روزنـامه مدیریتـی - اقتصـادی

فرصت امروز

بـرای کسـب وکـار آفـرینی

چهارشنبه
۸ آذر ۱۴۰۲

Wed.29 Nov 2023

۱۵ جمادی‌الاول ۱۴۴۵ - سـال نهم

شماره ۲۳۶۸

۸ صفحه - ۵۰۰۰ تومان

www.forsatnet.ir

شاخص کل بورس تهران بیش از ۵ هزار واحد بالا آمد

سومین روز خروج سرمایه از بورس تهران

فرصت امروز: شـاخص کل بورس تهران در چهارمین روز هفته، ۰,۲۹ درصد در سطح ۲,۱ میلیونی بالا آمد. شـاخص کل هم‌وزن هم با رشـد ۰,۱۸ درصدی در تراز ۷۱۲ هزار واحد جای گرفت. خالص تغییر مالکیت حقوقی به حقیقی بازار نیز برای سـومین روز متوالی منفی شد و ۲۶۵ میلیارد تومان پول حقیقی از بازار سهام خارج شد. در معاملات روز سه‌شنبه ۷ آذرماه، شاخص کل بورس...

۵

میزان سرمایه‌گذاری در یک دهه گذشته نصف شد

تصویر آماری از افول سرمایه‌گذاری

فرصت امروز: میزان سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در ایران در سال ۲۰۲۲ تنها ۱,۵ میلیارد دلار بوده است؛ میزان سرمایه‌گذاری واقعی کشور در سال ۱۳۹۸، کمتر از نصف سال ۱۳۹۰ است؛ برای سومین سال متوالی، رقم استهلاک سرمایه با رقم سرمایه‌گذاری جدید برابر شد؛ در ۱۰ سال گذشته سالانه ۴,۵ درصد از ارزش موجودی سرمایه ثابت در اقتصاد ایران مستهلک شد و... اینها بخشی از آمار و ارقامی است که نشان می‌دهد اقتصاد ایران نه‌تنها در جذب سرمایه اقتصادی جدید موفق نبوده بلکه در چند سال گذشته، موج خروج سرمایه از کشور هم شدت گرفته است. از طرفی در سال ۱۳۹۹ نسبت به سال ۱۳۹۰، حدود ۴۵ درصد از سرمایه ثابت در اقتصاد ایران مستهلک شده است. در حالی موج سرمایه‌ها در حال خروج از اقتصاد ایران است که در کنار گوش ما، امارات متحده عربی توانسته است بیشترین میلیونرهای جهانی را جذب اقتصاد خود کند و در سـال ۲۰۲۲ تعداد ساکنان با دارایی خالص یک میلیون یا بیشتر در این کشور کوچک حاشیه خلیج فارس، ۵ هزار و ۲۰۰ نفر افزایش یافته است، اما جزییات آمار خروج و استهلاک سـرمایه در اقتصاد ایران چه می‌گوید؟ اتاق بازرگانی تهران اخیرا گزارشـی منتشر کرده و در این گزارش به جزییات میزان سـرمایه‌گذاری در اقتصاد ایران، وضعیت استهلاک سرمایه‌ها، میزان خروج سرمایه از اقتصاد کشور پرداخته و در انتها وضعیت ایران با چهار کشور منطقه را مقایسه کرده است. این گزارش آماری از افول جدی سرمایه‌گذاری در اقتصاد ایران حکایت دارد. براساس گزارش اتاق بازرگانی تهران، از سال ۱۳۹۰ تا سال ۱۴۰۱ روند عمومی تشکیل...

۲

معاون علمی،فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان ریاست جمهوری:

از پروژه‌های فناورانه فولاد مبارکه حمایت می کنیم

۶

مدیریت و کسب‌وکار

همکاری استراتژیک برندها: راهی به سوی موفقیت مشترک

هر کسی در دنیا برخی از برندها را دیوانه‌وار دوست دارد. مثلا کسانی که عاشق گوشی‌های هوشمند هستند، معمولا اپل را تافته جدا بافته می‌دانند. شـاید دلایل مختلفی در این رابطه وجود داشـته باشد، اما اگر یک روز برندی بهتر از اپل هم پیدا شود، بعید است طرفداران دوآتیشه این سیب گاز زده به این سادگی‌ها دورش را خط بکشند. البته مشتریان در بازار فقط یک برند مورد علاقه ندارند. مثلا خودِ من فهرستی بلندبالا از برندهای مورد علاقه‌ام دارم. احتمالا ماجرا درباره تمام مردم دنیا نیز به همین ترتیب باشد. حالا اگر یک روز دو تا از برندهای مورد علاقه بخش زیادی از مردم همکاری مشترکی را شروع کنند، چه اتفاقی خواهد افتاد؟ بی‌شک همکاری میان دو برند بزرگ مثل تسلا و مایکروسافت حتی روی کاغذ هم آدرنالین خون را حسابی بالا می‌برد. چه برسد به اینکه واقعا چنین همکاری در میان باشد. البته همکاری میان برندها فقط مختص به کسب و کارهای بزرگ...

۸

تنش‌های ژئوپلیتیکی چگونه نوسانات قیمتی را افزایش می‌دهند؟

ریسک ژئوپلیتیک در کمین بازارها

۳

نگـــاه

صندوق‌هایی که عمر و سرمایه را می‌بلعند

سعید اشتیاقی
عضو اتاق بازرگانی ایران

افزایش سـن بازنشستگی کـه به‌تازگـی از سـوی نمایندگان مجلس شـورای اسـلامی در جریان بررسی لایحه برنامه هفتم توسـعه به تصویب رسید، مهمترین و البتـه پر سـر و صداترین مصوبـه‌ای بـود کـه نه‌تنها شـاغلان و جوینـدگان کار را با شـوک و حیرت روبه‌رو کرده بلکه خبرگان اقتصادی و کارشناسان بازار کار را نیز مات و مبهوت کرده اسـت. چه بـا وجـود ظرفیت‌های فـراوان و بنیـه قـوی مالی صندوق‌هـای بازنشسـتگی امـا در طـول سـال‌ها، مدیریت منابع بـرای ایجاد سـرمایه‌گذاری‌های پُربازده پایـدار طوری نبوده اسـت کـه بازگشـت قابـل توجه سرمایه‌ها مانع از ناترازی این صندوق‌ها شود. ناترازی که البته بخش عمده آن حاصل ضعف‌هـا و سـوءتدبیرهای مدیریتی است ولی در کنار این ناکارآمدی‌ها باید به این نکته مهم نیز توجه داشـت کـه مسـائلی چـون تغییر رشـد جمعیتی نیروی کار و ناموزون بودن آن در کشـور طی سـه دهه گذشته مزید بر این مشـکلات شده است تا صندوق‌های بازنشسـتگی در برهـه‌ای از زمان به‌دلیل ناهمخوانی آورده‌ها و خروج منابع به‌دلیل...

۲

بهشت‌های مالیاتی جهان چه اندازه درآمد دارند؟

فرار مالیاتی با جابه‌جایی سود

فرصت امروز: «بنجامین فرانکلین» از بنیانگذاران ایالات متحده آمریکا اعتقاد داشت که هیچ چیز در این جهان قطعی نیست جز مالیات و مرگ. او این گزاره را زمانی بیان کرد که تازه چند سالی از آغاز دریافت مالیات بر درآمد در این کشور نوظهور می‌گذشت. با وجـود آنکه این صحبـت «فرانکلین» امروزه در بسـیاری از کشـورهای جهان صـدق می‌کند، اما با این حال، شـرکت‌های چندملیتی زیادی در سـطح جهان از پرداخـت میلیاردها دلار مالیات بر درآمد طفره می‌روند و این روند باعث شده تا چندین و چند بهشت مالیاتی اروپایی، بیشترین سود را از این فرار مالیاتی به دست بیاورند.

آخرین گـزارش رصدخانه مالیات اتحادیه اروپا - آزمایشـگاه تحقیقاتی مستقل در دانشـکده اقتصاد پاریس - نشان می‌دهد که در سـال ۲۰۲۰، شـرکت‌های چندملیتـی از پرداخت ۲۰۰ میلیارد دلار برابر با ۱۸۸ میلیارد یورو مالیات در سراسـر جهان اجتناب کرده‌اند. سـال ۲۰۲۰ میلادی، آخرین سـالی است که داده‌های مالیاتی برای این شـرکت‌های چندملیتی در دسترس است. این شرکت‌ها از پرداخت تمامی این مالیات به‌واسطه فرآیند جابه‌جایی سـود اجتناب کرده‌اند، یک استراتژی فرار مالیاتی که بسـیاری از شرکت‌های دارای شعبه در کشورهای مختلف از آن اسـتفاده می‌کنند. این شرکت‌ها، میزان نامتناسبی از سود خود را در مناطقـی با مالیات کم یا بدون مالیات ثبت می‌کنند که به بهشت‌های مالیاتی مشهور هستند. این استراتژی حتی در زمانی که سود در کشورهای دیگر به‌دست‌آمده باشد هم قابل‌اجرا است، اما جابه‌جایی سود چگونه کار می‌کند، چرا این‌همه اهمیت دارد و برندگان و بازندگان این فرآیند چه کسانی هستند؟

جابه‌جایی سود چطور کار می‌کند؟

یک شرکت چندملیتی را تصور کنید که در دو کشور مختلف کار می‌کند. به گزارش «دویچه‌وله»، بیشـتر کارها در کشوری با مالیات بالا انجام می‌شـود. با این حال، دارایی‌های معنوی مانند پتنت‌ها و طرح‌های طراحی توسط یک شرکت تابعه در منطقه‌ای با مالیات کمتر نگهداری می‌شـود. شـرکت واقع‌شده در کشور اول که سـود در آن تولید می‌شـود، باید برای استفاده از اموال خود به شـرکت دوم پول پرداخت کند. از آنجایی که هدایت هر دو شـرکت در اختیار یک مالک بزرگ چندملیتی است، قیمت معامله هم توسـط او تعیین خواهد شـد. این بدان معناست که شرکت در قلمرو مالیاتی بالا پول بسیار زیادی به شرکت دوم در بهشت مالیاتی پرداخت خواهد کرد. پس از معامله، حساب دفتر کل سـود شـرکت کاهش پیدا می‌کند، درحالی‌که موجودی در شرکت تابعه بهشت مالیاتی افزایش می‌یابد. شرکت چندملیتی اکنون می‌تواند در جایی که مالیات بالاتر اسـت سود کمتر و در جایی که مالیات پایین‌تر اسـت سود بیشتری را اعلام کند. این یک اسـتراتژی نظری نیسـت و اعمال آن توسط شرکت بزرگ نایکی در آمریکا اخیرا افشـا شده است. درز اسناد مرتبط با این شرکت نشان می‌دهد درحالی‌که تولید و فروش کفش‌های کتانی در کشـورهایی با مالیات بالا اتفاق می‌افتد، واحدهای محلی این شـرکت مجبور به پرداخت حق امتیاز به یک شـرکت تابعه در برمودا بوده‌اند؛ جایی که عملا خبری از پرداخت مالیات نیسـت. طرح‌های مشـابهی برای شـرکت‌های چندملیتـی دیگر مانند مایکروسافت و اپل هم گزارش شده است.

در سـال ۲۰۲۰، یعنی سـالی که همه‌گیری کرونا به اقتصاد جهانی آسـیبی جدی وارد کرده بود، درآمد ازدست‌رفته مالیات جهانی به‌واسطه جابه‌جایی سـود حدود ۲۰۰ میلیارد دلار بوده اسـت. این رقم در سـال ۲۰۱۹ حدود ۲۵۰ میلیـارد دلار بوده است. براساس برآوردهای انجام‌شده توسط یک گروه متخصص از اقتصاددانان، برای اینکه بتوان حجم این مبلغ را ملموس‌تر کرد، می‌توان گفت، این مبلغ یک‌پنجم مبلغی اسـت که کشـورهای درحال‌توسـعه برای کاهش اثرات تغییـرات آب و هوایی به آن نیاز دارند. در همین زمینـه، «ایدان گیدرون»، هماهنگ‌کننده داده‌هـا در رصدخانه مالیاتی اتحادیه اروپا معتقد اسـت که تنها شـرکت‌های بزرگ می‌تواننـد در بازارهـای بین‌المللی تجارت کنند و در بهشـت‌های مالیاتی شـرکت‌های تابعه داشته باشند. به‌این‌ترتیب، بزرگ‌ترین بازیکنان اقتصادی جهان، با بار مالیاتی کمتری مواجه می‌شوند. به گفته او، این نمود بارز بی‌عدالتی است؛ چراکه فعالان اقتصادی کوچک‌تر باید بیشتر از ثروتمندترین‌ها در پرداخت مالیات مشارکت کنند.

جغرافیای بهشت‌های مالیاتی

بزرگ‌تریـن برنـدگان این اسـتراتژی، شـرکت‌های بزرگی هسـتند که به‌واسطه جابه‌جایی سود صرفه‌جویی‌های کلانی در پرداخت مالیات می‌کنند. بخش بسـیار بزرگی از این شرکت‌ها، شـرکت‌های آمریکایی هسـتند؛ به بیان دیگر، حدود ۴۰ درصد از کل سـودهای جابه‌جا شـده در سـطح جهان از شرکت‌های چندملیتی متعلق به آمریکا سرچشـمه می‌گیرد. در این میان، بهشت‌های مالیاتی هم سـود فراوان می‌برند. «گیدرون» در این باره می‌گویـد: برای این تحقیقات، کشـورهایی که نرخ مالیات موثـر کمتر از ۱۵ درصد دارند بهشـت مالیاتـی در نظر گرفته می‌شـوند. این پژوهش نرخ‌هایی که اعمال می‌شـوند و نه آنچه روی کاغذ نوشـته می‌شـود را در نظر گرفته است؛ زیرا اغلب در این کشورها از خلأهای قانونی برای کاهش سطح مالیات استفاده می‌شود. این گزارش همچنین کشورهایی را در نظر می‌گیرد که در آن شـرکت‌های چندملیتی در مقایسه با کل دستمزدی که به‌صورت محلی پرداخت می‌کنند، سـود بسیار بالایی به دست می‌آورند و این نشـان می‌دهد سود ثبت‌شـده از مکان‌هایی که کار واقعی انجام‌شـده، منتقل شـده اسـت. برخی از کشورهای کوچک به‌هیچ‌وجه مالیاتی دریافت نمی‌کنند و صرف فعالیت‌های اقتصادی در سرزمین‌شان برای آنها کفایت می‌کند. از سوی دیگر، بهشت‌های مالیاتی بزرگ‌تر می‌توانند روی سودهای جابه‌جاشده نرخ‌های مالیاتی پایین‌تری اعمال کرده و به درآمدی بی‌دردسر و کلان دسترسی داشته باشند.

او می‌گوید باور عمومی اینطور پذیرفته که بهشت‌های مالیاتی که پذیرای سودهای جابه‌جاشده هستند، بیشتر در حوزه دریای کارائیب واقع شده‌اند، اما واقعیت این است که بهشت‌های مالیاتی که بیشترین سـودها را جذب خود می‌کنند، کشورهای اروپایی هستند. کشـورهایی مانند هلند، ایرلند، سوئیس، لوکزامبورگ و بلژیک نسـبت به بهشت‌های گرمسـیری مانند پاناما یا برمودا سود بیشـتری به سمت خود جذب می‌کنند. این روند منجر به ایجاد مازاد بودجه در این کشورها می‌شود. برای مثال در ایرلند، سـودهای جابه‌جاشده جذب‌شده در این کشور برابر با حدود ۶۰ درصد از کل مالیات شـرکتی اسـت که در سـال ۲۰۲۰ ایرلند جمع‌آوری کرده است. در مجموع، بهشت‌های مالیاتی اصلی اروپا در سـال ۲۰۲۰، از محل جابه‌جایی سـود شرکت‌ها ۳۲ میلیارد دلار مالیـات اضافی دریافت کردند؛ این به آن معناسـت که آنها فقط با پول مالیات اضافـی، مبلغی تقریبا معادل تولید ناخالص داخلی کشورهایی مانند سنگال، هندوراس و بوسنی را به دست می‌آورند. قلمروهای وابسـته به انگلیس هم سهم قابل‌توجهی از معافیت مالیاتی دارند. در سال ۲۰۲۰ بالغ‌بر ۷۶ میلیارد دلار سود به مناطقی مانند جزایر ویرجین، برمودا، جزایر کیمن و جرسـی منتقل شد.

بازنده کیست و راه‌حل چیست؟

جابه‌جایی سـود در سطح بین‌المللی، یک بازی جمعی منفی اسـت. درآمد اضافی بهشت‌های مالیاتی از محل دریافت مالیات از شـرکت‌های چندملیتی بدان معناسـت که بخشی از درآمد کشـورهای با مالیات بالاتر از دسترس آنها خارج خواهد شد. در نهایت، این امر باعث کاهش بودجه عمومی در دسترس دولت‌ها در سراسر جهان خواهد شد. بزرگ‌ترین بازنده در این میان، سایر اعضای اتحادیه اروپا و سـایر کشـورهای عضو سازمان همکاری اقتصادی و توسعه هستند. آلمان به عنوان یکی از قربانیان اصلی این فرآیند در سـال ۲۰۱۰ می‌توانست ۲۶ درصد درآمد مالیاتی بیشتری داشته باشد. بااین‌حال، کشورهای درحال‌توسعه هم در سـال ۲۰۱۰ درآمد مالیات زیـادی در حدود ۶۰ میلیارد دلار از دسـت داده‌اند. بـرای مثال، برزیل در این سـال ۷ میلیارد دلار درآمد بالقوه مالیاتی خود را از دسـت داده است. این مقدار برای گنجاندن ۴میلیون خانوار بیشـتر در برنامه فقرزدایی این کشور کفایت می‌کرد.

براساس گزارش دیده‌بان مالیات اتحادیه اروپا، با وجود اعمال ابتکاراتی مانند تشکیل سازمان همکاری اقتصادی و توسعه، سطح جابه‌جایی سـود در سطح جهانی از سال ۲۰۱۵ ثابت بوده است. محققان و پژوهشـگران باور دارند که ایـن امر لزوما به آن معنا نیست که سیاست‌های قبلی تأثیری نداشته است؛ زیرا دست‌کم توانسته است از افزایش جابه‌جایی سود در جهان جلوگیری کند، اما اقدامات بیشـتری برای ممانعت از این فرار مالیاتی باید انجام بگیرد. در سـال ۲۰۲۱ حدود ۱۴۰ کشـور، توافق‌نامه‌ای را برای اجرای سیاست حداقل نرخ مالیات شرکتی جهانی ۱۵ درصدی امضا کردند. با این وجود، محققان رصدخانه مالیات اتحادیه اروپا ادعـا می‌کنند که توافق مالیاتی به دلیـل خلأهایی که دارد، به برخی از کشـورها امکان می‌دهد تا مالیـات کمتر از ۱۵ درصد از شـرکت‌ها دریافت کنند. محققان از همیـن رو، کف مالیاتی بالاتر از ۲۰ درصد را پیشـنهاد می‌دهند، در شرایطی که تمامی خلأهای قانونی موجود برطرف شوند. در چنین شرایطی سالانه ۲۵۰ میلیارد دلار درآمد مالیاتی اضافی در سراسـر جهان ایجاد خواهد شد.

خانواده‌ها چقدر هزینه بهداشت و درمان می‌کنند؟

بار سنگین هزینه‌های درمانی

آخرین برآوردهای آماری نشان می‌دهد سهم بهداشت و درمان از سـبد هزینه خانوار شـهری حدود ۹,۱ درصد است که پس از «هزینه‌های مسکن و سوخت» و «هزینه‌های خوراکی و دخانی» در جایگاه سوم قرار دارد. خانوارهای چهار نفره با هزینه متوسط ۱۳ میلیـون تومان در سـال ۱۴۰۱، دومیـن گروهی بودند که بیشـترین هزینه را صرف بهداشـت و درمان کردند. خانوارهای شـهری ساکن استان‌های اصفهان، یزد، البرز، گلستان و مرکزی نیز بیشترین هزینه بهداشت و درمان را در سال گذشته در بین سایر استان‌ها به خود اختصاص داده‌اند.

گزارش‌های منتشرشـده در مرکز آمار ایران نشان می‌دهد که خانوارهای شـهری در سال گذشـته به طور میانگین حدود ۱۲ میلیون تومان صرف هزینه‌های بهداشت و درمان خود کرده‌اند. براساس داده‌های آماری، خانوارهای شهری دارای تعداد اعضای ۱۰ نفر و بیشتر به طور متوسط حدود ۱۶ میلیون تومان را صرف هزینه‌های بهداشـت و درمان خود کرده‌اند و بیشترین هزینه را نسبت به سـایر خانوارها داشته‌اند. دومین گروهی که بیشترین هزینه را صرف بهداشـت و درمان کردند، خانوارهای چهار نفره با هزینه متوسـط ۱۳ میلیون تومان بوده‌اند. خانوارهای سه نفره نیز به طور میانگین حدود ۱۳ میلیون تومان را صرف هزینه‌های بهداشـت و درمان کرده‌اند. خانوارهای پنج نفره و شش نفره هم به طور میانگین حدود ۱۲ میلیـون تومان از هزینه‌های خود را صرف بخش بهداشت و درمان کرده‌اند. خانوارهای دو نفره هزینه متوسـط ۱۱ میلیون تومانی را صرف بهداشت و درمان خود در سـال ۱۴۰۱ کرده‌اند. همچنین خانوارهای نه نفره و هفت نفره نیز به طور میانگین حدود ۹ میلیون تومان از هزینه‌های خود را صرف بخش بهداشـت و درمـان کرده‌اند. خانوار یک نفره هم به طور میانگین هزینه‌ای معادل ۸ میلیون تومان را صرف بهداشت و درمان کرده اسـت. در نهایت خانوارهای هشت نفره، کمترین هزینـه یعنی ۷ میلیون تومان را صرف بهداشـت و درمان خود کرده‌اند. از سوی دیگر، خانوارهای شهری که فرد شاغلی ندارند، در سال گذشته به طور میانگین حدود ۱۰ میلیون تومان را صرف هزینه‌های بهداشـت و درمان کرده‌اند. خانوارهای دارای یک نفر شـاغل به طور میانگین حدود ۱۲ میلیون تومان جهت بهداشت و درمـان خود هزینه کرده‌اند. خانوارهای شـهری دارای دو نفر شـاغل، سه نفر شاغل، چهار نفر شـاغل و پنج نفر شاغل نیز به ترتیـب به طور میانگین حدود ۱۵ میلیـون تومان، ۱۸ میلیون تومـان، ۱۶ میلیون تومان و ۲۱ میلیون تومان صرف بهداشـت و درمان کردند.

براساس داده‌های مرکز آمار، در بین گروه‌های شغلی مختلف در خانوارهای شـهری می‌توان میزان هزینه مربوط به بهداشت و درمان هر یک آنها را محاسـبه نمود. خانوارهای شـهری گروه شـغلی متخصصان علمی و فنی با پرداخت هزینه متوسـط ۲۳ میلیـون تومانی بیشـترین هزینه برای بهداشـت و درمان را در سال ۱۴۰۱ را پرداخت کردند. بعد از آن خانوارهای گروه شغلی قانونگذاران، مقامات عالی‌رتبه و مدیران با پرداخت هزینه متوسط ۲۰ میلیون تومانی در سـال ۱۴۰۱ در رتبه دوم بیشترین هزینه برای بهداشـت و درمان قرار گرفتند. گروه شغلی کارمندان امور اداری و دفتـری، با پرداخت هزینه متوسـط ۱۷ میلیون تومانی بهداشـت و درمان در جایگاه سوم قرار گرفتند. خانوارهای گروه شغلی تکنیسین‌ها و دستیاران، به طور میانگین در سال ۱۴۰۱ بـه میـزان ۱۳ تومان برای بهداشـت و درمان هزینـه کرده‌اند و در جایـگاه چهارم قرار گرفتند. گروه‌های شـغلی متصدیان و مونتـاژکاران و راننـدگان وسـایل نقلیه و کارکنـان خدماتی و فروشندگان به طور میانگین هزینه‌ای معادل ۱۲ میلیون تومان را صرف هزینه‌های بهداشت و درمان خود کرده‌اند و جایگاه‌های پنجم و ششم را به خود اختصاص دادند. خانوارهای گروه شغلی صنعتگران و کارکنان مشـاغل مربوطه نیـز هزینه‌ای معادل ۹ میلیـون تومان را به طور میانگین صرف هزینه‌های بهداشـت و درمان کرده‌اند و در جایگاه هفتم قرار گرفتند. گروه‌های شـغلی کارگران ساده و کارکنان ماهر کشاورزی، جنگلداری و ماهیگیری هزینـه‌ای معـادل ۸ میلیون تومان را به طور میانگین در سـال ۱۴۰۱ صرف هزینه‌های بهداشـت و درمان کرده‌اند و با پرداخت کمترین هزینه در جایگاه‌های هشتم و نهم قرار گرفتند.

متخصصان علمی و فنی ۲,۸ برابر کارکنان بخش کشـاورزی، جنگلداری و ماهیگیری برای بهداشـت و درمان در سال ۱۴۰۱ هزینه کردند. از طرف دیگر، با بررسی فعالیت محل کار سرپرست خانوار می‌توان مشـاهده کرد که خانوارهایی که در بخش تامین برق، گاز و آب اشـتغال داشته‌اند، با پرداخت هزینه ۲۶ میلیون تومانی در سال ۱۴۰۱ در جایگاه نخست بیشترین هزینه متوسط بهداشت و درمان قرار گرفتند. خانوارهای شهری شاغل در بخش آموزش بـا پرداخت هزینه ۲۰ میلیون تومانی در سـال ۱۴۰۱ در جایگاه دوم بیشـترین هزینه متوسـط بهداشت و درمان قرار گرفتند. خانوارهای شهری شاغل در بخش واسطه‌گری‌های مالی با پرداخت هزینه ۱۹ میلیون تومانی در سـال ۱۴۰۱ در جایگاه سـوم بیشترین هزینه متوسط بهداشت و درمان قرار گرفتند. از سوی دیگر، خانوارهای شهری شاغل در بخش شیلات، با هزینه حدود ۶ میلیون تومانی در سـال ۱۴۰۱ کمترین هزینه متوسط بهداشـت و درمان را داشته‌اند. خانوارهای شهری قرار گرفته در بخش خانوارهای معمولی دارای مسـتخدم و هتل و رسـتوران، بـه طور میانگین هزینـه‌ای معادل ۷ میلیون تومان داشـتند و در رتبه‌های دوم و سـوم کمترین هزینه بهداشـت و درمان قرار گرفتند.

خانوارهای شهری که در سـال ۱۴۰۱ دارای درآمدی معادل ۱۲ میلیون تومان و کمتر بودند، به طور میانگین یک میلیون و ۴۰۰ هزار تومان را صرف هزینه‌های بهداشـت و درمان کردند و در جایگاه نخست کمترین هزینه قرار گرفتند. خانوارهای شهری دارای گروه‌های درآمدی ۱۲ تا ۱۹,۵ میلیون تومان و ۱۹,۵ تا ۲۷ میلیون تومان در سـال ۱۴۰۱ به طور میانگین حدود ۲ میلیون تومـان را صرف هزینه‌های بهداشـت و درمان خود کردند. گروه درآمـدی ۲۷ تا ۳۶ میلیون تومانی، هزینه متوسـطی معادل ۳ میلیون تومان را صرف هزینه‌های بهداشت و درمان خود کردند. گروه‌هـای درآمدی ۳۶ تا ۴۸ میلیون تومانی، ۴۸ تا ۶۰ میلیون تومانـی و ۶۰ تا ۷۲ میلیون تومانی، به طـور میانگین حدود ۴ میلیون تومان را صرف هزینه‌های بهداشت و درمان خود کردند.

خانوار شـهری دارای گروه درآمـدی ۷۲ تا ۹۰ میلیون تومان در سال ۱۴۰۱ به طور میانگین حدود ۶ میلیون تومان را صرف هزینه‌های بهداشـت و درمان خود نمودند. خانوار شهری دارای گروه درآمدی ۹۰ تا ۱۲۰ میلیون تومان در سـال ۱۴۰۱ به طور میانگیـن حدود ۸ میلیون تومان را صرف هزینه‌های بهداشـت و درمان خود نمودند. در انتها، خانوارهای شـهری که در سـال ۱۴۰۱ دارای درآمدی معادل ۱۲۰ میلیون تومان و بیشتر بودند، به طـور میانگین حدود ۱۶ میلیون تومـان را صرف هزینه‌های بهداشـت و درمان کردند و در جایگاه نخسـت بیشترین هزینه قـرار گرفتند. گروه درآمدی ۱۲۰ میلیـون تومانی حدودا ۱۱,۴ برابر گروه درآمدی ۱۲ میلیون تومانی دارای هزینه‌های بهداشت ودرمان بودند. همچنین خانوارهای شـهری سـاکن استان‌های اصفهان، یزد، البرز، گلستان و مرکزی بیشترین هزینه بهداشت و درمان را در بین سایر استان‌ها داشته‌اند. خانوارهای شهری ساکن اسـتان اصفهان در سال ۱۴۰۱ به طور میانگین هزینه‌ای معادل ۱۶ میلیون تومان را صرف بهداشـت و درمان کرده‌اند و جایگاه نخست بیشـترین هزینه را به خود اختصاص دادند. پس از آن، خانوارهای شهری ساکن استان یزد هزینه‌ای معادل ۱۵ میلیون و ۸۶۱ هزار تومان را صرف بهداشـت و درمان کرده‌اند و جایگاه دوم بیشـترین هزینه را به خود اختصاص دادند. سومین استانی که بیشترین هزینه بهداشت و درمان را داشته، البرز با هزینه‌ای معادل ۱۵ میلیون و ۷۱۵ هزار تومان اسـت. خانوارهای شهری سـاکن در اسـتان‌های ایلام، هرمزگان و کرمان نیز به ترتیب با هزینه سالانه ۴ میلیون تومان، ۴ میلیون و ۲۰۰ هزار تومان و ۶ میلیون تومان، کمترین هزینه بهداشـت و درمان را در بین ۳۱ استان کشور دارند.

یادداشت

صندوق‌هایی که عمر و سرمایه را می‌بلعند

سعید اشتیاقی
عضو اتاق بازرگانی ایران

افزایش سن بازنشستگی که به‌تازگی از سوی نمایندگان مجلس شورای اسلامی در جریان بررسی لایحه برنامه هفتم توسعه به تصویب رسید، مهمترین و البته پر سر و صداترین مصوبه‌ای بود که نه‌تنها شاغلان و جویندگان کار را با شوک و حیرت روبه‌رو کرده بلکه خبرگان اقتصادی و کارشناسان بازار کار را نیز مات و مبهوت کرده است. چه با وجود ظرفیت‌های فراوان و بنیه قوی مالی صندوق‌های بازنشستگی اما در طول سال‌ها، مدیریت منابع برای ایجاد سرمایه‌گذاری‌های پُربازده پایدار طوری نبوده است که بازگشت قابل توجه سرمایه‌ها مانع از ناترازی این صندوق‌ها شود. ناترازی که البته بخش عمده آن حاصل ضعف‌ها و سوءتدبیرهای مدیریتی است ولی در کنار این ناکارآمدی‌ها باید به این نکته مهم نیز توجه داشت که مسائلی چون تغییر رشد جمعیتی نیروی کار و ناموزون بودن آن در کشور طی سه دهه گذشته مزید بر این مشکلات شده است تا صندوق‌های بازنشستگی در برهه‌ای از زمان به‌دلیل ناهمخوانی آورده‌ها و خروج منابع به‌دلیل خیل عظیم بازنشستگان در سال‌های اخیر با مشکل جدی کسری برای تامین نیازهای برحق ذی‌نفعان چنین صندوق‌هایی شود.

