روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کارآفرینی

سه‌شنبه
۱ اسفند ۱۴۰۲

Tue.20 Feb 2024
۱۰ شعبان ۱۴۴۵ - سال نهم
شماره ۲۴۲۳
۸ صفحه - ۵۰۰۰ تومان

www.forsatnet.ir

سنت نه‌چندان دور بازار سهام تکرار می‌شود؟

سبزپوشی بورس در پایان بهمن

فرصت امروز: در آخرین روز معاملاتی بهمن ماه، شاخص‌های بازار سهام رشد کردند. در معاملات این روز نماد خودرو بیشترین خروج پول حقیقی را داشت که ارزش آن ۲۶ میلیارد تومان بود. پس از خودرو، نمادهای وبملت، خساپا، فارس، خگستر، وشهر و فصبا بیشترین خروج پول حقیقی را داشتند. در جریان معاملات روز دوشنبه ۳۰ بهمن ماه، شاخص کل بورس تهران ۶ هزار و...

۴

سکه، طلا، دلار و مسکن به ترتیب بیشترین بازدهی را در ۳ سال گذشته داشته‌اند

برندگان و بازندگان بازارها

فرصت امروز: با وجود آنکه بازار سرمایه از مردادماه ۱۳۹۹ به رکود فرو رفته اما هنوز نتوانسته به دوران رونق بازگردد. با وجود جذابیت بورس‌های جهانی متاسفانه بورس تهران در بین ایرانیان محبوب نیست و یا حداقل از آن به نیکی یاد نمی‌شود. شاید پس از گذراندن تجربه سال ۱۳۹۹ از نظر بورس‌بازان و سهامداران، بورس خوب همان بورس مرده باشد. به همین دلیل، برخی از جفا به سرمایه‌گذاران سخن می‌گویند؛ جفایی که از همان سال ۱۳۹۹ آغاز شده و هنوز هم ادامه دارد. اگرچه سرمایه‌گذاران معتقدند که در نهایت آثار تورمی، ارزش دارایی‌های آنها را افزایش می‌دهد، اما این چیزی به اصل قضیه که همان کمرنگ شدن نقش بازار به عنوان پایگاه گردش سرمایه است، اضافه نمی‌کند. در حال حاضر، ارزش دلاری بازار به رقمی در حدود ۱۵۰ میلیارد دلار رسیده است؛ در حالی که در اردیبهشت ماه ۱۳۹۹ این میزان به ۲۰۰ میلیارد دلار می‌رسید. در آبان ماه امسال نیز ارزش بورس تا ۱۶۰ میلیارد دلار هم رسیده بود.

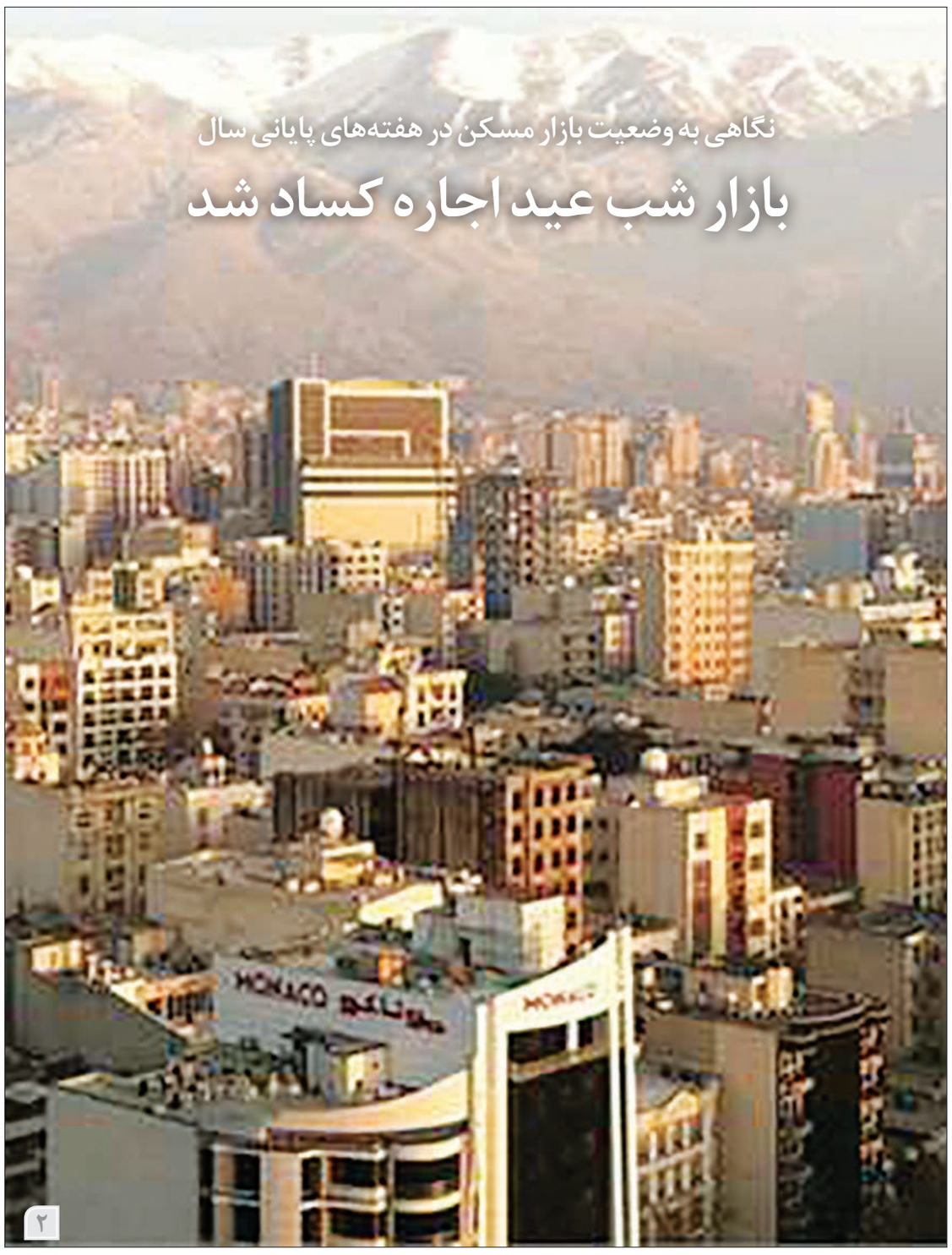
به نظر می‌رسد بازارهای داخلی و جهانی در یک سال گذشته با سرمایه‌گذاران خود، هم خوب تا کرده‌اند و هم نکرده‌اند. برخی بازارها کم‌بازده‌تر از دیگر بازارها بوده‌اند؛ گرچه در بازدهی سه ساله، شرایط مطلوب‌تری وجود دارد. برای بررسی بازارها چاره‌ای جز مقایسه بازدهی آنها در سال‌های مختلف نداریم. هرچند همه سرمایه‌گذاران در یک زمان وارد بازارها نمی‌شوند، اما می‌توان براساس بازدهی بازارها، چشم‌انداز روشن‌تری را در مورد عملکردهای گذشته...

۲

تقاضای خانوارها برای وام مسکن افزایش یافت و اولویت خرید خودرو کم شد

تغییر شیفت وام‌های بانکی

۳



نگاهی به وضعیت بازار مسکن در هفته‌های پایانی سال

بازار شب عید اجاره کساد شد

۲

مدیریت و کسب‌وکار

بازاریابی بین‌نسلی در دنیای امروز

بازاریابی معمولا هنری در نظر گرفته می‌شود که به برندها برای اثرگذاری ویژه بر روی مخاطب هدف کمک می‌کند. در بهترین حالت برندها به کمک مارکتینگ توانایی اثرگذاری بر روی مخاطب‌هایی را پیدا می‌کنند که تا قبل از آن حتی فکرش را هم نمی‌کردند. در این میان اوضاع برخی از کسب و کارها کمی متفاوت‌تر از دیگران است؛ چراکه همه مخاطب‌ها یکطور فکر نمی‌کنند. صرف نظر از عواملی مثل نژاد یا محل سکونت، شرایط سنتی هم در انتخاب مشتریان اهمیت ویژه‌ای دارد. خب کسی که الان در دهه هفتم زندگی‌اش است، سلیقه خریدی مشابه با جوانان ۲۰ یا ۳۰ ساله ندارد. به همین خاطر کسب و کارها باید حواس‌شان به این نکته کلیدی باشد وگرنه کلاه‌شان پس معرکه خواهد بود. این نکته‌ای است که ما در ادامه قصد داریم هرچه دقیق‌تر مورد بررسی قرار دهیم. برخی از کارآفرینان فکر می‌کنند همین که یک ایده خلاقانه و کمی تازه به ذهن‌شان...

۸

یادداشت

راه دشوار زنان در اقتصاد ایران

فاطمه پاسبان
کارشناس اقتصادی

در ادبیات موضوع، تعاریف متفاوتی از کسب‌وکار (Business) ارائه شده است. در واژه‌نامه آکسفورد، کسب‌وکار به معنای خریدوفروش و تجارت است. در واژه‌نامه لانگ‌من، کسب‌وکار به فعالیت پول درآوردن و تجارتی که از آن پول حاصل شود، گفته می‌شود. بر طبق نظر ارویک و هانت، کاری که در آن خدمات یا کارهایی که دیگر افراد جامعه به آن نیاز دارند و مایل به خرید آن هستند و توان پرداخت بهای آن را دارند، تولید، توزیع و عرضه می‌شود، کسب‌وکار است. پروفسور اون، کسب‌وکار را یک نوع کاسبی می‌داند که طی آن، کالاها یا خدمات برای فروش در بازار تولید و توزیع می‌شوند. در یک نگاه عمومی می‌توان گفت که کسب‌وکار، فعالیتی برای امرارمعاش یا کسب درآمد از تولید یا خریدوفروش محصولات (مانند کالاها و خدمات) است. به‌طور کلی می‌توان گفت که کسب‌وکار شامل فرآیندی است که افراد با قدرت خلاقیت و کارآفرینی خود، فرصت‌های تجاری را از طریق راه‌اندازی شرکت‌های مختلف خلق می‌کنند که علاوه بر ایجاد اشتغال می‌توانند خدمات و محصولات متنوعی را به جامعه هدف خود (مشتریان) ارائه دهند.

ادامه در همین صفحه

راه دشوار زنان در اقتصاد ایران

کسب‌وکارها براساس عوامل مختلفی در چندین گروه طبقه‌بندی می‌شوند. میزان سرمایه‌گذاری، تعداد نیروی کار و... از جمله مهمترین معیارهای دسته‌بندی کسب‌وکارها به شمار می‌روند.

تعریف کسب‌وکارها یا صنایع کوچک و متوسط در کشورهای مختلف، متفاوت است، اما رایج‌ترین ملاک تقسیم‌بندی شرکت‌ها براساس تعداد کارکنان است. اگرچه این شاخص در کشورهای مختلف دنیا به لحاظ تعداد متفاوت است اما بیشتر کشورها، بنگاه‌های کوچک و متوسط را به لحاظ تعداد شاغلان در طیف معینی از یک تا ۵۰۰ کارکن تعریف می‌کنند. به‌عنوان‌مثال در کانادا، بنگاه‌های با کمتر از ۵۰۰ نفر کارکن در گروه بنگاه‌های کوچک و متوسط طبقه‌بندی می‌شوند؛ درحالی‌که در اتحادیه اروپا، بنگاه‌های با اشتغال کمتر از ۲۵۰ نفر متوسط، کمتر از ۵۰ نفر کوچک و کمتر از ۱۰ نفر خرد نامیده می‌شوند.

اتحادیه اروپا از سه معیار برای تعریف و شناسایی بنگاه‌های کوچک و متوسط استفاده می‌کند که عبارت از تعداد کارکنان، حجم گردش مالی سالانه بنگاه و میزان دارایی و بدهی‌های آنهاست. در ایران براساس تعریف وزارت صنعت، معدن و تجارت و وزارت جهاد کشاورزی، بنگاه‌های کوچک و متوسط، واحدهای صنعتی و خدماتی هستند که کمتر از ۵۰ نفر کارکن دارند. مرکز آمار ایران، کسب‌وکارها را به چهار گروه شامل کسب‌وکارهای یک تا ۹ کارگر، ۱۰ تا ۴۹ کارگر، ۵۰ تا ۹۹ کارگر و بیش از ۱۰۰ کارگر طبقه‌بندی کرده است. در آیین‌نامه اجرایی گسترش بنگاه‌های کوچک و زودبازده که در سال ۱۳۸۴ تصویب شد و مسئولیت اجرایی آن برعهده سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی است، به واحدهای تولیدی (کالا و خدمات) کمتر از ۵۰ نفر کارکن، بنگاه کوچک اطلاق می‌شود. آنچه اداره آمار بانک مرکزی به‌عنوان طبقه‌بندی واحدهای صنعتی در نظر می‌گیرد، بدین‌صورت است که واحدهای با کمتر از ۱۰ نفر کارکن خرد، ۱۰ تا ۴۹ نفر کارکن کوچک، ۵۰ تا ۹۹ نفر کارکن متوسط و بالاتر از ۱۰۰ نفر کارکن بزرگ نامیده می‌شوند. کسب‌وکارهای خرد، دامنه وسیعی از فعالیت‌های مختلف را دربر می‌گیرد: حوزه‌های صنعت، کشاورزی، تجارت، خانگی و ... .

کسب‌وکارهای کوچک، اهمیت بسیاری دارند، ایجاد اشتغال را به همراه دارند و می‌توانند در کاهش نرخ بیکاری در جامعه، مؤثر باشند و توسعه اقتصادی را رقم بزنند. این کسب‌وکارها با تولید محصولات و خدمات جدید، به رشد اقتصادی و ایجاد درآمد و فرصت‌های شغلی کمک می‌کنند، به‌طوری‌که در بازار رقابتی، با بزرگ‌ترین شرکت‌ها نیز رقابت می‌کنند و با ارائه محصولات و خدمات با کیفیت و قیمت مناسب، بازار را به خود جذب می‌کنند و رقابت را در بازار افزایش می‌دهند، نوآوری را رقم می‌زنند و به‌عنوان مراکزی برای نوآوری و تحقیق و توسعه، اهمیت بسیاری دارند. این کسب‌وکارها به دلیل انعطاف‌پذیری و قابلیت تغییر می‌توانند به خلق و ارائه محصولات و خدمات جدید و نوآورانه کمک کنند، ایجاد شبکه‌سازی کنند به دلیل اینکه در سطح محلی فعالیت می‌کنند، می‌توانند شبکه‌هایی از روابط و ارتباطات در محل ایجاد کنند و به دستیابی به منابع و فرصت‌های جدید کمک کنند. ازاین‌رو می‌توان گفت که کسب‌وکارهای کوچک به دلیل انعطاف‌پذیری و توانایی سازگاری با تغییرات در بازار، علاوه بر ایجاد اشتغال می‌توانند به رشد اقتصاد، کاهش فقر و توسعه زیرساخت‌های اقتصادی کمک کنند. با توجه به این نقش‌ها می‌توان گفت که کسب‌وکارهای کوچک به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های اساسی اقتصاد می‌توانند به توسعه اقتصاد و بهبود شرایط اجتماعی کمک کنند.

براساس اطلاعات بانک جهانی، شرکت‌های کوچک و متوسط (SMEs)، نقش عمده‌ای در بیشتر اقتصادها به‌ویژه در کشورهای درحال‌توسعه دارند. شرکت‌های کوچک و متوسط، اکثریت کسب‌وکارها را در سراسر جهان تشکیل می‌دهند و سهم مهمی در ایجاد شغل و توسعه اقتصادی جهانی دارند. آنها حدود ۹۰ درصد از مشاغل و بیش از ۵۰ درصد از اشتغال را در سراسر جهان تشکیل می‌دهند. SMEهای رسمی تا ۴۰ درصد از درآمد ملی (GDP) در اقتصادهای نوظهور را تشکیل می‌دهند. این اعداد زمانی که SMEهای غیررسمی را هم در نظر بگیریم، به‌طور قابل‌توجهی بیشتر است. براساس برآوردهای انجام‌شده تا سال ۲۰۳۰ به ۶۰۰ میلیون شغل برای جذب نیروی کار برای رشد جهانی نیاز خواهد بود که توسعه SME برای بسیاری از دولت‌ها در سراسر جهان در اولویت قرار دارد. در بازارهای نوظهور، بیشتر مشاغل رسمی توسط شرکت‌های کوچک و متوسط ایجاد می‌شود که از هر ۱۰ شغل، ۷ شغل ایجاد می‌کنند.

بررسی وضعیت کسب‌وکارها در کشورهای مختلف به‌ویژه کشورهای درحال‌توسعه نشان می‌دهد که بخش عمده‌ای از بار کسب‌وکارهای خرد را بانوان به دوش می‌کشند. کسب‌وکارهای خرد بر پایه نقش محوری بانوان به‌طور معمول، شرکت‌های کوچک وابسته به بازارهای محلی را شامل می‌شود. آنها به این کسب‌وکارها به‌عنوان یک حرفه ثابت برای امرارمعاش اعضای خانواده نگاه می‌کنند اما در همین کسب‌وکارهای خرد، ظرفیت‌های منحصربه‌فرد انسانی و مالی وجود دارد که می‌تواند به‌عنوان رویکردی برای توسعه پایدار در نظر گرفته شود.

اطلاعات و آمارها در سطح جهانی حاکی از آن است که از هر سه کسب‌وکار کوچک، متوسط و بزرگ تنها یک مورد متعلق به بانوان است. این نرخ در بین مناطق مختلف دنیا متفاوت است؛ از کمتر از ۱۸ درصد در جنوب آسیا تا بیشتر از ۵۰ درصد در آمریکای لاتین و کارائیب در نوسان است، همینطور در آسیای شرقی و اقیانوسیه، ۴۷ درصد و در خاورمیانه نیز پایین‌ترین سطح ۷ درصد در جمهوری یمن ثبت شده است. از طرفی دیگر، اطلاعات نشان می‌دهد که مشارکت بانوان در مالکیت کسب‌وکار با سطح درآمد کشورها همبستگی مثبت دارد، اما تنها به این عامل بستگی ندارد. در کشورهای کم‌درآمد، از هر چهار کسب‌وکار تنها یک کسب‌وکار متعلق به بانوان است. در کشورهای با درآمد متوسط و بالا نیز این نرخ به ترتیب ۳۶ درصد و ۳۷ درصد است.

براساس آخرین آمار سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران، بنگاه‌های کوچک و متوسط بیش از ۸۰ درصد از بنگاه‌های صنعتی کشور را تشکیل می‌دهند که نزدیک به ۱۰ درصد از درآمد صادراتی کشور را تأمین می‌کنند، اما اطلاعات دقیقی از کسب‌وکارهای کوچک و به‌خصوص کسب‌وکارهای بانوان موجود نیست. در این میان، اطلاعات منتشرشده از اشتغال و بیکاری در ایران، حاکی از آن است که هنوز بستر حضور بانوان در کسب‌وکارهای مختلف فراهم نشده است. براساس آمارهای منتشرشده مرکز آمار ایران (نتایج طرح آمارگیری نیروی کار در تابستان ۱۴۰۱)، بیش از ۲۶ میلیون جمعیت فعال اقتصاد کشور که در تابستان ۱۴۰۱ تمایل به کار کردن داشته‌اند، نزدیک به ۱۷ درصد از این تعداد سهم زنان است که نشان دهند نقش کمرنگ زنان در بازار کار ایران است. از طرفی مشاهده می‌شود که نرخ بیکاری بانوان در حدود ۱۷.۲ درصد است که نسبت به نرخ بیکاری مردان که حدود ۷.۳ درصد است، ۲.۴ برابر نرخ بیکاری مردان است. برای گروه سنی ۱۸ تا ۳۵ ساله، نرخ بیکاری برای مردان ۱۳.۱ درصد و برای زنان ۲۹.۳ درصد بوده که این نرخ برای زنان ۲.۲ برابر مردان و نرخ بیکاری بالایی است. این ارقام نشان‌دهنده آن است که فرصت‌های برابر شغلی برای زنان فراهم نشده است. در این میان، بیکاری دانش‌آموختگان آموزش عالی نشان از آن دارد که فرصت کار برای بانوان به‌مراتب کمرنگ‌تر از مردان است. نرخ بیکاری جمعیت ۱۵ ساله و بیشتر فارغ‌التحصیل آموزش عالی برای مردان ۸.۸ درصد و برای زنان ۲۳.۲ درصد است؛ یعنی بیکاری زنان تحصیلکرده آموزش عالی ۲.۶ برابر مردان است؛ این یعنی امکان فرصت کار کمتر برای زنان تحصیلکرده آموزش عالی. ارقام حاکی از کاهش حضور زنان در کسب‌وکارهای مختلف در بازار کار است؛ یعنی فرصت‌ها برای زنان کمتر شده است. آمارها همچنین نشان می‌دهد که نقش‌آفرینی زنان در بخش خدمات (۵۸ درصد سهم) نسبت به سایر بخش‌های اقتصادی بیشتر و در بخش کشاورزی (۱۶ درصد سهم) از همه کمتر است. بخش صنعت هم حدود ۲۵.۹ درصد اشتغال زنان را به خود اختصاص داده است. ارقام نشان می‌دهد که هنوز فرصت‌های کسب‌وکار برای زنان در بخش صنعت و کشاورزی مهیا نشده و این در حالی است که رشته‌های دانشگاهی صنعتی و کشاورزی برای زنان، دانشجو می‌پذیرند و فارغ‌التحصیل دارند.

آمارها سوال ایجاد می‌کنند که چرا با وجود شعارهای گوناگون فرصت برابر برای دستیابی به حمایت‌ها و امتیازات و سهم از توسعه و ایجاد فرصت‌های شغلی، هنوز بانوان در کسب‌وکارها (از ایجاد تا پایداری) با مشکلات متعدد روبه‌رو هستند؟ آنچه مسلم است، بخشی از چالش‌ها و موانع کسب‌وکار بانوان جدای از چالش‌های فضای کسب‌وکار ایران نیست. گزارش پایش ملی محیط کسب‌وکار ایران در تابستان ۱۴۰۲ (توسط مرکز پژوهش‌های اتاق ایران) حاکی از آن است که وضعیت محیط کسب‌وکار در تابستان امسال با نمره ۶.۱۱ (بدترین نمره ۱۰ است) نسبت به فصل بهار (با رقم ۶.۰۵) بدتر شده است. همچنین فعالان اقتصادی (کسب‌وکارها) مشارکت‌کننده در این پایش به ترتیب سه مؤلفه «غیرقابل‌پیش‌بینی بودن و تغییرات قیمت مواد اولیه و محصولات»، «دشواری تأمین مالی از بانک‌ها» و «بی‌ثباتی سیاست‌ها، قوانین و مقررات و رویه‌های اجرایی ناظر بر کسب‌وکار» را نامناسب‌ترین مؤلفه‌های محیط کسب‌وکار کشور نسبت به سایر مؤلفه‌ها ارزیابی نموده‌اند. به عبارتی، شاخص‌های فضای کسب‌وکار، حال خوبی نداشته و از وضعیت مناسبی برخوردار نیستند. نکته مهمتر آنکه عوامل تأثیرگذار بیرونی بر کسب‌وکارها که خارج از کنترل و مدیریت آنان است، یعنی تورم، بازار مالی و تأمین سرمایه و قوانین و مقررات، مهمترین چالش‌های کسب‌وکارهای ایران است و به عبارتی، حکمرانی خوب شکل نگرفته است. این سه چالش به‌نوعی بازتابی از سیستم اقتصادی کشور است و نمی‌توان انتظار داشت که با ناکارآمدی سیستم اقتصادی کشور، کسب‌وکار بانوان و به‌خصوص کسب‌وکارهای کوچک‌مقیاس، تقویت و فرصت‌های کارآفرینی و درآمدزایی برای آنان توسعه یابد. در بسیاری از تحقیقات درخصوص کسب‌وکارهای بانوان به چالش‌های گوناگون اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و محیطی اشاره نمودند؛ از جمله می‌توان به تأمین مالی، بازاریابی، شفافیت اطلاعات، تبعیض در برخورداری از فرصت‌های برابر، نگاه جنسیتی، نبود شبکه حمایتی (اقتصادی و اجتماعی و حقوقی) کارآمد، کمبود آموزش‌های حرفه‌ای و تخصصی مرتبط با کسب‌وکار با روش‌های نوین آموزش اشاره نمود. چالش‌ها و مشکلات، آشکار و شفاف هست اما در عمل، اقداماتی که منجر به حل مسئله شود، وجود ندارد و ضرورت دارد مجموعه‌ای از راهبردهای مؤثر بر رشد کسب‌وکارهای بانوان با رویکرد حکمرانی خوب تدوین و عملیاتی شود که عبارتند از راهبردهای بازاریابی (توسعه بازار، توسعه محصول، نفوذ در بازار، تمایز و تنوع‌گرایی)، راهبرد شیوه‌های کسب‌وکار (مشتری‌مداری، آموزش، استفاده از فناوری روز، شبکه‌سازی و چابکی) و راهبرد گرایش کارآفرینانه (گرایش نوآوری، ریسک‌پذیری و پیش‌فعالی). در کنار آن، عبور از شیوه‌ها و روش‌های تکرار شده پرتجربه غیرکارآمد و شعاری و روی آوردن به «تغییر و اصلاح» رویه‌ها و فرآیندها و الگوهای مختلف تأثیرگذار بر کسب‌وکار و به‌خصوص کسب‌وکار بانوان براساس معیارهای علمی (طبقه‌بندی‌شده خرد، کوچک، متوسط و بزرگ نه نگاه یکسان) و متناسب با کشور ایران، درخصوص روش‌های جدید تأمین مالی، شبکه‌سازی و زنجیره سازی، کارهای جمعی و گروهی، الگوهای حکمرانی خوب صورت گیرد. به قول سعدی شیرین‌زبان: سعدیا گرچه سخندان و مصالح گویی/ به عمل کار برآید به سخندانی نیست. نیاز به عبور از شعار به واقعیت و عمل را داریم. راهبردهای توسعه کسب‌وکار کوچک‌مقیاس بانوان (شهری و روستایی) با رویکرد حکمرانی خوب، لازمه عبور از مسائل موجود است. آیا این مهم در برنامه هفتم توسعه دیده شده است؟

چرا با ظهور برخی رهبران، انتظار خرابی اقتصادی بیشتری داریم؟

معمای اقتصادی پوپولیسم

«تو که اینقدر باهوشی پس چرا پولدار نشدی؟» این سوالی است که در اغلب دعواهای کاری شنیده می‌شود. حالا آمریکایی‌ها این سوال را به شیوه دیگری می‌پرسند و آن را به «دونالد ترامپ» ربط می‌دهند: «اگر ترامپ اینقدر بد بود پس چرا وضع‌مان خوب شده بود؟» به نوشته «فایننشال تایمز»، حتی کسانی که حس خوبی به «ترامپ» ندارند تقریبا این حس را که اقتصاد رو به جلو و غیرتورمی در دوره او شکل گرفته بود، به یاد دارند. البته که بخش زیادی از آن «دستاورد» کاملا اتفاقی بود. او میراث اقتصادی «اوباما» را دریافت کرد و بعدا وقتی که جنگ اوکراین شروع شد و تجارت جهانی را زیر و رو کرد، «ترامپ» از کاخ سفید رفته بود، اما هر چقدر هم که شرایط دوران «ترامپ» را شانسی بدانیم، باید گفت که او به شانس خود لگد نزد. دوران چهارساله ریاست جمهوری او پر از حاشیه و قانون‌شکنی بود، اما به سطح استاندارد زندگی مردم آمریکا لطمه نزد. حالا یک رهبر جنجالی دیگر هم امسال با انتخابات مواجه است: «نارندرا مودی» تقریبا یک دهه نخست وزیر هند بوده و در دوران او، هند از رتبه دهم پربازده‌ترین اقتصادها توانست به رتبه پنجم برسد. احتمالش هست که تا پایان دهه ۲۰۲۰، هند حتی موفق شود ژاپن را از رتبه سوم جهان به زیر بکشد. از آنجا که هند در آستانه به قدرت رسیدن «مودی» (در سال ۲۰۱۴) هم پتانسیل‌هایش را به نمایش گذاشته بود، می‌توان گفت که اگر دولت دیگری روی کار می‌آمد نیز عملکرد مشابهی به‌جا می‌گذاشت، اما حکومت اقتدارگرای «مودی» هم مثل حکومت «ترامپ» کاری نکرد که جلوی رشد اقتصادی گرفته شود. در شرایطی که نهادهای بین‌المللی داشتند هند را از رده کشورهای آزاد خارج می‌کردند و عنوان «نیمه آزاد» بدان می‌دادند، اقتصاد هند داشت سریعا رشد می‌کرد. این کابوس بزرگی برای لیبرال‌هاست. پوپولیست‌ها نه‌تنها به قدرت رسیدند و در قدرت ماندند، بلکه عملکردشان هم بد نبود، اما این وضعیت از لحاظ فکری هم گیج‌کننده است. پوپولیسم باید قاعدتا برای اقتصاد بد باشد. پوپولیسم خودش را در مقابل عوامل رشد اقتصاد قرار می‌دهد: با مهاجرت که باعث افزایش نیروی کار می‌شود، مخالف است و جلوی تجارت آزاد مانع می‌تراشد و در امور قضایی مملکت دخالت می‌کند. کسب وکارها از تصمیمات دلبخواهی رهبران معمولا ضربه می‌خورند. تصور عمومی بر این است که اگر یک قانون بد اما باثبات داشته باشید، بهتر از این است که یک نفر با تصمیمات شخصی بخواهد برای‌تان قانون بگذارد. یکی از موارد مهم، درافتادن رهبران کشورها با روسای بانک‌های مرکزی است که معمولا موجب دردسر سرمایه‌گذاران می‌شود. اما با همه اینها، وضعیت متفاوتی را در جهان می‌بینیم. در بین پوپولیست‌های مشهور امروز جهان، کدام‌شان عملکرد اقتصادی بدی داشته؟ «رجب طیب اردوغان» یکی از آنهاست که نتوانست در مقابل تورم شدید ترکیه کاری کند. همچنین رشد اقتصادی ایتالیا در دوران «جورجیا ملونی» خیلی هم بدتر از دوران نخست وزیران پیشین نیست. انگلیس البته یک استثناست. یکی از پوپولیستی‌ترین پدیده‌های تاریخ انگلیس، برگزیت بود که باعث فاجعه اقتصادی شد. از آن موقع رأی‌دهندگان سعی کرده‌اند اشتباه‌شان را جبران کنند و به سیاستمداران منطقی‌تر رأی دهند. برای رهایی از تبعات پوپولیسم در انگلیس گویا چاره‌ای جز مواجه شدن با عذاب اقتصادی آن وجود نداشت. نکته جالب در مورد پوپولیسم، این است که آسیب اقتصادی آن در طول زمان، خود را نشان می‌دهد. «لارنس سامرز»، وزیر خزانه‌داری سابق آمریکا اخیرا به این موضوع اشاره کرد و به شرکت‌های آمریکایی درباره بازگشت «ترامپ» هشدار داد و گفت «در نهایت» به خاطر حضور «ترامپ» در قدرت ضرر خواهند کرد. کلمه طلایی اینجا همان «در نهایت» است. تاثیر پوپولیسم، تدریجی و زمانبر است، بنابراین اگر «ترامپ» دوباره روی کار آمد و با کاهش ناگهانی مالیات‌ها باعث افزایش بدهی عمومی شد و یا با حربه گمرکی باعث تنش تجاری شد، باید وضعیت اقتصادی آمریکا در دوران پس از ریاست جمهوری او را معیار قضاوت قرار دهیم.

نگـــاه

احتمال رکود اقتصاد آمریکا به ۸۵ درصد رسید

چشم‌انداز نامطمئن اقتصاد ۲۰۲۴

از دســت رفتن جایگاه ســومی اقتصاد ژاپن در رنکینگ جهانی، افزایــش احتمال ابتلای اقتصــاد آمریکا به رکود در ســال ۲۰۲۴ میلادی و بهبود اقتصادی چین تحت تأثیر بهبود بخش گردشگری از مهمترین خبرهای اقتصادی جهان در هفته گذشــته بوده است. در هفتــه چهــارم بهمن ماه ۱۴۰۲، اعداد و ارقــام متعددی درباره اقتصاد، تجارت و کســب‌وکار از ســوی رسانه‌ها، نهادهای اقتصادی بین‌المللی و مراکز تحقیقاتی منتشــر شد که مهمترین آنها شامل احتمال ۸۵ درصــدی رکود اقتصادی آمریکا، ضــرر برگزیت برای بریتانیا، نــزول اقتصادی آفتاب تابان و بهبود گردشــگری اژدهای زرد است.

