روزنـامه مدیریتـی - اقتصـادی

فرصت امروز

بـرای کسـب وکـار آفـرینی

سه‌شنبه
۹ آبان ۱۴۰۲

Tue.31 Oct 2023
۱۵ ربیع‌الثانی ۱۴۴۵ - سال نهم
شماره ۲۳۴۷
۸ صفحه - ۵۰۰۰ تومان

www.forsatnet.ir

ورود سرمایه حقیقی به بازار سهام پس از ۲ هفته

صعود بورس ۲ برابر شد

فرصت امروز: شـاخص کل بورس تهران در معاملات روز دوشـنبه، دو برابر روز یکشـنبه رشـد کرد. شـاخص کل در دومین روز هفته ۱۰ هزار واحد بالا آمد و دیروز در سـومین روز هفته بیش از ۲۰ هزار واحد صعود کرد. شـاخص کل بورس با این صعود ۲۰ هزار واحدی به سـطح ۲ میلیون واحدی نزدیک‌تر شد. جریان خروج پول حقیقی نیز پس از ۹ روز معاملاتی بالاخره متوقف شد و...

۴

قیمت‌گذاری دستوری موجب بازی دو سر باخت برای مردم و خودروسازان شده است

بزنگاه عبور از قیمت دستوری

فرصت امروز: با وجود اینکه تحریم‌ها، ناکارآمدی‌های مدیریتی و مافیای خودرو در شـکل‌گیری وضعیت نابسامان فعلی در صنعت خودروسازی ایران نقش دارند، اما اصلی‌ترین نقش را سیاست‌های دستوری در اقتصاد ایران و صنعت خودرو ایفا می‌کند؛ تا جایی که مهمترین عامل زیان‌دهی خودروسازان و پایین آمدن محسوس کیفیت خودروها در همین سیاست قیمت‌گذاری دستوری است که از سال ۱۳۹۱ دامن صنعت خودروسازی کشور را گرفته است؛ از یک طرف، فضای انحصاری خودرو در کشور بهانه مناسبی برای شورای رقابت جهت اتخاذ سیاست قیمت‌گذاری دستوری اسـت و از طرف دیگر، خودروسـازان ادعا می‌کنند که با برداشتن قیمت‌گذاری دستوری همانا قیمت بالای بازار آزاد و تلاطم‌های مقطعی بازار خودرو فروکش خواهد کرد. در واقع، خودروسـازان مهمترین عامل در این زمینه را حضور نهادی مانند شورای رقابت در فرآیند قیمت‌گذاری خودرو می‌دانند که بدون توجه به هزینه های تحمیلی و همچنین قیمت تمام شده خودرو صرفا براساس فرمول خود اقدام به قیمت‌گذاری خودرو می‌کند.

با این وجود، به دلیل ظرفیت محدود خودروسازان در شرایط کنونی برای عرضه خودرو، حذف قیمت‌گذاری از بازار خودرو بدون در نظر گرفتن اقتضائات پیشینی، سیاست کم‌ریسکی نخواهد بود و حتی ممکن است به بدترشدن شرایط دامن بزند. بنابراین در مورد بازار خودرو، اصلاح نظام قیمت‌گذاری باید به صورت علمی و محتاطانه و با...

۲

مشارکت ۴ برابری مردان نسبت به زنان در تابستان ۱۴۰۲

بیکاری در کدام دهک بالاتر است؟

۴

چرا تصویب احکام قانونی متعدد منجر به بهبودی محیط کسب‌وکار نشد؟

بن‌بست سیاستگذاری کسب‌وکار

۳

یادداشت

دولت یا توسعه؟

خالد توکلی - جامعه‌شناس

بعد از جنگ جهانی دوم، «توسعه» مهمترین آرمانی بود که مورد توجه دولت - ملت‌ها و نهادهای بین‌المللی قـرار گرفـت؛ تـا آنجـا کـه برای دستیابی به آن به هر طریقی توسل می‌جستند. نزدیک به یک سده است که همه از توسعه و مزایای آن سخن می‌گوینـد: از سیاسـتمداران گرفته تا فعـالان اجتماعی و کارشناسـان دانشـگاهی، توسـعه را مطلـوب می‌داننـد و تحقـق آن را برای بقا و تداوم جامعه ضروری تلقی می‌کنند. در این سـال‌های طولانی، اندیشـه توسـعه چنان فراگیر شده است که از یک سو، یکی از دغدغه‌های اصلی بسـیاری از متخصصان رشـته‌های علمـی دانشـگاه‌ها ماننـد اقتصاد، جامعه‌شناسی، علوم سیاسی و... و از سوی دیگر، تمامی تلاش کارشناسان و مجریان برنامه‌های دولتی معطوف به چیسـتی و چگونگی دستیابی به توسـعه اسـت. برخی بـر اولویت و نقش بی‌بدیل جامعه مدنی، فرهنگ، ارزش‌هـا و سـرمایه اجتماعـی در تعریف و تعیین خط مشـی توسـعه تأکید دارند و بعضی دیگر از ضرورت تدوین برنامه‌های ُخرد و کلان توسط دولت دفاع می‌کننـد و نقش اصلی را به دولت می‌سـپارند. اتفاق نظر بر اهمیت توسعه از آنجا ناشی می‌شود که این باور - تا حد زیادی - پذیرفته شده اسـت که گشودن چشم‌اندازی روشن در زمینه حفظ محیط زیست، رفع فقـر و نابرابری، برقراری عدالت، دموکراسی، اعتماد متقابل، اشتغال، دسترسـی به آموزش همگانی، نظام سـلامت و... در گـرو دسـتیابی به توسعه است.

ادامه در همین صفحه

مدیریت و کسب‌وکار

چرا مشتریان به کسب و کارها اعتماد ندارند؟

اعتماد عنصر اصلی هر رابطه اجتماعی محسـوب می‌شـود. فرقی ندارد محور بحث ما رابطه میان دو دوست صمیمی باشد یا شرکای تجاری، در هر صورت وقتی اعتماد را فاکتور بگیریم، دیگر چیزی باقی نمی‌ماند. این دقیقا همان بلایی است که این روزها سر خیلی از کسب و کارها آمده است. بی‌شک شما هم بارها و بارها در بازار با کسب و کارهایی رو به رو شده‌اید که مشتریان حتی سر سوزنی هم به آنها اعتماد ندارند. تا اینجا همه چیز طبیعی به نظر می‌رسد. خب گاهی اوقات بعضی از برندها بدشانس هستند. قضیه از جایی حساس می‌شود که متوجه شویم این روزها ذهنیت اولیه تمام مشتریان بی‌اعتمادی به برندهاست، مگر اینکه خلافش ثابت شود!

مشـتریان معمولا برای اینکه دسـت به جیب شده و خریدشـان را نهایی کنند، سختگیری زیادی به خرج می‌دهند. این امر باعث می‌شود برخی از کارآفرینان خیلی زود به سیم آخر زده و نسبت به بی‌اعتمادی مشتریان...

۸

دولت یا توسعه؟

«دولت توسعه‌گرا» به زعم برخی از نظریه‌پردازان توسـعه، الگوی موفقی از تلاش برای دسـتیابی به توسـعه در کشورهای جنوب شـرقی آسیا و بعضی از کشـورهای اروپایی و آمریکای لاتین اسـت. این نظریه مبتنی بر تجاربی اسـت که در سه سده اخیر در مناطق مختلف جهان، برنامه توسعه را با موفقیت به سرانجام رسانده‌اند. در این نوشتار، پیش‌فرض‌ها، پیامدهای احتمالی و ویژگی‌های دولت توسـعه‌گرا مورد بررسی و کندوکاو قرار می‌گیرد.

پیش‌فرض‌های نظریه دولت توسعه‌گرا

یکـی از پیش‌فرض‌هـای اصلـی نظریـه دولـت توسعه‌گرا این است که رویکردهای جامعه‌شناختی و اقتصادی نتوانسـته‌اند واقعیت‌های توسـعه را به خوبـی تبییـن و تحلیل کنند. از ایـن رو، برخی از علاقه‌مندان و نظریه‌پردازان توسـعه به نظریه های نهادگـرا بازگشـت کرده و ایـن نظریه‌هـا را برای دسـتیابی به توسـعه کارآمدتر می‌داننـد. از دیگر پیش‌فرض‌های این نظریه می‌توان به اهمیت فراوان و نقش منحصر به فرد دولت در فرآیند توسعه اشاره کـرد. در این نظریه، تغییر معطوف به تصرف قدرت اسـت، فرآیند توسـعه هنگامی به پیش می‌رود که توسـعه‌گرایان، قدرت را در اختیار داشـته باشند و از طریـق دولت برنامه‌ریزی برای توسـعه و اجرای آن را مدیریت کنند. وجود قدرت متمرکز یا تمرکز قدرت در دولت، برای آماده‌سـازی جامعه تا بتواند برنامه‌های توسعه را اجرا کند، ضرورت دارد. انحصار قدرت در دست دولت، این امکان را فراهم می‌کند تا در حوزه‌هایی که موانع یا مقاومت‌هایی وجود دارد، بتواند با اسـتفاده از قوه قهریه و اجبار از موانع گذر کند و مسیر توسعه را هموار سازد. در این نظریه، با الهام از نظریه نوسازی، از عناصر مناسب و نامناسب توسـعه سخن به میان می‌آید. وظیفه اساسی دولت آن اسـت که عناصر مناسـب را تأسـیس و تقویت کنـد و در مقابل نسـبت به حـذف و تغییر عناصر نامناسب اقدام نماید. عناصر نامناسب می‌توانند در حوزه فرهنگ، اقتصاد و سیاسـت باشند و تغییر یا حذف آنها، پیش‌نیاز اصلی اجرای برنامه‌های توسعه اسـت. نکته قابل توجه آن است که عناصر فرهنگی نامناسـب عمدتا بومی و داخلی هستند و آنچه باید تأسـیس و تقویت گردد، عناصری هسـتند که در فرهنگ کشورهای توسعه‌یافته رواج دارند.

اگرچه در این نظریه، دولت توسعه‌گرا، عامل اصلی توسـعه قلمداد می‌شـود، اما عملا توسعه اقتصادی بر توسـعه سیاسـی اولویت دارد و برنامه‌ریزی‌های توسـعه بیشتر در جهت رشـد و توسعه اقتصادی و اموری غیرسیاسی مانند شهرنشینی، صنعتی‌شدن، افزایش میزان باسـوادی، بهبود سلامت و... تمرکز می‌یابد. در این سـنخ از دولـت، اقتدارگرایی از آن جهـت توجیه می‌شـود کـه ممکن اسـت در یک وضعیت دموکراتیک، برخـی از نیروهای اجتماعی و سیاسـی تلاش کنند بر سـر راه توسعه- به ویژه برنامه‌هایـی که نیاز به زمـان و تغییرات فرهنگی و اجتماعی دارند - اختلال ایجاد نمایند؛ علاوه بر این، با توجه به اینکه احتمالا بخشی از برنامه‌های توسعه زمانبر باشـند و در نتیجه موجـب نارضایتی مردم شـوند، در یک نظام سیاسـی توسـعه‌گرا، حاکمان بـر این باورند کـه نتایج عینی توسـعه به تدریج و در میان‌مدت، نارضایتی‌هـا را کمرنگ و مردم را با برنامه‌های توسعه هماهنگ می‌کند.

از دیگر پیش‌فرض‌های این نظریه این است که در کشورهای توسعه‌نیافته، دولت با ویژگی‌های مختلف و متفـاوت وجود دارد، در این میان تنها دولت‌هایی می‌تواننـد اهداف توسـعه‌ای را محقق سـازند که دست‌اندرکارانش توسعه‌گرا باشند. به عبارت دیگر، هر دولتی توانایی جهت‌دهی به روند توسعه را ندارد و برخـی از دولت‌هـا خود می‌توانند بـه مثابه مانع توسعه عمل کنند. با این اوصاف، این پرسش پیش می‌آید که ویژگی‌های یک دولت توسعه‌گرا چیست؟

ویژگی‌های دولت توسعه‌گرا

اندیشمندان مختلفی مانند لفتویچ، اوانز، جانسون، کوهلـی، وایـد و... ویژگی‌های متعـددی برای این دولت برشـمرده‌اند: دولت توسعه‌گرا، نوع خاصی از دولت است که عمدتا نخبگان توسعه محور در آن به قدرت می‌رسند، آن را اداره و جهت‌گیری‌های دولت را معین می‌کننـد. این نخبگان برای دسـتیابی به توسعه، نسبت به تأسیس دولت متمرکز و اقتدارگرا اقدام می‌کنند. پس از جنگ جهانی دوم، بسـیاری از دولت‌هـا توسـعه‌محور بوده‌اند، امـا صرفا بخش اندکی از آنها توسعه‌گرا به شمار می‌آیند. برای نمونه می‌توان به سـنگاپور اشـاره کرد. یکی از مهمترین دیدگاه‌هـای «لـی کوانیو»، رهبر توسـعه‌گرایی که امکان دستیابی سنگاپور را به توسعه تحقق بخشید، این اسـت که دموکراسـی را ارزشـی جهان‌شمول نمی‌دانـد، اعتقادی به آزادی‌های فردی و سیاسـی ندارد و توصیه می‌کند، دموکراسی برای کشورهایی که با مفاهیم مرتبط با آن بیگانه هسـتند و قابلیت پذیرش دموکراسـی را ندارند، نباید به آنها تحمیل شـود. «کوانیو» از سـال ۱۹۵۹ تا ۱۹۹۰ نخسـت وزیر سـنگاپور بود. وی تا پایـان عمر به مدت بیش از سـه دهه همچنان در سمت رهبری حزب حاکم و سـمت‌هایی ماننـد وزیر ارشـد در کابینه رهبری معنـوی و نفـوذ خویش را در اداره سـنگاپور حفظ کـرد. او در دوران زمامداری خویش، درآمد سـرانه سـنگاپور را از ۵۰۰ دلار به ۷۵ هزار دلار رساند، به گونه‌ای که اکنون سـنگاپور به لحاظ تولید ناخالص داخلی، توسعه انسانی و بسیاری دیگر از شاخص‌های توسعه، جزو ۱۰ کشور برتر جهان است.

نمونه دیگر دولت توسـعه‌گرا، کره جنوبی اسـت. نظامیان در این کشـور، ۲۶ سال قدرت سیاسی را در دسـت داشـتند و در این مدت هیـچ انتخاباتی برگـزار نکردند. اما در مقابل، اقتصاد کره جنوبی به یازدهمین اقتصـاد بزرگ جهان و چهارمین اقتصاد بزرگ آسیا تبدیل شد؛ تا آنجا که درآمد سرانه کره جنوبی بیش از پنج برابر درآمد سـرانه ایران است. بـه طور خلاصه، در دولت‌های توسـعه‌گرا، نخبگان توسـعه‌محور ابتکار عمل را در دست می‌گیرند و با اراده‌ای محکم و با داشـتن گرایشات ملی‌گرایانه در جهت دستیابی به توسعه عمل می‌کنند.

دومین ویژگی دولت توسـعه‌گرا، استقلال نسبی دولت اسـت. معمـولا دولت‌ها به طبقـه، قومیت، گرایش سیاسـی خاص و... وابسـتگی دارند. دولت توسـعه‌گرا از تمامـی ایـن عوامل به طور نسـبی اسـتقلال دارد و منافـع ملـی را بر منافـع تمامی گروه‌هـای موجـود در جامعـه مقـدم می‌داند. در کشورهای توسـعه‌گرا، نخبگانی به قدرت می‌رسند که بر اولویت توسعه در سطح ملی تأکید دارند و به شکل‌گیری دولتی مدد می‌رسانند که این اولویت‌ها را بپذیرد و در جهت آن اقدام کند. معمولا نظامیان به گونه‌ای تربیت می‌شـوند کـه منافع ملی را پاس بدارنـد و از آن حفاظت کنند، از این رو آنگاه که به قدرت می‌رسند، دولتی که تشکیل می‌دهند دارای اسـتقلال نسبی است و می‌تواند اهداف توسعه‌ای را تحقق بخشـد. برای نمونه می‌تـوان به کره جنوبی اشـاره کرد کـه نظامیان به قدرت می‌رسـند و در طـول دوران زمامداری خویـش اجازه نمی‌دهند بر استقلال نسبی دولت خدشـه‌ای وارد شود؛ اگرچه ممکن اسـت این امر به قیمت سـرکوب و تحدید آزادی‌ها تمام شود.

رشد و توسعه در غیاب دموکراسی

بوروکراسـی قدرتمنـد و سـالم، یکـی دیگر از ویژگی‌های دولت توسـعه‌گرا است. تردیدی نیست دولت‌ها برای آنکه بتوانند به اهداف توسـعه‌ای خود دست یابند به بوروکراسی سالم و کارآمد نیاز دارند. تمامی دولت‌های توسعه‌گرا واجد این ویژگی بوده و از آن بهره گرفته‌اند. «اوانز» معتقد اسـت دسترسی به توسعه صنعتی مستلزم این است که بوروکراسی دولتی از منافع کسـب وکار مستقل و بر منافع ملی متمرکز باشـد. دولت توسـعه‌گرا برای دستیابی به توسـعه به نهادها و نیروی انسانی منظم و قدرتمند که بتوانند برنامه‌های توسعه را به خوبی اجرا کنند، نیـاز دارد. اصـولا یکـی از موانع اصلی توسـعه در بسـیاری از کشـورها، فقدان این عامل بوده است. بـه عبارت دیگر، بدون وجود یک نظام بوروکراتیک سـالم و کارآمـد، امکان توسـعه و تحقـق اهداف نخبگان توسـعه‌محور فراهم نمی‌شود و بسیاری از منابع کشور و نظام سیاسی به هدر می‌رود.

در دولت‌های توسـعه‌گرا توجه چندانی به جامعه مدنی نمی‌شود، در نتیجه ضعف جامعه مدنی، یکی از ویژگی‌های اصلی این دولت‌ها به شـمار می‌آید و از آن به عنوان یک فرصـت بهره می‌گیرند. فعالان مدنی ممکن است استقلال نسبی یا ثبات اقتصادی برنامه‌های توسـعه‌ای دولت را زیر سوال ببرند و از این جهت دولت‌های توسعه‌گرا روی خوش چندانی به جامعـه مدنی نشـان نمی‌دهنـد. جامعه مدنی قـوی ممکن اسـت دولت را بـا چالش‌هایی مواجه و دغدغه‌هایـی را ایجاد کند کـه آن را از پرداختن به امر توسـعه باز دارد. در نتیجه دولت توسـعه‌گرا خود بخشـی از دغدغه‌ها و مطالبات جامعه مدنی را مورد توجه قرار می‌دهد. اندیشمندانی مانند «کیز» و «هنلـی» کـه در مورد دولت توسـعه‌گرا تحقیق کرده‌اند بر این باورند برنامه‌های توسعه‌گرایانه دولت در جنوب شـرقی آسیا از آن جهت موفقیت حاصل کرد که سیاست‌های حامی کشاورزان و اقشار فقیر جامعه را به مرحله اجرا درآورد و تعداد بیشـتری از مردم از مزایای آن بهره‌مند گشتند.

حاکمیت طولانی مدت یک حزب در رأس قدرت، یکی دیگر از ویژگی‌های دولت‌های توسعه‌گرا به شمار می‌آید. «لفتویچ» بر این باور اسـت که دموکراسی، پیش‌نیاز توسعه نیست و رابطه معناداری میان این دو وجـود ندارد. وی برای اثبـات ادعای خویش به تجربه توسـعه در کشـورهایی که دولت توسعه گرا داشـته‌اند، اشـاره می‌کند. کشـورهایی مانند کره جنوبی، مالزی، سنگاپور و چین نمونه‌هایی هستند که توانسـته‌اند رشـد و توسـعه اقتصادی را تحقق ببخشند، اما در هیچ کدام دموکراسی وجود نداشته اسـت. حکومت ژنرال «پارک چونگ هی» ۱۸ سال تداوم می‌یابـد، در این مدت مجلس شـورای ملی منحل می‌شـود و نظامیان بخش عمده‌ای از مراکز قدرت را در دسـت می‌گیرند. در مالزی و سنگاپور نیـز کم و بیش چنین شـرایطی حاکـم بوده و در برنامه‌ریـزی برای توسـعه، دموکراسـی در اولویت نبوده اسـت. به طور خلاصه، در این سنخ از دولت برای دسـتیابی به توسعه، وجود سیاست توسعه‌ای شفاف، اهمیت بیشتری از دموکراسی دارد.

پیامدهای احتمالی دولت توسعه‌گرا

در بررسـی ویژگی‌هـای دولـت توسـعه‌گرا، کشـورهایی که تلاش کرده‌اند بـا بهره‌گیری از این مدل به توسـعه برسند و با شکست مواجه شده‌اند، کم نیستند. واقعیت آن است که مسیر دستیابی به توسـعه از طریق دولتی توسـعه‌گرا چندان مطمئن و حتمی نیست. کشـورهای فراوانی از جمله ایران، نمونه‌های عینی از تلاش برای توسعه از مسیر دولت توسـعه‌گرا بوده‌اند، اما در نهایت با شکسـت مواجه شده‌اند. پرسشی که پیش می‌آید، این است که این گونه از دولت به چه قیمتی باید برنامه‌های توسـعه خـود را به پیش ببرد؟ در کره جنوبی هزاران نفر از طبقه کارگر سرکوب می‌شـوند و در دوران «پارک چونـگ هی»، توسـعه اقتصادی به قیمـت قربانی شـدن بخش عمده‌ای از طبقه کارگر تحقق یافت، در سـنگاپور و مالزی، فعالیـت احزاب رقیب حزب حاکم محدود می‌شود و جابه‌جایی قدرت غیرممکن می‌شود و... برای کسانی که منتقد توسعه در معنای عامش هستند و آن را فریبی بیش نمی‌دانند، آیا این حجم از سـرکوب و خفقان برای رسیدن به توسعه موجه است؟ آیا واگذاری زمام امور به دیکتاتورها و ژنرال‌ها به بهانه دستیابی به توسعه، ریسک بزرگی نیست که با تضعیف جامعه مدنی و حذف مخالفان ممکن است منجر به دولت یغماگر، رانتیر و... شود و هزینه‌های فراوانی را به جامعه تحمیل کنند.

وقتی توسعه سیاسی یا دموکراسی اولویت خود را در فرآیند توسـعه از دست بدهد و توسعه اقتصادی تقـدم بیابـد، آیا این بـدان معنا نیسـت که اصولا توسـعه به رشـد اقتصادی تقلیل می‌یابد و توسعه پایـدار و همه‌جانبـه نادیده گرفته می‌شـود؟ نکته قابـل توجه دیگر، این اسـت که در ایـن نظریه آیا دولت مهمتر اسـت یا توسـعه؟ آیا با کوچک‌ترین لغـزش در حکمرانـی و ناکامـی در دسـتیابی به اهداف توسعه‌ای، وجه دیکتاتوری حکومت برجسته نمی‌شـود و سیاسـت سـرکوب جایگزین سیاست توسعه نمی‌شود؟

دهک اول بیشتر از درآمدش هزینه کرد

دخل و خرج خانوار در سال ۱۴۰۱

وزارت رفـاه، جزییات جدیدی از دخـل و خرج خانوار شهری در سال ۱۴۰۱ را منتشر کرد. داده‌های این گزارش حکایـت از آن دارد که میانگین درآمد خالص یک خانوار شهری ایرانی در سـال گذشته، ۱۶۶ میلیون و ۶۶۱ هزار و ۱۰۰ تومـان و میانگین هزینه خالص هم ۱۳۷ میلیون و ۱۴۶ هزار تومان بوده است. همچنین خالص درآمد یک خانوار فقیر در دهک اول طی سـال گذشـته ۴۲ میلیون و ۴۴۳ هـزار تومان بوده؛ درحالی‌کـه خالص درآمد یک خانواده ثروتمند در دهک دهم ۴۲۴ میلیون و ۶۲۲ هزار و ۱۰۰ تومان برآورد شده است که نشان از شکاف درآمدی قابل توجه دارد. از طرفی، در سـالی که گذشت یک مدیر عالی‌رتبـه ۲۷ میلیون و ۱۶۴ هـزار و ۸۸۳ تومان در ماه درآمد و ۲۱ میلیون و ۷۰ هزار و ۴۵۰ تومان هزینه داشت. همچنین یک کارگر ساده نیز ماهانه ۹ میلیون و ۷۵۷ هزار و ۴۷۵ تومان درآمد و ۸ میلیون و ۲۹۴ هزار و ۱۰ تومان هزینه داشته است.

جزییات سـالنامه آماری وزارت کار نشـان می‌دهد که دهک‌های درآمدی هفتم تا دهم از نظر میزان درآمد بالاتر از میانگین کشـوری قرار دارند و دهک اول یا فقیر جامعه بیشتر از دخلش، خرج دارد. بالاترین میزان درآمد در بین ۱۲ گروه شغلی در سال گذشته به گروه مدیران عالی‌رتبه اختصاص دارد و کمترین میزان درآمد را گروه‌هایی چون کارگـران سـاده دارند. پس از مدیران عالی‌رتبه و ارشـد، بیشترین درآمد به متخصصان علمی و فنی، تکنیسین‌ها و دستیاران آنها و کارمندان اداری و دفتری اختصاص دارد و کارگران خدماتی و فروشندگان کالاها و خدمات، کارگران ماهر شـاغل در بخش کشاورزی، جنگلداری و ماهیگیری در مرحله بعد قرار می‌گیرند. در رتبه هشـتم صنعتگران و کارگـران شـاغل صنعتی جای گرفته‌انـد و پس از آنها متخصصان و مونتاژکاران ماشـین‌آلات و رانندگان وسیله نقلیه در رتبه دهم جای گرفته‌اند و کارگران سـاده، سایر مشـاغل اظهارنشده و افراد غیرشـاغل، رتبه‌های بعدی را به‌خود اختصاص داده‌اند.

بالاتریـن میـزان درآمد خالص خانوار بر حسـب وضع شـغلی در سال گذشـته به خانوارهای شهری کارفرمایی و پس از آن کارکنان مسـتقل اختصـاص دارد و در رتبه بعـدی هم افراد مزدبگیـر و حقوق‌بگیر عمومی، تعاونی و پس از آنهـا حقوق‌بگیران بخش خصوصی جای گرفته‌اند و کمترین میزان درآمد هم به کارکنان فامیلی بدون مزد مشخص و افراد غیرشاغل اختصاص داشته است.

نگـــاه

«حسین عبده تبریزی» بررسی کرد

چشم‌انداز دلار تا پایان ۱۴۰۲

«حسین عبده تبریزی» با بیان اینکه اگر علائم بیشتری از کاهش تنش‌های بین‌المللی مشـاهده شـود، نرخ ارز در پایان سال ۱۴۰۲ و به‌رغم رشـد نقدینگی در حد سـال گذشته ممکن است در محدوده پایین‌تـر از تورم باقـی بماند، گفت: جهش قیمت ارز تا پایان سـال نداریم.

این اقتصاددان در پاسـخ به این پرسـش که آیا با توجه به اهمیت تحولات بازار ارز در اقتصاد ایران، تا پایان سـال شاهد جهش نرخ در بازار ارز خواهیم بود و پیش‌بینی شـما از وضعیت قیمت ارز تا پایان سـال ۱۴۰۲ چیسـت؟ گفت: به طور کم و بیش همیشه فشار برای افزایش نرخ ارز در حد رشـد نقدینگی وجود دارد، اما نظام جمهوری اسلامی در سال ۱۴۰۲ انتخابات مجلس را پیش رو دارد و طبعا بسیار علاقه‌مند است که سال را با آرامش بگذراند. جهش نرخ ارز به معنای افزایش ناگهانی قیمت همه کالاها و خدمات است و این چیزی است که دولت به‌ویژه در این سال به شدت می‌خواهد از آن اجتناب کند. به گفته «عبده تبریزی»، یکی از متغیرهای عمده برای برقراری آرامش، کنترل نرخ تورم و مهمتر از آن، کنترل نرخ ارز اسـت. هر نوع جهش ارزی بسیار تنش‌زاست. بنابراین دستور کار دولت در این زمینه روشن اسـت. اگر دولت ارز فراوان داشـت، از همین حالا شـروع به دفاع از قیمـت جاری ارز و حتی تلاش برای کاهش آن می‌کرد. اما در حوزه ارز، دست دولت خیلی باز نیست. در عین حال، تنگدستی ارزی دولت بدان معنا نیست که در ماه‌های پیش رو برای کنترل نرخ ارز از همه توان خود و کشور استفاده نکند.

