روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کارآفرینی

یکشنبه
۱۰ دی ۱۴۰۲

Sun.31 Dec 2023

۱۷ جمادی‌الثانی ۱۴۴۵ - سال نهم

شماره ۲۳۸۸

۸ صفحه - ۵۰۰۰ تومان

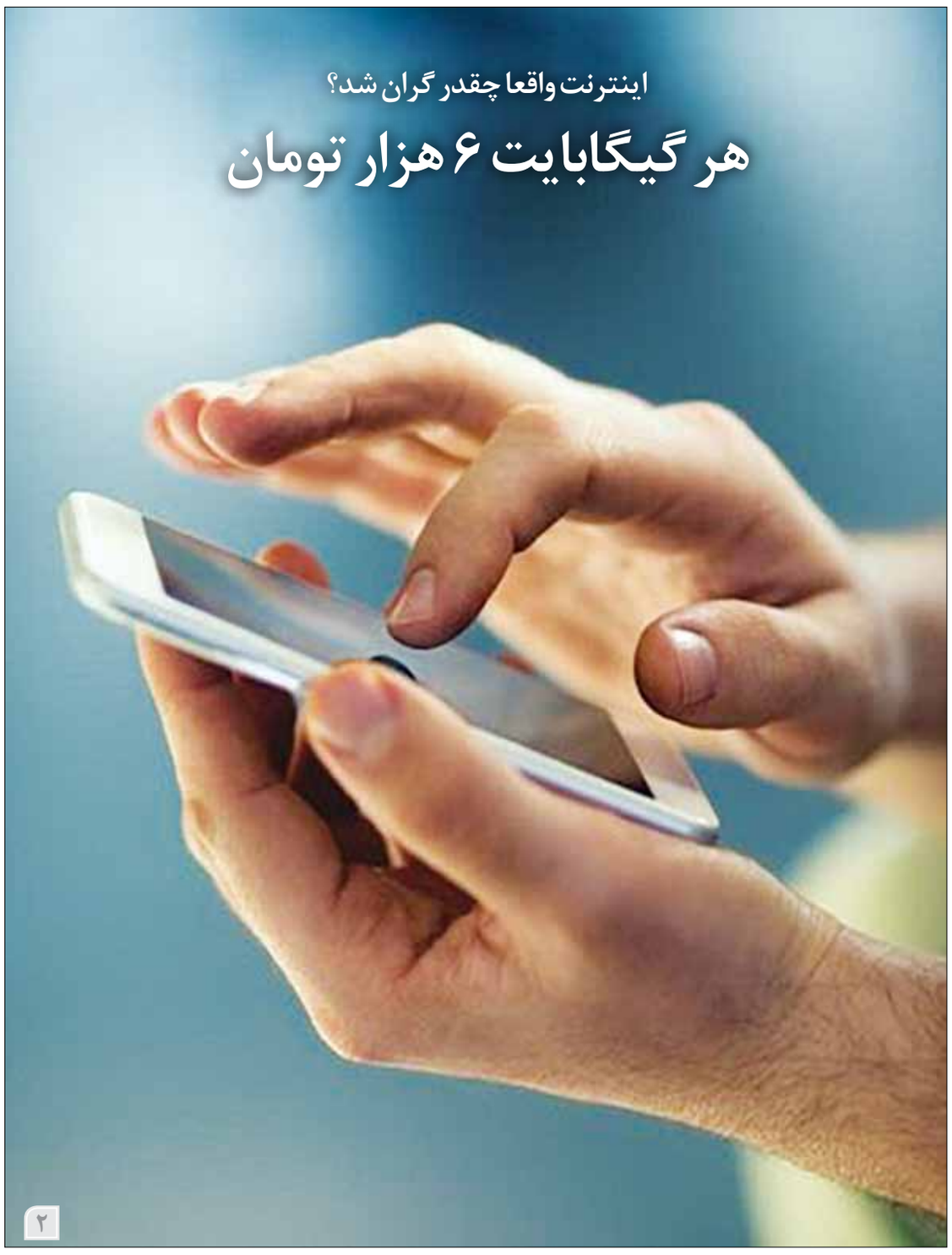
www.forsatnet.ir

آیا پیش‌بینی‌ها باز هم اشتباه از آب در می‌آیند؟

مسیر اقتصاد جهانی در سال ۲۰۲۴

اقتصاددانان و کارشناسان حوزه‌های مختلف اقتصادی معتقدند که سرنوشت نرخ بهره در آمریکا، قیمت طلای سیاه و سرانجام اقتصاد چین، تعیین‌کننده سرنوشت اقتصاد جهانی در سال ۲۰۲۴ خواهند بود. اقتصاد جهانی در ابتدای سال ۲۰۲۳ بیش از آنچه بسیاری از تحلیلگران پیش‌بینی می‌کردند، از خود انعطاف‌پذیری نشان داد. به‌ویژه نرخ تورم جهانی بدون افزایش سطح بیکاری تا حد...

۴



اینترنت واقعا چقدر گران شد؟

هر گیگابایت ۶ هزار تومان

۲

۴ تفکر و ۵ اقدام استراتژیکی که کسب‌وکارهای خانوادگی را بیمه می‌کند

رمز ماندگاری بنگاه‌های خانوادگی

فرصت امروز: بین ۷۰ تا ۹۰ درصد کسب‌وکارها در ایران خانوادگی هستند. کارآفرینی، موتور محرک توسعه و پیشرفت اقتصادی و از جمله راه‌های موثر برای کاهش بیکاری و اصلاح اجتماعی است. کسب و کارهای خانوادگی، ماهیت کارآفرینی دارند و رهبران کسب و کارهای خانوادگی به عنوان یک کارآفرین شناخته‌شده و تولید ثروت، توسعه تکنولوژی و اشتغال مولد را به ارمغان می‌آورند بنابراین از نظر استراتژیک، کسب و کارهای خانوادگی، عنصر کلیدی در رشد و توسعه اقتصادی کشورها بوده و تداوم عملکرد موفق آنها، تاثیر مثبتی بر رشد اقتصادی، بهبود عملکرد تجاری، برنامه استراتژیک بلندمدت و استقلال کسب و کار دارد. این تحول در صورتی امکان‌پذیر است که این شرکت‌ها از منظر تامین منابع انسانی، سرمایه اجتماعی و منابع مالی حمایت شوند.

کسب‌وکارهای خانوادگی، رایج‌ترین نوع شرکت‌ها در جهان هستند. دامنه فعالیت کسب‌وکارهای خانوادگی، شرکت‌های کوچک و متوسط تا شرکت‌های بزرگ را که در چند صنعت و کشور کار می‌کنند (مانند شرکت فورد موتور و مک‌دونالد) دربر گرفته و حدود ۶۰ تا ۹۰ درصد کل شرکت‌های جهان را تشکیل می‌دهد. مثلا بین ۶۵ تا ۸۰ درصد از کل شرکت‌های اروپایی، ۸۵ درصد شرکت‌های چین، ۹۰ درصد کسب‌وکارها در آلمان و حدود ۹۵ درصد کسب‌وکارها در آمریکا، خانوادگی هستند. اگرچه بسیاری از آنها در بین شرکت‌های کوچک و متوسط جای...

۲

ارزش بیت‌کوین چگونه در یک سال ۱۵۰ درصد افزایش یافت؟

صدرنشینی کریپتو در پایان ۲۰۲۳

۳

مدیریت و کسب‌وکار

داستان برندینگ تیم‌های ورزشی محبوب دنیا

دنیای ورزش پر از اتفاقات هیجان‌انگیزی است که حتی بعد از چند دهه هنوز هم در ذهن طرفداران حک شده است. مثلا گل سرنوشت‌ساز قهرمانی اسپانیا در جام جهانی ۲۰۱۰ را در نظر بگیرید؛ بی‌شک همه طرفدارهای فوتبال تا آخر عمر آن لحظه شگفت‌انگیز را به یاد خواهند آورد. شاید مردم عادی برای سلامتی با تناسب اندام ورزش کنند، اما وقتی ماجرا به عرصه حرفه‌ای کشیده می‌شود، دیگر فقط سلامتی در میان نیست. این روزها دنیای ورزش یکی از صنعت‌های پولساز محسوب می‌شود که میلیون‌ها نفر در سراسر دنیا از آن کسب درآمد می‌کنند. در این میان تیم‌های ورزشی موقعیت ویژه‌ای دارند. شاید بازیکنان بزرگ دنیا بعد از مدتی فراموش شوند، اما تیم‌هایی مثل رئال مادرید یا گلدن استیت برای همیشه در یاد و خاطره مردم باقی خواهند ماند. این امر نه تنها مربوط به شهرت بالای این تیم‌ها، بلکه شیوه برندسازی منحصر به فردشان است...

۸

یادداشت

صندوق بازنشستگی؛ پاشنه آشیل بودجه

وحید شقاقی‌شهری
اقتصاددان

طی ۵۰ سال گذشته، کسری بودجه همیشه به دلایلی با اقتصاد ایران همراه بوده. از دهه ۵۰ وارد یک اقتصاد رانتی-نفتی شدیم که دولت در اقتصاد رانتی- نفتی به اصلاحات ساختاری در نظام اداری و نظام بودجه‌ریزی توجه نکرد و هزینه‌های خودش را عمدتا مبتنی بر درآمدهای نفتی بست که در نتیجه آن، عادت اولیه اشتباهی در کشور شکل گرفت و بعدها ادامه پیدا کرد و به تدریج ساختارهای معیوب گسترده‌تر شد. همه جای دنیا، بودجه دولت را براساس درآمدهای مطمئن مالیاتی تنظیم می‌کنند و ساختارهای اقتصاد هم مبتنی بر مالیات تنظیم شده و نظام اداری هم چون باید برمبنای مالیات اداره می‌شد به سمت شفافیت، چابک بودن و پاسخگو بودن دولت تنظیم شده است؛ یعنی مردم دنیا مالیات می‌دهند و دولت نیز بایستی متناسب با این مالیات، پاسخگو و بهره‌ور باشد، شفافیت عملکردی داشته باشد، هزینه‌کرد مالیات مشخص باشد و فساد و حیف‌ومیل منابع هم در آن سیستم بسیار اندک است. در این ساختار، احزاب نظارت می‌کنند. در کل ساختار کشورهای پیشرفته، اداره دولت با مالیات با تکیه بر حداکثر شفافیت بسته می‌شود.

ادامه در همین صفحه

صندوق بازنشستگی؛ پاشنه آشیل بودجه

از دهه ۵۰، درآمدهای نفتی افزایش سرسام‌آوری پیدا کرد و دولت‌ها به حوزه مالیات و اصلاح ساختارهای اداری و همچنین به دلیل درآمدهای نفتی، به هزینه‌کرد منظم و بابرنامه بی‌توجهی کردند. دولت خیالش از درآمد ثابت راحت بود. در ادامه این نظام اداری، گسترش یافت و شفافیت خود را از دست داد و نظام بودجه‌ریزی هم بر پایه بودجه‌ریزی برنامه‌ای و عملکردی شکل نگرفت و یک بودجه‌ریزی سنتی مبتنی بر چانه‌زنی و افزایشی ایجاد شد. در ساختار بودجه‌ریزی سنتی، بحث حیف‌ومیل منابع خیلی زیاد است و بسیاری ساختارهای غیرضرور و هزینه‌زا ایجاد شدند و گسترش پیدا کردند. زمانی که در حوزه نفت به مشکل برخورد می‌کنیم، این ناترازی بیشتر خود را نشان می‌دهد که این ریشه تاریخی ما بوده و در اکثر سال‌ها هم کسری تراز عملیاتی بوده که با نفت آن را پوشش دادیم؛ ولی در سال‌های اخیر چون درآمدهای نفتی کاهش یافته و به دلیل تورم‌های بالا، هزینه‌ها نیز رشد زیادی داشت، کسری بودجه بیشتر خود را نشان داد و دولت‌ها مجبور شدند که به سراغ روش‌های دیگر کسب درآمد مثل انتشار اوراق و فروش اموال بروند تا بتوانند به نحوی خود را اداره کنند.

۱-کسری بودجه، یکی از بزرگ‌ترین معضلات اقتصاد ایران است و خیلی درباره‌اش هشدار دادند که اگر برطرف نشود به یک مسئله امنیتی تبدیل می‌شود. در سال ۹۹ آقای مصباحی مقدم گفتند برای تأمین کسری بودجه می‌شود دولت برای مدتی دارایی سپرده‌گذاران بانک‌ها را محدود کند و آن را صرف کسری بودجه و طرح‌های عمرانی بکند.

۲-در همه جای دنیا و بیش از ۸۰ درصد بودجه دولت‌ها با مالیات بسته می‌شود، اما مسیر بودجه‌ریزی براساس مالیات یک جاده دوطرفه است. وقتی دولت بر سر کار می‌آید می‌گوید برای اداره خود و ارائه خدمات به منابع مالی نیاز دارم و باید از مردم و شرکت‌ها مالیات بگیرم و مردم و شرکت‌ها نیز مالیات می‌دهند و متناسب با آن دولت بایستی مصرف این مالیات را ریز به ریز گزارش کند و تعهد دهد که شفاف باشد و با بهره‌وری و کمترین فساد اداره شود. مردم هم انتظار دارند وقتی مالیات می‌دهند یک دولت بهره‌ور، شفاف، پاسخگو و با کمترین فساد وجود داشته باشد و این همان یک جاده دوطرفه است؛ یعنی وقتی شرکت‌ها و مردم مالیات می‌دهند متناسب با این مالیات دولت هم بایستی خدمات ارائه دهد؛ ولی ایراد کار در این است که وقتی در یک ساختار اداری صحبت می‌کنیم که بهره‌وری‌اش منفی یا پایین است، حیف‌ومیل منابع زیاد است، هزینه‌های غیرضرور و ساختارهای غیرضرور زیادی دارد و کیفیت خدماتش هم پایین است، افزایش مالیات یک جاده یک طرفه است. در دنیا مسیر را مشخص کردند و گفتند اداره دولت و خدمات‌دهی به مردم باید بر پایه درآمدهای مالیاتی باشد و متناسب با این دولت ساختارهای باکیفیت، شفاف و با کمترین میزان فساد را دیده و متناسب با این درآمدهای مالیاتی، خدمات هم دارد. اگر بگوییم وقتی کم آوردیم به سراغ افزایش مالیات برویم، جاده یک‌طرفه است.

۳-در دنیا حل مسائل دوطرفه است و وقتی دولت مالیات را بالا می‌برد باید از طرف مقابل هم شرایط پاسخگویی، شفافیت، خدمات ویژه و مصرف دقیق با جزییات صورت بگیرد و از هزینه‌های غیرضرور جلوگیری شود. نمی‌شود مالیات بگیرند و بهره‌وری نداشته باشند. مالیات می‌دهند که دولت متناسب با آن خدمات ارائه دهد و وقتی مالیات بدهند و حیف‌ومیل شود یا در ساختارهای غیرضرور هزینه شود، مالیات نمی‌دهند. اداره دولت با مالیات عقلانی است، اما به شرطی که این جاده و مسیر دوطرفه تعریف شود؛ یعنی منافع دوطرفه تعریف شود که مردم از پرداخت مالیات راضی باشند و دولت هم با مالیات اداره شود.

۴-در حال حاضر، برآورد از کسری بودجه ۳۰۰ تا ۷۰۰ هزار میلیارد تومان گفته می‌شود و این عددی است که برای چهار ماه آینده داده‌اند. باید حدود ۴۰۰ الی ۵۰۰ همت کسری را برای بودجه ۱۴۰۲ در نظر گرفت. این کسری هر سال به دلایل مختلف اضافه می‌شود و از یک طرف در حوزه صندوق‌های بازنشستگی به مشکل برخوردیم که این صندوق‌های بازنشستگی مدام به کسری بودجه دولت، آن هم با شیب نمایی اضافه می‌کند و از طرف دیگر، بودجه‌ریزی برنامه‌ای نداریم و به همین دلیل، اتلاف منابع خیلی زیاد است و چون بودجه‌ریزی برنامه‌ای نیست، بهره‌وری پایین است. اگر دولت بخواهد کاری بکند، مسیرش روشن است و باید ساختار بودجه را اصلاح کند. دولت در برنامه هفتم دیده که ساختار بودجه برنامه‌ای باشد، ولی برای سال بعد همچنان بودجه‌ریزی را با همان منوال بودجه‌ریزی سنتی تنظیم کردند.

۵-دولت به ناچار سهم مالیات را در بودجه سال آینده بیشتر گرفته است. ایراد ندارد که به سمت افزایش سهم مالیات در بودجه عمومی برود و برای سال آینده این نسبت را ۵۱ درصد دیده که نسبت به سال ۱۴۰۲، افزایش خوبی داشته است. بستن بودجه بر پایه مالیات خوب است. سهم نفت را ۲۳ درصد دیده و قیمت نفت را ۶۵ یورو و صادراتش را نیز یک میلیون و ۳۰۰ هزار بشکه در روز دیده است. بودجه‌ای که دولت دیده، به لحاظ ساختاری ایراد ندارد، اما قرار بود این بودجه برنامه‌محور شود تا جلوی اتلاف منابع، بهره‌وری پایین و حیف‌ومیل منابع گرفته شود که این اتفاق نیفتاده است. آنچه مشخص است اینکه کلی ساختار غیرضرور در دولت و دستگاه‌هایی داریم که مأموریت‌های موازی انجام می‌دهند. اداره کردن دولت با این ساختارهای غیرضرور یا با مأموریت‌های موازی و بهره‌وری پایین، کار سختی است و وقتی هزینه‌اش از کانال مالیات به مردم تحمیل می‌شود، نارضایتی ایجاد می‌کند. اگر دولت برای سال‌های آتی می‌خواهد سهم مالیات را بالا ببرد باید اصلاحاتی در ساختار بودجه و اداره دولت ایجاد کند؛ یعنی حذف بسیاری از ساختارهای غیرضرور که در سیاست‌های کلی نظام هم هست، حرکت به سمت بودجه‌ریزی برنامه‌محور که در برنامه هفتم هم هست و افزایش بهره‌وری نظام اداری؛ نمی‌شود مالیات بگیرند و بخش عمده‌ای از آن به سبب عدم بهره‌وری، سوخت شود و از بین برود.

۶-اگر نتوانیم ساختار صندوق‌های بازنشستگی را اصلاح کنیم، در پنج سال آینده کسری بودجه تحمیلی از سوی صندوق‌های بازنشستگی، اعداد بسیار بالایی خواهد بود و حتی برآوردها می‌گوید تا سال ۱۴۱۰ اگر ساختار صندوق‌های بازنشستگی اصلاح نشود، بیش از ۵۰ درصد بودجه دولت باید صرف ناترازی صندوق‌های بازنشستگی شود که یک مسئله بسیار وحشتناک است. افزایش سن بازنشستگی، راهکار نیست و به تعویق انداختن مشکل است. اگر به تصمیمات سخت و اصلاحات ساختاری در حوزه بودجه‌ریزی دست نزنیم، تقریبا طی پنج سال آینده دولت به یک صندوق دریافت و پرداختی که هیچ وظیفه توسعه‌ای، عمرانی و حمایتی را نمی‌تواند انجام دهد، تبدیل می‌شود؛ یعنی فقط مجبور می‌شود حقوق و دستمزد را به زحمت پرداخت کند یا به انتشار بی‌رویه اوراق و فروش اموال دست بزند. مدتی است که انتشار اوراق و فروش اموال آغاز شده که این می‌تواند به تدریج بدهی داخلی کشور را بالا ببرد و اگر از حدی بالاتر برود، امکان بدهی داخلی هم مقدور نمی‌شود و ناچار می‌شود به استقراض خارجی دست بزند که می‌تواند تورم‌های بسیار بالایی در کشور تحمیل کند. چندین سال است که ساختار معیوب است و دیگر نمی‌توانیم بیش از این صبر کنیم، چون ناترازی مدام تشدید می‌شود؛ مخصوصا ناترازی که از طریق صندوق‌های بازنشستگی بیشتر و بیشتر می‌شود و از یک طرف هم درآمدهای نفت ما، افت قابل توجهی کرده و ممکن است در سال‌های آتی امکان صادرات نفت وجود نداشته باشد. شرایط اداره دولت براساس روند گذشته مقدور نیست و زمانی کج‌دار و مریز می‌توانستیم پیش برویم، ولی الان شرایط صندوق‌های بازنشستگی بحرانی شده، فرسودگی زیرساخت‌های کشور به شرایط بحرانی رسیده، درآمدهای نفتی افت کرده و هزینه‌های دولت خیلی سرسام‌آور شده و لذا اداره دولت کار سختی شده و دولت هم می‌خواهد به سمت مالیات برود، اما مالیات یک جاده دوطرفه است. طی ۱۲ سال گذشته اندازه اقتصاد ایران ۴۰ درصد کوچک‌تر شده است؛ یعنی کیک اقتصاد ایران در سال ۱۳۹۰ برابر با ۶۴۰ میلیارد دلار بوده و الان ۳۸۰ میلیارد دلار شده و وقتی کیک اقتصاد ایران کوچک شود، سهم مالیات هم بسیار کم می‌شود و از فقر و زیانده بودن شرکت‌ها مالیات نمی‌گیرند. چون اندازه اقتصاد کوچک شده، امکان افزایش مالیات از این عدد به بالا وجود ندارد و مثل این است که یک کیک کوچک دارید که برای پنج مهمان کفایت می‌کند و اگر مهمانان ۳۰ نفر شوند، مشکل است و دو کار باید کرد؛ یا باید مهمانان را زیاد نکنید یا بایستی کیک‌تان را بزرگ کنید. اقتصاد ایران ۴۰ درصد کوچک‌تر شده و در نتیجه سهم مالیات کمتر شده است. در دنیا مالیات را از سودآوری شرکت‌ها می‌گیرند و وقتی شرکت‌ها و تولید اقتصاد ایران کوچک‌تر شده و سودآوری شرکت‌ها پایین آمده نمی‌توان مالیات را بالا برد. اینها ابهاماتی است که در حرکت دولت به سمت درآمدهای مالیاتی باید لحاظ شود، در غیر این صورت، فشار سنگینی به مردم وارد می‌شود و توان مردم از بین می‌رود و به ویژه دهک متوسط له می‌شود. از یک طرف، مالیات پنهانی به نام تورم داریم که این هم زندگی مردم را بسیار سخت کرده و طی شش سال گذشته ۴۰ درصد میانگین تورم (مالیات پنهان) به مردم تحمیل می‌شود؛ یعنی از یک طرف ۴۰ درصد تورم به نام مالیات پنهان تحمیل می‌شود و از طرف دیگر هم نرخ‌ها و پایه‌های مالیات بیشتر می‌شود و دهک متوسط جامعه بین دو چرخ تورم و مالیات گرفتار می‌شود و شرایط خیلی سخت می‌شود. همچنین شرکت‌ها به دلیل تحریم‌ها و مشکلات اقتصادی کوچک و کوچک‌تر شدند و دولت هم گران اداره می‌شود و علاوه بر این، صندوق‌های بازنشستگی وبال گردن دولت شدند ولذا کار اداره کشور و دولت بسیار سخت شده و بایستی اصلاحات اساسی هم در اداره اقتصاد ایران و هم در اداره دولت صورت بگیرد. اصلاحات اقتصادی و اصلاحات بودجه‌ریزی، مشکلات و هزینه سنگینی دارد که یک بخش آن به سرمایه اجتماعی دولت‌ها برمی‌گردد. به هر حال، آنچه مشخص است، اینکه اصلاحات اقتصادی به تعویق افتاده؛ از طرف دیگر، اصلاحات، سرمایه اجتماعی لازم دارد و از طرف دیگر، شایسته‌سالاری و تیم مدیریتی قوی برای اصلاحات لازم است. از یکسو تحریم‌ها فشار آورده و از دیگرسو هزینه جراحی‌هایی که باید صورت بگیرد، خیلی گران است. اقتصاد ایران به جراحی نیاز دارد و پیش‌شرط این جراحی، این است که مردم به جراح اعتماد کنند.

دینامیسم رشد فزاینده کسری بودجه و نقدینگی

علی دینی‌ترکمان، کارشناس اقتصادی

واقعیت امر این است که دولت در اقتصاد ایران به علت آنچه این قلم «تودرتویی نهادی» نامیده، بسیار بزرگ است. این دولت با چنین وجه مشخصه‌ای را نباید با دولت بزرگ رفاه کینزی و سوسیال دموکراتیک از نوع کشورهای اسکاندیناوی یکی گرفت. در چنین دولت‌هایی، به رغم بزرگ بودن دولت در چارچوب تعاریف جاری در متون اقتصادی، مشکل تودرتویی نهادی وجود ندارد. در نتیجه، موازی‌کاری کنترل می‌شود؛ پاسخ‌گویی و مسئولیت‌پذیری بالاست؛ دور زدن قوانین و مقررات و درگیر شدن در فساد حداقل است، اما در دولتی که درگیر پدیده تودرتویی نهادی است، این ویژگی‌ها وجود ندارد. بنابراین عملکرد اقتصادی ضعیف و فشارهای فزاینده تورمی و ارزی نیز قوی است. در چنین شرایطی، تلاش برای کوچک کردن دولت، بدون رفع مشکل اساسی تودرتویی نهادی موجب کاهش بیش از اندازه هزینه‌های رفاهی و اجتماعی دولت از طریق آزادسازی‌های قیمتی به‌خصوص حامل‌های انرژی و نرخ ارز و خصوصی‌سازی آموزش و بهداشت و درمان می‌شود که نتیجه آن، افزایش فشارهای تورمی در چنین ساختی و تشدید فقر و محرومیت بر بستر نابرابری درآمدی بالا است.

هزینه‌های رفاهی و اجتماعی در اقتصاد ایران، سهم بالایی از بودجه ندارند. این سهم در مقایسه با سایر اقتصادها از جمله ژاپن و آلمان و دانمارک و فنلاند و سوئد و سوئیس بسیار کم است بنابراین تلاش برای محدودسازی آن، نه از نظر اجتماعی قابل قبول است و نه تأثیری جدی بر میزان رشد نقدینگی می‌تواند داشته باشد. در واقع، چنین تلاشی در چنین ساختی به معنای ناتوانی دولت برای کاهش بار بودجه‌ای نهادهای موازی دولت با بازدهی کم و گاهی منفی و در نتیجه، روی آوردن به کاهش هزینه‌های اجتماعی است که اتفاقا انتظار می‌رود بازدهی بالایی داشته باشد.

تودرتویی نهادی موجب بزرگ شدن دولت در اقتصاد ایران و مهمتر از آن، عدم تبدیل نقدینگی جاری در اقتصاد به ظرفیت‌های تولیدی مولد کنترل‌کننده کسری بودجه (و فشارهای تورمی) و کنترل‌کننده کسری در حساب جاری (و فشارهای ارزی) می‌شود. دستگاه‌های سازمانی در عرض هم با ارتزاق از بودجه، بار سنگینی بر دوش اقتصاد می‌گذارند. کوچک‌سازی دولت بدون توجه به این مسئله، هم به معنای ناتوانی دولت در کنترل نقدینگی است و هم به معنای زدن از هزینه‌های اجتماعی با سهم اندک در بودجه.

مسئله مهم دیگر، ساخت یا توزیع نقدینگی است. نحوه توزیع نقدینگی جاری در اقتصاد میان اقشار و طبقات اجتماعی و میان رشته فعالیت‌های اقتصادی، تأثیر مهمی بر اثرگذاری نقدینگی بر تورم دارد. به بیانی دیگر، از این منظر نیز نقدینگی نه علت اصلی، بلکه سازوکار تشدیدکننده تورم می‌تواند باشد. علت اصلی، ناموزون بودن ترکیب فعالیت‌های بخشی و نابرابری بیش از اندازه در توزیع ثروت است. واقعیت این است که بخش‌های تولیدی صنعت و کشاورزی به علت نامساعدبودن شرایط زیرساختی (و در نتیجه وجود ریسک بالا، طولانی‌بودن زمان برگشت سرمایه و بازدهی کم سرمایه‌گذاری)، توانایی رقابت با مستغلات و بازارهای مالی را در جذب نقدینگی ندارند بنابراین انباشت نامناسب سرمایه در این بخش‌ها موجب عدم رشد مناسب ظرفیت‌های تولیدی مولد با بازدهی اجتماعی بالا و در تحلیل نهایی، تشدید فشارهای فزاینده تورمی و ارزی می‌شود.

میزان رشد بیش از اندازه سرمایه‌گذاری در مستغلات موجب افزایش بیشتر قیمت آن در طول زمان و در نتیجه، کاهش نرخ واقعی ارز می‌شود. همین‌طور سرمایه‌گذاری بیش از اندازه در دارایی‌های مالی موجب رشد حبابی قیمت آنها و در تحلیل نهایی، بحرانی‌شدن شرایط اقتصادی می‌شود. ناموزونی اقتصادی بر حسب بخش‌ها موجب می‌شود که درجه تمرکز نقدینگی در رشته فعالیت‌های مستغلاتی و سوداگرانه ارزی و نظایر آنها بیش از اندازه شود. به این اعتبار، در شرایطی که انتظارات در جهت افزایش قیمت مسکن یا نرخ ارز شکل می‌گیرد، ترکیب سبد دارایی‌های سرمایه‌گذاران به نفع این موارد تغییر می‌یابد. در چنین شرایطی، نابرابری بیش از اندازه در توزیع ثروت و درآمد نیز موجب تشدید وضع مذکور می‌شود. اقشار و گروه‌های با درآمدهای بالا برای حفظ ارزش دارایی پولی خود، یا تمایل به خرید مستغلات دارند، یا به خرید دارایی‌های مالی نقدپذیر ارز و طلا روی می‌آورند.

تأثیر متفاوت میزان یکسانی از نقدینگی بر تورم و افزایش نرخ ارز را با تمثیلی به پایان می‌رسانیم. نقدینگی به مانند آب روانی است که در زمینی جاری می‌شود. اگر زمین، خاک خوب با نهال‌ها یا بذر خوب داشته باشد، ماحصل جاری شدن آب در آن، میوه‌های شیرین یا محصولات باکیفیت خواهد بود. اما اگر خاک خوب نباشد و به جای نهال‌ها و بذر خوب، علف هرز، بخشی از زمین را گرفته باشد، قطعا محصولی به بار نخواهد آمد یا اگر هم بار بیاید، کمیت و کیفیت ضعیفی خواهد داشت، حتی اگر میزان ورودی آب خیلی دقیق مدیریت شود. حکایت تودرتویی نهادی مانند زمینی با نهال‌های ضعیف و بدون ثمر بیش از اندازه و سایه انداخته روی هم است.

