

نگاه

کاهش ۳۷ درصدی بارش‌ها در سال آبی جاری

نیمی از سدها پر نشد

طبق آخرین گزارش شرکت مدیریت منابع آب ایران، میزان پرشدگی سدها از ابتدای سال آبی تاکنون فقط ۱۸٫۱۹ میلیارد مترمکعب بوده که نسبت به سال گذشته، افت ۳۷ درصدی را نشان می‌دهد.
ایران برای پنجمین سال متوالی است که دوره خشکسالی را سپری می‌کند. براساس آمارهای رسمی، ارتفاع ریزش‌های جوی کشور به ۱۲۶۶ میلیمتر رسیده که نسبت به میانگین دوره مشابه بلند مدت (با رقم ۲۱۸۶ میلیمتر) حدود ۲۸ درصد کاهش داشته است. از طرفی، این میزان بارندگی نسبت به دوره مشابه سال آبی گذشته (با رقم ۲۰۳ میلیمتر) حدود ۲۳ درصد کاهش را نشان می‌دهد.

در جغرافیای استانی ایران، استان سیستان و بلوچستان با ۸۷ درصد کاهش بارش نسبت به سال گذشته، کمترین بارندگی را داشته و میزان بارش این استان محروم در سال آبی جاری، ۱۹٫۶ میلیمتر بوده که در مقایسه با مدت زمان مشابه سال گذشته (با رقم ۱۴۹٫۵ میلیمتر) افت قابل توجهی را نشان می‌دهد. پس از سیستان و بلوچستان، استان هرمزگان در رتبه دوم کم‌بارشی قرار گرفته است، هرمزگان در سال جاری، بارش ۲۲ میلیمتری را تجربه کرده که نسبت به مدت زمان مشابه سال گذشته، ۷۸ درصد کاهش داشته است. مقدار بارش استان یزد نیز در سال آبی گذشته، ۱۲۸٫۶ میلیمتر بوده که این میزان با کاهش ۶۱ درصدی به ۵۰٫۷ میلیمتر در سال آبی جاری رسیده است.
همچنین استان دیگری که امسال با کاهش جدی بارش مواجه شده، استان خوزستان است که افت ۴۹ درصدی بارش نسبت به سال گذشته را ثبت کرده و میزان بارش این استان را ۲۵۸٫۱ میلیمتر در سال آبی گذشته به ۱۸۰٫۹ میلیمتر در سال آبی جاری رسیده است.
استان کهگیلویه و بویراحمد هم امسال با میزان بارش ۳۲۲٫۲ میلیمتری، کاهش ۴۶ درصدی را نسبت به سال آبی گذشته داشته است.

استان‌های کرمان، ایلام، اصفهان، خراسان جنوبی و گلستان نیز از دیگر استان‌های کم‌بارش امسال هستند. کرمان از جمله استان‌هایی است که با کاهش ۴۰ درصدی بارش نسبت به سال آبی گذشته مواجه شده و میزان بارش‌های آن از ۱۲۳٫۴ میلیمتر در سال گذشته به ۷۱٫۸ میلیمتر در سال جاری رسیده است، ایلام، دیگر استانی است که کاهش بارش را تجربه کرده و میزان بارش این استان از ۴۷۰٫۲ میلیمتر در سال آبی گذشته به ۲۸۲٫۵ میلیمتر در سال آبی جاری رسیده است که افت ۴۰ درصدی بارندگی در این استان مرزی را نشان می‌دهد، اما یکی دیگر از استان‌هایی که با کاهش بارش مواجه شده و اقدام کشاورزان آن در شکستن خط لوله انتقال آب به استان یزد در ابتدای سال، هیاوهی زیادی را ایجاد کرد، استان اصفهان است که درصد اختلاف بارش آن در سال آبی جاری نسبت به سال آبی گذشته به ۳۸ درصد رسیده و میزان بارش آن از ۱۴۴٫۸ میلیمتر در سال گذشته به ۸۹٫۴ میلیمتر در امسال کاهش یافته است.
استان خراسان جنوبی نیز با ۳۷ درصد کاهش بارندگی نسبت به سال گذشته، امسال تنها ۶۰٫۶ میلیمتر شاهد بارش بوده و استان گلستان هم با افت ۳۳ درصدی بارش، شاهد بارندگی ۲۹۰٫۶ میلیمتری در سال آبی جاری بوده است.

مناسفانه با کاهش ۳۷ درصدی بارش‌ها در سال آبی جاری، طبیعتاً میزان پرشدگی سدها چندان مطلوب نیست و طبق آمارهای دولت، نیمی از سدهای کشور هنوز پر نشده است.
آنطور که شرکت مدیریت منابع آب ایران گزارش داده، میزان پرشدگی مخازن سدها در سال گذشته ۲۲،۹۰ میلیارد مترمکعب بوده که این میزان در سال جاری به ۲۷،۱۹ میلیارد مترمکعب رسیده و افت ۱۷ درصدی را نسبت به سال گذشته نشان می‌هد. طبق آمارها، میزان پرشدگی سدها تا روز ۱۲ اردیبهشت ماه فقط ۵۲ درصد بوده است و این یعنی نیمی از سدها پر نشده‌اند. بررسی‌ها نشان‌دهنده کاهش ۳۷ درصدی میزان ورودی آب به سدهاهاست که به‌طوری که میزان ورودی آب به سدهای کشور در سال آبی گذشته، ۲۹۰،۰۴ میلیارد مترمکعب بوده که این میزان تا روز ۱۳ اردیبهشت امسال به ۱۸،۱۹ میلیارد مترمکعب رسیده است.
سه سد مهم، لار، طالقان و لتیان-ماملو در استان‌های تهران و البرز قرار دارد که طبق آمارهای اعلامی شرکت مدیریت منابع آب ایران، این سدها به ترتیب ۳۱ درصد، یک درصد و ۱۹ درصد اختلاف با سال گذشته داشته‌اند؛ یعنی میزان پرشدگی سد لار (یک سد خاکی هسته رسی در دامنه کوه دماوند) تنها ۶ درصد بوده که موجودی آن را به ۶۰ میلیون متر مکعب رسانده است. همچنین سدهای طالقان و لتیان-ماملو نیز به ترتیب ۵۶ درصد و ۲۴ درصد پرشدگی داشته‌اند و حجم موجودی مخازن آنها به ۸۰ و ۳۷۴ میلیون مترمکعب رسیده است. در این میان، استان‌های شمالی کشور همواره جزو استان‌هایی هستند که بیشترین بارندگی کشور را به خود اختصاص می‌دهند. از جمله سدهای موجود در استان‌های شمالی ایران (مازندران، گیلان و گلستان) می‌توان به سد شهید رجایی، سد سفید رود، سد شهر بیجار، سد وشمگیر، گلستان و بوستان، اشاره کرد.
سد شهید رجایی ساری که با حجم مخزن ۱۶۲ میلیون مترمکعب، بزرگ‌ترین سازه مهر آب‌های سطحی استان مازندران محسوب می‌شود، میزان موجودی آن را به ۱۵۸ میلیون مترمکعب رسیده که ناشی از پرشدگی ۹۷ درصدی است.
اختلاف پرشدگی این سد در سال آبی جاری نسبت به سال گذشته، ۸۹ درصد بوده است.
همچنین سد سفید رود و سد شهر بیجار در استان گیلان از دیگر سدهایی هستند که اختلاف ۹ درصدی و ۱۷ درصدی نسبت به مدت زمان سال گذشته داشته‌اند.
حجم پرشدگی این سدها به ترتیب ۷۶۱ و ۱۰۵ میلیون مترمکعب بوده که هر کدام با درصد پرشدگی ۷۳ درصدی و ۱۰۰ درصدی روبه‌رو بوده‌اند.

همچنین استان‌های اردبیل، آذربایجان شرقی و آذربایجان غربی، جزو استان‌هایی هستند که از آنها به عنوان استان‌های پرآب در ایران یاد می‌شود. این استان‌ها دارای ۹ سد مهم هستند که بیشترین درصد پرشدگی را در میان آنها، سد ارس و شهید قبری با ۱۰۰ درصد پرشدگی داشته‌اند.
موجودی مخازن این دو سد تا روز ۱۳ اردیبهشت ماه امسال به ترتیب ۱۲۵۶ و ۲۶ میلیون مترمکعب بوده و بررسی‌ها نشان می‌دهد که اختلاف میزان پرشدگی این سدها نسبت به سال گذشته به ترتیب ۲ درصد و ۳ درصد بوده است. در همین حال، سد خدا آفرین در استان آذربایجان شرقی، بیشترین درصد اختلاف را با سال آبی قبل داشته و با ۸۱ درصد اختلاف در سال آبی جاری، میزان موجودی مخزن این سد به ۹۰۱ میلیون مترمکعب رسیده است که در واقع، میزان پرشدگی آن ۵۶ درصد است.
همچنین سد ستارخان در استان آذربایجان شرقی نیز با ۳۳ درصد پر شدگی و منفی یک درصد اختلاف با مدت زمان مشابه سال گذشته، کمترین پرشدگی را دارد. البته بازه زمانی این آمارها به شروع سال آبی جاری (مهرماه ۱۴۰۳) تا روز ۱۲ اردیبهشت اختصاص دارد و معمولاً بارش‌های بهاری کشور تا اوایل خردادماه ادامه دارد.

کاهش ۳۷ درصدی بارش‌های کشورمان، در حالی است که هنوز تغییر قابل توجهی در مدیریت مصرف آب شهروندان به چشم نمی‌خورد. آمارهای شرکت آب و فاضلاب استان تهران، نشان می‌دهد که بارندگی‌های پایتخت از میانگین بلندمدت کمتر شده است. براساس داده‌های آماری، میزان بارش در سال جاری به رقمی پایین‌تر از ۱۴۰ میلیمتر رسیده و این درحالی است که در سال‌های گذشته، میزان بارش حدوداً ۲۰۰ میلیمتر بوده است.
افزایش مصرف آب در نخستین روزهای اردیبهشت‌ماه، هم‌زمان با گرم شدن زود هنگام هوا، رنگ خطری برای تابستان سخت ۱۴۰۴ به شمار می‌رود. مصرفی که تنها در یک روز به مرز ۳ میلیون و ۱۰۰ هزار مترمکعب رسید و نسبت به مدت مشابه سال گذشته، افزایش قابل توجهی داشت. بخشی از این مصرف به روشن شدن کولرهای آبی برمی‌گردد که در هر ساعت می‌توانند تا ۲۰ لیتر آب مصرف کنند.
اصلاح رفتار مصرف‌کنندگان حالا بیش از هر زمان دیگری به یک ضرورت بدل شده است. بنابراین اقدامات تنبیهی در دستور کار قرار گرفته و مشترکان بر مصرفی که به هشدارها توجهی نکنند، با قطعی ۱۲ ساعته آب مواجه خواهند شد. عبور از تنش آبی تابستان امسال، بدون مشارکت مردم امکان‌پذیر نیست.

سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های تولید برق، کلید عبور از خاموشی است

دلایل نهادی ناترازی انرژی

درصد، کشاورزی با ۱۴ درصد و عمومی با ۹ درصد در رتبه‌های بعدی مصرف قرار می‌گیرند. همچنین ۸ درصد برق تولیدی کشور به سرفصل سایر مصارف، یک درصد برای صادرات و یک درصد نیز برای روشنایی معابر عمومی اختصاص دارد.
اززیایی تکانه‌ها و خسارت قطعی برق، نشان می‌دهد که با فرض قطعی کامل برق، بیشترین آسیب به بخش خدمات وارد می‌شود؛ چراکه این بخش، سهم عمده بازار کار و اقتصاد ایران را در اختیار دارد، اما از آنجا که کسب و کارهای خدماتی، حتی با قطعی کامل برق نیز فعالیت خود را با مشکلاتی ادامه خواهند داد، این بخش از منظر تولید ناخالص داخلی، خسارت کمتری از قطعی برق مقابل خواهد شد. براساس آمارها و مطالعات، با احتساب سهم بخش‌های مختلف اقتصادی از تولید ناخالص داخلی، بیشترین خسارت قطعی برق به بخش صنعت تحمیل می‌شود و شدت این خسارت در بخش صنعت ۳۶۹۴ برابر، در صنعت برق ۳۴۲ برابر، در بخش حمل ونقل ۲۲۶ برابر و در بخش کشاورزی ۲۴۵ برابر محاسبه شده است.

همچنین تکنیک شدت تکانه قطعی برق در رشته فعالیت‌های صنعتی، نشان می‌دهد که در شرایط خاموشی، رشته فعالیت تعمیر و نصب ماشین‌آلات و تجهیزات، کمترین میزان اثرپذیری را دارد و در مقابل، رشته فعالیت تولید فلزات پایه با ضریب ۲۲ برابر، بیشترین شدت تکانه را از قطعی برق می‌تحمل می‌شود. در واقع، آسیب رشته فعالیت تولید فلزات پایه از قطعی برق، ۲۲ برابر آسیب رشته فعالیت تعمیر و نصب ماشین‌آلات و تجهیزات است. بررسی شدت تکانه ناشی از قطعی برق در رشته فعالیت‌های صنعتی براساس سهم آنها در تولید ناخالص داخلی نیز نشان می‌دهد که رشته فعالیت تولید فلزات با ۱۰۵۹ برابر، تولید مواد شیمیایی با ۷۹۱ برابر و تولید مواد غذایی با ۳۳۲ برابر، بیشترین آسیب را متحمل می‌شوند. با توقف تولید، انتقال و توزیع برق هر روز ۱۷ هزار و ۹۷۳ میلیارد تومان به اقتصاد کشور، خسارت وارد می‌شود که ۹۲۱۸ میلیارد تومان آن، سهم بخش صنعت است.

۳ شرط مدیریت موفق اقتصاد انرژی

براساس گزارش مرکز پژوهش‌های اتاق ایران، خسارت روزانه قطعی برق به بخش صنعت کشور، براساس اطلاعات حساب ملی سال ۱۴۰۲ به اضافه تورم ۳۵ درصد نقطه به نقطه در شهرپورماه ۱۴۰۳ برآورد شده است. براساس این برآوردها، بخش تولید فلزات پایه از قطعی روزانه برق ۹۰۰ میلیارد تومان، بخش شیمیایی ۹۰۰میلیارد تومان و بخش معدنی غیرفلزی روزانه ۶۶۰ میلیارد تومان خسارت می‌پیند. این در حالی است که رشته فعالیت تعمیر و نصب ماشین‌آلات که کمترین میزان آسیب را از قطعی روزانه برق می‌بیند، روزانه ۴۲ میلیارد تومان خسارت متحمل خواهد شد. به دلیل ناترازی همچنین تولید در حوزه معدن و صنایع معدنی نصف شده است. گزارش ۹ ماهه بانک مرکزی از تولید بخش معدن نیز به وضوح آن را تأیید می‌کند. تولید در این بخش از ۴٫۶ درصد در سه ماهه اول سال ۱۴۰۳ به ۱٫۵ درصد در سه ماهه سوم این سال رسیده و این در حالی است که تا پایان برنامه هفتم، رشد ۱۳ درصدی در بخش معدن، هدف‌گذاری شده است. رفع ناترازی انرژی، نیازمند اقدامات عاجل است؛ چراکه بنیه تولید و صنعت کشور را نشانه گرفته است.

