روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

یکشنبه
۱۲ شهریور ۱۴۰۲

Sun.3 Sep 2023
۱۷ صفر ۱۴۴۵ - سال نهم
شماره ۲۳۱۰
۸ صفحه - ۵۰۰۰ تومان

www.forsatnet.ir

خبر خوش وزیر اقتصاد، بازار سهام را تکان نداد

رشد اندک بورس در روز پرنوسان

فرصت امروز: شاخص کل بورس تهران با رشد ۰,۰۵ درصدی در معاملات روز گذشته همچنان در محدوده ۲,۱ میلیون واحدی جای گرفت و حتی خبر خوش وزیر اقتصاد در مورد نرخ خوراک گاز صنایع هم نتوانست این مقاومت را از سر راه بردارد. ارزش معاملات نیز بدون واکنش خاصی همچنان محدوده ۷ هزار میلیارد تومانی خود را حفظ کرد. آنطور که «احسان خاندوزی» در...

۴

درآمد موجرین از مستاجرین به ۲۶ همت در ماه می‌رسد

جاماندگی رفاه خانوارها

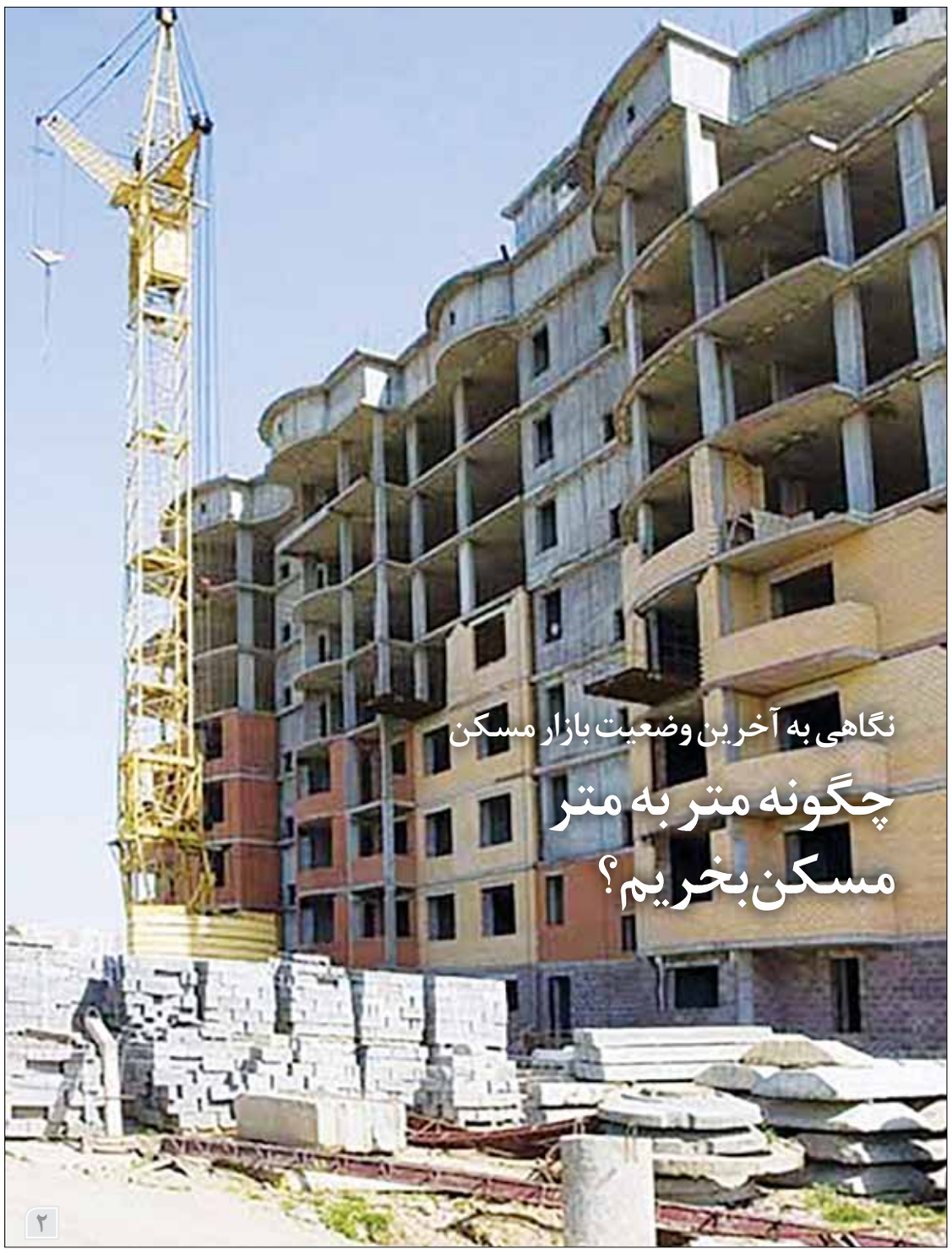
فرصت امروز: هزینه سالانه یک خانوار شهری در سال گذشته ۱۳۷ میلیون تومان و هزینه سالانه خانوار روستایی ۷۹ میلیون تومان بوده است. در سال ۱۴۰۱ همچنین درآمد موجرین از مستاجرین در هر ماه ۲۶ هزار میلیارد تومان برآورد شده است. براساس گزارش درآمد و هزینه خانوار در سال ۱۴۰۱ که اخیرا از سوی مرکز آمار ایران منتشر شده و با تخمینی از هزینه‌های ماهانه اجاره خانوار مشخص می‌شود که درآمد موجرین از مستاجرین به ماهی ۲۶ همت می‌رسد. همچنین به طور میانگین کمتر از نصف درآمد خانوارهای شهری از درآمدهای شغلی به دست می‌آید. ۳۲,۸ درصد از درآمدها را درآمدهای حاصل از دریافت حقوق و دستمزد تشکیل می‌دهد و ۱۶ درصد از درآمدهای اظهارشده نیز از شغل آزاد حاصل می‌شود. بدین ترتیب، تقریبا نیمی از درآمدهای خانوارها از منبع غیرشغلی به دست می‌آید. درآمدهای غیرشغلی عمدتا شامل حقوق بازنشستگی، درآمد اجاره، درآمد حساب پس‌انداز و سهام، کمک‌های سازمان‌های خیریه و همچنین یارانه نقدی می‌شود. شوربختانه هزینه تفریح و سرگرمی نیز کمترین سهم را در سبد خانوارها در سال گذشته داشته که از جاماندگی سطح رفاه خانوارها و دشواری معیشت زندگی حکایت دارد...

۲

نرخ بهره بین‌بانکی در هفته نخست شهریور تغییری نکرد

بازار داغ بانک مرکزی در آخر تابستان

۳



نگاهی به آخرین وضعیت بازار مسکن

چگونه متر به متر مسکن بخریم؟

۲

نگاه

لزوم عبور اقتصاد از قیمت‌گذاری و نفت

پرهام رضایی
رئیس اتاق کرج

اقتصاد ایران همواره تحت تأثیر درآمدهای نفتی بوده و وابستگی به فروش این ثروت ملی متأسفانه موجب بی‌توجهی به ظرفیت و توان داخلی در بخش‌های مختلف تولیدی و صنعتی شده است، هرچند در تمام برنامه‌های اقتصادی این‌گونه هدف‌گذاری شد که بودجه دولت مستقل از درآمد نفت باشد، اما این مهم محقق نشد و حتی اتکا به درآمدهای حاصل از فروش نفت به مراتب بیشتر از گذشته شد. در سال‌های اخیر نیز تحریم‌ها شوک جدیدی به اقتصاد کشور وارد کرد و به وضوح این قضیه را آشکار ساخت که تا وابستگی به درآمدهای نفتی وجود دارد، آثار فشارهای اقتصادی بر جامعه کاهش نخواهد یافت. در این میان حتی به متغیرهای کلیدی همچون رشد تولید ناخالص داخلی، کاهش نرخ تورم، نزدیک کردن ارزش پول ملی به ارزهای خارجی و... توجه جدی نشد و نتایج آنچه از آن به جراحی اقتصادی در کشور تعبیر می‌شد نیز امیدوارانه نبود، به نحوی که جز سرکوب نرخ‌های تعادلی در بازار و تعیین قیمت‌گذاری دستوری، آن هم با تأکید بر بهره‌برداری از درآمدهای نفتی و به چالش کشیدن نرخ...

۲

مدیریت و کسب‌وکار

گوگل ادز یا متا ادز؟ تفاوت‌های کلیدی مهمترین ابزارهای تبلیغاتی

گوگل ادز یکی از ابزارهای پرطرفدار در دنیای تبلیغات محسوب می‌شود. به طوری که تمام بازاریاب‌ها استفاده از آن را بلد هستند یا دست‌کم درگیر یادگیری اش شده‌اند. شاید فکر کنید گوگل یکه‌تاز مطلق دنیای تبلیغات آنلاین است. خب در این صورت باید کمی ناامیدتان کنید؛ چراکه در دنیای امروز حتی گوگل هم رقبای گردن کلفتی دارد. مثلا شرکت متا (همان فیس‌بوک سابق خودمان!) را در نظر بگیرید. انتظار ندارید که این برند بزرگ با این همه پلتفرم زیرمجموعه در حوزه تبلیغات آنلاین دستی بر آتش نداشته باشد؟ متا ادز پلتفرمی دقیقا مشابه گوگل ادز است که به بازاریاب‌ها برای نمایش محتوای تبلیغاتی در شبکه‌های اجتماعی مختلف متا کمک می‌کند. خیلی از بازاریاب‌ها فکر می‌کنند کار کردن با متا هم دقیقا مثل گوگل ادز است. البته این خیال خام به محض اینکه وارد رابط کاربری متا ادز شوند، دودِ هوا می‌شود. با این حال کم نیستند...

۸

رقابت آمریکا و چین بر سر کابل‌های اینترنتی ادامه دارد

جنگ فناوری در زیر دریا

فرصت امروز: در دهم فوریه سال گذشته، کشتی کابل گذار «سیاس دپندیبل» در سواحل جزیره دیگو گارسیا، جزیره‌ای مرجانی در اقیانوس هند که محل مخفی پایگاه دریایی آمریکاست، ظاهر شد. از این کشتی در نصب و تعبیه کابل‌های مخابراتی در کف دریا استفاده می‌شود. به گزارش «رویترز»، تحلیل تصاویر ماهواره‌ای و داده‌های ردیابی کشتی نشان می‌دهد طی یک ماه بعد، خدمه کشتی به طور مخفیانه یک کابل فیبر نوری زیردریایی را در عملیاتی به نام «موج بزرگ» در پایگاه نظامی نصب کردند. لینک جدید اینترنت پرسرعت در دیگو گارسیا، که قبلا وجود نداشت، آمادگی نظامی آمریکا را در اقیانوس هند افزایش می‌دهد؛ منطقه‌ای که چین در دهه گذشته نفوذ دریایی خود را گسترش داده است. کشتی کابل‌ِ گذار «سیاس دپندیبل» متعلق به شرکت تجهیزات ارتباطی «سابکام» است، تولیدکننده کابل در نیوجرسی که نقشی مهم در رقابت آمریکا و چین بر سر کنترل فناوری‌های نظامی و دیجیتالی پیشرفته ایفا می‌کند؛ فناوری‌هایی که تعیین می‌کنند کدام کشور ابرقدرت برجسته جهان باشد.

سابکام، شرکتی که در دوره جنگ سرد و با هدف جاسوسی از زیردریایی‌های شوروی در آمریکا تأسیس شد، فعالیت پنهانی و دوگانه‌ای دارد. در عرصه عمومی، یکی از بزرگ‌ترین تولیدکنندگان کابل‌های فیبر نوری در زیر دریاست که برای شرکت‌های مخابراتی و غول‌های فناوری مانند گوگل و آمازون و مایکروسافت و متا کار می‌کند، اما به گفته دو کارمند سابکام و دو کارمند نیروی دریایی آمریکا، سابکام در پشت صحنه، پیمانکار انحصاری کابل‌گذاری زیردریایی ارتش آمریکا است که شبکه‌ای از کابل‌های اینترنت و نظارتی را در کف اقیانوس کار می‌گذارد.

این نقش دوگانه، سابکام را بیش از پیش نزد واشنگتن ارزشمند کرده؛ زیرا این خطر وجود دارد که زیرساخت اینترنت جهانی (از کابل‌های زیر دریا گرفته تا مراکز داده و نسل پنجم شبکه تلفن همراه) بین دو سیستم تقسیم شود، یکی تحت حمایت آمریکا و دیگری تحت کنترل چین. سابکام متعلق به «مدیریت سرمایه سربروس»، یک شرکت سهامی خاص واقع در نیویورک است که در زمینه پیمانکاری دفاعی و منابع امنیت ملی سرمایه‌گذاری می‌کند. سال گذشته این شرکت ۳۰۰ میلیون دلار صرف خرید یک کارخانه کشتی‌سازی در فیلیپین کرد، آن هم در پایگاه سابق نیروی دریایی آمریکا در نزدیکی دریای چین جنوبی. مؤسس سربروس «استفان فاینبرگ» است، میلیاردری که «دونالد ترامپ» به شورای مشاورت اطلاعاتی ریاست جمهوری دعوتش کرد. این شورا به فرمانده کل در امور اطلاعات خارجی آمریکا مشاوره می‌دهد.

براساس یافته‌های «رویترز»، سخنگوی ناوگان اقیانوس آرام آمریکا، کابل‌گذاری اینترنت پرسرعت جدید را از زیر دریا به دیگو گارسیا تأیید کرده است. این اولین تأیید رسمی از کابل‌گذاری اخیر بود. نیروی دریایی به سوالات «رویترز» در مورد سابکام پاسخ نداد و در بیانیه ایمیلی خود نام شرکت را ذکر نکرد. اولین بار در این گزارش است که مسیر سابکام از جنگ سرد تا کابل‌گذاری و تولید کابل در مقیاس جهانی و اکنون نیز بازیگر پنهان در جنگ فناوری آمریکا و چین شرح داده می‌شود. «رویترز» پرده از جزییات پروژه دیگو گارسیا و تعمیق روابط سابکام با پنتاگون برداشته و همچنین اولین خبرگزاری است که از قرارداد محرمانه‌ای که این شرکت با گوگل در ساخت بزرگ‌ترین شبکه اینترنتی خصوصی زیردریایی جهان منعقد کرده است، گزارش می‌دهد.

کابل‌های زیر دریا ۹۹ درصد از کل ترافیک اینترنت بین قاره‌ای را منتقل می‌کنند، از جمله چت‌های پیام‌رسان‌ها و معاملات بازار سهام و اسرار نظامی. طبق تحقیقات «رویترز»، این شبکه زیردریایی به یکی از سلاح‌های کلیدی در جنگ فناوری آمریکا و چین تبدیل شده است. کابل‌های زیر دریا در برابر خرابکاری و جاسوسی آسیب‌پذیرند و پکن و واشنگتن یکدیگر را به شنود از کابل‌ها با هدف جاسوسی از داده‌ها یا انجام حملات سایبری متهم کرده‌اند. به نقل از دو مقام حاضر در صنعت کابل زیردریایی که در پروژه‌های دولتی آمریکا هم کار کرده‌اند، اهمیت روزافزون سابکام برای آمریکا در دو سطح است: یکی نظامی و دیگری اقتصادی. اولا واشنگتن به سابکام نیاز دارد چون شبکه کابلی نیروی دریایی را در زیر دریا توسعه می‌دهد تا بتواند عملیات نظامی را بهتر هماهنگ کند و نظارت را بر ناوگان در حال گسترش زیردریایی‌ها و کشتی‌های جنگی چین افزایش دهد. ثانیا دولت بایدن از سابکام می‌خواهد کابل‌های اینترنتی زیردریایی تجاری بیشتری بسازد که تحت کنترل شرکت‌های آمریکایی است؛ راهبردی با این هدف که تضمین کند آمریکا متولی اصلی اینترنت باقی بماند.

سابکام در حال حاضر شش کشتی کابل‌گذار را اداره می‌کند. «اگر آمریکا می‌خواهد بر کابل‌های زیر دریا کنترل داشته باشد، سابکام برای این کشور بسیار حیاتی است.» فقط چهار شرکت بزرگ در جهان وجود دارد که کابل‌های زیر دریا را تولید و نصب می‌کنند: سابکام آمریکا، شرکت ان‌ایسی ژاپن، شبکه زیردریایی آلکاتل فرانسه و اچ‌ام‌ان تک چین. به گفته پنج منبع صنعتی که با سابکام کار کرده‌اند، واشنگتن در پروژه‌های حساس آمریکا فقط با این شرکت کار می‌کند. پنج سال پیش که فشار آمریکا بر شرکت‌های فناوری چینی ناگهان افزایش یافت، سابکام برای شرکت‌های مخابراتی و فناوری جهان از جمله شرکت‌های بزرگ دولتی چینی، کابل‌هایی نصب کرد. اما این روند متوقف شد. دو کارمند سابکام به «رویترز» گفتند که این شرکت اکنون تقریبا به طور انحصاری برای ارتش آمریکا و شرکت‌های بزرگ فناوری‌اش کار می‌کند.

تحریم‌های آمریکا بر شرکت‌های فناوری چین و افزایش سیاست‌های حمایت‌گرایانه تجاری در دوران بایدن و ترامپ، شرکت‌های فناوری آمریکایی را مجبور کرده که عمدتا با شرکت‌ها و کشورهای متحد آمریکا کار کنند. مایکروسافت (که رئیس این شرکت، «برد اسمیت» در سال ۲۰۱۷ گفته بود بخش فناوری باید یک «سوئیس دیجیتالی بی‌طرف» باشد) در ماه مه گفت که هکرهای تحت حمایت دولت چین را شناسایی کرده که زیرساخت‌های مهم آمریکا را هدف گرفته‌اند، نمونه نادری که یک شرکت بزرگ فناوری پکن را به جاسوسی متهم کرد. «مائو نینگ»، سخنگوی وزارت خارجه چین نیز آن زمان گفت که این اتهامات بخشی از کارزار دروغ‌پراکنی آمریکاست و آمریکا را «امپراتوری هک» نامید.

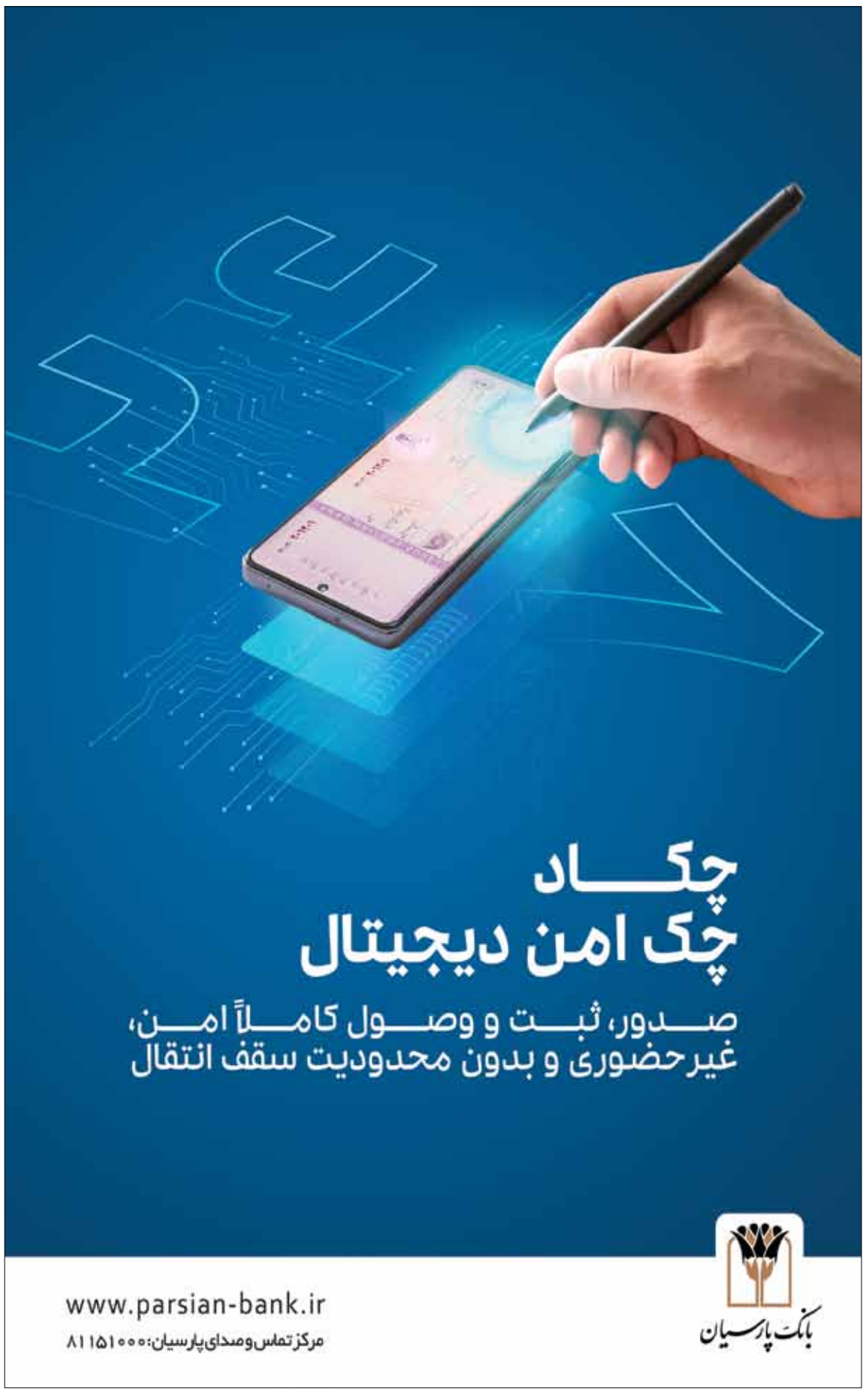
در دسامبر سال گذشته، پنتاگون قراردادهای رایانش ابری را به گوگل و آمازون و مایکروسافت و اوراکل اعطا کرد، قراردادهایی به ارزش ۹ میلیارد دلار و نگهداری از محرمانه‌ترین اسرار آمریکا را به این شرکت‌ها سپرد. سرسپردگی سابکام بسیار مهم است؛ زیرا این تنها شرکت بزرگ کابل‌گذار آمریکا در زیر دریاست. به گفته یکی از کارمندان سابکام و یکی از کارکنان نیروی دریایی، این شرکت در سال ۲۰۲۱ با وزارت ترابری آمریکا قراردادی به ارزش ۱۰ میلیون دلار در سال منعقد کرد تا ناوگانی برای تأمین امنیت کابلی در زیر دریا تأمین کند.

یکی از مقاصد «سی‌اس دپندیبل» دیگو گارسیا بود؛ جزیره‌ای مرجانی که میزبان ناوهای هواپیمابر و زیردریایی‌های آمریکاست و فرودگاهی دارد با قابلیت فرود بمب‌افکن‌های دوربرد. دیگو گارسیا در قلب اقیانوس هند واقع شده و جزو قلمرو برون‌مرزی بریتانیا به حساب می‌آید. بریتانیا از دهه ۱۹۷۰ به آمریکا اجازه داد یک پایگاه دریایی در این جزیره تأسیس کند. دو نفری که در این جزیره کار کرده‌اند و نخواستند نام‌شان فاش شود به «رویترز» گفتند که در حال حاضر حدود ۳ هزار نفر از جمله ملوانان نیروی دریایی و اعضای خانواده‌ها و نیروهای تدارکات و پشتیبانی در این جزیره زندگی می‌کنند. معروف است که در دیگو گارسیا مغازه‌ها و رستوران‌ها و بارها و سواحل بکری هست. این دو نفر گفتند که قبل از نصب کابل زیردریایی جدید، پایگاه نظامی آمریکا در جزیره از طریق ماهواره‌ها به اینترنت متصل بود که سرعت به مراتب کمتری از کابل‌ها دارد.

سابکام در سال ۲۰۲۰ اعلام کرد که از سوی یک غول فناوری استرالیایی مأمور شده تا کابل اینترنت تجاری به ارزش ۳۰۰ میلیون دلار از استرالیا به عمان در شبه جزیره عربستان بکشد؛ مسیری که از کل اقیانوس هند می‌گذرد. این پروژه که به پروژه «کابل‌گذاری از عمان به استرالیا» معروف است، تحت سرپرستی شرکت سابکو انجام شد، یک شرکت سرمایه‌گذاری در زمینه کابل‌گذاری در زیر دریا واقع در بریزبن که متعلق به «بون اسالتری»، کارآفرین استرالیایی است.

ناوگان اقیانوس آرام آمریکا به «رویترز» گفت که پروژه «کابل‌گذاری از عمان به استرالیا» شرکت سابکو «فرصتی منحصر به فرد» است برای اتصال جزیره دورافتاده دیگو گارسیا به کابل اینترنت فیبر نوری زیر دریا. درست است که نیروی دریایی تاکنون رسما چیزی درباره این کابلگذاری نگفته، اما ملوانان در دیگو گارسیا سال گذشته از این کابل‌گذاری مطلع بودند. کاپیتان «ریچارد پین»، فرمانده وقت در دیگو گارسیا، در ۹ فوریه طی برنامه‌ای در ایستگاه رادیویی محلی پایگاه نظامی آمریکا به این کابل‌گذاری اشاره کرده بود. او به مجری برنامه گفت که «ما به زودی در این جزیره، فیبر نوری خواهیم داشت. از امروز (یا) فردا اینجا کشتی کابل‌گذار داریم.» وی بدون اینکه نامی از شرکت یا کشتی ببرد، افزود: «یک شرکت تجاری این کار را انجام می‌دهد. این کشتی بسیار جالبی است.» به گفته برخی منابع، کشتی مورداشاره «سی‌اس دپندیبل» بود.

ادامه در صفحه آخر



یادداشت

لزوم عبور اقتصاد از قیمت‌گذاری و نفت

پرهام رضایی رئیس اتاق کرج

اقتصاد ایران همواره تحت تأثیر درآمدهای نفتی بوده و وابستگی به فروش این ثروت ملی متأسفانه موجب بی‌توجهی به ظرفیت و توان داخلی در بخش‌های مختلف تولیدی و صنعتی شده است، هرچند در تمام برنامه‌های اقتصادی این‌گونه هدف‌گذاری شد که بودجه دولت مستقل از درآمد نفت باشد، اما این مهم محقق نشد و حتی اتکا به درآمدهای حاصل از فروش نفت به مراتب بیشتر از گذشته شد. در سال‌های اخیر نیز تحریم‌ها شوک جدیدی به اقتصاد کشور وارد کرد و به وضوح این قضیه را آشکار ساخت که تا وابستگی به درآمدهای نفتی وجود دارد، آثار فشارهای اقتصادی بر جامعه کاهش نخواهد یافت. در این میان حتی به متغیرهای کلیدی همچون رشد تولید ناخالص داخلی، کاهش نرخ تورم، نزدیک کردن ارزش پول ملی به ارزهای خارجی و... توجه جدی نشد و نتایج آنچه از آن به جراحی اقتصادی در کشور تعبیر می‌شد نیز امیدوارانه نبود، به نحوی که جز سرکوب نرخ‌های تعادلی در بازار و تعیین قیمت‌گذاری دستوری، آن هم با تأکید بر بهره‌برداری از درآمدهای نفتی و به چالش کشیدن نرخ ارز، عایدی برای اقتصاد ایران به همراه نداشت.

این‌گونه بدعت‌گذاری‌های خلاف احکام اقتصادی، ریشه در به کارگیری سیاست‌های غیرعلمی و غیرعقلایی دارد که طی فعالیت دولت‌های مختلف شاهد آن بودیم. طبق شاخص‌های عقلانیت در سیاستگذاری در یک نهاد اجتماعی طی فرآیند انجام هر کاری نباید به‌گونه‌ای تصمیم‌گیری و تصمیم‌سازی شود که مجدد به نقطه شروع بازگردیم، اما هرساله می‌بینیم که این مبحث در لنگرگاه‌های مختلف برنامه‌ریزی اقتصادی در کشور نادیده گرفته شده و به موجب آن دوباره به نقطه صفر برمی‌گردیم. از سوی دیگر با وجود آنکه پایه‌ریزی برنامه‌های توسعه‌ای در ایران سابقه‌ای به قدمت ۷۰ سال دارد و برمبنای آن بندهای قانونی زیادی تهیه، تصویب و اجرایی شده است، در این استراتژی متأسفانه واقعیت‌های جامعه و توجه به موفقیت‌ها به عنوان نقاط مثبت و شکست‌ها به عنوان نقاط منفی اقتصادی کشور مورد مطالعه و احصا قرار داده نشده و در توجیه برنامه‌ریزی‌های صورت گرفته، آن را راهکاری برای برون‌رفت از بحران‌های مالی حال حاضر و حاکم بر کشور می‌دانند.

طبق سیاستگذاری قبلی قرار بود که در برنامه هفتم توسعه بر کاهش وابستگی کشور به نفت و تقویت صادرات غیرنفتی تمرکز شود، اما پس از ارائه این برنامه برای پنج سال پیش رو، آینده اقتصاد ایران و بخش اعظمی از درآمد ملی همچنان متأثر از فروش نفت است که به جای هزینه‌کرد در مسیر رشد و پیشرفت در بخش‌های مختلف و یا توسعه زیرساخت‌های کشور باید صرف هزینه‌های جاری شود.

در محوریت برنامه هفتم توسعه بر رفع ناترازی‌های ناشی از تحریم‌ها نیز تمرکز شده است که در سال‌های اخیر متأسفانه بر شدت آن افزوده شده و تورم‌های بالا در چند دهه اخیر نیز نشانه بارزی از این وضعیت است، به همین دلیل در این برهه زمانی نیاز است که گام‌های مؤثری برای کوچک کردن سهم دولت در اقتصاد کشور و در مقابل، اعطای آزادی عمل بیشتر به بخش خصوصی برداشته شود. یک دیدگاه مهم، کمک به حل مشکلات موجود بر سر راه صادرکنندگان از جمله تهیه و تصویب برخی دستورالعمل‌های خلق‌الساعه است که متأسفانه به دلیل عدم نظرخواهی از بخش خصوصی و افزایش سطح نارضایتی و مشارکت آنها در فعالیت‌های تجاری خارجی موجب کاهش صادرات شده است.

یکی دیگر از معضلات حال حاضر اقتصاد ایران، موضوع قیمت‌گذاری دستوری است که در مسئله افزایش نرخ تورم در کشور تأثیر بسزایی داشته است، اگر سیاست‌های کنترلی لازم در این مورد اعمال نشود نتیجه‌ای جز به وجود آمدن رانت و فساد در مکانیسم عرضه و تقاضا در بازار ندارد. قیمت‌گذاری دستوری نیز در سال‌های اخیر خسارات مالی زیادی به حوزه‌های مختلف تولیدی و صنعتی وارد کرده و در حالی که برای مدیریت و مقرون به صرفه بودن نرخ کالاها و خدمات باید ابزاری مداخله‌گر در اقتصاد کشور باشد، موجب زیان گسترده سرمایه‌گذاران و در نتیجه برهم زدن تعادل بازار شده است. در این بین، نهادهای قیمت‌گذاری و تعیین نرخ‌های دستوری از سوی آنها تهدیدی برای مالکیت بخش خصوصی است؛ زیرا موجب ایجاد اختلال در عرضه و تقاضا، نامساعدساختن فضای کسب‌وکار، کاهش اعتماد و در مقابل افزایش رانت در بازار سرمایه است که در نهایت موجب رشد فساد می‌شود.

