسعه بسترهای لازم برای اقتصاد دانش‌بنیان یکی از اهداف محوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری است که از طریق برنامه‌های مختلفی دنبال می‌شـود. تسـهیل در زمینه‌های صادرات محصولات دانش‌بنیان، تبادل فناوری و توسعه بازار آنها از جمله این برنامه‌ها است که با ایجاد کریدور توسعه صادرات و تبادل فناوری در سال ۹۳ شکل منسجم‌تری به خود گرفته است. کریدور توسعه صادرات و تبادل فناوری مجموعه‌ای است که با حمایت از شـرکت‌های دانش‌بنیان توانمند و دارای پتانسیل صادراتی، صادرات محصـولات با فناوری بالا را تسـهیل می‌کنـد. ارائه خدمات مشـاوره و آموزش، تهیـه ابزارهای تبلیغاتی، اخـذ گواهینامه‌ها و مجوزهـای بین‌المللی و حضور در نمایشـگاه‌های معتبر خارجی با حمایت‌های مالی، بخشی از این خدمات است که از طریق کارگزاران توسـعه صادرات و تبادل فناوری کریدور (شرکت‌های خدماتی متخصص در هر حوزه) ارائه می‌شود.

شرکت‌های دانش‌بنیان برای ورود به بازارهای بین‌المللی نیازمند سپری کردن یک دوره رشـد و بین‌المللی شدن هسـتند تا به بنگاه‌های حرفه‌ای و آماده برای صادرات و تعاملات بین‌المللی تبدیل شوند. لذا کریدور صادرات به منظور شناخت بهتر از نقاط ضعف شرکت‌ها و رسیدن به یک برنامه توانمندسازی برای هر شرکت، میزان بلـوغ صادراتی شـرکت‌ها را برمبنای مدل‌های ارزیابـی آمادگی صادراتی (Export Readiness Assessment)، ارزیابی می‌کند. شرکت‌ها برای اخذ هر کدام از خدمات و حمایت‌های آتی، باید این ارزیابی را پشت سر بگذارند.

در فرآیند ارزیابی آمادگی صادراتی شرکت‌ها، مواردی مانند «ارزیابی سازمانی و ساختاری شرکت»، «ارزیابی توانمندی‌های بازرگانی بین‌المللی»، «ارزیابی طراحی صنعتی محصول» و «ارزیابی فنی و اسـتاندارد محصول» مورد تحلیل و بررسـی قرار می‌گیرند. اقدامات در راسـتای پشتیبان‌سازی توسـعه صادرات شرکت‌های دانش‌بنیان از دیگر اقداماتی اسـت که توسـط معاونت علمی و فناوری ریاسـت جمهوری صورت می‌گیرد. تشکل‌ها و واسطه‌های صادراتی با هدف توسعه صادرات محصولات شـرکت‌های کوچک و متوسـطی که امکان سـرمایه‌گذاری در ایجاد دپارتمان و یا واحد مستقل بازرگانی بین‌المللی ندارند در حوزه‌های تخصصی ایجاد می‌شوند. این مهم در حوزه صنایع دانش‌بنیان که اغلب آنها را شرکت‌های کوچک و متوسط دربر می‌گیرد نیز صادق است.

شـرکت‌های مدیریت صادرات محصولات دانش‌بنیـان یکی از اجزای این طرح هسـتند، در واقع شـرکت مدیریت صادرات تشکیلاتی اسـت که به عنوان بخش صـادرات خارج از محل شـرکت عمل می‌کند. این نهاد محصـولات و خدمات را به خریداران خارجی معرفی کرده و از طرف شـرکت تولیدکننده به دنبال تجارت مـی‌رود. کاملاً مسـتقل اسـت و به عنوان یـک دپارتمان فروش صـادرات برای صادرکنندگانی که قدرت رقابت ندارند عمل می‌کند.

پایگاه‌های صادراتی محصولات دانش‌بنیان هم هسـتند که این پایگاه‌ها مکان بازرگانی و اقتصادی هسـتند که توسـط تشـکل‌های صادراتی یـا خصوصی در کشورهای هدف ایجاد می‌شوند و با استفاده از نیروهای متخصص بومی یا غیربومی خدمات تجاری لازم برای تسـهیل و پشتیبانی از روند صادرات محصولات ایرانی در کلیه موارد از قبیل تحقیقاتی، مشاوره‌ای، سرمایه‌گذاری، برنامه‌ریزی و تأسیس دفاتر تجاری و سایر خدمات تجاری را فراهم می‌کند.

زخم‌ها با فناوری ایرانی بهبود می‌یابند

هنگامی که پوسـت جراحتی برمی‌دارد حتی در یک عمل جراحی، میکروب‌ها می‌توانند به بدن وارد شـده و باعث عفونت شـوند. زخم‌هـا اغلب به علت حادثه یا آسـیب دیدگی رخ می‌دهند. یک زخم ممکن اسـت صاف یا زبر باشـد. ممکن است زخم در نزدیکی سطح پوست یا جایی عمیق‌تر ایجاد شده باشد. زخم عمیق می‌تواند بر روی رباط‌ها، عضلات، تاندون‌ها، اعصاب، رگ‌های خونی و اسـتخوان‌ها تاثیر بگذارند. زخم‌ها طـی مراحل مختلف بهبود می‌یابند. هرچه زخم کوچک‌تر باشـد، سـریع‌تر بهبود می‌یابد. هرچه زخم بزرگ‌تر یا عمیق‌تر باشد، مدت زمان بیشـتری طول می‌کشـد تا بهبود یابد. یکی از راه‌هایی که برای بهبود زخم انجام می‌شود، پانسمان محل زخم است. امروز پانسمان‌های گوناگون با ویژگی‌های خاص برای زخم‌های مختلف مورد اسـتفاده قرار می‌گیرد که در مواردی این پانسمان‌ها با فناوری پیشـرفته در هر کشوری تولید نمی‌شود، از سویی دیگر قیمت برخی از این پانسمان‌ها بسیار بالاست، به همین دلیل خرید این پانسمان‌ها برای هر بیماری ممکن نیست. یک شرکت دانش‌بنیان در کشور توانسته با چندین سال تحقیق و پژوهش، ایران را در زمره کشورهای برتر دنیا در تولید پانسمان‌های با ساختار شبیه پوست انسان قرار دهد. محمود قفقازی، مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان «طبا زیست پلیمر» درباره محصول دانش‌بنیان تولیدشده این شرکت با نام «پانسمان ماتریکس کلاژن طبادرم» گفت: پانسـمان ماتریکس کلاژن طبادرم، پانسـمانی پیشرفته با سـاختار شبیه پوست انسان اسـت که به وسیله زیست پلیمرهای به کار رفته در ساختار پانسـمان از قبیل کلاژن و مدیریت رطوبت، منجر به تسریع روند درمان زخم می‌شـود. وی ادامه داد: به کارگیری پلیمرهای طبیعی زیست تخریب‌پذیر و زیست سازگار با شباهت به ماتریکس خارج سلولی از طریق تحریک و القای روند بهبود زخم، گامی بزرگ در ترمیم بافت آسیب دیده است.

به گفته این فعال فناور، فرمولاسیون خاص طبادرم مزایایی فراتر از یک پانسمان هیـروژل را فراهم می‌آورد که می‌توان به مواردی همچون، تحریک تولید پروتئین در ماتریکس خارج سـلولی و تسـریع اپیتلیزاسیون، تسهیل دبریدمان اتولیتیک، مدیریت اگزودای زخم، افزایش رگزایی در بافت آسیب دیده، رطوبت‌رسانی به سطح زخم و اثرات آنتی میکروبیال اشاره کرد. قفقازی به قیمت تمام‌شده این محصول و مقایسه با نمونه مشابه خارجی آن پرداخت و گفت: قیمت محصول تولیدی این شرکت حدود یک بیستم قیمت نمونه مشابه آمریکایی است و از نظر کیفیت نیز با نمونه آمریکایی و اروپایی برابری می‌کند به طوری که بسیاری از بیمارستان‌ها و مراکز معتبر درمانی کشور از این محصول استفاده می‌کنند.

مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان «طبا زیست پلیمر» به موارد مصرف این پانسمان اشاره کرد و گفت: زخم‌های ناشی از دیابت، زخم بستر، سوختگی درجه یک و دو، زخم‌های وریدی و عروقی، زخم‌های جراحی، زخم‌های تروماتیک، زخم‌های حاد و مزمن و انواع خراشیدگی‌ها و بریدگی‌ها از جمله مواردی هستند که با این پانسمان بهبود پیدا می‌کنند.

وی همچنین افزود: در این شرکت علاوه بر «پانسمان ماتریکس کلاژن طبادرم » محصولات دیگری با نام‌های «اسـپری آنتی سپتیک طباسپت»، «پانسمان طبا استاپ»، «پانسـمان طباگرن پلاس نقره» و « پانسمان طباگرن» تولید و به بازار عرضه شده است.

آلفابت چهارمین شرکت یک

ارزش سـهام آلفابت به لطف رشـد کسـب‌وکارهای مبتنی بر فضای ابری این شرکت افزایش یافت و برای اولین‌بار ارزش کلی یک‌تریلیون دلار را برای آلفابت رقم زد.

به گزارش زومیت، مجموعه آلفابت که شـرکت مادر گوگل محسـوب می‌شـود، توانسـته به ارزشـی بالغبر یک‌تریلیون دلار در بازار دست پیدا کند. به‌عبارت‌دیگر، آلفابت چهارمین شرکت آمریکایی است که ارزش آن از یک‌تریلیون دلار بیشتر شده است. اپل اولین شرکتی بود که در سال ۲۰۱۸ ارزش سهام آن از این مقدار تجاوز کرد و بعدها مایکروسافت و آمازون نیز توانستند ارزش سهام‌شـان را به بیش از یک‌تریلیـون دلار افزایش دهند. با اینکه ارزش آمازون با کاهش روبه‌رو شده و هم‌اکنون ۹۲۰ میلیارد دلار تخمین زده می‌شود، ارزش سهام اپل و مایکروسافت هنوز هم بیشتر از مقدار یادشده است.

تحلیل‌ها درباره مدیرعامل جدید آلفابت، ساندار پیچای، خوش‌بینانه به نظر می‌رسد. در بیانیه غافلگیرکننده‌ای که سپتامبر ۲۰۱۹ منتشر شد، مؤسس آلفابت، لری پیج، اعلام کرد قصد دارد همراه با سـرگی برین، دیگر بنیان‌گذار و رئیس هیأت‌مدیره شـرکت مذکور، از سِمَت‌های‌شـان کناره‌گیـری کننـد. پیچای از قبـل نیز مدیرعامل گـوگل بود و تمامی کسـب‌وکارهای اصلی این شـرکت شـامل موتور جسـت‌وجو، تبلیغات، یوتیوب و اندروید را کنتـرل می‌کرد و میزان درخورتوجهی از درآمدها و سودهای گوگل به خاطر او محقق می‌شد. بااین‌همه، او زیر نظر لری پیج فعالیت می‌کرد؛ شـخصی که علاوه بر سـر همچـون اتومبیل‌های خودران و پهپادهای حما می‌کند. حال پیچای مسئولیت تمامی مجموعه اکثر سهام آلفابت را در اختیار دارند و تأثیر بس

بخشـی از خوش‌بینیِ تحلیل‌ها، مربوط به رش است؛ کسـب‌وکارهایی که با وجود فاصله زیاد این حوزه، توانسـته درآمـد یک‌میلیارد دلاری فوریـه ۲۰۱۸ و ژوئیـه ۲۰۱۹ دوبرابـر کند و ب سـرمایه‌گذاری‌های گسـترده ازجمله سـه‌برابر به سـرویس Cloud Health گوگل، رشـد م کسب‌وکارهای یادشده شرکت آلفابت در مواجه روبـه‌رو هسـتند. البته برخی از تحلیلگران ثبات قوت‌های آن می‌دانند.

در دسـامبر گذشته، مؤسسـه مالی Stifel بر ۱۴درصـد و از ۱.۳۲۵ به ۱.۵۲۵ دلار افزایش د

بخش تعاون در تاسیس مراکز نوآوری پیشگام باشد

سورنا ستاری در نشست مشترک مسئولین معاونت علمی و فناوری ریاست جمهـوری و اتاق تعاون ایـران، ضمن تاکید بر حمایـت از بخش تعاون گفت بی‌شک، این حوزه پتانسیل تلفیق با زیست بوم نوآوری در کشور را دارد.

بـه گـزارش پایگاه اطلاع‌رسـانی بنیـاد ملی نخبگان، معاون علمی و فناوری ریاست جمهوری در ادامـه افـزود: از روزهای اولیـه پایه‌گذاری و گسـترش، زیسـت بـوم دانش‌بنیان در کشـور، تعاونی‌ها یکـی از محورهایی بود که مورد توجه قرار داشـت. این موضوع در جلسات متعددی که با مسـئولین وقت تعاون کشور، از جمله مدیران وزارت تعـاون، کار و رفاه اجتماعی برگزار شـد مورد بررسی قرار گرفت.

تفکر مدیریتی نفتی

سـورنا ستاری با اشـاره به لزوم تدارک برخی پیش‌نیازها برای توسـعه فناوری در بخش تعاون کشور گفت: باید توجه داشت که یک اکوسیستم به صورت خلق‌الساعه و لحظـه‌ای به وجود نمی‌آید، ایجاد نـوآوری با تزریق بی‌هدف وام از جمله آسیب‌های، تفکر و مدیریت نفتی است.

رئیس ستاد فرهنگ‌سازی اقتصاد دانش‌بنیان با اشاره به ظرفیت‌های بالای منابع انسـانی در کشـور گفت: رتبه نوآوری در ایران از ۱۲۰ به ۶۱ ارتقا یافته اسـت و کشور، در بسیاری از حوزه‌های علوم انسـانی توانسته است، رتبه‌های ممتازی کسـب کند. به گفته وی این بسـتر مناسـب می‌تواند مورد استفاده بخش تعاون قرار گیرد، ممکن است تعاونی‌های کـه بر ادامـه روش و تفکر سـنتی خود اصرار دارند در سال‌های آتی، رو به اضمحلال بروند.

رئیس بنیاد ملی نخبگان راه جلوگیری از این موضوع را انطباق بخش تعاون با شـرایط جدید معرفی کرد و بیان داشـت: تعاونی‌ها می‌توانند بـا شناسـایی فرصت‌ها و ایده‌هـای جدید، در زمینه سـرمایه‌گذاری جسورانه (ونچر کپیتال) بر روی استارت‌آپ‌ها پیشـگام باشند. تاسیس مراکـز نوآوری تخصصی، ویـژه بخش تعاون از جملـه دیگر حوزه‌هایی اسـت که بخش تعاون و شـرکت‌های تعاونی بزرگ می‌توانند در ایجاد آن، پیشقدم شوند.

سـتاری افزود: معاونت علمی و فناوری ریاسـت جمهوری نیز آمادگی دارد تـا در چارچوب قوانین موجود از بخش تعـاون و تعاونی‌های نوآور، به صورت جدی حمایت کند.

«ستادهای توسعه فناوری» رتبه علمی ایران را بهبود بخشیدند

سـتادهای تشـکیل شـده در معاونت علمی و فناوری ریاسـت جمهوری، تجربه‌ای جدید در حکمرانی و سیاسـت‌گذاری محسوب می‌شوند. این ستادها توانسـته‌اند به دور از آسیب‌هایی مانند درگیر شدن در بوروکراسی دولتی، در عین انجام ماموریت‌های علمی، چابکی و توان عملیاتی خود را حفظ کنند.

بـه گزارش پایـگاه اطلاع‌رسـانی بنیاد ملی نخبگان، «ستادهای توسـعه فناوری» تشکیل شـده در معاونـت علمـی و فناوری ریاسـت جمهـوری، دارای تشـکیلات و سـاختاری فرابخشی هستند که به منظور «شبکه‌سازی»، «هم‌افزایی»، «تقسـیم کار ملی»، «حمایت از شـرکت‌های دانش‌بنیان»، «حمایت از توسعه فناوری»، «تجاری‌سـازی فنـاوری» و تقویت زیرساخت‌های قانونی و نهادی ایجاد شده‌اند.

ماموریت‌های شش‌گانه

معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری به منظور حفظ توسـعه متوازن زیسـت بوم علم و فناوری و نوآوری در حوزه‌های اولویت‌دار، ماموریت‌های شـش‌گانه‌ای را برای ستادهای توسعه فناوری در نظر گرفته است.

ایـن ماموریت‌ها، حوزه‌هـای مختلفی را اعم از: «توسـعه زیرسـاخت‌های پژوهشـی»، «توسـعه فناوری»، «ارتقای فناوری در صنایع موجود»، «توسعه بازار»، «تسـهیل همکاری‌هـای بین‌المللی» و ترویج و فرهنگ‌سـازی را دربر می‌گیرد.

فعالیـت سـتادها در سـال‌های گذشـته دسـتاوردهای چشـمگیری به همراه داشته است. دستیابی به رتبه ۴ در تولیدات علمی و انتشار مقالات در حوزه نانو فناوری، رتبه ۱۳ زیسـت فناوری و رتبه ۱۴ سلول‌های بنیادی و طب بازسـاختی از جمله این دست یافته‌ها است.

تولیـدات علمـی در این حوزه‌هـا در بعد تجاری و بازار نیز انعکاسـی معنادار داشـته اسـت. برای نمونه حجم فـروش محصولات مبتنی بر فناوری نانو در سـال ۱۳۹۶ به ۱۴ هزار میلیارد ریال رسید و صادرات محصولات ایـن حوزه از فناوری از ۶۲ میلیون دلار نیز عبور کرد. همچنین در بازه زمانی مشـابه در حوزه سـلول‌های بنیادی بیش از ۸۰ محصول سلولی توسط ۱۰۵ شرکت فعال این حوزه تجاری‌سازی شد.

ایلام میزبان استارت‌آپ ویکند استان‌های غرب کشور می‌شود

مدیرکل کمیته امداد امام خمینی(ره) ایلام گفت این نهاد میزبان استارت‌آپ ویکند استان‌های غرب کشور در آینده نزدیک خواهد شد. ضیاء رضایی روز شنبه در اختتامیه و معرفی برگزیدگان نخستین استارت‌آپ ویکند این نهاد افزود: این استان به زودی با برگزاری استارت‌آپ ویکند منطقه‌ای، میزبان تعدادی از استان‌های غرب کشور می‌شود.

وی با بیان اینکه این نهاد در استان ایلام تاکنون چند رویداد کارآفرینی و استارت‌آپ با همکاری پارک علم و فناوری، اداره کل فناوری اطلاعات و شرکت هزاره سوم برگزار کرده و تجربه‌های ارزنده‌ای در این زمینه به دست آورده است، ادامه داد: این تجربیات موجب شده چند استان غرب کشور از جمله استان‌های خوزستان و لرستان برای برگزاری استارت‌آپ با میزبانی این استان اعلام آمادگی کنند که در آینده نزدیک این استان میزبان این برنامه می‌شود.

... تریلیون دلاری آمریکا شد

...مایه‌گذاری‌های پرخطر روی فناوری‌های تجربی، ...ل بسته، بر کسب‌وکارهای دیگری نیز نظارت ...را برعهده دارد، اما پیچ و برین هنوز هم کنترل ...زایی بر تصمیم‌های عمده شرکت می‌گذارند.

...د کسب‌وکارهای مبتنی‌بر فضای ابری شرکت ...با رهبری آمازون و پیشروی مایکروسافت در ...گوگل در بخش فضای ابری را در سه‌ماهه بین ...ه ۲میلیارد دلار برساند. آلفابت انتظار دارد با ...رکردن نیروهای بخش فروش و قدرت‌بخشی ...شابهی در سال پیش‌رو تجربه کند. بااین‌حال، ...ه با مسائلی درزمینه اعتماد کاربران با مشکلاتی ...ت بخش تبلیغات شرکت مذکور را نیز یکی از

...رآورد خود از ارزش سهام آلفابت در آینده را به ...داد. پس از اینکه بانک مرکزی آمریکا برآوردهای خود از سهام این شرکت را افزایش داد و بیان کرد تجارت سالمی را در بخش تبلیغات بین سایر کسب‌وکارهای آلفابت رؤیت می‌کند، سهام شرکت مادر گوگل نزدیک به یک درصد افزایش پیدا کرد. افزایش سهام آلفابت مغایر با روندی است که در چند وقت اخیر شاهد بوده‌ایم. درواقع، پس از اینکه آلفابت در فصل بهار سال گذشته ارقام کمی برای تجارت تبلیغاتش گزارش کرد، بدترین روزهای خود را از آوریل ۲۰۱۰ سپری می‌کرد. در بازه زمانی یادشده، قیمت سهام این شرکت ۷.۵درصد و مجموعا ۶۷ میلیارد دلار از ارزش آلفابت کاهش یافت.

بعدها نیز شرکت مذکور در گزارش مالی خود از سه‌ماهه سوم سال، برآوردها از میزان درآمد به‌ازای هر سهم را منتشر نکرد. همچنین در این گزارش، روند سوددهی کندتر شده بود. در پی انتشار گزارش یادشده، سهام آلفابت ۴درصد سقوط کرد و درنهایت با اندکی بهبود، کاهش ۲درصدی را نشان داد. این غول فناوری همچنین با چندین نزاع فرهنگی روبه‌رو است. برای مثال، هیأت ملی ارتباطات کارگری (NLRB) و چند ایالت و اداره‌های فدرالی ضدانحصارگرایی نیز در حال بررسی پرونده‌هایی درباره آلفابت هستند.

به نظر می‌رسد فیس‌بوک با ارزش تقریبی ۶۲۰ میلیارد دلار، احتمالا مدعی بعدی در صف شرکت‌های یک‌تریلیون دلاری باشد. آلفابت گزارش مالی خود از سه‌ماهه چهارم سال میلادی گذشته و نیز کل سال را در روز سوم فوریه ارائه خواهد کرد.

یادداشت

محققان می‌گویند کارمندان به دنبال محیط کاری دلباز هستند

زمانی که از کارمندان بپرسید بیشتر چه امکاناتی را برای محیط کاری خود می‌خواهند، ناخودآگاه ذهن‌تان به سمت اتاق‌های بازی می‌رود، با این حال برخلاف تصور شما، کارمندان «پنجره» و محیط کاری دلباز را به عنوان مهمترین امکانات داخل شرکت‌های خود برمی‌گزینند که البته کمی ضد و نقیض است.

براساس نظرسنجی شرکت CBRE در ایالات متحده از ۱۶۰۰ کارمند که توسط بخش‌های نیرو انسانی صورت گرفته بود، ۵۳درصد افراد «محیط کاری دلباز» را جزو مهمترین امکانات شرکت خود برگزیدند. این شرکت از کارمندان پرسیده بود که مهمترین امکاناتی که یک شرکت می‌تواند داشته باشد تا راندمان کاری افزایش یابد، چیست و در کمال ناباوری، جواب آن تنها در «پنجره و دید به بیرون» خلاصه می‌شود.

این گزینه حتی از داشتن اتاق بازی و مراکز سلامتی نیز برای کارمندان مهمتر بوده است. دلیل آن بسته و تاریک بودن فضای کاری عنوان شده، زیرا بیشتر شرکت‌ها از کمبود نور طبیعی رنج می‌برند. البته اگر کمی با دقت این قضیه را موشکافی کنیم، به بحث بیوفیلیک یا طبیعت دوستی انسان می‌رسیم که در آن افراد همواره به دنبال راهی هستند تا خود را به محیط باز و طبیعت برسانند و از محیط کاری خود و احتمالا نمایشگرها، فاصله بگیرند.

در جایگاه نخست امکاناتی که کارمندان برای محیط کاری خود برگزیده بودند، ۴۴درصد به وجود کافه در همان طبقه کاری خود و در جایگاه بعدی، ۳۷درصد به آشپزخانه خوب و مناسب رأی داده بودند. البته این قضیه جالب‌تر از این می‌شود. براساس تحقیقاتی که به عمل آمده، مشخص شده است کارمندانی با محیط کاری دلباز، بیش از دیگر کارمندان از شرایط کاری خود ناراضی هستند.

با این حال مدیر ارشد شرکت CBRE می‌گوید بهتر است شرکت‌ها وقت و هزینه بیشتر را صرف پلان و امکانات شرکت خود کنند، زیرا این کار ارزش‌های یک شرکت را نشان می‌دهد. در این صورت اگر قصد استخدام نیروی مستعد و جوان را دارید، پیشنهاد می‌شود فوتبال دستی و اتاق‌های بازی را فراموش کنید و به جای این کار دفترهای مخصوص را جایی با فاصله مناسب از پنجره‌ها برپا کنید تا تمام کارمندان خود را راضی نگه دارید.

منبع: fast company/digiato

وقتی فناوری بلاک‌چین، سازوکار صنایع را تغییر می‌دهد

در بازه زمانی یک ساله، جست‌وجوی کلمه کلیدی ««بلاک‌چین» در گوگل ۲۵۰درصد افزایش یافته است. نهادهای دولتی و خصوصی زیادی در دنیا «بلاک‌چین» را به نام شرکت خود اضافه کردند.

بلاک‌چین به زبان ساده

بلاک‌چین نوعی سیستم ثبت اطلاعات و گزارش است. تفاوت آن با سیستم‌های دیگر این است که اطلاعات ذخیره شده روی این نوع سیستم، میان همه اعضای شبکه به اشتراک گذاشته می‌شوند و با استفاده از رمزنگاری امکان حذف و دستکاری اطلاعات ثبت شده تقریبا غیرممکن است. بلاک‌چین را می‌توان به عنوان یک دفتر کل در نظر گرفت.

این بدان معناست که می‌توان دفتر را با اطلاعات جدید نوشت، اما اطلاعات قبلی که در بلوک‌ها ذخیره شده‌اند، قابل ویرایش، تنظیم یا تغییر نیستند.

