

تاثیر بدهی دولتی بر ناترازی بانکها

کسری کاشخار

پژوهشگر اقتصادی

ناترازی بر خسی از بانکها، به یکی از معضلات اصلی شبکه بانکی ایران تبدیل شده است؛ مشکلی که ریشه‌های آن را می‌توان در عوامل متعددی، از جمله سیاست‌های مالی دولت و نحوه تأمین مالی دولت جست‌وجو کرد. یکی از مهمترین این عوامل، بدهی‌های دولت به بانکها و بانک مرکزی است که به تدریج فشار زیادی بر ترانزنامه بانک‌وارد کرده و موجب ایجاد اختلال در کارکرد سیستم بانکی شده است. هنگامی که دولت

برای تأمین مالی پروژه‌های مختلف یا جبران کسری بودجه، به استقراض از بانکها و بانک مرکزی روی می‌آورد، بدهی‌های آن افزایش می‌یابد. این امر، بدون بازپرداخت به‌موقع، باعث کاهش توان نقدینگی بانکها می‌شود و آنها را در مواجهه با ناترازی شدید قرار می‌دهد. این ناترازی در بخش‌های مختلف اقتصادی کشور، اثرگذار است. کاهش میزان نقدینگی بانکها و تأثیر آن بر میزان تسهیلاتدهی به بخش حقیقی اقتصاد، افزایش مطالبات معوق و رشد تورم، از جمله پیامدهای مهمی هستند که در نتیجه انباشته شدن بدهی‌های دولت ایجاد می‌شود. در نهایت، این عوامل نه تنها توان وام‌دهی بانکها را کاهش می‌دهند، بلکه موجب افزایش نرخ سود، کاهش سرمایه‌گذاری و در نهایت، کاهش رشد اقتصادی کشور می‌شوند.

ادامه در همین صفحه

فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی



۱۸۳ میلیارد تومان سرمایه حقیقی از بازار خارج شد

رنگ سبز مصنوعی بورس



بانک مرکزی و قواعد افشا و محرمانگی

در شرایط رکود اقتصادی و کاهش درآمدهای مالیاتی، فشار بیشتری بر دولت وارد کرده و او را وادار به تأمین مالی از طریق استقراض کرده است. همچنین تجربه‌های اقتصادی و فشارهای بین‌المللی، نقش بسزایی در افزایش بدهی‌های دولت داشته است. این تجربه‌ها باعث کاهش دسترسی دولت به منابع ارزی و همچنین محدودیت در صادرات نفت شده است. کاهش این منابع موجب شده تا دولت برای جبران کسری بودجه خود به بانکها و بانک مرکزی رجوع کند.

روند رشد بدهی دولت در سال گذشته

با بررسی آمارهای رسمی و داده‌های منتشرشده بانک مرکزی، روند رشد این بدهی در سال گذشته به وضوح نشان می‌دهد که چگونه دولت به دلیل افزایش فشارهای اقتصادی داخلی و خارجی، مجبور به استقراض بیشتر شده و این امر موجب تشدید مشکلات نقدینگی در شبکه بانکی کشور شده است. با بررسی گزیده آمارهای اقتصادی بخش پولی و بانکی وبسیات بانک مرکزی، مانده بدهی دولت به بانکها در پایان شهریورماه ۱۴۰۳ به یک هزار و ۲۱۹ هزار و ۱۱۰ میلیارد تومان رسیده است. سهم بدهی دولت به بانکها از مبلغ مزبور، ۹۲ درصد و بالغ بر یک هزار و ۱۲۱ هزار و ۶۰۰ میلیارد تومان و همچنین سهم شرکت‌های دولتی، ۸ درصد و به میزان ۹۷ هزار و ۵۰۰ میلیارد تومان بوده است. این میزان نسبت به مدت مشابه سال گذشته، رشد ۲۵،۴ درصدی و طی شش ماهه نسبت به اسفندماه ۱۴۰۲، رشد ۲۵ درصد را نشان میدهد. همچنین در این مدت، بدهی دولت به بانک مرکزی حدود ۴۹۳ هزار و ۵۶۰ میلیارد تومان بوده که این رقم نسبت به دوره مشابه سال گذشته و پایان سال ۱۴۰۲ به ترتیب ۴۶۸ درصد و ۴۰۱ درصد افزایش داشته است. از این میزان، ۶۷،۷ درصد مربوط به دولت و ۲۲،۳ درصد سهم شرکتها و موسسات دولتی است.

براساس آمارها، ۴۴،۲ درصد از بدهیهای دولتی مربوط به بانکهای دولتی و ۳۵،۸ درصد آن، مطالبات بانکهای غیردولتی (خصوصی شده و خصوصی) است. همچنین طی پنج سال اخیر، میزان بدهی‌های دولت به بانکها و بانک مرکزی به ترتیب به طور میانگین ۲۸،۳ درصد و ۴۳،۴ درصد افزایش داشته است. نرخ رشد نقدینگی در این مدت به طور میانگین ۲۳،۵ درصد بوده است. این میزان به وضوح، وابستگی بالای دولت به منابع مالی بانکها را نشان میدهد. این موضوع در سالهای اخیر، بانک مرکزی را مجبور به مداخلات بیشتر در بازار پول کرده که با رشد بدهی‌های دولت به بانک مرکزی، افزایش پایه پولی و در نتیجه، رشد نقدینگی و تورم در اقتصاد را سبب شده است. انباشت بدهی‌های دولت به بانکها، فشار زیادی بر توان وام‌دهی بانکها و نقدینگی موجود در سیستم بانکی کشور وارد کرده است. بانکها به دلیل کاهش دسترسی به منابع نقد، قادر به اعطای تسهیلات به بخش حقیقی اقتصاد و تولید نبوده‌اند و این امر در نهایت منجر به افزایش نرخ سود بانکی و افزایش مطالبات معوق شده است.

تاثیر بدهی دولت در سطح کلان اقتصادی

رشد بدهی دولت به بانکها و بانک مرکزی، تاثیر مهمی بر شاخص‌های کلان اقتصادی کشور داشته است. این بدهی‌ها از طریق افزایش نقدینگی (به واسطه

خلق پول جدید و افزایش پایه پولی، افزایش تورم به واسطه افزایش حجم پول در اقتصاد و ایجاد تقاضا برای کالا و خدمات ثابت)، کاهش رشد اقتصادی و تولید ناخالص داخلی (ناشی از فشار تورمی اشاره شده که نه تنها بر مصرفکنندگان بلکه بر افزایش هزینههای تولید نیز اثرگذار بوده است)، کاهش توان وامدهی و ایجاد ناترازی بانکها (به دلیل اختصاص بخش عمده منابع خود برای خرید اوراق بدهی دولتی و یا اعطای تسهیلات به دولت و شرکت‌های دولتی و عدم بازخرجه و تسویه این منابع در زمان مناسب)، کاهش سرمایه‌گذاری‌های مولد (به واسطه کاهش توان وامدهی بانکها به بخش حقیقی اقتصاد که این مسئله به وضوح در حوزههایی همچون صنعت، کشاورزی و ساختمان قابل مشاهده است و نکته مهم این مسئله در بلندمدت، کاهش نرخ تشکیل سرمایه، کاهش بهره‌وری و افزایش نرخ بیکاری است)، افزایش حجم بدهی دولت و فشار بر بودجه (به دلیل هزینه نرخ سود و افزایش آن که بایستی در هر دوره زمانی پرداخت شود اما عدم بازپرداخت آن، فشار مضاعفی بر بودجه عمومی دولت وارد کرده، سپس خود منجر به کسری بودجه شده و در نهایت، دولت برای تأمین مالی این کسری مجدداً متوجه به استقراض بیشتر میشود و این چرخه معیوب بدهی همینطور ادامه مییابد)، خود را نشان میدهد و همگی از جمله چالش‌های عمده ای است که از این ناحیه برای اقتصاد کلان کشور ایجاد میشود.

از جمله پیامدهای غیرمستقیم رشد بدهی‌ها، افزایش نابرابری‌های اقتصادی است. تورم بالا باعث کاهش قدرت خرید طبقات پایین جامعه می‌شود؛ در حالی که افراد و نهادهای نزدیک به منابع مالی یا دارای دارایی‌های سرمایه‌ای می‌توانند از تورم بهره ببرند. این روند منجر به تمرکز ثروت در دستان عده‌ای خاص و کاهش توان اقتصادی اکثریت مردم می‌شود. این مسئله خود پیامدهای اجتماعی و اقتصادی گسترده‌ای به دنبال دارد و می‌تواند به نابرابری‌های اجتماعی نیز منجر شود.

نقش بانکها در شرایط اقتصادی دشوار

علی‌رغم فشارهای شدید مالی و اقتصادی که در سال‌های اخیر بر شبکه بانکی کشور وارد شده است، بانکها همچنان نقش حیاتی خود را در تأمین نقدینگی و حمایت از اقتصاد ایران ایفا کرده‌اند. با افزایش حجم بدهی‌های دولت و استقراض از بانکها، بسیاری از بانکهای تجاری با کمبود منابع نقد و ناترازی مالی مواجه شدند. با این حال، بانکها با اتخاذ تدابیری همچون مدیریت ریسک و کنترل مطالبات معوق، تلاش کردند تا در برابر این فشارها مقاومت کنند و به حمایت از فعالیتهای اقتصادی و تأمین نیازهای مالی تولیدکنندگان ادامه دهند. بانکها با وجود محدودیتهای شدید دسترسی به منابع مالی، توانستند به ارائه تسهیلات به بخش‌های مولد جامعه و بخش حقیقی اقتصاد ادامه دهند. این در حالی است که بخش عمده‌ای از منابع بانکها، صرف تأمین مالی بدهی‌های دولت شده است. با این حال، بانکها تلاش کرده‌اند که با افزایش سرمایه‌گذاری‌های داخلی و مدیریت دقیق منابع مالی، از بروز بحران‌های گسترده‌تر در شبکه بانکی و اقتصاد کلان جلوگیری کنند.

گزارش بانک جهانی نشان میدهد

درسهای جهانی از مدیریت بدهی دولت

آنچه محتمل است، به همراه توصیف چشم‌انداز آینده و همچنین وجود تجزیه و تحلیلها درباره چگونگی حمایت از راهبر، در نظر گرفتن محدودیتها و بررسی عملکرد راهبردهای گذشته باشد. همچنین برنامه استقراض، چه داخلی و چه خارجی برای پوشش هزینه‌ها باید به صورت سالیانه منتشر شود. این برنامه باید منعطف و در عین حال، دقیق باشد تا در صورت وقوع رخدادهای پیش‌بینی نشده، قادر به پوشش مخارج باشد. براساس آنچه بانک جهانی معین کرده، دولت موظف است که به طور دورهای یک گزارش آماری بدهی را تهیه و به‌صورت عمومی منتشر کند. این گزارش بایستی ترجیحا سه ماهه باشد. در ادامه، ارائه گزارش سالیانه تفصیلی به مجلس، امکان ارزیابی دقیق عملکرد مدیریت بدهی برای قانونگذار را فراهم می‌کند. همچنین انتشار این گزارشها روی یک وب‌سایت می‌تواند به شفافیت هرچه بیشتر روند بدهی‌های دولتی کمک کند. حسابرسی عملیات‌های مربوط به بدهی‌های دولتی نیز از دیگر موارد دارای اهمیت در شاخص‌های بانک جهانی است. نتایج این حسابرسی باید به قانونگذار ارائه شود و مورد بررسی

۲۷۰ هزار میلیارد تومان تسهیلات از سوی شبکه بانکی کشور پرداخت شد

سهم بانکها از جهش تولید مسکن

بانکها از ابتدای اجرای قانون جهش تولید مسکن تا پایان مهرماه امسال بیش از ۲۷۰ هزار میلیارد تومان تسهیلات پرداخت کرده‌اند. براساس آمارهای اخیر بانک مرکزی، شبکه بانکی کشور از ابتدای اجرای قانون جهش تولید مسکن تا پایان مهرماه ۱۴۰۳، در مجموع ۲۷۰۰۲ هزار میلیارد تومان تسهیلات در راستای ماده ۴ قانون جهش تولید و تأمین مسکن در بخش‌های مختلف از..

به نیروهای مسلح و نهادهای خاص در بودجه سال آینده، مجوز فروش نفت داده شد

نقاط قوت و ضعف بودجه ۱۴۰۴

فرصت امروز: قیمت نفت در بودجه سال آینده ۶۳ دلار در هر بشکه تعیین شده و میزان صادرات روزانه نفت و گاز، ۱،۳ میلیون بشکه در نظر گرفته شده است. از نکات جالب بودجه ۱۴۰۴ اولین بودجه دولت و مجلس جدید محسوب میشود، شکسته شدن انحصار فروش نفت و دادن مجوز صادرات نفت به نیروهای مسلح و نهادهای خاص است. تا پیش از این، انحصار فروش نفت در دست شرکت ملی نفت ایران بود که پس از فروش طلای سیاه، دلارهای نفتی را به کشور وارد می‌کرد، سپس بر مبنای «نرخ تسعیر» دولت از بانک مرکزی معادل ریالی ارزها را می‌گرفت و براساس قانون بودجه به بخش‌های مختلف اختصاص می‌داد. اما در لایحه بودجه سال آینده، بناسک که ۵۶۱ هزار میلیارد تومان نفت توسط نیروهای مسلح و ۱۲۰ هزار میلیارد تومان توسط نهادهای خاص به فروش برسد. هرچند این اقدام (دادن مجوز صادرات نفت به نیروهای مسلح و نهادهای خاص) از شفافیت مالی بخش انرژی میکاهد و میتواند نگرانی از افزایش فساد را به همراه داشته باشد، اما باید توجه داشت که ما در شرایط تحریم قرار داریم و در این شرایط، داشتن چند منبع فروش نفت و گاز می‌تواند مفید باشد و به دور زدن تحریم‌ها، کمک زیادی کند. در مجموع، برآوردهای کارشناسی نشان میدهد که لایحه بودجه سال ۱۴۰۴ نسبت به قوانین بودجه سالیان اخیر، از نظر یکپارچگی و واقعی بودن منابع و مصارف، پیشبرد اصلاحات تدریجی و پرهیز از شوک درمانی، رشد اعتبارات سرمایهگذاری و مدیریت بدهیهای دولت، پیشرفت خوبی کرده، اما در برخی محورها مثل کاهش کسری بودجه...

۲

نرخ تورم با همین دست فرمان در پایان سال به کجا میرسد؟

۵ سناریوی تورمی ۱۴۰۳

۳

مدیریت و کسب‌وکار

مارکتینگ در دل تاریکی!

سر و کله زدن با یک عالمه رقیب مختلف در بازار اصلا کار راحتی نیست. کارآفرینان نه تنها در چنین شرایطی باید خونسردیشان را حفظ کنند، بلکه همیشه هم مثل یک معلم دلسوز باید کنار مشتریانشان باشند تا آب در دلشان نکان نخورد. در این میان احتمالا کلی از رقبای بزرگتر مشتریان شما را طوری وسوسه میکنند که دیگر گذرشان هم به سمتتان نیفتد. شما را نمیدانم ولی در چنین موقعیتهایی آدم دوست دارد با شات گان به جان رقبا افتاده و همیشان را نیست و نابود کند. اگر شما هم تا حالا بارها و بارها به چنین سناریوهایی فکر کرده‌اید، دیگر لازم نیست مثل یک معلم اخلاقی با استدلالهای مختلف جلوی خودتان را بگیرید؛ چراکه استراتژی بازاریابی منفی (Negative Marketing) کنارتان است تا تمام حرصتان را سر رقبای خالی کنید!بازاریابها معمولا خودشان را جای کارگزارنهای مهم دنیا قرار میدهند و انتظار دارند هر اثرشان با کلی تشویق و صداپتبه جوازی معتبر همراه شود...

۸

از سوی دیگر، بانکها با وجود فشارهای ناشی از افزایش نرخ سود و کاهش توان نقدینگی، به دنبال راه‌هایی برای اصلاح ساختارهای مالی و افزایش بهره‌وری بوده‌اند. این اقدامات باعث شده است که بانکها به عنوان یکی از ارکان اصلی اقتصاد ایران، نقش خود را در حفظ ثبات اقتصادی و پایداری سیستم مالی به خوبی ایفا کنند. در نتیجه، با وجود چالش‌های بی‌سابقه، بانکها همچنان تلاش کرده‌اند تا تعهدات خود را به جامعه و اقتصاد کشور به نحو احسن انجام دهند.

راهکارها و پیشنهادها برای مدیریت بدهی دولت

برای بهبود وضعیت بدهی‌های دولت باید به «اصلاح ساختار بودجه و کاهش کسری»، «بهبود مدیریت بدهی دولت»، «افزایش شفافیت و اصلاح نظام بانکی»، «کنترل نقدینگی و مهار تورم» و «تقویت بازار سرمایه» اقدام کرد؛ در گام نخست، دولت باید از طریق کاهش هزینه‌های غیرضروری و افزایش درآمدهای پایدار، همچون مالیات و بهبود شفافیت مالی، وابستگی خود به استقراض از بانکها و بانک مرکزی را کمتر کند. در گام بعدی، برنامه‌ریزی دقیق برای بازپرداخت بدهی‌ها، اولویتبندی تعهدات مالی و استفاده از اوراق بدهی با زمان‌بندی مناسب می‌تواند فشار بدهی‌ها را کاهش دهد و از ایجاد بحران‌های مالی جلوگیری کند. در گام سوم، بانکها باید با افزایش شفافیت، اصلاح ترانزنامه‌ها و مدیریت بهتر ریسک، به کاهش ناترازی کمک کنند. همچنین افزایش سرمایه بانکها و کنترل مطالبات معوق نیز ضروری است. در گام چهارم، بانک مرکزی باید با اتخاذ سیاست‌های پولی مناسب و کنترل خلق پول بی‌رویه، تورم را مهار کند تا از تأثیرات منفی بر اقتصاد کلان کاسته شود. در گام پنجم نیز بازار سرمایه می‌تواند نقش کلیدی در تأمین مالی شرکتها و کاهش فشار بر بانکها ایفا کند. به جای اتکا به منابع بانکی برای تأمین مالی طرح‌های توسعه‌ای و سرمایه‌گذاری‌های جدید، شرکتها و بنگاه‌های اقتصادی می‌توانند از طریق ابزارهای مختلف مالی در بازار سرمایه، نیازهای خود را برآورده کنند.

در مجموع، رشد فزاینده بدهی‌های دولتی به سیستم بانکی کشور، علاوه بر اینکه فشار زیادی به بانکها وارد کرده، مشکلاتی همچون افزایش نقدینگی، تورم مزمن و کاهش توان وام‌دهی بانکها به بخش خصوصی یا حقیقی اقتصاد را به دنبال داشته است. علی‌رغم این فشارها، بانکها نقش حیاتی خود را در تأمین مالی بخش‌های مولد و حمایت از فعالیتهای اقتصادی حفظ کرده‌اند. آنها با وجود ناترازی‌های مالی و افزایش تعهدات، توانستند ثبات نسبی را در نظام بانکی حفظ کنند. با این وجود، برای جلوگیری از تداوم این بحران‌ها، اصلاحات جدی در سیاست‌های بودجه‌ای، مدیریت بدهی‌های دولتی و نظام بانکی کشور، ضروری است. بازار سرمایه نیز به‌عنوان یکی از راهکارهای کلیدی، می‌تواند نقش مهمی در کاهش فشار بر منابع بانکها و تأمین مالی شرکتها ایفا کند. با توسعه ابزارهای مالی و ایجاد اعتماد عمومی به این بازار، می‌توان نقدینگی را به سمت بخش‌های مولد هدایت کرد و وابستگی به تسهیلات بانکی را کاهش داد. در نهایت، برای مدیریت بهتر این چالش‌ها، همکاری نزدیک دولت، بانک مرکزی و سایر نهادهای اقتصادی، ضروری است تا ضمن کاهش بدهی‌های انباشته، ثبات و پایداری نظام بانکی و اقتصاد کلان حفظ شود.

دقیق قرار گیرد. همچنین گزارش‌دهی منظم در مورد سطح بدهی دولت و جزئیات آن و انتشار نتایج حسابرسی، یکی از راه‌های ارتقای شفافیت است از منظر بانک جهانی، هماهنگی با سیاست‌های مالی، عبارت از گزارش میزان ریسک‌های مالی ناشی از تعهدات مشروط خاص است. سیاستگذاران برای اتخاذ تصمیمات مناسب جهت استقراض و حفظ پایداری بدهی و ثبات اقتصاد کلان به این اطلاعات نیاز دارند. این تعهدات مشروط می‌تواند ناشی از بروز یک بیماری واگیردار، شکست بازار، وقوع بلایای طبیعی، نتایج نامطلوب اقتصاد کلان و سایر موارد باشد. مورد بعدی، انجام تحلیل پایداری مالی است که شامل هر نوع ریسکی است که سیاست‌های مالی دولت را تحت تأثیر قرار دهد. در مورد هماهنگی با سیاست پولی نیز به علت حجم تراکنش بدهی‌های دولت، لازم است جهت بررسی و تحلیل این تراکنش‌ها و تاثیر آنها بر عرضه پول و نقدینگی کشور، هماهنگی‌های لازم با بانک مرکزی صورت گیرد. همچنین هرگونه استقراض مستقیم از بانک مرکزی پوشش هزینه‌ها باید ممنوع و غیرقانونی باشد.

بدهی دولت را چگونه می‌توان کنترل کرد؟ در پاسخ به این پرسش، نهاد پژوهشی مجلس، گزارش تازهای به نقل از بانک جهانی منتشر کرده که رویکرد دولت‌ها در مدیریت بدهی‌ها را از منظر شاخصهای مختلف بررسی میکند. از نگاه بانک جهانی، نظارت بر بدهی‌های دولت، نیاز به شاخص‌های معین و مشخصی دارد تا از بی‌نظمی‌های بودجه‌ای که نقشی مخرب در اقتصاد دارند، جلوگیری کند. رعایت این موارد می‌تواند نقش زیادی در بهبود نظارت بر عملکرد دولت در زمینه بدهی‌ها داشته باشد. اولین شاخصی که از سوی بانک جهانی برای ارزیابی وضعیت دولت‌ها در زمینه مدیریت بدهی مطرح شده، چارچوب قانونی است. طراحی این چارچوب قانونی، شامل قوانین اولیه و ثانویه است که قوانین اولیه به مجلس و قوانین ثانویه به دولت ارتباط دارد. به طور کلی، این چارچوب باید در چند مورد اصلی ناظر بر کل جریان بدهی‌های دولت باشد. اولین مورد این است که اختیارات قرض گرفتن و چگونگی انجام معاملات مربوط به بدهی معین شود. مورد دوم، تعیین اهداف استقراض است. سپس بایستی دامنه بدهی‌ها مشخص

عملکرد محیط زیستی ما از ۶۲ درصد کشورها بدتر است

صعود ۲۱ پله‌ای ایران در سال ۲۰۲۴

رتبه ایران در شاخص عملکرد محیط‌زیستی نسبت به گذشته بهتر شد و از رتبه ۱۳۳ در سال ۲۰۲۲ به رتبه ۱۱۲ در سال ۲۰۲۴ رسید. با این وجود، وضعیت ایران در شاخص جهانی عملکرد محیط زیستی از ۶۲ درصد کشورهای جهان وخیمتر است. «ارزیابی جایگاه محیط‌زیستی ایران در شاخص‌های بین‌المللی» از سوی مرکز پژوهش‌های مجلس نشان میدهد که کشورمان در شاخص‌های رقابت‌پذیری پایدار، سرمایه طبیعی، مدیریت و بهره‌وری منابع، عملکرد تغییر اقلیم و شاخص عملکرد محیط‌زیستی، امتیازی پایینتر از میانگین جهانی به دست آورده، اما در شاخص‌های سازگاری نوتردام و اهداف توسعه پایدار، بالاتر از میانگین جهانی ایستاده است. در بخش سرزندگی بوم سازگان، کشورمان صفا در زیرگروه شیلات، رتبه مناسبی (۶۳) کسب کرده است اما در زیرگروه کشاورزی به ویژه نماگر عملکردی نسبی محصول، وضعیت مطلوبی ندارد و در این بخش مصر و عربستان بالاتر از ایران بوده و ترکیه نیز وضعیت مطلوبی ندارد.