کارشناسان، سه شرط برای مدیریت موفق اقتصاد انرژی، عنوان می‌کنند؛ شرط اول، این است که حق مالکیت انرژی را برای سرمایه‌گذار به رسمیت بشناسیم. در نتیجه سرمایه‌گذاری، انرژی با کمترین هزینه و با در مصرف آن صرفه‌جویی صورت می‌گیرد که لازم است حق مالکیت آن

برای سرمایه‌گذار به رسمیت شناخته شود. شرط دوم، این است که این انرژی چه تولید شد و چه در نتیجه جلوگیری از مصرف بی‌رویه ذخیره گشت؛ امکان فروش و معامله آن با مصرف کننده نهایی در بستر عرضه و تقاضا برای سرمایه‌گذار فراهم شود. شرط سوم هم اینکه انرژی به صورت پایدار و بدون محدودیت، تحویل متقاضی شود؛ چراکه اگر انرژی تحویل مشتری نهایی نشود، تضمینی برای سرمایه‌گذاری به وجود نخواهد آمد.

قراردادهای مبتنی بر عملکرد انرژی

به موازات تولید برق باید به مدیریت مصرف آن هم توجه کرد. گزارش معاونت بررسی‌های اقتصادی اتاق تهران نشان می‌دهد که به کارگیری «قراردادهای مبتنی بر عملکرد انرژی» از راهکارهای مؤثر بهینه‌سازی مصرف انرژی است. این قراردادها امکان اجرای پروژه‌های بهینه‌سازی را بدون نیاز به تأمین مالی گسترده فراهم می‌کنند. در این قراردادها، هزینه‌های پروژه از محل صرفه‌جویی در مصرف انرژی با درآمد حاصل از انرژی‌های تجدیدپذیر تأمین می‌شود. قراردادهای مبتنی بر عملکرد انرژی به دو مدل اصلی تقسیم می‌شوند: صرفه‌جویی مشترک و صرفه‌جویی تضمین شده. در مدل صرفه‌جویی مشترک، عایدی حاصل از صرفه‌جویی بین شرکت خدمات انرژی (اسکو) و کارفرما تقسیم می‌شود، اما ریسک عملکرد تا حدی برعهده کارفرما است. در مقابل، مدل صرفه‌جویی تضمین شده، همه ریسک را برعهده اسکو قرار می‌دهد و برای پروژه‌های بزرگ‌تر مناسب‌تر است. علاوه بر این دو مدل اصلی، انواع دیگری مانند مدل ساخت-مالکیت-عملیات-انتقال، مدل تأمین انرژی، قرارداد اجاره و رویکرد تسویه اولیه نیز وجود دارند که برای پروژه‌های بلندمدت یا با نیازهای خاص طراحی شده‌اند. این مدل‌ها علاوه بر کاهش هزینه، بهره‌وری انرژی را افزایش داده و امکان استفاده بهینه از منابع موجود را فراهم می‌کنند. گسترش استفاده از قراردادهای مبتنی بر عملکرد انرژی می‌تواند به کاهش مصرف انرژی، افزایش بهره‌وری و حل بحران ناترازی انرژی در ایران کمک کند. انتخاب مدل مناسب بسته به نوع پروژه، سطح ریسک قابل پذیرش، شرایط مالی کارفرما و اهداف بلندمدت انجام می‌شود. این قراردادها نه تنها ابزار قدرتمندی برای مدیریت مصرف انرژی هستند، بلکه زمینه توسعه پایدارتر اقتصاد کشور را فراهم می‌کنند.

به سوی تولید برق از منابع تجدیدپذیر

با توجه به وجود پتانسیل قابل توجه کشور در تولید برق از منابع تجدیدپذیر، یکی از راه‌های برون‌رفت از شرایط فعلی، استفاده از انرژی تجدیدپذیر است. تنوع‌بخشی به سبب تولید برق از طریق انرژی تجدیدپذیر، علاوه بر کمک به حل ناترازی، امنیت تولید انرژی کشور را افزایش داده و منجر به کاهش آلودگی زیست محیطی و آب مصرفی می‌شود. طبق برآورد وزارت نیرو، ایران دارای پتانسیل ۱۲۴ هزار مگاوات برق از منابع تجدیدپذیر است که ۷۱ هزار مگاوات آن، انرژی خورشیدی و ۴۹ هزار مگاوات آن، مربوط به انرژی بادی است. براساس آمارهای جهانی تا سال ۲۰۵۰، میزان تقاضای برق ۱٫۶ برابر خواهد شد و برق تجدیدپذیر با ۴۳ درصد، بیشترین سهم تولید برق را خواهد داشت. دولت در راستای حل این مسئله با تصویب اصلاحات آیین‌نامه تسهیل و رفع موانع احداث نیروگاه‌های تجدیدپذیر در تلاش است تا زمینه سرمایه‌گذاری برای تولید ۳۰ هزار مگاوات تا پایان دولت چهاردهم را میسر کند. رئیس انجمن انرژی‌های تجدیدپذیر ایران می‌گوید این اقدام نیازمند تغییر رویکرد دولت در روند جذب سرمایه، تسهیل سرمایه‌گذاری در تجدیدپذیرها و استفاده از توان داخلی است.

وام مسکن برای اعضای خانواده هم در دسترس قرار گرفت

اقساط ۲۵ میلیونی وام جدید مسکن

مدت‌زمان پرداخت وام مسکن، نظام بانکی تمایل چندانی به پرداخت این تسهیلات ندارد. او با بیان اینکه متقاضیان دریافت وام مسکن بعضاً باید از هفت خوان رستم عبور کنند، افزود: در مواردی پیش می‌آید که تمام تضمین لازم از متقاضی دریافت شده اما در زمان پرداخت، بانک‌ها طفره می‌روند. بنابراین آنچه که بیش از تصویب قوانین اهمیت دارد، ضمانت اجرای آن است. تا حدود یک دهه قبل، وام‌ها بخش قابل توجهی از قیمت مسکن را پوشش می‌داد؛ چراکه قیمت مسکن تا این حد بالا رفته بود؛ مثلاً با ۲۵ میلیون تومان می‌شد در تهران آپارتمان خریداری کرد که نزدیک ۱۸ میلیون تومان وام می‌دادند، اما اکنون یک میلیارد و ۲۸۰ میلیون تومان، تناسب چندانی با قیمت مسکن ندارد. ضمن اینکه متقاضی به خاطر سود بالای این وام، توان پرداخت اقساط ۲۵ میلیونی را نخواهد داشت.

نوبت دوم					
آگهی مناقصه عمومی یک مرحله ای شماره ۱					
شرکت آب و فاضلاب استان ایلام					
شرکت آب و فاضلاب استان ایلام	شرکت مهندسی آب و فاضلاب کشور (مافک)	وزارت نیرو			
شماره	عنوان مناقصه	مدت پیمان	رشته کاری	برآورد اولیه (ریال)	مبلغ تضمین (ریال)
۱۴۰۴/۱۹	اجاره تعداد ۶۸ دستگاه خودرو استیجاری	۱۱ ماه	خدماتی	۱۴۹/۴۹۳/۹۷۹/۷۹۹	۷/۴۷۴/۶۹۸/۹۹۰
تذکر: ارائه اصل ضمانت نامه پاکت (الف) علاوه بر بارگذاری در سامانه ستاد بصورت فیزیکی به دبیر خانه حراست واقع در میدان دفاع مقدس، شرکت آب و فاضلاب استان ایلام، دفتر حراست الزامی می باشد. مهلت دریافت (دائلود) اسناد از تاریخ: ۱۴۰۴/۰۲/۱۶ لغایت ۱۴۰۴/۰۲/۲۱ ساعت ۱۴ ب.ظ مهلت ارائه پیشنهاد قیمت از تاریخ: ۱۴۰۴/۰۲/۲۱ لغایت ۱۴۰۴/۰۲/۲۱ ساعت ۱۴ ب.ظ زمان برگزاری جلسه بازگشایی پاکت مناقصه: تاریخ ۱۴۰۴/۰۲/۲۳ ساعت ۱۰ ق.ظ					
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۴/۰۲/۱۶	تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۴/۰۲/۱۷	روابط عمومی شرکت آب و فاضلاب استان ایلام			

اخبار

آغاز ثبت‌نام وام ودیعه مسکن با سقف جدید

وزارت راه و شهرسازی از آغاز ثبت نام وام ودیعه مسکن برای دهک‌های میان درآمدی از روز سه‌شنبه ۱۶ اردیبهشت خبر داد. معاونت مسکن و ساختمان وزارت راه و شهرسازی با اعلام تکمیل به‌روز رسانی سامانه تسهیلات ودیعه مسکن، از آغاز ثبت نام این وام برای دهک‌های میان درآمدی از روز سه‌شنبه خبر داد و اعلام کرد: متقاضیان وام ودیعه مسکن می‌توانند با مراجعه به سامانه tem.mrud.ir نسبت به ثبت‌نام اقدام کنند. رقم تسهیلات برای این دسته از متقاضیان در تهران ۲۷۵ میلیون تومان، در مراکز استان‌ها ۲۱۰ میلیون تومان، در سایر شهرها ۱۴۰ میلیون تومان و در روستاها ۵۵ میلیون تومان است. بازپرداخت این تسهیلات نیز پنج ساله و با نرخ سود مصوب بانک‌ها (۲۲ درصد) لحاظ می‌شود. متقاضیان تسهیلات ودیعه مسکن بعد از ثبت نام اولیه باید منتظر نتیجه استعلام باشند که عموماً ۴۸ تا ۷۲ ساعت زمان می‌برد. همچنین در خصوص تسهیلات قرض‌الحسنه ودیعه مسکن که متعلق به دهک‌های یکم تا سوم درآمدی است و سقف تسهیلات این بخش نیز برای متقاضیان تحت پوشش کمیته امداد امام (ره)، سازمان بهزیستی و بنیاد شهید و امور ایثارگران، ۴۰۰ میلیون تومان است. این دسته از متقاضیان البته نیازی به ثبت نام در سامانه تسهیلات ودیعه مسکن را ندارند و باید به سازمان‌ها و نهادهای تحت پوشش خود مراجعه کنند. گفتنی است تسهیلات ودیعه مسکن در دومین جلسه شورای عالی مسکن در دولت چهاردهم مصوب شد که هیأت عالی بانک مرکزی با رافق تسهیلات موافقت کرد و هم اکنون دستورالعمل اجرای این تسهیلات ابلاغ شده است.

تصمیم‌گیری برای مولدسازی ۱۲۵ ملک دولتی

در چهل و پنجمین جلسه هیأت عالی مولدسازی دارایی‌های دولت، با مازاد بودن ۱۲۵ ملک در ۱۴ استان موافقت شد. همچنین با فروش ۶۰ ملک به ارزش ۱۲ هزار میلیارد ریال، تأمین مالی پروژه‌های نیمه‌تمام ورزشی و راهسازی در قزوین و اردبیل تصویب شد. به گزارش «یسناس»، در این جلسه با مازاد بودن تعداد ۱۲۵ فقره ملک واقع در استان‌های کرمانشاه، چهارمحال‌وختیاری، مرکزی، قزوین، قم، بوشهر، اصفهان، اردبیل، مازندران، آذربایجان غربی، آذربایجان شرقی، خوزستان، گلستان و تهران موافقت و مقرر شد عناوین املاک مذکور در فهرست املاک مزاد درج شوند. هیأت عالی مولدسازی با هدف تکمیل پروژه‌های نیمه‌تمام «ورزشگاه ۵۱ هزارفتری سردار آزادگان»، «سالن دوومیدانی و مجموعه ورزش تختی»، «ورزشگاه هزارنفری» واقع در استان قزوین و تکمیل پروژه‌های نیمه‌تمام «باند دوم متگین شهر پارس‌آباد» و احداث «باند دوم رخی – گرمی – بلبه‌سوار»، «راه اصلی کلور – درام»، «باند دوم اردبیل – سرچم»، «تونل شمالی حیران (محور نمین استرا)، «تونل الماس (خلخال – اسنالم)»، «باند دوم اردبیل – مشگین شهر» واقع در استان اردبیل، پس از تصویب قیمت پایه و روش مولدسازی تعداد (۶۰) فقره ملک به ارزش تقریبی ۱۲ هزار میلیارد ریال، مقرر کرد از منابع حاصل از واگذاری و مولدسازی املاک یادشده در راستای تأمین مالی پروژه‌های فوق استفاده شود. همچنین در جلسه فوق قیمت پایه و روش مولدسازی تعداد هشت فقره ملک مجموعاً به ارزش تقریبی ۸۵۰ میلیارد ریال مصوب شد. در جلسه یادشده، پیشنهاد خرید ملک سپه، بانک سپه، موسوم به سپه شهر از طریق مذاکره مطرح شد و هیأت مقرر کرد تا براساس شرایط پیشنهادی جدید، نسبت به انتشار اگهی مذاکره در جراید کثیرالانتشار اقدام شود.

