

از فروش اموال مازاد تا سرمایه گذاری بانکها

علی نظافتیان دبیر کمیسیون حقوقی کانون بانکها بین فروش اموال مازاد با سرمایه‌گذاری بانکهای دولتی در طرح‌های مهم و راهبردی، چه ارتباطی وجود دارد؛ ماجرا از این قرار است که دولت در مورد فروش اموال مازاد بانک‌های دولتی در بند «ز» تبصره یک لایحه بودجه سال ۱۴۰۲، برای سال آینده چنین برنامه‌ریزی کرده است: «بانک‌های دولتی موظفند نسبت به فروش اموال مازاد خود به تشخیص رئیس مجمع‌عمومی اقدام نمایند. همچنین به این بانک‌ها اجازه داده می‌شود با تصویب هیأت وزیران در طرح‌های مهم و راهبردی کشور، سرمایه‌گذاری نمایند.» طبیعتاً اولین پرسشی که در مورد این فراز از لایحه بودجه پیشنهادی دولت برای سال آینده به ذهن خواننده می‌آید، آن است که فروش اموال مازاد بانک‌های دولتی چه ارتباطی با مأموریت سرمایه‌گذاری این بانک‌ها در طرح‌های مهم و راهبردی کشور دارد؟

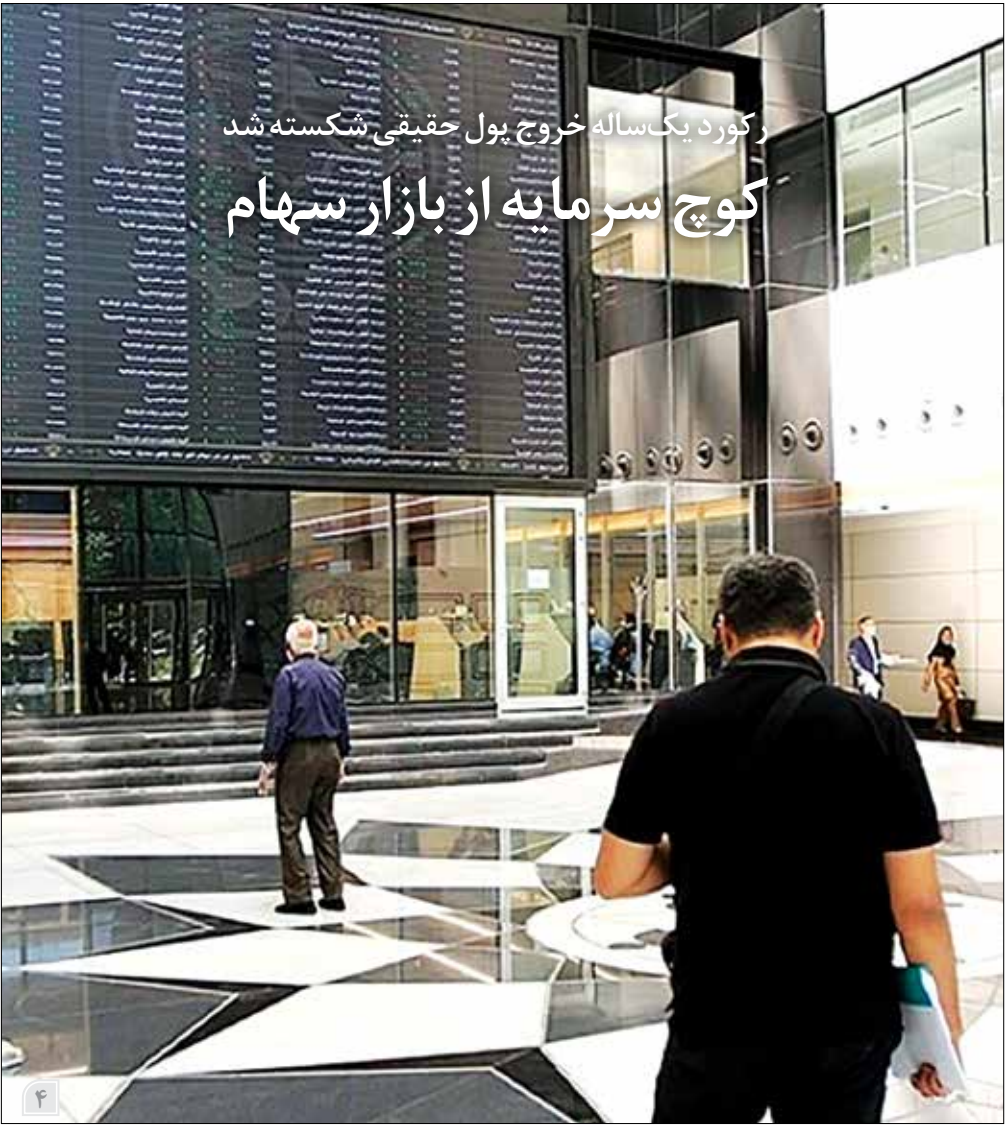
ادامه در همین صفحه

فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی

رکورد یک‌ساله خروج پول حقیقی شکسته شد

کوچ سرمایه از بازار سهام



از فروش اموال مازاد تا سرمایه‌گذاری بانک‌ها

را ندارد. شاهد این موضوع، ابلاغ «اصلاحیه دستورالعمل نحوه واگذاری اموال مازاد موسسات اعتباری» است که در خردادماه ۱۴۰۰ توسط بانک مرکزی به شبکه بانکی کشور (دولتی خصوصی) ابلاغ شده و مبنای فروش و واگذاری اموال مازاد همه بانک‌ها و شرایط قانونی آن است.

افزون بر آن، ماده ۱۶ «قانون رفع موانع تولید رقابت‌پذیر و ارتقای نظام مالی کشور» مصوب اردیبهشت‌ماه ۱۳۹۴، همه بانک‌ها را موظف کرده است: «کلیه بانک‌ها و موسسات اعتباری موظفند از تاریخ لازم‌الاجرا شدن این قانون تا مدت سه سال: الف - سالانه حداقل سی و سه درصد (۳۳٪) اموال خود اعم از منقول، غیرمنقول و سرقفلی را که به تملک آنها و شرکت‌های تابعه آنها درآمده است و به تشخیص شورای پول و اعتبار و بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران مازاد است، واگذار کنند.» همچنین براساس ماده ۱۷ همین قانون، بانک‌ها در صورت عدم رعایت مقررات ماده ۱۶ «قانون رفع موانع تولید»، مشمول جرائم سنگین مالیاتی و مجازات‌های انتظامی ماده ۴۴ «قانون پولی و بانکی کشور» خواهند شد: «در صورت عدم انجام تکالیف موضوع ماده (۱۶) این قانون، مجازات‌های زیر نسبت به بانک یا موسسه اعتباری متخلف اعمال می‌شود: بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران با اخطار قبلی، نسبت به اعمال مجازات‌های قانونی از جمله مساده (۴۴) قانون پولی و بانکی کشور مصوب ۱۳۵۱/۴/۱۸ و اصلاحات بعدی آن اقدام می‌کند. ب - سود بانک‌ها و موسسات اعتباری که منشا آن فعالیت‌های غیربانکی شامل بنگاهداری و نگهداری سهام باشد در سال ۱۳۹۵ با نرخ بیست و هشت درصد (۲۸٪) مشمول مالیات می‌شود. پس از آن، هر سال سه واحد به درصد نرخ مذکور افزوده می‌کند با نوسان‌گیری‌های پریسک روی رمزارزهای بنابراین در حال حاضر همه بانک‌های دولتی و خصوصی در فروش اموال مازاد تابع مقررات «قانون رفع موانع تولید رقابت‌پذیر و ارتقای نظام مالی کشور» و «دستورالعمل نحوه

پرسش بعدی آن است که در احکام قانونی راجع به فروش اموال مازاد بانک‌ها و همچنین سرمایه‌گذاری آنان در طرح‌های مهم و راهبردی، آیا بین بانک‌های دولتی و بانک‌های خصوصی تفاوتی هست و هر یک از آنان در فروش و واگذاری اموال مازاد و سرمایه‌گذاری، از مقررات یا حکمرانی جداگانهای تبعیت می‌کنند؟

از نظر کارشناسی، پاسخ این پرسش‌ها منفی است و با هیچ توجیهی نمی‌توان بین فروش اموال مازاد بانک‌ها با سرمایه‌گذاری آنان در طرح‌های مهم، ارتباط و پیوستگی منطقی پیدا کرد. افزون بر آن، در حال حاضر کشور ما از دو سیستم بانکداری متفاوت به نام «بانکداری دولتی» و «بانکداری خصوصی» برخوردار نیست. پس در بررسی موضوع بایستی بین شرایط قانونی مربوط به فروش اموال مازاد بانک‌ها و سرمایه‌گذاری بانک‌ها در طرح‌های مهم و راهبردی، تفاوت گذاشت و در مورد هر کدام جداگانه بحث کرد.

اول: مقررات یکسان در مورد فروش اموال مازاد بانک‌ها براساس «دستورالعمل نحوه واگذاری اموال مازاد مؤسسات اعتباری» مصوب شورای پول و اعتبار، اموال مازاد مؤسسات اعتباری اصطلاحاً عبارت است از: «اموال منقول و غیرمنقول (به‌استثنای سهام، طلا و ارز) متعلق به موسسه اعتباری که حسب مورد از حدود مجاز مقرر در ضوابط ابلاغی بانک مرکزی درخصوص نسبت خالص دارایی‌های ثابت فراتر باشد، اعم از اینکه اموال مزبور به طور ارادی یا قهری به تملک موسسه اعتباری درآمده باشد.» در مورد اموال مازاد نیز باید گفت، در حال حاضر همه بانک‌های کشور، خواه بانک‌های دولتی و خواه بانک‌های خصوصی، در فروش اموال مازاد مشمول مقررات واحدی هستند. قانوناً سیاستگذار همه بانک‌های دولتی، خصوصی و خصولتی و همچنین ناظر قانونی آنان فقط بانک مرکزی و شورای پول و اعتبار است و مجمع عمومی هیچ بانک دولتی یا خصوصی، حق سیاستگذاری در عملیات بانکی

هفتمین کنفرانس ملی فرهنگ سازمانی با حمایت بانک پاسارگاد و دانشگاه خاتم توسط انجمن مدیریت ایران برگزار شد

نقش حاکمیت شرکتی در عملکرد سازمان‌ها

فرصت امروز: «هفتمین کنفرانس ملی فرهنگ سازمانی با رویکرد رهبری و تعالی» و «هفتمین دوره جایزه مسئولیت اجتماعی مدیریت» با حمایت بانک پاسارگاد و با حضور «دکتر مجید قاسمی»، رئیس انجمن مدیریت ایران و رئیس دانشگاه خاتم، اعضای هیأت‌مدیره انجمن مدیریت ایران و جمعی از اساتید و اندیشمندان این حوزه در روزهای سه‌شنبه و چهارشنبه هفته گذشته...

ایران چگونه به رتبه ۵۳ در شاخص جهانی نوآوری رسید؟

پارادوکس نوآوری در اقتصاد ایران

فرصت امروز: ایران در شاخص جهانی نوآوری سال ۲۰۲۲، با امتیاز ۳۲.۹ در جایگاه پنجاه و سوم از میان ۱۳۲ کشور جهان قرار دارد. با وجود آنکه ایران در شاخص جهانی نوآوری بین سال‌های ۲۰۱۴ تا ۲۰۲۲، عملکرد صعودی و مثبتی داشته و از امتیاز ۲۶.۱ و رتبه ۱۲۰ در سال ۲۰۱۴ به امتیاز ۳۲.۹ و رتبه ۵۳ در سال ۲۰۲۲ رسیده است، با این وجود، جایگاه پنجاه و سوم ایران از بین ۱۳۲ کشور کافی به نظر نمی‌رسد و باید برای ارتقای نوآوری در کشور، تلاش بیشتری صورت گیرد. ایران در حالی در سال گذشته میلادی براساس گزارش شاخص جهانی نوآوری در رتبه پنجاه و سوم جهان ایستاد که در زیرشاخص نهاده‌ها رتبه ۱۳۱، در زیرشاخص سرمایه...

خودرو در بورس کالا، ارزان تر به مردم می‌رسد

مدیریت و کسب‌وکار

چگونه برای خیریه تبلیغات کنیم؟

راه‌های درآمذایی برای یک موسسه خیریه، متنوع و گسترده هستند. این راه‌ها، بستگی به نگاه، ابزارها و منابعی دارند که یک خیریه برای رسیدن به اهدافش می‌تواند بر آنها تکیه کند. برای روشن‌تر شدن موضوع، باید تأملی برای مفهوم بازاریابی خیریه‌ای در ایران داشته باشیم. گاهی اوقات مدل کسب و کار موسسه/نهاده/شرکت‌های خیریه براساس کمک‌های بدون عوض شکل می‌گیرد؛ گاهی نیز برمبنای فروش کالا یا خدماتی که خود خیریه یا افراد تحت پوشش آن تولید و ارائه می‌کنند. از مطالعات و پژوهش‌های کلاسیک که بگذریم، یکی از عامیانه‌ترین سوالات در بدو شروع کار یک خیریه یا حتی ادامه و بسط فعالیت‌های آن این پرسش است که: چگونه برای خیریه تبلیغ کنیم؟ منظور از تبلیغ قطعاً پیامی نیست که مخاطب بشنود و در برابر آن واکنشی نشان ندهد؛ بلکه منظور تبلیغی است که مخاطب آن، مجاب شود یا خیریه ارتباط برقرار کند و تصمیم بگیرد...

عمومی بانک‌ها»، نکته حقوقی جدید آن است که در بند «م» تبصره ۱۱ بودجه پیشنهادی، دولت از مجلس خواسته است: «تعیین اعضای هیأت‌مدیره و مدیرعامل بانک‌های توسعه‌ای مسکن و صنعت و معدن با پیشنهاد وزرای راه و شهرسازی و صنعت، معدن و تجارت و تصویب مجمع عمومی این بانک‌ها و صدور حکم توسط رئیس مجمع عمومی بانک‌های مذکور و در قالب مقررات بانک مرکزی انجام می‌گردد.» در این زمینه باید توجه داشت که بعد از انقلاب، کشورمان فاقد بانک توسعه‌ای بوده است و بانک‌های مسکن و صنعت و معدن تاکنون جزو بانک‌های تخصصی محسوب شده‌اند و نه بانک‌های توسعه‌ای، ضمن آنکه تغییر بانک تخصصی به بانک توسعه‌ای نیاز به تغییر ماهیت، نوع فعالیت بانکی و تغییر ساختار دارد و صرفاً با تغییر نام و عنوان یک بانک، نمی‌توان بانک تخصصی را به بانک توسعه‌ای تغییر ماهیت داد. به هر حال، مشخص است که دولت در نظر دارد ریاست مجمع عمومی بانک مسکن را به وزیر مسکن و ریاست مجمع عمومی بانک صنعت و معدن را به وزیر صمت واگذار نماید؛ بنابراین عنوانی به نام «رئیس مجمع عمومی بانک‌ها» که مولود «لایحه قانونی اداره امور بانک‌ها» مصوب شورای انقلاب در سال ۱۳۵۸ است، دیگر موضوعیت نخواهد داشت و به عبارت بهتر، مقام دولتی ذی‌ربط برای تشخیص فروش اموال مازاد بانک‌های دولتی صرفاً وزیر محترم اقتصاد نخواهد بود.

❖ منتفی‌شدن شرایط قانونی مذکور در مواد ۱۶ و ۱۷ «قانون رفع موانع تولید رقابت‌پذیر و ارتقای نظام مالی کشور» در مورد فروش اموال مازاد بانک‌های دولتی،
❖ ابهام در مورد شمول یا عدم شمول قانون پیشنهادی (بند «ز» تبصره یک لایحه بودجه سال ۱۴۰۲) بر بانک‌های خصولتی صادرات، تجارت و ملت،
❖ ایجاد حاکمیت دوگانه در مورد فروش اموال مازاد بین بانک‌های دولتی و بانک‌های غیردولتی. این قانون موجب

واگذاری اموال مازاد موسسات اعتباری» مصوب شورای پول و اعتبار و بانک مرکزی هستند؛ لذا برای فروش اموال مازاد بانک‌های دولتی و خصوصی، به تصویب قانون جدید نیازی نیست.

دوم: سرمایه‌گذاری بانک‌ها در طرح‌های مهم و راهبردی سرمایه‌گذاری مستقیم بانک‌ها در طرح‌های مهم و راهبردی، نوعی عملیات بانکی است که ضوابط آن در ماده ۸ «قانون عملیات بانکی بدون ربا» مشخص شده است. این قانون می‌گوید: «بانک‌ها می‌توانند در امور و یا طرح‌های تولیدی و عمرانی مستقیماً به سرمایه‌گذاری مبادرت نمایند. برنامه این گونه سرمایه‌گذاری‌ها باید در ضمن لایحه بودجه سالانه کل کشور به تصویب مجلس شورای اسلامی برسد و نتیجه ارزیابی طرح حاکی از عدم زیان‌دهی باشد.» پس سرمایه‌گذاری بانک‌ها در طرح‌های مهم و راهبردی می‌بایستی همانند سایر عملیات بانکی تحت سیاستگذاری و نظارت بانک مرکزی (و نه با تشخیص رئیس مجمع عمومی بانک دولتی ذی‌ربط) صورت گیرد و جزئیات آن نیز بایستی در لایحه بودجه بیاید. مهمتر از آن، بانک‌ها بایستی در مورد این نوع سرمایه‌گذاری، سودآوری آن را احراز کنند، نه آنکه مکلف به این نوع سرمایه‌گذاری ولو ضرردهی آن باشند. به این ترتیب با توجه به مطالبی که گفته شد، از نظر موازین بانکی، بند «ز» تبصره یک لایحه بودجه سال ۱۴۰۲، دارای ایرادات و اشکالات اساسی متعددی است:

❖ رسمیت‌بخشی ضمنی به سیستم «بانکداری دولتی» در مقابل سیستم «بانکداری غیردولتی».