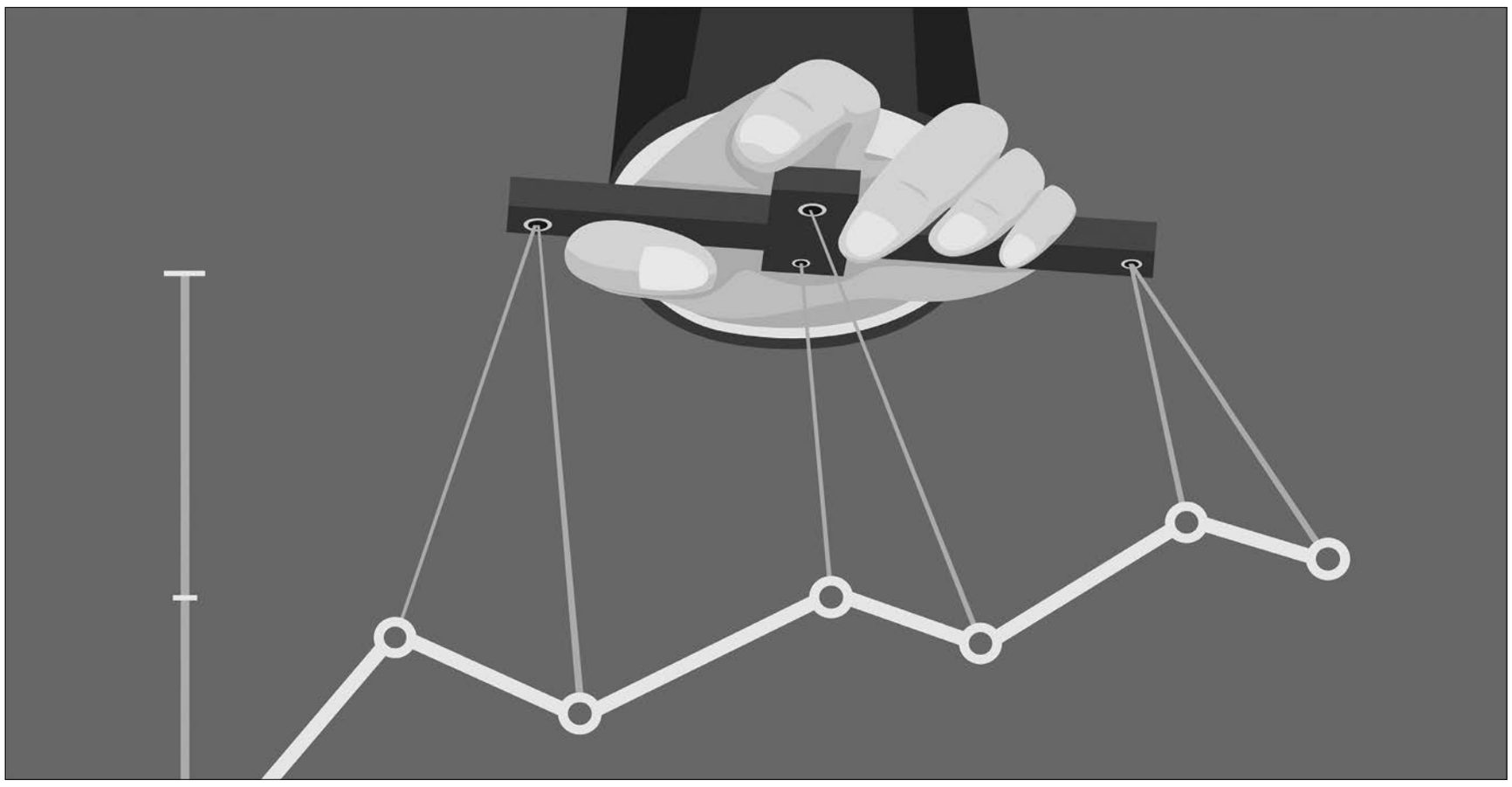
او در گفت‌وگو با هفته‌نامه «تازه‌های اقتصاد» توضیح داد: اگر این دو وجه موضوع را در نظر بگیریم، به شرط آنکه علائم بیشتری از کاهش تنش‌های بین‌المللی مشاهده شود (از قبیل حفظ علائم بهبود روابط با عربسـتان و عدم‌صدور قطعنامه جدید در آژانس بین‌المللی انرژی علیه ایران در مدت زمان باقی‌مانده از سـال) نرخ ارز در پایان سـال ۱۴۰۲ و به‌رغم رشـد نقدینگی در حد سال گذشته، ممکن است در محدوده‌های پایین‌تر از نرخ تورم باقی بماند. بنابراین جهش قیمت ارز فعلا متصور نیسـت. در مورد توصیه به سیاستگذار پولی، طبعا بانک مرکزی به خوبـی می‌داند که قیمت‌های ارز در میان‌مدت همواره بر حسب کمیت‌های پولی تعریف می‌شود؛ در ایران نیز همین متغیرها در تعیین قیمت ارز تعیین‌کننده است. ۴۵ سال است که قیمت ارز به استثنای وقفه‌های کوتاه، سیر صعودی داشته است؛ چراکه نقدینگی به دلایلی چون کسـری‌های عمده بودجه دولـت، بدهی‌های عمده بانک‌ها به بانک مرکزی و بدهی‌های بزرگ شرکت‌های دولتی به بانک مرکـزی یا در روزهای خوش صادرات نفت بـه دلیل فروش ارز زیاد دولت به بانک مرکزی، رشدهای دائمی داشته است.

این تحلیلگر اقتصادی با بیان اینکه امروز نیز سیاستگذار در اندیشه کنترل متغیرهای پولی اسـت تـا از قیمت ارز مراقبـت کند، افزود: کنترل همه آن ریشـه‌های بروز تورم و افزایش قیمت ارز، در اختیار سیاستگذار پولی نیست. نشـانه‌هایی از کاهش تنش‌های بین‌المللی از جمله جنگ در اوکراین و حرکت به سـمت احیای برجام می‌تواند نرخ تـورم را در ایران پایین بیاورد؛ امری که در اختیار بانک مرکزی نیست. در شرایط فعلی با توجه به وضعیت روابط خارجی جاری ایران، موقعیت برجام و تحریم‌ها، روشـن است که متغیر «سیاست» تأثیر اصلی را بر قیمت ارز دارد؛ محدودکردن ایران در دسترسـی به ارزی که حاصل صادرات پرمشقت این روزهای کشور است، در کنار گرایش عمده به خروج سـرمایه از کشـور، عامل عمده افزایش نرخ ارز شده اسـت؛ یعنی فقط متغیرهای پولی کم‌وبیش در اختیار بانک مرکزی نیستند که در شرایط امروز، تغییرات قیمت ارز را توضیح می‌دهند. به عقیده وی، عمده، آن اقداماتی است که ارز کشور را در دسترس قرار دهد و گرایش به خروج سـرمایه از ایران را آرام کند. در مورد توصیه بنده به سیاستگذار در زمینه ارز باید عرض کنم که در تمام ۵۰ سال گذشته، دولت‌ها به جای پرداختن به سازوکارهای ایجادکننده تورم و حل مشکلات، با تلاش جهت سرکوب قیمت ارز و ریال سعی کرده‌اند تا آثار مشکلات موقتا پاک شود؛ در نهایت، اتخاذ این رویه به انباشت و تعمیق طیف وسیعی از مشکلات انجامیده است.

«عبده تبریزی» با اشاره به کسری بودجه دولت اضافه کرد: کسری سـاختاری بودجه در اقتصاد ایران از این سال‌ها شروع می‌شود. نقش دلارهای نفتی در تشدید این کسری بودجه انکارناپذیر است. افزایش مخـارج دولت در دوره‌های افزایـش قیمت نفت و عدم‌امکان کاهش هزینه و تعهدات دولت در دوره‌های کاهش قیمت نفت، شـرایطی را ایجاد کرده که کسری بودجه ساختاری نامیده می‌شود. اثر این کسری بودجه و روش‌های تأمین مالی آن از پایه پولی، چرخه‌ای را پدید آورده که دلیل اصلی تورم مزمن اقتصاد ایران است. در ایران افزایش قیمت نفت و متعاقب آن عملکرد انبسـاطی مالی دولت که به طور مستقیم یا غیرمستقیم از فروش ارزهای نفتی تأمین می‌شود، موجب افزایش تقاضا و نرخ تورم شده است. وقتی به علت عرضه بیشتر ارزهای نفتی، نرخ ارز حقیقی کاهش می‌یابد، اقتصاد کشـور دچار بیماری هلندی می‌شـود. از طـرف دیگر، کاهش قیمت نفت اغلب بـه افزایش یا در مواردی جهش نرخ ارز اسـمی و نرخ تورم می‌انجامد و حتی در دوره تکانه منفی قیمت نفت، میزان جهش نرخ ارز و سرعت زیاد گذر آن، باعث تشدید فشارهای تورمی می‌شود. از این‌رو نوسانات قیمت نفت و درآمدهـای نفتی، در هر دو دوره کاهـش یا افزایش آن، در نهایت به بروز تورم در اقتصاد ایران منجر می‌شود. در ادوار مختلف تاریخی ایران همواره در چنین شـرایطی، دولت‌ها به جای رفع موانع کسری ساختاری بودجه و مشکلات نهادی اقتصاد ایران، به مبارزه با افزایش قیمت‌ها پرداخته‌انـد و تولیدکننـدگان و توزیع‌کنندگان بنگاه‌های خصوصـی را به عنوان مقصـران اصلی گرانی معرفـی کرده‌اند. این سقف برای مدت زمانی ثابت می‌ماند یا کمتر از تورم افزایش می‌یابد. حاصل اعمال این سیاست آن است که کالاهای قیمت‌گذاری‌شده به صورت نسـبی ارزان می‌شـوند و تقاضای این کالاها افزایش می‌یابد. ایـن افزایش تقاضا در حالی اتفاق می‌افتـد که تولیدکنندگان نیز با کاهش قیمت‌های نسبی انگیزه افزایش تولید را از دست می‌دهند. این اقتصاددان با تاکید بر اینکه انگیزه‌نداشتن تولیدکنندگان برای افزایش تولید در پاسـخ به تقاضا سبب کاهش سهم کالاهای تولید داخل در بازار محصولات می‌شود، گفت: در چنین حالتی، بازار محصول داخلی مختل شده و تخصیص بهینه منابع با مشکل مواجه می‌شود. افزایش سطح قیمت‌ها، درآمد حقیقی خانوارهای آسیب‌پذیر را بیشتر تحت تأثیـر قرار می‌دهد؛ این به معنای کاهش توان خانوار برای حضور در بازار محصول و در نتیجه کاهش تقاضا برای کالاها و خدمات از سوی این خانوارهاست. ایجاد تورم و فضای پرنوسان سبب ایجاد نااطمینانی در بازار هم می‌شـود. نااطمینانی، مخاطره سرمایه‌گذاری را به شدت افزایش می‌دهد. در فضای پرمخاطره، افق سـرمایه‌گذاری کوتاه‌مدت می‌شـود و فعالیت‌های نامولد یا واسطه‌گری رونق می‌گیرد. به علاوه، عدم‌انجام سرمایه‌گذاری‌های بلندمدت آینده رشد اقتصادی را به خطر می‌اندازد. با این مقدمه بلندمدت، می‌خواسـتم توصیه و آرزو کنم که رئیـس کل امروز بانک مرکزی اگر به حجمی از ارز دسـت یافت، از مسـیر بالا حرکت نکند و نتایج مورداشاره در بالا را به خاطر بسپارد. بکوشـد حرف خود را کـه فکر می‌کنم همین حرف‌هایی باشـد که خدمت شـما عرض کردم، به اعضای دولت بقبولاند؛ خاطرنشان کند که ۵۰-۴۰ سـال تجربه کنترل قیمت ارز و قیمت کالاها و خدمات کافی اسـت و تسلیم نظر آنها نشود؛ بقبولاند که نظام چندنرخی ارز مفسده‌زاسـت و باید به او کمک کنند تا کشـور از دست چنین نظام ارزی ناکارآمدی خلاص شود.

قیمت‌گذاری دستوری موجب بازی دو سر باخت برای مردم و خودروسازان شده است

بزنگاه عبور از قیمت دستوری



فرصت امروز: با وجود اینکه تحریم‌ها، ناکارآمدی‌های مدیریتی و مافیای خودرو در شـکل‌گیری وضعیت نابسـامان فعلی در صنعت خودروسازی ایران نقش دارند، اما اصلی‌ترین نقش را سیاست‌های دستوری در اقتصاد ایران و صنعت خودرو ایفا می‌کند؛ تا جایی که مهمترین عامل زیان‌دهی خودروسازان و پایین آمدن محسوس کیفیت خودروها در همین سیاست قیمت‌گذاری دستوری است که از سال ۱۳۹۱ دامن صنعت خودروسازی کشـور را گرفته اسـت؛ از یک طرف، فضای انحصاری خودرو در کشـور بهانه مناسـبی برای شـورای رقابت جهت اتخاذ سیاسـت قیمت‌گذاری دستوری است و از طرف دیگر، خودروسازان ادعا می‌کنند که با برداشتن قیمت‌گذاری دسـتوری همانا قیمت بالای بازار آزاد و تلاطم‌های مقطعی بازار خودرو فروکش خواهد کرد. در واقع، خودروسازان مهمترین عامل در ایـن زمینه را حضور نهادی مانند شـورای رقابت در فرآیند قیمت‌گذاری خودرو می‌دانند که بدون توجه به هزینه های تحمیلی و همچنین قیمت تمام شده خودرو صرفا براساس فرمول خود اقدام به قیمت‌گذاری خودرو می‌کند.

با این وجود، به دلیل ظرفیت محدود خودروسـازان در شـرایط کنونی برای عرضه خودرو، حذف قیمت‌گذاری از بازار خودرو بدون در نظر گرفتن اقتضائات پیشینی، سیاست کم‌ریسکی نخواهد بود و حتی ممکن است به بدترشـدن شـرایط دامن بزند. بنابراین در مورد بازار خودرو، اصلاح نظام قیمت‌گذاری باید به صورت علمی و محتاطانه و با رعایت اقتضائات جانبی و به شکل مرحله به مرحله صورت بگیرد. در این راستا، دولت برای افزایش رقابت در صنعت خودروسـازی کشور باید سـهام شرکت‌های تابعه خود را کامـلا به بخـش خصوصی واگذار کند و به هیچ وجـه در مدیریت آن نفوذی نداشته باشد. همزمان در بازه زمانی ۱۰ ساله باید تعرفه خودروهای وارداتـی به صورت پله ای به میانگین قیمت منطقه (۵ درصد) برسـد و خودروسازان در این فضا بایستی قدرت رقابت‌پذیری و استانداردهای خود را به سطح جهانی نزدیک کنند. همچنین برای واردات خودرو نیز به مردم اجازه داده شود تا منابع ارزی نزد خود را برای واردات خودرو استفاده کنند.

شکست سیاست قیمت دستوری

اتاق بازرگانی تهران با همکاری اندیشـکده کسـب وکار شریف در یک مطالعه پژوهشـی، به بررسـی پیامدهای قیمت دستوری در اقتصاد ایران پرداخته و آثار قیمت‌گذاری دستوری بر هشت گروه کالایی را بررسی کرده اسـت. در این سلسله گزارش، وضعیت صنعت خودروسازی، صنعت آرد و نان، نهاده‌های دامی، صنعت لوازم خانگی، صنعت دارو، قند و شکر، لبنیات و فولاد بررسـی شـده و راهکارهایی برای برون‌رفت از وضعیت موجود و کاهش آثار زیانبار قیمت‌گذاری دستوری ارائه شده است.

این گزارش با اشاره به بازی دو سر باخت در صنعت خودروسازی ایران می‌گوید: سال‌هاسـت که مردم از وضعیت موجود در بازار خودرو ناراضی هستند؛ از یکسو، با وجود تحریم‌های خارجی و ناکارآمدی‌های مدیریتی، متوسط قدرت خرید مردم به علت تورم کاهش یافته و تهیه خودرو برای بسیاری از شهروندان مشکل و چه بسا ناممکن شده است. از سوی دیگر، کیفیت خودروهای تولید داخل از سطح انتظارات مشتریان پایین‌تر است و همین امر، نارضایتی مردم را دوچندان کرده است. صنعت خودروسازی ایران با وجود آنکه صنعت ریشـه‌داری است و با کمک مجموعه حاکمیت در دهه‌های گذشته توانسته فضایی نسبتا انحصاری در مقابل خودروهای وارداتی برای خود ایجاد کند، اما در سال‌های اخیر با مشکلات و چالش‌های اساسـی و زیاندهی انبوه مواجه شـده است. در شـرایطی که تحریم‌ها از ابتدای دهه ۱۳۹۰، کمر صنعت خودروسـازی را شکست و خودروسازان برای واردات برخی از قطعات خود متحمل هزینه‌های اضافی برای دور زدن تحریم‌ها شـدند، جهت کمینه کردن هزینه‌های خود از کیفیت خودروها مایه گذاشتند و این امر بیش از پیش موجبات نارضایتی مصرف‌کنندگان ایرانی از وضعیت فعلی را فراهم کرد. از آن سو، با نگاهی گذرا به صورت‌های مالی خودروسازان می‌توان دریافت که وضعیت خودروسازان بغرنج‌تر از حد تصور است و شاید بتوان ادعا کرد که ریشه اصلی وضعیت فعلی و بازی دو سر باخت مردم و خودروسازان، نه تحریم و نه ناکارآمدی‌های مدیریتی و نه مافیای خودرو هستند. البته نمی‌توان نقش هر کدام از این موارد در به وجود آمدن وضعیت کنونی را نادیده گرفت؛ ولی مهمترین عامل زیاندهی فزاینده خودروسـازان و افت کیفیت خودروها به بهای کاهش هزینه‌ها را می‌توان در سیاست قیمت‌گذاری دستوری جست‌وجو کرد.

از اینجا مانده و از آنجا رانده

با وجود مشـکلات عدیده مدیریتی و بهره‌وری، ریشـه کاهش کیفیت محصولات خودروسازی، تلاش برای کمینه کردن هزینه‌های تولید است و قیمت‌گذاری دستوری، یکی از مهمترین انگیزه‌ها برای فدا کردن کیفیت در برابر کاهش هزینه‌ها برای شـرکت‌های خودروسـازی اسـت. از سوی دیگر، فضای صنعت خودروسـازی کشور به زعم بسیاری از کارشناسان و تحلیلگران، همچنان انحصاری اسـت. صنعت خودروسازی کشور هیچ‌گاه مزیت رقابتی نسـبی برای فعالیت در بازارهای منطقه‌ای و جهانی نداشته اسـت. مهمترین عامل موفقیت و سوددهی بالای خودروسازی در جهان، تیـراژ تولید اسـت. صنعت خودروسـازی ایران در دهه ۱۳۸۰، با شـیب مناسبی توانسـت تیراژ تولید ۳۵۰ هزار دستگاهی در سال در ابتدای این دهه را در سال ۱۳۹۰ به تولید بیش از یک میلیون و ۷۰۰ هزار دستگاه در سال برساند. با افزایش تولید در این دهه، امید آن می‌رفت تا خودروسازی کشـور ضمن افزایش سـطح تولید به رقم بیش از ۲ میلیون دستگاه در سـال، جایگاه مناسبی از منظر سوددهی و تسخیر بازارهای منطقه‌ای به دست آورد.

اما وقوع تحریم‌های هسـته‌ای و شوک‌های ارزی در ابتدای دهه ۱۳۹۰ موجب شد تا سمت هزینه‌های عملیاتی خودروسازان در ترازنامه‌های‌شان متورم شـود. از سـوی دیگر، با ورود همزمان شـورای رقابـت به عرصه قیمت‌گذاری دسـتوری، درآمد خودروسـازان متناسب با هزینه‌های‌شان افزایش پیدا نکرده است. در باب قیمت‌گذاری؛ پس از ایجاد فضای رقابتی در صنعت خودروسـازی، شورای رقابت به عنوان بازوی تنظیم‌گر دستگاه حاکمیت می‌تواند به صورت کامل از قیمت‌گذاری دسـتوری محصولات خودرویی خارج شود. در باب کیفیت خودروها؛ با افزایش رقابت و تسهیل ورود خودروهای خارجی به کشور، خودروسازان داخلی نیز به ناچار ناگزیر به بهبود کیفیت محصولات خود خواهند شـد. همچنین نقش نهادهای تنظیم‌گر مانند سازمان استاندارد باید بازنگری تدریجی در استانداردهای فعلی و نزدیک کردن اسـتانداردها به سـمت نمونه‌های موفق بین‌المللی باشد. با این حال، سال‌هاست که مردم و مشتریان بازار خودرو از وضعیت موجود ناراضی هسـتند. از یکسـو، با وجود تحریم‌هـا و ناکارآمدی‌های مدیریتی، به علت تورم متوسـط قـدرت خرید مردم کاهش یافته و تهیه خودرو برای بسیاری افراد مشکل و چه بسا ناممکن شده و از سوی دیگر، کیفیت خودروهای تولید داخل از سطح انتظارات مشتریان بسیار پایین‌تر است.

چهارراه عبور از قیمت دستوری

هرچند تعیین استانداردهای جدید برای خودروهای داخلی در سال‌های اخیـر، موجب از دور خارج شـدن خودروهای محبوبی مانند پراید شـده اسـت، اما همچنان سـطح اسـتاندارد خودروهای ایرانی از جمله ایمنی، آلایندگی، اسـتهلاک و... از خودروهای متوسـط وارداتی بسـیار پایین‌تر اسـت. به علت کمبود منابع ارزی، واردات خودرو نیز بسیار محدود شده و خودروهـای وارداتی موجود در بازار به علت تعداد کم و فزونی تقاضا بر عرضه، به چند برابر قیمت رقابتی خود در بازارهای منطقه و بسیار بیشتر از قیمت تمام شده خرید، پس از احتساب تعرفه‌های ۸۶ درصدی واردات به فروش می‌روند. افزایش قیمت ارز و نهاده‌های تولید در دو دهه گذشته، هزینه‌های سـاخت خودرو در کشور را بسیار بالا برده است؛ کما اینکه به واسـطه تحریم‌ها، تامین قطعات باکیفیت (به‌خصوص قطعات وارداتی) با چالش‌های مختلفی همراه است و خودروسازان مجبورند که قطعات خود را از منابع درجه دو و سـه تهیه کنند که همین باعث افزایش هزینه‌های جانبی می‌شود. بنابراین با وجود آنکه هزینه‌های ساخت خودرو در کشور به دلیل افزایش قیمت ارز و نهاده‌های تولید در این سـال‌ها بالا رفته، اما درآمد خودروسـازان به همان نسبت افزایش نیافته و این موضوع موجب زیانده شـدن خودروسـازان بزرگ از ابتدای دهه ۱۳۹۰ به این سـو شده است.

اگرچه ضعف بهره‌وری، ریخت و پاش‌های مالی و بی‌تدبیری‌های مدیریتی همگی در مشکلات خودروسازان نقش دارند، ولی علت اصلی زیانده شدن آنها در یک دهه گذشـته، قیمت‌گذاری دستوری بوده است. برای افزایش رقابت در صنعت خودروسازی ابتدا دولت باید سهام شرکت‌های تابعه خود، حداقل در یکی از دو قطب خودروسازی کشور را به بخش خصوصی واگذار کند و به هیچ نحو در حق رأی و جریان نقدی آن نفوذی نداشته باشد. در گام دوم، در بازه زمانی ۱۰ سـاله باید تعرفه خودروهای وارداتی به صورت پله‌ای به میانگین قیمت منطقه (۵ درصد) برسـد. همزمان خودروسازان باید استانداردهای خود را به سطح جهانی نزدیک کنند. در گام چهارم نیز به مردم برای واردات خودرو اجازه داده شود تا منابع ارزی نزد خود را برای واردات استفاده کنند.

چرا ثبت‌نام‌کنندگان هنوز خودروی وارداتی نگرفته‌اند؟

اولتیماتوم مالیاتی برای لوکس‌سواران

پس از اعلام نتایج مشتریان دارای اولویت خودروهای وارداتی که هفته گذشته برای ثبت‌نام سه خودروی موردنظر خود اقدام کرده بودند، مشاهده شـد که به برخی از مشـتریان تخصیصی صورت نگرفته اسـت؛ در مورد علت این موضوع، مدیر سـامانه یکپارچه خودروها توضیح داد: براسـاس ظرفیت موجود به ترتیب اولویت، خودرو به مشتریان تخصیص داه شده و مشتری که تخصیص بدان صورت نگرفته بدین معناست که مطابق اولویت خودروهای انتخابی، ظرفیت خودروها تمام شده بود. به گزارش «ایسنا»، سامانه تخصیص خودروهای وارداتی در هفته گذشته به مدت حدودا چهار روز (از دوم تا پنجم آبان ماه) با عرضه ۹ مدل خودرو بازگشـایی شد. این عرضـه صرفا برای مشـتریانی بود که در مرحلـه اول ثبت‌نام خودروهای وارداتی در اسـفندماه سـال گذشـته ثبت‌نام کرده و اولویت‌بندی شـده بودند؛ حال در این مرحله می‌توانستند برای ثبت درخواست سه خودروی موردنظر خود از میان ۹ مدل خودرو عرضه شده اقدام کنند.

پس از اتمام مهلت ثبت درخواسـت سـه اولویت موردنظر مشـتریان، درخواسـت‌ها بررسی و نتایج آن مشـخص شد. همانطور که بعید به نظر نمی‌رسـید و مشـخص بود که هنوز برای همه ثبت‌نام‌کنندگان، خودرو وارداتی وجود ندارد و بخشی از مشتریان در مراحل بعدی واردات خودروها (بـا توجه به اینکه روند واردات خودروها ادامه دارد) تخصیص برای‌شـان صورت خواهد گرفت، مشتریانی در این مرحله با وضعیت «عدم تخصیص» روبه‌رو شده‌اند.

در این رابطه «مهدی تقدسی»، مدیر سامانه یکپارچه خودروها به تشریح روند تخصیص پرداخته و گفت: زمان تحویل مشـتری و اولویت‌بندی در چینش خودروها ملاک است. در وهله اول باید توجه کرد که نوبت‌دهی که در مرحله اول مشتریان صورت گرفته ملاک و دارای اهمیت است؛ به طور مثال دو مشتری که یک نوع خودرو را در اولویت اول خود (در انتخاب ۳ خودرو از ۹ خودرو) قرار داده‌اند، تخصیص به مشتری با نوبت تحویل زودتر صورت خواهد گرفت. بر همین اساس خودروها با توجه به بررسی اولویت اول همه مشتریان تا جایی که ظرفیت وجود دارد، تخصیص خواهد یافت؛ در ادامه برای مشـتریانی که اولویت اول مشمول دریافت نشدند، اولویت دوم به شـرط وجود ظرفیت خودرو (پر نشـدن ظرفیت برای مشتری که این خودرو را در اولویت اول خود داشـته است) و سپس به همین ترتیب اولویت سوم بررسی می‌شود.

مدیر سامانه یکپارچه خودروها تصریح کرد: بنابراین انتخاب اول (اولویت اول انتخابی) مشـتریان حائز اهمیت بوده اسـت؛ همانطور که اشاره شد، سـامانه به ترتیب اولویت متقاضی، انتخاب اول آنها را بررسی و در صورت داشـتن ظرفیت، تخصیص خودرو صورت می‌گیـرد، بنابراین ابتدا همه اولویت‌های اول بررسـی و فرآیند تخصیص صـورت می‌گیرد. در صورت باقی ماندن ظرفیت، انتخاب دوم بررسـی و در صورتی که خودرویی باقی مانده باشـد، انتخاب سوم بررسی و فرآیند تخصیص صورت می‌گیرد؛ در غیر این‌صورت، عدم تخصیص در حساب کاربری مشتری درج شده است.

از سـوی دیگر، مدیرکل دفتر حسابرسـی مالیاتی سازمان امور مالیاتی گفـت که مالکان خودروهای لوکس بالای ۳ میلیارد تومان تا پایان بهمن برای پرداخت مالیات مهلت دارند. به گفته «شـاهین مستوفی»، تکالیفی در قانون بودجه به عهده سازمان امور مالیاتی گذاشته شده که می‌بایست نسبت به مطالبه مالیات از املاک لوکس و گران‌قیمت با ارزش بالای ۲۰ میلیـارد تومان و همچنین خودروهای لوکـس با ارزش ۳ میلیارد تومان، اقدام به محاسبه و مطالبه مالیات شود. سازمان امور مالیاتی در سال ۱۴۰۲ بـا دریافت اطلاعات بالغ بر ۱۵۱ هزار خودرو از طریق ناجا، بالغ بر ۲۸۰۰ میلیـارد تومان مالیات از مالکین خودروهای لوکس و گران‌قیمت مطالبه کرد. این مقام مسئول در سازمان امور مالیاتی درخصوص خانه‌های لوکس و گران‌قیمت نیز گفت: با تکلیفی که برای سـازمان امور مالیاتی مشخص شـده، از مالکان واحدهای مسـکونی گرانقیمتی که بیش از ۱۰ سال در ملک‌شان ساکن هستند، مالیاتی مطالبه نمی‌شود.

او با بیان اینکه متاسـفانه اطلاعات مالـکان خانه‌های لوکس در اختیار سـازمان امور مالیاتی قرار نگرفته است، گفت: به همین دلیل نتوانسته‌ایم برای سـال ۱۴۰۲ مطالبه مالیاتی داشته باشیم، اما در سال ۱۴۰۰ بالغ بر ۴۰ هزار واحد مسـکونی لوکس و گران‌قیمت شناسـایی شده که نسبت بـه مطالبه یک و یـک دهم همت از مالکان این واحدها مطالبه شـد. به مالکان خودرو و خانه‌های لوکس و گران‌قیمتی که مالیات‌شان را پرداخت نکرده‌اند، اعلام کرده‌ایم که در صورت عدم پرداخت، با محدودیت‌هایی در نقل و انتقال مواجه می‌شوند.

وی بـا اشـاره به دریافـت ۸۰۰ میلیـارد تومان مالیـات از مالکان ۶۷ هزار خودرو لوکس در سـال گذشـته گفت: در بحـث خانه‌های لوکس و گران‌قیمت نیز در حال بررسـی اعتراض مودیـان در هیأت حل اختلاف مالیاتی هستیم. در سال ۱۴۰۰ قانون چند خودرویی وجود داشت، اما در قانون بودجه ۱۴۰۱ و ۱۴۰۲، مالیات هر خودرو به صورت مجزا بررسـی می‌شود. به گفته «مستوفی»، مالکان خودروهای لوکس تا بهمن ماه امسال فرصت پرداخت مالیاتشـان را دارند و بعد از پایان این مهلت قانونی، برگه مطالبه به صورت پیامکی و الکترونیکی صادر و ابلاغ می‌شود.

