روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

شنبه
۱۶ بهمن ۱۴۰۰

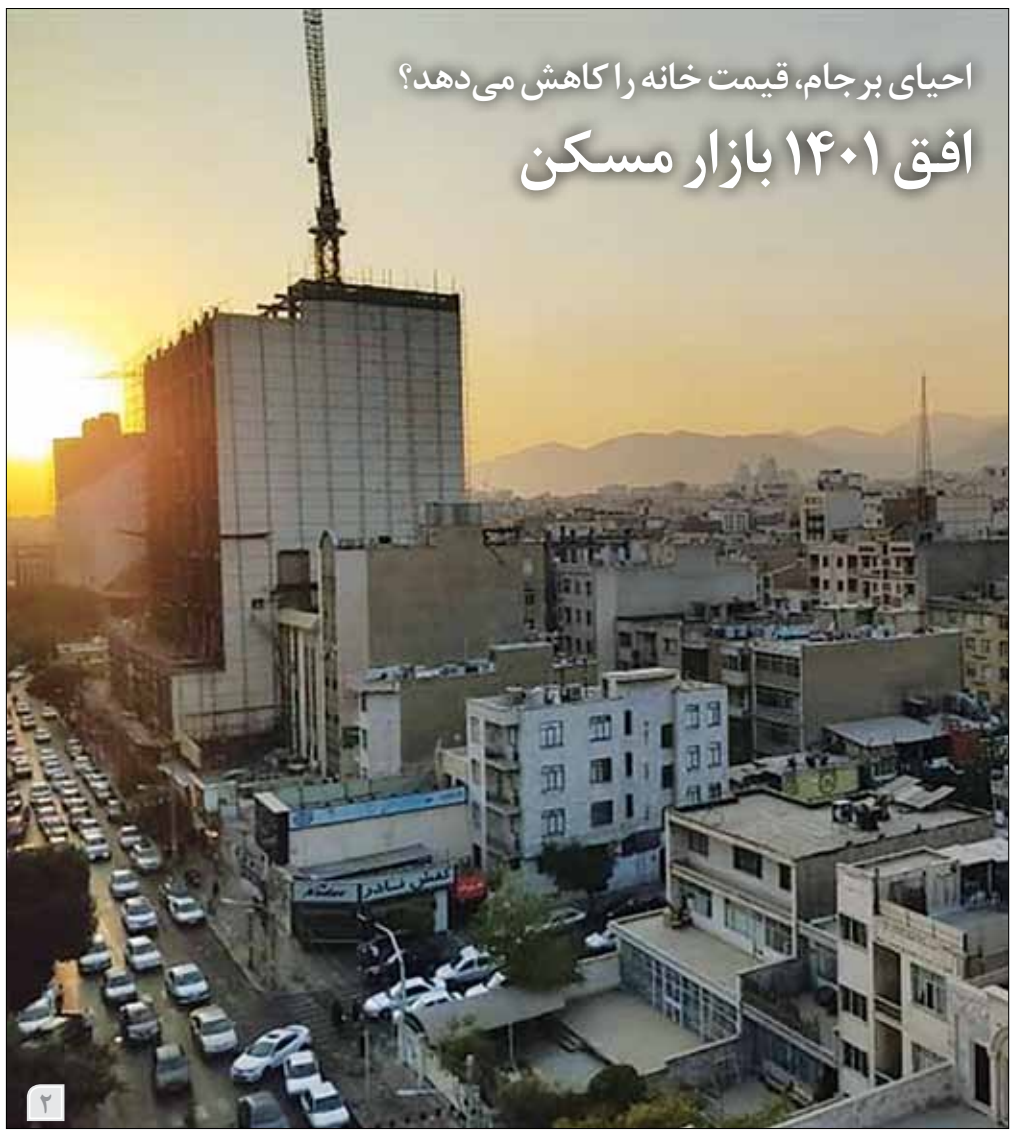
Sat.5 Feb 2022
۳ رجب ۱۴۴۳ - سال هفتم
شماره ۱۹۵۸
۸ صفحه - ۵۰۰۰ تومان

www.forsatnet.ir

ارتقای استاندارد آلایندگی موتورسیکلت‌ها از سال آینده اجرایی می‌شود

رئیس اتحادیه تولیدکنندگان قطعات و تعمیرکنندگان دوچرخه و موتورسیکلت تهران در رابطه با ارتقای استاندارد آلایندگی موتورسیکلت‌های ساخت داخل از یورو ۴ به یورو ۵ که قرار است از سال آینده اجرایی شود، عنوان کرد به منظور تسریع فرآیند ارتقای استانداردها در حال...

۵



احیای برجام، قیمت خانه را کاهش می‌دهد؟

افق ۱۴۰۱ بازار مسکن

۲

نگاه

ایران بازار مهمی برای اغلب همسایگان نیست

نقد دیپلماسی اقتصادی از کانال همسایگان

همسایگان ایران به لحاظ ساختاری، موقعیت حاشیه‌ای و قاعده‌پذیر در نظام تجارت جهانی و به طور کلی، اقتصاد سیاسی بین‌الملل دارند. سهم محیط همسایگی ایران در اقتصاد جهانی حدود ۵ درصد است و شگفت آنکه این سهم در ۷۰ سال اخیر چندان تغییری نکرده است، یعنی منطقه خاورمیانه در یک وضعیت رکود تاریخی قرار گرفته است. اینکه ایران در دیپلماسی اقتصادی خود، اولویت نخست را برای محیط همسایگی قائل شده است، از این منظر قابل نقد است، چراکه ایران تنها برای تعامل با ۵ درصد اقتصاد جهانی اولویت قائل شده است.

آنچه گفته شد، دیدگاه بازوی پژوهشی اتاق بازرگانی ایران در نقد دیپلماسی اقتصادی از کانال همسایگان است. به اعتقاد مرکز پژوهش‌های اتاق ایران، دولت‌های قاعده‌پذیر منطقه در شرایطی که ایران با هسته اقتصاد سیاسی بین‌المللی دچار تعارض و تنش می‌شود، نمی‌توانند پنجره فرصتی باشند. «دولت‌ها» در این محیط، بازیگران کلیدی در اقتصاد سیاسی کشورها محسوب می‌شوند و تقریبا در تمامی کشورهای محیط همسایگی ایران، نوعی سرمایه‌داری دولتی حاکم است. نقش کلیدی دولت در اقتصاد سیاسی همسایگان از آن رو اهمیت دارد که تعارضات...

۲

افق اقتصادی از نگاه مدیران صنعتی روشن نیست

انقباض زمستانی تولید

فرصت امروز: افق اقتصادی از نگاه مدیران، مبهم و مه‌آلود است و آخرین گزارش شاخص مدیران خرید از انقباض زمستانی تولید به واسطه کاهش قدرت خرید و ضعف تقاضا حکایت دارد. آنطور که بازوی پژوهشی اتاق بازرگانی ایران گزارش داده است، رقم شامخ اقتصاد ایران در اولین ماه زمستان به پایین‌ترین رقم در پنج ماه گذشته رسیده و کاهش قدرت خرید و کمبود شدید تقاضا، از دلایل عمده این وضعیت بوده است. از میان 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 مرکز پژوهش‌های اتاق بازرگانی ایران ماموریت محاسبه و انتشار آن را به عهده دارد. حالا آخرین وضعیت شاخص مدیران خرید در دی ماه امسال نشان‌دهنده پسرفت اقتصاد...

۲

شاخص بورس تهران با بازدهی ۵ درصدی به کانال ۱,۳ میلیونی رسید

رشد پلکانی بورس در نیمه بهمن

۴

مدیریت و کسب‌وکار

اشتباهات وبلاگ‌نویسی که باید همین امروز کنار گذاشت

وبلاگ‌نویسی برای بسیاری از افراد کاری ساده و بی‌دردسر به نظر می‌رسد. بر این اساس افرادی به اسم بازاریاب تمام طول روز را به نگارش محتوایی به ظاهر ساده و حتی غیرکاربردی می‌پردازند تا در پایان ماه با درآمدی مناسب به کمک برندشان بروند. این امر ذهنیت بسیاری از افراد در رابطه با وبلاگ‌ها را تشکیل می‌دهد. بدون تردید چنین رویکردی نسبت به وبلاگ‌ها بسیار عجیب به نظر می‌رسد، اما تا حدودی هم به دلیل عملکرد پر از اشتباه بازاریاب‌ها نیز هست. بر این اساس بسیاری از وبلاگ‌ها در دنیای اینترنت پر از محتوای قابل پیش‌بینی و حتی بی‌نهایت کلیشه‌ای شده است. این امر دردسرهای زیادی پیش روی بازاریاب‌ها برای تولید محتوا و تعامل با مخاطب هدف می‌گذارد. امروزه پرهیز از اشتباهات رایج در زمینه وبلاگ‌نویسی برای هر بازاریابی مهم و اساسی است. اگر شما در این رابطه عملکرد خوبی از خودتان نشان ندهید، خیلی زود کاربران دور وبلاگ و حتی برندتان...

۸

آیا نرخ بهره علت تورم است؟

توهم پولی اردوغان

فرصت امروز: «اکونومیست» در مقاله تازه خود با طرح این سوال که آیا سیاست پولی رجب طیب اردوغان آنقدر که به نظر می‌رسد، دیوانه‌کننده است؟ می‌نویسد: بیشتر اقتصاددانان فکر می‌کنند که نرخ بهره بالاتر، تورم را کاهش می‌دهد، اما رئیس‌جمهور ترکیه مخالف است. به نوشته هفته‌نامه «اکونومیست»، وقتی که تورم در کشور شما نزدیک به ۲۰ درصد است و در یک ماه به ۳۶ درصد می‌رسد، زنگ خطر بایستی در بانک مرکزی به صدا درآید. در ترکیه اما این اتفاق رخ نداده و واکنش در قبال این اتفاق، انفعال بوده است. در روز بیستم ژانویه، هفته‌ها پس از آنکه داده‌های مربوط به قیمت مصرف‌کننده در ترکیه منتشر شد، کمیته سیاست پولی بانک مرکزی، نرخ بهره اصلی را بدون تغییر و روی نرخ ۱۴درصد حفظ کرد. رئیس‌جمهوری ترکیه که بانک مرکزی را همچون نهادی دولتی زیر دست خود اداره می‌کند، متعهد شده است که دیگر نرخ بهره را افزایش نخواهد داد.

در شرایط اقتصادی ترکیه، اقتصاد متعارف (و البته منطق) می‌گوید که راه پایین آوردن تورم، افزایش نرخ‌های بهره است. افزایش نرخ‌های بهره قرض گرفتن را گران‌تر کرده، رشد عرضه پول را محدود می‌کند و خرج کردن و سرمایه‌گذاری را کاهش می‌دهد، اما اردوغان معتقد است که نرخ‌های بهره بالا علاج تورم نیستند، بلکه علت ایجاد آن هستند. او دوست دارد بگوید که نرخ‌های بهره علت هستند و تورم معلول آن است. ولی آیا هیچ توجیهی برای این دیوانگی اردوغان وجود دارد؟

توجیه اقتصادی با سراب «نئو فیشریسم»

برخی از مشاوران اردوغان برای نشان دادن اینکه عقاید رئیس‌شان ریشه در نظریات اقتصادی دارد، به یک تئوری به نام «نئو فیشریسم» اشاره می‌کنند. معادله‌ای که به نام ایروین فیشر، اقتصاددان آمریکایی اوایل قرن بیستم، نرخ بهره واقعی را به عنوان نرخ بهره اسمی که توسط بانک مرکزی تعیین شده و با تورم تعدیل شده است، تعریف می‌کند. با فرض اینکه نرخ بهره واقعی به وسیله عوامل بنیادین اقتصادی تعیین می‌شود، در ظاهر این معادله می‌گوید که نرخ‌های بهره اسمی بالاتر باید به تورم بالاتر ختم شوند، اما این ظاهر قضیه است و بیشتر اقتصاددانان به این نگاه به عنوان یک سراب نگاه می‌کنند؛ مثل اینکه بگوییم چون مخارج دولت قسمتی از تولید ناخالص داخلی است، پس بزرگ‌تر شدن دولت به معنای افزایش تولید و رفاه است. در حالی که هیچ‌کس تعاریف معادله فیشر را مورد انکار قرار نمی‌دهد، اما تجربه نشان می‌دهد که «نئو فیشریسم» راهی برای اداره یک اقتصاد نیست؛ بلکه یک توجیه غیرعلمی است، بالاخص برای اقتصادی که به ناپایداری رسیده است.

«اکونومیست» اعتقاد دارد که خود اردوغان هیچ‌گاه تئوری «نئو فیشریسم» را پرورش نداده است. در حقیقت، این موضوع به تازگی از سوی او به عنوان سرنخی از ذهنیت وی مطرح شده است، اما به نظر می‌رسد که استدلال او براساس حقایق اقتصادی نیست، بلکه براساس مذهب اوست. اردوغان در ماه دسامبر گذشته با اشاره به تعلیمات اسلام که گرفتن یا دادن بهره را ممنوع می‌کند، گفت: «من به عنوان یک مسلمان به انجام آنچه که اسلام الزام کرده است، گوش فرا خواهم داد.» اگرچه او قبلا نرخ بهره را به عنوان «مادر همه بدی‌ها» و بخشی از مثلث شیطان در کنار تورم و نرخ تبدیل ارز، معرفی کرده بود، اما این اولین باری بود که اردوغان (برای توجیه سیاست‌های اقتصادی) به طور مستقیم به اسلام اشاره می‌کرد.

محتمل‌ترین توضیح این است که اردوغان تئوری‌اش را کم و بیش، خودش تولید کرده است. ولی همچنان بهترین راه برای قضاوت درباره آن، ریشه‌هایش نیست، بلکه نتایج آن است. نتایج عملی این تئوری ناگوار بوده‌اند. کاهش نرخ‌های بهره توسط اردوغان باعث شد که سال گذشته ارزش لیر ترکیه در مقابل دلار تا ۴۴درصد کاهش یابد و تورم به بالاترین سطح در طول ۲۰ سال گذشته برسد. ممکن است اتفاقات بدتری هم در راه باشند. به نظر می‌رسد به جای افزایش اضطراری نرخ بهره که از ابرتورم جلوگیری کند و به ارزش پول ملی اجازه تنفس دهد، کاهش بیشتر نرخ بهره در راه باشد. حتی بدون اینها، تورم ممکن است به زودی به ۵۰درصد برسد. نرخ بهره واقعی به منفی ۱۶درصد رسیده است که بدان معناست که در حقیقت بانک‌های ترکیه به وام‌گیرندگان برای گرفتن وام جدید، پول پرداخت می‌کنند. نورالدین نباتی، وزیر دارایی ترکیه از این موضوع هیجان‌زده به نظر می‌رسد. طبق گزارش‌ها، نباتی در ۲۲ ژانویه به گروهی از اقتصاددانان گفته است: «شما با نرخی کمتر از تورم اعتبار می‌گیرید و ما به این موضوع به عنوان یک موفقیت بزرگ نگاه می‌کنیم.» اما مردم ترکیه که بسیاری از آنها در حال دست و پنجه نرم کردن برای تهیه مایحتاج روزانه‌شان هستند، ممکن است موافق نگاه وزیر دارایی نباشند.

نگاه متعارف اقتصادی به مهار تورم

کاهش نرخ بهره می‌تواند از این منظر جذاب باشد که بنگاه‌ها و خانواده‌ها با هزینه کمتری می‌توانند پول قرض کنند، اما کاهش نرخ بهره این انگیزه را به سرمایه‌گذاران می‌دهد که دارایی‌های خود را از ترکیه خارج کنند. زمانی که نرخ بهره دو کشور تفاوت قابل‌توجهی داشته باشد، سرمایه‌گذاران سرمایه خود را از کشوری که نرخ بهره کمتری داشته باشد، خارج کرده و به کشور دیگر منتقل می‌کنند. در این جابه‌جایی سرمایه، هزینه ریسک نیز در نظر گرفته می‌شود. در چنین شرایطی است که تقاضا برای ارز خارجی افزایش یافته و ارزش پول داخلی کشور مبدأ کاهش می‌یابد. بر همین اساس، افزایش نرخ بهره در آمریکا که براساس اعلام فدرال رزرو در ماه مارس اتفاق می‌افتد، به خروج سرمایه از ترکیه و کاهش ارزش لیر کمک می‌کند. به صورت کلی می‌توان گفت که کاهش نرخ بهره می‌تواند به نفع عده کمی از بنگاه‌های اقتصادی حامی حزب اردوغان شود، اما کاهش ارزش لیر که معلول آن است، به ضرر همه مردم ترکیه است.

از سوی دیگر، بانک‌ها و شرکت‌ها مجبور هستند که بدهی‌های خود را با ارزهای خارجی مثل یورو و دلار پرداخت کنند. بنابراین کاهش ارزش لیر باعث بروز مشکل بازپرداخت بدهی در جامعه تجاری می‌شود. کاهش ارزش پول ملی موجب می‌شود که قیمت کالاهای وارداتی افزایش یافته و به تبع آن، قیمت کالاهای جانشین که در داخل تولید می‌شوند نیز افزایش پیدا کند.

در هر حال، اردوغان این سیاست را اجرا کرد و اجرای آن، پیامدهای زیادی به همراه داشت. عینی‌ترین پیامد آن همانا کاهش ارزش لیر و افزایش تاریخی تورم در ترکیه بود. لیر ترکیه در سال گذشته بیش از ۴۴درصد از ارزش خود را از دست داد. در روزهای ابتدایی سال ۲۰۲۱ میلادی، قیمت هر دلار آمریکا ۷,۴ لیر بود که در مقطعی به ۱۸ لیر هم رسید. مطابق اعلام مرکز آمار ترکیه، تورم سالانه در دسامبر سال گذشته به رقم ۳۶,۱ درصد رسید که در دو دهه اخیر بی‌سابقه بوده است، اما اردوغان باز هم از سیاست‌های اقتصادی خود دفاع می‌کند و اقدامات خود را باعث تقویت صادرات می‌داند. از آنجا که پیامدهای تورم، زندگی تمامی مردم ترکیه را تحت تاثیر قرار می‌دهد، افزایش تورم با اعتراض مردم و کاهش محبوبیت حزب اردوغان همراه شد. شواهد زیادی وجود دارد که کاهش ارزش پول ملی به موقعیت رهبران سیاسی آسیب می‌زند. یکی از اقدامات اردوغان برای کاهش نارضایتی‌ها، افزایش ۵۰درصدی حداقل دستمزد بوده است.

پیامدهای سیاست‌های پولی اردوغان

اما از آنجا که نرخ بهره بالا و افزایش آن با اعتقادات اردوغان مغایر است، برای حل مشکل تورم به جای افزایش نرخ بهره، به راه‌حل‌های دیگری متوسل شده است. یکی از این راه‌ها، تشویق مردم به نگهداری پس‌انداز خود به لیر بود. در راستای این تشویق، یک بسته حمایتی ارائه شد که براساس آن دولت موظف می‌شد اختلاف کاهش ارزش لیر نسبت به ارزهای خارجی را پرداخت کند. به عقیده بسیاری از کارشناسان، چنین طرحی بسیار غیرمعمول و پرمخاطره است. طبیعتا چنین طرحی با افزایش مداخلات دولت همراه است و از سوی دیگر باعث می‌شود که بانک مرکزی ذخایر ارزی خود را خرج کند. سرعت خرج ذخایر ارزی، یکی از نگرانی‌های منتقدان است. از ابتدای سال ۲۰۲۲ سرعت خرج این ذخایر کاهش یافته است، اما در دوره‌ای ذخایر بانک مرکزی حداقل ۷میلیارد بوده است. این تغییر ترکیب پایه پولی خود می‌تواند پیامدهای دیگری در پی داشته باشد. یکی دیگر از مشکلات اجرای چنین طرح‌هایی، عدم‌تداوم نتایج دلخواه آنهاست. یعنی ممکن است با اوج‌گیری دوباره تورم، فشار خرید دلار و طلا افزایش یابد و هزینه‌های این طرح بی‌حاصل شود.

دولت ترکیه برای کاهش بحران پیش آمده، مقرراتی را ارائه کرده که براساس آن، صادرکنندگان موظف می‌شوند ۲۵درصد از درآمد ارزی خود را به بانک مرکزی بفروشند. علاوه بر آن، شرکت‌های بزرگ از فشار مقامات برای اجتناب از خرید ارزهای خارجی شکایت دارند. درست است که مقامات ترکیه درباره تقویت صادرات صحبت می‌کنند، اما از طرفی برای جلوگیری از کاهش ارزش لیر، مقررات دست و پاگیری برای شرکت‌های خود وضع می‌کنند که می‌تواند برای آنها آسیب‌زا باشد. شواهد نشان می‌دهد که دولت علاوه بر وضع مقررات برای شرکت‌ها، روی درآمدهای گردشگری هم حساب کرده است. به گفته گلدم آتابای تحلیلگر پلتفرم تحقیقاتی استانبول، به نظر می‌رسد مقامات با این ایده که فصل گردشگری در سال ۲۰۲۲ می‌تواند درآمد ارزی کافی برای از بین بردن عدم‌تعادل تراز تجاری را به دست بیاورد، قمار می‌کنند. اردوغان تا اینجا نشان داده است که حاضر به عقب‌نشینی از عقاید خود نیست. او حتی حاضر است برای جلوگیری از کاهش محبوبیت خود دست به سیاست‌های تورم‌زا بزند. کاهش نرخ بهره تا اینجا پیامدهایی مانند کاهش ارزش لیر و افزایش تورم، تغییر پایه پولی و افزایش دخالت‌های دولت با وضع مقررات برای شرکت‌ها را به همراه داشته است. باید دید که اردوغان با پیامد این نوع سیاست‌گذاری چه خواهد کرد. برخی از کارشناسان معتقدند که سیاست‌های پولی دولت اردوغان می‌تواند به قیمت پایان کار او تمام شود.

کیف پول الکترونیک بانک پاسارگاد چه خدماتی ارائه می‌دهد؟

خرید بلیت چهلمین جشنواره فیلم فجر با «پی‌پاد»

کیف پول الکترونیک بانک پاسارگاد، پرداخت‌های آنلاین را آسان و راحت در اختیار کاربران قرار می‌دهد و افزون بر این، با قابلیت شارژ کیف پول، زمان و هزینه پرداخت‌های آنلاین را کاهش داده است. با استفاده از «پی‌پاد» کاربر می‌تواند در زمان خود صرفه‌جویی کرده و در ظرف چند ثانیه پرداخت کلیه قبوض خدماتی و سایر پرداخت‌های خود را به انجام برساند. از مزایای دیگر «پی‌پاد» می‌توان به اتصال آن به تعداد زیادی از سامانه‌های خدمات شهری، وابسته نبودن کیف پول به شبکه بانکی مبدأ، پشتیبانی ۲۴ساعته و برگزاری جشنواره‌ها و جوایز متعدد برای کاربران اشاره کرد. پی‌پاد همچنین امکان خرید بلیت جشنواره فیلم فجر را برای کاربران اندروید فراهم کرده است. کاربران اندرویدی می‌توانند بلیت جشنواره چهلم فجر را از طریق سرویس سینما پی‌پاد خریداری کرده و از اعتبار ۱۰۰,۰۰۰ریالی که به مناسبت همزمانی معرفی سرویس سینما و آغاز فروش بلیت جشنواره فیلم فجر در پی‌پاد تخصیص داده شده است، استفاده کنند. هر یک از کاربران می‌تواند از یک شماره تلفن همراه از هر ۲۲ فیلم جشنواره تا سقف دو بلیت تهیه و با وارد کردن کد P-filmefajr در قسمت کد ویژه، از تخصیص اعتبار هدیه ۱۰۰,۰۰۰ ریالی پی‌پاد برای خرید بلیت جشنواره استفاده نمایند.

اپلیکیشن «پی‌پاد» اولین بار با نام «کیپاد» در سال ۱۳۹۷ رونمایی شد و در ابتدا تنها پرداخت‌های آفلاین مبتنی بر NFC را دربر می‌گرفت، اما در سال‌های اخیر با تغییر راهبردی مدل پرداخت این برنامه و گسترش دامنه خدمات آن، این اپلیکیشن به یک برنامه جامع پرداختی تبدیل شد و نام و نشان تجاری آن نیز از سال ۱۴۰۰ تغییر کرد. تغییرات جدید در کیف پول الکترونیک بانک پاسارگاد، در راستای شخصی‌سازی خدمات ارائه شده است و آنطور که توسعه‌دهندگان این اپلیکیشن اعلام کرده‌اند، «پی‌پاد» قرار است پرداخت‌های آنلاین را سهل‌تر و ساده‌تر از همیشه کرده و افزون بر این، با قابلیت شارژ کیف پول، زمان و هزینه پرداخت‌های آنلاین را برای کاربران کاهش دهد. تلاش بانک پاسارگاد بر این بوده که «پی‌پاد» تمامی نیازهای روزانه کاربران را مرتفع کند. علاوه بر این، رابط کاربری در «پی‌پاد» در نسخه اخیر آن ساده‌تر، روان‌تر و چشم‌نوازتر شده است و با حذف نیاز به ورود اطلاعات کارت مانند رمز پویا در هر بار پرداخت از کیف پول الکترونیک، کاربر می‌تواند در زمان خود صرفه‌جویی کرده و ظرف چند ثانیه پرداخت کلیه قبوض خدماتی و سایر پرداخت‌های خود را انجام دهد.