نگـــاه

شرکت‌های خانوادگی سریع‌تر از اقتصاد جهانی رشد می‌کنند

خاستگاه برندهای خانوادگی

بسیاری از کسب وکارهای بزرگ جهان نظیر بوش، والتون (وال مارت)، کوانت (بی‌ام‌دبلیو)، گوچی و... از یک جمع خانوادگی شـکل گرفته‌اند. به نظر می‌رسـد تشکیل سـرمایه از دارایی‌های خانوادگی، بسیار آسان‌تر و راحت‌تر از پیدا کردن سرمایه‌گذار و یا رجوع به بانک و بازار سهام است. برخی دیگر از کسب وکارها هم با کمک و همراهی مستقیم خانواده شکل گرفته‌اند که مایکروسافت، اپل و... از این جمله‌اند. البته اغلب کسـب وکارهای خانوادگی، این بخت را ندارند که به مرحله بلوغ برسـند و عمدتا جوانمرگ می‌شوند، به ویژه در کشورهای توسعه‌نیافته. در ایران نیز بخش عمده کسب‌وکارهای خصوصی، کسب وکارهای خانوادگی هستند که در ابعاد کوچک، متوسـط و بزرگ فعالیت می‌کنند. براسـاس آخرین آمارها، بین ۷۰ تا ۹۰ درصد کسـب‌وکارها در ایران خانوادگی هستند، اما معمولا مسائل و مشکلاتی در این نوع کسب وکارها به وجود می‌آید که ماندگاری و عملکرد آنها را تحت تاثیر قرار می‌دهد بنابراین کسب‌وکارهای خانوادگی به طور پیوسته نیاز به مراقبت دارند. مخصوصا که کسب‌وکارهای ایرانی، میل زیادی به جوانمرگی دارند.

از جمله چالش‌هایی که کسب وکارهای خانوادگی را تهدید می‌کند، چالش‌های محیط کسـب وکار (متأثر از بی‌ثباتی قوانین و مقررات و پیچیدگی‌های فراوان) است. چالش‌های مدیریتی نیز از عوامل نداشتن برنامه‌ریزی استراتژیک، حساسیت کم نسبت به عملکرد کارکنان و سازمان و عدم تمایل به جذب افراد توانمند خارج از خانـواده تاثیر می‌گیـرد. یکی دیگر از چالش‌های اثرگذار در کسـب وکارهای خانوادگی به رهبری آنها برمی‌گردد که از نداشتن برنامه جانشینی مشخص، دوره طولانی لیدر شـرکت (به‌طور متوسط ۲۵ سال در مقابل ۴ تا ۶ سال شرکت‌های غیرخانوادگی)، تمرکز بیش از حد در اتخاذ تصمیم، عدم حفظ روحیه ریسک‌پذیر و کوشـا تاثیر می‌گیرد. کسب وکارهای خانوادگی از چالش‌های مالکیتی نیز رنج می‌برنـد. این چالش از عدم تمایل به شـراکت با دیگر افـراد، ابهام مالکیتی بین اعضای خانواده، سـرمایه‌گذاری مجدد ناکافی (به خاطر تقسیم اکثر سود سهام و رشـد کم سرمایه اولیه) و رشد دارایی‌های خانواده و مقابله با مصرف بیش از حد این دارایی‌ها متأثر می‌شود. کسب وکارهای خانوادگی به عنوان کهن‌ترین سازمان کارآفرینی، عنصری مهم در توسعه اقتصادی و اجتماعی به شمار می‌روند. در این کسـب وکارها، خانواده دارای یک تاثیر عمیق بر مالکیت و مدیریت کسـب وکار بوده و ویژگی‌های خاص آن باعث می‌شود که از سایر کسب وکارها متمایز باشد. در واقع، کسب‌وکارهای خانوادگی، رایج‌ترین نوع شرکت‌ها در جهان هستند. دامنه فعالیت کسب‌وکارهای خانوادگی، شـرکت‌های کوچک و متوسط تا شرکت‌های بزرگ و چندملیتی را دربر گرفته و حدود ۶۰ تا ۹۰ درصد کل شرکت‌های جهان را تشـکیل می‌دهد. کسب‌وکارهای خانوادگی همچنین بیش از ۷۰ درصد تولید ناخالص جهانی را تشـکیل می‌دهند و سالانه بین ۶۰ تا ۷۰ تریلیون دلار گردش مالـی ایجاد می‌کنند. در حـال حاضر، بین ۶۵ تا ۸۰ درصد از کل شـرکت‌های اروپایی، حدود ۸۵ درصد شـرکت‌های چینی، حدود ۹۰ درصد کسـب‌وکارهای آلمانی و حدود ۹۵ درصد کسـب‌وکارهای آمریکایی، خانوادگی هسـتند. اگرچه بسیاری از آنها در بین شرکت‌های کوچک و متوسط جای دارند، اما برخی از آنها طی سـال‌های اخیر توانسته‌اند خود را در میان شرکت‌های بزرگ جای دهند. در این کشورها، کسب‌وکارهای خانوادگی بر ساختار اقتصاد حاکم بوده و بخش مهمی از اقتصاد بسـیاری از کشـورهای دیگر را کنترل می‌کنند. با وجود آنکه آمارهای رسمی از سوی مراجع معتبر در زمینه کسب‌وکارهای خانوادگی در ایران منتشر نمی‌شود، اما روند رو به رشد شکل‌گیری این کسب‌وکارها در سطح جامعه کاملا محسـوس است. براساس آخرین برآوردها، بین ۷۰ تا ۹۰ درصد کسب‌وکارها در ایران خانوادگی هستند.

مطالعـات مک‌کینزی نشـان می‌دهـد که بیـش از سـه‌چهارم (۷۶ درصد) شرکت‌های خانوادگی در شاخص کسب‌وکار خانوادگی ۲۰۲۳ بیشتر از ۵۰ سال قدمت دارند. بسیاری از این کسب‌وکارها در طول چند نسل بر نوسانات بازار غلبه کرده‌اند و این امر نشـان می‌دهد که شرکت‌های خانوادگی تا چه اندازه می‌توانند موفقیت و جانشـینی خـود را در طول زمان حفظ کنند. در بین ۵۰۰ شـرکت خانوادگـی بزرگ جهان، شـرکت تاکناکا (Takenaka) در ژاپن با ۴۱۲ سـال فعالیت، قدیمی‌ترین شـرکت خانوادگی در این شاخص است. بااین‌حال، تعدادی از شـرکت‌های دیگر در این شاخص نیز قدمتی حدود یک قرن و یا بیشتر دارند. به‌طور کلی، ۳۱ درصد از شرکت‌های خانوادگی بیش از یک قرن قدمت دارند که محل اسـتقرار اکثریت آنها (حدود ۵۷ درصد) در اروپاست و ۲۵ درصد آنها فقط در آلمان مستقر هستند. طی سال‌های اخیر، راه‌اندازی کسب‌وکارهای خانوادگی در اغلب کشورهای درحال توسعه یک رویکرد استراتژیک برای تغییر نقش دولت و کاهش مداخلـه آن در اقتصاد، افزایش رقابت‌پذیری، تقویت بخش خصوصی و داشتن تجارت و اقتصاد آزاد محسوب می‌شود. در ایران نیز کسب‌وکارهایی مانند هلدینگ گلرنگ، گروه صنعتی بوتان و شـرکت‌هایی از این دسـت، نقش شایان توجهی در اقتصاد بخش خصوصی دارند. بنابراین رشد و توسعه این کسب‌وکارها موجب پیشرفت و توسعه اقتصاد و توانمندسازی بخش خصوصی کشور می‌شود. با علم به اهمیت و جایگاه این نوع مشـاغل در توسـعه اقتصادی و افزایش سطح رفاه جامعه، بسیاری از کسب‌وکارهای خانوادگی برمبنای اصول صحیح کسب‌وکار شکل نگرفته‌اند و اساس سازماندهی آنها روابط خانوادگی است. براساس مطالعات صورت‌گرفته، میزان کسب‌وکارهای خانوادگی که می‌توانند با موفقیت به نسل دوم منتقل شوند در حدود ۳۰ درصد بوده و از این گروه تنها ۱۰ درصد به نسل سوم می‌رسند. هنگامی که کسـب‌وکار خانوادگی به شخص دیگری واگذار می‌شود یا دچار انحلال می‌شود، منابع مختلفی توأم با منابع مالی از بین می‌رود. در نتیجه خود کسب‌وکار، جامعه و اقتصاد متضرر شده و کل سیستم زیان می‌بینند.

کسب‌وکارهای خانوادگی، ستون فقرات اقتصاد جهانی هستند. بخش اعظمی از شرکت‌های بزرگ و بین‌المللی که در بازارهای جهانی بورس حضور دارند توسط یک خانواده اداره می‌شـوند. به‌عنوان مثال، بیش از ۶۰ درصد شرکت‌های بورسی در نیویورک جزو شـرکت‌های خانوادگی هسـتند. شاخص کسب‌وکار خانوادگی ارائه‌شده توسط موسسه ارنست-یانگ و دانشگاه سنت‌گالن در سال ۲۰۲۳، نشان می‌دهد که بزرگ‌ترین شـرکت‌های خانوادگی سـریع‌تر از اقتصاد جهانی رشـد می‌کنند. ۵۰۰ کسـب‌وکار خانوادگی شناخته‌شـده و مطرح در سـطح جهان، با سرعتی تقریبا دوبرابر نرخ رشد اقتصادی، جوامع پیشرفته و حدود ۱٫۵ برابر نرخ بازارهای نوظهور و اقتصادهای در حال توسـعه در حال پیشـرفت هستند. حدود ۵۰۰ شـرکت خانوادگی بزرگ حدود ۸٫۰۸ تریلیون دلار درآمدزایی کرده‌اند که حدود ۱۰ درصد نسـبت به سال ۲۰۲۱ افزایش داشته است. از سوی دیگر، زنان تنهـا ۲۳ درصد از کرسـی‌های مدیریتی را در اختیار دارند و ضروری اسـت که کاهش تبعیض جنسـیتی در دستور کار قرار بگیرد. مجموع این ۵۰۰ کسب‌وکار حدود ۲۴٫۵۲ میلیون نفر را در سال ۲۰۲۳ استخدام کرده که ۱٫۴ درصد نسبت به سال ۲۰۲۱، افزایش یافته است.

براسـاس گزارش موسسه ارنست-یانگ و دانشگاه سنت‌گالن، بیش از نیمی از کسـب‌وکارهای خانوادگی در اروپا، خاورمیانه، هند و آفریقا مسـتقر هستند که اروپا و در رأس آنها، آلمان در زمینه شرکت‌های خانوادگی پیشرو است. میانگین سنی شـرکت‌های خانوادگی آلمان برابر با ۱۰۹ سـال است که قدیمی‌ترین آن شـرکت Merck KGaA در حوزه علم‌وفناوری بوده و در بین ۱۰ شرکت برتر خانوادگی در سـطح جهان قرار دارد. شـرکت Reliance Industries هند در میان کشورهای فوق توانسته است برای اولین بار در شاخص کسب‌وکار خانوادگی سـال ۲۰۲۳ به جمع ۱۰ شـرکت بزرگ راه یابد. هفت شـرکت از ۱۰ شـرکت بزرگ خانوادگی در سـطح جهان در ایالات متحده آمریکا مستقر هستند. تعداد شرکت‌های خانوادگی مورد بررسی در آسیا و اقیانوسیه از زمان انتشار این شاخص در سـال ۲۰۱۵ به‌طور پیوسته افزایش یافته و با رشد ۲۸ درصدی از ۶۱ شرکت به ۷۹ شـرکت رسـیده است. مجموع درآمد شرکت‌های آسـیا و اقیانوسیه برای اولین بار در سال ۲۰۲۳ از سد یک‌تریلیون دلار عبور کرده و هنگ‌کنگ بیشترین تعداد شـرکت‌های خانوادگی (۱۸ شرکت) را در آسیا و اقیانوسیه و کره‌جنوبی و بیشترین درآمد (۳۰ درصد از مجموع درآمد آسیا و اقیانوسیه) را به خود اختصاص داده اسـت. نکته دیگر آنکه اغلب شـرکت‌های خانوادگـی مبتنی بر محصولات مصرف‌کننده هستند، به‌طوری‌که از نظر تعداد مشاغل حدود ۳۷ درصد از مجموع کسـب‌وکارهای خانوادگی مورد بررسـی در جامعه آماری مک‌کینزی را به خود اختصاص داده‌اند. بخش مهم دیگری که تعداد بالایی از شرکت‌های خانوادگی در آن حضور دارند، بخش تولید پیشرفته است که از حیث تعداد کسب‌وکار خانوادگی مرتبط در این بخش، سهم ۲۹ درصدی دارد.

۴ تفکر و ۵ اقدام استراتژیکی که کسب‌وکارهای خانوادگی را بیمه می‌کند

رمز ماندگاری بنگاه‌های خانوادگی

فرصـت امروز: بیـن ۷۰ تا ۹۰ درصد کسـب‌وکارها در ایران خانوادگی هسـتند. کارآفرینی، موتور محرک توسعه و پیشرفت اقتصادی و از جمله راه‌های موثر برای کاهش بیکاری و اصلاح اجتماعی است. کسب و کارهای خانوادگی، ماهیت کارآفرینی دارند و رهبران کسـب و کارهای خانوادگی به عنوان یک کارآفرین شناخته‌شـده و تولید ثروت، توسـعه تکنولوژی و اشـتغال مولد را به ارمغان می‌آورند بنابراین از نظر اسـتراتژیک، کسب و کارهای خانوادگی، عنصر کلیدی در رشد و توسعه اقتصادی کشورها بوده و تداوم عملکرد موفق آنها، تاثیر مثبتی بر رشـد اقتصادی، بهبود عملکرد تجاری، برنامه استراتژیک بلندمدت و استقلال کسب و کار دارد. این تحول در صورتی امکان‌پذیر است که این شرکت‌ها از منظر تامین منابع انسانی، سرمایه اجتماعی و منابع مالی حمایت شوند.

کسـب‌وکارهای خانوادگی، رایج‌ترین نوع شـرکت‌ها در جهان هستند. دامنه فعالیت کسـب‌وکارهای خانوادگی، شـرکت‌های کوچک و متوسط تا شـرکت‌های بزرگ را که در چند صنعت و کشـور کار می‌کنند (مانند شرکت فورد موتور و مک‌دونالد) دربر گرفته و حدود ۶۰ تا ۹۰ درصد کل شـرکت‌های جهان را تشـکیل می‌دهد. مثلا بین ۶۵ تا ۸۰ درصد از کل شرکت‌های اروپایی، ۸۵ درصد شرکت‌های چین، ۹۰ درصد کسب‌وکارها در آلمان و حدود ۹۵ درصد کسـب‌وکارها در آمریکا، خانوادگی هسـتند. اگرچه بسـیاری از آنها در بین شرکت‌های کوچک و متوسط جای دارند، اما برخی از آنها در سال‌های اخیر توانسته‌اند خود را در میان شرکت‌های بزرگ جای دهند. در این کشـورها، کسب‌وکارهای خانوادگی بر ساختار اقتصاد حاکم بوده و بخش مهمی از اقتصاد بسـیاری از کشـورهای دیگر را کنترل می‌کنند. در ایران آمار رسـمی از سوی مراجع معتبر در زمینه کسب‌وکارهای خانوادگی منتشر نمی‌شود، ولی روند رو به رشد شکل‌گیری این کسب‌وکارها، امری محسوس و قابل مشاهده است. براساس مطالعات، بیـن ۷۰ تا ۹۰ درصد کسـب‌وکارها در ایران خانوادگی هسـتند، اما در اغلب مواقع، مشـکلاتی در این نوع کسب‌وکارها رخ می‌دهد که می‌تواند ماندگاری و حتی عملکرد آنها را تحت‌تاثیر قرار دهد.

تاب‌آوری برندهای خانوادگی

مطالعـات تـازه مک‌کینـزی (۲۰۲۳)، انعطاف‌پذیری و تاثیر مشـاغل خانوادگی در اقتصاد را تایید می‌کند و نشـان می‌دهد که کسب‌وکارهای خانوادگی در سراسـر صنایـع و مناطق جغرافیایی در تلاش هسـتند تا تاب‌آوری خود را در برابر تحولات اقتصادی، ژئوپلیتیک و فناوری افزایش دهند. این مشـاغل بیش از ۷۰ درصد تولید ناخالص جهانی را تشـکیل داده‌اند و سـالانه بین ۶۰ تا ۷۰ تریلیون دلار گردش مالی ایجاد می‌کنند. در گزارشی که معاونت بررسی‌های اقتصادی اتاق تهران اخیرا منتشر کرده، ماهیت این نوع کسـب‌وکارها و عوامل اثرگذار بر توسـعه استراتژی‌های کسب‌وکارهای خانوادگی با استناد به مطالعات مک‌کینزی آسیب‌شناسی شده است. مک‌کینزی در این گزارش، چهار تفکر و پنج اقدام استراتژیک را معرفـی کرده و می‌گوید، در صورتی که کسـب وکارهای خانوادگی در سراسـر جهان، این تفکرات و اقدامات اسـتراتژیک را سـرلوحه خود قرار دهنـد، این فرصت را دارند که ارزش خود را طی پنج تا ۱۰ سـال آینده چهـار برابر کرده، عملکرد بازار خود را تقویت کنند و انعطاف‌پذیری خود را افزایش دهند.

برآوردهای مک‌کینزی حاکی از این است که بهره‌مندی از فرمول ۵+۴ (یعنی چهار تفکر و پنج اقدام استراتژیک) می‌تواند ۲٫۵ تا ۵٫۵ برابر افزایش سـود اقتصادی برای کسـب وکارهای خانوادگی ایجاد کند. مک‌کینزی به بررسـی عملکرد ۶۰۰ بنگاه خانوادگی سهامی عام پرداخته و عملکرد آنها را با عملکرد ۶۰۰ شـرکت سـهامی عام غیرخانوادگی مقایسه کرده است. کسب‌وکارهای خانوادگی نسـبت به سایر کسب‌وکارها سازگارتر و در مواجهـه با چالش‌های اقتصـادی انعطاف‌پذیرتر بوده و به همین دلیل در طول دهه‌ها به حیات خود ادامه داده و پیشرفت کرده‌اند. شرکت‌هایی که فرمول مک‌کینزی را با موفقیت پیاده کرده‌اند، طی پنج سـال گذشته توانسـته‌اند در منحنی سود اقتصادی، در جایگاه‌های بالاتری قرار بگیرند.

طبق برآوردها، کسب‌وکارهایی که از این فرمول تبعیت می‌کنند، می‌توانند بـه طور بالقوه افزایش چهار برابری در ایجـاد ارزش در دهه‌های آینده را متوجه شوند. البته بسته به سازمان اجرای این فرمول متفاوت خواهد بود. مثلا شرکت‌هایی که با انتقال نسلی قریب‌الوقوع روبه‌رو هستند، ممکن است لازم باشـد ابتدا بر تقویت مکانیزم‌های حاکمیتی و برنامه‌ریزی جانشینی تمرکز کنند. کسب‌وکارها در صنایع راکد یا آسیب‌پذیر ممکن است ابتدا روی شیوه‌های تخصیص سـرمایه پویا تمرکز کنند تا سرمایه‌گذاری‌های خود را در تحقیق و توسـعه، ایجاد کسـب‌وکار جدیـد و ادغام و تملیک افزایش دهند. این فرمول باید عاقلانه و مطابق با شرایط خاص کسب‌وکار اعمال شود.

به سوی ارزش‌آفرینی کسب وکارها

براساس آمارهای ارائه‌شده از سوی مک‌کینزی، در فاصله سال‌های ۲۰۱۷ تا ۲۰۲۲، بازده کل سرمایه‌گذاران (TSR) برای کسب‌وکارهای خانوادگی به‌طور میانگین حدود ۲٫۶ درصد و برای کسب‌وکارهای غیرخانوادگی ۲٫۳ درصد بوده اسـت. در همین دوره پنج سـاله کسب‌وکارهای خانوادگی به طور متوسـط سود اقتصادی ۷۷٫۵ میلیون دلاری به دست آورده‌اند که از میانگین سود اقتصادی کسب‌وکارهای غیرخانوادگی که برابر ۶۶٫۳میلیون دلار بوده اسـت، بیشـتر است. بازده سـرمایه یا ROIC، کسب‌وکارهای خانوادگی و غیرخانوادگی مورد بررسـی در مطالعه مک‌کینزی را نشـان می‌دهد. کسـب‌وکارهای خانوادگی با اندازه متوسط ۳۳ درصد نسبت به کسب‌وکارهای غیرخانوادگی، اسپرد اقتصادی ایجاد کرده‌اند. تغییرات بین این دو گروه از کسـب‌وکارها ناشی از اندازه، قدمت و سطح بلوغ شرکت‌ها بوده است. بررسـی جامعه آماری مک‌کینزی نشان می‌دهد، شرکت‌های خانوادگی با اندازه متوسط با درآمد سالانه بین ۱۵۰ میلیون تا ۵ میلیارد دلار و سـرمایه‌گذاری کارآمدتر (۱۰ درصد سـرمایه در گردش بالاتر)، از عملکرد بهتری نسـبت به کسب‌وکارهای غیرخانوادگی برخوردار هستند. دلیل این امر، آن است که کسب‌وکارهای مزبور برای ارائه نتایج کوتاه‌مدت با فشارهای سنتی بازار کمتری روبه‌رو هستند.

تمرکز بر چشـم‌انداز بلندمدت و فرآیندهای تصمیم‌گیری ساده به آنها این امکان را می‌دهد تا در شناسـایی فرصت‌های سـرمایه‌گذاری مطابق با اهداف‌شـان، نسبت به کسب‌وکارهای غیرخانوادگی (در اندازه متوسط) موثرتر عمل کرده و منابع را به سرعت در برابر فرصت‌ها تخصیص دهند. به‌عبارت دیگر، کسب‌وکارهای خانوادگی در اندازه متوسط سرمایه‌گذاران کارآمدتری هستند. در همین حال، کسب‌وکارهای خانوادگی با اندازه‌های بزرگ در جامعه آماری مک‌کینزی، با درآمد سالانه بین ۵ تا۱۰۰ میلیارد دلار، در مدیریـت و اجـرا کارآمدتر هسـتند، به‌طوری که در پنج سـال گذشته ۵٫۱ درصد حاشیه سود عملیاتی بالاتری نسبت به کسب‌وکارهای غیرخانوادگـی ایجـاد کرده‌انـد. براسـاس برآوردهـای مک‌کینـزی، کسب‌وکارهای خانوادگی مورد مطالعه که ۲۵ سال قدمت دارند و جوان‌تر هستند، تمایل به رشـد سریع‌تر داشته و درآمدشان را به میزانی دو برابر سریع‌تر از شرکت‌های غیرخانوادگی افزایش می‌دهند. بااین حال، هنگامی که آنها بالغ شده و به نسل‌های جدید رهبری تبدیل می‌شوند، تمرکز آنها به سمت حفظ ارزش تغییر می‌کند.

۴ تفکر سازنده برای ارزش‌آفرینی

مک‌کینزی سـپس چهار طرز فکر سـازنده حاکم بر کسـب‌وکارهای خانوادگـی بـا عملکـرد بهتـر را اینطور شـرح می‌دهد: تفکـر اول؛ این کسب‌وکارها بر هدفی فراتر از سود متمرکز هستند: تحقیقات مک‌کینزی نشـان می‌دهد ۹۳ درصد از کسـب‌وکارهای خانوادگـی مورد مطالعه در گزارش خود با بالاترین عملکرد، بر این باورند که شرکت آنها هدفی فراتر از ایجاد ارزش برای سـهامداران دارد. این هدف می‌تواند اشکال مختلفی داشـته باشـد. ماهیت این هدف هرچه باشـد (چه درون‌سـازمانی و چه برون‌سـازمانی) کسـب‌وکارهای با عملکرد بالا تمایل دارند زمان و منابع خود را صرف آن هدف کنند. ۹۱ درصد از کسـب‌وکارهای خانوادگی در ایـن مطالعه اعلام کرده‌اند که مکانیزم‌هایـی را برای اطمینان از قدردانی و الگوبرداری از اهـداف و ارزش‌های نیروی کار خود به کار گرفته‌اند. ۸۵ درصد از کسب‌وکارهای خانوادگی با عملکرد بالا ادعا دارند که شرکت‌های آنها مسـئولیت‌های اجتماعی و اصل پایـداری را پذیرفته‌اند. در اکثر این کسب‌وکارها، وفاداری و اجتناب از اخراج نیروی کار در دوره‌های بحرانی، یک ارزش کلیدی به حساب می‌آید.

تفکـر دوم؛ این کسـب‌وکارها دیـدگاه بلندمدت داشـته و مجددا در کسب‌وکار سـرمایه‌گذاری می‌کنند: رهبران کسب‌وکارهایی که عملکرد بهتـری دارند، دیدگاه بلندمدت خود را به‌عنوان یکی از سـه دلیل اصلی موفقیت خود، در کنار توانایی در نوآوری و گسـترش در بازارها و مناطق جدید، ذکر می‌کنند. ساختار مالکیت، نقش مهمی در توانایی شرکت‌های برتـر برای حفظ این دیدگاه بلندمدت ایفا می‌کند. ۹۲ درصد از مشـاغل بـا عملکرد بهتر در پایگاه تحقیقاتی مک‌کینزی دارای مالکیت خانوادگی حداقـل ۴۰ درصد هسـتند. از آنجا که آنها تحت فشـار سـهامداران یا گزارش‌های فصلی نیسـتند، می‌توانند رویکرد صبورانه و استراتژیک‌تری برای سرمایه‌گذاری داشته باشند که در نهایت می‌تواند به رشد و موفقیت پایدار منجر شـود. کسـب‌وکارهای خانوادگی به سرمایه‌گذاری مجدد در کسب‌وکار تمایل دارند تا اینکه از سود سهام شرکت استفاده کنند.

تفکر سـوم؛ ایـن کسـب‌وکارها از نظر مالـی محافظه‌کار بـوده و در مـورد بدهی‌ها و سـرمایه‌گذاری‌های پرخطر محتاطانـه عمل می‌کنند: کسـب‌وکارهای خانوادگـی اغلـب ترجیح می‌دهنـد وجوه خـود را در بازاریابی، فروش، تولید و سـایر بخش‌های کسب‌وکار سرمایه‌گذاری کنند که مسیرهای روشـنی برای رشد و بازدهی وجود دارد. رویکرد محتاطانه بـه امور مالـی به شـرکت‌های خانوادگی برتر کمک می‌کند تـا در برابر شوک‌های بزرگ مانند بحران مالی ۲۰۰۸ و رکود ناشی از کرونا، تاب‌آوری بالایی داشـته باشند. مثلا یک کسب‌وکار لجسـتیکی خانوادگی در اروپا محافظه‌کاری مالی خود را به‌عنوان عاملی حیاتی در بهبود سـریع خود از کمبود زنجیره تامین جهانی در سال ۲۰۲۱ می‌داند.

۵ اقدام استراتژیک مک‌کینزی

مک‌کینزی در مورد تفکر چهارم نیز می‌گوید: تفکر چهارم؛ فرآیندهای داخلی این کسـب‌وکارها، امکان تصمیم‌گیـری کارآمد را فراهم می‌کند: تصمیم‌گیری کارآمد کسـب‌وکارهای خانوادگی تا حد بسـیاری ناشی از فرآیندهای متمرکز توأم با انعطاف‌پذیری و کارکنان متعهد است. به‌عنوان مثال، به‌رغم وجود کمیته‌های سرمایه‌گذاری، تصمیمات بزرگی که توسط رهبران برای عملکرد بهتر کسـب‌وکارها گرفته می‌شود، معمولا به‌شدت تحت‌تاثیر یک فرد یا چند نفر از اعضای خانواده است که می‌توانند به‌طور قاطعانه‌تری نسبت به رهبران کسب‌وکارهای غیرخانوادگی عمل کنند.

در ادامه گزارش مک‌کینزی، پنج اقدام اسـتراتژیک برای افزایش ارزش کسب‌وکارهای خانوادگی تشریح شده است. به گفته مک‌کینزی، بهترین و موفق‌تریـن کسـب‌وکارها چهار طرز فکر سـازنده فوق را بـا پنج اقدام اسـتراتژیک ترکیب می‌کنند که آنها را از سایر کسب‌وکارهای خانوادگی و غیرخانوادگی متمایز می‌سـازد. این پنج اقدام استراتژیک به این ترتیب هستند: «این کسب‌وکارها به‌طور فعال پرتفوی خود را متنوع می‌کنند»، «این کسـب‌وکارها به صورت پویا منابع را تخصیـص مجدد می‌دهند»، «این کسب‌وکارها سـرمایه‌گذاران و مدیران کارآمدی هستند»، «تمرکز بی‌وقفه‌ای بر جذب، توسـعه و حفظ استعدادها دارند» و «به‌طور مستمر حکمرانی خود را بررسـی می‌کنند». تحقیقات مک‌کینزی نشان می‌دهد آن دسته از کسب‌وکارهای خانوادگی که عملکرد بهتری دارند، جداسازی خانواده و امور تجاری را جدی می‌گیرند. بررسی ۸۰ درصد از شرکت‌های برتر خانوادگی نشان می‌دهد که اسناد رسمی و دستورالعمل‌های روشنی در مورد نقش‌ها و مسـئولیت‌های اعضای خانواده در شـرکت وجود دارد. همچنین ۸۵ درصد از شـرکت‌های خانوادگی کـه عملکرد بهتری دارند گزارش می‌دهند که در شـرکت‌های آنها یک انجمن رسـمی وجود دارد که به‌طور منظم برای بحث در مورد مسـائل خانوادگی و تجاری تشکیل جلسه می‌دهد.

اینترنت واقعا چقدر گران شد؟

هر گیگابایت ۶ هزار تومان

افزایش تعرفه اینترنت همچنان در صدر اخبار رسـانه‌ها و شـبکه‌های اجتماعی قرار دارد و سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی و وزارت ارتباطات با اعلام اینکه هیچ بسته اینترنتی حذف نشده و تعرفه اینترنت حدود ۳۰ درصد افزایش یافته، از مردم خواسـته‌اند تا هرگونه گرانفروشی اینترنت را به شـماره ۱۹۵ گزارش دهند. اغلب مطبوعات و روزنامه‌ها نیز روز گذشـته موضوع افزایش قیمت اینترنت را در صفحه نخست خود کار کردند. به عنوان نمونه، روزنامه «همشـهری» با تیتر «سرعت لاک‌پشتی، قیمت خرگوشی» نوشت که «قیمت اینترنت درحالی گران شد که مردم از کیفیـت آن گلایه دارند.» همچنین روزنامه «فرهیختگان» نوشـت که محاسـبات این روزنامه با محاسـبات مسـئولان متفاوت اسـت و قیمت اینترنت فقط ۳۰ درصد گران نشـده است: «برای مثال، اپراتور همراه اول بسـته ۵۰ گیگ بلندمدت را که ۱۱۹ هزار تومـان ارائه می‌داد با افزایش ۱۵۶ درصدی، قیمت این بسته به ۳۰۰ هزار تومان تبدیل شده یا اپراتور ایرانسل پیش از افزایش تعرفه‌ها، بسته ۱۰ گیگی را ۳۶ هزار تومان برای مصرف‌کننـده ارائه می‌داد و یکباره با افزایـش ۱۱۱ درصدی، قیمت این بسـته به ۷۶ هزار تومان رسیده اسـت. اکثر تخلف‌ها اپراتورها در افزایش قیمت‌ها و عدم رعایت ۳۳ درصد افزایش قیمت، در بسته‌های با حجم بالا و معمولا پرمصرف است.» روزنامه «هم‌میهن» نیز در یادداشتی تاکید کرد: «درحالی‌که سازمان تنظیم مقررات اعلام کرد مجوزی ۳۰ درصدی برای گرانی اینترنت داده است، بسته‌های جدید همراه با قیمت هر گیگابایت ۶ هزار تومان عرضه شـد. این در حالی است که آخرین باری که این اپراتور بسته اینترنت بلندمدت عرضه کرده بود، هر گیگابایت حدود ۲ هزار تومان بود. ایرانسل نیز فعلا تمام بسته‌های بیش از یک ماه خود را حذف کرده و بسته یک ماهه را با قیمت هر گیگابایت ۶ هزار تومان عرضه کرده است.»