دولت در بحث قیمت‌گذاری دستوری به دنبال افزایش تاب‌آوری توان مالی اقشار کم‌بضاعت جامعه در برابر پدیده تورم است، اما وقتی روند افزایش نرخ مواد اولیه و دیگر ملزومات تولید با قیمت نهایی مصرف‌کننده هم‌خوانی نداشته باشد، علی‌رغم افزایش تقاضای کالاهای مختلف، تولیدکنندگان انگیزه بالا بردن حجم تولید را از دست می‌دهند و این مسئله به کاهش سهم کالاهای تولید داخل در بازار عرضه منجر می‌شود.

در بحث مطالبه‌گری فعالان اقتصادی و تولیدکنندگان از دولت همواره تمرکز بر سیاستگذاری در وضع قوانین و سختگیری در اجرای آن مدنظر بوده است تا در جذب سرمایه‌گذاری برای تأمین مالی بنگاه‌ها و رشد و توسعه اقتصادی کشور مؤثر واقع شود، اگر دولت رویکرد دستوری خود در بحث قیمت‌گذاری کالاهای تولیدی را کنار بگذارد، علاوه بر رفع موانع در این چرخه و ثبات در بازار عرضه و تقاضا، موجب احیای فعالیت واحدهای صنعتی زیانده و بازگشت مجدد این مجموعه‌ها به مدار رشد و سوددهی می‌شود و این تغییرات زمینه‌ساز تحول در بازار سرمایه خواهد بود.

در این میان، یک راهکار عملیاتی مهم، توجه دولت به مطالبات و نقطه‌نظرات بخش خصوصی در محورهای مرتبط به رشد و تحرک اقتصادی و با هدف بهبود فضای کسب‌وکار، استفاده هرچه بیشتر از ظرفیت و توان بخش خصوصی در اقتصاد ملی و توجه به صنایع پیشران این عرصه در سیاستگذاری بخشی و تأمین مالی پروژه‌های سرمایه‌گذاری خارجی مرتبط به این حوزه است. از سویی انتظار می‌رود که در سطح کلان اقتصادی نیز متغیرهایی برای ثبات معاملات تجاری و تسهیل مراودات بین‌المللی صورت گیرد، در این رابطه باید شاکله فرآیندهای مالی اصلاح شود که لازمه آن جبران ناتوانی در کنترل نوسانات ارزی، مقابله با تزلزل در سیاست‌های پولی و کنترل نرخ تورم است و تمامی این موارد در واقع از الزامات تحقق رشد اقتصادی سریع در برنامه هفتم توسعه است.

در شرایط فعلی که بسیاری از کسب‌وکارها در فضای تولید و سرمایه‌گذاری با مشکلات جدی اقتصادی مواجه هستند، حذف قیمت‌گذاری دستوری و واقعی شدن نرخ کالاها می‌تواند به رفع التهاب بازار، جلب اعتماد سرمایه‌گذاران، جلوگیری از خروج سرمایه، بهبود سطح رقابت‌پذیری کالاها و محصولات داخلی، تقویت تولید، افزایش رفاه جامعه و کمک به مهار تورم کمک کند. امید است که دولت در چارچوب ضوابط و قوانین به عنوان اولویت به این موضوع بپردازد تا در نتیجه آن فرآیند عرضه کالا در کشور به تعادل برسد.

درآمد موجرین از مستاجرین به ۲۶ همت در ماه می‌رسد

جاماندگی رفاه خانوارها

فرصت امروز: هزینه سالانه یک خانوار شهری در سال گذشته ۱۳۷ میلیون تومان و هزینه سالانه خانوار روستایی ۷۹ میلیون تومان بوده است. در سال ۱۴۰۱ همچنین درآمد موجرین از مستاجرین در هر ماه ۲۶ هزار میلیارد تومان برآورد شده است. براساس گزارش درآمد و هزینه خانوار در سال ۱۴۰۱ که اخیرا از سوی مرکز آمار ایران منتشر شده و با تخمینی از هزینه‌های ماهانه اجاره خانوار مشخص می‌شود که درآمد موجرین از مستاجرین به ماهی ۲۶ همت می‌رسد. همچنین به طور میانگین کمتر از نصف درآمد خانوارهای شهری از درآمدهای شغلی به دست می‌آید. ۳۲,۸ درصد از درآمدها را درآمدهای حاصل از دریافت حقوق و دستمزد تشکیل می‌دهد و ۱۶ درصد از درآمدهای اظهارشده نیز از شغل آزاد حاصل می‌شود. بدین ترتیب، تقریبا نیمی از درآمدهای خانوارها از منبع غیرشغلی به دست می‌آید. درآمدهای غیرشغلی عمدتا شامل حقوق بازنشستگی، درآمد اجاره، درآمد حساب پس‌انداز و سهام، کمک‌های سازمان‌های خیریه و همچنین یارانه نقدی می‌شود. شوربختانه هزینه تفریح و سرگرمی نیز کمترین سهم را در سبد خانوارها در سال گذشته داشته که از جاماندگی سطح رفاه خانوارها و دشواری معیشت زندگی حکایت دارد.

گزارش درآمد و هزینه خانوار در سال ۱۴۰۱ به تازگی از سوی مرکز آمار ایران منتشر شده است که نکات جالب توجهی را در مورد منابع درآمدی خانوارها و نحوه هزینه‌کرد آنها نشان می‌دهد. آنطور که مرجع آماری کشور گزارش داده، میانگین هزینه خالص سالانه یک خانوار شهری در سال گذشته ۱۳۷ میلیون تومان و برای خانوار روستایی ۷۹ میلیون تومان بوده است. همانطور که اشاره شد، کمتر از نیمی از درآمد خانوارهای شهری از درآمدهای شغلی، ۳۲ درصد از دریافت حقوق و دستمزد و ۱۶ درصد از شغل آزاد به دست آمده است. حال سوال این است که درآمدهای دیگری که به عنوان درآمدهای غیرشغلی محسوب شده‌اند، شامل چه منابع درآمدی می‌شوند؟

وضعیت درآمد و هزینه در سال ۱۴۰۱

بیش از ۵۰ سال است که طرح آمارگیری هزینه و درآمد خانوار به عنوان یکی از مهمترین طرح‌های آماری مرکز آمار ایران با هدف کلی برآورد متوسط هزینه و درآمد خانوارهای شهری و روستایی، هر ساله در سطح کشور و استان‌ها اجرا می‌شود. در آخرین طرح آمارگیری هزینه و درآمد خانوار در سال گذشته از ۱۹ هزار و ۵۶۷ خانوار شهری و همچنین ۱۸ هزار و ۳۸۴ خانوار روستایی در سراسر کشور نظرخواهی شده است که برآیند آمارهای آنها، اطلاعات جالبی را از منابع درآمدی خانوارها در شهر و روستا به دست می‌دهد. براساس گزارش مرکز آمار، متوسط هزینه خالص سالانه یک خانوار شهری در سال گذشته بالغ بر ۱۳۷ میلیون تومان بوده است که نسبت به رقم مشابه در سال قبل، ۴۸,۳ درصد افزایش را نشان می‌دهد. از هزینه سالانه خانوار شهری نیز بیش از ۳۷ هزار تومان آن معادل ۲۷,۵ درصد مربوط به هزینه‌های خوراکی و دخانی و همینطور ۹۹ هزار تومان معادل ۷۲,۵ درصد به هزینه‌های غیرخوراکی اختصاص داشته است. همچنین در بین هزینه‌های خوراکی و دخانی نیز بیشترین هزینه خانوار شهری مربوط به هزینه گوشت با سهم ۲۰,۷ درصد و در بین هزینه‌های غیرخوراکی هم بیشترین هزینه با سهم ۵۲,۵ درصدی مربوط به هزینه مسکن، سوخت و روشنایی بوده است.

از سوی دیگر، متوسط درآمد اظهار شده سالانه یک خانوار شهری در سال ۱۴۰۱ بالغ بر ۱۶۶ میلیون تومان بوده است که نسبت به سال قبل از آن، ۴۸,۵ درصد افزایش داشته است. بر همین اساس در سال گذشته، رشد متوسط درآمد سالانه خانوارهای شهری بیشتر از رشد متوسط هزینه کل سالانه است. منابع تامین درآمد خانوارهای شهری نیز نشان می‌دهد که ۳۲,۸ درصد درآمد از مشاغل مزد و حقوق‌بگیری، ۱۶ درصد از مشاغل آزاد کشاورزی و غیرکشاورزی و ۵۱,۲ درصد از محل درآمدهای غیرشغلی خانوار تأمین شده است. همچنین هزینه سالانه یک خانوار روستایی ۷۹ میلیون تومان بوده که نسبت به سال قبل، ۵۱,۹ درصد افزایش داشته و درآمد سالانه خانوار روستایی نیز ۹۸ میلیون تومان بوده که نسبت به سال قبل، ۵۴,۸ درصد بیشتر شده است.

درآمدهای غیرشغلی خانوارها

کمتر از نصف درآمد خانوارهای شهری از درآمدهای شغلی، ۳۲ درصد از دریافت حقوق و دستمزد و ۱۶ درصد از شغل آزاد به دست آمده است. طبق پرسشنامه مرکز آمار، درآمدهای غیرشغلی در این دسته‌ها جا می‌گیرند: حقوق بازنشستگی و مانند آن، درآمد حاصل از اجاره، درآمد حاصل از حساب پس‌انداز و سهام و مانند آنها، انواع کمک‌های دریافتی از سازمان‌های خیریه، درآمد حاصل از فروش مصنوعات ساخته‌شده در خانه، دریافتی‌های انتقالی از سایر خانوارها و نهایتا یارانه نقدی. بنابراین بخش قابل توجهی از درآمد خانوارها از شاغلان به دست نمی‌آید. براساس اطلاعات منتشرشده توسط مرکز آمار، بُعد خانوارهای شهری ۳,۲۳ نفر است؛ یعنی در سال گذشته تعداد افراد هر خانوار به طور متوسط ۳,۲۳ نفر بوده است. در این میان، به طور متوسط ۱,۹۷ نفر در هر خانوار دارای درآمد محسوب شده است. با این حال، ۰,۸۹ نفر در هر خانوار شاغل است؛ یعنی کمتر از یک نفر از هر خانوار ایرانی به طور متوسط شاغل محسوب می‌شود. حدود ۳۰ درصد از خانوارهای ایرانی هیچ فرد شاغلی ندارند. البته بخشی از این خانوارها شامل بازنشستگان هستند که طبیعتا در حال حاضر دیگر شاغل نیستند، اما نکته‌ای که وجود دارد، این است که بخش قابل‌توجهی از سرپرستان خانوار در سن کار هم شاغل نیستند. این موضوع یکی از ریشه‌های ایجاد فقر است.

براساس آمارها، بیش از ۵۰ درصد خانوارهای دهک اول هزینه‌ای، یعنی ۱۰ درصد جمعیت ایران با کمترین سطح رفاه، فرد شاغلی ندارند. البته این موضوع می‌تواند خبر از علّیتی دوطرفه بدهد؛ به‌طوری که هم پیدا نکردن شغل و ظرفیت پایین اقتصاد در جذب نیروی کار منجر به گسترش فقر و ضعف رفاه خانوارها می‌شود و هم اینکه خانوارهای فقیر به واسطه اینکه نمی‌توانند سرمایه انسانی کافی جهت جذب در بازار کار انباشت کنند، سخت‌تر می‌توانند شغلی پیدا کنند. نکته دیگر به توانایی خانوارها در محافظت خود در مقابل تورم برمی‌گردد. برای خانوارهای دهک‌های با درآمد بالاتر، سهم درآمد ناشی از دارایی‌ها (مثل اجاره) بیشتر است. بنابراین آنها امکان بیشتری برای افزایش درآمد همگام با تورم دارند، اما در دهک‌های پایین‌تر، درآمدها بیشتر از نوع درآمد ثابت مانند دستمزد و حقوق بازنشستگی هستند و با تورم، ارزش واقعی‌شان کاهش می‌یابد.

خانوارها چه چیزی می‌خرند؟

نگاهی مقایسه‌ای به درصد خانوارهای استفاده‌کننده از لوازم عمده زندگی در مناطق شهری و روستایی در دو سال ۱۴۰۰ و ۱۴۰۱ نشان می‌دهد که طی این یک سال سطح برخورداری خانوارهای روستایی برای تهیه این کالا کاهش یافته است. به عنوان مثال، درصد استفاده از خودرو در خانوارهای شهری طی سال ۱۴۰۰ بالغ بر ۵۳,۹ درصد بوده، اما سال گذشته به ۵۳,۷ درصد کاهش پیدا کرده است. در خانوارهای روستایی، این وضعیت بهتر است و میزان استفاده از خودروی شخصی از ۳۵,۹ درصد در سال ۱۴۰۰ به ۳۷,۱ درصد در سال ۱۴۰۱ کاهش پیدا کرده است. همچنین افزایش قیمت لوازم خانگی نیز تاثیر نامطلوبی بر استفاده خانوارها گذاشته است. در سال گذشته از میان ۱۲ کالای عمده زندگی تنها «اجاق گاز» و «تلویزیون رنگی» مورد استفاده بیش از ۹۰ درصد روستانشینان بوده و باقی اقلام توسط درصد کمتری از خانوارهای روستایی مورد استفاده قرار گرفته است. در سال ۱۴۰۰ معادل ۹۷,۸ درصد از روستاییان از «اجاق گاز» استفاده می‌کردند؛ درحالی که این رقم در سال گذشته به ۹۸,۵ درصد افزایش یافته است. درصد خانوارهای استفاده‌کننده از «تلویزیون رنگی» نیز از ۹۳,۶ درصد در سال ۱۴۰۰ به ۹۵,۱ درصد در سال ۱۴۰۱ رسیده است. در سال ۱۴۰۱، از هر ۱۰۰ خانوار روستایی حدودا ۵۹ خانوار از «ماشین لباسشویی» استفاده می‌کردند؛ درحالی که این رقم برای سال ۱۴۰۰ معادل ۶۰ خانوار از ۱۰۰ خانوار بوده است. در سمت مقابل، «ماشین ظرفشویی» و «مایکروویو و فرهای هالوژن‌دار» کالاهایی بودند که کمتر از ۳ درصد خانوارهای روستایی در سال ۱۴۰۱ از آنها استفاده می‌کردند. بیشترین کاهش مصرف نیز در «موتوسیکلت» مشاهده شده که نشان می‌دهد در سال گذشته درصد خانوارهای روستایی استفاده‌کننده از «موتورسیکلت» ۱,۲ واحد درصد کمتر از سال ۱۴۰۰ شده است. با وجود اینکه از سال ۱۴۰۰ تا سال ۱۴۰۱ درصد روستانشینان استفاده‌کننده از «یخچال فریزر» ۰,۴ واحد درصد افزایش یافته است اما همچنان کمتر از ۵۶ درصد از خانوارهای روستایی در سال گذشته مصرف‌کننده این کالا بوده‌اند. آمارها نشان می‌دهد که درصد روستاییان استفاده‌کننده از «یخچال» نیز از ۴۶,۱ درصد در سال ۱۴۰۰ به رقم ۴۶,۴ درصد در سال ۱۴۰۱ رسیده است.

جای خالی تفریح و سرگرمی

همچنین ترکیب انواع هزینه‌های غیرخوراکی یک خانوار شهری در سال گذشته نشان می‌دهد که شهرنشینان کمترین میزان هزینه‌ها را برای بخش تفریح و سرگرمی و خدمات فرهنگی اختصاص داده‌اند. درحالی که بیش از ۵۲ درصد هزینه‌های یک خانوار شهری با مسکن، سوخت و روشنایی عملا بلعیده می‌شود؛ بخش حمل و نقل و ارتباطات ۱۱,۶ درصد، بخش بهداشت و درمان ۱۲,۵ درصد و بخش کالاهای متفرقه ۱۱,۲ درصد از هزینه را برای یک خانوار شهری به خود اختصاص می‌دهد. بنابراین در بخش تفریحات و سرگرمی و خدمات فرهنگی ۲,۲ درصد هزینه شده است. جالب آنکه این رقم برای خانوارهای روستایی تقریبا نصف شده و به ۱,۳ درصد از انواع هزینه‌های سالانه رسیده است؛ در حالی که هزینه خوراکی خانوارهای روستایی ۴۱,۷ درصد و هزینه غیرخوراکی آنها ۵۸,۲ درصد از درآمدها را بلعیده است.

نگاهی به آخرین وضعیت بازار مسکن

چگونه متر به متر مسکن بخریم؟

بازار مسکن در تهران و شهرهای اطراف، هفته اخیر را بدون دریافت یا ارسال علامت خاصی از اقتصاد کلان که منجر به ایجاد التهاب شود به پایان رساند. مهمترین نشانه‌ای که هم‌اکنون در بازار ملک دیده می‌شود محو انتظارات افزایشی است که از شرایط عمومی اقتصاد ایران نشأت گرفته است. آنطور که واسطه‌های ملکی می‌گویند، هفته اخیر نیز بدون تحرک محسوسی در بازار مسکن تهران و حومه سپری شد. تعداد معاملات کاهش چشمگیری نسبت به اواخر سال گذشته یافته و همین موضوع به تغییر شرایط بازار ملک به نفع خریداران منجر شده است؛ در حالی که اواخر سال گذشته و اوایل امسال به دلیل روند صعودی قیمت‌ها عمدتا طرف عرضه دست برتر را داشت. افت تدریجی قیمت‌ها در بازار مسکن شهر تهران از اوایل خردادماه شروع شد و در حال حاضر بازار به ثبات رسیده است. نرخ‌های پیشنهادی فروش مسکن در پایتخت نسبت به اوایل امسال کاهش ۱۵ تا ۲۰ درصدی یافته است. البته با توجه به حباب قیمتی که ایجاد شده خریداران انتظار ریزش بیشتری را دارند.

شهرهای اطراف تهران نیز با کاهش معاملات و قیمت مسکن مواجه شده‌اند. مشاوران املاک در شهرهای جدید هشتگرد و پرند از ریزش تا ۲۰ درصد قیمت‌ها خبر می‌دهند. در پردیس نیز نرخ‌های پیشنهادی تا ۳۰ درصد دچار افت شده است. مالکان و سازندگان در شهرهای اطراف برای فروش واحدهای خود تخفیف ارائه می‌دهند و بعضا وسایل و تجهیزات واحدها را تکمیل می‌کنند. دولت از ابتدای شهریور همزمان با هفته دولت ۱۰۱ هزار واحد مسکونی را در قالب طرح نهضت ملی مسکن به بهره‌برداری رساند. این میزان عرضه می‌تواند تا حدی به آرامش بازار مسکن کمک کند. از طرف دیگر بررسی‌ها از ثبات نسبی قیمت مصالح ساختمانی حکایت دارد. اگر معاملات به اندازه‌ای رونق بگیرد ساخت و ساز از سوی بخش خصوصی افزایش پیدا می‌کند که در ایجاد تعادل بین عرضه و تقاضا تاثیرگذار است؛ مشروط به آنکه محرکی از سمت بازارهای موازی به بازار مسکن تلنگر نزند.

دولت از نیمه اردیبهشت‌ماه امسال طرح ساماندهی مشاوران املاک با هدف رتبه‌بندی این صنف و برخورد با مشاوران املاک متخلف و بدون مجوز را در دستور کار قرار داده است. در این راستا کارگروهی متشکل از نماینده وزارت راه و شهرسازی، وزارتخانه‌های اقتصاد و صمت، پلیس فراجا، سازمان تعزیرات حکومتی و دستگاه‌های امنیتی ذیل شوراهای مسکن استان‌ها شکل گرفت. این کارگروه بنا به دستور «سیدابراهیم رئیسی»، رئیس‌جمهوری تشکیل شده است. حدود ۱۷۴ هزار واحد صنفی مشاور املاک در سطح کشور فعال هستند که حدود ۱۷ هزار واحد از این تعداد فاقد مجوزند؛ افرادی که بدون داشتن مسئولیت بعضا به آشفتگی بازار مسکن دامن می‌زنند. طبق گفته مشاور وزیر راه و شهرسازی، تاکنون بیش از ۳ هزار واحد صنفی متخلف در سطح کشور پلمب شده و بازرسی‌ها در استان‌ها همچنان ادامه دارد. همچنین تاکنون حدود ۶۳ هزار خانه خالی شناسایی شده و برای مالکان این خانه‌ها برگه مطالبات مالیاتی صادر شده است. دولت اعلام کرده که از نیمه شهریور امسال، مالیات واحدهای خالی از سکنه را با جدیت بیشتری دنبال می‌کند. درخصوص نرخ‌گذاری بی‌ضابطه در بازار مسکن نیز پیشنهاد شده است تا دولت برای تخلفات سکوهای آنلاین خرید و فروش مسکن جرایم پلکانی تعیین کند. «احسان خاندوزی»، وزیر اقتصاد در این زمینه گفته است که باید برای هر بار تخلف یک جریمه تعیین شود و اگر جریمه بی‌نتیجه بود در نهایت آن سکو لغو مجوز و بسته شود. در حال حاضر کارشناسان و فعالان اقتصادی معتقدند به دلیل اثرپذیری و اثرگذاری بازار مسکن بر اقتصاد کلان هم‌اکنون افزایش تعاملات بین‌المللی، آزادسازی اموال بلوکه شده ایران، کاهش نرخ تورم، ثبات نرخ ارز، اجرای طرح مالیات خانه‌های خالی و برخورد با مشاوران املاک متخلف باعث آرامش نسبی بازار مسکن شده است. اگرچه مرکز آمار ایران و بانک مرکزی گزارش تحولات بازار مسکن را منتشر نمی‌کنند، اما مسئولان وزارت راه و شهرسازی از کاهش ۳,۸ درصدی ماهیانه قیمت مسکن در تیرماه امسال خبر داده‌اند. ادامه رکود معاملات می‌تواند اثرات کاهشی بیشتری بر قیمت مسکن بگذارد.

در همین حال، متقاضیان با استفاده از اوراق سلف مسکن می‌توانند مسکن مورد نظر خود را به صورت متری خریداری کنند. اوراق سلف مسکن، مدلی از فروش متری است که منجر به ساخت واحد مسکونی و مالکیت خریداران این اوراق می‌شود. اوراق سلف مسکن مبتنی بر عقد سلف است. عقد سلف به افراد این اجازه را می‌دهد که کالایی که نیاز دارند را امروز به صورت خرد و متری خریداری و در زمانی که کالا آماده شد آن را تحویل بگیرند. در این روش هر برگ اوراق سلف معادل یک متر مسکن است و متقاضی خرید می‌تواند تا زمان تحویل مسکن متناسب با واحد مدنظر خود اوراق موردنظر را خریداری کند. مثلا فرض کنید که یک ملک ۶۰ متری داریم. اگر فرد بتواند ۶۰ متر اوراق سلف مسکن این ملک را خریداری کند، می‌تواند ملک را فیزیکی تحویل بگیرد. چنانچه میزان اوراق خریداری‌شده در زمان تحویل ملک متناسب با قیمت یک واحد موردنظر نباشد خریدار می‌تواند اوراق خریداری شده را به قیمت روز تسویه کند. خریداری که در زمان سررسید اوراق را تسویه کند در واقع، قیمت دارایی‌اش متناسب با نوسان بخش مسکن تغییر کرده است. در نتیجه حتی اگر کسی این اوراق را خریده در زمان سررسید آن را تسویه کند، از این اوراق به عنوان ابزاری برای پوشش ریسک استفاده کرده و از نوسان‌های قیمت مسکن در امان مانده است.

دستورالعمل انتشار اوراق سلف مسکن قطعا تا پایان سال در هیأت‌مدیره سازمان بورس به تصویب می‌رسد و با تصویب آن امکان انتشار آن فراهم می‌شود. در حال حاضر تامین سرمایه بانک مسکن متقاضی استفاده از این اوراق برای تامین مالی برخی پروژه‌های ساخت مسکن است و احتمالا با توجه به چنین درخواستی این اوراق تا پایان سال منتشر خواهد شد. به نظر می‌رسد دولت علاقه زیادی برای انتشار این اوراق دارد و در همین زمینه یک کارگروه مشترک در سازمان بورس با همکاری وزارت اقتصاد تشکیل شده و این کارگروه در تلاش برای فراهم کردن زمینه انتشار این اوراق است.

مناقصه عمومی احداث فاز ۲ مجتمع کارآفرینی روستای سقرچین

دهیاری سقرچین

دهیاری سقرچین در نظر دارد نسبت به انجام پروژه احداث فاز ۲ مجتمع کارآفرینی روستا براساس مصوبه صورتجلسه شماره ۹۵ مورخ ۱۴۰۲/۵/۱۵ شورای اسلامی سقرچین و مصوبه صورتجلسه شماره ۴۸۷/ج/ الف مورخ ۱۴۰۲/۵/۲۸ هیات انطباق از طریق مناقصه عمومی سامانه الکترونیک دولت (ستاد) اقدام نماید. شرایط مناقصه ۱/ مبلغ سپرده شرکت در مناقصه: به مبلغ ۶۱۶/۶۷۹/۶۷۰ ریال بصورت ضمانتنامه بانکی یا فیش واریزی به شماره حساب ۱۰۰۰۱۳۰۲۴۹۳۷۷ پست بانک بنام دهیاری سقرچین (توجه : سپرده نفرات اول – دوم و سوم مناقصه تا زمان عقد قرار داد مسترد نخواهد شد) ۲/ سایر اطلاعات و جزئیات مربوط به واگذاری در اسناد مناقصه درج گردیده است۳/ دهیاری در رد یا قبول پیشنهادات مختار است۴/ هزینه درج آگهی به عهده برنده مناقصه می باشد۵/ مهلت دریافت اسناد مناقصه درسامانه ستاد؛ از تاریخ ۱۴۰۲/۶/۱۸ تا تاریخ ۱۴۰۲/۶/۲۷ می باشد۶/ مهلت ارائه پیشنهادات درسامانه ستاد: اسناد تا ساعت ۱۳ مورخ ۱۴۰۲/۶/۲۷ می باشد۷/ زمان بازگشایی پاکت ها ساعت ۱۴ مورخ ۱۴۰۲/۶/۲۸ در محل دهیاری می باشد. متقاضیان شرکت درفراخوان درصورت عدم عضویت درسامانه ، نسبت به ثبت نام ودریافت گواهی امضای الکترونیکی (بصورت برخط)برای کلیه صاحبان امضای مجازومهرسازمانی اقدام لازم بعمل آورند.

حسن هفت لنگ – دهیار روستای سقرچین

۸۷۴

نرخ بهره بین‌بانکی در هفته نخست شهریور تغییری نکرد

بازار داغ بانک مرکزی در آخر تابستان

در هفته‌ای که گذشت (هفته منتهی به ۸ شهریورماه) نرخ بهره بین بانکی (شبانه) برابر با ۲۳,۵۷ درصد به ثبت رسیده و روند ثابتی داشته است. نرخ بهره بین‌بانکی در سیاستگذاری‌های اقتصادی عموما شاخص کلیدی اقتصاد نامیده می‌شود. برخی مسیر کنترل تورم را از طریق مدیریت نرخ بهره می‌دانند. این متغیر در هفته اخیر تغییری نداشته است. نرخ بهره بین بانکی در بازاری به دست می‌آید که در آن بانک‌ها به عرضه و تقاضای اعتبارات می‌پردازند. این شاخص به صورت موزون از بده بستان در این معاملات حاصل می‌شود. زمانی‌که یک بانک با کسری نقدینگی مواجه می‌شود با مراجعه به بازار بین‌بانکی می‌تواند به شکلی کوتاه‌مدت، از سایر بانک‌ها اعتبار استقراض کند. برخی از کارشناسان معتقدند نرخ بهره‌ای که در این بازار شکل می‌گیرد، مهمترین عامل اثرگذار در تعیین سایر نرخ بهره‌ها مانند اوراق بهادار دولتی و نرخ سود سپرده‌هاست.

به گزارش «اکوایران»، مطابق بررسی‌ها نرخ بهره بازار شبانه در هفته منتهی به ۸ شهریورماه با رقم ۲۳,۵۷ درصد به ثبت رسیده است. بررسی‌ها نشان می‌دهد که از هفته سوم خردادماه که بانک مرکزی عملیات بازار باز را رونق داده، نوسانات آن کاهش یافته و اکنون در مسیر صعودی قرار گرفته است. در هفته‌های اخیر بانک مرکزی در بازار باز تزریق نقدینگی را شدت بیشتری بخشیده است. معاملات بازار باز ماهیت میان‌مدت دارد و بانک مرکزی در آن تصمیم‌گیرنده صرف است. در هفته‌های اخیر این نهاد با صد درصد نیاز نقدینگی بانک‌ها موافقت کرده و سطح تزریق پول را ارتقا داده است. سیاستگذار اقتصادی در این نهاد، می‌تواند نیازهای کوتاه‌مدت در بازار شبانه را نیز مدیریت کند؛ بازاری که برخلاف بازار باز، ماهیت معاملات در آن کوتاه‌مدت‌تر است.

دامنه نرخ بهره بین‌بانکی و تغییرات آن همواره از سوی بانک مرکزی تعیین می‌شود؛ کریدوری که از ۱۷ تا ۲۴ درصد در ماه‌های اخیر اعلام شده است. بانک مرکزی در صورتی که بانک‌ها نیاز به اعتبارات کوتاه‌مدت داشته باشند به صورت منفعلانه با نرخ سود ۲۴ درصدی در بانک‌ها تزریق پول می‌کند. موضوعی که در اطلاعیه‌های آماری بانک مرکزی، تزریق اعتبارات قاعده‌مند گفته می‌شود. تزریق بالای پول در بانک‌ها در عملیات بازار باز و استقراض نقدینگی در بازار شبانه را عموما کارشناسان از ناحیه بیشتر شدن کسری نقدینگی در نهادهای مالی می‌دانند، اما حتی این تزریق نیز تقاضای پول بانک‌ها در معاملات بین‌بانکی را کمتر نکرده است. ثبات کسری منابع در بازار بین‌بانکی موجب شده است تا نرخ بهره نیز مسیر ثابتی را طی کند. البته هنوز نوساناتی در نرخ بهره شبانه دیده می‌شود که بخشی از آن عادی و به دلیل ماهیت شناور آن در بازار است. به عنوان مثال، هفته گذشته نرخ بهره بین‌بانکی به سقف سه ماهه خود با نرخ ۲۳,۵۹ درصد نزدیک شد ولی در این هفته تنها کاهشی جزئی را تجربه کرد که حکایت از ثبات نسبی بازار شبانه در هفته گذشته دارد.

براساس این گزارش، در هفته منتهی به ۶ شهریورماه حدود ۱۱۶ همت نقدینگی در بازار باز تزریق شده است. بررسی‌ها نشان می‌دهد که تزریق پول در این بازار در هفته‌های اخیر مسیری صعودی را اتخاذ کرده است.