در ایـن میان، لایحه برنامه هفتم توسـعه در کمیسـیون تلفیق برنامه مجلس در حال بررسی است و آنطور که اعضای این کمیسیون می‌گویند، تولید سـالانه ۳ میلیون خودرو در طول اجـرای برنامه هفتم پیش‌بینی شـده است. «محمدرضا دشـتی اردکانی»، عضو هیأت رئیسه کمیسیون تلفیق لایحه برنامه هفتم توسعه با اشاره به تصویب اهداف کمی سنجه‌های عملکردی صنعت، معدن و رشد تولید در این کمیسیون گفت: کمیسیون تصویب کرد که در طول اجرای برنامه هفتم توسعه سالانه ۳ میلیون انواع خودرو سواری و تجاری تولید شود. او در توضیح مصوبات کمیسیون تلفیق لایحه برنامه هفتم توسعه ادامه داد: کمیسیون تلفیق از صبح دوشنبه وارد بررسی موارد ارجاعی لایحه برنامه هفتم توسعه شد و ماده ۴۷ مربوط به اهداف کمی سنجه‌های عملکردی صنعت، معدن و رشد تولید را تا پایان برنامه هفتم توسـعه تصویب کرد. این جدول ۹ بخش شامل پتروشیمی، فولاد، مس، آلومینیوم، زغال سـنگ، سـرب و روی و طلا، خودرو، معدن و ماشینسـازی دارد که در هر بخش اهداف کمی سـنجه‌های عملکردی آن تا پایان برنامه هفتم توسـعه پیش‌بینی شده است. در بخش خودروی این جدول سالانه تولید ۳ میلیون انواع خودروی سواری و تجاری، عرضه سـالانه ۲۰۰ هزار انـواع خودروهای برقـی و برقی-بنزینی (هیبریدی) و اسقاط سالانه ۵۰۰ هزار انواع خودروی فرسوده پیش‌بینی شده است.

چرا تصویب احکام قانونی متعدد، منجر به بهبودی محیط کسب‌وکار نشد؟

بن‌بست سیاستگذاری کسب‌وکار

فرصت امروز: نتایج رصد و پایش‌های محیط کسب‌وکار از سوی نهادهای مختلف، بهبودی در وضعیت کسب‌کارها و رونق تولید در سال‌های اخیر را نشان نمی‌دهد. به دلایل متعدد از جمله ناکارایی قوانین، وضعیت بنگاه‌های تولیدی بدتر شده است. بازوی پژوهشی بخش خصوصی در گزارشی به «ارزیابی کارایی قوانین حامی تولید و کسب‌وکار در نبود سند راهبرد توسعه صنعتی» پرداخت. طبق ارزیابی مرکز پژوهش‌های اتاق ایران، قانونگذار در طول سال‌های گذشته همواره تلاش کرده با ابزار قانون، از کسب‌وکارها حمایت کرده و تولید را رونق دهد. مهمترین قوانینی که طبق یک مطالعه، ۷۰ درصد احکام حمایتی و ناظر بر کسب‌وکار را در طول دوره‌های تقنینی هفتم تا پایان دهم به خود اختصاص داده‌اند، عبارتند از: «قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل چهل‌وچهارم (۴۴) قانون اساسی» (مصوب ۱۳۸۶/۱۱/۸)؛ «قانون بهبود مستمر محیط کسب‌وکار» (مصوب ۱۳۹۰/۱۱/۱۶)؛ «قانون رفع موانع تولید رقابت‌پذیر و ارتقای نظام مالی کشور» (مصوب ۱۳۹۴/۲/۱)؛ «قانون احکام دائمی برنامه‌های توسعه کشور» (مصوب ۱۳۹۵/۱۱/۱۰)؛ «قانون برنامه پنج ساله ششم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی (۱۴۰۰ـ ۱۳۹۶)» (مصوب ۱۳۹۵/۱۲/۱۴)؛ و «قانون حداکثر استفاده از توان تولیدی و خدماتی کشور و حمایت از کالای ایرانی» (مصوب ۱۳۹۸/۲/۱۵).

علاوه بر شش قانون مذکور با موضوع حمایت از کسب‌وکار، قوانین دیگری نیز با موضوع و محتوای مشابه به تصویب رسیده‌اند که دو مورد از مهمترین آنها عبارتند از: «قانون تسهیل صدور مجوزهای کسب‌وکار» (مصوب ۱۴۰۰/۱۲/۲۴) و «قانون جهش تولید دانش‌بنیان» (مصوب ۱۴۰۱/۲/۱۱). در این مطالعه، احکام حمایتی در چهار دوره تقنینی احصا شده و به ۳۷ عنوان دسته‌بندی شده است. مهمترین انواع این احکام عبارتند از: تأمین مالی، بهبود محیط کسب‌وکار، اولویت خرید محصولات داخلی، پرداخت مطالبات دولتی، تشویق صادرات، حمایت از حقوق مالکیت، حمایت از رقابت، حمایت بیمه‌ای، حمایت تعرفه‌ای، حمایت حقوقی ـ قضایی و حمایت زیرساختی.

نتایج رصد و پایش‌های محیط کسب‌وکار توسط نهادهای وابسته به دولت و مجلس و همچنین نهادهای وابسته به بخش خصوصی، در مجموع بهبودی در وضعیت کسب‌کارها و رونق تولید در ایران سال‌های اخیر نشان نمی‌دهد؛ بلکه حتی در مواردی، حاکی از بدترشدن یا وخیم‌تر شدن وضعیت بنگاه‌های تولیدی است. سوال مهمی که باید به آن پاسخ داد، این است که دلیل پدید آمدن این وضعیت مخاطره‌آمیز چیست و چرا به‌رغم تصویب احکام قانونی متعدد، در محیط کسب‌وکار بهبودی حاصل نشده است؟ البته در این پژوهش صرفا به یکی از لوازم توسعه صنعتی پرداخته می‌شود و موضوعات مهمی از جمله ضرورت اصلاحات بنیادین در ساخت اقتصاد سیاسی کشور برای دستیابی به توسعه پایدار، محل بحث نیست. در این گزارش توضیح داده شده که چگونه نبود یک یا چند سند با محتوای آنچه که در ادبیات اقتصادی «راهبرد توسعه صنعتی» خوانده می‌شود، موجب این ناکامی شده است. درواقع، نبود این سند راهنما در کنار دیگر نواقص قانونگذاری، به تصویب قوانین بی‌کیفیت و ناکارایی انجامیده که قادر به بهبود و اثرگذاری مثبت بر محیط کسب‌وکار نبوده‌اند.

بازوی پژوهشی بخش خصوصی همچنین با بررسی ماده ۲۴ قانون بهبود مستمر محیط کسب‌وکار، دخالت بیش از حد دولت، نرخ‌گذاری‌های نامتناسب، افزایش قیمت‌ها و ناپایداری قوانین و مقررات را از مهمترین موانع بهبود محیط کسب وکار معرفی کرد. مرکز پژوهش‌های اتاق ایران در گزارش «الزامات پیش‌بینی‌پذیری سیاست‌ها و برنامه‌های اقتصادی، موضوع ماده ۲۴ قانون بهبود مستمر محیط کسب‌وکار» اعلام کرد: دخالت بیش از حد دولت در امور اقتصادی، نرخ‌گذاری‌های نامتناسب بر کالاها و خدمات تولیدی فعالان خصوصی و تعاونی، افزایش افسارگسیخته بهای کالاها و خدمات دولتی و در مجموع ناپایداری و عدم قابلیت پیش‌بینی‌پذیری قوانین و مقررات ناظر بر فعالیت‌های اقتصادی، اصلی‌ترین موانع بهبود محیط کسب وکار هستند. به گفته بازوی پژوهشی اتاق ایران، اطلاع‌رسانی تغییرات در قوانین و سیاست‌ها و نیز نرخ‌گذاری‌ها و همچنین ایجاد اطمینان خاطر برای فعالان اقتصادی از بابت ثبات قوانین، سیاست‌ها و نرخ‌ها تا چند سال آینده، محیط مناسب‌تری برای فعالان اقتصادی ایجاد می‌کند.

در همین راستا، ماده ۲۴ قانون بهبود مستمر محیط کسب‌وکار با هدف تأمین ثبات و امنیت اقتصادی برای فعالان اقتصادی و جلوگیری از تصویب و اجرای ضوابط و مقررات خلق‌الساعه و لزوم اطلاع صاحبان کسب‌وکارها از هرگونه تغییر در سیاست‌ها و رویه‌های اقتصادی در زمان مقتضی، مصوب و ابلاغ شد. در ماده ۲۴ آمده است: «دولت و دستگاه‌های اجرایی مکلفند به منظور شفاف‌سازی سیاست‌ها و برنامه‌های اقتصادی و ایجاد ثبات و امنیت اقتصادی و سرمایه‌گذاری، هرگونه تغییر سیاست‌ها، مقررات و رویه‌های اقتصادی را در زمان مقتضی قبل از اجرا، از طریق رسانه‌های گروهی به اطلاع عموم برسانند. تبصره - هیأت وزیران پس از کسب نظر مشورتی شورای گفت‌وگو، زمان موضوع این ماده را تعیین و اعلام می‌کند. مواردی که محرمانه بودن آن اقتضا داشته باشد، با تشخیص بالاترین مقام دستگاه اجرائی، مستثنا است.»

براساس این گزارش، اگرچه بحران‌ها اجتناب‌ناپذیرند بااین‌حال پیش‌بینی آنها و اقدامات پیش‌دستانه برای کاهش اثرات‌شان می‌تواند تا حد زیادی نیاز به قانون و مقررات‌گذاری در دوره بحران را کاهش دهد. رفع عوامل بنیادی ایجادکننده بی‌ثباتی‌های اقتصاد کلان همانند ناترازی بودجه، ناترازی شبکه بانکی، ناترازی صندوق‌های بازنشستگی و... می‌تواند تا حد زیادی بی‌ثباتی‌های اقتصاد کلان را کاهش داده و نیاز به قاعده‌گذاری‌های بی‌ضابطه از قبیل قیمت‌گذاری‌های دستوری و تغییر مداوم نرخ‌ها در بازارهای مختلف را کاهش دهد. همچنین کاهش قابل توجه نهادهایی همچون شوراهای عالی، ستادها و... از دیگر راهبردها برای کاهش حجم مقررات‌گذاری و پیش‌بینی‌پذیر نمودن آنها می‌باشد. تا زمان رفع ریشه‌های مذکور، ماده ۲۴ قانون بهبود محیط کسب‌وکار می‌تواند به کاهش اثرات بی‌ثباتی‌های ناشی از وضع قوانین و مقررات به صورت جدی کمک کند.

بررسی‌های این گزارش نشان می‌دهد به دلایلی همچون این دلیل که مقررات گذاری راه حلی در دسترس و فوری برای حل معضلات است، مقررات‌گذاری در نتیجه وقوع بحران‌های طبیعی، اجتماعی، امنیتی در کنار وجود نهادهای متعدد متولی مقررات‌گذار همواره وضع قوانین و مقررات خلق‌الساعه و پیش‌بینی‌ناپذیر در اقتصاد ایران در حال وقوع است. هرچند بحران‌ها اجتناب‌ناپذیرند با این حال پیش‌بینی این بحران‌ها و اقدامات پیش‌دستانه برای کاهش اثرات آنها می‌تواند تا حد زیادی نیاز به قانون و مقررات‌گذاری در دوره بحران را کاهش دهد. رفع عوامل بنیادی ایجادکننده بی‌ثباتی اقتصاد کلان مثل ناترازی بودجه، ناترازی شبکه بانکی، ناترازی صندوق‌های بازنشستگی می‌تواند تا حد زیادی منجر به پیش‌بینی‌پذیری اقتصاد کلان شده و نیاز به قاعده‌گذاری‌های بی‌ضابطه همچون قیمت‌گذاری‌های دستوری و تغییرات مداوم نرخ‌ها در بازارهای مختلف را کاهش دهد. همچنین کاهش قابل توجه نهادهای مقررات‌گذار مثل شوراهای عالی، ستادها و... و تمرکز تصمیم‌گیری در حوزه‌های تخصصی در وزارتخانه‌های ذی‌ربط از دیگر راهبردها برای کاهش حجم مقررات‌گذاری و پیش‌بینی‌پذیر نمودن آنهاست.

نیمی از ارزش معاملات چکی متعلق به پایتخت است

امکان استعلام چک‌های در راه

بررسی‌ها نشان می‌دهد بهترین عملکرد وصول چک‌ها در نیمه تابستان امسال در استان‌های البرز و تهران رقم خورده است؛ درحالی که بیشترین چک‌های برگشتی در استان‌های لرستان، کردستان و اردبیل به ثبت رسیده است. آمارهای مربوط به مبادلات چک‌ها در نیمه تابستان ۱۴۰۲ نشان می‌دهد مجموع مبالغ مبادله شده به وسیله چک در مردادماه حدود ۴۹۵ هزار و ۲۸۰ میلیارد تومان به ثبت رسیده است. همچنین میانگین مبلغ هر چک کشیده شده در این ماه تقریبا معادل با ۶۲ میلیون تومان برآورد می‌شود.

نکته جالب اینکه نیمی از ارزش معاملات چکی متعلق به پایتخت است. در میان تمامی استان‌ها، بیشترین میزان مبادلات چک را پایتخت ایران به خود اختصاص داده است. به همین ترتیب بیش از ۲۴۲ همت (تقریبا ۴۹ درصد کل مبادلات چکی) ارزش کل چک‌های مبادله شده در مرداد ۱۴۰۲ در تهران بوده است. در جایگاه بعدی اصفهان با ۴۰٫۳ همت ارزش مبادلات چکی و در جایگاه سوم خراسان رضوی با چک‌های مبادله‌ای به ارزش ۲۶ همت قرار گرفته‌اند. بررسی آمارها همچنین نشان می‌دهد که تنها ۱۱٫۶ درصد از چک‌های مبادله شده در تهران برگشت خورده‌اند. در سمت مقابل نسبت چک‌های برگشتی به کل چک‌های مبادله‌ای در اصفهان معادل ۱۴٫۶ درصد و در خراسان رضوی حدود ۱۴٫۳ درصد به ثبت رسیده است. عملا هرچه میزان مبادلات در یک استان بیشتر و نسبت چک‌های برگشت خورده کمتر باشد، احتمالا رونق اقتصادی آن شهر بالاتر و توان افراد برای پرداخت بدهی‌های خود بیشتر است. آمارهای بانک مرکزی نشان می‌دهد میانگین مبلغ هر چک کشیده شده در استان تهران حدود ۹۶ میلیون و ۱۵۰ هزار تومان، در استان اصفهان ۴۷ میلیون و ۴۹۰ هزار تومان و در استان خراسان رضوی ۴۶ میلیون و ۲۷۰ هزار تومان به ثبت رسیده است.

در مقابل مشاهده می‌شود شهر ایلام با چک‌های مبادله‌ای به مبلغ ۲۶۰ میلیارد و کهگیلویه و بویراحمد مجموعا ۳۶۰ میلیارد تومان، کمترین ارزش مبادلات با چک را میان سایر استان‌ها رقم زده است. به همین ترتیب ارزش هر یک از چک‌های معاملاتی در استان ایلام حدود ۴۰ و در استان کهگیلویه و بویراحمد تقریبا ۴۳ میلیون و ۴۰۰ هزار تومان بوده است. به طور کلی هر چقدر یک شهر صنعتی‌تر و دارای پتانسیل‌های بیشتری برای فعالیت اقتصادی باشد، ظرفیت استفاده از چک در مبادلات نیز بالاتر رفته و ارقام آن درشت‌تر می‌شود. برخی از کارشناسان عقیده دارند ارزش چک‌های مبادله‌ای استانی و نسبت وصول آنها می‌تواند انعکاس‌دهنده شرایط اقتصادی یک استان باشد.

براساس گزارش‌های بانک مرکزی، بیشترین چک‌های برگشت خورده در مردادماه ۱۴۰۲ در استان‌های اردبیل، لرستان و کردستان به ثبت رسیده است. داده‌ها نشان می‌دهد در این استان‌ها حدود یک پنجم از چک‌های کشیده شده، برگشت خورده‌اند. این در حالی است که میانگین نسبت چک‌های برگشتی در کل کشور معادل ۱۳٫۳ درصد کل چک‌های مبادلاتی است. البته در تمامی این گزارش نسبت چک‌های وصولی و برگشتی براساس مبلغ و ارزش چک‌ها محاسبه شده و تعداد آنها مدنظر نبوده است؛ بلکه انعکاس تعداد چک‌ها در مبالغ سرانه هر چک نمایان شده است. بررسی‌ها نشان می‌دهد بیش از ۹۷ درصد چک‌های برگشت خورده در این شهرها به دلیل عدم موجودی کافی در حساب افراد بوده است.

برگشت خوردن چک‌های افراد می‌تواند ناشی از عدم تطبیق واقعیت اقتصادی با انتظارات ذهنی افراد از آینده باشد، به عبارت دیگر فرد زمان کشیدن چک انتظار داشته بتواند بدهی خود را در سررسید معین پرداخت کند، اما به دلایلی مانند تورم یا نوسانات یا ... این اتفاق رخ نداده است. در نقطه مقابل بهترین عملکرد در وصول چک‌ها مربوط به استان‌های تهران و البرز بوده است. گزارش‌ها نشان می‌دهد در این استان‌ها تقریبا تنها ۱۱٫۵ درصد از چک‌های معامله شده وصول نشده و برگشت خورده‌اند.

در همین حال، امکان استعلام چک‌های در راه فراهم شد. سامانه چک از ۱۶ مهرماه در در راستای اجرای احکام قانون اصلاح قانون صدور چک راه‌اندازی شده و با استفاده از آن می‌توان از وضعیت چک‌های در راه آگاه شد. طبق اعلام بانک مرکزی، در پی اصلاح قانون صدور چک، ذی‌نفعان می‌توانند از وضعیت اعتباری صادرکننده چک شامل چک‌های برگشتی و در راه از طریق سرشماره معرفی شده بانک مرکزی، مطلع شوند. در راستای اجرای احکام قانون اصلاح قانون صدور چک به منظور ارتقای کارایی ابزار پرداخت چک و شفاف‌سازی سازوکارهای موجود برای فعالان این عرصه، خدمت اعلام وضعیت اعتباری صادرکننده چک به ذی‌نفعان، مشتمل بر مبالغ چک‌های برگشتی و چک‌های در راه وی از طریق سرشماره ۴۰۴۰۷۰۱۷۰۱ از تاریخ ۱۶ مهر سال جاری در دسترس عموم قرار دارد. ذی‌نفعان چک می‌توانند با ارسال پیامک به سرشماره ۴۰۴۰۷۰۱۷۰۱ از مجموع مبلغی چک‌های برگشتی صادرکننده چک اعم از چک‌های برگشتی رفع سوءاثرشده و نشده و مجموع مبلغی چک‌های در راه تسویه نشده، مطلع شوند. برای دریافت این سرویس ذی‌نفع چک باید کد دستوری زیر را به سرشماره ۴۰۴۰۷۰۱۷۰۱ ارسال کند:

*۱*۴*شناسه/کدملی ذی‌نفع*شناسه صیادی

استفاده‌کنندگان از سرویس پیامکی در صورتی که کد دستوری را به خاطر نداشته باشند، می‌توانند با ارسال عدد ۱ به سرشماره ۴۰۴۰۷۰۱۷۰۱ از راهنمای این سرویس بهره‌مند شوند. راهنمای سرویس نحوه صحیح ارسال پیامک را در اختیار استفاده‌کنندگان از سرویس قرار می‌دهد. این خدمت به ذی‌نفع چک کمک می‌کند تا با اخذ اطلاعات شفاف از سوابق صادرکننده چک نسبت به دریافت یا عدم دریافت چک تصمیم‌گیری کند.

اخبار

قیمت سکه ۳۵۰ هزار تومان کاهش یافت

سکه در کف کانال ۲۹ میلیونی

هر قطعه سکه بهار آزادی طرح جدید در بازار تهران با قیمت ۲۹ میلیون و ۱۰۰ هزار تومان معامله شد که در مقایسه با روز قبل بالغ بر ۳۵۰ هزار تومان کاهش را نشان می‌دهد. در جریان دادوستدهای روز دوشنبه در بازار تهران و براساس نرخ‌های اعلامی اتحادیه صنف فروشندگان و سازندگان طلا، جواهر، نقره و سکه تهران، قیمت هر قطعه سکه بهار آزادی طرح جدید با کاهش ۳۵۰ هزار تومانی به کف کانال ۲۹ میلیون تومان رسید. قیمت سکه بهار آزادی طرح قدیم نیز با ۴۰۰ هزار تومان کاهش قیمت در مقایسه با روز قبل با رقم ۲۵ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان داد و ستد شد. قیمت نیم‌سکه ۱۵ میلیون و ۳۵۰ هزار تومان، ربع سکه ۱۰ میلیون و ۴۰۰ هزار تومان و سکه گرمی نیز با نرخ ۵ میلیون و ۷۵۰ هزار تومان معامله شد. قیمت هر گرم طلای ۱۸ عیار در بازار طلای تهران ۲ میلیون و ۴۸۴ هزار تومان داد و ستد شد. بهای هر اُنس طلا در بازارهای جهانی نیز یک هزار و ۹۹۵ دلار اعلام شد.

همچنین در معاملات مرکز مبادله ارز و طلای ایران، قیمت هر اسکناس دلار آمریکا در مقایسه با روز قبل، هفت تومان افزایش داشت؛ در حالی که نرخ هر اسکناس یورو ۶۸ تومان کاهش یافت. بر پایه دادوستدها در مرکز مبادله ارز و طلای ایران، هر اسکناس دلار آمریکا به ۴۱ هزار و ۲۶۵ تومان و نرخ حواله دلار به ۳۷ هزار و ۵۱۳ تومان رسید که نسبت به روز قبل به ترتیب ۷ تومان و ۶ تومان افزایش داشت. قیمت هر اسکناس یورو در مرکز مبادله ایران به ۴۳ هزار و ۵۳۶ تومان رسید که نسبت به روز قبل با کاهش ۶۸ تومانی قیمت مواجه شد. همچنین نرخ حواله یورو نیز با ۶۲ تومان کاهش قیمت برابر ۳۹ هزار و ۵۷۸ تومان رسید. از سوی دیگر، اسکناس درهم امارات ۱۱هزار و ۲۳۶ تومان ارزش‌گذاری شد و نرخ حواله درهم نیز ۱۰ هزار و ۲۱۴ تومان است.

وام جدید مسکن را چند بخریم؟

در حال حاضر زوجین ساکن شهر تهران که دارای چهار فرزند زیر ۲۰ سال هستند برای دریافت وام جدید یک میلیارد و ۹۲۰ میلیون تومانی باید تعداد ۳۹۲۰ برگه تسه با قیمت ۹۷ تا ۹۹ هزار تومانی خریداری کنند که جمع مبلغ برای دریافت وام مذکور حدود ۳۸۰ میلیون تومان می‌شود. به گزارش «ایسنا»، بانک مسکن در روز ششم آبان ماه ۱۴۰۲ اعلام کرد که سقف وام از محل خرید اوراق تسهیلات مسکن برای زوجین دارای فرزند تا دو برابر افزایش یافته است. به این ترتیب تسهیلات مذکور که تا پیش از این ۹۶۰ میلیون تومان بود تا یک میلیارد و ۹۲۰ میلیون تومان افزایش پیدا کرد، اما برای دریافت امتیاز هر ۵۰۰ هزار تومان از این تسهیلات باید یک برگ اوراق تسه خریداری کرد. قیمت این اوراق در حال حاضر بین ۹۷ تا ۹۹ هزار تومان است. بدین ترتیب برای دریافت وام یک میلیارد و ۹۶۰ میلیون تومانی باید ۳۹۲۰ برگه اوراق خریداری کرد که زوجین تهرانی باید حدود ۳۸۰ میلیون تومان هزینه کنند.

با توجه به اینکه وام مذکور در راستای جوانی جمعیت طراحی شده متاهل‌های ساکن تهران که فاقد فرزند هستند باید همانند قبل برای دریافت وام ۸۰۰ میلیون تومانی خرید تعداد ۱۶۰۰ برگه اوراق تسهیلات به اضافه ۱۶۰ میلیون تومان وام جعاله تعداد ۳۲۰ برگه جمعا ۱۹۲۰ برگه اوراق خریداری کنند که با قیمت ۹۷ هزار تومانی باید ۱۸۶ میلیون و ۲۴۰ هزار تومان هزینه کنند.

مجردهای تهرانی نیز می‌توانند ۴۰۰ میلیون تومان وام خرید به اضافه ۱۶۰ میلیون تومان تسهیلات جعاله دریافت کنند که با این حساب باید ۸۰۰ برگه برای وام خرید و ۳۲۰ برگه برای جعاله جمعا به تعداد ۱۱۲۰ فقره خریداری کنند. بنابراین باید ۱۰۸ میلیون و ۶۴۰ هزار تومان پرداخت کنند.

سقف این تسهیلات برای مراکز استان و شهرهای با جمعیت بیش از ۲۰۰ هزار نفر برای مجردها به ۳۲۰ و برای زوجین به ۶۴۰ میلیون تومان رسیده است. با توجه به اینکه مجردها باید ۶۴۰ برگه و متاهل‌های ساکن این شهرها نیز باید ۱۲۸۰ برگه تسهیلات مسکن خریداری کنند، مجردها باید ۶۲ میلیون و ۸۰ هزار تومان و متاهل‌ها نیز ۱۲۴ میلیون و ۱۶۰ هزار تومان پرداخت کنند.

اما درخصوص وام یک میلیارد و۹۲۰ میلیون تومانی چنانچه خانواده‌ای دارای چهار فرزند زیر ۲۰ سال سن بوده و پدر به همراه فرزندان متولد شهر تهران باشند؛ براساس قانون «حمایت از خانواده و جوانی جمعیت» این خانواده در حالت انفرادی می‌تواند علاوه بر ۴۰۰ میلیون تومان تسهیلات خرید مسکن به ازای هر فرزند ۱۰۰ میلیون دیگر و در مجموع تا سقف ۸۰۰ میلیون تومان برای خرید مسکن و همچنین برای تعمیر مسکن علاوه بر ۱۶۰ میلیون تومان، به ازای هر فرزند ۴۰ میلیون تومان و به عبارتی تا ۳۲۰ میلیون تومان در قالب تسهیلات جعاله از محل اوراق ممتاز بانک مسکن استفاده کند. به طور مثال، اگر زوجین دارای یک فرزند کمتر از ۲۰ سال باشند به ازای هر ۸۰۰ میلیون تومان تسهیلات خرید مسکن زوجین می‌توانند ۲۰۰ میلیون تومان و به ازای ۱۶۰ میلیون تومان جعاله می‌توانند ۴۰ میلیون تومان دریافت کنند. لذا به این زوج علاوه بر ۹۶۰ میلیون تومان قبلی ۲۴۰ میلیون تومان بابت فرزندشان تعلق می‌گیرد که مجموعا می‌توانند یک میلیارد و ۲۰۰ میلیون تومان دریافت کنند.

زوجین دارای دو فرزند نیز به این ترتیب می‌توانند به ازای هر فرزند ۲۰۰ میلیون تومان بابت وام ۸۰۰ میلیون تومانی زوجین (مجموعا ۴ فقره وام ۱۰۰ میلیون تومانی خرید) و ۴۰ میلیون تومان بابت جعاله (مجموعا ۲ فقره وام ۴۰ میلیون تومانی) بگیرند که ۴۸۰ میلیون تومان می‌شود. با این حساب به خانواده‌های دارای دو فرزند یک میلیارد و ۴۴۰ میلیون تومان تعلق می‌گیرد. همچنین به خانواده‌های دارای سه فرزند ۷۲۰ میلیون تومان افزوده می‌شود که مجموعا یک میلیارد و ۶۸۰ میلیون تومان است. خانواده‌های دارای چهار فرزند زیر ۲۰ سال نیز می‌توانند ۹۶۰ میلیون تومان بابت طرح جوانی جمعیت وام بگیرند که مجموعا یک میلیارد و ۹۲۰ میلیون تومان می‌شود.

سقف تسهیلات قابل استفاده زوجین در شهر تهران از محل اوراق ممتاز برای خرید مسکن یک میلیارد و ۶۰۰ میلیون تومان و جعاله مسکن ۳۲۰ میلیون تومان است. البته طبیعتا متاهل‌های دارای فرزند در شهرستان‌ها نیز می‌توانند از طرح مذکور مبنی بر دو برابر شدن مبلغ وام استفاده کنند. دوره بازپرداخت تسهیلات موضوع این دستورالعمل در تقسیط به روش ساده، به ازای هر فرزند زیر ۲۰ سال سن، به میزان دو سال (در مجموع برای پنج فرزند و حداکثر تا سقف ۱۰ سال) قابل افزایش است. در حال حاضر زمان بازپرداخت وام اوراق ۱۲ سال است که طبق طرح جوانی جمعیت می‌تواند تا ۲۲ سال افزایش پیدا کند. اعطای این تسهیلات مشروط به آن است که نرخ باروری شهرستان محل تولد پدر و فرزند بالاتر از ۲.۵ نباشد. با توجه به مهلت زمان اجرای قانون، اعطای تسهیلات موضوع این دستورالعمل حداکثر تا آبان ماه ۱۴۰۷ امکان‌پذیر خواهد بود.

خبرنامه

سهامداران حوصله کنند

بورس تعطیل نمی‌شود

بازار سرمایه در روزهای اخیر تحت تاثیر ریسک‌های غیراقتصادی با نوساناتی مواجه شد و شاخص کل بورس تهران، کانال ۲ میلیون واحدی را پس از مدت‌ها از دست داد؛ اگرچه در دو روز معاملاتی اخیر شاخص کل مجددا رشد کرده و با افزایش بیش از ۲۰ هزار واحدی در معاملات روز دوشنبه به سطح یک میلیون و ۹۸۱ هزار واحد رسید. به دنبال نوسانات روزهای اخیر، مباحثی درباره تعطیلی بورس تهران مطرح شد که سخنگوی بازار سرمایه آن را منتفی دانست. در همین زمینه یک کارشناس اقتصاد کلان می‌گوید: بازار سرمایه به وقایع و تحولات سیاسی واکنش نشان داده، اما شرایط سیاسی و اقتصادی به گونه‌ای نیست که سراغ تعطیلی بورس برویم. در این شرایط بهتر است سهامداران درنگ و حوصله بیشتری نشان دهند.

