

غفلت از مصرف بهینه انرژی

رضا پدیدار
کارشناس حوزه انرژی

به خوبی می‌دانیم که انرژی یک موضوع استراتژیک برای هر کشوری است و اهمیت آن فقط به حوزه اقتصادی محدود نمی‌شود. از همین رو، همه کشورها سال‌هاست که در پی طراحی مکانیزم‌هایی برای منطقی کردن مصرف انرژی بوده‌اند و ایران نیز از این قاعده مستثنا نیست. پس مدیریت انرژی در واقع، یک برنامه سیستماتیک است که جهت کنترل مصرف انرژی، چه از لحاظ فردی و چه فرایندی در هر کشور اجرا می‌شود. جالب اینجاست که در کشورهای صنعتی، مدیریت مصرف انرژی خود به عنوان یک منبع انرژی در نظر گرفته می‌شود. به بیان دیگر، مدیریت انرژی و صرفجویی‌های حاصل از آن را به عنوان منبع ششم انرژی در کنار انرژی‌های فسیلی و تجدیدپذیر قرار می‌دهند؛ زیرا مدیریت انرژی می‌تواند منجر به چنان صرفجویی‌هایی شود که گویی خود یک منبع جدید انرژی است.

مفهوم انرژی، یکی از ستون‌های مهم حیات اقتصادی، صنعتی و علمی در دنیای امروز است که بدون آن بی‌تدرید زندگی و به طور خاص، عرصه صنعتی و اقتصادی با مشکلات عدیده‌ای روبه‌رو خواهد شد.

ادامه در همین صفحه

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

برنامه توسعه ۵ ساله جدید

چقدر با واقعیت‌ها همخوانی دارد؟

سودای توسعه در برنامه هفتم



۳

متراژ یا قیمت اجاره؛ کدام کم‌نمایی دارد؟

پشت صحنه مصرف مسکن

به نظر می‌رسد که تورم مسکن در دو سال اخیر دچار کم‌نمایی شده است. اگر بخواهیم تورم مسکن را براساس میزان رشد هزینه‌های یک خانوار شهری تخمین بزنیم، تورم مسکن تقریباً به ۵۰ درصد می‌رسد. این در حالی است که آمارهای منتشرشده، ارقامی بسیار کوچک‌تر را برای تورم مسکن اعلام کرده‌اند. به گزارش «اوپایران»، آمارهای منتشرشده به شکلی غیرعادی حاکی...

۲

ارزیابی ۳۰۵۲ فعال اقتصادی برای فصل پاییز ۱۴۰۱ نشان می‌دهد

تهدید تکراری امنیت سرمایه

فرصت امروز: شاخص امنیت سرمایه‌گذاری برای فصل پاییز ۱۴۰۱ به‌روز شد. رصد امنیت سرمایه‌گذاری در فصل پاییز سال گذشته نشان می‌دهد شاخص امنیت سرمایه‌گذاری به رقم ۶۸۲ (بدترین نمره ۱۰ است) رسیده که تفاوتی نسبت به فصل قبل ندارد و تنها جغرافیای استانی آن کمی تغییر کرده است. طبق ارزیابی بازوی پژوهشی مجلس، بهترین وضعیت از نظر امنیت سرمایه‌گذاری در پاییز سال گذشته به استان‌های سمنان، خراسان جنوبی و هرمزگان و در سمت مقابل بدترین وضعیت به استان‌های ایلام، سیستان و بلوچستان و گلستان اختصاص داشته است. همچنین در مسیر سرمایه‌گذاری کشور همچنان موانع تکراری وجود دارد و تا این موانع و دست‌انداها از بین نروند عملاً تحقق سیاست‌های توسعه‌ای در بن‌بست قرار گرفته است. بدترین مولفه مربوط به عملکرد مسئولان دولتی و بهترین مولفه، ثبات مسئولان استانی بوده است.

گزارش حاضر، بیستمین سنجش پیاپی و فصلی شاخص امنیت سرمایه‌گذاری در ایران است. این گزارش با استفاده از آمارهای رسمی منتشرشده و در دسترس و همینطور ارزیابی ۳۰۵۲ فعال اقتصادی به دست آمده است. نمره هر...

۲

خبر خوش دولت، سقف مقاومت بورس را نشکست

مقاومت در برابر صعود بورس

۴



مدیریت و کسب‌وکار

چالش‌های دور کاری برای بازار یاب‌ها

دور کاری در طول سال‌های اخیر بدل به ترندی جذاب برای کارآفرینان شده است. با این حال حتی قبل از همه‌گیری کرونا هم دور کاری یکی از روش‌های متداول برای مدیریت نیروی انسانی در محل کار بود. با این حال وقتی سایه شوم کرونا از راه رسید، همه چیز عوض شد. در این زمان دیگری خبری از انتخاب میان روش‌های مختلف کار نبود. در عوض همه به سوی دور کاری جهت‌گیری کردند. ایده‌ای که خیلی وقت‌ها حتی برای کارآفرینان هم دردرساز می‌شد؛ چراکه مدیریت تیم‌های کاری از راه دور اصلاً تمرینی نبود که آنها خوششان را برای رویارویی با آن آماده کرده باشند. حالا که چند وقتی از همه‌گیری کرونا و شرایط بحرانی ناشی از آن می‌گذرد، تقریباً کسی به دور کاری به مثابه راه حلی ضروری فکر نمی‌کند. با این حال هنوز هم کم نیستند کسانی که دنبال استفاده از این روش برای مدیریت بهتر شرکت‌شان هستند. از آنجایی که بازار یابی همیشه حوزه‌ای مطلوب بوده، بسیاری از...

۸

غفلت از مصرف بهینه انرژی

مصرف انرژی در اقتصاد ملی ایران است. بد نیست مجدداً یادآوری نمایم که ایران در مجموع، بزرگ‌ترین دارنده ذخیره‌گاه نفت و گاز در جهان است. این مهم همه ساله از سوی آژانس‌ها و مراکز بین‌المللی معتبر بررسی و اعلام و محسوب می‌شود.

رقم ذخایر اثبات‌شده نفت ایران در حدود ۱۵۸ میلیارد بشکه و ذخایر گازی ایران در سطح ۳۴ تریلیون مترمکعب است. ایران بیش از ۹ درصد کل ذخایر نفتی اثبات شده جهان را در اختیار دارد و همچنین چهارمین مالک بزرگ ذخایر نفتی در جهان محسوب می‌شود. کشورمان همچنین نزدیک به ۱۸،۳ درصد کل ذخایر گازی جهان را در خود جای داده و بزرگ‌ترین دارنده ذخایر گازی جهان به شمار می‌رود. همان‌گونه که ملاحظه می‌شود، کشور از حیث ذخایر نفت و گاز در وضعیتی بسیار ایده‌آل و استثنایی قرار دارد، اما در موضوع مدیریت مصرف انرژی و شدت مصرف این انرژی‌های پایان‌پذیر، در شرایط پایدار و رضایت‌بخشی قرار نداریم و اعداد و ارقام مصرف انرژی در ایران هواره در دنیا رکورد زده است! رکوردی منفی و تأسفرانگیز. لذا این‌همه ثابت می‌کند که صرف داشتن ذخایر بی‌نظیر و پکر موجب امتنان و افتخار نیست، چه اینکه کشور نگویند بخت و نژاد با ذخایر بی‌بدیل ۳۰۰ میلیارد و ۹۰۰ میلیون بشکه‌ای، معادل ۱۷،۷ درصد کل ذخایر نفت جهان را در خود جای داده و در رتبه نخست جهان حتی بالاتر از عربستان سعودی و کانادا قرار گرفته است، اما این کشور از تورم بیش از ۸۰۰-۷۰۰ درصدی به شدت رنج می‌برد و هر آن ممکن است که شاکله این

پیشرفته‌ترین تکنولوژی‌ها و استفاده از علوم نوین مدیریت است و به تعبیری دیگر، بهینه‌سازی انرژی، افزایش آگاهی، ایجاد فرهنگ صحیح و در نتیجه، مدیریت صحیح بر منابع و مصارف انرژی است که نیاز مهم امروز اقتصاد ایران نیز

از طرفی در بعد انرژی در کشور فقط مشکل مصرف را نداریم و اگر یک پروسه را از زمان تشخیص برای فرایند تولید و فرایند توزیع در نظر بگیریم و پس از آن به فرایند مصرف برسیم، اعتقادمان این است که تمام این مراحل مهم هستند؛ یعنی از زمانی که یک فناوری را برای تولید انرژی انتخاب می‌کنیم، باید دقت کافی در نوع فرایند و تکنولوژی مبذول شود. به عبارت دیگر، اگر فرآیندها و ساختارهای‌مان در به کارگیری مصرف منابع از جمله مصرف انرژی درست باشد، به‌طور حتم عملکرد سازمان در بهره‌وری انرژی بالاتر خواهد بود. بر این پایه و با نگاه فرایندی و سیستمی اعتقاد داریم که اگر مادر سالم داشته باشیم، کودک سالم هم خواهیم داشت. این نگاه مادر سالم برای کودک سالم از همه ابعادش مهم است، نه فقط محصول درست و باکیفیت، بلکه استفاده درست از منابع و امکانات از جمله انرژی. به هر تقدیر، انتظار می‌رود مدیریت مصرف انرژی همانند سایر موضوعات اولویت‌دار، به یکی از دغدغه‌های مهم مدیران سازمان‌ها بدل شده و شاهد افزایش بهره‌وری در حوزه بسیار مهم انرژی در کشور باشیم تا بدین ترتیب بتوانیم از منابع متوسط، ستانده عالی داشته باشیم نه از منابع عالی، ستانده متوسط. اما با آنچه که از نظر گذشت، می‌توان گفت که مدیریت، حلقه مفقوده

تجارب دهه‌های اخیر نشان می‌دهد که با افزایش استفاده از منابع انرژی در جهان و ذخایر محدود سوخت‌های فسیلی، دیگر نمی‌توان به منابع محدود انرژی متکی بود، اگرچه نفت و سایر سوخت‌های فسیلی می‌توانند حداقل تا چند دهه آینده نیازهای انرژی دنیا را تأمین نموده، اما چالش‌های عمیق‌تری که نظام انرژی جهان را شکل می‌دهد، مسائل محیط‌زیستی و تولید گازهای گلخانه‌ای است. این مهم، ضرورت نگاه بایسته و شایسته چگونگی استفاده از انرژی را به تدبیرپردازان متذکر می‌گردد. بر این اساس، از آنجایی که استفاده درست و بجا از انرژی، متضمن توسعه پایدار در هر جامعه‌ای است، حفظ منابع باارزش انرژی و مدیریت صحیح مصرف آن، یکی از مهمترین موضوعات در دستور کار تمامی تدبیرپردازان کشورهای جهان بوده و کلیه سیاستگذاران، دولتمردان و دست‌اندرکاران بخش انرژی را بر آن داشته تا چاره‌ای جهت رویارویی با مشکل افزایش بی‌رویه مصرف و در نتیجه، کنترل هزینه‌های انرژی ببندیشند. از مهمترین موضوعاتی که می‌تواند کل چرخه تولید، توزیع تا مصرف انرژی را تحت کنترل داشته و به بهترین نحو ممکن از این منابع گرانبها استفاده نمود، «مدیریت انرژی» است که امروزه مهمترین ابزار جهت مواجهه با افزایش بی‌رویه مصرف و جلوگیری از هدررفت است؛ به طوری که استقرار و به کارگیری آن، تضمین‌کننده بهینه‌سازی مصرف و انتخاب الگوی صحیح و اعمال سیاست‌های درست در مصرف انرژی است. به بیان دیگر، بهینه‌سازی انرژی از تولید تا توزیع و در نهایت مصرف به معنای به کارگیری

اگر با تدابیری ویژه می‌توانستیم مجموع تلفات توزیع و انتقال را به حدود میانگین جهانی ۷ تا ۸ درصد برسانیم، این هم نیز کمک شایان توجهی به مدیریت مصرف انرژی می‌گردد. به اعتقاد نگارنده، روش‌های بهینه‌سازی مصرف انرژی با هدف مقابله با شدت مصرف انرژی به طور معمول به دو دسته قیمتی و غیرقیمتی تقسیم می‌شوند. بر این اساس، اصلاح ساختارها و قوانین، ارتقای فناوری و اصلاح رفتار مصرف‌کنندگان به عنوان سه راهکار عمده غیرقیمتی و سیاست‌های مالیاتی (یارانه‌ای) و آزادسازی قیمت‌ها به عنوان مهمترین ابزارهای قیمتی شناخته شده و توصیه می‌شوند. در همین حال، بسیاری از صاحب‌نظران، عدم اجرای توان‌مان در روش قیمتی و غیرقیمتی را دلیل عدم موفقیت سیاست‌های بهینه‌سازی مصرف انرژی در ایران و پایین بودن بهره‌وری آن می‌دانند.

کلام پایانی اینکه، اصلاح الگوی مصرف و مدیریت انرژی در ایران و جایگاه منطقی آن در اقتصاد ملی ایران، نیازمند اراده و عزمی جدی است. با توجه به رشد مصرف انرژی در کشور، توجه به بهینه‌سازی مصرف انرژی به منظور حفاظت از محیط‌زیست، تأمین امنیت عرضه و صیانت از منابع بی‌بدیل و ثروت‌های ملی به یکی از اولویت‌های مهم کشور تبدیل شده است. در این میان، ابزار قیمت تنها انگیزه کافی برای رشد بهره‌وری را از طریق جایگزینی بین عوامل تولید فراهم می‌کند. اگر در این شرایط، ساختار اقتصادی و امکانات لازم برای ارتقای کارایی موجود نباشد، نمی‌توان انتظار داشت که الگوی مصرف انرژی و موقعیت آن در اقتصاد ملی ایران اصلاح شود.

کشور از هم بپاشد. بر این اساس، حلقه مفقوده‌ای به نام «مدیریت انرژی» و سپس «بهره‌وری انرژی» در همه ابعاد انسانی و صنعتی بیش از پیش نمایان می‌شود. متأسفانه ما در ایران از آنچه که مدیریت درست مصرف انرژی و بهره‌وری بهینه است، در چالش و رنج هستیم و نتوانسته‌ایم این موضوع مهم را به درستی حل و فصل کنیم. با نگاهی به شدت مصرف انرژی در ایران و مقایسه آن با کشورهای توسعه‌یافته و یا در حال توسعه درمی‌یابیم که فاصله‌ای بعید در این خصوص وجود دارد. شدت مصرف ما حدود ۹ برابر کشوری مثل ژاپن است (که کمترین شدت انرژی‌ری را در دنیا دارد) و حدود چهار برابر شدت انرژی متوسط دنیاست. تنها در بخش ساختمان، بیش از ۴۰ درصد انرژی کشورمان به صورت بی‌رویه مصرف می‌شود که علت اصلی آن، به نوع ساخت و بی‌توجهی به محث ۱۹ و عدم توجه به معاینه فنی دوره‌ای موتورخانه‌ها است. موردی که متأسفانه در بخش ساختمان داریم، این است که در حین ساخت، مقررات مربوط به مصرف انرژی کمتر مورد توجه قرار می‌گیرد. در مقررات ملی ساختمان، مبحثی به نام ۱۹ داریم که ناظر بر اجرای آیین‌نامه‌هایی مثل استفاده از شیشه‌های دوجداره، عایق‌بندی دیوارها و نظایر این است که این مبحث مربوط به حین ساخت است که مورد بی‌اعتنایی قرار می‌گیرد. از سوی دیگر، تلفات انرژی در شبکه انتقال و توزیع هم در نوع خود زیاد است و در مجموع به حدود ۱۵ تا ۱۷ درصد می‌رسد. از این میزان حداقل ۱۲ درصد مربوط به شبکه توزیع و فوق توزیع است. حدود ۵ تا ۵ درصد هم مربوط به شبکه انتقال که

رشد اقتصادی، رابطه مستقیمی با انتشار گازهای گلخانه‌ای دارد

حقیقت تلخ اقتصاد سبز

حال، اینطور می‌فهمیم که یک شکل مفید و به لحاظ هزینه اثربخش برای تطبیق پیدا کردن با چالش تغییرات اقلیمی، کمک به جابه‌جایی انسان‌هاست و نه نگه داشتن آنها در مزار کوچکی که هر روز وضعیتی بدتر از روز قبل پیدا می‌کنند. یک مثال عمیق‌تر و مهم‌تر از طرز تفکر اشتباه درباره موضوع تغییرات اقلیمی هم وجود دارد. از پنل‌های نشست داووس گرفته تا صفحات روزنامه‌ها و مطبوعات، هر روز بیشتر با این مسئله روبه‌رو می‌شویم که گویا هیچ بده بستانی بین توسعه اقتصادی کشورهای فقیر و متوسط و کاهش انتشار گازهای گلخانه‌ای وجود ندارد. این مسئله تا حدی ناشی از این واقعیت است که بخش عمده‌ای از جهان ثروتمند با موفقیت انتشار گازهای گلخانه‌ای خود را کاهش داده‌اند، بدون اینکه رشد اقتصادی خود را از دست بدهند و حالا رهبران‌شان باز هم خواستار ادامه چنین روندی هستند. با این وجود، نباید فراموش کرد دولت‌هایی که بودجه‌ای محدود دارند، نمی‌توانند به تمام اهداف از پیش تعیین شده خود برسند و در نتیجه باید بین آنها انتخاب کنند. از منظر «اکنون‌میست»، بده بستان

این الگو دیگر یک هشدار جدی از سوی کارشناسان و فعالان محیط زیستی نیست بلکه این مقوله از سوی جریان‌های اصلی تا حدی پذیرفته شده که ملی‌گرایان را نگران موج مهاجرت‌های اقلیمی کرده است. از آنجایی که مردم از این ایده امر هراس دارند که تغییرات اقلیمی، کشاورزان فقیر را مجبور به ترک کردن زمین‌های آبا و اجدادی خود کند، هزینه‌ای در راستای تطبیق آنها با فضای جدید هدف‌گذاری شده است.