البته سال‌هاست کارشناسان و حتی مسئولان و مدیران دست‌اندرکار سازمان تامین اجتماعی و ... ناترازی صندوق‌های بازنشستگی و احتمال بروز ایجاد بحران در آنها را گوشزد می‌کنند و معتقدند چنانچه با راهکارهای اصولی کارشناسانه، فکری اساسی برای حل این مسئله مهم نشود، احتمال ورشکستگی و ایجاد بحران کمبود منابع صندوق‌ها در آینده نزدیک، دور از انتظار نیست. حال دولت و مجلس با هم‌فکری برای جلوگیری از بروز چنین بحرانی، شرایط را مناسب دیده و موقعیت را مغتنم شمرده‌اند که در جریان بررسی مفاد لایحه برنامه هفتم توسعه کشور، سن بازنشستگی را افزایش دهند؛ اقدامی که هرچند باعث آزرده‌خاطر شدن نیروهای شاغل و افرادی که در صف اشتغال قرار دارند، شده است (چه شاغلان دیگر در سن ۶۰ سالگی و با ۳۰ سال سابقه کار بازنشسته نمی‌شوند)، اما آنگونه که معلوم است چنین پیشنهادی از سوی دولت بوده و مجلس نیز باتوجه به وضعیت نگران‌کننده صندوق‌های بازنشستگی ناگزیر به تصویب آن شده است تا با این راهکار جلوی ورشکستگی صندوق‌ها گرفته شود.

حال این پرسش مطرح است که چرا ناترازی صندوق‌های بازنشستگی باید با افزایش سن بازنشستگی بخوانید سنِ کار، ترمیم شود؟ در حالی که شاغلان همیشه قبل از اینکه حَقوق ماهانه خود را دریافت کنند، حق بیمه، سهم بازنشستگی و... آنها از حقوق‌شان برداشته می‌شود؟ توجیه دولت و مجلس در تصویب افزایش سن بازنشستگی، این است که علاوه‌بر ناترازی‌های مشهود، شاخص سن امید به زندگی مردم نیز طی چند سال اخیر افزایش و از ۵۷ سال در ۳۰ سال گذشته به ۷۷ سال رسیده است و در چنین شرایطی وضعیت استمرار پرداختی‌ها از سوی صندوق‌ها نیز بیشتر می‌شود. بنابراین برای متناسب‌سازی این موضوع باید اصلاحاتی در سن بازنشستگی ایجاد شود تا صندوق‌های بازنشستگی به‌دلیل کاهش ضریب پشتیبانی در پی خروج گسترده نیروهای کار بازنشسته دهه هفتاد و هشتاد، برای پاسخگویی به حقوق آنها قدرت تاب‌آوری لازم را داشته باشند؛ زیرا طی دو دهه گذشته ترکیب جمعیتی شاغل کشور از نظر سنی ناموزون شده و ادامه این روند، مشکلات زیادی را متوجه تامین منابع مالی صندوق‌های بازنشستگی کرده است.

به تعبیری دیگر، نسبت پشتیبانی به‌عنوان شاخصی که نشان‌دهنده وضعیت جریان مالی ورودی به جریان خروجی صندوق‌هاست باید با نسبت تعداد بیمه‌شدگان به تعداد پرونده‌های مستمری‌بگیران برابر باشد. ولی این توازن مدت‌هاست به هم خورده است و بررسی آمارهای منتشرشده از سوی سازمان تامین اجتماعی نیز نشان می‌دهد که سیر تغییرات این شاخص طی یک دهه گذشته برای این سازمان به‌شدت نزولی بوده است؛ یعنی به تعدادی که شاغلان در کشور پس از ۳۰ سال کار بازنشسته می‌شوند به همان نسبت نیروی کار جذب نمی‌شود تا آورده صندوق‌ها نیز تقویت شود. این ناهمگونی و ناهمخوانی ترکیب جمعیتی شاغل در کنار عدم مدیریت درست صندوق‌ها در بکارگیری منابع برای کسب سودهای مناسب از منابع صندوق‌ها باعث شده است تا صندوق‌های بازنشستگی روزبه‌روز با مشکل کمبود منابع روبه‌رو شوند.

حال از آنجا که میزان منابع پشتیبانی صندوق‌های بازنشستگان لشکری و کشوری از طریق بودجه سنواتی تامین می‌شود، این گروه دغدغه چندانی نسبت به کارگران که اندوخته‌های چندین ساله آنها در صندوق‌های تامین اجتماعی است، ندارند. جالب اینجاست که بزرگ‌ترین بدهکار صندوق‌های بازنشستگی تامین اجتماعی، دولت بوده که طبق گزارش‌های موجود، بدهی دولت به تامین اجتماعی بین ۴۰۰ تا ۷۰۰ هزار میلیارد تومان برآورد شده است با این وجود روشن است که دولت به جای اینکه بستر اشتغال را در جامعه فراهم کند تا آورده صندوق‌های بازنشستگی افزایش یابد، خودش بزرگ‌ترین بدهکار به سازمان تامین اجتماعی است.

به هر روی، طبق مصوبه اخیر مجلس شورای اسلامی درباره سن بازنشستگی جدید، سقف میزان سابقه خدمت شاغلان اینگونه افزایش داده شده که آقایان شاغل ورودی ۱۴۰۳ به بعد، برای بازنشستگی باید ۳۵ سال سابقه خدمت یا ۶۲ سال سن و بانوان شاغل ورودی همین سال نیز باید ۳۰ سال سابقه خدمت یا ۵۵ سال سن داشته باشند. البته این موضوع برای شاغلان در حال خدمت به صورت تصاعدی و زمان‌دار بوده که بین ۲ تا ۵ ماه است، اما آن دسته از شاغلانی که تا سال ۱۴۰۴ به طور کامل ۳۰ سال بیمه خود را پرداخت کنند، بازنشست خواهند شد.

حال سخن اینجاست که چرا مجلس و دولت به جای اصلاحات ساختاری و بسترسازی برای رشد و رونق صندوق‌ها از اصلاحات سیستمی و ساختاری استفاده نکرده و برای حل ناترازی‌های شدید صندوق‌های بازنشستگی و کسری آنها، به اصلاحات سنجه‌ای که همانا افزایش سن بازنشستگی است، روی آورده‌اند؟ چنانچه طی سنوات گذشته فرصت‌های گسترده ایجاد اشتغال در کشور فراهم می‌شد و یا مدیریت کارشناسانه و قوی در صندوق‌ها برای کسب سود هنگفت از منابع موجود صورت می‌گرفت بی‌تردید توازن منابع در صندوق‌ها رخ می‌داد و برای پویایی و افزایش منابع صندوق‌های بازنشستگی، نیازی به افزایش سن بازنشستگی نبود.

میزان سرمایه‌گذاری در یک دهه گذشته نصف شد

تصویر آماری از افول سرمایه‌گذاری

فرصت امروز: میزان سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در ایران در سال ۲۰۲۲ تنها ۱٫۵ میلیارد دلار بوده است؛ میزان سرمایه‌گذاری واقعی کشور در سال ۱۳۹۸، کمتر از نصف سال ۱۳۹۰ است؛ برای سومین سال متوالی، رقم استهلاک سرمایه با رقم سرمایه‌گذاری جدید برابر شد؛ در ۱۰ سال گذشته سالانه ۴٫۵ درصد از ارزش موجودی سرمایه ثابت در اقتصاد ایران مستهلک شد و... اینها بخشی از آمار و ارقامی است که نشان می‌دهد اقتصاد ایران نه‌تنها در جذب سرمایه اقتصادی جدید موفق نبوده بلکه در چند سال گذشته، موج خروج سرمایه از کشور هم شدت گرفته است. از طرفی در سال ۱۳۹۹ نسبت به سال ۱۳۹۰، حدود ۴۵ درصد از سرمایه ثابت در اقتصاد ایران مستهلک شده است. در حالی موج سرمایه‌ها در حال خروج از اقتصاد ایران است که در کنار گوش ما، امارات متحده عربی توانسته است بیشترین میلیونرهای جهانی را جذب اقتصاد خود کند و در سال ۲۰۲۲ تعداد ساکنان با دارایی خالص یک میلیون یا بیشتر در این کشور کوچک حاشیه خلیج فارس، ۵ هزار و ۲۰۰ نفر افزایش یافته است، اما جزییات آمار خروج و استهلاک سرمایه در اقتصاد ایران چه می‌گوید؟ اتاق بازرگانی تهران اخیرا گزارشی منتشر کرده و در این گزارش به جزییات میزان سرمایه‌گذاری در اقتصاد ایران، وضعیت استهلاک سرمایه‌ها، میزان خروج سرمایه از اقتصاد کشور پرداخته و در انتها وضعیت ایران با چهار کشور منطقه را مقایسه کرده است. این گزارش آماری از افول جدی سرمایه‌گذاری در اقتصاد ایران حکایت دارد.

رقم سرمایه‌گذاری نصف شد

براساس گزارش اتاق بازرگانی تهران، از سال ۱۳۹۰ تا سال ۱۴۰۱ روند عمومی تشکیل سرمایه ثابت ناخالص به قیمت‌های ثابت سال ۱۳۹۵ نزولی بوده و میانگین نرخ رشد سالانه سرمایه‌گذاری در این بازه زمانی به منفی ۵٫۷ درصد رسیده است. نکته قابل توجه در این گزارش، این است که نشان می‌دهد تشدید تحریم‌ها در دو سال ۱۳۹۷ و ۱۳۹۸ روند سرمایه‌گذاری اقتصادی را به کمترین میزان طی یک دهه اخیر رسانده است؛ به گونه‌ای که در سال ۱۳۹۸ میزان سرمایه‌گذاری خارجی در اقتصاد ایران ۲۴۹ هزار میلیارد تومان بوده است که کمتر از نصف رقم سرمایه‌گذاری سال ۱۳۹۰ است. به عبارت بهتر، اعداد و ارقام این گزارش نشان می‌دهد که بهترین سال برای جذب سرمایه‌گذاری در اقتصاد ایران طی یک دهه گذشته به سال ۱۳۹۰ مربوط می‌شود و پس از آن میزان سرمایه‌گذاری به طور مداوم کاهش پیدا کرده است.

با مرور جزییات این گزارش می‌توان گفت که تحریم‌های خارجی، یکی از عوامل موثر بر کاهش سرمایه‌گذاری در اقتصاد ایران بوده است، اما بعید به نظر می‌رسد که فعالان اقتصادی، تحریم را تنها مانع جذب سرمایه یا فرار آن از کشور بدانند. آنچه در سال‌های گذشته مشاهده می‌شود، کاهش کیفیت حکمرانی و سیاستگذاری در اقتصاد ایران است. سیاست‌ها در یک دهه گذشته رو به افول گذاشته و دولت در این دهه مدام فضای اقتصاد را بسته‌تر کرده و مداخلات خود را در سازوکار بازار افزایش داده است. به عبارتی می‌توان گفت که تحریم‌ها و کاهش کیفیت حکمرانی در کنار هم، دو کارکرد مهم داشته‌اند؛ اولی مانع ورود سرمایه به ایران شده و دومی خروج سرمایه از اقتصاد ایران را شدت بخشیده است. نتیجه این دو روند، این بوده که نه تنها در دهه ۹۰ سرمایه جدیدی وارد اقتصاد کشور نشده بلکه سرمایه‌های موجود هم مستهلک شده است.

استهلاک ۴۵ درصدی سرمایه‌گذاری

استهلاک ۴۵ درصدی سرمایه‌گذاری، حقیقت تلخ دیگری از گزارش اتاق بازرگانی تهران است. براساس آمارهای رسمی طی ۱۰ سال اخیر، سالانه به صورت میانگین ۴٫۵ درصد از ارزش موجودی سرمایه ثابت در اقتصاد ایران مستهلک شده است. به عبارتی، در سال ۱۳۹۹ نسبت به سال ۱۳۹۰ حدود ۴۵ درصد از سرمایه ثابت در اقتصاد ایران مستهلک شده است. آمار استهلاک سرمایه در اقتصاد ایران هشداردهنده شده است، چون برای سومین سال متوالی، رقم استهلاک سرمایه با رقم سرمایه‌گذاری جدید در اقتصاد ایران برابر شده است. این اتفاق بدین معناست که کاسته شدن سرعت رشد سرمایه‌گذاری، موجب شده است تا استهلاک سرمایه‌گذاری‌های قبلی با سرمایه‌گذاری‌های جدید برابری کند و شکاف بین این دو رقم به حداقل برسد. این اتفاق در حالی است که در هر اقتصادی رقم سرمایه‌گذاری باید از رقم استهلاک سرمایه‌ها پیشی بگیرد تا با کمک این سرمایه‌ها بتوان مانع مستهلک شدن سرمایه‌های پیشین شد. ادامه این روند اما برای اقتصاد ایران نگران‌کننده است، چون اگر سرمایه جدیدی جذب اقتصاد ایران نشود، رقم استهلاک از رقم سرمایه‌گذاری پیشی می‌گیرد و چرخ اقتصاد نهایتا از حرکت بازمی‌ایستد.

اقتصاددانان و کارشناسان بسیاری درباره روند کاهش سرمایه‌گذاری و استهلاک آن در اقتصاد ایران هشدار داده‌اند، اما نگران‌کننده‌ترین مورد آن شاید کاهش سرمایه‌گذاری در حوزه نفت و انرژی است. سال گذشته بود که «جواد اوجی»، وزیر نفت هشدار داد که اگر ظرف هشت سال آینده ۲۴۰ میلیارد دلار در حوزه نفت سرمایه‌گذاری نکنیم، واردکننده نفت می‌شویم. برای دریافتن بزرگی این عدد کافی است بدانیم درآمد نفتی ایران در چند سال گذشته به زحمت به ۲۰ میلیارد دلار رسیده و ایران باید معادل چند سال درآمد نفتی خود را هزینه کند تا واردکننده نفت نشود، اما سوال مهمی که پیش می‌آید، این است که این سرمایه قرار است از کجا و چگونه تامین شود؟

معمای جذب سرمایه خارجی

تحریم، پای ورود سرمایه خارجی به اقتصاد ایران را بسته است. براساس گزارش آنکتاد، میزان سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در اقتصاد ایران در سال ۲۰۲۲ تنها ۱٫۵ میلیارد دلار بوده است. این در حالی است که اقتصاد ایران برای رشد اقتصادی ۸ درصدی به سالی ۱۰ میلیارد دلار سرمایه نیاز دارد، اما این همه ماجرا نیست. نه تنها سرمایه خارجی وارد کشور نشده، بلکه در چند سال گذشته، سرمایه‌های موجود هم از اقتصاد ایران خارج شده است. براساس آمارهای رئیس اتاق تهران، ظرف ۱۰ سال حدود ۱۰۰ میلیارد دلار سرمایه از ایران خارج شده است. این رقم ۱۰ برابر میزان سرمایه‌ای است که در برنامه هفتم توسعه برای رسیدن به نرخ رشد اقتصادی لازم است. نتیجه این مسئله چیست؟ نتیجه این است که در نهایت مردم گرفتار تله فقر می‌شوند، چون وضعیت رفاهی خانوارها تنها در صورتی بهبود پیدا می‌کند که اشتغال پایدار ایجاد شود. ایجاد اشتغال به نرخ رشد اقتصادی بالا و پایدار نیاز دارد و نرخ رشد اقتصادی تنها در صورت سرمایه‌گذاری رخ می‌دهد. حالا اقتصادی را تصور کنید که سرمایه جدیدی وارد آن نمی‌شود، در نتیجه کیک اقتصاد به جای آنکه بزرگ‌تر شود، آب می‌رود. در این شرایط هم نمی‌توان شغلی ایجاد کرد و هم مشاغل موجود از دست می‌رود. در نتیجه رفاه از بین می‌رود و اقتصاد در تله رشد اقتصادی پایین و فقر گرفتار می‌شود.

جاماندن ایران از قطار منطقه

درست در بازه زمانی ۱۰ ساله‌ای که درهای اقتصاد ایران به سمت سرمایه‌های خارجی بسته شده، کشورهای دیگر درهای خود را روی سرمایه‌های جهان باز کرده‌اند. براساس آمارهای رسمی در فاصله سال‌های ۲۰۱۱ تا ۲۰۲۲ جریان ورودی سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در اقتصاد ایران نزولی بوده است. این روند در سال ۲۰۱۷ اندکی بهبود پیدا کرده، اما در ادامه مجددا به روند رو به کاهش خود ادامه داده است اما در همین بازه زمانی، جریان ورودی سرمایه به امارات متحده عربی، روند رشد قابل توجهی داشته و می‌توان براساس آمارها گفت که میزان ورود سرمایه خارجی در این کشور حدودا پنج برابر شده است، اما ایران نه تنها در این دوره رشد نکرده بلکه در سال ۲۰۲۲ حدود ۱۰۰ میلیون دلار سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در کشورهای دیگر داشته است، این رقم برای سال پیش از آن ۸۲ میلیون دلار بوده است.

ایران در میان کشورهای جهان از حیث میزان جذب سرمایه‌گذاری خارجی در رتبه ۷۹ در سال ۲۰۲۲ قرار داشته است. امارات متحده عربی طی سال‌های اخیر توانسته روند صعودی جذب سرمایه‌گذاری خود را از سال ۲۰۱۹ آغاز و تا سال ۲۰۲۲ نیز ادامه دهد. طی سال ۲۰۲۲ این کشور از نظر جذب سرمایه‌گذاری خارجی در منطقه خاورمیانه رتبه نخست را کسب کرده است. اتاق ایران هم چندی پیش گزارشی منتشر کرده بود که نشان می‌داد در سال ۲۰۲۲ امارات اولین مقصد جذب سرمایه میلیونرهای جهان بوده و از کشورهای اروپایی هم پیشی گرفته است. این گزارش نشان می‌دهد تا قبل از این، مقصد اولیه میلیونرهای جهان، چین بوده که حالا امارات جای آن را گرفته است.

وزیر صمت: خیال‌مان از خودروهای برقی راحت شد

افتتاح اولین خط تولید اتوبوس‌های برقی

نخستین خط تولید انبوه اتوبوس تمام برقی با حضور وزیر صنعت، معدن و تجارت در کشور با ظرفیت تولید سالانه ۴ هزار دستگاه در ایران‌خودرو دیزل افتتاح شد. صبح دیروز (سه‌شنبه) با حضور وزیر صنعت، معدن و تجارت، معاون صنایع حمل‌ونقل وزارت صمت، رئیس سازمان گسترش و نوسازی صنایع (ایدرو)، رئیس کمیسیون صنایع و معادن مجلس، مدیران عامل گروه صنعتی ایران خودرو و ایران‌خودرو دیزل و شهردار کرج در محل گروه صنعتی ایران‌خودرو دیزل، خط تولید انبوه اولین اتوبوس تمام برقی به بهره‌برداری رسید. اتوبوس برقی ایران خودرو دیزل که براساس استراتژی‌های کلان گروه صنعتی ایران خودرو و بر پایه اتوبوس شهری آتروس توسعه یافته در اواخر اسفندماه ۱۴۰۰ با نام تجاری ای-آتروس (e-Atros) معرفی و رونمایی شد. این اولین اتوبوس برقی، مطابق با فناوری‌های روز جهان و استانداردهای بین‌المللی به تولید رسیده و عنوان پرقدرت‌ترین اتوبوس برقی ساخت داخل با بالاترین ظرفیت باتری را یدک می‌کشد که به بازار حمل‌ونقل عمومی کشور معرفی شده است.

پس از گذشت حدود ۲۲ ماه از رونمایی اولین اتوبوس برقی، روز سه‌شنبه ۷ آذرماه خط تولید انبوه اتوبوس برقی ای-آتروس (e-Atros) ایران خودرو دیزل با ظرفیت تولید سالانه ۴ هزار دستگاه آماده بهره‌برداری شد. برای تولید این محصول از سالن‌های تولید اتوبوس دیزلی آتروس با تجهیز برخی ابزارهای مخصوص برای نصب باتری، نصب اتصالات برقی و موتور استفاده شده است. با توجه به امضای تفاهم‌نامه تامین و تحویل ۵۰۰ دستگاه اتوبوس برقی آتروس به وزارت کشور در سال جاری، ۱۰۰ دستگاه از این محصول تا پایان امسال تولید خواهد شد. براساس قرارداد شهرداری استان کرج مبنی بر خرید اولین اتوبوس برقی ای-آتروس، حمل و نقل این استان دارای اولین اتوبوس تمام برقی در کشور خواهد شد.

در مراسم افتتاح خط تولید انبوه اتوبوس برقی، وزیر صمت با تاکید بر مزایای استفاده از خودروهای برقی و اینکه تولید این خودروها روی غلطک افتاده و خیال‌مان از این بابت راحت شده است، گفت: حال باید به فکر نوآوری و انقلاب صنعتی چهارم بوده و از امروز از خودروهای هوشمند صحبت کنیم. در مراسم افتتاح خط تولید انبوه اتوبوس برقی که صبح سه‌شنبه با حضور وزیر صنعت، معدن و تجارت، معاون صنایع حمل‌ونقل وزارت صمت، رئیس کمیسیون صنایع و معادن مجلس، رئیس سازمان گسترش و نوسازی صنایع (ایدرو)، مدیران عامل گروه صنعتی ایران‌خودرو و ایران‌خودرو دیزل، شهردار استان کرج و... برگزار شد، «عباس علی‌آبادی» با تاکید بر اینکه در این صنعت هرچه را که بخواهیم می‌توانیم افتتاح کنیم، گفت: در حال حاضر کار جدیدی انجام نمی‌شود؛ پروژه خودروهای برقی از اوایل قرن ۲۰ (۱۹۰۵ میلادی) در دنیا و از دهه ۷۰ در ایران رونق گرفت و عرضه به بازار آغاز شد. دنیا به این نتیجه رسیده که بهترین روش حمل‌ونقل، این خودروهای برقی است و بخش عمده حمل‌ونقل کشوری همچون نروژ همین خودروها با تخصیص ۸۵ درصدی است.

وزیر صمت ادامه داد: اینکه چند سالی رونق خودروهای برقی به تعویق افتاد و خودروهای بنزینی و دیزلی توسعه بیشتری پیدا کرد، دچار بحران زیست محیطی نبوده‌ایم و از سویی هم چالش‌های ذخیره‌سازی انرژی وجود داشت اما با تعلق جایزه نوبل به باتری‌های لیتیومی و حمایت جهان از خودروهای برقی، تمرکز بر تولید این خودروها مجدد مورد توجه قرار گرفت. بهترین روش مدیریت مسائل زیست‌محیطی همین استفاده از خودروهای برقی است. پروژه خودروهای برقی در ایران از سال ۱۳۷۸ مورد توجه قرار گرفت و تمرکز بر خودروهای برقی آغاز شد، اما تا چندی پیش پشت درهای سازمان استاندارد متوقف مانده بود تا اینکه با حمایت رئیس جمهوری، بلافاصله فرآیند حل مشکلات در دستور کار قرار گرفت و به سرعت حل شد و موضوع خط تولید خودروهای برقی پیش افتاد.

«علی‌آبادی» ضمن اشاره به اینکه در حال حاضر دو اتوبوس‌ساز مهم در کشور داریم که هر دو اتوبوس برقی دارند ابراز امیدواری کرد: تا سال آینده خودروهای برقی با تیراژ بالا و اقتصادی عرضه شوند؛ بنابراین خودروسازان ما هیچ‌گونه نگرانی نداشته باشند؛ چراکه همه زیرساخت‌ها را فراهم خواهیم کرد. به خاطر داشته باشیم که خودروهای برقی به شدت زیست‌محیطی و اقتصادی هستند، ضمن اینکه از هر منبع انرژی که می‌تواند تولید برق کند، می‌توان برای سوخت مورد نیاز این خودروها بهره گرفت. به گفته وی، ساخت داخل بسیار حائز اهمیت بوده و در اشتغال‌زایی تاثیرگذار است، اما مهمتر از ساخت داخل، ایجاد نوآوری است. اکنون دیگر بحث خودروهای برقی روی روال افتاده و نگرانی از بابت آن نداریم؛ بنابراین اکنون باید به فکر انقلاب صنعتی چهارم باشیم؛ بر این اساس از امروز دیگر باید از خودروهای هوشمند صحبت کنیم.

وزیر صمت همچنین در حاشیه این مراسم در جمع خبرنگاران، قیمت اتوبوس‌های برقی تولید داخل را قابل رقابت با مدل‌های خارجی دانست و گفت: قیمت تمام‌شده اتوبوس‌های برقی داخلی حتما رقابتی خواهند بود و ارزان‌تر از نوع چینی است، اما باید تیراژ را افزایش داد تا به حداقل قیمت برسیم. قطعا اتوبوس‌های برقی به صورت رقابتی و با کیفیت بالا عرضه خواهند شد. مقام عالی وزارت صمت ضمن تاکید بر اینکه امروزه با توجه به مسائل زیست‌محیطی و آلودگی هوا، ناچار هستیم به سمت برقی‌سازی خودروها حرکت کنیم، تصریح کرد: در حوزه خودروهای برقی، با دنیا در این زمینه همگام شده‌ایم؛ ضمن اینکه سرریز فناوری این برقی‌سازی می‌تواند در سایر صنایع اثرگذار باشد و قطعا محرک مشاغل بسیار زیادی خواهد بود. البته در اینجا متوقف هم نخواهیم شد و به سمت هوشمندکردن خودروها پیش خواهیم رفت. به گفته «علی‌آبادی»، تمرکز ما بر نوآوری است و بایستی محصولات متعلق به خود را تولید کنیم و پس از آن اولویت، رفع گلوگاه‌ها است. وزیر صنعت، معدن و تجارت ضمن ابراز امیدواری بر اینکه مردم ما به زودی شاهد اتوبوس‌های خودران باشند، گفت: حالا وقت هوشمندسازی است و اتوبوس‌های خودران از سطح بالایی از هوشمندی برخوردار هستند. در حقیقت هدف صنعت هوشمند صادرات‌گرا را دنبال می‌کنیم؛ بنابراین باید در این زمینه هم رقابت‌پذیر باشیم. او در پاسخ به سوالی در مورد ادامه روند واردات از چین از یکسو و تولید اتوبوس برقی از سوی دیگر توضیح داد: باید ناترازی‌ها را از بین ببریم؛ تا زمانی که تقاضا در تولید تامین نشود، واردات تداوم خواهد داشت؛ البته تا جایی که ارزش رقابتی برای کشور داشته باشد، واردات مجاز خواهد بود. ضمن اینکه واردات براساس قانون و مقرراتی است که کشور برای آن تعیین می‌کند، لذا من اطمینان می‌دهم مشکلی از جهت تامین نخواهیم داشت.

تنش‌های ژئوپلیتیکی چگونه نوسانات قیمتی را افزایش می‌دهند؟

ریسک ژئوپلیتیک در کمین بازارها

فرصت امروز: تعاریف مختلفی برای اصطلاح «ژئوپلیتیک» در علوم سیاسی ارائه شده، اما طبق تعریف دانشنامه روابط بین‌الملل و سیاست جهان، «ژئوپلیتیک» به بررسی تاثیر عوامل جغرافیایی بر رفتار دولت‌ها گفته می‌شود؛ اینکه چگونه موقعیت مکانی، اقلیم، منابع طبیعی، جمعیت و تکه‌ای زمین که یک دولت روی آن قرار گرفته است، گزینه‌های سیاست خارجی و جایگاه آن در سلسله‌مراتب دولت‌ها را تعیین می‌کند.

این روزها تشدید تنش‌های ژئوپلیتیکی باعث نگرانی‌های زیادی پیرامون فروپاشی اقتصاد جهانی شده است. تنش‌های ژئوپلیتیکی از چند سال پیش با تیره شدن روابط دیپلماتیک آمریکا و چین و حمله روسیه به اوکراین دوچندان شده و در هفته‌های گذشته نیز تشدید تنش‌ها در غرب خاورمیانه بار دیگر اهمیت شوک‌های ژئوپلیتیکی را گوشزد کرده است. آخرین گزارش‌های بانک جهانی و صندوق بین‌المللی پول نشان می‌دهد که رشد اقتصادی جهان، روندی کاهشی به خود گرفته است. طبق پیش‌بینی صندوق بین‌المللی پول، رشد اقتصاد جهان از ۳٫۵ درصد در سال ۲۰۲۲ به ۳ درصد در سال ۲۰۲۳ کاهش یافته و در سال ۲۰۲۴ به ۲٫۹ درصد می‌رسد؛ ارقامی که پایین‌تر از میانگین ۳٫۸ درصدی رشد اقتصادی جهان در فاصله سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۹ هستند. پراکندگی ژئواکونومیک که بر اثر ریسک تقسیم اقتصاد جهانی به بلوک‌های مختلف در بحبوحه جنگ اوکراین (و همینطور جنگ غزه) حاصل شده است، در کنار رشد پایین چین (به دلیل انقباض بخش املاک و مستغلات) از جمله دلایل این اتفاق هستند. سطح تورم نیز همچنان بالاست و این امر قدرت خرید خانوارها را کاهش می‌دهد. انتظار می‌رود تورم جهانی از ۸٫۷ درصد در سال ۲۰۲۲ به ۶٫۹ درصد در سال ۲۰۲۳ و ۵٫۸ درصد در سال ۲۰۲۴ برسد. همچنین تورم هسته که بیانگر تورم تمام کالاها و خدمات در اقتصاد بدون محاسبه قیمت مواد غذایی و قیمت سوخت می‌شود، به شکل تدریجی کاهش می‌یابد و انتظار نمی‌رود که هدف‌گذاری تورمی اکثر کشورها تا پیش از سال ۲۰۲۵ تحقق یابد. افزایش نرخ بهره توسط بانک‌های مرکزی برای مهار تورم، از مهمترین عواملی است که باعث کندشدن رشد اقتصادی می‌شود.