این کار با استفاده از رمزنگاری برای پیوند محتویات بلوک تازه اضافه شده به هر بلوک قبل از آن انجام می‌شود، به گونه‌ای که هرگونه تغییر در محتوای یک بلوک قبلی در زنجیره، داده‌ها را در کلیه بلوک‌ها پس از آن بی‌اعتبار می‌کند. بلاک‌چین از دو کلمه بلوک و زنجیره تشکیل شده است. این فناوری در حقیقت زنجیره‌ای از بلوک‌هاست.

از بلاک‌چین می‌توان برای ذخیره اطلاعات دارایی کاربران بهره برد. بیت کوین اولین کاربرد این فناوری بود. اگر بلاک‌چین یک سیستم عامل باشد، بیت کوین نرم‌افزاری روی این سیستم عامل است. اما از این سیستم برای هر فرآیندی که نیاز به ثبت گزارش داشته باشد می‌توان استفاده کرد، به عنوان مثال می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

بلاک‌چین در کسب‌وکار:

قبل از ظهور بلاک‌چین، هیچ راهی برای تأمین اعتبار و حق مالکیت در یک دارایی دیجیتالی یا تأیید معامله به روشی عمومی وجود نداشت. بلاک‌چین اولین فناوری است که امکان انتقال مالکیت دیجیتالی را به‌روشی غیرمتمرکز فراهم کرده است.

درحالی که مطمئناً فناوری و سیستم‌های عامل مربوط به اکوسیستم بلاک‌چین در حال تکامل هستند، برای پاسخ به این سؤال که کسب‌وکارها از به‌کارگیری آن چه سودی خواهند برد، می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- سازوکار مبتنی بر تراکنش
- مزیت امکان نظارت عمومی
- مزیت حفظ سوابقی که امکان بازنویسی‌شان وجود ندارد
- مزیت عدم تمرکز کاربر نهایی یا مشتری

با این فناوری می‌توان نوعی حاکمیت را در سیستم به‌وجود آورد که همه بتوانند نسبت به سهام‌شان و اختیاراتی که دارند در جلو بردن آن سیستم سهیم باشند.

بلاک‌چین در زنجیره تامین:

می‌توان به استفاده از بلاک‌چین در زنجیره تامین و حمل‌ونقل اشاره کرد. کارخانجات و شرکت‌های تولیدکننده می‌توانند اطلاعات کالاها و حمل‌ونقل خود را از ابتدا تا رسیدن به‌دست مشتری روی پایگاه داده ثبت کنند که این کار اصالت کالاها و کیفیت مواد اولیه را برای مشتری تضمین می‌کند.

بلاک‌چین در صنعت بیمه:

وقتی خودروهای خودران و سایر وسایل هوشمند، به‌روزرسانی‌های وضعیت خود را از طریق بلاک‌چین به تأمین‌کنندگان بیمه مخابره می‌کنند هزینه‌های حق بیمه کاهش پیدا می‌کنند زیرا نیاز به داده‌های ممیزی و تأیید مرتفع می‌شود.

بلاک‌چین در صنعت بهداشت و درمان:

سوابق پزشکی الکترونیکی ذخیره شده در بلاک‌چین از طریق زیست‌سنجی در دسترس قرار می‌گیرند و به روز می‌شوند. امکان دسترسی آزادانه به داده‌های مربوط به سوابق پزشکی بیماران و کاهش بار انتقال سوابق بین تأمین‌کنندگان مختلف فراهم می‌شود.

منبع: modirinfo

تجهیزات تست دمایی رقیب نمونه‌های اروپایی شد

یخچال فریزر آزمایشگاهی در تمامی آزمایشگاه‌های پژوهشی و صنعتی موردنیاز است و اصلی‌ترین دستگاه برودتی و سرمایشی در آزمایشگاه به شمار می‌رود. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، فریزر آزمایشگاهی برای نگهداری نمونه‌ها و محلول‌های مختلف در دما و برودت‌های بسیار پایین مورد استفاده قرار می‌گیرد. تمامی آزمایشگاه‌های تحقیقاتی و بالینی نیاز به یک یخچال فریزر آزمایشگاهی دارند. در انتخاب فریزر آزمایشگاهی لازم است که حجم محفظه یخچال آزمایشگاهی، دقت دمایی یخچال آزمایشگاهی، گستره دمایی، سیستم کنترل دمایی پایدار یخچال فریزر آزمایشگاهی، یکنواخت بودن دمای درونی یخچال و فریزر آزمایشگاهی و پایداری و عمر المنت‌های سرمایشی یک یخچال فریزر آزمایشگاهی مورد مطالعه قرار گیرد. احسان مهدوی، مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان «مهندسی فراتجهیز آرمان پژوه» درباره محصول دانش‌بنیان این شرکت با نام چمبرهای تست دمایی توضیح داد: چمبرهای تست دمایی «Temperature Test Chambers» برای انجام تست‌های دمایی در بازه‌های دمایی مختلف قابل ارائه هستند. وی ادامه داد: این دستگاه مجهز به سیستم کنترل هوشمند با قابلیت انجام تست‌های شرایط ثابت و شرایط سیکلی قابل برنامه‌ریزی و دارای قابلیت اتصال به کامپیوتر و اتصال حافظه USB جهت ذخیره اطلاعات برمبنای تاریخ و ساعت شمسی است و همچنین دارای نرم‌افزار تحت ویندوز جهت رسم گراف دما و رطوبت در طول تست‌ها و پارامترهای سیستم است. این فعال فناور درباره دیپ فریزر آزمایشگاهی منفی ۴۰ و ۸۰ درجه سانتی‌گراد گفت: این فریزرها معمولا در آزمایشگاه‌های پزشکی، زیست‌شناسی و آزمایشگاه‌های بیوتکنولوژی و آزمایشگاه‌های تحقیقاتی و دارویی و سرم‌سازی مورد استفاده قرار می‌گیرد. به گفته مهدوی، فریزرهای منفی ۸۰ درجه به دلیل دمای بسیار پایینی که دارند از فناوری خاصی بهره می‌برند تا به این دما برسند. مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان «مهندسی فراتجهیز آرمان پژوه» به خصوصیات این دستگاه اشاره کرد و گفت: این فریزر دارای سیستم کنترل هوشمند جهت محافظت از کمپرسورها، عملکرد بهینه و دقت در کنترل دما است و همچنین این فریزر دارای سیستم کنترل دمای دیجیتال هوشمند با دقت تنظیم ۰.۱ درجه است.

آلیاژی با خواص ویژه صنعت حمل و نقل ساخته شد

محققان دانشگاه امیرکبیر موفق به ساخت قطعات آلومینیومی نانو ساختار در مقیاس آزمایشگاهی شدند، اما استحکام بالا و صرفه‌جویی در استفاده از مواد ویژگی این فلز است که در صنعت حمل و نقل می‌تواند کاربردی گسترده داشته باشد.

به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری محققان این دانشگاه با پشتیبانی صندوق حمایت از پژوهشگران و فناوران معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری موفق به انجام این طرح پژوهشی شدند. دستاورد مهم آن نیز تولید مواد با استحکام بالا و به اندازه کافی سبک است. پس می‌تواند کاربردهای گسترده‌ای در صنایع گوناگون داشته باشد.

کامران دهقانی مجری این طرح پژوهشی درباره آن می‌گوید: این مواد به طور گسترده می‌تواند در صنایع حمل و نقل و هوافضا که علاوه بر بحث ایمنی، کاهش وزن نیز از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است مورد توجه قرار گیرد. همچنین در این طرح دانش فنی تولید مواد فوق ریزدانه و نانو ساختار با روش ترکیبی جدید توسعه یافت و نمونه محصول تولیدشده و آزمایشات لازم روی آن انجام شد.

تلاش برای کاهش وزن وسیله نقلیه و از طرفی بهبود مسائل ایمنی با تولید مواد خاص سال‌ها است که در حال انجام است. تحقیقات مختلفی برای افزایش استحکام مواد و در کنار آن کاهش وزن و حجم مواد مورد استفاده در صنایع مختلف انجام شده است و تکنیک‌های مختلفی در این زمینه پیشنهاد شده است.

یکی از روش‌های افزایش نسبت استحکام به وزن مواد استفاده از روش‌های تغییر شکل پلاستیک شدید است. استفاده از فرآیند ترکیبی تغییر فرم پلاستیک شدید و عملیات حرارتی پخت سختی برای نخستین بار در این طرح ارائه شد. با استفاده از این روش امکان تولید مواد با نسبت استحکام به وزن بسیار بالا با قابلیت استفاده در صنایع حمل ونقل و در نتیجه مصرف انرژی کمتر و آلودگی کمتر وجود دارد.

کارگاه برندینگ

تسلا با رهگذران صحبت می‌کند

ایلان ماسک، مدیرعامل تسلا خبر داد که در آینده نزدیک امکان برقراری ارتباط میان خودروهای این شرکت و رهگذران در خیابان‌ها به وجود خواهد آمد.

در قالب یک ویدئوی ارسالی در توییتر می‌بینیم که یک خودروی مدل ۳ تسلا به رهگذران می‌گوید: آنجا نایست. سوار شو.

مدیر تسلا توییت کرد: «چنانچه مایل باشید، خودروهای تسلا به زودی با مردم حرف خواهند زد. این موضوع واقعیت دارد.» این خبر به منزله چراغ سبزی برای معرفی خودروهای سخنگوی تسلا در آینده نزدیک به شمار می‌رود.

اگرچه جزییات بیشتری در مورد این قابلیت جدید منتشر نشد اما ماسک تاکید کرد که ویژگی فوق قابل رقابت با حالت شوخی باد شکم (fart mode) و حالت ضد سرقت نگهبان (Sentry) را دارد.

ماسک در ادامه با رجوع به یک متلک رایج فرانسوی که به شکلی گسترده در فیلم کمدی انگلیسی «مانتی پایتون و جام مقدس» استفاده می‌شد، افزود که به این ترتیب قطعا خودروی شما می‌تواند «ایموجی باد شکم» را در هر ارتباطی به کار ببرد.

یکی از کاربران با لحنی طنزآمیز این سوال را پرسید: «وقتی خودروی تسلا نیاز به شارژ دارد، آیا می‌تواند بگوید که من گرسنه‌ام؟» بقیه کاربران درباره قابلیت این صدا کنجکاو شدند. یکی از کاربران این طور توییت کرد: «صدای ایده آل یک خودروی تسلا چه صدایی است؟»

برگرکینگ زوج سلطنتی را استخدام می‌کند

با اعلام خبر جدایی و استقلال دوک و دوشس ساسکس، پرنس هری و مگان مارکل، از قصر باکینگهام و تلاش برای پرداخت قبوض و هزینه‌ها مستقل از خاندان سلطنتی، موجی از پیشنهادات جالب کاری به دست این زوج جوان رسیده است. حالا برگرکینگ با ورود به چرخه روابط عمومی خاندان سلطنتی، از هری و مگان می‌خواهد تا یک نوع تاج جدید کاغذی را بر سر بگذارند.

برگرکینگ آرژانتین با مشارکت آژانس تبلیغاتی HOY به این نتیجه رسیدند که اگر این زوج خاندان سلطنتی قصد دستیابی به استقلال مالی را دارند، پیوستن آنها به دنیای برگرکینگ بهترین راه حل خواهد بود.

نامه‌ای خطاب به آنها در یکی روزنامه‌های مهم آرژانتین بدین شرح چاپ شده است:

دوک و دوشس عزیز

اگر جویای کار هستید، ما یک تاج جدید برای شما سراغ داریم.

ما فهمیدیم که پرنس و دوشس در صدد انصراف از نقش‌های خود در خانواده سلطنتی هستند و از لحاظ مالی مستقل خواهند شد.

بنابراین ما یک پیشنهاد برای شما داریم: مثل هزاران نفر دیگر به عنوان نخستین گام در برگرکینگ استخدام شوید.

شما می‌دانید که تاج پادشاهی بسیار مناسب شما است. علاوه بر این، پس از سال‌ها زندگی به عنوان دوک و دوشس، اکنون زمان آن فرا رسیده است که مثل پادشاهان غذا بخورید.

در پایان یک کد عرضه می‌شود که با اسکن کردن آن می‌توان در برگرکینگ استخدام شد. تا این لحظه، زوج جوان خانواده سلطنتی هیچ‌گونه اظهارنظری درباره پذیرش پیشنهاد کار در رستوران فست فود برگرکینگ نکرده‌اند.

تخت‌های المپیک ۲۰۲۰ از مقوای بازیافت‌شده

کمیته بازی‌های المپیک تابستانی ۲۰۲۰ توکیو اعلام کرده است که ورزشکاران در بازی‌های المپیک بر روی تختخواب‌های مقوایی خواهند خوابید.

به گزارش وب‌سایت خبری NBC News، دهکده المپیک بیش از ۱۸ هزار تختخواب با چهارچوب کاملا مقوایی را به ورزشکاران مسابقات ارائه می‌دهد.

پس از برگزاری این رویداد، مقوای به کار رفته در فرآیند ساخت و تولید این تختخواب‌ها پس از بازیافت به محصولات کاغذی و از طرف دیگر، تشک‌ها نیز با ساختاری متفاوت به وسایل پلاستیکی تبدیل خواهند شد.

تختخواب‌ها مطابق با شعار و هدف زیست محیطی بازی‌های المپیک توکیو ساخته می‌شوند: «با کمک همدیگر، برای نجات کره زمین و ساکنان آن بیش از پیش تلاش کنیم.» سازمان‌دهندگان این بازی‌ها با همکاری دولت متروپولیتن توکیو و دولت ژاپن تضمین کردند که میزان زباله‌های تولیدی در این رویداد ورزشی به صفر برسد.

مدیرکل دهکده ورزشکاران، تاکاشی کیتاجیما، در پاسخ به سوالی در ارتباط با میزان استحکام تختخواب‌هایی با چهارچوب مقوایی از سوی خبرگزاری آسوشیتدپرس با اطمینان گفت که این تختخواب‌ها از تختخواب‌های چوبی محکم‌تر هستند.

وی توضیح داد که این چهارچوب‌ها می‌توانند بیش از ۲۰۰ کیلوگرم وزن را تحمل کنند. تختخواب‌های مقوایی تقریبا با ۲ متر و ۲۰ سانتی متر طول طوری طراحی شده‌اند که حتی بلند قدترین ورزشکاران نیز در آنها راحت خواهند بود.

براساس برنامه‌ریزی‌ها کار احداث دهکده المپیک در ماه ژوئن به پایان خواهد رسید.

تختخواب‌های مقوایی انتظار ورزشکاران المپیک ۲۰۲۰ توکیو را می‌کشند. این تنظیمات آگاهانه برای خواب برای نخستین بار در یک آپارتمان نمونه در توکیو نمایش داده خواهند شد.

دو مجموعه مبلمان اتاق خواب، شامل تختخواب‌های مقوایی برای دهکده‌های المپیک و پاراالمپیک ۲۰۲۰ توکیو در یک اتاق، ۹ ژانویه ۲۰۲۰ نشان داده می‌شوند.

منبع: mbanews

از الگوی هدف‌گذاری بر روی مخاطب چه می‌دانیم؟

بازاریابی و تبلیغات تاثیرگذار با هدف‌گذاری بر روی مخاطب

به قلم: کایلا کارمیچل کارشناس بازاریابی
ترجمه: علی آل‌علی

آیا تا به حال نسبت به نحوه عملکرد برندهای محبوب‌تان کنجکاو شده‌اید؟ این برندها همیشه در زمینه جلب نظر طرفدارهای‌شان عملکرد فوق‌العاده‌ای دارند. این امر موجب افزایش تمایل کاربران به دنبال کردن اخبار و مشاهده کمپین‌های بازاریابی و تبلیغات آنها می‌شود. به عنوان مثال، من پست‌های بازاریابی و تبلیغاتی نت‌فلیکس در توییتر و اینستاگرام را دنبال می‌کنم. این پست‌ها به طور قابل ملاحظه‌ای با سلیقه مخاطب هدف سازگاری دارد. نکته مهم در این میان توانایی بازاریاب‌های نت‌فلیکس در زمینه ایجاد تفاوت میان محتوای بارگذاری‌شده در توییتر و اینستاگرام است. به این ترتیب نت‌فلیکس با توجه به ویژگی‌های منحصر به فرد هر دسته از کاربران اینستاگرام و توییتر اقدام به تولید محتوا می‌کند.

یکی دیگر از نکات جالب درباره نت‌فلیکس ایجاد تفاوت میان سلایق مختلف کاربران است. به همین خاطر آنها دارای صفحات متعددی در فضای آنلاین هستند. این امر به آنها در زمینه جلب نظر کاربران مختلف با سلیقه‌های گوناگون کمک می‌کند. صفحه نت‌فلیکس مورد علاقه من Netflix Is A Joke است. در این صفحه محتوای طنز و تولیدی کاربران (UGC) بارگذاری می‌شود. به این ترتیب بسیاری از افراد برای مشاهده محتوای خود در این صفحه آن را فالو می‌کنند. به عقیده من این صفحه توییتری یکی از بهترین صفحات مرتبط با برندهاست. نحوه برقراری ارتباط با مخاطب در دنیای آنلاین اهمیت بسیار زیادی دارد. به همین خاطر باید نسبت به نحوه هدف‌گذاری‌مان بر روی مخاطب و تلاش برای جلب نظر وی توجه ویژه داشته باشیم.

کارشناس‌های شبکه‌های اجتماعی و بازاریابی آنلاین برند نت‌فلیکس را بیشتر به خاطر توجه ویژه به دامنه مختلف مخاطب هدفش مورد تحسین قرار می‌دهند. الگوی این برند نمونه موفقی برای سایر کسب و کارهای جویای موفقیت در فضای آنلاین محسوب می‌شود. بدون شک بسیاری از برندها، به ویژه برندهای تازه‌کار، در زمینه جلب نظر مخاطب هدف با مشکلات بسیار زیادی مواجه هستند. یکی از راهکارهای مناسب برای کاهش سطح دغدغه و دشواری‌های یافتن مخاطب هدف توجه به مفهوم «هدف‌گذاری بر روی مخاطب» است. این تکنیک به طور حرفه‌ای از سوی برندهای بزرگ و به ویژه نت‌فلیکس دنبال می‌شود. وقتی ما مخاطب هدف مشخصی داشته باشیم، فرآیند جلب نظر آنها بسیار ساده‌تر خواهد شد. ایراد اصلی برندها در زمینه بازاریابی آنلاین و مبتنی بر شبکه‌های اجتماعی عدم تعیین دقیق مخاطب هدف است. به این ترتیب در فرآیند تولید محتوا تلاش برای جلب نظر همه مخاطب‌ها صورت می‌گیرد. بدون تردید هیچ برندی توانایی جلب نظر تمام مخاطب‌های حاضر در یک بازار را ندارد. این امر تا حد زیادی غیرواقعی محسوب می‌شود. هر برندی با توجه به زمینه تخصصی‌اش باید به دنبال یافتن مخاطب علاقه‌مند به محصولاتش باشد. در غیر این صورت بودجه بازاریابی‌اش را هدر داده است.

در ادامه این مقاله مفهوم هدف‌گذاری بر روی مخاطب مورد بررسی قرار خواهد گرفت. این امر به برندها، کارآفرینان و بازاریاب‌ها در زمینه تولید کمپین‌های تاثیرگذار کمک خواهد کرد.

هدف‌گذاری بر روی مخاطب چیست؟

هدف‌گذاری بر روی مخاطب یکی از شیوه‌های گروه‌بندی مخاطب‌های یک برند به بخش‌های کوچک‌تر است. این عمل براساس آمارهای رسمی و دقیق به دست آمده صورت می‌گیرد. هدف اصلی نیز ساده‌سازی فرآیند تاثیرگذاری بر روی گروه‌های مختلف مخاطب هدف است. وقتی ما از تفاوت‌های مخاطب هدف‌مان به معنای یک کل آگاه باشیم، امکان تاثیرگذاری بیشتر بر روی آنها افزایش خواهد یافت. بازاریاب‌های حرفه‌ای همیشه از معیارهای دقیق و منسجم برای ارزیابی وضعیت مخاطب هدف و گروه‌بندی آنها استفاده می‌کنند. به این ترتیب امکان شخصی‌سازی محتوای بازاریابی و تبلیغاتی برای هر گروه فراهم خواهد شد.

برخی از معیارهای مهم در دسته‌بندی مخاطب هدف شامل سن، جنسیت، میزان درآمد متوسط، علایق، محل سکونت و تعلق به فرهنگ یا نژاد خاص است. البته به جز این معیارهای سنتی برخی از الگوهای روانشناختی نیز در زمینه تعیین نحوه جلب نظر مخاطب اهمیت دارد.

مزیت اصلی سرمایه‌گذاری بر روی گروه‌بندی مخاطب هدف امکان هزینه هوشمندانه بودجه برندمان است. به علاوه صرفه‌جویی در هزینه‌های جاری شرکت نیز یکی دیگر از مزیت‌های این الگو محسوب می‌شود. بدون تردید بازاریابی و تبلیغات در فضای آنلاین اهمیت بسیار زیادی برای کسب و کارها دارد. در این راستا برخی از برندها بدون توجه به نحوه صرف هزینه فقط به دنبال اختصاص بودجه بیشتر برای این فرآیندها هستند. نتیجه این امر ناتوانی برندها در زمینه دستیابی به نتایج دلخواه در زمینه بازاریابی و تبلیغات خواهد بود.

ویژگی اصلی یک کمپین بازاریابی یا تبلیغ جذاب توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف است. این امر در صورت استفاده از تکنیک‌های هدف‌گذاری بر روی مخاطب ساده‌تر خواهد شد. مشکل اساسی برخی از برندها در زمینه بازاریابی ناتوانی در زمینه ترکیب ایده‌های جذاب با سلیقه گروه‌های مختلف مخاطب هدف است. به این ترتیب کمپین‌های آنها همیشه مورد توجه دامنه محدودی از کاربران شبکه‌های اجتماعی قرار می‌گیرد. بدون تردید با توجه به هزینه‌های سنگین در زمینه راه‌اندازی کمپین بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی عدم دستیابی به نتایج دلخواه بسیار آزاردهنده خواهد بود.

اکنون ما از اهمیت هدف‌گذاری بر روی مخاطب آگاهی داریم. این امر به تنهایی و بدون آگاهی از نحوه اجرای آن کاربرد چندانی ندارد. به همین خاطر در ادامه برخی از توصیه‌های کاربردی در زمینه استفاده از این شیوه را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

۱. توجه به آمارها برای آشنایی بیشتر با مخاطب هدف

آیا تا به حال به بخش آمارهای گوگل سر زده‌اید؟ در این بخش آمارهای بسیار مفیدی برای انواع کسب و کارها وجود دارد. بسیاری از برندها برای آشنایی بیشتر با دامنه مخاطب هدف‌شان به سراغ آمارهای موجود در این بخش می‌روند، بنابراین ما نیز باید از این فرصت طلایی استفاده کنیم. مزیت اصلی بخش آمار و ارقام گوگل امکان بهره‌مندی رایگان از اغلب اطلاعاتش است، بنابراین این الگو راهکار مناسبی برای کاهش هزینه‌های برند در زمینه خرید اطلاعات محسوب می‌شود.

یکی از نکات جالب در زمینه بررسی آمارهای مربوط به برندمان از طریق تحلیل وضعیت سایت رسمی یا اکانت‌های‌مان در شبکه‌های اجتماعی آگاهی از سلیقه منحصر به فرد گروه‌های گوناگون مخاطب هدف است. به عنوان مثال، اگر بخش گسترده‌ای از مخاطب هدف شما به موسیقی علاقه دارد، باید تولید محتوای همراه با موسیقی متن جذاب را در دستور کارمان قرار دهیم. این امر به ساده‌ترین شکل ممکن میزان علاقه کاربران به برندمان را افزایش می‌دهد. مخاطب هدف هر برند به طور معمول شامل چند گروه زیر شاخه می‌شود، بنابراین تصور مخاطب هدف‌مان به عنوان یک گروه کاملا منسجم نخستین اشتباه بازاریابی آنلاین ما خواهد بود.

خوشبختانه امروزه تولید محتوای جذاب در شبکه‌های اجتماعی و بارگذاری آن بسیار ساده‌تر از هر زمان دیگری شده است. امروزه فقط با چند کلیک ساده و استفاده از نرم‌افزارهای پیشرفته امکان تولید محتوای چشم‌نواز و شخصی‌سازی شده فراهم می‌شود. برندها باید از این فرصت بهترین استفاده را کنند. بدون تردید رعایت مساوات در زمینه تولید محتوا برای گروه‌های مختلف مخاطب هدف اهمیت بسیار زیادی دارد. این امر تمام گروه‌های هدف را به طور برابر متوجه برند ما خواهد ساخت. نکته مهم در این میان توجه به گروه‌های پرجمعیت‌تر مخاطب هدف است. اجازه دهید بازهم به مثال علاقه‌مندان به موسیقی برگردیم. اگر نزدیک به نیمی از مخاطب هدف برند ما به موسیقی علاقه داشته باشد، آنگاه باید تمرکز ویژه‌ای بر روی جلب نظر آنها داشته باشیم. در غیر این صورت امکان فعالیت معتدل از برند ما سلب خواهد شد. نحوه برنامه‌ریزی هر برند در زمینه جلب نظر مخاطب هدف باید با توجه به دامنه مخاطب هدف صورت گیرد. در غیر این صورت تمام برنامه‌ها در مرحله اجرا با مشکل مواجه می‌شود.

۲. اهمیت نظرخواهی از مخاطب

یکی از راهکارهای ساده برای شناخت سلیقه مخاطب هدف مراجعه مستقیم به خودشان است. متاسفانه بسیاری از بازاریاب‌ها این شیوه را مورد توجه قرار نمی‌دهند. توجیه آنها تاثیرگذاری بیشتر کمپین‌ها در صورت آگاهی از سلیقه مخاطب به شیوه‌های غیرمستقیم است. از نظر من این شیوه هیچ توجیه محکمی ندارد. هر برند باید به دنبال آگاهی از سلیقه مخاطب هدف به هر شیوه‌ای باشد. وقتی ما رابطه مناسبی به مشتریان برندمان داشته باشیم، امکان طراحی پرسش‌های مستقیم از آنها یا دیگر افراد علاقه‌مند به برندمان فراهم خواهد شد. مزیت اصلی این شیوه امکان یافتن افراد علاقه‌مند مشابه به برندمان است. همچنین مشاهده تنوع سلیقه مخاطب فعلی برندمان به برنامه‌ریزی دقیق‌تر برای جلب نظر مخاطب بیشتر در آینده کمک خواهد کرد.