مقایسه سرانه ردپای بوم شناختی و ظرفیت زیستی در بخش‌های مختلف نشان می‌دهد که ایران در بخش‌های زمین زراعی و چراگاه فراتر از ظرفیت زیستی خود، ردپا داشته و در مقابل در بخش ماهیگیری و جنگل، کمتر از ظرفیت زیستی خود بهره‌برداری کرده است که باعث وضعیت پایداری شده است. این گزارش با هدف سرزندگی اکوسیستم در بررسی زیرگروه شیلات، نماگر وضعیت ذخایر آبزیان را دارای وزن ۳۰ درصد، صید آبزیان دورریخته شده را دارای وزن ۴۰ درصد، صید ترال در منطقه انحصاری اقتصادی را دارای وزن ۵۰ درصد، نماگر تروفیک دریایی منطقه‌ای را دارای وزن ۱۰ درصد و صید تـرال در اقیانوسها را دارای وزن ۷۰ درصد برآورد کرده است. در حوزه جایگاه ایران در شاخص عملکرد محیط زیستی، این گزارش با اشاره به سرزندگی بوم سازگان اضافه کرده است که تغییر در معیارهای نمردهدی در بخش شیلات باعث شده است تا به رقم رشد ۹,۳۹ درصدی نمره ایران در این بخش نسبت به دوره پیشین بهبود یافته و کشورمان را در رتبه نخست بین کشورهای مصر، ترکیه و عربستان در سال ۲۰۲۴ قرار دهد. در این میان اقداماتی نظیر مدیریت صحیح صید ترال که به واسطه تلاش‌های انجام شده در مجلس و دولت، سبب شده تا ایران در زمینه وضعیت ذخایر آبزیان با ۲۴ پله صعود به رتبه ۱۷ دنیا و رتبه نخست خاورمیانه دست یابد.

در بخش دیگری از این گزارش، جایگاه ایران و کشورهای منطقه در شاخص عملکرد محیط زیستی، مقایسه و بررسی شده است که کشورمان در حوزه حفاظت از مناطق کلیدی تنوع زیستی دریایی دارای نمره ۴,۶۶ و رتبه ۳۹ بوده که طی ۱۰ سال اخیر، تغییراتی نداشته است. همچنین در حوزه حفاظت از زیستگاههای دریایی به نمره ۲,۲۲ و رتبه ۶۹ دست یافته‌ایم. شدت حفاظت دریایی نیز دارای نمره ۱۰۰ و رتبه یک بوده است. در مجموع، حوزه شیلات به نمره ۲,۳۳ و رتبه ۴۳ دست یافته که تغییرات ۱۰ ساله آن معادل ۱,۲ درصد است. در مقایسه با کشورهای دیگر از جمله عربستان (رتبه ۵۶)، مصر (رتبه ۲۲) و ترکیه (رتبه ۵۰)، کشورمان بالاترین رتبه را از آن خود کرده است.

مرکز پژوهش‌ها در این گزارش، وضعیت ذخایر آبزیان را دارای نمره ۵,۷۶ و رتبه ۱۷، حوزه آبزیان صید شده دور ریخته شده را دارای نمره ۶,۲۲ و رتبه ۵۳، صید تـرال در منطقه انحصاری اقتصادی را دارای نمره ۴,۵۸ و رتبه ۶۷، صید ترال در اقیانوسها را دارای نمره ۸,۶۷ و رتبه ۶۸، نماگر تروفیک دریایی منطقه‌ای را دارای نمره ۲,۲۰ و رتبه ۱۲۷ اعلام کرده است. در شاخص ردپای بوم شناختی و ظرفیت زیستی نیز ایران، عربستان، ترکیه و مصر مورد مقایسه قرار گرفتند که در بخش ماهیگیری کشورمان ۱۳ درصد، عربستان ۰,۷ درصد، ترکیه ۰,۵ درصد و مصر ۶ درصد دارای ظرفیت زیستی بوده‌اند. این گزارش در میان بسیاری از شاخصهای نامطلوب که نقاط ضعف در محیط زیست محسوب میشود، به وجود نقاط قوتی چون وضعیت ذخایر آبزیان اشاره کرده است و در مجموع، رتبه ایران در شاخص عملکرد محیط زیستی طی سال ۲۰۲۴ را تا حدودی بهتر از سال‌های قبل ارزیابی کرده است.

البته با وجود آنکه کشورمان در شاخص عملکرد محیط‌زیستی در سال ۲۰۲۴، بهبود رتبه داشته و از جایگاه ۱۳۳ در سال ۲۰۲۲ به جایگاه ۱۱۲ در سال جاری میلادی رسیده است، اما شرایط وضعیت قرمز در محیط‌زیست کشور هستیم؛ تا جایی که هر ساله بیشتر از ۳۰ هزار نفر در کشور بر اثر آلودگی هوا، جان خود را از دست میدهند. همانطور که گفته شد، «ارزیابی جایگاه محیط‌زیستی ایران در شاخص‌های بین‌المللی» حاکی از آن است که کشورمان در شاخص‌های رقابت‌پذیری پایدار، سرمایه طبیعی، مدیریت و بهره‌وری منابع، عملکرد تغییر اقلیم و شاخص عملکرد محیط‌زیستی، امتیازی کمتر از میانگین جهانی به دست آورده، اما در شاخص‌های سازگاری نوتردام و اهداف توسعه پایدار، بالاتر از میانگین جهانی ایستاده است. به گفته مرکز پژوهش‌ها، ایران در مقایسه با سه کشور دیگر، بدترین وضعیت را در دو شاخص مدیریت و بهره‌وری منابع و عملکرد تغییر اقلیم (به‌همراه عربستان) دارد. ایران در بخش سلامت انسانی و در زیرگروه‌های بهداشت، آب شرب و مدیریت پسماند، رتبه نسبتاً مطلوب‌تری را کسب کرده، اما در فلزات سنگین (سرب)، رتبه نامناسب ۱۵۶ را به دست آورده است. در این بخش، ایران وضعیت بهتری نسبت به کشورهای مصر و عربستان دارد، اما یک‌رتبه از ترکیه پایین‌تر ایستاده است. در بخش سرزندگی بوم‌سازگان نیز ایران صفا در زیرگروه شیلات، رتبه مناسبی (۶۳) کسب کرده، اما در زیرگروه کشاورزی و به‌ویژه نماگر عملکرد نسبی محصول، وضعیت مطلوبی ندارد. در این بخش، مصر و عربستان بالاتر از ایران قرار دارند، اما ترکیه وضعیت مناسبی ندارد. همچنین در بخش خط‌مشی اقلیمی، ایران به دلیل نرخ رشد بالای انتشار گازهای گلخانه‌ای، رتبه نامناسب ۱۳۲ را کسب کرده که در مقایسه با رتبه ایران در دو بخش دیگر به‌طور معناداری پایین‌تر است و همین امر باعث تنزل رتبه کشورمان در شاخص کل عملکرد محیط‌زیستی شده است.

ایران در شاخص رقابت‌پذیری پایدار جهانی ذیل زیرشاخص سرمایه طبیعی، رتبه نامطلوب ۱۴۶ را به دست آورده و مصر پایین‌تر از ایران ایستاده است. در نقطه مقابل، عربستان با رتبه ۹۷ و ترکیه با رتبه ۷۳، وضعیت بهتری دارند. همچنین در زیرشاخص مدیریت و بهره‌وری منابع نیز ایران با رقم ۱,۸۰۹، پایینترین نمره را در بین کشورهای جهان کسب کرده است که از بی‌توجهی به مدیریت صحیح منابع در کشور حکایت دارد. در مجموع، ایران از نظر عملکرد محیط‌زیستی، در رتبه ۱۱۲ جهان در سال ۲۰۲۴ ایستاد و به گفته مرکز پژوهش‌های مجلس، وضعیت ایران در شاخص جهانی عملکرد محیط زیستی از ۶۲ درصد کشورهای جهان وخیمتر است. با این وجود، بررسی و مقایسه جایگاه جمهوری اسلامی ایران با سایر کشورها در شاخص‌های مورد مطالعه در این پژوهش، نشانگر پیشرفت نسبی در برخی زمینه‌ها از جمله جمعیت استفاده‌کننده از آب آشامیدنی و بهداشت، انتشار CO۲ ناشی از احتراق سوخت به‌ازای کل تولید برق، سهم انرژی‌های تجدیدپذیر از کل انرژی کشور و وضعیت ذخایر آبزیان است.

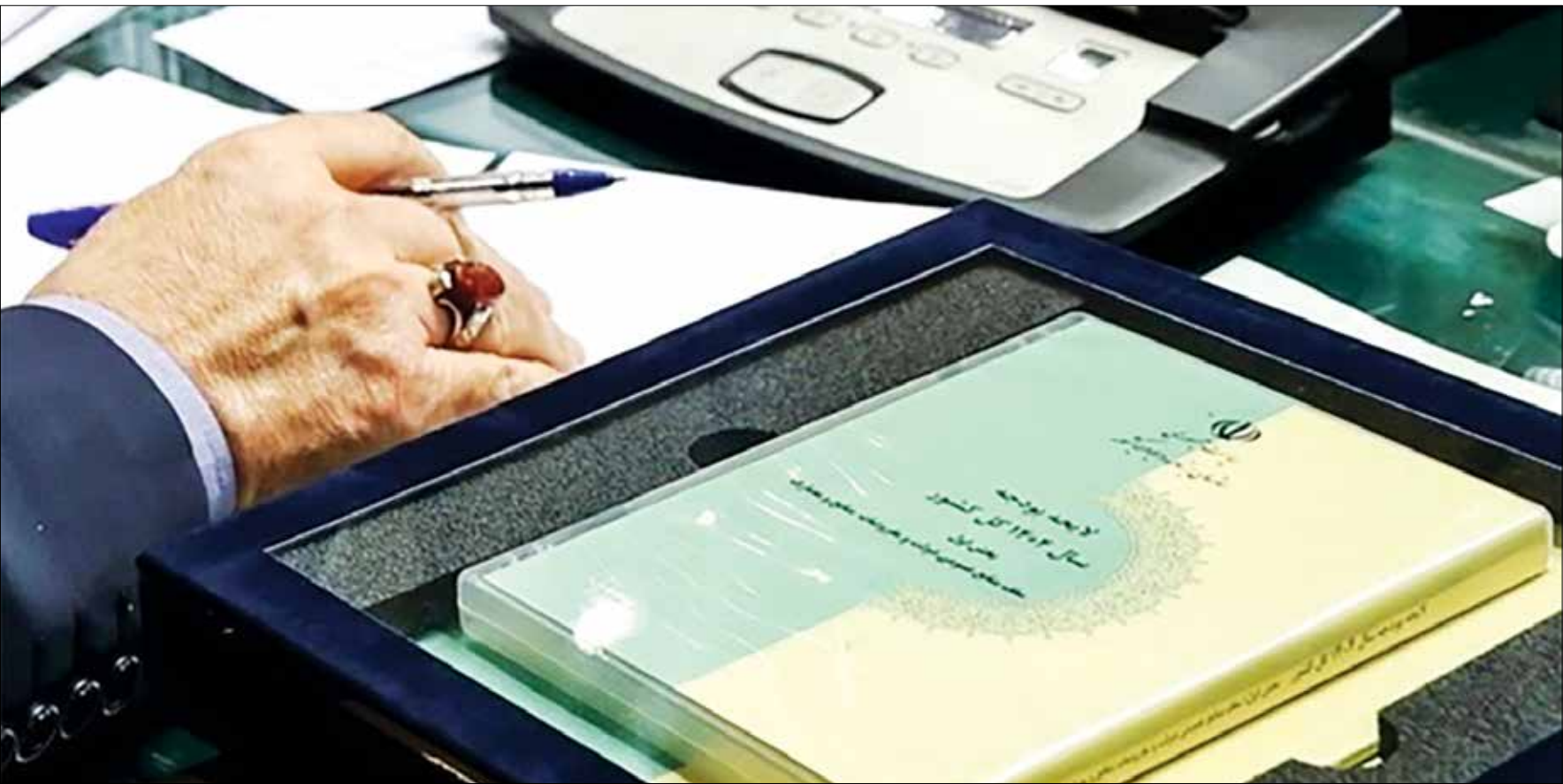
فرصت امروز: قیمت نفت در بودجه سالال آینده ۶۳ دلار در هر بشکه تعیین شده و میزان صادرات روزانه نفت و گاز، ۱,۳ میلیون بشکه در نظر گرفته شده است. از نکات جالب بودجه ۱۴۰۴ که اولین بودجه دولت و مجلس جدید محسوب میشود، شکسته شدن انحصار فروش نفت و دادن مجوز صادرات نفت به نیروهای مسلح و نهادهای خاص است. تا پیش از این، انحصار فروش نفت در دست شرکت ملی نفت ایران بود که پس از فروش طلای سیاه، دلارهای نفتی را به کشور وارد می‌کرد، سپس برمی‌ناید «نرخ تسعیر» دولت از بانک مرکزی معادل ریالی ارزها را می‌گرفت و براساس قانون بودجه به بخش‌های مختلف اختصاص می‌داد. اما در لایحه بودجه سال آینده، بناسث که ۵۶۱ هزار میلیارد تومان نفت توسط نیروهای مسلح و ۱۲۰ هزار میلیارد تومان توسط نهادهای خاص به فروش برسد. هرچند این اقدام (دادن مجوز صادرات نفت به نیروهای مسلح و نهادهای خاص) از شفافیت مالی بخش انرژی میکاهد و میتواند نگرانی از افزایش فساد را به همراه داشته باشد، اما باید توجه داشت که ما در شرایط تحریم قرار داریم و در این شرایط، داشتن چند منبع فروش نفت و گاز می‌تواند مفید باشد و به دور زدن تحریم‌ها، کمک زیادی کند در مجموع، برآوردهای کارشناسی نشان میدهد که لایحه بودجه سال ۱۴۰۴ نسبت به قوانین بودجه سالیان اخیر، از نظر یکپارچگی و واقعی بودن منابع و مصارف، پیشبرد اصلاحات تدریجی و پرهیز از شوک درمانی، رشد اعتبارات سرمایه‌گذاری و مدیریت بدهیهای دولت، پیشرفت خوبی کرده، اما در برخی محورها مثل کاهش کسری بودجه، کاهش تصدیگری دولت، عدم درج احکام غیربوجه‌ای ذیل لایحه بودجه، افزایش سهم درآمدهای مالیاتی و کاهش وابستگی بودجه به نفت و منابع بین نسلی و همچنین اجرای برخی از احکام برنامه هفتم، توفیق کمتری داشته است.

آخرین اعداد و ارقام فروش نفت

در لایحه بودجه سالال ۱۴۰۴ از محل صادرات نفت خام و میعانات گازی حدوداً ۳۵ میلیارد دلار درآمد در نظر گرفته شده است که از این میزان، ۳۷,۵ درصد آن سهم دولت، ۴۸ درصد سهم صندوق توسعه ملی و ۱۴,۵ درصد سهم شرکت‌های ملی نفت است. همانطور که اشاره شد، حجم صادرات نفت و گاز در بودجه سال آینده، ۱,۳ میلیون بشکه در روز با قیمت هر بشکه ۶۳ دلار، تعیین شده و طبق محاسبات، سهم دولت از محل صادرات نفت به حدود ۵۰۹ هزار میلیارد تومان میرسد. در سناریوی بدبینانه، یعنی صادرات روزانه یک میلیون بشکه نفت با قیمت هر بشکه ۶۰ دلار، درآمد دولت از محل صادرات نفت در سال ۱۴۰۴ حدود ۳۴۵ هزار میلیارد تومان خواهد رسید. با این وجود، برآورد میشود حجم صادرات روزانه نفت ایران در سالال آینده حدود ۱,۱ میلیون بشکه باشد که در این صورت، درآمد دولت حدود ۴۲۰ هزار میلیارد تومان خواهد بود که ۸۹ درصد آن سهمی از بخش‌های نفت درآم برآورد شده در بودجه سال آینده است. در این صورت به نظر میرسد که منابع حاصل از صادرات نفت ایران در سال ۱۴۰۴، با تغییرات قابل‌توجهی همراه باشد.

به نیروهای مسلح و نهادهای خاص در بودجه سال آینده، مجوز فروش نفت داده شد

نقاط قوت و ضعف بودجه ۱۴۰۴



درصد از منابع صادرات است که این شامل ۶۰۰ هزار بشکه نفت خام و ۲۴ هزار بشکه میعانات گازی می‌شود و حدوداً ۱۶,۸ میلیارد دلار درآمد به دنبال دارد. با این حال، دولت ۲۸ واحد درصد از سهم صندوق توسعه ملی را استقراض می‌کند و تنها ۲۰ واحد درصد به صندوق توسعه ملی واریز می‌شود. همچنین ۱۴,۵ درصد از درآمدهای نفتی به شرکت‌های ملی نفت و گاز اختصاص داده می‌شود که این سهم برابر با ۱۸۱ هزار بشکه نفت خام و ۲۳ هزار بشکه میعانات گازی است و حدوداً ۵ میلیارد دلار درآمد به همراه دارد. در نهایت می‌توان گفت که منابع نیروهای مسلح و طرح‌های خاص حدود ۶۸۷ هزار میلیارد تومان یعنی حدود ۱۲,۴ میلیارد دلار است.

مجوز فروش نفت برای نیروهای مسلح

در بودجه سالال آینده همچنین انحصار فروش نفت شکسته شد و به نیروهای مسلح و نهادهای خاص، مجوز فروش نفت داده شد. تا پیش از این، انحصار فروش نفت در دست شرکت ملی نفت ایران بود که دلارهای نفتی را به کشور وارد می‌کرد و برمی‌ناید «نرخ تسعیر» از بانک مرکزی، معادل ریالی ارزها را می‌گرفت و طبق قانون بودجه به بخش‌های مختلف اختصاص می‌داد. حال قرار است که در بودجه سال ۱۴۰۴ بالغ بر ۵۶۱ هزار میلیارد تومان نفت از سوی نیروهای مسلح و ۱۲۰ هزار میلیارد تومان از سوی نهادهای خاص به فروش برسد. در همین زمینه، یک فعال اقتصادی با پذیرش تبعات شکست انحصار فروش نفت ایران و دادن مجوز صادرات نفت به نیروهای مسلح و نهادهای خاص، می‌گوید: «این اقدام در وضعیت تحریمی می‌تواند به دور زدن ارز‌ران‌تر تحریم‌ها، کمک شایانی کند.» «حمید حسینی»، عضو اتحادیه فروشندگان فرآورده‌های نفتی و پتروشیمی به «خبرآنلاین» توضیح میدهد: «سال آینده، سال نامناسبی برای بازار نفت خواهد بود و به اصطلاح با یک بازار خریدار مواجه هستیم که با وجود رکود و شرایط نامساعد اقتصادهای دیگر، پذیرفتنی است. برآوردها نشان می‌دهد که نرخ نفت برنت در سال آینده بین ۷۰ تا ۸۵ دلار با میانگین قیمتی ۷۶ دلار خواهد بود. نفت اوپک معمولاً دو تا سه دلار ارزان‌تر از نفت شمال است و ایران هم برای فروش نفت خود مجبور به دادن تخفیف و پرداختن هزینه دور زدن تحریم‌هاست که در مجموع باعث می‌شود برآورد قیمت ۶۳ دلاری نفت در بودجه پیشنهادی، معقول به نظر بیاید.» او در مورد تبعات احتمالی دادن مجوز ۵۶۱ هزار میلیارد تومانی فروش نفت به نیروهای نظامی و ۱۲۰ هزار میلیارد تومانی به نهادهای خاص، می‌گوید: «اگر کشورمان در شرایطی عادی بود این اقدام شدیداً زیانبار به حساب می‌آید. به هم زدن انحصار فروش نفت و گرفتن این حق از شرکت ملی نفت، اقدامی است که مشکل‌ساز می‌شود، اما یک نکته را نباید فراموش کنیم و آن این است که ما تحریم هستیم و در شرایط تحریم، داشتن چند منبع فروش نفت و گاز می‌تواند مفید باشد و به دور زدن تحریم‌ها کمک کند. با وجود مشکلاتی که فروش نفت از سوی نهادهای دیگر به دنبال دارد، اگر فروش نفت و درآمد نفتی کشور افزایش یابد، می‌توان از خسارات آن چشم‌پوشی کرد.»

طبق اعلام بانک مرکزی، گروه نفت خام و گاز طبیعی در فصل بهار ۱۴۰۳، رشد ۹,۵ درصدی داشته است. همچنین ارزش افزوده این بخش در تابستان ۱۴۰۳ نسبت به فصل مشابه سال گذشته، رشد ۶,۵ درصدی را نشان میدهد. محاسبات مقدماتی در این زمینه، حاکی از آن است که افزایش نرخ رشد ارزش افزوده این گروه ناشی از افزایش تولید و صادرات نفت خام و همچنین افزایش تولید گاز طبیعی و فرآورده‌های نفتی نسبت به مدت مشابه سال قبل بوده است. تولید روزانه نفت ایران در رمستان سال گذشته (زمستان ۱۴۰۲)، حدود ۳,۲ میلیون بشکه بوده است که با در نظر گرفتن مصرف حدوداً ۱,۷ میلیون بشکه‌ای روزانه نفت خام در داخل کشور، این امر به معنای صادرات روزانه ۱,۵ میلیون بشکه‌ای نفت خام در فصل پایانی سالال گذشته است. براساس آمارهای اوپک از منابع ثانویه، میزان تولید نفت خام از فصل زمستان ۱۴۰۲ ثابت مانده است. در نهایت پیش‌بینی می‌شود که در صورت تداوم وضعیت موجود در فصول آینده، رشد قابل‌توجهی در این بخش اتفاق نیفتد و در نتیجه انتظار می‌رود که گروه نفت خام و گاز طبیعی در سال ۱۴۰۴، رشد ۷,۶ درصدی داشته باشد.

دورنمای نفتی بودجه سال آینده

مرکز پژوهش‌های مجلس در آخرین گزارش از سلسله گزارش‌های بودجه‌ای خود به سناریوهای مختلف درآمد نفتی ایران پرداخته است. برآوردهای نهاد پژوهشی مجلس نشان میدهد که دولت چهاردهم در اولین لایحه بودجه خود از منابع صندوق توسعه استقراض می‌کند؛ به‌طوری‌که از سهم ۴۸ درصدی صندوق توسعه ملی، ۲۸ واحد درصد استقراض دولت در بودجه بوده و ۲۰ واحد درصد باقی‌مانده به صندوق توسعه ملی واریز می‌شود. افزون بر آن، بخش مهمی از مصارف خارج از بودجه که در لایحه بودجه سال ۱۴۰۴ تجمع و یکپارچه شده، منابع صادرات تهناری نفت نیروهای مسلح و سایر طرح‌های خاص است. بررسی لایحه بودجه ۱۴۰۴ نشان می‌دهد که تولید نفت خام ایران در سال آینده حدود ۳ میلیون و ۷۵۰ هزار بشکه در روز است. از این میزان، مصرف داخلی کشور بالغ بر یک میلیون و ۹۰۰ هزار بشکه در روز می‌شود و بخش صادرات نیز حدوداً یک میلیون و ۸۵۰ هزار بشکه نفت خام را دربر می‌گیرد. از این میزان صادرات، سهم دولت، صندوق توسعه ملی و شرکت ملی نفت معادل یک میلیون و ۲۵۰ هزار بشکه نفت در روز است در زمینه صادرات گاز نیز روزانه ۵۰ هزار بشکه میعانات گازی صادر می‌شود که ۱,۱۵ میلیارد دلار درآمد به همراه دارد. همچنین خالص صادرات گاز طبیعی به میزان ۱۶ میلیارد متر مکعب در سال صورت می‌گیرد که درآمدی ۵,۲ میلیارد دلاری به همراه دارد. در این ساختار، منابع نفتی و گازی به دولت، صندوق توسعه ملی و شرکت‌های ملی نفت و گاز تقسیم می‌شود. دولت ۳۷,۵ درصد از درآمدهای نفتی و گاز را دریافت می‌کند که سهم آن برابر با ۴۷۰ هزار بشکه نفت خام و ۱۶ میلیارد مترمکعب گاز است. این سهم به ارزش ۱۲,۱ میلیارد دلار محاسبه شده است. از سوی دیگر، سهم صندوق توسعه ملی معادل ۴۸ درصد از تسهیلات پرداختی نظام بانکی در هر سال را با نرخ سود مصوب شورای پول و اعتبار به بخش مسکن اختصاص دهند، به صورتی که در سال اول اجرای قانون از حداقل سه میلیون و شصصد هزار میلیارد ریال (۲۴۰ همت) تسهیلات برای واحدهای موضوع این قانون کمتر نباشد و برای سال‌های آینده نیز حداقل منابع تسهیلاتی مذکور با افزایش درصد صدورالکر مطابق با نرخ تورم سالانه افزایش یابد. به گزارش «ایسنا»، براساس تصریح یک ماده ۴ قانون جهش تولید مسکن؛ بانک‌های تخصصی در به تشخیص بانک مرکزی، به غیر از بانک مسکن از شمول احکام این ماده مستثنی هستند. همچنین در تبصره دوم این ماده قانون آمده است که تسهیلات فوق براساس نیاز سالانه مسکن در طرح‌ها و برنامه‌های اعلام شده وزارت راه و شهرسازی پرداخت می‌شود. درصورت ترکیب منابع بانک عامل با منابع صندوق ملی مسکن، نرخ سود تسهیلات براساس نسبت مشارکت منابع صندوق ملی مسکن با بانک عامل و براساس نرخ سود مصوب شورای پول و اعتبار، محاسبه می‌شود. براساس تبصره سوم این ماده قانون، تسهیلات مربوط به ساخت واحدهای این قانون پس از دوره مشارکت به فروش اقساطی تبدیل و تعهدات آن به خریدار منتقل می‌شود. مجموع دوران مشارکت و فروش اقساطی، ۲۰ ساله است. در صورتی که افزایش طول دوره ساخت ناشی از قصور و کوتاهی سازنده باشد، سود دوران مشارکت مدت زمان افزایش یافته با تأیید وزارت راه و شهرسازی برعهده سازنده است.