عملیات بازار باز	هفته منتهی به ۶ شهریورماه ۱۴۰۲
شماره حراج	۲۳
موضع عملیاتی بانک مرکزی	توافق بازخرید
تعداد بانک‌ها و موسسات اعتباری غیربانکی شرکت‌کننده در حراج	۲۰
ارزش سفارش‌های ارسال‌شده (هزار میلیارد تومان)	۱۱۶,۰۲۰
ارزش سفارش‌های پذیرفته‌شده-توافق بازخرید (هزار میلیارد تومان)	۱۱۶,۰۲۰
مدت توافق بازخرید (روز)	۷
حداقل نرخ توافق بازخرید (درصد)	۲۳
ارزش توافق بازخرید سررسیدشده (هزار میلیارد تومان)	۱۱۵,۱۶۰
اعتبارگیری قاعده‌مند	**در هفته منتهی به ۶ شهریورماه ۱۴۰۲**
تعداد بانک‌ها و موسسات اعتباری غیربانکی استفاده‌کننده	۲
ارزش اعتبارگیری (هزار میلیارد تومان)	۱,۴۶۰
ارزش توافق بازخرید سررسیدشده (هزار میلیارد تومان)	۰

در هفته اول شهریورماه ۱۴۰۲، میزان کل وجوه تزریق‌شده به بازار باز و شبانه نسبت به هفته‌های گذشته رشد کرده است. این دو بازار که محلی برای تامین تقاضای نقدینگی موردنیاز بانک‌ها هستند، می‌توانند مفری برای بزنگاه‌های کسری نقدینگی در بانک‌ها و روبه‌رو شدن با انتظارات تورمی باشند. براساس تصمیمات بانک مرکزی نرخ بهره استقراض بانک‌ها در عملیات بازار باز ۲۳ درصد است. به عبارت دیگر، زمانی که بانک‌ها با محدودیت منابع مالی روبه‌رو می‌شوند، می‌توانند در زمان اجرای عملیات بازار باز، اوراق بهادار خود را به بانک مرکزی ببرند و به طور موقت مبلغی معادل ارزش اوراق بهادارشان را از بانک قرض بگیرند. با این کار در ازای استقراض منابع مالی، اوراق به نوعی در گرو بانک مرکزی باقی می‌ماند و در این صورت پس از سررسید زمان تسویه وام که عموما هفت روز است، باید اصل مبلغی که از بانک قرض گرفته بودند را به همراه سررسید به بانک مرکزی بازپرداخت کنند.

در بیست و سومین حراج اوراق بهادار بانک مرکزی در بازار شبانه، حدود ۱۱۶ همت پول در بازار باز تزریق شده است. این مبلغ نسبت به هفته منتهی به ۳۱ مردادماه ۱۴۰۲ حدود ۱,۵ همت افزایش یافته ولی همچنان در کانال ۱۱۰ تا ۱۲۰ همت قرار دارد. این عملیات در اصطلاح ریپو کردن اوراق بهادار بانک‌ها توسط بانک مرکزی نامیده می‌شود. هدف بانک مرکزی از این عملیات اولا فراهم کردن امکاناتی برای قفل نشدن نقدینگی در دارایی‌های بانک‌هاست و در وهله دوم قصد دارد تا نرخ بهره بین بانکی که نرخی موثر بر اقتصاد است را کنترل کند.

به عقیده برخی از کارشناسان، نرخ بهره بین بانکی می‌تواند بر تمامی نرخ بهره‌هایی که به شکل دستوری تعیین نمی‌شوند اثرگذار باشند. نرخ بهره بین بانکی نرخ بهره‌ای است که تماما در بازار شبانه یا بین بانکی شکل گرفته و از تعادل عرضه و تقاضای نقدینگی به دست می‌آید. این بازار که نوعی بازار با سررسید کوتاه‌مدت است، محلی برای تامین نقدینگی برای بانک‌هایی است که با کسری نقدینگی مواجه هستند و برای افراد قرض‌دهنده نیز با نرخ بهره‌ای همراه است. این نرخ در هفته منتهی به یکم شهریورماه ۱۴۰۲ حدود ۲۳,۵۹ درصد به ثبت رسیده است. با توجه به اینکه صد درصد تقاضای نقدینگی بازار باز توسط بانک مرکزی پاسخ داده می‌شود و نرخ بهره آن نیز در مقایسه با بازار شبانه پایین‌تر است، طبیعی است که بانک‌ها بیشتر تمایل به استفاده از وجوه بازار باز را داشته باشند، اما نکته قابل توجه اینجاست که برای استفاده از وجوه این بازار لازم است تا بانک دارای اوراق باشد و شامل محدودیت‌های قانونی بانک مرکزی نیز نباشد.

بانک مرکزی نمی‌تواند به طور مستقیم در کنترل نرخ بهره بین‌بانکی ورود کند، اما می‌تواند با تعیین دالان سود در نرخ بهره بین‌بانکی، از نوسانات شدید آن جلوگیری کند. سقف این دالان در حال حاضر ۲۴ درصد است. به عبارت بهتر، بانک مرکزی تعهد داده است که هرگاه بانک‌ها در بازار شبانه تقاضای نقدینگی با نرخ سود ۲۴ درصد داشته باشند، بانک مرکزی تقاضای‌شان را بی‌چون و چرا پاسخ خواهد داد. این نوع از استقراض که با نام اعتبارگیری قاعده‌مند از بانک مرکزی نیز شناخته می‌شود، در هفته گذشته حدود ۱,۴ همت و توسط دو موسسه مالی و بانکی صورت گرفته است.

برای واردات نیازی به خرید خودرو فرسوده نیست

قیمت خودرو فرسوده اعلام شد

هنوز داستان قیمت‌های نجومی خودروهای فرسوده و قراضه ادامه دارد؛ ماجرایی که از یک خبر شروع شد. آنطور که در خبرها دیده می‌شد، پس از ارسال آیین‌نامه واردات خودروهای کارکرده به مجلس شورای اسلامی، یک نماینده مجلس مفاد این آیین‌نامه هفت‌بندی را منتشر کرد که آخرین بند آن به موضوع اسقاط خودروهای فرسوده و واردات خودرو مرتبط است. آخرین بند آیین‌نامه واردات خودروهای کارکرده به موضوع الزام اسقاط یک خودروی فرسوده به ازای هر خودروی کارکرده وارداتی اشاره دارد که مطابق با این بند، هر فرد حقیقی و حقوقی برای واردات یک دستگاه خودروی کارکرده باید گواهی اسقاط یک دستگاه خودروی فرسوده را دریافت کند.

پس از این خبر بود که سودجویان و دلالان از فرصت استفاده کردند و عنوان شد که با داشتن (خود) خودروی فرسوده می‌توان برای واردات خودروهای کارکرده خارجی با عمر حداکثر پنج سال اقدام کرد. بر همین اساس، این موضوع آغازی برای انتشار آگهی‌های فروش خودروهای فرسوده در برخی از سایت‌های خرید و فروش شد؛ تا جایی که قیمت برخی از خودروهای مدل پایین همچون پیکان‌های دهه ۵۰ و ۶۰ به شکل عجیبی افزایش یافته و حتی تا ۵۰۰ میلیون تومان هم پیش رفت.

با این حال، رئیس انجمن مراکز اسقاط و بازیافت خودرو در واکنش به چنین اتفاقاتی، قیمت خودروهای فرسوده را اعلام کرد و گفت: در چند روز گذشته قیمت خودرو فرسوده به طور عجیبی افزایش یافت. در صفحه مراکز اسقاط خودرو چیزی بالغ بر ۴۰ هزار گواهی اسقاط به قیمت ۳۵ میلیون تومان موجود است. البته فریب برخی از افراد سودجو را نباید خورد، قیمت واقعی خودرو فرسوده در حال حاضر بین ۳۵ تا ۴۲ میلیون تومان و آن هم بسته به نوع و کیفیت خودرو است. به گفته «مشهدی شریف»، قیمت لاشه در حدود ۱۲ تا ۱۵ میلیون تومان است که در مجموع با گواهی اسقاط حدود ۴۵ میلیون تومان می‌شود؛ قیمت خرید خودرو حدود ۳۵ تا ۴۰ میلیون تومان است. بنابراین سود ناخالص مراکز که شامل سود خالص و هزینه اسقاط می‌شود، حدود ۵ میلیون تومان است.

در همین حال، رئیس ستاد نوسازی ناوگان و اسقاط خودروهای فرسوده با اشاره به اینکه تا اواخر سال گذشته در ازای هر دستگاه خودروی وارداتی بایستی هشت گواهی اسقاط ارائه می‌شد، گفت: در حال حاضر تا زمان ابلاغ آیین‌نامه جدید، در ازای هر دو خودروی وارداتی یک گواهی اسقاط بایستی توسط واردکننده ارائه شود؛ ضمن اینکه متقاضیان واردات خودرو نیازی به خرید خودرو فرسوده ندارند. به گفته «مهران سالاریه»، طبق قانون تا پایان سال ۱۴۰۱ به ازای واردات هر دستگاه خودرو، به طور متوسط هشت گواهی اسقاط لازم بود، اما اکنون (جدا از بحث واردات خودروهای کارکرده که هنوز مصوبه آن ابلاغ نشده است)، در حال حاضر به ازای واردات هر دو خودرویی که واردات شود، یک گواهی اسقاط بایستی توسط واردکننده، ارائه شود.

او با بیان اینکه اشخاص حقیقی و حقوقی که قصد واردات خودرو دارند، نیازی به خرید خودروی فرسوده به نام خود ندارند، افزود: حجم قابل توجهی گواهی اسقاط از سال‌های گذشته در سبد مراکز اسقاط انباشت شده است که پاسخگوی نیاز واردات و تولیدکنندگان داخلی خودرو است. براساس برنامه‌ریزی انجام شده برای تمام واردکنندگان خودرو اعم از حقیقی و حقوقی پس از واردات خودرو و ترخیص از گمرک، گواهی اسقاط تخصیص داده خواهد شد و هیچ نگرانی در این خصوص وجود ندارد.

در این میان، وزیر صنعت، معدن و تجارت با اشاره به تغییر قیمت خودرو در آینده گفت: در صنعت خودرو با تعمیق ساخت داخل و تمرکز بر کیفیت باید به سمت قیمت‌های جهانی حرکت کنیم. «عباس علی‌آبادی» در آیین افتتاح شرکت فولاد دشتستان واقع در شهرک زاویه از توابع شهرستان زرندیه در جمع خبرنگاران با اشاره به استقرار صنایع راهبردی و استراتژیک در استان مرکزی و ضرورت توجه به صادرات و تجارتی که مبتنی بر پشتیبانی تولید صنعتی باشد، افزود: شرکت فولاد دشتستان قادر است محصولات بالادستی را به تولیدات پایین‌دستی تبدیل کند و ارزش افزوده‌ای بین ۲۰ الی ۳۰ درصد ایجاد کند، گرچه در برنامه‌های توسعه‌ای باید به سمت ایجاد ارزش افزوده بالاتر برویم.

وی با اشاره به اینکه یکی از نیازهای کشور، تامین ورق‌های سبک برای صنعت خودروسازی و لوازم خانگی است که بر این دو مورد در صنعت تمرکز کرده‌ایم، ادامه داد: امید است این نقاط تمرکزی به اهداف برسد. هم‌اکنون در نقطه امید قرار داریم و امیدواریم به نقطه هدف دست یابیم.

وزیر صنعت، معدن و تجارت همچنین درخصوص تنش آبی در کشور و نیاز آبی صنایع گفت: ایران کشوری است که از نظر منابع آبی در مضیقه است و باید برای مصرف بهینه به سمت صنعتی‌شدن حرکت کنیم و به دلیل ارزش افزوده بالایی که صنعت ایجاد می‌کند باید سهم بیشتری از منابع آبی به صنعت اختصاص یابد. در حوزه کشاورزی نیز باید به سمت و سوی کشاورزی مدرن و پیشرفته با مدیریت منابع آبی حرکت کرد.

«علی‌آبادی» درخصوص موضوع کاهش قیمت خودرو نیز گفت: در حوزه قیمت خودرو، با تعمیق ساخت داخل و تمرکز بر کیفیت باید به سمت قیمت‌های جهانی حرکت کنیم. مسئله کاهش قیمت یک بحث است و کیفیت بخشی به تولید خودرو و رسیدن به نرم جهانی، مسئله دیگری است که هر دو باید دنبال شوند.

او با بیان اینکه در تولید خودرو به سمت برقی‌سازی حرکت می‌کنیم، گفت: برای برقی‌سازی خودروها تلاش می‌شود تعرفه‌ها کاهش یابد تا افزایش قیمت ناشی از برقی‌سازی جبران شود و از محل سود حاصل از صرفه‌جویی سوخت می‌توان این هزینه‌ها را جبران کرد. مردم در حوزه صنعت خودرو در آینده خبرهای خوبی خواهند شنید.

اخبار

نرخ ارز در مرکز مبادله کاهش یافت

سکه در کانال ۲۸ میلیونی

هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید در بازار تهران با ۲۰۰ هزار تومان افزایش نسبت به آخرین روز کاری هفته گذشته با قیمت ۲۸ میلیون و ۲۰۰ هزار تومان تومان به فروش رسید. در جریان دادوستدهای روز شنبه و براساس نرخ‌های اعلامی اتحادیه صنف فروشندگان و سازندگان طلا، جواهر، نقره و سکه تهران، قیمت هر قطعه سکه بهار آزادی طرح جدید با رقم ۲۸ میلیون و ۲۰۰ هزار تومان تومان معامله شد که نسبت به روز پنجشنبه هفته گذشته، ۲۰۰ هزار تومان افزایش داشته است. سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم نیز بدون تغییر نسبت به روز پنجشنبه در همان رقم ۲۵ میلیون و ۳۰۰ هزار تومان داد و ستد شد. نیم‌سکه با ۱۰۰ هزار تومان افزایش قیمت، ۱۵میلیون و ۱۵۰ هزار تومان قیمت خورد. قیمت ربع سکه ۱۰ میلیون و ۲۰۰ هزار تومان و سکه گرمی با نرخ ۶ میلیون تومان داد و ستد شد. قیمت هر گرم طلای ۱۸ عیار در بازار طلای تهران ۲ میلیون و ۳۵۱ هزار تومان اعلام شد. بهای هر اُنس طلا در بازارهای جهانی نیز به یک هزار و ۹۴۱ دلار رسید.

همچنین قیمت انواع ارز در مرکز مبادله ارز و طلای ایران کاهش یافت. برپایه داد و ستد بازار مبادله ارز و طلای ایران، هر اسکناس دلار در قیمت ۴۱ هزار و ۲۸۷ تومان و قیمت حواله دلار به ۳۷ هزار و ۵۳۴ تومان ثابت ماند. بهای هر اسکناس یورو ۴۴ هزار و ۵۴۰ تومان و بهای حواله یورو ۴۰ هزار و ۴۹۱ تومان، هر اسکناس درهم ۱۱ هزار و ۲۴۲ تومان و هر حواله درهم ۱۰ هزار و ۲۲۰ تومان کشف شد.

رئیس‌کل بانک مرکزی معرفی کرد

معاون جدید نظارت بانک مرکزی

رئیس‌کل بانک مرکزی طی حکمی، «فرشاد محمدپور» را به سمت معاون جدید نظارت بانک مرکزی منصوب کرد. طبق اعلام بانک مرکزی، «فرشاد محمدپور» به عنوان معاون جدید نظارتی این بانک پیش از این عضو هیأت عامل و معاون توسعه مدیریت و منابع بانک مرکزی بود. وی فارغ‌التحصیل دکترای حسابداری از دانشگاه تهران، مدرس دانشگاه تهران، حسابدار رسمی و کارشناس رسمی دادگستری در شاخه مالی است. «محمدپور» بالغ بر ۱۶ سال سابقه در حوزه‌های مالی، حسابرسی و مدیریتی داشته و قبل از تصدی مسئولیت در بانک مرکزی، عضو هیأت مدیره و هیأت عامل بانک کارآفرین و معاون مالی و مجامع بانک کارآفرین بوده است. از دیگر سوابق اجرایی وی می‌توان به عضویت در شورای عالی کانون بانک‌ها و موسسات خصوصی، مدیرعامل شرکت حسابرسی تدبیر برتر، رئیس هیأت مدیره شرکت‌های بیمه کارآفرین، حسابرسی تدبیر برتر، گروه مالی کارآفرین و موسسه تامین آتیه کارکنان کارآفرین، عضو هیأت مدیره شرکت مشاوره سرمایه‌گذاری دیدگاهان نوین، هلدینگ فناوری نگاه، خدمات مدیریتی دیدگاهان جاوید، عضو کمیته حسابرسی شرکت بورس تهران، فولاد خوزستان، بانک ملی ایران، پتروشیمی خارگ و... اشاره کرد. «محمدرضا فرزین» همچنین ضمن تقدیر و تشکر از خدمات و تلاش‌های «ابوذر سروش»، معاون پیشین نظارت بانک مرکزی، وی را به عنوان مشاور رئیس‌کل بانک مرکزی منصوب کرد.

در ۵ ماهه نخست امسال

۴ تن شمش طلا وارد کشور شد

به گفته گمرک ایران، در پنج ماهه سال جاری ۴ تن و ۱۰۴ کیلوگرم شمش طلای استاندارد به ارزش ۲۶۵ میلیون و ۳۷۶ هزار دلار وارد کشور شده است. طبق اعلام گمرک ایران، واردات شمش طلا با اختصاص ۱,۱ درصد از ارزش کل واردات کشور در پنج ماهه سال جاری، رتبه نهم اقلام عمده کالاهای وارداتی کشور را به خود اختصاص داد. این گزارش درخصوص عمده واردات شمش طلا به کشور به تفکیک گمرکات در پنج ماهه سال جاری می‌افزاید: در این مدت دو تن و ۲۷۶ کیلوگرم شمش طلا از گمرک فرودگاه امام (ره) وارد کشور شد، به طوری که ۵۵ درصد از واردات شمش طلا از این گمرک ترخیص شده است. گمرک باشماق و تبریز به ترتیب با واردات یک تن و ۱۶۷ کیلوگرم و ۵۶۰ کیلوگرم در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند. گفتنی است هیأت دولت در آذرماه سال گذشته مصوب کرد تا تسهیلاتی جهت واردات شمش طلا برقرار شود، پس از این مصوبه واردات شمش طلا به کشور آغاز شد.

تاخیری که ریزش بیت‌کوین را رقم زد

بیت‌کوین در سطح ۲۵ هزار دلار

کمیسیون بورس و اوراق بهادار ایالات متحده آمریکا تایید هر هفت برنامه صندوق قابل معامله در بورس بیت‌کوین را به تعویق انداخت. به گزارش کریپتو، کمیسیون بورس و اوراق بهادار ایالات متحده (SEC) تایید همه هفت برنامه صندوق قابل معامله در بورس بیت‌کوین (ETF) از جمله بلک راک، اینوسکو، ویزدم‌تری و دیگران را به تاخیر انداخت. «گری جنسلر»، مدیر کمیسیون به طور مداوم از عدم پذیرش پیشنهادات صندوق قابل معامله در بورس بیت‌کوین به عنوان اقدامی برای محافظت از سرمایه‌گذاران در برابر تقلب بالقوه در صنعتی که او آن را مستعد چنین فعالیت‌هایی می‌داند، دفاع کرده است. او می‌گوید: کمیسیون لازم می‌داند که دوره طولانی‌تری را برای اقدام در مورد تغییر قانون پیشنهادی تعیین کند تا زمان کافی برای بررسی و موضوعات مطرح‌شده در آن داشته باشد. این حکم به دنبال پیروزی قابل توجه صندوق گری اسکیل در برابر کمیسیون است. در اوایل هفته دادگاه تجدیدنظر فدرال رد پیشنهاد گری اسکیل برای تبدیل صندوق آن به صندوق قابل معامله در بورس بیت‌کوین را لغو کرد. دادگاه این انکار را رفتاری خودسرانه و دمدمی‌مزاج تلقی کرد؛ زیرا کمیسیون رفتار متمایز خود با محصولات مشابه را توجیه نکرده بود. طرفداران ارزهای رمزنگاری‌شده مدت‌هاست ادعا می‌کنند که معرفی یک صندوق نقدی برای سرمایه‌گذاران سودمند خواهد بود. وجود چنین محصولی فرآیند مشارکت بازیگران نهادی در بازار کریپتو را ساده می‌کند. پس از حکم دادگاه گری اسکیل در اوایل سال جاری، تحلیلگران بلومبرگ گفتند که احتمال ورود صندوق‌های قابل معامله در بورس بیت‌کوین به بازار تا پایان سال ۲۰۲۳ به میزان ۷۵ درصد بهبود یافته است همچنین آنها تقریبا مطمئن هستند که تا پایان سال ۲۰۲۴، ایالات متحده یک محصول در بازار خواهد داشت. ایده محصول بیت‌کوین نقطه‌ای هیجان زیادی را برای برخی از حامیان ایجاد کرده است. آنان بر این باورند که این صندوق‌ها می‌توانند پول زیادی احتمالا ده‌ها میلیارد دلار کسب کنند.

مجموع ارزش بازار جهانی ارزهای دیجیتال در حال حاضر ۱,۰۴ تریلیون دلار برآورد می‌شود که این رقم نسبت به روز قبل ۰.۹۵ درصد کمتر شده است. در حال حاضر ۴۸ درصد کل بازار ارزهای دیجیتال در اختیار بیت‌کوین بوده که در یک روز ۰.۰۷ درصد کاهش داشته است. حجم کل بازار ارزهای دیجیتال در ۲۴ ساعت گذشته ۳۴,۱۹ میلیارد دلار است که ۹ درصد کاهش داشته است. حجم کل در امور مالی غیرمتمرکز در حال حاضر ۲,۰۷ میلیارد دلار است که ۶ درصد از کل حجم ۲۴ ساعته بازار ارزهای دیجیتال بوده و حجم تمام سکه‌های پایدار اکنون ۳۲,۶۴ میلیارد دلار است که ۹۵ درصد از کل حجم ۲۴ ساعته بازار ارزهای دیجیتال را تشکیل می‌دهد. قیمت بیت‌کوین در حال حاضر در نیمه کانال ۲۵ هزار دلاری قرار دارد.

خبرنامه

مصرف برق صنایع ایران به اندازه مصرف ۳ کشور اروپایی است

رکوردزنی مصرف برق صنایع

براساس آماری که استخراج شده، مصرف برق صنایع ایران معادل جمع مصرف برق سه کشور سوئیس، دانمارک و ایرلند است در حالی که این سه کشور با این میزان برق ۱۷۳۲ میلیارد دلار تولید ناخالص داخلی دارند اما در داخل، واحدهای صنعتی معادل ۱۳۰ میلیارد دلار تولید ناخالص داخلی برای کشور به همراه می‌آورند. به گزارش «ایسنا»، ظرفیت تامین برق ایران موضوعی است که تنها در قیاس با ظرفیت سایر کشورها و مطالعات تطبیقی به درستی برای مخاطبان تصویر می‌شود. در این راستا به منظور بررسی میزان برق تامین شده برای صنعت کشور به مقایسه میزان انرژی تامین شده بین مشترکان صنعتی ایران و چند کشور اروپایی می‌پردازیم.

براساس آمارنامه سالانه صنعت برق کشور در سال ۱۴۰۱، مشترکان صنعتی ایران شامل صنایع بزرگ و انرژی‌بر، صنایع داخل شهرک‌های صنعتی و همچنین صنایع خرد و صنفی صنعتی مجموعا ۱۱۵ میلیارد کیلووات ساعت در ۱۲ ماه سال برق مصرف کردند.

به منظور اثر تامین برق صنایع کشور در اقتصاد ابتدا باید سری به صحبت‌های وزیر صمت بزنیم. عباس علی‌آبادی، وزیر صمت چندی پیش در آیین گرامیداشت روز ملی صنعت و معدن گفت: بخش صنعت، معدن و تجارت با در اختیار داشتن سهم ۳۰ درصدی از تولید ناخالص داخلی کشور، بیشترین عوامل مولد اقتصاد را در خود جای داده است.

براساس به‌روزترین اطلاعات بانک جهانی از سال ۲۰۲۲، تولید ناخالص ایران نزدیک به ۳۹۰ میلیارد دلار عنوان شده است. کنار هم قرار دادن این اطلاعات یعنی، مصرف ۱۱۵ میلیارد کیلووات ساعت برق در سال ۱۴۰۱ به تولید ناخالص داخلی ۱۳۰ میلیارد دلاری برای ایران ختم شده است؛ موضوعی که قطعا مورد توجه وزیر صمت هم قرار دارد و باتوجه به سال‌های فعالیت در صنعت برق و حوزه انرژی، افزایش بهره‌وری صنایع ایران برای خلق ارزش افزوده بالاتر در دستور کار مجموعه صمت قرار خواهد گرفت؛ همانطور که تلاش برای تکمیل زنجیره ارزش صنایع مختلف و جلوگیری از خام‌فروشی نیز از دیگر موارد جدی دستور کار وزارت صمت با مدیریت جدید است.

حال به منظور بررسی شرایط تامین برق صنایع در ایران و ایجاد درک دقیق‌تر از کار مهمی که در کشور در حال اجراست، به مقایسه مصرف برق صنعتی کشور با سه کشور اروپایی سوئیس، ایرلند و دانمارک می‌پردازیم. براساس اطلاعات worldpopulationreview مصرف برق کلیه مشترکان صنعتی، خانگی، کشاورزی و سایر مصرف‌کنندگان برق کشور سه کشور سوئیس، دانمارک و ایرلند در یک سال کامل ۲۰۲۲ به ترتیب ۵۸.۴۶، ۳۳.۰۲ و ۲۵.۶۸ میلیارد کیلووات ساعت برق آورد می‌شود.

تجمیع این آمار مشخص می‌کند، مصرف برق سالانه همه مشترکان در سه کشور سوئیس، دانمارک و ایرلند روی هم معادل ۱۱۷ میلیارد کیلووات ساعت محاسبه می‌شود. نگاهی به تولید ناخالص داخلی این سه کشور براساس آمار بانک جهانی بیانگر آن است که سوئیس، دانمارک و ایرلند به ترتیب ۸۰۸، ۳۹۵ و ۵۲۹ میلیارد دلار است که مجموعا به عدد ۱۷۳۲ میلیارد دلار می‌رسد. به عبارت دیگر، سه کشور اروپایی سوئیس، دانمارک و ایرلند با مصرف برقی معادل ۱۱۷ میلیارد کیلووات ساعت برق تولید ناخالص ۱۷۳۲ میلیارد دلاری را به ثبت رسانده‌اند.

اطلاع از این آمار نشان می‌دهد، مصرف برق صنایع کشور عددی معادل جمع مصرف سالانه سه کشور سوئیس، ایرلند و دانمارک است، درحالی که مصرف صنایع ایران به تولید ناخالص داخلی ۱۳۰ میلیارد دلاری ختم می‌شود که نشان می‌دهد سه کشور اروپایی با این میزان مصرف برق ۱۳.۵ برابر تولید ناخالص داخلی صنایع ایران را پوشش می‌دهند. موضوعی که قطعا در دوره جدید سیاست‌های وزارت صمت مورد توجه خواهد گرفت، افزایش بهره‌وری صنایع کشور خواهد بود.

به اعتقاد کارشناسان حوزه انرژی، علت اصلی عدم تناسب برق مصرفی در ایران با ایجاد ارزش در اقتصاد توجه به مسئله بهره‌وری و بهینه‌سازی است. در این راستا، سید دانیال آل هاشم، استاد دانشگاه اشاره می‌کند: بخش‌های مختلف کشور به‌خصوص برخی صنایع، معتاد به برق رایگان شده و بهینه‌سازی را فراموش کردند. یکی از عوامل اصلی شکل‌گیری ناترازی برق در تابستان مصرف غیربهینه در برخی صنایع است حال آنکه اگر تنها صنعت فولاد در استاندارد جهانی انرژی را مصرف کرده و با همین میزان تولید را به ثبت برساند، ناترازی برق از بین می‌رود. این کارشناس پیشنهاد کرد که ورود به تعرفه‌گذاری صنعتی، راه پیش رو برای بالقوه‌کردن پتانسیل ظرفیت تولید برق در اقتصاد ایران است.

به نظر می‌رسد در کنار توجه به افزایش راندمان نیروگاه‌ها، باید با استفاده از ابزارهای قانونی مشخصا در قانون مانع‌زدایی از توسعه صنعت برق، مقابله با مشترکان پرمصرف را به عنوان مولفه مهمی در نظر داشت؛ در این باره پرویز محمدنژاد رئیس کمیته برق مجلس توضیح داد: «برای کاهش مصرف مشترکان پرمصرف مواردی همچون الزام برای نصب کنتور هوشمند دیده شده و اینکه در صورت عدم رعایت الگوی مصرف، بهای برق مصرفی آنها متوسط تجدیدپذیر می‌شود که تقریبا نرخ آن چهار برابر انرژی حرارتی است.» او همچنین با یادآوری اینکه ادارت دولتی، سازمان‌ها، ساختمان‌های دولتی و حتی مجلس شورای اسلامی بدون حساب و کتاب برق مصرف می‌کنند، گفت: «میزان دمای محسوس در ساختمان‌های دولتی به کمتر از ۲۰ درجه و حتی تا ۱۸ درجه هم می‌رسد حال اینکه باید دمای محسوس ۲۴ تا ۲۵ درجه باشد. وقتی آنها از جیب خود پول برق را نمی‌دهند وضعیت این می‌شود که هر جور که دل‌شان بخواهد برق مصرف می‌کنند؛ دولت باید مصرف درست را از خودش شروع کند.»

انتظار می‌رود با اجرای قوانین موجود میزان ناترازی در حوزه برق و گاز کاهش پیدا کند؛ چراکه طبق گفته حسین حسین‌زاده عضو کمیسیون انرژی مجلس «ناترازی در حوزه گاز و برق پاشنه آشیل انرژی کشور است و بعضا منجر به تعطیلی موسسات آموزشی، ادارات، نهادها و صنعت شده که نتیجه آن تحمیل ضررهای اقتصادی زیاد به کشور است.» در همین زمینه، مدیرکل دفتر مدیریت انرژی و امور مشتریان توانیر گفت: بیش از ۱۶ درصد مشترکانی که مشمول پاداش طرح مدیریت مصرف برق شده‌اند قبض برق رایگان دریافت کرده‌اند و حتی در برخی موارد بستانکار شده‌اند. او ضمن تشکر از همه مشترکان برای همراهی و همکاری در تابستان سخت امسال، گفت: با صرفه‌جویی هوشمندانه‌ای که رقم خورد توانستیم برق مطمئن و پایدار برای همه مشترکان فراهم کنیم. با توجه به تداوم گرما، امیدواریم همکاری مردم تداوم یابد، مشترکان همچنان می‌توانند با کاهش مصرف خود نسبت به دوره مشابه پارسال از پاداش صرفه‌جویی برق بهره‌مند شوند. پاداش صرفه‌جویی تا پایان شهریورماه نیست و مشترکان می‌توانند در مصرف برق صرفه‌جویی کنند و مشمول پاداش شوند. بررسی‌ها نشان می‌دهد که استان‌های آذربایجان، قزوین و استان‌های جنوبی بیشترین همکاری را در زمینه کاهش مصرف برق داشته‌اند. امیدواریم استان‌های دیگر نیز مشمول این طرح شوند. استان‌های شمالی و شمال شرق کمترین پاداش را دریافت کردند.

خبر خوش وزیر اقتصاد، بازار سهام را تکان نداد

رشد اندک بورس در روز پرنوسان

فرصت امروز: شاخص کل بورس تهران با رشد ۰,۰۵ درصدی در معاملات روز گذشته همچنان در محدوده ۲,۱ میلیون واحدی جای گرفت و حتی خبر خوش وزیر اقتصاد در مورد نرخ خوراک گاز صنایع هم نتوانست این مقاومت را از سر راه بردارد. ارزش معاملات نیز بدون واکنش خاصی همچنان محدوده ۷ هزار میلیارد تومانی خود را حفظ کرد. آنطور که «احسان خاندوزی» در توئیت خود خبر داده است، نرخ پایه خوراک گاز واحدهای پتروشیمی تا پایان برنامه هفتم از ۵ هزار تومان کمتر نمی‌شود و از میانگین ماه قبل قیمت صادراتی گاز بیشتر نخواهد شد.