با این حال، حقیقت پیچیدگی بیشتری دارد. اکثریت مردمی که زمین‌های خود را ترک می‌کنند، نه به این سوی مرزا، بلکه در داخل کشور خود جابه‌جا می‌شوند. تا سال ۲۰۵۰ میلادی، چیزی بین ۵۰ تا ۲۱۶ میلیون نفر در فضای داخلی کشورهای خود جابه‌جا خواهند شد. شهری شدن معمولاً به توسعه کمک می‌کند و افراد را در فضاهایی نزدیک‌تر به مدارس و امکانات درمانی و بهداشتی با دستمزدهای بهتر قرار می‌دهد. از سوی دیگر در خلال شهری شدن، نرم‌های اجتماعی هم بهتر می‌شوند و این مسئله به طور ویژه به نفع زنان خواهد بود. این مسائل، استدلال‌هایی در دفاع از تغییرات اقلیمی نیستند. با این

تغییرات اقلیمی به مثابه تهدیدی جدی، تمامی کشورهای جهان را به این فکر انداخته است که انتشار گازهای گلخانه‌ای خود را به طور قابل توجهی کاهش دهند. با این حال، رشد اقتصادی کشورهای در حال توسعه، رابطه مستقیم و یکسویه‌ای با انتشار گازهای گلخانه‌ای دارد. این واقعیت تلخی است که برخی از رسانه‌ها از آن هیچ حرفی نمی‌زنند. به نوشته هفته‌نامه «اکنون‌میست»، به نظر می‌رسد که سیاست‌گذاری‌های جهانی درباره موضوع تغییرات اقلیمی، شکل آسیب‌زایی در سطح جهان پیدا کرده است. یکی از این آسیب‌ها، تأثیرات گرمایش جهانی روی مردم فقیر دنیا است. با گرم شدن کره زمین، اتفاقاتی نظیر خشکسالی، سیل و توفان و... بیش از پیش رخ می‌دهند و به دنبال آن، فضاهای کمتری قابل زیست می‌شوند. طی چند دهه آینده بسیاری از کشاورزان آسیب‌پذیر، از مالی گرفته تا دلای مکانگ، با مشکلات زیادی در کشت بذرهاي خود دست و پنجه نرم خواهند کرد. از سوی دیگر با کمتر شدن منابع قطعاً نزاع‌ها و درگیری‌های بیشتری شکل می‌گیرد.

مالی پروژه‌های توسعه سبز می‌تواند این مشکل لاینحل را حل کنند. این پروژه‌ها روی کاغذ، هم انتشار گازهای گلخانه‌ای را کاهش می‌دهند و هم رشد اقتصادی را تقویت می‌کنند. این مسئله تا حدی حقیقت دارد. با این حال، بدون قیمت‌گذاری صحیح کربن و انتشارهای بین‌رمرزی، پیاده کردن این طرح‌ها بیش از حد پیچیده به نظر می‌رسد. دلیل این پیچیدگی هم دلالت‌های اقتصادی در نشست‌های کلان دولتها باشد، هم به سود مالی بنگاه‌های اقتصادی. در نشست‌های پاریس، کشورهای ثروتمند باز هم روی این مسئله تأکید کردند که صندوق سالانه ۱۰۰ میلیارد دلاری برای «تأمین مالی اقلیمی» چنین پروژه‌هایی ایجاد خواهند کرد. با این وجود، این ۱۰۰ میلیارد دلار تنها بخشی کوچک از ۲،۸ تریلیون دلار سرمایه‌گذاری سالانه‌ای است که گویا باید تا سال ۲۰۳۰ میلادی تأمین شود. با این ۲،۸ تریلیون دلار می‌توان کشورهای در حال توسعه را در مسیر رشد سبز قرار داد که دست‌کم یک تریلیون دلار آن را باید کشورهای ثروتمند پوشش دهند.



سازمان آگهی‌ها

۸۸۹۳۶۶۵۱

تهدید تکراری امنیت سرمایه



مسئولان استانی و محلی به وعده‌های اقتصادی داده‌شده نیز که همواره جزو سه مولفه نامناسب در پایش‌ها ارزیابی می‌شد، است. اولین بار به‌مناسبت ارزیابی شصت و ششمین (در پایش قبلی دومین مولفه نامناسب) پیمایش‌آمیزی بوده است که یازدهمین مولفه نامناسب ارتقا یافته است. به عبارت دیگر، مناسب نبودن حکایت از این موضوع دارد که فعالان اقتصادی کسب و کارهای مشارکت‌کننده در پایش پاییز سال گذشته احتمالاً از نتایج ارزیابی‌های نامناسبی از وعده‌های مسئولان استانی و محلی نسبت به دوره‌های قبلی برخوردار شده‌اند و تا حدودی اعلام رضایت از ایشان را در ارزیابی این دوره نشان داده‌اند. در صورتی که وضعیت «نامناسب نشانی» برای این مولفه در پایش‌های آتی ادامه‌دار باشد می‌تواند بسیار حائز اهمیت باشد.

بی‌ثباتی از منظر اقتصاد ایران

نماگر ثبات فضای اقتصاد کلان در پیش پاییز ۱۴۰۱ نسبت به تابستان نامناسب‌تر شده و به رقم ۷۸،۵ درصد که نشانگر اوضاع غیر قابل پیش‌بینی اقتصاد ایران است. سطح پایین پیش‌بینی‌پذیری اقتصاد به عنوان یک اپارتمتر منفی برای بهیگی شاخص امنیت سرمایه‌گذاری در کشور ارزیابی شده است. نمره عملکردی در شاخص شفافیت و سلامت اداری نیز نسبت به فصل قبل یک درصد کاهش یافته و نمره ۶۹،۶ را به ثبت رسانده است که نگرشی نه‌چندان جذاب فعالان اقتصادی نسبت به سلامت اداری را به طور جدی به نمایش می‌گذارد. همچنین در شاخص ثبات مقررات و پیش‌بینی‌پذیری مقررات و رویه‌های اجرایی این بهبود ناچیزی نسبت به فصل قبل به چشم می‌خورد که البته نمی‌تواند مبنای تحلیل‌های بلندمدت در این حوزه باشد. در شاخص مصوبیت جان و مال شهروندان از تعارض مناسبت‌ترین و بهترین ارزیابی در سه فصل اخیر به ثبت رسیده است که نمره عملکردی ۵۲،۲۳ نماگر اصلی این بهبود است و رشد قابل‌توجهی در این زمینه را نسبت به چند پهنجره فصولی مشابه نشان می‌دهد. در شاخص تعریف و تضمین مالکیت نیز اوضاع چندان جالب نیست و نسبت به بازه زمانی مشابه خود، نزول را نشان می‌دهد.

بهترین عملکرد در زمینه زیرشاخص‌های تشکیل دهنده شاخص امنیت سرمایه‌گذاری، محاسب ثبات مسئولان استانی است که با ثبت نمره ۱،۱۹ جایگاه بهینه‌ای کسب کرده و پس از آن به ترتیب، مزاحمت ملکی (به ازای نمره ۱،۰۰ هزار نفر هر پرسنن) با ثبت نمره عملکردی ۱،۵۲ به یکی از شاخص‌های مثبت و قابل اتکا در این زمینه بدل شده است. ثبات نرخ ارز در فصل پاییز در سه‌موسم بهیچ‌یک زیرشاخص‌ها قرار دارد. شبکات در زمینه تصرف دولتی، تعداد تصادفات منجر به فوت، تعداد پرونده‌های مطالبات استنادکاری‌ها، میانگین زمان رسیدگی قضایی به هر پرونده، درصد چک‌های برگشتی، نرخ رسیدگی مستقیم و قاضی به پرونده‌های کیفری قضایی، تعداد پرونده‌های مفتوح در حوزه خیانت در امانت، اجرای کامل و به‌موقع احکام قضایی، ضرب و جرح عمدی (به ازای هر ۱۰۰ هزار نفر جمعیت)، تعداد پرونده‌های کلاهبرداری، ضرب نفوذ بیمه، عدم‌نوسان شاخص تورم مصرف‌کننده، تعداد سرقه‌های مستوجب تعزیر و در نهایت شاخص رسیدگی به اختلافات تجاری از طریق داورهای غیرقضایی، در رتبه‌های بعدی درج‌نام عملکردی هستند که به ترتیب از بهینه تا منفی مطرح شده‌اند. در مجموع، مقایسه نتایج ارزیابی ۱۴۰۱ نسبت به فصل پاییز و تابستان و فصول گذشته نشان می‌دهد که متأسفانه همچنان مولفه فعل مسئولان ملی به وعده‌ها حائز نامناسب‌ترین ارزیابی است.

دوم نامناسب‌ترین‌ها را به خود اختصاص داده است.

با وجود آنکه این گزارش پیشنهاد تقنینی نداشته و صرفاً بر آن است تا تهیه گزارش‌های فصلی، ارزیابی کننده شرایط پایش امنیت سرمایه‌گذاری در استان‌های کشور باشد، ذکر این نکته ضروری است که در پایش پاییز ۱۴۰۰ وضعیت کشور امنیت سرمایه‌گذاری در طول ۲۰ دوره پیمایش فصلی مانند پایش فصل تابستان ۱۴۰۱ نامناسب‌ترین وضعیت را نمایان ساخته است. ادامه این روند و نامناسب شدن شاخص امنیت سرمایه‌گذاری، نشان دهنده هشدارهای جدی در خصوص مولفه‌های مورد سنجش شاخص امنیت سرمایه‌گذاری است و لزوم توجه و انجام اصلاحات جدی در موارد مولفه‌های ذکر شده را بیش از پیش ضروری می‌سازد. بنابراین انتظار می‌رود با تدابیر تهیه و انتشار گزارش‌های فصلی امنیت سرمایه‌گذاری، توجه و اشتقاقیت عموم مسئولان کشور به این عامل کلیدی سرمایه‌گذاری و رشد اقتصادی اما مغفول مانده در سیاست‌گذاری اقتصاد ایران جلب شود و این مجموعه گزارش‌های فصلی به پوشش گرفتن امنیت سرمایه‌گذاری و قانونگذاری بهتر، رعایت قانون، احترام بیشتر به حقوق مالکیت و نیز بهبود عینی و واقعی امنیت اقتصادی و فضای سرمایه‌گذاری در ایران کمک کند. همچنین امید می‌رود با انجام مستمر این ارزیابی و انتشار نتایج آن، مسئولان کشور و استانی در فعالان اقتصاد، متعهدتر و مسئولیت‌پذیرتر شده و قوای مقننه و قضائیه نیز در ایجاد بستر امن و رقابتی برای سرمایه‌گذاری و تولید در ایران، بیشتر و موثرتر بکوشند.

مؤلفه‌های ناامنی سرمایه

شاخص امنیت سرمایه‌گذاری برای فصل پاییز ۱۴۰۱ همانند فصل تابستان، رقم ۶۸۲ به دست آمده است. این شاخص برای فصل بهار ۱۴۰۱ رقم ۶۵۱ و برای فصل زمستان ۱۴۰۰ رقم ۵۹۶ محاسبه شده بود. بنابراین وضعیت شاخص امنیت سرمایه‌گذاری در پاییز ۱۴۰۱ ادامه فصل تابستان باوجود نوسان‌دهنده حرکت به سمت نامناسب شدن شاخص است و از تثبیت این روند نامناسب حکایت دارد. مقدار عددی ناماگر عملکرد دولت در تیرماه سال گذشته نسبت به فصل قبل قدری بهتر شده، اما در میان همه ناماگرها همچنان نامناسب‌ترین است. در ارتباط با ناماگر ثبات اقتصادی کلان زیر استانی‌های یزد، سمنان و بوشهر نسبت به سایر استان‌ها بهتر و مناسب‌تر ارزیابی شده که دلایل آن، کاهش یکم درصدی نامناسب‌تر به مقایسه بود، مانند دو استان‌های کردستان و ایلام است. این ناماگر نسبت به پایش قبلی نامناسب‌تر ارزیابی شده است. به عبارت دیگر، وضعیت ثبات اقتصاد کلان در پاییز ۱۴۰۱ نسبت به تابستان این شاخص از نظر فعالان مشارکت کننده در پایش قدری نامناسب‌تر ارزیابی شده و با عدد ۷۵۵: ۱۰ در جایگاه سومین ناماگر نامناسب قرار گرفته است. این در حالی است که در تابستان ۱۴۰۱ فعالان اقتصادی استان‌های قزوین، هرمزگان و مرکزی مناسب‌ترین ارزیابی و استان‌های سیستان و بلوچستان، کردستان و چهارمحال و بختیاری نامناسب‌ترین ارزیابی را داده‌اند. همچنین ثبات و پیش‌بینی‌پذیری مقررات و رویه‌های اجرایی ارائه داده‌اند. با بررسی پایش‌دهندگان فعالان اقتصادی از موهفای پیمایشی در پاییز پاییز سال گذشته درمی‌یابیم که برای اولین بار در چند پایش گذشته به‌ناگهان موله میزان تخصصی‌بودن رسیدگی به موارد تجاری در مراجع قضایی یا از ارزیابی نامناسب‌تر نسبت به سایر موارد جاری شده و در جایگاه دومین موله نامناسب قرار گرفته است. از طرف دیگر، موله عمل

فرصت امروز: شاخص امنیت سرمایه‌گذاری برای فصل پاییز ۱۴۰۱ به‌رود شد. رصد امنیت سرمایه‌گذاری در فصل پاییز سال گذشته نشان می‌دهد: شاخص امنیت سرمایه‌گذاری به رقم ۶۸۲ (بدترین نمره ۱۰ است) رسیده که تفاوتی نسبت به فصل قبل ندارد و تنها جغرافیای استانی آن است که تغییر کرده است. طبق ارزیابی بازی پژوهشی مجلس، بهترین وضعیت به نظر امنیت سرمایه‌گذاری در پاییز سال گذشته به استان‌های سمنان، خراسان جنوبی و هرمزگان و در سمت مقابل بدترین وضعیت به استان‌های ایلام، سیستان و بلوچستان و گلستان اختصاص داشته است. همچنین در مسیر سرمایه‌گذاری کشور همچنان موانع تکراری وجود دارد و تا این موانع و دست‌انداها از این روند عملاً تحقق تسهیلات‌های توسعه‌ای در پیست قرار گرفته است. بدترین مولفه به‌رابط به عملکرد مسئولان دولتی و بهترین مولفه، ثبات مسئولان استانی بوده است.

گزارش حاضر، بیشترین سنجش استیاده و فصلی شاخص امنیت سرمایه‌گذاری در ایران است. این گزارش با آماری رسمی منتشرشده و در دسترس و همپوزارهای ۳۰۵۲ فصل اقتصادی به دست آمده است. نمره هر شاخص از صفر تا ۱۰ است و هرچه شاخص عملکردی به نمره صفر نزدیکتر باشد، معنی کارایی و بهیگی است و هرچه به سمت ۱۰ میل کند، نشان‌دهنده عرق بیشتر بحران در این زمینه است. آطور که در فصل‌ها گزارش داده، شاخص امنیت سرمایه‌گذاری در فصل پاییز ۱۴۰۱ روی عدد ۶٫۸۲ باقی مانده است. بدین ترتیب، وضعیت امنیت سرمایه‌گذاری در فصل پاییز نسبت به تابستان سال گذشته تغییر نداشته و همانطور که نشان شد، فقط شرایط استان‌ها در آن کمی متغیر بوده است. این موضوع نشان می‌دهد با وجود تغییر در سیاست‌های توسعه و عزمی که برای جبران کاستی‌ها صورت گرفته است، همچنان موانع تکراری در مسیر سرمایه‌گذاری وجود دارد و بدون حذف این موانع و چالش‌ها متأسفانه آمیدی به تحقق سیاست‌های توسعه‌ای نمی‌رود.

استان‌های مستعد سرمایه‌گذاری

جدیدترین گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس درخصوص پایش امنیت سرمایه‌گذاری در فصل پاییز ۱۴۰۱ نشان می‌دهد که شاخص امنیت سرمایه‌گذاری روی رقم ۶۸۲ باقی نماند و نسبت به فصل قبل تفاوتی نداشته است. براساس یافته‌های این گزارش و تلفیق داده‌های آماری بر پایه یافته‌های پیمایشی، به ترتیب استان‌های ایلام، سیستان و بلوچستان و گلستان نامناسب‌ترین و استان‌های سمنان، خراسان جنوبی و هرمزگان مناسب‌ترین وضعیت را از دیدگاه کسب‌کاران از منظر شاخص امنیت سرمایه‌گذاری در پاییز ۱۴۰۱ کسب کرده‌اند. در پاییز سال گذشته همچنین از بین ۹ حوزه فعالیت اقتصادی مورد سنجش در پایش، فعالان اقتصادی در حوزه معدن (به‌جز نفت و گاز) با وجود آنکه نسبت به پیش‌قبل در نظر کسب‌کاران مناسب‌ترین ارزیابی شده، اما همچنان مانند پیش گذشته، مناسب‌ترین ارزیابی در میان ۹ حوزه را به خود اختصاص داده است. در این میان فعالان اقتصادی در حوزه نفت‌خام و گاز طبیعی، تأمین آب، برق و گاز، نامناسب‌ترین ارزیابی را در میان همه حوزه‌ها از وضعیت امنیت سرمایه‌گذاری ارائه کرده‌اند. در پایش پاییز ۱۴۰۱ مانند پیش تابستان، ناکار عملکرد دولت همچنان نامناسب‌ترین وضعیت را نشان می‌دهد و ناکار ثبات اقتصاد کلان، جایگاه

آنچه که آمارهای اقتصادی می‌گویند هواره، شاخصی برای سنجش وضع معیشتی افراد است، نه نبابی ماغیر با آنچه که افراد در واقع معوض زمانی تجربه می‌کنند. در همین رابطه اظهارات مردم با نتایج آماری تطابق ندارد. برخی از کارشناسان این عدم مغایرت را به عدم دقت مناسب در شاخص‌های تعدیل‌کننده استفاده شده در مطالعه سال اخیر دچار کمبهای شدیدی بوده است. تورم گزراشت مردم در آمار ایران، تورم مسکن در سال ۱۴۰۰ و ۱۴۰۱ با ترتیب ۲۶ و ۳۲ درصد به ثبت رسیده؛ در حالی که تورم مسکن براساس رشد میزان هزینه کرد خاوار شهری، نزدیک به ۵۰ درصد تخمین زده می‌شود. هرگز هزینه کرد خاوار در کلای افزایش یابد به معنای آن است که از یک کالا یا برسی کنیم، کافی است تا نسبت به رشد هزینه‌های یا سطح قیمت کالاها رشد کرده و یا خانواها میزان مصرف خود را از کالا افزایش داده‌اند. بنابراین اگر بخوایم رشد مصرف خانواها را از یک کالا ر بررسی کنیم، کافی است تا نسبت به رشد هزینه‌های اختصاصی داده شده به کالی انظر را نشیب به تورم تعدیل کنیم. طبق آمارهای منتشرشده، در این گزارش رشد هزینه‌های مسکن خاوار شهری نسبت به تورم تعدیل شده تا دشت مصرف مسکن به دستد اید. در همین خصوص، مشاهده می‌شود که افزایش یا کاهش مصرف مسکن در هر سال کمتر از ۳ درصد بوده، اما در دو سال ۱۴۰۰ و ۱۴۰۱ مصرف مسکن به طرز عجیبی رشد کرده است. براساس داده‌های مرکز آمار، تورم مسکن در سال ۱۴۰۰ و ۱۴۰۱ به ترتیب حدود ۲۴٫۸ و ۳۳٫۴ درصد به ثبت رسیده است. در حالی که متوسط هزینه کرد خاوار برای مسکن در دو سال مذکور به ترتیب ۶۷٫۵ و ۵۱ درصد افزایش یافته است. با توجه به اینکه افزایش هزینه‌ها در همین ماتر از افزایش قیمت و افزایش مصرف است، اگر هزینه‌ها را نسبت به تورم تعدیل کنیم، خلاص رشد مصرف به دست می‌آید. بر همین اساس، رشد مصرف مسکن در سال ۱۴۰۰ حدود ۲۴٫۳ درصد و در سال ۱۴۰۱ حدود ۱۸٫۵ درصد برآورد می‌شود که با احس دریافتی مردم از شرایط اقتصادی، همخوانی زیادی ندارد. علاوه بر این موضوع، این رشد مصرف در محیط زندگی به تنوع توسعه شهری نیز باید دیده می‌شد. رشد مصرف مسکن به معنای افزایش متراژ اجاره واحد است. تعداد واحدهای مسکونی در یک اقتصاد به

نگاہ

تغییرات اقلیمی به مهاجرت اقلیمی منجر می شود

پیش‌بینی جهان در افق ۲۱۰۰

انتظار می‌رود تا پایان قرن بیست و یکم شاهد تغییراتی جدی در جهان باشیم که البته همه آنها لزوماً خوب نخواهد بود. تا سال ۲۱۰۰ پیشرفت از آستانه تغییرات آب و هوایی عبور خواهد کرد، رشد جمعیت متوقف شده و به تعادل می‌رسد و فناوری‌های پیشرفته سبک زندگی، کار، سفر، حتی نحوه تفکر مردم را تغییر می‌دهند. قرن بیست و یکم ممکن است خوشحال‌اندیزترین قرن در تاریخ بشر باشد. شاید کمی دراماتیک به نظر برسد اما احتمالاً قرن‌های آینده نیز شاهد تغییرات آب و هوایی، بیماری‌های همه‌گیر و چالش‌های ناشی از شتاب گرفتن فناوری، سرنوشت بشر مشخص خواهد شد. به نظر می‌رسد کاری که ما هم‌اکنون با و تا پایان این قرن انجام می‌دهیم، احتمالاً سرنوشت حیات روی زمین را تعیین خواهد کرد. به همین دلیل، پیشینی آینده هرگز تا این اندازه مهم نبوده است.