اصلی‌ترین خدمت ارائه‌شده توسط «پی‌پاد»، امکان تعریف کیف پول برای کاربران است. با استفاده از کیف پول، کاربران قادر خواهند بود با یک بار انتقال‌وجه از کارت بانکی خود، کیف پول خود را شارژ کنند و از موجودی آن به صورت آنی و بدون نیاز به طی مراحل رایج مربوط به کارت‌به‌کارت یا پرداخت آنلاین مانند دریافت و وارد کردن رمز پویا، پرداخت‌های خود را انجام دهند. در کنار ساده‌سازی پرداخت‌های آنلاین، از خدمات کاربردی دیگری که در این اپلیکیشن ارائه شده می‌توان به «امکان تعریف پلاک خودرو» برای سهولت استعلام‌ها و پرداخت‌های مربوط به طرح ترافیک، عوارض آزادراهی در آزادراه‌های مجهز به سامانه پرداخت الکترونیک و پارک حاشیه‌ای اشاره کرد. با استفاده از «پی‌پاد» همچنین امکان استعلام رایگان و پرداخت خلافی خودرو نیز وجود دارد و کاربر می‌تواند با مراجعه به قسمت خلافی در اپلیکیشن و پس از واردکردن شماره بارکد پشت کارت خودرو و یا اسکن آن، استعلام را انجام داده و در صورت تمایل فرآیند پرداخت را تکمیل کند. به علاوه، «امکان پرداخت از کیف پول به کارت»، «امکان انتقال‌وجه از طریق شماره موبایل سایر کاربران»، «امکان خرید شارژ و بسته اینترنتی از کلیه اپراتورها»، «امکان استعلام و پرداخت کلیه قبوض»، «امکان پرداخت با اسکن بارکد(QR)»، «امکان پرداخت کرایه تاکسی و...» از جمله خدمات این برنامه هستند. یکی دیگر از خدمات متمایز «پی‌پاد»، مدیریت و فروش سهام عدالت است. بر این اساس، چنانچه کاربر روش مستقیم مدیریت سهام عدالت را انتخاب کرده باشد، می‌تواند از طریق «پی‌پاد» نسبت به فروش سهام عدالت خود (تا سقف ۶۰درصد) اقدام کند. جالب اینکه «پی‌پاد» برای شهرهای مشهد و قزوین، امکان افزایش اعتبار کارت شهروندی را نیز فراهم کرده است تا شهروندان این شهرها بدون نیاز به مراجعه به کیوسک‌های شارژ، قادر باشند کارت‌های بلیت سفرهای شهری خود را شارژ کنند. این در حالی است که اهالی مشهد در صورت عدم تمایل برای مراجعه به باجه‌های قطار شهریِ این شهر برای خرید بلیت، می‌توانند با استفاده از «پی‌پاد»، بلیت تک‌سفره تهیه کنند. این خدمات و خدمات مشابه به زودی برای شهرهای دیگر هم در دسترس قرار خواهد گرفت. برای کسب اطلاعات بیشتر و دانلود این اپلیکیشن می‌توانید به وب‌سایت پی‌پاد به نشانی pay-pod.ir مراجعه و یا با شماره ۲۳۵۰۵-۰۲۱ (داخلی ۴) تماس حاصل فرمایید.

نگـــاه

ایران بازار مهمی برای اغلب همسایگان نیست

نقد دیپلماسی اقتصادی از کانال همسایگان

همســایگان ایران به لحاظ ساختاری، موقعیت حاشــیه‌ای و قاعده‌پذیر در نظام تجارت جهانی و به طور کلی، اقتصاد سیاسی بین‌الملل دارند. سهم محیط همسایگی ایران در اقتصاد جهانی حدود ۵ درصد است و شگفت آنکه این سهم در ۷۰ سال اخیر چندان تغییری نکرده است، یعنی منطقه خاورمیانه در یک وضعیت رکود تاریخی قرار گرفته است. اینکه ایران در دیپلماسی اقتصادی خود، اولویت نخست را برای محیط همسایگی قائل شده است، از این منظر قابل نقد است، چراکه ایران تنها برای تعامل با ۵ درصد اقتصاد جهانی اولویت قائل شده است.

آنچه گفته شــد، دیدگاه بازوی پژوهشــی اتاق بازرگانی ایران در نقد دیپلماســی اقتصادی از کانال همسایگان است. به اعتقاد مرکز پژوهش‌های اتاق ایران، دولت‌های قاعده‌پذیر منطقه در شــرایطی که ایران با هســته اقتصاد سیاسی بین‌المللی دچار تعارض و تنش می‌شود، نمی‌توانند پنجره فرصتی باشند. «دولت‌ها» در این محیط، بازیگران کلیدی در اقتصاد سیاســی کشورها محسوب می‌شوند و تقریبا در تمامی کشــورهای محیط همســایگی ایران، نوعی ســرمایه‌داری دولتی حاکم است. نقش کلیدی دولت در اقتصاد سیاســی همســایگان از آن رو اهمیــت دارد که تعارضات ژئوپلیتیک ایران و این کشورها به سرعت بر روابط اقتصادی آنها با ایران اثر می‌گذارد.

البته نقد دیپلماسی اقتصادی از کانال همسایگان، تنها به جنبه ساختاری قضیه محدود نمی‌شود و از منظر عوامل کارگزاری و نگرش همسایگان به روابط اقتصادی و تجاری با ایران نیز می‌توان گفت که کشــورهایی همچون ترکیه، پاکستان، امارات عربی متحده و سایر اعضای شورای همکاری خلیج‌فارس چشم‌اندازهای بلندمدتی را برای شــکل‌دهی برای ارتقای جایگاه خود در اقتصاد جهانی تعریف کردند. در هیچ یک از چشم‌اندازهای طراحی‌شده توسط طیفی از همسایگان ایران، منطقه در اولویت نخست قرار ندارد، بلکه نقش‌آفرینی در زنجیره‌های جهانی ارزش و ارتقای موقعیت این کشــورها در این زنجیره‌ها در کانون توجه قرار دارد. داده‌های آماری نیز نشــان می‌دهد که ایران در میان شرکای تجاری کلیدی اغلب کشورهای همسایه قرار ندارد، یعنی ایران، بازار صادراتی و وارداتی مهمی برای اغلب همسایگان محسوب نمی‌شود.

موقعیــت ضعیف ایران در بازارهای همســایه، یکی دیگر از عواملی اســت که بر نگــرش آنها در قبال ایران تأثیر می‌گذارد؛ دگرگونــی روابط تجاری ایران و عراق در دوره پــس از صدام، قطع روابط تجاری و اقتصادی ایران بــا عربســتان و بحرین در ســال‌های اخیر و زمینه‌سازی روسیه برای ورود ایران بــه اتحادیه اقتصادی اوراسیا را می‌توان نمادهای نقش‌آفرینی کلیدی دولت‌ها در تســهیل یا محدودکردن روابط تجاری و اقتصادی ایران با این کشــورها دانست. بنابراین ایران همچون همسایگان کلیدی نیازمند نقش‌آفرینی در اقتصاد جهانی و در زنجیره‌های جهانی ارزش است. محیط همسایگی می‌تواند به عنوان بخشی از این راهبرد تلقی شود. تمرکز بر محیط همسایگی، به معنای تمرکز بر تنها ۵درصد از اقتصاد جهانی و به بهای نادیده‌گرفتن ۹۵ درصد دیگر است.

از منظر کارگزاری، جایگاه ایران در دیپلماســی اقتصادی همسایگان از دو دســته نگــرش تاثیر می‌پذیــرد: «نگرش ژئوپلیتیــک» و «نگــرش ژئواکونومیک». در حوزه ژئوپلیتیک می‌توان ســه نگرش را در میان همســایگان نسبت بــه ایــران از یکدیگــر تفکیــک کــرد. نخســت، نگرش خصمانــه اســت کــه ایــران را بــه عنوان تهدیــد وجــودی علیــه منافــع امنیتــی و ملــی خــود تعریــف می‌کند. بحریــن و عربستان‌ســعودی، نمادهای این نگرش هستند، اما این نگرش در برخی کشــورهای دیگر خلیج‌فــارس و حتــی کشــورهایی کــه بــا واســطه همســایه ایــران محســوب می‌شــوند نیــز در دوره‌هایــی بــروز و ظهــور یافتــه اســت. تنش‌هــای اخیــر در روابــط ایــران و تاجیکســتان شــاهدی بــر ایــن مدعاســت. دوم، نگــرش پراگماتیســتی(عملگرایانه) اســت. اغلــب همســایگان ایــران بــه لحــاظ سیاســی نگاهــی پراگماتیســتی بــه ایــن کشــور دارنــد و بــرمبنــای منافــع خــود و موقعیــت ایــران در صحنــه جهانــی میــزان و نــوع تعامــل بــا ایــن کشــور را محــدود می‌کننــد یــا گســترش می‌دهند. کشــورهایی ماننــد قطــر، ترکیــه، کشــورهای آســیای‌مرکــزی و قفقــاز، پاکســتان و طالبــان در ایــن حــوزه قــرار می‌گیرنــد. نگــرش ژئوپلیتیکــی ایــن کشــورها بــه ایــران، تابعــی از تعریــف هســته منافــع ملــی آنــان، روابــط آنــان بــا ایالات‌متحده و نیــز موقعیــت ایــران در سیاســت جهانــی و منطقــه‌ای اســت. نگرش ســوم را می‌توان نگرش همکاری‌جویانــه لقــب داد. عــراق، روسیه و عمان تا حدی چنین نگرشی دارنــد. عــراق می‌کوشــد روابــط دوســتانه بــا ایــران را حفــظ کند و از تبدیــل ایــران بــه دشــمن خــود پرهیــز دارد.

روســیه کشــوری اســت کــه در شــرایط جدیــد بین‌المللــی و روابــط تنش‌آلــود با آمریکا می‌کوشــد ایــران را به عنوان شــریک در کنــار خــود داشــته باشــد و عمــان نیــز به طور تاریخــی حداقلــی از روابــط دوســتانه بــا ایــران را تعریــف کــرده اســت، گرچــه بــه الزامــات حضــور در شــورای همــکاری خلیج‌فارس نیــز وفــادار مانــده اســت. بنابراین از منظــر متغیــر کلیدی «سیاســت»، کشــورهای محیــط همســایگی ایــران را می‌توان دولت‌هــای اقتدارگرایــی برشــمرد کــه دولــت در اقتصــاد سیاســی آنــان بازیگــر مســلط محســوب می‌شود. نگــرش ایــن دولت‌ها بــه ایــران و روابــط بــا ایــران تاثیرات تعیین‌کننــده‌ای بــر میــزان موفقیــت دیپلماســی اقتصــادی ایــران در قبــال آنــان برجــای می‌گــذارد.

متغیــر دیگــر در شــکل‌دهی بــه نگــرش همســایگان بــه ایــران، رویکــرد ژئواکونومیــک آنــان اســت. ایــن نگــرش را در چشــم‌انداز کلان ایــن کشــورها، اســناد سیاســت تجــاری و موقعیــت ایــران در تجارت کالایی آنــان می‌توان دید. کشورهایی همچــون ترکیــه، پاکستان، امارات و ســایر اعضای شورای همــکاری خلیج‌فارس چشم‌اندازهای بلندمدتــی را بــرای شــکل‌دهی بــه ارتقای جایــگاه خود در اقتصــاد جهانــی تعریــف کرده‌اند. در هیــچ‌یــک از این چشــم‌اندازها، منطقــه، در اولویــت نخســت قــرار نــدارد، بلکــه نقش‌آفرینی در زنجیره‌هــای جهانی ارزش و ارتقــای موقعیــت ایــن کشــورها در ایــن زنجیره‌هــا در کانــون توجــه قــرار دارد. کشــورهای شــورای همــکاری خلیج‌فارس، اقتصادهای خــود را برای عصــر پسانفت آمــاده می‌کنند و می‌کوشــند متنوع‌ســازی اقتصــادی و تبدیل‌شــدن بــه هــاب لجســتیک در منطقــه و بهره‌منــدی از مزایــای انقلاب چهارم صنعتی را در دســتور کار قرار دهنــد. از همین روســت که چشم‌اندازهای کشورهایی نظیر امارات، قطر و عربســتان شــباهت‌های بســیاری با یکدیگر دارند. کشورهایی مانند پاکستان و ترکیه نیــز نقش‌آفرینی در زنجیره‌هــای جهانــی ارزش را در کانــون توجــه خــود قــرار داده‌انــد. بدین ترتیب می‌توان گفت، ایــران در میــان شــرکای تجــاری کلیــدی اغلــب کشــورهای همســایه قــرار نــدارد و بــازار صادراتــی و وارداتــی مهمــی بــرای اغلــب همســایگان محســوب نمی‌شود. موقعیــت نامطلوب ایــران در بازارهــای همســایه، یکــی دیگــر از عواملــی اســت کــه بــر نگــرش آنهــا در قبــال ایــران تاثیر می‌گــذارد، در واقع ایــران در محیــط همســایگی قــرار گرفتــه اســت کــه حاشــیه‌ای و قاعــده‌پذیــر در اقتصــاد جهانــی اســت؛ از ظرفیت‌هــای فنــاوری بالایــی برخــوردار اســت و تنش‌هــای ژئوپلیتیکی در شــکل‌دهی بــه روابــط اقتصــادی کشــورهای یکدیگــر نقــش کلیــدی ایفــا می‌کند. کشــورهای همســایه ایــران نقش‌آفرینی در متن اقتصاد جهانــی را در اولویــت قرار می‌دهند و چنــدان توجهــی بــه یــک کشــور خــاص یــا صرفــا محیــط همســایگی ندارنــد. در این راستا کارشناسان معتقدند ایــران همچــون همســایگان کلیــدی نیازمنــد نقش‌آفرینــی در اقتصــاد جهانــی و در زنجیره‌هــای جهانــی ارزش اســت. محیــط همســایگی می‌تواند بخشــی از ایــن راهبــرد تلقــی شــود. تمرکــز بــر محیــط همســایگی، بــه معنــای تمرکــز بــر تنهــا ۵درصد از اقتصــاد جهانــی و بــه بهــای نادیده گرفتــن ۹۵درصد دیگــر اســت.

افق اقتصادی از نگاه مدیران صنعتی روشن نیست

انقباض زمستانی تولید

فرصت امروز: افق اقتصادی از نگاه مدیران، مبهم و مه‌آلود است و آخرین گزارش شاخص مدیران خرید از انقباض زمستانی تولید به واسطه کاهش قدرت خرید و ضعف تقاضا حکایت دارد. آنطور که بازوی پژوهشــی اتاق بازرگانی ایران گزارش داده اســت، رقم شــاخ اقتصاد ایران در اولین ماه زمستان به پایین‌ترین رقم در پنج ماه گذشته رسیده و کاهش قدرت خرید و کمبود شدید تقاضا، از دلایل عمده این وضعیت بوده است.

از میان شاخص‌های متنوع و گوناگونی که توسط کشورها و سازمان‌های بین‌المللی منتشــر می‌شــوند، شــاخص 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 حــال حاضر بــرای حدود ۲۹ هزار بنگاه بخش خصوصــی در بیش از ۴۰ کشور دنیا محاسبه می‌شــود. این شاخص در فارسی به اختصار «شامخ» نام‌گذاری شده و مرکز پژوهش‌های اتاق بازرگانی ایران ماموریت محاسبه و انتشــار آن را به عهده دارد. حالا آخرین وضعیت شاخص مدیران خرید در دی ماه امسال نشان‌دهنده پسرفت اقتصاد در مواجهه با کاهش قدرت خرید، ضعف تقاضا و کمبود نقدینگی اســت؛ از یکســو شامخ کل اقتصاد در دی ماه به رقم ۴۶،۹۴ واحد رســیده است که کمترین نرخ در پنج ماه گذشــته بوده و به جز شاخص سرعت انجام و تحویل سفارش در این ماه، ســایر مؤلفه‌ها زیر مرز ۵۰ واحد ثبت شده‌اند. از سوی دیگر، شامخ بخش صنعت نیز رقم ۵۰،۳۱ واحد به دست آمده و به اعتقاد اکثر فعالان صنعتی، نرخ رشد فعالیت‌ها به کمترین مقدار در پنج ماه اخیر رسیده است.

از ضعف تقاضا تا کمبود نقدینگی

شــامخ براساس پایش پرسشنامه‌ای به دست می‌آید و تصویر جامعی از شــرایط 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 در قالب سه معیار وضعیت نسبت به ماه پیش (بهتر شده، بدتر شده و یا تغییری نکرده است) پاسخ دهند. در صورت انتخاب گزینه بیشــتر از ماه قبل عدد یک، گزینه بدون تغییــر عدد ۰،۵ و گزینه کمتر از ماه قبل عدد صفر برای آن پرســش ثبت می‌شود. مجموع حاصلضرب درصد پاسخگویان به هر یک از گزینه‌ها در عدد همان گزینه، مبین عدد شــامخ در آن پرسش است. در نهایت، معیار سنجش این شاخص عددی بین صفر تا صد اســت. عدد صفر و صد به ترتیب به معنای آن اســت که ۱۰۰ درصد پاســخگویان گزینه «بدتر شده است» و «بهتر شده است» را انتخاب کرده‌اند. عدد ۵۰ نیز نشــان‌دهنده عدم تغییر وضعیت نســبت به ماه قبل، بالای ۵۰ نشــانه بهبود وضعیت و زیر ۵۰ به معنای بدترشــدن 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 بدترشدن وضعیت کاهش یافته است. در سوی مقابل چنانچه عدد محاسبه‌شــده بالای ۵۰ باشــد اما از عدد ماه قبل کمتر باشد، نشان می‌دهد که سرعت بهبود وضعیت در مقایسه با ماه قبل کاهش یافته است.

براساس این گزارش، شــاخص مدیران خرید برای کل اقتصاد ایران در دی، رقم ۴۶،۹۴ واحد اعلام شــده و دلیل اصلی کاهش شــاخص در این ماه، این اســت که اکثر فعالان اقتصادی در بخش‌های ساختمان، خدمات و کشــاورزی وضعیت را بدتر از ماه قبل ارزیابی کرده‌اند. شــاخص میزان فعالیت‌های کسب‌وکار در دی‌ماه تا سطح ۴۷،۰۷ کاهش داشته و کمترین مقدار را در پنج ماه گذشته از مردادماه به ثبت رسانده است. این شاخص در بخش خدمات، کشــاورزی و ساختمان به دنبال کاهش شدید تقاضا و نقدینگی با رکود بیشــتری همراه بوده است. شاخص میزان سفارش‌های جدید مشتریان در دی‌ماه هم به نرخ ۴۳،۱۴ عقب نشسته و در شش ماه اخیر از تیرماه کمترین نرخ را به ثبت رســانده است. در دی‌ماه بسیاری از فعالیت‌های کسب‌وکار به دنبال کاهش قدرت خرید و نقدینگی با کمبود شــدید تقاضای مشــتریان روبه‌رو بوده‌اند که البته بخشــی از آن ناشی از ســردرگمی در مورد نوســانات نرخ ارز متأثر از فضای مذاکرات وین بوده است.

به طور کلی، براســاس نظرسنجی انجام‌شده از فعالان اقتصادی در دی، اکثر کسب‌وکارها با کمبود شدید تقاضا روبه‌رو بوده‌اند. علاوه بر آن، روند ادامه‌دار فشــار هزینه‌ها همراه با نگرانی از افزایش مالیات‌ها، بســیاری از کسب‌وکارها را به ویژه در بخش خدمات در آستانه تعطیلی قرار داده است. وضعیت به‌گونه‌ای است که بسیاری از بنگاه‌ها از حداکثر توان خود استفاده کرده‌اند و بیش از این تحمل افزایش هزینه‌ها و کمبود نقدینگی را ندارند. از ســوی دیگر، نااطمینانی ناشی از فضای بین‌المللی کشور و تاثیر آن بر قیمت ارز، باعث کاهش تقاضا شده است.

صنعت به یک قدمی رکود رسید

براســاس داده‌های به دست آمده از بنگاه‌های صنعتی، شاخص مدیران خرید صنعت در دی‌ماه، عدد ۵۰،۳۱ به دســت آمده است. به اعتقاد اکثر فعالان بخش صنعت، نرخ رشــد فعالیت‌ها بــه کمترین مقدار در پنج ماه اخیر رســیده است. در میان مولفه‌های اصلی شــاخص در دی‌ماه، میزان ســفارش‌های جدید مشــتریان و موجودی مواد اولیه عدد زیر ۵۰ را ثبت کرده‌اند. همچنین عدد شــاخص کل در صنایع کانــی غیرفلزی، غذایی، پوشاک و چرم، لاستیک و پلاستیک و چوب، کاغذ و مبلمان زیر ۵۰ بوده است. شاخص مقدار تولید محصولات در دی‌ماه هم به رقم ۵۰،۵۴ رسیده که نسبت به آذرماه کاهش داشته و در پنج ماه اخیر از مردادماه به کمترین مقدار خود رســیده که دلیل اصلی آن، کاهش شدید تقاضای مشتریان و کمبود نقدینگی است.

شاخص میزان سفارش‌های جدید مشتریان در دی‌ماه هم با نزول به نرخ ۴۴،۹۰ به کمترین مقدار ثبت شــده در پنج ماه اخیر از مردادماه رسیده اســت. کمبود نقدینگی، نااطمینانی نسبت به فضای سیاست بین‌المللی کشور و نوسانات نرخ ارز باعث شده تا بسیاری از مشتریان دچار سردرگمی شــوند. شــاخص موجودی مواد اولیه در دی‌ماه باز هم افت کرده اســت. نرخ گزارش شــده از ســوی مدیران خرید صنعت ۴۶،۲۱ بوده که مجددا کاهشــی شده و به کمترین مقدار در ســه ماه اخیر رسیده است. هرچند شدت تورم و ادامه روند افزایشی قیمت مواد اولیه نسبت به ماه قبل کمتر شده، نابسامانی نرخ ارز و کمبود نقدینگی، شرکت‌ها را با کمبود مواد اولیه روبه‌رو کرده است.

شــاخص موجودی محصول نهایــی در انبار هم که افزایش آن نشــانه عدم‌فروش مناســب بنگاه اســت، نســبت به ماه قبل افزایش داشته و به ۵۳،۱۴ رســیده که در ســه ماه اخیر بیشــترین مقدار بوده است. به نظر می‌رســد با کاهش تقاضا و کاهش شاخص میزان فروش، موجودی کالاها در انبارها افزایش یافته است. شاخص میزان فروش محصولات نیز با افت جدی به عدد ۴۵،۶۳ برگشــت خورده که کمترین مقدار در پنج ماه اخیر است. به عقیده فعالان اقتصادی، کاهش قدرت خرید و نقدینگی و شرایط نابسامان قیمت ارز باعث سردرگمی مشتریان برای تصمیم در خرید شده است. شــاخص انتظارات تولید در ماه آینده، عدد ۶۱،۶۲ (البته با کاهش جزئی نســبت به ماه قبل) اســت که خوش‌بینی به بهبود شــرایط برای بهمن‌ماه و رسیدن به روزهای پایانی سال را نشان می‌دهد. تقریبا فعالان اقتصادی در همه رشته فعالیت‌ها به‌جز چوب، کاغذ و مبلمان و لاستیک و پلاستیک انتظارات مثبتی برای ماه آینده دارند.

به طور کلی، در دی‌ماه برخلاف انتظارات ماه گذشته که تولیدکنندگان پیش‌بینی رونق و بهبود شــرایط را داشــتند، اکثر صنایع به دلیل کاهش شــدید ســفارش‌ها ناچار به کاهش تولید شــدند. همه صنایع با افزایش چندبرابــری قیمــت گاز روبه‌رو بوده‌انــد که به همراه نگرانــی از افزایش مالیات‌ها باعث شده تا برنامه‌ریزی برای آنها با در نظر گرفتن قدرت خرید جامعه بسیار دشوار گردد. صنایع وابسته به محصولات پتروشیمی‌ها باز هم در زنجیره تامین مواد اولیه خود با مشکل روبه‌رو هستند و خودروسازی‌ها نیز با ادامه روند پرداخت نکردن تعهدات خود، قطعه‌سازان را دچار مشکل کرده‌انــد. همچنین پرداخت بدون نظارت یارانه بــه دارو و مواد غذایی با ناکارآمدی زیادی صورت می‌گیرد و در نهایت به‌جای تامین مایحتاج مردم، صرف صادرات می‌شود.

احیای برجام، قیمت خانه را کاهش می‌دهد؟

افق ۱۴۰۱ بازار مسکن

کاهش انتظــارات تورمی به دلیل اخبار مثبت از مذاکرات هســته‌ای و ثبات بازار ارز در آرامش بازار مســکن تاثیرگذار بوده و برخی افراد منتظر افت قیمت مســکن هســتند، اما اگرچه قیمت خانه در یک سال گذشته افزایش محسوسی نداشته، با کاهش نیز مواجه نشده است. از طرف دیگر، رشــد تا ۵۰ درصدی قیمت ساخت می‌تواند به عنوان یک عامل بازدارنده در کاهش قیمت خانه عمل کند. به گزارش ایسنا، قیمت مسکن در شهر تهران از میانگین ۱۵میلیون تومان در هر متر مربع شــروع می‌شــود و تا ۷۰ میلیون تومان می‌رسد. البته در آگهی‌ها نرخ‌های پایین‌تر از متری ۱۵ میلیون تومــان اغلب در جنوب تهران و بالاتر از متری ۷۰ میلیون تومان غالبا در شمال پایتخت دیده می‌شود.

اگرچه قیمت مسکن در چهار سال اخیر رشد سنگینی داشته و همین مسئله به رکود معاملات بخصوص در سال گذشته انجامید، از شش ماهه دوم سال جاری تا حدودی بازار خرید و فروش گرم شده است؛ به طوری که در ماه‌های آذر و دی به ترتیب ۹۷۷۲ و ۹۸۱۶ معامله مسکن در شهر تهران منعقد شــده که به ترتیب ۲۸۲ درصد و ۱۷۹ درصد افزایش را در مقایســه با ماه‌های آذر و دی سال گذشته نشــان می‌دهد. در واقع حجم معاملات مســکن به حدود ۱۰ هزار فقره رسیده که با سطح نرمال حدود ۱۵ هــزار معامله فاصله چندانی ندارد. همانطور کــه آمار روایت می‌کند، خرید و فروش ملک در تهران نسبت به سال گذشته سه تا چهار برابر شده و این در حالی است که قیمت‌ها کاهش چندانی نداشته، هرچند افزایش محسوسی نیز ایجاد نشده است.

