روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب‌وکار آفرینی

سه‌شنبه
۱۴ آذر ۱۴۰۲

Tue.5 Dec 2023

۲۱ جمادی‌الاول ۱۴۴۵ - سال نهم

شماره ۲۳۷۲

۸ صفحه - ۵۰۰۰ تومان

www.forsatnet.ir

سرمایه ورودی بورس به هزار و ۳۲۵ میلیارد تومان رسید

صعود ۲ درصدی بورس تهران

فرصت امروز: شاخص کل بورس تهران در معاملات سومین روز هفته بیش از ۴۴ هزار واحد افزایش یافت و ۲ درصد در سطح ۲,۱ میلیون واحدی بالا رفت. نمادهای فولاد و فارس پرچمدار بازار سهام بودند. جریان ورود سرمایه حقیقی نیز برای چهارمین روز متوالی ادامه یافت و ۴۱۱ میلیارد تومان پول حقیقی به بازار سهام وارد شد. در مجموع چهار روز معاملاتی اخیر، هزار و ۳۲۵ ...

۴

استهلاک سرمایه چه بلایی بر سر اقتصاد ایران آورده است؟

فصل انجماد سرمایه

فرصت امروز: میانگین نرخ رشد اقتصادی ایران در یک دهه گذشته به زحمت به یک درصد می‌رسد؛ آماری که نشان می‌دهد اقتصاد ایران ظرف ۱۰ سال گذشته در تله رشد اقتصادی منفی و یا پایین گرفتار شده و کیک اقتصاد روز به روز کوچک‌تر شده است. تلاش‌ها برای تقویت رشد اقتصادی نیز راه به جایی نبرده است، چون رشد اقتصادی نیازمند سرمایه‌گذاری است. اما درهای بسته اقتصاد ایران، مانع از ورود سرمایه‌های خارجی شده و سیاست‌های نادرست، سرمایه‌های داخلی را هم فراری داده است. گزارش اخیر آنکتاد نشان می‌دهد که ایران در سال ۲۰۲۲ میلادی تنها ۱,۵ میلیارد دلار سرمایه خارجی جذب کرده و در مقابل ظرف ۱۰ سال گذشته، ۱۰۰ میلیارد دلار سرمایه از اقتصاد ایران خارج شده است. این خروج سرمایه ۱۰۰ میلیارد دلاری در حالی است که اقتصاد کشورمان برای بهبود به رشد ۸ درصدی نیاز دارد و رشد ۸ درصدی هم نیازمند جذب سالانه ۱۰ میلیارد دلار سرمایه خارجی است، اما به نظر می‌رسد فصل انجماد سرمایه در اقتصاد ایران کماکان به قوت خود باقی است.

به این آمارها توجه کنید: «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 یک دهه گذشته سالانه ۴,۵ درصد از ارزش موجودی سرمایه ثابت در اقتصاد ایران مستهلک شده است» و... این اعداد و ارقام به روشنی نشان می‌دهند که اقتصاد ایران نه‌تنها در جذب سرمایه جدید موفق نبوده بلکه در چند سال گذشته موج خروج سرمایه از کشور نیز شدت گرفته است. وضعیت اسفناک ایران در جذب سرمایه خارجی در حالی است که کشورهای حاشیه خلیج فارس و در صدر آنها، امارات توانسته بیشترین میلیونرهای جهانی را جذب کند و تعداد ساکنان با دارایی خالص یک میلیون...

۲

خریداران خودرو دیگر پولی بلوکه نمی‌کنند

عمر کوتاه حساب وکالتی

۳

مدیریت و کسب‌وکار

چالش‌های بازاریابی دیجیتال: ۱۰ مشکل که باید شکست‌شان دهید!

بازاریابی دیجیتال از وقتی وارد دنیای مارکتینگ شده همه الگوهای قدیمی را یکی پس از دیگری از میدان به در کرده و خودش به تنهایی بر سکوی قهرمانی ایستاده است. به طوری که حالا دیگر بازاریابی غیردیجیتالی تقریبا معنایی ندارد. از طرفی کاهش هزینه‌های مارکتینگ به لطف فناوری‌های دیجیتال و ایجاد فضایی برای رقابت برندهای کوچک با غول‌های بازار موجب محبوبیت روزافزون این الگو شده است. با این حساب مشاهده کمپین‌های ریز و درشت بازاریابی دیجیتال نباید برای شما چندان تعجب‌آور باشد. هر بازاریابی که سراغ دیجیتال مارکتینگ می‌رود، انتظار دارد با الگویی بی‌نهایت ساده رو به رو شود. اجازه دهید با هم روراست باشیم، اگر قرار بود بازاریابی دیجیتال اینقدر راحت باشد، تقریبا همه برندها دست پر از این ماموریت مهم برمی‌گشتند. همانطور که فقط یک تیم در مسابقات جام جهانی قهرمان می‌شود، در دیجیتال مارکتینگ هم...

۸

جزییات پاداش پایان سال برای مشمولان قانون کار

مبلغ عیدی کارگران مشخص شد

۲

یادداشت

برنامه ۵ ساله یا کشکول آرزوها؟

علیرضا توکلی کاشی،
کارشناس بازار سرمایه

در شرایطی که کشورهای دیگر در حال برنامه‌ریزی برای توسعه و افزایش تجارت خارجی کشورشان و توسعه روابط با کشورهای همسایه و حتی کشورهای دور هستند و در این مسیر ریل‌گذاری می‌کنند تا بخش خصوصی بتواند برمبنای اسناد بالادستی و توافق‌نامه‌های بین‌المللی بین سران سیاسی کشورها مسیر رشد کشور را توسعه دهد، خیلی عجیب است که ما هنوز در مفاهیم اولیه مدیریت کشور از جمله تک‌نرخی شدن ارز، کاهش نرخ تورم حتی در سطوح ۲۰ درصد، تامین مالی کسری بودجه دولت از طریق بازار بدهی و استفاده از ظرفیت بازار بدهی برای تامین مالی بنگاه‌های اقتصادی و همچنین کاهش کسری بودجه با قطع برخی هزینه‌های غیرضروری و حتی نوشتن برنامه پنج‌ساله توسعه متناسب با نیازهای ضروری کشور وامانده‌ایم و همچنان کارهایی انجام می‌دهیم که کشور را در گام‌های اول توسعه نگه داشته‌ایم. هرچند نقاط مثبتی در لایحه وجود دارد، اما متاسفانه بخش بزرگی از متن لایحه تقدیمی دولت هیچ مشابهتی با برنامه‌های توسعه پنج‌ساله، آن‌گونه که در ادبیات توسعه به آن پرداخته می‌شود، ندارد و بیشتر به «کشکول آرزوها»...

۲

سرمایه‌گذاران چقدر برای جنگ جهانی سوم آماده هستند؟

اقتصاد در دنیای جنگ‌زده

فرصت امروز: در سال ۱۹۱۴ میلادی، هیچ‌یک از سرمایه‌گذاران فکر نمی‌کردند که جهان به زودی وارد جنگی خونریز خواهد شد. این موضوع هنوز هم وجود دارد و در حالی که جهان شتابان به سمت جنگ جهانی سوم حرکت می‌کند، بازارها تاثیر زیادی از آن نپذیرفته‌اند. به نوشته هفته‌نامه «اکونومیست»، اروپا سال‌ها به سمت یک کشتار بزرگ حرکت می‌کرد و نهایتا شکلی غیرقابل‌اجتناب در این قاره آغاز شد، اما در آن زمان همانطور که «نیال فرگوسن» تاریخدان در مقاله‌ای منتشر شده در سال ۲۰۰۸ می‌گوید، به نظر نمی‌آمد سرمایه‌گذاران چنین حسی داشته باشند. برای آنها، جنگ جهانی اول مانند یک تکانه آمد. تا هفته‌ای قبل از شروع آن، قیمت‌ها در بازارهای اوراق بهادار، ارز و پول به سختی حرکت کرده بودند. سپس همه چیز به یکباره بهم ریخت. روزنامه‌ای در اولین روز آگوست ۱۹۱۴ چنین نوشت: «شهر به یکباره معنای جنگ را فهمید!»

آیا بازارهای مالی مجددا در حال نادرست ارزیابی کردن خطر یک جنگ جهانی هستند؟ در سناریوی کابوسوار، فرو افتادن به سوی جنگ جهانی سوم حدود دو سال پیش آغاز شد؛ زمانی که نیروهای روسیه در مرز اوکراین تجمع کردند. امروز نبرد رژیم صهیونیستی با حماس، توان بالقوه ترسناکی دارد که فراتر از مرزهای خود گسترش پیدا کند. حمایت نظامی آمریکا از هم اوکراین و هم رژیم صهیونیستی برای این دو کشور بسیار حیاتی است و همین مسئله منجر به حمله به پایگاه‌های این ابرقدرت در عراق و سوریه شده است. در این میان، اگر چین تصمیم بگیرد که زمان برای بهره‌برداری از حواس‌پرتی یک ابرقدرت و حمله به تایوان فرا رسیده است، آمریکا ممکن است به راحتی درگیر سه جنگ همزمان شود و از این نقطه این خطر پدید می‌آید که چنین جنگ‌هایی به یکدیگر متصل شوند، سراسر دنیا را فرا بگیرند و به چیزی حتی مخرب‌تر تبدیل شوند.

فضای مه‌آلود اقتصاد جهان

جنگ روسیه و اوکراین تا چند وقت دیگر دو ساله می‌شود. در این فاصله، کشورهای غربی همیشه حامی و مدافع اوکراین بوده‌اند و تلاش داشته‌اند از طریق ارسال کمک‌های نظامی و غیرنظامی به اوکراین کمک کنند. با این حال، بررسی‌های «اکونومیست» نشان می‌دهد که میزان کمک آمریکایی‌ها کاهش پیدا کرده و در حال حاضر فقط کشورهای اروپایی به عنوان حامی اصلی اوکراین در حال ارسال کمک‌های بلندمدت خود به این کشور هستند. از سوی دیگر در روز هفتم اکتبر، حماس به رژیم صهیونیستی حمله کرد و سپس حملات گسترده رژیم صهیونیستی آغاز شد. در همین حال، اگر چین برای تحقق رویای دیرینه خود به تایوان حمله کند عملا آمریکا درگیر سه جنگ همزمان می‌شود که ممکن است کل جهان را دربر بگیرد.

البته این سناریو، خسارت‌های مالی را در پایین لیست وحشت‌ها قرار می‌دهد. با این حال، بخشی از وظیفه یک سرمایه‌گذار، این است که تاثیر دقیق آن را برای پرتفوی خود در نظر بگیرد. تاکنون امکان وقوع جنگ، تاثیر زیادی روی بازارها نگذاشته است، گرچه این واقعیت وجود دارد که به جای طمع، ترس حس اصلی بازارها شده است. قیمت‌های اوراق بهادار، حتی برای اوراق بهادار آمریکایی که با عنوان «بدون ریسک» شناخته می‌شوند، پر از افت و خیز بوده و بخش بیشتری از این سال را در حال افزایش سپری کرده است. شاخص‌های سهام در آمریکا، چین و اروپا به مدت سه ماه متوالی کاهش یافته‌اند. با این حال، این نوسانات به راحتی با عوامل دوران صلح همچون بدهی بزرگ دولتی، انتظارات نرخ بهره و سهامدارانی که سابقا خوش‌بینی برای‌شان گران تمام شده است، توجیه می‌شوند. به طور خلاصه، اصلا متناسب با سناریویی که ممکن است کل جهان را درگیر جنگ کند، هراس و وحشت در بازارها رخ نداده است. روشن‌ترین استنتاج این است که احتمال وقوع چنین اتفاقی واقعا نزدیک به صفر است. یک استنتاج تاریک‌تر این است که همانند سرمایه گذاران سال ۱۹۱۴، احتمالا سرمایه‌گذاران امروز به شکلی ناگهانی متوجه وقوع جنگ می‌شوند.

احتمال جنگ جهانی سوم

از منظر «اکونومیست»، تاریخ به یک احتمال سوم هم اشاره دارد؛ اینکه حتی اگر سرمایه‌گذاران انتظار داشته باشند که یک جنگ بزرگ رخ دهد، تقریبا کاری برای انجام دادن ندارند که بتوانند به خوبی از آن سود ببرند. در این میان، ساده‌ترین راه برای درک این مسئله، این است که خود را در سال ۱۹۱۴ تصور کنید، با علم به اینکه جنگ جهانی اول در راه است. باید به سرعت تصمیمات اقتصادی خود را طی چند هفته در بازار سهام لندن، نیویورک و اروپای مرکزی بگیرید؛ زیرا این نهادها به زودی تعطیل خواهند شد و ماه‌ها به همین شکل خواهند ماند. آیا می‌توانید مسیر پیشرفت و تاثیرات جنگ را در آن زمان حدس بزنید؟ بله سرمایه‌گذاری در بازار سهام آمریکا، کار درستی به نظر می‌رسد، اما برای این کار آیا کارگزار مناسبی پیدا می‌کنید؟ شاید به این فکر درست برسید که سرمایه خود را از روی دیون دولتی که به سرعت وارد هزینه‌های جنگ می‌شود، بردارید. آیا در همین حال هم می‌توانید پیش‌بینی کنید که بازار سهام روسیه به سرعت با روی کار آمدن یک انقلاب کمونیستی از بین می‌رود؟ البته یک منبع عدم قطعیت بسیار بزرگ‌تر و بدتر هم امروز وجود دارد و آن استفاده قدرت‌های درگیر از سلاح‌های هسته‌ای است. با این وجود، این مسئله تاثیر زیادی در برنامه‌ریزی‌های مالی ندارد؛ چراکه در صورت استفاده از سلاح‌های هسته‌ای، مدیریت کردن سبد دارایی‌ها اولویت بسیار کمی پیدا می‌کند. به طور کلی می‌توان گفت که فضای مه‌آلود جنگ برای سرمایه‌گذاران حتی از ژنرال‌های نظامی هم تیره‌تر است؛ زیرا آنها دست کم معنای نزدیکی از جنگ را درک می‌کنند. قضاوت این دوران احتمالا باز هم برعهده تاریخ‌نگاران آینده قرار خواهد گرفت؛ چراکه آنها از این فضای مه‌آلود دور هستند.

امکان سرمایه‌گذاری در چین؟

با اینکه محیط چین به گفته سرمایه‌گذاران و سیاستمداران غربی به هیچ وجه مناسب سرمایه‌گذاری نیست، با این‌حال، پیچیدگی اقتصاد جهانی و نقش ویژه‌ای که چین بازی می‌کند، خروج از آن را تقریبا غیرممکن کرده است. سوال این است که چرا شرکت‌های غربی نمی‌توانند چین را ترک کنند؟ به گفته «اکونومیست»، زمانی بود که اگر وزیر بازرگانی آمریکا در میانه سفر خود به پکن، شرایط این کشور را «غیرقابل سرمایه‌گذاری» توصیف می‌کرد، ناخشنودی‌هایی در سطح دیپلماتیک اتفاق می‌افتاد. با این‌حال، در آخرین روزهای تابستان «جینا ریموندو» این حرف را زد و هیچ اتفاقی هم نیفتاد؛ چراکه چنین باوری از سوی شرکت‌های آمریکایی و سرمایه‌گذاران غربی امروزه به امری پذیرفته شده تبدیل شده است. اخبار بدی از راه می‌رسد. بعضی اوقات مقامات چینی به دفاتر شرکت‌های آمریکایی حمله می‌کنند و کارکنان این دفاتر را دستگیر می‌کنند؛ یعنی اتفاقی که درباره گروه مینتز افتاد. اوقات دیگری هم وجود دارد که مدیران چینی ناگهان ناپدید می‌شوند؛ اتفاقی که طی سال‌های اخیر بارها رخ داده و در ماه سپتامبر یک بانکدار در منطقه نومورا از چین ممنوع‌الخروج شد.

تمام این اتفاقات در یک پس‌زمینه نامطلوب در حال رخ دادن است. روز یکم اکتبر، بانک جهانی به آخرین نهادی بدل شد که پیش‌بینی خود از تولید ناخالص داخلی چین را کاهش داد، اما مسئله مبهم دیگری هم وجود دارد که چشم‌انداز سرمایه‌گذاران را حتی تاریک‌تر می‌کند: حمله چین به تایوان. اگر «شی جین پینگ» وارد چنین جنگی شود، تحریم‌های متعاقب آن یک بحران عمیق مالی و اقتصادی در چین به وجود خواهد آورد و سرمایه‌ای را که وارد دارایی‌های این کشور می‌شود به‌شدت کاهش خواهد داد. در چنین حالتی شاید سرمایه‌گذاران غربی به این نتیجه برسند که چین بیش از حد ریسک‌زا و مشکل‌ساز است و نباید به آن فکر کرد؛ اتفاقی که در حال حاضر در حال وقوع است. اگر به صورت سطحی به این مسئله نگاه کنیم، خروج از چین کاری تقریبا سرراست به نظر می‌رسد. نباید فراموش کرد که دومین اقتصاد بزرگ جهان، حضور چشمگیری در شاخص‌های دارایی ندارد. مثلا شاخص گسترده msci درباره بازارهای سهام جهان، بازار سهام آمریکا را دارای وزنی ۶۳ درصدی می‌داند؛ در حالی که چین تنها وزنی ۳ درصدی دارد؛ یعنی یک‌بیستم آن.

همه راه‌ها به پکن می‌رسد

با این وجود، مسئله به این سادگی‌ها نیست. سرمایه‌گذاران به سادگی می‌توانند بازار سهام چین را رصد کنند، اما نمی‌توانند به سادگی از نیروی جاذبه دومین ابرقدرت اقتصادی جهان فرار کنند. بنابراین حتی آن دسته افرادی که فاصله خود با دامنه تاثیر چین را حفظ می‌کنند، راهی ندارند مگر مسیر حرکت این کشور را از نزدیک و به صورت عملی رصد کنند. برای فهمیدن دلیل این مسئله باید در اولین گام نقش چین در زنجیره تامین غرب را در نظر بگیرید. به خاطر تمام فراز و نشیب‌هایی که در دوران همه‌گیری کووید-۱۹ پیش آمد و تنش‌های ژئوپلیتیکی، شرکت‌ها تا حدی که بتوانند به دنبال تنوع بخشیدن به زنجیره تامین خود هستند. با این‌حال، این کار به سادگی پیش نمی‌رود. در سال ۲۰۲۲، اپل عمده محصولات خود را در چین تولید می‌کرد. علی‌رغم تمام تلاش‌های این شرکت، پیش‌بینی می‌شود این مسئله تا سال ۲۰۲۵ هم کماکان صادق باشد.

مسئله بعدی که همین قدر اهمیت دارد اما کمتر به چشم می‌آید، سهم جریان نقدینگی شرکت‌های غربی است که مستقیما از چین وارد می‌شود. تحلیلگران مورگان استنلی، درآمد ۱۰۷۷ شرکت آمریکایی را بررسی کرده‌اند تا میزان تاثیرپذیری آنها از بازارهای خارجی را محاسبه کنند. آن دسته از شرکت‌هایی که در بخش فناوری اطلاعات فعالیت می‌کنند و بیش از یک چهارم شاخص s&p ۵۰۰ را به خود اختصاص داده‌اند، ۱۲ درصد از درآمد خود را از چین کسب می‌کنند. برای شرکت‌های فعال در بخش نیمه‌رسانا مانند انویدیا، این رقم حتی به ۲۸ درصد می‌رسد. تحریم‌های بالقوه غربی که ممکن است ناشی از حمله احتمالی چین به تایوان باشد، سرمایه‌گذاری در دارایی‌های چینی را سرگردان رها می‌کند. از سوی دیگر، تحریم‌های متقابل چین هم می‌تواند برخی شرکت‌های آمریکایی را واژگون کند. از طرفی با توجه به مصرف بالای کالاهای گوناگون، از انرژی گرفته تا آلومینیوم از سوی چین، با افت تولید این کشور طبعا قیمت این کالاها هم به شدت کاهش پیدا می‌کند. به طور کلی، مسئله پیچیده‌تر از چیزی است که در سخنرانی سیاستمداران می‌شنویم. اگر شرکتی بخواهد سبدی از دارایی داشته باشد که از رشد جهانی سود می‌برد، نمی‌تواند خود را از دامنه تاثیر چین بیرون بکشد.

چرا کشورهایی که لیتیوم و نیکل دارند سرشاخ می‌شوند؟

زوایای پنهان خودروسازی برقی

کشورهایی که منابع لیتیوم و نیکل در جهان دارند این روزها مورد توجه بیشتری قرار گرفته‌اند، چون رشد صنعت خودروسازی برقی و نیاز به ساخت باتری، اهمیت چنین ذخایری را آشکارتر از گذشته کرده است. به نوشته «ایست ایژیا فوروم»، دولت ایران در مارس ۲۰۲۳ اعلام کرد که ذخایر لیتیوم قابل توجهی (۸,۵ میلیون تن) را کشف کرده است. این خبر مهمی است، چون لیتیوم قرار است در آینده جهان، نقش قابل توجهی بازی کند. چین بزرگ‌ترین مصرف‌کننده لیتیوم در دنیاست و بخش اعظم لیتیوم مورد نیاز خود را از استرالیا وارد می‌کند. بد نیست این را هم بدانید که استرالیا بزرگ‌ترین صادرکننده لیتیوم است و تقریبا نیمی از لیتیوم قابل دسترسی در جهان متعلق به استرالیا است. بیش از ۹۰ درصد از لیتیومی که استرالیا صادر می‌کند، روانه چین می‌شود و ۸۵ درصد از نیاز چین به لیتیوم را مرتفع می‌کند. در نیمه اول سال ۲۰۲۳، درآمد استرالیا از فروش لیتیوم کنسانتره به چین از مرز ۷ میلیارد دلار آمریکا هم گذشت. لیتیوم یک ماده مهم در تولید باتری خودروهای برقی است و دسترسی به آن باعث شده چین بتواند خود را به عنوان اصلی‌ترین تولیدکننده خودروی برقی جهان تثبیت کند. تقاضای چین برای لیتیوم در آینده هم رو به افزایش خواهد گذاشت و طبق پیش‌بینی دولت استرالیا، درآمد این کشور از صادرات لیتیوم به چین در بازه زمانی سال‌های ۲۰۲۲ تا ۲۰۲۳ احتمالا بیش از سه برابر خواهد شد.

اما کشف لیتیوم در ایران می‌تواند وضعیت استرالیا در صادرات لیتیوم به چین را تغییر دهد. چین بزرگ‌ترین مقصد صادرات هر دو کشور ایران و استرالیا است. در سال ۲۰۲۲، استرالیا بیش از یک چهارم از صادرات خود را روانه چین کرد که ارزش‌شان بالغ بر ۱۰۴ میلیارد دلار می‌شد. ایران هم تامین‌کننده عمده نفت خام برای چین است و روزانه بیش از ۷۵۰ هزار بشکه نفت به چین می‌فروشد که بالغ بر یک چهارم کل تولید نفتش است.

در شرایطی که صنعت خودروسازی جهانی به سرعت در حال گذار به خودروهای برقی است، تقاضا برای لیتیوم به عنوان یک ماده مهم در ساخت باتری این خودروها افزایش خواهد یافت. در سال ۲۰۲۲ تقریبا ۸۰ درصد از کل مصرف لیتیوم جهان به همین تولید باتری خودروهای برقی اختصاص یافته بود. در این میان، کشورهای دیگری هم هستند که می‌خواهند در آینده نقش مهمی در صنعت خودروسازی برقی جهان ایفا کنند. یکی از آنها اندونزی است که بزرگ‌ترین تولیدکننده نیکل در جهان به شمار می‌آید. در سال ۲۰۲۱، ذخایر ثبت شده نیکل در این کشور به ۲۱ میلیون متریک تن می‌رسید. دولت اندونزی در چارچوب برنامه توسعه صنایع ملی خود تاکید کرده که در بازه زمانی سال‌های ۲۰۲۰ تا ۲۰۳۵ باید اولویت تولید خودرو در این کشور به سمت خودروهای برقی و قطعات آنها سوق داده شود. بر همین اساس، حداقل ۲۰ درصد از خودروهای تولیدشده در اندونزی تا سال ۲۰۲۵ باید برقی و باتری‌خور باشند. در واقع، اندونزی قصد دارد تا سال ۲۰۴۰ به یکی از پنج تولیدکننده برتر باتری خودرو برقی در جهان تبدیل شود.

این در حالی است که انجمن بین‌المللی انرژی پیش‌بینی کرده که توجه جهانی به انرژی‌های تجدیدپذیر به این معناست که تقاضا برای نیکل در بازارهای جهانی رو به افزایش خواهد بود و تا سال ۲۰۴۰، خودروهای برقی تشکیل‌دهنده ۵۸ درصد از خودروها در جهان خواهند بود. بر همین اساس بوده که اندونزی پروژه‌های مشترکی را با هیوندای کره جنوبی و جنرال موتورز وولینگ شانگهای کلید زده است. دولت اندونزی تمایل دارد ذخایر نیکل این کشور در صنعت خودروسازی برقی مورد استفاده قرار بگیرد، اما مشکل اینجاست که اندونزی برای تولید باتری خودرو برقی به مواد دیگری از جمله لیتیوم نیز نیاز دارد.

این وضعیت تقریبا شبیه استرالیا است که ذخایر لیتیوم دارد اما نیکل ندارد. از سوی دیگر، کشوری مثل استرالیا مجبور است در مناسباتش با چین هم گام‌های محتاطانه‌ای بردارد و متحد اصلی خودش، یعنی آمریکا را از بابت مناسبات با چین ناراحت نکند. در آن سوی طیف اما اندونزی قرار دارد که سرمایه‌گذاری عظیم چین در پردازش ذخایر نیکل خود را به خوبی پیش برده است؛ به طوری که چین به بزرگ‌ترین منبع سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در بخش معادن اندونزی تبدیل شده است. در این میان، کشف ذخایر لیتیوم در ایران می‌تواند باعث افزایش انگیزه استرالیا و اندونزی برای همکاری با یکدیگر در زمینه تولید باتری خودرو برقی شود. استرالیا به صورت مشخص از این موضوع استقبال می‌کند، چون نگران تبعات سیاسی همکاری نزدیکش با چین است. اندونزی هم که برای پیشبرد برنامه‌های بلندمدت صنعتی خود گام برمی‌دارد و چنین همکاری‌هایی برایش بهترین موقعیت را می‌سازد.

یادداشت

برنامه ۵ ساله یا کشکول آرزوها؟

علیرضا توکلی‌کاشی، کارشناس بازار سرمایه

در شـرایطی که کشـورهای دیگر در حال برنامه‌ریزی برای توسعه و افزایش تجـارت خارجی کشورشـان و توسـعه روابط با کشـورهای همسـایه و حتی کشـورهای دور هستند و در این مسیر ریل‌گذاری می‌کنند تا بخش خصوصی بتواند برمبنای اسـناد بالادستی و توافق‌نامه‌های بین‌المللی بین سران سیاسی کشـورها مسیر رشد کشور را توسـعه دهد، خیلی عجیب است که ما هنوز در مفاهیم اولیه مدیریت کشور از جمله تک‌نرخی شدن ارز، کاهش نرخ تورم حتی در سـطوح ۲۰ درصد، تامین مالی کسـری بودجه دولت از طریق بازار بدهی و استفاده از ظرفیت بازار بدهی برای تامین مالی بنگاه‌های اقتصادی و همچنین کاهش کسری بودجه با قطع برخی هزینه‌های غیرضروری و حتی نوشتن برنامه پنج‌ساله توسعه متناسب با نیازهای ضروری کشور وامانده‌ایم و همچنان کارهایی انجام می‌دهیم که کشـور را در گام‌های اول توسعه نگه داشته‌ایم. هرچند نقاط مثبتی در لایحه وجود دارد، اما متاسـفانه بخش بزرگی از متن لایحه تقدیمی دولت هیچ مشابهتی با برنامه‌های توسعه پنج‌ساله، آن‌گونه که در ادبیات توسعه به آن پرداخته می‌شود، ندارد و بیشتر به «کشکول آرزوها» شبیه است.

کاهش تورم و رسـیدن به مرز ۹,۵ درصد در مجموعه اهداف برنامه گنجانده شـده، اما هیچ‌گونه راه‌حلی برای آن پیشـنهاد نشده است. در تمام دنیا تنظیم تورم و کاهش تورم جزو وظایف بانک‌های مرکزی اسـت و به نظر می‌رسـد که ایران نیز از این قاعده مسـتثنی نیست. بانک مرکزی برای تحقق این هدف، به مجموعه ملزوماتی نیازمند اسـت که پیشنهاد می‌شود این ملزومات در اختیار بانـک مرکزی قرار داده شـود. در متن لایحه، احکامی دیده می‌شـود که بهتر اسـت آنها را در زمره احکام بدیهی و غیرضروری دسـته‌بندی کنیم. الزام بانک مرکزی به ارزیابی کیفیت دارایی بانک‌ها، الزام همکاری سازمان‌های ثبت اسناد با بانک‌ها، الزام واگذاری دارایی‌های مازاد بانک‌ها (علی‌رغم وجود همین حکم در یک قانون دائمی دیگر)، الزام افزایش سرمایه بانک‌ها و افشای صورت‌های مالی بانک‌ها، ایجاد سامانه‌های املاک و مستغلات بانک‌ها و همچنین سامانه شبکه سهامداری بانک‌ها، ممنوعیت خرید سهام بانک توسط زیرمجموعه‌ها و اختیارات رسمی و غیررسمی به بانک مرکزی در حوزه ارز در زمره احکام بدیهی هستند که ذاتا جزو وظایف بانک مرکزی و سـایر دسـتگاه‌های ذی‌ربط هسـتند و اگر ایشان تاکنون به وظایف قانونی و ذاتی خود عمل نکرده‌اند، احتمالا با یک مانع مواجه هسـتند که امکان اجرای آن را ندارند و صدور احکام در متن قوانین، در شرایطی که موانع اجرایی برای دستگاه‌های اجرایی وجود دارد، مشکلی را حل نمی‌کند. شاید بهتر بود موضوع ریشه‌یابی و برای رفع مشکل اصلی، حکم قانونی مناسبی در متن لایحه برنامه درج می‌شد.

