روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

چهارشنبه
۱۵ دی ۱۴۰۰

Wed.5 Jan 2022

۲ جمادی‌الثانی ۱۴۴۳ - سال هفتم
شماره ۱۹۳۷
۸ صفحه - ۵۰۰۰ تومان

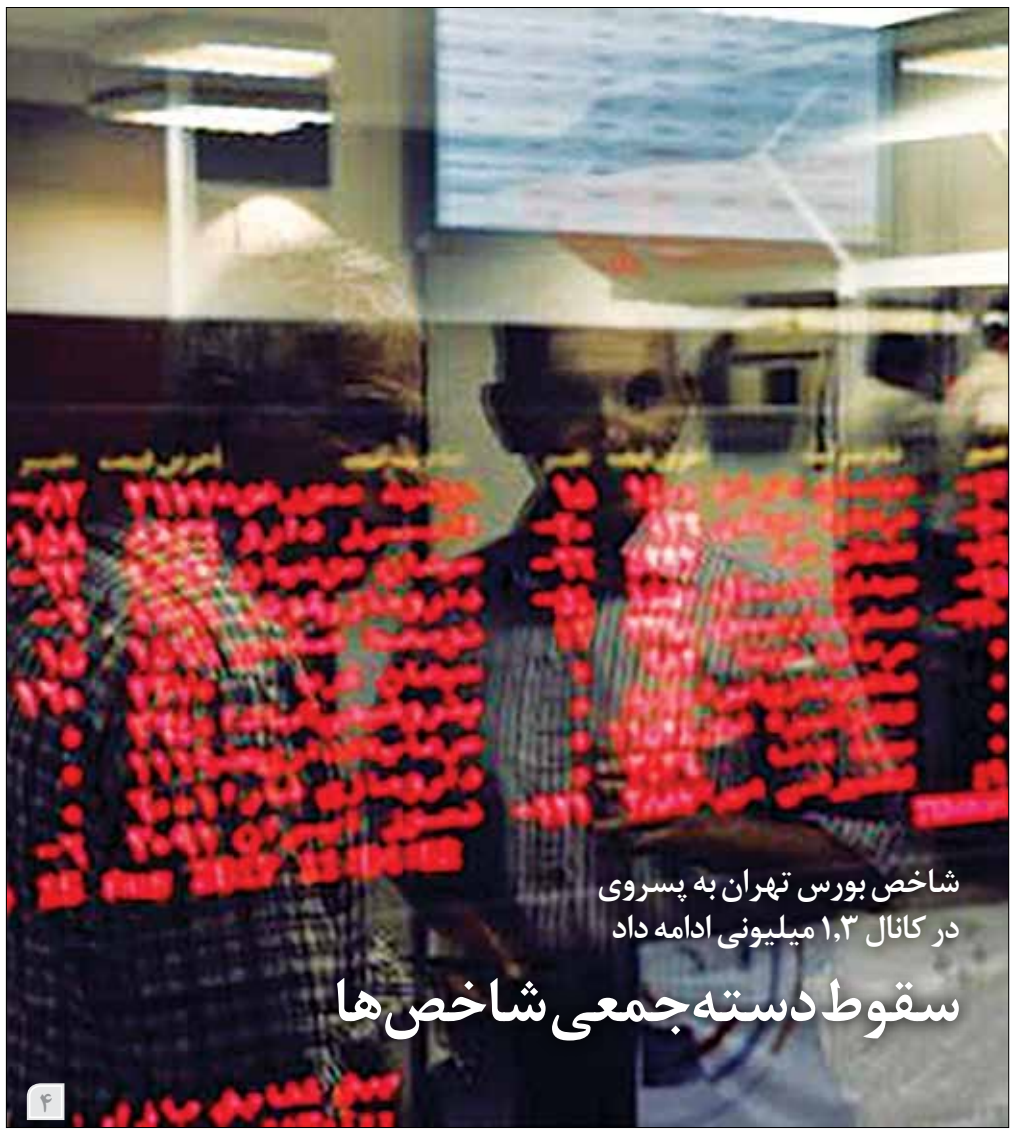
www.forsatnet.ir

خودروسازان ۱۰۰ هزار خودرو به بازار عرضه می‌کنند

عدم عرضه مهمترین دلیل افزایش قیمت

رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران خودروی اصفهان اظهار داشت مشکل خودرو در حال حاضر عرضه و تقاضا است، متاسفانه خودروسازها عرضه را انجام نمی‌دهند که علت افزایش قیمت نیز همین موضوع بوده است. حمیدرضا قندی در گفت‌وگو با خبرنگار اقتصادی ایلنا، در مورد آخرین وضعیت بازار خودرو اظهار کرد: تا ۱۰ روز گذشته افزایش قیمت را در بازار خودرو داشتیم اما الان...

۵



شاخص بورس تهران به پسروی در کانال ۱,۳ میلیونی ادامه داد

سقوط دسته‌جمعی شاخص‌ها

۴

فروش اوراق بدهی تا ۲۵۰ هزار میلیارد تومان افزایش پیدا می‌کند

تصویر اوراق در بودجه ۱۴۰۱

فرصت امروز: به نظر می‌رسد رقم واقعی فروش اوراق بدهی در لایحه بودجه ۱۴۰۱ بیشتر از رقم پیش‌بینی شده است و بررسی‌ها نشان می‌دهد که میزان فروش اوراق در لایحه بودجه سال آینده نه کمتر از ۱۰۰ هزار میلیارد تومان بلکه تا حدود ۲۵۰ هزار میلیارد تومان می‌تواند افزایش یابد. یعنی برخلاف آنچه که مسئولان سازمان برنامه و بودجه و وزارت اقتصاد اعلام کرده‌اند و گفته‌اند فروش اوراق در سال آینده نسبت به امسال کاهش خواهد یافت، تحلیل نهاد پژوهشی مجلس نشان می‌دهد که میزان فروش اوراق مالی از سوی دولت به...

۳

شاخص مدیران خرید اقتصاد در آذرماه به ۵۰,۹۷ واحد رسید

تعدیل خوش‌بینی در پایان پاییز

۲

دریچه

تراز تجاری ایران همچنان منفی است

۵ مشتری کالاهای ایرانی

اتاق بازرگانی تهران در جدیدترین گزارش خود به بررسی عملکرد تجاری ایران در ۹ ماهه سال ۱۴۰۰ پرداخته و ۱۰ شریک اصلی تجاری ایران را معرفی کرده است. با وجود آنکه هنوز سایه شیوع جهانی کرونا بر اقتصاد بسیاری از کشورهای جهان سنگینی می‌کند، اما با کاهش نسبی محدودیت‌ها و افزایش سرعت واکسیناسیون، بسیاری از آمارهای منفی سال گذشته جبران شده است. در ایران نیز هرچند هنوز تا رسیدن به آمارهای پیش از کرونا، قدری فاصله باقی مانده است، اما به نظر می‌رسد روند رو به رشد صادراتی که از ابتدای امسال آغاز شده، ادامه خواهد داشت.

آمارها نشان می‌دهد که تا پایان آذرماه امسال، میزان صادرات ایران از مرز ۳۵ میلیارد دلار گذشته که نشان‌دهنده افزایش حدودا ۴۰ درصدی نسبت به مدت مشابه سال گذشته است. در حوزه واردات نیز عملکرد حدودا ۳۷ میلیارد دلاری ثبت شده که نسبت به سال گذشته افزایشی بیش از ۳۶ درصدی را نشان می‌دهد. به این ترتیب همچنان تراز تجاری ایران...

۲

مدیریت و کسب‌وکار

تکنیک‌های حرفه‌ای برای جلب نظر مشتریان

یکی از مهمترین مشکلات برندها در زمینه تاثیرگذاری بر روی مشتریان مربوط به جلب نظرشان است. این امر اغلب اوقات یک فرآیند به شدت سخت و زمانبر محسوب می‌شود. درست به همین خاطر اگر شما در زمینه تاثیرگذاری بر روی مشتریان عملکرد خوبی از خودتان نشان ندهید، شانس زیادی برای ادامه روند بازاریابی و بازگشت سرمایه به طور منطقی نخواهید داشت. امروزه هنوز هم بسیاری از برندها برای جلب توجه مشتریان از شیوه‌های سنتی استفاده می‌کنند. چنین شیوه‌هایی دیگر بیشتر از آنکه ماهیت حرفه‌ای و جذاب برای مشتریان داشته باشد، نوعی کلیشه‌های رایج محسوب می‌گردد. در این صورت استفاده برند شما از کلیشه‌های موردنظر می‌تواند وضعیت‌تان را به طور قابل ملاحظه‌ای دشوار نماید. درست به همین خاطر ما در این مقاله به دنبال راهکارهای حرفه‌ای برای جلب نظر مشتریان هستیم. این امر می‌تواند تحولی در زمینه ارتباط شما با...

۸

بسته حمایتی ویژه بانک پاسارگاد در خدمت تولید

بانک پاسارگاد به منظور حمایت از تولیدکنندگان و فعالان اقتصادی و با هدف کمک به رشد و شکوفایی صنایع داخلی و اقتصاد کشور، بسته حمایتی ویژه‌ای را طراحی کرده است. این بسته شامل صدور انواع ضمانت‌نامه بانکی، گشایش اعتبار اسنادی داخلی، اعطای تسهیلات ارزان‌قیمت و ارائه خدمات مشاوره‌ای است.

در پی رکود اقتصادی، تورم و همچنین تحریم‌های ظالمانه، شرایط بقا و پویایی واحدهای تولید بسیار دشوار است که در این بین نقش بانک‌ها در حوزه حمایت از تولید، پررنگ‌تر شده است. بانک پاسارگاد به منظور تأمین مالی بخش مولد اقتصاد و در جهت بارور کردن فعالیت‌های کارآفرینی و در نتیجه آن ایجاد اشتغال، طی اقدامی در جهت حمایت مستمر از تولید، اقدام به ارائه این بسته ویژه حمایتی کرده است.

خدمات مشاوره‌ای به مشتریان

با توجه به لزوم آشنایی هرچه بیشتر بنگاه‌های اقتصادی با ابزارهای متنوع بانکی و تأمین مالی، بانک پاسارگاد با شناخت دقیق بنگاه‌ها و تطبیق محصولات و خدمات متنوع بانکی با نیازهای آنها، بهترین راهکارها را با کمترین قیمت تمام‌شده به آنها ارائه می‌دهد. به‌عنوان نمونه، اکثر مشتریان با ابزار گشایش‌اعتبار اسنادی داخلی آشنایی ندارند و تمایل دارند تا با قیمت بالا نسبت به تأمین مالی از طریق دریافت تسهیلات اقدام کنند. در حالی‌که در بسیاری از موارد با استفاده از یک مشاوره تخصصی می‌توانند با هزینه به مراتب کمتر، منابع مالی موردنیاز خود را به دست آورند.

تسهیلات ارزان‌قیمت

بانک پاسارگاد با هدف کمک به رشد و شکوفایی چرخه اقتصاد کشور و افزایش دامنه خدمات بانکی، اقدام به اعطای تسهیلات ارزان‌قیمت می‌کند. در بخش تسهیلات ارزان‌قیمت، به اشخاص حقوقی، صاحبان مشاغل، فعالان اقتصادی و پذیرندگان فعال دستگاه‌های کارت‌خوان بانک (دارای مجوز فعالیت) که مخاطبان اصلی این طرح هستند، متناسب با ضریب امتیازی کسب شده تسهیلات ارائه می‌شود. در واقع مشتریان با توجه به امتیازات کسب شده می‌توانند نسبت به درخواست مبلغ تسهیلات خود اقدام کنند.

ایجاد اعتبار اسنادی داخلی

امروزه با وجود برخی خدمات و محصولات بانکی، انجام بسیاری از فعالیت‌های تجاری به راحتی امکان‌پذیر است. یکی از نیازهای موجود در فعالیت‌های تجاری و اقتصادی، انجام معامله بین خریدار و فروشنده در فضای قابل اعتماد و بدون ریسک است. بانک پاسارگاد با ارائه خدمات گشایش اعتبار اسنادی داخلی، ضمن اعتمادسازی میان طرفین قرارداد، کلیه شرایط لازم برای انجام معامله بدون ریسک را نیز برای خریداران و فروشندگان داخلی فراهم می‌کند. اعتبار اسنادی، این امکان را فراهم می‌آورد که طرفین با اتکا به این ابزار، در فضایی آرام به دور از مخاطرات و بی‌اعتمادی به تبادلات تجاری بپردازند. خریداران با استفاده از این خدمات می‌توانند از مزایایی نظیر تامین کالا و مواد اولیه با حداقل نقدینگی، دریافت اعتبار با کارمزد کمتر از تسهیلات و پرداخت‌وجه به فروشنده بعد از اجرای کامل تعهدات توسط ایشان برخوردار شوند. همچنین فروشندگان نیز ضمن اعتماد به خریدار از دریافت کامل مبلغ قرارداد فروش اطمینان حاصل می‌کنند.

صدور ضمانت‌نامه بانکی

صدور ضمانت‌نامه بانکی، خدمت دیگری از بسته حمایتی ویژه بانک پاسارگاد است. این خدمت موجب تسهیل مبادلات اقتصادی و تجاری می‌شود. بانک پاسارگاد امکان دریافت این خدمات را با شرایط آسان و سریع فراهم کرده است. صدور انواع ضمانت‌نامه‌های پیمانکاری (شرکت در مناقصه/مزایده، حسن انجام کار یا تعهدات، پیش‌پرداخت و کسور وجه‌الضمان)، انواع ضمانت‌نامه‌های تعهد پرداخت (گمرکی، مالیاتی، خروج از کشور، نظام وظیفه، آژانس‌های مسافرتی) و سایر ضمانت‌نامه‌ها برای کلیه اشخاص حقیقی و حقوقی به افزایش سرعت حرکت بنگاه‌های اقتصادی در مسیر دریافت انواع تسهیلات کمک می‌کند.

مجموعه خدمات ارائه‌شده در بسته حمایتی بانک پاسارگاد، این امکان را برای مشتریان این بانک ایجاد کرده است که با دریافت مشاوره تخصصی بانکی، مناسب‌ترین خدمت بانکی را انتخاب کنند، در تامین مالی به تسهیلات ارزان‌قیمت دسترسی داشته باشند، با استفاده از اعتبار اسنادی داخلی، ریسک را در معاملات خود از بین برند و در صورت نیاز ضمانت‌نامه موردنیاز خود را با اطمینان دریافت کنند.

اصلاح قانون تجارت بالاخره به کجا رسید؟

سویه‌های تاریک قانون تجارت

فرصت امروز: اصلاح قانون تجارت از سال ۱۳۸۴ در دستور کار مجلس است و به دلیل اهمیت آن به عنوان قانون مادر در اقتصاد ایران، به یکی از لوایح بحث‌انگیز در دوره‌های مختلف مجلس شورای اسلامی تبدیل شده است. حوالی سال ۱۳۸۴ بود که تعدادی از حقوقدانان و نمایندگان دستگاه‌های دولتی گردهم آمدند تا قانون جدیدی برای تجارت بنویسند و این لایحه با همکاری دولت و قوه قضائیه در تیرماه این سال تقدیم مجلس شد، اما کارشناسان به این لایحه انتقادات زیادی وارد کردند و همین امر باعث تغییرات متعددی در متن آن شد. نهایتا این لایحه در مردادماه ۱۳۹۸ و با وجود واکنش منفی کارشناسان و فعالان اقتصادی، در آخرین روزهای فعالیت مجلس دهم به تصویب رسید، اما شورای نگهبان باز هم ایرادات مختلفی به آن گرفت و بدین ترتیب، لایحه اصلاح تجارت مجددا به مجلس بازگردانده شد.

در ادامه با روی کار آمدن مجلس یازدهم، این لایحه دوباره در دستور کار قرار گرفت و پیگیری‌ها نشان می‌دهد که از چهار کتاب لایحه تجارت (تعریف تاجر و عملیات تجارتی، اشخاص حقوقی و شرکت‌ها، مقررات اسناد تجارتی و ورشکستگی)، دو کتاب آن به تصویب رسیده و پس از نهایی‌شدن کتاب سوم و ارزیابی کتاب چهارم در کمیسیون حقوقی مجلس، نهایتا کل لایحه اصلاح تجارت در صحن علنی بهارستان مطرح می‌شود تا در معرض رأی نمایندگان مردم قرار گیرد. در این بین، بخش خصوصی خواستار اصلاح قانون تجارت به صورت بخش به بخش با پرهیز از تغییر یک‌باره تمام مباحث قانونی برای جلوگیری از برهم‌خوردن نظم تجاری موجود است.

آنچه بر اصلاح قانون تجارت گذشت

لایحه اصلاح قانون تجارت در تیرماه ۱۳۸۴ در قالب ۱۰۲۸ ماده در اختیار نمایندگان مجلس قرار می‌گیرد. سپس مرکز پژوهش‌های مجلس تغییرات عمده‌ای در لایحه ایجاد می‌کند و همچنین مواد آن را به ۱۲۶۱ ماده افزایش می‌دهد. این متن اوایل دی ماه ۱۳۹۰ در کمیسیون قضایی و حقوقی مجلس تصویب می‌شود و اجرای آزمایشی آن برای مدت پنج سال طبق اصل ۸۵ قانون اساسی درخواست می‌گردد. بدن ترتیب، در فروردین ماه ۱۳۹۱ مجلس شورای اسلامی پیشنهاد کمیسیون برای اجرای آزمایشی پنج ساله لایحه قانون تجارت برابر اصل ۸۵ را تصویب می‌کند، اما یک ماه بعد شورای نگهبان با این تذکر که امور مربوطه به طور طبیعی و عادی جریان دارد و خلأ قانونی به نحو کلی که جبران آن ضروری باشد در این رابطه وجود ندارد، مورد را از موارد اصل ۸۵ ندانسته و علاوه بر آن به دلیل وجود ابهامات و مشکلات عدیده، آن را مغایر اصل ۸۵ تشخیص داده و مصوبه را رد می‌کند.

در اسفندماه ۱۳۹۲ کمیسیون قضایی و حقوقی مجلس طبق اصل ۸۵ قانون اساسی لایحه تجارت را بدون تغییر تصویب کرده و مجددا درخواست تصویب آن در صحن علنی براساس اصل ۸۵ قانون اساسی برای یک دوره آزمایشی چهار ساله را ارائه می‌دهد و این درخواست در فروردین سال بعد به تصویب مجلس می‌رسد. هرچند شورای نگهبان در خردادماه ۱۳۹۳ به این دلیل که «علی‌رغم تغییرات به عمل آمده، ایراد سابق این شورا کماکان به قوت خود باقی است» لایحه را به مجلس اعاده می‌کند. در این مدت، مرکز پژوهش‌ها بار دیگر بدون آنکه از جامعه حقوقی و فعالان اقتصادی مشورت‌خواهی کند، تغییرات عمده‌ای در لایحه به عمل می‌آورد، به طوری که متن موجود شباهت چندانی با لایحه تقدیمی دولت پیدا نمی‌کند. نهایتا پس از گذشت چند سال از آغاز بررسی لایحه تجارت، سرانجام در سال ۱۳۹۷ از پارلمان بخش خصوصی برای حضور در جلسات کمیسیون قضایی مجلس برای بررسی لایحه تجارت (براساس متن تهیه‌شده توسط مرکز پژوهش‌ها) دعوت به عمل می‌آید، هرچند که این حضور اتاق بازرگانی منتج به نتیجه‌ای نمی‌شود و متنی که به صحن علنی مجلس ارائه می‌شود، بدون توجه به نظرات بخش خصوصی تنظیم می‌شود.

در مجموع، نمایندگان مجلس در حال بررسی لایحه مهمی هستند که به‌عنوان یک قانون مادر شناخته می‌شود و سابقه‌ای ۸۰ ساله دارد. در صورت تصویب این لایحه که بسیاری از مواد قانون قبلی آن تغییر داده شده، باید منتظر تغییراتی اساسی در مبادلات و سازوکارهای اقتصادی ازجمله قوانین کار و قراردادها بود، چراکه قانون تجارت شامل بیش از ۱۳۰۰ ماده قانونی می‌شود که تغییر هر کدام از آنها می‌تواند قاعده تبادلات اقتصادی را تغییر دهد.

خصوصیات کتاب اول لایحه تجارت

درباره سیر زمانی لایحه قانون تجارت و تغییراتی که در متن این لایحه صورت گرفت، احمد آتش‌هوش، رئیس کمیسیون حقوقی و حمایت قضائی و مقرراتی اتاق ایران می‌گوید: اوایل شهریور سال ۱۳۹۸ از طریق رسانه‌ها مطلع شدیم که لایحه قانون تجارت در صحن علنی مجلس شورای اسلامی در حال تصویب است. بلافاصله در جلسات شرکت کردیم و در این مرحله متوجه شدیم که متن و مواد کتاب اول که در حال تصویب است متفاوت از متن و مواد کتاب اول لایحه است که در اختیار اتاق قرار گرفته و نمایندگان اتاق در کمیسیون راجع به آن اظهارنظر کرده بودند.

به گفته وی، حضور نمایندگان اتاق در صحن علنی در زمان تصویب مواد مذکور در عمل بی‌نتیجه بود، زیرا طبق آیین‌نامه داخلی مجلس، لوایح و طرح‌هایی که از سوی کمیسیون‌ها به صحن علنی ارسال می‌شود برای مدت ۱۰ روز در اختیار نمایندگان است تا چنانچه نقطه نظراتی نسبت به هر یک از مواد آن دارند با ذکر ماده و نقطه نظر خود اعم از اصلاح، جرح، تعدیل و یا حذف به صورت مشخص و مکتوب به هیأت رئیسه اعلام کنند. در ارتباط با کتاب اول لایحه تجارت چون فقط یک نماینده و آن هم فقط در ارتباط با چند ماده از مواد مذکور که بیشتر هم جنبه ویرایشی داشت، در مهلت مذکور نقطه نظرات خود را اعلام کرده بود و آن هم مورد توجه نمایندگان قرار نگرفت، در نهایت کل مواد تنها قرائت و بدون هیچ بحث و اظهارنظری تصویب شد.

این فعال اقتصادی به نامه رئیس اتاق ایران به رئیس مجلس مبنی بر لزوم توقف رسیدگی و انجام مطالعات کارشناسی بر روی لایحه اشاره می‌کند و ادامه می‌دهد: در آن نامه، ایرادات لایحه مذکور تاکید و درخواست توقف فرآیند تصویب مطرح و در پاسخ نامه به حضور نمایندگان اتاق در صحن علنی و بیان نظرات آنها اشاره شد.

آتش‌هوش درباره خصوصیات کتاب اول لایحه تجارت می‌گوید: فصل اول این کتاب به مقررات عمومی قراردادهای تجارتی می‌پردازد که هیچ سابقه‌ای در اتاق نداشته و از آن بی‌اطلاع بودیم. در واقع این متن به یک‌باره به لایحه اضافه شد و هیچ‌گونه اظهارنظری درباره آن از اتاق درخواست نشده بود. این قسمت که تقریبا ترجمه مجموعه مقررات قراردادهای بین‌المللی (یونیدورا) است برمبنای حقوق عرفی تنظیم شده و با حقوق نوشته ایران تجانس چندانی ندارد. در این بخش از عبارات و مفاهیمی استفاده شده که در عرف تجاری و رویه قضایی ایران فاقد سابقه، معنا و مصادیق واحد بوده و می‌تواند موجب بروز اختلاف و زمینه‌ساز سوءاستفاده و تشکیل پرونده‌های قضائی شود. هرچند که اقتباس از قوانین خارجی و مورد استفاده در کشورهای پیشرفته می‌تواند امر پسندیده‌ای باشد، اما لازم است که این امر با رویه و عرف تجاری و قضایی کشور نیز همخوانی پیدا کند.

جنبه اقتصادی قانون تجارت مغفول ماند

رئیس کمیسیون حقوقی اتاق ایران درباره آخرین وضعیت لایحه اصلاح قانون تجارت توضیح می‌دهد: در شهریورماه سال ۱۳۹۸ کتاب اول لایحه مذکور شامل مقررات عمومی قراردادها و ۱۱ فصل دیگر دلالی، حق‌العمل کاری، نمایندگی تجاری، حمل‌ونقل، امانت‌گذاری در انبارهای عمومی، وثیقه تجارتی، معامله از طریق حراجی، لیزینگ نمایندگی توزیع، ضمانت، اعطای کسب‌وکار با فرانچایز به تصویب نهایی در صحن علنی مجلس رسید و در ادامه نیز کتاب دوم در باب اسناد تجاری تصویب شد. طبق صحبت‌های این فعال اقتصادی، در ابتدای سال ۱۳۹۹ قسمتی از لایحه که شامل مواد تصویب‌شده در صحن علنی مجلس بود به شورای نگهبان ارسال شد و شورا طی نامه‌ای با این ایراد که «مصوبه ارسالی، تنها بخشی از لایحه است» آن را مغایر اصل ۷۴ قانون اساسی تشخیص و به مجلس عودت داد. از آبان ماه سال ۱۳۹۹ مبحث شرکت‌ها و اشخاص حقوقی در کمیته حقوقی عمومی و بین‌الملل کمیسیون قضایی و حقوقی مجلس در حال بررسی است که تاکنون بیش از ۱۲ جلسه تشکیل و از ماده ۱۲۴ تا ماده ۳۷۰ بررسی شده است. به نظر می‌رسد که کمیسیون حقوقی مجلس در تلاش است تا رسیدگی به مبحث شرکت‌ها و اشخاص حقوقی را در سال جاری تمام کرده و آن را در ابتدای سال ۱۴۰۱ در دستور کار صحن علنی مجلس قرار دهند.