هرچند نماگر اصلی بورس در آغاز معاملات هفته جاری روند رو به رشدی را همانند هفته گذشته تجربه کرد، اما همچنان در سطح ۲,۱ میلیونی ایستاد و نتوانست از این محدوده فرسایشی فراتر رود. شاخص کل بورس در معاملات روز شنبه با رشد هزار و ۱۹ واحدی معادل ۰,۰۵ درصد در سطح ۲ میلیون و ۱۰۵ هزار واحد ایستاد. شاخص کل هم‌وزن نیز عملکرد بهتری را به ثبت رساند و با رشد هزار و ۱۷۲ واحدی معادل ۰,۱۷ درصد در تراز ۷۱۱ هزار و ۶۸۰ واحد جای گرفت. در آن سوی بازار اما شاخص کل فرابورس روندی نزولی داشت و با کاهش ۴۲ واحدی نسبت به آخرین روز کاری هفته گذشته روی ۲۶ هزار و ۳۵۳ واحد ایستاد. خالص تغییر مالکیت حقوقی به حقیقی بازار سهام نیز منفی شد و ۵۱۷ میلیارد تومان پول حقیقی از بازار سهام خارج شد. نمادهای بزرگ بازار سهام هم با خروج پول حقیقی مواجه شدند. اگرچه شاخص کل بورس تهران شهریورماه خود را با رویه مثبتی آغاز کرد و شاخص کل توانست مقاومت میانگین ۵۵ روزه را از سر راه بردارد و به اعداد و ارقام بالاتری برسد، اما از منظر تکنیکالی کلاسیک همچنان در محدوده مقاومتی ۲,۱ میلیون واحدی قرار دارد؛ جایی که در مردادماه ۱۳۹۹ با اغماض در آن قرار داشت و همچنان شاخص کل بازدهی خوبی را در این سه سال از خود نشان نداده است.

خروج حقیقی از بزرگان بورس

نمادهای بزرگ بازار سهام با خروج پول حقیقی مواجه بودند. در جریان معاملات روز شنبه ۱۱ شهریورماه، شاخص کل بورس تهران هزار و ۱۸ واحد نسبت به روز کاری قبل بالاتر ایستاد و به سطح ۲ میلیون و ۱۰۵ هزار و ۷۰۲ واحد رسید. شاخص کل هم‌وزن بورس با افزایش هزار و ۱۷۲ واحدی در رقم ۷۱۱ هزار و ۶۸۰ واحدی ایستاد. شاخص کل فرابورس اما با افت ۴۲ واحدی به رقم ۲۶ هزار و ۳۵۳ واحد رسید. همچنین شاخص هم‌وزن فرابورس هم با ریزش ۲۶۳ واحد به سطح ۱۲۸ هزار و ۲۷۳ واحد رسید. خالص تغییر مالکیت حقوقی به حقیقی بازار سهام منفی شد و ۵۱۷ میلیارد تومان پول حقیقی از بازار سهام خارج شد. نماد شستا بیشترین خروج را داشت که ارزش آن ۵۴ میلیارد تومان بود. پس از شستا، نمادهای فملی، فولاد، وغدیر، شپنا و شبندر بیشترین خروج پول حقیقی را داشتند. بیشترین ورود پول حقیقی هم به نمادهای فجر، وصندوق و سبهان رسید. نمادهای تاپیکو، شپنا، وتجارت و شبریز نمادهای سبزپوش بورس بودند که بیشترین اثر را در رشد شاخص کل داشتند. شستا، فولاد و حکشتی نیز از نمادهای قرمز بودند که اثر منفی بر شاخص داشتند. در فرابورس نیز نمادهای انتخاب، هرمز و کزغال بیشترین اثر افزایشی و نمادهای وسپهر، خاور و زاگرس بیشترین اثر کاهشی را بر شاخص کل داشتند. در بین نمادهای پرتراکنش بورس، نماد شستا بیشترین تراکنش را داشت و خگستر و ثشاهد در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند. در فرابورس نیز بمولد، دی و فن‌افزار بیشترین تراکنش را داشتند.

ارزش معاملات کل بازار سهام به ۱۲ هزار و ۶۵۳ میلیارد تومان رسید. ارزش معاملات اوراق بدهی در بازار ثانویه ۲ هزار و ۱۰۵ میلیارد تومان بود که ۱۷ درصد از ارزش کل معاملات بازار را در این روز شامل می‌شود. ارزش معاملات خرد نیز با کاهش ۱۱ درصدی به نسبت روز معاملاتی قبل به رقم ۵ هزار و ۸۵۲ میلیارد تومان رسید. نماد میدکو بیشترین ارزش معاملات بازار سهام را به خود اختصاص داد که ارزش معاملات آن ۳۴۲ میلیارد تومان بود. ومعادن، شپنا، فملی و وتجارت نیز در رتبه‌های بعدی بیشترین ارزش معاملات قرار گرفتند. در معاملات شنبه، ۶۳ نماد صف خرید داشتند و ۶۳ نماد با صف فروش مواجه شدند. مجموع ارزش صف‌های خرید با افت ۴ درصدی نسبت به روز کاری قبل به ۳۵۴ میلیارد تومان کاهش یافت و مجموع ارزش صف‌های فروش نیز با کاهش ۶ درصدی به ۳۸۲ میلیارد تومان رسید.

انتشار توئیتری مصوبه دولت

وزیر اقتصاد صبح دیروز مصوبه هیأت وزیران درباره نرخ خوراک پتروشیمی را در توئیتر منتشر کرد. مطابق این مصوبه نرخ پایه خوراک گاز واحدهای پتروشیمی تا پایان برنامه هفتم از ۵ هزار تومان کمتر نمی‌شود و از میانگین ماه قبل قیمت صادراتی گاز بیشتر نخواهد شد. با وجود خبر خوش وزیر اقتصاد، شاخص کل بورس نتوانست مقاومت ۲,۱ میلیونی را از سر راه بردارد. ارزش معاملات نیز همچنان در محدوده‌های ۷ هزار میلیارد تومانی قرار گرفت. از دیگر خبرهای مهم، اظهارنظر رئیس سازمان بورس درخصوص تأخیر تحویل خودرو توسط خودروسازان بود. «مجید عشقی» گفت که خسارت تأخیر در تحویل به خریداران خودرو از بورس کالا پرداخت می‌شود. براساس دستورالعمل‌های تسویه بورس کالا، جریمه تأخیر هر نوع کالا ۰,۲۵ درصد در روز است که در سال ۶۰-۵۰ درصد یا بیشتر می‌شود و ایران‌خودرو تا الان ۱۰ میلیارد تومان بابت جریمه تحویل خودرو به خریداران خودرو از بورس پرداخت کرده است. همچنین شرکت صنعتی بهشهر طی اطلاعیه‌ای در سامانه کدال از کاهش نرخ ۱۵ درصدی محصولات خود خبر داد.

هرچند شاخص کل بورس تهران شهریورماه را با رویه مثبتی آغاز کرد و شاخص کل توانست مقاومت میانگین ۵۵ روزه را از سر راه بردارد و به اعداد و ارقام بالاتری برسد، اما از منظر تکنیکالی کلاسیک همچنان در محدوده مقاومتی ۲,۱ میلیون واحدی قرار دارد؛ جایی که در مردادماه ۱۳۹۹ با اغماض در آن قرار داشت و همچنان شاخص بازدهی خوبی را در این سه سال از خود نشان نداده است. بعد از مقاومت میانگین ۵۵ روزه در شاخص این انتظار وجود دارد (صرفا از منظر تکنیکالی) که شاخص در محدوده ۲,۲ میلیون واحدی هم با مقاومت سختی روبه‌رو شود؛ چراکه این محدوده در دوره گذشته (چند ماه پیش) به عنوان یک سطح حمایتی قوی بود که با ازدست‌رفتن بازار در یک روند فرسایشی قرار گرفته بود، اما شاخص هم‌وزن همچنان با مقاومت ۵۵ روزه خود درگیر است و این مقاومت هنوز اجازه رشد به شاخص نداده است. اهالی بازار عنوان می‌کنند تا زمانی که ارزش معاملات در اعداد و ارقام بالاتر ثبت نشود بازار در این وضع رنج‌های مثبت و منفی خواهد ماند؛ این در حالی است که خیلی از فعالان بازار پرتفوی‌های خود را در زیان می‌بینند.

هشدار جدی یک اقتصاددان درباره آینده اقتصاد ایران

بدون حل ناترازی‌ها، مهار تورم امکان‌پذیر نیست

یک اقتصاددان می‌گوید اگر برنامه هفتم به همین شکل تصویب شود، به طور قطع شکاف تمدنی ایران با کشورهای همسایه را بیشتر خواهد کرد و به هیچ‌عنوان پاسخگوی جهان قرن بیست و یکمی نیست.

در حالی قرار است از هفته آینده لایحه برنامه هفتم توسعه برای بررسی به صحن علنی مجلس بیاید که از نگاه کارشناسان، واقع‌بینانه و مبتنی بر شرایط کنونی ایران نوشته نشده است. آن هم در شرایطی که کشورهای همسایه با شتابی تند در حال سرمایه‌گذاری‌های بسیار عظیم هستند. در همین زمینه، «وحید شقاقی» با اشاره به برنامه هفتم توسعه به «خبرآنلاین» می‌گوید: در مورد برنامه هفتم آنچه که فعلا آماده شده، با انتظارات بسیار فاصله دارد و یک برنامه بسیار ضعیفی است که پارادایم آن هم بیشتر موج دوم است. مفهوم موج دوم این است که بیشتر معطوف به انقلاب صنعتی دوم می‌شود و عناصر قرن بیست و یکم مثل انقلاب صنعتی سوم و چهارم دیده نشده و یا اصلا فهمیده نشده است.

وی با بیان اینکه برنامه هفتم با چالش‌های عدیده‌ای مواجه است، می‌افزاید: اگر برنامه هفتم به همین شکل تصویب شود، به طور قطع شکاف تمدنی ایران با کشورهای همسایه را بیشتر خواهد کرد و به هیچ‌عنوان پاسخگوی جهان قرن بیست و یکمی نیست.

این کارشناس اقتصادی با ذکر این نکته که موضوعیت اصلی برنامه هفتم، روی پیشرفت عدالت‌محور با تکیه بر رشد اقتصادی ۸ درصدی بهره‌ورمحور است، عنوان می‌کند: تحقق این امر، نیازمند این است که پارادایم برنامه هفتم، مبتنی بر اقتصاد دانش‌بنیان تنظیم شود، ولی آنچه که من از برنامه هفتم دیدم، همچنان تفکر حاکم، موج دوم است و محوریت آن، موج دوم صنعت است. در واقع تمام آرزوی برنامه هفتم این است که موج دوم صنعت را بتواند تکمیل کند؛ در حالی که اگر اخبار روز را بخوانید، می‌بینید که کشورهای عربستان، امارات، ترکیه و کشورهای کوچک عربی، خودشان را برای موج سوم آماده می‌کنند؛ آن هم در حوزه اقتصاد کوانتوم، اقتصاد هوشمند، اقتصاد مجازی، اقتصاد زیستی و انرژی‌های تجدیدپذیر. در حال حاضر کشورهای پیرامونی ایران، اقدامات بسیار بزرگی را با سرمایه‌گذاری‌های بسیار عظیم شروع کرده‌اند. به عقیده «شقاقی»، به طور قطع آنچه که موجب می‌شود یک انسان یا یک کشور به پیشرفت برسد، اندیشه نوین است. ما با اندیشه‌های کهنه اقتصادی، با تفکرات منسوخ‌شده اقتصادی یا تفکرات موج دوم صنعت، امکان رقابت با کشورهای همسایه را نخواهیم داشت. با این روش‌ها نه بهره‌وری رشد خواهد کرد و نه اقتصاد دانش‌بنیان محقق می‌شود. بر این اساس، اولین پیشنهاد و توصیه من به نگارندگان برنامه هفتم و مسئولانی که در فرآیند تصویب برنامه هفتم خواهند بود، این است که پارادایم برنامه هفتم با دانش‌بنیانی اقتصاد همراه باشد. اگر قرار باشد رشد اقتصادی ۸ درصدی مبتنی بر بهره‌وری اتفاق بیفتد، با تفکرات اقتصادی منسوخ شده و با تکیه بر سرمایه‌های موج دوم، امکان رقابت با رقبا وجود ندارد و رشد اقتصادی بالا در شرایط تحریمی نیز اتفاق نمی‌افتد. از این منظر، نگارندگان و مصوب‌کنندگان برنامه هفتم باید یک برنامه مترقی متناسب با دهه سوم قرن بیست و یکم آماده کنند. این برنامه فکر می‌کنم برای ۱۰۰ سال یا ۲۰۰ سال قبل مناسب بود، ولی برای امروز، برنامه هفتم به هیچ‌وجه پاسخگو نیست.

او با بیان اینکه ما با موج دوم نمی‌توانیم در برابر نظام ثروت موج سوم قرار بگیریم، توضیح می‌دهد: موج سوم ثروت‌ساز است. شرکت‌هایی که در موج سوم بودند را که نگاه کنیم، می‌بینید به سرعت به ثروت‌های افسانه‌ای رسیدند. بر این اساس، ادبیات برنامه هفتم باید به اقتصاد دانش‌بنیان و عناصر موج سوم معطوف شود.

این اقتصاددان با تاکید بر اینکه طبقه متوسط در حال نابودی است، می‌گوید: مسئله دوم، در بحث عدالت است. تحقق عدالت بدون اصلاحات ساختاری اساسی در سه نظام بازتوزیع ثروت، یعنی بانک، مالیات و یارانه در کنار رانت‌زدایی امکان‌ناپذیر است. پس اگر برنامه هفتم به دنبال عدالت است، باید ردپای اصلاحات ساختاری در آن دیده شود. در واقع، عدالت نیاز به اصلاحات بنیادین دارد، فاصله طبقاتی در ایران به شدت زیاد شده است. آمارهای جهانی هم نشان می‌دهد که بیشترین کشورهایی که بر تعداد ثروتمندان‌شان با رشد نمایی افزوده شده، ایران و فرانسه در دنیا بوده است.

«شقاقی» با ذکر این نکته که نظام‌های بازتوزیع ثروت در ایران وجود ندارد، عنوان می‌کند: یعنی نه نظام بانکی و نه نظام مالیاتی و نه نظام یارانه‌ای، هیچ‌کدام الزامات بازتوزیع ثروت را در درون خودشان ندارند. بر این اساس، یک انباشت ثروت در ایران رخ می‌دهد که آمارهای جهانی نیز این موضوع را تایید می‌کند. در کنار آن، مسئله رانت نیز حاکم است که به این نابرابری و بی‌عدالتی اضافه می‌کند. می‌خواهم بگویم عناصر نابرابری و بی‌عدالتی باید در برنامه هفتم دیده شود تا بتوان درباره اصلاحات، اقداماتی انجام داد. در مجموع می‌خواهم بگویم شواهد کنونی حاکی از یک شکاف طبقاتی روزافزون است؛ به حدی که طبقه متوسط در حال نابودی است و به طور طبیعی برای دولت سیزدهم، مواجهه با بحث کاهش شکاف طبقاتی نیازمند اصلاحات اساسی در سه نظام بازتوزیع ثروت است: نظام‌های بانکی، مالیاتی و یارانه‌ها، در کنار بحث تحقق شایسته‌سالاری و رانت‌زدایی و دوری از هر گونه شعارزدگی در این محورها. گاها ما می‌بینیم شعارهایی گفته می‌شود، ولی واقعیت با آن شعارها همخوان نیستند.

به اعتقاد وی، بدون حل ناترازی‌ها، مهار تورم امکان‌پذیر نیست مسئله تورم نیازمند حل ناترازی‌های کلان اقتصاد ایران است. هم‌اکنون کشور ما با ناترازی‌های عدیده‌ای مواجه شده است که برخی سابقه طولانی‌مدت و برخی سابقه کوتاه‌مدت دارد. بدون حل ناترازی‌های اقتصاد ایران، امکان مهار تورم وجود ندارد. بر این اساس، برای آینده ایران در برنامه هفتم که معطوف به پنج سال پیش رو است، باید یک اندیشه نوین در حکمرانی اقتصادی صورت گیرد. البته دولت سیزدهم تلاش‌هایی دارد، ولی به نظر من مسائل و چالش‌ها و ابرچالش‌های فرارو بسیار فراتر از میزان تلاش‌های دولت سیزدهم است. در مجموع سرعت تشدید ناترازی‌های اقتصاد کلان در ایران، از سرعت اقدامات و ساخت اقتصاد ایران پیشی گرفته است. این را در همه حوزه‌ها می‌بینیم. برای مثال، سرعت استهلاک زیرساخت‌ها از سرمایه‌گذاری پیشی گرفته، یا سرعت تخریب اقتصاد کلان از سرعت ساخت اقتصاد کلان پیشی گرفته است. این خیلی خطرناک است.

این کارشناس اقتصادی تصریح می‌کند: من خواهش می‌کنم برنامه هفتم واقع‌بینانه و مبتنی بر شرایط کنونی ایران و کشورهای منطقه و نیز مبتنی بر آسیب‌شناسی درست از علل ابرچالش‌های اقتصاد ایران تنظیم شود. در حوزه تورم، واقعیت این است که ایران جزو پنج کشوری است که بالاترین تورم‌ها را داشته است. ما هم یک تورم بلندمدت ۲۰ درصدی داشتیم و هم در پنج سال اخیر، میانگین تورم بالای ۴۰ درصد بوده است. بخشی از تورم به واسطه تحریم‌ها بوده، ولی بخشی نیز به واسطه ساختارهای معیوب اقتصاد ایران بوده است. تداوم وضعیت کنونی در حوزه تورم، امکان‌ناپذیر است و همین موضوع می‌تواند طبقه متوسط را به طور کامل از بین ببرد و اقتصاد ایران را به یک کشور با دو طبقه مرفه و فقیر تبدیل کند. به عقیده این اقتصاددان، اصلاحات تورمی نیازمند این است که اقدامات اساسی در جهت حل ناترازی‌های اقتصاد ایران صورت گیرد. متاسفانه ناترازی‌های اقتصاد ایران هر روز بیشتر و بیشتر می‌شود؛ مثل ناترازی انرژی، ناترازی آب، ناترازی بودجه، ناترازی صندوق‌های بازنشستگی، ناترازی بانکی، ناترازی حساب سرمایه و دیگر ناترازی‌هایی که مدام اضافه می‌شود و تا زمانی که نتوانیم این ناترازی‌ها را حل کنیم، تورم مهار نمی‌شود. حل ناترازی‌ها نیازمند اصلاحات اساسی در اقتصاد ایران است که این حکمرانی اقتصادی با این وضعیت، امکان حل ناترازی‌ها را نخواهد داشت. به طور قطع یک حکمرانی اقتصادی مطلوبی نیاز است، چون ناترازی‌ها ریشه بلندمدتی دارد و کار بسیار سختی است.

شماره:۰۲/۱۱فرصت

مفقودی

سندسبز- سند کمپانی – کارت مشخصات وسیله نقلیه(کارت ماشین) و سند قطعی خودروی سواری پراید– تیپ: صبا جی تی ایکس - برنگ:سفید – مدل:۱۳۸۱- متعلق به آقای مهرداد رضامند بشماره ملی : ۰۰۷۷۱۰۲۶۸۱ - شماره پلاک: ۷۸ایران۱۵۷ ی۴۸ بشماره موتور: ۰۰۳۸۵۴۳۹ شماره شاسی: S۱۴۱۲۲۸۱۷۹۱۸۱۴ مفقودگردیده واز درجه اعتبار ساقط می باشد.

شماره:۰۲/۱۲فرصت

مفقودی

سندسبز- سند کمپانی و سند قطعی خودروی کامیون لجن کش لیلاند– تیپ: سوپرکمت۴۱۰ - برنگ:نارنجی کرم روغنی – مدل:۱۳۶۰- متعلق به آقای غلامحسین قره پور – فرزند:قلی بشماره ملی : ۴۸۹۷۹۲۰۰۰۰ - شماره پلاک: ۶۸ایران۳۲۴ ع ۷۱ بشماره موتور: ۸۰۴۵۰۰۲ شماره شاسی: ۸۱۰۰۲۲۵ مفقودگردیده واز درجه اعتبار ساقط می باشد .

مفقودی

سندکمپانی تراکتوربشماره پلاک ایران۲۶-۹۸۶ک۲۷و شماره موتورMT۴A۳W۶۵۵۱۱وشماره شاسی N۳HKTAD۲CMCX۰۳۵۲۳ بنام الهوردی خاکپور مفقودگردیده وازدرجه اعتبار ساقط میباشد.

شیروان

مفقودی

کلیه مدارک سواری پراید هاچ بک مدل ۱۳۸۹ برنگ سفید- روغنی به شماره شاسی S۵۴۳۰۰۸۹۰۲۰۸۹۶ و شماره موتور ۳۵۶۸۴۸۲ به شماره انتظامی ۹۵۳ د ۸۳ ایران ۷۹ بنام فهیمه رخشانفر مفقود واز درجه اعتبار ساقط می باشد.

شهرستان قزوین

سازمان آگهی‌ها ۸۸۹۳۶۶۵۱

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

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده۱۳آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

برابر رای شماره ۱۴۰۲۶۰۳۱۸۰۰۱۰۰۰۸۰۱ مورخه ۱۴۰۲/۰۲/۱۹ موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ناحیه یک رشت تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی خانم زینب پور بهلول به شناسنامه شماره ۴ کد ملی ۲۶۴۹۸۱۷۸۶۰ صادره از بندرانزلی فرزند کاس برار در ششدانگ یک باب خانه و محوطه به مساحت ۳۲۳/۰۴ متر مربع به شماره پلاک فرعی ۱۰۶۲ از پلاک شماره ۱۸ فرعی از اصلی ۷ واقع در بخش ۹ گیلان حوزه ثبت ملک ناحیه یک رشت به نام مالک رسمی اولیه سیداحمد عظیمی طبالوندانی احراز مالکیت متقاضی نسبت به ملک مورد تقاضا وانتقال ملک از مالک رسمی به متقاضی محرز گردیده است . لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۰۶/۱۲ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۰۶/۲۸

۱۴۹۹ م الف رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه یک رشت - سیدمحمد فرزانه شال

۸۷۱

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

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده۱۳آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

برابر رای شماره ۱۴۰۲۶۰۳۱۸۰۰۱۰۰۳۶۴۹ مورخه ۱۴۰۲/۰۶/۰۲ موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ناحیه یک رشت تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی خانم فریبا رفیعی به شناسنامه شماره ۲۴۵ کد ملی ۲۵۹۲۶۴۱۱۵۷ صادره از رشت فرزند ذکریا در ششدانگ یک باب خانه و محوطه به مساحت ۲۱۱/۸۲ متر مربع به شماره پلاک فرعی ۱۶۲ از پلاک شماره ۸ فرعی از اصلی ۲۲ واقع در بخش ۹ گیلان حوزه ثبت ملک ناحیه یک رشت احراز مالکیت متقاضی نسبت به ملک مورد تقاضا و انتقال ملک از مالک رسمی به متقاضی محرز گردیده است . لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۰۶/۱۲ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۰۶/۲۸

۱۵۰۶ م الف رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه یک رشت - سیدمحمد فرزانه شال

۸۷۲

آگهی فقدان سند مالکیت

نظر بر اینکه سند مالکیت مقدار سه دانگ مشاع از ششدانگ یک باب خانه از پلاک ثبتی قطعه ۴۷۱ تفکیکی بشماره ۳۸۷۵ فرعی از ۷۳ اصلی واقع در بخش سه اردبیل که بشرح صفحه و دفتر الکترونیکی بشماره ۱۴۰۲۲۰۳۰۳۰۰۱۰۰۸۰۳۵ و سند مالکیت بشماره چاپی ۴۳۹۴۶۵ ب ۱۴۰۱ بنام خانم معصومه پرویزی فرزند صحراد بشماره ملی ۱۴۵۱۸۲۱۳۶۰ ثبت و صادر گردیده است سپس با مراجعه به اداره ثبت و طی درخواستی بشماره وارده ۱۰۲۸۸۲۰ مورخه ۱۴۰۲/۵/۳۰ اعلام نموده که سند مالکیت صادره به پلاک فوق به علت اسباب کشی مفقود شده است و پس از جستجوی کامل پیدا نگردیده است تقاضای صدور سند مالکیت المثنی را نموده است لذا مراتب طبق بخشنامه شماره ۱۴۰۲۸۰۰۳۱۴۴۰۰۰۱۹۴ – ۱۴۰۲/۰۶/۰۴ به کلیه دفاتر اسناد رسمی حوزه تابعه ابلاغ سپس درا جرای تبصره یک ماده ۱۲۰ اصلاحی قانون ثبت موضوع یکبار در روزنامه آگهی گردیده که هر کس ادعائی بوجود سند مالکیت بنام خود داشته باشد ظرف مدت ۱۰ روز پس از تاریخ انتشار این آگهی دلایل قانونی و یا اصل سند را با اخذ رسید تسلیم این اداره نمایند بدیهی است پس از انقضای مدت مقرره طی تشریفات قانونی سند مالکیت المثنی بنام نامبرده فوق صادر و تسلیم خواهد شد و سند قبلی از درجه اعتبار ساقط خواهد شد.

تاریخ انتشار ۱۴۰۲/۰۶/۱۲

رئیس ثبت اسناد و املاک منطقه یک – احمدیان

۸۷۹

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

برابر رای شماره ۱۴۰۲۶۰۳۱۸۶۰۳۰۰۵۸۱۱ مورخ ۱۴۰۲/۵/۹هیات موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ملک ناحیه ۲ رشت ، تصرفات مالکانه بلامعارض دانشگاه علوم پزشکی گیلان به شماره شناسنامه ۱۴۰۰۰۲۸۰۹۸۴ در قریه لاکان در ششدانگ یک قطعه زمین مشتمل بر بنای احداثی به مساحت ۴۷۹۷۸/۴۷ متر مربع پلاک فرعی ۳۶۳۳ مفروز مجزی از پلاک ۱۲ از اصلی۳۸ واقع در بخش چهار رشت خریداری از مالک رسمی اقای هوشنگ و علی و پرویز و شوکت و منیره شهرت همگی شرق محرز گردیده است لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی میشود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند ، میتوانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۲/۰۵/۲۸

تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۲/۰۶/۱۲

م الف ۱۲۹۱ سعید بدوی - رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه دو رشت

۷۱۴

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

برابر کلاسه ۱۴۰۱/۳۸۹ورای شماره۱۴۰۲۶۰۳۰۷۱۱۴۰۰۱۶۴۸هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک شیروان تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای سیدصادق عظیمی فرزندسیدعظیم بشماره شناسنامه ۶۸۰۰ در ششدانگ یکباب منزل به مساحت۶۵/۱۶متر مربع، مفروز ومجزاشده از پلاک ۹۴۰فرعی از۱۳اصلی ناحیه۳شیروان بخش ۵قوچان حوزه ثبت ملک شیروان خریداری مع الواسطه ازسیدعظیم عظیمی محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول :۱۴۰۲/۰۶/۱۲ تاریخ انتشار نوبت دوم :۱۴۰۲/۰۶/۲۷

علی‌محمودی
رئیس ثبت اسناد و املاک شیروان

اصلاحیه

پیرو اگهی نوبت اول مورخ ۱۴۰۲/۰۶/۷ ثبت سنگر به اطلاع می‌رساند که آگهی مربوط به حوزه ثبتی ملک سنگر و با امضای رئیس ثبت اسناد و املاک - علی کاظمی پاکدل صحیح می‌باشد که بدینوسیله اصلاح می گردد

اخطاریه

آقای علی زندی علی آبادی فرزند شکراله مجهول المکان ، پیرو انتشار مورخ ۱۴۰۲/۵/۲۹ درروزنامه فرصت امروز بعلت عدم حضور جنابعالی طلاق همسر شما با وکالت شعبه ۴ دادگاه خانواده دادگستری شهرستان اسلامشهر به نوع خلع نوبت اول به شماره ترتیب ۱۴۴۴به تاریخ ۱۴۰۲/۶/۹ثبت گردید .

محمد رضا آژیده – سردفتر ازدواج ۵ وطلاق ۱۵ اسلامشهر

افراز پلاک ۴ فرعی از ۶۸ اصلی بخش ۴

خواهان طی تقاضای وارده بشماره ۱۴۰۲/۰۳/۰۴-۱۰۰۸۹۹۹ بطرفیت خواندگان باستناد قانون افراز و فروش املاک مشاع مصوب آذر ماه ۵۷ خواستار افراز پلاک فوق الذکر جهت مالکیت مشاعی خود شده است که از نظر رعایت حد نصاب قانون گسترش کشاورزی در قطب های کشاورزی مراتب طی شماره ۱۴۰۲۸۵۶۰۹۰۰۱۰۰۶۳۶۵ -۱۴۰۲/۰۶/۰۱ به مدیریت جهاد کشاورزی قزوین اعلام و نتیجه آن طبق نامه شماره ۱۴۰۲/۰۶/۰۴-۱۱۰۴۷/۲۶/۱۱۰ سازمان مذکور اعلام داشته که با توجه به مفاد نامه مذکور پلاک مورد نظر غیر قابل افراز تشخیص داده شده و فراز رد افراز اعلام میگردد این تصمیم برابر ماده ۲ قانون افراز و فروش املاک مشاع قابل اعتراض از طرف هریک از شرکا و مالکین مشاعی در دادگاه صالحه میباشد.

شعبان عسگری–رئیس اداره ثبت اسناد واملاک منطقه ۱ قزوین

اعلام مفقودی

برگ کمپانی خودرو سواری پژو پارس به شماره موتور ۱۲۴۸۵۰۱۰۰۰۹ وشماره شاسی ۱۹۳۴۵۳۸۵ وشماره انتظامی ایران ۷۸-۱۲۵ج۴۵ متعلق به آقای محمد رضا احمد پور کلده به شماره ملی ۲۷۳۰۲۰۲۰۰۵ مفقودگردیده واز درجه اعتبار ساقط می باشد .

اعلام مفقودی

برگ کمپانی ، برگ سبز ، کارت ماشین ، بیمه نامه و گواهی نامه خودور سواری پژو ۲۰۶ تیپ ۲ به شماره انتظامی ایران ۳۸-۳۱۸ق۶۳ و شماره شاسی NAAP۰۳ED۱BJ۴۶۶۵۱۰ وشماره موتور ۱۴۱۸۹۰۵۴۳۳۰ متعلق به آقای علی حاجی پور زمهریر فرزند محمود به شماره ملی ۵۵۶۰۵۶۸۴۱۴ مفقود گردیده واز درجه اعتبار ساقط می باشد .

شماره:۰۲/۷فرصت

مفقودی

سند سبزخودروی سواری پراید - تیپ: -۱۳۲ برنگ: سفید – مدل:۱۳۹۰-متعلق به آقای مهدی صالحی سیاوشانی – فرزند:حسنبشماره ملی : ۰۰۷۸۹۴۴۵۸۹ -شماره پلاک: ۴۰ایران۱۸۵ ن ۳۸ بشماره موتور: ۳۹۶۷۰۲۹ شماره شاسی: S۵۴۲۰۰۹۰۰۳۵۲۴۵ مفقودگردیده واز درجه اعتبار ساقط می باشد .