❖ قانونگذاری مجدد در مورد موضوعاتی که سابقه

قانونگذاری دارند.

❖ سلب اختیارات قانونی شورای پول و اعتبار و بانک مرکزی

در تشخیص اموال مازاد بانک‌های دولتی، ضوابط اجرایی آن و تفویض آن به رئیس مجمع عمومی هر یک از بانک‌های دولتی ذی‌ربط. شایان توجه است که در مورد عنوان «ریاست مجمع

زمستان کریتو به پایان رسیده است؟

رمزارزها در ۲۰۲۳

و بعد از افتضاح نابودی پروژه Luna و سقوط سنگین بازار، دامیننس بیت‌کوین به ۵۰ رسید، دوباره به رقم ۴۰ درصد برگشته است. این یعنی چه؟ یعنی سرمایه‌گذاران دوباره دارند رمزارزهایی جز بیت‌کوین می‌خرند و نوسان‌گیری می‌کنند. البته اینجا یک تبصره وجود دارد: از دید شماری از سرمایه‌گذاران اتریوم هم مثل بیت‌کوین رمزارز امن به حساب می‌آید و بخشی از بیت‌کوین دامیننس به این خاطر از بین می‌رود و هم‌ااش به خاطر نوسان‌گیری نیست. با این‌همه متأسفانه دامیننس بیت‌کوین و اتریوم کنار هم در حال افول بوده و می‌توانیم مطمئن باشیم نوسان‌گیرها این روزها قدرت دارند. اگر به ارزهای بی‌ارزشی مثل Dogecoin نگاه کنید می‌بینید که اخیراً صعود خیلی خوبی داشت که یک نشانه دیگر از حضور گسترده نوسان‌گیرها در بازار کنونی است. تا موقعی که رمزارزهای کم‌اهمیت مانند دوج‌کوین با یک تئویت ایلان ماسک رشدهای دورقمی می‌کنند این یعنی سرمایه‌گذاران خرده‌پا هنوز در بازار حضور دارند و این یعنی هنوز به کف بازار خرسی نرسیده‌ایم.

هرچه نوسان‌گیری مربوط به سرمایه‌گذاران خرده‌پاست، معاملات

اما اوضاع اقتصاد جهان در کل خوب نیست: کمبود انرژی، تورم فزاینده، محدودیت کرونایی، ادامه جنگ اوکراین و...

دلیل دومی که نشان می‌دهد زمستان کریتو احتمالاً ادامه دارد به اولی مربوط است: و آن مسئله نوسان‌گیری و معاملات اهرمی در بازار است که همچنان ادامه دارد. یعنی گروه زیادی از سرمایه‌گذاران هستند که سعی می‌کنند با نوسان‌گیری‌های پریسک روی رمزارزهای کوچک‌تر، سودهای کوتاه‌مدت به جیب بزنند. برای آنکه ببینیم اقبال عمومی به این قبیل سرمایه‌گذاری‌ها در یک لحظه خاص چطور است، بهتر است به شاخص «دامیننس بیت‌کوین» (به معنای سلطه) نگاه کنیم. این شاخص نشان می‌دهد که چند درصد کل ارزش بازار کریتو فقط بیت‌کوین است. چون بیت‌کوین به عنوان امن‌ترین رمزارز شناخته می‌شود وقتی کل بازار کریتو سقوط می‌کند بیت‌کوین دامیننس بالا می‌رود و طبیعتاً زمانی که کل بازار کریپتو صعود می‌کند بیت‌کوین دامیننس پایین می‌آید. دامیننس بیت‌کوین حدود یک سال است که روی حدود ۴۰ درصد گرفتار شده و تکان نمی‌خورد و اگرچه در ماه ژوئن

با وجود آنکه شروع سال ۲۰۲۳ برای رمزارزها صعودی بوده و قیمت بیت‌کوین در حال حاضر به کتال ۳۲ هزار دلار رسیده است، اما پادشاه رمزارزها در یک سال گذشته از اوج ۶۸ هزار دلاری، سقوطی آزاد را تجربه کرده و به نظر می‌رسد هنوز نمی‌توان درباره اینکه آیا زمستان کریتو به پایان رسیده است، مطمئن بود. اولین دلیل این است که هنوز سرمایه‌گذاران خرده‌پا تسلیم نشده‌اند. به زبان ساده‌تر، تعداد زیادی از آدم‌های عادی که بیت‌کوین و دیگر رمزارزها را خریده‌اند با وجود ضرر هنگفت، انقدر ناامید نشده‌اند و سرمایه خود را نگه داشته‌اند. در سقوط اواسط اکتبر گذشته البته شاهد تسلیم‌شدن گروهی از سرمایه‌گذاران خرده‌پا بودیم. در آن موقع خبر آمد که اوضاع تورم آمریکا از آنچه پیش‌بینی شده بدتر است و این باعث سقوط بورس و کریپتو شد، اما بررسی‌ها نشان می‌دهد گروه زیادی از سرمایه‌گذاران کوچک‌تر در همین سقوط‌ها هم خرید کرده‌اند. از آن زمان تاکنون اوضاع بازار بورس بد نبوده است؛ چون شایعاتی مطرح است که فدرال رزرو قصد دارد به زودی اعلام کند مقابله با تورم جواب داده و روند افزایش نرخ بهره را کند خواهد کرد،

به ورشکستگی بکشاند؛ چراکه دیگر نمی‌ارزد بیت‌کوین به این اززانی را با این هزینه بالا استخراج کنند و اصولاً موقعی که استخراج‌کننده‌ها (مایینرها) یکی یکی شروع به ورشکستگی می‌کنند احتمال اینکه به کف بازار خرسی نزدیک شده باشیم بالاست.

مشکل انرژی در زمستان کنونی محدود به اروپا نیست و به احتمال زیاد با افزایش بی‌سابقه قیمت نفت و گاز و کمبودهای شدید در نقاط مختلف دنیا طرف خواهیم بود. این یعنی بانک‌های مرکزی دنیا مجبورند برای مقابله با تورم و گرانی موجود همچنان نرخ‌های بهره را بالا ببرند و چنین وضعیتی مطمئناً به ضرر کریپتو خواهد بود. به هر حال شاید اوایل سال ۲۰۲۳ بانک‌های مرکزی برای مقابله با رکود سرعت رشد نرخ بهره را کند کنند یا اصلاً رشد نرخ بهره را متوقف کنند، اما این به معنای کاهش نرخ بهره - که سرمایه‌گذاران کریتو منتظرش هستند - نیست. تحلیلگران انتظار دارند سیاست کاهش نرخ بهره اواخر ۲۰۲۳ یا حتی اوایل ۲۰۲۴ شروع شود و اصولاً آن موقع است که حال بیت‌کوین خوب می‌شود.

هرمی به سرمایه‌گذاران بزرگ شرکتی ربط دارد. آنها هستند که مثلاً روی سقوط بیت‌کوین معامله ۸۱۰٪ می‌کنند و تحلیل وضعیت صرفاتی‌ها نشان می‌دهد که سرمایه‌گذاران شرکتی در ماه‌های اخیر روی سقوط بیت‌کوین و اتریوم در آینده نزدیک معاملات سنگینی را باز کرده‌اند. یعنی آنها مطمئن دارند بیت‌کوین به‌زودی سقوط می‌کند. یک ریسک دیگر برای قیمت بیت‌کوین مسئله زمستان اروپاست. جنگ اوکراین باعث کمبود انرژی در اتحادیه اروپا شده و این اتحادیه هشدار داده اگر وضعیت انرژی در اروپا اضطراری شود جلوی استخراج کریپتو را موقتاً خواهد گرفت چون انرژی‌بر است. در ایالت کبک کانادا هم احتمال چنین روندی وجود دارد. ایالت نیویورک هم اخیراً ممنوعیت دوساله کمپیتورا را به دلایل محیط‌زیستی امضا کرد و احتمال امضای قوانینی مشابه در دیگر ایالات آمریکا وجود دارد. این احتمال بالاست که سقوط قیمت بیت‌کوین در ماه‌های آینده و همچنین ممنوعیت‌های احتمالی استخراج کریتو در کشورهای خاص باعث شود اوضاع برای شرکت‌های استخراج‌کننده بیت‌کوین سخت‌تر شود و تعدادی از آنها را



نرخ بیکاری کاهش و نرخ مشارکت افزایش یافت

سیاه و سپید اشتغال پاییز

در آخرین گزارش مرکز آمار ایران، نرخ بیکاری در پاییز ۱۴۰۱ به رقم ۸،۲ درصد رسیده که یکی از پایین‌ترین نرخ‌های بیکاری در سال‌های گذشته است. در فصل پاییز امسال، ۱۶۶هزار و ۱۵۱ بیکار از جمعیت بیکاران خارج شده‌اند و جمعیت بیکار از ۲ میلیون و ۳۰۲ هزار و ۹۷۹ نفر به ۲ میلیون و ۱۲۶ هزار و ۸۲۸ نفر کاهش یافته است. بدین ترتیب، رقم بیکاری از ۸،۹ درصد در پاییز سال گذشته با افت ۰،۷ درصدی به ۸،۲ درصد در پاییز امسال رسیده است. همچنین نرخ مشارکت اقتصادی با ۰،۱ درصد افزایش از ۴۰،۹ درصد در پاییز سال گذشته به ۴۱ درصد در پاییز امسال رسیده است. از منظر اقتصاد کلان، کاهش همزمان نرخ بیکاری و افزایش نرخ مشارکت اقتصادی به معنای بهبود وضعیت بازار کار است.

نکته مهم در این میان، کاهش سطح بیکاری زنان است. سهم اشتغال زنان در بخش خدمات نسبت به سایر بخش‌ها بالاتر است و با توجه به اینکه سهم بخش خدمات از اشتغال کل اقتصاد ایران بالاتر رفته، پیش‌بینی می‌شود کاهش بیکاری زنان با شیب زیاد به همین دلیل باشد. بررسی‌ها نشان می‌دهد که هرچه به گروه‌های سنی جوان‌تر نزدیک می‌شویم، نرخ بیکاری با سرعت بیشتری در پاییز امسال نسبت به پاییز سال گذشته، کاهش یافته است. همچنین سرعت کاهش بیکاری در زنان جوان بیش از مردان جوان بوده است.

نرخ بیکاری از تقسیم جمعیت بیکار به جمعیت فعال اقتصادی به دست می‌آید. به عبارت بهتر، کسانی از دید اقتصادی، بیکار تعریف می‌شوند که جویای کار باشند و نتوانند شغلی برای خود دست و پا کنند. بنابراین طبق محاسبات رسمی، کسانی که حتی به دلیل ناامیدی از پیدا کردن شغل دیگر دنبال کار نمی‌گردند، جزو جمعیت بیکار محسوب نمی‌شوند. براساس گزارش تازه مرکز آمار، جمعیت فعال اقتصادی کشور در پاییز امسال، ۲۶ میلیون و ۲۰۷ هزار نفر برآورد شده است که از این تعداد، ۲ میلیون و ۱۳۶ هزار نفر بیکار هستند. بر این اساس، نرخ بیکاری در پاییز سال جاری، ۸،۲ درصد برآورد می‌شود؛ این در حالی است که این نرخ در پاییز سال گذشته ۸،۹ درصد بوده است. همچنین همزمان با کاهش نرخ بیکاری در پاییز امسال، نرخ مشارکت اقتصادی نیز نسبت به پاییز سال گذشته افزایش پیدا کرده است.

نرخ بیکاری جوانان ۱۵ تا ۲۴ سال در پاییز سال گذشته ۲۳،۶ درصد بوده که در پاییز سال جاری به ۱۹،۲ درصد رسیده است. بررسی‌ها نشان می‌دهد که نرخ بیکاری زنان جوان در همین بازه سنی نسبت به مردان جوان، کاهش بیشتری داشته است؛ به گونه‌ای که نرخ بیکاری زنان ۱۵ تا ۲۴ سال از ۳۹ درصد به پایین‌تر از ۳۰ درصد رسیده است. همچنین نرخ بیکاری مردان ۱۵ تا ۲۴ سال نیز از ۲۰،۷ درصد در پاییز سال گذشته به حدود ۱۷ درصد در پاییز امسال رسیده است. کل جمعیتی که در ۱۵ تا ۲۴ سال قرار دارند و بیکار هستند، ۴۷۳ هزار نفر برآورد شده است.

نرخ بیکاری جوانان ۱۸ تا ۳۵ سال نیز در پاییز امسال ۱۴،۸ درصد به ثبت رسیده؛ در حالی که همین نرخ در پاییز سال گذشته ۱۶،۱ درصد بوده است. نرخ بیکاری مردان جوان در همین بازه سنی از ۱۳،۴ درصد در پاییز سال گذشته به ۱۲،۲ درصد رسیده و این در حالی است که نرخ بیکاری زنان جوان ۱۸ تا ۳۵ سال نیز با بیش از ۲ درصد کاهش به ۲۵،۸ درصد رسیده است. بر این اساس می‌توان گفت که بیکاری در زنان جوان با سرعت بیشتری کاهش یافته و به طور کلی، هرچه به گروه‌های سنی پایین‌تر نزدیک می‌شویم، بیکاری بیشتر کاهشی بوده است.

سهم اشتغال زنان در بخش خدمات نسبت به سایر بخش‌ها بالاتر است و از آنجا که سهم بخش خدمات از اشتغال اقتصاد ایران بالاتر رفته، پیش‌بینی می‌شود که کاهش بیکاری زنان با شیب زیاد به همین دلیل باشد. همان‌گونه که مشخص است، نرخ بیکاری جوانان به نسبت نرخ بیکاری کل بالاتر است و هرچه سن کمتر می‌شود شاهد نرخ بیکاری بالاتری هستیم. جوانان عموماً به دلیل عدم مهارت و تجربه کاری کافی بیشتر دچار بیکاری می‌شوند. همچنین چون در ابتدای شروع به کار هستند، اغلب هنوز کار مناسب خود را پیدا نکرده که همین عامل نیز باعث بیکاری بالاتر و ثبات کمتر در وضعیت اشتغال جوانان می‌شود.

در پاییز ۱۴۰۱ همچنین تعداد بیکاران گروه سنی ۱۵ ساله و بیشتر دانش‌آموختگان دانشگاهی نیز با کاهش مواجه شده‌اند؛ به طوری که نرخ بیکاری در این گروه سنی از رقم ۱۳،۸ درصد در پاییز سال گذشته به ۱۲،۵ درصد در پاییز امسال رسیده؛ افتی برابر ۱،۳ درصد که نشان می‌دهد از تعداد بیکاران در این گروه سنی ۶۸ هزار و ۶۹۰ نفر کاسته شده است. سهم این گروه سنی از کل شاغلان نیز با افزایش مواجه شده و در مقایسه با پاییز سال گذشته ۰،۶ درصد رشد داشته‌اند و ۲۶،۴ درصد از ظرفیت اشتغال کشور را به خود اختصاص داده‌اند. آمارها نشان می‌دهد که سهم اشتغال دانش‌آموختگان دانشگاهی طی فصول گذشته روند صعودی داشته است. بررسی سهم جمعیت ۱۵ ساله و بیشتر دارای اشتغال ناقص نشان می‌دهد در پاییز امسال، ۱،۱ درصد نرخ اشتغال ناقص کاهش پیدا کرده و به ۹،۵ درصد رسیده است. ۲۳۰ هزار و ۸۵۹ نفر در پاییز امسال از اشتغال ناقص خارج شده‌اند. اشتغال ناقص شامل شاغلانی است که به دلایل اقتصادی همچون رکود کاری، پیدا نکردن کار با ساعت کار بیشتر و قرار داشتن در فصل غیر کاری، کمتر از ۴۴ ساعت کار کرده‌اند و آماده انجام کار اضافی هستند.

در همین حال، مرکز آمار ایران، نرخ بیکاری استان کرمانشاه در پاییز امسال را ۱۲،۹ درصد اعلام کرد که نسبت به پاییز سال گذشته با ۱۳،۲ درصد، سه دهم درصد کاهش یافته است. در پاییز امسال متوسط نرخ بیکاری کشور ۸،۲ درصد بوده که بر این اساس، نرخ بیکاری استان کرمانشاه ۴،۷ درصد از متوسط کشور بالاتر است. نرخ بیکاری استان کرمانشاه در فصل قبل، یعنی تابستان امسال هم ۱۳،۶ درصد بوده است. در پاییز امسال استان‌های کردستان با نرخ بیکاری ۱۳،۸ درصد و لرستان با ۱۳،۳ درصد، نرخ بیکاری بالاتری از کرمانشاه داشته‌اند و استان کرمانشاه سومین استان با نرخ بالای بیکاری در کشور بوده است. در پاییز امسال نرخ مشارکت اقتصادی استان کرمانشاه هم ۴۱،۶ درصد بوده که از رقم پاییز سال گذشته با ۴۲،۲ درصد، شش دهم درصد پایین‌تر است.

هفتمین کنفرانس ملی فرهنگ سازمانی با حمایت بانک پاسارگاد و دانشگاه خاتم توسط انجمن مدیریت ایران برگزار شد

نقش حاکمیت شرکتی در عملکرد سازمان‌ها



«دکتر حسام زند حسامی»، عضو هیأت‌علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات با نگاهی دوباره به موضوع مسئولیت اجتماعی بنگاه‌ها بر اهمیت نوآوری تأکید کرد. «دکتر محمد کارگر شورکی»، استاد مدعو دانشگاه تهران نیز به بیان مدل‌های تعالی کسب‌وکار مبتنی بر مسئولیت اجتماعی و پایداری در عصر دیجیتال پرداخت. همچنین در پایان روز اول این نشست، «دکتر علی‌اصغر پورمند»، مدیرعامل شرکت توسعه معادن و صنایع معدنی خاورمیانه (میدکو) درباره تجارب برتر در حوزه مسئولیت اجتماعی سخنانی ارائه کرد.