تهدیدهای ثبات مالی ۲۰۲۳

در همین راستا، صندوق بین‌المللی پول در گزارش تازه خود با عنوان «ژئوپلیتیک و چندپارگی به عنوان تهدیدهای جدی ثبات مالی ۲۰۲۳»، بر تقویت نظارت مالی، تقویت همکاری‌های بین‌المللی و ایجاد چترهای حمایتی برای بهبود ثبات مالی و عبور از تنش‌های ژئوپلیتیکی تاکید دارد. این گزارش با طرح یک چارچوب مفهومی درخصوص کانال‌های اصلی آغاز می‌شود که از طریق آن، تنش‌های ژئوپلیتیکی می‌توانند به فروپاشی مالی و تهدید ثبات مالی در سطح کلان منجر شوند. صندوق بین‌المللی پول در این گزارش، سه سوال کلیدی را مطرح کرده است: آیا عوامل ژئوپلیتیک بر تخصیص برون مرزی سرمایه تأثیر می‌گذارد؟ آیا شوک‌های ژئوپلیتیکی و فروپاشی مالی ناشی از این شوک‌ها، ثبات مالی را در سطح کلان که با رفتار سوددهی، پرداخت بدهی و وام دهی بانک‌ها ایجاد می‌شود، تحت تأثیر قرار می‌دهد؟ آیا فروپاشی مالی با کاهش فرصت‌های تنوع ریسک بین‌المللی، کشورها را در برابر شوک‌های نامطلوب آسیب‌پذیرتر می‌کند؟

براساس گزارش صندوق بین‌المللی پول که معاونت بررسی‌های اقتصادی اتاق تهران ترجمه کرده است، افزایش تنش‌های ژئوپلیتیکی از طریق تخصیص مجدد سرمایه برون‌مرزی و تغییر یا بازگشت ناگهانی جریان سرمایه بین المللی، می‌تواند به فروپاشی مالی منجر شود. فروپاشی مالی ناشی از تنش‌های ژئوپلیتیکی می‌تواند با اثرات بالقوه نامطلوب بر فعالیت اقتصادی، هزینه‌های تأمین مالی بانک‌ها را افزایش و سودآوری آنها را کاهش دهد و آنها را به عقد قرارداد تسهیلات ترغیب نماید. اقتصادهای درحال توسعه و بازارهای نوظهور بیشتر از اقتصادهای پیشرفته، در معرض شوک‌های ژئوپلیتیکی نامطلوب قرار دارند. با این حال، کشورها می‌توانند با در اختیار داشتن ذخایر بین‌المللی کافی و توسعه مالی، این ریسک‌ها را کاهش دهند. همچنین بانک‌ها می‌توانند با نگه داشتن ضربه‌گیرهای سرمایه، به کاهش این ریسک‌ها کمک کنند. بررسی‌ها نشان می‌دهد که اگر تنش‌های ژئوپلیتیکی ادامه یابد، هزینه‌های بلندمدت مرتبط با کاهش تنوع ریسک برون‌مرزی به شکل جریان یا گردش سرمایه و نوسانات مالی در سطح کلان، می‌تواند قابل توجه و چشمگیر باشد. برای کاهش ریسک‌های ثبات مالی ناشی از تنش‌های ژئوپلیتیک، سیاستگذاران باید سه کار انجام دهند: تقویت نظارت مالی، ایجاد چترهای حمایتی برای بهبود شرایط و عبور از تنش‌های ژئوپلیتیکی و تقویت همکاری‌های بین‌المللی.

چگونگی تقویت نظارت مالی

اولین کاری که از نظر کارشناسان صندوق بین‌المللی پول برای عبور از تنش‌های ژئوپلیتیک و کاهش ریسک ثبات مالی باید انجام شود، تقویت نظارت مالی است. ناظران، قانونگذاران و موسسات مالی باید از ریسک‌های ثبات مالی ناشی از افزایش بالقوه و احتمالی تنش‌های ژئوپلیتیک آگاه باشند و در جهت شناسایی، اندازه‌گیری، مدیریت و کاهش این ریسک‌ها، منابع مالی را اختصاص دهند. شوک‌های ژئوپلیتیکی غیرمنتظره اما محتمل می‌توانند بر موسسات مالی که آمادگی کافی برای جذب ضرر را ندارند، تأثیر منفی و نامطلوب بگذارند. بنابراین مدیریت ریسک و آمادگی مناسب، اهمیت زیادی دارد. درک و نظارت بهتر تعاملات بین ریسک‌های ژئوپلیتیکی و اعتبارات «قدیمی»، نرخ بهره، بازار، نقدینگی و ریسک‌های عملیاتی می‌توانند به جلوگیری از عواقب احتمالی و بی‌ثبات‌کننده رویدادهای ژئوپلیتیکی کمک کند. فارغ از بانک‌های قدیمی نظارت شده تا موسسات مالی غیربانکی کمتر نظارت شده و دارایی‌های کریپتو، محدودیت‌های شدید مالی ممکن است در کشورهای محدودشده و تحت کنترل باعث تغییر جریان سرمایه شود. برای رسیدگی به این ریسک، ناظران و قانونگذاران باید برای موسسات مالی غیربانکی، توسعه چارچوب نظارتی جهانی را مدنظر قرار دهند. برای توسعه دستورالعمل‌های قابل اجرا برای ناظران، یک رویکرد سیستماتیک‌تر برای ارزیابی و اندازه‌گیری انتقال شوک ژئوپلیتیکی به موسسات مالی مورد نیاز است. ریسک‌های ژئوپلیتیکی و سازوکارهای انتقال آنها می‌توانند در چارچوب آزمون استرس و تحلیل سناریو به کار گرفته شوند، تا در مباحث بین ناظران و موسسات مالی (از جمله فرآیند داخلی برآورد کفایت سرمایه) در جهت ایجاد ضربه‌گیرهای کافی، مهم و تأثیرگذار باشد.

لزوم ایجاد چترهای حمایتی

مرحله دوم، ایجاد ضربه‌گیرهای کافی و چترهای حمایتی (Safety Nets) است. در پاسخ به افزایش ریسک ژئوپلیتیکی، اقتصادهای متکی به تأمین مالی خارجی باید میزان کافی ذخایر بین‌المللی و همچنین ضربه‌گیرهای سرمایه و نقدینگی در موسسات مالی را تضمین کنند. کشورهایی که در معرض ریسک ژئوپلیتیکی بیشتری قرار دارند، باید به فکر ایجاد ضربه‌گیرهای قوی‌تر از ذخایر بین‌المللی باشند تا پیامدهای نامطلوب مالی در سطح کلان در جابه‌جایی ناگهانی سرمایه برون‌مرزی را کاهش دهند. درخصوص ضربه‌گیرهای سرمایه و نقدینگی موسسات مالی، انتقال شوک‌های ژئوپلیتیکی (اگر مادی باشند) باید در تعیین اندازه‌گیری میزان اعتبار، نرخ بهره، بازار، نقدینگی و ریسک‌های عملیاتی در نظر گرفته شود. این ضربه‌گیرها باید در برابر زیان‌های حداکثری، قابل قبول و مرتبط با تحقق ریسک سنجیده شوند و از سرمایه محافظت کنند. سیاستگذاران باید آمادگی خود در مواجهه با بحران‌ها و همچنین چارچوب‌های مدیریتی خود را تقویت نموده تا با بی‌ثباتی مالی ناشی از تشدید تنش‌های ژئوپلیتیکی، مقابله کنند. به علاوه، در جهت مدیریت موثر و مهار بحران‌های مالی بین‌المللی باید همکاری بین مقامات دولتی ادامه یابد. این امر برای مثال از طریق توسعه سازوکارهای موثر موسسات مالی اتفاق می‌افتد که در حوزه‌های قضایی متعدد فعالیت می‌کنند.

ریسک تغییر یا بازگشت جریان سرمایه که ناشی از تنش‌های ژئوپلیتیکی است، تقاضا برای چترهای حمایتی مالی جهانی را افزایش خواهد داد. توافقنامه‌های همکاری متقابل بین کشورها از طریق چترهای حمایتی، مبادلات ارزی یا مکانیزم‌های مالی می‌تواند به کشورهای کوچک‌تر و ضعیف‌تر کمک کند تا شوک‌های اقلیمی را تحمل کنند. در جهت کاهش ریسک‌های ناشی از فروپاشی مالی، صندوق بین‌المللی پول از طریق تسهیلات مالی و به ویژه ابزارهای وام‌دهی به درخواست کشورهای عضو خود می‌تواند نقش مهمی را ایفا کند. همچنین از طریق توصیه‌های سیاستگذاری و توسعه ظرفیت، صندوق بین‌المللی پول می‌تواند به کشورها در ایجاد انعطاف‌پذیری و مقابله با شوک‌های ژئوپلیتیکی کمک کند.

به سوی تقویت همکاری بین‌المللی

در مواجهه با ریسک‌های ژئوپلیتیکی همچنین تلاش نهادهای قانونگذار بین‌المللی و تعیین استاندارد باید ادامه پیدا کند تا در راستای جلوگیری از ریسک فروپاشی مالی، همسویی در مقررات و استانداردهای مالی توسعه یابد. در مواردی که کشورها اقدامات یکجانبه را انتخاب می‌کنند، بسته‌های حمایتی می‌توانند به محدودکردن سرریزهای برون‌مرزی کمک کنند. برای مثال، تعمیق و گسترش همکاری‌های بین‌المللی در جهت بهبود پرداخت‌های برون‌مرزی و توسعه چارچوب بین‌المللی جهت افزایش تطبیق سیستم‌های پرداخت، می‌تواند به کاهش اختلالات در خدمات پرداخت برون‌مرزی ناشی از تنش‌های ژئوپلیتیکی کمک کند. اعمال محدودیت‌های مالی به دلایل امنیت ملی می‌تواند پیامدهای ناخواسته‌ای برای ثبات مالی در سطح کلان جهان داشته باشد. اگرچه اعمال محدودیت‌های مالی ممکن است نگرانی‌های امنیت ملی را برطرف کند، اما سیاستگذاران باید از خطرات بالقوه و احتمالی ثبات مالی در سطح کلان بر اثر افزایش فروپاشی مالی، تورم بالا، رشد اقتصادی پایین و سرایت مالی آگاه باشند. بنابراین سیاستگذاران از طریق دیپلماسی و مذاکرات باید حداکثر تلاش خود را برای حل مناقشات سیاسی به کار گیرند تا از تشدید تنش‌های ژئوپلیتیکی و تضعیف روابط اقتصادی و مالی جهان جلوگیری شود.

روایت بانک مرکزی از تحولات بازار مسکن پایتخت نشان می‌دهد

افت نیم درصدی قیمت مسکن در میانه پاییز

هرچند قیمت هر متر خانه در شهر تهران در آبان امسال نسبت به مهرماه کاهش یافته، اما نسبت به آبان سال گذشته حدودا ۶۲ درصد افزایش یافته است. حجم معاملات مسکن پایتخت نیز نسبت به مدت مشابه سال گذشته تقریبا نصف شده است. آخرین گزارش بانک مرکزی از تحولات بازار مسکن در شهر تهران نشان می‌دهد که در آبان ماه تعداد معاملات مسکن در پایتخت نسبت به ماه قبل افزایش پیدا کرده، اما نسبت به ماه مشابه سال قبل تقریبا نصف شده است. همچنین قیمت هر متر مربع واحد مسکونی در پایتخت در آبان سال جاری نسبت به مهرماه ارزان‌تر شده، اما نسبت به آبان سال گذشته نزدیک به ۶۲ درصد گران‌تر شده است. از میان مناطق بیست‌ودوگانه پایتخت نیز منطقه ۵ بیشترین تعداد معاملات و منطقه ۲۰ کمترین تعداد معاملات را به خود اختصاص داده است. همچنین گران‌ترین واحدهای مسکونی در ماه گذشته متعلق به منطقه یک تهران بوده است.

براساس گزارش جدید بانک مرکزی، تعداد معاملات واحدهای مسکونی در شهر تهران در آبان ماه امسال به ۳ هزار و ۵۹۳ واحد رسیده است. این رقم نسبت به مهرماه ۱۴٫۷ درصد افزایش یافته، اما نسبت به آبان سال گذشته ۵۵٫۱ درصد کاهش یافته است. به عبارت دیگر، تعداد معاملات مسکن در شهر تهران طی آبان ماه ۱۴۰۲ نسبت به مدت مشابه سال گذشته تقریبا نصف شده است. از میان مناطق بیست‌ودوگانه پایتخت نیز منطقه ۵ با ثبت ۵۲۸ معامله بیشترین تعداد خرید و فروش مسکن را در آبان امسال به خود اختصاص داده است. در سمت دیگر این طیف نیز منطقه ۲۰ قرار گرفته که تنها ۳۳ فقره معامله مسکن در آن ثبت شده است.

بررسی‌های صورت گرفته همچنین نشان می‌دهد که در آبان امسال، قیمت هر متر مربع واحد مسکونی در پایتخت ۷۵ میلیون و ۷۷۰ هزار تومان بوده که نسبت به مهرماه، رشد منفی ۰٫۴ درصدی را تجربه کرده است. به بیان دیگر، قیمت یک متر خانه در شهر تهران در آبان ماه ۱۴۰۲ حدودا نیم درصد ارزان‌تر از مهرماه شده است. این در حالی است که قیمت هر متر واحد مسکونی در دومین ماه از پاییز سال جاری، ۶۲٫۲ درصد نسبت به آبان سال گذشته افزایش یافته است. قیمت هر متر خانه در پایتخت در آبان سال گذشته حدودا ۴۶ میلیون و ۷۰۰ هزار تومان بوده است. البته باید توجه داشت که این ارقام براساس میانگین قیمت یک متر خانه در کل پایتخت محاسبه شده و قیمت خانه در هر منطقه پایتخت متفاوت از این رقم است. از میان مناطق بیست‌ودوگانه شهر تهران، بالاترین قیمت مسکن با متری ۱۳۴ میلیون و ۹۳۰ هزار تومان مربوط به منطقه یک بوده است. در سوی مقابل نیز منطقه ۱۸ قرار گرفته که قیمت هر متر خانه در آن در آبان ماه امسال ۳۵ میلیون تومان برآورد شده است.

گزارش‌های میدانی از بازار مسکن شهر تهران همچنین نشان می‌دهد که در فاصله یک هفته گذشته از آغاز آذرماه، واحدهای سن بالا و با قدمتی بالاتر از ۲۰ سال، ۲۲ درصد از معاملات مسکن را با ۶۹۰ فقره معامله به خود اختصاص داده‌اند. این تعداد نسبت به مدت مشابه سال گذشته حدود ۴۰ درصد کاهش داشته است. بررسی فایل‌های واسطه‌گران ملکی در آذرماه نشان می‌دهد که بسیاری از مالکان آپارتمان‌های مسن، از قیمت‌گذاری‌های غیرمنطقی خودداری کرده‌اند؛ کما اینکه تعداد فایل‌های قرمز (بالاتر از میانگین قیمت ملک‌های مشابه منطقه) به ندرت به چشم می‌خورد. براساس آخرین داده‌های میدانی از معاملات پایتخت، واحدهای سن بالا و با قدمتی بالاتر از ۲۰ سال، ۲۲ درصد از معاملات مسکن را با ۶۹۰ فقره معامله به خود اختصاص داده‌اند که این تعداد نسبت به سال گذشته، افت حدود ۴۰ درصدی را نشان می‌دهد. به نظر می‌رسد در وضعیت راکد بازار مسکن که هم‌اکنون سایه گسترده و میل به تغییر ندارد، آپارتمان‌های سن بالا نیز جزو گزینه‌های خریداران قرار ندارند؛ کما اینکه با قیمتی پایین‌تر از میانگین منطقه عرضه شده باشند. به عنوان مثال، در منطقه تهرانپارس، واحدی با ۷۵ مترمربع زیربنا و ۲۲ سال عمربنا با قیمت ۵ میلیارد و ۲۰۰ میلیون تومان و در محله زعفرانیه نیز واحدی ۱۰۰ متری و ۲۲ سال قدمت با قیمت ۱۸ میلیارد تومان به فروش می‌رسد. در محله نارمک هم واحدی ۶۱ متری و ۲۲ سال ساخت، ۳ میلیارد و ۶۶۰ میلیون تومان و در محله فاطمی، آپارتمانی با مساحت ۹۵ مترمبع و ۳۰ سال قدمت، ۷ میلیارد و ۳۰۰ میلیون تومان قیمت‌گذاری شده است. همچنین در علی‌آباد برای واحدی ۸۲ متری و ۲۵ سال ساخت، ۲ میلیارد و ۸۰۰ میلیون تومان و در مسعودیه برای واحدی با ۴۰ متر مربع زیربنا و ۲۰ سال عمربنا، یک میلیارد و ۹۰۰ میلیون تومان قیمت تعیین شده است.

در همین حال، آمارها نشان می‌دهد که در ماه ابتدایی فصل پاییز، معاملات مسکن منطقه ۷، سهم ۳٫۶ درصدی از کل معاملات مسکن را به خود اختصاص داده‌اند و این نسبت تقریبا مشابه سال گذشته است. به گزارش «اکوایران»، منطقه ۷ در مرکز تهران واقع شده و از شمال به بزرگراه رسالت، از شرق به مجیدیه (استاد حسن بنا) و سبلان، از جنوب خیابان‌های انقلاب و دماوند و از سمت غرب به بزرگراه مدرس و خیابان شهید مفتح متصل است. آمارها نشان می‌دهد که در ماه ابتدایی فصل جاری یعنی مهرماه، حجم معاملات مسکن در منطقه ۷، سهم ۳٫۶ درصدی از کل معاملات مسکن پایتخت را به خود اختصاص داده است. این نسبت در مقایسه با مدت مشابه سال گذشته تقریبا تفاوتی نداشته است. براساس داده‌های آماری بانک مرکزی، در مهر سال گذشته، متوسط قیمت هر مترمربع مسکن در منطقه ۷ تهران، ۴۱ میلیون و ۶۵۲ هزار تومان بوده که در سال جاری این رقم با افزایش ۷۲درصدی، به هر مترمربع ۷۲ میلیون تومان رسیده است. تعداد معاملات منطقه ۷ تهران در مهرماه ۱۴۰۱ بالغ بر ۳۳۸ فقره بود، اما در مهرماه ۱۴۰۲ با کاهش ۴۲ درصدی به ۱۹۴ فقره رسیده است. واحدی با ۱۱۷ مترمربع زیربنا و نوساز در محله سهروردی، ۱۸ میلیارد و ۱۰۰ میلیون تومان و در محله سبلان جنوبی، واحدی با ۶۲ مترمربع زیربنا و ۲۳ سال عمربنا، ۳ میلیارد و ۵۰۰ میلیون تومان به فروش می‌رسد. همچنین در پیچ شمیران، واحدی ۶۸ متری و ۳۳۰ سال ساخت، ۳ میلیارد تومان و در محله خواجه نصیر، واحدی ۴۳ متری و ۲۵ سال ساخت، ۴ میلیارد تومان قیمت‌گذاری شده است.

اخبار

ادامه نوسان سکه در کانال ۲۸ میلیونی

قیمت سکه ۶۰ هزار تومان ریخت

قیمت سکه طلا در بازار تهران به نوسان در کانال ۲۸ میلیونی ادامه داد. در جریان دادوستدهای روز سه‌شنبه در بازار تهران و براساس نرخ‌های اعلامی اتحادیه صنف فروشندگان و سازندگان طلا، جواهر، نقره و سکه تهران، هر قطعه سکه بهار آزادی طرح جدید با قیمت ۲۸ میلیون و ۸۹۰ هزار تومان معامله شد که در مقایسه با روز یکشنبه، افت ۶۰ هزار تومانی را نشان می‌دهد. سکه بهار آزادی طرح قدیم نیز با رقم ۲۵ میلیون و ۶۰۰ هزار تومان دادوستد شد که نسبت به روز دوشنبه، ۱۰۰ هزار تومان کاهش داشته است. نیم‌سکه ۱۵ میلیون و ۲۵۰ هزار تومان، ربع سکه ۱۰ میلیون و ۲۵۰ هزار تومان و سکه گرمی نیز با نرخ ۵ میلیون و ۸۰۰ هزار تومان معامله شد. نیم‌سکه و ربع سکه هم هر کدام نسبت به روز قبل، ۵۰ هزار تومان کاهش قیمت داشتند. هر گرم طلای ۱۸ عیار در بازار طلای تهران با قیمت ۲ میلیون و ۴۳۸ هزار و ۱۰۰ تومان داد و ستد شد. بهای هر اُنس طلا در بازارهای جهانی نیز به ۲ هزار و ۱۶ دلار رسید که نسبت به روز قبل، ۲ دلار افزایش داشت.

همچنین قیمت هر اسکناس دلار در معاملات مرکز مبادله ارز و طلای ایران در مقایسه با روز قبل، ۷۰ تومان و نرخ هر اسکناس یورو ۹۵ تومان افزایش یافت. در معاملات روز سه‌شنبه مرکز مبادله ارز و طلای ایران، هر اسکناس دلار آمریکا به ۴۱ هزار و ۸۷۶ تومان و نرخ حواله دلار نیز به ۳۸ هزار و ۶۹ تومان رسید که در مقایسه با روز دوشنبه به ترتیب ۷۰ تومان و ۶۴ تومان افزایش داشت. هر اسکناس یورو نیز با کاهش ۹۵ تومانی در مرکز مبادله ارز و طلای ایران به ۴۵ هزار و ۸۰۱ تومان و نرخ حواله یورو نیز با افزایش ۸۶ تومانی به ۴۱ هزار و ۶۳۷ تومان رسید. همچنین اسکناس درهم امارات ۱۱هزار و ۴۰۲ تومان ارزش‌گذاری شد و نرخ حواله درهم نیز به ۱۰هزار و ۳۶۶ تومان رسید.

ترمز کاهش قیمت نفت کشیده شد

قیمت نفت در معاملات روز سه‌شنبه بازار آسیا افزایش یافت و در آستانه دیدار وزیران اوپک پلاس، روند کاهشی اخیر خود را متوقف کرد. بهای معاملات نفت برنت با ۴۵ سنت معادل ۰.۶ درصد کاهش به ۸۰ دلار و ۴۳ سنت در هر بشکه رسید. بهای معاملات وست تگزاس اینترمدیت آمریکا نیز با ۴۳ سنت معادل ۰.۶ درصد کاهش به ۷۵ دلار و ۲۸ سنت در هر بشکه رسید. نفت برنت در چهار روز گذشته و شاخص نفت آمریکا در سه روز گذشته، کاهش متوالی داشت. دیدار آنلاین وزیران اوپک پلاس روز ۳۰ نوامبر (۹ آذر) برای مذاکره درباره اهداف تولید سال ۲۰۲۴، برگزار می‌شود. تحلیلگران گروه بانکی ANZ در یادداشتی نوشتند: قیمت نفت در اوایل معاملات روز سه‌شنبه تحت تاثیر گزارش‌هایی مبنی بر اینکه اوپک، سهمیه تولید خود را کاهش خواهد داد، به شدت افزایش یافت. این گروه هفته گذشته در پی اختلاف نظر بر سر اهداف تولید اعضای آفریقایی خود، نشست برنامه‌ریزی‌شده برای روز یکشنبه را چهار روز به تاخیر انداخت و باعث کاهش شدید قیمت نفت شد. با این حال، چهار منبع آگاه در اوپک پلاس اعلام کردند که این گروه به توافق بر سر سهمیه تولید نزدیک شده و احتمالا کمک می‌کند عربستان به توافق برای تعمیق کاهش تولید گروه، نزدیک‌تر شود.

با این حال، امارات عربی متحده آماده افزایش صادرات نفت موربان در اوایل سال ۲۰۲۴ می‌شود. تلاش‌های عراق برای ازسرگیری صادرات نفت از طریق ترکیه نیز ادامه دارد. مقامات نفتی عراق با نمایندگان شرکت‌های نفتی بین‌المللی و مقامات اقلیم کردستان در اوایل دسامبر دیدار خواهند کرد تا درباره تغییرات قراردادی مربوط به این موضوع، گفت‌وگو کنند. به گفته تحلیلگران، تولید بالای کشورهای غیراوپک شامل آمریکا هم در فشارهای کاهشی روی قیمت نفت، تاثیر داشته است. آژانس بین‌المللی انرژی اعلام کرد حتی اگر اوپک پلاس محدودیت عرضه خود را تمدید کند، مازاد عرضه اندک در بازار نفت جهانی را در سال ۲۰۲۴ پیش‌بینی می‌کند. به عقیده تحلیلگران گروه ANZ، عربستان سعودی ممکن است از اینکه قیمت بنزین در آمریکا، به مدت ۶۰ روز متوالی کاهش پیدا کرده است، آسودگی خاطر پیدا کند. این امر، مخالفت آمریکا با هرگونه اقدام برای محدود کردن عرضه به بازارهای نفت و حمایت از قیمت‌ها را ملایم می‌کند.

تورم اروپا دوباره صعود خواهد کرد؟

رئیس بانک مرکزی اروپا گفت که فعالیت‌های اقتصادی منطقه یورو تا پایان سال ضعیف باقی خواهد ماند و چشم‌انداز میان‌مدت تورم با عدم قطعیت قابل‌توجهی روبه‌رو است. به گزارش «اکونومی»، «کریستین لاگارد»، رئیس بانک مرکزی اروپا، اعلام کرد که انتظار می‌رود فعالیت‌های اقتصادی در سراسر منطقه یورو تا پایان سال کاهش یابد و هر دو بخش تولید و خدمات ضعیف‌تر شوند. به گفته «لاگارد»، چشم‌انداز میان‌مدت تورم با عدم قطعیت قابل‌توجهی احاطه شده است. اگرچه کاهش متوسط فشارهای تورمی پیش‌بینی می‌شود، اما ممکن است که تورم کل در ماه‌های آینده دوباره کمی افزایش یابد.

رئیس بانک مرکزی اروپا با تاکید مجدد بر تعهد ثابت بانک مرکزی برای بازگرداندن تورم به هدف ۲ درصدی، گفت: اکنون زمان شروع اعلام پیروزی نیست. به گفته وی، در حالی که بازار کار منطقه انعطاف‌پذیری کلی را نشان می‌دهد، نشانه‌هایی از اعتدال نیز نمایان شده است.

نوبت اول
شناسه آگهی: ۱۶۱۲۱۶۴

شرکت ملی گاز ایران
شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی

آگهی فراخوان مناقصه عمومی همزمان با ارزیابی (یکپارچه) / یک مرحله ای

شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی در نظر دارد خدمات مورد نیاز خود را با شرایط ذیل بصورت برگزاری مناقصهٔ عمومی همزمان با ارزیابی (یکپارچه) / یک مرحله ای از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (سامانه ستاد) تامین نماید:

شماره فراخوان در سامانه ستاد ایران	۲۰۰۲۰۹۷۵۸۷۰۰۰۱۹۷
شماره مناقصه	۰۲/۹۰۷۱
موضوع مناقصه	بارگیری، حمل،انتقال و امحاء پسماند صنعتی و ویژه پالایشگاه نهم مجتمع گاز پارس جنوبی
مبلغ تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار	۳/۰۵۰/۰۰۰/۰۰۰ (ریال)
نوع تضمین شرکت درفرایند ارجاع کار	تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار بصورت یکی از تضامین قابل قبول وفق آیین نامه تضمین شماره ۱۲۳۴۰۲/ت۵۰۶۵۹ ه مورخ ۹۴/۰۹/۲۲ هیات وزیران می باشد.
مبلغ برآورد اولیه مناقصه	۶۱/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ (ریال)
آخرین مهلت دریافت اسناد مناقصه در سامانه ستاد	۵ روز پس از درج نوبت دوم آگهی در صفحه اعلان عمومی سامانه ستاد ایران می باشد.
آخرین مهلت بارگذاری و ارسال مستندات ارزیابی کیفی (رزومه) و پیشنهادات مالی در سامانه ستاد	حداکثر ظرف مدت بیست روز پس از انقضای مهلت دریافت اسناد می باشد.
آدرس مناقصه گزار	استان بوشهر - شهرستان کنگان - کیلومتر ۱۵ جاده عسلویه ، سایت ۲منطقه ویژه انرژی پارس ، پالایشگاه نهم (فاز ۱۲)

بدیهی است کلیه فرایند برگزاری مناقصه الکترونیکی از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (سامانه ستاد) به نشانی: WWW.SETADIRAN.IR انجام می پذیرد و به پیشنهاد های خارج از سامانه مذکور هیچگونه ترتیب اثری داده نخواهد شد و مناقصه گران بایستی نسبت به ثبت نام در سامانه ستاد و دریافت گواهی امضاء الکترونیکی اقدام نمایند. مناقصه گران می توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر به سایت WWW.SPGC.IR مراجعه و یا با شماره تلفن‌های ۳۷۹۷-۰۷۷۳۲۳۱۳۸۱۹ تماس حاصل فرمایند.

روابط عمومی شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی
۶۵۸

خبرنامه

برای مقابله با تورم چه کنیم؟

بازده بیت‌کوین ۳ برابر تورم آبان

با وجود اینکه بازار ارزهای کاغذی به اندازه سکه و طلا دلچسب نبود، اما بازار رمزارزها در همین یک سال سرمایه‌گذارانش را سربلند کرد تا بتوانند به سرمایه‌گذاران دارایی سنتی مثل سکه و ارز پُز دهند.

رشد هزینه‌های زندگی بسیاری را به فکر سرمایه‌گذاری در بازارهایی انداخته که ارزش آنها در بازارهای داخلی و جهانی بیشتر از میزان تورم در داخل و متناسب با ریسک‌های اقتصادی رشد می‌کند؛ از جمله طلا و ارزهای دیجیتال. بررسی رشد نقطه‌ای بازارها نشان می‌دهد که ارزش بیشتر آنها در یک سال اخیر از تورم نقطه به نقطه آبان ۱۴۰۲ فراتر رفته است. افزایش هزینه‌های زندگی با گره خوردن به تورم ۴۰ درصدی، موجب ریزش ارزش دارایی‌های نقدی و هجوم به بازارها شده است؛ بازارهایی که بتوانند نقدینگی را به سرمایه‌های ضدتورمی تبدیل کنند. از طرفی نرخ پایین سود بانکی که برای سپرده‌های یک ساله به ۲۰,۵ درصد، برای سپرده‌های دو ساله به ۲۱,۵ درصد و برای سپرده‌های سه ساله به ۲۲,۵ درصد می‌رسد، رغبت سرمایه‌گذاری نقدی را از بین برده است. با اینکه تورم دو رقمی قدرت پس‌انداز خانواده‌ها را کاهش داده است، اما همچنان تمایل زیادی برای سرمایه‌گذاری در بازارهای جایگزین وجود دارد.

از انتهای آبان ماه ۱۴۰۱ تا انتهای آبان امسال که دو بازه زمانی مجزا محسوب می‌شوند، حدود ۳۹,۲ درصد تورم (تورم نطقه‌ای) در شاخص کل مصرف‌کننده به وجود آمده است؛ به این معنا که کالاها و خدمات مصرفی ۱۰ دهک درآمدی به طور متوسط ۳۹,۲ درصد در آبان ماه امسال نسبت به مدت مشابه در سال گذشته گران‌تر شده است. در نتیجه در این بازه زمانی حدود ۴۰ درصد از قدرت خرید خانوار کمتر شده است. در چنین شرایطی طبیعی است که خانواده‌ها و افراد صاحب درآمدهای ثابت، به سراغ سرمایه‌گذاری در سکه و طلا، ارز، ارز دیجیتال، بورس و صندوق‌های طلا بروند. پس لازم است که سود هر یک از این بازارها را با یکدیگر مقایسه کنیم تا دریابیم که در یک سال اخیر کدام بازارها سود بیشتری به سرمایه‌گذاران خود برگردانده‌اند.