مطابق تبصره ۴ این ماده قانون، بانک‌ها و موسسات اعتباری در صورت پرداخت تسهیلات موضوع این ماده مجاز به انتشار اوراق رهنی موضوع ماده (۱۴) قانون ساماندهی و حمایت از تولید و عرضه مسکن در چارچوب مقررات بانک مرکزی و سازمان بورس و اوراق بهادار هستند. همچنین در تبصره پنجم ماده ۴ این قانون آمده است که سازمان امور مالیاتی کشور موظف است در صورت عدم رعایت موضوع این ماده، در قالب بودجه سننوتای، مالیاتی برابر با ۲۰ درصد از تعهد انجام نشده را از بانک‌ها و موسسات اعتباری، اخذ و به خزانه‌داری کل کشور واریز و ۱۰۰ درصد این مبلغ به حساب صندوق ملی مسکن واریز می‌شود.

اما در مورد آخرین وضعیت بازار مسکن، یک پژوهشگر حوزه مسکن و شهرسازی از ترمز رشد شتابان قیمت مسکن سخن گفته و از حلقه مَلاکان، بنگاه‌ها و سرمایه‌گذاران به‌عنوان عامل افزایش قیمت مسکن یاد کرده است. «علی فرنام»، پژوهشگر حوزه مسکن و شهرسازی در رابطه با آخرین تحولات بازار مسکن به «سینیم» گفته است: تقریباً از ابتدای امسال، مقداری ترمز رشد شتابان قیمت مسکن گرفته شده است که امیدواریم این روند همچنان ادامه داشته‌باشد. او با بیان اینکه انتظار افزایش قابل توجهی‌قیمت در بازار مسکن را نداریم، افزود: حباب مسکن در شهرهای مختلف کشور به‌خصوص تهران و مناطق شمالی پایتخت، عدد قابل توجهی است که این حباب ناشی از تقاضای سفته‌بازی است؛ به‌عنوان مثال، ملکی که در منطقه یک شهر تهران است، هیچ ارزش افزوده‌ای نسبت به سایر مناطق ندارد و تنها یک بازی درونی است که به نابسامانی دامن می‌زند. به گفته وی، سفته‌بازان دیگر نمی‌توانند با یک بنای مرغوب و با کیفیت، موتور محرک را بالا ببرند. جا دارد شهرداری‌ها به سمتی بروند تا عرضه پروانه‌ها در مناطق مرکزی و جنوبی شهر را تشویق کنند. ممکن است تراکم در مناطق گران‌قیمت، صرفه ساخت بالایی داشته‌باشد، اما برای مردم چه در قیمت مسکن و چه در قیمت اجاره، اثر نامطلوبی دارد.

«فرنام» درخصوص اینکه چه کسانی به نابسامانی بازار مسکن دامن می‌زنند، یادآور شد: یک حلقه نانوشته و ناخوانده از مَلاکان، برخی بنگاه‌ها و سرمایه‌گذاران هستند که این کار را می‌کنند. حتی شرکت‌های بزرگ صنعتی و معدنی به‌عنوان شرکت‌های سرمایه‌دار و ثروتمند کشور به‌صورت رسمی و غیررسمی، ملک لاکچری در منطقه یک پایتخت خریداری می‌کنند. متأسفانه انگیزه‌های پولشویی و موارد دیگر در مدل مناطق وجود دارد. وقتی پروانه قابل توجه برای مناطق شمالی تهران صادر می‌شود به افزایش ساخت و ساز و قیمت منجر خواهد شد. در این صورت قیمت‌های اعلامی تهران و کشور بالا می‌رود. این‌ن فقط یک مخاطب خاص دارد و تقاضای مصرفی معمولی مسکن در آن نیست.

اخبار

رشد در آمد عملیاتی و سود انباشته در گزارش میاندوره‌ای ۶ ماهه بانک پاسارگاد

بانک پاسارگاد در گزارش اطلاعات و صورت‌های مالی میان‌دوره‌ای منتهی به پایان شهریورماه ۱۴۰۳ در کدال، توانست در درآمد عملیاتی، سود انباشته و کفایت سرمایه، ارقام مناسبی را نسبت به مدت مشابه سال قبل نشان دهد. به گزارش «نبض بورس»، بانک پاسارگاد با نماد «ویاسار» در بورس، اطلاعات و صورت‌های مالی میان‌دوره‌ای منتهی به ۳۱ شهریورماه ۱۴۰۳ (حسابرسی نشده) را در کدال منتشر کرد. در این گزارش، درآمد عملیاتی، سپرده‌گذاری و اوراق بدهی پاسارگاد در این مدت بیش از ۶۲ هزار میلیارد تومان اعلام شده است که نسبت به مدت مشابه سالال قبل، رشد ۲۷ درصدی دارد. سود انباشته این بانک در پایان سال قبل، ۳۰ هزار میلیارد تومان بود که امسال به ۳۱ هزار میلیارد تومان رسیده و رشد

۳ درصدی را تجربه کرده است. اندوخته قانونی بانک پاسارگاد در سال جاری، بیش از ۱۳ هزار میلیارد تومان است و رشد ۱۳ درصدی را نسبت به مدت مشابه نشان می‌دهد. همچنین کفایت سرمایه این بانک در دوره جاری به ۱۱ درصد رسیده است و در این گزارش نیز تاکید می‌شود که در برآورد شش ماهه باقی‌مانده از سال جاری، با توجه به چشم‌انداز بانک درخصوص افزایش سرمایه، این نسبت کفایت سرمایه مذکور متناسب با الزامات بانک مرکزی محاسبه (بیشتر) خواهد شد. بانک پاسارگاد در بخش سایر درآمدهای عملیاتی به افزایش سود تسعیر ارز نیز ارقامی را ارائه می‌دهد که براساس آن، سود تسعیر ارز دارایی‌ها و بدهی‌های ارزی عملیاتی در ۱۲ ماهه سال ۱۴۰۲ معادل ۱۹ هزار میلیارد تومان بوده است؛ در حالی‌که در شش ماهه امسال به معادل ۹ هزار میلیارد تومان رسیده است. بانک پاسارگاد درخصوص نرخ سود تسهیلات در سال جاری، آن را منوط به بخشنامه‌های بانک مرکزی دانست که این نرخ‌های سود در فواصل زمانی مشخص، اطلاع‌رسانی خواهد شد.

در پایان هفته دوم آبان ماه

بهره بین بانکی کاهش یافت

براساس آمار بانک مرکزی، نرخ بهره بین بانکی در پایان هفته دوم آبان ماه، با کاهش ۰۰۴ درصدی به ۲۳.۷۲ درصد رسید. داده‌های بانک مرکزی از آخرین آمار نرخ سود بین بانکی در پایان هفته دوم آبان ماه سال جاری، حاکی از کاهش ۰۰۴ درصدی نرخ بهره بین بانکی در چهارشنبه، نهم آبان ماه، است. بر این اساس، نرخ بهره بین بانکی در پایان هفته اول مهرماه از ۲۳.۷۴ به ۲۳.۷۳ درصد در پایان هفته دوم مهرماه و با کاهش ۰۰۵ درصدی به ۲۳.۶۸ درصد در پایان هفته سوم مهر، با افزایش ۰۰۴ درصدی به ۲۳.۷۲ درصد در پایان هفته چهارم مهر ماه و در پایان هفته اول آبان ماه با افزایش ۰۰۴ درصدی به ۲۳.۷۶ درصد رسید که بالاترین نرخ بهره بین بانکی از ابتدای سال جاری بوده، در نهایت در پایان هفته گذشته (هفته دوم آبان ماه) نرخ بهره بین بانکی با کاهش ۰۰۴ درصدی به ۲۳.۷۲ درصد رسید. همچنین باید اشاره داشت؛ در پایان هفته دوم آبان ماه، حداقل نرخ توافق بازخريد با عملیات ریو بین بانکی، طبق روال سابق در محدوده ۲۳ درصد قرار داشت. گفتنی است توافقه‌های بازخريد با عملیات ریو بین بانکی، یک توافقی میان دو طرف (دو بانک) است. به نحوی که یک طرف اوراق بهادار خود را به قیمت مشخص، به طرف دیگری می‌فروشد؛ به عبارت دیگر پول قرض می‌کند و به‌طور همزمان تعهد می‌کند، که همان اوراق بهادار را به قیمت مشخص و در تاریخ مشخص، در آینده خریداری کند.

وزیر اقتصاد مطرح کرد

احتمال تعرفه ۳۰ درصدی واردات آیفون

وزیر اقتصاد از احتمال واردات ۲۰ درصدی واردات آیفون خبر داد و گفت تعرفه ۹۶ درصدی واردات آیفون مصوبه ما نیست و احتمالاً تعرفه واردات آن ۳۰ درصد باشد. «عبدالنصر همتی» در جمع خبرنگاران در رابطه با ارز تخصیصی به واردات آیفون گفت: بسا همان ارزی که موبایل‌هایی مانند سامسونگ وارد می‌شود آیفون نیز وارد خواهد شد وی در پاسخ به سوال خبرنگاران مبنی بر تعرفه‌های اعلامی برای واردات آیفون گفت: تعرفه ۹۶ درصدی برای واردات آیفون مصوبه ما نبوده و به زودی اصلاح می‌شود و احتمالاً نزدیک به ۳۰ درصد باشد.
سکادار وزارت اقتصاد همچنین در پاسخ به سوال مبنی بر اینکه ارز اختصاص یافته برای واردات آیفون از چه نوعی واژه چه بازاری است، گفت: مورد نیاز برای واردات آیفون با تعرفه و نرخ بازار ارز توافقی خواهد بود.

آمار پایه پولی به صورت فصلی نشان داد

رشد پایه پولی با عینک فصلی

بررسی‌ها نشان می‌دهد با اینکه رشد ماهانه پایه پولی منفی شده و رشد نقطه به نقطه آن به پایین‌ترین مقدار در ۷.۵ سال گذشته رسیده اما رشد فصلی این متغیر در تابستان نسبت به بهار افزایش یافته است. به گزارش «اکیوبان»، با وجود اینکه رشد ماهانه پایه پولی در شهریور منفی شده به پایین‌ترین میزان در حداقل ۳.۵ سال اخیر رسیده و رشد نقطه به نقطه این متغیر نیز در این زمان به کمترین مقدار خود در حداقل ۷.۵ سال گذشته رسیده است. همه اینها درحالی است که رشد پایه پولی در تابستان سال جاری معادل ۳.۷ درصد برآورد شده که نسبت به رشد این متغیر در بهار ۱.۷ واحد درصد افزایش داشته است. اما به طور کلی روند رشد فصلی پایه پولی از زمستان ۱۴۰۱ نزولی بوده است. پایین‌ترین رشد پایه پولی در تابستان ۹۹ و بالاترین میزان آن در زمستان همین سال اتفاق افتاده است. پایه پولی به مهمترین متغیر تورم‌ساز معروف است. این متغیر از دو قسمت منابع و مصارف تشکیل شده است. قسمت منابع پایه پولی از خالص دارایی‌های خارجی بانک مرکزی و خالص بدهی دولت و بانک‌ها به بانک مرکزی تشکیل شده است. قسمت مصارف نیز شامل سکه و اسکناس که تعهدات بانک مرکزی محسوب شده و ذخایر قانونی و اضافی بانک مرکزی است. هر پولی که از بانک مرکزی به بیرون انتشار یابد و در جریان فعالیت‌های بانکی و خلق اعتبار قرار گیرد، پایه پولی با پول بر قدرت نامیده می‌شود. از این جهت به این پول، پول بر قدرت گفته می‌شود که وقتی از بانک مرکزی به بیرون انتشار می‌یابد، در یک فرآیند خلق بدهی و سپرده‌گذاری به چند برابر پول با نقدینگی تبدیل می‌شود.

براساس گزارش بانک مرکزی در شهریور امسال پایه پولی به میزان ۱۱۵۴ هزار میلیارد تومان اعلام شده است. این متغیر در شهریور نسبت به مرداد به میزان ۲.۵ درصد کاهش داشته است و در واقع رشد ماهانه این متغیر به پایین‌ترین مقدار خود حداقل در ۳.۵ سال گذشته رسیده است. رشد پایه پولی شهریور امسال در مقایسه با ماه مشابه سال گذشته به کمتر از ۲۰ درصد رسیده است. به بیان دقیق‌تر رشد نقطه به نقطه متغیر تورم‌ساز در شهریورماه معادل ۱۷.۶ درصد محاسبه شده که پایین‌ترین میزان در حداقل ۷.۵ سال گذشته است. همه این موارد درحالی اتفاق افتاده که رشد فصلی پایه پولی در تابستان نسبت به بهار افزایشی بوده است. رشد فصلی این متغیر در فصل گذشته ۳.۷ درصد بوده درحالی که در بهار معادل ۲ درصد برآورد شده است. با این وجود روند کلی این متغیر به صورت فصلی نزولی بوده است. به بیان دقیق‌تر رشد فصلی پایه پولی در زمستان ۱۴۰۱، ۱۲.۲ درصد بوده که به ۳.۷ درصد در تابستان امسال رسده است. داده‌های بانک مرکزی نشان می‌دهد که پایین‌ترین میزان رشد پایه پولی در حداقل ۷.۵ سال گذشته در تابستان ۹۹ بوده و رشد این متغیر برابر با منفی ۳ درصد بوده است. بالاترین رشد پایه پولی نیز در این مدت در زمستان ۹۹ ثبت شده و معادل ۱۲.۶ درصد برآورد شده است.

نرخ تورم با همین دست فرمان در پایان سال به کجا میرسد؟۵ سناریوی تورمی ۱۴۰۳



۱۴۰۳ در خوشبینانه‌ترین حالت به ۲۹.۳ درصد و در بدبینانه‌ترین حالت به ۳۲.۲ درصد خواهد رسید. این پیشبینی براساس تحولات شاخص قیمت مصرف‌کننده در مهرماه امسال انجام شده است.

براساس این گزارش، در سناریوی اول (براساس تورم ماهانه مهرماه ۱۴۰۳)، فرض بر این است که اقتصاد تا پایان سال جاری با تورم ماهانه در مهرماه امسال به مسیر خود ادامه دهد. طبق آمارهای رسمی، تورم ماهانه در مهرماه سال جاری معادل ۲.۶۸ درصد بوده است که اگر این تورم تا پایان سال با همین روند ادامه پیدا کند؛ در پایان سال ۱۴۰۳، تورم سالانه معادل ۳۲.۲ درصد و تورم نقطه به نقطه معادل ۳۴.۸ درصد به ثبت می‌رسد. همچنین در سناریوی دوم (براساس میانگین شش ماهه منتهی به مهرماه ۱۴۰۳) فرض می‌شود که اقتصاد با میانگین تورم از ابتدای سال ۱۴۰۳ تا پایان مهرماه، مسیر خود را طی می‌کند. بررسی میانگین تورم در شش ماهه منتهی به مهرماه امسال نشان می‌دهد که میانگین تورم ماهانه در این مدت معادل ۲.۴ درصد بوده است. در نتیجه با فرض طی شدن باقی سال با این تورم ماهانه، در پایان سال ۱۴۰۳، نرخ تورم سالانه به ۳۱.۷ درصد و نرخ تورم نقطه‌ای به ۳۲.۹ درصد خواهد رسید.

پیشبینی تورم در بهترین و بدترین حالت

همانطور که اشاره شد، در سناریوی اول (براساس تورم ماهانه مهرماه ۱۴۰۳) انتظار میرود تورم سالانه در پایان سال به ۳۲.۲ درصد و تورم نقطه‌ای به ۳۴.۸ درصد برسد. همچنین در سناریوی دوم (براساس میانگین شش ماهه منتهی به مهرماه ۱۴۰۳) انتظار میرود نرخ تورم سالانه به ۳۱.۷ درصد و نرخ تورم نقطه ای به ۳۲.۹ درصد خواهد رسید. در سناریوی سوم (براساس میانگین ۱۲ ماهه منتهی به مهرماه ۱۴۰۳) نیز میانگین تورم ماهانه در یک سال منتهی به مهرماه سال جاری معیار قرار گرفته است. با توجه محاسبات انجام‌شده، میانگین تورم براساس این تعریف معادل ۲.۳۲ درصد ارزیابی شده است. اگر اقتصاد با این میانگین تورم، باقی سال را به اتمام برساند می‌توان گفت که تورم سالانه در پایان اسمال به ۳۱.۶ درصد خواهد رسید. همچنین با توجه به این فرض، تورم نقطه‌ای در پایان امسال ۳۲.۴ درصد خواهد شد.

همچنین در سناریوی چهارم (براساس تورم ماهانه یک درصدی) فرض می‌شود تا پایان سال جاری میانگین افزایش قیمت‌ها در هر ماه یک درصد باشد. با این فرض خوشبینانه می‌توان گفت که تورم سالانه در بهترین حالت در پایان سال جاری به ۲۹.۳ درصد رسیده و تورم نقطه‌ای در همین زمان در سطح ۲۴.۱ درصد قرار بگیرد. این سناریو، خوشبینانه‌ترین سناریویی است که می‌تواند تا انتهای سال جاری رخ دهد. در سناریوی پنجم (براساس میانگین تورم ماهانه از ابتدای دولت چهاردهم)، میانگین تورم ماهانه از ابتدای دولت چهاردهم تا مهرماه سال

فرصت امروز: برآوردهای تورمی نشان می‌دهد که تورم سالانه در پایان سال در بهترین حالت به ۲۹.۳ درصد و در بدترین حالت به ۳۲.۲ درصد میرسد. این ارقام براساس شاخص قیمت مصرف‌کننده در مهرماه ۱۴۰۳ پیشبینی شده است. تورم از متغیرهای مهم اقتصادی است و پیش‌بینی آن می‌تواند مسیر آینده اقتصاد را به فعالان اقتصادی و شهروندان جامعه نشان دهد. اقتصاد ایران سال‌هاست که دچار انتظارات تورمی بالا شده و بررسیها نشان می‌دهد که انتظارات تورمی، تاثیر زیادی در شکل‌گیری تورم‌های دورقمی داشته است. بنابراین یکی از عوامل کلیدی تبیین تورم، انتظارات مردم از تورم آینده است. در اهمیت نقش انتظارات تورمی همین بس که امروزه بانک‌های مرکزی از آن به عنوان یک ابزار سیاستی برای تحقق اهداف خود بهره می‌گیرند. هرچند امواج انتظارات تورمی در بازارها تحت تاثیر متغیرهای اقتصادی و غیراقتصادی شکل می‌گیرد، اما سیاست‌گذار می‌تواند برای کنترل انتظارات تورمی، سیاست‌های پولی را به کار گیرد و حجم پول در دست مردم را به نقطه کافی برساند. هنگامی که مردم بیش از نیاز خود، پول در دست داشته باشند، انتظارات تورمی بیش از پیش به بروز تورم دامن می‌زنند.

این انتظارت تورمی از رفتار مردم می‌آید. وقتی که عرضه پول در جامعه بالاست، مردم پول کافی برای خرید دارند و هر وقت بخواهند می‌توانند به سمت خرید هر کالایی بروند؛ چراکه ابزار کافی در اختیار آنهاست و وقتی که ابزار مهیا باشد، هر تغییر قیمتی، واکنش آنها را به دنبال دارد؛ مثلاً وقتی قیمت طلای جهانی افزایش می‌یابد، مردم بیفوت وقت به سمت بازار سکه هجوم می‌برند و همین شتاب تقاضا باعث افزایش بیشتر قیمت‌ها می‌شود. بنابراین هنگامی که سیاست‌های پولی انبساطی باعث حجم زیاد پول می‌شوند و این پول نیز تماماً دست مردم و بنگاه‌هاست، این انتظارت تورمی نیز همواره مستعد نقش‌آفرینی است؛ چراکه ابزار حرکت تورم در دست مردم است.

با همین دست فرمان به کجا می‌رسیم؟

به گزارش «اکیوبان»، تورم، یکی از متغیرهای مهم در اقتصاد است؛ به طوری که می‌تواند انگیزه فعالان اقتصادی و وضعیت رفاه اجتماعی را در یک کشور تحت تاثیر قرار دهد. به همین جهت، پیش‌بینی این متغیر می‌تواند مسیر اقتصاد را به فعالان اقتصادی و آحاد اقشار جامعه نشان دهد و در تصمیم‌گیری‌های آنها موثر باشد. از سوی دیگر، این پیش‌بینی در اقتصاد ایران از اهمیت بیشتری نیز برخوردار است؛ چراکه اقتصاد ایران سال‌هاست از تورم بالا و مزمن رنج می‌برد و پیش‌بینی تورم آینده می‌تواند بر مناسبات میان فعالان اقتصادی در آینده سایه بیندازد. بر همین اساس با توجه به آخرین آمارهای منتشرشده از تورم در مهرماه ۱۴۰۳ می‌توان در پنج سناریوی مختلف، نرخ تورم را در پایان سال جاری پیش‌بینی کرد. طبق محاسبات انجام شده، تورم سالانه در پایان سال

ریش قیمت طلا و سکه در آغاز هفته

سکه یک کانال سقوط کرد

کلیه اشخاص حقیقی با تابعیت ایرانی بالای ۱۸ سال تمام شمسعی می‌توانند در این حراج شرکت کنند و حداکثر حجم سفارش و خرید برای هر متقاضی مجموعاً پنج قطعه سکه است. متقاضیان در هر سفارش خود از انواع سکه صرفاً می‌توانند یک سفارش فعال داشته باشند. همچنین شصت‌وچهارمین حراج شمش طلای مرکز مبادله ایران در روز یکشنبه، ۱۳ آبان‌ماه ۱۴۰۳ برگزار خواهد شد. مرکز مبادلات طلا و ارز کشور اعلام کرد که متقاضیان خرید شمش طلای مرکز مبادله ایران می‌توانند با واریز مبلغ ۳۵۰ میلیون تومان به عنوان وجه‌الضمان به ازای هر قطعه شمش طلا تا ساعت ۲۴ روز شنبه ۱۲ آبان‌ماه، در شصت‌وچهارمین حراج این مرکز شرکت کنند. این حراج از ساعت ۱۲ الی ۱۶ در تالار معاملات طلای مرکز مبادله ایران برگزار خواهد شد.

همچنین طبق اعلام بانک مرکزی، از اول فروردین ماه تا ۱۲ آبان ماه امسال، ۴۱ میلیارد و ۵۳۳ میلیون دلار ارز برای واردات کالاهای اساسی، دارو، کالاهای تجاری و بازرگانی، واردات در مقابل صادرات و خدمات تأمین شده که براساس آن ۹ میلیارد و ۳میلیون دلار به واردات کالاهای اساسی و دارو تخصیص یفت. براساس گزارش بانک مرکزی، از اول فروردین ماه تا روز ۱۲ آبان ماه، ۴۱ میلیارد و ۵۴۳ میلیون دلار ارز برای واردات کالاهای اساسی، دارو، کالاهای تجاری و بازرگانی، واردات در مقابل صادرات و خدمات تأمین شده است. در این مدت برای کالاهای اساسی و دارو ۹ میلیارد و ۳ میلیون دلار، برای کالاهای تجاری و بازرگانی مبلغ ۲۲ میلیارد و ۵۹۷ میلیون دلار، برای خدمات ۹۱۴ میلیون دلار و برای واردات در مقابل صادرات ۹ میلیارد و ۲۹ میلیون دلار تأمین ارز صورت گرفته است.