احکامی در متن برنامه درج شده است که مبهم بوده و قابل اجرا نخواهند بود. از آن جمله می‌توان به الزام افزایش نسبت تسهیلات به سپرده در مناطق محروم بـه میزان حداقل ۲۰ درصد اشـاره کرد. به جز اینکـه این‌گونه احکام نامفهوم هستند و نحوه محاسبه‌شـان مشخص نیست، به نظر می‌رسد حتی در صورت اصلاح و رفع ابهام، سیاسـتگذار را به هدفش نخواهند رسـاند. به نظر می‌رسد هدف سیاستگذار از این حکم، این بوده که در مناطق محروم، وام‌های بیشتری پرداخت شـود تا این مناطق توسـعه یابند و عملا محرومیت‌زدایی انجام شود. حقیقت این است که اگر بخواهیم در کشور توسعه ایجاد کنیم، به خصوص در مناطق محروم، باید تلاش کنیم مشوق‌هایی ایجاد کنیم که در آن مناطق انجام کسـب وکارها با هدف کسب سود، صرفه اقتصادی داشته باشد. در این صورت به شکل خودکار سرمایه‌ها به سمت توسعه این مناطق حرکت می‌کند. توسعه زیرسـاخت‌ها و رساندن زیرسـاخت‌ها به این مناطق، رفع مقررات مخل کسب وکار، به رسـمیت شناختن حقوق مالکیت فکری و معنوی، رفع موانع رقابت و ایجاد محدودیت برای انحصار و انحصارطلبی، توسعه نظام ثبت اسناد و املاک و صدور اسناد مالکیت برای کلیه اراضی و مستحدثات کشور و غیرقانونی اعلام کردن کلیه اسـناد غیررسمی درخصوص مالکیت زمین و مستحدثات، شاید از مهمترین کارهایی باشد که به صورت خودکار سبب ایجاد کسب وکار، شغل و نهایتا توسـعه مناطق محروم خواهد شد. تزریق وام به هر شکلی به بخش‌های مختلف، هیچ وقت منجر به توسـعه نشده است. چیزی که باعث توسعه در هر بخشی شده، مشوق‌های اقتصادی، پشتیبانی حقوقی و توسعه زیرساختی بوده که موجب شـده بخش خصوصی از محل سرمایه خود و یا با کمک منابع مالی بانک‌ها در کنار سرمایه‌های شخصی، مقدمات توسعه منطقه‌ای را فراهم نماید.

یکی از مسـائلی که جایش در برنامه پنج ساله خالی است و در این برنامه تا حدی به آن پرداخته شـده ولی شـاید لازم باشد قدری کامل‌تر به آن پرداخته شـود، الزام دولت به حل اساسی مسئله بدهی‌های خودش و شرکت‌های تابعه در قالب تدوین قانون جامع مدیریت بدهی‌های دولت اسـت. در ۵۰ سال اخیر، دولت‌هـا همواره برای تامین کسـری بودجه خود اقدام به اسـتقراض از بانک مرکزی، سیسـتم بانکی و صندوق‌های بازنشستگی کرده‌اند. این در حالی است که دولت‌ها در شـرایط خوب نیز که کشور با مازاد بودجه مواجه بوده، هیچ‌گاه اقدام به تسویه این بدهی‌ها نکرده‌اند. حتی گاهی مشاهده شده که بدهی‌هایی از دهه ۵۰ بدون آنکه ریالی از آن تصفیه شده باشد، همچنان در سیاهه بدهی‌های دولت وجود داشته است! الزام دولت به تصفیه کل بدهی‌های خود و شرکت‌های دولتی به کلیه اشـخاص حقیقی و حقوقی در قالب یک برنامه منظم (با اهداف کمی مشـخص طی سـال‌های اجرای برنامه پنج ساله) و با انتشـار انواع اوراق بدهی با سررسـیدهای یک تا ۱۰ سـاله و ایجاد تمرکز بدهی‌ها در بازار بدهی، یکی از مهمترین و اصولی‌ترین روش‌های رهایی دولت از مشـکلات ناشـی از بدهی‌اش به بخش‌های مختلف از جملـه بانک‌ها، بانک مرکزی و صندوق‌های بازنشستگی است.

با ایجاد تمرکز در بدهی‌های دولت، اولا رفتار دولت با مسـئله کسری بودجه مشابه سایر کشورهای پیشرفته می‌شود؛ زیرا در تمام دنیا دولت‌ها فقط به بازار بدهی بدهکارند و بس! ثانیا بدهی دولت شفاف شده و مراجع اقتصادی و مالی و تحلیلی با مراجعه به بازار بدهی می‌توانند به صورت لحظه‌ای از میزان بدهی‌های ریالی دولت مطلع شـوند، ثالثا در شرایط وجود مازاد بودجه، دولت‌ها می‌توانند با بازخرید بدهی‌های خود قبل از سررسـید، تعهدات آتی خود را کم کنند و از سـطح بدهی‌های خود بکاهند و از همه مهمتر (رابعا) ابزاری مفید و مسـتند جهت ارزیابی عملکرد اقتصادی دولت‌ها ایجاد خواهد شد؛ زیرا مشاهده تغییرات سطح بدهی‌های دولت در هر دوره در قالب تغییرات حجم اوراق بدهی سررسید نشده و مقایسه آن با سطح خدماتی که دولت‌ها در هر دوره ارائه کرده‌اند، نشان می‌دهد آیا هزینه‌کرد دولت‌ها و افزایش سطح بدهی و استقراض آنها، آثار مثبت اقتصادی متناسب با بدهی ایجادشده را داشته است یا خیر؟

حکم دومی که می‌تواند مکمل موضوع فوق باشد، مشخص کردن یک سقف برای مجموع بدهی‌های دولت اسـت. میزان بدهی دولت نباید از حدی افزایش پیدا کند و باید تحت کنترل باشـد. به عنوان مثال، سـقف بدهی دولت نسبت به یک شـاخص دیگر که معمولا تولید ناخالص داخلی کشـور است، از حدود مشخصی فراتر نرود و در یک چارچوب و نظم قرار بگیرد؛ ولی میزان انتشار اوراق تا زمانی که از آن سقف عبور نکرده امکان‌پذیر باشد. البته می‌توانیم شاخص‌های دیگری مثلا سـقف بدهی دولت نسبت به مجموع نقدینگی کشور را نیز داشته باشـیم، اما شـاخصی که توسط بیشتر کشـورها به کار گرفته می‌شود، نسبت مجموع بدهی‌های دولت به تولید ناخالص داخلی است.

در نظام بودجه‌ریزی سـالانه نیز باید بحث انتشار اوراق و بازپرداخت اوراق از شیوه کنونی خارج شود و انتشار اوراق به صورت آزادانه در اختیار خزانه‌داری کل کشور قرار بگیرد و صرفا هزینه مالی یا سود پرداختی اوراق به عنوان یک هزینه در جداول بودجه درج شـود و میزان انتشار و سررسید اوراق تا زمانی که حجم کل اوراق سررسید نشده از سقف مشخص تعیین‌شده در قانون برنامه پنج ساله عبور نکرده باشـد و به هر میزان و با هر ترکیبی از اوراق کوتاه‌مدت، میان‌مدت و یا بلندمدت مجاز شـمرده شود. در این حالت تعیین نوع اوراق (اسناد خزانه، مرابحه، اجاره، وکالت، سلف)، نحوه پرداخت سود (ماهانه، سه‌ماهه شش‌ماهه و یا بدون سـود و پرداخت در سررسـید) و مدت اوراق (یک‌ساله تا ۱۰ ساله) در اختیار وزارت اقتصاد و خزانه‌داری کل کشور خواهد بود. این دو حکم در صورت درج در متن قانون بدون شـک در زمـره مهمترین و بنیادی‌ترین احکام قانون برنامه هفتم خواهند بود.

استهلاک سرمایه چه بلایی بر سر اقتصاد ایران آورده است؟

فصل انجماد سرمایه

فرصت امروز: میانگین نرخ رشـد اقتصادی ایران در یک دهه گذشته به زحمت به یک درصد می‌رسد؛ آماری که نشان می‌دهد اقتصاد ایران ظرف ۱۰ سال گذشته در تله رشد اقتصادی منفی و یا پایین گرفتار شده و کیک اقتصاد روز به روز کوچک‌تر شده است. تلاش‌ها برای تقویت رشد اقتصادی نیز راه به جایی نبرده اسـت، چون رشد اقتصادی نیازمند سرمایه‌گذاری اسـت. اما درهای بسـته اقتصاد ایران، مانع از ورود سـرمایه‌های خارجی شـده و سیاست‌های نادرست، سرمایه‌های داخلی را هم فراری داده است. گزارش اخیر آنکتاد نشـان می‌دهد که ایران در سال ۲۰۲۲ میلادی تنها ۱,۵ میلیارد دلار سـرمایه خارجی جذب کرده و در مقابل ظرف ۱۰ سال گذشـته، ۱۰۰ میلیارد دلار سرمایه از اقتصاد ایران خارج شده است. این خروج سـرمایه ۱۰۰ میلیارد دلاری در حالی اسـت که اقتصاد کشورمان برای بهبود به رشـد ۸ درصدی نیاز دارد و رشـد ۸ درصدی هم نیازمند جذب سـالانه ۱۰ میلیارد دلار سـرمایه خارجی است، اما به نظر می‌رسد فصل انجماد سرمایه در اقتصاد ایران کماکان به قوت خود باقی است.

به این آمارها توجه کنید: «میزان سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در ایران در سـال ۲۰۲۲ تنها ۱,۵ میلیارد دلار بوده است»، «میزان سرمایه‌گذاری واقعی کشـور در سال ۱۳۹۸، کمتر از نصف سـال ۱۳۹۰ است»، «برای سومین سـال متوالی، رقم استهلاک سرمایه با رقم سرمایه‌گذاری جدید برابر شـد»، «در یک دهه گذشـته سـالانه ۴,۵ درصد از ارزش موجودی سـرمایه ثابت در اقتصاد ایران مستهلک شده است» و... این اعداد و ارقام به روشنی نشان می‌دهند که اقتصاد ایران نه‌تنها در جذب سرمایه جدید موفق نبوده بلکه در چند سـال گذشـته موج خروج سرمایه از کشور نیز شـدت گرفته است. وضعیت اسـفناک ایران در جذب سرمایه خارجی در حالی اسـت که کشـورهای حاشـیه خلیج فارس و در صدر آنها، امارات توانسـته بیشـترین میلیونرهای جهانی را جذب کند و تعداد ساکنان با دارایی خالص یک میلیون یا بیشـتر در این کشور کوچک عربی در سال گذشته بیش از ۵ هزار نفر افزایش یافته است.

وقتی همه خواب بودیم

«وقتی همه خوابیم» عنوان فیلمی از «بهرام بیضایی»، فیلمسـاز شهیر کشورمان است که در سال‌های پایانی دهه ۸۰ ساخته شد. جدا از فضای داسـتانی این فیلم به نظر می‌رسد عنوان فیلم به خوبی موقعیت بحرانی اقتصاد و وضعیت سرمایه‌گذاری در ایران را نشان می‌دهد؛ اینکه ایران در سـالیان اخیر از قطار توسـعه جامانده و در حالی که ما در خواب بودیم، کشـورهای دیگر و رقبای منطقه‌ای ما به صرافت رشد و توسعه افتاده‌اند و دسـت‌کم از نظر جذب سرمایه‌گذاری خارجی از ایران پیشی گرفته‌اند. گـزارش آماری که اتاق بازرگانی تهران در مورد جزییات سـرمایه‌گذاری، وضعیت استهلاک سـرمایه‌ها و خروج سـرمایه از اقتصاد ایران طی یک دهه گذشته منتشر کرده نشان می‌دهد از سال ۱۳۹۰ تا سال ۱۴۰۱ روند عمومی تشکیل سـرمایه 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.

این گزارش به خوبی نشـان می‌دهد که تشـدید تحریم‌ها در دو سـال ۱۳۹۷ و ۱۳۹۸ چگونه روند سـرمایه‌گذاری را به کمترین میزان طی یک دهه اخیر رسـانده است. براساس آمارها، میزان سرمایه‌گذاری خارجی در اقتصاد ایران در سال ۱۳۹۸ حدود ۲۴۹ هزار میلیارد تومان بوده که کمتر از نصف رقم سـرمایه‌گذای سال ۱۳۹۰ است. در واقع، بهترین سال برای جذب سرمایه‌گذاری در اقتصاد ایران طی یک دهه گذشته به سال ۱۳۹۰ مربوط می‌شـود و پس از آن میزان سـرمایه‌گذاری به طور مداوم کاهش پیدا کرده اسـت. با مرور این گزارش می‌تـوان گفت که تحریم‌ها یکی از عوامل موثر بر کاهش سرمایه‌گذاری در اقتصاد ایران است، اما بعید است که فعالان اقتصادی، تحریم را تنها مانع جذب سـرمایه و عامل فرار آن از کشور بدانند. آنچه در سال‌های گذشته مشاهده می‌شود، کاهش کیفیت حکمرانی و سیاسـتگذاری اقتصادی ایران اسـت؛ سیاست‌ها در یک دهه گذشـته رو به افول گذاشته و دولت مدام فضای اقتصاد را بسته‌تر کرده و مداخلات خود را در بازار افزایش داده است. به عبارتی، تحریم‌ها و کاهش کیفیت حکمرانی در کنار هم دو کارکرد مهم داشـته‌اند؛ اولی مانع ورود سـرمایه به ایران شده و دومی خروج سـرمایه از ایران را شدت بخشیده است. نتیجه هر دو این شده که نه تنها در دهه ۹۰ سرمایه جدیدی وارد اقتصادکشور نشده بلکه سرمایه‌های موجود هم مستهلک شده است.

سبقت استهلاک از سرمایه

داده‌های آماری گزارش اتاق تهران نشـان می‌دهد که در ۱۰ سال اخیر سـالانه به صورت میانگین ۴,۵ درصد از ارزش موجودی سرمایه ثابت در اقتصاد ایران مسـتهلک شده اسـت؛ یعنی در سال ۱۳۹۹ نسبت به سال ۱۳۹۰ حدودا ۴۵ درصد از سـرمایه ثابت در اقتصاد ایران مستهلک شده اسـت. این آمار استهلاک سرمایه هشداردهنده است، چون برای سومین سال متوالی، رقم استهلاک سرمایه با رقم سرمایه‌گذاری جدید در اقتصاد ایران برابر شـده اسـت. این اتفاق بدان معناست که کاسته شدن سرعت رشد سـرمایه‌گذاری موجب شده تا استهلاک سـرمایه‌گذاری‌های قبلی با سـرمایه‌گذاری‌های جدید برابری کند و شـکاف بین این دو به حداقل برسد. در هر اقتصادی، رقم سرمایه‌گذاری باید از رقم استهلاک سرمایه‌ها پیشـی بگیرد تا با کمک سـرمایه‌های جدید بتوان مانع مستهلک شدن سرمایه‌های پیشین شد. این روند اما در اقتصاد ایران به چشم نمی‌خورد و اگر سرمایه‌گذاری جدیدی صورت نگیرد، بیم آن می‌رود که رقم استهلاک از رقم سرمایه‌گذاری پیشی گرفته و چرخ اقتصاد از حرکت باز بایستد.

تحریم‌ها، پای ورود سـرمایه خارجی بـه اقتصاد ایران را بریده‌اند. طبق گزارش آنکتاد میزان سـرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در اقتصاد ایران در سـال ۲۰۲۲ تنها ۱,۵ میلیارد دلار بوده و این در حالی اسـت که اقتصاد ایران برای تحقق رشد اقتصادی ۸ درصدی در برنامه هفتم توسعه به سالی ۱۰ میلیارد دلار سرمایه نیاز دارد. البته این همه ماجرا نیست و متاسفانه در چند سـال گذشته نه تنها سـرمایه خارجی وارد کشـور نشده، بلکه سـرمایه‌های موجود هم از اقتصاد ایران خارج شده‌اند. براساس شنیده‌ها، ظرف ۱۰ سال حدود ۱۰۰ میلیارد دلار سرمایه از ایران خارج شده است. این رقم ۱۰ برابر میزان سـرمایه‌ای است که در برنامه هفتم توسعه برای رسیدن به نرخ رشد اقتصادی لازم است. به نظر می‌رسد که در نتیجه این وضعیت همه مردم در نهایت گرفتار تله فقر خواهند شـد، 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 سـرمایه جدیدی وارد آن نمی‌شود و کیک اقتصاد به جای آنکه بزرگ‌تر شـود مدام آب می‌رود. در این شـرایط نه می‌توان شغل جدیدی ایجاد کرد و نه می‌توان از نابودی مشاغل موجود جلوگیری کرد. در نتیجه رفاه از بین می‌رود و اقتصاد در تله رشـد اقتصادی پایین و تله فقر گرفتار می‌شود.

رتبه ۷۹ ایران در جذب سرمایه

درسـت در بازه زمانی ۱۰ سـاله‌ای که درهای اقتصاد ایران به واسـطه تحریم‌ها به روی سرمایه‌های خارجی بسته شده، کشورهای دیگر به ویژه رقبای منطقه ای و جهانی ایران، درهای خود را به 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 کرد، اما در ادامه مجددا به روند کاهشی خود بازگشت اما در سمت مقابل و در همین بازه زمانی، جریان ورودی سـرمایه به امارات متحده عربی، روند رشـد قابل توجهی داشته و می‌توان گفت که میزان ورود سرمایه خارجی در این کشور حدودا پنج برابر شـده اسـت، اما ایران نه تنها در این دوره رشـد نکرده بلکه در سـال ۲۰۲۲ حدود ۱۰۰ میلیون دلار سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در کشـورهای دیگر داشته است. این رقم برای سال پیش از آن ۸۲ میلیون دلار بوده است.

ایران در سال ۲۰۲۲ میلادی و در میان کشورهای جهان از نظر میزان جذب سرمایه‌گذاری خارجی در رتبه ۷۹ قرار داشته است. در نقطه مقابل، امارات متحده عربی توانسته روند صعودی جذب سرمایه‌گذاری خود را از سال ۲۰۱۹ آغاز و تا سال ۲۰۲۲ نیز ادامه دهد. در سال ۲۰۲۲ این کشور از نظر جذب سـرمایه‌گذاری خارجی در منطقه خاورمیانه رتبه نخست را کسـب کرده اسـت. اتاق بازرگانی ایران هم چندی پیش گزارشی منتشر کـرده بود که نشـان می‌داد در سـال ۲۰۲۲ امـارات اولین مقصد جذب سـرمایه میلیونرهای جهان بوده و از کشورهای اروپایی هم پیشی گرفته اسـت. در واقع، تا قبل از این زمان، مقصد اولیه میلیونرهای جهان، چین بوده که حالا امارات جای آن را گرفته است.

جزییات پاداش پایان سال برای مشمولان قانون کار

مبلغ عیدی کارگران مشخص شد

کلیه کارگران مشـمول قانون کار امسـال حداقـل ۱۰ میلیون و ۶۰۰ هزار تومان و حداکثر ۱۵ میلیون و ۹۰۰ هزار تومان عیدی از کارفرمایان خود دریافت خواهند کرد. طبق قانون نحوه تعیین عیدی و پاداش سالانه کارگران شاغل در کارگاه‌های مشمول قانون کار مصوب سال ۱۳۷۰، همه کارفرمایـان کارگاه‌های مشـمول قانون کار مکلف هسـتند به هر یک از کارگران خود به نسبت یک سال کار معادل ۶۰ روز آخرین مزد، به عنوان عیدی و پاداش بپردازند و مبلغ پرداختی از این بابت به هر یک از کارگران نباید از معادل ۹۰ روز حداقل مزد روزانه قانونی تجاوز کند. مبنای تعیین عیدی پایان سال کارگران، حداقل دو و حداکثر سه برابر مصوبه دستمزد شـورای عالی کار اسـت و کارفرمایان باید دو ماه پایه حقوق را به عنوان حداقل عیدی و سـه ماه پایه حقوق را به عنوان حداکثر عیدی و پاداش آخر سال به نیروهای کار خود بدهند. در کارگاه‌هایی که طرح طبقه‌بندی مشاغل دارند، مبنای محاسبه عیدی و پاداش سالانه کارگران مزد گروه و پایه یا مزد مبنا و در واحدهای فاقد طرح طبقه‌بندی، مزد ثابت یعنی مزد شغل و مزایای ثابت پرداختی به تبع شغل خواهد بود.

به طور معمول پرداخت عیدی و پاداش پایان سـال کارگران مشـمول قانون کار و بازنشستگان تأمین اجتماعی طبق قراردادهای کار و با در نظر گرفتن تعطیلی بانک‌ها، آغاز تعطیلات عید و انجام برخی حسابرسـی‌ها معمولا از روز ۲۰ اسفندماه آغاز می‌شود، اما برخی از کارفرمایان آن را به روزهای آخر سال موکول نکرده و با حقوق دی یا بهمن ماه واریز می‌کنند تا خانوارهای کارگری با فراغ بال بیشـتری نسـبت به تهیه مایحتاج شب عید اقدام کنند.

شـورای عالی کار در ۲۹ اسـفندماه سـال گذشـته در نشست تعیین دسـتمزد افزایش حداقل دستمزد کارگران برای سال ۱۴۰۲ را ۲۷ درصد تصویب کرد. بر این اسـاس پایه حقوق کارگران به ۵ میلیون و ۳۰۷ هزار و ۳۳۰ تومان افزایش یافت. با احتسـاب فرمول حداقل و حداکثر عیدی، کارگران امسال حداقل ۱۰ میلیون و ۶۱۴ هزار و ۶۶۰ تومان و حداکثر ۱۵ میلیون و ۹۲۲ هزار تومان دریافت خواهند کرد. کارگران بسته به سنوات و تعداد روزهایی که کار کرده‌اند مستحق دریافت عیدی هستند و عیدی و پاداش کامل به کارگرانی تعلق می‌گیرد که یک سال در محل کار یا آخرین کارگاه مشـغول کار بوده و بیمه‌پردازی آنهـا به طور کامل صورت گرفته باشـد. از سـوی دیگر علی‌رغم آنکه پرداخت عیدی و پاداش پایان سـال کارگران برای تامین معیشت و تهیه اقلام ضروری و افزایش رفاه و آرامش خاطر خانوارهای کارگری مورد تاکید قرار گرفته اما در برخی از کارگاه‌ها و صنوف، پرداخت عیدی به دلایل مختلفی از جمله نبود نقدینگی با تاخیر همراه می‌شـود بنابراین انتظار می‌رود که کارفرمایان این واحدها به دلیل ازدحام بانک‌ها در آخر سال و به جهت تامین مایحتاج ضروری خانوارهای کارگری، تقویت بنیه مالی کارگران برای خرید شب عید و افزایش انگیزه نیروهای کار خود مساعدت و همراهی بیشتری در پرداخت عیدی و پاداش داشته باشند و آن را زودتر به دست کارگران خود برسانند.

امـا موضوع مهم دیگر، بحث افزایش دو برابری حقوق بازنشسـتگان اسـت. با وجود مانور بسـیار مجلـس روی افزایـش دو برابری حقوق بازنشسـتگان در طول برنامه هفتم، به نظر می‌رسـد دولت به شـدت مخالف این مصوبه اسـت. دولت همچنین بـه صراحت موافقت خود را نسـبت به مصوبه دیگر مجلس (افزایش سـن بازنشستگی) اعلام کرده اسـت؛ مصوبه‌ای که به شـدت مورد انتقـاد عامه قـرار گرفته و نوعی بی‌اطمینانی را نسـبت به دوره بازنشسـتگی ایجاد کرده اسـت. با این حال، براسـاس آنچه که به تازگی رئیس کمیسـیون اجتماعی مجلس خبر داده، دولت مخالف همسان‌سـازی حقوق در برنامه هفتم است. به گفته «ولی اسماعیلی»، دولت با همسان‌سازی حقوق بازنشستگان طی یک سـال هم مخالف بود و رئیس سـازمان برنامه و بودجه کشـور این موضوع را در صحن مجلس مطرح کرد. در این شـرایط که دولت با این کار مخالف بود، ما نمی‌توانسـتیم دولت را مکلف کنیم که در یک سال حقوق بازنشستگان را با ۹۰ درصد حقوق شاغلان هم‌تراز همسان‌سازی کنـد. دولت می‌گویـد که منابع مالی بـرای این کار نـدارد و به دلیل محدودیت‌هـای مالی نمی‌تواند همسان‌سـازی حقوق بازنشسـتگان را انجام دهد. رئیس کمیسـیون اجتماعی مجلـس درباره مخالفت دولت با همسان‌سـازی حقوق بازنشسـتگان و اینکه آیا این مصوبه در شورای نگهبان تایید یا رد می‌شود، گفته است: احتمال دارد که شورای نگهبان این مصوبه را قبول نکرده و رد کند.

مخالفت دولت با افزایش دو برابری حقوق بازنشسـتگی در طول برنامه هفتم را می‌شود در لایحه بودجه سال آینده مشاهده کرد؛ چراکه براساس برنامه هفتم توسعه، دولت در سال آینده باید ۴۰ درصد حقوق بازنشستگان را بالا ببرد، اما در لایحه بودجه عدد ۲۰ درصد دیده می‌شـود. طبق گفته «محسن زنگنه» سخنگوی کمیسـیون تلفیق برنامه هفتم، امسال اولین آزمون دولت در میزان تعهد به تحقق برنامه هفتم توسعه است. اینکه در لایحه بودجه ۱۴۰۳ دولت پیشنهاد داده که حقوق بازنشستگان ۲۰ درصد افزایش پیدا کند، خلاف برنامه هفتم توسعه است. در سال اول برنامه هفتم توسعه دولت موظف است که ۴۰ درصد از فاصله حقوق بین بازنشستگان و کارکنان رسمی را پر بکند.

بـا این حال، آن‌طـور که عضو فراکسـیون کارگری مجلـس در مورد جزییات افزایش حقوق بازنشسـتگان تا سـقف ۹۰ درصد حقوق شاغلان هم‌تراز توضیح داده؛ براسـاس بند ۲ الحاقی ماده ۲۹ قانون برنامه هفتم، دولت مکلف اسـت طی سـه سـال در ابتدای برنامه هفتم این موضوع را اجرایی کند، به گونه‌ای که در سـه سال نسبت مستمری بازنشستگی به اولین حقوق و دسـتمزد سـال برقراری به عنوان حقوق مستمری‌بگیران به این عزیزان پرداخت شـود. «فاطمه محمدبیگـی» با تاکید بر اینکه با اجرایی‌شـدن این بند الحاقی، بخشی از قانون کار که سالیان دراز مغفول مانده بود به مرحله عملیاتی شـدن می‌رسد، گفت: با عملیاتی شدن این بند الحاقی برنامه هفتم توسعه، بی‌تردید شاهد افزایش حقوق و مستمری بازنشستگان تامین اجتماعی خواهیم بود؛ یعنی تمام بازنشستگان مشمول این بند برنامه خواهند شـد. گفتنی است برنامه هفتم توسعه، یک برنامه پنج ساله توسـعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی است که از ابتدای سال ۱۴۰۳ تا پایان سال ۱۴۰۷ به اجرا درخواهد آمد.

خریداران خودرو دیگر پولی بلوکه نمی‌کنند

عمر کوتاه حساب وکالتی

در حالی تعریف حساب وکالتی برای اولین بار در طرح فروش ایران‌خودرو در بهمن ماه سال گذشته باب شد که مشتریان خرید خودرو در وهله اول برای خودروهای داخلی و سپس برای خودروهای وارداتی بایستی اقدام به تعریف حساب وکالتی و مسدودکردن وجهی در آن می‌کردند، اما در آخرین تصمیم‌گیری‌ها از این پس برای خرید خودروها، چه خودروهای داخلی و چه وارداتی، نیاز به تعریف حساب وکالتی و بلوکه کردن پول نیست. به گزارش «ایسنا»، پس از آنکه در نیمه دوم سال گذشته، شیوه عرضه و فروش محصولات خودروسازان از سامانه یکپارچه مجدد به خود خودروسازان بازگشت و فروش از طریق شرکت‌ها میسر شده بود، برای اولین بار در یکی از طرح‌های پیش‌فروش ایران‌خودرو در بهمن ماه ۱۴۰۱، تعریف حساب وکالتی و مسدودکردن وجهی از مبلغ خودرو در این حساب به‌عنوان پیش‌شرط ثبت‌نام صرفا برای متقاضیان عادی اعمال شد. بدین ترتیب، در نیمه دوم سال گذشته تنها کسانی می‌توانستند در طرح‌های فروش خودروسازان ثبت‌نام کنند که بخشی از وجه خودرو را در حساب‌های‌شان بلوکه کرده باشند.

موضوع اعمال محدودیت حساب وکالتی و بلوکه کردن مبلغی در آن برای ثبت‌نام‌های خودروها در حالی اجرا شد که متقاضیان طرح جوانی جمعیت و طرح جایگزینی خودروهای فرسوده معاف از این شرط بودند و این محدودیت صرفا مختص متقاضیان عادی اعمال می‌شد. اجرایی شدن شرط بلوکه شدن وجه خودروها در طرح‌های فروش خودروسازان به عنوان پیش‌شرط ثبت‌نام در ابتدای امر، مخالفت فعالان و کارشناسان بازار و صنعت خودروی کشور را به همراه داشت؛ آنها معتقد بودند که این امر نه‌تنها دلالان را حذف نخواهد کرد، بلکه برای همان متقاضیانی که مصرف‌کننده واقعی هستند، چالش جدید ایجاد خواهد کرد.

گفته می‌شد هرچند که نهادهای ذی‌ربط این محدودیت را با هدف مهیا کردن شرایط برای مصرف‌کننده واقعی برنامه‌ریزی کردند تا تقاضاها به سمت واقعی‌تر شدن حرکت کند، اما این مهم دیده نشد و تعداد بسیاری از ثبت‌نام‌کنندگان که از قضا همین مصرف‌کننده‌های واقعی بوده و توان خرید از بازار آزاد نداشته و از همین روی بارها در صف انتظار برای برنده شدن باقی مانده و منتظر این بودند که چنانچه قرعه به نام‌شان افتاد، برخی سرمایه‌های خود همچون طلای خود یا همسران، خودرو قبلی (که مشمول شرایط فرسودگی هم نیست تا بتواند از ظرفیت طرح جایگزینی خودروهای فرسوده استفاده کند) و... بفروشند تا بتوانند ثبت‌نام خود را نهایی کنند.