بازار طلا و سکه در یک سال اخیر تحت تاثیر رشد قیمت هر اُنس طلا بوده‌اند. هر انس طلا در این مدت ۲۴۸ دلار رشد داشته و بیش از ۲ هزار دلار رسیده است. در نتیجه افرادی که سکه و طلا را برای تبدیل کردن دارایی نقدی خود انتخاب کرده‌اند، توانسته‌اند سود مناسبی صید کنند. در این مدت، هر مثقال طلا ۶۲ درصد سود به جا گذاشته است. رشد سکه اما فراتر از طلا رفته است؛ چراکه در آن حباب وجود دارد. به طور معمول، به دلیل محبوبیت زیاد ربع سکه برای سرمایه‌گذاری، حباب آن بیشتر از سایر صکوک است. در بازه زمانی یادشده، ربع سکه ۷۲ درصد سود داشته است. پس از ربع، نیم سکه ۶۹ و سکه بهار آزادی ۶۲ درصد انتفاع برای سرمایه‌گذاران خود ایجاد کرده‌اند.

قیمت ارز هم در یک سال گذشته به شدت نوسانی بود. سرمایه‌گذارانی که به توصیه‌های مسئولان در مورد زیانده بودن بازار ارز، گوش ندادند، توانستند سودی بیشتری از بازار سکه و طلا به جیب بزنند. در این مدت، یورو بازده بالاتری داشت: ۴۹ درصد. در کنار یورو، پوند هم بازده مناسبی داشت؛ یعنی حدود ۴۷ درصد. بازده درهم امارات و دلار آمریکا هم به ترتیب ۴۴ درصد و ۴۳ درصد بود. با وجود اینکه بازار ارزهای کاغذی (فیات) به اندازه سکه و طلا دلچسب نبود اما بازار رمزارزها در همین یک سال سرمایه‌گذارانش را سربلند کرد تا بتوانند به سرمایه‌گذاران دارایی سنتی مثل سکه و ارز پُز دهند. بیت‌کوین به عنوان پادشاه بازار رمزارزها ۱۲۷ درصد بازده داشت. ارز ترون ۱۰۴ درصد سود داد و بازده اتریوم هم به فراتر از ربع سکه رسید: ۷۳ درصد. ارز دیجیتال سولانا هم بازدهی مانند دلار داشت؛ یعنی ۴۳ درصد.

به گفته کارشناسان بازار سرمایه، رشد این بازار هنوز از بازار سکه و ارز عقب‌تر است. در نتیجه آنها انتظار دارند که در آینده، بازار سهام خود را به بازارهایی که از آنها عقب مانده است، برساند اما در یک سال اخیر، این بازار هم توانسته که رشدی بالاتر از تورم موجود را از خود بازتاب دهد. در این مدت شاخص کل ۴۳ درصد رشد کرده است. رشد شاخص ۳۰ شرکت بزرگ از این هم فراتر رفت و به ۴۹ درصد رسید، اما هستند شاخص‌های دیگری که بازدهی بالاتر از ۳۰ شرکت و شاخص کل داشتند. شاخص فلزات اساسی در این مدت ۵۸ درصد جهش کرده است؛ گرچه رشد بازار سرمایه، به طلا و سکه نمی‌رسد.

اگر سرمایه‌گذاری غیرمستقیم در طلا را هم انتخاب می‌کردید، بازده صندوق‌های طلا که واحدهای خود را در بورس عرضه می‌کنند، گزینه خوبی برای حفظ و رشد ارزش دارایی‌های نقدی محسوب می‌شد. در یک سال اخیر، صندوق زر با ۷۱ درصد سود، بالاتر از صندوق‌های دیگر بازده داشت. صندوق عیار ۶۷ درصد، صندوق لوتوس ۶۳ درصد و صندوق گوهر ۵۶ درصد سودآوری داشتند. این میزان بازده صندوق‌های طلا تفاوت چندانی با سرمایه‌گذاری در طلا و سکه نداشت و به هر شکل، سودی بالاتر از متوسط سایر دارایی‌ها به صاحبان‌شان برگرداند.

شاخص کل بورس تهران بیش از ۵ هزار واحد بالا آمد

سومین روز خروج سرمایه از بورس تهران

فرصت امروز: شاخص کل بورس تهران در چهارمین روز هفته، ۰,۲۹ درصد در سطح ۲,۱ میلیونی بالا آمد. شاخص کل هم‌وزن هم با رشد ۰,۱۸ درصدی در تراز ۷۱۲ هزار واحد جای گرفت. خالص تغییر مالکیت حقوقی به حقیقی بازار نیز برای سومین روز متوالی منفی شد و ۲۶۵ میلیارد تومان پول حقیقی از بازار سهام خارج شد. در معاملات روز سه‌شنبه ۷ آذرماه، شاخص کل بورس تهران ۵ هزار و ۸۳۱ واحد معادل ۰,۲۹ درصد نسبت به روز قبل بالاتر ایستاد و به سطح ۲ میلیون و ۳۱ هزار و ۹۰۵ واحد رسید. شاخص کل هم‌وزن نیز با هزار و ۲۵۷ واحد معادل ۰,۱۸ درصد افزایش در رقم ۷۱۲ هزار و ۷۴ واحد ایستاد. شاخص کل فرابورس هم با افت ۳۶ واحدی به رقم ۲۵ هزار و ۱۱۶ واحد و شاخص هم‌وزن فرابورس با کاهش ۶۳۵ واحدی به سطح ۱۲۷ هزار و ۸۹۶ واحد رسید.

همانطور که اشاره شد، ۲۶۵ میلیارد تومان پول حقیقی از بازار سهام خارج شد. نماد وسپهر بیشترین خروج پول حقیقی را داشت که ارزش آن ۵۸ میلیارد تومان بود. پس از وسپهر، نمادهای وبملت، وسالت، وپاسار و شپنا بیشترین خروج پول حقیقی را داشتند. بیشترین ورود پول حقیقی هم به نمادهای بورس، اخابر، زفجر، خودرو و فلوله تعلق داشت. اخابر، فارس و رمپنا از جمله نمادهای سبزپوش بورس بودند که بیشترین اثر را در رشد شاخص کل داشتند. فملی، وامید و جم از نمادهای قرمز بودند که اثر منفی بر شاخص داشتند. در فرابورس نیز نمادهای آریا، وهور و کگهر بیشترین اثر افزایشی و نمادهای وسپهر، فصبا و فجهان بیشترین اثر کاهشی را بر شاخص کل داشتند. در بین نمادهای پرتراکنش بورس نماد سصفها بیشترین تراکنش را داشت و اخابر و تکاردان در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند. در فرابورس نیز کرومیت، فصبا و کرمان بیشترین تراکنش را داشتند.

ارزش معاملات کل بازار سهام به ۱۱ هزار و ۶۸۰ میلیارد تومان رسید. ارزش معاملات اوراق بدهی در بازار ثانویه ۴ هزار و ۱۳۶ میلیارد تومان بود که ۳۵ درصد از ارزش کل معاملات بازار را در این روز شامل می‌شود. ارزش معاملات خرد نیز با افزایش ۵ درصدی به نسبت روز معاملاتی قبل به رقم ۴ هزار و ۱۸۳ میلیارد تومان رسید. نماد وسپهر بیشترین ارزش معاملات بازار سهام را به خود اختصاص داد که ارزش معاملات آن ۱۰۹ میلیارد تومان بود. پس از وسپهر، اخابر بیشترین ارزش معاملات را داشت و ذوب رتبه سوم بیشترین ارزش معاملات را به خود اختصاص داد و پس از آن، دو نماد بورس و نطرین در رتبه‌های بعدی بیشترین ارزش معاملات قرار گرفتند. در جدول حجم معاملات نیز سهام کرمان با تعداد ۴۵۶ میلیون و ۱۰۰ هزار و ۴۳۶ سهم در صدر قرار گرفته است. وسپهر در رتبه دوم بیشترین حجم معاملات بازار قرار گرفت و رتبه سوم به شستا تعلق داشت. دو نماد ذوب و خساپا نیز در رتبه‌های بعدی بیشترین حجم معاملات بازار قرار داشتند. در معاملات روز گذشته، ۴۸ نماد صف خرید داشتند و ۵۱ نماد با صف فروش مواجه شدند. مجموع ارزش صف‌های خرید با رشد ۳ درصدی نسبت به روز قبل به ۱۲۳ میلیارد تومان افزایش یافت و مجموع ارزش صف‌های فروش با افزایش ۳۵ درصدی به ۳۳۵ میلیارد تومان رسید.

براساس این گزارش، شاخص کل بورس و اوراق بهادار تهران در جریان معاملات روز سه‌شنبه در حالی با رشد ۵ هزار و ۸۰۰ واحدی کار را تمام کرد که بازار با ارزش معاملاتی حدود ۴۲۰۰ میلیارد تومان به کار خود پایان داد. با این وجود، ارزش بازار بورس و اوراق بهادار تهران همچنان در حوالی ۷ هزار هزار میلیارد تومان قرار دارد. خریداران علاوه بر توجه به بازار و گروه خودرویی یک‌بار دیگر به سراغ فلزات اساسی آمدند و ارزش معاملاتی این گروه بعد از گروه خودرویی که بیش از ۳۵۵ میلیارد تومان ارزش معاملاتی ثبت کرده بود، با ثبت ارزش معاملاتی در حدود ۲۲۹ میلیارد تومان در جایگاه دوم قرار گرفت. بار دیگر نماد اخابر با استقبال خوب خریداران همراه شد تا این نماد علاوه بر صف خرید خوب ایجادشده بیشترین تأثیر مثبت را روی بازار داشته باشد. نمادهای فارس و رمپنا نیز دیگر نمادهایی بودند که تلاش داشتند بازار را مثبت کنند.

نمودار شاخص کل نشان می‌دهد که بازار تصمیم دارد از پس مقاومت‌های میانگین ۵۵ روزه و ۲۰۰ روزه به سمت اعداد و ارقام بالاتر عبور کند. این اتفاق کمی زودتر در شاخص هم‌وزن رخ‌داده است. شاخص هم‌وزن در جریان معاملات روزهای پیشین خود به محدوده میانگین ۵۵ روزه رسید و نوسان‌های ایجادشده در این محدوده در نهایت توانست از میانگین ۵۵ روزه به سمت اعداد و ارقام بالاتر حرکت کند. شاخص کل بورس با افت در یک باکس حمایتی مقاومتی قرار دارد که تکنیکالیست‌ها معتقدند این باکس یکی از الگوهای کلاسیک در بازار است و می‌تواند به اندازه موج قبلی ایجادشده برای این الگو رشد داشته باشیم. البته که تا زمان تکمیل الگو یعنی شکسته شدن مقاومت باید صبر پیشه کرد؛ چراکه در قوانین تکنیکالی کلاسیک تا زمان تکمیل نشدن الگو در مورد آن صحبتی به میان نمی‌آید.

گفتنی است رئیس سازمان بورس دیروز در یک نشست خبری با اعلام اینکه فروش سهام عدالت فعلا در دستور کار نیست، گفت: سود سهام در دو مرحله پرداخت می‌شود؛ یک مرحله در آذرماه و مرحله دیگر پایان سال جاری است. «مجید عشقی» با بیان اینکه در جلسه اخیر شورای عالی بورس، موضوع برگزاری مجامع شرکت‌های استانی سهام عدالت به منظور تعیین تکلیف وضعیت سهامداران، نهایی و گام‌های اولیه برای برگزاری مجامع برداشته شد، افزود: اولین گام فراخوان تشکیل اعضای هیأت مدیره خواهد بود که سهامداران بتوانند به عنوان اعضای حقیقی کاندیدا شوند. فراخوان آن فردا (چهارشنبه) اعلام و زمان ثبت نام مشخص خواهد شد. همه مجامع استانی باید تا ابتدای شهریور ۱۴۰۳ برگزار شود. کاندیداها می‌توانند به شکل حضوری و الکترونیکی در انتخابات شرکت کنند. کانون سهام عدالت از بین سهامداران شرکت‌های سرمایه‌گذاری تشکیل می‌شود و به تدریج اجازه انتقال ۵ تا ۱۰ درصد دارایی شرکت‌های استانی به این کانون‌ها داده خواهد شد. به گفته «عشقی»، سهامدارانی که سجامی هستند، می‌توانند در این انتخابات شرکت کنند و کسانی که سجامی نیستند باید از هم‌اکنون فرآیند ثبت نام را شروع کنند و به تدریج کارهای مربوط به آنها انجام شود.

موتور پیشران قیمت خودرو، عرضه یا تقاضا؟

بررسی‌های آماری حاکی از آن است که در صنعت خودرو و وسایل نقلیه کشور، جانب تقاضا از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. طبق آمارها در این صنعت قیمت در بخش تولید از رفتار تورم مصرف‌کننده تبعیت می‌کند. به گزارش «اکوایران»، یکی از بخش‌های مهم در هر کشور بخش لجستیک و حمل‌ونقل است. قیمت این بخش می‌تواند بر تمامی بخش‌های اقتصاد اثر بگذارد و قیمت کالاها را افزایش دهد. به همین جهت تورم بخش خدمات حمل‌ونقل می‌تواند سیگنال مهمی برای اقتصاد کشور باشد. در کنار این بخش، صنعت وسایل نقلیه قرار دارد که می‌تواند وضعیت حمل‌ونقل کشور را تحت تاثیر خود قرار دهد. در نتیجه در بخش لجستیک یک کشور، علاوه بر خدمات حمل‌ونقل، صنعت وسایل نقلیه نیز حائز اهمیت است.

بررسی آمارهای تورم تولیدکننده و مصرف‌کننده در بخش خدمات حمل‌ونقل و بخش صنعت وسایل نقلیه نشان می‌دهد رابطه میان این دو تورم در بخش خدمات حمل‌ونقل دو طرفه است. به عبارتی در برخی بازه‌های زمانی تورم تولیدکننده بر تورم مصرف‌کننده اثر گذاشته و در برخی بازه‌های زمانی دیگر تورم مصرف‌کننده جهت‌دهنده اصلی به تورم تولیدکننده بوده است، اما در بخش صنعت وسایل نقلیه مسئله متفاوت است. در این صنعت تورم بخش مصرف به دلیل تقاضای بالای مردم باعث تحریک تورم تولیدکننده شده و تورم تولیدکننده را افزایش می‌دهد. حال این سوال مطرح می‌شود که در این دو بخش، تورم تولیدکننده و مصرف‌کننده چه رابطه‌ای با یکدیگر دارند؟ و چگونه بر یکدیگر اثر می‌گذارند؟

از تورم تولیدکننده تا مصرف‌کننده

در ابتدا نیاز به آشنایی با مفهوم تورم تولیدکننده و مصرف‌کننده است. تورم تولیدکننده در حقیقت همان افزایش قیمت در بخش نهاده‌هاست، اما تورم مصرف‌کننده به معنای افزایش قیمت محصول خریداری‌شده توسط مشتری است. مطالعات اقتصادی نشان می‌دهد دو نگرش برای تاثیر تورم تولیدکننده و مصرف‌کننده وجود دارد؛ نگرش اول تورم تولیدکننده را بر تورم مصرف‌کننده موثر می‌داند و نگرش دوم دقیقا عکس این قضیه، اثر تورم مصرف‌کننده بر تولیدکننده را در نظر می‌گیرد. برای مثال در نگرش اول به این مورد توجه کنید. پلاستیک و چوب از مواد اولیه صنعت تولید و بسته‌بندی کاغذ است. افزایش قیمت در این دو کالا به معنای تورم تولیدکننده بخش کاغذ است. زمانی که کاغذ بسته‌بندی شده توسط کارخانه به بازار عرضه شود و مشتری آن را با قیمت بالاتری خریداری کند به معنای تورم بخش مصرف‌کننده خواهد بود.

سمت دیگر این مسئله که در نگرش دوم مشاهده می‌شود اثر تورم مصرف‌کننده بر تورم تولیدکننده است. برای مثال در این نگرش، تقاضا برای تولید بسته‌های کاغذ افزایش می‌یابد. افزایش تقاضای کاغذ باعث افزایش قیمت این محصول و تورم مصرف‌کننده می‌شود. سپس به دلیل افزایش تقاضا برای کاغذ، تولیدکنندگان به سمت افزایش تولید رفته و تقاضا برای چوب و پلاستیک نیز افزایش می‌یابد. در نتیجه افزایش تقاضا برای این کالاها قیمت آنها افزایش یافته و تورم در بخش تولیدکننده ایجاد می‌شود. در نگرش اول به رابطه میان تورم تولیدکننده و مصرف‌کننده، به طور معمول تورم تولیدکننده با یک وقفه زمانی باعث افزایش قیمت بخش مصرف‌کننده می‌شود. این وقفه در بخش‌های مختلف اقتصاد متفاوت است. برای مثال تورم تولیدکننده در بخش خدمات با سرعت بیشتری نسبت به بخش صنعت به مصرف‌کننده منتقل می‌شود.

در بیشتر موارد تورم مصرف‌کننده از تورم تولیدکننده بالاتر است، اما در برخی موارد ممکن عکس این اتفاق رخ دهد و تورم مصرف‌کننده از تورم تولیدکننده کمتر باشد. یکی از این موارد رکود بخش تقاضای اقتصاد است. اگر سمت تقاضای اقتصاد غیرفعال شود، می‌تواند باعث کاهش قیمت در سمت مصرف شده و تورم مصرف‌کننده را در سطحی پایین‌تر از تولیدکننده نگه دارد. مورد دیگری که می‌تواند باعث این اتفاق شود قیمت‌گذاری دستوری دولت و حمایت‌های یارانه‌ای است. یارانه دولت به خریداران یک کالا و قیمت‌گذاری دستوری بر روی کالاهای تولیدشده باعث می‌شود تورم مصرف‌کننده رفتار متفاوتی نسبت به تورم تولیدکننده داشته باشد و در سطحی پایین‌تر از آن قرار بگیرد.

علت تورم پایین بخش مصرف

آمارهای بخش حمل‌ونقل مربوط به بخش خدمات اقتصاد است. در بخش خدمات حمل‌ونقل معمولا تورم تولیدکننده و مصرف‌کننده با وقفه زمانی کمتری به یکدیگر پاسخ می‌دهند. به همین دلیل نوسانات تورم تولیدکننده و مصرف‌کننده در بخش حمل‌ونقل همگام با یکدیگر بوده است. طبق مشاهدات می‌توان گفت بخش حمل‌ونقل از ترکیب نگرش اول و دوم تبعیت می‌کند. به بیان دیگر در بخش حمل‌ونقل تورم تولیدکننده به تورم مصرف‌کننده جهت می‌دهد و بالعکس. در ادامه این گزارش به بررسی تورم تولیدکننده و مصرف‌کننده فصلی در این بخش پرداخته شده است.

بررسی آمارهای تورم تولیدکننده فصلی بخش حمل‌ونقل از سال ۹۰ تا تابستان ۱۴۰۲ نشان می‌دهد این تورم تقریبا در بیشتر بازه‌های زمانی به تورم مصرف‌کننده جهت داده است، اما در برخی بازه‌های زمانی تورم مصرف‌کننده، تورم تولیدکننده را به دنبال خود کشیده است. این اتفاق که در «زمستان ۱۴۰۱ تاکنون» و در «تابستان ۹۸ تا زمستان ۹۹» رخ داده است به دلیل فشار تقاضا در این بخش بوده است. در این بازه‌های زمانی به دلیل غلبه تقاضا بر عرضه بخش تورم تولیدکننده حمل و نقل به دنبال تورم مصرف‌کننده کشیده شده است. در زمان‌هایی نگرش اول حاکم بوده و تورم تولیدکننده بر قیمت در بخش مصرف اثرگذار بوده است؛ عموما تورم مصرف‌کننده بالاتر از تورم تولیدکننده قرار گرفته است، اما در برخی بازه‌های زمانی این اتفاق نیفتاده و تورم تولیدکننده در سطح بالاتری از تورم مصرف‌کننده خود را تثبیت کرده است. دلیل این اتفاق را می‌توان در حضور دولت در بازار حمل‌ونقل کشور و قیمت‌گذاری دستوری دانست. برای مثال از ابتدای سال ۱۴۰۰ تا پایان سال ۱۴۰۱ دخالت دولت در این بازار باعث شده تورم مصرف‌کننده پایین‌تر از تورم تولیدکننده قرار بگیرد. همچنین می‌توان گفت این سطح پایین در تورم مصرف‌کننده نمی‌تواند به دلیل رکود تقاضا در کشور باشد. زیرا تولید در این سال‌ها مثبت بوده و موجودی انبار کاسته شده است. به بیان دقیق‌تر تولیدکنندگان عرضه کالاهای خود را در اقتصاد افزایش داده‌اند، اما با این وجود علاوه بر کالاهای تولیدشده، کالاهای موجود در انبار را نیز به فروش رسانده‌اند.

همانطور که گفته شد در برخی زمان‌ها نیز نگرش دوم در رابطه میان تورم تولیدکننده و مصرف‌کننده حکم‌فرما بوده است. طبق آمارهای تورم تولیدکننده و مصرف‌کننده فصلی در بخش حمل‌ونقل، در زمستان سال گذشته تا تابستان امسال تورم مصرف‌کننده به قیمت در بخش تولید سیگنال داده است و تورم تولیدکننده را به همراه خود کشیده است. بر این اساس تورم مصرف‌کننده در زمستان ۱۴۰۱ نسبت به پاییز همان سال افزایش چشمگیر داشته است که باعث شده این تورم به بخش تولید اصابت کند. در بهار ۱۴۰۲، تورم تولیدکننده با یک جهش روبه‌رو می‌شود که رفتار مشابهی با تورم مصرف‌کننده در فصل پیش از خود است. همچنین تورم مصرف‌کننده فصلی بخش حمل‌ونقل در بهار امسال نسبت به زمستان سال گذشته روند نزولی به خود گرفته است که باعث شده تورم بخش تولیدکننده نیز در آمارهای تابستان امسال سیر نزولی به خود بگیرد.

اثر پررنگ تقاضا در صنعت وسایل نقلیه

بررسی آمارهای تورم تولیدکننده و مصرف‌کننده فصلی وسایل نقلیه از ابتدای سال ۹۵ تا تابستان ۱۴۰۲ نشان می‌دهد در این بازار تورم مصرف‌کننده به بخش تولید منتقل شده و باعث افزایش قیمت در بخش تولید می‌شود. همچنین بخش وسایل نقلیه به دلیل اینکه جزئی از صنعت محسوب می‌شود معمولا با وقفه زمانی در رابطه میان تورم تولیدکننده و مصرف‌کننده همراه است. در صنعت وسایل نقلیه، تورم تولیدکننده معمولا به فاصله یک فصل به تورم بخش مصرف واکنش نشان می‌دهد. در این صنعت تقاضا حرف آخر را می‌زند و فشار تقاضا تعیین‌کننده قیمت در این بازار است. برای مثال در صنعت خودروسازی کشور، تقاضای مردم برای خرید خودرو قیمت را در این بازار تعیین می‌کند. زمانی که تقاضای برای خودرو در کشور افزایش می‌یابد قیمت خودرو افزایش یافته و باعث می‌شود تولیدکنندگان تولیدات خود را افزایش دهند. به همین دلیل تقاضا برای قطعات خودرو افزایش می‌یابد و به تورم تولیدکننده در کشور منجر می‌شود. آمارهای تورم فصلی در این صنعت حاکی از آن است که تورم مصرف‌کننده وسایل نقلیه از زمستان سال گذشته روند نزولی به خود گرفته و از حدود ۴۰ درصد در زمستان سال گذشته به ۱۵ درصد در بهار امسال رسیده است. در نتیجه تورم در بخش تولید از تورم مصرف‌کننده تبعیت کرده و از حدود ۲۵ درصد در بهار امسال به ۳ درصد در تابستان امسال رسیده است. به عبارتی کاهش شدید در تورم مصرف‌کننده با وقفه زمانی حدودا یک فصلی به بخش تولید منتقل شده و باعث کاهش در تورم تولیدکننده شده است. آمارهای تورم مصرف‌کننده این بخش در تابستان امسال می‌تواند سیگنالی برای تورم تولیدکننده در پاییز سال جاری باشد. تورم مصرف‌کننده وسایل نقلیه در تابستان امسال به منفی ۱۰ درصد کاهش یافته که می‌تواند باعث کاهش تورم تولیدکننده این بخش در آمارهای پاییز سال جاری باشد.

آگهی مناقصه عمومی - یک مرحله‌ای

نوبت اول

دهیاری موین

دهیاری موین از توابع بخش دشتابی شهرستان بوئین زهرا – استان قزوین درنظر دارد نسبت به واگذاری پروژه تهیه و اجرای اجرای سنگ فرش معابر روستا براساس فهرست بهاء ۱۴۰۲ را با برآورد قیمت اولیه به مبلغ ۱۸,۳۹۰,۴۹۷,۰۲۶ ریال (هجده میلیارد و سیصد و نود میلیون و چهارصد و نود و هفت هزار و بیست و شش ریال) را از طریق مناقصه به پیمانکاران واجد شرایط واگذار نماید. لذا از کلیه متقاضیان دعوت بعمل می آید جهت دریافت اسناد مناقصه از تاریخ ۱۴۰۲/۰۹/۰۸ لغایت ۱۴۰۲/۰۹/۱۹ به سامانه ستاد با شماره فراخوان ۲۰۰۲۱۰۵۴۷۸۰۰۰۰۰۱ مراجعه نمایند.

توضیح:

۱- داشتن شخصیت حقوقی ، گواهینامه صلاحیت پیمانکاری رتبه ۵ ابنیه، داشتن گواهینامه صلاحیت ایمنی حقوقی، ارائه گواهی ارزش افزوده، بارگذاری اساسنامه و آخرین تغییرات روزنامه رسمی ، نیروی متخصص و کادر فنی مجرب ، داشتن توان مالی ، تجربه و سابقه کافی و مرتبط با موضوع مناقصه و همچنین داشتن ظرفیت خالی جهت اجرای پروژه. شایان ذکر است درصورت عدم ارائه گواهینامه صلاحیت ایمنی نامه شماره ۳۳۴۲۲۲ مورخ ۱۴۰۱/۰۷/۰۲ سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان قزوین (مندرج در اسناد مناقصه) ملاک عمل قرار خواهد گرفت.

۲-صرفا بارگذاری اسناد پاکتهای پیشنهادی «ب» (گواهینامه صلاحیت پیمانکاری رتبه ۵ ابنیه، داشتن گواهینامه صلاحیت ایمنی حقوقی، ارائه گواهی ارزش افزوده، بارگذاری اساسنامه و آخرین تغییرات روزنامه رسمی ، رزومه کاری شرکت مربوطه و سایر مدارک مورد نیاز) و «ج» (برگه های پیشنهاد قیمت شامل جداول شماره ۱ الی ۵ و همچنین آنالیز قیمت) دارای امضای الکترونیکی و همچنین مهر و امضای گرم مورد پذیرش است. ضمنا پاکت «الف»(فیش نقدی یا ضمانتنامه) باید هم به صورت الکترونیکی و هم به صورت فیزیکی به کد پستی ۳۴۶۷۱۳۴۷۹۴ واحد امور مالی دهیاری (مستقر در بخشداری دشتابی) ارسال گردد. شایان ذکر است در جلسه بازگشایی پاکتهای «ب» و «ج» ، اسناد فیزیکی (کاغذی) و اسناد فاقد امضای الکترونیکی (دارای مهر گرم) به هیچ وجه مورد پذیرش نخواهد بود.

۳- زمان ارائه پیشنهادات تا ساعت ۱۴:۱۵ مورخ ۱۴۰۲/۰۹/۳۰ می باشد.

۴- زمان بازگشایی پاکتها راس ساعت ۰۸:۰۰ مورخ ۱۴۰۲/۱۰/۰۲ در محل بخشداری و در حضور اعضای کمیسیون عالی معاملات می باشد.

۵- به پیشنهادهای فاقد شرایط فوق الذکر، فاقد ضمانتنامه ، ناخوانا ، مخدوش و مشروط ترتیب اثر داده نخواهد شد.

۶- ضمنا ضمانتنامه شرکت در مناقصه به مبلغ ۹۱۹,۵۲۴,۸۵۱ ریال به شماره حساب ۵۴۶۵۶۰۱۳۴۶۰۵۱۵۰۲ و شماره شبا IR ۰۸۰۲۱۰۰۰۵۴۶۵۶۰۱۳۴۶۰۵۱۵۰۲ به نام دهیاری موین با شناسه ملی ۱۴۰۰۴۹۱۱۰۲۷ نزد پست بانک واریز و یا ضمانت نامه معتبر بانکی ارائه گردد. (چک شخصی ، چک شرکت و یا مواردی به غیر از فیش واریزی و یا ضمانت نامه بانکی مورد قبول نمی باشد)

۷- جهت تهیه اسناد مناقصه می بایست مبلغ ۴,۰۰۰,۰۰۰ ریال به حساب ۵۴۶۵۶۰۱۳۴۶۰۵۱۵۰۲ به نام دهیاری موین واریز گردد.

۸-پرداخت صورت وضعیت ها و مطالبات پیمانکار منتخب بر اساس توان و موجودی ریالی دهیاری و با تشخیص کارفرما قابل پرداخت می‌باشد.

۹- دهیاری در رد یا قبول یک یا تمام پیشنهادات مختار می باشد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۰۹/۰۸ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۰۹/۱۵

مهدی فرجی (دهیار موین)

۶۴۸

اطلاعیه ثبت نام کاندیداهای تصدی ریاست هیات ورزشی استان مرکزی

وزارت ورزش و جوانان
اداره کل ورزش و جوانان استان مرکزی

به اطلاع میرساند اداره کل ورزش و جوانان استان در نظر دارد مجمع انتخابی هیات اسکی استان مرکزی را با شرایط ذیل برگزار نماید. لذا از کلیه علاقمندان احراز پست ریاست هیئت مذکور دعوت میگردد جهت دریافت و تکمیل فرم ثبت نام و ارائه مدارک مورد نیاز از تاریخ ۱۴۰۲/۰۹/۱۲ به مدت یک هفته کاری در ساعت اداری به دبیرخانه مجامع واقع در اداره کل ورزش و جوانان استان (واحد گروه توسعه ورزش قهرمانی و حرفه ای) مراجعه نمایند.

