روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

شنبه
۱۷ خرداد ۱۴۰۴

Sat.7 Jun 2025
۱۱ ذوالحجه ۱۴۴۶ - سال نهم
شماره ۲۷۱۰
۸ صفحه - ۵۰۰۰ تومان

www.forsatnet.ir

شاخص بورس تهران در هفته دوم خرداد بیش از ۲۷ هزار واحد ریخت

عقبگرد بورس به کانال ۳,۱ میلیونی

فرصت امروز: بورس تهران در آخرین روز کاری هفته گذشته با افت شاخص‌ها، خروج سنگین نقدینگی و کاهش چشمگیر ارزش معاملات خرد، مواجه شد و یکی از کم‌رمق‌ترین روزهای خود را پشت سر گذاشت. بیش از ۷۰ درصد نمادها در معاملات روز سه‌شنبه در مدار منفی بسته شدند و همزمان حباب منفی صندوق‌های اهرمی در برخی موارد از ۱۰ درصد..

۴

پاشنه آشیل سیاست های حمایتی در بخش صنعت مشخص شد

الگوی ناکارآمد حمایت از تولید

فرصت امروز: اکثر تبصره ها و بندهای حمایتی که برای بخش صنعت در نظر گرفته شده، متاسفانه یا اصلا اجرا نشده و یا به صورت ناقص اجرا شده است. ارزیابی سیاست های حمایتی از بخش صنعت در یک بازه پنج ساله، نشان می دهد که علی رغم مشکلات اقتصاد ایران، سیاست‌های حمایتی بودجه‌ای طراحی شده در مقایسه با آسیب وارده به این بخش کافی نبوده است. شوربختانه بسیاری از طرح‌های عمرانی کشور، سابقه طولانی و بعضا چند دهه‌ای دارند و یکی از دلایل اصلی تاخیر در اتمام آنها، تخصیص کم منابع نسبت به بودجه مصوب طرح‌های عمرانی است که این وضعیت در میان‌مدت و بلندمدت موجب از دست رفتن جایگاه کشور در رقابت بین‌المللی می‌شود. با وجود آنکه در مورد برخی طرح‌ها، استمرار یک سیاست بلندمدت دیده می‌شود (مثل طرح‌های کمک به نوسازی صنایع)..

۲

اونس جهانی طلا به ۳۳۶۸ دلار رسید

صعود طلا و سکه در هفته دوم خرداد

۳

تورم «بهداشت و درمان» رکورد ۱۴ ساله را شکست

جولان تورم غیرخوراکی در آغاز ۱۴۰۴

۳

سرمقاله

آینده بانک‌های ناتراز

علی نظافتیان، پژوهشگر حقوق بانکی

مدتی است در کشور، واژه «ناترازی» در همه امور، کاربرد بسیار یافته است. بخش بانکداری نیز از این واژه بی‌نصیب نمانده است. واقعیت آن است که ناترازی برخی بانک‌ها، یکی از مشکلات فعلی صنعت بانکداری کشور است. در این زمینه، هفته گذشته در پی بروز شایعاتی در مورد سرنوشت یکی از بانک‌های کشور، بانک مرکزی ناچار به صدور اطلاعیه شد. بانک مرکزی در این اطلاعیه گفته است: «بانک مرکزی در سال جاری و در قالب برنامه‌های افزایش سرمایه، افزایش نسبت کفایت سرمایه، کاهش ریسک و اصلاح بنگاهداری در زمان‌بندی مشخص، برنامه‌های لازم را به بانک‌های ناتراز ابلاغ نموده است. بانک آینده نیز مشمول این فرآیند بوده و درخصوص این بانک هیچ تصمیمی متفاوت با رویکرد کلی بانک مرکزی اتخاذ نشده است. به گزارش روابط‌عمومی بانک مرکزی؛ این بانک همواره حفاظت از حقوق سپرده‌گذاران بانکی، کارمندان، سهامداران و سایر ذی‌نفعان را وظیفه خود می‌داند و درخصوص بانک آینده نیز این رویه و فرآیند را در پیش خواهد گرفت.