نقش رهبران در توسعه خرد سازمانی

در دومین روز از همایش فرهنگ سازمانی، «دکتر قاسمی» به رویکرد فرهنگی رهبران خردمند در توسعه خرد سازمانی پرداخت. او با اشاره به مفهوم خرد عملی از منظر ابن سینا، ملاصدرا، شهید آیت‌الله مطهری و آیت‌الله جوادی آملی و... خرد را شامل دو بخش خرد عملی و خرد نظری دانست و گفت: «خرد، داشتن دانش، شعور، فهم، تجربه، بصیرت اکتسابی و فهم ذاتی به‌همراه قابلیت به‌کار بستن آنها است. برخی اندیشمندان به تفاوت میان خرد و هوش تأکید دارند و بر این باورند که خرد، اکتسابی و هوش، ذاتی است؛ بنابراین می‌توان نزدیک‌ترین واژه به خرد را دانایی دانست. امروزه نکته مهم این است که رهبران خردمند چگونه می‌توانند با استفاده از نوآوری سازمان خود را به سمت خرد سازمانی سوق دهند. در دنیای امروز دیگر فقط نتیجه مهم نیست، بلکه مسیر رسیدن به نتیجه مطلوب نیز بسیار حائز اهمیت است. مسئله مهم این است که دیگر رهبری فقط به یک شخص خلاصه نمی‌شود؛ بلکه همه افراد در هر سمتی در سازمان خودشان، یک رهبر هستند و اگر این رهبران با هم هم‌آوایی نداشته باشند، مشکلات بزرگی ایجاد خواهد شد.»

رئیس دانشگاه خاتم با اشاره به ویژگی‌های رهبر خردمند، ادامه داد: «یک رهبر خردمند باید بررسی کند اگر بودجه‌ای در نظر گرفته شد چگونه آن را به موضوعات مختلف اختصاص دهد، باید بداند آیا تورم ایجاد خواهد شد؟ آیا رکود اتفاق می‌افتد یا رونق به وجود خواهد آمد؟» او فرهنگ سازمانی را مجموعه‌ای از ارزش‌ها، مفروض‌ها، درک و هنجارهای کلیدی دانست که میان اعضای یک سازمان مشترک است و به‌عنوان رویه صحیح به اعضای جدید آموزش داده می‌شود و افزود: «پندنگری و برخورداری از چشم‌انداز و نگرش بلندمدت، توجه ویژه به خیر عمومی و اولویت منافع جمعی نسبت به منافع شخصی، مسئولیت‌پذیری در قبال خود، سازمان و جامعه، ارج‌نهادن به رفتارهای مبتنی بر توسعه، تسهیم و استفاده از دانش و همچنین برخورد منطقی با اشتباهات، پذیرش مسئولیت و درس‌آموزی نسبت به آن را از جمله مؤلفه‌های فرهنگ سازمانی مبتنی بر خرد است.»

فرهنگ سازمانی در عصر فناوری

در ادامه این نشست، «دکتر آذر صائمان» دبیر علمی کنفرانس ملی فرهنگ سازمانی، ریاست نشست تخصصی «ابعاد اثرگذار فرهنگ سازمانی در عصر فناوری‌های نوین» را برعهده گرفت. اعضای این نشست شامل «دکتر حبیب کراری»، مدرس دانشگاه امیرکبیر و خواجه نصیرالدین طوسی، «دکتر علیرضا کوشکی جهرمی» عضو هیأت علمی دانشگاه علامه طباطبائی و «دکتر مسعود ظهرائی» عضو هیأت علمی دانشگاه علامه طباطبائی بودند و هم‌زمان «دکتر غلامرضا خاکی»، مدرس و مشاور مدیریت درباره «تأثیر فرهنگ سازمانی در حکمت عملی رهبران» و همچنین «دکتر محسن قدیمی»، مدرس و مشاور مدیریت درخصوص «رابطه مکاتب نوین مدیریت با مدیریت چابکی سازمانی» سخنرانی کردند.

همچنین نشست تخصصی دیگری با موضوع «ارائه تجارب برتر فرهنگ سازمانی در دستگاه‌های اجرایی» با ریاست «دکتر آقازاده»، مدیرکل تعالی فرهنگ سازمان اداری و استخدامی کشور و عضویت «زهراساد رحیمی»، رئیس گروه مطالعات و طرح‌های ارتباطی شرکت ارتباطات زیرساخت و «دکتر حسین کریمی»، مدیرکل دفتر بازرسی و مدیریت عملکرد شرکت ملی پست ایران برگزار شد. دو سخنرانی علمی «نقش هوش فرهنگی در نهادهی‌کردن فرهنگ سازمانی» با سخنرانی «دکتر ایرج سلطانی»، عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی و «هوشمند و پویاسازی فرهنگ‌های سازمانی» با سخنرانی «دکتر محمدرضا حمیدی‌زاده»، عضو هیأت علمی دانشگاه شهید بهشتی نیز بخش‌های دیگر هفتمین همایش فرهنگ سازمانی بودند. در پایان این رویداد، «دکتر آذر صائمان» دبیر علمی کنفرانس، بیانیه «هفتمین کنفرانس ملی فرهنگ سازمانی» را قرائت کرد و حسن ختام مراسم با تقدیر از سازمان‌های برگزیده و اهدای جوایز مسئولیت اجتماعی همراه بود.

متعلق به یک دستگاه دولتی در نزدیکی سایت میدکو قرار دارد که شهر را به شدت آلوده می‌کند. شرکت میدکو شرط محیط‌زیست را در تمام سرمایه‌گذاری‌هایی که اجرا شده رعایت کرده است. برای مثال، در شهر بابک دو کارخانه مربوط به مس کاتد وجود دارد که برای اولین بار تجاری شده و امتیاز آن را در اوج تحریم‌ها گرفتیم. این مورد سرمایه‌گذاری سنگینی داشت و اکنون مس کاتد با قیمت تمام‌شده معادل ۶۰ درصد تکنولوژی‌های قبل از خودش تولید می‌شود.»

او درباره موضوع حکمرانی از نظر مدیریت گفت: «این بحث باید دو موضوع را خیلی عمده حل کند؛ یکی بحث تضاد منافع (Stockholders) و ذی‌نفعان است و دیگری بحث مدیریت ریسک. در ادبیات ESG به بحث رفتار سازمانی و حکمرانی سازمانی که در سازمان ملل تعریف شده اشاره دارد. در سال ۲۰۰۵ آقای «کوفی عنان»، دبیرکل وقت سازمان ملل از برخی از بزرگ‌ترین نهادهای سرمایه‌گذاری جهان با هدف توسعه اصول سرمایه‌گذاری مسئولان دعوت کرد. در سال ۲۰۰۶ گزارشی تحت‌عنوان «صول سرمایه‌گذاری مسئولان» رونمایی شد که شش اصل سرمایه‌گذاری مسئولانه را تأکید می‌کند. پس از آن تا سال ۲۰۲۰، تمرکز بر سرمایه‌گذاری پایدار و جلب‌حمایت موسسات مالی بود و افزایش تعداد شرکت‌های متعهد را مشاهده می‌کنیم که دارایی از ۱۶۳ و شرکت با سرمایه‌گذاری ۵۶ تریلیون دلار به بیش از ۳هزار شرکت با ۱۰۰تریلیون دلار می‌رسد. شرکت‌ها برای سرمایه‌گذاری‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی روزبه‌روز آگاهانه‌تر رفتار می‌کنند.» به گفته وی، «با همکاری مجمع اقتصاد و شورای کسب‌وکار بین‌المللی با چهار شرکت بزرگ حسابداری برای تسریع در تحول ESG ۲۱ شاخص حول چهار محور تعیین شد.»

رئیس دانشگاه خاتم در ادامه بیان کرد: «شش اصل را در بحث سرمایه‌گذاری ارائه می‌نمایم که دخیل‌نمودن عوامل ESG در تجزیه و تحلیل سرمایه‌گذاری و فرآیندهای تصمیم‌گیری، خط مشی‌ها، شیوه‌های مالکیت، توجه به افشای مناسب عوامل ESG، ترویج پذیرش و اجرای اصول سرمایه‌گذاری مسئولانه، همکاری برای افزایش اثربخشی آن و ارائه گزارش در مورد فعالیت‌ها و پیشرفت‌های حاصله اصول آن را شامل می‌شوند که ما از سال ۱۳۹۲، این گزارش را منتشر می‌کنیم.»

موارد بیست‌ویک‌گانه گزارش‌دهی ESG

او محافظت از کره زمین و منابع طبیعی، پایان‌دادن به فقر و گرسنگی، زندگی موفق و پرپار انسان‌ها و حفظ کرامت افسراد را از جمله موارد بیست‌ویک‌گانه گزارش‌دهی ESG عنوان کرد و افزود: «مهم‌ترین آثار توجه به ESG در سازمان‌ها، بهبود الگوی کسب‌وکار سازمان، دسترسی آسان‌تر به منابع سرمایه‌گذاری، رضایت شغلی و ارتقای بهره‌وری سرمایه انسانی، افزایش وفاداری مشتریان، کاهش هزینه‌ها و بهبود عملکرد سهام و افزایش رضایتمندی ذی‌نفعان به‌ویژه سهامداران است.» به گفته مدیرعامل بانک پاسارگاد، «باید اقدام‌های حمایتی از اقشار آسیب‌پذیر، ایجاد برابری جنسیتی و توانمندسازی بانوان، توجه به ارزش‌های تمامی افراد بدون طبقه‌بندی همکاران و تعادل کار و زندگی با هدف افزایش بهره‌وری صورت بگیرد.»

«قاسمی»، حکمرانی شرکتی را تخصیص مناسب اختیار و مسئولیت‌ها بین هیأت‌مدیره، مدیران و صاحبان یک سازمان تعریف کرد و گفت: «حکمرانی شرکتی، چارچوبی است که برای حفظ روابط پایدار و سازنده بین مشارکت‌کنندگان در یک کسب‌وکار، حیاتی است. یک نظام حکمرانی شرکتی خوب، ضمن تضمین جهت‌گیری نظام تصمیم‌گیری سازمان در راستای منافع همه ذی‌نفعان، به ایجاد محیطی شرشار از اعتماد، شفافیت و مسئولیت‌پذیری در سازمان برای تقویت سرمایه‌گذاری بلندمدت، ثبات مالی و یکپارچگی کسب‌وکار کمک می‌کند.»

رئیس انجمن مدیریت ایران، «حکمرانی» را یکی از معیارهای مورد اعتماد سرمایه‌گذاران دانست که در آن بر موضوع‌هایی تمرکز می‌کنند که سرمایه‌گذاران محتاط پیش از سرمایه‌گذاری، آنها را در نظر می‌گیرند. ضمن اینکه به برقراری توازن قدرت میان ذی‌نفعان سازمان، در برابر نگرانی‌های گسترده اجتماعی و زیست‌محیطی در راستای دستیابی به راهکارهای مطلوب ESG، کمک می‌کنند. به گفته قاسمی، «سرمایه‌گذاران انتظار دارند با تمرکز بیشتر بر بهبود حکمرانی شرکتی، از ایفای مسئولیت سازمان در حوزه‌های زیست‌محیطی و اجتماعی اطمینان حاصل شود.»

در ادامه این همایش نیز «دکتر محمد شهرابی‌فرانهی»، مشاور و پژوهشگر مسئولیت اجتماعی درباره روندهای جدید در مسئولیت اجتماعی شرکتی، افزایش تنوع و فراگیری در محیط کار صحبت کرد و

فرصت امروز: «هفتمین کنفرانس ملی فرهنگ سازمانی با رویکرد رهبری و تعالی» و «هفتمین دوره جایزه مسئولیت اجتماعی مدیریت» با حمایت بانک پاسارگاد و با حضور «دکتر مجید قاسمی»، رئیس انجمن مدیریت ایران و رئیس دانشگاه خاتم، اعضای هیأت‌مدیره انجمن مدیریت ایران و جمعی از اساتید و اندیشمندان این حوزه در روزهای سه‌شنبه و چهارشنبه هفته گذشته (چهارم و پنجم بهمن) در محل دانشگاه خاتم برگزار شد. این کنفرانس با هدف بهبود و ارتقای توانمندی رهبری سازمانی، ارائه راهکارهای کاربردی تعالی فرهنگ سازمانی و ارائه تجارب برتر از طریق نشست‌های علمی و تخصصی با حمایت بانک پاسارگاد، برخی از شرکت‌های گروه پاسارگاد، نهادهای علمی و دانشگاهی و با حضور استادان، پژوهشگران و دانشجویان علاقه‌مند هم‌زمان به صورت حضوری و مجازی برگزار شد.

«هفتمین کنفرانس ملی فرهنگ سازمانی با رویکرد رهبری و تعالی» در سه محور فردی، سازمانی و اجتماعی و بررسی موضوعاتی همچون: حکمرانی شرکتی مبتنی بر مسائل اجتماعی و زیست‌محیطی در مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها، روندهای جدید در مسئولیت اجتماعی شرکتی، مسئولیت اجتماعی بنگاه‌ها با تأکید بر نوآوری و... صورت گرفت و اساتید و صاحب‌نظران حوزه فرهنگ سازمانی و مسئولیت اجتماعی ضمن ارائه سخنرانی، بیان اطلاعات و تجارب در قالب نشست‌های تخصصی و کارگاه‌های آموزشی به تبادل اطلاعات پرداختند. از جمله موضوعات مطرح‌شده در این همایش می‌توان به نظریه‌ها، الگوها و آینده مصادیق مسئولیت اجتماعی سازمانی، ارائه الگوی مهندسی مجدد سازمانی از طریق حاکمیت فناوری‌های نوین، گذار از مسئولیت اجتماعی به توسعه پایدار، عوامل مهم در رشد صنایع با فناوری‌های پیشرفته، ابعاد فرهنگ سازمانی در دستگاه‌های اجرایی و... اشاره کرد.

چارچوب مسئولیت‌های اجتماعی

«دکتر مجید قاسمی» در سخنرانی افتتاحیه کنفرانس با بیان اینکه «موضوع مسئولیت‌های اجتماعی روزبه‌روز در حال توسعه است و همواره ضرورت آن افزایش می‌یابد»، گفت: «سازمان ملل از دهه ۱۹۸۰ وارد موضوع محیط‌زیست، سلامت و ایمنی (EHS) شد و برای آن چارچوب تعریف کرد. با مطرح‌شدن این موضوع در جوامع بین‌المللی، اهمیت آن در مدیریت کلان کشورها افزایش یافت. این موضوع در حوزه زیست‌محیطی و سرمایه انسانی تعریف شد و در دهه ۱۹۹۰ با تمرکز بر کاهش اثرهای زیست‌محیطی فراتر از الزام‌های قانونی، بحث پایداری موردتوجه قرار گرفت. اینکه الزام‌های قانونی داولطلبانه چگونه می‌توانند در آثار منفی موضوعات محیط‌زیست مؤثر باشند.» به گزارش «روابط‌عمومی بانک پاسارگاد»، «قاسمی» افزود: «در دهه‌های ۲۰۰۰ و ۲۰۱۰ با مطرح‌شدن موضوع مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، استفاده از فعالیت‌های بشردوستانه و داولطلبانه سرمایه انسانی سازمان‌ها برای هماهنگی مسائل اجتماعی به آن افزوده شد و از دهه ۲۰۲۰ به بعد، حکمرانی مسائل اجتماعی و زیست‌محیطی به عنوان یک مفهوم کل‌نگر مرتبط با وضعیت‌های رقابتی و مدیریت ریسک، مورد توجه قرار گرفت.»

او طی سخنرانی افتتاحیه این رویداد ضمن اشاره به عوامل زیست‌محیطی، اجتماعی و حکمرانی (ESG) ادامه داد: «معیارهای زیست‌محیطی به تأثیرهای زیست‌محیطی عملیات سازمان و حفاظت از محیط‌زیست می‌پردازد؛ از جمله تغییرات آب‌وهوا، آلودگی و ضایعات، منابع طبیعی و فرصت‌های محیطی. به‌عنوان مثال، اگر به زردت تشریف برید و نگاهی به صنعت آنجا بیندازید، می‌بینید این منطقه دارد به یک ناحیه صنعتی قوی تبدیل می‌شود که امکاناتی برای سرمایه‌گذاری‌های شرکت هلدینگ میدکو دارد؛ دو واحد کنسانتره ۲ میلیون تنی، یک واحد گندله ۵،۲ میلیون تنی، یک واحد کک‌سازی ۸۰۰هزار تنی و یک واحد ۷،۱ میلیون تنی فولاد در آنجا دایر است و به تولید می‌پردازد.»

رئیس دانشگاه خاتم در ادامه با بیان اینکه «سایت میدکو در این منطقه با برخورداری از یک واحد فیلترینگ هوا تحت‌عنوان CDQ مانع از ورود ذرات آلوده‌کننده به شهر زردت می‌شود»، گفت: «حدود ۱۴ مگاوات از بخاراتی که وجود دارد، برق تولید می‌کند تا به شبکه آنجا فشار کمتری وارد شود. یک نیروگاه ۵۰۰ مگاواتی نیز در کرمان و نزدیک فولاد بوتیا قرار دارد که شرکت میدکو در آن سرمایه‌گذاری کرده و با تکنولوژی‌های بسیار به‌روز و دقت به محیط‌زیست در حال تولید است. چند واحد فولادسازی نیز مجموعاً ۲،۴ میلیون تن تولید دارد.»