همچنین بانک مرکزی برای واردات کالاهای اساسی و کشاورزی شامل گندم، دانه‌های روغنی و نهاده‌های دامی ۷میلیارد و ۹۶ میلیون دلار و برای دارو، مواد اولیه دارویی و تجهیزات پزشکی یک میلیارد و ۹۰۷ میلیون دلار ارز تأمین و در مجموع ۹ میلیارد و ۳میلیون دلار برای کالاهای اساسی و کشاورزی و دارو و تجهیزات پزشکی را با نرخ ۲۸۵۰۰ تومان و در هدف حمایت از مصرف‌کنندگان و دسترسی اقشار جامعه به کالاهای ضروری با قیمت ارزان‌تر تأمین کرده است. در این بازه زمانی برای کالاهای تجاری و بازرگانی مبلغ ۲۲ میلیارد و ۵۹۷ میلیون دلار و برای واردات در مقابل صادرات مبلغ ۹ میلیارد و ۲۹ میلیون دلار و در مجموع ۳۱ میلیارد دلار و ۶۲۶ میلیون دلار تأمین ارز صنایع صورت گرفته است. براساس این گزارش، تأمین ارز نیمایی برای «صنایع حمل و نقل و خودرو» معادل ۳میلیارد و ۶۵۴ میلیون دلار، «ماشین‌آلات و تجهیزات تولید» معادل ۲میلیارد و ۲۰۶ میلیون دلار، «صنایع معدنی» یک میلیارد و ۷۷۱ میلیون دلار، «صنایع شیمیایی و پلیمری» ۲ میلیارد و ۴۸۲ میلیون دلار، «صنایع و تجهیزات برق و الکترونیک» معادل ۲ میلیارد و ۸۷۸ میلیون دلار، «منسوجات و پوشاک» معادل یک میلیارد و ۱۳۷ میلیون دلار صورت گرفته است. این گروه‌های صنایع همچنین به ترتیب یک میلیارد و ۹۶۳ میلیون دلار، یک میلیارد و ۶۵۴ میلیون دلار، یک میلیارد و ۷۶۶ میلیون دلار، ۳۰۳ میلیون دلار، ۵۰ میلیون دلار ارز توافقی یا واردات در مقابل صادرات تا پایان روز ۱۲ آبان ماه سال جاری دریافت کرده‌اند. همچنین تا تاریخ ۱۲ آبان ماه، سایر صنایع ۸ میلیارد و ۴۶۹ میلیون دلار ارز نیمایی و ۲ میلیارد و ۵۱۸ میلیون دلار ارز توافقی یا واردات در مقابل صادرات دریافت کرده‌اند.

^[1] به طوری که می‌تواند انگیزه فعالان اقتصادی و وضعیت رفاه اجتماعی را

^[2] به طوری که می‌تواند انگیزه فعالان اقتصادی و وضعیت رفاه اجتماعی را

تحت تأثیر توفان و اعتصاب در بوئینگ

تولید شغل در اقتصاد آمریکا کمتر شد

ایجاد شش ساله راه اکبر در آمریکا به تبعیت‌های سرعت خود از اوایل سال ۲۰۰۴ راه آمریکا یافت زیرا تأثیر وقوع توفان‌ها در جنوب شرقی و به یوست فالج‌تاج‌چون نیروی کار، تصویر اشیاء را تخریب کرد. در همین زمان دکتر آمار کار آمریکا گزارش داد که حقوق و دستمزد غیر کشاورزی در سال ۱۲ هزار مورد افزایش داشته است که نسبت به هزار سپتامبر کاهش شدیدی به شمار می‌رود و کمتر از برآورد ۱۰۰ هزار موردی واچونز است. در گزارش که پیش‌از این انتظار می‌رفت که یک گزارش ضعیف باشد، اکبر کمترین رشد را از دسامبر ۲۰۲۰ به ثبت رسانده است. باین حال، نرخ بیکاری مطابق با انتظارات ۴٫۱ درصد باقی‌مانده است. معیار وسیع‌تری از نرخ بیکاری که شامل کارگران غیردولت و کسانی که به دلایل اقتصادی بیکار شده‌اند یا برفوت دارند نیز بدون تغییر روی ۷٫۷ درصد باقی‌مانده است. در این گزارش اداره آمار کار آمریکا خاطرنشان کرد که پیش از اعتصاب کارگران شرکت بوئینگ احتمالاً ۴۴ هزار شغل در صنعت تولید را کاهش داده است که در مجموع منجر به از دست رفتن ۶۶ هزار موقعیت شغلی شده است.

علاوه بر این، در گزارش به تأثیر توفان‌های هلی و میلون اشاره شده است که بر وضعیت اشتغال در آمریکا «تأثیر خاصی» داشته است. در این گزارش آمده است که پاسخ‌های فزاینده برای بررسی موسسات که نشان‌دهنده میزان افزایش نظر حقوق و دستمزد غیرکارمندی است، بسیار پایین‌تر از حد متوسط و روبرق کمترین میزان در بیش از ۳۰ سال گذشته بوده است، اما این موارد کاهش هم در مناطق آسیب‌دیده توسط توفان و هم در مناطق خارج از منطقه توفان مشاهده شد. این گزارش همچنین اعلام کرد که میانگین درآمد ساعتی ۰٫۴ درصد در ماه افزایش یافته است که کمی بیشتر از پیش‌بینی‌ها بوده است؛ اگرچه با افزایش ۱۲ درصدی ۱۰ ماهه همخوانی دارد. میانگین کار در هفته ۳۸ ساعت ثابت بود.

انتشار این گزارش درست کمی پیش از انتخابات ریاست جمهوری صورت می‌گیرد که در آن کالایا هرگز نمودگر و دونالد ترامپ جمهوریخواه در رقابتی هستند که اثر نظر سنجی‌ها نشان می‌دهد. هر قایت به این بست رسیده است، اما با توجه به اینکه اقتصاد در این مقدم این نبرد انتخاباتی قرار دارد، گزارش مشاغل می‌تواند در نتیجه این انتخابات تأثیر گذار باشد. گزارش جدید اشتغال دوراهی یک ماهه را پوشش می‌دهد که اولی توان‌های هیلن و اشتغال جنوب شرقی آمریکا، بهره‌زده فولبراد و کارلانی شمالی و انصاف یونینگ باراک اوباما، هرچنین جوش‌ها کند آمریکا را در هم کوبیدند. قبل از انتشار این گزارش، ایجاد مشاغل به‌طور متوسط در طول سال ۲۰۲۴ نزدیک به ۲۰۰ هزار مورد در سال گذشته که حدود ۶۰ هزار مورد کمتر از سرعت مشابه در سال گذشته است.

برخی شکاف‌ها در ماه‌های اخیر نگرانی‌هایی را در فدرال رزرو ایجاد کرده است زیرا در حالی که سرعت تورم سالانه در حال کاهش است، افزایش نرخ بهره می‌تواند بر بازار کار تأثیر بگذارد و توسعه اقتصادی ملایم را تهدید کند. در نتیجه، سیاستگذاران در ماه سپتامبر اعلامی بی‌سابقه برای بهبود اقتصاد رو به رشد برداشتند و نرخ بهره کوتاه‌مدت معیار خود را نیم درصد کاهش دادند، یعنی دو برابر افزایش‌های هر سه ماهه. فدرال رزرو معمولاً دوست دارد به اجرا بگذرد.

در پی تداوم تنش‌های تجاری و رشد آهسته چین رقم خورد

هشدار صندوق پول به اقتصاد آسیا

صندوق بین‌المللی پول نسبت به خطرات اقتصادی آسیا هشدار داد. صندوق بین‌المللی پول اعلام کرد که تهدیدها علیه اقتصاد آسیا ناشی از تشدید تنش‌های تجاری، بحران بخش ماکل چین و احتمال آشتی بیشتر بازار افزایش یافته است. صندوق بین‌المللی پول هشدار داد که فشارهای نزولی مداوم از سوی چین می‌تواند با آسیب رساندن به بخش‌های مختلف اقتصاد کشورهای همسایه، با ساختارهای صادراتی مشابه، «تنش‌های تجاری» را تحریک کند و از یک خواست گام‌هایی را برای دستیابی به بهبودی مبتنی بر تقاضای یک اقتصاد خود بر دارد.

صندوق بین‌المللی پول در گزارش چشم‌انداز اقتصادی منطقه‌ای خود برای آسیا گفت که کاهش رشد تولید ناخالص داخلی و به تبع آن کاهش بودجه دولت، منجر به افزایش بدهی دولتی و کاهش سیاست چین در این زمینه حیاتی است. صندوق بین‌المللی پول در جدیدترین چشم‌انداز منطقه‌ای خود پیش‌بینی می‌کند که اقتصاد آسیا در سال ۲۰۲۴ به میزان ۴٫۶ درصد و در سال ۲۰۲۵ به ۴٫۴ درصد رشد خواهد کرد، زیرا سیاست‌های پولی ترمز در سراسر جهان باعث افزایش تقاضای خصوصی در آسیا شده است. صندوق بین‌المللی پول همچنین پیش‌بینی می‌کند که تا اواسط دهه ۲۰۳۰ نسبت به پیش‌بینی‌های صندوق بین‌المللی پول در آوریل ۲۰۰۱ حدود سه درصد افزایش یافت، اما کمتر از رشد ۵ درصدی در سال ۲۰۲۳ بوده است. صندوق بین‌المللی پول گفت که ریسکی به دلیل کاهش افزایش پولی گذشته و تنش‌های ژئوپلیتیکی می‌تواند به بازارها را متلاطم کند. در این بیانیه آمده است که یکی از حادترین خطرات تشدید تعرفه‌های تلافی‌جویانه بین شرکای تجاری اصلی آسیا است که باعث تشدید پرکردگی تجارت و آسیب به رشد در منطقه خواهد شد. در حالی که رشد پایین بدهی بالا و تنش‌های جنگ در صدر دستور کار رسمی نشست‌های سالانه صندوق بین‌المللی پول بانک جهانی در هفته گذشته بود، رهبران مالی بیشتر انرژی خود را صرف گرانی در مورد تأثیرات احتمالی بازگشت دونالد ترامپ به قدرت پس از انتخابات ریاست جمهوری آمریکا در نوامبر کردند. طبق تحلیلگران، ترامپ وعده داده است که بر واردات از همه کشورهای توسعه یافته، یک پیکشور سرمایه‌افزاران، مدیر بخش آسیا و قریب نوبست صندوق بین‌المللی پول، رویتینو زوریمو را، هدف قرار دهد. او گفته است که تعرفه‌ها، منابع غیر تعرفه‌ای و مفاد محتوای داخلی ارحل‌های درستی نیستند، زیرا جریان‌های سرمایه‌گذاری تجاری را مخدوش می‌کنند و هیچ منبع تجاری چندجانبه را تضعیف نمی‌کنند. به گفته او، در نهایت این نوع اقدامات منجر به پرداخت قیمت‌های بالاتر از سوی مصرف‌کنندگان و سرمایه‌گذاران می‌شود.

صندوق بین‌المللی پول اعلام کرد که آشفته‌گی‌های اخیر بازار می‌تواند نوسانات آتی را هم پیش‌بینی کند زیرا بازارها براساس کاهش بیشتر و بزرگ نرخ بهره توسط فدرال رزرو آمریکا و افزایش تدریجی نرخ بهره توسط بانک مرکزی ژاپن قیمت می‌دهند. در این گزارش اشاره شده است که تغییرات ناگهانی در انتظارات از این مسیرهای سیاسی‌سازی می‌تواند باعث تعدیل شدید نرخ ارز و سرریز آن به سایر بخش‌های بازار مالی شود و اگرچه نوسانات به‌خودی‌خود لزوماً مخیر نیستند، اما می‌توانند اعتماد و سرمایه‌گذاری مصرف‌کننده را تضعیف کنند.

صندوق بین‌المللی پول انتظار دارد اقتصاد چین در سال جاری ۴٫۸ درصد رشد کند که ۰٫۲ واحد نسبت به پیش‌بینی خود در آوریل بیشتر است، اما کندتر از رشد ۵٫۲ درصدی سال گذشته است. صندوق بین‌المللی پول می‌گوید که انتظار می‌رود رشد این کشور در سال ۲۰۲۵ به ۴٫۵ درصد کاهش یابد. چین رشد تقریباً ۹ درصدی را برای سال ۲۰۲۴ هدف‌گذاری کرده است.

فرصت امروز: بورس تهران با وجود آنکه در آغاز هفته سبزی‌پوش شد، ۷۵ اما درصد از نمادهای بازار در محدوده منفی به کارشوران پایان دادند. خروج پول حقیقی نیز ۱۸۲ میلیارد تومان بود و ارزش معاملات خرد با افت اندک نسبت به چهارشنبه به ۴۴۰ میلیارد تومان رسید. در پایان معاملات شبیه، شاخص کل بورس تهران با رشد ۰،۲۵ درصدی تا سطح ۲ میلیون و ۶۱ هزار واحد بالا رفت و شاخص هموزن بدون تغییر در همان سطح قبلی باقی ماند. نمادهای فولاد، فملی و توری با بیشترین تاثیر مثبت و نمادهای کچاد، سپاس و کگل با بیشترین تاثیر منفی بر شاخص کل همراه شدند. اگرچه هشتاد و پنج اتالی نشینهای منفی بر ۷۵ اما درصد از نمادهای بازار در محدوده منفی بودند و بار مثبت شدن شاخص کل بر دوش شاخص‌سازان بود. از سوی دیگر، سرانه خریداران حقیقی ۳۴۵ میلیون تومان به ثبت رسید که ۹۰ درصد سرانه فروش معامله‌گران حقیقی بود.

از همان ابتدا پیش‌بینی می‌شد که بازار سرمایه در این هفته با نوسانات زیادی همراه باشد. اتفاقی که در روز چهارشنبه با شدت بیشتری رخ داد. شاخص کل، افت منفی ۷ هزار واحدی ابتدای معاملات خود را با رشد ۴ هزار واحدی در پایان رساند. این اتفاق روز گذشته نیز تکرار شد و هرچند شاخص کل در نیمه اول معاملات شنبه بیش از ۱۱ هزار واحد افزایش یافت، اما در نیمه دوم روند نزولی و عرصه‌ها باعث شد تا شاخص نهایتاً با ۵ هزار واحد رشد به کار خود پایان دهد. ارزش معاملات در این روز در بازار بورس و اوراق بهادار تهران بیش از ۵۳۰۰ میلیارد تومان رقم خورد و گروه فلزات اساسی صدرنشین‌ترین ارزش معاملات را باز شد. این گروه با ارزش معاملاتی ۳۳۵ میلیارد تومانی در کانون توجه سهام‌مداران قرار گرفت. گروه خودرویی و گروه بانک‌ها نیز به ترتیب با ارزش معاملاتی بیش از ۲۷۸ میلیارد تومانی و ۱۸۸ میلیارد تومانی در جایگاه‌های دوم و سوم ایستادند.

فرا بورس راهش را از بورس جدا کرد

شاخص کل بورس تهران، معاملات اولین روز هفته را با رشد ۰,۲۵ درصدی به پایان رساند، شاخص هموزن تغییر خاصی نکرد و شاخص فرابورس بالا می‌رفت. با وجود سبزی مثبتی شاخص کل بورس اما ۷۵ درصد از نام‌های بازار در محدوده منفی به کارشان پایان دادند. خروج پول حقیقی هم ۱۸۳ میلیارد تومان بود و ارزش معاملات خرد با افت اندکی به نسبت به چهارشنبه به ۴۴۰۰ میلیارد تومان رسید. در جریان معاملات روز شنبه ۱۲ آبان ماه، شاخص کل بورس تهران با رشد ۰,۲۵ درصدی به سطح ۶ میلیون ۶۱ هزار واحد رسید. شاخص هموزن نیز بدون تغییر در سطح قبلی با افت ۱۶ هزار واحدی و منفی، سه نامزد بودند که بیشترین

گسترش دریافت پول از بازیکنان در تیم‌های فوتبال رده‌های پایه و لیگ نایده، علاوه بر خدشدار شدن سلامت مالی این رشته ورزشی، سبب نابود گرفتن بازیکنان مستعد و کاهش پتانسیولسازاری آینده بازیکنان می‌شود. آفشارکی و پینیکسکوت و بازیکن قدیمی برزیل برای برزیل در روزهای اخیر سبب شده، معضل فوتبال‌بایست‌های پولی دوباره مطرح شود؛ معضلی که با ورود پول‌های بی‌ضابطه به فوتبال ایران و نظارت ضعیف دستگاه‌های قضایی و بازرسی، سال به سال به‌فوتال رده‌های پایه گسترش بیشتری پیدا می‌کند.

به گزارش «تاتی ایران آنلاین»، محمد بزرگو، پیشکسوت باشگاه پرسپولیس حضور بازیکنان پولی در فوتبال پایه هشدار داد: «شنیدم برخی تیمهای پایه ۱۰ بازیکن پولی و تعدادی هم بیشتر از آن بازیکن پولی جذب می‌کنند. در مورد پولی که از بازیکنان می‌گیرند وابسته به سطح مسابقات است. در لیگ امیدها هم مبلغ ۴۰۰ تا ۵۰۰ میلیون را شنیدیم، پولی در برخی موارد شاید یک میلیارد هم دریافت شده است.» همچنین حسن خان‌محمدی، دیگر پیشکسوت پرسپولیس هم هفته گذشته در گفت‌وگو با خبرنگار «میزان» در حضور بازیکنان پولی حتی در باشگاهی مانند پرسپولیس خبر داد: «ما دانستیم که از پدر و مادر پول می‌گیرند، حتی فایده‌های صوتی آن را هم دارم برخلاف آنها می‌توانم ثابت کنم که از بازیکن پول گرفته‌ام. من بازیکنی نمی‌خواهم که در بومد، نه به نفع من گفتند آن بازیکن در جای دیگر قبلاً پول داده و بازی کرده‌اند و حالا در ویش (مدیرعامل پرسپولیس) گفتم او هم پذیرفت و گفت اینکه بچه دیگر پول داده به ما مربوط نیست و مشکلی ندارد!» نکته عجیب آنکه «خان‌محمدی» سرمربی تیم جوانان پرسپولیس پس از اشکافری و مقاومت در برابر ورود بازیکنان پولی در ترکیب تیمش، برکنار شد و ورود بدون مایه‌طه سرمایه‌گذاران، بدون اینکه تمیزی و تضمینی از آنها برای یک فعالیت سالم و در چارچوب قوانین گرفته شود، یکی از دلایلی است که سبب شده حضور بازیکنان پولی در فوتبال اوج بگیرد. در ایران رابطه «بزرگو» ورود بخش خصوصی بدون داشتن توان مالی به فوتبال ریزش رشد سرمایه‌گذاری پولی می‌داند: «این‌طور موارد از حدود ۱۰ سال پیش در فوتبال پایه جای افتاد. به نظر همان زمان باید جلوی این موضوع را می‌گرفتند. یکسری از تیم‌ها با مالکیت خصوصی بدون پشتوانه مالی لازم‌الداری این حوزه شدند. برای نمونه فردی که شغلش بنگاداری یا نمایشگاه‌داری بوده است، پولش را به ورزش آورده و توجیهاتی هم برای خودش دارد».

او توجهات مالکان پاشگاهها را اینطور برشمرد: «مالکان خصوصی این توجیه را دارند که مثلاً ورزش امتیازمان ۵ میلیارد است علاوه بر این باید کرایه بولی، حقوق بازیکنان، فیایب و ادبای و... داشته باشیم و از بازیکنان بولی هزینه برای تأمین این کنیم، اما باطن قضیه اینجاست که بعضی افراد دکان بازی را به اسم ورزش باز کردند و از این امتیاز سود و بهره‌های مالی می‌برند. اگر سودی عایدشان نمی‌شد در همان بنگاه خودشان کار می‌کردند».

اما معضل پولی شدن بازیکنان چه بر سر فوتبال می‌ورد؟ نفوذ بازیکنان پولی در رده‌های سنی پایه، علاوه بر فساد مالی، زنگ خطر را برای کشف بازیکنان مستعد فوتبال و پستوانه‌سازی برای آینده نیز به صدا درآورده است. با افزایش ورود بازیکنان پولی به فوتبال که اوج آن در رده‌های پایه دیده می‌شود، فوتبال‌بست‌های مستعدی که از وضعیت اقتصادی

تأثیر مثبت را بر شاخص کل داشتند. در مقابل، نمادهای کچاد، شپنا و گنگل با بیشترین تأثیر منفی بر شاخص همراه شدند. اگرچه شاخص کل مثبت بود اما ۷۵ درصد از نمادهای بازار در محدوده منفی، کار خود را خاتمه دادند و بار مثبت شدن شاخص کل بر دوش شاخص سازان بود. از سوی دیگر، سرانه خریداران حقیقی به ۲۶/۵ میلیون تومان رسید که ۹۰ درصد سرنه فروش معامله‌گران حقیقی بود.

گروه فلزات اساسی، خورده‌یی و بانک‌ها، بیشترین ارزش معاملات بورس را به خود اختصاص دادند و گروه خورده‌یی را پشت سر گذاشتند. فلزات اساسی ضمن اینکه بیشترین ارزش معاملات را به خود اختصاص داد، بیشترین ورود پول حقیقی را هم داشت و در مجموع ۲۹۵ میلیارد تومان پول حقیقی وارد این گروه شد. گروه سرمایه‌گذاری با ۱۲۴٫۱ میلیارد تومان در رتبه دوم قرار گرفت. در سمت مقابل، صندوق‌ها و ۷۴٫۵ میلیارد تومان سرمایه حقیقی از این دو گروه خارج شد. در میان نمادهای بازار هم فایانر و فولاد بیشترین ورود پول حقیقی را داشتند. بیشترین خروج پول را هم وبملت و وشهر داشتند. در معاملات نشیه، ارزش معاملات خرد نسبت به آخرین روز هفته گذشته کاهش داشت. به ازای ۴۴۰ میلیارد تومان رسید. ضمن اینکه برخلاف هفته گذشته، بازار این هفته را با خروج پول حقیقی آغاز کرد و بیش از ۱۸۰ میلیارد تومان هم خروج سرمایه به ثبت رسید. برخلاف بورس، بازار فرابورس اما شورش و پامس و شکوای ا موثرترین نمادهای فرابورسی در منفی شدن شاخص این بازار بودند.

نوسانات مثبت و منفی بورس تهران

پیش‌بینی می‌شد این هفته بازار با نوسانات زیادی همراه باشد. اتفاقی که در روز چهارشنبه با شدت بیشتری رخ داد و شاخص کل افت منفی ۷ هزار واحدی را تجربه کرد. معاملات خرد را حدود ۴ هزار واحدی به پایان رساند. این اتفاق برای روز شنبه تاریخ شد؛ در حالی که به طوری که شاخص کل در نیمه اول معاملات، رشد بیش از ۱۱ هزار واحدی را به خود دید و در نیمه دوم روند نزولی و عرضه‌ها باعث شد تا شاخص نه‌به‌نیایا به اوزار واحد رشد به کار خود ادامه دهد. ارزش معاملات در بازار بورس و اوراق بهادار در این حوالی ۵۳۰۰ میلیارد تومان رقم خورد و گروه فلزات اساسی صدرنشین برترین ارزش معاملاتی شد. این گروه با ارزش معاملاتی ۳۳۵ میلیارد تومانی در کانون توجه سهامداران قرار داشتند. گروه خودرویی و ۱۸۸ میلیاردی نیز به ترتیب رابع ارزش معاملاتی بیش از ۲۷۸ میلیارد تومانی و گروه فلزات اساسی در جایگاه‌های دوم و سوم قرار گرفتند. شاخص کل بورس تهران نسبت به روز چهارشنبه، رفتار کاملاً برعکس

با دریافت پول از بازیکنان تیم‌های پایه

زنگ خطر سلامت مالی فوتبال به صدا درآمد

خوبی بر خرداد نیستند، کمتر مورد توجه قرار خواهند گرفت و از چرخه بازیکن‌سازی دور خواهند ماند. «برزگر» نسبت به عواید استفاده از بازیکنان پولی در فوتبال باید همدار داد و مستعد است: «استفاده از بازیکنان پولی در درازمدت استفاده‌های کشور ما را می‌سوزاند. وقتی بازیکنان پولی در درازمدت شاهد این است که بازیکنی به دلیل ثروت و منول می‌بودن پدرش می‌تواند بالاتر از او قرار بگیرد، قطعاً بازی‌نگیز خواهد شد و در نهایت با این دست فرام هر سال کلی از استعدادها سوخت می‌شوند. همچنین هزاران بار شاهد این بودم که بازیکنان پولی در مسیر تغییر نتیجه، شُرط‌بندی و دیگر موارد قرار گرفتند یا تیم‌هایی که از بازیکنان استفاده می‌کنند».