از سویی با اعمال این شرط، باز همان دلالان سرمایه‌داری که پیش‌تر اقدام به خرید کارت‌های ملی اجاره‌ای می‌کردند، وجه خودرو را به حساب اجاره‌کننده واریز می‌کردند تا بتوانند ثبت‌نام کنند؛ بنابراین باز هم صف قرعه‌کشی از دلالان سرمایه‌دار پر می‌ماند. حال با اعمال این محدودیتِ تضمین وجود وجه خودرو در حساب مشتری، اگر مصرف‌کننده واقعی دیگر سرمایه خود را فروخت و برنده نشد و با توجه به شرایط اقتصادی که ارزش ریال کمتر می‌شود، تکلیف چیست؟ چه بسا که دیگر نمی‌توانست با آن پول، همان طلا یا کالای دیگر خود را خریداری کند! بر همین اساس کارشناسان معتقد بودند که حتی با اعمال این شرط نیز باز همان دلالان سرمایه‌داری که پیش‌تر اقدام به خرید کارت‌های ملی اجاره‌ای می‌کردند، وجه خودرو را به حساب اجاره‌کننده واریز خواهند کرد تا بتواند ثبت‌نام کند؛ بنابراین باز هم صف قرعه‌کشی پر از دلالان سرمایه‌دار ماند و لاتاری ملی، لاتاری ملی می‌ماند؛ چراکه «صورت مسئله که ایراد دارد، راه‌حل‌ها هم غلط ارائه می‌شود.»

اما برخی کارشناسان نیز این پیش‌شرط را مثبت تلقی کرده و معتقد بودند که راهی برای تشخیص مصرف‌کننده واقعی از دلال است و دلالان را از این صف خارج می‌کند. در میان مشتریان نیز اکثریت از این محدودیت جدید گلایه‌مند بودند، اما برخی هم استقبال کرده و مشتری واقعی را به خرید خودروی مورد نظر، نزدیک‌تر دیدند. یکی از مشتریان در این رابطه معتقد بود که «خودروسازان مردم را به مسخره گرفته‌اند؛ چراکه اگر ما این پول را داشتیم، خودرویی با مدل پایین‌تر از بازار آزاد خریداری می‌کردیم تا مجبور نباشیم در صف‌های طویل مدت‌ها انتظار بکشیم. اینها هر کاری که می‌کنند تنها به نفع سرمایه‌دارها است.» یا دیگر مشتری به صراحت اعلام می‌کرد: «من به عنوان خریدار و مصرف‌کننده واقعی خودرو از این طرح‌ها گلایه و شکایت دارم؛ این همه شروط برای خرید خودرو، کجای دنیا و کدام خودروساز اعمال می‌کند که ما دومی باشیم؟ من شخصا طلا خریدم که ارزش سرمایه‌ام حفظ شود، اگر اینها را بفروشم و حسابم را پر کنم و خودرو به نامم درنیامد، ضرر و زیان من را چه کسی پرداخت می‌کند؟ خیلی‌ها همین شرایط را دارند و می‌خواهند با فروش طلا، دلار و... در صورت برنده شدن، مبلغ خودرو را تامین کنند.» مخاطبی دیگر هم می‌گوید: «واقعا درست است که این کار باعث می‌شود بیشتر دلال برنده شود و نه مردم عادی؛ افراد مجبورند کل سرمایه زندگی خود را بگذارند بانک، آیا برنده بشوند یا نه؛ اگر برنده نشدند چه؟ غلط‌ترین کاری که می‌شد انجام داد تا بیشتر دلال سود کند، همین شرط بود.» اما بالعکس برخی مردم هم موافق این شرط بودند؛ زیراکه دست دلالان را کوتاه و راه را برای مصرف‌کننده واقعی هموارتر می‌پنداشتند.

پیش‌شرط تعریف حساب وکالتی به نفع سازمان حمایت بوده و بلوکه کردن بخشی از وجه خودرو در طرح‌های فروش خودروسازان که تا ماه پایانی سال اجرایی می‌شد، ادامه پیدا کرد تا اینکه در اسفندماه با تغییر شیوه محصولات خودروسازان به فروش یکپارچه از طریق سامانه یکپارچه خودروها، کمی تغییر کرد و وجه مسدودی در حساب وکالتی به صورت واحد برای همه خودروها ۱۰۰ میلیون تومان در نظر گرفته شد؛ بر این اساس مقرر شد که متقاضیان در هر مرحله فروش یکپارچه خودروها، پیش از آغاز ثبت‌نام، حساب وکالتی تعریف و ۱۰۰ میلیون تومان را در حساب خود مسدود کنند. علاوه بر این، با توجه به اینکه دور ماندن دلالان از صحنه فروش خودروها، هدف پیش‌شرط تعریف حساب وکالتی و بلوکه کردن پول برای ثبت‌نام خودروها در نظر گرفته شده بود، این هدف برای فروش خودروهای وارداتی پس از پنج سال وقفه در واردات می‌خواستند وارد بازار خودروی کشور شوند، تصمیم گرفته شد که پیش‌شرط تعریف حساب وکالتی و مسدودکردن ۵۰۰ میلیون تومان در این حساب برای ثبت‌نام خودروهای وارداتی، لحاظ شود. بر این اساس، در اولین مرحله ثبت‌نام برای خودروهای وارداتی و همچنین دو مرحله از فروش یکپارچه خودروهای داخلی، تعریف حساب وکالتی و بلوکه کردن وجه اجرایی شد، اما گویا دیگر عمر این طرح (الزام تعریف حساب وکالتی و بلوکه کردن پول) به پایان رسیده و قرار نیست که پیش‌شرط ثبت‌نام، چه برای خودروهای داخلی و چه خودروهای وارداتی لحاظ شود.

طبق آنچه که اعلام شده است، پس از اجرای دو مرحله از فروش یکپارچه خودروهای داخلی، شیوه فروش تغییر کرده است و دیگر اینکه سایت سامانه یکپارچه در بازه مشخص فعال و سپس بسته شود، مطرح نیست، بدین ترتیب قرار است که سایت سامانه به صورت مداوم فعال و خودروسازان محصولات دارای ظرفیت فروش خود را در این سامانه عرضه و مشتریان خرید خود را انجام دهند؛ بنابراین دیگر الزامی برای مسدودکردن ۱۰۰ میلیون تومان در حساب وکالتی نیست. همچنین قرار است به زودی مرحله دوم ثبت‌نام خودروهای وارداتی برای متقاضیان جدید آغاز شود، اما طبق تاکید مدیر سامانه یکپارچه خودروها، نکته مهم و قابل توجه در این ثبت‌نام جدید برای خودروهای وارداتی، این است که متقاضیان نیاز به سپرده‌گذاری پیش از آغاز ثبت نام ندارند.

گفتنی است «مهدی تقدسی»، مدیر سامانه یکپارچه خودروها از بازگشایی سایت سامانه خودروهای وارداتی برای ثبت‌نام متقاضیان مرحله اول که در اسفندماه سال گذشته ثبت‌نام کرده بودند، خبر داد و گفت: در این مرحله ۱۱ خودروی وارداتی عرضه شده و تا پایان روز چهارشنبه (۱۵ آذرماه) مهلت ثبت‌نام وجود خواهد داشت. او همچنین از آغاز پنجمین دور ثبت‌نام خودروهای وارداتی خبر داد و گفت: از عصر دوشنبه به مدت سه روز سایت سامانه یکپارچه برای ثبت‌نام متقاضیان خودروهای وارداتی باز خواهد شد. این مرحله از فروش خودروهای وارداتی که پنجمین عرضه این خودروهاست و در قالب اطلاعیه شماره ۶ سامانه یکپارچه تخصیص خودروهای وارداتی ارائه شده است، شامل ۱۱ محصول است که شش محصول دارای قیمت قطعی در مبادی ورودی و پنج محصول دارای قیمت علی‌الحساب در مبادی ورودی هستند. بنابراین متقاضیان خودروهای وارداتی که در اسفند سال گذشته در اولین مرحله از ثبت‌نام خودروهای وارداتی وجه ۵۰۰ میلیون تومانی را در حساب وکالتی خود بلوکه کرده بودند، از عصر دوشنبه (۱۳ آذر ماه) تا پایان روز چهارشنبه (۱۵ آذرماه) می‌توانند برای ثبت درخواست خود از طریق سامانه یکپارچه تخصیص خودروهای وارداتی اقدام کنند.

اخبار

قیمت سکه ۵۰ هزار تومان بالا رفت

صعود سکه در کانال ۲۹ میلیونی

قیمت سکه طلا به ۲۹ میلیون و ۶۰۰ هزار تومان رسید. در جریان داد‌وستدهای روز دوشنبه 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 ۲۹ میلیون و ۶۰۰ هزار تومان معامله شد که در مقایسه با روز قبل، ۵۰ هزار تومان افزایش نشان می‌دهد. سکه بهار آزادی طرح قدیم نیز در مقایسه با روز یکشنبه، ۱۵۰ هزار تومان افزایش قیمت داشت و با نرخ ۲۶ میلیون و ۱۰۰ هزار تومان داد و ستد شد. نیم‌سکه ۱۵ میلیون و ۶۰۰ هزار تومان، ربع سکه ۱۰ میلیون و ۶۰۰ هزار تومان و سکه گرمی نیز با نرخ ۵ میلیون و ۸۵۰ هزار تومان معامله شد. نیم‌سکه و ربع سکه هر کدام نسبت به روز قبل، ۱۵۰ هزار تومان افزایش قیمت داشتند. هر گرم طلای ۱۸ عیار در بازار طلای تهران ۲ میلیون و ۵۱۶ هزار و ۳۰۰ تومان داد و ستد شد. بهای هر اُنس طلا در بازارهای جهانی نیز ۲ هزار و ۶۸ دلار اعلام شد که در مقایسه با روز قبل، افت چهار دلاری را نشان می‌دهد. همچنین قیمت هر اسکناس دلار آمریکا در معاملات مرکز مبادله ارز و طلای ایران در مقایسه با ۲۴ ساعت گذشته ۸۹ تومان و نرخ هر اسکناس یورو ۷۸۹ تومان افزایش یافت. در معاملات روز گذشته مرکز مبادله ارز و طلای ایران، هر اسکناس دلار آمریکا به ۴۲ هزار و ۱۶۷ تومان و نرخ حواله دلار نیز به ۳۸ هزار و ۳۳۴ تومان رسید که در مقایسه با روز یکشنبه به ترتیب ۸۹ تومان و ۸۲ تومان افزایش قیمت داشتند. هر اسکناس یورو نیز با افزایش حدود ۷۸۹ تومان در مرکز مبادله ارز و طلای ایران به ۴۵ هزار و ۸۷۰ تومان و نرخ حواله یورو با افزایش ۷۵ تومانی به ۴۱ هزار و ۷۰۰ تومان رسید.

سود ۲۴۰ هزار میلیاردی بانک‌ها به سپرده‌گذاران

پاسارگاد در صدر ایستاد

براساس گزارش‌های کدال، ۱۴ بانک طی هشت ماهه ابتدای امسال بیش از ۲۴۰ همت بابت سپرده‌ها، سود پرداخت کرده‌اند. به گزارش «اکوایران»، طی هشت ماهه ابتدای امسال بیش از ۲۴۰ همت سود سپرده از سوی ۱۴ بانک پرداخت شده است. از میان ۲۹ بانک کشور تنها بانک‌های پاسارگاد، ملت، اقتصاد نوین، پست بانک ایران، صادرات، کارآفرین، سینا، دی، خاورمیانه، سامان، پارسیان، موسسه اعتباری ملل، گردشگری و تجارت نسبت به انتشار گزارش عملکرد ماهانه خود اقدام کرده‌اند. بررسی گزارش عملکرد این بانک‌ها نشان می‌دهد که طی هشت ماهه ابتدای امسال بیشترین سود پرداختی به سپرده‌های مشتریان توسط بانک پاسارگاد صورت گرفته است. بانک پاسارگاد طی هشت ماهه ابتدای امسال هزینه‌ای قریب به ۴۶ هزار میلیارد تومان را بابت سپرده‌ها پرداخت کرده است. براساس آخرین آمارهای مربوط به پایان آبان ماه امسال، بانک پاسارگاد ۵۷۹ همت سپرده در اختیار دارد. بیشترین سود پرداختی بانک پاسارگاد بابت سپرده‌های بلندمدت سه ساله بوده، به طوری که این بانک قریب به ۲۷ همت سود به این دسته از سپرده‌های بلندمدت طی هشت ماهه ابتدای امسال پرداخت کرده است. بعد از بانک پاسارگاد نیز بیشترین سود پرداختی مربوط به بانک‌های ملت و تجارت بوده است، به طوری که این بانک‌ها در هشت ماهه امسال به ترتیب ۴۳,۸ و ۳۳,۶ هزار میلیارد تومان بابت سپرده‌ها پرداخت کرده‌اند. همچنین کمترین سود پرداختی به سپرده‌ها در مدت هشت ماهه ابتدای امسال مربوط به پست بانک بوده، به طوری که این بانک تنها ۱,۴ هزار میلیارد تومان بابت سپرده‌ها سود پرداخت کرده است. پس از پست بانک ایران، کمترین سود پرداختی مربوط به خاورمیانه بوده و این بانک تنها حدود ۳ هزار میلیارد تومان بابت سپرده‌ها سود پرداخت کرده است. طبق آخرین آمارها تا پایان آبان امسال، پست بانک ایران معادل ۷۲,۵ هزار میلیارد تومان سپرده در اختیار دارد. یادآور می‌شود بانک‌ها عموما متناسب با میزان سپرده‌هایی که در اختیار دارند، سود سپرده پرداخت می‌کنند و حجم بالای پرداخت سود سپرده در برخی بانک‌ها به معنای بالا بودن نرخ سود در آن بانک‌ها نیست.

آگهی فراخوان تجدید مزایده عمومی شماره ۴ / چهار

شهرداری پرند

نوبت دوم

شهرداری پرند باستناد مجوز شماره ۰۱۱۷۵۹ مورخ ۱۴۰۱/۰۹/۱۳ شورای اسلامی شهر پرند در نظر دارد فروش یک باب مغازه تجاری قطعه زمین تجاری به مساحت ۱۷۴ متر مربع واقع در فاز صفر مجتمع اسکای طبقه دوم را به شماره ۲۰۰۲۰۹۸۲۸۳۰۰۰۰۴ از طریق مزایده عمومی به اشخاص حقیقی و حقوقی دارای صلاحیت و با شرایط ذیل واگذار نماید. لذا متقاضیان جهت دریافت اسناد و اطلاعات بیشتر می توانند از تاریخ ۱۴۰۲/۰۹/۰۷ با مراجعه به سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به نشانی (www.setadiran.ir) در مزایده شرکت نمایند.

۱- **موضوع مزایده:** فروش واحد تجاری به مساحت ۱۷۴ متر مربع واقع در فاز صفر مجتمع اسکای طبقه دوم

۲- **مبلغ پایه مزایده:** ۱۴۸/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال (یکصد و چهل و هشت میلیارد ریال)

۳- **مهلت و محل دریافت اسناد مزایده:** از تاریخ انتشار آگهی تا ساعت ۱۴:۰۰ روز سه شنبه ۱۴۰۲/۰۹/۱۴ و محل دریافت اسناد آن صرفا از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به نشانی (www.setadiran.ir) می باشد.

۴- **مهلت و محل تسلیم پیشنهادات:** متقاضیان می بایست پاکت های پیشنهاد قیمت خود را که برابر شرایط مندرج در اسناد مزایده تنظیم شده است را حداکثر تا ساعت ۱۳:۰۰ روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۹/۲۷ در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به نشانی (www.setadiran.ir) بارگذاری نمایند.

۵- **سپرده شرکت در مزایده:** ۷/۴۰۰/۰۰۰/۰۰۰ (هفت میلیارد و چهارصد میلیون ریال) است که باید نقدا به حساب شماره ۰۱۰۹۱۱۳۳۶۶۰۰۶ (شماره شبا ۲۸۰۱۷۰۰۰۰۰۰۱۰۹۱۱۳۳۶۶۰۰۶ نزد بانک ملی به نام شهرداری پرند یا بصورت ضمانت نامه بانکی تسلیم دبیرخانه این شهرداری گردد. لازم به ذکر است چنانچه برندگان اول، دوم و سوم مزایده حاضر به عقد قرارداد نشوند سپرده آنان بترتیب به نفع شهرداری ضبط خواهد شد.

تذکر: صرفا اسناد پاکت های پیشنهاد ب و ج دارای امضای الکترونیکی مورد پذیرش است و در جلسه بازگشایی پاکت های ب و ج، اسناد فیزیکی (کاغذی) دارای مهر گرم و اسناد فاقد امضای الکترونیکی (دارای مهر گرم) به هیچ وجه مورد پذیرش نیست.

۶- **مدارک لازم جهت دریافت اسناد:** متقاضیان جهت دریافت اسناد می بایست از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به نشانی (www.setadiran.ir) نسبت به تهیه اسناد اقدام نمایند.

۷- **زمان گشایش پیشنهادها:** بازگشایی پاکات ساعت ۱۴:۰۰ روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۹/۲۷ می باشد.

۸- **زمان بازدید:** از تاریخ ۱۴۰۲/۰۹/۰۷ لغایت ۱۴۰۲/۰۹/۱۴ می باشد.

۹- **تهیه فرم بازدید** از ملک و بارگزاری در پاکت ب الزامی می باشد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۹/۷ — تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۹/۱۴

مجتبی مرادی نوروزی — سرپرست شهرداری پرند

۶۵۷

آگهی مزایده عمومی واگذاری امتیاز بهره برداری از ۵۰ دستگاه اتوبوس (آتروس صفر کیلومتر محصول شرکت ایران خودرو دیزل) متعلق به شهرداری ملارد

نوبت اول

شهرداری ملارد در نظر دارد به استناد ماده ۱۲ آیین نامه مالی شهرداریها و مجوز شماره ۷۶۵ص ش/۱۴۰۲ تاریخ ۱۴۰۲/۰۶/۰۶ موضوع بند ۳ مصوبه جلسه شماره ۱۵۸ مورخ ۱۴۰۲/۰۵/۲۲ شورای اسلامی شهر ملارد، مزایده عمومی با موضوع واگذاری امتیاز بهره برداری از ۵۰ دستگاه اتوبوس (اتروس صفر کیلومتر محصول شرکت ایران خودرو دیزل) متعلق به شهرداری ملارد را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگذار نماید.از دریافت و تحویل اسناد مزایده تا بازگشایی پاکت ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد.متقاضیان شرکت در مزایده در صورت عدم عضویت در سامانه نسبت به ثبت نام و دریافت گواهی امضای الکترونیکی (به صورت بر خط) برای کلیه صاحبان امضای مجاز و مهر سازمانی اقدام لازم را بعمل آورند.

۱) **موضوع مزایده:** واگذاری امتیاز بهره برداری از ۵۰ دستگاه اتوبوس (اتروس صفر کیلومتر محصول شرکت ایران خودرو دیزل) متعلق به شهرداری ملارد.

۲) **مدت بهره برداری:** ۱۰ سال شمسی می باشد.

۳) **مجموع قیمت پایه کارشناسی:**

مجموع قیمت پایه کارشناسی ۵۰ دستگاه اتوبوس مبلغ ۶۴۲/۶۹۵/۸۰۹/۵۰۰ ریال به حروف (ششصد و چهل و چهار میلیارد و ششصد و نود و پنج میلیون و هشتصد و نه هزار و پانصد ریال) می باشد.

۴) **مهلت خرید و دریافت اسناد مزایده:**

از تاریخ ۱۴۰۲/۰۹/۱۴ تا تاریخ ۱۴۰۲/۰۹/۲۵ ساعت ۱۴:۰۰ در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir می باشد

۵) **مهلت قبول و بارگذاری پیشنهادات:**

از تاریخ ۱۴۰۲/۰۹/۲۷ تا تاریخ ۱۴۰۲/۱۰/۰۷ ساعت ۱۳:۰۰ در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir می باشد.

۶) **۵ ٪ سپرده شرکت در مزایده** واگذاری امتیاز بهره برداری از ۵۰ دستگاه اتوبوس مبلغ ۲۲/۱۲۲/۴۷۹/۰۴۷ ریال (بیست و دو میلیارد و صد و بیست و سی و چهار میلیون و هفتصد و نود هزار و چهارصد و چهل و هفتاد و چهار ریال) می باشد که می‌بایست به صورت یکی از روشهای مشروحه ذیل در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت(ستاد) به آدرس www.setadiran.ir بارگذاری و اصل رسید بانکی واریز وجه یا ضمانتنامه بانکی تا تاریخ ۱۴۰۲/۱۰/۰۷ ساعت ۱۳:۰۰ به دبیرخانه شهرداری واقع در بلوار رسول اکرم (ص)، ساختمان مرکزی شهرداری ملارد تسلیم گردد.

الف) رسید بانکی واریز وجه مذکور به حساب شماره ۰۱۱۶۶۸۵۴۲۸۰۰۳ سپرده شهرداری نزد بانک ملی شعبه ملارد کد ۲۶۱۶

ب) ضمانتنامه بانکی به نفع شهرداری ملارد به حساب به شماره ۰۱۱۶۶۸۵۴۲۸۰۰۳ نزد بانک ملی ایران شعبه ملارد کد ۲۶۱۶

۷) لازم بذکر است نفرات اول، دوم و سوم مزایده هرگاه حاضر به انعقاد قرارداد نشوند سپرده آنان به ترتیب به نفع کارفرما ضبط خواهد شد.

۸) لازم بذکر است سایر اطلاعات و جزئیات مربوط به معامله در اسناد مزایده مندرج می باشد.

۹) لازم بذکر است شهرداری در رد یا قبول هر یک از پیشنهادها مختار است.

۱۰) هزینه درج آگهی به عهده برنده مزایده می باشد.

۱۱) زمان بازگشایی پیشنهادها:

زمان بازگشایی پیشنهادها در ساعت ۱۴:۰۰ روز شنبه تاریخ ۱۴۰۲/۱۰/۰۹ در سالن جلسات ساختمان مرکزی شهرداری ملارد می باشد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۰۹/۱۴ — تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۰۹/۲۱

محمد بهمنی — شهردار ملارد

۷۰۴

آگهی مزایده عمومی یک مرحله‌ای (نوبت اول)

شهرداری اسلامشهر

شهرداری اسلامشهر درنظر دارد به استناد ردیف بودجه مصوب سال ۱۴۰۲ شورای محترم اسلامی شهر نسبت به اجرای موارد ذیل از طریق برگزاری مزایده عمومی اقدام نماید. بدینوسیله از اشخاص حقیقی و حقوقی واجد شرایط دعوت می گردد جهت دریافت اسناد مزایده از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به آدرس : www.setadiran.ir اقدام وجهت کسب اطلاعات بیشتر با شماره ۰۲۱۵۶۳۶۳۰۹۰ تماس حاصل نمایند .

۱- مشخصات موضوع مزایده عمومی :

ردیف	موضوع مزایده عمومی	مدت اجرا	مدارک موردنیاز	مبلغ پایه کارشناسی سالانه (ریال)	مبلغ سپرده شرکت در مزایده عمومی (ریال)
۱	اجاره زیرزمین سینما پردیس فجر واقع در اسلامشهر –بلوار بسیج مستضعفین –ابتدای خیابان آیت اله کاشانی –ابتدای خیابان فجر	سه سال	اشخاص حقوقی : تصویر اساسنامه ، روزنامه رسمی ، آخرین تغییرات اعضای هیات مدیره ، شش ماه سابقه فعالیت در زمینه فرهنگی –ورزشی اشخاص حقیقی : تصویر کارت شناسایی وکارت پایان خدمتبرای آقایان ، یکسال سابقه فعالیت درزمینه فرهنگی –ورزشی	۱۳/۲۰۰/۰۰۰/۰۰۰	۲/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰
۲	اجاره غرفه شماره ۱۵ واقع در پایانه مسافربری سازمان مدیریت حمل ونقل باروومسافر شهرداری اسلامشهر	یکساله وقابل تمدید برای دوسال دیگر	اشخاص حقوقی : تصویر اساسنامه ، روزنامه رسمی ، آخرین تغییرات اعضای هیات مدیره اشخاص حقیقی : تصویر کارت شناسایی وکارت پایان خدمتبرای آقایان	۱/۱۴۰/۰۰۰/۰۰۰	۶۰/۰۰۰/۰۰۰
۳	اجاره غرفه شماره ۱۴ واقع در پایانه مسافربری سازمان مدیریت حمل ونقل باروومسافر شهرداری اسلامشهر			۱/۱۴۰/۰۰۰/۰۰۰	۶۰/۰۰۰/۰۰۰

۲- برندگان اول ودوم مزایده عمومی هرگاه حاضر به انعقاد قرارداد نشوندسپرده آنان به ترتیب به نفع شهرداری ضبط خواهد شد .

۳- بدیهی است کلیه فرایند برگزاری مزایده ، الکترونیکی واز طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت می باشد .

۴- سایر شرایط دراسناد مزایده عمومی درج گردیده است .

تاریخ انتشارنوبت اول: ۱۴۰۲/۹/۱۴ — تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۹/۲۱

محسن حمیدی — شهردار اسلامشهر

۷۰۲

آگهی مناقصه عمومی – یک مرحله ای همراه با ارزیابی کیفی شماره ۶۷–۱۴۰۲/۱

بشماره ثبت سامانه تدارکات دولت «ستاد»: ۲۰۰۲۰۰۱۲۲۴۰۰۰۰۷۰

شرکت برق منطقه ای مازندران و گلستان

نوبت اول

شناسه آگهی : ۱۶۱۶۱۵۸

شرکت برق منطقه‌ای مازندران در نظر دارد خرید تجهیزات، بارگیری، حمل و تخلیه، نصب و آزمون برای تقویت شینه پست ۶۳/۲۰ کیلوولت شهید کلامی قائمشهر برابر شرایط ذیل و بشرح مشخصات و اطلاعات مندرج در اسناد مناقصه به مناقصه گر واجد شرایط واگذار نماید.لازم به ذکر است کلیه فرآیندهای برگزاری مناقصه ازدریافت اسناد تا ارائه پیشنهاد و همچنین گشایش پاکات ، مطابق فرآیند تعریف شده در بستر سامانه تدارکات الکترونیک دولت به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد.

الزامات مورد نیاز	۱- ارائه گواهی حداقل رتبه ۵ رشته نیرو از سازمان برنامه و بودجه الزامی میباشد ۲- ارائه گواهی تایید صلاحیت ایمنی از اداره تعاون، کار و رفاه اجتماعی.
مبلغ ضمانتنامه (شرکت در فرآیند ارجاع کار)	۶۴۹،۰۵۰،۵۸۰ ریال معادل «ششصد و چهل و نه میلیون و پنجاه هزار و پانصد و هشتاد ریال»
نوع ضمانتنامه (شرکت در فرآیند ارجاع کار)	تضمین های معتبر (شامل فیش واریزی(وجه نقد) ،ضمانتنامه بانکی،...) مطابق آیین نامه تضامین دولتی مصوبه هیأت وزیران بشماره ۱۲۳۴۰۲/ت۵۰۶۵۹ هـ مورخ ۱۳۹۴/۹/۲۲ و اصلاحیه های بعدی آن (مندرج در اسناد مناقصه).
محل دریافت و ارسال اسناد:	سامانه «تدارکات الکترونیک دولت (ستاد)» به آدرس www.setadiran.ir
زمان دریافت اسناد:	از ساعت ۰۸:۰۰ روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۹/۱۵ الی ساعت ۱۹:۰۰ روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۹/۲۰
مهلت ارسال پیشنهاد	تا ساعت ۱۵:۳۵روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۲/۱۰/۰۳.
زمان گشایش پاکات:	ساعت ۰۸:۳۰ صبح روز سه شنبه مورخ ۱۴۰۲/۱۰/۰۵.
قیمت پایه مناقصه:	۱۲،۹۸۱،۰۱۱،۵۸۷ ریال «دوازده میلیارد و نهصد و هشتاد و یک میلیون و یازده هزار و پانصد و هشتاد و هفت تمام»

به پیشنهادهای فاقد سپرده، سپرده های مخدوش، سپرده های کمتر از میزان مقرر، چک شخصی و نظایر آن که مغایر با آیین نامه مذکورباشد، ترتیب اثر داده نخواهد شد. همچنین به پیشنهادهای فاقد امضاء ، مشروط ، مخدوش و پیشنهاداتی که بعد از موعد مقرر در اسناد واصل شوند مطلقا ترتیب اثر داده نخواهد شد. سایر اطلاعات و جزئیات مربوطه در اسناد مناقصه مندرج میباشد.

مراتب در سایت معاملات توانیر به آدرس https://wamp.tavanir.org.ir/tender/main صرفا جهت اطلاع رسانی درج گردیده است.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۰۹/۱۴ — تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۰۹/۱۸

روابط عمومی شرکت برق منطقه ای مازندران و گلستان

۷۰۰

خبرنامه

اقتصاددانان برای سال ۲۰۲۴ پیش‌بینی می‌کنند

رشد آهسته اقتصاد آمریکا

اقتصاد آمریکا که به گفته اقتصاددانان برجسته این کشور در سه ماهه سوم سال ۲۰۲۳ حدودا ۵,۲ درصد رشد خواهد داشت، در سال آینده به سمت کاهش رشد و حتی رکود پیش خواهد رفت. گزارش چشم‌انداز هیأت نظرسنجی NABE (انجمن ملی اقتصاد کسب‌وکار) نسبت به چشم‌انداز رشد اقتصادی ماه اکتبر، رشد قوی‌تری را برای اقتصاد آمریکا در سال جاری پیش‌بینی کرده است، اما کارشناسان انتظار دارند که رشد اقتصادی بین سه ماهه چهارم ۲۰۲۳ و سه ماهه چهارم ۲۰۲۴ تا یک درصد کاهش یابد. اقتصاددانان برجسته آمریکا برآورد کرده‌اند که در سه ماهه سوم امسال، رشد اقتصادی ایالات متحده به ۵,۲ درصد برسد، اما در عین حال این شاخص در سال آینده به سمت کاهش رشد و حتی رکود پیش خواهد رفت. به گفته «الن زنتنر» رئیس NABE، انتظار می‌رود تولید ناخالص داخلی در سه ماهه چهارم سال جاری به دلیل کندی سرمایه‌گذاری در بخش ساخت‌وساز و تولید به ۱,۲ درصد کاهش یابد. این برآوردی است که در گزارش تولید ناخالص داخلی فدرال رزرو آتلانتا ارائه‌شده است.