۶ اصل سرمایه‌گذاری مسئولانه

مدیرعامل بانک پاسارگاد با بیان اینکه «تاکنون ۳۶ پروژه در میدکو اجرا شده که عمده آنها در زردت، بردسیر، سیرجان، شهر بابک و خود کرمان است»، افزود: «در کنار اینها یک واحد ۴۰۰هزار تنی کک‌سازی

شکاف اقتصادی – اجتماعی عمیق‌تر شد

رصد تورم دارا و ندارها

تغییرات تورم ۱۲ ماهه در گروه عمده «خوراکی‌ها، آشامیدنی‌ها و دخانیات» بین ۶۴،۱ درصد برای دهک هشتم تا ۶۸،۹ درصد برای دهک اول است. شاخص قیمت مصرف‌کننده در دی ماه ۱۴۰۱ ۴۶،۳ درصد رسید که در دهک‌های مختلف هزینه‌ای در بازه ۴۳،۷ درصد برای دهک دهم تا ۵۳،۲ درصد برای دهک اول نوسان دارد. همچنین در مورد گروه عمده «کالاهای غیرخوراکی و خدمات» بین ۳۴،۳ درصد

برای دهک‌های اول، سوم، چهارم و پنجم تا ۳۸،۱ درصد برای دهک دهم است. بنابراین فاصله توری دهک‌ها در این ماه به ۹،۶ واحد درصد رسید که نسبت به ماه قبل (۹،۲ واحد درصد) ۰،۳ واحد درصد افزایش داشته است. فاصله تورمی در گروه «خوراکی‌ها، آشامیدنی‌ها و دخانیات» و همچنین گروه «کالاهای غیرخوراکی و خدمات» نسبت به ماه قبل، ۰،۳ واحد درصد افزایش یافته است.

خبرنامه

بیش از ۱۰۸ هزار خودرو تولید و ۱۱۶ هزار خودرو فروخته شد

عملکرد خودروسازان در آذرماه

عملکرد خودروسازان بزرگ در آذرماه ۱۴۰۱ نشان می‌دهد که ایران خودرو و سایپا (و پارس خودرو به‌عنوان زیرمجموعه سایپا) در مجموع بالغ بر ۱۰۸ هزار دستگاه خودرو تولید کرده و قریب به ۱۱۶ هزار دستگاه هم در مدت مذکور سال جاری فروخته‌اند. براساس آمار ارائه شده از عملکرد خودروسازان بزرگ (ایران خودرو، سایپا و پارس خودرو به عنوان زیرمجموعه سایپا) در آذرماه امسال، در مجموع این خودروسازان ۱۰۸ هزار و ۴۱۵ دستگاه خودرو تولید کرده و ۱۱۵ هزار و ۸۲۰ دستگاه هم فاکتور کرده‌اند.

ایران خودرو در آذرماه سال جاری در مجموع ۶۰ هزار و ۶۶۵ دستگاه خودرو تولید کرده و در مقابل برای ۶۴ هزار و ۹۵۲ دستگاه خودرو فاکتور تجاری صادر کرده است. به تفکیک طبق آمارها، ایران خودرو ۲۵ هزار و ۵۰۱ دستگاه محصولات گروه پژو و ۵۸۴۵ دستگاه از محصولات خانواده سمند در نهمین ماه از سال ۱۴۰۱ تولید کرده و برای ۳۸ هزار و ۵۵۳ دستگاه از انواع پژوها و ۶۸۰۷ دستگاه محصولات سمند فاکتور فروش صادر کرده است. همچنین ایران خودرو به ترتیب ۹۲۰۶ دستگاه دنا، ۳۲۹۷ دستگاه رانا و ۴۲۴۸ دستگاه تارا تولید کرده که به ترتیب ۸۱۲۷ دستگاه دنا، ۳۳۰۶ دستگاه رانا و ۳۹۰۹ دستگاه تارا در آذرماه امسال فاکتور فروش صادر کرده است. این گروه خودروسازی در آذر امسال همچنین ۱۳۷۰ دستگاه خودرو هایما تولید کرده و ۱۹۱۵ دستگاه هم فروخته است. ضمن اینکه ۱۱۹۸ دستگاه از سایر محصولات این گروه خودروسازی در آمار تولید این ماه و ۲۳۲۵ دستگاه هم در آمار فروش آنها ثبت شده است. همچنین دیگر خودروساز بزرگ کشور (سایپا) نیز در آذرماه امسال در مجموع ۳۴ هزار و ۷۶۱ دستگاه خودرو تولید کرده و در مقابل برای ۳۸ هزار و ۱۳۲ دستگاه خودرو فاکتور فروش صادر کرده است. به تفکیک آمارها، گروه خودروسازی سایپا در نهمین ماه از سال جاری ۴۷۲۶ وانت پراید (سایپا ۱۵۱) تولید کرده و ۴۳۴۸ دستگاه از این محصول را تجاری‌سازی کرده است. همچنین ۳۹۴۲ دستگاه شاهین تولید کرده که ۳۵۰۲ دستگاه از آن را فروخته است. در یک ماهه مذکور، سایپا در مجموع ۲۶ هزار و ۹۰۳ دستگاه از محصولات خانواده ۲۰۰۰ (تیبا، سایانا و کوییک) به تولید رساند. این خودروساز ۳۰ هزار و ۲۸۲ دستگاه از محصولات این خانواده را در این ماه تجاری‌سازی کرده است.

در عین حال، شرکت پارس خودرو به عنوان زیرمجموعه گروه سایپا در ماه آذرماه ۱۲ هزار و ۹۸۹ دستگاه خودرو تولید و ۱۲ هزار و ۷۳۶ دستگاه فروخته است. از تعداد خودروهای تولیدی پارس خودرو در ماه آذر سال امسال، ۶۸۳۰ دستگاه مربوط به محصولات گروه ۲۰۰۰ ۲۰۰ است که آمار فروش ۶۷۰۶ دستگاهی از این محصولات دیده می‌شود. در مدت مذکور ۵۷۸۸ دستگاه کوییک معمولی دنده‌ای و ۵۲ دستگاه کوییک پلاس اتوماتیک تولید شده که همه آنها فروخته شده است. پارس خودرو در آذرماه سال جاری نیز تولید و فروش کوییک ۲ نداشته است، اما در گزارش عملکرد خود در این ماه امسال، تولید ۱۲۹ دستگاه بدنه پراید نیز داشته است که به گفته سایپا (با توجه به ممنوعیت تولید پرایدها از سال ۱۳۹۸) به جهت گارانتی و وراثتی خودروهای موجود در بازار تولید می‌شوند، اما فروشی نداشته است.

یک کارشناس بازار سرمایه مطرح کرد

اتفاق مثبت با عرضه پرتیراژها

یک کارشناس بازار سرمایه بر این باور است که با ادامه عرضه خودرو در بورس به خصوص در خودروهای پرتیراژ، اگر شرکت‌ها بتوانند ۴۰ تا ۵۰ درصد بالاتر از میانگین فروش درآمد کسب کنند، به طور حتم وضعیت شرکت‌های خودرویی تحت تاثیر اتفاقات مثبت قرار می‌گیرد. «حسن کاظم‌زاده»، کارشناس بازار سرمایه به بررسی شرایط جاری بازار سرمایه پرداخت و به «بورسان» گفت: با توجه به اینکه بخش عمده‌ای از بازار به خصوص شرکت‌های صادراتی با قیمت‌های جهانی در ارتباط است، قیمت‌های صادراتی در کنار نرخ نیما، وضعیت درآمدی و سودآوری شرکت‌ها را تعیین می‌کند.

این کارشناس بازار سرمایه با اشاره به دو فاکتور نرخ نیما و نرخ بهره، عنوان کرد: متأسفانه فاصله نرخ نیما با نرخ آزاد زیاد است. همچنین در بحث مربوط به نرخ بهره هم کسری سنگینی در سیستم بانکی وجود دارد و تامین این کسری باعث شده که مدام عددهای جدیدی از نرخ شنیده شود.

او با بیان اینکه سازمان بورس موفق به کنترل هیجان منفی در بازار شده است، ابراز امیدواری کرد که حمایت برای کنترل هیجان منفی از سوی سازمان بورس بسیار قابل توجه بوده است و سازمان موفق شده که فاز هیجان منفی در بازار را کنترل کند.

این کارشناس بازار سرمایه با اشاره به عرضه خودرو در بورس کالا بیان کرد: با ادامه عرضه خودرو در بورس به خصوص در خودروهای پرتیراژ، اگر شرکت‌ها بتوانند ۴۰ تا ۵۰ درصد بالاتر از میانگین فروش، درآمد کسب کنند، به طور حتم، وضعیت شرکت‌های خودرویی تحت تاثیر اتفاقات مثبت قرار می‌گیرد. به گفته وی؛ شرکت‌های قطعه‌سازی هم تحت تاثیر این اتفاق مثبت می‌توانند برای دستیابی به شرایط و وضعیت مطلوب تلاش کنند و زنجیره‌ای از اتفاقات مثبت برای شرکت‌ها اتفاق بیفتد.



سازمان آگهی‌ها

۸۸۹۳۶۶۵۱



ر کورد یک‌ساله خروج پول حقیقی شکسته شد

کوچ سرمایه از بازار سهام



اقتصاد نوشته شده، آمده است: «با عنایت به توافق انجام شده در نشست مشترک مهرماه کمیسیون اقتصادی و جنابعالی (احسان خاندوزی) مبنی بر تشکیل کارگروه تخصصی مشترک بین کمیسیون اقتصادی و وزارت اقتصاد برای ارائه پیشنهادات مشترک جهت اعمال در لایحه بودجه سال ۱۴۰۲ مصوبات کارگروه برای طرح در هیأت دولت ارسال می‌شود.»

در پیوست نامه، مواردی آمده که مهمترین آنها، سقف قیمتی ۴ هزار تومانی برای گاز خوراک پتروشیمی‌ها، خروج خودروسازها از سازوکار قیمتگذاری دستوری ضمن تکلیف به عرضه ۵۰ درصد تولیدات پرتیراژ در «بورس کالا»، الزام دولت به جبران خسارات ناشی از قطعی «گاز و برق»، و «قیمتگذاری دستوری» و تسویه بدهی یک میلیارد و سیصد میلیون یورویی دولت به اورسازها است. نکته مهمتر اینکه گفته می‌شود در حال حاضر این پیشنهادات توسط نمایندگان مجلس در کمیسیون‌های تخصصی و کمیسیون تلفیق در حال بررسی است و بندهای مصوب آن در قالب پیشنهاد نمایندگان در مورد بودجه ۱۴۰۲ در صحن علنی مجلس مطرح خواهد شد. مواردی که در صورت ورود به بودجه سال آینده می‌تواند برای بورس تهران، سیگنال مثبت مهمی باشد.

در هفته نخست بهمن، ۴٫۶ درصد افت کرد و در فاصله ۱۱ هزار واحدی مرز ۱٫۶ میلیونی قرار گرفت؛ در حالی که در پایان هفته پیشین، ۱۱ هزار واحد تا صعود به کانال ۱٫۷ میلیونی فاصله داشت. بدین ترتیب در شرایطی که در پایان هفته آخر دی، معامله‌گران به صعود به کانال بالاتر امیدوار بودند، در پایان هفته اول بهمن در اضطراب سقوط شاخص به کانال ۱٫۵ میلیونی قرار گرفتند.

یکی از عوامل ریزش قیمت‌ها، انتشار گزارش عملکرد ۹ ماهه شرکت‌ها بود. گزارش‌هایی که در دقیقه ۹۰ و در آخرین روزهای دی ماه منتشر شد و در اغلب موارد حاکی از افت عملکرد شرکت‌ها بود. منازعات دستگاه‌ها پیرامون عرضه خودرو در بورس و نامه جنجالی شورای رقابت به سازمان بورس نیز شوک منفی مهمی بود؛ چراکه معامله‌گران و فعالان بازار گروه‌های خودرویی را الیدر بازار می‌دانند و بسیاری برای تشخیص وضعیت بازار سرمایه به روند این گروه نگاه می‌کنند. همچنین در پایان هفته یک نامه منتشر شد که حاکی از پیشنهادات کارگروه مشترک کمیسیون اقتصادی مجلس و وزارت اقتصاد به دولت بود. در این نامه که در تاریخ ۱۶ آذرماه ارسال شده و با امضای «محمدرضا پورابراهیمی» و خطاب به وزیر

فرصت امروز: تالار شیشه‌ای هر چقدر در معاملات دی ماه عملکرد مثبتی داشت و شاهد استقبال دوباره سهامداران حقیقی از معاملات بازار سهام بود، در اولین هفته معاملاتی بهمن ماه، خلاف آن را به ثبت رساند. براساس آمارها، در پایان معاملات دی ماه بیش از ۲ هزار و ۴۰۰ میلیارد تومان پول حقیقی به بورس وارد شد، اما در معاملات هفته گذشته به واسطه سیاست‌های ارزی بانک مرکزی شاهد خروج سرمایه حقیقی از بورس بودیم؛ به طوری که در هفته اول بهمن ماه حدود ۳ هزار و ۲۸۷ میلیارد تومان خروج پول حقیقی به ثبت رسید. با این وجود، در جریان معاملات این هفته، هر چه بر شدت خروج پول از معاملات سهام افزوده شد، شاهد ورود پول بیشتر به صندوق‌های درآمد ثابت بودیم که از تغییر ترجیحات سرمایه‌گذاران خرد حکایت دارد.

دماسنج اصلی تالار شیشه‌ای در پایان هفته‌ای که گذشت، حدود ۷۷ هزار واحد ریزش کرد و با ایستادن در ارتفاع یک میلیون و ۶۱۱ هزار واحد، بازدهی منفی ۴٫۶ درصد را از خود به جای گذاشت. همچنین شاخص کل هم‌وزن با افت ۱۳ هزار واحدی و ثبت بازدهی منفی ۲٫۶ درصد در تراز ۵۱۲ هزار واحد و شاخص کل فرابورس با ثبت بازدهی منفی ۱٫۳۸ درصد در ارتفاع ۲۰ هزار و ۹۸۰ واحدی جای گرفت. ارزش معاملات خرد نیز در پایان روز چهارشنبه به ۹ هزار و ۳۵۵ میلیارد تومان رسید که میانگین روزانه ارزش معاملات در هفته اول بهمن را به رقم ۹ هزار و ۳۶۳ میلیارد تومان رسانید. به نظر می‌رسد بورس تهران پس از چند هفته رونق و سبزه‌پوشی به استقبال یک استراحت کوتاه و موقتی رفته است؛ به طوری که نشانه‌های این اصلاح از ارزش معاملات خرد و خروج پول حقیقی تا حدود زیادی پدیداست. در پایان معاملات چهارشنبه، ارزش خالص تغییر مالکیت حقوقی به حقیقی بازار برای پنجمین روز متوالی منفی شد و هزار و ۵۳۶ میلیارد تومان پول حقیقی از بورس خارج شد که بالاترین رقم در ۱۶ ماه گذشته محسوب می‌شود. به گفته کارشناسان، بخش عمده‌ای از خروج سرمایه حقیقی به طرح فروش سکه در بورس کالا برمی‌گردد.

گریز دوباره حقیقی‌ها از بورس

دماسنج اصلی تالار شیشه‌ای در هفته اول بهمن ۷۷ هزار واحد ریخت و بیش از ۳۴ هزار واحد آن در روز چهارشنبه به ثبت رسید. روزی که رکورد خروج پول حقیقی در ۱۶ ماه گذشته را شکست و بیش از هزار و ۵۳۶ میلیارد تومان پول حقیقی از بورس خارج شد. شاخص کل بورس در روز شنبه هفته گذشته بیش از ۳۱ هزار واحد و در روز یکشنبه ۴ هزار و ۶۵۲ واحد ریزش کرد. هرچند شاخص کل در روز دوشنبه رشد هزار واحدی داشت، اما روز سه‌شنبه ۷ هزار و ۸۹۲ واحد و روز چهارشنبه ۳۴ هزار و ۹۱ واحد افت کرد. بدین ترتیب، شاخص کل در آخرین روز کاری هفته به رقم یک میلیون و ۶۱۱ هزار واحد رسید و نسبت به آخرین روز معاملاتی هفته قبل، ۷۷ هزار و ۱۸۲ واحد پایین‌تر ایستاد تا بازدهی منفی ۴٫۶ درصد را در این هفته ثبت نماید. شاخص کل هم‌وزن نیز در پایان هفته نسبت به هفته پیشین، ۱۳ هزار و ۶۹۶ واحد پایین‌تر ایستاد و بازدهی منفی ۲٫۶ درصدی را ثبت کرد.

میانگین ارزش معاملات هفته به ۶۱ هزار و ۱۹۶ تومان رسید که نسبت به رقم ۶۸ هزار و ۲۵۴ میلیاردی هفته پیشین، افت ۱۰ درصدی را نشان می‌دهد. میانگین ارزش معاملات خرد بورس نیز ۹ هزار و ۹۶ میلیارد تومان بود که نسبت به رقم ۹ هزار و ۴۶۶ میلیاردی هفته قبل، ۴ درصد کاهش داشته است. همچنین میانگین ارزش صف‌های فروش در هفته اخیر ۳۵۹ میلیارد تومان بود که از میانگین هفته پیشین، ۵۵ میلیارد تومان بیش‌تر بود و رشد ۱۸ درصدی را تجربه کرد. بالاترین رقم هفته با ۵۳۶ میلیارد تومان در روز شنبه ثبت شد و کمترین رقم با ۲۴۷ میلیارد تومان در روز یکشنبه به ثبت رسید. از سوی دیگر، میانگین ارزش صف‌های خرید در هفته اخیر، ۷۹۸ میلیارد تومان بود که از میانگین هفته پیشین، ۹۰ میلیارد تومان بیشتر بود. بنابراین میانگین ارزش صف‌های خرید ۱۳ درصد افزایش یافت. بالاترین رقم هفته با ۸۷۳ میلیارد تومان در روز سه‌شنبه و پایین‌ترین رقم در روز دوشنبه با ۷۱۱ میلیارد تومان ثبت شد.