احتمال ۸۵ درصدی رکود آمریکا

یک مدل اقتصادی جدید که توسط «دیوید روزنبرگ» اقتصاددان طراحی شــده است، نشان می‌دهد احتمالا رکود اقتصادی در سال ۲۰۲۴ به آمریکا ضربه خواهد زد. شــاخص اقتصادی که روزنبرگ آن را «مدل کامل» می‌نامد، نشــان می‌دهد که احتمال وقوع رکود اقتصــادی در ۱۲ ماه آینده ۸۵ درصد اســت. این بالاترین تخمین از زمان بحران مالی بزرگ در ســال ۲۰۰۸ تاکنون است. این مدل براســاس داده‌های پژوهش دفتر ملی تحقیقــات اقتصادی آمریکا طراحی شــده اســت و از شاخص‌های شــرایط مالی، نسبت بدهی بــه خدمات، نرخ ارزهای خارجی و ســطح منحنی بازده تشــکیل شــده است. روزنبرگ معتقد اســت که این مدل اقتصادی به دلیل سابقه ارائه هشدار به‌موقع نسبت به رکود بدون ارسال سیگنال‌های نادرســت از سال ۱۹۹۹ به بعد، نسبت به سایر مدل‌ها برتری دارد. او گفت که در اوایل سال ۲۰۲۳، این مدل تنها ۱۲ درصد احتمال رکود را نشــان می‌داد، درحالی‌که شاخص منحنی بازدهی می‌گوید که احتمال رکود در آن زمان ۵۰ درصد بوده اســت. مدل اقتصادی روزنبرگ «فرود نرم» را که در ســال ۲۰۲۳ شاهد بودیم پیش‌بینی کرد و اکنون می‌گوید که برای ســال ۲۰۲۴، احتمال رکود به‌شدت افزایش یافته است.

ضرر برگزیت برای بریتانیا

براساس مطالعه جدید گلدمن ساکس، اقتصاد انگلیس اگر هرگز اتحادیــه اروپا را ترک نمی‌کرد، ۵ درصــد قوی‌تر از اکنون می‌بود، زیــرا اقتصاد این کشــور از پس از انتخابــات ۲۰۱۶ برگزیت تحت تأثیر رکود تجارت و ســرمایه‌گذاری ضعیف‌تر شــده است. به گفته محققان گلدمن ساکس این کاهش رشد باعث شده است که سرانه تولید ناخالص داخلی انگلیس از زمان آغاز همه‌گیری کرونا تاکنون دچار رکود شــود و از زمان همه‌پرسی ســال ۲۰۱۶ به بعد تنها ۴ درصد افزایش یافته اســت، درحالی‌که سرانه تولید ناخالص داخلی منطقه یورو در همین مدت ۸ درصد و در آمریکا ۱۵ درصد افزایش داشته اســت. درعین‌حال، انگلیس تورم بسیار بالاتری را نسبت به اقتصادهای پیشــرفته رقیب تجربه کرده اســت، به‌طوری‌که قیمت مصرف‌کننده این کشــور از سال ۲۰۱۶ تاکنون ۳۱ درصد افزایش یافته است، درحالی‌که افزایش این قیمت در منطقه یورو ۲۷ درصد و در آمریکا ۲۴ درصد بوده است.

نزول اقتصادی آفتاب تابان

دولت ژاپن در روز پنجشــنبه اعلام کرد که تولید ناخالص داخلی این کشــور پس‌ازآن که در ســه ماهه قبل ۳.۳ درصد کاهش یافته بود، در ســه ماه آخر ســال ۲۰۲۳ با ســرعت ۰.۴ درصدی کاهش یافته است. رکود معمولا به‌عنوان دو فصل متوالی انقباض اقتصادی تعریف می‌شود. این کاهش بسیار کمتر از پیش‌بینی‌های بازار بود. اقتصاددانان شــرکت‌کننده در نظرسنجی رویترز انتظار داشتند که تولید ناخالص داخلی در ماه‌های اکتبر تا دسامبر سالانه ۱.۴ درصد در ســه ماهه سوم رشــد کند. این داده‌ها تأیید می‌کند که اقتصاد ژاپن در سال گذشــته چهارمین اقتصاد بزرگ جهان پس از آلمان براســاس ارزش دلار آمریکا بوده اســت. ضعیف‌ترین بخش اقتصاد ژاپن، تقاضای داخلی بوده اســت. همه دســته‌های عمده تقاضای داخلــی، از جمله مخارج مصرف‌کننده، منفی بوده‌اند. تنها تقاضای خارجی که توســط صادرات کالاها و خدمات تســخیر شده، سهم مثبتی داشته است. مصرف خصوصی که نیمی از اقتصاد را تشکیل می‌دهد، در ســه ماهه چهارم سالانه ۰.۹ درصد کاهش یافته است، زیرا مصرف‌کنندگان ژاپنی با قیمت‌های بالاتر غذا، ســوخت و سایر کالاها مواجه بوده‌اند.

تورم ۴ درصدی انگلستان

دفتــر آمار ملــی انگلیس اعلام کرد که تورم ســالانه انگلیس در مــاه ژانویه به دلیل کاهش قیمت‌هــای مبلمان و کالاهای خانگی، مواد غذایی و نوشــیدنی‌ها در حدود ۴ درصد ثابت مانده است. در تورم ماهانه شــاخص کل قیمت مصرف‌کننده به منفی ۰.۶ درصد کاهــش یافت و پــس از افزایش غیرمنتظــره ۰.۴ درصدی در ماه دسامبر به محدوده منفی بازگشت. اقتصاددانانی که در نظرسنجی رویترز شــرکت کردند، پیش‌بینی اجماع ۴.۲ درصدی سالانه برای ژانویــه و منفــی ۰.۳ درصدی را بــرای تورم ماهانــه ارائه کردند. بیشــترین سهم افزایشــی در تغییر ماهانه نرخ‌های سالانه شاخص قیمت مصرف‌کننده به‌اضافه هزینه‌های مســکن و شــاخص قیمت مصرف‌کننده مربوط به مسکن و خدمات خانگی عمدتا هزینه‌های گاز و برق بوده اســت؛ درحالی‌که بیشترین سهم کاهشی مربوط به قیمت مبلمان و کالاهای خانگی و مواد غذایی بوده است.

بهبود گردشگری اژدهای زرد

داده‌های رسمی دولت چین نشان داد که درآمدهای گردشگری در چین در تعطیلات سال نو قمری که روز شنبه به پایان رسید، به لطف رونق سفرهای داخلی، ۴۷.۳ درصد نسبت به سال قبل افزایش داشــته و به ۴۷۴ میلیون ســفر رسیده اســت. این داده‌ها ممکن است تسکین موقتی را برای سیاستگذاران فراهم کند؛ زیرا دومین اقتصــاد بزرگ جهان در بحبوحه تقاضــای ضعیف مصرف‌کننده با خطرات تورم منفی مواجه شده است، اما با این حال، پایداری روند افزایش درآمد بخش گردشگری نامشخص است. در طول تعطیلات که به‌عنوان بزرگ‌ترین مهاجرت ســالانه جهان شــناخته می‌شود، جاذبه‌های گردشــگری چین شــاهد ازدحام گسترده جمعیت بود. براســاس داده‌های وزارت فرهنگ و گردشــگری چین، هزینه‌های گردشــگری داخلــی با جهــش ۴۷.۳ درصدی بــه ۶۳۲.۷ میلیارد یوان (برابر با ۸۷.۹۶ میلیارد دلار) نســبت به زمان مشــابه ســال گذشته رسیده است. براســاس داده‌های این وزارتخانه، در مقایسه با تعطیلات ســال نو قمری ۲۰۱۹، یعنی ســال قبل از آغاز شیوع کووید-۱۹، هزینه‌های گردشــگری داخلی ۷.۷ درصد و ســفرهای داخلی ۱۹ درصد افزایش پیدا کرده است.

سازمان آگهی‌ها ۸۸۹۳۶۶۵۱

سکه، طلا، دلار و مسکن به ترتیب بیشترین بازدهی را در ۳ سال گذشته داشته‌اند

برندگان و بازندگان بازارها

فرصت امروز: با وجود آنکه بازار سرمایه از مردادماه ۱۳۹۹ به رکود فرو رفته اما هنوز نتوانسته به دوران رونق بازگردد. با وجود جذابیت بورس‌های جهانی متاسفانه بورس تهران در بین ایرانیان محبوب نیست و یا حداقل از آن به نیکی یاد نمی‌شود. شاید پس از گذراندن تجربه سال ۱۳۹۹ از نظر بورس‌بازان و ســهامداران، بورس خوب همان بورس مرده باشد. به همین دلیل، برخی از جفا به سرمایه‌گذاران سخن می‌گویند؛ جفایی که از همان سال ۱۳۹۹ آغاز شده و هنوز هم ادامه دارد. اگرچه سرمایه‌گذاران معتقدند که در نهایت آثار تورمی، ارزش دارایی‌های آنها را افزایش می‌دهد، اما این چیزی به اصل قضیه که همان کمرنگ شــدن نقش بازار به عنوان پایگاه گردش سرمایه است، اضافه نمی‌کند. در حال حاضر، ارزش دلاری بازار به رقمی در حدود ۱۵۰ میلیارد دلار رسیده است؛ در حالی که در اردیبهشت ماه ۱۳۹۹ این میزان به ۲۰۰ میلیارد دلار می‌رسید. در آبان ماه امسال نیز ارزش بورس تا ۱۶۰ میلیارد دلار هم رسیده بود.

به نظر می‌رســد بازارهــای داخلی و جهانی در یک ســال گذشــته با ســرمایه‌گذاران خود، هم خوب تا کرده‌اند و هــم نکرده‌اند. برخی بازارها کم‌بازده‌تر از دیگر بازارها بوده‌اند؛ گرچه در بازدهی ســه ســاله، شــرایط مطلوب‌تری وجود دارد. برای بررســی بازارها چاره‌ای جز مقایسه بازدهی آنها در سال‌های مختلف نداریم. هرچند همه سرمایه‌گذاران در یک زمان وارد بازارها نمی‌شــوند، اما می‌توان براســاس بازدهی بازارها، چشــم‌انداز روشن‌تری را در مورد عملکردهای گذشته و ادامه روند در آینده در دست داشت. به همین دلیل، در دو بازه زمانی یک ساله و سه ساله اخیر، بازدهی بازارهای پرمشــتری را بررسی کرده‌ایم. ســکه، طلا، دلار، مسکن، بورس، رمزارزها و فلزات گرانبها به ترتیب بیشــترین بازدهی را در بازه زمانی سه سال گذشته به ثبت رسانده‌اند.

رشد ۳۴ درصدی بورس

بازدهــی شــاخص کل بورس تهران در یک ســال اخیر بــه ۲۹ درصد می‌رســد؛ گرچه در قیاس با تورم ۴۰ درصدی اصلا مطلوب نیســت، اما در میان بازارهای پربازده قرار دارد. در ســه سال اخیر نیز بازدهی بازار به ۳۶ درصد می‌رسد. شاخص کل فرابورس هم در یک سال اخیر حدود ۱۸ درصد رشــد کرده اســت؛ در حالی که بازدهی سه ساله آن به ۳۴ درصد می‌رسد. بازده ۳۰ شرکت بزرگ بورسی در بازه ۱۲ ماهه اخیر به ۳۴ درصد و در ۳۶ ماهه به ۷۳ درصد می‌رسد. این میزان بازدهی در بازه سه سال با توجه به عملکرد سایر بازارها تقریبا مطلوب است.

رشد ۱۸۹ درصدی سکه

گرچه بورس در سه ســال اخیر، چندان چشمگیر عمل نکرد، اما سکه همه را غافلگیر کرد. ســکه طرح جدید در ۱۲ ماهه اخیر ۳۲ درصد سود داد، اما عملکرد ۳۶ ماهه آن به ۱۸۹ درصد می‌رســد. این میزان بازدهی، پنج برابر شاخص کل و بیش از دو برابر شاخص ۳۰ شرکت بزرگ در مدت زمان مشابه است. بازده نیم سکه در ۱۲ ماهه به ۲۹ درصد و در ۳۶ ماهه به ۲۱۱ درصد می‌رســد. ســکه گرمی هم در بازه یک ساله و سه ساله به ترتیب ۲۳ و۱۶۷ درصد بازدهی داشته است.

رشد ۱۲۹ درصدی دلار

جهش قیمت ارز در هفته‌های گذشته همه را غافلگیر کرد. گرچه انتظار می‌رفت که شاهد افزایش قیمت ارز در پایان سال با توجه به سنگینی بار کسری بودجه ۱۴۰۲ در پایان سال باشیم. اخباری که پیرامون جنگ غزه منتشر شده است، التهابات بازار را تشدید کرد؛ به طوری که پیش‌بینی‌هایی کــه حکایت از کاهش نرخ ارز و موقتی بودن التهابات داشــتند، به جایی نرسیدند تا جایی که قیمت دلار در بازار آزاد بر کانال ۵۵ هزار تومان غلبه کرد و راه به ســمت کانال ۵۶ هزار تومان گرفت. این وضعیت موجب شد که بازدهی یک ساله و سه ساله دلار به ۳۲ درصد و ۱۲۹ درصد برسد. این میزان بازدهی در قیاس با نیم سکه و سکه گرمی چندان چشمگیر نیست اما شــاید در قیاس با سایر بازارها راضی‌کننده باشد. ارز یورو اما نتوانست خود را به دلار برســاند و از آن کم آورد. بازدهی ۱۲ ماه اخیر یورو به ۲۵ درصد و ۳۶ ماهه آن به ۱۱۵ درصد می‌رســد. درهم امارات هم در همین مدت ۲۷ درصد و ۱۳۴ درصد بازدهی داشت و در بازار تهران قدرت خود را به رخ یورو کشید.

رشد ۱۶۵ درصدی طلا

بازدهی طلا در بازارهای مالی ایران برای سرمایه‌گذاران مهم است. حجم ســرمایه‌گذاری در این بازار به ویژه پس از شــیوع کووید-۱۹، آغاز جنگ در اوکرایــن، بحران مالی چین پس از کرونا، افزایش بدهی ملی آمریکا به فراتر از ۳۴ تریلیون دلار، گسترش سطح درگیری‌ها در خاورمیانه، افزایش قیمت انس جهانی به فراتر از ۲ هزار دلار و بالا رفتن سطح هشدارها نسبت به گســترش جنگ اوکراین به سایر نقاط اروپا افزایش یافته است. به این ترتیب، طلا حامل انتظارات تورمی در سراســر جهان شده است. بازدهی بالای طلا در تهران هم اهمیت یک سرمایه‌گذاری استراتژیک و بهره‌مندی از یک پناهگاه امن ضدتورمی را می‌رســاند. بر این مبنا، هر مثقال طلا در یک ســال گذشته ۳۲ درصد بازدهی داشــته است؛ در حالی که بازده ۳۶ ماهه آن به ۱۶۵ درصد می‌رســد. بازدهــی طلای ۱۸ عیار و ۲۴ عیار هم در همین حوالی، نشان‌دهنده پیوستگی شاخص‌های وزن‌دهنده به ارزش طلا در بازار تهران هستند. طلای ۱۸ عیار هم در بازه ۱۲ ماهه منتهی به انتشــار این گزارش، ۳۲ درصد و در بازه ۳۶ ماهه ۱۶۵ درصد رشــد کرده است. بازدهی که عینا روی ۲۴ عیار هم به دست آمده است.

رشد ۹۹ درصدی مسکن

بازار مســکن تهران در بازه یک ساله و سه ساله، بازدهی نسبتا مطلوبی را برای سرمایه‌گذاران خود ایجاد کرده است. برای سنجش بازدهی مسکن می‌توان شــاخص تورم مســکن تهران را ملاک عمل قرار داد. بازدهی این شــاخص در یک سال گذشــته حدود ۴۴ درصد و در سه سال منتهی به پایان سال ۱۴۰۲ نیز به ۱۰۷ درصد می‌رسد. بازده بیشتر از ۱۰۰ درصدی در سه سال نشــان می‌دهد که مسکن در تهران، ظرفیت حمل انتظارات تورمی را دارد. در همین حال، متوســط قیمت هر متر خانه در ۳۶ ماهه اخیر، ۹۹ درصد رشــد کرده اســت. در ۱۲ ماهه اخیر هم همین متراژ در تهران ۵۶ درصد رشد کرده است. متوسط بازدهی هر متر خانه در منطقه یــک تهران هم در ۱۲ ماهه اخیر بــه ۴۰ درصد و در بازه ۳۶ ماهه به ۹۳ درصد رسیده است.

رشد ۱۳ درصدی فلزات گرانبها

بــازار فلــزات گرانبها در جهان، پــس از طلا همچنان مورد اســتقبال سرمایه‌گذاران حوزه فلزات قرار می‌گیرد. بازار فلزات علی رغم ریزش‌های مقطعی، ثبات خوبی را در بلندمدت از خود نشان داده است؛ به طوری که می‌توان به عملکرد آن تا زمانی که تورم جهانی بالاتر و در حدود ۳ درصد قرار دارد، امیدوار بود. گرچه در ســال ۲۰۲۵ با چشم‌انداز کاهش تورم به زیر ۳ درصد، نمی‌توان به عملکرد فلزات خوشبین ماند. در روزهای گذشته هم علی رغم بهبود اندکی که در شــاخص‌های فلزات شکل گرفت، شاهد ریزش بازار بودیم؛ به طوری که بازدهی فلزات گرانبها به غیر از طلا منفی بود. بازدهی انس نقره در ۱۲ ماهه گذشــته ۳ درصد منفی بود و بازدهی سه ساله آن هم به منفی ۱۳ درصد می‌رسد. انس پلاتین هم با ریزش ۹ درصدی و ۱۴ درصدی در بازه زمانی یک ســاله و سه ساله اخیر، کاهش بازدهی داشت؛ در حالی که طلا نشان داد همچنان می‌تواند تداوم مثبت بیشتری را نسبت به سایر فلزات در بازار خود حفظ کند. انس طلا در ۱۲ ماهه ۴ درصد و در ۳۶ ماهه اخیر، ۹.۵ درصد بازدهی داشت.

رشد ۳۱ درصدی رمزارزها

یکی از بازارهایی که در ایران نوپا و نوظهور محســوب می‌شــود، اما به ســبب راه‌اندازی صرافی‌ها مورد استقبال قرار گرفته، رمزارز است. در یک سال گذشــته حجم بازار رمزارزها از ۱.۰۶ تریلیون دلار به ۱.۶۱ تریلیون دلار افزایش یافته اســت؛ موضوعی که نشان‌دهنده رشد ۵۱ درصدی این بازار است. گرچه با ریزش بازار در یک ماهه گذشته، شاهد کاهش بازدهی رمزارزها در یک سال گذشته هستیم. بازدهی ۱۲ ماهه بیت‌کوین در یک سال اخیر به منفی ۵ درصد رسیده است. با این وجود، نسبت به بازه ۳۶ ماهــه اخیر، بازدهی محبوب‌ترین رمزارز بازار به ۳۱ درصد می‌رســد. نرخ تســلط بیت‌کوین بر بازار به حدود ۵۰ درصد می‌رسد که نشان‌دهنده این است که نصف حجم معاملات بازار را به خود اختصاص داده است. اتریوم با حدود ۱۶ درصد تسلط بر بازار در رتبه دوم پرمعامله‌ترین ارزها قرار دارد. بازدهی این رمزارز در یک سال گذشته به منفی ۳ درصد می‌رسد، اما بازده ۳۶ ماهه اتریوم به منفی ۵۶ درصد می‌رسد که نشان‌دهنده نزول سنگین آن است. بازدهی ارز سوالنا اما در ۱۲ ماهه اخیر، منفی ۱۵ درصد و در ۳۶ ماهه اخیر، ۱۸۳ درصد رشد کرده است.

رشد ۲۳ درصدی بورس جهانی

چند سالی می‌شود که ایرانیان تمایل زیادی برای حضور در بورس‌های جهانی از خود نشــان داده‌اند. قراردادهای CFD که نوعی قرارداد مشتقه برای ســود بردن از اختلاف قیمت یک سهم در آینده محسوب می‌شود، فرصت مناسبی برای ایرانیان علاقه‌مند به بازارهای بین‌المللی فراهم کرده است. از این رو شاخص‌هایی مانند ۵۰۰s&p (۵۰۰ سهم برتر بورس‌های آمریکا) که بازدهی مناسبی دارند، مورد استقبال قرار گرفته‌اند. سهامی که ذیل این شــاخص قرار می‌گیرند، در یک سال گذشته ۲۰ درصد و در سه ســال اخیر ۲۸ درصد بازدهی داشــتند. شاخص DOW۳۰ (میانگین صنعتی داو جونز) که ۳۰ شرکت فعال بزرگ در نیویورک و بورس نزدک را نمایندگی می‌کند، در ۱۲ ماهه ۱۲ درصد و در ۳۶ ماهه اخیر ۲۳ درصد بازدهی داشــت. شــاخص FTSE ۱۰۰ (۱۰۰ شــرکت ارزنده در بورس لندن) در یک ســال اخیر منفی یک درصد و در بازه ســه ســاله اخیر ۱۶ درصد بازدهی مثبت داشته است.

در مجموع، در میان هشــت بازاری که بازدهی‌شــان را بررسی کردیم، بیشترین بازدهی سه ساله متعلق به سکه و سپس طلا است. گرچه رمزارز ســوالنا بیشترین بازدهی را با ۱۸۳ درصد به ســمت سرمایه‌گذاران خود فرســتاد امــا در مجموع، بازار رمزارزها در ۳۶ ماهــه اخیر به لحاظ توزیع بیشــترین بازدهی به پای ســکه و طلا نرسیده اســت، اما در مورد توزیع بازدهی یک ســاله باید گفت که قوی‌ترین بازار، بازار مســکن شهر تهران اســت. پس از مســکن، بازار طلا بیشترین حضور محســوس را در ایجاد بازدهی دارد. در کنار طلا، ســکه طرح جدید نیز همین میزان بازدهی را رقم زده است.

نگاهی به وضعیت بازار مسکن در هفته‌های پایانی سال

بازار شب عید اجاره کساد شد

بررســی فایل‌های اجاره نشان می‌دهد که پیشنهاد قیمتی خانه‌های قدیمی کمتر از نرخ میانگین منطقه است. نگاهی به وضعیت بازار رهن و اجاره در پایتخت نشــان می‌دهد که هم‌اکنون فرصت مناســبی برای مستاجرانی است که قدمت بنا برای آنها در اولویت نیست. گزارش‌های میدانی نشــان می‌دهد که هم‌اکنون در بازار مسکن، واحدهای بسیاری با قدمت بالای ۲۰ الی ۳۰ ســال به جهت اجاره وجود دارد. اجاره بهای اکثریت این واحدها با قیمتی پایین‌تر از میانگین منطقه و یا در محدوده میانگین ملک‌های مشابه منطقه ارائه شده و تعداد اندکی فایل اجاره‌بها با قیمتی بالاتر از میانگین منطقه وجود دارد. نکته جالب اینکه اغلب این بناها در موقعیت‌های مکانی همچون شــرق، شمال شرق و مرکز تهران قــرار دارند. مثلا در محله نارمــک، رهن کامل آپارتمانی با ۶۸ مترمربع زیربنا و ۳۰ سال عمربنا، ۵۵۰ میلیون تومان است. در محله جردن نیز برای رهن کامل واحدی ۱۶۵ متری با ۳۰ سال ساخت و دارای امکاناتی همچون آسانســور، پارکینگ و انباری، حدود ۲ میلیارد و ۵۰۰ میلیون تومان پیشنهاد شده است. در محله تهرانپارس نیز برای رهن آپارتمانی ۵۰ متری با ۲۲ سال ساخت، حدود ۹۰ میلیون تومان و برای اجاره آن، حدود ۴ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان تعیین شده است. همچنین در محله ستارخان، واحدی ۱۴۶ متری و ۲۲ سال ساخت، با رهنی ۵۰۰ میلیون تومانی و اجــاره‌ای ۱۵ میلیون تومانی و در بلوار مرزداران برای واحدی ۱۸۰ متری و ۲۰ ســال ساخت، ۷۰۰ میلیون تومان رهن و ۲۰ میلیون تومان اجاره ماهانه در نظر گرفته شده است.

از سوی دیگر، بررسی بازار رهن و اجاره در منطقه ۱۲ پایتخت نشان می‌دهد، علی‌رغم اینکه این منطقه به داشتن متقاضی دائم اجاره معروف اســت، هم‌اکنون در وضعیت رکود قرار دارد؛ کما اینکه در محله دروازه شمیران، حداقل بودجه موردنیاز برای رهن کامل آپارتمانی با ۴۰ تا ۵۰ مترمربع زیربنا و چهار سال ساخت و با امکانات، به ۵۵۰ میلیون تومان رسیده است. یک واسطه‌گر ملکی در محله دروازه شمیران به «اکوایران» می‌گوید: «در بنگاه ملکی ما در ماه گذشته تنها دو مورد به قرارداد اجاره ختم شد و می‌شود گفت که ضعیف‌ترین ماه را گذراندیم. در ماه جاری نیز چهار قرارداد تاکنون بسته شده است.» به گفته وی، «در اردیبهشت و خردادماه شــاهد روانه شــدن موج مســتاجران به بازار خواهیم بود و البته باید در نظر داشت که این تقاضا نیز منجر به افزایش قیمت اجاره می‌شود. برای مثال برای رهن کامل واحدی که هم‌اکنون ۵۰۰ میلیون تومان تعیین شده است، بنا به تجربه و روال سابق، در اردیبهشت برخی موجران این مبلغ را به ۶۰۰ میلیون تومان افزایش می‌دهند.»

همانطور که اشاره شد، در محله دروازه شمیران، حداقل بودجه مورد نیاز برای رهن کامل آپارتمانی با ۴۰ تا ۵۰ مترمربع زیربنا و چهار سال ســاخت و با امکانات، به ۵۵۰ میلیون تومان نیاز است. در محله دروازه شــمیران همچنین رهن آپارتمانی با ۷۵ مترمربع زیربنا و چهار ســال عمربنا و به همراه آسانســور، پارکینگ و انباری، ۳۰۰ میلیون تومان و ۱۵ میلیون تومان اجاره ماهانه در نظر گرفته شده است. در محله ایران نیز رهن کامل واحدی ۱۰۵ متری و پنج سال ساخت به همراه امکانات مذکور، یک میلیارد و ۲۰۰ میلیون تومان پیشنهاد شده است.

براساس این گزارش، با وجود آنکه بانک‌ها طبق قانون باید ۲۰ درصد از تســهیلات را به بخش مســکن اختصاص دهند، اما این رقم در چند ســال اخیر به حدود ۵ درصد رسیده است. حال در این میان قرار شده که ســاخت مسکن از ســوی بانک‌ها جزو تسهیلات تکلیفی آنها لحاظ نشود. در آخرین جلسه شورای عالی مسکن در ابتدای این هفته، رئیس جمهور با اشــاره به موضوع تجمیع اعتبارات در نظر گرفته شــده برای اعطای تسهیلات مســکن در بانک مسکن، گفت: وزیر راه و شهرسازی این موضوع را در جلســه‌ای با حضور رئیس کل بانک مرکزی و مدیران عامل بانک‌ها بررسی کرده و نظر نهایی و قطعی در این باره را به جلسه آتی شورای عالی مسکن ارائه کند. ابراهیم رئیسی در چهاردهمین جلسه شــورای عالی مسکن در دولت ســیزدهم، با قدردانی از همه تلاش‌های صورت گرفته برای تسریع در پیشبرد نهضت ملی مسکن، از جمله آغاز عملیات اجرایی ساخت حدود ۶۰ هزار واحد مسکونی برای دانشگاهیان و نیــز خوابگاه‌هــای متاهلــی در دانشــگاه‌ها، تصریح کرد: مســکن از بخش‌های پیشران اقتصاد بوده و ضمن رونق تولید آثار ضدتورمی جدی و موثری دارد. اقدامات انجام شــده در چارچوب نهضت ملی مسکن به لحاظ کیفی و کمی خوب بوده اما همچنان جای کار بیشتری دارد، باید چارچوب و دســتورالعمل دقیقی برای تسهیل و تسریع موضوع ساخت واحدهای مسکونی برای دانشگاهیان و خوابگاه‌های متأهلی در دانشگاه‌ها تبیین شود تا موضوع با جدیت و جامعیت بیشتر به پیش برود. رئیسی همچنین از ســاخت واحدهای مسکونی از ســوی بانک‌ها استقبال، اما تاکید کــرد که فعالیت بانک‌ها در این حوزه یــک فعالیت تجاری بوده و منابع صرف شــده در این بخش نباید جزو تسهیلات تکلیفی آنها در بخش مسکن منظور شود.

آگهی مزایده عمومی
شهرداری اراک

نوبت دوم

شهرداری اراک

شهرداری اراک در نظر دارد براساس بودجه مصوب سال جاری نسبت به واگذاری موضوع ذیل از طریق مزایده عمومی و به بالاترین قیمت پیشنهادی اقدام نماید.
عنوان مزایده و مبلغ تضمین: واگذاری حق بهره برداری از جایگاه های CNG شهرداری اراک (محیط زیست، امیرکبیر و صنعت) مطابق با قیمت پایه کارشناسی به مدت ۵ سال و مبلغ تضمین شرکت در مزایده: ۷/۱۷۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال (شماره مزایده در سامانه ستاد: ۵۰۰۲۰۰۵۱۱۱۰۰۰۰۱۶)
نحوه و زمان دریافت اسناد مزایده: دریافت اسناد مزایده از ساعت ۱۴:۰۰ روز دوشنبه ۱۴۰۲/۱۱/۳۰ تا ساعت ۱۴/۰۰ روز شنبه مورخ ۱۴۰۲/۱۲/۰۵ به مدت ۵ روز و صرفا از طریق سامانه تدارکات الکترونیک دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir امکان پذیر می باشد.
آخرین مهلت بارگذاری مدارک و پیشنهاد قیمت: آخرین مهلت بارگذاری مدارک بصورت الکترونیکی در سامانه ستاد با رعایت موارد مندرج در اسناد مزایده و تحویل نسخه فیزیکی ضمانت نامه یا فیش واریزی به دبیرخانه شهرداری تا ساعت ۱۳:۰۰ روز پنج شنبه مورخ ۱۴۰۲/۱۲/۱۷ می باشد.
میزان و نوع تضمین شرکت در مزایده: برابر ۵ درصد مبلغ پایه کارشناسی و صرفا در قالب ضمانت نامه بانکی (فرایند ارجاع کار) با ۳ ماه اعتبار یا فیش واریزی به حساب سپرده پیمانکاران شهرداری به شماره حساب ۱۰۰۹۷۳۳۳۳۳۳۸ بانک شهر شعبه شهید بهشتی
زمان گشایش پاکت ها و محل تشکیل کمیسیون مزایده: روز شنبه مورخ ۱۴۰۲/۱۲/۱۹ راس ساعت ۱۴:۰۰ دفتر معاون مالی و اقتصادی – حضور شرکت کنندگان بلامانع است (همراه داشتن معرفی نامه جهت شرکت در جلسه مزایده الزامی است)
حداقل صلاحیت شرکت کننده: شرکت های مجاز و ذیصلاح طبق لیست شرکت پخش فرآورده های نفتی
به پیشنهادات مبهم، مشروط فاقد شرایط قانونی فاقد ضمانت نامه یا فیش واریزی و یا به میزان کم تر ازمبلغ تضمین و خارج از مهلت ترتیب اثر داده نمی شود.
هزینه کارمزد سامانه ستاد بعهده برنده مزایده خواهد بود.
سایر اطلاعات و جزئیات در اسناد مزایده مندرج است.
کلیه مراحل برگزاری مزایده از دریافت اسناد تا ارائه پیشنهاد شرکت کنندگان در مزایده و بازگشایی پاکت ها از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به نشانی www.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است شرکت کنندگان در مزایده در صورت عدم عضویت، مراحل ثبت نام در سامانه مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مزایده انجام دهند.
لذا متقاضیان می توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر می توانند به امور قراردادهای شهرداری مرکز واقع در خیابان جهاد – فاز ۲ شهرک شهید بهشتی شهرداری اراک مراجعه و یا با شماره تلفن ۳ – ۳۳۱۳۶۰۹۱ – ۰۸۶ تماس حاصل فرمایند.