او در پایان با تاکید بر این نکته که موضوع قانون تجارت تنها جنبه حقوقی ندارد و باید به زوایای اقتصادی آن نیز توجه شود، می‌گوید: یکی از ایرادات عمده به فرآیند بررسی و تصویب لایحه تجارت در مجلس شورای اسلامی، عدم توجه به جنبه‌های اقتصادی مقررات قانون تجارت است. این لایحه در مجلس تنها توسط کمیسیون حقوقی بررسی شد و در نهایت پیش‌بینی می‌شود به دلیل تخصصی‌بودن موضوع در صحن علنی مجلس هم بدون تغییر خاصی به تصویب برسد؛ مانند همان اتفاقی که درباره کتاب اول این لایحه شاهد بودیم.

به اعتقاد آتش‌هوش، قانون تجارت ابزاری برای اعمال و اجرای دکترین و سیاست‌های کلان اقتصادی و بازرگانی کشور است و ضرورت دارد این سیاست‌ها تدوین شده و مورد توجه دقیق تنظیم‌کنندگان و تصویب‌کنندگان لایحه تجارت قرار گیرد. متاسفانه این امر مهم در فرآیند تنظیم و بررسی و تصویب لایحه مذکور مغفول مانده است.

دریچه

تراز تجاری ایران همچنان منفی است

۵ مشتری کالاهای ایرانی

اتاق بازرگانی تهران در جدیدترین گزارش خود به بررسی عملکرد تجاری ایران در ۹ ماهه سال ۱۴۰۰ پرداخته و ۱۰ شریک اصلی تجاری ایران را معرفی کرده است. با وجود آنکه هنوز سایه شیوع جهانی کرونا بر اقتصاد بسیاری از کشورهای جهان سنگینی می‌کند، اما با کاهش نسبی محدودیت‌ها و افزایش سرعت واکسیناسیون، بسیاری از آمارهای منفی سال گذشته جبران شده است. در ایران نیز هرچند هنوز تا رسیدن به آمارهای پیش از کرونا، قدری فاصله باقی مانده است، اما به نظر می‌رسد روند رو به رشد صادراتی که از ابتدای امسال آغاز شده، ادامه خواهد داشت.

آمارها نشان می‌دهد که تا پایان آذرماه امسال، میزان صادرات ایران از مرز ۳۵ میلیارد دلار گذشته که نشان‌دهنده افزایش حدودا ۴۰ درصدی نسبت به مدت مشابه سال گذشته است. در حوزه واردات نیز عملکرد حدودا ۳۷ میلیارد دلاری ثبت شده که نسبت به سال گذشته افزایشی بیش از ۳۶ درصدی را نشان می‌دهد. به این ترتیب همچنان تراز تجاری ایران منفی باقی مانده و در پایان ۹ ماه، با حدود ۱،۸ میلیارد دلار تراز تجاری به سمت واردات سنگینی می‌کند. از نظر وزنی نیز میزان صادرات ایران به ۹۳،۳ میلیون تن و واردات به ۳۰ میلیون تن رسیده که به ترتیب از افزایش ۹ درصدی و ۲۰ درصدی حکایت دارد. فاصله قابل توجه میان وزن و ارزش صادرات و واردات ایران نشان می‌دهد که همچنان بخش مهمی از صادرات کشور را کالاهای با ارزش افزوده پایین‌تر تشکیل می‌دهد و در مقابل در واردات، ارزش برخی از کالاها بالا بوده است.

بررسی عملکرد آذرماه نیز نشان می‌دهد که پس از کاهش نسبی عملکرد تجاری در آبان ماه، بار دیگر آمارها صعودی شده است. در آذرماه میزان کل تجارت کشور حدودا ۸ درصد افزایش یافته که البته از این آمار ۱۵ درصد مربوط به افزایش واردات و تنها ۰،۴ درصد مربوط به صادرات بوده است. از نظر وزنی نیز صادرات حدودا ۱۲ درصد و واردات حدودا ۱۹ درصد افزایش یافته است.

در میان مقاصد اصلی کالاهای ایرانی، تغییری رخ نداده و همچنان چین اصلی‌ترین مقصد کالاهای ایرانی به شمار می‌رود. در آذرماه امسال چین حدود ۱،۱ میلیارد دلار کالا از ایران وارد کرده است. پس از چین نیز کشورهای عراق با ۶۴۹، ترکیه با ۴۹۹، امارات متحده عربی با ۳۶۳ و افغانستان با ۱۴۱ میلیون دلار در رده‌های بعدی قرار دارند. تحلیل عملکرد صادراتی ایران نشان می‌دهد که برخلاف سال‌های گذشته که میزان واردات عراق به چین نزدیک شده بود، فاصله میان این دو کشور به شکلی جدی افزایش یافته است. همچنین هرچند سرعت صادرات ایران به افغانستان کاهش پیدا کرده، اما همچنان این کشور در میان مقاصد اصلی کالاهای ایران قرار دارد.

در میان صادرکنندگان کالا به ایران نیز همچنان رتبه نخست در اختیار امارات متحده عربی قرار دارد و این کشور در یک ماه حدود ۱،۴ میلیارد دلار کالا به ایران صادر کرده است. پس از آن چین، ترکیه، سوییس و آلمان قرار دارند. بدین ترتیب همچنان چین اصلی‌ترین شریک تجاری ایران به شمار می‌رود و پس از آن امارات متحده عربی قرار دارد. همچنین دو کشور اروپایی سوییس و آلمان نیز جایگاه خود را میان شرکای اصلی تجاری ایران حفظ کرده‌اند.

ضد و نقیض‌ها درباره افزایش قیمت بلیت هواپیما

ایرلاین‌ها: مقصر نیستیم

قانون جدید مالیات بر ارزش افزوده در حالی از روز دوشنبه ۱۳ دی ماه اجرایی شده است که این قانون شامل حوزه حمل‌ونقل هوایی هم شده و طی آن قیمت بلیت هواپیما دوباره ۴ درصد افزایش یافته است. هرچند در این میان، شرکت‌های هواپیمایی می‌گویند که در این زمینه مقصر نیستند، اما سازمان هواپیمایی کشور مترصد آن است تا این افزایش قیمت اعمال نشود.

از میانه این هفته و براساس قانون مصوب مجلس، عوارض ۵ درصدی شهرداری برای بلیت هواپیما حذف اما به جای آن مالیات بر ارزش افزوده ۹ درصدی تصویب و اعمال شد که در نهایت منجر به افزایش ۴ درصدی قیمت بلیت هواپیما شد. این مسئله باعث شد تا مردم انتقادات بسیاری در این باره مطرح کنند. در پاسخ به این انتقادات اما مقصود اسعدی سامانی، دبیر انجمن شرکت‌های هواپیمایی می‌گوید که ایرلاین‌ها مقصر این افزایش قیمت نیستند و برخی نمایندگانی که همواره نسبت به افزایش قیمت بلیت هواپیما اعتراض می‌کنند با وضع و تصویب این قانون باعث این افزایش نرخ شده‌اند.

او با بیان اینکه از روز دوشنبه نرخنامه جدید را براساس این قانون بر روی سایت انجمن قرار داده‌ایم و اگر بلیتی خارج از این نرخ‌ها فروخته شود، تخلف محسوب شده و با آن برخورد خواهیم کرد، به ایسنا گفت: البته شرکت‌های هواپیمایی با توجه به شناور بودن نرخ‌ها می‌توانند بلیت هواپیما را در مسیرهای داخلی عرضه کنند، اما باید در نظر داشته باشند که ۹ درصد از این مبلغ بابت مالیات بر ارزش افزوده کسر خواهد شد. به گفته دبیر انجمن شرکت‌های هواپیمایی، حدود ۱۲ درصد قیمت بلیت هواپیما در مسیرهای داخلی، ارتباطی به ایرلاین‌ها ندارد و مربوط به هزینه‌هایی مانند عوارض و مالیات است که به حساب شرکت‌های هواپیمایی واریز نمی‌شود.

سامانی با اشاره به اینکه موافق اجرای مالیات بر ارزش افزوده در حمل‌ونقل هوایی نیستیم، افزود: ایرلاین‌ها براساس قانون مذکور موظف هستند که مالیات بر ارزش افزوده را از مصرف‌کننده نهایی یعنی مسافر دریافت کرده و به حساب سازمان هواپیمایی کشوری برای پرداخت مالیات بر ارزش افزوده واریز کنند و این مسئله سبب می‌شود تا قیمت‌ها در این صنعت بالاتر رفته و بیش از پیش به ایرلاین‌ها فشار وارد شود.

این صحبت‌ها در حالی صورت گرفته که پیگیری‌ها نشان می‌دهد که همچنان بر سر افزایش قیمت ۴ درصدی قیمت بلیت هواپیما چانه‌زنی‌هایی در حال انجام است تا با توجه به اینکه ایرلاین‌ها قیمت بلیت هواپیما را در سال جاری یک بار افزایش داده‌اند، این هزینه را در قالب آن محاسبه و بهای اضافه‌ای را از مسافر بابت اعمال مالیات بر ارزش افزوده دریافت نکنند، اما آنچه که مشخص است اینکه ایرلاین‌ها پیش‌دستی کرده و این نرخ‌ها را اعمال کرده‌اند.

شاخص مدیران خرید اقتصاد در آذرماه به ۵۰،۹۷ واحد رسید

تعدیل خوش‌بینی در پایان پاییز

فرصت امروز: اقتصاد ایران هنوز هم بی‌ثبات است و آخرین وضعیت شاخص مدیران خرید در پایان پاییز نشان می‌دهد که امید بنگاه‌ها نسبت به آینده کاهش یافته است. فعالان اقتصادی همچنین از نوسان قیمت ارز و کمبود شدید نقدینگی در حوزه تولید کماکان گلایه دارند. از بین شاخص‌های متنوع و گوناگونی که توسط کشورها و سازمان‌های بین‌المللی منتشر می‌شوند، شاخص مدیران خرید (Purchasing Manager's Index) ازجمله مهمترین شاخص‌های اقتصادی است که مورد پذیرش اکثر کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه قرار دارد و در حال حاضر برای حدود ۲۹ هزار بنگاه بخش خصوصی در بیش از ۴۰ کشور دنیا محاسبه می‌شود. این شاخص در فارسی به اختصار «شامخ» نام‌گذاری شده و بازوی پژوهشی اتاق بازرگانی ایران، ماموریت محاسبه و انتشار آن را به عهده دارد.

شامخ اقتصاد ایران در آذرماه امسال در حالی به ۵۰،۹۷ واحد رسید که این رقم نسبت به ماه قبل ۰،۱ واحد کاهش نشان می‌دهد و همچنین کمترین نرخ در چهار ماه گذشته است. شامخ بخش صنعت نیز در پایان فصل پاییز ۵۶،۵۳ واحد محاسبه شد که ۰،۵۸ واحد پایین‌تر از ماه قبل یعنی آبان ماه است. برآیند دیدگاه‌های فعالان اقتصادی در این نظرسنجی نشان می‌دهد که ادامه رکود و نابسامانی قیمت‌های بازار ارز و کاهش قدرت خرید بر روی انتظارات مثبت فعالان اقتصادی اثر منفی گذاشته و شرکت‌ها به دلیل پایین آمدن قدرت خرید مشتریان، با کمبود نقدینگی و کاهش سفارشات مواجه شده‌اند. از سوی دیگر، به عقیده اکثر فعالان اقتصادی به دنبال نابسامانی شدید در ثبات قیمت ارز و سایر هزینه‌های تولید، امکان پیش‌بینی و برنامه‌ریزی برای ماه‌های آینده وجود ندارد و آنها نمی‌توانند هیچ افق برنامه‌ریزی برای ادامه فعالیت‌ها در ماه‌های آینده متصور باشند.

شامخ چیست و چطور محاسبه می‌شود؟

شاخص مدیران خرید یا همان شامخ براساس پایش پرسشنامه‌ای به دست می‌آید و تصویر جامع و ملموسی از شرایط اقتصاد کلان به ویژه وضعیت رونق و رکود در بخش‌های صنعت و خدمات ارائه می‌دهد. در طرح شامخ از پاسخ‌دهندگان خواسته می‌شود به ۱۲ پرسش مطرح شده در قالب سه معیار وضعیت نسبت به ماه پیش (بهتر شده، بدتر شده و یا تغییری نکرده است) پاسخ دهند. در صورت انتخاب گزینه بیشتر از ماه قبل عدد یک، گزینه بدون تغییر عدد ۰،۵ و گزینه کمتر از ماه قبل عدد صفر برای آن پرسش ثبت می‌شود. مجموع حاصلضرب درصد پاسخگویان به هر یک از گزینه‌ها در عدد همان گزینه، مبین عدد شامخ در آن پرسش است.

در نهایت، معیار سنجش این شاخص عددی بین صفر تا صد است. عدد صفر و صد به ترتیب به معنای آن است که ۱۰۰ درصد پاسخگویان گزینه «بدتر شده است» و «بهتر شده است» را انتخاب کرده‌اند. عدد ۵۰ نیز نشان‌دهنده عدم تغییر وضعیت نسبت به ماه قبل، بالای ۵۰ نشانه بهبود وضعیت نسبت به ماه قبل و زیر ۵۰ به معنای بدتر شدن وضعیت نسبت به ماه قبل است. در این راستا چنانچه عدد محاسبه‌شده زیر ۵۰ باشد اما از عدد محاسبه‌شده ماه قبل بیشتر باشد، نشان می‌دهد که سرعت بدتر شدن وضعیت کاهش یافته است. در سوی مقابل نیز چنانچه عدد محاسبه‌شده بالای ۵۰ باشد اما از عدد ماه قبل کمتر باشد، نشان می‌دهد که سرعت بهبود وضعیت در مقایسه با ماه قبل کاهش یافته است.

حالا براساس آنچه مرکز پژوهش‌های اتاق ایران از شامخ کل اقتصاد و شامخ بخش صنعت در پایان فصل پاییز گزارش داده است، هر دو شاخص در آذرماه امسال افت کرده‌اند. از یکسو، شامخ اقتصاد ایران با ۰،۱ درصد کاهش نسبت به ماه قبل به ۵۰،۹۷ واحد رسید و از دیگر سو شامخ صنعت در پایان این ماه به رقم ۵۶،۵۳ رسید که نسبت به ماه قبل یعنی آبان ماه ۰،۵۸ واحد کاهش را نشان می‌دهد.

خوش‌بینی بنگاه‌های اقتصادی کم شد

به نظر می‌رسد ادامه رکود و نابسامانی قیمت ارز و کاهش قدرت خرید بر روی انتظارات مثبت فعالان اقتصادی در آذرماه تاثیر منفی گذاشته و شرکت‌ها به دلیل پایین آمدن قدرت خرید مشتریان، با کمبود نقدینگی و کاهش حجم سفارش مواجه شده‌اند. از آنجا که تأمین مواد اولیه و تجهیزات موردنیاز اکثر شرکت‌ها، به شدت به نرخ ارز وابسته است، تا ثبات در بازار ارز صورت نگیرد، فعالیت‌های اقتصادی همچنان با رکود و مشکلات مرتبط دست و پنجه نرم خواهند کرد. در این راستا، شاخص مدیران خرید (تعدیل فصلی نشده) برای کل اقتصاد ایران در آذرماه به ۵۰،۹۷ رسید. در این ماه به‌جز شاخص مقدار تولید محصولات و سرعت انجام و تحویل سفارش، سایر مؤلفه‌های اصلی زیر ۵۰ ثبت شده‌اند. دلیل اصلی کاهش شاخص کل در آذرماه به دلیل رکود بخش‌های ساختمان، خدمات و کشاورزی بوده است.

شاخص میزان فعالیت‌های کسب‌وکار در آذرماه (۵۳،۱۳) طی چهار ماه اخیر کمترین رشد را داشته و این شاخص در بخش ساختمان به دنبال اثرات فصلی با رکود و کاهش شدید همراه بوده است. شاخص میزان سفارشات جدید مشتریان (۴۸،۰) در آذرماه کاهش داشته، اما شدت کاهش آن اندکی نسبت به آبان کمتر بوده است. در آذرماه بخش ساختمان به دلیل اثرات فصلی با کاهش شدید تقاضا روبه‌رو بوده و بخش خدمات نیز به دنبال افزایش قیمت‌ها و کمبود شدید نقدینگی با کاهش تقاضای مشتریان روبه‌رو شده است.

همچنین شاخص موجودی مواد اولیه یا لوازم خریداری‌شده (۴۶،۴۹) در حالی در آذرماه (به دلیل رشد نرخ ارز و کمبود شدید نقدینگی) افزایش داشته که این شاخص در بخش‌های ساختمان و خدمات و کشاورزی افت زیادی کرده است. شاخص میزان استخدام و به‌کارگیری نیروی انسانی (۴۸،۷۴) نیز در آذرماه کاهش داشته و هم‌زمان با افزایش هزینه‌های بنگاه‌ها این شاخص به ویژه در بخش خدمات و کشاورزی و بعد از آن ساختمان با کاهش بیشتری همراه بوده است. شاخص میزان صادرات کالا یا خدمات (۴۷،۷۷) همچنان در آذرماه نیز کمتر از ۵۰ است و هرچند در هر سه بخش اقتصادی با کاهش روبه‌رو بوده اما شدت کاهش این شاخص در بخش صنعت بیشتر بوده است.

از نوسان نرخ ارز تا کمبود نقدینگی

اکثر صنایع در آذرماه، رشد کمتری نسبت به آبان ماه داشته‌اند و افزایش قیمت هزینه‌های تولید نظیر قیمت انرژی و مواد اولیه که منجر به افزایش قیمت محصولات در ماه گذشته شده بود، با توجه به کاهش قدرت خرید مشتریان بر کاهش سطح تقاضا اثر گذاشته است. به عقیده اکثر فعالان اقتصادی، به دنبال نابسامانی شدید در ثبات قیمت ارز و سایر هزینه‌های تولید، امکان پیش‌بینی و برنامه‌ریزی برای ماه‌های آینده وجود ندارد و نمی‌توانند هیچ افق برنامه‌ریزی برای ادامه فعالیت‌ها در ماه‌های آینده متصور باشند. از سوی دیگر، بسیاری از شرکت‌ها با مشکلاتی که صنایع بالادست مانند پتروشیمی‌ها در تأمین مواد اولیه و صنایع پایین‌دست مانند خودروسازی‌ها در پرداخت بدهی و تعهدات خود برای‌شان به وجود آوردند، روبه‌رو هستند.

این وضعیت نهایتا موجب شد تا شاخص مدیران خرید صنعت در آذرماه عدد ۵۶،۵۳ به دست بیاید و نرخ رشد فعالیت‌ها اندکی کمتر از ماه قبل باشد. در آذرماه همه زیرشاخص‌های اصلی شاخص صنعت، عدد بالای ۵۰ را ثبت کرده‌اند و شاخص کل صنعت در اکثر رشته فعالیت‌ها به‌جز صنایع فرآورده‌های نفت و گاز، صنایع پوشاک و چرم، بالای ۵۰ بوده و همچنین در صنایع لاستیک و پلاستیک و صنایع غذایی نیز عدد شاخص ۵۰ بوده است. شاخص مقدار تولید محصولات در آذرماه (۵۸،۸۴) نسبت به آبان رشد کمتری داشته که دلیل اصلی آن، کاهش رشد تقاضای مشتریان و کمبود نقدینگی است. همچنین شاخص موجودی مواد اولیه در آذرماه (۵۲،۶۰) برای اولین بار طی هفت ماه گذشته از اردیبهشت‌ماه افزایش داشته، با این حال همچنان شرکت‌ها با مشکل افزایش شدید قیمت مواد اولیه و نرخ ارز و نقدینگی پایین برای تأمین مواد موردنیاز مواجه هستند و صنایع پوشاک و چرم، شیمیایی، فلزی و فرآورده‌های نفت و گاز با کمبود مواد اولیه روبه‌رو هستند.

مالیات‌ستانی از خانه‌های خالی به در بسته خورد

کشاکش مالیاتی بر سر خانه خالی

از آنجا که بخشی از اطلاعات ارسالی وزارت راه و شهرسازی درباره خانه‌های خالی، پیش از اتمام مهلت قانونی برای خوداظهاری صاحبان این خانه‌ها اعلام شده است، سازمان امور مالیاتی نمی‌تواند از این اطلاعات ارسالی وزارت راه و شهرسازی استفاده کند. کما اینکه براساس تازه‌ترین اعلام مسئولان سازمان امور مالیاتی، از ۳ هزار و ۷۷۹ خانه خالی شناسایی شده، فقط از ۲ هزار و ۴۵۲ واحد مالیات اخذ می‌شود.

به گزارش ایسنا، در راستای اخذ مالیات از خانه‌های خالی، وزارت راه و شهرسازی تا پایان آذرماه سال ۱۴۰۰ فرصت داشت تا اطلاعات خانه‌های خالی شناسایی‌شده را که طبق قانون براساس خوداظهاری صاحبان این خانه‌ها اعلام شده است، در اختیار سازمان امور مالیاتی کشور قرار دهد. در این میان، وزارت راه و شهرسازی اعلام کرده که اطلاعات ۲ میلیون و ۳۰۰ هزار خانه خالی را به سازمان امور مالیاتی ارسال کرده است، حال آنکه سازمان مالیاتی این رقم را نپذیرفته است. پس از پایان مهلت آذرماه، سازمان امور مالیاتی اعلام کرد که اطلاعات ارائه‌شده از سوی وزارت راه و شهرسازی که از طریق CD در ۱۷ آذرماه در اختیار سازمان قرار گرفت، به این دلیل که ۱۵ روز زودتر از مهلت تعیین‌شده برای مردم ارسال شده است، نمی‌توان به این اطلاعات اکتفا کرد.

در شرایطی که تاکنون اجرای مالیات بر خانه‌های خالی به دلیل اختلاف بر سر نحوه معرفی این خانه‌ها به نتیجه نرسیده است، عضو کمیسیون اقتصادی مجلس، وزارت راه و شهرسازی را در این زمینه مقصر می‌داند و طبق گفته او، کمیسیون اقتصادی در سه مورد به کمیسیون اصل ۹۰ مجلس شورای اسلامی احضار شد و در موارد مختلف صحبت و صورت‌جلسه شد و جمع‌بندی در نهایت به اینجا رسید که وزارت راه و شهرسازی در این موضوع مسئول است. به گفته وی، اطلاعات یک میلیون و ۳۰۰ هزار خانه خالی که از آن صحبت می‌شود، مربوط به قانون قبلی (مالیات بر خانه‌های خالی) است و با توجه به قانون جدید، آن اطلاعات دیگر قابل بررسی نیست، در نتیجه کوتاهی وزارت راه و شهرسازی در اجرای قانون محرز است.

علاوه بر این، علی رستم‌پور، مدیرکل دفتر تنظیم مقررات و نظارت سازمان امور مالیاتی می‌گوید که طبق آخرین آمار سامانه ملی املاک و اسکان کشور، ۳ هزار و ۷۷۹ واحد مسکونی خالی شناسایی شده است که ۲ هزار و ۴۵۴ مورد از این واحدها کاربری مسکونی دارند و ما طبق قانون فقط از این تعداد می‌توانیم مالیات بگیریم.

او با بیان اینکه ۳ هزار و ۷۰۰ واحد خالی به ما اعلام و مقرر شده وزارت راه و شهرسازی آمار خود را راستی‌آزمایی کند، افزود: تعدد قوانین درباره مالیات بر خانه‌های خالی، یکی از مشکلاتی است که مانع اجرای این قوانین شده است. قوانین گذشته مالیاتی بر خانه‌های خالی بازدارنده نبود و همین دلیلی شد تا قانون جدید مصوب شود. به گفته این مقام مسئول در سازمان امور مالیاتی، مشخصات مالک و ملک برای دریافت مالیات باید مشخص باشد و هر گاه این دو قسمت مشخص شود ما برگه‌های مالیاتی را صادر خواهیم کرد.

اما چرا نمی‌توان از اطلاعات خانه‌های خالی استفاده کرد؟ در پاسخ به این سوال، پروانه اصلانی، مدیرکل دفتر اقتصاد مسکن با اشاره به اجرانشدن قانون اخذ مالیات بر خانه‌های خالی گفت: براساس قانونی که دولت مصوب کرده زمان خوداظهاری پایان آذرماه اعلام شده است. در قوانین گذشته اساس خوداظهاری مالکین نبوده، اما براساس قانون جدید، مبنا خوداظهاری است. براساس قانون قبلی، پیامک‌هایی به مالکین خانه‌های خالی فرستاده شد و سازمان امور مالیاتی به دلایلی از اطلاعاتی که سامانه املاک و اسکان احصا کرده نمی‌تواند استفاده و خانه‌های خالی واقعی را شناسایی کند. به گفته اصلانی، داده‌های یک میلیون و ۱۷۰ هزار خانه خالی را به سازمان مالیاتی فرستادیم و مشکلی که در این زمینه به وجود آمده، این است که داده‌های ارسالی براساس خوداظهاری مالکین نیست.

گفتنی است مطابق قانون مالیات خانه‌های خالی مصوب آذرماه سال گذشته، اگر واحد مسکونی در شهرهای بالای ۱۰۰ هزار نفر بیش از ۱۲۰ روز خالی از سکنه باشد، مشمول مالیات می‌شود و به ازای هر ماه بیش از زمان مذکور، ماهانه مشمول مالیاتی برمبنای مالیات بر درآمد اجاره به شرح ضرایب سال اول معادل شش برابر مالیات متعلقه، سال دوم معادل ۱۲ برابر مالیات متعلقه و سال سوم به بعد معادل ۱۸ برابر مالیات متعلقه خواهد شد.