«حسین درودیان» با بیان اینکه تجربه نشان داده کشور و سیاستگذاران در سال‌های گذشته توانسته‌اند بحران‌ها را مدیریت کنند، به «ایسنا» توضیح داد: در ماه‌های اخیر به دلیل گشایشی که در روابط خارجی و در بحث ارز شاهد بودیم، انتظارات تورمی در کشور فروکش کرد، اما متناسب با کاهش انتظارات تورمی، سودهای بانکی کاهش نیافت. با وجود پایین بودن انتظارات تورمی نسبت به نرخ بهره، میل و رغبت به خرید سهام کاهش یافته و این امر موجب شده است تا بازار نقدینگی کافی نداشته باشد. به گفته «درودیان»، تحولات سیاسی به ویژه تحولاتی که منجر به محدودیت در تعاملات بین‌المللی شود و آسیب‌هایی را به اقتصاد کشور تحمیل کند به طور قطع روی بازار تاثیر گذاشته و بازار نسبت به آن واکنش نشان خواهد داد. بنابراین بهتر است افراد و سهامداران بازار سرمایه در شرایط بحرانی و ویژه، درنگ بیشتری داشته باشند؛ چراکه شرایط سیاسی و اقتصادی به حدی نیست که سراغ تعطیلی بورس برویم.

او با بیان اینکه باید اجازه بدهیم بازار راه خود را برود، گفت: این مناقشات طولانی نیست و به طور قطع تصمیمات هیجانی متضررانی خواهد داشت. کسانی که در شرایط بحرانی تصمیم ناگهانی و هیجان‌زده نگرفته باشند، در آینده تصمیمات با کیفیت‌تری خواهند گرفت.

گفتنی است در روزهای اخیر بورس استانبول تعطیل شد و در همین راستا برخی افراد با استناد به نوسانات اخیر بازار سرمایه درباره لزوم تعطیلی بورس تهران سخن گفتند که «مجید عشقی» رئیس سازمان بورس، تصمیم‌گیری در این زمینه را در اختیارات شورای عالی بورس دانست، اما گفت که نوسانات اخیر از ریسک‌های سیاسی نشأت گرفته است که قطعا کنترل خواهد شد. از طرف دیگر صندوق توسعه ملی متعهد شده است تا پایان سال ۶۰۰۰ میلیارد تومان به بورس پرداخت کند که تاکنون ۳۸۰۰ میلیارد تومان از این مبلغ پرداخت شده و ۴۰۰ میلیارد تومان از این رقم نیز روز یکشنبه همین هفته واریز شد. در همین روز «امیرمهدی صبائی»، سخنگوی سازمان بورس نیز در توئیتی نوشت که با توجه به شایعات مطرح شده در فضای مجازی پیرامون تداوم فعالیت بازار سرمایه، به اطلاع می‌رساند هیچ پیشنهادی درخصوص توقف معاملات در دستور کار قرار ندارد.

به زودی از سامانه رونمایی می‌شود

درگذشت ۳,۷ میلیون نفر از سهامداران عدالت

از سال ۱۳۸۴ تاکنون بیش از ۳ میلیون و ۷۰۰ هزار نفر از سهامداران سهام عدالت درگذشته‌اند؛ در راستای انتقال سهام عدالت متوفیان، قرار است به‌زودی از سامانه میراث به جهت انتقال مکانیزه دارایی متوفیان رونمایی شود. «محمود حسنلو»، معاون فناوری و توسعه نوآوری شرکت سپرده‌گذاری مرکزی اوراق بهادار در همایش تشریح فرآیند انتقال سهام عدالت متوفیان به وراث، از سامانه تسهیم هوشمند و انتقال مکانیزه دارایی متوفیان سهام عدالت به وراث ایشان (سامانه میراث) خبر داد و به گفته او، رونمایی از این سامانه دغدغه حدود ۱۵ میلیون نفر را حل و فصل می‌کند.

«حسنلو» با بیان اینکه بیش از ۳ میلیون و ۷۰۰ هزار نفر سهامدار سهام عدالت از سال ۱۳۸۴ درگذشته‌اند، افزود: در حال حاضر بیش از ۴۴ میلیون نفر در سامانه سجام ثبت نام کرده‌اند که این موضوع برای شرکت‌های کارگزاری یک فرصت ویژه را شکل داده است. در موضوع تقسیم قهری سهام عدالت به وراث نیز مجددا یک فرصت نهفته برای کارگزاران به وجود می‌آید و با توجه به اینکه بیش از ۳ میلیون و ۷۰۰ هزار متوفی سهام عدالت در ایران وجود دارد، پیش‌بینی می‌کنیم که یک جامعه حدود ۱۵ میلیون نفری برای ورود به بازار سهام در انتظار صنعت کارگزاری باشند که می‌تواند یک فرصت بزرگ و مغتنم برای کارگزاران در جهت جذب مشتریان جدید باشد. او با اعلام اینکه اجرای طرح انتقال سهام متوفیان سهام عدالت به وراث براساس زمانبندی و سال فوت آنها خواهد بود، افزود: شرکت سپرده‌گذاری مرکزی در ادامه مسیر تحول دیجیتال خود با رونمایی از سامانه (میراث) در روزهای آتی تقسیم هوشمند و انتقال مکانیزه دارایی متوفیان سهام عدالت به وراث را به صورت الکترونیک انجام می‌دهد و پیش‌بینی می‌کنیم تا قبل از پایان سال جاری انتقال سهام عدالت همه متوفیان به وراث تعیین تکلیف شود. به گفته وی، شرکت سپرده‌گذاری مرکزی در فرآیند تسهیم و انتقال هیچ‌گونه پیامکی از سرخط‌های شماره‌دار و بدون ماسک ارسال نمی‌کند، این پیامک‌ها بی‌اعتبار است و مردم نباید به این پیامک‌ها توجه کنند. گفتنی است که وراث سهام عدالت می‌توانند برای دریافت جدول زمان‌بندی و تشکیل پرونده به درگاه ذی‌نفعان بازار سرمایه به آدرس ddn.csdiran.ir و برای اطلاع از آخرین اخبار و رویدادهای این طرح ملی به سایت اینترنتی شرکت سپرده‌گذاری مرکزی به نشانی www.csdiran.ir مراجعه کنند.

پرداخت ۷۱ هزار میلیارد سود نقدی به سهامداران

از ابتدای سال تا هفته اول آبان، ۷۱ هزار میلیارد تومان سود از طریق اطلاعات سامانه سجام به حساب سهامداران واریز شد. اطلاعات منتشرشده از سوی شرکت سپرده‌گذاری مرکزی اوراق بهادار و تسویه وجوه درخصوص جزییات واریز سود سهامداران در هفته اول آبان ماه امسال حاکی از آن است که ۱۶ ناشر سود جاری و سنواتی ۵۲۱ هزار و ۸۲۹ سهامدار را که شامل یک هزار و ۸۰ میلیارد تومان می‌شود را با حساب سجامی سرمایه‌گذاران واریز کرده‌اند.

بنابر این گزارش در هفته اول آبان ماه امسال، ۱۴ شرکت «سرمایه‌گذاری تدبیرگران فارس و خوزستان، اقتصادی و خودکفایی آزادگان، تولید ژلاتین کپسول ایران، صنایع مس شهید باهنر، گروه صنعتی و معدنی امیر، داروسازی تهران دارو، تراکتورسازی ایران، ایران خودرو دیزل، لبنیات پاک، سوژمیران، کی‌بی‌سی، ایران تایر، چرخشگر وکاغذپارس» سود جاری ۴۲۷ هزار و ۱۲۲ سهامدار که شامل یک هزار و ۲۰ میلیارد تومان می‌شود را توسط سمات و از طریق سامانه سجام واریز کرده‌اند. در این گزارش آمده که در هفته ابتدایی آبان ماه امسال، دو ناشر «های‌وب و تکنوتار» سود جاری ۹۴ هزار و ۷۳۷ سهامدار که شامل ۶۰ میلیارد و ۳۲۹ میلیون تومان می‌شود را توسط سمات و از طریق سامانه سجام واریز کرده‌اند. همچنین آمارهای منتشرشده از سوی شرکت سپرده‌گذاری مرکزی اوراق بهادار و تسویه وجوه نشان می‌دهد که از ابتدای سال ۱۴۰۲ تا پایان هفته اول آبان ماه، سود جاری و سنواتی ۵۴۶ ناشر، متعلق به ۵۵ میلیون و ۱۰۳ هزار سهامدار که شامل ۷۱ هزار و ۵۱ میلیارد تومان می‌شود را توسط سمات و از طریق سامانه سجام واریز شده است.

ورود سرمایه حقیقی به بازار سهام پس از ۲ هفته

صعود بورس ۲ برابر شد

فرصت امروز: شاخص کل بورس تهران در معاملات روز دوشنبه، دو برابر روز یکشنبه رشد کرد. شاخص کل در دومین روز هفته ۱۰ هزار واحد بالا آمد و دیروز در سومین روز هفته بیش از ۲۰ هزار واحد صعود کرد. شاخص کل بورس با این صعود ۲۰ هزار واحدی به سطح ۲ میلیون واحدی نزدیک‌تر شد. جریان خروج پول حقیقی نیز پس از ۹ روز معاملاتی بالاخره متوقف شد و ۸۴ میلیارد تومان پول حقیقی به بازار سهام وارد شد.

در معاملات روز دوشنبه ۸ آبان ماه، شاخص کل بورس ۲۰ هزار و ۲۶۲ واحد نسبت به روز کاری قبل بالاتر ایستاد و به سطح یک میلیون و ۹۸۱ هزار واحد رسید. شاخص کل هم‌وزن نیز با رشد ۱۱ هزار و ۱۱۲ واحدی در تراز ۶۷۰ هزار و ۱۱۷ واحدی ایستاد. در آن سوی بازار هم شاخص کل فرابورس با رشد ۲۷۹ واحدی به رقم ۲۴ هزار و ۳۴۰ واحد و شاخص هم‌وزن فرابورس با افزایش ۲ هزار و ۶۱۳ واحدی به سطح ۱۱۸ هزار و ۷۹۳ واحد رسید. خالص تغییر مالکیت حقوقی به حقیقی بازار پس از ۹ روز معاملاتی مثبت شد و ۸۴ میلیارد تومان پول حقیقی به بازار سهام وارد شد. نماد شگویا بیشترین ورود پول حقیقی را داشت که ارزش آن ۱۸ میلیارد تومان بود. پس از شگویا، نمادهای کماسه، ثپردیس، حفاری و غبهنوش بیشترین ورود پول حقیقی را داشتند. در میان گروه‌ها نیز گروه محصولات شیمیایی بیشترین ورود سرمایه را ثبت کرد. در سوی دیگر، بیشترین خروج پول حقیقی به نمادهای نیان، خودرو، خساپا، بپاس و شلرد تعلق داشت

فولاد، شستا و شپنا از جمله نمادهای سبزپوش بورس بودند که بیشترین اثر را در رشد شاخص کل داشتند. در مقابل جم، مبین و رانفور از نمادهای قرمز بودند که اثر منفی بر شاخص داشتند. در فرابورس نیز نمادهای شگویا، خاور و وسپهر بیشترین اثر افزایشی را بر شاخص داشتند و نمادهای مارون، ارفع و نیان با بیشترین اثر کاهنده بر شاخص کل همراه شدند. در بین نمادهای پرتراکنش بورس نماد خگستر بیشترین تراکنش را داشت و سصفها و خودرو در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند. در فرابورس نیز نیان، خاور و کرمان بیشترین تراکنش را داشتند.

ارزش معاملات کل بازار سهام به ۲۳۳ هزار و ۶۵۸ میلیارد تومان رسید. ارزش معاملات اوراق بدهی در بازار ثانویه ۲۲۵ هزار و ۱۴۸ میلیارد تومان بود که ۹۶۹ درصد از ارزش کل معاملات بازار را در این روز شامل می‌شود. ارزش معاملات خرد نیز با افزایش ۱۱ درصدی به نسبت روز معاملاتی قبل به رقم ۳ هزار و ۸۰۴ میلیارد تومان رسید. نماد خگستر بیشترین ارزش معاملات بازار سهام را به خود اختصاص داد که ارزش معاملات آن ۸۷ میلیارد تومان بود. پس از خگستر، خودرو بیشترین ارزش معاملات را داشت و فاذر رتبه سوم بیشترین ارزش معاملات را به خود اختصاص داد و پس از آن، دو نماد ثشاهد و نیان در رتبه‌های بعدی بیشترین ارزش معاملات قرار گرفتند. در جدول حجم معاملات نیز سهام فاذر با تعداد ۲۹۶ میلیون و ۸۶۵ هزار و ۹۰۸ سهم در صدر قرار گرفته است. شستا در رتبه دوم بیشترین حجم معاملات بازار قرار گرفت و رتبه سوم به خودرو تعلق داشت. دو نماد خگستر و خساپا نیز در رتبه‌های بعدی بیشترین حجم معاملات بازار قرار داشتند. در معاملات روز گذشته، ۷۸ نماد صف خرید داشتند و ۵۸ نماد با صف فروش مواجه شدند. مجموع ارزش صف‌های خرید با افت ۹ درصدی نسبت به روز کاری قبل به ۲۴۱ میلیارد تومان کاهش یافت و مجموع ارزش صف‌های فروش نیز با کاهش ۲۴ درصدی به ۵۰۳ میلیارد تومان رسید. براساس این گزارش، شاخص کل بورس تهران در معاملات هشتمین روز آبان به روند صعودی خود ادامه داد تا پس از افت‌های چند روز اخیر دوباره به عدد ۲ میلیون واحد نزدیک شود و به نوعی در بازار سرمایه با این اعداد و ارقام آبروداری کرده باشند. ارزش معاملات در این روز به عدد ۵ هزار میلیارد تومان نزدیک شده و ارزش بازار بورس تهران در محدوده‌های کمتر از ۷ هزار همتی ایستاد. اخابر نمادی بود در که در روز گذشته باز هم مورد توجه اهالی بازار سرمایه قرار گرفت تا باز هم بحث تجدید ارزیابی دارایی‌ها بر سر زبان‌ها قرار بگیرد که البته اهالی بازار امیدوار هستند که این موضوع تنها خبردرمانی برای حفظ سطح شاخص نباشد و این موضع جامه عمل به خود بگیرد. از سویی این طرح نیز همچنان مخالفانی، آن هم درخصوص بحث استهلاک‌های انباشته را به همراه دارد. گروه خودرویی بیش از ۳۱۹ میلیارد تومان ارزش معاملاتی به خود گرفت و باز هم در صدر برترین‌ها قرار گرفت تا پس از آن گروه انبوه‌سازی برای چندمین هفته متوالی جز هفت گروه برتر بازار سرمایه درخصوص ارزش معاملاتی قرار داشته باشد. در این گروه و در جریان معاملات این روز نمادهای ثفارس، ثپردیس، ثالوند و ثرود بیشترین خریدار را به خود دید؛ به طوری که تا دقایق پایانی بازار، این نمادها صف‌های خرید خود را حفظ کرده بودند.

اما در هفته ابتدایی آبان ماه و با وضعیت بد شاخص بورس تهران، تنها تک نمادهایی بودند که رخ مثبتی و بازدهی خوب را به خود گرفته بودند نمادهایی مثل بالبر که بازدهی حدود ۱۹ درصدی را برای خود ثبت کرده و نماد سبهان که توانست در بازار بورس تهران بازدهی ۱۷ درصدی را ثبت و ضبط کند، اما در بازار فرابورس نیز نمادهای نیان و ثرود بهترین عملکرد را برای هفته ابتدایی آبان ثبت کردند و به ترتیب با رشد ۱۰ و ۸ درصدی از افت‌های آبان ماه جان سالم به در بردند، اما بیش از ۹۰ درصد نمادها در هفته ابتدایی آبان، بازدهی منفی را در کارنامه خود قرار دادند.

شاخص کل بورس مدتی است که با ناملایمت‌هایی همراه شده و در کمتر از یک ماه کاری دو بار با افت‌های بیش از ۵۱ هزار واحدی همراه شده است که موجب شده تا از میانگین ۵۵ روزه خود فاصله بگیرد و برای سومین بار خود را به محدوده یک میلیون و ۹۵۰ هزار واحدی نزدیک کند. اهالی تکنیکالیست بازار معتقد بودند که بازار می‌تواند با انتشار گزارش‌های ماهانه و نزدیک شدن به گزارش شش ماهه، کمی از افت‌ها را جبران کند و وارد فاز صعودی شود. این واگرایی باعث افزایش بیش از ۱۰ درصدی در شاخص کل شد، اما مهرماه رویه خوبی برای شاخص رقم نخورد و بازار بار دیگر منفی شد تا اینکه واگرایی دوم با وقوع جنگ در غزه نمایان شد. تکنیکالیست‌ها معتقدند واگرایی‌ها می‌تواند برای سه بار در یک محدوده حمایتی یا کف قیمتی رخ دهد. با کمی اغماض می‌توان گفت که افت بیش از ۵۱ هزار واحدی شاخص برای دومین بار در طول یک ماه، واگرایی سوم در اندیکاتور RSI و شاخص کل را رقم زد.

مشارکت ۴ برابری مردان نسبت به زنان در تابستان ۱۴۰۲

بیکاری در کدام دهک بالاتر است؟

با بررسی نرخ بیکاری استان‌های کشور می‌توان به میانگین نرخ بیکاری کشوری ۷,۹ درصدی در تابستان امسال رسید. بیشترین میزان بیکاری به ترتیب در استان‌های آذربایجان شرقی با ۱۲,۵ درصد، آذربایجان غربی با ۱۱,۵ درصد، اردبیل با ۱۱,۱ درصد و اصفهان و البرز با ۱۰,۳ درصد به چشم می‌خورد. نرخ مشارکت اقتصادی نیز در تابستان امسال نسبت به تابستان سال گذشته ۰,۶ درصد افزایش یافت. زنان فارغ‌التحصیل بیکار به طور میانگین، سهمی معادل ۶۸,۸ درصد از کل بیکاران کشور را داشته‌اند.

اشتغال افراد جامعه یکی از مسائل اقتصادی مهم در هر کشوری است و همواره سیاستمداران به دنبال افزایش اشتغال و کاهش نرخ بیکاری هستند. آخرین گزارش مرکز آمار نشان می‌دهد نرخ بیکاری در تابستان ۱۴۰۲ به ۷,۹ درصد رسیده و روندی کاهشی نسبت به فصل بهار داشته است. در ادبیات اقتصادی به فردی بیکار گفته می‌شود که در سن کار یعنی ۱۵ تا ۶۵ سال باشد و به دنبال یافتن شغل باشد اما قادر به یافتن شغل یا منبع درآمدی نباشد. با بررسی داده‌های جمعیت کشور در گروه‌های سنی می‌توان مشاهده کرد که از کل جمعیت کشور حدود ۶۴.۴ میلیون نفر ۱۵ساله و بیشتر هستند و از بین آنها حدود ۲۶.۸ میلیون نفر افراد فعال را تشکیل می‌دهند. افراد فعال نیز مجموع گروه شاغلین و بیکاران است یا مجموع افرادی که توانایی کار کردن را دارند.

براساس داده‌های مرکز آمار، میزان جمعیت شاغل ۱۵ ساله و بیشتر در کشور از حدود ۲۲.۵ میلیون نفر در سال ۱۳۹۵ به ۲۴.۶ میلیون نفر افزایش پیدا کرده و رشدی ۹.۵ درصدی داشته است. از سوی دیگر، میزان جمعیت بیکار ۱۵ ساله و بیشتر در کشور از حدود ۳ میلیون و ۱۹۸ هزار نفر در سال ۱۳۹۵ به ۲ میلیون و ۱۱۶ هزار نفر کاهش پیدا کرده و کاهش ۳۳ درصدی داشته است. از طرف دیگر، براساس گزارش‌های مرکز آمار در تابستان ۱۴۰۲ تعداد افراد بیکار در گروه‌های سنی ۱۵ تا ۲۴ ساله که گروه جمعیتی جوان کشور را تشکیل می‌دهند، به ۵۳۶ هزار و ۱۸۱ نفر رسید و نرخ بیکاری ۲۰,۱ درصدی را برای این گروه سنی به ثبت رساند. همچنین نرخ بیکاری مردان در گروه سنی ۱۵ الی ۲۴ ساله حدود ۱۷,۴ درصد و نرخ بیکاری زنان این گروه سنی ۳۰,۴ درصد بوده است.

با بررسی نرخ مشارکت اقتصادی گروه سنی ۱۵ سال و بیشتر می‌توان مشاهده کرد که نرخ مشارکت اقتصادی افراد در تابستان ۱۴۰۲ به ۴۱.۶ درصد رسیده است. نرخ مشارکت اقتصادی افراد در تابستان امسال نسبت به تابستان سال گذشته تنها ۰.۶ درصد افزایش داشته است. میانگین نرخ مشارکت اقتصادی ۱۵ ساله‌ها و بیشتر طی دو دهه گذشته حدود ۴۲.۱ درصد بود. همچنین با بررسی میزان نرخ مشارکت اقتصادی جمعیت ۱۵ ساله و بیشتر طی دو دهه گذشته می‌توان دریافت که نرخ مشارکت اقتصادی از ۴۶.۶ درصد در سال ۱۳۸۵ به ۴۱.۶ در سال ۱۴۰۲ رسیده و کاهشی ۵ درصدی را تجربه کرده است.

به گزارش «اقتصاد آنلاین»، نرخ مشارکت اقتصادی نیروی کار نشان‌دهنده نسبت افراد فعال یا همان مجموع افراد شاغل و بیکار به کل جمعیت در سن کار است. در واقع نرخ مشارکت اقتصادی مشخص می‌کند که چند درصد از افرادی که توانایی کار کردن را دارند، مشغول به کار و یا حتی به دنبال کار هستند. همزمان با کاهش نرخ مشارکت اقتصادی نیروی کار، نرخ بیکاری نیز کاهش می‌یابد. در واقع کاهش بیشتر و بی‌سابقه نرخ بیکاری به ۷.۹ درصد به علت کاهش مشارکت اقتصادی نیروی کار بوده است.

براساس داده‌های مرکز آمار و با بررسی سهم بیکاران تحصیلکرده از کل بیکاران می‌توان مشاهده کرد که در تابستان امسال حدود ۴۲.۸ درصد از کل بیکاران کشور در گروه فارغ‌التحصیلان آموزش عالی قرار دارند. از میان این فارغ‌التحصیلان بیکار، مردان فارغ‌التحصیل بیکار سهمی معادل ۳۰.۵ درصد را به خود اختصاص دادند و زنان فارغ‌التحصیل بیکار نیز سهم بیشتری معادل ۶۶.۳ درصدی را دارند. سهم زنان فارغ‌التحصیل بیکار دو برابر سهم مردان فارغ‌التحصیل بیکار از کل بیکاران کشور است.

سهم کل فارغ‌التحصیلان آموزش عالی بیکار نسبت به سال گذشته افزایشی بوده و رشدی ۲.۸ درصدی را داشته است. سهم فارغ‌التحصیلان کل و زنان و مردان بیکار طی سال‌های ۱۳۹۷ الی تابستان ۱۴۰۲ مورد بررسی قرار گرفته است. در این سال‌ها مردان فارغ‌التحصیل بیکار به طور میانگین، سهمی به میزان ۲۸ درصد از کل بیکاران کشور را داشته‌اند. از طرف دیگر، زنان فارغ‌التحصیل بیکار به طور میانگین، سهمی معادل ۶۸.۸ درصد از کل بیکاران کشور را داشته‌اند.

از سوی دیگر، استان یزد با نرخ بیکاری معادل ۵.۱ درصد جایگاه نخست در کمترین میزان نرخ بیکاری در بین استان‌های کشور را به خود اختصاص داده است. بعد از آن، استان‌های همدان، هرمزگان، مرکزی و مازندران به ترتیب با نرخ بیکاری ۵.۱ درصد، ۶.۲ درصد، ۶.۳ درصد و ۶.۴ درصد جایگاه‌های دوم تا پنجم کمترین میزان نرخ بیکاری در کشور قرار دارند.

در استان‌هایی که میزان نرخ بیکاری بیشتری نسبت به سایر استان‌ها وجود دارد، میزان نرخ مشارکت اقتصادی در آنها نسبت به سایر استان‌ها کمتر است. به طوری که استان آذربایجان شرقی با نرخ بیکاری ۱۲.۵ درصد بیشترین میزان بیکاری نیروی کار را به خود اختصاص داده است و نرخ مشارکت اقتصادی در این استان به کمترین میزان نسبت به سایر استان‌ها رسیده است که معادل ۳۴.۸ درصد است. در واقع نرخ بیکاری با نرخ مشارکت اقتصادی نیروی کار سنجیده می‌شود تا نتیجه درست‌تری حاصل گردد.

زنان و مردان به عنوان نیروهای کار در بازار کار از جنبه‌های مختلفی همچون، میزان درآمد دریافتی، نوع شغل، نرخ مشارکت، نرخ بیکاری و ... متفاوت هستند. بررسی میزان نرخ بیکاری زنان و مردان طی سال‌های ۱۳۹۵ الی تابستان ۱۴۰۲ نشان می‌دهد که نرخ بیکاری مردان از ۱۰.۵ درصد در سال ۱۳۹۵ به ۶.۳ درصد در تابستان ۱۴۰۲ رسیده و به میزان ۴.۲ درصد کاهش پیدا کرده است. از سوی دیگر، نرخ بیکاری زنان از ۲۰.۷ درصد در سال ۱۳۹۵ به ۱۵.۴ درصد در تابستان ۱۴۰۲ رسیده و به میزان ۵.۳ درصد کاهش یافته است. نرخ بیکاری زنان در سال ۱۳۹۵ حدود ۱.۹ برابر نرخ بیکاری مردان بوده و این نسبت در تابستان سال جاری به ۲.۴ برابر رسیده است.

نرخ مشارکت اقتصادی مردان از ۷۰.۴ درصد در سال ۱۳۹۵ به ۶۸.۶ درصد در تابستان ۱۴۰۲ رسیده و به میزان ۱.۸ درصد کاهش پیدا کرده است. از سوی دیگر، نرخ مشارکت اقتصادی زنان از ۱۶.۳ درصد در سال ۱۳۹۵ به ۱۴.۶ درصد در تابستان ۱۴۰۲ رسیده و به میزان ۱.۷ درصد کاهش یافته است. نرخ مشارکت اقتصادی مردان در سال ۱۳۹۵ حدود ۴.۳ برابر نرخ مشارکت اقتصادی زنان بوده و این نسبت در تابستان سال جاری به ۴.۶ برابر رسیده است. نرخ پایین مشارکت اقتصادی زنان در بازار کار بنا به دلایلی همچون نگهداری از فرزندان و خانه‌داری و سایر عوامل منجر به افزایش نرخ بیکاری آنها در جامعه شده است.

همچنین در میان دهک‌های درآمدی و مطابق داده‌های مرکز آمار، حدود ۵۷.۶۴ درصد از خانوارهای شهری در دهک هزینه‌ای اول هیچ شغلی ندارند و بیکار هستند. میزان بیکاری خانوارهای شهری در دهک هزینه‌ای دوم در سال ۱۴۰۱ حدود ۳۷.۳۲ درصد می‌باشد. همچنین، میزان بیکاری خانوارهای شهری در دهک‌های هزینه‌ای سوم، چهارم، پنجم، ششم، هفتم، هشتم، نهم و دهم به ترتیب حدود ۳۰.۵۶ درصد، ۲۸.۷۵ درصد، ۲۵.۲۱ درصد، ۲۶.۸۲ درصد، ۲۳.۵۵ درصد، ۲۶.۰۴ درصد، ۲۳.۶ درصد و ۱۸.۲۸ درصد است. در واقع، درصد بیکاران در خانوارهای شهری دهک هزینه‌ای اول حدود ۳۹.۳۶ درصد بیشتر از دهک هزینه‌ای دهم است.

نرخ بیکاری تأثیر قابل توجهی بر وقوع سرقت دارد. زمانی که افراد از پیدا کردن شغل در جامعه نا امید می‌شوند، ممکن است به سمت فعالیت‌های غیرقانونی سوق پیدا کنند. اگرچه برخی از افراد سعی می‌کنند تا با اشتغال در بازار غیررسمی (بدون بیمه، با دستمزد پایین‌تر، بدون قرارداد و به دور از چشم دولت) از خلاف دوری کنند، اما برخی از افراد نیز به دام کارهایی مانند سرقت می‌افتند. در سال‌هایی که نرخ بیکاری کاهش یافته، رشد سرقت نیز با کمی فاصله کمتر شده است. به عنوان مثال، می‌توان به سال‌های ۹۰ الی ۹۲ و یا ۹۷ الی ۱۴۰۰ اشاره کرد. از سوی دیگر، در سال‌هایی مانند ۹۵ و یا ۹۷ که نرخ بیکاری رشد داشته، سرقت نیز روندی صعودی را تجربه کرده است.

مطالعات بسیاری نشان می‌دهند شرایط بد اقتصادی، احتمال ابتلا افراد به اعتیاد را بالا می‌برد. هر زمان بیکاری نرخ‌های بالاتری را تجربه کرده، تعداد معتادان دستگیرشده در کشور پس از مدت کوتاهی افزایش یافته است. از سوی دیگر در سال‌هایی که نرخ بیکاری کاهش یافته و یا نرخ ثابتی را تجربه کرده، شاهد کاهش تعداد معتادان دستگیرشده هستیم. به طور کلی، نرخ بیکاری و معتادان دستگیرشده روند یکسانی را دنبال می‌کنند. همچنین افزایش نرخ بیکاری موجب می‌شود تا افراد از پیدا کردن شغل در جامعه ناامید شده و به فعالیت‌های مخربی مانند خرید و فروش مواد مخدر روی بیاورند. با رشد نرخ بیکاری، در مدت‌زمان کوتاهی (یک سال) تعداد کل دستگیرشدگان در ارتباط با مواد مخدر افزایش یافته است.

شماره:۰۲/۷۶فرصت

مفقودی

سندسبز- سند کمپانی و سندقطعی خودروی سواری پراید– تیپ:جی تی ایکس آی -برنگ:نقره‌ای متالیک –مدل:۱۳۸۳-متعلق به آقای سیدمحمد میرحسین نژاد – فرزند:سیدیحیی بشماره ملی : ۰۳۲۱۱۱۱۲۶۵ - شماره پلاک: ۳۸ ایران۲۸۵ د۳۶ بشماره موتور: ۰۰۹۰۸۶۶۹ شماره شاسی: S۱۴۱۲۲۸۳۲۹۷۰۱۵ مفقودگردیده واز درجه اعتبار ساقط می باشد .