بررســی‌ها از علت رونق نســبی بازار مســکن به عواملی همچون ثبات بازارهای موازی، تثبیت قیمت طلا و ارز در یک محدوده مشخص، ریزش بورس و نگاه به مسکن به عنوان یک دارایی امن در برابر تورم می‌رسد. این در حالی است که به دلیل انجام مذاکرات هسته‌ای، چشم‌انداز بازار مسکن با ابهاماتی مواجه شده و احتمال می‌رود که با انجام توافق هسته‌ای قیمت خانه تا حدودی کاهش پیدا کند، اما قیمت ســاخت که انبوه‌سازان رشد آن را طی یک ســال گذشته حدود ۵۰ درصد عنوان می‌کنند می‌تواند به عنــوان یک عامل بازدارنده در کاهش قیمت خانه عمل کند. افزایش نرخ دســتمزد و مصالح حتی بر روی قیمت واحدهای نهضت ملی مسکن نیز تاثیرگذار بوده اســت. سال گذشته دولت قیمت هر متر واحدهای مسکن دولتی را ۲،۷ میلیون تومان تعیین کرده بود که اخیرا به ۴،۷ میلیون تومان افزایش یافته است.

از ســوی دیگر، گزارش‌ها نشان می‌دهد که سرعت رشد قیمت مسکن به طرز محسوســی کاهش پیدا کرده اســت. در سه ماه گذشته نرخ رشد ماهیانه قیمت مســکن در تهران به تدریــج ۱،۲ درصد، ۱،۸ درصد و ۱،۱ درصد بوده و رشــد ســالیانه آن به ۲۰ درصد رســیده است؛ در حالی که نرخ افزایش سالیانه قیمت در ماه‌های دی سه سال گذشته به ترتیب ۹۱ درصــد، ۴۱ درصد و ۹۹ درصد بود. البته با وجود آنکه میزان بازدهی بازار مسکن در یک سال گذشته حدود ۲۰ درصد بوده است، این رقم برای بازار ارز ۸ درصد و برای سکه ۴،۲ درصد بوده و همین مسئله در ترغیب برخی افراد برای خرید ملک موثر بود.

کارشناســان معتقدنــد در ۳۰ ســال گذشــته بــازار مســکن یکی از کم‌ریســک‌ترین بازارها بوده و به همین دلیل زمانی که ریســک بازارهای دیگر در پی نوســانات اقتصادی افزایش پیدا می‌کند، تقاضای سرمایه‌ای در بازار مســکن بالا می‌رود. به نظر می‌رسد افزایش تمایل برای خرید در ماه‌های اخیر نیز ناشی از همین مسئله باشد، چراکه طرف تقاضا قصد دارد خــود را در برابر انتظارات تورمــی مصون نگه دارد. حتی کاهش احتمالی قیمت مســکن در آینده می‌تواند به نوعی منعکس‌کننده شرایط عمومی اقتصاد باشد. بنابراین نگرانی بابت خرید ملک وجود ندارد.

در این زمینه، مصطفی‌قلی خســروی، رئیس اتحادیه مشاوران املاک با بیان اینکه مســکن یک دارایی امن محسوب می‌شود، می‌گوید: عبارات و جملات معروفی درخصوص ارزشــمندی زمین و مسکن وجود دارد. مثلا می‌گویند «خانه را بخر پنج ســال نگه دار، بعد از آن خانه تو را ۵۰ ســال نگــه مــی‌دارد» یا «زمین بخر کــه دزد روی آن راه برود امــا نتواند آن را بدزدد». جمله معروف دیگری می‌گوید «اگر مسکن را گران بفروشی، ارزان فروخته‌ای و اگــر گران بخری، ارزان خریده‌ای». این عبارات از یک طرف امن بودن کالایی به نام مسکن را نشان می‌دهد و از طرف دیگر حاوی این نکته است که ملک همواره سپری در برابر انتظارات تورمی است.

خســروی درباره پیش‌بینی آینده بازار مسکن در سال ۱۴۰۱ می‌افزاید: اگر ثبات بازارهای موازی مسکن که هم‌اکنون وجود دارد ادامه پیدا کند، مذاکرات هسته‌ای به نتیجه برسد و از طرف دیگر دولت بتواند طرح احداث ۴ میلیون مســکن در چهار سال آینده را به نتیجه برساند، شاهد آرامش بازار مسکن خواهیم بود و نگرانی بابت رشد قیمت وجود ندارد. کما اینکه در یک سال گذشته تورم بازار مسکن تقریبا صفر بوده و پیش‌بینی ما این است که در سال آینده ثبات نسبی این بازار ادامه پیدا کند.

نگاهی به دستورالعمل جدید بانک مرکزی

از بازگشت مالکیت‌ها تا رهایی بانک‌ها از بنگاهداری

علی نظافتیان
دبیر کمیسیون حقوقی کانون بانک‌ها

چند ماه قبل درباره تعیین تکلیف واحدهای تولیدی تملک شده توسط بانک‌ها به «ایسنا» گفتم: «در حال حاضر فروش امـوال مازاد بانک‌ها و موسسـات اعتباری کلا مشـمول مقررات «دسـتورالعمل نحوه واگذاری اموال مازاد موسسـات اعتباری» مصوب شـورای پول و اعتبار اسـت، اما دسـتورالعمل مورد اشاره برای فروش واحدهای تولیدی تملیکی بانک‌ها، کارایی لازم را ندارد؛ بنابراین طراحی و تصویب دسـتورالعمل اختصاصی برای تبیین شرایط و نحوه فروش واحدهای تولیدی تملیکی توسط شورای پول و اعتبار و بانک مرکزی، بسـیار ضروری اسـت تـا بانک‌ها بتوانند با شـرایط ویژه این قبیل واحدهای تملیکی را به صاحبان قبلی‌شـان یا به تولیدکنندگان صاحب صلاحیت واگذار کنند.»

خوشبختانه هفته قبل، سایت بانک مرکزی از تصویب نهایی «دستورالعمل تعیین تکلیف واحدهای تولیدی در جریان تملک یا تملک شـده توسـط موسسات اعتباری» خبر داد و اعلام کرد: «به استناد دستورالعمل مذکور، بانک‌ها و موسسـات اعتباری موظفند در صورت ارائه درخواست مکتوب مالک قبلی مبنی بر واگذاری دارایی‌های واحد تولیدی که به تملک بانک یا موسسه اعتباری غیربانکی درآمده است، منوط به تحقق شرایط مقرر در دسـتورالعمل، دارایی‌های تملک شده را از طریق مذاکره به صورت نقدی یا اقساطی در قالب قرارداد اجاره به شرط تملیک به وی واگذار نمایند. در واگذاری به روش اقسـاطی، پرداخت حداقل ۱۰ درصد بدهی مالک قبلی به صورت نقدی الزامی اسـت. همچنین مدت بازپرداخت با احتساب یک سـال دوره تنفس، حداکثر پنج سال می‌باشد. اشـخاصی که دارایی‌های واحدهای تولیدی آنها قبل از ابلاغ این دسـتورالعمل به تملک بانک‌ها و موسسـات اعتباری غیربانکی درآمده است، مشـروط به آنکه بیش از ۱۸ ماه از تملک آن دارایی‌ها سـپری نشده باشـد، حداکثر شش ماه از ابلاغ دسـتورالعمل فرصت دارند، تا با ارائه درخواسـت خود به بانک یا موسسه اعتباری غیربانکی ذی‌ربط از مزایای این دستورالعمل استفاده کنند.»

واقعیت این اسـت که در مـورد تعداد واحدهای تولیدی تملک شـده توسـط سیسـتم بانکی کشـور، آمارهای متفاوت و بعضا اغراق‌آمیزی از سوی رسانه‌ها به نقل از مسئولان ارائه شده است. خبرگزاری «ایسنا» در تیرماه امسال نوشت: «معاون هماهنگی امور اقتصادی وزارت کشور اعلام می‌کند که تعداد واحدهای تحت تملک بانک‌ها معادل ۱۷۹۳ اسـت که ایـن تعداد در تملک ۱۶ بانک قرار دارد.» آمار رسـمی «کانون بانک‌ها و موسسات اعتباری خصوصی» اما حاکی است که سهم بانک‌های خصوصی و موسسـات اعتباری از تعداد ۱۷۹۲ واحد تولیدی تملیک شـده توسط سیستم بانکی که توسط وزارت کشـور اعلام شده، فقط ۱۲ واحد آن‌هم توسط چهار بانک خصوصی تملیک نهایی شده‌اند که واحدهای باقیمانده نیز در مسـیر واگذاری قرار دارند. بنابراین شـاید بتوان گفت که مخاطب اصلی دسـتورالعمل جدید بانک مرکزی، در واقع شبکه بانک‌های دولتی اسـت و نه بانک‌های خصوصی. بر عملکرد بانک‌های دولتی در این زمینه ایرادی وارد نیست، زیرا وصول مطالبات معوق جزو وظایف و مسئولیت‌های قانونی مدیران بانک‌های دولتی یا خصوصی است. بنابراین صحیح نیست که مخالفان و منتقدان بانکداری خصوصی، مجموع آمار واحدهای تولیدی تملیک شـده در کل شـبکه بانکی کشـور را محصول عملکرد بانک‌های خصوصی جلوه دهند و به عنوان حربه تبلیغاتی علیه بانک‌های خصوصی به کار برند.

چه ۲ هزار واحد تولیدی یا کمتر از ۱۵ واحد تولیدی، تفاوت چندانی در اصل ماجرا ندارد، زیرا پرسش اصلی این است که چرا بانک‌ها و موسسات اعتباری در پرداخت تسـهیلات به واحدهای تولیدی حتما بایستی محل اجرای طرح را به عنوان وثیقه بپذیرند و توافق خصوصی بین واحد تولیدی متقاضی تسهیلات و بانک‌ها در این زمینه کارساز نباشد و اینکه اگر محل اجرای طرح قبلا به رهن گرفته باشـد و تکافوی وثیقه تسـهیلات جدید را نکند، تکلیف بانک و متقاضی تسـهیلات چیسـت؟ آنانی که دستی بر آتـش گرم وصول مطالبات معوق بانک‌ها و موسسـات اعتباری دارند، به خوبی آگاهند که اسـتمرار مالکیت بانک‌ها بـر واحدهای تولیدی تملک شـده نه تنها مشـکل وصول مطالبات معوق و دسترسی بانک‌ها به وجه نقـد را حل نخواهد کرد، بلکه بالعکس تملیک واحدهای تولیدی توسـط بانک‌ها آن‌هم با تشریفات قانونی بسیار بوروکراتیک و پیچیده در واقع آغاز مشکلات شبکه بانکی کشـور است، زیرا اگر این واحدها در زمان تملیک

نهایی، فعال یا مستعد فعال شدن باشند، بانک‌های تملک‌کننده در عمل ناچـار خواهند بود مقدمات ادامـه فعالیت این قبیل واحدهای تملیکی را به هزینه خود فراهم کنند، چراکه مسـئولان اجرایی، تعطیلی این قبیل واحدهای تولیدی را برنمی‌تابند؛ در حالی که بنگاهداری معمولا در توان و تخصص کارشناسی بانک‌ها نیست. ضمن آنکه بنا به تجربه شغلی نگارنده، اغلب واحدهای تولیدی در زمان تملیک عملا غیرفعال و متوقف هستند، یعنی در زمان تملیک نهایی، واحد تولیدی به صورت غیرفعال و مستهلک تحویل بانک می‌شود.

تا قبل از تصویـب آیین‌نامه جدید، بانک‌ها در هر وضعیتی ناچار بودند اموال تملیکی خود را اعم از واحدهای تولیدی، واحدهای تجاری و اماکن مسـکونی را براسـاس مزایده عمومی به فروش برسانند و بهای حاصل از فروش آن را به چرخه منابع تسهیلاتی بانک برگردانند. تبصره ذیل ماده ۳۴ قانون پولی و بانکی کشور در این زمینه چنین می‌گوید: «تملک غیرمنقول برای استیفای مطالبات یا برای تأمین محل کار یا مسکن کارکنان بانک و معاملات نسبت به آن طبق شرایطی که بانک مرکزی ایران تعیین خواهد نمود مشـمول ممنوعیت موضوع بند ۲ این مـاده نخواهد بود.» بنابراین براساس قانون پولی و بانکی کشور، تملک اموال غیرمنقول توسط بانک‌ها مجاز و قانونی است، اما بند الف ماده ۱۶ قانون رفع موانع تولید رقابت‌پذیر و ارتقای نظام مالی کشـور، بانک‌ها را مکلف کرده اسـت: «سالانه حداقل سی و سـه درصد (۳۳٪) اموال خود اعم از منقول، غیرمنقول و سرقفلی را که به تملک آنها و شـرکت‌های تابعه آنها درآمده اسـت و به تشخیص شورای پول و اعتبار و بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران مازاد می‌باشد، واگذار کنند.» بدین ترتیب، بانک‌ها قانونا مکلف به واگذاری و فروش اموال تملیکی‌شان هسـتند، زیرا اگر به این وظیفه قانونی عمل نکنند مشمول جرائم مالیاتی سنگین خواهند شد، اما این نکته حقوقی را نباید فراموش کرد که در صورت پیدا نشدن خریدار، بانک‌ها ناچار به خرید وثایق در قبال مطالبات معوق خواهند بود. پس از تملک نهایی، وثایق تملیکی به مالکیت بانک‌های طلبکار درخواهد آمد. بنابراین از نظر مبانی شرعی و قانونی (اصل مالکیت) نمی‌توان مالک را ناچار ساخت ملک خود را به کمتر از قیمت روز بفروشـد یا قیمت ملک وی توسط کارشناسانی ارزیابی و برآورد شود که مالک نقشی در انتخاب آنان نداشته است، مگر آنکه مصوبه قانونی خاصی در این زمینه وجود داشته باشد.

اقـدام اخیر شـورای پول و اعتبـار و بانک مرکـزی در تصویب و ابلاغ «دسـتورالعمل تعیین تکلیـف دارایی‌های واحدهـای تولیدی در جریان تملک یا تملک شده توسط موسسات اعتباری»، امری پسندیده و ضروری است که هم بانک‌ها و موسسات اعتباری را از بلاتکلیفی در مورد واحدهای تولیدی تملک شده می‌رهاند و هم فرصتی مجدد به مالکان قبلی می‌دهد تا واحد تولیدی خود را که توسـط بانک تملک شده است، با شرایط ویژه از بانک خریداری و مسترد نمایند، اما در عین حال در مورد دستورالعمل مورد اشاره، توجه به نکات زیر، خالی از فایده نخواهد بود:

اول؛ همانطـور که گفته شـد، اموال تملیکی پـس از تملیک نهایی به مالکیـت بانک‌های طلبکار درمی‌آیند. در نتیجه صاحبان سـهام بانک‌ها خصوصا بانک‌های خصوصی و نیز سپرده‌گذاران بانکی به نحو غیرمستقیم در این مالکیت ذی‌نفع خواهند بود. دستورالعمل اخیر بانک مرکزی نیز به نحوی با حقوق شـرعی و قانونی سهامداران و سپرده‌گذاران بانکی مرتبط اسـت و در سیاسـت‌گذاری بانکی توجه به حقوق تسـهیلات‌گیرندگان، سپرده‌گذاران و سهامداران بانک‌ها ضروری است. بنابراین با توجه به ماده ۱۶ قانون برنامه ششم توسعه که تصریح دارد: «شورای فقهی بانک مرکزی برای حصول اطمینـان از اجرای صحیح عملیات بانکی بدون ربا در نظام بانکی کشـور و جهـت نظارت بر عملکرد نظام بانکـی و اظهارنظر درباره رویه‌ها و ابزارهای رایج، شـیوه‌های عملیاتی، دستورالعمل‌ها، بخشنامه‌ها، چارچـوب قراردادها و نحوه اجـرای آنها از جهت انطبـاق با موازین فقه اسلامی تشکیل شده و وظایف فوق‌الذکر را برعهده دارد»، این دستورالعمل نیازمند بررسی و تایید شورای فقهی بانک مرکزی بوده است. بدین جهت همانند دستورالعمل امهال مطالبات موسسات اعتباری، برای رفع دغدغه مردم بایسـتی در مقدمه این دسـتورالعمل تصریح می‌شد که به تصویب شورای فقهی بانک مرکزی رسیده است یا خیر؟

دوم؛ براسـاس ماده ۶ دسـتورالعمل، بانک مکلف شده است در صورت درخواست مالک قبلی، دارایی‌های تملک شده را از طریق مذاکره به صورت نقـدی به مالک قبلی واگذار نماید. تحقق ایـن امر در صورتی امکان‌پذیر اسـت که تمام یا بخشی از اموال تملیکی همچنان در مالکیت بانک باقی باشند. پس اموال تملیکی واگذارشده مشمول مقررات دستورالعمل جدید بانک مرکزی نخواهند بود.

سوم؛ همان‌گونه که اشاره شد، در ماده ۶ دستورالعمل از واژه «واگذاری» استفاده شده است. «واگذاری» از نظر حقوقی بدین معناست که فروشنده (بانـک) و خریدار (مالک قبلی) در مـورد قیمت و نحوه پرداخت ثمن به توافـق رسـیده و قراردادی جدیـد تنظیم نمایند. در حالی که سـازوکار پیش‌بینی شـده در دسـتورالعمل جدید برای واگذاری نیست، بلکه اقاله تملیک قبلی در قبال پرداخت مانده اصل و سـود تسـهیلات تأدیه نشده و سـایر هزینه‌ها آن‌هم بنا به ارزیابی کارشناسـانی است که مالک جدید (یعنی بانک) در انتخاب آنها هیچ نقشـی ندارد. اقاله نیز برعکس توافق از نظر حقوقی فقط مخرب است، یعنی وضعیت جدید را فقط برهم می‌زند. بنابراین باید مشخص شود منظور از واژه «واگذاری» در این دستور، انجام معامله جدید بین مالک قدیم و مالک جدید واحد تولیدی تملیک شـده است یا اقاله حقوقی تملیک بانک؟

چهارم؛ افزون بر آن، در تسـهیلات مشـارکتی، بانک تسهیلات‌دهنده با تسـهیلات‌گیرنده در پروژه مورد مشارکت به نسبت تسهیلات، شریک خواهد شد. بنابراین اگر در تسهیلات مشارکتی، بانک در مقام وصول طلب خویش از تسهیلات‌گیرنده به جای وصول نقدی فقط سهم‌الشرکه خود را تملیک کرده باشد، آیا باز موضوع مشمول این دستورالعمل خواهد بود؟ آیا بانک به عنوان شـریک در تسهیلات مشارکتی حق ندارد به جای مطالبه طلب، سهم‌الشرکه خود در تسهیلات مشارکتی را مطالبه کند؟ این موضوع از بدیهیات اصول و مبانی قانون عملیات بانکی بدون رباست.

پنجم؛ پیگیری عملیات اجرایی تا آخرین مرحله تملیک وثیقه و صدور سـند انتقال اجرایی، صبر ایوب می‌خواهد و پشـتکار مسـتمر واحدهای حقوقی و وصول مطالبات بانک‌ها و موسسـات اعتباری را. حال پرسـش آن اسـت که بعد از طی این مراحل، واگذاری یا اقاله اقسـاطی واحدهای تولیدی تملیکی چه تغییـری در رابطه حقوقی بین بانک و مالکان قبلی به وجود خواهد آمد؟ آیا نتیجه اقاله و پرداخت اقساطی جز بدهکار شدن مجدد مالک قبلی نخواهد بـود؟ بنابراین از نظر منطقی، بانک‌ها به جای تملیک واحدهای تولیدی باید یا وثایق دیگری داشـته باشند یا از تملک واحدهای تولیدی به طور کامل منصرف شوند. البته در این مورد اگر شرط دستورالعمل یعنی تایید طرح احیا و سودآوری واحد تولیدی توسط بانک اجرا شـود، در این صورت حتی واگذاری اقسـاطی واحدهای تملیکی به مالک قبلی، بهترین گزینـه برای بانک‌ها خواهد بود و آنان را از گرفتاری نگهداری و فروش واحدهای تولیدی رهایی خواهد بخشید.

ششم؛ هدف بانک مرکزی و شورای پول و اعتبار از تصویب دستورالعمل مورد بحث، آن اسـت که واحدهای تولیدی تملک شده توسط بانک‌ها در مالکیت بانک‌ها باقی نمانند، فعال شـوند و همچنان مشـغول تولید باقی بماننـد. در این صورت، فروش واحدهای تولیدی تملک شـده نبایسـتی منحصر به مالک قبلی باشـد، بلکه بانک بایستی مجاز باشد واحد تولیدی تملک شـده را بدون الزام به برگزاری مزایده عمومی به هر خریدار واجد شـرایط بفروشـد. از نظـر حقوقی همچنیـن این نکته در مـورد تملک واحدهای تولیدی توسط بانک‌ها شایان توجه است که اساسا چه ضرورتی وجـود دارد بانک‌ها باید حتما محل اجرای طـرح را به وثیقه گیرند؟ اگر تسـهیلات‌گیرنده و بانک برای ارائـه و پذیرش وثایق خارج از طرح توافق کننـد، چه مانعی وجـود دارد که قانونگذار به جای تصویب قوانینی نظیر «قانون عدم الزام سـپردن وثیقه ملکی به بانک‌ها و دسـتگاه‌ها و سـایر موسسات و شرکت‌های دولتی به منظور تسهیل امر سرمایه‌گذاری و ایجاد اشـتغال بیشتر در طرح‌های تولیدی و صادراتی» یا «قانون منطقی کردن نرخ سود تسـهیلات بانکی متناسب با نرخ بازدهی در بخش‌های مختلف اقتصادی»، توافقات بین بانک‌ها و مشـتریان به عنوان بخشـی از حقوق خصوصی مردم را به رسمیت شناسد و بانک‌ها و مشتریان را از دردسرها و تشریفات قانونی مربوط به وثیقه گرفتن محل اجرای طرح، طی تشریفات ثبتی برای تملک وثایق تسهیلات و سپس دردسرهای نگهداری و مدیریت واحدهای تولیدی تملیک شده رهایی بخشد؟

در پایـان، ضمن تاکیـد بر لزوم اجرای مصوبات شـورای پول و اعتبار، تصویب «دسـتورالعمل تعیین تکلیف واحدهای تولیدی در جریان تملک یا تملک شـده توسـط موسسات اعتباری» مشـروط به اعمال اصلاحات موردنیاز را باید گام مثبت شـورای پول و اعتبار و بانک مرکزی برشـمرد که هم به نفع مالکان سـابق واحدهای تولیدی تملک شـده و هم به نفع بانک‌هاسـت، زیرا این مصوبه به مالکان واحدهای فعال یا مسـتعد فعال شدن، فرصتی مجدد می‌دهد که با پرداخت مطالبات بانک، واحد تولیدی خود را مجددا مالک شـوند. همچنین در بازه زمانی بین تملیک توسـط بانک و برگشـت مجدد مالکیت از افزایش احتمالـی قیمت زمین، آلات و مسـتحدثات واحد تولیدی بهره‌مند شوند. این مصوبه همچنین به نفع بانک‌هاسـت، چون بانک‌ها را از مشـکلات فراوان نگهـداری و مدیریت و فروش واحدهای تولیدی تملک شده آن‌هم از طریق مزایده عمومی رهایی می‌بخشد و از شدت تبلیغات منفی علیه شبکه بانکی و متهم شدن آنان به گسترش شرکت‌داری و بنگاهداری می‌کاهد.

نوبت اول

شهرداری لاهیجان

آگهی مناقصه عمومی یک مرحله ای

احداث شبکه جمع آوری و هدایت آبهای سطحی شهر لاهیجان- بلوار شهید اسماعیل پور

شهرداری لاهیجان طبق ردیف بودجه ۲۰۷۱۰۹ سال جاری در نظر دارد پروژه احداث شبکه جمع آوری و هدایت آبهای سطحی شهر لاهیجان- بلوار شهید اسماعیل پور را بر آورد اولیه بمبلغ ۲۴/۷۴۷/۰۲۱/۸۰۰ ریال براساس فهرست بهای پایه سال ۱۴۰۰ از طریق برگزاری مناقصه عمومی یک مرحله ای از محل منابع داخلی شهرداری به شرکتهای واجد شرایط دارای حداقل پایه (۵) رشته آب دارای گواهینامه صلاحیت از سازمان مدیریت و برنامه ریزی از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس : www.Setadiran.ir واگذار نماید.

متقاضیان واجب شرایط می توانند جهت دریافت اسناد مناقصه از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) با واریز مبلغ ۱/۰۰۰/۰۰۰ ریال به حساب شماره ۱۶۱۰۳۳۸۹۷۲ درآمد شهرداری (بانک ملت) از روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۰/۱۱/۱۸ لغایت روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۰/۱۱/۲۵ اقدام نمایند. نکته : کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکت ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به ادرس www.Setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند.

-مبلغ تضمین شرکت در مناقصه : شرکت کنندگان جهت شرکت در مناقصه مبلغ ۱/۲۳۷/۳۵۱/۰۹۰ ریال بصورت ضمانت نامه بانکی به نفع کارفرما (با اعتبار سه ماه) یا واریز به حساب سپرده شماره ۰۱۰۵۲۰۰۸۸۷۰۰۲ نزد بانک ملی اقدام نمایند.

-سپرده نفرات اول تا سوم مناقصه تا انجام تشریفات قانونی مناقصه و عقد قرارداد مسترد نخواهد شد.

-چنانچه برندگان اول و دوم و سوم مناقصه از انعقاد قرارداد خودداری نمایند به ترتیب سپرده شرکت در مناقصه آنها به نفع شهرداری لاهیجان ضبط خواهد شد. آخرین مهلت جهت ارایه پیشنهادها در سامانه دولت (ستاد) تا پایان ساعت ۱۲ ظهر روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۰/۱۲/۹ میباشد. تبصره : متقاضیان می بایست جهت ارایه تمامی اسناد پاکت (الف و ب و ج) از طریق سامانه فوق الذکر بارگذاری و اقدام نمایند ، ضمناً شرکت کننده می بایست محتوی پاکت (الف) را بصورت درب بسته تا زمان اعلام شده (۱۴۰۰/۱۲/۹) به کارفرما تحویل نماید.