تاریخ انتشار نوبت اول ۱۴۰۲/۱۱/۳۰ — تاریخ انتشار نوبت دوم ۱۴۰۲/۱۲/۰۱

علیرضا محمودی – شهردار اراک

۲۱۷

تقاضای خانوارها برای وام مسکن افزایش یافت و اولویت خرید خودرو کم شد

تغییر شیفت وام‌های بانکی

فرصت امروز: از وضعیت وام‌های پرداختی به خانوارها در ۱۰ ماهه ابتدای امسال می‌توان به تغییر شیفت وام‌های بانکی از خرید خودرو به خانه رسید. جزییات وضعیت وام‌های پرداختی به خانوارها طی ۱۰ ماهه امسال در مقایسه با ۱۰ ماهه ابتدای سال گذشته نشان می‌دهد که میزان رشد تسهیلات مربوط به تعمیر مسکن و خرید مسکن غیرنوساز بیش از دیگر اهداف و بیش از ۱۰۰ درصد بوده است. رشد بالای پرداخت تسهیلات در وام‌هایی با هدف «تعمیر مسکن» و «خرید مسکن غیرنوساز» و همچنین افزایش سهم آنها از تسهیلات پرداختی به خانوارها نشان می‌دهد که مهمترین دغدغه شهروندان ایرانی مربوط به رفع نیاز مسکن بوده و تقاضای خانوارها برای دریافت این نوع وام‌ها نسبت به سال گذشته افزایش یافته است. آخرین گزارش بانک مرکزی حاکی از آن است که طی ۱۰ ماهه امسال بیش از ۴ هزار و ۳۰۸ همت تسهیلات از سوی سیستم بانکی به بخش‌های مختلف اقتصادی پرداخت شده که سهم خانوارها ۱۸ درصد و حدود ۸۰۰ همت بوده است. براساس آمارهایی که بانک مرکزی از پرداخت تسهیلات به خانوارها تاکنون منتشر کرده می‌توان گفت که سهم خانوارها از تسهیلات بانکی در پایان دی ماه امسال به بالاترین سطح خود رسیده است. میزان وام‌های اعطا شده به خانوارها به عنوان مصرف‌کننده نهایی طی ۱۰ ماهه امسال در مقایسه با مدت مشابه سال گذشته حدود ۴۷ درصد افزایش داشته و از ۵۴۴ همت به حدود ۸۰۰ همت رسیده است. بدین ترتیب در میان انواع وام‌های پرداختی به خانوارها از ابتدای امسال، وام‌های مربوط به تعمیرات و خرید مسکن در مقایسه با سال گذشته افزایش داشته و در مقابل وام خرید خودرو کاهش یافته است.

۳۲۱ همت وام برای خرید کالا

آخرین گزارش بانک مرکزی نشان می‌دهد بیشترین تسهیلاتی که خانوارها طی ۱۰ ماهه امسال دریافت کرده‌اند با هدف «خرید کالای شخصی» بوده است، به طوری که از ۸۰۰ همت تسهیلاتی که طی این دوره به خانوارها پرداخت شده، حدود ۴۰ درصد آن یعنی معادل ۳۲۱ همت مربوط به این هدف مربوط بوده است. به گزارش «اکوایران»، وام‌های قرض‌الحسنه «ضروری» و «ازدواج» نیز هر کدام با سهم‌های تقریبا ۲۱ درصدی و ۱۵ درصدی از کل وام‌های دریافتی خانوارها در جایگاه‌های دوم و سوم قرار دارد. کمترین میزان تسهیلات پرداختی بانک‌ها به خانوارها مربوط به «ودیعه مسکن» بوده، به طوری که در ۱۰ ماهه امسال حدود ۱۱ همت در این راستا به خانوارها پرداخت شده است.

تسهیلات پرداختی به خانوارها با اهدافی از جمله تعمیرات، جعاله تعمیر مسکن، خرید مسکن غیرنوساز، خرید مسکن نوساز، خرید کالای شخصی، خرید خودروی شخصی، ازدواج، فرزندآوری، ضروری و ودیعه مسکن صورت می‌گیرد. بررسی جزییات وضعیت وام‌های پرداختی به خانوارها طی ۱۰ ماهه امسال در مقایسه با ۱۰ ماهه سال گذشته نشان می‌دهد که میزان رشد تسهیلات مربوط به تعمیر مسکن بیش از دیگر اهداف بوده است. میزان تسهیلات پرداختی مربوط به «جعاله تعمیر مسکن» طی ۱۰ ماهه امسال به بیش از ۲۹ همت رسیده که در مقایسه با مدت مشابه سال ۱۴۰۱ بیش از ۱۳۰ درصد افزایش داشته است. وام جعاله تعمیر مسکن عموما با مبلغی بین ۱۰ تا ۲۰۰ میلیون تومان از سوی بانک‌های کشور در اختیار متقاضی قرار می‌گیرد. علت رشد این نوع وام را می‌توان اطمینان بانک از بازپرداخت آن عنوان کرد زیرا تضمینی که از متقاضی درخواست می‌شود سند همان ملک معرفی شده برای تعمیر است. در همین راستا وام مربوط به «خرید مسکن غیرنوساز» نیز در رتبه دوم بیشترین رشد تسهیلات پرداختی به خانوارها طی دوره مورداشاره قرار دارد. میزان تسهیلات پرداختی به خانوار بابت خرید مسکن غیرنوساز طی ۱۰ ماهه امسال به بیش از ۴۸ همت رسیده که در مقایسه با مدت مشابه سال گذشته بیش از دو برابر (۱۰۸ درصد) رشد داشته است. رشد قابل توجه پرداخت تسهیلات مربوط به خرید مسکن غیرنوساز به خانوارها در مقایسه با سال گذشته را می‌توان به قانون جهش تولید مسکن و تحمیل تسهیلات تکلیفی به بانک‌ها مرتبط دانست.

افزایش وام‌های ضروری به خانوارها

همچنین در میان انواع وام‌های پرداختی به خانوارها طی ۱۰ ماهه امسال، دو نوع وام تعمیرات و خرید خودروی شخصی در مقایسه با مدت مشابه سال گذشته کاهش داشته است. میزان تسهیلات پرداختی به خانوارها بابت خرید خودروی شخصی طی ۱۰ ماهه امسال به حدود ۱۸.۲ همت رسیده که در مقایسه با مدت مشابه سال گذشته بیش از ۱۲ درصد کاهش داشته است. به نظر می‌رسد که نوسان‌های بازار خودرو و افزایش قیمت قابل توجه آن طی یک سال اخیر در این کاهش بی‌تاثیر نبوده است. نکته مهم در این میان، افزایش سهم تسهیلات خانوار به نفع وام ضروری و خرید مسکن غیرنوساز است. سهم خانوارها از تسهیلات نظام بانکی از ۱۶ درصد طی ۱۰ ماهه سال گذشته به ۱۸ درصد در ۱۰ ماهه امسال رسیده و به میزان ۲.۱۵ واحد درصد افزایش یافته است.

بررسی‌ها نشان می‌دهد که در میان اهداف تسهیلات پرداختی به خانوارها، سهم وام‌های ضروری بیش از دیگر اهداف افزایش یافته است، وام‌های قرض‌الحسنه ضروری پرداختی به خانوارها که در ۱۰ ماهه سال گذشته سهم ۱۷ درصدی از کل تسهیلات را به خود اختصاص داده بود در ۱۰ ماهه امسال با افزایش ۴.۳ واحد درصدی به ۲۱ درصد افزایش یافته است. در همین راستا وام‌های مربوط به خرید مسکن غیرنوساز نیز با افزایش سهم ۱.۸ واحد درصدی از تسهیلات پرداختی به خانوارها در جایگاه دوم قرار دارد. تسهیلات خرید مسکن غیرنوساز طی ۱۰ ماهه امسال حدود ۶ درصد از کل تسهیلات پرداختی به خانوارها را به خود اختصاص داده است. از سوی دیگر بیشترین کاهش سهم وام‌های مربوط به خانوارها به هدف خرید کالای شخصی تعلق دارد. خرید کالای شخصی که بیشترین سهم از وام‌های پرداختی به خانوارها را در اختیار دارد در ۱۰ ماهه امسال در مقایسه با مدت مشابه سال گذشته با کاهش سهمی تقریبا ۴ درصدی مواجه شده است. به نظر می‌رسد که تقاضای خانوارها در سال جاری به سمت وام‌های مربوط به مسکن بوده و این هدف و نیاز در اولویت آنها قرار گرفته است.

سهم وام تعمیر مسکن بالا رفت

جزییات وام‌های پرداختی به خانوارها طی ۹ ماهه امسال نیز از تغییر شیفت وام‌های بانکی حکایت دارد. میزان تسهیلات پرداختی به خانوار بابت خرید خودروی شخصی طی ۹ ماهه امسال به حدود ۱۷ همت رسیده که در مقایسه با مدت مشابه سال قبل بیش از ۱۵ درصد کاهش داشته است. در میان انواع وام‌های پرداختی به خانوار از ابتدای امسال، وام‌های مربوط به تعمیرات و خرید مسکن در مقایسه سال گذشته افزایش و در مقابل وام خرید خودرو کاهش یافته است. طی ۹ ماهه امسال بیش از ۳ هزار و ۶۸۱ همت تسهیلات از سوی سیستم بانکی به بخش‌های مختلف اقتصادی پرداخت شد که سهم خانوارها ۱۸ درصد و برابر با ۶۹۵ همت بوده است. میزان وام‌های اعطاشده به خانوارها به عنوان مصرف‌کننده نهایی در این بازه زمانی در مقایسه با مدت مشابه سال گذشته بیش از ۴۵ درصد افزایش داشته است. بیشترین تسهیلاتی که خانوارها طی ۹ ماهه امسال دریافت کرده‌اند با هدف «خرید کالای شخصی» بوده است، به طوری که از ۶۹۵ همت تسهیلاتی که طی این دوره به خانوارها پرداخت شده، حدود ۴۰ درصد آن یعنی معادل ۲۷۶ همت به این هدف مربوط بوده است. وام‌های قرض‌الحسنه «ضروری» و «ازدواج» نیز هر کدام با سهم‌های تقریبا ۲۱ و ۱۶ درصدی از کل وام‌های دریافتی خانوارها در جایگاه‌های دوم و سوم قرار دارند. کمترین میزان تسهیلات پرداختی بانک‌ها به خانوارها نیز مربوط به «ودیعه مسکن» بوده، به طوری که طی دوره ۹ ماهه امسال حدود ۱۰ همت در این راستا به خانوارها پرداخت شده است. تسهیلات پرداختی به خانوارها با اهدافی از جمله تعمیرات، جعاله تعمیر مسکن، خرید مسکن غیرنوساز، خرید مسکن نوساز، خرید کالای شخصی، خرید خودروی شخصی، ازدواج، فرزندآوری، ضروری و ودیعه مسکن صورت می‌گیرد. بررسی جزییات وضعیت وام‌های پرداختی به خانوارها طی ۹ ماهه امسال در مقایسه با سال گذشته نشان می‌دهد میزان رشد تسهیلات مربوط به تعمیر مسکن بیش از دیگر اهداف بوده است. میزان تسهیلات پرداختی مربوط به «جعاله تعمیر مسکن» در این مدت به حدود ۲۴ همت رسیده که در مقایسه با مدت مشابه سال قبل بیش از ۱۷۲ درصد افزایش داشته است.

وام خرید خودرو کاهش یافت

وام جعاله تعمیر مسکن عموما با مبلغی بین ۱۰ تا ۲۰۰ میلیون تومان از سوی بانک‌های کشور در اختیار متقاضی قرار می‌گیرد. علت رشد این نوع وام را می‌توان اطمینان بانک از بازپرداخت آن عنوان کرد زیرا تضمینی که از متقاضی درخواست می‌شود سند همان ملک معرفی شده برای تعمیر است. در همین راستا وام مربوط به «خرید مسکن غیرنوساز» نیز در رتبه دوم بیشترین رشد تسهیلات پرداختی به خانوارها طی دوره مورداشاره قرار دارد. میزان تسهیلات پرداختی به خانوار بابت خرید مسکن غیرنوساز طی ۹ ماهه امسال به بیش از ۴۶ همت رسیده که در مقایسه با مدت مشابه سال قبل بیش از دو برابر رشد داشته است. رشد قابل توجه پرداخت تسهیلات مربوط به خرید مسکن غیرنوساز به خانوارها در مقایسه با سال گذشته را می‌توان به قانون جهش تولید مسکن و تحمیل تسهیلات تکلیفی مربوطه به بانک‌ها مرتبط دانست. همچنین در میان انواع وام‌های پرداختی به خانوارها طی ۹ ماهه امسال، دو نوع وام تعمیرات و خرید خودروی شخصی در مقایسه با مدت مشابه سال گذشته کاهش داشته است. میزان تسهیلات پرداختی به خانوار بابت خرید خودروی شخصی در این مدت به حدود ۱۷ همت رسیده که در مقایسه با سال گذشته بیش از ۱۵ درصد کاهش داشته است. به نظر می‌رسد نوسان‌های بازار خودرو و افزایش قیمت قابل توجه آن طی یک سال اخیر در این کاهش بی‌تاثیر نبوده است.

رئیس کل بانک مرکزی در اختتامیه دهمین همایش اقتصاد مقاومتی:

باید سوئیفت و FATF خودمان را داشته باشیم

رئیس کل بانک مرکزی ضمن تاکید بر اینکه کسی اجازه ندارد برای مبادلات کشور از ارز دیگری جز ریال استفاده کند، گفت به دلیل تحریم‌ها به جای سوئیفت از ابزارهای دیگری استفاده می‌کنیم و ابزار مالی خودمان را داریم، چه اشکالی دارد که FATF خودمان را داشته باشیم. به گزارش ایسنا، محمدرضا فرزین در مراسم اختتامیه دهمین همایش سالانه اقتصاد مقاومتی که دیروز در بانک مرکزی برگزار شد، با بیان اینکه به عنوان بانک مرکزی هدف‌مان تقویت ریال است، گفت: کشور ما یک کشور باز از نظر شاخص‌های اقتصادی است. سهم حجم صادرات و واردات‌مان در GDP و مراودات مالی ما با دنیای خارج بالاست. از آنجا که یک کشور باز هستیم دائما تحت تاثیر نرخ ارز بر اقتصاد کشور قرار می‌گیریم.

او با بیان اینکه نظام تجاری ما از غرب به شرق رفته اما نظام مالی‌مان همچنان در غرب است ادامه داد: قبل از تحریم، فعالیت‌های تجاری خود را بدون مشکل انجام می‌دادیم و به جای مراودات مالی، مراودات تجاری بالایی با سایر کشورها داشتیم و تراز ما مثبت بوده است، تحریم‌ها باعث شد نقشه تجاری ما تغییر کند و نظام تجاری ما از غرب به شرق رفت؛ نقل و انتقال ارزی ما هم به‌دلیل تحریم‌ها از نظام بانکی خارج شده و برنامه‌ریزی برای آن سخت‌تر شده است؛ اما نظام مالی ما همچنان در غرب است.

رئیس کل بانک مرکزی با بیان اینکه برای تقویت حکمرانی ارزی باید ابزارهای لازم برای نقل و انتقال ارزی را تقویت کنیم، گفت: تلاش ما این بوده که از این ابزارها برای حفظ سهم تجارت خود استفاده کنیم. البته ارزیابی کلی نشان می‌دهد که چندان بد عمل نکردیم. سال گذشته نزدیک به ۲۰۰ میلیارد دلار تجارت ما به‌صورت رسمی و غیررسمی بوده که با توجه به تحریم عدد خوبی است، اما هنوز نتوانستیم حضور تخصصی حرفه‌ای و نهادی مالی خود در غرب را به شرق ببریم. البته شرایط ما تحریمی است و اینکه بخواهیم نظام رسمی مالی خود را به شرق ببریم دشوار است.

فرزین گفت: ما با غرب مراودات سیاسی هم نداریم، اما نیروهای مالی ما در آنجا حضور دارند. چشم‌انداز ما نشان نمی‌دهد که در آینده تجارت خود را با غرب افزایش دهیم یا مراودات مالی خارج از تجارت داشته باشیم. کشورهای شرقی از جمله چین و هند تجارت خود را گسترش دادند و ما می‌توانیم با این کشورها تجارت کنیم. اکنون به‌دلیل تحریم‌ها به جای سوئیفت از ابزارهای دیگری استفاده می‌کنیم و ابزار مالی خودمان را داریم، چه اشکالی دارد که FATF خودمان را هم داشته باشیم؟

وی با بیان اینکه بخش عمده تجارت با کشورهای همسایه است، افزود: ما هم با توجه به تاکید دولت سیزدهم و رئیس‌جمهور بر تقویت ارتباط با کشورهای همسایه، باید روابط مالی و تجاری خود را با کشورهای همسایه حوزه شرق بیشتر کنیم. این یکی از لازمه‌های تقویت حکمرانی ارزی ماست.

رئیس کل بانک مرکزی با اشاره به نرخ ارز در بازار غیررسمی اظهار کرد: امیدوارم کاری کنیم اینکه دائما کانال‌هایی نرخ‌سازی می‌کنند و هرچه می‌گذرد هم این کانال‌ها بیشتر می‌شود، از بین برود و در بانک مرکزی مرجعیت ارز باشد. از زمان راه‌اندازی مرکز مبادله طلا و ارز هدف ما این بوده که تابلوهای آن مراجع باشد و تجار ما براساس نرخ‌های مرکز مبادله، معاملات خود را انجام دهند، اما هنوز با این هدف فاصله داریم. ما با ایده‌آل فاصله داریم اما با توجه به دانش موجود در تیم اقتصادی کشور، این کار ممکن است. شرایط اقتصادی کشور امروز باعث شده مدیران و صاحب‌نظران خوبی داشته باشیم و اگر بتوانیم از دانش همه آنها استفاده کنیم، می‌توانیم بسیاری از مسائل کشور را حل کنیم. در حوزه ارز دائما در تحریم و تهدید بودیم و کارشناسان و دانش خوبی شکل گرفته و اتفاقات خوبی می‌تواند بیفتد.

او با اشاره به اینکه ۵۰ شعبه بانک در سراسر جهان داریم ادامه داد: در حوزه تجارت هم همین است. اینکه توانستیم در شرایط تحریمی سهم تجارت خود را بالا نگه داریم، یک موفقیت است. اگرچه باید نقاط ضعف خود را برطرف کنیم اما نقاط قوت خوبی هم داریم. در حال حاضر ۵۰ شعبه بانک در سراسر جهان داریم، در لندن سه شعبه داریم و با وجود هر عامل محدودکننده، به‌دنبال رفع مشکلات هستیم. ما دنبال توسعه هستیم و نمی‌خواهیم مرز بکشیم؛ از این رو هرچه روابط مالی و بین‌المللی خود را توسعه دهیم می‌توانیم در جهت منافع کشور استفاده کنیم.

رئیس کل بانک مرکزی با اشاره به حکمرانی ریال گفت: جریانی در کشور شکل گرفته که دائما حکمرانی ریال را تضعیف می‌کند. ارزهای کشورها هم جانشین زیادی پیدا کردند که می‌تواند تهدید کند. برای مثال رمزارزها می‌توانند جایگزین پول ملی یک کشور باشند و این یک تهدید است. این موضوع باعث می‌شود که مبادله با ریال پرهزینه باشد و ریال ما آسیب می‌بیند. ما نباید از حکمرانی ریال غافل باشیم، پول ما ریال است و اگر ریال تضعیف شود، اقتصاد ما تضعیف می‌شود و کل نظام مالی ما آسیب می‌بیند، به همین دلیل حکمرانی ریال بسیار با اهمیت است.

فرزین با بیان اینکه ما با برخی کشورها می‌توانیم با ریال مبادله کنیم، افزود: باید ریال را تقویت کنیم. ما مرزبان ریال هستیم نه دلار. ریال امروز جایگزین پیدا کرده است؛ اینکه صنفی برای مبادلات از طلا، دلار و رمزارز استفاده کند، درست نیست. کسی اجازه ندارد برای مبادلات کشور از ارز دیگری جز ریال استفاده کند. صحبت کردن از ارز باعث تضعیف ریال شده است. اگر ریال حاکم باشد می‌توانیم مالیات بگیریم، احکام توسعه‌ای را دنبال کنیم و در دنیا سطح تجارت‌مان را توسعه دهیم، بنابراین باید ریال را تقویت کنیم.

اخبار

کدام روستاها بیشترین اشتغال کشاورزی را دارند؟

جغرافیای استانی اشتغال کشاورزی

در پاییز امسال از هر ۱۰۰ فرد شاغل در مناطق روستایی کل کشور، بالغ بر ۴۰ نفر مشغول فعالیت در بخش کشاورزی بوده‌اند. استان کرمان بیشترین و استان تهران کمترین سطح اشتغال روستاییان در بخش کشاورزی را طی پاییز امسال داشته‌اند. جدیدترین آمار منتشرشده توسط مرکز آمار نشان می‌دهد در پاییز امسال بالغ بر ۵.۵ میلیون نفر از روستانشینان کشور شاغل بوده‌اند. از این تعداد بالغ بر ۲ میلیون نفر، مشغول کار در بخش کشاورزی بوده‌اند. البته سهم اشتغال روستانشینان در بخش کشاورزی برای استان‌های مختلف یکسان نبوده است. شواهد آماری نشان می‌دهد در سه استان کرمان، کرمانشاه و اردبیل سهم روستانشینانِ کشاورز بیشتر از ۶۰ درصد بوده است. در مقابل در دو استان تهران و بوشهر، کمتر از ۲۰ درصد شاغلین به فعالیت در بخش کشاورزی پرداخته‌اند.

بررسی داده‌های منتشرشده توسط مرکز آمار ایران نشان می‌دهد در پاییز امسال از مجموع ۵ میلیون و ۸۲۶ هزار و ۲۲۴ نفر فرد شاغل در مناطق روستایی، بالغ بر ۲ میلیون نفر در بخش کشاورزی مشغول فعالیت بوده‌اند. بدین ترتیب در مناطق روستایی شاغلین کشاورز بیشتر از افراد شاغل در بخش خدمات و صنعت بوده‌اند. آنچه تاکنون مطرح شده، تصویر کلی از اشتغال روستائیان کل کشور است. در ادامه سهم شاغلین بخش کشاورزی در هر یک از استان‌ها بررسی شده است.

اگر کل اقتصاد به صورت یک کیک در نظر گرفته شود، این کیک از سه برش خدمات، صنعت و کشاورزی تشکیل شده است بنابراین افراد ۱۵ ساله و بیشتر که تمایل به کار کردن داشته و در سن کار نیز قرار گرفته‌اند، در یکی از این سه بخش مشغول فعالیت می‌شوند. بررسی آخرین آمار منتشرشده توسط مرکز آمار نشان می‌دهد در پاییز امسال، سهم شاغلین روستایی از اشتغال کل کشور ۴۰ درصد بوده است. به بیان دیگر در پاییز امسال از هر ۱۰۰ فرد شاغل، بالغ بر ۴۰ نفر مشغول کار در بخش کشاورزی بوده‌اند. البته اشتغال روستاییان در استان‌های مختلف یکسان نیست و در ۱۳ استان کشور سهم اشتغال در بخش کشاورزی بیشتر از میانگین کل کشور بوده است.

بنا بر گزارش مرکز آمار در پاییز سال جاری استان کرمان، بیشترین سهم اشتغال روستانشینان را در بخش کشاورزی داشته است. به بیان دقیق‌تر در این بازه زمانی، از هر ۱۰۰ فرد شاغل در استان کرمان، نزدیک به ۷۰ نفر مشغول کار در بخش کشاورزی بوده‌اند. این رقم در مقایسه با پاییز گذشته یک واحد درصد کمتر شده است. در استان کرمانشاه نیز ۶۷ درصد از شاغلین، به فعالیت کشاورزی مشغول بوده‌اند. این سهم در پاییز سال جاری نسبت به فصل مشابه سال گذشته، ۵ واحد درصد افزایش داشته است. به بیان دیگر می‌توان گفت تعداد روستائیان کشاورز در استان کرمانشاه طی پاییز امسال بیشتر شده است. سهم اشتغال این بخش در استان اردبیل نیز ۶۲ درصد بوده است. بدین ترتیب در سه استان، اشتغال روستائیان در بخش کشاورزی در سطح بالاتر از ۶۰ درصد قرار گرفته است.

در سوی دیگر این طیف، سهم اشتغال روستانشینان در دو استان کشور، در سطح کمتر از ۲۰ درصد قرار گرفته است. آمارها نشان می‌دهد استان تهران کمترین سهم از اشتغال روستائیان در بخش کشاورزی را داشته است. به عبارت دقیق‌تر در این استان از هر ۱۰۰ نفر تنها ۱۰ نفر مشغول فعالیت در بخش کشاورزی بوده‌اند. این سهم در مقایسه با پاییز گذشته تغییر ناچیزی داشته است. همچنین در استان بوشهر ۱۹ درصد از شاغلین روستایی در بخش کشاورزی فعالیت کرده‌اند. این در حالی است که در فصل مشابه سال گذشته، سهم شاغلین روستایی بخش کشاورزی در استان بوشهر ۷.۵ واحد درصد بیشتر بوده است.

رئیس صندوق توسعه ملی خبر داد

سرمایه‌گذاری ۲۵۰۰ همت در اپراتور هوش مصنوعی

رئیس صندوق توسعه ملی از سرمایه‌گذاری ۲۵۰۰ میلیارد تومانی این صندوق در اپراتور هوش مصنوعی در سال آینده خبر داد و همچنین اعلام کرد ۳۳ درصد از سهام بانک سینا به صندوق توسعه ملی بابت بدهی منتقل شده است. مهدی غضنفری در اختتامیه دهمین همایش سالانه اقتصاد مقاومتی «حکمرانی ارزی؛ ثبات و رونق اقتصادی» که در بانک مرکزی ایران برگزار شد، ضمن تشریح رویکردهای سالانه صندوق توسعه ملی اظهار کرد: ۲۵۰۰ هزار میلیارد تومان در اپراتور هوش مصنوعی سرمایه‌گذاری خواهیم کرد.

وی با اشاره به تجربیات جهانی بر ورود صندوق توسعه ملی بر حوزه فناوری، گفت: این سرمایه‌گذاری با همکاری معاونت علمی - فناوری ریاست جمهوری صورت می‌گیرد و در همین زمینه هم جلساتی با وزارت اقتصاد داشته‌ایم.

غضنفری با اشاره به نقش صندوق توسعه ملی در بازار ارزی بیان کرد: صحبت‌های من شامل سه بخش می‌شود؛ جریان نقدی صندوق در ۱۰ سال گذشته، ایده‌ها و طرح‌ها برای حوزه نفت و فناوری‌های نوپدید که صندوق‌های جهانی این روزها خیلی سراغش رفتند و مصرف ارز و ارزآوری آنها هم بالاست.

وی با اشاره به منابع و مصارف صندوق توسعه ملی طی ۱۲ سال گذشته بیان کرد: ۵۰ تا ۶۰ درصد از درآمد نفتی وارد صندوق توسعه ملی می‌شود. از سال ۱۳۸۹ تا ماه دهم ۱۴۰۲ صندوق توسعه ملی ۲۰ میلیارد دلار جریان نقدی را در کشور مدیریت کرده است و این عدد نسبت به اعداد مورد مدیریت بانک مرکزی عدد کوچکی نیست. جمع کلی ورودی‌های ما ۱۶۰ و جمع کلی خروجی‌ها از صندوق از سال ۱۳۸۹ معادل ۱۳۲ میلیارد دلار بوده است. مجموع رفت و برگشتی‌های صندوق ۳۰۰ میلیارد دلار تراکنش است که حدود ۳۰ میلیارد دلار تراکنش‌های سالانه می‌شود و تاثیر زیادی بر بازار ارز دارد؛ از این رو صندوق باید سیاست‌های خود را با بانک مرکزی هماهنگ کند.

رئیس هیأت عامل صندوق توسعه ملی با اشاره به حضور صندوق توسعه ملی و برنامه‌ریزی برای بالادست نفت، بیان کرد: دولت با ما همکاری دارد که بدهی‌های ما از میادین نفتی از روش سرمایه‌گذاری به صندوق برگردد. مجلس با ماده ۳ برنامه هفتم به صندوق اجازه داده به عنوان نهاد مالی ظاهر شود و امیدواریم عده‌ای با این موضوع مخالفت نکنند، زیرا در این حرکت علم نیست؛ اینکه یک نهاد مالی بگوید می‌خواهد منابعش را به سمتی ببرد که جریان ارز به سمت کشور افزایش پیدا کند، مخالفت با آن از سر علم نیست.

به گزارش ایسنا، غضنفری با بیان اینکه دنبال این هستیم که برای این نسل و نسل بعد ثروت‌آفرینی کنیم، افزود: می‌توانیم بدون بنگاه‌داری یک میلیون بشکه نفت در روز به تولید فعلی اضافه کنیم که برای این کار در مجموع در پنج سال باید ۳۵ میلیون دلار سرمایه‌گذاری کنیم و نزدیک به ۲۲ میلیارد دلار در دو سال اول باید سرمایه‌گذاری شود. در پایان پنج سال، ۵۱ میلیارد دلار جریان نقدی رفت و برگشتی خواهیم داشت. او با اشاره به فناوری‌های نوپدید بیان کرد: همانند صندوق توسعه ملی در ایران، صندوق‌های ثروت در جهان وجود دارد که به دلیل پتانسیل بالا و بازگشت مناسب سرمایه، سرمایه‌گذاری‌های زیادی در حوزه هوش مصنوعی کرده‌اند. صندوق‌های ثروت در جهان منابع خود را از املاک و مستغلات به سمت فناوری برده‌اند؛ برای مثال صندوق ثروت نروژ ۱۳۸ میلیارد دلار در حوزه فناوری و هوش مصنوعی سرمایه‌گذاری کرده است. صندوق توسعه ملی کشور ما هم نباید از این روند جا بماند. البته تاکید می‌کنم که بنا نداریم بنگاه‌داری کنیم و به‌عنوان نهاد ملی باقی می‌مانیم. رئیس هیأت عامل صندوق توسعه ملی با اشاره به حوزه‌های هدف تامین مالی طرح‌ها توسط صندوق توسعه ملی (ISP) گفت: ۶۰ تا ۷۰ درصد از سبد تامین مالی به حوزه نفت، گاز و پتروشیمی، ۲۰ درصد به حوزه معدن شامل زنجیره‌های معدنی و فلزات اساسی و ۱۰ تا ۲۰ درصد به حوزه‌های دیگر از جمله صنایع صادرات‌محور و صنایع با تکنولوژی بالا اختصاص می‌یابد. در این سال‌ها، ۱۴۰۱ شروع سرمایه‌گذاری صندوق، ۱۴۰۲ ورود صندوق به حوزه بالادست نفت بوده و ۱۴۰۳ شروع سرمایه‌گذاری صندوق در حوزه فناوری‌های نوپدید و هوش مصنوعی خواهد بود. آقای دهقانی فیروزآبادی در معاونت علم و فناوری ریاست جمهوری به ما گفتند مبلغ لازم برای سرمایه‌گذاری ۵هزار میلیارد تومان است؛ ما هم وعده دادیم ۲.۵ هزار میلیارد تومان در اپراتور هوش مصنوعی کشور سرمایه‌گذاری می‌کنیم. در واقع در جلسه‌ای که با آقایان خاندوزی و سبحانیان داشتیم، ۲.۵ هزار میلیارد تومان بخشش مالیاتی برای ما در نظر گرفتند که ما هم آن را برای اپراتور هوش مصنوعی اختصاص دادیم.

خبرنامه

سرمایه‌گذاری خارجی در چین به کمترین سطح ۳۰ ساله رسید

رکورد منفی دیگر برای اژدهای زرد

سرمایه‌گذاری مستقیم کسب‌وکارهای خارجی در چین طی سال گذشته به کمترین میزان از اوایل دهه ۱۹۹۰ تاکنون رسید؛ زیرا پکن برای کمک به اقتصاد خود به دنبال سرمایه‌گذاری بیشتر در خارج از کشور است. براساس داده‌های سازمان دولتی ارز خارجی (SAFE)، تعهدهای سرمایه‌گذاری مستقیم چین در تراز پرداخت‌های این کشور در سال گذشته ۳۳ میلیارد دلار افزایش یافت که ۸۲ درصد نسبت به سال ۲۰۲۲ کاهش نشان می‌دهد. این معیار از سرمایه‌گذاری خارجی جدید در این کشور که جریان‌های پولی مرتبط با نهادهای دارای مالکیت خارجی در چین را ثبت می‌کند، به پایین‌ترین سطح از سال ۱۹۹۳ سقوط کرده است. این داده‌ها، تأثیر قرنطینه‌های کرونا و بهبود ضعیف اقتصادی در سال گذشته را نشان می‌دهد. سرمایه‌گذاری در سه ماهه سوم سال ۲۰۲۳ برای اولین بار از سال ۱۹۹۸ به بعد کاهش یافت. اگرچه کمی بهبود را هم تجربه کرد و در سه ماهه پایانی به رشد بازگشت، اما ۱۷.۵ میلیارد دلار درآمد جدید در آن دوره، یک‌سوم کمتر از مدت مشابه در سال ۲۰۲۲ بود.