ما به پیش‌بینی جمعیت و داده‌های آب و هوایی نیاز داریم که سناریوها و تغییرات مختلف در طول زمان را در نظر گرفته‌اند. بدین ترتیب، ما به توابع برنامه‌ریزی عددی که روش سیستم‌های هوش خوارک، پوشاک، مسکن و کار مختل می‌شوند، چگونه می‌تواند با دقت را تأمین کنیم، در عین حال، ما به توابع استراتژی‌هایی برای اخلاقیات و احیای محیط طبیعی برای کاهش فشاری که بر آن وارد می‌کنیم، تدوین کنیم. به همین دلیل است، ما به پیش‌بینی تغییر به پیش‌روی جدایی‌ناپذیر از اقتصاد بدست شده‌اند. است. متأسفانه پیشرفت سرعت فناوری و تأثیرات اجتماعی، اقتصادی و سیاسی این امر، اما را به سرعت آینده‌ای سوق می‌دهد که پیش‌بینی آن بسیار دشوار است. این نگرانی وجود دارد که ظهور فناوری‌های مختلف از جمله محاسبات کوانتومی، هوش مصنوعی، زیست‌فناوری پیشرفته و... پیش‌بینی دقیق تحولات آینده را غیرممکن می‌کند. با این حال، این مخاطرات و نگرانی‌ها جلوی آینده‌نگری‌های بشر را نگرفته‌اند. سوال این است که در سال ۲۰۱۰ باید انتظار چه چیزی را داشته باشیم؟

زندگی می کنند و تعداد افرادی که در آینده متولد خواهد شد، براساس گزارش سال ۲۰۲۲ سازمان ملل، جمعیت جهان تا سال ۲۱۰۰ به حدود ۱۰ میلیارد و ۴۰۰ میلیون نفر خواهد رسید. قاره آسیا نیز ۴ میلیارد و ۷۸۰ میلیون نفر و آفریقا هم ۳ میلیارد و ۹۲ میلیون نفر جمعیت خواهند داشت که تقریباً ۸۳٫۵ درصد از جمعیت جهان را تشکیل خواهند داد. همچنین پیش‌بینی می‌شود که کاهش قابل توجهی در نرخ رشد جمعیت وجود داشته باشد اگرچه تا سال ۲۱۰۰ افزایشی روی زمین حضور خواهند داشت اما افراد با سرعت کمتری متولد می‌شوند. طبق پیش‌بینی‌های جمعیت سازمان ملل، در حالی که تا سال ۲۱۰۰ جمعیت جهان افزایش خواهد داشت، متوسط نرخ رشد جمعیت به ۰٫۱ درصد کاهش می‌یابد. به نظر می‌رسد سال ۲۱۰۰ نقطه تحولی در رشد جمعیت خواهد بود. از سوی دیگر، رشد جمعیت با تغییر در سطح فقر همزمان خواهد بود. براساس گزارش بانک جهانی، تعداد افرادی که در فقر شدید طی دهه‌های اخیر زندگی می‌کنند به شدت کاهش یافته و از ۴۴ درصد در سال ۱۹۸۱ به ۲۷ درصد در سال ۱۹۹۰ و در نهایت کمتر از ۲ درصد در سال ۲۰۲۲ رسیده است. امروزه اکثر افرادی که در فقر شدید زندگی می‌کنند یعنی ۶۹۶ میلیون نفر عمدتاً ساکن جنوب آسیا و جنوب صحرای آفریقا هستند. با این حال، پیش‌بینی‌ها نشان می‌دهد که این مناطق نیز شاهد چشمگیرترین رشد اقتصادی در قرن حاضر خواهند بود. تحلیلگران انتظار دارند که هر قاره‌ای بر جمعیتی در زمان تا پایان بیست و یکم به برابری اقتصادی نسبی دست یابد. در قضا، کاهش نابرابری میان کشورهای و قاره‌ها ممکن است با نابرابری فزاینده در داخل کشورهای همراه باشد. در حالی که فقر شدید به نزدیک صفر می‌رسد و میانگین استانداردهای زندگی در سراسر جهان افزایش می‌یابد، انتظار می‌رود زیربوم بودن تا نیمه قرن بیست و یکم به امر رایجی تبدیل شود که این ممکن است به معنای افزایش فقر نسبی باشد.

در حال حاضر، برخی از تحلیلگران و آینده‌پژوهان پیش‌بینی می‌کنند که حفاری سیارک‌ها و گردشگری فضایی ممکن است کوتاه‌ترین مسیر برای رسیدن به شرایط افزایش میلپارها باشد. شاید به همین دلیل است که نوافر از ثروتمندترین افراد جهان یعنی «ایلان ماسک» و «جسپ بروس» تا این حد به سرمایه‌گذاری‌های فضایی پلکان دارند. با این وجود، یکی دیگر از سرمایه‌گذاری‌های بزرگ که به ثروتمندان جهان مرتبط می‌شود، داده‌های بزرگ هستند. داده‌های بزرگ شامل محاسبات، نرم‌افزار، موتورهای جست‌وجو، تجزیه و تحلیل، رسانه‌های اجتماعی، یادگیری ماشینی و هوش مصنوعی می‌شود؛ صنایعی که «بیل گیتس» و «لری پیج» (سرریز بگین) «مارک زاکربرگ» و «لری ایسون» و «اسفندیار ثروتمند» دارند.

حالا سوال این است که این تعداد انسان در کجا زندگی خواهند کرد؟ یکی از روندهای عمده امروز جهان، مهاجرت جمعیت از محیط‌های روستایی به شهرها است. طبق گزارش سال ۲۰۲۰ موسسه بین‌المللی محیط زیست و توسعه، جمعیت شهری در حال حاضر ۵۶٫۲ درصد از جمعیت جهان را تشکیل می‌دهد. در همین حال، گزارش‌های کمیسیون سازمان همکاری و توسعه اقتصادی (OECD) در سال ۲۰۲۰ منتشر شده تخمین می‌زند ۹ میلیارد نفر یا تقریباً ۸۵ درصد از جمعیت جهان تا سال ۲۱۰۰ در شهرهای بزرگ ساکن خواهند شد. مجمع جهانی اقتصاد نیز پیش‌بینی می‌کند که تا ۲۰۴۰ شهر بزرگ جمعیت‌های هیچ یک در چین، آمریکا، ژاپن یا اروپا نخواهند بود و در واقع تمامی ۱۰ شهر بزرگ جهان در آفریقا و جنوب آسیا متمرکز می‌شوند.

چالش‌های تأمین مایحتاج زندگی ۱۰ تا ۱۱ میلیارد نفر در شرایطی منابع تحت فشار قرار گرفته‌اند، که به سمت نوآوری و توسعه جایگزین‌های پاک‌تر و پایدارتر هدایت می‌کند. این فرآیند تا اواسط قرن ۲۱ در جریان خواهد بود. نیاز به زندگی پایدارتر، توسعه معماری بوم‌شناختی را سرعت می‌بخشد. ساختمان‌هایی به اندازه شهر ساخته می‌شوند که در آنها فضای سبز و خانه‌های شهری وجود دارد. معماری بوم‌شناختی یا اکوکولوژی مجموعه‌ای از «معماری» و «موسیقی» است که زمینه‌ای برای ایجاد اصول طراحی معماری برای زیست‌گاه‌های انسانی بسیار انعطاف‌پذیر و دارای پیماد زیست‌محیطی کم ایجاد می‌کند. این تلاش‌ها با توسعه معماری نو و استفاده گسترده از آن در نیمه دوم قرن سدها خواهد شد. علاوه بر این، خانه‌های هوشمند و شهرهای هوشمند با هم ادغام می‌شوند و حتی یک سیره هوشمند ایجاد می‌کنند. همه این پیش‌بینی‌ها باید در کنار تهدید تغییرات اقلیمی در نظر گرفته شود. بسته به افزایش‌های کلی میانگین دمای جهان و اثرات زیست محیطی مرتبط با آن، احتمالاً بین سال‌های ۲۰۵۰ تا ۲۱۰۰ شاهد تغییرات قابل توجهی خواهیم بود. افزایش دما فشار بیشتری بر کشاورزی، منابع آب و مراکز شهری وارد می‌کند. همچنین افزایش تلفات و خسارات مالی ناشی از امواج دریا و گرد و غبار، خشکسالی و سیل وجود خواهد داشت. انتظار می‌رود این امر با بحران‌های پهنانگهی ابراهه باشد که طی آن صد‌ها میلیون نفر از مناطق ساحلی و شهرهای بزرگ اطراف خاست‌اوا فاصله می‌گیرند. به نظر گرفتن ساروبوها و زمین‌لرزه‌ها، بسیاری از مناطق پرجمعیت ممکن است در سال ۲۱۰۰ زیر آب باشند که شامل جاکارتا، دلا، لاوس، بانکوک، نیویورک، میامی و توکورو می‌شود. در سال ۲۰۱۷ حدود ۳۶۵ هزار مرگ و میر در سراسر جهان به امواج گرند نسبت داده شد که بیشتر آنها در مراکز شهری افتاد. افتات این‌ها، دانشمندانی پیش‌بینی می‌کنند که تا سال ۲۱۰۰ و مرگ و میر ناشی از گرما ۵۰ برابر افزایش یابد. این امر به معناست که تا پایان قرن ۱۷۸ میلیون نفر ممکن است سالانه به دلیل امواج گرما جان خود را از دست دهند. فکساری که این امر بر خدمات بهداشتی، کارکنان اورژانس و تأسیسات وارد می‌کند باعث تشدید شرایط خواهد بود، یک بحران تبعیض عیار به وجود می‌آورد. این موضوع تلاش‌ها برای حرکت به سوی سازگاری و انعطاف‌پذیری را تقویت می‌کند.

[illegible]

خبرنامه

خروج سرمایه‌گذاران خارجی از بازار سهام چین تشدید شد

تنگنای چینی اقتصاد جهانی

قرار بود که اقتصاد چین در سال جاری بار یک‌سوم اقتصاد جهان را به دوش بکشد و به موتور محرک رشد آن تبدیل شود. از همین رو، کندی و انقباض غیرمنتظره آن، زنگ خطر را در سراسر جهان به صدا درآورده است. کاهش یافتن نرخ واردات چین در همه حوزه‌ها، از مواد ساختمانی گرفته تا قطعات الکترونیکی باعث شده است تا کشورهای مختلف جهان خود را برای وارد شدن ضربه اقتصادی آماده می‌کنند. سرمایه‌گذاران خارجی تاکنون بیش از ۱۰ میلیارد دلار معادل ۱،۴ هزار میلیارد ین از بازار سهام چین خارج کرده‌اند. گلدمن ساکس و مورگان استلنی به عنوان دو موسسه مالی معتبر جهانی، پیش‌بینی‌های خود درباره ارزش سهام چین را کاهش داده و نسبت به سرریز خطرات این منطقه به دیگر کشورها هشدار داده‌اند.

بزرگ‌ترین ضربه‌ها از رکود اقتصادی چین به اقتصادهای آسیایی و آفریقایی وارد شده است. ژاپن در ماه جولای افت شدید صادرات خود طی دو سال گذشته را گزارش کرد که بخش بزرگی از آن به دلیل کاهش خرید خودرو و تراشه از سوی چین رخ داده است. بانک‌های مرکزی کره جنوبی و تایلند هم هفته گذشته مقصر عقب‌نشینی از پیش‌بینی‌های اقتصادی خود را رکود اقتصادی چین معرفی کردند. باین‌همه می‌توان همه‌چیز را سیاه‌وسفید دید. کندی اقتصاد چین و تورم منفی باعث کاهش نرخ جهانی نفت شده است و کاهش تورم در این کشور به معنای آن است که قیمت کالاهایی که به سراسر جهان ارسال می‌شود، کاهش خواهد داشت. این روند به نفع کشورهایی مانند آمریکا و انگلیس خواهد بود که با تورم بالا دست به گریبان هستند. بعضی از بازارهای نوظهور مانند هند هم در این وضعیت نسبت به جذب سرمایه‌گذارهای خارجی که ممکن است چین را رها کنند و به دنبال گزینه‌هایی جدید باشد، امیدوارند. اما کندی طولانی‌مدت رشد اقتصادی چین به عنوان دومین اقتصاد بزرگ جهان، بیشتر از کمک به اقتصاد جهان آسیب وارد خواهد کرد. صندوق بین‌المللی پول، میزان وابستگی اقتصاد جهانی به اقتصاد چین را این‌گونه متصور می‌شود که زمانی که رشد اقتصادی چین یک درصد افزایش پیدا می‌کند، اقتصاد جهانی ۰٫۳ درصد رشد خواهد کرد. اقتصاددانان باور دارند که رکود اقتصادی چین به خودی‌خود پدیده ترسناکی نیست، اما وضعیت زمانی وخیم می‌شود که بقیه کشورهای جهان، از آمریکا تا اروپا هم وارد رکود شوند؛ در حالی‌که اقتصاد چین ضعیف باقی‌مانده است، در چنین شرایطی بحران ایجاد خواهد شد. در ادامه به بخش‌هایی از تبعات کندی اقتصاد چین بر اقتصادها و بازارهای جهانی اشاره شده است:

✱ رکود تجاری: بسیاری از کشورها به ویژه کشورهای آسیایی، چین را بزرگ‌ترین بازار صادراتی برای تمامی محصولات خود، از قطعات الکترونیک گرفته تا غذای انرژی می‌دانند. طی ۹ ماه از ۱۰ ماه گذشته ارزش واردات چین کاهش یافته و نرخ تقاضا هم به پایین‌تر از نرخ رکودهای ثبت‌شده در دوران همه‌گیری کرونا رسیده است. ارزش محموله‌های وارداتی چین از آفریقا، آسیا و آمریکا در ماه جولای نسبت به زمان مشابه در سال گذشته بسیار کمتر بوده است. تاکنون حجم حقیقی کالاهایی مانند آهن یا سنگ مس که به چین صادر شده‌اند توانسته ثابت باقی بماند، اما در صورت تداوم کندی رشد اقتصادی، این بخش از واردات چین هم تحت تأثیر قرار گرفته و به استخراج‌کنندگان در استرالیا و آمریکای جنوبی و دیگر نقاط جهان آسیب خواهد زد.

✱ فشار منفی شدن تورم: قیمت تولید در چین طی ۱۰ ماه گذشته رو به کاهش گذاشته است و این بدان معناست که کالاهایی که چین صادر می‌کند قیمت کمتری برای خریداران خواهد داشت؛ خبری که برای کشورهای درگیر تورم خوشحال‌کننده است. قیمت کالاهای چینی در اسکله‌های آمریکایی طی ۱۰ ماه گذشته هر ماه کاهش داشته است و احتمالا این کاهش تا زمانی ادامه خواهد داشت که قیمت کارخانه در چین به مرز مثبت بازگردد. اقتصاددانان تخمین می‌زنند که فرود سخت اقتصاد چین، یعنی انحراف ۱۲٫۵ درصدی از روند رشدی که برای این کشور پیش‌بینی شده است، باعث کاهش ۰٫۷ درصدی نرخ تورم مصرف‌کننده پیش‌بینی شده برای آمریکا در سال ۲۰۲۵ خواهد شد.

✱ بازگشت آهسته توریسم: اگرچه مصرف‌کنندگان چینی در بخش خدماتی مانند گردشگری بیشتر از خرید کالا هزینه می‌کنند، اما هنوز تعداد مسافران خارج از کشور افزایش قابل‌توجهی نداشته است. دولت چین تا همین اواخر تورهای گروهی به بسیاری از کشورهای جهان را ممنوع اعلام کرده بود و هنوز در این کشور کمبود پرواز وجود دارد، این شرایط باعث افزایش قابل‌توجه هزینه سفر نسبت به دوران پیش از همه‌گیری کرونا شده است. از سوی دیگر، رکود و ضعف اقتصادی باعث شده است تا افرادی که پیش‌تر خود را ثروتمند می‌دانستند، احساس ثروت کمتری کنند و به همین دلیل، رونق دوباره سفرهای خارجی از چین به دیگر کشورهای جهان قرار است برای مدتی طولانی‌تر به تأخیر افتاده و به کشورهای وابسته به گردشگری چین، از جمله تایلند ضربه وارد کند.

✱ کاهش ارزش یوان: رکود اقتصادی چین باعث شده است که واحد پولی این کشور در برابر دلار در سال جاری ۵ درصد کاهش پیدا کند. در ماه جاری ارزش هر یوان در برابر یک دلار به ۷٫۵ رسید. بانک مرکزی چین اقدامات دفاعی از جمله تثبیت نرخ روزانه ارز را تشدید کرده است. وابستگی که میان یوان چین و بعضی دیگر از ارزها مانند دلار سنگاپور، بات تایلند و یزوی مکزیک وجود دارد، ممکن است باعث شود این ارزها هم در برابر دلار ضعیف‌تر شوند. همچنین به گفته اقتصاددانان، تداوم ضعف اقتصاد چین ممکن است به ارز اقتصادهای وابسته به کالاهای چینی مانند یزوی شیلی و رند آفریقایی جنوبی هم آسیب شدید وارد کند. دلار استرالیا هم طی سه ماه گذشته بیش از ۳ درصد از ارزش خود را در برابر دلار از دست‌داده است.