براساس گزارش NABE، بخش تولید سیزدهمین ماه متوالی انقباض خود را ثبت کرد و در ماه نوامبر ۰,۹ درصد کاهش یافت. بیشتر جهش سه ماهه سوم رشد اقتصادی مرتبط با سفرهای تابستانی بود که رکورد جدیدی از آن به ثبت رسید. همچنین مصرف‌کنندگان برای تجربه‌هایی مانند کنسرت‌های بزرگ، پول بسیاری خرج کردند. اقتصاددانان می‌گویند که این الگوها احتمالا در سه‌ماهه چهارم سال در همان سطح ادامه پیدا نخواهد کرد. انتظار می‌رود گزارش آتی دولت آمریکا در مورد رشد شغلی ماه نوامبر نشان دهد کارفرمایان ۱۸۰ هزار شغل اضافه کرده‌اند که کمی بالاتر از ۱۵۰ هزار شغل در ماه قبل است؛ درحالی‌که نرخ بیکاری ۳,۹ درصد است. انتظار می‌رود تورم قیمت مصرف‌کننده به ۳,۱ درصد کاهش یابد؛ درحالی‌که نرخ تورم اصلی که قیمت‌های مواد غذایی و انرژی را شامل نمی‌شود، روی ۴ درصد باقی بماند. این دو نرخ همچنان بالا هستند اما فاصله زیادی نسبت به نرخ تورم تابستان ۲۰۲۲ دارند؛ زمانی که شاخص قیمت مصرف‌کننده به ۹,۱ درصد رسید.

نتایج نظرسنجی NABE همچنین نشان می‌دهد که روند تعدیل تورم همچنان ادامه خواهد یافت. اقتصاددانان هنوز مطمئن نیستند که آیا آمریکا در رساندن نرخ تورم خود به ۲ درصد تا پایان سال ۲۰۲۴ موفق عمل خواهد کرد یا نه؟ به‌روزرسانی مشاغل و تورم مصرف‌کننده، دو گزارش مهم اقتصادی است که در آخرین جلسه سال فدرال رزرو در روز ۱۳ دسامبر منتشر می‌شود. در همین حال، انتظار بازار آمریکا در حال حاضر این است که سیاستگذاران نرخ‌ها را ثابت نگه دارند. با این حال، «جروم پاول» رئیس فدرال رزرو، هفته گذشته هشدار داد که سیاستگذاران ممکن است به این زودی‌ها به چرخه افزایش نرخ بهره خود پایان ندهند و در صورت اقتضا، نرخ بهره را افزایش دهند.

نگاهی به پیامدهای یک قتل پرهزینه

روابط هند و آمریکا چطور شکرآب شد؟

«جاستین ترودو»، نخست‌وزیر کانادا چندی پیش در اقدامی ناباورانه اعلام کرد که دولت هند در قتل یک شهروند کانادایی-هندی دست داشته است. به نظر می‌رسد این ماجرا هنوز ادامه دارد و می‌تواند روی روابط آمریکا و هند هم اثر بگذارد. به گزارش «اکونومیست»، همین چند هفته پیش بود که «جاستین ترودو»، نخست‌وزیر کانادا به پارلمان اعلام کرد که مقامات امنیتی این کشور توانسته‌اند ارتباطی میان قتل «هاردیپ سینگ نیجار»، فعال کانادایی سیک و دولت هند پیدا کنند. از آن روز به بعد، ارتباط بدی که میان هند و کانادا حاکم بود، بدتر شده است. این مسئله به قدر کافی، جدی و مهم به نظر می‌آید، اما حالا پرسش بزرگ‌تر این است که چه بر سر روابط هند با آمریکا می‌آید؟ هند یکی از بزرگ‌ترین غول‌های آسیایی است که روابط خوبی با آمریکا دارد و به همین دلیل، پیوند این کشور با واشنگتن از اهمیتی ویژه برخوردار است. به این ترتیب، پرسش اصلی این است که چه بر سر این دوستی مهم می‌آید؟ بسیاری از تحلیلگران در هند بر این باورند که آمریکا، «ترودو» را در وضعیتی پرخطر به حال خودش رها کرده است. اتهاماتی که «ترودو» به هند وارد کرد، بسیار سنگین بود اما آمریکا واکنش مشخصی در این زمینه نداشت و صرفا گفت که امیدواریم «ترودو» دلایل محکم و روشنی برای این اتهامات داشته باشد. به این ترتیب به نظر می‌رسد قرار نیست به نخست‌وزیر کانادا کمکی کنند. به عبارت ساده‌تر، دولت بایدن ظاهرا خیلی این اتهامات را باور ندارد یا نمی‌خواهد باور کند. تنها اقدام آمریکا در مورد هند، این بود که از دولت این کشور درخواست کرد با کانادایی‌ها همکاری کنند تا بتوانند تحقیقات خودشان را در رابطه با این قتل کامل کنند.

«نارندرا مودی»، نخست‌وزیر هند به محض اینکه پیام همتای کانادایی‌اش را در همان روز نخست دریافت کرد، واکنشی خشمگینانه نشان داد. موضع هند مشخص است: این کشور همه چیز را تکذیب کرده و تاکید دارد که کاری به «نیجار» نداشته است. بسیاری از مردم هند، «نیجار» را فردی تروریست می‌دانستند که با دولت هند همسو نیست. اتفاقا همین ناهمسویی باعث شده بسیاری از جمله دولت کانادا نسبت به دولت هند بدبین باشند و آن را مقصر این قتل بدانند. البته بررسی‌های تاریخی نشان می‌دهد دولت هند پیش‌تر اقدام به ترور افرادی کرده که به همان فرقه «نیجار» تعلق داشته‌اند. برخی دیگر از تحلیلگران می‌گویند کانادا آنقدر هم که مدافعان هند تصور می‌کنند، منزوی نشده و هنوز از حمایت‌هایی برخوردار است. تعدادی از آنها می‌گویند واقعا اسنادی جمع‌آوری شده که نشان می‌دهد دولت هند در این ماجرا دست داشته و نکته جالب اینجاست که ظاهرا مقامات امنیتی و اطلاعاتی آمریکا کمک کرده‌اند تا کانادا بتواند این اطلاعات را جمع‌آوری کند. بدین ترتیب، کانادا آنقدرها هم که تصور می‌شد، دور از نظر آمریکا نبوده و همچنان از حمایت این غول جهانی برخوردار است.

از منظر «اکونومیست»، هند احتمالا قدرت غرب را دستِ کم گرفته و تصور کرده که از حمایت دوست آمریکایی‌اش برخوردار خواهد بود. شاید هم هندی‌ها تصور می‌کرده‌اند که می‌توانند فضا را مه‌آلود و مبهم کنند تا مشخص نشود در این ماجرا دخیل بوده‌اند. آنچه به صورت قطعی می‌توان به آن اشاره کرد، این است که هند دوستان و دشمنان خود را در این ماجرا دست‌کم گرفته و برآورد دقیقی از رابطه و دوستیِ آمریکا و کانادا نداشته است. ظاهرا دو کشور در زمینه مسائل امنیتی و اطلاعاتی کاملا با هم مشارکت دارند و هر عملیاتی را در این زمینه‌های مشترک با هم پیش می‌برند. از آنجا که مسئله سیک‌های هندی هم از اهمیتی ویژه برخوردار است، آمریکایی‌ها مشارکت بیشتری با کانادایی‌ها کرده‌اند.

هند معتقد است که کانادا فضای زیادی به جدایی‌طلبان هندی داده و «نیجار» هم یکی از همین افراد بوده است. آنها بارها از کانادا درخواست کرده بودند که به این افراد فضا و فرصت فعالیت ندهد. از آنجا که کانادا در این زمینه با هند همراه نشده، هندی‌ها خودشان دست به کار شده‌اند و این رهبران جدایی‌طلب را در کشورهای دیگر به قتل رسانده‌اند. به هر حال، زنجیره‌ای از خشونت آغاز شده که در کشورهای غربی پیش می‌رود و می‌تواند برای آنها دردسرساز شود. شاید در حال حاضر، روابط هند و آمریکا شکراب شود اما در نهایت احتمالا غرب باید با هندی‌ها همسو شود تا امنیت را برای خودش داشته باشد. اگر واقعا مشخص شود که هند در ماجرای قتل «نیجار» دست داشته، قطعا فضا برای «مودی» ملتهب خواهد شد و روی روابط او با «بایدن» اثر خواهد گذاشت، اما بی‌تردید غرب هم نمی‌تواند به مسیر سابق خود ادامه دهد و این درس را گرفته که نمی‌تواند به جدایی‌طلبانِ کشورهای دیگر نظیر هند در خاک خودش بها بدهد؛ وگرنه در غیر این صورت باید هزینه‌هایی را پرداخت کند، هزینه‌هایی مثل افزایش ناامنی و راه افتادن موجی از خشونت که هم‌اکنون شاهد آن هستیم.

سرمایه ورودی بورس به هزار و ۳۲۵ میلیارد تومان رسید

صعود ۲ درصدی بورس تهران

فرصت امروز: شاخص کل بورس تهران در معاملات سومین روز هفته بیش از ۴۴ هزار واحد افزایش یافت و ۲ درصد در سطح ۲,۱ میلیون واحدی بالا رفت. نمادهای فولاد و فارس پرچمدار بازار سهام بودند. جریان ورود سرمایه حقیقی نیز برای چهارمین روز متوالی ادامه یافت و ۴۱۱ میلیارد تومان پول حقیقی به بازار سهام وارد شد. در مجموع چهار روز معاملاتی اخیر، هزار و ۳۲۵ میلیارد تومان پول حقیقی وارد بورس تهران شده است.

در معاملات سیزدهمین روز آذرماه، شاخص کل بورس تهران ۴۴ هزار و ۲۷ واحد نسبت به روز قبل بالاتر ایستاد و به سطح ۲ میلیون و ۱۶۵ هزار و ۲۲۷ واحد رسید. شاخص کل هم‌وزن نیز با ۹ هزار و ۹۳۸ واحد افزایش در تراز ۷۴۱ هزار و ۳۸۹ واحد ایستاد. در آن سوی بازار نیز شاخص کل فرابورس با رشد ۳۲۹ واحدی به رقم ۲۶ هزار و ۵۹ واحد رسید. شاخص هم‌وزن فرابورس هم با هزار و ۷۹۷ واحد افزایش به سطح ۱۳۳ هزار و ۶۱۳ واحد رسید. نمادهای فولاد، فارس و تاپیکو از جمله نمادهای سبزپوش بورس در معاملات روز دوشنبه بودند که با بیشترین اثر مثبت در رشد شاخص کل بورس همراه شدند. در سمت مقابل نیز وتجارت، واتی و غالبر از معدود نمادهای قرمز بودند که اثر منفی بر شاخص کل بورس داشتند. در بازار فرابورس هم نمادهای بپاس، آریا و هرمز بیشترین اثر افزایشی را بر شاخص کل داشتند و نمادهای انتخاب، سغدیر و تماوند با بیشترین اثر کاهشی بر شاخص کل فرابورس همراه شدند. همانطور که اشاره شد، خالص تغییر مالکیت حقوقی به حقیقی بازار برای چهارمین روز مثبت شد و ۴۱۱ میلیارد تومان پول حقیقی به بازار وارد شد. هزار و ۳۲۵ میلیارد تومان پول حقیقی در مجموع چهار روز معاملاتی اخیر به بورس تهران تزریق شده است.

فولاد و فارس پرچمدار بازار سهام

در جریان معاملات روز دوشنبه ۱۳ آذرماه، شاخص کل بورس تهران با ۴۴ هزار و ۲۷ واحد افزایش در ارتفاع ۲ میلیون و ۱۶۵ هزار و ۲۲۷ واحد ایستاد. شاخص کل هم‌وزن نیز با رشد ۹ هزار و ۹۳۸ واحدی در تراز ۷۴۱ هزار و ۳۸۹ واحدی جای گرفت. شاخص کل فرابورس هم با رشد ۳۲۹ واحدی به رقم ۲۶ هزار و ۵۹ واحد رسید و شاخص هم‌وزن فرابورس با رشد هزار و ۷۹۷ واحدی به سطح ۱۳۳ هزار و ۶۱۳ واحد رسید. روز گذشته خالص تغییر مالکیت حقوقی به حقیقی بازار برای چهارمین روز مثبت شد و ۴۱۱ میلیارد تومان پول حقیقی به بازار سهام وارد شد. در مجموع چهار روز معاملاتی گذشته، هزار و ۳۲۵ میلیارد تومان پول حقیقی به بورس تهران وارد شده است. نماد فولاد بیشترین ورود پول حقیقی را داشت که ارزش آن ۱۳۰ میلیارد تومان بود. پس از فولاد، نمادهای حکشتی، وصندوق، شپنا و خبنیان بیشترین ورود پول حقیقی را داشتند. بیشترین خروج پول حقیقی هم به نمادهای وسالت، وحافظ، کرمان، اخابر و ثفارس رسید. فولاد، فارس و تاپیکو از جمله نمادهای سبزپوش بورس بودند که بیشترین اثر را در رشد شاخص کل داشتند. وتجارت، واتی و غالبر نیز از معدود نمادهای قرمز بودند که اثر منفی بر شاخص داشتند. در فرابورس نیز نمادهای بپاس، آریا و هرمز با بیشترین اثر افزایشی و نمادهای انتخاب، سغدیر و تماوند با بیشترین اثر کاهشی بر شاخص کل مواجه شدند. در بین نمادهای پرتراکنش بورس، نماد فولاد بیشترین تراکنش را داشت و شستا و شپنا در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند. در فرابورس نیز کرمان، کرومیت و فصبا بیشترین تراکنش را داشتند.

ارزش معاملات کل بازار سهام به ۲۶۸ هزار و ۹۶۵ میلیارد تومان رسید. ارزش معاملات اوراق بدهی در بازار ثانویه ۲۵۷ هزار و ۴۶۹ میلیارد تومان بود که ۹۶ درصد از ارزش کل معاملات بازار را در این روز شامل می‌شود. ارزش معاملات خرد نیز با افزایش ۴ درصدی به نسبت روز قبل به رقم ۸ هزار و ۷۰۰ میلیارد تومان رسید. نماد شپنا بیشترین ارزش معاملات بازار سهام را به خود اختصاص داد که ارزش معاملات آن ۲۵۰ میلیارد تومان بود. پس از شپنا، حکشتی بیشترین ارزش معاملات را داشت و کگل رتبه سوم بیشترین ارزش معاملات را به خود اختصاص داد. در معاملات دوشنبه، ۷۷ نماد صف خرید داشتند و ۴۱ نماد با صف فروش مواجه شدند. مجموع ارزش صف‌های خرید با افت ۴۵ درصدی نسبت به روز قبل به ۲۰۷ میلیارد تومان کاهش یافت و مجموع ارزش صف‌های فروش با افت ۲۹ درصدی به ۲۹۷ میلیارد تومان رسید.

انتظار تثبیت شاخص در سطح بالاتر

شاخص کل بورس و اوراق بهادار تهران دیروز رشد ۴۴ هزار واحدی را تجربه کرد تا پس از رشدهای ۱,۴ درصدی و ۱,۶ درصدی با رشد ۲ درصدی همراه شود. نمادهای بزرگ بازار همچون فولاد، فارس، تاپیکو و فملی بیشترین تاثیر مثبت را داشتند تا بازار سبزپوش شود. ارزش معاملات در این روز به رقم ۷ هزار و ۶۰۰ میلیارد تومان رسید و سهم معاملات نقد بورسی نیز رقمی بیش از ۵ هزار میلیارد تومان را به خود دید تا ارزش معاملات در نیمه‌های آذرماه اندکی جانی تازه به خود بگیرد. با استقبال خوب ادامه‌دار از نماد فولاد مبارکه، گروه فلزات اساسی در رتبه اول قرار گرفت و خودرویی‌ها در جایگاه دوم قرار گرفتند. فلزات اساسی نزدیک به ۷۱۷ میلیارد تومان ارزش معاملاتی را برای خود ثبت کرد و این میزان با گروه خودرویی که در جایگاه دوم قرار گرفت، فاصله معناداری دارد. خودرویی‌ها تنها ۴۸۴ میلیارد تومان ارزش معاملاتی را ثبت کردند.

براساس این گزارش، شاخص کل بورس و اوراق بهادار تهران در جریان معاملات روز گذشته با رشد ۲ درصدی، کار را تمام کرد تا مقاومت الگوی کلاسیک ایجاد شده در بازار را از سد راه خود بردارد، اما نکته‌ای در بازار وجود دارد. شاخص با رشد نمادهای بزرگ بازار شروع به حرکت کرد، در صورتی که نمادهای کوچک بازار از این جشن چند روزه در بازار سرمایه جا ماندند. در صورتی که پول در روزهای آینده در بین گروه‌ها و نمادهای مختلف چرخش داشته باشد می‌توان به بازار امیدوار بود که شاخص کل به طور آهسته و پیوسته به اعداد بالاتری برسد؛ وگرنه در غیر این صورت و با تخلیه هیجان خبر تجدید ارزیابی دارایی‌ها و همچنین محاسبات دقیق‌تر درخصوص میزان ارزشیابی شرکت‌ها و تحلیلگران و فعالان بازار سرمایه، خبرها و شایعات افزایش سرمایه‌های رویایی برای خیلی از نمادها فروکش خواهد کرد و بازار کمی منطقی‌تر دست به خرید خواهد زد. در حال حاضر اندیکاتور RSI در حال نمایش ورود هیجان بیش‌خرید با نمودار شاخص کل است و در محدوده‌ای ۸۰ واحدی ایستاده است. البته که تاریخ نشان داده است که ماندگاری این اندیکاتور در این محدوده‌ها و حتی بالاتر از آن نسبتا زمان طولانی خواهد بود، مگر اینکه اتفاق خاصی برای بازار رخ دهد.

وزیر اقتصاد در سی‌امین همایش ملی بیمه و توسعه:

کروکی آنلاین به‌زودی محقق می‌شود

به گفته وزیر امور اقتصادی و دارایی، به‌زودی (احتمالا در آذرماه) با همکاری فراجا، کروکی آنلاین برای کسانی که در جاده دچار خسارت می‌شوند، محقق می‌شود. «احسان خاندوزی» روز گذشته در سی‌امین همایش ملی بیمه و توسعه، به وضعیت صنعت بیمه در ایران اشاره کرد و گفت: برخلاف سال گذشته، امسال توفیق حضور در این همایش را دارم و با فهرستی از زحمت خانواده صنعت بیمه شروع می‌کنم. اولین مورد، صندوق بیمه حوادث طبیعی ساختمان است که برای اولین بار در کمیسیون اقتصادی مجلس به تصویب رسید و توانستیم در یکی از مهمترین دل‌نگرانی‌های مردم سهیم شویم و بدین ترتیب وقتی اساس خانه آنها در خطر قرار می‌گیرد، از سوی صندوق برای اولین بار به آنها پرداختی انجام می‌شود. در این خصوص تا روز گذشته (یکشنبه) ۱۵ هزار واحد خسارت از طریق صندوق بیمه طبیعی حوادث ساختمانی ناشی از سیل، زلزله، آتش‌سوزی و ... پرداخت شده است. ما بسیار جنگیدیم که صندوق بیمه حوادث طبیعی ساختمان جایگزین روش‌های سنتی مندرس دولت‌زده شود و امیدواریم بتوانیم دامنه شمول خدمات صندوق را افزایش دهیم و در نهایت این خدمات را به‌طور کامل از سبد دولت خارج کرده و به صنعت بیمه منتقل کنیم.

«خاندوزی» درباره خدمات بیمه به زوار اربعین نیز گفت: صنعت بیمه مسیری را باز کرد و آنها با کمترین هزینه در این زمینه عمل کردند. همچنین در حوزه توسعه بین‌المللی گام‌های خوبی شروع شد که البته قانع نیستیم، اما افتتاح خوبی بود و امیدواریم در ادامه دو شرکت بیمه‌ای که به‌صورت مشترک بین ایران و سوریه تاسیس شده، بتواند اولین بیمه‌نامه‌هایش را صادر کند.

او با اشاره به مجوزهای صادرشده در صنعت بیمه ادامه داد: در دو سال گذشته عمر دولت توانستیم معادل کل دهه ۹۰ مجوز تاسیس برای رونق بیمه صادر کنیم. همچنین اصلاح آیین‌نامه‌ها یکی دیگر از اقدامات بود؛ از جمله آیین‌نامه ۱۰۴ که در امور سرمایه‌گذاری باید اصلاحیه می‌دادیم تا مطابق سرمایه‌گذاری‌های جدید کشور صنعت بیمه قابلی سرمایه‌گذاری داشته باشد، آیین‌نامه ۹۴-۱ مربوط به نرخ‌های غیرفنی، ۹۰ و بسیاری دیگر از موارد اصلاح شد که همه دستاورد یک سال اخیر است. امیدواریم به‌زودی با همکاری فراجا کروکی آنلاین هم برای کسانی که در جاده دچار خسارت می‌شوند، فراهم شود.

وزیر امور اقتصادی و دارایی بر تسهیل کسب و کارها و هوشمندسازی خدمات تاکید کرد و با بیان اینکه در صنعت بیمه نباید مسیر را گم کنیم، گفت: جهت‌دهی و قطب‌نمای حرکت ما به سمت دو کلیدواژه اصلی است. یک، تسهیل اقتصادی برای کسب‌و کارها و تولیدکنندگان کشور و مسئله دوم هوشمندسازی و شفافیت. همه این خدمات با این نگاه و جهت‌دهی انجام می‌گیرد که در برآیند صنعت بیمه، کسب‌وکارها با سهولت و اطمینان بالاتری به فعالیت اقتصادی بپردازند.

وی با بیان اینکه باید نظارت هوشمند را در ابزارهای نوین به کار بگیریم، افزود: برآیند این دو نگاه کاهش هزینه مبادله در اقتصاد است که باعث بهره‌وری و رقابت‌پذیری محصولات می‌شود. این نخ پیوند بیمه با سایر ارکان است. بنابراین هدف ما این است که رکن تامین مالی بانکی برای کسب‌وکارها تسهیل و ارائه خدمات هوشمند شود، زیرا اقتصاد با هزینه بالا، نارضایتی مردم و فعالان را به دنبال دارد.

«خاندوزی» با بیان اینکه در رکن تامین مالی بورس و بازار سرمایه هم همین برنامه را داریم، از رشد دو برابری عرضه‌های اولیه خبر داد و گفت: در بازار سرمایه طی هشت ماهه امسال موفق شدیم دو برابر هشت ماهه ابتدای سال گذشته عرضه اولیه داشته باشیم که بازار سرمایه بیش از این در خدمت تولید قرار گیرد. در سایر ارکان نیز این اتفاق می‌افتد. اگر موضوع مجوز کسب‌وکار را می‌شنوید، ما همه را ذیل یک نخ تسبیح به هم متصل کرده‌ایم. رکن دوم نیز در آنجا هوشمندسازی است.

او با بیان اینکه اقتصاد ایران با ذی‌نفعان متعدد مواجه است و برخی ذی‌نفع بوروکراسی و عدم شفافیت هستند، گفت: برخی افراد، ذی‌نفع بوروکراسی و عدم شفافیت و هوشمندسازی هستند. در ذهن خود پیرامون صنعت بیمه تأملی داشته باشید که این ذی‌نفعان چه کسانی هستند. توقعی که از مدیران دارم این است همانطور که در مدت گذشته همت کردند، بیشتر از این به صورت همگرا در چتر حکمرانی صنعت بیمه کمک کنند به تسهیل اقتصادی کسب‌وکارها که منجر به هوشمندسازی صنعت می‌شود این هنر مدیریتی است که باعث می‌شود سریع‌تر از گردنه عبور کنیم و رضایتمندی بیشتر و گشودگی و شکفتن صنعت بیمه را حاصل شود. وزیر امور اقتصادی و دارایی با بیان اینکه در برنامه ششم توسعه به جهت ضریب نفوذ عقب هستیم، افزود: باید همت کنیم برنامه هفتم که از سال ۱۴۰۳ آغاز می‌شود فقط یک نوشته روی کاغذ نماند و یک برنامه عملیاتی برای ضریب نفوذ این برنامه داشته باشیم.

«خاندوزی»، توجه به سه نکته را ضروری دانست و اضافه کرد: شرکت بیمه اتکایی فراگیر باید در حد و قواره صنعت بیمه ایران باشد که در اولویت قرار گیرد. مسئله دوم، حل مسئله تعارض منافع و ذی‌نفع واحد و اشخاص مرتبط که در قالب یک آیین‌نامه جدید یا اصلاحیه می‌تواند محقق شود. نکته سوم هوشمندسازی و شفافیت شامل مجموعه خدمت در صنعت بیمه است که باید تراز بسیار بالاتری داشته باشد. از جهت پیشگیری از فریب، افزایش سرعت در این زمینه همکاری جمعی منجر به این شود که در سال آینده کارنامه درخشان‌تری در صنعت بیمه داشته باشیم. امیدواریم جشن هر ساله ما جشن رکوردشکنی‌ها در صنعت بیمه نسبت به گذشته باشد. وزیر امور اقتصادی و دارایی همچنین در حاشیه همایش بیمه و توسعه با بیان اینکه ۱۳ آذر روز بیمه، یادآوری مناسبی برای تلاش‌های خانواده بزرگ صنعت بیمه برای مردم است، گفت: در این رو درخصوص دستاوردهای صنعت در طول یک سال گذشته و برنامه پیشنهادی برای سال آینده و اولویت‌هایی که همزمان با شروع برنامه هفتم توسعه باید در دستور کار بیمه مرکزی و شرکت‌های بیمه قرار گیرد، بحث‌های مناسبی مطرح شد. به گفته وی، در طول یک سال گذشته صندوق بیمه حوادث طبیعی ساختمان که برای حوادث و بلایای طبیعی که پس از سیل و زلزله خانه مردم ویران می‌شود، برای اولین بار موفق شد پرداخت خسارت بیش از ۱۵ هزار واحد مسکونی را انجام دهد که بیشتر در استان‌های هرمزگان، آذربایجان غربی پس از زلزله خوی و گلستان بوده است. برای سال آینده با توجه به اینکه میزان خسارت صندوق بیمه حوادث طبیعی ساختمان میزان پایینی بوده، دولت در لایحه بودجه ۱۴۰۳ بیش از ۱۰۰ میلیون تومان برای هر واحد مسکونی پیشنهاد داده و امیدواریم بتوانیم اعداد بالاتری به خسارت‌دیدگان پرداخت کنیم.

به گزارش «ایسنا»، وی با بیان اینکه بیمه مشترک ایران و سوریه در سفر رئیس جمهور مورد تاکید آقای بشار اسد بود، به صدور نخستین بیمه‌نامه مشترک میان ایران و سوریه اشاره کرد و گفت: موافقت اصولی این بیمه مشترک روز گذشته رخ داد و هفته آینده اولین بیمه‌نامه مشترک رسما صادر می‌شود و مورد اجرا قرار می‌گیرد. همچنین پیشنهادی که در لایحه بودجه ۱۴۰۳ آمده، بنا بر سرمایه‌گذاری برای کاهش نقاط حادثه‌خیز است که حوادث کمتری را در جاده‌ها داشته باشیم و اگر نیازی به پرداخت بیمه بود، به سمت کاهش بروز حوادث و سوانح حرکت خواهیم کرد.

«خاندوزی» در پایان با بیان اینکه از مهمترین نیازهای مردم صدور کروکی الکترونیک در زمان تصادفات جاده‌ای است، گفت: مردم بارها به نیروی انتظامی، پلیس راهور و شرکت‌های بیمه مراجعه می‌کردند برای اینکه کروکی آنها تایید شود و پرداخت بیمه صورت گیرد؛ از این رو اولین تست مربوط به کروکی الکترونیک با همکاری بیمه مرکزی و فراجا روز گذشته محقق شد و امیدواریم در آذرماه بتوانیم با حضور رئیس‌جمهور به شکل رسمی برای تمام ۳۱ استان کشور، کروکی الکترونیک را افتتاح کنیم.

راهکاری برای خلق برندهای ماندگار در حوزه پوشاک

اصول برندینگ در صنعت مد و پوشاک

نویسنده: علی آل‌علی

صنعت مد و پوشـاک پر از برندهای رنگارنگی است که دنبال مشتریان خاص خودشان هستند. برندی مثل گوچی با آن همه محصول گران‌قیمت فقط روی مشـتریان پولدار حسـاب باز می‌کند. از طرفی برخی از برندها طبقه متوسط را هدف قرار داده و تعدادی دیگر نیز دنبال تولید محصولاتی بی‌نهایت ارزان هسـتند. در چنین شـرایطی یک اشتباه کوچک از طرف مدیران کل اعتبار و از همه مهمتر آینده کسب و کارشان را به باد خواهد داد؛ چراکه آنقدر رقابت در این بازار سـنگین هست که حذف یکی دو تا برند، هر چقدر هم بزرگ، تغییر محسوسی در رفتار مشتریان ایجاد نکند. معنای این امر به زبان برندینگ یعنی اینکه برندسازی در صنعت پوشاک حساب و کتاب خودش را دارد و نباید آن را با بقیه حوزه‌ها اشتباه گرفت.