طراحی پرسشنامه برای آگاهی از سلیقه مخاطب هدف فرآیند بسیار پیچیده‌ای نیست. متاسفانه برخی از بازاریاب‌ها و برندها این فرآیند را بی‌دلیل پیچیده می‌کنند. به این ترتیب مخاطب هدف نیز در فرآیند پاسخگویی دچار سردرگمی می‌شود. پرسش‌های ما باید تا حد امکان ساده و صریح باشد. همچنین تلاش برای استفاده از پرسش‌های کمتر نیز اهمیت دارد. فقط در این صورت امکان جلب نظر مخاطب هدف به منظور پاسخگویی به پرسشنامه فراهم خواهد شد.

اینستاگرام به عنوان یکی از پلتفرم‌های اجتماعی مشهور گزینه نظرسنجی جالبی دارد. این گزینه به برندها در زمینه آگاهی از سلیقه مخاطب در قالب پرسش‌های دو پاسخی کمک خواهد کرد. به این ترتیب بدون نیاز به هرگونه طرح پیچیده یا غیرمستقیمی امکان آگاهی از سلیقه مخاطب هدف فراهم می‌شود. نکته جالب در این میان امکان طرح گزینه‌های بیشتر برای نظرسنجی در توییتر است. به این ترتیب ما بدون هرگونه زحمت بیشتر در زمینه ارائه پرسشنامه‌ها به افراد مختلف از نظرشان مطلع خواهیم شد. در این زمینه نحوه ارتباط و تعامل ما با مخاطب هدف اهمیت زیادی دارد. فقط برندهای دارای تعامل نزدیک با مشتریان امکان جلب نظر آنها و سایر کاربران برای شرکت در نظرسنجی‌ها را خواهند داشت، بنابراین باید فکری به حال وضعیت ارتباط و تعامل برندمان با مشتریان و سایر کاربران شبکه‌های اجتماعی کنیم.

۳. تولید محتوای کاربردی برای شناسایی مخاطب هدف

محتوای برند ما در شبکه‌های اجتماعی باید به نوعی برای مخاطب کاربردی باشد. یکی از دلایل عدم موفقیت برندها در زمینه بازاریابی آنلاین عدم کاربرد محتوای‌شان برای مخاطب هدف است. به این ترتیب ما باید برنامه تولید محتوای‌مان را با توجه به نیازهای موجود کاربران ترسیم کنیم. نکته مهم در اینجا اهمیت داشتن برنامه تولید محتواست. بسیاری از برندها و بازاریاب‌ها نسبت به اهمیت جدول و برنامه تولید محتوا بی‌توجه هستند. همین امر موجب تکراری‌شدن محتوای آنها می‌شود. برندهای بزرگ همیشه جدول ویژه‌ای برای تولید محتوای کاربردی دارند. این جدول باید شامل گروه‌های مختلف مخاطب هدف برندمان باشد. شاید در نگاه نخست این امر عجیب به نظر برسد. منظور من از این امر توجه به نیازهای مختلف و احتمالی کاربران در رابطه با محصولات‌مان است. این امر در کنار ارزیابی نحوه بازخورد کاربران فرصت مناسبی در اختیار ما برای ارزیابی وضعیت مخاطب هدف می‌دهد.

کاربران در شبکه‌های اجتماعی واکنش‌های متفاوتی نسبت به انواع محتواها دارند. یکی از راهکارهای سنتی شناسایی سلیقه گروه‌های مختلف مخاطب هدف برگزاری نوعی آزمایش است. در این فرآیند برندها با تولید محتواهای مختلف میزان علاقه گروه‌های گوناگون مخاطب هدف به هر کدام را ارزیابی می‌کنند. به این ترتیب امکان جلب نظر مخاطب هدف به شیوه‌ای تاثیرگذار فراهم خواهد شد.

امروزه بسیاری از برندها به جای تمرکز بر روی تولید محتوای مناسب برای مخاطب هدف به دنبال نظر کارشناس‌ها درباره کمپین‌های‌شان هستند. بی‌تردید ایده‌های کارشناس‌ها درباره کمپین ما تا حدودی کاربردی خواهد بود، اما هیچ چیز به اندازه نظر مستقیم مخاطب هدف امکان راهنمایی ما به سوی موفقیت در بازاریابی آنلاین را ندارد.

کاربرد محتواهای آنلاین در شبکه‌های اجتماعی بستگی به نوع نیاز و رویکرد کاربران به برند ما دارد. در اینجا آگاهی از ماهیت کسب و کارمان و ذهنیت عمومی کاربران نسبت به آن اهمیت بسیار زیادی دارد. اگر یک برند در این زمینه عملکرد مطلوبی نداشته باشد، امکان جلب نظر مخاطب هدف و آگاهی از گروه‌بندی‌های مختلف آن از بین می‌رود.

۴. برگزاری آزمایش‌های دو مرحله‌ای

اگر آشنایی کافی با آزمایش‌های دو مرحله‌ای در حوزه بازاریابی مبتنی بر شبکه‌های اجتماعی ندارید، باید استفاده از آن را در دستور کارتان قرار دهید. این تکنیک یکی از قدیمی‌ترین الگوهای بازاریابی محسوب می‌شود. نکته جالب اینکه همچنان کاربرد بسیار بالایی در حوزه کسب و کار دارد. الگوی اصلی و ساده این شیوه مبتنی بر استفاده از دو رویکرد نسبتا متفاوت در حوزه بازاریابی و ارزیابی نحوه واکنش مخاطب به آن است. این امر اطلاعات کاربردی در اختیار ما قرار می‌دهد. نکته مهم در اینجا تفاوت آشکار میان دو شیوه مدنظر برای استفاده در این مدل است. به عنوان مثال، اگر در حوزه بازاریابی برای محصولات یدکی خودرو فعالیت دارید، باید لوازم دو نوع خودروی کاملا متفاوت را در این الگو مورد استفاده قرار دهید. به این ترتیب میزان تمایل بیشتر کاربران نسبت به هر کدام از خودروها را درک خواهید کرد. این امر در سایر بخش‌های کسب و کار نیز کاربرد وسیعی دارد، بنابراین پس از استفاده از آن در بخش بازاریابی امکان بهره‌مندی از آن در سایر بخش‌ها نیز وجود خواهد داشت.

بدون شک با جست‌وجویی ساده در فضای اینترنت امکان یافتن انواع محتوای مرتبط با الگوهای اجرای آزمایش‌های دو مرحله‌ای فراهم خواهد شد. این الگوها بر روی شناسایی نظرات کاربران نسبت به دو نوع الگوی تولید محتوای متفاوت بنا شده است، بنابراین در هر عرصه‌ای که امکان ارزیابی وضعیت مخاطب هدف وجود داشته باشد، کاربرد این رویکرد واضح خواهد بود.

۵. اجرای یک تبلیغ و شخصی‌سازی آن برای گروه‌های مختلف

وقتی ما از دامنه وسیع مخاطب هدف‌مان آگاهی پیدا کردیم، نوبت به استفاده از آن در زمینه تولید محتوای تبلیغاتی و بازاریابی خواهد رسید. در این بخش من بر روی نحوه استفاده از تمام اطلاعات به دست آمده در بخش‌های قبل تمرکز خواهم داشت. یکی از شیوه‌های رایج برای استفاده از اطلاعات معطوف به تنوع مخاطب هدف مربوط به طراحی یک کمپین تبلیغاتی واحد است. شاید در نگاه نخست طراحی یک کمپین واحد با توجه به دامنه متنوع مخاطب هدف عجیب به نظر برسد. هدف اصلی در اینجا طراحی یک کمپین تبلیغاتی واحد و شخصی‌سازی آن برای مخاطب هدف است. به این ترتیب ما فرصت جلب نظر دامنه وسیعی از مخاطب‌ها بدون نیاز به صرف هزینه گزاف برای تولید کمپین‌های جداگانه را خواهیم داشت.

خوشبختانه امروزه ابزارهای متنوعی برای شخصی‌سازی محتوا در دسترس قرار دارد. این امر فرصت ویژه‌ای در اختیار برندها به منظور توسعه سطح تاثیرگذاری کمپین‌های‌شان می‌دهد. بسیاری از برندها فقط بر روی یک گروه از مخاطب هدف‌شان تمرکز دارند. این امر موجب نادیده گرفتن سایر گروه‌ها برای فرآیند بازاریابی تاثیرگذار می‌شود. هدف اصلی من در این بخش نمایش دامنه گسترده و وسیع مخاطب هدف بود. به این ترتیب امکان تاثیرگذاری بر روی آنها به شیوه‌ای متوازن فراهم می‌شود.

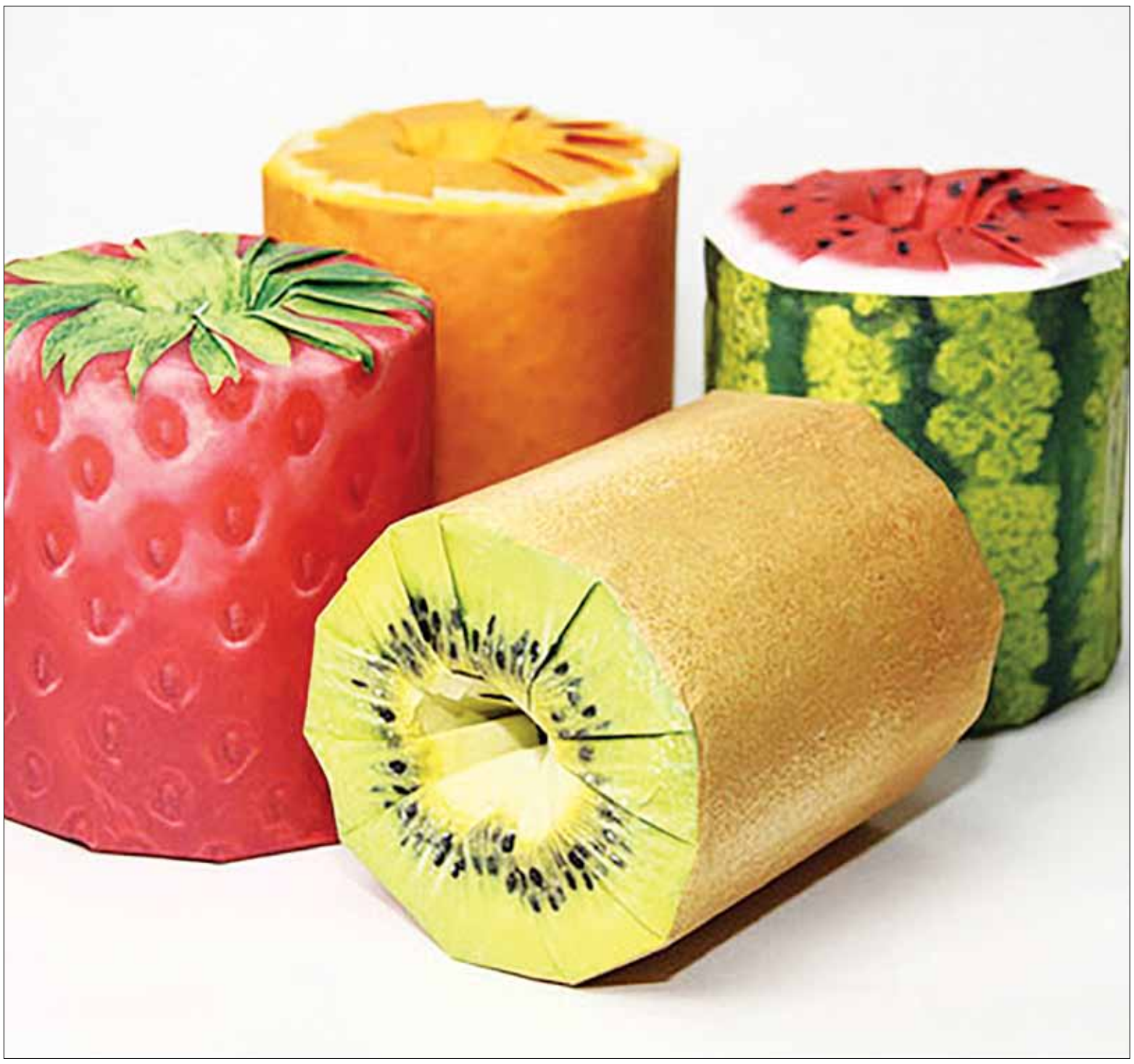
دغدغه بسیاری از برندها در زمینه تمرکز بر روی گروه‌های مختلف مخاطب هدف نحوه شخصی‌سازی محتواست. بسیاری از برندها هنوز به شخصی‌سازی دستی محتوا فکر می‌کنند. امروزه پیشرفت فناوری امکان شخصی‌سازی محتوا براساس داده‌های مرتبط با مخاطب‌ها را فراهم می‌سازد. اگر به مثال نت‌فلیکس بازگردیم، ایجاد اکانت‌های مختلف برای کشورهای گوناگون در راستای همین استراتژی معنا پیدا می‌کند. یکی از مشکلات بزرگ برندها در زمینه فعالیت بین‌المللی تفاوت زبان و فرهنگ مخاطب‌های هدف گوناگون است. در این زمینه استفاده از اکانت‌های اختصاصی برای هر کشور ایده مناسبی خواهد بود. به این ترتیب ما فرصت بسیار بیشتری برای شخصی‌سازی محتوای تبلیغاتی‌مان برای مخاطب هدف خواهیم داشت.

هدف‌گذاری بر روی مخاطب یکی از نیازهای اصلی برندها در دنیای کنونی محسوب می‌شود. وقتی ما ویژگی‌های مرتبط با گروه‌های مخالف مخاطب هدف‌مان را در ذهن داشته باشیم، امکان تاثیرگذاری بر روی آنها افزایش خواهد یافت. به هر حال ایجاد حس ارزشمندی در میان کاربران از طریق توجه به سلیقه‌شان جای تردید ندارد. اگر شما نیز به دنبال استفاده از الگوهای هدف‌گذاری بر روی مخاطب هستید، توصیه‌های مطرح در این مقاله کاربرد ویژه‌ای برای شما و برندتان خواهد داشت.

منبع: hubspot

بررسی ۴ راهکار بسته‌بندی خلاقانه محصولات

بازاریابی موفق محصولات با بسته‌بندی خلاق



به قلم: ایوان ویدجایا کارشناس کسب و کار و صاحب سایت noobpreneur.com
ترجمه: علی آل‌علی

رقابت در عرصه فروش محصولات روند بسیار پرفشاری را دنبال می‌کند. امروزه شمار بسیار زیادی از برندها در تلاش برای معرفی محصولات‌شان به مخاطب هدف هستند. این امر ضرورت برنامه‌ریزی دقیق برای بازاریابی بهینه برای محصولات برندمان را ضروری می‌سازد. براساس پیش‌بینی‌های رسمی از سوی انجمن کارآفرینان ایالات متحده در سال ۲۰۲۰ نزدیک به ۴۰ هزار کالای مختلف در بازارهای این کشور برای جلب توجه مشتریان با یکدیگر رقابت خواهند کرد. این امر حجم وسیعی از تلاش برای بازاریابی و تبلیغات را شامل می‌شود. بدون تردید شمار بالایی از این ۴۰ هزار محصول موفق به جلب نظر مخاطب هدف براساس برنامه‌های مدنظر برندشان نخواهند شد. این امر ناشی از عدم برنامه‌ریزی دقیق برندها و شناخت ناکافی از ویژگی‌های بازار هدف است.

امروزه بسیاری از برندها در تلاش برای تولید محصولات باکیفیت هستند. این امر به تنهایی کاربرد کافی برای موفقیت در عرصه پر از رقابت کنونی را ندارد. امروزه برندها باید در زمینه معرفی محصولات‌شان به مخاطب هدف نیز از تکنیک‌های کاربردی استفاده کنند. در غیر این صورت محصولات‌شان به طور مناسب در معرض دید مخاطب هدف قرار نخواهد گرفت. اکنون ما در عصر ترکیب میان فرآیند طراحی محصولات جذاب و تلاش برای جلب نظر مخاطب از طریق الگوهای بازاریابی تاثیرگذار هستیم.

خبر خوش برای کسب و کارها امکان دستیابی به آرزوهای‌شان در زمینه معرفی محصولات مختلف به شیوه‌ای تاثیرگذار به مخاطب هدف است. امروزه با پیشرفت فناوری‌های ارتباطی امکان استفاده از بسیاری الگوهای تازه برای جلب توجه مخاطب در سراسر جهان فراهم شده است. نکته مهم در این میان توجه برندها به شناخت ویژگی‌های تازه دنیای بازاریابی و تلاش برای استفاده از ترندهای موجود در آن است. بدون شک استفاده از الگوهای قدیمی برای بازاریابی در چنین شرایطی کارایی کافی را نخواهد داشت.

در این مقاله هدف اصلی بررسی برخی از شیوه‌های بازاریابی و معرفی محصولات به شیوه تاثیرگذار و بدون نیاز به صرف هزینه گزاف است. امروزه بسیاری از برندها در ابتدای مسیر بازاریابی با مشکلات مالی بسیار زیادی مواجه هستند، بنابراین تلاش برای استفاده از توصیه‌هایی که نیازمند صرف بودجه فراوان باشد، با ساز و کارهای این برندها چندان هماهنگی نخواهد داشت.

۱.ارائه اطلاعات دقیق درباره محصول و اهمیت بسته‌بندی

نخستین گام برای معرفی محصولات به شیوه‌ای تاثیرگذار ارائه تمام اطلاعات موردنیاز مشتریان درباره برندمان و محصول موردنظر است. بسیاری از مشتریان به دلیل عدم آگاهی از امکانات و ویژگی‌های یک محصول از خرید آن صرف نظر می‌کنند، بنابراین در چنین شرایطی ارائه توضیحات کافی و دقیق برای مشتریان گام موثری در راستای جلب توجه‌شان خواهد بود. معیار اصلی برای تشخیص توضیحات مناسب به مخاطب هدف آزمایش اولیه و ارزیابی نتیجه دریافتی است. مخاطب برند ما باید در نخستین برخورد توانایی تشخیص کارکرد محصول‌مان را داشته باشد. در غیر این صورت حوصله چندانی برای توجه بیشتر یا کشف کارکرد آن از طریق جست‌وجو در اینترنت نخواهد داشت.

یکی از نمونه‌های مناسب در زمینه بسته‌بندی غیردقیق مربوط به یکی از شرکت‌های تولید جاروبرقی با بسته‌بندی همراه با انواع تصاویر مربوط به میوه‌هاست. این نوع بسته‌بندی بیشتر مشتریان را به یاد آبمیوه‌گیری می‌اندازد، بنابراین چنین طراحی محصولی در زمینه جلب نظر مخاطب هدف موفقیت چندانی کسب نخواهد کرد. بدون تردید ما در فرآیند طراحی بسته‌بندی محصولات نیازمند برخی ایده‌های جانبی هستیم. این امر شامل استفاده از برخی طرح‌های گرافیکی یا تصاویر زیبا بر روی بسته‌بندی محصولات‌مان است. نکته مهم در این میان ضرورت وضوح محصول و کارکرد آن از طریق مشاهده بسته‌بندی‌اش است. اگر نگاهی به بسته‌بندی محصولات از سوی برندهای بزرگ انداخته باشید، اغلب آنها به خوبی از نحوه بیان ویژگی‌های محصولات‌شان و جلب نظر مخاطب در نگاه اول آگاهی دارند.

۲. ضرورت صداقت

بدون تردید همه برندها در تلاش برای ارائه تصویری جذاب از محصول‌شان برای مخاطب هدف هستند. این امر شایسته تقدیر است. نکته مهم عدم تلاش برای ارائه نکات غیرواقعی پیرامون محصولات‌مان است. شاید در وهله نخست با اندکی اغراق موفق به فروش بیشتر محصولات‌مان شویم، اما در بلندمدت شهرت منفی برندمان به دروغگویی کار را بسیار دشوار خواهد کرد. در عرصه بازاریابی امکان استفاده از تکنیک‌های بسیار زیادی وجود دارد. نکته مهم در این میان حفظ صداقت و رابطه مناسب با مشتریان است.

یکی از مثال‌های جالب درباره اغراق پیرامون ویژگی‌های محصولات مربوط به یک شرکت تولید شکلات در کاناداست. این شرکت در تبلیغاتش شکلات‌های دارای تکه‌های میوه را به مشتریان معرفی کرد. بدون تردید تجربه استفاده از شکلات‌های همراه با تکه‌های میوه برای هر فردی جذاب خواهد بود. ایراد اصلی کار شرکت موردنظر عدم استفاده واقعی از تکه‌های میوه در شکلات‌های مختلفش بود. به این ترتیب آنها به صرف استفاده از اسانس میوه‌ای اکتفا کرده بودند. بی‌تردید مخاطب هدف در مواجهه با چنین دروغ‌پردازی‌هایی از سوی برندها واکنش بسیار منفی نشان می‌دهند، بنابراین حفظ صداقت در عرصه بازاریابی یکی از مهم‌ترین نکات خواهد بود.

۳.همکاری با شرکت‌های بسته‌بندی حرفه‌ای

بسته‌بندی محصولات نقش انکارناپذیری در جلب توجه مخاطب هدف دارد. بسیاری از برندها در تلاش برای فروش محصولات‌شان به سراغ بسته‌بندی جذاب محصولات می‌روند. این اقدام برای اغلب برندها ضروری محسوب می‌شود. امروزه بخش قابل توجهی از خرید مشتریان براساس نوع نگاه‌شان به بسته‌بندی محصولات صورت می‌گیرد، بنابراین استفاده از طرح‌های جذاب باید در اولویت برندها قرار داشته باشد. در این زمینه بسیاری از برندها توانایی و مهارت کافی برای طراحی بسته‌بندی‌های جذاب را ندارند. به این ترتیب باید به دنبال راهکاری جایگزین برای رفع نیاز برندها به طراحی بسته‌بندی‌های جذاب بود. توصیه من در این مورد همکاری با شرکت‌های بسته‌بندی حرفه‌ای است. این شرکت‌ها اغلب خدمات طراحی بسته‌بندی را نیز ارائه می‌کنند. به این ترتیب نیاز ما برای استفاده از بسته‌بندی جذاب تا حد زیادی رفع خواهد شد.

بدون تردید جست‌وجویی ساده در فضای آنلاین گزینه‌های زیادی در زمینه خدمات طراحی بسته‌بندی محصولات در اختیار ما قرار می‌دهد. به عنوان مثال، موسسه Package Lab در زمینه خدمات بسته‌بندی محصولات در اروپا و آمریکای شمالی فعالیت دارد. این موسسه بسته‌بندی اغلب محصولات را برعهده می‌گیرد. به این ترتیب شرکت‌هایی با زمینه تولید محصولات مختلف امکان همکاری با این موسسه را خواهند داشت.

۴. توجه به محل مناسب محصولات در قفسه فروشگاه

گاهی اوقات استفاده از ترکیب رنگ‌های مختلف برای طراحی محصولات جذاب عنصر کافی برای موفقیت در زمینه جلب نظر مخاطب هدف نیست. در این زمینه توجه به محل قرارگیری محصولات‌مان در فروشگاه‌ها اهمیت دارد. اگر محصول ما در کنار قفسه‌ای پر از کالاهای رنگارنگ قرار دارد، شاید استفاده از بسته‌بندی ساده گزینه بهتری باشد. این امر موجب ایجاد نوعی تفاوت میان محصول ما با دیگر محصولات خواهد شد. به این ترتیب ما شانس بیشتری برای جلب نظر مخاطب هدف و در صورت امکان فروش محصولات خواهیم داشت. بدون تردید استفاده از نکات مختلف برای بازاریابی محصولات دشواری‌های خاص خود را دارد. در این زمینه برندهایی که حوصله کافی داشته باشند، برندگان اصلی خواهند بود. بسیاری از برندها با استفاده از بهانه‌هایی نظیر برنامه کاری شلوغ و فشرده از توجه به نکات ریز و دقیق بازاریابی محصولات فرار می‌کنند. نتیجه اصلی این فرآیند متوجه خود آنها خواهد بود، بنابراین باید اقدام به تغییر نوع نگرش‌مان به حوزه بازاریابی محصولات کنیم. امروزه طراحی مینیمال (ساده) طرفدارهای زیادی دارد. اشتباه برخی از برندها تلاش برای تمرکز بر روی طرح‌های شلوغ به عنوان عامل قطعی موفقیت‌شان در دنیای بازاریابی است. به همین خاطر سلیقه بسیاری از مشتریان در طول سال‌های اخیر به سوی بسته‌بندی‌های ساده رفته است. تنها راهکار دستیابی به طراحی مناسب برای محصولات برند استفاده از تجربیات دیگر رقبا و درس گرفتن از خطاهای قبلی‌مان است. فقط در این صورت امکان دستیابی به موفقیت برای ما وجود خواهد داشت.

جمع‌بندی

امروزه بازاریابی برای محصولات اهمیت بسیار زیادی دارد. دامنه وسیع محصولات موجود در بازارهای مختلف کار را برای بسیاری از برندها دشوار کرده است. به این ترتیب ما باید در تلاش برای ایجاد تمایز میان شیوه‌های فعالیت برندمان و دیگر برندها باشیم. در غیر این صورت مانند سایر برندهای کلیشه‌ای مورد بی‌توجهی مخاطب هدف قرار خواهیم گرفت. توصیه نهایی من برای کارآفرینان و برندها تلاش برای امتحان شیوه‌ها و الگوهای تازه بازاریابی محصولات است. ترس از شکست در اغلب موارد برندها را در عمل به سوی شکست سوق می‌دهد، بنابراین گاهی اوقات باید بر این ترس برای دستیابی به موفقیت بیشتر غلبه کرد.