«مهلت ثبت نام به هیچ وجه تمدید نخواهد شد»

شرایط اختصاصی و عمومی کاندیداها:

۱) التزام به قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران
۲) دارا بودن حداقل سن ۳۰ و حداکثر ۶۵ سال
۳) سابقه مدیریت اجرائی حداقل پنج سال
۴) دارا بودن کارت پایان دوره ضرورت (خدمت سربازی) یا معافیت
۵) دارا بودن مدرک تحصیلی کارشناسی (لیسانس)
۶) فاقد تابعیت مضاعف بوده و در استان سکونت داشته باشد.
۷) حضور شخص متقاضی یا نماینده و وکیل قانونی آن با ارائه وکالت نامه رسمی و محضری در زمان ثبت نام الزامی می باشد.
۸) تکمیل فرم های ثبت نام با توجه به نوع اعلام آمادگی داوطلب (هرگونه خط خوردگی، لاک گرفتگی، عدم امضا یا اثر انگشت موجب ابطال فرم ها خواهد شد).
۹) ارائه گواهی سوء پیشینه و گواهی عدم اعتیاد به مواد مخدر
۱۰) اعلام کتبی اسامی داوطلبان پست های هیات رئیسه (خزانه دار دارای سابق مرتبط یا امور مالی) خبره ورزشی- نائب رئیس بانوان – دو نفر عضو هیات رئیسه و ارائه مدارک و تکمیل فرم های استعلام اعضای پیشنهادی هیات رئیسه هر یک از داوطلبان احراز پست ریاست هیات استان در زمان ثبت نام
۱۱) سرپرستان یا روسای سایر هیات های استانی تا زمانی که از سمت قبلی خود در هیات استعفاء نداده باشند نمی توانند در انتخابات شرکت نمایند.
۱۲) حضور داوطلبانی که در دوره های قبلی ریاست هیات، مستعفی یا برکنار شده اند منوط به موافقت رئیس و نائب رئیس مجمع می باشد.
۱۳) پرسنل نیروهای مسلح می بایست از سازمان ورزش و آمادگی جسمانی نیروی مسلح معرفی نامه کتبی داشته باشند.
۱۴) اصل و تصویر مدرک تحصیلی
۱۵) یک قطعه عکس ۳*۴ با زمینه روشن
۱۶) اصل و تصویر کلیه صفحات شناسنامه و کارت ملی

آدرس دبیرخانه مجمع: اراک، بلوار فاطمیه، جنب استانداری، اداره کل ورزش و جوانان استان مرکزی

دبیرخانه مجامع هیاتهای ورزشی استان مرکزی

۶۶۱

برندسازی با بودجه حداقلی

برندینگ برای کسب و کارهای کوچک

نویسنده: علی آل‌علی

برندینگ فرآیندی است که برای هر کسب و کاری کاملا ضروری است. فرقی ندارد شـما بودجه‌های چند میلیون دلاری دم دسـت‌تان باشـد یا تازه کارتان را شـروع کرده باشـید، در هر صورت بـدون یک برند جذاب کارتان به هیچ جا نمی‌رسـد. البته برندسازی برای تمام کسب و کارها به یک صورت جلو نمی‌رود. مثلا کسب و کارهای کوچک را در نظر بگیرید؛ چنین گزینه‌هایی به دلیل بودجه محدود و تجربه اندک در بازار همیشـه برای برندسازی با چالش‌های مختلفی رو به رو می‌شوند.

اگر دقت کرده باشـید، خیلی از کسـب و کارهـای کوچک اصل برند جذابـی ندارند. دلیـل این امر کمبود منابع مالـی و تجربه اندک مدیران چنین برندهای در دنیای کسب و کار است. همین امر موجب سرهم‌بندی فرآیند برندسازی بدون توجه به اصول کاربردی می‌شود.

شـاید شـما هم چند باری در حوزه برندینگ با شکست رو به رو شده باشـید. اگر کسـب و کار کوچکی دارید که نگران آینده‌اش هستید، این مقاله به شـما کمک می‌کند تا با کمترین هزینه و بدون نیاز به تجربه یا دانش بالا یک برند جذاب برای کسب و کارتان ایجاد کنید.

برخـی از کارآفرینان برندینگ را تبدیل به غولی می‌کنند که هیچ‌کس شجاعت رویارویی با آن را ندارد. شما را نمی‌دانم، ولی من که چنین درکی از برندسـازی را اصلا قبول ندارم. خب اگر قرار بود برندینگ تا این اندازه سخت باشد، پس چطور برخی از کسب و کارها به راحتی برندهایی جذاب برای خودشان خلق کرده‌اند؟

ما در این مقاله قصد داریم اصول برندینگ برای کسب و کارهای کوچک را به اتفاق شما زیر ذره بین ببریم. اشتباه نکنید، در این مسیر اصلا نیازی به دانش تخصصی یا اطلاعات عجیب نیسـت. کافی اسـت تا انتهای این مقاله با ما همراه باشید تا به سادگی آب خوردن با نکات کلیدی در زمینه برندسازی برای کسب و کارهای کوچک آشنا شوید. بعد هم می‌توانید به راحتی کارتان را شروع کرده خود را غرق در دنیای کسب و کار کنید.

برندینگ برای کسب و کارهای کوچک

برندسازی کاری نیست که شما یک بار برای همیشه انجام داده و دیگر سراغش را نگیرید. خیلی وقت‌ها بعد از ایجاد برند نیاز به آپدیت مداومش هم حس می‌شود. با این حال شما اول از همه باید برندتان را بسازید. بدون یک برند جذاب صحبت از آپدیتش اصلا منطقی نیست.

شما در این بخش یاد می‌گیرید چطور یک برند را از صفر بنا کنید. البته منظور ما از ایجاد برند همان راه‌اندازی کسـب و کار نیست. خب اول باید یک کسب و کار یا شرکتی باشد که برندی برای آن خلق کنیم، مگر نه؟

بـا توجه به نکاتی که در اینجا گفته شـد، اجـازه دهید کم کم کارمان را شـروع کنیم. خب اینجا که جای مقدمه‌چینی‌های دور و دراز نیست، مگر نه؟

تعریف هویت برند

هویت برند در واقع همان تصویری اسـت که شـما از کسـب و کارتان تحویل مشـتریان می‌دهید. مثلا برخی از کسـب و کارها دوسـت دارند همیشـه هویتی دوسـتانه برای مشـتریان خلق کنند. ایـن نکته درباره برندهایی مثل رد بول یا تسلا به خوبی قابل مشاهده است. در عین حال برخی دیگر دنبال وجهه حرفـه‌ای می‌روند. نماینده اصلی این جریان در میان برندهای بزرگ اپل و مایکروسافت هستند که همیشه مثل یک استاد همه‌چیز دان عمل می‌کنند.

فرقی ندارد شـما چه نـوع هویتی برای برندتان مد نظـر دارید، در هر صورت این هویت باید مورد پسند مشتریان نیز باشد. بنابراین قبل از اینکه براساس سلیقه شخصی دست به انتخاب از میان هویت‌های مختلف بزنید، بد نیست کمی جدی‌تر موضوع را بررسی کنید.

یک گپ و گفت دوستانه با برخی از مشتریان یا طراحی نظرسنجی به شـما برای تعریف هویت برندتان کمک خواهد کرد. البته در این مسـیر یک مشـکل اساسـی پیش روی شما خواهد بود. شـرکت‌هایی که هنوز برند خاصی ندارند، معمولا دامنه مشـتریان محدودی نیز خواهند داشت. بنابراین اسـتفاده از تکنیک «ارزیابی رقبا» ایده جایگزین هوشمندانه‌ای خواهد بود. در این شـیوه شما باید یک راست سراغ رقیب اصلی‌تان رفته و فعالیت آن در حوزه برندینگ را مو به مو ارزیابی کنید. اینطوری فرصت بسـیار خوبی برای یادگیری از رقبا بدون نیاز به پرداخت حتی یک سنت را خواهید داشت.

فراموش نکنید، شـما به عنوان یک کسـب و کار تازه یا کوچک بودجه زیادی برای ولخرجی در بازار ندارید. بنابراین خیلی از کارهایی که دیگران با کمک موسسـات یا آژانس‌های تخصصی انجام می‌دهند، شـما باید به تنهایی دنبال کنید. این طوری کارتان خیلی ساده‌تر خواهد شد.

انتخاب المان‌های بصری

هیچ برندی بـدون المان‌های بصری در دنیا وجود خارجی ندارد. وقتی دربـاره برندی مثل برگرکینگ یا پومـا فکر می‌کنیم، اولین چیزی که به ذهن‌مان می‌رسد، لوگو آن است. اگر لوگو یک برند پیچیده باشد، احتمال رنگ‌های اصلی آن در ذهن‌مان نقش می‌بندند. هرچه باشد، اولین برخورد و درک ما از یک برند بصری است. بنابراین در برندینگ باید توجه ویژه‌ای به المان‌های بصری کرد.

اولین نکته‌ای که شما باید بدان توجه کنید، لوگوی‌تان است. آیا دنبال یک لوگو سـاده هسـتید یا طرح‌های پیچیده را دوسـت دارید؟ اگر از ما می‌شنوید، استفاده از طرح‌های مینیمال گزینه بسیار بهتری در مقایسه با سایر طرح‌هاست. هرچه باشد طرح‌های ساده خیلی بهتر در ذهن مخاطب باقی می‌ماند. این یعنی یادآوری هویت برندتان از سوی مشتریان سریع و ساده‌تر انجام خواهد گرفت.

بعـد از اینکه طرح اولیه لوگو را انتخـاب کردید، باید به آن روح دهید. منظـور ما از این عبـارت انتخاب رنگ‌های اصلی اسـت. یادتان باشـد، رنگ‌هـای موردنظر نه‌فقط برای لوگوی شـما، بلکه کل برند مهم اسـت. مثـلا در بازاریابی نیز باید از این رنگ‌های اصلی اسـتفاده کنید تا از نظر بصری در ذهن مخاطب ماندگار شوید. بعد از انتخاب رنک، نوبت به فونت اصلی می‌رسـد. اگر دقت کرده باشـید، هر برندی یک فونت خاص برای خودش دارد. بنابراین اسـتفاده از فونت‌هـای آماده گزینه چندان جذابی نخواهد بود؛ چراکه به مرور زمان کارتان را حسـابی دشـوار کرده و اجازه نمی‌دهد خودتان را به مثابه یک برند نوآور به مشتریان معرفی کنید. یک ایده جذاب برای انتخاب فونت توجه به حسـی است که قصد انتقالش به مخاطب را دارید. مثلا اگر دنبال یک حس جوان‌پسند هستید، استفاده از فونت‌های شکسته و خارج از قاعده کمک‌تان خواهد کرد. در نقطه مقابل، برندهای لوکس معمولا دنبال فونت‌های کلاسیک می‌روند. بد نیست کمی در ایـن رابطه با خودتان کلنجار بروید. اینطوری درک بهتری نسـبت به انتخاب نهایی‌تان خواهید داشت.

انتخاب زبان و لحن برند

زبان و لحن در واقع شیوه ارتباط شما با مخاطب را نشان می‌دهد. برخی از کسب و کارها از زبانی جدی و خشک استفاده می‌کنند. این امر کسب و کارشان را کاملا مصمم نشان می‌دهد. در نقطه مقابل کم نیستند برندهایی که از زبان خودمانی و پر از شـوخی سود می‌برند. به طوری که شما برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف دائما از مثال‌های روزمره و شـوخی‌های معمولی سود خواهید برد.

انتخاب نوع زبان کاملا بستگی به شما و هویتی که برای برندتان تعریف کرده‌اید، دارید. بسـیاری از کسـب و کارها در این راستا دائما با مشکلات اساسـی رو به رو هستند؛ چراکه به خوبی امکان ایجاد تمایز میان زبان و لحن را ندارند. در حالی که زبان شـما محور اساسی در تعامل با مخاطب محسوب می‌شود، لحن تغییرات جزئی را نشان می‌دهد.

بی‌شـک لحن شما هنگام اطلاع‌رسـانی درباره یک خبر خوب با وقتی که قصد تسلیت گفتن به دیگران را دارید، یکسان نیست. به همین خاطر شـما باید حواس‌تان را جمع کنید تا همیشـه از لحن مناسب با موقعیت سود ببرید. معمولا کارآفرینان لحن را به سادگی جای زبان می‌گیرند. این امر موجب تغییرات مداوم و غیرمنتظره در نحوه ارتباط‌شـان با مخاطب هدف می‌شود. به طوری که بعد از مدت زمانی کوتاه دیگر هیچ‌کس امکان تشخیص یک برند از دیگری را نخواهد داشت.

اگر فکر می‌کنید بحث زبان و لحن برند کمی برای‌تان گیج‌کننده است، اصلا لازم نیسـت با عجله دست به انتخاب یکی از آنها بزنید. در عوض با دوستان‌تان حسابی مشورت کرده و بهترین گزینه ممکن را برای کسب و کارتان انتخاب کنید. اینطوری کلی فرصت دارید تا با دوستان و همکاران درباره گزینه‌های مختلف بحث کنید. فکر می‌کنم شـما هم قبول داشته باشید انتخابی که از دل بحث طولانی بیرون بیاید، مطمئن‌تر خواهد بود، مگر نه؟

صورت‌بندی داستان برند

آیا برندی را سراغ دارید که بدون یک داستان جذاب و حماسی توانایی اثرگذاری بر روی مخاطب را داشـته باشـد؟ اجازه دهیـد کارمان در این بخش را با یک مثال سـاده شـروع کنیم. برند تسـلا در طول یک دهه اخیر محبوبیت رو به رشـدی پیدا کرده اسـت. به طـوری که اگر همین حالا از بعضی‌ها درباره سابقه این برند سوال کنیم، فکر می‌کنند دست‌کم ۱۰۰سـالی هست که تسلا مشغول تولید خودروست. سوال اصلی در این میان نحوه اثرگذاری برندهایی مثل تسلا بر روی مخاطب است.

اگر بخواهیم یک راست سراغ مهمترین گزینه درباره تسلا برویم، باید به داستان حماسی‌اش اشاره کرد. البته این داستان بی‌نهایت هم ساده است. ماجرا از این قرار است که تسلا در داستان برندش بر روی اهمیت توسعه خدمات حمل و نقل و کاهش هزینه خرید و نگهداری خودرو تاکید دارد. به همین خاطر سراغ اتومبیل‌های برقی رفته است. نکته جالب اینکه آنها بحث‌های زیست محیطی را نیز مدنظر دارند. به این ترتیب مشتریان تسلا عمـلا با خرید از این برند دو هدف را برآورده می‌کنند. اول از همه هزینه حمل و نقل‌شـان به شـدت کاهش پیدا می‌کند، دوم هم اینکه گامی به سوی محیط زیست سالم‌تر برمی‌دارند.

حـالا که یک مثال واقعی را مورد بررسـی قرار دادیم. باید به یک نکته اضافی نیز توجه کنیم. چه چیزی داستان برندها را از هم متمایز می‌کند. اگر دقت کرده باشید، برندهایی که براساس ارزش‌های محوری‌شان دست به تولید داستان می‌زنند، همیشه موفق‌تر از دیگران هستند.

برنـد نایک در طول دهه‌های اخیر دائمـا در تلاش برای تقویت روحیه مردم به منظور ورزش بیشتر بوده است. در این مسیر حمایت از ورزشکاران مختلف، به ویژه آماتورها، همیشه جزو برنامه این برند بوده است. بنابراین جای تعجب ندارد که شعارهای تبلیغاتی یا حتی کمپین‌های بازاریابی این برند در راستای تحقق این ارزش‌ها صورت‌بندی شود.

اگر شـما به ارزش‌های محوری برندتان پایبند نباشـید، به مرور زمان مشتریان دیگر کارتان را جدی نخواهند گرفت. پس برای بهبود اوضاع‌تان در بازار هم که شـده، بد نیسـت کمـی کارتان را جدی‌تـر دنبال کنید. اینطـوری فرصت کافی بـرای اثرگذاری بهتر بر روی مشـتریان خواهید داشت. ماجرا جالب شد، نه؟

استفاده از یک استایل خاص

هر کسب و کاری در دنیا یک استایل ویژه برای خودش دارد. مثلا برند گوچی را در نظر بگیرید، این برند همیشـه استایلی شیک و لوکس برای خودش در نظر گرفته اسـت. به طوری که مشـتریان هدفش نیز معمولا چنین استایل یا سبک زندگی را دنبال می‌کنند.

وقتـی درباره اسـتایل برند حـرف می‌زنیم، در واقع به سـبک زندگی پیشـنهادی‌اش توجه داریم. مثلا برندهایی مثل مک دونالد سبک زندگی شهری و بی‌نهایت سریع را توسعه می‌دهند. در نقطه مقابل رد بول زندگی همـراه با هیجان بالا را توصیه می‌کند. کسـب و کارهایـی که در حوزه بهداشت و زیبایی فعالیت دارند، به طور مشابه توجه به خود و زندگی سالم را در کانون توجه قرار می‌دهند. اینکه شـما چه نوع سـبک زندگی برای مشـتریان‌تان در نظر می‌گیرید، بسـتگی به تجربه‌تان در بازار و صدالبته هویت برند دارد. بنابراین لازم نیست کارتان را خیلی سخت جلو برده یا آن را بی‌نهایت پیچیده سازید. در عوض خیلی راحت به مرور اوضاع کسب و کارتان پرداخته و دست به انتخابی منطقی بزنید. یادتان باشد، هر انتخابی که شما در این رابطه داشته باشید، تاثیر بلندمدتی بر روی برندتان خواهد داشت. به زبان خودمانی، شما نمی‌توانید استایل برندتان را هر روز عوض کنید. پس هنگام انتخاب کمی جدی‌تر بحث را دنبال نمایید.

حضور در شبکه‌های اجتماعی

اگر تا اینجا حوصله کردید و با ما همراه بودید، دیگر به بخش‌های پایانی کار نزدیک شـده‌ایم. حالا شـما باید فکری به حال هویت آنلاین برندتان کنید. منظور ما از این عبارت آمادگی برای حضور در شبکه‌های اجتماعی اسـت. خب شـما که در دهه ۹۰ میلادی مشغول برندسازی نیستید که نیازی به استفاده از اینترنت نباشد.

این روزها مردم بیشـتر کارهای‌شان را در دنیای آنلاین دنبال می‌کنند. بنابراین اگر شـما نتوانید به خوبی با این حوزه هماهنگ شـوید، کلاه‌تان پس معرکه خواهد بود.

اجازه دهید قبل از اینکه بحث را بیشتر جلو ببریم، یک سوال کلید مطرح کنیم. به نظر شـما برندی که در دنیای آنلاین حضور ندارد، شانسی برای گسترس دامنه مشتریانش خواهد داشت؟ بی‌شک جواب این سوال منفی است. پس چرا تا حالا به فکر حضور در شبکه‌های اجتماعی نیفتاده‌اید؟

یادتان باشد، شما قرار نیست در همه شبکه‌های اجتماعی حضور داشته باشید. در عوض بد نیست کمی منطقی‌تر کار را دنبال کنید. هرچه باشد بودجه شـما بی‌نهایت محدود است و برای حضور در تمام پلتفرم‌ها کافی نیست. بی‌شک هر کسی در این دنیا درک درستی نسبت به پلتفرم‌های محبـوب دارد. مثلا اینسـتاگرام، ایکس، تیک تـاک و یوتیوب باید جزو گزینه‌های مد نظر شـما باشد. حالا اگر فکری به حال فیس‌بوک یا اسنپ چت نکردید، خیلی جای دوری نمی‌رود.

وقتی شـما بودجه محدودی دارید، باید از آن نهایت اسـتفاده را ببرید. در این میان هیچ عذر و بهانه‌ای برای بی‌توجهی به شـبکه‌های اجتماعی پذیرفته نیست. بنابراین شما باید کارتان را به بهترین شکل ممکن دنبال کنید. این روزها حضور در شبکه‌های اجتماعی بدون استفاده از محتوای دیداری اصلا امکان‌پذیر نیسـت. پس باید به فکر تهیه ویدئو و عکس‌های باکیفیت از محصولات یا جزییات مربوط به برندتان باشید. شاید فکر کنید برای این کار نیاز اساسـی به یک عکاس حرفه‌ای احساس می‌شود. خب در این صورت ما یک راهکار بهتر برای شما سراغ داریم. کافی است کمی به دوربین گوشـی‌تان اعتماد کرده و خلاقیت‌تان برای عکاسی متفاوت را امتحان کنید. اینطوری خیلی بهتر فرصت اثرگذاری بر روی مخاطب‌تان را خواهید داشـت. باور کنید یا نه، این روزها بیش از ۸۰ درصد ترافیک اینترنت مربوط به محتوای ویدئویی اسـت. پس اگـر فکر کرده‌اید بدون ویدئو شانسـی برای یکه‌تازی در شبکه‌های اجتماعی دارید، باید حسابی ناامیدتان کنیم. مزیت اصلی حضور در شبکه‌های اجتماعی امکان رقابت با برندهای بزرگ و کوچک بدون نیاز به بودجه‌های کلان اسـت. از این نظر پلتفرم‌های اجتماعی زمین بازی برابری برای رقابت برندها فراهم کرده‌اند.

نکتـه دیگری که باید مدنظر قرار دهید، اهمیت حضور همیشـگی در کنار مشتریان است. اینطوری شما دائما حضورتان را به مشتریان یادآوری خواهید کرد. به همین خاطر استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای کسب و کار شما ضروری خواهد بود. پس منتظر چه هستید؟ همین حالا دست به کار شده و شبکه‌های اجتماعی را زیر سلطه خود درآورید!

توجه به عنصر تداوم

برندینگ کاری نیست که شما الان انجام داده و فردا با پشیمانی دوباره اصلاحـش کنید. البته تغییرات کوچک برای تـداوم هویت برند ضروری اسـت، اما تغییرات بزرگ هیچ وقت خوب از آب درنمی‌آید. بنابراین شما باید فکری به حال عنصر تداوم در کارتان کنید.

اگـر تمام مراحل قبلی این مقاله را با عجله فـراوان دنبال کرده‌اید، بد نیسـت کمی سـرعت‌تان را کم کنید؛ چراکه تصمیم‌گیری‌های سـریع معمولا پشـیمانی به همراه دارد. توصیه ما در این میان برندینگ به مثابه کار گروهی اسـت. اینطوری فرصت بیشـتری برای تأمل درباره جزییات خواهید داشت. ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم کار عجله‌ای هیچ وقت نتیجه خوبی به همراه نخواهد داشت. پس بهتر است قبل از اینکه حسابی خودتان را به دردسر بیندازید، کمی درباره جزییات این فرآیند فکر کنید. اینطوری دیگر لازم نیست دم به دقیقه کارتان را از اول شروع کرده یا طرح برندتان را کاملا دور بریزید.

بد نیسـت برای چند دقیقه خودتان را به جای یک مشتری قرار دهید که برند محبوبش دائما لوگو و سـایر اجزای برند را تغییر می‌دهد. شـما را نمی‌دانـم، ولی من که بعـد از مدت کوتاهی کاملا قید چنین برندی را خواهم زد. خب اگر یک برند هیچ بویی از ثبات نبرده، چه تضمینی هست در زمینه ارائه خدمات به مشتریان ثبات داشته باشد؟

سخن پایانی

برندینگ برای کسـب و کارهای کوچک معمولا دردسـرهای بیشتری به همراه دارد. بسـیاری از کارآفرینـان فکر می‌کنند طراحی برند فقط با یـک بودجه عالی امکان‌پذیر اسـت. به همین خاطر وقتی کسـب و کار کوچک‌شان را راه‌اندازی می‌کنند، اصلا به فکر برندسازی نیستند؛ چراکه دائما منتظر فرصتی برای فراهم سازی بودجه‌های کلان هستند.

ما در این مقاله سعی کردیم نوع نگاه کارآفرینان به حوزه برندینگ را تا حدی تغییر دهیم. شما لازم نیست حتما بودجه‌های چند میلیون دلاری داشـته باشـید تا یک برند عالی خلق کنید. در عوض کسـب و کارهای کوچـک با همین وضع محدودیت مالی امـکان موفقیت در بازار را دارند. پس چرا دست رو دست گذاشته‌اید؟ همین حالا کارتان را شروع کرده با اسـتفاده از توصیه‌های مورد بحث در این مقاله اوضاع را به سود خودتان تغییر دهید. هرجا هم نیاز به کمک داشـتید، ما در روزنامه فرصت امروز آماده همراهی با شما هستیم.

منابع:
https://buffer.com/library/small-business-branding/
https://www.constantcontact.com/blog/small-business-branding/

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

برابر رای شماره ۱۴۰۲۶۰۳۱۲۰۰۸۰۰۰۶۸۸ تاریخ ۱۴۰۲/۲/۲۸ و رای اصلاحی شماره ۱۴۰۲۶۰۳۱۲۰۰۸۰۰۲۳۷۱ تاریخ ۱۴۰۲/۷/۵ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی شهرستان آق قلا پرونده کلاسه ۱۴۰۱۱۱۴۴۱۲۰۰۸۰۰۰۰۱۱ تصرفات مالکانه و بلامعارض متقاضی آقای نورالدین سن سبلی فرزند عبدالمجید به شماره شناسنامه ۲۳ کد ملی ۴۹۷۹۸۴۵۱۶۹ صادره از آق قلا درششدانگ یک قطعه زمین مزروعی مساحت ۳۵۸۵۳/۰۴ متر مربع، در قسمتی از باقیمانده ششدانگ پلاک شماره ۱ - اصلی واقع در اراضی انبار الوم بخش ۱۳ - حوزه ثبتی ملک شهرستان آق قلا از سهمی ۱ -نورالدین سن سبلی از سند قطعی ۵۶۱۲۱ مورخه ۱۳۹۹/۱۲/۲۰ دفترخانه ۹۸ آق قلا به میزان ۱۷۵۰۰ متر مربع و باقیمانده به مساحت ۰۴ / ۱۸۳۵۳ متر مربع از سهمی سلطان اونق و انا محمد سن سبلی و امان محمد سن سبلی کما فرض اله تائید گردیده است لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز اگهی میشود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین اگهی 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.

شناسه آگهی:۱۶۰۲۴۸۴

تاریخ انتشار نوبت اول : روز سه شنبه ۱۴۰۲/۸/۲۳ تاریخ انتشار نوبت دوم : روز چهارشنبه ۱۴۰۲/۹/۸

مهناز جهانفر – سرپرست اداره ثبت اسناد و املاک آق قلا

آگهی آراء هیات حل اختلاف موضوع ماده یک قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی

در اجرای ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه اجرایی قانون یاد شده اسامی افرادی که اسناد عادی یا رسمی آنان در هیات مستقر در اداره ثبت اسناد و املاک شیروان رسیدگی و تایید قرار گرفته جهت اطلاع در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز در دو نشریه آگهی های ثبتی (کثیر الانتشار و محلی) بشرح ذیل آگهی می گردد.

۱-برابرکلاسه۱۸۰-۱۴۰۲ورأی شماره۱۴۰۲۶۰۳۰۷۱۱۴۰۰۳۷۳۲ خانم نیره غلامیان فرزند محمدابراهیم در ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی به مساحت ۱۱۴۷۲ مترمربع مفروز ومجزا شده از ۱۳اصلی مزرعه شیروان واقع درقطعه۳شیروان بخش۵قوچان ازمحل مالکیت محمدابراهیم‌غلامیان

۲-برابرکلاسه۱۷۹-۱۴۰۲ورأی شماره۱۴۰۲۶۰۳۰۷۱۱۴۰۰۳۷۳۴ خانم نیره غلامیان فرزند محمدابراهیم در ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی به مساحت ۲۱۴۰۸ مترمربع مفروز ومجزا شده از ۱۳اصلی مزرعه شیروان واقع درقطعه۳شیروان بخش۵قوچان ازمحل مالکیت محمدابراهیم‌غلامیان

۳-برابرکلاسه۰۳۲-۱۴۰۰ورای شماره ۱۴۰۲۶۰۳۰۷۱۱۴۰۰۳۷۳۸ آقای وحید صادق پور فرزندمحمد درششدانگ یکقطعه باغ مشجر به مساحت ۴۱۱۴متر مربع مفروز ومجزاشده ازپلاک ۱۱۲فرعی ازپلاک ۱۰ اصلی واقع دربخش۵قوچان ناحیه۳شیروان موسوم به اراضی محمدعلی خان خریداری ازشیرمحمد پناهی

۴- برابرکلاسه۳۱۰- ۱۴۰۲ورای شماره۱۴۰۲۶۰۳۰۷۱۱۴۰۰۳۲۰۱آقای اسداله حاتمی فرزندکردو درششدانگ یک باب منزل به مساحت ۲۶۸/۱۹مترمربع قسمتی از پلاک باقیمانده ۱۲فرعی از ۱ اصلی واقع درقطعه۴شیروان بخش۵قوچان ازمحل مالکیت مشاعی خودمتقاضی به این وسیله به فروشندگان و مالکین مشاعی و اشخاص ذینفع در آرای اعلام شده ابلاغ می گردد چنانچه اعتراضی دارند باید از انتشار اگهی و در روستاها از تاریخ الصاق در محل تا دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند. معترضین باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نمایند و گواهی تقدیم دادخواست به اداره ثبت محل تحویل دهند. در صورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل ارائه ننماید اداره ثبت مبادرت به صدور سند خواهد نمود .ضمنا صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نخواهد بود.

تاریخ انتشار نوبت اول:۱۴۰۲/۰۹/۰۸

تاریخ انتشار نوبت دوم :۱۴۰۲/۰۹/۲۳

علی محمودی - رئیس اداره ثبت اسناد و املاک شیروان

آگهی فقدان سند مالکیت ۸۵/۱۲۳

ورثه مرحوم ایمور پور محمد به استناد دو برگ استشهاد محلی که به امضاء شهود و گواهی دفترخانه ۵ دوگنبدان رسیده است که سند مالکیت ششدانگ یک باب خانه به پلاک ۱۲۳ فرعی از ۸۵ اصلی واقع در قطعه یک بخش پنج دوگنبدان که به علت سهل انگاری مفقود گردیده و خواهان صدور سند مالکیت المثنی از این اداره گردیده لذا مراتب به استناد ماده ۱۲۰ آئیین نامه قانون ثبت آگهی میشود تا چنانچه کسی مدعی انجام معامله نسبت به ملک یا وجود معامله سند مالکیت ۳۶۷۱۳۸ باشد از تاریخ نشر این آگهی ظرف ۱۰ روز اعتراض خود را به ضمیمه اصل سند مورد معامله به این اداره اعلام ورسید دریافت نمایید تا مورد رسیدگی قرار گیرد والا پس از انقضای مدت مذکور و نرسیدن واخواهی و یا در صورت اعتراض اصل سند ارائه نشود نسبت به صدور سند مالکیت المثنی طبق مقررات اقدام خواهد شد. م/الف ۱۴۰۲۸۵۶۲۰۰۰۲۰۰۴۵۸۴

تاریخ انتشار :۱۴۰۲/۰۹/۰۸

علیدوست باری زاده مدیر واحد ثبتی حوزه ثبت ملک از طرف عزت اله امیری دوگنبدان

شماره:۰۲/۹۰فرصت

مفقودی

سندسبز- سند کمپانی و سند قطعی خودروی سواری مزدا – تیپ:N۳ - برنگ:خاکستری صدفی متالیک - مدل:۱۳۹۰- متعلق به آقای علیرضا افراء – فرزند:محمدصادق بشماره ملی: ۰۱۵۰۲۹۱۷۱۱ــــــ شماره پلاک: ۶۸ ایران۸۲۶ ط۲۴ بشماره موتور: LF۱۱۱۳۵۳۳۵ شماره شاسی: NAGSXCC۲۳B۸۶۰۴۸۵۰ مفقودگردیده واز درجه اعتبار ساقط می باشد .

معاون علمی،فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان ریاست جمهوری:

از پروژه‌های فناورانه فولاد مبارکه حمایت می‌کنیم

آیین امضای سندهای همکاری توسعه اقتصاد دانش‌بنیان در حوزه صنایع فلزی و معدنی در حاشیه دومین روز از بیستمین نمایشگاه بین‌المللی متالورژی ایران‌متافو برگزار شد.