-تاریخ بازگشایی پیشنهادهای ارایه شده با حضور شرکت کنندگان(همراه با معرفی نامه) روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۰/۱۲/۱۱ راس ۱۱ ظهر به آدرس : لاهیجان ، بلوار امام رضا (ع)- میدان گلستان- ساختمان ستادی شهرداری خواهد بود.

-هزینه درج آگهی به عهده برنده مناقصه میباشد. شهرداری در رد یا قبول هر یک از پیشنهادها مختار میباشد.

-سایر جزئیات و اطلاعات در اسناد مناقصه قید گردیده است و متقاضیان می بایست جهت اطلاعات بیشتر به آدرس اینترنتی ذکر شده مراجعه نمایند.

-پیشنهادهای فاقد سپرده ، مبهم و مشروط از درجه اعتبار ساقط می باشد. دارا بودن حداقل پایه ۵ رشته آب و ظرفیت خالی باقیمانده آماده به کار الزامی میباشد.

نوبت اول: روزنامه فرصت امروز ۱۶/۱۱/۱۴۰۰

رضا زنده دل- شهردار لاهیجان

بانک نامه

رئیس کل بانک مرکزی خبر داد

ابلاغ بسته تسهیلات خرد تا پایان سال

رئیس کل بانک مرکزی از ابلاغ بسته تسهیلات خرد با تضامین سهل‌تر به شبکه بانکی تا پایان سال خبر داد و گفت از سوی بانک مرکزی تا پایان سال بسته‌ای از تسهیلات خرد با تضامین سهل‌تر و با رتبه اعتباری مناسب تهیه و ابلاغ می‌شود.

علی صالح‌آبادی در دوازدهمین گردهمایی روسـای موفق شعب بانک‌ها و موسسـات اعتباری با بیان اینکه یکی از مصوبات مهم در سیستم بانکی، ایجاد تعادل بین منابع و مصارف بانک‌هاست، گفت: اگر مصارف یک بانک بر منابع آن فزونی پیدا کند، آن بانک با مشکل کمبود نقدینگی مواجه خواهد شد که بدین منظور، بانک‌ها باید به این موضوع توجه ویژه کنند تا ناترازی در منابع و مصارف آنها ایجاد نشود. علاوه بر این، بدون توجه به منابع موجود خود، تسـهیلاتی را تصویب نکنند که نقدینگـی را با کمبود مواجه کند و منجر به اضافه برداشت از بانک مرکزی شود.

او با بیان اینکه یکی دیگر از انتظارات بانک مرکزی از بانک‌ها این است که به بازار بین بانکی و عملکرد خود در این بازار توجه کنند، افزود: بانک‌هایی که با ناترازی از لحاظ نقدینگی مواجه هستند باید تلاش کنند تا اموال مازاد خـود را واگذار کنند تا نقدینگی موردنیاز خود را برای اعطای تسـهیلات تامین کنند.

رئیس کل بانک مرکزی با اشاره به جلسه تولیدکنندگان با رهبر معظم انقـلاب، یکی دیگـر از انتظارات از بانک‌ها را نظارت بر مصرف تسـهیلات دانست و گفت: انتظار می‌رود که بانک‌ها نظارت جدی بر مصرف تسهیلات داشـته باشـند و بانک مرکزی نیـز باید به صورت سیسـتمی بر مصرف تسـهیلات نظارت صحیح داشته باشـد زیرا از سیاست‌های اصلی دولت و بانک مرکزی، هدایت اعتبارات به تولید و بخش‌های مولد اقتصادی است. به گفته وی، یکی از برنامه‌های بانک مرکزی تقویت کفایت سرمایه بانک‌هاست که امیدواریم مصوبه شورای پول و اعتبار برای افزایش سرمایه بانک‌ها بتواند به تقویت کفایت سرمایه بانک‌ها منجر شود. از دیگر مواردی که بانک‌ها باید نسبت به رعایت آن توجه ویژه داشته باشند، رعایت نرخ سپرده و تسهیلات است که معمولا بیشتر شکایت‌ها از شبکه بانکی نیز در این زمینه است و اخیرا چندین شـعبه درخصوص رعایت نکـردن نرخ‌های مصوب به هیأت انتظامی ارجاع داده شده است.

صالح‌آبادی درباره اجرای تکالیف بودجه‌ای توسط شبکه بانکی نیز گفت: انتظارات از بانک‌ها برای پرداخت وام‌های خرد چون وام ازدواج، مسکن و ... بالاست و آنها باید منابع و نقدینگی خود را به‌گونه‌ای تنظیم کنند تا بتوانند تکالیف قانونی را به نحو احسن انجام دهند.

رئیس کل بانک مرکزی افزود: اخیرا در بحث وام‌های خرد مواردی مطرح شـد که پرداخت آنها تسهیل شود و بانک مرکزی نیز به دنبال اجرای این موضوع اسـت و پرداخت وام بدون ضامن به این معنا نیسـت که سرفصل جدیدی برای پرداخت وام جدید تعریف شده بلکه در چارچوب ضوابط باید شـرایط پرداخت وام‌های خرد بدون ضامن صورت بگیرد. البته در راستای پرداخت تسهیلات بدون ضامن باید به افزایش ریسک بانک‌ها نیز توجه شود و نباید پرداخت این وام بانک‌ها به ریسک‌پذیری بانک‌ها لطمه بزند. به گفته صالح‌آبادی، از سوی بانک مرکزی تا پایان سال بسته‌ای از تسهیلات خرد با تضامین سهل‌تر و با رتبه اعتباری مناسب تهیه و ابلاغ می‌شود.

بانک‌ها چقدر وام قرض‌الحسنه دادند؟

عملکرد وام‌دهی بانک‌ها در میانه پاییز

مبلغ کل تسهیلات اعطایی تا پایان آبان ماه امسال در مقایسه با اسفندماه سال گذشته رشد ۲۸٫۵ درصدی داشته است. براساس آمارهای بانک مرکزی، تسـهیلات اعطایی بانک‌ها و موسسـات اعتباری تا پایان آبان امسال، معادل ۳۰۷۵ هزار و ۵۰۰ میلیارد تومان بوده که نسـبت به اسـفندماه پارسـال با رشـد ۲۸٫۵ درصدی مواجه شده است. همچنین تسهیلات قرض‌الحسنه ۸٫۶ درصد از کل تسهیلات اعطایی بانک‌ها را تشکیل داده و حجم عمده عملکرد تسـهیلاتی بانک‌ها مربوط به مرابحه با ۳۳٫۲ درصد و فروش اقساطی با ۱۸٫۴ درصد بوده است. به لحاظ عددی در پایان آبان ماه، ۲۶۴ هزار میلیارد تومان از کل تسهیلات اعطایی بانک‌ها و موسسات اعتباری کشور قرض‌الحسنه بوده که این میزان نسبت به اسفندماه سال گذشته ۳۰٫۱ درصد رشد را نشان می‌دهد.

بانک‌های تجاری نیز در مجموع ۵۱۷ هزار و ۵۰۰ میلیارد تومان تسهیلات پرداخـت کرده‌اند که با رشـد ۴۱٫۲ درصدی مواجه شـده و سـهم وام‌های قرض‌الحسـنه از این میزان تسهیلات ۶۸ هزار و ۷۰۰ میلیارد تومان است که اعطای این وام از سـوی بانک‌های تجاری در پایان سال گذشته ۳۸٫۴ درصد افزایش یافته اسـت. گفتنی اسـت ۱۳٫۳ درصد از وام‌هـای بانک‌های تجاری را قرض‌الحسنه تشـکیل می‌دهد. در بانک‌های تجاری کشور نیز سهم عمده تسهیلات پرداختی مربوط به فروش اقساطی به میزان ۲۶٫۲ درصد (رقم ۱۳۵ هزار و ۸۰۰ میلیارد تومان) بوده است. همچنین ۷٫۳ درصد تسهیلات بانک‌های تجاری به رقم ۳۷ هزار و ۵۰۰ میلیارد تومان در پایان آبان ماه به تسـهیلات جعاله اختصاص داشته که این رقم در اسفندماه پارسال ۳۱ هزار و ۵۷۰ میلیارد تومان بوده اسـت. به صورت کلی، سـهم عمده تسهیلات پرداختی بانک‌های تجاری در پایان آبان ماه امسـال به فروش اقسـاطی، مرابحه و قرض‌الحسنه اختصاص یافته است.

عملکرد بانک‌های تخصصی نیز نشـان می‌دهد تسهیلات اعطایی با ۱۲٫۲ درصـد افزایـش از رقم ۳۸۷ هزار و ۷۰۰ میلیارد تومان بـه عدد ۴۳۵ هزار و ۲۰۰ میلیارد تومان رسیده است که سهم تسهیلات قرض‌الحسنه از این میزان تسـهیلات اعطایی بانک‌های تخصصی معادل ۲۳ هزار و ۱۰۰ میلیارد تومان بوده که با افزایش ۱۵٫۲ درصدی در مقایسه با سال گذشته مواجه شده است. گفتنی است ۵٫۳ درصد از وام‌های بانک‌های تخصصی را قرض‌الحسنه تشکیل می‌دهـد. بزرگترین بخش تسـهیلات پرداخت شـده در بانک‌های تخصصی مربوط به فروش اقساطی می‌شود؛ به نحوی که در پایان آبان ۳۹٫۴ درصد کل تسهیلات اعطایی این بانک‌ها به رقم ۱۷۱ هزار و ۶۰۰ میلیارد تومان در بخش فروش اقساطی بوده و این رقم در اسفندماه پارسال به میزان ۱۶۸ هزار و ۱۰۰ میلیارد تومان بود. بانک‌های تخصصی نیز در بخش مشارکت مدنی، تسهیلات قابل توجهی پرداخت کرده‌اند؛ به طوری که ۱۶٫۹ درصد کل منابع تسهیلاتی این بانک‌ها در پایان آبان به میزان ۷۳ هزار و ۷۰۰ میلیارد تومان در این بخش پرداخت شده است.

بررسی تسهیلات اعطایی بانک‌های غیردولتی و موسسات اعتباری در پایان آبان امسـال نشان می‌دهد که تسهیلات این بانک با ۲۹٫۶ درصد رشد به رقم ۲۱۲۲ هزار و ۶۰۰ میلیارد تومان رسیده است و سهم تسهیلات قرض‌الحسنه از این میزان تسهیلات ۸٫۱ درصد (۱۷۲ هزار و ۱۰۰ میلیارد تومان) بوده که اعطای این نوع تسـهیلات در این نوع بانک‌ها ۲۹٫۳ درصد رشد داشته است. همچنین ۳۸٫۷ درصد کل اعتبارات ارائه شـده به متقاضیان در بخش مرابحه این بانک به رقم ۸۲۱ هزار و ۶۰۰ میلیارد تومان بوده است.

خبرنامه

نگاهی به فرآیند پرداخت سود سهام عدالت

واریز سود ۵۵۰ هزار تومانی تا آخر اسفند

با نزدیک شـدن به پایان سـال، زمزمه‌های پرداخت سود سهام عدالت سال ۱۳۹۹ نیز به گوش می‌رسد؛ سودی که طبق گفته مسئولان حتما تا پایان سال پرداخت خواهد شد و میزان آن نیز بین ۵۵۰ تا ۶۰۰ هزار تومان تخمین زده شده است. به گزارش ایسنا، پرونده پرداخت سود سهام عدالت سال ۱۳۹۸ هنوز به طور کامل بسته نشده است که اخبار مختلفی در مورد پرداخت سود سال ۱۳۹۹ به گوش می‌رسد. در واقع ۹۸ درصد سود سهام عدالت سال ۱۳۹۸ طی دو مرحله به حساب مشمولان واریز شد و ۲ درصد آن که باید از سوی برخی شرکت‌ها از جمله مخابرات پرداخت می‌شد هنوز باقی مانده است. در هر حال چندی پیش پرداخت سود ۶۰۰ هزار تومانی سـهام عدالت از سوی حسین قربانزاده، رئیس سـازمان خصوصی‌سازی مطرح شـد. او اعلام کرد که سود سـال ۱۳۹۹ سهام عدالت شرکت‌های غیربورسی حدود ۲ هزار و ۸۰۰ میلیارد تومان و سود شرکت‌های بورسی حدود ۲۹ هزار و ۲۰۰ میلیارد تومان است که جمعا حدود ۳۱ هزار میلیارد تومان می‌شود که نسبت به سال قبل افزایش داشته است. بر این اساس به طور متوسط به هر مشمول ۶۰۰ هزار تومان تا پایان سال جاری پرداخت خواهد شد. البته نمی‌توان این موضوع را نادیده گرفت که سود سال ۱۳۹۹ نسبت به سال ۱۳۹۸ افزایش چشمگیری داشته است، چراکه سود سهام عدالت برای مشمولی که سهام عدالت یک میلیون تومانی داشت ۳۷۱ هزار تومان، برای مشمولی که سهام عدالت ۵۳۲ هزار تومانی داشت ۱۹۷ هزار تومان، برای مشمولی که سهام عدالت ۴۹۲ هزار تومانی داشت ۱۸۲ هزار تومان و برای مشـمولی که سـود ۴۵۲ هزار تومانی داشت نیز ۱۶۸ هزار تومان بود. البته قطعا برای سـود سال ۱۳۹۹ نیز به همه مشمولان ۶۰۰ هزار تومان تعلق نمی‌گیرد و هر مشمول براساس ارزش اولیه سهام عدالت خود، سود دریافت خواهد کرد. در این راستا نیز سیداحسان خاندوزی، وزیر امور اقتصادی و دارایی از واریز حدود ۵۵۰ هزار تومان سـود سهام تا آخر اسفندماه به حساب سـهامداران خبر داده است. او همچنین بر این نکته تاکید کرده است که بخشی از سود هم در قالب افزایش سرمایه به دارایی مـردم افزوده خواهد شـد. حال اینکه نحوه پرداخت سـود به چه صورت خواهد بود هنوز مشخص نیست. در واقع هرچند زمزمه‌های پرداخت سود از طریق سجام به گوش می‌رسد اما این موضوع هنوز قطعی نشده و ممکن است واریز سود طبق روال سال‌های گذشته باشد.

چقدر از ذخایر ارزی به طرح‌ها رسید؟

از محل منابع ارزی صندوق توسـعه ملی تاکنون حدود ۴۰ میلیارد دلار برای ۳۶۴ طرح تامین مالی شـده اسـت. به گزارش ایسـنا، منابع صندوق توسعه ملی در دو بخش ارزی و ریالی جهت تامین مالی طرح‌ها و پروژه‌های پیش‌بینی شده در اساسنامه آن اختصاص پیدا می‌کند، هرچند که گزارش رسـمی صندوق نشان داده که برخلاف رویه اساسنامه، در این سال‌ها فقط حدود ۴۰ درصد به بخش‌های خصوصی و غیردولتی منابع رسیده و حدود ۵۰ درصد در اختیار بخش دولتی بوده اسـت، آن‌هم در شرایطی که نباید بخش دولتی از منابع صندوق توسعه ملی استفاده کند.

به هر ترتیب عملکرد طرح‌های ارزی صندوق توسعه ملی تا پایان دی ماه امسـال نشان می‌دهد که از محل قراردادهای عاملیت و سپرده‌گذاری ارزی برای ۳۶۴ طرح به مبلغ ۴۰ میلیارد دلار تامین مالی شده است. همچنین در سـال جاری حدود ۸۰۰ میلیون دلار برای چهار طرح ارزی اعلام وصول شده است که در مرحله تخصیص منابع قرار دارد.

براساس این گزارش، جریان تامین مالی پروژه‌های اقتصادی از محل منابع ارزی صندوق توسـعه ملی از ابتدای تاسـیس تا دی ماه امسـال نیز نشان می‌دهـد که تامین مالی ۵۷ طرح در بخش نفت و گاز به مبلغ ۲۷ میلیارد دلار و ۴۶ طـرح در بخش نیروگاه‌های تولید برق به مبلغ ۴.۶ میلیارد دلار، از مهمترین طرح‌های ارزی تامین مالی شـده از محل منابع ارزی صندوق توسـعه ملی اسـت. از مهمترین طرح‌های ارزی تامین مالی شده از محل منابع ارزی صندوق می‌توان به تامین مالی طرح‌های شرکت توسعه نفت و گاز صبای کنگان به مبلغ ۷ میلیارد دلار، شرکت بیدبلند خلیج فارس ۲.۲ میلیارد دلار و همچنین نفت و گاز پتروسـینا آریا و توسعه نفت و گاز صبا اروند هر کدام به مبلغ ۲میلیارد دلار اشاره کرد. همچنین در رابطه با بخش نیروگاهی نیز عملکرد صندوق توسعه ملی از این حکایت دارد که تامین مالی ۴۶ طرح در بخش نیروگاه‌های تولید برق به مبلغ ۴.۶ میلیارد دلار و تولید ۷.۲ هزار مگاوات برق، از جمله طرح‌های شـرکت سبلان برق امید به مبلغ ۳۵۰ میلیون دلار، شـرکت تدبیرسازان سرآمد با ۳۵۰ میلیون دلار و تانی مالی ۳۹ طرح در بخش آهن و فولاد به مبلغ ۳.۲ میلیارد دلار بوده اسـت. در مورد طرح‌های ارزی به بهره‌برداری رسـیده تا پایان دی سال جاری نیز از محـل قراردادهای عاملیت‌های ارزی می‌توان به بهره‌برداری از ۱۸۵ طرح ارزی با مسدودی بیش از ۱۳.۶ میلیارد دلار اشاره کرد.

گفتنی اسـت که بازپرداخت تسـهیلات ارزی به متقاضیان در سال‌های اخیر با توجه به شـرایط حاکم بر کشـور از جمله تحریم‌ها با مشکلاتی از سوی دریافت‌کنندگان مواجه بوده است و موجب شده بارها این تسهیلات استمهال شود، این در حالی است که طبق اعلام رئیس هیأت عامل صندوق توسعه ملی برای ۲۰۰ طرح ارزی حدود ۴۰۰ بار استمهال انجام شده است. مهدی غضنفری البته به دریافت‌کنندگان تسـهیلات ارزی هشدار داده بود که هیأت عامل صندوق توسعه ملی، برگشت منابع ارزی برمبنای ریال و یا معادل ارز ۴۲۰۰ تومانی را نخواهد پذیرفت.

شاخص بورس تهران با بازدهی ۵ درصدی به کانال ۱,۳ میلیونی رسید

رشد پلکانی بورس در نیمه بهمن

فرصت امروز: بورس تهران در هفته دوم بهمن ماه با یک روند صعودی همراه شـد و هرچه به انتهای هفته نزدیک‌تر شـد، این حرکت صعودی کندتر و در آخرین روز معاملاتی هفته به افت کمتر از یک صدم درصدی منتهی شد. شاخص بورس تهران هفته گذشته را با رشد ۲۹ هزار و ۵۹۴ واحدی آغاز کرد و به رقم یک میلیون و ۲۵۸ هزار واحد رسید تا بازدهی ۲,۴۱ درصدی را ثبت نماید. شاخص کل هم‌وزن نیز ۶ هزار و ۳۸۲ واحد رشـد کرد و به عدد ۳۲۵ هزار و ۱۳۸ واحد رسـید. در روز یکشـنبه نیز شـاخص کل بورس با رشد ۲۵ هزار و ۵۸۰ واحدی به عدد یک میلیون و ۲۸۴ هزار واحد و شـاخص هم‌وزن با رشد ۲ هزار و ۶۱۹ واحدی به عدد ۳۲۷ هزار و ۷۵۵ واحد رسـید. بازدهی شـاخص کل بـورس در این روز ۲,۰۳ درصد بود.

سـهامداران در سـومین روز هفته شـاهد چهارمین سبزپوشی متوالی بورس بودند. در این روز شاخص کل بورس رشد ۱۰ هزار و ۲۲ واحدی را تجربه کرد و با ایستادن در ارتفاع یک میلیون و ۲۹۴ هزار واحد، بازدهی ۰,۷۸ درصدی را رقم زد. در چهارمین روز هفته نیز شاخص کل بورس با رشد ۶ هزار و ۶۸۰ واحدی به عدد یک میلیون و ۳۰۱ هزار و ۲۹۹ واحد رسـید و با فتح دوباره کانال ۱,۳ میلیونی، بازدهی ۰,۵۲ درصدی را ثبت کرد. شاخص هم‌وزن نیز با رشد ۲ هزار و ۵۵۵ واحدی به عدد ۳۳۳ هزار و ۲۸۴ واحد رسید. نهایتا در روز چهارشنبه رشد شاخص بورس تهران از تب و تاب افتاد و نماگر اصلی تالار شیشـه‌ای با افت ۲۶ واحدی (کمتر از یک صدم درصد) در جایگاه یک میلیون و ۳۰۱ هزار و ۲۰۷ واحدی آرام گرفت. بدین ترتیب، شاخص بورس تهران در هفته‌ای که گذشت با رشد بیش از ۷۱ هزار واحدی و رسـیدن دوباره به کانال ۱,۳ میلیونی، بازدهی ۵,۸۳ درصدی را ثبت نمود.

خروج پول از بورس ۶۰ درصد کم شد

تعداد بیشـتری از سهام در هفته گذشـته با رشد مواجه شدند که این مسـئله می‌تواند بازار سـهام را با یک صعود متعـادل همراه کند. یکی از مهمترین شاخص‌های عملکردی بورس به میزان ورود و خروج پول از بازار سـرمایه برمی‌گردد. در هفته‌های گذشته این شاخص نتوانست عملکرد قابل قبولی از خود به جای بگذارد، اما در هفته دوم بهمن ماه پس از ۲۵ روز کاری بالاخره روند خروج سرمایه از بازار سهام متوقف شد و حتی پول نیز وارد این بازار شد، اما باز هم به دلیل افت رشد شاخص کل، سهامداران حقیقی ترجیح دادند باز هم کنار گود بنشینند و نظاره‌گر روند بازار باشند. در هفته‌ای که گذشـت، روند خروج سرمایه حقیقی از بورس ادامه داشت و برای دهمین هفته پیاپی شـاهد خروج نقدینگی حقیقی بودیم، اما این هفته میزان آن کاهش یافت. از ابتدای دی ماه و تا پایان هفته اول بهمن، در پنج هفته متوالی بیش از ۹ هزار میلیارد تومان نقدینگی حقیقی از بازار سهام خارج شد که میانگین روزانه آن ۳۶۰ میلیارد تومان است.

بورس در هفته دوم بهمن ماه در روز شنبه با مثبت شدن تغییر مالکیت حقیقی به حقوقی‌ها مواجه شـد. ورود پول به بـورس در این روز به رقم ۱۱۴ میلیارد تومان رسـید، اما روز یکشـنبه با وجود تداوم روند صعودی شـاخص‌های بازار سـهام باز هم نقدینگی حقیقی از بورس خارج شد که ارزش آن ۱۷۹ میلیـارد تومان بود. خروج پول حقیقی روز دوشـنبه هم ادامه پیدا کرد و نسبت به روز قبل افزایش داشت. در این روز ۲۱۲ میلیارد تومان نقدینگی حقیقی از بازار خارج شد. این رقم در روز سه‌شنبه به ۳۴۷ میلیارد تومان صعود کرد و روز چهارشنبه به ۴۵۶ میلیارد تومان افزایش یافـت. در مجموع کل هفته هزار و ۷۸ میلیارد تومان نقدینگی حقیقی از بازار سـهام خارج شد و میانگین روزانه تغییر مالکیت حقوقی به حقیقی بـورس ۲۱۵ میلیارد تومان بود که نسـبت به هفته پیشـین کاهش ۶۰ درصدی داشته است.

در هفته گذشـته با توجه به رشـد ۵,۸۳ درصدی شاخص کل و رشد ۴,۴۷ درصدی شاخص کل هم‌وزن بورس، ارزش صف‌های خرید نیز رشد قابل توجهی داشـت. میانگین ارزش صف‌های خرید در بازار سهام با رشد ۲۷۷ درصـدی نسـبت به هفته پیش از آن به عـدد ۳۹۳ میلیارد تومان رسـید. میانگین ارزش صف‌های فروش نیز با افـت ۷۳ درصدی به عدد ۷۱ میلیارد تومان رسـید که این مسئله می‌تواند امیدواری زیادی را برای سهامداران به همراه داشته باشد.

در سـه روز ابتدایی این هفته همچنین شـاهد خـروج پول حقیقی از صندوق‌هـای با درآمد ثابت بودیم. روز شـنبه ۲۲۶ میلیـارد تومان و روز یکشـنبه ۵۵ میلیارد تومان نقدینگی حقیقی از صندوق‌های قابل معامله درآمد ثابت خارج شد. روز دوشنبه هم برای سومین روز متوالی پول حقیقی از صندوق‌ها خارج شد که ارزش آن ۹۳ میلیارد تومان بود، اما روز سه‌شنبه ۱۵۲ میلیارد تومان نقدینگی حقیقی روانه صندوق‌های درآمد ثابت شـد. در آخریـن روز معاملاتی هفته نیز ۲۸۲ میلیـارد تومان پول حقیقی وارد شـد. در مجموع این هفته ۲۴ میلیارد تومان پول حقیقی به صندوق‌های سرمایه‌گذاری قابل معامله وارد شد؛ یعنی روزانه ۵ میلیارد تومان.

نشانه‌های رشد بورس نمایان شد؟

بورس در هفته گذشته با یک روند صعودی همراه شد و هرچه به انتهای هفته نزدیک‌تر شد، این حرکت صعودی کندتر شد تا نهایتا در روز پایانی هفته با افت اندکی به پایان رسید. شاخص‌های عملکردی بازار سهام که در هفته گذشته نشان از افزایش توان در سمت تقاضا داشت و همین مسئله باعث رشد بورس شـد، رویدادهای اثرگذار دیگری مانند مذاکرات وین و بررسی لایحه بودجه ۱۴۰۱ و البته دستور رئیس جمهور و ابلاغیه معاون اول رئیس جمهور را هم شاهد بود و همین امر باعث شد که خریداران وارد معامله شوند. البته بررسی رفتار بازار سرمایه در هفته دوم بهمن ماه، نشان داد کـه معامله‌گران در یک الگوی رفتار پلکانی از بورس حمایت کردند و این قدرت پلکانی با رسیدن به آخر هفته کاهش یافت.