منبع: noobpreneur

ایستگاه بازاریابی

بررسی ایرادهای اصلی سایت برندها و راهکارهای آن

۴ نقطه ضعف اصلی سایت برندها در حوزه بازاریابی

ترجمه: علی آل‌علی

راه‌اندازی سایت رسمی برای بسیاری از کسب و کارها امری ضروری محسوب می‌شود. امروزه مخاطب هدف بخش گسترده‌ای از جست‌وجو برای یافتن محصولات تازه و آشنایی با برندهای نوآور را از طریق دنیای اینترنت دنبال می‌کند، بنابراین عدم فعالیت در این محیط به ضرر برند ما تمام خواهد شد. برندهای بزرگ همیشه به دنبال یافتن راهکاریی برای افزایش تعامل با مخاطب هدف در فضای آنلاین هستند. دلیل اصلی این امر امکان هدف‌گذاری بر روی دامنه وسیع‌تری از افراد بدون نیاز به پرداخت هزینه‌های سرسام‌آور است. امروزه بسیاری از افراد به عنوان کارشناس بازاریابی و تبلیغات آنلاین مشغول به فعالیت هستند. بخش قابل توجهی از وظایف این افراد بررسی ایرادهای احتمالی سایت برندهاست. به این ترتیب برندهای مختلف شانس بهبود وضعیت سایت رسمی‌شان و در نتیجه افزایش تاثیرگذاری را خواهند داشت. مک پریولئو به عنوان یکی از کارشناس‌های خبره در حوزه بازاریابی آنلاین و طراحی سایت در این مقاله به کمک ما برای بررسی ایرادهای اصلی سایت رسمی برندها آمده است. هدف اصلی از این بررسی رفع ایرادهای رایج در میان سایت‌های مختلف برای افزایش تمایل کاربران به منظور مشاهده محتوای آنهاست. بدون تردید اگر سایت برند ما بهترین محتواها را هم داشته باشد، در صورت ناتوانی در زمینه تامین برخی از نکات مهم مانند سرعت بارگذاری صفحات در جلب نظر مخاطب ناکام خواهد ماند. مک اخیرا یک مطالعه گسترده بر روی شیوه فعالیت سایت برندهای بزرگ در آمریکای شمالی انجام داده است. نتیجه این پژوهش کمک فراوانی به ما در زمینه پیشبرد این مقاله کرده است. در ادامه برخی از ایرادهای اصلی و مهم سایت رسمی برندها را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

۱.لینک‌های خراب

لینک‌های خراب برای تمام کاربران اینترنت آشنا هستند. این لینک‌ها به طور معمول پس از انتخاب حاوی پیام «خطای ۴۰۴» خواهند بود. به این ترتیب مخاطب بدون مشاهده هرگونه محتوایی باید از صفحه موردنظر خارج شود. بی‌تردید فرآیند تولید محتوا در دنیای بازاریابی و برندسازی دشواری‌های خاص خود را دارد. به همین خاطر هیچ کارآفرینی مایل به ناکامی در زمینه جلب توجه مخاطب، آن هم با اشتباهی فنی در زمینه بارگذاری صفحات، نیست. شکایت بسیاری از کاربران در فضای آنلاین در رابطه با برندها مربوط به لینک‌های خراب است. وقتی کاربران در نتایج جست‌وجوی‌شان با پیش‌نمایش مقاله‌ای جذاب مواجه می‌شوند، انتظار دسترسی راحت به آن را خواهند داشت. تجربه ناکامی در زمینه کلیک بر روی لینک موردنظر و مواجهه با پیام خطا هر مخاطبی را دلسرد خواهد کرد. بسیاری از برندها در زمینه بازاریابی آنلاین و برندسازی با چنین مشکلی مواجه هستند. راهکار مناسب برای جلوگیری از چنین وضعیتی همکاری با یک کارشناس امور سایت یا بررسی نهایی وضعیت صفحه موردنظر پیش از انتشار مطلب است. به این ترتیب شکایت کاربران و سطح نارضایتی‌شان تا حد زیادی کاهش خواهد یافت.

۲.سرعت بارگذاری صفحه

سرعت بارگذاری صفحه یکی از معیارهای مهم کاربران برای انتخاب مقاله یا هر نوع محتوای دیگر است. برخی از برندها در زمینه تولید محتوای جذاب مهارت بسیار بالایی دارند، اما به هنگام بارگذاری توانایی کسب استانداردهای لازم را ندارند. به این ترتیب کاربران باید مدت زمانی نسبتا طولانی برای بارگذاری صفحات منتظر بمانند. امروزه با پیشرفت فناوری و افزایش چشمگیر سرعت اینترنت کمتر کاربری حوصله صبر بیشتر برای مشاهده یک محتوای تبلیغاتی را دارد. شاید این امر برای محتواهای مرتبط با نیاز فوری کاربران قابل تحمل باشد، اما وضعیت محتوای تبلیغاتی و در ارتباط با برندها کاملا متفاوت است، بنابراین ما چاره‌ای جز افزایش سرعت صفحات سایت‌مان نداریم. خوشبختانه امروزه ابزارهای بسیار زیادی در زمینه ارزیابی وضعیت سرعت بارگذاری صفحات سایت وجود دارد. این ابزارها با اندازه‌گیری میانگین سرعت بارگذاری صفحات سایت ما و استانداردهای جهانی گزارش نسبتا کاملی از وضعیت سایت برندمان منتشر می‌کنند. اگر سایت ما با مشکلات زیادی در زمینه سرعت بارگذاری محتوا مواجه باشد، بهترین راهکار توجه به گزارش‌های همین ابزارهاست. پژوهش مک پریولئو بر روی سایت برندها بیانگر اختصاص ۷۰درصد از شکایت‌های کاربران به سرعت بارگذاری صفحات است. به این ترتیب با رفع این مشکل تا حد زیادی سطح نارضایتی کاربران کاهش خواهد یافت. استفاده از ابزارهای مدیریت سایت امکان ساماندهی افت سرعت صفحات به صورت خودکار را می‌دهد. البته همیشه همکاری با یک فرد متخصص در زمینه اینترنت و طراحی سایت ایده مناسبی خواهد بود، با این حال اگر بودجه محدودی دارید، استفاده از نرم‌افزارهای مدیریت سایت کاملا منطقی خواهد بود.

۳. عدم تعیین اهداف مشخص

هیچ ایرادی در زمینه تعامل با مشتریان از طریق محتوای جذاب و طراحی بخش‌های ویژه‌ای در صفحات سایت به منظور ترغیب آنها به سوی عملی خاص وجود ندارد. این فرآیند در بسیاری از سایت‌ها در قالب نمایش پیام‌های کوچک در کنار صفحه دنبال می‌شود. برخی از برندها به این اقدام با شک و تردید می‌نگرند. به این ترتیب هیچ اقدامی برای توسعه سطح تعامل‌شان به مخاطب هدف انجام نمی‌دهند. این امر موجب مطالعه محتوای سایت‌مان از سوی کاربران و سپس ترک صفحه بدون هیچ‌گونه دستاورد عملی برای ما می‌شود. هنر اصلی برندها در زمینه بازاریابی آنلاین ترغیب کاربران به سوی عملی خاص است. این اهداف شامل خرید محصولات، دنبال کردن صفحات برند در شبکه‌های اجتماعی یا حتی شرکت در نظرخواهی عمومی سایت باشد. امروزه مشتریان انتظارات بسیار بیشتری از برندها دارند. به این ترتیب در وهله نخست وظیفه هر برندی توجه به نیاز و خواست مخاطب هدف است. فقط در این صورت امکان تعامل نزدیک با مخاطب هدف و تبدیل آنها به مشتریان وفادار وجود دارد. بسیاری از برندها در این زمینه با مشکلات بسیار زیادی مواجه هستند. ایراد اصلی در اینجا عدم تعیین اهداف برندمان در زمینه مدیریت سایت است. سایت رسمی یک برند فقط ویترین آن محسوب نمی‌شود. در این سایت ما باید مهم‌ترین اهداف‌مان را به اطلاع کاربران برسانیم. همچنین تعامل نزدیک با آنها و تاثیرگذاری بر روی انتخاب‌های‌شان در همین فضا صورت می‌گیرد. اگر سایت برندتان فقط محل بازتاب اخبار کسب و کار است، باید نسبت به کاربرد آن تجدیدنظر کنید. در غیر این صورت فقط هزینه اضافی برای مدیریت سایت خواهید داشت.

۴. عدم دسترسی ساده به سایت

یکی دیگر از ایرادهای مهم سایت برندها دشواری یافتن‌شان در فضای آنلاین است. کاربران تمایل به مشاهده محتوای سایت‌هایی با دسترسی راحت دارند. به این ترتیب ما باید نسبت به دسترس‌پذیری ساده و سریع سایت‌مان در فضای آنلاین مطمئن شویم. برخی از سایت‌ها در جست‌وجوی گوگل رتبه جالبی ندارند. این امر موجب دشواری بیشتر کاربران به منظور یافتن آنها خواهد شد. اگر ما به دنبال جلب نظر مخاطب هدف هستیم، باید بحث مدیریت سئو را در دستور کار قرار دهیم. مدیریت سئو شامل استفاده از تکنیک‌هایی به منظور بهبود رتبه سایت‌هاست. برخی از تکنیک‌های عمومی در زمینه مدیریت سئو شامل استفاده از کلیدواژه‌های تاثیرگذار است. این امر موجب توجه بیشتر الگوریتم گوگل به صفحات سایت ما خواهد شد. امروزه گوگل به عنوان مهم‌ترین موتور جست‌وجو در دنیا شناخته می‌شود، بنابراین سرمایه‌گذاری بر روی آن به تنهایی بخش قابل توجهی از نیازهای ما را پاسخ خواهد داد. بی‌تردید مدیریت سایت و بازاریابی از طریق آن دشواری‌های خاص خود را دارد. این امر برای بسیاری از برندها همراه با مشکلات خاصی است. در این مقاله تلاش اصلی بررسی چهار ایراد اساسی و تاثیرگذار سایت برندها بود. با رفع آنها فرصت برای فعالیت بهتر برندها در فضای آنلاین فراهم خواهد شد.

منبع: noobpreneur

رهبری

چگونه زبان بدن به درک هوش هیجانی افراد کمک می‌کند؟

مترجم: نازنین توکلی

هوش هیجانی شـامل خودآگاهی احساسـی، مدیریت عواطف و توانایی خوانـدن و مدیریت احساسـات دیگران اسـت. بیش از نیمـی از ارتباطات مـا غیرکلامی و به صورت زبان بدن اسـت. اولین تحقیقـات در مورد بیان احساسات انسـانی توسط «چارلز داروین» انجام شـد. این تحقیقات نشان داد که در جهان، عواطف بشـری به صورت مشـابه ابراز می‌شوند و احتمالا خواندن این احساسات و عواطف ابرازشده از چهره افراد شروع می‌شود.

تسـت هوش هیجانی «MSCEIT» با خوانـدن چهره‌هایی که عواطف مختلف را نشـان می‌دهند، احساسات را شناسایی می‌کند. بعد از آن درباره توانایی در شناسـایی احساسات، درک علل و نحوه استفاده از آن همچنین حل مسـئله به کمک احساسـات و ... گزارش می‌دهد و «احساسـات» را با فرآیند «تفکر» می‌آمیزد.

اما چرا فردی که می‌تواند احساسـات خود را از طریق زبان بدن ابراز کند و احساسات دیگران را از طریق زبان بدن‌شان بخواند، دارای ویژگی‌های مهم موفقیت در زندگی شـخصی و حرفه‌ای اسـت؟ به این دلیل است که هوش هیجانی پیش‌بینی‌کننده موفقیت در زندگی و حرفه است.

در ادامه به بعضی از کاربردهای خواندن زبان بدن در درک هوش هیجانی اشاره می‌شود:

۱. برقراری ارتباط با دیگران

تحقیقات نشـان می‌دهند که ارتباطات غیرکلامی بیش از ۵۰ درصد کل ارتباطات روزمره را شـامل می‌شود. ممکن اسـت فرد در خواندن ارتباطاتِ فراتـر از کلام در مخاطـب و همچنین برقراری ارتبـاط به کمک زبان بدن ناتوان باشد، بنابراین نیمی از ارتباط از یک سو و نیم دیگر آن در بخش دیگر دچار آسیب شده و در این صورت در انتقال پیام اختلال جدی وارد می‌شود.

۲. ایجاد زمینه‌ای برای درک کلام:

زبـان بدن پیش‌زمینه‌ای برای درک کلمات استفاده‌شـده فراهم می‌کند. وقتی کلمات به کار رفته با زبان بدن شخص مغایرت داشته باشند، نشان از یک نکته قابل تامل دارد. یک روانشناس، مربی و مشاور سازمانی در این باره می‌گوید: «در اغلب فرآیندهای درمانی با این مورد مواجه می‌شـوم. ممکن است از مراجعم درباره احساسش بپرسم. مثلا از او بپرسم امروز حالت چطور است؟ و او پاسخ می‌دهد «خوب»، اما سرش را به گونه‌ای تکان می‌دهد که کلامش را نقض می‌کند. در چنین شـرایطی این من هستم که باید تناقض موجود را بیشتر بررسی کنم.

۳. ایجاد همدلی

زبان بدن به ارتباط گرفتن با افراد و نیازهای آنها کمک می‌کند. این افراد می‌توانند یکی از اعضای خانواده، دوستان، همکاران یا مشتریان شما باشند. در کسب‌وکارهای مختلف کسی که به شکل منحصر به فرد نیازهای مشتری را می‌خواند، درک می‌کند و سپس به آنها می‌پردازد، موفق‌ترین فرد در آن کسب‌وکار خواهد بود.

۴. مراقبت مناسب:

بعضی اوقات افراد قادر به بیان احساسـات خود به وسیله کلمات نیستند. شـاید این افراد EQ پایینی داشته باشند. شرایط پزشکی و روانی در بعضی بیماری‌هـای خاص ماننـد بیماری آلزایمـر، زوال عقل و افسـردگی باعث می‌شـود افراد نتوانند و یا نخواهند با استفاده از کلمات ارتباط برقرار کنند. مراقبت مناسـب از چنین افرادی نیازمند خواندن مناسـب زبان بدن‌شـان است.

۵. موفقیت شغلی

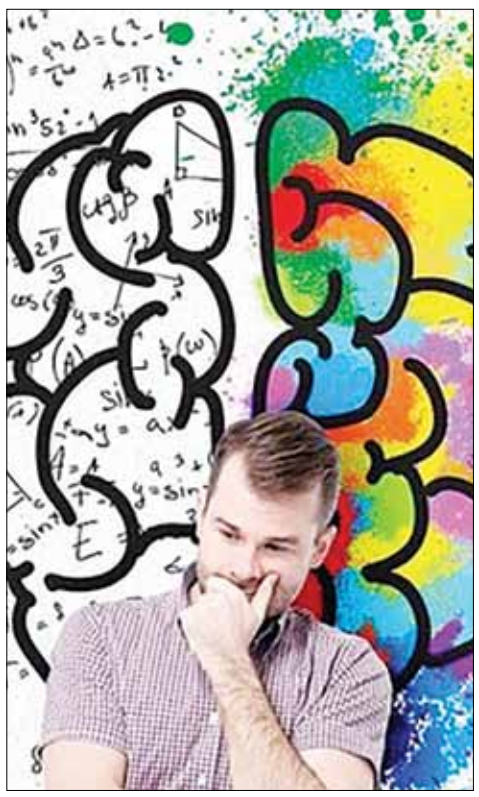
موفقیـت صاحبـان مشـاغلی ماننـد بازپرسـان، کارآگاهـان ویـژه، مصاحبه‌کنندگان شغلی، مصاحبه‌کنندگان اداره مهاجرت و امنیت فرودگاه مسـتلزم مهارت بالایی در خواندن زبان بدن اسـت. صاحبان این مشـاغل فرصت کوتاهی برای مشاهده یا تعامل با شخص در اختیار دارند. آنها در این لحظـات باید عواطفی مانند ترس، اضطراب یا فریب را تشـخیص دهند که ممکن است منجر به سوالات بعدی شود.

۶. تاثیر و نفوذ بر دیگران:

توانایـی تأثیرگذاری در افراد، نیازمند اسـتفاده خوب از زبان بدن خود و خواندن صحیح زبان بدن دیگران اسـت. صاحبان مشاغل تأثیرگذاری مانند بازاریابان، وکلا، والدین یا مدیران ارشـد صرفاً به دلیل قدرت استدلال خود در کسـب و کارشان موفق نمی‌شوند، بلکه توانایی ترسیم خواسته موردنظر را دارند.

خبر خوب این اسـت که هوش هیجانی شامل پاسخی احساسی است که هر کسی، در هر سنی می‌تواند آن را بیاموزد.

منبع: businessdailyafrica/modirinfo



چگونه بهترین استخدام را داشته باشیم

به قلم: انجمن کارآفرینان جوان

مترجم: امیر آل‌علی

بدون شـک یکی از مهم‌ترین تصمیمات مدیران انتخاب تیم کاری محسـوب می‌شود. درواقع حتی یک انتخاب اشتباه نیز می‌تواند تمام برنامه‌ریزی‌های شما بـرای آینده را با مشـکل مواجه سـازد، با این حال چگونه می‌تـوان به بهترین اسـتخدام ممکن دسـت پیدا کرد؟ در این رابطه انجمن کارآفرینان جوان، ۱۲ روش را معرفی کرده است که در ادامه به بررسی آنها خواهیم پرداخت.

۱-سوالات زیادی بپرسید

شـما باید نسبت به سـطح دانش و تجربه افراد اطمینان حاصل کنید. در این رابطه توجه به آمارها ابدا نمی‌تواند مناسـب باشد. درواقع مدرک گرایی یکی از اشـتباهات رایج محسوب شده و شـما باید از آن فاصله بگیرید. به همین خاطر ابدا نباید مطرح کردن سـوالات متعدد را غیرحرفه‌ای تلقی کنید. در این رابطه فراموش نکنید که سـوالات شما باید به نحوی باشد که افراد بتوانند در رابطه با آن صحبت کنند. درواقع سـوالات شـما نباید از نوع بله یا خیر باشد. در نهایت پس از ضبط جلسـه و یا یادداشـت کردن موارد، می‌توانید پاسـخ‌ها را با میزان نزدیکی به فرهنگ و نیاز شـرکت خود بسـنجید. همچنیـن فراموش نکنید که حتی چند مرحله‌ای کردن فرآیند اسـتخدام، ابدا مضر نبوده و باعث خواهد شد تا در نهایت بهترین فرد انتخاب شـود. به همین خاطر بلافاصله پس از مشاهده یک فرد مناسب، نباید عجولانه رفتار کنید.

۲-فرآیند مصاحبه را زیر نظر داشته باشید

این امر که شـما به عنوان مدیر شرکت در روز مصاحبه حضور نداشته باشید، چهره‌ای حرفه‌ای‌تر را به برند شما خواهد بخشید، با این حال این امر به معنای رها کردن همه چیز نبوده و لازم اسـت تا مصاحبه را از طریق دوربین‌های مدار بسـته، زیر نظر داشـته باشید. بدون شک مشـاهده، بهترین راهکار برای کسب اطلاعات محسوب شده و نباید صرفا به اطلاعات ثبت شده اکتفا کنید. همچنین توصیه می‌شـود تا زمانی را به صورت آزمایشی برای کار افراد اختصاص دهید تا نسبت به نتیجه‌بخش بودن آنها اطمینان لازم را به دست آورید.

۳-صرفا سوالات تخصصی را مطرح نکنید

حتـی خبره بودن فـرد در یک حوزه، به معنای آن نخواهـد بود که وی قادر به هماهنگ شـدن کافی با سـایر افراد تیم اسـت. به همین خاطر لازم است تا نسبت به تیم‌گرایی و باور او به فرهنگ کاری خود اطمینان داشته باشید. درواقع ضروری اسـت تا سوالات شما تنوع کافی را داشـته باشد. همچنین حضور یک روانشـناس و پزشـک، باعث خواهد شد تا نسبت به سلامت کامل فرد متقاضی، اطمینان حاصل کنید.

۴-احساس راحتی را در فرد ایجاد کنید

بدون شـک روز مصاحبه، زمانی پراسـترس محسـوب می-شـود. شما باید اقداماتـی را انجام دهید تا در همان برخورد اول افراد علاقه کافی را به شـرکت شـما پیدا کنند. به همین خاطر انجـام اقداماتی نظیر تعارف یک قهوه و لبخند زدن، می‌توانـد آرامـش لازم را در فرد ایجـاد کرده و وی را آماده پاسـخ‌دهی صادقانه کند. درواقع در هنگام استرس و ترس افراد ممکن است عملکردی بیش از حد تدافعی را داشـته باشـند. در نهایت فراموش نکنید که مصاحبه کردن به معنای آزاررسـاندن به افراد نبوده و لازم اسـت تا جو دوستانه شرکت خود را از همـان روز اول به رخ افراد بکشـید. در نهایت این امـر که متقاضیان فرصتی را برای صحبت مستقیم با کارمندان بخشی داشته باشند که متقاضی حضور در آن هستند، در تصمیم نهایی فرد تاثیرگذار خواهد بود و برای مثال ممکن است آنها متوجه شرایطی شوند که ابدا مورد پسند آنها محسوب نشده و از میان رفتن این دسـته از افراد، بدون شک خبری خوب خواهد بود. به همین خاطر مانع نمایش محیط شرکت و صحبت کردن افراد با کارمندان نشوید.

۵-انگیزه را مهم‌ترین عامل تلقی کنید

ری کـراک، مالک مک دونالد برای انتخاب کارمندان خود سیاسـت جالبی را داشـته اسـت. درواقع او به دنبال زوج‌های جوانی می‌رفت که به تازگی ازدواج کـرده و از شـرایط مالی خوبی برخـوردار نبودند. بدون شـک کار خانوادگی و انگیزه بالای این افراد برای تغییر شـرایط زندگی خود باعث می‌شد تا عملکردی خیره‌کننده را داشـته باشـند. این امر در حالی بوده است که بیشتر آنها تاکنون در زمینه فروشـندگی و کار در رسـتوران تجربه‌ای نداشـته‌اند. به همین خاطر انگیزه بسـیار مهم‌تر از تجربه و دانش محسوب می‌شود. درواقع شما با یک دوره آموزشـی فشـرده می‌توانید سطح افراد را ارتقا بخشـید، با این حال در رابطه با یک فرد بدون انگیزه که صرفا برای کسـب درآمد به سراغ شما آمده است، هیچ راهکاری وجود نخواهد داشـت. در این رابطه بهتر اسـت تا اطلاعات لازم را به صورت غیرمسـتقیم جمع‌آوری کنید تا داده‌ها کاملا حقیقی باشد. همچنین اگر فرد متقاضی اهداف شـخصی نیز داشته و صرفا نمی‌خواهد تا زمان بازنشستگی در جایگاه فعلی باقی بماند، بدون شک گزینه شایسته-ای خواهد بود.

۶-از تست استخدامی اپل استفاده کنید

اپل ارزشـمندترین برند جهان محسـوب شـده و همین امر باعث می‌شود تا اسـتفاده از سیاسـت‌های آنها، اقدامی کاملا موثر باشـد. جالب است بدانید که این شـرکت یکی از متفاوت‌ترین شیوه‌های استخدامی جهان را دارد و افراد را با سـوالات متعدد و عجیبی درگیر می‌کند. درواقع سـوالات به نحوی است که به صورت مسـتقیم و غیرمستقیم می‌خواهد نحوه واکنش افراد را نسبت به شرایط مختلف را سـنجیده و با بررسی پاسـخ‌ها در نهایت تیپ شخصیتی شما را پیدا کنند. بدون شـک پس از طی کردن این مرحله، آنها می‌توانند تناسب شخصیت شـما با نیاز شرکت را بسـنجند. به همین خاطر توصیه می‌شود تا سوالات این شـرکت را مورد مشـاهده قرار داده و از برخی از آنها اسـتفاده کنید. برای مثال یکی از سـوالات این است که بسـتنی مورد علاقه شما کدام است؟ این سوالات اگرچه در ظاهر بی‌ربط و حتی خنده‌دار به نظر می‌رسد، با این حال تحلیل‌های پشت آن هر فردی را متعجب خواهد کرد.

۷-از تیم خود کمک بگیرید

بدون شـک کارمندان افرادی هستند که به صورت مستقیم، بیشترین ارتباط را با فرد جدید خواهند داشـت. به همین خاطر شایسـته است تا نظر آنها را نیز جویا شوید. بدون شک آنها می‌توانند نکاتی را مطرح کنند که تنها آنها به خاطر درگیر بودن با وظایف و اقدامات، متوجه آن خواهند شد. به همین خاطر پس از معرفی فرد متقاضی و صحبت وی با کارمندان، ضروری اسـت تا نظر آنها را نیز پرسـیده و آنها را به صورت مستقیم درگیر روند استخدام افراد کنید. در نهایت فراموش نکنید که تمامی نظرات باید کاملا پنهان بماند.

۸-به نسبت میزان تلاش افراد امکانات دهید

این امر که از همان روز نخست همه امکانات شرکت را در اختیار فرد متقاضی قـرار دهیـد، روحیه جنگنده وی را تضعیف خواهد کرد. به همین خاطر بسـیار مهم اسـت که در این رابطه به صورت مرحله-ای پیش رفته و به یک باره همه چیز را در اختیار مشـتری خود قرار ندهید. همچنین این امر که امکان افزایش حقوق با توجه به عملکرد افراد وجود داشـته باشـد، بدون شک باعث می‌شود تا آنها تلاش کردن را تنها رمز موفقیت دانسـته و از همان روز اول بهترین نسـخه خود را به نمایش بگذارند.