بیمه اتکایی چطور به داد شرکت بیمه‌گر می‌رسد؟

آخرین خبرها از بندر رجبای

گمرک ایران، عملکرد ۲۴ ساعت گذشته گمرک شهید رجبای بندرعباس را اعلام کرد که نشان می‌دهد در مدت یادشده، تعداد ۳۳۸۳ دستگاه کامیون از گمرک شهید رجبای، بارگیری و خارج شده است. طبق اعلام گمرک ایران، در ۲۴ ساعت گذشته با تلاش کارکنان گمرک، آمار کامیون‌های خروجی در این گمرک در رویه واردات به رقم ۱۶۹۲ دستگاه رسید و در رویه ترانزیت خارجی و داخلی نیز ۱۶۹۰ دستگاه کامیون بارگیری و خارج شد. همچنین تعداد ۹۷۳ فقره اظهارنامه گمرکی به این گمرک اظهار شد که از این تعداد ۵۲۲ فقره به واردات، ۱۰۰ فقره به صادرات، ۳۶۹ فقره به ترانزیت خارجی و ۵۲ فقره به ترانزیت داخلی اختصاص داشت. با تلاش شبانه‌روزی کارکنان گمرک طی ۲۴ ساعت گذشته، تعداد ۱۰۰۲ فقره اظهارنامه نیز در این گمرک پروانه شده است. در مدت یادشده پس از اظهار کالاها به گمرک و در فرایند انجام تشریفات گمرکی، تعداد ۱۱۵۲ دستگاه کامیون نیز از طریق دستگاه‌های ایکس‌ری کامیونی اسکن شد و عملیات باسکول تعداد ۶۵۱۶ کامیون نیز در ۲۴ ساعت گذشته در این گمرک انجام شد. اما سولای که اظهار برای بسیاری از مخاطبان پیش آمده، این است که در مواقع بحرانی، بیمه اتکایی چطور به داد شرکت بیمه‌گر می‌رسد؟ بیمه‌های اتکایی در هنگام وقوع حوادث بزرگ به کمک شرکت‌های بیمه‌ای می‌آیند و در نهایت شرکت‌های بیمه اتکایی در مقابل دریافت قسمتی از حق بیمه‌های شرکت‌های بیمه، متعهد می‌شوند بخشی از خسارت‌های احتمالی مربوط به بیمه‌نامه یا بیمه‌نامه‌های صادره توسط شرکت بیمه طرف قرارداد اصلی را جبران کنند. شاید زمانی که یک حادثه رخ می‌دهد، اولین چیزی که به ذهن افراد می‌رسد نحوه پوشش بیمه‌ای برای جبران خسارت است. معمولاً طرح قرارداد بیمه‌ای یک بیمه‌نامه، یک شرکت بیمه‌ای است و شاید اولین موضوعی که در زمان حوادث بزرگ در رابطه با بیمه مطرح شود این است که شرکت بیمه‌ای طرف قرارداد مکلف است همه خسارات را پرداخت کند و پرداخت این خسارات هزینه بالایی را بر دوش شرکت بیمه‌ای تحمیل کند. حال بایبید تصور کنیم که اگر پرداخت خسارت را بر مقیاس بالایی باشد جبران خسارات پرداختی برای شرکت بیمه‌گر بسیار بالا خواهد بود که ممکن است کفایت سرمایه شرکت بیمه‌گر را با چالش روبه‌رو کند. اما شرکت‌ها و قوانین بیمه‌ای، راه حل خود برای این شرایط در نظر گرفته‌اند که راهکار آن برای کاهش ریسک از طریق بیمه اتکایی است. به گزارش «یسناس»، بیمه اتکایی به پوشش بیمه‌ای گفته می‌شود که مطابق آن شرکت‌های بیمه می‌توانند به وسیله آن یکدیگر را در برابر خسارت‌های بزرگ حمایت کنند و قراردادی است که بر حسب آن یک شرکت بیمه‌ای به عنوان واگذارنده سهام یا قسمتی از تعهدات بیمه‌ای خود را در برابر پرداخت بخشی از حق بیمه دریافتی به بیمه‌گر اتکایی یا پذیرنده واگذار می‌کند که در حقیقت به آن توزیع ریسک گفته می‌شود. بنابراین بیمه‌گر اتکایی، حمایت‌کننده بیمه‌گر (واگذارکننده) در برابر خسارت‌های سنگین مالی است که ممکن است در نتیجه وقوع خسارت‌های بزرگ یا زیان‌های متعدد در ابعاد کوچک و متوسط در یک زمان محدود ایجاد شوند. در برخی کشورها، شرکت‌های بیمه‌ای حتی بیمه‌های اتکایی خود را با شرکت‌های بیمه‌ای در کشورها دیگر انجام می‌دهند که به آن انتقال ریسک احتمالی به نقاط دیگر جهان و توزیع جهانی ریسک بیمه‌ای گفته می‌شود و معمولاً قوانین اجرایی و حرفه‌ای بیمه در همه جای دنیا یکسان است تا تمامی شرکت‌های بیمه بتوانند با یکدیگر زبان مشترک داشته و حمایت بیمه‌ای را یکسان و هماهنگ سازند. این بیمه‌نامه‌ها (اتکایی) با توجه به اینکه در طرح‌های مختلف ارائه می‌شود، می‌تواند مزیت‌های بسیاری داشته باشد و هنگام حادثه به کمک شرکت‌های بیمه‌ای آمده و در نهایت شرکت‌های بیمه اتکایی در مقابل دریافت قسمتی از حق بیمه‌های شرکت‌های بیمه مستقیم متعهد می‌شوند، بخشی از خسارت‌های احتمالی مربوط به بیمه‌نامه یا بیمه‌نامه‌های صادره توسط شرکت بیمه طرف قرارداد را جبران کند. گفتنی است؛ در مهرماه سال ۱۳۹۱ شورای عالی بیمه در اجرای ماده ۲۲ قانون تأسیس بیمه مرکزی ایران و بیمه‌گری، آیین‌نامه نحوه واگذاری بیمه‌های اتکایی اجباری و میزان کارمزد و مشارکت در سود آن را مشتمل بر ۲۰ ماده و ۱۱ تبصره، وضع کرد که به این‌نامه شماره ۷۶ معروف است.

محیط کسب‌وکار در فصل زمستان منجمد شد

رنج کسب‌وکارها از موانع تکراری



فرصت امروز: شاخص ملی محیط کسب‌وکار در فصل زمستان ۱۴۰۳ به سطح ۶۰۱ (نمره بدترین ارزیابی ۱۰ است) رسیده که نسبت به فصل پاییز (با میانگین ۵،۹۶) اندکی نامساعدتر شده است. فعالان اقتصادی همچون پایش‌های پیشین، سه مؤلفه «غیرقابل پیش‌بینی بودن و تغییرات قیمت مواد اولیه و محصولات»، «دشواری تأمین مالی از بانک‌ها» و «بی‌ثباتی سیاست‌ها، قوانین و مقررات و رویه‌های اجرایی ناظر بر کسب‌وکار» را به ترتیب نامناسب‌ترین مؤلفه‌های محیط کسب‌وکار کشور ارزیابی کرده‌اند. براساس گزارش مرکز پژوهش‌های اتاق ایران، میانگین ظرفیت فعالیت (واقعی) بنگاه‌های اقتصادی در زمستان سال گذشته معادل ۴۱،۳۵ درصد بوده که نسبت به فصل پاییز (با رقم ۴۰،۷۲ درصد) افزایش بسیار جزئی ۰،۶۳ درصدی را نشان می‌دهد. همچنین وضعیت محیط کسب‌وکار در بخش خدمات (۵،۹۷) در مقایسه با بخش‌های کشاورزی (۵،۹۱) و صنعت (۵،۸۷) نامناسب‌تر ارزیابی شده است. در بین رشته فعالیت‌های اقتصادی نیز رشته‌های «آموزش»، «مالی و بیمه» و «اداری و خدمات پشتیبانی» دارای بهترین وضعیت محیط کسب‌وکار بوده‌اند و رشته فعالیت‌های «سایر فعالیت‌های خدماتی»، «خدمات مربوط به تأمین جا و غذا» و «حمل‌ونقل و انبارداری» بدترین وضعیت محیط کسب‌وکار را تجربه کرده‌اند. همچنین در جغرافیای استانی کشور، استان‌های خوزستان، خراسان رضوی و زنجان به ترتیب دارای مساعدترین وضعیت محیط کسب‌وکار بوده‌اند.

در همین حال در اسفندماه ۱۴۰۳، شاخص مدیران خرید اقتصاد ایران برای چهارمین ماه متوالی، روند رکودی داشته و پایین‌تر از مرز ۵۰ قرار گرفته است. شامخ بخش صنعت نیز با وجود افزایش جزئی، در همین محدوده متوقف نشده است. اگرچه اسفندنامه معمولاً با افزایش تقاضای مصرف‌کنندگان همراه است، اما برخلاف انتظارات، نه‌تنها بهبود معناداری در این ماه دیده نشد، بلکه شاخص‌ها نسبت به اسفند سال‌های گذشته نیز کاهش یافته‌اند. کاهش میزان تولید، سفارشات جدید و موجودی مواد اولیه، بیانگر کاهش در سمت عرضه و تقاضاست که ریشه در تشدید نوسانات ارزی، رشد هزینه‌های تولید، کمبود نقدینگی و کاهش قدرت خرید مصرف‌کنندگان دارد.

سایه تردید در فضای کسب وکار کشور

نتایج حاصل از پایش ملی محیط کسب‌وکار ایران در زمستان ۱۴۰۳ از رسیدن این شاخص به ۶۰۱ (نمره بدترین ارزیابی ۱۰ است) حکایت دارد که نسبت به فصل پاییز (با میانگین ۵،۹۶) اندکی نامساعدتر شده است. در زمستان ۱۴۰۳، فعالان اقتصادی مشارکت‌کننده در پایش ملی محیط کسب‌وکار، به ترتیب سه مؤلفه «غیرقابل پیش‌بینی بودن و تغییرات قیمت مواد اولیه و محصولات»، «دشواری تأمین مالی از بانک‌ها» و «بی‌ثباتی سیاست‌ها، قوانین و مقررات و رویه‌های اجرایی ناظر بر کسب‌وکار» را نامناسب‌ترین مؤلفه‌های محیط کسب‌وکار کشور نسبت به سایر مؤلفه‌ها ارزیابی کرده‌اند. میانگین ظرفیت فعالیت (واقعی) بنگاه‌های اقتصادی شرکت‌کننده در فصل زمستان سال گذشته، معادل ۴۱،۳۵ درصد بوده که نسبت به پاییز ۱۴۰۳ (۴۰،۷۲ درصد) افزایش جزئی ۰،۶۳ درصدی داشته است. همچنین در زمستان سال گذشته، وضعیت محیط کسب‌وکار در بخش خدمات (۵،۹۷) در مقایسه با بخش‌های کشاورزی (۵،۹۱) و صنعت (۵،۸۷) نامناسب‌تر ارزیابی شده است. در بین رشته فعالیت‌های اقتصادی درحسب طبقه‌بندی استاندارد ISIC.rev۴ نیز رشته‌های

شاخص مدیران خرید کل اقتصاد ایران که معیاری از شرایط کلی کسب‌وکار ماهانه است، پس از تعدیل فصلی همچنان در ناحیه رکود

باقی مانده است. شاخص مذکور برای اسفندماه معادل ۴۸،۷ برآورد شده و نشان می‌دهد که میزان فعالیت‌های اقتصادی در این ماه برای چهارمین ماه متوالی، روندی کاهشی داشته است. البته نرخ کاهش در این ماه نسبت به ماه قبلی (۲۷،۰) اندکی کمتر گزارش شده و علی‌رغم اینکه در اسفندماه معمولاً انتظار بهبود فعالیت‌ها وجود دارد اما شاخص کاهشی شده است. تداوم کاهش این شاخص در اسفندماه تحت تأثیر روند کاهشی چهار مؤلفه از پنج مؤلفه اصلی خود قرار گرفته است. میزان تولید محصولات یا ارائه خدمات، میزان سفارشات جدید مشتریان، موجودی مواد اولیه یا لوازم خریداری شده و میزان استخدام و به‌کارگیری نیروی انسانی همگی کاهشی بوده درحالی‌که سرعت انجام و تحویل سفارشات، روندی افزایشی داشته است. در اسفندماه میزان تولید محصول و ارائه خدمت

همانطور که اشاره شد، شاخص مدیران خرید کل اقتصاد در اسفندماه

۱۴۰۳ به سطح ۴۸،۷ رسید؛ رقمی که از ماه‌های مشابه سال قبل نیز پایین‌تر است و از تداوم رکود در فعالیت‌های اقتصادی حکایت دارد. در اسفند سال گذشته، شاخص مدیران خرید (شامخ) برای چهارمین ماه متوالی، روند رکودی داشت و کمتر از محدوده مرزی ۵۰ قرار گرفت. مطابق الگوی فصلی سال‌های گذشته، انتظار بهبود در وضعیت کسب‌وکارها در اسفندماه وجود داشت؛ زیرا اسفندنامه معمولاً با افزایش تقاضای مصرف‌کنندگان همراه است، اما برخلاف انتظارات، نه‌تنها بهبود معناداری مشاهده نشد، بلکه شاخص‌ها نسبت به اسفند سال‌های گذشته نیز کاهش یافته‌اند.

شاخص مدیران خرید کل اقتصاد ایران که معیاری از شرایط کلی کسب‌وکار ماهانه است، پس از تعدیل فصلی همچنان در ناحیه رکود باقی مانده است. شاخص مذکور برای اسفندماه معادل ۴۸،۷ برآورد شده و نشان می‌دهد که میزان فعالیت‌های اقتصادی در این ماه برای چهارمین ماه متوالی، روندی کاهشی داشته است. البته نرخ کاهش در این ماه نسبت به ماه قبلی (۲۷،۰) اندکی کمتر گزارش شده و علی‌رغم اینکه در اسفندماه معمولاً انتظار بهبود فعالیت‌ها وجود دارد اما شاخص کاهشی شده است. تداوم کاهش این شاخص در اسفندماه تحت تأثیر روند کاهشی چهار مؤلفه از پنج مؤلفه اصلی خود قرار گرفته است. میزان تولید محصولات یا ارائه خدمات، میزان سفارشات جدید مشتریان، موجودی مواد اولیه یا لوازم خریداری شده و میزان استخدام و به‌کارگیری نیروی انسانی همگی کاهشی بوده درحالی‌که سرعت انجام و تحویل سفارشات، روندی افزایشی داشته است. در اسفندماه میزان تولید محصول و ارائه خدمت

نگاهی به کارمزدهای جدید خدمات بانکی

برداشت از خودپرداز هم پولی شد

لازم با هیأت عالی بانک مرکزی، مورد بازنگری و به‌روزرسانی قرار گرفت

و بانک‌ها می‌توانند برای تمامی مشتریان خود حداکثر تا ۳۰ درصد و

برای افراد تحت پوشش سازمان‌های حمایتی تا ۱۰۰ درصد و همچنین

برای شرکت‌های دانش‌بنیان حداکثر تا ۴۰ درصد تخفیف اعمال کنند.

بانک مرکزی در بخشنامه‌ای به تاریخ ۱۴ اردیبهشت ۱۴۰۴، میزان کارمزد

خدمات بانکی ریالی و الکترونیکی را به‌روزرسانی و به شبکه بانکی ابلاغ

کرد. در متن این بخشنامه آمده است: مطابق مفاد بند (۱۱) ماده (۸)

قانون بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، اتخاذ تصمیم درخصوص نرخ

کارمزد انواع خدمات بانکی به هزینه تمام‌شده خدمات در زمره

یکی از وظایف هیأت عالی بانک مرکزی برشمرده شده است. علاوه بر این،

براساس مفاد بند (۴) ماده (۲۰) «قانون عملیات بانکی بدون ربا (بهره)»

نیز تعیین انواع و میزان حداقل و حداکثر کارمزد خدمات بانکی (مشروط

بر اینکه بیش از هزینه کار انجام نشده نباشد) برعهده بانک مرکزی

است. در این راستا، با عنایت به آخرین ضوابط ابلاغی ناظر بر خدمات

بانکی ریالی و الکترونیکی و نیز تغییر سطح عمومی قیمت‌ها و همچنین

برمبنای پیشنهادهای واصله از شورای هماهنگی بانک‌ها و کانون بانک‌ها

و مؤسسات اعتباری خصوصی و بررسی‌های به عمل آمده و در نهایت پس

از هماهنگی‌های لازم با هیأت عالی بانک مرکزی، انواع و حداکثر میزان

کارمزد خدمات بانکی ریالی و الکترونیکی مورد بازنگری و به‌روزرسانی قرار

گرفت و این بانک به شرح جدول پیوست شماره (۱) و (۲) در جلسهای

به تاریخ ۱۴ اسفند ۱۴۰۳ هیأت عامل بانک مرکزی به تصویب رسید.