ادامه در همین صفحه

مدیریت و کسب‌وکار

از رویا تا نقشه راه در بازاریابی محتوا

فرض کنید در یک بعدازظهر تابستانی تصمیم گرفته اید باغچه ای در حیاط خانه تان بسازید. بذر دارید، خاک هست، آب هست، اما چیزی کم است: نقشه. بدون نقشه نمی دانید چه گیاهی را کجا بکارید، کی آبیاری کنید و چه وقت منتظر شکوفه ها باشید. بازاریابی محتوا هم شبیه همان باغچه است. بدون استراتژی، فقط وقت و انرژی را صرف می کنید، اما نه گل می روید، نه ثمر می بینید. هرچند هزاران محتوا تولید کرده باشید. در دنیای امروز، همه درباره «محتوا» حرف می زنند، اما کمتر کسی از نقشه ای حرف می زند که این محتوا را به هدف می رساند. استراتژی محتوا یعنی همین نقشه. یعنی بدانیم چرا تولید می کنیم، برای که تولید می کنیم و قرار است این محتوا ما را به کجا برساند. بدون آن، بازاریابی محتوا مثل رانندگی در مه غلیظ است: شاید حرکت کنید، اما معلوم نیست به مقصد برسید. ما در این مقاله قدم به قدم با هم پیش می رویم..

۸

آینده بانک‌های ناتراز

هرگونه اطلاع‌رسانی درخصوص بانک‌ها به‌صورت دقیق و شفاف از طریق روابط‌عمومی بانک مرکزی و تارنمای رسمی آن پیگیری و انجام می‌شود. مجددا تأکید می‌گردد که ادعاهای منتشرشده در فضای مجازی و رسانه‌های غیررسمی، مورد تأیید بانک مرکزی نیست.»

از فحوای این اطلاعیه می‌توان استنباط نمود که ناترازی بانک‌ها، تنها محدود به بانک آینده نیست، بلکه بانک‌های ناترازی دیگری نیز در کشور وجود دارند که بانک مرکزی، برنامه‌های خود برای رفع ناترازی را به آنها ارائه داده است اما فعلا در فضای رسانه‌ای، بانک آینده هدف قرار گرفته که ظاهرا این مباحث بیشتر ریشه در موضوعات سیاسی دارد تا مباحث کارشناسی خالص بانکی.

ریشه‌های ساختاری ناترازی بانک‌ها

بسیار ساده‌انگارانه است که تصور کنیم ناترازی در یک بانک، یک‌شبه به وجود می‌آید یا مولود سیاست‌های بانک مرکزی در یکی دو سال اخیر است و هیچ‌کس هم از آن اطلاعی نداشته است. برعکس، در صنعت بانکداری معمولا ناترازی یک بانک، ریشه در علل و عوامل مختلف اجرایی، بانکی و اقتصادی دارد. بروز حالت ناترازی یک بانک معمولا حاصل عملکرد چندین ساله آن بانک در کنار میزان تأثیرگذاری و کارآمدی سیاست‌های نظارتی بانک مرکزی است. به‌اصطلاح دیوان محاسباتی‌ها، «ضعف کنترل‌های داخلی» همراه با ناکارآمدی نظارت می‌تواند سیاست‌های بانکی را به سوی ناترازی سوق دهد. به گفته هوش مصنوعی، «در زبان فارسی، ناترازی بانکی معمولا به معنای تفاوت یا اختلاف میان دارایی‌ها و تعهدات بانک‌ها است که نشان‌دهنده عدم تعادل مالی در مجموعه بانکی است. این ناترازی می‌تواند به دلایل مختلفی از جمله عدم مدیریت مطلوب، کاهش ارزش دارایی‌ها یا آسیب‌پذیری در ساختار مالی بانک‌ها ایجاد شود. در واقع، ناترازی بانک‌ها، زمانی رخ می‌دهد که دارایی‌های بانک به‌اندازه کافی نباشد تا تعهدات مالی آنها را برآورده کند؛ یعنی اگر بانک دارایی‌هایی کمتر از بدهی‌ها و تعهداتش داشته باشد، دچار ناترازی مالی شده است. این وضعیت می‌تواند سبب بحران‌های مالی، ورشکستگی بانک و بحران نظام بانکی شود.»