شماره:۰۲/۸فرصت

مفقودی

سندسبز – سند کمپانی و سند قطعی خودروی سواری پژو۴۰۵ -تیپ: جی ال ایکس آی ۱/۸ - برنگ:نقره ای - مدل:۱۳۸۵- متعلق به آرشینا میرزائی طلابری– فرزند:پرویز بشماره ملی: ۰۴۴۲۴۶۸۰۸۳ - با شماره پلاک: ۶۸ ایران۲۳۴ ق۵۴ شماره موتور: ۱۲۴۸۵۱۴۱۵۲۵ وشماره شاسی: ۱۳۲۴۵۵۷۷ مفقودگردیده واز درجه اعتبار ساقط می باشد .

شماره: ۰۲/۹فرصت

مفقودی

سندسبز خودروی سواری هاچ بک فیدلیتی پرایم–تیپ: B۴X-۵W۰P۰G۳ - برنگ: مشکی متالیک - مدل:۱۴۰۲- متعلق به آقای عمران احمد زاده تیله نوئی- فرزند:علیرضا بشماره ملی: ۰۰۲۱۶۰۳۵۱۰ - شماره پلاک: ۴۱ ایران ۶۶۸ ن۵۲ بشماره موتور: SQRE۴T۱۵C*BJPB۶۱۵۰۰* شماره شاسی: NAGC۱AB۴۹P۱۰۱۹۹۱۳ مفقودگردیده واز درجه اعتبار ساقط می باشد .

شماره: ۰۲/۱۰فرصت

مفقودی

سند سبزخودروی سواری سایپا- تیپ: -SAINA S MT برنگ: سفید – مدل:۱۴۰۱-متعلق به آقای اصغر رشتبریان – فرزند:صمد بشماره ملی : ۰۰۷۶۲۷۷۶۷۴ - شماره پلاک: ۶۸ایران۹۸۴ ص۷۴ بشماره موتور: ۹۸۱۰۳۵۱/M۱۵ شماره شاسی: NAS۸۵۱۱۰۰N۵۷۷۲۵۴۶ مفقودگردیده واز درجه اعتبار ساقط می باشد .

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

برابر رای شماره ۱۴۰۲۶۰۳۰۱۰۷۸۰۰۱۷۰۱ مورخ ۱۴۰۲/۵/۳ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک یافت آباد تهران تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای محمد سیار شاکری فرزند بهمن بشماره شناسنامه ۱۲۸ صادره از نوشهر در ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی در آن به مساحت ۴۰۲/۵ متر مربع در قسمتی از پلاک ۱۴۷۰ فرعی از ۳ اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک ۲۳۶ فرعی از ۳ اصلی واقع در بخش ۱۲ تهران خریداری از مالکین رسمی آقایان ترابعلی و بهرام بزرگ محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید، ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد. م الف ۱۲۶۵۵

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۲/۰۵/۲۸

تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۲/۰۶/۱۲

خداداد بشیری –رئیس ثبت اسناد و املاک

شناسه آگهی ۱۵۴۹۵۱۸

آگهی قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی حوزه شهرستان ساری منطقه یک

برابر رای شماره ۱۴۰۲۶۰۳۱۰۰۰۱۰۰۱۱۵۱ مورخه ۲۹-۰۴-۱۴۰۲ که در هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی منطقه یک ساری تصرفات مالکانه آقای ناصر دوزنده قرانچائی فرزند علی اکبر نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین مشتمل بر ساختمان به مساحت ۲۶۳/۰۴ مترمربع قسمتی از پلاک شماره ۳۴۲۸- اصلی واقع درقریه شریف آباد بخش یک ثبت ساری خریداری از مالک رسمی محرز گردیده است.

لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم پس از اخذ رسید، ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد. کلاسه پرونده ۱۴۰۱/۲۹۹

شناسه آگهی : ۱۵۴۹۷۵۷

تاریخ انتشار نوبت اول: ۲۸-۰۵-۱۴۰۲

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۲-۰۶-۱۴۰۲

سیدکاظم موسوی بشلی - رئیس اداره ثبت اسناد و املاک منطقه یک شهرستان ساری

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

در اجرای ماده ۳ قانون تعیین تکلیف اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی اسامی اشخاصی که باستناد مدارک ارائه شده از طریق هیات حل اختلاف موضوع قانون مذکور مستقر در ثبت خلخال تقاضای رسیدگی و ثبت و صدور سند مالکیت نسبت به مورد خریداری خود را نموده اند و مالکیت متصرفی و مفرزوی ایشان برابر آرای صادره از هیات مذکور تایید و به اداره ثبت اعلام گردیده که پس از اختصاص پلاک ثبتی مراتب بشرح ذیل در دو نوبت جهت اطلاع آگهی می شود:

ازبخش ۷ هروآباد خلخال ؛

۲۷فرعی از۱۷۱۲ اصلی ، ششدانگ یکبابخانه ومحوطه؛ موردتقاضای ومتصرفی آقای ابراهیم نادریان ازمالکیت اولیه آقای حسین شیخعلی زاده بمساحت ۲۰۰مترمربع .

۴۱فرعی از۱۷۳۳ اصلی ، ششدانگ یکقطعه زمین محصوربااعیانی احداثی درآن مورد تقاضاو متصرفی خانم خدیجه شاه نوازی ازمالکیت اولیه آقای روحان بیابانی بمساحت۱۷۷/۷۳مترمربع.

۳۲فرعی از۱۷۴۸ اصلی ، ششدانگ یکباب انباری ومحوطه موردتقاضاومتصرفی آقایان ابراهیم رزاقپوروومحمدصادق بابائی ، بالمناصفه؛ ازمالکیت اولیه خانم مهتاب خاکنژاد بمساحت۱۴۱/۸۰مترمربع .

۳۳فرعی از۱۷۴۸ اصلی ، ششدانگ یکباب انباری ومحوطه موردتقاضاومتصرفی آقایان ابراهیم رزاقپوروومحمدصادق بابائی ، بالمناصفه؛ ازمالکیت اولیه خانم مهتاب خاکنژاد بمساحت۱۴۱/۱۸مترمربع .

۳۴فرعی از۱۷۴۸ اصلی ، ششدانگ یکباب انباری ومحوطه موردتقاضاومتصرفی آقایان ابراهیم رزاقپوروومحمدصادق بابائی ، بالمناصفه؛ ازمالکیت اولیه خانم مهتاب خاکنژاد بمساحت۲۸۸/۴۷مترمربع .

ازبخش ۷ خانندبیل خلخال ؛

۳۲۷۵ فرعی از۱۹۰۹ اصلی ، ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی آبی موردتقاضا و متصرفی آقایان صفت اله واسماعیل هردورحمانی اندبیلی،بامناصفه از مالکیت اولیه آقای مرادرحمانی بمساحت۲۳۸۹/۳۱مترمربع ، واقع در اراضی روستای اندبیل .

۳۲۷۶فرعی از۱۹۰۹اصلی ، ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی آبی موردتقاضا و متصرفی آقایان رحمت اله وصفت اله واسماعیل ومحمدتقی وصابرهمگی رحمانی اندبیلی،نسبت به سهم از مالکیت اولیه آقای مرادرحمانی بمساحت۵۶۳۹/۶۲مترمربع ، واقع در اراضی روستای اندبیل .

۳۲۷۷ فرعی از۱۹۰۹ اصلی ، ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی دیمی موردتقاضا و متصرفی آقای جبرئیل وحدانی از مالکیت اولیه آقای کریم اله وحدانی جعفرلو بمساحت۶۹۲۱/۷۴مترمربع ، واقع در اراضی روستای اندبیل .

۳۲۷۸ فرعی از۱۹۰۹ اصلی ، ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی دیمی موردتقاضا و متصرفی آقای جبرئیل وحدانی از مالکیت اولیه آقای جلیل وحدانی جعفرلو بمساحت۶۹۶۹/۱۰مترمربع ، واقع در اراضی روستای اندبیل .

۳۲۷۹ فرعی از۱۹۰۹ اصلی ، ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی دیمی موردتقاضا و متصرفی آقای جبرئیل وحدانی از مالکیت اولیه آقایان کریم وحدانی وآقابائی مختاری بمساحت۱۲۰۳۱/۹۵مترمربع ، واقع در اراضی روستای اندبیل .

۳۲۸۰ فرعی از۱۹۰۹ اصلی ، ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی دیمی موردتقاضا و متصرفی آقای جبرئیل وحدانی از مالکیت اولیه آقایان کریم وحدانی وآقابائی مختاری بمساحت۴۹۱۳/۱۰مترمربع ، واقع در اراضی روستای اندبیل .

۸۷۹ فرعی از۱۹۱۱ اصلی ، ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی آبی مورد تقاضاومتصرفی آقای لطف علی کاظمی از مالکیت اولیه آقای ملک علی کاظمی علی اباد بمساحت ۷۴۱۵/۴۰ مترمربع واقع در اراضی روستای علی آباد .

۸۸ فرعی از۱۹۱۶ اصلی ، ششدانگ یکقطعه باغچه مورد تقاضاومتصرفی آقای آیت قلی زاده از مالکیت اولیه آقای ابشعلی قلی زاده بمساحت ۳۶۰/۳۶ مترمربع واقع در اراضی روستای ایلوانق .

۴۴۹ فرعی از۱۹۱۹ اصلی ، ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی دیمی موردتقاضاومتصرفی آقای قربان مرادزاده از مالکیت اولیه آقایان هارون وقوام هردوباقری بمساحت ۴۰۰۷۹/۶۹مترمربع واقع در اراضی روستای گورانسراب.

۲۸۴ فرعی از۱۹۴۱ اصلی ، ششدانگ یکقطعه باغ موردتقاضاومتصرفی آقای سیدرضاقادری آلهاشم از مالکیت اولیه ومشاعی خودمتقاضی بمساحت ۱۰۲۱۰/۸۶ مترمربع واقع در اراضی روستای مزجین .

۱۱۶ فرعی از۱۹۴۳ اصلی ، ششدانگ یکباخانه ومحوطه موردتقاضاومتصرفی آقای جعفربدیهی بلیل از مالکیت اولیه آقای اردشیربدیهی بمساحت ۲۶۸/۴۶ مترمربع ، واقع در اراضی روستای بلیل .

۱۱۷ فرعی از۱۹۴۳ اصلی ، ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی دیمی موردتقاضاومتصرفی آقای عدالت نورعلی زاده از مالکیت اولیه آقای رمضان نورعلیزاده بمساحت ۱۱۹۴۷/۷۰ مترمربع ، واقع در اراضی روستای بلیل .

۸۶۰ فرعی از۱۹۴۴ اصلی ، ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی آبی موردتقاضاومتصرفی آقای سیدشجاع الدین پورافضل زاویه از مالکیت اولیه ومشاعی خود متقاضی بمساحت ۵۱۴۱/۷۱ مترمربع وقسمتی ازپلاک۷۹۵فرعی ؛ واقع در اراضی روستای زاویه سادات .

۸۶۱ فرعی از۱۹۴۴ اصلی ، ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی آبی موردتقاضاومتصرفی آقایان سیدجعفر وسیدحقیقت هردوعزیزی زاویه(به ترتیب نسبت به دودانگ وچهاردانگ مشاع) از مالکیت اولیه آقایان سید احمدوسیدمختارهردوسلیم پور زاویه بمساحت ۲۳۴۰۵/۵۷ مترمربع وقسمتی ازپلاک۷۷۲فرعی ؛ واقع در اراضی روستای زاویه سادات .

۵۲۱ فرعی از۱۹۴۸ اصلی ، ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی دیمی موردتقاضاومتصرفی آقای کرم جلیل زاده از مالکیت اولیه آقای اذن اله حیدری بمساحت ۲۶۸۷۰/۲۳ مترمربع ؛ واقع در اراضی روستای طولش .

۵۲۲ فرعی از۱۹۴۸ اصلی ، ششدانگ یکباخانه ومحوطه موردتقاضاومتصرفی آقای حمیدرضاحاتمی طولش از مالکیت اولیه ومشاعی خودمتقاضی بمساحت ۴۱۲/۵ مترمربع ؛ واقع در اراضی روستای طولش .

۵۲۳ فرعی از۱۹۴۸ اصلی ، ششدانگ یکباب ساختمان ومحوطه موردتقاضاومتصرفی آقای حمیدرضاحاتمی طولش از مالکیت اولیه ومشاعی خودمتقاضی بمساحت ۹۱۸/۵ مترمربع ؛ واقع در اراضی روستای طولش .

۵۲۴ فرعی از۱۹۴۸ اصلی ، ششدانگ یکقطعه باغ موردتقاضاومتصرفی آقای اسمعلی اسدی طولش از مالکیت اولیه اسداله اسدی بمساحت ۲۵۱۷/۳۴ مترمربع ؛ واقع در اراضی روستای طولش .

۵۲۵ فرعی از۱۹۴۸ اصلی ، ششدانگ یکقطعه باغ موردتقاضاو متصرفی آقای شاهرخ حاتمی طولش از مالکیت اولیه رحمان اسکندری بمساحت ۲۱۶۶/۴۴ مترمربع ؛ واقع در اراضی روستای طولش .

۵۲۶ فرعی از۱۹۴۹ اصلی ، ششدانگ یکقطعه باغچه موردتقاضاومتصرفی آقای بهرام دولتخواهی، از مالکیت اولیه آقای سیدمحمدسیدجباری بمساحت ۱۶۳۰ مترمربع ،واقع در اراضی روستای بنراجرد .

۷۱۳ فرعی از۱۹۵۱ اصلی ، ششدانگ یکقطعه باغ موردتقاضاومتصرفی آقایان علی ومحمد هردوکاظمی مجره ؛بالمناصفه از مالکیت اولیه آقای صمدکاظمی بمساحت ۶۳۰/۳۵ مترمربع واقع در اراضی روستای مجره.

۳۵۴۹ فرعی از۱۹۵۳ اصلی ، ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی آبی موردتقاضاو متصرفی آقای حسین برجعلی زاده ترک از مالکیت اولیه خانم سکینه فتح اللهی بمساحت ۱۱۳۴/۴۵ مترمربع ؛ واقع در اراضی روستای خوجین .

۳۵۵۰ فرعی از۱۹۵۳ اصلی ، ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی آبی موردتقاضاو متصرفی آقای رجب بنائی از مالکیت اولیه آقای حسین فرجی بمساحت ۳۷۹۸/۴۰ مترمربع ؛ واقع در اراضی روستای خوجین .

۳۵۵۱ فرعی از۱۹۵۳ اصلی ، ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی آبی موردتقاضاو متصرفی آقای امین پورلطفعلی از مالکیت اولیه آقای محمودفتح اللهی بمساحت ۸۱۰/۱۷ مترمربع ؛ واقع در اراضی روستای خوجین .

۳۵۵۲ فرعی از۱۹۵۳ اصلی ، ششدانگ یکقطعه زمین محصور موردتقاضاو متصرفی خانمها سکینه فتح اللهی و سولمازشمخالی (به ترتیب نسبت به چهارونیم دانگ ویک ونیم دانگ مشاع) از مالکیت اولیه آقای غلامحسین لشگرگاهی بمساحت ۲۰۵/۸۰ مترمربع ؛ وقسمتی ازپلاک ۳۰۰فرعی ؛ واقع در اراضی روستای خوجین .

۳۵۵۳ فرعی از۱۹۵۳ اصلی ، ششدانگ یکباب انباری ومحوطه محصور موردتقاضاو متصرفی خانم فرح نازغفوریان از مالکیت اولیه آقای مظفرغلامرضازاده بمساحت ۴۰۸/۳۰ مترمربع ؛ واقع در اراضی روستای خوجین .

۳۵۵۴ فرعی از۱۹۵۳ اصلی ، ششدانگ یکباب خانه ومحوطه موردتقاضاو متصرفی خانم فرح نازغفوریان از مالکیت اولیه آقای سبقت اله حبیبی بمساحت ۲۰۰ مترمربع ؛ واقع در اراضی روستای خوجین .

۳۵۵۵ فرعی از۱۹۵۳ اصلی ، ششدانگ یکباب خانه ومحوطه موردتقاضاو متصرفی خانم سیمین محمدی از مالکیت اولیه آقای حسین محمدی بمساحت ۳۵۷/۱۰ مترمربع ؛ واقع در اراضی روستای خوجین .

۳۵۵۶ فرعی از۱۹۵۳ اصلی ، ششدانگ یکباب خانه ومحوطه موردتقاضاو متصرفی آقای یوسف حفیظی از مالکیت اولیه آقای عموحفیظی بمساحت ۱۵۳/۲۵ مترمربع ؛وقسمتی ازپلاک ۲۹۹۷فرعی، واقع در اراضی روستای خوجین .

۳۵۵۷ فرعی از۱۹۵۳ اصلی ، ششدانگ یکقطعه باغ محصور موردتقاضاو متصرفی آقای احداله رحیم پوردیناچالی از مالکیت اولیه آقای سیدمحمدحسن پور بمساحت ۸۹۵/۶۸ مترمربع ؛ واقع در اراضی روستای خوجین .

۳۵۵۸ فرعی از۱۹۵۳ اصلی ، ششدانگ یکقطعه باغ موردتقاضاو متصرفی آقای نصراله محمدی از مالکیت اولیه خانم سیمین محمدی بمساحت ۱۸۴۶/۰۲ مترمربع ؛ واقع در اراضی روستای خوجین .

۳۵۵۹ فرعی از۱۹۵۳ اصلی ، ششدانگ یکقطعه باغ موردتقاضاو متصرفی آقای مجیدریسمانی از مالکیت اولیه آقای علیرضامحمدی بمساحت ۱۱۵۵/۱۰ مترمربع ؛ واقع در اراضی روستای خوجین .

۳۵۶۰ فرعی از۱۹۵۳ اصلی ، ششدانگ یکقطعه باغ موردتقاضاو متصرفی آقای قدرت اله فولادی از مالکیت اولیه آقای التفات ملکی بمساحت ۷۰۹۲/۱۶ مترمربع ؛ واقع در اراضی روستای خوجین .

۶۱۵ فرعی از۱۹۵۴ اصلی ، ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی دیمی موردتقاضاو متص

بازاریابی شهرت (Reputation Marketing) چیست؟

نویسنده: علی آل‌علی

کسب و کارهای زیادی در دنیا هستند که شهرت بالایی در میان مشتریان دارند. اگر برای چند دقیقه پای صحبت کارآفرینان بزرگ نشسته باشید، احتمالا بارها و بارها درباره سختی‌های توسعه برند و تبدیل شدن به یکی از غول‌های بازاریابی برای‌تان سخنرانی کرده‌اند. در یک نگاه اجمالی این دسته از افراد کسب و کارشان را تقریبا از هیچ توسعه داده‌اند و با زحمت فراوان شهرتی افسانه‌ای برای خود دست و پا کرده‌اند. بی‌شک کسانی که تا این اندازه برای برندشان زحمت می کشند، اصلا دوست ندارند شهرت‌شان یک شبه به خطر بیفتد. به همین خاطر بازاریابی شهرت یکی از استراتژی‌های کلیدی برای تمام کارآفرینان موفق محسوب می‌شود.

مدیریت درست شهرت از آن دست بحث‌هایی است که معمولا کارآفرینان را حسابی گیج می‌کند. بسیاری از صاحبان کسب و کار برای اینکه وضعیت‌شان در بازار بهتر شود، سراغ ایده‌های عجیب و تا حدی گران‌قیمت می‌روند. به طوری که بعد از کلی هزینه سر کمپین‌های تبلیغاتی دست از پا درازتر به خانه اول بازمی‌گردند. ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم بهترین روش برای مدیریت شهرت نه تبلیغات پرهزینه، بلکه استفاده از بازاریابی شهرت است.

احتمالا عبارت بازاریابی شهرت در طول سال‌های اخیر فقط چند باری به گوش‌تان خورده باشد. خب راستش را بخواهید، این مفهوم بیشتر از اینکه در عمل مورد استفاده قرار گرفته باشد، نقش نیمکت‌نشین دائمی را ایفا کرده است. البته ما در این مقاله قصد داریم یک دادگاه عادلانه برای بررسی وضعیت این استراتژی برگزار کنیم. شما در این جلسه رسمی یاد می‌گیرید که اصلا بازاریابی شهرت چیست و چطور باید از آن در متن توسعه کسب و کار استفاده کرد.

ما در این مقاله اول از همه سراغ یک تعریف خودمانی از بازاریابی شهرت می‌رویم. سپس برخی از مزایای این استراتژی را به اتفاق شما مرور کرده و در نهایت برخی از مهمترین روش‌های اجرای بازاریابی شهرت در متن کسب و کار را زیر ذره بین خواهیم برد. اگر شما هم دوست دارید با این استراتژی آشنایی اصولی پیدا کنید، هیچ جوره این مقاله را از دست ندهید.

بازاریابی شهرت چیست؟

بازاریابی شهرت از آن دست اصطلاحاتی است که در طول سال‌های اخیر بیشتر و بیشتر مورد استفاده قرار گرفته است، اما اگر همین حالا به طور تصادفی از کارآفرینان و مدیران درباره‌اش سوال کنید، کمتر کسی جواب سرراستی برای‌تان خواهد داشت. انگار که مدیریت شهرت یک استراتژی متعلق به عصر حجر است!

از آنجایی که ما در روزنامه فرصت امروز همیشه کارمان را با تعریف دقیق یک استراتژی شروع می‌کنیم، درباره بازاریابی شهرت هم همین مسیر را طی خواهیم کرد. بر این اساس بازاریابی شهرت در واقع به مجموعه‌ای از فعالیت‌های یک برند برای توسعه کسب و کار گفته می‌شود که در نهایت به بهبود اوضاع شهرت برند در نزد مخاطب هدف منجر می‌شود.

اجازه دهید با یک مثال دم دستی منظورمان از بازاریابی شهرت را بیان کنیم. برندی را در نظر بگیرید که در سایت رسمی‌اش اقدام به راه‌اندازی یک فروشگاه نیز می‌کند. بی‌شک فروشگاه مورد نظر برای بسیاری از مشتریان جذابیت زیادی خواهد داشت، اما هر کسی تن به خرید آنلاین نمی‌دهد. در عوض خیلی‌ها دوست دارند سیر تا پیاز یک محصول را بررسی کرده و سپس دست به خرید بزنند. این درست همان جایی است که نظرات مثبت مشتریان درباره یک محصول نقش تسهیلگر را ایفا می‌کند. خب انتظار ندارید که مشتریان با مشاهده نظرات مثبت خریداران قبلی محصول بازهم شک و تردید به خودشان راه دهند؟

گاهی اوقات در بازاریابی شهرت به جای اینکه شما خودتان دست به تولید محتوا بزنید، باید از محتوایی که مشتریان یا اطرافیان برند تولید کرده‌اند، نهایت استفاده را ببرید. اینطوری دیگر لازم نیست خیلی به خودتان سخت گرفته یا اوضاع را بیش از اندازه پیچیده کنید؛ چراکه همیشه راهی برای جلب نظر مشتریان وجود دارد؛ آن هم بدون اینکه دست به سیاه و سفید بزنید.

بازاریابی شهرت چه بخش‌هایی دارد؟

بازاریابی شهرت مجموعه‌ای از مهارت‌های مختلف را طلب می‌کند تا به خوبی بر روی مخاطب هدف تاثیرگذار باشد. بسیاری از بازاریاب‌ها فکر می‌کنند همین که محتوایی مناسب در شبکه‌های اجتماعی تولید کنند، دیگر مو لای درز شهرت برندشان نمی‌رود. اگر شما هم اینطور فکر می‌کنید، بد نیست کمی درباره استراتژی بازاریابی کسب و کارتان تجدیدنظر کنید.

حالا که بازاریابی شهرت را به طور دقیق تعریف کردیم، باید متوجه شده باشید که کمی با مارکتینگ به معنای سنتی‌اش تفاوت دارد. در حقیقت اینجا شما بازیگر اصلی نیستید. در عوض تمام تلاش‌تان باید جلب اعتماد مشتریان با استفاده از سابقه درخشان‌تان در تعامل با مشتریان قبلی یا وفادار برند باشد. درست به همین خاطر خیلی وقت‌ها استفاده از محتوای تولیدی کاربران (UGC) در این میان اهمیت بی‌نهایت زیادی پیدا می‌کند. ماجرا کم کم دارد جالب می‌شود، مگر نه؟

شما در بازاریابی شهرت در واقع ترکیبی از مدیریت شهرت (Reputation Management) و برندینگ را در اختیار دارید. به طوری که به مرور زمان باید به خوبی در زمینه اثرگذاری بر روی مخاطب هدف با استفاده از این دو ترکیب مهارت پیدا کنید.

اگرچه در مدیریت شهرت تمرکز اصلی بر روی مشتریان قرار دارد، اما شما در بازاریابی شهرت دامنه وسیع‌تری از مخاطب را هدف قرار می‌دهید. به طوری که شهرت کلی برندتان در بازار معیار اصلی برای سنجش خواهد بود. همین امر موجب نیاز به مهارت‌های مختلفی نظیر روابط عمومی نیز می‌شود. خب کسی که مهارت‌های ارتباطی یا روابط عمومی پایینی دارد، هیچ وقت نمی‌تواند برندش را آنطور که باید و شاید به مخاطب معرفی کند!

مزایای بازاریابی شهرت: فهرستی طلایی

بعد از اینکه بخش‌های کلیدی در بازاریابی شهرت را بررسی کردیم، باید نیم نگاهی هم به مزایای این استراتژی داشته باشیم. شما را نمی‌دانم، ولی من که اصلا حوصله وقت تلف کردن سر یک استراتژی به‌دردنخور را ندارم. معمولا در چنین شرایطی کارآفرینان خیلی زود تسلیم شده و دیگر دور بازاریابی را خط می‌کشند. بنابراین ما قصد داریم در این بخش به شما نشان دهیم بازاریابی شهرت ارزش وقت گذاشتن دارد.

افزایش سود

اولین نکته‌ای که پس از افزایش شهرت برند در بازار به چشم می‌آید، بحث افزایش دامنه سود است. خب تا وقتی شما نتوانید سودتان را به طور چشمگیری افزایش دهید، خیلی از مشکلات‌تان همچنان پابرجا خواهد ماند. نکته کلیدی دیگر اینکه باید همیشه نیم نگاهی به تاثیر واقعی استراتژی‌ها بر روی کسب و کارتان داشته باشید. ما در روزنامه فرصت امروز یکی از معیارهای کلیدی در زمینه توسعه کسب و کار را افزایش سود می‌دانیم. وقتی سود شما به طور چشمگیری افزایش پیدا کند، دیگر لازم نیست دغدغه آینده برندتان را داشته باشید.

بازاریابی شهرت در یک کلام به شما کمک می‌کند سریع‌تر اعتماد مشتریان در بازار را جلب کرده و راحت‌تر روی آنها اثر بگذارید. این امر شاید در نگاه نخست خیلی پیچیده یا عجیب به نظر برسد، اما در مدت زمانی کوتاه اوضاع‌تان را بهبود خواهد بخشید. خب هرچه شناخت و اعتماد مشتریان به یک برند بیشتر باشد، میزان خریدشان هم بالاتر می‌رود. بسیاری از کسب و کارها برای اثرگذاری درست بر روی مخاطب هدف سرمایه‌گذاری‌های کلان بر روی حوزه بازاریابی می‌کنند. البته شما لازم نیست چنین دست‌فرمانی را پیش بگیرید. در عوض کافی است تا انتهای این مقاله با ما همراه باشید تا اصول بازاریابی شهرت را یاد بگیرید!

افزایش ترافیک سایت

ترافیک سایت از آن دست معیارهایی است که همیشه برای کارآفرینان و صدالبته بازاریاب‌ها مهم است. اینکه سایت یک برند ترافیک بالایی داشته باشد، نشان‌دهنده موفقیت آن کسب و کار در اثرگذاری بر روی مخاطب هدف محسوب می‌شود. متاسفانه در دنیای امروز رقابت بر سر جلب نظر مخاطب هدف آنقدر شدید هست که گاهی اوقات سر برخی از کسب و کارها کاملا بی‌کلاه می‌ماند. درست به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم بازاریابی شهرت یکی از المان‌های ضروری برای افزایش ترافیک سایت محسوب می‌شود.

بازاریابی شهرت به کسب و کارها کمک می‌کند تا به دور از هیاهوی بی‌خودی نظر مخاطب‌شان را جلب کرده و وضعیت برندشان را به طور قابل ملاحظه‌ای بهبود بخشند. این امر اهمیت بسیار ویژه‌ای برای توسعه کسب و کار دارد؛ چراکه هرچه سایت یک برند ترافیک بالاتری داشته باشد، به طور مشابه از نظر سئو نیز اوضاع بهتری خواهد داشت.

مسئله سئو برای بسیاری از بازاریاب‌ها دقیقا مسئله مرگ و زندگی است. به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز این مسئله را خیلی جدی بررسی می‌کنیم. شهرت بیشتر در بازار یک نتیجه کاملا مشخص دارد: علاقه بیشتر کاربران برای جست‌وجو درباره برندتان!

وقتی کاربران علاقه بیشتری برای جست‌وجو درباره برندتان داشته باشند، سئو سایت‌تان به طور خودکار افزایش پیدا خواهد کرد. اینطوری می‌توانید حرف‌های زیادی برای گفتن در بازار داشته باشید. خب مگر یک بازاریاب به غیر از سایتی با سئو عالی در گوگل دیگر چه چیزی برای موفقیت در بازاریابی دیجیتال لازم دارد؟

بازاریابی شهرت در عمل: نکاتی برای اجرا

آخرین بخش مقاله ما درباره اجرای تکنیک‌های مدیریت شهرت در عمل است. بسیاری از برندها این استراتژی را فقط تا جایی که روی کاغذ باشد، دنبال می‌کنند. انگار که اجرای آن جرمی بزرگ است که هیچ راه برگشتی هم ندارد. اگر شما هم بارها و بارها درست موقعی که نوبت به اجرای بازاریابی شهرت شده، جا زده‌اید، دیگر لازم نیست خیلی به خودتان سخت بگیرید. ما در ادامه همراه‌تان هستیم تا برخی از مهمترین نکات در رابطه با اجرای بازاریابی شهرت را با هم مرور کنیم.

از آنجایی که مدیریت شهرت برای کسب و کارهایی در حوزه‌های مختلف کاربرد دارد، ما در ادامه سعی کرده‌ایم دور اصطلاحات پیچیده را خط بکشیم. پس خیال‌تان از این بابت کاملا راحت باشد.

ارزیابی شهرت فعلی برند: اولین گام برای شروع

وضعیت شهرت برند شما در حال حاضر چطور است؟ خیلی از کسب و کارها برای پاسخگویی به این سوال مشکلات بی‌نهایت زیادی دارند. به طوری که خیلی وقت‌ها کارآفرینان در عین حال دنبال توسعه شهرت برندشان هستند، حتی اطلاعات پیش پا افتاده‌ای هم درباره اوضاع فعلی برندشان ندارند. این امر شاید در نگاه نخست مشکل زیاد مهمی نباشد، اما خیلی زود اوضاع را به هم خواهد ریخت. خب شما برای هر برنامه‌ریزی باید وضعیت اولیه برندتان را بدانید، مگر نه؟

ما در این بخش راهکار ساده‌ای برای آشنایی با وضعیت شهرت برند داریم. همانطور که آنالیزورها در تیم‌های ورزشی سراغ بررسی نقاط ضعف تیم‌های دیگر و صدالبته تیم خودشان می‌روند، شما هم در این بخش باید در نقش یک آنالیزور حرفه‌ای قرار بگیرید. البته اینجا خبری از مسابقات ورزشی نیست، در عوض شما باید خودتان را برای یکه‌تازی در بازار آماده کنید.