به گفته بانک مرکزی؛ بازنگری کارمزدهای خدمات بانکی ریالی

و الکترونیکی پس از سیری شدن دو سال از آخرین بخشنامه ابلاغی

(بخشنامه شماره ۰۲/۳۲۷۸۰ به تاریخ ۱۷ اردیبهشت‌ماه ۱۴۰۲ و با

مدنظر قرار دادن شرایط کلان اقتصادی و مقتضیات فعلی کشور انجام

شده است؛ به نحوی که کارمزدهای مندرج در جدول پیوست بخشنامه

حاضر نسبت به بهای تمام شده ارائه خدمات متناظر آنها، پایین‌تر و در

شناسه آگهی ۱۹۱۵۵۸۶

خبرنامه

اطلاعیه خاموشی‌های احتمالی شهر تهران

برق هزار مشترک پر مصرف قطع شد

شرکت توزیع نیروی برق تهران بزرگ، خطاب به شهروندان تهرانی اعلام کرد که آگاهی از برنامه خاموشی‌های احتمالی شهر تهران با مراجعه به سامانه هوشمند فوریت‌های شرکت توزیع نیروی برق تهران بزرگ امکان‌پذیر است. طبق اعلام شرکت توزیع نیروی برق تهران بزرگ، به اطلاع مشترکان شرکت توزیع نیروی برق تهران بزرگ و شهروندان تهرانی می‌رساند آگاهی از برنامه خاموشی‌های احتمالی شهر تهران به طرق ذیل امکان‌پذیر است: «مراجعه به سامانه هوشمند فوریت‌های شرکت توزیع نیروی برق تهران بزرگ به نشانی **www.tbtb.ir** بخش اطلاع‌رسانی خاموشی»، «مراجعه به وب‌سایت برق من و یا نصب و استفاده از اپلیکیشن برق من»، «تماس با دستیار صوتی هوش مصنوعی سامانه ۱۲۱ از طریق شماره‌گیری تلفن ۱۲۱ و شماره‌گیری عدد ۴ پس از پخش پیام خوش‌آمدگویی و پردازش اطلاعات» و «استفاده از کد دستوری #۱۲۱*#۵۰». گفتنی است تمامی ظرفیت‌های ممکن به منظور مدیریت بار و توزیع مناسب انرژی توسط کارکنان خدم شرکت توزیع نیروی برق تهران بزرگ به کار گرفته شده‌است، این شرکت ضمن قدردانی از صبر و درباری و همراهی همیشگی مشترکان خود از تمامی شهروندان تهرانی درخواست دارد با حداکثر صرفه‌جویی در مصرف برق ما را در بهبود خدمات و توزیع عادلانه انرژی یاری کنند. همچنین به دنبال اعلام قبلی شرکت توزیع نیروی برق تهران بزرگ و پس از ارسال پیامک‌های هشدار برای مشترکان پر مصرف، ۱۰۳۳ مشترک تهرانی که به اخطارهای داده شده توجهی نکرده‌اند مشمول قطع برق شدند. طبق اعلام شرکت توزیع نیروی برق تهران بزرگ و به دنبال اعلام قبلی این شرکت مبنی بر ارسال پیامک‌های هشدار برای مشترکان پر مصرف برق و لزوم همراهی در اجرای برنامه‌های مدیریت مصرف، تمامی مشترکان پر مصرف برق پایتخت، پیامک هشدار دریافت کردند. از این تعداد، انشعاب برق ۱۰۳۳ مشترک که به پیامک ارسالی توجه نکرده و مصرف برق خود را کاهش ندادند به صورت هوشمند از راه دور محدود شد. شرکت توزیع نیروی برق تهران بزرگ ضمن قدردانی از همکاری بسیار مناسب هموطنان تهرانی از محدود مشترکانی که الگوی مصرف برق را رعایت نمی‌کنند درخواست دارد در حداکثر صرفه‌جویی در مصرف برق همراه صنعت برق کشور در توزیع عادلانه انرژی در کشور باشند. بدیهی است فرآیند پایش مصارف برق مشترکان به صورت روزانه در حال انجام است و مشترکانی که به هشدارهای داده شده توجهی نکنند با اعمال محدودیت مواجه خواهند شد.

وقتی مصرف از ذخایر پیشی می‌گیرد

زنگ خطر خشکسالی در تهران

در شرایطی که میزان بارندگی در پایتخت طی سال‌های اخیر، روندی کاهشی و نگران‌کننده داشته، نشانه‌هایی از افزایش مصرف آب در روزهای ابتدایی فصل گرما، مسئولان حوزه آب را به تأمل و هشدار واداشته است. به گزارش «ایسنا»، آمارهای منتشرشده از سوی شرکت آب و فاضلاب استان تهران حاکی از آن است که تهران با یکی از سخت‌ترین دوره‌های کم‌بارشی در چند دهه اخیر روبه‌روست؛ دوره‌ای که نه‌تنها بارندگی‌ها از میانگین بلندمدت کمتر بوده، بلکه در سال جاری نیز نشانه‌ای از بهبود وضعیت دیده نمی‌شود. براساس همین داده‌ها، در برخی سال‌ها میزان بارش به زیر ۲۰۰ میلیمتر رسیده و در سال جاری نیز رقمی پایین‌تر از ۱۴۰ میلیمتر گزارش شده است. در چنین شرایطی، استمرار تامین پایدار آب شرب برای جمعیتی چند میلیونی، حاصل برنامه‌ریزی و اقدامات اجرایی گسترده‌ای است که از دید بسیاری پنهان می‌ماند. با این حال، تداوم این روند در صورت همراه نبودن شهروندان با الگوهای مدیریت مصرف، با چالش‌هایی جدی روبه‌رو خواهد بود. افزایش مصرف آب در نخستین روزهای اردیبهشت‌ماه، هم‌زمان با گرم شدن زودهنگام روزگ خطرِ دیگری برای تابستانی سخت به شمار می‌رود. مصرفی که تنها در یک روز، به مرز ۳میلیون و ۱۰۰ هزار مترمکعب رسید و نسبت به مدت مشابه سال گذشته، افزایش قابل توجهی داشت. بخشی از این مصرف به روشن شدن کولرهای آبی نسبت داده شده است؛ تجهیزاتی که هر یک در هر ساعت می‌توانند تا ۳۰ لیتر آب مصرف کنند. از سوی دیگر، مسئولان آبفا بار دیگر بر لزوم بازنگری در سبک زندگی و مصرف تأکید کرده‌اند. اصلاح رفتار مصرف‌کنندگان، حالا بیش از هر زمان دیگری به یک ضرورت بدل شده است. پیشنهادهایی مانند سرویس دوره‌ای کولرهای آبی، کاهش ساعات استفاده از تجهیزات سرمایشی و نصب سایبان بر کولرها، بخشی از راهکارهایی است که می‌تواند از فشار بر شبکه آبرسانی بکاهد. در برخی مناطق پایتخت نیز اقدامات تنبیهی در دستور کار قرار گرفته است. مشترکان پر مصرفی که به هشدارهای پیامی بی‌توجهی کنند، با قطع ۱۲ ساعته آب مواجه می‌شوند و این در حالی است که متوسط مصرف آب در تهران، همچنان فاصله‌ای چشمگیر با استانداردهای جهانی دارد. در نهایت، آنچه بیش از هر چیز از زبان مسئولان شنیده می‌شود، یک پیام مشخص است، عبور از تنش آبی تابستان پیش‌رو، بدون مشارکت مردم ممکن نخواهد بود. طرح‌هایی مانند ۲۰ در ۳۰ نیز با هدف ارائه راهکارهای ساده و قابل اجرا به شهروندان راه‌اندازی شده‌اند. تا هر خانواده بتواند سهم خود را در این مسیر ایفا کند.

قیمت هر بشکه نفت پرن‌ت ۶۱ دلار شد

بازگشت نفت به مسیر صعود

قیمت نفت تحت تاثیر بهبود فنی و تقاضای خرید ازان در معاملات روز سه‌شنبه بازار آسیا، بیش از یک درصد افزایش یافت. قیمت هر بشکه نفت برنت با ۹۲ سنت افزایش به ۶۱ دلار و ۱۵ سنت و نفت وست تگزاس اینترمیت آمریکا با ۸۹ سنت افزایش به ۵۸ دلار و دو سنت رسید. هر دو شاخص نفتی در روز دوشنبه، تحت تاثیر تصمیم اوپک پلاس برای تسریع افزایش تولید برای دومین ماه متوالی، به پایین‌ترین حد خود از فوریه ۲۰۲۱ زپول کرده بودند. «بیپ جون روئگ» استراتژیست بازار شرکت آی‌جی، گفت: «بهبود اندک قیمت نفت در معاملات روز سه‌شنبه، بیشتر به نظر می‌رسد فانی باشد و عوامل بنیادین داخلی نداشتند. موانع مستمر شامل تغییر سیاست تولید اوپک پلاس، تقاضای نامعلوم در بوجوه ریسک‌های تعرفه آمریکا و بازنگری نزولی پیش‌بینی‌های قیمت، همچنان به حرکت قیمت نفت سنگینی می‌کنند.» قیمت نفت تحت تاثیر این انتظارات که میزان عرضه از تقاضا فراتر خواهد رفت، در شش روز معامله متوالی، بیش از ۱۰ درصد کاهش یافت و از آوریل که تعرفه‌های «دونالد ترامپ» رئیس‌جمهور آمریکا، باعث شد احتمال کندی اقتصاد جهانی تشدید شود، بیش از ۲۰ درصد سقوط کرده است. بازگشت فعالان بازار چین پس از پنج روز تعطیلات عمومی از اول ماه مه، از قیمت‌ها در معاملات روز سه‌شنبه، پشتیبانی کرد. همچنین عامل دیگری که از افزایش قیمت نفت پشتیبانی کرد، رشد بخش خدمات در آمریکا بود که بزرگ‌ترین مصرف‌کننده نفت جهان است. موسسه آی‌اس‌ام، روز دوشنبه اعلام کرد که شاخص مدیران خرید بخش غیرتولید از ۵۰.۸ واحد در ماه مارس به ۵۱.۶ واحد در ماه آوریل افزایش یافت. اقتصاددانان حاضر در نظرسنجی «رویترز»، آفت این شاخص به ۵۰.۲ واحد را پیش‌بینی کرده بودند. بانک پارکلیز نیز اخیرا پیش‌بینی قیمت نفت برنت در سال ۲۰۲۵ را چهار دلار در هر بشکه کاهش داد و ۷۰ دلار تخمین زد و برآورد قیمت سال ۲۰۲۶ را نیز ۶۲ دلار در هر بشکه اعلام کرد.

گروه خودرو، مقصد جدید پول حقیقی شد

تصاحب دوباره کانال ۳,۱ میلیونی



فرصت امروز: شاخص کل بورس تهران با رشد ۰,۴۳ درصدی در معاملات روز سه‌شنبه مجدداً کانال ۳,۱ میلیون واحدی را پس گرفت. ارزش معاملات خرد مجدداً به بالای ۱۵ همت رسید و این ارزش معاملات نسبتاً بالا با ورود پول ۹۰۰ میلیارد تومانی همراه شد. در معاملات چهارمین روز هفته، شاخص کل بورس تهران با رشد بیش از ۱۳ هزار واحدی و ثبت بازدهی ۰,۴۳ درصدی، کانال ۳,۱ میلیون واحد را که روز پیش‌شنبه (۱۴ اردیبهشت) از دست داده بود، بار دیگر تصاحب کرد و تا سطح ۳ میلیون و ۱۱۰ هزار واحد پیش رفت. هنگام با روند صعودی شاخص کل و تسخیر مجدد مقاومت ۳,۱ میلیونی، شاخص هموزن نیز برای نخستین بار به کانال ۹۵۰ هزار واحدی رسید تا روند رکوردشکنی آن کامکان ادامه داشته باشد. شاخص هم‌وزن در معاملات سه‌شنبه بیش از ۷ هزار واحد افزایش یافت و با ثبت رشد ۰,۷۴ درصدی در تراز ۹۵۳ هزار و ۱۴۷ واحد ایستاد. شاخص کل فرابورس ایران هم رشد ۱۳۵ واحدی را تجربه کرد و به محدوده ۲۷ هزار و ۳۳۳ واحد رسید.

در پایان دادوستدهای روز گذشته، ارزش معاملات خرد مجدداً به بالای ۱۵ همت رسید و این ارزش معاملات نسبتاً بالا با ورود پول حدود ۹۰۰ میلیارد تومانی همراه شد. سهام و حق تقدم نیز با ورود پول و صندوق‌های سهامی هم با خروج پول مواجه شدند. در معاملات روز سه‌شنبه حدود سه چهارم از نقشه‌بازار به رنگ سبز درآمد و بانکی‌ها با ارزش معاملاتی ۱۴۰۰ میلیارد تومانی، پرعامله‌ترین گروه بازار شناخته شدند. خودرویی‌ها هم که با ورود پول ۲۱۱ میلیارد تومانی مواجه شدند، دیگر گروهی بودند که درپرواز ارزش معاملات بالای یک همتی را تجربه کردند. ارزش معاملات خودرویی‌ها در روز سه‌شنبه بیش از ۱۳۰۰ میلیارد تومان رسید.

رفت و برگشت بورس در مدار مثبت

«مسعود مهدیان»، کارشناس بازار سرمایه در مورد روند معاملات روز گذشته به «کاوایران» گفت: معاملات بورس تهران با توجه به خبرهای ابراز تمایل ایران و آمریکا به ادامه مذاکرات و تداوم خوش‌بینی‌ها به توافق احتمالی، با افزایش تقاضا آغاز به کار کرد؛ البته در نیمه‌های بازار مجدداً فشار عرضه‌ها را شاهد بودیم که در نهایت در ساعت پایانی معاملات سه‌شنبه مجدداً با موجی از تقاضا مواجه شدیم و شاخص کل در پایان با رشد ۱۳ هزار واحدی به بالای ۳ میلیون و ۱۰۰ هزار واحد رسید. ارزش معاملات در سطح ۱۵ همت تثبیت شد و ورود پول حقیقی هم هرچند کم؛ منجر به قطع خروج سنگین پول از بازار شد که در اوایل هفته اتفاق افتاده بود. در این بین، مصوبه اصلاح ضرایب اعتبار هرچند تصمیم درستی است و به کاهش ریسک و ایجاد گردش نقدینگی در بازار کمک می‌کند، ولی به لحاظ زمان اجرا و همچنین ضربتی بودن اعمال مصوبه می‌توان گفت که تصمیمی غیرکارشناسی بود. به گفته «مهدیان»، همانطور که در کنار شایعات به بن بست خوردن مذاکرات، جو بسیار منفی و خروج پول سنگین و هیجانات کاذب را در بین سهامداران شاهد بودیم، انتظار می‌رود بازارساز و مسئولان به این گونه موارد با دقت نظر بیشتری توجه داشته باشند. در چند روز اخیر شاهد اصلاح جزئی در سهام بزرگ‌تر شاخص‌ساز، بخصوص سهام بانکی و پالایشگاهی بودیم و در آن سو، شاخص هم‌وزن و سهام کوچک‌تر بیشتر مورد توجه سرمایه‌گذاران قرار گرفته بودند. انتظار می‌رود در روزهای آینده باتوجه به شرایط و خبرهای مثبت از ادامه مذاکرات و از طرفی، بحث واگذاری سایپا و ادامه روند خصوصی‌سازی، شاهد افزایش تقاضا در اکثریت بازار باشیم.