افزایش معاملات یکی از نشانه‌های همین قدرت در سمت تقاضا بود که می‌تواند در صورت تداوم به بازار سهام کمک زیادی کند. به عبارت دیگر، در موقعیت کنونی بورس، نشانه‌های مثبتی از سمت تقاضا دیده می‌شود که از جمله این نشانه‌ها می‌توان به بالارفتن ارزش معاملات و افزایش سهم ارزش معاملات خُرد اشـاره کرد که در طول هفته میانگین بالای ۴ هزار میلیارد تومان بود. ارزش معاملات در روز پایانی هفته هم به بالای ۸ هزار میلیارد تومان رسید. البته باید ارزش معاملات دوشنبه‌های هر هفته را که با عملیات بازار باز بانک‌ها همراه اسـت، از این روند تفکیک کرد. در هفته گذشـته همچنین شاخص کل بورس وارد کانال ۱,۳ میلیون واحدی شد و توانسـت این کانال را در پایان هفته نیز حفظ کند. یکی از نکات مثبت بـورس در این هفته، افزایش معامله در بخش حقیقی بورس بوده اسـت. بسـیاری از کارشناسان معتقدند رشـد معاملات به بالای ۵ هزار میلیارد تومان می‌تواند کمک قابل توجهی به صعودی شدن بورس تهران نماید.

کاهش ۷۰۰ تومانی دلار در هفته دوم بهمن ماه

قیمت سکه و طلا دوباره کاهش یافت

بازار سکه و طلا در هفته دوم بهمن ماه، روزهای آرام و باثباتی را سپری کـرد. با این حال، تداوم روند نزولی در روزهای پایانی هفته بیانگر کاهش قیمت‌ها بود. طبق تحلیل نایب رئیس اتحادیه طلا و جواهر تهران، در یک هفته گذشته علی‌رغم افزایش قیمت طلا در بازارهای جهانی اما بازارهای داخلی روندی ریزشی به خود دیده است؛ در حقیقت افزایش قیمت اونس جهانی نتوانست مانع از کاهش قیمت سکه و طلا در بازارهای داخلی باشد و بر این اسـاس سـکه و طلا مجدد ارزان شد؛ این در حالی است که طی یک هفته اخیر حباب سکه تغییرات زیادی داشته است.

محمد کشـتی‌آرای درباره وضعیت یک هفته اخیر بازار سـکه و طلای داخلی به ایسـنا، گفت: در هفته‌ای که گذشـت، دو عامل جهانی سـبب تغییرات قیمت طلا در بازارهای جهانی شد. افزایش قیمت نفت و تغییرات سیاسـی در بحران اوکراین تاثیر خود را بـر روی ارزش دلار در بازارهای جهانی داشـت و قیمت اونس جهانی به طور متوسـط در طول هفته (تا آخرین معاملات روز گذشـته یعنی پنجشنبه) ۱۲ دلار افزایش یافت. این در حالـی بـود که در هفته پیش از آن، هر اونس طلای جهانی حدود ۵۰ دلار کاهـش قیمت پیدا کرده بود. بنابراین تغییرات سیاسـی و اقتصادی جهانی منجر به این افزایش قیمت اونس جهانی در طول یک هفته اخیر شد.

نایب رئیس اتحایه طلا و جواهر تهران ادامه داد: از سوی دیگر تغییرات نـرخ ارز به عنوان شـاخص عمـده قیمت‌گذاری بر روی سـکه و طلا در بازارهای داخلی تاثیر بسـیاری در قیمت سـکه و طلا داشته و سبب شد کـه افزایش قیمـت اونس جهانی نتواند عاملی بر افزایش قیمت سـکه و طلای داخلی باشد. در هفته‌ای که گذشت، نشانه‌ها و اخبار مثبت پیرامون مذاکرات وین و مهمتر از آن، آزادسـازی بسـیاری از منابع مالی ایران که وارد کشور شد و همچنین مدیریت بانک مرکزی در کنترل نرخ ارز، باعث شـد نرخ ارز در تمام بازارها از جمله بازار متشکل ارزی، سامانه نیما، بازار ارز آزاد و... با کاهش همراه باشد. طی یک هفته اخیر هر دلار آمریکا حدود ۷۰۰ تومان کاهش داشت که رقم قابل توجهی است. همین کاهش نرخ ارز منجر به تغییرات کاهشی در بازار سکه و طلای داخلی شد و همانطور که اشاره شد، افزایش قیمت اونس جهانی طلا مانع کاهش قیمت سکه و طلا نشد و عامل نرخ ارز تاثیر بیشتری در قیمت سکه و طلا داشت.

به گفته کشـتی‌آرای، همین شـرایط باعث شـد تا ۱۶۵ هزار تومان از قیمت سـکه و ۱۸ هـزار تومان از قیمت هر گرم طـلا کاهش یابد. او در مورد تغییرات قیمتی سـکه و طلا در یک هفته اخیر و همچنین آخرین قیمت‌های معاملاتی در روز پنجشـنبه توضیح داد: هر قطعه سـکه تمام طرح قدیم در روز پنجشنبه در آخرین معاملات هفته ۱۱ میلیون و ۹۵۰ هـزار تومان بود که با حدود ۲۰۰هـزار تومان کاهش هفتگی مواجه بود. سکه طرح جدید نیز در آخرین معاملات روز پنجشنبه ۱۲ میلیون و ۸۵ هزار تومان معامله شد که نسبت به ابتدای هفته ۱۶۵ هزار تومان کاهش قیمت داشـت. در پایان هفته نیم سـکه نیز ۶میلیون و ۷۰۰ هزار تومان دادوسـتد شد و بدین ترتیب نسبت به ابتدای هفته به طور متوسط ۱۰۰ هزار تومان ارزان‌تر شـده و ربع سکه با افت ۵۰ هزار تومانی به ۳ میلیون و ۷۵۰ هزار تومان رسـید. سـکه‌های یک گرمی بانک مرکزی اما با توجه به تقاضای بازار بر روی این قطعه سـکه، در این هفته تغییری نداشـت و همچنان ۲ میلیون و ۳۰۰ هزار تومان قیمت دارد.

کشـتی‌آرای افـزود: همچنین قیمت هر مثقال طلا آب شـده که مبنای معاملات طلا در کشور است، به طور متوسط ۷۶ هزار تومان کاهش داشت و در آخرین معاملات هفته ۵ میلیون و ۲۴۶ هزار تومان دادوستد شد. هر گرم طلای ۱۸ عیار نیز به طور متوسط در این هفته ۱۸ هزار تومان کاهش قیمت داشت و به یک میلیون و ۲۱۱ هزار تومان در آخرین معاملات هفته رسید.

نایب رئیس اتحادیه طلا و جواهر تهران با بیان اینکه حباب سکه در طول هفته‌ای که گذشت، با توجه به افزایش قیمت اونس جهانی و کاهش نرخ ارز در داخل، تغییرات بسـیاری را در روزهای مختلف هفته داشته است، گفت: حباب سـکه در اواسـط هفته به ۸۰ هزار تومان که پایین‌ترین حد آن بود، رسید اما در سایر روزها سکه برای کاهش قیمت مقاومت داشت، حباب آن هم نوسـان‌های افزایشی داشـت؛ در مجموع براساس آخرین معاملات هفته، حباب سـکه در محـدوده ۲۰۰ هزار تومان قرار گرفت. با توجه به نزدیک شـدن به روزهای پایانی سال و ایام نوروز و از سوی دیگر با توجه به اینکه برخی افراد سکه را با قیمت‌های بالاتر از قیمت فعلی بازار خریداری کرده‌اند، نسـبت به عرضه مقاومت دارند، بنابراین عرضه به بازار و فروش توسط مشتریان کمتر است؛ بنابراین به نظر می‌رسد متناسب با کاهش نرخ ارز، هنوز قیمت انواع سکه کاهش نداشته و در نتیجه همچنان انواع قطعات سکه دارای حباب است.

اصلاحیه
بدینوسیله پیرو آگهی دهیاری صیرفی مورخ ۱۴۰۰/۱۱/۱۰ مربوط به مناقصه اجرای کلیوش و جدول کناری سطح روستای یوسف آباد صیرفی نوبت اول به شرح ذیل اصلاح و اعلام می گردد:
۱- مهلت دریافت اسناد مناقصه پس از انتشار نوبت دوم آگهی تا پایان وقت اداری روز شنبه مورخ ۱۴۰۰/۱۱/۲۳ می باشد.
۲- مهلت تحویل اسناد مناقصه تا پایان وقت اداری روز چهارشنبه ۱۴۰۰/۱۱/۲۷ می باشد.

ارتقای استاندارد آلایندگی موتورسیکلت‌ها از سال آینده اجرایی می‌شود

رئیس اتحادیه تولیدکنندگان قطعات و تعمیرکنندگان دوچرخه و موتورسیکلت تهران در رابطه با ارتقای استاندارد آلایندگی موتورسیکلت‌های ساخت داخل از یورو ۴ به یورو ۵ که قرار است از سال آینده اجرایی شود، عنوان کرد به منظور تسریع فرآیند ارتقای استانداردها در حال رایزنی با شورای شهر هستیم و سعی بر این است پیاده‌سازی استانداردها از سه ماه دوم سال آینده اجرایی شود.

مصطفی صفرخانی در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، درخصوص ضرورت ارتقای استانداردهای آلایندگی موتورسیکلت‌ها از سال آینده و قابلیت اجرای آن اظهار داشت: ارتقای استاندارد آلایندگی در موتورسیکلت‌ها قابلیت اجرا دارد اما ابتدا باید زیرساخت‌های مدنظر را مورد بررسی قرار داد.

وی با بیان اینکه صنف بنده مسئولیت ارتقای استانداردهای آلایندگی موتورسیکلت‌ها را به عهده دارد، عنوان کرد: ارتقای استانداردها نیازمند تجهیزات فنی است و سیستم‌ها باید مجهز به نشانگر درصد آلایندگی شوند. هم‌اکنون نیز برای ایجاد مراکز معاینات و تجهیز دستگاه‌ها در حال رایزنی با شورای شهر هستیم و آنها نیز خواسته‌هایی دارند که باید آنها را تامین کنیم، چراکه برنامه‌ریزی برای ایجاد مجموعه‌ای کشوری و یا در سطح کلانشهری مانند تهران باید به درستی انجام شود.

رئیس اتحادیه تولیدکنندگان قطعات و تعمیرکنندگان دوچرخه و موتورسیکلت تهران افزود: چنانچه امکان ایجاد زیرساخت‌ها و تجهیز دستگاه‌ها وجود نداشته باشد کارشناسان بسیار مجربی در صنف ما وجود دارند که دارای تجربه و مهارت کافی در این حوزه هستند و با توجه به شناختی که روی موضوع آلایندگی دارند می‌توانند استانداردهای آلایندگی را به صورت تجربی ارتقا دهند.

صفرخانی در پاسخ به این سوال که اعمال استاندارد یورو ۵ از سال آینده روی موتورسیکلت‌ها اعمال خواهد شد، گفت: به منظور تسریع روند کار در حال رایزنی با شورای شهر هستیم و سعی بر این است پیاده‌سازی استانداردها از سه ماه دوم سال آینده اجرایی شود.

رئیس اتحادیه تولیدکنندگان قطعات و تعمیرکنندگان دوچرخه و موتورسیکلت تهران در پایان خاطرنشان کرد: با توجه به مصرف سوخت بالا در موتورسیکلت‌های کاربراتوری ارتقای استاندارد آلایندگی و تبدیل موتورسیکلت‌های کاربراتوری به انژکتوری موجب صرفه‌جویی در مصرف سوخت و در نهایت کاهش آلودگی هوا خواهد شد.

ضرورت ورود جدی دولت در تامین ایمنی ناوگان تجاری سنگین و کاهش مصرف سوخت

عضو کمیسیون عمران مجلس شورای اسلامی درخصوص تامین نیاز بازار خودروهای سنگین کشور از حمایت جدی دولت در نوسازی ناوگان از مسیر تولید داخل و واردات تاکید کرد. مجتبی یوسفی در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، اظهار داشت: کامیون‌های فرسوده عمر بالای ۳۵ سال دارند و قریب به ۸ میلیارد دلار هزینه پرت سوخت گازوئیل می‌شود. با تبدیل این رقم به عدد ریالی مصرف سالانه گازوئیل به دست می‌آید. دولت و وزارت نفت می‌بایست براساس ماده ۱۲ قانون رفع موانع تولید از نوسازی ناوگان حمایت می‌کرد که اگر این اتفاق می‌افتاد، ظرف مدت دو سال شاهد بازگشت نقدینگی بودیم.

وی با بیان اینکه هزینه پرت گازوئیل و انرژی در بخش حمل‌ونقل عمومی به اندازه مصرف پالایشگاه ستاره خلیج‌فارس است، درخصوص تامین نیاز بازار خودروهای سنگین گفت: از شش سال گذشته تاکنون، حدود ۳۰ تا ۴۰ هزار خودروی سنگین ثبت‌نامی به دلیل عدم توانایی خودروسازان داخلی در تحویل، تسلیم متقاضیان نشده است.

نماینده مردم اهواز، باوی، حمیدیه و کارون در مجلس شورای اسلامی افزود: خودروسازان داخلی در دهه ۹۰ تحت عنوان خودروساز در حالی که واردکننده قطعات بی‌کیفیت از کشورهای منطقه بودند، خودروهای هووو و دنگ فنگ با کیفیت پایین و با قیمت‌های گزاف را در حالی که سیستم احتراق و تعلیق آنها دچار مشکل بود، به مشتریان عرضه کردند و نتیجه آن افزایش تصادفات و به مخاطره افتادن جان مردم بود. یوسفی ضمن اشاره به یکی از بندهای برنامه ششم توسعه مبنی بر واردات خودروهای کارکرده کمتر از سه سال ساخت تصریح کرد: با وجود اینکه نیازمند نوسازی ناوگان حمل‌ونقلی کشور به ویژه در بخش خودروهای سنگین هستیم، اما بی‌دقتی در تدوین آیین‌نامه از سوی وزارت راه و شهرسازی وقت که استفاده متقاضیان از تخفیفات گمرکی را مشروط بر اسقاط دانست، زمینه سودجویی در بازار فراهم شد به طوری که عملا خودروی اسقاطی با ارزش حدود چند ۱۰ میلیون، اکنون حتی بیش از ۶۰۰ میلیون تومان خریدوفروش می‌شود. عضو کمیسیون عمران مجلس شورای اسلامی در این رابطه توضیح داد: سودجویان با آگاهی از قصد دولت در تدوین آیین‌نامه جمع‌آوری خودروهای اسقاطی، نسبت به خرید این خودروها از بازار اقدام کردند و اکنون چندین برابر قیمت به فروش می‌رسانند. یوسفی یادآور شد: در این ارتباط، جلساتی در کمیسیون عمران برگزار شد و با پیگیری‌های صورت گرفته، وزارت راه و شهرسازی، سازمان امور مالیاتی و گمرک به منظور رفع مشکلات، مهلتی را درخواست کردند اما متاسفانه همچنان اقدامی در این حوزه انجام نشده است. وی در پایان خاطرنشان کرد: درخصوص ایفای تعهدات خودروسازان در تولید و تحویل خودروهای سنگین ثبت‌نامی پیگیری‌های لازم انجام خواهد شد. در مقوله واردات نیز متاسفانه سوءمدیریت‌ها موجب بلاتکلیفی ۷ هزار خودرو در گمرکات شده که این موضوع نیز می‌بایست هرچه سریع‌تر تعیین تکلیف شود. انتظار می‌رود، به منظور تامین ایمنی ناوگان حمل‌ونقل عمومی و بار کشور، کاهش مصرف گازوئیل و جبران ۸ میلیارد دلار زیان سالانه تصمیمی عاجل توسط دولت در این خصوص اتخاذ شود.

نماگر بازار سهام

لزوم ایجاد فضای رقابتی برای بهبود صنعت خودروسازی

امام‌جمعه چادگان گفت در صورتی که دولت در بخش تولید خودرو مشکل دارد باید آن را به بخش خصوصی واگذار کند تا با ایجاد فضای رقابتی، تولیدات داخلی کشور کیفیت پیدا کند.

به گزارش خبرنگار ایمنا، حجت الاسلام والمسلمین سید محمود بنی‌جمالی امروز _جمعه پانزدهم بهمن‌ماه_ در خطبه‌های نماز جمعه شهر چادگان با تسلیت رحلت آیت‌الله صافی گلپایگانی، اظهار کرد: تلاش دشمن بر سیاه‌نمایی پیشرفت و دستاوردهای نظام و انقلاب است؛ لذا در ایام دهه فجر مسئولان با کمک رسانه‌ها دستاوردهای نظام و انقلاب را برای مردم به‌ویژه نسل جوان تبیین کنند. وی با بیان اینکه تولیدکنندگان افسران جنگ اقتصادی و کارگران آنان رزمندگان خط مقدم هستند، گفت: برخی تولیدکنندگان علی‌رغم حمایت مجلس و دولت متأسفانه با تولید کالای بی‌کیفیت و عرضه به مردم، حقوق مصرف‌کننده را تضییع می‌کنند، بنابراین لازم است وزارت صمت به این موضوع ورود پیدا کند.

امام‌جمعه چادگان افزود: خودروسازان با تولید خودروی بی‌کیفیت با جان و مال مردم بازی می‌کنند، ریشه فساد در این زمینه باید خشکانده شود تا گمرکات نیز ساماندهی شود. بنی‌جمالی با اشاره به دستور مقام معظم رهبری در اجرای اصل ۴۰ قانون اساسی، افزود: در صورتی که دولت در بخش تولید خودرو مشکل دارد باید آن را به بخش خصوصی واگذار کند تا با ایجاد فضای رقابت تولیدات داخلی کشور کیفیت پیدا کند. وی افزود: مایه شرم است در کشوری که موشک نقطه‌زن تولید می‌شود و در بخش علمی در ردیف برتر دنیا است، خودروی بی‌کیفیت تولید شود، لازم است مجلس در این زمینه ورود پیدا کند تا مشکل به صورت ریشه‌ای حل شود.

امام‌جمعه چادگان با اشاره به شهادت مظلومانه مأمور ناجا در استان فارس، گفت: مأمور ناجا روز روشن با جسارت و گستاخی اراذل و اوباش به شهادت رسید، باید با قطعیت تمام با عاملان آن برخورد و قوانین استفاده از سلاح اصلاح شود تا شاهد این اتفاقات تلخ نباشیم.

ورود رسمی بلاک‌چین به تجارت ایران

هرچند ایران توانسته در سال‌های گذشته با وجود تحریم‌ها، تجارت خود را حفظ کند، اما استفاده از جدیدترین فناوری‌های اقتصادی می‌تواند به رشد قابل توجه صادرات نیز منجر شود.

به گزارش ایسنا، فناوری رمزارز هرچند عمری چندین ساله دارد، اما توجه به آن در دو سال گذشته به شکل جدی افزایش پیدا کرده و بسیاری از کشورها نگاهی ویژه به آن دارند. هرچند با توجه به ساختار خاص بلاک چین عملا امکان آن که دولت‌ها در آن نقش محوری پیدا کنند وجود ندارد، اما تلاش برای نظارت بر این حوزه و البته استفاده از ظرفیت‌های آن بارها مطرح شده است. در ایران نیز هرچند هنوز قانون رسمی در حوزه رمزارزها وجود ندارد، اما استفاده از توان آنها در پیگیری سیاست‌های صادراتی در ماه‌های گذشته بارها از سوی سازمان توسعه تجارت مطرح شده و حالا رئیس این سازمان از اجرایی شدن آن در بخش‌های جدید خبر داده است. پیمان پاک، رئیس سازمان توسعه تجارت گفته: ساز و کارهای ارزی جدید مانند بلاک چین را در کنار تسهیل تعهدات ارزی در دستور کار قرار دادیم، اکنون بلاک چین در سامانه جامع تجارت پیاده‌سازی شده است که از این موضوع برای صادرات به کشور عمان می‌توان استفاده کرد.

هرچند او جزییات بیشتری از نحوه استفاده از ظرفیت بلاک چین در تجارت ایران نداده اما صرف صحبت یک نهاد رسمی از ورود به این بخش نشان می‌دهد که ایران برنامه‌هایی جدی در دستور کار قرار داده است. در ماه‌های گذشته بسیاری از فعالان این بخش اعلام کرده‌اند که در صورت نگاهی همه‌جانبه امکان آن که برخی محدودیت‌های تحریمی با استفاده از ظرفیت رمزارزها فراهم شود وجود دارد و شاید یکی از دلایل مسکوت ماندن جزییات برنامه ایران در این حوزه، به تلاش برای دور زدن تحریم‌ها مرتبط است.

شناسه آگهی: ۱۲۶۸۵۵۳
second announcement

TENDER NO.: 01-31-9680030

N. I. S. O. C.
NATIONAL IRANIAN SOUTH OILFIELDS COMPANY
AHVAZ-IRAN

National Iranian South Oilfields Company (NISOC) intends to purchase the following goods

Items	Material Description	Quantity
35	PARTS FOR "MAN TURBO "SCREM GAS COMPRESSOR TYPE CP 80 TAG NO C503 A/B SER. NO. 270259 & 270261 JOB NO. 82121 REF. MAN TURBO	165 NOs

Vendors who intend to participate in aforesaid tenders are requested to send their "Intention To Participate" letter via fax to the following number along with their resume according to Qualitative Assessment Form no. 1, available at: www.nisoc.ir, not later than 14 days after the second announcement, otherwise, their requests for participation in the tender will be disregarded.
The applicants should have relevant background in supplying the required goods and capability to provide and submit a bid bond of 7,099 EURO or 1,886,900,000 RIAL, in favor of NISOC.
Tender documents including the materials thorough technical specifications and Qualitative Assessment Forms can be accessed via: www.nisoc.ir-material procurement management tab
ONLY ACCEPTABLE DELIVERY TERM IS D.D.P., NISOC'S WAREHOUSE, AGHAJARI, IRAN
PAYMENT TERM IS C.O.D., SUBSEQUENT TO NISOC'S MATERIAL APPROVAL
NO ADVANCE PAYMENT WILL BE PAID

FOREIGN PURCHASING DEPARTMENT
Bldg. No. 104, Material Procurement Management Complex,
Kouy-e-Fadaeian Islam (New Site), Ahvaz, Iran
Tel. No.: 061 34 12 35 89 Fax No.: 061 34 45 74 37

Public Relations
www.shana.ir
www.nisoc.ir
http://iets.mporg.ir
www.setadiran.ir
۲۲۰

نوبت اول
شناسه آگهی: ۱۲۷۱۰۸۷

شرکت نفت مناطق مرکزی ایران
شرکت بهره برداری نفت و گاز شرق

فراخوان ارزیابی کیفی برای مناقصه عمومی یک مرحله ای

۱- شماره فراخوان: ۴۰۰۰۱۲۴۲
۲- موضوع فراخوان: برپایی سوله کارگاه واحد خدمات تاسیسات چاه ها
۳- محل و مدت انجام کار: استان خراسان رضوی، خانگیران (توابع شهرستان سرخس، استان خراسان رضوی)، به مدت ۶ ماه
۴- نام و نشانی مناقصه گزار: شرکت بهره برداری نفت و گاز شرق- مشهد، بلوار خیام، بلوار ارشاد، خیابان مهندس، نبش مهندس ۶، پلاک ۱۸.
۵- شرایط مناقصه گر:
۵-۱- دارابودن شخصیت حقوقی، کد اقتصادی و شناسه ملی.
۵-۲- داشتن توانائی مالی، تجربه و تخصص در زمینه موضوع قرارداد.
۵-۳- دارا بودن گواهی نامه صلاحیت انجام کار: حداقل رتبه ۵ رشته ابنیه و ساختمان از سازمان برنامه و بودجه
۵-۴- دارا بودن گواهی نامه تائید صلاحیت ایمنی معتبر صادره از وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی.
۵-۶- توانایی تهیه ضمانت نامه بانکی شرکت در فرآیند ارجاع کار (مناقصه) به مبلغ ۱،۳۳۵،۱۰۰،۰۰۰ ریال (و یا واریز وجه نقد).
۶- کلیه مراحل از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس WWW.SETADIRAN.IR انجام خواهد شد. لازم است متقاضیان در صورت عدم عضویت قبلی در سامانه مذکور، مراحل ثبت نام و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در فرآیند از طریق سایت سامانه محقق سازند. فراخوان و اسناد ارزیابی کیفی با شماره ۲۰۰۰۰۹۲۲۵۸۰۰۰۱۷۳ در سامانه ستاد ایران درج شده است.
۷-گشایش پاکت های مناقصه پس از انجام مراحل ارزیابی کیفی، از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) با اطلاع رسانی قبلی انجام خواهد شد.
۸- در صورت نیاز به اطلاعات بیشتر، متقاضیان میتوانند با تلفن های ۳۲۳ و ۳۷۰۴۷۳۱۹ -۰۵۱ تماس حاصل نمایند. اطلاعات مناقصه مذکور در پایگاه اطلاع رسانی مناقصات با شماره ۵۳/۱۰۲/۴۲۱ ثبت شده است.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۰/۱۱/۱۶
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۰/۱۱/۱۷
۲۲۱
روابط عمومی شرکت بهره برداری نفت و گاز شرق

بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی همراه با توصیه‌های مطمئن

به قلم: مکسول ایسکیو
کارشناس بازاریابی در موسسه هاب اسپات
ترجمه: علی آل‌علی

شروع هر سال تازه برای بازاریاب‌ها همیشه همراه با کلی هیجان و ایده‌های تازه است. در این میان بسیاری از برندها حتی اقدام به استفاده از تکنیک‌های تازه برای تعامل با مخاطب هدف‌شـــان نیز می‌کنند. شـــاید این امر در نگاه نخست بسیار ساده و حتی بی‌فایده به نظر برسد، اما دست‌کم شور و هیجان بالایی در میان بازاریاب‌ها ایجاد خواهد کرد. صرف نظر از دوره کریســـمس و ترندهـــای پایدار این بازه زمانی، در ماه‌های پـــس از آن برندها باید برنامه واقعی‌شـــان برای تعامل با مشـــتریان را اجرا نمایند. این برنامه به آنها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و تعامل با آنها در بازار کمک خواهد کرد.