۹-در رابطه با اهداف شخصی نیز صحبت کنید

بدون شک پس از آنکه با فردی به توافق نسبت به چشم‌انداز شرکت رسیدید، ضروری اسـت تا نسبت به اهداف شخصی و شـرایط خاص زندگی آنها صحبت کنید. بدون شک این امر باعث خواهد شد تا بهترین برنامه‌ریزی را داشته و فرد احساس نکند که صرفا برای عملی شدن رویاهای شما تلاش می‌کند. در نهایت فراموش نکنید که شـما باید رفاه کارمندان خود را تامین کنید. به همین خاطر از فشـار بیش از حد بر روی کارمندان خود جدا خودداری کنید. برای مثال این امر که اجازه دورکاری به صورت کامل و یا برای برخی از اقدامات وجود داشـته باشد، بدون شک برای شرکت نیز منفعت‌هایی را به همراه خواهد داشت. درواقع شما باید تلاش کنید که به یک درک متقابل برسید.

۱۰-زمانی را به صحبت‌های افراد متقاضی اختصاص دهید

هیچ دلیلی وجود ندارد که در روز مصاحبه صرفا شما صحبت کنید. درواقع لازم است تا فرصتی حتی برای سوال پرسیدن وجود داشته باشد. به همین خاطر از همان ابتدا اعلام کنید که برای مثال ۲۰ دقیقه اول به شما اختصاص داشته و پس از آن فرد متقاضی برای ۱۰ دقیقه می‌تواند سوالات خود را مطرح کند. در نهایت با تحلیل حرکات بدن افراد نیز می‌توانید به اطلاعات جالبی نسبت به آنها دست پیدا کنید.

۱۱-از دوستان و خانواده افراد به صورت غیرمستقیم سوالاتی را بپرسید

بدون شک اگر فردی در زمینه مدیریت زندگی شخصی خود موفق ظاهر نشده باشـد، کارمند مناسبی نیز نخواهد بود. به همین خاطر با بررسی شرایط زندگی و نظـر اطرافیان آنهـا می‌توانید اطلاعات مفیدی را به دسـت آورید. برای مثال اگر فرد متقاضی رفتار خوبی با خانواده خود دارد، بدون شـک مسئولیت‌پذیری و رفتار مناسـب با سایر کارمندان نیز تضمین شـده خواهد بود. با این حال اگر صرفـا بر روی عملکرد افراد تمرکز کنید بدون شـک نتیجه خوبی را به دسـت نخواهید آورد. در نهایت فراموش نکنید که فرد متقاضی نباید در بالاترین سطح قرار داشته باشد. در غیر این صورت تغییر دادن وی بسیار سخت خواهد بود.

۱۲-در رابطه با سابقه افراد اطلاعات حقیقی به دست آورید

این احتمال همواره وجود دارد که افراد به شما دروغ بگویند. به همین خاطر ضروری اسـت تا مسـتقیما با مدیر شرکت‌های سـابق تماس برقرار کرده و نظر واقعی آنها را نسـبت به کارمند سـابق خود جویا شـوید. در این رابطه برخی از مدیران راهکارهای جالبی داشـته و از دوستان خود که ارتباط نزدیکی به مدیر چنین شـرکت‌هایی دارند، برای کسب اطلاعات اسـتفاده می‌کنند. بدون شک پاسخ-های این افراد نزدیکی بیشتری را به واقعیت خواهد داشت.

در نهایـت فراموش نکنید که قوانین باید کاملا مشـخص باشـد تا همه چیز مطابق انتظار شـما جلو برود. همچنین ایجاد یک مراسـم معارفه، کمک خواهد کرد تا کارمند جدید، با سرعت بیشتری در تیم جا بیفتد.

منبع: smallbiztrends

اخبار

معاون شهرسازی و معماری راه و شهرسازی هرمزگان خبر داد:

بررسی طرح تفصیلی چارک در کمیسیون ماده پنج

بندرعباس – خبرنگار فرصت امروز: معاون شهرسازی و معماری اداره کل راه و شهرسازی استان هرمزگان گفت: طرح تفصیلی شهر چارک پس از تصویب طرح جامع این شهر در شورای عالی شهرسازی و معماری ایران و تأیید در جلسات کمیته فنی کمیسیون ماده پنج، در کمیسیون ماده پنج قانون تأسیس شورای عالی شهرسازی و معماری ایران مورد بررسی اعضا قرار گرفت. به گزارش اداره ارتباطات و اطلاع رسانی اداره کل راه و شهرسازی استان هرمزگان، ابراهیم رستم گورانی در تشریح جزئیات طرح تفصیلی شهر چارک گفت: بر اساس بررسی‌های به عمل آمده، این شهر در سال ۹۵ دارای ۴۰۶۶ نفر جمعیت بوده است که در افق ۱۴۰۵ با محدوده ای به میزان ۳۲۳ هکتار و جمعیت ۵۷۰۷ نفر پیش بینی شده است .

گورانی با بیان اینکه این طرح گام مؤثری در راستای اجرای برنامه‌های عمرانی و فعالیت‌های اجرایی شهری در این شهر خواهد بود، افزود: با توجه به تصویب این طرح بتوانیم از ظرفیت های موجود در این طرح ها جهت حل مشکلات شهروندان استفاده نمائیم و از طرفی هم بتوانیم در این راستا در مباحث خدماتی و سرمایه گذاری و همچنین درآمدهای پایدار برای شهرداریها استفاده نماییم. به گفته معاون شهرسازی و معماری اداره کل راه و شهرسازی استان هرمزگان، مهمترین دغدغه های اعضای شورا و شهردار محترم شهر چارک استفاده از اراضی دولتی در بحث مسکونی و خدماتی است که با توجه به موقعیت شهر مذکور نسبت به جزیره کیش بتوان خدماتی را در این شهر جهت شهروندان ارائه نمود. گورانی افزود: تراکم پیشنهادی در این شهر ۱۲.۵۸ نفر در هکتار است و مساحت حریم پیشنهادی این شهر نیز ۱۰۲۰ هکتار می باشد. وی عنوان کرد: این شهر با توجه به وجود پتانسیل های بالقوه طبیعی از بنادر تاریخی خلیج فارس است که به خاطر نزدیکی آن به جزیره کیش و ساختار بندری و حمل‌ونقل دریایی آن، تا حدودی دروازه ورودی گردشگران به جزیره کیش محسوب می‌شود لذا نقش و عملکرد غالب آن گردشگری دیده شده است.

موسی خانی: تالارهای پذیرایی قزوین ملزم به رفع نواقص ایمنی هستند

قزوین – خبرنگار فرصت امروز: قدیر موسی خانی، قائم مقام سازمان آتش نشانی شهرداری قزوین گفت: تالارهای پذیرایی قزوین ملزم به رفع نواقص ایمنی هستند. به گزارش روابط عمومی سازمان آتش نشانی و خدمات ایمنی شهرداری قزوین؛ موسی خانی با اشاره به اینکه در چند سال اخیر شاهد برخی حوادث در تالارهای پذیرایی در کشور بودیم اظهار کرد: تالارهای قزوین هم نیازمند بازنگری در وضعیت ایمنی هستند که باید با همکاری اتحادیه این صنف نسبت به بازدیدهای ایمنی و تذکرات و رفع نواقص آن اقدام کرد. وی با تاکید بر اینکه تالارهای پذیرایی از اماکن عمومی شهر محسوب می شوند، بیان کرد: سیستم گرمایشی در بسیاری از تالارها دارای نواقصی است که بروز خطراتی را به دنبال خواهد داشت. این مقام مسئول با بیان اینکه برخی از تالارهای پذیرایی شهر قزوین ایمنی لازم را ندارند، خاطرنشان کرد: متاسفانه در این تالارها راه های ورودی و خروجی متناسب با ظرفیت این سالن ها طراحی نشده؛ ضمن اینکه فاقد سیستم های موردنیاز اطفای حریق استاندارد هستند. موسی خانی یادآور شد: آتش نشانی قزوین خود را در حفظ مال و جان مردم مسئول می داند و در این خصوص از وظایف تبیین شده کوتاهی نخواهد کرد.

رونمایی از سامانه شفافیت مدیریت‌شهری همدان

همدان – خبرنگار فرصت امروز: با حضور رئیس و اعضای شورای اسلامی شهر همدان، سامانه شفافیت به طور رسمی در شهرداری همدان راه‌اندازی شد تا از این پس اطلاع دقیق از تمام جزئیات مدیریت شهری اعم از قراردادها، امور مالی و اداری به راحتی در اختیار شهروندان قرار گیرد.

گردان: مردم محرم مدیریت شهری هستند

به گزارش روابط عمومی شورای اسلامی شهر همدان؛ رییس شورای اسلامی شهر همدان در این جلسه ضمن تشکر از عوامل اجرایی و پیگیری افرادی که جهت راه اندازی سامانه شفافیت نقش داشتند بویژه حمید بادامی نجات نایب رییس شورا، گفت: شفافیت به عنوان راهکار مناسب برای پیشگیری از فساد در نهادهای مختلف لازم است و باید پیاده شود طرح شهاب در این راستا کمک کننده است. کامران گردان اضاف با اشاره به تأکید اعضای شورا بر شفافیت عملکرد مدیریت شهری، افزود: با توجه به اینکه اعضای شورا نمایندگان و وکلای مردم در پارلمان شهری هستند سامانه شفافیت ظرفیت نظارت مردم ربر عملکرد شورا و شهرداری را فراهم می کند. وی الکترونیکی کردن رای‌گیری شورا از جمله اقدامات را در امر و شفاف‌سازی برشمرد و یادآور شد: تحقق شعار شفافیت به معنای واقعی و محرم دانستن شهروندان از مهم‌ترین دستاوردهای شورای پنجم است. گردان ادامه داد: همچنین مدیریت هزینه ها، حفظ پاکدستی و مبارزه با رانت خواری و ویژه خواری از دیگر ویژگی‌های بارز راه‌اندازی سامانه طرح شهاب است. گردان با اشاره به علنی بودن جلسات صحن شورای شهر همدان یادآور شد: قرارگرفتن آرای اعضای شورا در معرض دید مردم از طریق سامانه شفافیت و سایت شورا به صورت آنلاین و رای گیری الکترونیکی و قابل رصد بودن، از دیگر اقدامات طرح شهاب بود که سالهای اخیر اجرایی شد.

۴۱۱ دستگاه واگن باری و مسافری در اراک تولید شد

اراک – مینو رستمی : مدیرعامل شرکت واگن پارس اراک از رونق تولید در این شرکت در سال جاری خبر داد و گفت: ۴۱۱ دستگاه انواع واگن باری و مسافری امسال در این واحد مادرتخصصی تولید و به ناوگان ریلی کشور پیوست. «محمدرضا مختاری» افزود: ارزش هر یک از واگن‌های باری تولید شده بین ۶ تا ۹ میلیارد ریال متغیر است که بر اساس قراردادهای مشخص با شرکت‌های بهره‌بردار داخلی تولید و روانه بازار شده است. وی ارزش هر یک از واگن‌های مسافری را نیز ۷۰ میلیارد ریال عنوان کرد و گفت: تولید این تعداد واگن در شرکت واگن پارس اراک در ۱۰ سال گذشته بی‌سابقه است چرا که میانگین تولید سالانه این واحد تولیدی در ۱۰ سال گذشته کمتر از ۳۰۰ دستگاه بوده است. مدیرعامل شرکت واگن پارس اراک اظهار داشت: تولید ۵۰۰ دستگاه انواع واگن امسال در این واحد تولیدی هدفگذاری شده که با توجه به تامین قطعات و مواد اولیه مورد نیاز، تولیدات این واحد تولیدی تا پایان امسال از این رقم فراتر می‌رود. مختاری بیان کرد: در روزهای گذشته قرارداد تولید ۷۰ دستگاه واگن باری ۶ محوره با شرکت توکاریل، ۲۰ دستگاه واگن مسافری چهارتخته با شرکت حمل و نقل ریلی رجاء، تولید ۱۰۰ دستگاه واگن باری حمل غلات با شرکت آذرکیا و ۲۵۰ دستگاه واگن باری ۲ محوره با شرکت پتروشیمی باختر منعقد و یا در حال انعقاد است که در صورتی قطعی شدن این قراردادها، تولیدات شرکت واگن پارس در سال آینده به ۶۰۰ دستگاه می‌رسد. وی اضافه کرد: اگر چه تولید حتی ۶۰۰ دستگاه واگن باری و مسافری در شرکت واگن‌پارس نسبت به سال‌های گذشته چشمگیر به نظر بیاید اما مورد رضایت قطعی مدیریت شرکت نیست چرا که تولید این تعداد واگن در این واحد تولیدی کمتر از ۵۰ درصد ظرفیت اسمی آن است. مدیرعامل شرکت واگن پارس اراک گفت: در صورتی که حمایت‌های وزارت راه و شهرسازی و راه‌آهن جمهوری اسلامی در پرداخت تسهیلات به شرکت‌های بهره‌بردار در سال آینده نیز ادامه داشته باشد امکان تولید بیش از ۷۰۰ دستگاه انواع واگن باری و مسافری در این واحد تولیدی وجود دارد. واگن پارس اراک واحد تولیدی مادر تخصصی محصولات ریلی در ایران و خاورمیانه است که در سال ۱۳۵۴ در اراک تاسیس شد و در سال ۱۳۶۴ با سرمایه گذاری سازمان صنایع و نوسازی ایران به یکی از زیر مجموعه‌های این سازمان پیوست. کارگاه‌های تولیدی واگن پارس اراک در فضایی کارگاهی به وسعت ۳۳ هکتار جانمایی شده و این شرکت به‌عنوان بزرگترین سازنده انواع لوکوموتیو، واگن‌های باری، مسافربری و مترو در خاورمیانه است و محوریت تولید و تعمیر خودروهای حمل و نقل ریلی ایران را دارد.

تقدیر نایب رئیس و عضو شورای شهر از شهردار گرگان

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: «محمدابراهیم جرجانی» نایب رئیس شورای اسلامی شهر گرگان و «مهران کاظم‌نژاد» عضو شورا از تلاش‌های دکتر «دادبود» شهردار گرگان و مجموعه شهرداری برای اجرای پروژه‌های موثر شهری به ویژه ساخت و بهره‌برداری از پروژه تقطع روگذر سربازان گمنام امام زمان (ع) به عنوان بزرگترین پروژه عمرانی تاریخ شهرداری گرگان تقدیر کردند. به گزارش مرکز اطلاع‌رسانی روابط عمومی شهرداری گرگان، امروز نشست بررسی پروژه‌های پیش روی شهردری گرگان که شهرداری گرگان در دستور کار دارد با حضور «دادبود» شهردار گرگان، «جرجانی» نایب رئیس شورای اسلامی شهر گرگان و «کاظم‌نژاد» عضو شورای اسلامی شهر گرگان برگزار شد.در این جلسه اجرای تقاطع غیرهمسطح در بلوار جرجان، روند پیگیری اجرای پروژه شهربازی، تله‌کابین و دیگر پروژه‌هی شهری گرگان مورد بررسی قرار گرفت.همچنین در پایان این جلسه «محمدابراهیم جرجانی» نایب رئیس شورای اسلامی شهر گرگان و «مهران کاظم‌نژاد» عضو شورا از تلاش‌های دکتر «دادبود» شهردار گرگان و مجموعه شهرداری برای اجرای پروژه‌های موثر شهری به ویژه ساخت و بهره‌برداری از پروژه تقطع روگذر سربازان گمنام امام زمان (ع) به عنوان بزرگترین پروژه عمرانی تاریخ شهرداری گرگان تقدیر کردند.

افتتاح و راه اندازی اولین جایگاه CNG در شهرستان آبدانان استان ایلام

ایلام – منصوری :اولین جایگاه CNG در شهرستان آبدانان استان ایلام به بهره برداری رسید. به گزارش روابط عمومی شرکت گاز استان ایلام ؛عباس شمس اللهی مدیر عامل شرکت گاز ایلام با اعلام این خبر گفت : این جایگاه CNG که اولین جایگاه در شهرستان آبدانان می باشد که با سرمایه گذاری بخش خصوصی و پس از طی مراحل اداری و اخذ مجوزهای لازم به بهره برداری می رسد. وی افزود: با راه اندازی جایگاه مذکور خودروهای شهرستان آبدانان جهت سوخت گیری و استفاده از گاز طبیعی در کمک به کاهش آلودگی ،حفظ محیط زیست و هم از لحاظ صرفه جویی اقتصادی خانوار تاثیر بسزایی خواهد داشت. ایشان تصریح کرد تاکنون ۲۲ جایگاه CNG فعال در استان وجود داشت که با افتتاح این جایگاه این تعداد به ۲۳ جایگاه افزایش یافت . وی ضمن تبریک به مردم شریف آبدانان از مردم خواست با حفظ رعایت نکات ایمنی در هنگام سوخت گیری و نیز بررسی وضعیت سیستم سوخت گاز خودروها ، شاهد حوادث ناگوار در فرایند سوخت گیری خودروها نباشیم.

معاون بهره برداری آبفای هرمزگان خبر داد

آبرسانی سیار به ۱۳ روستای بشاگرد/ عدم امکان تعمیرات خطوط انتقال با مسدود شدن جاده دسترسی

بندرعباس – خبرنگار فرصت امروز: معاون نظارت بر بهره برداری آبفای هرمزگان در خصوص وضعیت آبرسانی به شهرستان بشاگرد در بارندگی های اخیر،اظهار داشت: مشکلی در تامین آب شهرهای سردشت و گوهران نداریم اما در روستاهای تحت پوشش(سیزده روستا) به دلیل طغیان رودخانه جگین و از بین رفتن جاده دسترسی هم اکنون امکان تعمیرات خطوط انتقال آب وجود ندارد. علاء امیریان نژاد افزود: در حال حاضر تا زمان رفع مشکلات دسترسی، آبرسانی به روستاهای این شهرستان به صورت سیار(با استفاده از ده دستگاه تانکرآبرسانی) انجام می شود. وی بیان کرد: منابع تامین آب روستاهای تحت پوشش در این شهرستان از محل چاه های تحت الارضی است که متاسفانه در پی بارندگی های شدید و گل آلود شدن این منابع، امکان ارسال آب به شبکه توزیع آب روستاها وجود ندارد. وی اضافه کرد: تلاش داریم با استفاده از مواد منعقد کننده و کاهش کدورت ایجاد شده، مشکل قطعی آب را در این روستاها مرتفع نماییم. امیریان نژاد تصریح کرد: برای تسریع در روند تعمیرات خطوط انتقال و رفع قطعی آب بایستی منتظر بازگشایی راه های دسترسی به این روستاها و فروکش کردن آب رودخانه جگین باشیم که با بازگشایی مسیرها طی ۲۴ ساعت تعمیرات انجام خواهد شد.

مدیرکل امور اجتماعی و فرهنگی استانداری آذربایجان شرقی:

پویایی و نشاط اجتماعی از برنامه‌های دولت در حوزه مسائل اجتماعی است

تبریز – ماهان فلاح: مدیرکل امور اجتماعی و فرهنگی استانداری آذربایجان شرقی با بیان این‌که پویایی و نشاط اجتماعی در نهاد خانواده و اجتماع جزو برنامه‌های ابلاغی دولت در بحث مسائل اجتماعی است، گفت: با توجه به مطالعات انجام یافته و شیوع شناسی در حوزه مباحث اجتماعی، متاسفانه آسیب‌های اجتماعی به ویژه خشونت در لایه‌های مختلف جامعه ما، خود را نشان می‌دهد و این موضوع به مسأله اجتماعی تبدیل می شود.

بدر شکوهی در همایش پویایی و نشاط اجتماعی در تبریز، گفت: طبق آمار اعلام شده از مرکز رصد اجتماعی وزارت کشور، میزان خشونت در آذربایجان شرقی به نسبت جمعیت استان از میانگین کشوری بیشتر است و طبق بررسی‌های انجام یافته از سال ۹۴ تا ۹۷، متاسفانه جایگاه استان در این زمینه از رتبه هفتم به رتبه سوم کشوری جابه‌جا شده است.

وی اظهار داشت: شهر تبریز، شهر اولین هاست و به جرات می‌توان گفت که تبریز از پیشگامان علم، هنر و ادب و مدنیت بوده است ولی وضعیت فعلی استان در خشونت، با غنای فرهنگی گذشته‌ی استان سازگاری ندارد، بنابراین باید تدابیری در راستای پاسخگویی به این معضل اندیشیده شود.

شکوهی خاطرنشان کرد: اداره کل امور اجتماعی استانداری آذربایجان شرقی با هدایت استاندار، در این راستا برای تحقق بخشیدن به این ماموریت خطیر، گام برداشته و اقدامات موثری در راستای اولویت‌های

پنج گانه آسیب های اجتماعی انجام داده است. وی بیان کرد: از سال ۹۳ با تاسی از سیاست گذاری کلان توانستیم در راستای مسائل فرهنگی و اجتماعی، گام های مهمی برداریم.

مدیرکل امور اجتماعی و فرهنگی استانداری آذربایجان شرقی ادامه داد: اکنون چهار دفتر تسهیل گری با پوشش جمعیتی بالغ بر ۸۰ هزار نفر برای رفع معضل حاشیه نشینی در تبریز راه اندازی شده است.

وی با بیان این‌که در کنار ماموریت خطیرخود، خشونت را نیز جزو دستور کار قرار داده‌ایم، گفت: اقدامات مداخله‌ای خشونت در سه محور اصلی متمرکز شده است و به دلیل حساسیت زیاد موضوع، در این راستا سند جامع پیشگیری در حال تدوین بوده و تا پایان امسال در سطح استان عملیاتی می‌شود.

وی یادآور شد: خوشبختانه امروز مقام عالی وزارت مسایل مربوط به آسیب های اجتماعی را در صحن علنی مجلس مطرح می کند، معتقدم تا زمانی که این مسائل را لاپوشانی کنیم به هیچ نتیجه‌ی مطلوبی نخواهیم رسید. شکوهی با بیان این‌که متاسفانه روند افزایشی در مباحث خشونت و پیامدهای ناشی از آن را در استان داریم، افزود: ما محدویت منابع نداریم بلکه نتوانستیم نقشه‌ی راه مناسبی برای حل این مسائل اتخاذ کنیم، موازی کاری در مواجهه با آسیب های اجتماعی و بی توجه به مباحث اجتماعی از جمله مشکلات ما در این حوزه است.

وی ادامه داد: ما مسائل اجتماعی را با رویکرد امنیتی اداره می‌کنیم اما زمانی که مسایل اجتماعی در حوزه اجتماعی و فرهنگی قابل حل است هیچ آدم عاقلی این موضوع را قبول ندارد، ما باید هنر این را داشته باشیم که مسائل امنیتی را در حوزه‌ی مسائل فرهنگی و اجتماعی پیش ببریم.

مدیرکل امور اجتماعی و فرهنگی استانداری آذربایجان شرقی با بیان این‌که متاسفانه جامعه‌ی دانشگاهی ما در مسائل اجتماعی و فرهنگی جامعه پای کار نیامده است، تاکید کرد: نخبگان، پژوهشگران و محققین و اصحاب رسانه‌ی جامعه باید وارد این مباحث شوند باید از ظرفیت مردم در حل مسائل اجتماعی استفاده شود معتقدم این همایش می تواند نقطه شروعی برای پاسخگویی و انجام مداخلات باشد انتظار داریم جامعه دانشگاهی نسبت به این موضوع ورود پیدا کنند.

برگزاری آیین افتتاحیه سومین دوره ارزیابی تعالی سازمانی در منطقه ۹ عملیات انتقال گاز

ساری – دهقان : آیین افتتاحیه سومین دوره ارزیابی تعالی سازمانی در منطقه ۹ عملیات انتقال گاز برگزار شد.

به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی منطقه ۹ عملیات انتقال گاز، آیین افتتاحیه سومین دوره ارزیابی تعالی سازمانی با حضور مقدم بیگلریان سرپرست منطقه، معاونین و روسای واحدهای ستادی و همچنین تیم ارزیابی جایزه سرآمدی و بهبود مستمر گاز، در سالن کنفرانس ستاد برگزار شد. بیگلریان در ابتدای سخنان خود در این جلسه به ویژگی ها و عملکرد همکاران اشاره کرد و افزود: منطقه ۹ در شبکه گاز کشور به لحاظ موقعیت استقرار، در انتهای شبکه مصرف قرار گرفته است که از همین حیث عملکرد کارکنان ما بسیار بااهمیت و به خصوص در فصول سرد سال برای شرکت ملی گاز ایران استراتژیک محسوب می شود. وی با تاکید بر اهمیت منطقه ۹ انتقال گاز در فصول سرد سال، خاطرنشان کرد: کوچک ترین اشتباه و خطا در تصمیم گیری ها و انجام وظایف، باعث می شود که در شرایط پیک مصرف که حداقل ورودی گاز از شبکه انتقال گاز به این سه استان شمالی را داریم، شرایط بسیار پرریسک و پرخطر شود، بنابراین نوع کارکرد و تلاش همکاران ما در بخش مسائل تعمیراتی و نگهداری بسیار مهم بوده و به اعتقاد بنده ما در شرایط تعالی بهره برداری حرکت می کنیم. سرپرست منطقه ۹ عملیات انتقال گاز در ادامه به بیان چالش های پیش روی این منطقه پرداخت و بیان کرد: علاوه بر گستردگی خط، به دلیل تعداد بسیار زیاد رودخانه در مسیر خط و تقاطع با

آن و همچنین فاصله کم کوهپایه تا دریا که ذینفعان اصلی ما یعنی مردم در این مناطق سکونت دارند یکی از پرچالش ترین مناطق کشور در سیل سال جاری بوده است اما علی رغم همه این مشکلات همکارانم با عملکرد قوی و با تلاششان در نگهداشت شبکه و تعمیرات اضطراری بسیار موفق و فعال بودند.