شاید ناترازی تا حدی شبیه به حالت ورشکستگی تاجر است. ماده ۴۱۲ قانون تجارت درخصوص ورشکستگی تاجر، گفته است: «ورشکستگی تاجر یا شرکت تجارتی در نتیجه توقف از تأدیه وجوهی که برعهده او است حاصل می‌شود.» در پدیده ناترازی بانکی نیز تقریبا حالتی مشابه برای بانک حادث می‌شود؛ یعنی بدهی بانک بیش از دارایی آن است و قدرت تسهیلات‌دهی آن به‌شدت کاهش می یابد. بدین ترتیب، یک بانک در ابتدای تأسیس، فاقد ناترازی سرمایه است و به‌اصطلاح از تراز مالی مثبت برخوردار است، اما اگر این بانک برای جذب و تجهیز منابع بیش از نرخ مصوب بانک مرکزی یا بیش از نرخ سود معمول سایر بانک‌ها، به سپرده های بانکی مردم سود علی‌الحساب پرداخت کند، در نتیجه نرخ تمام شده جذب منابع بانکی وی، گران‌تر از نرخ معمول خواهد شد. بانک در این حالت، چاره‌ای نخواهد داشت جز آنکه نرخ تسهیلات خود را به‌انحای مختلف بیش از نرخ مصوب بانک مرکزی افزایش دهد. در واقع، هزینه سنگین تأمین و تجهیز منابع، خواه‌ناخواه بانک را ناچار خواهد ساخت که برای ایجاد توازن میان هزینه و درآمدهای خود، نرخ سود تسهیلات یا خدمات و تعهدات بانکی را افزایش دهد. اما مسئله به همین‌جا ختم نمی‌شود. تسهیلات پرداخت شده، ولو آنکه سود آن بیش از نرخ مصوب بانک مرکزی باشد، درهرحال این تسهیلات و سود آن می‌بایستی در موعد مقرر وصول شود و به چرخه منابع مالی بانک بازگردد. عدم وصول مطالبات در موعد مقرر، بانک را خودبه‌خود با کوهی از مطالبات معوق وصول نشده مواجه خواهد ساخت. مطالبات معوق و لاوصول بانک‌ها نیز همواره یکی از عوامل مؤثر در افزایش ناترازی بانک‌ها بوده است؛ زیرا بانک صرف‌نظر از آنکه مطالبات وصول شود یا نشود، در مقابل سپرده‌گذاران مسئولیت مالی دارد و بایستی سود سپرده‌های آنان را در موعد مقرر پرداخت نماید؛ بنابراین پرداخت تسهیلات بدون بررسی کافی یا پرداخت بی‌حساب‌وکتاب تسهیلات بانکی به‌صورت فرمایشی، همراه با تکالیف قانونی بانک‌ها برای پرداخت انواع‌واقسام تسهیلات تکلیفی نیز از جمله عوامل مؤثر در افزایش مطالبات معوق بانک‌ها است. به طور طبیعی در چنین وضعیتی بانک ناچار خواهد بود برای برطرف‌کردن کم و کسری‌ها و افزایش توان تسهیلات‌دهی خود به ابزارهای مختلف پولی، از جمله افزایش نرخ سود تسهیلات بانکی، تأمین منابع موردنیاز از بازار بین‌بانکی و برداشت از منابع بانکی مرکزی متوسل شود. نتیجه همه این راه‌حل‌ها نیز منتهی به افزایش بی‌سابقه تعهدات بانک در مقابل سپرده‌گذاران، سهامداران و بانک مرکزی خواهد شد. در نتیجه در این وضعیت، تعهدات و بدهی بانک نسبت به سرمایه ثبت شده آن فزونی خواهد یافت.

بنابراین طرح‌های بلندپروازانه‌ای، نظیر اطلس مال یا ایران مال و نظایر این طرح‌ها به علت حجم بالای سرمایه‌گذاری طبیعتا می‌تواند موجبات ناترازی بانک‌ها را فراهم آورد. البته در این طرح‌ها، افزایش نرخ املاک ظرف چند سال، تمامی هزینه‌های سرمایه‌گذاری را جبران خواهد کرد؛ لذا می‌توان با تجدید ارزیابی و فروش این‌گونه دارایی‌ها، ناترازی بانک را برطرف کرد و یا لااقل میزان آن را کاهش داد. پرداخت تسهیلات کلان به ذی‌نفع واحد نیز بر آتش ناترازی بانک‌ها خواهد افزود. رخداد عوامل مورداشاره در یک بانک، نشانگر ضعف کنترل‌های داخلی و فقدان نظارت سازمان‌یافته مراجع نظارتی بر عملکرد بانک‌هاست. درصورتی‌که نظارت سازمان‌یافته باشد، هیچ کدام از بانک ها عملا قادر نخواهد بود بیش از نرخ مصوب بانک مرکزی، سپرده جذب کند و بیش از نرخ مصوب بانک مرکزی، سود تسهیلات از تسهیلات‌گیرندگان بستاند و بدون ریسک‌سنجی در سرمایه‌گذاری‌های کلان وارد شود؛ زیرا در چنین وضعیتی، پرونده آن بانک از سوی مراجع نظارتی به هیأت انتظامی بانک مرکزی و یا به مراجع قضایی، احاله خواهد شد.