اعلام مفقودی

برگ سبز خودرو سواری تاکسی پراید به شماره موتور۲۰۷۸۷۸۴ وشماره شاسی SI۴۸۲۲۸۶۲۲۰۵۴۱ وشماره انتظامی ایران ۶۸-۴۲۸ت۲۵ متعلق به آقای محمد شریف ملاویسی فرزند محمد سعید به شماره ملی ۳۷۸۰۵۵۳۹۷۱ مفقود گردیده وازدرجه اعتبار ساقط می باشد .

سازمان آگهی‌ها
۸۸۹۳۶۶۵۱

هیات موضوع قانون تعیین و 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 ۱۴۰۲۶۰۳۱۸۶۰۳۰۰۶۶۳۴ مورخ ۱۴۰۲/۵/۲۵ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ناحیه ۲ رشت، تصرفات مالکانه بلامعارض آقای ابراهیم رحیمی لاسکی فرزند حسن به شماره شناسنامه ۲۶۳ کد ملی ۲۵۹۴۲۹۰۳۸۶ صادره از رشت در قریه احمد گوراب در ششدانگ یک قطعه زمین مشتمل بر بنای احداثی به مساحت ۱۰۲/۰۷ متر مربع پلاک فرعی ۱۲۳۴ مفروز مجزی از پلاک ۲۱۴ از اصلی ۴۵ واقع در بخش چهار رشت خریداری از مالک رسمی آقای شرکت تعاونی مسکن دادگران قاسم ایران 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: ۱۴۰۲/۷/۲۳
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۸/۹
۱۹۲۰ م الف رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه دو رشت - سعید بدوی
۲۶۵

هیات موضوع قانون تعیین و 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 ۱۴۰۲۶۰۳۱۸۶۰۳۰۰۶۹۳۵ مورخ ۱۴۰۲/۶/۷ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ناحیه ۲ رشت، تصرفات مالکانه بلامعارض آقای کیوان محمدی فرزند ویسمراد به شماره شناسنامه ۱ به کد ملی ۳۳۶۹۸۴۶۳۰۶ صادره از سر پل ذهاب در قریه پستک در ششدانگ یک قطعه زمین مشتمل بر بنای احداثی مساحت ۳۶۹/۷۴ متر مربع بشماره پلاک فرعی ۷۴۹۶ مفروز مجزی از پلاک ۲۲ از اصلی ۵۶ واقع در بخش چهار رشت خریداری از مالک رسمی تقی قاسمی آلمانی و رضا رمضانی آلمانی 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: ۱۴۰۲/۷/۲۳
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۸/۹
۱۹۴۴ م الف رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه دو رشت - سعید بدوی
۲۶۶

آگهی مفقودی

برگ سبز خودروی سواری اپل کورسا به شماره انتظامی ۲۱ ایران ۶۲۶ ب ۴۳ شماره موتور ۱۹۲۳۲۴۶۴شماره شاسی۴۳۴۹۷۵۷R متعلق به اینجانب سعید رحیمی جعفر آبادی مفقودواز درجه اعتبار ساقط میباشد

رباط کریم

شماره:۰۲/۷۵فرصت

مفقودی

سندسبز- سندکمپانی خودروی سواری پژو- تیپ: ۴۰۵جی ال ایکس آی ۱/۸- برنگ:نقره ای متالیک -مدل:۱۳۸۵-متعلق به آقای کرمعلی چناقچی–فرزند:قدیمعلی بشماره ملی: ۵۳۸۸۸۱۹۲۵۶ - با شماره پلاک: ۷۸ ایران۲۷۶ ط ۱۷ شماره موتور: ۱۲۴۸۵۱۸۹۴۷۹ وشماره شاسی: ۲۴۲۵۷۲۴۵ مفقودگردیده واز درجه اعتبار ساقط می باشد .

آگهی موضوع ماده۳ قانون تعیین تکلیف اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

فوق‌قضائیه

در اجرای ماده ۳ قانون تعیین تکلیف اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی اسامی اشخاصی که باستناد مدارک ارائه شده از طریق هیات حل اختلاف موضوع قانون مذکورِ مستقر در ثبت خلخال تقاضای رسیدگی و ثبت و صدور سند مالکیت نسبت به مورد خریداری خود را نموده اند و مالکیت متصرفی و مفرزوی ایشان برابر آرای صادره از هیات مذکور تایید و به اداره ثبت اعلام گردیده که پس از اختصاص پلاک ثبتی مراتب بشرح ذیل در دو نوبت جهت اطلاع آگهی می شود:

ازبخش ۷ هروآباد خلخال ؛

۳۱ فرعی از۱۱۹۱ اصلی ، ششدانگ یکقطعه زمین محصورباعیانی احداثی درآن موردتقاضا و متصرفی آقای مظاهرسلیمی ؛ از مالکیت اولیه شرکت تعاونی فرهنگیان خلخال ؛ بمساحت۲۰۰مترمربع.

۱ فرعی از۱۲۱۷ اصلی ، ششدانگ یکقطعه زمین محصورباعیانی احداثی درآن موردتقاضا و متصرفی آقایان فرهاد وسجاد هردومسعودی؛ بالمناصفه ؛ از مالکیت اولیه ومشاعی آقای فرهادمسعودی ؛بمساحت۱۵۷۲/۴۶مترمربع.

۲ فرعی از۱۲۱۷ اصلی ، ششدانگ یکقطعه زمین محصورباعیانی احداثی درآن موردتقاضا و متصرفی آقایان فرهاد وسجاد هردومسعودی؛ بالمناصفه ؛ از مالکیت اولیه بنیاد مستضعفان ؛ بمساحت۴۶۷/۴۴مترمربع.

۳ فرعی از۱۲۱۷ اصلی ، ششدانگ یکقطعه زمین محصورباعیانی احداثی درآن موردتقاضا و متصرفی آقایان محمدتقی ومحمد هردوحکیم زاده؛ بالمناصفه ؛ از مالکیت اولیه آقای فرهادمسعودی ؛بمساحت۱۵۷/۳۴مترمربع.

۴ فرعی از۱۲۱۷ اصلی ، ششدانگ یکقطعه زمین محصورباعیانی احداثی درآن موردتقاضا و متصرفی آقایان محمدتقی ومحمد هردوحکیم زاده؛ بالمناصفه ؛ از مالکیت اولیه آقای فرهادمسعودی ؛بمساحت۱۹۱۸/۹مترمربع.

۹۶ فرعی از۱۲۹۵ اصلی ، ششدانگ یکباب انباری بامحوطه موردتقاضا و متصرفی آقای فرزاد چهری ؛از مالکیت اولیه خانم بدرالزمان رئیسی، بمساحت۱۲۱/۸۵مترمربع .

۱۴۵ فرعی از۱۳۰۶ اصلی ، ششدانگ یکقطعه زمین محصورباعیانی احداثی درآن موردتقاضا و متصرفی خانم فروهرفتحی نیای سنگاچین ؛ از مالکیت اولیه آقای سیدذبیح اله مرجائی ؛ بمساحت۲۴۹/۰۵مترمربع.

۱۶ فرعی از۱۳۱۳ اصلی ، ششدانگ یکباب ساختمان مسکونی نیمه کاره ومحوطه موردتقاضا و متصرفی آقای جانعلی ملکی اواشانق؛ از مالکیت اولیه آقای ابراهیم مشیری ، بمساحت۲۳۱/۴۵مترمربع.

۱ فرعی از۱۴۹۸ اصلی ، ششدانگ یکقطعه زمین محصورباعیانی احداثی درآن موردتقاضا و متصرفی آقای محمداصغری ؛از مالکیت اولیه خانم منصوره اصغری ؛ بمساحت۸۶مترمربع .

۲۸ فرعی از۱۶۰۳ اصلی ، ششدانگ یکباب انباری بامحوطه محصور موردتقاضا و متصرفی آقای سهیل غلامی؛ از مالکیت اولیه آقای قربانعلی بسترخاکی ؛ بمساحت۱۷۸/۲۱مترمربع .

۲۶ فرعی از۱۶۰۴ اصلی ، ششدانگ یکباب ساختمان مسکونی موردتقاضا و متصرفی آقای ولی اله برجعلی زاده وخانم زهرااحدی یوزناب ؛ بالمناصفه ؛از مالکیت اولیه آقای ایرج نجف پور ، بمساحت۲۳۰/۳۰مترمربع .

۱۰۰ فرعی از۱۷۰۷ اصلی ، ششدانگ یکباب انباری بامحوطه محصور موردتقاضا و متصرفی آقای فردین حیدری کلی؛ از مالکیت اولیه آقای ساسان پورکافی ؛ بمساحت ۹۸/۱۰مترمربع .

۴۳ فرعی از۱۷۳۸ اصلی ، ششدانگ یکباب خانه موردتقاضا و متصرفی خانم ملیحه قنبرزاده گورانسرابی؛ از مالکیت اولیه آقای سمیع اله قنبرزاده ؛ بمساحت ۹۸/۱۰مترمربع .

۲۶ فرعی از۱۷۹۸ اصلی ، ششدانگ یکباب ساختمان مسکونی موردتقاضا و متصرفی آقای ابراهیم نوری افشار ؛از مالکیت اولیه آقای جاویدخدادادیان ، بمساحت۲۸۲/۱۵مترمربع .

۷۰ فرعی از۱۸۶۴ اصلی ، ششدانگ یکباب انباری بامحوطه موردتقاضا و متصرفی آقای وهاب شکری ؛ از مالکیت اولیه آقای داودعبداله زاده نصیری ؛ بمساحت۱۳۳/۹۸مترمربع .

۷۱ فرعی از۱۸۶۴ اصلی ، ششدانگ یکباب انباری بامحوطه موردتقاضا و متصرفی آقای وهاب شکری ؛ از مالکیت اولیه آقای داودعبداله زاده نصیری ؛ بمساحت۱۶۱/۱۱مترمربع .

۷۲ فرعی از۱۸۶۴ اصلی ، ششدانگ یکباب انباری بامحوطه موردتقاضا و متصرفی آقای حبیب شکری ؛ از مالکیت اولیه آقای داودعبداله زاده نصیری ؛ بمساحت۸۵/۱۲مترمربع .

۲۹۵ فرعی از۱۸۶۷ اصلی ، ششدانگ یکباب خانه ومحوطه موردتقاضا و متصرفی آقای حسین سعیدی گلوجه ؛ از مالکیت اولیه آقای غلامرضاتوعی ؛ بمساحت ۲۰۰مترمربع .

۱۷۳ فرعی از۱۸۹۲ اصلی ، ششدانگ یکباب خانه ومحوطه موردتقاضا و متصرفی آقای نادرنوبخت ؛ از مالکیت اولیه آقای ابوحمزه خسرویان ؛ بمساحت۱۰۱/۲۲مترمربع .

۱۷۴ فرعی از۱۸۹۲ اصلی ، ششدانگ یکباب خانه ومحوطه موردتقاضا و متصرفی خانم فرحنازفیضی زاده؛ از مالکیت اولیه آقای عزیزاله خسرویان ؛ بمساحت۲۱۴/۲۹مترمربع .

۱۳۰ فرعی از۱۸۹۴ اصلی ، ششدانگ یکباب انباری بامحوطه موردتقاضا و متصرفی خانم فاطمه فرجی کلی؛ از مالکیت اولیه آقای صاحبعلی رنجبر ؛ بمساحت ۱۵۰مترمربع .

۲۵ فرعی از۱۹۵۶ اصلی ، ششدانگ یکباب ساختمان مسکونی ومحوطه موردتقاضا و متصرفی آقای طیارهوشمند ؛از مالکیت اولیه آقای فرودآبی وقسمتی ازپلاک یک فرعی بمساحت۱۳۶/۷۱مترمربع.

ازبخش ۷ خانندبیل خلخال ؛

۳۲۹۵ فرعی از۱۹۰۹ اصلی ، ششدانگ یکباب خانه ومحوطه موردتقاضا و متصرفی آقای دلاوراحدی مصطفالو؛ از مالکیت اولیه خانم منیره نجاتی بمساحت۲۵۲/۵۶مترمربع وقسمتی ازپلاک ۲۶۷فرعی واقع در اراضی روستای اندبیل .

۳۲۹۶ فرعی از۱۹۰۹ اصلی ، ششدانگ یکباب انباری ومحوطه موردتقاضا و متصرفی آقای رسول اسدی ؛ از مالکیت اولیه آقای شکراله طاهری بمساحت۲۰۰/۹مترمربع واقع در اراضی روستای اندبیل .

۳۲۹۷ فرعی از۱۹۰۹ اصلی ، ششدانگ یکقطعه زمین محصورباعیانی احداثی درآن موردتقاضا و متصرفی آقای داود اسدیان اسمرود؛ از مالکیت اولیه آقای جعفرجعفرزاده بمساحت۱۵۹/۵۰مترمربع ، واقع در اراضی روستای اندبیل .

۳۲۹۸ فرعی از۱۹۰۹ اصلی ، ششدانگ یکقطعه زمین محصورباعیانی احداثی درآن موردتقاضا و متصرفی آقای سید مسلم شریفی آلهاشم ؛ از مالکیت اولیه آقای غلام جعفرنژاد بمساحت۱۳۰/۷۰مترمربع ، واقع در اراضی روستای اندبیل .

۳۲۹۹ فرعی از۱۹۰۹ اصلی ، ششدانگ یکقطعه زمین باعیانی احداثی درآن موردتقاضا و متصرفی آقای فهم اله مرتضی زاده قزلدرق ؛ از مالکیت اولیه آقای سیدمظفرمدنی بمساحت۲۰۰مترمربع وقسمتی ازپلاک ۶۱۵فرعی واقع در اراضی روستای اندبیل .

۳۳۰۰ فرعی از۱۹۰۹ اصلی ، ششدانگ یکقطعه زمین محصورباعیانی احداثی درآن موردتقاضا و متصرفی آقای سیامک رضائی ؛ از مالکیت اولیه ومشاعی خودمتقاضی بمساحت۱۷۸/۹۱مترمربع ، واقع در اراضی روستای اندبیل .

۳۳۰۱ فرعی از۱۹۰۹ اصلی ، ششدانگ یکقطعه زمین محصور باعیانی احداثی درآن موردتقاضا و متصرفی خانم سوسن وحدانی جعفرلو ؛ از مالکیت اولیه آقای سلام اله وحدانی بمساحت۸۳/۹۷مترمربع وقسمتی ازپلاک ۴۱۷فرعی واقع در اراضی روستای اندبیل .

۳۳۰۲ فرعی از۱۹۰۹ اصلی ، ششدانگ یکقطعه زمین محصورباعیانی احداثی درآن موردتقاضا و متصرفی آقای شجاعت کریم پورعلی آباد ؛ از مالکیت اولیه آقای یداله شفائی بمساحت۱۸۹/۹۰مترمربع ، واقع در اراضی روستای اندبیل .

۳۳۰۳ فرعی از۱۹۰۹ اصلی ، ششدانگ یکقطعه زمین محصورباعیانی احداثی درآن موردتقاضا و متصرفی خانم مهرنازشفائی ؛از مالکیت اولیه آقای یداله شفائی بمساحت۲۹۱/۲۹مترمربع ، واقع در اراضی روستای اندبیل .

۳۳۰۴ فرعی از۱۹۰۹ اصلی ، ششدانگ یکقطعه زمین محصور باعیانی احداثی درآن موردتقاضا و متصرفی آقای محسن وحدانی جعفرلو ؛ از مالکیت اولیه آقای سلام اله وحدانی بمساحت۲۵۶/۸۵مترمربع وقسمتی ازپلاک ۴۱۷فرعی واقع در اراضی روستای اندبیل .

۳۳۰۵ فرعی از۱۹۰۹ اصلی ، ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی دیمی موردتقاضا و متصرفی آقایان سیدمحسن کاظمی وسیداحمدکاظمی اندبیلی؛بالمناصفه ، از مالکیت اولیه خانم ملیحه توکلی بمساحت۱۲۰۲۹/۸۸مترمربع واقع در اراضی روستای اندبیل .

۳۳۰۶ فرعی از۱۹۰۹ اصلی ، ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی آبی موردتقاضا و متصرفی آقای مقداد حسینعلی زاده اندبیلی؛ از مالکیت اولیه خانم مهتاب قلی پوراوجقاز بمساحت۱۸۲۴/۲۷مترمربع واقع در اراضی روستای اندبیل .

۳۳۰۷ فرعی از۱۹۰۹ اصلی ، ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی آبی موردتقاضا و متصرفی آقای امین اله عباس زاده وخانم سیده خورشیدملجائی؛ بالمناصفه از مالکیت اولیه آقای بایرامعلی مولاپور بمساحت۱۴۹۹/۰۵مترمربع واقع در اراضی روستای اندبیل .

۹۰۸ فرعی از۱۹۱۱ اصلی ، ششدانگ یکباب ساختمان تجاری ومسکونی مورد تقاضاومتصرفی آقای علی داودی علی آباد وخانم مهرانگیزرستمی ؛ بالمناصفه ؛از مالکیت اولیه آقای یوسف پالیزوان ؛ بمساحت ۲۲۰/۷۷مترمربع واقع در اراضی روستای علی آباد .

۹۶ فرعی از۱۹۱۶ اصلی ، ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی دیمی موردتقاضاومتصرفی آقای سجادصمدی ایلوانق از مالکیت اولیه آقای قوچعلی صمدی بمساحت ۷۶۱/۵۰مترمربع واقع در اراضی روستای ایلوانق .

۴۵۷ فرعی از۱۹۱۹ اصلی ، ششدانگ یکقطعه باغ موردتقاضاومتصرفی آقای محمد برجعلی زاده گورانسراب از مالکیت اولیه ومشاعی خود متقاضی بمساحت ۱۱۲۹۲/۹۰ مترمربع ، واقع در اراضی روستای گورانسراب .

۴۵۸ فرعی از۱۹۱۹ اصلی ، ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی دیمی موردتقاضاومتصرفی آقای محمد برجعلی زاده گورانسراب از مالکیت اولیه ومشاعی خود متقاضی بمساحت ۲۵۹۱/۷۰ مترمربع ، واقع در اراضی روستای گورانسراب .

۴۵۹ فرعی از۱۹۱۹ اصلی ، ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی دیمی موردتقاضاومتصرفی آقای محمد برجعلی زاده گورانسراب از مالکیت اولیه ومشاعی خود متقاضی بمساحت ۱۹۸۶/۳۴ مترمربع ، واقع در اراضی روستای گورانسراب .

۴۶۰ فرعی از۱۹۱۹ اصلی ، ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی دیمی موردتقاضاومتصرفی آقای محمد برجعلی زاده گورانسراب از مالکیت اولیه ومشاعی خود متقاضی بمساحت ۱۰۵۳۷/۳۰ مترمربع ، واقع در اراضی روستای گورانسراب .

۴۶۱ فرعی از۱۹۱۹ اصلی ، ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی دیمی موردتقاضاومتصرفی آقای محمد برجعلی زاده گورانسراب از مالکیت اولیه ومشاعی خود متقاضی بمساحت ۳۰۱۵/۵۹ مترمربع ، واقع در اراضی روستای گورانسراب .

۴۶۲ فرعی از۱۹۱۹ اصلی ، ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی دیمی موردتقاضاومتصرفی آقای محمد برجعلی زاده گورانسراب از مالکیت اولیه ومشاعی خود متقاضی بمساحت ۱۴۸۷۹/۶۸ مترمربع ، واقع در اراضی روستای گورانسراب .

۴۶۳ فرعی از۱۹۱۹ اصلی ، ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی دیمی موردتقاضاومتصرفی آقای محمد برجعلی زاده گورانسراب از مالکیت اولیه ومشاعی خود متقاضی بمساحت ۱۳۲۹۱/۴۰ مترمربع ، واقع در اراضی روستای گورانسراب .

۴۶۴ فرعی از۱۹۱۹ اصلی ، ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی دیمی موردتقاضاومتصرفی آقای محمد برجعلی زاده گورانسراب از مالکیت اولیه ومشاعی خود متقاضی بمساحت ۱۸۴۱۶/۲۵ مترمربع ، واقع در اراضی روستای گورانسراب .

۹۸ فرعی از۱۹۳۴ اصلی ، ششدانگ یکباب خانه موردتقاضاومتصرفی آقای اسماعیل خانعلی پورارسون از مالکیت اولیه آقای قبادخانعلی پور بمساحت ۱۴۶/۹۰ مترمربع ، واقع در اراضی روستای ارسون.

۶۹ فرعی از۱۹۳۵ اصلی ، ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی دیمی موردتقاضاومتصرفی آقای سعداله باقری از مالکیت اولیه مشهدقلی باقری بمساحت ۵۹۴۸/۹۵ مترمربع ، واقع در اراضی روستای وارث آباد.

۷۰ فرعی از۱۹۳۵ اصلی ، ششدانگ یکقطعه باغ موردتقاضاومتصرفی آقای سعداله باقری از مالکیت اولیه مشهدقلی باقری بمساحت ۲۱۳۱/۱۲مترمربع ، واقع در اراضی روستای وارث آباد.

۵۲۸فرعی از۱۹۴۹ اصلی ، ششدانگ یکباب ساختمان مسکونی ومحوطه موردتقاضاومتصرفی آقای روح اله مصطفائی از مالکیت اولیه آقای رحمت اله مصطفائی بمساحت ۳۷۰ مترمربع ؛ واقع در اراضی روستای بفراجرد .

۵۲۹ فرعی از۱۹۴۹ اصلی ، ششدانگ یکقطعه باغ موردتقاضاومتصرفی آقای سیدسمیع الله قدسی نیا از مالکیت اولیه آقای میرزاآقا قدسی نیا بمساحت ۲۱۴۱/۱۷ مترمربع ؛ واقع در اراضی روستای بفراجرد .

۷۳۰ فرعی از۱۹۵۱ اصلی ، ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی آبی موردتقاضاومتصرفی آقای فرامرزلطفی وند از مالکیت اولیه ومشاعی خودمتقاضی بمساحت ۶۹۰۸/۶۷مترمربع واقع در اراضی روستای مجره.

۳۵۸۷ فرعی از۱۹۵۳ اصلی ، ششدانگ یکقطعه باغ موردتقاضاو متصرفی آقایان بدیع اله وامراله هردوغفوریان (به ترتیب نسبت به دودانگ ونیم وسه ونیم دانگ مشاع)از مالکیت اولیه آقای محمدصادق غفوریان بمساحت ۵۶۳۹/۰۵مترمربع ؛واقع در اراضی روستای خوجین .

۳۵۸۸ فرعی از۱۹۵۳ اصلی ، ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی آبی موردتقاضاو متصرفی آقای صفرغلام پورمزجین از مالکیت اولیه خانم سلطان فتح اللهی بمساحت ۲۱۶۳/۵۰مترمربع ؛ واقع در اراضی روستای خوجین .

۳۵۸۹ فرعی از۱۹۵۳ اصلی ، ششدانگ یکقطعه زمین محصورباعیانی احداثی درآن موردتقاضاو متصرفی آقای محمدعلی خانعلی زاده گزاز از مالکیت اولیه آقای علیقلی ملکی بمساحت ۱۰۳/۳۵مترمربع ؛ واقع در اراضی روستای خوجین .

۳۵۹۰ فرعی از۱۹۵۳ اصلی ، ششدانگ یکقطعه زمین محصورجهت الحاق به پلاک ۵۹۹فرعی موردتقاضاو متصرفی آقای منصوررستم پوراز مالکیت اولیه آقای ذکریا یغموریان خوجینی بمساحت ۵۴/۳۰مترمربع ؛واقع در اراضی روستای خوجین.

۶۱۸ فرعی از۱۹۵۴ اصلی ، ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی دیمی موردتقاضاو متصرفی آقای میرشهاب جعفرزاده خانقاه از مالکیت اولیه آقای میرمحمدعلی معصومی بمساحت ۱۱۱۱۸/۳۲مترمربع وقسمتی ازپلاک۴۳۴فرعی؛ واقع در اراضی روستای خانقاه سادات .

ازبخش ۸ سنجبد حوزه ثبتی خلخال ؛

۲۴۳فرعی از۹۷ اصلی ، ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی آبی موردتقاضا ومتصرفی آقایان مهردادوشهریاروحسین هرسه اعیادی اوجقاز ، بالسویه، ازمالکیت اولیه آقای پرویزشمخالی بمساحت ۱۵۲۷/۴۱مترمربع ،واقع دراراضی روستای اوجقازعلیا .

۲۴۴فرعی از۹۷ اصلی ، ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی آبی موردتقاضا ومتصرفی آقایان مهردادوشهریاروحسین هرسه اعیادی اوجقاز ، بالسویه، ازمالکیت اولیه آقای پرویزشمخالی بمساحت ۳۵۷۵/۱۱مترمربع ،واقع دراراضی روستای اوجقازعلیا .

۵۱۷فرعی از۱۰۵ اصلی ،ششدانگ یکقطعه زمین محصور موردتقاضا و متصرفی خانم نازیلا علی پورلنبر ، ازمالکیت اولیه آقای حسین ملکی، بمساحت ۱۰۴/۶۰مترمربع ،واقع دراراضی روستای لنبر .

ازبخش ۱۷ خورشرستم خلخال ؛

۲۳۹۱فرعی از ۲۰ اصلی ، ششدانگ یکقطعه زمین محصورباعیانی احداثی درآن موردتقاضاو متصرفی آقای اکبرزعفری هشجین ، ازمالکیت اولیه آقای همایون رمضانی، بمساحت ۲۵۶/۸۹مترمربع ، واقع دراراضی شهرهشجین.

۲۳۹۲فرعی از ۲۰ اصلی ، ششدانگ یکقطعه زمین محصورباعیانی احداثی درآن موردتقاضاو متصرفی آقای سیدمسعودیعقوبی ، ازمالکیت اولیه آقای رحمان نظری، بمساحت ۱۲۲/۵۸مترمربع ، واقع دراراضی شهرهشجین.

۲۳۹۳فرعی از ۲۰ اصلی ، ششدانگ یکبابخانه ومحوطه موردتقاضاو متصرفی آقای سیدسیاوش یعقوبی ، ازمالکیت اولیه آقای رحمان نظری، بمساحت ۸۰۱/۵۲مترمربع ، واقع دراراضی شهرهشجین.

۲۳۹۴فرعی از ۲۰ اصلی ، ششدانگ یکبابخانه ومحوطه موردتقاضاو متصرفی آقای سیدظهرراضی هشجین ، ازمالکیت اولیه ومشاعی متقاضی ، بمساحت ۸۹۸مترمربع ، واقع دراراضی شهرهشجین.

۲۳۹۵فرعی از ۲۰ اصلی ، ششدانگ یکبابخانه ومحوطه موردتقاضاو متصرفی آقای سیدظهرراضی هشجین ، ازمالکیت اولیه آقای ناصرالدین راضی ، بمساحت ۷۶۶/۳۳مترمربع ، واقع دراراضی شهرهشجین.

۲۳۹۶فرعی از ۲۰ اصلی ، ششدانگ یکبابخانه ومحوطه موردتقاضاو متصرفی آقای نورعلی علیزاده هشجین ، ازمالکیت اولیه آقای اذن اله ملکی ، بمساحت ۵۵۲/۳۴مترمربع ، واقع دراراضی شهرهشجین.

۲۳۹۷فرعی از ۲۰ اصلی ، ششدانگ یکبابخانه ومحوطه موردتقاضاو متصرفی خانم کبری هوشمندگهراز ، ازمالکیت اولیه خانم تاجی روحی، بمساحت ۲۶۸/۹۷مترمربع ، واقع دراراضی شهرهشجین.

۲۳۹۸فرعی از ۲۰ اصلی ، ششدانگ یکبابخانه ومحوطه موردتقاضاو متصرفی خانم منظم صابرهشجین ، ازمالکیت اولیه آقای رمضان صابرهشجین ، بمساحت ۲۵۶/۵۵مترمربع وقسمتی ازپلاک ثبتی ۱۳۵فرعی ؛واقع دراراضی شهرهشجین.

۳۰۸فرعی از ۲۱ اصلی ، ششدانگ یکبابخانه ومحوطه موردتقاضاو متصرفی آقای وسی اله شریفی هشجین ، ازمالکیت اولیه آقای عبدالحکیم شریفی ، بمساحت ۴۷۴/۵۵مترمربع ، واقع دراراضی زاویه مشایخ (هشجین).

۶۵۲فرعی از۲۸ اصلی ،ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی دیمی موردتقاضاومتصرفی آقای جبرائل سلمانی ، ازمالکیت اولیه صاحبعلی آزادی، بمساحت۱۳۰۳۱/۲۴مترمربع ازاصلی واقع دراراضی روستای کزج.

۳۱فرعی از۴۶ اصلی ،ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی دیمی موردتقاضاومتصرفی آقای فرهنگ سعادتی گلوجه ، ازمالکیت اولیه ومشاعی خود متقاضی، بمساحت۱۵۳۸۵/۲۰مترمربع ازاصلی واقع دراراضی روستای گلوجه.

۸۵۵فرعی از۴۸ اصلی ، ششدانگ یکقطعه زمین محصورباعیانی احداثی درآن موردتقاضاو متصرفی آقای ازبرعلی بخشی سفیدآب ، ازمالکیت اولیه آقای شجاع الدین اقدامی ، بمساحت ۲۳۱/۶۴مترمربع ،وقسمتی ازپلاک ۲۶۷فرعی واقع دراراضی روستای برندق.

۸۵۶فرعی از۴۸ اصلی ، ششدانگ یکقطعه زمین محصورباعیانی احداثی درآن موردتقاضاو متصرفی آقای ازبرعلی بخشی سفیدآب ، ازمالکیت اولیه آقای شجاع الدین اقدامی ، بمساحت ۳۶۷/۷۳مترمربع ،وقسمتی ازپلاک ۲۶۷فرعی واقع دراراضی روستای برندق.