بیگلریان در بخش دیگری از سخنان خود به اهمیت و چرایی ارزیابی تعالی سازمانی اشاره کرد و افزود: شرکت ملی گاز و خصوصا شرکت انتقال گاز ایران در خط مشی سازمانی خود چشم اندازی تعریف کرده که با تکیه بر ارزش های سازمانی بتواند به عنوان یک شرکت سرآمد در تراز جهانی در سال ۱۴۰۴ باشد. وی افزود: بدیهی است که برای حرکت به سمت سرآمدی باید سازمان ها از عملکردهای خود را ارزیابی و برای بهبود، یادگیری در جهت خلاقیت و نوآوری و حرکت به سمت تعالی با شرکت های داخلی و بین المللی مقایسه نماید، لذا مدل ارزیابی EFQM به عنوان گسترده ترین ابزار ارزیابی عملکرد سازمانی مورد استفاده قرار گرفته است.

بیگلریان ارزیابی تعالی سازمانی را فرصتی برای یادگیری برشمرد و یادآور شد: این امر باید برای من و همکارانم مورد توجه قرار گیرد تا از این فرصت به نحو احسن جهت یادگیری که توام با خلاقیت و نوآوری باشد استفاده کنیم، وی یادگیری را به دو شکل درونی و بیرونی عنوان کرد و افزود: یادگیری درونی این است که تحلیل کنیم چرا به نتایج نرسیدیم و برای مواردی که به عنوان فرصت های بهبود در ارزیابی های قبلی اشاره شده، چه کرده ایم، یادگیری بیرونی نیز این است که ببینیم بقیه چگونه موفق شدند و در مقام مقایسه از آن استفاده کنیم.

سرپرست منطقه ۹ عملیات انتقال گاز از همکاران منطقه خواست تا با تیم ارزیابی جایزه سرآمدی و بهبود مستمر گاز همکاری لازم را به بهترین نحو جهت یادگیری و تبادل تجربیات برای بهبود عملکردها و فرآیندها داشته باشند.

لازم به ذکر است، ارزیابان شرکت تعالی سازمانی به مدت سه روز اقدامات لازم را نسبت به ارزیابی نحوه جاری سازی مدل تعالی سازمانی در منطقه ۹ به عمل می آورند.

افراد غیرمسئول، مانع اجرای پروژه تقاطع کیوانفر و امام خمینی هستند

قم - خبرنگار فرصت امروز: رئیس شورای اسلامی شهر قم بابیان این‌که افراد غیرمسئول، مانع اجرای پروژه تقاطع خیابان کیوانفر و خیابان امام خمینی (ره) هستند، گفت: اشکالات مطرح‌شده غیر کارشناسی است. عبدالله جلالی با اشاره به حواشی ایجاد شده در خصوص اجرای پروژه تقاطع بلوار شهید کیوانفر و خیابان امام خمینی (ره)، اظهار داشت: این پروژه در طرح جامع حمل و نقل ترافیک مراحل قانونی خودش را طی کرده و در شورای ترافیک استان و شورای ترافیک عالی کشور نیز به تصویب رسیده است.

رئیس شورای اسلامی شهر قم ادامه داد: این تقاطع جزء یکی از تقاطع‌هایی است که در صورت بهره‌برداری به کاهش ترافیک کمک می‌کند و بر اساس مجوزهای صادر شده در بودجه سال ۹۸ شهرداری نیز رقم آن دیده شده و مقدمات اجرای آن از قبیل برگزاری مناقصه و انتخاب پیمانکار صورت گرفته است. جلالی تأکید کرد: باید زمینه

هماهنگی‌ها و انحراف‌های ترافیکی اقداماتی را انجام بدهیم اما در این بخش، یک مقدار وقفه ایجاد شده است. وی با انتقاد از برخورد غیرمنطقی برخی از مسئولان استان در این زمینه، گفت: انتظار نداشتیم که با توجه به این‌که در بودجه سال ۹۸ وجود داشت و هم در طرح جامع و ترافیکی لحاظ شده بود برخورد غیرمعقولی با این پروژه صورت بگیرد. رئیس شورای اسلامی شهر قم افزود: مخالفت‌ها به‌گونه‌ای شد که شورای اسلامی شهر، شهرداری را ملزم به اجرای آن کرد و در نهایت بعد از مخالفت شورای تطبیق و با اصرار شورا این موضوع در شورای حل اختلاف استان مورد بحث قرار گرفت و در نهایت با اجرای آن موافقت صورت گرفت. جلالی خاطرنشان کرد: مدیریت شهری معتقد است که این کار کارشناسی شده بوده و همه اصول فنی و قانونی آن نیز رعایت شده اما موانع همچنان وجود دارد و دخالت‌های افراد غیر مسئول مانع اجرای آن شده است. وی تصریح کرد: اشکالاتی که مطرح می‌کنند از پایه و اساس غیر کارشناسی شده است و افرادی که در اجرای پروژه وقفه ایجاد می‌کنند باید در آینده جواب مردم را بدهند.

درجلسه مشترک فعالان اقتصادی با دستگاه های اجرایی عنوان شد:

حفظ و تقویت سرمایه های اجتماعی و فرهنگی مقدمه تقویت سرمایه های اقتصادی است

اصفهان – قاسم اسد: در جلسه مشترک دستگاه های اجرایی که در راستای حمایت از فعالان اقتصادی، رفع موانع تولید و بهبود مولفه های محیط کسب و کاربا محوریت موضوعات مالیاتی در اتاق بازرگانی برگزار شد، بر حفظ و تقویت سرمایه های اجتماعی و فرهنگی تاکید شد. به گزارش روابط عمومی اتاق بازرگانی اصفهان استاندار اصفهان در این جلسه با اشاره به آیه قرآن مبنی بر اینکه« مومن مانند کوهی سخت و استوار است که مسایل و مشکلات مقطعی او را از پا در نیاورده واز اصل هدف دور نمی کند»، این مساله را یک اصل مدیریتی مهم دانست و خواستار توجه ویژه فعالان اقتصادی به این نکته شد. عباس رضایی ضابطه و قانون را معیار عمل دستگاه های اجرایی دانست و هدف از برگزاری این نشست را ایجاد زبان مشترک و فضای همدلی برای رفع مشکلات فعالان اقتصادی با اداره کل امور مالیاتی و جدا کردن صف فعالان اقتصادی واقعی از شرکت های صوری و کاغذی بیان کرد. وی تاکید کرد: باید اقدامات سازمان های اجرایی بر مبنای مرّ قانون باشد و اجرای ۱۸۰ درصدی قانون مشکلاتی را برای فعالان اقتصادی ایجاد می نماید. در ادامه رئیس اتاق بازرگانی اصفهان با بیان اینکه در سالجاری بهبود شاخص های محیط کسب و کار در رأس برنامه های شورای گفت و گوی دولت و بخش خصوصی و مدیران ارشد استان قرار گرفته است، تنظیم و ارایه بسته های حمایتی از فعالان اقتصادی توسط ارگان های مختلف را از نتایج این هدفگذاری دانست. مسعود گلشیرازی، هدف از ارایه این بسته ها را ایجاد تعامل سازنده بین فعالان بخش خصوصی و دستگاه های اجرایی به منظور کمک به بهبود شاخص های فضای کسب و کار، امیدآفرینی میان تولیدکنندگان و رونق کسب و کار آنها عنوان کرد. وی در ادامه با اشاره به بیانات مقام معظم رهبری در نمازجمعه گفت: در شرایط فعلی دو صفت صبار و شکور بودن در پیگیری مستمر اندیشه ها و درخواست های بحق فعالان اقتصادی بسیار مهم بوده و باید شاکر خداوند بود که توانسته ایم بصورت خالصانه در جنگ اقتصادی موجود خدمتگزاری نماییم.

رئیس اتاق اصفهان حضور با قدرت در صحنه اقتصاد، شناسایی نقاط ضعف و طراحی برنامه های اصلاحی و حفظ وحدت از طریق امیدآفرینی را در ایفای درست نقش این بدنه عظیم ملت به عنوان پشتوانه نظام، حایز اهمیت دانست.

گلشیرازی افزود: با نهادینه شدن دولت الکترونیک مقدمه ای برای ایجاد اقتصادی شفاف فراهم شده است. وی در ادامه سرمایه های اجتماعی و فرهنگی را مقدمه ساز سرمایه اقتصادی دانست و بر حفظ و تقویت این سرمایه ها تاکید کرد.

وی درپایان سخنان خود از استاندار، رئیس کل دادگستری ، دادستان و کلیه مدیران استانی که با ذهن مثبت نسبت به اقتصاد خصوصی مشغول فعالیت هستند تقدیر و تشکر نمود. رئیس اتاق بازرگانی اصفهان ابراز امیدواری نمود این جلسه منجر به کمک به استیفای حقوق دولت ودلگرمی فعالان اقتصادی برای حضور هر چه موثر تر در ایفای نقش این قشر شود. حمیدرضا فولادگر، نماینده مردم اصفهان در مجلس شورای اسلامی نیز در این نشست بهبود فضای کسب و کار، رفع موانع تولید، دلگرم کردن سرمایه گذار و جذب سرمایه گذاران خارجی را موجب قدرت اقتصادی کشور دانست و افزود: نباید با سرمایه گذار داخلی به گونه ای رفتار شود که منجر به فرار سرمایه از داخل استان شود. وی ضمن اشاره به افزایش سهم درآمدهای مالیاتی در بودجه سال آینده، بر جلوگیری از فرار مالیاتی به گونه ای که منجر به تعطیلی واحدهای تولیدی نشود تاکید نمود. فولادگر روش محاسبه مالیات در استان های دیگر را متفاوت از اصفهان دانست و خواستار پایلوت نکردن اصفهان در طرح ها و برنامه های جدید به گونه ای که به فعالان اقتصادی فشار وارد کند ، شد.

در ادامه سید ناصر موسوی لارگانی، رئیس مجمع نمایندگان استان اصفهان با بیان اینکه به دلیل مشکلات مربوط به مالیات، تامین اجتماعی و بانک بسیاری از واحدهای تولیدی اصفهان تعطیل شده اند، خواستار دقت دستگاه های اجرایی در روش اجرای قانون شد. وی همچنین تاکید کرد: بر اساس قانون، هرگونه تغییر سیاست، مقررات و رویه های اقتصادی قبل از اجرا باید از طریق رسانه های جمعی به اطلاع عموم برسد.

همچنین محمدرضا حبیبی، رئیس کل دادگستری استان اصفهان با بیان اینکه وظیفه تمامی دستگاه های استان حمایت از تولید است، افزود: برخورد با فعالان اقتصادی غیر واقعی و شرکت های کاغذی در راستای حمایت از فعال اقتصادی واقعی است. وی تصریح کرد: دستگاه قضا بین مجرمی که جرم او محرز شده و فعال اقتصادی واقعی تفاوت قائل می شود. وی خواستار مراجعه فعال اقتصادی به اداره امور مالیاتی برای روشن شدن نقاط ابهام پرونده مالیاتی شد و تاکید کرد: رسیدگی به پرونده های مالیاتی مراحل کارشناسی لازم را طی خواهد کرد.

سید حسن قاضی عسگر، سرپرست معاونت هماهنگی امور اقتصادی استانداری نیز با تاکید بر اینکه هر تصمیم اقتصادی در استان باید با توجه به شرایط موجود کشور باشد، نظام اداری بروکراتیک، دریافت هزینه های خدمات اساسی مانند آب و برق از فعالان اقتصادی، کیفیت پایین نیروی انسانی و نداشتن نظام آموزشی مهارت محور، تاثیرات بی بدیل ضرر و زیان ناشی از افت و خیزهای سیاسی بر تولید، عدم توجه به مالکیت معنوی، افزایش هزینه های حمل و نقل وغیره را از جمله مشکلات فعالان اقتصادی در شرایط کنونی عنوان کرد. وی با بیان اینکه در جنگ اقتصادی موجود عدم امکان صادرات نفت و هزینه های زیاد اداره کشورمشکلات زیادی را برای دولت ایجاد کرده، خواستار توجه هر چه بیشتر به تصمیمات اتخاذ شده از سوی ارگان های دولتی و توجه به تبعات آن شد. وی تشکیل کارگروهی برای بررسی و رفع مقررات دست و پاگیر در اداره دارایی را ظرفیت مطلوبی برای حذف مقررات سخت شدن فضای کسب و کار دانست.

بهروز مهدلو، مدیر کل امور مالیاتی استان نیز با تاکید بر اینکه این اداره خدمتگزار فعال اقتصادی بوده و بسته حمایتی نیز به همین منظور ارایه شده است، افزود: معوقات مالیاتی شرکت های کاغذی مشکلات زیادی را برای این سازمان ایجاد کرده است. وی معوقات مالیاتی این نوع شرکت ها در استان اصفهان را ۲۸۶ هزار میلیارد ریال عنوان کرد.

آیین تودیع و معارفه سرپرست معاونت بهره برداری شرکت برق منطقه ای خوزستان برگزار شد

اهواز - شبنم قجاوند : آیین تودیع و معارفه سرپرست معاونت بهره برداری شرکت برق منطقه ای خوزستان برگزار و رامین گلشنی راد به عنوان سرپرست این معاونت معرفی شد.

محمود دشت بزرگ مدیرعامل شرکت در این آیین گفت: شاخص ها نشان می دهد که شرکت روند رو به رشدی را طی می کند و به یک قرارگاه سازندگی در توسعه شبکه برق تبدیل شده است. وی با تشکر از تلاش های مسعود قنواتی معاون سابق معاونت بهره برداری، بیان کرد: از سرپرست جدید این معاونت انتظار می رود که نوسازی و بهسازی تجهیزات، کاهش حوادث، بهبود شاخص های فنی در امور بهره برداری و

کاهش خاموشی ها را در اولویت برنامه ریزی های این معاونت قرار دهد. مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان تاکید کرد: خروجی نهایی هر فعل و انفعالاتی که در شرکت صورت می گیرد این است که برق را از سبد نگرانی های خوزستان حذف کنیم و همه تلاش ها باید به این هدف متمرکز باشد.

در این مراسم مسعود قنواتی معاون سابق معاونت بهره برداری به عنوان مشاور مدیرعامل در امور فنی منصوب شدند. رامین گلشنی راد سرپرست معارفه شده معاونت بهره برداری با حفظ سمت مدیریت فنی و مهندسی شبکه انتقال نیرو در شرکت برق منطقه ای خوزستان را نیز بر عهده دارد.

طرح پویش ملی تولید محتوای دیجیتال

نشست فعالان حوزه محتوای دیجیتال با محوریت طرح پویش ملی تولید محتوای دیجیتال برگزار و مقرر شد تا پیشنهادات درخصوص طرح پویش ملی تولید محتوای دیجیتال در نشست‌های بعدی ارائه شود.

به گزارش فدراسیون فاوا، در ابتدای نشست رئیس هیات مدیره فدراسیون فناوری اطلاعات و ارتباطات ایران و رئیس کمیسیون فاوای اتاق ایران به نمایشگاهی که اخیرا در افغانستان با محوریت فناوری از سوی ایران برگزار شده، اشاره کرد و گفت: دستاوردهای این نمایشگاه نشان می‌دهد که توانسته موفق عمل کند اما مشکل اصلی در برگزاری نمایشگاه‌های ایران در خارج از کشور این است که مجریان نمایشگاهی ایران، ارتباطی با مجریان کشور هدف ندارند؛ از این رو معمولا نمایشگاه‌های ایران در خارج از کشور چندان موفق نیست. البته این مسئله را با رئیس سازمان توسعه تجارت مطرح کردیم و مقرر شد تا در این باره مشکلات را برطرف کنند.

محمدرضا طلایی سپس به طرح پویش ملی تولید محتوای دیجیتال اشاره کرد و گفت: این طرح به تازگی از سوی انجمن ناشران دیجیتال مطرح شده و در حال بررسی است. در این طرح دوره‌های آموزشی، نمایشگاه‌ها و جشنواره ملی محتوای دیجیتال نیز دیده شده است. پویش ملی تولید محتوای دیجیتال می‌تواند زمینه را برای فرهنگ‌سازی صادرات محتوای دیجیتال فراهم آورد و از این رو باید جدی گرفته شود. با توجه به افزایش نرخ ارز می‌توان در حوزه صادرات با کمک شتابدهنده‌ها وارد و موفق بود و این طرح می‌تواند رابطه بین محتوای دیجیتال و شتابدهنده‌ها را در صادرات فراهم کند.

وی افزود: چنانچه فعالیت در حوزه محتوای دیجیتال در اتاق‌های شهرستان از ظرفیت بالایی برخوردار باشد، می‌توان تشکل‌های مرتبط با این حوزه را در آن شهرستان‌ها ایجاد کرد، اما چنانچه ظرفیت تشکیل آن تشکل وجود نداشته باشد، فعالان حوزه محتوای دیجیتال می‌توانند انجمن مرتبط تشکیل دهند.

پتانسیل صادرات نرم‌افزار و محتوا وجود دارد

رئیس کمیسیون فاوا اعلام کرد که صندوق نوآوری و شکوفایی در تدارک ایجاد کارخانه نوآوری است که از شتابدهنده‌ها حمایت کند. یکی از حوزه‌های نوآوری می‌تواند محتوای دیجیتال باشد.

طلایی گفت: پیش از این در دهه ۸۰ محتوای دیجیتال بر روی پلتفرم وبندوز تولید می‌شد اما به دلیل فقدان آینده‌نگری در این حوزه، با تغییر پلتفرم، محتواهای تولیدشده کارایی لازم را ندارد. حال آنکه محتواهای تولیدشده کنونی نسبت به محتواهای دهه ۸۰ قوی نیست. در نتیجه کارخانه نوآوری می‌تواند موجب تقویت محتواهای دیجیتال شود.

او همچنین اظهار کرد: زمینه صادرات نرم‌افزار با محتوای ایرانی به بازارهای فارسی زبان و دانشگاه‌های خارجی که دروس فارسی را تدریس می‌کنند، فراهم است. همچنین برخی از کشورها به دلیل حضور گسترده ایرانیان می‌توانند بازار هدف این بخش محسوب شوند.

طلایی با اشاره به اینکه وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی یکی از متولیان حوزه تولید محتوا محسوب می‌شود، از همکاری نکردن آنها با اتاق بازرگانی انتقاد کرد و گفت: به رغم نامه‌نگاری صورت گرفته از سوی رئیس اتاق ایران، تاکنون هیچ نماینده‌ای از این وزارتخانه به اتاق معرفی نشده است.

محورهای جشنواره پویش ملی

پس از آن محسن گلزاریان عضو هیات مدیره انجمن ناشران دیجیتال به جشنواره پویش ملی تولید محتوای دیجیتال اشاره کرد و گفت: هدف از برگزاری این جشنواره، شناسایی ظرفیت‌های تولید محتوا، توسعه و تعمیق فرهنگ تولید محتوا، ایجاد زمینه توسعه برای شناسایی و توانمندسازی استعداد، معرفی استعدادها و ایده‌ها بر سرمایه‌گذاران، معرفی تولید محتوا به عنوان یک کسب و کار و استفاده از تولید محتوا در توسعه دیگر کسب و کارها است.

همچنین ایجاد انگیزه و نشاط با فراهم کردن محیط رقابتی، نمایش مسیر توسعه کسب و کارهای تولید محتوا، آشنایی در شیوه‌ها و فناوری‌های تولید محتوا، صادرات محتوا و تدوین استاندارد به جهت ارتقای سطح کیفی تولید محتوا از دیگر اهداف برگزاری این جشنواره عنوان شد.

گلزاریان به پنج محور این جشنواره نیز اشاره کرد و گفت: توسعه کسب و کار، توسعه صادرات، صادرات غیرنفتی، کارآفرینی و حمایت از تولید داخلی محورهای پیشنهادی برای حضور در این جشنواره است و چنانچه پیشنهاد دیگری درخصوص این جشنواره وجود داشته باشد آماده دریافت آنها هستیم.

اهداف پویش ملی تولید محتوای دیجیتال

عضو دیگر هیات مدیره ناشران دیجیتال نیز در ادامه به ارائه گزارشی درخصوص ساختار طرح ملی پویش تولید محتوای دیجیتال پرداخت و گفت: این طرح نیاز به ساختار دارد و البته جشنواره نیز می‌تواند پیش‌برنده اهداف پویش ملی تولید محتوای دیجیتال باشد.

امیر جهان تیغ گفت: در شرایطی که راه‌اندازی شبکه ملی اطلاعات در دستور کار قرار گرفته و گفته می‌شود که زیرساخت‌های آن مهیاست، اما محتوای بومی چندانی برای این شبکه وجود ندارد، از این رو اهمیت حوزه محتوای دیجیتال دوچندان است.

او از تعدد مراکز تصمیم‌گیری در این بخش انتقاد کرد و ایجاد هم‌افزایی را یکی از مهم‌ترین ضرورت‌ها عنوان کرد.

جهان تیغ در ادامه با اشاره به اهداف پویش ملی تولید محتوای دیجیتال گفت: بررسی پتانسیل‌های صادراتی تولید محتوای ایرانی، برجسته کردن جایگاه اتاق بازرگانی به عنوان تسهیل‌کننده اقتصاد محتوای دیجیتال کشور، اهمیت نقش ناشران دیجیتال در افزایش کمیت و کیفیت محتوای ایرانی شبکه ملی اطلاعات، همکاری و هم‌افزایی میان ناشران حوزه دیجیتال و کارآفرینی و توسعه کسب و کارهای حوزه تولید محتوا از اهداف ما در این پویش است.

تولیدکنندگان محتوا به رسمیت شناخته نمی‌شوند

خداوردی لو، نماینده شورای عالی فضای مجازی نیز در این نشست عنوان کرد که مهم‌ترین مشکل در تولید محتوا، به رسمیت نشناختن این نوع تولید در ایران است. این امر موجب شده تا تولیدکنندگان این حوزه نتوانند از تسهیلات مرتبط با تولید استفاده کنند و ما نیز در ارزش‌گذاری دارایی‌های این بخش دچار مشکل هستیم.

وی افزود: همچنین بیمه محصولات ما که بسیار مهم است، دچار مشکلات عمده‌ای است. بنابراین به اعتقاد من طرح پویش ملی و جشنواره مرتبط با آن، می‌تواند در معرفی این حوزه کمک کند تا متولیان، این نوع تولید را به رسمیت بشناسند.

افغانستان تشنه تولید محتواست

یکی از فعالان حوزه تولید محتوای دیجیتال نیز در این نشست گفت: حوزه نشر دیجیتال متولیان زیادی دارد و تداخل زیادی با سایر حوزه‌ها دارد؛ از سویی ناشران دیجیتال مجوز تولید از وزارت صمت را ندارند و به نظر می‌رسد در این باره باید به طور جدی وارد مذاکره شد تا به تولیدکننده محتوا مجوز بدهند.

بابک ندرخانی به ظرفیت بازار افغانستان برای صادرات این حوزه اشاره کرد و گفت: زبان مشترک ما با افغانستان نکته مهمی است که راه را برای وارد شدن به این بازار باز می‌کند و یک موضوع جالب در افغانستان آن است که تقریبا ۱۰۰درصد کتاب‌های موجود در این کشور، همان کتاب‌هایی است که در ایران چاپ و توزیع می‌شود.

وی افزود: حتی فروشندگان کتاب در افغانستان از گران شدن کتاب‌های ایرانی ناراحت بودند، منظور این است که محتوای ایرانی در این بازار مشتری و خریدار دارد و به این بازار باید توجه ویژه داشت.

این فعال اقتصادی گفت: افغانستان تشنه تولید محتواست، آنجا را باید مانند دهه ۶۰ ایران دید با این تفاوت که اینترنت ۳G نیز در این کشور وجود دارد. ترکیب این دو نشان می‌دهد که نشر دیجیتال چقدر می‌تواند بازار خوبی در افغانستان داشته باشد. در حوزه آموزش، ظرفیت خوبی در این کشور وجود دارد و اپراتورها هم علاقه‌مند هستند که با ایرانی‌ها وارد همکاری مشترک شوند.

ضرورت تغییر نگاه به تولید محتوا

طلایی نیز درخصوص مجوز برای تولید محتوا گفت: در وزارت صمت مجموعه‌ای در حوزه فناوری وجود دارد که ما با آنها جلسات متعددی داشتیم مبنی بر اینکه تولید نرم‌افزار را در شاخص‌های‌شان تغییر دهند اما اتفاقی نیفتاده است. دیدگاه متولیان در تولید محتوا و نرم‌افزار باید تغییر کند، از این رو آیین‌نامه حمایت از صادرات نرم‌افزار را تدوین کردیم که اگر به تصویب شورای عالی صادرات برسد بخش مهمی از مشکلات حل خواهد شد.

او سپس به بازار موجود در سوریه اشاره داشت و گفت: اتاق بازرگانی ایران در دمشق مرکزی تجاری ایجاد کرده است و اتاق مشترک ایران و سوریه نیز به زودی راه‌اندازی می‌شود. از ظرفیت این اتاق و مرکز می‌توان برای صادرات نرم‌افزار و محتوا استفاده کرد، همچنین بازار روسیه در زمینه بازی‌های رایانه‌ای فعال است و امکان همکاری مشترک با روس‌ها وجود دارد.

طلایی افزود: ارزش‌گذاری دارایی‌های نامشهود در کنار مالکیت فکری و اجرای قانون حمایت از حقوق پدیدآورندگان نرم‌افزارهای رایانه‌ای دارای اهمیت ویژه‌ای است، متأسفانه تاکنون هیچ گزارشی از میزان اجرای این قانون ارائه نشده و مشخص نیست چه دستگاه‌هایی متولی اجرای آن هستند.

رواج تولید زیرزمینی محتوا

یکی دیگر از اعضای هیات مدیره انجمن ناشران دیجیتال نیز ضمن انتقاد از تعدد مراکز تصمیم‌گیری در این حوزه عنوان کرد: متولیان در بخش نظارت بسیار قوی عمل می‌کنند اما در بخش حمایت به شدت عملکرد ضعیفی دارند که همین امر نیز موجب تولید محتوای زیرزمینی می‌شود، فعالانی که مجوز گرفتند هم با تعدد مشکلات مواجه هستند و از این رو کسی چندان به ثبت شرکت در این بخش تمایل ندارد. شهرام حاجی قربانی از اجرا نشدن قانون کپی‌رایت انتقاد کرد و گفت: بازدارنده نبودن این قانون به دلیل اجرای ناصحیح آن است که در پویش ملی تولید محتوای دیجیتال می‌تواند این موضوع پیگیری شود.