معمولا کارآفرینانی که تازه وارد دنیای مد و پوشـاک می‌شـوند انتظار دارند یک شـبه جای خودشـان در دل مشـتریان را باز کنند. به همین خاطر وقتی با اولین جواب رد مشـتریان رو به رو می‌شوند، طوری زانوی غم بغل می‌گیرند که انگار دنیا به آخر رسیده است. ما در روزنامه فرصت امروز اصولا بـا ناامیدی‌های زودهنگام همانقـدر مخالفیم بی‌خیالی بعد از موفقیت‌های کوچک و بزرگ را سـرزنش می‌کنیـم. از این نظر دنیای برندینگ مثل بازی فوتبال اسـت و باید تا دقیقه ۹۰ با تمام قوا به بازی ادامه داد. دسـت آخر هم تیمی برنده می‌شود که بهترین تکنیک‌ها را به طور اصولی در زمین پیاده کرده باشد.

اگر شما هم جزو آن دسته کارآفرینانی هستید که تازه وارد عرصه مد و پوشاک شده‌اند، این مقاله برای تبدیل استارت‌آپ‌تان به یک برند ماندگار کمک‌تان خواهد کرد. پس در ادامه با ما همراه باشید تا اصول برندینگ در صنعت مد و پوشاک را با هم بررسی کنیم.

پیدا کردن مخاطب هدف: به وقت تعریف برند در ۳ کلمه!

آیا تا حـالا پیش خودتان فکر کرده‌اید چطـور برندهایی مثل نایک یا لویی ویتون در یک چشـم به هم زدن همه محصولات‌شـان را به فروش می‌رسـانند؟ انگار حتی اگر مردم حوصله خرید لباس نداشته باشند، باز هم در برابر محصولات چنین برندهایی دست به جیب شده و کلی خرید می‌کنند. شـاید فکر کنید برندهای بزرگ به لطف کمپین‌های بازاریابی پر زرق و برق این همه موفقیت کسـب می‌کنند اما ما در روزنامه فرصت امـروز نظر کاملا متفاوتی داریـم. از آنجایی که برندهایی مثل هرمس یا گوچی مخاطب هدف‌شـان را کاملا دقیق مشـخص کرده‌اند، دیگر لازم نیست برای فروش محصولات به آب و آتش بزنند. در عوض با یک کمپین جمع و جور هم مشتریان سراغ خرید از آنها خواهند رفت. ماجرا به بخش هیجان‌انگیزش رسید، نه؟

معمولا پیدا کردن مخاطب هدف برای همه کارآفرینان به اندازه صعود به قله اورسـت سخت اسـت؛ چراکه باید کلی از اطلاعات مربوط به رفتار مشـتریان را ارزیابی کنند و آخر سـر از بین گروه‌های مختلف مشتریان یکی را انتخاب نمایند. خبر خوش اینکه ما در این بخش اصلا قصد نداریم شما را با چنین روش‌های کلیشه‌ای دنبال نخود سیاه بفرستیم. در عوض فرمول‌مان بی‌نهایت سـاده‌تر از این حرف‌هاسـت. ماموریت شما در اینجا توصیف برندتان در سه کلمه است؛ همین و بس.

اگر سال‌های سال به شیوه‌های کلاسیک برندسازی کرده باشید، احتمالا فرمول ما برای‌تان قدری عجیب به نظر می‌رسـد. ماجرا از این قرار است که شما با توصیف برندتان در قالب سه کلمه در واقع هویت و ارزش‌های اصلی کسب و کارتان را اعلام می‌کنید. آن وقت مشتریانی که میانه خوبی با هویت‌تان داشـته باشند، بدون اینکه شما دست به سیاه و سفید بزنید، دور کسب و کارتان جمع خواهند شد.

اجـازه دهید برای اینکه خیال‌تان بابت این فرمول جدید راحت شـود، یک مثال موفق بزنیم. برند نایک با شعار «فقط انجامش بده» دهه‌هاست در بازار یکه تازی می‌کند. این شعار سه کلمه‌ای در واقع کل هویت نایک را نشان می‌دهد. کمک به ورزشـکاران، از آماتور تا حرفه‌ای، برای ورزش با تجهیزات مناسب و تقویت روحیه‌شان همان چیزی است که مشتریان نایک عاشقش هستند. اگر نایک توانسته با این دست‌فرمان حسابی در بازار خودنمایی کند، چرا شما نتوانید؟

پیدا کردن تیم قوی: برندسازی با دست خالی نمی‌شود

وقتی مسـابقات تنیس ویمبلدون شروع می‌شـود، معمولا شانس‌های اصلی کسـب قهرمانی از قبل مشخص هسـتند. نادال، جکویچ و آلکاراز معمولا همه نگاه‌ها را به خودشـان جذب می‌کنند. هرچه باشـد آنها ید طولایی در زمینه قهرمانی در مسابقات مختلف دارند و به سختی به رقبا امتیاز می‌دهند. دنیای برندینگ هم تا حدودی شـبیه مسـابقات تنیس است. هر برندی که آمادگی بالاتری برای تورنمنت برندینگ داشته باشد، آخر سـر با دست پر به خانه می‌رود. البته یک تفاوت مهم بین برندینگ و تنیس وجود دارد و آن تیمی بودن برندسـازی است. خب انتظار ندارید که به تنهایی و بدون کمک دیگران تبدیل به قهرمانی مشتریان شوید؟

ایجاد یک تیم قوی در دنیای برندینگ موفقیت شما را تضمین می‌کند. به ویژه اگر در حوزه مد و پوشاک فعالیت دارید، این امر اهمیت بیشتری خواهد داشت. خیلی از برندها فکر می‌کنند همین که چند تا از کارمندان را به بخش برندینگ بفرسـتند، دیگر همه چیز حل خواهد شد. اگر شما هم اینطور فکر می‌کنید، باید بگوییم سخت دراشتباهید. تیم‌های برندینگ بایـد با ترکیب کاملا قوی روانه میدان شـوند. وگرنـه چیزی به جز یک شکست بزرگ نصیب‌تان نخواهد شد.

ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم تیم برندینگ باید شامل اعضایی با مهارت‌های متنوع باشد. مهارت‌هایی نظیر تولید محتوا، تعامل با مخاطب هـدف، تحلیل داده‌هـای بازاریابی و همینطور مدیریـت بحران از جمله مواردی است که باید مد نظر هر مدیری باشد. بعد از اینکه تکلیف تیم‌تان مشـخص شد، باید سـراغ بقیه موارد نظیر تقسـیم وظایف بروید. اگر از ما می‌شنوید، هیچ وقت همینطور بی‌مقدمه وارد دنیای برندینگ نشوید؛ چراکه بدون نقش‌ها و تقسـیم وظایف کاملا دقیق سرنوشـت خوبی در انتظارتان نخواهد بود.

یادتان باشد تشکیل یک تیم خوب از همان مرحله استخدام نیروی کار شروع می‌شود. پس اگر فکر کرده‌اید با یک ترکیب معمولی یا کارمندانی غیرحرفه‌ای می‌توانید شاخ غول را بشکنید، باید کمی ناامیدتان کنیم. در عوض در جلسات اسـتخدامی به رزومه و همچنین مهارت‌های هر کدام از شـرکت‌کنندگان توجه کنید. آخر سـر هم با وسواس تمام از بین افراد مختلف بهترین‌ها را دستچین نمایید.

داستان‌سرایی: مهمترین المان در صنعت مد و پوشاک

چه کسی از داسـتان‌های جذاب بدش می‌آید؟ جواب این سوال کاملا روشن است: هیچ‌کس!

داستان‌های جذاب طوری آدم را میخکوب می‌کند که انگار هیچ کاری مهمتـر از گوش دادن به آن قصه وجود ندارد. شـاید اغلب مردم سـراغ داستان‌های درجه یک را در رمان‌های مشهور بگیرند اما شما هم می‌توانید به عنوان یک برند قصه خاص خودتان را پیش روی مشتریان قرار دهید. از آنجایی که صنعت پوشاک معمولا با طراحی لباس‌های مبتنی بر سلیقه و فرهنگ محلی یک منطقه سر و کار دارد، طراحی داستان در این حوزه کار چندان سختی نخواهد بود. یادتان باشد مردم در کنار یک خرید خوب همیشه به دنبال آشـنایی با پشت پرده یک برند نیز هستند. پشت پرده شما در قالب یک داسـتان جذاب باید روایتگر ایده‌های پس ذهن‌تان در طراحی یک لباس باشد.

برندهایی که پیام‌های مهم برای مشتریان دارند، معمولا توجه بیشتری در بازار جلب می‌کنند. اینطوری شما می‌توانید بدون دردسر اضافه در بازار یکه تازی کرده و تک تک مشـتریان را عاشق محصولات‌تان کنید. نکته مهم در این میان ایجاد تعادل میان بار داستانی و پیام اصلی برندتان است. هرچه باشـد نه شما یک رمان‌نویس حرفه‌ای هسـتید، نه در برندسازی داسـتان‌های خشـک و خالی چنگی به دل می‌زنـد. در عوض هرچه در خلال داسـتان‌تان به ارزش‌های برند بیشـتر توجه کنید، اوضاع‌تان بهتر خواهد شد.

بی‌شک داستان‌سرایی در عرصه برندینگ کار چندان راحتی نیست. به همین خاطر خیلی از کارآفرینان کلا قید آن را می‌زنند. اگر شـما هم با ناامیدی کامل به این حوزه نگاه می‌کنید، توصیه ما برای شما الگوبرداری از رقباسـت. برندهای بزرگ معمولا سـابقه بی‌نهایـت طولانی در زمینه برندسازی دارند. بنابراین شما می‌توانید با خیال راحت سراغ کمپین‌های مختلف آنها رفته و درس‌های مهمی از آن بگیرید. یادتان نرود در این میان فقط روی برندهای بزرگ دست بگذارید. وگرنه با دست‌فرمان رقبای دیگر یک راست ته دره خواهید رفت.

خلاقیت بیشتر: وظیفه‌ای برای همه کارآفرینان

هر کاری در این دنیا را به روش‌های مختلفی می‌توان انجام داد. گاهی اوقات آدم‌ها برای راحتی بیشتر از یک روش بارها و بارها استفاده می‌کنند. به طوری که روش مورد نظر تبدیل به نوعی کلیشه رایج می‌شود. حالا اگر یک روز کسی پیدا شود که همان کار قدیمی را با راه و روشی تازه انجام دهد، چه اتفاقی می‌افتد؟ اجازه دهید کمی کمک‌تان کنیم؛ احتمالا همه حسابی متعجب خواهند شد. این دقیقا همان کاری است که شما به عنوان یک کارآفرین در حوزه برندینگ باید انجام دهید.

شـاید فکر کنید انتظار ما در این بخش از شما بی‌نهایت زیاد است، اما وقتـی اصول آن را یاد بگیرید دیگر این طـوری فکر نخواهید کرد. اجازه دهید با یک مثال دم دسـتی پیش برویم. تعامل با مشـتریان را در نظر بگیرید؛ هر برندی که دوسـت داشته باشد مشتریان بیشتری از کسب و کارش خبردار شوند، باید تعامل خوبی با آنها داشته باشد. این روزها اغلب تیم‌های برندینگ با همکاری بازاریاب‌ها در شـبکه‌های اجتماعی فعالیت دارند. حالا اگر این وسط شما از روش‌های متنوع‌تری مثل تماس تلفنی، ایمیل مارکتینگ و حتی تعامل رو در رو استفاده کنید، چه اتفاقی خواهد افتاد؟ بی‌شک هر جوابی به غیر از «غافلگیری مشتریان» حسابی تعجب‌آور خواهد بود، مگر نه؟

اگر انتظار دارید در این بخش فرمول‌های جادویی برای خلاقیت بیشتر در دنیای کسـب و کار تحویل‌تان دهیم، باید کمـی ناامیدتان کنیم. در عوض شـما می‌توانید بازنگری در شیوه‌های قدیمی را در دستور کار قرار دهیـد. این یعنی هر جـا که روش‌های قدیمی به پسـت‌تان خورد، باید کمی درباره‌اش بیشـتر فکر کرده و از شـر آن خلاص شوید. اگر قرار بود همه کارها به سـبک یونان باستان انجام شود، هیچ خبری از فناوری‌های پیشرفته امروزی نبود. پس الکی خودتان را گول نزنید و دنبال برندینگ با چاشنی خلاقیت بیشتر باشید.

توجه به تجربه خرید مشتریان: احساسات ماندگار خواهد بود

مشـتریان همیشه با عقل و منطق در بازار خرید نمی‌کنند. بی‌شک هر کسـی می‌داند خرید یک محصول ارزان خیلی بـه صرفه‌تر از نمونه‌های گران و لوکس اسـت. شـاید بحث کیفیت را پیش بکشید اما راستش را بخواهید این روزها کیفیت محصولات در دنیا خیلی به هم نزدیک شـده است. در عوض این احساسات مشتریان از خرید محصولات مختلف است کـه حرف اول و آخر را می‌زند. مثلا مشـتریان برند آدیداس نه به خاطر کیفیت برتر محصولات این برند در مقایسـه با نایک، بلکه به خاطر حس منحصر به فردی که تعامل با این برند دارد، عاشق آدیداس هستند.

کاری که شما در این بخش باید انجام دهید، تا حدودی شبیه به همان چیزی اسـت که در بالا گفتیم. مشـتریان باید احساس ویژه‌ای از تعامل با برندتان داشـته باشـند. فکر می‌کنم همه دست کم یکبار با برندی که بی‌نهایت خشک و بی‌روح است، تعامل داشته‌اند. بنابراین شما باید خودتان را در نقطه مقابل این نوع برندها تعریف کنید. اینطوری اوضاع‌تان در بازار حسابی فرق خواهد کرد.

اگر یادتان باشد، اول مقاله گفتیم هر برندی در صنعت مد و پوشاک باید هویت خاصی برای خودش تعریف کند. وقتی شما آن مرحله را با موفقیت پشت سر گذاشته باشید، حالا دیگر خیلی کارتان سخت نخواهد بود. کافی است تجربه مشتریان از برندتان را بر مدار همان ارزش‌ها پایه‌گذاری کنید. مثلا اگر شـما یک برند جوان‌پسند هسـتید، باید همیشه مطابق روحیه جوان‌ها پیش رفته و شـجاعت بالایی در ترکیب مدهای مختلف داشـته باشید. اینطوری تا مدت‌ها انتخاب اول و آخر مشتریان‌تان خواهید بود.

استفاده از قدرت اینفلوئنسرها: برندینگ با دور تند!

آخرین بخش مقاله ما درباره برندینگ در صنعت مد و پوشاک به یک راه حل عمومی ختم می‌شود. در دورانی که اینفلوئنسرها بیشترین محبوبیت را در شبکه‌های اجتماعی دارند، عدم همکاری با آنها یک فاجعه تمام عیار خواهد بود. فرآیند کار در اینجا مثل روز روشـن اسـت. شما برای توسعه برندتان در میان غول‌های صنعت مد و پوشـاک باید سراغ اینفلوئنسرها بروید. البته نه هر اینفلوئنسری، بلکه فقط آنهایی که در حوزه کاری شما تخصص دارند.

خیلی‌هـا فکـر می‌کنند اینفلوئنسـرها فقط به فکر پول بیشـتر برای همکاری با برندها هسـتند. شاید این نکته درباره اینفلوئنسرهای تازه کار مصداق داشـته باشد اما حرفه‌ای‌های این حوزه اصلا اعتبارشان را با پول معامله نمی‌کنند. بنابراین فقط زمانی سـراغ آنها بروید که مطمئن باشید برندتان در حد و اندازه همکاری با آنها هست. وگرنه هیچ‌کس تحویل‌تان نخواهد گرفت.

یادتان نرود قبل از شـروع همکاری با اینفلوئنسرها باید اهداف‌تان را به طور کامل برای آنها توضیح دهید. اینطوری دیگر خبری از سوءتفاهم‌های ریز و درشت در میانه مسیر نخواهد بود. به علاوه، شما معیارهای دقیقی برای ارزیابی نتیجه کار خواهید داشت.

منابع:
fashion--۱۲۱۰۱۲۷۴۱/www.shopify.com/blog
branding-secrets-from-industry-experts

آگهی فقدان سند مالکیت

نسبت به سه دانگ مشاع از ششدانگ یکقطعه زمین بمساحت ۱۷۴/۱۵ متر مربع بپلاک ۲۲۹۹۹ فرعی از یک اصلی تاکستان بخش ۸ قزوین ذیل دفتر ۵۲۱ صفحه ۱۹۲ سند مالکیت بنام مقدسه محمدی بشماره مسلسل ۰۲۴۸۳۲ صادر و تسلیم گردیده سپس نامبرده با ارائه دو برگ فرم شهادت شهود مدعی فقدان سند مالکیت به علت جابجایی منزل مفقود گردیده است و تقاضای صدور سند مالکیت المثنی را نموده است علیهذا مراتب به استناد ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت اعلام می دارد تا چنانچه هر کسی نسبت به ملک مذکور حق و ادعایی دارد یا مدعی وجود سند مالکیت نزد خود می باشد از تاریخ انتشار این آگهی به مدت ده روز می تواند با ارائه مدارک و یا اصل سند مالکیت اعتراض خود را به این اداره تسلیم نماید در غیر اینصورت پس از گذشت مهلت مقرر مطابق مقررات ثبت به صدور سند مالکیت المثنی و تسلیم آن به مالک اقدام می گردد.

رئیس اداره ثبت اسناد و املاک تاکستان – مسعود رحمانی

۷۰۳

آگهی فقدان سند مالکیت

آقای حبیب اله محمدی با تسلیم یک برگ استشهادیه که به تایید و گواهی امضاء دفتر ۹۶ قروه رسیده مدعی است که اسناد مالکیت مقدار ششدانگ یک باب مغازه تحت پلاک ۲۱۳۷۹ فرعی از ۶۳ اصلی بخش ۵ اسفندآباد کردستان به نام مالک فوق صادر و تسلیم گردیده است و بعلت سهل انگاری مفقود شده و تقاضای صدور سند مالکیت المثنی را نموده اند لذا به استناد ماده ۱۲۰ آیین نامه اصلاحی قانون ثبت مراتب در یک نوبت آگهی می شود تا چنانچه شخص یا اشخاص دیگر نسبت به پلاک مرقوم مدعی انجام معامله و یا وجود اصل سند مالکیت یا سند معامله نزد خود باشند از تاریخ انتشار آگهی ظرف مدت ۱۰ روز اعتراض خود را کتبا همراه با اصل سند مالکیت یا سند معامله به این اداره تسلیم نمایند . بدیهی است اگر ظرف مدت مرقوم اعتراضی واصل نگردد و یا در صورت اعتراض اصل سند مالکیت ارائه نشود اداره ثبت سند المثنی را طبق مقررات صادر و به متقاضی تسلیم خواهد کرد و در صورت ارائه سند مالکیت یا سند معامله صورت مجلس مبنی بر وجود آن نزد معترض در دو نسخه تنظیم و یک نسخه آن به متقاضی المثنی تسلیم و اصل سند به ارائه دهنده مسترد خواهد شد. م الف / ۱۲۱

تاریخ انتشار: ۱۴۰۲/۰۹/۱۴

جواد مژده

سرپرست اداره ثبت اسناد و املاک شهرستان قروه

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-برابر کلاسه۰۸۴-۱۴۰۲ورأی شماره۱۴۰۲۶۰۳۰۷۱۱۴۰۰۳۹۴۸ آقای محمد نادری بوائلو فرزند عزیز در ششدانگ یکقطعه باغ به مساحت ۶۵۹۳ مترمربع قسمتی از پلاک۱۸۷فرعی از ۴۸اصلی مزرعه اوغاز واقع در بخش۴قوچان ازمحل مالکیت نوروزمحمد نادری بوائلوونیازمحمدوفائی کهنه اوغازتایید ورای خودراباحدودات وحقوق ارتفاقی گزارش کارشناسی بشماره ۲۹/۱۴۰۲/۵۳۰۴۵ - ۱۴۰۲/۰۸/۱۴ وبرابراستعلام جهادکشاورزی بشماره ۳۱/۵/۲۱/۰۰۹۸۰۷ - ۱۴۰۲/۰۳/۲۸ بدون درج اعیانی محرز گردیده است

۲-برابرکلاسه۳۱۲-۱۴۰۲ ورأی شماره۱۴۰۲۶۰۳۰۷۱۱۴۰۰۳۰۶۶ خانم فروغ حسین پورفرزندعوضعلی درششدانگ یکباب ساختمان به مساحت ۹۲/۸۰ متر مربع قسمتی از پلاک۵۴۸فرعی از ۷اصلی واقع درقطعه ۳شیروان بخش۵قوچان ازمحل مالکیت علی احمدی

۳-برابرکلاسه۲۴۳-۱۴۰۲ورای شماره ۱۴۰۲۶۰۳۰۷۱۱۴۰۰۳۹۵۴ آقای غلامرضا انصاری مقدم شیروان فرزندبرات درششدانگ یکقطعه زمین زراعی به مساحت ۱۵۰۶متر مربع قسمتی ازپلاک۱ اصلی پیرشهیدواقع درقطعه۲شیروان بخش۵قوچان ازمحل مالکیت مشاعی برات انصاری مقدم

۴-برابرکلاسه۲۲۴-۱۴۰۲ورای شماره ۱۴۰۲۶۰۳۰۷۱۱۴۰۰۳۹۵۲ آقای غلامرضا انصاری مقدم شیروان فرزندبرات درششدانگ یکقطعه زمین زراعی به مساحت ۲۳۶۷متر مربع قسمتی ازپلاک۱ اصلی پیرشهیدواقع درقطعه۲شیروان بخش۵قوچان ازمحل مالکیت مشاعی برات انصاری

۵-برابرکلاسه۲۳۱-۱۴۰۲ورای شماره ۱۴۰۲۶۰۳۰۷۱۱۴۰۰۳۹۵۶ آقای غلامرضا انصاری مقدم شیروان فرزندبرات درششدانگ یکقطعه زمین زراعی به مساحت ۷۹۷۲متر مربع قسمتی ازپلاک۱ اصلی پیرشهیدواقع درقطعه۲شیروان بخش۵قوچان ازمحل مالکیت برات انصاری

۶- برابرکلاسه ۳۲۴-۱۴۰۲ورای شماره ۱۴۰۲۶۰۳۰۷۱۱۴۰۰۳۸۴۹آقای امان اله حقیقی فرزند حسن درششدانگ یکقطعه زمین زراعی به مساحت ۲۶۶۱مترمربع قسمتی ازپلاک۱۸فرعی از۳۲اصلی بتکانلو واقع دربخش۵قوچان ازمحل مالکیت ثبتی عوض خلوصی بتکانلو

۷- برابرکلاسه ۱۷۵-۱۴۰۲ورای شماره ۱۴۰۲۶۰۳۰۷۱۱۴۰۰۴۱۴۸آقای رشید محمدزاده فرزندقربان درششدانگ یکباب منزل به مساحت۱۴۷/۲۷مترمربع مفروزومجزاشده ازپلاک۲اصلی حصاراواقع دربخش۵قوچان خریداری ازمسعود-مصطفی-کاظم مهدوی

۸-برابرکلاسه۱۳۹-۱۴۰۲ورای شماره۱۴۰۲۶۰۳۰۷۱۱۴۰۰۳۸۸۴خانم مونس حیدری فرزندعلی درششدانگ یکباب ساختمان به مساحت۱۹۳/۵۶مترمربع مفروز ومجزاشده ازپلاک۱اصلی سه یک آب ناحیه۴بخش۵قوچان واقع درشیروان ازمالکیت مصطفی مهدوی

به این وسیله به فروشندگان و مالکین مشاعی و اشخاص ذینفع در آرای اعلام شده ابلاغ می گردد چنانچه اعتراضی دارند باید از انتشار آگهی و در روستاها از تاریخ الصاق در محل تا دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند. 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:۱۴۰۲/۰۹/۱۴ تاریخ انتشار نوبت دوم :۱۴۰۲/۰۹/۲۹

علی محمودی – رئیس اداره ثبت اسناد و املاک شیروان

آگهی موضوع ماده ۳ قانون وماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقدسند رسمی

برابرای شماره ۱۴۰۲۶۰۳۰۹۰۰۱۰۰۲۵۵۴ مورخ ۱۴۰۲/۰۶/۱۲ کلاسه ۱۴۰۲۱۱۴۴۰۹۰۰۱۰۰۰۱۷۴ و رای شماره ۱۴۰۲۶۰۳۰۹۰۰۱۰۰۳۴۸۷ مورخ ۱۴۰۲/۰۷/۲۷ کلاسه ۱۴۰۲۱۱۴۴۰۹۰۰۱۰۰۰۴۴۸ موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی مستقردرواحد ثبتی حوزه ثبت ملک منطقه یک قزوین مالکانه وبلامعارض مالکیت متقاضیان ۱- آقای یوسفعلی درویشوند به شناسنامه شماره ۱۷۱ کدملی ۴۳۲۱۱۵۰۲۲۱ صادره فرزند اسمعلی در سه دانگ مشاع از ششدانگ ۲- آقای علی درویشوند بهشناسنامه شماره ۴۳۱۰۹۹۸۷۳۹ کد ملی ۴۳۱۰۹۹۸۷۳۹ صادره قزوین فرزند اسمعلی در سه دانگ مشاع از ششدانگ یک باب خانه به مساحت ۵۶،۱۹ مترمربع پلاک شماره ۱۹ و ۲۰ اصلی واقع در(محله هادی آباد) قزوین بخش ۴ حوزه ثبت ملک منطقه یک قزوین محرز گرفته گردیده است. لذابه منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می گردد در صورتیکه اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دوماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم وپس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه ازتاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مرجع قضایی تقدیم نمایند.بدیهی است درصورت انقضای مدت مذکور وعدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشارنوبت اول : ۱۴۰۲/۰۸/۲۹

تاریخ انتشاردوم : ۱۴۰۲/۰۹/۱۴

رئیس اداره ثبت اسناد و املاک منطقه یک قزوین

شناسه آگهی : ۱۶۰۶۹۸۶

مفقودی

برگه سبز و کارت ماشین، خودرو سواری DENA EF۷ TC-MT۶ مدل ۱۴۰۲ رنگ سفید به شماره شاسی: NAAW۳۱YU۸PE۰۱۵۰۳۰ و شماره موتور: ۱۵۳HO۱۵۳۴۱۱ و شماره انتظامی ۱۴۷ ب ۲۸ ایران۱۶ به نام حمیده کاظمی قمی مفقود گردیده است و فاقد اعتبار است.

شماره:۰۲/۹۴فرصت

مفقودی

سند سبزوسند کمپانی خودرو سواری سایپا(پراید) - تیپ: SE۱۱۱- برنگ:سفید روغنی – مدل: ۱۳۹۴- متعلق به خانم سمیرا دهقانکار – فرزند:ابوطالب بشماره ملی: ۴۸۹۹۹۲۱۷۳۱ و شماره پلاک: ۹۹ ایران ۹۵۲ب ۳۷ شماره موتور: ۵۳۱۹۲۵۳ وبه شماره شاسی: NAS۴۲۱۱۰۰F۵۸۱۶۳۷۳ مفقودگردیده واز درجه اعتبار ساقط می‌باشد.

۱۱ نکته‌ای که قبل از شراکت باید مورد توجه قرار دهید

به قلم: انجمن کارآفرینان جوان

مترجم: امیر آل‌علی

یکـی از مهمتریـن لحظات برای هر کسـب و کار، زمانی اسـت که تصمیم به شراکت گرفته می‌شود. این امر ممکن است در هر مرحله‌ای رخ دهد. برای مثال شـراکت ممکن است حتی قبل از ایجاد یک کسب و کار باشـد. اگرچه این تصمیم می‌تواند نتایج فوق‌العاده‌ای را به همراه داشـته باشـد، با این حال بسـیاری از افراد از این اقدام به عنوان نقطه سیاه کسب و کار خود نام می‌برند. دلیل این امر نیز به این خاطر است که آنها نکات مهمی را در این زمینه رعایت نکرده‌اند که باعث شـده تا شـراکت به کابوسی واقعی تبدیل شـود. نکته‌ای که در این زمینه باید به آن توجه داشته باشید این است که توصیه‌های کاربردی را نمی‌توان از تجربیات افرادی معمولی به دسـت آورد. درواقع شـما باید به دنبال منابعـی موثق باشـید که گفته‌های آنها، اعتبار زیـادی را دارد. در این رابطـه انجمـن کارآفرینان جوان، ۱۱ نکته را مطرح کرده اسـت که با رعایت آنها می‌توانید یک شراکت بی‌نظیر را تجربه کنید.

۱-پیش‌نویس داشته باشید (درگ بناد)

شـتاب‌زده عمل کردن در نوشتن متن شـراکت، نخستین اشتباه رایج افراد محسـوب می‌شـود. در این زمینه شـما باید در ابتدا یک متن اولیه را تهیه کرده و پس از آن حداقل برای یک هفته مفاد قید شـده را مورد بررسی مجدد قرار دهید. در این رابطه می‌توانید از توصیه‌های یک مشاور حقوقی هم اسـتفاده کنید تا همه چیز کاملا درست باشد. در این زمینه فراموش نکنید که ممکن است در یک مقطع زمانی، با شریک خود دچار چالش شـوید که یک قرارداد ضعیف حتی می‌تواند تمامی حقوق شما را نابود کند. براساس یک نقل قول معروف، شما باید برای بهترین‌ها دعا کنید ولی برای بدترین‌ها آماده باشید. به همین خاطر ابدا نباید بر پایه مواردی نظیر رابطه دوستانه، یک قرارداد ضعیف را امضا کرد.

۲-شراکت را تمرین نمایید (دیمیتری ژاکوچین)

از دیگر مواردی که باید به آن توجه نمایید، این اسـت که آیا شما یک شـریک خوب محسوب می‌شوید؟ درواقع بسیاری از افراد تصور می‌کنند که شراکت کردن را کاملا بلد هستند، با این حال در واقعیت کاملا ضعیف عمل می‌کنند. به همین خاطر توصیه می‌شود که مدتی را تمرین نمایید. این امر می‌تواند به صورت شبیه‌سازی‌شده و یا در مواردی غیرمرتبط هم باشد. خوشبختانه امروزه تکنولوژی به حدی پیشرفت کرده است که حتی در این زمینه می‌توانید انواع کتاب‌ها، سمینارها و دوره‌های آموزشی را پیدا کرده و با شرکت در آنها، آمادگی لازم را پیدا کنید.