✱ کاهش جذابیت اوراق قرضه: کاهش نرخ بهره در چین باعث شده است تا اوراق قرضه چین جذابیت خود را برای سرمایه‌گذاران خارجی از دست بدهند؛ سرمایه‌گذارانی که حضور خود در بازارهای چین را کاهش داده و به دنبال جایگزینی مناسب در منطقه هستند. به گفته «بلومبرگ» دارایی‌های خارج از کشور ارز رسمی چین از سالال ۲۰۱۹ تاکنون کمترین سهم از مجموع بازار را در اختیار دارند. صندوق‌های جهانی، سهم اوراق قرضه ارزهای محلی کره جنوبی و اندونزی را افزایش داده‌اند؛ زیرا بانک‌ها هم مرکزی این کشورها نزدیک به پایان چرخه افزایش نرخ بهره هستند.

✱ خروج سهام لوکس: شرکت‌های بزرگ و نامداری مانند کاترپیلار و نایکی اعلام کرده‌اند که درآمدهای خود را به آرامی از چین خارج می‌کنند. شاخص ام‌اس‌سی‌آی که بزرگ‌ترین شرکت‌های جهانی با بیشترین میزان مراده با چین را دنبال می‌کند، در ماه جاری ۹٫۳ درصد کاهش داشته است؛ یعنی دو برابر کاهش در مقیاس گسترده‌تر جهانی. کالاهای لوکس اروپایی و بخش تفریحات هم جایگاه خود را در چین از دست داده‌اند. به گفته اقتصاددانان، این شاخص‌ها بازتابی دقیق از این وضعیت هستند که چطور سرمایه‌گذاران خارجی تحت تأثیر غیرمستقیم چین قرار گرفته‌اند، آن‌هم در شرایطی که اقتصاد چین به‌کندی در حال پیشروی است. برندهای لوکسی از قبیل لویی وی‌تان، گوچی و هرمس از جمله شرکت‌هایی هستند که بیشترین آسیب‌پذیری را در برابر هر نوع نوسان تقاضا در چین از خود بروز می‌دهند.

خبر خوش دولت، سقف مقاومت بورس را نشکست

مقاومت در برابر صعود بورس



فرصت امروز: خبر بازگشت نرخ خوراک پتروشیمی به فرمول قبلی نتوانست مقاومت ۲،۱ میلیون واحدی را بشکند. بورس تهران در معاملات هفتمین روز شهریورماه این روند رو به رشدی را تجربه کرد و شاخص کل بورس تهران با رشد ۰،۵۲ درصدی، ۱۰ هزار واحد افزایش ارتفاع داد. با وجودی که شاخص کل در ابتدای معاملات روز سه‌شنبه به بالای مرز ۲ میلیون و ۱۰۰ هزار واحد رسید، اما نتوانست این سطح را حفظ کند و در پایان با شیبی ملایم و با ایستادن در ارتفاع ۲ میلیون و ۹۵ هزار و ۷۳ واحد به رشد ۱۰ هزار واحدی بسنده کرد. به این ترتیب، خبر بازگشت نرخ خوراک گاز پتروشیمی به فرمول قبلی نتوانست سطح مقاومت ۲،۱ میلیون واحدی را بشکند. شاخص کل هم‌وزن نیز روز گذشته همچون روزهای قبل، رشد کمتری را نسبت به شاخص کل به ثبت رساند و با هزار و ۸۷۳ واحد افزایش معادل ۰،۲۷ درصد در تراز ۲۰۷ هزار و ۱۰ واحد ایستاد. در آن سوی بازار نیز شاخص کل فرابورس با افت ۵ واحدی به رقم ۲۶ هزار و ۲۷۲ واحد رسید. شاخص هم‌وزن فرابورس هم با ۲۶ واحد کاهش به سطح ۱۲۷ هزار و ۶۸۵ کیلوگرم فلزات نادر خاکی برای ایجاد یک حقیقی بازار سهام برای دومین روز منفی شد و ۱۹۷ میلیارد تومان پول حقیقی از بازار سهام خارج شد. در این روز همانند روز قبل، نماد وبملت بیشترین خروج پول را داشت که ارزش آن ۳۵ میلیارد تومان بوده است. پس از بانک ملت نیز نمادهای شهنا، شندیس، شندر و فملی بیشترین خروج پول حقیقی را تجربه کردند. در سوی دیگر، بیشترین ورود پول

حقیقی هم به نمادهای همراه، وسایا و شخارک اختصاص یافت.

نمادهای فملی، پارسان و تاپیکو نمادهای سبزپوش بورس بودند که بیشترین اثر را در رشد شاخص کل داشتند. در سمت مقابل اما فارس، شستا و شیندر از نمادهای قرمز بودند که اثر منفی بر شاخص کل داشتند. بر این اساس، ملی صنایع مس ایران (فملی) با یک هزار و ۵۳۷ واحد، گسترش نفت و گاز پارسیان (پارسان) با یک هزار و ۵۲۱ واحد، نفت و گاز و پتروشیمی تأمین (تاپیکو) با یک هزار و ۵۰۲ واحد، پتروشیمی پردیس (شپدیس) با یک هزار و ۱۴ واحد، فولاد مبارک اصفهان (فولاد) با ۶۸۳ واحد و شرکت سرمایه‌گذاری غدیر (وغدیر) با ۶۵۵ واحد تأثیر مثبت بر شاخص کل بورس داشتند. همچنین صنایع پتروشیمی خلیج فارس (فارس) با یک هزار و ۱۱۴ واحد، شرکت سرمایه‌گذاری تأمین اجتماعی (شستا) با ۵۵۸ واحد، پالایش نفت بندرعباس (شیندر) با ۱۹۱ واحد، توسعه معادن و صنایع معدنی خاورمیانه (میدکو) با ۱۷۰ واحد و گروه مینا (رمینا) با ۱۷۰ واحد تأثیر منفی بر شاخص بورس داشتند. در فرابورس نیز نمادهای زاگرس، وسپهر و شاون بیشترین اثر افزایشی را بر شاخص کل این بازار داشتند و نمادهای خاور، صبا و هرمز با بیشترین اثر کاهشند بر شاخص کل فرابورس همراه شدند. بدین ترتیب، پتروشیمی زاگرس (زاگرس)، سرمایه‌گذاری مالی سپهر صادرات (وسپهر)، پالایش نفت لاوان (شلاوان)، مجتمع جهان فولاد سیرجان (فجهان)، زغال سنگ پروده طیس (کزغال) و سنگ آهن گهرزمین (کگهر) با تأثیر مثبت بر

درباره فلزات نادر خاکی که جنگ‌های جدید را رقم می‌زنند

جنگ فلزات

بازار فلزات نادر خاکی اما به رغم تنوعش، چندان کارآمد نیست. این عناصر بسیار خاص به شمار می‌آیند و تولید و استفاده از آنها در حجم کم صورت می‌گیرد. اکثر کسب وکارهای فعال در این حوزه، دولتی هستند و صورت می‌گیرد. اکثر کسب وکارهای فعال در این حوزه، دولتی هستند و شکل شرکت‌های بزرگ جهانی که کنترل صنایع فولاد و آلومینیوم را در اختیار دارند کار نمی‌کنند. فلزات نادر خاکی برای بسیاری از فناوری‌های امروز دنیا اهمیت حیاتی دارند که از جمله آنها می‌توان به تلفن‌های هوشمند اشاره کرد. اما ارزش بازار جهانی فلزات نادر خاکی در قیاس با بازار جهانی نفت خام بسیار کم بوده و این باعث می‌شود سرمایه‌گذاران تا حدی به این حوزه بی‌اعتنا باشند. در بخش‌هایی از جهان مثل میانمار، فلزات نادر خاکی به صورت غیرقانونی معامله می‌شوند و این هم معضل قاچاق و دسترسی به فلزات نادر خاکی را پیچیده‌تر کرده است.

یک مشکل دیگر در مورد استفاده از فلزات نادر خاکی، این است که آنها را نمی‌توان به صورت مستقیم استخراج کرد؛ بلکه باید آنها را از مواد معدنی‌ای استخراج کرد که خودشان هم محصول جانبی فرآیندهای استخراج دیگری بوده‌اند. از جمله آنها می‌توان به بوکسیت و سنگ آهن اشاره کرد، اما بخش زیادی از پسمانده این استخراج‌ها به مرحله پردازش نمی‌رسد. از سوی دیگر، زنجیره ارزش فلزات نادر خاکی مصرف‌کننده حجم عظیمی از انرژی و آب است و آلودگی زیاد و آزادسازی کربن زیاد را نیز به دنبال دارد؛ به طوری که تصفیه یک کیلوگرم اکسید فلزات نادر خاکی بین ۴۰ تا ۱۱۰ کیلوگرم دی اکسید کربن تولید می‌کند. تصفیه یک تن اکسید فلزات نادر خاکی برای استخراج از سنگ آهن لازم است و در یک تن هزار تن آب‌مانده که آلوده به فلزات سنگین است به جا بگذارد. برای پاسخ دادن به تقاضای فزاینده برای فلزات نادر خاکی، آن هم بدون آسیب زدن به محیط زیست، کل صنعت فلزات نادر خاکی باید مورد تجدیدنظر قرار بگیرد و این هدف را می‌توان با چرخشی کردن اقتصاد جهانی فلزات نادر خاکی محقق کرد. در حال حاضر تنها یک درصد از فلزات نادر خاکی بازیافت می‌شوند. با این حال، مزایای زیادی در این کار نهفته است. بازیافت نئودیمیوم از آهنرباهای قدرتمندی که آخر عمرشان رسیده، یکی از این کارهاست. انرژی که در بازیافت در این زمینه صرف می‌شود، کمتر از نیمی از آن انرژی‌ای است که برای استخراج از سنگ آهن لازم است و در عین حال، مواد سمی و آلاینده کمتری از این فرآیند به جا می‌ماند، اما چرا بازیافت فلزات نادر خاکی اینقدر کم مورد توجه واقع شده است؟ علت این است که هیچ سیاست یا برنامه‌ای برای آن وجود نداشته و بسیاری از دستگاه‌هایی که فلزات نادر خاکی در آنها به کار رفته (مثل باتری خودروهای برقی یا آهنرباهای بزرگ در نیروگاه‌های انرژی بادی) همچنان مورد استفاده قرار دارند و از رده خارج نشده‌اند. به همین خاطر، فناوری بازیافت آنها هنوز خام است و از لحاظ اقتصادی نیز کاملاً به صرفه نشده است. البته برنامه‌هایی در کشورهای در اروپا و همیتلور در چین به اجرا درآمده که براساسش، تولیدکننده باید پسماند تجهیزات الکترونیکی‌اش را پس بگیرد. تمرکز اصلی در این برنامه‌ها این بوده که پسماندهای خطرناک مثل جیوه، کادمیوم و سرب مدیریت شوند. با این حال، می‌توان برای تقویت اقتصاد چرخشی فلزات نادر خاکی نیز از این روش استفاده کرد. یک راه مفید دیگر هم این است که دولت‌ها بر سر استانداردهای جهانی

شاخص کل فرابورس همراه شدند. در آن سمت نیز ایران خودرو دیزل (خاور)، شرکت سرمایه‌گذاری صبا تأمین (صبا)، فولاد هرمزگان جنوب (هرمز)، پلیمیر آریاساسول (آریا)، گروه انتخاب آرمان الکترونیک (انتخاب) و بهمن دیزل (خدیزل) تأثیر منفی بر شاخص کل داشتند. همچنین در بین نمادهای پرتراکش بورس، نماد خگستر بیشترین تراکش را داشت و شستا و شهر در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند. در فرابورس نیز بمولد، فن‌افزار و دی بیشترین تراکش را ثبت کردند. ارزش معاملات کل بازار سهام به ۱۱ هزار و ۸۱۰ میلیارد تومان رسید. ارزش معاملات اوراق بدهی در بازار ثانویه ۲ هزار و ۸۱۴ میلیارد تومان بود که ۲۴ درصد از ارزش کل معاملات بازار را در این روز شامل می‌شود. ارزش معاملات خرد نیز با کاهش ۱۸ درصدی به نسبت روز معاملاتی قبل به رقم ۶ هزار و ۹۶ میلیارد تومان رسید. در معاملات روز گذشته نماد شاهد بیشترین ارزش معاملات بازار سهام را به خود اختصاص داد که ارزش معاملات آن ۱۹۱ میلیارد تومان بود. پس از شاهد، خگستر بیشترین ارزش معاملات را ثبت کرد و ورن رتبه سوم بیشترین ارزش معاملات را به خود اختصاص داد و پس از آن، دو نماد وسایا و شستا در رتبه‌های بعدی بیشترین ارزش معاملات قرار گرفتند. در معاملات سه‌شنبه، ۸۳ نماد صف خرید داشتند و ۶۰ نماد با صف فروش مواجه شدند. مجموع ارزش صف‌های خرید با رشد ۲۷ درصدی نسبت به روز کاری قبل به ۲۸۴ میلیارد تومان افزایش یافت و مجموع ارزش صف‌های فروش نیز با افزایش ۶ درصدی به ۴۱۴ میلیارد تومان رسید.

برای برچسب زدن روی محصولات به توافق برسند و بر این اساس، راه درک اینکه چه فلزات نادر خاکی در هر محصول به کار رفته را باز کنند. این مسئله به خصوص در مورد تجهیزات الکترونیک جدیدی که استفاده بیشتری از فلزات نادر خاکی در آنها شده (مثل باتری خودروهای برقی) اهمیت دارد. سیستم‌ها و فناوری‌هایی که برای ردیابی فلزات نادر خاکی به کار می‌روند و همیتلور روش‌های جداسازی اتوماتیک آنها و پروسه‌های پیشرفته دیگر، به صورت دائمی به سرمایه‌گذاری نیاز دارند و به همین جهت، دولت‌ها می‌توانند ارائه یارانه و نیز ارائه بخشش‌های مالیاتی را برای این حوزه مورد توجه قرار دهند. مثلاً اتحادیه اروپا در نظر دارد ۲۰۰ میلیون یورو (۲۱۷ میلیون دلار) را برای ایجاد مراکزی که به چرخشی شدن اقتصاد فلزات نادر خاکی و بازیافت آنها کمک می‌کند، اختصاص دهد. یا مثلاً گوگل در حال سرمایه‌گذاری در حوزه آهنرباهای نئودیمیومی است. با این حال، سرمایه‌گذاری‌های زیرساختی در حوزه فلزات نادر خاکی بسیار اندک بوده و راه زیادی برای بهینه‌سازی آن باید طی شود.

یکی از معضلات زنجیره تأمین فلزات نادر خاکی، این است که شبکه جهانی صنعتی در این حوزه دچار چالش‌هایی مثل قاچاق فلزات نادر و همیتلور محدودیت صادرات آنها از سوی کشورهای با ذخایر عظیم مثل چین است. باید این نکته را در نظر داشت که همین حالا هم هزینه فلزات نادر خاکی در حال افزایش است و این موضوع را می‌توان به عوامل مختلفی مثل تداوم تنش تجاری بین چین و آمریکا نسبت داد. پنتاگون در حال حاضر روی این موضوع تمرکز زیادی کرده و علت این است که به رغم اهمیت فلزات نادر خاکی در عرصه‌های مختلف مثل انرژی‌های تجدیدپذیر و وسایل الکترونیک، این فلزات در بخش‌های دیگر مثل بخش دفاعی نیز اهمیت زیادی پیدا کرده‌اند و برای کشوری مثل آمریکا، محدودیت صادرات فلزات نادر خاکی می‌تواند یک موضع امنیتی تلقی شود. کشورهایی مثل آمریکا از این محدودیت روی صادرات هیچ‌ها (تراشه‌ها) به فلزات نادر خاکی که در کشورهای دیگر استخراج می‌شود، کم شده باشد و بر این اساس، صنایع دفاعی آنها هم دچار مشکل شود.

آمریکا در این راه از چین عقب است، چون چین فعالیت‌های استخراجی خود را در دهه‌های ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ به وضوح تقویت کرده بود و بازار را با فلزات نادر خاکی که در آن زمان ارزان بودند اشباع کرده بود. در نتیجه معادن مربوط به فلزات نادر خاکی در کشورهای دیگر تعطیل شده بودند چون بازدهی خوبی در رقابت با چین نداشتند، اما به تدریج موفقیت در عرصه فلزات نادر خاکی و استفاده از آن در فناوری‌های پیشرفته باعث شد دوباره اهمیت استخراج این فلزات افزایش یابد؛ هرچند که همه در این زمینه‌ها از چین عقب هستند. رقابت چین و آمریکا در زمینه نیمه رساناها نیز به همین موضوع مربوط می‌شود و چین در همین راستا صادرات گالیوم و جرمانیوم را محدود کرده است. این اتفاق در حالی افتاده که آمریکا هم پیش از این، محدودیت روی صادرات هیچ‌ها (تراشه‌ها) به چین را اعمال کرده بود و آتش جنگ تجاری را شعله‌ورتر کرده بود. با این اوصاف، تنش میان این دو قدرت اقتصادی در زمینه فلزات نادر خاکی هم ادامه خواهد یافت و باید دید این رقابت تا چه حد روی فناوری‌های پیشرفته نیازمند به فلزات نادر خاکی تأثیر خواهد گذاشت.

ملایکیت کسپ و گار

تبدیل مخاطب هدف به مشتری برند: نقشه راهی برای بازاریاب‌ها

آتش بسیار بهتری نسبت به آن نشان می‌دهند. این نکته‌ای است که برای بسیاری از تالقاری اهمیت بی‌نهایت زیادی دارد. پس بد نیست ما هم آن را مهم تلقی کرده و دنبال استنادات آن باشیم.

یادتان باشد، اگر در لایو استریم از همان‌جا مناسب و مشهور استفاده نکنید، میزان بازدید و ویدئو تان به طور حیرت‌انگیزی افزایش پیدا می‌کند. هر قدر که به بازدید و ویدئو بیشتر باشد، احتمال دست به جیب شدن مشتریان هم افزایش خواهد یافت.

آخرین نکته‌ای که در این بخش باید پس ذهن داشته باشید، سیو کردن ویدئوهای لایو برای دسترسی بعدی کاربران به آن است. خب شاید تمام مخاطب شما در آن زمان به خصوص امکان مشاهده ویدئو را نداشته باشند. بنابراین با ذخیره‌سازی آن در اکانتات به آنها امکان تماشای ویدئو در زمان دلخواه را بدهید. این امر در بلندمدت میزان بازدید و صلابت به روش محصولاتتان را به طور بقی اساسی افزایش می‌دهد.