به گفته اقتصاددانان، داده‌های SAFE که جریان خالص سرمایه را اندازه‌گیری می‌کند، می‌تواند منعکس‌کننده روند سود شرکت‌های خارجی و همچنین تغییرات در اندازه عملیات آنها در چین باشد. براساس داده‌های اداره ملی آمار چین، سود شرکت‌های صنعتی خارجی در چین طی سال گذشته ۶.۷ درصد نسبت به سال قبل کاهش یافت. ارقام قبلی وزارت بازرگانی نشان می‌دهد که سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی جدید در چین طی سال گذشته به پایین‌ترین سطح در سه سال گذشته کاهش پیدا کرده است. به گفته اقتصاددانان، ارقام وزارت بازرگانی شامل درآمدهای سرمایه‌گذاری مجدد شرکت‌های خارجی موجود نمی‌شود و نسبت به ارقام SAFE، نوسان کمتری دارد. تداوم ضعف اقتصادی نشان می‌دهد که چگونه شرکت‌های خارجی به دلیل تنش‌های ژئوپلیتیکی و نرخ‌های بهره بالاتر در دیگر نقاط جهان، پول خود را از چین خارج می‌کنند. برای شرکت‌های چندملیتی، نگهداری پول نقد در کشورهایی به‌جز چین، جذابیت بیشتری دارد؛ زیرا اقتصادهای پیشرفته نرخ‌های بهره را افزایش داده‌اند؛ درحالی‌که پکن نرخ بهره را کاهش داده است تا اقتصاد را تحریک کند. نتایج نظرسنجی جدیدی از شرکت‌های ژاپنی در چین نشان می‌دهد که بیشتر این شرکت‌ها در سال گذشته سرمایه‌گذاری خود را کاهش داده یا آن را ثابت نگه داشته‌اند و اکثریت آنها چشم‌انداز مثبتی برای سال ۲۰۲۴ ندارند. تلاش‌های دولت برای بازگشت شرکت‌های خارج از کشور پس از کووید، کافی نبوده است و اگر پکن بخواهد در اهداف خود موفق شود، به تلاش بیشتری نیاز خواهد بود. بااین‌همه، چند نقطه روشن وجود دارد. براساس گزارش موسسه اقتصادی آلمانی وابسته به بوندس بانک، سرمایه‌گذاری مستقیم شرکت‌های آلمانی در چین طی سال گذشته به رکورد ۱۲ میلیارد یورو (برابر ب ۱۳ میلیارد دلار) رسید. این نشان‌دهنده اشتیاق به توسعه در اقتصاد شماره ۲ جهان است، حتی درحالی‌که اتحادیه اروپا به دلیل نگرانی‌های امنیتی، نظارت دقیق بر این سرمایه‌گذاری‌ها را افزایش داده است. نتایج این گزارش نشان می‌دهد که سرمایه‌گذاری در چین به‌عنوان سهمی از کل سرمایه‌گذاری مستقیم آلمان در خارج از کشور در سال گذشته به ۱۰.۳ درصد افزایش یافته و به بالاترین میزان از سال ۲۰۱۴ تاکنون رسیده است.

دومین شرکت بزرگ اقیانوس‌پیمای جهان هشدار داد

صعود قیمت کانتینر با بحران دریای سرخ

از آغاز جنگ غزه در ماه اکتبر، ده‌ها حمله پهپادی و موشکی به کشتی‌های تجاری در حال حرکت در دریای سرخ انجام شده و در نتیجه، بسیاری از شرکت‌های بزرگ کشتیرانی استفاده از کانال سوئز را متوقف کرده‌اند و در عوض کشتی‌ها را به اطراف دماغه امید نیک در جنوب آفریقا هدایت می‌کنند. این حملات باعث شده است که میانگین قیمت کانتینر در سطح جهان در ماه گذشته دو برابر شود و نرخ تانکرهای سوخت برای مقاصد خاص به بالاترین سطح خود در سال‌های اخیر رسیده است. در ماه گذشته، وزرای خارجه اتحادیه اروپا به توافقی آزمایشی برای راه‌اندازی ماموریت دریایی در دریای سرخ برای دفاع از کشتی‌های باری دست یافتند. آلمان، فرانسه و ایتالیا در پاسخ به درخواست هلند که صنعت کشتیرانی تجاری آن به ویژه تحت تاثیر حملات قرار گرفته است، این اقدام را پیشنهاد کردند. جوزپ بورل، دیپلمات ارشد اتحادیه اروپا گفته است که انتظار می‌رود این ماموریت در ۱۹ فوریه آغاز شود. کمیسر اتحادیه اروپا نیز اظهار کرد: هزینه حمل و نقل آسیا به اروپا ۴۰۰ درصد افزایش یافته است. به گفته پائولو جنتیلونی، کمیسر اقتصاد اروپا، زمان و اختلال در حمل و نقل ناشی از حملات به کشتی‌ها در دریای سرخ، هزینه حمل و نقل کالا در برخی از مسیرهای چین به اروپا را حدود ۴۰۰ درصد افزایش داده و عبور از این مسیرها ۱۰ تا ۱۵ روز افزایش یافته است. این کمیسیونر ابراز امیدواری کرد که بحران در یکی از مهمترین مسیرهای تجاری جهان منجر به افزایش قابل توجه تورم در اتحادیه اروپا نمی‌شود، اما افزود که اختلال بیشتر می‌تواند منجر به افزایش قیمت‌ها شود.

در همین حال، شرکت بزرگ کشتیرانی دانمارکی گروه ای پی مولر- مِرسک که دومین شرکت بزرگ اقیانوس‌پیمای جهان شناخته می‌شود، به مشتریان خود توصیه کرد، برای بحران طولانی‌مدت دریای سرخ که می‌تواند تا نیمه دوم سال جاری ادامه یابد، آماده شوند. دومین شرکت بزرگ اقیانوس‌پیما جهانی، حدود ۶ درصد از ظرفیت اضافی کشتی‌ها را به برنامه خود افزوده و این اقدام هزینه‌های عملیاتی این کشتیرانی را بیشتر کرده است. شرکت‌های بزرگ کشتیرانی، بعد از حملات حوثی‌ها در دریای سرخ، صدها کشتی خود را در سفرهای طولانی‌تر و گران‌تر به اطراف دماغه امید نیک در جنوب آفریقا فرستادند. مرسک ماه گذشته پس از اینکه دو کشتی آن را هدف قرار دادند، عملیات خود را در این منطقه به حالت تعلیق درآورد.

در این میان، شبه‌نظامیان متعهد شده‌اند که پس از آغاز بمباران اهداف مرتبط با حوثی‌ها در یمن از سوی آمریکا و انگلیس، حملات خود را گسترش خواهند داد. چارلز ون در استین، رئیس منطقه مرسک آمریکای شمالی گفت: «متاسفانه، به این زودی‌ها، هیچ تغییری در دریای سرخ نمی‌بینیم. مسیرهای ترانزیتی طولانی‌تری طی سه ماهه دوم و سوم سال جاری ایجاد می‌شود و مشتریان باید مطمئن شوند که زمان حمل و نقل عمومی طولانی‌تری را در زنجیره تامین خود دارند.» ترافیک از طریق کانال سوئز – سریع‌ترین مسیر از آسیا به اروپا - حدود ۱۵ درصد از حمل و نقل تجاری جهان را تشکیل می‌دهد. شرکت‌های بزرگ حمل و نقل در حال حاضر با افزایش هزینه‌ها و افزایش سرسام‌آور حق بیمه مجبور به تغییر مسیر کشتی‌ها هستند. به گفته ون در استین، علاوه بر تحویل، فرستنده‌ها اکنون باید هزینه زنجیره تامین خود را با هزینه‌های واقعی این زنجیره محاسبه کنند. او در این باره گفت: «بسیاری از مشتریان ما هزینه به ازای هر واحد را برای زنجیره تامین در بودجه‌بندی خود لحاظ می‌کنند که اساسا همان چیزی است که آنها برای انجام نتایج خود به آن نیاز دارند. اگر این مورد تغییر کند می‌تواند تاثیر بسیار مهمی بر هزینه‌های کلی آنها داشته باشد». براساس آخرین گزارش موسسه کیل، تجارت جهانی از ماه نوامبر تا ماه دسامبر ۲۰۲۳ در نتیجه حملات به کشتی‌های تجاری در دریای سرخ بیش از یک درصد کاهش یافته است.

سنت نه‌چندان دور بازار سهام تکرار می‌شود؟

سبزپوشی بورس در پایان بهمن

فرصت امروز: در آخرین روز معاملاتی بهمن ماه، شاخص‌های بازار سهام رشد کردند. در معاملات این روز نماد خودرو بیشترین خروج پول حقیقی را داشت که ارزش آن ۲۶ میلیارد تومان بود. پس از خودرو، نمادهای وبملت، خساپا، فارس، خگستر، وشهر و فصبا بیشترین خروج پول حقیقی را داشتند. در جریان معاملات روز دوشنبه ۳۰ بهمن ماه، شاخص کل بورس تهران ۶ هزار و ۶۱۰ واحد نسبت به روز کاری قبل بالاتر ایستاد و به سطح ۲ میلیون و ۷۱ هزار واحد رسید. شاخص کل هم‌وزن نیز با افزایش ۴ هزار و ۵۸۹ واحدی در رقم ۷۲۷ هزار و ۳۰۴ واحدی ایستاد. در آن سوی بازار نیز شاخص کل فرابورس با رشد ۱۴۲ واحدی به رقم ۲۴ هزار و ۸۳۶ واحد رسید. روند خروج پول حقیقی نیز برای یازدهمین روز متوالی ادامه یافت و ۱۰۵ میلیارد تومان پول حقیقی از بازار سهام خارج شد. همانطور که گفته شد، نماد خودرو بیشترین خروج پول حقیقی را به ارزش ۲۶ میلیارد تومان داشت و نمادهای وبملت، خساپا، فارس، خگستر، وشهر و فصبا در رتبه‌های بعدی بیشترین خروج پول حقیقی ایستادند. بیشترین ورود پول حقیقی هم به نمادهای بیوتیک، فولاد، آردینه، آس پ و زماهان رسید. بورس تهران در پایان بهمن ماه، رخ سبزرنگی به خود گرفت و ارزش معاملات در این روز به کمی بیشتر از ۵ هزار میلیارد تومان رسید. در پایان معاملات روز دوشنبه در بورس تهران، ارزش معاملات در حوالی ۵۲۰۰ میلیارد تومان ثبت شد و ارزش بازار بورس تهران با رشد بیش از ۶ هزار واحدی شاخص کل به رقم ۷ هزار و ۲۷۳ هزار میلیارد تومان رسید. نماد خودرو پرتراکنش ترین نماد روز گذشته بود ولی در محدوده ۲۶۲ تومانی ماند و تغییر خاصی را به چشم ندید. فولاد، شستا و بوعلی از جمله نمادهای سبزپوشی بودند که روی بازار سرمایه تاثیر مثبتی داشتند.

سبزپوشی دوباره نماگرهای بورسی

پس از ریزش متعدد بورس در روزهای گذشته حالا نماگرهای بورسی برای دومین روز متوالی صعودی شدند؛ به طوری که شاخص کل بورس تهران برای دومین روز متوالی سبزپوش شد و با رشد ۶ هزار و ۶۱۰ واحدی نسبت به روز یکشنبه به سطح ۲ میلیون و ۷۱ هزار واحد رسید. شاخص کل هم‌وزن نیز که از همه نمادها به یک اندازه تاثیر می‌پذیرد و نماگر دقیق‌تری برای رصد جریان بازار است، با افزایش ۴ هزار و ۵۸۹ واحدی به تراز ۷۲۷ هزار و ۳۰۴ واحد رسید. فولاد، شستا و بوعلی از جمله نمادهای سبزپوش بودند که بیشترین اثر را در رشد شاخص کل داشتند. نمادهای اخابر، وپاسار و کگاز نیز از جمله نمادهای قرمزپوشی بودند که با اثر منفی بر شاخص کل همراه شدند. در بازار فرابورس نیز نمادهای فصبا، غصینو و وسپهر بیشترین اثر افزایشی را بر شاخص کل داشتند و نمادهای سامان، ثباغ و شپاس نیز با بیشترین اثر کاهنده بر شاخص کل فرابورس مواجه شدند. در بین نمادهای پرتراکنش بورس نماد خودرو بیشترین تراکنش را داشت و فولاد و سصفها در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند. در فرابورس نیز فنر، بیوتیک و آردینه بیشترین تراکنش را داشتند.

ارزش معاملات کل بازار سهام به ۱۶۲ هزار و ۱۸۵ میلیارد تومان رسید. ارزش معاملات اوراق بدهی در بازار ثانویه ۱۵۴ هزار و ۶۲۶ میلیارد تومان بود که ۹۵ درصد از ارزش کل معاملات بازار را در این روز شامل می‌شود. ارزش معاملات خرد نیز با افزایش ۱۴ درصدی به نسبت روز معاملاتی قبل به رقم ۳ هزار و ۷۵۰ میلیارد تومان رسید. در جریان معاملات دوشنبه، ۷۰ نماد صف خرید داشتند و ۴۰ نماد با صف فروش مواجه شدند. مجموع ارزش صف‌های خرید با افت ۷ درصدی نسبت به روز کاری قبل به ۴۷۹ میلیارد تومان کاهش یافت و مجموع ارزش صف‌های فروش نیز با کاهش ۴۶ درصدی به ۱۱۴ میلیارد تومان رسید.

پیش‌بینی بورس در انتهای سال

بازار سرمایه دیروز هم رخ مثبتی داشت و ارزش معاملات در این روز کمی بیشتر از ۵ هزار میلیارد تومان ثبت شد و نماگر بازار نیز با رشد ۶ هزار و ۶۱۰ واحدی کار خود را تمام کرد. در بازار بورس و اوراق بهادار تهران ارزش معاملات حوالی ۵۲۰۰ میلیارد تومان بود و ارزش بازار بورس تهران با رشد ۶ هزار و ۶۱۰ واحدی شاخص کل به رقم ۷ هزار و ۲۷۳ هزار میلیارد تومانی رسید. نماد خودرو پرتراکنش‌ترین نماد بود ولی در محدوده ۲۶۶۲ تومانی باقی ماند و تغییر خاصی را به چشم ندید. نمادهای فولاد، شستا و بوعلی روی بازار سرمایه تاثیر مثبتی داشتند.

بررسی تکنیکالی شاخص کل بورس و اوراق بهادار تهران نشان می‌دهد با وجود اینکه شاخص کل بورس برای دومین روز پیاپی رخ مثبتی را به خود گرفت اما خیلی دلچسب نبود و بازار تکان نخورد ولی همین محدوده مشخص شده یا بهتر است گفته شود اعماق نمودار برای شاخص کل می‌تواند نقشه امیدی برای اهالی تکنیکالیست بازار سرمایه باشد تا با برگشت اندیکاتور Rsi از محدوده‌های ۲۵ واحدی به ۲۹ واحدی و حمایت شاخص در محدوده میانه های کانال فرضی صعودی رسم شده امید را در دل اهالی بازار برای برگشت شاخص به اعداد و ارقام بالاتر زنده کند تا به رسم و سنت نه چندان دور و دراز بازار سرمایه شاهد این موضوع باشیم که شاخص کل قبل از تعطیلات نوروزی رشد خود را آغاز و تا پایان تعطیلات این رشد ادامه‌دار خواهد بود؛ روندی که در ۲۰ سال گذشته تکرار شده است و باید دید که آیا سنت نه چندان دور بورس و اوراق بهادار تهران امسال تکرار می‌شود یا نه؟ اما نباید فراموش کرد که بازار از منظر تکنیکالی مقاومت‌های سختی همانند میانگین‌های ۵۵ روزه و ۲۰۰ روزه را بر سر راه خود دارد و همچنین مقاومت‌هایی از جنس بخشنامه، دستورالعمل و نرخ‌های گواهی‌های سپرده خاص از دیگر مقاومت‌های بازار سرمایه محسوب می‌شود. به هر حال باید دید که با توجه به سودسازی شرکت‌ها در سال ۱۴۰۲ که چیزی تا پایان آن باقی نمانده است آیا همچنان بازار در مسیر نزولی و بی‌رمق خواهد ماند یا اینکه شاهد ورود پول به بازار سرمایه و رشد شاخص هستیم؟

خبرهای مهم بازارهای مالی

به دنبال برگزاری هشت جلسه موفق حراج حضوری شمش طلا در مرکز مبادله ارز و طلای ایران در مدت یک ماه گذشته که منتهی به فروش ۴۳۱ کیلوگرم شمش طلای استاندارد با عیار ۹۹۵ در هزار شد، مرکز مبادله ایران در تاریخ ۱۳ اسفندماه ۱۴۰۲ عرضه گسترده سکه را آغاز خواهد کرد. این خبری است که مدیریت ارتباطات مرکز مبادله ارز و طلای ایران عنوان کرده است. اخیرا نیز خودروسازان اعلام کرده‌اند عرضه خودرو در بورس کالا را به عنوان یکی از شیوه‌های کاهش زیان‌دهی، در دستور کار سال آینده خود قرار داده‌اند. با عرضه خودرو در بورس کالا، خودروسازان می‌توانند محصولات خود را با قیمتی بالاتر از نرخ‌های دستوری (اما کمتر از بازار آزاد) به فروش برسانند و علاوه بر اینکه زیان نخواهند داد، سود نیز می‌کنند. همچنین با وجود تکذیب افزایش قیمت کارخانه‌ای خودرو، شواهد و قرائن نشان می‌دهد سیاستگذار در پشت صحنه مشغول آماده‌سازی مقدمات اصلاح قیمت از مسیرهای فرعی است. عرضه خودرو در بورس کالا، ارائه محصولات کاملا جدید، عرضه خودروهای ارتقایافته و فروش در حاشیه بازار، به‌عنوان مسیرهای فرعی شناخته می‌شوند.

مدیر نظارت بر ناشران سازمان بورس با اشاره به اینکه نمونه گزارش تفسیری مدیریت مطابق با مقررات و مصوبات سازمان بورس تهیه و این نمونه در اول مردادماه سال جاری برای ناشران و موسسات حسابرسی ابلاغ شد، اظهار داشت: ناشران اوراق بهادار باید در مجامع پیش‌رو گزارش تفسیری مدیریت و گزارش فعالیت هیأت مدیره مجمع را مطابق نمونه‌ای که سازمان ابلاغ کرده، تهیه و منتشر کنند. همچنین سازمان بورس هم اعلام کرده که نماد سپرده‌گذاری مرکزی اوراق بهادار و تسویه وجوه در بازار توافقی فرابورس درج شد تا انتظار پنج ساله سهامداران این شرکت به پایان برسد. به نقل از شرکت سپرده‌گذاری مرکزی، نماد شرکت سپرده‌گذاری مرکزی به عنوان هشتمین نماد معاملاتی در بازار توافقی فرابورس در گروه فعالیت‌های کمکی به نهادهای مالی واسط درج شد تا شرایط برای معاملات سهام این شرکت در بازار سرمایه مهیا شود.

در مراسم پایانی جشنواره ملی بهره‌وری مطرح شد

محیط اقتصادی ایران برای رشد بهره‌وری مهیا نیست

آیین پایانی سیزدهمین دوره جشنواره ملی بهره‌وری با تقدیر از ۹ پروژه برتر برگزار شد. براساس مسائل مطرح شده در این نشست، محیط اقتصادی کشور برای حرکت به سمت رشد بهره‌وری مهیا نیست. در مراسم اختتامیه سیزدهمین دوره جشنواره ملی بهره‌وری که با همکاری کمیسیون سرمایه‌گذاری و تأمین مالی اتاق ایران برگزار شد، تجربیات بنگاه‌های اقتصادی موفق در مسیر رشد بهره‌وری مورد توجه قرار گرفت و در این جشنواره همچنین وضعیت اقتصاد ایران از منظر بهره‌وری بررسی شد. به اعتقاد روسای کمیسیون‌های تخصصی و رئیس مرکز پژوهش‌های اتاق ایران، در حال حاضر شرایط اقتصاد کشور در حوزه بهره‌وری، مناسب نبوده و از طرفی، زمینه برای بهبود بهره‌وری نیز مهیا نیست.

بهرام شکوری، رئیس کمیسیون معدن و صنایع معدنی اتاق ایران در این مراسم با بیان اینکه ارتقای ارتباط بین صنعت و دانشگاه، بهره‌وری را بالا می‌برد، گفت: در حوزه معدن نوآوری‌هایی رخ داده که صرفه‌های اقتصادی به دنبال داشته است. در مرحله اول آموزش موردتوجه فعالان اقتصادی قرار گرفته است؛ چراکه آموزش می‌تواند مشارکت و امکان استفاده از ظرفیت‌های فکری و روحی کارکنان را بیشتر کند. براساس اظهارات این فعال اقتصادی، تولید بدون ضایعات، هدف غایی است که در حوزه معدن دنبال می‌شود. از سویی امکان تعمیر ماشین‌آلات معدنی بجد پیگیری می‌شود، در کنار آن امکان ساخت برخی قطعات و تجهیزاتی که دانش آن وجود دارد. رسیدن به این صرفه‌های اقتصادی، بهره‌وری کار را افزایش می‌دهد. از سوی دیگر، نمونه‌های قابل توجهی را در مسیر بهبود بهره‌وری در طول سال‌های اخیر تجربه کردیم که توانسته حوزه معدن را به‌روز کند و بهره‌وری این بخش را بالا ببرد. نکته اصلی اینجاست تا حد ممکن ارتباط صنعت با دانشگاه را بیشتر کنیم. حضور دانشگاهیان توانسته صرفه‌های اقتصادی را در فعالیت‌های معدنی، صنعتی و تولیدی ارتقا دهد.

رضا پدیدار، رئیس کمیسیون استاندارد، محیط زیست، توسعه پایدار و آب اتاق ایران نیز در این همایش با ارائه یک مقاله و با اشاره به اینکه بهره‌وری سبب تحول فردی، گروهی و اجتماعی می‌شود، گفت: مشارکت، بخش مهمی از بهره‌وری است و قدرت یادگیری را فراهم کرده و باعث ارتقا می‌شود و به آرمان‌هایی که توجه می‌کنیم نزدیک می‌کند. بهره‌وری یک کار گروهی است و باید تمرکز بر فکر داشت و در این میدان قرار گرفت.

او با تاکید بر اینکه نگه‌داشت بهره‌وری در ایران خیلی پایین است، به یک نگاه تطبیقی در مقایسه با سایر کشورها اشاره کرد و توضیح داد: جایگاه ایران در کسب بهره‌وری زیاد بوده است و اشکال مهم ما نگه‌داشت این مسئله است. بهره‌وری را کسب می‌کنیم؛ اما در نگه‌داشت آن ضعیف هستیم. این در حالی است که رشد بهره‌وری کشورهایی مانند آلمان، ژاپن و چین در کوتاه‌مدت، ناظر بر سطح نگه‌داشت بوده است. پدیدار با بیان اینکه باید به سمت بهره‌وری سبز حرکت کنیم، افزود: سود بالاتر از استفاده درست از منابع انسانی و فیزیکی، ایجاد درآمد واقعی و ایجاد مکانیسم سیستمی از جمله مزایای آن است و برای رفتن به سمت هوش بهره‌ور باید به یک استراتژی دست پیدا کنیم.

همچنین سادینا آبایی، رئیس کمیسیون فناوری اطلاعات و ارتباطات اتاق ایران به تحول دیجیتال که به دغدغه روز دنیا تبدیل شده است، اشاره کرد و گفت: خیلی مهم است که رویکرد مناسب و دقیقی به تحول دیجیتال داشته باشیم تا ابزاری برای رشد بهره‌وری منظور شود. در واقع استفاده از این ابزار باید براساس آموزش و هدفمند باشد تا بهره‌وری رشد کند. متأسفانه به محض اینکه در دنیا مفاهیم جدیدی مطرح می‌شود، در ایران انواع جلسات، نشست‌ها و حتی سازمان‌هایی درباره این مفهوم شکل می‌گیرد بدون اینکه تعریف درستی از آن مفهوم داشته باشیم. پس باید نسبت به این مفاهیم با مدل دیگری بنگریم و آنها را به کار بگیریم. به باور این فعال اقتصادی، درک درست مفاهیم، زمینه را برای استفاده از آنها در مسیر بهره‌وری ممکن می‌کند. تا زمانی که شناخت‌ها نسبت به مفاهیم، درست و دقیق نباشد، نمی‌توانیم از آنها در مسیر بهره‌وری استفاده کنیم. رویکردهای امروز نسبت به مفاهیمی چون هوش مصنوعی، دولت الکترونیک، تحول دیجیتال و... همگی در سطحی است که پیش از این توضیح داده شد. به اعتقاد این عضو هیأت نمایندگان اتاق ایران، آموزش و رسیدن به درک درست از مفاهیم و مأموریتی که به دنبال دارند، برای ارتقای بهره‌وری خیلی مهم است.

آرش نجفی، رئیس کمیسیون انرژی اتاق ایران هم در این همایش، ناترازی در بخش انرژی را نتیجه عدم توجه به بهره‌وری دانست و گفت: در کشوری هستیم که بهره‌وری یک شوخی است و در همه بخش‌های انرژی، مشکل بهره‌وری داریم و عمده ناتوانی‌ها در مدیریت دولتی از محل انرژی ارزان جبران می‌شود. او درباره ناترازی در صنعت گاز و برق ایران نیز گفت: مدیران تصور می‌کنند که با سرمایه می‌توانند ناترازی را جبران کنند. این در حالی است که از سال ۲۰۲۵ دیگر نمی‌توانیم با تزریق پول و سرمایه به منابع نفتی و گازی ناترازی جبران کنیم و باید حتماً روی بهره‌وری و راندمان کار کنیم.

نجفی با اشاره به اینکه با توجه به شدت مصرف گاز و عدم بهره‌وری در سال‌های آینده با کسری در بخش انرژی روبه‌رو خواهیم شد و باید رویکردها تغییر کند، با اشاره به ناترازی بنزین در ایران، تصریح کرد: توقف رشد پلکانی بنزین و ایستا شدن قیمت آن، سبب شد تا الان با تفاوت بالای قیمت داخلی و جهانی روبه‌رو باشیم. با توجه به افزایش مصرف بنزین، از سال ۱۴۰۱ ناترازی در این بخش داریم، اما رانتی که پشت بنزین است نمی‌گذارد قیمت افزایش پیدا کند. بنابراین باید قیمت بنزین افزایش پیدا کند و در کنار آن باید خودروساز نیز راندمان را بالا ببرد و توزیع انرژی مدیریت شود. به گفته این فعال اقتصادی، همچنین افزایش پیچیدگی فرآیندی پالایشگاه‌ها، استفاده از انرژی‌های تجدیدپذیر و ساخت نیروگاه‌های خورشیدی با صرفه‌جویی در سوخت مایع، از دیگر فاکتورهایی است که می‌تواند به افزایش بهره‌وری در بخش انرژی کمک کند. محمد قاسمی، رئیس مرکز پژوهش‌های اتاق ایران نیز بهره‌وری را استفاده از ظرفیت‌های موجود برای رسیدن به بیشترین میزان تولید، تعریف کرد و گفت: بنا بر این تعریف و با نگاه به اطلاعات و مطالعات بین‌المللی باید اذعان داشت که توان تولید ایران برابر با ۱۰۰۰ میلیارد دلار است، اما میزان تولید ایران در حال حاضر بین ۲۰۰ تا ۴۰۰ میلیارد دلار برآورد می‌شود. از سوی دیگر بهره‌وری کل عوامل تولید در ایران منفی ۲.۲ درصد اعلام شده است. براساس اظهارات او، خلاصه جریان اقتصاد ایران این است که در تلاشیم همه کمتر از آنچه می‌توانند تولید کنند. در واقع، زمینه حرکت اقتصاد ایران به سمت بهره‌وری مهیا نیست.

رئیس مرکز پژوهش‌های اتاق ایران، نتیجه برنامه‌های توسعه را وضعیت امروز اقتصاد ایران دانست و حکم موردنظر در برنامه هفتم توسعه را تکرار حکم برنامه‌های قبل عنوان کرد و گفت: متأسفانه می‌بینیم که بهره‌وری برای تصمیم‌گیران مهم نیست. واقعیت این است که زمین بازی بنگاه‌های اقتصادی برای حرکت به سوی بهره‌وری مساعد نیست. مخدوش بودن نظام قیمت‌ها یکی از عواملی است که مانع بهبود بهره‌وری در اقتصاد ایران می‌شود؛ چراکه بهره‌وری، دستوری حاصل نمی‌شود. او سپس در پایان صحبت‌هایش پیشنهاد کرد: به جای حکم برنامه هفتم که بی‌فایده است، موانع رقابت‌پذیری اقتصاد و موانع پیوستن به اقتصاد جهانی را حذف کنیم. گفتنی است در انتهای این مراسم با حضور پیام باقری، نایب‌رئیس اتاق ایران به ۹ پروژه برتر لوح تقدیر داده شد.

آگهی مفقودی

برگ سبز خودرو سواری شاهین به شماره انتظامی ۲۷ ایران ۶۳۶ س ۷۲ شماره موتور M۱۵TC/۲۰۵۶۶۶۲ شماره شاسی NAS۱۱۱۱۰۰۲۱۰۵۶۸۱۵ متعلق به اینجانب حسین آزادی به کد ملی ۲۸۵۱۷۳۵۷۶۴ مفقود واز درجه اعتبار ساقط میباشد.
رباط کریم

آگهی مفقودی

اینجانب بهمن جمشیدی شماره شاسی ۸۳۱۱۶۹۴۰ و شماره موتور ۱۱۷۸۳۰۱۶۹۱۱ بعلت فقدان اسناد فروش تقاضای رونوشت المثنی اسناد مذکور را نموده ام لذا چنانچه هر کس ادعایی در مورد خودروی مذکور دارد ظرف ۱۰ روز به دفتر حقوقی شرکت ایران خودرو واقع در کیلومتر ۱۴ جاده مخصوص تهران کرج شهرک پیکان شهر ساختمان سمند طبقه ۱ مراجعه نماید بدیهی است پس از انقضای مهلت مزبور طبق ضوابط مقرر اقدام خواهد شد.
خلخال
۲۲۰

اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک غرب اصفهان

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

برابر آرا صادره هیات های موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی منطقه غرب اصفهان تصرفات مالکانه و بلامعارض متقاضیان محرز گردیده است لذا مشخصات متقاضیان و املاک مرد تقاضا به شرح زیر به منظور اطلاع عموم در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضیان اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت اسناد و املاک تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مرجع قضایی تقدیم نمایند.

ردیف ۱- برابر رای شماره ۲۱۵۰۹ مورخ ۱۴۰۲/۱۱/۱۱ هیات دوم مالکیت خانم الهه نصری نصرآبادی به شناسنامه شماره ۲۲۶۱ کد ملی ۱۲۸۶۱۱۵۷۷۹ صادره اصفهان فرزند اسدالله در ششدانگ یکباب ساختمان به مساحت ۱۹۰/۷۰ متر مربع پلاک شماره ۳ فرعی از ۶ اصلی واقع در اصفهان بخش ۱۴ حوزه ثبت ملک غرب اصفهان مالکیت متقاضی تایید و محرز گردیده است.

رییس منطقه ثبت اسناد و املاک غرب اصفهان - شهریاری

اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک غرب اصفهان

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

برابر آرا صادره هیات های موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی منطقه غرب اصفهان تصرفات مالکانه و بلامعارض متقاضیان محرز گردیده است لذا مشخصات متقاضیان و املاک مرد تقاضا به شرح زیر به منظور اطلاع عموم در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضیان اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت اسناد و املاک تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مرجع قضایی تقدیم نمایند.

ردیف ۱- برابر رای شماره ۲۱۰۳۶ مورخ ۱۴۰۲/۱۱/۰۷ هیات چهارم مالکیت خانم سکینه زیلابی به شناسنامه شماره ۱۰۰۷۳ کد ملی ۱۲۹۲۲۵۳۷۲۱ فرزند خداخواست در ششدانگ یکباب ساختمان به مساحت ۱۴۸/۰۸ متر مربع پلاک شماره ۴۰۷ فرعی از ۲۲ اصلی واقع در اصفهان بخش ۱۴ حوزه ثبت ملک غرب اصفهان ثبت در دفتر املاک به شرح استعلام هیات تایید و محرز گردیده است.

رییس منطقه ثبت اسناد و املاک غرب اصفهان - شهریاری

اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک غرب اصفهان

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

برابر آرا صادره هیات های موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی منطقه غرب اصفهان تصرفات مالکانه و بلامعارض متقاضیان محرز گردیده است لذا مشخصات متقاضیان و املاک مرد تقاضا به شرح زیر به منظور اطلاع عموم در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضیان اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت اسناد و املاک تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مرجع قضایی تقدیم نمایند.

ردیف ۱- برابر رای شماره ۲۰۶۷۰ مورخ ۱۴۰۲/۱۰/۲۸ هیات سوم مالکیت خانم عزت عباسی ولدانی به شناسنامه شماره ۱۴ کد ملی ۱۲۹۰۱۸۵۹۷۲ صادره اصفهان فرزند قدمعلی در ششدانگ یکباب ساختمان به مساحت ۲۴/۹۵ متر مربع پلاک شماره ۳۳۵ فرعی از ۳۶ اصلی واقع در اصفهان بخش ۱۴ حوزه ثبت ملک غرب اصفهان مع الواسطه از مالک رسمی رمضان عباسی ولدانی تایید و محرز گردیده است.