۳-نقاط ضعف و قدرت را بشناسید (کریس کریستوف)

این امر که بدانید خود شما و شریکی که انتخاب کرده‌اید چه نقاط ضعف و قدرتـی را دارید کمـک خواهد کرد تا بتوانید تعامل به مراتب بهتری را داشته باشید. درواقع این موضوع کمک خواهد کرد تا زمینه‌های شراکت به مراتب بهتری را ایجاد کرده و نهایت اسـتفاده را داشـته باشـید. برای مثال ممکن است شرکت شما در زمینه فروش ضعیف باشد. شریک شما در زمینـه تولید محصولات چندان قوی عمل نکند. با علم به این موضوع می‌توانید زمینه‌های همکاری کاملا درستی را تعریف کرده و بالاترین حد نتایج را به دست آورید. همچنین با آگاهی از وضعیت خودتان، می‌توانید به سطحی برسید و برنامه‌ریزی‌هایی را داشته باشید تا شانس پیدا کردن شرکای قوی‌تری را پیدا کنید.

۴-در مورد اهداف بلندمدت صحبت نمایید (جارد ویتز)

به صورت کلی شـراکت کوتاه‌مدت، کاربرد بالایی را ندارد. درواقع شما باید تلاش کنید که یک قرارداد طولانی‌مدت را داشته باشید. با این حال این امر تنها زمانی امکان‌پذیر است که اهداف بلندمدت خودتان و شریک انتخاب شـده، مطرح شـود. با این اقدام می‌توانید تشخیص دهید که آیا مناسـب همکاری هسـتید و یا در بلندمدت اهدافی متضاد دارید. در این بخش لازم است تا کاملا صادق باشید. درواقع ممکن است اهداف شما به مراتب کوچک‌تر از شـریکی که انتخاب کرده‌اید باشد. با این حال این امر نباید باعث شـود که شما برای شـخصیت دادن به برند خودتان، مواردی دروغین را مطرح نمایید. این نکته را به خاطر داشته باشید که یک شراکت بد، تا آخر عمر در رزومه کسب و کار شما باقی خواهد ماند و طبیعی است که شانس پیدا کردن یک شریک خوب، به مراتب کاهش پیدا کند.

۵-از مسائل مالی غافل نشوید (جاش کلبرگ)

درواقع این امر که مسائل مالی را مورد توجه جدی قرار دهید، مهمترین اصل شراکت محسوب می‌شود. در این زمینه شما باید بدانید که چه میزان سـرمایه هر دو شـرکت قرار است وارد کسب و کار نمایند. درواقع مسئله مالی، تعیین‌کننده موارد مهم دیگری نظیر مقدار سهام خواهد بود. با این حال تنها صحبت کردن کافی نبوده و لازم اسـت تا همه چیز را مکتوب نمایید.

۶-نقش‌ها و مسئولیت‌ها را به صورت واضح تعیین کنید (استفانی ولز)

درواقـع در شـراکت هر دو یا چند طرف، بایـد اقداماتی را انجام دهند تا در نهایت بتوان نتایج مورد نظر را به دسـت آورد. به همین خاطر قبل از شـروع هر اقدامی، لازم اسـت که مسئولیت‌ها به خوبی مشخص شود. صحبت کردن در ابتدا باعث خواهد شـد تا امکان رفع ایرادات و استفاده از نظرات وجود داشته باشد. درواقع در این مرحله شما می‌توانید هرگونه تغییری را اعمال نمایید. با این حال با گذشـت زمان، عملا امکان چنین امری وجود ندارد.

۷-انتظارات و شاخص‌های کلیدی موفقیت را تعیین کنید (اکشار بونو)

درواقـع هر دو طرف باید انتظارات خود را از شـراکت و شـاخص‌های کلیدی این امر به خوبی تعیین نمایند. تحت این شرایط دیگر با مسائلی نظیـر انتظارات بی‌جا، مواجه نخواهید بـود. در این زمینه صحبت کردن درباره مواردی که باعث موفقیت می‌شـود، کمک خواهد کرد تا از نظرات یکدیگر اسـتفاده کرده و به نقاط مشـترک دست پیدا کنید. پس از طی کردن این مرحله، شـما می‌توانید برنامه‌ریزی‌های لازم برای رسـیدن به شاخص‌ها را انجام دهید.

۸-شناخت کافی داشته باشید (برایان پالاس)

شاید در ظاهر بی‌اهمیت به نظر برسد، با این حال واقعیت این است که شما باید با فردی شریک شوید که جهان‌بینی مشترک وجود داشته باشد. این امر باعث خواهد شد تا اقدامات دیگر، به مراتب ساده شود. با این حال ممکن است شما چنین فردی را پیدا نکنید. تحت این شرایط هم شناخت کافی از فردی که شـراکت با وی منافع زیادی دارد، کمک خواهد کرد تا بتوانید بهترین الگوی رفتاری با وی را داشـته باشید. این امر خصوصا در زمانی که قصد یک همکاری طولانی‌مدت را دارید، اهمیت بالاتری را پیدا می‌کند. درواقع بهترین حالت این اسـت که قبل از شروع شراکت، ارتباط دوسـتانه‌ای را ایجـاد نمایید تا به درک بهتـری از خصوصیات رفتاری و عقیدتی فرد مقابل برسید.

۹-همه‌چیز را مکتوب نمایید (ریچارد فونگ)

درواقع حتی کوچکترین موارد نیز باید یادداشـت شـود. این امر باعث می‌شود تا موارد جنبه قانونی پیدا کرده و حتما آنها را در دو نسخه چاپ کنید. همچنین لازم اسـت تا عجله نداشته باشید. درواقع برخی از موارد مطرح شـده، نیاز به مشورت و بررسی مجدد دارند. به همین خاطر برای تعیین مفاد قرارداد، حتی ممکن است به بیش از یک ماه زمان نیاز باشد. بدون شک با یک قرارداد درست و حرفه‌ای، در همان ماه اول تمامی زمان از دست رفته را جبران خواهید کرد.

۱۰-تکی کار کردن را کنار بگذارید (کریستین کیمبرلی)

درواقع شراکت تنها ادغام بودجه و یا تعیین وظایف نبوده و بهترین نتایج را زمانی به دسـت خواهید آورد که کار تیمی داشـته باشید. درواقع لازم اسـت تا از ظرفیت‌های به وجود آمده، نهایت استفاده را داشته باشید. در ایـن زمینه برای تعیین اهداف، این امر که هر فرد خود مواردی را تعیین کند، ابدا مناسـب نبوده و بهتر اسـت که در یک یا چند جلسه به صورت گروهی، انجام شود.

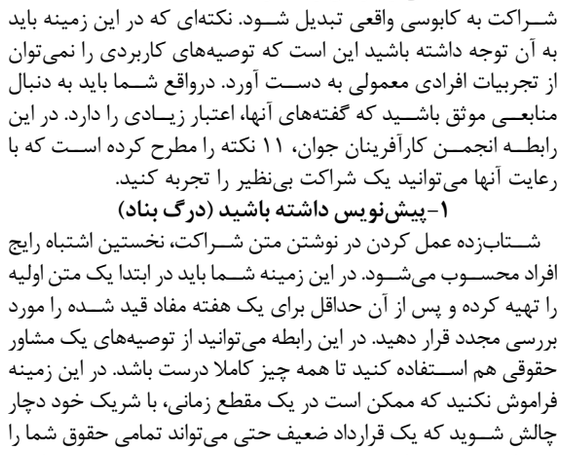
۱۱-پایه و اساس اعتماد را ایجاد نمایید (نیک دی آنجلو)

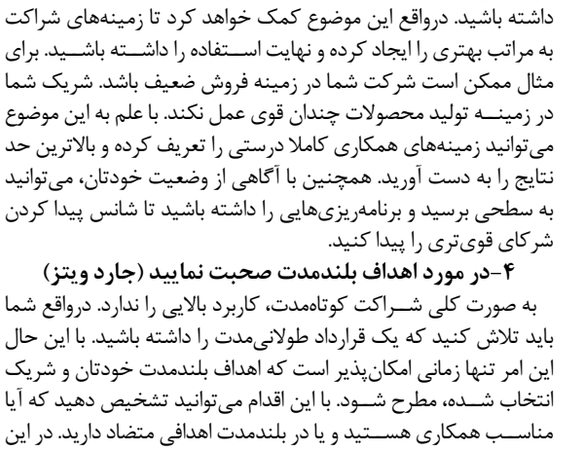
در آخر لازم اسـت تا به این نکته توجه نماییـد که هیچ چیز به اندازه اعتماد، نمی‌تواند زمینه‌سـاز یک همکاری طولانی مدت باشـد. به همین خاطر لازم اسـت تا اعتمادسازی را جدی بگیرید. این امر شامل اقداماتی نظیر صداقت، شفافیت، پیگیری وعده‌ها و... است که باعث می‌شود تا شما به عنوان فردی حرفه‌ای، جلوه کنید.

منبع: allbusiness.com

مدیرکل منابع طبیعی و آبخیزداری استان مرکزی خبرداد؛

کاشت ۱۲۵۰۰ اصله نهال در استان مرکزی





اراک- فرناز امیدی: مدیرکل منابع طبیعی و آبخیزداری استان مرکزی گفت: ۱۲ هزار و ۵۰۰ اصله نهال در ۴۰ هکتار از اراضی طبیعی استان مرکزی کاشته می‌شود که ۱۶ و نیم هکتار آن در کنار مرکز خیریه آفتاب اراک و بقیه در سایر شهرستان‌های استان است.

عبدالحسین محمدی در آیین آغاز نهال‌کاری طرح مردمی کاشت یک میلیارد درخت در اراک، افزود: بر این اساس، سالانه ۲۵۰ میلیون اصله نهال در کشور تولید و کاشته می‌شود که سهم استان مرکزی، کاشت چهار میلیون اصله نهال در سال است.

مدیرکل منابع طبیعی و آبخیزداری استان مرکزی خاطر نشان کرد: چهار میلیون و ۲۰۰ هزار اصله نهال امسال در استان تولید شده و زمینه تولید چهار میلیون اصله نهال برای سال آینده نیز فراهم شده‌است. محمدی گفت: ۲ میلیون و ۲۰۰ هزار اصله نهال غیر قابل توزیع و ۲ میلیون اصله نهال قابل توزیع امسال در استان مرکزی تولید شده‌است. وی افزود: ۵۰۰ هزار اصله نهال از مجموع این نهال‌ها، از نوع صنوبر برای کاشت در ۳۰۰ هکتار، ۶۰۰ هزار اصله نهال نیز از گونه‌های بیابانی است و برای کاشت در ۲ هزار و ۳۰۰ هکتار در بین مردم، شهرداری‌ها و دهیاری‌ها توزیع می‌شود. مدیرکل منابع طبیعی و آبخیزداری استان مرکزی اظهار کرد: یک‌هزار و ۳۰۰ اصله نهال بیابانی در مرکز توانبخشی اراک و ۹۰۰ هزار اصله نهال بیابانی نیز در پویش‌های نهال‌کاری کشت می‌شود.

محمدی افزود: چهار میلیون اصله نهال تولید شده در استان مرکزی در چهار هزار و ۸۰۰ هکتار از اراضی ملی و طبیعی استان کشت می‌شود.

وی ادامه داد: چهار پویش بذرکاری تاکنون با همکاری بسیج سازندگی، مرکز آموزش تخصصی مالک‌اشتر، دانشگاه اراک و دانشگاه علوم پزشکی این شهرستان برگزار شده‌است.

مدیرکل منابع طبیعی و آبخیزداری استان مرکزی گفت: ۴۰ هکتار بذرکاری در این پویش‌ها در استان مرکزی انجام شده‌است.

محمدی اظهار کرد: ۱۲ هزار و ۵۰۰ اصله نهال در ۴۰ هکتار از اراضی طبیعی استان مرکزی کاشته می‌شود که ۱۶ و نیم هکتار آن در کنار مرکز خیریه آفتاب اراک و بقیه در سایر شهرستان‌های استان است.

آگهی مناقصه عمومی یک مرحله ای همراه با ارزیابی کیفی

نوبت اول

شناسه آگهی:۱۶۱۵۲۲۳

شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی ایران منطقه اهواز

دستگاه مناقصه گزار : شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی ایران –منطقه اهواز به نشانی اهواز، میدان شهید بندر ، جنب سپاه پاسداران شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه اهواز

ردیف	عنوان	شرح
۱	موضوع مناقصه	اداره امور و اجرای حجمی زمانی عملیات انبار نفت نظامیه و اندیستک
۲	مدت اجرای قرارداد	یکسال شمسی
۳	برآورد پایه	۳۸۸/۳۴۶/۷۷۲/۱۷۷ ریال
۴	مبلغ تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار	۱۶/۲۷۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال
۵	نوع تضمین	یکی از تضامین قابل قبول آیین نامه تضمین معاملات دولتی مصوب ۹۴/۰۹/۲۲ و به مبلغ اعلامی فوق (در صورت واریز نقدی به شماره حساب جام دو طرفه ۹۲۰۰۰۴۰۱۸۰ با شناسه ۴۰۱۳۲ نزد بانک ملت) می باشد (ارایه هرگونه چک قابل قبول نیست)
۶	تاریخ انتشار در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت	روز چهار شنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۹/۱۵ ساعت ۸ صبح
۷	مهلت دریافت اسناد مناقصه و ارزیابی کیفی از سامانه ستاد	تا ساعت ۱۴:۳۰ روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۹/۲۰
۸	مهلت ارسال اسناد مناقصه و ارزیابی کیفی در سامانه ستاد	تا ساعت ۱۴:۳۰ روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۲/۱۰/۰۴
۹	تاریخ و محل جلسه توجیهی / بازدید	راس ساعت ۱۰ صبح روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۹/۲۷ در سالن جلسات انبار نفت نظامیه اهواز
۱۰	محل و نحوه دریافت و تسلیم پیشنهادات : دریافت اسناد مناقصه و فرم های ارزیابی و تسلیم پاکات الف (تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار) پاکت ب (اسناد ومدارک مناقصه) پاکت ج(پیشنهاد قیمت) و پاکت ارزیابی	در مهلت مقرر با مراجعه به سایت www.setadiran.ir اسناد را دریافت و پس از بارگزاری کلیه پاکات تکمیل شده در سامانه تدارکات الکترونیک دولت (ستاد) رسید آنرا به همراه اصل پاکت الف(تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار) بصورت لاک و مهر و امضاء شده به دبیرخانه کمیسیون مناقصات شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه اهواز واقع در اهواز، میدان شهید بندر – جنب سپاه پاسداران ، شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه اهواز تحویل نمایند. شرکتهای حاضر در مناقصه باید کلیه اسناد و پاکات تکمیل شده را در مهلت مقرر در سامانه بارگذاری نمایند در غیر اینصورت و با ادعای تحویل اصل مستندات پاکت الف صرفا به صورت فیزیکی به دبیرخانه کمیسیون مناقصات مورد پذیرش نبوده و به ملاحدد به مناقصه گذار از مناقصه گذار گذاشته میشود و حق هرگونه اعتراض در مراجع اداری و قضایی را از خود سلب می نماید .لازم است متقاضیان در صورت عدم عضویت قبلی در سایت مذکورثبت نام نموده و نسبت به دریافت گواهی امضای دیجیتال جهت شرکت در مناقصه اقدام نمایند.
۱۱	شرایط متقاضیان	۱- ارائه گواهی تعیین صلاحیت فعالیت (دارای اعتبار) از اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی که در آن مناقصه گر مجاز به فعالیت در بخش الف) خدمات عمومی ب) نگهداری و خدمات فضای سبز ج) تعمیر و نگهداری د) تاسیسات باشد تبصره : در صورتیکه محل صدور گواهینامه تعیین صلاحیت فعالیت از استانی به غیر از استان محل فعالیت (استان خوزستان) باشد اخذ و ارائه تاییدیه گواهینامه موصوف از اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان خوزستان توسط برنده مناقصه الزامی است. ۲- ارائه گواهینامه تائید صلاحیت ایمنی پیمانکاران (دارای اعتبار) از اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی توضیح اینکه تامین اعتبار گواهینامه های مورد اشاره در بندهای ۱ و ۲ در طول مدت فرآیند نشریفات برگزاری مناقصه و اجرای کار ، لازم به تهدید شرکت کننده در مناقصه می باشد. ۳- احراز امتیاز قابل قبول (حداقل ۵۰ امتیاز) بر اساس معیارهای ۱- ارزیابی کیفی پیمانکاران ۲- ارزیابی توانمندی بهداشت ، ایمنی و زیست محیطی (HSE) نکته مهم: احراز امتیاز قابل قبول (حداقل ۵۰ امتیاز) بر اساس معیارهای ارزیابی توانمندی بهداشت ، ایمنی و زیست محیطی (HSE) مناقصه گران به عنوان پیش شرط ارزیابی کیفی می باشد. ۴- ارائه کپی از ۱- کلیه صفحات اساسنامه شرکت ۲- آگهی تاسیس شرکت و آخرین آگهی تغییرات در روزنامه رسمی ۳- کد اقتصادی و شناسه ملی الزامی است ۵- کلیه متقاضیانی که در شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه اهواز در حال حاضر دارای ۲ پیمان می باشند مجاز به شرکت در این مناقصه نمی باشند. ۶- کلیه صفحات فرم های پیش نویس قرارداد و شرح کارهای مناقصه باید به امضای تعهد آور (فرد مجاز طبق اساسنامه) برسد و در صورت تغییر امضای فرد مجاز می بایست گواهی امضا ارائه گردد. ۷- عدم ممنوع المعامله بودن در سطح کلیه شرکتها(در صورت قرار داشتن در لیست شرکتهای ممنوع المعامله ، سیرده شرکت در مناقصه به نفع مناقصه گزار ضبط خواهد گردید) ۸- ارائه صور نهای مالی حسابرسی شده معتبر مربوط به سالهای ۱۴۰۰ و ۱۴۰۱ که توسط سازمان حسابرسی یا اعضای جامعه حسابداران رسمی انجام شده باشد. ۹- عدم ارائه مدارک فوق و یا عدم تحقق هر یک از شروط مندرج در این آگهی و سایر شرایط مندرج در اسناد مناقصه موجب رد صلاحیت مناقصه گر خواهد شد.
۱۲	تاریخ و مکان گشایش پاکات الف،ب،ج	از ساعت ۱۰ صبح سه شنبه مورخ ۱۴۰۲/۱۰/۰۵ در سالن جلسات شرکت به نشانی مناقصه گذار
۱۳	تاریخ اعتبار پیشنهادات	سه ماه بعد از بازگشایی پاکات نرخ
۱۴	حداقل تعداد مناقصه گران جهت گشایش پاکات	حداقل ۲ مناقصه گر
۱۵	سایر شرایط و زمانبندی	وفق اسناد مناقصه و گزیده شرایط اسناد (ضروری است متقاضی کلیه اسناد مناقصه و صورتجلسه توجیهی قبل از پیشنهاد نرخ را دریافت ، مطالعه و اطلاعات و مدارک درخواستی را از طریق سامانه ستاد ارایه نماید)

• متن آگهی و اسناد بارگذاری شده در سایتهای http://monaghese.niopdc.ir و http://iets.mporg.ir صرفا جهت اطلاع و رویت بوده و ضروری است کلیه مراحل برگزاری مناقصه اعم از برداشت اسناد و سایر مراحل در بستر سامانه www.setadiran.ir انجام گردد . بدیهی است بارگزاری (آپلود) و ارسال مدارک مورد نیاز و ارایه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکات ها صرفا پس از دریافت (دانلود) اسناد مناقصه از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد و ضروری است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی ، مراحل ثبت نام را در سایت مذکور و دریافت گواهی دیجیتال الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند . اطلاعات تماس سامانه تدارکات الکترونیک دولت(ستاد) جهت انجام مراحل عضویت در سامانه :مرکز تماس ۴۱۹۳۴-۰۲۱ دفتر ثبت نام ۸۸۹۶۷۳۷-۰۲۱ و فاکس ۸۸۹۵۵۹۵۳-۰۲۱ می باشد.

• اطلاعات تماس دفاتر ثبت نام سایر استانها در سایت سامانه www.setadiran.ir بخش ثبت نام/پروفایل تامین کننده/مناقصه گر موجود است.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۰۹/۱۴ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۰۹/۱۵

روابط عمومی شرکت ملی پخش فراورده های نفتی منطقه اهواز

۶۹۹

مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب آذربایجان‌شرقی:

برخی از روستاها برای بار سوم به آبرسانی نیاز دارد

آذربایجان شرقی –ماهان فلاح: مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب آذربایجان‌شرقی گفت: ۲۶ روستای مراغه به آبرسانی فوری نیاز دارد که برای آبرسانی به ۱۸ روستای این شهرستان در سال جاری برنامه‌ریزی شده و عملیات اجرایی آنها به‌زودی آغاز می‌شود.

این مقام مسوول، در حاشیه جلسه شورای برنامه‌ریزی و توسعه آذربایجان‌شرقی افزود: مراغه از نظر تعداد روستاهای برخوردار، جزو شهرستان‌های پایدار استان در زمینه آبرسانی است اما آبرسانی به این ۲۶ روستا باید در اولویت قرار گیرد.

به گفته وی در طول چهل سال گذشته، حداقل ۲ بار به هریک از روستاها آبرسانی شده است اما به دلایل مختلفی چون خشک شدن چاه‌ها، همچنان برخی از روستاها برای بار سوم به آبرسانی نیاز دارد.

وی به طرح احداث مجتمع‌های آبرسانی در روستاهای مختلف استان از جمله در برخی از روستاهای مراغه اشاره و بیان کرد: در قالب این طرح محرومیت‌زدایی، آبرسانی به ۲۶ روستای مراغه در ردیف ماموریت‌های قرارگاه امام حسن مجتبی (ع) تعریف شده بود اما اعتبار آن به صورت کامل تامین شد.

به گفته وی در این طرح آبرسانی به ۵۱۰ روستای استان هدفگذاری شد اما به دلیل محدودیت منابع، تعداد روستاها نصف شد و بر همین اساس امسال آبرسانی به ۱۳ روستای مراغه از همین محل آغاز می‌شود.

وی افزود: برای آبرسانی به ۱۳ روستای باقیمانده، منابع مالی مشخصی وجود ندارد اما از محل اعتبارات داخلی و استانی نیز آبرسانی به پنج روستای شهرستان آغاز شده است.

وی ادامه داد: بر همین اساس برای آبرسانی به ۱۸ روستای شهرستان در سال جاری برنامه مدون وجود دارد و آبرسانی به بقیه روستاها فاقد اعتبار است مگر آنکه مرحله سوم از اعتبارات محرومیت‌زدایی ابلاغ شود.

مدیرعامل آب و فاضلاب آذربایجان‌شرقی اظهار داشت: بیش از ۱۰۰ میلیارد تومان پروژه در مراغه در حال اجراست که از جمله آنها می‌توان به افزایش ظرفیت تصفیه‌خانه آب با ۹۰ درصد پیشرفت فیزیکی و ۲۵ میلیارد تومان اعتبار اشاره کرد.

وی با بیان اینکه احداث مخزن ذخیره آب مراغه حدود ۷۵ درصد پیشرفت فیزیکی و هفت میلیارد تومان اعتبار از محل اعتبارات تنش آبی کشور دارد، اضافه کرد: خط انتقال و مخزن طرح ملی مسکن نیز با ۶۰ درصد پیشرفت فیزیکی و ۲۸ میلیارد تومان اعتبار در حال اجراست.

وی همچنین احداث مدول سوم تصفیه‌خانه فاضلاب و آزادسازی سهمیه آب از سد علویان توسط شرکت «کاوه سودا» را مورد تاکید قرار داد و بیان کرد: اگر حدود ۲۰ روز قبل شاهد بارندگی در مراغه نبودیم، امروز در تامین آب شرب این شهرستان نیز محدودیت وجود داشت.

وی ورودی فعلی سد علویان را ۹۰۰ لیتر بر ثانیه و خروجی آن را ۸۰۰ لیتر بر ثانیه عنوان کرد و ادامه داد: در مجموع، موازنه سد علویان به میزان ۱۰۰ لیتر بر ثانیه مثبت است و بر همین اساس باید مسئولان به فکر آب جایگزین برای شهرستان باشند.

مدیرعامل آب و فاضلاب آذربایجان‌شرقی، حفر چهار حلقه چاه را در مراغه ضروری خواند و اضافه کرد: آب این چاه‌ها تنها برای روز مبادا باید ذخیره‌سازی شود.

وی در مورد آبرسانی به شهرک امام حسن (ع) نیز بیان کرد: تامین زیرساخت‌های این شهرک بر عهده متولی آن بوده اما زمین‌ها را بدون عمل کردن به تعهداتش عرضه کرده و اکنون ۱۰۰ میلیارد تومان اعتبار برای آبرسانی به این شهرک مورد نیاز است.

لازم به ذکر است هشتمین شورای برنامه‌ریزی و توسعه آذربایجان‌شرقی در محل فرمانداری مراغه برگزار شد و بیشترین مباحث آن به بررسی مشکلات مراغه در حوزه های مختلف به ویژه کشاورزی اختصاص داشت.

طراحی و تولید ورق‌های مخازن سی ان جی خودرویی در فولاد مبارکه

اصفهان –معصومه قاسمی: معاون بهره‌برداری فولاد مبارکه ضمن اعلام خبر فوق افـزود: تولید گریدهای ویژه با وجود همه ملاحظاتی که در زمینه طراحی و تولید دارند از اهداف استراتژیک فولاد مبارکه است و به این منظور در حوزه‌های مختلف، نیاز مشتریان شناسایی می‌شود و از حداکثر توانمندی‌های موجود برای رفع این نیازها استفاده می‌گردد.

وی ضمن قدردانی از تلاش همه کارکنان در بخش‌های مختلف گفت: سال گذشـته نیز فولاد مبارکه موفق شد در حوزه گریدهای عملیات حرارتی‌پذیر ،خودرویی ، انتقال آب و سـایر حوزه‌ها موفقیت‌های قابل‌توجهی کسب کند؛ دستاوردهایی که در ادامه فرایند نیز ادامه خواهد یافت.

علیرضا مولوی‌زاده، مدیر متالورژی و روش‌های تولید این شرکت گفت: گرید CrMo۳۴ ۴ که پس از چندین مرحله فرایند، برای تولید مخازن گاز خودرو (CNG) استفاده می‌گردد حاوی عناصر آلیاژی خاص هستند و تولید آن در فولادسازی و نورد گرم با ملاحظات خاصی صورت می‌گیرد. درخواست گرید مذکور از سال‌های قبل مطرح شده بود و با وجود حساسیت‌های خاص این محصول، خـواص ویژه مورد انتظار حاصل شـد. نهایتاً پس از عملیات تکمیلی لازم و تست آلتراسونیک در خانه مشتری سرانجام این موفقیت برای اولین بار حاصل شد.

گرید مذکور به‌صورت ورق در ابعـاد ۶۲۸۰*۱۰۵۰*۱۰ در فولاد مبارکه تولید شـد و از سال گذشته تاکنون حدود ۱۳۰۰ تن از این محصول تولید و در شرکت‌های سفارش‌دهنده به مخازن گاز طبیعی فشرده تبدیل شده است.