از ریسک سقوط تا رشد انفجاری بورس

«شهریه محمدنیا»، دیگر کارشناس بازار سرمایه نیز به فضای مثبت دو هفته اخیر بورس، اشاره کرد و گفت: «دو دور اخیر مذاکرات، امیدواری به کاهش ریسک‌های سیستماتیک را افزایش داد و تقاضا برای سهام را تقویت کرد، اما نوسانات اخیر (ناشی از ابهامات مذاکرات و حادثه هرمزگان) دل‌نگرانی موقتی در بازار ایجاد کرد. ذات بازار سرمایه، ریسک‌پذیر است. وقتی ریسک‌های کلان مانند تنش‌های سیاسی کاهش می‌یابد، تقاضا برای سهام افزایش و تمایل به دارایی‌های امن مانند طلا و دلار کم می‌شود، اما هرگونه اخبار منفی از مذاکرات، معادله را برعکس می‌کند. بورس ایران نسبت به تورم، عقب‌افتادگی قابل توجهی دارد. همچنین ناترازی انرژی به حاشیه سود بسیاری از صنایع آسیب زده است. با این حال، برخی شرکت‌ها با صورت‌های مالی قوی و چشم‌انداز روشن همچنان جذابند. سیاست‌های رگولاتوری مانند دامنه نوسان و حجم مینا، با احتیاط اجرا شده‌اند. صحبت‌های اخیر آقای صیدی (رئیس سازمان) نشان می‌دهد قصد ندارند تحت تأثیر فضای رسانه‌ای، تصمیمات عجولانه بگیرند. حتی اگر مذاکرات به نتیجه برسد، بهتر است تغییراتی مانند تعدیل دامنه نوسان، پله‌ای و حساب‌شده باشد.» «محمدنیا» به انتقادهای از زمان اجرای «سیاست کاهش ضریب اعتباری اهرم‌ها» اشاره کرد و افزود: این تصمیم درست بود، زیرا اهرم‌های اعتباری در شرایط ریسک، فشار مضاعف ایجاد می‌کنند، اما بهتر بود در زمان آرامش بازار اجرا می‌شد تا فشار کنونی تشدید نشود. به طور کلی، اگر دور جدید مذاکرات برگزار شود و اخبار مثبت باشد، شاهد تقاضای قوی در بورس و کاهش تمایل به طلا و دلار خواهیم بود. سرمایه‌گذاران بهتر است از جابه‌جایی‌های هیجان‌زده پرهیز کنند. در صورت توافق، تمرکز بر تحلیل بنیادی شرکت‌ها و صورت‌های مالی جدید در سامانه کدال، ضروری است. همچنین در صف‌های خرید نباید قفل شوند و متناسب با ریسک‌پذیری بایستی سبد دارایی‌ها را تعدیل کنند.

بورس بر لبه تیغ: امید، ترس و انتخاب

بازار سرمایه در هفته‌ای که گذشت، صحنه تلاقی تحلیل‌های خوش‌بینانه، تردیدهایی محتاطانه و رفتارهای جسورانه بود. روایت امروز بازار نه تنها تحت تأثیر جریان‌های پولی و بنیادی، بلکه بیش از هر چیز در سایه سنگین سیاست و مذاکرات احتمالی پیش رو شکل گرفته است. معاملات این روزهای بازار سرمایه، تصویری ترسیم می‌کند از بازاری که هرچند در مسیر غبارآلودی قرار دارد، اما همچنان با عصبی امید، خود را ایستاده نگه داشته است. اتفاقات روزهای اخیر، به‌ویژه سخنرانی‌های سیاسی داخلی و خارجی، توانستند بخشی از ابهامات را کاهش داده و کورسویی از اعتماد را در دل فعالان بازار روشن کنند. در هر صورت، وزن سیگنال‌های مثبت در فضای سیاسی فعلاً بر کشتن‌سی اخبار منفی می‌چربد. بازار نیز واکنش متعادلی به این فضا نشان داده است؛ نه هیجانی صعودی و نه اضطرابی نزولی. در این میان، یکی از نکات مهم، حفظ نوعی تعادل میان خوش‌بینی و احتیاط است؛ بازاری که تجربه‌های گذشته را فراموش نکرده و به‌راحتی در دام هیجان نمی‌افتد.

«فاطمه حاج‌علی»، فعال بازار سرمایه در این باره معتقد است: درحالی‌که بازار سرمایه، شبهه گذشته با فضای منفی اخبار، آغاز به کار کرد، اما حضور دو دسته خریدار اصلی، مانع از افت شدید بازار شد. دسته نخست، صندوق‌های تثبیت و توسعه بودند که با ورود هدفمند در زمان منفی بازار، توانستند نقش مهمی در جلوگیری از ریزش

ایفا کنند. دسته دوم اما ترکیب جالبی از حقیقی‌های ریسک‌پذیر و تحلیل‌محور بود. این گروه نه تنها منفی‌ها را تهدید نمی‌دانند، بلکه آن را فرصت خرید تلقی کرده و با شجاعت وارد میدان می‌شوند که این رفتار، نشان از بلوغ نسبی بازار دارد؛ جایی که دیگر قرار نیست همه در صف فروش بایستند، بلکه عده‌ای در همان صف‌ها به دنبال شکار فرصت‌های جذاب هستند.

چرخش نقدینگی به سمت بنیادی کوچک

به گفته «حاج علی»، در دل این نوسانات، یک اتفاق مهم دیگر در حال رخ دادن است: گردش جریان نقدینگی به سمت شرکت‌های کوچک با بنیاد قوی است. این گروه که زمانی با P/Eهای بالا مورد توجه بودند، در سال‌های اخیر به حاشیه رفتند، اما اکنون بار دیگر به دلیل ارزندگی، سودسازی و نسبت‌های جذاب مالی در کانون توجه قرار گرفته‌اند. نکته کلیدی اینجاست که گزارش‌های ۱۲ ماهه و ماهانه آتی می‌توانند نقش تعیین‌کننده‌ای در ادامه مسیر این شرکت‌ها داشته باشند. اگر بازار با بررسی دقیق این گزارش‌ها متوجه شود که نسبت سود به قیمت این نمادها، جذاب‌تر از گذشته است، بدون تردید، شاهد موج جدیدی از بازدهی در این بخش خواهیم بود.

او یکی دیگر از نکات مهم این روزهای بازار را نقش دوباره خودرویی‌ها در لیدری بازار دانست و افزود: سایپا و ایران خودرو بار دیگر به‌عنوان محرک‌های جریان پول ظاهر شده‌اند و بسیاری از نوسان‌گیرها و معامله‌گران کوتاه‌مدت، چشم به تحرکات این گروه دارند. با وجود خطرات تلخ و شیرینی که بازار از این گروه دارد، باید اعتراف کرد که نقش آنها در روان بازار انکارناپذیر است. با این حال، این بار نشانه‌هایی از تحولات واقعی مانند خصوصی‌سازی و کاهش زیان عملیاتی در این گروه مشاهده می‌شود. اگر این تغییرات در صورت‌های مالی تثبیت شود، می‌توان گفت که بازار با یک لیدر متفاوت نسبت به گذشته روبه‌روست؛ لیدری که شاید دیگر با هیجان کاذب نیامده باشد. شاید مهم‌ترین درسی که بازار در ماه‌های اخیر به فعالان خود داده، همین باشد که نه خوش‌بینی بیش از حد نجات‌دهنده است و نه بدبینی مطلق. بازار مالی، بستری پیچیده و چندوجهی است؛ جایی که تنها رفتار عقلانی، تحلیل دقیق و مدیریت ریسک می‌تواند دستاورد مثبتی برای سرمایه‌گذار به همراه داشته باشد.

جست‌وجوی فرصت‌ها در دل ریسک‌ها

به عقیده این فعال بورسی، بحث و جدل‌های بی‌پایان بر سر صندوق‌های اهرمی، سیاست‌های کلان یا حتی تحلیل‌های جهت‌دار، اگرچه بخش انتخاب‌ناپذیر فضای عمومی بازار است، اما نمی‌تواند جایگزین تحلیل و تصمیم‌گیری شخصی شود. شاید بهتر باشد که گامی از نقش «پیرمرد لاجوج برادران لایلا» خارج شویم و به‌جای پافشاری بر دیدگاه‌های ثابت، کمی با بازار سازگارت باشیم. بازار، استاد بی‌رحم ولی آموزنده‌ای است که هر روز درسی تازه دارد و هر رفتار سرمایه‌گذار، آزمونی برای بلوغ فکری اوست. از ریزش‌های تلخ بهمین تا بازدهی دلچسب نمادهای کوچک در اردیبهشت، همگی بخش‌هایی از یک پازل هستند که تنها با ذهنی باز و نگاهی تحلیل‌محور می‌توان آن را چید. پس بهترین استراتژی برای روزهای پیش رو، نه افتادن در دام هیجان و اخبار، بلکه جست‌وجوی فرصت در دل ریسک‌ها، مدیریت سرمایه و دنبال کردن گزارش‌های واقعی شرکت‌هاست. بازار همچنان زنده است و تا زمانی که امید و تحلیل در دل آن جریان دارد، سرمایه‌گذاران می‌توانند امیدوار باشند که آینده هرچند مبهم، اما قابل شکل دادن است.

یعد از سال‌ها معطلی

سازمان «توسعه دریامحور» تشکیل می‌شود

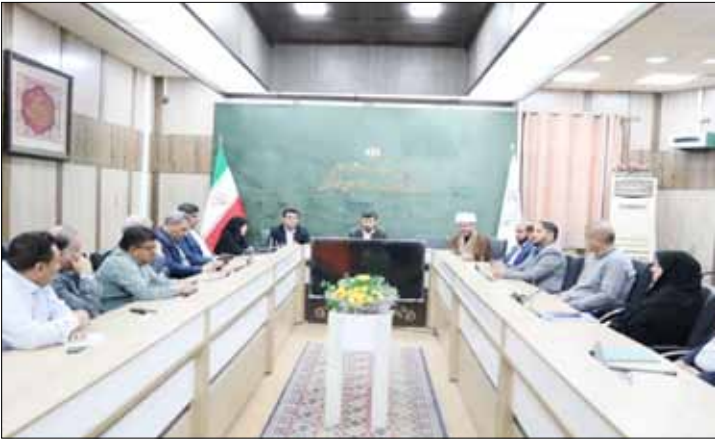
اساس‌نامه پیشنهادی برای تشکیل «سازمان توسعه دریامحور» که از تکالیف قانونی مصوب در قانون احکام دائمی است و سال‌ها معطل مانده بود، تهیه شده است. این پیش‌نویس در جلسه توسعه دریامحور با ریاست رئیس‌جمهور مطرح و نقطه‌نظرات رئیس دولت دریافت شد. این سازمان وظیفه حاکمیتی، هماهنگی و هم‌افزایی میان دستگاه‌ها را برعهده خواهد داشت.

براساس آخرین آمارها، سهم فعلی اقتصاد دریامحور از تولید ناخالص داخلی تنها ۲.۵ درصد است که این عدد شامل مجموع فعالیت‌های دستگاه‌های مرتبط مانند شیلات، کشتی‌سازی، ساخت تجهیزات دریایی، گردشگری دریایی و ساحلی، نفت و گاز دریایی و بنادر و حمل‌ونقل دریایی است درحالی‌که براساس برنامه‌ریزی‌ها، این سهم باید به ۱۶ درصد افزایش یابد. همچنین در حوزه بنادر و دریانوردی، تحقق رشد ۵۸۲ درصدی حجم فعالیت در ۱۰ سال آینده ضروری است.
آنطور که برخی کارشناسان می‌گویند، ایجاد سازمانی که بتواند بین دستگاه‌های مختلف و ذی‌مدخل در بخش توسعه دریا محور هماهنگی ایجاد کند، نیاز است و این سازمان باید بتواند منشأ فعالیت همه سازمان‌های مرتبط باشد و ریل‌گذاری در توسعه دریامحور را انجام دهد. آنها معتقدند نیاز به طرح جامعی داریم که بتواند نقشه راه در توسعه دریا محور باشد و براساس اسناد بالادستی فعالیت همه دستگاه‌ها هماهنگ و منسجم شود. در واقع نیازمند سازمان هماهنگ کننده برای ایجاد خط مشی‌ها هستیم. البته صحبت‌هایی در خصوص موازی کاری و کنشدن فرایندها با تشکیل سازمان جدید مطرح می‌شود اما برخی کارشناسان حوزه دریایی عقیده دارند آن چیزی که باعث کندی سرعت فعالیت‌ها می‌شود بوروکراسی اداری است و به نظر می‌رسد این بوروکراسی اداری با ایجاد سازمان هماهنگ‌کننده کاهش پیدا کند. از طرفی، درگیری بین سازمان‌ها کاهش پیدا می‌کند و وظایف هر سازمانی کاملاً مشخص خواهد شد.

نشده است. براساس نظر کارشناسان حوزه حمل و نقل دریایی و لجستیک، سهم دریا در تولید ناخالص داخلی اندک است؛ زیرا حمل و نقل دریایی و صنایع وابسته در حاشیه قرا گرفته است، اقتصاد ایران به صنایع نفت و گاز وابستگی دارد، تحریم‌ها و موانع بیش رو منجر شده تا دسترسی ایران به بازارهای بین‌المللی و فناوری‌های نوین شده و جذب سرمایه‌گذاری‌های خارجی محدود شود و از طرفی دریامحور توجه به صنایع دریایی و کشتی‌سازی، کمبود نیروی ماهر حوزه دریایی، توسعه نامتوازن صنایع دریامحور، عقب‌ماندگی در بهره‌برداری از هوش مصنوعی و اینترنت اشیا، فرسودگی ناوگان دریایی و کمبود زیرساخت‌ها در کنار هم باعث شده تا سواحل و بنادر ایران تواند در جایگاه اصلی خود قرار بگیرند و به توسعه متناسب دست یابند.
در این میان اما موضوعی که بیشتر کارشناسان بر آن اتفاق نظر دارند و آن را یکی از دلایل اصلی عقب‌ماندگی در توسعه دریامحور تلقی می‌کنند، نبود یک نقشه راه صوب است که همه دستگاه‌ها و سازمان‌ها به صورت یکپارچه با آن همراهی و همکاری کنند و آنچه که مسلم به نظر می‌رسد نیاز به مدیریت و سیاستگذاری یکپارچه در بخش دریایی و ساحلی بیش از پیش احساس می‌شود. البته اخیراً «سعید رسولی» سرپرست سازمان بنادر و دریانوردی، گفته که برنامه اجرایی تحقق سیاست‌های اقتصاد دریامحور در اردیبهشت‌ماه ۱۴۰۳ به تصویب رسید و با توافق صورت‌گرفته در دولت این برنامه با جدیت در حال پیگیری است و دبیرخانه توسعه دریامحور کار خود را نهایی کرده و نظرات دستگاه‌های ذی‌ربط دریافت شده است. به گفته «رسولی»، در بسته قبلی برای ۳۵ دستگاه وظایفی تعیین شده بود که پس از بازنگری، نظرات آنها اعمال شد. وظایف تعیین‌شده برای سازمان بنادر و دریانوردی در این بسته و همچنین مأموریت‌های ذاتی سازمان، در حال اجرا هستند. اجرای طرح‌ها مستلزم راهبری متمرکز توسعه دریامحور و هماهنگی میان دستگاه‌های مرتبط است و بر این اساس

مدیر کل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان:

حفظ و تربیت نیروهای متعهد و کارآمد باید در اولویت باشد



کرد، سومین رویداد "کنگره عظیم شیخ شوشتری" بود که در شهرستان شوشتر برگزار شد. این برنامه، حرکتی در جهت تکریم علمای شاخص و تحلیل از مقام علمی و فقاقت بود و عرض ادبی به ساحت معنوی علامه شیخ بوده و در راستای تکریم خادمان مکتب اهل بیت (ع) بود و در حضور گسترده مردم و نهادهای فرهنگی و

اهواز – ششیم قاجانده: مدیر کل فرهنگ و ارشاد

اسلامی خوزستان در خصوص برگزاری چهار برنامه فرهنگی مهم و ویژه در عرض کمتر از یک هفته در استان گفت: این ظرفیت و توان بالای اداره کل و ادارات شهرستانی است که در یک بازه زمانی یک هفته ای چهار برنامه مسئول حال همکاران و برکتی ماندگار بر سایر ارتقاء این مهم حفظ و تربیت نیروهای متعهد و کارآمد باید در اولویت باشد، چرا که سرمایه‌های انسانی ما نقش تعیین کننده‌ای در پیشبرد اهداف فرهنگی دارند.