در تمامی روزهای معاملاتی هفته اول بهمن ماه، سرمایه حقیقی از بازار خارج شد. در روز شنبه ارزش خالص تغییر مالکیت حقیقی به حقوقی بازار ۷۵۴ میلیارد تومان بود و روز یکشنبه ۳۷۲ میلیارد تومان پول حقیقی خارج شد. روز دوشنبه نیز ۳۷۸ میلیارد تومان خارج شد و روز سه‌شنبه به ۱۲۹ میلیارد تومان رسید. در روز چهارشنبه نیز برای پنجمین روز متوالی و بیشترین میزان در یک سال گذشته، ارزش پول حقیقی خروجی به هزار و ۵۳۶ میلیارد تومان رسید.

سیگنال مثبت برای بورس؟

در پایان هفته گذشته، نامه‌ای منتشر شد که حاکی از پیشنهادات کارگروه مشترک کمیسیون اقتصادی مجلس و وزارت اقتصاد به دولت بود؛ پیشنهاداتی که قرار است در صحن مجلس مطرح شود و برای بورسی‌ها، سیگنال مثبت تلقی می‌شود. به گزارش «کوابران»، شاخص کل بورس

چهل پنجمین دوره
مسابقات سراسری
قرآن کریم در بخش

مبارزه قرآن کریم
و حجج الله و رسله

۸ الی ۱۱ بهمن ۱۴۰۱
قم/بلوار ۱۵ خرداد
سالن همایش امامزاده سیدعلی علیه السلام

نماگر بازار سهام



بلا تکلیفی قیمت لوازم خانگی و یک جدال بی‌پایان

از میانه دی ماه رزمه‌های افزایش قیمت لوازم خانگی مطرح و کمی بعد اجرا شده، اما وزارت صمت هنوز با این موضوع موافقت نکرده و مشخص هم نیست آیا قیمت‌ها به قبل برمی‌گردد یا مجوز رسمی آن صادر می‌شود. به گزارش ایسنا، یکی از مهمترین اخبار صنعتی هفته‌ای که گذشت مربوط به صنعت لوازم خانگی بود؛ جدالی که سالی یک یا دو بار بین تولیدکنندگان و وزارت صمت درمی‌گیرد، دوباره با افزایش نرخ ارز بالا گرفته است. در سال‌های اخیر چندین بار شاهد بودیم که تولیدکنندگان خواستار افزایش قیمت محصولات خود شده‌اند، اما نهادهای نظارتی در وزارت صمت در وهله اول با آن موافقت نکردند، اما بعد از مدتی با مجوز یا بدون مجوز قیمت‌ها بالا رفته است. در هفته‌های گذشته هم قیمت برخی محصولات این صنعت ۱۰ تا ۱۵ درصد از سوی شرکت‌های لوازم خانگی افزایش یافته و پیگیری‌ها نشان می‌دهد مجوزی برای این افزایش قیمت صادر نشده است. تولیدکنندگان می‌گویند با وجود ارائه لیست افزایش قیمت مواد اولیه، وزارت صمت هنوز با افزایش قیمت لوازم خانگی موافقت نکرده است. از طرف دیگر به گفته آنها قیمت مواد اولیه در بورس رها است و با دلار تغییر می‌کنند. همچنین تولیدکنندگان به دلیل مشکلات مربوط به سرمایه در گردش خواستار فروش اعتباری مواد اولیه هستند.

نکته دیگر این است که آنها از اساس با فرآیند قیمتگذاری سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان هستند و معتقدند اگر هم دولت به خاطر مشکلات معیشتی به مکانیزم عرضه و تقاضا تن نمی‌دهد، حداقل باید نظارت‌ها را پسینی کند و اجازه دهد شرکت‌ها براساس قیمت تمام شده، قیمت محصول نهایی را اعلام کنند و بعدا به شکایت‌های احتمالی رسیدگی کند. در مقابل سخنگوی وزارت صمت درباره افزایش قیمت اخیر شرکت‌های لوازم خانگی گفته که مواد اولیه این صنعت افزایش نیافته و بیشتر صنایع تولیدکننده لوازم خانگی، لوازم خط تولیدشان را برای پنج ماه آینده با نرخ ارز قبلی خریدند و بنابراین نیازی به افزایش قیمت وجود ندارد، اما اگر تولیدکننده‌ای افزایش هزینه داشته باشد، طبق روال قبل می‌تواند آن را به سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان ارائه کند تا مورد بررسی قرار گیرد. موضوعی که تولیدکنندگان آن را رد می‌کنند و می‌گویند با توجه به مشکلات تامین سرمایه در گردش که همواره با آن مواجه بودند و تشدید این مشکل به دلیل سیاست‌های انقباضی بانک‌ها توان چنین کاری را ندارند. گفتنی است از اول تیرماه مجوز افزایش ۱۵ درصدی قیمت برای تلویزیون و ۱۰ درصدی برای یخچال، یخچال فریزر و ماشین لباسشویی و ظرفشویی صادر و اجرا شد.

علاوه بر موارد گفته‌شده، تولیدکنندگان روش محاسبه قیمت در سازمان حمایت، تحت عنوان کاست پلاست را نیز منسوخ می‌دانند و می‌گویند این روش باید تغییر کند. از جمله ایراداتی که به این روش وارد می‌دانند هم این است که فقط نیم درصد هزینه‌های تبلیغات نسبت به سرمایه‌گذاری را می‌پذیرند، در مورد تامین مالی در سازمان حمایت فقط روش بانکی تعریف شده و حتی تامین مالی در بورس محاسبه نمی‌شود و ظرفیت پروانه مالک است که تولید بالقوه را در نظر می‌گیرد. البته طبق اظهارات هاشمی، دبیر انجمن صنایع لوازم خانگی ایران، سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان و وزارت صمت بخشی از این انتقادات را پذیرفته و از تولیدکنندگان خواست‌اند ایرادات این روش اعلام شود تا در آینده برطرف شود. اما موضوع مهم این است که بعد از سال‌ها تکرار این روند و جدال بر سر افزایش قیمت، هنوز تصمیمی برای حل مشکل گرفته نشده است. در این شرایط مصرف‌کننده هم بلا تکلیف است؛ چراکه نه فقط در حوزه لوازم خانگی، بلکه در سایر حوزه‌ها هم دولت با افزایش قیمت بخشی از کالاها مخالفت می‌کند، اما تولیدکنندگان می‌گویند با توجه به شرایط تورمی نمی‌توانند با قیمت قبلی کار خود را ادامه دهند و بعضاً جریمه این کار را هم به تعزیرات می‌پردازند. حال باید دید آیا این بار فکری برای تغییر روش تعیین قیمت یا ارائه تسهیلات به تولیدکنندگان می‌شود یا خیر.

خودرو در بورس کالا، ارزان‌تر به مردم می‌رسد



و زبان خودروساز می‌شد و آنها نمی‌توانستند هزینه‌های خود را جبران کنند. نماینده مردم تهران بیان داشت: با فروش خودرو در بازار آزاد تا دو برابر قیمت کارخانه، وزارت صمت به این نتیجه رسید که اگر خودرو در بورس عرضه شود بتواند به ساماندهی این صنعت کمک کند و این تصمیم موثر واقع شد و دست واسطه‌ها و دلالان این حوزه را قطع کرد. میرسلیم افزود: عرضه خودرو در بورس موجب شد که ضرر خودروساز کمتر شود و خودرو ارزان‌تر به دست مردم برسد. وی اضافه کرد: نکته‌ای که درخصوص عرضه خودرو در بورس وجود دارد این است که اکثر

نماینده مردم تهران در مجلس گفت عرضه خودرو در بورس کالا موجب شده، ضرر خودروساز کمتر شود و خودرو ارزان‌تر به دست مردم برسد، اما در گذشته شورای رقابت قیمتی را تعیین می‌کرد که موجب زیان خودروسازان شد.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از تسنیم، مصطفی میرسلیم در مورد عرضه خودرو در بورس کالا بیان داشت: موضوع خودرو به اقتصاد کلان کشور برمی‌گردد و وضعیت گذشته خودرو در کشور غیرعادی بود، چون قیمتی را شورای رقابت تعیین می‌کرد که موجب ضرر

چرا بورس کالا با پیش‌فروش خودرو خارجی مخالف است؟

انبارشده در گمرک برداشته شد و وضعیت بازار رو به بهبودی گذاشت. در این دوره ظهور شرکت‌هایی نظیر مریخ و هابزادگان، ایران فولکس، ایرتویا، شبدیز، اتوپارس، ایران جمس، رابزن و دیران ظهور کرده و محصولات متنوع اروپایی و آمریکایی را در مقیاس انبوه وارد ایران کردند. در این دوره، هزینه گمرکی خودروهای اروپایی به میزان قابل توجهی بالاتر از خودروهای آمریکایی بود. البته اساتید دانشگاه و دانشجویان و نیز وابستگان دربار از معافیت تعرفه گمرکی بهره می‌بردند. پس از انقلاب اسلامی و در سال‌های جنگ تحمیلی، واردات خودرو به جز در موارد بسیار محدود، قطع شد. اما پس از جنگ، به تدریج درهای کشور به روی واردات خودرو باز شد و در ابتدای دهه ۱۳۷۰، انبوهی از خودروهای برندهایی نظیر مرسدس بنز، ب ام و، تویوتا، میتسوبیشی، هوندا، هیوندا و دوو وارد ایران شد و با استقبال گرم بازار مواجه گردید. در سال ۱۳۷۴ واردات خودرو با انگیزه حمایت از تولید داخل و خودروسازان رو به رشد ایرانی، به طور ناگهانی قطع گردید. برخی از واردکنندگان از این شرایط ضرر زیادی دیدند و خودروهای خود را به سختی و پس از گذشت زمانی طولانی از گمرک ترخیص کردند. به این ترتیب، از نیمه دهه ۲۰ به مدت حدود یک دهه، واردات خودروهای خارجی به صورت انبوه انجام نشد و تنها در موارد خاص مانند کاربردهای سفارشی، خودرو به داخل کشور وارد می‌شد.

در نیمه دوم دهه ۸۰ و پس از روی کار آمدن دولت نهم، واردات خودرو

آمار واردات خودرو در یک دهه اخیر نشان می‌دهد، حجم واردات این محصول به دلیل تابعیت از شرایط سیاسی و اقتصادی کلان کشور با نوسانات زیادی همراه بوده است. به گزارش خبرگزاری مهر، آمار واردات خودرو در یک دهه اخیر نشان می‌دهد، حجم واردات این محصول به دلیل تابعیت از شرایط سیاسی و اقتصادی کلان کشور با نوسانات زیادی همراه بوده است، اما در پرتو قوی‌ترین سال واردات خودرو در سال‌های اخیر نیز تنها حدود ۱۰۰ هزار خودرو به کشور وارد شده است که در مقایسه با ظرفیت تولید شرکت‌های خودروساز داخلی و نیز میزان تقاضای سالانه خودرو در بازار ایران، عدد بزرگی نیست. اما این بازار به ویژه در دوره‌های تلاطم نرخ ارز بسیار مورد توجه سیاستگذار بوده و تصمیم‌گیری درخصوص آن بر شرایط فروش و کیفیت خودروهای داخلی تأثیر فراوان داشته است.

واردات خودرو و تقاضای داخلی

آغاز تولید پیکان در ایران در سال ۱۳۴۶، رخداد بزرگی در صنعت خودروسازی ایران به حساب می‌آمد. تولید این خودرو از طرف دولت حمایت می‌شد و همین حمایت نیز سبب شد تا به تدریج هزینه‌های مربوط به گمرک و ترخیص خودروهای وارداتی به شدت افزایش یابد. با این حال، این اتفاق به محدودیت در بازار خودرو ایران منجر نشد؛ پس از یک وقفه کوتاه و انباشت خودروها در گمرک در اواخر دهه ۱۳۴۰ و وارد شدن یک شوک کوچک به بازار خودرو، محدودیت‌ها برای خودروهای

اطلاعیه سازمان ملی استاندارد ایران



شناسه آگهی: ۱۴۴۶۱۲۰

در اجرای مفاد تبصره یک ماده ۱۴ قانون تقویت و توسعه نظام استاندارد فهرست آخرین فرآورده‌های تحت پوشش استاندارد اجباری برای تولیدات داخلی و صادرات و واردات که در کمیته ملی مربوطه مورد تصویب قرار گرفته، به اتمام آخرین تغییرات استاندارد‌های تنویدی به شرح ذیل جهت اطلاع عموم آگهی میگردد.

ردیف	عنوان استاندارد	شماره استاندارد	نوع اجرای استاندارد	موضوع استاندارد	تاریخ اجرا
۱	سامانه‌های لوله‌گذاری پلاستیکی برای تخلیه فاضلاب و پساب (در دمای پایین و بالا) داخل ساختمان - پلی پروپیلن (PP) - قسمت ۱: ویژگی‌های لوله‌ها، اتصالات و سامانه	۱۳۸۲۲-۱	تشویقی	تجدید نظر اول	سه ماه پس از انتشار آگهی
۲	سامانه‌های لوله‌گذاری پلاستیکی مدفون برای کاربردهای فاضلاب و زهکشی بدون فشار - سامانه‌های لوله‌گذاری پی‌وی‌سی سلب (PVC-U)، پلی پروپیلن (PP) و پلی اتیلن (PE) با دیواره ساختمان - قسمت ۲: لوله‌ها و اتصالات با سطح بیرونی غیر صاف، نوع A	۹۱۱۶-۲	اجباری	تجدید نظر دوم	سه ماه پس از انتشار آگهی
۳	سامانه‌های لوله‌گذاری پلاستیکی مدفون برای کاربردهای فاضلاب و زهکشی بدون فشار - سامانه‌های لوله‌گذاری پی‌وی‌سی سلب (PVC-U)، پلی پروپیلن (PP) و پلی اتیلن (PE) با دیواره ساختمان - قسمت ۳: لوله‌ها و اتصالات با سطح بیرونی غیر صاف، نوع B	۹۱۱۶-۳	اجباری	تجدید نظر دوم	سه ماه پس از انتشار آگهی
۴	سامانه‌های لوله‌گذاری پلاستیکی برای تخلیه فاضلاب و پساب (در دمای پایین و بالا) داخل ساختمان پی‌وی‌سی سلب (PVC-U) - قسمت ۱: ویژگی‌های لوله‌ها، اتصالات و سامانه	۹۱۱۹-۱	اجباری	تجدید نظر اول	سه ماه پس از انتشار آگهی
۵	سامانه‌های لوله‌گذاری پلاستیکی مدفون برای فاضلاب و زهکشی بدون فشار - پی‌وی‌سی سلب (PVC-U) - قسمت ۱: ویژگی‌های لوله‌ها، اتصالات و سامانه	۹۱۱۸-۱	اجباری	تجدید نظر اول	سه ماه پس از انتشار آگهی
۶	سامانه‌های لوله‌گذاری پلاستیکی برای آب‌رسانی، فاضلاب و زهکشی تحت فشار - پلی اتیلن (PE) - قسمت ۲: لوله‌ها	۱۴۴۲۷-۲	اجباری	تجدید نظر اول	سه ماه پس از انتشار آگهی
۷	سامانه‌های لوله‌گذاری پلاستیکی برای آب‌رسانی، فاضلاب و زهکشی تحت فشار - پلی اتیلن (PE) - قسمت ۳: اتصالات	۱۴۴۲۷-۳	تشویقی	تجدید نظر اول	سه ماه پس از انتشار آگهی
۸	نایرها - تیوب نایر	۲۴۱۶	اجباری	تجدید نظر دوم	سه ماه پس از انتشار آگهی

در کلیه موارد مذکور تاریخ انتشار آگهی نوبت دوم در روزنامه رسمی جمهوری اسلامی ملاحظه عمل خواهد بود.

کلیه اشخاص حقیقی و حقوقی ذیربط می‌توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر به نازنامی رسمی سازمان ملی استاندارد ایران به نشانی www.iriso.gov.ir و یا در تهران به سازمان ملی استاندارد ایران و در استان‌ها به ادارات کل استاندارد استان مراجعه نمایند.

م الف ۴۲۲۹

دفتر تخصصی روابط عمومی و اطلاع رسانی

آگهی مناقصه عمومی دو مرحله‌ای ۲۹/۴۰۱



شرکت گاز استان کهگیلویه و بویراحمد

نوبت اول

شناسه آگهی: ۱۴۴۵۶۵۷

نام و نشانی دستگاه مناقصه‌گذار: شرکت گاز استان کهگیلویه و بویراحمد به نشانی (یاسوج، بلوار مطهری، خیابان راهداران، پایین تر اداره راه و شهرسازی، واحد امور پیمانها)

موضوع مناقصه: پروژه تامین، پیاده‌سازی، استقرار و پشتیبانی، تجهیزات و سرویس‌های مرکز تلفن داخلی شرکت گاز استان کهگیلویه و بویراحمد

- مبلغ برآورد: ۲۴۸۷۰۰۰۰۰۰ بیست و چهار میلیارد و هشتصد و هفتاد میلیون ریال

- میزان و نوع تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار: ۱،۲۴۴،۰۰۰،۰۰۰ ریال (یک میلیارد و دویست و چهل و چهار میلیون ریال) می‌باشد که می‌بایست مطابق مصوبه شماره ۱۳۲۴۰۲/ت۰۶۵۹۰۵ مورخ ۹۴/۰۹/۲۷ هیات محترم وزیران و ضوابط مربوطه تهیه شود و در صورت نقدی به حساب شماره ۱۱۱۹۷۴۴۱۱۱۸۵۵/۴۱۰ بانک مرکزی واریز گردد.