خبرگزاری «ایسنا» هم از قول رئیس سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی و معاون وزیر ارتباطات اعلام کرد که هیچ بسـته اینترنتی حذف نشـده و از کاربران خواسـت تا گرانفروشـی اینترنت را به شـماره ۱۹۵ اعلام کنند: «پایان هفته گذشـته بود که در نهایت پس از چندین سـال تکلیف تعرفه بسـته‌های اینترنتی مشخص شـد. در واقع، پس از جلسه اپراتورها در رگولاتوری و پذیرش تعهدات مرتبط با افزایش کیفیت شبکه توسـط آنها مقرر شـد که تعرفه اینترنت اپراتورهـای ارتباطی حدود ۳۰ درصد افزایش یابد، اما به دنبال انتشار برخی خبرها مبنی بر افزایش چند برابـری و اعـلام برخی کاربران که تعدادی از بسـته‌های اینترنتی حذف شـدند، از سوی رگولاتوری اعلام شد هیچ بسـته موجودی مجوز حذف شـدن ندارد و حداکثر افزایش قیمت این بسته‌ها حدود ۳۰ درصد است. موضوعی که «امیرمحمدزاده لاجوردی»، رئیس سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی پس از این موضوع به آن اشاره و تأکید کرد: هیچ کدام از بسـته‌هایی که در دسـترس کاربران بوده، نباید حذف شوند و بیش از ۳۴ درصد هم افزایش قیمت نخواهند داشت و با اپراتورهایی که از این دو اصل تخطی کنند حتما برخورد قانونی خواهد شـد. حال به تازگی وی با انتشار پستی در یک شبکه اجتماعی داخلی اظهار کرد: طبق بررسی مجدد همکارانم در سـازمان در سـاعت ۷:۱۳ صبح امروز (شنبه)، هیچ بسته‌ای (اعم از بسـته‌های عادی، شـبانه و...) که تا روز پنجشنبه در اختیار مردم بوده، حذف نشده و تنها ۳۴ درصد افزایش یافته است. وی افزود: همچنین ۷ بسـته جدید ۹۰ روزه، ۱۲۰ روزه و ۱۸۰ روزه توسـط اپراتورها معرفی شده است و ۱۹۵ شماره دریافت شکایات مردمی است.»

«ایسـنا» همچنین در گزارشـی دیگر با طرح این سوال که «اینترنت در ایران مقرون به صرفه‌تر اسـت یا کشـورهای همسایه؟» نوشته است: «بررسی شرکت هلندی سرف شارک درباره کیفیت زندگی دیجیتال در سراسر جهان، نابرابری‌های غالب در بین کشورها از نظر مقرون به صرفه بودن اینترنت را نشـان می‌دهد. شاخص کیفیت زندگی دیجیتال سرف شارک نشان می‌دهد که مناطق جهان که مردم به طور متوسط بیشترین هزینـه را برای خدمات پهنای باند تلفن همـراه و ثابت می‌پردازند نیز با کندترین سـرعت اینترنت و پایین‌ترین ثبات اتصال روبه‌رو هسـتند. به عنوان مثال، افرادی که در آفریقا زندگی می‌کنند، حتی برای ارزان‌ترین بسـته پهنای باند، باید تقریبا ۱۱ سـاعت در ماه کار کنند و تقریبا ۱۲ دقیقه برای پرداخت پـول یک گیگابایت اینترنت تلفن همراه کار کنند. کشورهایی که ارزان‌ترین اینترنت را دارند، معمولا کشورهایی با کندترین سـرعت اینترنت هستند. متوسط سـرعت خدمات پهنای باند در آفریقا، ۴٫۸۵ مگابیت بر ثانیه (میانگین سرعت جهانی ۱۵٫۹۴ مگابیت در ثانیه) است؛ در حالی که اتصال تلفن همراه، ۲۰٫۵۵ مگابیت در ثانیه (میانگین سـرعت جهانی ۳۳٫۵۳ مگابیت در ثانیه) است. تحقیقات کیفیت زندگی دیجیتال نشـان داد که هیچ رابطه آشـکاری بین مقرون به صرفه بودن اینترنت و سرانه تولید ناخالص داخلی وجود ندارد. به عنوان مثال، ایران از نظر سـرانه تولید ناخالص داخلی در رتبه پاییـنی قرار دارد، اما طبق گزارش سـال گذشته سرف شـارک، پنجمین اتصال اینترنتی مقرون به صرفه در سطح جهان را دارد. در مقایسه، دانمارک از سرانه تولید ناخالص داخلی بالایی برخوردار است و در مقرون به صرفه بودن اینترنت در رتبه بالاتر هفتم قرار دارد.»

در ایـن گزارش، نتایج رتبه‌بندی شـاخص کیفیـت زندگی دیجیتالی ۲۰۲۳ توسـط شرکت سرف شارک آمده است. ایران در حالی در شاخص کیفیت دیجیتالی رتبه ۹۵، در شاخص مقرون به صرفه بودن اینترنت رتبه ۶۸ و در شـاخص کیفیت اینترنت رتبه ۱۰۴ را کسب کرده که عربستان و ترکیه به عنوان رقبای منطقه‌ای کشـورمان در این شاخص‌ها وضعیت نسبتا بهتری دارند؛ مثلا عربستان در شاخص کیفیت دیجیتالی رتبه ۴۵، در شـاخص مقرون به صرفه بودن اینترنت رتبه ۷۴ و در شاخص کیفیت اینترنت رتبه ۵۸ و ترکیه نیز به ترتیب در این شاخص‌ها رتبه‌های ۵۵، ۶۵ و ۷۷ را کسب کرده‌اند.

ارزش بیت‌کوین چگونه در یک سال ۱۵۰ درصد افزایش یافت؟

صدرنشینی کریپتو در پایان ۲۰۲۳

فرصت امروز: در سالی که طلا رکورد تاریخی خود را شکست و به بیشترین قیمت در طول تاریخ رسید، بیت‌کوین نیز سال غیرمنتظره پرباری را پشت سر گذاشت و در سال ۲۰۲۳ به رشد ۱۵۰ درصدی دست یافت. این در حالی بود که پادشاه رمزارزها در سال ۲۰۲۲، افت ۶۰ درصدی قیمت را تجربه کرده بود و در نتیجه رشد ۱۵۰ درصدی بیت‌کوین به موازات رسوایی بزرگ صنعت کریپتو در سال ۲۰۲۳، خیلی‌ها را غافلگیر کرد. در این سال، طلا به بازدهی ۱۴ درصدی رسید؛ در حالی که بیت‌کوین بازدهی ۱۵۰ درصدی را به ثبت رساند و در صدر بازارها در پایان ۲۰۲۳ ایستاد. قیمت بیت‌کوین در سال ۲۰۲۳ و در روز ۱۱ دسامبر به بالاترین سطح دو سال اخیر، یعنی ۴۵ هزار دلار صعود کرد؛ حال آنکه در ابتدای سال تنها ۱۶ هزار و ۶۰۰ دلار بود.

اما ارزش بیت‌کوین چگونه در یک سال بیش از ۱۵۰ درصد افزایش یافت؟ این سوالی است که هفته‌نامه «اکونومیست» در ویژه‌نامه سال جدید میلادی مطرح کرده و با معرفی نظریه «سوسک کریپتو»، به شرح و بررسی تحولات بازار کریپتو در سال ۲۰۲۳ پرداخته است. به گفته «اکونومیست»، «بریدن سر آنها کارساز نیست. سوسک‌ها می‌توانند بدون سر تا یک هفته زندگی کنند. ضربه زدن به آنها نیز همیشه جواب نمی‌دهد و تضمینی وجود ندارد ضربه‌ای که به سوسک‌ها می‌زنید، کاملا آنها را نابود کند؛ چراکه اسکلت بیرونی انعطاف‌پذیر آنها می‌تواند تا ۹۰۰ برابر وزن بدن‌شان خم شود. ریختن آنها در توالت هم فایده‌ای ندارد و برخی از نژادها می‌توانند بیش از نیم ساعت نفس خود را حبس کنند بنابراین آنها غیرقابل تخریب هستند. جالب اینجاست که از نگاه بسیاری از سرمایه‌گذاران، صنعت کریپتو نیز تخریب‌ناپذیر به نظر می‌رسد.»

نظریه سوسکی بیت‌کوین چیست؟

درحالی که قیمت طلا در سال ۲۰۲۳ به سقف تاریخی خود رسید و بالاترین ارتفاع در طول تاریخ را ثبت کرد، بیت‌کوین نیز بیشترین رشد را در میان بازارهای متعارف و شناخته شده جهان به ثبت رساند. این درست در نقطه مقابل عملکرد بیت‌کوین در سال ۲۰۲۲ قرار داشت که بیش از ۶۰ درصد کاهش ارزش را تجربه کرد. بنابراین صدرنشینی کریپتو در پایان ۲۰۲۳ و بازدهی ۱۵۰ درصدی بیت‌کوین، چیزی نبود که خیلی از سرمایه‌گذاران انتظارش را داشتند؛ مخصوصا که «چانگ‌پنگ ژائو» و «سم بنکمن فرید»، بنیانگذاران اولین و دومین صرافی‌های بزرگ رمزارز هم‌اکنون در انتظار صدور حکم برای جرائم مالی خود (پول‌شویی و کلاهبرداری) هستند. قیمت بیت‌کوین در روز ۱۱ دسامبر به بالاترین سطح دو سال اخیر، یعنی ۴۵ هزار دلار صعود کرد؛ حال آنکه در ابتدای سال ۲۰۲۳ تنها ۱۶ هزار و ۶۰۰ دلار بود، اما بیت‌کوین چطور در این سال بیش از ۱۵۰ درصد افزایش یافت؟ «اکونومیست» در پاسخ به این پرسش، نظریه «سوسک کریپتو» یا نظریه سوسکی بیت‌کوین را مطرح می‌کند و می‌نویسد: «بریدن سر سوسک‌ها کارساز نیست. آنها می‌توانند بدون سر تا یک هفته زندگی کنند. تضمینی وجود ندارد ضربه‌ای که به سوسک‌ها می‌زنید آنها را نابود کند؛ اسکلت بیرونی انعطاف‌پذیر آنها می‌تواند تا ۹۰۰ برابر وزن بدن آنها خم شود. معمولا سوسک‌ها میهمان‌های ناخوانده‌ای هستند که به راحتی نمی‌توان از شر آفت‌شان خلاص شد و در گذر زمان حضورشان تثبیت می‌شود و دیگر گریزی از آنها نیست؛ زیرا آنها غیرقابل تخریب هستند. بسیاری از سرمایه‌گذاران و قانون‌گذاران، صنعت کریپتو را تحت عنوان «آفتی ناخواسته» توصیف می‌کنند. از نظر آنها، مجرمان از ارزهای دیجیتال برای پولشویی استفاده می‌کنند. تروریست‌ها به واسطه رمزارزها می‌توانند به فعالیت خود ادامه دهند و هکرها باج‌های خود را در قالب بیت‌کوین می‌خواهند. سوداگران می‌توانند برای خواسته‌های نه‌چندان مشروع خود به سادگی کوین جدیدی را ایجاد و به بازار معرفی کنند. به نظر می‌رسد این صنعت تخریب‌ناپذیر است. قیمت‌های کریپتو در سال ۲۰۲۲ با نرخ‌های بهره بالاتر سقوط کردند. سر صنعت از بین رفته است؛ «چانگ‌پنگ ژائو» و «سم بنکمن فرید»، بنیانگذاران اولین و دومین صرافی‌های بزرگ ارزهای دیجیتال، اکنون هر دو در انتظار صدور حکم برای جرایم مالی خود (به ترتیب برای پول‌شویی و کلاهبرداری) هستند. از سوی دیگر در سراسر جهان، قانونگذاران و نهادهای دولتی در حال سرکوب فعالیت‌های رمزنگاری‌شده هستند. با این حال کریپتو نه تنها زنده مانده، بلکه بار دیگر در حال اوج گرفتن است.

کریپتو مثل جنون گل لاله نیست

شاید بتوان توضیح وضع موجود را در فناناپذیری فناوری دید. بیت‌کوین، اتر و سایر کوین‌ها شرکت نیستند، نمی‌توانند ورشکست شوند و تعطیل شوند. آنها از زنجیره بلوکی استفاده می‌کنند که پایگاه داده‌ای از تراکنش‌ها را ایجاد می‌کند. لیست‌های بلوک‌ها توسط شبکه‌ای غیرمتمرکز از رایانه‌ها تایید می‌شود که با وعده جایزه، توکن‌های جدید انگیزه حفظ آنها را دارند. همچنان دلایل زیادی وجود دارد که بتوان با اتکای به آنها استدلال کرد برخی از توکن‌های رمزنگاری‌شده بیش از هیچ ارزش دارند. اولین مورد کاربرد کریپتو را می‌توان نوعی قمار یا سرمایه‌گذاری برای آینده‌ای دید که در آن فناوری حرف اول را می‌زند. در حال حاضر مردم در کشورهایی با اقتصاد بسته و خودکامه از بیت‌کوین و استیبل کوین‌ها (توکن‌های متصل به یک ارز ثابت مانند دلار) برای حفظ ارزش پس‌انداز خود و در مواردی برای پرداخت بین‌المللی استفاده می‌کنند.

کاربری فرامرزی توکن‌ها می‌تواند در گذر زمان به‌طور گسترده‌تری مورد استفاده قرار گیرد. هنرمندان و موزه‌های مختلف همچنان در حال ایجاد یا جمع‌آوری توکن‌های غیرقابل تعویض (NFTs) هستند. گمنامان کریپتویی تنها افرادی نیستند که در از این دست مزایده‌ها شرکت می‌کنند؛ «دونالد ترامپ» ماگ‌شات خود را به قیمت ۹۹ دلار می‌فروشد. او همچنین در نظر دارد کت و شلواری را که زمان بازداشت به تن داشت را تکه‌تکه کند، به صورت کارت درآورد و به افرادی که حداقل ۴۷ NFT در یک تراکنش خریداری می‌کنند، جایزه دهد. در دوران رونق، صنعت کریپتو سرمایه هنگفتی را جذب کرد و توسعه‌دهندگان هوشمند زیادی را به جمع خود افزود. فعالانی که هنوز در دام قانون نیفتاده‌اند، در حال کار روی کاربردهای جدید رمزنگاری‌شده مانند برنامه‌های رسانه‌های اجتماعی یا بازی‌های کسب درآمدی هستند. هرچند چندان بعید نیست این برنامه‌ها هرگز نتوانند اقبال عمومی را به دست آورند، با این حال حتی شانس کوچکی که ممکن است آنها را به قله برساند، انگیزه افراد را حفظ می‌کند. دلیل دوم این است که با هر چرخه رونق و رکود، بیشتر مشخص می‌شود که کریپتو حبابی مانند جنون گل لاله در دهه ۱۶۳۰ نیست. جنون گل لاله به دوره‌ای در عصر طلایی هلندی (بین سال‌های ۱۶۳۴ تا سال ۱۶۳۷ میلادی) گفته می‌شود که قیمت برای پیاز تازه معرفی‌شده گل لاله تا سطوح فوق‌العاده بالایی صعود کرد و سپس به‌طور ناگهانی سقوط کرد. اگرچه بیت‌کوین در ذات خود دارایی بی‌ثباتی است، تاریخچه قیمت آن بیش از اینکه شبیه یک قله با دره‌ای عمیق باشد، شبیه به یک رشته کوه است و به نظر می‌رسد که با نوسانات سهام فناوری ارتباط نزدیکی دارد.

چرا مرگ کریپتو ممکن نیست؟

با این حال، صنعت کریپتو همبستگی متوسطی با بازارهای گسترده‌تر دارد. دارایی‌های رمزنگاری‌شده نوسانات خود را دارند، هرچند که ممکن است به موازات سایر دارایی‌هایی که افراد ممکن است در یک سبد سهام داشته باشند، حرکت نکند. به نظر می‌رسد که در حال حاضر بیت‌کوین خود را به‌عنوان یک دارایی جدی تثبیت کرده است. در ماه اوت، یک دادگاه آمریکایی حکم داد که کمیسیون بورس و اوراق بهادار، تنظیم‌کننده اصلی بازارهای آمریکا در هنگام رد تلاش شرکت گری اسکیل (یک شرکت سرمایه‌گذاری) برای تبدیل تراست ۱۷ میلیارد دلاری بیت‌کوینی به صندوق قابل معامله (ETF)، «خودسرانه و تندخویانه» عمل کرده است. طبق حکم دادگاه کمیسیون بورس و اوراق بهادار آمریکا باید رد درخواست گری اسکیل مبنی بر تبدیل تراست بیت‌کوین این شرکت را مجددا بررسی کند. حضور صندوق قابل معامله (ETF) بیت‌کوین، سرمایه‌گذاری در این رمزارز و سایر توکن‌ها را برای افراد عادی آسان‌تر و در دسترس‌تر می‌کند.

در اکتبر گذشته، دادگاه حکم خود را تایید کرد و کمیسیون بورس و اوراق بهادار آمریکا را مجبور ساخت تا از موضع خود عقب‌نشینی کند. در حال حاضر صندوق‌های بزرگی از جمله بلک‌راک و فیدلیتی نیز برای راه‌اندازی etfs درخواست داده‌اند. براساس داده‌های جدید تحقیقات بیت‌مکس، بازار جهانی محصولات قابل معامله مبتنی بر ارزهای دیجیتال (ETP) هم‌اکنون شامل حدود ۱۵۰ محصول با ۵.۰۳ میلیارد دلار دارایی تحت مدیریت است. این لیست شامل صندوق‌های اسپات و فیوچرز است و معمولا روند قیمت بیت‌کوین و اتریوم را دنبال می‌کنند. بزرگ‌ترین ETP این لیست نیز صندوق بیت کوین‌تراست گری‌اسکیل است که تلاش می‌کند به یک ETF اسپات تبدیل شود. تحلیلگران بازار معتقدند که عرضه یک ETF اسپات بیت‌کوین به احتمال زیاد تا ۱۰ ژانویه (۲۰ دی) می‌تواند مقدار پول سرمایه‌گذاری‌شده در ETPهای ارز دیجیتال را دو برابر کند. بیت‌وایز پیش‌بینی می‌کند که ETFهای اسپات بیت‌کوین موفق‌ترین دسته این محصولات خواهند بود و انتظار دارد که آنها طی پنج سال آینده حدود ۷۲ میلیارد دلار دارایی را جذب کنند. بسیاری نسبت به حضور سوسک‌ها احساس تنفر می‌کنند؛ اما به‌رغم معایب آنها، این حشرات کاربردهای حیاتی دارند. آنها مواد پوسیده را به مواد مغذی تبدیل می‌کنند و آفات دیگری مانند پشه‌ها را شکار می‌کنند. کریپتو نیز کاربردهای منحصر به فردی همچون تنوع بخشیدن به پرتفولیو و حفظ ارزش پول در رژیم‌های مستبد را دارد. تمام این موارد به علاوه تجربه سال‌های گذشته ثابت کرده که ریشه‌کن کردن کریپتو دیگر غیرممکن شده است.

بهترین سال طلا و بدترین سال دلار به پایان رسید

برندگان و بازندگان بازارهای ۲۰۲۳

بهای هر اونس طلا در معاملات روز گذشته با ۰,۲ درصد افزایش به ۲۰۶۸ دلار و ۹۵ سنت رسید. این رقم در سال ۲۰۲۳ بالغ بر ۱۴ درصد افزایش یافته و به بزرگ‌ترین رشد سالانه خود از سال ۲۰۲۰ تاکنون رسیده است. هر اونس طلای آمریکا نیز ۰,۲ درصد کاهش یافت و به ۲۰۷۸ دلار و ۷۰ سنت رسید. به نظر می‌رسد شرط‌بندی قوی پیرامون کاهش نرخ بهره آمریکا در اوایل سال ۲۰۲۴، تداوم جنگ روسیه و اوکراین و همچنین بروز تنش‌ها در غرب خاورمیانه باعث افزایش تقاضای پناهگاه امن شده و سال ۲۰۲۳ را به بهترین سال برای قیمت طلا در سه سال اخیر بدل کرده است. براساس ابزار CME FedWatch، شرط‌بندی برای کاهش نرخ بهره فدرال رزرو ایالات متحده به دنبال داده‌های تورم سردتر تقویت شده و معامله‌گران اکنون با احتمال ۸۸ درصدی برای کاهش سیاست پولی در ماه مارس قیمت‌گذاری می‌کنند. نرخ‌های بهره پایین‌تر، هزینه فرصت نگهداری شمش بدون بازده را کاهش می‌دهد. در سمت مقابل، شاخص دلار در معاملات روز جمعه ۰,۱ درصد دیگر کاهش یافت و بدترین عملکرد سالانه خود را در سه سال اخیر (با افت ۳ درصدی) تجربه کرد، به طوری که جذابیت طلا را برای دیگر دارندگان ارز افزایش داد. همچنین در بازار سایر فلزات ارزشمند نیز بهای نقره با ۰,۲ درصد افزایش به ۲۳,۸۳ دلار در هر اونس رسید، اما تا پایان سال تا حد زیادی ثابت به نظر می‌رسید. پلاتین ثابت در ۱۰۰۲ دلار و ۵۰ سنت در هر اونس بسته شد که بالاترین میزان در شش ماه گذشته است؛ در حالی که پالادیوم ۰,۱ درصد افزایش یافت و به ۱۱۳۳ دلار و ۷۳ سنت رسید.

در این میان، ارزهای اقتصادهای در حال توسعه در سال ۲۰۲۳، عملکرد بسیار خوبی داشتند و منطقه آمریکای لاتین بیش از مناطق دیگر شاهد این رشد بوده است. پول ملی اقتصادهای دارای بازارهای نوظهور در حالی سال ۲۰۲۳ را به پایان رسانده‌اند که با افزایش قابل توجه ارزش در سه ماهه آخر سال، بهترین عملکرد خود را از سال ۲۰۱۷ تاکنون ثبت کرده‌اند؛ چراکه چشم‌انداز کاهش نرخ بهره توسط بانک مرکزی آمریکا، ریسک‌پذیری سرمایه‌گذاران را افزایش داده است.

به گزارش «بلومبرگ»، معیار شرکت خدمات مالی «ام‌اس‌سی‌آی» (MSCI) برای پول ملی کشورها در روز جمعه (۸ دی) که آخرین روز معاملاتی سال ۲۰۲۳ محسوب می‌شود، ۸,۴ درصد در برابر دلار آمریکا رشد کرد. همچنین اوراق بهادار ارزهای پرمبادله در کشورهای در حال توسعه، بهترین سود خود در چهار سال اخیر را داشته‌اند و روند کاهش ارزش دو ساله بازارهای سهام در بازارهای نوظهور نیز پس از دو سال متوقف شده است. افزایش ارزش در میان دارایی‌های مختلف نشان می‌دهد که مدیران مالی بار دیگر میل خود برای اوراق بهادارِ دارای بازده بالاتر را به دست آورده‌اند؛ زیرا تورم رو به کاهش آمریکا، مسیر را برای هزینه‌های استقراض کمتر و ادامه رشد بزرگ‌ترین اقتصاد جهان هموار کرده است. این افزایش ارزش در حالی رقم خورده که بازیابی اقتصادی چین با شکست روبه‌رو شده است. «هاری هاریهاران»، مدیر اجرایی شرکت «NWI Management» اعلام کرد: «این وضعیت یک بار دیگر نشان‌دهنده قدرت نرخ بهره کمتر در آمریکا و ارزش رو به کاهش دلار است. بازیابی اقتصادی بازارهای نوظهور در حالی عملکرد فوق‌العاده‌ای را ثبت کرده که می‌توان گفت این عملکرد مثبت بدون کمک چین رقم خورده است.»

بازارهای سهام کشورهای در حال توسعه با رشد ۹,۶ درصدی همراه شده؛ در حالی که اگر به نتایج معیاری که شرکت‌های چینی را شامل نمی‌شود رجوع کنیم، این رشد به بیش از ۲۰ درصد می‌رسد. اوراق بهادار ارزهای محلی هم دارای بازده ۳,۶ درصدی بوده‌اند که بهترین عملکرد از سال ۲۰۲۰ است. اوراق بهادار دلاری نیز با بازده ۱۱ درصدی همراه شده‌اند که بیشترین بازده این اوراق در چهار سال گذشته است. همچنین هزینه بیمه شدن در بازارهای نوظهور با کاهش همراه بوده و در این میان، تبادل افول اعتبار در ۲۲ ارائه‌دهنده مستقل اوراق بهادار به طور متوسط ۷۲ درصد کاهش یافته که کمترین سطح از سپتامبر ۲۰۲۱ است. با این حال، موسسه مالی جی‌پی مورگان اعلام کرد بازارهای نوظهور شاهد خروج ۷,۲۸ میلیارد دلار سرمایه در سال ۲۰۲۳ بوده‌اند که دومین سال متوالی زیان از این حیث محسوب می‌شود. یکی از کارشناسان به «بلومبرگ» گفت که کاهش تورم، رشد اقتصادی و سیاست پولی ایالات متحده، موضوعات کلیدی برای بازارهای نوظهور در سال ۲۰۲۴ باقی خواهند ماند.

دلار آمریکا در سال ۲۰۲۳ حدود ۳ درصد از ارزش خود را از دست داد که شدیدترین کاهش ارزش سالانه این ارز از سال ۲۰۲۰ محسوب می‌شود. این اتفاق در بحبوحه پیش‌بینی‌ها از کاهش نرخ بهره توسط فدرال رزرو در سال جدید میلادی است و همین موضوع می‌تواند منجر به کاهش بیش از پیش ارزش دلار در ماه‌های آینده شود. کارشناسان همچنین نسبت به ریسک‌های ژئوپلیتیکی که می‌توانند نوسان بیشتری به همراه بیاورند، هشدار داده‌اند؛ یکی از اصلی‌ترین هشدارها مربوط به بازگشت احتمالی «دونالد ترامپ»، رئیس‌جمهور پیشین آمریکا به کاخ سفید می‌شود. یکی از تحلیلگران به «بلومبرگ» گفته که بازگشت «ترامپ» بر مسند قدرت بدون شک باعث اخلال در سطح جهانی خواهد شد، اما پرسش اینجاست که این اخلال چگونه رخ خواهد داد؟

ارزهای آمریکای لاتین، برندگان بزرگ بازارها در سال ۲۰۲۳ بوده‌اند و در رأس آنها، «پزو»ی کلمبیا قرار دارد که توانسته ارزش خود در برابر دلار را ۲۵ درصد افزایش دهد. «مانیک ناراین»، رئیس استراتژی بازارهای نوظهور در بانک یوبی‌اِس (UBS) پیش‌بینی می‌کند که اوراق قرضه ارزهای محلی در سالِ ۲۰۲۴ می‌توانند تا ۱۰ درصد با افزایش ارزش همراه شوند. به گفته او، «شاهد آن هستیم که بازارهای نوظهور در بخش مطلوبی از چرخه کاهش تورم قرار دارند. در حالی که تورم هسته در آمریکا با سرعت کمتری همراه است، این روند کاهشی در ماه‌های آینده، سرعت بیشتری خواهد گرفت.»

نام‌های غیرمنتظره‌ای در فهرست برترین سهامداران جهانی در سال ۲۰۲۳ وجود دارند، از جمله سریلانکا و لبنان. «جیسون خاویر»، رئیس بازارهای سرمایه شرکت (EMEA ETF) به مشتریان توصیه می‌کند که در سال جدید میلادی بر بازارهایی که او آنها را «الماس درهم‌تنیده» می‌نامد، تمرکز کنند. او نسبت به تایوان، کره جنوبی و هند خوش‌بین است و آنها را در موقعیت مناسب‌تری می‌بیند.

اخبار

کدام بانک‌ها وام ازدواج بیشتری داده‌اند؟

کارنامه ۹ ماهه وام ازدواج

تعداد متقاضی‌های منتظر در صف دریافت وام ازدواج نشان می‌دهد این صف در پایان آذرماه امسال نسبت به سه ماه قبل یعنی پایان شهریورماه حدود ۸ درصد افزایش اما نسبت به شش ماه قبل یعنی پایان خردادماه حدود ۲۸ درصد کاهش یافته است. به گزارش «اکوایران»، سه بانک ملت، ملی و تجارت بیشترین وام ازدواج را به متقاضیان پرداخت کرده‌اند. گزارش تازه بانک مرکزی نشان می‌دهد در راستای قانون «حمایت از خانواده و جوانی جمعیت» شبکه بانکی کشور طی ۹ ماهه نیمه نخست سال جاری به ۶۱۸ هزار و ۷۷۹ نفر متقاضی حدود ۱۲۶ همت وام قرض‌الحسنه ازدواج پرداخت کرده که نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۲۸ درصد افزایش یافته است. بیشترین وام ازدواج پرداختی توسط بانک ملت پرداخت شده است. طی ۹ ماهه ابتدای سال جاری، بانک ملت به بیش از ۱۱۶ هزار متقاضی معادل ۲۴ همت تسهیلات ازدواج پرداخت کرده است. بانک‌های ملی و تجارت نیز در رتبه‌های بعدی بیشترین وام ازدواج پرداختی قرار دارند. بانک ملی طی ۹ ماهه ابتدای امسال حدود ۲۳ همت و بانک تجارت نیز بیش از ۱۶ همت وام ازدواج به متقاضیان پرداخت کرده است.

کمترین وام ازدواج نیز از سوی بانک مشترک ایران ونزوئلا و رسالت پرداخت شده، به طوری که این دو بانک طی ۹ ماهه ابتدای امسال هر کدام به ترتیب ۴۸ میلیارد تومان و ۱۲۶ میلیارد تومان تسهیلات پرداخت کرده است. البته قرارگیری این بانک‌ها در قعر جدول وام ازدواج پرداختی به منزله عدم تعهد این بانک نیست؛ بانک مرکزی با توجه به میزان ظرفیت هر بانک، سهمیه مشخصی را برای وام ازدواج پرداختی بانک‌ها مشخص کرده که میزان آن در بانک‌های مختلف، متفاوت است.

بررسی وضعیت تعداد متقاضی‌های منتظر در صف دریافت وام ازدواج نیز نشان می‌دهد این صف در پایان آذرماه امسال نسبت به سه ماه قبل یعنی پایان شهریور حدود ۸ درصد افزایش اما نسبت به شش ماه قبل یعنی پایان خردادماه حدود ۲۸ درصد کاهش یافته و در نهایت در پایان آذرماه به ۲۸۰ هزار نفر رسیده است. صف انتظار وام ازدواج بانک‌ها نشان می‌دهد بیشترین صف انتظار به بانک صادرات تعلق دارد. بانک صادرات تا پایان آذرماه امسال به ۷۸ هزار و ۵۹۴ نفر وام ازدواج اعطا کرده و هنوز ۵۲ هزار نفر در انتظار دریافت وام هستند. بانک رفاه کارگران نیز در رتبه بعدی بیشترین صف انتظار برای دریافت وام ازدواج قرار دارد. بانک ملت و تجارت هم با حدود ۶۱ هزار نفر و ۵۳ هزار نفر متقاضی در انتظار در رتبه‌های بعدی این جدول قرار دارند. نکته جالب اینکه تعداد افراد در صف انتظار دریافت وام ازدواج برای بانک قرض‌الحسنه رسالت در پایان شهریورماه به یک نفر رسیده است.