فروش اوراق بدهی تا ۲۵۰ هزار میلیارد تومان افزایش پیدا می‌کند

تصویر اوراق در بودجه ۱۴۰۱

فرصت امروز: به نظر می‌رسد رقم واقعی فروش اوراق بدهی در لایحه بودجه ۱۴۰۱ بیشتر از رقم پیش‌بینی شده است و بررسی‌ها نشان می‌دهد که میزان فروش اوراق در لایحه بودجه سال آینده نه کمتر از ۱۰۰ هزار میلیارد تومان بلکه تا حدود ۲۵۰ هزار میلیارد تومان می‌تواند افزایش یابد. یعنی برخلاف آنچه که مسئولان سازمان برنامه و بودجه و وزارت اقتصاد اعلام کرده‌اند و گفته‌اند فروش اوراق در سال آینده نسبت به امسال کاهش خواهد یافت، تحلیل نهاد پژوهشی مجلس نشان می‌دهد که میزان فروش اوراق مالی از سوی دولت به دلایل سه‌گانه‌ای در سال آینده افزایش پیدا می‌کند و این رقم می‌تواند به حدود ۲۵۰ هزار میلیارد تومان نیز برسد؛ در حالی که رقم برآورد شده برای فروش اوراق در لایحه بودجه ۱۴۰۱ حدود ۹۸ هزار میلیارد تومان پیش‌بینی شده است. «تامین بخشی از ۱۵۶هزار میلیارد تومان کسری بودجه با اوراق»، «کمتر شدن میزان درآمدهای نفتی از رقم پیش‌بینی» و «ابهام در مصارف تبصره ۱۴ به‌ویژه در زمینه سیاست‌های حمایتی»، سه عاملی هستند که موجب رشد فروش اوراق در سال آینده خواهند شد.

به گفته مرکز پژوهش‌ها، «درخصوص استفاده از اوراق مالی اسلامی در نگاه اول ممکن است به نظر برسد که در لایحه بودجه ۱۴۰۱ رقم اوراق مالی اسلامی پایین بوده و از محل افزایش آن دولت می‌تواند سطح مخارج جاری و سرمایه‌گذاری خود را افزایش دهد؛ در صورتی که با نگاه دقیق‌تر به لایحه بودجه سال ۱۴۰۱ می‌توان دریافت میزان اوراق مالی اسلامی موردنیاز برای تامین مخارج عمومی سال آینده در عمل بسیار بیشتر از میزان پیش‌بینی‌شده خواهد بود.»

رقم مبهم فروش اوراق در لایحه بودجه

اولین بودجه دولت سیزدهم در حالی به بهارستان ارائه شده است که طبق تحلیل بازوی کارشناسی مجلس، میزان کسری بودجه سال ۱۴۰۱ به شرط تحقق ۱۰۰ درصدی هزینه‌ها، به ۱۵۶هزار میلیارد تومان خواهد رسید. همچنین رقم دقیق فروش اوراق بدهی، از مقدار پیش‌بینی‌شده در لایحه بودجه بیشتر خواهد شد و احتمالا به ۲۵۰هزار میلیارد تومان می‌رسد. پیش‌بینی مرکز پژوهش‌ها این است که حدود ۱۰۰هزار میلیارد تومان از کسری احتمالی ۱۵۶هزار میلیارد تومانی می‌تواند از طریق فروش اوراق تامین شود. همچنین با توجه به اینکه در تبصره ۱۴ بودجه، میزان مصارف با درآمدها متناسب نیست، فروش اوراق به میزان ۱۰۰هزار میلیارد تومان نیز برای تامین مصارف این تبصره موردنیاز است. در بخش درآمدهای نفتی نیز امکان کاهش درآمد پیش‌بینی‌شده وجود دارد که برای جبران آن نیز براساس قانون بودجه، فروش اوراق باید در دستور کار قرار گیرد. در مجموع رقم واقعی فروش اوراق می‌تواند به ۲۵۰هزار میلیارد تومان برسد؛ در این صورت خالص عرضه اوراق بدهی دولت بیش از ۱۰۰هزار میلیارد تومان خواهد بود.

رشد فروش اوراق در لایحه بودجه سال آینده طبق ادعای مرکز پژوهش‌ها در حالی است که مسئولان سازمان برنامه و بودجه و وزارت اقتصاد، کاهش اتکا به فروش اوراق را از اجزای اصلی اصلاحات ساختاری در بودجه ۱۴۰۱ دانسته و گفته‌اند فروش اوراق در سال آینده نسبت به سال جاری کاهش خواهد یافت. مطابق لایحه بودجه ۱۴۰۱، میزان فروش اوراق از سوی دولت کمتر از ۱۰۰هزار میلیارد تومان (دقیقا

۹۸ هزار میلیارد تومان) پیش‌بینی شده که با رقم پیش‌بینی‌شده در قانون بودجه امسال فاصله زیادی دارد. براساس قانون بودجه ۱۴۰۰ و مجوزهای شورای هماهنگی اقتصادی، رقم کل فروش اوراق در سال جاری می‌تواند تا ۲۰۰هزار میلیارد تومان هم افزایش یابد.

آنطور که مرکز پژوهش‌ها می‌گوید، سه عامل منجر به افزایش فروش اوراق در لایحه بودجه سال آینده می‌شود. اولین و مهمترین عامل افزایش اوراق بدهی، پوشش کسری احتمالی تعیین‌نشده طی سال است. کسری لایحه بودجه ۱۴۰۱ با فرض تامین ۱۰۰ درصدی هزینه‌ها، حدود ۱۵۶هزار میلیارد تومان خواهد بود. حتی با فرض اینکه دولت ۵۰هزار میلیارد تومان از کسری احتمالی تامین‌نشده خود را از محل کاهش تخصیص مصارف پوشش دهد، همچنان عملیات مالی دولت به حدود ۱۰۰ هزار میلیارد تومان منابع جدید نیاز دارد که احتمالا از محل اوراق پوشش داده خواهد شد.

عامل دوم افزایش اوراق دولتی، عدم‌تحقق احتمالی بخشی از منابع حاصل از صادرات نفت است و در لایحه بودجه این درخواست مطرح شده که به میزان عدم‌تحقق منابع حاصله، اوراق مالی اسلامی افزایش یابد. عامل سوم نیز عدم‌پیش‌بینی منابع کافی برای اجرای سیاست حمایتی جایگزین اصلاح نرخ ارز ترجیحی در تبصره ۱۴ لایحه بودجه است که به نظر می‌رسد نیازمند حدود ۱۰۰ هزار میلیارد تومان است که به رقم قبلی اضافه می‌شود و بخشی از آن از محل اوراق بدهی تامین مالی خواهد شد. بدین ترتیب به نظر می‌رسد رقم واقعی اوراق بدهی در عملیات مالی سال ۱۴۰۱ دولت به حدود ۲۵۰هزار میلیارد تومان می‌رسد. در این صورت خالص عرضه اوراق بدهی دولت بیش از ۱۰۰ هزار میلیارد تومان خواهد بود.

پوشش کسری بودجه با فروش اوراق

مرکز پژوهش‌ها در گزارش خود با عنوان «بررسی لایحه بودجه سال ۱۴۰۱ کل کشور»، یکی از دلایل کسری بودجه ۱۵۶هزار میلیارد تومانی را بیش‌برآوردی درآمدهای مالیاتی عنوان می‌کند، چراکه میزان درآمدهای مالیاتی پیش‌بینی‌شده برای سال ۱۴۰۱ افزایش قابل‌توجهی نسبت به قانون بودجه سال ۱۴۰۰ داشته و حدود ۷۰درصد رشد را تجربه کرده است؛ حال آنکه براساس قانون «درآمد پایدار شهرداری‌های کشور» در سال ۱۴۰۱ یک واحد درصد از مالیات ارزش‌افزوده سهم دولت که تا پیش از این ۵درصد بود، کاهش یافته و به سهم شهرداری‌ها اضافه می‌شود. همچنین مطابق بند ف تبصره ۶ لایحه بودجه ۱۴۰۱، مالیات‌های مستقیم ناظر به اشخاص حقوقی دارای پروانه بهره‌برداری، ۵درصد کاهش می‌یابد.

این دو تغییر مهم در سال آینده موجب کاهش درآمدهای مالیاتی دولت خواهد شد. البته احکامی در جهت افزایش درآمد مالیاتی نسبت به سال قبل در برخی از حوزه‌ها پیشنهاد شده که پیش‌بینی می‌شود پوشش‌دهنده این میزان از رشد درآمدهای مالیاتی نباشد. علاوه بر اینها، اگر میزان تورم مبنا قرار گیرد، این سطح از افزایش مالیات‌ها نمی‌تواند محقق شود، زیرا در سال‌های گذشته میزان افزایش مالیات همواره کمتر از میزان تورم بوده و پیش‌بینی می‌شود در سال آینده نیز درآمدهای مالیاتی کمتر از تورم محقق شود. همچنین اگر بتوان پیش‌بینی تورم ۳۰درصدی را مبنا قرار داد، میزان افزایش درآمدهای مالیاتی به میزان ۷۰درصد بدون اصلاحات ساختاری در زمینه قانون مالیات و تعریف پایه‌های مالیاتی جدید نمی‌تواند محقق شود. بر همین اساس می‌توان پیش‌بینی کرد که بیش‌برآوردی مالیات نیز می‌تواند میزان فروش اوراق را در سال آینده افزایش دهد.

براساس لایحه بودجه ۱۴۰۱، رقم بازپرداخت اصل و سود اوراق مالی در سال آینده حدود ۲۰۰هزار میلیارد تومان خواهد بود که نسبت به سال جاری حدود ۳۳درصد افزایش داشته است. در سال جاری دولت مکلف به بازپرداخت ۱۵۰هزار میلیارد تومان به صورت اصل و سود اوراق بوده است. دولت در لایحه بودجه ۱۴۰۱ پیش‌بینی کرده که برای بازپرداخت اصل اوراق مالی در سال آینده به ۱۵۰هزار میلیارد تومان منابع و برای بازپرداخت سود اوراق به حدود ۵۰هزار میلیارد تومان منابع نیاز دارد. اگر بتوان فروش ۲۵۰هزار میلیارد تومان اوراق را در سال آینده مبنا قرار داد، میزان خالص عرضه اوراق بدهی دولت که مابه‌التفاوت میزان فروش اوراق مالی و بازپرداخت اصل اوراق در سال آینده است، به رقم ۱۰۰هزار میلیارد تومان می‌رسد که در سال‌های آینده باید جبران شود. این امر، لزوم کاهش هزینه‌ها در سال‌های آینده به منظور جلوگیری از بحران‌های مالی را گوشزد می‌کند.

نیازمند سرمایه‌گذاری ۴۰۰ میلیارد دلاری در ۵ سال آینده هستیم

دورنمای اقتصاد ایران پس از احیای برجام

هشتمین دور مذاکرات وین که همزمان با آغاز سال نو میلادی به مدت سه روز متوقف شده بود، از روز دوشنبه ۱۳ دی ماه مجددا در هتل کوبورگ ازسر گرفته شد و با توجه به سیگنال‌های مثبتی که از سوی طرف‌های برجامی مخابره می‌شود، به نظر می‌رسد که حصول توافق دست‌یافتنی است. واحد اطلاعات اکونومیست (EIU) نیز چندی پیش در یک گزارش تحلیلی ویژه ایران، به ترسیم دورنمای اقتصاد ایران پس از توافق وین پرداخت و پیش‌بینی کرد که یک توافق محدود میان ایران و طرف‌های برجامی حاصل خواهد شد و در نیمه نخست سال آینده میلادی به احتمال زیاد تحریم‌های نفتی برداشته می‌شود. بدین ترتیب، این توافق زمینه را برای افزایش رشد اقتصادی تا محدوده ۸,۹ درصد و کاهش نرخ تورم به سطح ۲۳درصد در سال ۲۰۲۲ فراهم خواهد کرد. هرچند که در صورت بازگشت احتمالی تحریم‌ها، رقم تولید ناخالص داخلی مجددا در ۲,۹ درصد در سال ۲۰۲۳، منفی ۲,۱ درصد در سال ۲۰۲۴، منفی ۲,۶ درصد در سال ۲۰۲۵ و منفی ۲,۲ درصد در سال ۲۰۲۶ خواهد رسید. به اعتقاد تحلیلگران «اکونومیست»، اقتصاد ایران یکی از بزرگ‌ترین اقتصادهای منطقه خواهد ماند و در صورت رفع اختلافات در روابط خارجی می‌تواند چشم‌اندازی اغواکننده برای سرمایه‌گذاران داشته باشد، اما همچنان با چالش‌ها و تهدیداتی روبه‌روست؛ کما اینکه کسری بودجه ساختاری، سیاست ارز چندنرخی، نیاز به سرمایه‌گذاری در صنایع و کاهش نرخ مشارکت اقتصادی از جمله مواردی است که اقتصاد ایران را در سه سال آینده تهدید می‌کند.

در این زمینه، وحید شقاقی با اشاره سمت و سوی اقتصاد ایران پس از احیای برجام می‌گوید: «یکی از حوزه‌هایی که باید تکلیفش به سرعت مشخص شود، بحث مذاکرات هسته‌ای است. هر چقدر این مسئله به درازا بکشد، جذب سرمایه‌گذاری مشکل‌تر خواهد بود. البته این یکی از مسائل ماست چراکه مسائل FATF، چالش‌های منطقه‌ای و بین‌المللی هم باید هرچه سریع‌تر وضعیتش روشن‌تر شود تا بتوانیم سرمایه‌های داخلی و خارجی را جذب اقتصاد ایران کنیم.» به گفته این اقتصاددان، «اقتصاد ایران در پنج سال آینده نیازمند بیش از ۴۰۰ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری است.»

شقاقی درباره پیش‌بینی خود از وضعیت اقتصادی کشور در صورت احیای برجام به «انتخاب» می‌گوید: «یک دهه اقتصادی ما با تحریم‌ها سپری شد. یعنی عملا دهه ۹۰ را باید دهه تحریم‌ها نام‌گذاری کرد. دو بار شدیدا اقتصاد ایران تحریم شد؛ تحریم‌های دور اول از سال ۹۰ شروع شد و تا سال ۹۴ به طول انجامید. درست است که در سال ۹۲ تحریم‌ها کمرنگ‌تر شد، ولی تا مذاکرات آغاز شود و به سرانجام برسد، اواخر سال ۹۴ شد. اقتصاد ایران در سال‌های ۹۵ و ۹۶ یک تنفسی کشید، ولی دوباره از ۹۷ تحریم‌ها آغاز شد و تاکنون ادامه دارد.»

او با تاکید بر اینکه تحریم‌ها موجب شدند که اقتصاد ایران کاملا پیش‌بینی‌ناپذیر باشد، ادامه می‌دهد: «این پیش‌بینی‌ناپذیری و افزایش ریسک اقتصادی و سیاسی موجب شد که یک دهه در اقتصاد ایران سرمایه‌گذاری انجام نشود. میانگین رشد تشکیل سرمایه ثابت ناخالص در دهه ۹۰، منفی ۵ درصد شد و در سه سال اخیر هم یک اتفاق نادری در اقتصاد ایران افتاده و آن هم این است که رشد هزینه‌های استهلاک از رشد سرمایه‌گذاری پیشی گرفته و موجب شده که اقتصاد کشور وارد دوران فرسودگی شود و زیرساخت‌های کشور به تدریج در حال فرسوده‌تر شدن است.»

طبق برآورد شقاقی، «برای کنترل ناترازی‌ها، جلوگیری از تشدید فرسودگی اقتصاد و حفظ شرایط موجود، به بیش از ۴۰۰ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری نیاز داریم. بدان معنا که با ناترازی آب، صندوق‌های بازنشستگی، بانک‌ها و فرسودگی زیرساخت‌ها و ضرورت سرمایه‌گذاری در انرژی (برق، گاز و نفت) به دست‌کم ۴۰۰ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری نیاز داریم و طبیعتا لازمه سرمایه‌گذاری، ثبات و پیش‌بینی‌پذیری اقتصاد و جذب منابع داخلی و خارجی است.»

این اقتصاددان با بیان اینکه ۴۰۰ میلیارد دلار عدد بالایی برای سرمایه‌گذاری است و این عدد برای پنج سال پیش روست، می‌افزاید: «جذب این حجم بزرگ از سرمایه‌گذاری نیازمند حل مناقشات بین‌المللی و منطقه‌ای، کاهش ریسک اقتصادی و سیاسی و پیش‌بینی‌پذیر بودن اقتصاد است و طبیعتا یکی از حوزه‌هایی که باید تکلیفش به سرعت مشخص شود، بحث مذاکرات هسته‌ای است. در بخش انرژی بیش از ۱۵۰ میلیارد دلار سرمایه نیاز داریم. همچنین ناترازی صندوق‌های بازنشستگی بیش از هزار و ۵۰۰ هزار میلیارد تومان منابع نیاز دارد، ناترازی بانک‌ها هم بیش از هزار هزار میلیارد تومان منابع می‌خواهد و بحث چالش‌ها نیز نیازمند یک منابع عظیم سرمایه‌گذاری است؛ بنابراین برای پنج سال آینده نیازمند بیش از ۴۰۰ میلیارد دلار منابع و سرمایه‌گذاری هستیم. به همین دلیل چالش‌های منطقه‌ای و بین‌المللی را باید هرچه سریع‌تر به یک نتیجه روشن برسانیم و سعی کنیم اقتصاد پیش‌بینی‌پذیر و یا ثابت شود و ریسک‌های سیاسی و اقتصادی برطرف شود تا سرمایه‌گذار داخلی و خارجی جذب اقتصاد ایران شود.»

او در پاسخ به اینکه در صورت احیای برجام، نرخ دلار و تورم چه وضعیتی پیدا می‌کنند، می‌گوید: «طبیعتا بخشی از افزایش قیمت دلار به دلیل انتظارات تورمی است و بخش دیگر به دلیل ناترازی‌های بانکی، بودجه‌ای و تجاری است، ولی انتظارات تورمی هم سهم مهمی را دارد. با این استدلال حل کردن مشکل تحریم‌ها می‌تواند هم به کاهش انتظارات تورمی منجر شود و هم می‌تواند به بهبود ناترازی بودجه‌ای و تجاری اقتصاد ایران کمک کند. می‌توانیم امیدوار باشیم با حل مسئله هسته‌ای و کاهش تحریم‌ها شاهد فروکش انتظارات تورمی و مهمتر از آن، ثبات بازار ارز در کشور باشیم چراکه ثبات بازار ارز از خود قیمت ارز مهم‌تر است.»

بانک‌نامه

براساس بخشنامه جدید بانک مرکزی

سهمیه ارز مسافرتی کم شد

طبق گفته رئیس سابق کانون صرافان، بانک مرکزی سهمیه ارز مسافرتی را تغییر داده و طبق آن، میزان فروش ارز مسافرتی توسط صرافی‌ها برای کشورهای با ویزا، ۲۰۰۰ یورو و برای کشورهای بدون ویزا معادل ۳۰۰ یورو شده است.

کامران سلطانی‌زاده از کاهش سهمیه ارز مسافرتی همزمان با کاهش نرخ ارز خبر داد و گفت: براساس بخشنامه بانک مرکزی، حداکثر میزان فروش ارز توسط شرکت‌های صرافی بابت مسافرین بالای ۱۸ سال و یک بار در سال تا سقف مقرر برای کشورهای با ویزا به صورت هوایی معادل ۲۰۰۰ یورو، برای کشورهای بدون ویزا به صورت هوایی ۳۰۰ یورو و مسافرتی به صورت زمینی، ریلی و دریایی نیز ۳۰۰ یورو یا معادل آن به سایر ارزهاست.

او ضمن انتقاد از تغییرات متناوب در سرفصل‌های مصارف ارزی خدماتی جهت تامین و فروش اسکناس افزود: قرار بر این بوده است تا بازار ارز متناسب با عرضه و تقاضا حرکت کند، اما متاسفانه در عرضه و تقاضا دخالت می‌شود.

براساس این گزارش، بانک مرکزی در اوایل آذرماه میزان ارز مسافرتی و ارز موردنیاز برای شرکت در دوره‌های آموزشی و پژوهشی را از ۲۰۰۰ یورو به ۲۲۰۰ یورو افزایش داد و بر تداوم روند تخصیص ارز به صورت اسکناس با مصارف خدماتی بیست‌وپنج‌گانه تاکید کرد و از شبکه صرافی‌های کشور خواست در صورتی که متقاضیان درخواست خرید ارز برای مصارفی، به جز مصارف تعریف شده در فهرست مذکور دارند، به بانک مرکزی اعلام کنند.

یک مقام مسئول در بانک مرکزی در پاسخ به این سوال که چرا سهمیه ارز مسافرتی تغییر کرد، به ایبنا گفت: بانک مرکزی دستورالعمل جدیدی را درخصوص فروش ارزهای مسافرتی ابلاغ کرد. پیش از این براساس دستورالعمل بانک مرکزی برای همه مسافران اعم از سفر هوایی و زمینی و با ویزا و بدون ویزا به طور یکسان ۲۲۰۰ یورو بود. به گفته این کارشناس ارزی، رصد و پایش بانک مرکزی و دیگر دستگاه‌های نظارتی و همچنین گزارش‌های مردمی دال بر ایجاد تخلفات و سوءاستفاده‌هایی در این زمینه بود. بنابراین با بررسی‌های انجام‌شده و همچنین جلسات متعددی که برگزار کردیم مقرر شد براساس تکلیف دولت، بانک مرکزی در سرفصل‌های مسافرتی تغییراتی اعمال کند. مطابق این تغییرات، سرفصل‌های ارز مسافرتی به سه طبقه تقسیم شد که به سفرهای هوایی با ویزا ۲ هزار یورو، سفرهای هوایی بدون ویزا ۳۰۰ یورو و سفرهای زمینی، ریلی و دریایی ۳۰۰ یورو ارز مسافری تعلق می‌گیرد. البته این اقدام در راستای ساماندهی وضعیت فروش ارز مسافرتی بود و هیچ‌گونه کمبودی در منابع ارزی کشور نداریم و نگرانی در این زمینه وجود ندارد.

کاهش ۱۷۰ هزار تومانی قیمت سکه

دلار به کانال ۲۸ هزار تومان رسید

با سرعت گرفتن کاهش نرخ ارز، قیمت دلار در بازار آزاد تهران به کانال ۲۸هزار تومان بازگشت. در پایان روز سه‌شنبه و به دنبال روند نزولی قیمت‌ها در بازار ارز، قیمت دلار به کانال ۲۸ هزار تومان بازگشت و به رقم ۲۸ هزار و ۹۹۰ تومان در بازار آزاد رسید. نرخ دلار در صرافی‌های بانکی نیز با ۲۰۲ تومان کاهش قیمت نسبت به روز قبل، ۲۷ هزار و ۱۹۳ تومان معامله شد. قیمت فروش یورو هم بدون تغییر در همان رقم ۳۰ هزار و ۵۷۵ تومان دادوستد شد. خرید هر دلار ۲۶ هزار و ۶۵۴ تومان و نرخ خرید هر یورو نیز ۲۹ هزار و ۹۷۰ تومان اعلام شد.

در بازار سکه و طلا نیز شاهد کاهش ۱۷۰ هزار تومانی قیمت سکه بودیم. بدین ترتیب، ارزش هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید با کاهش ۱۷۰ هزار تومانی در روز سه‌شنبه به رقم ۱۲ میلیون و ۸۰۰ هزار تومان رسید و سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم با قیمت ۱۲ میلیون و ۵۵۰ هزار تومان معامله شد. همچنین نیم‌سکه بهار آزادی ۶ میلیون و ۷۰۰ هزار تومان، ربع سکه ۳میلیون و ۷۵۰ هزار تومان و سکه یک گرمی ۲ میلیون و ۳۲۰ هزار تومان قیمت خورد. در بازار طلا نیز نرخ هر گرم طلای ۱۸ عیار به یک میلیون و ۲۶۵ هزار تومان رسید و قیمت هر مثقال طلا نیز ۵ میلیون و ۴۸۳ هزار تومان شد. قیمت اُنس جهانی طلا نیز با ۲۰ دلار کاهش قیمت نسبت به روز قبل با نرخ یک‌هزار و ۸۰۶ دلار و ۱۵ سنت معامله شد.

نوبت اول

شرکت آب و فاضلاب استان ایلام

آگهی مناقصه عمومی یک مرحله ای شماره ۲۸

شرکت آب و فاضلاب استان ایلام در نظر دارد انجام پروژه های با مشخصات ذیل را از طریق مناقصه عمومی به پیمانکاران دارای گواهی صلاحیت صادره از سازمان مدیریت و برنامه ریزی در رشته مورد نیاز بشرح جدول ذیل و همچنین دارنده گواهینامه صلاحیت ایمنی صادره از اداره تعاون، کار و رفاه اجتماعی واگذار نماید. لذا از پیمانکاران واجد شرایط دعوت بعمل می آید جهت دریافت اسناد و شرکت در مناقصه و ارائه پیشنهاد قیمت به سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس setadiran.ir مراجعه نمایند. جهت کسب اطلاعات بیشتر با شماره تلفن ۷- ۰۸۴۳۲۲۳۰۱۲۰ داخلی ۳۱۳ گروه قراردادها تماس حاصل فرمایید. در ضمن مبالغ تضمین براساس آیین نامه تضمین معاملات دولتی می باشد.