رییس منطقه ثبت اسناد و املاک غرب اصفهان - شهریاری

تاریخ انتشار نوبت اول ۱۴۰۲/۱۲/۰۱ تاریخ انتشار نوبت دوم ۱۴۰۲/۱۲/۱۶

شناسه آگهی ۱۶۷۰۹۸۳ شناسه آگهی ۱۶۷۰۹۸۶

۲۲۲

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

مفاد رای:

برابر رای شماره ۴۳۳۸ مورخ ۱۴۰۲/۱۱/۲ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک جنوب اصفهان تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی اقای حیدر اقبال بختیاری به شناسنامه شماره ۷۹ کد ملی ۱۸۲۹۰۸۸۷۹۳ صادره خرمشهر فرزند خدارحم در ششدانگ یکباب خانه به مساحت ۵۷ متر مربع پلاک شماره ۳۲۶۱ فرعی از ۵۰۰۰ اصلی واقع در اصفهان بخش ۵ حوزه ثبت ملک جنوب اصفهان به موجب بیع نامه عادی مورخ ۱۳۶۲/۶/۱۴ از طرف علی بخش قاسمی طاقانکی (مالک رسمی) به محمد همت یار واگذار گردیده و از طرف محمد همت یار به موجب بیع نامه عادی به آقای سیف اله صفائی واگذار و از طرف وی نیز به موجب بیع نامه عادی به قربانعلی منصوری واگذار و از طرف وی نیز به موجب بیع نامه عادی به خدارحم اقبال بختیاری و از طرف وی نیز به موجب بیع نامه عادی به متقاضی واگذار گردیده است و متقاضی نیز به موجب یک فقره استشهادیه محلی که به تایید شهود محلی رسیده است اعلام داشته به مالک رسمی (علی بخش قاسمی طالقانکی) دسترسی ندارد. 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.

رئیس ثبت اسناد و املاک - مهدی شبان

تاریخ انتشار نوبت اول:۱۴۰۲/۱۲/۰۱ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۱۲/۱۶

شناسه آگهی ۱۶۷۰۹۲۸ شناسه آگهی ۱۶۷۰۹۲۹

۲۲۳

آگهی فقدان سند مالکیت

نظر به اینکه آقای رویا / خالو اسماعیلی فرزند حسن شماره شناسنامه ۴۰۰۷۹ تاریخ تولد ۱۳۳۹ صادره از – دارای شماره ملی ۱۲۸۰۲۹۰۴۵۵ بعنوان مالک شش دانگ عرصه و اعیان یک باب خانه پلاک ثبتی ۲۹۴۲ فرعی از ۱۵۲۴۱ واقع در بخش ۵ ثبت اصفهان با شماره مستند مالکیت ۲۵۸۵۴ تاریخ ۱۳۹۰/۰۸/۲۲ موضوع سند مالکیت اصلی بشماره چاپی ۱۳۲۱۲۶ سری – که در صفحه ۱۹۷ دفتر املاک جلد ۳۲۵ ذیل شماره ۵۸۵۷۹ ثبت گردیده است مالک با ارائه دو برگ استشهاد که به شماره ۲۱۰۳۲ مورخ ۱۴۰۲/۱۱/۲ در دفترخانه ۳۸۵ اصفهان گواهی شده است مدعی اند مالکیت مرقوم در اثر جابجایی مفقود گردیده و اکنون تقاضای صدور سند مالکیت المثنی نموده است لذا مراتب به استناد تبصره یک اصلاحی ذیل ماده ۱۲۰ آیین نامه قانون ثبت در یک نوبت آگهی می شود چنانچه کسی مدعی انجام معامله نسبت به ملک مرقوم یا وجود سند مالکیت نزد خود میباشد از تاریخ انتشار این آگهی ظرف مدت ده روز اعتراض خود را کتبا ضمن ارائه اصل سند مالکیت یا سند معامله به این اداره تسلیم و رسید اخذ نماید تا مراتب صورتمجلس و اصل سند مالکیت به ارائه کننده مسترد گردد بدیهی است اگر ظرف مدت مقرر اعتراضی نرسید یا در صورت اعتراض اصل سند مالکیت یا سند معامله ارائه نشود اقدام به صدور سند مالکیت المثنی طبق مقررات خواهد شد.

مهدی صادقی- رییس ثبت اسناد و املاک منطقه شرق اصفهان

شناسه آگهی ۱۶۶۹۶۶۷

۲۲۱

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 ۱۴۸۴۹ ۱۴۰۲۶۰۳۰۲۰۲۶۰ مورخ ۱۴۰۲/۰۹/۰۸ هیات / دوم موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی تصرفات مالکانه خانم مرضیه رنجکش آدرمنابادی به شناسنامه شماره ۶۶۰۰۰۶۳۱۲۲ کد ملی ۶۶۰۰۰۶۳۱۲۲ صادره دولت آباد فرزند رضا ششدانگ یکباب خانه مسکونی به مساحت ۸۱/۶۵ متر مربع پلاک شماره فرعی از ۱۴۹۸۶ اصلی واقع در اصفهان بخش ۵ اداره ثبت اسناد و املاک شمال با توجه به تقاضانامه ارائه شده و مستندات ضمیمه شامل (مورد درخواست به موجب سند ۳۵۵۸۷ مورخ ۱۴۰۱/۱۲/۱۱ دفتر ۳۶۴ اصفهان به متقاضی انتقال قطعی شده و در جریان ثبت می باشد) و ملاحظه نقشه ملک و گزارش کارشناس منتخب و پاسخ وضعیت ثبتی که حکایت از احراز مالکیت متقاضی نسبت به ملک مورد تقاضا و انتقال ملک از مالک رسمی به متقاضی داشته و تصرفات متقاضی نسبت به مورد تقاضا احراز گردیده. 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.

مجید حیدری –قائم مقام رئیس واحد ثبتی

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۱۲/۰۱ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۱۲/۱۶

شناسه آگهی ۱۶۶۹۲۱۶ شناسه آگهی ۱۶۶۹۲۱۲

۲۰۹

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان کهگیلویه و بویراحمد
اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک دو گنبدان

هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی برابر رای شماره ۱۵۴۴ ۱۴۰۲۶۰۳۲۰۰۰۲۰۰۱ موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک دوگنبدان تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی خانم زینب صالحی دیل فرزند علی کاظم بشماره شناسنامه ۲۷۳۹ صادره از دو گنبدان در ششدانگ یکباب خانه به مساحت ۲۶۴.۴۶ متر مربع پلاک ۱۷۳۰۶ فرعی از ۲۲ اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک ۲۷ فرعی از ۲۲ اصلی قطعه ۱ واقع در محله سادات خیابان اسلام آباد خریداری از مالک رسمی آقای فرهنگ بخشایی محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی میشود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند میتوانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید. ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم ،اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۲/۱۱/۱۶ تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۲/۱۲/۰۱

علیدوست یاری زاده
رئیس ثبت اسناد و املاک

آگهی نوبتی و تحدید حدود اختصاصی تقاضای ثبت ملک حوزه ثبتی سوادکوه شمالی

املاکی که مطابق ماده ۱۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۰۹/۰۲ و آیین نامه مربوطه در هئیت حل اختلاف، منجر به صدور رای می گردد به شرح زیر آگهی می شود :

املاک متقاضی واقع در قریه زیولا پلاک ۱۵۱۶ فرعی ۱۱۰ اصلی بخش ۱۱ حوزه ثبت سوادکوه شمالی به مالکیت خسرو عابدی شیردار نسبت به شش دانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۲۲۶۴ متر مربع خریداری بدون واسطه از محبوبه وفائی نژاد مالک رسمی.

لذا کسانی که نسبت به املاک فوق اعتراض دارند میتوانند به استناد ماده ۱۶ قانون ثبت از تاریخ اولین انتشار به مدت ۹۰ روز درخواست واخواهی خود را به این اداره تسلیم و رسید دریافت دارند. اگر بین تقاضا کننده و دیگری قبل از انتشار این آگهی دعوایی در مراجع قضایی اقامه شده ،باشد معترض باید گواهی تقدیم دادخواست را به این اداره تحویل دهد. در این صورت اقدامات ثبت موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه است.در طورتی که اعتراض در مهلت قانونی تسلیم نگردد و یا گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل به این اداره تحویل نشود اداره ثبت اقدام به صدور سند مالکیت مینماید این آگهی در ۲ نوبت به فاصله ۳۰ منتشر خواهد شد. ضمنا املاک مذکور که طبق ماده ۱۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان روزهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۰۹/۲۰ آگهی ،گردید تحدید حدود آن به صورت هم زمان انجام می شود.

شناسه آگهی: ۱۶۳۹۹۱۹

تاریخ انتشار نوبت اول:۱۴۰۲/۱۱/۰۱
تاریخ انتشار نوبت دوم:۱۴۰۲/۱۲/۰۱

حامد خاوری کرد آسیایی
سرپرست اداره ثبت اسناد و املاک سوادکوه شمالی

مفقودی

گواهی موقت تحصیلی اینجانب زهرا رجبی قره جقه فرزندمحمد بشماره ملی۰۸۷۲۴۲۲۹۳۳ درمقطع کارشناسی پرستاری صادره از واحد دانشگاه آزاداسلامی شیروان مفقود گردیده وازدرجه اعتبار ساقط میباشد

نوبت اول:۱۴۰۲/۱۱/۲۴
نوبت دوم:۱۴۰۲/۱۲/۰۱

مفقودی

برگ سبز و سند وسیله نقلیه دنا سواری به شماره پلاک ۶۶۵ ص ۲۳ ایران ۵۹، به شماره شاسی NAAW۰۱HE۷GE۴۰۲۳۴۵، شماره موتور ۱۴۷H۰۱۸۶۳۲۳، مدل ۱۳۹۵، تیپ EF۷ دنا، به رنگ سفید- روغنی متعلق به شمسه بیگم شریعتمداری به شماره ملی ۲۱۲۱۷۹۱۵۴۱ مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می گردد.

گرگان

آگهی مفقودی

برگ سبز خودرو سواری پراید به شماره انتظامی ۳۰ ایران ۷۵۷ ج ۱۴ شماره موتور ۲۵۴۱۶۳۰ شماره شاسی S۱۴۲۲۲۸۷۰۲۱۵۸۵ متعلق به اینجانب حامدصحرا یی لعل آبادی به کد ملی ۳۲۵۸۳۳۹۳ مفقود واز درجه اعتبار ساقط میباشد.

رباط کریم

آگهی نوبتی

پیرو آگهی نوبتی شماره ۱۴۰۲۸۵۶۰۳۰۰۲۰۱۰۰۲۶ مورخ۱۴۰۲/۰۷/۲۴ درخصوص ثبت عمومی املاک واقع در بخشهای ۷هروآباد و۷خانندبیل خلخال، مطابق مواد۱۲و ۲۵ قانون ثبت و مواد۵۹ و۶۴ آیین نامه قانون ثبت که در سه ماهه سوم سال ۱۴۰۲ تقاضا و قبول ثبت گردیده و یا در اجرای ماده ۱۳ قانون تعیین تکلیف اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی و آیین نامه اجرائی آن، توسط هیات حل اختلاف مستقر در ثبت خلخال رای لازم صادر شده است، بشرح زیر آگهی می شود:

ازبخش۷هروآباد خلخال؛

۲۱۳۳-اصلی، آقای اصغرآبی میان رودان ؛ ششدانگ یکقطعه زمین محصور بمساحت ۶۰/۱۰ مترمربع .

۲۱۳۴-اصلی، خانم سیده ثریاتیموری آلهاشم؛ ششدانگ یکقطعه زمین بمساحت ۱۲/۴۷ مترمربع .

۲۱۳۵-اصلی، خانم سیده ثریاتیموری آلهاشم؛ ششدانگ یکقطعه زمین بمساحت ۱۷/۰۴ مترمربع .

ازبخش۷خانندبیل خلخال؛

۳۵۸۷فرعی از۱۹۵۳- اصلی، آقایان بدیع اله(دودانگ ونیم) وامراله(سه دانگ ونیم) هردوغفوریان ؛ ششدانگ یکقطعه باغ ، بمساحت ۵۶۳۹/۰۵مترمربع واقع دراراضی روستای خوجین.

لذا طبق ماده ۱۶قانون ثبت هر کس نسبت به قبول ثبت املاک مندرج در آگهی فوق اعتراض داشته باشد می تواند از تاریخ انتشار نوبت اول تا۹۰روز دیگر اعتراض خود را کتبا به اداره ثبت خلخال تسلیم وسپس معترض باید ظرف مدت یک ماه از تاریخ اعتراض به مرجع ذیصلاح قضایی تقدیم دادخواست نماید و از دادگاه مزبور گواهی تقدیم دادخواست اخذ و تسلیم اداره ثبت نماید .

تاریخ انتشار نوبت اول: یکشنبه ۱۴۰۲/۱۱/۰۱
تاریخ انتشار نوبت دوم: سه شنبه ۱۴۰۲/۱۲/۰۱

کفیل ثبت خلخال –زینال زاده

آگهی آراء هیات حل اختلاف موضوع ماده یک قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی

در اجرای ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه اجرایی قانون یاد شده اسامی افرادی که اسناد عادی یا رسمی آنان در هیات مستقر در اداره ثبت اسناد و املاک شیروان رسیدگی و تایید قرار گرفته جهت اطلاع در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز در دو نشریه آگهی های ثبتی (کثیر الانتشار و محلی) بشرح ذیل آگهی می گردد.

۱-برابرکلاسه۲۶۳-۱۴۰۲ورأی شماره۱۴۰۲۶۰۳۰۷۱۱۴۰۰۴۹۵۱ آقای علی عاشقی فرزند رمضانعلی بشماره ملی ۰۸۲۹۳۰۱۰۵۴ در ششدانگ یکقطعه زمین زراعی دیم به مساحت ۱۶۷۰۳ مترمربع قسمتی ازپلاک۲۳ شوریک واقع درقطعه ۲ شیروان بخش۵قوچان ازمحل مالکیت مشاعی خودمتقاضی علی عاشقی

۲-برابرکلاسه۳۴۵-۱۴۰۲ورأی شماره۱۴۰۲۶۰۳۰۷۱۱۴۰۰۵۵۲۰ آقای سید محمد شریفی فرزند سیدجعفر بشماره ملی ۰۸۲۹۲۵۲۸۴۳ در ششدانگ یکباب منزل به مساحت ۴۹/۵۰مترمربع مفروز ومجزاشده ازپلاک ۸۰ فرعی از۱۳اصلی اصلی ناحیه۳شیروان بخش۵قوچان خریداری ازحیدرقلی رضاقلی زاده(تصمیم هیات)

به این وسیله به فروشندگان و مالکین مشاعی و اشخاص ذینفع در آرای اعلام شده ابلاغ می گردد چنانچه اعتراضی دارند باید از انتشار آگهی و در روستاها از تاریخ الصاق در محل تا دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند. معترضین باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نمایند و گواهی تقدیم دادخواست به اداره ثبت محل تحویل دهند. در صورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل ارائه ننماید اداره ثبت مبادرت به صدور سند خواهد نمود .ضمنا صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نخواهد بود.

تاریخ انتشار نوبت اول:۱۴۰۲/۱۲/۰۱ تاریخ انتشار نوبت دوم :۱۴۰۲/۱۲/۱۶

علی محمودی - رئیس اداره ثبت اسناد و املاک شیروان

آگهی تحدید حدود اختصاصی

نظر به اینکه اگهی تحدید حدود پلاک ۳/۴۷۶ واقع در کنگان قطعه یک بخش هشت کنگان قبلا انتشار یافته و تحدید حدود به عمل نیامده لذا با توجه به اینکه آقای محمد جواد سلیمی به موجب کلاسه ۱۴۰۱۱۱۴۴۲۴۰۰۶۰۰۰۰۴۱ در اجرای قانون تعیین تکلیف درخواست ثبت ششدانگ یک قطعه زمین محصور و بناهای احداثی در آن قسمتی از پلاک ۳/۴۷۶ نموده که هیات حل اختلاف مقرر در مواد یک، دو و سه قانون اصلاح و حذف موادی از قانون ثبت مستقر در ثبت کنگان به موجب رای شماره ۱۴۰۲۶۰۳۲۴۰۰۶۰۰۰۴۶۶ مورخ ۱۴۰۲/۰۸/۲۴ دستور ادامه عملیات ثبتی به نام متقاضی صادر نموده است لذا به موجب تبصره ماده ۱۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مذکور وقت تحدید حدود ششدانگ یک قطعه زمین محصور و بناهای احداثی در آن به مساحت ۲۸۴/۷۳ متر مربع شماره پلاک فرعی ۳/۲۸۸۲۹ متحذه از پلاک ۳/۴۷۶ روز شنبه مورخ ۱۴۰۲/۱۲/۲۶ تعیین و عملیات تحدید از ساعت ۸ صبح در محل شروع و به عمل خواهد آمد اینک به وسیله این آگهی از متقاضی و کلیه مجاورین طبق ماده ۱۴ قانون ثبت دعوت می گردد که در وقت مقرر در محل وقوع ملک حضور به هم رسانند و اخواهی مجاورین نسبت به حدود و حلوق الشاقی برابر قانون ثبت از تاریخ تنظیم صورت مجلس تحدید حدود به مدت ۲۰ روز پذیرفته خواهد شد که بایستی کتبا به اداره ثبت کنگان تسلیم و رسید عرضحال دریافت نماید ضمنا معترض از تاریخ تسلیم اعتراض به اداره ثبت یک ماه فرصت خواهد داشت که دادخواست خود را به دادگاه صالحه تقدیم و گواهی تقدیم دادخواست را اخذ و به اداره ثبت ارائه نماید. م الف :۴۷۴

تاریخ انتشار:۱۴۰۲/۱۲/۰۱

قوه قضائیه
سازمان ثبت اسناد و املاک کشور
اداره کل ثبت اسناد و املاک استان اردبیل
اداره ثبت اسناد واملاک حوزه ثبت ملک خلخال

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

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 مذکور 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 ۱۷ خورش رستم خلخال ؛

۱۱۸ فرعی از ۱۶ اصلی ، ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی دیمی موردتقاضا و متصرفی اقای حسن محمدپور صحرائی ؛ از مالکیت اولیه آقای حسین و کمال هردو نصرتی فرزندان نیت بمساحت ۲۷۶۰۴.۵۵ مترمربع واقع در اراضی روستای هشی .

۲۴۱۷ فرعی از ۲۰ اصلی ، ششدانگ یکباب ساختمان مسکونی موردتقاضا و متصرفی آقای رضا منافی ؛ از مالکیت اولیه آقای اذن اله ملکی فرزند قدرت بمساحت ۳۹۷.۰۲ مترمربع واقع در هشجین .

۲۴۱۸ فرعی از ۲۰ اصلی ، ششدانگ یکباب خانه و محوطه موردتقاضا و متصرفی خانم ساناز آقائی هشجین ؛ از مالکیت اولیه آقای تبارک اله آقائی بمساحت ۱۸۷.۳۵ مترمربع وقسمتی از۳۰۸ فرعی واقع در هشجین .

۲۴۱۹ فرعی از ۲۰ اصلی ، ششدانگ یک قطعه زمین زراعی دیمی موردتقاضا و متصرفی آقای سید مسعود یعقوبی ؛ از مالکیت اولیه آقایان مرحمت اله میرزائی هشجین و کریم اله میرزائی بمساحت ۹۲۴۳.۶۴ مترمربع واقع در هشجین .

۲۷۹ فرعی از ۴۱ اصلی ، ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی دیمی موردتقاضا و متصرفی آقای حسین عبادی بریق ؛ از مالکیت اولیه مشاعی متقاضی بمساحت ۷۹۲۶.۹۰ مترمربع واقع در اراضی روستای بیرق .

۳۰۲ فرعی از ۷۳ اصلی ، ششدانگ یک قطعه باغ موردتقاضا و متصرفی آقای بهروز شکوری ؛ از مالکیت اولیه آقای ذبیح اله شکوری بمساحت ۱۵۶۰.۴۵ مترمربع واقع در اراضی روستای سوسهاب .

۳۰۳ فرعی از ۷۳ اصلی ، ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی دیمی موردتقاضا و متصرفی آقای داود ولی سوسهاب ؛ از مالکیت اولیه آقای نبی اله ولی بمساحت ۳۷۴۴.۴۶ مترمربع واقع در اراضی روستای سوسهاب .

ازبخش ۱۸شاهرود خلخال ؛

۱۶۲۳ فرعی از ۲ اصلی ، ششدانگ یکباب انباری و محوطه موردتقاضا و متصرفی آقای مقصود رحمن زاده خمس ؛ از مالکیت اولیه آقای حبیب اله مرادزاده بمساحت ۵۴۶.۳۹ مترمربع واقع در اراضی روستای خمس .

۱۶۲۴ فرعی از ۲ اصلی ، ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی ابی موردتقاضا و متصرفی آقای رستمعلی مرادزاده ؛ از مالکیت اولیه آقای منصور نوری بمساحت ۱۰۳۲۷.۳۰ مترمربع واقع در اراضی روستای خمس .

۱۶۲۵ فرعی از ۲ اصلی ، ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی ابی موردتقاضا و متصرفی آقای رستمعلی مرادزاده ؛ از مالکیت اولیه آقای یوسف عسگری بمساحت ۲۵۱۶.۴۹ مترمربع واقع در اراضی روستای خمس .

۱۶۲۶ فرعی از ۲ اصلی ، ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی آبی موردتقاضا و متصرفی آقای رستمعلی مرادزاده ؛ از مالکیت اولیه آقای منصور نوری بمساحت ۱۰۳۲۷.۳۰ مترمربع واقع در اراضی روستای خمس .

۱۶۲۷ فرعی از ۲ اصلی ، ششدانگ یک قطعه باغ موردتقاضا و متصرفی آقای رستمعلی مرادزاده ؛ از مالکیت اولیه آقای فرج اله مهدی زاده بمساحت ۱۳۵۷۸.۲۸ مترمربع واقع در اراضی روستای خمس .

۱۶۲۸ فرعی از ۲ اصلی ، ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی ابی موردتقاضا و متصرفی اقای مهرداد مرادزاده ؛ از مالکیت اولیه آقای عقیل مرادی بمساحت ۸۲۶.۳۱ مترمربع واقع در اراضی روستای خمس

۱۶۲۹ فرعی از ۲ اصلی ، ششدانگ یکباب خانه و محوطه موردتقاضا و متصرفی آقای مهرداد مرادزاده ؛ از مالکیت اولیه آقای عقیل مرادی بمساحت ۱۳۴۶.۱۳ مترمربع واقع در اراضی روستای خمس .

۲۷۲ فرعی از ۴ اصلی ، ششدانگ یکباب خانه و محوطه موردتقاضا و متصرفی اقای دولت قلی پور ؛ از مالکیت اولیه آقای علی قلیپور بمساحت ۳۵۳.۳۳ مترمربع واقع در اراضی روستای اسبو .

۹۹۷ فرعی از ۵ اصلی ، ششدانگ یک قطعه باغ موردتقاضا و متصرفی آقای غلامحسین غلامی دروئی ؛ از مالکیت اولیه آقای حسن غلامی بمساحت ۲۴۳۲.۷۰ مترمربع واقع در اراضی روستای درو .

۹۹۸ فرعی از ۵ اصلی ، ششدانگ یک قطعه باغ موردتقاضا و متصرفی آقای غلامحسین غلامی دروئی ؛ از مالکیت اولیه آقای حسن غلامی بمساحت ۱۱۱۱.۰۵ مترمربع واقع در اراضی روستای درو .

۹۹۹ فرعی از ۵ اصلی ، ششدانگ یک قطعه باغ موردتقاضا و متصرفی آقای غلامحسین غلامی دروئی ؛ از مالکیت اولیه آقای حسن غلامی بمساحت ۱۵۰۱.۷۰ مترمربع واقع در اراضی روستای درو .

۱۰۰۰ فرعی از ۵ اصلی ، ششدانگ یک قطعه باغ موردتقاضا و متصرفی آقای غلامحسین غلامی دروئی ؛ از مالکیت اولیه آقای حسن غلامی بمساحت ۵۷۸۳.۱۰ مترمربع واقع در اراضی روستای درو .

۱۰۰۱ فرعی از ۵ اصلی ، ششدانگ یک قطعه باغ موردتقاضا و متصرفی آقای غلامحسین غلامی دروئی ؛ از مالکیت اولیه آقای حسن غلامی بمساحت ۱۲۰۰.۵۰ مترمربع واقع در اراضی روستای درو .

۲۳۹۴ فرعی از ۷ اصلی ، ششدانگ یک قطعه باغ موردتقاضا و متصرفی آقای سید ابراهیم جمالی کلور ؛ از مالکیت اولیه آقای سید جبار عظمائی فرزند سید شریف بمساحت ۹۰۳.۹۰ مترمربع واقع در کلور .

۲۳۹۵ فرعی از ۷ اصلی ، ششدانگ یکباب انباری و محوطه موردتقاضا و متصرفی آقای کتاب اله اکبریان کلور ؛ از مالکیت اولیه آقای فرهاد اکبریان بمساحت ۴۵.۲۴ مترمربع واقع در کلور .

۲۳۹۶ فرعی از ۷ اصلی ، ششدانگ یکباب انباری و محوطه موردتقاضا و متصرفی آقای عیوض عسگری کلوری ؛ از مالکیت اولیه آقای عباس عسگری بمساحت ۱۰۰.۴۲ مترمربع واقع در کلور .

۲۳۹۷ فرعی از ۷ اصلی ، ششدانگ یکباب انباری و محوطه موردتقاضا و متصرفی آقایان رضا خیرخواه و عباس قاسمی؛ بالمناصفه ؛از مالکیت اولیه آقای رضا پورمحسنی ، بمساحت ۱۰۸.۴۵ مترمربع واقع در کلور .

۲۳۹۸ فرعی از ۷ اصلی ، ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی دیمی موردتقاضا و متصرفی آقای مقصود مقصودی کلور ؛ از مالکیت اولیه وراث شیرخان مقصودی بمساحت ۱۵۲۶۹.۷۳ مترمربع واقع در کلور .

۲۳۹۹ فرعی از ۷ اصلی ، ششدانگ یکباب خانه و محوطه موردتقاضا و متصرفی خانم فائزه امانی؛ از مالکیت اولیه آقای سید مهدی اجلی بمساحت ۱۹۷.۸۱ مترمربع واقع در کلور .

۱۲۵۱ فرعی از ۱۱ اصلی ، ششدانگ یکباب خانه و محوطه موردتقاضا و متصرفی آقای محمد اسکندری شال ؛ از مالکیت اولیه آقای پرویز اسکندری بمساحت ۸۶.۱۲ مترمربع واقع در اراضی روستای شال .

۱۶۱ فرعی از ۱۸ اصلی ، ششدانگ یک قطعه باغ موردتقاضا و متصرفی آقای ناصر محمدی فر ؛ از مالکیت اولیه آقای خانجان محمدی بمساحت ۷۲۹۵.۶۳ مترمربع واقع در اراضی روستای میانرودان .

۳۸ فرعی از ۲۱ اصلی ، ششدانگ یکباب خانه و محوطه موردتقاضا و متصرفی آقای صفرعلی محمدی ؛ از مالکیت اولیه آقای هیبت اله محمدی بمساحت۸۸۳.۸۴ مترمربع واقع در اراضی روستای گیلوان .

۶۱۵ فرعی از ۲۱ اصلی ، ششدانگ یکباب انباری و محوطه موردتقاضا و متصرفی آقای احمد شکری خانقاه ؛ از مالکیت اولیه آقای سید جلال موسوی واحمدشکری؛ بمساحت۹۰۰ مترمربع وقسمتی از۴۶۶فرعی واقع در اراضی روستای گیلوان .

۶۱۶ فرعی از ۲۱ اصلی ، ششدانگ یک قطعه زمین محصور موردتقاضا و متصرفی آقای حمداله بهاری ؛ از مالکیت اولیه آقای محمدحسین ناصری بمساحت۱۹۹.۳۰ مترمربع وقسمتی از۲۵۸فرعی واقع در اراضی روستای گیلوان .

۶۱۷ فرعی از ۲۱ اصلی ، ششدانگ یک قطعه باغ موردتقاضا و متصرفی اقای حمداله بهاری ؛ از مالکیت اولیه آقای نوری خلیلی بمساحت۱۱۳۷.۵۲ مترمربع واقع در اراضی روستای گیلوان .

۶۱۸ فرعی از ۲۱ اصلی ، ششدانگ یک قطعه باغ موردتقاضا و متصرفی اقای حسین بهاری گیلوان ؛ از مالکیت اولیه آقای سلام اله بهاری بمساحت۳۷۳۹.۴۴ مترمربع واقع در اراضی روستای گیلوان .

۶۱۹ فرعی از ۲۱ اصلی ، ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی ابی موردتقاضا و متصرفی آقای حسین بهاری گیلوان ؛ از مالکیت اولیه آقای حجت شکوهی بمساحت۱۱۷۳.۴۵ مترمربع واقع در اراضی روستای گیلوان .

۶۲۰ فرعی از ۲۱ اصلی ، ششدانگ یک قطعه باغ موردتقاضا و متصرفی خانم مهناز چاره جوئی شال ؛ از مالکیت اولیه آقای حسینعلی غلامشاهی بمساحت۱۴۲۵.۸۵ مترمربع واقع در اراضی روستای گیلوان .

۳۴۱ فرعی از ۲۴ اصلی ، ششدانگ یک قطعه زمین محصور موردتقاضا و متصرفی آقای هادی هادی پور طهارم ؛ از مالکیت اولیه آقای حاج علی هادی پور طهارم بمساحت۳۷.۵۹ مترمربع واقع در اراضی روستای طهارم .

آگهی اصلاحی ازبخش ۱۸شاهرود خلخال ؛

۶۱۴ فرعی از ۲۱ اصلی ، ششدانگ یکباب خانه و محوطه موردتقاضا و متصرفی آقای سید حسین مدنی ازمالکیت مشاعی واولیه خودمتقاضی ؛ ؛ بمساحت ۶۷۴/۵۷ مترمربع وقسمتی از۱۱۲فرعی وششدانگ پلاک۱۱۱فرعی واقع در اراضی روستای گیلوان .

لذا مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵روز آگهی می شود و مهلت اعتراض بر ثبت از تاریخ اولین نوبت آگهی بمدت ۲ ماه می باشد و معترض باید اعتراض خود را کتبا به اداره ثبت محل تسلیم و ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مزبور، دادخواست خود را به مرجع ذیصلاح قضایی تقدیم و گواهی تقدیم دادخواست را از دادگاه مزبور اخذ و به اداره ثبت تسلیم نماید در غیر این صورت اداره ثبت محل مطابق مقررات اقدام خواهد نمود.

تاریخ انتشار نوبت اول: سه شنبه ۱۴۰۲/۱۲/۰۱
تاریخ انتشار نوبت دوم: چهارشنبه ۱۴۰۲/۱۲/۱۶

زینال زاده–سرپرست ثبت خلخال

قوه قضائیه
سازمان ثبت اسناد و املاک کشور
اداره ثبت اسناد و املاک استان ایلام
اداره ثبت اسناد واملاک شهرستان ایلام

آگهی نوبتی سه ماهه سوم سال ۱۴۰۲

بنا به دستور ماده ۱۲ قانون ثبت و به استناد ماده ۵۹ آئین نامه اشخاصی که در سه ماهه سوم سال ۱۴۰۲ املاک واقع در قطعه یک ایلام درخواست ثبت نمودند به شرح ذیل آگهی می‌شود :

۱-آقای مجتبی حیدر زاده فرزند علی محمد ششدانگ یکبابخانه به مساحت ۲۳۰/۸۷ مترمربع پلاک ۱۱۲۵/۵۴ اصلی واقع در ایلام بلوار فارابی .

۲-آقای علی احمد سهیلی فرزند علی اکبر ششدانگ یکبابخانه بمساحت ۲۵۰ مترمربع پلاک ۱۱۲۷/۴۴۴ اصلی واقع در ایلام بلوارمدرس – خیابان جانبازان – کوچه ارغوان

۳- خانم ایران عباسی فرزند عبداله ششدانگ یک قطعه زمین محصور بمساحت ۱۹۵/۷۸ مترمربع پلاک ۱۱۴۴/۴۳۶ اصلی واقع در ایلام – چالیمار – خیابان میلاد ۴.

۴-آقای فرزاد شهبازی فرزند مراد ششدانگ یکبابخانه به مساحت ۷۶/۹۰ مترمربع پلاک ۱۱۴۴/۴۳۷ اصلی واقع در ایلام میدان میلاد – میلاد ۴ .

۵-آقای احمد شا محمدی فرزند محمد ششدانگ یکبابخانه به مساحت ۱۸۹/۰۵ مترمربع پلاک ۱۱۴۴/۴۳۸ اصلی واقع در ایلام میدان میلاد – میلاد ۳ .

۶- آقای جلال مظفری فرزند احمد ششدانگ یکبابخانه به مساحت ۱۳۳/۴۴ مترمربع پلاک ۱۱۴۴/۴۴۰ اصلی واقع در ایلام چالیمار.

۷- آقای غضبان علی بیگی فرزند عزیز ششدانگ یکباب ساختمان ادغامی با پلاک ۱۱۴۴/۳۸۹/۴۲۸ اصلی مساحت ۱۲۸/۶۷ مترمربع پلاک ۱۱۴۴/۴۴۱ اصلی واقع در ایلام چالیمار – میلاد ۵ .

۸- آقای جعفر صمدی نیا فرزند عبدالحسین ششدانگ یکبابخانه به مساحت ۱۴۳/۲۳مترمربع پلاک ۱۱۴۵/۱۶ اصلی واقع در ایلام میدان میلاد – میلاد ۱.