اســـتفاده از توصیه‌هـــا و ایده‌های تازه برای تعامل با مشـــتریان همیشـــه ایده بســـیار جذابی برای کسب و کارهای مختلف محسوب می‌شود. امروزه مشـــتریان انتظارات بســـیار بالایی از برندها دارند. با این حساب اگر شما به دنبـــال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان به طور حرفه‌ای و با اســـتفاده از ایده‌های تازه نباشـــید، خیلی زود شـــانس‌تان در بازار به طور کامل از بین خواهد رفت.

ســـالانه بازاریاب‌هـــا با کلی ایده و ترنـــد تازه در زمینـــه بازاریابی رو به رو می‌شـــوند. این امر گاهی اوقات حتی توانایی تصمیم‌گیری بازاریاب‌ها را نیز تحت تاثیر قرار می‌دهد. با این حساب اگر شما به دنبال جلب نظر مشتریان هستید، باید از میان ترندها و ایده‌های بازاریابی متنوع فقط سراغ بهترین‌ها بروید، در غیر این صورت هیچ شانســـی برای تعامل با مشتریان در بازارهای کنونی نخواهد داشت.

اســـتفاده از شـــبکه‌های اجتماعی در طول یک دهه اخیر به طور ســـالانه افزایش داشته است. این امر با شیوع همه‌گیری کرونا شدت بسیار بیشتری نیز پیدا کرده اســـت. بنابراین اگر شما به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان هســـتید، باید پیش از اینکه زمان مناسب را از دست دهید، اقدام به اســـتفاده از روش‌های پیـــش روی‌تان نمایید، در غیر این صورت شـــاید شانس‌تان در این زمینه به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش پیدا کند. متاسفانه برخی از بازاریاب‌ها وقتی نوبت به شـــبکه‌های اجتماعی می‌شود، همیشه از شیوه‌های تکراری سود می‌برند. این امر نقش بسیار مهمی در کاهش توانایی برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و تبدیل شدن‌شان به برندهای کلیشـــه‌ای دارد. بنابراین شما باید همیشـــه در زمینه استفاده از روش‌های مختلف بهترین و مطمئن‌ترین آنها را مدنظر قرار دهید.

هدف اصلی در مقاله کنونی بررسی برخی از مهمترین تکنیک‌ها و الگوهای بازاریابی برای ســـال جاری اســـت. اکنون با گذر از کریسمس به طور کامل اهمیت این مسئله بیش از هر زمان دیگری خودش را نشان می‌دهد. اگر شما هم در کســـب و کارتان با مشکل پیدا کردن ایده‌های مناسب و تاثیرگذاری حرفه‌ای بر روی مشـــتریان رو به رو هســـتید، نکات مورد بحث در این مقاله برای‌تان راهگشا خواهد بود. در ادامه برخی از بهترین توصیه‌ها برای بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی در سال جاری را مورد ارزیابی قرار خواهیم داد.

نمایش قدرتمندانه ارزش‌های برند

ارزش‌های هر برند محور اصلی برای تعامل با مشتریان را شکل می‌دهد. بسیاری از برندها در طول سال‌های اخیر برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌شان فقط و فقط از ارزش‌های اصلی‌شان سود برده‌اند. امروزه هر برندی در بازار دارای دست‌کم یک ارزش مرکزی است. این ارزش نحوه ساماندهی تمام فعالیت‌های برند را شامل می‌شود. با این حساب اگر شما به دنبال تاثیرگذاری بر روی مشتریان‌تان هستید، باید براساس نمایش ارزش‌های برندتان کار را پیش ببرید، در غیر این صورت شاید هرگز شانسی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب‌تان پیدا نکنید.

متاســـفانه بســـیاری از برندها پس از راه‌اندازی کســـب و کارشـــان به طور کامل ارزش‌های خود را فراموش می‌کنند. این امر موجب فاصله گرفتن روش فعالیت برند از ارزش‌های پایدارش می‌شود. به این ترتیب در نهایت مشتریان احساس نزدیکی چندانی با برند موردنظر نخواهند داشـــت. این امر همیشه دردسرهای زیادی برای برندها و کسب و کارشان در بازار به همراه دارد.

توصیـــه ما در این بخش تلاش برای اســـتفاده از ارزش‌هـــای برند به طور مداوم اســـت. این امر در وهله نخســـت فعالیت برندتان در مقایســـه با رقبا را به طور قابل ملاحظه‌ای بهبود می‌بخشـــد. با این حســـاب شما امکان فعالیت متمایز در بازار در مقایسه با رقبای‌تان را خواهید داشت. امروزه بسیاری از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف از روش‌های گوناگون استفاده می‌کنند. در این میان الگوبرداری از برندهای دیگر نیز همیشـــه نقش مهمی در فرآیند بازاریابی برندهای تازه کار در شـــبکه‌های اجتماعی دارد. مشکل اصلی چنین شیوه‌ای استفاده از روش و راهکار برندی با ارزش‌های متفاوت در مقایسه با کسب و کارتان است. به این ترتیب شاید در پایان کار شـــما حتی توانایی تاثیرگذاری مناســـب بر روی مشـــتریان‌تان را هم نداشته باشید. این یعنی الگوبرداری شما از برندهای دیگر در نهایت به ضرر کسب و کارتان تمام شده است.

استقبال از محتوای خنده‌دار و تعاملی

محتوای تولیدی هر برند در شبکه‌های اجتماعی باید پیوند نزدیکی با حوزه کارش داشته باشد. امروزه برخی از برندها برای جلب نظر مشتریان دست به بارگذاری هر نوع محتوایی در شبکه‌های اجتماعی می‌زنند. این امر مشکلات زیادی برای هر برند به همراه داشته و شانس آنها برای تعامل با مخاطب هدف را به شدت کم می‌کند. درست به همین خاطر شما باید همیشه به دنبال استفاده از محتوای مرتبط با حوزه کاری‌تان باشید. این امر به بهترین شکل ممکن شانس‌تان برای تعامل با مشتریان و جلب نظرشان را افزایش می‌دهد. در کنار این مسئله استقبال کاربران نسبت به بازنشر محتوای تان نیز بهبود پیدا خواهد کرد.

برخـــی از بازاریاب‌ها وقتی نوبت به انتخاب موضوع برای تولید محتوا می‌شـــود، به طور قابل ملاحظه‌ای به دردســـر می‌افتند. شما اگر به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان به طور حرفه‌ای هســـتید، بایـــد اول از همه محتوای خنده‌دار را مدنظـــر قرار دهید. به هر حال یکـــی از انگیزه‌های اصلی هر کاربری برای عضویت در شـــبکه‌های اجتماعی استفاده از محتوای سرگرم‌کننده است. چنین نکته‌ای به شما شانس بسیار خوبی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و بهبود وضعیت بازاریابی‌تان را می‌دهد.

صرف نظر از محتوای خنده‌دار، شـــما باید فکری برای بهبود سطح تعامل‌تان با مشـــتریان نیز بکنید. این امر اغلب اوقات حلقه گمشده برندها در بازاریابی مبتنی بر شبکه‌های اجتماعی است. با این حساب شما باید همیشه ایده‌هایی برای تولید محتوای تعاملی داشـــته باشید، در غیر این صورت شاید کمتر شانسی برای تعامل بهینه با مشتریان برای برندتان باقی بماند.

امروزه مشـــتریان تمایل بالایی برای تعامل با برندها براساس استفاده از محتوای تعاملی دارند. معنای چنین الگویی از تولید محتوا توجه به ایجاد فرصت‌هایی برای تعامل کاربران با برندتان در قالب محتوای بازاریابی اســـت. درخواست از مشتریان برای ارســـال محتوایی که درباره برندتان تولید می‌کنند یکی از نمونه‌های بارز این مسئله است. شما به این ترتیب شانس بالایی برای تعامل بهینه با مخاطب هدف‌تان خواهید داشت.

همکاری با اینفلوئنسرها بدون در نظر گرفتن تعداد فالوورها

وقتی صحبت از همکاری با اینفلوئنســـرها می‌شود، بسیاری از بازاریاب‌ها گمان می‌کنند هزینه زیادی باید برای چنین کاری اختصاص دهند. این امر اغلب اوقات وضعیت بازاریابی برندها را به شدت تحت تاثیر قرار داده و در نهایت نیز فرصتی برای بهبود وضعیت بازاریابی به کسب و کارها نمی‌دهد. امروزه شما به جای همکاری با اینفلوئنســـرها بر مدار هزینه بســـیار زیاد باید اول از همه به میزان ارتباط مهارت و دامنه مخاطب هدف‌شان با حوزه کاری‌تان توجه کنید. این امر در ابتدا بسیار سخت به نظر می‌رســـد، اما در صورتی که به درســـتی از ســـوی شما مورد ارزیابی و توجه قرار گیرد، بدل به یکی از ساده‌ترین راهکارها برای جلب نظر مشتریان خواهد شد. این امر شـــانس شما برای توسعه جایگاه‌تان در بازار را نیز به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش می‌دهد.

بازار تعامل با اینفلوئنسرها نیز مانند حضور در شبکه‌های اجتماعی در طول یک دهه اخیر رشد بسیار زیادی را تجربه کرده است. این امر به شما فرصت بسیار خوبی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف خواهد داد. شـــما به این ترتیب فرصت‌تان برای جلب نظر مخاطب هدف به طور متمایز از رقبا بیشـــتر می‌شود. نکته مهم در این میان تلاش برای همکاری با اینفلوئنســـرها فراتر از معیارهای معمولی اســـت. به عبارت بهتر، شـــما بایـــد برای تعامل با مخاطب هدف‌تان بـــه جای معیار تعداد فالوورهای‌شان به دنبال راهکارهای بهتر باشید. این امر اینفلوئنسرهای خرد را پیش پای شما قرار می‌دهد.

اینفلوئنسرهای خرد به عبارت دقیق در بازارهای محلی و بر روی تعداد مشخصی از مشـــتریان تاثیرگذاری دارند. این امر شـــاید برای بسیاری از برندها ناامیدکننده باشـــد، اما به شـــما فرصت خوبی به منظور تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طـــور بهینه خواهـــد داد. اولین مزیت این امر نیاز به صرف هزینه بســـیار کمتر در مقایسه با شیوه‌های رایج است. با این حساب شما دیگر مشکلی در زمینه جلب نظر مشتریان پیش رو نخواهید داشت. از سوی دیگر استقبال کاربران از محتوای تولیدی اینفلوئنســـرهای سطح خرد نیز به مراتب بیشـــتر از سایر نمونه‌های رایج در زمینه بازاریابی اســـت. بنابراین شما به سادگی هرچه تمام‌تر فرصت همکاری تاثیرگذار و موفقیت‌آمیز با هزینه کمتر را خواهید داشت.

اشتباه اصلی بسیاری از برندها و تیم‌های بازاریابی برای همکاری با اینفلوئنسرها شامل توجه صرف به میزان فالوورهای آنهاست. این امر شاید در نگاه نخست ایده جذابی محسوب شود، اما به تدریج توانایی شما در بازار را به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش می‌دهد. درســـت به همین خاطر شـــما باید به طور مـــداوم در تلاش برای بهینه‌ســـازی شرایط‌تان در این راستا باشـــید. این امر بیشتر از همه نیازمند توجه مستقیم‌تان به روند تعامل با اینفلوئنســـرهای خرد خواهد بود. بنابراین باید سعی کنید دامنه ارتباطات‌تان با آنها را به طور چشمگیری بهبود بخشید.

جست و جو برای پلتفرم‌های تازه اجتماعی

دنیای شـــبکه‌های اجتماعی در طول سال‌های اخیر جذابیت بسیار زیادی برای برندها داشـــته اســـت. البته در این میان میزان تغییر شبکه‌های اجتماعی نیز امر مهمی برای موفقیت بازاریابی برندها محسوب می‌شود. اگر شما هم در بازار به دنبال استفاده از تمام ظرفیت شبکه‌های اجتماعی هستید، باید به تدریج استراتژی‌تان در این حوزه را تغییر دهید، در غیر این صورت شـــاید فرصت‌تان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به تدریج کاهش پیدا کند.

تغییرات اساســـی در زمینه بازاریابی در شـــبکه‌های اجتماعی اول از همه شامل تلاش برای پیدا کردن پتفرم‌های تازه است. این امر به شما برای تاثیرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف کمک خواهد کرد. با این حســـاب دیگر نیازی برای نگرانی نســـبت به نحوه تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نخواهد بود. امروزه بســـیاری از پلتفرم‌های تازه تاسیس دارای محبوبیت بسیار زیادی در میان کاربران هستند. از این میان تیک تاک و کلاب هاوس بهترین مثال‌ها خواهند بود. به همین خاطر شما باید همیشه آمادگی لازم برای حضور در شبکه‌های اجتماعی تازه را داشته باشید، در غیر این صورت شاید هرگز فرصتی برای جلب نظر مشتریان هدف‌تان پیدا نکنید. این امر شانس شما در بازار را به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش داده و از مسیر رقابت مناسب با دیگر برندها به طور قابل ملاحظه‌ای جا خواهید ماند.

یادتان باشد دنیای شبکه‌های اجتماعی به طور مداوم در حال تغییر است. این امر باید به مثابه نکته‌ای مهم برای کسب و کار شما محسوب شود. بنابراین اگر در زمینه بازاریابی به طور مداوم با مشکلاتی رو به رو هستید، یکی از بحث‌های مهم مربوط به جست و جو برای پلتفرم‌های تازه خواهد بود. این امر به شما برای باقی ماندن در فهرست برندهای جذاب و دست‌داشتنی از نظر بازاریابی کمک خواهد کرد.

سرمایه‌گذاری بر روی ایجاد انجمن مشتریان

انجمن مشتریان برای بســـیاری از برندها نقش مهمی در فرآیند تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف بـــه همراه دارد. چنین انجمن‌هایی به برندها بری تاثیرگذاری حرفه‌ای بر روی مخاطب هدف کمک کرده و شانس هر کسب و کار برای تعامل با مشتریانش را به طور قابل توجهی افزایش خواهد داد. درست به همین خاطر شما باید در زمینه بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی همیشه نیم نگاهی به این وضعیت داشته باشید، در غیر این صورت شاید توانایی‌تان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور مداوم کاهش پیدا کند.

وقتی مشـــتریان در انجمن یک برند حضور دارند، تمایل‌شان برای خرید و البته تعامل با برند موردنظر نیز افزایش پیدا خواهد کرد. این امر در نهایت سود بالاتری برای شما در بازار به همراه خواهد داشت. به علاوه، اعتبارتان در شبکه‌های اجتماعی را نیز تا حد زیادی توسعه می‌دهد. چنین نکاتی برای جلب نظر مشتریان بهترین شیوه‌های ممکن محسوب می‌شود. با این حساب شما باید همیشه استفاده از چنین شـــیوه‌هایی را در دســـتور کارتان قرار دهید، در غیر این صورت شاید خیلی زود از تعامل با مخاطب هدف باز بمانید.

افزایش میزان مطالعه درباره مخاطب هدف

پیدا کردن مخاطب هدف یکی از گزینه‌های بســـیار مهمی برای تقویت وضعیت برند در بازار محســـوب می‌شـــود. امروزه بســـیاری از برندها با بازاریابی نادرست در شـــبکه‌های اجتماعی در عمل موج نارضایتی کاربران از کسب و کارشان را تقویت می‌کنند. درســـت به همین خاطر شما باید به طور مداوم در تلاش برای شناسایی مخاطب هدف درست و سپس تاثیرگذاری بر روی آنها باشید، در غیر این صورت هرگز فرصتی برای جلب نظر مخاطب هدف‌تان پیدا نخواهید کرد.

برندهای بزرگ همیشـــه برنامه‌ای برای شناسایی مخاطب هدف‌شان به بهترین شکل ممکن دارند. این امر اغلب اوقات شامل مطالعه بازار و تحلیل رفتار مشتریان در زمینه تعامل با برندها می‌شـــود. شاید در نگاه نخست چنین راهکارهایی بسیار طولانی و غیرقابل‌تحمل باشد، اما دست‌کم فرصت خوبی به شما برای تاثیرگذاری بر روی مشـــتریان و بهینه‌ســـازی وضعیت برند می‌دهد. ایـــن امر به معنای امکان ارتقای جایگاه برند در بازار خواهد بود. امروزه با وجود ابزارهای جانبی مانند گوگل آنالیتیکس و دیگر ابزارهای مشابه کار بازاریاب‌ها برای مطالعه بازار به شدت ساده شـــده اســـت. تنها نکته مهم در این میان تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با اســـتفاده از شیوه‌های مناسب و بهینه‌سازی‌شده است. در این صورت شما فرصت بسیار خوبی برای جلب نظر مشتریان خواهید داشت.

استفاده از فرمت ویدئویی در قالبی کوتاه

فرمت ویدئو با اختلاف بسیار زیاد محبوب‌ترین گونه محتوا در فضای آنلاین است. همین امر برندها را نیز به سوی استفاده از محتوای ویدئویی هدایت کرده است. شما در زمینـــه بارگذاری محتوای ویدئویی به غیر از نکاتی نظیر انتخاب موضوع جذاب و جلوه‌های بصری خیره‌کننده، باید به کوتاهی آن نیز توجه نشـــان دهید، در غیر این صورت شاید هرگز فرصتی برای جلب نظر مشتریان‌تان نداشته باشید. این امر به طور قابل ملاحظه‌ای وضعیت شما در تعامل با مشتریان را توسعه خواهد داد.

امـــروزه اغلب شـــبکه‌های اجتماعی به برندهـــا برای بارگـــذاری ویدئوی جذاب توصیه‌هایی مبنی بر رعایت اختصار می‌کنند. به همین خاطر اگر شما هم به دنبال تاثیرگذاری حرفه‌ای بر روی مخاطب هدف‌تان هســـتید، باید همیشـــه این نکته را مدنظر قرار دهید، در غیر این صورت شاید کمتر کسی حتی ویدئوی بازاریابی‌تان را نگاه هم بکند.

استفاده از محتوای آموزشی برای تعامل با مشتریان میانسال

مشتریان میانسال نیز مانند دیگران در شبکه‌های اجتماعی عضویت دارند. با این حال روند فعالیت آنها بسیار متمایز است. اگر شما به دنبال تاثیرگذاری بر روی این دسته از مشتریان هستید، به جای سایر الگوهای بازاریابی باید اول از همه محتوای آموزشی را مدنظر قرار دهید. این امر به شما برای جلب نظر مشتریان کمک ویژه‌ای خواهد کرد. یادتان باشـــد گاهی اوقات مشـــتریان در بازار فقط به دنبال سرگرمی نیســـتند، بلکه اســـتفاده از محتوای تعاملی را نیز در دستور کارشان قرار می‌دهند. بنابراین شما باید نسبت به این نکته نیز توجه داشته باشید.

منبع: هاب اسپات

آگهی قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

نظر به دستور مواد ۱ و ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۹/۲۰ و برابر رای شماره ۱۴۰۰۶۰۳۱۰۰۱۹۰۰۵۵۲۲ مورخ ۱۴۰۰/۰۹/۲۹ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف موضوع ماده یک قانون مذکور مستقر در واحد ثبتی فریدونکنار تصرفات مالکانه و بلامعارض متقاضی آقای مهدی سیف اله پور کلاگر فرزند علیرضا نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۱۴۹/۴۵ متر مربع به شماره پلاک ۳۵۷۹ فرعی از ۶۶ اصلی واقع در فریدونکنار بخش ۲ خریداری از آقای اباذر زابلی مالک رسمی محرز گردیده است. لذا به موجب ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی و ماده ۱۳ آئین نامه مربوطه این آگهی در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق این روزنامه و محلی / کثیرالانتشار در شهرها منتشر و در روستاها رای هیات الصاق تا در صورتیکه اشخاص ذینفع به آرای اعلام شده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشار اولین آگهی و در روستاها از تاریخ الصاق در محل تا دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند. معترض باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نماید و گواهی تقدیم دادخواست به اداره ثبت محل تحویل دهد که در این صورت اقدامات موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه است و در صورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض، گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل ارائه نکند اداره ثبت مبادرت به صدور سند مالکیت می نماید و صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نیست.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۰/۱۱/۰۲ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۰/۱۱/۱۶

علی قلی زاده کردی - رئیس ثبت اسناد و املاک فریدونکنار

شناسه آگهی ۱۲۶۰۶۵۳

۲۶۳

آگهی قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

نظر به دستور مواد ۱ و ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۹/۲۰ و برابر رای شماره ۱۴۰۰۶۰۳۱۰۰۱۳۰۱۸۸۳۷ مورخ ۱۴۰۰/۱۰/۰۱ هیات قانون تعیین تکلیف موضوع ماده یک قانون مذکور مستقر در واحد ثبتی چمستان تصرفات مالکانه و بلامعارض متقاضی آقای/ خانم علیرضا نادری فرزند محمدحسین نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی/ به مساحت ۲۰۰/۰۰ متر مربع که مقدار ۴۰ سیر مشاع عرصه وقف می باشد به شماره پلاک ۲۹۶ فرعی از ۱۵ اصلی واقع در قریه کچلده بخش یک خریداری شده از آقای/ خانم ولی اله اصغرپور مالک رسمی محرز گردیده است لذا به موجب ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی و ماده ۱۳ آئین نامه مربوط این آگهی در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق این روزنامه و محلی / سراسری در شهرها منتشر و در روستاها رای هیات الصاق تا در صورتیکه اشخاص ذینفع به رای اعلام شده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشار اولین آگهی در روستاها از تاریخ الصاق در محل تا دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند. معترض باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نماید و گواهی تقدیم دادخواست به اداره ثبت محل تحویل دهد که در این صورت اقدامات ثبت موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه است و در صورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض، گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل را ارائه نکند اداره ثبت مبادرت به صدور سند مالکیت می نماید و صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نیست.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۰/۱۱/۰۲ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۰/۱۱/۱۶

رئیس اداره ثبت اسناد و املاک چمستان – عین الله تیموری

شناسه آگهی ۱۲۶۳۰۹۶

۲۶۱

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

آگهی موضوع ماده ۳ و ماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی برابر رای شماره ۱۴۰۰۶۰۳۱۰۰۰۶۰۱۱۰۰۶ مورخ ۱۴۰۰/۱۱/۰۵ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی شهرستان نور تصرفات مالکانه و بلامعارض متقاضی بنام آقای/ خانم اکبر ملائی انگاس ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی بمساحت ۲۵۸ متر مربع به پلاک ۴۷۷ فرعی از ۶ اصلی واقع تسکا مازندران بخش ۶ ثبت نور محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز در روزنامه سراسری و محلی آگهی می گردد در صورتی که اشخاص ذی نفع به آراء اعلام شده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشار آگهی تا دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند. معترض باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نماید و گواهی تقدیم دادخواست را به اداره ثبت محل تحویل دهد. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار اول ۱۴۰۰/۱۱/۱۶

تاریخ انتشار دوم ۱۴۰۰/۱۱/۳۰

شناسه آگهی ۱۲۷۱۲۲۷

علی سعادتی – سرپرست ثبت اسناد و املاک شهرستان نور

۳۲۲

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان کرمانشاه
اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک کرمانشاه ناحیه یک
هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی

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

برابر رای شماره ۱۴۰۰۶۰۳۱۶۰۰۱۰۰۳۹۰۵ مورخ ۱۴۰۰،۱۰،۱ هیات اول ، دوم موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک کرمانشاه ناحیه یک تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای فردین مومنه فرزند هادی بشماره شناسنامه ۳۴۰کد ملی ۳۲۵۶۷۷۲۶۱۷ صادره از کرمانشاه در ششدانگ اعیان یک باب ساختمان به مساحت ۴۰.۱۵ متر مربع در محدوده پلاک ۱ و۵ اصلی واقع دربخش یک حومه کرمانشاه به آدرس شاطرآباد خیابان ابوذرکوی نازپروریان بن بست دوم که اداره اوقاف بعنوان مالک عرصه موافقت خود را با صدور سند مالکیت اعیانی اعلام نمود محرزگردیده است .لذا به منظور اطلاع عموم مراتب دردونوبت به فاصله ۱۵ روز اگهی می شود درصورتی که اشخاص نسبت به صدورسندمالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانندازتاریخ انتشاراولین اگهی به مدت دوماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم ویس از اخذرسید،ظرف مدت یک ماه ازتاریخ تسلیم اعتراض ،دادخواست خودرابه مراجع قضایی تقدیم نمایند،بدیهی است درصورت انقضای مدت مذکور وعدم وصول اعتراض طبق مقررات سندمالکیت صادر خواهد شد .