۸۵۷فرعی از۴۸ اصلی ، ششدانگ یکقطعه باغ مشجر موردتقاضاو متصرفی آقای حسین سیفی برندق ، ازمالکیت اولیه آقای شکرسیفی ، بمساحت ۳۷۰۵/۶۵مترمربع ، واقع دراراضی روستای برندق.

۷۲فرعی از۴۹ اصلی ، ششدانگ یکباباخانه ومحوطه موردتقاضاو متصرفی آقای قدرت قدسی سفیداب، ازمالکیت اولیه آقای علی قدسی ، بمساحت ۳۹۷/۸۶مترمربع ، واقع دراراضی روستای سفیدآب.

۷۳فرعی از۴۹ اصلی ، ششدانگ یکباباخانه ومحوطه موردتقاضاو متصرفی آقای عقابعلی اشرفی سفیداب، ازمالکیت اولیه آقای شاه حسین اشرفی ، بمساحت ۳۹۰/۰۹مترمربع ، واقع دراراضی روستای سفیدآب.

ازبخش ۱۸شاهرود خلخال ؛

۲۱فرعی از۱ اصلی ، ششدانگ یکباباخانه ومحوطه موردتقاضاو متصرفی آقای محمدرضاظنیری ، ازمالکیت اولیه آقای غلامحسن نظیری بمساحت ۱۷۱۰/۴۰مترمربع ؛واقع دراراضی روستای طهرستان .

۱۵۹۷فرعی از۲ اصلی ،ششدانگ یکباب خانه وباغ موردتقاضاومتصرفی خانم گل خانم عباسی(نسبت به سه دانگ مشاع)وآقایان سیروس ورمضان هردوعباسی (هرکدام نسبت به ۱/۵دانگ مشاع) ، ازمالکیت اولیه آقای محب اله عباسی ، بمساحت۵۴۷۰/۵۴مترمربع ازاصلی واقع دراراضی روستای خمس.

۱۵۹۸فرعی از۲ اصلی ،ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی دیمی موردتقاضاومتصرفی آقایان میکائیل وجمشیدوپرویزهرسه نوری ، ازمالکیت اولیه آقای منصورنوری، بمساحت۱۵۲۷۰/۲۰مترمربع ازاصلی واقع دراراضی روستای خمس.

۱۵۹۹فرعی از۲ اصلی ،ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی دیمی موردتقاضاومتصرفی آقای پرویزنوری ، ازمالکیت اولیه آقای منصورنوری، بمساحت۷۳۹۲/۹۲مترمربع ازاصلی واقع دراراضی روستای خمس.

۱۶۰۰فرعی از۲ اصلی ،ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی دیمی موردتقاضاومتصرفی آقای امیرحق پرست ، ازمالکیت اولیه آقای ولی حق پرست، بمساحت۳۲۴۵۶/۲۱مترمربع ازاصلی واقع دراراضی روستای خمس.

۹۸۹فرعی از۵ اصلی ، ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی آبی موردتقاضاو متصرفی آقای علی اکبردروئی ، ازمالکیت اولیه آقای صفردروئی بمساحت ۶۵۹۶/۵۹مترمربع ؛واقع دراراضی روستای درو .

۲۳۴۹فرعی از۷ اصلی ، ششدانگ یکباب خانه نیمه کاره ومحوطه موردتقاضاو متصرفی آقای داودنباتی کلور، ازمالکیت اولیه آقای محمدعلی عبادپوربمساحت ۲۵۴/۹۵مترمربع ؛واقع دراراضی شهر کلور.

۲۳۵۰فرعی از۷اصلی ،ششدانگ یکباب خانه ومحوطه موردتقاضاو متصرفی آقایان سیداسحق وسیدروح اله هردو اختیاری کلور، بالمناصفه؛ازمالکیت اولیه آقای محمدعلی عبادپوربمساحت ۲۵۴/۹۵مترمربع ؛واقع دراراضی شهر کلور.

۲۳۵۱فرعی از۷ اصلی ،ششدانگ یکباب خانه

راهی برای افزایش درآمد و سود در بازار

مدیریت درآمد (Revenue Management) چیست؟

نویسنده: علی آل‌علی

کارآفرینی که دنبال بهینه‌سازی سود و کسب درآمد بیشتر نباشد، خیلی زود شک همه را برمی‌انگیزد. خب مگر می‌شود آدم درگیر کسب و کار شده و فکرش به سمت سود بیشتر نرود؟ این در حالی است که خیلی از کارآفرینان خرده پا برای یک دلار سود بیشتر خود را به آب و آتش می‌زنند. البته همیشه قرار نیست از دل تلاش‌های بی‌پایان موفقیت حاصل شود. گاهی اوقات استفاده از یک استراتژی تازه همه معادلات را تغییر می‌دهد. این اتفاقی است که درباره مدیریت درآمد به مثابه یک استراتژی تازه روی داده است.

همه ما درباره ضرورت مدیریت درآمد و پول در دسترس‌مان نکات متنوعی شنیده‌ایم. خیلی وقت‌ها کارآفرینان برای اینکه از قافله عقب نمانند، دنبال استفاده از الگوهای متنوع جهت اثرگذاری بر روی مخاطب می‌روند. اگر نظر ما را بخواهید، بیشتر وقت‌ها مشکل در سمت خودِ شرکت نهفته است تا مشتریان. بنابراین مدیریت درآمد به شما کمک می‌کند تا اوضاع درون سازمانی‌تان را سر و سامان داده و آماده کارهای بزرگ شوید.

اگر شما هم چند باری اصطلاح مدیریت درآمد به گوش‌تان خورده، اما فرق آن با توصیه‌های قدیمی را نمی‌دانید، این مقاله کاملا مخصوص شماست. ما در این مقاله قصد داریم خیلی راحت و خودمانی سراغ برخی از مهمترین نکات در زمینه مدیریت درآمد برویم. اینطوری شما بدون هیچ دردسری با این استراتژی آشنا شده و امکان استفاده از آن در کسب و کارتان را خواهید داشت.

مدیریت درآمد: یک تعریف مدرن

مدیریت درآمد در قالب یک استراتژی به فرآیند تحلیل آمار و اطلاعات بازار به منظور پیش‌بینی رفتار احتمالی مشتریان اشاره دارد. هدف از این کارها افزایش درآمد و سود نهایی شرکت است. بنابراین شما در این استراتژی در نهایت با اوضاع شرکت‌تان را از یکسو و جو حاکم بر بازار را از سوی دیگر با هم مرتبط می‌سازید. اینطوری امکان اثرگذاری بهتر بر روی مخاطب را پیدا کرده و احتمال بروز خطا هم به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش پیدا خواهد کرد.

نکته جالب اینکه امروزه خیلی از موسسات اقدام به طراحی نرم‌افزارهای مختلف برای مدیریت درآمد کرده‌اند. این امر به شما کمک می‌کند تا خیلی راحت‌تر بحث مدیریت سرمایه، آنالیز رفتار مشتریان و تصمیم‌گیری‌های مهم را دنبال کنید. با این حال همیشه لازم نیست با کلی ولخرجی به هدف‌تان برسید. ما در این مقاله به شما یاد می‌دهیم چطور بدون استفاده از نرم‌افزارهای گران کارتان را راه بیندازید.

استراتژی‌های مدیریت درآمد

مدیریت درآمد استراتژی تازه‌ای نیست. وقتی اولین بار کارآفرینان به فکر استفاده از این راهکار برای بهینه‌سازی سودشان افتادند، اواخر دهه ۷۰ میلادی بود. در آن زمان بحران مالی در اروپا و آمریکای شمالی به طور جدی همه کسب و کارها را نگران کرده بود. به همین خاطر کارآفرینان به این فکر افتادند تا از درآمد محدودشان بهترین استفاده را برده و در عین حال نیم نگاهی به افزایش درآمد در همین شرایط دشوار داشته باشند. نتیجه نهایی در این میان خلق استراتژی مدیریت درآمد به مثابه یک راهبرد اساسی در حوزه مدیریت مالی بود.

از دهه ۷۰ میلادی تا حالا خیلی چیزها در بازار عوض شده، اما هنوز هم ارزیابی اوضاع رقبا و بررسی رفتار مشتریان با اطلاعات دقیق اهمیت خودش را حفظ کرده است. بنابراین یادگیری استراتژی مدیریت درآمد همچنان اهمیت خواهد داشت. البته شما قرار نیست به همان سبک و سیاق گذشته این استراتژی را یاد بگیرید. در عوض ما اینجا هستیم تا اوضاع را به سود شما تغییر دهیم. پس با ما همراه باشید تا مدل جدید و به روز شده این استراتژی را با هم مرور کنیم.

کاهش نرخ ریزش مشتریان: گامی اساسی به سوی موفقیت

مشتریان معمولا وقتی محصول یک برند مورد پسندشان نباشد، خیلی زود سراغ گزینه‌های دیگر می‌روند. خب این روزها آنقدر برند در بازار هست که دست مشتریان را باز نگه دارد. به همین خاطر خیلی از کارآفرینان اصلا دوست ندارند مشتریان وفادارشان را از دست دهند. البته در این میان نیاز به اجرای اقدامات فوری بیش از هر زمان دیگری احساس می‌شود. به همین خاطر شما نمی‌توانید دست روی دست گذاشته و فقط آرزوی ریزش کمتر مشتریان را داشته باشید.

یکی از نکات کلیدی که در مدیریت درآمد روی آن تاکید می‌شود، یافتن نقطه ضعف‌ها یا به عبارت تخصصی، نقاط ریزش درآمد است. یکی از مهمترین نقاط هم نارضایتی مشتریان است. خب تا وقتی مشتریان از دست شما ناراضی باشند، جایی برای فعالیت درست و حسابی در بازار نمی‌ماند. اینطوری شما با کلی مشتری عصبانی تنها می‌مانید که اصلا حوصله‌تان را هم ندارند.

اولین بحثی که شما در این بخش باید مد نظر قرار دهید، کاهش هزینه‌های جاری است. تا وقتی برند شما هزینه‌های سرسام‌آوری داشته باشد، این هزینه‌ها خودش را در افزایش مداوم قیمت محصولات نشان خواهد داد. چه بسا به این فکر بیفتید که کیفیت نهایی محصولات را نیز تغییر دهید. آن وقت مشتریان حق دارند به فکر خرید محصولات از یک برند دیگر باشند.

نگاه انتقادی به اوضاع شرکت همیشه اطلاعات تازه‌ای تحویل شما می‌دهد. آیا مشتریان‌تان واقعا از سطح خدمات شما راضی هستند؟ خودتان را جای مشتریان قرار داده و کمی در این رابطه فکر کنید. بی‌شک این کار به شما اطلاعات بسیار مهمی در راستای بهبود کسب و کارتان می‌دهد. بنابراین اگر فکر کرده‌اید در بازار بدون توجه به نیازها و دغدغه‌های مشتریان امکان موفقیت دارید، سخت در اشتباهید.

بازیابی مشتریان: ماموریتی حیاتی!

فرض کنید بعد از کلی سعی و تلاش باز هم تعدادی از مشتریان را از دست دادید. در این صورت دو راهکار بیشتر ندارید، یا اینکه زانوی غم بغل گرفته و تقصیر را گردن دیگران بیندازید یا اینکه آستین‌ها را بالا زده و دنبال بازیابی مشتریان بروید. در هر صورت برای اینکه اوضاع‌تان در بازار بهبود پیدا کند، باید کمی هم که شده به فکر بازیابی مشتریان باشید.

برخی از کارآفرینان فکر می‌کنند آنقدر مشتری در بازار هست که نیاز به بازیابی مشتریان از دست رفته نداشته باشند. خب در این صورت باید کمی با شما مخالفت کنیم؛ چراکه مشتریان از دست رفته خیلی زود نظرات منفی‌شان را به دیگران هم منتقل می‌کنند. آن وقت شما می‌مانید و کلی مشتری که حتی چشم دیدن شما را هم ندارند. این امر به کسب و کارتان ضربه مهمی را وارد کرده و اجازه نمی‌دهد کارتان را به خوبی جلو ببرید.

بازیابی مشتریان کاری نیست که شما بدون برنامه‌ریزی انجام دهید. اولین راهبرد در این میان سرمایه‌گذاری بر روی بازاریابی است. خب این روزها مشتریان بیشتر با چشم‌شان خرید می‌کنند. اگر کسب و کارتان دوباره برای مشتریان جلوه جذابی پیدا کند، خریدهای پی در پی‌شان از سر گرفته خواهد شد. بنابراین اصلا نباید دست روی دست گذاشته و بی‌خیال باشید.

نکته دیگری که در این میان به شما کمک خواهد کرد، تلاش برای استفاده از نقطه نظر انتقادی است. خب احتمالا برخورد یا رفتار کارمندان شما هم یک ایرادی داشته که اینطور مشتریان را عصبانی کرده است. رفع این ایرادات به بازیابی مشتریان کمک خواهد کرد.

شما را نمی‌دانم، ولی من که اصلا حاضر به خرید از برندی نیستم که دائما رفتارهای عجیب یا خارج از عرف دارد. به همین خاطر آموزش نیروی کار در دنیای امروز بدل به امری فوق‌العاده حیاتی شده است.

شناسایی ریشه‌های درآمدزایی: به وقت حساب و کتاب

آیا تا حالا فکر کرده‌اید ریشه اصلی درآمد برندتان چیست؟ خیلی از کارآفرینان اصلا نگاه دقیق به این حوزه ندارند. بی‌شک شما هم با مدیرانی کار کرده‌اید که فقط به فکر کسب درآمد هستند و به جزییات توجهی ندارند. خب در این صورت درد مشترکی داریم. این کار مثل آن است که مدیرعامل باشگاهی مثل منچستر سیتی اصلا به فکر هزینه‌های تیمش نباشد. اینطوری احتمالا آخر فصل با محرومیت‌هایی از سوی یوفا برای فیرپلی مالی رو به رو خواهد شد. این اتفاق برای کسب و کارها در قالب ورشکستگی روی می‌دهد. پس تا دیر نشده به فکر اوضاع مالی شرکت‌تان باشید.

شما در این بخش باید خیلی سریع سراغ تیم حسابداری شرکت بروید. اینطوری از ریز گزارش‌های مالی باخبر شده و امکان مدیریت اوضاع را به دست می‌آورید. نکته جالب اینکه گاهی اوقات برای شناسایی ریشه‌های اصلی درآمد باید نگاهی به بازار مصرف محصولات‌تان هم داشته باشید. در این صورت هماهنگی با فروشنده‌های محلی امری اساسی خواهد بود. این امر به شما کمک می‌کند تا بدون دردسر کارتان را جلو برده و نگران هیچ چیز نباشید.

وقتی گردآوری اطلاعات از سوی شما تمام شد، باید منابع اصلی درآمدتان را فهرست‌بندی کنید. حفظ این کانال‌های درآمدی تحت هر شرایطی ضروری است. بنابراین اصلا نباید خودتان را گول زده یا دنبال کانال‌های دیگر بروید. اجازه دهید از یک مثال ساده استفاده کنیم. برند سامسونگ را در نظر بگیرید؛ این برند تقریبا هر نوع کالای دیجیتالی که فکرش را بکنید، تولید می‌کند. با این حال بازار گوشی‌های هوشمند برای این برند اهمیت خاصی دارد. بنابراین فروش موبایل یکی از کانال‌های درآمدی حیاتی این برند محسوب می‌شود. به طوری که از دست دادن این کانال درآمدی آنها را تا مرز ورشکستگی خواهد برد. به همین خاطر مدیریت بهینه اوضاع مالی در این حوزه امری ضروری خواهد بود.

شما بعد از اینکه منابع اصلی درآمدزایی‌تان را متوجه شدید، باید نیم نگاهی هم به توسعه آنها داشته باشید. اگر بخواهیم از مثال بالا استفاده کنیم، باید گفت سامسونگ بعد از مدتی فعالیت در بازار گوشی‌های هوشمند وارد عرصه تولید تبلت و لپ تاپ‌های باکیفیت نیز شد. این امر نوعی توسعه بازار محسوب می‌شود که درآمد بهینه به همراه دارد.

یادتان باشد، شما در بازار همیشه شانس موفقیت ندارید. بنابراین باید از شانس‌هایی که در خانه‌تان را می‌زنند، به خوبی استفاده کنید. وگرنه کلاه‌تان در بازار پس معرکه خواهد بود.

جست‌وجو برای توسعه ارگانیک: میانبرهای عجیب را ول کنید!

همه کارآفرینان دوست دارند یک شبه پولدار شده و اسم و رسمی برای خود به هم بزنند. با این حال در دنیای واقعی کمتر فرصتی برای کارآفرینان به منظور تحقق این رویا به وجود می‌آید. باور کنید یا نه، موفقیت در بازار کاری نیست که یک شبه انجام شود. به همین خاطر شما نیاز به سرمایه‌گذاری بلندمدت دارید. این کاری است که خیلی از کارآفرینان بلد نیستند به درستی انجام دهند.

احتمالا شما هم در طول سال‌های اخیر با راهکارهای متنوعی جهت دور زدن جریان اصلی بازار رو به رو شده‌اید. راه‌هایی که مثل میانبر به نظر می‌رسند، معمولا به ناکجا ختم خواهند شد. به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم کارآفرینان باید کاملا سنجیده در این زمینه عمل کنند.

اگر دوست دارید کسب و کارتان برای مدت زمانی بیشتر در بازار دوام بیاورد، بد نیست از همان ابتدا به دنبال توسعه ارگانیک کسب و کارتان باشید. این یعنی دور استراتژی‌های عجیب را خط کشیده و سعی کنید فقط با خلاقیت اوضاع تان در بازار را بهتر کنید.

مشتریان در همه جای دنیا یکسری الگوهای رفتاری مشخص دارند. شناسایی این الگوها به شما کمک می‌کند به مرور زمان بدل به همان برندی شوید که مشتریان انتظارش را دارند. پس لازم نیست خیلی به خودتان فشار آورده یا دنبال ایده‌های عجیب بروید. در عوض کارتان را ساده‌تر دنبال کرده و فقط روی شناسایی نیازهای اساسی مشتریان متمرکز شوید.

قبول دارم چشم‌پوشی از برخی میانبرهای هیجان‌انگیز در بازار خیلی سخت است. با این حال شما نباید اعتبار و آبروی برندتان را دودستی بر باد دهید. در عوض یک راهکار بهتر در این میان توجه به سرنوشت کسب و کارهایی است که از این میانبرها استفاده کرده‌اند. آیا میزان درآمد آنها در طول زمان افزایش داشته است؟ اگر جواب‌تان برای این سوال منفی است، اصلا نباید سراغ آن میانبرها بروید؛ چراکه شما را هم به همین سرنوشت دچار می‌کند.

تعیین قیمت‌ها به طور شناور: آخرین مرحله کار

توسعه کسب و کار در سال‌های اخیر سخت‌تر از هر زمان دیگری شده است. افزایش سطح رقابت در کنار انتظارات فزاینده مشتریان اوضاع را به کام هر مدیری تلخ کرده است. به همین خاطر شما جای هیچ اشتباهی ندارید. یکی از مسائلی که این روزها حسابی بحثش داغ است، نوع قیمت‌گذاری برای محصولات است. اینکه شما چطور قیمت محصولات‌تان را تعیین کنید، به مرور تبدیل به نوعی معما شده است. معمایی که کمتر کسی توان حل درستش را دارد.

ما در روزنامه فرصت امروز برای اینکه قیمت‌گذاری را بدل به نوعی بازی سرگرم‌کننده کنیم، الگوی شناور را به شما توصیه می‌کنیم. قیمت‌گذاری شناور در واقع نوعی بازگشت از قیمت‌های سفت و سخت به سوی تغییرات اساسی است. اینطوری شما می‌توانید کارتان را با تغییرات بازار هماهنگ سازید. نکته جالب اینکه مشتریان هم واکنش بسیار بهتری در قبال قیمت‌گذاری شناور دارند. به طوری که شما بدون هیچ مشکلی تا آخرین محصول‌تان در بازار را هم خواهید فروخت. ماجرا حسابی جالب شد، نه؟

توسعه کسب و کار در دنیای امروز نیازمند توجه به ابعاد محلی نیز هست. به همین خاطر شما باید کمی از خودگذشتگی به خرج داده و اوضاع را در بعد محلی نیز زیر ذره بین ببرید. توسعه کسب و کار در بعد محلی بیشتر از هر زمان دیگری بحث قیمت‌ها را مطرح می‌سازد. به طوری که شما برای ورود به یک بازار محلی و رقابت با برندهایی که اسم و رسمی برای خودشان دارند، نیاز به استفاده از سیستم نوین قیمت‌گذاری هستید. این امر به شما کمک می‌کند تا اوضاع‌تان را خیلی بهتر جلو ببرید؛ چراکه با قیمت‌های شناور عملا مشتریان همیشه با سطح قیمت‌های تازه شما غافلگیر خواهند شد. نتیجه چنین امری هم تمایل‌شان برای خرید بیشتر از کسب و کار شما خواهد بود. ماجرا حسابی جالب شد، نه؟

سخن پایانی

مدیریت درآمد یکی از استراتژی‌های اساسی در دنیای کسب و کار محسوب می‌شود. با این حال در طول سال‌های اخیر آپدیت‌های مهمی در این رابطه به وجود آمده که اوضاع را برای شما متفاوت می‌سازد. به همین خاطر ما در این مقاله به مرور برخی از مهمترین نکات در این رابطه پرداختیم. حالا شما آماده هستید تا به راحتی هرچه تمام‌تر از این اوضاع به سود خود و کسب و کارتان استفاده کنید.

یادتان باشد، مدیریت درآمد کاری نیست که شما یکبار برای همیشه انجام دهید. در عوض باید آن را به چشم یک مهارت نگاه کنید. اینطوری سرنوشت بهتری در انتظارتان خواهد بود. خب منابع و شیوه‌های درآمدی یک برند که همیشه ثابت نیست. بنابراین باید خودتان را برای تغییرات احتمالی آماده نگه دارید. وگرنه خیلی زود در بازار غافلگیر شده و دیگر جایی برای توسعه کسب و کارتان باقی نمی‌ماند.

من و همکارانم در روزنامه فرصت امروز امیدواریم نکات مورد بحث در این مقاله به شما برای آشنایی با استراتژی مدیریت درآمد کمک کرده باشد. مثل همیشه اگر سوالی درباره نکات مورد بحث در مقاله داشتید، کارشناس‌های ما همیشه آماده پاسخگویی به شما هستند.

منابع:

com/revenue-management.https://learn.g۲

وزارت راه و شهرسازی
شرکت راه آهن جمهوری اسلامی ایران
(سهامی خاص)

آگهی دعوت به ارزیابی کیفی فراخوان عمومی
مناقصه شماره ۵-۷۰۹-۱۴۰۲

شناسه آگهی : ۱۵۹۴۰۱۲

شرکت راه آهن ج.ا.ا در نظر دارد بنابرآئین نامه اجرائی بند ج ماده ۱۲ قانون برگزاری مناقصات نسبت به ارزیابی کیفی مناقصه‌گران واجد شرایط جهت دعوت به مناقصه به شرح زیراقدام نماید.

شرح مختصر موضوع مناقصه : آژانس ایاب و ذهاب ساختمان مرکزی شهدای راه آهن

۱- مبلغ برآورد: ۱۴۳,۰۴۹,۳۹۷,۵۲۰ ریال
۲- مدت و محل اجرا: مدت اجرا یکسال بوده ومحل اجراء طبق اسناد مناقصه می باشد.
۳- شرکت کنندگان در فراخوان میبایست دارای گواهی صلاحیت مجوز بهره برداری از اتحادیه آژانس یا گواهی صلاحیت حمل و نقلی از وزارت تعاون،کار و رفاه اجتماعی و همچنین گواهی صلاحیت معتبر ایمنی پیمانکاری از وزارت تعاون،کار و رفاه اجتماعی الزامی می باشد.
۴- مهلت و نحوه دریافت اسناد ارزیابی کیفی: متقاضیان می توانند حداکثر تا ساعت ۱۵:۰۰ روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۸/۲۱ مراجعه به سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به نشانی www.setadiran.ir و با پرداخت مبلغ ۱,۰۰۰,۰۰۰(یک میلیون) ریال از طریق لینک مربوط در سامانه فوق، اسناد ارزیابی کیفی را دریافت نمایند.
کلیه فرآیند برگزاری مناقصه بجز تحویل پاکات الف مربوط به تضامین شرکت در فرآیند ارجاع کار در سامانه مذکور انجام می‌پذیرد لذا لازم است مناقصه‌گران در صورت عدم عضویت قبلی در سامانه فوق و دریافت گواهی امضای الکترونیکی، نسبت به اخذ آنها اقدام نمایند.
۵- مهلت و نحوه ارسال اسناد تکمیل شده: حداکثر تا ساعت ۱۵:۰۰ روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۹/۰۵ از طریق سامانه فوق
۶- قیمت ها متناسب با کالای ساخت داخل با لحاظ کیفیت ارائه گردد.
۷- مدت اعتبار ضمانت های شرکت در فرآیند ارجاع کار سه ماه می باشد و به درخواست کارفرما به مدت سه ماه دیگر قابل تمدید می باشد .
پس از ارزیابی کیفی، از مناقصه گران واجد شرایط که حداقل امتیاز لازم را کسب نموده باشند جهت دریافت اسناد مناقصه از طریق سامانه فوق دعوت بعمل خواهدآمد .

م الف ۲۹۸۱

اداره کل خدمات ساختمانی و ایستگاهی
شرکت راه آهن جمهوری اسلامی ایران

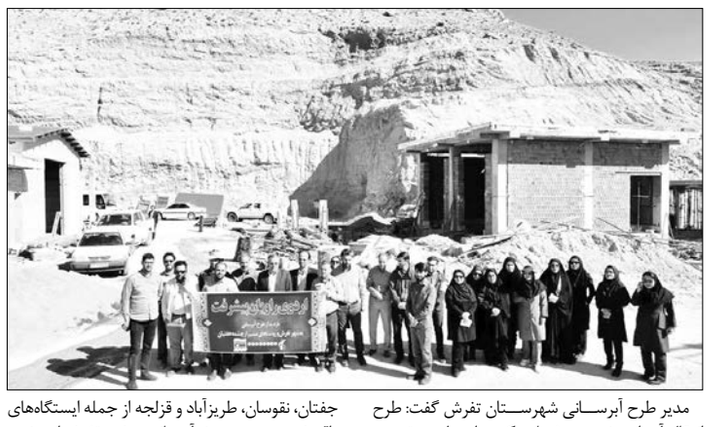
با مشارکت سازمان بسیج رسانه سپاه روح‌الله و آب منطقه‌ای استان مرکزی:

در قالب اردوی راویان پیشرفت، اصحاب رسانه از پروژه های آبرسانی در شهرستان تفرش بازدید کرد

اراک- فرناز امیدی: درقالب اردوی راویان پیشرفت، اصحاب رسانه استان مرکزی با مشارکت سازمان بسیج رسانه سپاه روح‌الله و آب منطقه‌ای استان مرکزی از پروژه های آبرسانی درشهرستان تفرش بازدید کرد.

مدیر طرح آبرسانی شهرستان تفرش درحاشیه این بازدید درجمع خبرنگاران اظهارداشت: طرح آبرسانی به شهرستان تفرش و ۴۰ روستای در مسیر خط انتقال با جمعیتی بالغ بر ۲۰ هزار نفر با ۶۶ درصد پیشرفت در دست اقدام است.

علی مصلح آبادی افزود: تکمیل این طرح با هدف تامین آب برای ۳۲ هزار نفر جمعیت شهرستان تفرش سه هزار و ۵۰۰ میلیارد ریال اعتبار نیاز دارد. وی ادامه داد: این طرح انتقال آب، از ابر طرح‌های آبرسانی در سطح ملی به علت شرایط توپوگرافی مسیر، از نظر پیچیدگی با توجه به مسیر کوهستانی و سخت گذر بودن و شرایط کار در منطقه کوهستان و بعد مسافت به سختی درحال انجام است. مصلح آبادی بیان داشت: در اجرای این طرح، انتقال ۱۰۰ لیتر بر ثانیه آب آشامیدنی مطمئن و پایدار به شهرستان تفرش و انتقال ۵۰ لیتر بر ثانیه به روستاهای در طول مسیر پیش بینی شده است.



مدیر طرح آبرسانی شهرستان تفرش گفت: طرح انتقال آب از چشمه هفتیان یکی از مطمئن ترین و منابع آبی موجود در شهرستان است که به خوبی از سوی کارشناسان شرکت آب منطقه‌ای مطالعه، مشاوره و طراحی شده است. مصلح آبادی افزود: ایستگاه‌های پمپاژ جفتان، نقوسان، طریزآباد و قزلجه از جمله ایستگاه‌های واقع شده در مسیر پروژه آبرسانی به شهر تفرش از چشمه هفتیان است. وی ادامه داد: ۶۳ کیلومتر خط اصلی پروژه که از جنس لوله‌های فلزی به قطر ۴۰۰ تا ۸۰۰ میلیمتر است در سالهای گذشته تکمیل شده است. مدیر طرح آبرسانی شهرستان تفرش گفت: جمعا هشت ایستگاه پمپاژ در مسیر اصلی فعال است که چهار ایستگاه خط اصلی و چهار ایستگاه خط فرعی در مسیر آب رسانی فعال است.