گام هفتم: درخواست برای فالو کردن اکانت برند

شبکه‌های اجتماعی دیگر فضایی برای تعامل خشک و خالی میان کاربران نیست. از چند سال قبل اینستاگرام و بعداً بقیه پلتفرم‌ها امکان خرید مستقیم را به دنیای شبکه‌های اجتماعی اضافه کرده‌اند. این روزها

دیوارون می‌توانند در حین گشت و گذارشان در شبکه‌های اجتماعی خیلی راحت دست به جیب شده و بدون خروج از پیغام دلخواهشان اقدام به خرید محصولات کنند. سادگی و سهولت خرید از این طریق یکی از دلایل اصلی اجتماعی برای بسیاری از افراد می‌باشد خوشحالی است. با این حال اگر بندگان شما آشنایی کافی با این دنیا را نداشته باشد، خیلی زود کارتان به جاهای باریک می‌کشد؛ چراکه بقیه برندگان با سرعت نور از این گزینه استفاده می‌کنند و شما بی‌کلاه می‌ماند. ما در این بخش قصد داریم یک آموزش صفر تا صد درباره فروش محصولات در شبکه‌های اجتماعی تقدیم‌تان کنیم. در عوض فروش کار می‌کند یا نه انجام دهید، تلاش برای معرفی محصولات بر عود به مشتریان در بازه‌های زمانی مختلف است. مثلاً در اینستاگرام باید هر هفته ویدئو یا پستی درباره محصولات تازه‌تان آپلود کرده و از آن‌ها خرید برای رونق نامی برای تقویت اندازه کاربران استفاده کنید. تمام استراتژی‌های بالا در صورتی که موفقیت همراه می‌شوند که می‌تواند فالوورهای بالایی داشته باشید. این روزها محتوای برندگان بیشتر از ویدئوهای شان نمایش داده می‌شود. پس طبیعی است که نوعی جنگ پنهانی میان برندگان برای جذب فالوور شروع شده باشد. در این نبرد گسترده زندگی موفق می‌شود که قدرت اقناع بالاتری داشته باشند. پس باید تمام توان خود را در همراه با دعوت از مخاطبان برای فالو کردن اکتان‌تان کنید. اگر نه اکتان بعد از چند سال همچنان وضعیت نابسامانی خواهد داشت.

تبدیل مخاطب با مشتری بیشتر نشد کار کمیابگرانی است که در دوران باستان مس را به طلا بدل می کردند اگرچه این ادعا تا سده‌ها عجیب به نظر می رسید و هنوز هم کسی آن را ثابت نکرده است، اما درباره تبدیل مخاطب به مشتری دیگر نیازی به افسانه‌سرایی نیست؛ چراکه حالا بیش از ۵۰۰ میلیون نفر در سراسر جهان به مشتریان تبدیل شده‌اند و به مشتریان وفادار را دارد.

تلاش ما در این مقاله آشنایی هرچه بیشتر شما با روش‌های تبدیل خطابه به مشتری وفادار بود. شما حالا تمام اطلاعات لازم برای موفقیت در این حوزه را دم دست دارید. از اینجا به بعد همه چیز به سعی و تلاش خودتان بستگی خواهد داشت. البته شما نباید بی‌گوشه بای و زده و بیهوش وارد این حوزه شوید. در عوض بد نیست کمی اصول به خرج دهید و کم‌کم کم کارتان را جلو ببرید. در این زمینه اگر از توصیه یا مشاوره آدم‌های کارنازیده هم استفاده کنید، دیگر موی لا در کارتان نخواهد رفت. من و همکارانم در روزنامه فرصت امروز همیشه آماده دریافت سوالات شما و کمک به توسعه کسب و کارتان هستیم. پس تعارف را کنار گذاشته و با ما در ارتباط باشید.

منابع:
<https://statusbrew.com/insights/convert-social-media-followers-into-customers-ways-۲۰/>
<https://www.omniconvert.com/blog/convert-followers-into-customers>

دانشگاه خوب این رشته را قبول شده است. بیش حوزه علاقه منتهی فردی نیست چنانچه خواهد بود. بنابراین اگر یک برند قصد داشته باشد که به این رشته اشتغال داشته باشد، باید در زمینه بازیابی از آلمان آشنایی بیشتری بهر بگیرد. مثلاً با روی دوربین‌های جدید و بازسازی صحنه‌هایی از فیلم‌های کلاسیک دنیا ایده خوبی خواهد بود. می‌تواند به این رشته وارد شود.

هر کاری که شما در حوزه بازاریابی انجام می‌دهید، باید کاملاً حساب‌شده باشد. خیلی وقت‌ها کارفرمان صرفاً برای اینکه از ریز مسئولیت‌های مختلف شانه خالی کنند، سراغ ایده‌های کلیشاهی می‌روند. خبر در این صورت اصلاً نباید انتظار تغییر رفتار در میان مخاطبان را داشته باشید. هرچند این روزها تا چشم کار می‌کند، برندهای کلیشاهی دیده می‌شوند. محتوای تعاملی علاوه بر اینکه باید مطابق با سلیقه مشتریان باشد، باید فضایی برای تعامل را نیز فراهم کند. مثلاً در شبکه‌های اجتماعی بازگذاشته امکان درج کامنت یا بازرس محتوا ایده‌ای کلیدی خواهد بود. به عنوان مثال اگر کاربران نظرات گوناگونی درباره برندهای دارند، خیلی سریع به آنها جواب داده و شایع شدن ارزش تعامل با آنها را درک می‌کنند.

متأسفانه برخی از کسب و کارها خیلی دیر اهمیت تعامل با مشتریان را درک می‌کنند. به طوری که بعد از مدت زمانی کوتاه دیگر این تعامل کاملاً از بین می‌رود. پس تا دیر نشده چهره‌ای مثبت و همیشه در صحنه از برندگان نشان دهید. اینطوری دیر با زود دل مشتریان را به دست آورده و دیگر لازم نیست به خودتان زحمت زیادی بدهید.

گام پنجم: پیشنهاد هدیه یا تخفیف

چه چیزی بیشتر از تخفیف خوب آدم را وادار به خرید می‌کند؟ احتمالا برای شما هم پیش آمده بدون اینکه قصد خریدی را بر بند را داشته باشید، فقط با مشاهده تخفیف‌های وسوسه‌کننده می‌گذار به آب دهان بیاشید. خب در این صورت شما خیلی خوب نقطه ضعف کلی مشتریان را درک می‌کنید. در چنین شرایطی خیلی از مشتریان برای اینکه رابطه‌ای مناسب با برندشان داشته باشند، تخفیف‌ها را به صورت پیگیری دنبال می‌کنند. این امر اهمیت ویژه‌ای برای برنامه‌ریزی بازاریابی برندها دارد. خب شما باید همیشه طوری در بازار عمل کنید که مشتریان مایل به خرید از شما باشند. کارتان را باشن.

نکته کلیدی درباره تخفیف به مشتریان ضرورت اطلاع رسانی درست آن است. در این شرایط شما باید به خوبی نقش تان به عنوان یک بازاریاب را ایفا کنید. گاهی اوقات برندها علی رغم طراحی کمپین های تخفیف جذاب در عمل نمی توانند آن را به سمع و نظر مشتریان برسانند. به همین خاطر خبری از فروش بالا نخواهد بود.

یکی دیگر از راهکارهایی که به شما برای فروش بیشتر کمک خواهد کرد، ارائه هدیه‌های به مشتریان است. مثلاً اگر مشتری شما یک لب تاپ بخرد، می‌توانید به وی یک موس رایگان به عنوان هدیه به او بدهید. باید شناسایی کنید که به چه مشتریانی می‌توانید هدیه بدهید و به چه کسانی نه. اگر شما به مشتریان خود هدیه‌ها می‌دهید، ارزش هدیه شما نباید از محصول بیشتر باشد. به علاوه، استفاده از هدیه‌های بی کیفیت فقط مشتریان را ناامید خواهد کرد. پس به جای اینکه خودتان را دست کم گرفته باشید، سراغ هدیه‌های عجیب بروید، به سلیقه مشتریان خود توجه کنید و مطمئن شوید که هدیه‌ها را دوست دارند.

توصیه ما در این بخش استفاده از تجربه برندهای بزرگ در زمینه هدیه دادن به مشتریان است. خب برندهای بزرگ که هیچ وقت اشتباه نمی کنند، مگر نه؟ پس بد نیست در این یک مورد هم که شده کارتان را مطابق تجربه غول های بازار جلو ببرید. قول می دهیم اصلا از این تصمیم پشیمان نخواهید شد.

گام ششم: استفاده از گزینه لایو استریم

لایو استریم از جمله امکاناتی است که تعامل هرچه بهتر میان مخاطب و پرندها را موجب شده است. اولین بار این گزینه برای ارتباط ر و روی میان کاربران رومبای شد، اما خیلی دیر پرندها از این برای تحقق اهداف بازاریابی‌شان سود بردند. منطق کار در این بخش بی‌نهایت ساده است. شما برای اینکه توجه مخاطب را به پرندهتان جلب کنید، تیمی می‌توانید به راحتی معرفی کرده تا پرنده لایو استریم رفته و در آن به طور زنده محصولاتتان را به مشتریانشان بفروشید.

معمولا کاربران وقتی در یک ویدئوی لایو یا یک برند تعامل دارند،

به جست‌وجوی ساده و نه حتی به بخش اکسپلور اعتماد دارند. در عرض سراغ هشتگ‌ها رفته و با جست‌وجوی هشتگ‌های دلخواه‌شان به محتوای مناسب دسترسی پیدا می‌کنند. بنابراین شما باید از این قابلیت به خوبی برای بهبود اوضاع کاری‌تان استفاده کنید. و گرنه خیلی زود از رقبا عقب افتاده و دیگر یک مشتری هم گم‌تان نمی‌آید.

اگر تازه به اهمیت هشتگهای پی برده‌اید، لازم نیست خیلی به خودتان سخت بگیرید. تنها کاری که در این میان باید انجام دهید، استفاده از خودتان در دست برای یافتن ترندهای روز است. مثلاً اگر در حوزه تعمیرات خودرو فعالیت دارید، باید با یک جستجوی ساده در شبکه‌های اجتماعی بحث‌های پرطرفدار در زمینه تعمیرات ماشین را پیدا کنید. استفاده از هشتگهایی در این رابطه به شما برای بهبود اوضاع کارتان کمک خواهد کرد؛ چراکه محتوای رایزاری و به طور کلی برناتان را درست‌مدست کرده‌اند. می‌توانید که به خدمات‌تان نیاز دارند. حتی مگر یک برنر برای موفقیت در بازار به حد این به چیز نیازی دارد؟

گایم سوم: دعوت از کاربران برای ثبت نام در برنامه

سایم برندها به طور معمول در طول هفته میزبان کلی از کاربران تازه وارد است. با این حال تعداد کمی از آنها یکبار دیگر سرگراشما را خواهند گرفت. دلیل این امر ناتوانی شما برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف یا کیفیت پایین محتوای تان نیست. در عوض همه چیز در رابطه با هوسا پرتی کاربران و صداهای اوقات بالای برندها معنا پیدا می کند. شما را ندانم، ولی من گمان می کنم که این اتفاق برندها هنوز از سرم می برد.

اگر شما بازاریاب باهوشی باشید، برای اینکه خیلی راحت مخاطب تازه را تبدیل به مشتری کنید، اول از همه سراغ دعوت از آنها برای عضویت در خبرنامه می‌روید. یک اشتباهی که خیلی از بازاریابان ایده تازه‌ای نیست، این است که خیلی از بازاریاب‌ها این ایده طلایی را اشتباه اجرا می‌کنند. شما قرار نیست دست روی دست گذاشته و منتظر ثبت نام مستخدمه کاربران در خبرنامه برنزدان باشید. در عوض باید آستین‌ها را بالا زده و از عمل دعوت رسمی به آنها شروع کنید.

بی‌شک وقتی آدم به یک مهمانی مهم دعوت شود، علاقه بیشتری برای حضور در آن خواهد داشت تا وقتی که فقط یک اطلاعاتیه خنک و خالی در فضای عمومی به پُست‌ش بخورد. احتمالا مشتریان سختگیر حتی علاقه‌ای برای ثبت نام در خبرنامه بدون دعوت قبلی نخواهند داشت. بنابراین اگر شما در این بخش حساسی سخت می‌شوید. مازجر پیچیده شد، نه؟

دعوت از کاربران برای عضویت در خبرنامه با یک پیام شخصی‌سازی‌شده در سایت یا حتی شبکه‌های اجتماعی امکان‌پذیر است. یادتان باشد، در هر مرحله نباید از ایمیل استفاده کنید؛ چراکه کاربران حس می‌کنند شما از قبل برای این کار برنامه ریزته‌اید و حالا فقط ماله‌کشی روی دسترس‌ی غیرقانونی‌تان به ایمیل آن‌ها دارید. پس حواس‌تان را در این رابطه کاملاً جمع کنید. وگرنه شاید کارتان به شکایت هم بکشد.

گام چهارم: بازگذاری محتوای تعاملی

دوره و زمانه دیگری یکسره در دنیای بازاریابی خیلی وقت است که به سر رسیده و دیگر کسی سراغ آنها را نمی‌گیرد. اگر دوست دارید که کوتاه‌ترین زمان ممکن مخاطبان نامی به مشتری وفادار شود، باید کمی در عملکردتان تجدیدنظر کنید. تمرکز شما در این بخش کشیدن دستی به سر و گوش کیفیت محتوای بازاریابی‌تان است. اینطور بدون دردرس زیاد امکان اثرگذاری بر روی مخاطب هدف را داشته و دیگر نیازی به صرف هزینه‌های گزاف برای پروموت کردن محتوای‌تان ندارید.

باز می‌بینید یا نه، هر محتوای محتوا اصلاً گریه‌آرزان نیست. کافی است نام رنگهای به وضوح اسپانسر شده، تیم‌های ورزشی بزرگ بیندازید تا از قیمت‌های همکاری آنها ذهن‌تان سوت بکشد!

راهکار جایگزین ما در این بخش تلاش برای تولید محتوای تعاملی است. وقتی درباره محتوای تعاملی حرف می‌زنیم، خیلی‌ها فکر می‌کنند درباره موضوعی خارج از دسترس یا کاملاً فانتزی حرف می‌زنیم. خبر راستش را بخوابید، این مسئله اصلاً فانتزی نیست. در عوض شما می‌توانید بدون هیچ دردسری سراسر سلیقه مخاطب‌تان رفته و با استفاده از آن محصول‌تان را پیشنهاد کنید.

اجازه دهید با یک مثال ساده منظورمان در این بخش را به خوبی به شما نشان دهیم. دانشجویی را در نظر بگیرید که از همان اول دبیرستان

نویسنده: علی آل علی

آیا تا به حال با کسب و کاری رو به روشداید که در یک چشم به هم زدن تمام مخاطبهای دور و برش را تبدیل به مشتریان بر و پراقرص کند؟ اینطور وقتها آدم فکر می کند آیا فرمولی عجیب یا تجربه ای نهایی طولانی در میان است. خب تجربه بعدی عادی سختی های فراوان در زمینه تبدیل مخاطب هدف به مشتری از نشان می دهد. پس بطور بعضی از بدهای مثل آب خوردن از عهده این کار می آیند؟

اگر بخواهیم برای سوال بالا جوابی کوتاه سرهم کنیم، باید گفت برخی از مدیران قلق مشتریان را خوب بلد شده‌اند. درست به همین خاطر بدون حاشیه رفتن، یک راست روی نکات کلیدی مشتریان دست گذاشته و دل آنها را به دست می‌آورند. اینطوریه نه تنها میزان فروششان در بازار نه‌نیاهات افزایش پیدا می‌کند، بلکه خیلی راحت‌تر در بازار اعتبارشان را بهبود می‌بخشند.

بی‌شک هر کارآفرینی دوست دارد کسب و کارش شهرت یابایی داشته و به راحتی با مشتریان ارتباط برقرار کند. اگر شما هم دوست دارید جایگاه پرمختی برندهایی نگذارد، این مقاله کاملاً مخصوص شماست. شما در این مقاله با مجموعه‌ای از تکنیک‌ها به خوبی مخاطب هدفتان را آوازه باری می‌کنید و به مجموعه‌ای از تکنیک‌ها به خوبی مخاطب هدفتان را آوازه باری می‌کنید و به مجموعه‌ای از تکنیک‌ها به خوبی مخاطب هدفتان را آوازه باری می‌کنید.

گام اول: ارتباط با مخاطب درست

کارمندی را در نظر بگیرید که در بخش بازاریابی یک فروشگاه بزرگ وازم و ورزشی فعالیت دارد. پیش‌کش بازاریابی قصه ما به مرور زمان عشق و علاقه بیشتری نسبت به ورزش پیدا می‌کند. بالا گر یک برند حوزه ورزش نبود سراغ چنین فردی را بگیرد، احتمالاً به خاطر علاقه شدید به ورزش نمی‌گردد، بازاریاب ما روی خوشی به این برند نشان نخواهد داد؛ خب؟

درمغی ورزشکارها که با فست فودهای میان‌هنگ نمی‌خورد، مگر نه؟ خبلی، و شاکه کسب و کارها به جای اینکه روی مخاطب درست

سرمایه‌گذاری کنند، سراغ کسانی می‌روند که کمترین علاقه‌ای به حوزه کاری آنها ندارند. این امر مشکلات زیادی برای آنها به همراه داشته و باعث را به طور اجتناب‌ناپذیری دشوار می‌سازد. این کار دقیقاً مثل آن وضعیت که شما به زبان فارسی با کسی که از اول زندگی فارسی بلد نبوده محبت کنید و انتظار داشته باشید هر دو زبان کندگی را متوجه شود! ارتباط با مخاطب درست نیز می‌تواند مسیر تبدیل او به مشتری درجه یک است. خب مشتری شما باید از قبل یک علاقه‌نمیبند به کسب و کارتان داشته باشد. و گزینه کارآلاتان پس معرفی خواهد بود. خوشبختانه این روزها یکی ابزار مختلف برای شناسایی و دسته‌بندی مخاطب هدف در دست من شما قرار دارد. به همین خاطر شما می‌توانید تنها با چند کلیک ساده و بدون فکر کردن به زمان و هزینه مخاطب مورد نظر را برسید.

باور کنید یا نه، خیلی از کارآفرینان حتی حوصله استفاده از ابزارهایی مثل گوگل آنالیتیکس یا هاب اسپات را ندارند. با این حساب جای تعجب ندارد که کمپین‌های چنین برندهایی روز به روز اوضاع وخیم‌تری پیدا کنند.

گام دوم: استفاده از هشتگ‌های درست

شبکه‌های اجتماعی در طول یک دهه گذشته تاثیر انکارناپذیری بر روی زندگی مردم داشته است. خیلی وقته‌ها دهه‌ا قبل از اینکه سراغ روابط اجتماعی‌شان در دنیا واقعی بروند، پرسرشان در گوشی رفته و نویت‌های مختلف را زیر و رو می‌کنند. درست به همین خاطر برندها نیز رساله‌ها قبل جایی مناسب در پلتفرم‌های اجتماعی برای خودشان دست پا کرده‌اند. به طوری که دیگر جای برای سوزن انداختن در پلتفرم‌ها

در میان برندهایی که در شبکه‌های اجتماعی فعالیت دارند، بعضی از آنها عملکرد در مراتب بهتر دارند. دلیل این امر که اهمیت دستگاه‌ها در سئو نیست و کارهایی است. خوب انتظار نرید که محتوای شما در دنیای شلوغ شبکه‌های اجتماعی دقیقاً به دست مخاطبان برسد؟

هشتم: به شما کمک می‌کند تا محتوای‌تان را در شرایط مناسب به دست مخاطبان برسانید. اجازه دهید کمی تخصصی‌تر حرف بزنیم، این‌ها کارهایی در شبکه‌های اجتماعی، برای یافتن محتوای دلخواه شما، نه

[illegible]



فراخوان مناقصه عمومی

شماره آگهی: ۱۵۵۵۶۳۱

توجه: اعلام آمادگی جهت شرکت در این مناقصه صرفاً بصورت الکترونیکی (توک) و از طریق سامانه ستاد به نشانی www.setadiran.ir می باشد.