راهکار دیگری که به نوعی میانبر برای کارآفرینان محسوب می‌شود، استفاده از نظرسنجی‌های مختلف در ارتباط با مشتریان است. بی‌شک مشتریان هر برند دوست دارند نظرشان درباره آن کسب و کار را به طور مستقیم بیان کنند. بنابراین اگر شما فرصت مناسب جهت این هماهنگی را ایجاد کنید، اوضاع‌تان خیلی بهتر خواهد شد. این امر می‌تواند به شما برای توسعه هرچه بهتر کسب و کار کمک کرده و شانس‌تان در بازار را نیز بهبود بخشد.

نتیجه نهایی که شما در این بخش باید بگیرید، جمع‌بندی کلی درباره اوضاع فعلی شهرت برند است. اینطوری خیلی بهتر می‌توانید نتیجه‌گیری درستی درباره وضعیت نهایی کسب و کارتان داشته باشید. این امر به شما کمک می‌کند تا در طول زمان برنامه‌ریزی دقیقی برای توسعه شهرت‌تان داشته باشید.

شناسایی نقاط قابل پیشرفت: ورود به اصل داستان!

بازاریابی شهرت فقط با شناسایی وضعیت فعلی شهرت برند دنبال نمی‌شود. این اولین قدم برای اثرگذاری حرفه‌ای بر روی مخاطب محسوب می‌شود. شما در مرحله اصلی باید تنی به آب زده و خودتان را درگیر شناسایی نقاط مناسب برای پیشرفت شهرت برند کنید.

کسب و کاری را در نظر بگیرید که در زمینه خدمات دکوراسیون منزل فعالیت دارد. اگر این برند در طول ماه‌های اخیر با شکایت و اعتراض مشتریان درباره مدیریت زمان افتضاح رو به رو شده باشد، یکی از نقاط مناسب برای بهبود شهرت همین مدیریت زمان است. خب برندی که زمان‌شناس نباشد، هیچ شانسی برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف نخواهد داشت. این دقیقا همان مسئله‌ای است که اوضاع شما در بازار را حسابی به هم می‌ریزد.

بی‌شک هر کسب و کاری در دنیا ایراداتی دارد که باید در طول زمان حل شود. ماموریت شما در این بخش شناسایی مشکلاتی است که در طول ماه‌های اخیر با آنها دست و پنجه نرم کرده‌اید. این امر به شما کمک می‌کند تا شهرت‌تان در بازار را کمی سر و سامان بخشیده و نگاه‌ها را به سوی خودتان جلب کنید.

گاهی اوقات کارآفرینان دوست دارند برندشان همیشه بی‌عیب و نقص باشد. قبول دارم این ایده جذابیت بی‌نهایت بالایی دارد، اما شما نباید خودتان را در دام آن گیر بیندازید. یکی از نکات کلیدی در این میان توجه به روند توسعه کسب و کار است. اینکه برند شما دائما در تلاش برای بهترشدن باشد، اهمیت بسیار بیشتری در مقایسه با افسانه «برند بی‌عیب و نقص بودن» خواهد داشت. خب اصلا مگر برندی در دنیا هست که کاملا بی‌عیب و نقص باشد؟

واکنش به نظرات مشتریان: به وقت تعامل

مشتریان معمولا دلسوزی زیادی در قبال برندهای مورد علاقه‌شان دارند. اگر شما کارآفرین باهوشی باشید، خیلی راحت می‌توانید از این دلسوزی برای اثرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف استفاده کرده و اوضاع‌تان در بازار را بهبود ببخشید. نکته کلیدی دیگر اینکه شما باید از نظرات مشتریان در واقع استفاده کنید. متاسفانه خیلی از کسب و کارها همینطور سرسری نظرات مشتریان را مورد توجه قرار داده و بعد هم هیچ توجهی به این نکات نمی‌کنند. این امر نه تنها اوضاع آنها را حسابی به هم می‌ریزد، بلکه مشتریان را هم دائما از دست‌شان عصبانی خواهد کرد.

فرمول ما در این بخش واکنش سریع و مناسب به نظرات مشتریان است. این روزها معمولا مشتریان در شبکه‌های اجتماعی یا سایت رسمی برند نظرات‌شان را به اشتراک می‌گذارند. این یعنی شما باید در شبکه‌های اجتماعی حضوری بی‌نهایت پررنگ داشته باشید. خب مگر می‌شود برندی در این دوره و زمانه به دنبال موفقیت بازاریابی باشد و اصلا بویی از حضور در شبکه‌های اجتماعی نبرده باشد؟

مشتریان اصلا از برندهایی که خودشان را دست بالا می‌گیرند، استقبال نمی‌کنند. به همین خاطر شما باید کمی رفتار دوستانه‌تری با مشتریان داشته و اوضاع را به سود خودتان مدیریت کنید. در این میان برخی از مهمترین نکات برای اثرگذاری بر روی مشتریان شامل استفاده از هوش مصنوعی (ربات‌های چت) است. اینطوری می‌توانید خیلی سریع و دقیق‌تر جواب مشتریان را بدهید. خب مشتریان که وقت‌شان را از سر راه نیاورده‌اند تا همینطور الکی پای شما تلف کنند.

تشویق دیگران به معرفی برند: جذب سفیر برند!

مسئله سفیر برند در طول سال‌های اخیر سر و صدای زیادی به پا کرده است. برخی از برندهای بزرگ سفیران مشهوری برای خودشان استخدام می‌کنند. احتمالا شما هم سلبریتی‌های زیادی را دیده‌اید که به عنوان سفیر برندهای بزرگ فعالیت کرده و حسابی پول به جیب می‌زنند. خب راستش را بخواهید، این روزها کمتر برندی دنبال جذب سفیر برای خودش نیست. البته این به معنای صرف هزینه‌های چند میلیونی برای همکاری با ستاره‌های مشهور دنیا نیست. در عوض شما می‌توانید بدون هیچ دردسری کارتان را جلوه برده و پول‌تان را هم هدر ندهید.

نکته کلیدی که در این بخش باید به طور دقیق رعایت کنید، مسئله مربوط به استفاده از خودِ مشتریان به عنوان سفیر برند است. خب چه کسی گفته حتما باید سراغ فلان فوتبالیست یا بازیگر مشهور بروید تا نظر مشتریان را جلب کنید؟

یکی از مهمترین تکنیک‌های بازاریابی شهرت استفاده از خودِ مشتریان به عنوان سفیران برند است. این امر به شما کمک می‌کند تا خیلی راحت کارتان در بازار را توسعه داده و ولخرجی زیادی هم انجام ندهید.

یادتان باشد، شما باید یک برنامه تشویقی نیز برای معرفی برندتان به دیگران از سوی مشتریان در نظر بگیرید. مثلا در صورت معرفی برند به سه تا از دوستان، یک کد تخفیف مناسب به مشتریان ارائه دهید. اینطوری کارتان به مرور زمان روی روال خاصش می‌افتد و مشتریان به طور خودکار شروع به بازاریابی برای برندتان خواهند کرد.

حفظ وجهه برند: گام نهایی

تمام تلاش‌های شما برای توسعه شهرت برند باید در نهایت به حفظ این شهرت منجر شود. خیلی از بازاریاب‌ها عملا فراموش می‌کنند که مسئولیت اصلی‌شان حفظ شهرت برند است. به همین خاطر شما باید خودتان را در این زمینه مسئول دانسته و دست به اقدامات لازم بزنید. یکی از اقدامات کلیدی در این میان توجه به مشتریانی است که قبلا با آنها تعامل داشته‌ایم.

برخی از بازاریاب‌ها فکر می‌کنند همیشه باید دنبال مشتری جدید بروند. این ذهنیت به مرور زمان اوضاع‌شان را به هم می‌ریزد و مشتریان قبلی را حسابی ناراضی خواهد کرد. خب هرچه باشد بازاریابی باید فایده‌ای برای مشتریان قدیمی‌تر نیز داشته باشد. به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم بازاریابی شهرت باید همیشه در راستای تعامل با مشتریان در تمام سطوح عمل کند. به زبان خودمانی، شما هیچ وقت نباید مشتریان قدیمی‌تان را فراموش کنید.

سخن پایانی

مدیریت شهرت برند مفهومی است که ما قبلا در روزنامه فرصت امروز درباره‌اش به طور مفصل حرف زده‌ایم. در اینجا محور اصلی بحث بازاریابی شهرت بود. این مجموعه از اقدامات که با هدف توسعه شهرت برند انجام می‌شود، معیاری فراتر از صرف حفظ شهرت برند را مدنظر دارد. حالا شما آماده‌اید تا نه تنها شهرت برندتان را ارتقا دهید، بلکه همیشه نیم‌نگاهی به حفظ آن در عمل هم داشته باشید.

منابع:
https://www.indeed.com/career-advice/career-development/reputation-marketing
https://get.nicejob.com/resources/what-is-reputation-marketing-the-complete-guide

FR-CO-37/00
نوبت اول
شرکت ملی گاز ایران
شرکت گاز استان کرمانشاه (سهامی خاص)
شناسه آگهی: ۱۵۵۹۹۵۰

تجدید فراخوان مناقصه عمومی همزمان با ارزیابی کیفی (یک مرحله‌ای)

شرکت گازاستان کرمانشاه درنظردارد مناقصه عمومی به شماره ۲۰۰۲۰۰۱۳۳۹۰۰۰۰۴۳ را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت تجدید نماید.
موضوع مناقصه: اجرای عملیات استم گذاری ۱۵ عدد شیرهای معلق و مدفون نمودن شیرهای حوضچه ای ۸ تا ۲۰ اینچ منطقه ۳ کرمانشاه.
شماره مناقصه: ۲۰۰۲۰۰۱۳۳۹۰۰۰۰۴۳
شرکتهای سازنده شیر یا گیربکس موجود در وندور شرکت ملی گاز و یا دارای گواهینامه صلاحیت پیمانکاری در رشته تأسیسات و تجهیزات و نیز گواهینامه صلاحیت ایمنی پیمانکاران می توانند درصورت داشتن ظرفیت مجاز کاری ، کلیه مراحل برگزاری مناقصه اعم از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکت ها را از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) پیگیری نمایند.
لازم است مناقصه‌گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند.
برآورد صورت گرفته جهت انجام پروژه: ۳۸،۹۴۸،۵۵۸،۱۰۰ ریال.
مبلغ تضمین شرکت در مناقصه: ۱،۵۰۰،۰۰۰،۰۰۰ ریال.
تاریخ انتشار مناقصه در سامانه ۱۴۰۲/۰۵/۲۸ می باشد.
مهلت زمانی دریافت اسناد مناقصه از سایت: ساعت ۱۶:۰۰ روز پنجشنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۶/۱۶.
مهلت زمانی ارائه پیشنهاد: ساعت ۱۶:۰۰ روز شنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۷/۰۱.
زمان بازگشایی پاکات ارزیابی کیفی: ساعت ۹:۳۰ روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۷/۰۳.
مناقصه‌گران می توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر به آدرس: کرمانشاه، میدان آزادی، ابتدای بلوار شهید بهشتی شرکت گازاستان کرمانشاه طبقه اول اتاق ۲۱۵ یا پایگاه اطلاع‌رسانی الکترونیکی (WWW.NIGC-KS.ir) مراجعه نمایند.
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۰۶/۱۲ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۰۶/۱۳
روابط عمومی شرکت گاز استان کرمانشاه
۸۶۹

نوبت اول
شرکت ملی گاز ایران
شرکت گاز استان همدان سهامی خاص
شناسه آگهی: ۱۵۵۹۹۸۶

آگهی مزایده عمومی
مزایده شماره ۰۸-۱۴۰۲
شماره مجوز: ۱۴۰۲/۴۴۶۹

مزایده‌گزار: شرکت گاز استان همدان
شرکت گاز استان همدان در نظر دارد اقلام مازاد اسقاطی خود را به شرح ذیل از طریق مزایده به فروش برساند.
مزایده فروش اقلام اسقاطی
(شامل انواع لاستیک و تیوپ نو و دست دوم)
متقاضیان می توانند جهت رویت اقلام مذکور از تاریخ ۱۴۰۲/۰۲/۰۶ همه روزه از ساعت ۸ الی ۱۳ به آدرس ساختمان انبار کالا واقع در ابتدای جاده تهران بعد از میدان فرودگاه مراجعه و در صورت تمایل به خرید، قیمت پیشنهادی خود را در سایت ستاد ایران به آدرس www.setadiran.ir و حداکثر تا ساعت ۰۹/۰۰ روز یکشنبه ۱۴۰۲/۰۶/۲۶ ارسال نموده و سپرده شرکت در مزایده را نیز تا تاریخ مذکور به دبیرخانه حراست شرکت گاز استان همدان تحویل داده و رسید دریافت نمایند. ضمنا جلسه رویت قیمتهای پیشنهادی مزایده، روز دوشنبه ۱۴۰۲/۰۶/۲۷ ساعت ۰۹/۰۰ صبح در ساختمان اداره مرکزی شرکت گاز استان همدان می‌باشد.
تلفن: ۴-۳۸۲۶۰۵۷۱، ۸-۳۸۲۶۱۰۷۵، دورنویس: ۳۸۲۵۶۲۰۷ - ۰۸۱
آدرس اینترنت: WWW.nigc-hm.ir
م الف ۹۳۴
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۰۶/۱۲ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۰۶/۱۴
روابط عمومی شرکت گاز استان همدان
۸۷۰

با سرزنش اجتماعی تخلفات رانندگی، از قانون شکنی و تکرار تخلف جلوگیری کنیم.
اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان هرمزگان
اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای استان هرمزگان
شناسه آگهی: ۱۵۵۸۸۹۱

مناقصه‌عمومی
شماره ۸۳-۴۰۲

اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان هرمزگان در نظر دارد مناقصه عمومی فوق را با مشخصات و شرایط کلی ذیل از طریق برگزاری مناقصه ، به شرکت های واجد شرایط واگذار نماید.
الف) شرح مختصر کارها :

موضوع پروژه	مبلغ برآورد(ریال)	شهرستان	مدت پیمان (ماه)	مبلغ تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار (ریال)
تکمیل ابنیه فنی محور سلوبلم-پشتکوه-گجک شهرستان بندرعباس	۳۸،۷۶۶،۸۴۳،۶۷۶	بندرعباس	۸	۱،۹۳۸،۳۴۲،۱۸۴

ب) محل تامین اعتبار: از محل اعتبارات استانی
ج) شرایط متقاضی: ۱ -داشتن شخصیت حقوقی ۲- داشتن توانایی ارائه ضمانت نامه بانکی شرکت در فرآیند ارجاع کار و ضمانت نامه انجام تعهدات ۳- دارا بودن حداقل رتبه ۵ رشته راه و ترابری . لذا متقاضیانی که دارای شرایط مذکور در بند « ج » فوق بوده و آمادگی اجرای پروژه را دارند می توانند جهت اخذ اسناد مناقصه از ساعت ۱۴:۳۰ مورخ ۱۴۰۲/۰۶/۱۲ لغایت ساعت ۱۳:۰۰ مورخ ۱۴۰۲/۰۶/۱۸ به پایگاه اینترنتی سامانه تدارکات الترونیکی دولت به آدرس www.setadiran.ir مراجعه نمایند، آخرین مهلت تحویل اسناد مناقصه، ساعت ۱۳:۰۰ مورخ ۱۴۰۲/۰۶/۲۸ و بازگشایی پاکات ساعت ۰۸:۰۰ مورخ ۱۴۰۲/۰۶/۲۹ خواهد بود. جهت کسب اطلاعات بیشتر به آدرس اینترنتی www.iets.mporg.ir مراجعه نمایید.
اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای
۸۶۸

آگهی مناقصه
فراخوان ارزیابی کیفی جهت برگزاری مناقصه عمومی دو مرحله ایی
شرکت ملی نفت ایران
شرکت ملی حفاری ایران «سهامی خاص»
نوبت دوم شناسه آگهی : ۱۵۵۸۰۶۸
موضوع مناقصه: خرید مربوط به شرح ذیل : INTEGRAL MANDREL FISHING OIL JAR
مشخصات مناقصه:

نام مناقصه گزار	شماره تقاضا/ مناقصه	مبلغ برآورد (یورو)	شماره فراخوان
شرکت ملی حفاری ایران	Tender No.: FP/17-02/243 Indent No.: 48-22-0122031	۲۷۹،۴۶۰	۲۰۰۲۰۹۳۹۸۵۰۰۰۶۵۶

• روش ارزیابی کیفی مناقصه گران:
روش ارزیابی: بر اساس کسب حداقل امتیاز (۵۰) مربوط به معیارهای موجود در استعلام‌های ارزیابی کیفی که توسط متقاضیان شرکت در مناقصه تکمیل می‌شود، انجام می‌گردد.
• نحوه دریافت اسناد مناقصه :
تاریخ شروع دریافت: توزیع اسناد از یک روز پس از چاپ آگهی نوبت دوم آغاز شده و تا ده روز پس از آن ادامه خواهد داشت. (از تاریخ ۱۴۰۲/۰۶/۱۳ تا تاریخ ۱۴۰۲/۰۶/۲۶)
آخرین مهلت تحویل اسناد: ۱۴ روز پس از آخرین روز دریافت استعلام‌های ارزیابی کیفی (تاریخ ۱۴۰۲/۷/۱۰)
آدرس مناقصه گزار جهت دریافت اطلاعات: آدرس: اهواز - بلوار پاسداران - بالاتر از میدان فرودگاه - شرکت ملی حفاری ایران - ساختمان پایگاه عملیاتی - طبقه اول - سالن ۱۱۳ - اداره تدارکات خارجی کالا - آقای منصوری/سرکار خانم منافی - شماره تماس : ۰۶۱۳۴۱۴۸۶۱۵ - ۰۶۱۳۴۱۴۸۶۵۶۰
• تضمین شرکت در مناقصه (فرآیند ارجاع کار)
مبلغ تضمین: ۱۳،۹۷۴ یورو
انواع تضامین قابل قبول: طبق تبصره ماده ۹ آئین نامه تضمین معاملات دولتی اشخاص ایرانی مجازند به جای ضمانتنامه ارزی ضمانتنامه ریالی بانکی براساس نرخ تسعیر بانک مرکزی جمهوری اسلامی سامانه نیما قابل احصاء از جدول نرخ خرید میانگین موزون حواله ارزی مندرج در سامانه سنا (www.sanarate.ir) زمان تسلیم پیشنهاد ارائه نمایند. ضمانتنامه های مطابق آئین نامه تضمین معاملات دولتی به شماره ۱۲۳۲۰۲/ت ۵۰۶۵۹ ه تاریخ ۱۳۹۴/۰۹/۲۲ و اصلاحات بعدی آن. در خصوص ضمانتنامه های واریزی اصل فیش واریز وجه نقد به حساب شماره ۴۰۰۱۱۱۴۰۰۶۳۷۶۶۳۶ تحت عنوان تمرکز وجوه سپرده شرکت ملی حفاری ایران نزد بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران(شماره شبا IR ۳۵۰۱۰۰۰۰۴۰۰۱۱۱۴۰۰۶۳۷۶۶۳۶)
مدت اعتبار پیشنهاد/ تضمین: ۹۰ روز (برای یک بار در سقف مدت اعتبار اولیه قابل تمدید باشند)
محل تحویل ضمانتنامه: اهواز - بلوار پاسداران بالاتر از سه راه فرودگاه - شرکت ملی حفاری ایران - ساختمان پایگاه عملیاتی - طبقه اول پارت B - اتاق ۱۰۷ - دبیرخانه کمیسیون مناقصات - شماره تماس ۰۶۱۳۴۱۴۸۵۸۰ - ۰۶۱۳۴۱۴۸۵۶۹۰
کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکت ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد.
• کانال های اطلاع رسانی شرکت ملی حفاری ایران http://sapp.ir/nide-pr www.nide.ir
فرصت امروز
تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۲/۰۶/۱۱ تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۲/۰۶/۱۲
اداره تدارکات خارجی کالا - شرکت ملی حفاری ایران
۸۵۵

امضای تفاهم‌نامه مشترک شرکت فولاد مبارکه و سازمان انرژی اتمی ایران

اصفهان – معصومه قاسمی: با حضور معاون رئیس‌جمهور و رئیس سازمان انرژی اتمی، مدیرعامل شرکت فولاد مبارکه و مدیرعامل شرکت پارس ایزوتوپ، طی مراسمی تفاهم‌نامه مشترک شرکت فولاد مبارکه و سازمان انرژی اتمی ایران به امضا رسید.

در آیین امضا تفاهم‌نامه مشترک شرکت فولاد مبارکه و سازمان انرژی اتمی ایران که روز دوشنبه سی‌ام مردادماه برگزار شد، پس از بیان اهمیت بومی‌سازی، ساخت، نصب و راه‌اندازی کمیت‌سنج‌های پرتوی شرکت پارس ایزوتوپ و شرکت فولاد مبارکه، محمد اسلامی معاون رئیس‌جمهور و رئیس سازمان انرژی اتمی ایران، ضمن قدردانی از شرکت فولاد مبارکه در خصوص ایجاد زمینه برای نصب و راه‌اندازی تجهیزات بومی‌سازی پرتوی شرکت پارس ایزوتوپ شامل غلظت‌سنج‌های دوفازی در واحد بازیابی اسید و واحد آهن‌سازی (غلظت‌سنج لجن) همکاری با شرکت فولاد مبارکه را بسیار مثبت ارزیابی کرد.

وی در خصوص سرمایه‌گذاری مشترک (Joint Venture) سازمان انرژی اتمی ایران با استفاده از ظرفیت‌های شرکت پارس ایزوتوپ و شرکت فولاد مبارکه توضیحاتی ارائه کرد. محمدیاسر طیب‌نیا، مدیرعامل فولاد مبارکه، در مورد نهضت بومی‌سازی و ایجاد فرهنگ مربوطه در این شرکت اظهار گفت: شرکت فولاد مبارکه در دهه اخیر موفق به بومی‌سازی حدود ۱۰۰ هزار قطعه و تجهیز با تکنولوژی بالا برای اولین بار گردیده است.

وی با تأکید بر اینکه فولاد مبارکه در سال ۱۴۰۲ و سال‌های آتی نیز بومی‌سازی حداکثری و تکنولوگ شدن و دست‌یابی به دانش فنی ساخت کارخانه‌های فولادی را هدف‌گذاری کرده است، درخصوص اهمیت بومی‌سازی کمیت‌سنج‌های پرتوی، به ساخت ضخامت‌سنج‌های ۷۵ تا ۱۰۰ کیلوولتی در دو نوع آنالوگ و دیجیتال و نصب و راه‌اندازی این ضخامت‌سنج‌ها در قسمت‌های اسیدشویی و کورکتیو واحد نورد سرد اشاره کرد.

طیب‌نیا خاطرنشان کرد: در سال‌های ابتدایی یکی از اولویت‌ها، بومی‌سازی و توانمندسازی شرکت‌های دانش‌بنیان بوده که این اقدام با موفقیت صورت گرفته است، ولی در حال حاضر، باید به فکر هم‌افزایی و جلوگیری از انجام دوباره‌کاری‌ها در زمینه بومی‌سازی باشیم. امضای این تفاهم‌نامه و همکاری با سازمان انرژی اتمی ایران در این راستا است

با اجرای ابر پروژه طرح جایگزینی سد نهند تبریز محقق شد؛

گام های ماندگار شرکت آب و فاضلاب آذربایجان شرقی برای تامین منابع آبی پایدار

آذربایجان شرقی – فلاح: با عزم جدی خادمان مردم در شرکت آب و فاضلاب آذربایجان شرقی برای تامین منابع آبی پایدار مشکل کم آبی در شمال شهر کلانشهر تبریز رفع شد.

رئیس هیئت مدیره و مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی با اعلام این خبر اظهار کرد: با سرمایه گذاری ۳۰۰ میلیارد تومانی طرح انتقال آب شرب گوارا به شمال شهر تبریز، محقق شد. محمد خانی در خصوص آخرین وضعیت انتقال آب از زرینه رود و چاه های دامنه سهند نیز گفت: با کار جهادی و متعهدانه همکاران شرکت آب و فاضلاب پروژه سه ساله ظرف مدت کمتر از سه ماه آماده بهره برداری شد و اهالی مناطق مرتفع کلانشهر تبریز از آب سبک و گوارای این خط انتقال بهره مند شدند و در عمل تهدید ایجاد شده برای تبریز به فرصت تبدیل شد. وی تصریح کرد: در حال حاضر عمده آب شرب و آشامیدنی مورد نیاز شهروندان تبریز از سفره های زیرزمینی و زرینه رود تامین می شود که با اجرای طرح های جایگزین و اضطراری هم اکنون مردم کل کلانشهر تبریز به آب گوارا و سبک دسترسی پیدا کردند.

مهندس خانی گفت: با قطع جریان آب سد نهند که با تولید ۹۵۰ لیتر بر ثانیه، آب شرب چندین شهرک واقع در قسمت شمالی شهر از جمله شهرک های باغمیشه، نصر، رشدیه، ولی امر، فرشته و ارم و ۵۰ درصد ولیعصر با ۲۸۰ هزار نفر جمعیت از این منبع تامین می شد، ساکنان این مناطق با تهدید قطعی آب مواجه شد. به گفته وی، متعاقب آن با هدایت وزارت نیرو و شرکت مهندسی آب و فاضلاب کشور اتاق بحران تشکیل و هماهنگی لازم برای تامین و توزیع آب شرب در این مناطق توسط شرکت های آب منطقه ای و آب و فاضلاب استان انجام شد. وی افزود: با توجه به اینکه شرکت آب و فاضلاب از اواخر سال گذشته پیش بینی و مطالعات لازم در رابطه با احتمال اجرای طرح جایگزین در صورت بروز حادثه در منابع تامین آب را انجام داده و نسبت به عقد قرارداد با پیمانکار اقدام کرده بود، با اعلام خروج سد نهند از مدار تولید و توزیع، موضوع طرح جایگزین با شدت و قوت پیگیری و عملیاتی شد.

خانی گفت: برای اجرای طرح تامین آب جایگزین، اقدامات موثر و همزمان بصورت شبانه روزی و جهادی از چند جبهه کاری آغاز شد که از جمله آن اقدامات می توان به افزایش ظرفیت انتقال آب چاههای شرق کلانشهر تبریز به مناطق تحت پوشش سد نهند شامل احداث خط انتقال در سایزهای ۶۰۰ و ۴۰۰ میلیمتری به طول ۲۷ کیلومتر، بهسازی و اسیدشویی چاهها و احداث سیستم کنارگذر (بایپس) خطوط انتقال چاهای شرق تبریز در محل فشارشکن باسمنج، ایجاد ایستگاه پمپاژ جهت انتقال آب زرینه رود از مخازن مادر به مناطق تحت پوشش ولی عصر و باغمیشه با ظرفیت ۳۰۰ لیتر در ثانیه، تامین آب از چاههای تازه احداث شده در منطقه فن آوران و دره مارالان اشاره کرد. وی گفت: با اتصال خطوط لوله شمال تبریز به خطوط لوله جنوب شهر و تکمیل رینگ داخلی شهر از طریق پمپاژ، آب وارد مدار توزیع شده، و بدین ترتیب آب زرینه رود و چاههای شرق تبریز به مناطق مرتفع کلانشهر تبریز وصل شد.

مدیر کل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان:

اهالی فرهنگ، هنر و رسانه خوزستان حماسه اربعین را هنرمندانه برای جهانیان روایت می کنند

اهواز – شبنم قجاوند: اهالی فرهنگ، هنر و رسانه خوزستان حماسه اربعین را هنرمندانه برای جهانیان روایت می‌کنند

مدیر کل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان گفت: برپایی موکب اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی به منظور رساندن صدای اربعین با زبان هنر به گوش جهانیان است. مجید منادی در جمع خبرنگاران در مرز چذابه، اربعین را حماسه ای فرهنگی عنوان و اظهار کرد: هنرمندان و اصحاب فرهنگ و رسانه با فکر، هنر، خلاقیت و تواناییشان که خداوند به آنها بخشیده پای کار اربعین حسینی و زائران هستند.

وی با اشاره به استقرار موکب های اداره ارشاد در کل سطح استان و در پایانه های مرزی چذابه گفت: این موکب ها با محوریت کار فرهنگی، هنری و رسانه ای شکل گرفته است.

به گفته ی وی، دور هم جمع کردن هنرمندان و نشان دادن ارادت به امام حسین (ع)، عاشورا و مفاهیم دینی با زبان هنر، یکی از اصلی ترین اهداف راه اندازی موکب اداره کل ارشاد خوزستان می باشد.

مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان همچنین زبان هنر را زبان مشترک تمام دنیا عنوان و تصریح کرد: بی شک از طریق زبان هنر می توان اربعین و پیام معنوی آن را به جهانیان ابلاغ کرد.

وی عنوان کرد: موکب اداره کل ارشاد خوزستان در مرز چذابه، همچنین محل حضور اصحاب رسانه و اعضای خانه مطبوعات جهت استراحت و ارائه گزارش بوده و به نوعی پاتوق اربعینی اهل رسانه به شمار می آید.

مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان گفت: هنرمندان برجسته خوزستان با حضور در این موکب، به اجرای زنده و تولید اثر در قالب های نمایش های عروسکی، نقاشی، خطاطی، شعرخوانی، خیاطی، مداحی و اجرای تعزیه می پردازند.

وی در ادامه افزود: به لطف خداوند اجرای تعزیه و نمایش های هنری در این شب ها با استقبال چشمگیر زائران مواجه بوده است.

مقاوم‌سازی ۵۷ درصدی مسکن روستایی گیلان

رشت – خبرنگار فرصت امروز: مدیرکل بنیاد مسکن گیلان گفت: شاخص مقام سازی مسکن روستایی گیلان در سال ۱۴۰۰ معادل ۵۳ درصد بود که در راستای نهضت ملی مسکن به ۵۷ درصد رسیده است.