مستندات حل ناترازی و کفایت سرمایه بانک‌ها

فارغ از انتقاداتی که به مقررات بانکی برنامه هفتم توسعه وارد است، این قانون مقرراتی برای راه‌حل ناترازی بانک‌ها طراحی کرده است. ماده ۸ برنامه هفتم در این مورد گفته است: «به‌منظور اصلاح ساختار مالی نظام بانکی و حل‌وفصل ناترازی مؤسسات اعتباری، اقدامات زیر انجام می‌گیرد: ۱-هیأت‌مدیره با تصویب مجمع‌عمومی فوق العاده هر یک از مؤسسات اعتباری، اعم از دولتی و غیردولتی که نسبت کفایت سرمایه آنها در زمان لازم‌الاجرا شدن این قانون، کمتر از نسبت مندرج در جدول شماره (۲) موضوع ماده (۷) این قانون است، مکلف است ظرف دو ماه از لازم الاجراشدن این قانون، برنامه افزایش سرمایه مؤسسه اعتباری را جهت نیل به هدف مندرج در جدول یادشده به بانک مرکزی تسلیم کند. بانک مرکزی مکلف است حداکثر ظرف دو ماه برنامه مذکور را عینا یا با اعمال اصلاحات موردنیاز برای اجرا به مؤسسه اعتباری ابلاغ کند. ۲-افزایش سرمایه مؤسسات اعتباری غیردولتی به ترتیب زیر انجام می‌شود: ۲-۱-مؤسسات اعتباری غیردولتی مکلفند پس از ابلاغ بانک مرکزی، برنامه افزایش سرمایه ابلاغی بانک مرکزی را به تصویب مجمع‌عمومی فوق‌العاده خود رسانده و فرآیند قانونی افزایش سرمایه را آغاز کنند. ۲-۲-درصورتی‌که پس از گذشت دو ماه از مهلت مجمع‌عمومی فوق العاده موضوع جزء (۱) این بند، به هر دلیل از جمله عدم برگزاری مجمع‌عمومی مؤسسه اعتباری غیردولتی، عدم تصویب افزایش سرمایه ابلاغی بانک مرکزی در مجمع‌عمومی فوق العاده یا عدم اجرای مصوبه مجمع‌عمومی فوق العاده؛ افزایش سرمایه مؤسسه اعتباری غیردولتی مطابق برنامه ابلاغی بانک مرکزی انجام نشود، اختیارات مجمع‌عمومی فوق‌العاده در افزایش سرمایه به بانک مرکزی منتقل می شود و بانک مرکزی مکلف است از طریق عرضه سهام در بازار بورس و اوراق بهادار با روش سلب حق‌تقدم سهامداران فعلی نسبت به افزایش سرمایه مؤسسه اعتباری غیردولتی موردنظر اقدام کند. ۲-۳-نظارت بر اجرای برنامه افزایش سرمایه مؤسسات اعتباری غیردولتی و بهبود نسبت کفایت سرمایه آنها برعهده بانک مرکزی است و بانک مرکزی مکلف است هر شش‌ماهه یکبار گزارش اجرای برنامه افزایش سرمایه و وضعیت کفایت سرمایه مؤسسات اعتباری غیردولتی را به رئیس‌جمهور و رئیس مجلس و شورای‌عالی راهبری برنامه موضوع‌بند «الف» ماده (۱۱۸) این قانون، تقدیم کند. ۳-افزایش سرمایه بانک‌های دولتی به ترتیب زیر انجام می‌شود: ۳-۱-وزیر امور اقتصادی و دارایی و رئیس سازمان مکلفند ظرف یک ماه از لازم‌الاجرا شدن این قانون، برنامه افزایش سرمایه بانک‌های دولتی و چگونگی تأمین منابع موردنیاز برای اجرای برنامه مذکور را تهیه نموده و به تصویب هیأت وزیران برسانند. ۳-۲-کلیه منابع ناشی از تجدید ارزیابی دارایی های بانک‌های دولتی که حسب تشخیص بانک مرکزی می‌تواند منجر به بهبود کفایت سرمایه بانک شود و سود خالص سالانه آنها تا زمان رسیدن نسبت کفایت سرمایه بانک به نسبت مندرج در جدول شماره (۲) فقط باید صرف افزایش سرمایه شود. وزیر امور اقتصادی و دارایی مسئول اجرای دقیق این بند است. هرگونه انتقال دارایی های بانک‌های دولتی در طول سال‌های برنامه به سایر دستگاه‌های اجرایی ممنوع است. تجدید ارزیابی دارایی های بانک‌های دولتی در طول اجرای برنامه معاف از مالیات است. ۳-۳-وزیر امور اقتصادی و دارایی، مسئول اجرای برنامه افزایش سرمایه و بهبود نسبت کفایت سرمایه بانک‌های دولتی است و بانک مرکزی، مسئولیت نظارت بر حسن اجرای برنامه مذکور را برعهده دارد. وزیر امور اقتصادی و دارایی و رئیس‌کل بانک مرکزی مکلفند هر شش ماهه یک‌بار وضعیت کفایت سرمایه بانک‌های دولتی و میزان پیشرفت برنامه مذکور در جزء (۱-۳) را به رئیس‌جمهور، رئیس مجلس و شورای‌عالی راهبری برنامه ارائه کنند.»