۹-آقایان عبدالمحمد و امید شهرت صفری فرزندان عوضعلی هرکدام نسبت به مقدار دو و دو پنجم دانگ مشاع و خانم آرزوصفری فرزند عوضعلی نسبت به مقدار یک و یک پنجم دانگ مشاع جمعا" ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی بمساحت ۴۶۱۳/۱۰ مترمربع پلاک ۱۱۶۲/۹ اصلی واقع در ایلام – انتهای بلوار نماز منطقه معروف به داردلنگان .

۱۰-آقای علی رضا محمدی فرزند صید عباس مقدار پنج سهم مشاع از ۲۱ سهم ششدانگ یکباب ساختمان بمساحت ۱۵۱/۴۰ مترمربع پلاک ۱۲۱۵/۸۰۹ اصلی واقع در ایلام میدان میلاد پشت مجتمع خیری .

۱۱- آقای محمد جعفری فرزند رحیم مقدار ۵ سهم مشاع از ۲۱ سهم ششدانگ یکباب ساختمان به مساحت ۶۷/۵۵ مترمربع پلاک ۱۲۱۵/۸۱۱ اصلی واقع در ایلام خیابان میلاد – کوچه دانا .

۱۲- آقای صفرداسار فرزند پاشا مقدارپنج سهم مشاع از ۲۱ سهم ششدانگ یکبابخانه به مساحت ۷۱/۰۸ مترمربع پلاک ۱۲۱۵/۸۱۰ اصلی واقع در ایلام میدان میلاد – کوچه دانا .

۱۳- آقای صادق سنجابی فرزند علی محمد ششدانگ یک قطعه زمین با کاربری فضای سبز به مساحت ۷/۱۳ مترمربع پلاک ۱۲۷۵/۳۱۱ اصلی واقع در ایلام خیابان بشارتی – محله قاسم جان .

۱۴- آقای ایوب قیطاسی فرزند ملک علی ششدانگ یک قطعه زمین بمساحت ۲۲/۱۱ مترمربع پلاک ۱۲۸۰/۱۲۵ اصلی واقع در ایلام – خیابان خرم رودی – جنب آپارتمان نور.

۱۵- آقای عبداله عزیز بیگی فرزند علیمردان مقدار ۶۱ سهم مشاع از ۲۸۸ سهم ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی بمساحت ۱۵۶۰ مترمربع از پلاک ۱۲۸۷/۸ اصلی واقع در ایلام – کمربندی جنوبی جنب دامپزشکی.

۱۶-آقای حسین نصرت پور فرزند شیرزاد نسبت به مقدار ۶۱ سهم مشاع از ۲۸۸ سهم ششدانگ یکباب ساختمان به مساحت ۱۲۱/۱۷ مترمربع پلاک ۱۲۸۷/۹ اصلی واقع در ایلام کمربندی جنوبی پشت دامپزشکی .

۱۷-آقای هوشنگ ملکی فرزند حسین مقدار ۶۱سهم مشاع از ۲۸۸ سهم ششدانگ یکبابخانه به مساحت ۱۰۵/۶۷ مترمربع پلاک ۱۲۸۷/۱۰ اصلی واقع در ایلام کمربندی جنوبی پشت دامپزشکی .

۱۸- آقای رحمان خالصی فرزند صید مراد ششدانگ یکبابخانه به مساحت ۱۳۰/۲۱ مترمربع پلاک ۱۶۵۶/۳۳۴ اصلی واقع در ایلام – خیابان عدالت کوچه شهیدعلی محمدحسینی.

۱۹- آقای واحد جعفری فرزند حسن مقدار۱۴سهم مشاع از ۷۷ سهم ششدانگ یکبابخانه به مساحت ۲۲۳/۲۶ مترمربع پلاک ۱۶۷۱/۴۹۱ اصلی واقع در ایلام – خیابان هفت تیر- کوچه شهید هاشمی پور.

۲۰- آقای ابراهیم صادق زاد فرزند حسینعلی مقدار۵۹ سهم مشاع از ۷۰سهم ششدانگ یکباب مغازه به مساحت ۱۴۶ مترمربع پلاک ۱۶۷۸/۱۲۰اصلی واقع در ایلام – میدان انقلاب.

۲۱- آقای درویش صیدی فرزند منصورمقدار۱۴ سهم مشاع از ۷۷ سهم ششدانگ یکبابخانه به مساحت ۲/۱۹مربع پلاک ۱۶۸۱/۴۲۵ اصلی واقع در ایلام – خیابان ۷ تیر کوچه عالی پور محمدیان – کوچه علی بهرامی .

۲۲- آقای مالک فیضی فرزند فیض اله مقدار ۱۴ سهم مشاع از ۷۷ سهم ششدانگ یکبابخانه به مساحت ۱۴۲/۵۹ مترمربع پلاک ۱۶۸۱/۴۲۶ اصلی واقع در ایلام – هانیوان – خیابان جانبازان کوچه فتح ۳.

۲۳- آقای نورسعید عسگری نژاد فرزند علی مقدار ۱۴ سهم مشاع از ۷۷ سهم ششدانگ یکبابخانه به مساحت ۹/۱۵ مترمربع پلاک ۱۶۸۱/۴۲۷ اصلی واقع در ایلام – میدان انقلاب – خیابان فتح المبین .

۲۴- آقای نورالدین نیک بختان فرزند علیرضا مقدار ۱۴ سهم از ۷۷ سهم ششدانگ یکبابخانه به مساحت ۸۶/۹۶ مترمربع پلاک ۱۶۸۱/۴۲۸ اصلی واقع در ایلام –خیابان فتح المبین – کوچه شهید جلیل محمدی .

۲۵- آقای علی عباس طاهری فرزند عباس ششدانگ یکبابخانه به مساحت ۵۰/۶۷ مترمربع پلاک ۱۶۹۰/۱۰۷ اصلی واقع در ایلام – میدان انقلاب خیابان شهید دهگردی .

اصلاحی

۲۶- خانم زهرا الفتی فرزند مهرعلی مقدار چهارو نه دهم دانگ مشاع از ششدانگ یکباب ساختمان بمساحت ۱۰۷/۲۳ مترمربع پلاک ۱۶۷۸/۱۱۹ اصلی واقع در ایلام خیابان رسالت – که در آگهی نوبتی قبلی شماره پلاک اصلی اشتباه قید گردیده است .

لذا مطابق ماده ۱۶ و ۱۷ قانون ثبت و ماده ۸۶ آئین نامه اجرائی هرکس نسبت به املاک مورد آگهی اعتراض دارد اعتراض خود را از تاریخ نشر اولین آگهی به مدت ۹۰ روز به اداره ثبت اسناد و املاک شهرستان ایلام – تسلیم و رسید دریافت دارد چنانچه اشخاص دیگری نسبت به املاک فوق در محاکم صالحه اقامه دعوی نموده اند گواهی لازم را اخذ و به این اداره ارائه نمائید در غیر این صورت حق آنان ساقط خواهد شد .

تاریخ انتشارنوبت اول :۱۴۰۲/۱۱/۱
تاریخ انتشارنوبت دوم :۱۴۰۲/۱۲/۱

عنایت‌رستمی
رئیس ثبت اسناد و املاک منطقه یک شهرستان ایلام

تولید محتوای سایت با سرعت ۲ برابر

نویسنده: علی آل‌علی

آیا شـما هم برای تولید محتوا در سایت‌تان همیشه وقت کم می‌آورید؟ بسـیاری از بازاریاب‌ها به محض اینکه تصمیم به تولید محتوا در سـایت می‌گیرند، خیلی زود بجنبند ماه دیگر محتوای‌شان آماده خواهد شد. این در حالی است که عرصه رقابت مارکتینگ هیچ وقت منتظر کسب و کارها نخواهد ماند، بنابراین اگر شما نتوانید کارتان را به خوبی جلو ببرید، دیگر هیچ فرصتی برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف نخواهید داشت. درست در چنین شرایطی است که سرعت عمل بازاریاب‌ها اهمیتی به اندازه مرگ و زندگی پیدا خواهد کرد.

اگر شـما دوست دارید در دنیای بازاریابی اعتباری برای خود دست و پا کنید، باید هرچه زودتر سـرعت تولید محتوا را افزایش دهید. البته این به معنای قربانی کردن کیفیت کار نیست بنابراین ماموریت شما در این حوزه به نوعی سـخت محسوب می‌شود. اینکه همزمان محتوایی باکیفیت را در زمانی کوتاه روانه بازار کنید، مسـئله‌ای نیست که به این سادگی‌ها حل و فصل شود. به همین دلیل شما باید خودتان را برای یادگیری تکنیک‌های تازه آماده کنید.

ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم همیشه فرصت برای بهبود کیفیت کار وجود دارد. فرقی ندارد شما قصد دارید محصول تازه‌ای روانه بازار کنید یا اینکه سـرعت تولیـد محتوا را افزایش دهید، در هر صورت اسـتفاده از تکنیک‌های حرفه‌ای حسابی به دردتان خواهد خورد. این امر به شما کمک می‌کند تا کارتان را به سـاده‌ترین شکل ممکن دنبال کرده و دیگر نگران هیچ چیز نباشید.

بی‌شـک تولید محتوا با سرعت زیاد برای بسیاری از بازاریاب‌ها دلهره‌آور است؛ چراکه تجربه اغلب ما از چنین محتوایی یک نوع سرهم‌بندی بی‌دقت المان‌های مختلف است. خب ما در این مقاله دقیقا قصد داریم از این بابت خیال‌تان را راحت کنیم. شـما در این مقاله تکنیک‌هایی را یاد می‌گیرید که با استفاده از آنها بدون هیچ مشکلی محتوای درجه یک برای سایت‌تان طراحـی کنیـد؛ آن هم در کوتاه‌ترین زمان ممکـن. از آنجایی که معمولا محتوای سـایت‌ها در قالب متن تولید می‌شـود، تمرکـز ما در این بخش بر روی فرمت متن خواهد بود. خب با توجه به این توضیحات بد نیسـت کم کم ماجراجویی‌مان در دنیای تولید محتوا برای سـایت را شروع کنیم. یادتان باشد، موفقیت شما در زمینه استفاده از این تکنیک‌ها در گرو اجرای همزمان همه‌شان است. پس از همین ابتدا هر فکر و خیالی برای سرسری رد کردن برخی از ایده‌ها را کنار بگذارید.

مطالعه حوزه بازاریابی: کلیدی به سوی موفقیت

آیـا تا حالا برای‌تان پیش آمده قبل از ورود به یک جلسـه کاری کمی درباره وضعیت برند مورد نظر یا مشـتریان مطالعه کرده باشـید؟ اینطور وقت‌هـا آدم حس می‌کند اعتماد به نفس فوق‌العاده زیادی دارد. به طوری کـه نه تنها برای هر سـوالی آمادگی زیادی دارد، بلکـه توانایی اثرگذاری بیشـتری هم حس می‌کند. ایـن دقیقا همان چیزی اسـت که برخی از بازاریاب‌ها تحت عنوان اعتماد به نفس موثر می‌شناسند.

شـاید فکر کنید اعتماد به نفس بیشـتر به ویژگی‌های شخصیتی افراد بسـتگی دارد. خب در این صورت شـما باید حواس‌تان را به خوبی جمع کنید؛ چراکه ماجرا خیلی بیشتر از ویژگی‌های شخصیتی است. وقتی شما اطلاعات دقیقی درباره دیگران داشته باشید، اعتمادتان به توانایی‌های خود افزایـش خواهـد یافت. به علاوه، آن وقت سـراغ ایده‌هایی می‌روید که در حالت عادی حتی به آنها فکر هم نمی‌کردید.

ایده ما در این بخش بی‌نهایت ساده است. اگر شما دوست دارید در یک حوزه خاص دست به تولید محتوا برای سایت‌تان بزنید، باید قبل از اینکه آستین‌ها را بالا بزنید، کمی مطالعه را چاشنی کار کنید. خب یک بازاریاب خوب که هیچ وقت بی‌گدار به آب نمی‌زند، مگر نه؟

فرآیند مطالعه از سوی شما باید طوری دنبال شود که از اطلاعات مورد نظر بهترین اسـتفاده را بکنید. این روزها بسـیاری از بازاریاب‌ها به دنبال استفاده از فرصت‌های مختلف برای تولید محتوا به هر قیمتی هستند. در این شرایط اگر شما به خوبی نیاز و سلیقه مخاطب هدف‌تان را بشناسید، اثرگذاری بهتری بر روی آنها خواهید داشت. اینطوری به طور خودکار یک سر و گردن از رقبا فاصله می‌گیرید.

شما به طور کلی برای شناخت بهتر مخاطب هدف دو راه پیش روی دارید. اول از همه می‌توانید خودتان وارد گود شده و دست به مطالعه مخاطب‌تان بزنید. راهکار دوم اما استفاده از ابزارهایی مثل گوگل آنالیتیکس است که به شما موقعیت بهتری در این میان خواهد داد. اینطوری می‌توانید کارتان را بسیار بهتر جلو برده و دیگر نگران هیچ چیزی هم نباشید.

اگر نظر ما را بخواهید، یک راه حل هوشـمندانه شـامل ترکیب هر دو راهکار بالاسـت. به طوری که علاوه بر استفاده از ابزارهای کاربردی، کمی هم به فکر گردآوری اطلاعات به وسـیله خودتان باشید. اینطوری کارتان خیلی راحت‌تر پیش می‌رود و دردسرهای کمتری هم تحمل خواهید کرد.

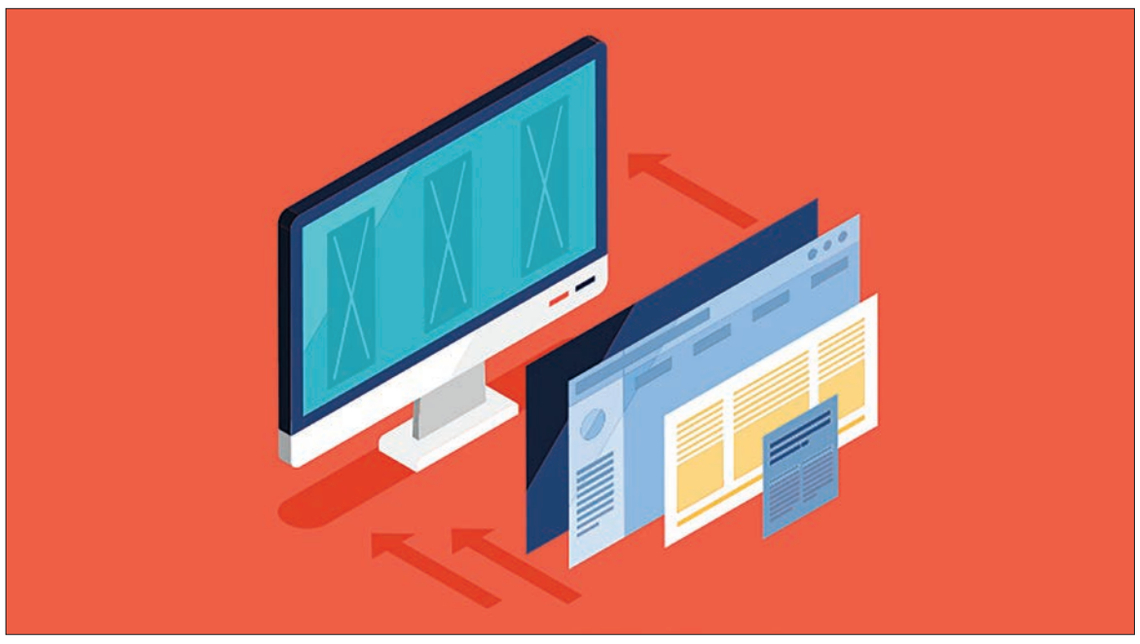
طراحی خلاصه محتوا: گامی خلاقانه

یک محتوای متنی مثل مقاله یا حتی کپشـن باید سـاختار مشخصی داشته باشد. معمولا در سـایت برندها محتوای متنی کمی طولانی است. به همین خاطـر بازاریاب‌ها فرصت زیادی برای مانـور بر روی بخش‌های گوناگون دارند. البته اگر شما برنامه خاصی برای استفاده از این فضا نداشته باشید، همه چیز بر باد خواهد رفت.

توصیـه ما در این بخش طراحی یـک خلاصه از نمای کلی محتوای‌تان است. مثلا فرض کنید شما مسئول نگارش محتوای رسمی برند سامسونگ درباره گوشـی هوشـمند تازه‌اش هسـتید. در این صورت باید اول از همه خلاصه‌ای از هر آنچه می‌خواهید بگویید، بر روی کاغذ پیاده کنید. این کار دقیقا مثل فصل‌بندی کتاب اسـت. شاید این فرآیند کمی خسته‌کننده به نظر برسـد، اما اثرگذاری بسیار خوبی بر روی مخاطب هدف برای شما به همراه خواهد داشت. اینطوری دیگر لازم نیست نگران اتفاقات مختلف در زمینه تعامل با مخاطب‌تان باشید. ماجرا جالب شد، نه؟

خلاصه محتوای شما باید حاصل همفکری جمعی با اعضای تیم بازاریابی باشـد. یادتان که نرفته؟ بازاریابی یک فرآیند تیمی است. پس جایی برای حـرکات انفـرادی در این میان وجود ندارد. ایده مـا در این رابطه بحث و گفت‌وگو درباره خلاصه محتوای بازاریابی در جلسات تیمی است. البته شما می‌توانیـد یک چکیده کوتاه هم از محتوا خلق کنید. اینطوری در ادامه با بسط همین محتوا فرصت اثرگذاری بر روی مخاطب‌تان را خواهید داشت.

شـما هر طور در زمینه بازاریابی عمل می‌کنید، باید همیشـه برای تک تک فرصت‌های در دسـترس برنامه‌ای خاص داشته باشید. به همین دلیل اصـلا نباید خیلی راحت از کنار فرصت‌های طلایی برای اثرگذاری بر روی مخاطب‌تان عبور کنید. این امر به مرور زمان مخاطب را نسبت به محتوای



شما بی‌توجه خواهد کرد. ماجرا جالب شد، نه؟

یکـی از بخش‌های کلیدی در خلاصه محتوا، توجه به هدف‌تان از تولید آن اسـت. خب اصلا شما چرا دسـت به تولید محتوا می‌زنید؟ اگر نتوانید برای این سوال یک جواب قانع‌کننده پیدا کنید، تمام تلاش‌های‌تان در این راستا نقش بر آب می‌شود. پس بهتر است از همین حالا برای چنین سوالی آمادگی لازم را داشـته باشید وگرنه خیلی زود غافلگیر شده و فرصت را از دست می‌دهید.

افزایش سرعت تایپ: یک قاعده تکنیکال

خیلـی از بازاریاب‌ها ایده‌های بی‌نهایت جذابی برای تولید محتوا دارند، اما وقتی نوبت به اجرای آنها می‌شود سر و کله کلی مشکل پیدا می‌شود. از ناتوانی در زمینه کار با ابزارهایی مثل فوتوشاپ گرفته تا سرعت پایین تایپ، همگی دست به دست هم می‌دهند تا کمپین بازاریابی با سر سقوط کند.

بی‌شک شما یک تایپیست حرفه‌ای نیستید. با این حال دلیلی هم ندارد سـرعت تایپ‌تان بی‌نهایت پایین باشـد. این نکته‌ای است که بسیاری از بازاریاب‌ها توجه لازم را به آن ندارند. انگار که تایپ محتوای متنی وظیفه دیگران است. نکته بامزه اینکه هیچ وقت این «دیگران» مشخص نمی‌شوند.

فرمول طلایی ما در این بخش پذیرش مسئولیت‌تان به عنوان تایپیست محتوای بازاریابی است. این امر قدم نخست در مسیر تولید محتوا با کیفیت بـالا خواهد بود. بعد از اینکه چنین مسـئولیتی را پذیرفتید، باید سـراغ استفاده از تکنیک‌هایی برای افزایش سرعت تایپ‌تان بروید.

معمولا تایپ ۱۰ انگشـتی طرفدارهای زیادی در میان مردم دارد. قبول دارم اجرای این تکنیک‌ها بی‌نهایت سخت است، اما کم نیستند کسانی که بدون تایپ ۱۰ انگشتی نیز سرعت بالایی دارند. راه چاره شما در این میان کمی تمرین و تکرار است. خب هر کاری در ابتدا سختی‌های زیادی دارد. مثلا کسـانی که تازه رانندگی یاد گرفته‌اند، معمولا خیلی سریع رانندگی نمی‌کنند. با این حال ماجرا برای کسـانی که سال‌هاسـت پشـت فرمان هستند، حسابی فرق می‌کند.

متاسـفانه برخی از بازاریاب‌ها اصلا حوصله تمریـن و تکرار را ندارند. به همین دلیل دائما از زیر آن شـانه خالی کرده و دسـت آخر نیز با هزاران توجیه شکسـت کمپین‌شـان را گردن دیگران می‌اندازنـد. اگر نظر ما را بخواهید، شـما در این عرصه تک و تنها هسـتید، بنابرایـن باید خودتان آستین‌ها را بالا زده و با تمرین سرعت تایپ‌تان را بالا ببرید.

سـرعت تایپ مسئله‌ای نیسـت که بر روی کیفیت محتوا اثرگذار باشد. درست به همین دلیل باید کارتان را با تمرین و تکرار بهبود بخشید. هرجا هم به مشـکل خوردید، می‌توانید از دوستان‌تان کمک بگیرید. خب همه مردم دنیا که سرعت تایپ پایینی ندارند!

وقتی سـرعت تایپ شـما افزایش پیدا می‌کنید، کارها را سریع‌تر از هر زمان دیگری انجام خواهید داد. یک توصیه کلیدی در این میان تلاش برای تایپ تمام متن و سـپس رسـیدگی به کارهای دیگر است. انگار که وقتی در این فرآیند وقفه می‌اندازید، کارتان چند برابر می‌شـود. پس بهتر است دور کارهای پراکنده را یکبار برای همیشه خط بکشید، وگرنه کلاه‌تان پس معرکه خواهد بود.

تولید محتوای خاص: تمرکز بر روی یک حوزه

چه کسی گفته یک محتوای بازاریابی باید تمام دردهای مخاطب را دوا کنـد؟ خب مردم حتی وقتی به دکتر مراجعـه می‌کنند هم فقط یکی از دردهای‌شان درمان می‌شود. این در حالی است که اغلب اوقات بازاریاب‌ها انتظارات زیادی از خودشان دارند. به همین خاطر دست آخر محتوای‌شان حتی یک مشکل را هم حل نمی‌کند.

ماموریت شـما در این بخش اصلا سخت نیست. در عوض باید کمی به خودتان راحت‌تر گرفته و کار را با سـادگی بیشتری دنبال کنید. اینطوری فرصـت کافی برای اثرگذاری بـر روی مخاطب هدف را پیدا می‌کنید. اگر محتوای شـما درباره محصول تازه برندتان اسـت، باید فقط یک هدف را دنبـال کنید. مثلا ترغیب مخاطب به فـروش یا توضیح دقیق ویژگی‌های محصول از جمله اهداف مناسـب است. باور کنید یا نه، وقتی روی چند تا هدف تمرکز می‌کنید، کارتان حسابی خراب خواهد شد. فکر می‌کنم حالا دیگر دلیل شکست بسیاری از کمپین‌های بازاریابی را به خوبی متوجه شده باشید، مگر نه؟

بی‌شـک تولید محتوایی با اهداف پراکنده سادگی بسیار بیشتری دارد؛ چراکه شـما می‌توانید از هر دری سـخن گفته و در نهایت مخاطب‌تان را به سوی کار نهایی هدایت کنید. این در حالی است که مثلا بازاریاب‌هایی که کمی سـخت‌تر ماجرا را دنبال می‌کنند، همیشه ایده برای ادامه محتوا کم می‌آورند. نکته‌ای که در این میان باید بدان توجه داشته باشید، مسئله مربوط به پرهیز از اهداف چندگانه است.

یادتان باشد، شما بازاریاب هستید نه قهرمان زندگی مشتریان. پس اگر فکر کرده‌اید یک محتوای ساده باید تمام مشکلات آنها را چاره کند، دیر یا زود کارتان به بن بست می‌رسد. اینطوری نه تنها فرصت اثرگذاری بر روی مخاطب‌تان را نخواهید داشت، بلکه خیلی زود تبدیل به برندی کلیشه‌ای برای آنها خواهید شد. ماجرا جالب شد، نه؟

حذف عناصر حواس پرت‌کن: دقت و دیگر هیچ

یـک محتوای متنی نباید المان‌های پراکنده زیادی در خودش داشـته باشد. اگر شما نتوانید بر روی مخاطب‌تان تمرکز کرده و محتوایی یکپارچه تحویل‌شان دهید، خیلی زود کارتان بدل به یک متن به درد نخور خواهد شد.

احتمالا شما هم بارها و بارها با متن‌هایی رو به رو شده‌اید که حتی یک ثانیه هم به آدم اجازه تمرکز نمی‌دهد. خب در این صورت شما به خوبی با اهمیت نگارش متن به طور روان آشنا هستید.

ما در این بخش قصد نداریم ایده‌های عجیبی به شما برای تولید محتوا دهیـم. در عـوض باید حرف اصلی‌تان را به سـاده‌ترین شـکل ممکن به مخاطب منتقل کنید. اینطوری نه تنها مخاطب درک بهتری از منظورتان پیدا می‌کند، بلکه واکنش‌های بهتری نیز تحویل‌تان خواهد داد. به طوری که دیگر لازم نیست خیلی به خودتان سخت گرفته یا کلی کمپین کمکی برای رساندن منظورتان به مخاطب طراحی کنید.

کاری که شـما در این بخش باید انجام دهیـد، بازبینی محتوا پیش از انتشـارش است. اگر خودتان متن را نوشـته‌اید، بد نیست از همکاران‌تان در تیـم بازاریابی تقاضای بازبینی‌اش را کنیـد. اینطوری المان‌های اضافه شناسـایی شـده و به تدریج حذف می‌شـود. این دقیقا همان کاری است کـه بازاریاب‌ها باید به خوبی انجام دهند. وگرنه هیچ فرمولی به دادشـان نخواهد رسید.

یادتان باشد، بازاریاب‌هایی که توانایی ساده‌سازی محتوا را نداشته باشند، خیلی زود حرف‌شان برای مخاطب نامفهوم می‌شود. آن وقت هرچه تلاش کنید، دیگر گوش شـنوایی در بازار پیدا نخواهید کرد. پس بهتر اسـت از همیـن امروز به فکر تغییر الگوی تولید محتوا و بازاریابی برندتان باشـید وگرنه حسابی از ماجرا عقب خواهید ماند.

پرهیز از زیاده‌گویی: هنر خلاصه‌نویسی

به نظر شـما محتـوای بازاریابی که الکی طولانی اسـت، جذابیتی برای مخاطب دارد؟ اصلا بر فرض که به جای محتوای بازاریابی با یک متن ادبی رو به رو هسـتیم؛ وقتی محتوا خیلی طولانی شـود، دیگر انگیزه‌ای برای مطالعه‌اش باقی نمی‌ماند. این نکته به خوبی در واکنش کاربران نسـبت به محتوای مختلف مشاهده می‌شود.

بی‌شـک بازاریاب‌هایی که در طول زندگی‌شـان همیشـه سـراغ تولید محتـوای طولانی رفته‌انـد، با توصیه‌های مورد بحـث در این بخش هیچ میانه خوبی نخواهند داشت. نکته‌ای که در این میان باید همیشه مد نظر داشته باشید، تغییر اوضاع در دنیای بازاریابی است. خب شما که نمی‌توانید همیشـه طوری رفتار کنید که انگار هیچ چیز عوض نشده است. به همین دلیل باید همیشه جایی برای تعامل با مخاطب هدف به بهترین شکل باقی بگذارید.

اگر شـما مدت‌هاسـت از محتوای طولانی در کارتان استفاده می‌کنید، بد نیسـت کمی خلاقیت به کارتان اضافه کنید. منظور ما خلاصه‌سـازی محتوای‌تان پس از پایان کار است. شاید این کار در ابتدا خیلی سخت باشد، اما به محض اینکه بدان عادت کنید، دیگر نان‌تان در روغن خواهد بود.

احتمالا شـما هم به عنوان مخاطب محتوای بازاریابی و تبلیغاتی گاهی حوصله‌تان از طولانی بودن محتوا سـر رفته اسـت. خب در این صورت به خوبی مشکل اصلی مخاطب‌تان را درک خواهید کرد. هنر شما در این بخش در خلاصه‌سازی اصولی محتوا خواهد بود. به طوری که نه مخاطب‌تان اذیت شـود، نه به پیام اصلی محتوا لطمه‌ای وارد گردد. بی‌شـک این هدف مهم فقـط و فقط با تمرین و تکرار به دسـت می‌آید. پس باید خودتان را برای تمرین‌های مداوم آماده کنید وگرنه هیچ توجهی از سوی مخاطب دریافت نخواهید کرد.

سخن پایانی

تولید محتوای بازاریابی کاری نیسـت که شـما به این سادگی‌ها انجام دهید. بسیاری از بازاریاب‌ها فکر می‌کنند اگر سایت‌شان را با محتوای ساده پر کنند، مخاطب واکنش مثبتی به آن نشـان می‌دهد. خب راسـتش را بخواهید، تجربه اصلا چنین نکته‌ای را تایید نمی‌کند. در عوض شـما باید محتوای باکیفیتی بـرای مخاطب‌تان آماده کنید. در عین حال بازاریاب‌ها وقت زیادی هم برای تولید محتوا ندارند. به همین خاطر باید هوشـمندانه دست به تولید محتوا بزنند.

برخـی از افراد در دوراهی میـان کیفیت یا کمیت یکی از آنها را قربانی می‌کنند. این در حالی اسـت که ما در این مقاله سـعی کردیم نکاتی را به شـما یاد دهیم که کارتان در این حوزه را بی‌نهایت سـاده سازد. به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم تولید محتوای بازاریابی نه تنها باید با سرعت زیادی دنبال شود، بلکه باید کیفیتش را هم حفظ کند. شاید این ادعا در ابتدا عجیب به نظر برسد، اما برای کسانی که در این مقاله با ما همراه بودند جای تعجب ندارد. کافی است نکات مورد بحث در این مقاله را مو به مو رعایت کنید تا به این هدف برسید.

منابع:

/https://bloggingexplorer.com/write-blog-posts-faster

/https://problogger.com/faster-better-blog-posts

آگهی مناقصه عمومی

نوبت دوم

شهرداری وحیدیه

شهرداری وحیدیه در نظر داردبه استناد مجوز واصله از سوی شورای اسلامی شهر وحیدیه به شماره ۲۲/۲۲۵مورخ ۱۴۰۲/۰۴/۱۵نسبت به اجرای پروژه ذیل :

۱- پروژه روکش آسفالت بلوار ولایت وتقاطع غیر همسطح شهر وحیدیه با برآورد اولیه۹۶,۰۰,۱۵۳,۸۲۹ریال بر اساس فهرست بهاء راه و باند سال ۱۴۰۲. اقدام نماید.لذا ازکلیه پیمانکاران واجدالشرایط دعوت می شود بعد از چاپ نوبت دوم آگهی جهت دریافت اسناد مناقصه به سامانه ستاد الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir مراجعه نمایند .

۱-دستگاه مناقصه گذار :شهرداری وحیدیه

۲-سپرده شرکت در مناقصه ۵درصد مبلغ برآورد اولیه بصورت ضمانت نامه بانکی یا وجه نقد واریز به حساب جاری ۳۱۰۰۰۰۱۸۳۵۰۰۹بنام سپرده شهرداری وحیدیه نزد بانک ملی شعبه وحیدیه .

۳-محل دریافت اسناد مناقصه :سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد)

۴-محل تسلیم اسناد مناقصه و پاکات پیشنهادات : سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد)

۵-مهلت دریافت اسناد مناقصه و بارگذاری اسناد : سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد)

۶-تشکیل کمیسیون عالی معاملات شهرداری وحیدیه و بازگشایی پاکتها: سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد)

۷-به پیشنهادات مبهم ، مخدوش و فاقد سپرده یا ضمانت نامه بانکی ترتیب اثر داده نخواهد شد.

۸-شهرداری دررد یا قبول هریک از پیشنهادات مختار است .

۹-سایر اطلاعات و جزئیات فنی مربوط به اسنادمناقصه در سامانه ستاد قید خواهد شد و هزینه آگهی به عهده برنده مناقصه می باشد .