حسین براتی درنشستی با تعدادی از مدیران اداره کل بسه اجرایی ششدرن چهار برنامه اخیر اشاره کرد و گفت: اولین برنامه "تحلیل از خادمان قرآن کریم استان خوزستان" بود که در اهواز برگزار شد و از همکاری کلیه بخش‌ها از جمله روابط عمومی، حراست و پشتیبانی و تقدیر و تشکر می نمایم و امیدوارم که عنایت قرآن کریم مسئول حال همکاران و برکتی ماندگار بر سایر برنامه‌های اداره کل باشد. وی به برگزاری شعر ملی خلیج فارس در روز ملی خلیج فارس در هندیچاه اشاره کرد و افزود: دومین برنامه "اراسم شعر ملی خلیج فارس"

در شهرستان هندیچان بود که با همت اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی شهرستان هندیچان و همراهی و همکاری معاونت فرهنگی و سایر بخش‌های اداره کل به شکلی باشکوه برگزار شد و این جشنواره فرصتی برای تقویت فعالیت‌های شهرستانها و ارتقاء سرمایه‌های اجتماعی است. مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان خاطر نشان

در بازدید شهردار مرکز مازندران از فعالیت های سازمان مدیریت و مهندسی شبکه حمل و نقل مطرح شد:

ضرورت اتخاذ راهکارهای مهندسی شده برای کاهش ترافیک شهری

و گسترده شهروندان ساوری برشمرد و افزود: بی تردید مجموعه خانواده بزرگ مدیریت شهری در این خصوص نگاهی مسئولانه به رفع مشکلات دارند و سعی می کنیم از الگوهای موفق و تجارب کارشناسان صاحب نظر برای طراحی بهینه ترین روش های کاهش ترافیکی بهره ببریم. شهردار ساری امکان سنجی برخی طرح های عمرانی را برای تقویت و گسترش شریان های ارتباطی مورد توجه دانست و خاطر نشان کرد: احداث دور برگردان در بلوار سلیم بهرامی و اصلاح هندسی محدوده پل تنج از طرح مورد نظر شهرداری ساری در جهت کاهش ترافیک شهری می باشد و بر روی طرح های مشابه در سایر مبادی هدف، مطالعات کارشناسی در دستور کار قرار دارد.

احمدی در بازدیدی از اتاق کنترل ترافیک و دیدار با کارکنان این سازمان، از عملکرد سازمان مذکور ابراز رضایت و بر تلاش بیشتر برای خدمت رسانی به شهروندان در حوزه اجرای برنامه های راهبردی کاهش ترافیک شهری تأکید کرد.



ترافیک این شهر بردار.

وی رسیدگی ریشه به معضل ترافیک شهر ساری را یکی از مطالبات جدی

مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی آذربایجان شرقی اعلام کرد:

تخصیص بیش از ۱۰۱ هزار میلیارد تومان یارانه سوخت در سال ۱۴۰۳

فرصت امروز – ماهان فلاح: مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه آذربایجان شرقی از تخصیص بیش از ۱۰۱ هزار میلیارد تومان یارانه سوخت در سال ۱۴۰۳ با توزیع فرآورده های نفتی و گاز مایع در این استان خبر داد.

ناصر راشدی با اشاره به پرداخت یارانه سوخت به بخش های مختلف مصرف و سهم آن در سبد خاوار استان اظهار کرد: با توجه به تفاوت قیمت مصوب داخلی و نرخ قوب خلیج فارس سال ۱۴۰۳ یارانه سوخت تخصیص داده شده در استان به بیش از ۱۰۱ هزار میلیارد تومان رسید.

راشدی، با بیان اینکه بیشترین مبلغ یارانه سوخت در بازه زمانی مذکور با بیش از ۲۰۴ هزار میلیارد ریال به فرآورده بنزین اختصاص یافته است، گفت: به دلیل گستردگی مصرف نفتگاز در بخش حمل و نقل، صنعت، کشاورزی و

مدیر عامل شرکت هیکو خبر داد :

تولید یک هزار و ۵۰۰ دستگاه انواع ماشین آلات راهسازی و معادن تا پایان سال جدید

تولیدات به نحو مطلوب، داخلی سازی شده پس باید به نیروی انسانی، استفاده از تجهیزات مدرن و توجه محیط زیست و سایر مولفه‌ها هم توجه شود.
استاندار مرکزی به فشارهای اقتصادی در طول چند دهه به کشور اشاره کرد و گفت: تحریم‌های دشمنان موجب شد تا کشور در ابعاد مختلف متوقف شود.
زندیه وکیلی در ادامه به روند خصوصی سازی اشاره کرد و افزود: ذات خصوصی سازی نامطلوب نیست به شرط آنکه واگذاری‌ها اصولی و علمی و براساس اهلیت متقاضیان صورت گیرد.

وی در بخش دیگری از سخنانش به اقامات شهید ریسی در دوران قوه قضاییه و ریاست جمهوری اشاره کرد و گفت : شهید ریسی، در مقطعی که در قوه قضاییه فعالیت داشت از شرکت هیکو بازدید کرد و برای رفع مشکلات این واحد تولیدی، به طور جد وارد عمل شد.

زندیه وکیلی افزود: شهید خدمت به این مجموعه کمک شایانی کرد بنابراین کارگران این مجموعه در سالگرد این شهید بزرگوار پرگشت حاضر شوند و اولین سالگرد را به خوبی برگزار کنند همانطور که در این بینندت وی مشارکت گسترده‌داشتند.

وی در ادامه بیان داشت: تولیدات هیکو ارک هم به سبب خدمات پس از فروش هم به علت کیفیت مناسب ظرفیت رقابت در بازارهای خارجی را دارد.
استاندار مرکزی به مناسبت هفته کار و کارگر با این بخش‌های تولیدی شرکت هیکو ارک دیدن کرد و برای قدردانی از کارگران به آن شاخه گل اهدا کرد.



وی افزود: محصولات شرکت هیکو هم کیفی است و هم قیمت رقابتی دارند، بنابراین باید در حوزه صادرات با این شرکت همکاری شود.

فریانی به نوسانات بازار ارز اشاره کرد و گفت: این روند به تولید آسیب وارد می کند و بهتر است، تولیدکنندگان از نوسانات بازار ارز مطلع باشند. تا برنامه‌ریزی دقیقتری برای مدیریت منابع خود تدوین کنند. مهدی زندیه‌وکیلی، استاندار مرکزی نیز دراین بازدید بیان داشت: کارخانجات رقیب شرکت هیکو، کمترین امکانات را نسبت به هیکو دارند و این مجموعه توانسته موفقیت تولید خود را در داخل و خارج کشور حفظ کند. وی بیان کرد: در این شرکت

به همت بنیاد مسکن انقلاب اسلامی صورت می گیرد:

ساخت ۵۲۲۸ واحد نهضت ملی مسکن در آذربایجان شرقی

پیشرفت فیزیکی دارد و از این تعداد ۵۰ درصد خاوارها ساکن شده اند.

مدیرکل بنیاد مسکن انقلاب اسلامی آذربایجان شرقی همچنین با اشاره به ساخت مسکن ملی در شهر دودزن‌توان گفت: از ۱۴۴ واحد در حال ساخت چهار بلوک ۱۶ واحدی به بهره برداری رسیده، ۱۶ واحد با ۶۵ درصد پیشرفت فیزیکی در حال احداث بوده و عملیات اجرایی ۱۲۰ واحد نیز آغاز شده است.
سرورری ادامه داد: علاوه بر این واحدها، ۲۲۲ واحدی شرکت علامه امینی با ۵۲ درصد پیشرفت فیزیکی در حال ساخت است و در سال آینده نامه به بهره برداری خواهد رسید.

او افزود: پروژه ۵۰۴ واحدی مسکن ملی این شهرستان نیز، با ۲۱ درصد پیشرفت فیزیکی در مرحله اسکلت بندی است.

۲۷ هزار متر مربع زمین در گیلان برای احداث مسکن اقشار کم‌درآمد تامین شد

رشت – **زهرا رضازاده** : مهندس حامد دالمنی در حاشیه جلسه بسیج مهندسین عمران و معماری استان گیلان به پیام تاریخی حضرت امام(ره) به ملت ایران در افتتاح شهری ۱۰۰ اشاره کرد و افزود: تامین مسکن محرومان اعم از روستایی و حسیبر در اولویت اصلی برنامه‌های بنیاد مسکن انقلاب اسلامی قرار دارد. وی تصریح کرد: نگاه‌نامه ملی بین سازمان ملی زمین و مسکن و بنیاد مسکن انقلاب اسلامی منعقد شد تا زمین مورد نیاز مسکن اقشار جامعه به ویژه گروه‌های کم درآمد فاقد مسکن در شهرهای کمتر از ۲۵ هزار نفر جمعیت تامین شود. دالمنی سهمیه استان گیلان در این نگاه نامه

را هزار و ۴۵۰ واحد اعلام کرد و گفت: ۲۷ هزار و ۶۰۶ متر مربع زمین برای احداث مسکن محرومین در هشت شهر استان گیلان تامین شده است. وی اظهار کرد: احداث مسکن محرومان با محوریت بنیاد مسکن انقلاب اسلامی

برگزاری مسابقات مقدماتی قرآن و نهج البلاغه (بهار در بهار) در شرکت گاز گلستان

این کتاب آسمانی دارای قابلیت و ظرفیت بالایی است که می‌تواند راهنمایی برای تمام انسان‌ها باشد. اما کسانی می‌توانند از این ظرفیت بهره‌مند شوند که خود را برای دریافت این هدایت آماده کنند و ظرفیت خود را بالا ببرند.
شوند که همچنین به لزوم ترویج فرهنگ قرآنی در جامعه اشاره کرد و افزود: «مسابقهٔ قرآنی فرصتی است تا جوانان و نوجوانان با آموزه‌های قرآن آشنا شوند و با آموزه‌ها را در زندگی خود پیاده کنند» و در پایان مراسم از خادمنین قرآن و نماز و نفارت برتر مسابقات نیز تقدیر بعمل آمد

بهینه‌سازی مصرف حامل‌های انرژی برق و تأثیر تولید برق از گاز طبیعی بر توسعه گازرسانی صنعت کشاورزی



برای کاهش هدررفت انرژی بهره‌برداری کنیم،سلیمان اضافه کرد: تولید برق از گاز طبیعی به عنوان یک منبع پاک‌تر نسبت به سایر سوخت‌های فسیلی می‌تواند به کاهش آلودگی هوا و زمین کمک کند. وی یادآور شد: با توجه به اینکه گاز طبیعی به عنوان منبع اصلی تأمین انرژی در استان ما محسوب می‌شود، می‌توان آن را به عنوان ابزاری برای کاهش میزان مصرف برق در کشاورزی صنعتی مورد استفاده قرار داد.وی تأکید کرد: گازرسانی به بخش کشاورزی صنعتی نه تنها به بهبود کارایی مصرف انرژی منجر می‌شود، بلکه به کشاورزان این امکان را می‌دهد تا از تجهیزات مدرن و به‌روز استفاده کنند. این موضوع به نوبه خود تولید را افزایش داده و به تسهیل فرآیندهای کشاورزی کمک می‌کند. همچنین، از آنجایی که هزینه‌های انرژی بخش مهمی از هزینه‌های تولید را تشکیل می‌دهد، کاهش این هزینه‌ها به‌پهود سودآوری کشاورزان کمک می‌کند. سلیمان ادامه داد:تعمد ما در شرکت گاز استان چهارمحال و بختیاری این است که با گسترش شبکه گازرسانی و ارائه تسهیلات مناسب، زمینه را برای بهره‌برداری بهینه از این منبع انرژی فراهم کنیم.وی گفت : ما به دنبال ایجاد نگاه‌نامه‌ها و همکاری با نهادهای کشاورزی و صنعتی برای ترویج استفاده از گاز طبیعی به عنوان یک منبع انرژی پایدار هستیم. وی ادامه داد:بهینه‌سازی مصرف انرژی و استفاده بهینه از گاز طبیعی در بخش کشاورزی صنعتی می‌تواند نه تنها به افزایش بهره‌وری و کاهش هزینه‌ها منجر شود، بلکه به حفظ محیط زیست و توسعه پایدار استان ما نیز کمک خواهد کرد.

برگزیدگان هفتمین کنگره ملی شعر خلیج فارس معرفی شدند



خلیج فارس امروز با حضور مسئولین در شهرستان هندیچان معرفی شدند. به گزارش روابط عمومی اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان، برگزیدگان هفتمین کنگره ملی شعر خلیج فارس در آئینی در حضور حسین براتی مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان، اسماعیل آذر کارشناس ادبی و استاد ادبیات، بهنام خضلی سرپرست فرمانداری هندیچان، مهرانگیز بحیرایی معاون فرهنگی و هنری خوزستان و جمعی از اهالی فرهنگ و هنر در تالار مرحوم خسروی هندیچان، معرفی شدند در بخش خلیج فارس شعر آزاد، میلاذ بی‌با از اهواز، لیلایسپهری از بندر امام خمینی و تر کس موسوی از رامهرمز به ترتیب مقام‌های اول تا سوم را کسب کردند. همچنین در بخش آزاد شعر آزاد، مهرداد پیرامون از هندیچان مقام نخست را کسب کرد، پویا اقزایی از اهواز و مریم چهارمحالی از شوشتر نیز به ترتیب دوم و سوم شدند. قاسم یاق از رامیان گلستان، مژگان دستوری از شیراز و دنیا اسعدی از بندرامام خمینی مقام‌های اول تا سوم بخش آزاد شعر کلاسیک را به خود اختصاص دادند. در بخش شهادی خلیج فارس شعر آزاد نیز زینب رحمانی از ماهشهر اول، ملیحه سادات قاضی از نیشابور دوم و نواله عباسپور از هندیچان نیز سوم شدند. همچنین در بخش خلیج فارس شعر کلاسیک داوران هیچ اثری را حائز رتبه اول نداشتند، جواد اسماعیلی از مشهد و مریم شیخینی از بوشهر به ترتیب مقام‌های دوم و سوم را کسب کردند. الهه بیات مختار از مشهد، سمیرا یکه تاز از ارک و خدیخش فاضل از نیشابور به ترتیب عنوان‌های اول تا سوم بخش شهادی خلیج فارس شعر آزاد را کسب کردند. همچنین در بخش کلاسیک را به خود اختصاص دادند. در بخش گویشی مختص خلیج فارس (شعر عربی) نیز کلمونه ستاری از شوش مقام کسب کرد. به گفته سرپرست فرمانداری هندیچان، یک هزار و ۳۰۰ اثر از تمام نقاط ایران به دبیرخانه کنگره ملی شعر خلیج فارس ارسال شد.