مناقصه عمومی یک مرحله ای شماره م/۲۰۰۴۴/۲۰۱/تا/ مربوط به مرمت و بهسازی جاده و محوطه بهمراه آماده سازی تاسیسات جانبی نصب تلمبه درون چاهی جهت چاه ۶۷ منصوری

الف- شرح مختصر خدمات
انجام عملیات تخریب، عملیات خاکی، عملیات بتابی با سنگ اندود و بند کشی قالب بندی وچوب بست ، کارهای فولادی ، بتن ریزی ، زیرساخت اساس و بالست نصب غلظت و تجهیزات ایمنی مرمت محوطه چاه ، مرمت ستر ، مرمت گودال آبکل ، مرمت گودال سوخت ، ژئوممبران احداث آبرو و پل بتنی در طول مسیر و جاده دسترسی مد نظر می باشد.

ب- محل اجرای خدمات و مدت انجام کار
محـل اجـرای خدمـات در ۵۰ کیلومتری اهواز و مدت انجام آن ۴ماه می باشد

ج- برآورد کارفرما
برآورد کارفرما جهت انجام خدمات -/۴۰۳۷۵۰۲۰۴۲۰ ریال وتعدیل پذیری می باشد

د- شرایط مناقصه گران متقاضی
داشتن ظرفیت آزاد(تعدادی و ریالی) در رشته مربوطه
-مناقصه گران دارای حداقل پایه ۵ گرایش راه و ترابری یا حداقل پایه ۵ گرایش ساختمان و ابنیه ضمن داشتن گواهینامه تایید صلاحیت ایمنی از اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی- داشتن گواهینامه تایید صلاحیت ایمنی از اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی الزامیست، و همچنین اقامت گویان نامه مذکور ارائه گردیده می باشد.
در سایت www.mcls.gov.ir و ثبت گردد. عدم ارائه یا رونیت گواهی نامه صلاحیت ایمنی بمنزله حذف از مناقصه می باشد.
توانایی تضمین شرکت در فرایند ارائه کار به مبلغ -/۲۵۸۲۵۰۳۲۰۱ که بایستی به یکی از دو صورت زیر ارائه گردد:
الف- ارائه رسید وجه صافره از سوی حسابدار کارفرما مبنی بر واریز مبلغ فوق الذکر به شماره حساب ۹۰۲۲۰۶۷۰۴۰۱۱۱۱۶۰۰۰۰۰۰۰۰ IR نزد بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران شعبه مرکزی جمهوری اسلامی ایران - اهواز کد - حساب - بنام شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب
ب- ارائه ضمانتنامه بانکی به میزان مبلغ فوق الذکر طبق فرم نمونه که ابتدا برای مدت (۹۰روز) معتبر بوده و پس از آن نیز با اعلام کارفرما برای مدت (۹۰ روز) دیگر قابل تمدید باشد.

- توانایی ارائه ۵٪ مبلغ پیمان (در صورت برنده شدن) بعنوان تضمین انجام تعهدات
مناقصه گر جهت تحویل تضمین شرکت در فرایند ارائه کار علاوه بر بازگذاری تصویر تضمین از طریق سامانه لات امست بصورت حضوری به دفتر کمیسیون مناقصات در اهواز، کوی فدائیان اسلام مجتمع تندگویان، واقع در رویروی بلوک دو، ساختمان طرحهای راه و ساختمان در مهلت مقرر مراجعه و تضمین را تسلیم نمایند.

ه- محل و مهلت دریافت مدارک مناقصه گران
از کلیه متقاضیان واجد شرایط دعوت بعمل می آید طرف مهلت مقرر در این فراخوان جهت دریافت اسناد و اعلام آمادگی از طریق سامانه ستاد و به نشانی www.setadiran.ir مراجعه نمایند تا از ارزیابی های لازم وفق آیین نامه اجرایی بند ح ماده ۱۲ قانون برگزاری مناقصات (ارزیابی سادهاور روی مدارک ارسالی مناقصه گران بعمل آید)

- ۱- اطلاع اعلام آمادگی بصورت الکترونیکی (غیر حضوری و) از ساعت ۸:۰۰ تا تاریخ ۱۴۰۲/۰۶/۱۱ لغایت ساعت ۱۹:۰۰ تاریخ ۱۴۰۲/۰۶/۲۰
- ۲- مبلغ خرید اسناد و شماره حساب واریز مبلغ ۴۰۳۷۵۰۲۰۴۲۰ ریال از طریق درگاه موجود در سامانه به نشانی www.setadiran.ir
- محـل تحویل و گشایش پیشنهادها
- مقتضایان مکلفند پیشنهادات خود را حداکثر تا ساعت ۱۵:۰۰ روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۷/۰۵ به صورت الکترونیکی و از طریق سامانه ستاد تسلیم نمایند. ضمناً پیشنهادات در ساعت ۸:۰۰ روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۷/۰۱ گشایش و قرأت خواهد شد و حضور نماینده مناقصه گران با معرفی نامه و کارت شناسایی معتبر ابلاغ است

همچنین مناقصه گران می بایست ضمن باز گذاری الکترونیکی تصویر تضمین شرکت در فرایند ارائه کار در سامانه تا ساعت ۱۵:۰۰ روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۷/۰۵ تا ۱۴۰۲/۰۷/۰۵ تضمین مذکور را به صورت فیزیکی به کمیسیون مناقصات شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب در آدرس- اهواز- کوی فدائیان اسلام مجتمع تندگویان، واقع در رویروی بلوک دو، ساختمان سابق طرحهای راه و ساختمان تسلیم نمایند.

همزمان از ادعای معرفی نامه و کارت ملی برای مقتضایان شرکت در مناقصه و نمایندگان شرکتها در همه مراحل لازم و ضروری می باشد

حقربان حسب مورد ارائه یک نسخه اصلی از اسامهنامه شرکتها، آگهی تاسیس، آخرین تغییرات ثبتی و هرگونه لازمی مبنی بر واجد شرایط بودن شرکت مطابق با مفاد آگهی الزامی می باشد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۰۶/۰۷
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۰۶/۰۸

<http://lets.mporg.ir>
www.NISOC.IR

اخبار

پنج ماهه نخست سالجاری انجام شد؛

پاسخگویی به ۳۴۵ پیام شهروندان در سامانه ۱۳۷



قزوین – خبرنگار فرصت امروز: سیدرضی مدیر منطقه یک شهرداری قزوین از پاسخگویی به ۳۴۵ پیام شهروندان در سامانه ۱۳۷ شهرداری قزوین طی ۵ ماهه نخست سا جاری خبرداد. به گزارش روابط عمومی منطقه ۱ شهرداری قزوین:سید مهدی حاجی سید رضی افزود: بعد از موضوع اسفالت، مرمت، لکه گیری و نگهداری معابر که ۱۴۵ مورد بود، بیشترین درخواست شهروندان مربوط به جلو گیری از سد معبر اسفالت و دستفروشان ، سرت دریچه ها و جدول گذاری است.

این مقام مسئول بیان کرد: از ۳۴۵ پیام دریافت شده به همه پیامها در یافتی از سامانه ۱۳۷ توسط واحد اجرایی سامانه ۱۳۷ و نواحی رسیدگی شده است و تا پایان مردامه سالجاری پیامهای دریافتی منطقه یک شهرداری قزوین بطور کامل انجام شده است.

وی تاکید کرد: شهروندان در زمان تماس با سامانه ۱۳۷ نسبت به اعلام آدرس دقیق و بیان مشکلات دقت لازم را داشته باشند و برای حل آنها عجله نکنند تا بهراری بتواند با طی مراحل قانونی و تهیه لوازم و تجهیزات مورد نیاز نسبت به برطرف نمودن مشکلات و موارد درخواستی اقدام کند.

سید رضی تصریح کرد: برخی از در خواستهها مانند اسفالت معابر اصلی و فرعی و ایجاد فضای سبز در محله ها ی مورد نظر نیاز به زمان و اعتبارات مالی دارد و نمی توان در کوتاهترین زمان مشکلات را برطرف کرد، بنابراین برخی از درخواستها باید در قالب پروژه های عمرانی تعریف و اجرایی شوند.

همزمان با پنجمین روز از هفته دولت؛

مشعل گاز در ۷ روستای لاریجان آمل روشن شد



ساری – دهقان: مشعل گاز در ۷ روستای بخش لاریجان آمل مناسبت هفته دولت با حضور معاون سیاسی، امنیتی استاندار مازندران، مدیرعامل شرکت گاز مازندران، نماینده مردم آمل در مجلس شورای اسلامی، فرماندار آمل و جمعی از مسئولان شهرستانی در روستای پلور روشن شد به گزارش خبرنگار روزنامه تیرنگ به نقل روابط عمومی شرکت گاز مازندران، دکتر مایلی رستمی در این آیین اظهار داشت: برای گازرسانی به ۷ روستای پلور، قلعه دختر، ابگر، ملاز، امیرآباد، اهرینه و گزانه در بخش لاریجان بیش از ۵۰ میلیارد تومان هزینه شده و ۵۰۰ خانوار روستایی از نعمت گاز طبیعی بهره‌مند شدند. سلگی، معاون سیاسی امنیتی استاندار مازندران نیز در مراسم افتتاح پروژه گازرسانی با اشاره به اینکه در هر شهرستان و یا روستایی که پروژه‌ای افتتاح می‌شود، ردپای شرکت گاز استان مشهود است، گفت: شرکت گاز مازندران در بیشترین مناطق روستایی استان پروژه اجرایی فعال دارد که این مهم شانه تلاش و کوشش و توجه دولت مردمی به مناطق محروم استان است.

مدیر عامل شرکت توزیع برق استان هرمزگان

۴۶ درصد مشترکان برق در هرمزگان مشمول پاداش خوش مصرفی شدند



بندرعباس – خبرنگار فرصت امروز: مدیر عامل شرکت توزیع نیروی برق استان هرمزگان گفت:مشموق های وزارت نیرو برای کاهش مصرف برق و رعایت الگوی مصرف بهینه بسیار موثر و کارساز است به گونه ای که امسال ۴۶ درصد از مشترکان برق در این استان مشمول دریافت این پاداش ها شده اند.

محمد کریمی افزود: شرایط گرم اسال بی سابقه است و نیاز است که همگان با یک همت جمعی کمک کنند در استان از شرایط سخت عبور کنیم .

وی اضافه کرد: مبلغ پاداش برای مشترکان خوش مصرف بین ۵۰۰ تا ۵ هزار تومان به ازای کاهش هر کیلووات ساعت برای مشترکان است ، این ظرفیت برای همه مشترکان فراهم است تا از مشوق های وزارت نیرو بهره مند باشند ، مصرف برق در زمستان و تابستان بیش از ۲هزار مگاوات تفاوت دارد ، مصرف برق هم استانی ها در هرمزگان بیشتر از متوسط کشور است.

خدمت رسانی شرکت بهره برداری نفت و گاز آغاچاری به زائران اربعین حسینی



اهواز – شیمین قنوجانلو: شرکت بهره برداری نفت و گاز آغاچاری با هدف برپایی هر چه باشکوه تر راهپیمایی بزرگ اربعین، اقدام به خدمت رسانی به زائرین آقااباعبدالله الحسین علیه السلام کرده است.

مهندس جواد زاده مدیر عامل شرکت آغاچاری در خصوص حمایت های مجموعه شرکت آغاچاری از حماسه بزرگ اربعین حسینی اظهار داشت : این شرکت در راستای رسالت مسئولیت های اجتماعی خود در پشتیبانی از حماسه عظیم اربعین و میزبانی از زوار امام حسین (ع) در مرز شلمچه و مواکب درون شهری در

شهرستان های امیدیه، آغاچاری و برخی مناطق همجوار با پشتیبانی های خدماتی و ارسال تجهیزات لازم اقدام نموده است. وی تصریح کرد : در همین راستا با اعزام گروه های عملیاتی خدمات برق، خدمات فیزیو، خدمات تهیه و تبرید و خدمات خودرویی در چندین نوبت از قبل از ایام اربعین ضمن مشارکت در برپایی مواکب شهید دستبازی شهرستان امیدیه و شهدای پاکر مصرف، مواد غذایی و سایر اقلام مورد نیاز، از زوار اربعین حسینی پذیرایی می نماید.

مهندس تقی زاده افزود: با هدف تسهیل در روند سفر همشهریان برای شرکت در راهپیمایی اختصاص ۱۰ دستگاه اتوبوس جهت اعزام زائرین از امیدیه و شهرهای اطراف به مرز شلمچه و بالعکس را به عنوان دیگر اقدام انجام شده در راستای برپایی باشکوه راهپیمایی بزرگ اربعین اشاره کرد.

هفته گذشته اولین محموله اقلام مورد نیاز مواکب حسینی به ارزش معادل ۷ میلیارد ریال و در هفته جاری نیز دومین محموله مواد غذایی به ارزش ۱۲ میلیارد ریال در مواکب مرز شلمچه و مواکب درون شهری شهرهای امیدیه آغاچاری جایزان برخی مناطق همجوار تانسیات توزیع شد.

حضور شهردار گرگان در جشنواره ملی شهید رجایی

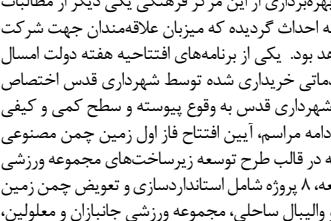
گرگان-نادر کرمی –برای نخستین بار شهردار گرگان در جشنواره ملی شهید رجایی که با حضور رئیس جمهور برگزار شد، حضور یافته به مرکز اطلاع رسانی روابط عمومی شهرداری گرگان، مهندس سید محمدرضا سیدانگنی به همراه مدیرکل باور شهید و امور ایثارگران گلستان، از مدبران برتر و نماینده جشنوارههای اجرایی استان گلستان بعنوان مدعوین ویژه با دعوت معاون فرهنگی و پرورشی شهردار در این جشنواره حضور پیدا کردنداین جشنواره همزمان با هفته دولت و با هدف «تقدیر از تلاشگران عرصه خدمت و ارتقاء فرهنگ تلاش و تعهد» صبح امروز (۴ شهریور ماه) با حضور رئیس جمهور و سایر مقامات بلندپایه کشور در سال اجلاس سران برگزار شد.لازم به ذکر است در یکسال اخیر ۳۰۰ نفر از نیروهای شرکتی شهرداری گرگان با استناد به بند دال قانون بودجه مصوب مجلس شورای اسلامی تبدیل وضعیت شدند.

آغاز بکار درمناگاه شهید صلح هلال احمر گلستان در عمود ۱۱۲۰ نجف به کر بلا

گرگان-نادر کرمی – مدیر درمناگاه شهید صلح جمعیت هلال احمر گلستان از راه اندازی و شروع بکار این درمانگاه در عمود ۱۱۲۰ نجف به کر بلا خبر دادبه گزارش روابط عمومی جمعیت هلال احمر گلستان، دکتر حمید استیری گفت: درمناگاه شهید صلح هلال احمر گلستان که برای خدمت به زائرین اربعین حسینی در مسیر نجف به کر بلا راه اندازی شده از امروز ۴ شهریور ماه آغاز بکار کردمدیر درمناگاه شهید صلح جمعیت هلال احمر گلستان افزود: این درمناگاه با مساحت تقریبی ۱۰۰ متر مربع در ۱۵ کیلومتری کر بلا در عمود ۱۱۲۰ از جوار مواکب بزرگ خدام الحسین واقع شده و در حال ارائه خدمات بهداشتی و درمانی به زائرین است.وی خاطر نشان کرد: درمناگاه شهید صلح با ظرفیت ۶۴ نفر کادر پزشکی و پیرایشکی، پشتیبانی و اجرایی با بخش های ویژه ی پزشکی، تفریقات و پاسمان، داروخانه، تریاز، فوریت های اورژاسی به تفکیک زنان و مردان خدمات ارائه می دهد.

آیین افتتاح و کلنگ زنی پروژه‌های عمرانی شورای اسلامی و شهرداری قدس

با اعتبار ۲۰۰۰ میلیارد ریال



قدس – غلامرضا جباری: همزمان با هفته دولت، آیین افتتاح ، بهره‌برداری و کلنگ زنی ۱۰ پروژه شورای اسلامی و شهرداری قدس با اعتباری بالغ بر ۲۰۰۰ میلیارد ریال، با حضور دکتر نامی معاون وزیر و رئیس سازمان مدیریت بحران کشور، مسئولان شهرستان، خانواده معظم شهدا و اصحاب رسانه برگزار شد.