تاریخ انتشار نوبت اول :۱۴۰۲/۱۱/۲۴

تاریخ انتشار نوبت دوم :۱۴۰۲/۱۲/۰۱

۱۷۹

آگهی مزایده عمومی یک مرحله ای جمعیت هلال احمر استان گیلان شماره مزایده ۵۰۰۲۰۰۵۰۹۱۰۰۰۰۰۵(نوبت دوم)

جمعیت هلال احمر جمهوری اسلامی ایران

جمعیت هلال احمر استان گیلان در نظر دارد نسبت به برگزاری مزایده عمومی یک مرحله ای واگذاری به اجاره املاک مشروحه ذیل بدون دریافت سرقفلی و با دریافت اجاره بهای ماهیانه به مدت یک سال از طریق سامانه تدارکات الکترونیک دولت (ستاد) به نشانی www.setadiran.ir اقدام نماید:

ردیف	نام ملک	قیمت پایه اجاره بها برای کل مدت یک سال به ریال	نوع تضمین	مبلغ تضمین به ریال واریز به حساب ۱۳۴۲۲۱۴۰۷۹ بانک ملت شعبه امام خمینی(ره)
۱	قسمتی از طبقه فوقانی مرکز اداری لاهیجان	۱,۲۰۰,۰۰۰,۰۰۰	فیش بانکی	۶۰,۰۰۰,۰۰۰
۲	قسمتی از طبقه فوقانی مرکز اداری بندر انزلی	۳,۶۰۰,۰۰۰,۰۰۰	فیش بانکی	۱۸۰,۰۰۰,۰۰۰
۳	سالن اجتماعات مر کز اداری بندر انزلی	۱,۵۶۰,۰۰۰,۰۰۰	فیش بانکی	۷۸,۰۰۰,۰۰۰
۴	اردوگاه منجیل	۳,۶۰۰,۰۰۰,۰۰۰	فیش بانکی	۱۸۰,۰۰۰,۰۰۰

کلیه مراحل مزایده اعم ازخرید و دریافت اسناد مزایده ، ارائه پیشنهادات و بازگشائی پاکت ها از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد)به نشانی www.setadiran.ir انجام می‌پذیرد. لازم به ذکر است مزایده گران در صورت عدم عضویت و ثبت نام در سامانه می بایست نسبت به انجام مراحل ثبت نام و دریافت گواهی امضای الکترونیکی از طریق سایت اقدام نموده و پس از درج دومین آگهی که روزچهارشنبه مورخ۱۴۰۲/۱۲/۲ در همین روزنامه درج خواهد گردید به طریق ذیل اقدام نمایند :

مهلت زمان بازدیدودریافت اسناد مزایده :ازساعت ۸ صبح روزپنج شنبه مورخ ۱۴۰۲/۱۲/۳ لغایت ساعت ۱۴ روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۲/۱۲/۹

مهلت زمان ارائه پیشنهاد : از ساعت ۸ صبح روزپنج شنبه مورخ ۱۴۰۲/۱۲/۱۰ لغایت ساعت۱۴ روزشنبه مورخ ۱۴۰۲/۱۲/۱۹

تاریخ و محل بازگشائی: ساعت ۹ صبح روز یک شنبه مورخ ۱۴۰۲/۱۲/۲۰ در سالن جلسات جمعیت هلال احمر استان گیلان.

تاریخ اعلام به برنده :ساعت ۱۰ صبح روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۲/۱۲/۲۱

متقاضیان می توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر به نشانی رشت ، خیابان سعدی ، خیابان شهید ابراهیم فرقان بین ، جمعیت هلال احمر استان گیلان ، معاونت منابع انسانی و پشتیبانی مراجعه نمایند.

تلفن های سامانه تدارکات الکترونیک دولت (ستاد) جهت انجام مراحل عضویت در سامانه : ۴۱۹۳۴-۰۲۱ ۳۳۱۱۲۵۳۶-۰۱۳

اطلاعات تماس دستگاه مزایده گزار جهت دریافت اطلاعات بیشتر در خصوص اسناد مزایده و ارائه پاکت الف ، به نشانی رشت،خیابان سعدی، کوچه شهید ابراهیم فرقان بین، دفتر فنی جمعیت هلال احمر تلفن:۳۳۲۵۵۰۷۹-۰۱۳

اطلاعات تماس دفاتر ثبت نام سایر استانها در سایت سامانه تدارکات الکترونیک دولت ، بخش تامین کننده / مزایده گر موجود است .

سایر شرایط شرکت در مزایده در فرم شرایط شرکت در مزایده مندرج است.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۱۱/۳۰

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۱۲/۰۱

۲۱۲

فراخوان مناقصه عمومی یک مرحله‌ای شماره (۶-۱۴۰۲) پشتیبانی مستمر از Server Room و شبکه و مانیتورینگ مرکز داده و زیرساخت (LAN, WAN)

جمهوری اسلامی ایران
وزارت تعاون،کار و رفاه اجتماعی

شناسه آگهی : ۱۶۷۱۸۲۸

وزارت تعاون،کار و رفاه اجتماعی در نظر دارد مناقصه عمومی یک مرحله‌ای « پشتیبانی مستمر ازServer Room و شبکه و مانیتورینگ مرکز داده و زیرساخت (LAN, WAN)» خود به شماره ۲۰۰۲۰۰۰۰۱۰۰۰۰۰۰۷ را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید. کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه‌گران و بازگشایی پاکت‌ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مناقصه‌گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت‌نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند.

نوع و مبلغ تضمین شرکت در مناقصه: تضمین شرکت در مناقصه مطابق با بند های (الف)، (ب) ماده (۴) آئین‌نامه تضمین معاملات دولتی به شماره ۱۲۳۴۰۲/ت ۵۰۶۵۹ هـ مورخ ۹۴/۰۹/۲۲ به مبلغ ۴/۷۵۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال (چهارصد و هفتاد و پنج میلیون تومان)که میبایست مطابق کاربرگ شماره یک آئین نامه مذکور وحداقل با اعتبار ۳ ماهه در وجه وزارت تعاون ،کار ورفاه اجتماعی صادر، و یا واریز وجه نقد به مبلغ تضمین به شماره شبای IR ۱۶۰۱۰۰۰۰۴۰۰۱۰۱۸۶۰۶۳۷۰۳۴۷ با شناسه پرداخت ۹۴۵۱۵۴۰۰۰۱۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰ بنام حساب خزانه تمرکز وجوه سپرده وزارت تعاون ،کار ورفاه اجتماعی نزد بانک مرکزی ج.ا.ا واصل فیش ارائه گردد.

تاریخ انتشار مناقصه در سامانه ۱۴۰۲/۱۲/۰۲ ساعت ۸ صبح می‌باشد.

مهلت زمانی دریافت اسناد مناقصه از سایت: ساعت ۱۸ روز دوشنبه تاریخ ۱۴۰۲/۱۲/۰۷

مهلت زمانی ارائه پیشنهاد: ساعت ۱۶ روز یکشنبه تاریخ ۱۴۰۲/۱۲/۲۰

زمان برگزاری جلسه وبازگشایی پاکت‌ها: ساعت ۹ صبح روز چهارشنبه تاریخ ۱۴۰۲/۱۲/۲۳

اطلاعات تماس و آدرس دستگاه مناقصه‌گزار:

ـ تلفن : ۶۴۴۹۲۶۲۶

ـ آدرس : تهران ـ خیابان آزادی ـ نبش خیابان بهبودی ـ ساختمان مرکزی وزارت تعاون،کار ورفاه اجتماعی

اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه:

ـ مرکز تماس : ۱۴۵۶

م الف ۴۵۷۱

مدیر کل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان:

هنرمند دغدغه‌مند نمی‌تواند در خصوص انتخابات بی‌تفاوت باشد

اهواز – شبنم قجاوند: مدیر کل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان با بیان اینکه با بیان اینکه هنرمندان در ترغیب مردم به مشارکت حداکثری در انتخابات، مسوولیت دارند، گفت: عدم مشارکت با انتخاب نماینده ای ضعیف برابر است چرا که کسی از حق رای خود استفاده نمی‌کند در واقع در حال انتخاب نماینده‌ای ضعیف در مجلس است.

به گزارش روابط عمومی اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان، مجید منادی در نشست صمیمی با انجمن‌های فرهنگی و هنری و فعالان رسانه‌ای دزفول در سالن نشست‌های اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی دزفول، اظهار داشت: رسانه‌ها مانند سایر بخش‌های فرهنگ و هنر باید نسبت به بیمه نیروها و خبرنگاران خود اقدام کنند و در این راستا وزارت ارشاد کمک‌هایی در نظر گرفته است که باید از این امتیازهای قانونی برای ساماندهی این شرایط استفاده کرد.

وی کنگره ملی ۲۴ شهید خوزستان و جشن‌های نیمه شعبان را ۲ رویدادفرهنگی مهم پیش رو دانست و ادامه داد: خوزستان معراج شهداست که تعدادی زیادی از شهدای جنگ تحمیلی در این سرزمین آسمانی شدند و این موجب شده تا کنگره شهدای خوزستان تنها کنگره شهدا در کشور باشد که به صورت ملی برگزار می‌شود. منادی با بیان اینکه بیش از ۱۰۰ هزار نفر در کشور و بیش از ۱۰ هزار نفر در خوزستان عضو صندوق هنر هستند، افزود: صندوق اعتباری هنر در حال ارایه خدمت به کل خانواده وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی است که لازمه بهره گیری از این خدمات ثبت نام و ارایه مدارک لازم است. مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان با بیان اینکه هیچ محدودیتی از طرف این اداره کل برای برگزاری رویدادهای فرهنگی و هنری با رعایت تمام ضوابط قانونی در استان وجود ندارد، بیان کرد:

عدالت فرهنگی رویکرد اصلی اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان است و در این مسیر اعتبارات بر اساس ظرفیت‌ها، نیازها و کمبودهای هر شهرستان توزیع می‌شود.

منادی با بیان اینکه تغییر دولت و مدیران باید منجر به تغییر در روش مدیریتی و تحول نیز شود، گفت: بسیاری از رویدادها، طرح‌ها و ساختمان‌های فرهنگی در خوزستان سال‌ها تعطیل و یا بدون استفاده رها شده بود که تعدادی از آنها طی چند ماه اخیر فعال و فعال‌سازی سایر این رویدادها و زیرساخت های فرهنگی به عنوان اولویت در دستور کار است.

مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان در بخش دیگری از سخنان خود با بیان اینکه بخش فرهنگ، هنر و رسانه شهرستان دزفول در حال تحول است گفت: همگرایی موجود میان مسوولان این شهرستان فرصت کم نظیری برای کارهای بزرگ فرهنگی و هنری در دزفول را فراهم کرده است.

منادی با بیان اینکه مجتمع سینمایی دزفول سال‌ها تعطیل بود که با تلاش شبانه روزی تمام مجموعه شهرستان این مجتمع بار دیگر میزبان علاقمندان به هنر شد، افزود: این مجتمع فرهنگی به عنوان یکی از زیرساخت‌های مهم فرهنگی وهنری در شمال خوزستان به عنوان اولویت در دستور کار قرار گرفت و طی چند هفته اخیر نهایی شد.

وی تاکید کرد: دزفول شهری ملی و دارای ظرفیت‌های مهم فرهنگی و هنری در سطح کشور است که استفاده از این ظرفیت ها می تواند موجب تحول در تولیدات فرهنگی و هنری حداقل در استان شود.

مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان با تاکید بر اینکه هنرمند دغدغه‌مند نمی‌تواند پیرامون انتخابات بی‌تفاوت باشد، گفت: عدم مشارکت با انتخاب نماینده ای ضعیف برابر است چرا که کسی از حق رای خود استفاده نمی‌کند در واقع در حال انتخاب نماینده‌ای ضعیف در مجلس است.وی با بیان اینکه هنرمندان در ترغیب مردم به مشارکت حداکثری در انتخابات، مسوولیت دارند بیان کرد: تمام ابزارهای هنری برای بسترسازی مشارکت حداکثری مردم در انتخابات باید به کار گرفته شود.

مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان با بیان اینکه با احداث مکان‌های جدید فرهنگی در شرایطی که طرح‌های متعدد نیمه تمام در استان وجود دارد، مخالف هستیم گفت: بر اساس قانون تا زمانی که طرح‌های نیمه تمام وجود دارد، امکان آغاز عملیات طرح‌های جدید وجود ندارد. وی در پایان خاطرنشان کرد: فعال‌سازی و بهره گیری حداکثری از زیرساخت‌های فرهنگی موجود اولویت دارد و باید از این ظرفیت‌ها و زیرساخت‌های موجود نهایت بهره گیری انجام شود.

با تکیه بر توانمندی داخلی؛

سامانه اندازه گیری تاسیسات گاز جلفا ارتقاء یافت

آذربایجان شرقی – ماهان فلاح: کارشناسان ابزار دقیق منطقه ۸ عملیات انتقال گاز موفق به ارتقاء سامانه اندازه گیری و انجام محاسبات گازارسالی با استفاده از فلوکامپیوتر در تاسیسات اندازه گیری گاز جلفا گردیدند.

مدیر منطقه ۸ عملیات انتقال گاز با اعلام این خبر گفت: باتوجه به ضرورت بروزرسانی سیستم ها توسط شرکت های سازنده و به دلیل اعمال تحریم های فنی و عدم حضور کارشناسان آن شرکت ها، سیستم اندازه گیری و محاسبات گاز در تاسیسات اندازه گیری گاز جلفا در حداقل زمان ممکن ارتقا یافت.

فیروز خدائی، افزود: با توجه به درخواست طرف قرارداد و با تأیید اداره کل نظارت بر مبادلات مواد نفتی و هماهنگی ستاد دیسپچینگ شرکت ملی گاز ایران، تیمی متشکل از کارشناسان خبره ابزار دقیق واحدهای تعمیرات اساسی، مهندسی و دیسپچینگ منطقه با تکیه بر دانش فنی و تجربیات کسب شده پس از بررسی های میدانی و طراحی مهندسی و تأمین اقلام مورد نیاز در حداقل زمان ممکن، موفق به ارتقاء سیستم با تجهیزات به روز و دقیق گردیدند.

مدیر منطقه ۸ عملیات انتقال گاز، به مزایای عمده سیستم ارتقا یافته سامانه میترینگ تاسیسات جلفا اشاره کرد و ادامه داد: ارتقاء مکانیزم دریافت پالس مبتنی بر LF به HF (فرکانس بالا)، اصلاح سیستم اندازه گیری از VOLUME CORRECTOR به FLOW COMPUTER و افزایش دقت محاسباتی، اعمال مقادیر ترکیبات گاز طبیعی اندازه گیری شده بصورت آنلاین توسط کروماتوگراف گاز مستقر در خود تاسیسات، حذف اعمال ترکیبات ثابت گاز بصورت سه ماهه، بهره گیری از آنالایزرهای نقطه شبنم آب، هیدروکربن و اکسیژن از مزایای عمده سیستم جدید می باشد.

وی، امکان توسعه طرح در آینده بدلیل در نظر گرفتن زیر ساخت های توسعه در طراحی سیستم، ساخت داخل اقلام غیر فرآیندی از طریق شرکت های داخلی در راستای خودکفایی ملی، پایین بودن هزینه اجرای پروژه بدلیل عدم وابستگی به کارشناسان فنی شرکت های خارجی و تأمین اقلام ازموجودی انبار و اقلام مازاد را از دیگر مزایای این طرح اعلام کرد.

خدائی، در پایان علاوه بر صرفه جویی های ارزی، اکتساب دانش و تجربیات ارزنده در خصوص سیستم های اندازه گیری برای کارشناسان فنی منطقه را از دستاورد مهم و با ارزش این پروژه دانست.

برگزاری ۱۰ جشن و شور انقلابی در هلدینگ پتروپالایش اصفهان

اصفهان – فایزه مرادیان: همزمان با چهل و پنجمین سالروز پیروزی انقلاب اسلامی ۵ شب جشن و شور انقلابی در هلدینگ پتروپالایش اصفهان برپا شد.

محمد ده‌بیدیان، معاون سرمایه انسانی و توسعه مدیریت و مدیر روابط عمومی و بین‌الملل هلدینگ پتروپالایش اصفهان با اشاره به برگزاری ۱۰ سانس در ۵ شب جشن و شور انقلابی همزمان با فجر ۴۵ام در هلدینگ پتروپالایش اصفهان اظهار کرد: استقلال و آزادی در سایه نظام مقدس جمهوری اسلامی و رهبری، دو دستاورد بزرگ و مانای انقلاب اسلامی برای ملت مسلمان ایران است. وی با بیان اینکه انقلاب اسلامی ایران با هدایت پیامبرگونه امام خمینی (ره) و حضور گسترده مردم مسلمان ایران در صحنه مبارزات علیه رژیم فاسد و سرسپرده پهلوی به پیروزی رسید، اضافه کرد: اتکا به قدرت الهی، ولایتمداری و حضور آگاهانه مردم، رمز تداوم و ماندگاری انقلاب اسلامی ایران است.

معاون سرمایه انسانی و توسعه مدیریت و مدیر روابط عمومی و بین‌الملل هلدینگ پتروپالایش اصفهان تصریح کرد: همه ما مدیون انقلاب اسلامی و نظام مقدس جمهوری اسلامی هستیم و باید از این فرصت برای ادای دین استفاده کنند.

وی، مشارکت و نقش‌آفرینی همه سازمان‌ها و نهادها را در گرامی داشت دهه فجر انقلاب اسلامی، امری ضروری دانست و تصریح کرد: از این رو در هلدینگ پتروپالایش اصفهان جشن بزرگداشت چهل و پنجمین سالروز پیروزی انقلاب اسلامی را در دستور کار قرار دادیم و با حضور ۱۰ هزار نفر در این جشن‌ها شور خاصی را در آستانه انتخابات ۱۱ اسفند ماه ایجاد کردیم.

ده بیدیان برنامه‌های دهه فجر را بستر مناسبی برای شادی‌آفرینی و ایجاد نشاط در جامعه دانست و تاکید کرد: مدیرعامل هلدینگ پتروپالایش اصفهان همواره بر ایجاد شور و نشاط بین کارکنان تاکید داشته و در این راستا حمایت‌های لازم را انجام داده است.

گفتنی است در خلال برنامه از دانش آموزان و دانشجویان ممتاز فرزندان پرسنل نیز تجلیل بعمل آمد.

معاون مدیرکل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای استان:

تمام راه های اصلی، فرعی و روستایی آذربایجان شرقی باز است

آذربایجان شرقی – ماهان فلاح: معاون مدیرکل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای آذربایجان شرقی گفت: بارش برف در روزهای گذشته موجب لغزندگی جاده‌های استان شده و تردد در مناطق کوهستانی با زنجیر چرخ امکان پذیر است.

غلامرضا رسول زاده، با بیان اینکه در برخی از محورهای ارتباطی آذربایجان شرقی بارش برف در جریان است، افزود: بارش برف در گردنه های «شیبلی» در بستان آباد و «پیام» در مرند و «قره بابا» در آزادراه پیامبر اعظم موجب کندی تردد در این مناطق شده است.

وی با اشاره به اینکه تمام راه های شریانی، اصلی، فرعی و روستایی استان باز بوده و تردد در آنها در جریان است، اظهار کرد: اکنون گروه های راهداری استان با حضور در محورهای ارتباطی مشغول برف روبی و نمک پاشی هستند.

معاون مدیرکل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای آذربایجان شرقی گفت: با

توجه به لغزندگی جاده ها، رانندگان برای تردد در مناطق کوهستانی و برفگیر استان خودرو خود را به تجهیزات و پوشاک زمستانی مجهز کنند.

رسول زاده ادامه داد: رانندگان و مسافران از انجام سفرهای غیرضروری به مناطق کوهستانی استان در هنگام بارش برف خودداری و در صورت ضرورت قبل از انجام سفر از طریق تلفن گویای ۱۴۱ که ۲۴ ساعته پاسخگوست، در خصوص وضعیت راه ها و شرایط آب و هوایی اطلاعات کسب و از اپلیکیشن ۱۴۱ و وب سایت www.۱۴۱.ir نیز برای آگاهی از وضع آب و هوایی جاده‌ها استفاده کنند.

بر اساس پیش بینی اداره کل هواشناسی آذربایجان شرقی، فعالیت سامانه بارشی در استان ادامه می یابد و موجب بارش برف، باران و مه می شود.

آذربایجان شرقی دارای ۱۴۲ دهستان و ۲ هزار و ۷۰۶ روستا بوده و حدود یک میلیون و ۱۴۵ هزار و ۴۴۲ نفر در این روستاها سکونت دارند.

این استان دارای ۲۳۵ کیلومتر آزاد راه، ۴۵۳ کیلومتر بزرگراه، ۹۲۲ کیلومتر راه اصلی، ۲ هزار و ۷۵ کیلومتر راه فرعی و ۱۰ هزار و ۴۴۱ کیلومتر راه روستایی است.

استاندار گیلان:

تولید محور توسعه و پیشرفت کشور است

رشت – خبرنگار فرصت امروز: استاندار گیلان با بیان اینکه بخشی از جلب مشارکت در حوزه تولید رقم می‌خورد، گفت: تولید محور توسعه و پیشرفت کشور بوده و باید مورد توجه قرار گیرد.

در هفتمین جلسه کارگروه رفع موانع تولید گیلان اظهار کرد: مصوبات این کارگروه لازم الاجرا است و باید پیگیری و اجرا شود.

وی با تاکید بر لزوم حل مشکلات واحدهای تولیدی و صنایع افزود: مانع زدایی از مسیر تولید جزو اولویت‌های دولت سیزدهم در گیلان است.

استاندار گیلان با بیان اینکه سرمایه‌گذاران علاقمند به سرمایه گذاری در این استان شناسایی شود، گفت: با موانع پیش روی سرمایه گذاری و با جذب سرمایه گذار و فراهم کردن امکانات لازم برای آنها میزان درآمد مردم در گیلان را افزایش می‌یابد.

عباسی با بیان اینکه در راستای جذب سرمایه‌گذار و تسهیل سرمایه گذاری در گیلان باید سخاوتمندانه و قانونمند عمل کرد، اضافه کرد: افراد توانمند در بخش سرمایه گذاری در حوزه تولید و اشتغال حمایت شوند. وی در بخش دیگری از سخنان خود با اشاره به فرمایشات رهبر معظم انقلاب در حوزه انتخابات افزود: بدون توجه به اختلافات سیاسی و سلیقه‌ای باید در انتخابات مشارکت کرد.

استاندار گیلان با بیان اینکه نباید اجازه سو استفاده را به دشمن دهیم، گفت: دشمن به دنبال ناامیدی، دلسرد کردن مردم است اما ما باید تلاش کنیم مشارکت حداکثری در انتخابات را تحقق بخشیم. عباسی با بیان اینکه بخشی از جلب مشارکت در حوزه تولید رقم می‌خورد، اضافه کرد: تولید محور توسعه و پیشرفت کشور است و باید مورد توجه قرار گیرد.

در نخستین جشنواره روابط عمومی‌های برتر وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی؛

روابط عمومی اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی آذربایجان شرقی عناوین برتر را کسب کرد

آذربایجان شرقی – ماهان فلاح: نخستین جشنواره روابط عمومی‌های برتر وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی (جشنواره امتداد) با حضور سپهر خلجی رئیس شورای اطلاع‌رسانی دولت، مهدی رضوی کیا رئیس مرکز روابط عمومی و امور بین الملل وزارت تعاون کار و رفاه اجتماعی، میرهاشم موسوی مدیرعامل سازمان تامین اجتماعی و علی محمد قادری رئیس سازمان بهزیستی کشور، شنبه ۲۸ بهمن در تهران مجموعه فرهنگی ورزشی تلاش برگزار شد. در نخستین جشنواره روابط عمومی های برتر وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی (امتداد) مدیر روابط عمومی اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی آذربایجان شرقی ۳ عنوان برتر کشوری را در این دوره از جشنواره کسب کرد. در نخستین جشنواره روابط عمومی های برتر وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی «جابر دلجاوید» مدیر روابط عمومی اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان آذربایجان شرقی از بین ۳ هزار آثار ارسالی و ۷۱ اثر برگزیده برنده ۳ جایزه شد. «جابر دلجاوید» مدیر روابط عمومی و «بهروز هوشمند» کارشناس روابط عمومی اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان آذربایجان شرقی سه عنوان کشوری را در بخش های مستندسازی، انتشارات و تبلیغات و عکس کسب کردند.

نظارت عالیه وزارت نیرو از عملکرد مدیریت پیک مصرف توزیع برق استان مرکزی

اراک– فرناز امیدی: نظارت عالیه بر عملکرد معاونت بهره برداری و دیسپاچینگ ،مهندسی،مشترکین ، مرکز پایش، بازار برق و روابط عمومی شرکت توزیع برق استان مرکزی انجام می پذیرد. معاون بهره برداری شرکت توزیع برق استان مرکزی در جلسه افتتاحیه این ارزیابی ، ضمن تشکر از حضور ناظران عالیه وزارت نیرو و اظهار تشکر و قدردانی از تلاش های شبانه روزی کارکنان شرکت ،بیان داشت : برنامه ریزی برای ارائه خدمت مستمر و مطلوب به مردم و خلق ایده های جدید در حوزه های مختلف از اولویت های شرکت توزیع برق استان مرکزی می باشد. محمد مرادی افزود: لازم است پس از برگزاری این نظارت نقاط قابل بهبود و نقاط قوت در برنامه های حوزه های مختلف مد نظر قرار گیرد. وی بیان کرد:امیدواریم تا با استفاده از راهنمایی

و مشاوره ارزیابان با پیشبرد و ارتقای عملکرد شرکت، خدمات مطلوب تر و شایسته‌تری به مشترکان استان ارائه دهیم. سر ممیز تیم ارزیابی وزارت نیرو گفت:بیان نظرات و تبادل دانش و تجربیات موجب می‌شود اقدامات ارزشمند دیده شده و در بخش‌های دیگر و استان‌های دیگر به کار گرفته شود. کیان پور افزود: آنچه در کنار ارزیابی‌های دوره‌ای شرکت‌ها توسط ارزیابان اهمیت دارد، موضوع خودارزیابی توسط شرکت های توزیع برق است.

وی ارزیابی را به عنوان یکی از عوامل مهم مسیر رشد و تعالی شرکت‌های توزیع نیروی برق کشور برشمرد و آن را فرصت مناسبی برای مدیریت دانش در میان شرکت‌های توزیع دانست.

این ارزیابی ،طی ۲۵و ۲۶بهمن ماه از واحدهای مختلف انجام شد.

اخبار

با حضور مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان؛

آئین رونمایی از دیوارنگاره ۶۹ شهید هنرمند دزفول برگزار شد

اهواز – شبنم قجاوند: آئین رونمایی از دیوارنگاره ۶۹ شهید هنرمند دزفول با حضور مدیر کل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان برگزار شد. به گزارش روابط عمومی اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان، دیوارنگاره ۶۹ شهید هنرمند شهرستان دزفول روز یکشنبه با حضور مجید منادی مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان، علیرضا خردمند فرماندار ویژه شهرستان دزفول، سید باقر موسوی فخر رییس شورای اسلامی شهر و دیگر مسئولان شهرستان دزفول و جمعی از هنرمندان و پیشکسوتان حوزه فرهنگ و هنر و رسانه رونمایی شد. عبدالحمید صادق جولا رئیس اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی دزفول نیز در آیین گفت: امید است در راه شهدای گرانقدر و اعتلای شهرستان بتوان اقدام‌های مثبتی انجام داد. صادق جولا افزود: بیان ارزش‌های دفاع مقدس، حماسه‌ها و رشادت‌های رزمندگان و تبیین موضوعات فرهنگی اجتماعی به طور قطع می‌تواند تاثیرگذار و جریان ساز باشد. وی ادامه داد: شهدای هنرمند با اهدای جان خود در راه اسلام و انقلاب قدم برداشتند و نشان دادند به موضوعات جامعه بی تفاوت نیستند و ثابت کردند شهادت هنر مردان خداست. رئیس اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی دزفول بیان کرد: دیوارنگاره شهدای هنرمند به لطف هنرمندان و پژوهشگر حوزه ایثار و شهادت رونمایی شد و در مرحله بعد چاپ کتاب شهدای هنرمند شهرستان دزفول با مشارکت و همکاری حوزه هنری دزفول در حال انجام است. وی با قدردانی از اقدامات پژوهشی منوچهر مهدی پور پژوهشگر دفاع مقدس خاطرنشان کرد: یادواره شهدای هنرمند شهرستان دزفول با همکاری سایر ادارات و نهادهای فرهنگی و هنری نیز برگزار می‌شود.

گردشگری باعث شکوفایی اقتصادی و معرفی بیشتر شهر میراث جهانی یزد است

یزد – مرتضی نوراللهی‌پور؛ رییس شورای اسلامی شهر یزد گفت:گردشگری باعث شکوفایی اقتصادی و همچنین معرفی بیشتر شهر میراث جهانی یزد می شود و همچنین انتخاب یزد به عنوان پایتخت کشورهای عضو مجمع گفت‌وگوی آسیا (ACD) در سال ۲۰۲۴ نیز به عنوان فرصتی برای معرفی هر چه بیشتر و رونق صنعت گردشگری استان است عزیزالله سیفی در جلسه صحن علنی شورای اسلامی شهر یزد،افزود:امسال در نمایشگاه بین المللی گردشگری تهران، به منظور معرفی ظرفیت‌های گردشگری یزد، سالنی اختصاصی گرفته شد و برای معرفی آن اقدامی متفاوت از سالهای قبل صورت گرفت. وی ادامه داد: در این نمایشگاه لوح ثبت یزد به عنوان پایتخت گردشگری کشورهای عضو مجمع گفت‌وگوهای آسیا (ACD) نیز از سوی دبیرکل این مجمع به استاندار یزد تقدیم شد و انشالله حرکت های انجام شده باعث خواهد شد زمینه رشد و توسعه و پیشرفت صنعت گردشگری بیشتر شود.

۳۴کیلومتر خط انتقال و شبکه توزیع آب در شهرستان خمیر اصلاح و توسعه یافت

بندرعباس– خبرنگار فرصت امروز: عبدالحمید حمزه پور مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب هرمزگان گفت: از ابتدای امسال تاکنون ۳۴کیلومتر خط انتقال و شبکه توزیع آب در شهرستان خمیر اصلاح و توسعه یافته است. وی افزود: عملیات اصلاح و توسعه خطوط انتقال و شبکه توزیع آب با توجه به نیاز روستاها و شهرها به صورت مستمر در حال انجام است و تا پایان سال جاری بخش دیگری از خطوط و شبکه توزیع اصلاح و بازسازی می شود. حمزه پور تصریح کرد: اجرای این میزان خط انتقال آب در ۳ شهر و ۱۰ روستای شهرستان خمیر تاثیر مثبتی بر کیفیت و کمیت آب شرب مشترکین داشته است. وی ادامه داد: با اصلاح و توسعه خطوط انتقال آب، ضمن جلوگیری از هدر رفت آب، باعث بهبود فشار آب، دستیابی مشترکین جدید به آب شرب پایدار نیز شده است. مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب هرمزگان گفت: آب شرب شهرستان خمیر از منابع زیر زمینی و شیرین سازی آب دریا تامین می شود که با تکمیل پروژه های بزرگ تامین آب رویدر، کهورستان و مجتمع کشار از خط انتقال آب شیرین کن خلیج فارس، وضعیت آب این شهرستان تغییر محسوسی خواهد داشت.

نشست مدیر کل تامین اجتماعی استان گلستان با کارگروه رفع موانع تولید

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: به گزارش پایگاه اطلاع رسانی اداره کل تامین اجتماعی استان، قربان زنگانه مدیرکل تامین اجتماعی گفت در نشست کارگروه رفع موانع تولید اظهار کرد: بخش قابل توجهی از مشکلات صنعتگران و فعالین اقتصادی که درخواست دارند آن را در جلسات شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی، ستاد تسهیل و ... مطرح کنیم مسائل تامین اجتماعی است. وی با اشاره به تاثیر مشکلات تامین اجتماعی بر فضای کسب و کار است بیان کرد: طی چهار، پنج سال اخیر یکی از مهمترین مواردی که به چالش سد راه بخش تولید و بنگاه‌های اقتصادی تبدیل شده مباحث تامین اجتماعی خصوصا در بعد حسابرسی ها است. در ادامه قربان زنگانه مدیرکل تامین اجتماعی استان گلستان نیز از خدمات خوب تامین اجتماعی طی یکسال اخیر یاد کرد و گفت: یکی از مهمترین این خدمات در نظر گرفتن حمایت و رسیدگی به مشکلات کارفرمایان است. در این جلسه سرهنگ پاسدار امیر ناظری مسئول سازمان بسیج ادارات و کارمندان سپاه نینوا، سرهنگ علی اکبر رجبی مسول بسیج وگارگری واحد های تولیدی استان و جمعی ار کارفرمایان اقتصادی حضور داشتند.

آماده باش گروه های عملیاتی صنعت برق گلستان در پی بارش برف و باران

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: در پی اعلام اداره کل هواشناسی استان مبنی بر پیش بینی بارش برف در برخی مناطق استان و بارش باران در سرتاسر استان، مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق گلستان از آماده باش گروه‌های عملیاتی و اجرایی صنعت برق در این استان خبر داد.به گزارش روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق گلستان؛ سید احمد موسوی گفت ،شبکه برق این استان شبکه کاملا پایدار است و تاکنون هیچگونه مشکلی نداشته است.وی افزود :اکیپ های عملیاتی با کلیه تجهیزات و امکانات لجستیکی در آماده باش کامل قرار دارند تا خدمات رسانی مستمر را به همه هم استانی های عزیز ارائه نمایند .موسوی اضافه کرد : در صورت بروز هرگونه حوادث و مشکلات، هم استانی های عزیز می توانند با شماره تلفن ۱۲۱ تماس گرفته و به واحد های اتفاقات شبکه مدیریت های توزیع نیروی برق سرتاسر استان گزارش دهند.