برگزاری جلسه موکبداران غدیر با محوریت ساماندهی و ارتقای فعالیت‌های فرهنگی



یزد – خبرنگارفرست امروز: رئیس اداره فرهنگی سازمان فرهنگی اجتماعی ورزشی شهرداری یزد گفت: تمامی موکبداران ملزم به اخذ مجوز از نهادهای مربوطه هستند تا فعالیت‌های آنها در چارچوب قوانین انجام شود. به گزارش روابط عمومی سازمان فرهنگی اجتماعی ورزشی شهرداری یزد، احمد عظیمی‌فر رئیس اداره فرهنگی سازمان فرهنگی اجتماعی ورزشی شهرداری یزد گفت: جلسه موکبداران غدیر با حضور مسئولان سازمان فرهنگی اجتماعی ورزشی شهرداری یزد، مسجد زایوه برگزار شد. وی افزود: این نشست با هدف بررسی رضو در برگزاری موکبها در مناسبت‌های مذهبی و برنامه‌ریزی برای ساماندهی فعالیت‌های فرهنگی موکبها تشکیل شد. عظیمی‌فر ادامه داد: در این جلسه، مسئولان بر اهمیت اخذ مجوزهای لازم از سازمان تبلیغات اسلامی تأکید کردند و ساماندهی موکبها و ارائه خدمات پشتیبانی را از اولویتهای اجرایی دانستند. رئیس اداره فرهنگی سازمان فرهنگی اجتماعی ورزشی شهرداری یزد ادامه داد: همچنین، رویکرد جدید برای سال جاری به نحوی تعیین شده که موکبها صرفاً به ارائه خدمات فیزیکی محدود نمانده و فعالیت‌های فرهنگی و ترویج آموزه‌های حوزه غدیر را در دستور کار خود قرار دهند. وی افزود: تمامی موکبداران ملزم به اخذ مجوز از نهادهای مربوطه هستند تا فعالیت‌های آنها در چارچوب قوانین انجام شود. عظمی‌فر ادامه داد: هدف اصلی این ساماندهی، بهبود فضای معنوی و ارائه خدمات فرهنگی از زارتان و مردم است، به نحوی که فضاسازی مناسبی برای ترویج آموزه‌های اهل بیت (ع) فراهم شود. رئیس اداره فرهنگی سازمان فرهنگی اجتماعی ورزشی شهرداری یزد در پایان گفت: همچنین مقرر شد موکب‌ها با رعایت اصول اخلاقی و اجتماعی از ایجاد هرگونه مزاحمت برای شهروندان خودداری کنند، که از جمله می‌توان به کنترل ترافیک و سطح صوت مراسم‌ها و ایجاد تعامل مثبت با مردم اشاره کرد.

بیش از ۱۸۰۰ کیلومتر از خطوط لوله انتقال گاز در شمال کشور نشت یابی شد

ساری – دهقان: بهرام منطقه ۹ عملیات انتقال گاز از نشت یابی ۱۸۲۰ کیلومتر خط لوله انتقال گاز در استان‌های گلستان، مازندران و گیلان با تلاش کارکنان این منطقه طی سال ۱۴۰۳ خرداد،

به گزارش خبرنگار گزار مازندران به نقل روابط عمومی منطقه ۹ عملیات انتقال گاز، محی الدین منفعی با اعلام این خبر اظهار کرد: با توجه به شرایط جغرافیایی و اقلیمی منطقه و وجود نقاط صعب العبور در سه استان شمالی گیلان، گلستان و مازندران، کارکنان متعهد و پر تلاش واحد بازرسی فنی منطقه ۹ عملیات ۱۸۲۰ کیلومتر خطوط لوله انتقال گاز را طی کار گذشته مورد نشت یابی قرار دادند. وی افزود: تمامی مسیر خطوط لوله انتقال گاز در منطقه ۹ که به طول یک هزار و ۵۶۲ کیلومتر است در مرحله اول مورد نشت‌یابی قرار گرفت و در ادامه، مجدداً مسیرهایی از خط نیز نشت یابی شد. مدیر منطقه ۹ هدف از پایان عملیات نشت‌یابی را حفظ و افزایش ضریب ایمنی و کاهش خطرهای محیط زیستی اعلام کرد، یادآور شد: نشت یابی سبب پایش خطوط لوله انتقال گاز می‌شود و از بروز حوادث ناگوار و هدررفت گاز طبیعی جلوگیری می‌کند. منفعی ضمن قدردانی از کارکنان واحد بازرسی فنی، بر لزوم بازرسی های مستمر برای تحقق انتقال ایمن، پایدار و بهره ور گاز طبیعی تأکید کرد.

برگزاری ۲۸ دوره آموزش HSE در شرکت گاز استان ایلام



شرایط اضطراری، آموزش عبرت آموزی از حوادث مهم، رانندگی تدافعی و بکارگیری لوازم حفاظت فردی بوده است. فرجی با بیان اینکه در سال گذشته برای گروه‌های هدف از جمله نیروهای رسمی و پیمانکاری بیش از ۷ هزارو ۷۵۸ نفر ساعت دوره های تخصصی HSE برگزار شده است، اظهار داشت: علاوه بر آموزش الزامات قانونی از جمله استقرار سیستم‌های مدیریتی و ایلاهیجهای بالادستی، اجرای دوره آموزش رانندگی تدافعی و برگزاری آموزش‌های منج از اقدامات کنترلی ریسک‌سک های شناسایی شده، حوادث و شبه حوادث و با اتفاقات گذشته از طریق آموزش‌های تخصصی، می‌توان احتمال وقوع آنها را به حداقل رساند. رئیس امور بهداشت، ایمنی و محیط زیست شرکت گاز استان ایلام با اشاره به این یکی از راههای کنترل حوادث، برگزاری آموزش‌های HSE می‌باشد که خوشبختانه در این شرکت نتیجه ویژه است. تصریح کرد: ضعف سامانه‌های نظارتی، بی‌انضباطی بارز محیط کار، عدم پایبندی به موازین اولیه ایمنی، بکارگیری غیر اصولی از ابزار و تجهیزات، عدم رعایت مقررات و دستورالعمل‌های ایمنی از دلالت بروز حوادث می‌باشند که با برگزاری آموزش‌های تخصصی می‌توان از رخداد حوادث جلوگیری کرد. فرجی به اهداف برگزاری این آموزش‌ها اشاره و تصریح کرد: کنترل و کاهش برخی از ریسک‌ها، اجرای دستورالعمل و ایلاهیجه‌ها، کاهش حوادث، فرهنگ‌سازی، آمادگی و وجود الزامات قانونی می‌باشد که خوشبختانه با آموزش‌های تخصصی، تأمین حوادث بسیاری پیشگیری شده‌است. وی ادامه داد: با اجرای اینگونه آموزش‌ها و تلاش‌ها و اقدامات موثر HSE، خوشبختانه در طول سال گذشته در حوزه اجرایی پیمانکاران هیچگونه حادثه منجر به صدمه، فوتی و شاخص‌های تواتر جراحات در کارکنان نداشتیم.

جلسه هییت اندیشه ورز بسیج فرهنگیان استان سیستان بلوچستان برگزارشد



افزایش میزان گاز تحویلی به نیروگاه در فروردین ۱۴۰۴
روند میزان گاز تحویلی به نیروگاه در سال جاری افزایشی شد

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: به گزارش روابط عمومی گاز گلستان ،علی طالبی مدیرعامل شرکت گاز استان گلستان گفت : در فروردین سال هال جاری میزان گاز تحویل داده شده به نیروگاه ها نسبت به مدت مشابه سال گذشته با افزایش قابل توجهی همراه بوده است. وی افزود: این روند افزایشی به دلیل نیاز بالای تولید برق در فصل بهار و تابستانت و همچنین بهبود زیرساخت‌های انتقال گاز به نیروگاه‌ها به وقوع پیوسته است. علی طالبی اظهار کرد: میزان گاز تحویلی به نیروگاه در فروردین ۱۴۰۴ به مقدار ۸۲ میلیون متر مکعب رسیده که نسبت به سال گذشته که این عدد ۷۲ میلیون مترمکعب بوده است نشان دهنده یک افزایش ۵۱۰ درصدی است. وی ادامه داد: این روند مثبت، حاکی از تلاش های مستمر شرکت گاز استان در تأمین نیازهای انرژی کشور و بهینه سازی عملکرد شبکه گازرسانی است. وی همچنین تصریح کرد:تأمین گاز برای نیروگاه ها همواره یکی از اولویت های ما بوده و با توجه به برنامه ریزی های دقیق و همکاری‌های لازم، توانسته ایم نیازهای این بخش را بخوبی تأمین کنیم. همچنین این افزایش تحویل گاز به نیروگاه‌ها به کاهش خاموشی ها و بهبود کیفیت خدمات برق در سطح کشور و استان کمک شایانی خواهد کرد .

برندسازی با چاشنی مسئولیت اجتماعی

نویسنده: علی آل علی

در دنیای امروز که مشتریان دیگر تنها به کیفیت محصول یا خدمات توجه نمی‌کنند، مفاهیمی چون اخلاقی حرفه‌ای، صداقت و مسئولیت‌پذیری اجتماعی برندها به نکاتی کلیدی تبدیل شده‌اند. شاید در گذشته تنها ماموریت برندها تولید محصول و کسب سود بود، اما امروز جامعه انتظارات متفاوت‌تری از برندها دارد. از کمپین‌های زیست محیطی گرفته تا تلاش برای کاهش فقر و آموزش همگانی، برندها در حال شکل‌دهی هویت تازه‌ای برای خود هستند؛ هویتی که فقط به فکر فروش نیست، بلکه دغدغه‌ای انسانی دارد. در چنین فضایی مسئولیت اجتماعی به عنوان یک ابزار تازه در برندینگ مطرح شده و توانسته موجی از اعتماد، محبوبیت و تفاوت مثبت را برای برندهای پیشرو ایجاد کند. سوال اصلی در این میان نحوه اثرگذاری این موج تازه در دنیای برندسازی است.

ما در این مقاله قصد داریم شما را به دل یک ماجراجویی هیجان‌انگیز در دنیای برندسازی ببریم. شما در این مقاله با برخی از مهمترین نکات در حوزه برندسازی و مسئولیت اجتماعی برندها آشنا خواهید شد.
خب اجازه دهید بدون اینکه حتی یک ثانیه از وقت‌مان را تلف کنیم، برویم سراغ اصل ماجرا.

مزایای برندینگ مسئولیت‌محور

افزایش اعتماد عمومی به برند

اعتماد عمومی یکی از ارزشمندترین دارایی‌های نامرئی هر برند است. در فضای پرقاب‌ت بازار، مشتریان به دنبال برندهایی هستند که نه تنها به فکر منافع خود، بلکه به منافع جامعه نیز می‌اندیشند. وقتی برندی با صداقت به مسئولیت اجتماعی خود عمل می‌کند، از چشم مخاطب به عنوان برندی اخلاقی‌مدار، قابل اعتماد و متعهد جلوه می‌کند. این اعتماد می‌تواند حتی در شرایط بحرانی نیز مشتری را در کنار برند نگه دارد. تجربه برندهایی مثل نایک یا مایکروسافت که در بحران‌های اجتماعی مانند همه‌گیری کرونا یا فجایع زیست محیطی دست به اقدامات مسئولانه زدند، نشان می‌دهد که اعتماد مشتریان به آنها به طرز چشمگیری افزایش یافته‌است. حتی بسیاری از آن برندها توانسته‌اند بدون افزایش هزینه‌های بازاریابی، فروش خود را نیز بیشتر کنند. نکته مهم اینجاست که این اعتماد تنها با تبلیغات و شعارهای زیبا به دست نمی‌آید. مخاطبان امروز بسیار باهوش‌تر از گذشته‌اند و به راحتی دروغ یا اغراق را تشخیص می‌دهند. بنابراین برندهایی موفق‌ترند که صادقانه و واقعی مسئولیت‌پذیری را در عمل نشان دهند، نه در ظاهر.

از سوی دیگر، اعتماد عمومی پایدار به برندها اجازه می‌دهد تا در حوزه‌های تازه‌ای نیز ورود کنند. وقتی مشتریان یک برند را قابل اعتماد می‌دانند، احتمال خرید آنها از محصولات جدید برند نیز افزایش می‌یابد، حتی اگر تجربه‌ای با آن نداشته باشند. در نتیجه، مسئولیت اجتماعی در برندسازی نه فقط یک حرکت انسان دوستانه بلکه یک استراتژی هوشمندانه برای ساخت و تقویت اعتماد است؛ سرمایه‌ای که در بلندمدت سودآورتر از هر کمپین بازاریابی خواهد بود.

تمایز معنادار در بازار رقابتی

در بازاری که هر روز برندهای جدیدی سر برمی‌آورند و رقابت به سطحی بی‌سابقه رسیده است، تمایز بودن دیگر یک انتخاب نیست، بلکه ضرورت است. برندهایی که به مسئولیت اجتماعی پایبندند، راهی هوشمندانه برای تمایز پیدا کرده‌اند؛ آنها نه تنها به نیازهای مشتری پاسخ می‌دهند، بلکه به دغدغه‌های اجتماعی و جهانی نیز توجه دارند. این توجه باعث می‌شود تا برند از قالب یک فروشنده صرف فراتر برود و در ذهن مخاطب به عنوان یار جامعه شناخته شود.

تمایز حاصل از مسئولیت اجتماعی نوعی تمایز معنادار است. برخلاف تخفیف‌های موقت یا بسته‌بندی‌های خاص که ممکن است اثر کوتاه‌مدت داشته باشند، اقدامات اجتماعی تأثیری عمیق‌تر و پایدارتر دارند. وقتی برندها مثلاً برای توانمندسازی زنان، کاهش فقر یا حفاظت از محیط زیست برنامه‌هایی اجرا می‌کنند، این رفتارها در ذهن مخاطب به عنوان ارزش‌های ذاتی برند ثبت می‌شود. از سوی دیگر، این تمایز نه تنها مخاطبان را تحت تأثیر قرار می‌دهد، بلکه برند را برای همکاری‌های استراتژیک جذاب‌تر می‌کند. بسیاری از

کسب وکارها علاقه دارند با برندهایی همکاری کنند که ارزش‌های مشترک اجتماعی دارند. به همین دلیل است که برندهایی با رویکرد مسئولانه، در ساخت شبکه‌های تجاری پایدار نیز موفق‌ترند.

نکته مهم این است که این تمایز باید واقعی و از درون سازمان برخاسته باشد. برندی که فقط در ظاهر شعارهای زیبا سر می‌دهد، اما در عمل به تعهدات خود پایبند نیست، به زودی با واکنش منفی مخاطبان مواجه خواهد شد. بنابراین، شفافیت در ارتباطات و گزارش‌دهی یکی از ارکان مهم در ایجاد تمایز معنادار است. در نهایت، مسئولیت اجتماعی می‌تواند برند شما را به گزینه‌ای متمایز تبدیل کند. این جایگاه منحصربه‌فرد، در طولانی‌مدت به مزیتی رقابتی بدل می‌شود که توسط رقبا به سادگی قابل تقلید نیست.



می‌گیرند، نه تنها مشتریان بیشتری جذب می‌کنند، بلکه آنها را برای مدت طولانی‌تری حفظ کرده و به حامیان واقعی برند تبدیل می‌کنند؛ حامیانی که در کنار مصرف، از برند خود حمایت نیز می‌کنند.

جذب و حفظ نیروی انسانی باکیفیت

در بازار نیروی کار امروز کارکنان به دنبال چیزی فراتر از یک شغل ساده هستند. آنها به دنبال معنا، ارزش و هدف هستند. برندهایی که با مسئولیت اجتماعی خود را تعریف می‌کنند، بسیار جذاب‌تر برای نیروی انسانی باکیفیت هستند، چراکه این برندها تصویر سازمانی مسئول‌پذیر، انسانی و باارزش را به نمایش می‌گذارند. کار کردن برای چنین سازمانی، نه تنها افتخارآمیز است، بلکه به رضایت شغلی بیشتری نیز منجر می‌شود.