به گزارش اداره ارتباطات و امور بین‌الملل شورای اسلامی و شهرداری قدس، در آغاز مراسم افتتاحیه، پروژه‌های عمرانی، مسئولان و حضور در گزارش شهدای والا مقام شهروندان با ارمان‌های بلند شهدا و انقلاب اسلامی تجدید میثاق کردند. مهندس شهبی

شهردار قدس طی صحبت‌هایی با بیان اینکه تاکنون ۵۰۰۰ میلیارد ریال اعتبار عمرانی به مرحله عقد قرارداد و اجرای پروژه‌های عمرانی رسیده است، ابراز امیدواری کرد که در دهه فجر امسال تمامی پروژه‌های عمرانی فعال در شهر قدس به بهره‌برداری برسد.
به برنامه‌های اختصاص برای بخش اظهار کرد: در سال گذشته ۸ پروژه شامل استانداردسازی و تعویض شیرهای زمین اصلی، تکمیل و احداث ۴ زمین چمن مصنوعی، احداث زمین فوتبال و والیبال ساحلی، مجموعه ورزشی جانبازان و معلولین، مجموعه ورزشی چنتمنظاره وپوشیده و احداث سکوهای تماشاگر اجرایی شده است.
یکی دیگر از پروژه‌های عمرانی افتتاح شده، مرکز مراقبتی و توانبخشی میمران اوتیسم و مرکز نگهداری معلولین بود که در ادامه سیاست‌های حمایتی مدیریت شهری در ارتقای سطح سرانه درمانی شهردس اقدامات شده است.
در ادامه، ایستگاه شمار ۷ آتش‌نشانی شهرداری قدس افتتاح شد.
ایحداث همزمان ایستگاه‌های شماره ۶ و ۷ آتش نشانی در شهرک فرزاد و میدان ۹ دی خدمتی متمایز از مدیریت شهری قدس می‌باشد که با بهره برداری از این ایستگاه‌ها استاندارد جهانی خدمات آتش نشانی و خدمات ایمنی در شهر قدس محقق خواهد شد.
با افتتاح و بهره‌برداری از ایستگاه شماره ۷ در میدان ۹ دی، پوشش عملیاتی خدمات امداد و نجات در منطقه سرخه حصار و پوروه ساماندهی و شمال غرب شهرستان و جاده قدیم کرج محقق خواهد شد.
از خرید ۸ دستگاه خودروی عملیاتی جدید، ناوگان خودرویی سازمان آتش‌نشانی به ۳۰ دستگاه متمایز با یافته است.
همچنین به مناسبت یادداشت هفته دولت، پروژه وساماندهی خیابان آیت‌الله طالقانی کلاوسپیسه به بهره برداری رسید.
در این پروژه علاوه بر عملیات زیرسازی و اسفالت، اقدامات زیربنایی شمل اصلاح شیب طولی و عرضی، جودگلگدازی، لوله گذاری و اصلاح شبکه هدایت آبهای سطحی انجام شده است.
گفتنی است، در راستای اجرای طرح جامع ساماندهی معابر شهردس در ۵ ماهه نخست سال جاری بیش از ۱۰۰ هزار مترمربع عملیات لکه‌گیری و روکش اسفالت در مناطق سه‌گانه شهر توسط شهرداری انجام شده است.
همچنین در مراسم امروز طرح‌های تعریض خیابان قدس، پروژه تعریض شاهرخ گردیده و مجموعه ابتدای خیابان شهدای فخری زاده و پروژه تملک و تعریض ابتدای خیابان صالح‌آرام(صچ) به طور رسمی به بهره برداری رسید.
با تعریض این خیابان‌ها که با اعتبار ۶۰۰ میلیارد ریالی اجرا شده است، پس از چند دهه گره ترافیکی تقاطع قدس (میدان قدس سابق) و میدان آزادی شهردس باز شد.

رفع عطش از لب های خشکیده روستاهای آذربایجان شرقی؛

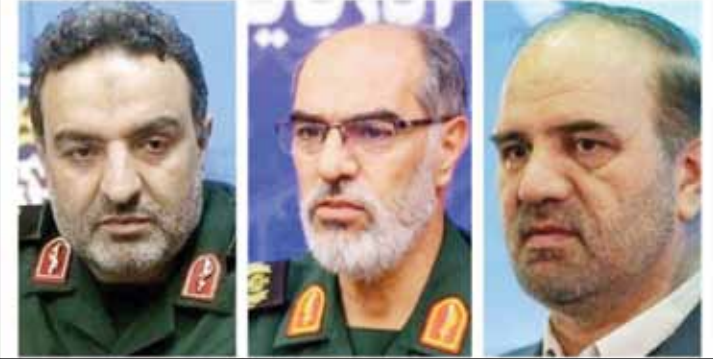
تقدیر از جهادگران آب و فاضلاب در عرصه محرومیت زدایی

توزیع آب، ایستگاههای پمپاژ و حفر و تجهیز چاه می‌شود. طبق اعلام روابط عمومی شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی در همین راستا استاندار آذربایجان شرقی، مسئول سازمان بسیج سازندگی سیاه عاشورا و فرمانده سپاه عاشورا آذربایجان شرقی با اهدای لوح تقدیری مشترک از محمد خانی مدیرعامل شرکت ابفا آذربایجان شرقی تشکر و قدردانی کردند.

متن لوح تقدیر بدین شرح است:
سپاس بیکران بر معبود بی همتا که ما را به حیات نورانی اسلام در عصر شکوفایی انقلاب اسلامی ایران به زعامت امام عظیم الشان(ره) و رهبری داهیانه خلف صالحش امام خلمنه ای (مدظله العالی) مفتخر فرمود؛
آینده روشن این سرزمین و آراش خاطر نسل آینده در گروه تلاشی های دلسوژانه در عرصه های سازندگی و خدمت رسانی با ترویج و نهادینه نمودن فرهنگ بسنجی می باشد.

اگرچه کاری که برای خداوند سبحان باشد، هیچ چیزی جز رضای او پادشای بندگان مخلص نیست که مصداق فرموده شریف: (من لم یسکر المخلوق، لم یسکر العالقی)، بر خود لازم میدانم از زحمات و تلاش های صادقانه و قابل تقدیر جنابعالی در عرصه های محرومیت زدایی قدردانی نموده و سلامتی روزافزون شما را تحت زعامت ولی امر مسلمین جهان از خداوند سبحان مسئلت می نمایم.

سرتیپ دوم پاسدار محمد زهرایی
مسئول سازمان بسیج سازندگی
سرتیپ دوم پاسدار اصغر عیسیقلیزاده
فرمانده سپاه عاشورا
عابدین خرم
استاندار آذربایجان شرقی



اُبرسانی در قالب سه مجتمع اُبرسانی قشلاقات شهرستان‌های کلبر، خداآفرین، آملالو شهرستان هشتگرد و فاز دو ستارخان شهرستان ورزقان شامل احداث تصفیه خانه آب شرب، خطوط انتقال و شبکه

ارتقای کیفیت ورق رنگی فولاد مبارکه به ۹۸،۰۶ درصد



و حساسیت‌های خاص فرایند تولید، ثبت رکورد کیفی امری دشوار بود که توسط پویامردان زنجیره تولید، خصوصاً واحد ورق رنگی تحقق یافت. در خصوص تولید و کاربرد ورق‌های رنگسی باید گفت زنجیره تولید ورق

رنگی یکی از حساس‌ترین زنجیره‌های تولید محصول در صنعت فولاد و به‌طور مشخص در فولاد مبارکه است و زنجیره کامل تولید این محصول در نورد سرد شامل خطوط اسیدشویی، خطوط نورد، واحد ورق کالانیزه، واحد ورق رنگی و واحد بسته‌بندی و حمل محصولات است. بدلاکه کوهی، رئیس واحد ورق رنگی فولاد مبارکه نیز گفت: «در تولید ورق رنگی برای تولید سالانه ۱۰۰ هزار تن کالاف رنگی پیش‌بینی شده است. محصول این خط به‌صورت کالاف فولادی و رنگ‌شده با گریدهای ساختمانی و لوازم خانگی به بازار عرضه می‌گردد. این خط توانایی دارد ورق را به‌صورت کالاف که دارای مشخصات خاصی است با گذراندن از مراحل و قسمت‌های مختلف ازجمله تمیزکاری ورق با محلول بازی، گرماتنه کردن، ماشین‌های اعمال رنگ و کوره‌های بعد از ماشین‌های اعمال رنگ در قالب ورق یک طرف رنگی یا دو طرف رنگی به‌صورت محصول قابل‌فروش وارد بازار مصرف کند.

پروژه شرکت توزیع نیروی برق استان بوشهر در هفته دولت



هوشمندسازی و کنترل پذیری مشترکین نیز با ۵۷۹ میلیارد ریال اعتبار از دیگر پروژه های شرکت توزیع نیروی برق استان بوشهر در هفته دولت هستند. مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان بوشهر تصریح کرد: پروژه تبدیل شبکه مخارتانی از آنالوگ به دیجیتال (بسیج دیجیتال) با ۲۳ میلیارد ریال و بهسازی روستاها و از محل عوارض برق با ۴۰۰ میلیارد ریال اعتبار مورد بهره برداری قرار می گیرد. حشمتی ادامه داد: همچنین عملیات اجرایی بیش از ۱۲۸۰ میلیارد ریال پروژه شامل نیرورسانی، توسعه، بازسازی، نصب و احداث شبکه و تانسیسات در شهرستان های بوشهر، تنگستان، مشگنستان، کنگاد و عسلویه و راه اندازی مرکز اسکادا و دیسپاچینگ شبکه برق در هفته دولت آغاز و عملیاتی می شود.

شعله گاز در ارتفاعات شهرستان آملش برافروخته شد

رشت – خبرنگار فرصت امروز: در هفته دولت ۱۴۰۲، طی مراسمی با حضور فرماندار و امام جمعه شهرستان آملش و مدیر مهندسی شرکت گاز گیلان، شعله گاز در روستای کوهستانی گلستانسار برافروخته شد. به گزارش روابط عمومی گاز گیلان، سید علیرضا میرباقری مدیر مهندسی و اجرای طرح‌های شرکت گاز استان گیلان در مراسم افتتاح گازرسانی به روستای صعب العبور و کوهستانی گلستانسارای شهرستان آملش گفت: با برافروخته شدن مشعل گازرسانی به این روستا در هفته دولت امسال، مجموع روستاهای بهره مند از گاز در آملش به ۱۰۶ روستا و میزان بهره مندی خانوارهای روستایی شهرستان به ۹۵۶ درصد رسیده است. میرباقری با بیان اینکه برای گازرسانی به روستای گلستانسار بیش از ۸۶۰ میلیون تومان هزینه شده است، اظهار داشت: با گازرسانی به ۲۲ خانوار در این روستا، مجموع مشترکین روستایی گازدار در آملش به بیش از ۲۳ هزار خانوار



۵ بیسان کرد: پروژه نیروگاههای تجدیدناپذیر در دویخش طرح حمایتی کیلوواتی و نیروگاههای انشعابی مجموعا با اعتبار ۲۰۰ میلیارد ریال و

جهت تسهیل و تسریع در تامین نیاز زائران و مسافران اربعین حسینی (ع)؛

جایگاههای عرضه سوخت منطقه آذربایجان شرقی آماده‌ارائه خدمات می‌باشند

آذربایجان شرقی – فلاح:مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه آذربایجان شرقی از آمادگی کامل جایگاههای عرضه سوخت منطقه نفتی سوخت رسانی بی وقفه به زائران و کاروانهای اربعین حسینی(ع) می‌باشند. ناصر راشدی، با بیان اهمیت آمادگی جایگاههای عرضه سوخت در ویژه جایگاههای مسیریهای مواصاتی در بخش اسال اظهار کرد: ذخیره سازی مطلوب سوخت با هماهنگی و برنامه ریزی قبلی انجام گرفته و هیچ مشکلی برای تأمین سوخت کاروانهای زائران اربعین حسینی(ع) وجود ندارد.مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه آذربایجان شرقی با تاکید بر وظیفه شیمه حضرت امام حسین(ع) و شیفته نهضت عاشورا در کمک به برگزاری پرشور مراسم عظیم اربعین حسینی(ع) افزود: با هماهنگی و پیگیری انجام یافته جایگاههای عرضه سوخت مسیریهای مواصاتی



صنعت نیز فعال است. وی با بیان اینکه در دولت سیزدهم ۱۳۲ تعاونی جدید ایجاد شده است، گفت: به عبارت دیگر ۲۳ درصد اشتغال در دولت مردمی افزایش یافته است.مدیرکل تعاون، کار و رفاه اجتماعی آذربایجان شرقی خاطرنشان کرد: ۲۲ درصد صادرات تعاونی در دو سال اخیر افزایش یافته است که جزو استان‌های برتر در این خصوص هستیم.وی به اقدامات انجام یافته برای حمایت از تعاونی‌ها،

موکب دانشگاهیان استان قم در کر بلا ی معلی برپاست

قم – خبرنگار فرصت امروز: طی یک حرکت خودجوش در دانشگاه صنعتی قم، دانشگاهیان این دانشگاه از سال ۱۳۹۷ تاکنون توفیق برپایی موکب در حرم مطهر حضرت معصومه سلام الله علیها و کربلای معلی را داشته‌اند. از این رو امسال سایر دانشگاهیان استان قم نیز با دانشگاه صنعتی قم همکاری نموده و موکب المعصومه الکریمه را در شهر مقدس کربلا، شارع شریع، طریق الحر، حسینیة سید الانصار در دو طبقه به مساحت ۱۰۰۰ متر مربع برپا کردند. کلیه امور مربوط به آماده سازی زائران، نظافت، آشپزی، تانسیات و ... توسط استیاد، کارکنان و دانشجویان انجام می‌شود. آسکان، امکانات رفاهی مختلف ملواتی چون پذیرایی وعده غذای اصلی، خدمات میان وعده در تمام

ساعات شبانه روز، برگزاری مراسمات مذهبی، معنوی و قرأت نماز جماعت، از جمله خدمات این موکب به زوار اباعبدالله(ع) است. از شروع برگزاری این موکب بسیاری از مقامات کشوری و استانی ضمن حضور در این موکب از تلاشی های انجام گرفته توسط خادمان دولتی این موکب قدردانی کردند. در این بین حجت الاسلام والمسلمین دکتر قربانی مبین رئیس نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری در دانشگاه صنعتی قم با حجت الاسلام والمسلمین بهجتی مسئول دفتر نمایندگی معنه رهبری در کربلای معلی دیدارو گفت و گو کرد. این دیدار با هدف اجرای برنامه‌های فرهنگی ویژه و متمایز در موکب المعصومه الکریمه دانشگاهیان استان قم انجام شد.

چالش‌های دور کاری برای بازاریاب‌ها

نویسنده: علی آل‌علی

دور کاری در طول سال‌های اخیر بدل به ترندی جذاب برای کارآفرینان شده است. با این حال حتی قبل از همه‌گیری کرونا هم دور کاری یکی از روش‌های متداول برای مدیریت نیروی انسانی در محل کار بود. با این حال وقتی سایه شوم کرونا از راه رسید، همه چیز عوض شد. در این زمان دیگری خبری از انتخاب میان روش‌های مختلف کار نبود. در عوض همه به سوی دور کاری جهت‌گیری کنند. ایده‌ای که خیلی وقت‌ها حتی برای کارآفرینان هم دردسرساز می‌شد؛ چراکه مدیریت تیم‌های کاری از راه دور اصلا تمرینی نبود که آنها خودشان را برای رویارویی با آن آماده کرده باشند.

حالا که چند وقتی از همه‌گیری کرونا و شرایط بحرانی ناشی از آن می‌گذرد، تقریبا کسی به دور کاری به مثابه راه حلی ضروری فکر نمی‌کند. با این حال هنوز هم کم نیستند کسانی که دنبال استفاده از این روش برای مدیریت بهتر شرکت‌شان هستند. از آنجایی که بازاریابی همیشه حوزه‌ای مظلوم بوده، بسیاری از مدیران برای کاهش هزینه‌ها دنبال دور کاری بخش بازاریابی هستند. از نظر آنها اگر بتوان بازاریاب‌ها را از راه دور مدیریت کرد، همه مشکلات حل می‌شود.

راستش را بخواهید، ایده‌های بی‌پایان کارآفرینان برای دور کاری اعضای تیم بازاریابی گاهی اوقات خودش دردسرساز می‌شود. خب اینکه اعضای یک تیم کاملا از هم دور باشند و نهایتا پروژه‌های بی‌عیبی هم تحویل شرکت دهند، کمی دور از ذهن به نظر می‌رسد. درست به همین خاطر ما در این بخش سراغ برخی از چالش‌های مهم دور کاری برای بازاریاب‌ها رفته‌ایم. هر جا که امکانش باشد، راهکارهایی برای حل مشکلات ارائه کرده‌ایم. با این حال برخی از چالش‌ها در این زمینه حل نشدنی به نظر می‌رسد. درست به همین خاطر کار ترکیبی (Hybrid Work) گزینه بهتری، دست‌کم در حوزه بازاریابی، محسوب می‌شود.

چالش‌های دور کاری در حوزه بازاریابی

هر استراتژی در این دنیا ایرادات و مزایای خاص خودش را دارد. آنچه در نهایت کارآفرینان را به سوی استفاده از یک استراتژی سوق می‌دهد، فزونی مزایا بر نکات دیگر است. این نکته درباره دور کاری هم مصداق دارد. با این حال ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم دور کاری آنقدرها هم که فکرش را می‌کنید، گزینه‌ای بی‌عیب و نقص نیست؛ آن هم در حوزه بازاریابی. درست به همین خاطر در این مقاله قصد داریم برخی از مهمترین نکات از نقطه دور کاری تیم‌های بازاریابی را زیر ذره بین ببریم. پس قبل از اینکه باعجله دست به تصمیم‌گیری در این حوزه بزنید، کمی با ما همراه باشید.

مدیریت پروژه‌ها: مشکلی اساسی

آیا تا حالا به این نکته فکر کرده‌اید که در دنیای بازاریابی چطور پروژه‌های مختلف مدیریت می‌شود؟ شاید بگوییم همکاری میان بازاریاب‌ها با هم همه کارها را ساده می‌کند. خب در این صورت دور کاری تمام حساب و کتاب شما را به هم خواهد ریخت. مگر می‌شود بازاریاب‌ها به موازات کار پرفشاری که انجام می‌دهند، دور کاری را هم تحمل کنند؟

اجازه دهید با یک مثال دقیق بحث دور کاری و اثرش بر روی تیم‌های بازاریابی را با هم مرور کنیم. خیلی از کسانی که در طول دوران کرونا وارد دانشگاه شدند، درس‌ها را به طور آنلاین پشت سر گذاشته‌اند. یکی از درس‌هایی که پاس کردن آنلاینش حسایی خنده‌دار به حساب می‌آمد، واحد ورزش بود. خب مگر می‌شود کسی ورزشش که ذاتا فعالیت بدنی لازم دارد، به طور آنلاین پاس کند؟ اگر به این وضعیت قطعی گاه و بی‌گاه اینترنت را هم اضافه کنیم، دیگر معجون‌مان کامل خواهد بود.

ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم دور کاری تا حد امکان باید گزینه دوم کارآفرینان باشد. با این حال اگر واقعا دوست دارید از این گزینه برای کارتان استفاده کنید، دست‌کم باید آن را کاملا اصولی جلو ببرید. اینکه اعضای تیم بازاریابی شما به ابزارهای دیجیتال و آنلاین مناسب برای ارتباط با هم دسترسی داشته باشند، خواسته چندان عجیبی نیست. از طرف دیگر برخی از کارآفرینان برای اینکه هزینه‌ها را کاهش دهند، هیچ خدمات جانبی به نیروی انسانی دور کار نمی‌دهند. این یعنی انداختن آینده برند در قعر چاه؛ آن هم با دستان خودتان!

این روزها فناوری‌های آنلاین حسایی پیشرفت کرده و دیگر مهم نیست مردم در کجای دنیا دوست دارند با هم در ارتباط باشند. نکته کلیدی در این میان تعامل نزدیک میان افراد بر مدار استفاده از شبکه‌های اجتماعی است. پس قبل از اینکه تیم بازاریابی را دور کار کنید، دست‌کم امکانات موردنیاز را فراهم سازید؛ در غیر این صورت همیشه با مشکلات عمده رو به رو خواهید بود.

وقتی حضور فیزیکی کنار گذاشته می‌شود، تعامل میان افراد حتی سخت‌تر هم خواهد شد. به همین خاطر شما به عنوان مدیر شرکت باید همیشه در دسترس باشید. خب گاهی اوقات دعوای میان اعضای شرک با میانجیگری شما حل خواهد شد. با این حال وقتی شما حضورتان در میان اعضای شرکت صفر باشد، دیگر فضایی برای ای درمیانی نخواهد ماند.