مصلح آبادی افزود: ۲۸ باب مخزن ذخیره به ظرفیت کل ۱۵ میلیون و ۹۱۰ متر مکعب تشکیل شده است. مسئول سازمان بسیج رسانه سپاه روح‌الله استان مرکزی درحاشیه این بازدید بیان داشت: اردوی «راویان پیشرفت» برگرفته از اردوهای راهیان پیشرفت است و جهاد تبیین سال‌هاست که مورد مطالبه مقام معظم رهبری است و بازدید از دستاوردهای انقلاب اسلامی یکی از مواردی است که می‌تواند در این زمینه اثرگذار باشد. جواد اکرمی افزود: خبرنگاران به عنوان روایتگران و انعکاس دهنده دستاوردهای نظام جمهوری اسلامی به قشر مخاطب در خط مقدم جهاد تبیین قراردارند. وی ادامه داد: باتوجه به اینکه دشمن در جنگ ترکیبی، شناختی و رسانه‌ای به دنبال ایجاد یأس و ناامیدی و القا کاذب ناکارآمدی مسئولین نظام، در بین آحاد جامعه است، اصحاب رسانه می‌توانند با بیان دستاوردها و ظرفیت‌های داخلی نسبت به امیدآفرینی در جامعه نقش‌آفرین باشند.

مدیر مخابرات منطقه آذربایجان شرقی خبر داد؛

بلندترین دکل شهری تلفن همراه کشور در تبریز بهره برداری شد

آذربایجان شرقی - فلاح: مدیر مخابرات منطقه آذربایجان شرقی با اشاره به افتتاح سایت تلفن همراه به منظور پوشش اتوبان تبریز - سهند گفت: این سایت دارای بلندترین دکل مخابراتی کشور در منطقه شهری با ارتفاع ۶۰ متر است.

ناصر شهبازی در آیین بهره برداری سایت همراه اول ۴G در اتوبان سهند - تبریز با اشاره به اینکه با ایجاد این سایت نه تنها محور تبریز - سهند، بلکه پارک علم و فناوری آذربایجان شرقی و ورودی شهرک صنعتی شهید سلیمانی نیز دارای پوشش تلفن همراه و اینترنت همراه شد، گفت: این سایت با اعتباری بالغ بر ۱۲ میلیارد تومان و به همت مخابرات استان، شرکت توزیع برق و اداره راهداری و همکاری همراه اول ساخته شده است.

وی با بیان اینکه مدت ها بود که به درخواست پارک علم و فناوری استان و شهروندان به دنبال ایجاد این دکل مخابراتی بودیم، گفت: ساخت این سایت

پوشش تلفن همراه علیرغم شرایط دشوار و با وجودی که دسترسی به برق و فیبر نوری تقریبا غیرممکن بود، به دلیل کوهستانی بودن منطقه هزینه بالایی داشت.

وی با اشاره به حل مشکلات ملکی محل احداث سایت با پیگیری های دادستان تبریز، افزود: عملیات اجرایی فونداسیون برای استقامت دکل با ارتفاع بالا در طی سه ماه اجرا شد.

مدیر مخابرات منطقه آذربایجان شرقی با بیان اینکه این پروژه با بودجه بخش دولتی مخابرات و شرکت توزیع برق اجرا شد، اضافه کرد: بخش خصوصی و اپراتورها به دلیل سود ده نبودن منطقه، فقط اجرا و احداث پروژه را عهده دار شدند.

لازم به ذکر است اتوبان تبریز _ سهند ۲۰ کیلومتر طول دارد که به صورت مشارکتی از سوی دولت و بخش خصوصی در ۶ خط رفت و برگشت اجرا شده و ۴۰ درصد اعتبار طرح آورده سهم دولت است که با بهره برداری از آن زمان سفر از تبریز به شهر ۱۰۰ هزار نفری سهند حدود ۱۰ دقیقه کاهش یافته است.

دیدار مدیرعامل شرکت توزیع برق گیلان با نماینده رودبار در مجلس شورای اسلامی

رشت - خبرنگار فرصت امروز: مهرداد گودرزوند چگینی نماینده مردم شریف شهرستان رودبار در مجلس شورای اسلامی با حضور در شرکت توزیع نیروی برق استان گیلان ضمن دیدار با محمدتقی مهدیزاده رئیس هیئت مدیره و مدیرعامل این شرکت، به گفتگو پیرامون مسائل صنعت برق پرداخت.

در این نشست چگینی اظهار داشت: جهت تخصیص اعتبارات لازم برای ترمیم شبکه‌های فرسوده برق باید تلاش جمعی، در کل استان صورت پذیرد و نقش شرکت توزیع برق استان در این زمینه بسیار پررنگ می‌باشد.

نائب رئیس اول کمیسیون برنامه و بودجه و محاسبات افزود: نیروهای خدوم شرکت توزیع برق گیلان در تمامی شهرهای استان تحت هر شرایطی همیشه آماده خدمت‌رسانی به هم استانی‌های خود هستند و این موضوع شایسته تقدیر است.

وی در ادامه برخی درخواست های مردمی و مطالبات عمومی در حوزه انتخابیه خود را مورد پیگیری قرار داد. در ادامه مهدیزاده مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان گیلان ضمن استماع درخواست‌های مردمی مطروحه از همکاری شایسته نمایندگان استان گیلان در مجلس شورای اسلامی در راستای جذب اعتبارات لازم در جهت تسریع در اجرای پروژه های جاری برق رسانی، عملیات اصلاح و بهینه سازی شبکه برق تشکر و قدردانی کرد.

رئیس هیئت مدیره شرکت توزیع برق گیلان در پایان گفت: برای خدمت‌رسانی شایسته و مناسب به مردم همراهی و همدلی مشترکین لازمه و اصل مورد نیاز است و امیدواریم با تلاش و کوشش تمامی کارکنان و همگرایی مسئولان استان بتوانیم خدمت رسان مردم شریف استان به بهترین شکل ممکن باشیم.

مدیر منطقه ۸ عملیات انتقال گاز:

برای مواجهه با فصل سرما و انتقال پایدار گاز آماده ایم

آذربایجان شرقی - فلاح: مدیر منطقه ۸ عملیات انتقال گاز استفاده از تمام توان عملیاتی را برای گذر مطمئن و موفق از فصل سرما ضروری دانست.

فیروز خدائی، با اعلام این رویکرد گفت: با انجام تعمیرات اساسی در ایستگاههای تقویت فشار گاز و پایش خطوط انتقال، شرایط جهت انتقال مستمر و پایدار گاز طبیعی در فصول سرد سال مهیا شده است.

خدائی با اهمیت بخشی به ضریب ایمنی بالای انتقال گاز در منطقه شمالغرب کشور، افزود: با اقدامات انجام یافته شرایط برای انتقال پایدار گاز طبیعی و جلوگیری از افت فشار در ماههای سرد سال در منطقه فراهم گردیده و تاسیسات و مراکز بهره برداری خطوط لوله این منطقه جهت تامین گاز مورد نیاز همه بخش های مصرف، با ضریب اطمینان بالا بر روی مدار قرار دارند.

مدیر منطقه ۸ عملیات انتقال گاز اظهار داشت: نیازسنجی و تامین قطعات یدکی حساس و ضروری و ایجاد بستر مناسب به‌منظور حضور تیم های عملیاتی در تاسیسات و مسیرهای صعب العبور خطوط انتقال گاز و سرویس

دهی به موقع شیرهای بین راهی و... ضریب اطمینان برای رساندن سوخت پاک به‌دست مصرف کنندگان را تقویت می کند.

وی به فعالیت های صورت گرفته اشاره کرد و ادامه داد: طی نیمه نخست سالجاری، ۹۸۴ کیلومتر از خطوط لوله این منطقه بصورت هوشمند و تمیزکننده پیگرانی شده و علاوه بر این، ۴ هزار و ۲۱۷ کیلومتر ولتاژگیری و ۲۹۵۸ کیلومتر نشت یابی توسط پرسنل منطقه انجام یافته است.

خدائی تصریح کرد: در زمستان سال گذشته، علیرغم سرمای بی سابقه در سردترین نقطه ایران که استمرار سرما نیز کم سابقه بود، در پرتو تلاش های خستگی ناپذیر همکاران ساعی، با موفقیت از بحران گاز عبور کردیم امیدوارم امسال نیز همانند سالهای قبل موفق و سربلند عمل نمایند.

مدیر منطقه ۸ عملیات انتقال گاز تاکید کرد: با در نظر گرفتن تجربیات سالهای قبل ضروری بود پیش از آغاز فصل سرما تجهیزات، امکانات و لوازم یدکی مورد نیاز جهت تعمیر خطوط لوله و تاسیسات در مواقع اضطراری فراهم شود که این پرسنل این منطقه با آگاهانه و هوشیارانه کامل و تهیه تجهیزات و امکانات برای انتقال پایدار گاز در زمستان پیش رو آمادگی کامل دارند.

مدیرعامل شرکت گاز استان مازندران:

پدافند غیرعامل موجب کاهش آسیب و تسهیل مدیریت بحران است

ساری - دهقان : مدیرعامل شرکت گاز استان مازندران گفت: با توجه به جایگاه تاسیسات و خطوط لوله گاز در ثبات انرژی مورد نیاز شهروندان، ضروری است از طریق اجرای الزامات پدافند غیرعامل، آمادگی شبکه گازرسانی و نیروهای عملیاتی سنجیده شوند. به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی شرکت گاز مازندران، قاسم مایلی رستمی در حاشیه مانورآمادگی زمستانی(افت فشار) با حضور استان‌های معین گلستان و سمنان و منطقه ۹ عملیات انتقال گاز که در بهشهر برگزار شده بود، گفت: در شرکت گاز، هر لحظه می‌توان پدافند غیرعامل را اجرا کرد، چراکه ما موظفیم تا میزان آسیب‌پذیری تاسیسات و شبکهٔ گاز را در برابر انواع مخاطرات اعم از طبیعی و انسان‌ساز کاهش دهیم. وی با اشاره به دسترسی قریب به اتفاق شهروندان استان‌های مازندران، گلستان و سمنان از موهبت گاز طبیعی افزود: برخورداری مردم نقاط مختلف استان‌های یادشده از بخش‌های صعب‌العبور تا تمام نقاط شهری از نعمت گاز، مسئولیت ما را در حفاظت از جان و مال شهروندان خطیرتر می‌کند. مدیرعامل شرکت گاز استان مازندران گفت: با اجرای پدافند غیرعامل در بخش ایستگاه‌های تقلیل فشار و اندازه‌گیری گاز، شبکه تغذیه و توزیع، عملکرهای گاز، سامانه‌های کنترل حفاظتی-ایمنی مجموعه تاسیسات گازرسانی و...، همواره به‌روز خواهیم بود. مایلی رستمی به شناسایی خطرات، ارزیابی و مدیریت مؤثر ریسک ناشی از فرآیندها و فعالیت‌ها و طرح و اجرای اقدامات کنترلی و پیشگیرانه برای حذف، کاهش و کنترل ریسک‌ها در پدافند غیرعامل اشاره و خاطرنشان کرد: ایجاد پایگاه‌های امداد و نجات در سطح استان به منظور افزایش آگاهی مشترکین با نکات ایمنی و مصرف بهینه گاز،

فرهنگ‌سازی عمومی ایمنی با همکاری دستگاه‌های مختلف اجرایی، بازدید از پروژه‌ها و تاسیسات گازرسانی و تجهیز انبار بحران با لوازم مورد نیاز از دیگر اقدامات شرکت گاز مازندران در اجرای پدافند غیرعامل است. وی آموزش و ارتقاء آگاهی پیمانکاران را نیز امری بایسته عنوان کرد و گفت: علاوه بر این، انجام مانورهای برنامه‌ریزی شده برای آمادگی پرسنل در مواقع بحرانی و اضطراری ضروری است. مایلی رستمی با تاکید بر سلامتی کارکنان شرکت‌های گاز ادامه داد: همواره بهبود شرایط و ارزیابی عوامل سخت و زیان‌آور محیط کار همکاران در دستور کار قرار دارد، چرا که تندرستی و شادابی شاغلین، بسترساز ارائه خدمات بهتر به مردم و تداوم اهداف پدافند غیرعامل است. وی با بیان اینکه شبکه گازرسانی با سرمایه مردم و برای رفاه حال آنها ایجاد شده است، گفت: همکارانم همه تلاش خود را به کار می‌برند تا به بهترین نحو ممکن تمام ویژگی‌های استانداردهای مطلوب به صورت عملیاتی اجرا شود و نیروهای فنی ۲۴ ساعته برای جلوگیری از قطع گاز، محافظت از اماکن و حراست از تجهیزات و تاسیسات مستقر هستند. وی با اشاره به نزدیک شدن به فصول سرد سال و افزایش مصرف گاز به ویژه مصارف خانگی گفت: تامین سوخت اولیه نیروگاه‌ها، صنایع سنگین و سبک و...، وظیفه ما را در آستانه زمستان دوچندان سخت‌تر می‌کند. مدیرعامل شرکت گاز مازندران به حادثه‌خیز بودن استان در مواقع نزولات آسمانی و بحران‌هایی نظیر بحران برف در سنوات گذشته اشاره و خاطرنشان کرد: مقاوم‌سازی ایستگاه‌ها در برابر حوادث و نشت‌یابی مکرر در طول سال از جمله اقدامات این شرکت برای کاهش آسیب و تسهیل مدیریت بحران است. یادآور می‌شود؛ در مانور مذکور که با هماهنگی مدیریت بحران این شرکت انجام شد پس از مشاهده افت فشار گاز ایستگاه CGS شهرستان بهشهر توسط نیروی امداد و حراست، مراتب فوراً به مسئول تعمیرات، ابزار دقیق و سپس رئیس اداره گاز اطلاع‌رسانی شد و به جهت اهمیت موضوع نیروهای امدادی و عملیاتی سریعاً به منظور بررسی موضوع و رفع مشکل به محل ایستگاه اعزام شدند. در مانور سطح A گاز، نیروهای شرکت گاز استان‌های گلستان و سمنان و منطقه ۹ عملیاتی مازندران برای تعمیر این ایستگاه و امدادگران ادارات گازرسانی بهشهر، ساری، نکاء و گلوگاه برای گازرسانی به مشترکینی که بابت افت فشار، گاز آنها قطع شده بود، وارد عمل شدند. همچنین، پدافند غیرعامل، مجموعه اقداماتی است که انجام می شود تا در صورت بروز جنگ و حادثه، خسارات احتمالی به حداقل میزان خود برسد.

همزمان با سراسر کشور و به مناسبت هفته پدافند غیرعامل صورت گرفت؛

برگزاری رزمایش شرکت توزیع نیروی برق تبریز

آذربایجان شرقی - فلاح: دوازدهمین رزمایش سراسری ارزیابی آماده بکاری مولدهای برق اضطراری مراکز حیاتی، حساس و مهم حوزه شرکت توزیع نیروی برق تبریز همزمان با سراسر کشور برگزار شد.

در آستانه "هفته پدافند غیرعامل" به صورت متمرکز در "مرکز پایش شرکت توانیر" طی مراسمی به صورت ویدئو کنفرانس، با حضور سردار غلامرضا جلالی رئیس پدافند غیرعامل کشور، آرش کردی مدیرعامل شرکت توانیر و جمعی از مدیران صنعت برق کشور، رزمایش ارزیابی آماده بکاری مولدهای برق اضطراری مراکز حیاتی، حساس و مهم حوزه شرکت توزیع نیروی برق تبریز همزمان با سراسر کشور برگزار شد.

طی این رزمایش که جمعی از معاونین و مدیران این شرکت حضور داشتند، میزان آماده بکاری مولدهای تولید برق اضطراری تعدادی از مراکز حساس و حیاتی مناطق تحت پوشش شرکت توزیع نیروی برق تبریز مورد ارزیابی قرار گرفت. رزمایش شرکت توزیع نیروی برق تبریز همزمان با سراسر کشور با فرمان جعفریان معاون بهره‌برداری و دیسپاچینگ شرکت آغاز و توسط کارشناسان شرکت، میزان آمادگی دیزل ژنراتورهای موجود در ساختمان دیسپاچینگ و ساختمان ستادی شرکت و همچنین میزان آمادگی دیزل ژنراتورهای مشترکین شرکت توزیع نیروی برق تبریز بلافاصله پس از قطع برق شهری، مورد سنجش و ارزیابی قرار گرفت. به گفته ناصر عبائی رئیس گروه مدیریت بحران و پدافند غیرعامل شرکت توزیع نیروی برق تبریز، رزمایش در سطح بالا و به صورت موفقیت آمیز برگزار شد.

برگزاری جشنواره نخستین واژه آب در آبفای استان اصفهان

اصفهان- فایزه مرادیان: جشنواره نخستین واژه آب با حضور ۹۰ نفر از دانش آموزان دبستان پسرانه امام حسین (ع) در شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان برگزار شد. مدیر روابط عمومی و آموزش همگانی آبفای استان اصفهان با اشاره به این که این جشنواره همه ساله با دستورالعمل شرکت مهندسی آبفای کشور و با همکاری آموزش و پرورش به صورت هماهنگ در سراسر کشور برگزار می شود، خاطرنشان کرد: مدارس به ویژه مدارس مقطع ابتدایی از مراکز مهم و تاثیرگذار برای فرهنگ سازی مصرف بهینه آب است و اجرای این جشنواره برای دانش آموزان می تواند منجر به فرهنگ سازی نحوه درست مصرف کردن مهمترین مایه حیاتی باشد. مجید مختاری خاطرنشان کرد: دانش آموزان به عنوان پل ارتباطی میان مدرسه و خانواده، و نیز به عنوان نسل آینده ساز کشور باید با فرهنگ درست مصرف آب آشنا شوند و این فرهنگ را به جامعه انتقال دهند و همچنین آموزگاران نیز باید اهمیت حفظ این نعمت خدادادی را به دانش آموزان خود گوشزد کنند و روش های صرفه جویی در مصرف آب را به آن ها آموزش بدهند.

وی بیان کرد: در این برنامه ها، موضوعات مربوط به اهمیت آب و روش های صرفه جویی در مصرف آن توسط گروه های هنری در قالب برنامه های شاد همراه با توزیع کتاب و سایر اقلام فرهنگی، برگزاری مسابقات و اهدای جوایز برای دانش آموزان ارائه خواهد شد.

اخبار

مدیرعامل شرکت برق منطقه‌ای خوزستان:

۱۵ پروژه اولویت‌دار برق منطقه‌ای خوزستان جهت گذر از پیک مصرف تابستان ۱۴۰۳

اهواز - شبنم قجاوند: مدیرعامل شرکت برق منطقه‌ای خوزستان گفت: برای عبور از پیک مصرف تابستان ۱۴۰۳ از سوی وزیر نیرو ۹ اقدام که شامل اجرا و تکمیل ۱۵ پروژه می‌شود به این شرکت محول شده است. محمود دشت‌بزرگ در کمیته اجرایی پروژه‌های این شرکت که با حضور معاونان، مدیران و مجریان اجرای پروژه‌ها برگزار شد، با اشاره به عبور موفق از پیک مصرف ۱۴۰۲، تصریح کرد: وزیر نیرو برای آماده سازی شبکه جهت عبور از پیک مصرف تابستان پیش‌رو ۱۸۰ اقدام در خصوص پروژه‌های حیاتی گذر از پیک به شرکت‌های تابعه وزارت نیرو ابلاغ کرده است. وی افزود: از این ۱۸۰ اقدام مهم و ضروری ۹ اقدام که شامل آغاز عملیات اجرایی و تکمیل ۱۵ پروژه می‌شود مربوط به شرکت برق منطقه‌ای خوزستان است. مدیرعامل شرکت برق منطقه‌ای خوزستان بیان کرد: توسعه پست‌های ۱۳۲ کیلوولت کارون و خزامی در اهواز، احداث پست ۴۰۰ کیلوولت ایثار و خطوط ارتباطی آن در امیدیه، پست ۱۳۲ کیلوولت شاهد و خطوط ارتباطی آن در بهبهان، پست ۱۳۲ کیلوولت میان‌آب و خط ورودی در شوشتر، پست موبیل سبحان و خط ورودی در دشت‌آزادگان، اجرای طرح دائم پست ۲۳۰ کیلوولت نیروگاه دوکوهه اندیمشک، از جمله پروژه‌های ویژه و ابلاغی وزارت نیرو بوده که لازم است تا قبل از آغاز پیک تابستان ۱۴۰۳، پیگیری و وارد مدار شوند. به گفته دشت‌بزرگ با توجه به کاهشی شدن بار مصرف شبکه برق خوزستان، آماده‌سازی شبکه برق انتقال و فوق توزیع ۲ استان خوزستان و کهگیلویه و بویراحمد با توجه به ماموریت‌های ویژه وزارت نیرو و نقاطی از شبکه که نیاز به تقویت دارند به سرعت آغاز شده است تا در زمان باقی مانده تا شروع پیک مصرف جدید، شبکه به حداکثر آمادگی برسد و نقاطی که دچار ضعف و آسیب‌هایی بوده است برطرف شود. بر اساس این گزارش، در این نشست معاونان و مجریان پروژه‌ها نیز گزارشی از وضعیت موجود شبکه برق ۲ استان در تابستانی که گذشت و اقداماتی که لازم است بر روی شبکه انجام شود ارائه کردند.

یک مدیر از هرمزگان عضو هیأت مدیره اتحادیه سازمان‌های حمل و نقل بار شهرداری های کشور شد

بندرعباس- خبرنگار فرصت امروز: رئیس سازمان مدیریت حمل‌ونقل بار و مسافر شهرداری بندرعباس، به عنوان عضو هیأت مدیره اتحادیه سازمان های حمل و نقل بار شهرداری های کشور انتخاب شد. به گزارش مدیریت ارتباطات و امور بین‌الملل شهرداری بندرعباس و به نقل از روابط عمومی سازمان مدیریت حمل‌ونقل بار و مسافر شهرداری بندرعباس، صبح امروز مجمع اتحادیه سازمان های حمل و نقل بار شهرداری های کشور با حضور روسای سازمان‌های حمل و نقل بار شهرداریهای سراسر کشور برگزار شد. در این انتخابات حمیدرضا حیدری‌پوری رئیس سازمان مدیریت حمل و نقل بار و مسافر شهرداری بندرعباس، موفق به کسب رای از روسای سازمان‌های سراسر کشور شد و به عضویت هیأت مدیره اتحادیه سازمان های حمل و نقل بار شهرداری های کشور درآمد. گفتنی است؛ فعالیت تمامی کامیون، کامیونت، وانت، انبار و جابجایی کلیه بارهای درون شهری و همچنین حمل و نقل مسافر در حوزه اتوبوسرانی و تاکسیرانی با مدیریت سازمان‌های حمل و نقل بار و مسافر شهرداری‌های هر شهر صورت می‌گیرد. همچنین لازم به ذکر است این اتحادیه به جهت حجم فعالیت‌های باری در شهرهای کشور با هدف رفع موانع و ساماندهی موارد بار در سراسر کشور تشکیل گردیده است.

با همکاری منطقه ۹ عملیات انتقال گاز و شرکت گاز استان گیلان برگزار شد؛

مانور تداوم کارکرد برای آمادگی ورود به فصل سرما در شهرک صنعتی رشت

ساری – دهقان : مدیر منطقه ۹ عملیات انتقال گاز از برگزاری مانور تداوم کارکرد جهت آمادگی برای ورود به فصل سرما در شهرک صنعتی رشت برگزار شد. به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی منطقه ۹ عملیات انتقال گاز، محی الدین مفخمی، با اعلام این خبر اظهار کرد: مانور سطح A کشوری با موضوع تداوم کارکرد با همکاری منطقه ۹ عملیات انتقال گاز و شرکت گاز استان گیلان و با حضور مدیران کل بحران و پدافند غیرعامل این استان و مدیران شهرستانی در شهرک صنعتی رشت برگزار شد. وی با بیان اینکه این مانور در راستای آمادگی بیشتر برای مقابله با هرگونه بحران احتمالی و بر اساس تکلیف سازمان پدافند غیرعامل کشور برگزار شده است، افزود: علاوه بر نیروهای عملیاتی منطقه ۹، کارکنان عملیاتی شرکت گاز گیلان و دو استان معین قزوین و اردبیل نیز حضور داشتند، همچنین نیروی انتظامی، هلال احمر، اورژانس، آب وفاضلاب، مخابرات، برق و سازمان آتش نشانی شهرستان رشت نیز در برگزاری این مانور همکاری کرده اند. مدیر منطقه ۹ عملیات انتقال گاز از آمادگی تمامی کارکنان این منطقه عملیاتی برای ورود به فصل سرما و بحران های احتمالی خبر داد و خاطرنشان کرد: مانور برگزار شده برای ارتقای سطح واکنش نیروهای عملیاتی و امدادی نسبت به حوادث احتمالی و برای ایجاد آمادگی و توانمندسازی کارکنان در شرایط اضطراری مفید بوده است. مفخمی در پایان از کارکنان منطقه ۹ عملیات انتقال گاز و شرکت گاز استان گیلان جهت برنامه ریزی مطلوب برای برگزاری این مانور و همچنین از حضور همه دستگاه های اجرایی در مانور قدردانی کرد.

به همت اداره امور بین‌الملل صورت گرفت؛

تولید ۲۶ محتوای رسانه‌ای ویژه ایام معصومیه به زبان‌های عربی، اردو و انگلیسی

قم- خبرنگار فرصت امروز: واحد فضای مجازی اداره امور بین‌الملل حرم مطهر بانوی کرامت در ایام معصومیه ۲۶ محتوای رسانه‌ای از جمله گزارش ویدئویی، کلیپ، نماهنگ، استوری موشن و عکس نوشت به سه زبان عربی، اردو و انگلیسی تولید و در صفحات مجازی و سایت‌های بین‌المللی پخش کرده است. به گزارش پایگاه خبری آستان مقدس حضرت معصومه سلام‌الله‌علیها، واحد فضای مجازی اداره امور بین‌الملل حرم مطهر بانوی کرامت در ایام معصومیه با تولید مستند گزارشی، کلیپ، استوری موشن، عکس نوشت و نماهنگ به زبان‌های عربی، اردو و انگلیسی به پخش آن در فضای مجازی و سایت‌های بین‌المللی پرداخت. تولید مستند گزارشی «اخت الرضا» به زبان عربی دررابطه‌با شرح وقایع سالروز ورود حضرت معصومه (س) به قم، تولید دو کلیپ به زبان عربی و انگلیسی ویژه سالروز ورود حضرت معصومه به قم، تولید ۷ استوری موشن روزشمار شهادت حضرت معصومه (س) به زبان‌های عربی و انگلیسی، تولید دو کلیپ معارفی با عنوان «الهجره المبارکه» و «قافله النور» به زبان عربی، تولید دو کلیپ و پنج عکس نوشت در حمایت از مردم مظلوم فلسطین به زبان‌های عربی و انگلیسی و تولید دو کلیپ ویژه شهادت حضرت معصومه (س) به زبان‌های عربی و انگلیسی از جمله فعالیت‌های واحد فضای مجازی اداره امور بین‌الملل حرم مطهر بانوی کرامت بود. همچنین ثبت‌نام زیارت نیابتی و قرائت آن توسط خادمین در روز شهادت و ثبت‌نام ختم قرآن کریم هدیه به کریمه اهل‌بیت با مشارکت مخاطبین فضای مجازی به همراه و تولید و پخش کلیپ‌های آن در فضای مجازی از دیگر اقدامات واحد فضای مجازی اداره امور بین‌الملل در ایام معصومیه بود. پخش مستقیم مراسم عزاداری عرب‌زبانان و اردوزبانان از صفحات مجازی و شبکه‌های بین‌المللی هدایت تی‌وی و شبکه کربلا به همراه دو گزارش ویدئویی از مراسم عربی و اردو در حرم مطهر و همچنین تولید نماهنگ «یا معصومه» به گویش افغانستانی با مشارکت مرکز رسانه‌ای مقداد از مهم‌ترین کارهای واحد فضای مجازی اداره امور بین‌الملل حرم مطهر بانوی کرامت در ایام معصومیه بوده است.

طرح جهادآبرسانی در روستاهای محروم گلستان با پیشرفت ۳۲ درصدی در حال اجراست

گرگان- خبرنگار فرصت امروز: مدیر عامل شرکت آب و فاضلاب استان گلستان گفت: طرح جهاد آبرسانی به۴۳۲ روستای این استان در حال حاضر دارای ۳۲ درصد پیشرفت فیزیکی است.به گزارش روابط عمومی و آموزش همگانی شرکت آب و فاضلاب استان گلستان ، مهندس ابوالفضل رحیمی با اعلام این خبر افزود : با تلاش و تعامل بین قرارگاه امام حسن مجتبی ، بسیج سازندگی و شرکت آبفا، اجرای پروژه‌های جهاد آبرسانی در ۴۳۲ روستای استان به منظور پایداری و تامین آب شرب سالم و بهداشتی و رفع محرومیت روستاهای محروم از روند مطلوبی برخوردار است. مدیر عامل شرکت آب و فاضلاب استان گلستان اظهار داشت : با توجه به آخرین آمارهای دریافتی، پیشرفت فیزیکی پروژه در کل استان ۳۲ درصد است که طبق برآوردها استان گلستان در این خصوص به نسبت درجایگاه مناسبی قرار دارد.این مقام مسئول در بخش دیگری افزود : ۱۲۹۱ کیلومتر شبکه توزیع و خطوط انتقال، ۷۲ باب مخزن ، ۱۰ ایستگاه پمپاژ و حفر و تجهیز ۳۰ حلقه چاه با ۶۱۴ میلیارد تومان در جریان اجرای این طرح عملیاتی می گردد .مدیر عامل شرکت آب و فاضلاب استان گلستان حفر ۸حلقه چاه آب شرب ، ساخت ۵ باب مخزن ذخیره آب شرب ، احداث یک باب ایستگاه پمپاژ و ۲۵۶کیلومتر لوله گذاری خط انتقال آب با اعتباری بالغ بر ۱۴۹میلیارد تومان برای ۵۵ روستای محروم را از فعالیت های صورت گرفته در طرح جهاد آبرسانی در استان برشمرد.رحیمی در پایان افزود: با افتتاح و بهره‌برداری از این پروژه ها در استان جمعیتی بالغ بر ۴۲۰ هزار نفر از روستاییان استان تحت پوشش خدمات شرکت آبفا قرار خواهند گرفت و از نعمت آب شرب پایدار ، سالم و بهداشتی بهره مند می گردند .