تذکر: پرداخت هزینه آگهی های مناقصه به عهده برنده می باشد.

شماره	عنوان مناقصه شهرستان محل اجرا	مدت پیمان ماه	رشته کاربری	برآورد اولیه (ریال)	مبلغ تضمین (ریال)
۱۴۰۰۱۳۸	تقویت و ارتقا، حفاظت پیرامونی و روشنایی ایستگاههای پمپاژ چهارگانه سد ایلام – شماره مناقصه: ۱۴۰۰۱۳۸	۲	انفورماتیک حداقل پایه ۵	۱۶۰۰۰۰۰۰۰۰۰	۸۰۰۰۰۰۰۰۰
۱۴۰۰۱۲۲	احداث مخزن ۲۰۰۰ متر مکعبی آبدانان– شماره مناقصه: ۱۴۰۰۱۲۲ مناقصه بار اول	۸	رشته « آب» حداقل پایه ۵	۴۵/۱۴۸/۴۲۴/۰۶۵	۲/۲۵۷/۴۲۱/۲۰۳
۱۴۰۰۱۲۵	احداث مخزن ۲۰۰۰ متر مکعبی سراب باغ آبدانان– شماره مناقصه: ۱۴۰۰۱۲۵ مناقصه بار اول	۸		۴۶/۰۹۴/۸۷۶/۳۳۵	۲/۳۰۴/۷۴۳/۸۱۷
۱۴۰۰۱۳۶	احداث مخزن ۱۰۰۰ متر مکعبی روستای چشمه کبود– شماره مناقصه: ۱۴۰۰۱۳۶ مناقصه بار اول	۴		۲۳/۴۳۰/۲۲۸/۱۷۱	۱/۱۷۱/۵۱۱/۴۰۹
۱۴۰۰۱۴۰	اجرای خط انتقال آب روستای چشمه کبود– شماره مناقصه: ۱۴۰۰۱۴۰ مناقصه بار اول	۳		۱۳/۸۱۶/۰۵۹/۲۲۷	۶۹۰/۸۰۲/۹۶۱
۱۴۰۰۱۲۸	احداث مخزن ۲۰۰۰ متر مکعبی شهر چوار و روستاهای بهمن آباد و سلطان آباد – شماره مناقصه: ۱۴۰۰۱۲۸ مناقصه بار اول	۸		۴۹/۵۲۸/۱۴۴/۳۶۹	۴/۴۷۶/۴۰۷/۲۱۸
۱۴۰۰۱۳۹	احداث مخزن ۲۰۰۰ متر مکعبی شهرک قائم– شماره مناقصه: ۱۴۰۰۱۳۹ مناقصه بار اول	۸		۴۶/۷۸۰/۳۹۲/۶۱۵	۲/۳۳۹/۰۱۹/۶۳۱

تذکر: ارائه اصل ضمانت نامه (پاکت الف) علاوه بر بارگذاری در سامانه ستاد بصورت فیزیکی به دبیرخانه حراست واقع در میدان دفاع مقدس، شرکت آب و فاضلاب استان ایلام، دفتر حراست الزامی می باشد.

برای مناقصه ۱۴۰۰۱۳۸ گواهی صلاحیت پیمانکاری و تاییدیه نظام صنفی رایانه ای و گواهی صلاحیت ایمنی لازم می باشد.

مهلت دریافت (دانلود) اسناد از تاریخ: ۱۴۰۰/۱۰/۱۱ لغایت ۱۴۰۰/۱۰/۲۰ ساعت ۱۳ ب. ظ

مهلت ارائه پیشنهاد قیمت از تاریخ: ۱۴۰۰/۱۰/۲۰ لغایت ۱۴۰۰/۱۱/۰۲ ساعت ۱۳ ب.ظ

زمان برگزاری جلسه بازگشایی پاکات مناقصه: تاریخ ۱۴۰۰/۱۱/۰۴ ساعت ۱۰ ق. ظ

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۰/۱۰/۱۵

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۰/۱۰/۱۸

۲۰۵

روابط عمومی شرکت آب وفاضلاب استان ایلام

خبرخوان

در سال ۲۰۲۲ میلادی

بیت‌کوین ۲۲۰ هزار دلار خواهد شد؟

کارشناسان مدعی هستند که بیت‌کوین در سال ۲۰۲۲ در مسیر ۲۲۰ هزار دلاری شدن قرار خواهد گرفت، زیرا میلیاردرها در سراسر جهان، این ارز دیجیتال برتر را به‌عنوان پوششی در برابر ارز فیات تورمی خریداری می‌کنند. به گزارش «اکسپرس»، ماکس کایزر با اشاره به چشم‌انداز بیت‌کوین در سال ۲۰۲۲ می‌گوید: «پیش‌بینی من ارزش ۲۲۰ هزار دلاری در سال ۲۰۲۲ است. از السالوادور انقلاب بیت‌کوین گسترش خواهد یافت و من نیز در همین مسیر گام برمی‌دارم. پول فیات به سمت انقراض سوق داده خواهد شد.» همچنین توماس پیترفی، میلیاردر مجارستانی که زمانی مخالف ارزهای رمزنگاری شده بود، حالا حتی تجارت بیت‌کوین، اتریوم و لایت‌کوین را به مشتریان خود پیشنهاد می‌دهد و می‌گوید: «در صورتی که ارز فیات از بین برود دو تا سه درصد از دارایی خود را به ارزهای دیجیتال امن منتقل خواهد کرد. این امکان وجود دارد که ارزهای دیجیتال بازدهی خارق‌العاده‌ای داشته باشند اما عکس این موضوع نیز صادق است.» میلیاردر دیگر، کتی وود از مدیریت سرمایه‌گذاری آرک انتظار دارد که بیت‌کوین طی پنج سال آینده به ۵۰۰هزار دلار (۳۷۰هزار پوند) برسد. بدین ترتیب، سال جدید میلادی با پیش‌بینی‌های صعودی زیادی برای بیت‌کوین آغاز شده است که در حال حاضر در کانال ۴۶ هزار دلار قرار دارد.

در اولین روز معاملاتی ۲۰۲۲

سهام اپل چطور رکورد جهان را شکست؟

اپل به اولین شرکت جهان با ارزش سهام ۳ تریلیون دلاری (۲.۶ تریلیون یورو) تبدیل شد. این سهام با اطمینان سرمایه‌گذاران مبنی بر اینکه سازنده آیفون به عرضه محصولات پرفروش خود در بازارهای جدید مانند خودروهای خودکار و واقعیت مجازی ادامه خواهد داد، افزایش یافت. به گزارش «بریکینگ نیوز»، در اولین روز معاملات در سال ۲۰۲۲، سهام این شرکت سیلیکون ولی (مجموعه‌ای از شرکت‌های مطرح در حوزه انفورماتیک) به رکورد ۱۸۲.۸۸ دلار رسید. باارزش‌ترین شرکت جهان، اولین شرکتی است که به این مرحله شاخص رسیده است زیرا سرمایه‌گذاران شرط می‌بندند که تقاضای مشتریان برای خرید آیفون، مک‌بوک‌ها و خدماتی مانند اپل تیوی و اپل میوزیک ادامه دارد.جیک دلارهید، مدیر اجرایی یک شرکت مشاوره مالی مطرح در اوکلاهاما می‌گوید: «این دستاورد فوق‌العاده و شایسته تجلیل است و نشان می‌دهد که اپل چقدر پیشرفت کرده است و در چشم اکثر سرمایه‌گذاران چقدر برتر دیده می‌شود.» اپل به همراه مایکروسافت در کلوب شرکت‌های اشتراکی با ارزش بازار ۲تریلیون دلار قرار داشته است و اکنون شرکت مایکروسافت حدود ۲.۵تریلیون دلار ارزش دارد. آلفابت، آمازون دات‌کام و تسلا ارزش بازاری بالای یک تریلیون دلار دارند. اسکات رن، استراتژیست ارشد بازار جهانی در موسسه سرمایه‌گذاری ولز فارگو می‌گوید: «بازار به شرکت‌هایی پاداش می‌دهد که دارای ترازنامه‌های بنیادی و قوی هستند و شرکت‌هایی که به این نوع ارزش‌های بزرگ بازار دست می‌یابند، ثابت کرده‌اند که دارای کسب‌وکارهای قوی هستند و سفته‌بازی ندارند.» استقبال سریع از فناوری‌هایی مانند 5G، واقعیت مجازی و هوش مصنوعی نیز به این سهام کمک کرده است تا با حرکت سرمایه‌گذاران به سمت شرکت‌هایی که از نظر مالی قوی هستند و دور شدن از کسب‌وکارهایی که نسبت به رشد اقتصادی حساس‌تر بوده‌اند به سهام محبوب تبدیل شوند. پذیرش سریع اپل از 5G، فناوری‌ای که پیامدهای گسترده‌ای در آینده دارد، رشد بزرگی به همراه خواهد داشت. اخیرا اپل آیفون ۱۳ را در موج دوم گوشی‌های خود با فناوری 5G عرضه کرده است. در چین (یکی از بزرگ‌ترین بازارهای اپل) این شرکت همچنان برای دومین ماه متوالی پیشتاز بازار گوشی‌های هوشمند بوده و رقبایی مانند ویوو و شیائومی را شکست داده است. بدین ترتیب، سهام اپل به بالاترین رقم ۱۸۲.۸۸ دلار رسید و ارزش بازار آن را براساس حدود ۱۶.۴ میلیارد سهام باقیمانده به بالای ۳ تریلیون دلار رساند. این سهام آخرین بار با ۲.۴ درصد افزایش به ۱۸۱.۸۶ دلار رسیده بود.

شاخص بورس تهران به پسروی در کانال ۱,۳ میلیونی ادامه داد

سقوط دسته‌جمعی شاخص‌ها

فرصت امروز: چرخه خروج سرمایه از تالار شیشه‌ای ادامه دارد و ارزش معاملات خرد سهام به رقم‌های نازلی رسیده است. خواب زمستانی بورس تهران در حالی هر روز عمیق‌تر می‌شود که تا یک هفته دیگر روزهای رکودی بورس به مرز هفدهمین ماه می‌رسد یعنی بیشتر از ۵۰۰ روز است که سرمایه‌ها راه خروج از بازار سهام را در پیش گرفته‌اند و تردیدها در تالار شیشه‌ای به اوج خود رسیده است. به نظر می‌رسد بازار سهام در حال حاضر در فاز انتظاری قرار دارد و همین مهم باعث شده است که ارزش معاملات خرد سهام هر روز افت بیشتری را نسبت به روز قبل تجربه کند. این روند نزولی در معاملات روز گذشته نیز ادامه یافت و شاخص بورس تهران با افت ۱۳ هزار واحدی به پسروی در کانال ۱,۳ میلیونی ادامه داد.

در همین حال، هشتمین دور مذاکرات وین که همزمان با آغاز سال نو میلادی به مدت سه روز دچار وقفه شده بود، از میانه این هفته مجددا در هتل کوبورگ ازسر گرفته شد و بسیاری از تحلیلگران، فضای رکودی حال حاضر بورس را به جو انتظاری حاکم بر بازارها در بزنگاه مذاکرات هسته‌ای مرتبط می‌دانند و برخی دیگر از شرایط تالار شیشه‌ای و عدم‌رغبت بورس‌بازان به فروش سهام در سطح ارزان کنونی و در عین حال تمایلات صفر برای خرید سهام تا مشخص شدن وضعیت بازار سخن می‌گویند. به نظر می‌رسد بازار سهام به خوابی زمستانی فرو رفته است و شاید خبرهای مثبت از مذاکرات وین و حصول به توافق نهایی، بورس را در این روزهای سرد زمستانی از این فضای رخوت و خمودی بیرون بیاورد.

رکود فرسایشی بورس به ۱۷ ماه رسید

رکود فرسایشی بورس تهران در حالی به مرز هفدهمین ماه خود رسیده است که به نظر می‌رسد فعلا چشم‌انداز روشنی برای خروج از این چرخه نوسان وجود ندارد. در جریان معاملات روز سه‌شنبه ۱۴ دی ماه، شاخص کل بورس با ۱۳ هزار و ۲۵۵ واحد کاهش در رقم یک میلیون و ۳۶۲ هزار واحد ایستاد. بیش از ۴میلیارد و ۲۶۹ میلیون سهم، حق‌تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۲۳ هزار و ۵۸۱ میلیارد ریال در این روز داد و ستد شد. همچنین شاخص کل هم‌وزن با ۳هزار و ۲۶۳ واحد کاهش به ۳۵۹ هزار و ۹۸۲ واحد و شاخص قیمت هم‌وزن با ۲ هزار و ۵۱ واحد افت به ۲۲۶ هزار و ۳۶۴ واحد رسید. شاخص بازار اول، کاهش ۱۲ هزار و ۶۹۵ واحد و شاخص بازار دوم، کاهش ۱۷ هزار و ۴۰۱ واحد را تجربه کردند.

در معاملات روز گذشته ۹۲ نماد بورسی مثبت و ۲۹۳ نماد منفی بودند که از میان آنها فرآوری معدنی اپال کانی پارس (اپال) با ۱۷۹ واحد، پدیده شیمی قرن (قرن) با ۴۴ واحد، کارخانجات داروپخش (دارو) با ۲۵ واحد، مهندسی نصیر ماشین (خنصیر) با ۲۵ واحد، تولید محور خودرو (خمحور) با ۲۲ واحد و تامین سرمایه نوین (تنوین) با ۲۲ واحد تاثیر مثبت بر شاخص بورس داشتند. در سمت مقابل نیز فولاد مبارکه اصفهان (فولاد) با یک‌هزار و ۳۱۵ واحد، معدنی و صنعتی چادرملو (کچاد) با ۸۵۸ واحد، پتروشیمی پردیس (شپدیس) با ۸۲۹ واحد، صنایع پتروشیمی خلیج‌فارس (فارس) با ۵۷۲ واحد، پالایش نفت بندرعباس (شبندر) با ۵۳۶ واحد، ایران خودرو (خودرو) با ۴۸۱ واحد، پالایش نفت تهران (شتران) با ۴۲۸ واحد و پالایش نفت اصفهان (شپنا) با ۴۱۷ واحد با تاثیر منفی بر شاخص بورس همراه شدند.

ایران‌خودرو (خودرو)، صنایع شیمیایی سینا (شسینا)، گروه دارویی برکت (برکت)، معدنی دماوند (کدما)، سایر اشخاص بورس انرژی (انرژی ۳)، پالایش نفت تهران (شتران) و ملی صنایع مس ایران (فملی) ازجمله نمادهای پُرتراکنش بودند. گروه فلزات اساسی هم در معاملات سه‌شنبه صدرنشین برترین گروه‌های صنعت شد و در این گروه ۲۸۰ میلیون و ۱۳۹ هزار برگه سهم به ارزش ۲هزار و ۷۸۴ میلیارد ریال داد و ستد شد.

در آن سوی بازار سرمایه نیز شاخص کل فرابورس با ۱۶۳ واحد کاهش به رقم ۱۸ هزار و ۴۳۱ واحد رسید. در این بازار یک میلیارد و ۴۸۹ میلیون برگه سهم به ارزش ۴۸ هزار و ۴۲۹ میلیارد ریال داد و ستد شد. در معاملات چهارمین روز هفته در فرابورس ایران، ۸۵ نماد فرابورسی مثبت و ۱۷۰ نماد منفی بودند که از میان آنها بیمه پاسارگاد (بپاس)، تولید برق ماهتاب کهنوج (بکهنوج)، صنایع چوب خزر کاسپین (چخزر)، آسیا سیر ارس (حآسا)، توکا رنگ فولاد سپاهان (شتوکا)، سنگ آهن گهرزمین (کگهر)، تولیدی و خدمات صنایع نسوز توکا (کتوکا) و داروسازی سبحان انکولوژی (دسانکو) با تاثیر مثبت بر شاخص همراه بودند.

تا پایان سال سهام بخریم یا نخریم؟

یک کارشناس بازار سرمایه درباره چشم‌انداز این بازار در پایان سال ۱۴۰۰ می‌گوید: تا پایان سال از بورس انتظار رشد چشمگیر نداشته باشید. به اعتقاد فردین آقابزرگی، نمی‌توان تا پایان امسال انتظار بازدهی چشمگیری را از بازار سرمایه داشت. هرچند در حال حاضر شرایط عمومی بازار سرمایه خوب بوده و بهترین زمان برای سرمایه‌گذاری بلندمدت در آن است. او با اشاره به وضعیت نوسانی بازار سرمایه در روزهای گذشته به ایسنا، می‌گوید: یکی از محورهای اصلی عدم جذابیت بازار، مقایسه اعداد و ارقام بازدهی در سال ۱۳۹۹ با سال جاری است. ارقام چشمگیری که برای حدود ۱۰ ماه قبل بودند و ممکن است باعث شود در حال حاضر عقلانیت، توجیه‌پذیری و فاصله اندک ارزش ذاتی و ارزش روز معاملاتی برای برخی سهامداران مخصوصا سهامدارانی که برای کوتاه‌مدت در حال سرمایه‌گذاری هستند، خوشایند به نظر نرسد.

آقابزرگی با تاکید بر اینکه وضعیت بازار سرمایه در سال گذشته تکرارنشدنی است، ادامه می‌دهد: در حال حاضر شرایط برای سرمایه‌گذاران بلندمدت به دلیل اینکه P/E فوروارد شرکت‌ها کمتر از پنج و متوسط TTM P/E شرکت‌ها کمتر از هشت بوده، مناسب است، چراکه عقلانیتی در بازار حاکم شده است که حکم بر این می‌کند نوسان‌گیری و نوسان‌سازی اولویت خاصی در بازار فعلی ندارد.

به عقیده این کارشناس بازار سرمایه، بخشی از خروج سرمایه و نقدینگی اشخاص حقیقی و سهامداران خرد متوجه افرادی است که بازار سال جاری را با بازار سال گذشته مقایسه می‌کنند و برای مدت کوتاهی در این بازار سرمایه‌گذاری کرده‌اند. این در حالی است که در حال حاضر شرایط عمومی بازار خوب است و در میان‌مدت، بازدهی خوبی نسبت به سایر بازارها خواهد داشت.

آقابزرگی در پایان با بیان اینکه نمی‌توان تا پایان سال انتظار بازدهی کوتاه‌مدت از بازار داشت، می‌افزاید: البته باید گفت اکنون مقطع خوبی برای سرمایه‌گذاری در بازار است. در سال آتی بازدهی بورس نسبت به سایر بازارها معقول‌تر و مناسب‌تر خواهد بود اما قابلیت مقایسه با سال گذشته را نخواهد داشت.

نوبت دوم

شرکت ملی گاز ایران
شرکت پالایش گاز ایلام

آگهی مناقصه عمومی دو مرحله‌ای

شناسه آگهی : ۱۲۵۳۰۵۶

شرکت پالایش گاز ایلام در نظر دارد اقلام مورد نیاز خود را با شرایط ذیل از طریق مناقصه عمومی تامین نماید .
شماره مناقصه: ۱۴۰۰/۰۳۶
موضوع مناقصه: خرید، نصب و راه اندازی پکیج تولید نیتروژن به روش PSA
مبلغ تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار (مناقصه): به میزان : ۲،۵۰۰،۰۰۰،۰۰۰ ریال
نوع تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار (مناقصه): ضمانتنامه بانکی
آخرین مهلت دریافت اسناد از سامانه ستاد توسط مناقصه گران: ۱۴۰۰/۱۱/۰۳
آخرین مهلت درج اسناد در سامانه ستاد توسط مناقصه گران: ۱۴۰۰/۱۱/۱۷
تاریخ گشایش پاکات: ۱۴۰۰/۱۱/۱۸
تاریخ اعلام نتیجه ارزیابی کیفی: ۱۴۰۰/۱۱/۲۵
تاریخ اعلام نتیجه ارزیابی فنی: ۱۴۰۰/۱۲/۰۲
تاریخ گشایش پاکات مالی "ج" : ۱۴۰۰/۱۲/۰۹
آدرس دریافت اسناد الکترونیک: www.setadiran.ir
آدرس پستی مناقصه گزار: ایلام / شهرستان چوار / صندوق پستی ۱۴۴-۶۹۳۶۱ / کدپستی ۶۹۳۷۱۷۰۱۱۰ /دبیرخانه کمیسیون مناقصات
* مناقصه گران می توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر با شماره تلفن ۲۰۷۷ و ۳۳۹۱۲۸۵۰-۰۸۴ (دبیرخانه کمیسیون مناقصات) تماس حاصل فرمایند.

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۰/۱۰/۱۳
تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۰/۱۰/۱۵
۱۸۶
روابط عمومی شرکت پالایش گاز ایلام

سازمان راهداری و حمل و نقل جاده ای کشور
اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان گیلان

نوبت دوم

آگهی مناقصه عمومی یک مرحله‌ای (چاپ مرحله اول)
شماره مرجع ۹۷- ۴۰۰/۹۴

اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان گیلان در نظر دارد، مناقصه های به شرح زیر را از طریق سامانه «تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد)» برگزار نماید. با توجه به اینکه کلیه مراحل برگزاری مناقصه، از مرحله دریافت و تحویل اسناد مناقصه تا بازگشایی پیشنهادها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد. لذا ضروری است مناقصه گران محترم در صورت عدم عضویت در سامانه، ابتدا مراحل ثبت نام در سایت و دریافت «گواهی امضای الکترونیکی» اقدام و سپس در مناقصه شرکت نمایند. تاریخ انتشار فراخوان مناقصه در سامانه الکترونیکی ستاد ۱۴۰۰/۱۰/۱۳ می باشد.
۱- شرح مختصر موضوع مناقصه:
۱- مرمت ابنیه و تاسیسات برقی و مکانیکی ساختمان پاسگاه پلیس راه رشت- لاهیجان (لولمان) با برآورد اولیه: ۱۵/۵۴۵/۷۸۹/۸۱۳ ریال
۲- مرمت، لکه گیری و روکش آسفالت محور لاله دشت- خشکبیجار- امین آباد (حد فاصل لاله دشت- خشکبیجار) با برآورد اولیه: ۳۵/۹۰۶/۲۱۶/۸۳۷ ریال
۳- بهسازی و روکش آسفالت محور قدیم رشت- امامزاده هاشم- لوشان- پاچنار (حد فاصل منجیل- رستم آباد) با برآورد اولیه: ۳۰/۴۰۴/۵۹۵/۲۴۳ ریال
۴- تهیه و نصب گاردریل در محور منجیل- گیلوان – طارم با برآورد اولیه: ۱۴/۷۵۲/۰۰۲/۵۶۴ ریال
۲- مهلت خرید اسناد مناقصه: از تاریخ انتشار در سامانه ستاد لغایت مورخ ۱۴۰۰/۱۰/۲۰ (زمان دقیق در سامانه ملاک می باشد)
۳- قیمت اسناد و نحوه واریز وجه: پرداخت فقط از طریق سامانه ستاد به مبلغ ۱/۰۰۰/۰۰۰ ریال به حساب درآمدی شماره حساب شبا IR ۳۷۰۱۰۰۰۰۴۰۰۱۰۶۳۷۰۴۰۱۰۶۷۶ بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران
۴- مهلت و محل تحویل پیشنهاد قیمت: حداکثر تا تاریخ ۱۴۰۰/۱۰/۳۰، تحویل پیشنهاد فقط از طریق سامانه ستاد ملاک عمل است. در ضمن اصل تضمین شرکت در مناقصه باید روز قبل از زمان بازگشایی پیشنهادها، به صورت حضوری تحویل دبیرخانه رشت، خیابان گلسار، روبروی پمپ بنزین، تلفن ۳۳۱۱۲۲۸۳ و ۳۳۱۱۰۱۵۴ کد ۰۱۳ و نمابر ۳۳۱۱۰۱۶۴ گردد. (در صورت تغییر زمان، آخرین اطلاعات منتشر شده در سامانه ستاد معتبر است)
۵- تضمین شرکت در مناقصه: براساس آیین نامه تضمین معاملات دولتی به شماره ۱۲۳۴۰۲ مورخ ۱۳۹۴/۹/۲۲ به شرح زیر:
الف) اصل فیش واریزی به حساب ۴۰۵۲۰۶۳۷۰۷۵۳۵۹۷۴ اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان گیلان نزد بانک ملی شعبه مرکزی رشت (دریافت وجوه سپرده) شماره شبا IR ۰۷۰۱۰۰۰۰۴۰۵۲۰۶۳۷۰۷۵۳۵۹۷۴ ب) یا ضمانتنامه بانکی به نفع اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان گیلان یا ضمانتنامه موسسات اعتباری غیربانکی که دارای مجوز از طرف بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران ضمانت نامه باید فقط براساس فرم پیوست آیین نامه صادر گردد) ج) یا وثیقه ملکی معادل ۸۵ درصد ارزش کارشناس رسمی
۱- مرمت ابنیه و تاسیسات برقی و مکانیکی ساختمان پاسگاه پلیس راه رشت- لاهیجان به مبلغ: ۷۷۸/۰۰۰/۰۰۰ ریال
۲- مرمت، لکه گیری و روکش آسفالت محور لاله دشت- خشکبیجار –امین آباد به مبلغ: ۱/۸۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال
۳- بهسازی و روکش آسفالت محور قدیم رشت- امامزاده هاشم- لوشان- پاچنار به مبلغ: ۱/۵۲۱/۰۰۰/۰۰۰ ریال
۴- تهیه و نصب گاردریل در محور منجیل – گیلوان - طارم به مبلغ: ۷۳۸/۰۰۰/۰۰۰ ریال
۶- شرایط: برای مناقصه ردیف ۱ دارا بودن گواهی صلاحیت معتبر در رشته های ابنیه و تاسیسات از سازمان مدیریت و برنامه ریزی یا دارا بودن یکی از دو صلاحیت نامبرده به همراه قرارداد مشارکت با شخص دارای صلاحیت دیگر جهت فعالیت در این پروژه همکاری الزامی است. برای مناقصه های ردیف ۲ و ۳ داشتن گواهینامه صلاحیت معتبر و ظرفیت کار در رشته راه و ترابری از سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور و داشتن کارخانه آسفالت یا اجاره نامه رسمی یا گواهینامه فنی الزامی است و برای مناقصه ردیف ۴ دارا بودن گواهی صلاحیت معتبر در رشته راه از سازمان مدیریت و برنامه ریزی الزامی است.
۷- مدت اعتبار پیشنهاد مناقصه: مدت اعتبار پیشنهادها حداقل ۳ ماه پس از تاریخ ابلاغ برنده مناقصه و ۳ ماه نیز قابل تمدید می باشد.
۸- ساعت روز و محل قرائت پیشنهادها: ساعت ۱۰ صبح مورخ ۱۴۰۰/۱۱/۰۲ پاکات پیشنهاد قیمت بازگشایی می گردد. در ضمن با توجه به احتمال تغییر زمان، آخرین اطلاعات تعیین شده در سامانه ستاد معتبر است.