ایلان ماسک همچنان در صدر قرار دارد

ثروتمندترین‌های ۲۰۲۳

فهرست ۵۰۰ میلیاردر برتر بلومبرگ نشان می‌دهد که ثروتمندترین افراد جهان در سال ۲۰۲۳ حتی ثروتمندتر شده‌اند. به گزارش «بیزنس»، حدود ۷۷ درصد از میلیاردرهایی که در این فهرست قرار گرفتند، شاهد افزایش ثروت خود بوده‌اند؛ در حالی که دیگران ضررهای خاصی را تجربه کرده‌اند. «ایلان ماسک» با ثروت خالص ۲۳۵ میلیارد دلاری همچنان در صدر قرار دارد. این میلیاردر متولد آفریقای جنوبی برای اولین بار «جف بزوس»، مالک آمازون را در اواسط سال ۲۰۲۱ از جایگاه صدرنشینی خارج کرد و از آن زمان تاکنون جایگاه اول را حفظ کرده است. بر پایه گزارش بلومبرگ، امسال «ماسک» شاهد رشد نزدیک به ۹۸ میلیارد دلاری ثروت خود بود. در حالی که پلتفرم رسانه اجتماعی وی، یعنی ایکس یا همان توئیتر، در آشفتگی قرار داشت اما دارایی شاخص «ماسک»، یعنی تسلا از رشد ثابتی برخوردار بود و موقعیتش را مستحکم‌تر کرد. «بزوس» نیز در حال حاضر با ۱۷۸ میلیارد دلار در جایگاه سوم قرار دارد که با فاصله کمی از «برنارد آرنو»، مدیرعامل شرکت لویی ویتون موت هنسی است؛ دارایی وی در سال ۲۰۲۳ به ۱۷۹ میلیارد دلار رسیده است. همچنین «مارک زاکربرگ»، رقیب سرسخت «ماسک» و مالک متا نیز دومین رشد مطلق ثروت در سال ۲۰۲۳ را تجربه کرد و دارایی خالص وی نزدیک به ۸۳ میلیارد دلار افزایش یافت. این رشد که با افزایش سهام امپراتوری رسانه‌های اجتماعی وی پس از فروپاشی سال ۲۰۲۲ امکان‌پذیر شد، «زاکربرگ» را با ۱۲۸ میلیارد دلار در جایگاه ششم قرار داد. در میان ۱۵ نفر برتر در واقع، تنها یک میلیاردر شاهد کاهش ثروت خود بود؛ «گوتام آدانی»، میلیاردر هندی و رئیس گروه آدانی شاهد کاهش ارزش خالص دارایی خود با ۳۶,۳ میلیارد دلار بود که حدود ۸۴,۳ میلیارد دلار از دست داد و وی را از فهرست ۱۰ نفر برتر خارج کرد.

هشدار سازمان بورس درباره کلاهبرداری مجازی

رئیس اداره پیشگیری از ناهنجاری‌ها و ارتقای سلامت بازار سرمایه سازمان بورس نسبت به کلاهبرداری در فضای مجازی هشدار داد. «محمد مهدی منتظری» در این باره گفت: برخی از افراد در فضای مجازی با نشان دادن تصاویر مجوزهای نهادهای مالی تحت نظارت سازمان بورس و اوراق بهادار و انتساب مجوز به خود، اعتماد مخاطبان را جلب و اقدام به کلاهبرداری از آنها کرده‌اند. مشاهده شده است که برخی از هم‌وطنان با عضویت در کانال‌ها و گروه‌های تلگرامی به منظور سرمایه‌گذاری، وجوه خود را به شماره حساب‌ها یا شماره کارت‌های بانکی ارائه شده در تلگرام واریز می‌کنند که در نهایت سوء استفاده‌کنندگان با مسدودکردن دسترسی کاربران از آنها کلاهبرداری می‌کنند. به گفته این مقام مسئول، افرادی در تلگرام با تبلیغ مشاوره سرمایه‌گذاری و سبدگردانی و مشارکت دادن سرمایه‌گذاران در افزایش سرمایه شرکت‌های بورسی، وجوهی را از آنها دریافت می‌کنند، پس از آن به دلیل غیرقابل شناسایی بودن و فقدان مشخصات هویتی و شماره تماس از این کلاهبرداران، بعضا از طریق اقدامات پلیسی و نظارتی نیز قابل شناسایی و رهگیری نیستند و حتی برخی از این کلاهبرداران در ایران نیز اقامت ندارند که این موضوع امید تعقیب آنها را برای مال‌باختگان از بین می‌برد.

منتظری افزود: مانور متقلبانه‌ای که این افراد به کار می‌گیرند و باعث فریب و جلب اعتماد مردم می‌شود، عبارت است از «ارائه تصویر مجوز یک نهاد مالی رسمی و قانونی» در کانال خود؛ در حالی که مدیران این نهادهای مالی از سوء استفاده از نام و نشان خود توسط افراد مذکور بی‌اطلاع هستند. به عنوان مثال، اخیرا کانال‌هایی با نشان دادن تصاویر مجوز رسمی یک شرکت مشاوره سرمایه‌گذاری و یک صندوق سرمایه‌گذاری، از مردم کلاهبرداری کرده‌اند.

رئیس اداره پیشگیری از ناهنجاری‌ها و ارتقای سلامت بازار سرمایه سازمان بورس همچنین خطاب به نهادهای مالی تحت نظارت سازمان بورس و اوراق بهادار گفت: به موجب دستورالعمل ضوابط فعالیت اشخاص تحت نظارت در فضای مجازی، مصوب ۱۹ دی ماه ۱۴۰۱ سازمان بورس و اوراق بهادار، کلیه ناشران اوراق بهادار، نهادهای مالی ثبت شده و تشکل‌های خود انتظام موظف هستند تارنمای رسمی خود را از طریقی که توسط واحد نظارتی مربوط در سازمان اعلام می‌شود، معرفی کنند و بسترهای انتشار اخبار و اطلاعات و انجام فعالیت‌ها و رسانه‌های اجتماعی و خبری و ابزارهای تعامل الکترونیکی خود را از طریق تارنمای فوق به عموم معرفی و برای به‌روزرسانی آن اقدام کنند. به گفته «منتظری»، پیش از این سازمان بورس و اوراق بهادار فهرست مشخصات کامل نهادهای مالی دارای مجوز، به همراه آدرس محل دفاتر و شعبات ارائه خدمات را در تارنمای نهادهای مالی دارای مجوز سازمان بورس و اوراق بهادار به آدرس https://cfi.seo.ir/fa ارائه کرده است.

خبرنامه

لغو عرضه بلوک ۵۱ درصدی سهام سرخابی‌ها

سرخابی‌ها بدون مشتری ماندند

فرابورس ایران با صدور اطلاعیه‌ای اعلام کرد که عرضه بلوک ۵۱ درصدی دو باشگاه استقلال و پرسپولیس به دلیل نبود متقاضی، در روز ۱۲ دی ماه انجام نخواهد شد. سازمان خصوصی‌سازی با انتشار آگهی اعلام کرده بود که قصد دارد بلوک ۵۱ درصدی دو باشگاه استقلال و پرسپولیس را در روز ۱۲ دی ماه واگذار کند. از طرفی فرابورس ایران با صدور اطلاعیه‌ای اعلام کرد که این عرضه به دلیل نبود متقاضی انجام نمی‌شود. پیش از این سازمان خصوصی‌سازی اعلام کرده بود که تعداد ۵ میلیارد و ۳۶۲ میلیون و ۶۵۷هزار و ۶۵۰ سهم؛ معادل ۵۱ درصد سهام شرکت فرهنگی ورزشی پرسپولیس (سهامی عام) متعلق به وزارت ورزش و جوانان را به‌صورت نقد و شرایطی در روز سه‌شنبه، ۱۲ دی‌ماه امسال از طریق بازار پایه فرابورس ایران به فروش می‌رساند. قیمت پایه هر سهم این بلوک «پرسپولیس» برای این عرضه نیز معادل قیمت تابلوی فرابورس در روز عرضه (معادل قیمت پایانی روز قبل از عرضه) به‌اضافه ۱۱۰ درصد به‌شرط آنکه از ۳۹۴۶ ریال کمتر نباشد، تعیین شده بود. همچنین قرار بود تعداد ۵ میلیارد و ۵۰۳ میلیون و ۴۸۶ هزار و ۵۰۰ سهم معادل ۵۱ درصد سهام شرکت فرهنگی ورزشی استقلال ایران (سهامی عام) متعلق به وزارت ورزش و جوانان، توسط سازمان خصوصی‌سازی به صورت نقد و شرایطی در روز سه‌شنبه، ۱۲ دی ماه امسال از طریق بازار پایه فرابورس ایران به فروش برسد. قیمت پایه هر سهم این بلوک «استقلال» هم برای این عرضه، معادل قیمت تابلو فرابورس در روز عرضه (معادل قیمت پایانی روز قبل از عرضه) به اضافه ۱۱۰ درصد به شرط آنکه از ۳۳۶۲ ریال کمتر نباشد، تعیین شده بود.

بیشترین بازدهی به صنعت انبوه‌سازی رسید

کارنامه پاییزی صنایع بورسی

بورس تهران در پاییز امسال شاهد افزایش تراز ۴,۲ درصدی شاخص کل بورس و افزایش تراز ۵,۵ درصدی شاخص کل هم‌وزن بود. در این فصل بیشترین رشد تراز به شاخص صنعت انبوه‌سازی با بازدهی ۲۲,۴ درصدی به ثبت رسید. بازار سهام فصل پاییز را با سطح ۲ میلیون و ۱۲۱ هزار واحدی شاخص کل در ابتدای مهرماه آغاز کرد. مهرماه فصل ریزش شاخص‌های سهامی بود اما در این ماه شاهد رشد ارزش معاملات سهام در روزهای ریزشی بازار نیز بودیم. در مهرماه امسال برای شاخص کل بورس تهران، ریزش ۴,۲ درصدی و برای شاخص کل هم‌وزن، ریزش ۴,۴ درصدی به ثبت رسید. در این ماه ۲۵ صنعت از ۳۰ صنعت بزرگ بورس تهران ریزش تراز داشتند و تنها پنج صنعت با افزایش تراز شاخص خود مواجه شدند. بیشترین بازدهی در مهرماه به شاخص صنعت خرده‌فروش با ۱۴,۷ درصد تعلق گرفت و کمترین بازدهی نیز به شاخص صنعت رادیویی با ۱۴,۹ درصد افت تراز تعلق داشت.

همچنین آبان ماه را می‌توان بخش رکودی پاییز امسال دانست. در این ماه ارزش معاملات خرد بورس تهران به یکی از کمترین سطوح سال جاری رسید و حتی افزایش رکود معاملاتی موجب کاهش شدت خروج جریان پول حقیقی از بازار سهام شد. در آبان امسال شاخص کل بورس تهران ۶ دهم درصد افت تراز داشت و شاخص کل هم‌وزن نیز افزایش تراز ۱,۹ درصدی را به ثبت رساند. در آبان ماه شاخص ۱۵ صنعت از ۳۰ صنعت بزرگ بورس تهران، بازدهی منفی داشتند و شاخص ۱۵ صنعت دیگر با افزایش تراز همراه شدند. در بین شاخص صنایع، شاخص صنعت کاشی و سرامیک با ۱۰,۵ درصد بیشترین رشد تراز را داشت و شاخص صنعت حمل و نقل با ۷ درصد افت تراز، ضعیف‌ترین عملکرد را به ثبت رساند.

سومین ماه از سومین فصل سال جاری نیز تکمیل‌کننده روند فصل پاییز بود. در آذرماه امسال شاخص کل بورس تهران ۹,۴ درصد بازدهی داشت و تراز شاخص کل هم‌وزن نیز ۸,۲ درصد رشد کرد. در این ماه تنها شاخص صنعت خرده‌فروشی ریزش تراز داشت و شاخص ۲۹ صنعت دیگر افزایش تراز داشتند که در صدر آنها صنعت فنی و مهندسی با ۲۹,۶ درصد بازدهی قرار داشت.

همانطور که گفته شد، بازار سهام، پاییز ۱۴۰۲ را با یک روند نزولی آغاز کرد که رفته رفته به رکود معاملاتی تبدیل شد. با تغییر رنگ سیگنال‌های اثرگذار بازار سهام، روند رکوردی معاملات تغییر کرد و شاهد رشد تراز شاخص‌های سهامی شدیم. شاخص کل بورس تهران در این فصل ۴,۲ درصد رشد تراز داشت و شاخص کل هم‌وزن نیز ۵,۵ درصد بازدهی داشت. در بین شاخص ۳۰ صنعت بزرگ بورس تهران، ۲۴ شاخص صنعت فصل پاییز را با رشد تراز به پایان رساندند و شش شاخص صنعت افت تراز داشتند. بیشترین بازدهی فصل پاییز به صنعت انبوه‌سازی با ۲۲,۴ درصد افزایش تراز تعلق گرفت. شاخص صنعت انبوه‌سازی در هر سه ماه این فصل، بازدهی مثبت و مناسبی داشت؛ در حالی که در هیچ یک از این سه ماه صدر جدول بازدهی را تجربه نکرده است. صنعت استخراج کانه‌های غیرفلزی نیز با ۲۱,۶ درصد رشد تراز شاخص در رتبه دوم قرار گرفت و شاخص صنعت حمل و نقل با ۱۹,۳ درصد رشد تراز در رتبه سوم قرار گرفت. در بین صنایع نزولی فصل پاییز نیز صنعت اداره بازارهای مالی با ریزش تراز ۵,۶ درصدی ضعیف‌ترین عملکرد را داشت و پس از آن شاخص صنعت فرآورده‌های نفتی با ۴ درصد افت تراز قرار گرفت. صنعت خودرو و ساخت قطعات نیز یکی از صنایع سنگین بازار به شمار می‌رود که در پاییز امسال عملکرد ضعیفی داشت.

سقف رقابت قیمتی در رینگ پلیمرها سقوط کرد

خداحافظی پلیمرها با رقابت هیجانی

افزایش حجم عرضه محصولات پرطرفدار نظیر پلی‌پروپیلن شیمیایی و نساجی در رینگ فیزیکی بورس کالا به فروکش رقابت هیجانی در معاملات این محصولات انجامید. در این شرایط فاصله میان نرخ ارز در تعیین قیمت‌های پایه و نرخ ارز در بازار آزاد، محرک مهمی برای رقابت قیمتی در رینگ فیزیکی پلیمرها است. به گزارش «اکوایران»، در اولین هفته از زمستان امسال بالغ بر یک میلیون تن محصول پلیمری از رینگ فیزیکی بورس کالای ایران مورد معامله قرار گرفت، این در حالی بود که در این بازه زمانی برابر یک میلیون و ۱۱۲ هزار تن محصول در این بازار عرضه شده بود و به این ترتیب نسبت حجم معامله به عرضه به ۹۰ درصد رسید. سقف رقابت قیمتی برای کسب سهم از محصولات پرتقاضا در رینگ پلیمرها در اولین هفته زمستان به ۸۶ درصد رسید؛ این در حالی بود که ظرف هفته‌های قبل، متقاضیان رقابت‌های بیش از ۱۰۰ درصدی نیز برای کسب سهم از عرضه برخی محصولات پلیمری را به ثبت رسانده بودند.

افزایش عرضه محصولات پرتقاضا نظیر پلی‌پروپیلن شیمیایی و پلی‌پروپیلن نساجی و فروکش رقابت میان متقاضیان برای کسب سهم از عرضه این محصولات، مهمترین ویژگی معاملات رینگ فیزیکی محصولات پلیمری در اولین هفته از زمستان امسال بود. این افزایش عرضه به فروکش رقابت قیمتی متقاضیان این کالاها انجامید. میزان عرضه پلی‌پروپیلن شیمیایی در رینگ فیزیکی بورس کالا ظرف هفته ابتدایی دی ماه (منتهی به روز جمعه ۸ دی) به بیش از ۳ هزار و ۷۴۳ تن رسید، این رقم نسبت به حجم عرضه این محصول در هفته پایانی آذرماه رشدی حدودا ۳,۸ درصدی داشت. همچنین این رقم بیشترین حجم عرضه این محصول پس از ابتدای تابستان امسال بود.

کمترین حجم عرضه پلی‌پروپیلن شیمیایی در رینگ فیزیکی بورس کالا ظرف سال جاری مربوط به هفته پایانی آبان بود که تنها هزار و ۷۸۵ تن از این محصول روانه بازار شد. این کاهش حجم عرضه به شکل پلکانی ایجاد شد و رقابت‌های قیمتی بیش از ۱۰۰ درصدی را در رینگ پلیمرها رقم زد. با این وجود، پایان دوره اورهال در برخی شرکت‌های پتروشیمی و تامین خوراک باعث رشد تولید پلی‌پروپیلن‌های شیمیایی شد و این موضوع به فروکش رقابت در رینگ فیزیکی این محصول انجامید. بیشترین رقابت قیمتی ثبت شده برای پلی‌پروپیلن شیمیایی در رینگ فیزیکی مربوط به گرید EP۵۴۸R این محصول و شرکت پتروشیمی جم بود که با میانگین رقابت قیمتی ۷۲ درصدی معامله شد.

۶ میلیارد تومان پول حقیقی به بازار سهام وارد شد

صعود بورس پس از ۶ روز

فرصت امروز: در اولین روز معاملاتی هفته، شاخص کل بورس تهران پس از شش روز صعود کرد و بیش از ۵ هزار واحد در سطح ۲,۱ میلیون واحد بالا رفت. خالص تغییر مالکیت حقوقی به حقیقی بازار نیز مثبت شد و ۶ میلیارد تومان پول حقیقی به بازار سهام وارد شد. در پایان معاملات روز شنبه ۹ دی ماه، شاخص کل بورس تهران ۵ هزار و ۳۱۵ واحد نسبت به آخرین روز معاملاتی هفته گذشته بالاتر ایستاد و به سطح ۲ میلیون و ۱۸۲ هزار و ۷۲۵ واحد رسید تا پس از شش روز بار دیگر سبزپوش شود. شاخص کل هم‌وزن نیز با ۴ هزار و ۳۵۸ واحد افزایش در تراز ۷۵۹ هزار و ۶۵۴ واحد ایستاد. در آن سوی بازار نیز شاخص کل فرابورس با رشد ۱۱۰ واحدی به رقم ۲۶ هزار و ۴۷۹ واحد رسید. شاخص هم‌وزن فرابورس هم با هزار و ۵۹۱ واحد افزایش، سطح ۱۳۹ هزار و ۲۷۱ واحد را به نمایش گذاشت. در معاملات روز گذشته همچنین خالص تغییر مالکیت حقوقی به حقیقی بازار مثبت شد و ۶ میلیارد تومان پول حقیقی به بازار سهام وارد شد. نماد حفارس بیشترین ارزش و حجم معاملات بازار را داشت و بیشترین ورود پول حقیقی نیز به این نماد معاملاتی تعلق گرفت که ارزش آن ۶۲ میلیارد تومان بود. پس از حفارس نیز نمادهای همراه، ثشاهد، ثپردیس و پکرمان بیشترین ورود پول حقیقی را داشتند. در سوی دیگر، بیشترین خروج پول حقیقی به نمادهای دی، نوری، خودرو، شکربن و شپنا تعلق داشت.

فولاد، همراه و وبصادر از جمله نمادهای سبزپوش بورس بودند که بیشترین اثر را در رشد شاخص کل داشتند. در مقابل کچاد، شبندر و میدکو از جمله نمادهای قرمز بودند که اثر منفی بر شاخص کل داشتند. در بازار فرابورس نیز نمادهای خاور، هرمز و ثپردیس بیشترین اثر افزایشی را بر شاخص کل داشتند و نمادهای بپاس، وگردش و وهور با بیشترین اثر کاهنده بر شاخص کل فرابورس همراه شدند. در بین نمادهای پرتراکنش بورس نماد حفارس بیشترین تراکنش را داشت و ثشاهد و خزامیا در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند. در فرابورس نیز نطرین، فصبا و کرمان بیشترین تراکنش را داشتند.

ارزش معاملات کل بازار سهام به ۱۱ هزار و ۸۲۲ میلیارد تومان رسید. ارزش معاملات اوراق بدهی در بازار ثانویه ۳ هزار و ۳۰۷ میلیارد تومان بود که ۲۸ درصد از ارزش کل معاملات بازار را در این روز شامل می‌شود. ارزش معاملات خرد نیز با افزایش ۱۰ درصدی به نسبت روز معاملاتی قبل به رقم ۵ هزار و ۱۶۲ میلیارد تومان رسید. در معاملات روز شنبه همانطور که اشاره شد، نماد حفارس بیشترین ارزش معاملات بازار سهام را به خود اختصاص داد که ارزش معاملات آن ۱۴۴ میلیارد تومان بود. پس از حفارس، ثشاهد بیشترین ارزش معاملات را داشت و ثپردیس رتبه سوم بیشترین ارزش معاملات را به خود اختصاص داد و پس از آن، دو نماد خودرو و همراه در رتبه‌های بعدی بیشترین ارزش معاملات قرار گرفتند. در جدول حجم معاملات نیز سهام حفارس با تعداد ۷۱۵ میلیون و ۶۶۵ هزار و ۴۰۹ سهم در صدر قرار گرفته است. شستا در رتبه دوم بیشترین حجم معاملات بازار قرار گرفت و رتبه سوم به خودرو رسید. دو نماد های‌وب و کرمان نیز در رتبه‌های بعدی بیشترین حجم معاملات بازار قرار داشتند. در جریان معاملات روز گذشته، ۶۵ نماد صف خرید داشتند و ۳۲ نماد با صف فروش مواجه شدند. مجموع ارزش صف‌های خرید با رشد ۴۹ درصدی نسبت به روز معاملاتی قبل به ۳۲۰ میلیارد تومان افزایش یافت و مجموع ارزش صف‌های فروش نیز با افزایش ۸ درصدی به ۳۰۲ میلیارد تومان رسید.

شاخص اصلی بورس تهران در حالی در پایان معاملات نهمین روز دی ماه در سطح ۲ میلیون و ۱۸۲ هزار واحد ایستاد که بورس تهران در پاییز امسال شاهد افزایش تراز ۴,۲ درصدی شاخص کل و افزایش تراز ۵,۵ درصدی شاخص هم‌وزن بود. در این فصل بیشترین رشد تراز به شاخص صنعت انبوه سازی با بازدهی ۲۲,۴ درصدی رسید. شاخص کل بورس، فصل پاییز را با سطح ۲ میلیون و ۱۲۱ هزار واحد در ابتدای مهرماه آغاز کرد و در پایان این ماه به ریزش ۴,۲ درصدی و شاخص هم‌وزن به ریزش ۴,۴ درصدی رسید. در ماه آبان نیز شاخص کل بورس تهران ۶ دهم درصد افت تراز داشت و شاخص کل هم‌وزن رشد ۱,۹ درصدی را به ثبت رساند. نهایتا در آذرماه امسال شاخص کل بورس تهران ۹,۴ درصد بازدهی مثبت داشت و تراز شاخص هم‌وزن نیز ۸,۲ درصد رشد کرد. بدین ترتیب، شاخص کل بورس در سه ماهه پاییز ۴,۲ درصد افزایش ارتفاع یافت و بازدهی شاخص کل هم‌وزن نیز به ۵,۵ درصد رسید.

آیا پیش‌بینی‌ها باز هم اشتباه از آب در می‌آیند؟

مسیر اقتصاد جهانی در سال ۲۰۲۴

اقتصاددانان و کارشناسان حوزه‌های مختلف اقتصادی معتقدند که سرنوشت نرخ بهره در آمریکا، قیمت طلای سیاه و سرانجام اقتصاد چین، تعیین‌کننده سرنوشت اقتصاد جهانی در سال ۲۰۲۴ خواهند بود. اقتصاد جهانی در ابتدای سال ۲۰۲۳ بیش ازآنچه بسیاری از تحلیلگران پیش‌بینی می‌کردند، از خود انعطاف‌پذیری نشان داد. به‌ویژه نرخ تورم جهانی بدون افزایش سطح بیکاری تا حد زیادی کاهش یافته است، اما سیاستگذارانی که از مهندسی «فرود نرم» ناامید شده‌اند، هنوز از سرانجام کار اطمینان ندارند. براساس گزارش سازمان همکاری و توسعه اقتصادی (OECD)، تولید جهانی در سال ۲۰۲۴ کاهش خواهد یافت؛ زیرا نرخ‌های بالای بهره، تورم پایدار را سرکوب کرده و در نتیجه فعالیت‌های اقتصادی را خنثی خواهد کرد. این سازمان انتظار ندارد که رشد اقتصادی تا سال ۲۰۲۵ افزایش یابد؛ یعنی زمانی که بانک‌های مرکزی پیشرو، هزینه‌های استقراض را به‌شدت کاهش خواهند داد. تا آن زمان پیش‌بینی می‌شود که تولید ناخالص داخلی جهانی (GDP) در سال جدید ۲,۷ درصد افزایش یابد که نسبت به رقم ۲,۹ درصدی سال ۲۰۲۳، اندکی کاهش خواهد یافت.

چشم‌انداز OECD به یک خماری مالی طولانی در جهان از زمان آغاز همه‌گیری کرونا و به دنبال آن، افزایش قیمت انرژی پس از حمله روسیه به اوکراین اشاره دارد. علاوه بر این، حتی اگر سیاست پولی در سال آینده شروع به ساده‌تر شدن کند، نرخ بهره جهانی براساس استانداردهای اخیر بالا باقی خواهد ماند. با این وجود، پیش‌بینی اقتصادی یک علم غیردقیق است. یک سال پیش، پیش‌بینی رکود اقتصادی آمریکا بسیار رایج بود. در جاهای دیگر نیز متصدیان بازار اطمینان دادند که هزینه‌های بدهی بالا باعث ایجاد موجی عظیم از نکول‌های دولتی در سراسر کشورهای درحال‌توسعه می‌شود، اما هیچ‌کدام از این موارد تاکنون رخ نداده‌اند. علی‌رغم تنش‌های اخیر در خاورمیانه (جنگ غزه)، اقتصاد جهانی در سال ۲۰۲۳ به‌آرامی رشد خود را با سرعت قابل‌کنترلی ادامه داد. با نگاهی به سال پیش رو، سه متغیر کلان اقتصادی و نحوه ارتباط آنها با یکدیگر، برای دستیابی به سرنخ‌هایی در مورد جهت‌گیری تولید جهانی به‌دقت رصد خواهند شد.

ابتدا به سراغ نرخ بهره در آمریکا می‌رویم. در تلاش برای کاهش تورم، فدرال رزرو آمریکا نرخ بهره معیار خود را از نزدیک به صفر در مارس سال گذشته به ۵,۲۵ تا ۵,۵ درصد افزایش داد. تجربه نشان داد که اقتصاد آمریکا به عنوان بزرگ‌ترین اقتصاد جهان، می‌تواند هزینه‌های بالای استقراض را تحمل کند. درعین‌حال حتی با کاهش تورم، بیکاری به پایین‌ترین حد در چند دهه اخیر رسیده است. نتیجه این است که تولید آمریکا تا حدودی شگفت‌آور، با سرعت سالانه ۲ درصد افزایش یافته است. این امر بسیاری از تحلیلگران را متقاعد کرده که از ناامیدی معمول ابتدای سال خود دست بکشند.

«رافائل اولزینا مارزیس»، اقتصاددان بین‌المللی معتقد است که فدرال رزرو در مسیر جلوگیری از رکود و دستیابی به کاهش تورمی خوش‌خیم است و فرود نرمی را رقم خواهد زد. نشانه‌های این فرود نرم به‌آرامی درحال ظهور هستند. بیکاری به‌آرامی در حال افزایش است و مصرف‌کنندگان، پس‌انداز کمتری نسبت به دوران همه‌گیری کرونا دارند. این امر نیاز به استقراض را از جمله در سطح شرکت‌ها بالا برده و در نتیجه ریسک‌های تأمین مالی ناشی از نرخ‌های بهره بالاتر را افزایش داده است. به گفته «مارزیس»، اگرچه کاهش تورم، عامل مهمی در تعیین سیاست پولی فدرال رزرو خواهد بود، اما تضعیف رشد تقریبا به‌طور قطع تعیین‌کننده زمان چرخش سیاست‌های فدرال رزرو خواهد بود.

قراردادهای آتی صندوق‌های فدرال، معیاری ساده برای تعیین زمانی است که احتمال تغییر نرخ بهره آمریکا وجود دارد. براساس پیش‌بینی CME FedWatch، ابزاری که احتمال تغییرات نرخ فدرال رزرو را ردیابی می‌کند، احتمال کاهش نرخ بهره در ماه مارس سال آینده ۷۶ درصد است. همچنین «مارزیس» معتقد است وقوع نوعی از ضعف اقتصادی، یعنی رکود که کاهش نرخ را تسریع خواهد کرد، تنها در نیمه دوم سال ۲۰۲۴ محتمل خواهد بود. به گفته این اقتصاددان، کاهش یک درصدی نرخ بهره در سال آینده، پس از ماه ژوئن عمدتا در راستای تقویت رشد داخلی خواهد بود، اما کاهش نرخ‌ها هم‌زمان سرمایه‌گذاری در بازارهای نوظهور را که نرخ بازدهی نسبتا بالاتری را ارائه می‌دهند، بهبود خواهد بخشید. به‌این‌ترتیب، احتمالا یک درصد کاهش در نرخ بهره فدرال رزرو باعث افزایش یک درصدی تولید ناخالص داخلی جهانی شود. این اقتصاددان همچنین می‌گوید که ثابت نگه‌داشتن نرخ‌ها، نتیجه معکوس خواهد داشت. یک شوک خارجی مانند یک جهش غیرمنتظره در قیمت نفت، می‌تواند تورم را دوباره بالا ببرد و فدرال رزرو را وادار کند که نرخ‌ها را تثبیت کند یا حتی آنها را بالا ببرد. این امر، رشد آمریکا و حتی رشد جهانی را تضعیف خواهد کرد.

براساس این گزارش، اندکی پس از آغاز جنگ غزه در روز ۷ اکتبر ۲۰۲۳، بانک جهانی از چشم‌انداز بازار کالای خود استفاده کرد تا هشدار دهد که اگر تولیدکنندگان در منطقه به درگیری گسترده‌تری وارد شوند، قیمت نفت خام برنت که معیار بین‌المللی است، ممکن است افزایش یابد. در بدترین سناریو، این بانک تخمین زد که عرضه جهانی نفت می‌تواند بین ۶ تا ۸ میلیون بشکه در روز کاهش یابد که این روند قیمت‌ها را به بین ۱۴۰ تا ۱۵۷ دلار در هر بشکه خواهد رساند. به گفته بانک جهانی، در صورت بروز یک اختلال کوچک‌تر، قیمت‌ها همچنان می‌تواند به ۱۰۲ تا ۱۲۱ دلار در هر بشکه برسد. در حال حاضر، به نظر می‌رسد بازارهای نفت از تأثیرات تنش‌های خاورمیانه شانه خالی کرده‌اند. حتی با توجه به حملات اخیر شورشیان حوثی به کشتی‌ها در دریای سرخ، نفت خام برنت کمتر از ۷۹ دلار در هر بشکه معامله می‌شود که نسبت به رقم ۹۲,۴ دلاری در اواسط اکتبر، کاهش یافته است. البته دلایل متعددی برای این امر وجود دارد.