یکی از دلایل اصلی مهاجرت استعدادها از سازمان‌های

از مأموریت اجتماعی آنهاست. این داستان‌ها ابزار مهمی برای جلب اعتماد و الهام بخشی در مخاطبان هستند. برندهایی که هدف اجتماعی را در قلب استراتژی خود قرار می‌دهند، نه فقط در ذهن مشتریان ماندگارترند، بلکه در طولانی‌مدت نیز پایداری بیشتری دارند؛ چراکه آنها نه تنها از بازار درآمد کسب می‌کنند، بلکه به شکل پیوسته به بازار نیز بازمی‌گردانند.

روش دوم: شفافیت و درباره اقدامات اجتماعی

در دنیای امروز اعتماد مصرف‌کننده به شدت وابسته به شفافیت است. یکی از روش‌های اساسی در برندسازی مسئولانه، ایجاد مکانیزم‌های شفاف برای گزارش‌دهی درباره اقدامات اجتماعی برند است. مصرف‌کنندگان حق دارند بدانند وعده‌هایی که برند در حوزه مسئولیت اجتماعی می‌دهد، تا چه میزان به عمل نزدیک شده‌اند.



این گزارش‌ها باید مستند، دوره‌ای و قابل راستی‌آزمایی باشند. شفافیت نه فقط به افزایش اعتماد عمومی کمک می‌کند، بلکه ابزار دفاعی برند در برابر انتقادات یا همه‌های رسانه‌ای نیز به شمار می‌رود. وقتی برند اطلاعات دقیق از فعالیت‌های اجتماعی خود ارائه می‌دهد، احتمال اینکه در معرض اتهامات عوام‌فریبانه یا شواف اجتماعی قرار گیرد به شدت کاهش می‌یابد. این شفافیت باعث می‌شود مخاطب برند را صادق و قابل اعتماد بداند.

یکی از راهکارهای عملی در این زمینه، انتشار گزارش‌های مسئولیت اجتماعی سالانه است. در این گزارش‌ها، برند می‌تواند اطلاعاتی درباره منابع مالی اختصاص داده شده، پروژه‌های اجراشده، اثرات قابل اندازه‌گیری و همکاری با نهادهای مردمی یا بین‌المللی را درج کند. این گزارش‌ها بهتر است به زبان ساده و با استفاده از نمودار و اینفوگرافیک نیز تهیه شوند تا فهم آنها برای عموم آسان‌تر شود.

شفافیت همچنین فرصت تعامل با مخاطبان را افزایش می‌دهد. وقتی برند درباره پروژه‌های خود اطلاعات منتشر می‌کند، مشتریان می‌توانند بازخوردها، پیشنهادات، سوالات بپرسند یا حتی در اجرای پروژه‌ها مشارکت کنند. این نوع از ارتباط دوطرفه باعث افزایش تعامل، وفاداری و رضایت مخاطبان می‌شود. گزارش‌دهی شفاف درباره مسئولیت اجتماعی نه تنها یکی از ستون‌های اعتمادسازی است، بلکه بستر لازم برای ارزیابی مستمر و اصلاح مسیر نیز به شمار می‌رود. برندهایی که در این مسیر حرکت می‌کنند، خود را در جایگاه رهبری اخلاقی نیز قرار می‌دهند.

روش سوم: مشارکت فعال با سازمان‌های مردمی و خبریه

یکی از هوشمندانه‌ترین روش‌های برندسازی اجتماعی، همکاری با نهادهای غیرانتفاعی و خیریه‌هاست. این نهادها غالباً در حوزه‌های خاص تخصص دارند و از تجربه، شبکه و شناخت خوبی نسبت به مشکلات جامعه برخوردارند. برندها می‌توانند با همکاری این نهادها، تأثیرگذاری اجتماعی خود را هدفمند، گسترده و عمیق‌تر کنند. چنین همکاری‌هایی هم از نظر عملیاتی به برند کمک می‌کند و هم از نظر اعتبار عمومی آن را تقویت می‌سازد.

نکته کلیدی در این روش، انتخاب هوشمندانه سازمان‌های همکار است. برند باید با نهادهایی همکاری کند که هم با مأموریت اجتماعی‌اش همخوانی دارند و هم در جامعه اعتبار بالایی دارند. این انتخاب هوشمندانه باعث می‌شود برند نیز از آن اعتبار بهره‌مند شود و از طرف دیگر، احتمال ورود به پروژه‌های کم اثر یا پرحاشیه کاهش می‌یابد.

همکاری با نهادهای مردمی، فرصت‌های متنوعی را برای برندسازی فراهم می‌آورد. برندها می‌توانند کمپین‌های مشترک برگزار کنند، در تأمین مالی پروژه‌ها مشارکت داشته باشند یا حتی کارکنان خود را برای فعالیت داوطلبانه به پروژه‌های اجتماعی معرفی کنند. هر کدام از این اقدامات می‌تواند در کمپین‌های رسانه‌ای به شکلی مثبت بازتاب یابد. این مشارکت‌ها همچنین امکان مستندسازی بهتر فعالیت‌ها را فراهم می‌کند. اغلب خیریه‌ها و سازمان‌های اجتماعی دارای تجربه در مستندسازی، گزارش‌نویسی و تولید محتوا

ستنی به استارت‌آپ‌ها و برندهای نوآور، همین احساس تعلق به یک ارزش بزرگ‌تر از سود است. سازمان‌هایی که پروژه‌های عام‌المنفعه انجام می‌دهند یا از منابع انسانی خود در کارهای اجتماعی حمایت می‌کنند، محیط کاری مثبتی خلق می‌کنند که انگیزه، مشارکت و تعهد کارکنان را افزایش می‌دهد. از طرف دیگر، مسئولیت اجتماعی در داخل سازمان نیز فرهنگ‌ساز است. فرهنگ سازمانی مثبت، انگیزه‌بخش و انسانی، باعث می‌شود کارکنان تمایل بیشتری به همکاری طولانی‌مدت با برند داشته باشند. آنها برند را نه صرفاً یک کارفرما، بلکه یک مأموریت مشترک می‌دانند.

مسئولیت اجتماعی همچنین باعث بهبود برند کارفرمایی (Employer Branding) می‌شود. برندهایی که در فضای رسانه‌ای به عنوان کارفرمایانی مسئول و دلسوز معرفی می‌شوند، شانس بسیار بیشتری برای جذب استعدادهای برتر دارند. این موضوع به ویژه برای نسل جوان، که به شدت به ارزش‌های اجتماعی اهمیت می‌دهد، حیاتی است. رویکرد مسئولانه برند نه تنها در بازار فروش بلکه در بازار استخدام نیز یک مزیت رقابتی محسوب می‌شود. برندهایی که به مسئولیت اجتماعی متعهدند، از تیم‌های قوی‌تری برخوردارند، محیط کاری پویاتری دارند و در نتیجه موفقیت‌های پایدارتری به دست می‌آورند.

روش‌های برندینگ مسئولیت‌محور
روش اول: همسویی ماموریت برند با یک هدف اجتماعی

یکی از بنیادی‌ترین روش‌های برندسازی مبتنی بر مسئولیت اجتماعی، تعریف ماموریت برند در راستای یک هدف اجتماعی است. یعنی برند باید از همان ابتدا خود را متعهد به حل یک مشکل یا مشارکت در بهبود یک مسئله اجتماعی بداند. این هدف می‌تواند از جنس محیط زیستی، فرهنگی، بهداشتی، آموزشی یا حتی رفاهی باشد. وقتی ماموریت برند با دغدغه‌ای انسانی گره می‌خورد، مسیر برندسازی به شکل ریشه‌ای و اصیل تغییر می‌کند.

این نوع همسویی نباید تصنعی باشد. برای مثال، اگر برندی در صنعت غذایی فعالیت می‌کند، بهتر است به موضوعات مربوط به سلامت یا امنیت غذایی بپردازد یا برندی در صنعت پوشاک، ممکن است روی حقوق کارگران یا بازیافت مواد تمرکز کند. نکته کلیدی این است که هدف اجتماعی انتخاب شده باید هم به حوزه فعالیت برند مرتبط باشد و هم با ارزش‌های سازمان همخوانی داشته باشد. این‌گونه، پیام برند با صداقت و باور منتقل می‌شود.

وقتی ماموریت اجتماعی برند به صورت شفاف بیان می‌شود، مشتریان نیز آسان‌تر با آن همدل می‌شوند. مشتری‌ها ترجیح می‌دهند از برندهایی خرید کنند که بخشی از سودشان صرف بهبود جامعه می‌شود. به عبارتی، آنها از طریق خرید خود، در تحقق یک هدف خیر سهمیم می‌شوند. این تجربه باعث احساس افتخار و رضایت در مصرف‌کننده می‌شود؛ حسی که برندهای عادی قادر به ایجادش نیستند.

همچنین، این همسویی به برند در طراحی کمپین‌های ارتباطی و تبلیغاتی کمک می‌کند. برندهایی که هدف اجتماعی خود را به خوبی می‌شناسند، می‌توانند داستان‌های واقعی و انگیزشی تولید کنند که بازتابی

هستند. بنابراین، برندها می‌توانند با استفاده از این توانمندی‌ها، داستان‌هایی واقعی و الهام‌بخش از تأثیرگذاری خود خلق کنند.

چنین همکاری‌هایی باعث ایجاد حس همدلی و مشارکت اجتماعی در درون برند نیز می‌شود. کارکنان برند، زمانی که می‌بینند سازمان‌شان به شکل واقعی با جامعه در ارتباط است، انگیزه و تعلق بیشتری به برند پیدا می‌کنند. این همدلی در سطح داخلی و بیرونی، از عوامل اصلی موفقیت بلندمدت در برندسازی اجتماعی است.

روش چهارم: استفاده هوشمندانه از کمپین‌های داستان‌محور

برندسازی مسئولیت‌محور بدون روایت‌پردازی قدرتمند ناقص است. یکی از روش‌های اثربخش برای پیوند میان فعالیت‌های اجتماعی و ذهن مخاطب، بهره‌گیری از کمپین‌های داستان‌محور (Storytelling Campaigns) است. برندها می‌توانند اقدامات اجتماعی خود را به شکل داستان‌هایی انسانی و الهام‌بخش روایت کنند. این داستان‌ها نه تنها ساده‌تر در ذهن می‌مانند، بلکه احساسات مخاطب را نیز درگیر می‌کنند؛ احساسی که به وفاداری برند منتهی می‌شود. در این کمپین‌ها، برند به جای آنکه صرفاً بگوید چه کارهایی کرده، نشان می‌دهد چگونه این اقدامات زندگی افراد را تغییر داده‌اند. مثلاً اگر یک برند در حوزه آموزش رایگان فعالیت می‌کند، می‌تواند داستانی از زندگی یک دانش‌آموز محروم روایت کند که به واسطه آن آموزش‌ها، مسیر زندگی‌اش تغییر کرده است. این روایت‌ها عموماً واقعی و با شخصیت‌هایی ملموس طراحی می‌شوند تا تأثیر احساسی بیشتری بگذارند. داستان‌گویی همچنین به برند اجازه می‌دهد تا پیچیدگی فعالیت‌های خود را ساده و جذاب کند. بسیاری از پروژه‌های اجتماعی دارای جزئیات پیچیده‌ای هستند که در قالب آمار و داده‌ها به سختی منتقل می‌شوند، اما وقتی این مفاهیم در بستر یک داستان بیان می‌شوند، مخاطب به راحتی با آنها ارتباط برقرار می‌کند و پیام برند را بهتر درک می‌کند.

برای اجرای چنین کمپین‌هایی، استفاده از ویدئو، پادکست، پست‌های تعاملی در شبکه‌های اجتماعی، مصاحبه‌های مستند و حتی داستان‌های کوتاه نوشتاری بسیار موثر است. برندها باید براساس رسانه‌های پرمخاطب خود، سبک روایت مناسب را انتخاب کنند و از تیم‌های حرفه‌ای تولید محتوا بهره ببرند تا کیفیت روایت‌ها در حدی باشد که ارزش اشتراک‌گذاری و بازنشر داشته باشند. برندهایی می‌که می‌توانند اقدامات اجتماعی خود را در قالب داستان‌های الهام‌بخش انسانی بیان کنند، نه تنها توجه بیشتری جلب می‌کنند، بلکه در ذهن مخاطب حک می‌شوند. این حک شدن همان چیزی است که برندسازی را از صرفاً تبلیغ‌سازی جدا می‌کند.

روش پنجم: درگیر ساختن مشتریان در فعالیت‌های اجتماعی
برند

یکی از بهترین و پایدارترین روش‌ها برای برندسازی مبتنی بر مسئولیت اجتماعی مشارکت مستقیم مخاطبان در فعالیت‌های اجتماعی برند است. وقتی برند به جای اجرای یک طرفه فعالیت‌ها، مشتریان خود را در این مسیر شریک می‌کند، نه تنها تأثیرگذاری اجتماعی بیشتری ایجاد می‌کند، بلکه سطح وفاداری مشتریان را از یک رابطه مصرفی به رابطه‌ای انسانی، منادار و پایدار تبدیل می‌کند. برای مثال، بسیاری از برندها با اجرای کمپین‌هایی نظیر «با هر خرید، یک درخت بکار»، «هر بار اشتراک‌گذاری، یک وعده غذا» یا «دعوت برای کمک به تحصیل کودکان» مشتریان خود را مستقیماً در فرآیند مسئولیت اجتماعی سهیم می‌کنند. در این شرایط مشتری احساس می‌کند که بخشی از یک حرکت بزرگ و موثر است. این حس مشارکت ارزش‌های برند را برای مشتری زنده و ملموس می‌سازد. این مشارکت می‌تواند شکل‌های متنوعی داشته باشد. با این حال شما باید شکلی مناسب با هویت برند و مسئله موردنظرتان انتخاب کنید. بنابراین بهترین روش ارزیابی شرایط برند و سپس تصمیم‌گیری درباره کسب و کارتان است. این امر به شما برای اثرگذاری بهتر بر روی مخاطب هدف کمک می‌کند. یادتان نرود، ماهیت تکراری و کلیشه کمپین‌تان می‌تواند مخاطب را حسایی ناامید کند. پس حسایی حواس‌تان را جمع کنید. از سوی دیگر، برندها می‌توانند از این مشارکت‌ها برای ساختن جامعه‌ای پیرامون خود استفاده کنند. مشتریانی که در پروژه‌های اجتماعی برند نقش دارند، می‌توانند به بخشی از جامعه برند تبدیل شوند. این جامعه‌ها در بسترهایی مانند شبکه‌های اجتماعی، اپلیکیشن‌های برند یا پلتفرم‌های همکاری ایجاد می‌شوند و موجب ایجاد حس تعلق و وفاداری عمیق‌تری خواهند شد. مشارکت مشتریان در فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی، به برند اجازه می‌دهد که پیام خود را با سرعت بیشتری گسترش دهد. مخاطبانی که درگیر شده‌اند، تبدیل به سفیران برند خواهند شد؛ سفیرانی که با افتخار درباره تجربه‌شان از مشارکت در یک پروژه اجتماعی سخن می‌گویند، محتوا تولید می‌کنند و برند را به دیگران معرفی می‌کنند. این همان شبکه‌سازی انسانی و صمیمی است که برندهای مسئول اجتماعی را از سایر رقبا متمایز می‌سازد.

منابع:

https://www.linkedin.com/pulse/intersection-branding-corporate-social-responsibility-sfnvf
https://www.investopedia.com/why-social-۰۴۲۲۱۵/ask/answers-responsibility-important-branding.asp
https://www.forbes.com/councils/forbes-the-growing-۱۸/۱۱/۲۰۲۰/businesscouncil-importance-of-social-responsibility-in-business