حامد دائمی، عصر امروز، هفتم شهریور در آیین افتتاح و بهره‌برداری ۹۰ پروژه مخابرات منطقه گیلان در شهرستان لنگرود که با حضور استاندار گیلان برگزار شد، با بیان اینکه در هفته دولت امسال ۳۸ پروژه طرح هادی را با اعتبار ۵۰ میلیارد و ۸۰۰ میلیون تومان به مرحله افتتاح رساندیم، اظهار کرد: حجم آسفالت انجام شده در این ۳۸ روستا ۱۹۰ هزار مترمربع بوده است. وی با بیان اینکه شاخص اجرای طرح هادی روستاهای گیلان از ۴۷.۱ درصد در سال ۱۴۰۰ به ۵۳.۲ درصد در سال جاری رسیده است، افزود: طی دو سال گذشته، ۷۳۵ میلیارد تومان اعتبار برای اجرای طرح هادی ۴۹۶ روستا هزینه کردیم. مدیرکل بنیاد مسکن گیلان از اجرای ۱۰۵ پروژه در سال ۱۴۰۰ و ۲۶۴ پروژه در سال ۱۴۰۱ از محل قیر تهاتری به ارزش ۴۱۰ میلیارد تومان، تصریح کرد: شاخص تهیه طرح هادی روستاهای بالای ۲۰ خانوار استان از ۹۷ درصد در سال ۱۴۰۰ به ۹۸.۳ درصد در سال جاری رسیده است؛ بازنگری طرح هادی برای ۳۹۶ روستا با اعتبار ۴۲ میلیارد تومان نیز در دستور کار قرار دارد. دائمی، نهضت ملی مسکن در روستاها را مورد توجه قرار داد و خاطرنشان کرد: سالانه باید ۴۵۰۰ واحد در روستاهای گیلان احداث شود که شامل خودمالکی و گروه‌های ساخت و انبوه‌سازی است؛ در هفته دولت امسال ۱۳۲۱ واحد را با اعتبار ۵۶۷ میلیارد تومان به بهره‌برداری رساندیم. وی سهمیه دو ساله گیلان را ۹۰۰۰ واحد دانست و بیان کرد: تاکنون ۱۲ هزار و ۵۰۰ متقاضی را شناسایی کرده‌ایم که ۱۳۰ درصد سهمیه تکلیفی است؛ کلیه متقاضیان در قالب خودملکی به بانک‌های عامل معرفی شده و کار اجرایی را آغاز کرده‌اند. مدیرکل بنیاد مسکن گیلان، با بیان اینکه تاکنون ۳۷۳۵ واحد از مجموع ۹۰۰۰ واحد را به مردم تحویل داده‌ایم، یادآور شد: شاخص مقام سازی مسکن روستایی گیلان در سال ۱۴۰۰ معادل ۵۳ درصد بود که در راستای نهضت ملی مسکن به ۵۷ درصد رسیده است. وی همچنین از احداث ۱۸۲۳ واحد مسکن در شهرهای زیر ۱۰۰ هزار نفر جمعیت استان خبر داد و اضافه کرد: طی دو سال اخیر ۲۷۰۰ واحد نیز مسکن محرومین را به بهره‌برداری رساندیم.

همزمان با هفته دولت انجام شد؛

بهره برداری از ۷ طرح حوزه راهداری و حمل و نقل جاده ای شهرستان مراغه

آذربایجان شرقی – فلاح: مدیرکل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان آذربایجان شرقی گفت: بهره برداری از ۷ طرح حوزه راهداری و حمل و نقل جاده ای شهرستان مراغه همزمان با هفته دولت سال ۱۴۰۲ آغاز شد.

اورجعلی علیزاده در مراسم افتتاح این طرح ها با اعلام خبر فوق افزود: این طرح ها شامل احداث زیرگذر داش آتان مراغه به طول ۲۳ متر و ۲۱۵ میلیارد ریال اعتبار، احداث پل باکسی کهجوق با اعتبار ۷۰ میلیارد ریال و احداث پل باکسی تازه کند با اعتبار ۱۶۵ میلیارد ریال است.

علیزاده اضافه کرد: از دیگر طرح های افتتاح شده پروژه تثبیت، زیرسازی و روکش آسفالت ورودی شهر مراغه به طول یک کیلومتر و با اعتبار ۷۰ میلیارد ریال، احداث پل سه دهانه ده متری خطب با اعتبار ۳۰ میلیارد ریال و احداث پل چکان با اعتبار ۲۰ میلیارد ریال می باشند.

وی ادامه داد: همچنین پروژه روکش آسفالت راه روستایی گل تپه – آغبلاغ به طول ۶ کیلومتر و با اعتبار ۱۱۰ میلیارد ریال نیز در این ایام مورد بهره برداری قرار گرفت.

علیزاده، کل اعتبار هزینه شده برای این طرحها در شهرستان مراغه را ۶۸۰ میلیارد ریال اعلام کرد.

معاون هماهنگی امور عمرانی استانداری آذربایجان‌شرقی نیز در این مراسم گفت: عملکرد دولت سیزدهم در بخش راهداری و حمل و نقل جاده ای قابل توجه بوده و اقدامات در این بخش به ثمر رسیده است.

جبارعلی ذاکری گفت: مرکز اعتبارات استانی و سفرهای رییس‌جمهور به بخش راهداری موجب شده است تا تحرکی تاریخی در زمینه احداث، بهسازی، آسفالت و پل‌سازی در مسیرهای روستایی این شهرستان به وقوع پیوندد و به برخی از مطالبه‌های دیرینه مردم نیز جامه عمل پوشانده شود.

لازم به ذکر است در مراسم افتتاح این طرح ها نماینده مردم شهرستان مراغه در مجلس شورای اسلامی،معاون هماهنگی امور عمرانی استانداری، مدیرکل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان، معاون استاندار و فرماندار شهرستان ویژه مراغه و جمعی از مسئولان استان و شهرستان مراغه حضور داشتند.

حجم انتقال گاز در منطقه ۶ کشور بیش از ۱۶ درصد افزایش یافت

بندرعباس – خبرنگار فرصت امروز: مدیر منطقه ۶ عملیات انتقال گاز کشور با اشاره به اینکه روزانه بین ۷۰ میلیون تا ۱۱۰ میلیون مترمکعب انتقال گاز داریم، گفت: حجم انتقال گاز توسط این منطقه در چهارماهه نخست امسال نسبت به همسنجی با سال قبل به میزان ۱۶.۵درصد افزایش داشته است. رضا رفیعی در نشست خبری، باتوجه به شروع زود هنگام گرمای تابستان در جنوب و جنوب شرقی کشور افزود: امسال شاهد انتقال بی‌سابقه حجم گاز به بیش از ۲ میلیارد مترمکعب در ۲ ماه متوالی در خردادماه و تیرماه بوده‌ایم.

وی بیان کرد: این امر افزایش ۱۶.۵۰ درصدی حجم انتقال گاز در چهارماهه نخست سال‌جاری نسبت به مدت مشابه سال قبل را به دنبال داشته است.

مدیر منطقه ۶ علمیات انتقال گاز کشور ابراز کرد: در ۲ سال اخیر، ابتدای سال ۱۴۰۰ تاکنون، نیز ۴۱ میلیارد و ۲۶۰ میلیون مترمکعب گاز از منطقه ۶ به داخل کشور منتقل شده است.

وی اظهار کرد: از مجموع گاز انتقالی از این منطقه، بیش از ۹۰ درصد حجم گاز انتقال داده شده توسط نیروگاه‌ها و مجتمع‌های صنعتی و سایر صنایع مصرف شده و ۱۰ درصد نیز به مصارف تجاری و خانگی اختصاص یافته است.

رفیعی حفظ حریم خطوط لوله گاز را حفظ سرمایه‌های ملی و مردمی دانست و ادامه داد: درحال حاضر بیش از ۲۰ نیروگاه و ۳۷ مورد صنایع از جمله پالایشگاه‌ها و صنایع فولادی معدنی در ۲۷ درصد از پهنه خاکی کشور در حوزه راهبری این منطقه انرژی پاک گاز را دریافت کنند.

وی با اشاره به اینکه منطقه ۶ عملیات انتقال گاز وسیع ترین منطقه عملیاتی انتقال گاز کشور است، ابراز کرد: تحویل گاز در بیش از ۱۴۵ ایستگاه اندازه‌گیری گاز تحت پوشش و نظارت این منطقه به شرکت‌های گاز استان هرمزگان کرمان، سیستان و بلوچستان، جنوب یزد و شرق فارس باعث شده تا رسالت و سهم این منطقه ۲۷ درصد از پهنه خاکی کشور انجام می شود.

گاز انتقالی منطقه ۶ کشور از طریق خط لوله ۵۶ اینچ هفتم سراسری، ۴۲ اینچ ارسنجان رفسنجان منشعب از خط چهارم سراسری و همچنین پالایشگاه گاز سرخون و قشم، پالایشگاه گاز هنگام و تاسیسات گورزین صورت می‌گیرد.

مدیر شرکت خدمات حمایتی کشاورزی استان گلستان:

کشاورزان آزمون خاک را در دستور کار قراردهند

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: سید صمد ضیائی مدیر شرکت خدمات حمایتی کشاورزی استان گلستان گفت:کشاورزان حتما آزمون خاک را در دستور کار خود قرار دهند تا بر اساس آن نسبت به تهیه کودهای پایه ازته، فسفاته و پتاسه اقدام کنندوی تصریح کرد: از۱۵ شهریور ماه ، سال زراعی ۱۴۰۲-۱۴۰۳ آغاز می شود و کشاورزان درحال تکاپو آماده سازی بستر برای کشت محصولات پاییزه باشندوی افزود: کشاورزان برای اینکه تولید و به دنبال آن درآمدشان تحت تاثیر قرار نگیرد، حتما به توصیه‌های فنی و کارشناسی توجه دقیق داشته باشندو بیان کرد: برای اینکه محصول خوبی برداشت کنیم باید از نهاده های تولید هم به شکل مطلوب و هم به اندازه استفاده کنیم؛ یکی از این نهاده ها کودهای شیمیایی است.ضیائی ادامه داد: با توجه به اینکه ما در استان گلستان سالانه دوبار محصول کشت می کنیم، خاک نیازمند مواد غذایی است تا بتواند محصول بعدی را به شکل مناسب به ثمر برساندو خاطرنشان کرد: حد مطلوب عناصرغذایی شامل فسفر ۱۲ آلی ۱۵پی پی ام،پتاس ۲۵۰ الی ۳۰۰پی پی ام، ازت کل ۲/۰الی۱۳/۰درصد می باشدکه پائین تر از این میزان حد بحرانی است.به کشاورزان توصیه می شود با انجام آزمون خاک، از وضعیت خاک مزرعه خود مطلع شوند و بر اساس آن نسبت به تهیه کودهای پایه اقدام کنند.ضیائی گفت: از کشاورزان درخواست داریم کود کشاورزی مورد نیاز خود را حتماً از کارگزاری های مجاز این شرکت تهیه کنند تا دچار ضرر و زیان نشوند.

اخبار

مدیرکل اوقاف قم:

پیاده‌روی عظیم اربعین، مظلومیت‌زدایی از فرهنگ ناب تشیع است

قم- خبرنگار فرصت امروز: مدیرکل اوقاف استان قم گفت: پیاده‌روی عظیم اربعین، فارغ از همه کارکردهایش، مهمترین ابزار برای مظلومیت‌زدایی تاریخی از فرهنگ اهل بیت(ع) و مکتب تشیع است.

به گزارش روابط عمومی اداره کل اوقاف و امور خیریه استان قم، حجت‌الاسلام والمسلمین عباس اسکندری در گفت‌وگو با ویژه برنامه سیمای مرکز قم که به صورت مستقیم از موکب امامزادگان استان قم در شهر سامرا روی آنتن رفت اظهار کرد: اربعین، پدیده‌ای جهانی و شگفت‌انگیز است که هر چند سابقه‌ای طولانی دارد ولی با این حجم از جمعیت و با این کیفیت و کمیت، در طول تاریخ بی سابقه است. وی افزود: امروز مردم ایران و همه شیعیان و مسلمانان جهان، به برکت انقلاب اسلامی و تحولی که امام راحل به وجود آوردند و رهبر معظم انقلاب آن را تداوم بخشیدند، به بلوغی فکری رسیده‌اند؛ بلوغی که به دنبال مظلومیت‌زدایی از فرهنگ ناب اسلامی است. مدیرکل اوقاف و امور خیریه استان قم با بیان اینکه ائمه اطهار(ع) در زمان حیاتشان، مظلوم واقع شدند گفت: محدودیت‌های زیادی برای آنها از سوی دستگاه حاکم وقت به وجود آمد و حتی پراکندگی قبور مطهر آنها نشان می‌دهد که چه مقدار محرومیت و تبعید را تحمل کرده‌اند.

وی ادامه داد: پیاده‌روی عظیم اربعین، یکی از مهمترین حرکت‌های جهانی برای مظلومیت‌زدایی از فرهنگ اهل بیت عصمت و طهارت است و این، مهمترین وظیفه ما هم هست و باید همه توانمان را پای کار بیاوریم و اتفاقا عملکرد موفقی هم داشته‌ایم چه اینکه می‌بینیم توجه به شیعه افزون‌تر شده و دشمنی‌ها هم بیشتر شده‌اند زیرا نمی‌خواهند تحمل کنند که مکتب تشیع به جهانیان معرفی شود چون مکتبی که بر حق، عدالت و استدلال بنا شده، قطعا توسعه خواهد یافت.

اسکندری با بیان اینکه شیعه علوی و فاطمی که امروز هویت خود را به دست آورده باید مراقب باشد تا مثل گذشته به مکتب اهل بیت(ع) ظلم شود عنوان کرد: در حقیقت هر فرد شیعه باید به میدان بیاید و اسلام ناب را به جهانیان معرفی کند، اسلامی که به دنبال ترویج اخلاق و پاکی و نظمی جهانی است. مدیرکل اوقاف و امور خیریه استان قم به برپایی مواکب اربعین در ایران و عراق اشاره کرد و افزود: هر چند این موکب‌ها برای پذیرایی از زائران و خدمت‌رسانی به آنها برپا می‌شوند، ولی هدف نهایی، معرفی مکتب ناب حسینی و علوی است. وی تصریح کرد: پیاده‌روی اربعین، حرکتی عظیم منطبق بر فطرت انسانی است و مردم جهان، به این حقیقت پی برده‌اند. اسکندری با اشاره به عدم شناخت و عمل نکردن به فرامین الهی به عنوان بزرگ‌ترین مشکل جهان امروز گفت: برای رفع این مشکل باید ابتدا سخن الهی را به درستی بشنویم، به درستی درک کنیم و سپس برای پیاده کردن آنها دست به اقدام بزنیم و برای این کار، تربیت نسل جوان و نسل فردا امری ضروری است. مدیرکل اوقاف و امور خیریه استان قم ادامه داد: آشنا کردن نوجوانان و جوانان با مکتب اهل بیت(ع) یکی از ضروری‌ترین وظایف نسل دیروز است و البته باید به این نکته هم توجه داشت که تحمیل یک تفکر و عقیده به آنها امکان‌پذیر نیست، نوجوانان و جوانان به دنبال دلیل و برهان هستند و استدلال در مکتب شیعه هم حرف نخست را می‌زند. وی اهمیت کودکان و نوجوانان را بیشتر از جوانان دانست و تصریح کرد: باید از بین همین کودکان تا جوانان، برای تربیت نسل فردا استفاده کنیم. اسکندری تربیت نیروی انسانی مورد نیاز برای ترویج فرهنگ ناب تشیع را مورد توجه قرار داد و افزود: حرکت عظیم اربعین، بخشی از این بار بزرگ را از زمین برداشته و شاهد رویش‌های زیادی در این حوزه هستیم. مدیرکل اوقاف و امور خیریه استان قم خانواده را مهمترین مرکز تربیتی برای نسل فردا دانست و تصریح کرد: مسئولان امر باید حساب ویژه‌ای برای خانواده‌های و تاثیرگذاری آنها باز کنند و نهایت تلاششان، تحکیم بنیان خانواده باشد. وی در بخش دیگری از سخنان خود به عملکرد سازمان اوقاف و اداره کل اوقاف قم در زمینه اربعین حسینی گفت: انتقام واقعی حادثه کربلا، مقابله با فعالیت‌های ضد شیعی و ضد عاشورایی استکبار جهانی است، به عبارتی در پیاده‌روی عظیم اربعین، منتقم امام حسین(ع) و یارانش هستیم چه اینکه شمر ۱۴۰۰ سال قبر مرده است، شمر، یزید و عبیدالله بن زیاد امروز، رسانه‌های استکباری هستند که در مقابل فرهنگ ناب شیعی ایستاده‌اند.اسکندری خاطرنشان کرد: امروز اندیشه‌های منحرف و رسانه‌های دنیای استکبار هستند که راه شمر و یزید را ادامه می‌دهند و اگر می‌خواهیم انتقام خون حسین(ع) را بگیریم، باید حواسمان به عملکرد این شبکه‌ها باشد، هر چه در این فضاها مطرح شد، بدون دلیل نپذیریم و صرفا پذیرنده دلیل و مدرک برای هر سخنی باشیم. مدیرکل اوقاف و امور خیریه استان قم ادامه داد: غول استکبار جهانی با فرهنگ زیارت به مقابله برخاسته‌اند، نه تنها زیارت بلکه با فرهنگ وقفهم مخالفند و با آن مبارزه می‌کنند، یعنی هر آنچه که موجب تقویت فرهنگ تشیع می‌شود.

به نام خبرنگاران ، به کام دوستان و آشنایان و ادمین های تلگرامی

کرج – خبرنگار فرصت امروز: چند سالی است که به همت وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی سرپرستی ها ونمایندگی های روزنامه ها دراستانهای کشور ثبت الکترونیکی گشته وبرای هر روزنامه درهراستان یک سرپرست از طرف روزنامه معرفی واز طریق اراده ارشاد استان مطبوع طی مراحلی ثبت نام سامانه ای بعمل آمده ، پروانه کسب صادر میگردد و بعنوان نماینده و خبرنگار روزنامه مذکور به کلیه ادارات استان و شهرستانهای استان معرفی میگردد که کار بسیار شایسته و پسندیده ای میباشد تا ادارات راحت تربا خبرنگاران استان و شهرستان خود درتامل وهمکاری باشند. باگذشت حدود سه هفته از روز خبرنگار و هفته گرامیداشت و تجلیل از خبرنگاران ، این تلاشگران بی ادعای عرصه قلم و خبر،هنوز ازگوشه و کناراستان خبرهایی مبنی ازمراسمات تجلیل ازمردان و زنان خبرنگار توسط روسای محترم ادارات دولتی مختلف به گوش می رسد که سالیانه در روز خبرنگار بودجه ای از بیت المال را به این قشر زحمت کش جامعه اختصاص داده واز زحمات شبانه روزی آنان درعرصه اطلاع رسانی صادقانه به عمل می آورند. خبرنگارانی که اکثراً حقوق و مزایایی نداشته وحتی از جزئی ترین مزایای دیگری چون بیمه و حق اولاد وعائله مندی و حق مسکن و غیره و غیره بی بهره مانده و با تعداد اندکی آگهی های دولتی به سختی از پس هزینه های خود و دفاترشان برمی آیندو تنها دلخوش دعوت به این مراسمات هستند. حال با تمام این تفاسیر و سختی ها و ناحقی های موجود، جالب است بدانیم که برخی ازمسئولین ادارات محترم حتی این دلخوشی ناچیز را هم از ایشان دریغ کرده و درمراسمات اعمال سلیقه نموده گاهاً تعدادی از خبرنگاران را بهمراه افراد دیگری به این مراسم دعوت میکنند و در شهرستانی که مثلا ۱۲ نماینده قانونی و دارای پروانه میباشد تا۵۰ نفر دعوت میشوند. واما برخی ادارات گاهاً یا ازاین فراتر گذاشته و درمراسم تجلیل از خبرنگاران ، خبرنگارانی که پروانه فعلیت از اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی را دارند به این مراسم دعوت نشده و فقط ادمین های گروه های تلگرامی و برخی پیام رسانهای اجتماعی به این مراسم دعوت می شوند که بعضاً گروه هایشان فامیلی یا محلی بوده و در برخی از این گروه ها اعضای خیلی کمی حضورداشته و برخی حتی گروه های فصلی می باشند و بودجه ای که قانوناً برای خبرنگاران درنظر گرفته شده خرج کادوهای اهدایی به این عزیزان میشود. حال سوال این است اگردعوت ازادمین های تلگرامی و پیام رسانهای مختلف خارجی وبعضاً داخلی که فاقد مجوزفعالیت از اداره محترم فرهنگ و ارشاداسلامی هستند قانونی می باشد چرا سرپرستان وخبرنگاران فعال که مجوز قانونی دارند دعوت نمی شوند واگر این امر غیرقانونی است ، چرا برخی مدیران ادارات عمل غیر قانونی انجام داده و از بیت المال برای مصالح شخصی بهره جویی میکنند واینکه چرا هیچ ارگانی بر این اوضاع نظارت نمی کند. و اینکه چرا بودجه ای که به نام خبرنگاران دارای پروانه فعلیت قانونی درنظر گرفته شده است به کام افرادی می شود که هیچگونه پروانه فعالیت قانونی ندارند. شایان ذکر است که این امردر اکثر استانهای کشور بخصوص در استان البرز، مخصوصاً در شهرهای کوچک در حال رواج بوده و بعضاً مدیرانی که خود یا دوستان و نزدیکانشان قصد شرکت درانتخابات های مختلف را دارند ازآن بهرجویی کرده تا در زمان انتخابات بتوانند از وجود این کانالها و گروه ها بهره کافی ببرند که این بی انصافی درحق مردم و افراد صالح دیگری که کاندید انتخابات می شوند است.

کسب عنوان دستگاه برتر توسط اداره کل دامپزشکی استان گلستان

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: کسب عنوان دستگاه برتر توسط اداره کل دامپزشکی استان گلستان در بخش دستگاه خدمت رسان به جامعه عشایری دربیست و چهارمین جشنواره شهید رجایی و دریافت لوح تقدیر و تندیس توسط دکتر کاووسی مدیر کل محترم دامپزشکی استان از استاندار معزز گلستان.برگزاری بیست و چهارمین جشنواره شهید رجایی استان گلستان با حضور دکتر زنگانه، استاندار محترم گلستان ، معاونین استاندار و مدیران کل دستگاه های اجرایی استان در سالن شهید رجایی استانداری سه شنبه ۷ شهریور ۱۴۰۲ برگزارشد.دستگاه های اجرایی برتر در ارزیابی جشنواره شهید رجایی معرفی شدند که اداره کل دامپزشکی استان گلستان در بخش خدمت رسانی به جامعه عشایری رتبه برتر را کسب کرد.در حاشیه این مراسم دکتر کاووسی اظهارداشت بی شک این موفقیت نتیجه تلاش تک تک همکارانم در سرتاسر استان می باشد و بنده به عنوان نماینده این قشر زحمتکش با افتخار امروز در این جایگاه حضور پیدا کردم .وی افزود از درگاه ایزد منان مزید توفیقات همه این عزیزان را برای خدمتی سرشار از شور و نشاط و مملو از توکل الهی در جهت رشد و شکوفایی ایران اسلامی مسئلت دارم.

درخشش تیمهای ورزشی شهرستان شهریار در مسابقات

شهریار – غلامرضا جباری :در آیین تجلیل از برترین های ورزشهای همگانی استان تهران اداره ورزش و جوانان شهرستان شهریار بعنوان اداره فعال در حوزه ورزشهای همگانی انتخاب شد . همچنین هیئت ورزشهای همگانی شهریار ، هیئت برتر استان تهران و تیم اف سی کردامیر شهریار ،قهرمان مسابقات مینی فوتبال جام محلات استان تهران شد . یادآور می شود، تیم مهاجر کردامیر شهریار مقام سوم مسابقات مینی فوتبال جام محلات استان تهران انتخاب شد و تیم‌های برتر مسابقات بسکتبال قهرمانی شهرستان شهریارهم معرفی شدند. درمسابقات بسکتبال قهرمانی بزرگسالان شهرستان شهریار ، گرامیداشت هفته دولت که در مجموعه حجاب آغاز شده بود ، جمعه ۱۰ شهریور ماه با شناخت تیم قهرمان به کار خود پایان داد. برترین های این دوره از مسابقات عبارتند از: تیم آینده سازان شهریار - تیم امیدهای شهریار - تیم جوانان شهریار

سند تحول قوه قضاییه، مُحرک و تعالی بخش خدمت به مردم است

یزد- خبرنگار فرصت امروز: رئیس کل دادگستری استان یزد، گفت: سند تحول قوه قضاییه زمینه ساز تحرک بیشتر مجموعه و عامل ارتقاء کیفیت خدمات قضایی به مردم است. غلامعلی دهشیری در نشست شورای معاونین دادگستری استان یزد با اشاره به اتمام مهلت اجرای سند تحول قوه قضاییه بر اجرای تمامی ارکان آن در بخش های مختلف تأکید کرد و گفت: باید در فرصت باقی مانده به انجام امور تعیین شده در سند به صورت کامل پرداخت و قبل از ابلاغ سند جدید، چالش ها، راهکارها و مواردی که به ارتقاء سند آتی می انجامد را به صورت مکتوب به مرکز اعلام کرد. وی با بیان اینکه نظام در مسیر پیشرفت و تعالی به نزدیک قله رسیده است، تصریح کرد: جامعه نیازمند امید و اعتماد است که باید با کار و تلاش مضاعف کارگزاران، نظام تجلی پیدا کند و جامعه ظهور و بروز آن را به صورت عینی و ملموس ببیند. این مقام قضایی، بر ایفای نقش فعال مدیران قضایی بر طبق حق و قانون و عدالت تأکید کرد و گفت: مردم خدمتگذاران خود در نظام اسلامی را می شناسند و تفاوت کار جهادی و انقلابی را خوب درک می کنند لذا باید برای اعتماد آفرینی و امید بخشی به آحاد جامعه خدمت جهادی را در دستور کار قرار داد.

مدیرعامل آبفای استان اصفهان خبر داد:

بهره برداری از ۱۰ طرح آب و فاضلاب شهری و روستایی در هفته دولت

اصفهان – فایزه مرادیان: مدیرعامل آبفای استان اصفهان از بهره برداری ۱۰ طرح آب و فاضلاب شهری و روستایی با هزینه ای بالغ بر ۱۱۰۰میلیارد ریال در هفته دولت خبر داد . حسین اکبریان با بیان اینکه طرح های آبرسانی در شهر اصفهان و مناطق مبارکه، برخوار، نایین و زیار افتتاح می گردد گفت: ۳۲۲ شهر و روستا تحت پوشش این طرح ها قرار می گیرند. وی عنوان ک

گوگل ادز یا متا ادز؟ تفاوت‌های کلیدی مهمترین ابزارهای تبلیغاتی

نویسنده: علی آل‌علی

گـوگل ادز یکی از ابزارهای پرطرفدار در دنیای تبلیغات محسوب می‌شود. به طوری که تمام بازاریاب‌ها استفاده از آن را بلد هستند یا دست‌کم درگیر یادگیری اش شده‌اند. شاید فکر کنید گوگل یکه‌تاز مطلق دنیای تبلیغات آنلاین است. خب در این صورت باید کمی ناامیدتان کنید؛ چراکه در دنیای امروز حتی گوگل هم رقبای گردن کلفتی دارد. مثلا شـرکت متا (همان فیس‌بوک سـابق خودمان!) را در نظـر بگیرید. انتظار ندارید کـه این برند بزرگ با این همه پلتفرم زیرمجموعه در حوزه تبلیغات آنلاین دستی بر آتش نداشته باشد؟

متـا ادز پلتفرمی دقیقا مشـابه گوگل ادز اسـت که به بازاریاب‌ها برای نمایش محتوای تبلیغاتی در شـبکه‌های اجتماعی مختلف متا کمک می‌کنـد. خیلی از بازاریاب‌ها فکـر می‌کنند کار کردن با متا هم دقیقـا مثل گوگل ادز است. البته این خیال خام به محض اینکه وارد رابط کاربری متا ادز شـوند، دودِ هوا می‌شـود. با این حال کم نیستند کسـانی که با همیـن رویای عجیـب و غیرواقعی کلی از بودجه‌شان را نابود می‌کنند.

ما در این مقاله قصد نداریم آموزشی جامع درباره گوگل ادز یا متا ادز تقدیم‌تان کنیم. بی‌شـک فضای آنلاین پر از آموزش‌های گوناگونی است که هر کسی را شیفته خودش می‌کنـد. اتفاقا ما قبلا کلی درباره گـوگل ادز و متا ادز در روزنامـه فرصت امروز حـرف زده‌ایم و باز هم سـراغ آنها خواهیـم رفت. آنچه امروز قصد داریم به شـما یاد دهیم، تفاوت‌های بنیادی میان گوگل ادز و متا ادز است. خب این دو رقیب قدرتمند در عین شـباهت‌هایی که به هم دارند، از یکجایی به بعد تفاوت‌های معناداری هم با یکدیگر پیدا می‌کننـد. به همین خاطر ما در ادامه به بررسـی برخی از مهمترین تفاوت‌های این دو ابزار می‌پردازیم. اگر شـما هم دوسـت دارید در هر دو ابزار تبلیغاتی مورد بحث فعالیت داشته باشید، بد نیست قبل از اینکه باعجله کارتان را شروع کنید، سر کلاس ما در این مقاله حاضر شده و اطلاعات‌تان را کامـل کنیـد. خب منتظر چه هسـتید؟ اجـازه دهید ماجراجویی‌مان را بدون مقدمه‌چینی بیشتر شروع کنیم.

گوگل ادز در برابر متا ادز

ما در این مقاله به جای اینکه سراغ تفاوت‌های حاشیه‌ای مثل رابـط کاربری متفاوت برویم، نگاهی به نکات کلیدی انداخته‌ایـم. خیلی وقت‌ها کارآفرینـان برای اینکه در یک پلتفرم حضور خوبی داشـته باشـند، نه بـه یک راهنمای کلیشه‌ای، بلکه نکات اساسی نیاز دارند. از آنجایی که ما در روزنامه فرصت امروز همیشه خودمان را کنار مشتریان قرار می‌دهیم، در اینجا یک راست رفته‌ایم سراغ برخی از نکات کلیدی. این شما و این هم مهمترین فرق‌های میان گوگل ادز و رقیب فیس‌بوکی‌اش!

اهداف کمپین

هر دو پلتفرم مورد بحث ما بخشـی برای تعیین اهداف کمپین دارند. از آنجایی که سـر و کار متا با کاربرانی است که در شـبکه‌های اجتماعی مختلف حضـور دارند، خیلی وقت‌هـا کاربران در هـر پلتفرم انتظار مشـاهده محتوای بازاریابی و تبلیغاتی مختلفی را دارند. کار از آنجایی بیخ پیدا می‌کند که کارآفرینان به تفاوت‌های بنیادی در این زمینه توجه نمی‌کنند. درسـت به همین خاطر متا در سـرویس تبلیغاتی‌اش تعیین اهداف را ضروری می‌داند. بنابراین اگر ذین فیلد را خالی بگذارید، عملا خبری از نمایش تبلیغ‌تان در متا نخواهد بود.

در مقام مقایسـه، گوگل ادز ساختار بسیار بازتری دارد. در واقع مدیران این سـرویس به جای اینکه خیلی رسمی و خشـک بـرای کارآفرینان تعیین تکلیـف کنند، خیلی چیزهـا را برعهده خودشـان گذاشـته‌اند. نمونه واضحش درباره تعیین اهداف کمپین است. شما لازم نیست اهداف کمپین‌تان را در قالبی خشـک و رسمی بیان کنید. حتی اگر کمی اهل مخفی‌کاری‌های پلیسـی هستید، می‌توانید این بخش را کاملا خالی بگذارید و مطمئن باشـید کسی سوال و جواب‌تان نخواهد کرد.

خـب اجازه دهیـد دوباره به بحـث متـا ادز برگردیم، شـما برای انتخاب اهداف بایـد اول از همه به اینکه دقیقا کمپین‌تـان چه کاری قرار اسـت انجام دهـد، فکر کنید. مثلا اگر دوسـت دارید ترافیک سـایت‌تان را بیشتر کنید، ساختار تبلیغات‌تان متفاوت خواهد شد. این در حالی است که تبلیغات مخصوص اپ‌ها (مثلا اپ اینسـتاگرام) حال و هوای متفاوتی دارد. البته از چند سـال قبل اصلا ساختار این تبلیغات هم با هم فرق کرده است. این یعنی اگر شما همین امروز تبلیغی در اپ اینستاگرام درج کنید، از زمین تا آسـمان با نسخه وب فیس‌بوک متفاوت خواهد بود. این درسـت همان جایی است که تعیین هدف کمپین به داد بازاریاب‌ها می‌رسد.