بر اساس این گزارش، استفاده از بازیکنان پولی فقط مختص به تیم‌های رده‌های پایه فوتبال نیست و در رده‌های دیگر هم دیده می‌شود. دیروز خبرگزاری تسنیم در گزارشی نوشت که حضور بازیکنان پولی منصرف از به فوتبال پایه اقبال نیست و در فوتبال بانو هم وجود دارد. یکی از بازیکنان پولی تیم فوتبال بانوان افشا کرد که برخی تیم‌ها در فوتبال بزرگسالان به جای استفاده از بازیکنان واقعی، بازیکنان پولی می‌فرستند. به گفته او، برای این کار قرارداد همکاری مبلغی پرداخت نمی‌کنند، بلکه ماهیانه پول هم می‌گیرند. «اگر نمونه‌ای از تیم‌های تهران به من معرفی کنند ماهیانه همکاری داد، اما کرد که ماهیانه باید مبلغ سه میلیون تومان به آنها پرداخت کنم بعد از دریافت این پیشنهاد با خودم فکر کردم چرا وقتی برای تیمی بازی و تلاش می‌کنم باید مبلغ ۳ میلیون هم

نویات اول

آگهی مناقصه عمومی

به شماره ۳۲۸۰۰۰۰۰

۱. نام شرکت و نشانی: شرکت توزیع نیروی برق استان مرکزی به نشانی: ازاک
در نظر دارد مناقصه عمومی زیر را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برپا
نماید به دریافت اسناد مناقصه اقدام ننماید. ضمناً کلیه مراحل برگزاری مناقصه
درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir
نام و سایت مذکور و دریافت گواهی اعضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه
۲. شرح مختصری از مناقصه:

۳- سبده شرکت در مناقصه به مبلغ ۲,۶۷۵,۰۰۰,۰۰۰ ریال می باشد، مناقصه خرید کابل خودنگهدار جهت روشنایی معابر

۴- به پیشنهادهاى فاقد اعضاء، مشروط، مخدوش و پيشنهادهائى كه بعد سبردهاى مخدوش سبردهاى كمتر از ميزان مقر، چك شخصى ونظاير آن

۵- مهلت دريازشناسان: از چاپ دومين آگهى به مدت ۸ روز كارى

۶- مهلت و بازتاب گرايى اسناد مناقصه : مهلت عودت اسناد مناقصه تا ساعت ۱۳:۰۹/۰۴/۱۴۰۱مى باشد.

- ۷- محل تحویل و بازگشایی: اراک، میدان درایی، خیابان امام موسی صدر
- شرکت توزیع برق استان مرکزی.
- ۸- مبلغ برآوردی منقاصه ۳۵,۰۰۰,۰۰۰ ریال می باشد.
- ۹- سایر اطلاعات و جزئیات مربوطه در اسناد مناقصه مندرج است.

تاریخ انتشار نوبت اول: یکشنبه ۱۳/۰۸/۱۴۰۳ تاریخ انتشار نوبت دوم: دوشنبه ۱۴/۰۸/۱۴۰۳

۱۸۳ میلیارد تومان سرمایه حقیقی از بازار خارج شد

رنگ سبز مصنوعی بورس



از خود نشان داد. بازار در روز چهارشنبه در نیمه اول زلزلی و در نیمه دوم صعدی شود، اما این اتفاق برای روز شنبه برعکس رقم خورد. کم شدن سرعت رشد در بازار، یک عامل مهم را نشان می‌دهد و این هم بحث عماد است که از بازار سرمایه در طول تاریخ از خود نشان داده و رفته رفته و برای برگشتن این اعتماد به بازار، تیم اقتصادی دولت چهارم باید هزینه زیادی را پرداخت کند، اما از منظر تکنیکالی شاید بتوان علت منفی نیمه دوم بازار را در نتیجه برخورد شاخص کل با میانگین ۵۵ روزه خط روند زلزلی کوتاه مدت دید. از نظر اهالی تکنیکالست بازار سرمایه، نحوه برخورد کندل‌ها با سطوح حمایتی یا مقاومتی می‌تواند نشان دهد که بازار تصمیم دارد سطح مذکور را از سر راه خود بردارد و با واکنش منفی، یا مواجه خواهد شد.

تشکیل بازار ارز توافقی در آینده نزدیک

گروه خودرویی به این دلیل مورد توجه اهالی بازار سرمایه قرار گرفته است که احتمال عرضه خودرو در بورس کالا و همچنین ضرورت افزایش سرمایه از محل تجدید ارزیابی برای خروج از ماده ۱۴۱ قانون تجارت دارد و خودرو ساز بزرگ کشور وارد دار. در انتهای هفته گذشته قیمت‌های دو محصول سینا دو گانه‌سوز و اسپارک اوتومات را به بازار اعلام کرد و نرخ‌های جدید را از طریق سامانه کدال به اطلاع سهامداران رساند. این در حالی است که وزیر اقتصاد با بیان اینکه مانعی برای عرضه خودرو، در بورس وجود ندارد، تأکید کرد که با هماهنگی بین وزارت خرد، شورای رقابت و بورس کالا، خودرو سازان می‌توانند محصولات خود را در بازار بورس کالا عرضه کنند.

با همه‌تیرسین خبر است «محدثرضا فزین»، رئیس کل بازار مرکزی در ایام هفت‌گانه مطهر کرد که از راهاندازی بازار توافقی در انتهای نزدیک خیرداد، البته قریب در نیمه دوم شهریورماه این بازار راهاندازی شود و این موضوع در حال حاضر و به گفته «فزین» در مرحله آزمایشی است و در کلیت کار می‌تواند به بازار کمک کند؛ چراکه یک قدم مؤثر برای رسیدن به ارز نخی است. اما اهالی بازار، همچون خریداران به این موضوع را دو عامل عنوان می‌کنند: اولین عامل، انتخابات ریاست جمهوری پیش روی آمریکا است که ظرف چند روز آینده برگزار خواهد شد و دومین مورد نیز اعتماد از دست رفتن بازار به مایه است که به سختی، ارز جدید به این بازار خواهد گشت. این در حالی است که باز هم وزیر اقتصاد بر موضوع تک نخی شدن ارز تأکید دارد. «عبدالتلف هجوتی» عنوان کرده است که معنای این وجود ارز با نهضت‌ها و اختلاص وجود ندارد، از باید تک نخی شود و این اختلاف نخرها نیزها باعث انت و فشارهای نوبی می‌شود.

ماهیانه پیردام؟ اصلاً درآمد من ورزشکار حرفه‌ای از چه منبعی است که باید ۳ میلیون هم به مدیر یا مسئول باشگاه پیردام؟!»

او در پاسخ به این سؤال که آیا از تعداد محدودی هزینه دریافت می‌شد، می‌گوید: «همه بازیکنان موظف به پرداخت این مبلغ بودند، هم اینطور یا با آن‌ها. در تیمی که من پیشنهاد دادم قرار داد، برای تمام بازیکنان ماهیانه ۲ میلیون به مدیر باشگاه پرداخت کنند.» البته علاوه بر دهدهای پایه فوتبال بانوان، پدیده فوتبالست پولی به سطح اول فوتبال کشور هم رسیده است، به‌طوری که دو سال پیش، یکی از مربیان حاضر در لیگ دسته اول درباره این معضل آشکاری کرد.

«محسن بنگر»، سرمربی وقت و حداث، شهریور ۱۴۰۱ در گفت‌وگوی تلفنی با برنامه فوتبال یک، در واکنش به اینکه شنیده می‌شود در یکی از بازی‌ها یکی از بازیکنان پولی را به دور از چشمان نماینده فراسیون و نظار بازی به زمین فرستاده‌اند، گفت: متأسفانه پدر یکی از بازیکنان به استخدام آمادو درآمده و زمانی که دید پدرش در بین ۱۱ بازیکن اصلی نیست قهر کرد و گفت پدر پول نمی‌دهم که پیراهن یک بازیکن را با پیراهن پسر این آقا عوض کردند که به زمین برود و ۲۵ دقیقه هم بازی کرد». با توجه به افشای بازی صورت گرفته، ضرورت ورود فراسیون و فوتبال و نهادهای نظارتی رای برخورد با پدیده بازی پولی بیشتر از احساس می‌شود؛ پدیده‌ای که گسترش آن می‌تواند علاوه بر ورود پول‌های ناسالم به فوتبال، روح جوهرمندی و سلامت آن در کند.

نوبت اول

آگهی مناقصه عمومی دو مرحله‌ای به شماره ۳۲۰۰۵۳۸۰۰۰۰۰۰۰

شرکت توزیع نیروی برق استان مرکزی

۱. نام شرکت و نشانی : شرکت توزیع نیروی برق استان مرکزی به نشانی : اراک، خیابان امام موسی صدر، امپریاز گاشی یا تلفن تماس ۰۲۶۳۳۴۷۰۰۳ - ۰۲۶۳۳۴۷۰۰۲ - ۰۲۶۳۳۴۷۰۰۱ در نظر دارد مناقصه عمومی زیر را از طریق سامانه تدارکات الکترونیک دولت برگزار نماید لذا از کلیه شرکتهای واجد شرایط دعوت به عمل می آید در صورت تمایل نسبت به دریافت اسناد مناقصه اقدام نمایند. ضمناً کلیه مراحل برگزاری مناقسه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکت ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیک دولتی(سداد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت کواپی اعضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند.

۲. شرح مختصری از مناقصه:

خرید کابل خودنگهدار چفت ونشانهای معیار

۳- سپرده ضمانت در مناقصه به مبلغ ۴۶۷۵۰٫۰۰ ریال می باشد؛ مناقصه گران میبایست مبلغ فوق را در صورت ضمانت نامه بانکی ،ضمانت نامه مؤسسات بیمه گر، کوپونهای خالص مطالبات قطعی تأیید شده توسط امور مالی شرکت توزیع ، بار وارز وجه به حساب جاری شماره ۷۰۱۹۱۱۱۳۳۱۱۹۴ به نام شرکت توزیع نیروی برق استان مرکزی بانک قرض الحسنه مهر ایران شعبه امام خمینی اراک ارائه نمایند.

۴- به پیشنهادهای فاقد اعضاء مشروط، مخدوش و پهنهاداتی که بعد از انقضاه مدت مقرر دفرائخوان واصل شود و همچنین به پیشنهادهای فاقد سپرده، سپردههای مخدوش ،سپرده های کمتر از میزان مقرر، چک شخصی وبطابق آن ترتیب اثر داده نخواهد شد.

۵- مهلت دریافت اسناد : از چاپ دومین آگهی به مدت ۸ روز کاری

مهلت و بازگشایی اسناد مناقصه : مهلت عودت اسناد مناقصه تا ساعت ۱۹ روزه یکشنبه مورخ ۱۴۰۳/۰۹/۰۴ ، زمان بازگشایی ساعات ۸ روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۳/۰۹/۰۵ می باشد.

۷- محل تحویل و بازگشایی : اراک میدان دارایی، خیابان امام موسی صدر، شرکت توزیع برق استان مرکزی واحد دبیرخانه .محل بازگشایی :سالن کنفرانس شرکت توزیع برق استان مرکزی .

۸- مبلغ برآوردی مناقصه ۳۲٬۵۰۰٬۰۰۰ ریالی می باشد.
۹- سایر اطلاعات و جزئیات مربوطه در اسناد مناقصه مندرج است.

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

روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق استان مرکزی

تاریخ انتشار نوبت دوم : دوشنبه ۱۴۰۳ / ۰۹ / ۰۴

یکشنبه ۱۴۰۳ / ۰۹ / ۰۳ تاریخ انتشار نوبت اول :

۲۲۲

آیا بازاریابی پیامکی (SMS Marketing) هنوز جواب می‌دهد؟



نویسنده: علی آلعلی

بازاریابی پیامکی (SMS Marketing) چند سالی هست مورد انواع شک و تردیدها قرار گرفته است. مقصر اصلی هم شبکه‌های اجتماعی با انبوهی از امکانات سرسام‌آور هستند. انگار در دنیای کنونی هر ابزاری که به اینترنت وصل نشود، یادآور عصر حجر است. البته با نگاهی منصفانه سرویسهای پیامکی خیلی هم از مد افتاده نیستند. هنوز هم اغلب بانکها و فروشگاههای مهم برای اطلاع‌رسانی به مشتریان از این سرویس استفاده میکنند. به علاوه، وقتی دسترسی به اینترنت نداریم، دوباره یاد این سرویس دوستداشتنی افتاده و طوری از آن استفاده میکنیم که انگار مدرترین ابزار دنیاست. اگر شما هم فکر میکنید دوران طلایی پیامک تمام شده و دیگر خرید سیمکارت معنایی ندارد، باید فوراً پایشان را روی ترمز قرار دهید؛ چراکه ماجرا اینقدرها هم ساده نیست!

وقتی در یک مسابقه ماشینسواری جمع اتومبیلهای جدید جمع باشد، حضور یک خودروی کلاسیک با فناوری تاریخ مصرف گذشته حسایی جلب توجه میکند. به این حال اگر همین خودروی به اصطلاح کلاسیک را دست یک تعمیرکار حرفهای دهید، غول بیشاخ و دمی تحویلتان میدهد که حتی جدیدترین ماشینهای دنیا را هم توی جیبش خواهد گذاشت. اشتباه نکنید، ما از بحث اصلیمان منحرف نشده‌ایم، بلکه مثال بالا درباره بازاریابی پیامکی نیز مصداق دارد. این روزها بازاریابها نه فقط برای تبلیغات دم دستنی، بلکه خدمات مشتری، پیگیری سفارشات و ارائه اطلاعات مورد نیاز به مخاطب از سرویسهای پیامک استفاده میکنند. فکر میکنم حالا دیگر کم کم دارید به پیشفرضهای قبلیتان درباره مرگ این الگوی بازاریابی شک میکنید، مگر نه؟ ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم ترک یک الگوی بازاریابی باید دلایل محکمی داشته باشد. وگرنه شما با خوشحیالی تمام میدان را برای رقبا خالی کرده و دیگر هیچ شانسى در بازار نخواهید داشت. قبول دارم مقدمه مختصر و مفید ما کمتر بازاریاب حرفهای را قانع میکند تا دوباره سراغ اس ام اس مارکتینگ برود. به همین خاطر در ادامه برخی از دلایل مهم برای بازگشت به این الگوی قدیمی را آماده کرده‌ایم. اگر شما هم دوست دارید با دست پر از بازاریابی پیامکی استفاده کنید، این مقاله همه آن چیزی است که دنبالش می‌گشتید.

مزایای بازاریابی پیامکی در عصر دیجیتال

اغلب مردم دوست دارند همیشه از جدیدترین محصولات دنیا استفاده کنند. مثلاً وقتی نسخه جدید گوشیهای سامسونگ روانه بازار میشود، همه برای خرید صف میکشند. اصلاً هم فرقی ندارد گوشی فعلیشان هنوز مثل ساعت کار میکند یا نه. به هر حال استفاده از جدیدترین موبایل سامسونگ احساسی است که با هیچ چیز در دنیا عوض نمیشود. اگرچه پیامک در طول سالهای اخیر جایگاه بیرقیبش را از دست داده است، اما هنوز هم ساده‌ترین روش برای ارتباط میان آدم‌هاست. کافی است به این فکر کنید که چقدر طول میکشد اینترنت گوشی‌تان را روشن کنید، یک کاپ پیامسران را باز و سپس پیامتان را تایپ کنید. آن وقت متوجه نعمت پیامک، با همه فناوری به اصطلاح قدیمیش، میشوید.

امیدوارم توضیحات ما اندکی شک و شبهه درباره مرگ بازاریابی پیامکی در ذهن‌تان ایجاد کرده باشد؛ چراکه در ادامه قصد داریم بعضی از مزایای این سرویس در دنیای دیجیتالی امروز را زیر ذره بین ببریم. اجازه دهید بدون هیچ مقدمه اضافی برویم سراغ اصل مطلب و یکی از روشهای کلیدی برای بازاریابی ارزان را مرور کنیم.

ارتباط سریع و مستقیم: مهمترین مزیت پیامکها

تا حالا چند بار برایتان پیش آمده ارزیابی ارتباط سریع با آدمی در آن سر شهر را داشته باشید؟ قبول دارم شبکههای اجتماعی با اپهای پیامسران این وظیفه را به خوبی انجام میدهند، اما مزایای این روش فقط تا وقتی ادامه دارد که هر دو طرف به اینترنت وصل باشند. وگرنه شاید ساعتها از ارسال پیامتان بگذرد و هیچ جوابی دریافت نکنید. از آنجایی که معمولاً آدمها موبایلشان روی حالت پرواز قرار نمیدهند، استفاده از پیامک شیوهای بینهایت ساده و سریعتر خواهد بود. شما با استفاده از این روش بدون اینکه نگران اتصال و گرفتن به اینترنت باشید، پیامتان را تحویل داده و به احتمال زیاد در عرض چند دقیقه جواب مورد نظر را دریافت میکنید.

در دنیایی که سرعت عمل حرف اول و آخر را میزند، بدون استفاده از پیامک خیلی از کارها لنگ میماند. به همین خاطر اغلب بازاریابها در مورد کارهای فوری اصلاً ریسک نمیکنند. خب تا وقتی با یک پیامک ارزان به راحتی کار آدم را میقتد، چرا باید سراغ گزینههای دیگر برود؟ از قدیم

هم گفته‌اند «سری که درد نمیکند را دستمال نبینند»؛ پس لطفاً در مورد کارهای مهم مثل پیام ثبت یا تحویل سفارش به همین فناوری قدیمی و دوستداشتنی پیامک اکتفا کنید.

استفاده از کدهای دستوری: میانبری به سوی آسایش

فرض کنید چند هفته قبل یک ماشین تویوتا خریدهاید و حالا دنبال استفاده از خدمات پس از فروش هستید. احتمالاً مراجعه به مراکز خدمات اتومبیل یا انتظار در صفهای طولانی پاسخگویی تلفنی برای هر کسی در این دنیا یک عذاب تمام عیار است. به همین خاطر معمولاً برندهای بزرگ از خدمات پیامکی برای پیگیری چنین کارهای اعصابخردکنی استفاده میکنند. سناریو این بخش معمولاً شامل اعلام یک شماره رُند برای ارسال کدهای دستوری از طرف مشتریان است. مثلاً شما با ارسال عدد ۱ به فلان شماره به طور خودکار در صف خدمات پس از فروش برند مورد نظرتان ثبت شده و بعد از چند دقیقه کارشناس شرکت با شما تماس خواهد گرفت. بیشک این الگو خیلی راحتتر از انتظار بیپایان در صفهای خدمات مشتریان است. وقتی صحبت از خدمات پیامکی میشود، باید پوشش سراسری خدمات تلفن همراه را نیز مد نظر داشته باشیم. اگرچه هنوز هم مناطق بسیار زیادی در سراسر دنیا از پوشش اینترنت بی بهره هستند، اما وضعیت خدمات دسترسی به تلفن کاملاً متفاوت است. بنابراین شما میتونید با اطمینان خاطر بالا برای مشتریانانتان پیامک ارسال کنید و مطمئن باشید خیلی زود به دستشان میرسد؛ به همین سادگی.

یادتان باشد برای طراحی کدهای دستوری نباید خیلی ماجرا را پیچیده کنید. مشتریان قرار نیست با این کدها بمب خنثی کنند، بلکه باید در یک چشم به هم زدن نیازشان را برآورده ساخته و دنبال کارهای دیگرشان بروند. توصیه ما در روزنامه فرصت امروز الگوبرداری از خدمات پیامکی یک برند بزرگ در زمینه طراحی کدهاست. اینطوری دیگر مو لای درز کارتان نخواهد رفت.

شناخت بهتر مشتریان: بازخوردهای ساده و بیدردسر

تا حالا چند بار وقتی از مشتریان درباره یک نکته مهم نظر خواستهاید، با جوابهای سربلایا یا حتی بی‌تفاوتی محض رو به رو شده‌اید؟ بیشک حتی یک بازاریاب هم نیست که تا به حال چنین تجربه سختی را نداشته باشد. به همین خاطر استفاده از یک میانبر ساده برای دسترسی به نظرات واقعی مشتریان مثل نقشه گنج خواهد بود.

سرویسهای پیامکی معمولاً ارتباطات سریع را فراهم میکنند. با این حال یک نکته مهم دیگر این وسط انگیزه بالاتر کاربران برای ارائه بازخورد در قالب این خدمات است. شاید در شبکههای اجتماعی کمتر کسی واقعا حوصله شرکت در نظرسنجی برندها را داشته باشد، اما ماجرا درباره سرویسهای پیامکی کاملاً متفاوت است. به همین خاطر اگر شما به جای سرمایهگذاری بر روی شیوهای جدید از همان سرویسهای پیامکی برای دریافت بازخورد مشتریان بهره ببرید، نتیجه خیلی بهتری خواهید گرفت.

همانطور که یک منتقد سینما باید اطلاعات دقیقی درباره هر فیلم داشته باشد تا نقدی حرفهای عرضه کند، شما هم بدون شناخت درست مشتریانانتان هیچ کاری از پیش نخواهید برد. احتمالاً هر بار که کمپینی افتتاح در بازار به چشمتان میخورد، واقعا تعجب میکنید که اصلاً چه چیزی در ذهن دست اندرکاران آن جریان داشته است. جواب ما برای این مدل تعجبها واضح است: عدم شناخت درست از مشتریان!

سرویسهای پیامکی به شما برای جلب نظر مشتریان و دریافت بازخوردهای دقیق از آنها کمک میکند. پس به جای اینکه دست روی دست گذاشته یا از اطلاعات دست چندم برای طراحی کمپین استفاده کنید، همین امروز نظرخواهی از مشتریان را شروع کنید. آن هم نه با هر ابزاری، بلکه اس ام اسهای کاربردی.

تعامل بیشتر با مشتریان: اصلاح اشتباهات در لحظه

سیستمهای دیجیتالی هر قدر هم که پیشرفته باشند، باز هم ممکن است باگهای مختلف سر و کلهشان پیدا شود. آن وقت اطلاع‌رسانیهای شما به مشتریان سراسر اشتباه از آب درآمده و موجی از نارضایتی علیه برندا‌تان را به همراه خواهد داشت. قبول دارم اشتباهات مربوط به ارسال اطلاعات برای مشتریان هیچ جوره توجیه‌پذیر نیست، اما شما باید دنبال راه حلی برای جبران این اشتباهات نیز باشید. ارسال اطلاعات درست در قالب پیامکی و عذرخواهی از مشتریان همیشه ایده خوبی به نظر میرسد. اینطوری شما میتونید بدون دردسر اضافه سراغ مشتریان رفته و کارتان را خیلی خوب جلو ببرید.

تعامل بیشتر با مشتریان برای خیلی از بازاریابها فقط در تعداد ایمیل یا محتوای تولیدی در شبکههای اجتماعی خلاصه میشود. ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم شما به جای کمیت باید بر روی کیفیت تعاملات با مشتریان تمرکز داشته باشید. مثلاً حتی اگر در ماه ۱۰۰ تا ایمیل هم برای مشتریان ارسال میکنید، فقط نرخ بازشدگی ایمیل مهم خواهد بود. وگرنه حتی اگر میلیونها ایمیل هم ارسال کنید، تا وقتی محتوایان از طرف کاربران باز نشود، هیچ تأثیری نخواهد داشت.

خیلی از بازاریابها تا پای اعداد و ارقام در دنیای کسب و کار وسط نباشد، هیچ الگویی را مورد استفاده قرار نمیدهند. به همین خاطر ما سری به دنیای آمار زده‌ایم تا خیالتان از این بابت کاملاً راحت شود. بر این اساس نرخ بازشدگی پیامکها در مقایسه با ایمیل تقریباً دو برابر است. به علاوه، براساس گزارش موسسه Business۲Community این روش پول کمتری هم در مقایسه با سایر الگوها طلب میکند. اگر حرفمان را باور ندارید، کافی است سری به فهرست قیمت خدمات پیامکی و ایمیلی بیندازید. آن وقت متوجه تفاوت قیمت عمده میان این دو استراتژی خواهید شد.

سازگاری بیشتر با گوشیهای هوشمند: به وقت استقبال از

نسل جدید دستگاههای دیجیتال

زمانی نه چندان دور همه شبکههای اجتماعی و سایتهای بزرگ از طریق رایانههای شخصی قابل دسترسی بود. آن زمان نه استیو جابز با ایده خلافا‌نه آیفون یا به بازار گذاشته بود و نه حتی اسمی از تلویزیونهای هوشمند به گوش میرسید. آن زمان هر برندی که دنبال تعامل با مشتریان بود، باید اول از همه تبلیغاتش را به صورت سازگار با رابط کاربردی کامپیوترها طراحی میکرد. وگرنه کلاهش پیش معرکه بود.

به موازات توسعه فناوریهای دیجیتال و ظهور انواع گوشیهای هوشمند جریان بازاریابی نیز دستخوش تحولات وسیعی شد. به عنوان مثال، این روزها دیگر کمتر کسی برای وبگردی از رایانه استفاده میکند. در عوض گوشیهای هوشمند با ابعاد کوچکتر و صلابته رابط کاربری بهتر دم دست هستند. حالا اگر این وسط سبایت یا محتوای بازاریابی شما هنوز هم فقط با کامپیوترها سازگاری داشته باشد، یک فاجعه تمام عیار در انتظارتان خواهد بود. باور کنید یا نه، دیگر عمر بکتهازی رایانهها تمام شده و فقط در کتابهای تاریخ میتوان ردی از آن پیدا کرد. این روزها گوشیهای هوشمند در طرحها و رنگهای مختلف دل هر کسی را میبرد. بنابراین محتوای بازاریابیتان باید سازگاری دقیقی با این ابزار جدید داشته باشد. خبر خوش اینکه محتوای

پیامکی به طور پیشفرض با هر نوع گوشی هوشمندی سازگاری دارد. بنابراین اگر حوصله سر و کله زدن با انواع طراحیهای محتوا را ندارید، کافی است پیام بازاریابیتان را در این قالب تحویل مخاطب دهید. اینطوری هم کارتان راحتتر میشود، هم ارتباط سریعتری با مشتریان خواهید داشت. همانطور که میبینید، این استراتژی در واقع همام مثال قدیمی «یک تیر و دو نشان» است. پس منتظر چه هستید؟ همین حالا دست به کار شده و بیشتر از قبل بازاریابی پیامکی را جدی بگیرید.