همکاری میان تیم بازاریابی و بقیه تیم‌ها: به وقت شناخت بیشتر

بازاریابی کاری نیست که آدم به تنهایی انجام دهد و نهایتا حسایی کیفش را ببرد. نکته کلیدی در این میان استفاده از برخی میانبرهای مهم برای نتیجه‌گیری بهتر است. مثلا طراحی یک کمپین برای آخر سال را در نظر بگیرید؛ اگر شما را این میان با تیم فروش و روابط عمومی ارتباط خوبی داشته باشید، نتیجه کارتان بهتر از هر زمان دیگری خواهد شد. سوال اصلی در این میان نحوه ارتباط نزدیک میان تیم بازاریابی دور کار با بقیه دپارتمان‌های شرکت است. ماجرا سخت شد، نه؟

بی‌شک کمتر کسی در دنیا حوصله جابه‌جایی میان خانه تا محل کارش را دارد. حالا اگر وضعیت او به عنوان دور کار شناخته شود، دیگر این حوصله محلی از اعراب نخواهد داشت. خب آدم که وقتش را از سر راه نیاورده که همینطور بی‌خود و بی‌جهت هدر دهد!

شما به عنوان مدیر یک کسب و کار باید همیشه خودتان را برای اثر گذاری بر روی نیروی در دسترس‌تان آماده نگه دارید. یکی از نکات کلیدی در این میان تمرین دادن نیروی کار برای تعامل درست با نیروی دور کار است. شما را نمی‌دانم، ولی من که بارها و بارها دیدم‌ام در شرکت‌ها حتی جواب تماس نیروی دور کار را هم به زحمت می‌دهند. خب در این صورت شما باید جهت‌گیری کاملا متفاوتی از خودتان نشان دهید. وگرنه کلامتان پس

معرکه خواهد بود.

یکی از تمرین‌های کلیدی در زمینه پاسخگویی درست نیروی کار مربوط به برگزاری جلسات حضوری با مشارکت تمام اعضای شرکت است. یادتان باشد، در این جلسات حتی نیروهای دور کار هم باید حضور داشته باشد. خب آنها که گناه نکرده‌اند دور کار شده‌اند!

دوره‌می‌های دوستانه گاهی اوقات به شناخت بهتر کارمندان از هم کمک می‌کند. وقتی هم کارمندان شناخت درستی از هم داشته باشند، دیگر مشکلی از نظر هماهنگی با هم نخواهند داشت. همانطور که می‌بینید، یکی از مهمترین چالش‌هاش پیش پای تیم بازاریابی در زمینه دور کاری به راحتی هرچه تمام‌تر قابل حل و فصل است. پس منتظر چه هستید؟ همین حالا دست به کار شده و کارتان را شروع کنید.

تفاوت ساعت و موقعیت جغرافیایی: پیچیدگی تا بی‌نهایت

وقتی دور کاری به عنوان استراتژی اصلی یک شرکت در زمینه بازاریابی مورد توجه قرار می‌گیرد، دیگر فرقی ندارد کارمندان موردنظر از کجای دنیا هستند. در هر صورت شما می‌توانید بدون دردسرهای مربوط به حضور



نیروی مورد نظر در اطراف دفتر مرکزی دست به انتخاب زده و نیروی کار را استخدام کنید. این امر وقتی کمی ماجرا جدی‌تر می‌شود، حسایی بحران‌ساز خواهد شد. فرض کنید یکی از کارمندان شما در نیویورک سکونت دارد و دیگری در چین است. خب در این صورت ساعت اداری برای یکی دقیقا مطابق با نصفه شب برای دیگری خواهد بود!

ما در روزنامه فرصت امروز آزادی عمل مدیران برای استخدام نیروی کار ماهر را همیشه به رسمیت می‌شناسیم. با این حال شما قرار نیست خودتان را با این آزادی عمل به خاک سیاه بنشانید. هرچه باشد کسب و کار شما هم حساب و کتاب خاص خودش را دارد. پس به جای اینکه الکی وقتتان را با استخدام‌های عجیب تلف کنید، سعی کنید حداکثر دو یا سه ساعت تفاوت زمانی مدنظرتان باشد.

گاهی اوقات کیفیت کار آنقدر مهم است که شما باید سختی‌های زمان متفاوت را هم به جان بخرید. در این صورت تقسیم درست وظایف و کارها ضرورتی اجتناب‌ناپذیر خواهد بود. منظور ما از این ایده تقسیم کارها به گونهای است که افراد کاملا دور از همه لازم نباشد ۲۴ ساعته با هم تعامل داشته باشند. اینطوری دیگر لازم نیست خیلی به خودتان فشار آورده یا دائمآ ذهن‌تان درگیر مسئله مربوط به چنین کارمندانی باشد.

یادتان باشد، این روزها معمولا کارمندان دور کار نهایتا از کشورهای نزدیک به هم انتخاب می‌شوند. دلیل این امر هم کاملا روشن است؛ اگر شما مثلا در بازار کانادا فعالیت داشته باشید، یک بازاریاب اهل آسیای شرقی خیلی به دردتان نمی‌خورد. خب چنین فردی نه شناخت کافی از مردم کانادا دارد، نه اصلا علاقه‌ای به این موضوع خواهد داشت. به علاوه، شما برای پرداخت حقوق چنین کارمندی باید کلی سختی را به جان بخرید. پس چه بهتر که از همین اول کار دور چنین گزینه‌هایی را خط کشیده و محدوده موردنظرتان را کاملا مشخص سازید.

تفاوت‌های فرهنگی: جایی برای هنرنمایی مدیران

تفاوت‌های فرهنگی مسئله‌ای نیست که به همین سادگی از کنارشان عبور کنیم. بسیاری از مدیران در عمل برای کاهش تفاوت‌های فرهنگی مسیر بی‌نهایت طولانی را پشت سر می‌گذارند. به همین خاطر استخدام نیرویی که متعلق به فرهنگی دیگر است، معمولا باب میل مدیران نخواهد بود.

ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم وضعیت تیم‌های بازاریابی هم مثل تیم‌های فوتبال است. همانطور که گاهی اوقات تیم‌های فوتبال بازیکنی از آن سر دنیا جذب می‌کنند، شما هم باید بیشتر از تفاوت‌های فرهنگی، به کیفیت کاری نیروی کارتان توجه داشته باشید.

بی‌شک کسی که با فرهنگ کشور یا حتی شرکت شما بیگانه است، چند هفته‌ای طول می‌کشد تا حسایی جا بیفتد. در این مدت شما باید حمایت‌تان را از فرد موردنظر نشان دهید. به علاوه، اگر گاهی اوقات از فرد موردنظر دعوت کنید تا به طور حضوری در شرکت فعالیت کند، روند سازگاری‌اش سرعت بیشتری پیدا می‌کند.

این روزها کلی دوره آموزشی برای آشنایی کارمندان با فرهنگ سازمانی یا حتی فرهنگ بومی بازار هدف وجود دارد. بد نیست چند تا از این دوره‌ها را پشت سر گذاشته یا حتی اطلاعات موردنظر را در اختیار کارمندان موردنظر قرار دهید. اینطوری فرآیند توسعه و هماهنگی میان اعضای شرکت طوری افزایش پیدا می‌کند که نگو و نپرس!

ایجاد اعتماد میان اعضا: مسئله‌ای زمانبر

اعتماد در هر رابطه انسانی در طول زمان شکل می‌گیرد. در این میان تعامل روزمره و دیدارهای حضوری نقش مهمی ایفا می‌کنند. اگر برخی از کارمندان را به حال خودشان رها کنیم، تا ۱۰۰ سال دیگر هم به همکاری‌ان‌شان اعتماد نخواهند کرد. این درست همان جایی است که شما باید وارد شده و اوضاع را به سود خودتان تغییر دهید. خب شما که اعتبار و آبروی برندتان را از سر راه نیاورده‌اید که درگیر چنین مسائلی کنید.

اگر یادتان باشد، قبلا گفتیم که کارمندان دور کار باید تمام امکانات ارتباطی دم دست‌شان باشد. این نکته مهمی برای اعتماد بهتر کارمندان به هم محسوب می‌شود. اینطوری شما می‌توانید خیلی راحت‌تر مسائل میان تیم‌های کاری را حل و فصل کرده و دیگر نیازی به استفاده از مشاوره‌های

گران‌قیمت نداشته باشید.

راهبرد دیگری که ما در این بخش مدنظر داریم، مسئله مربوط به گردهمایی‌های کارمندانی است که در قالب دور کاری با شرکت همکاری می‌کنند. شما در این صورت به راحتی می‌توانید با همکاری‌ان‌تان فعالیت مشترک انجام داده و بهتر آنها را بشناسید.

شما را نمی‌دانم، ولی من که تا چند بار همکاری را به طور حضوری ملاقات نکنم، اصلا حس اعتماد به او نخواهم داشت. نکته کلیدی دیگر حفظ این اعتماد است. خب حفظ یک اعتماد متقابل گاهی اوقات از ایجاد آن هم سخت‌تر است. بنابراین بد نیست ملاقات‌های مورد نظر را به طور دوره‌ای برگزار کنید. البته شما به عنوان مدیر لازم نیست همیشه در این ملاقات‌ها نقش‌آفرینی کنید. در عوض بهتر است کمی خودتان را از این فضا دور نگه داشته و اجازه دهید کارمندان خودشان از یکدیگر شناخت پیدا کنند.

عملکرد شفاف در تیم‌های کاری یکی از نکاتی است که همیشه اعتماد را افزایش می‌دهد. بی‌شک در شرکتی که هر کسی ساز خودش را می‌زند، نباید انتظار مشاهده اعتماد متقابل را داشت. پس چه بهتر که از همان اول

الکی در برابر مرخصی دادن به این دسته از کارمندان مقاومت نکنید؛ چراکه در نهایت کار دست‌تان خواهد داد. به طوری که بعد از مدت زمانی کوتاه دیگر هیچ نکته‌ای برای کارمندان شما جذابیت کافی را نخواهد داشت و نمی‌توانید به افراد دور کار روحیه دهید.

مرخصی‌های کوتاه در طول ماه همیشه برای آدم دلگرم‌کننده است. اگر از ما می‌شنوید، شما باید همیشه دور کاری را همراه با تعطیلات کامل آخر هفته مدنظر قرار دهید. به علاوه، ارائه فرصت‌هایی برای استفاده از مرخصی‌های همراه با حقوق یا بدون آن هم ضروری به نظر می‌رسد. خب شاید کسی برای شما دور کاری کند، اما دلیل نمی‌شود زندگی شخصی خودش همراه با هزاران گرفتاری دیگر نداشته باشد. پس بد نیست گاهی اوقات خودتان را جای آنها قرار دهید تا مسائل را بهتر بررسی و تجزیه و تحلیل کنید.

حواسپرتی‌های گاه و بی‌گاه: مشکلات کار از خانه

دور کاری برای بسیاری از افراد به معنای کار از خانه است. شاید در نگاه نخست این ایده خیلی جذاب به نظر برسد، اما برای بازاریاب‌هایی که باید دائمآ حواس‌شان به تغییرات باشد، فاجعه‌ای تمام عیار خواهد بود. احتمالا برای شما هم پیش آمده در محیط خانه خیلی سریع حواس‌تان پرت شود. خب در این صورت ما با هم درد مشترکی داریم که باید هرچه زودتر حل شود.

دور کاری مزایای زیادی دارد، اما به شرط اینکه اول از همه فکری به حال مسئله حواسپرتی کنیم. کارمندی که دائمآ در شرکت دچار حواسپرتی می‌شود، دیر یا زود کار دست‌تان خواهد داد. پس بهتر است قبل از اینکه کار به جاهای باریک بکشد، خودتان مسئله را حل کنید، اما چطور؟

اولین توصیه ما در این بخش راهنمایی کارمندان برای فراهم‌سازی مکانی تا حد امکان ساکت و کمی شخصی‌سازی‌شده است. مثلا یکی از اتاق‌های خانه را تا حدی تبدیل به دفتر کار کرده و از آن برای دور کاری استفاده کنید. قبول دارم همچنان در چنین موقعیتی امکان حواسپرتی وجود دارد، اما میزان آن بی‌نهایت کمتر خواهد بود. پس منتظر چه هستید؟ همین حالا دست به کار شده و اوضاع را به سود خودتان تغییر دهید.

شاید برخی از کارآفرینان استدلال کنند که کار از خانه به معنای دقیق کلمه دورکاری نیست. خب راستش را بخواهید، ما اصلا قصد نداریم درگیر چنین بحث‌هایی بشویم. در عوض فکر می‌کنم بهتر است روی مدیریت دور کارها، در هر شکلی، تمرکز کنید. اینطوری نتیجه نهایی بهتری خواهید گرفت.

نکته کلیدی دیگری که باید همیشه آویزه گوش‌تان کنید، کنار گذاشتن گوشی موبایل و به طور کلی هر ابزار دیگری است که حواس‌تان را به راحتی پرت می‌کند. اینطوری بدون هیچ دردسرسی می‌توانید کارتان را جلو برده و نگران هیچ چیزی هم نباشید. خب تا وقتی موبایل از دم دست من و شما دور باشد، دیگر دلیلی برای حواسپرتی مداوم وجود ندارد.

سختن پایانی

بازاریابی کار راحتی نیست. وقتی هم با دورکاری ترکیب شود، شبیه به غول مرحله آخر بازی‌های رایانه‌ای خواهد شد. در این صورت شما باید خودتان را برای مدیریت اوضاع به بهترین شکل ممکن آماده کنید. هدف ما در این مقاله مرور برخی از مهمترین نکات و توصیه‌ها برای حل مشکلات مربوط به دور کاری تیم بازاریابی بود. من و همکارانم در روزنامه فرصت امروز امیدواریم نکات مورد بحث در این مقاله کمکی هرچند کوچک به شما برای آشنایی با چالش‌ها و راهکارهای دورکاری تیم بازاریابی کرده باشد. یادتان نرود، تکنیک‌ها و مسائل مربوط به این مقاله ممکن است بکهو با هم روی سرتان خراب شود. پس باید تا جای ممکن همه آنها را در کنار هم یاد گرفته و آماده اجرای‌شان به طور هم‌زمان باشید. خب کسی که در بازار منتظر شما نیست تا مطابق انتظارات‌تان عمل کند. پس خودتان باید آماده هر اتفاق یا رویدادی باشید. هرجا هم مشکلی داشتید، ما در روزنامه فرصت امروز همیشه آماده کمک به شما خواهیم بود.

منابع:
https://www.ventureharbour.com/remote-work-challenges-solutions
https://contentmarketinginstitute.com/articles/remote-hybrid-work-challenge-marketers

ردیف	نام طرح	شهرستان	هزینه شده (میلیارد ریال)	توضیحات
۱	تأمین آب اضطراری شهر تبریز	تبریز	۱۹۵۰	افتتاح تعدادی از طرح های تأمین آب تبریز (شامل اجرای ۲۵ کیلومتر خط انتقال آب و مخزن و تجهیز و پمپاژری تعداد ۲۹ حلقه چاه)
۲	احداث ایستگاههای پمپاژ آب داخل شهر تبریز (مافوق - یوسف آباد)	تبریز	۶۰۰	افزایش ظرفیت پمپاژ آب جهت انتقال آب زرنه رود و چاههای دانه‌های شمالی سه‌نده به مناطق تحت پوشش آب سد نه‌نده با مجموع ظرفیت ۴۰۰ لیتر در ثانیه
۳	تأمین آب پایدار شهر بستان آباد از بستان چای (فار اول)	بستان آباد	۵۰	اجرای ۴ کیلومتر خط انتقال ۲۰۰۰ مایلیمتری
۴	تأمین آب روستاهای بیروق و لیوان	تبریز	۱۵۰	بهره مندی ۲۴۴۸ خانوار روستایی با جمعیتی بالغ بر ۸۶۲۰ نفر از آب آشامیدنی سالم و بهداشتی
۵	تأمین آب تعداد ۱۲ روستا در شهرستان کلبر از محل اعتبارات محرومیت رذایی	کلبر	۳۰۰	بهره مندی ۵۷۲ خانوار روستایی با جمعیتی بالغ بر ۱۹۰۰ نفر از آب آشامیدنی سالم و بهداشتی (در روستاهای هارثا - قشلاق خانلو -فره درق سفلی -فره درق وسطی -فره درق علیا - قشلاق لوله درق علیا - قشلاق لوله درق سفلی - کتک درق خانلو - آخمدارک - آخمدار سفلی - آخمدار وسطی - آخمدار علیا - قشلاق آغلانان - سولی درق)
۶	تأمین آب تعداد ۶ روستا در شهرستان هشتروان محل اعتبارات محرومیت رذایی	هشتروود	۱۲۰	بهره مندی ۲۲۵ خانوار روستایی با جمعیتی بالغ بر ۸۵۲ نفر از آب آشامیدنی سالم و بهداشتی (در روستاهای فره دیو -جینند -پاشا بیگ -توپ آماج -نود آباد - عمران گندی)
۷	تأمین آب تعداد ۳ روستا در شهرستان جلفا از محل اعتبارات استانی - منابع داخلی	جلفا	۱۷	بهره مندی ۱۲۵ خانوار روستایی با جمعیتی بالغ بر ۳۰۰۰ نفر از آب آشامیدنی سالم و بهداشتی (در روستاهای پیماور -اروج شاندانران)
۸	تأمین آب تعداد ۴ روستا در شهرستان مرند از محل اعتبارات استانی - منابع داخلی	مرند	۱۱۳	بهره مندی ۲۱۴۵ خانوار روستایی با جمعیتی بالغ بر ۵۷۸۶ نفر از آب آشامیدنی سالم و بهداشتی (در روستاهای لیوار بالا - تاره - تاره کند -آغوند - قاپلوق -ریحان)
۹	تأمین آب تعداد ۲ روستا در شهرستان سراب از محل اعتبارات استانی - منابع داخلی	سراب	۴۵	بهره مندی ۶۲۲ خانوار روستایی با جمعیتی بالغ بر ۲۱۴۵ نفر از آب آشامیدنی سالم و بهداشتی (در روستاهای سرده -میراکوه سفلی)
۱۰	احداث تصفیه خانه و تأسیسات فاضلاب شهر خوشه مهر	بناب	۶۵۰	شامل احداث تصفیه خانه فاضلاب به ظرفیت ۷۷۰ مترمکعب در شبانه روز و اجرای ۱۲/۵ کیلومتر شبکه جمع آوری۱۵۰۰ متر خط انتقال و کاناری ۵۰۰۰ قطره اشعاب فاضلاب
۱۱	اجرای شبکه و خطوط انتقال فاضلاب شهر تبریز	تبریز	۱۴۵	شامل اجرای بیش از ۴ کیلومتر شبکه جمع آوری۵۰۰ متر خط انتقال و کاناری ۵۰۰۰ قطره اشعاب معبد

روابط عمومی شرکت آب وفاضلاب استان آذربایجان شرقی