در مقایسه با بلند مدت؛

حجم آب ورودی به سدهای آذربایجان شرقی ۹۶ درصد کمتر شده است

آذربایجان شـرقی –ماهان فلاح: مدیرعامل شـرکت آب منطقه ای آذربایجان شرقی با اعلام اینکه میانگین پرشدگی سدهای استان در سال آبی جاری نسبت به اواخر تابستان گذشته تغییری نکرده و همان ۲۱ درصد است، گفت: بیشـترین پرشدگی مربوط به سد سهند با ۴۰ درصد و کمترین نیز با سه درصد مربوط به سد نهند است. این مقام مسوول، افزود: مجموع حجم آب ورودی به سدهای استان در سال آبی جاری ۱۸.۶ میلیون مترمکعب است که نسبت به سال گذشته که ۱۵.۹ میلیون متر مکعب بود ۱۸ درصد بیشتر شده اما در مقایسـه با بلند مدت ۹۶ درصد کمتر شده است. وی افزود: حجم آب موجود در مخازن سدهای استان در سال آبی جاری ۱۱۹.۳ میلیون متر مکعب است که نسبت به سـال قبل با ۱۴۶۸ میلیون مترمکعب معادل ۱۹ درصد کمتر شده است. مدیرعامل شرکت آب منطقه ای آذربایجان شرقی با اشاره به میزان بارندگی های استان در سال آبی جاری و تاثیرات آن بر روی منابع آبی شامل روان آب ها و آب های زیرزمینی، گفت: تا پایان آبان ماه گذشته حدود ۳۷.۷ میلیمتر در استان بارندگی ثبت شده است که این میزان در مقایسه با مدت مشابه سال قبل حدود ۷۰ درصد بیشتر و نسبت به دراز مـدت ۲۸.۱ درصد کمتر شده است. این مقام مسوول، افزود: بیشترین بارندگی در این مدت در ایستگاه مراغه با ۵۸.۴ میلی متر و کمترین بارش در ایستگاه میانه با ۱۲.۱ میلی متر گزارش شده است، همچنین بیشترین افزایش در ایستگاه شبستر با ۲۱.۳ درصد و بیشترین کاهش نیز در میانه با ۷۶.۳ درصد نسبت به درازمدت اتفاق افتاده است. وی با مقایسه میزان بارندگی ها در سه حوضه دریاچه ارومیه، ارس و قـزل اوزن گفت: در حوضه ارس در سـال آبی جاری ۳۹.۵ میلیمتر بارندگی روی داده که در مقایسه با مدت مشابه سال قبل ۲۴.۱ میلیمتر بود ۱۵.۴ میلیمتر معادل ۶۴ درصد بیشتر شده اما در مقایسه با دراز مدت که ۵۴ میلیمتر است ۱۴.۶ میلیمتر معادل ۲۷ درصد کمتر شده است. وی گفت: در حوضه دریاچه ارومیه نیز در سال آبی جاری ۴۳.۱ میلیمتر بارندگی روی داده که نسبت به سال قبل ۲۲.۵ میلیمتر معادل ۱۰۹ درصد بیشتر و نسبت به دراز مدت که ۵۰.۳ میلیمتر است ۷.۲ میلیمتر معادل ۱۴.۳ درصد کمتر شده است. وی ادامه داد: در حوضه قزل اوزن نیز میزان بارندگی در سال آبی جاری ۲۳.۵ میلیمتر گزارش شده که نسبت به سال قبل که ۲۱.۲ میلیمتر بود ۲.۳ میلیمتر معادل ۱۰.۹ درصد بیشتر شده است اما همانند ۲ حوضه دیگر در مقایسه با دراز مدت کاهشی است به طوری که ۲۹.۷ میلیمتر معادل ۵۵.۸ درصد کمتر شده استمدیرعامل شرکت آب منطقه ای آذربایجان شرقی وضعیت دما استان را صعودی اعلام کرد و گفت: در سال آبی جاری میانگین دمای استان که در ۶ ایستگاه اندازه گیری می شود ۱۳.۹ درجه سانتیگراد بود که نسبت به سال قبل هفت دهم درجه و نسبت به دراز مدت ۲.۳ درجه بیشتر شده است. وی ادامه داد: بیشـترین افزایش دما نسبت به دراز مدت در ایستگاه های علویان مراغه و خداآفرین با ۲.۶ درجه سانتیگراد و کمترین نیز با ۱.۸ درجه در ایستگاه لیقوان ثبت شده است. وی گفت: بیشترین افزایش دما در سال آبی جاری در مقایسه با مدت مشابه سال قبل، در ایستگاه خداآفرین با ۱.۳ درجه سانتیگراد و کمترین افزایش نیز در ایستگاه لیقوان ثبت شده است که بدون تغییر نسبت به مدت مشابه سال قبل بوده و میانگین دما در این ایستگاه حدود ۹.۴ درجه سانتیگراد ثبت شده است. وی به اعداد و ارقام تبخیر در استان و مقایسه آن با سال گذشته و سال های قبل نیز اشاره کرد و گفت: متوسط تبخیر استان در سال آبی جاری برابر با ۲۰۰.۲ میلیمتر است که نسبت به سال قبل که ۲۱۹.۳ میلیمتر بود ۸.۷ درصد کمتر شده اما همچنان نسبت به دراز مدت بیشتر است و این نتیجه افزایش دما در استان است. وی افزود: میانگین تبخیر در استان در دراز مدت ۱۹۴.۵ میلیمتر ثبت شده که ۵.۷ درصد کمتر از تبخیر امسال اسـت. وی اضافه کرد: بیشترین تبخیر در سال آبی جاری در ایستگاه تبخیر سنجی خداآفرین با ۲۳۹.۸ میلیمتر و کمترین تبخیر نیز در ایستگاه لیقوان با ۱۵۵ میلیمتر ثبت شده است. وی گفت: میزان تبخیر در ایستگاه خداآفرین در مقایسه با سال گذشته ۷۰ درصد و از میانگین ۱۴۱.۳ میلیمتر در بلند مدت ۹۸.۵ میلیمتر بیشتر شده است.

نشست کمیته راهبردی رؤسای بازرسی فنی شرکت‌های گاز استانی برگزار شد

رشت– خبرنگار فرصت امروز: نشست ماهانه کمیته راهبردی رؤسای بازرسی فنی شـرکت‌های گاز استانی به ریاست ارژنگ حمداله زاده معاونت بازرسی فنی و مدیریت خودگی شرکت ملی گاز و با حضور رؤسای بازرسی فنی شرکت‌های گاز استان خراسان رضوی، خراسان شمالی، بوشهر، همدان، کرمانشـاه، زنجان، قزوین، اردبیل و گیلان به مدت ۲ روز در سـالن آموزش شرکت گاز استان گیلان برگزار شد. به گزارش روابط عمومی گاز گیلان – در ابتدای این نشست عیسی جمال نیکویی مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان ضمن عرض خیر مقدم به مهمانان، به بیان وضعیت گازرسـانی به شهرها و روستاهای استان گیلان و همچنین پروژه گازرسانی به سیستان و بلوچستان پرداخت و نقش بازرسی فنی را در بازرسی کالا، پروژه‌ها، نگهداری از تأسیسات و نشـت یابی مهم برشـمرد. در ادامه ارژنگ حمداله زاده ضمن قدردانی از میزبانی شایسته شرکت گاز استان گیلان، بر اهمیت بازرسی فنی در ارتقای کیفیت پروژه‌ها و نگهداری از تأسیسات تأکید کرد و تلاش‌های صورت گرفته در واحد بازرسی فنی شرکت گاز گیلان را در زمینه‌های مختلف بازرسی فنی سـتود. پس از آن حسن منصف رئیس واحد بازرسی فنی شرکت گاز استان گیلان ضمن خوشـامدگویی به مهمانان، به اقدامات صورت گرفته در حوزه بازرسـی فنی از ابتدای سـال پرداخت و در خصوص موارد مختلف از جمله نشت یابی، بازرسی پروژه‌ها، بازرسی تأسیسات، بازرسی ایستگاه‌ها، ضخامت سنجی ایستگاه‌ها، بازرسی سیستم‌های حفاظت از زنگ، مدیریت خوردگی و استقرار ایزو ۳۸۳۴ توضیحاتی ارائه داد. در ادامه نیز، نامه‌های ارسالی شرکت گاز گیلان به بازرسـی فنی ستاد شرکت ملی گاز مورد بررسی قرار گرفت و در خصوص پیشنهاد تشکیل کارگروه‌های تخصصی، ارزیابی و تحلیل ضخامت سنجی ایستگاه‌ها و ارزیابی قابلیت سرویس دهی تجهیزات (FFS) نیز بحث و تبادل نظر صورت گرفت. همچنین دستورالعمل بازرسی کالای مازاد و برگشت به انبار نیز مورد بحث و گفتگو قرار گرفت. در خصوص اقدامات صورت گرفته جهت اصلاح ساختار سازمانی سمت‌های بازرسی فنی شرکت‌های گاز استانی و مذاکرات صورت گرفته با کارشناسان مهندسی ساختار شرکت ملی گاز نیز توضیحاتی ارائه شد.

به منظور رعایت الگوی مصرف گاز؛

دمای ادارات سراسر استان مازندران پایش می شود

سـاری –دهقان : به گزارش خبرنگار مازنـدران به نقل روابط عمومی شـرکت گاز استان مازندران، قاسم مایلی رسـتمی ، مدیرعامل شرکت گاز مازندران اظهار کرد: مطابق برنامه‌ریزی‌های صورت گرفته و طی بازرسی‌های سـرزده، ادارات و شرکت ها براساس مفاد بخشنامه معاون اول رئیس جمهور بطور مدام پایش می‌شوند و رعایت دمای رفاه در وقت اداری و خاموش کردن سامانه های گرمایشی تا یک ساعت قبل از آغاز و پایان وقت اداری و همچنین در تعطیلات مورد بررسی و کنترل قرار می گیرد.

وی افزود: در این پایش دمای راهرو ها و اتاق های ادارات توسط کارشناسان شرکت گاز بررسـی می گردد و در باب رعایت دمای رفاه در ادارات تذکرات لازم داده شد.

مدیر عامل شرکت گاز مازندران یادآور شد: دمای استاندارد در همه ادارات ۱۸ درجه سانتیگراد است که باید رعایت شود. مایلی رستمی تأکید کرد: در روزهای تعطیل، موتورخانه‌های ادارات باید خاموش شود.

وی در ادامه از معاونت‌های حراست ادارات استان درخواست کرد تا با کنترل مصرف انرژی و اسـتفاده از تجهیزات با رده A و B و تنظیم موتورخانه خود مانع افزایش مصرف شوند.

وی اضافه کرد: کلیه ادارات موظف هستند یک ساعت قبل از شروع به کار ادارات، سیستم گرمایشـی را روشن و یک ساعت قبل از پایان ساعت کاری ادارات، سیستم گرمایشی را خاموش کنند.

مدیرعامل شـرکت گاز مازندران با بیان اینکه در ایام سرد تأمین گاز پایدار برای بخش خانگی در اولویت اسـت، گفت: از مدیران ادارات دولتی در استان تقاضا داریم تا با رعایت صرفه جویی در مصرف گاز طبیعی یاری رسان شرکت گاز در این امر باشند.

مایلی رسـتمی در پایان با اشاره به اینکه طرح پایش مصرف گاز ادارات تا پایان امسـال ادامه خواهد داشت، گفت: لازم به ذکر است، اگر مشاهده شود که پس از ساعت کاری ادارات یا در روزهای تعطیل سیستم گرمایشی فعال باشـد در مرحله اول به آن اداره تذکر کتبی و در صورت تکرار گاز اداره قطع خواهد شد.

رییس ستاد هماهنگی کانون‌های مساجد کشور:

مساجد در بازطراحی نظام فرهنگی کشور تاثیرگذاری مطلوبی خواهند داشت

اهواز – شبنم قجاوند: رییس ستاد هماهنگی کانون‌های فرهنگی و هنری مسـاجد کشور با اشاره به راه‌های جذب جوانان در مساجد گفت: مساجد در عرصه بازطراحی نظام مهندسـی فرهنگی کشور نقش تاثیرگذار و مطلوبی خواهند داشت. رییس ستاد هماهنگی کانون‌های فرهنگی و هنری مساجد کشور با اشـاره به راه‌های جذب جوانان در مساجد گفت: مساجد در عرصه بازطراحی نظام مهندسـی فرهنگی کشور نقش تاثیرگذار و مطلوبی خواهند داشت. حجت‌الاسـلام کمال خداداده در نشستی با اهالی رسانه در اهواز در اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان، رشد و تربیت را امری بلند مدت و متأثر از علل مختلف عنوان کرد و اظهار کرد: برای جبران بخشی از ضعف‌های حـوزه تربیت فرهنگ و هنر باید نگاه را به مکان‌هایی همچون مسـاجد که دیدگاه توحیـدی و انقلابی دارنـد معطوف کرد. رییس سـتاد هماهنگی کانون‌های فرهنگی و هنری مساجد کشـور بر ضرورت بازطراحی در عرصه نظام مهندسی فرهنگی کشور تاکید کرد و گفت: قطعا مساجد در این حوزه می تواند تاثیرگذاری های مطلوبی برای جامعه داشته باشد. وی اصلاح ساختار و گفتگو با زبان هنر را از جمله عوامل ایجاد جذابیت برای جوانان و نوجوانان عنوان کرد و هدف از کارهای فرهنگی و هنری در مساجد را انجام کار تربیتی و جمعی و ایجاد حال خوب دانست.

رییس ستاد هماهنگی کانون‌های فرهنگی و هنری مساجد کشور با اشاره به جدیدترین ساختار شورای سیاست‌گذاری کانون‌های فرهنگی هنری مساجد توضیح داد: اعضای این شـورا باید از فعالیت‌های کانون‌های فرهنگی هنری مسـاجد حمایت کنند اگر این شورا به خوبی تبیین شود دیگر شاهد موازی کاری نخواهیم بود. وی با بیان اینکه زمانی زیست‌بوم زندگی مردم بر مبنای مسـجد بود توضیح داد: سـبک زندگی که امروز برای مردم ایجاد کرده‌ایم به گونه‌ای اسـت که موانع آن‌ها برای حضور در مسـاجد را برطرف نکرده و مردم وقتی برای حضور در مسجد بودن ندارند. خداداده افزود: وقتی از حضور نوجوانان و جوانان صحبت می‌شـود باید دید که نهادهای فرهنگی و تربیتی سـبک زندگی را چگونه طراحی کرده‌اند که حضور آنان در مسجد گنجانده شـود. وی تاکید کرد: در حوزه مدیریت و اداره مسجد همواره انجام اقدامات جهادی ضروری است که اگر این اتفاق بیفتد همه کارها ثمر می‌دهد. رییس سـتاد هماهنگی کانون‌های فرهنگی و هنری مساجد کشور اضافه کرد: باید توجه داشـت که کارنامه ما در حوزه فرهنگ، صفر نیست اما با قله ایده آل و آرمان‌ها فاصله داریم؛ بنابراین تداوم روحیه بسـیجی و جهادی در انجام امور ضروری اسـت. وی در پایان درخصوص شـکل گیری "مجمع اخوت جهان اسلام" گفت: مقدمات این طرح در مساجد سوریه، لبنان و عراق اجرایی می شود که در همین راستا تلاش داریم که مساجد به عنوان نهادهای مردمی با هم ارتباط داشته باشند. منادی گفت: با رویکرد جدید و برنامه‌های فرهنگی و هنری که برای کانون‌های مساجد دیده شده به دنبال پرورش هنرمندان متعهد مسجدی هستیم. مجید منادی اظهار کرد: مسجد مرکز و مقر اصلی فرهنگ، هنر و تمدن اسلامی است. مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان، با بیان اینکه مبنای استان خوزستان مبنایی فرهنگی، انقلابی و دینی است، افزود: این استان در رویدادهای فرهنگی همواره پیشگام بوده و همین موضوع و ظرفیت و نام بزرگ خوزسـتان در تمام کشور مسئولیت‌های ما را به عنوان متولیان امور سخت و سـنگین می‌کند. وی همچنین با اشاره به اینکه ظرفیت‌های طبیعی استان خوزستان بی‌شمار هسـتند، تصریح کرد: خوزستان افزون بر مواهب طبیعی و خـدادادی مهد تمدن ایران زمین، دروازه ورود تشـیع به کشـور، پایتخت دفاع مقدس و معراج شـهدای ما است. منادی خاطر نشان کرد: استان خوزستان همواره مساجد تاثیرگذار و قوی و رویکردی مردم محور داشته و در این میان کانون‌های فرهنگی و هنری مساجد نیز وظایفی برگرفته از نـام خود دارند. وی ابراز کرد: با رویکرد جدید بنا داریم توسـط کانون‌های فرهنگی و هنری مساجد برنامه‌های هنری ویژه‌ای را اجرا کنیم که به پرورش هنرمندان متعهد مسجدی منجر شده تا در حوزه‌های مختلف هنری فعالیت داشته باشند.

اخبار

نوسازی ماشین آلات راهداری هرمزگان با خرید ۶ دستگاه جدید

بندرعباس- خبرنگار فرصت امروز: سرپرست اداره ماشین آلات راهداری و حمل و نقل جاده ای هرمزگان از سـازماندهی و نوسـازی ناوگان و ماشین آلات راهداری استان با خرید ۶ دستگاه جدید خبر داد ایمان ستوده سرپرست اداره ماشین آلات راهداری و حمـل و نقل جـاده ای هرمزگان، در خصوص سـازماندهی و نوسـازی ناوگان راهداری استان گفت: با پیگیری‌هایی انجام شده مدیران راهداری استان و مساعدت رئیس جمهور، توانستیم بخشی از ماشـین آلات مورد نیاز راهداری را تامین کنیم. ستوده تصریح کرد: ۵ دستگاه سنگین خریداری شده که شامل ۳ دستگاه بیل مکانیکی، یک دسـتگاه مینی بیل، و یک دستگاه لودر جمعا به مبلغ ۳۵۴،۰۰۰،۰۰۰،۰۰۰ ریال و همچنین یک دستگاه گریدر توسـط سازمان خریداری شده است سـتوده تاکید کرد: بعضی از ماشین آلات نیاز به تعمیر و راه اندازی جزئی و راه اندازی فوری دارند که این مهم، نیاز به منابع مالی به صورت امانی دارد که امیدواریم بتوانیم به زودی این مشـکل را نیز رفع کنیم.

کسب عناوین برتر روابط عمومی و بین الملل هلدینگ پتروپالایش اصفهان در هجدهمین جشنواره ملی انتشارات روابط‌عمومی

اصفهان – فایزه مرادیان: هجدهمین جشنواره ملی انتشارات روابط عمومی کشـور با هدف آشـنایی با اصول و استانداردهای نشـرالکترونیک و مکتوب در روابط‌عمومی و ارایـه آثار و تجارب موفق، توسعه و ارتقای سـطح توانمندی‌ها و مهارت‌های مدیران و کارشناسـان روابط‌عمومـی در حوزه فعالیت‌های انتشـاراتی، فرهنگ‌سازی مناسب و تکریم و معرفی نخبگان و الگوهای برتر در حوزه انتشارات، تبیین نقش تکنولوژی‌های نوین ارتباطی و آموزشی در فرآیند نشر، دست‌یابی به راه‌کارهای مناسب برای اعتلا و ارتقای نشر الکترونیک و مکتوب در روابط‌عمومی‌ها، ایجاد فضای رقابتی سـالم و شـور و نشاط علمی و تعامل بین متخصصان و کارشناسان این عرصه و فراهم شدن بستر مناسب جهت عرضه آثار شاخص و تحرک بخشیدن به فعالیت‌های انتشاراتی به لحاظ کیفی و کمی صورت پذیرفت. این جشنواره در ۱۱ بخش ادبیات، برنامه انتشاراتی، انتشارات اصلی (چاپی و الکترونیکی)، هنرهای تجسمی / بصری، رسانه‌های دیداری و شنیداری، رسانه‌های دیجیتال، تبلیغات مکتوب (شامل تبلیغات در مطبوعات و ربرتاژآگهی در دو حوزه مکتوب و دیجیتال)، تحلیل محتوا (تحلیل محتوای رسانه‌های درون و برون‌سازمانی)، نحوه ارایه آثار و بخش ویژه پذیرای آثار روابط‌عمومی‌های کشور است. گفتنی است هلدینگ پتروپالایش اصفهان در این جشنواره حضور یافت و موفق به کسب عناوین برتر این جشنواره شد. محمد دهبیدیان معاون منابع انسانی و توسعه مدیریت و مدیرروابط عمومی و بین الملل هلدینگ پتروپالایش اصفهان در این ارتباط با اشاره به اینکه تقویت زیرساخت‌های روابط عمومی و همچنین استفاده از نیروی جوان و خلاق در کسب رتبه‌های برتر این جشنواره تاثیربسزایی داشته است، اظهار کرد: استفاده از آخرین متدهای تولید محتوای حوزه روابط عمومی و اطلاع رسانی نیز از دیگر شاخص‌های موفقیت در این عرصه بوده است. وی با بیان اینکه روابط عمومی و بین الملل هلدینگ پتروپالایش اصفهان نیز در راستای چشم انداز این شرکت، هوشمندسازی همه اقدامات را در دستور کار دارد، گفت: بر این اساس استفاده از هوش مصنوعی در برنامه های آتی تولیدات روابط عمومی، در اولویت قرار دارد.

با حضور کارشناسان شرکت آب و فاضلاب هرمزگان؛

قطار "نخستین واژه، آب" به ایستگاه دبستان پیشگامان علوی بندرعباس رسید

بندرعباس- خبرنگار فرصت امروز: در ادامه سلسله برگزاری جشنواره "نخستین واژه؛ آب"، کارشناسان شرکت آب و فاضلاب هرمزگان با حضور در دبستان پیشگامان علوی ارزش و اهمیت آب را آموزش دادند. غلامرضا دهقانـی مدیر روابط عمومی و آموزش همگانی شـرکت آب و فاضلاب هرمزگان به اهمیت برگزاری این جشـنواره اشاره کرد و افزود: شـرکت آب و فاضلاب هرمزگان در راستای فرهنگ سازی مصرف بهینه آب در قالب برنامه های مختلف اقدام به آموزش و ترویج مصرف بهینه آب می کند که یکی از این برنامه ها "جشـنواره نخستین واژه؛ آب" است که بر اساس برنامه ریزی های انجام شده از سوی وزارت نیرو و شرکت مهندسی آب و فاضلاب کشور در مدارس مقطع ابتدایی برگزار می شود. وی با اشاره به حمایت مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب هرمزگان در برگزاری این جشنواره ادامه داد: در برگزاری جشنواره "نخستین واژه؛ آب" مدارس همکاری تنگاتنگی دارند که خوشبختانه در طول برگزاری این برنامه استقبال خوبی از سوی مدارس و دانش آموزان شده است. به گفته دهقانی، شرکت آب و فاضلاب هرمزگان با هدف فرهنگ سازی مصرف بهینه آب، با حضور در مدارس، طریقه مصرف صحیح آب از سنین پایه را در دستور کار خود قرار داده است. مدیر روابط عمومی و آموزش همگانی شرکت آب و فاضلاب هرمزگان تصریح کرد: در ادامه سلسله برنامه های "جشنواره های نخستین واژه؛ آب" کارشناسان آبفا با حضور در دبستان پسرانه پیشگامان علوی بندرعباس، آموزش های لازم به دانش آموزان ارائه دادند. وی افزود: کارشناسان آبفا با حضور در این مدرسه، ضمن ارائه آموزش های تصویری، اقلامی از جمله کتاب و لوازم التحریر با مضمون و شعارهای صرفه جویی بین دانش آموزان توزیع کردند. گفتنی است، جشنواره نخستین واژه در قالب حضور در مدارس و راه اندازی کارناوال در شرکت آب و فاضلاب هرمزگان پیش بینی شده و به صورت مستمر در مدارس در حال برگزاری است.

بازدیدهای شنبه‌های برخط، آزمون موفق مدیران شهرداری

یزد – مرتضی نوراللهی‌پور؛ معاون خدمات شهری شهرداری یزد گفت: ۸۰ درصد مصوبات بازدیدهای شنبه‌های برخط شهرداری به در سـایه همکاری و همدلی مدیران مناطق پنجگانه شهرداری به صورت کامل اجرا شـده است. حمیدرضا رحیمدل معاون خدمات شهری شهرداری یزد در بازدید از طرح‌های در دست اجرای منطقه دو شهرداری گفت: با گذشت ۱۴ ماه از شروع بازدیدهای شنبه‌های برخط در سطح مناطق پنجگانه شهرداری، تا کنون ۸۰ درصد از ۷۰ مصوبه این بازدیدها به صورت کامل اجرایی شده که می‌توان از آن به عنوان دستاوردی موفق برای مدیران این مناطق قلمداد کرد. او با بیان اینکه این بازدیدها توانسته اکثر کمبودها و مشکلات مغفول مانده مردم از دید مسئولان را در حوزه خدمات شهری رفع کند ادامه داد: پیگیری مدیران مناطق و مسئولان سازمان‌های مربوط به خدمات شهری برای اجرای مصوبات بازدیدها بسیار مطلوب بوده است . در اجرای پویش شنبه‌های بر خط رئیس کمیسیون خدمات شهری شورای شهر به همراه مسئولان حوزه معاونت خدمات شهری شهرداری، شهرداران مناطق، رئیس سازمان سیما منظر و فضای سبز شهری و معاونین در یک بازدید میدانی مشکلات پیش روی طرح‌های در دست اجرای مناطق پنجگانه شهرداری را رصد و برای رفع آنها چاره اندیشی می کنند.

بازدید معاون اداره نظارت بر طرح های عمرانی وزارت ارشاد از تالار آفتاب

اهواز – شبنم قجاوند: معاون اداره نظارت بر طرح های عمرانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی از تالار آفتاب و خانه هنرمندان اهواز بازدید کرد. معاون اداره نظارت بر طرح های عمرانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و معاون توسعه مدیریت و منابع اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان از پروژه خانه هنرمندان و مجموعه تالار آفتاب اهواز بازدید کردند. دکتر جمشـیدی معاون اداره نظارت بر طرح های عمرانی و مهندس اسدی کارشناس طرح های عمرانی وزارت بهمراه مهندس دامچه مسئول طرح های عمرانی خوزستان از مراکز فرهنگی و پروژه های در حال احداث استان بازدید کردند. در این سفر ابتدا ضمن ارزیابی مشکلات مراکز فرهنگی شهرستان حمیدیه از پروژه نیمه تمام فرهنگسرای بستان، تالار حافظ و تالار همایش و نمایش اهواز بازدید بعمل آمد و در ادامه هیات بازدیدکننده با همراهی معاون توسعه مدیریت و رییس اداری و مالی اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان از نزدیک در جریان مشکلات پروژه فاخر خانه هنرمندان اهواز و مجموعه تالار آفتاب قرار گرفتند.

دیدار شهردار و رییس و اعضای شورای شهر اسلامشهر با فرمانده سپاه ناحیه سیدالشهدا

اسلامشهر– سحر عمروانی: به مناسبت هفته بسیج، شهردار و اعضای شورای اسلامی شهر با سرهنگ ایلکا فرمانده سپاه ناحیه سیدالشـهدا اسلامشـهر دیدار و گفتگو کردند. به گزارش مرکز ارتباطات شهرداری اسلامشهر، محسن حمیدی شهردار اسلامشهر به همراه داود حورزاده رییس، حجت الاسلام علی ترکمن، مهدی محمودی جاوید، مهدی سـلیمی، مرتضی خانعلی، رضا عظیمی، سـید اکبر اسحقی، اورینب مسـرور اعضای شورای اسلامی شهر اسلامشـهر با حضور در سـپاه ناحیه مقاومت بسیج سیدالشهدا اسلامشهر، با هادی ایلکا فرمانده سپاه ناحیه سیدالشهدا و سرهنگ جعفری جانشین وی دیدار و گفتگو کردند. در این دیدار حاضرین ضمن تبریک هفته بسیج، تفکر بسیجی را با تاصی از بیانات مقام معظم رهبری سرلوحه کار خود در مجموعه مدیریت شهری اعلام نمودند و در پایان با اهدای لوح سپاس از سوی شهردار و اعضای شورای اسلامی شهر از زحمات سرهنگ ایلکا و جانشین وی تجلیل و قدردانی شد.

بیان سیره و سبک زندگی شهدا با روش های نوین بسیار ضروری و مؤثر است

ایلام–هدی منصوری: مسئول دفتر حوزه نمایندگی ولی فقیه بسیج دانشجویی و اقشار استان ایلام گفت: بیان سیره و سبک زندگی شهدا با روش های نوین و چند رسانه ای بسیار ضروری و مؤثر است و تأثیرات بالایی بر رفتار جوانان و نسل جدید دارد.

حجت الاسلام محسن پرویزی در نشست بصیرتی با موضوع سیره شهدا در سالن جلسات شرکت گاز استان ایلام با استفاده از روش چند رسـانه ای به بیان سبک زندگی شهدا و جانفشانی آنان برای حفظ نظام و آرمان انقلاب پرداخت و ضرورت این روش ترویج سیره شهدا را توسط مسئولان فرهنگی استان مهم خواند. وی با اشاره به اینکه معرفی شهدا و سیره زندگی آنها به روش های نوین و متناسب با ذائقه جوانان نوعی جهاد تبیین است، اظهار داشت: شهدا در زمان دفاع مقدس از جان و مال خود گذشتند تا به نظام و آرمان های انقلاب آسیبی نرسد و امروزه باید این جانفشانی ها برای نسل جوان امروزی بازخوانی شود تا با فرهنگ ایثار و شهادت آشنا شوند. حجت الاسلام پرویزی با بیان اینکه آشنایی با سبک زندگی شهدا، در حفظ جوانان در مسیر ارزش‌های اسلامی و انقلابی موثر است، تصریح کرد: در شرایط کنونی که جنگ ترکیبی دشمنان علیه ارزش‌های اسلام و آرمان‌های انقلاب به اوج خود رسیده و دشمن همه توان خ

چالش‌های بازاریابی دیجیتال: ۱۰ مشکل که باید شکست‌شان دهید!

نویسنده: علی آل‌علی

بازاریابی دیجیتال از وقتی وارد دنیای مارکتینگ شده همه الگوهای قدیمی را یکی پس از دیگری از میدان به در کرده و خودش به تنهایی بر سکوی قهرمانی ایستاده است. به طوری که حالا دیگر بازاریابی غیردیجیتالی تقریبا معنایی ندارد. از طرفی کاهش هزینه‌های مارکتینگ به لطف فناوری‌های دیجیتال و ایجاد فضایی برای رقابت برندهای کوچک با غول‌های بازار موجب محبوبیت روزافزون این الگو شده است. با این حساب مشاهده کمپین‌های ریز و درشت بازاریابی دیجیتال نباید برای شما چندان تعجب‌آور باشد.

هر بازاریابی که سراغ دیجیتال مارکتینگ می‌رود، انتظار دارد با الگویی بی‌نهایت ساده رو به رو شود. اجازه دهید با هم روراست باشیم، اگر قرار بود بازاریابی دیجیتال اینقدر راحت باشد، تقریبا همه برندها دست پر از این ماموریت مهم برمی‌گشتند. همانطور که فقط یک تیم در مسابقات جام جهانی قهرمان می‌شود، در دیجیتال مارکتینگ هم قرار نیست همه برندها مدال طلا را کسب کنند. این وسط کلی چالش ریز و درشت هست که اگر حواس‌تان نباشد گرفتارشان خواهید شد.

اگرچه گپ و گفت درباره مزایای یا تکنیک‌های تازه دیجیتال مارکتینگ هوش از سر هر بازاریابی می‌برد، اما ما در روزنامه فرصت امروز همیشه نیم نگاهی به خطرات پیش روی مارکترها نیز داریم. به همین خاطر در مقاله کنونی سراغ بعضی از مهمترین چالش‌های دیجیتال مارکتینگ رفته‌ایم. اگر شما هم حس می‌کنید خطرهای زیاد در این مسیر پرافت و خیز پیش پای‌تان قرار دارد، مقاله ما همان نوشدارویی است که دنبالش می‌گردید. پس اجازه دهید بدون هیچ مقدمه‌ای برویم سراغ اصل مطلب و چالش‌های بازاریابی دیجیتال را زیر ذره بین ببریم.