هماهنگی با سایر الگوهای بازاریابی: مزیتی که نمیشود دورش را خط کشید

شاید تا همین یکی دو دهه قبل استفاده از یک مدل بازاریابی کار برندها را راه میانداخت، اما این روزها دیگر خبری از خطرات شیرین زمانهای دور نیست. در عوض برندها باید از استراتژیهای مختلف در کنار هم استفاده کنند تا شاید بخت به آنها رو کرده و شانسى در بازار داشته باشند. این وسط میزان هماهنگی الگوهای بازاریابی با یکدیگر بحث بینهایت مهمی است. چه بسا روشهای بازاریابی شما اگر درست دنبال نشود، خیلی زود صدای کاربران را دریاورد. میگویند نه؟ کافی است کمی تاریخچه برندهای شکست خورده را مرور کنید.

بازاریابی پیامکی به عنوان روشی که سالها قبل امتحانش را پس داده، هماهنگی بسیار بالایی با روشهای متنوعی دارد. این امر برای خیلی از بازاریابها به مثابه الگویی بینهایت جذاب تلقی میشود. البته این وسط آنهایی که هنوز شعار «خداحافظی با پیامک» را میدهند، تکلیفشان کاملاً مشخص است. اگر شما دوست دارید بدون هیچ دلیل منطقی دور یکی از بهترین استراتژیهای بازاریابی را خط بکشید، باید دیر یا زود منتظر شکستهای مختلف باشید. ما در روزنامه فرصت امروز تجربه بازاریابی پیامکی را بهترین الگوی موجود در دنیا تلقی می کنیم. بنابراین اگر شما دوست دارید هماهنگی بالایی میان استراتژیهای مختلف بازاریابیتان داشته باشید، اس ام اس مارکتینگ نقش کانال ارتباط میان آنها را بازی خواهد کرد.

منابع:

https://www.business۲community.com/amazing-benefits-sms--۱۰/digital-marketing-۲۰۲۵۲۵۶-marketing
https://www.smartinsights.com/mobile-marketing/benefits-sms-marketing-۶/sms-marketing

آگهی تجدید مزایده عمومی (نوبت اول)

شهرداری آندیشه در نظر دارد به استناد مجوز شماره ۵۳۱۷/۷۰۲ مورخ ۱۴۰۲/۰۷/۰۲ موضوع ابلاغ بند ۲ مصوبه شماره ۱۸۹ مورخ ۱۴۰۲/۰۶/۲۰ شورای اسلامی شهر آندیشه نسبت به واگذاری امتیاز بهره برداری از ۹ باب کلنگس مطبوعاتی سطح شهر از طریق مزایده عمومی به اشخاص حقیقی و حقوقی دارای سابقه و رزومه کاری مرتبط واجد شرایط اقدام نماید.

۱- موضوع مزایده: عبارت است از واگذاری امتیاز بهره برداری از ۹ باب کلنگس مطبوعاتی سطح شهر به مدت سه سال به صورت یکجا.

۲- مبلغ پایه اجاره: مبلغ پایه اجاره بهای ۹۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال

مبلغ پایه کارشناسی شده طبق گزارش کارشناس رسمی دادگستری به شماره ج۳۲۵-۰۳ مورخ ۱۴۰۲/۰۵/۱۳ برای مدت سه سال به شرح جدول ذیل می باشد:

ردیف	موضوع بهره برداری	نشانی	مبلغ پایه اجاره یکسال (ریال)	تضمین شرکت در مزایده (ریال)
۱	مطبوعاتی	بلوار آزادی ضلع جنوب شرقی میدان شهدای گمنام	۳۹۰/۰۰۰/۰۰۰	
۲	مطبوعاتی	فاز ۳ خیابان گلستان ششم خیابان نگارستان	۴۶۸۰/۰۰۰/۰۰۰	
۳	مطبوعاتی	فاز ۲ بلوار نیلوفر نبش خیابان شقایق شرقی	۴۶۸۰/۰۰۰/۰۰۰	
۴	مطبوعاتی	فاز ۳ خیابان فردوسی غربی نبش پارک چمران	۳۱۲/۰۰۰/۰۰۰	۶۸۲/۶۸۲/۰۰۰
۵	مطبوعاتی	فاز ۴ بلوار شورای شرقی تقاطع خیابان توحید	۳۱۲/۰۰۰/۰۰۰	
۶	مطبوعاتی	فاز ۳ خیابان شهرداری غربی مقابل دانشگاه آزاد	۳۱۲/۰۰۰/۰۰۰	
۷	مطبوعاتی	فاز ۳ خیابان ولیعصر روبروی بازار نگین	۵۱۴/۸۰۰/۰۰۰	
۸	مطبوعاتی	فاز ۲ بلوار یاس جنوب پارک	۳۱۲/۰۰۰/۰۰۰	
۹	مطبوعاتی	فاز ۳ خیابان ولیعصر تقاطع شهرک صدف	۳۴۲/۰۰۰/۰۰۰	
۱۰		مجموع اجاره بهاء برای یکسال	۳/۴۳۲/۰۰۰/۰۰۰	

• تبصره ۱: مزایده گر می بایست مجموع اجاره بهای یک سال اول پیشنهادی را از طریق سامانه تدارکات الکترونیک دولت www.setadiran.ir بازگذاری نماید

• تبصره ۲: در زمان عقد قرارداد مبلغ اجاره بهای سال دوم با ۳۰٪ افزایش نسبت به سال اول و مبلغ اجاره بهای سال سوم با ۳۰٪ افزایش نسبت به سال دوم خواهد بود.

• تبصره ۳: مبلغ پایه اعلام شده صرفاً بابت اجاره می باشد و سایر هزینه ها (کلیه کسورات قانونی، هزینه شارژ مشاعات، انشعابات آب، برق، گاز و...) بر عهده برنده مزایده خواهد بود.

• تبصره ۴: تضمین شرکت در مزایده: شرکت در مزایده: ۳۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال

• تبصره ۵: محل دریافت اسناد مزایده: از تاریخ انتشار آگهی لغایت پایان وقت اداری روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۸/۲۱ و محل دریافت آن صرفاً از طریق سامانه تدارکات الکترونیک دولت www.setadiran.ir اقدام نمایند.

• تبصره ۶: مهلت و محل تسلیم پیشنهادات: متقاضیان میبایست پاکتهای پیشنهاد قیمت خود را که برابر شرایط مندرج در کار برگ مزایده تنظیم شده است را حداکثر تا پایان وقت اداری روز پنجشنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۹/۰۱ در سامانه تدارکات الکترونیک دولت www.setadiran.ir بازگذاری نمایند.

• تذکر: در جلسه بازگشایی صرفاً اسناد دارای امضاء الکترونیکی مورد پذیرش است.

• مهلت و محل بازگشایی پیشنهادات: روز شنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۹/۰۲ از طریق سامانه تدارکات الکترونیک دولت www.setadiran.ir می باشد.

• هزینه درج آگهی در روزنامه به عهده برنده موضوع مزایده است.

• شهرداری آندیشه در رد قبول تمام پیشنهادات بدون ذکر دلیل مختار می باشد.

تاریخ چاپ نوبت اول: ۱۳۰۲/۰۸/۱۳ تاریخ چاپ نوبت دوم: ۱۴۰۲/۰۸/۲۰

بروز گاوایان – شهردار شهر آندیشه

شناسه آگهی: ۱۸۱۷۷۷۸

نوبت اول

((تجدید مناقصه عمومی یک مرحله ای))

اداره کل بنادر و دریانوردی استان سیستان و بلوچستان

شماره مناقصه: ۲۰۰۳۰۳۶۹۹۰۰۰۰۲۳

اداره کل بنادر و دریانوردی استان سیستان و بلوچستان – بندر چابهار در نظر دارد تجدید مناقصه عمومی یک مرحله ای قرارداد نگهداری، ریزسانی و احیاء فضای سبز را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید. کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکتها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد و از ام است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت کد رهگیری امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه متحقق سازند. تاریخ انتشار مناقصه در سامانه ۱۴۰۲/۸/۱۴ می باشد.

مهلت زمانی در یافت اسناد مناقصه از ساعت: از تاریخ جوبش دومین آگهی در روزنامه کثیرالانتشار از روز دوشنبه مورخه ۱۴۰۲/۸/۱۴ لغایت تا ساعت ۱۸:۰۰ روز شنبه مورخه ۱۴۰۲/۸/۱۹.

مهلت زمانی ارائه پیشنهاد: از تاریخ اعلام فروش اسناد روز یکشنبه مورخه ۱۴۰۲/۸/۲۰ لغایت تا ساعت ۱۸:۰۰ روز سه شنبه مورخه ۱۴۰۲/۸/۲۹.

مهلت بازگشایی پاکت ها تا ساعت ۰۸:۰۰ روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۲/۸/۳۰ در محل اتاق کنفرانس طبقه چهارم ساختمان اداری شماره یک بندر شهید بهشتی.

اصل همانندنامه بانکی با پیش نقدی واریزی به حساب سیرده باید تحویل دبیر خانه بندر شهید بهشتی باشد.

اطلاعات تماس دستگاه مناقصه گزار جهت دریافت اطلاعات بیشتر در خصوص اسناد مناقصه و ارائه پاکت ها

آدرس: چابهار – انتهای خیابان شهید ریگی – اداره کل بنادر و دریانوردی استان سیستان و بلوچستان بندر

تلفن: ۰۵۴-۳۱۸۳۲۰۰۰

فکس: ۰۵۴-۳۵۳۲۱۱۴

اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه:

مرکز تماس: ۰۲۱-۹۱۹۳۴۲۰۰

دفتر ثبت نام: ۰۸۹۶۹۷۷۷-۸۸۹۶۹۷۷۸-۸۵۱۹۲۷۶۸-۰۲۱

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۸/۱۳ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۰۸/۱۴

م.الف ۱۰۹۲

مانور ترکیبی پدافند غیرعامل و مدیریت بحران در انبار نفت سردار شهید قاسم سلیمانی شهر کرد بر گزار شد

شهر کرد- خبرنگار فرصت امروز:همزمان با هفته پدافند غیرعامل،مانور ترکیبی پدافند غیرعامل و مدیریت بحران در انبار نفت سردار شهید قاسم سلیمانی شهرکرد برگزار شد. به گزارش روابط عمومی شرکت ملی پخش فراورده های نفتی منطقه چهار محال و بختیاری،نهم آبان ماه امسال مقارن با هفته پدافند غیر عامل به منظور آمدگی هر چه بیشتر در شرایط مختلف عملیاتی مانور ترکیبی این منطقه با حضور علی محمد لطیفی معاون سلامت سازمان پدافند غیرعامل کشور، ساسان تیموری مدیر منطقه چهارمحال وبختیاری، جهانپخش سلیمانی مدیر عامل شرکت گاز استان و رؤسای مناطق معین لرستان،اصفهان، خوزستان و گیلکولویه وپویز احمد برگزار شد. در این مانور محسن حسین میرزایی معاون سیاسی، امنیتی و اجتماعی استاندار اعضای مدیریت بحران استان و محمود شمس پور رییس اورژانس مسعود منونی مدیر عامل جمعیت هلال احمر استان و روسای آتش نشانی شهرستان های شهرکرد و فرخشهر نیز حضور داشتند. افزایش توانمندیهای عملیاتی کارکنان انبار نفت برای حفظ آمادگی پدافندی در شرایط اضطرار، ارتقای سطح ایمنی تأسیسات به منظور اجرای فرآیندهای مقابله در حوادث غیر مترقبه درون و برون سازمانی از اهداف برگزاری مانور پدافند غیر عامل و مدیریت بحران است و هر ساله در تأسیسات انبار نفت منطقه به منظور آمادگی نیروهای عملیاتی در مواجهه با شرایط اضطرار بر گزار میشود. جمعیت هلال احمر مرکز فوریتهای پزشکی اورژانس استان و سازمان آتش نشانی و خدمات ایمنی شهرکرد و فرخشهر و گروه ویژه چک و خشی (EOD) برای حفظ ایمنی و ایمنی مانور ترکیبی در پنج مرحله اجرای شرایط اضطرار ، قطع سیستم ویندوزی انبار نفت بر اثر حمله سایبری، قطع برق انبار بر اثر حمله خرابکارانه ، بروز نقص فنر در تجهیزات تأمین برق اضطراری ، گاز گرفتگی در حین لایروبی مخزن و اطفای حریق فرضی مخزن وخنثی سازی بمب فرضی، عملیات امداد و نجات مصدومان در ارتفاع و فضای معلق، راپل و آرگو دیگر مراحل از سوی گروههای حرفه ای این سازمانها در کنار کارکنان ایمنی و آتش نشانی و عملیاتی منطقه انجام شد. در نشست پایانی مسئولان حاضر در مانور پس از مشاهده عینی مراحل انجام شده با بیان دیدگاه های تخصصی، نحوه اجرای مانور را ارزیابی کردند. ساسان تیموری مدیر شرکت ملی پخش فراورده های نفتی منطقه چهار محال و بختیاری نیز در این آیین با شرح عملکرد منطقه در حوزه پدافند غیر عامل از حضور کارکنان سازمانهای مشارکت کننده و مدیران و نمایندگان مناطق نفتی همجوار تشکر و قدردانی کرد.

خودکفایی: هدف اصلی تداوم خدمات کمیته امداد به مددجویان



اسلامشهر- خبرنگار فرصت امروز: حسن محمدی مهینی، رئیس اداره کمیته امداد امام خمینی (ره) شهرستان اسلامشهردر گفتگوی خود با خبرنگار ما به شرح خدمات این اداره در مهر ماه سال جاری پرداخت. خدمات متنوع و اثربخش به مددجویان و شهروندان اسلامشهر که شامل کمک هزینه درمانی، خدمات ارتوپدی، شارژ کارت تغذیه، پرداخت وام اشتغال، آموزش مهارت، آموزش رایگان خیاطی وچرمدوزی، کارپایی، واریز صدقه و زکات، کمک به لبنان و غزه، کمک هزینه تعمیرات و خرید مسکن، برگزاری کارگاههای مشاوره، معرفی دانش آموزان به قلمچی، به برگزاری مراسم روز دختر، واریز کمک هزینه اجاره ودويعه مسکن، توزیع کش و پک لوازم تحریر، و پیوستن حامیان جدید به طرح اکر ایام و محسنین بود.

لژوم حمایت از نازمندان و زحمات کمیته امداد در این زمینه

حمایت از نازمندان یکی از وظایف اساسی هر جامعه‌ای است. این حمایت نه تنها به بهبود شرایط زندگی افراد نیازمند کمک می‌کند، بلکه به تقویت همبستگی اجتماعی و ایجاد حس همملی و مسئولیت‌پذیری در جامعه نیز منجر می‌شود.کمیته امداد امام خمینی (ره) با تلاش‌های بی‌وقفه خود در شناسایی و حمایت از مددجویان، نقش مهمی در این زمینه ایفا می‌کند. کمیته امداد اسلامشهر با ارائه خدمات متنوع و گسترده، از جمله کمک‌های مالی، آموزشی، بهداشتی و مشاوره‌ای، سعی در بهبود شرایط زندگی مددجویان دارد. این تلاش‌ها نه تنها به رفع نیازهای فوری افراد کمک می‌کند، بلکه با ایجاد فرصت‌های شغلی و آموزشی، به توانمندسازی و خودکفایی آنان نیز کمک می‌کند. محمدی مهینی رئیس کمیته امداد اسلامشهر در پایان اضافه کرد: تلاش برای ایجاد ظرفیتهای تازه و استفاده از منابع موجود، تعهد ما به بهبود شرایط زندگی مددجویان و ارتقای کیفیت زندگی آنان است. این اقدامات، علاوه بر کمک به افراد نیازمند، به تقویت بنیان‌های اجتماعی و اقتصادی جامعه نیز کمک می‌کند.

بازدید مدیرعامل مناطق نفتخیز جنوب از عملیات اورهال آماک اهواز ۲



اهواز - شبنم جقاوند:مهندس ابراهیم پیرمون، مدیرعامل شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب در بازدید از ایستگاه تقویت فشار گاز ینگستان (آماک) مجتمع صنعتی شماره ۲ اهواز از نزدیک در جریان عملیات تعمیرات اساسی این واحد قرار گرفت.مدیرعامل شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب در این بازدید با تأکید بر رعایت اصل ایمنی، خواهان تسریع در اتمام اورهال این واحد کلیدی جمع‌آوری گازهای همراه نفت شد. مهندس پیرمون با اشاره به تأییدیه‌ی و زیست محیطی واحدهای زیرمجموعه آماک، اظهار انباز کرد: طی هفته جاری، عملیات اورهال به پایان رسیده و فرایند انتقال گاز از مبدأ این ایستگاه به پالایشگاه شیرین سازی شرکت نفت و گاز کارون از سر گرفته می‌شود. گفتنی است تعمیرات دورهای واحدهای فراورشی نفت و گاز مناطق نفتخیز جنوب، با توجه به شرایط ناآرامی و نیاز کشور به نفت و گاز، هم‌اکنون به صورت شتابان‌روزی در حال انجام است.مدیرعامل شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب در پایان این بازدید که با همراهی مدیر تولیدمدیرعامل شرکت نفت و گاز کارون و معاونان و روسای تعمیرات مناطق انجام شد از نزدیک با کارکنان واحد بهره برداری و ایستگاه تقویت فشار گاز آسماری اهواز ۲ دیدار و گفت و گو کرد.

مدیر شرکت ملی پخش فراورده های نفتی منطقه ساری خبر داد :

در شش ماهه اول سال محقق شد



ساری – دهقان : مدیر شرکت ملی پخش فراورده های نفتی منطقه ساری گفت : با اقبال مردم و ریزشگر شرکت ملی پخش فراورده های نفتی ایران در توسعه مصرف گاز سی ان جی شاهد صرفه جویی مصرف بنزین در سال ۱۴۰۳ در استان هستیم . به گزارش خبرنگار روزنامه تیرنگ به نقل روابط عمومی ، سبحان رجب پور مدیر شرکت ملی پخش فراورده های نفتی منطقه ساری با اشاره به اینکه باید در فرهنگسازی استفاده از سوخت پاک تلاش کرد ، گفت : در شش ماهه اول سال ۱۴۰۳ با مصرف حدود ۸۹ میلیون کیلوگرم گاز سی ان جی توسط خودروها در مازندران حدود ۱۲۴ میلیون لیتر در مصرف بنزین صرفه جویی شد . رجب پور افزود : مبلغ ریالی این مقدار صرفه جویی حدود ۳۷۲ میلیارد تومان می باشد . سبحان رجب پور ادامه داد : با توجه به فعالیت ۹۰ جایگاه سی ان جی در حوزه عملیاتی شرکت ملی پخش فراورده های نفتی منطقه ساری و دسترسی اسان ، این شرکت همت مردم را در کاهش ناآرامی صرف بنزین و استفاده از سوخت پاک و کمک به مدیریت مصرف خواهد است . وی با برشمردن مزایای استفاده از سوخت گاز سی ان جی ، اظهار کرد : با استقبال مردم در استفاده از گاز سی ان جی به جای بنزین به غیر از صرفه جویی در سوخت فسیلی ، آراژن بدن ، صرفه اقتصادی خانواده ، کمتر شدن آلودگی های زیست محیطی و هوای پاک را به دنبال خواهد داشت . مدیر منطقه ساری از مردم خواست تا با ثبت نام در سامانه www.gcrnopcode.ir نسبت به گاز کردن خودروی خود اقدام نموده تا شاهد آلودگی زیست محیطی کمتری در شهرها باشیم .

توجه شهرداری به شرایط اقتصادی شهروندان در تنظیم لایحه بودجه ۱۴۰۴



یزد – سید محمد جواد عرفان فر: رئیس شورای اسلامی شهر یزد در جلسه شورای اسلامی شهر یزد گفت: شهرداری در تنظیم لایحه بودجه سال ۱۴۰۴، به خصوص در بخش تعرفه عوارض، شرایط اقتصادی شهروندان را در نظر بگیرد. عزیزالله سیفی رئیس شورای اسلامی شهر یزد گفت: با توجه به اینکه منطقه پنج گانه شهرداری، معاونت ها و سازمان های شهرداری، در حال تنظیم بودجه سال ۱۴۰۴ هستند ضرورت دارد بودجه به گونه ای تنظیم گردد که شرایط اقتصادی شهروندان لحاظ شود و افزایش های عادلانه محور و در راستای کاهش فشار اقتصادی به شهروندان لحاظ گردد.

به گفته وی، همچنین سیاست ها و راهبردهای اساس شورای اسلامی شهر یزد همانند سایر های گذشته، در تنظیم لایحه بودجه سال ۱۴۰۴ در نظر گرفته شود. عزیزالله سیفی در پایان با اشاره به اینکه امیدوار هستیم این لایحه بودجه موجب حل و فصل بسیاری از مشکلات شهروندان بردی شود مطرح کرد. شهرداری از طریق تسهیلات گوناگون، شرایط پرداخت اقساط را برای عوارض های مختلف شهروندان مد نظر قرار دهد تا مردم برای پرداخت عوارض بصورت نقدی دچار مشکل نشوند.

مدیرمهندسی و ساختمان شرکت بهره‌برداری نفت و گاز مسجدسلیمان:

پروژه های راهسازی با پیشرفت فیزیکی قابل قبولی در حال انجام هستند



اهواز – شبنم جقاوند:مدیرمهندسی و ساختمان شرکت بهره‌برداری نفت و گاز مسجدسلیمان از قابل قبول بودن روند اجرایی و پیشرفت فیزیکی پروژه‌های راهسازی در این شرکت خبر داد. مهندس مهرداد آقابلی در تشریح این خبر افزود: در راستای ارائه خدمات عام المنفعه به شهروندان و مجاوران تأسیسات صنعت نفت، تعداد ۶ قفزه منطقه مربوط به حوزه راه توسط این شرکت در سال گذشته برگزار شد. تعداد ۳ قفزه از آن‌ها به اتمام رسیده و ۳ قفزه دیگر نیز از سرعت اجرایی قابل قبولی برخوردار هستند.وی در خصوص پیشرفت فیزیکی پروژه‌های در حال اجرا افزود: بهسازی جاده پانچ قدمگاه امام (ضارع) تا روستای نگت تفلن لپری ، پروژه تکمیل و بهسازی جاده حدفاصل جابلون تلیران تا تپه‌های لاله‌اکبر و پروژه بهسازی جاده دسترسی تلیران تا روستای کریم آباد به ترتیب از ۳۸ و ۳۳ درصد پیشرفت فیزیکی برخوردار هستند. وی در خصوص پروژه‌های تکمیل شده این شرکت اظهار داشت: پروژه تعمیر و بهسازی جاده دسترسی به واحد بهره‌برداری عنبر ، پروژه اسفالت منطقه هشتنگله حدفاصل میدان شهبانی‌فت تا بازارچه هشتنگله و پروژه ساماندهی معابر و ترسیم اسفالت حدفاصل میدان شهبانی‌فت تا پل مالکرمیر نیز که در راستای ارائه خدمات عام المنفعه توسط این شرکت تعریف گردیده بودند به مرحله اتمام رسیده اند.

اعتراف به ۵۸ قفزه سرقت کابل برق در کردکوی

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: سردار "سعید دادگر" اظهار داشت: در پی وقوع چند قفزه سرقت کابل برق در سطح شهرستان کردکوی، موضوع به صورت ویژه در دستور کار پلیس آن شهرستان قرار گرفت. وی اقدامات تخصصی پلیس در این راستا آغاز شد و مأموران با اشراف اطلاعاتی خود شنند سارق سابقه دار را شناسایی و طی عملیاتی وی را دستگیر کردند. فرمانده انتظامی استان گفت: متهم در تحقیقات مقدماتی به ۵۸ قفزه سرقت کابل برق در کردکوی اعتراف کرد.سردار دادگر تصریح کرد: متهم پس از تشکیل پرونده برای سیر مراحل قانونی به مرجع قضائی معرفی شد.