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۰/۱۰/۱۳
تاریخ انتشار نوبت دوم ۱۴۰۰/۱۰/۱۵
۱۸۸
اداره کل حمل و نقل جاده ای استان گیلان

شرکت توزیع نیروی برق استان چهارمحال و بختیاری (سهامی خاص)

آگهی مناقصه عمومی

شرکت توزیع نیروی برق استان چهارمحال و بختیاری درنظردارد مناقصه های عمومی ذیل را انجام دهد.کلیه مراحل برگزاری مناقصه، از دریافت اسناد تا ارائه پیشنهاد و بازگشایی پاکتها از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد.

شماره مناقصه	موضوع مناقصه
۴۰۰۶۰	خرید انواع کلمپ کابل خودنگهدار
۴۰۰۶۱	خرید انواع کلید مینیاتوری
۴۰۰۵۳-۲	خرید کنتور تکفاز هوشمند فهام ۱ (تجدید دوم)

مهلت و محل دریافت اسناد: متقاضیان می توانند پس از انتشار آگهی لغایت پایان ساعت اداری روزچهارشنبه مورخ ۲۲ / ۱۰ / ۱۴۰۰ از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت نسبت به ثبت نام و دریافت اسناد مناقصه اقدام نمایند.سایر اطلاعات و جزئیات مربوط در اسناد مناقصه مندرج است .

۲۰۳
روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق استان چهارمحال وبختیاری

خودروسازان ۱۰۰ هزار خودرو به بازار عرضه می‌کنند

عدم عرضه مهمترین دلیل افزایش قیمت

رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران خودروی اصفهان اظهار داشت مشکل خودرو در حال حاضر عرضه و تقاضا است، متاسفانه خودروسازها عرضه را انجام نمی‌دهند که علت افزایش قیمت نیز همین موضوع بوده است.

حمیدرضا قندی در گفت‌وگو با خبرنگار اقتصادی ایلنا، در مورد آخرین وضعیت بازار خودرو اظهار کرد: تا ۱۰ روز گذشته افزایش قیمت را در بازار خودرو داشتیم اما الان کمی این روند متوقف شده که علت آن کاهش نرخ دلار در چند روز اخیر است. علاوه بر این مذاکرات وین در جریان است و این موضوع نیز تاثیرگذار است، چراکه عده‌ای به ایجاد توافق خوشبین هستند و احتمال کاهش قیمت‌ها را می‌دهند.

وی با تاکید بر تاثیر عدم عرضه از طرف خودروسازان گفت: مشکل خودرو در حال حاضر عرضه و تقاضا است، متاسفانه خودروسازها، عرضه را انجام نمی‌دهند که علت افزایش قیمت نیز همین موضوع بوده است. از آنجا که سازمان بازرسی عدم عرضه اتفاق‌افتاده را مصداق احتکار دانسته است، قرار شده که تا پایان سال خودروسازان در مجموع ۱۰۰ هزار خودرو را به بازار عرضه کنند. اگر این اتفاق رخ دهد اثر کاهشی روی بازار خواهد داشت، در غیر این صورت این روند ادامه پیدا می‌کند. خودروسازان با عدم عرضه افزایش قیمت را به بازار تحمیل می‌کنند تا بتوانند قیمت کارخانه را افزایش دهند.

رئیس اتحادیه نمایشگاه‌داران خودروی اصفهان با اشاره به نرخ روز خودرو بیان کرد: پژو پارس ۲۸۰ میلیون تومان، تیوفایو ۳۴۰ میلیون تومان، دنا ۴۰۵ میلیون تومان، دنا اتوماتیک ۵۲۳ میلیون تومان، تارا ۴۱۵ میلیون تومان، رانا پلاس ۲۷۰ میلیون تومان، پژو ۲۰۶ تیپ ۲ حدود ۲۷۴ میلیون تومان، پژو ۲۰۷ دنده‌ای پانامورا ۳۸۰ میلیون تومان، تیبا ۲ حدود ۱۸۵ میلیون تومان، تیبا صندوقدار ۱۸۲ میلیون تومان، پراید وانت ۱۶۸ میلیون تومان، کوییک سفید و مشکی که بهترین رنگ‌ها هستند ۲۰۲ میلیون تومان، ساینا ۱۹۳ میلیون تومان و پراید ۱۳۱ تولید سال ۹۹ حدود ۱۶۵ میلیون تومان در بازار قیمت‌گذاری شده‌اند.

نماگر بازار سهام

آمار شوکه‌کننده از تغییر قیمت خودرو در ۴ سال

در چهار سال گذشته، قیمت خودرو در کشور بیش از ۷۰۰ درصد افزایش یافته است. این افزایش قیمت شامل همه خودروها می‌شود؛ از خودروهای وارداتی گرفته تا پراید که به ارزان‌ترین خودرو ایرانی شناخته می‌شود.

به گزارش تازه‌نیوز و به نقل از رویداد۲۴، نگاهی به قیمت‌های روز بازار خودرو نشان می‌دهد که قیمت پراید مدل ۱۱۱ در حال حاضر حدود ۱۸۸ میلیون تومان است. حال آنکه همین خودرو در سال ۱۳۹۶ به قیمتی حدود ۲۲ تا ۲۳ میلیون تومان فروخته می‌شد. مقایسه قیمت‌ها نشان می‌دهد که افزایش بهای این خودرو ۷۵۴ درصد بوده است.

قیمت دیگر مدل‌های پراید نیز به همین ترتیب افزایش یافته است؛ به‌عنوان مثال پراید مدل ۱۳۱ که در سال ۱۳۹۶ حدود ۲۱ میلیون تومان بود، حالا ۱۶۹میلیون تومان قیمت‌گذاری شده و در مدت چهار سال، بیش از ۷۰۰ درصد رشد قیمت پیدا کرده است.

بهای پراید مدل ۱۵۱ نیز از ۲۰ میلیون تومان در سال ۱۳۹۶، امروز به ۱۷۲ میلیون تومان رسیده، به این معنا که قیمت آن نیز ۷۶۰ درصد رشد کرده است.

افزایش بیش از ۷۰۰ درصدی قیمت ارزان‌ترین خودروهای ایرانی در چهار سال گذشته در حالی است که خط تولید پراید به دلیل نداشتن استانداردهای هشتادوپنج‌گانه متوقف شده اما افزایش قیمت آن در کنار بالارفتن قیمت دیگر انواع خودروها ادامه دارد؛ به طوری که در روزهای گذشته، حدود ۲ میلیون تومان هم گران‌تر شده است.

نوسان و تغییر قیمت‌های روزانه در بازار خودرو فقط به پراید محدود نیست و دیگر انواع خودرو را نیز شامل می‌شود.

با وجود اینکه خودروسازان داخلی در تاریخ ۱۷ آذر و با مجوز دولت، قیمت محصولات خود را ۱۸درصد افزایش دادند، رشد صعودی قیمت‌ها در یک ماه گذشته همچنان ادامه یافت.

وزارت صنعت، معدن و تجارت هم‌زمان با افزایش ۱۸درصدی قیمت خودرو وعده داده بود که میزان عرضه خودرو افزایش می‌یابد. حتی سیدرضا فاطمی‌امین، وزیر صمت، از افزایش قیمت خودرو دفاع کرد و گفت: «اصلاحات در قیمت بسیار کمتر از تورم بوده است، چراکه تورم کشور ما بالای ۴۰ درصد است ولی از ابتدای سال تا امروز تنها ۱۸درصد افزایش قیمت خودرو را شاهد بودیم.»

او در عین حال قول داد که با افزایش قیمت خودرو تیراژ تولید نیز افزایش یابد اما حالا با وجود گذشت حدود یک ماه از این وعده، نه‌تنها از افزایش تیراژ تولید خبری نیست که قیمت‌ها نیز هر روز بالاتر می‌رود.

بابک صدرایی، کارشناس صنعت خودرو، محقق نشدن وعده دولت و خودروسازان برای افزایش تولید خودرو را به مذاکرات هسته‌ای مرتبط می‌داند و می‌گوید: «نتیجه مذاکرات هسته‌ای بر وضع دلار تاثیر می‌گذارد و این تاثیر بر قیمت خودرو و میزان عرضه آن خواهد بود.»

آگهی مناقصه عمومی تامین و نصب دو رشته زنجیر و چهار عدد جیپسی درب داک خشک – نوبت اول

کارخانجات نیروی دریایی راهبردی ارتش جمهوری اسلامی ایران در نظر دارد" تامین ۱۴۰ متر زنجیر با ضخامت ۵۱ میلیمتر و جیپسی های مربوطه به همراه تاییدیه استاندارد اروپا و گواهی رده بندی دریایی " را از طریق مناقصه عمومی و با مشخصات جدول ذیل برون سپاری و به انجام رساند.

ردیف	شرایط و مشخصات مناقصه
۱	زنجیر و جیپسی های مربوطه بایستی ساخت کشورهای اروپایی باشد و در زمان تحویل گواهی مبدا ارائه گردد.
۲	قبل از نصب تجهیزات جهت بالابردن طول عمر قطعات، عملیات کوتینگ ضد زنگ بر روی تجهیزات اجرا شود
۳	سرویس گیربکس بصورت کامل انجام گردد و رفع نشتی شافت های دنده انجام شود (دو دستگاه گیربکس بهمراه الکتروموتورها و ترمزهای مربوطه
۴	مستندات و مدارک نقشه قطعات، کاتالوگ و service manual می بایست تحویل گردد.
۵	گارانتی قطعات و خدمات ۱۲ ماه از زمان تحویل نهایی می باشد
۶	تهیه و تعویض راهنماها و هرزگردهای کل مسیر زنجیر مربوطه روی درب و دو طرف درب داک مطابق با سایز زنجیر و جیپسی های جدید انجام پذیرد.
۷	کلیه موارد ذکر شده در راستای اورهال اساسی مکانیزم باز و بسته شدن درب داک بصورت کامل بایستی توسط شرکت در محل نصب و پس از انجام کلیه تنظیمات نسبت به راه اندازی و تست عملکرد بصورت استاندارد، تحویل این مجموعه گردد.
۸	شرکت مکلف می باشد کلیه آموزش ها و شرایط تعمیر و نگهداری سیستم مذکور را برابر روش استاندارد به نفرات معرفی شده این مجموعه بعمل آورده و گواهینامه مربوطه و مورد تایید به نفرات اعطا شود.

لذا از کلیه متقاضیان دعوت می شود؛ جهت بازدید نمونه زنجیر و جیپسی ها و دریافت اوراق شرایط و مشخصات مناقصه، با در دست داشتن معرفی نامه شرکت مربوطه به آدرس : " بندرعباس، جاده اسکله شهید باهنر، منطقه یکم نیروی دریایی ارتش ج.ا.ا، کارخانجات نداجا" مراجعه نمایند.

جهت هماهنگی بازدید و به منظور اخذ مجوز تردد با شماره تلفن : ۰۹۱۷۱۶۱۰۰۸۰ ناخدا احسان صیفی تماس حاصل نمایند.

۱-هزینه چاپ آگهی مناقصه، بعهده برنده مناقصه خواهد بود.

۲. (میزان و نوع تضمین شرکت درمناقصه) واریز مبلغ ۱/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال به حساب شماره ۵۱۵۱۵۷۵۴۵۸۰۰۴ نزد بانک سپه، بنام وجوه مشخص دارایی منطقه یکم نداجا و ارائه اصل فیش واریزی و یا مبلغ یاد شده را بصورت ضمانت نامه بانکی در وجه کارخانجات نداجا ، بندرعباس اخذ و به همراه مدارک مناقصه تحویل نمایند.

۳ - (مبلغ اوراق شرایط و مشخصات مناقصه) شرکت درمناقصه مستلزم واریز مبلغ ۵/۰۰۰/۰۰۰ریال به حساب شماره ۵۱۵۱۷۹۵۴۱۵۰۰۳ نزد بانک سپه، بنام عواید غیرقابل برداشت کارخانجات نداجا . بندرعباس و ارائه اصل فیش واریزی می باشد.

۴. زمان بازدید و دریافت اوراق شرایط و مشخصات مناقصه :۱۴۰۰/۱۰/۲۱

۵. پایان مهلت تحویل مدارک و پاکت های پیشنهادی : ۱۴۰۰/۱۰/۲۵

۶. زمان بازگشایی پیشنهادات در صورت به حد نصاب رسیدن تعداد شرکت کنندگان : مورخه ۱۴۰۰/۱۰/۲۶

۷. شرکت در مناقصه و ارائه پیشنهاد به منزله قبول اختیارات و تکالیف دستگاه مناقصه گزار می باشد.

۸. نداجا در رد یا قبول هر یک از پیشنهادات یا تمام آنها مختار است.

۹. معامله و عقد قرارداد طبق شرایط مندرج در برگ شرایط و مشخصات مناقصه و با ارائه ۱۰٪ ضمانت نامه حسن انجام کار + ۵٪ ضمانت نامه حسن انجام تعهدات صورت خواهد پذیرفت.

۱۰. ارائه صورت های مالی (ترازنامه، سود و زیان جامع، سود و زیان، گردش وجوه نقد)، اظهارنامه مالیاتی، گواهی مالیات بر ارزش افزوده، رزومه و روکش قراردادها الزامی است.

۱۱. پاکت های پیشنهادی شرکت کنندگان :

پاکت الف : سپرده / ضمانتنامه شرکت (مطابق بند ۲)

پاکت ب : شرایط و مشخصات فنی و مدارک مناقصه (اساسنامه، آگهی روزنامه، آخرین تغییرات، گواهینامه سمتا، رزومه، روگرفت کارت ملی و شناسنامه و عکس و آدرس و شماره تلفن های در اختیار مدیر عامل، رئیس هیئت مدیره، اعضای هیئت مدیره و نفرات درگیر در عملیات، نحوه آشنایی با آجا، آدرس سایت و پست الکترونیکی شرکت، بیمه نامه مسئولیت مدنی)

پاکت ج : قیمت پیشنهادی (حتما مدت اعتبار پیشنهاد قیمت سه ماه درج و ارائه گردد + کسورات قانونی (انواع مالیات و بیمه و ...) بر عهده پیمانکار می باشد + پیشنهاد قیمت الزاما در سر برگ شرکت درج و ارائه گردد.)

۱۲. قانون منع مداخلات کارکنان دولتی در مناقصات مدنظر قرار گیرد، برنده مناقصه حق هیچگونه همکاری مستقیم و غیرمستقیم با کارکنان دولتی و نداجا جهت انجام موضوع مناقصه را نخواهد داشت.

تاریخ انتشار و نوبت اول : ۱۴۰۰/۱۰/۱۵
تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۰/۱۰/۱۸
۲۰۰

آگهی مزایده عمومی
نوبت اول

کارخانجات نیروی دریایی راهبردی ارتش جمهوری اسلامی ایران درنظرداردااقلام ضایعاتی مشروحه زیرازطریق مزایده عمومی به فروش برساند.

ردیف	نوع جنس	واحد	مقدار	ردیف	نوع جنس	واحد	مقدار
۱	ضایعات آهن	تن	۱۵۰	۳	بشکه فلزی	عدد	۲۵
۲	ضایعات کابل مسی	تن	۵	۴	لاستیک فرسوده	حلقه	۲۰۰

ازکلیه متقاضیان واجدشرایط دعوت میگردد جهت بازدید و دریافت اسنادمزایده ازمورخه ۱۴۰۰ /۱۰/۱۸ الی پایان ۱۴۰۰/۱۰/۲۱ ازساعت ۰۸۰۰الی ۱۲۰۰ ، به آدرس بندرعباس- اسکله شهید باهنرکارخانجات نداجا مراجعه و پیشنهاد خود را در پاکت در بسته شخصا" ارائه نمایند.

* شرایط :

۱-بهای پیشنهادی از حیث مبلغ مشخص وبدون ابهام بوده ودرپاکت دربسته شخصا" به صندوق انداخته شود

۲-شرکت درمزایده وارائه پیشنهاد به منزله قبول شروط و تکالیف تعیین شده از سوی نداجا می باشد

۳-تاریخ بازگشایی پاکت ها ۰۲ / ۱۱ / ۱۴۰۰ ساعت ۰۹۰۰ صبح و حضورکلیه متقاضیان الزامی است

۴-کارخانجات نداجا در رد و یا قبول پیشنهادات مختاراست

۵-میزان سپرده شرکت درمزایده معادل ۲میلیارد ریال می‌باشد که به حساب جاری طلائی ۵۱۵۱۵۷۵۴۵۸۰۰۴ به نام وجوه مشخص دارایی منطقه یکم نداجا نزد بانک سپه واریز و یا همین مبلغ ضمانت نامه بانکی دروجه کارخانجات نداجا/بندرعباس اخذ و اصل فیش یا ضمانت نامه مربوطه رابه همراه مدارک ارسال نمایند

۶-هزینه درج آگهی در روزنامه به عهده برنده مزایده می باشد

۷-به منظوراخذ مجوزتردد، هماهنگی ازطریق تماس تلفنی یک روزقبل ازبازدید و ارائه پاکت حاوی پیشنهاد قیمت، الزامی است.

۸-مالیات بر ارزش افزوده به عهده برنده مزایده می باشد.

۹-نداجا مختاراست در راستای صرفه وصلاح خود نسبت به فروش و واگذاری اقلام به صورت یکجا به یک نفریابه صورت تفکیکی به چند نفرکه بالاترین قیمت پیشنهادی را ارائه دهند اقدام نماید

۱۰-هزینه خرید اوراق مزایده مبلغ ۵/۰۰۰/۰۰۰ ریال می باشدکه به حساب ۵۱۵۱۷۹۵۴۱۵۰۰۳ نزد بانک سپه بنام عواید غیر قابل برداشت کارخانجات نداجا واریز و اصل فیش واریزی ارائه گردد.

۱۱- تعداد ۳ پاکت به شرح ذیل تنظیم می گردد.

الف: پاکت شماره ۱ حاوی ضمانتنامه و سپرده شرکت

ب: پاکت شماره ۲ حاوی شرایط و مشخصات

ج: پاکت شماره ۳ حاوی قیمت پیشنهادی

۱۲- در صورت وجود هر گونه ابهام و سوالات تخصصی با شماره همراه ۰۹۱۷۲۹۹۰۶۰۹ (آقای حسین صدیقی) و ۰۹۱۷۲۰۶۶۹۲۳ (آقای مسعود دهقانی) تماس حاصل نمایید.

۱۳- زمان تخلیه ضایعات از زمان انعقاد قرارداد یک ماه می باشد و در صورت عدم تخلیه در موعد مقرر به ازای هر روز مبلغ ۱۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال خسارت از پیمانکار مربوطه اخذ می گردد.

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۰/۱۰/۱۵
تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۰/۱۰/۱۸
۲۰۱

توسعه کسب و کار بر مدار خلاقیت و نوآوری

به قلم: میشل فلان
کارشناس توسعه کسب و کار
ترجمه: علی آل‌علی

آیا شما هم برای توسعه کسب و کارتان مثل بسیاری دیگر از کارآفرینان با مشـکلات متعددی مواجه هستید؟ امروزه توسعه کسب و کار می‌تواند فرآیند بسیار دلهره‌آوری محسوب شود. این امر با توجه به شرایط ناپایدار عرصه کسـب و کار و سـختی‌های این حوزه امر بسـیار رایجی محسوب می‌شـود. با این حال حتی در این شـرایط دشـوار نیز بعضی از برندها به خوبی از پس توسـعه کسب و کار و جلب نظر مشـتریان تازه برمی‌آیند. در این میان سـوال مهمی برای دیگر کارآفرینان مطرح می‌شـود. اینکه همکاران موفق‌شان چطور از پس توسعه کسب و کار، با همه سختی‌های آن، برآمده‌اند؟ این پرسـش اهمیت بسـیار زیادی دارد و اگر شما توانایی پاسـخگویی مناسـب به آن را نداشته باشـید، به احتمال زیاد در بازار با مشکلات متعددی رو به رو خواهید شد.

هدف اصلی در این مقاله کمک به کسب و کارها برای درک شیوه‌های توسـعه برندشان و همراه با استفاده از اندکی خلاقیت و نوآوری است. در واقع رمز موفقیت اغلب شرکت‌های بزرگ دنیا استفاده درست از خلاقیت و نوآوری در عرصه کسـب و کار اسـت. این امر به هر برندی برای رقابت مناسـب با دیگر کسـب و کارها در بازار کمک می‌کند. به علاوه وضعیت بازاریابی شما را نیز به طور قابل ملاحظه‌ای بهبود خواهد بخشید.

امـروزه بسـیاری از برندها برای جلب نظر مشـتریان به طـور مداوم هزینه‌های سرسـام‌آور بازاریابی را متحمل می‌شوند. در این میان اگر شما اندکی خلاقیت و نوآوری را چاشنی کارتان کنید، بسیاری از مشکلات‌تان به ساده‌ترین شکل ممکن حل خواهد شد.

اگر شما هم نسبت به راهکارهای مناسب برای نوآوری در عرصه کسب و کار کنجکاو هسـتید، این مقاله مخصوص شماسـت. در ادامه برخی از مهمترین نکات برای تاثیرگذاری بر روی مشـتریان و توسعه برند بر مدار خلاقیت و نوآوری در کسب و کار را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

بازاریابی آهنربایی

بازاریابـی آهنربایی یکی از شـیوه‌های تازه و خلاقانـه برای جلب نظر مشـتریان در بازار محسـوب می‌شـود. در این الگو بر روی نیاز مشتریان برای امتحان یک محصول یا سـرویس پیش از خرید تاکید می‌شـود. به عنوان مثال، وقتی شـما در تلاش برای خرید یک ابزار جدید برای ارسال ایمیل‌های‌تان به مشتریان هستید، میان ابزارهای مختلف فقط در صورت امتحان آزمایشـی تمام گزینه‌های برتر امکان انتخاب درستی را خواهید داشـت. در این میان برندهای توسعه‌دهنده ابزارهای بازاریابی ایمیلی در صورت ارائه دسترسـی محدود و چند روزه شـما به ابزارشان امکان جلب نظرتان را خواهند داشت.

بازاریابـی آهنربایی در واقع به فرآیند ارائه یک سـرویس یا محصول به طور کوتاه‌مدت به مشتریان اشاره دارد. نتیجه این امر اغلب اوقات استقبال مشـتریان از خرید دائمی سرویس موردنظر خواهد بود. بنابراین اگر شما یک برند تازه کار در بازار محسوب می‌شوید، باید بهتر از هر رقیب دیگری در تلاش برای استفاده از بازاریابی آهنربایی باشید. این امر می‌تواند شما را در بازار بدل به یک برند دوست داشتنی و غیرقابل رقابت نماید، در غیر این صورت همیشه باید با مشکلات این حوزه برای جلب نظر مشتریان دست و پنجـه نرم کنید. بدون تردید این وضعیت برای هیچ برندی خوشـایند نیسـت. به همین خاطر شـما هم باید با اسـتفاده از بازاریابی آهنربایی وضعیت‌تان در این حوزه را به طور قابل ملاحظه‌ای توسعه دهید.

ارزیابی رفتار مشتریان

ارزیابی رفتار مشتریان به یک برند برای اصلاح کیفیت عملکردش کمک می‌کند. امروزه بسیاری از کسب و کارها در عمل هیچ توجهی به کیفیت رفتارشـان در بازار ندارند. این امر شـاید در نگاه نخسـت مشکل بزرگی محسـوب نشـود، اما در بلندمدت هر کسـب و کاری را با ریزش شدید مشـتریان رو به رو خواهد سـاخت. این امر می‌توانـد یک برند به بزرگی فولکـس واگن را هم در عرض چند روز بـا ضررهای چند میلیارد دلاری رو به رو سازد.

اگر شما به دنبال بهبود وضعیت‌تان از نظر مالی و همچنین اعتبار برند هستید، باید اول از همه نسبت به ارزیابی رفتار مشتریان و انتظارات‌شان کار خود را شروع کنید. این امر می‌تواند درک درستی نسبت به تغییرات بازار به شـما عرضه نمایـد. در این صورت دیگر دلیلـی برای بی‌توجهی مشتریان در بازار به محصولات‌تان نخواهد بود.