گـوگل ادز در حالـی کـه هـدف کمپیـن را از شـما سـوال نمی‌کنـد، اما هـوش مصنوعی قدرتمنـدی برای شخصی‌سـازی سـاختار تبلیغـات با توجه بـه اوضاع هر پلتفرم دارد. نکته کلیـدی اینکه اغلب تبلیغات در گوگل ادز در خودِ موتور جسـت‌وجوی این شـرکت نمایش داده می‌شود. بنابراین خیلی نیازی به دستکاری عجیب و غریب محتوای کارآفرینان نیست. از این نظر کار گوگل و صدالبته بازاریاب‌هـای فعال در گوگل ادز راحت‌تر اسـت. بنابراین اگر حوصله تعیین اهداف کمپین‌تان را ندارید، بد نیسـت کارتان را با گوگل ادز شروع کنید. در نقطه مقابل، کسانی که همیشـه سـیر تا پیاز ماجرا را قبل از طراحی کمپین درمی‌آورند، با متا ادز رابطه بهتری خواهند داشت.

بعـد از اینکه هـدف اولیه کمپین را انتخـاب کردید، با منوی ویژه تعییـن فرمت و همچنین ویژگی‌های ظاهری رو به رو خواهید شد. این بخش در هر دو ابزار شباهت‌های معناداری بـه هم دارد. با این حال در گـوگل ادز شـما انتخاب‌تـان فقط محـدود به فرمت ایسـتا یا پویا محتواسـت و در متا ادز حتی امکان انتخاب پلتفـرم دلخواه‌تان را نیز خواهید داشـت. خب هرچه باشد متا کلی شبکه اجتماعی دارد و همین تازگی‌ها با تردز دوباره سر و صدا به پا کرده است.

پلتفرم‌ها و محل تبلیغات

اگر به انتخاب شما باشد، دوست دارید تبلیغات‌تان در گوگل یا متا کجا نمایش داده شود؟ این سوالی اسـت که هر بازاریابی را به رویای شـیرینی وامـی‌دارد. خـب مگر می‌شـود آدم بازاریاب باشد و برای یک لحظه هم که شـده فراموشی دغدغه‌های مربوط به بودجه‌بندی تبلیغات اذیتش نکند؟

گوگل معمولا گزینه انتخاب پلتفرم به کاربران نمی‌دهد؛ چراکـه بـه غیر از موتور جسـت‌وجو فقـط یوتیوب برای کارآفرینـان باقی می‌مانـد. با این حال شـما می‌توانید از بین سـرویس‌های مختلف این برند دست به انتخاب‌های گسـترده بزنیـد. از گوگل مپ و جیمیـل گرفته تا موتور جست‌وجو و یوتیوب، همگی در دسترس شما خواهد بود. بنابرایـن می‌توانید با خیال راحت در این زمینه دسـت به انتخاب زده و کیفش را ببرید.

نکته کلیدی اینکه انتخاب در این بخش باید براسـاس نیاز کسب و کارتان باشد. وگرنه خیلی زود اوضاع‌تان به هم ریخته و بودجه‌تان را دو دستی حرام خواهید کرد.

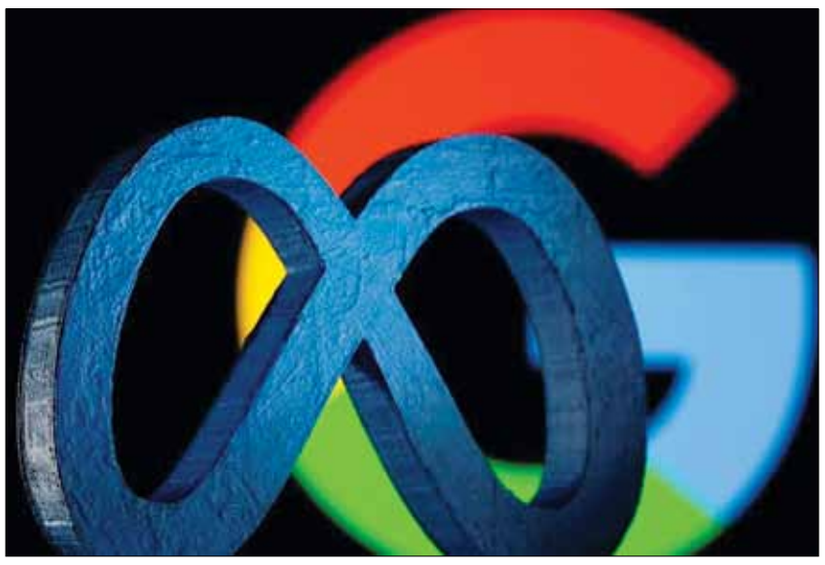
انتخاب پلتفرم در متا ادز ساختار خاص خودش را دارد. شـما برای انتخاب از میان پلتفرم‌های مختلف این شرکت باید دست پر داشته باشید؛ چراکه بدون برنامه عملا میان گزینه‌های مختلف گیج شـده و امکان انتخاب درسـت را از دسـت می‌دهید. ایـن همان دلیلی اسـت که خیلی از بازاریاب‌هـا را از انتخاب متا ادز پشـیمان می‌کند؛ چراکه بـه انتخاب از میـان کلی گزینه عادت ندارنـد. این روزها اینستاگرام به عنوان پلتفرم محبوب متا حسابی روی بورس است. پس جای تعجب ندارد که شما هم نیم نگاهی به این گزینه داشته باشید.

اگر نظر ما را بخواهید، شروع کار در متا ادز با اینستاگرام مثل آن اسـت که یک نفر از همـان روز اول که با فوتبال آشنا شـده، طرفدار رئال مادرید شود. خب در این صورت به عنوان هوادار کار سـختی ندارید. کافی است یک گوشه نشسته و از بازی‌های بی‌نظیر تیم‌تان لذت ببرید. آخر فصل هم قطعا کلی جام به کلکسیون افتخارات باشگاه‌تان اضافه خواهد شد!

این روزها یکی از گزینه‌های مورد علاقه برای بازاریاب‌ها در گـوگل ادز یوتیوب اسـت. خب این پلتفـرم به خاطر سیاست‌های مربوط به پرداخت بخشی از درآمد تبلیغاتی به کاربران کلی اینفلوئنسـر و آدم حرفه‌ای در زمینه تولید محتوا به خودش جذب کرده اسـت. کاربران هم که عاشق تماشـای ویدئوی باکیفیت هسـتند در این میان حسابی ترافیک یوتیوب را بالا برده‌اند. حالا نمایش تبلیغات در این فضا بدل به نوعی رقابت شده است. به طوری که شما باید از قبل پیشنهادتان برای درج تبلیغ در ویدئوهای یوتیوب را ارسال کنید. وگرنه اصلا جا به شما نخواهد رسید.

نکتـه‌ای که درباره متا ادز باید مدنظر داشـته باشـید، محدودیت شـدید تبلیغات در واتس‌اپ است. اگرچه این پیام‌رسـان طرفدارهای زیـادی دارد، اما متا هنوز تصمیم درسـت و حسـابی برای اسـتفاده تبلیغاتی از آن نگرفته اسـت. به همیـن خاطر خیلـی از کاربـران اعتراض‌های سـفت و سـختی به جهتگیری تبلیغاتی این برند در این مورد به خصوص دارند. از طرف دیگر، شـما می‌توانید بین اینستاگرام، فیس‌بوک و تردز دست به انتخاب بزنید. قبول دارم تردز هنوز اول راه اسـت، اما استقبال بی‌نظیر کاربران وعده فعالیت‌های تبلیغاتی گسـترده‌ای در آن را می‌دهد. بنابراین باید از همین حـالا خودتان را آماده کنید. وگرنه سرتان بی‌کلاه خواهد ماند.

مزیـت گوگل در این بخش نسـبت به متـا همکاری با سـایت‌های طرف قراردادش است. در واقع تبلیغات گوگل گاهـی در داخل برخی از وبلاگ‌ها و سـایت‌ها نیز نمایش داده می‌شـود. این امر به دلیـل همکاری نزدیک میان آن سـایت‌ها با گوگل است. به طوری که گوگل اجازه نمایش تبلیغات در سایت آنها را به دست آورده است. این نکته‌ای اسـت که متا حتی فکرش را هم نکرده و اگر راسـتش را بخواهید اصلا دسترسی هم بدان ندارد.



ایـن روزها متا ادز و داشـبورد مدیریت تبلیغات آمازون حسابی سـر و صدا به راه انداخته‌اند. با این حال گوگل به خاطـر اهمیت و تنوع خدماتش هنوز دسـت برتر در این حوره را دارد. به طوری که خیلی از رقبا برای رسـیدن به گوگل باید دست کم تنوع خدمات‌شان را حسابی افزایش دهند. این نکته برای آمازون حسابی دردسرساز شده است؛ چراکه عملا برای بهبود اوضاع یک پایش گیر گوگل است. خب کاربران که همیشـه در خودِ سایت آمازون دست به جسـت‌وجوی محصولات نمی‌زنند. در عوض گاهی اوقات سـراغ گوگل رفته و از آن برای یافتن محصولات‌شان سود می‌برند. این همان مسئله‌ای است که سرویس گوگل شاپ را بدل به ایده‌ای چند میلیون دلاری کرده اسـت. تا جایی کـه خیلی از نظـرات صحبت از راه‌اندازی فروشـگاه ویژه گوگل را به میان آورده‌اند.

صرف نظر از اینکه گوگل واقعا سـراغ طراحی فروشگاه برای خودش برود یا نه، حجم اثرگذاری آن در دنیای کسب و کار بی‌نظیر اسـت. البته متا در میان کاربران شبکه‌های اجتماعی خودش اثرگذاری ویژه‌ای دارد. با این حال شـما باید دست کم یک حساب کاربری برای استفاده از خدمات متا داشته باشید. این در حالی است که کاربرانی که اکانت جیمیل ندارند هم از موتور جسـت‌وجو و نقشـه گوگل به راحتی اسـتفاده می‌کنند. بنابراین شما عملا با دو انتخاب متفاوت که سرنوشـت کارتان را هم عوض خواهد کرد، رو به رو هستید.

یکـی از نکات جالب درباره تبلیغـات در متا ادز مربوط به سیسـتم تگ کردن اسـت. مثلا اینسـتاگرام را در نظر بگیرید، اگر شـما در این پلتفرم محتوای تبلیغاتی منتشر کنید، حتما این محتوا باید به اکانت رسمی‌تان تگ شده و زیر آن عبارت «تبلیغاتی» درج می‌شود. این نکته اهمیت بسیار زیادی دارد؛ چراکه به کاربران درباره ماهیت تبلیغاتی محتوا هشـدار می‌دهد. به علاوه، ایـن محتوا گاهی اوقات به طور همکاری تبلیغاتی نمایش داده می‌شـود. به طوری که بیانگر همکاری تبلیغاتی میان دو برند مختلف اسـت. این گزینه برای گوگل ادز کاملا قفل بوده و کاربران امکان استفاده از آن را ندارند. پس شاید در این یک نکته کلیدی متا ادز دست بالاتر را داشته باشد.

کاربران همیشـه دوسـت دارند تفاوت میـان محتوای ارگانیک و تبلیغاتی را متوجه شوند. درست به همین خاطر وقتی پای تگ تبلیغاتی وسط باشد، همه استقبال می‌کنند. البتـه این گزینه در گـوگل ادز هم وجود دارد. با این حال متا ادز پا را از این هم فراتر گذاشته و حتی درباره همکاری تبلیغاتی برندها نیز به کاربران اطلاع‌رسـانی می‌کند. این درست همان نکته‌ای است که برای بسیاری از کاربران متا جذاب به نظر می‌رسد.

تعیین بودجه

تعیین بودجه فرآیندی اساسی برای تبلیغات است. خب شما تا وقتی بودجه‌تان مشخص نباشد، تمام برنامه‌های‌تان روی هوا خواهد بود. به طوری که تازه باید خودتان را آماده تغییر برنامه براسـاس شرایط مالی کنید. درست به همین خاطر تیم‌هـای بازاریابی همـان اول راه تکلیف بودجه را مشخص می‌کنند.

همانطـور که در تیم‌های ورزشـی بـرای تعیین بودجه مذاکـرات و چانه‌زنی طولانی میان مربیان و تیم مدیریتی صورت می‌گیرد، اینجا هم جنگ و دعوای تمام عیار میان بازاریاب‌هـا و هیأت مدیره در جریان خواهد بود. به طوری که گاهـی کار به جاهای باریک هم می‌کشـد. این همان دلیلی اسـت که گوگل ادز و متا ادز اصـرار دارند کاربران تکلیف اوضاع را همان اول روشـن کنند تا بعدا مشـکلی پیش نیاید.

شـما در گوگل ادز برای تعیین بودجه باید به بخش سطح کمپین (Campaig Level) مراجعـه کنید. این درسـت همـان جایی اسـت که به کاربران امکان تعیین مقدار دلخواه صرف هزینه تبلیغاتی را می‌دهد. از آنجایی که سیسـتم تبلیغات در گوگل براسـاس تعداد دفعات کلیک یا تماشای تبلیغات (همـان الگـوی پایـه تبلیغـات PPC) اسـت، مشـکل زیادی از ایـن نظر پیش پای شـما نخواهد بود. در عوض باید مشـخص کنید کـه چقدر دوسـت دارید دسـت به جیب شـوید و تا چه سـطحی از قیمـت گوگل باید بـه نمایش محتوای تبلیغاتی‌تان ادامه دهد. از یکجایی به بعد که سقف بودجه پر شـد، گوگل دیگر کمپین‌تان را ادامه نخواهد داد. آن وقت تصمیم‌گیری درباره آینده کمپین برعهده شما خواهد بود.

اوضاع در متا ادز تقریبا شبیه گوگل ادز است. با این حال شـما امکان شخصی‌سـازی اوضاع پرداخت را نیز خواهید داشـت. مثلا ترکیبی از تعداد لایک یا میزان بازنشر محتوا نیـز در این میان نقش‌آفرینی می‌کند. البته خیلی وقت‌ها بازاریاب‌ها اصلا حوصله این نکات را نداشـته و یک راست می‌روند سـراغ اصل مطلب. با این حال گاهی اوقات اوضاع بازاریابی کمی پیچیده‌تر می‌شود؛ چراکه همیشه بازاریاب‌ها ایده‌ای برای نحوه پرداخت هزینه ندارند. اینجاست که متا ادز خودش وارد گود شـده و به شـما سیستم‌هایی برای پرداخت هزینه پیشنهاد می‌دهد.

گـوگل ادز برای مدیریت بودجه به شـما امکان انتخاب براساس بازه‌های زمانی را می‌دهد. به طوری که می‌توانید از بین بازه‌های زمانی مختلف دسـت به انتخاب بزنید. این امر شما را در موقعیت بی‌نهایت جذابی قرار می‌دهد. مثلا می‌توانید انتخاب کنید در طول روز وقتی حساب‌تان از ۴۰ دلار بیشـتر شد، دیگر کمپین تان ادامه پیدا نکند. به طور مشـابه این تنظیمات برای طول ماه هم قابل اعمال است. به طوری که اگر برای هر ماه ۲۰۰ دلار هزینه تبلیغاتی در گوگل ادز دارید، می‌توانید به خوبی آن را مدیریت کرده و خیال‌تان راحت باشد یکهو با ۲ یا ۳ هزار دلار هزینه اضافی رو به رو نخواهید شد.

نکته کلیدی دربـاره متا ادز ضرورت انتخاب زمان پایان تبلیغات است. دلیل این امر تفاوت جزئی ساختار تبلیغات در متا با گوگل است. به زبان خودمانی، در متا تبلیغات به معنای درسـت کلمه PPC محسوب نمی‌شود. به همین خاطر بدون انتخاب زمان پایان کمپین شاید حساب مالی از دست‌تان دربرود و متا از خجالت منابع مالی‌تان درآید!

گاهی اوقات بازاریاب‌ها شاکی می‌شوند که چرا در گوگل ادز این همه هزینه تبلیغات پای‌شـان نوشـته می‌شـود. دلیـل این اتفاق ناگوار بی‌توجهـی بازاریاب‌ها به یک نکته ساده است: اگر شما سقف بودجه برای کمپین‌تان انتخاب نکنید، گـوگل به طور خودکار تبلیغ را تا هر سـطحی از هزینـه تحویل کاربران می‌دهد. آن وقت مثلا اگر ۲۰ هزار کاربر تبلیغ شما را مشاهده یا روی آن کلیک کرده باشند، هزینه‌اش پای شـما نوشـته خواهد شد. پس بهتر است از قبل تکلیف بودجه و سـقف آن را روشن کنید تا مشکلی برای‌تان پیش نیاید.

خلاقیت تبلیغاتی

گـوگل و متا اصلا در هر موردی بـا هم اختلاف یا فرق داشته باشند، سر یک مسئله حسابی توافق دارند. آن مسئله «جلب رضایت کاربران» اسـت. گوگل اصلا میانه خوبی با نمایش تبلیغـات بی‌کیفیت برای کسـب درآمد ندارد. به همین خاطر یکی از فاکتورهای کلیدی در سیستم مزایده گوگل ادز کیفیت محتواست. به طور مشابه متا هم چنین سیاستی را دنبال می‌کند. با این حال گاهی اوقات مزه پول زیر زبان‌شـان می‌رود و قید کیفیت را می‌زنند. این درست همان جایی اسـت که معمولا کاربران حسـابی از خجالت محتـوای بی‌کیفیت درآمده و کلی میم از آن می‌سـازند. بنابراین برای آینده برند خودشان هم که شده بد نیست با احتیاط درباره طراحی تبلیغات در متا ادز برنامه‌ریزی کنید.

هـر دو ابزار گـوگل و متـا ادز راهنمای ویـژه‌ای برای بازاریاب‌هـا دارند. به طوری که نکات کلیدی برای طراحی یک تبلیغ مناسب را در وبلاگ‌شان توضیح می‌دهند. با این حال تیم پشتیبانی گوگل با اتکای محض بر هوش مصنوعی سرعت عمل بیشتری در کمک به بازاریاب‌ها دارد. این در حالی است که متا هنوز نیم نگاهی به کارشناس‌های واقعی داشـته و دوست دارد تعاملی انسانی و جذاب با بازاریاب‌ها ایجاد کند. شاید این مهمترین تفاوت میان متا و فیس‌بوک باشد که اوضاع را تا حدودی پیچیده می‌سازد. اگر دوست ندارید پشـت درهای انتظار متا بمانید، گزینه اصلی شما گوگل خواهد بود. البته در دنیای واقعی شما چاره‌ای به غیر از حضور در هر دو سـرویس تبلیغاتی ندارید؛ چراکه عملا مخاط تان در هر دو محل حضور داشته و راه فراری ندارید.

گوگل ادز روی شباهت میان تبلیغات حسابی سختگیر اسـت. شـما نه تنها تبلیغات تان نباید شبیه بقیه برندها باشد، بلکه نمی‌توانید خیلی هم روی تبلیغات قبلی خودتان مانور دهید. استراتژی گوگل ادز در این رابطه روشن است: شما باید همیشه محتوای تر و تازه برای مخاطب‌تان داشته باشید. وگرنه اوضاع‌تان حسابی به هم می‌ریزد.

در نقطه مقابل متا ادز سختگیری زیادی درباره شباهت تبلیغات نـدارد. از نظر آنها تا جایی کـه کار یک بازاریاب کپی‌برداری ناشـیانه از روی دست بقیه نباشد، مشکلی از نظر اقتباس وجود نخواهد داشـت. درست به همین خاطر شـما می توانید خیلی راحت‌تر به ایده‌های دیگران توجه کرده یا حتی از روی دسـت آنهـا کپی‌برداری کنید. البته باید تغییراتی از خودتان در اصل محتوا ایجاد کنید، وگرنه متا هم از خجالت‌تان درمی‌آید.

نحوه عملکرد تبلیغاتی

متا از نظر سیسـتم شفافیت عملکرد تبلیغاتی وضعیت کاملا روشـنی ندارد. شـما امکان انتخاب دامنه مخاطب هدف‌تـان را دارید، اما از نظر فنی اینکه کاربران چطور در قبال محتوای شما واکنش نشـان خواهند داد، در هاله‌ای از ابهـام قرار دارد. درسـت به همین خاطـر ما در روزنامه فرصت امروز تبلیغات در سرویس‌های متا را مثل هندوانه در بسته می‌دانیم. به علاوه، متا گزارش‌های دقیقی درباره وضعیت کمپین تحویل شما نخواهد داد. بنابراین شاید نیاز به اسـتفاده از یک ابزار واسـطه برای بررسی نتیجه نهایی کمپین‌تان داشته باشید. این درست همان جایی است که کمی خرج روی دست‌تان باقی می‌ماند.

گـوگل از قدیم به عملکرد روشـن در رابطه با کاربران و به طور مشـخص بازاریاب‌ها شهرت داشته است. این نکته اهمیت زیادی بـرای بازاریاب‌ها دارد؛ چراکه به بازاریاب‌ها فرصت نظارت دقیق بر اوضاع کمپین را داده و وضعیت‌شان را نیز حسـابی بهبود می‌بخشد. از نظر خیلی از بازاریاب‌ها عملکرد شـفاف گـوگل در رابطه با تبلیغات با بازگشـت سـرمایه بهتر نیز همراه است. بنابراین خیلی با احتیاط یا حتی به ندرت سراغ متا ادز می‌روند.

اگر شما سرویس واسـطه‌ای برای ارزیابی نتایج کمپین تبلیغاتی دارید که امتحانش را پس داده، احتمالا مشکلی با عملکرد متا ادز نخواهید داشت. درست به همین خاطر ما در این بخش تصمیم‌گیری درباره برتری میان گوگل و متا ادز را کاملا به شما واگذار می‌کنیم. پس کلاه‌تان را قاضی کرده و دست به انتخاب بزنید.

سخن پایانی

گوگل و متا دو غول بزرگ در دنیای دیجیتال محسوب می‌شـود. اگر واقع‌بینانه به ماجرا نگاه کنیم، همه ما از اول صبـح تا آخر شـب دورمـان را با تمام سـرویس‌های این دو شـرکت پر می‌کنیم. بـه طوری که اگـر همین امروز سرویس‌های آنها ناپدید شوند، زندگی همه ما متوقف شده یا حتی حالت فیلم‌های ترسناک به خودش می‌گیرد.

هـدف مـا در ایـن مقاله بررسـی برخـی از مهمترین تفاوت‌های میان گوگل ادز و متا ادز بود. مثل همیشـه اگر سوال جانبی در این رابطه داشتید، ما همیشه آماده کمک به شما هستیم.

منابع:
https://www.wordstream.com/blog/meta-ads-vs-google-ads/۱۵/۰۸/۲۰۲۳/ws
https://fitsmallbusiness.com/facebook-/ads-vs-google-ads

رقابت آمریکا و چین بر سر کابل‌های اینترنتی ادامه دارد

جنگ فناوری در زیر دریا

ادامه از صفحه اول

کشـتی «سـی‌اس ری‌لانس» سـابکام نیمه اول کابل تجاری را از پرث اسـترالیا تا وسـط اقیانوس هند کشید. نقل اسـت که کشـتی «سـی‌اس دپندیبل» کار را دست گرفته و ادامه داده است و کابل را به دیگو گارسیا رسانده اسـت و تا عمان هم ادامه خواهد داد. «رویترز» با تحلیل تصاویر ماهواره‌ای و داده‌های ردیابی کشـتی‌ها نشان داد که کشتی «سـی‌اس دپندیبل» در فوریه و مارس ۲۰۲۲ در اطراف دیگو گارسیا فعالیت کرد و سپس به عمان رفت.

فروش کابل به سـرمایه‌گذاران برعهده شرکت سابکو و اسـالتری، کارآفرین اسـترالیایی بود که از تولید و فروش کابل‌هـای زیردریایـی غیردولتی ثروت زیادی به دسـت آورده اسـت. به نقل از دو منبع صنعتی که از این موضوع مطلع هستند، سابکام بود که به اسالتری کمک کرد اولین معاملـه کابلی بزرگ خـود را در اواخر دهه ۲۰۰۰ منعقد کند و او را در مسیر تبدیل شدن به یکی از ثروتمندترین غول‌هـای فنـاوری اسـترالیا قـرار داد. طبق «فهرسـت ثروتمندان» که نشریه اسـترالیایی «فایننشال ریویو» در سـال ۲۰۲۰ منتشـر کرد، «ارزش خالـص» دارایی‌های شخصی اسالتری ۵۶۴ میلیون دلار استرالیا (۳۷۵ میلیون دلار) اسـت. این کارآفرین پروژه «کابل‌گذاری از عمان به اسـترالیا» را در بیانیه‌های عمومی جایگزین مسیر سنتی اسـترالیا تا خاورمیانه عنوان کرد که از جنوب شرق آسیا می‌گذرد و هرگز اشـاره‌ای به هـدف کابل‌گذاری در دیگو گارسـیا نکرد. البته پیشـتر نیز طرحی مشابه طرح فعلی وجود داشت. به گفته شخصی که مستقیما در این معامله دخیل بوده، طرحی که شـرکت اسالتری اجرا کرد اجرای جدید و تغییر مسـیر طرحی بود که سـال ۲۰۱۷ مطرح شده بود و بنا بود کابلی از استرالیا تا جمهوری جیبوتی در شاخ آفریقا بکشـد، با یک لینک مخفیانه به دیگو گارسیا که بودجـه‌اش را پنتاگون می‌داد. جیبوتـی اولین پایگاه نظامی چین در خارج از کشـور اسـت که در سال ۲۰۱۷ افتتاح شده است.

مسـیر کابلی پیشـنهادی قبلی موسـوم به «اسـترالیا وست اکسپرس» هرگز ساخته نشد، زیرا شرکت آمریکایی که پشـت این پـروژه بود، «گـو تو نتورکس» نتوانسـت سـرمایه‌گذار خصوصـی موردنیـاز برای پوشـش هزینه بخشـی را که پنتاگـون برعهده نمی‌گرفـت، تأمین کند. «جان ماریانو» مدیرعامل وقت شـرکت منحل شـده «گو تـو نتورکس»، از اظهارنظر در ایـن زمینه خودداری کرد. وزارت دفاع آمریکا نیز به درخواسـت «رویترز» پاسخ داد و اظهارنظـر نکرد. یکی از مقامـات دفتر رئیس‌جمهور در جیبوتی نیـز از اظهارنظر خودداری کـرد. کابل‌ها معمولا متعلق به کنسرسـیومی از شرکت‌های مخابراتی و فناوری هسـتند که هزینه و ریسـک پروژه را تقسیم می‌کنند. دو نفری که با اسـالتری کار می‌کردند به «رویترز» گفتند که او اسـتاد چنین معاملاتی اسـت. این دو نفر گفتند که او از تجربیـات و ارتباطات خود اسـتفاده کرد و برای تکمیل بودجه پنتاگون در پروژه «کابل‌گذاری از عمان به استرالیا» سـرمایه‌گذار کافی جلب کرد. کابل ۱۰ هزار کیلومتری را «آنتونی آلبانیز»، نخسـت وزیر اسـترالیا در اکتبر ۲۰۲۲ افتتاح کرد. این کابل به جزایر کوکوس می‌رسـد، رسـما یکی از قلمروهای اسـترالیا که در اقیاتوس هند قرار دارد، متشکل از جزایر کوچک میان سریلانکا و استرالیا. اسالتری در ۱۹ نوامبر ۲۰۲۲، عکسی دسته‌جمعی در توئیتر منتشر کرد که در این عکس، او و آلبانیز حضور داشتند و از کابل و گروهی کـه «رویاها را به واقعیت تبدیل کردند» تجلیل می‌کردند. دفتر آلبانیز به درخواست «رویترز» پاسخ نداد و اظهارنظری درباره این پروژه نکرد، اما در ۲۲ اکتبر ۲۰۲۲ در توئیتی که از حسـاب کاربری‌اش ارسـال شد، سرعت و امنیـت و پایایی این کابل را سـتود و بـر خود بالید که توانسته اسـت «بیش از ۶۵ میلیون برنامه نتفلیکس را به طور همزمان پخش کند.» دولت عمان نیز به درخواسـت «رویترز» پاسخ نداد و اظهارنظر نکرد.

نقش سابکام در این پروژه نشانگر بازگشت به ریشه‌های جنگ سـرد این شـرکت بود. بـه نقل از وب‌سـایت این شرکت، سـابکام در سال ۱۹۵۵ تأسـیس شد، سالی که اولیـن سیسـتم کابلی تلفـن در زیر اقیانـوس اطلس از اسکاتلند تا نیوفاندلند (جزیره‌ای بزرگ در نزدیکی ساحل غربی آمریکای شمالی) تعبیه شد. این کابل را واحد کابل زیردریایـی «ای‌تی اند تـی» نصب کرد که سـرانجام به شرکت سـابکام تبدیل شد. به نقل از سـه کارمند سابق این شـرکت که در جریان این موضوع بودند، علت اصلی تجارت کابل‌های زیردریایی «ای‌تی اند تی» به پنج سـال قبـل از آن برمی‌گـردد؛ زمانی که نیـروی دریایی آمریکا به این شـرکت دسـتور داد با هدف رصد زیردریایی‌های شـوروی، شبکه‌ای از کابل‌های نظارتی در زیر دریا بسازد. براسـاس یک سـند طبقه‌بندی‌نشـده در سـایت نیروی دریایـی آمریکا، این پروژه تحت عنوان «سیسـتم نظارت بر صدا» یا «پروژه سزار» شناخته می‌شد. در این سند به نقش و دخالت «ای‌تی اند تی» اشـاره‌ای نشـده است. به گفته این کارمندان سـابق، پروژه کابل زیردریایی «ای‌تی انـد تی» پـس از تکمیل پروژه نیروی دریایی، به کسـب وکاری تجاری تبدیل شـد. «ای‌تی اند تی» به درخواست «رویترز» پاسخ نداد و اظهارنظر نکرد.

«ای‌تـی اند تـی» در سـال ۱۹۹۷ عملیـات و بخش کابل‌گذاری خود از جمله ناوگانی از کشتی‌ها را به شرکت «تایکو اینترنشنال» فروخت، یک شرکت خوشه‌ای و فعال در زمینـه خدمات امنیتی واقع در نیوجرسـی. در سـال ۲۰۱۸، تایکو واحد کابل‌گذاری را که در آن زمان «تی‌ای سابکام» نام داشت، به قیمت ۳۲۵ میلیون دلار به شرکت سـرمایه‌گذاری و خدمـات مالی سـربروس فروخت، یک شـرکت سـهام خاص واقع در نیویورک. سابکام جزییات زیادی را در خصوص کسـب وکار خود منتشـر نمی‌کند. براساس داده‌های «ایکن»، سابکام بیش از ۱۳۰۰ کارمند دارد و درآمد سالانه این شرکت ۳۴۴ میلیون دلار است.

فرصت امروز
روزنامـه مدیریتـی - اقتصـادی
یکشنبه | ۱۲ شهریور ۱۴۰۲ | شماره ۲۳۱۰ | صفحه ۸
صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز
مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی
چاپ: ریحان
دفتر مرکزی: مطهری، خیابان علی‌اکبری، پلاک ۱۱۵
دفتر مرکزی: ۸۸۵۱۴۵۳۸
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۵۲۶۹۲۳
آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS
WWW.FORSATNET.IR
INFO@FORSATNET.IR