مهلت اعلام آمادگی دریافت اسناد مناقصه، از طریق سامانه دولت (ستاد) از تاریخ ۱۴۰۱/۱۱/۰۹ لغایت ۱۴۰۱/۱۱/۱۶

مهلت عودت اسناد و پاکات مناقصه از طریق سامانه دولت (ستاد) پایان وقت اداری مورخ ۱۴۰۱/۱۲/۰۱

زمان باز گشایی پیشنهادات (مرحله اول): روز سه شنبه مورخ ۱۴۰۱/۱۲/۰۲ ساعت ۱۰ صبح ساختمان شماره ۲، شرکت گاز استان کهگیلویه و بویراحمد، دفتر امور پیمانها

شرایط و مدارک مورد نیاز لازم جهت شرکت در مناقصه: الف) مدارک ثبتی شرکت حاوی تصاویر برابر با اصل (شناسنامه، آگهی آخرین تغییرات شرکت، آگهی تاسیس شرکت در روزنامه رسمی و...)

ب) دارا بودن تجهیزات و امکانات تخصص لازم (حسب مورد) و توانایی فنی و مالی انجام کار مطابق استانداردهای شرکت ملی گاز ایران

ج) دارای گواهینامه رتبه بندی و صلاحیت پیمانکاری در رشته مخابرات از سازمان برنامه و بودجه یا شورای عالی انفورماتیک کشور

از مناقصه گران جهت حضور در جلسه بازگشایی پیشنهادات دعوت به عمل می‌آید.

سایر اطلاعات و جزئیات مربوطه در اسناد مناقصه مندرج است.

- آگهی این مناقصه در پایگاه اینترنتی شرکت گاز استان کهگیلویه و بویراحمد و پایگاه اطلاع رسانی قابل مشاهده می‌باشد. تلفکس واحد امور پیمانها: ۰۷۴۳۳۳۳۳۲۷۷

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۱۱/۰۸

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۱۱/۰۹

روابط عمومی شرکت گاز استان کهگیلویه و بویراحمد

www.forsatnet.ir

آگهی قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی حوزه ثبتی نوشهر

نظر به دستور مواد ۱ و ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۹/۲۰ املاک متقاضیانی که در هیات موضوع ماده یک قانون مذکور مستقر در واحد ثبتی نوشهر مورد رسیدگی و تصرفات مالکانه و بلامعارض آنان محرز و رای لازم صادر گردیده جهت اطلاع عموم به شرح ذیل آگهی می گردد:

املاک متقاضیان واقع در قریه گیل کلا پلاک ۲۷ اصلی بخش ۲ ییلاقی ۴۶ فرعی اقا / خاتم علیرضا رضوانی گیل کلاهی فرزند حبیب الله نسبت به شش دانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۱۹۰/۴۲ متر مربع خریداری بدون واسطه/ با واسطه از سعید رضوانی

لذا به موجب ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی و ماده ۱۲ آیین نامه مربوطه این آگهی در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق این روزنامه محلی/ کثیرالانتشار در شهرها منتشر و در روستاها علاوه بر انتشار آگهی 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 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 ارائه نکند اداره ثبت مبادرت به صدور سند مالکیت می نماید و صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نیست. بدیهی است برابر ماده ۱۲ آیین نامه مذکور در مورد قسمتی از املاکی که قبلاً اظهارنامه ثبتی پذیرفته نشده، واحد ثبتی با رای هیات پس از تنظیم اظهارنامه حاوی تحدید حدود مراتب را در اولین آگهی نویسی و تحدید حدود به صورت همزمان به اطلاع عموم می رساند و نسبت به املاک در جریان ثبت و فاقد سابقه تحدید حدود، واحد ثبتی آگهی تحدید حدود را به صورت اختصاصی منتشر می نماید.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۱/۲۴
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۱/۱۰۸
رئیس اداره ثبت اسناد و املاک نوشهر - صفر رضوانی
شناسه آگهی: ۱۴۲۹۶۷۶
۲۳۸

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان گیلان
اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک سنگر
هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

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

برابر رای شماره ۱۸۰۰۳۳۰۳/۱۶۰۳۱۸۰۱۶۰۱۴۰۱۶۰۱۴۰۱۰/۸۳۰ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک سنگر تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی عیسی یحیی زاده نوجوکاربری فرزند سید اله بشماره ملی ۲۵۹۵۵۵۵۲۶۱ در شش دانگ یک باب خانه و محوطه به مساحت ۱۱۰۵/۲۴ متر مربع با کاربری مسکونی و با وجود حقوق ارتقائی، مجزی شده از پلاک ۲۲ اصلی از سنگ ۲۲ اصلی واقع در جگلودندان بخش ۴ گیلان، که برای آن پلاک شماره ۷۹ فرعی در نظر گرفته شده، خریداری از مالک رسمی مسیب مسیبی جگلی 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 قضائی تقدیم نموده و گواهی مربوطه را به این اداره ارائه نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۱/۲۱
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۱/۱۰۸
علی کاظمی پاکدل - رئیس ثبت اسناد و املاک
۲۳۶

مفقودی

کلیه مدارک سواری - هاج یک سایپا تیپ QUIK-MT مدل ۱۴۰۰ سفید مشکی - روغنی به شماره شاسی M1۵۹۱۴۲۵۸۶ و شماره موتور NAPX۲۱۲AAM۱۰۳۱۶۵۱ به شماره انتظامی ۰۱۴۹N1۵۰۰۴۸۸۷ ایران ۷۹ بنام علی اکبر خونیانی مفقود و از درجه اعتبار ساقط می باشد.

شهرستان قزوین

مفقودی

کلیه مدارک موتورسیکلت از کتوری گالکسی CL۱۵۰ مدل ۱۴۰۱ برنگ سرمه ای به شماره شاسی ۱۳۹۷/۱۰۱N۱۵۸RHGGKLN و شماره موتور ۰۱۴۹N1۵۰۰۴۸۸۷ به شماره انتظامی ۹۵۵۴۴ ایران ۵۲۵ بنام علی اکبر خونیانی مفقود و از درجه اعتبار ساقط می باشد.

شهرستان قزوین

۸۸۹۳۶۶۵۱



سازمان آگهی ها

**آگهی فقدان سند مالکیت**

خانم سکینه مهدیان جویباری باسناد دو برگ استشهاده تصدیق شده به شماره ۴۵۹۴۰ مورخ ۱۴۰۱/۱۱/۱ تنظیمی دفترخانه ۱۳۴ جویبار مدعی است که سند مالکیت شش دانگ زمین با بنای احداثی تحت پلاک ۹۶۹۹ فرعی از ۱۰ اصلی واقع در بخش ۷ حوزه ثبتی جویبار به مساحت ۲۲۵/۳۸ متر مربع که به شماره دفتر الکترونیکی ۱۴۰۰۲۴۳۸/۳۱۰۰۱۳۹۸۲۰۳۱۰۱۴۰۰۲۴۳۸ به شماره سریال ۱۹۱۸۳۹ ب ۹۸ ثبت و صادر، مفقود گردیده و درخواست صدور سند مالکیت المثنی را نموده است لذا مراتب باسناد ماده ۱۲۰ اصلاحی آیین نامه قانون ثبت در یک نوبت آگهی می گردد تا چنانچه کسی مدعی وجود سند مالکیت نزد خود و یا انجام معامله نسبت به ملک مذکور می باشد از تاریخ انتشار آگهی ظرف مدت ده روز اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت یا سند معامله کتبا به این اداره تسلیم و رسید دریافت نماید، چنانچه ظرف مدت مقرر اعتراض ارائه نگردد و یا در صورت اعتراض، اصل سند مالکیت یا سند معامله ارائه نشود سند مالکیت مطابق مقررات صادر و به متقاضی تسلیم خواهد شد.

تاریخ انتشار آگهی ۱۴۰۱/۱۱/۰۸

رئیس ثبت اسناد و املاک شهرستان جویبار -**مرتضی قاسم پور**

شناسه آگهی ۱۴۴۶۳۶۷

۲۸۴

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 ۱۴۰۱۶۰۳۱۰۱۳۰۱۶۰۱۴۰۱۶۰۱۴۰۱۰/۹۲۹۲۹۲۹ هیات قانون تعیین تکلیف موضوع ماده یک قانون مذکور مستقر در واحد ثبتی شهرستان تصرفات مالکانه و بلامعارض متقاضی آقای/ خانم سید رضاعلی حسینی فرزند سیدمرتضی نسبت به شش دانگ شش دانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی/ به مساحت ۲۲۷۷/۹۱ متر مربع به شماره پلاک ۱۳۱۲ فرعی از ۲ اصلی واقع در قریه جوریند بخش ۲ خریداری شده از آقای/ خانم علی اکبر واحدی مالک رسمی محرز گردیده است لذا به موجب ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی و ماده ۱۳ آیین نامه مربوطه 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 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 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: ۱۴۰۱/۱/۱۰۸
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۱/۱۱/۲۳

رئیس اداره ثبت اسناد و املاک شهرستان - عین الله تیموری

شناسه آگهی ۱۴۴۶۱۲۱

۲۸۳

آگهی قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی حوزه ثبتی قائم شهر

نظر به دستور مواد ۱ و ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۹/۲۰ املاک متقاضیانی که در هیات موضوع ماده یک قانون مذکور مستقر در واحد ثبتی قائم شهر مورد رسیدگی و تصرفات مالکانه و بلامعارض آنان محرز و رای لازم صادر گردیده جهت اطلاع عموم به شرح ذیل آگهی می گردد:

املاک متقاضیان واقع در قریه کشکگر کلا پلاک ۲۵ اصلی بخش ۱۶ ۱۸۶۱۸ فرعی بنام خاتم حوران اکبر نیا خطیر نسبت به شش دانگ یک قطعه زمین که در آن احداث شده است به مساحت ۲۱۲ متر مربع خریداری مع الواسطه از آقای سیدعباس سیدی موسوی مالک رسمی.

لذا به موجب ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی و ماده ۱۳ آیین نامه مربوطه این آگهی در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق این روزنامه محلی/ کثیرالانتشار در شهرها منتشر و در روستاها علاوه بر انتشار آگهی 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 مبادرت به صدور سند مالکیت می نماید و صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نیست. بدیهی است برابر ماده ۱۳ آیین نامه مذکور در مورد قسمتی از املاکی که قبلاً اظهار نامه ثبتی پذیرفته نشده، واحد ثبتی با رای هیات پس از تنظیم اظهارنامه حاوی تحدید حدود مراتب را در اولین آگهی نویسی و تحدید حدود به صورت همزمان با اطلاع عموم می رساند و نسبت به املاک در جریان ثبت و فاقد سابقه تحدید حدود، واحد ثبتی آگهی تحدید حدود را به صورت اختصاصی منتشر می نماید.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۱/۱۰۸
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۱/۱۱/۲۳

شناسه آگهی ۱۴۴۵۵۵۴
سرپرست اداره ثبت اسناد و املاک شهرستان قائم شهر - یونس
قمیلی
۲۸۲

شناسه آگهی ۱۴۴۵۳۳۷
حسن صالحی - رئیس اداره ثبت اسناد و املاک آمل
۲۸۱

اخبار

بازدید میدانی مدیرعامل شرکت آب منطقه ای گیلان از تاسیسات و مجاری آبی شهرستان های فومن



رشت - **خبرنگار فرصت امروز:** مدیرعامل آب منطقه ای گیلان با به همراهی خلیل بهروزی فر نماینده شهرستان های فومن و شفت در مجلس شورای اسلامی و موسی فکور فرماندار فومن از برخی مجاری و تاسیسات آبی این شهرستان بازدید و به منظور حل مشکلات مردم شریف شهرستان را صادر کرد.

به گزارش روابط عمومی شرکت آب منطقه ای گیلان؛ وحید خَرمی مدیرعامل شرکت آب منطقه ای گیلان در روز جمعه ۳۰ دیماه سالجاری در شهرستان فومن حضور یافت و با همراهی نماینده مردم شریف شهرستان های فومن و شفت در مجلس شورای اسلامی و فرماندار فومن به بازدید میدانی از نقاط مختلف شهرستان پرداختند.
براساس این گزارش، مدیرعامل شرکت آب منطقه ای استان گیلان با حضور در برخی از مناطق شهرستان فومن از جمله روستاهای سید سرا، حیدر آلات و قلعه رودخان از تعدادی از سردهنه ها و حاشیه رودخانه ها و تاسیسات و مجاری آبی و همچنین پروژه دیواره گذاری گابیون بندی روستای دارباغ بازدید و دستورات لازم جهت رفع مشکلات مردم منطقه را صادر نمود.
وی در این بازدید بیان داشت: برنامه ریزی های لازم از هم اکنون جهت آمادگی برای فصل زراعی بیش رو ازجمله لایروبی انهار نیازمند لایروبی، احیاء و بازسازی سردهنه های تخریب شده و همچنین تجهیز و سرویس ایستگاههای پمپاژ و چاههای عمیق و نیمه عمیق در دستور کار شرکت آب منطقه ای گیلان می باشد.

در راستای توسعه گردشگری صنعتی؛

موزه چاه شماره یک مسجدسلیمان آماده بازدید عموم علاقه‌مندان میراث صنعتی می باشد



اهواز - شبنم قجائوند: مسئول موزه نفت مسجدسلیمان از آماده بودن موزه چاه شماره یک مسجدسلیمان برای بازدید عموم علاقه‌مندان میراث صنعتی خبر داد.

مسئول موزه نفت مسجدسلیمان از آماده بودن موزه چاه شماره یک مسجدسلیمان برای بازدید عموم علاقه‌مندان میراث صنعتی خبر داد.
فرید کاوش در تکمیل این خبر افزودبا آرایه درخواسنی از سوی موزه نفت مسجدسلیمان و موافقت مدیرعامل شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان، این مکان تاریخی آماده سازی و آماده بازدید علاقمندان به تاریخچه اکتشاف و فعالیت صنعت نفت ایران می باشد. وی ادامه داد: همشهریان، میهمانان و گردشگران گرایی می‌توانند در فصل زمستان همه روزه از ساعت ۹ تا ۱۷ از این مجموعه منحصر بفرد صنعتی بازدید نمایند.

وی تصریح کرد : چاه شماره یک مسجدسلیمان بعنوان نخستین چاه نفت خاورمیانه، اثری بسیار مهم در تاریخ صنعت نفت و سیاست کشورمان و جهان است که با فوران آن در سحر گاه پنجم خرداد ماه سال ۱۲۸۷ خورشیدی، عصر نفت در ایران و خاورمیانه آغاز شد و تحولات مهمی متعاقب آن رخ داد. وی در پایان از مهندس علیرضا هیولاند مدیرعامل شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان و سعید آتش بار رییس موزه های مناطق نفتخیز جنوب بخاطر توجه به میراث صنعتی و گسترش گردشگری صنعتی مسجدسلیمان تشکر نمود.

توسط مدیر منطقه چالوس انجام شد :

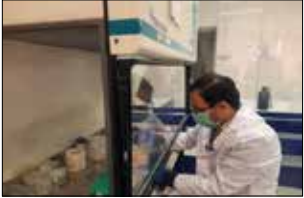
بازدید از نیروگاه کاسپین و اداره کل بنادر و دریانوردی بندر نوشهر



ساری - دهقان : مدیر منطقه چالوس به همراه جمعی از مسئولین ستادی شرکت ملی پخش فراآوردهای نفتی ایران از نیروگاه کاسپین و اداره کل بنادر و دریانوردی بندر نوشهر بازدید کرد.

به گزارش خبرنگار روزنامه تیرنگ به نقل روابط عمومی شرکت ملی پخش فراآوردهای نفتی منطقه چالوس، در راستای اصل هماهنگی و هم افزایی و بازدید میدانی از مناطق شمالی کشور، نمایندگان اعزامی مدیر عامل شرکت ملی پخش فراآوردهای نفتی ایران در منطقه چالوس حضور یافتند و ضمن بازدید از انبار نفت شهید بزرگ چالوس و نیروگاه کاسپین نوشهر و اداره کل بنادر و دریانوردی بندر نوشهر از فرآیندهای مرتبط از نزدیک بازدید نمودند. در این بازدید توجرح امانی، مدیر منطقه چالوس که در بازدیدهای میدانی مهمانان را همراهی می کردند، در جلسه پایانی در حضور نمایندگان اعزامی مدیر عامل، تقدیر و تشکر نمودند و موانع و مشکلات موجود در حوزه سوخت نیروگاهی و حساسیت‌های لازم در خصوص پیک تردد در روزهای پایانی سال و تعطیلات عید نوروز، صحبت‌ها و پیشنهادهائی را مطرح کردند.

۷۹ هزار و ۲۰۲ آزمایش تشخیصی در دامپزشکی استان مرکزی انجام شد



اراک- فرناز امیدی: سرپرست آزمایشگاه مرجع اداره کل دامپزشکی استان مرکزی گفت: ۷۹ هزار و ۲۰۲ مورد آزمایش تشخیصی امسال از سوی اداره کل دامپزشکی این استان به منظور شناسایی و کنترل بیماری‌های دام و طیور انجام شد.