امروزه بسیاری از برندها هنوز هم بر مدار کلیشه‌های رایج در تلاش برای بازاریابی تعامل با مشتریان هستند. این امر می‌تواند در مدت زمانی کوتاه یک برند را بدل به کسب و کاری کلیشه‌ای برای مشتریان نماید. البته اگر شما از همان ابتدا از چنین کلیشه‌هایی استفاده کنید، هرگز فرصتی برای جلب نظر مشـتریان در مقیاس وسیع پیدا نخواهید کرد. بنابراین باید به دنبال راهکاری خلاقانه‌تر در این میان باشید. توصیه ما برای شما ارزیابی مداوم رفتار و سلیقه مشتریان است. چنین امری می‌تواند در مدت زمانی کوتاه وضعیت شما را به طور قابل ملاحظه‌ای بهبود بخشد.

ارزیابی سطح ارتباط مشتریان با برند

یک برند در طول زمان بر روی مشـتریان بسـیار زیادی سرمایه‌گذاری می‌کند. بی‌شـک این امـر هزینه بالایی برای یک برنـد به همراه خواهد داشـت. اگر در این میان راهـکاری برای ارزیابی میـزان ارتباط و علاقه مشـتریان برای تعامل با برندها وجود داشته باشد، بسیاری از هزینه‌های اضافی در زمینه پیدا کردن مشتریان تازه از بین خواهد رفت. این امر سوال و دغدغه ذهنی بسـیاری از کارآفرینان را شـکل می‌دهد. هرچه باشد در صورت صرفه‌جویی در این حوزه امکان سـرمایه‌گذاری بر روی بخش‌های تازه‌تر بازاریابی و توسعه کسب و کار فراهم خواهد شد.

نکته مهم در زمینه توسعه کسب و کار همراه با خلاقیت امکان ارزیابی سطح ارتباط مشتریان با برند است. معنای این امر ضرورت سرمایه‌گذاری شما بر روی شناسایی و ارزیابی ابتدایی مشتریان هدف‌تان پیش از شروع به ارتباط رسـمی با آنهاسـت. این امر می‌تواند شـما را نسبت به فعالیت مناسب در زمینه تاثیرگذاری بر روی مشتریان مطمئن سازد.

بی‌شـک سـالانه بسـیاری از برندها بودجه‌های کلانی در زمینه جلب نظر مشتریان تازه صرف می‌کنند. این امر در صورت بی‌توجهی برند شما می‌تواند بار مالی بسـیار سنگینی به همراه داشته باشد. توصیه ما در این بخش شناسـایی مشتریانی با بیشـترین میزان تمایل به خرید از برند یا علاقه به حوزه کاری‌تان برای سرمایه‌گذاری است، در غیر این صورت شما در نهایت با هزینه‌ای هنگفت حتی یک نفر را نیز به جمع مشـتریان‌تان اضافـه نخواهید کرد. بی‌توجهی به توصیه فوق در طول سـال‌های اخیر دردسرهای زیادی را به همراه داشته است. این امر می‌تواند وضعیت برند شـما را در طول مدت زمانی کوتاه با مشـکل رو به رو سازد. بنابراین شما باید با اسـتفاده از خلاقیت‌تان در عرصه کسـب و کار همیشه نسبت به تاثیرگذاری بر روی مشتریان با استفاده از این تکنیک اقدام نمایید. فقط در این صورت امکان رقابت با برندهای بزرگ بازار و پیدا کردن جایگاهی مناسب برای خودتان را خواهید داشت.

توجه به بازاریابی دیجیتال

دنیـای بازاریابی در طول دو دهه اخیر و با توسـعه حیرت‌انگیز فناوری اینترنت به طور کامل زیر و رو شده است. دیگر بازاریاب‌ها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌شـان از راهکارهای سـنتی استفاده نمی‌کنند. در این میان همه چیز با دنیای آنلاین گره خورده اسـت. بنابراین مشـاهده سرمایه‌گذاری هرچه بیشتر برندها در زمینه بازاریابی دیجیتال امر تازه‌ای نخواهد بود. این نکته می‌تواند برای هر برندی مهم و تاثیرگذار محسـوب شـود. درسـت به همین خاطر شـما باید آمادگی لازم بـرای جلب نظر مشـتریان و تاثیرگذاری بر روی آنها را داشـته باشید، در غیر این صورت وضعیت‌تان به شدت تحت تاثیر قرار خواهد گرفت.

بازاریابی دیجیتال امر سخت یا پیچیده‌ای نیست. همانطور که شما پیش از ظهور فناوری اینترنت در قالب تبلیغات مطبوعاتی یا سـرمایه‌گذاری بر روی بازاریابی در تلویزیون اقدام به جلب نظر مشـتریان می‌کردید، اکنون شـبکه‌های اجتماعی و دیگر پلتفرم‌های مبتنی بـر اینترنت کانال اصلی ارتباط شما با مشتریان را شکل می‌دهد.

مهمترین مسئله در زمینه توسعه برند از طریق بازاریابی دیجیتال تلاش بـرای پیدا کـردن پلتفرم‌های دارای ارتباط با حوزه کاری‌تان اسـت. این امر می‌تواند فرآیند سـرمایه‌گذاری شما بر روی مشتریان را به طور قابل ملاحظه‌ای توسـعه دهد. در این صورت دیگر هیچ مشـکلی از نظر سطح تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف پیش روی شما نخواهد بود.

مطالعه موردی بازار

مطالعـه موردی بـازار به فرآینـد تمرکز بر روی یک بازار مشـخص و شناسایی ویژگی‌های منحصر به فرد آن برای حضور مناسب تیم بازاریابی و برند در آن گفته می‌شـود. این امر شاید بسیار تخصصی محسوب شود، اما موفقیت شما در زمینه تاثیرگذاری بر روی مشتریان را تضمین خواهد کرد. بسـیاری از برندها در طول سال‌های اخیر برای جلب نظر مشتریان به طور مداوم با مشکل رو به رو شده‌اند. یکی از دلایل اصلی این امر عدم سـرمایه‌گذاری بر روی تعامل منحصر به فرد با مشتریان یک بازار خاص اسـت. به عبارت ساده‌تر، وقتی شـما در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان هسـتید، باید ویژگی‌های منحصر به فرد آنها را مدنظر قرار دهید. این امر فقط از طریق شناسایی و مطالعه موردی بازار امکان‌پذیر خواهد بود.

بدون تردید برندها در ابتدای مسـیر مطالعه موردی بازار با مشـکلات بسیار زیادی رو به رو خواهند شد. درست به همین خاطر شما باید همیشه انگیزه‌تان برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان را حفظ نمایید. این امر شامل توجه به هر بازار به عنوان بخشـی مهـم و در عین حال متفاوت از دیگر بازارهای در دسترس است. اگر شما چنین ذهنیتی داشته باشید، فرآیند تاثیرگذاری بر روی یک بازار برای‌تان بسـیار مهم خواهد شد. نتیجه این امر امکان جلب نظر مشـتریان و تعامل با آنها در سطحی بسیار گسترده خواهد بود.

شرکت در مراسم‌های شخصی‌سازی‌شده

تمام مراسـم‌های حوزه کسـب و کار برای مشـتریان عـادی طراحی نشـده است. برخی از مراسـم‌ها به طور اختصاصی بر روی دامنه خاصی از مشـتریان هدف‌گذاری می‌کننـد. این امر به معنای ضرورت شـرکت برندهایی با اهداف مشترک در مراسم‌های موردنظر است و اگر شما چند برنـد همکار و دارای اهداف مشـترک با خودتان داریـد، امکان راه‌اندازی چنین مراسم‌هایی برای‌تان به سادگی فراهم خواهد شد. نکته مهم اینکه نرخ جلب نظر مشـتریان در چنین مراسم‌هایی به شدت بالاست. بنابراین شما در عمل هیچ مشکلی برای جلب نظر مشتریان از این طریق نخواهید داشـت. شـاید تنها نکته منفی در این میان حجم بالای رقابت در قالب برگزاری چنین مراسم‌هایی باشد.

امروزه برندهای بزرگ به طور مداوم در تلاش برای برگزاری مراسم‌های فوق‌العاده شخصی‌سازی‌شـده هسـتند. این امر به آنهـا برای جلب نظر دامنه مشخصی از مشتریان کمک خواهد کرد. بنابراین اگر شما به دنبال تاثیرگذاری بر روی مشـتریان‌تان هسـتید، باید همیشه این نکته مهم را مدنظر قرار دهید، درغیر این صورت هیچ شانسی برای جلب نظر مشتریان هدف‌تان نخواهید داشت.

برگزاری یک مراسـم شخصی‌سازی‌شـده باید براسـاس یک پرسونای ویژه از مشـتریان شـکل گیرد. نکته مهم اینکه امروزه اغلب برندها برای برگزاری مراسم‌های کاری‌شان پرسوناهای مختلفی از مشتریان را مدنظر قرار می‌دهند. نوآوری شـما در این بخش توجه به یک پرسونای مشخص از مشـتریان و تلاش برای سرمایه‌گذاری انحصاری بر روی آنهاست. شاید این امر بسـیار عجیب به نظر برسـد، اما در بلندمدت توانایی شـما برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان را به شدت افزایش می‌دهد. دست‌کم در این مورد شما شانس بسـیار زیادی برای جلب نظر مشتریان خاص و فروش بسـیار بالاتر به آنها خواهید داشت. بنابراین شما باید به تدریج از ذهنیت فروش محصولات‌تان به تمام مشتریان حاضر در بازار عبور نمایید، در غیر این صورت خیلی زود با شکست‌های سنگین در بازار مواجه خواهید شد.

دسترسی به داده‌های معتبر

توسـعه برند بدون دسترسـی به داده‌های کاربردی امر بسیار دشواری محسوب می‌شود. امروزه بسیاری از برندها برای توسعه کسب و کار به طور مداوم از کلیشه‌های رایج سود می‌برند. این امر شاید در ابتدا هیچ مشکلی به همراه نداشـته باشد، اما وضعیت شما را در مدت زمانی بسیار کوتاه به شدت ناگوار خواهد کرد.

هـر برندی در بازار برای اینکه فرآیند توسـعه اسـتاندارد را طی کند، نیازمند داده‌های تازه و معتبر اسـت. در این میـان دو راهکار پیش روی شـما قرار دارد. راهکار نخسـت گـردآوری داده‌های موردنظـر از طریق برگزاری انواع نظرسـنجی یا استفاده از فرآیندهای تحلیل رفتار مشتریان است. بی‌شک این امر سختی‌های بسیار زیادی برای برندها در پی خواهد داشـت. به علاوه، اغلب کسب و کارها توانایی و تخصص لازم برای چنین کاری را ندارنـد. راهـکار دیگر در این میان اسـتفاده از خدمات برندهای حرفـه‌ای خواهد بود. بی‌شـک وقتی صحبت از خدمـات برندهای معتبر می‌شود، بسـیاری از کارآفرینان هزینه‌های بالای چنین کاری را مد نظر قرار می‌دهند. نکته جالب اینکه شما در صورت استفاده از ابزارهایی مثل گوگل آنالیتیکس نیازی به پرداخت هزینه برای توسـعه برندتان نخواهید داشـت. درست به همین خاطر شما باید همیشـه چنین نکته مهمی را مدنظر قرار دهید. در غیر این صورت شـانس‌تان برای توسعه کسب و کار به شـدت کاهش پیدا خواهد کرد. این امر می‌تواند شـما را در مقایسه با رقبای‌تان در شرایط بسیار دشوار و پیچیده‌ای قرار دهد.

بازاریابی از طریق مشتریان

مشـتریان اغلب اوقـات بهتریـن بازاریاب‌ها برای یک برند محسـوب می‌شوند. اگر یکی از مشتریان شما کسب و کارتان را به دوستانش توصیه نمایـد، نرخ توجه بـه برندتان در مدت زمانی کوتاه به طور چشـمگیری افزایش پیدا خواهد کرد. این امر می‌تواند شما را به خوبی بدل به یک برند جذاب و دوست‌داشتی برای مشتریان سازد.

بی‌شـک هر برندی بـه تاثیرگذاری بر روی مشـتریان به طور حرفه‌ای تمایل دارد. نکته مهم در این میان توجه به فرآیند تعامل با مشـتریان به طور حرفه‌ای و اسـتاندارد است. معنای این امر ضرورت تولید محصولات باکیفیت و ارائه خدمات بی‌عیب است. فقط در این صورت مشتریان نسبت به معرفی کسب و کار شما به دوستان‌شان ترغیب خواهند شد، در غیر این صورت شاید حتی به جای تعریف برندتان از ایرادهای شما به دوستان‌شان بگویند. معنای این امر از دسـت رفتن بسیاری از مشتریان برای همیشه خواهد بود.

سرمایه‌گذاری بر روی مشتریان می‌تواند نوعی ریسک بزرگ باشد. این امر برای برندهایی که نسبت به کیفیت محصولات و خدمات‌شان اعتماد لازم را ندارند، مطرح است. بنابراین شما باید همیشه فرآیند تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان را به طور حرفه‌ای دنبال نمایید، در غیر این صورت شاید خیلی زود فرصت توسعه برندتان از دست برود.

بازاریابی از طریق مدیرعامل و موسس‌های برند

هر کسـب و کاری در بازار تعدادی موسس و همچنین یک مدیرعامل دارد. این افراد به طور معمول چهره اصلی برند را شکل می‌دهند. بنابراین شـما برای تاثیرگذاری بر روی مشـتریان امکان اسـتفاده از شـهرت و محبوبیت این دسـته از افراد را خواهید داشت. نکته مهم اینکه شما برای جلب نظر مشـتریان باید همیشه از تاثیرگذاری و توانایی ترغیب‌کنندگی مدیرعامل و موسس‌های برند سود ببرید.

امروزه بسیاری از تیم‌های بازاریابی برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان از این راهکار سود می‌برند. بنابراین شما هم باید به طور چشمگیری در این زمینه توانایی خودتان را محک بزنید. این امر می‌تواند بار هزینه بازاریابی برای برندتان را به شدت کاهش دهد. همچنین در فرآیند توسعه کسب و کار نیز شما را نسبت به رقبای‌تان متمایز خواهد ساخت.

راه‌اندازی برنامه معرفی کارمندان شرکت

شرکت‌های بزرگ و موفق همیشه کارمندان حرفه‌ای دارند. اگر شما هم به اندازه کافی برای بهره‌گیری از کارمندان حرفه‌ای خوش‌شانس هستید، باید نسبت به معرفی‌شان نیز واکنش نشان دهید. این امر می‌تواند وضعیت شما در بازار را به طور قابل ملاحظه‌ای تغییر دهد. بنابراین اگر تا به حال این نکته مهم را مدنظر قرار نداده‌اید، باید از همین امروز نحوه فعالیت‌تان را تغییر دهید. این امر شامل توجه به همکاری با کارمندان و تلاش برای تولید محتوای بازاریابی از طریق معرفی آنها به مشتریان است.

بی‌شک آشنایی با کارمندان برندی مثل گوگل یا اپل برای هر فردی در بازار جذابیت خواهد داشـت. این امر می‌تواند برای برند شـما نیز مصداق پیدا کند. درسـت به همین خاطر باید همیشـه نسبت به تاثیرگذاری بر روی مشتریان با استفاده از توانایی کارمندان‌تان روی خوش نشان دهید. از آنجایی که همکاری با کارمندان شـرکت برای تولید محتوا تقریبا هیچ هزینه‌ای به همراه ندارد، شما به سادگی هرچه تمام‌تر فرصت صرفه‌جویی در هزینه‌های‌تـان را نیـز پیدا می‌کنید. این امر می‌تواند در ادامه مسـیر بازاریابی برای سـرمایه‌گذاری بهتر و تعامل بیشتر با مشتریان مورد توجه قرار گیرد.

استفاده از زمان‌های مرده

اغلب کارآفرینان در تعطیلات آخر هفته به طور مداوم به فکر کسـب و کارشـان هستند. این امر اگرچه همراه با پیگیری مستقیم کارها از سوی آنها نیست، اما همیشه دغدغه‌های زیادی برای این دسته از افراد به همراه دارد. بنابراین شـما باید به فکر ساماندهی زمان‌های تعطیل یا به اصطلاح مرده‌تان برای توسعه هرچه سریع‌تر برندتان باشید.

یکـی از راهکارهای جالب در شـرکت‌ها پیدا کردن مدیرانی اسـت که تمایـل به ادامه فرآیند کار، البته سـبک‌تر، در تعطیـلات پایان هفته یا زمان‌های مرده‌شـان در طول هفته دارند. این امر می‌تواند به شـما برای زمان‌بندی کاربردی در راستای ساماندهی جلسات آنلاین و پیگیری برخی از کارها در سـاعت‌های غیراداری کمک کند. یادتان باشد در این زمان‌ها فقط باید کارهای به نسـبت سبک را مورد ارزیابی قرار دهید، در غیر این صورت فشـار کاری بر روی اعضای شـرکت‌تان به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش پیدا می‌کند.

طراحی پادکست

طراحی پادکسـت یکی دیگر از راهکارهای جذاب برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان محسوب می‌شود. امروزه تقریبا هر کسی در سراسر دنیا به دست‌کم یک پادکست گوش می‌دهد. به همین خاطر شما با سرمایه‌گذاری بر روی این حوزه به خوبی امکان جلب نظر مشتریان‌تان را پیدا می‌کنید. نکتـه اساسـی در این میان تـلاش برای تعامـل با مشـتریان از طریق سـرمایه‌گذاری درست بر روی مشتریان است. شاید این امر بسیار سخت یا غیرممکن به نظر برسـد، اما برای برند شـما به شدت کاربردی خواهد بود. بسیاری از برندها به جای تهیه پادکست در عمل به عنوان اسپانسر نمونه‌های موفق عمل می‌کنند. این امر شـاید جذابیت زیادی برای برند شما به همراه داشته باشد، اما میزان تاثیرگذاری را به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش می‌دهد. این امر می‌تواند با اسـتفاده از مرور پادکست‌های موفق و همکاری با افراد حرفه‌ای در این زمینه برای راه‌اندازی پادکست اختصاصی برند خودتان به سـادگی حل شـود. بنابراین همیشه در این راستا به فکر ایجاد پادکست به جای فعالیت در قالب اسپانسر فکر کنید.

توجه به فناوری واقعیت مجازی

واقعیت مجازی فقط یک فناوری جذاب برای سرگرم ساختن مردم در سراسـر دنیا نیست، بلکه استفاده‌های بسـیار زیادی در زمینه بازاریابی و همچنین توسعه برند نیز دارد. شاید یکی از کاربردهای جذاب این فناوری از سـوی برند Ikea مورد توجه قرار گرفته باشـد. این برند برای نمایش جلوه‌های محصولاتش به مشـتریان از این فناوری سـود می‌برند. بر این اسـاس شما با اسـکن کد هر کدام از محصولات این برند می‌توانید نمونه شبیه‌سازی‌شده آن در قالب فناوری واقعیت مجازی را مشاهده نمایید.

طراحی بازی‌های مختلف برای دوربین‌های واقعیت مجازی و دسترسی این گجت‌ها به اینترنت از نظر تبلیغاتی نیز برای برندها جذابیت بسـیار زیادی داشـته است. درست به همین خاطر شما در صورت تمایل امکان اسـتفاده از امکانات این حوزه برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان را دارید. این امر شامل نمایش تبلیغات برای مشتریان در این قالب خواهد بود. درست به همین خاطر شما باید نسبت به فعالیت در این راستا توجه نشـان دهیـد. چراکه یکی از حوزه‌های جـذاب و تعاملی برای جلب نظر مشتریان و معرفی جلوه‌های تازه به آنها محسوب می‌شود.

منبع: saleshacker.com

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

برابر رای شماره ۱۴۰۰۶۰۳۰۱۰۵۹۰۰۰۸۰۱/۹۹/۱۱۴مورخ ۱۴۰۰/۸/۱۳ موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی اسلامشهر تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای رضا بختیاری فرزند حسین شماره شناسنامه ۴۳۸۲صادره از تهران با کدملی ۰۰۷۷۲۱۶۱۴۸به شش دانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت صدمتر مربعه پلاک ۵۶۳ فرعی از۳۷ اصلی مفروز و مجزی شده درقسمتی از قطعه ۵۶۳ فرعی از ۳۷ اصلی مذکور واقع در قریه چهاردانگه خشکه بخش ۱۲ تهران خریداری از مالکیت رسمی اصغر پور دستمالچی محرز گردیده است . لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دونوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود درصورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت ۲ ماه اعتراض خود را به اداره ثبت اسناد واملاک اسلامشهر تسلیم نموده و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم و گواهی تقدیم دادخواست را به اداره ثبت محل تحویل نماید . بدیهی است درصورت انقضا مدت مذکور وعدم وصول اعتراض ویاعدم گواهی تقدیم دادخواست طبق مقررات سند مالکیت متقاضی صادر خواهد شد .

تاریخ انتشار نوبت اول ۱۴۰۰/۱۰/۱
تاریخ انتشار نوبت دوم ۱۴۰۰/۱۰/۱۶

همایون صفری –رییس واحد ثبتی حوزه ثبت ملک اسلامشهر

رئیس اتاق بازرگانی تبریز تاکید کرد؛

لزوم استقرار مراکز تجاری تبریز در ترکیه

آذربایجان شـــرقی – ماهان فلاح: رئیس اتاق بازرگانی تبریز با اشاره به وجود ظرفیت های زیاد دو کشور ایران و ترکیه افزود: موانعی در کشور ترکیه برای تجار ایرانی و همچنین موانعی در ایران برای تجار ترک وجود دارد که باید با برگزاری جلســات کارشناسی درصدد حل این مشکلات باشیم. یونس ژائله در ارتباط تصویری با سفیر جمهوری اســلامی ایران در آنکارا در محل اســتانداری آذربایجان شرقی اظهار داشت: برگزاری چنین جلساتی فرصت بسیار خوبی برای تبادل افکار بین تجار و مسئولان عالی رتبه کشور به ویژه وزارت امور خارجه است. وی ادامه داد: وقتی ما به بعضی از کشورها مراجعه می کنیم مسیر به اندازه ای همواره است که کشورها با تمام توان در خدمت بخش تجارت و بازرگانی هستند. این موضوع نشان دهنده پیگیری وزارت امور خارجه است که در این زمینه قدردان مسئولان در این وزارتخانه هستیم. ژائله با بیان این که متاسفانه در حال حاضر روابط تجاری دو کشور رو به افول است، تاکید کرد: برای بازگرداندن مسیر تجاری برنامه جامعی بین اتاق های بازرگانی تبریز و ترکیه لازم است که به صورت مداوم عملیاتی شده و در این زمینه هماهنگی های مورد نیاز را باید نهاد وابســته بازرگانی در سفارت انجام دهد تا بتوانیم این جلسات را کارشناسی تر و با برنامه های عملیاتی پیش ببریم. رئیس اتــاق بازرگانی تبریز به قراردادهای رؤسای جمهور دو کشور در دوره های قبلی اشاره کرد و گفت: قرار بود مبادلات تجاری و بازرگانی به ۳۰ میلیارد دلار برسد که متاسفانه این موضوع عملیاتی نشد و امروز این وضعیت تجاری بر روی ۷.۲ میلیارد دلار باقی مانده که شــاید این مقدار نیز رو به افول برود. ژائله با اشاره

به وجود ظرفیت های زیاد دو کشــور ایــران و ترکیه افزود: موانعی در کشــور ترکیه برای تجار ایرانی و همچنین موانعی در ایران برای تجار ترکیه وجود دارد که با برگزاری جلســات کارشناسی در اتاق بازرگانی می توانیم این موارد را حل کنیم و این موضوع کمک می کند روابط را توسعه دهیم. وی گفت: در دوره های قبلی قرارداد ترجیحی امضا شد که کمک بسزایی به تجار ما نکرد و در این زمینه نتوانستیم به اهداف خود برسیم. رئیس اتاق بازرگانی تبریز گفت: مدل بخش بازرگانی ترکیه با ایران کمی متفاوت بوده و لازم اســت که ما جدی تر و دقیق تر در این زمینه وارد شویم و مراکز تجاری خودمان را در ترکیه مستقر کنیم چــرا که امروز تجارت در دنیا تقریبا تغییر یافته و ما باید روش تجارت خودمــان را تغییر دهیم و مرکز تجاری را در جاهای مناســبی مانند شهرهای صنعتی مانند استانبول و ازمیر مستقر کنیم تا بتوانیم کالاهای مورد نظر خود مانند محصولات پتروشیمی و محصولات سایر صنایع که ترکیه واردکننده این محصولات است را در اختیار مشتریان قرار دهیم. ژائله اظهار کرد: امروز در فضایی که کشوری مانند عربستان که رقیب ما در صنعت پتروشیمی است، در این بازار حضور داشته و انبار و سیستم توزیع نیز دارد، قطعا این کشور به تجار ما اجازه نمی دهد به این راحتی سهم بازار را به دست بگیریم. وی ادامه داد: قیمت نامناسب محصولات و مســیر ترانزیتی و تمام عوامل وقتی یک جا جمع می شوند، متوجه می شویم که انگیزه لازم برای تجار ترک برای تداوم مسیر تجارت ایجاد نمی کند، بنابراین لازم است تمهیداتی در این زمینه اتخاذ شود. رئیس اتاق بازرگانی تبریز افزود: در زمینه تامین بسیاری از کودهای شیمیایی از جمله کود اوره می توانیم بــا برنامه ریزی دقیق حجم تجارتمان را افزایش دهیم، ما تولیدکننده این محصول هســتیم ولی متاسفانه آن گونه که باید در این زمینه در بازار حضور نداریم. وی با اشاره به جایگاه ویژه و قدیمی روابط تجاری تبریز با ترکیه گفت: از گذشته تاکنون تبریز با ترکیه روابط تجاری بســیاری داشته به طوری که در تبریز استانبول قاپیسی (درب اســتانبول) و در ترکیه نیز تبریز قاپیسی (درب تبریز) وجود دارد. واضح است که این تجارت قدیم تبریز با ترکیه چیزی نیست که امروز ایجاد شده باشد و اینجا باید جایگاه تجاری تبریز برجسته شود و این موضوع وظیفه سفارت در ترکیه است. رئیس اتاق بازرگانی تبریز ادامه داد: رقابت ما با ترکیه در بخش های کشــاورزی و سایر بخش ها طبیعتا موجب بهبود وضعیت می شود و ما از این رقابت استقبال می کنیم و این رقابت می تواند موجب رشد و شکوفایی شود.

مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری خبر داد :

در ۹ ماهه سال جاری تحقق یافت

ساری – دهقان : مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری گفت : در ۹ ماهه سال ۱۴۰۰ تعداد ۲۲ دوره تخصصی و عمومی آموزشی برای کارکنان ، پیمانکاران ، رانندگان و کارآموزان منطقه ساری برگزار شد . به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی، سبحان رجب پور مدیر شــرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری با بیان اینکه حیات ســازمانها به دانش ، آگاهی و مهارت های گوناگون و جدید وابســته است ، اظهار کرد : همه ساله دوره های آموزشی متنوع با هدف ارتقاء سطح کیفی مهارت های فردی و عملکردی کارکنان در منطقه ســاری به اجراء در می آید و در ۹ ماهه سال ۱۴۰۰ تعداد ۲۲ دوره آموزشی برای کارکنان رسمی ، قرارداد مدت معین و پیمانکاری ، رانندگان و کارآموزان برگزار شــد . وی با بیان اینکه آموزش و توانمند سازی نیروی انسانی سبب می شود تا افراد بتوانند متناسب با تغییرات ســازمانی و محیط به طور مؤثر فعالیتشــان را ادامه و بر کارایی خود بیفزایند ، عنوان کرد : یــک دوره تخصصی برای تعداد ۴۳ نفر در ۱۶

ساعت و ۳ دوره به صورت عمومی برای تعداد ۱۴۱ نفر در ۲۴ ساعت در ۹ ماهه اول سال ۱۴۰۰ توسط واحد آموزش منطقه ساری برگزار شد . وی رسیدن به اهداف سازمان را در روز آمد بودن و توانایی کارکنان در انجام وظایف محوله و انطباق با محیط متغیر دانست و اظهار کرد : برای ۱۱ نفر از کارآموزان دانشگاهی معادل ۲۴۶۰ نفر ساعت دوره آموزشی برنامه ریزی و اجرائی شد . سبحان رجب پور در ادامه اظهار کرد : در ۹ ماهه ســال ۱۴۰۰ دوره هایی برای مدیریت و سرپرستی ، پیمانکاران و رانندگان نیز برگزار گردید که در مجموع ۳۱ نفر ساعت دوره آموزشی برگزار شــد . رجب پور جمع نفر ســاعت آموزش در ۹ ماهه اول سال ۱۴۰۰ را بیش از ۲۵۴۷ ساعت اعلام و تاکید کرد : با برنامه ریزی و توجه جدی به مبحث آموزش درجه اطمینان موفقیت فرد و سازمان افزایش می یابد که منطقه ساری با برگزاری دوره های آموزشی مستمر ، متنوع و تخصصــی برای نیل به این هدف تلاش مــی نماید و در ۹ ماهه اول ســال ۱۴۰۰ با برگزاری ۲۲ دوره ، ۵۷۱ شرکت کننده و ۲۵۴۷ ساعت آموزش این هدف را دنبال می کند . ســبحان رجب پور افزود : با توجه به اینکه تمرکز امکانات آموزشی در منطقه ساری قرار دارد ، دوره های آموزشــی مناطق گیلان ، گلستان و چالوس به صورت متمرکز در این منطقه برگزار می شود .

لزوم بررسی بیشتر در خصوص مونوریل و خط دوم مترو

قم– خبرنگار فرصت امروز: رئیس شورای اسلامی شهر قم زمان بررسی کارشناسی درباره تعیین تکلیف مونوریل را ۶ ماه اعلام کرد و تأکید کرد: حالا که قرار است باز از سرمایه مردم برای راه‌اندازی مونوریل هزینه شود باید کارشناسان به‌صورت علمی این پروژه را بررسی کرده و بازنگری کنند. حسین اسلامی در حاشیه بیست و دومین جلسه رسمی و علنی شورای اســلامی شهر قم به مصوبات سفر رئیس‌جمهور به شهر قم اشاره کرد و اظهار داشت: جایگزینی مونوریل به‌جای خط دو مترو باید با دقت بررسی و کارشناسی شود. وی تعیین تکلیف مونوریل را یکی از اولویت‌های شهر قم دانســت و افزود: مونوریل باید تعیین تکلیف شده و در صورت امکان راه‌اندازی شــود اما از آن به‌جای خط دو مترو نمی‌توانیم استفاده کرده و خط دو مترو باید اجرایی شود. رئیس شورای اسلامی شهر قم زمان بررسی کارشناسی درباره تعیین تکلیف مونوریل را ۶ ماه اعلام کرد و تأکید کرد: حالا که قرار است باز از سرمایه مردم برای راه‌اندازی مونوریل هزینه شود باید کارشناسان به‌صورت علمی این پروژه را بررسی کرده و بازنگری کنند. وی تصریح کرد: باید مشخص شــود مونوریل در چه مسیری بیشترین بازدهی را داشته تا بتوانیم از این فرصت حمل‌ونقلی به‌درستی و در جای خودش استفاده کنیم اما تأکید می‌کنم مونوریل نمی‌تواند جای خط دو

مترو را بگیرد. اسلامی مسیرهای احتمالی مونوریل را موردبررسی قرارداد و خاطرنشان کرد: چنانچه مونوریل بخواهد از ۷۲ تن به سمت حرم اجرا شود که نمی‌تواند پردیسان را پوشش دهد و چنانچه به سمت پردیسان و الحاقی ۵۶۰ هکتاری طراحی شــود بازهم نمی‌تواند جایگزین خط دو مترو شود. وی ادامه داد: جایگزینی مونوریل با خط دو مترو به نفع مردم نبوده و باید تلاش کنیم هر دو را داشــته باشیم و با تکمیل هر دو پروژه سیستم حمل‌ونقلی پیشرفته‌ای را برای آینده مردم طراحی و اجرا کنیم.

رئیس شورای اسلامی شهر قم سپس به تأمین رام‌های قطار برای خط یک مترو اشاره کرد و افزود: برای تست گرم مترو با شهرداری تهران مذاکراتی داشتیم تا بتوانیم تست گرم را انجام دهیم و نیاز به مصوبه شورای اسلامی شهر تهران داریم و این‌یک قانون است و قطعاً موافقت می‌شود زیرا رام‌ها اورهال شــده است. وی تأکید کرد: این رام‌ها مشکل حمل‌ونقلی متروی قم را حل نکرده و تنها برای تست گرم استفاده می‌شود و هنوز مشخص نیست رام‌ها به‌صورت خرید یا قرض از تهران تأمین می‌شود و باید منتظر مصوبه شــورای شهر باشیم. اسلامی از پیگیری واگن‌های خریداری‌شده از کشــور چین خبر داد و مطرح کرد: پیگیری‌هــای لازم برای دریافت رام‌های خریداری‌شــده از چین در تهران انجام‌شــده و امیدواریم رام‌ها و واگن‌های قم را به‌زودی دریافت کرده و بتوانیم استفاده کنیم. وی در ادامه به ریل راه‌آهن فرســوده در مرکز شهر قم اشاره کرد و اظهار داشت: یکی از موضوعاتی که در ســفر رئیس‌جمهوری به آن پرداخت شد حذف ریل راه‌آهن فرسوده در شهر قم بوده است. رئیس شورای اسلامی شهر قم ابراز کرد: ریل راه‌آهن اگر با پیوست‌های فرهنگی و اجتماعی همراه نباشد با یک سری از آسیب‌های اجتماعی و حاشیه‌نشینی مانند اسماعیل‌آباد و آن‌طرف نیروگاه مواجه می‌شویم.

سرپرست و کارگردان گروه هنری همای رحمت خبر داد؛

دهمین سوگواره اشک یاس برگزار می‌شود

آذربایجان شرقی – ماهان فلاح: سرپرست و کارگردان گروه هنری همای رحمت از برگزاری دهمین سوگواره اشک یاس خبر داد و گفت: بعد از وقفه یک‌ساله ناشی از کرونا و محدودیت‌های آن، دهمین سوگواره اشــک یاس برگزار می‌شــود. محمد روشــنی، زمان برگزاری دهمین ســوگواره اشک یاس را ۱۳ تا ۱۶ دی ماه جاری اعلام کرد و افزود: این سوگواره از ساعت ۶:۳۰ عصر ۱۴۰۰/۱۰/۱۳ تا ۱۴۰۰/۱۰/۱۶ در سالن دکتر مبین برگزار می‌شود. وی، ادامه داد: در کنار برگزاری این سوگواره، غرفه‌های صلواتی، نذورات مردمی برای کودکان سرطانی، حامیان مالی، نمایشــگاه عکس دفاع مقدس و مدافعان حرم، رادیو ســوگواره و چند برنامه دیگر را پیش‌بینی کرده بودیم که متأسفانه به علت نبود امکانات و حمایت‌های مالی، تمامی برنامه‌های پیش‌بینی شده، لغو شدند و تنها برنامه جانبی ما خاطره‌گویی بهرام یعقوبی؛ جانباز و یادگار هشت سال دفاع مقدس را خواهیم داشــت. روشنی اضافه کرد: نزدیک به یک دهه اســت که کار خود را با همت و عشــق به اهل بیت پیامبر (ص)، ائمه اطهــار (ع) و فاطمه زهرا (س) - افتخار خانــدان وحی، پیش برده‌ایم. این هنرمند و کارگردان تئاتر با بیان این‌که از سال ۱۳۹۰ که برگزاری سوگواره را شــروع کرده‌ایم، با هزینه‌های شخصی خود پیش‌رفته‌ایم، ادامه داد: تنها انگیزه برای ادامه این مســیر هنری منتخب گروه، عشق بــه ائمه اطهار، خاندان وحی، عهد و پیمان خود با حضرت فاطمه زهرا (س)، امید به راه‌گشایی‌ها و همراهی‌های آنان، همت چهل، پنجاه نفر از هنرمندان جوان و علاقه‌مند به انجام کارهای هنری، فرهنگی و ارزشی است. روشنی در پایان ضمن قدردانی از حمایت و همراهی بهرام یعقوبی؛ جانباز هشت ســال دفاع مقدس، تلاش‌گران سازمان بسیج هنرمندان سپاه عاشورا، انجمن صنفی دفاتر نمایندگی روزنامه‌های سراسری استان آذربایجان‌شرقی و رسانه‌ها و اصحاب مطبوعات محلی، پایگاه مقاومت امام حســین(ع)، حکیمه غفوری و علی نوای‌باغبان از اعضای شــورای اسلامی شــهر تبریز، سازمان فرهنگی و هنری شــهرداری، شهرداری منطقه ۳، حوزه ۲ بسیج امام حسن مجتبی (ع)، حوزه ۲ بسیج خواهران، ســایر حامیان معنوی و عوامل اجرایی در برگزاری این سوگواره، گفت: خادمان بسیج و رسانه، ســازمان بسیج هنرمندان سپاه عاشورا، پایگاه مقاومت امام حسین (ع)، ۲ عضو شورای شهر و معاونت سازمان فرهنگی و هنری شــهرداری بار دیگر به یاری مان آمدند و در این‌راه، حاج بهرام یعقوبی؛ جانباز هشت سال دفاع مقدس با دیدن کمبود تجهیزات‌مان به یاری‌مان شتافت و در تأمین و تهیه تجهیزات نوری کمک حال‌مان شد،

در حالی‌که این جوانمرد، پیشتر و به وقت خود با اهدای جان و سلامت خود، دِین‌اش را نسبت به مردم ادا کرده بود.

منصوری خبر داد:

کارکنان پالایشگاه گاز ایلام بیش از ۵۰ واحد خون اهداء کردند

ایلام– هدی منصوری: سرپرست درمانگاه طب صنعتی شرکت پالایش گاز ایلام از اهداء ۵۰ واحد خون توسط کارکنان این واحد صنعتی خبر داد و گفت: با توجه به کاهش ذخایر بانک خون در دوران شیوع بیماری کرونا و بنا بر ضرورت تأمین ذخایر خونی سازمان انتقال خون و همسو با عمل به مسئولیت‌های اجتماعی، گروه سیار ســازمان انتقال خون با رعایت کامل پروتکل‌های بهداشتی با استقرار در این واحد صنعتی نسبت به خونگیری از کارکنان اقدام کرده است.

علی منصوری با بیان اینکه پیرو درخواست سازمان انتقال خون ایلام و در راستای حس انسان دوستی و مسئولیت های اجتماعی ۵۰ واحد خون توسط پرسنل پالایشگاه گاز ایلام در محل درمانگاه طب صنعتی اهداء شــده اســت،افزود: هدف از انجام این امر خداپسندانه کمک به

بیماران نیازمند به خون و نهادینه کردن فرهنگ اهداء خون در جامعه است.

وی با اشــاره به اینکه با هماهنگی های صورت گرفته از سوی اداره HSE و درمانگاه شرکت با سازمان انتقال خون استان این مهم تحقق یافته است، اظهار داشت: یکی از عرصه‌های تبلور دینداری اهدای خون به نیازمندان اســت، زیرا نه تنها موجب نجات جان یک بیمار می‌شود بلکه به نوعی شــکرگزاری به درگاه خداوند متعال برای برخورداری از سلامتی است.

سرپرست درمانگاه شــرکت پالایش گاز ایلام با بیان اینکه اهدای خون نمادی ارزشمند از احســاس مسئولیت، همدلی و نوع دوستی اســت که در حفظ سلامت جامعه تأثیر بســزایی دارد،تصریح کرد: کارکنان این واحد صنعتی هر ســاله در راســتای مســئولیت های اجتماعــی و کمک بــه همنوعان خود با اهداء خــون خود به کمک نیازمندان شتافته اند.

اخبار

تقدیر فرماندار اندیکا از اهتمام جدی صنعت نفت به کاهش آلام زلزله زدگان

اهواز– شبنم قجاوند: فرماندار اندیکا از نقش و اهتمام جدی صنعت نفت در بازسازی مناطق زلزله زده این شهرستان و کاهش آلام زلزله زدگان تقدیر و تشکر کرد . مهندس امراله نوذری با اشاره به حضور تیم امداد رسانی شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب و شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان در همان ساعات اولیه پس از وقوع زمین لرزه این شهرستان گفت : با توجه به صعب العبور بودن اغلب راه های روستایی این منطقه و انسداد برخی مسیرهای کوهستانی بواســطه ی ریزش کوه ، با اعزام ماشین آلات راهسازی مختلف متعلق به نفت موفق به بازگشایی مسیر و مرمت و بهسازی راه ها شده ایم . وی تصریح کرد : صنعت نفت با اهتمام به کاهش آلام مردم زلزله زده اندیکا کمک های شایانی در زمینه ترمیم و بهسازی راه دسترسی روستاییان و عشایر انجام داده که بسیار ارزشمند و قابل تقدیر است . وی خاطرنشان کرد : بعنوان نماینده ی عالی دولت در منطقه از توجه جدی و مساعدت مدیران عامل محترم شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب و شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان تقدیر و تشکر می نمایم اما با توجه به عمق محرومیتی که در منطقه وجود دارد این اقدامات را کافی ندانسته و با توجه به امکانات لجستیکی و پشتیبانی مناسبی که در این صنعت در بحث ماشین الات راهسازی وجود دارد از این عزیزان تقاضا دارم نسبت به اعزام ماشین آلات بیشتری به این منطقه ی زلزله زده جهت تسریع در مرمت و بهسازی راه های روستایی مساعدت و بذل محبت نمایند .

دانشگاه علوم پزشکی اراک جز دانشگاه های منتخب برای ارتباط با صنعت

اراک– فرناز امیدی: معاون تحقیقات و فناوری دانشگاه علوم پزشکی اراک گفت: از میان دانشگاه های علوم پزشکی سطح کشور، ۱۷ دانشگاه جهت ارتباط با صنعت انتخاب شــده که در این میان نام دانشگاه علوم پزشکی اراک نیز به چشــم می خورد. دکتر علیرضا کمالی افزود: شرط انتخاب دانشگاه ها در این زمینه، حضور دانشــگاه در قطب صنعتی، پتانسیل خوب معاونت تحقیقات و پژوهش هر دانشگاه و عملکرد و ارتباط خوب آن با صنعت و جذب محققین به خصوص در طی یکسال اخیر بوده است که در قطب ۶، دانشگاه علوم پزشکی اراک با داشتن شروط لازم انتخاب شده است. وی در ادامه بیان داشت: با توجه به اینکه هر چه تعامل دانشگاه با صنعت بیشتر شود، آموزش ها کاربردی تر و فارغ‌التحصیلان مسلط‌تر هستند، لذا تصمیم گرفته شد ۱۷ دانشگاه علوم پزشکی در سراسر کشور از جمله مهمترین آنها اراک، تهران، مازندران، مشهد، تبریز، اصفهان، شیراز، کرمان، کردستان و غیره به صورت آزمایشی جهت ارتباط با صنعت انتخاب و از این به بعد تعامل بیشتری با صنایع خود داشته باشند. معاون تحقیقات و فناوری دانشگاه علوم پزشکی اراک تاکید کرد: ارتباط با صنعت و جامعه در دانشگاه‌های علوم پزشکی به صورت پراکنده انجام شده بود و در جلسه‌ای در معاونت تحقیقات و فناوری وزارت بهداشت به صورت وبینار به صورت منسجم به این موضوع پرداخته شد. کمالی یادآور شد: این کار برای اولین بار در سطح وزارت بهداشت انجام شده و قرار است این برنامه عملیاتی از ابتدای سال تحصیلی ۱۴۰۱ مبنای کار دانشگاه‌ها باشد.

رئیس سازمان جهادکشاورزی:

نرخ فرسایش خاک در برخی حوزه‌های آبخیز چهارمحال و بختیاری ۵۳ تن در هکتار است

شهرکرد– خبرنگار فرصت امروز: عطاالله ابراهیمی ۲۱ آذرماه در همایش اســتانی روز جهانی خاک در چهارمحال و بختیاری، اظهار کرد: امروز شــاهد آبرسانی سیار در بسیاری از روستاها به وسیله تانکر هستیم، مسئله بحران آبی به دلیل دخالت‌های نادرســت بشر در طبیعت و در نتیجه برهم خوردن تعادل اکولوژیکی طبیعت است. رئیس سازمان جهاد کشاورزی چهارمحال و بختیاری افزود: بنابراین بحران‌های آبی و فرســایش خاک نشان می‌دهد که انسان‌ها به شــکل اصولی از منابع خدادادی استفاده نکرده‌اند و تنها در صورتی می‌توان از این شرایط عبور کرد که استفاده از این منابع به شکل صحیح بازگردانده شود. وی ادامه داد: خاک بستر حیات بشر است و متاسفانه برخی مواقع به موضوع خاک و جنبه‌های آن به درستی پرداخته نمی‌شود، امروزه فرسایش خاک که در چهارمحال و بختیاری حدود ۲۰ تن و در برخی حوزه‌های آبخیز حدود ۳۵ تن گزارش شده، این موضوع نشان‌دهنده رفتار نامناسب با منابع طبیعی است که باتوجه به فرسایش خاک در سال‌های آینده با خطر جدی برای تامین منابع غذایی مواجه خواهیم شد. ابراهیمی عنوان کرد: متوسط میزان شیب در چهارمحال و بختیاری ۳۴ درصد ثبت شده، اما در کنار این موضوع بهره‌برداری بیش از حد از منابع گیاهی در فرسایش خاک نیز موثر است، بنابراین باید درعرصه های طبیعی و اراضی کشاورزی تدابیری برای حفظ فیزیکی و شیمیایی خاک اتخاذ و از این فرسایش جلوگیری کرد، برای مثال تنها با یک چرای تاخیری در مراتع امکان کاهش فرسایش خاک وجود دارد. رئیس سازمان جهادکشاورزی چهارمحال و بختیاری با بیان اینکه برای تشکیل یک سانتی‌متر خاک قرن‌ها زمان لازم است، اضافه کرد: با اصول مدیریتی صحیح می‌توان از خاک محافظت کرد.

مراسم سوگواری ایام فاطمیه در اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی گلستان

گرگان –نادر کرمی – مراسم سوگواری ایام فاطمیه و ادای احترام به سردار دل ها برگزار می شود.از صبح امروز ویژه برنامه سوگواری ایام فاطمیه و ادای احترام به سردار دل ها حاج قاسم سلیمانی در نمازخانه اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی گلستان آغاز شد.با حضور سرپرســت اداره کل فرهنگ و ارشــاد اسلامی گلستان و جمعی از کارکنان ستادی آن اداره کل، از صبح روز ۱۳ دی ماه به مدت سه روز مراسم سوگواری ایام فاطمیه و ادای احترام به سردار دل ها آغاز شد.گفتنی است مداحی و قرائت زیارت عاشورا به همت مداح اهل بیت "رمضانعلی امیرلطیفی" و قرائت قرآن و ادعیه و ذکر فرازهایی از زندگی حضرت فاطمه زهرا (س) و اندیشه ی ولایی سردار سلیمانی از جمله برنامه های این سه روز است.یادآوری می شود؛ این مراسم در روز ۱۳ و ۱۴ دی ماه پیش از آغاز ساعت اداری و در روز ۱۵ دی ماه همزمان با نماز ظهر و عصر برگزار می شود.

نشست توجیهی اجرای قانون حمایت از خانواده و جوانی جمعیت در حوزه وزارت بهداشت در گیلان برگزار شد

رشت– خبرنگار فرصت امروز: نشست توجیهی اجرای قانون حمایت از خانواده و جوانی جمعیت در حوزه وزارت بهداشــت با محوریت بحث و بررسی اهمیت صیانت از جمعیت و جوانی آن، چالش‌ها و راهکاری‌های جوان‌تر شدن جمیعت در گیلان برگزار شــد. به گزارش پایگاه اطلاع‌رســانی دانشگاه علوم پزشــکی گیلان (وبدا)، صبح امروز در نشست توجیهی اجرای قانون حمایت از خانواده و جوانی جمعیت در حوزه وزارت بهداشــت، درمان و آموزش پزشکی در سالن اجلاس حوزه ریاست دانشگاه علوم پزشکی گیلان برگزار شد. در این نشست، آیت‌الله رسول فلاحتی- نماینده ولی‌فقیه در استان گیلان، دکتر اسدالله عباســی - اســتاندار گیلان، دکتر کمال حیدری – معاون بهداشتی وزیر بهداشت، دکتر ارسلان سالاری – رئیس دانشگاه علوم پزشکی گیلان، جمعی از مدیران و کارشناسان ستادی وزارت بهداشت مرتبط با خانواده و جمعیت، جمعی از مدیران کل استان، معاونین و مدیران ستادی دانشگاه علوم پزشکی گیلان و همچنین رؤسای شبکه‌های بهداشت و درمان سراسر استان گیلان(بصورت ویدیوکنفرانس) حضور داشتند. در نشست توجیهی اجرای قانون حمایت از خانواده و جوانی جمعیت در حوزه وزارت بهداشت، شرکت‌کنندگان در خصوص اهمیت برنامه صیانت و جوانی جمعیت، نگاه کلان وزارت بهداشت به بحث جمعیت، وضعیت موجود، چالش‌های پیشرو و اقدامات وزارت بهداشت، وضعیت جمعیت در استان گیلان، نگاه عمیق‌تر به سیر تحولات جمعیتی، جمعیت و اقتدار ملی و همچنین قانون حمایت از خانواده و جوانی جمعیت با تأکید بر موارد مرتبط با بهداشت و درمان بحث و گفت‌وگو کردند.