۷۸ درصد ظرفیت سد ایلام تکمیل شد

ایلام–هدی منصوری:مدیرعامل شرکت آب منطقه‌ای استان ایلام گفت: ۷۸ درصد ظرفیت سد ایلام در پی بارش‌های اخیر تکمیل شده است. صادق علیمرادی مدیرعامل شرکت آب منطقه‌ای استان ایلام گفت: ظرفیت سد چم گردلان ایلام حدود ۶۱ میلیون مترمکعب است که با بارش‌های اخیر، میزان پر شدگی این سد به ۴۸.۱ میلیون مترمکعب معادل ۷۸ درصد حجم آن رسیده است. وی در خصوص حجم آب پشت سد کنگیر ایوان هم یادآور شد: حجم این سد نیز در تراز نرمال ۱۹ میلیون مترمکعب است که بر اساس آخرین ارزیابی‌ها، هم‌اکنون ۵۷ درصد مخزن سد معادل ۱۰.۹ میلیون مترمکعب آن پر شده است. مدیرعامل شرکت آب منطقه‌ای استان ایلام یکی دیگر از سدهای استان را سد گلال عنوان کرد و گفت: حجم این سد در تراز نرمال ۱۹ میلیون مترمکعب است که تا کنون ۱۰.۵ میلیون مترمکعب معادل ۵۴ درصد پرشدگی را نشان می‌دهد. علیمرادی خاطرنشان کرد: حجم سد دویرج دهلران نیز در تراز نرمال ۲۰۵ میلیون مترمکعب است که تا کنون ۷۶ درصد حجم آن پر شده است.

رئیس کمیته امداد اراک منطقه یک خبر داد:

رشد ۱۳۰ درصدی مشارکت مردمی

اراک– فرناز امیدی: سعید کریمی رئیس کمیته امداد اراک منطقه یک اظهار داشت: با وجود برخی مشکلات اقتصادی درجامعه این میزان کمکهای مردمی در ۹ماهه نخست امسال (سال۱۴۰۲) بیش از ۱۵۱ میلیارد تومان بوده است که در مقایسه با عملکرد نوبت مشابه سال ۱۴۰۱ که بیش از ۶۵ میلیارد و ۵۰۰ میلیون تومان بوده ۱۳۰ درصد رشد دارد. رئیس کمیته امداد منطقه یک شهرستان اراک با بیان اینکه کمکهای مردم نیک اندیش شهرستان اراک گره گشای بسیاری از مشکلات مددجویان و نیازمندان میشود، تصریح کرد: مردم این شهرستان برخلاف مشکلات اقتصادی، کمک به هم نوعان خود را نه تنها فراموش نکردند بلکه حضور پررنگتری داشتند. کریمی در خصوص نوع کمکهای مردمی جذب شده بیان کرد: از درآمدهای جذب شده در۹ماهه نخست امسال ۱۱۹ میلیارد تومان کمکهای مبتنی بر نیاز، ۱۱ میلیارد و ۳۰۰ میلیون تومان زکات و کفارات، ۱۷ میلیارد و ۲۰۰ میلیون تومان جهت ایتام ومحسنین و ۳ میلیارد و ۳۰۰ میلیون تومان صدقات می باشد. وی با اشاره به اهمیت مراکز نیکوکاری به عنوان بازوی کمکی کمیته امداد در راستای خدمت رسانی به نیازمندان جامعه که همان ولی نعمتان هستند گفت: از درآمد مذکور بیش از ۱۲۲ میلیارد و ۷۰۰ میلیون تومان از طریق ۷۰ عدد مراکز نیکوکاری فعال شهر و روستا به صورت نقد و کالا در زمینه های صدقات، اکرام ایتام ، کمکهای مبتنی بر نیاز و زکوات جمع آوری و بین نیازمندان توزیع شد.

معاون طراحی سازمان زیباسازی شهرداری اصفهان:

پروژه نقش برجسته زیرگذر صفه تا نوروز تکمیل می‌شود

اصفهان– معصومه قاسمی: معاون طراحی و هنر شهر سازمان زیباسازی شهرداری اصفهان گفت: پروژه نقش برجسته زیرگذر صفه با اعتبار حدود حدود ۱۰ میلیارد تومان یکی از پروژه‌های در دست اجرای این سازمان است که تا نوروز ۱۴۰۳ به پایان می‌رسد. محمدجواد شمس‌آرا در این باره اظهار کرد: پروژه نقش برجسته زیرگذر صفه یکی از پروژه‌های در دست اجرا سازمان زیباسازی شهر اصفهان است. او با بیان اینکه این پروژه با توجه به دستور شهردار اصفهان مبنی بر اینکه تمام پروژه‌های عمرانی باید از ابتدا پیوست زیباسازی داشته باشد، در دستور کار قرار گرفته است، افزود: در حلقه چهارم ترافیکی این موضوع عملیاتی شد و پروژه‌های نقش برجسته را وارد پروژه‌های عمرانی کردیم. معاون طراحی و هنر شهر سازمان زیباسازی شهرداری اصفهان تاکید کرد: بعضی پروژه‌ها از جمله زیرگذر صفه که از قبل اتفاقاتی برای آن‌ها رخ داده بود و ظاهر خوبی نداشت، وارد مرحله اجرایی شد. شمس‌آرا با بیان اینکه پروژه نقش برجسته زیرگذر صفه ترکیبی از نقش برجسته بتنی و کاشی شکسته است، گفت: این پروژه دارای حدود چهار هزار متر مربع نقش برجسته است که تا نوروز ۱۴۰۳ به پایان می‌رسد. او با بیان اینکه هزینه اجرایی این پروژه حدود ۱۰ میلیارد تومان است، ادامه داد: موضوعات ترافیکی و ایمنی یکی از موضوعات مهم در طراحی این زیرگذرها بوده که مورد بررسی کمیته تخصصی سازمان زیباسازی قرار گرفته است.

مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب هرمزگان خبر داد:

بهره مندی هزار نفر از روستائیان بشاگرد از آب شرب با اجرای ۱۰ کیلومتر خط انتقال اضطراری

بندرعباس– خبرنگار فرصت امروز: مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب هرمزگان از تامین آب ۵ روستای بشاگرد با اجرای ۱۰ کیلومتر خط انتقال اضطراری خبر داد. عبدالحمید حمزه پور با بیان اینکه روستاهای یاد شده تا پیش از این از طریق چشمه تامین و غیر تحت پوشش بودند، ادامه داد: با هدف تامین نیاز آبی ۵ روستای درکاه، تچ، حجت آباد، اسلام آباد و گهرکوه یک حلقه چاه حفر و تجهیز، ۱۰ کیلومتر خط انتقال اضطراری و خطوط رفت و برگشت مخازن اجرا شده است. به گفته وی، با انجام این اقدامات، ۲۱۰ خانوار با جمعیتی بالغ بر یک هزار نفر از آب شرب در قالب تامین اضطراری آب بهره مند می شوند. حمزه پور ادامه داد: فرایند واگذاری انشعاب نیز آغاز شده که با درخواست و تکمیل فرایند خرید انشعاب، تمامی خانوارها به آب شرب پایدار دست می یابند. مدیرعامل آبفا افزود: برای آبرسانی به این روستاها در این مرحله، اعتباری بالغ بر ۳۵۰ میلیارد ریال هزینه شده است که عملیات تکمیلی آن در آینده و پس از فرایند مناقصه انجام خواهد شد.

بررسی تفاوت‌های رفتاری و سلیقه مشتریان

بازاریابی بین‌نسلی در دنیای امروز

نویسنده: علی آل‌علی

بازاریابی معمولا هنری در نظر گرفته می‌شود که به برندها برای اثرگذاری ویژه بر روی مخاطب هدف کمک می‌کند. در بهترین حالت برندها به کمک مارکتینگ توانایی اثرگذاری بر روی مخاطب‌هایی را پیدا می‌کنند که تا قبل از آن حتی فکرش را هم نمی‌کردند. در این میان اوضاع برخی از کسب و کارها کمی متفاوت‌تر از دیگران است؛ چراکه همه مخاطب‌ها یکطور فکر نمی‌کنند. صرف نظر از عواملی مثل نژاد یا محل سکونت، شرایط سنتی هم در انتخاب مشتریان اهمیت ویژه‌ای دارد. خب کسی که الان در دهه هفتم زندگی‌اش است، سلیقه خریدی مشابه با جوانان ۲۰ یا ۳۰ ساله ندارد. به همین خاطر کسب و کارها باید حواس‌شان به این نکته کلیدی باشد وگرنه کلاه‌شان پس معرکه خواهد بود. این نکته‌ای است که ما در ادامه قصد داریم هرچه دقیق‌تر مورد بررسی قرار دهیم.

برخی از کارآفرینان فکر می‌کنند همین که یک ایده خلاقانه و کمی تازه به ذهن‌شان رسید، دیگر کاربران باید برای‌شان سر و دست بشکنند. اگر شما هم اینطور فکر می‌کنید احتمالا خیلی زود در دنیای بازاریابی با مشکلات اساسی رو به رو خواهید شد. خب کسی در بازار به فکر ایده‌های تازه شما نیست. در عوض امروزه دورِ شخصی‌سازی محتوا حسابی داغ است. این یعنی اگر شما همینطور خشک و خالی فرآیند تولید محتوا را دنبال کنید، آخر سر هیچ خبری از بازگشت سرمایه نخواهد بود. به همین خاطر بهتر است شرایط فعالیت‌تان در دنیای کسب و کار را به طور کامل تغییر دهید.

ما در این مقاله قصد داریم به شما برای آشنایی با بازاریابی بین نسلی کمک کنیم. اینطوری دستی به سر و گوش بازاریابی‌تان کشیده و آن را از حالت کلاسیک خارج خواهید کرد. خب برندی که مشتریانی از تمام نسل‌ها داشته باشد، بی‌برو برگشت موفقیت تکرارنشدنی در بازار تجربه خواهد کرد. به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم شما باید کارتان را حسابی متفاوت از رقبا دنبال کنید.

شاید شما هم چند باری اصطلاح بازاریابی بین نسلی به گوش‌تان خورده باشد، اما کمتر چیزی درباره‌اش بدانید. خب امروز دیگر زمان پایان دادن به شایعات ضد و نقیض درباره این استراتژی رسیده است. کافی است تا انتهای این مقاله با ما همراه باشید تا دیدگاه‌تان نسبت به بازاریابی بین‌نسلی حسابی عوض شود. اینطوری فرصت کافی برای اثرگذاری بر روی مخاطب را نیز به خوبی پیدا خواهید کرد.

بازاریابی بین‌نسلی: یک ایده جذاب

اولین نکته‌ای که در این بخش باید به طور دقیق بررسی کنیم، چیستی بازاریابی بین‌نسلی است. ماجرا از این قرار است که در بازاریابی به شیوه سنتی فرقی میان گروه‌های سنی مختلف وجود نداشت. فرض بر این بود که تمام مشتریان در صورت مواجهه با پیشنهادی ارزان و صدالبته با کیفیت نظرشان جلب می‌شود. البته امروزه اصلا خبری از این نوع محرک‌ها نیست. در عوض رفتار مشتریان طوری شده که انتظار پیشنهادات و صدالبته کمپین‌های بازاریابی کاملا شخصی‌سازی شده را دارند. به همین خاطر اگر حواس‌تان نباشد، کلاه‌تان پس معرکه خواهد بود.

ما در روزنامه فرصت امروز بازاریابی بین‌نسلی را فرآیند گروه‌بندی مشتریان براساس شرایط سنی‌شان تعریف می‌کنیم. بر این اساس ما به طور کلی سه نسل اساسی خواهیم داشت. نسل نخست مربوط به کسانی است که بین سال‌های ۱۹۴۶ تا ۱۹۶۴ به دنیا آمده‌اند. این نسل که بعد از فاجعه جنگ جهانی به دنیا آمدند، شرایط زندگی به‌نسبت آرامی در مقایسه با دوران پرالتهاب جنگ‌های جهانی را پشت سر گذاشته‌اند. گروه دیگر در این میان نسل ایکس هستند که بین سال‌های ۱۹۶۵ تا ۱۹۷۶ چشم به جهان گشوده‌اند. این دسته از افراد حالا دیگر در میانسالی بوده و تمایل‌شان برای خرید با نسل جوان حسابی فرق دارد.

بعد از نسل بالا به گروهی موسوم به نسل هزاره می‌رسیم. این نسل بین سال‌های ۱۹۷۷ تا ۱۹۹۵ به دنیا آمده‌اند. از آنجایی که بسیاری از افراد مربوط به این گروه سنی الان در بازارهای جهانی به عنوان نیروی کار ماهر فعالیت دارند، توجه به نیازها و رفتارشان در بازار اهمیت ویژه‌ای دارد. متاسفانه خیلی از کارآفرینان در دنیای کسب و کار به این نکته کلیدی توجه لازم را نشان نمی‌دهند. به همین خاطر به راحتی آب خوردن یکی از مهمترین و صدالبته پرسودترین گروه‌های مخاطب‌شان را به راحتی از دست می‌دهند.

در نهایت هم به نسلی می‌رسیم که به عنوان نسل زد شناخته می‌شود. این گروه سنی بین سال‌های ۱۹۹۶ تا ۲۰۱۰ به دنیا آمده‌اند و حسابی برای بازاریاب‌ها و صدالبته کارآفرینان دردسرساز شده‌اند. دلیل این امر رفتارهای کاملا متفاوت این نسل با گروه‌های قبلی است. به طوری که برخی از بازاریاب‌ها عملا آنها را در کانون توجه قرار نمی‌دهند. بی‌شک اگر شما بازاریاب ماهری باشید، خیلی زود متوجه اهمیت نسل جوان در دنیای بازاریابی خواهید شد. به همین خاطر باید همیشه برنامه‌ای برای آنها دم دست داشته باشید.

ما در این مقاله قصد داریم بازاریابی برای گروه‌های سنی مختلف را بررسی کنیم. البته از آنجایی که نسل زد شرایط ویژه‌ای دارد، آن را به طور جداگانه در یک مقاله دیگر زیر ذره بین خواهیم برد، بنابراین شما در پایان این مقاله با ساز و کار بازاریابی برای نسل پیرمردها، افراد میانسال و نسل هزاره آشنا خواهید شد. خب حالا اگر آماده هستید، کم کم ماجراجویی‌مان را با قدرت هرچه تمام‌تر شروع کنیم.

نسل اول: پیرمردهای بعد از جنگ جهانی دوم!

بعد از اینکه جنگ جهانی دوم به پایان رسید، اروپا درگیر مشکلات بسیار زیادی بود. این ماجرا تقریبا برای همه نقاط دنیا به غیر از آمریکای شمالی نیز مصداق داشت. طرح‌های توسعه و تلاش برای فرار از مشکلات مربوط به جنگ موجب شد در سال‌های پس از پایان این فاجعه شاهد رشد اقتصادی مثبت در بسیاری از نقاط دنیا باشیم. به طوری که برخی از کشورها حتی نرخ رشد جمعیت بالایی را نیز پشت سر گذاشتند. نسل پیرمردهایی که امروزه با آنها رو به رو هستیم، نتیجه همان بهبود اوضاع هستند.

همانطور که می‌شود حدس زد، نسل اول میانه خوبی با تکنولوژی‌های تازه ندارد. در عوض این نسل به ارزش‌های قدیمی و سنتی اهمیت بیشتری می‌دهد. ما در این بخش سعی می‌کنیم برخی از نکات کلیدی برای بازاریابی شخصی‌سازی‌شده در راستای تعامل با این دسته از افراد را زیر ذره بین ببریم.

توجه به وفاداری برند

نسل قدیم همیشه از یک برند خاص خرید کرده و وفاداری زیادی نسبت به یک کسب و کار نشان می‌دهند. این در حالی است که برخی از کارآفرینان برای تعامل با مخاطب هدف جوان باید هزار جور تکنیک را پیاده کنند. اگر شما بتوانید نظر نسل قدیم را به محصول و صدالبته برندتان جلب کنید، دیگر ۹۰ درصد راه تبدیل آنها به مشتری وفادار را طی کرده‌اید. اگرچه خیلی از پیرمردها و پیرزن‌های کنونی بازنشسته محسوب می‌شوند، اما پس‌اندازهایی که در طول سال‌های متمادی ذخیره کرده‌اند، حالا قدرت خرید خوبی به آنها داده است.

اگر شما با کسانی سر و کار دارید که مربوط به نسل قدیم هستند، باید برندتان را کاملا مستعد وفاداری نشان دهید. البته این امر فقط مربوط به مشتریان نیست، شما باید خودتان هم جلوه‌ای کاملا وفادار به مشتریان نشان دهید. فقط در این صورت می‌توانید کارتان را به بهترین شکل ممکن جلو برده و نگران هیچ چیز هم نباشید.

تخفیف‌های بازگشت وجه

آیا تا حالا با کمپین‌هایی مثل «یکی بخر دو تا ببر» یا «پول دو تا محصول را بده و فلان مقدار از پولت رو پس بگیر» رو به رو شده‌اید؟ در چنین شرایطی خیلی از کارآفرینان فکر می‌کنند باید تا ابد این کمپین‌ها را ادامه دهند، وگرنه مشتریان را به سادگی هرچه تمام‌تر از دست خواهند داد.

ما در روزنامه فرصت امروز برای بررسی این نکته باید اول از همه به یک مسئله کلیدی اشاره کنیم. امروزه دیگر خبری از تخفیف‌های فروش بازگشت وجه در دنیا نیست؛ چراکه این الگوی بازاریابی و فروش در دهه‌های ۶۰ و ۷۰ میلادی حسابی روی بورس بود. دلیل آن هم جذابیت این شیوه برای نسل قدیم است. با این حساب بد نیست کمی خاطرات گذشته را برای این نسل زنده کنید. قول می‌دهم اینطوری هم آنها حسابی از کمپین شما لذت می‌برند، هم اینکه به راحتی توانایی فروش محصولات‌تان را پیدا خواهید کرد.

یادتان نرود، شما نمی‌توانید تخفیف‌های بی‌نهایت سنگینی برای محصولات‌تان در نظر بگیرید. این امر نه تنها شرایط‌تان از نظر تعامل با مخاطب هدف را دشوار خواهد کرد، بلکه خیلی زود توان مالی‌تان را نیز از بین می‌برد. در عوض بد نیست کمی بیشتر به فکر وضعیت خودتان در بازار باشید. پس ماجرا را طوری طراحی کنید که تخفیف‌ها صرفا به مثابه نوعی محرک برای مخاطب عمل کرده و او را به یاد دوران خوش گذشته بیندازد.

پرهیز از تغییرات مداوم

برندهایی که دائما دنبال تغییر در محصولات یا خدمات‌شان هستند، خیلی زود توجه مشتریان نسل قدیم را از دست خواهند داد. امروزه بسیاری از کارآفرینان فکر می‌کنند بازاریابی کاری است که باید با دقت بسیار زیاد دنبال شود. خب قبول دارم این کار ضرورت زیادی دارد، اما تغییرات مداوم در فرآیند بازاریابی و حتی تولید محصول برای قدیمی‌ها اصلا جذاب نیست.

اگر شما محصول محبوبی در میان نسل قدیم دارید، لازم نیست فرآیند کارتان را بی‌خود و بی‌جهت تغییر دهید. خب شما که نباید سری که درد نمی‌کند، دستمال ببندید. در عوض تا جایی که ممکن است از تغییرات عجیب و غریب پرهیز کنید. این امر به شما کمک می‌کند تا کارتان را به ساده‌ترین شکل ممکن جلو برده و نگران هیچ چیز هم نباشید.

یادتان باشد، شما نمی‌توانید با همه نسل‌ها به یک شیوه برخورد کنید. پس اگر مشتریانی دارید که هنوز در حال و هوای دهه‌های قبل سیر می‌کنند، باید حواس‌تان به آنها باشد. بهترین کار در این میان پرهیز از تغییرات سنگین و ناگهانی خواهد بود. اینطوری خیلی راحت و بدون دردسر اضافه مسیر توسعه کسب و کارتان را طی خواهید کرد. ماجرا جالب شد، نه؟

استفاده از کوپن

کوپن‌ها عمر زیادی در دنیا دارند. احتمالا همه ما تجربه انتظار طولانی در صف کوپن را داریم. البته کوپن‌های دولتی فرق اساسی با کوپن‌های تجاری دارند. شما را نمی‌دانم، ولی من که نیمی از کودکی‌ام به کندن برچست کوپن از داخل روزنامه و مجلات گذشت.

فکر می‌کنم شما هم تجربیات مشابهی در زمینه استفاده از کوپن‌های تخفیف در بازار داشته باشید. خب فرآیند کار در این میان بی‌نهایت ساده است. شما با استاده از کوپن‌ها امکان استفاده از تحفیف‌های مناسب را خواهید داشت. این دقیقا همان کاری است که شما باید با سر و شکلی تازه دنبال کنید. بی‌شک هنوز هم در سراسر دنیا روزنامه و مجلات زیادی برای مردم محبوب هستند. در کنار این مسئله شما می‌توانید روی توانایی شبکه‌های اجتماعی نیز حساب کنید. اینطوری با یک تیر دو نشان خواهید زد؛ هم مشتریان قدیمی‌تان را جذب می‌کنید، هم اینکه به نسل جوان چشم‌اندازی از زندگی در گذشته را نشان خواهید داد.

هنرنمایی شما در عرصه بازاریابی باید طوری انجام شود که جایی برای حرف و حدیث باقی نگذارد. از آنجایی که نسل قدیم میانه خوبی با فناوری‌های جدید و تغییرات مبتنی بر آن ندارد، بهتر است قبل از هر کاری به فکر استفاده از توانایی نوستالژی در بازاریابی برای آنها باشید. اینطوری فرصت بیشتری برای تعامل با آنها و تبدیل‌شان به مشتریان پر و پاقرص برندتان خواهید داشت. ماجرا جالب شد، نه؟

نسل دوم: میانسال‌هایی در دوراهی

تکلیف نسل قدیم و جوانان تقریبا روشن است. آنها در دو سوی نمودار قرار دارند و معمولا آب‌شان با هم در یک جوی نمی‌رود. به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز وضعیت نسل میانسال را کمی دشوار در نظر می‌گیریم. خب این نسل نه تنها وضعیت مشخصی ندارد، بلکه گاهی به سوی قدیمی‌ها و سایر اوقات به سوی جوانان میل پیدا می‌کند. همین امر موجب سلیقه‌ای ترکیبی در میان این نسل شده است.

ما در این بخش سعی می‌کنیم برخی از مهمترین نکات در ارتباط با نسل میانسال را زیر ذره بین ببریم. شما در ادامه فرصت کافی برای آشنایی با ویژگی‌های متضاد این نسل پیدا خواهید کرد. پس با ما همراه باشید تا نکات کلیدی در این رابطه را بررسی کنیم.

عشق بی‌پایان به تبلیغات تلویزیونی

نسلی که ما در این بخش درباره‌اش حرف می‌زنیم، با تلویزیون بزرگ شده است. در دوران آدم‌های میانسال خبری از پلی استیشن یا شبکه‌های اجتماعی نبود. در عوض همه چیز در قالب رادیو و تلویزیون خلاصه می‌شد. رونمایی از نسل تلویزیون‌های رنگی در آن زمان انقلاب بی‌نهایت کلیدی به حساب می‌آمد. به طوری که حتی میزان سرمایه‌گذاری تبلیغاتی برندها بر روی بازاریابی تلویزیونی را نیز حسابی تکان داد.

اگر شما مشتریان زیادی از نسل میانسال دارید، بد نیست روی تبلیغات تلویزیونی حساب ویژه‌ای باز کنید؛ چراکه هنوز هم بسیاری از مردم در سراسر دنیا تلویزیون را ۲۴ ساعته نگاه می‌کنند. اگر به نسل جوان تعلق داشته باشید، خیلی خوب این نکته را درک می‌کنید؛ چراکه پدرهای اغلب ما جان‌شان به تلویزیون و اخبار ساعت‌های مختلف بند است؛ مگر نه؟

ایمیل مارکتینگ

مهمترین فناوری که نسل میانسال با آن آشنایی کاملا دارد، ایمیل است. بسیاری از افراد متعلق به این نسل هنوز هم تمام کارهای خود را با ایمیل سر و سامان می‌دهند. درست به همین خاطر شما باید توانایی بالای ایمیل‌ها در ساماندهی فعالیت این نسل را در خاطر داشته باشید.

ایمیل مارکتینگ به شما کمک می‌کند تا با هزینه‌ای بی‌نهایت کم به مخاطب میانسال‌تان دسترسی پیدا کرده و بازگشت سرمایه حیرت‌انگیزی نیز برای خود به هم بزنید. بسیاری از اوقات بازاریاب‌ها در مسیر اثرگذاری بر روی مخاطب هدف با مشکلات زیادی رو به رو می‌شوند. این در حالی است که با استفاده از ایمیل دست‌کم خیال‌تان از بابت نسل میانسال راحت خواهد بود.

یادتان باشد، ایمیل‌های شما قرار نیست خیلی طولانی باشد. در عوض بهتر است ایمیل‌هایی بی‌نهایت کوتاه برای مخاطب طراحی کنید تا کارتان به مشکل زیادی نخورد. خب این روزها کمتر کسی در بازار اعصاب و حوصله کافی دارد. با این حساب ایمیل‌های طولانی شما خیلی زود روی اعصاب همه رژه خواهد رفت.

کمی استراحت بد نیست!

نسل میانسال همیشه در تکاپوی دنبال کردن ترندها یا خرید از برندهای تازه نیست. آنها گاهی به محصولات جدید هم توجه لازم را نشان نمی‌دهند، بنابراین اگر فکر کرده‌اید با بمباران این نسل امکان تجربه بازگشت سرمایه مناسب را دارید، باید بگویم سخت دراشتباهید؛ چراکه امروزه اصلا از این خبرها نیست. در عوض شما باید حواس‌تان را جمع کنید تا یک وقت مشتریان این نسل از دست شما خسته نشوند.

ایده‌ای که ما در این بخش برای شما آماده کرده‌ایم، شاید کمی عجیب باشد، اما کاربردهای بی‌نهایت زیادی دارد. کافی است به جای اینکه دائما در دست و پای مشتریان باشید، هرچند وقت یکبار به آنها استراحت کوتاهی دهید. این امر به شما کمک می‌کند تا بدون دردسر کارتان را جلو ببرید. خب وقتی مشتریان شما حوصله کافی برای دنبال کردن دم به دقیقه ترندها را ندارند، چرا الکی آنها را اذیت کنید؟

نسل سوم: گروه هزاره!

آخرین نسلی که ما در این بخش زیر ذره بین خواهیم برد، نسل هزاره است. این نسل بین سال‌های ۱۹۷۷ تا ۱۹۹۵ به دنیا آمده‌اند. درست به همین خاطر تجربه‌ای متفاوت از نسل‌های قبل در زمینه خرید یا حتی کارآفرینی دارند. دسترسی به فناوری‌های دیجیتال و آشنایی زودهنگام با اینترنت بخشی از ویژگی‌های این نسل محسوب می‌شود.

بسیاری از مردم دنیا امروزه در شبکه‌های اجتماعی عضویت دارند. نسل هزاره در این میان وضعیت بی‌نهایت بهتری دارد؛ چراکه آنها دست‌کم در یک شبکه اجتماعی عضو بوده و به همین خاطر همیشه در جریان تغییرات قرار دارند.

البته نسل هزاره میانه خوبی با تولید محتوا در شبکه‌های اجتماعی ندارد بنابراین شاید بتوان گفت این نسل بیشتر مصرف‌کننده محتوا در شبکه‌های اجتماعی است. ما در ادامه برخی از مهمترین ویژگی‌های این نسل در حوزه بازاریابی را به اتفاق شما زیر ذره بین خواهیم برد.

تمرکز بر نوآوری

از آنجایی که نسل هزاره در دل تغییرات شگرف دنیا زندگی و رشد کرده، میانه خوبی با نوآوری دارد. اگر برند شما توانایی نوآوری‌های جذاب را داشته باشد، خیلی زود در دل این دسته از افراد جا باز خواهد کرد بنابراین شما باید طوری رفتار کنید که برندی جذاب برای مخاطب‌تان برجای بگذارید. اینطوری شانس زیادی برای تعامل با مخاطب‌تان پیدا می‌کنید.

نوآوری فقط به عرصه تولید محصول ختم نمی‌شود. شما به عنوان یک بازاریاب باید همیشه به مخاطب‌تان اطمینان دهید که با بهترین محصولات ممکن سر و کار دارند. به علاوه، استفاده از ایده‌های بازاریابی تازه نیز در این میان مزیت ویژه شما محسوب می‌شود بنابراین باید هرچه در چنته دارید، رو کنید.

اگر شما میانه خوبی با جلوه‌های ویژه در زمینه تولید محتوا دارید، نسل هزاره حسابی عاشق‌تان خواهند شد. کافی است در صورت امکان از انواع انیمیشن نیز در فرآیند کاری‌تان استفاده کنید. آن وقت دیگر مو لای درز کارتان نخواهد رفت.

استفاده از نظرات مخاطب

مشتریان نسل هزاره عاشق مشاهده توجه برندها به نظرات‌شان هستند. اگر شما بخشی از کمپین‌تان را براساس نظرات مشتریان تغییر دهید، دیگر مو لای درز کارتان نخواهد رفت. این دقیقا همان کاری است که برخی از بازاریاب‌ها به خوبی انجام می‌دهند. شما باید در این بخش به مشتریان نشان دهید نظرات‌شان را با دقت مطالعه کرده و برای آن اهمیت ویژه‌ای قائل هستید.

برخی از بازاریاب‌ها سعی می‌کنند به طور فیک تظاهر به استفاده از نظرات مشتریان کنند. اگر شما هم در دنیای بازاریابی از این ایده‌ها استفاده کنید، خیلی زود کارتان به جاهای باریک می‌کشد. پس بهتر است قبل از اینکه اوضاع خراب شود، واقعا به نظرات‌شان اهمیت دهید.

کار شما در این بخش مثل سرمربی فوتبالی است که باید با توجه به بازخورد دریافتی از هواداران و صدالبته خودِ بازیکنان برای مسابقات بعدی تاکتیک‌های تیم را تغییر دهد. اینطوری توانایی اثرگذاری بهتری بر روی مخاطب هدف پیدا کرده و کارش دقیق‌تر پیش می‌رود.

علاقه به شبکه‌های اجتماعی

شبکه‌های اجتماعی در کانون زندگی نسل هزاره قرار دارد. همانطور که گفتیم، شاید آنها مهارت زیادی در زمینه استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای تولید محتوا نداشته باشند، اما کارشان در زمینه استفاده از پلتفرم‌های مختلف به عنوان منبع اطلاعات را به خوبی بلد هستند. مثلا این نسل برای یافتن یک رستوران خوب اول از همه به نظرات کاربران در گوگل توجه می‌کنند. اگر رستوران مورد نظر میانگین امتیاز خوبی در گوگل داشته باشد، آن وقت تازه سراغ بخش‌های دیگر خواهند رفت.

در دنیایی که به شدت دیجیتال شده، کسب و کار شما برای اثرگذاری بر روی نسل هزاره چاره‌ای به غیر از دیجیتالی شدن ندارد. چه بسا نسل قدیم‌تر اهمیت زیادی به این ماجرا ندهد، اما پای شما در این میان حسابی گیر است. پس نباید کار را سخت کنید. در عوض بهتر است کمی تغییر در کمپین‌های هدف‌گذاری‌شده برای این نسل اعمال کنید. اینطوری کارتان بی‌نهایت ساده‌تر خواهد شد.

سخن پایانی

تولید محتوا در دنیای بازاریابی کار ساده‌ای نیست. تفاوت نسلی میان مشتریان همیشه بازاریاب‌ها را در شرایط دشواری قرار می‌دهد. درست به همین دلیل شما برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف نیاز به استفاده از تاکتیک‌های مختلفی دارید. ما در این مقاله سعی کردیم برخی از مهمترین نکات در رابطه با نسل های مختلف مشتریان را به اتفاق شما مرور کنیم. حالا دیگر شما چشم‌انداز نسبتا دقیقی از اوضاع‌تان دارید. من و همکارانم در روزنامه فرصت امروز امیدوارم نکات مورد بحث در این مقاله کمکی هرچند کوچک به شما برای آشنایی با بازاریابی بین نسلی کرده باشد. یادتان نرود، موفقیت شما در گروه توجه به تمام نسل‌هاست، اما همیشه هر کسب و کاری دامنه غالب مشتریان دارد. مثلا برندهای تولید خودروهای اسپرت باید سراغ نسل جوان بروند بنابراین تمرکز بیشتر بر روی یک نسل ضروری خواهد بود.

منابع:

https://www.wordstream.com/blog/ws/generational-marketing-tactics

https://www.techtarget.com/whatis/feature/Generational-marketing-explained-Everything-you-need-to-know

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

| سه‌شنبه | ۱ اسفند ۱۴۰۲ | شماره ۲۴۲۳ | 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