محتواهای تولیدشده غیرتخصصی هستند

جعفری یکی دیگر از فعالان در حوزه تولید محتوای دیجیتال نیز عنوان کرد: کسانی که امروز در این حوزه فعال هستند، بیشتر به سمت تولید محتوا برای تلگرام و اینستاگرام سوق پیدا کرده‌اند. اکنون متولدین دهه ۸۰ هم وارد تولید محتوا شده‌اند ولی هیچ آموزشی در این حوزه وجود ندارد که آنها را به سمت درآمدزایی درست، هدفمند و بازاریابی پیش ببرد.

وی افزود: آنها نگاهی به جز تولید محتوا برای همین دو فضا ندارند و از این رو کارهای انجام شده کاملا غیرتخصصی است، تاسیس شتابدهنده‌ها و ایجاد ارتباط بین تولیدکننده و شتابدهنده بسیار مهم است و می‌تواند به توسعه این حوزه کمک کند.

عزم مدیریت شهری برای عبور متروی قم از ایستگاه تحریم‌ها

توسعه قم در سالهای اخیر با توجه به موقعیت استراتژیک و جایگاه مذهبی و معنوی آن، ضرورت توجه به حمل و نقل داخلی را دوچندان می‌کند و مترو می‌تواند یکی از ظرفیت‌های مهم در گره‌گشایی از مشکلات و دغدغه‌های ترافیکی قم باشد.

اگر چه قم، خاطره خوبی از اتحاد سیاست‌های نابخته در اجرای پروژه متورپل در سالهای گذشته ندارد و این طرح به عنوان پروژه‌ای بلاتکلیف بادآور میلیاردها تومان هدررفت بودجه و اعتبارات است، اما به نظر می‌رسد با توجه به نیاز قم، راه‌اندازی مترو یکی از اصلی‌ترین پروژه‌ها در کاهش مشکلات ترافیکی و حمل و نقل قم خواهد بود، به شرط اینکه بتوان راه را برای تسهیل اجرای آن از سوی دولتمردان و مسئولان باز کرد.

متروی قم، پروژه‌ای که در ۳ خط طراحی شد و با برگزاری مناقصه در سال ۸۹، کلید خورد و خط یک نیز در دو فاز از ایستگاه قلعه کاملکار تا میدان مطهری و فاز دوم نیز از میدان مطهری تا ایستگاه مسجد جمکران و در چارچوب اعتبارات تعریف شد، هر چند گرانی ارز و شرایط تحریم و تورم، پیش‌بینی‌های رایانی برای اتمام این طرح را با دشواری‌هایی مواجه کرد و عملا بدون همراهی دولت در کنار مدیریت شهری، متروی قم، تاب و توان حرکت و پیشرفت ندارد.

با توجه به اینکه سالانه میزبان میلیون‌ها زائر ایرانی و خارجی به واسطه وجود آستانه مقدس حضرت معصومه (س) و همچنین مسجد مقدس جمکران هستیم و استقبال گسترده‌ای از سوی مسلمانان در کسب علوم دینی و بهره‌مندی از حضور علما در قم وجود دارد، توجه به زیرساختهای حمل و نقل قم، یکی از انتظارات مهم است و نیاز به برنامه‌ای منسجم و عملیاتی دارد.

متروی قم بخش زیادی از محلات قم را تحت پوشش قرار می‌دهد و خط یک از قلعه کاملکار شروع می‌شود و مسیرهای امامزاده ابراهیم(ع)-سعیدی، میدان مطهری، آذر، میدان بلیس تا جمکران را پوشش می‌دهد.

در این مسیر ۱۴ ایستگاه دیده شده است و فاز اول از ایستگاه قلعه کاملکار تا میدان مطهری است با ۴ ایستگاه آغاز به کار می‌کند. این پروژه به گفته مسئولان در شهرداری، بیش از ۵۰ درصد پیشرفت فیزیکی را در فاز اول پشت سر گذاشته که در حدود ۲۲ و نیم درصد از کل پروژه محسوب می‌شود و هم اکنون بیش از ۴۰ درصد پیشرفت فیزیکی تجهیزات در فاز نخست دیده می‌شود و ۱۰ هزار و ۲۸۳ متر حفاری نیز در این طرح صورت گرفته است.

سید مرتضی سفایلی نژاد شهردار قم در گفتگو با خبرنگار ما در خصوص اهمیت همراهی دستگاههای اجرایی در پیشبرد تمامی پروژه‌های عمرانی قم از جمله متروعنوان کرد: متروی قم، یکی از پروژه‌های مهم در دست اجراست و باید با همدلی و مشارکت همه مدیران و مسئولان و همراهی دولت در تحقق آن تلاش کنیم.

شهردار قم بیان کرد: هیچ پروژه مهمی نباید به دلیل مشکلات مالی متوقف شود، اما گاهی برخی حواشی، روند اجرای پروژه‌ها را کند می‌کند و عدم همراهی برخی از دستگاهها، مانع از پیشبرد طرح و پروژه‌ای که به نفع مردم و شهروندان است، می‌شود.

به گفته شهردار قم، از تمامی ظرفیت‌های استانی و ملی جهت تکمیل فاز اول خط یک مترو استفاده می‌کنیم تا بتوان این فاز را در سال ۹۹ عملیاتی کرد. البته افزایش قیمت‌ها خود یکی از موانع جدی است که تلاش مدیریت شهری،تامین منابع لازم است.

وی بیان کرد: معطل ماندن متروی قم به نفع استان نیست و موجب افزایش قیمت‌ها می‌شود به ویژه اینکه هر کیلومتر از مترو ۱۰۳ میلیارد تومان هزینه در بردارد که تعلل در اجرای آن می‌تواند این رقم را افزایش دهد. وی با اشاره به نیاز بودجه‌ای بالغ بر ۱۲ هزار میلیارد ریال در تکمیل فاز نخست نیز خاطرنشان کرد: هم‌اکنون تامین ۸۰ دستگاه واگن مترو و ۴ هزار تن ریل به همت مجموعه سازمان قطار شهری قم عملیاتی شده است. البته شرایط تحریم و محدودیت منابع، ما را در دستاندارهای زیادی گرفتار کرده است.

سقائیان نژاد عنوان کرد: با همه مشکلات، با برنامه‌ریزی‌های راهبردی و مدیریت منابع،خط یک متروی قم، پیشرفت خوبی را پشت سر گذاشته است و سعی می‌شود سایر تجهیزات نیز تامین شود. قرار است برای افتتاح این فاز در سال آینده باید تدابیری جدی اندیشیده شود. البته با اختصاص ۴۰ میلیون یورو برای تکمیل مترو قم امید است مترو یکی از ۸۰۰ پروژه تعریف شده در قم نیز به سرانجام برسد.

به گفته عبدالله جلالی رئیس شورای اسلامی شهرقم نیز مصوبه اخیر هیات دولت در تامین ۸۰ واگن خارجی به متروی قم، تاثیر مناسبی بر تسهیل اجرای این پروژه دارد و همراهی دولت می‌تواند بخش زیادی از مشکلات در مسیر تحقق این پروژه را رفع کند به ویژه اینکه ۳۰۰ میلیارد تومان اوراق مشارکت برای مترو قم اختصاص یافته است.

براساس مصوبه قبلی هیئت وزیران، باید ۵۱ درصد از قطعات حداقل ۲۵ درصد واگن های مترو قم تولید داخل باشد اما به دلایلی چون افزایش هزینه های تولید و عدم مهیا بودن زیرساخت‌های داخلی و همچنین تفاوت اساسی مشخصات خط وسیستم تعدیه قطار شهری قم با سایر شهرها امکان تولید داخلی این ۸۰ واگن فراهم نشد.

گره‌های ترافیکی در قم، موجب شده شهروندان نیز یکی از مطالبات مهم خود را راه اندازی مترو بدانند. خانم بیانی یکی از کارمندان در قم می گوید: چند سال قبل دانشجو بودیم و به یاد ندارم در قم با این همه هجم از ترافیک روبرو بوده باشیم، اما امروز تردد تا محل کار واقعا دشوار است و برای خودروی شخصی با توجه به کمبود پارکینگ، صرفه ای برای تردد ندارد.

وی که از ترافیک های شهری کلافه است می‌گوید: اگر متروی قم زودتر عملیاتی شود خیلی از مشکلات ترافیکی حل می‌شود، در کلان‌شهرهای ایران، وجود مترو تا حد زیادی از مشکلات را کاهش داده است و با زمان‌بندی بهتری می توان در سطح شهر تردد داشت.

مسعود سجادی نیز یکی از شهروندان در این باره می‌گوید: اگر زیرساختهای شهری فراهم بود، مترو نباید این قدر دچار مشکلات مالی باشد، به نظرم شهرداری تعریف دقیقی از نیاز قم به مترو به دولت ارائه دهد تا بتوان با جذب اعتبارات، زیرساختها را فراهم کرد و این پروژه را به سرانجام رساند.

با توجه به اینکه محدودیت منابع مالی دولت برای حمایت از ساخت مترو، شهرداری قم را در تنگناهای شدید قرار داده و تنها از دو منبع مالی فاینانس و اوراق مشارکت می توان فکری برای برای قطار شهری کرد و شاید باید برخی از موانع قانونی را از جلوی پای شهرداری برداشت تا در تامین اعتبارات و تسریع پروژه مهمی چون قطار شهری، موفقیت بیشتری داشته باشد.

به هر حال عزم مدیریت شهری برای عبور متروی قم از ایستگاه تحریم‌ها نشان می‌دهد افق روشنی فراروی متروی قم در سالهای آینده وجود دارد.

حمیده زند

آگهی فقدان سند مالکیت

نظر به اینکه خانم مریم سعادت نیا مالک
با تسلیم دو برگ استشهادیه محلی مصدق شده طی شماره ۵۸۵۷ مورخ ۱۳۹۸/۰۹/۲۸ توسط دفترخانه اسناد رسمی شماره ۲۰۷ حوزه ثبتی تهران و برگ تقاضا به شماره وارده ۱۰۲۳۰۵۷۰۹۲ مورخ ۱۳۹۸/۰۹/۳۰ مدعی فقدان سند مالکیت سه دانگ مشاع از ششدانگ یک دستگاه آپارتمان واقع در طبقه پنجم سمت شمال بمساحت ۸۶/۲۶ متر مربع به شماره پلاک ثبتی ۴۴۶۳۱ فرعی از ۱۲۳ اصلی مفروز از پلاک ۴۹۷۷ فرعی از اصلی مذکور واقع در بخش ۱۱ تهران بانضمام انباری قطعه ۹ و پارکینگ قطعه ۶ تفکیکی با قدرالسهم از عرصه و سایر مشاعات ذیل ثبت شماره ۱۳۹۵۲۰۳۰۱۰۲۳۰۵۰۵۷۳ املاک به شماره چاپی ۳۸۴۲۳۵ به نام خانم مریم سعادت نیا ثبت صادر و تسلیم گردیده است. بعلت اسلی کشی مفقود گردیده و درخواست صدور سند مالکیت المثنی پلاک موصوف را نموده است لذا مراتب در اجرای ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت فقط در یک نوبت در یک روزنامه کثیرالانتشار (همین روزنامه) آگهی می شود تا چنانچه کسی ادعای انجام معامله نسبت به ملک مذکور و یا وجود اصل سند مالکیت نزد خود را داشته باشد از تاریخ انتشار این آگهی ظرف مهلت ۱۰ روز اعتراض خود را به انضمام اصل سند مالکیت به این منطقه ثبتی واقع در نشانی: فلکه دوم صادقیه- انتهای بلوار فردوس-خیابان شقایق جنوبی- نبش کوچه ۱۶ متری شرقی- پلاک ۱ ارائه نماید تا مورد رسیدگی قرار گیرد بدیهی است اصل سند مالکیت پس از رویت و ملاحظه به ارائه دهنده اعاده خواهد شد لیکن به اعتراض بدون ارائه اصل سند مالکیت ترتیب اثر داده نمی شود در صورت عدم وصول واخواهی ظرف مهلت مقرر قانونی المثنی سند مالکیت پلاک مرقوم صادر و به متقاضی تسلیم خواهد گردید.

۱۹۶۲۱ م الف — رئیس واحد ثبتی حوزه ثبت ملک کن تهران - سید سعید ناصری

شناسه آگهی ۷۳۶۶۳۷

آگهی فقدان سند مالکیت

آقای وحید حسامیان برابر تقاضای وارده شماره ۱۳۹۸۸۸۵۶۰۱۰۲۵۰۳۳۴۵۹ مورخ ۱۳۹۸/۹/۲۳ با تسلیم دو برگ استشهادیه مصدق ذیل شماره ۲۷۴۵۸ مورخ ۱۳۹۸/۰۹/۲۳ دفترخانه اسناد رسمی شماره ۵۷۶ تهران با اعلام این که: سند مالکیت ششدانگ یکدستگاه آپارتمان در شرق طبقه اول قطعه ۵ تحت شماره ۱۹۶۹۷ فرعی از ۶۹۷۴- اصلی مفروز از پلاک ۲۱۰۶ فرعی از اصلی مذکور واقع در بخش ۲ تهران ذیل ثبت ۳۶۲۲۶۲صفحه ۱۹۰ دفتر ۲۳۵۰- املاک و تحت شماره سریال چاپی ۴۵۴۵۱۲ به نام آقای وحید حسامیان ثبت صادر و تسلیم گردیده است. بعد طبق سند رهنی شماره ۱۰۰۲۰۴ مورخ ۱۳۸۸/۵/۱۵ دفترخانه ۳۱ تهران در رهن بانک مسکن قرار گرفت. طبق نامه ۱۳۹۵۱۶۸۰۰۰۷۹۴۴۷۹ مورخ ۱۳۹۵/۱۲/۱۱ بازپرس شعبه سوم دادسرای ناحیه ۳۷ تهران بازداشت است. مدعی گردیده که اصل سند مالکیت به علت منزل مفقود گردیده است طی درخواست وارده فوق تقاضای صدور المثنی سند مالکیت پلاک مذکور را نموده است و در اجرای ماده ۱۲۰ آئین نامه اصلاحی قانون ثبت (مصوب ۸۰/۱۱/۸) 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 خیابان سید جمال الدین اسدآبادی (یوسف آباد) نبش خیابان هفتاد پلاک ۴۷۶ تسلیم و رسید اخذ نمایند بدیهی است در صورت انقضا مهلت مقرر و عدم وصول اعتراض یا در صورت اعتراض سند مالکیت یا سند معامله ارائه نشود طبق مقررات المثنی سند مالکیت صادر و تسلیم خواهد شد.

۱۹۶۱۸ م الف — رئیس اداره ثبت اسناد و املاک نارمک - اردشیر شهمیرزادی

شناسه آگهی ۷۳۸۵۷۱

پیش نویس آگهی فقدان سند مالکیت

آقای امیرحسن اعرابی نیا فرزند حسین به شماره وکالت ۲۴۴۲۴ مورخ ۱۳۹۸/۱۰/۰۸ از دفترخانه ۲۴۹ اهواز و ارایه تسلیم دو برگ استشهادیه گواهی شده به شماره ۱۰۷۱۰ و ۱۰۷۱۱ مورخ ۹۸/۰۸/۰۱ دفتر اسناد رسمی ۷۲۶ تهران و درخواست المثنی سند مالکیت بوارده شماره ۱۰۴۸۰۱۵۰۷۹ مورخ ۱۳۹۸/۱۰/۱۰ اعلام نموده سند مالکیت بعلت سهل انگاری مفقود گردیده فلذا سند مالکیت سه دانگ مشاع از ششدانگ یک قطعه زمین بمساحت (۱۸۱۰) متر مربع تحت پلاک ثبتی ۱۸۴ فرعی از ۳۸ اصلی مفروز و مجزی شده از اصلی مذکور واقع در قریه انباج لواسان کوچک بخش ۱۱ تهران ذیل ثبت شماره ۳۱۸۱ صفحه ۳۲۹ دفتر جلد ۳۷ به مالکیت چاپی شماره ۱۷۹۷۸۴ اداره ثبت لواسانات که بنام آقای علی نوری ثبت و صادر و تسلیم گردیده است و در قید رهن نمیباشد و در اجرای ماده ۱۲۰ آئین نامه اصلاحی قانون ثبت (مصوب ۸۰/۱۱/۸) مراتب در یک نوبت آگهی میشود تا چنانچه شخص یا اشخاص مدعی انجام معامله نسبت به ملک مرقوم یا وجود سند مالکیت نزد خود می باشد ظرف مدت ده روز از تاریخ انتشار این آگهی اعتراض خود را کتبا ضمن ارائه اصل سند مالکیت یا سند معامله به این اداره تسلیم و رسید اخذ نمائید تا مراتب صورت مجلس و اصل سند مالکیت به ارائه کننده مسترد گردد. بدیهی است در صورت انقضاء مهلت مقرر و عدم وصول اعتراض یا در صورت اعتراض، اصل سند مالکیت یا سند معامله ارائه نشود طبق مقررات المثنی سند مالکیت صادر و تسلیم خواهد شد.

۱۹۶۱۲ م الف — کفیل اداره ثبت اسناد و املاک لواسانات — فیروز فجری

شناسه آگهی ۷۳۶۶۸۱

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

بدینوسیله به آقای مجید طائر قدس فرزند حسین بشماره شناسنامه ۵۴۴۱۳ و شماره ملی ۱۳۷۱۶۳۷۲۳۷ بنشانی خ زعفرانیه خ نیارزاده خ کوهیان پ ۲۵
ابلاغ میشود که علی پاداشی برای وصول مبلغ ۵۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال مبلغ چک شماره ۷۱۲۹۸۵- ۱۳۹۷/۰۶/۱۰ عهده بانک سپه شعبه ورداورد تهران علیه شما اجرائیه صادر و پرونده اجرایی به کلاسه ۹۸۰۲۵۵۳ در این اداره تشکیل شده و طبق گزارش مورخ ۱۳۹۸/۰۷/۱۱مامور اداره پست محل اقامت شما بشرح متن سند شناخته نشده و بستانکار هم نمی تواند شما را جهت ابلاغ واقعی معرفی نماید لذا به تقاضای وارده شماره ۱۴۰۴۰۵۴۶- ۱۳۹۸/۱۰/۰۲ بستانکار و طبق ماده ۱۸ آیین نامه اجرا از تاریخ انتشار این آگهی که روز ابلاغ اجرائیه محسوب است ظرف ۱۰ روز از پرداخت بدهی خود اقدام نمایید عملیات اجرایی جریان خواهد یافت.

۱۹۶۲۰ م الف — رئیس اداره چهارم اجرای اسناد رسمی - شبیبی

شناسه آگهی ۷۳۸۵۷۴

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

بدینوسیله به آقای حمیدرضا قلی پور به نشانی: تهران نو صبوری پلاک ۶ اعلام میدارد بانک ملی شعبه نجریش به شماره قرارداد ۶۳۰۲۶۲۳۶۵۴۰۰۷ مورخ ۱۳۹۶/۰۴/۲۸ برای وصول مبلغ ۴۹۰/۶۳۰/۹۲۱ ریال مبلغ لازم الاجرا مشتمل بر مبلغ ۴۷۴/۶۸۴/۷۷۸ ریال بابت اصل طلب و مبلغ ۱۵/۹۴۶/۱۴۳ ریال خسارت تادیه تا تاریخ ۱۳۹۷/۱۰/۰۹ و از آن به بعد طبق مقررات، علیه شما مبادرت به صدور اجرائیه نموده و پرونده اجرائی به کلاسه ۹۸۰۰۱۹۶ در این اداره تشکیل شده و در جریان اقدام است. چون طبق گزارش مورخ ۱۳۹۸/۰۴/۰۴ مامور ابلاغ، ابلاغ اجرائیه به دلیل عدم حضور مدیون ابلاغ واقعی مقدور نگردید. لذا به استناد تقاضای وارده ۱۲۰۱۱۸۷۸- ۱۳۹۸/۰۸/۰۴ بستانکار و وفق ماده ۱۸ آئین نامه اجرای مفاد اسناد رسمی، مفاد اجرائیه فوق الذکر یک نوبت در یکی از روزنامه های کثیرالانتشار محلی آگهی می شود لذا چنانچه ظرف مدت ۱۰ (ده) روز از تاریخ انتشار این آگهی که روز رسمی ابلاغ اجرائیه محسوب می گردد اقدام به پرداخت بدهی خود ننمائید عملیات اجرائی برابر مقررات علیه شما تعقیب خواهد شد. ضمنا اجرائیه به سایر مدیونین ابلاغ گردیده است.

۱۹۶۱۹ م الف — رئیس اداره دوم اجرای اسناد رسمی تهران - علیزاد

شناسه آگهی ۷۳۸۵۷۲

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 ۱۳۹۸۶۰۳۱۸۰۲۲۰۰۵۷۲۶ مورخ ۱۳۹۸/۱۰/۰۴ 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 سالار عباسی فرزند سلام اله بشماره شناسنامه ۵۶۴ صادره از ماسال در نودانگ مشاع از شش دانگ یک قطعه زمین محصور به مساحت ۱۵۰۰/۰۹ متر مربع مشتمل بر یک باب کارخانه برنجکوبی به مساحت ۳۵۷/۶۷ متر مربع پلاک ۶۱ فرعی از ۶ اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک ۶ فرعی از ۶ اصلی واقع در قریه گلیشیان بخش ۲۶ گیلان خریداری از مالک رسمی آقای جهانبخش ماسالی محرز گردیده است لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاصی 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: ۱۳۹۸/۱۰/۱۵ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۳۹۸/۱۰/۳۰
۹۱۳۹۳۱ ارمان کاظمی – رئیس ثبت اسناد و املاک

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 ۱۳۹۸۶۰۳۱۸۰۲۲۰۰۵۷۲۲ مورخ ۱۳۹۸/۱۰/۰۴ 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 منظر عباسی فرزند سلام اله بشماره شناسنامه ۶۴۴ صادره از ماسال در دو دانگ مشاع از ششدانگ یک قطعه زمین به مساحت ۱۵۰/۰۰۹ متر مربع مشتمل بر یک باب کارخانه برنجکوبی به مساحت ۳۵۷/۶۷ متر مربع پلاک ۶۱ فرعی از ۶ اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک ۶ فرعی از ۶ اصلی واقع در قریه گلیشیان بخش ۲۶ گیلان خریداری از مالک رسمی جهانبخش ماسالی محرز گردیده است لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاصی 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: ۱۳۹۸/۱۰/۱۵ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۳۹۸/۱۰/۳۰
۹۱۳۹۳۳ ارمان کاظمی – رئیس ثبت اسناد و املاک

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 ۱۳۹۸۶۰۳۱۸۰۲۲۰۰۵۷۲۴ مورخ ۱۳۹۸/۱۰/۰۴ 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 حسن نجاتی فرزند خیرالله بشماره شناسنامه ۸۲۱ صادره از ماسال در دو دانگ مشاع از شش دانگ یک قطعه زمین به مساحت ۱۵۰۰/۰۹ مترمربع مشتمل بر یک باب کارخانه برنجکوبی به مساحت ۳۵۷/۶۷ مترمربع پلاک ۶۱ فرعی از ۶ اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک ۶ فرعی از ۶ اصلی واقع در قریه گلیشیان بخش ۲۶ گیلان خریداری از مالک رسمی جهانبخش ماسالی 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: ۱۳۹۸/۱۰/۱۵ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۳۹۸/۱۰/۳۰
۹۱۳۹۳۵ ارمان کاظمی – رئیس ثبت اسناد و املاک

آگهی فقدان سند مالکیت

آقای مهدی مصلح با اعلام گم شدن سند مالکیت ملک مورد آگهی با تسلیم استشهادیه گواهی امضاء شده ذیل شماره ۷۶۱۷- ۹۸/۰۸/۱۸ دفترخانه ۱۱۸۲ تهران طی درخواست وارده شماره ۱۳۹۸۸۵۶۰۱۰۲۶۰۳۲۴۸۶- ۹۸/۰۹/۰۴ تقاضای صدور سند المثنی سند مالکیت را نموده است که مراتب در اجرای ماده ۱۲۰ آیین نامه قانون ثبت به شرح زیر آگهی می گردد.
۱- نام و نام خانوادگی مالک: آقای مهدی مصلح
۲- شماره پلاک: ۲۴/۶۲۵۷ واقع در بخش ۱۱ تهران
۳- علت گم شدن: جابجایی
۴- خلاصه وضعیت مالکیت: سند مالکیت ششدانگ یک دستگاه آپارتمان که عرصه آن موقوفه است واقع در شمال طبقه پنجم به مساحت ۱۱۴ متر مربع قطعه ۱۳ تفکیکی شماره ۶۲۵۷ فرعی از ۳۴ اصلی مفروز از پلاک ۳۱۲۳ فرعی از اصل مذکور واقع در بخش ۱۱ تهران به انضمام شش دانگ یک واحد پارکینگ قطعه ۱۳ تفکیکی و انباری قطعه ۱۳ تفکیکی ذیل ثبت ۳۹۴۵۴۸ صفحه ۷۹ دفتر ۱۶۰۲ به نام علیرضا عظیمی به چاپی ۸۸۲۶۶۳ ثبت و صادر شده است سپس برابر سند قطعی ۱۲۷۷۱۶- ۸۳/۰۴/۱۸ دفترخانه ۳۳۱ تهران به فرهاد معظمی منتقل شده است سپس طبق سند ۱۳۴۱۷۷- ۸۵/۰۳/۲۲ دفترخانه ۳۳۱ تهران به سیدصبا غفاری منتقل شده سپس به موجب سند قطعی ۱۳۹۷۴۶- ۸۷/۰۴/۱۵ دفترخانه ۳۳۱ تهران به مهدی مصلح انتقال یافته است. لذا با توجه به اعلام فقدان سند مالکیت ملک فوق الذکر و درخواست صدور المثنی آن مراتب اعلام تا هر کس نسبت به ملک مورد آگهی معامله کرده که در قسمت چهارم این آگهی ذکر نشده یا مدعی وجود سند مالکیت نزد خود می باشد باید تا ده روز پس از انتشار آگهی به ثبت محل مراجعه و اعتراض خودرا ضمن ارایه اصل سند مالکیت یا سند معامله تسلیم نماید و اگر ظرف مهلت مقرر اعتراض نرسد و یا در صورت اعتراض اصل سند مالکیت یا سند معامله ارائه نشود اداره ثبت المثنی سند مالکیت را طبق مقررات صادر و به متقاضی تسلیم خواهد کرد.