به گزارش روابط عمومی اداره کل دامپزشکی استان مرکزی، علی بناساز افزود: ۶۲ هزار و ۵۵۰ آزمایش از مجموع این آزمایش‌ها با همکاری بخش دولتی و ۱۶ هزار و ۶۵۲ آزمایش توسط بخش خصوصی انجام شده است. وی با یادآوری انجام ۲۲ هزار و ۷۵۲ آزمایش تشخیصی در مدت مشابه

سال گذشته در استان مرکزی ادامه داد: آزمایش‌های تشخیصی انجام شده در این استان در سال جاری نسبت به مدت مشابه پارسال سه برابر افزایش یافته است. سرپرست آزمایشگاه مرجع اداره کل دامپزشکی استان مرکزی خاطر نشان کرد: ۵۰ هزار و ۹۴۰ آزمایش سرولوژی دام، ۲۱ هزار و ۴۰۵ آزمایش سرولوژی طیور، سه هزار و ۳۹۱ مورد آنالیز شیمی و یک هزار و ۳۲۷ مورد تست میکروبی امسال انجام شد. بناساز گفت: ۷۰۸ مورد آزمایش میکروبی مرضی، ۶۱۸ مورد آزمایش انگل شناسی، ۲۹۰ مورد آزمایش باقی مانده دارویی و ۲۶۵ مورد آزمایش مولکولی برای تشخیص بیماری آنفلوآنزای فوق حاد پرندگان از ابتدای سال جاری تاکنون توسط اداره کل دامپزشکی استان مرکزی انجام شد.

نفت ستاره خلیج فارس دومین شرکت برتر کشور



بندرعباس - خبرنگار فرصت امروز: در بیست و پنجمین سال رتبه بندی شرکت‌های برتر کشور، نفت ستاره خلیج فارس مقام دوم را کسب کرد. به گزارش روابط عمومی و بین‌الملل شرکت نفت ستاره خلیج فارس، در بیست و پنجمین سال رتبه بندی شرکت‌های برتر کشور که به همت سازمان مدیریتی صنعتی برتر گزار شد، شرکت نفت ستاره خلیج فارس از میان ۱۰۰ شرکت بزرگ رتبه بندی شده کشور توانست مقام دوم را از آن خود کند.

این رتبه بندی با الهام از رسالت سازمان با فراهم نمودن آمار و اطلاعات شفاف و مفید در مورد بنگاه‌های اقتصادی کشور، فضای روشن‌تری از کسب و کار اقتصادی کشور ارائه می‌دهد.

بیست و پنجمین دوره انتخاب شرکت‌های برتر و پیشرو ایران موسوم به IMI-۱۰۰ هرسال با شاخص‌های مختلف کارشناسی، اقدام به انتخاب شرکت‌های برتر ایران در زمینه‌های مختلف می‌کند. هدف از برگزاری همایش IMI-۱۰۰، شفاف سازی فضای کسب و کار و ایجاد فضای رقابتی بین شرکت‌های برتر ایران است. مبنای اولیه این رقابت میزان فروش شرکت‌هاست؛ این شاخص، از منطق اقتصادی بالایی برخوردار بوده و بیانگر خروجی شرکت‌ها و اثر گذاری‌شان بر اقتصاد ملی است.

کسب رتبه برتر مخابرات منطقه گلستان در واگذاری سرویس VDSL

گرگان - خبرنگار فرصت امروز: مخابرات منطقه گلستان در واگذاری سرویس vdsl رتبه برتر کشوری را کسب کرد در گزارش ارزیابی مخابرات مناطق که در جلسه شورای مدیران مخابرات کشور ارائه شد ، شاخص های ارزیابی تشریح و امتیازات مناطق مخابراتی اعلام شد. در ارزیابی عملکرد مخابرات مناطق در ۱۰ ماهه اول سال ۱۴۰۱ ، شاخص های دایری ، تلفن ثابت و sipphone،دایری ADSL،ftth و خدمات دیتا همینطور خالص سرویس های فوق بررسی و مخابرات منطقه گلستان با عملکرد مناسب در تمامی شاخص ها ، رتبه برتر را در واگذاری سرویس vdsl کسب کرده است .

دکتر غلامعلی شهمرادی که در حاشیه این جلسه سخن می گفت : با تاکید بر ارائه سروسههای اینترنت پرسرعت و ضرورت تغییر بر روز رسانی سرویس ها به سمت نیاز و درخواست مشتریان ، در تلاش های انجام شده در راستای ارائه خدمات و سرویس های مناسب و با کیفیت اشاره کرد و افزود : اینترنت بعنوان نیاز اساسی مردم در شرایط کنونی مسئولیت مخابرات را در واگذاری آن در تمام نقاط استان سنگین تر کرده و به عنوان متولی ارتباط رسانی ، برنامه ریزی و تلاش حداکثری در این زمینه را مستمرا در دستور کار دارد.

کل کشور، حدود ۴۵۰ مگاوات است و این در حالی است که این پروژه به تنهایی ۶۰۰ مگاوات، انرژی تجدید پذیر به برق خورشیدی کشور اضافه می کند. که البته با توجه مطالعات و برنامه‌ریزی‌های انجام شده، امکان توسعه ظرفیت این نیروگاه تا ۱۰۰۰ مگاوات نیز وجود دارد.

وی تأکید کرد: آیین آغاز به ساخت این نیروگاه در شرق اصفهان و با سرمایه‌گذاری اولیه ۳۵۰ میلیون یورو و با حضور معاون وزیر نیرو و برخی دیگر از مسئولین کشور انجام خواهد شد.البته این پروژه، تنها سرمایه‌گذاری فولاد مبارکه در این زمینه نیست و برای کاهش وابستگی به شبکه، نیروگاه ۹۱۴ مگاواتی سیکل ترکیبی فولاد مبارکه در حال احداث است که بیش از ۶۰ درصد پیشرفت داشته و در سال آینده دو واحد گازی جمعا به ظرفیت ۶۱۴ مگاوات وارد مدار می‌شود.

شایان ذکر است همزمان با کلنگ زنی این پروژه زیست محیطی ارزشمند توسط فولادمبارکه، با پیگیری مسئولین استانی اصفهان، کلنگ زنی و عملیات اجرایی ۴۰۰ مگاوات انرژی تجدید پذیر دیگر نیز در استان اصفهان از جمله شهرستان های اصفهان، شاهین شهر، ورزنه، شهرضا، نجف آباد، تلنژ، کاشان، تیران و کرون و دهاقان آغاز خواهد شد.



زیاد نبوده و عملیات چرخاندن تاج چاه را با بستن شیر اصلی بالایی و پائینی و شیر ایمنی درون‌چاهی، به طور ایمن و با موفقیت انجام دادند.

بسا انجام این عملیات جهادی، ۱۰ میلیارد ریال در هزینه های مربوطه صرفه جویی گردید.

سرپرست شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی منطقه قم:

امسال مصرف بنزین در قم ۳۰ درصد افزایش یافته‌است

عملیاتی قم،محمدرضا حصیری درگفت‌وگو با خبرنگار ایرنا، افزود: در چند سال گذشته به دلیل شیوع ویروس کرونا و ایجاد محدودیت در سفرهای نوروزی، مصرف بنزین کاهش چشمگیری داشت، ولی برداشته شدن محدودیت در سفرهای برون‌شهری و عادی شدن رفت‌وآمدهای داخل شهر در سالجاری باعث افزایش مصرف شده‌است. وی اضافه کرد: درهمین مدت مصرف سی ان جی نیز نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۲۵ درصدافزایش یافته‌است. وی بیان کرد:تأمین به‌موقع فرآورده‌های نفتی مورد نیاز بخش‌های مختلف و سوخت نیروگاه سیکل ترکیبی از مهم‌ترین برنامه‌های

مدیرعامل فولاد مبارکه خبر داد:

احداث بزرگ‌ترین نیروگاه متمرکز خورشیدی کشور با سرمایه‌گذاری فولادمبارکه



سال صرفه‌جویی می‌شود. وی خاطر نشان کرد: اجرای این پروژه اشتغال زایی مستقیم بیش از ۶۰۰ نفر را در زمان ساخت و ۷۰ نفر در زمان بهره‌برداری را به همراه خواهد داشت. همچنین با توجه به اینکه بسیاری از تجهیزات این نیروگاه از تولیدکنندگان داخلی تأمین می‌شود شاهد اشتغال‌زایی غیرمستقیم و رونق صنعت برق کشور در حوزه تجدیدپذیر خواهیم بود.

طیبنیا تصریح کرد: هم‌اکنون ظرفیت نیروگاه‌های خورشیدی

اصفهان - خبرنگار فرصت امروز: مدیرعامل شرکت ولاد مبارکه گفت: بزرگ‌ترین نیروگاه متمرکز خورشیدی کشور با سرمایه‌گذاری فولاد مبارکه ساخته می‌شود.

محمدیاسر طیبنیا مدیرعامل شرکت فولاد مبارکه لپهار کرد: آیین کلنگ‌زنی و آغاز ساخت بزرگ‌ترین بروگاه خورشیدی کشور، با ظرفیت ۶۰۰ مگاوات و با سرمایه‌گذاری گروه فولاد مبارکه پایان هفته جاری برگزار خواهد شد.

وی گفت: این نیروگاه در زیربنایی به وسعت ۱۲۰ هکتار و در طول سه سال با استفاده از پیمانکاران اخلی ساخته می‌شود و تا پایان سال آینده حدود ۱۰۰ گاوات از آن به بهره‌برداری می‌رسد.

مدیرعامل شرکت فولاد مبارکه افزود: با توجه به بکه فولاد مبارکه به دنبال توسعه صنعت سبز در کشور است، برنامه‌ریزی‌های انجام شده‌احداث این نیروگاه می‌تواند از انتشار ۸۱ هزار تن دی‌اکسید کربن در سال جلوگیری کند. با توجه به برابط آلودگی هوا در کشور، این روش بهترین گزینه جایگزین رای نیروگاه‌های با راندمان پایین بوده که بسیاری از کشورهای نیا نیز به احداث چنین نیروگاه‌هایی روی آورده‌اند. با در نظر زفتن ظرفیت این نیروگاه، ۳۵۰ میلیون متر مکعب گاز نیز در

بهره داری نفت و گاز مسجدسلیمان موفق شدند طی یک عملیات فنی/ خصوصی مربوط به چرخاندن تاج چاه گازی، به میزان ۱۰ میلیارد یال در انجام عملیات و هزینه های مرتبط، صرفه جویی نمایند . کارکنان متعهد و متخصص شرکت بهره برداری نفت و گاز سجدسلیمان موفق شدند طی یک عملیات فنی اختصاصی مربوط ه چرخاندن تاج چاه گازی، به میزان ۱۰ میلیارد ریال در انجام ملیات و هزینه های مرتبط، صرفه جویی نمایند .

کارکنان مهندسی تولید مدیریت امور فنی این شرکت پس از هام عملیات تعمیر با دکل و ایمن سازی یکی از چاه های گازی و ر حین نصب تسهیلات سرچاهی متوجه شدند که زاویه نصب تاج

ر حین نصب تسهیلات سرچاهی متوجه شدند که زاویه نصب تاج



قم - خبرنگار فرصت امروز: سرپرست شرکت ملی پخش راآوردهای نفتی منطقه قم گفت: از ابتدای سالجاری تاکنون، به لیل افزایش مسافرت‌های درون و برون‌شهری، مصرف بنزین در ن استان نسبت مشابه سال گذشته، ۳۰ درصدافزایش یافته‌است به گزارش روابط عمومی شرکت ملی پخش فراآوردهای نفتی

مدیرعامل شرکت آب وفاضلاب استان بوشهر:

۱۵ هزار انشعاب غیر مجاز در استان بوشهر وجود دارد



و بهداشتی استان در این حوزه تأمین می‌شود. هیچ یک از آبشیرین‌کن‌های این استان جزء مصوبه های سفر هیات دولت به استان نیست اما با توجه به تأکید دولت، امروز

مدیرعامل شرکت گاز استان ایلام :

مراقب مصرف گاز باشید تا مشمول افزایش تعرفه گازبها نباشید

در ماه در پله دوم و مشترکین با مصرف ماهانه ۳۰۱ تا ۳۷۵ مترمکعب، در پله سوم قرار گرفته و نرخ تعرفه گازبها در قبوض آنها به ازای هر مترمکعب به ترتیب ۴۱۴، ۶۹۰ و ۹۶۶ ریال محاسبه می شود. کشاورز گفت: مشترکین با مصرف ۲۴۶ تا ۴۵۰ در پله چهارم به نرخ ۱۷۵۸ ریال با افزایش ۴۵ درصدی و مشترکین پله ۵ به ۱۶ مشمول افزایش ۲۸ درصدی در تعرفه قبوض گاز می شوند،تصریح کرد: مشترکین که دارای مصرف ۴۵۱ تا ۵۲۵ مترمکعب باشند در پله پنجم قرار گرفته و با افزایش ۲۸ درصدی، تعرفه آنها با نرخ ۲۴۶۱ ریال محاسبه می شود.

وی با اشاره به اینکه مشترکین که مصرف گاز آنها در ماه بین ۵۲۶ تا ۶۰۰ مترمکعب باشد در پله ششم قرار می گیرند و محاسبه گازبهای آنها با تعرفه ۲۳۴۶ ریال محاسبه می شود، ادامه‌داد: مشترکین در رده مصرفی ماهانه ۶۰۱ تا ۶۷۵ در پله هفتم قرار گرفته و قیمت هر مترمکعب این مصرفی آنها در پله هفتم با نرخ ۵۵۶۷ ریال منظور خواهد شد.

مدیر عامل شرکت گاز استان ایلام تصریح کرد: مشترکین با مصرف ۶۷۶ تا ۷۵۰ در پله هشتم با قیمت هر متر مکعب ۷۷۹۳

ایلام- هدی منصور: مدیرعامل شرکت گاز استان ایلام به مشترکین پرمصرف گاز استان هشدار داد و گفت: مراقب میزان صرف گاز باشید تا مشمول افزایش تعرفه بها در قبوض نباشید. محمود کشاورز با اشاره به اینکه رعایت الگوی مصرف باعث می‌شود که این نعمت خدادادی برای نسل‌های آینده حفظ شود، زود: تعرفه مشترکین پله‌های اول تا سوم همچون سال قبل حاسبه می‌شود و هیچ‌گونه افزایش تعرفه نخواهد داشت.

وی با بیان اینکه محاسبه نرخ تعرفه هر مترمکعب گاز برای مشترکین پله اول تا سوم به ترتیب ۴۱۴، ۶۹۰ و ۹۷۶ ریال است، لپهار داشت: برای مشترکین پله چهارم نرخ تعرفه هر متر مکعب گاز، ۱۷۵۸ ریال محاسبه می شود.

مدیرعامل شرکت گاز استان تصریح کرد: مشترکین پرمصرف به ۳ به ۴ به مشمول افزایش ۴۵ درصدی نسبت به پله قبل و مشترکین پله ۵ نیز مشمول افزایش پلکانی ۲۸ درصدی نسبت به له ۶ خواهند شد.

کشاورز خاطر‌نشان کرد: مشترکین تا ۲۲۵ مترمکعب مصرف گاز ر هر ماه، در پله اول و مشترکین با مصرف ۲۲۶ تا ۳۰۰ مترمکعب



ایلان ماسک در توئیتر به دنبال چه تغییراتی است؟

به قلم: مت جی. سوترن
خبرنگار
مترجم: امیر آل علی

بدون شک مهمترین خبر در دنیای شبکه‌های اجتماعی، فروش ۴۴ میلیاردی توئیتر به ایلان ماسک می‌باشد که در تاریخ، رقمی کاملاً بی‌سابقه محسوب می‌شود. این خرید همراه با اخراج‌های گسترده در این شرکت بوده و بسیاری انتظار دارند که شاهد تغییراتی در خود شبکه نیز باشند. در این رابطه ایلان ماسک به عنوان قروتمندترین فرد جهان، شرکت را در شرایطی تحولی گرفته است که با ضررهای میلیاردی مواجه بوده و لازم است که سریعاً اوضاع به سمت مثبت تغییر کند. به همین خاطر از تغییرات مدنظر خود پرده برداشته که در ادامه تمامی آنها بررسی خواهد شد.

۱-تبلیغات و سرگرمی بیشتر

برای این امر که توئیتر درآمدزایی بیشتری داشته باشد، لازم است تا افراد بیشتری به سمت آن جذب شود و فضا برای تبلیغات، مهیاتر باشد. درواقع امروزه شبکه‌هایی نظیر تیک تاک صرفاً بر پایه سرگرم‌کننده بودن، موفق شده‌اند تا به سرعت رشد بی‌نظیری را داشته باشند. تحت این شرایط توئیتر معمولاً برای انتظار اخبار و بحث کردن درباره موضوعات مهم که اکثراً اظهارنظرهای سیاسی است، شناخته می‌شود. با این حال از نظر آقای ماسک، این اوضاع باید سریعاً تغییر کند. درواقع توئیتر باید فضایی باشد که مخاطب را به خوبی سرگرم می‌کند و جذب کاربر جدید نیز باید بیشتر از هر شبکه دیگری باشد. در کنار این مسئله باید ابزارهای متنوع‌تری برای تبلیغات نیز ایجاد شود تا با نمایش تبلیغات بیشتر به طرق مختلف، درآمدزایی نیز رشد چشمگیری را پیدا کند. درواقع هدف ایلان ماسک این است که درآمد این شرکت حداقل به سه برابر حال سال گذشته برسد که البته این تغییر سریع، با مخالفت‌هایی نیز همراه بوده و برخی از تحلیلگران بر این باور هستند که سرعت تغییرات می‌تواند هویت توئیتر را نابود کند. با این حال هنگامی که برای یک شبکه رقم باورنکردنی ۴۴ میلیارد دلار پرداخت می‌شود، طبیعی است که سودآوری برای بازگشت سرمایه، مطرح شود. در این زمینه باید شاهد انواع تکنیک‌های جدید در این شبکه باشیم.