باتوجه‌به مقررات بسیار طولانی و خستگی آور برنامه هفتم، به نظر می‌رسد قانون‌گذار برای رفع ناترازی سرمایه‌ای بانک‌ها، راه‌حل افزایش سرمایه را در نظر گرفته و بر شیوه افزایش سرمایه بانک‌های دولتی، تأکید دارد؛ با این تفاوت که در این راه‌حل (افزایش سرمایه برای رفع ناترازی) قانون‌گذار بین بانک‌های خصوصی و بانک‌های دولتی، نوعی تبعیض قائل شده است که توجیه منطقی چندانی (حداقل از نظر حقوقی) ندارد. بدین ترتیب که قانون‌گذار در مورد بانک‌های دولتی برای حل ناترازی، افزایش سرمایه از طریق تجدید ارزیابی دارایی‌ها را پذیرفته است، اما در مورد بانک‌ها و مؤسسات اعتباری خصوصی، این نوع افزایش سرمایه را نپذیرفته و مقرر کرده است که سهامداران بانک‌های خصوصی بایستی سرمایه لازم برای افزایش سرمایه را فراهم کنند. در مورد بانک‌های موسوم به «بانک‌های خصولتی» نیز موضوع بلاتکلیف و فاقد تعیین تکلیف قانونی است. به‌هرحال، برای افزایش سرمایه بانک‌های غیردولتی طبعا بخش خصوصی نیز تا زمانی که یک سرمایه‌گذاری را سودآور تشخیص ندهد، در سرمایه‌گذاری شرکت نخواهد کرد. پس اگر آگهی افزایش سرمایه یک بانک داده شود؛ ولی بخش خصوصی از آن استقبال نکند و افزایش سرمایه محقق نشود، تکلیف چیست؟

در بحث راهکارهای حل ناترازی بانک‌ها، باید به این نکته توجه داشت که همه بانک‌ها، چه بانک‌های دولتی و چه بانک‌ها و مؤسسات اعتباری خصوصی و غیردولتی، دارای اموالی باارزش هستند که می‌توانند با افزایش سرمایه از طریق تجدید ارزیابی دارایی‌ها تا حدودی ناترازی را برطرف ساخت؛ یعنی برای تأمین سرمایه لازم ابتدا بایستی برای دارایی‌های ارزشمند بانک‌های ناتراز، مشتری مناسب پیدا کرد آنها را به قیمت مناسب فروخت و با استفاده از وجوه حاصل از دارایی‌ها، ناترازی را برطرف کرد. ضمنا همان‌گونه که در مورد نحوه افزایش سرمایه در بانک‌های دولتی این تدبیر اندیشه شده است، جا دارد این راه‌حل (افزایش سرمایه از طرق تجدید ارزیابی دارایی‌ها) حداقل هر ۱۰ سال یک‌بار برای بانک‌های غیردولتی نیز پذیرفته شود.