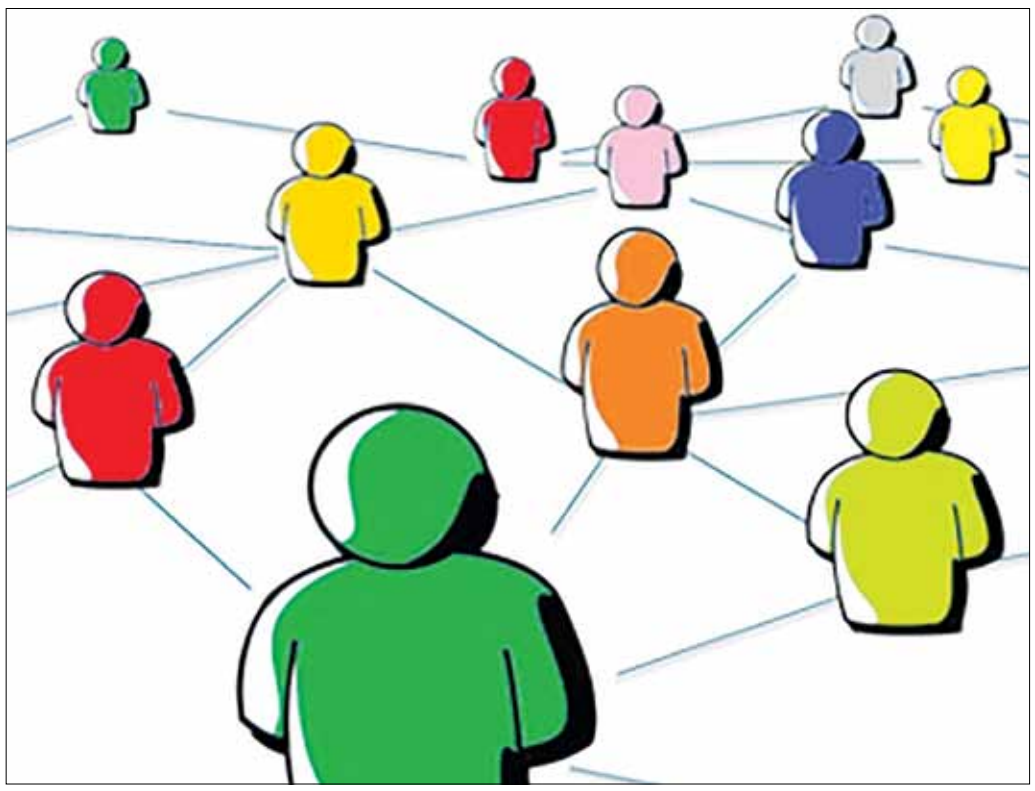
معاون بهداشتی دانشگاه علوم پزشکی قزوین:

آب آشامیدنی مردم استان قزوین دارای کیفیت مطلوب منطبق با استانداردهای ملی است

قزوین– خبرنگار فرصت امروز: به گفته معاون بهداشــتی دانشگاه علوم پزشکی قزوین، بر اســاس آزمایش و پایش های صورت گرفته، آب آشامیدنی مردم استان قزوین دارای کیفیت مطلوب منطبق با استانداردهای ملی بوده و این نتیجه تلاش دســتگاه متولی یعنی شرکت آب و فاضلاب استان می باشد. به گزارش روابط عمومی، دکتر جلال رحمانی در نشست مشترکی، با اعلام این مطلب افزود: خوشبختانه در دو ســال گذشته هیچگونه بیماری وبا در سطح استان گزارش نشده و این ناشی از عملکرد قابل ملاحظه ی دستگاه های متولی و ناظر به ویژه در بحث تولید و توزیع آب آشــامیدنی اســت. وی ادامه داد: این مســاله که کارکنان دو دستگاه منتظر روال بوروکراسی اداری نشده و فعالانه کیفیت آب مورد استفاده مردم را سنجش می کنند نشان از اهمیــت دادن به موضوع بوده و تعهد و تلاش کارکنــان را بروز می دهد. جلال رحمانی، همچنین وجود کمترین اختلاف بین نتایج آزمایشگاهی دانشگاه علوم پزشکی و نتایج حاصله از نمونه برداری و آزمایش آب آشامیدنی توسط آزمایشگاه های شرکت آب و فاضلاب استان قزوین را نشان دهنده دقت نظر پرسنل مربوطه، روش های آزمایشگاهی و تجهیزات مناسب دانست. در این جلسه همچنین مدیر عامل شرکت آب و فاضلاب استان قزوین گفت: طرح های ارتقای کیفیت متعددی در جوامع روستایی استان در حال اجرا داریم که توجیه اقتصادی نداشته و در آن تنها سلامت مردم و ارتقای شاخص های بهداشتی زندگی اهالی روستاها مورد نظر قرار گرفته است.

تکنیک‌های حرفه‌ای برای جلب نظر مشتریان

به قلم: مارگاریتا هاکوبیان
کارشناس بازاریابی
ترجمه: علی آل‌علی



یکی از مهمترین مشکلات برندها در زمینه تاثیرگذاری بر روی مشتریان مربوط به جلب نظرشـــان است. این امر اغلب اوقات یک فرآیند به شدت ســـخت و زمانبر محســـوب می‌شود. درســـت به همین خاطر اگر شما در زمینه تاثیرگذاری بر روی مشتریان عملکرد خوبی از خودتان نشان ندهید، شانس زیادی برای ادامه روند بازاریابی و بازگشت سرمایه به طور منطقی نخواهید داشت.

امروزه هنوز هم بسیاری از برندها برای جلب توجه مشتریان از شیوه‌های ســـنتی استفاده می‌کنند. چنین شـــیوه‌هایی دیگر بیشتر از آنکه ماهیت حرفه‌ای و جذاب برای مشـــتریان داشـــته باشـــد، نوعی کلیشه‌های رایج محسوب می‌گردد. در این صورت استفاده برند شما از کلیشه‌های موردنظر می‌تواند وضعیت‌تان را به طور قابل ملاحظه‌ای دشـــوار نماید. درســـت به همیـــن خاطر مـــا در این مقاله به دنبال راهکارهـــای حرفه‌ای برای جلب نظر مشـــتریان هســـتیم. این امر می‌تواند تحولی در زمینه ارتباط شما با مشتریان‌تان ایجاد نماید. پس اگر شما هم برای جلب نظر مشتریان مشکل دارید، در ادامه با ما همراه باشید.

معرفی مشتریان به یکدیگر

وقتی یک برند مشتریانش را به هم معرفی می‌کند، نوعی احساس ارتباط و تعامل مســـتقیم میان آنها ایجاد خواهد کرد. اگر شما هم به طور مداوم نسبت به عملکرد برندهای مختلف که خیلی خوب مشتریان‌شان را حفظ کرده و انجمن مشـــتریان وفادار تشکیل می‌دهند با حالت تعجب واکنش نشـــان می‌دهید، اکنون زمان دست به کار شدن‌تان است. تاثیرگذاری بر روی مشـــتریان هرگز کار سخت و پیچیده‌ای نیســـت. نکته مهم در این میان تلاش برای اســـتفاده از تمام ظرفیت برند به منظور ایجاد پیوندهای احساســـی میان کسب و کارتان با مشتریان اســـت. یکی از این راهکارها معرفی مشـــتریان قدیمی به مشـــتریان تازه یا مخاطب هدف اســـت. این طوری شما به سادگی نظر مشتریان‌تان را جلب خواهید کرد.

بسیاری از برندها هیچ ایده‌ای برای معرفی مشتریان‌شان به هم ندارند. درســـت به همین خاطر به طور مداوم با مشـــکلاتی در این راستا رو به رو می‌شوند. اگر شما به دنبال تاثیرگذاری بر روی مشتریان و جلب نظرشان هستید، باید اول از همه کاری کنید که کسب و کارتان به چشم آنها بیاید. این امر با تبلیغات صرف و هزینه‌های بالا صورت نمی‌گیرد. در عوض اگر مشتریان‌تان انگیزه کافی برای همکاری با شما را داشته باشند، وضعیت‌تان به شدت بهبود پیدا می‌کند.

معرفی برند به مشتریان تازه باید همیشه از طریق مشتریان وفادار شما صورت گیرد. این امر می‌تواند انگیزه مشـــتریان تازه برای تعامل با شما را به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش دهد. به این ترتیب مشـــتریان وفادار شما در عمل نقش ســـفیران برندتان را بازی خواهند کرد. بی‌تردید در دنیای کنونی مردم به حرف‌های یکدیگر اعتماد بیشتری دارند. درست به همین خاطر وقتی مشتریان فعلی شما برندتان را به دوستان‌شان معرفی کنند، تاثیرگذاری فرآیند موردنظر به شدت بیشتر از هر زمان دیگری خواهد بود.

یادتان باشد شما برای جلب نظر مشتریان وفادار به منظور معرفی کسب و کارتان به افراد تازه مسیر ساده‌ای را پیش رو ندارید. این امر شامل تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان مورد نظر در وهله نخست است. به هر حال کمتر کسی وقتی ارتباط خوبی با یک برند ندارد، آن را به دوستانش معرفی خواهد کرد. به علاوه، معرفی یک برند به دوســـتان در واقع اعتبار یـــک فرد پیش افراد نزدیکـــش را در معرض خطر قرار می‌دهد. درســـت به همین خاطر مشـــتریان شـــما فقط در صورتی که کاملا از خدمات‌تان مطمئن باشند، اقدام به انجام چنین کاری خواهند کرد.

کاهش بودجه تبلیغاتی

این تکنیک شاید در ابتدا بسیار عجیب به نظر برسد، به ویژه در دنیایی که برندها روز به روز بودجه‌های بازاریابی‌شـــان را افزایش می‌دهند. برای تایید این نکته کافی اســـت نگاهی به بودجه برندهای بزرگ در طول ۱۰ ســـال اخیر بیندازید. چنین کاری به خوبی شـــما را با افزایش دید بودجه کســـب و کارها در طول سال‌های اخیر در حوزه بازاریابی و تبلیغات آشنا خواهد کرد.

پرســـش مهم در این بخش امکان بهبود وضعیت برند از طریق افزایش صرف بودجه بازاریابی است. اگر شما پاسخ درستی برای این سوال نداشته باشید، وضعیت‌تان همیشه نامشخص خواهد بود. توصیه ما در این بخش جایگزیـــن کردن هزینه‌های بالا در زمینـــه بازاریابی و تبلیغات با ترغیب مشـــتریان حاضر در بازار برای گفت و گو پیرامون کســـب و کارتان است. این امر می‌تواند تاثیرگذاری بسیار بهتری بر روی مشتریان به همراه داشته باشـــد. بنابراین شـــما باید از همین ابتدای کار به دنبال راهکاری جذاب و کاربردی برای تعامل با مشتریان باشید، در غیر این صورت شانس‌تان برای تعامل با آنها و جلب نظرشان به شدت کاهش پیدا خواهد کرد.

گاهی اوقات برندها در تلاش برای عقب نماندن از رقبای‌شـــان به طور مداوم بودجه بخش بازاریابی و تبلیغات را افزایش می‌دهند. این امر شاید در نگاه نخســـت ایده جذابی باشـــد، اما پس از گذشت مدت زمانی اندک برندهای تازه تاســـیس را با مشـــکلات زیادی رو بـــه رو خواهد کرد. این امر به طور ویژه‌ای درباره اختصاص هزینه مناســـب برای توســـعه کسب و کار مصداق دارد. بنابراین شـــما باید همیشه بودجه بازاریابی‌تان را به طور متعادل با سایر بخش‌ها توسعه دهید، در غیر این صورت خیلی زود سر و کله مشکلات مختلف پیدا خواهد شد.

اســـتفاده از ترندهای مختلف در شـــبکه‌های اجتماعی و تولید محتوای جـــذاب برای کاربران یکی از بهترین راهکارها برای ترغیب آنها به منظور اظهارنظر و بحث درباره برندتان اســـت. این امـــر می‌تواند در مدت زمانی کوتاه شما را تبدیل به برندی مورد علاقه و جذاب سازد. بنابراین همیشه شـــبکه‌های اجتماعی را جدی بگیریـــد. نکته جالب اینکه تولید محتوا در شـــبکه‌های اجتماعی و بارگـــذاری محتوا در آن یکـــی از کم‌هزینه‌ترین راهکارهای دنیا محسوب می‌شود. به همین خاطر شما هیچ مشکلی برای دنبال کردن چنین تکنیکی نخواهید داشت. بی‌شک این راهکار بسیار بهتر از تولید محتوای حرفه‌ای و تبلیغات پرهزینه خواهد بود.

پاسخگویی به کامنت‌های مشتریان

حضور در شبکه‌های اجتماعی فقط برای سرگرم کردن مشتریان نیست. گاهی اوقات آنها سوالات خیلی مهم از برندها در این فضا دارند. درست به همین خاطر شما باید خودتان را برای پاسخگویی به این دست از سوالات آماده سازید. در غیر این صورت تعامل‌تان با مشتریان بسیار سخت خواهد شـــد. امروزه مشـــتریان تعامل با برندهایی که خیلی سریع در شبکه‌های اجتماعی پاسخ سوالات‌شان را می‌دهند، دوست دارند. این امر می‌تواند به آنها فرصت بسیار خوبی برای جلب نظر مشتریان بدهد.

اگر شـــما خودتان را به جای مشـــتریان قرار دهید، عدم پاسخگویی به سوالات مشتریان همیشه می‌تواند برای شما دردسرساز شود. بنابراین باید استراتژی‌تان در شبکه‌های اجتماعی را براساس پاسخگویی سریع و بدون معطلی به آنها برنامه‌ریزی کنید. متاسفانه برخی از برندها برای پاسخگویی به مشـــتریان اهمیت زیادی قائل نیستند. همین امر همیشه دردسرهای یک برند در تعامل با مشـــتریان را به طور چشـــمگیری افزایش می‌دهد. بنابراین اگر شـــما به دنبال جلب نظر مشتریان و تاثیرگذاری بر روی آنها هســـتید، باید همیشه پاسخگویی ســـریع به آنها را در دستور کارتان قرار دهید، در غیر این صورت شاید اصلا مورد توجه آنها قرار نگیرید.

یادتان باشد برای پاسخگویی به مشتریان باید همیشه پاسخ‌های مناسب را به همراه داشته باشید. این امر می‌تواند نقش مهمی در موفقیت بازاریابی شـــما ایفا کند. اگر پاسخ یک سوال یا نکته موردنظر مشتریان را به خوبی نمی‌دانیـــد، قبل از اینکه با حدس و گمان کارتـــان را پیش ببرید، اندکی دربـــاره موضوع مورد بحث تحقیق کنیـــد. چنین کاری می‌تواند به خوبی جلوی پاسخ‌های عجیب و غریب شما را بگیرد. به این ترتیب دیگر نیازی برای نگرانی و مواجهه با انواع مشکلات در این میان نخواهد بود.

وقتی یک برند پاسخ مشتریان را براساس حدس و گمان‌های رایج بدهد، اعتبارش در نگاه آنها به شـــدت کاهش پیدا خواهد کرد. درست به همین خاطر شـــما باید همیشـــه پاسخ مشـــتریان‌تان را با دلایل دقیق و محکم بدهید، در غیر این صورت مشکلات‌تان برای جلب نظرشان بی‌نهایت بالا خواهد رفت.

خوشبختانه امروزه انواع منابع اطلاعاتی و از همه مهمتر کارشناس‌های حرفه‌ای در دســـترس برندها قرار دارد. با این حســـاب شـــما هیچ عذر و بهانه‌ای برای پاســـخگویی غیردقیق یا عملکرد دیرهنگام در زمینه تعامل با مشـــتریان ندارید. یکی از فناوری‌هایی که برای پاســـخگویی ســـریع به مشـــتریان کاربرد بسیار زیادی دارد، اتوماســـیون است. امروزه اتوماسیون برای بســـیاری از برندها در دســـترس قرار دارد. با این حســـاب شما باید برای مدیریت روابط‌تان با مشـــتریان همیشه از ابزارهای دارای اتوماسیون ســـود ببرید. به این ترتیب توانایی تاثیرگـــذاری بر روی مخاطب هدف به ساده‌ترین شکل ممکن را پیدا می‌کنید. امروزه مشتریان در صورت پاسخ دریافت‌های دقیق و بسیار سریع از سوی برندها تمایل بالاتری برای تعامل با آنها نشان می‌دهند. با این حساب وظیفه شما در این بخش کاملا روشن اســـت و باید تمرکزتان بر روی بهبود کیفیت و سرعت تعامل با مشتریان باشد.

معرفی مزایای برند و نحوه عملکردش

گاهی اوقات مشـــتریان فقط به خاطر اینکه با نحوه استفاده از محصول شما یا کارکردش آشنایی ندارند، اقدام به تعامل با خرید از شما نمی‌کنند. چنین امری می‌تواند حسابی برای شما دردسرساز شود. درست به همین خاطر باید همیشـــه در تـــلاش برای تاثیرگذاری بـــر روی مخاطب هدف براســـاس اشـــاره به جزییات و مزایای محصولات‌تان باشـــید، در غیر این صورت مشکلات بسیار زیادی در زمینه جلب نظرشان پیدا خواهید کرد.

اگر محصول شـــما دارای مزیت مشخصی در مقایسه با دیگر نمونه‌های موجود در بازار است، شما باید از همان ابتدای کار نسبت به بیان آنها در انـــواع کمپین‌های بازاریابی و تبلیغاتی اقدام کنید. نکته مهم در این میان عدم جست و جوی دقیق مشتریان برای پیدا کردن یک محصول مشخص اســـت. به همین خاطر فعالیت‌های تبلیغاتی و بازاریابی شما در این میان اهمیت بسیار زیادی پیدا می‌کند. توصیه ما برای شما در این شرایط تلاش برای همکاری با برخی از اینفلوئنسرها یا چهره‌های برجسته برای معرفی هرچه بهتر محصولات‌تان به مشتریان است. چنین راهکارهایی شما را در کانون توجه مشـــتریان قرار می‌دهد. بنابراین دیگر مشـــکلی از نظر سطح تاثیرگذاری بر روی آنها پیش روی‌تان نخواهد بود.

متاســـفانه بســـیاری از برندها در زمینه معرفی محصولات‌شان عملکرد بســـیار خوبی از خودشـــان نشـــان نمی‌دهنـــد. این امر شـــامل پیروی از کلیشه‌های رایج و بی‌توجه به اهمیت نوآوری در زمینه معرفی محصولات و مزایای آن است. با این حساب اگر شما به دنبال معرفی محصولات‌تان به مشتریان هستید، باید همیشه نکات کلیدی مانند استفاده از تمام ظرفیت برنـــد و محصول‌تان را مدنظر قرار دهید، در غیر این صورت هرگز به طور استاندارد امکان تعامل و تاثیرگذاری بر روی مشتریان را پیدا نخواهید کرد.

تاکید بر روی نیازهای مشـــتریان و دغدغه‌هـــای آنها در زمینه طراحی محصولات همیشـــه ایده‌ای استاندارد و مناسب محسوب می‌شود. چنین امری حتی شما را از تبلیغات گسترده نیز بی‌نیاز می‌سازد. بنابراین وظیفه اصلی شما در این میان تلاش برای تاثیرگذاری حرفه‌ای بر روی مشتریان با استفاده از ارزیابی مداوم نیازها و هر آنچه بدان علاقه دارند، خواهد بود. این امر می‌تواند وضعیت‌تان در تعامل با مشـــتریان را به طور چشمگیری بهبود بخشد.

هدف‌گذاری بر روی پلتفرم‌های مناسب

تعامل با مشتریان و جلب نظرشان کار ساده‌ای نیست. بسیاری از برندها در این میان به طور مداوم با مشکلاتی رو به رو هستند. درست به همین خاطر شما باید همیشه به دنبال راهکارهایی برای ساده‌سازی این فرآیند برای خودتان باشید، در غیر این صورت شاید حتی توانایی جلب نظر یک مشتری را هم پیدا نکنید.

در ابتـــدای بحث دربـــاره حضور در شـــبکه‌های اجتماعـــی و تعامل با مشـــتریان در آن چند توصیه کاربردی را مورد بحـــث قرار دادیم. یکی از نکات مهم در این میان انتخاب پلتفرم‌های مناسب برای بازاریابی و تعامل با مشـــتریان است. اگر شما در پلتفرمی که هیچ جذابیتی برای مشتریان ندارد عضو شـــوید، بی‌تردید شرایط‌تان برای جلب نظر مشتریان به شدت دشـــوار خواهد شـــد. به همین خاطر توصیه ما برای شما توجه به فرآیند جلب نظر مشـــتریان با انتخاب شـــبکه‌های اجتماعی پرطرفدار و محبوب در میان آنهاست.

بی‌شک شناسایی شبکه‌های اجتماعی پرطرفدار امر سخت یا دشواری نیســـت. شما در این رابطه فقط باید نیم نگاهی به آمارهای رسمی داشته باشـــید. به این ترتیب به ســـاده‌ترین شـــکل ممکن توانایـــی همکاری با مشـــتریان‌تان را پیدا خواهید کرد. متاســـفانه برخی از برندها بدون توجه به این نکته اقدام به حضور در شـــبکه‌های اجتماعی می‌کنند و در نهایت هیچ شانسی برای تعامل واقعی با مشتریان برای‌شان باقی نمی‌ماند. پس اگر شما به دنبال کسب نتیجه‌ای متفاوت هستید، حتما این نکات را مورد توجـــه قرار دهید، در غیر این صورت وضعیت‌تـــان به طور مداوم پیچیده خواهد شد.

امـــروزه پلتفرم‌هایـــی مثل اینســـتاگرام، یوتیوب، توییتـــر، تیک تاک و فیس‌بوک در میان محبوب‌ترین گزینه‌ها برای تیم‌های بازاریابی محسوب می‌شـــود. اگر شما در فرآیند ارزیابی وضعیت مشتریان با نمونه‌های تازه‌ای آشـــنا شـــدید، همیشـــه امکان اضافه کردن برخی از پلتفرم‌ها به لیســـت موردنظر وجود دارد. بنابراین شـــما نباید هرگز به خودتان سخت بگیرید و فرصت‌های تاثیرگذاری بر روی مشتریان را از دست بدهید. هر وقت پلتفرم مناســـب دیگری هم که در این لیست نیســـت پیش روی‌تان قرار گرفت، خیلی راحت آن را به فهرست‌تان اضافه کنید. در نهایت هم اگر قصد دارید فقط روی تعداد اندکی از پلتفرم‌ها متمرکز شوید، باید صرفا تعداد محدودی از پلتفرم‌ها را مورد توجه قرار دهید. این کار با کنار گذاشتن نمونه‌هایی که تعداد کمتری از مشتریان در آن حضور دارند، انجام خواهد شد.

بی‌شک تعامل با مشتریان و جلب نظرشان برای هر برندی پیچیدگی‌های خاص خودش را دارد. اگر شما به دنبال جلب نظر مشتریان و تاثیرگذاری حرفه‌ای بر روی‌شان هستید، توصیه‌های مورد بحث در این مقاله می‌تواند شروع خوبی برای‌تان باشد. البته شما همیشه امکان یادگیری نکات تازه و به‌روز رسانی اطلاعات‌تان درباره شیوه‌های جلب نظر و تعامل با مشتریان را دارید. با این حســـاب شما به عنوان بازاریاب باید همیشه نیم‌نگاهی به وضعیت بازاریابی و تعامل با مشتریان‌تان داشته باشید، در غیر این صورت شاید هرگز شانسی برای تعامل با مشتریان و جلب نظرشان پیدا نکنید.

منبع: customerthink.com

شناسه آگهی ۱۲۵۳۷۳۷

آگهی ارزیابی کیفی (فراخوان عمومی نخست) مناقصه شماره : ۲۸-۲۰-۱۴۰۰

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

شرکت راه آهن جمهوری اسلامی ایران در نظر دارد بنابر آیین نامه اجرایی بند ج ماده ۱۲ قانون برگزاری مناقصات نسبت به ارزیابی کیفی تامین کنندگان واجد شرایط جهت دعوت به مناقصه ازطریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به نشانی www.setadiran.ir به شرح زیر اقدام نماید . مناقصه گران موظفند برای شرکت درمناقصه نسبت به ثبت نام درسایت مذکور و دریافت گواهی امضاء الکترونیکی اقدام نمایند.لازم به ذکراست کلیه مراحل برگزاری مناقصه ازفراخوان ارزیابی کیفی تا انتخاب برنده ازطریق سایت مزبور انجام می گردد.

۱- شرح مختصر موضوع مناقصه: خرید لایسنس آنتی ویروس ادارات کل مناطق
۲-مدت ومحل انجام قرارداد: مدت قرارداد (۱۲) ماه بوده و محل انجام ساختمان شهدای راه آهن می‌باشد.
۳- مهلت دریافت اسناد ارزیابی کیفی : حداکثر تا ساعت ۰۰ : ۱۴روز سه شنبه مورخ ۱۴۰۰/۱۰/۲۱
۴- مهلت بارگذاری اسناد ارزیابی کیفی : حداکثر تا ساعت ۰۰ : ۱۳روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۰/۱۱/۶
۵- فراخوان ارزیابی کیفی فوق از طریق پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات http:/iets.mporg.ir اطلاع‌رسانی می‌گردد.
۶- تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار مبلغ (۷۵۰,۰۰۰,۰۰۰) ریال می باشد که ضمانتنامه ها میبایست دارای سه ماه اعتبار بوده و برای مدت سه ماه نیز قابل تمدید باشد.
۷- ارائه گواهینامه شورایعالی انفورماتیک رتبه ۳ در زمینه " امنیت فضای تولید و تبادل اطلاعات " الزامی میباشد.
۸- پس از ارزیابی کیفی از تامین کنندگان واجد شرایط که حداقل امتیاز لازم را کسب نموده باشند جهت شرکت در مناقصه دعوت بعمل خواهد آمد.

شایان ذکراست دریافت و بارگذاری اسناد صرفاً میبایست ازطریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) صورت پذیرد. در صورت بروز هرگونه ابهام با شماره ۱۴۵۶ (پشتیبانی سامانه ستاد) تماس حاصل نمایند.

م.الف ۳۴۲۲

اداره کل تدارکات و پشتیبانی راه آهن ج.ا.ا

فرصت امروز
روزنامه مدیریتی - اقتصادی
چهارشنبه | ۱۵ دی ۱۴۰۰ | شماره ۱۹۳۷ | صفحه ۸
صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز
مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی
چاپ: هنر سرزمین سبز
دفتر مرکزی: مطهری، خیابان علی‌اکبری، پلاک ۱۱۵
دفتر مرکزی: ۸۸۳۱۷۷۳۸
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۳۲۰۹۶۰
آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS
WWW.FORSATNET.IR
INFO@FORSATNET.IR