آیین امضای سندهای همکاری توسعه اقتصاد دانش‌بنیان در حوزه صنایع فلزی و معدنی در حاشیه دومین روز از بیستمین نمایشگاه بین‌المللی متالورژی ایران‌متافو، با حضور عباس علی‌آبادی، وزیر صنعت، معدن و تجارت، روح‌اله دهقانی فیروزآبادی، معاون علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان ریاست‌جمهوری، محمدرضا موثقی‌نیا، معاون وزیر صمت و رئیس هیئت عامل ایمیدرو، عزت‌اله اکبری تالارپشتی، رئیس کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی، محمدیاسر طیب‌نیا، مدیرعامل شرکت فولاد مبارکه و امیر خرمی‌شاد، مدیرعامل شرکت صنایع ملّی مس ایران برگزار شد.

وزارت صمت و ایمیدرو به همراه شرکت فولاد مبارکه و شرکت ملّی صنایع مس ایران با معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان ریاست‌جمهوری سند همکاری امضا کردند. همچنین تفاهم‌نامه در زمینه اقتصاد دانش‌بنیان و بومی‌سازی بین معاونت علمی، فناوری و دانش‌بنیان ریاست‌جمهوری، شرکت فولاد مبارکه و ایمیدرو امضا شد. موافقت‌نامه همکاری مشترک در زمینه هوشمندسازی معادن مس و تکمیل فناوری‌های وابسته بین معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان ریاست‌جمهوری، وزارت صنعت، معدن و تجارت، ایمیدرو و شرکت ملّی صنایع مس ایران منعقد شد.

تفاهم‌نامه همکاری احداث واحد ۳۰۰ هزارتنی برای فرآوری و نوآوری مواد معدنی هماتیتی به مگنتیتی به روش توسعه فناوری‌های RHF بین معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان ریاست‌جمهوری، شرکت فولاد سنگان، هورمان صنعت شریف و شرکت پشتیبانی و توسعه فناوری و نوآوری فولاد مبارکه نیز به امضا رسید.

تقدیر وزیر صمت از فولاد مبارکه برای حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان

عباس علی‌آبادی، وزیر صنعت، معدن و تجارت در آیین امضای سندهای همکاری توسعه اقتصاد دانش‌بنیان در حوزه صنایع فلزی و معدنی گفت: باید به سمت هوشمندی نوآوری رفته و دنیا را در اختیار بگیرید و رهبری هوشمندانه داشته باشید و پیشران باشید. وی افزود: اشتغال‌آفرینی هوشمندی است و استفاده وسیع از عقلانیت ضروری است. نوآوری محور اصلی همه حرکت‌هاست؛ امروز باید ظرفیت شرکت‌های دانش‌بنیان را به صنایع بزرگ متصل کنیم تا بتوانیم از مسیر عقل آینده را بسازیم.

وزیر صنعت، معدن و تجارت در حاشیه آیین امضای سندهای همکاری توسعه اقتصاد دانش‌بنیان در حوزه صنایع فلزی و معدنی در جمع خبرنگاران با بیان این که اتصال شرکت‌های دانش‌بنیان به صنایع بزرگ اتفاق مبارکی است و این مهم نباید در حد سخنرانی و صحبت بماند، اظهار کرد: در این آیین ۲۱ قرارداد منعقد شد که می‌تواند تحول چشمگیری را در خلق ثروت از مسیر دانش و فناوری رقم بزند.

وی در ادامه افزود: به شرکت فولاد مبارکه به دلیل پیگیری و حمایت از دانش‌بنیان‌ها و به شرکت‌های دانش‌بنیان که توانستند اعتماد این شرکت را برای عقد قرارداد جلب کنند، تبریک می‌گویم.

وزیر صنعت، معدن و تجارت در خصوص چگونگی رهبری هوشمندانه در حوزه صنعت خاطرنشان کرد: تا امروز ظرفیت‌های پژوهشی کشور در استخدام دیگران بوده است، حال وقت آن رسیده که ما این ظرفیت را استفاده کنیم. اگر قرار است ظرفیت‌های عقلانی و پژوهشی دنیا را برای رفع تقاضای خودمان بسیج کنیم، بهتر است از نظام مدیریت دانش داخلی استفاده کرده و آن را به سمت تقاضاهای داخلی و متناسب با فرهنگ خود و آنچه که می‌خواهیم در آینده بسازیم، سوق دهیم.

وزیر صنعت، معدن و تجارت در خصوص نقش دانش‌بنیان‌ها در رهبری هوشمندانه اذعان داشت: این شرکت‌ها بازیگران اصلی رهبری هوشمندانه هستند، این که ذهن همه ما در صنعت و بالاترین سطح دولت به این زمینه سوق پیدا کرده، فرصت مغتنمی برای نقش‌آفرینی دانش‌بنیان‌هاست و این امر همواره مورد تأکید مقام معظم رهبری بوده است.

واحدهای فولادی کشور به فولاد مبارکه نگاه می‌کنند

روح‌اله دهقانی فیروزآبادی، معاون علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان ریاست‌جمهوری در آیین امضای سندهای همکاری توسعه اقتصاد دانش‌بنیان در حوزه صنایع فلزی و معدنی گفت: در دوره چهارم معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان ریاست‌جمهوری، دو رویکرد جدی و مستقل داریم که عبارت است از توسعه فناوری با نگاه کاشتن برای آینده و ایجاد ستادهای توسعه اقتصاد دانش‌بنیان با هدف نفوذ فناوری‌ها به بخش‌های صنعت و اقتصاد واقعی کشور. قانون جهش تولید دانش‌بنیان که در مجلس شورای اسلامی به تصویب رسید، باقیات‌الصالحاتی برای این مجلس است و امیدوارم همه کسانی که در این حوزه دخیل هستند به این قانون پایبند باشند؛ چراکه اجرای آن برکات زیادی در پی خواهد داشت.

وی افزود: ۲۱ پروژه از ۲۶ پروژه پیشنهادی فناورانه شرکت فولاد مبارکه مورد تایید معاونت علمی، فناوری و اقتصاد دانش‌بنیان ریاست‌جمهوری قرار گرفته که نیازمند ۸۶۰ میلیارد تومان سرمایه‌گذاری هستند و ما از آن‌ها حمایت می‌کنیم. جریانی که پشت سر این اتفاق ایجاد می‌شود، فولادی‌های کشور به فولاد مبارکه نگاه می‌کنند و این نگاه منجر به راه‌افتادن جریان خواهد شد. شرکت ملّی صنایع مس ایران نیز در همین مسیر در حال حرکت است. امیدوارم انعقاد قراردادهای امروز پربرکت و سبب خیر برای صنایع کشور باشد.

ضرورت توجه به مباحث نوآورانه و خلاقانه در توسعه اقتصاد دانش‌بنیان صنایع فلزی و معدنی

محمدرضا موثقی‌نیا، معاون وزیر صمت و رئیس هیئت‌عامل ایمیدرو در آیین امضای سندهای همکاری توسعه اقتصاد دانش‌بنیان در حوزه صنایع فلزی و معدنی گفت: مباحث نوآورانه و خلاقانه در توسعه اقتصاد دانش‌بنیان صنایع فلزی و معدنی اهمیت زیادی دارد، چراکه دیگر نمی‌توانیم برای توسعه، به ابزارها و روش‌های سنتی تکیه کنیم.

وی در ادامه افزود: امضای سندهای همکاری امروز، مسیر ما را برای ورود به نهضت توسعه و پیشرفت هموار می‌کند. تاکیدات مقام معظم رهبری بر ضرورت توجه به بخش معدن کشور، وظیفه ما را سنگین‌تر می‌کند تا در حلقه‌های مختلف معدن (از اکتشاف تا محصولات نهایی)، بتوانیم یک نهضت توسعه‌ای ایجاد کنیم.

فولاد مبارکه درصدد یکپارچه‌سازی و مجموعه‌سازی شرکت‌های فناور کشور است

محمدیاسر طیب‌نیا، مدیرعامل شرکت فولاد مبارکه در آیین امضای سندهای همکاری توسعه اقتصاد دانش‌بنیان در حوزه صنایع فلزی و معدنی گفت: فولاد مبارکه طی دهه‌های گذشته مسیر ادامه‌داری در حوزه نوآوری شروع کرده است؛ ساخت فولاد مبارکه از دهه ۶۰ آغاز و در دهه ۷۰ نیز تولید در این مجموعه شروع شد؛ امروز علی‌رغم همه محدودیت‌ها، دانش بهره‌برداری در این شرکت نهادینه شد و با ۱۰۰ درصد ظرفیت در حال فعالیت است. وی افزود: فولاد مبارکه در دهه ۹۰ با مشکل تحریم مواجه شد و سطح و دانش بهره‌برداری آن نتوانست ارزش‌افزوده پایدار را تامین کند و اینجا بود که نهضت بومی‌سازی به مدد تحریم‌ها آغاز و دانش آن در این شرکت نهادینه شد؛ بالای ۹۰ درصد نیاز فولاد مبارکه داخلی‌سازی شده و دانش بومی‌سازی نیز در این مجموعه نهادینه شده است. مدیرعامل شرکت فولاد مبارکه خاطرنشان کرد: امروز در دهه چهارم فعالیت، همچنان نیاز به ارزش افزوده بیشتر هستیم و فراتر از نهضت بومی‌سازی، نیاز به نگاه رو به آینده هستیم. ضریب بهره‌برداری فولاد مبارکه ۱۰۰ درصد است و این یکی از رموز موفقیت و سودآوری این شرکت است. ما هنوز توانایی توسعه تکنولوژی و خلق ارزش افزوده از طریق نوآوری و فناوری را نداریم و همین امر سبب شده تا استفاده حداکثری از ظرفیت‌ها را در دستور کار قرار دهیم.

وی اذعان داشت: امروز رقبای جهانی ما علاوه بر تولید فولاد، به اقدامات دیگر نوآورانه نیز می‌پردازند، بنابراین باید توسعه تکنولوژی و خلق ارزش افزوده از طریق نوآوری و دانش را دنبال کنیم. برای تولید حداکثری، زیرساخت‌های زیادی ازجمله توسعه ریلی و نیروگاهی را ایجاد کرده‌ایم.

طیب‌نیا بیان کرد: فولاد مبارکه نیازمند زیرساخت‌های نوآوری و فناوری است و طی ۱.۵ سال اخیر در این حوزه پرقدرت ورود پیدا کرده و گام‌های جدی برداشته است. فولاد مبارکه درصدد ایجاد زیرساخت و فرایندسازی برای شروع راهی پرشتاب و پرخطر برای استفاده از ظرفیت‌های دانش‌بنیان‌هاست. وی یادآور شد: فولاد مبارکه پس از انجام سرمایه‌گذاری‌های خطرپذیر، امروز در مرحله دوم درصدد طبقه‌بندی، یکپارچه‌سازی و مجموعه‌سازی شرکت‌های فناور است. در این مرحله باید کنسرسیوم‌های متشکل و هدفمندی شکل دهیم و زیرساخت‌های حوزه نوآوری و فناوری را ایجاد کنیم که این حرکت راهبردی و مبتنی بر مطالعات و تجربیات دهه‌های اخیر است.

طیب‌نیا پایان اضافه کرد: فولاد مبارکه از میان ۲۰۰ شرکت دانش‌بنیان، در بیش از ۲۸ شرکت با موضوعات آب و انرژی، معادن کم‌عیار، تامین تجهیزات و توسعه محصولات، سرمایه‌گذاری کرده است.

آگهی فراخوان پیمانکاران

نوبت دوم

شناسه آگهی: ۱۶۰۸۶۷۳

وزارت راه و شهرسازی
شرکت فرودگاه‌ها و ناوبری هوایی ایران

شرکت فرودگاهها و ناوبری هوایی ایران در نظر دارد مناقصه عمومی پروژه اجرای سقف ترمینال پروازهای داخلی فرودگاه ابوموسی را بر اساس قانون برگزاری مناقصات از طریق مناقصه عمومی یک مرحله ای همزمان با ارزیابی کیفی (فشرده)، به شماره ۲۰۰۲۰۰۱۰۱۰۰۰۰۰۵۹ از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید.

کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکتها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند.

۱- مناقصه گران باید دارای پروانه بهره برداری و ساخت سازه های فلزی زیپ پانل ها از وزارت صنعت معدن و تجارت باشند.

۲- برآورد اولیه پروژه به مبلغ ۴۵،۸۱۰،۵۰۰،۰۰۰ (چهل و پنج میلیارد و هشتصد و ده میلیون و پانصد هزار) ریال می باشد.

۳- مدت اجرای پروژه ۸ ماه و مدت تضمین ۲۴ ماه می باشد.

۴- میزان سپرده شرکت در مناقصه به مبلغ ۲،۲۹۰،۵۲۵،۰۰۰ (دو میلیارد و دویست و نود میلیون و پانصد و بیست و پنج هزار) ریال می باشد که بر اساس آیین نامه تضمین معاملات دولتی به شماره ۱۲۳۴۰۲/ت۵۰۶۵۹-هـ مورخ ۹۴/۹/۲۲ مورد پذیرش خواهد بود.

۵- تاریخ انتشار اسناد مناقصه در سامانه ، مهلت زمانی دریافت اسناد مناقصه از سایت مهلت زمانی ارسال پیشنهاد و زمان بازگشایی پاکتها در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت اعلام می گردد.

۶- آدرس کارفرما جهت ارائه فیزیکی پاکتهای «الف»، تهران- فرودگاه مهرآباد- خیابان معراج- ساختمان شرکت فرودگاهها و ناوبری هوایی ایران - طبقه چهارم- اداره کل عمران وتوسعه فرودگاهها، تلفن ۶۳۱۴۸۵۷۹ -۰۲۱ و ۶۳۱۴۸۵۵۱-۰۲۱ می باشد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۰۹/۰۴ — تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۰۹/۰۸

شرکت فرودگاهها و ناوبری هوایی ایران
معاونت عملیات فرودگاهی – اداره کل عمران و توسعه فرودگاهها

۶۲۱

آگهی تجدید مناقصه عمومی یک مرحله ای

(شماره مناقصه: ۸۷۱۲۰۰۰۲)، (کد فراخوان در پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات: ۵۳۱۵۹۳۷۴)
(شماره فراخوان در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت: ۲۰۰۲۰۹۱۵۹۲۰۰۰۰۵۸)

نوبت دوم

شناسه آگهی : ۱۶۱۰۲۴۶

شرکت انتقال گاز ایران (منطقه ۸ عملیات انتقال گاز)

نام و نشانی دستگاه مناقصه گزار: شرکت انتقال گاز ایران (منطقه ۸ عملیات انتقال گاز) به نشانی تبریز-کیلومتر ۱۵ جاده تبریز-آذرشهر- بعد از سه‌راهی پالایشگاه - نرسیده به شهرک صنعتی شهید رجایی- ساختمان مرکزی منطقه هشت عملیات انتقال گاز، سایت اینترنتی www.mgcdistf8.ir

۱ـ موضوع و نوع تجدید مناقصه: لوازم ۲۴۰۰۰ ساعت چهار دستگاه کمپرسور هوای اطلس کوپکو مدل G/A110 (شماره مناقصه ۸۷۱۲۰۰۰۲) به مدت پنج ماه تقویمی بصورت عمومی یک مرحله ای با ارزیابی کیفی (فشرده)

۲ـ مبلغ برآورد اولیه: مبلغ برآورد کارفرما ۱۶/۲۴۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال می باشد.

۳- قیمت ها متناسب با کالای ساخت داخل با لحاظ کیفیت ارائه گردد.

۴ـ مبلغ تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار: ۸۱۲/۰۰۰/۰۰۰ ریال (هشتصد و دوازده میلیون ریال) مطابق بند الف ماده ۶ آیین نامه تضمین معاملات دولتی (تصویب نامه شماره ۱۲۳۴۰۲/ت ۵۰۶۵۹ تاریخ ۱۳۹۴/۰۹/۲۲) در وجه شرکت انتقال گاز ایران (منطقه ۸ عملیات انتقال گاز)

* مناقصه گران مکلفند ضمن بارگذاری تصویر ضمانتنامه مذکور در سامانه ستاد، پاکت الف (حاوی اصل ضمانت نامه) را به صورت فیزیکی حداکثر تا روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۹/۲۹ ساعت ۱۱:۰۰ تحویل دستگاه مناقصه گزار به نشانی تبریز-کیلومتر ۱۵ جاده تبریز - آذرشهر، بعد از سه‌راهی پالایشگاه، نرسیده به شهرک صنعتی شهید رجایی، ساختمان مرکزی منطقه هشت عملیات انتقال گاز، طبقه سوم، اتاق ۴۱۵ دفتر کمیسیون مناقصات نموده و رسید دریافت نمایند.

۵ـ نحوه دریافت اسناد مناقصه، فرمها و مدارک ارزیابی کیفی، عودت، تحویل، بازگشایی فرمها و مدارک ارزیابی کیفی و پیشنهاد قیمت مناقصه گران: کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت، تکمیل، عودت، تحویل، بازگشایی فرمها و مدارک ارزیابی کیفی و پیشنهاد قیمت مناقصه گران، از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد. لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند.

تاریخ انتشار فراخوان در سامانه روز سه شنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۹/۰۷ می‌باشد.

۵-۱- شایان ذکر است مناقصه گرانی مجاز به شرکت در این مناقصه می باشند که دارای گواهی صلاحیت معتبر پیمانکاری پایه پنج در رشته تاسیسات و تجهیزات از سازمان برنامه و بودجه (نظام فنی اجرایی)، گواهی تایید صلاحیت معتبر ایمنی پیمانکاران از اداره تعاون، کار و رفاه اجتماعی، شناسه ملی، شماره اقتصادی (سامانه شرکت) آگهی آخرین تغییرات روزنامه رسمی و گواهی نامه ثبت نام در نظام مالیات بر ارزش افزوده بوده و می بایست تصاویر این مدارک را به همراه فرمهای ارزیابی کیفی با مستندات مربوطه، ممهور به مهر و امضاء عوامل مجاز شرکت کرده در سامانه ستاد بارگذاری نمایند.

۵-۲- هزینه دریافت اسناد مناقصه، فرمها و مدارک ارزیابی کیفی از سایت سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به مبلغ ۵۰۰/۰۰۰ ریال بوده که به صورت الکترونیکی واریز خواهد شد.

۶- آخرین مهلت دریافت (دانلود) اسناد تجدید مناقصه، فرمها و مدارک ارزیابی کیفی: روز چهار شنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۹/۱۵ ساعت ۱۵:۰۰

۷- آخرین مهلت بارگذاری/ عودت اسناد تجدید مناقصه، فرمها و مدارک ارزیابی کیفی: روز چهار شنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۹/۲۹ ساعت ۱۱:۰۰

* بدیهی است پاکات قیمت مناقصه گرانی گشایش خواهد یافت که حداقل امتیاز قابل قبول را با شرط کسب حداقل امتیاز هر ردیف از ارزیابی کیفی مناقصه بدست آورده باشند. زمان و مکان گشایش پاکات پیشنهاد قیمت متعاقباً به صورت مکتوب به مناقصه گران حائز شرایط اطلاع رسانی خواهد شد. شایان ذکر است مناقصه گرانی که حداقل امتیاز ارزیابی کیفی مناقصه را کسب ننمایند پاکات پیشنهاد قیمت آنها گشایش نخواهد یافت.

۸- پیش پرداخت: ۱۵ درصد قیمت پیشنهادی

۹- جهت کسب اطلاعات بیشتر و در صورت نیاز به توضیح فنی و اجرایی با شماره تلفن ۳۱۴۴۴۷۱۵-۰۴۱ و موارد پیمانی و اسنادی با شماره تلفن ۳۱۴۴۴۱۷۸-۰۴۱ و یا ۳۱۴۴۴۱۹۱-۰۴۱ فاکس ۳۱۴۴۴۱۷۵-۰۴۱ تماس حاصل فرمائید.

۱۰- اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه :
مرکز تماس: ۱۴۵۶-۰۲۱

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۰۹/۰۷ — تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۰۹/۰۸

روابط عمومی منطقه ۸ عملیات انتقال گاز

۶۴۶

آگهی مزایده فروش واحدهای تجاری و اداری مجتمع سعدی به شماره ۶۴۹۱/ص/۳۶ مورخ ۱۴۰۲/۰۹/۰۶

نوبت اول

شناسه آگهی: ۱۶۱۳۲۶۰

بنیاد مسکن انقلاب اسلامی
حساب ۱۰۰ امام
دفتر نمایندگی ولی‌فقیه

بنیاد مسکن انقلاب اسلامی استان قزوین در نظر دارد ۵ واحد نوساز از مجتمع تجاری و اداری سعدی از پلاک ثبتی ۱۴۸ اصلی و ۳۸ فرعی واقع در بخش چهار قزوین به آدرس خیابان سعدی ، بالاتر از منبع آب نبش کوچه ملکی را طبق جدول ذیل از طریق مزایده به فروش رساند. لذا متقاضیان جهت دریافت اسناد مزایده به آدرس قزوین – خیابان سعدی – بالاتر از منبع آب – اداره کل بنیاد مسکن استان قزوین – واحد امور قراردادها مراجعه نمایند.

مبالغ به ریال می باشد

مشخصات ملک	کاربری	متراژm2	قیمت کارشناسی	تضمین شرکت در مزایده
فروش واحد تجاری شماره ۴ با مساحت همکف ۲۰۶.۷۵ مترمربع و دارای ۷۱.۶۱ مترمربع بالکن نبش کوچه محمدی و بهر خیابان سعدی	تجاری	۲۰۶.۷۵	۳۷۲.۱۵۰.۰۰۰.۰۰۰	۱۲.۴۵۴.۰۰۰.۰۰۰
	بالکن	۷۱.۶۱	۴۲.۹۶۶.۰۰۰.۰۰۰	
فروش واحد تجاری شماره ۳ با مساحت همکف ۱۷۳ مترمربع و دارای ۱۲۴.۳۰ مترمربع بالکن بهر خیابان سعدی	تجاری	۱۷۳	۲۵۹.۵۰۰.۰۰۰.۰۰۰	۹.۶۵۰.۰۰۰.۰۰۰
	بالکن	۱۲۴.۳۰	۶۲.۱۵۰.۰۰۰.۰۰۰	
فروش واحد اداری شماره ۱ طبقه اول به متراژ ۱۰۸.۳۵ مترمربع سمت جنوبی نبش کوچه محمدی و خیابان سعدی دارای پارکینگ مسقف	اداری	۱۰۸.۳۵	۴۸.۷۵۷.۵۰۰.۰۰۰	۱.۴۶۳.۰۰۰.۰۰۰
فروش واحد اداری شماره ۲ طبقه اول به متراژ ۶۸.۳۵ مترمربع سمت شرقی مشرف به خیابان سعدی دارای پارکینگ مسقف	اداری	۶۸.۳۵	۳۰.۷۵۷.۵۰۰.۰۰۰	۹۲۲.۷۳۰.۰۰۰
فروش واحد اداری شماره ۳ طبقه اول به متراژ ۷۷.۸۴ مترمربع سمت غربی دارای دسترسی به حیاط خلوت و پارکینگ مسقف	اداری	۷۷.۸۴	۳۱.۱۳۶.۰۰۰.۰۰۰	۹۳۴.۱۰۰.۰۰۰

تلفن تماس ۳۳۳۳۶۲۵۱-۳۳۳۳۰۸۰۰-۰۲۸

• کلیه شرایط و جزئیات مزایده در اسناد ذکر شده است .

• تاریخ بازگشایی پاکتهای مزایده ساعت ۱۱ مورخ ۱۴۰۲/۰۹/۲۹ می‌باشد .

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۰۹/۰۸ — تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۰۹/۰۹

بنیاد مسکن انقلاب اسلامی استان قزوین

۶۵۹

فراخوان مناقصه عمومی یک مرحله ای همزمان با ارزیابی کیفی خدمات حمل و نقل درون و برون شهری منطقه چالوس

نوبت دوم

شناسه آگهی: ۱۶۰۷۴۸۱

شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی منطقه چالوس

شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه چالوس در نظر دارد مناقصه عمومی یک مرحله ای همزمان با ارزیابی کیفی خدمات حمل و نقل درون و برون شهری منطقه چالوس را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید. کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه‌گران و بازگشایی پاکت ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیک دولت (ستاد) به آدرس : www.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند.

- اطلاعات تماس دستگاه مناقصه گزار جهت دریافت اطلاعات بیشتر در خصوص اسناد مناقصه و ارائه پاکت ها:
- مازندران - چالوس – خیابان امام رضا – ساختمان ستاد شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه چالوس – طبقه اول – دبیر خانه کمیسیون مناقصات - تلفن : ۴۱۰-۰۱۱-۵۹۷۵۵۴۰۹
- اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه مرکز تماس: ۰۲۱۴۱۹۳۴

آگهی مناقصه عمومی یک مرحله ای همزمان با ارزیابی کیفی فراخوان شماره ۲۰۰۲۰۹۲۳۰۴۰۰۰۰۰۴		نوبت چاپ اول ۱۴۰۲/۰۹/۰۷
شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه چالوس		
موضوع مناقصه	خدمات حمل و نقل درون و برون شهری منطقه چالوس	
محل انجام عملیات	مازندران –چالوس بلوار امام رضا (ع) – جنب انبار نفت	
مبلغ برآورد	۳۲،۲۳۸،۲۰۷،۳۰۹ (سی و دو میلیارد و سیصد و سی و هشت میلیون و دویست و هفت هزار و سیصد و نه) ریال	
مبلغ تضمین شرکت در مناقصه (فرایند ارجاع کار)	ضمانت نامه بانکی معتبر یا وجه نقد به مبلغ ۱،۶۱۶،۹۱۰،۳۶۵ (یک میلیارد و ششصد و شانزده میلیون و نهصد و ده هزار و سیصد و شصت و پنج ریال) دارای اعتبار سه ماهه و یا واریز وجه نقد به حساب جاری جام به شماره ۹۲۰۰۰۱۶۱/۷۷ نزد بانک ملت مرکزی چالوس با کد شناسه ۲۰۵۰۰۰۰۰۲۸ و تحویل فیش به امور مالی منطقه و اخذ رسید وجه یا سایر تضامین مورد قبول در آئین نامه تضمین معاملات دولتی	
تاریخ توزیع اسناد مناقصه	از چاپ دوم تا ۱۴۰۲/۰۹/۱۹ (از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت)	
تاریخ برگزاری جلسه توجیهی (توضیح وتشریح اسناد)	۱۴۰۲/۱۰/۰۳ راس ساعت ۹:۳۰ صبح در چالوس –بلوار امام رضا – جنب انبار نفت – طبقه سوم ساختمان ستاد منطقه چالوس	
آخرین مهلت تحویل اسناد و پیشنهاد قیمت	۱۴۰۲/۱۰/۰۹ (ساعت ۱۶:۰۰)	
تاریخ بازگشائی پاکت ها	۱۴۰۲/۱۰/۱۰ راس ساعت ۹:۳۰ صبح (شرکت در جلسه برای مناقصه گران آزاد می باشد)	
تعداد مناقصه گران جهت بازگشائی	حداقل با ۳ پیشنهاد بازگشایی انجام می شود	
تاریخ اعتبار پیشنهادات	۳ ماه از زمان بازگشائی پاکت قیمت	
شرایط اختصاصی	۱- اساسنامه و آگهی آخرین تغییرات شرکت ۲- گواهی صلاحیت انجام کار (دارای اعتبار) مرتبط با موضوع پیمان از اداره کار و امور اجتماعی ۳- گواهی صلاحیت ایمنی (دارای اعتبار) پیمانکاران از اداره کار-تعاون و امور اجتماعی استان ۴- گواهی امضاء صاحبین امضاء مجاز ۵- اخذ امتیاز ۶۰ از ۱۰۰ در ارزیابی کیفی و ارزیابی H.S.E ۶- دارای رتبه بندی طرح طبقه بندی مشاغل از اداره کار و امور اجتماعی توجه: - خرید کالای خارجی که مشابه تولید داخلی دارند توسط پیمانکار ممنوع می باشد. - قیمت ها متناسب با کالای ساخت داخل با لحاظ کیفیت ارائه گردد	
روش دریافت آگهی و اسناد مناقصه	Setadiran.ir (سامانه تدارکات الکترونیک دولت)	
جهت کسب اطلاعات بیشتر با شماره ۰۱۱۵۹۷۵۵۴۰۹ واحد مناقصات تماس حاصل فرمائید.		چاپ نوبت دوم ۱۴۰۲/۰۹/۰۸

روابط عمومی منطقه چالوس

۶۴۷

توسط شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه آذربایجان شرقی؛

مراسم گرامیداشت هفته بسیج برگزار شد

آذربایجان شرقی – ماهان فلاح: مراسم گرامیداشت هفته بسیج با حضور مدیریت، مسئولین و کارکنان شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه آذربایجان شرقی در ستاد این منطقه برگزار شد. مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه آذربایجان شرقی در مراسم گرامیداشت هفته بسیج و ۵ آذر سالروز تشکیل بسیج مستضعفین ضمن تبریک این ایام با شکوه گفت: عزت و اقتدار میهن اسلامی ایران و جبهه مقاومت مرهون پویایی فرهنگ بسیج و پیروی از آرمانهای والای ولایت می باشد. ناصر راشدی، با یاد دلاور مردیها و حماسه آفرینی های رزمندگان، ایثارگران و شهدای گرانقدر سالهای شورانگیز دفاع مقدس، اظهار کرد: این قدرت بسیج و مدیریت رهبری بود که جهان متحد علیه انقلاب اسلامی را در جبهه های نبرد زمین گیر کرد و تاکنون نیز سنگر مقاومت شکست ناپذیر و پابرجاست. راشدی افزود: اکنون صهیونیسم جنایتکار در آوردگاه نیروهای مقاومت اسلامی در منجلابی سخت گرفتار آمده است، همه اینها به برکت فرهنگ بسیجی است. در خاتمه از مربیان بسیجی که در ایام تعطیلات تابستانی در برپایی مدرسه فوتبال برای فرزندان کارکنان منطقه فعالیت چشمگیری داشتند با اهدای لوح و هدیه تجلیل بعمل آمد.

تجدید میثاق با آرمانهای والای شهدای والامقام

مدیریت، مسئولین و کارکنان شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه آذربایجان شرقی به مناسبت ۵ آذر سالروز تشکیل بسیج مستضعفین با حضور در گلزار شهدای وادی رحمت با آرمانها و ارزشهای والای شهدای گرانقدر انقلاب و سالهای دفاع و مقاومت تجدید میثاق کردند.مدیر روابط عمومی شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه آذربایجان شرقی با اعلام این خبر اظهار کرد: مدیریت، مسئولین و کارکنان این منطقه به مناسبت ۵ آذر سالروز تشکیل بسیج مستضعفین با حضور در مزار مطهر شهدای گرانقدر وادی رحمت تبریز، با آرمانهای والای بنیانگذار کبیر انقلاب اسلامی ایران حضرت امام خمینی(ره) و شهدای سالهای انقلاب، دفاع و مقاومت تجدید میثاق کردند. لازم به ذکر است همکاران ولایتمدار با نثار فاتحه و گل همراه با نوای دلنشین همکار بسیجی منطقه علیرضا اسماعیلی در فضایی معنوی و معطر به عطر لاله های سرخ شهادت یاد و خاطره شیرمردان به خون خفته را گرامی داشتند.