اول اینکه اقتصاد جهانی نسبت به تحریم نفتی سال ۱۹۷۳ که قیمت‌ها را ۴ برابر کرد، موقعیت بهتری برای مقاومت در برابر شوک عرضه دارد. امروزه خاورمیانه ۳۰ درصد از نیاز جهانی را تأمین می‌کند که نسبت به ۳۷ درصد ۵۰ سال پیش کاهش داشته است. علاوه بر این، منابع انرژی آمریکا در دهه‌های اخیر افزایش پیدا کرده‌اند. درعین‌حال، فعالیت‌های اقتصادی در مصرف سوخت کارآمدتر شده‌اند؛ درحالی‌که انرژی‌های تجدیدپذیر هم قابل‌دسترس‌تر شده‌اند. برای «جان بافس» رئیس واحد کالاهای بانک جهانی و نویسنده اصلی گزارش چشم‌انداز بازارهای کالا، به نظر می‌رسد معامله‌گران در حال حاضر از احتمال تشدید درگیری‌های نظامی در پیش‌بینی قیمت‌های خود کاسته‌اند. او می‌گوید که تجار زیادی سال گذشته اشتباه کرده و میزان اختلالات در عرضه نفت پس از حمله روسیه به اوکراین را بیش‌ازحد برآورد کردند؛ بنابراین آنها می‌خواهند قبل از شروع قیمت‌گذاری، خطرات مادی ناشی از درگیری‌های خاورمیانه را ببینند. طبق برآورد وی، حتی اگر قیمت نفت برنت به دلیل مشکلات عرضه خاورمیانه ۲۰ دلار افزایش پیدا کند، بعید است بر رشد جهانی، تأثیر مادی چندانی داشته باشد.

اقتصاددانان همچنین به دلیل اندازه و ارتباط عمیق چین با اقتصاد جهانی، از نزدیک وضعیت چین را تحت نظر گرفته‌اند. فعالیت در این کشور، اثرات موجی بر تجارت جهانی، زنجیره‌های تأمین بین‌المللی و قیمت کالاها دارد. پس از سه سال کنترل سختگیرانه موسوم به سیاست «کووید صفر»، انتظار می‌رفت چین در مقام دومین اقتصاد بزرگ جهان، زمانی که به‌طور ناگهانی در دسامبر گذشته اقتصاد خود را بازگشایی کرد، به حالت اولیه بازگردد، اما رشد از آن زمان شکننده بوده و تولید اقتصادی این کشور به دلیل کندی بخش املاک محدود شده است. در سال ۲۰۲۰، پکن شروع به محدود کردن استفاده توسعه‌دهندگان املاک از دریافت وام کرد. بخش املاک و مستغلات که ۲۳ درصد از تولید ناخالص داخلی چین را تشکیل می‌دهد، از آن زمان در بحبوحه کاهش قیمت مسکن و نکول توسعه‌دهندگان دچار رکود شده است. «شینا یوئه»، اقتصاددان چینی در کپیتال اکونومیکس می‌گوید که بخش املاک بر بهبود اقتصاد چین تأثیر می‌گذارد. مصرف‌کنندگان همچنان به این بخش بدبین هستند. پس از سرکوب ستون‌های اصلی این بخش، بسیاری از خانه‌های پیش‌خرید شده هرگز ساخته نشدند.

آژانس رتبه‌بندی اعتباری مودیز در اوایل ماه گذشته، چشم‌انداز خود در مورد رتبه بدهی چین را از «پایدار» به «منفی» کاهش داد و دلیل آن را «افزایش خطرات ناشی از کاهش رشد میان‌مدت و کاهش مداوم رشد در بخش املاک» دانست. بازار املاک چین همچنین پیوند نزدیکی با منابع مالی دولت‌های محلی دارد که در سال‌های اخیر تحت‌فشار قرار گرفته‌اند. پس از بحران مالی جهانی در سال ۲۰۰۸، دولت‌های محلی سرمایه‌گذاری زیرساختی مبتنی بر اعتبار را برای تقویت رشد پذیرفتند. بااین‌حال، تقاضا پس از چندین دهه شهرنشینی سریع کاهش یافته است. همراه با هزینه‌های مرتبط با همه‌گیری، کاهش درآمدهای فروش زمین که منبع اصلی درآمد دولت‌های محلی است، باعث کاهش بودجه شده و برخی از دولت‌های محلی را وادار کرده تا برای پرداخت صورت‌حساب‌های خود به پکن اتکا کنند. در واقع، پکن در ماه‌های اخیر در دسترس بودن اعتبار را تحت کنترل خود گرفته است. رشد گسترده اعتبار که میزان وام‌دهی در سراسر نظام مالی داخلی را اندازه می‌گیرد، در ماه نوامبر نسبت به سال قبل، ۹,۴ درصد افزایش یافت. فروش اوراق قرضه دولتی، نیمی از این میزان را تشکیل داده است. به گفته «یوئه»، اتکا به تأمین مالی دولت به‌عنوان محرک رشد اقتصادی، نشان از آن دارد که ساختار اعتبار هنوز نامساعد است. داده‌ها نشان می‌دهد که اقتصاد به لطف کمک‌های دولتی در حال ثبات است. درحالی‌که بعید است این وضعیت به‌زودی تغییر کند، اما زمانی که تغییری رخ دهد، خوب نخواهد بود.

اقتصاددانان، تقاضای وام را به‌عنوان یک فشارسنج برای بهبود اقتصادی چین در نظر گرفته‌اند. رشد آهسته اعتبار معمولا با انقباضات اقتصادی مرتبط است؛ زیرا مشاغل و مصرف‌کنندگان تمایلی به استقراض ندارند و به‌جای آن، پس‌انداز خود را ذخیره می‌کنند. او پیش‌بینی می‌کند که سرعت توسعه اعتبار از ۱۰ درصد در سال ۲۰۲۳ به ۸ درصد در سال جدید میلادی کاهش خواهد یافت اما همچنین هشدار می‌دهد که این اشتباه است که فکر کنیم سرعت توسعه اعتبار، تأثیر زیادی بر تولید ناخالص داخلی خواهد داشت. تأثیر گسترش اعتبار در چین بر رشد جهانی احتمالا بسیار محدود خواهد بود. درحالی‌که این روندها انتظارات از چشم‌انداز نسبتا خوش‌خیم رشد جهانی در سال ۲۰۲۴ را تقویت کرده است، شواهد تاریخی نشان می‌دهد که فرودهای نرم همچنان بعید به نظر می‌آیند؛ یعنی ممکن است مشابه سال ۲۰۲۳، پیش‌بینی‌ها برخلاف واقعیت از آب درآیند.

نوبت دوم

« آگهی تجدید مناقصه عمومی
شماره ۲-۱۴۰۲/۸»

N.P.G.M
شرکت مدیریت تولید برق نکا
(نیروگاه شهید سلیمی)

شرکت مدیریت تولید برق نکا در نظر دارد نسبت به خرید دو دستگاه خلوص سنج واحد بخار نیروگاه شهید سلیمی نکا طبق شرایط ذیل و همچنین شرایط فنی و خصوصی پیوست اسناد مناقصه اقدام نماید . علاقمندان میتوانند اسناد مناقصه را از روزشنبه مورخ ۱۴۰۲/۱۰/۰۹ لغایت روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۲/۱۰/۱۸ با مراجعه به سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس WWW.SETADIRAN.IR با شماره ۲۰۰۲۰۹۳۷۹۱۰۰۰۰۴۸ دریافت نموده و پس از تکمیل اسناد پاکت پیشنهادی را حداکثر تا ساعت ۱۶ روزشنبه مورخ ۱۴۰۲/۱۰/۳۰ ضمن بارگذاری در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) فقط پاکت الف را به صورت فیزیکی به اداره تدارکات این شرکت ارسال نمایند.پیشنهادات واصله راس ساعت ۸,۳۰ صبح روزیکشنبه مورخ ۱۴۰۲/۱۱/۰۱ باتوجه به شرایط مناقصه باز و قرائت خواهد شد. بدیهی است به پیشنهادهای فاقد بارگذاری در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت ستاد فاقد امضا، مشروط ، مخدوش و به پیشنهاد هایی که بعد از موعد مقرر واصل شود مطلقا ترتیب اثر داده نخواهد شد.سایر اطلاعات و جزئیات مربوطه در اسناد مناقصه مندرج می باشد.

۱- مدت زمان تحویل کالا : پنج ماه از تاریخ واریز پیش پرداخت می باشد. لیکن قرارداد از تاریخ مبادله دارای ۷ماه اعتبار می باشد.

۲-حضور پیشنهاد دهندگان یا نمایندگان آنان در جلسه گشایش پیشنهادهای مالی کمیسیون مناقصه آزاد می‌باشد

۳-سپرده شرکت در مناقصه : مبلغ سپردهٔ شرکت در مناقصه ۱,۴۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال است که بایستی به یکی‌از صورت‌های مشروحه‌ذیل همراه با اسناد مناقصه در پاکت الف به‌دستگاه مناقصه‌گذار تسلیم گردد:

۱-۳-رسید بانکی واریز وجه مزبور به حساب سیبا ۰۱۰۵۶۹۲۷۱۶۰۰۸ این شرکت نزد بانک ملی ایران شعبه نیروگاه شهید سلیمی نکا

۲-۳-ضمانتنامه بانکی به نفع شرکت مدیریت تولید برق نکا با شناسه ملی ۱۰۱۰۱۳۳۶۷۸۷ برابر با فرم پیوست که می بایست دارای ۳ ماه اعتبار باشد.

۴-توانایی ارائه ضمانتنامه بانکی حُسن انجام تعهدات به میزان ۱۰٪ مبلغ قرارداد پس از عقد قرارداد .

۵-به پیشنهادهای فاقد امضاء ، مشروط ، مخدوش و پیشنهاداتی که بعد از انقضاء مدت مقرر در فراخوان واصل می شود ، مطلقاً ترتیب اثر داده نخواهد شد.

۶-سایر اطلاعات و جزئیات مربوط ، در اسناد مناقصه مندرج است.

جهت مشاهده آگهی و خلاصه اسناد به سایت های www.tender.tpph.ir , www.npgm.ir و پایگاه ملی مناقصات کشور مراجعه وبرای کسب موارد بازرگانی با شماره تلفن ۰۹۱۱۱۵۲۶۲۰۴ آقای اسدپور و جهت کسب اطلاعات فنی بیشتر با شماره تلفن ۰۹۳۶۹۷۹۳۸۱۴ آقای مهندس چوپانی تماس حاصل فرمایید .

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۱۰/۰۹
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۱۰/۱۰

اداره روابط عمومی

۸۹۱

آگهی مفقودی

برگ سبز خودرو سواری پراید به شماره انتظامی ۱۶ ایران ۶۲۷ ط ۸۸ شماره موتور ۳۱۷۳۴۲۶ شماره شاسی S۱۴۱۲۲۸۸۰۶۹۷۳۵ متعلق به اینجانب نرگس سیامک به کد ملی ۰۳۸۶۶۱۹۰۰۱ مفقود واز درجه اعتبار ساقط میباشد

رباط کریم

آگهی مفقودی

برگ سبز خودرو سواری تیبا به شماره انتظامی ۶۶ ایران ۴۸۲ س ۸۳ شماره موتور ۵۰۵۷۴۳۳ شماره شاسی NAS۸۱۱۱۰۰C۵۷۱۶۳۶۲ متعلق به اینجانب اعظم افراسیابی به کد ملی ۰۰۶۶۸۶۳۳۷۶ مفقود واز درجه اعتبار ساقط میباشد

رباط کریم

مفقودی گنبد کاووس

مجوز حمل سلاح شکاری ساچمه زنی دولول رویهم مدل کوسه ساخت کشور ترکیه به شماره سلاح ۹۱۱۳۱۹۴۱۳ به مالکیت مصطفی خردمند به شماره ملی ۴۸۸۸۸۷۷۰۰۹ نام پدر اراز قلی مفقود و از درجه اعتبار ساقط می باشد

مفقودی مدارک خودرو

برگ سبز و کارت خودرو پراید ۱۱۱ (EX) سفید مدل ۱۳۹۲ به شماره موتور ۴۹۰۲۲۰۴ و شماره پلاک انتظامی ۲۵۰۷۱۷ ایران ۲۱ و شماره شناسایی NAS۴۳۱۱۰۰D۵۷۴۵۶۴۲ (VIN) بنام زهرا همدانی مفقود وازدرجه اعتبار ساقط است.

اخطاریه

آقای اروج شاهرودی ، پیرو انتشار مورخه ۱۴۰۲/۹/۲۷ در روزنامه فرصت امروز بعلت عدم حضور جنابعالی طلاق همسر شما خانم محبوبه اسماعیلی به نوع خلع نوبت اول به شماره ثبت ۸۵۴۰ تاریخ ۱۴۰۲/۱۰/۷ در دفتر طلاق ۱۹ اسلامشهر به آدرس اسلامشهر نبش خیا بان باغ نرده پلاک ۴۳ ثبت گردید.

داریوش زینل زاده – دفتر طلاق ۱۹ اسلامشهر

فقدان سند مالکیت

آقای محمد عسکری مجد ابادی با وکالت آقای عباس یونسی پور برابر وکالتنامه ۷۸۳۱۵ – ۱۴۰۲/۱۰/۰۵ دفتر ۲۷ اراک با ارائه یک برگ فرم استشهادیه محلی که امضا احد از شهود را دفترخانه اسناد رسمی گواهی نموده مدعی میباشند که یک برگ سند مالکیت ششدانگ پلاک ۳ فرعی از ۱۸۴۵ اصلی واقع در بخش دو اراک ذیل صفحه ۳۷ دفتر ۱۱۸ بشماره ثبت ۱۸۵۷۳ بنام محسن و محمد عسگری مجدابادی نسبت به دو دانگ و چهار دانگ صادر و تسلیم گردیده است و تمامت دو دانگ مشاع برابر سند انتقال ۱۳۷۷/۱۲/۲۰ – ۳۱۵۶۴ دفتر ۱۴ اراک از طرف محسن عسگری مجد ابادی به اقای محمد عسگری مجد ابادی منتقل و سند اولیه در سهم ایشان قرار گرفته سند بشماره مسلسل ۲۲۰۰۰۸ و ۲۲۰۰۰۹ به علت سهل انگاری مفقود گردیده لذا به استناد تبصره یک اصلاحی ماده ۱۲۰ آیین نامه قانون ثبت و بخشنامه های صادره بدینوسیله مراتب اگهی می گردد که هر کسی مدعی انجام معامله ای نسبت به ملک مزبور و یا وجود سند مالکیت نزد خود می باشد از تاریخ انتشار این آگهی تا ۱۰ روز به این اداره مراجعه و اعتراض خود را با مدارک صحیح تسلیم نماید در صورت انقضاء مدت مزبور و عدم وصول واخواهی یا وصول واخواهی بدون ارائه سند مالکیت یا سند معامله در صدور سند مالکیت المثنی طبق مقررات اقدام خواهد شد.

رئیس اداره ثبت اسناد و املک منطقه دو اراک – علی اکبر اسماعیلی
شناسه آگهی ۱۶۳۳۱۹۹
۸۹۵

فقدان سند مالکیت

آقای ناصر علی محمدی با ارائه یک برگ فرم استشهادیه محلی که امضا احد از شهود را دفترخانه اسناد رسمی گواهی نموده مدعی میباشند که یک برگ سند مالکیت ششدانگ پلاک ۵۳۳ فرعی از ۴۴۶۰ اصلی واقع در بخش دو اراک ذیل صفحه ۳۷۳ دفتر ۵۰ بشماره ثبت ۵۰۲۱ بنام ترابعلی محمدی صادر و تسلیم گردیده است و مقدار سه دانگ مشاع برابر سند انتقال ۱۷۷۳۹ – ۱۳۶۶/۱۱/۲۱ دفتر ۹ اراک به اقای ناصر علی محمدی منتقل و سند اولیه در سهم ایشان قرار گرفته سند بشماره مسلسل ۹۷۹۴۲۹ به علت سهل انگاری مفقود گردیده لذا به استناد تبصره یک اصلاحی ماده ۱۲۰ آیین نامه قانون ثبت و بخشنامه های صادره بدینوسیله مراتب اگهی می گردد که هر کسی مدعی انجام معامله ای نسبت به ملک مزبور و یا وجود سند مالکیت نزد خود می باشد از تاریخ انتشار این آگهی تا ۱۰ روز به این اداره مراجعه و اعتراض خود را با مدارک صحیح تسلیم نماید در صورت انقضاء مدت مزبور و عدم وصول واخواهی یا وصول واخواهی بدون ارائه سند مالکیت یا سند معامله در صدور سند مالکیت المثنی طبق مقررات اقدام خواهد شد.

رئیس اداره ثبت اسناد و املک منطقه دو اراک – علی اکبر اسماعیلی
شناسه آگهی ۱۶۳۳۱۹۵
۸۹۶

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

برابر رای شماره ۱۴۰۲۶۰۳۱۲۰۰۴۰۱۲۶۷ پرونده کلاسه ۱۴۰۲۱۱۴۴۱۲۰۰۴۰۰۰۶۱۱ هیات اول دوم موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک گنبد کاووس تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی غفور بازیار فرزند شانظر نسبت ششدانگ یک قطعه زمین احداث بنا شده به مساحت ۶۰ /۲۵۸ متر مربع جدا شده از پلاک ۴۴۷۱ فرعی از ۱ اصلی واقع گنبد کاووس گدم آباد خیابان فتاح نبش کوچه ۴ بخش ۱۰ حوزه ثبت ملک گنبدانتقال ملک مع الواسطه از انا اقا نورانی به متقاضی داشته و تصرفات متقاضی نسبت به مورد تقاضا احراز گردیده است به منظور اطلاع عموم مراتب در دونوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دوماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یکماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد .

م الف ۱۱۵۹۹ هادی عطایی مقدم رییس اداره ثبت اسناد و املاک گنبد کاووس
ازطرف شکرانه باقری آذر

تاریخ انتشار اول ۱۴۰۲/۱۰/۱۰
تاریخ انتشار دوم ۱۴۰۲/۱۰/۲۴

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

برابر رای شماره ۱۴۰۲۶۰۳۱۲۰۰۴۰۱۳۸۹۷ پرونده کلاسه ۱۴۰۲۱۱۴۴۱۲۰۰۴۰۰۰۸۴۷ هیات اول دوم موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک گنبد کاووس تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی عبدالغفور آجان فرزند سید حامد نسبت ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۲۰۰۰۰ متر مربع جدا شده از پلاک ۱۶۱ فرعی از ۱۳ و ۳۹ اصلی واقع گنبداراضی قریه پشمک‌پناده بخش ۱۰ حوزه ثبت ملک گنبدانتقال ملک مع الواسطه از مراد پشمکی به متقاضی داشته و تصرفات متقاضی نسبت به مورد تقاضا احراز گردیده است به منظور اطلاع عموم مراتب در دونوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دوماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یکماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد .

م الف ۱۱۶۳۵ هادی عطایی مقدم رییس اداره ثبت اسناد و املاک گنبد کاووس
ازطرف شکرانه باقری آذر

تاریخ انتشار اول ۱۴۰۲/۱۰/۱۰
تاریخ انتشار دوم ۱۴۰۲/۱۰/۲۴

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

برابر رای شماره ۱۴۰۲۶۰۳۱۲۰۰۴۰۱۳۷۵۵ پرونده کلاسه ۱۴۰۲۱۱۴۴۱۲۰۰۴۰۰۰۷۰۶ هیات اول دوم موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک گنبد کاووس تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی حمید دولت خواه فرزند اتک نسبت ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۱۸ /۱۴۹۲۱ متر مربع جدا شده از پلاک ۹ اصلی واقع گنبد کاووس اراضی زراعی قریه سلاخ تاج محمد بخش ۱۰ حوزه ثبت ملک گنبدانتقال ملک مع الواسطه از حالت بردی دولت خواه به متقاضی داشته و تصرفات متقاضی نسبت به مورد تقاضا احراز گردیده است به منظور اطلاع عموم مراتب در دونوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دوماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یکماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد .

م الف ۱۱۶۴۳ هادی عطایی مقدم رییس اداره ثبت اسناد و املاک گنبد کاووس
ازطرف شکرانه باقری آذر

تاریخ انتشار اول ۱۴۰۲/۱۰/۱۰ تاریخ انتشار دوم ۱۴۰۲/۱۰/۲۴

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

برابر رای شماره ۱۴۰۲۶۰۳۱۲۰۰۴۰۱۳۷۵۴ پرونده کلاسه ۱۴۰۲۱۱۴۴۱۲۰۰۴۰۰۰۷۰۷ هیات اول دوم موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک گنبد کاووس تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی امان محمد ناحید فرزند حسن نسبت ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۱۳۰۹۰ متر مربع جدا شده از پلاک ۳ اصلی واقع گنبداراضی امانقرجه بخش ۱۵ حوزه ثبت ملک گنبدانتقال ملک مع الواسطه از اوره هیوه چی به متقاضی داشته و تصرفات متقاضی نسبت به مورد تقاضا احراز گردیده است به منظور اطلاع عموم مراتب در دونوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دوماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یکماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد .

م الف ۱۱۶۵۷ هادی عطایی مقدم رییس اداره ثبت اسناد و املاک گنبد کاووس
ازطرف شکرانه باقری آذر

تاریخ انتشار اول ۱۴۰۲/۱۰/۱۰
تاریخ انتشار دوم ۱۴۰۲/۱۰/۲۴

رئیس محترم اتحادیه نمایندگی های مجاز و خدمات فنی موتور سیکلت و دوچرخه شهرستان گنبد کاووس

احتراما از آنجاییکه دوره هیات مدیره و بازرسی آن اتحادیه روبه اتمام می باشد پیرو صورتجلسه مورخ ۱۴۰۲/۱۰/۰۵ هیات اجرایی برگزاری انتخابات و بر اساس بند ۸ مصوبه پنجمین جلسه کمیسیون نظارت مورخ ۱۴۰۲/۰۵/۲۹ به کلیه اعضا تحت پوشش دارای پردانه کسب معتبر دو اتحادیه اعلام نمایید کسانیکه مایل به کاندیداتوری در هیات مدیره و بازرس آن اتحادیه می باشند می توانند از روز شنبه ۱۴۰۲/۱۰/۰۹ لغایت روز شنبه مورخ ۱۴۰۲/۱۰/۲۳ به مدت ۱۵ روز با مراجعه به سامانه برگزاری تشکلهای صنفی به نشانی election.iranianansafir نسبت به تکمیل پرسشنامه و بارگزاری تصاویر شناسنامه کارت ملی مدرک تحصیلی (حداقل دیپلم برای افراد فاقد سابقه عضویت در هیات مدیره اعتبار نامه برای افراد دارای سابقه عضویت در هیات مدیره اتحادیه) و عکس پرسنلی خود جهت ثبت نام اقدام نموده و پرینت مدارک را بهمراه یکسری فتوکپی از مدارک بارگذاری شده و اصل مدارک جهت بازبینی و تطبیق مدارک به دبیرخانه هیات اجرایی برگزاری انتخابات اتحادیه های صنفی واقع در اداره صنعت معدن و تجارت گنبد تحویل نمایند. ضمنا به پیوست یک برگ فرم شرایط داوطلبان عضویت در هیات مدیره اتحادیه های صنفی ارسال میگردد لذا فرم مذکور ضمیمه اگهی ثبت نام شده و به کلیه اعضای صنف اطلاع رسانی گردد و از نتیجه اقدامات این اداره را مطلع نمائید

جواد حبیبی نوده
رئیس هیات اجرائی برگزاری انتخابات

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

برابر رای شماره ۱۴۰۲۶۰۳۱۲۰۰۴۰۱۳۸۸۱ مورخ ۱۴۰۲/۰۹/۳۰ پرونده کلاسه ۱۴۰۲۱۱۴۴۱۲۰۰۴۰۰۱۱۷۷ هیات اول دوم موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک گنبد کاووس تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی داوود کاووسی زاده فرزند نوروز قلی نسبت ششدانگ یک قطعه زمین احداث بنا شده ۸۹ /۱۰۳ متر مربع جدا شده از پلاک ۶۱۱۶۷ فرعی از ۱ اصلی واقع گنبد کاووس بلوار امامزاده غربی بعد از کوچه آق خیابان ۱۰ متری ایمر بخش ۱۰ حوزه ثبت ملک گنبدانتقال ملک مع الواسطه از محل تمامت سهم مالکیت مشاعی به متقاضی داشته و تصرفات متقاضی نسبت به مورد تقاضا احراز گردیده است به منظور اطلاع عموم مراتب در دونوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دوماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یکماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد .

م الف ۱۱۶۰۰ هادی عطایی مقدم رییس اداره ثبت اسناد و املاک گنبد کاووس
ازطرف شکرانه باقری آذر

تاریخ انتشار اول ۱۴۰۲/۱۰/۱۰ تاریخ انتشار دوم ۱۴۰۲/۱۰/۲۴

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

برابر رای شماره ۱۴۰۲۶۰۳۱۲۰۰۴۰۱۳۹۷۹ مورخ ۱۴۰۲/۱۰/۰۳ پرونده کلاسه ۱۴۰۲۱۱۴۴۱۲۰۰۴۰۰۰۶۴۹ هیات اول دوم موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک گنبد کاووس تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی شهرداری گنبد نسبت ششدانگ یک قطعه زمین احداث بناشده به مساحت ۶۳۰۰ متر مربع جدا شده از پلاک ۱۰۵۱۷ فرعی از ۱ اصلی واقع گنبد کاووس کوی شهرداری جنب دانشکده کوثر بخش ۱۰ حوزه ثبت ملک گنبدانتقال ملک مع الواسطه از سهم سرانه شهرداری به متقاضی داشته و تصرفات متقاضی نسبت به مورد تقاضا احراز گردیده است به منظور اطلاع عموم مراتب در دونوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دوماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یکماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد .

م الف ۱۱۶۳۱ هادی عطایی مقدم رییس اداره ثبت اسناد و املاک گنبد کاووس
ازطرف شکرانه باقری آذر

تاریخ انتشار اول ۱۴۰۲/۱۰/۱۰ تاریخ انتشار دوم ۱۴۰۲/۱۰/۲۴

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

برابر رای شماره ۱۴۰۲۶۰۳۱۲۰۰۴۰۱۴۰۷۳ مورخ ۱۴۰۲/۱۰/۰۵ پرونده کلاسه ۱۴۰۲۱۱۴۴۱۲۰۰۴۰۰۱۰۱۵ هیات اول دوم موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک گنبد کاووس تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی علی محمد ته کر فرزند محمد نسبت ششدانگ یک قطعه زمین احداث بنا شده به مساحت ۱۷۹/۵۰ متر مربع جدا شده از پلاک ۱۰۵۱۸ فرعی از ۱ اصلی واقع گنبد کاووس بلوار تقی اباد نبش خیابان پامچال بخش ۱۰ حوزه ثبت ملک گنبدانتقال ملک مع الواسطه از دادخدا بازور به متقاضی داشته و تصرفات متقاضی نسبت به مورد تقاضا احراز گردیده است به منظور اطلاع عموم مراتب در دونوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دوماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یکماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد .

مالف ۱۱۶۰۳ هادی عطایی مقدم رییس اداره ثبت اسناد و املاک گنبد کاووس
ازطرف شکرانه باقری آذر

تاریخ انتشار اول ۱۴۰۲/۱۰/۱۰ تاریخ انتشار دوم ۱۴۰۲/۱۰/۲۴

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

برابر رای شماره ۱۴۰۲۶۰۳۱۲۰۰۴۰۱۳۸۰۷ مورخ ۱۴۰۲/۰۹/۲۸ پرونده کلاسه ۱۴۰۲۱۱۴۴۱۲۰۰۴۰۰۰۲۲۲ هیات اول دوم موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک گنبد کاووس تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آق قلی موحد قوجق فرزند بیک‌نظر نسبت ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۲۰۰۰۰ متر مربع جدا شده از پلاک ۱۰ اصلی واقع گنبد کاووس اراضی زراعی حالی اخوند بخش ۱۱ حوزه ثبت ملک گنبدانتقال ملک مع الواسطه از بیک نظر موحد قوجق به متقاضی داشته و تصرفات متقاضی نسبت به مورد تقاضا احراز گردیده است به منظور اطلاع عموم مراتب در دونوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دوماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یکماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد .

م الف ۱۱۶۳۸ هادی عطایی مقدم رییس اداره ثبت اسناد و املاک گنبد کاووس
ازطرف شکرانه باقری آذر

تاریخ انتشار اول ۱۴۰۲/۱۰/۱۰ تاریخ انتشار دوم ۱۴۰۲/۱۰/۲۴

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

برابر رای شماره ۱۴۰۲۶۰۳۱۲۰۰۴۰۱۴۰۷۲ مورخ ۱۴۰۲/۱۰/۰۵ پرونده کلاسه ۱۴۰۲۱۱۴۴۱۲۰۰۴۰۰۱۰۱۴ هیات اول دوم موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک گنبد کاووس تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی علی محمد ته کر فرزند محمد نسبت ششدانگ یک قطعه زمین احداث بنا شده به مساحت ۱۷۹/۷۰ متر مربع جدا شده از پلاک ۱۰۵۱۸ فرعی از ۱ اصلی واقع گنبد کاووس بلوار تقی اباد نبش خیابان پامچال بخش ۱۰ حوزه ثبت ملک گنبدانتقال ملک مع الواسطه از دادخدا بازور به متقاضی داشته و تصرفات متقاضی نسبت به مورد تقاضا احراز گردیده است به منظور اطلاع عموم مراتب در دونوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دوماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یکماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد .

م الف ۱۱۶۰۵ هادی عطایی مقدم رییس اداره ثبت اسناد و املاک گنبد کاووس
ازطرف شکرانه باقری آذر

تاریخ انتشار اول ۱۴۰۲/۱۰/۱۰ تاریخ انتشار دوم ۱۴۰۲/۱۰/۲۴

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

برابر رای شماره ۱۴۰۲۶۰۳۱۲۰۰۴۰۱۲۶۷ پرونده کلاسه ۱۴۰۲۱۱۴۴۱۲۰۰۴۰۰۰۶۱۱ هیات اول دوم موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک گنبد کاووس تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی غفور بازیار فرزند شانظر نسبت ششدانگ یک قطعه زمین احداث بنا شده به مساحت ۶۰ /۲۵۸ متر مربع جدا شده از پلاک ۴۴۷۱ فرعی از ۱ اصلی واقع گنبد کاووس گدم آباد خیابان فتاح نبش کوچه ۴ بخش ۱۰ حوزه ثبت ملک گنبدانتقال ملک مع الواسطه از انا اقا نورانی به متقاضی داشته و تصرفات متقاضی نسبت به مورد تقاضا احراز گردیده است به منظور اطلاع عموم مراتب در دونوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دوماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یکماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد .

م الف ۱۱۵۹۹ هادی عطایی مقدم رییس اداره ثبت اسناد و املاک گنبد کاووس
ازطرف شکرانه باقری آذر

تاریخ انتشار اول ۱۴۰۲/۱۰/۱۰
تاریخ انتشار دوم ۱۴۰۲/۱۰/۲۴

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

برابر رای شماره ۱۴۰۲۶۰۳۱۲۰۰۴۰۱۴۰۷۴ پرونده کلاسه ۱۴۰۲۱۱۴۴۱۲۰۰۴۰۰۱۰۲۷ مورخ ۱۴۰۲/۱۰/۰۵ هیات اول دوم موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک گنبد کاووس تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی ایوب طاطار فرزند عراز محمد نسبت ششدانگ یک قطعه زمین احداث بنا شده به مساحت ۱۰ /۲۵۳ متر مربع جدا شده از پلاک ۲۶۶۴۴ فرعی از ۱ اصلی واقع گنبد کاووس خیابان فارابی کوچه یکم بخش ۱۰ حوزه ثبت ملک گنبدانتقال ملک مع الواسطه از محل تمامت سهم الارث به متقاضی داشته و تصرفات متقاضی نسبت به مورد تقاضا احراز گردیده است به منظور اطلاع عموم مراتب در دونوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دوماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یکماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد .

م الف ۱۱۶۴۸ هادی عطایی مقدم رییس اداره ثبت اسناد و املاک گنبد کاووس
ازطرف شکرانه باقری آذر

تاریخ انتشار اول ۱۴۰۲/۱۰/۱۰ تاریخ انتشار دوم ۱۴۰۲/۱۰/۲۴

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

برابر رای شماره ۱۴۰۲۶۰۳۱۲۰۰۴۰۱۳۷۴۱ پرونده کلاسه ۱۴۰۲۱۱۴۴۱۲۰۰۴۰۰۰۷۷۰ مورخ ۱۴۰۲/۰۹/۲۸ هیات اول دوم موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک گنبد کاووس تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی حمید دولت خواه فرزند اتک نسبت ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۲۱۰۷۰/۷۲ متر مربع جدا شده از پلاک ۹ اصلی واقع گنبد کاووس اراضی زراعی قریه سلاخ تاج محمد بخش ۱۰ حوزه ثبت ملک گنبدانتقال ملک مع الواسطه از حالت بردی دولت خواه به متقاضی داشته و تصرفات متقاضی نسبت به مورد تقاضا احراز گردیده است به منظور اطلاع عموم مراتب در دونوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دوماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یکماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد .

م الف ۱۱۶۴۱ هادی عطایی مقدم رییس اداره ثبت اسناد و املاک گنبد کاووس
ازطرف شکرانه باقری آذر

تاریخ انتشار اول ۱۴۰۲/۱۰/۱۰ تاریخ انتشار دوم ۱۴۰۲/۱۰/۲۴

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

برابر رای شماره ۱۴۰۲۶۰۳۱۲۰۰۴۰۱۲۰۱۸ مورخ ۱۴۰۲/۰۹/۰۹ پرونده کلاسه ۱۴۰۲۱۱۴۴۱۲۰۰۴۰۰۰۹۴۱ هیات اول دوم موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک گنبد کاووس تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی انه مراد اودک فرزند عاشر مراد نسبت ششدانگ یک قطعه زمین احداث بنا شده به مساحت ۱۲۵ متر مربع جدا شده از پلاک ۱۲۷۰ فرعی از ۱۶ اصلی واقع گنبد کاووس آقچه لی سفلی خیابان آزادی بخش ۱۱ حوزه ثبت ملک گنبدانتقال ملک مع الواسطه ازامامقلی آقچه لی به متقاضی داشته و تصرفات متقاضی نسبت به مورد تقاضا احراز گردیده است به منظور اطلاع عموم مراتب در دونوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دوماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یکماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد .

م الف ۱۱۶۲۴ هادی عطایی مقدم رییس اداره ثبت اسناد و املاک گنبد کاووس
ازطرف شکرانه باقری آذر

تاریخ انتشار اول ۱۴۰۲/۱۰/۱۰ تاریخ انتشار دوم ۱۴۰۲/۱۰/۲۴

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

برابر رای شماره ۱۴۰۲۶۰۳۱۲۰۰۴۰۱۳۰۱۸ مورخ ۱۴۰۲/۰۹/۲۱ پرونده کلاسه ۱۴۰۲۱۱۴۴۱۲۰۰۴۰۰۰۹۴۰ هیات اول دوم موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک گنبد کاووس تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی زبیده قولجائی فرزند عبداله نسبت ششدانگ یک قطعه زمین احداث بنا شده به مساحت ۱۲۵ متر مربع جدا شده از پلاک ۱۲۷۰ فرعی از ۱۶ اصلی واقع گنبد کاووس آقچه لی سفلی خیابان آزادی بخش ۱۱ حوزه ثبت ملک گنبدانتقال ملک مع الواسطه ازامامقلی آقچه لی به متقاضی داشته و تصرفات متقاضی نسبت به مورد تقاضا احراز گردیده است به منظور اطلاع عموم مراتب در دونوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتش

تکنیک‌های نوآوری و خلاقیت در طراحی تبلیغات

نویسنده: علی آل‌علی

در دنیای پر رقابت امروز، تبلیغات نقش مهمی در موفقیت یک کسب و کار ایفا می‌کند. البته هر نوع تبلیغی موفقیت ضمنی برای برندها به همراه ندارد؛ چراکه مشتریان در طول زمان آنقدر سختگیر شده‌اند که دیگر به این راحتی تحت تاثیر کمپین‌های تبلیغاتی قرار نگیرند. در این میان کسب و کارها برای بهبود وضعیت‌شان چاره‌ای به غیر از هدف‌گذاری بر روی کمپین‌های نوآورانه ندارند. تبلیغاتی که خلاقانه و نوآورانه باشند، بیشتر از تبلیغات معمولی توجه مخاطب را جلب کرده و پیام برند را به شکل موثرتری منتقل می‌کنند. درست به همین خاطر برخی از کسب و کارها برای طراحی یک تبلیغ ساده هم هفته‌ها وقت گذاشته و کلی ایده را مرور می‌کنند.

قبول دارم همیشه تلاش کسب و کارها برای تبلیغات خلاق موثر از آب درنمی‌آید. با این حال این دلیل نمی‌شود شما دور این مدل تبلیغات را به طور کامل خط بکشید. ما در این مقاله قصد داریم برخی از نکات کلیدی برای تبلیغات موثر در دنیای کسب و کار را به شما یاد دهیم. اگر شما هم از دست روش‌های کلیشه‌ای در طراحی کمپین خسته شده‌اید و دنبال رویکردی تازه هستید، این مقاله پر از ایده‌های دست اول برای شما خواهد بود. پس با ما همراه باشید تا برخی از مهمترین تکنیک‌ها در این راستا را به اتفاق هم مرور کنیم.

شما در این مقاله با پنج تکنیک دست اول برای تبلیغات با چاشنی خلاقیت و نوآوری آشنا خواهید شد. ما برخلاف خیلی از مقالات تخصصی در این حوزه اصلا سراغ اصلاحات پیچیده نرفته‌ایم. در عوض سعی کرده این ماجرا را کاملا خودمانی و به دور از هرگونه پیچیدگی جلو ببریم.

تبلیغات خلاقانه: چراغی برای یافتن مسیر!

به نظر شما چه چیزی کمپین‌های تبلیغاتی کلیشه‌ای را از نمونه‌های جذاب و هیجان‌انگیز متمایز می‌سازد؟ بی‌شک هر بازاریابی برای خودش فهرستی از نکات را دارد که هیچ جوره هم از آنها کوتاه نخواهد آمد. با این حال اگر کمی دقیق‌تر ماجرا را بررسی کنیم، کمپین‌های تبلیغاتی براساس میزان نوآوری و خلاقیت‌شان قابل دسته‌بندی هستند.

همه ما در طول روز با یک عالمه محتوای تبلیغاتی رو به رو می‌شویم. با این حال کمتر کسی در عمل به تمام این محتواها توجه نشان می‌دهد. این در حالی است که برخی از برندها مثل آدیداس هر زمان که اراده کنند، کمپین‌های بازاریابی بی‌نظیری در اختیار مخاطب قرار می‌دهند.

نکته جالب اینکه در بسیاری از اوقات هزینه طراحی کمپین‌های تبلیغاتی برندهای بزرگ اصلا بالا نیست؛ چراکه آنها به جای استفاده صرف از سلبریتی‌ها به سوی خلاقیت بیشتر در ساختار تبلیغات رفته‌اند.

شاید فکر کنید تبلیغات نوآورانه فقط مخصوص برندهای بزرگ است. خب در این صورت ما اینجا هستیم تا خلاف این موضوع را به شما ثابت کنیم. کافی است با ما همراه شده و برخی از تکنیک‌های طراحی تبلیغات خلاق و نوآورانه را یاد بگیرید؛ به همین سادگی.

استفاده از داستان: رمز موفقیت تبلیغاتی

داستان‌ها یکی از قدرتمندترین ابزارهای ارتباطی هستند. آنها می‌توانند مخاطبان را درگیر کرده و احساسات آنها را برانگیزند. معمولا وقتی در یک کمپین از داستانی قوی استفاده می‌شود، میزان اثرگذاری آن بر روی مخاطب به طور چشمگیری افزایش پیدا می‌کند. این امر به کسب و کار شما فرصت کافی برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف را داده و مرزی میان شما و رقبا ترسیم خواهد کرد.

داستان‌ها می‌توانند در قالب‌های مختلف، مانند فیلم، انیمیشن، پادکست، یا حتی یک آگهی مطبوعاتی ارائه شود. نکته مهم در این میان ساختار منطقی داستان و جذابیتش برای مخاطب هدف است. مورد اخیر دقیقا همان جایی است که کار برندها حسابی گره می‌خورد. درست به همین خاطر بسیاری از کسب و کارها هرچه بیشتر فعالیت تبلیغاتی دارند، توجه کمتری از سوی مخاطب دریافت می‌کنند.

داستان‌ها می‌توانند از طریق ایجاد احساساتی مثل شادی، غم یا خشم مخاطب را درگیر کنند. آنها همچنین می‌توانند از طریق ایجاد کنجکاوی یا ارائه یک پیام اخلاقی مخاطب را به فکر فرو ببرند. اگر شما بتوانید چنین کاری را در قالب داستانی انجام دهید، سه هیچ از بقیه جلو خواهید افتاد.

ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم یک داستان خوب باید شروع هیجان‌انگیزی داشته باشد. اگر نقطه شروع داستان شما به اندازه کافی هیجان‌انگیز نباشد، مخاطب به ادامه‌اش توجهی نخواهد کرد. آن وقت شما می‌مانید و مخاطبی که هیچ انگیزه‌ای برای توجه به ادامه تبلیغ‌تان ندارد.

پایان‌بندی داستان نیز باید طوری باشد که مخاطب به خرید یا دست کم عملی خاص (همان بحثCTA)ترغیب شود. وگرنه دست‌تان در پوست گردو مانده و هیچ عایدی نصیب‌تان نمی‌شود.

بهره‌گیری از طنز: چه کسی از خنده بدش می‌آید؟

طنز می‌تواند راهی موثر برای جلب توجه مخاطبان و ایجاد ارتباط با آنها باشد. تبلیغاتی که از طنز استفاده می‌کنند، همیشه ماندگاری بیشتری در ذهن مخاطب دارند. به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم شما همیشه باید برای اثرگذاری بهتر بر روی مخاطب نیم نگاهی به طنز داشته باشید.

همه ما در میان دوستان خود کسی را سراغ داریم که شوخ‌طبعی بی‌نهایت جذابی دارد. این شوخ‌طبعی به فرد مورد نظر کمک می‌کند خیلی سریع‌تر در میان دیگران بدل به چهره‌ای محبوب شود. به علاوه، شما در قالب تبلیغاتی با استفاده از شوخ‌طبعی میزان بیشتری از صمیمیت را منتقل خواهید کرد. پس منتظر چه هستید؟ همین حالا دست به کار شده و اوضاع خودتان را تغییر دهید.

شاید چالش‌برانگیزترین بخش استفاده از طنز مربوط به زمان‌شناسی باشد. اگر شما یک شوخی را در موقعیت یا زمان نامناسب به کار ببرید، حسابی به دردسر خواهید افتاد. مثلا وقتی همه مشتریان‌تان به خاطر یک رویداد غم‌انگیز ناراحت هستند، اصلا نباید سر به سرشان بگذارید.

اشتباهی که خیلی از برندها به سادگی آب خوردن مرتکبش می‌شوند، استفاده از طنز بدون شناخت درست مخاطب‌شان است. خب شما از کجا مطمئن هستید که شوخی‌تان برای مخاطب جذابیت لازم را به همراه دارد؟ پس بد نیست قبل از اینکه شوخی‌ها را کنار هم ردیف کنید، نیم نگاهی به میزان جذابیت هر کدام برای مخاطب داشته باشید.

استفاده از شوک: زمانی برای ترساندن مخاطب

شوک می‌تواند راهی موثر برای جلب توجه مخاطبان و ایجاد ماندگاری در ذهن آنها باشد. تبلیغاتی که از شوک استفاده می‌کنند، معمولا پیام خود را به شکلی غیرمنتظره منتقل می‌کنند. اینطوری مخاطب با غافلگیری فراوان یک پیام را دریافت کرده و معمولا در بلندمدت به خوبی آن را به یاد خواهد آورد. یکی از ساده‌ترین مثال‌ها درباره تاثیر شوک بر حافظه مربوط به مسابقات ورزشی است. مثلا فینال لیگ جهانی والیبال را در نظر بگیرید؛ حتی کوچک‌ترین اتفاقی هم که در این بازه زمانی روی دهد، برای ماه‌ها در ذهن مخاطب باقی خواهد ماند. چنین اثری در دنیای تبلیغات نیز به چشم می‌خورد، البته به شرط اینکه شوک لازم را به موقع به مخاطب تان دهید.

این روزها تعریف‌های متنوع و گاهی عجیبی درباره شوک به گوش می‌رسد. راستش را بخواهید، ما در روزنامه فرصت امروز اصلا میانه خوبی با چنین وضعیت‌هایی نداریم. به همین خاطر سراغ یک تعریف ساده و خودمانی از شوک رفته‌ایم. بر این اساس شوک هر عاملی است که برای مخاطب غیرمنتظره بوده و واکنش هیجان‌آمیز در او ایجاد کند. ماجرا به بخش جالبش رسید، نه؟

شوک می‌تواند از طریق ایجاد حس کنجکاوی، هیجان و شگفتی مخاطب را درگیر کند. پس لطفا حواس‌تان به نوع شوکی که به مخاطب منتقل می‌کنید، باشد. وگرنه کلاه‌تان پس معرکه خواهد بود.

استفاده از تضاد: ماجرایی جالب

تضاد می‌تواند راهی موثر برای جلب توجه مخاطبان و ایجاد کنجکاوی در آنها باشد. تبلیغاتی که از تضاد استفاده می‌کنند، معمولا دو عنصر متضاد را در کنار هم قرار می‌دهند. اینطوری نه تنها توجه بیشتری از مخاطب خواهند گرفت، بلکه از نظر تبلیغاتی نیز مزیت مهمی محسوب می‌شود.

ما در زندگی روزمره در دنیایی از تضادها زندگی می‌کنیم. از عرصه رنگ‌ها گرفته تا تیپ‌های شخصیتی، همه چیز با تضاد گره خورده است. به همین خاطر یافتن شرایطی که در آن چیزی به غیر از تضاد به چشم بیاید، کمی سخت به نظر می‌رسد. استفاده از همین تضادها در دنیای تبلیغات به شما کمک خواهد کرد تا خیلی راحت‌تر روی مخاطب‌تان تاثیر بگذارید. ماجرا بی‌نهایت جالب شد، نه؟

تضاد می‌تواند در قالب‌های مختلف مثل استفاده از رنگ‌های متضاد یا قرار دادن دو شخصیت یا دو مفهوم متضاد در کنار هم ارائه شود. مهم این است که تضاد به اندازه کافی واضح باشد که مخاطب متوجه‌اش شود. وگرنه تمام سعی و تلاش شما بی‌نتیجه خواهد ماند.

تضاد به طور معمول حس کنجکاوی مخاطب را طوری تحریک می‌کند که نگو. به همین خاطر برندهای بزرگ معمولا برای ایجاد جذابیت در تبلیغات‌شان نیم گاهی به بحث تضاد دارند. این امر به آنها فرصت بسیار خوبی برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف داده و اوضاع‌شان را به طور چشمگیری متمایز خواهد کرد.

استفاده از تکنیک‌های بصری: آخرین بخش کار

تکنیک‌های بصری مانند رنگ، نور و گرافیک می‌تواند به ایجاد تبلیغاتی جذاب و گیرا کمک کند. تبلیغاتی که از تکنیک‌های بصری موثر استفاده می‌کنند، بیشتر از تبلیغات معمولی توجه مخاطبان را جلب کرده و پیام برند را به شکل موثرتری منتقل می‌کنند. پس طبیعی است که در طول سال‌های اخیر کسب و کارها بیش از هر زمان دیگری به سوی تبلیغات این شکلی جهت‌گیری کرده‌اند. نکته اصلی در این میان تلاش کسب و کارها برای طراحی تبلیغات گرافیکی در مقایسه با رقباست. این امر شاید بی‌نهایت ساده به نظر برسد، اما در دنیایی که مخاطب دائما به دنبال صحنه‌های گرافیکی جذاب‌تر است حرف اول و آخر را می‌زند. درست به همین دلیل شما باید خودتان را برای یادگیری تکنیک‌های گرافیکی یا دست‌کم همکاری با افراد متخصص در این حوزه آماده سازید.

تکنیک‌های بصری می‌توانند در قالب‌های مختلف مثل استفاده از تصاویر با کیفیت بالا یا استفاده از انیمیشن ارائه شود. مهم این است که تکنیک‌های بصری به شکل موثری پیام تبلیغات را منتقل کنند. متاسفانه برخی از کسب و کارها آنقدر درگیر جزییات گرافیکی کار می‌شوند که دیگر ذهن‌شان به اصل محتوا نمی‌رسد. اگر شما هم چنین تجربه‌ای را داشته‌اید، باید یکبار برای همیشه اوضاع را به سود خودتان تغییر دهید؛ چراکه بدون محتوای جذاب، تکنیک‌های بصری اصلا به چشم نمی‌آید. این در حالی است که شما دائما نیازمند روند داستانی یا دست‌کم پیامی جذاب برای مخاطب‌تان هستید.

یادتان باشد، محتوای بصری معمولا از طریق ایجاد زیبایی در دل محتوا به مخاطب پیام‌های متنوع را یادآوری می‌کند. پس اگر فکر کرده‌اید بدون این نکته شانسی برای خودنمایی در بازار دارید، باید بگوییم سخت در اشتباهید؛ چراکه هیچ شانسی برای محتوای فاقد تکنیک‌های بصری در بازار امروز نیست.

نتیجه پایانی

خلاقیت و نوآوری در طراحی تبلیغات، یک فرآیند مستمر است. تبلیغاتی که در زمان خود خلاق و نوآورانه هستند، ممکن است در زمان دیگری جذابیت خود را از دست بدهند. به همین دلیل، مهم است که طراحان تبلیغات به طور مداوم به دنبال ایده‌های جدید و نوآورانه باشند.

ما در این مقاله سعی کردیم برخی از مهمترین نکات و توصیه‌ها برای طراحی تبلیغات خلاق را به اتفاق شما مرور کنیم. حالا شما همه اطلاعات و نکات لازم برای ایجاد تغییرات اساسی در نحوه تبلیغات‌تان را دارید. این نکته نه تنها به شما برای اثرگذاری بهتر بر روی مخاطب‌تان کمک می‌کند، بلکه کم کم جایگاه و اعتبارتان در صنعت تبلیغات را نیز به طور چشمگیری افزایش خواهد داد.

من و همکارانم در روزنامه فرصت امروز امیدواریم نکات مورد بحث در این مقاله کمکی هرچند کوچک به شما برای آشنایی با تبلیغات خلاق کرده باشد. مثل همیشه اگر سوالی درباره نکات مطرح شده در مقاله داشتید، ما همیشه آماده پاسخگویی به شما هستیم.

منابع:
https://help.adroll.com/hc/en-us/Ad-Creative-Best-Practices-۳۶۰۰۳۶۷۳۶۲۵۲/articles
https://mediatool.com/blog/ad-creative-best-tips-to-make-your-ads-more-engaging-۱۰-practices
https://www.searchenginejournal.com/facebook-ads/creative-tips/

فراخوان مناقصه عمومی یک مرحله‌ای

نوبت اول

شناسه آگهی: ۱۶۳۲۶۵۰

شرکت شهرک‌های صنعتی استان اصفهان

شرکت شهرک‌های صنعتی استان اصفهان در نظردارد اجرای پروژه زیر را به پیمان‌کاران واجد شرایط ازطریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت(ستاد) واگذار نماید.کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد قیمت مناقصه‌گران و بازگشایی پاکت‌ها از طریق درگاه سامانه تدارکات دولت به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد لازم است مناقصه‌گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت‌نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند. تاریخ انتشار مناقصه در سامانه تاریخ ۱۴۰۲/۱۰/۱۰ می باشد.

آخرین مهلت زمانی دریافت اسناد مناقصه از سایت: ساعت ۱۹:۰۰ روز شنبه تاریخ ۱۴۰۲/۱۰/۱۶

آخرین مهلت زمانی ارائه پیشنهاد: ساعت ۱۳:۳۰روز پنج‌شنبه تاریخ ۱۴۰۲/۱۰/۲۸

زمان بازگشایی پاکت‌های مناقصه : ساعت ۸:۳۰ صبح روز شنبه تاریخ ۱۴۰۲/۱۰/۳۰

اطلاعات تماس دستگاه مناقصه‌گزارجهت دریافت اطلاعات بیش‌تر درخصوص اسناد مناقصه و ارائه پاکت الف:
آدرس اصفهان، خیابان ۲۲ بهمن، مجموعه اداری امیرکبیر، شرکت شهرک‌های صنعتی استان اصفهان و تلفن ۰۳۱۳۲۶۴۷۳۰۰

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

هزینه درج آگهی روزنامه به عهده برنده مناقصه می‌باشد.

۱-* موضوع مناقصه : خرید (طرح و ساخت)، حمل، نصب، راه‌اندازی و بهره‌برداری یک ساله از پکیج‌های فلزی تصفیه فاضلاب شهرک‌های صنعتی خمینی‌شهر و هرند (همراه با ارزیابی)
مبلغ برآورد اولیه : ۱۲۷,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال و براساس قیمت روز
مبلغ تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار : ۶,۳۵۰,۰۰۰,۰۰۰ریال
مدت اجرا: ۵ (پنج) ماه اجرا و ۱۲ (دوازده) ماه بهره‌برداری

۲-*موضوع مناقصه : خرید لوله کاروگیت دوجداره فاضلابی و شیرآلات و متعلقات چدنی، فولادی، واشر و ییج و مهره بابت پروژه‌های شبکه آب شهرک‌های صنعتی استان اصفهان (همراه با ارزیابی)
مبلغ برآورد اولیه : ۱۶۰,۵۰۴,۳۲۳,۶۰۰ ریال و براساس فهارس بهای سال ۱۴۰۲ با شرح مشخصات و جداول پیوست
مبلغ تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار : ۸/۰۲۵/۲۱۷/۰۰۰ ریال
مدت اجرا: ۲ (دو) ماه

۳-*موضوع مناقصه : عملیات اجرایی طرح ارتقاء تصفیه‌خانه فاضلاب شهرک صنعتی جی (همراه با ارزیابی فشرده)
مبلغ برآورد اولیه : ۱۹۶,۵۳۴,۷۴۸,۶۶۳ ریال و براساس فهارس بهای سال ۱۴۰۲ با شرح مشخصات و جداول پیوست
مبلغ تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار : ۹,۸۲۶,۷۳۸,۰۰۰ ریال
مدت اجرا: ۱۲(دوازده) ماه

۴-*موضوع مناقصه : خرید دیوار بتنی پیش‌ساخته شهرک صنعتی سروشبادران
مبلغ برآورد اولیه : ۲۳,۲۵۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال و براساس قیمت روز با شرح مشخصات و جداول پیوست
مبلغ تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار: ۱/۱۶۲/۵۰۰/۰۰۰ ریال
رشته و پایه تشخیص صلاحیت پیمانکاران: رتبه ۵ یا بالاتر در رشته ابنیه
مدت اجرا: ۴ (چهار) ماه

۵-*موضوع مناقصه: تهیه و تحویل یک دستگاه مبدل یک به چهار به همراه تابلو برق کنترل شهرک صنعتی کوهپایه
مبلغ برآورد اولیه : ۵۱,۸۶۷,۸۸۷,۲۳۱ ریال و براساس فهارس بهای سال ۱۴۰۲ با شرح مشخصات و جداول پیوست
مبلغ تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار : ۲,۵۹۳,۳۹۵,۰۰۰ ریال
رشته و پایه تشخیص صلاحیت پیمانکاران: رتبه ۵ یا بالاتر در رشته نیرو
مدت اجرا: ۴ (چهار) ماه

۶-*موضوع مناقصه: تهیه مصالح و اجرای دیوار و نرده محوطه مخزن ۲۰۰۰ متر مکعبی در فاز توسعه شهرک صنعتی امیرکبیر کاشان
مبلغ برآورد اولیه: ۲۵,۶۳۲,۵۳۶,۸۱۲ ریال و براساس فهارس بهای سال ۱۴۰۲ با شرح مشخصات و جداول پیوست
مبلغ تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار: ۱,۲۸۱,۶۲۷,۰۰۰ریال
رشته و پایه تشخیص صلاحیت پیمانکاران: رتبه ۵ یا بالاتر در رشته ابنیه
مدت اجرا: ۶ (شش) ماه

۷-*موضوع مناقصه : تهیه مصالح و اجرای شبکه داخلی پلی‌اتیلن گاز شهرک صنعتی فناوری اصفهان به طول تقریبی ۶/۲ کیلومتر
مبلغ برآورد اولیه: ۴۱,۴۹۵,۱۰۳,۴۹۸ ریال و براساس مقادیر شرکت گاز با شرح مشخصات و جداول پیوست
مبلغ تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار: ۲,۰۷۴,۷۵۶,۰۰۰ریال
رشته و پایه تشخیص صلاحیت پیمانکاران: رتبه ۵ یا بالاتر در رشته تاسیسات و تجهیزات
مدت اجرا: ۶ (شش) ماه

تاریخ انتشار نوبت اول :۱۴۰۲/۱۰/۱۰

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۱۰/۱۱

امور پیمان‌های شرکت شهرک‌های صنعتی استان اصفهان

۸۹۳

جمهوری اسلامی ایران
وزارت صنعت، معدن و تجارت

فراخوان مناقصه عمومی یک مرحله‌ای انجام خدمات سرویس اداری درون شهری حوزه ستادی وزارت صنعت، معدن و تجارت

شناسه آگهی: ۱۶۳۰۰۵۶

وزارت صنعت، معدن و تجارت در نظر دارد انجام امور **خدمات سرویس اداری درون شهری حوزه ستادی** خود را بر اساس شرایط و طرح قرارداد به شرکت‌های پیمانکاری واجد شرایط و تایید صلاحیت شده از سوی مراجع ذیربط با شماره فراخوان ۲۰۰۲۰۰۰۰۰۳۰۰۰۰۱۴ را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید.
کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه‌گران و بازگشایی پاکت‌ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مناقصه‌گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند.
تاریخ انتشار مناقصه در سامانه ۱۴۰۲/۱۰/۰۹ می‌باشد.
مهلت زمانی دریافت اسناد مناقصه از سامانه: تا ساعت ۱۲:۰۰روز دوشنبه تاریخ ۱۴۰۲/۱۰/۱۱
مهلت زمانی ارائه پیشنهاد: تا ساعت ۱۲:۰۰ روز شنبه تاریخ ۱۴۰۲/۱۰/۲۳
زمان بازگشایی پاکت‌ها: ساعت : ۱۰:۰۰ روز یک‌شنبه تاریخ ۱۴۰۲/۱۰/۲۴
مدت اعتبار پیشنهادات ۳ ماه پس از بازگشایی پاکات (تا تاریخ ۱۴۰۳/۰۱/۲۵) می‌باشد.
نوع تضمین شرکت در مناقصه: تضامین‌های موضوع بند الف ماده ۴ آیین‌نامه تضمین معاملات دولتی (ضمانت‌نامه بانکی و ضمانت‌نامه‌های صادره از سوی موسسات اعتباری غیر بانکی مورد تایید بانک مرکزی).
مبلغ تضمین شرکت در مناقصه: ۱۰/۷۱۷/۲۰۰/۰۰۰ ریال
اطلاعات تماس دستگاه مناقصه‌گزار جهت دریافت اطلاعات بیشتر در خصوص اسناد مناقصه و ارائه پاکت الف:
آدرس: تهران، خیابان شهید استاد نجات الهی، خیابان شهید کلانتری، ساختمان شهید الهی، وزارت صنعت، معدن و تجارت، واحد امور قراردادها و مناقصات - تلفن ۸۸۹۰۵۳۲۴-۰۲۱
اطلاعات سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه :
مرکز تماس: ۱۴۶۵ - ۰۲۱
اطلاعات تماس دفاتر ثبت نام سایر استانها، در سایت سامانه (www.setadiran.ir) بخش "ثبت نام /پروفایل تامین کننده/ مناقصه گر" موجود است.
لازم به ذکر است که اصل ضمانت‌نامه (پاکت الف) می‌باید حسب شرایط، ضوابط و زمان بندی مناقصه در پاکت دربسته به امور قراردادها و مناقصات وزارت صنعت، معدن و تجارت به نشانی فوق‌الذکر تحویل گردد.