چالش‌های دیجیتال مارکتینگ کدامند؟

وقتی صحبت از چالش‌ها یا مشکلات بازاریابی می‌شود، خیلی از کارآفرینان فکر می‌کنند همین که کمی حواس‌شان را جمع کنند دیگر مو لای درز کارشان نخواهد رفت. اگر شما هم اینطور فکر می‌کنید، باید بگوییم سخت در اشتباهید. چراکه حتی باهوش‌ترین کارآفرینان و بازاریاب‌های دنیا هم گاهی دم به تله می‌دهند. به همین خاطر آشنایی اصولی با چالش‌های این حوزه می‌تواند حسابی کارتان را ساده کرده و امید فراوانی به ادامه مسیر به صورت استاندارد به شما دهد. ما در ادامه سعی می‌کنیم بعضی از مشکلات و چالش‌های اساسی در دیجیتال مارکتینگ را به اتفاق شما بررسی کنیم. این شما و این هم چالش‌های بازاریابی به سبک دیجیتال.

۱.تولید محتوای تعاملی: بزرگترین چالش بازاریاب‌ها

یک روز خوب برای بازاریاب‌ها با یافتن ایده‌ای عالی برای تولید محتوا شروع می‌شود. در این حالت بازاریاب‌ها تمام روزشان را به توسعه ایده مورد نظر اختصاص داده و بعد از چند روز ساختار کمپین را آماده می‌کنند. اگر همه چیز خوب پیش برود و کسی از زیر کار در نرود، کمپین مورد نظر در کمتر از یک ماه آماده اجرا خواهد بود. حالا اگر بعد از اجرای کمپین حتی یک نفر هم به آن توجه نکند، چه حس و حالی خواهید داشت؟

بی‌شک برای خیلی از بازاریاب‌ها بی‌توجهی مشتریان به کمپین بدترین کابوس دنیا محسوب می‌شود. هرچه باشد کلی زحمت و تلاش بی‌وقفه پشت یک کمپین خوابیده و از همه مهمتر تیم بازاریابی باید جواب هیأت مدیره را هم بدهد. در دنیایی که فناوری‌های دیجیتال روز به روز توسعه بیشتری پیدا می‌کنند، تعامل با مشتریان نیز سخت‌تر از هر زمان دیگری شده است.

افزایش مداوم انتظارات مشتریان از برندها در کنار ورود میلیون‌ها برند جدید به بازار کار را برای هر کارآفرینی سخت کرده است. این وسط تیم‌های بازاریابی بیش از بقیه دپارتمان‌ها تحت فشار هستند؛ چراکه نه توان مقاومت در برابر فشار مدیران بالا دستی را دارند نه همیشه بهترین ایده‌ها برای بازاریابی دیجیتال دم دست‌شان است. به همین خاطر خیلی از مارکترها هیچ تعهد یا قولی مبنی بر موفقیت بازاریابی نمی‌دهند.

درک مشترک میان کارآفرینان و بازاریاب‌ها برای انطباق با شرایط سخت دنیای بازاریابی دیجیتال یکی از مهمترین نیازهای هر برندی را شکل می‌دهد. این وسط شما باید تکلیف‌تان را با مشتریان روشن کنید؛ چراکه مشتریان دیگر یک گروه کاملا یکدست نیستند. در عوض تنوع خواست و نیاز آنها روز به روز بیشتر می‌شود. اگر دوست دارید در این بازار گسترده فرصتی برای اثرگذاری بر روی مشتریان داشته باشید، باید اول از همه از پس این چالش مهم بربیایید. وگرنه کلاه‌تان پس معرکه خواهد بود.

۲.بحران حریم خصوصی: ورود به منطقه‌ای تاریک!

حریم خصوصی از آن دست مفاهیمی است که می‌تواند هر برندی را یک شبه به خاک سیاه بنشاند. کافی است یک خبرگزاری شایعه‌ای درباره نقض حریم خصوصی از سوی شما منتشر کند. آن وقت مشتریان تا مدت‌ها چشم دیدن‌تان را هم نخواهند داشت. تازه اگر بتوانید با هزار زحمت ثابت کنید چنین ادعایی خلاف واقعیت است، برای همیشه نگاه مشتریان نسبت به برندتان تغییر خواهد کرد.

آن وقت باید هر طور شده خودتان را قانع کنید تا دو بار از صفر کارتان را شروع کنید.

همانطور که یک کارگردان باید اطلاعات دقیقی درباره فیلمنامه و ویژگی‌های هر بازیگر داشته باشد تا اثری حرفه‌ای روی پرده سینما ببرد، بازاریاب‌ها هم نیاز مبرمی به اطلاعات دقیقی درباره مشتریان دارند. چالش اصلی این میان دسترسی به اطلاعات مورد نیاز بدون نقض حریم خصوصی است. بسیاری از کشورها قوانین سفت و سختی درباره اطلاعات و حریف شخصی مردم دارند. به طوری که حتی برندهایی مثل فیس‌بوک نیز هرچند وقت یکبار در معرض اتهام استفاده غیرقانونی از داده‌های کاربران قرار می‌گیرند. با این حساب تکلیف شما کاملا روشن خواهد بود.

توصیه ما در روزنامه فرصت امروز تحقیق و مطالعه درباره روش‌های مختلف دسترسی به اطلاعات درباره مشتریان است. اینطوری شما بدون اینکه بی‌گدار به آب بزنید، اطلاعات مورد نیازتان را به شیوه‌ای قانونی و کاملا درست جفت و جور خواهید کرد. یادتان نرود همانطور که مشتریان از دست برندهای بی‌توجه به حریم خصوصی‌شان عصبانی می‌شوند، برندهای دقیق در این حوزه را دوست دارند. با این حساب فاصله شما تا تبدیل شدن به یک برند دوست داشتنی در بازار فقط و فقط رعایت حریم خصوصی و قوانین مربوط به اطلاعات شخصی کاربران است.

۳.تولید محتوای سازگار با گوشی‌های هوشمند: مواجهه با تغییر سلیقه کاربران

گاهی اوقات یک کمپین مارکتینگ ایده بی‌نهایت جذابی دارد، اما در مرحله اجرا تیم بازاریابی حتی یک لحظه هم به کاربران موبایل فکر نمی‌کند. نتیجه چنین رویکردی دلسردی کامل کاربران موبایل است. شاید اگر یکی دو دهه قبل چنین موضوعی را مطرح می‌کردیم، حتی یک بازاریاب هم بدان اهمیت نمی‌داد. با این حال امروزه همه چیز فرق کرده و شما باید اوضاع را دقیق‌تر بررسی کنید.

مردم دیگر حوصله وبگردی با رایانه‌های شخصی را ندارند. در عوض گوشی‌های هوشمند با انواع و اقسام امکانات دم دست‌شان هستند تا به راحتی هرچه تمام‌تر در بین سایت‌ها و شبکه‌های اجتماعی مختلف گشت و گذار نمایند. اگر شما هم دوست دارید در این میان یک برند محبوب برای کاربران باشید، باید قبل از اینکه خیلی دیر شود به فکر سازگاری سایت و محتوای تولیدی‌تان با تجربه کاربری گوشی‌های هوشمند باشید.

روند استفاده از گوشی‌های هوشمند در پی همه‌گیری کرونا افزایش خیره‌کننده‌ای داشته است. براساس گزارش موسسه دی ام سی جی گلوبال (Dmcg Global) از زمان شروع پاندمی کرونا تا به حال استفاده از گوشی‌های هوشمند ۲۵ درصد افزایش داشته است. این به معنای ضرورت سرمایه‌گذاری بازاریاب‌ها برای پاسخگویی دقیق به نیازها و انتظارات کاربران است. اگر شما امروز در کنار کاربران گوشی‌های هوشمند نباشید، شاید دیگر هیچ وقت چنین فرصتی برای‌تان تکرار نشود.

خوشبختانه آژانس‌ها و موسسات بی‌شماری در سراسر دنیا خدمات مربوط به سازگاری محتوای بازاریابی با گوشی‌های هوشمند را ارائه می‌کنند. بنابراین اگر حوصله درگیری با چنین مسئله‌ای را ندارید، می‌توانید مثل آب خوردن از خدمات چنین موسساتی بهره ببرید. اینطوری نه تنها اوضاع بازاریابی‌تان خیلی به هم نمی‌خورد، بلکه همیشه یکی از بهترین برندهای بازار برای مشتریان باقی خواهید ماند.

این روزها ابزارهای بی‌نهایت متنوعی برای ایجاد سازگاری میان محتوای تولیدی و رابط کاربری گوشی‌های هوشمند در دسترس قرار دارد. متاسفانه بسیاری از کارآفرینان در این میان نه وقت و نه حوصله کافی برای رسیدگی به چنین دغدغه‌هایی را دارند. به همین خاطر کار را به راحتی هرچه تمام‌تر به فردایی نامعلوم موکول می‌کنند. ما در روزنامه فرصت امروز اصلا میانه خوبی با چنین استراتژی‌هایی نداریم. به همین خاطر اگر شما اطلاعات یا مهارت کافی برای مسئولیت بالا را ندارید، باید از دیگران کمک بگیرید. اینطوری بدون دردسر به هدف‌تان خواهید رسید.

۴.شناخت مخاطب هدف: مشتریان همیشه یک طور فکر نمی‌کنند

مردم در طول زمان رفتار متفاوتی در بازار از خود نشان می‌دهند. شاید زمانی نه چندان دور رستوران‌های پر زرق و برق طرفدارهای خاص خودش را داشت، اما حالا مردم ترجیح می‌دهند از فست فودها استفاده کنند. چه بسا تا چند سال دیگر بساط فست فود نیز برچیده شود و همه سراغ غذاهای نیمه آماده بروند. ما اینجا کاری با آینده صنعت آشپزی یا رستورانداری نداریم. در عوض حرف‌مان کاملا روشن است: سلیقه مشتریان در طول زمان عوض می‌شود.

بعضی از بازاریاب‌ها فکر می‌کنند مشتریان مثل ربات‌هایی هستند که همیشه براساس برنامه از پیش طراحی شده رفتار می‌کنند و هیچ وقت هم قرار نیست نیازهای تازه‌ای داشته باشند. اگر شما هم اینطور فکر می‌کنید، تقریبا هیچ چیز از دنیای مدرن بازاریابی نمی‌دانید؛ چراکه این روزها پیدا کردن حتی دو تا مشتری که سلیقه‌ای دقیقا شبیه به هم داشته باشند، دست کمی از یافتن سوزن در انبار کاه ندارد!

کارآفرینان دوست داشته باشند یا نه، دوران طلایی بازاریابی توده‌ای دیگر به تاریخ پیوسته است. حالا این شما هستید که باید همیشه کارتان را براساس ایده‌های دست اول پیش ببرید. وگرنه اوضاع‌تان در بازار حسابی به هم می‌ریزد. یادتان باشد شناخت مخاطب هدف در نگاه اول بسیار راحت به نظر می‌رسد، اما وقتی وارد گود شوید، یکهو همه چیز سخت خواهد شد.

ما در روزنامه فرصت امروز قبلا درباره مخاطب و بازار هدف حسابی با شما گپ زده‌ایم. اگر دوست دارید کارتان در این بخش را بی‌عیب پیش ببرید، بد نیست دوباره سری به آن مقالات بزنید. البته میانبر فوری ما شامل استفاده از بازخوردهای مشتریان برای بهبود روند شناخت مخاطب است. بی‌شک مشتریان شما یک شبه سلیقه‌شان از این رو به آن رو نمی‌شود. بنابراین شما می‌توانید در طول زمان با استفاده از بازخوردهای مشتریان کارتان را به‌روز رسانی کنید. نتیجه چنین امری تاثیرگذاری بسیار بهتر بر روی مشتریان خواهد بود.

یادتان باشد بازاریابی دیجیتال مثل یک بازی فکری است که علاوه بر ایده‌های خوب باید نیم نگاهی به رقبا هم داشته باشید. به زبان ساده، ارزیابی وضعیت فعالیت رقبا اطلاعات بی‌نهایت ارزشمندی درباره تغییر وضعیت مشتریان خواهد داد. هرچه باشد برندهای بزرگ خیلی زودتر از کسب و کارهای کوچک فعالیت شان را تغییر داده و شروع به اصلاح روند بازاریابی‌شان در بازار خواهند کرد.

۵.محدودیت بودجه: همیشه پای پول در میان است

هرچه دامنه فعالیت یک برند وسیع‌تر باشد، بودجه بیشتری هم دم دستش خواهد داشت. این منطق دنیای کسب و کار همیشه ثابت بوده و حالا حالاها هم تغییر نمی‌کند. هرچه باشد برندهایی مثل اپل با سودهای چند میلیون دلاری در سال دست و دلبازی بی‌نهایت بیشتری برای تعیین بودجه‌های بازاریابی دارند. پس اگر فکر می‌کنید استارت‌آپ‌ها باید از همان ابتدا با منابع غنی مالی رو به رو باشند، احتمالا تا صد سال دیگر هم نمی‌توانید برندتان را راه‌اندازی کنید. این وسط خیلی از کارآفرینان به بودجه‌های اندک بازاریابی عادت کرده‌اند. انگار که هیچ چیز عجیبی این وسط وجود ندارد و همه بازاریاب‌ها باید با شرایط کنار بیایند.

قبول دارم خیلی از برندهای بزرگ دنیا عملا از دل شرایط کمبود مالی رشد کرده‌اند، اما این دلیل نمی‌شود دنبال راهکارهای خلاقانه نباشید. تیم فوتبالی را در نظر بگیرید که در مقایسه با رقبایی مثل رئال مادرید یا منچستر سیتی اصلا بودجه درست و درمانی ندارد. شاید فکر کنید یک چنین باشگاهی خیلی هنر کند خودش را در لیگ نگه داشته و به دسته پایین‌تر سقوط نمی‌کند. با این حال اگر مدیر باشگاه کاربلد باشد، می‌تواند با تقویت آکادمی از استعدادهای جوان برای رقابت با تیم‌های بزرگ استفاده کند. این تکنیک نه تنها هزینه‌ای برای باشگاه ندارد، بلکه آخر فصل امکان درآمدزایی از فروش ستاره‌های جوان را نیز میسر می‌کند!

ماجرای تیم‌های بازاریابی و بودجه‌های محدود نیز دقیقا به همین شکل است. شما لازم نیست همیشه با مارکترهای کارکشته همکاری داشته باشید. گاهی اوقات همکاری با بازاریاب‌های تازه کار یا کارآموزهایی که هنوز تحصیلات دانشگاهی‌شان را تمام نکرده‌اند، ایده چندان بدی به حساب نمی‌آید. بنابراین شما باید از تغییرات جدید استقبال کنید؛ چراکه بدون تغییر برندتان قدم به قدم به لبه پرتگاه نزدیک خواهد شد.

یادتان باشد استفاده از انواع قرض یا وام‌های مختلف همیشه بهترین راه نیست. وقتی شما تازه اول کار هستید معمولا اشتباهات زیادی در حوزه بازاریابی مرتکب می‌شوید. حالا اگر این وسط تعهدات مالی سنگینی به بنگاه‌های دیگر داشته باشید، فشار مضاعفی روی دوش‌تان احساس خواهید کرد. به همین خاطر باید همیشه مراقب فعالیت‌تان در بازار باشید. وگرنه چه بسا در یک چشم به هم زدن کارتان به جاهای باریک بکشد و ماجراجویی‌تان در بازار خیلی زود تمام گردد.

۶.مشکلات امنیتی: مسئله‌ای به نام امنیت سایبری

به موازات علاقه بازاریاب‌ها به الگوهای دیجیتال حفاظت از اطلاعات نیز بدل به دغدغه‌ای مهم شده است. زمانی نه چندان دور برندها اطلاعات مشتریان‌شان را در قالب پرونده‌های قطور و طبقات بایگانی شده نگهداری می‌کردند. با این حال امروزه آن همه کاغذبازی جای خودش را به فایل‌های دیجیتال و دیتا سنترهای حرفه‌ای داده است. حالا دیگر لازم نیست خیلی خودتان را به زحمت انداخته و دنبال ثبت ریز به ریز جزئیات باشید؛ چراکه خیلی از نرم‌افزارهای کاربردی چنین مسئولیتی را به طور خودکار برای‌تان انجام می‌دهند.

امنیت سایبری یکی از حوزه‌های بی‌نهایت پیچیده در دنیای دیجیتال محسوب می‌شود. به همین خاطر اکثر کارآفرینان و بازاریاب‌ها ترجیح می‌دهند خودشان وارد این هزارتوی بی‌پایان نشوند؛ چراکه یک اشتباه کوچک در این میان به معنای درز اطلاعات تمام مشتریان خواهد بود. آن وقت هر چقدر هم که تلاش کنید، آبروی برندتان جمع نخواهد شد!

بی‌شک سناریوی بالا بیشتر شبیه فیلم‌های ترسناک است که کمتر کسی جرأت تماشای آنها را دارد. توصیه ما در روزنامه فرصت امروز پیدا کردن یک موسسه امنیت سایبری مطمئن برای پرهیز از چنین سناریوهای خطرناکی است. یادتان باشد چنین موسساتی باید گواهینامه‌های کاملا معتبر داشته باشند. وگرنه شما نه تنها بخشی از سرمایه‌تان را از دست می‌دهید، بلکه آخر سر دست از پا درازتر با بحران‌های سایبری تنها خواهید ماند.

اگرچه ما در این بخش بر روی پیچیدگی مسئله امنیت سایبری تاکید کردیم، اما بعضی از تکنیک‌های کوچک در این میان می‌تواند به شما کمک کند. مثلا اینکه همیشه نرم‌افزارهای شرکت را به روز نگه دارید یا مثلا در مواجهه با تهدیدهای سایبری باید خونسردی‌تان را حفظ کرده و از اقدامات عجولانه دوری کنید. همانطور که بازیگران حرفه‌ای هیچ وقت دستپاچه نمی‌شوند، شما هم برای اینکه همه چیز به خوبی و خوشی تمام شود، نباید خم به ابرو بیاورید. وگرنه همه متوجه مشکلات اساسی در حوزه امنیت سایبری برندتان شده و دیگر هیچ شانسی برای حل و فصل مشکلات نخواهید داشت.

۷.سئوی محتوای سایت: هر روز پیچیده‌تر از دیروز!

سئو یا به عبارت تخصصی‌تر بهینه‌سازی موتور جست و جو (Search Engine Optimization) از همان زمانی که گوگل کم کم جا پایش را در بازار محکم می‌کرد، تبدیل به نیاز ضروری بازاریاب‌ها شد. سئو در ساده‌ترین شکل ممکن به استفاده از کلیدواژه‌های هماهنگ با نیاز و سلیقه مشتریان در زمینه تولید محتوا اشاره دارد. اینطوری وقتی کاربران در گوگل دنبال محتوای موردنیازشان هستند، سایت شما اول از همه نمایش داده خواهد شد.

بی‌شک خیلی از بازاریاب‌ها اطلاعات دقیقی درباره وضعیت سئو محتوا دارند. با این حال وقتی نوبت به عمل می‌رسد، همه یک جای کارشان ایراد دارد. بعضی ها در پیدا کردن کلیدواژه‌ها دیر عمل می‌کنند، بعضی‌ها هم برای تولید محتوا سراغ ایده‌هایی می‌روند که دیگر طرفدار ندارد. این مشکلات برای خیلی از بازاریاب‌ها تبدیل به کابوسی تمام نشدنی شده است. به طوری که کارآفرینان ترجیح می‌دهند اصلا وارد دنیای سئو نشوند.

اگر از مخاطب‌های پر و پاقرص روزنامه فرصت امروز باشید، خیلی خوب می‌دانید ما همیشه کارمان را در دنیای تولید محتوا با سئو شروع می‌کنیم. وقتی آدم‌ها اطلاعات دقیقی درباره یک استراتژی یا مفهوم ندارند، طوری به آن شاخ و برگ می‌دهند که شبیه اژدهایی هفت سر می‌شود. شما برای سئو محتوای بازاریابی کافی است شناخت درستی از مخاطب‌تان داشته باشید. اگر در مراحل قبل بر مشکل شناخت درست مشتریان غلبه کرده باشید، اینجا دیگر پیدا کردن کلیدواژه‌های مناسب کار سختی نخواهد بود. بعد از اینکه کلیدواژه‌های اساسی را پیدا کردید، کافی است شروع به تولید محتوا درباره آنها کنید. اینطوری شانس‌تان برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور چشمگیری افزایش پیدا کرده و دیگر لازم خودتان را به آب و آتش بزنید. بعضی از بازاریاب‌ها به طور طبیعی مهارت بالایی در پیدا کردن کلیدواژه‌های محبوب در میان مشتریان دارند. اگر شما به هر دلیلی چنین توانایی ندارید، لازم نیست زانوی غم بغل بگیرید. در عوض سراغ ابزار گوگل ترنز (Google Trends) رفته و بدون دردسر کلیدواژه‌های محبوب در هر حوزه را پیدا کنید. ماجرا خیلی ساده‌تر از آن چیزی بود که فکرش را می‌کردید، مگر نه؟

۸.حفظ موقعیت برند در بازار: ماموریتی غیرممکن برای تیم مارکتینگ

احتمالا شما هم بارها و بارها از زبان کارآفرینان کارکشته شنیده‌اید که دنیا با سرعت نور در حال تغییر است. مدها یا ترندهایی که تا همین چند روز قبل دل هر مشتری را می‌برد، امروز دیگر طرفداران زیادی در بازار ندارد. به همین خاطر خیلی از کارآفرینان کلا از اثرگذاری بر روی مشتریان ناامید شده و دنبال راهکارهای دیگری مثل تبلیغات پرهزینه می‌گردند. بی‌شک هر بازاریاب تازه کاری با فرمول جادویی ولخرجی در بازار می‌تواند نظر مشتریان را جلب کند اما هنر بازاریابی در چنین هزینه‌های سنگینی خلاصه نمی‌شود.

بسیاری از برندهای بزرگ برای طراحی کمپین بازاریابی اصلا هزینه زیادی انجام نمی‌دهند. در عوض استفاده از یک تیم توسعه و تحقیقات حرفه‌ای برای شناسایی سلیقه مشتریان و نیازهای اساسی به منظور حفظ موقعیت در بازار مهمترین نکته در این زمینه محسوب می‌شود.

راستش را بخواهید، این روزها اغلب کارآفرینان آنقدر درگیر رقابت بر سر تولید محتوای بهتر هستند که عملا فراموش می‌کنند در دنیای بازاریابی باید سراغ ثبات را نیز گرفت. اگر قرار باشد شما فقط با تولید محتوا به طور مداوم رتبه‌های بهتری در زمینه بازاریابی کسب کنید، دیگر سنگ روی سنگ بند نمی‌شد. ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم همانطور که تیم‌های ورزشی گاهی اوقات باید به جای گلزنی به فکر حفظ نتیجه باشند، باشگاه‌ها هم باید فکری به حال وضعیت‌شان در این میان بکنند. وگرنه خیلی زود اوضاع بازاریابی‌شان به هم ریخته و دیگر شانسی برای اثرگذاری بر روی مشتریان نخواهند داشت.

مشکل اصلی خیلی از بازاریاب‌ها در زمینه حفظ موقعیت برند بی‌توجهی به پیوند این عرصه با سایر دپارتمان‌های شرکت است. اگر شما تیم روابط عمومی و خدمات مشتری حرفه‌ای نداشته باشید، شانس زیادی برای بازاریابی با بالاترین کیفیت ممکن نخواهید داشت. هرچه باشد مشتریان این روزها دیگر نگاه‌شان فقط به محتوای بازاریابی نیست. در عوض آنها برندها را از روی مجموعه عملکرد تیم‌های مختلف‌شان قضاوت می‌کنند. اگر هنوز هم فکر می‌کنید کمپین‌های بازاریابی پرهزینه می‌تواند اشتباهات‌تان در حوزه‌های مختلف را جبران کند، سخت در اشتباهید. در عوض باید به جای چنین راهکارهای عجیب و غریبی به بازاریابی دیجیتال به مثابه بخشی از پازل بزرگ کسب و کارتان نگاه کنید. اگر بقیه تکه‌های پازل مثل خدمات مشتری، تیم فروش قوی و روابط عمومی حرفه‌ای گمشده باشند، شما حتی با بهترین تیم‌های بازاریابی هم شانسی در بازار نخواهید داشت.

۹.هماهنگی با الگوریتم گوگل: وقتی همه چیز مطابق میل گوگل پیش می‌رود

سال ۲۰۲۲ دیگر رو به پایان است و خیلی از بازاریاب‌ها دوست دارند از همین حالا برای سال جدید آماده شوند. اگرچه هنوز برای پیشگویی درباره سال جدید خیلی زود است، با این حال ما در روزنامه فرصت امروز دست کم درباره یک نکته اتفاق نظر داریم؛ اینکه سال ۲۰۲۳ نیز با سلطه گوگل بر عرصه بازاریابی دیجیتال شروع خواهد شد. انگار که هیچ برندی در دنیا بدون پیروی از الگوریتم این غول دیجیتال توانایی بقا در عرصه بازاریابی را ندارد!

اعتبار گوگل در دنیای بازاریابی نه به خاطر فعالیت این برند در زمینه تولید محتوا یا کمپین، بلکه به خاطر مهارت ویژه‌اش برای ارائه خدمات مورد نیاز کاربران و صدالبته بازاریاب‌هاست. از سرویس‌های داده محوری مثل گوگل آنالیتیکس گرفته تا موتور جست و جوی گوگل، همه و همه در خدمت بازاریابی دیجیتال قرار دارد. البته قرار نیست گوگل به هر ساز شما برقصد؛ چراکه با میلیاردها کاربر فعال اصلا دوست ندارد شانسی به محتوای بازاریابی بی‌کیفیت دهد. هرچه باشد کاربران گوگل در طول سال‌های اخیر به خاطر کیفیت بالای خدمات این برند جذبش شده‌اند. پس این شما هستید که باید خودتان را با الگوریتم گوگل انطباق دهید؛ همین و بس.

هماهنگی با الگوریتم گوگل و تولید محتوا برمبنای آن کار ساده‌ای نیست؛ چراکه عملا الگوریتم گوگل هرچند روز یکبار به‌روز رسانی می‌شود. شاید فکر کنید گوگل قصد آزار بازاریاب‌ها را دارد، اما ماجرا خیلی پیچیده‌تر از این حرف‌هاست. اگر از کاربران قدیمی گوگل باشید، خیلی خوب می‌دانید هدف اصلی گوگل در هر شرایطی جلب رضایت کاربران است. به همین خاطر نیز دائما الگوریتمش را در مواجهه با شرایط تازه به‌روز رسانی می‌کند. اینطوری مدیران گوگل مطمئن می‌شوند هیچ مانعی بر سر فعالیت درست برندشان قرار ندارد و رضایت کاربران نیز در بالاترین سطح ممکن تامین خواهد شد.

بازاریاب‌هایی که از شرایط کاری گوگل و تعهد سفت و سختش نسبت به رضایت کاربران خبر ندارند، همیشه با فعالیت این برند مشکل پیدا می‌کنند. به همین خاطر اگر دوست دارید در دنیای بازاریابی دیجیتال یکه‌تازی کنید، باید خیلی سریع دست به کار شده و کمی بیشتر با گوگل آشنا شوید. قول می‌دهم حتی اگر در زمینه تولید محتوا هم تغییری احساس نکنید، دست کم در بلندمدت از خدمات گوگل به نفع خودتان سود خواهید برد. پس منتظر چه هستید؟ همین حالا دست به کار شده و سراغ آشنایی با ابزارها، خدمات و الگوریتم گوگل بروید.

۱۰. روش‌های پرداخت: دنیایی پرتنوع برای برندهای دیجیتالی

فرض کنید شما بعد از کلی دردسر و چالش مختلف یک محتوای بازاریابی درجه یک در شبکه‌های اجتماعی بارگذاری کردید. احتمالا انتظار اصلی‌تان در این شرایط استقبال کاربران از کمپین‌تان است. نتیجه این استقبال هم معمولا در ثبت سفارش از سوی کاربران نمود پیدا می‌کند. شاید فکر کنید بعد از ثبت سفارش دیگر همه چیز مطابق میل‌تان پیش رفته و جای نگرانی نیست. چنین فرضی تقریبا درست است اما قبل از اینکه پای روش‌های پرداخت به میان آید!

آیا تا حالا فکر کرده‌اید مشتریان چطور باید هزینه خریدشان را به طور آنلاین پرداخت کنند؟ همکاری با موسسات مالی یا درگاه‌های پرداخت معتبر همیشه ساده‌ترین راه ممکن محسوب می‌شود. البته این وسط باید حواس‌تان باشد با موسسات گمنام همکاری نکنید؛ چراکه هرگونه سوءاستفاده از حساب‌های بانکی مشتریان پای شما نوشته خواهد شد. از طرف دیگر گاهی اوقات مشتریان پول زیادی برای خرید ندارند. در این صورت اگر شما امکان خرید اقساطی را فراهم نکنید، عملا دامنه وسیعی از مشتریان بالقوه‌تان را از دست خواهید داد.

سخن پایانی

بازاریابی دیجیتال همیشه یک شغل رویایی نیست. مثل هر کار دیگری، این حوزه نیز مشکلات خاص خودش را دارد. اگر شما بدون توجه به این چالش‌ها وارد میدان شوید، خیلی زود از کار بیکار شده و شانسی برای خودنمایی در بازار پیدا نخواهید کرد. هدف ما در این مقاله مرور برخی از مهمترین چالش‌های بازاریابی دیجیتال بود. حالا شما از همه تله‌ها و مشکلات احتمالی در این مسیر اطلاع دارید. کافی است هر وقت سراغ دیجیتال مارکتینگ می‌روید، نکات این مقاله را گوشه ذهن‌تان داشته باشید تا هیچ‌کس در بازار به گرد پای‌تان هم نرسد.

منابع:
https://www.henryharvin.com/blog/top-25-digital-marketing-challenges-in-2020/
https://dpigraphics.net/biggest-digital-marketing-challenges-facing-small-business/
https://iide.co/blog/top-digital-marketing-challenges/
https://linchpinseo.com/challenges-facing-digital-marketers/

فرصت امروز
روزنامه مدیریتی-اقتصادی
سه‌شنبه | ۱۴ آذر ۱۴۰۲ | شماره ۲۳۷۲ | 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