۲-رقابت با بسترهای اشتراک‌گذاری ویدئو

درواقع توئیتر به عنوان شبکه‌ای شناخته می‌شود که در آن محتواهای متنی کوتاه ارسال می‌شود. با این حال اگر آمارهای هفت سال اخیر را بررسی کنیم، متوجه این امر خواهیم شد که ویدئو همواره به عنوان محبوب‌ترین نوع محتوا شناخته می‌شود. درواقع دلیل اصلی رشد تاریخی تیک تاک نیز تمرکز بر روی ویدئو بوده است. در آن زمینه فراموش نکنید که توئیتر، اگرچه یکی از ۱۰ شبکه اجتماعی اصلی شناخته می‌شود. با این حال سرعت رشد خوبی را نداشته و بسیاری از تحلیلگران محدودیت‌ها را دلیل اصلی می‌دانند. به همین خاطر نیز ایلان ماسک عقیده دارد که توئیتر باید به شبکه‌ای جامع تبدیل شود که در آن می‌توان انواع محتواهای محبوب را به اشتراک گذاشت. در این زمینه به نظر می‌رسد که این شبکه به دنبال روش‌های جدید برای کم حجم‌سازی ویدئوها است که با کمترین میزان افت کیفیت همراه شود. درواقع به نظر می‌رسد که توئیتر قصد دارد که به رقیب مستقیم یوتیوب در این زمینه تبدیل شود. در این زمینه توئیتر در حال برنامه‌ریزی جدی است تا بتواند به تولیدکنندگان محتوا، رقم بیشتری از یوتیوب پرداخت کند که خود می‌تواند باعث شود تا جریان مهاجرت از یوتیوب به توئیتر، با سرعتی بالا اتفاق بیفتد. همچنین استخدام تولیدکنندگان محتوایی که تنها حق حضور در این شبکه را دارند، از دیگر برنامه‌ها است.

۳-برداشتن محدودیت تعداد کلمات

در توئیتر شما با محدودیت کمتر از ۳۰۰ کلمه مواجه هستید که قرار است این موضوع به صورت کامل کنار گذاشته شود. با این حال به نظر می‌رسد که دست‌بندی‌هایی شکل گیرد تا همچنان طرفداران توئیتهای کوتاه، بتوانند به محتواهای موردنظر خود دسترسی داشته باشند. تحت این شرایط توئیتر می‌تواند به یک پایگاه برای انواع محتواهای متنی تبدیل شود.

۴-افزایش امنیت کاربران

تنها کافی است تا نگاهی به رسوایی فیس‌بوک داشته باشیم تا اهمیت امنیت کاربران در شبکه‌های اجتماعی، به خوبی حس شود. در سال‌های گذشته توئیتر نیز بارها مورد حمله هکرها قرار گرفته و اطلاعات کاربران نیز به سرقت رفته است. با این حال اگر توئیتر می‌خواهد که به یکی از سه شبکه اصلی جهان تبدیل شود، لازم است تا در تمامی زمینه‌ها پیشرفت قابل توجه و حرف جدید برای گفتن داشته باشد. در زمینه امنیت، رمزنگاری کردن تمامی محتواها به شیوای که حتی کارمندان این شرکت نیز نتوانند اطلاعات را به هر نحوی بازبینی کنند، مهمترین اقدام محسوب می‌شود. در این رابطه جین ام وونگ (مدیر امنیت شبکه توئیتر) بر این باور است که طرح جدید، باعث خواهد شد تا توئیتر به امن‌ترین شبکه اجتماعی جهان و الگویی برای سایرین تبدیل شود.

۵-امکانات بیشتر برای افراد دارای تیک آبی

با توجه به این امر که دریافت تیک آبی هزینه‌ای را برای کاربران به همراه دارد، توئیتر می‌خواهد تا امکانات بیشتری در اختیار این افراد قرار دهد تا تعداد بیشتری به انجام این اقدام، متمایل شوند. در این زمینه در ابتدا تمامی محدودیت‌ها برای دریافت تیک آبی برداشته خواهد شد و هر فرد حقیقی می‌تواند برای صفحه خود تیک آبی را دریافت کند. همچنین کاهش ۵۰ درصدی نمایش تبلیغات، امکان آپلود ویدئوهای طولانی‌تر در مقایسه با سایر کاربران و دریافت سریع‌تر به‌روز رسانی‌ها، از جمله این اقدامات محسوب می‌شود. در این رابطه به نظر می‌رسد که برای تیک آبی حق اشتراک ماهانه هشت دلار، دریافت شود. نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که در تمامی شبکه‌های دیگر، تیک آبی بدون امکانات خاصی می‌باشد و صرفاً نشانی برای ایجاد اصالت و جلوگیری از پیج‌های فیک خصوصاً برای افراد مشهور است. تحت این شرایط توئیتر را می‌تواند ابداع‌کننده یک روش جدید دانست.

۶-افزایش سهولت و تنوع در پرداخت‌ها

در حال حاضر توئیتر هیچ امکان پرداخت درون برنامه‌ای را ندارد. با این حال این اوضاع به زودی تغییر خواهد کرد. در این رابطه به نظر می‌رسد که یک درگاه به عنوان بستر اصلی انتخاب خواهد شد. با این حال هر کشوی می‌تواند درگاه محبوب خود را داشته باشد. با این حال این درگاه‌ها باید مجهزهای لازم را دریافت نمایند تا احتمال کلاهبرداری از بین برود. همچنین مدیران توئیتر به دنبال راهکاری هستند که باعث شود تا پرداخت‌ها، سریع‌تر از هر شبکه دیگری شود. که باید دید این خواسته تا چه اندازه قابل اجرا خواهد بود. در نهایت نکته‌ای که باید به آن توجه داشته باشید این است که به نظر می‌رسد برنامه‌های ایلان ماسک برای توئیتر به مراتب بیشتر از موارد معرفی شده باشد. به همین خاطر پیش‌بینی می‌شود که تمامی این شش مورد، در کمتر از دو سال به سرانجام برسد. با این اقدام بدون شک شاهد رشد انفجاری تعداد کاربران این شبکه محبوب خواهیم بود و باید دید که سایر رقبای، برای حفظ جایگاه خود و رقابت مناسب، چه برنامه‌هایی را در نظر دارند.

منبع: searchenginejournal.com



چگونه برای خیریه تبلیغات کنیم؟



چیست؟ بدون شک، کمک به اقشار نیازمند.

فراوان هستند، اما موسسه به قرار است روی چه فعالیتی تمرکز کند؟

در مرحله سوم، بهره‌گیری از ابزارهای دیجیتال (Digital Marketing) موضوعیت پیدا می‌کند. هر خیریه‌ای در شرایط امروز، نیاز به رشد محتوایی در فضای آنلاین دارد تا مخاطب در ۲۴ساعت شبانه‌روز امکان دسترسی به آن را داشته باشد.

تکنیک‌های بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی با هدف اجرای بازاریابی وپروسی و شرکت هدفمند در همایش‌ها و ایونت‌ها نیز از جمله استراتژی‌های قابل ملاحظه است.

نام یک موسسه خیریه نیز اهمیت بسیاری در ارتقای فعالیت‌های بازاریابی آن دارد. این نام می‌بایست هماهنگی کاملی با مأموریت خیریه داشته باشد؛ برای همین باید برای آن زمان صرف کرد و شتاب‌زده به اسمی رو نیاوریم که سنگ بنای نادرستی را برای کلیه ارتباطات بعدی قرار داده باشیم؛ چراکه وقتی نام نامتناسب با فعالیت خیریه انتخاب کنیم، تغییر آن بسیار سخت و در برخی موارد ناممکن خواهد بود. برای اینکه نام صحیحی را انتخاب کنیم، باید کلماتی که خیریه ما را توصیف می‌کنند لیست نموده و سپس معلوم موفق آن از دیگر خیریه‌ها خواهد شد. اهمیت نام را در مدل یک‌سری ملاحظات حقوقی و بررسی‌های تکمیلی دیگر نباید غفلت کرد که از حوصله این مقاله خارج است.

مطلبی که برای مبحث درآمدزایی یک موسسه خیریه و اهمیت نام آن مورد توجه است، این است که نام خیریه یکی از مهمترین جنبه‌های برندسازی آن است و باعث تمایز موفق آن از دیگر خیریه‌ها خواهد شد. اهمیت نام را در مدل کسب درآمد شرکت‌های خیریه نباید آسان گرفت و مستلزم صرف زمان و انرژی فراوانی است. باید توجه داشته باشیم که پیام‌های خیریه برای جامعه باید بر تأثیرگذاری تأکید نماید و نه درآمدزایی. این موضوع مستلزم تحلیل مستمر و کمک از مشاور حرفه‌ای در این حوزه است. یک موسسه نیکوکاری باید درآمد کسب کند تا بتواند به فعالیت خود ادامه دهد، اما نباید جنبه تجاری آن، غالب بر مأموریت اصلی شود.

کلیپ‌های ویدئویی از جمله راهکارهای تأثیرگذار برای یک موسسه خیریه هستند. بسیاری از مخاطبان و افراد جامعه هدف، حوصله یا زمان مطالعه متون رو ندارند. اگر چه خود ویدئو نیز اگر از متن قدرتمندی برخوردار نباشد، نمی‌تواند به اهداف خود برای همراه کردن فعال مخاطبان دست پیدا نماید.

در پایان باید گفت هیچ لیست نهایی و متمرکز ۱۰۰درصد برای راهای درآمدزایی یک خیریه قابل تصور نیست؛ چراکه ماهیت فعالیت هر خیریه، منحصره‌فرد و یکتاست. هیچ وقت نمی‌توان گفت دو خیریه از تیم‌های متفاوت، عملکرد یکسانی را در عمل دارند. بسیاری از خیریه‌ها در سال‌های اخیر، رویکردهای آموزشی و کارآفرینی را در پیش گرفته و بسیار موفق بوده‌اند؛ به طوری که ایسن رویه‌های جدید منجر به خلق منابع مالی جدید برای بودجه این موسسات شده است. از سوی دیگر ایده‌های نو برای خیریه می‌توانند مسیرهای جدیدی را برای ارتباط با افراد و اجتماعات دیگر باز کنند که خود بخشی مفصل را طلب می‌کند. مسئله‌ای که حائز اهمیت است، این هست که درآمدزایی پایدار برای خیریه یک اصل ضروری است؛ چراکه هزینه‌های موسسات خیریه جز از راه درآمدزایی پایدار تامین نخواهد شد.

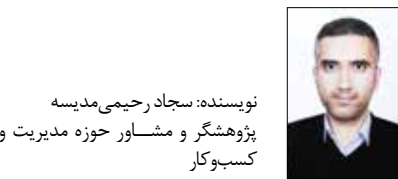
اما آیا فقط شما یا موسسه خیریه شماست که این فعالیت را انجام می‌دهد؟ قطعاً خیر. طبق آمارهای غیررسمی، فقط بیش از ۱۵هزار خیریه در سطح کشور فعالیت دارند و شاید از این تعداد هم تجاوز نماید. پس اینجاست که مدل کسب‌وکار خیریه، خود را در جزئیات به شکلی پراهمیت مطرح می‌نماید و نشان می‌دهد. درست است خیریه یک کسب‌وکار تجاری نیست، اما واقعیتی به اسم ضرورت گردش پول و نقدینگی برای حیات این سیستم را نمی‌توانیم نادیده بگیریم یا فرآیندی جدا و مستقل در نظر داشته باشیم. اگر مخاطب ما تشکیلات و اقدامات ما را یک درآمدزایی از محل بدبختی و مشکلات اقشاری از جامعه درک کند، آن اعتماد لازم ایجاد نخواهد شد و ما موفقیتی را در جلب کمک برای خیریه کسب نخواهیم کرد.

درآمدزایی پایدار برای یک تشکیلات خیریه به چگونگی کیفیت ایده و روش‌ها برای جمع‌آوری کمک‌های مردمی بستگی دارد. پس بازاریابی برای خدمات خیریه، مفاهیمی را لازم‌الاجرا می‌کند. شیوه‌های متداول بازاریابی خیریه در ایران، بیشتر از همان جنس ارتباط مستقیمی هستند که در دستور قبل به آن اشاره شد و تجربه نشان داده است که معمولاً به نسبت زمانی که صرف می‌شود، اثربخشی قابل توجهی ندارد؛ چراکه برنامه‌ریزی درستی در پس اجرای آن نیست. همچنین روش‌های تصادفی مانند تماس‌های تلفنی و توضیحاتی درباره فعالیت خیریه و در نهایت درخواست کمک، بازهم راهگشا برای یک درآمدزایی پایدار و جلب مستمر حمایت‌های مردمی نیست.

ایده‌های نو برای خیریه باید بتوانند خلق مستمر منابع مالی را با خود به همراه داشته باشند. حتی محتوای متن برای جذب خیرین نیز اهمیت بسیار زیادی دارد. این مسئله هم در فضای آنلاین و هم در فضای آفلاین (ارتباطات حضوری) می‌بایست با دقت و ظرافت انجام شود که نیازمند تجربه و کار اجرایی و مطالعاتی در این حوزه است. گاهی اوقات برندسازی شخصی یک فرد خیر که موسس یا مدیر یک خیریه هست نیز تأثیر مهمی در ایجاد درآمدزایی‌های پایدار دارد که در اینجا به منظور عدم تبلیغ یک موسسه، از بیان مصداق‌های آن خودداری می‌کنم، اما قطعاً با یک بررسی و جست‌وجوی ساده قابل مشاهده برای مخاطب این مقاله خواهد بود.

بنابراین متوجه می‌شویم راهای درآمدزایی برای خیریه منحصر به یک ارتباط و ارائه قیمت و گرفتن پول از مردم نیست؛ بلکه کلیه محتواهایی که از طرف یک خیریه به بیرون ارسال می‌شود، به صورت سیستمی در تحقق یک جریان درآمدی پایدار با هم در تعامل هستند. نمی‌توانیم بگوییم یک آگهی تبلیغاتی یا راه‌اندازی سایت و کمپین و یا یک تراکت و تماس تلفنی، به تنهایی می‌تواند نتیجه اثربخش در جذب کمک‌ها را برآورده سازد.

چه استراتژی‌هایی برای بازاریابی خیریه‌ای در پیش بگیریم؟ ابتدا باید بازار هدف (Target Market) را مشخص کنیم. اینکه چه کسانی مخاطب فعالیت‌های خیریه هستند. بازاریابی انبوه و بدون هدف، نتیجه موثری نمی‌دهد. در مرحله بعدی، تصویر برند موسسه (Brand Image) حائز اهمیت است. یعنی تصویری در ذهن مخاطب بسازیم که بداند خیریه قرار است چکار کند. فعالیت‌های خیریه



نویسنده: سجاد رحیمی‌مدیسه
پژوهشگر و مشاور حوزه مدیریت و کسب‌وکار

راه‌های درآمدزایی برای یک موسسه خیریه، متنوع و گسترده هستند. این راه‌ها، بستگی به نگاه، ابزارها و منابعی دارند که یک خیریه برای رسیدن به اهدافش می‌تواند بر آنها تکیه کند.

برای روشن‌تر شدن موضوع، باید تأملی برای مفهوم بازاریابی خیریه‌ای در ایران داشته باشیم. گاهی اوقات مدل کسب و کار موسسه/نهاد/شرکت‌های خیریه براساس کمک‌های بدون عوض شکل می‌گیرد؛ گاهی نیز برمبنای فروش کالا یا خدماتی که خود خیریه یا افراد تحت پوشش آن تولید و ارائه می‌کنند.

از مطالعات و پژوهش‌های کلاسیک که بگذریم، یکی از عامیانه‌ترین سؤالات در بدو شروع کار یک خیریه یا حتی ادامه و بسط فعالیت‌های آن این پرسش است که: چگونه برای خیریه تبلیغ کنیم؟ منظور از تبلیغ قطعاً پیامی نیست که مخاطب بشنود و در برابر آن واکنشی نشان ندهد؛ بلکه منظور تبلیغی است که مخاطب آن، مجاب شود با خیریه ارتباط برقرار کند و تصمیم بگیرد از آن حمایت کند.

تلاش می‌کنم به زبان ساده مفاهیمی تجربی و عملی را در این خصوص ارائه کنم تا بتواند برای تمامی خیریه‌ها، سندی عملیاتی و راهگشا باشد.

نکته بسیار مهم اولیه به بازاریابی خیریه‌ای توجه به این امر است که نباید مخاطب را وادار و در مسیر اجبار و رودربایستی بیاوریم. گاهی اوقات در مراکز عبادی و یا دینی یا قبرستان‌های مشهور، مشاهده می‌شود برخی موسسات یا بنگاه‌های خیریه، مین یا سفراهی را پهن کرده‌اند و تقاضای کمک خیریه می‌کنند. در کنار این نوع ارتباط نه‌چندان نادرست (که خود بحث مفصلی را می‌طلبد) هم فردی دیده می‌شود که مشغول فروختن جوراب یا محصولی دستیاف است (که کاملاً مشخص است نیازمند و مستحق کمک شرافتمندانه از طرف مردم است) و هم صندوق صدقه‌ای به احتمال بسیار زیاد در همان نزدیکی به چشم می‌خورد. در این فضای شلوغ، مخاطب قطعاً هم احساس سردرد می‌کند و هم در نهایت ممکن است پولش را در جایی صرف کند که خودش آن را از قبل می‌شناسد و برایش شناخته شده است.

پس ما بسا نوعی بازاریابی اجتماعی مواجه هستیم که می‌بایست تمامی مسائل را با ظرافت تحلیل و لحاظ کنیم. اگر مخاطب فعالیت خیریه حس کند نگاه تجاری غالب است، در بیشتر اوقات قرار می‌کند و اعتمادش نیز از بین می‌رود. پس فرآیندهای اعتمادساز و محتواهایی که بتواند افراد را به درستی جذب کند، اهمیت بسیاری دارد.

باید از مسیر ارتباط و تبلیغات سنتی و به خصوص تجاری استفاده کرد تا اعتماد مخاطب از بین نرود.

فرض کنید شما مدیر یا تصمیم‌گیر یک موسسه خیریه یا شعبه‌ای از آن هستید. به نظر شما ویتترین فعالیت شما که ابتدایی‌ترین تصویر در ذهن مخاطبان هدف شماست،