م الف ۳۷۷۰

مدیر کل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان:

۱۲۰۰ هنرجو در آزمون جامع و ادواری خوزستان شرکت می کنند

اهواز – شـــبنم قجاوند: در نخستین آزمون جامع و چهل و دومین آزمون ادواری خوزســـتان که در نیمه اول مـــاه جاری برگزار خواهد شـــد ، ۱۲۰۰ نفر هنرجو شرکت میکنند. مجید منادی مدیرکل فرهنگ و ارشاد اســـلامی ،خوزســـتان با اعلام این خبر گفت: نخستین آزمونهای جامع در پنج شهر اهواز ،آبادان خرمشهر ایذه و بهبهان و چهل و دومین آزمون ادواری در مرکز استان برگزار میشود. وی افزود: در آزمون جامع ۱۹ آموزشگاه مهـــارت آموزی کاردانش فعال که مجـــوز خود را از این اداره کل گرفته اند؛ در یک ســـال تحصیلی در سه نوبت برای آزمونهای دی ماه خرداد ماه و شهریور ماه اقدام به ثبت نام علاقمندان به مهارتهای هنری میکنند هنرجویان خود را جهت شـــرکت در این آزمونها که توسط وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و با نظارت همکاران ما در استان برگزار میشود آموزش میدهند. مدیر کل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان به آزمون ادواری خوزستان نیز اشاره کرد و گفت: متقاضیان دریافت گواهی نامه های مهارتی

هنری همچنین میتوانند در آزمون ادواری که به صورت مستقل و از طریق ســـامانه آزمون هنر در ماه های دی خرداد و شهریور برگزار میشـــوند شرکت کنند. وی در ادامه گفت: در نخســـتین آزمون جامع سال جاری ۵۵ هنرجو در بخش عملـــی و ۷۲ هنرجو در بخش نظری اهـــواز ۳۶۵ هنرجو در بخش عملی و ۴۸۴ نفر در بخش نظـــری آبادان ۱۹۴ نفر در بخـــش عملی و ۲۳۴ نفر در بخش نظری خرمشهر، ۶۶ نفر در بخش عملی و ۸۲ نفر در بخـــش نظری ایذه و ۶۰ نفـــر در بخش عملی و ۶۰ نفر در بخش نظری بهبهان شرکت کرده اند. وی افزود: در چهل و دومین آزمـــون ادواری نیز ۳۵ نفر در بخش عملی و ۵۰ نفر در بخش نظری شـــرکت خواهند کرد. مدیرکل فرهنگ و ارشـــاد اسلامی خوزستان با اشاره به زمان برگزاری ازمونهای فوق :گفت این آزمونها در بخش عملی و نظری از ششـــم دی ماه تا ۱۵ دی ماه در اهواز ،آبادان خرمشـــهر ایذه و بهبهان برگزار میشوند. وی در پایان گفت هنرجویان در این دوره در رشتههای گرافیک رایانه ای چهره ،ســـازی تصویرســـازی و جلوه های ویژه رایانه ای، عکاسی، عکاسی دیجیتال نوازندگی ساز ایرانی، نوازندگی ساز جهانی و تذهیب و تشعیر در آزمونها شرکت خواهند کرد.

مدیر ارشد خدمات فنی و پشتیبانی فولاد مبارکه:

لزوم اختصاص سهمیه جداگانه گاز به نیروگاه‌های احداث شده توسط صنایع

اصفهان –فایزه مرادیان: محمدکاظم صباغی هرندی، مدیر ارشد خدمات فنی و پشتیبانی فولاد مبارکه گفت: طی دو سال گذشته، صنایع بزرگ به منظور مشـــارکت در توسعه زیرساخت‌های برق کشـــور، کاهش ناترازی برق در زمان محدودیت و تأمین بخشـــی از برق مصرفی موردنیاز سرمایه‌گذاری‌های کلانی در حـــوزه احداث نیروگاه انجام دادند که در حال حاضر تعدادی از نیروگاه‌های راندمان بالا در صنایع بزرگ کشور ازجمله فولاد مبارکه راه‌اندازی شده و تعدادی نیز در مرحله تست و راه‌اندازی نهایی است. وی تأکید کرد: با توجه به اینکه اکثر این نیروگاه‌ها از نوع ســـیکل ترکیبی بوده و در مرحله اول واحدهای گاز آن‌ها در مـــدار تولید قرار خواهند گرفت، بهره‌برداری از این نیروگاه‌ها در گرو تأمین گاز اســـت و برای تولید برق توسط این نیروگاه‌ها و تحویل به شبکه سراسری لازم اســـت گاز موردنیاز این نیروگاه‌ها مازاد بر سهمیه تعیین‌شده برای صنایع

تأمین گردد و در ســـهمیه‌های در نظر گرفته‌شده توسط وزارت نیرو تعیین و توسط وزارت نفت برای نیروگاه‌ها لحاظ شود. به گفته مدیر ارشد خدمات فنی و پشتیبانی فولاد مبارکه، استفاده از گاز صنایع برای تولید برق در دوره محدودیت گاز منجر به کاهش قابل‌توجه تولید نسبت به سال‌های گذشته و غیراقتصادی شدن احداث نیروگاه توسط صنایع خواهد شد. صباغی هرندی اظهار داشت: در حال حاضر راندمان نیروگاه‌های راه‌اندازی‌شده توسط صنایع از متوسط راندمان نیروگاه‌های کشور بیشتر است و به‌منظور استفاده بهینه از گاز و مدیریت مصرف گاز در بخش نیروگاهی، لازم اســـت بهره‌برداری از نیروگاه‌های راندمان بالا در اولویت قرار گیرد. وی گفت: در صورت عدم تخصیص ســـهمیه گاز جدا برای نیروگاه‌های صنایع، گازی که پیش از این برای تولید محصول استفاده می‌شد اکنون برای تولید برق و توزیع در شبکه سراسری استفاده شود که موجب عدم نفع تولید قابل‌توجه نسبت به سال‌های گذشته برای صنایع خواهد شد و بدون شک قیمت تمام‌شده تولید را افزایش خواهد داد.

معاون فرهنگی و رسانه ای اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان اعلام کرد؛

استقبال از جشنواره رسانه ای کنگره ملی بزرگداشت ۱۰ هزار شهید آذربایجان شرقی

آذربایجان شـــرقی – ماهان فلاح: معاون فرهنگی و رســـانه ای اداره کل فرهنگ و ارشـــاد اسلامی آذربایجان شرقی با اشاره به استقبال چشمگیر اصحاب رسانه از جشـــنواره رسانه ای کنگره ملی بزرگداشت ۱۰ هزار شهید آذربایجان شـــرقی، گفت: ۳۵۸ اثر به دبیرخانه جشنواره رسانه ای این کنگره در اســـتان رسیده است. حسن گلی در نشست نهایی و جمع بندی اقدامات کمیته ارتباطات و رســـانه کنگره ملی بزرگداشت ۱۰ هزار شهید آذربایجان شرقی، با بیان اینکه جشنواره به ایستگاه داوری آثار رسید، اظهار کرد: بیشترین آثار رسیده به جشنواره به ترتیب در قالب های گزارش، یادداشت و سرمقاله، تیتر و مصاحبه هستند که پس از داوری توسط داوران برجسته کشوری، آثار برتر قالب های هفت گانه جشنواره مشخص و صاحبان آثار در آئین اختتامیه جشنواره مورد تجلیل قرار خواهند گرفت. وی همچنین گفت: برگزاری دومین کنگره ملی بزرگداشت ۱۰ هزار شهید آذربایجان شرقی پس از حدود سه دهه از برگزاری نخستین کنگره شهدای آذربایجان اقدامی ارزشمند، قابل تحسین و دشوار است که با اهتمام ویژه فرمانده سپاه عاشورا و حمایت های استاندار و نماینده ولی فقیه در استان و تلاش همه دست اندرکاران به سرانجام رسید.

دبیر شورای سیاستگذاری جشنواره رسانه ای کنگره بزرگداشت ۱۰ هزار شهید آذربایجان شرقی با بیان اینکه آثار نزدیک به ۱۰۰ نفر از اصحاب رسانه به این جشنواره اثر فرستاده شـــده، افزود: تلاش می کنیم آئین اختتامیه جشنواره اواخر دی یا اوایل بهمن ماه سال جاری برگزار شود. گلی همچنین با اشاره به کارکرد خوب اصحاب رسانه در قبال کنگره ۱۰ هزار شهید آذربایجان شرقی، گفت: کارگروه رسانه های مکتوب، خبرگزاری ها و پایگاه های خبری کنگره و بیشـــتر اصحاب رسانه استان از جمله فعال ترین قشرهای مرتبط و فعال با کنگره بودند و ما قدردان زحمات همه این عزیزان هستیم که در کنار استقبال چشمگیر از جشنواره، اخبار مختلف کنگره را نیز در ماه های گذشته به خوبی پوشـــش دادند چون انتظار داشتیم زحمات اصحاب رسانه بیشتر دیده شود. وی جشنواره رســـانه ای را از مهمترین رویدادهای مرتبط کنگره دانست که نقش قابل توجهی در معرفی و تبیین اهداف کنگره در فضای رسانه و مجازی استانی و ملی داشته است. جشنواره رسانه ای کنگره بزرگداشت ۱۰ هزار شهید آذربایجان شـــرقی توسط اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی و همراهی تشکل های رسانه ای استان در شش قالب رسانه ای و هشت محور موضوعی اصلی و یک محور موضوعی بخش ویژه تحت عنوان معرفی و تبیین شخصیت شهدای جامعه فرهنگ، هنر و رسانه آذربایجان شرقی برگزار می شود.

مدیر کل صمت گیلان:

احیای واحدهای راکد در اولویت دولت سیزدهم قرار دارد

رشت– خبرنگار فرصت امروز: مدیرکل صنعت، معدن و تجارت گیلان با اشاره به سرمایه گذاری ۳۵۰ میلیارد تومان در شهر صنعتی رشت گفت: احیای واحدهای راکد در اولویت دولت سیزدهم قرار دارد.

تیمور پورحیدری ظهر پنج شـــنبه در حاشیه افتتاح یک واحد تولیدی در رشـــت اظهار کرد: واحد صنعتی مورد افتتاح با ســـرمایه‌گذاری بیش از ۳۵۰ میلیارد تومان در زمینه تولید انواع محصولات پرمصرف بهداشتی و سلولزی رسماً فعالیت خود را آغاز کرد.

وی بـــا بیان اینکه این کارخانه در محـــل ۲ واحد صنعتی تعطیل، به عزم و همت ســـرمایه‌گذار جدید راه‌اندازی شده اســـت، افزود: با افتتاح این واحد صنعتی زمینه اشتغال مستقیم بیش از ۱۵۰ نفر از جوانان این مرز و بوم فراهم شده است. مدیرکل صمت گیلان با بیان اینکه ایجاد کارخانه فعلی در زمینی به مســـاحت ۱۲ هزار متر مربع در شـــهر صنعتی رشت صورت گرفته است، گفت: علاوه بر واحد فعلی، ســـرمایه‌گذار پرتلاش این کارخانه توانسته است طرح توســـعه دیگری را نیز در مجاورت واحد فعلی با پیشـــرفت ۷۵ درصد و پیش بینی اشتغال ۱۰۵ نفر در دست ساخت قرار دهد.

پورحیـــدری از احیای بیش از ۱۱۵ واحد صنعتی راکد و تعطیل از ابتدای دولت ســـیزدهم در مناطق مختلف گیلان خبر داد و گفت: احیای واحدهای راکد در اولویت دولت سیزدهم قرار دارد.

مدیرکل صنعت، معدن و تجارت استان:

۲۰۰ کارخانه جدید در آذربایجان شرقی راه‌اندازی شد

آذربایجان شـــرقی – ماهان فلاح: مدیرکل صنعـــت، معدن و تجارت آذربایجان شـــرقی با اعلام اینکه این اســـتان در راه اندازی واحدهای جدید ایجادی رتبه ســـوم کشـــور را در اختیار دارد، گفت: طی ۹ ماهه گذشته و بر اساس پروانه های بهره برداری صادره ایجادی، ۲۰۰ کارخانه جدید در استان فعالیـــت خود را آغاز کردند. محمدجعفر عظمائی افزود: این تعداد کارخانه با ســـرمایه گذاری بخش خصوصی و با هزینه ۷۸ هزار میلیارد ریال راه اندازی شده و زمینه اشتغال ۲ هزار و ۷۰۰ نفر نیروی کار را فراهم کرده است. وی ادامه داد: بیشترین واحدهای تولیدی جدید مربوط به گروه های صنعتی لاستیک و پلاستیک، غذایی و آشامیدنی‌ها، ساخت مواد و محصولات شیمیائی، ساخت ماشین‌آلات و تجهیزات و محصولات فلزی فابریکی است.

عظمایی همچنین با اشـــاره به موقعیت جغرافیایی کارخانه های جدید در استان گفت: بیشـــترین واحدهای صنعتی راه‌اندازی شده در تبریز، شبستر، آذرشهر و بستان آباد است.

وی همچنین افزود: امسال ۱۹۰ طرح توسعه در واحدهای صنعتی استان با سرمایه‌گذاری حدود ۸۰ هزار میلیارد ریال و افزایش اشتغال حدود ۶ هزار نفر اجرا شده است

دومین دوره جشنواره جهادی زنان، سلامت خانواده و تعالی جامعه برگزار می شود

اراک– فرنـــاز امیدی: مدیر کل تعاون ،کار و رفاه اجتماعی اســـتان مرکزی از برگزاری دومین دوره جشـــنواره جهادی زنان، سلامت خانواده و تعالی جامعه درشهرســـتان اراک به مناسبت بزرگداشـــت مقام زن خبر داد. جمشید امیدی مدیرکل تعاون، کار و رفاه اجتماعی اســـتان مرکزی و رئیس شـــورای هماهنگی مدیران کل دســـتگاه های تابعه وزارت متبوع در اســـتان با اعلام این خبر گفت: جشنواره جهادی زنان، سلامت خانواده، تعالی جامعه در شهرستان اراک به همت مشـــاورین امور بانوان دســـتگاه های تابعه وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی در اســـتان مرکزی از روز شنبه ۹ دی ماه تا روز یکشنبه ۱۰ دی ماه سال جاری در شـــهرک ولیعصر مسجد الغدیر برگزار می شود. وی افزود: خدمات مهارت آموزی متناسب با اقلیم و ظرفیت های بومی ، خدمات مشاوره ، روانشناسی و مددکاری و همچنین مستقر شدن اورژانس اجتماعی در محل پایگاه جهادی و خدمات کاریابی با محوریت مشاغل خانگی و مشاوره شغلی،میز خدمت با امکان ارائه خدمت جهت پوشـــش بیمه زنان خانه دار (پویش هدیه به همســـر) مدیر کل تعاون، کار ورفاه اجتماعی استان مرکزی گفت: میز خدمت با امکان ارائه خدمت جهت پوشش بیمه ای دختران دانشـــجو(پویش هدیه به دختران)،میز خدمت با امکان ارائه خدمت جهت پوشش بیمه روستایی و عشـــایر و خدمات درمانی و غربالگری که در این جشنواره به عموم مردم با اولویت بانوان شریف ارائه می شود. امیدی در خصوص پویش هدیه به همسر و دختر بیان داشت: منظور این است که همسران، پدرها و برادران از طریق افتتاح بیمه زنان خانه دار و دختران دانشجو زنان و دختران، خود را پوشش بیمه ای کنند و آن را به مناسبت روز زن به ایشان هدیه دهند.

صدور اسناد دولتی استان یزد دو برابر شد

یزد – مرتضی نوراللهی‌پور ؛ مدیرکل ثبت اسناد و املاک استان یزد از صدور ۲ برابری اسناد کاداستری املاک دولتی در ۹ ماه امسال نسبت به مدت مشابه سالذقبل خبر داد.

مهدی اقبال در این خصـــوص در گفت و گوی اختصاصی با خبرنگار ایرنا اظهار داشـــت: در ۹ ماه امســـال تعداد حدود ۸۶هزار سند کاداستری املاک دولتی در اداره کل ثبت اســـناد و املاک استان صادر شده است. وی با اشاره به همکاری قابل تقدیر مجموعه های نظارتی همچون دادگســـتری ، دیوان و سازمان بازرسی محاسبات و دستگاههای دولتی خاطرنشان کرد: در ۹ ماه سال قبل ، این آمار حدود ۵۹ هزار و ۸۰۰ جلد بوده است که بیانگر رشد حدود ۱۰۰ عملکرد امسال در این بخش است. به گفته مدیرکل ثبت اسناد یزد ، با توجه به ماده ۹ قانون جامع حدنگار و ماده ۳۴ ضوابط اجرایی بودجه ۹۷، وزارتخانه‌ها و دستگاه‌های دولتی موظفند نسبت به مستندسازی اموال غیرمنقول در اختیار خود برای صدور اسناد مالکیت تک‌برگی به نام دولت جمهوری اسلامی ایران با نمایندگی وزارتخانه یا مؤسسه مربوط برابر مقررات اقدام کنند.

اقبال با بیان اینکه نیاز اســـت ادارات اصل اسناد مالکیت را به خزانه اسناد اموال غیرمنقول دولت (وزارت امور اقتصادی و دارایی) تحویل نمایند ، تأکید کرد : نباید حقوق مردم ضایع شود و یا اموال و عرصه‌های منابع طبیعی مورد تضییع قرار گیرد و در این میان اداره کل ثبت اســـناد و املاک نگاه بالسویه دارد چراکه هدفش احقاق حق اســـت. وی همچنین با اشاره به مزایای سند کاداستری تصریح کرد : دستگاههای دولتی باید با دقت و حساسیت ، نسبت به تعیین تکلیف مالکیت مراکز و ساختمان‌های در اختیار خود اقدام کنند تا علاوه بر جلوگیری از تضییع حقوق بیت‌المال ، مانع تشکیل پرونده های متعدد در محاکم قضایی استان شوند. عضو شورای قضایی یزد یادآور شد : از وظایف ذاتی ثبت اســـناد و املاک ، مستندسازی مالکیت‌ها با هدف دفاع از حقوق جامعه و لـــزوم تثبیت مالکیت دولت بر املاک و اراضی تملکی با هدف جلوگیری از دست اندازی است و در این راستا با توجه به ماده ۵۷۶ قانون مجازات اسلامی عدم اقدامات لازم توسط دستگاه‌های اجرایی دربرای مستندسازی مالکیت‌های خود ترک فعل و تسامح در این ارتباط تلقی خواهد شد.

پیشرفت ۷۵ درصدی احداث مجموعه مخازن و ایستگاه پمپاژ مدیسه در منطقه لنجان

اصفهان – فایزه مرادیان: فاز ســـوم عملیات احـــداث مجموعه مخازن و ایســـتگاه پمپاژ مدیسه در منطقه لنجان به پیشـــرفت ۷۵ درصدی رسید. مدیرعامل آبفای اســـتان اصفهان با اشاره به اهمیت احداث مجموعه مخازن و ایســـتگاه پمپاژ در منطقه اظهار داشـــت: با اجرای این پروژه بزرگ، آب شرب شـــهرهای باغ بهادران، باغ شاد، چرمهین و زاینده رود همچنین ۱۷ روستا در منطقه لنجان به صورت پایدار تامین می شود، این درحالیست که پیش بینی می شود این پروژه تا پایان سال جاری تکمیل شود و به طور صد در صدی در مدار بهره برداری قرار گیرد. حســـین اکبریان با بیان اینکه اجرای این پروژه در سه فاز عملیاتی شده است اظهار داشت: در فاز اول، احداث یک مخزن زمینی با ظرفیت هزار مترمکعب و یک مخزن هوایی به ظرفیت ۱۵۰ متر مکعب و در فاز دوم، مخزن زمینی دیگر با ظرفیت هزار مترمکعب احداث شد و در فاز سوم تکمیل ایستگاه پمپاژ آب با ظرفیت انتقال ۲۴۰ لیتر در ثانیه و محوطه سازی و حصارکشـــی این مجموعه در دستور کار قرار دارد که پیش بینی می شود تا پایان سال به اتمام برسد. وی افزود: در سال جاری نیز احداث یک باب شیرخانه نیز در مجموعه مخازن و ایستگاه پمپاژ مدیسه عملیاتی شده است. مدیرعامل آبفای استان اصفهان با بیان اینکه هم اکنون ۸ شهر و ۴۲ روستا تحت پوشش آبفای منطقه لنجان قرار دارد تصریح کرد: در حال حاضر ۷۰ درصد آب شرب ۳۰۰ هزار نفر جمعیت شهری و روستایی منطقه لنجان از طرح آبرسانی اصفهان بزرگ تامین می شود و ۳۰ درصد دیگر از طریق ۲۴ حلقه چاه تامین می گردد، این درحالیست که نیاز آبی مردم این منطقه حدود ۷۰۰ لیتر در ثانیه است.

اخبار

۶۹ هزار آزمایش تشخیصی در دامپزشکی استان مرکزی انجام شد

اراک- فرناز امیدی: سرپرســـت آزمایشـــگاه مرجع اداره‌کل دامپزشـــکی اســـتان مرکزی گفت: ۶۹ هزار و ۱۱۳ مورد آزمایش تشخیصی امسال از سوی اداره‌کل دامپزشکی این استان به منظور شناســـایی و کنترل بیماری‌های دام و طیور انجام شد علی بناساز در اینباره گفت: ۵۳ هزار و ۹۸۱ آزمایش از مجموع این آزمایش‌ها با همکاری بخش دولتی و ۱۵هزار و ۱۳۲ آزمایش توســـط بخش خصوصی انجام شد. وی با یادآوری انجام ۳۶ هزار و ۷۹۴ آزمایش تشـــخیصی در مدت مشابه با سال گذشته در استان مرکزی، ادامه داد: آزمایش‌های تشخیصی انجام شده در این استان در سال جاری با افزایش ۸۷ درصدی همراه است. سرپرست آزمایشگاه مرجع اداره‌کل دامپزشکی استان مرکزی خاطر نشان کرد: ۳۵ هزار و ۶۳۳ آزمایش سرولوژی دام، ۱۲هزار و ۵۷ آزمایش سرولوژی طیور، سه‌هزار و ۳۷۴ مورد آنالیز شیمی و یک‌هزار و ۹۳۱ مورد تست میکروبی امسال انجام شد. بناساز گفت: ۲۱۲ مورد آزمایش میکروبی مرضی، ۹۶ مورد آزمایش انگل شناسی و ۶۷۸ مورد آزمایش مولکولی برای تشخیص بیماری آنفلوانزای فوق حاد پرندگان از ابتدای سال جاری تاکنون توسط اداره‌کل دامپزشکی استان مرکزی انجام شده‌است.

نشست هیات مدیره انجمن موسیقی استان با مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان

اهواز – شبنم قجاوند: هیات مدیره انجمن موسیقی استان با مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزســـتان دیدار کردند. دیدار هیات مدیره انجمن موسیقی اســـتان با مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان در این اداره کل برگزار شد. در این جلسه ضمن ارائه گزارش عملکرد دوساله این انجمن، مواردی در خصوص تقویت آموزش به منظور ارتقا و اشاعه موسیقی الهام گرفته از فرهنگ والای ایران اســـلامی و مبتنی بر اصالت های ملـــی، قومی و منطقه ای، شناسایی هنرمندان موسیقی، حمایت از نسل جوان موسیقی استان، تقویت دفاتر موسیقی شهرستان ها و برنامه های انجمن براساس نیازهای فرهنگی مطرح شد.

با تلاش های شبانه روزی آبفا و توجه ویژه دولت سیزدهم؛

آبِ آب شیرین کن قشم مولد با ظرفیت ۵ هزار متر مکعب به لافت و ۱۱ روستای جزیره رسید

بندرعباس- خبرنگار فرصت امروز: مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب هرمزگان گفت: وعده وزیر نیرو در سفر به جزیره قشم برای تامین آب شرب شهر لافت و ۱۱ روستای مسیر محقق شد و مشترکین این مناطق از آب شیرین کن "قشم مولد" تامین آب شدند. عبدالحمید حمزه پور با بیان اینکه وزیر نیرو طی سفر کاری نوروزی سال گذشته پس از درخواست مردم قول انعقاد قرارداد خرید تضمینی آب تولیدی این تأسیسات در راستای ارتقاء تأمین و پایداری آب مورد نیاز این منطقه داده بود، افزود: کلنگ اجرای خط انتقال در هفته دولت به دست استاندار هرمزگان به زمین زده شد و قرارداد خرید تضمینی به ظرفیت ۵ هزار متر مکعب به امضا رسید که خوشبختانه با تلاش های شبانه روزی، این پروژه مهم تکمیل شد و مردم جزیره قشم شاهد تحقق یکی از وعده های مهم دولت سیزدهم با حمایت های وزیر نیرو، مدیرعامل شرکت مهندسی و استاندار هرمزگان زودتر از موعد مقرر شدند. وی ادامه داد: عملیات اجرای خط انتقال از سایت قشم مولد به طول ۸ کیلومتر طی روزهای گذشته با انجام عملیات در دو شیفت روز و شب به پایان رسید و انتقال آب به مخزن "پی پشت" با موفقیت انجام شد. به گفته مدیرعامل آبفا، در حال حاضر، انتقال ۵ هزار متر مکعب آب در شبانه روز از سایت قشم مولد برنامه ریزی شده است که باعث بهبود وضعیت آب شرب جمعیتی بالغ بر ۱۹ هزار و ۲۹۱ نفر در جزیره قشم خواهد شد. حمزه پور، هزینه اجرای خط انتقال را ۹۲۰ میلیارد ریال عنوان کرد و گفت: علاوه بر این هزینه، سرمایه گذاری انجام شده توسط بخش خصوصی جهت تولید این میزان آب شیرین بالغ بر ۱۳۰ میلیارد تومان است. وی ادامه داد: اهمیت آبرسانی این پروژه تا جایی است که مدیرعامل فعلی شرکت مهندسی آب و فاضلاب کشور در مسئولیت قبلی(معاون راهبردی و بهره برداری شرکت مهندسی آبفای کشور) در فصل تابستان سالجاری بصورت میدانی از این طرح بازدید و بر تسریع اجرای آن تاکید کرد که خوشبختانه نتیجه قابل قبولی در پی داشت. مدیرعامل شـــرکت آب و فاضلاب هرمزگان با قدردانی از حمایت های استاندار هرمزگان ضمن پیگیری جدی قرارداد خرید تضمینی و پشتیبانی در تأمین اعتبارات مورد نیاز نقش موثری در به ثمر رسیدن این پروژه مهم و حیاتی داشت. حمزه پور در پایان گفت: با وارد مدار شدن این ظرفیت، طی دو سال دولت سیزدهم، میزان تولید آب شیرین در این شهرستان به بیش از ۴۰ درصد افزایش یافته است.

سومین همایش بین المللی دانش ، صنعت و تجارت پنبه در گرگان

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: سومین همایش بین المللی دانش ، صنعت و تجارت پنبه در گرگان با حضور مهاجر معاون امور زراعت وزارت جهاد کشاورزی ، گرجی مدیر کل دفتر صنایع نساجی وزارت صمت، برزعلی رئیس سازمان جهاد کشاورزی استان گلستان ، امیر یوسفی رئیس اتاق بازرگانی، صنایع ، معادن و کشاورزی گرگان و برخی از مدیران دستگاه های اجرایی و فعالان اقتصادی در حوزه پنبه استان و کشورصرفه تولید پنبه کشور نیاز به ماشین آلات به روز دارد.رئیس اتاق بازرگانی ، صنایع، معادن و کشاورزی گرگان گفت: صرفه تولید پنبه در داخل کشور نیازمند تامین امکانات و تحهیزات و ماشین‌های به روز دنیا است.به گزارش روابط عمومی اتاق بازرگانی گرگان ، امیر یوسفی رئیس اتاق بازرگانی ، صنایع، معادن و کشاورزی گرگان در سومین همایش بین المللی دانش ، صنعت و تجارت پنبه در گرگان ، اظهار داشت: اکنون وارد کنندگان پنبه، سودآوری برای آن‌ها بیشتر است، چون تولید این محصول در داخل کشور با قیمت جهانی تناسب ندارد.وی ادامه داد: نبود تناسب قیمت تولید پنبه در داخل کشور با قیمت جهانی، واردات این محصول انجام می‌شود و به فکر تولید داخلی نیستیم.یوسفی یادآورشد: گلستان بهترین تولید پنبه را در دنیا به خاطر خاک و شرایط اقلیمی مساعد دارد و باید به فکر راه‌حل عملیاتی و اجرایی برای احیای زراعت پنبه در این استان که زمانی بیش از ۱۷۰ هزار هکتار این خطه سالانه در گذشته زیر کشت میرفت، دارای توجیه و قابل رقابت با دنیا باشیم.وی گفت: اتاق بازرگانی گرگان به عنوان بخش خصوصی در کنار مسوولان مرتبط احیای صنعت پنبه در استان با توجیه اقتصادی است.وی ادامه داد : برگزاری چنین همایش تخصصی را فرصت برای مرور گذشته صنعت پنبه و تلاش درباره برای احیای آن در ایجاد اشتغال و رونق تولید است.وی همچنین از پیشنهاد دریافت مالیات از تولید کشاورزی گلایه کرد.

آغاز طرح قاضی-مدرسه در اشکذر

یزد- سید محمد جواد عرفان‌فر؛ دادیار دادسرای عمومی و انقلاب اشـــکذر گفت: در راستای فراهم کردن محتوای مناسب و حضور قضات در مدارس، اجرای طرح «قاضی - مدرسه» در مدارس اشکذر آغاز شـــد. علی شریعت پناه دراین رابطه بیان داشت: یکی از چالش های قابل ملاحظه در حوزه مســـائل فرهنگی و اجتماعی کشـــور گرایش نوجوانان و جوانان به جرایم وآسیب های اجتماعی علی الخصوص آســـیب های نوپدید اجتماعی به طورناخواسته و از روی عدم شـــناخت و آگاهی از این آســـیب ها می باشد. این مقام قضایـــی هدف از اجرای طرح "قاضی - مدرســـه" در این حوزه را ارائه برخی آموزش های رشـــد مدار، جرایم و آسیب های نوپدید اجتماعی دانست و ابراز کرد: به منظور ارائه راههای مقابله و پیشگیری از این آسیب ها در مدارس علی الخصوص مقاطع متوسطه این طرح از ابتدای آبان ماه سال جاری آغاز و برگزاری جلسات مذکور طبق زمانبندی انجام شده تا پایان سال تحصیلی در تمامی مدارس متوسطه و با حضور قضات مجرب و توانمند به اجرا در خواهد آمد. وی افزود: کارشناسان مسائل و مباحث اجتماعی بر این عقیده اند که یکی از علل اصلی افزایش نرخ جرایم و آسیب های اجتماعی و انحطاط اخلاقی افراد در دوران بزرگسالی، عدم توجه به آموزش های رشد مدار در دوران کودکی و نوجوانی است. شریعت پناه اظهار کرد: مدرسه به عنوان پرجمعیت‌ترین ایستگاه تعلیم و تربیت نقش به‌سزایی در پیشگیری از وقوع جرم بر عهده دارد از همین رو آموزش و اطلاع‌رسانی باید در سنین پایین انجام شود تا این آموزه‌ها در فرد نهادینه شود. این مقام قضایی خاطرنشان کرد: با توجه به میزان فراوانی برخی از جرایم و آسیب های اجتماعی نوپدید در حوزه شهرستان، موضوعات دسته بندی و اولویت سنجی شده است و حضور قضات در مدارس به صورت مستمر بر این اساس ادامه خواهد داشت.

لازم به ذکر است زنگ اجرای طرح قاضی - مدرسه به همّت دادگستری اشکذر و مشارکت اداره آموزش و پرورش در مدارس این شهرستان به صدا درآمد

پایان جولان عاملان شرارت و چاقو کشی در گرگان

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: ســـرهنگ علی تجری در تشریح این خبر اظهار داشت: پس از اعلام مرکز فوریت‌های پلیســـی ۱۱۰ مبنی بر وقوع یک مورد چاقوکشـــی در سطح حوزه موضوع به صورت ویژه در دستور کار ماموران کلانتری ۱۱ این فرماندهی قرار گرفت .وی با بیان اینکه متهم پیش از حضور ماموران از محل متواری شده بود، افزود: با تحقیقات میدانی و اقدامات فنی و هوشمندانه مخفیگاه متهم شناسایی و در یک عملیات منسجم و موفقیت آمیز در اقدامی ضربتی دستگیر شـــد.فرمانده انتظامی شهرســـتان گرگان تصریح کرد: متهم در تحقیقات پلیس به بزه ارتکابی اعتراف و علت و انگیزه خود را اختلاف شخصی اعلام کرد.سرهنگ تجری با اشاره به اینکه برهم زدن نظم امنیت و آرامش شهروندان خط قرمز پلیس است، گفت: ما اجازه جولان دادن به اراذل و اوباش را نخواهیم داد و با افراد خاطی بدون اغماز با شدت برابر قانون برخورد خواهد کرد.