آیین تکریم و معارفه مدیر عامل جدید شرکت برق منطقه‌ای خوزستان برگزار شد

اهواز – شبنم قجاوند: آیین تکریم و معارفه مدیرعامل شرکت برق منطقه‌ای خوزستان برگزار و "علی اسدی" به عنوان مدیرعامل جدید این شرکت معرفی شد. در این مراسم که با حضور آرش کردی مدیرعامل شرکت توانیر، محمد خانچی معاون هماهنگی امور عمرانی استانداری خوزستان، سردار عبدالرضا حاجتی مدیرکل بنیاد حفظ آثار و نشر ارزش‌های دفاع مقدس استان، مدیران صنعت آب و برق استان و جمعی از مسئولان در ساختمان امام رضا (ع) برگزار شد، محمود دشت‌بزرگ مدیرعامل سابق این شرکت با ارائه گزارشی از دوران مسئولیت خود گفت: در طول ۹۲ ماه دوره خدمت در برق منطقه‌ای خوزستان نسبت به قبل، طول، عرض و ویژگی‌های سازمان را با تلاش همکاران، تغییر داده‌ایم. وی افزود: در این دوره خدمت، با احداث و توسعه ۱۰۸ پست انتقال و فوق توزیع ۸۷۰۰ مگاولت آمپر به ظرفیت شبکه، با احداث ۵۹ خط حدود هزار کیلومتر مدار به طول شبکه، ۳۰۰ کیلومتر هادی پرظرفیت، ۴۰۰ کیلومتر فیبر نوری و افزایش مشترکین شرکت از ۱۵ به ۳۵ مشترک اتفاق افتاده است. مدیرعامل سابق شرکت برق منطقه‌ای خوزستان تصریح کرد: در بخش بودجه جاری رشد ۳ برابری، بودجه سرمایه‌ای و سرمایه‌گذاری ۴ برابر رشد یافت و رتبه شرکت در بخش انتقال از چهارم به دوم در کشور ارتقا پیدا کرد. دشت‌بزرگ با اشاره به استفاده از ظرفیت‌های بخش خصوصی و صنایع برای توسعه شبکه، اضافه کرد: تکمیل ساختمان امام رضا (ع)، احداث ۴ نیروگاه DG، خرید تجهیزات ۱۵ پست GIS و آغاز عملیات اجرایی و بهره‌برداری تعدادی از آنها، ارتقای جایگاه شرکت و کسب رتبه برتر در جشنواره شهید رجایی، کسب رتبه‌های برتر در بخش تحقیقات، آموزش، روابط عمومی، و بسیج در صنعت برق کشور و تبدیل وضعیت نیروهای ایثارگر و جذب نیروهای حراست را از دیگر اقدامات دوران مسئولیت خود برشمرد. وی بیان کرد: صمیمانه از تعامل و همکاری مجموعه صنعت برق در استان و کارکنان شرکت برق منطقه‌ای خوزستان تشکر و قدردانی و از شما درخواست می‌کنم که نهایت تعامل و همکاری را با مدیرعامل جدید مجموعه داشته باشید. "علی اسدی" مدیرعامل شرکت برق منطقه‌ای خوزستان نیز در این مراسم با بیان اینکه خوزستان مشهد شهیدان و افتخار ایران است، گفت: ۳۰ سال در بدنه صنعت برق فعالیت کرده و از شرایط و وضعیت اطلاع کامل دارم. وی با بیان اینکه شبکه برق خوزستان شبکه پیچیده‌ای بوده و در دوره مسئولیت آقای دشت‌بزرگ اتفاقات بسیار خوبی رقم خورده است، افزود: تابستان را پیش رو داریم و لازم است برنامه‌های جدی در این زمینه برای عبور از پیک داشته باشیم و راه توسعه‌ای فعلی را ادامه دهیم. مدیرعامل شرکت برق منطقه‌ای خوزستان با بیان اینکه خوزستان پیشران برق کشور است، تصریح کرد: برق در خوزستان به مثابه اکسیژن است که باید به بدن تزریق شود و از فردا به صورت جدی با تعامل همکاران، کار و فعالیت

لازم را شروع خواهیم کرد. اسدی اظهار کرد: شرکت برق منطقه‌ای خوزستان از بدنه کارشناسی قوی برخوردار است و با تمام وجود به اتفاق همکاران و تعامل و همگرایی با شرکت‌های تولید و توزیع، راهی که برای توسعه شبکه برق خوزستان شروع شده است را ادامه خواهیم داد. وی تاکید کرد: با حمایت شرکت توانیر لازم است که طرح جامع برق منطقه‌ای خوزستان را تا افق سال ۱۴۱۰ تدوین و بازیابی کنیم. آرش کردی مدیرعامل شرکت توانیر نیز در این مراسم با بیان اینکه خوزستان به دلیل شرایطی که دارد محل آزمون مردان بزرگ است، گفت: به لحاظ حجم تاسیسات، نیروی انسانی، ظرفیت پست و خط، شاخص‌ها و پیک بار شرکت برق منطقه‌ای خوزستان دومین شرکت بزرگ برق کشور است و به لحاظ حساسیت‌های ویژه خدمتی برای مردم و تامین برق به دلیل طبیعی و غیرقابل تحمل بودن بی‌برقی، رتبه اول را دارد. وی با بیان اینکه یکی از افتخارات جمهوری اسلامی ایران سرمایه‌گذاری در صنعت برق و رشد شاخص‌ها بوده که فراتر از رشد جهانی است، افزود: از اسفند ماه ۱۳۹۴ که محمود دشت‌بزرگ مدیرعامل شرکت برق منطقه‌ای خوزستان شد به وی توصیه کردیم که خوزستان جای کار زیاد، توسعه سریع و فوری دارد و طی ۷ سال گذشته هیچ جای ایران به اندازه خوزستان در بحث شبکه (پست و خط) توسعه پیدا نکرده است. مدیرعامل شرکت توانیر با بیان اینکه این اتفاق توسعه‌ای در خوزستان باید رقم می‌خورد، ادامه داد: این توسعه به دلیل آسیب‌دیدگی زیرساخت‌ها، توسعه استان به ویژه توسعه صنایع بزرگ و وابستگی مردم به دلیل شرایط طبیعی به برق و پایداری شبکه، لازم بود که اتفاق بیفتد. کردی اضافه کرد: بعد از اتفاقات سال ۹۵ در زمینه بهره‌برداری شبکه به دلیل آلودگی و ریزگردها، اقدامات موثری بر روی شبکه برق استان انجام گرفته و اکنون بزرگترین ناوگان شستشوی مقره در اختیار شرکت برق منطقه‌ای خوزستان است که به دیگر نقاط کشور هم کمک می‌کند. وی با اشاره به تعداد پست‌های GIS که در این دوره نصب شده است، تصریح کرد: قبل از شروع پیک برای تامین برق ۳ استان تهران، مازندران و خوزستان هراس داشته‌ایم که اگر اتفاقی در شبکه رخ دهد، وضعیت ما چگونه خواهد بود که با تلاش‌های انجام شده در راستای پایداری شبکه، در خوزستان خاموشی نداشتیم و این تاب‌آوری شبکه به دلیل حجم کارهایی بود که در سالیان اخیر در شبکه انجام شد. مدیرعامل شرکت توانیر با بیان اینکه برق منطقه‌ای خوزستان اکنون یک برق منطقه‌ای در تراز اول در کشور می‌دانم، گفت: از محمود دشت‌بزرگ به دلیل اقدامات این سال‌ها قدردانی می‌کنم و این تغییرات مدیریتی که اتفاقی طبیعی است به دلیل انتقال تجربیات صورت گرفته است. کردی اظهار کرد: مدیرعامل جدید شرکت برق منطقه‌ای خوزستان فردی با تجربه است که در برق منطقه‌ای غرب با حوزه عملکرد ۳ استان فعالیت کرده و با ادبیات صادراتی و مرزی که شبیه خوزستان است، آشنایی کامل دارد و در استان‌های کرمانشاه، کردستان و ایلام سابقه موفق و درخشانی به ثبت رسانده است. وی افزود: نگاه وزیر و صنعت برق به خوزستان ویژه است و در کمیته توسعه شبکه و کمیته توزیع، ۲ مدیر صنعت برق خوزستان به دلیل همین اهمیت ویژه عضو هستند. محمد خانچی معاون هماهنگی امور عمرانی استانداری خوزستان و سردار عبدالرضا حاجتی مدیرکل بنیاد حفظ آثار و نشر ارزش‌های دفاع مقدس استان دیگر سخنرانان این مراسم تکریم و معارفه بودند که با توصیف خوزستان و اهمیت شبکه برق استان، از تلاش‌های محمود دشت‌بزرگ قدردانی و برای علی اسدی مدیرعامل جدید شرکت برق منطقه‌ای خوزستان آرزوی موفقیت کردند. کیوان خورسند معاون منابع انسانی شرکت برق منطقه‌ای خوزستان نیز به نیابت از کارکنان شرکت، از تلاش‌های محمود دشت‌بزرگ قدردانی و به علی اسدی خوشامدگویی گفت. بر اساس این گزارش در پایان مراسم، لوح تقدیرهایی از سوی آرش کردی مدیرعامل شرکت توانیر و معاونان و مدیران شرکت برق منطقه‌ای خوزستان به پاس خدمات صادقانه، به محمود دشت‌بزرگ تحویل داده شد. آرش کردی مدیرعامل شرکت توانیر همچنین طی حکمی "علی اسدی" را برای مدت ۲ سال به عنوان مدیرعامل جدید شرکت برق منطقه‌ای خوزستان منصوب کرد. قابل ذکر است حاضرین در این مراسم با حضور در یادمان شهدای گمنام شرکت برق منطقه‌ای خوزستان بر مزار شهید گمنام به قرائت دعا و فاتحه پرداختند. بر اساس این گزارش، علی اسدی مدیرعامل جدید شرکت برق منطقه‌ای خوزستان پیش از این مدیرعامل شرکت برق منطقه‌ای غرب بوده است. گفتنی است، محمود دشت‌بزرگ که از اسفند ۱۳۹۴ تاکنون مدیرعامل شرکت برق منطقه‌ای خوزستان بوده، به عنوان مدیرعامل جدید شرکت برق منطقه‌ای گیلان منصوب شده است.

افتتاح مرکز نوآوری و دفتر همکاری فولاد مبارکه در دانشگاه اصفهان

اصفهان– فایزه مرادیان: مرکز نوآوری فولاد مبارکه در دانشگاه اصفهان و دفتر همکاری‌های این شرکت با دانشگاه مذکور با حضور مدیرعامل و تنی چند از معاونان شرکت فولاد مبارکه، رئیس و برخی از معاونان و مسئولان دانشگاه اصفهان افتتاح شد.

محمدیاسر طیب‌نیا، مدیرعامل فولاد مبارکه، در جریان افتتاح این مراکز علمی و تحقیقاتی در دانشگاه اصفهان گفت: امیدوارم این حرکت آغاز تحول اساسی و اتفاقی بزرگ در استان اصفهان و کشورمان باشد.

وی با تأکید بر اینکه دانشگاه اصفهان و فولاد مبارکه از مجموعه‌های ارزشمند و پیشرو در استان و کشور به شمار می‌آیند، گفت: همان‌گونه که در دانشگاه اصفهان دانش‌محوری و جامعه‌محوری از راهبردهای اصلی است، در فولاد مبارکه نیز این راهبردها با قوت و جدیت، اجرایی و عملیاتی شده و امروز در پی آن هستیم که آن‌ها را به خلق ارزش مشترک با جامعه گره بزنیم.

طیب‌نیا تأکید کرد: گاهی برای ترسیم مسیر بهتر باید از کشورهای پیشگام

الگوبرداری کنیم تا بتوانیم مسیر را هرچه کوتاه‌تر طی کنیم؛ به‌عنوان مثال، ژاپن بعد از جنگ جهانی، علی‌رغم اینکه تمامی زیرساخت‌های خود را در حوزه‌های کشاورزی، کشتیرانی و صنعتی از دست داد، دیگر بار با طی کردن مسیر رشد و بالندگی به دومین اقتصاد جهان تبدیل شد و امروز نیز همچنان جزو چند اقتصاد برتر جهان مطرح است. اگرچه در مواردی هم نمی‌توانند الگوهای مطلقی باشند، اما باید با مطالعه همه کشورهای پیشرو و در عرصه‌های مختلف علمی، صنعتی و تکنولوژیکی یافته‌های آن‌ها را در کشور بومی‌سازی کنیم. مدیرعامل فولاد مبارکه گفت: یکی از مهم‌ترین راهبردها برای پیشرفت، صادرات‌محور بودن به‌عنوان یک اصل اساسی است؛ همان‌طور که کشورهای توسعه‌یافته فقط به رفع نیازهای داخلی اکتفا نمی‌کنند. دوم اینکه درصد قابل‌توجهی از سرمایه‌گذاری‌ها در چنین کشورهایی به صنایع مادر و بنیادی اختصاص می‌یابد. اگر شرایط فعلی را نیز به‌دقت بررسی کنیم، می‌بینیم کشورهای توسعه‌یافته تلاش می‌کنند در بخش صنعت فولاد همچنان جایگاه خود را حفظ کنند و کشورهای درحال‌توسعه نیز سرمایه‌گذاری‌های قابل‌توجهی در حوزه صنعت فولاد انجام داده‌اند. سوم اینکه کشورهای توسعه‌یافته علم را به‌مثابه نوآوری و به‌عنوان بازیگر اصلی در صنعت مدنظر قرار داده‌اند.

مدیرعامل شرکت گاز استان آذربایجان شرقی:

خط قرمز شرکت گاز تامین نیازهای گرمایشی و بخش خانگی در پیک مصرف است

آذربایجان شرقی – ماهان فلاح: مدیرعامل شرکت گاز استان آذربایجان شرقی در بخش دوم تور رسانه ای که در محل دیسپچینگ این شرکت صورت پذیرفت، گفت: در پیک مصرف، خط قرمز توزیع گاز مربوط به بخش های خانگی و نیازهای گرمایشی مردم است. نادر کمالی با اعلام این مطلب، افزود: در زمان پیک مصرف ۷۰ درصد مصارف به بخش خانگی اختصاص می یابد و تامین گاز این بخش مستلزم اعمال محدودیت در بخش های صنعتی و نیروگاهی است. وی در خصوص مازوت سوزی نیروگاه های استان اظهار کرد: هم اکنون گاز نیروگاه ها دایر است لیکن در بخش نیروگاهی مهم ترین اقدام اصلاحی ضرورت بهینه سازی و بکارگیری استانداردهای روز دنیا در کاهش اثرات زیست محیطی نیروگاه ها است.

مدیرعامل شرکت گاز استان با اشاره به پاداش خوش حسابی گاز اظهار داشت: مصرف گاز تا پلکان های پایین و تا ۷۰۰ مترمکعب قبض زیر ۱۰۰ هزار تومان خواهد داشت. رئیس دیسپچینگ شرکت گاز آذربایجان شرقی نیز عنوان کرد: مرکز دیسپچینگ شرکت راهبری و کنترل پارامترهای عملیاتی توزیع گاز در استان و میزان مصرف را بر عهده داشته و مرکز مانیتورینگ این شرکت دومین مرکز مانیتورینگ در کل کشور بوده و ۳۰۳ ایستگاه در سطح استان با کلیه تجهیزات منصوبه به صورت لحظه ای و

شبانه روزی رصد و پایش می شود. لازم به ذکر است درخواست برگزاری کمپین ۱۸ تا ۲۱ درجه، مدیریت مصرف توسط مردم و کاهش یک درجه دما که کاهش ۶ درجه ای گاز را فراهم می کند مهم ترین راهکار بر غلبه بر ناترازی گاز است.

ناآگاهی و سهل انگاری در مصرف گاز طبیعی جان می گیرد

مسئول امداد مکانیزه شرکت گاز استان آذربایجان شرقی نیز گفت: ناآگاهی و سهل انگاری در مصرف گاز طبیعی جان می گیرد. به گفته وی، رصد مداوم و مکانیزه مهم ترین ویژگی امدادرسانی در حوزه گاز استان بوده که بر اساس سامانه های پیشرفته و از طریق GPS نسبت به ثبت درخواست ها و اعزام نیرو در میانگین ۱۰ دقیقه اقدام می شود. وی با اشاره به عملکرد ۸ ماهه مرکز امداد در رسیدگی به درخواست های مردمی افزود: امسال ۴۵ هزار و ۶۴۳ تماس تلفنی تا روز جاری پاسخگویی و مورد اقدام قرار گرفته است. رئیس ایمنی و آتش نشانی شرکت گاز هم به آمار حوادث گاز اشاره و تصریح کرد: متاسفانه از لحاظ حوادث در رده های نخست کشوری قرار داریم. اسماعیلی با اشاره به حوادث تلخ فوتی به دلیل سهل انگاری مشترکین اظهار کرد: شرکت گاز در راستای مسئولیت های اجتماعی خود بر لزوم ایمنی مشترکین و تنویر افکار عمومی تاکید دارد. وی اضافه کرد: اصلی ترین علت بروز گاز گرفتگی دودکش غیر استاندارد و عامل اصلی آتش سوزی و انفجار نشت گاز از شیلنگ به دلیل فرسودگی یا عدم وجود بست است. لازم به ذکر است بررسی مسیر دودکش، دارا بود کلاهک H شکل و بررسی تجهیزات گازسوز علی الخصوص شیلنگ گاز، موارد حیاتی برای حفظ جان هم استانی ها است.

رییس مرکز مدیریت راه‌های اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای استان:

تردد خودروها در راه‌های آذربایجان‌شرقی سه درصد افزایش یافت

آذربایجان شرقی – ماهان فلاح: رییس مرکز مدیریت راه‌های اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای آذربایجان‌شرقی گفت: امسال تعداد تردد خودروها در راه‌های استان نسبت به مدت مشابه سال گذشته سه درصد افزایش یافته است. حسین بلوکی با اعلام این خبر افزود: در هشت ماه امسال حدود ۲۶۰ میلیون تردد خودرویی در راه های ارتباطی آذربایجان شرقی ثبت شده که ۱۳ درصد از کل تردد انجام شده مربوط به وسایل نقلیه سنگین و ۸۷ درصد مربوط به وسایل نقلیه سبک است. وی اظهار کرد: در این بازه زمانی مسیر تبریز – ایلخچی با ۱۴ میلیون و ۶۸۲ هزار و ۹۹۱ تردد، پرترددترین مسیر آذربایجان شرقی را به خود اختصاص داده، کنارگذر جنوبی شهید کسایی (باسمنج به تبریز) و بالعکس و مسیر تبریز به صوفیان و بالعکس در رتبه های بعدی بیشترین میزان تردد در استان قرار گرفته است. رییس مرکز مدیریت راه‌های اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای آذربایجان‌شرقی گفت: در این بازه زمانی ۳۰ میلیون و ۲۰۸ هزار و ۸۲۹ دستگاه خودرو سنگین و سبک از استان های مختلف به استان وارد یا به سایر استان ها خارج شده اند. بلوکی با بیان اینکه تعداد وسیله نقلیه ورودی به استان ۱۴ میلیون و ۸۵۲

هزار و ۱۱۷ و تعداد وسیله نقلیه خروجی از آن نیز ۱۵ میلیون و ۳۵۶ هزار و ۷۱۲ دستگاه بود، ادامه داد: در این مدت تعداد وسیله نقلیه ورودی به استان پنج درصد و تعداد وسیله نقلیه خروجی نیز هفت درصد نسبت به مدت مشابه سال گذشته افزایش داشته است.

افزایش دوربین‌های نظارت تصویری جاده‌های آذربایجان شرقی

رئیس مرکز مدیریت راه‌های استان آذربایجان شرقی گفت: با اضافه شدن ۹ مورد سامانه نظارت تصویری در گردنه‌ها و نقاط حادثه‌خیز مهم استان تعداد این سامانه‌ها به ۳۳ مورد افزایش خواهد یافت.

رییس مرکز مدیریت راه‌های استان با اعلام افزایش دوربین‌های نظارت تصویری جاده‌های آذربایجان شرقی به ۳۳ دستگاه اظهار کرد: تصاویر این دوربین‌ها در محل اتاق مانیتورینگ مرکز مدیریت راه‌های استان دریافت شده و در موقع وقوع رخداد و حوادث جاده‌ای و همچنین نیاز به عملیات راهداری، در کم‌ترین زمان ممکن اکیپ‌های امداد رسان به محل اعزام شده و نسبت به انجام عملیات امدادرسانی اقدام می‌کنند.

بلوکی افزود: علاوه بر سامانه‌های مذکور ۶ سامانه عکس برداری ثابت نیز در محورهای مهم استان نصب و راه اندازی خواهد شد که تصاویر این سامانه‌ها به وب‌سایت سازمان ارسال می‌شود و مسافران و رانندگان می‌توانند با مراجعه به وب سایت سازمان به آدرس ۱۴۱ .ir تصاویر این دوربین‌ها را دریافت و نسبت به تصمیم گیری مناسب برای انجام سفر اقدام کنند.

خلیج گرگان احیا شد

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: رئیس شورای هماهنگی امور راه و شهرسازی گلستان از تحقق وعده سفر دکتر رئیسی و هیات دولت به گلستان در حوزه وزارت راه و شهرسازی خبر داد و گفت: آبگیری اولیه خلیج گرگان با دستور قاطع رئیس جمهور، اهتمام ویژه وزیر راه و شهرسازی و پیگیری مجدانه استاندار گلستان انجام و کانال آشوراده بازگشایی شد.به گزارش اداره ارتباطات و اطلاع رسانی راه و شهرسازی گلستان، مهندس مهدی ملک مدیرکل راه و شهرسازی استان اظهار کرد: سفر دکتر رئیسی به گلستان شانزدهمین سفر استانی ایشان بود که در حوزه راه و شهرسازی ۱۱ بند مصوبه اصلی به همراه داشت.وی افزود: در جریان این سفر، آیت الله رئیسی دستور احیا و لایروبی خلیج گرگان را صادر کرد.مهندس ملک ادامه داد: پس از دستور قاطع رئیس جمهور در خصوص لایروبی خلیج گرگان، طی ماهها تلاش و پیگیری مستمر استاندار گلستان و مشارکت قرار گاه خاتم الانبیاء لایروبی کانال های ارتباطی به ویژه کانال آشوراده انجام و خلیج گرگان احیا شد.رئیس شورای هماهنگی امور راه و شهرسازی استان همچنین تصریح کرد: کانال آشوراده به طول ۹ کیلومتر جزئی از مهم‌ترین مسیر انتقال آب دریای خزر به خلیج گرگان بوده که آماده بازگشایی می باشد و در سفر دوم رئیس جمهور به طور کامل به بهره‌برداری خواهد رسید.وی افزود: با پایان لایروبی و اجرای فاز اول آبرسانی از طریق کانال‌های خلیج گرگان، سطح آب بالا آمده و تردد شناورها در این قسمت ممکن شده است.مدیرکل راه و شهرسازی گلستان همچنین اظهار کرد: گفتنی است در ارزیابی های انجام شده، اداره کل راه و شهرسازی گلستان با جذب ۱۰۰ درصدی دستگاه برتر استان در جذب اعتبارات مصوبات سفر رئیس جمهور می باشد.لازم به ذکر است، آیت الله رئیسی، رئیس جمهور، روز جمعه، ۱۳ اسفند ماه ۱۴۰۰، با همراهی جمعی از اعضای هیات دولت سیزدهم، در شانزدهمین سفر استانی خود، به گلستان سفر کرد.

اخبار

مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان مرکزی:

ارائه خدمات مطلوب مشترکین برق منوط به پرداخت به موقع صورتحساب است

اراک- فرناز امیدی: مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان مرکزی گفت: ارائه خدمات مطلوب مشترکین برق منوط به پرداخت به موقع صورتحساب و جذب اعتبارات است. محمود محمودی در دیدار با مسئولان شهرستان شازند جهت بررسی مسائل و درخواست های مردمی در حوزه برق ، بابیان این مطلب افزود: ارائه خدمات مطلوب به مردم منوط به پرداخت به موقع صورتحساب بهای برق مصرفی توسط مشترکان است و هرگونه تاخیر در این موضوع شرکت توزیع نیروی برق استان را با محدودیت در خدمات‌رسانی به مشترکان مواجه می کند. وی بابیان اینکه اپلیکیشن «برق من» آسان‌ترین و راحت‌ترین راه برای پرداخت غیرحضوری بهای برق مصرفی است،افزود: هم‌استانی‌ها می‌توانند با نصب این نرم‌افزار از کافه بازار یا سایت شرکت توزیع نیروی برق استان مرکزی به نشانی www.mpedc.ir از خدمات متنوع این شرکت بدون نیاز به مراجعه حضوری بهره‌مند شوند. محمودی بیان کرد: صنعت برق کشور طی سالیان اخیر با چالش جدی در زمینه جدب اعتبارات مواجه شده است که نیاز به اقدامات اساسی و زیربنایی در این حوزه کاملا محسوس و ضروری می باشد. وی بابیان اینکه شهرستان شازند اولین شهرستان کابلی استان است،افزود:۵هزار دستگاه چراغ پایه روشنایی معابر این شهرستان به چراغ های ال ای دی تبدیل شده وتبدیل ۱۷هزارچراغ فرسوده به ال ای دی در دستور کار قرار دارد. محمودی با اشاره به اینکه ۲۱۹روستای شهرستان شازند از نعمت برق برخوردار هستند،افزود:در این شهرستان ۶۸۸چاه آب کشاورزی برقدار هستند.

معاون سازمان و مدیر دفتر مرکزی حراست شرکت ملی گاز ایران:

ماموریت حراست حمایت از منابع انسانی است

اردبیل – خبرنگار فرصت امروز: معاون سازمان و مدیر دفتر مرکزی حراست شرکت ملی گاز ایران گفت: وظیفه اصلی حراست‌ها پیشگیری از وقوع تخلف و حمایت از منابع انسانی است، از این رو حراست با همراهی و همدلی در کنار مدیران هر سازمان می‌تواند در کارآمدی و ایجاد آرامش آن سازمان نقش مؤثری داشته باشند. به گزارش روابط عمومی شرکت گاز استان اردبیل، سید احمد طباطبایی معاون سازمان و مدیر دفتر مرکزی حراست شرکت ملی گاز ایران در جلسه ای که به منظور تودیع و معارفه روسای قدیم و جدید حراست شرکت گاز استان اردبیل برگزار شد، ضمن تسلیت ایام شهادت ام ابیها حضرت فاطمه زهرا سلام الله علیها و گرامیداشت هفته بسیج با بیان اینکه جمهوری اسلامی ایران با راهبری مقام معظم رهبری امام خامنه ای (مد ظله العالی) هدایت گر نظم نوین جهانی است ، اظهار داشت: رویکرد نظام مقدس جمهوری اسلامی رویکردی انسان محور مبتنی بر ویژگی های بارز انسانی است و از این رو در شرکت ملی گاز ایران نیز نیروی انسانی به عنوان مهم‌ترین سرمایه یک سازمان شمرده می شود و مسئولین حراست بایستی با صیانت از این سرمایه ارزشمند مانع از گرفتار شدن آنها در مشکلات شوند. طباطبایی ادامه داد: حراست یکی از نهادهای برخاسته از انقلاب اسلامی است و طبیعتاً اهداف آن هم در راستای حفظ دستاوردهای انقلاب اسلامی است، و همه دوستان در حراست شرکت گاز استان، این نکته را که سازمان نیازمند ایجاد امنیّت است قبول داشته و در تقویت و تثبیت امنیّت همکاران هم شک ندارند. در ادامه این جلسه میر سعید سید متین، مدیر عامل شرکت گاز استان اردبیل ضمن گرامیداشت هفته بسیج، ایام فاطمیه (س) و یاد و خاطره شهدای دفاع مقدّس و مدافعین امنیت ، از زحمات هادی نیک سیرت رئیس سابق حراست قدردانی نمود و اظهار داشت: هم راستا با توسعه گازرسانی به شهرها و روستاها که در حال حاضر ۱۰۰ درصد خانوار شهری و بیش از ۹۸/۶ درصد خانوار روستایی از نعمت گاز طبیعی برخوردارند ، در حوزه حفاظت الکترونیکی نیز پروژه های بسیار اثربخشی تعریف و عملیاتی شده است. همچنین وی صیانت از اموال، تاسیسات و تجهیزات را وظیفه خطیر حراست دانست و افزود: صیانت و حراست از اموال ، تاسیسات و تجهیزات گر چه به عنوان یکی از وظایف مهم حراست می باشد، اما حراست از منابع انسانی و بواسطه آن ارتقاء سازمان از منظر کیفی یکی از مهمّترین اقدامات حراستی می باشد و نیروهای حراست در راستای حمایت از منابع انسانی تلاش می نمایند.

رییس شورای اسلامی نسیم شهرعنوان کرد :

اردوهای راهیان نور عامل تحول فرهنگی و معنویی در کشور است

بهارستان – سحر عمروانی – به گزارش روابط عمومی شورای اسلامی نسیم شهر ، هدایت لطفی رئیس شورای اسلامی نسیم شهر در صدو نودو سومین جلسه رسمی شورای اسلامی ضمن تقدیر از تلاش های اعضای شورا و سرپرست شهرداری نسیم شهر خاطرنشان کرد : حمایت از اردوهای راهیان نور دانش‌آموزی و دانشجویی و تقویت بسترهای شناخت عمیق نسل جوان و نوجوان کشور از فرهنگ ایثار و شهادت یکی از مهمترین برنامه های اعضای شورای اسلامی نسیم شهر در دوره ششم است. وی در ادامه افزود : شورا و شهرداری نسیم شهر طبق روال انجام‌شده در سال‌های گذشته و مطابق قوانین و مصوبات شورای اسلامی سهم خود را در برگزاری اردوهای راهیان نور انجام خواهد داد .