۱۹۶۱۵ م الف
رئیس اداره ثبت اسناد و املاک فلهک – شعبانی
شناسه آگهی ۷۳۸۵۶۴

آگهی تسلیم سند مورث

سند مالکیت ششدانگ یک قطعه زمین به مساحت ۷۱.۵۰ متر مربع پلاک ثبتی ۱۳۲۱۷ فرعی از ۲۳۹۷- اصلی واقع در بخش ۱۰ تهران ذیل شماره های ۲۱۵۹۸۶ و ۲۱۵۹۸۷ صفحات ۲۷۷ و ۲۸۱ دفتر ۱۳۸۳ املاک به نام مرضیه حصاریها نسبت به ۵. ۳ دانگ، اسماعیل حصاریها نسبت به ۵. ۲ دانگ ثبت و سند مالکیت به شماره چاپی ۲/۷۱۵۲۳۷ و ۲/۷۱۵۲۳۸ صادر و تسلیم گردیده است سپس خانم مرضیه حصاریها ۵. ۲ دانگ مالکیت خود را برابر سند قطعی ۲۱۱۳۶ مورخ ۵۳/۰۷/۱۷ دفترخانه ۲۸۶تهران به آقای اسماعیل حصاریها منتقل نموده است و نامبرده به موجب گواهی حصر وراثت شماره ۷۳ مورخ ۶۸/۰۱/۱۰ شعبه ۶۹ دادگاه حقوقی ۲ تهران و دادنامه اصلاحی ۹۳۷ مورخ ۹۸/۰۸/۲۷ شعبه ۱۰۲۰ دادگاه کیفری ۲ تهران فوت نموده است و ورثه حین الفوتش عبارتند از محمود و محمد ابراهیم و علی اکبر و محمدرضا پسران و زهرا و لیلا شهرت همگی حصاریها و صغری حصاریها دختران و بانو اشرف زاد عیان همسر متوفی می باشند و خانم لیلا درخواست سند مالکیت سهم الارث خود را از پلاک فوق نموده است و اعلام نمود که اصل سند مالکیت نزد خانم اشرف زاد عیان می باشد و از ارائه آن خودداری می نماید که طی اخطاریه شماره ۳۴۸۰۰ مورخ ۹۸/۰۹/۰۳ به نامبرده جهت ارائه سند مالکیت اخطار گردیده است ولی تاکنون سند مالکیت مربوطه را ارائه ننموده است لذا مراتب به دستور ذیل تبصره ۳ ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت آگهی می گردد که دارنده دارنده سند مالکیت از تاریخ انتشار این آگهی ظرف ۱۰ روز سند مالکیت مذکور را تسلیم و یا مجوز قانونی نگاهداشتن آنرا ضمن اعتراض خود به این اداره و اعلام نمایند در صورت انقضاء مدت و عدم وصول اعتراض موجه سند مالکیت ورثه طبق قانون صادر و تسلیم خواهد شد.

۱۹۶۱۳ م الف
رئیس واحد ثبتی حوزه ثبت ملک رودکی تهران
شناسه آگهی ۷۳۶۶۸۲

آگهی فقدان سند مالکیت

سند مالکیت ششدانگ یکدستگاه آپارتمان به مساحت ۷۱/۱۸ متر مربع قطعه اول تفکیکی به شماره ۵۵۴۳۴ فرعی از ۱۳۸ اصلی مفروز و مجزی شده از ۶۰۹۷ فرعی از اصلی مذکور واقع در بخش ۱۲ تهران ذیل شماره ۲۱۸۹۷ صفحه ۱۰ دفتر ۱۶۶ به شماره چاپی ۶۹۱۳۵۳ بمیزان سه دانگ بنام معصومه رضوانی اردستانی و ذیل شماره ۳۵۳۹ صفحه ۳۹۷ و دفتر ۲۶ به شماره چاپی ۶۹۱۳۵۴ به میزان سه دانگ بنام مرتضی رضوانی بانضمام انباری قطعه یک به مساحت ۲/۴۲ متر مربع واقع در زیرزمین ثبت و صادر و تسلیم شده است حال نامبرده گان با ارائه دو برگ استشهادیه که بامضاء شهود رسیده است و ذیل آن طی شماره ۲۷۸۳۰- ۹۸/۹/۷ توسط دفترخانه ۸۶۲ تهران گواهی امضاء گردیده مدعی است که اصل سند مالکیت به علت آتش سوزی مفقود گردیده است و تقاضای صدور المثنی 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.

۱۹۶۱۱ م الف
رئیس اداره ثبت خاوران تهران - غضنفری
شناسه آگهی ۷۳۶۶۸۰

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 ۱۳۹۸۶۰۳۱۴۰۰۱۰۰۳۷۳۵ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک منطقه یک شهرکرد تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای قدرت اله امینی فرزند ابداق بشماره شناسنامه ۱۸۸۹ صادره از فارسان در ششدانگ یک باب ساختمان به مساحت ۱۵۶/۱۱ متر مربع پلاک ۱۵۵۱۱ فرعی از ۲ اصلی واقع در قریه شهرکرد خریداری از مالک رسمی آقای جهانگیر مختاریان و شرکاء محرز گردیده است لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاصی 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: یک شنبه ۱۳۹۸/۱۰/۱۵
تاریخ انتشار نوبت دوم: دوشنبه ۱۳۹۸/۱۰/۳۰
رضا مشارئی - رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه یک شهرستان شهرکرد
۱۹۸

تصمیم واحد ثبتی

برابر نقشه افرازی یک قطعه زمین واقع در روستای مظفرآباد پلاک ۶۴ اصلی بخش ۵ اسفندآباد کردستان مورد تقاضای تعاونی ۱۷۱ مرغ تخمگذار به حضور ارسال و انعار میدارد شرکت مذکور به موجب سند انتقال شماره ۱۲۶۰۹۹- ۹۸/۰۹/۲۴ دفتر ۵ قروه مالک مقدار ۷۵۰ متر مربع از اراضی مزروعی قریه مظفرآباد (ابتیاعی از ورات عباس مظفری زارع صاحب سق) می باشد که درخواست افراز آنرا به صورت قسمتی از یکواحد سوله نموده اند. لذا پس از انتشار آگهی دعوت افراز ملک مشاعی در روزنامه کلانتات شماره ۳۵۸۱ مورخه ۱۳۹۸/۱۰/۱۰ نماینده و نقشه بردار این واحد ثبتی در معیت متقاضی افراز و نماینده کل منابع طبیعی جهاد کشاورزی اداره راه و شهرسازی قروه در مورخه ۹۸/۱۰/۳۱ به محل وقوع ملک مراجعه که با معرفی متقاضی افراز نسبت به معاینه محلی و انجام نقشه برداری اقدام و پس از تایید مراتب توسط ادارات مربوطه نهایتا تصرفات مفروزی متقاضی به موجب صورت جلسه افراز شماره ۱۰۸۰۶۵۸ مورخه ۱۳۹۸/۱۰/۲۸ تحت پلاک ۲۶۳ فرعی از ۶۴ اصلی بخش ۵ اسفندآباد کردستان به مساحت ۷۵۰ متر مربع مورد تایید قرار گرفت و از طرف این اداره تصمیم به تایید افراز مقدار مذکور به نام متقاضی شرکت تعاونی ۱۷۱ مرغ تخمگذار صادر گردید. لذا مراتب طبق ماده ۱۸- آیین نامه اجرایی اسناد لازم الاجرا جهت اطلاع مالکین و ارباب مشاعی و اشخاص ذی الحقوق آگهی تا با مراجعه به اداره ثبت اسناد و املاک قروه و ملاحظه نقشه پیوستی افرازی چنانچه به نظریه افرازی اعتراضی داشته باشند به استناد ماده دو قانون افراز ظرف مدت ده روز از تاریخ این آگهی اعتراض خود را به دادگستری شهرستان قروه تسلیم گواهی دادخواست را به این اداره ارائه نمایند. بدیهی است در صورت عدم تسلیم اعتراض نسبت به صدور سند مالکیت قطعه افرازی اقدام خواهد شد.
رئیس ثبت اسناد و املاک قروه – مهدی محمد مرادیان
۲۵۸

آگهی ابلاغ اجرائیه پرونده کلاسه ۹۸۰۱۸۴۷

بدینوسیله به آقای علیرضا نرشیری به کد ملی ۰۰۵۵۳۵۷۰۹۱ به نشانی: تهران خ سبلان شمالی خ دو متری جولایی کوچه شهید بیک محمدی پ ۸۷ ابلاغ میشود خانم معصومه رباط جزی به استناد سند ازدواج شماره ۷۵۸۱ مورخ ۷۵/۸/۱۱ دفتر ازدواج شماره ۹۳ تهران جهت وصول تعداد ۳۵۰ عدد سکه طلای یک بهار آزادی علیه شما صادرت به صدور اجرائیه نموده و پرونده اجرائی به کلاسه ۹۸۰۱۸۴۷ در این اداره تشکیل شده و طبق گزارش مورخ ۹۸/۵/۳۰ مامور مربوطه آدرس شما مورد شناسایی واقع نگردیده است و بستانکار هم نتوانسته شما را معرفی نماید و آدرس فعلی شما نیز برای این اداره مشخص نمی باشد لذا طبق ماده ۱۸ آئین نامه اجرای مفاد اسناد رسمی مفاد اجرائیه فقط یک مرتبه در یکی از روزنامه های کثیرالانتشار محلی آگهی می شود و چنانچه ظرف مدت بیست روز از تاریخ این آگهی که روز ابلاغ محسوب می گردد نسبت به پرداخت بدهی خود اقدام ننمایید عملیات اجرائی جریان خواهد یافت.

۱۹۶۱۶ م الف
اداره پنجم اجرای اسناد رسمی تهران
شناسه آگهی ۷۳۸۵۶۵

اهمیت دورکاری در دنیای امروز

به قلم: انجمن نویسندگان سایت Due
مترجم: امیر آل‌علی

یکی از مباحثی که در حال حاضر با طرفداران و مخالفان بسیاری همراه است، مسئله دورکاری است. نکته جالب این است که اکثر مدیرانی که با این شیوه کاری مخالف هستند، نگاهی سنتی داشته و باید توجه داشته باشید که در جهان به شدت متغیر حال حاضر، دیگر چنین نگاه‌هایی را باید منسوخ‌شده به حساب آورد، با این حال تا چه حد نسبت به مزیت‌های این امر آگاه هستید؟ اگرچه نمی‌خواهیم دورکاری را جایگزین شیوه کاری فعلی به حساب آورده و اعلام کنیم که همه افراد و شرکت‌ها باید به این شیوه رفتار کنند، با این حال این گزینه نیز باید در شرکت شما وجود داشته باشد. درواقع نگاه شما نسبت به این مسئله باید به سمت حالتی اعتدالی برود. در غیر این صورت با مشکلات متعددی مواجه خواهید شد. در همین راستا به بررسی دلایل اهمیت دورکاری خواهیم پرداخت.

۱-کارآمدی کارمندان بیشتر خواهد شد

این امر که افراد مجبور نباشند که در ساعت خاصی در شرکت حاضر شده و خارج شوند، کمک خواهد کرد تا برنامه‌ریزی شخصی آنها اولویت اول قرار گیرد. برای مثال ممکن است فردی دچار یک بیماری شده باشد. بدون شک کیفیت کار وی بیش از حد کاهش پیدا خواهد کرد، با این حال از طریق دورکاری، وی تعیین‌کننده ساعت شروع کار خود خواهد بود. به همین خاطر پس از مراجعه به پزشک و کسب میزانی بالاتر از سلامتی، می‌تواند کار را با کیفیت همیشگی خود انجام دهد، با این حال توجه داشته باشید که برخی از اقدامات بسیار حساس محسوب شده و بهتر است تا ابدا از آنها به صورت دورکاری استفاده نکنید. برای مثال نمی-توان گفت که مدیر بخش انبار و یا مدیرکل شرکت می‌تواند کارها را به صورت دورکاری انجام دهد. به همین خاطر ایجاد شرکتی که سیاست کاری آن صرفا دورکاری است، دیگر اقدامی هوشمندانه نخواهد بود. همچنین توجه داشته باشید که در برخی از صنایع امکان این نوع از فعالیت بیشتر بوده و در برخی دیگر شرایط سخت‌تر خواهد بود.

۲-کارمندان رضایت بالاتری را خواهند داشت

بدون شک همه کارمندان در نزدیکی محل شرکت سکونت نداشته و این امر به معنای آن خواهد بود که بخشی از زمان آنها در مسیر تلف خواهد شد. همچنین این امر ایجاد تعادل میان کار و زندگی شخصی را سخت خواهد کرد. برای مثال ادامه فعالیت برای کارمندی که به تازگی مادر شده است، بسیار سخت و حتی غیرممکن خواهد بود. با این حال چنین کارمندی از طریق دورکاری می‌تواند هر دو بخش زندگی خود را به خوبی مدیریت کند. همچنین توجه داشته باشید که حتی در بهترین حالت ممکن نیز تمام ساعات اداری به انجام فعالیت‌های کاری پرداخته نشده و اگر بخواهیم زمان مفیدی را اعلام کنیم، این امر بیش از چهار ساعت نخواهد بود. بدون شک این امر زمان زیادی را از افراد خواهد گرفت. همچنین فراموش نکنید که حقوق فعلی ممکن است ابدا تامین‌کننده نیاز افراد نباشد. به همین خاطر دورکاری امکان پرداختن به فعالیت‌های دیگر را نیز به وجود خواهد آورد. در واقع وجود امکان دورکاری، امروزه یکی از معیارهای بسیاری از افراد برای انتخاب شغل محسوب شده و فراموش نکنید که شما می‌توانید برای افزایش بهره‌وری و رضایت کارمندان خود، امکان دورکاری به صورت موقت و تنها برای چند روز در هفته را نیز ایجاد کنید. بدون شک به هر میزان که راحتی و رضایت کارمندان برای شما مهم‌تر باشد، آنها نیز حس وظیفه‌شناسی بالاتری را خواهند داشت. به همین خاطر ابدا نباید دورکاری را به معنای کیفیت پایین کار تلقی کرده و آمارها نیز در این رابطه بیانگر نتایج فوق‌العاده است.

۳-امکان همکاری با هر فردی به وجود خواهد آمد

تصور این امر که فردی در یک شهر و یا کشور دیگر جزو کارمندان شما باشد، ممکن است کمی سخت به نظر برسد، با این حال دورکاری دقیقا این مزیت را به وجود خواهد آورد. برای مثال فرض کنید که یک فرد توانایی در شهری دیگر وجود دارد، شما می‌توانید با این شیوه از وی استفاده کنید. در نهایت توجه داشته باشید که دورکاری باعث خواهد شد تا نیاز شما به مکان‌های بزرگ کاهش پیدا کرده و در هزینه‌های شرکت نظیر میزان برق و امکانات موردنیاز، صرفه‌جویی شود. از این شیوه به عنوان یکی از اقدامات موثر در زمینه حفظ محیط زیست نیز یاد می‌شود. علت این امر به این خاطر است که نیاز به حمل و نقل کاهش پیدا کرده و این امر از حجم تولید کربن و ترافیک می-کاهد. از طریق دورکاری حتی بسیاری از اقدامات را می‌توان با قیمت به مراتب پایین‌تری انجام داد. برای مثال ممکن است نیاز به تولید محتوا به زبانی دیگر را داشته باشید، بدون شک استفاده از فردی که ساکن همان کشور است، هزینه کمتری را نسبت به افرادی خواهد داشت که حتی ممکن است تسلط کافی را نسبت به زبان موردنظر نداشته و درآمد بالایی را بخواهند. درواقع برای تولید یک محتوای باکیفیت، شما به بهترین مترجمان کشور خود نیاز خواهید داشت. این امر در حالی است که یک فرد معمولی در کشور موردنظر، می‌تواند این کار را به خوبی انجام دهد.

۴- امکان استخدام بیشتر را فراهم می‌آورد

بدون شک با در اختیار داشتن یک تیم بزرگ، امکان انجام کارهای بیشتری نیز فراهم خواهد شد، با این حال بسیاری از شرکت‌ها به علت هزینه-های بالای حتی اجاره یک مکان بزرگ، به دنبال تیمی کوچک هستند که این امر بدون شک در میزان عملکرد آنها تاثیر منفی را به همراه خواهد داشت، با این حال از طریق دورکاری شما عملا به مکانی نیاز نداشته و به این علت که از بسیاری از هزینه‌های جانبی نظیر بیمه، استفاده از امکانات شرکت و... معاف خواهید شد. این امر زمینه را برای استخدام افراد بیشتر فراهم می‌کند. درواقع طبق آمارها شما از طریق یک استخدام معمولی برابر با همکاری از طریق دورکاری از نظر هزینه است. این امر هزینه‌های افراد را نیز کاهش خواهد داد. برای مثال نیاز به پرداخت هزینه برای حمل و نقل به صورت کامل از بین خواهد رفت. فراموش نکنید که در جهان امروز افرادی موفق خواهند بود که از تکنولوژی استفاده خوبی را می‌برند. بدون شک دورکاری نیز از جمله مواردی محسوب می‌شود که به لطف پیشرفت تکنولوژی مهیا شده است.

۵-شما را برندی به‌روز نشان خواهد داد

جالب است بدانید که بسیاری از شرکت‌ها از امکان دورکاری خود، به عنوان یک عامل افتخار یاد می-کنند. درواقع این امر نشان می‌دهد که شرکت از شرایط سنتی عبور کرده و استفاده کاملی را از تکنولوژی دارد. برای مثال شرکتی که به صورت دورکاری فعالیت می‌کند، بدون شک آگاهی کافی در رابطه با نحوه برگزاری یک وبینار را نیز خواهد داشت. در جهان امروز، برای مشتری بسیار مهم است که برندی که قصد خرید محصولات آن را دارد، در چه مرحه به سر می‌برد. به همین خاطر شما می-توانید با این اقدام، یک وجهه بسیار عالی را به خود ببخشید.

۶-مشکلات به مراتب کمتری را به همراه خواهد داشت

اگر در شرایطی مجبور به کاهش تعداد کارمندان خود باشید و یا نیاز به جایگزین کردن افراد حس می‌شود، بدون شک قطع همکاری با چنین کارمندانی، با مشکلات و هزینه‌های به مراتب کمتری در مقایسه با یک کارمند معمولی همراه خواهد بود. همچنین توجه داشته باشید که تنوع بیشتر کارمندان، همواره یک مزیت بزرگ بوده و باعث می‌شود تا خلاقیت‌های به مراتب بهتری شکل گیرد. همچنین این نکته را فراموش نکنید که حضور افراد در کنار هم ممکن است بسیاری از برخوردها و سوءتفاهم‌ها را به وجود آورده و زمینه رقابت‌های ناسالم شکل گیرد، با این حال در دورکاری افراد با یکدیگر ارتباطی را نخواهند داشت که این امر مشکلات مدیریتی شما را نیز کاهش می‌دهد.

در نهایت این نکته را فراموش نکنید که دورکاری تنها یک شیوه کاری محسوب شده و ابدا جایگزین موارد رایج نیست. به همین خاطر لازم است تا با توجه به نیاز و شرایط خود در این رابطه تصمیم‌گیری کرده و حتی در صورتی که امکان دورکاری کامل وجود ندارد، می‌توانید از خلاقیت-هایی نظیر شبه دورکاری (دورکاری تنها برای چند روز در هفته) استفاده کنید. درواقع این مورد تنها توصیه‌هایی محسوب شده و ابدا به عنوان یک دستور الزامی محسوب نمی‌شود.

منبع: smallbiztrends

فرصت امروز
روزنامه مدیریتی - اقتصادی
| دوشنبه | ۳۰ دی ۱۳۹۸ | شماره ۱۴۷۷ | 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

۵ راهکار که کمک می‌کند متمرکز و سازنده باشید

گرسنگی، سر و صدا، دما، محیط اطراف، سطح انرژی و به طور کلی سلامتی، پارامترهایی هستند که بر عملکرد بهتر شما و سازندگی و کیفیت کارتان تاثیر می‌گذارند. مهم نیست که رویکرد و برنامه کاری شما چیست، تنها چیزی که می‌تواند کار شما را بهبود ببخشد و یا خراب کند، سازندگی شما است. به همین دلیل بزرگان کسب و کار ساعت‌های زیادی را با مشتری‌های‌شان در مورد کارهایی که می‌توانند برای شغل‌شان انجام دهند، سپری می‌کنند.

اصولی برای متمرکز ماندن و کمک به سازندگی وجود دارد که به نفع شماست نه بر علیه شما. کارهای زیادی وجود دارد که می‌توانید برای کمک به پیشرفت خودتان انجام دهید.

در ادامه قصد داریم، پنج راهکار اساسی را ارائه دهیم که معمولا زمانی که بخواهیم از تمرکز و سازندگی در کاری مطمئن باشیم، می‌توان از آنها استفاده کرد.

صدای کمتر!

نویز از منابع زیادی ایجاد می‌شود. زنگ تلفن، تلویزیون و رادیو، افرادی که اطراف شما صحبت می‌کنند، پنجره باز و سر و صدایی که از بیرون می‌آید. البته گاهی سر و صدا به شما کمک می‌کند. گاهی دوست دارید در حین انجام کاری به موسیقی گوش کنید، گاهی از صحبت افراد بیکار اطراف خود لذت می‌برید. به عنوان مثال، من دوست دارم در کافه‌ای بنشینم و نویسندگی کنم، اما خیلی مهم است که زمان‌هایی که وجود سر و صدا باعث حواسپرتی می‌شود را تشخیص دهید. همین سر و صدا در کافه‌ها باعث می‌شود که کارهای دقیقی مثل تصحیح و آماده‌سازی یک ارائه را نتوان انجام داد.

رفاه و راحتی

هوای تازه، محیط تمیز، لباس راحت، صندلی مناسب، یک فنجان چای و نور، مواردی است که به تمرکز شما حین انجام کارها، کمک می‌کند. هنگامی که شما به پاهای دردناک و پشت آسیب دیده خود فکر می‌کنید، هیچ چیزی سخت‌تر از تمرکز کردن و سازنده بودن نیست. برای سازندگی باید راحت و به دور از دغدغه‌های حاشیه‌ای، بود. به طور مثال من همیشه یک فنجان چای و یا یک بطری آب در دست دارم یا اینکه در زمستان یک دمپایی راحتی می‌پوشم و تا جایی که ممکن باشد پنجره را باز می‌کنم و هیچ وقت در محیط تاریک کار نمی‌کنم.

بیدار شو!

منظور از این مورد این نیست که باید بی‌خوابی داشته باشید، درست برعکس، باید به اندازه کافی بخوابید. چیزی که می‌خواهیم از آن حرف بزنیم، این است که بدانیم عملکردمان چگونه است و معمولا چه زمانی هوشیارتر هستیم. باید زمان‌هایی را که در طول شبانه روز از سطح بازدهی بالاتری برخورداریم، بیابیم و در آن زمان‌ها بیشتر کار کنیم. به طور مثال در مورد من به این شکل است که صبح‌ها هوشیارتر هستم. مواقعی که آخر شب روی پروژه‌ای کار کنم برایم سخت‌تر است و معمولا اشتباهات بیشتری دارم.

احساس خوبی داشته باشید

نمی‌خواهیم در غالب یک کارشناس مواد غذایی و یا ورزشی، توصیه کنیم، اما چیزی که واضح است این است که زمانی که خوب غذا می‌خوریم و به طور منظم ورزش می‌کنیم، احساس بهتری داریم و در مقابل زمانی که احساس بهتری داشته باشیم، بهتر روی کار تمرکز می‌کنیم و راحت‌تر آن را انجام می‌دهیم. فایده دیگری که ورزش برای من دارد این است که مواقعی که باشگاه می‌روم می‌توانم با افراد برخورد داشته باشم و از پشت میز کار و کامپیوتر خارج شوم.

چشم‌انداز خود را چک کنید

منظور ما از این مورد این است که محیط اطراف خود را تمیز و دلچسب کنید. به صورت ایده آل همه ما دوست داریم که در محیطی کار کنیم که یک پنجره و نور طبیعی داشته باشیم. علاوه بر این می‌توانید یک یا دو تصویری که باعث می‌شود لبخند بزنید را به دیوار نصب کنید و گل و گیاه تازه را به محیط خودتان بیاورید. مثلا برخی در دفتر کار خود، مدالی که در مسابقات ورزشی کسب کرده‌اند را به دیوار آویزان می‌کنند، این‌گونه موارد احساس غرور و شادی در فرد ایجاد کرده و باعث می‌شود که حس بهتری نسبت به محیط داشته باشند. در واقع چیزی که اهمیت دارد این است که محیطی برای خودتان ایجاد کنید که با نگاه کردن به آن انرژی دوباره بگیرید و لبخند بزنید. پیشنهادهای شما در این باره چیست؟ هر فردی بسته به سلیقه خود باید محیط کاری و زندگی خود را دلچسب کند. همیشه می‌توان اقداماتی انجام داد که مواردی که باعث حواسپرتی می‌شود به حداقل برسند. این به شما بستگی دارد که تصمیم بگیرید که رهایی از این اختلال‌ها برای‌تان اهمیت دارد یا خیر.

منبع: businessknowhow/ucan