کلاهبردار حرفه ای در گلستان به دام افتاد

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: ســـرهنگ "فرزاد تاجره" ، اظهار اشـــت: بدنبال شکایت تعدادی از شهروندان مبنی بر کلاهبرداری از آنان توســـط فردی، رسیدگی به موضوع در دستور کار ماموران پلیس آگاهی استان قرار گرفت.وی افزود: طی بررسی ها مشخص شد متهم با جلب اعتماد مالباختگان و با وعده پرداخت سود بالا، مبالغ هنگفتی از آنان دریافت کرده و به مکان نامعلومی متواری شده است.جانشین فرمانده انتظامی استان گلستان گفت: ماموران با انجام یکسری اقدامات تخصصی و اشراف اطلاعاتی، موفق شدند مخفیگاه متهم را شناسایی و پس از کسب مجوز قانونی وی را دستگیر کنند.سرهنگ تاجره تصریح کرد: متهم در تحقیقات اولیه به کلاهبرداری از ۲۹ شهروند به مبلغ ۵۰ میلیارد ریال اقرار کرد.این مقام انتظامی خاطرنشان کرد: متهم پس از تشکیل پرونده برای انجام مراحل قانونی به مراجع قضائی معرفی شد.

نگاهی به طرح تشکیل هیأت امنای بازار بزرگ اصفهان؛

بازاریان، برای بازار قانون می‌نویسند

اصفهان–معصومه قاسمی: با تشکیل هیأت امنای بازار اصفهان برای نخســـتین بار، بازاریان این شـــهر برای حل و فصل مشکلات محل کسب و کار خود به صورت مشارکتی تصمیم‌گیری می‌کنند، تصمیماتی که می‌تواند منجر به حل و فصل مشکلات چندین ساله بازار بزرگ اصفهان شود. بازار اصفهان با قدمتی حدود پانصد سال از آثار به جا مانده دوران صفویه است که براساس اطلاعات موجود، جزء بزرگ‌ترین بازارهای خاورمیانه به شـــمار می‌رود. این بازار در مجاورت آثار ماندگار و بافت تاریخی شـــهر قرار دارد و گرچه از معماری منحصر به فردی برخوردار اســـت و در مسیر پر پیچ و خم و چندین کیلومتری خود مدارس و مساجد و حمام‌های تاریخی، سراها و تیمچه‌هایی دارد؛ اما تا امروز، در روزگار زندگی شهری و مدرن، قامت خود را راست نگه داشته، هرچند که بر پیکرش زخم‌های نو و کهنه و آثار تغییر سبک زندگی مشهود است.شهرداری اصفهان طی سال‌های اخیر برای حل مشکلات بازار تصمیمات گوناگونی گرفته است، اما آن چیزی که برای اداره بازار و حل و فصل معضلات آن لازم است، هماهنگی و همراهی میان بازاریان و کسبه است تا خود بر محل کسب و کارشان نظارت داشته باشند و با خرد جمعی و مشارکت راه‌حل‌هایی برای مشکلاتی که روزانه با آن دست به گریبان هستند، بیابند.

علی قاســـم زاده، شـــهردار اصفهان نیز با اشاره به وضعیت نگران کننده بازار بزرگ اصفهان و با تأکید بر اینکه دستگاه‌های مختلفی از جمله شهرداری در قبال وضعیت بازار مسئولیت دارند، گفت: بازار حدود ۸۰ مشکل دارد که تا به حال برای رفع آن‌ها موفق نبوده‌ایم، در این راستا مرکز پژوهش‌های شورای اسلامی شهر طی انجام مطالعاتی به این

داستان برندینگ تیم‌های ورزشی محبوب دنیا

نویسنده: علی آل‌علی

دنیـای ورزش پـر از اتفاقات هیجان‌انگیزی اسـت که حتی بعد از چند دهه هنـوز هم در ذهن طرفداران حک شده است. مثلا گل سرنوشت‌ساز قهرمانی اسپانیا در جام جهانی ۲۰۱۰ را در نظر بگیرید؛ بی‌شک همه طرفدارهای فوتبال تا آخر عمر آن لحظه شگفت‌انگیز را به یاد خواهند آورد. شـاید مردم عادی برای سـلامتی با تناسـب اندام ورزش کننـد، اما وقتی ماجرا به عرصه حرفه‌ای کشـیده می‌شـود، دیگر فقط سـلامتی در میان نیست. این روزها دنیای ورزش یکی از صنعت‌های پولساز محسوب می‌شود کـه میلیون‌ها نفـر در سراسـر دنیا از آن کسـب درآمد می‌کنند. در این میان تیم‌های ورزشـی موقعیت ویژه‌ای دارنـد. شـاید بازیکنان بزرگ دنیا بعـد از مدتی فراموش شـوند، اما تیم‌هایی مثـل رئال مادرید یا گلدن اسـتیت برای همیشه در یاد و خاطره مردم باقی خواهند ماند. این امر نه تنها مربوط به شـهرت بالای این تیم‌ها، بلکه شیوه برندسازی منحصر به فردشان است.

اشتباه نکنید، ما در این مقاله قصد نداریم یکسری تعریف و تمجید توخالی از تیم‌های ورزشی تحویل‌تان دهیم. در عوض سراغ صنعت ورزش آمده این تا علم برندینگ را در قالبی کاملا متفاوت به شما یاد دهیم. ماجرا جالب شد، نه؟

کمتر کسـی در دنیای کسـب و کار به اینکه تیم‌های ورزشی هم برندی برای خودشان دارند، فکر می‌کند. انگار که تیم‌های ورزشـی فقط برای سـرگرمی هستند و اصلا نبایـد انتظار دیگری از آنها داشـت. اگر شـما هم تا حالا چنین نگاهی به دنیای ورزش داشتید، با ما همراه باشید تا تصورتان را کاملا دگرگون کنیم.

شـما در ایـن مقاله با سرگذشـت و اصـول برندینگ بزرگ‌ترین تیم‌های ورزشی دنیا آشنا خواهید شد. اگرچه فوتبال طرفدارهای بسـیار زیادی در سراسر دنیا دارد، اما در فهرست ما جا برای بقیه ورزش‌ها هم هست. خب اجازه دهید با همین مقدمه یک راست برویم سراغ اصل مطلب.

برندینگ به سبک تیم‌های ورزشی

رئال مادرید: یک برند جهانی

وقتی صحبت از ورزش فوتبال می‌شـود، اول از همه یاد چه تیمی می‌افتید؟ بی‌شـک تیم‌های محلی در هر شهر طرفدارهای خاص خودش را دارد، اما اگر کمی وسـیع‌تر ماجرا را بررسـی کنیـم، فقط و فقط یک اسـم به ذهن می‌رسـد: رئال مادرید! رئال مادریـد یکی از موفق‌ترین و در عین حال محبوب‌ترین تیم‌های فوتبال دنیا است. این تیم با کسب ۱۴ قهرمانی در لیگ قهرمانان اروپا، رکورددار این رقابت‌هاسـت، اما محبوبیت ایـن برند فقط به خاطر موفقیت‌های ورزشی‌اش نیست.

رئـال مادرید در طـول زمان خودش را از یک باشـگاه سـلطنتی بدل بـه برنـدی بی‌نهایت لوکـس و صدالبته دوست‌داشـتنی کرده است. روند این تغییر و تحول دقیقا همان چیزی است که ما قصد بررسی‌اش را داریم.

اجازه دهید بحث‌مـان را با چند نکته تاریخی پیگیری کنیـم. رئال مادرید در سـال ۱۹۰۲ توسـط یک گروه از دانشـجویان اسپانیایی تاسیس شـد. اگرچه در چند دهه ابتدایـی موفقیت زیادی نصیب این تیم نشـد، اما با آغاز دهه ۵۰ میلادی یکهو موفقیت‌هـا یکی بعد از دیگری از راه رسـید؛ چراکه درسـت در زمان اوج بحـران تیم‌های فوتبال در اروپـا، رئال مادرید بر روی خرید بازیکنان برتر و همچنین کادر فنی حرفه‌ای سرمایه‌گذاری کرد. از دهه ۶۰ به بعد رئال مادرید به سـراغ کسب درآمد از اعتبارش رفت. به طوری که بدل به اولین تیم فوتبال در دنیا شد که فروشگاه‌های زنجیره‌ای در سراسر دنیا دارد.

این روزها بیشـتر مردم رئال مادرید را به خاطر فعالیت گسـترده‌اش در شـبکه‌های اجتماعـی و طرفـداران دو آتیشه‌اش می‌شناسـند. نکته جالب اینکه دیگر خبری از قضاوت این تیم به مثابه یک باشگاه سلطنتی نیست. این خودش موفقیت نسبی رئال در برندسازی را نشان می‌دهد.

اگر بخواهیم نقاط قوت برندینگ رئال مادرید را فهرست کنیم، باید به این نکات توجه کرد:

• موفقیت‌های ورزشـی: رئال مادرید یکی از موفق‌ترین تیم‌های ورزشـی دنیا است. این تیم ۱۴ قهرمانی در لیگ قهرمانان اروپا دارد و رکورددار دنیا محسـوب می‌شود. به همین خاطر برندش به طور طبیعی حس و حال خاص و صدالبته برتری به مخاطب می‌دهد.

• توسـعه در سـطح دنیا: رئال مادرید همـه جای دنیا طرفدار دارد. به طوری که تور پیش فصل این تیم هر جای دنیا برگزار شود، کلی آدم به استقبال کاروان‌شان خواهند آمد. این امر به خوبی توانایی این تیم برای توسـعه اسم و شهرت برندش را نشان می‌دهد. کافی است وضعیت رئال را با تیم‌های بی‌نام و نشـان و آنهایی که هیچ استقبالی از کاروان‌شان نمی‌شود، مقایسه کنید.

• هویت بصری قـوی: رئال مادرید یـک هویت بصری قوی دارد. این تیم از رنگ‌سفید به عنوان گزینه اصلی سود می‌برد. به همین خاطر در نگاه نخست حس آرامش را به مخاطب می‌دهد؛ آن هم در یکی از رقابتی‌ترین ورزش‌های دنیا. اگر به ترکیب لوگوی این برند دقت کنید، اسـتفاده از رنگ طلایی به عنوان نشـانه طلا حس لوکس بودن را منتقل می‌کند.

اگرچـه برند رئال مادرید جذابیت‌هـای زیادی دارد، اما بدون ایراد هم نیست. لطفاً به این نکات نیم نگاهی داشته باشید:

• هزینـه بالای محصولات: محصـولات رئال مادرید به دلیل محبوبیت این تیم، قیمت بالایی دارند. این امر ممکن اسـت برخی از مخاطبان را از خریـد محصولات این تیم منصرف کند. بنابراین اینطور به نظر می‌رسد که رئال فقط تیم مخصوص آدم‌های پولدار است.

• خریدهـای جنجالی: از وقتی فلورنتینو پرز مدیر رئال شـده، خریدهای کهکشانی یکی بعد از یک دیگری از راه می‌رسند. این امر نه تنها باعث نگرانی‌های اقتصادی شده، بلکه عرصه رقابـت را بر تیم‌های کوچک‌تر تنگ می‌کند. شاید عجیب به نظر برسد، اما این نکته تاثیر منفی بر روی برند رئال مادرید داشته است.

• ماجرای سـوپرلیگ: سـوپرلیگ رقابتی است که رئال مادریـد از چند سـال قبل با همه تـوان در پی تحققش اسـت. اگر این طرح اجرایی شـود، عمـلا دیگر خبری از لیـگ قهرمانان اروپا نخواهد بود. به همین خاطر برخی از طرفداران فوتبال با طرح‌های رئال مخالف هستند. این امر تاثیر ویژه‌ای بر روی کاهش اعتبار و محبوبیت برند باشگاه دارد.

بارسلونا: برند خلاق

وقتی در یک فهرسـت پای رئال مادرید وسط باشد، آیا می‌شـود بارسلونا را فراموش کرد؟ این دو تیم دهه‌هاست که رقیب سنتی هم محسوب می‌شوند و از دل این رقابت کلی سود به جیب زده‌اند.

بی‌شک بارسا از نظر افتخارات توان رقابت با رئال مادرید را ندارد، اما در طول سـه دهـه اخیر روند صعودی از نظر جذب مخاطب جهانی و عناوین مهم طی کرده اسـت. در کنار این موضوع شیوه برندینگ بارسا همراه با خلاقیت و تفکر خارج از چارچوب است. به همین خاطر از نظر تعداد هوادار در دنیا حرف‌های زیادی برای گفتن دارد.

بارسـلونا در سال ۱۸۹۹ توسـط یک گروه از مهاجران کاتالانی تاسیس شد. همین امر تضاد جالبی میان بارسا و رئال ایجاد می‌کند؛ چراکه یکی تیمی کاملا سلطنتی است و دیگری با همکاری مهاجران تاسیس شده است. با توجه به تاریخچه این برند نباید انتظار ولخرجی‌های گسـترده در بازار را داشت. دقیقا به همین خاطر از همان سال‌های ابتدایی بارسا هوادار کشف استعداد و پرورش آنها بود. این امر به خوبی در هویت این برند نیز بازتاب پیدا کرده است.

یکی از ویژگی‌های منحصر به فرد بارسا تلاش برای فراتر رفتن از قالب یک تیم باشگاهی است. آنها در این تلاش از انواع جنبش‌های مردم کاتالونیا حمایت کرده و در زمینه امور خیریه نیز همیشـه پیشـرو بوده‌اند. همین امر باعث شده طرفداران زیادی نگاه‌شان به این تیم جلب شود.

اگر بخواهیم نقاط قوت برندینگ تیم بارسـا را زیر ذره بین ببریم، باید به این نکات دقت کرد:

• خلاقیت و نوآوری: بارسـلونا یک برنـد خلاق و نوآور است. این تیم از مفاهیم و موضوعات فرهنگی و اجتماعی در برندینـگ خـود اسـتفاده می‌کند. بـه همین خاطر ماندگاری بیشـتری در ذهن مخاطب دارد. اگر دقت کرده باشید، حتی کسانی که میانه خوبی با ورزش فوتبال ندارند هم جسته و گریخته اخبار بارسا را دنبال می‌کنند.

• هویت بصری قوی: بارسـلونا یـک هویت بصری قوی دارد. این هویت برگرفته از رنگ‌های آبی و اناری است که دهه‌ها نماد اصلی لوگو و پیراهن تیم بوده است. به علاوه، حمایت از سـازمان‌هایی مثل یونیسف نیز در کارنامه این برند می‌درخشـد. نماد بصری این هویت بر روی پیراهن اصلی تیم در قالب درج لوگو یونیسف به چشم خورد.

• ارتبـاط موثر با مخاطبان: بارسـلونا با مخاطبان خود ارتبـاط نزدیک و صمیمانه‌ای دارد. به طوری که خیلی از طرفدارهای تیم به راحتی با تیم محبوب‌شان ارتباط داشته و جواب سوالات‌شان را می‌گیرند. این نکته‌ای است که در کمتر تیم ورزشی به چشم می‌خورد.

اگرچه بارسـا یک برند قوی دارد، اما فرآیند برندینگش خالـی از ایراد نیسـت. به عنوان مثال بـه این نکته توجه کنید:

• محدودیت جغرافیایی: بارسلونا یک تیم اسپانیایی است و در اسپانیا مستقر است. شاید این امر چندان مهم به نظر نرسد، اما هنوز هم تعداد فروشگاه‌ها و خدمات جهانی این تیم به شـدت محدود اسـت. به طوری که گاهی صدای طرفداران این تیم در دنیا را نیز درمی‌آورد.

• پیچیدگی برند: برند بارسـلونا پیچیده اسـت؛ چراکه از یکسـو خود را باشگاه ورزشـی می‌داند، اما فعالیت‌های گسـترده فرهنگی و اجتماعی هـم دارد. به همین خاطر همیشه هویتی دوگانه برای مخاطبش ترسیم می‌کند.

منچستر یونایتد: یک برند تاریخی

اگر قرار باشـد یک برند ورزشـی با تاریخچه‌ای سراسر افتخار را زیر ذره بین ببریم، بی‌شـک منچسـتر یونایتد بهترین گزینه خواهد بود. اگرچه در طول سـال‌های اخیر اوضاع برای شـیاطین سـرخ اصلا خوب پیـش نرفته، اما شکی در تاریخچه جذاب و محبوبیت این تیم نیست.

منچسـتر یونایتد یکی از محبوب‌ترین تیم‌های فوتبال دنیا محسوب می‌شـود. نکته مهم درباره این تیم ترکیب میان سـنت، افتخـار و جلب وفـاداری بی‌قید و شـرط طرفداران اسـت به طـوری که بعد از گذشـت یک دهه مشـکلات فراوان تیم هنوز هم طرفدارهای زیادی سـراغ منچستر را می‌گیرند.

منچسـتر یونایتد در سـال ۱۸۷۸ توسـط یک گروه از کارگران راه‌آهن تاسـیس شد. اگر دقت کرده باشید، هیچ کدام از تیم‌های اروپایـی چنین قدمتی ندارند. به همین خاطر همیشه طرفداران منچستر با قدمت باشگاه‌شان به دیگران فخر می‌فروشند.

اگر بخواهیم از نقطه نظر برندینگ به ماجرا نگاه کنیم، منچستر یونایتد نماد اصالت محسوب می‌شود. این باشگاه در طول دهه‌های متمادی به خوبی توانسته این مفهوم را توسعه دهد. به طوری که تقریبا طرفداران بقیه تیم‌ها نیز اصالت شیاطین سرخ را تایید می‌کنند.

مثل بخش‌های قبل، در اینجا هم باید به بررسـی نقاط قوت و ضعف برند منچسـتر یونایتد بپردازیم. درباره نقاط قوت ماجرا بد نیست به چند نکته توجه کنیم:

• تاریخ و سـنت غنی: منچستر یونایتد یک تیم با تاریخ و سنت غنی است. این تیم یکی از قدیمی‌ترین باشگاه‌های دنیا به حساب می‌آید که اتفاقا افتخارات متنوعی هم دارد. به همین خاطر در برندینگ همیشه سراغ نمایش تاریخچه غنی‌اش می‌رود. این امر باعث شـده کسـانی که شکوه و عظمت تاریخی یک برند را دوسـت دارند، در همان نگاه اول شیفته منچستر یونایتد شوند.

• هویت بصری قوی: اسـتفاده از رنـگ قرمز در لوگو و لباس اصلی تیم باعث شـده در نـگاه اول حس هیجان و ماجراجویی در مخاطب تقویت شـود. این اتفاقی است که برای طرفداران فوتبال جذابیت بی‌نهایت زیادی به همراه دارد.

• ثبات بالا: برندینگ منچستر یونایتد در طول دهه‌های متمادی المان‌های پایداری داشته و مدیرانش هیچ وقت از اصول آن تخطی نکرده‌اند. شاید به همین خاطر طرفداران این تیم در سراسر دنیا به چشم می‌خورند.

بی‌شـک یافتن نکات منفی در برندسـازی تیمی مثل منچستر یونایتد کار بی‌نهایت سختی است، اما غیرممکن به حساب نمی‌آید. در این رابطه به نکات زیر دقت کنید:

• تغییرات مدیریتی: منچستر یونایتد در سال‌های اخیر تغییرات مدیریتی زیادی داشته است. این امر ممکن است بر ثبات و استمرار برند این تیم تأثیر بگذارد. این یعنی اگر تا اینجای کار ثبات منچستر مثال‌زدنی بوده، شاید از این به بعد ماجرا فرق کند!

• هزینه بالای محصولات: منچسـتر یونایتد به پشتوانه تاریخ و افتخارات وی در پی خود واهمه‌ای از تبدیل شدن به یک برند لوکس ندارد. البته در این میان بیشترین فشار بر روی طرفداران اسـت؛ چراکه خرید محصولات مربوط به باشگاه محبوب‌شان حسـابی گران خواهد بود. این امر یکی از نکاتی اسـت که اعتبار منچستر را به شدت تهدید می‌کند.

یوونتوس: برندینگ به سبک ایتالیایی

ایتالیا از آن دسـت کشـورهایی است که همه کارها در آن با شـور و هیجان خاصی انجام می‌شود. از تنوع غذایی و نحوه تهیه آنها گرفته تا ورزشی، همه چیز با نوعی ذوق خاص گره خورده است. در این میان باشگاه یوونتوس نماد پیوند سرمایه‌داری صنعتی با ارزش‌های سنتی این کشور اسـت. به طوری که در طول دهه‌های گذشـته از هر نوع قشری طرفدار یوونتوس به چشم می‌خورد.

اگر نگاهی به وضعیت قهرمان‌های سری آ در چند دهه اخیر بیندازید، یوونتوس به طور حیرت‌انگیزی حسابش را از بقیه جدا کرده اسـت. به طوری که تا همین چند سال قبـل مدعیان دیگر نه برای قهرمانی، بلکه مقام دوم با هم رقابت داشتند!

یوونتوس در سال ۱۸۹۷ توسط یک گروه از دانشجویان ایتالیایی تاسـیس شـد. پیوند با طبقه دانشجویان که از نظـر اقتصـادی در وضعیت معمولی قرار دارند از یکسـو و دگرگونـی جایگاه اجتماعی دانشـجویان پـس از پایان تحصیل در سوی دیگر وضعیت دوگانه‌ای برای این باشگاه ایجاد کرده اسـت. به همین خاطر تقریبا هر نوع آدمی به راحتی جذب این برند می‌شود.

اگر بخواهیم برندینـگ یوونتوس را زیر ذره بین ببریم، نکات مثبت درباره آن چنین وضعی خواهد داشت:

• جـذب گروه‌هـای مختلـف: معمولا محصـولات یا برندهای عامه‌پسـند اصلا خوب از آب درنمی‌آیند. با این حال یوونتوس به طرز عجیبـی خودش را باب میل همه در آورده اسـت. این امر نه تنها ریشـه تاریخی دارد، بلکه به استراتژی آگاهانه مدیران باشگاه نیز ربط پیدا می‌کند. آنها همیشه سعی کرده‌اند طوری رفتار کنند که تیم‌شان طرفدار گروه‌های مختلف جامعه باشد.

• لوگو خـاص: یوونتوس در طول تاریخش بارها و بارها لوگو اصلی خود را تغییر داده است. با این حال هیچ وقت بدل به یک برند غریبه برای مخاطبش نشـده است. دلیل این امر اسـتفاده درست از رنگ‌ها و همچنین آپدیت‌های اصولی لوگو اسـت. ترکیب رنگ سـیاه و سـفید نه تنها بیانگر تاریخچه سـنتی این تیم (یادآور دوران تلویزیون و روزنامه‌های سیاه و سفید) است، بلکه جذبه خاصی به کل ساختار باشگاه می‌دهد.

• انتقادپذیـری: مدیـران باشـگاه یوونتوس ترسـی از انتقـادات ندارند. به همین خاطر خیلی راحت با آنها رو به رو شده و انتقادات مختلف را می‌شنوند. البته کار به اینجا ختم نمی‌شـود؛ چراکه مدیران این باشـگاه برای طراحی استراتژی‌های آینده روی این انتقادات حساب ویژه‌ای باز می‌کنند. شاید به همین خاطر طرفداران یوونتوس خیلی راحت تمام ایده‌ها و انتقادات‌شان را بیان می‌کنند.

هر برندی در این دنیا نقاط ضعف خاص خودش را دارد. ایـن نکته درباره یوونتوس نیز مصـداق دارد. اجازه دهید برخی از این نقاط ضعف را به اتفاق هم بررسی کنیم.

• تجاری‌سازی بیش از اندازه: باشگاه‌های ورزشی اول از همه باید طرفدار توسعه ورزش به طور همگانی باشند. این در حالی است که یوونتوس در میان مردم دنیا اپل از همه یک برند تجاری به حساب می‌آید. به همین خاطر خیلی وقت‌ها طرفداران این تیم بعد از مدتی گارد سفت و سختی در برابر آن می‌گیرند.

• پیچیدگی برند: یوونتوس در عین حال که یک باشگاه ورزشی محسوب می‌شود، برای خودش یک هویت فرهنگی نیز در نظر گرفته است. علاوه بر این موارد، یوونتوس هویت تجاری فوق‌العاده قوی نیز برای خود ترسیم می‌کند. همین امر موجب بروز سردرگمی در میان طرفدارانش شده است.

گلدن استیت واریرز: برندی کاملا مدرن!

گلدن استیت واریرز یکی از موفق‌ترین تیم‌های بسکتبال دنیا اسـت که همیشـه جزو مدعیان قهرمانـی در لیگ NBA به‌حساب می‌آید. نکته جالب اینکه برند مورد بحث ما تاریخچه بی‌نهایت جدیدی دارد.

گلدن استیت واریرز در سال ۱۹۴۶ تاسیس شد. البته از زمان تاسیس تا شهرت جهانی این باشگاه فاصله بی‌نهایت زیادی وجود دارد. به طوری که تازه چند دهه بعد اسم این باشگاه سر زبان‌ها افتاد.

اگر تیم‌هایی که تا اینجای کار بررسی کردیم، نماد تاریخ طولانی و غرورآفرین هستند، گلدن استیت وضعیت کاملا متفاوتی دارد؛ چراکه تقریبا پنج دهه بعد از تیم‌های قبلی تاسیس شده است. به علاوه، دوران اوج شهرتش هم خیلی وقت نیست شروع شده است!

با توجه به آنچه در اینجا بیان کردیم، گلدن استیت نیاز به شـیوه‌ای کاملا متفاوت برای برندینگ دارد. این دقیقا همان کاری اسـت که مدیران این باشـگاه با تلاش برای مدرن نشان دادن برندشان دنبال کرده‌اند.

کسب و کارهایی که از نظر تاریخی توانایی رقابت با بقیه را ندارند، معمولا سعی می‌کنند خودشان را خیلی مدرن و همسو با تکنولوژی‌های روز دنیا معرفی کنند. این فرمول به طور حیرت‌آوری درباره گلدن استیت جواب داده است. بـه طوری که خیلی از طرفداران بسـکتبال دوران جدید لیگ NBA را با این تیم به یاد می‌آورند.

نقاط قوت برندسـازی گلدن استیت به طور خلاصه به این شرح است:

• موفقیت‌های ورزشـی پی در پی: گلدن استیت واریرز یکی از موفق‌ترین تیم‌های ورزشـی دنیا اسـت. این نکته وقتی جذاب می‌شود که متوجه شویم اغلب قهرمانی‌های این تیم در طول دو دهه اخیر به دست آمده است بنابراین هنوز تازگی زیادی برای مخاطب دارد.

• نوآوری و فناوری: گلدن استیت واریرز یک تیم مدرن اسـت که از فناوری‌های تازه به خوبی سود می‌برد. بحث حضور پررنگ در شبکه‌های اجتماعی را که کنار بگذاریم، ایـن تیم‌ها در تمرینات هم از ابزارهـای دیجیتال تازه‌ای اسـتفاده می‌کنند که همیشـه خاص به نظر می‌رسد. به همین خاطر نوعی تافته جدابافته در ورزش بسـکتبال به حساب می‌آید.

• تغییـر و تحول سـریع: گلدن اسـتیت از آن دسـت برندهایی است که خیلی راحت با تغییرات تازه هماهنگ شده و در هر حالتی کارش را جلو می‌برد. فرقی ندارد اوضاع چطور جلو برود، در هر صورت مدیران این باشـگاه راهی برای انطباق با تغییرات پیدا می‌کنند.

گلدن اسـتیت تا اینجـا برند بی‌نهایـت جذابی به نظر می‌رسد که مو لای درز کارش نمی‌رود. بنابراین نوبت آن است که کمی سـختگیرانه‌تر وضعیت آن را زیر ذره بین ببریم:

• فقدان تاریخچه: همانطور که می‌شود حدس زد، گلدن استیت تاریخ طولانی ندارد. به ویژه اینکه در طول دهه‌های ابتدایی فعالیتش اصلا افتخار چشـمگیری کسـب نکرده اسـت. همین امر گاهی اوقات برای این برند دردسرسـاز می‌شود. به طوری که در رقابت با بقیه یا کری خواندن‌های رایج کم می‌آورد.

• محدودیت جغرافیایی: گلدن استیت اگرچه تیم بزرگی در عرصه بسـکتبال محسوب می‌شود، اما عمده شهرتش را در آمریکا دارد. به طوری که خیلی‌ها در خارج از خاک آمریکا هیچ آشـنایی با این تیم ندارنـد. این امر خودش میزان درآمد باشـگاه در سراسـر دنیا را به شدت کاهش می‌دهد.

نتیجه‌گیری

تیم‌های ورزشـی محبـوب دنیا، با سـرمایه‌گذاری در بخش‌های مختلف برندسازی، توانسته‌اند ارزش برند خود را افزایش دهند و درآمد بیشـتری کسب کنند. به طوری که این روزها ارزیابی میزان سودآوری باشگاه‌های ورزشی هر کسـی را حیرت‌زده می‌کند. این تیم‌ها نشان می‌دهند که برندسازی ورزشی یک فرآیند پیچیده است که نیاز به درک عمیق از مخاطبان و تاریخ و سنت تیم دارد.

احتمالا شـما قبل از مطالعه این مقاله آشـنایی زیادی با مفهوم برندسـازی ورزشی نداشـتید. با این حال اکنون ماجرا کاملا فرق می‌کند. چه بسا در آینده‌ای نزدیک شما بتوانید به باشگاه‌های ورزشی مختلف برای توسعه یک برند محبوب و جذاب کمک کنید.

در این مقالـه، به پنج نمونه موفـق برندینگ تیم‌های ورزشـی محبوب دنیا پرداختیم. ایـن تیم‌ها از روش‌های مختلف برای برندسـازی خود اسـتفاده کرده‌اند، اما نقاط اشتراک‌شـان تقریبا مشخص است. برخی از این تیم‌ها از تاریخ و سـنت خود سود بردند، برخی دیگر از خلاقیت و نوآوری استفاده کرده‌اند و برخی دیگر روی تکنولوژی‌های تازه حساب باز کرده‌اند.

بی‌شـک همه تیم‌های ورزشی نمی‌توانند از الگوی این پنـج تیم اسـتفاده کنند، اما این بررسـی چراغ راهنمای خوبی برای ترسـیم چشـم‌اندازهای آینده خواهد بود. به علاوه، کارآفرینان سایر حوزه‌ها نیز می‌توانند از تجربه‌های مورد بحث در این مقاله استفاده کنند.

من و همکارانم در روزنامه فرصت امروز امیدواریم نکات مـورد بحث در این مقاله کمکی هرچند کوچک به شـما برای آشـنایی با برندسـازی تیم‌های ورزشی کرده باشد. مثل همیشه اگر سوالی درباره نکات مختلف مقاله داشتید، تعارف را کنار گذاشته و با ما در ارتباط باشید.

منابع:

https://www.cognitivecreators.com/ebooks/football-club-brand-analysis

https://www.telecoming.com/blog/the-evolution-of-branding-in-football-real-madrid-psg-and-the-power-of-/cooperation

https://logomaster.ai/logo-ideas/famous-european-football-logos

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

یکشنبه | ۱۰ دی ۱۴۰۲ | شماره ۲۳۸۸ | 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