تاریخ انتشار نوبت اول ۱۴۰۰،۱۱،۱۶

تاریخ انتشار نوبت دوم:۱۴۰۰،۱۲،۲

محمدعباسی
رئیس ثبت اسناد واملاک

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

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

برابر رای شماره ۱۴۰۶۰۳۱۸۶۰۳۰۱۱۶۰۰ مورخ ۱۴۰۰/۱۰/۱۹ هیات موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ناحیه ۲ رشت تصرفات مالکانه بلامعارض آقای سی اسماعیل رحمانی بیجرودکلی فرزند سیدحسین به شماره شناسنامه ۸ صادره از خمام در قریه شالکو در ششدانگ یک قطعه زمین مشتمل بر بنای احداثی به مساحت ۲۱. ۱۶۱ متر مربع پلاک فرعی ۴۱۰۳۰ از اصلی ۷۷ مفروز مجزی از پلاک ۱۱۶ از اصلی ۷۷ واقع در بخش چهار رشت خریداری از مالک رسمی آقای حسن امیر مستوفیان و فاطمه نیک شیر محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۰/۱۱/۱۶

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۰/۱۲/۰۱

۳۰۳۸ م الف

سعید بدوی- رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه دو رشت

مفقودی

کلیه مدارک خودروی سواری پیکان ۱۶۰۰ مدل ۱۳۷۴ بنام حسن ثابتی کرجوندانی و به شماره موتور۱۱۲۷۴۳۸۴۶۳ به شماره شناسایی ۷۴۴۳۸۱۷۲ به شماره پلاک خودرو ۲۳۵ ص ۹۳ ایران ۷۹ مفقود واز درجه اعتبار ساقط می باشد.

شهرستان قزوین

مدیرکل تعاون، کار و رفاه اجتماعی آذربایجان شرقی:

شاهد بالندگی انقلاب اسلامی ایران در تمامی عرصه هستیم

آذربایجان شرقی – ماهان فلاح: مدیرکل تعاون، کار و رفاه اجتماعی آذربایجان شرقی به مناسبت فرا رسیدن چهل و سومین سالگرد پیروزی انقلاب اسلامی پیام تبریکی را صادر کرد.

متن این پیام تبریک بشرح ذیل است:

باسلام و درود بی پایان به پیشگاه ناموس دهر حضرت بقیه الله العظم و سلام و درود به معمار کبیر انقلاب حضرت امان (ره) و رهبر معظم انقلاب حضرت آیت‌الله امام خامنه ای و شهدای گرانقدر انقلاب اسلامی و ۸ سال دفاع مقدس و شهدای مدافع حرم که با ثنار خون خویش درخت پر تناور انقلاب را آبیاری نمودند و امروز شاهد بالندگی انقلاب اسلامی ایران در تمامی عرصه هستیم. ایام‌الله دهه مبارک فجر، یادآور ایثار، خود باوری، وفاداری و میثاق ملت شهید پرور ایران اسلامی با امام (ره) عظیم الشأن است که استقلال، آزادی، که استقرار نظام مقدس جمهوری اسلامی را برای کشورمان به ارمغان آورد.

ملت بزرگ انقلابی و همیشه در صحنه ایران اسلامی در طول چهار دهه اخیر، با پایداری و مقاومت و عبور از میادین متعدد در برابر ظلم و ستم مستکبران جهانی ایستاده اند و در مسیر فتح قله های عزت و پیشرفت همچنان مستحکم و استوار این مسیر پر افتخار را ادامه می دهند. بدون شک این مسیر پر افتخار با اطاعت از رهنمودهـا و فرامین رهبر فرزانه انقلاب در بیانیه گام دوم و با نگاه امیدوار به آینده استمرار خواهد داشت.

در آستانه چهل و سومین سالگرد شکوهمند انقلاب اسلامی، برخود وظیفه می دانم از طرف خـود و جامعه بزرگ کارگری، کارفرمایی و تعاونگران استان آذربایجان شرقی حلول ایام‌الله دهه مبارک فجر، دهه انقلاب را به محضر مقام معظم رهبری (مدظله العالی)، خانواده معظم شـهدا، و ایثارگران، مردم شریف و همه خادمین صدیق ایران اسلامی صمیمانه تبریک و تهنیت عرض نموده از درگاه خداوندمنان، سلامتی، سعادت و سربلندی تمامی عزیزان را آرزومندم.

حسین فتحی
مدیرکل و رئیس کمیته کارگری، کارفرمایی و تعاونگران استان آذربایجان شرقی

از ابتدای سال جاری تاکنون

تولید بیش از ۱۶ میلیون بشکه میعانات گازی در پالایشگاه سوم مجتمع گاز پارس جنوبی

بوشـهر – خبرنگار فرصـت امروز: باتلاش، دانـش و تجربه‌ی متخصصان و کارکنان پالایشگاه سوم مجتمع گاز پارس جنوبی، در بازه زمانی ده ماه امسال، بیش از ۱۶ میلیون و ۱۰۲ هزار بشکه میعانات گازی در این پالایشگاه تولید شده است.

به گزارش روابط عمومی شـرکت مجتمع گاز پارس جنوبی، محمد شفیع موذنی، مدیر پالایشگاه سـوم مجتمع گاز پارس جنوبی با بیان این مطلب افزود: در ۱۰ ماه سـپری شده امسال با برنامه‌ریزی و تلاش متخصصان و کارکنان پالایشـگاه سوم، ۱۶ میلیون و ۱۰۲ هزار بشکه میعانات گازی تولید شده است. مؤذنی ادامه داد: با دستاوردهای بسیار مهم، پالایشـگاه سوم توانسته اسـت نقش مهمی را در جهت تولید و صادرات میعانات گازی در مجتمع گاز پارس جنوبی ایفا نماید.

وی با بیان اینکه مجتمع گاز پـارس جنوبی همواره برنامه‌ریزی در

افزایش برداشـت با در نظر گرفتن تولید صیانتی از مخزن مشترک را در دسـتور کار قرار داده است خاطرنشان کرد: با اتکاء به دانش و توان نیروهای جوان و متخصص در ده ماهه امسال، ۱۴ هزار و ۱۹۵ میلیون استاندارد متر مکعب گاز در پالایشگاه سوم مجتمع گازی پارس جنوبی تولید و فرآورش شـده اسـت که با توجه به برودت هوای امسال، این پالایشـگاه نقش مهمی در تامین سوخت مصارف خانگی و نیروگاهی کشور ایفاء نموده است.

مدیر پالایشگاه سـوم مجتمع گاز پارس جنوبی در ادامه با اشاره به تولید دیگر محصولات این پالایشـگاه افزود: در همین بازه زمانی،۳۱۳ هـزار تن اتان، ۴۵۲ هزار تن پروپان، ۲۴۲ هزار تن بوتان و ۵۵ هزار تن گوگرد دانه بندی شده، نیز در این مجموعه تولید شده است.

مؤذنی گفت: مصرف گاز سوخت پالایشگاه در بازه زمانی ۱۰ ماه سال جـاری، ۶۴۶ میلیون متر مکعب بوده که حـدود ۲۱٪ کمتر از مقدار مصرف پیشبینی شده است.

سرپرست منطقه ۹ عملیات انتقال گاز:

ضرورت همکاری دستگاه ها در رفع مشکلات حریم خطوط لوله انتقال گاز در استان های شمالی کشور

ساری – دهقان : سرپرست منطقه ۹ عملیات انتقال گاز در بازدید از مسیر خط ۳۰ اینچ سرخس- نکا -رامسر- رشت تعامل و همکاری سـازمان ها و دستگاه ها در رفع مشکلات مربوط به حرایم ایمنی و اختصاصی خطوط لوله انتقال گاز را لازم و ضروری دانست. به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی منطقه ۹ عملیـات انتقال گاز، محی الدین مفخمی از مسـیر خط ۳۰ اینچ سرخس- نکا -رامسر- رشت در محدوده مرکز بهره برداری خطوط لوله گاز نور بازدید به عمل آورد. سرپرست منطقه ۹ در این بازدید شرایط این منطقه را به دلیل تراکم بالای جمعیتی و ارزش اراضی، ویژه و منحصربه‌فرد دانسـت که این امر مشکلات حفظ حریم خطوط لوله انتقال گاز در استان های شمالی را دو چندان کرده اسـت. وی تعامل و همکاری دستگاه ها با منطقه ۹ عملیـات انتقال گاز در حفظ حریم خطـوط لوله انتقال گاز استان های شمالی را ضروری برشمرد و خاطرنشان کرد: مکاتبه با سازمان ها، ادارات و شـرکت های خدمات رسان، جلسات با استانداری ها، فرمانداری ها جهت رعایت مقررات مربوط به حرایم ایمنی و اختصاصی خطوط لوله انتقال گاز در سال های اخیر به صورت مستمر انجام شده است. وی با تاکید بر ادامه مکاتبات و رایزنی با ادارات، فرمانداری ها و دهیاری ها برای رفع مشـکلات مربـوط به حریم خطوط لوله افزود: نصـب مارکرها و تابلوهای هشدار دهنده، پایش مستمر مسیر خط لوله و پیگیری مسائل حقوقی از مراجع قضایی جهت حفظ حرایم ایمنی و اختصاصی خطوط لوله همواره در دستور کار باشد.

همزمان با آغاز دهه فجر انقلاب اسلامی :

بهره برداری از طرح های آبرسانی به ۲۳ روستای استان مرکزی آغاز شد

اراک – فرناز امیدی: در چهل و سـومین سـالگرد پیروزی انقلاب اسلامی ، ۱۶ پروژه آبرسانی در روستاهای استان به بهره برداری میرسـد و عملیات اجرایی یک پروژه آبرسانی نیز ، آغاز می شود.

به گزارش روابط عمومی شرکت آب و فاضلاب استان مرکزی مهندس یوسف عرفانی نسب مدیرعامل این شرکت با اعلام این خبر اظهار داشت : با بهره برداری از این پروژه ها ، ۲۳ روستای استان از آب شرب پایدار بهره مند می گردند.

مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان مرکزی اعتبار هزینه شده در اجرای طرح های آبرسـانی در قالب ۱۶ پروژه را ۲۴۱ میلیارد ریال عنوان نمود و از مشارکت بخش خصوصی در اجرای طرح آبرسانی به پروژه ماهیان زینتی شهر محلات خبر داد.

وی در ادامه افزود : در راستای رفع مشکلات آبرسانی در حوزه روستایی استان مرکزی ، ۵ حلقه چاه جدید حفر شد و یک حلقه

چاه آب ، نیز تجهیز گردید.

مدیرعامل شـرکت آب وفاضلاب استان مرکزی بیان داشت : اجرای ۳۳ کیلومتر خط انتقال آب ، ۲۲ کیلومتر شبکه توزیع آب ، احداث ۳ باب ایستگاه پمپاژ و احداث یک باب مخزن ذخیره آب ، از دیگر اقدامات صورت گرفته می باشد.

عرفانی نسـب افزود: همچنین از احـداث یک واحد تصفیه خانه آب با ظرفیت تصفیه ۳۰۰ متر مکعب آب در شـبانه روز در روستای جوشیروان شهرستان خنداب خبر داد و عنوان نمود : این تصفیه خانه با همکاری معاونت علمی ریاست جمهوری و با بهره گیری از ظرفیت شـرکت های دانش بنیان ، راه اندازی شـد. وی جمعیت بهره مند از این پروژه هـا را ، ۵ هزار و ۶۰۰ نفر عنوان نمود.

مدیرعامل شـرکت آب و فاضلاب استان مرکزی همچنین از آغازکلنگ زنی پروژه آبرسـانی به روستای آشیانه علیا و سفلی درشهرسـتان خمین خبر داد و گفت : بـه منظوراجرای طرح آبرسانی به این روستا ، ۹ کیلومتر خط انتقال آب و ۳،۵ کیلومتر شـبکه توزیع آب و یک مخزن ذخیره آب با ظرفیت ۳۰۰ متر مکعب ساخته خواهد شد.

رئیس اداره گاز شهرستان سراب:

سراب به جرگه شهرستان های سبز آذربایجان شرقی پیوست

آذربایجان شرقی – ماهان فلاح: با اتمام گازرسانی شهری و روستایی، سراب جزو شهرستان های سبز استان آذربایجان شرقی شـد. رئیس اداره گاز شهرستان سراب با اعلام خبر خوش اتمام گازرسانی در این شهرستان گفت: با بهره مندی ۱۰۰درصد شهر و ۱۶۲ روسـتای تابعه شهرستان سراب، کلیه ۱۲۵ هزار و ۱۶۲ خانوار شهری و روستایی این شهرستان از نعمت گاز طبیعی بهره مند شده اند. هوشنگ داداش زاده با اشاره به موقعیت کوهستانی و اقلیم سرد شهرستان سراب افزود: طراحی پروژه های گازرسانی در مناطق صعب العبور و کوهستانی علی الخصوص روستاهای تابعه شهرستان سراب، نهایت تلاش و دقت کارکنان را می طلبد که به حول و قوه الهی این تلاش ها به ثمر رسیده و بهره مندی ۱۰۰ درصدی خانوارهای این شهرسـتان از گاز طبیعی تحقق یافت. وی اظهار داشـت: برای نیل به بهره مندی ۱۰۰ درصدی مردم شهرستان سراب یک هزار و ۲۹۰ کیلومتر شبکه گازرسانی اجرا و بیش از ۳۵ هزار انشعاب نصب گردیده است.

رئیس اداره گاز شهرستان سـراب ضمن تشکر و قدردانی از مردم فهیم منطقه و همیاری با این اداره در مصرف بهینه و ایمن از گاز طبیعی خاطرنشـان کرد: پس از اتمام نیازهای گرمایشی و خانگـی مردم با اعمال مدیریت مصرف، زمینه رونق اقتصادی منطقـه از طریق انتقال گاز به بخـش های صنعتی، تولیدی و کشاورزی نیز فراهم خواهد شد.

شستشوی کلیه تجهیزات پست‌های برق فشار قوی ناحیه شمال خوزستان

اهواز – شبنم قجاوند: مدیر امور بهره‌برداری ناحیه شمال شرکت برق منطقه‌ای خوزستان از شستشوی کلیه تجهیزات پست‌های فشار قوی برق این ناحیه و آماده‌سازی شبکه برای تابستان ۱۴۰۱ خبر داد.

محسن مرادی با اعلام این خبر، افزود: کلیه تجهیزات ۳۵ پست انتقال و فوق توزیع ناحیه شمال برای کاهش آلودگی سطح عایقی تجهیزات و جلوگیری از حوادث ناشی از آلودگی‌ها شستشو شده است.

وی این اقدام را در راسـتای آماده سازی شبکه برای تابستان ۱۴۰۱ اعـلام و تصریح کرد: نصب و راه‌اندازی دیزل ژنراتور پسـت برق اصلی دزفول به ظرفیت ۲۵۰ کیلوولت آمپر و نصب و راه‌اندازی دو دسـتگاه بریکر ۳۳ کیلوولت در پسـت‌های اصلی شـوش و صفی آباد از دیگر اقدامات آماده‌سازی شبکه در این ناحیه است.

مدیر امور بهره‌برداری ناحیه شمال شرکت برق منطقه‌ای خوزستان

اضافه کرد: انجام برنامه‌های PM (کارهای برنامه‌ریزی شده) به میزان ۱۰۰ درصد، رفع نشت از ترانس‌های پست برق اصلی اندیمشک و فرعی دزفول و احداث بانک خازنی ۴،۸ مگاواری در پست اصلی اندیمشک از دیگر اقدامات این ناحیه برای ورود به تابستان ۱۴۰۱ است.

مرادی بیان کرد: کسـربندی دکل‌های سرقت شده، رفع ترموویژن (گداختگی روی تجهیزات) و دیفکت‌های پست‌ها و خطوط ناحیه و ایجاد چشمه نور در پسـت‌های اصلی دزفول و اندیمشک به همراه اقدامات مدیریت مصرف و کارهای سـاختمانی نیز در این ناحیه انجام شده تا شـبکه برای ورود به فصل گرم و گذر از آن به صورت کامل آماده‌سازی شده باشد و خطری از این ناحیه متوجه شبکه در ایام پرباری نشود.

بر اساس این گزارش، ناحیه شمال شرکت برق منطقه‌ای خوزستان وظیفه حفظ و پایداری شبکه برق فوق توزیع و رساندن انرژی مطمئن و پایدار به شهرسـتان‌های دزفول، اندیمشـک، شوش و کرخه را بر عهده دارد.

اخبار

بازدید معاون اجرایی رئیس جمهور از رودخانه های رشت و تالاب انزلی

رشت – خبرنگار فرصت امروز: به منظور پیگیری دستورات رئیس جمهور در سـفر به اسـتان گیلان، معاون اجرایی رئیس جمهور و مدیرعامل شرکت مهندسی آب و فاضلاب کشور به همراه استاندار گیلان از رودخانه های رشت و تالاب انزلی بازدید کردند.

به گزارش دفتر روابط عمومی و آموزش همگانی شرکت آب و فاضلاب استان گیلان، دکتر سـیدصولت مرتضوی معاون اجرایی رئیس جمهور هدف از این سفر را پیگیری اجرای دو دستور رئیس جمهور برای احیای تالاب انزلی و نجات رودخانه های گوهررود و زرجوب اعلام کرد. وی همچنین اظهار داشت: با توجه به تهدیدات زیست محیطی برای رودخانه های رشت و همچنین تالاب انزلی ، اهتمام جدی برای احیای آن وجود دارد.

معاون اجرایی رئیس جمهور این نوید را به مردم گیلان داد که با همت و اراده جمعی و رفع تهدیدات موجود ، شاهد حضور پرندگان مهاجر و زیست انواع آبزیان در تالاب انزلی و همچنین رونق رودخانه های گوهررود و زرجوب باشیم.

در نشست هم اندیشی با نمایندگان بخش خصوصی فعال در ترمینال‌های بندری مطرح شد:

توسعه سرمایه‌گذاری در بندر شهید رجایی؛ نیازمند تصمیمات راهبردی

بندرعباس – خبرنگار فرصت امروز: در ادامه نشسـت‌های هم‌اندیشی با فعالان اقتصادی استان هرمزگان، جلسه ارتقاء نقش ترمینال‌های بندری بخش خصوصی فعال در بندر شـهید رجایی در پروسه لجستیک کالا و کانتینر" با محوریت بررسی چالش‌ها و مشکلات جاری برگزار و راهکارهای افزایش ظرفیت تخلیه، بارگیری و توسعه تبادلات تجاری با بنادر کشورهای حوزه خلیج فارس بررسی شد.

به گـزارش روابط عمومـی اداره کل بنادر و دریانوردی هرمزگان، جلسـه هم‌اندیشـی "ارتقاء نقش ترمینال‌های بندری بخش خصوصی فعال در بندر شهید رجایی در پروسه لجستیک کالا و کانتینر" به عنوان سومین نشست مشترک مدیران اداره کل بنادر استان با سرمایه‌گذاران و فعالان اقتصادی برگزار و این بار دبیر انجمن پایانه‌داران بنادر ایران و جمعی از سرمایه‌گذاران فعال در حوزه امور بندری دیدگاه های خود را در قالب یک نشست چهار ساعته مطرح کردند.

براساس این گزارش، تعیین تکلیف قراردادهای کانتینرهای کالای متفرقه، پیگیری مجوز فعالیت شرکت‌ها، بازنگری در تعرفه‌ها، تجدید نظر در مدت زمان قراردادهای سرمایه‌گذاری و مدل قراردادها، نبود تناسب بین تعرفه‌ها و تورم، خن‌کاری، ترافیک در محوطه‌های خالی، بروکراسی‌های اداری و تحمیل هزینه‌های سنگین از سوی سازمانهای ذی مدخل به شرکت‌های سرمایه‌گذار در بندر شهید رجایی بخشی از مباحث مورد گفت وگو در این نشست بود. تقویت ریل - بندر در ارتقای کیفیت حمل و نقل ترکیبی، لزوم تعیین تکلیف کانتینر و کالاهای متروکه با اولویت کالاهای متروکه سنواتی، نوسازی ناوگان بندری و بازگشت سرمایه، جذب بازار جدید و تشکیل اتاق فکر در بندر شهید رجایی محورهای دیگر این دیدار بود.

مدیرکل بنادر و دریانوردی هرمزگان نیز با اشاره به دیدگاه‌ها، درخواست‌ها و نظرات مطرح شده توسط مدیران و نمایندگان شرکت‌های سرمایه‌گذاری بخش خصوصی فعال در بندر شهید رجایی، شرکت‌های سرمایه‌گذار را به عنوان بازوان اجرایی این مجتمع اقتصادی دانست و اظهار داشت: مدیریت راهبردی پایانه‌های بندری، ارائه خدمات دریایی و نظارت بر کیفیت خدمات بندری و دریایی به مشتریان از اهمیّت خاصی برخوردار بوده، لذا تحقق این مهم نیازمند آموزش‌های تخصصی و ارائه الگوی راهبردی توسـعه محور اسـت. علی‌رضا محمدی کرجی‌ران با بیان اینکه مشکلات و مسائل در بندر شهید رجایی صرفا به قوانین ابلاغی از سوی سازمان بنادر برنمی‌گردد بلکه بخش اعظمی از آن مربوط به بروکراسی‌های اداری بیرون از بندر است، اظهار داشت: پیگیری و به نتیجه رسیدن برخی از خواسته‌ها و پیشنهادات در داخل استان قابل پیگیری بوده و بخشی دیگر از آن به تصمیم‌گیری‌های سازمان بنادر نیاز دارد که برای رفع مشکلات مطروحه حوزه بندری باید به یک تصمیم گیری و اجماع مشترک برسیم.

تعمیرات واحد بخاری سیکل ترکیبی نیروگاه شهید رجایی به پایان نزدیک می شود

قزوین – خبرنگار فرصت امروز: تعمیرات واحد شـماره ۳ بخاری سیکل ترکیبی نیروگاه شهید رجایی که به منظور انجام تعمیرات نیمه سنگین از مدار تولید خارج شده است به مراحل پایانی خود نزدیک می شود.

به گزارش روابط عمومی شـرکت مدیریت تولید برق شـهید رجایی، بهنام کریمی مدیر امور تعمیرات مکانیک نیروگاه سیکل ترکیبی با اشاره به فعالیت تعمیرات واحد شـماره ۳بخاری سـیکل ترکیبی گفت: با آغـاز فصل گرما و ضرورت آماده سـازی واحدهای نیروگاه برای تولید برق پایدار به ویژه در پیک تابستان۱۴۰۱، تجهیزات و قطعات واحد شماره ۳بخاری سیکل ترکیبی هم از سوی متخصصان تعمیرات مکانیک این نیروگاه در حال تعمیر و سرویس کاری است که این فعالیت ها هم اکنون مراحل پایانی خود را سپری می کند.

کریمی افزود: انجام به موقع فعالیت های تعمیراتی به همراه اجرای با کیفیت آن، برای حفظ وآمادگی واحدها، وظیفه کارکنان تعمیرات است که در همین رابطه، دمونتاژ و مونتاژ روتور ژنراتور و انجام انواع تست های مکانیکی و بازدید از سیترین های پمپ بوستر ACT و بازدید از کارتریج فیلتر ها بخشی از فعالیت هایی است که از سوی کارکنان این امور انجام شده و یا در حال انجام است. کریمی بیان داشت: بازدید یاتاقان های هیدرو توربین، تعویض گاید گرافیتی هیدرو توربین، بازدید و رفع عیب مین کنترل استیم والو، انجام تست های غیر مخرب بر روی یاتاقان های توربین، دمونتاژ و تست پره های روتور ژنراتور و یاتاقان ژنراتور، بازدید و رفع عیب لاستیک های ضربه گیر فن های برج خنک کننده و ACT، از دیگر فعالیت های شاخصی است که از سوی کارکنان تعمیرات مکانیک انجام شده است.

مدیرعامل شرکت گاز گلستان :

افتتاح ۱۲۶ پروژه گاز رسانی در گلستان

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: مدیرعامل شرکت گاز گلستان گفت: در ایام الله دهه فجر ۱۲۶ پروژه گاز رسانی با اعتبار هزار و ۱۲ میلیارد ریال در اسـتان گلستان افتتاح خواهد شد.علی طالبی عصر دوشنبه در جمع خبرنگاران اظهار کرد: ایران با وجود اینکه دومین کشور تولید کننده گاز محسوب می‌شود اما با توجه به مصرف بالای این انرژی در سطح کشور ما که مقام چهارم مصرف را در جهان داریم در صادرات گاز بهره زیادی نبرده‌ایم.وی افزود: در شرایط فعلی بیش از ۸۰۰ میلیون مترمکعب مصرف گاز را در کشور داریم و در استان گلستان ۱۲ میلیون مترمکعب در ۲۴ ساعت گاز مصرف شده است.طالبی با اشاره به اینکه باید رفتار مصرف انرژی را تغییر دهیم، خاطرنشان کرد: سرانه مصرف انرژی در صنعت و مشترکین خانگی بسیار ناهنجار است.مدیرعامل شرکت گاز گلستان با اشاره به اینکه تمام توان خود را به کار بسته‌ایم تا بتوانیم همه مردم از نعمت گاز بهره مند سازیم، تصریح کرد: با قرار گرفتن در آستانه دهه فجر افتتاح ۱۲۶ پروژه گاز رسانی شامل گاز رسانی به ۱۵ روستا، ۱۰۴ پروژه صنعتی و پنج پروژه عمرانی را در دستور کار قرار داده‌ایم.وی با بیان اینکه همچنین دو پروژه گاز رسانی نیز در دو روستا در این ایام کلنگ زنی خواهد شد، گفت: با احتساب پروژه‌های قابل افتتاح تعداد ۹۲۱ روستا، تمام شهرهای استان، سه هزار و ۳۳۸ صنعت و ۶۵ دستگاه سی ان جی از نعمت گاز بهره مند می‌شوند.

اجرای ۳۱۰ متر شبکه توزیع آب در روستای "ریکا" و "بانروشان" شهر صالح آباد

ایلام – هدی منصوری: رئیس اداره آب و فاضلاب شـهر صالح آباد گفت: با هدف پایداری و سـاماندهی توزیع آب شـرب در شبکه آبرسانی، افزایش کمی و کیفی فشار آب، این امور ، اقدام به لوله گذاری و توسعه ۳۱۰ متر شبکه در روستای "ریکا" و "بانروشان" به صورت امانی نمود.

سجاد سهرابیان اظهار داشت: با توجه به رشد جمعیت و پدیده مهاجرت معکوس از شهر به روستاها و در نتیجه روند روبه رشد توسعه روستاها به دلیل ساخت اماکن مسکونی این موضوع باعث افزایش تقاضای آب شرب در مناطق روستایی شده است.