برگزاری سومین مرحله مسابقات دوچرخه‌سواری لیگ برتر باشگاه‌های کشور در گرگان

گرگان – خبرنگار فرصت امروز:سومین مرحله مسابقات دوچرخه سواری لیگ برتر باشگاه های کشور صبح امروز با حضور دوچرخه سوارانی از استان های مختلف کشور در گرگان آغاز شد.این مسابقات در ماده اسفالت جاده صبح امروز از میدان شهرداری گرگان آغاز شده و تا شهر خشتک ادامه دارد.همچنین این مسابقات در ماده تایل تریل نیز روز جمعه در گرگان برگزار می شود.در مراسم آغازین این مرحله از مسابقات دوچرخه سواری در گرگان، فرمانده سپاه و فرمانده این شهرستان، مدیر کل ورزش و جوانان استان، رئیس و برخی از اعضای شورای اسلامی شهر گرگان نیز حضور داشتند.گفتنی است شهرداری و سازمان فرهنگی، اجتماعی و ورزشی شهرداری گرگان نیز در میزبانی این شهر از این رویداد ورزشی مشارکت دارند.

در تعامل با مجاری عرضه سوخت اجرایی شد؛

بهبود عملکرد سوخت رسانی در آذربایجان شرقی



کرد. در ادامه جلسه مسئولین جایگاه های توزیع سوخت مایع و سی ان جی استان با بیان چالش ها، انتظارات و مسائل جایگاه

کارگرنیارتییس شورای اسلامی شهر رشت:

بهره مندی از توانمندی های هنر تئاتر در برنامه های هفته رشت



باثوان از شهر رشتت بارها در حوزه های مختلف هنری در خشیده اند و این همواره برای ما مایه مباهات است . کارگرنیا با اشاره به برنامه های هفته رشت سال جاری تصریح کرد: برنامه های هفته رشت از ششم ای ۱۲ دی ماه برگزار می شود و در تلاشم تاز تمامی ظرفیت‌ها از جمله هنرمندان حوزه تئاتر برای هر چه بهتر برگزار شدن این رویداد مهم استفاده کنیم. وی با بیان اینکه پیش از حضور در این مراسم در نشست‌ی به منظور بررسی برنامه های هفته رشت

حضور داشتند افزود: در هفته رشت برنامه های متعدد فرهنگی، اجتماعی و ...

در حضور میهمانان داخلی و خارجی برگزار می شود و حضور شورای ای کشورها در هفته رشت یکی از این برنامه ریزی ها است. کارگرنیا به برگزاری اختتامیه جشنواره بین المللی تئاتر صاحبانل همزمان با هفته رشت در این شهر اشاره کرد و گفت: این جشنواره تئاتر محوریت مباحث دینی ، مذهبی به مدت چهار روز در رشت برگزار می شود و اخیرا شاهد رونمایی از پوستر این جشنواره در شهر تهران و با حضور معاون وزیر ارشاد بودیم . رئیس شورای اسلامی شهر رشت با بیان اینکه بقییا برگزار این جشنواره بین المللی برگ پُر افتخار دیگری در تاریخ شهر رشت است افزود: رشت از دیدار تا به امروز در حوزه هنر تئاتر صاحب نام بوده و به عنوان مثال برگزاری جشنواره گیل دخت بار دیگر نگاه بسپاری از فعالین این هنر را به رشت معطوف کرده که نشان دهنده توانمندی فعالین تئاتر رشت است و معاون وزیر ارشاد در جلسه ای که در شهر تهران و در مراسم رونمایی از پوستر جشنواره صاحبانل حضور پیدا کرده بودیم از جشنواره تئاتر گیل دخت بسیار تعریف و تمجید کرد. کارگرنیا با تأکید بر حمایت و همراهی مجموعه مدیریت شهری رشت با هنرمندان عرصه تئاتر بیان کرد:ان شاا توانمیین دین خودمان را نسبت به جامعه هنرمندان شهر رشت بهتر از گذشته ادا کنیم .

تمهیدات ویژه برای تامین برق پایدار جزیره زیبای هرمز، از رفع موانع و مشکلات احداث نیروگاه دیزلی ۱۰ مگاواتی تا اجرای کابل دریایی

به اشتباه بار فیدرهای فشار متوسط زرون و زاگرس که تامین برق جزیره هرمز را به عهده دارند و عدم امکان فروش انرژی در جزیره در شرایط فعلی، پیشنهاد رفع موانع و مشکلات احداث نیروگاه دیزلی ۱۰ مگاواتی و با اجرای کابل دریایی جهت تامین دو مدار شبکه فشار متوسط در اولویت کار قرار گیرد. همچنین در بازدید مدیرعامل، فرماندار بندرعباس و مدیر کل دفتر فنی استانداری از شبکه و تأسیسات برق جزیره هرمز بر لزوم توسعه زیر ساخت‌های برق این جزیره تأکید گردید. کریمی مدیرعامل شرکت توزیع برق هرمزگان به همراه حبیب بهادری فرماندار بندرعباس ، آرش رضایی مدیرکل دفتر فنی استانداری هرمزگان از شبکه های برق محلات، پست کلیدخانه بازدید کردند. ساجل شیری فرماندار هرمز با هدف زیرببازی میلمان شهری و افزایش قابلیت اطمینان شبکه جزیره هرمز مورد ارزیابی قرار گرفت. حمید زارعی رئیس اداره برق هرمز در این بازدید گفت: این پروژه با اعتبار ۱۲۰ میلیارد ریال از محل اعتبارات داخلی با احداث طول ۲۵۰۰ متر شبکه فشار متوسط و ضعیف زمینی و جمع آوری شبکه های قدیمی اجرا می شود.



بسر اینکه نباید هیچ خللی در کار تامین برق پایدار جزیره هرمز ایجاد شود از تلاشی نیروهای اجرایی و عملیاتی برق هرمز که در شرایط خاص اقلیمی از هیچ کوششی برای تامین برق شهروندان پروگناز نمی کنند قدردانی کرد. حمید زارعی مدیر برق جزیره هرمز نیز در حاشیه این بازدید گفت با عنایت

مدیر کل منابع طبیعی و آبخیزداری استان مرکزی :

توزیع ۱۰۰ هزار اصله نهال گل محمدی در استان مرکزی



خشک می باشد. گلاب از گذشته تا کنون در مراسم مذهبی، انواع شیرینی جات سنتی، شستشوی اماکن مقدس و بعلت اثرات آراش بخش و نشاط آور در مراسم تدفین در بین فرهنگ ایرانیان جایگاه ویژه ای داشته است در حال حاضر نیز ایران از بزرگ ترین تولید کنندگان گلاب دنیا میباشند. مدیرکل

با میزبانی شرکت گاز استان بررسی شد؛

وضعیت توزیع گاز بخش صنعتی و تولیدی در آذربایجان شرقی

کاشوری تصریح کرد: شرکت گاز، تعهدات قانونی خود در گازرسانی به بخش های صنعتی و تولیدی را عملی ساخته و ضرورت دارد بخش های صنعتی در راستای حفظ پایداری شبکه توزیع گاز و حفظ آمادگی های لازم، نسبت به تأمین سوخت دوم اقدام کنند.

خدایی اضافه کرد: با مدیریت مصرف گاز در بخش های صنعتی در فصول گرم سال و بکارگیری راهکارهای اعلامی اعم از طرح پهنه سازی موتورخانه ها تا حد زیادی می توان از هدررفت گاز طبیعی در این بخش ها جلوگیری کرد. سرپرست شرکت گاز استان آذربایجان شرقی به ضرورت همکاری شاخص در بحث مصرف پهنه آشماره کرد و ادامه داد: نهادینه سازی فرهنگ مصرف پهنه به عنوان الزامه جامعه، تنها راه گذر از زمستان سرد سال با جریان پایدار گاز بوده و لازم است با هم افزایی منابع بخش های اجرایی، دستگاه ها و ارگان ها در حفظ سرمایه ملی کشور و منابع تجدید ناپذیر این نعمت پاک الهی کوشا باشیم.



اعمال محدودیت های بخش صنعت به هیچ عنوان تبعیضی قائل نخواهیم شد. وی با اشاره به تعهدات شرکت گاز بر اساس دستورالعمل ها و ابلاغیه های

رییس سازمان فرهنگی اجتماعی ورزشی شهرداری یزد خبر داد؛

برگزاری همایش ملی بانوی هزاره اسلام در یزد



زمینه‌سازی برای ارتقای فعالیت‌های پژوهشی مرتبط در چارچوب میانی ارزشی انقلاب اسلامی، ارائه الگوی اسلامی به قشر جوان به ویژه دختران جوان و ارائه سبک زندگی‌اسلامی در جامعه از اهدافی است که دفتر پژوهش مطالعات زنان اسلامی دنبال می کند و دارای وظایف و اختیاراتی نیز هست. وی گفت : اولین جشنواره استانی بانوی هزاره اسلام در سال ۹۸ و پس از آن نیز در سال‌های بعد این جشنواره برگزار شد و امسال تصمیم شورای سیاست‌گذاری همایش ملی بانوی هزاره اسلام مبنی بر برگزاری همایش در حوزه علمی شد که در این راستا گروه‌های محجوبی با سه پتل مشاوره، اجتماعی- سیاسی و اقتصادی برگزار شد و برای هر پتل از بهترین

فرصت امروز – ماهان فلاح: مدیر شرکت ملی پخش فراورده های نفتی منطقه آذربایجان شرقی گفت: در تعامل با مجاری عرضه سوخت شاهد بهبود عملکرد سوخت رسانی در منطقه هستیم. جلسه هماهنگی بامالکان مجاری عرضه سوخت استان با هدف بهبود و ارتقای عملکرد مطلوب سوخت رسانی با حضور مدیریت و مسئولین منطقه آذربایجان شرقی و مسئولین جایگاه های سوخت استان در ستاد شرکت ملی پخش فراورده های نفتی منطقه آذربایجان شرقی برگزار شد.مدیر شرکت ملی پخش فراورده های نفتی منطقه آذربایجان شرقی در جمع مسئولین جایگاه های عرضه استان گفت: با وجود مشکلات و چالش های این حوزه با همدلی، هماهنگی، برنامه ریزی و کار جهادی خدمات سوخت رسانی بی وقفه در حال انجام می باشد. ناصر راشدی نیر تقدیر از تلاش ها و خدمات شبیه روزی و خستگی ناپذیر مجموعه خدوم جایگاه های عرضه سوخت استان اظهار داشت: مشتری مداری همراه با رعایت دستورالعمل های مربوط به شرکت ملی پخش فراورده های نفتی ایران هنر خاملان عرصه سوخت رسانی می باشد که با سه صد راجع می دهد. مدیر شرکت ملی پخش فراورده های نفتی منطقه آذربایجان شرقی، با بیان ضرورت رعایت الزامات ایمنی جهت صیبات از سرمایه های انسانی و مادی نسبت به انجام برنامه ریزی، هماهنگی و تعامل لازم جهت سوخت رسانی پایدار تأکید

رشت – زهرا رضازاده : به گزارش روابط عمومی و امور بین الملل شورای رشت، حضور دکتر کارگرنیارتییس شورای اسلامی شهر رشت در مراسم رونمایی از پوستر سیزدهمین و ششمین جشنواره عتات استان گیلان با اشاره به اینکه در این محفل هنری لازم می یابد دام و خاطره شهنای ایران اسلامی و تمامی مفاطمان امنیت که هنرمندانه و هتدترانه در برابر توطئه های دشمنان قسم خورده ایران اسلامی به دفاع از عزت و افتدار و تمامیت ارضی کشور پرداختند. گرمای بدرایم اظهار کرد: یاد و خاطره شهیدای حوزه هنر را نیز گرمای می داریم و حضور در جمع فرهیختگان عرصه هنر برای بنده و دیگر همکاران شورایی توفیقی است و یقینا حضور اعضای شورا در چنین رویدادهای هنری و فرهنگی نشان دهنده آن است که جامعه هنرمندان رشت مورد توجه اعضای شورا و شورای ششم همواره به این عزیزان نگاه حمایتی داشته و دارد. رئیس شورای اسلامی شهر رشت به اقدامات سازمان فرهنگی ورزشی شهرداری رشت اشاره کرد و گفت: نگاه یکسان رئیس این سازمان نسبت گروه های مختلف فرهنگی، ورزشی- و گویای آن است که شورا و شهرداری رشت در تلاشند تا با بهره مندی از تمامی ظرفیت‌ها، شهر رشت را مجددا به جایگاه اولین ها در بهتریتهارساند. کارگرنیا با اشاره به برپایی نخستین نمایش کلاسیک کشور در شهر رشت تصریح کرد: هنرمندان بزرگ اعم از آقایان و

بندرعباس – خبرنگار فرصت امروز: محمد کریمی مدیر عامل شرکت توزیع نیروی برق استان هرمزگان از اختصاص تمهیدات ویژه برای تأمین برق پایدار جزیره زیبای هرمز خبر داد و اظهار داشت : از همه ظرفیت‌های قانونی برای افزایش رضایت‌مندی شهروندان و ساکنان جزیره و توسعه زیرساخت‌های برق بهره گیری می شود. قفز موانع و مشکلات احداث نیروگاه دیزلی ۱۰ مگاواتی با اجرای کابل دریایی دو پیشنهاد قابل بررسی برای توسعه و تأمین برق جزیره هرمز است. به گزارش روابط عمومی شرکت توزیع برق هرمزگان ، مهندس کریمی در جریان بازدید میدانی به‌همراه قائم مقام و معاونین شرکت توزیع نیروی برق استان هرمزگان از کلیدخانه برق هرمز و بازدید میدانی از پست کلیدخانه جزیره هرمز به بررسی موانع و مشکلات پست کلیدخانه پرداخت. انجام اصلاحات ساختمانی با هدف مسأله سازی پست کلیدخانه تعمیر اساسی کویلینگ شبکه های فشار متوسط جزیره هرمز، انجام تنظیمات رله تابلو فیدرهای فشار متوسط جزیره هرمز از جمله تصمیمات و تمهیدات اتخاذ شده در این بازدید بود. همچنین مقرر گردید نوسازی باتری مربوط به تابلوهای خروجی پست کلیدخانه هرمز در دستور کار قرار گیرد. کریمی با تأکید

نویسنده: علی آلعلی

سر و کله زدن با یک عالمه رقیب مختلف در بازار اصلا کار راحتی نیست. کارآفرینان نه تنها در چنین شرایطی باید خونسردیشان را حفظ کنند، بلکه همیشه هم مثل یک معلم دلسوز باید کنار مشتریانشان باشند تا آب در دلشان تکان نخورد. در این میان احتمالا کلی از رقبای بزرگتر مشتریان شما را طوری وسوسه میکنند که دیگر گذرشان هم به سمتان نیفتد. شما را نمیدانم ولی در چنین موقعیتهایی آدم دوست دارد با شات گان به جان رقبا افتاده و همشان را نیست و نابود کند. اگر شما هم تا حالا بارها و بارها به چنین سناریوهایی فکر کردهاید، دیگر لازم نیست مثل یک معلم اخلاقی با استدلالهای مختلف جلوی خودتان را بگیرید؛ چراکه استراتژی بازاریابی منفی (Negative Marketing) کنارتان است تا تمام حرصتان را سر رقا خالی کنید!

بازاریابها معمولا خودشان را جای کارگزارنهایی مهم دنیا قرار میدهند و انتظار دارند هر اثرشان با کلی تشویق و صداآلبته جوییز معتبر همراه شود. اگر چه این مدل رویاپردازیه جذابیتی بی نهایت زیادی دارد، اما همیشه رقباایی هستند که به لطف بودجه بیشتر یا بازاریابهای کاربلد چنین فرصتهایی را روی هوا میقایان. آن وقت شما میمانید و کلی آرزوی بر باد رفته. بازاریابی منفی درست در چنین موقعیتی به کمکتان میاید. ما خواهیم حاشیه رفتنهای کلیشهای را کنار بگذاریم، باید گفت در بازاریابی منفی شما به جای تعریف و تمجید از خودتان شمشیر را از رو برای رقا میندید.

اگر شما هم گاهی اوقات از دست چارچوبهای کلیشهای بازاریابی خسته میشوید و دلتان میخواد حسایی از خجالت رقا دریابید، این مقاله کاملا مخصوص شماست. ما در این مقاله به شما یاد میدیم چطوری به لطف بازاریابی منفی با لودر از روی رقا رد شده و مشتریان را دوباره به دست بیاورید. پس در ادامه با ما همراه باشید تا یک بار برای همیشه از شر کابوس ریزش مشتریان خلاص شوید.

بازاریابی منفی: تعریفی برای شروع کار

احتمالا با توضیحاتی که تا اینجا ی کار دادیم، نگاهان به بازاریابی خسته حسایی به هم ریخته است. این روزها خیلیها صحبتهایی درباره بازاریابی منفی انجام میدهند، اما راستش را بخواید اغلب آنها حتی ارتباطی هم با این استراتژی ندارند. شما در بازاریابی منفی به جای اینکه روی احساسات مثبت مثل دوست داشتن برند یا محصولاتان دست بگذارید، سراغ احساسات منفی رفتن و چهره رقا را خراب میکنید. مزیت اصلی این شیوه دور ماندن کسب و کارتان از موج انتقادات و توانایی به حاشیه بردن رقابتست. انگار که شما نافته جدا یافته هستید و این رقا هستند که مسئولیت همه اقدامات نامناسب در بازار را برعهده دارند.

یکی از نمونههای کلاسیک درباره بازاریابی منفی مربوط به جنگ کلاسیک میان پیسی و کوکاکولاست. این دو غول دنیای نوشابه در طول چند دهه اخیر هر طور که فکثر را کنید از خجالت هم درآمدهاند. نکته قابل اینکه کمپنیهای بازاریابی منفی این دو برند عملا تاثیرگذار بوده است. به طوری که گاهی اوقات شاهد جا به جایی میان مشتریان وفادار پیسی و کوکاکولا هستیم.

آن دسته از بازاریابهایی که همیشه چارچوبهای اخلاقی را رعایت میکنند، احتمالا میانه خوبی با بازاریابی منفی نخواهند داشت؛ چراکه در این الگو شما به جای مراعات دیگران طوری آنها را خراب میکنید که نگو و نپرس. قبول دارم چنین کاری برای کسانی که تا حالا اصلا تجربهایش را نداشتهاند، سخت خواهد بود. با این حال یادتان نرود همه رقا کامیابش از چنین تاکتیکیی استفاده میکنند. بنابراین اگر شما اینطوری عمل نکنید، خیلی زود تبدیل به برندی حاشیهای در بازار خواهید شد. به علاوه، مشتریان هم جنگ و دعوی بین برندها را دوست دارند. پس به خاطر جلب نظر مشتریان هم که شده باید در این میدان نبرد حضوری پررنگ داشته باشید. البته ما اصلا دوست نداریم بیکدار به آب بزنید. در عوض با ما همراه باشید تا اصول این کار را یادتان دهیم.

بازاریابی منفی در عمل: تکنیکهایی برای شروع کار
تا وقتی که استراتژی را در عمل مورد بررسی قرار ندئیم، همه حرفهای به اصطلاح کارشناسیی فقط و فقط باد هوا خواهد بود. به همین خاطر اغلب کارآفرینان کاردرست بدون زیر و رو کردن یک استراتژی دست به سیاه و سفید نخواهند زد.

بازاریابی منفی تا حدودی مثل سبک بازی تیمی است که به جای یک تاکتیک مشخص بیشتر سعی در خراب کردن بازی رقا دارد. اگر شما هم از تماشای بازی چنین تیمهای فوتبالی لذت میبرید، احتمالا بازاریابی منفی هم حسایی به مناقشتان خوش خواهد آمد. اجازه دهید بدون توضیحات کلیشهای، یک راست برویم سراغ اصل مطلب. این شما و این هم راهکارهای بازاریابی منفی در عمل.

طراحی پرسونای منفی

فرض کنید برای آخر هفتهتان برنامه تماشای یک فیلم در سینما یا دوستانتان را چیدهاید. اگر طرفدار فیلمهای ابرقهرمانی مارول باشید، احتمالا با دو دسته قهرمانان و شخصیتهای منفی رو به رو خواهید شد. همانطور که اغلب

کودکان دوست دارند شبیه یتمن یا اسپایدرمن باشند، حالشان از شخصیتهای منفی نیز به هم میخورد. این یک واکنش طبیعی ذهن انسان به ضد قهرمانهای دنیای داستان است. از آنجایی که در بازاریابی منفی شما باید چهره رقبایتان را به هم بریزید، نمایش آنها به مثابه ضد قهرمان ایده خیلی خوبی برای شروع کار خواهد بود.

آن دسته از کارآفرینانی که میانه خوبی با دنیای ادبیات دارند، احتمالا مشکل زیادی برای تبدیل رقا به شخصیتهای منفی نخواهند داشت. فرمول طلایی برای چنین کاری طراحی پرسونای منفی است. ما قبلا درباره پرسونای مشتری و برند کلی با شما گپ زدهایم. اشتباه نکنید، اینجا اصلا قصد تکرار دوباره آن نکات را نداریم. در عوض همه کاری که شما باید انجام دهید، طراحی پرسونایی ویژه برای رقبایتان است؛ آن هم دقیقاً در نقطه مقابل پرسونای مشتریان. ماجرا جالب شد، نه؟

وقتی مشتریان باور کنند که رقبایتان نقطه مقابل خواستهها و سلیقهشان هستند، دیگر حتی نگاهشان هم نخواهند کرد. اینطوری شما بیشتر از هر وقت دیگری میتوانید دل آنها را به دست آورده و وفادارشان را افزایش دهید. البته یادتان باشد شما قرار نیست طوری به رقا حمله کنید که همه چیز مشکوک به نظر برسد. توصیه ما در روزنامه فرصت امروز پیشبرد فرآیند بازاریابی منفی به صورت باورپذیر است. این یعنی پرسونای رقبایتان نباید خیلی هم تیره و تار باشد. رقابت کلاسیک میان اپل و مایکروسافت یکی از نمونههای حرفهای بازاریابی منفی محسوب میشود. این دو برند همیشه روی نقاط ضعف یکدیگر دست گذاشته و حسایی از آن استفاده میکنند. با این حال رقابت میان این دو غول دنیای فناوری هیچ وقت مرزهای ادب را رد نمیکند. مثلا اپل در کمپین سال ۲۰۰۶ خودش به منظور معارفه نسخه جدید مک روی ضعف ویندوز در برابر انواع ویروسها تاکید داشت. به طور مشابه، ویندوز رابط کاربری بی نهایت ساده و همینطور پشتیبانهای حرفهای را به عنوان نقطه قوت خودش میداند و همیشه اپل را متهم به رها کردن کاربران مک میکند. یادتان باشد پرسونای منفی مورنظر شما باید تمام ویژگیهایی که مشتریان از آنها متنفر هستند را در خودش داشته باشد. اینطوری کمتر کسی حتی سراغ رقبایتان خواهد رفت. این یعنی شما میمانید و کلی مشتری که حتی به رقبایتان فکر هم نمیکند.

انتخاب یک موضوع بحثبرانگیز

چه چیزهایی در بازار برای مشتریان بی نهایت مهم است؟ بیشک اولین جوابی که به ذهن آدم میرسد، قیمت محصولات است. در این صورت شما برای بازاریابی منفی میتوانید روی همین نکته دست گذاشته و حسایی از رقبایتان سواری بگیرید. مثلا برند بیتزس (Beats) را در نظر بگیرید. این برند همیشه به خاطر تولید هندزفری و هدستهای حرفهای شهره عام و خاص بوده است. خیلی از عاشقان تکنولوژی و گیمرهای حرفهای در چهارگوشه دنیا حسایی بابت داشتن هندزفرهای این برند به خودشان افتخار کرده و صداآلبته با شوق دم از روزگار بقیه درمیآوردن. در چنین شرایطی رقبای بیتس به جای اینکه دست روی دست گذاشته و منتظر معجزهای برای جلب نظر مشتریان باشند، بدون معطلی وارد میدان شدهاند.

اگر اهل مقایسه قیمت محصولات مختلف با هم باشید، احتمالا بیتس آخرین برندی است که سراغش خواهید رفت؛ چراکه حتی سادهرتین محصولات این برند هم قیمتهای فزایی دارد. به طوری که خیلی از مردم عادی در همان نگاه اول دور محصولانش را خط میکنند. این موضوع ایده بسیار خوبی به رقا برای به چالش کشیدن بیتس بوده است. آنها همیشه در بازاریابی منفی بیتس را برندی معرفی میکنند که دنبال خالی کردن جیب رقیابت. باور کنید یا نه، همین ایده جذاب برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان کافی است. به طوری که این روزها بیتس دنبال معرفی محصولات ارزاقینم در بازارهای جهانی است. همانطور که میبینید، دست گذاشتن روی یک موضوع بی نهایت مهم برای مشتریان حتی بزرگترین رقبای دنیا را هم را در میآورد.