کارگروه سلامت اداری در شرکت توزیع نیروی برق قزوین بصورت تخصصی فعال شده است

قزوین – زارع: مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان قزوین گفت: با فعالیت گروه های کاری تخصصی در ذیل کارگروه سلامت اداری و آسیب شناسی و ارائه راهکارهای عملی و انگیزشی برای مسدود کردن روزنه های فساد و تحقق سلامت اداری تلاش می کنیم. به گزارش روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق استان قزوین مسعود خواجه وند مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق در نشست با مجید برنگی مدیرکل دفتر بازرسی و پاسخگویی به شکایات شرکت توانیر، گزارشی از فعالیتهای انجام شده در حوزه های مختلف فنی و عملیاتی برق استان و مشکلات موجود ارائه کرد و اعلام کرد: تمامی گروه های تخصصی کمیته سلامت اداری در شرکت توزیع برق استان قزوین در شرکت فعالیت دارند. مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان قزوین یادآورشد: با راه اندازی کمیته سلامت اداری وصیانت از حقوق شهروندی تمامی کارگروه های تخصصی که با مبحث سلامت اداری مرتبط وهرکدام در قالب یک کارگروه مستقل هستند نیز فعال شده اند که شامل کمیته های مناقصات و معاملات، مناقصات داخلی و ذیحسابی و تملک دارایی، کمیته ارزیابی وطبقه بندی مشاغل، کمیته انضباط کار است تا با منشا فساد مقابله شود. وی بیان کرد: کمیته عالی فروش، کمیته عالی نقصان مصرف هم داریم که به تفکیک مشترکین محاسبات مرتبط انجام می شود و در کمیته زمین پست هم به درخواست های مشترکین بویژه مشترکین صنعتی رسیدگی می شود و کمیته دیگر هم تعیین تکلیف استرداد اموال مسروقه و کمیته نظارت بر پروژه های نیرو رسانی هم از دیگر کمیته های فعال در حوزه سلامت اداری هستند. خواجه وند اظهارداشت: برای جلوگیری از منشاء فساد کارگروه پیشگیری از سرقت هم راه اندازی شده و در نیمه اول امسال با اقدامات انجام شده بیش از ۴۳ درصد سرقت ها کاهش یافته است. مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان قزوین یادآورشد: کمیته بررسی عیوب و تجهیزات ، کمیته بهبود بهره برداری و کارگروه پیگیری قراردادها و پروژه های سنواتی هم برای تقویت سلامت اداری فعال شده است. وی اضافه کرد: پرونده ۷۸۰ قرارداد بررسی شده و زمینه همکاری ۳۳ پیمانکار دارای رتبه مهیا گردید که با ساماندهی پیمانکاران همه مستندات از سازمان برنامه دریافت شده و توان اقتصادی و فنی و مالی پیمانکاران واهلیت آنها نیز بررسی شده است. خواجه وند اظهارداشت: کارگروه صیانت از دارایی هم راه اندازی شده و با تشکیل تیم های بازرسی تخصصی بعنوان مهمترین کار شرکت از حوزه های مختلف توانستیم متخصصان را شناسایی کنیم و اقدامات نظارتی هم انجام می شود.

کسب رتبه نخست پالایشگاه گاز ایلام در حوزه پژوهش و فناوری

ایلام–هدی منصوری: رئیس پژوهش و فناوری شرکت پالایش گاز ایلام از کسب رتبه نخست این واحد در بین شرکت های پالایش گاز کشور خبرداد و گفت: کسب این رتبه بواسطه عملکرد پژوهشی این واحد در زمینه های مختلف در طول سال بوده است. محسن خزلی افزود: درصد بودجه پژوهشی جذب شده، تعداد پروژه های پژوهشی تجاری سازی، ارتباط و حمایت از شرکتهای دانش بنیان، انعقاد تفاهم‌نامه همکاری پژوهشی با دانشگاه ها و مراکز علمی، حمایت از پایان نامه های تحصیلات تکمیلی و غیره از جمله شاخص های ارزیابی کسب این رتبه بوده است. وی با بیان اینکه کسب این مهم نشان از تلاش، تفکر نوآورانه و تعهد شرکت در حوزه پژوهش و فناوری دارد، اظهارداشت: پالایشگاه گاز ایلام در طول سال های گذشته تاکنون توانسته است با برنامه ریزی صحیح، هدفگذاری، شناسایی نیازهای فناورانه در حوزه های مختلف و با ارائه راهکارهای مبتکرانه و بهبود فرایندها، در حوزه پژوهش و فناوری پیشرو باشد و با تکیه بر نقش برجسته همکاران در توسعه فناوری های نوین، ارتقاء کیفیت محصولات و خدمات، و ایجاد تغییرات اثر بخش در شرکت و صنعت گام بردارد. خزلی تصریح کرد: جذب۸۷ درصدی بودجه، مدیریت و اجرای ۱۰ پروژه پژوهشی، حمایت از ۱۳ پایان نامه تحصیلات تکمیلی، عقد ۱۰ تفاهم نامه همکاری با مراکز علمی و دانشگاهی، شناسایی ۶ عنوان ساخت بار اول، تدوین نقشه راه و کتابچه نیازهای فناورانه مشتمل بر ۱۵۱ عنوان، تدوین نقشه راه نانوفناوری و غیره از اقدامات شاخص این واحد در سال گذشته بوده است.

شهردار اصفهان خبر داد:

بهره‌برداری از فاز نخست خط ۲ قطار شهری اصفهان تا ۱۴۰۳

اصفهان –فایزه مرادیان: شهردار اصفهان گفت: فاز نخست خط دو قطار شهری این کلان‌شهر تا پایان سال ۱۴۰۳ به بهره‌برداری می رسد و ظرفیت جدیدی به شهر اضافه می‌شود. علی قاسم‌زاده با حضور در برنامه تلویزیونی «اصفهان من» با اشاره به آلودگی هوای اصفهان و نقش آلاینده ها در ایجاد آن گفت: شهرداری در خصوص موضوع آلایندگی کارخانجات و کارگاه‌ها تنها نقش مطالبه‌گر دارد و تلاش کرده تا به نقش خود در زمینه ساماندهی ترافیک و کاهش آلودگی ناشی از آن عمل کند. شهردار اصفهان با بیان اینکه برای اصفهان سه خط قطار شهری مصوب شده که خط یک در مسیر شمال به جنوب راه‌اندازی شده و در حال بهره‌برداری است، گفت: در حال احداث فاز نخست خط دو از شمال شرق به سمت غرب اصفهان هستیم که از زینبیه تا کهندژ شامل ۱۶ ایستگاه است و خط سوم که مطالعات آن در حال انجام است در مسیر جنوب به غرب این کلان‌شهر احداث خواهد شد. او تاکید کرد: با هزینه سه هزار میلیارد تومانی که برای احداث هر کیلومتر مترو رقم می‌خورد، می‌توان تعداد اتوبوس‌ها را افزایش داد، اما این اقدامات مشکل ترافیک را ریشه‌ای رفع نمی‌کند؛ پیش‌بینی شده است با ایجاد ۳ خط قطار شهری تا حد زیادی مشکل ترافیک اصفهان رفع شود. شهردار اصفهان با اشاره به اینکه خط یک مترو با جابه‌جایی ۱۲۰ هزار مسافر موجب کاهش تردد حداقل ۶۰ هزار خودرو در سطح شهر شده است، گفت: اگر خط دو و سه نیز احداث شوند، انتظار می‌رود معابر و خیابان‌های اصلی شهر به آرامش برسد و از اغتشاش بصری نجات پیدا کند.

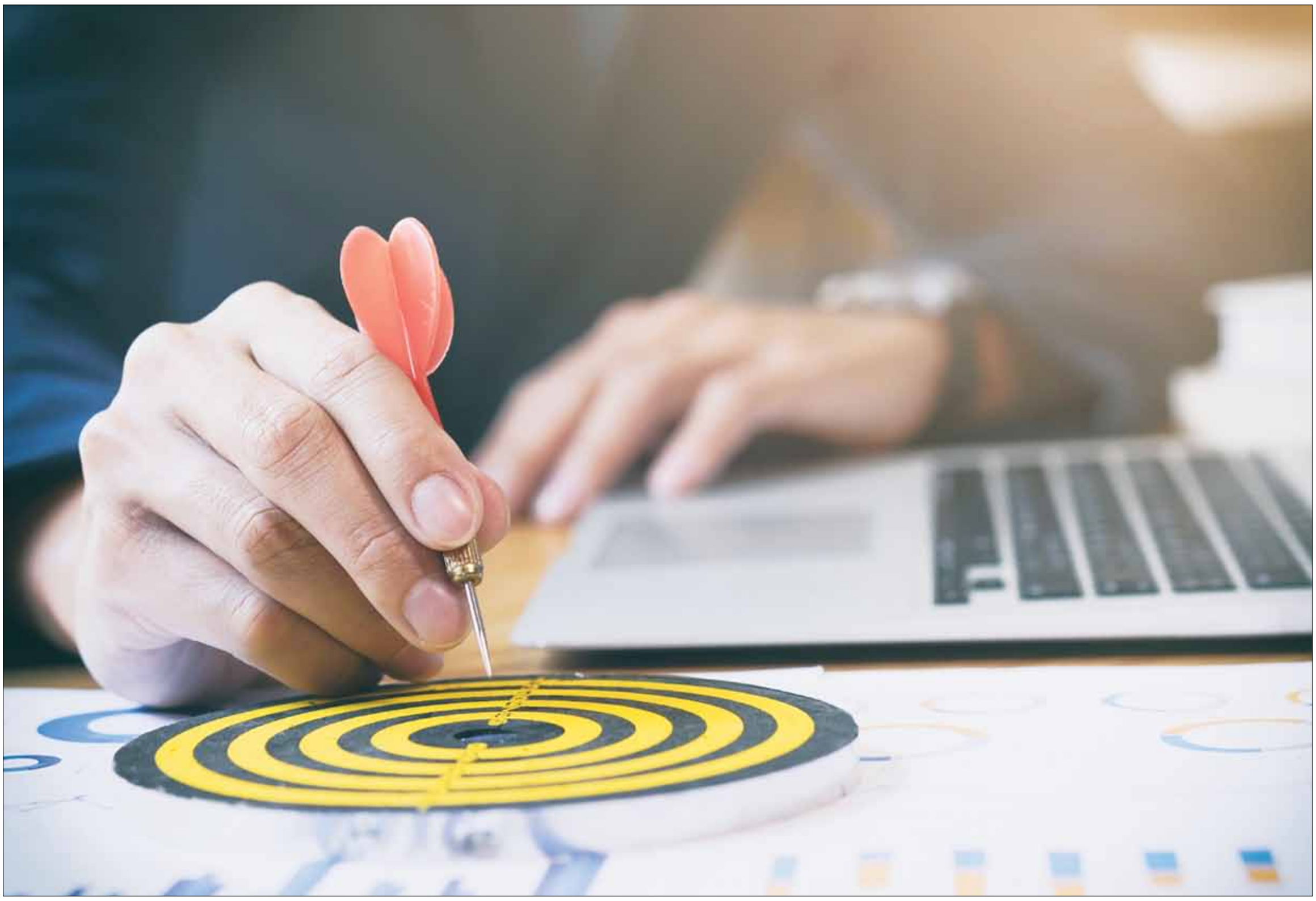
دانش آموزان ابتدایی زنجان شیر رایگان دریافت می‌کنند

زنجان – خبرنگار فرصت امروز : معاون توسعه مدیریت و منابع استانداری زنجان گفت: با پیگیری‌های انجام شده، قرار است تمامی دانش آموزان مقطع ابتدایی استان هفته‌ای دو نوبت تا پایان سال تحصیلی شیر رایگان دریافت کنند. مرتضی شهامی روز در آیین شروع تولید شیر رایگان برای مدارس ابتدایی استان با اشاره به گستردگی پروژه توزیع شیر در مدارس افزود: ۱۱۰ هزار دانش آموز مقطع ابتدایی استان تحت پوشش این طرح قرار می گیرند و امیدواریم با توزیع شیر رایگان در مدارس شاهد بهبود نشاط و شادابی دانش آموزان استان باشیم. وی با اشاره به توجه ویژه به سلامت دانش آموزان، گفت: توزیع گسترده شیر رایگان در مدارس کل کشور نشان از این دارد که سلامت دانش آموزان از مهمترین موضوعات در دست پیگیری آموزش و پرورش در دولت سیزدهم است.

قطار پیشرفت پروژه‌های شهری در گرگان سرعت گرفت

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: شهردار گرگان گفت: پنج پروژه شهری امروز به نیت شهدای پنجم آذر گرگان با حدود ۲۰ میلیارد تومان سرمایه‌گذاری افتتاح شد تا قطار پیشرفت سرعت بگیرد.به گزارش روابط عمومی شهرداری گرگان، سید محمدرضا سیدالنگی در آئین افتتاح متمرکز پنج پروژه عمرانی، خدماتی و ورزشی که به مناسبت هفته بسیج و پنج آذر روز ملی گرگان برگزار شد، اظهار کرد: قطار پیشرفت پروژه‌های شهری در گرگان سرعت گرفت.وی ارزش ریالی پروژه‌های شهری در گرگان را حدود ۲۰۰ میلیارد ریال اعلام کرد و افزود: این پروژه‌ها به نیت شهدای پنجم آذر اجرا شد و تقدیم مردم شهر انتظار در گرگان می‌شود تا از آن بهره‌مند شوند.شهردار گرگان ابراز امیدواری کرد با تصویب پروژه‌های شهری در کمیته تطبیق فرمانداری گرگان روند پروژه‌های شهری سرعت بیشتری به خود خواهد گرفت.سیدالنگی بیان کرد: پروژه‌های بزرگی تا دهه فجر امسال کلنگ‌زنی می‌شود که تا یکسال آینده به بهره‌برداری خواهد رسید ما معتقد هستیم زمانی که همدلی و وفاق بین مدیران تقویت شود نفع آن به جامعه تعمیم داده خواهد شد.پروژه‌های گرگان امروز با حضور مسئولان شهری از جمله فرماندار، سرپرست فرمانده سپاه شهرستان، شهردار و اعضای شورای اسلامی شهر گرگان افتتاح و مورد بهره‌برداری قرار گرفت.بازگشایی باند کندرو، کمربندی و اتصال به بلوار خلیج، بهسازی فاز یک پیاده رو پارک جنگلی النگدره، بهره برداری از پارک دانشسرا، آکادمی استعدادیابی بسکتبال شهرداری و رونمایی از المان آتش‌نشانی پروژه‌هایی بودند که ظهر امروز به بهره‌برداری رسیدند.

همکاری استراتژیک برندها: راهی به سوی موفقیت مشترک



نویسنده: علی آل‌علی

هر کسی در دنیا برخی از برندها را دیوانه‌وار دوست دارد. مثلا کسانی که عاشق گوشی‌های هوشمند هستند، معمولا اپل را تافته جدا بافته می‌دانند. شاید دلایل مختلفی در این رابطه وجود داشته باشد، اما اگر یک روز برندی بهتر از اپل هم پیدا شود، بعید است طرفداران دوآتیشه این سیب گاز زده به این سادگی‌ها دورش را خط بکشند. البته مشتریان در بازار فقط یک برند مورد علاقه ندارند. مثلا خودِ من فهرستی بلندبالا از برندهای مورد علاقه‌ام دارم. احتمالا ماجرا درباره تمام مردم دنیا نیز به همین ترتیب باشد. حالا اگر یک روز دو تا از برندهای مورد علاقه بخش زیادی از مردم همکاری مشترکی را شروع کنند، چه اتفاقی خواهد افتاد؟

بی‌شک همکاری میان دو برند بزرگ مثل تسلا و مایکروسافت حتی روی کاغذ هم آدرنالین خون را حسابی بالا می‌برد. چه برسد به اینکه واقعا چنین همکاری در میان باشد. البته همکاری میان برندها فقط مختص به کسب و کارهای بزرگ نیست. گاهی اوقات استارت‌آپ‌ها یا حتی شرکت‌های کوچک نیز همکاری استراتژیکی با هم شکل می‌دهند. نکته کلیدی در این میان نحوه شکل دادن به این همکاری‌ها و ارتقای هر کدام به سطح استراتژیک است.

ما در این مقاله قصد داریم خیلی رُک و پوست‌کنده سراغ همکاری استراتژیک برندها برویم. اصلا چرا برخی از برندها به این نتیجه می‌رسند که نیاز به همکاری با بقیه دارند؟ نحوه مدیریت یک همکاری ثمربخش چیست؟ ما در این مقاله به چنین سوالاتی جواب خواهیم داد. اگر شما هم دوست دارید جواب این سوالات را بگیرید، با ما همراه باشید.

همکاری استراتژیک برندها چیست؟

مثل همیشه ما اول از همه کارمان را با بررسی برخی از نکات کلیدی در حوزه استراتژی مورد بحث شروع می‌کنیم. اصلا همکاری استراتژیک برند چیست؟

ما برای جواب دادن به سوال بالا باید اول از همه سراغ همکاری میان برندها برویم. خب وقتی صحبت از همکاری می‌شود، فعالیت مشترک دو یا چند برند به منظور دستیابی به هدفی مشترک مدنظر است. این امر به کسب و کارها کمک می‌کند تا توانایی‌شان را چند برابر کرده و به هر کدام از دل همکاری با اهداف موردنظرشان برسند.

چه زمانی یک همکاری استراتژیک می‌شود؟ شاید فکر کنید عبارت «استراتژیک» از آن دست اصطلاحاتی است که هیچ معنا و مفهوم خاصی ندارد. خب در این صورت سخت در اشتباهید؛ چراکه در این یک مورد اوضاع کاملا فرق دارد. ما در روزنامه فرصت امروز یک همکاری را زمانی استراتژیک می‌دانیم که افق بلندمدتی داشته باشد. مثلا همکاری میان برند سونی و شرکت اریکسون در زمینه تولید گوشی دقیقا این معیار را دارد. اگرچه در نهایت این همکاری به پایان رسید، اما سال‌های سال سونی اریکسون یکی از گزینه‌های محبوب در بازار بود که اتفاقا دست برتر را در تولید گوشی‌های کاربردی داشت.

با توجه به توضیحات بالا، خیلی از همکاری‌های مقطعی میان برندها در دامنه تعریف ما قرار نمی‌گیرد. بنابراین از همین اول باید آنها را از دامنه بحث‌مان بیرون بگذاریم. ماجرا کمی جدی شد، نه؟

چرا همکاری استراتژیک برندها مهم است؟

هر استراتژی در این دنیا باید مزایای خاص خودش را داشته باشد. وگرنه کسی به آن نگاه هم نخواهد کرد، چه برسد به اینکه سراغ اجرایش برود. به همین خاطر ما در این مقاله سراغ مرور برخی از مزایای اساسی همکاری استراتژیک برندها رفته‌ایم. اینطوری خیال شما بابت استفاده از این استراتژی راحت خواهد شد.

دسترسی به مخاطب تازه

وقتی شما با یک یا چند برند دیگر همکاری نزدیکی دارید، عملا به دامنه تازه‌ای از مشتریان دسترسی خواهید داشت. قبول دارم این ایده کمی شک‌برانگیز به نظر می‌رسد، اما وقتی حوزه کاری دو برند کمی با هم تفاوت داشته باشد، دیگر ماجرا خیلی سخت نخواهد بود.

اجازه دهید از یک مثال ساده استفاده کنیم. تیم‌های حاضر در مسابقات فرمول یک مثل مک لارن و مرسدس بنز شرکای تجاری متنوعی دارند. مثلا مک لارن با شرکت‌هایی که در زمینه تولید روغن موتور، لاستیک و از همه مهمتر تجهیزات ایمنی راننده‌ها فعالیت دارند، همکاری نزدیکی دارد. به همین خاطر عملا دامنه مشتریان همه این برندها با هم ترکیب شده و دسترسی‌شان به مشتریان تازه را رقم می‌زند.

اگر شما هم دوست دارید مشتریان تازه‌ای کنار برندتان داشته باشید، بد نیست از همین امروز سراغ همکاری استراتژیک بروید؛ چراکه در قالب این استراتژی با یک تیر دو نشان می‌زنید، هم مشتریان تازه پیدا می‌کنید، هم ارتباط‌تان با بقیه برندها تقویت می‌شود.

گرد و خاک کردن در بازار

وقتی برند گوگل تصمیم گرفت با موتورولا برای تولید گوشی‌های هوشمند همکاری کند، تا چند هفته همه جا صحبت از این خبر داغ بود. به طوری که خیلی از رقبا مثل آیفون و سامسونگ دیگر توان جلب نظر مخاطب را نداشتند. البته این وضعیت پایدار نماند، اما همان چند هفته هم ارزش بازاریابی و تبلیغاتی زیادی برای گوگل داشت.

همکاری با سایر برندها به شما کمک می‌کند تا اوضاع‌تان را کمی هم که شده بهتر کنید. بی‌شک تولید محتوا کاری نیست که هر کارآفرینی عاشقش باشد. به همین خاطر همکاری استراتژیک برندها جایگزین کم هزینه و صدالبته اثرگذارتری برای بازاریابی به شیوه سنتی محسوب می‌شود.

اگر شما جزو آن دسته مدیرانی هستید که گرد و خاک کردن در بازار را دوست دارید، بد نیست همین امروز دست به کار شده و همکاری استراتژیک‌تان با یک گزینه مناسب را شروع کنید. اینطوری همه جا صحبت از این اتفاق تازه خواهد بود.

دسترسی به اطلاعات مشترک

بازاریابی و تولید محتوا برای هر کسب و کاری مهم است. وقتی شما همکاری استراتژیک با یک برند دارید، عملا منابع اطلاعاتی‌تان را هم با همدیگر به اشتراک می‌گذارید. این یعنی شما بدون هیچ دردسر یا صرف هزینه‌ای به اطلاعات دست اول شریک‌تان در زمینه بازاریابی دسترسی خواهید داشت.

یادتان باشد، شما نمی‌توانید فقط از مزایای شریک‌تان سود برده و هیچ مزیتی برای آن نداشته باشید. خب همکاری استراتژیک که سوءاستفاده از دیگران نیست. در عوض بهتر است این همکاری را یک جاده دوطرفه در نظر بگیرید. به زبان خودمانی، شما باید هر آنچه از طرف مقابل می‌گیرید، در عوض گزینه‌ای برای ارائه داشته باشید. وگرنه همکاری‌تان کوتاه مدت خواهد بود.

تقویت توان مالی

آیا برندی را سراغ دارید که بابت پایین بودن سطح بودجه‌اش شاکی نباشد؟ همه ما تجربه کار در شرکتی که مدیرانش دائما بر روی صرفه‌جویی تاکید دارند را داشته‌ایم. اینطور وقت‌ها آدم آرزو می‌کند چند دلار منبع مالی بیشتر دم دستش باشد تا با خیال راحت ایده‌های طلایی‌اش را اجرا کند. اگر شما هم سال‌هاست منتظر چنین فرصتی هستید، همکاری استراتژیک گشایش مالی خوبی محسوب می‌شود.

ماجرا از این قرار است که در قالب همکاری استراتژیک شما بودجه‌تان را با شریک خود ترکیب می‌کنید. بنابراین به طور طبیعی توان مالی‌تان دو برابر خواهد شد. متاسفانه برخی از کارآفرینان فکر می‌کنند همیشه باید سراغ یک برند بی‌نهایت بزرگ‌تر برای همکاری بروند. خب اصلا چه دلیلی دارد برندی مثل تسلا با کسب و کار کوچک شما همکاری استراتژیک داشته باشد؟ پس کمی از رویابافی‌تان کم کنید و روی زمین راه بروید!

راهکارهای یافتن گزینه مناسب همکاری استراتژیک

حالا که مزایای همکاری استراتژیک برندها را مرور کردیم، دیگر باید کمی جدی‌تر کارمان را جلو ببریم. اصلا بر فرض که این استراتژی بهترین گزینه دنیاست، چطور باید آن را اجرا کرد؟ خب یک برند مناسب برای همکاری که همینطور از آسمان به زمین نمی‌افتد. در عوض خودِ ما باید آستین‌ها را بالا زده و شروع به تعامل با گزینه‌های مختلف کنیم.

ما در ادامه سعی می‌کنیم یک چراغ راه مناسب برای یافتن گزینه‌های مناسب به منظور همکاری استراتژیک را مرور کنیم. اگر شما هم دوست دارید در این زمینه اطلاعات کاربردی به دست بیاورید، با ما همراه شوید.

تعیین اهداف همکاری

چرا به سرتان زده با یک برند دیگر همکاری داشته باشید؟ این سوالی است که گاهی اوقات سرنوشت برندها را تغییر می‌دهد. خب اگر قرار باشد شما فقط به خاطر چشم و همچشمی یا از سر اطلاعات ناقص همکاری استراتژیک را کلید بزنید، احتمالا بعد از گذشت چند ماه دست از پا درازتر سر خانه اول برمی‌گردید.

اولین قدم در مسیر یافتن یک شریک تجاری خوب برای همکاری استراتژیک تعیین اهداف است. بد نیست چند روزی درباره اینکه چرا سراغ همکاری استراتژیک آمده‌اید، فکر کنید. گاهی اوقات کارآفرینان فقط برای اینکه از بقیه عقب نمانند، سراغ همکاری استراتژیک می‌روند. اگر شما هم چنین قصدی از همکاری دارید، باید به طور کامل در وضعیت‌تان تجدید نظر کنید؛ چراکه دیر یا زود اوضاع‌تان حسابی به هم می‌ریزد.

دنباله‌روی کورکورانه از دیگران هیچ وقت برندی را به موفقیتهای بزرگ نرسانده است. بنابراین اگر واقعا نیازی به همکاری استراتژیک نداشته یا شرایط این همکاری را ندارید، الکی خودتان را معطل نکنید.

یافتن برندهای مناسب

همکاری استراتژیک میان هر نوع برندی روی نمی‌دهد. شما برای اینکه اوضاع را به خوبی مدیریت کرده و یک همکاری سودمند داشته باشید، باید دنبال برندهای خاص بروید. منظور ما از برندهای خاص در واقع آن دسته از کسب و کارهایی است رقیب مستقیم شما نیستند و زنجیره مشتریان مشترک با شما دارند.

اجازه دهید از یک مثال ساده استفاده کنیم. برند رد بول سال‌هاست با مسابقات رالی داکار و مسابقات موتورسواری همکاری استراتژیک دارد. دلیل این امر علاقه مشترک مخاطب‌های رد بول و طرفداران مسابقات اتومبیل و موتورسواری به موضوع ورزش‌های هیجان‌انگیز است. پس طبیعی است چنین همکاری بلندمدت بوده و سود زیادی هم برای طرفین به همراه داشته باشد.

حالا فرض کنید مایکروسافت و توشیبا قرار باشد با هم همکاری کنند. احتمالا این همکاری در همان مرحله مذاکره با شکست همراه خواهد شد؛ چراکه این دو برند رقیب هم محسوب می‌شوند. پس لطفا دور رقبای‌تان را کاملا خط بکشید؛ چراکه در نهایت اوضاع‌تان را حسابی به هم می‌ریزد.

مذاکره بر سر همکاری بلندمدت باید کاملا دقیق صورت گیرد. اشتباه برخی از کارآفرینان عجله بیش از اندازه است. به طوری که با عجله زیادی عملا فرصتی برای تعیین مفاد قرارداد همکاری یا حتی شرایطش باقی نمی‌گذارند.

اگر از ما می‌شنوید، بهتر است قبل از اینکه با عجله همکاری‌تان را شروع کنید، تمام جوانب کار را ارزیابی نمایید. در این میان بد نیست از نظرات همکاران یا دوستان‌تان هم سود ببرید. به علاوه، گاهی اوقات مشتریان‌تان هم ایده‌هایی برای گزینه‌های همکاری خواهند داشت. مثل همیشه باید به حرف آنها نیز گوش دهید. اینطوری با دست پر و اطلاعات جامع به استقبال همکاری استراتژیک خواهید رفت. این امر به شما کمک می‌کند تا جلوی خیلی از شکست‌های احتمالی را گرفته و اوضاع‌تان را به خوبی مدیریت کنید.

اجرای اولیه

هر همکاری بزرگی در این دنیا باید اول یک نسخه آزمایشی داشته باشد. این طوری خیال هر دو طرف بابت اجرای درست امور راحت خواهد شد. گاهی اوقات کارآفرینان فکر می‌کنند حتما باید از گزینه‌های عجیب و غریب برای بهبود کارشان استفاده کنند. هر وقت برای همکاری استراتژیک سختگیری‌تان زیاد شد، بد نیست یکی از گزینه‌های مناسب را برای مدتی محدود به طور آزمایشی اجرا کنید.

منظور ما در این بخش فرصت دادن به یک همکاری نسبتا مناسب است. در این آزمایش کوتاه شما باید متوجه اوضاع کلی همکاری شده و برنامه‌ای بلندمدت برای کارتان طراحی کنید. اینطوری فرصت کافی برای برنامه‌ریزی را خواهید داشت. به علاوه، آنچه روی کاغذ جذاب بوده، حالا در عمل نیز امتحانش را پس خواهد داد.

متاسفانه برخی از کارآفرینان همیشه نسبت به اجرای یک طرح آزمایشی ترس دارند. شما قرار نیست برای همیشه این همکاری آزمایشی را ادامه دهید. در عوض هدف اصلی تجربه‌ای کوتاه‌مدت و محدود از یک همکاری است. در نهایت نیز داوری با خودتان خواهد بود. پس ترس را کنار گذاشته و وارد عمل شوید.

این روزها مثال‌های بی‌نهایت متعددی درباره همکاری استراتژی میان برندها به چشم می‌خورد. نکته مهم در این میان اجرای آزمایشی همه این طرح‌های موفق است. به زبان ساده، هیچ کارآفرینی در دنیا بر سر مسئله همکاری ریسک نمی‌کند. خب اینجا پای اعتبار و سود برندها در میان است. پس هیچ جایی برای اشتباه وجود ندارد. اگر از ما می‌شنوید، بهتر است قبل از اینکه بی‌گدار به آب بزنید، کمی به فکر آینده برندتان باشید. اینطوری خیلی بهتر از پس مشکلات برآمده و انگیزه‌تان برای اجرای آزمایشی کار بیشتر هم خواهد شد.

اگر یک برند در آن سر دنیا همکاری استراتژیک خوبی را تجربه می‌کند، دلیل نمی‌شود شما هم در این حوزه موفقیت‌های بی‌تکراری کسب کنید. نکته کلیدی در این میان تلاش برای ارزیابی موقعیت خاص برندتان در بازار و سپس تصمیم‌گیری درباره این نکات است. وگرنه کلاه‌تان پس معرکه خواهد بود. فکر می‌کنم شما هم تایید می‌کنید یک همکاری غیرضروری بیشتر از اینکه برای برندها مفید باشد، بار اضافه‌ای بر دوش‌شان خواهد بود!

سخن پایانی

همکاری استراتژیک میان برندها چند وقتی هست بحث داغ میان کارآفرینان شده است. برخی از کارآفرینان بدون اینکه درک درستی نسبت به این استراتژی داشته باشند، دنبال تحققش هستند. در این میان دلیل اصلی علاقه کارآفرینان به این همکاری‌های چشم بسته، تنبلی است. یعنی کارآفرینان دوست دارند مسئولیت‌شان را روی دوش یک شریک بی‌دردسر بیندازند. اگر شما هم اینطور به همکاری استراتژیک نگاه می‌کنید، اصلا نباید دور و بر آن آفتابی شوید.

ما در این مقاله سعی کردیم چشم‌انداز درستی نسبت به این استراتژی برای‌تان خلق کنیم. از اینجا به بعد همه چیز به ارزیابی خودتان و همچنین نحوه استفاده از توصیه‌های مورد بحث در این مقاله برمی‌گردد. هرجا هم سوالی داشتید، تعارف را کنار گذاشته و با ما در ارتباط باشید.

منابع:

https://sproutsocial.com/insights/brand-collaborations/

https://blog.hubspot.com/marketing/best-cobranding-partnerships

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

چهارشنبه | ۸ آذر ۱۴۰۲ | شماره ۲۳۶۸ | 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