لذا عوامل اجرای این امور با رعایت کامل استانداردهای لازم، اقدام به توسعه شبکه آب در روستای ریکا و بانروشان از توابع شهر صالح اباد، به طول ۳۱۰متر با لوله پلی اتیلن سایز ۶۳ میلیمتر نمود.

وی با بیان اینکه اصلاح و بازسازی شبکه آبرسانی این دو روستا باعث افزایش فشار آب می‌شود، افزود: با اجرای این عملیات ضمن ارتقای خدمات، شاهد جلب رضایت مشترکان روستای های مذکور از وضعیت آبرسانی هستیم.

کشف و ضبط چوب بلوط قاچاق در شهرستان شهرکرد

شهرکرد – خبرنگار فرصت امروز: سـرهنگ صادق محمدی فرمانده یگان حفاظت منابع طبیعی و آبخیزداری چهارمحال و بختیاری، از کشـف چهار تن چوب و ۷۰ کیلوگرم زغال بلوط قاچاق در شهرسـتان شـهرکرد خبر داد.

با اطـلاع یگان حفاظت منابع طبیعی اسـتان، دو قاچاقچی و تولیدکننده غیرمجاز زغال بلوط جهت سیر مراحل قانونی به مراجع قضایی معرفی شدند.

از ابتدای امسـال بیش از ۴۶ هـزار و ۷۰۰ کیلوگرم چوب و پنج هزار و ۸۳ کیلوگرم زغال قاچاق در استان کشف و ضبط شده است.

افزایش امنیت آنلاین برند با تکنیک‌های کاربردی

ترجمه: علی آل‌علی

دنیای آنلاین فرصت‌های بسیار زیادی پیش روی برندها برای توسعه کسب و کار، تعامل بهتر با مشتریان و افزایش سود نهایی‌شان می‌گذارد. این امر به اندازه کافی برای تمام برندهای حاضر در بازارهای جهان جذاب است. به همین خاطر موجب حضور برندها در فضای آنلاین به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش پیدا کرده است. اگر کسب و کار شما نیز به دنبال حضور در دنیای اینترنت است، باید نسبت به روی دیگر سکه نیز آگاهی داشته باشید. این امر شامل تهدیدهای آنلاین برای برندها و کسب و کارهای مختلف است. به عبارت بهتر، دنیای آنلاین به موازات فرصت‌های طلایی، تهدیدات مهمی را نیز پیش روی شما قرار می‌دهد.

سالانه شمار بالایی از برندها درگیر حملات سایبری به کسب و کارشان هستند. این امر دلهره بسیاری از کارآفرینان نسبت به حضور در این فضا را افزایش داده است. به همین دلیل شما باید برنامه‌ای منسجم و دقیق به منظور مقابله با شرایط موردنظر داشته باشید. هدف اصلی در این مقاله بررسی برخی از مهمترین نکات برای کاهش خطرات مربوط به حملات سایبری به برندها یا به عبارت بهتر افزایش امنیت آنلاین کسب و کارهاست. در ادامه برخی از نکات مهم در این رابطه را مورد ارزیابی قرار خواهیم داد.

استفاده از کارشناس‌های حرفه‌ای

وقتی صحبت از دنیای آنلاین می‌شود، بسیاری از افراد اطلاعات دقیقی درباره امنیت این فضا ندارند. درست به همین خاطر به طور مداوم با مشکلاتی برای حفظ سطح امنیت برندشان مواجه می‌شوند. بهترین راهکار در این میان همکاری با یک موسسه امنیت سایبری است. این نکته به شما برای جلب نظر کاربران کمک کرده و وضعیت‌تان را به طور قابل ملاحظه‌ای در بازار توسعه خواهد داد.

متاسفانه یکی از مشکلاتی که برندها برای تامین امنیت کسب و کارشان با آن رو به رو هستند، مربوط به پیدا کردن آژانس‌های امنیت سایبری مطمئن است. این امر گاهی اوقات موجب پرداخت هزینه از سوی برندها و عدم دریافت خدمات امنیتی مورد انتظارشان می‌شود. راهکار موردنظر ما برای استفاده از سرویس‌های مناسب در این میان اقدام به پرس و جو از میان برندهای مختلف است. چنین نکته‌ای برای شما فرصت همکاری با برندهای مختلف به بهترین شکل ممکن را به همراه خواهد داشت.

همکاری با هاست‌های امن

هاست‌های بسیار زیادی برای میزبانی از اطلاعات برندها در سراسر دنیا وجود دارد. این امر به شما امکان حضور مطمئن در فضای آنلاین را می‌دهد. بنابراین باید همیشه نسبت به استفاده از خدمات مناسب در این حوزه اقدام نمایید. بی‌تردید برای پیدا کردن هاست‌های امن باید اول از همه معیارهای درستی در دست شما باشد، در غیر این صورت شاید به سادگی هاست اشتباهی برای برندتان انتخاب نمایید.

مهمترین معیار برای انتخاب یک هاست امن همکاری آن با موسسه‌های امنیت سایبری خوشنام یا حتی آژانس‌های توسعه‌دهنده انواع آنتی ویروس است. چنین امری به شما برای بهبود وضعیت‌تان در زمینه امنیت آنلاین برند کمک خواهد کرد. خوشبختانه امروزه آژانس‌های ارائه‌دهنده خدمات هاست به طور گسترده نسبت به همکاری با موسسه‌های امنیت سایبری اقدام می‌کنند. به علاوه، برخی از موسسه‌های بزرگ هر دو خدمات را نیز به طور همزمان عرضه می‌کنند. بنابراین شما به خوبی امکان استفاده از خدمات موردنظر برای برندتان را پیدا خواهید کرد.

استفاده از پسوردهای قوی

پسوردها یکی از مهمترین سدهای مقابله با نفوذ هکرها و حملات سایبری محسوب می‌شود. اگر شما پسوردهای درست و قوی را در دستور کارتان قرار دهید، بسیاری از مشکلات‌تان در این راستا حل خواهد شد. با این حساب دیگر نیازی به نگرانی نسبت به تعامل با مخاطب هدف در فضایی امن ندارید.

یادتان باشد شما باید همیشه پسوردهای طولانی و ترکیبی را در دستور کار قرار دهید. این امر به شما برای کاهش تعداد تهدیدات آنلاین کمک می‌کند. همچنین در صورتی که شما پسوردهای‌تان را به طور مداوم و دوره‌ای تغییر دهید، وضعیت‌تان به طور قابل ملاحظه‌ای بهتر خواهد شد. در این صورت دیگر نیازی برای نگرانی نسبت به مواجهه با مشکلات اساسی پیش روی‌تان نخواهد بود.

امروزه امنیت آنلاین برندها امر بسیار مهمی برای کارآفرینان محسوب می‌شود. شما با استفاده از نکات اجمالی این مقاله امکان ارتقای قابل ملاحظه امنیت آنلاین‌تان را خواهید داشت.

منبع: businessblogshub.com

فرصت امروز
روزنامه مدیریتی - اقتصادی
| شنبه | ۱۶ بهمن ۱۴۰۰ | شماره ۱۹۵۸ | 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

اشتباهات وبلاگ‌نویسی که باید همین امروز کنار گذاشت

به قلم: لیندسی کولویچ
کارشناس بازاریابی در موسسه هاب اسپات
ترجمه: علی آل‌علی

وبلاگ‌نویسی برای بسیاری از افراد کاری ساده و بی‌دردسر به نظر می‌رسد. بر این اساس افرادی به اسم بازاریاب تمام طول روز را به نگارش محتوایی به ظاهر ساده و حتی غیرکاربردی می‌پردازند تا در پایان ماه با درآمدی مناسب به کمک برندشان بروند. این امر ذهنیت بسیاری از افراد در رابطه با وبلاگ‌ها را تشکیل می‌دهد. بدون تردید چنین رویکردی نسبت به وبلاگ‌ها بسیار عجیب به نظر می‌رسد، اما تا حدودی هم به دلیل عملکرد پر از اشتباه بازاریاب‌ها نیز هست. بر این اساس بسیاری از وبلاگ‌ها در دنیای اینترنت پر از محتوای قابل پیش‌بینی و حتی بی‌نهایت کلیشه‌ای شده است. این امر دردسرهای زیادی پیش روی بازاریاب‌ها برای تولید محتوا و تعامل با مخاطب هدف می‌گذارد.

امروزه پرهیز از اشتباهات رایج در زمینه وبلاگ‌نویسی برای هر بازاریابی مهم و اساسی است. اگر شما در این رابطه عملکرد خوبی از خودتان نشان ندهید، خیلی زود کاربران دور وبلاگ و حتی برندتان را خط می‌کشند. درست به همین خاطر کسب و کارها باید عملکرد خوبی در این راستا از خودشان نشان دهند.

شاید شما بازاریاب بسیار خوبی باشید، اما این امر به معنای عدم اشتباه‌تان در زمینه تولید محتوا نیست. بروز اشتباه و خطا در حوزه بازاریابی امری طبیعی محسوب می‌شود، اما ادامه دادن اشتباهات امر عادی نیست. درست به همین دلیل در صورتی که شما مشکلاتی در زمینه تولید محتوا و وبلاگ‌نویسی دارید، باید هرچه زودتر نسبت به رفع‌شان اقدام نمایید، در غیر این صورت شاید فرصت بسیار اندکی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و تعامل با آنها پیدا کنید.

یکی از مشکلاتی که اغلب بازاریاب‌ها و کارآفرینان به هنگام وبلاگ‌نویسی با آن رو به رو می‌شوند، ناآگاهی نسبت به برخی از اشتباهات رایج در این حوزه است. چنین امری به سادگی موجب تکرار اشتباهات افراد می‌شود. بنابراین شما باید برخی از توصیه‌های حرفه‌ای و نکات مربوط به اشتباهات رایج در این حوزه را کنار خود داشته باشید. هدف اصلی در این مقاله نیز دقیقا همین مسئله است. در ادامه برخی از نکات مهم برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در قالب درس گرفتن از اشتباهات رایج وبلاگ‌نویسی را با هم مرور خواهیم کرد. این امر به شما برای تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف و پرهیز از بروز اشتباهات کلیشه‌ای کمک خواهد کرد.

توجه انحصاری به ایده‌های جذاب برای برند

بازاریابی و وبلاگ‌نویسی باید همیشه بر مدار مخاطب هدف صورت گیرد. این امر شاید در نگاه نخست کاملا روشن باشد، اما بسیاری از بازاریاب‌ها در فرآیند تولید محتوا آن را فراموش می‌کنند. نتیجه این امر ناتوانی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و بروز مشکلات بسیار زیاد است. اگر شما هم به دنبال تاثیرگذاری حرفه‌ای بر روی مخاطب هدف‌تان هستید، باید به جای تمرکز بر روی ایده‌های موردپسند خودتان به سلیقه آنها توجه نمایید، در غیر این صورت خیلی زود از فهرست برندهای مورد علاقه مشتریان حذف خواهید شد.

بدون تردید ایده‌های بسیار زیادی در زمینه تولید محتوا و وبلاگ‌نویسی وجود دارد. با این حال شما پیش از انتخاب یک موضوع باید نسبت به کارایی‌اش به طور کامل مطمئن شوید، در غیر این صورت شاید هرگز شانسی برای جلب نظر مشتریان پیدا نکنید. این امر نیز فقط از طریق دسترسی به داده‌های معتبر در زمینه بازاریابی و همچنین ارزیابی رفتار مخاطب هدف صورت می‌پذیرد. با این حساب اگر شما تا به حال نسبت به استفاده از داده‌های معتبر در زمینه بازاریابی اقدام نکرده‌اید، باید همین حالا روش کارتان را تغییر دهید. این امر به شما برای وبلاگ‌نویسی بهتر و پرهیز از تمرکز صرف بر روی ایده‌هایی که فقط خودتان را خوشحال می‌کند، کمک خواهد کرد.

بی‌توجهی به پرسونای مخاطب هدف

پرسونای مخاطب هدف به طور کلی شامل ویژگی‌ها و سلیقه هر گروه از مخاطب هدف برند می‌شود. این امر در زمینه تولید محتوا و همینطور طراحی محصولات کاربرد زیادی دارد. یکی از اشتباهاتی که برندها در زمینه بازاریابی و تولید محتوا در وبلاگ انجام می‌دهند، مربوط به طراحی یک قالب محتوای مشخص و اغلب فاقد جذابیت‌های لازم برای تمام کاربران است. شاید این امر از نقطه نظر هزینه‌های تولید محتوا بسیار مقرون به صرفه باشد، اما در بلندمدت شانس‌تان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش خواهد داد.

بازاریاب‌های حرفه‌ای همیشه پیش از تعامل با مخاطب هدف اقدام به استفاده از پرسونای مشتری می‌کنند. این امر به آنها برای تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف و جلب نظر آنها کمک کرده و شانس‌شان در بازار را ارتقا می‌دهد. با این حساب شما هم باید عملکردی مشابه بازاریاب‌های حرفه‌ای داشته باشید.

بسیاری از بازاریاب‌ها در زمینه طراحی محتوا و استفاده از پرسونای مخاطب هدف همیشه با مشکلاتی رو به رو هستند. این امر باید به طور قابل ملاحظه‌ای مدنظر برندتان قرار گیرد، چراکه راهکارهای بسیار ساده‌ای برای آن وجود دارد. شما در ابتدا باید مخاطب هدف برندتان را به طور حرفه‌ای دسته‌بندی کنید. این امر براساس معیارهایی نظیر گروه سنی، موقعیت اجتماعی و همچنین میزان ارتباط آنها با برندتان صورت می‌گیرد. سپس با تکمیل اطلاعات جانبی امکان شخصی‌سازی هر کدام از گروه‌ها یا به عبارت دیگر پرسونای مخاطب هدف فراهم می‌شود. نتیجه این امر امکان ارائه محتوای شخصی‌سازی‌شده و جلب نظر دامنه هرچه گسترده‌تری از مخاطب هدف در زمینه بازاریابی خواهد بود.

نگارش متن درست مانند گفت و گوهای محاوره‌ای

بی‌شک استفاده از لحن صمیمانه برای برندها ایده جذابی محسوب می‌شود. این امر شانس شما در بازار را به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش داده و ارتباط کاربران با وبلاگ‌تان را بهینه‌سازی می‌کند. با این حال اگر شما در زمینه تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان از ایده‌های بسیار کلیشه‌ای سود ببرید، هرگز تبدیل به کسب و کاری قدرتمند در بازار نخواهید شد. یکی از کلیشه‌های رایج در این میان مربوط به استفاده دقیقا مشابه از لحن محاوره‌ای است. این امر اغلب اوقات برای کاربران گیج‌کننده خواهد بود.

استفاده از لحن رسمی دیگر طرفدارهای زیادی در دنیای بازاریابی ندارد. با این حال چنین امری به معنای ضرورت استفاده از لحنی بی‌نهایت کلیشه‌ای و محاوره‌ای هم نیست. هنر بازاریابی و تولید محتوای متنی در شناسایی مرز میان رعایت لحن جدی و صمیمی است. با این حساب شما باید

عملکرد خودتان در این زمینه را به طور مداوم بهینه‌سازی نمایید. فقط در این صورت همیشه لحنی مناسب برای محتوای متنی وبلاگ‌تان خواهید داشت.

یکی از راهکارهایی که به شما برای ایجاد صمیمیت بیشتر در محتوای متنی برندتان کمک می‌کند، مربوط به استفاده از اطلاعات و ترندهای جدید است. این امر شما را به ساده‌ترین شکل ممکن در کانون توجه مشتریان قرار می‌دهد. امروزه یکی از مشکلاتی که برندها در وبلاگ‌شان دارند، ناتوانی برای ترغیب کاربران به سوی خرید آنلاین است. این امر از طریق ارائه اطلاعات درست و ارتقای جایگاه برند به یک مشاور حرفه‌ای حل و فصل خواهد شد. بنابراین شما باید عملکرد بسیار خوبی در رابطه با این موضوع داشته باشید.

نمایش شخصیت خود به مخاطب هدف

گاهی اوقات بازاریاب‌ها در زمینه نمایش شخصیت‌شان به مخاطب هدف زیاده‌روی می‌کنند. این امر اغلب اوقات به دلیل برداشت اشتباه از توصیه‌های عمومی مبنی بر ایجاد فضایی صمیمانه با مخاطب هدف و همچنین استفاده از ارزش‌های برند است. یادتان باشد در دنیای بازاریابی هیچ‌کس با ذهنیت یا نوع نگاه شما به مسائل مختلف کاری ندارد. آنچه برای همه مهم است، رویکرد و ارزش‌های برندتان است. بنابراین باید همیشه شخصیت برندتان را در کانون توجه قرار دهید، در غیر این صورت با شخصی ساختن مسائل به طور بی‌دلیل توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را از دست می‌دهید.

برخی از برندها که به طور مداوم در زمینه نمایش شخصیت‌شان دچار اشتباه می‌شوند، خیلی زود مجبور به بازنگری در تمام فعالیت‌های‌شان خواهند شد. این امر نه تنها هزینه‌های زیادی برای برندتان به همراه دارد، بلکه بیش از هر زمان دیگری شما را در شرایط دشواری از نظر موقعیت‌تان در بازار قرار خواهد داد.

راهکار ساده برای غلبه بر اشتباه مربوط به نمایش ویژگی‌های شخصی بازاریاب‌ها در عرصه وبلاگ‌نویسی بازخوانی هر محتوا پیش از انتشار رسمی است. چنین امری شاید زمان زیادی از شما بگیرد، اما در عوض جلوی بسیاری از اشتباهات رایج را خواهد گرفت. با این حساب شما مشکلی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان در قالب چنین رویکردهایی نخواهید داشت.

تکرار پیام بازاریابی

هیچ‌کس در دنیای بازاریابی و حوزه کاری مختلف تمایلی برای مشاهده یک پیام به طور مداوم ندارد. البته منظور ما در این بخش بازنشر مداوم یک محتوای قدیمی نیست، بلکه استفاده از پیام بازاریابی واحد در تمام محتواهای تولیدی برند است. چنین امری از سوی بسیاری از برندها در حوزه بازاریابی و به ویژه بازاریابی وبلاگی مورد استفاده قرار می‌گیرد. پیام محتوای شما در صورتی که به طور استاندارد طراحی شده باشد، دیر یا زود به دست مخاطب هدف می‌رسد. بنابراین تکرار بیش از اندازه آن هیچ دلیلی نخواهد داشت. توصیه ما به شما پرهیز از تکرار مداوم پیام بازاریابی برند و تلاش برای ایجاد تمایزهای مشخص در کارتان است. چنین نکته‌ای در بلندمدت به شما برای تاثیرگذاری حرفه‌ای بر روی مخاطب هدف کمک خواهد کرد.

برخی از برندهای بزرگ و بازاریاب‌های حرفه‌ای برای اینکه محتوای وبلاگ‌شان شباهت زیادی به هم پیدا نکند، همیشه از ارزش‌های مختلف برندشان سود می‌برند. این امر شامل شناسایی ارزش‌های اصلی برند و تلاش برای تولید محتوا براساس آنها به طور مداوم است. چنین امری شانس‌تان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش می‌دهد.

اگر شما در کنارتان همکاران زیادی دارید، ارائه محتوای وبلاگ پیش از انتظار به آنها برای ارزیابی‌اش ایده بسیار خوبی خواهد بود. این امر مشکلات شما در رابطه با تکراری شدن محتوا را به طور قابل ملاحظه‌ای حل و فصل خواهد کرد. بنابراین نیازی برای نگرانی بیش از اندازه در این رابطه نخواهد بود. یکی از نکات مهم در این میان تلاش برای استفاده از پیشنهادها و انتقادات همکاران در رابطه با محتوای‌تان است. همچنین اگر مشتریان وفادار زیادی برای برندتان دارید، استفاده از نظرات آنها نیز در زمینه تولید محتوا و به‌روز رسانی وبلاگ راهگشا خواهد بود.

استفاده از تیترهای بسیار کلی

تلاش برای جلب نظر دامنه وسیعی از کاربران همیشه ایده خوبی است. با این حال شما نباید در این زمینه زیاده‌روی نمایید. بسیاری از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور مداوم تیترها و ایده‌های کلی را در محتوای‌شان جای می‌دهند. این امر برخلاف آنچه تصور می‌کنید، در نهایت توانایی‌تان برای جلب نظر مشتریان را به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش خواهد داد. بنابراین تلاش شما باید بر استفاده از تیترهای مشخص و هدف‌گذاری محدود بر روی مخاطب‌تان باشد، در غیر این صورت خیلی زود توانایی‌تان برای جلب نظر مخاطب هدف را از دست خواهید داد.

بازاریاب‌ها همیشه باید آمادگی لازم برای پذیرش تغییرات تازه را داشته باشند. درست به همین خاطر برخی از بازاریاب‌ها همیشه عملکرد بسیار خوبی از خودشان نشان می‌دهند. یکی از واقعیت‌ها و تغییرات اساسی در این میان مربوط به تولید محتوای متمایز برای هر گروه از مخاطب هدف است. شما چه دوست داشته باشید یا نه، دیگر دوران انتشار یک محتوای خشک و خالی در وبلاگ برند برای تمام مشتریان تمام شده است. بر این اساس شما باید به فکر تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف براساس استفاده از محتوای شخصی‌سازی‌شده و مناسب با نیاز هر گروه از کاربران باشید، در غیر این صورت خیلی زود از فهرست برندهای مورد علاقه مشتریان خارج می‌شوید.

کنار گذاشتن تیترهای بسیار کلی به پرهیز از تبدیل برندتان به کسب و کاری کلیشه‌ای کمک می‌کند. همچنین در این میان شانس‌تان برای جلب نظر مخاطب هدف را نیز توسعه می‌دهد. بنابراین همیشه پیش از انتشار محتوای‌تان نیم نگاهی به دامنه هدف آن داشته باشید. اگر دامنه مخاطب هدف یک محتوا بیش از اندازه گسترده باشد، به احتمال بالا هیچ شانسی برای جلب نظر مخاطب‌تان نخواهید داشت.

استفاده مداوم از یک روش نگارش متن

بسیاری از بازاریاب‌ها همیشه از یک روش و راهکار برای تولید محتوا سود می‌برند. چنین امری شاید برای برخی از کارآفرینان جذابیت زیادی داشته باشد، اما مخاطب هدف را به راحتی ناامید می‌کند. امروزه کاربران انتظارات زیادی از وبلاگ‌ها دارند. درست به همین خاطر شما باید با هر محتوایی که تولید می‌کنید، به نوعی کاربران را شگفت‌زده نمایید. این امر در صورتی که شما به طور مداوم از لحنی تکراری و همچنین روش نگارشی کلیشه‌ای سود ببرید، به سادگی از بین می‌رود. امروزه برخی از کسب و کارها در زمینه تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور مداوم از یک روش ساده و حتی قابل پیش‌بینی سود می‌برند. این امر مشکل اساسی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف محسوب می‌گردد.

راهکار پیشنهادی ما در این بخش برای مشکل تکراری شدن حال و هوای محتوا بسیار ساده است. شما باید به جای عادت کردن به یک قالب و فرمت مشخص نگارش متن به طور مداوم آن را تغییر دهید. این امر می‌تواند حتی شامل به‌روز رسانی مناسب محتوا نیز بشود. با این حساب شما هیچ مشکلی برای جلب نظر مخاطب هدف‌تان نخواهید داشت.

استفاده از ترندها بدون ایجاد ارتباط با کسب و کارتان

استفاده از ترندها در مقیاس وسیع به تاثیرگذاری محتوای‌تان کمک می‌کند. این امر همیشه باید در ذهن بازاریاب‌ها قرار داشته باشد. البته در این میان اگر شما از ترندها بدون ایجاد ارتباط میان آنها و حوزه کاری‌تان سود ببرید، تاثیرگذاری بسیار کمی را در نهایت مشاهده خواهید کرد. این امر می‌تواند شرایط‌تان را به طور مداوم دشوار سازد.

پیشنهاد ما در این بخش برای پرهیز از گیج کردن مخاطب هدف با ترندهای خشک و خالی تلاش برای ترکیب آنها با نیازهای مشتریان و مسائل پیش روی برندتان است. چنین امری شانس‌تان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به طور قابل ملاحظه‌ای توسعه خواهد داد.

بی‌شک امروزه ابزارهای کمکی بسیار زیادی پیش روی بازاریاب‌ها برای ارزیابی میزان محبوبیت ترندهای مختلف وجود دارد. نکته مهم در این میان تمرکز بر روی ترکیب این ترندها با نیازهای اساسی کسب و کارتان است. چنین امری شاید زمان بیشتری از شما برای تولید محتوا بگیرد، اما در نهایت میزان تاثیرگذاری آن را به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش خواهد داد. با این حساب دیگر دلیلی برای نگرانی در رابطه با ناامید ساختن مخاطب هدف در زمینه تمرکز بر روی محتوای همراه با ترندهای خشک و خالی نخواهد بود.

استفاده نادرست از داده‌ها برای اثبات ادعای برند

تیم‌های بازاریابی برای افزایش محبوبیت برندشان اغلب اوقات ادعاهای‌شان را با اطلاعات مختلف اثبات می‌کنند. این امر شیوه‌ای جذاب برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف محسوب می‌شود. نکته مهم در این میان تلاش برای استفاده از داده‌های معتبر و گزارش‌های رسمی برای اثبات ادعاهای برند است، در غیر این صورت شاید شما هرگز فرصتی برای جلب نظر مخاطب هدف‌تان به طور حرفه‌ای پیدا نکنید.

بدون تردید امروزه موسسه‌های آماری زیادی در سراسر دنیا وجود دارد. اگر شما به دنبال اثبات ادعاهای‌تان در حوزه بازاریابی یا کسب و کار هستید، باید همیشه معتبرترین داده‌ها را در دستور کارتان قرار دهید. این امر به طور معمول شامل استفاده از داده‌های گوگل و دیگر غول‌های دنیای آنلاین است. به این ترتیب شما امکان تاثیرگذاری حرفه‌ای بر روی مخاطب هدف‌تان را پیدا می‌کنید.

منبع: هاب اسپات