یک نمونه دیگر درباره توجه به موضوعات مهم در دنیای بازاریابی به حوزه محصولات آرایشی و بهداشتی مربوط میشود. از آنجایی که این روزها استفاده از مواد اولیه گیاهی و همچنین پرهیز از آزمایشهای حیوانی برای تولید محصولات آرایشی برای مشتریان بی نهایت مهم است، خیلی از برندهای کوچک برای از میدان به در کردن رقبای بزرگ از این ایده سود میبرند. راستش را بخواید، اغلب برندهای بزرگ علی رغم همه شعارهای قشنگی که میدهند، هنوز هم حقوق حیوانات را در تولید محصولاتشان رعایت نمیکند. بنابراین اگر شما در این صنعت فعالیت دارید، با بازاریابی منفی در این رابطه میتوانید حسایی از خجالت رقا دریابید. البته قبل از اینکه با عجله سراغ چنین ایدهایی بروید، باید از کار خودتان مطمئن باشید. به زبان خودمانی، اگر برند خودتان در بازار از آزمایشهای حیوانی استفاده میکند، دیگر نباید بقیه را متهم کنید؛ چراکه دود این کار به چشم خودتان هم خواهد رفت.

انتخاب یک رقیب درست و حسایی

بعد از اینکه شما موضوعات مهم برای بازاریابی منفی را پیدا کردید، نوبت به انتخاب یک رقیب مشخص میرسد.

بازاریابی منفی (Negative Marketing) در عمل:

مارکتینگ در دل تاریکی!

همانطور که تیمهای ورزشی رقبای سنتی دارند، شما هم باید به جای هدفگذاری بر روی همه برندهای حاضر در بازار تمام توانتان را روی یک برند مشخص متمرکز کنید. اینطوری هم کارتان راحتتر میشود، هم اینکه دیگر لازم نیست کلی در بازار هزینه اضافی بپردازید تا رقبایتان را بدنام کنید.

معمولا هر برندی در بازار یک رقیب جدی دارد. اگر به تجربه برندهای بزرگ نگاه کنید، همیشه تقابل میان آنها و یک رقیب بزرگ به چشم میخورد. مثلا بنز و بی ام و سالهای سال است که چشم دیدن هم را ندارند. این امر درباره رقابت میان بنز و آئودی نیز مصداق دارد. به طوری که خیلی وقتها کمپنیهای بازاریابی آئودی در واقع جوابی دندان شکن به اقدامات بنز محسوب میشود.

فردا درم شما در حدی نیستید که برندهای بزرگ دنیا را به چالش بکشید، اما همین که سراغ برندی که حدودا از شما معتبرتر است بروید، کارتان راه میافتد. مثلا برگر کینگ که تازه اول راه بود، یک راست رفت سراغ مک دونالد؛ چراکه مک دونالد همه بازارهای جهانی را تسخیر کرده بود و به نظر برقیب میرسید. یکی از نکاتی که برگر کینگ خیلی زود روی آن دست گذاشت، استفاده شمیهایی مک دونالد از مواد یغ زده و گاهای بیکیفیت بود. در حالی که برگر کینگ همیشه با گوشت تازه سفارشات مشتریان را آماده میکند؛ بازاریابی منفی روشی برای صدمه زدن به رقا و ایجاد احساسی رضایت از برند خودتان میان مشتریان است. اگر این وسط شما یک برند نیم بند که در آستانه ورشکستگی است را انتخاب کنید، در واقع سطح کسب و کار خودتان را تا اندازه آن برند ورشکسته پایین آوردهاید. دقیقا به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز همیشه انتخاب رقیب را مهمترین بخش کار در بازاریابی منفی میدانیم. رقیب شما باید اول از همه شهرت بالایی در بازار داشته باشد و ضمنا دامنه زیادی از مشتریان نیز به آن روی خوش نشان دهند. اینطوری ضربه زدن به اعتبار آن موجب جذب شمار بالایی از مشتریان وفادار خواهد شد. این امر در بلندمدت طوری شما را در کانون توجه مشتریان قرار میدهد که نگو و نپرس

به اشتراکگذاری یک تجربه منفی

دنیای کسب و کار پر از تجربهای منفی برای مشتریان است. از کیفیت پایین یک محصول گرفته تا برخورد نامناسب کارکنان فروشگاهها، همه و همه در ذهن مشتریان حک میشود. کافی است یکبار هم که شده در دنیا تجربه بازایی مشتریان از دست رفته را داشته باشید. آن وقت خیلی خوب متوجه سختگیریهای آنها برای بازگشت دوباره به خرید از برندان خواهید شد.

قبول دارم تجربه منفی مشتریان از برند شما حسایی دردناک است، اما یادتان باشد بقیه برندها در دنیا هم چنین تجربیهایی را از سر گذراندهاند. بنابراین شما با یادآوری مشکلات رقا در ارائه خدمات میتوانید داغ مشتریانشان را تازه کنید. البته این کار به تنهایی کمکی به شما نخواهد کرد. بلکه باید یک راه حل درست و حسایی نیز برای آنها داشته باشید. اینطوری ناراضیانی مشتریان از برند رقیب عملا به سود شما تبدیل میشود.

آن اوایل که فنسوری اینترنت ۴G وارد بازار شده بود، خیلی از اپراتورها با پیشدستی این سروسر را راهاندازی کرده و حسایی به رقبایشان میتاختند. به علاوه، برندهایی مثل سامسونگ هم خیلی زودتر از اپل گوشیهایی با پشتیبانی از این فناوری روانه بازار کردند تا حسایی پوز اپل را به خاک بمالند. این مدل کمپینها با برجسته کردن نقطه ضعف رقا عملا مشتریانشان را به استفاده از امکانات تازه درج رقبای کمپین کرد. برند دیگر ترغیب میکند. میشد ای مدل بازاریابی در نگاه اول خیلی عجیب به نظر برسد، اما کافی است یکبار آن را امتحان کنید. آن وقت دیگر دلتان نمیخواهد دورش را خط بکشید.

بختبرگزینی باشید!

خیلی از موضوعات در زندگی روزمره آتقدر بحثبرانگیز است که کمتر کسی سراغش میرود. مثلا بحث میزان آلایندهگی خودروهای اسپرت یکی از همین موارد است. از آنجایی که خیلی از کمپنیهای تولید اتومبیل اسپرت در این زمینه مشکلات زیادی دارند، هیچکدام از تیمهای بازاریابی آنها سراغ بازاریابی منفی در این حوزه نمیروند. حالا اگر شما فکر رقابت با برندهای بزرگ خودروسازی دنیا به سرتان زده، میتوانید روی این موضوع بحثبرانگیز تاکید کنید. البته محصولات خودتان باید استانداردهای لازم را داشته باشد. وگرنه توفانی که به راه میاندازید حتی گریبان خودتان را هم خواهد گرفت.

وقتی شما روی یک موضوع مهم دست میگذارید، به نوعی خودتان را رهبر نوآوریهای کلی دسب و کار لقب خواهید داد. اینطوری دیگر لازم نیست با کلی هزینه سرتاسمر در حوزه تبلیغات خودتان را به عنوان یکی از برندهای معتبر جا بزنید (حالا اگر اصلا چنین هزینههایی جواب بدهد).

دست گذاشتن روی موضوعات بحثبرانگیز شجاعت زیادی میطلبد. هرچه باشد در بازاری که همه رقا ترجیح میدهند بیسر و صدا به کارشان ادامه دهند، شجاعت شما حسایی به چشم میاید. درست به همین خاطر کارآفرینان ماجراجو همیشه روی توانایی برندنشان برای اثرگذاری بر روی دیگران حساب ویزگاهی باز میکنند. اگر شما هم در حوزه حرفه های موضوعات مشابهی برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف دارید، همیشه میتوانید از بازاریابی منفی نهایت استفاده را ببرید. یادتان باشد باید طوری عمل کنید که مشتریان علاوه بر نایمیدی از رقا به خاطر عملکرد خوبتان به شما امیدوار شوند. اینطوری فرصتی بنظیر برای به دست آوردن دل مشتریان خواهید داشت.

آخرین توصیه ما در این بخش آمادگی برای پاسخگویی به سوالات متنوع مشتریان است. هرچه باشد شما با تمرکز بر روی موضوعات بحثبرانگیز وارد دنیایی شدهاید که تا حالا اصلا برای مشتریان شناخته شده نبود. بنابراین باید انتظار سوالات پی در پی آنها را نیز داشته باشید. این سوالات در واقع از سر کنجکاری و برای درک بهتر موضوع مطرح میشود. پس به جای اینکه الکی از دست مشتریان عصبانی شوید، کمی بر اعصابتان مسلط بوه و مثل یک دوست مهربان جواب همه را بدهید. اگر این وسط ربات چت داشته باشید، این رباط میتواند بدون هیچ دردسری جواب همه را بدهد. کافی است سری به شرکتهای معتبر در زمینه ارائه خدمات مربوط به ربات چت بزنید. آن وقت با هزینههای بسیار اندک خیالتان بابت راهنمایی دقیق مشتریان راحت خواهد شد.

استفاده از تیتزهای منفی

بازاریابی منفی با پشت سر دیگران حرف زدن از زمین تا آسمان فرق دارد. شما نباید در خلال این استراتژی اعتبار و وجهه حرفهای برندان را خدشدار کنید. وگرنه کمتر کسی به عملا به سمت استفاده از خدمات برندان متعایل خواهد شد. فرمول طلایی ما در این میان استفاده از تیتزهای منفی در کمپین بازاریابی یا تبلیغات است. اینطوری بدون اینکه خیلی اوضاع از کنترلتان خارج شود، امکان تعامل با مشتریان و

انتقال پیام اصلیتان را خواهید داشت.

تیتزهای جنجالی معمولا توجه زیادی در بازار به خودش جلب میکند. با این حال شما لازم نیست همیشه از چنین تیتزهایی استفاده کنید؛ چراکه کاربرد بیش از حد آنها عملا تاثیر معکوس دارد. بنابراین اگر دوست دارید همیشه در بازار یک برند محبوب باقی بمانید، باید تیتزهای منفی جنجالی را برای موقعیتهای خاص نگه دارید. در عوض وقتی به طور روزمره در شبکهای اجتماعی دست به تولید محتوا مینید، به جای تیتزهایی با لحن مثبت از نمونههای منفی سود ببرید. اینطوری اوضاعتان در بازار بی نهایت بهتر خواهد شد. از آنجایی که شما تنها برندی نیستید که در بازار به الگوی منفی متمایل شده است، همیشه میتوانید از تجربه سایر برندها برای بازاریابی منفی استفاده کنید. چه بسا رقا ایده های بی نهایت جذابی برای بازاریابی منفی داشته باشند. به علاوه، همیشه ترکیب ایدههای مختلف دیگران و خلق یک ایده تازه جواب میدهد. پس منتظر چه هستید؟ بین دغدغههای روزمرهتان نیم نگاهی هم به عملکرد رقبایتان داشته باشید.

تحلیل دلایل منفیبودن یک اتفاق

بازاریابی منفی فقط یک فرآیند شدا و مفرح برای برندها نیست، اینکه صرفا چند تا محتوای منفی درباره رقا تولید کنید، به تنهایی کاری از پیش نخواهد برد. در عوض شما باید کمی به ذهنیت مشتریان نیز نزدیک شوید. به راستی چرا بعضی از مشتریان دائما برخی کارها یا اتفاقات را منفی ارزیابی میکنند؟ جواب این سوال به شما کمک میکند تا دور اشتباهات مشابه را خط کشید و کارتان را به سادهترین شکل ممکن دنبال کنید.

گاهی اوقات بازاریابها از ترس اینکه برند خودشان هم مرکب اشتباهات عجیب و غریب نشود، دور کلی از ایدههای ناب برای بازاریابی منفی را خط میکشند. کار حتی به جایی میرسد که تیمهای بازاریابی عملا نه راه پس دارند، نه را پیش. نتیجه این کار کمپنیهای بازاریابی منفی با کیفیتی بی نهایت پایین خواهد بود. اینطوری به مشتریان از دستتان راضی خواهند بود، نه حتی کمپین مورد نظر به دل خودتان خواهد نشست.

همانطور که تیمهای ورزشی بزرگ همیشه یک آنالیزور حرفهای دارند، شما هم برای تحلیل شرایط باید همه جزئیات را زیر ذره بین ببرید. فقط در این صورت شانسیی برای بقا در بازار خواهید داشت. این روزها خیلی از برندها برای ورود به بازاریابی منفی اول از همه با سلیقه مشتریان آشنا میشوند. اینطوری خیلی از مشکلات به طور خودکار حل شده و دیگر لازم نیست نگران سرنوشت کمپین بازاریایشان باشید.

قبول دارم ارزیابی دقیق وضعیت مشتریان اصلا کار راحتی نیست، اما از طرفی در عصر دیجیتال کنونی کلی ابزار دم دست شماست. توصیه ما در این بخش استفاده از گوگل آنالیتیکس (Google Analytics) برای بهبود اوضاع کسب و کارتان است. این ابزار حرفهای علاوه بر اینکه درباره سیر تا پیاز وضعیت برندان اطلاعات دست اول ارائه میکند، هر آنچه درباره مشتریان نیز بخواهید تحویلتان خواهد داد. فکر میکنم لازم به گفتن نباشد که منظور از اطلاعات موردنیاز مواردی است که به طور قانونی در اختیار گوگل قرار دارد. پس خیالتان بابت بخش قانونی کار راحت باشد؛ چراکه قرار نیست مثل فیلمهای پلیسی سر از زندان دریابورید! وقتی شما متوجه دلایل واکنش منفی مشتریان نسبت به برخی از فعالیتها یا رویدادهای مشخص شدید، نوبت به پرهیز از آنها میرسد. فرمول کار در این بخش بی نهایت ساده است؛ شما هرگز نباید کاری کنید که مشتریان از دستتان ناراحت شوند. آن هم در شرایطی که کاملا نکات منفی و دلایل تفر مشتریان از آنها را میدانید.

به رقا برچسب سرکش بزنید!

بازاریابی منفی تا حدودی شبیهی میدان نبردی است که در آن دو طرف حسایی برای هم کری میخوانند. حتی اگر این وسط دعوی فیزیکی هم روی ندهد، دست کم طرفین حسایی خودشان از خالی کردندها. البته ما در روزنامه فرصت امروز اصلا دوست نداریم کسی در بازاریابی منفی همهیطسوری روی هوا حرف بزند. در عوض شما باید برای تک تک کارکنات یک برنامه هدف و ویژه داشته باشید. اجازه دهید به جای بازی با کمکات و گمراه کردنتان یک راست برویم سر اصل مطلب؛ شما باید در این بخش کاری کنید که رقبایتان همیشه به برچسب «سرکش» در ذهن مشتریان جای بگیرند. اینطوری مسیرتان برای پروموت کردن محصولات یا خود برندان بی نهایت هموار خواهد شد. آیا تا حالا تبلیغ خودتون پرسی را دیدهاید که در آن یک کودک سا خرید دو تا کوکاکولا خودش را به دکمه بالاتر دستگاه تحویل نوشابه میرساند و یک پیسی میخرد؟ این تبلیغ کلاسیک یکی از بهترین نمونههای مربوط به بازاریابی منفی است. در این الگو ارزش پیسی آتقدر بالا تصویر میشود که حتی ارزش خرید دو تا کوکاکولا را هم دارد؛ آن هم فقط برای اینکه به پیسی برسد!

بعضی از کارشناسها معتقدند بازاریابی منفی عملا فضای رقابت سالم را از بین میبرد؛ چراکه هرگونه همکاری میان برندها عملا غیرممکن شده و در یک فضای دو قطبی مشتریان بین دو تا انتخاب گیر میافتند. قبول دارم این تحلیل گاهی اوقات درست از آب درمیآید، اما درباره بسیاری از برندهای بزرگ و صداآلبته حرفهای ماجرا کاملا فرق دارد. همین پیسی و کوکاکولا ساهلست با شدیدترین کمپنیهای ممکن از خجالتش هم درآمدهاند، اما هنوز هم مشتریان به خاطر انتخاب از بین آنها خیلی احساس عذاب وجدان نمیکنند. در عوض بسیاری از مردم بین این دو تا برند جا به جا شده و بسته به سلیقهشان، صداآلبته با تاثیرپذیری از تبلیغات منفی، اقدام به خرید نوشابه دلخواشان میکنند.

یادتان نرود در بازاریابی منفی شما فقط شهرت رقا را هدف قرار میدهید. بنابراین همیشه فضا برای تعامل میان دو رقیب سنتی وجود دارد. خب اگر قرار بود هر برندی بعد از بازاریابی منفی با چوب و چماق به جان رقیبش بیفتد، دیگر سنگ روی سنگ بند نمیشد. پس همینجا هر فکر و خیالی درباره فراتر رفتن از بُعد بازاریابی منفی را دور بریزید؛ چراکه بیورو برگشت برایتان شر خواهد شد.

با خودتان شوخی کنید

بازاریابهایی که همیشه نگران وضعیت برندنشان در بازار هستند و اصلا دوست ندارند با اعتراضهای بقیه رقا یا به رو شوند، معمولا حتی سراغ بازاریابی منفی نیز نمیآیند. هرچه باشد ترسیمی تصویری منفی از رقا همیشه ریسکهای به همراه دارد. پس اگر شما حوصله ریسکهای این حوزه را ندارید، بهتر است یک نمونه ملامعتر از بازاریابی منفی را انتخاب کنید. ماجرا جالب شد، نه؟

منظور ما از وژژن ملایمتر بازاریابی منفی شروع کار با انتقاد یا شوخی با خودتان است. حتی بهترین برندهای دنیا هم گاهی اوقات اشتباه میکنند. پس بدون تعارف اشتباهاتتان را با دیگران در میان گذاشته و کمی با آن شوخی کنید. شاید فکر کنید چنین دست فرمانی مستقیم شهرت برندان را در دره میفرستد اما واقعیت کاملا برعکس

است. این روزها مشتریان از برندهایی که اشتباهات خودشان را به شوخی بیان کرده و دنبال جبرانش هستند، استقبال بنظیری میکنند.

شوخی با اشتباهات خود فقط مخصوص برندها نیست. گاهی اوقات در جمعهای دوستانه یا سا گروههای کاری نیز بعضی از افراد با اشتباهات یا خطاهای خود شوخی میکنند. اینطوری یخ فضا در کسری از ثانیه آب شده و همه مثل دوستانی صمیمی با یکدیگر تعامل خواهند داشت. اگر کارآفرین باوهشی باشید، احتمالا الان دارید پیش خودتان فکر میکنید از این فرمول چه استفادههایی دیگری باید کرد. اجازه دهید کمی کمکتان کنیم؛ شما میتوانید به راحتی با بیان اشتباهاتان در قالب شوخیهای خندهدار به بقیه نشان دهید اشتباه کردن پایان دنیا نیست. در عوض همه اعضای شرکت باید خودشان را برای جبران اشتباهات و پرهیز از سناریوهای مشابه آماده کنند. اینطوری دیگر مو لای درز کارتان نمیرود و لازم نیست هفت روز هفته به جان رقا بیفتید.

اگرچه ما در این بخش شوخی با خود را به عنوان راهکاری برای بازاریابی منفی معرفی کردیم اما شما نباید در این زمینه خیلی زیادهروی کنید. هرچه باشد یک فرقی بین شما و بقیه رقا وجود دارد. اگر شما هم اشتباهات رایجی مثل رقا داشته باشید، آن وقت دیگر کمپنیهای معمولیتان براساس الگوی بازاریابی منفی خریدار نخواهد داشت. پس سعی کنید اشتباهاتی را برجسته کنید که کمی وجهه حرفهای برایتان بخرد. مثلا درباره استفاده اشتباه از یک ابزار حرفهای در حوزه کارتان جوک بسازید. اینطوری خیالتان راحت است که دست کم مهربان رقبایتان نخواهید شد.

شرایط ویژه و اضطراری ایجاد کنید

آیا تا حالا دقیقه ۹۰ از تخفیف یک برند بزرگ استفاده کردهاید؟ شما را نمیدانم ولی من که اینطور وقتها حس پیروزی در مسابقات المپیک را پیدا میکنم. انگار که مهمترین ماموریت زندگیم استفاده از همین تخفیفها بوده است. شاید فکر کنید ما با چنین مثالی خیلی از بحث اصلیمان دور شدهایم، اما بازاریابی منفی همیشه معطوف به رقا نیست. گاهی اوقات شما باید طوری رفتار کنید که انگار مشتریان در آستانه از دست دادن یک پیشنهاد بی نهایت هیجانانگیز هستند. باور کنید یا نه، مردم وقتی متوجه شوند یک موقعیت عالی فقط برای مدت زمانی محدود در دسترس است، حتی یک لحظه هم نمیتوانند در برابرش مقاومت راحت است که همین سادگی!

اگر شما هم همیشه به جشنوارههای بزرگ تخفیف با حیرت تمام نگاه میکردید، حالا دیگر کاملا متوجه ماجرا شدهاید. این وسط خیلی از برندها برای جلب نظر مشتریان رقا اقدام به استفاده از چنین رویکردی میکنند. اگر بخواهیم به تعریف اصلیمان از بازاریابی منفی وفادار باشیم، این تکنیک هم نوعی بازاریابی منفی محسوب میشود؛ چراکه شما عملا با تخفیف یا پیشنهادات جذاب رقا را از چشم میاندازید.

یادتان باشد ارائه پیشنهادات ویژه به مشتریان باید با دقت بی نهایت بالایی صورت گیرد؛ چراکه شما نمیتوانید همیشه از این پیشنهادات داشته باشید. هرچه باشد فشارهای مالی و انتظارات گسترده سرمایهگذارها عملا به هیچ برندی امکان تخفیف همیشگی به مشتریان را نمیدهد. حالا اگر این وسط مشتریان به تخفیفها یا شرایط ویژهتان عادت کنند، کافی است یک دقیقه آنها را حذف کنید تا دیگر یک مشتری هم اطراف برندان پر نزنند.

راندنهای حرفهای فرمول یک همیشه روشهای برای عبور از پیچهای مختلف دارند. با این حال به جای اینکه هر بار یک شیوه را امتحان کنند، فقط و فقط سراغ بهترین گزینه میروند. کار شما در ایجاد شرایط ویژه و اضطراری نیز دقیقا به همین شکل است. به جای اینکه دائما دنبال ایدههای تازه در این زمینه باشید، هرچند وقت یکبار روی نکات مورد علاقه مشتریان دست گذاشته و آن را تبدیل به یک غافلگیری بزرگ برای مشتریان کنید؛ همین و بس.

تهیه فهرستی از مشتریان منوعه

اگر از مخاطبهای پر و پاقرص روزنامه فرصت امروز باشید، خیلی خوب میدانید ما همیشه این اعتقاد قدیمی که باید تک تک مشتریان بازار را جذب کرد را زیر سوال میریم؛ چراکه نه سلیقه و حتی نیاز تمام مشتریان با ویژگیهای برند شما سازگاری دارد. در عوض بازاریابها باید دنبال پیدا کردن مخاطب هدف خاص خودشان بروند. اینطوری شانسیی برای رقابت در دنیای کسب و کار و تاثیرگذاری بر روی مشتریان خواهند داشت. این سناریو حتی در بازاریابی منفی نیز مصداق دارد. مثلا اگر شما در زمینه تولید دوجرخه فعالیت دارید، کمپین بازاریابی منفیتان باید به دست کسانی برسد که اندک علاقهایی به رگابندی دارند. وگرنه الکی پول خرج میکنید بعضی از مشتریان جنبه مشاهده محتوای مربوط به بازاریابی منفی را ندارند، نباید روی اعصابشان راه بروید. در عوض کارتان را روی آن دسته از مشتریانی متمرکز کنید که عاشق جنجالهای اینجینین هستند. برای این بقیه هم کمپنیهایی در قالب سایر الگوهای رایج بازاریابی آماده کنید. اینطوری دیگر خبری از ریزش مشتریانان نخواهد بود و روز به روز نیز تعدادشان بیشتر میشود.

سخن بایانی

بازاریابی منفی یکی از روشهای عالی برای کسب شهرت در دنیای کسب و کار است. البته به شرط اینکه آن را درست اجرا کنید. وگرنه فقط اعتبار خودتان را زیر سوال خواهید برد. اگر ما را میشنود، رعایت نکات مورد بحث در این مقاله موجبیتان در بازاریابی منفی را تضمین خواهد کرد. هر جای کار هم که مشکل داشتید، من و همکارانم در روزنامه فرصت امروز همیشه منتظر پیامتان هستیم تا در کسری از ثانیه به کمکتان بیاییم.

منابع:
https://rdsdigital.in/how-to-capitalize-negative-marketing-strategy
https://blog.hubspot.com/marketing/before-negative-in-your-%20is%marketing#:~:text=What%20F.brand%20marketing%20with%20competes%20or/opposes.com/negative-https://www.marketing91.com/marketing