درخواست شهروندان اصفهانی از ۱۳۷ برای جمع‌آوری سگ‌های بلاصاحب

اصفهان- معصومه قاسمی: رئیس مرکز ارتباطات مردمی شهرداری اصفهان با بیان اینکه طی هفته گذشته حدود ۱۱ هزار تماس از سوی شهروندان با این مرکز برقرار شده است، گفت: در این مدت بیشترین فراوانی تماس‌های شهروندان مرتبط با موضوع سگ‌های بلاصاحب از مناطق ۱۲، ۱۵ و ۴ شهرداری اصفهان بوده است. محمد قاسمی با اشاره به برقراری تماس حدود ۱۱ هزار شهروند با سامانه ۱۳۷ شهرداری اصفهان طی هفته گذشته اظهار کرد: از این تعداد، حدود۶۵۰۰ تماس درخواست اجرایی شهروندان و بیش از چهار هزار تماس درخواست مشاوره بود که همکاران ما در مرکز ارتباطات مردمی شهرداری اصفهان، شهروندان را راهنمایی کردند. وی افزود: هفته گذشته جلسه‌ای با رؤسای اداره عمران مناطق پانزده‌گانه شهرداری اصفهان و با حضور معلولان داشتیم که برخی روشندلان خواستار ایجاد بسترهایی بودند تا بتوانند پیام‌های خود را به ۱۳۷ ارسال کنند. رئیس مرکز ارتباطات مردمی شهرداری اصفهان ادامه داد: در این جلسه مقرر شد که سامانه‌ای بهینه‌تر از سامانه «معبر» ویژه معلولان راه‌اندازی شود، البته این افراد می‌توانند با مراجعه به سامانه «اصفهان من» و انتخاب گزینه ۱۳۷ پیام خود را بدون تماس صوتی با ما در میان بگذارند تا پیگیری لازم به‌صورت ویژه انجام شود. وی با بیان اینکه طی هفته گذشته فراوانی تماس‌های شهروندان با موضوع سگ‌های بلاصاحب در مناطق ۱۲، ۱۵ و ۴ شهرداری اصفهان بوده است، گفت: بیشترین تماس‌ها از سوی شهروندان منطقه ۱۲ در محله‌های عاشق‌آباد و شهرک کوثر، منطقه ۱۵ در محله خاتون‌آباد و ارغوانیه و در منطقه چهار از شهرک زاینده‌رود بود که با نگاهی به موقعیت جغرافیایی این مناطق می‌بینیم که نقاط حاشیه‌ای و مرزی شهر اصفهان است. قاسمی افزود: از مدیران مناطق درخواست می‌کنیم بررسی‌ها و اقدامات لازم را انجام دهند تا شهروندان به‌ویژه دانش‌آموزان با خیالی آسوده ترددهای روزانه خود را انجام دهند.

دوره آموزشی مدیریت بهره وری در شرکت توزیع نیروی برق گلستان برگزار شد

گرگان- خبرنگار فرصت امروز: معاون منابع انسانی شرکت توزیع نیروی برق گلستان گفت : در راستای ارتقای بهره وری سرمایه انسانی ،کاهش هزینه و بهبود مستمر ، دوره آموزشی بمدت ۱۶۰۰ نفر ساعت در نظر گرفته شده است . به گزارش روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق گلستان؛ابوالفضل اکبری معاون منابع انسانی شرکت گفت: این دوره آموزشی در سطوح معاونین، مدیران ،روسا و کارشناسان که در مجموع ۱۰۰ نفر بوده اند که با توجه به برنامه ریزی صورت گرفته طی دو روز برگزار گردید.وی افزود : مدیریت بهره وری در سازمان یعنی شما کارایی و اثربخشی فعالیتهای حال حاضر سازمان را حفظ کنید. سپس برنامه‌هایی برای اف

چرا مشتریان به کسب و کارها اعتماد ندارند؟

نویسنده: علی آل‌علی

اعتماد عنصر اصلی هر رابطه اجتماعی محسوب می‌شود. فرقی ندارد محور بحث ما رابطه میان دو دوست صمیمی باشد یا شرکای تجاری، در هر صورت وقتی اعتماد را فاکتور بگیریم، دیگر چیزی باقی نمی‌ماند. این دقیقا همان بلایی است که این روزها سر خیلی از کسب و کارها آمده است. بی‌شک شما هم بارها و بارها در بازار با کسب و کارهایی رو به رو شده‌اید که مشتریان حتی سر سوزنی هم به آنها اعتماد ندارند. تا اینجا همه چیز طبیعی به نظر می‌رسد. خب گاهی اوقات بعضی از برندها بدشانس هستند. قضیه از جایی حساس می‌شود که متوجه شویم این روزها ذهنیت اولیه تمام مشتریان بی‌اعتمادی به برندهاست، مگر اینکه خلافش ثابت شود!

مشتریان معمولا برای اینکه دست به جیب شده و خریدشان را نهایی کنند، سختگیری زیادی به خرج می‌دهند. این امر باعث می‌شود برخی از کارآفرینان خیلی زود به سیم آخر زده و نسبت به بی‌اعتمادی مشتریان شکایت کنند. ما در این مقاله قصد داریم خیلی رُک و پوست‌کنده سراغ این مشکل برویم. اگر شما هم مشکلات زیادی در رابطه با بحث اعتماد مشتریان به کسب و کارتان دارید، این مقاله مخصوص شماست. پس با ما همراه باشید تا این پروژه مهم را به سرانجام برسانیم.

دلایل بی‌اعتمادی مشتریان

ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم هر چیزی در این دنیا دست کم یک دلیل مشخص دارد. مثلا همین بی‌اعتمادی مشتریان را در نظر بگیرید. همه ما در طول روز مشتری برخی از محصولات هستیم. اگر کمی تجربه روزمره‌مان را زیر و رو کنیم، با کلی دلیل مختلف برای بی‌اعتمادی به برخی از برندها رو به رو می‌شویم. ما در این بخش قصد داریم این دلایل پراکنده را یکجا جمع کنیم. البته برای اینکه خیلی بحث‌مان طولانی نشود، یک راست رفته‌ایم سراغ مهمترین دلایل. اجازه دهید دور مقدمه‌چینی‌های کلیشه‌ای را خط بکشیم و یک راست برویم سراغ اصل مطلب.

تجربه‌های منفی گذشته: عاملی تاثیرگذار

هیچ‌کس نمی‌تواند ادعا کند تجربه‌های گذشته بر روی تصمیم‌گیری آینده‌اش نقشی ندارد. دانشجویی را در نظر بگیرید که از سر ندانم‌کاری رشته معماری را انتخاب کرده و بعد از چند ترم تازه فهمیده اصلا به این حوزه علاقه‌ای ندارد. بی‌شک اگر شخصیت سناریوی ما قرار باشد دوباره انتخاب رشته کند، دیگر دور و بر معماری هم آفتابی نخواهد شد.

تجربه‌های منفی گذشته، یکی از مهمترین عوامل بی‌اعتمادی مشتریان است. اگر یک مشتری در گذشته از یک کسب و کار تجربه‌ای منفی داشته باشد، به احتمال زیاد در آینده نیز به آن کسب و کار اعتماد نخواهد کرد. این تجربه‌های منفی می‌تواند شامل موارد مختلفی مانند دریافت محصول یا خدمات معیوب، برخورد نامناسب کارکنان یا عدم پاسخگویی به شکایات باشد.

ماجرا وقتی عجیب می‌شود که تاثیر تجربه منفی از یک شرکت را در تعاملات بعدی با بقیه شرکت‌ها مشاهده کنیم. اینجاست که استارت‌آپ‌های تازه نفس عملا چوب ندانم‌کاری بقیه کسب و کارها را می‌خورند. شاید پیش خودتان فکر کنید چنین برخوردی اصلا مناسب نیست، اما مشتریان کاری به این حساب و کتاب‌ها ندارند. برای آنها مهمترین مسئله سلیقه شخصی‌شان است. پس شما تا جایی که بتوانید این سلیقه را خوب دنبال کنید، جایی در دل آنها خواهید داشت. اگر این وسط برخی از برندها از اعتماد مشتریان سوءاستفاده کنند، عملا به حساب شما هم گذاشته خواهد شد. ماجرا حسابی سخت شد، نه؟

تقلب و کلاهبرداری: سوژه داغ این روزها

آیا تا حالا برای‌تان پیش آمده از یک برند خرید غیرحضوری کرده و بعد از چند هفته محصولی به دست‌تان نرسد؟ اینطور وقت‌ها آدم یک راست سراغ تیم پشتیبانی می‌رود. اگر در این مدت جواب درست و درمانی دست آدم را نگیرد، کم کم با اصل قضیه رو به رو خواهیم شد: کلاهبرداری!

تقلب و کلاهبرداری نیز از جمله عوامل مهم بی‌اعتمادی مشتریان است. در سال‌های اخیر، شاهد افزایش موارد تقلب و کلاهبرداری در حوزه‌های مختلف از جمله خرید و فروش آنلاین، بیمه و امور مالی بوده‌ایم. این موارد می‌تواند باعث ایجاد بی‌اعتمادی گسترده در میان مشتریان شود. از قدیم گفته‌اند «آب رفته به جوی باز نمی‌گردد». این ضرب‌المثل هر جا کاربرد نداشته باشد، دست کم درباره اعتماد مشتریان پس از یک کلاهبرداری بزرگ مصداق دارد. به طوری که کسب و کارهای جدید باید تا مدت‌ها وقت‌شان را صرف اثبات اینکه کلاهبردار نیستند، نمایند.

این روزها روش‌های زیادی برای کلاهبرداری در دنیای کسب و کار به چشم می‌خورد. به طوری که گاهی اوقات آدم اصلا باورش نمی‌شود با چنین تکنیک‌های عجیب و پیچیده‌ای سرش کلاه رفته باشد. با این حساب اگر مشتریان خیلی سخت به شما اعتماد می‌کنند، بد نیست احتمال کلاهبرداری‌های قبلی را در نظر داشته باشید. شما را نمی‌دانم، ولی من که بعد از یک کلاهبرداری یا تقلب پشت سرهم چند برند دیگر خیلی سخت به بقیه کسب و کارها اعتماد خواهم کرد.

عدم شفافیت: مشتریان مخفی کاری را دوست ندارند

مشتریان دوست دارند همیشه در جریان ریز کارهای یک برند قرار گیرند. به موازات اینکه محبوبیت یک برند برای مشتریان بیشتر می‌شود، این عشق و علاقه برای سر درآوردن از تمام جزییات هم بیشتر می‌شود. بنابراین اگر فکر کرده‌اید لازم نیست برخی از اطلاعات را دم دست مشتریان قرار دهید، سخت در اشتباهید.

اجازه دهید با یک مثال ساده درباره اهمیت شفافیت در تعامل با مشتریان صحبت کنیم. تیم فوتبالی مثل بارسلونا را در نظر بگیرید؛ این تیم میلیون‌ها هوادار دو آتیشه در سراسر دنیا دارد که تحمل حتی یک شکست تیم محبوب شان را هم ندارند. حالا اگر یکهو چند تا از بازیکنان تیم مصدوم شده و باشگاه هیچ توضیحی درباره دلیل این اتفاقات ندهد، چه خواهد شد؟

بی‌شک هواداران تیم خیلی زود از خجالت تیم مدیریت درآمده و همه را به باد انتقاد خواهند گرفت. این دقیقا همان اتفاقی است که برای سایر کسب و کارها نیز روی می‌دهد. بنابراین باید همیشه با مشتریان شفاف باشید، وگرنه اعتمادشان را در نطفه خفه می‌کنید.

عدم شفافیت نیز یکی دیگر از دلایل بی‌اعتمادی مشتریان است. اگر یک کسب و کار در مورد محصولات، خدمات یا سیاست‌های خود شفافیت نداشته باشد، مشتریان به آن کسب و کار اعتماد نخواهند کرد. عدم شفافیت می‌تواند باعث ایجاد شک و تردید در ذهن مشتریان شود و آنها را از خرید محصولات یا خدمات آن کسب و کار منصرف کند.

یادتان باشد، وقتی مشتریان از خرید یک محصول صرف نظر کنند، دیگر به سختی نظرشان تغییر خواهد کرد.

تبلیغات زیادی: ولخرجی بی‌مورد!

هر کاری در این دنیا باید حساب و کتاب خاص خودش را داشته باشد. اگر شما همینطور بی‌مقدمه در بازار شروع به بریز و بپاش کنید، شاید در کوتاه‌مدت توجه مشتریان به کسب و کارتان جلب شود، اما خیلی زود اوضاع‌تان به هم ریخته و دیگر کسی برای حرف‌تان تره هم خرد نمی‌کند.

مردم معمولا میانه خوبی با تبلیغات ندارند. شاید در این میان برندهایی مثل نایک، سونی یا تسلا نوعی استثنا باشند، اما نسخه بقیه برندها از قبل پیچیده شده است. بعد طوری غیب‌تان بزند که انگار از اول هم در بازار حضور نداشته‌اید. این روزها مشتریان نیاز دارند تا کسب و کارها را هر لحظه در کنار خودشان مشاهده کنند. بنابراین چنین رفتارهایی اصلا آخر و عاقبت خوبی برای‌تان به همراه نخواهد داشت.

نارضایتی از خدمات پس از فروش بی‌برو برگشت باعث ایجاد بی‌اعتمادی مشتریان می‌شود. اگر یک مشتری از خدمات پس از فروش یک کسب و کار ناراضی باشد، به احتمال زیاد از آن کسب و کار خرید نخواهد کرد. نکته جالب اینکه در بسیاری از موارد مشتریان به دوستان‌شان هم درباره تجربه بدشان نظر می‌دهند تا آنها هم برند موردنظر را تحریم کنند. خدمات پس از فروش شامل مواردی مانند پاسخگویی به شکایات مشتریان، تعویض یا تعمیر محصولات معیوب و ارائه خدمات پشتیبانی است بنابراین شما باید این موارد را به خوبی در کسب و کارتان رعایت کنید. وگرنه کلاه‌تان پس معرکه خواهد بود.

خیلی وقت‌ها کارآفرینان فکر می‌کنند نارضایتی مشتریان از خدمات‌شان با تخفیف‌های جزئی یا کمپین‌های بازاریابی قابل حل است. خب در این صورت احتمالا هنوز خیلی خوب مشتریان را نشناخته‌اید؛ چراکه آنها اصلا اینطوری گول نمی‌خورند.

پیامدهای بی‌اعتمادی مشتریان

وقتی مشتریان نسبت به یک برند بی‌اعتماد می‌شوند، این امر پیامدهای مهمی به همراه دارد. ما در این بخش قصد داریم برخی از مهمترین پیامدهای بی‌اعتمادی مشتریان را بررسی کنیم. اینطوری شما مطمئن می‌شوید که ماجرا حسابی جدی است و باید فکری به حال آن کنید.

کاهش میزان فروش

آدم تا به کسی اعتماد نکند، پولش را دست او نمی‌دهد. این عبارت معمولا در بین سرمایه‌گذارها به‌وفور رد و بدل می‌شود. اگر کمی بلندپروازانه فکر کنیم، مشتریان هم پولی که در اختیار دارند را به برندهای مطمئن می‌دهند. حالا اگر شما در این میان اعتماد مشتریان را از دست داده باشید، فروش‌تان حسابی کاهش پیدا خواهد کرد.

گاهی وقت‌ها کارآفرینان فکر می‌کنند مشتریان باید تحت هر شرایطی از آنها محصول‌شان را خریداری کرده و هیچ انتظار زیادی هم نداشته باشند. خب این طرز فکر شاید چند دهه قبل جواب می‌داد، اما حالا که کلی رقیب دست به نقد در بازار حضور دارد، دیگر جایی برای این ایده‌ها نیست. در عوض شما باید هرچه در چنته دارید برای جلب اعتماد مشتریان رو کنید.

حالا اگر شما با اصرار بی‌مورد بر روی تبلیغات فراوان حرص مشتریان را دربیاورید، آنها حسابی با شما لج خواهند کرد.

شاید شما هم بی‌اعتمادی به برندهایی که دائما تبلیغات پرهزینه انجام می‌دهند را تجربه کرده باشید. اینطور وقت‌ها آدم پیش خودش فکر می‌کند چنین برندی اصلا از کجا این هم پول تبلیغات می‌آورد؟

تبلیغات بیش از حد می‌تواند باعث ایجاد بی‌اعتمادی در میان مشتریان شود. اگر یک کسب و کار بیش از حد از محصولات یا خدمات خود تبلیغ کند، مشتریان ممکن است آن را به چشم یک تلاش برای اغوا کردن آنها ببینند. این امر معمولا باعث ایجاد شک و تردید در ذهن مشتریان شده و آنها را از خرید محصولات یا خدمات آن کسب و کار منصرف می‌کند.

سوءاستفاده از داده‌های شخصی: ورود به صحنه جرم

استفاده غیرقانونی از داده‌ها و اطلاعات مشتریان در همه جای دنیا جرم محسوب می‌شود. این روزها کسب و کارها در کشورهای توسعه‌یافته برای اینکه به اطلاعات مشتریان بالقوه‌شان دسترسی پیدا کنند، باید از هفت خان رستم عبور کنند. حالا اگر در این میان یک برند احساس زرنگی کرده و بخواهد زیرآبی برود، کلاهش پس معرکه خواهد بود.

خیلی از کارآفرینان فکر می‌کنند با خرید غیرقانونی اطلاعات مشتریان یا استفاده بدون اجازه از این داده‌ها عملا از یک میانبر حیرت‌انگیز استفاده خواهند کرد. شاید این نکته درست باشد، اما در بلندمدت چیزی به غیر از مشکلات عمده برای یک برند به همراه نخواهد داشت.

سوءاستفاده از داده‌های شخصی همیشه باعث ایجاد بی‌اعتمادی در مشتریان شود. در سال‌های اخیر، شاهد افزایش موارد سوءاستفاده از داده‌های شخصی مشتریان توسط کسب و کارها بوده‌ایم. این موارد شامل گونه‌های مختلفی مانند فروش داده‌های شخصی مشتریان بدون رضایت آنها یا استفاده از داده‌های شخصی مشتریان برای اهداف تبلیغاتی غیرقانونی باشد. در هر صورت چنین اقداماتی بر بی‌اعتمادی مشتریان دامن زده و آنها را از برندها دور می‌کند.

نارضایتی از خدمات پس از فروش: نکته‌ای بحث‌برانگیز

شما می‌توانید یک محصول را به مشتریان فروخته و بیش از اندازه نشان نمی‌دهند. این یعنی شما عملا در یک وضعیت دوپاره گیر می‌کنید که هیچ وقت به سرانجام مطلوب نمی‌رسد.

افزایش هزینه‌های خدمات پس از فروش

اگر یادتان باشد، در بخش‌های قبلی گفتیم که یکی از دلایل بی‌اعتمادی مشتریان به برندها بحث خدمات پس از فروش ضعیف است. وقتی شما حواس‌تان را بعد از مدت‌ها جمع کرده و این بخش را سر و سامان می‌دهید، هزینه‌های جاری‌تان حسابی سر به فلک می‌کشد. به طوری که باید دنبال منابع تازه‌ای برای تامین مخارج این بخش رفته و تازه همه چیز را از نو شروع کنید.

کسب و کارهایی که با بی‌اعتمادی مشتریان مواجه هستند، باید هزینه‌های بیشتری را صرف خدمات پس از فروش کنند. این امر به دلیل افزایش تعداد شکایات مشتریان از محصولات یا خدمات معیوب است. اگر هم این نکته را پشت گوش بیندازید، دیر یا زود کسب و کارتان به طور کامل از کورس رقابت با بقیه کنار خواهد رفت. آن وقت شما می‌مانید و کلی بدهی که هر طور شده باید صاف شان کنید.

کاهش وفاداری مشتریان

چه کسی دوست دارد از یک برند که هر روز یک دسته گل به آب می‌دهد، خرید کرده یا به آن وفادار باشد؟ امروزه برندهای بزرگ برنامه۳های حیرت‌انگیزی برای افزایش وفاداری مشتریان دارند. با این حساب اگر دیر بجنبید، خیلی زود بقیه جای‌تان در بازار را می‌گیرند. آن وقت دیگر کم کم باید به فکر خداحافظی از دنیای کسب و کار باشید. بی‌اعتمادی مشتریان می‌تواند باعث کاهش وفاداری آنها کاهش میزان فروش یکی از نتایج ابتدایی بی‌اعتمادی مشتریان به کسب و کارهاست. کافی است برای چند دقیقه خودتان را جای مشتریان بگذارید تا به خوبی این نکته را درک کنید. خب مشتریان که وقت و سرمایه‌شان را از سر راه نیاورده‌اند که همینطور بی‌جهت پای یک برند که به آن اعتماد ندارد، هدر دهند.

افزایش هزینه‌های بازاریابی و تبلیغات

نکته‌ای که در این بخش قصد بررسی‌اش را داریم، پیامد طبیعی بخش قبلی است. وقتی مشتریان اعتمادشان را به برند شما از دست داده و میزان خریدشان کم می‌شود، شما برای جبران باید دست به جیب شوید. این یعنی هزینه بازاریابی و تبلیغات‌تان به طور تصاعدی افزایش پیدا کرده و هیچ راه و چاره‌ای هم برای آن پیدا نمی‌کنید.

برخی از کارآفرینان فکر می‌کنند هر مشکلی در این دنیا با پول حل می‌شود. اگر شما هم چنین دیدگاهی دارید، اینجا همان بخشی است که کارتان به مشکل خواهد خورد؛ چراکه مشتریان اصلا میانه خوبی با تبلیغات بیش از اندازه ندارند (خب بخش بررسی دلایل بی‌اعتمادی مشتریان که یادتان نرفته؟).

کسب و کارهایی که با بی‌اعتمادی مشتریان مواجه هستند، باید هزینه‌های بیشتری را صرف بازاریابی و فروش محصولات یا خدمات خود کنند. این امر می‌تواند فشار مالی زیادی را بر کسب و کارها وارد کند. به علاوه، مشتریان معمولا واکنش زیاد خوبی در قابل تبلیغات

به یک کسب و کار شود. مشتریانی که به یک کسب و کار اعتماد ندارند، کمتر به آن کسب و کار وفادار خواهند بود و در صورت وجود گزینه‌های دیگر، آن کسب و کار را ترک خواهند کرد. این اتفاق درباره کارمندان نیز روی می‌دهد. بنابراین شما عملا از دو طرف مورد حمله شدید قرار می‌گیرید، هم مشتریان و هم کارمندان.

اگر فکر می‌کنید رفتار مشتریان نسبت به برندتان خیلی بی‌رحمانه است، بد نیست برای یکبار هم که شده خودتان را جای آنها قرار دهید. بی‌شک شما هم از یک برند که عنصر اعتماد در کارهایش مثل یک حلقه گمشده است، خرید نخواهید کرد یا بدان وفادار نمی‌مانید. بنابراین نباید انتظار بیش از اندازه از مشتریان داشته باشید.

آسیب به شهرت کسب و کار

چه چیزی شهرت یک کسب و کار را مشخص می‌کند؟ خیلی‌ها فکر می‌کنند همین که محصولاتی باکیفیت و ارزان دست مشتری دهند، همه چیز دیگر مطابق میل‌شان خواهد شد. خب در این صورت باید حسابی غافلگیرتان کنیم. چراکه مشتریان فقط این موارد را مورد بررسی قرار نمی‌دهند.

این روزها برندهایی مثل اپل با محصولاتی بی‌نهایت گران‌تر از میانگین قیمت بازار حسابی در دل مشتریان جا باز کرده‌اند. دلیل این امر نه کیفیت بالای محصولات (احتمالا اخبار فاجعه‌بار درباره وضعیت آیفون ۱۵ را شنیده‌اید!) بلکه اعتمادی است که در طول سال‌ها در میان مشتریان ایجاد شده است. اینطوری حتی اگر یکی دو سال هم عملکرد خوبی از چنین برندی مشاهده نکنیم، باز هم خدشه‌ای به اعتبار و شهرتش وارد نخواهد شد.

بی‌اعتمادی خیلی زود ریشه‌های کسب و کار را خشک می‌کند. اینطوری شما حتی اگر گران قیمت‌ترین کمپین‌های دنیا را هم داشته باشید، باز هم کسی به شما روی خوش نشان نخواهد داد. ماجرا خیلی سخت و غیرقابل تحمل شد، نه؟

راه‌های افزایش اعتماد مشتریان

تا اینجای کار ما دلایل بی‌اعتمادی و نتایج آن برای کسب و کارها را بررسی کردیم. خب در زندگی کلی چالش ریز و درشت وجود دارد که کارآفرینان یکی پس از دیگری از عهده آنها برمی‌آیند. اگر بی‌اعتمادی یکی از مشکلات اساسی کارآفرینان محسوب می‌شود، باید راه حل‌هایی هم برای آن وجود داشته باشد. وگرنه حتی یک برند هم در این شرایط دوام نمی‌آورد. ما در ادامه قصد داریم برخی از مهمترین راهکارها برای فرار از دست بی‌اعتمادی مشتریان را زیر ذره بین ببریم. پس با ما همراه باشید تا با برخی از مهمترین نکات در این راستا آشنا شوید.

برخورد مناسب با مشتریان

آیا کسی در این دنیا هست که از برخورد خوب استقبال نکند؟ شما حتی اگر سختگیرترین مشتری دنیا هم باشید، برخورد خوب طوری نرم‌تان می‌کند که نگو و نپرس. آن وقت از برندی که تا همین دیروز به سر تا پای آن شک داشتید، اعتماد کرده و پشت سرهم از آن خرید می‌کنید.

ماموریت شما در این بخش کاملا روشن است. باید با دقت نحوه برخورد کارمندان‌تان با مشتریان را زیر ذره بین قرار دهید. اگر برخوردهای فعلی مناسب نیست، باید خیلی زود نسبت به اصلاح‌شان اقدام کنید. در این مورد ارائه آموزش‌های درست به کارکنان حلقه گمشده خواهد بود.

شفافیت در مورد عملکرد

کسب و کارها برای موفقیت در دنیای کسب و کار باید عملکرد روشنی از خودشان برجای بگذارند. اگر یادتان باشد، یکی از ریشه‌های بی‌اعتمادی مشتریان را مخفی‌کاری برندها برشمردیم. بنابراین شما ماموریت دارید تا با از بین بردن چنین احساسی به مشتریان برای اعتماد دوباره به کسب و کارتان کمک کنید. اینطوری خیلی زود تمام دردسرهایی که داشتید، ناپدید می‌شود.

این روزها برندهای بزرگ و موفق به طور منظم گزارش‌هایی درباره ابعاد مختلف عملکردشان در بازار منتشر می‌کنند. این گزارش‌ها به آنها کمک می‌کند تا خیلی راحت اعتماد مشتریان را به دست آورده و حتی کسانی که قصد خرید هم ندارند، وسوسه کنند.

عمل به وعده‌ها

در بازار کار کسی با شعار و وعده‌های پوچ به سرانجام نمی‌رسد. در عوض شما باید آستین‌ها را بالا زده و در عمل حرف‌تان را ثابت کنید. اگر دقت کرده باشید، تمام کمپانی‌های موفق دنیا یک ویژگی مشترک دارند و آن عمل به وعده‌هاست.

اگر شما در طول سال‌های اخیر دائما به مشتریان وعده‌های توخالی داده‌اید، نباید بابت بی‌توجهی یا اعتماد پایین‌شان به کسب و کارتان شاکی شوید. خب مشتریان که پول‌شان را از سر راه نیاورده‌اند تا پای برندهای بدقول هدر دهند. ماموریت شما کاملا روشن است؛ از این به بعد باید قول‌های‌تان را براساس توانایی برند مطرح کنید. وگرنه خیلی زود اثری از کسب و کارتان در بازار نخواهد بود.

ایجاد تجربه مثبت برای مشتریان

مردم در پایان یک روز سخت و نفسگیر فقط برندهایی را به خاطر می‌سپارند که رفتار خوبی با آنها داشتند. کافی است برای چند دقیقه خودتان را جای مشتریان کسب و کارتان قرار دهید تا از حال و روزشان مطلع شوید. اگر به عنوان صاحب کسب و کار بعد از تجربه بالا حس خوبی دریافت نکردید، دلیل اصلی بی‌اعتمادی مشتریان را یافته‌اید.

نزدیک‌ترین مثال به سناریوی بالا در زندگی واقعی ارتباط با کسانی است که در اولین برخورد خیلی سرد ظاهر می‌شوند. خب طبیعتا آدم‌ها اصلا دوست ندارند در دامنه دوستان‌شان کسانی حضور پیدا کنند که همیشه بی‌روح هستند. این ماجرا برای برندها نیز مصداق دارد. پس بهتر است قبل از اینکه در بین مشتریان به عنوان یک برند نچسب شناخته شوید، فکری به حال اوضاع کنید.

اشتباه نکنید، تغییرات بزرگ یک شبه روی نمی‌دهد. به همین خاطر شما باید خودتان را برای یک تمرین بلندمدت آماده کنید. خلق تجربه مثبت برای مشتریان کاری است که شما در طول زمان و با تمرین و تکرار فراوان در آن موفق خواهید شد. بنابراین هر فکر و خیالی برای موفقیت‌های کوتاه‌مدت را دور بریزید.

منابع:
https://www.marketingcharts.com/
۱۱۱۵۸۴-brand-related/csr
https://www.forbes.com/sites/
new-survey-/۲۱/۰۶/۲۰۲۲/edwardsegal
shows-a-big-gap-in-trust-between-
/companies-and-consumers
https://www.thedrum.com/
people-don-t-trust-/۰۲/۰۵/۲۰۱۸/opinion
brands-because-well-why-would-they

فرصت امروز
روزنامه مدیریتی - اقتصادی
سه‌شنبه | ۹ آبان ۱۴۰۲ | شماره ۲۳۴۷ | صفحه ۸
صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز
مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی
چاپ: ریحان
دفتر مرکزی: مطهری، خیابان علی‌اکبری، پلاک ۱۱۵
دفتر مرکزی: ۸۸۵۱۴۵۳۸
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۵۲۶۹۲۳
آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS
WWW.FORSATNET.IR
INFO@FORSATNET.IR