در مجموع برای حل مشکل ناترازی بانک‌ها به نظر می رسد بلافاصله متوسل‌شدن به راهکار انحلال آن بانک یا متوسل شدن به راهکار مدیریت دولتی، چالش ناترازی را به‌طور ریشه‌ای حل نخواهد کرد. انحلال یک بانک بایستی آخرین راه‌حل باشد و نه اولین راه‌حل. مگر می‌توان به‌آسانی یک بانک را بدون توجه به تبعات منفی آن، منحل کرد و صدها بلکه هزاران نیروی شاغل آن را بیکار ساخت؟ واقعیت آن است که انحلال یک بانک در مرحله نخست، تضییع حقوق استخدامی پرسنل آن را به همراه خواهد داشت و جریان بیمه بازنشستگی آنان را با اخلال مواجه خواهد ساخت؛ کما اینکه بنا به اخبار، این مشکل کم‌وبیش برای کارکنان بانک‌ها و مؤسسات اعتباری ادغام شده در بانک سپه به وجود آمده است. به هرحال در پدیده انحلال یک بانک ناتراز، علاوه بر چاره‌اندیشی برای مشکلات پرسنلی باید منابع لازم را برای پرداخت به سپرده‌گذاران و سایر ذی‌نفعان فراهم کرد؛ بنابراین راه‌حل کارشناسی برای برون‌رفت بانک از وضعیت ناترازی، منحصر به انحلال بانک ناتراز نیست. قبل از هرگونه تصمیم و اقدام برای خاتمه فعالیت و انحلال بانک باید برای مشکلات احتمالی ذی‌نفعان آن بانک (کارکنان، سپرده‌گذاران، سهامداران و سایر ذی‌نفعان) چاره‌جویی کرد.

نگـــاه

گزارش «وال‌استریت ژورنال» از وخامت یک رابطه

دوستی ترامپ و ماسک چگونه به دشمنی بدل شد؟

هرچند فرو پاشـــیدن رابطه ترامپ و ماسک از مدت‌ها قبل پیش‌بینی شده بود اما ســـرعت و شـــدت این اتفاق، همه را شوکه کرد. این دقیقا همان چیزی بود که ترامپ و مشاورانش می‌خواستند از آن اجتناب کنند. تنها شش روز قبل، دستیاران ترامپ با وجود ناراحتی از ماسک، تصمیم داشتند مراسم خداحافظی دوستانه‌ای برای او در دفتر بیضی کاخ ســـفید برگزار کنند. آنها به ترامپ درباره اتهام مصرف مواد مخدر توســـط ماسک اطلاع داده بودند تا در صورت اعلام این موضوع توسط خبرنگاران، آمادگی دفاع از میلیاردر معروف را داشته باشد.

به گزارش «وال‌استریت ژورنال»، تا عصر چهارشنبه، ترامپ در دیداری با سناتورهای جمهوری‌خواه، اختلافاتش با ماســـک را کم‌اهمیت جلوه داد، با وجود اینکه ماسک در روزهای اخیر به‌شـــدت از برنامه‌های قانون‌گذاری ترامپ انتقاد کرده بود. پس از آنکه ترامپ در پایان هفته، متحد ماسک را از ریاست ناسا کنار گذاشت، به اطرافیانش گفت که قصد ندارد وارد درگیری علنی با مشاور سابقش شود اما آن فضای دوستانه در روز پنجشنبه ناپدید شد. در ۱۳ دقیقه ابتدایی جلسه‌ای در دفتر بیضی با صدراعظم آلمان، فریدریش مرتز، ترامپ نارضایتی خود از ماسک را مطرح کرد و این آغاز روزی توفانی بود که در آن دو تن از قدرتمندترین مردان جهان از دوست به دشمن تبدیل شدند.

تا شب پنجشنبه، ترامپ تهدید کرد که قراردادهای دولتی با شرکت‌های ماسک را قطع خواهد کرد و گفت ماسک «دیوانه شده» و ادعا کرد که او دچار «سندروم نفرت از ترامپ» شـــده است. ماسک در پاسخ، پیشنهاد تأسیس یک حزب سیاسی جدید را مطرح کرد و گفت که ترامپ باید اســـتیضاح شود. او هشدار داد که تعرفه‌های ترامپ ممکن است منجر به رکود اقتصادی شوند و وعده داد که یک سامانه ارزشمند فضایی که دولت به آن وابســـته است را از رده خارج خواهد کرد. او همچنین ادعا کرد که نام ترامپ در اســـناد مربوط به تحقیقات فدرال درباره جفری اپستین (قاچاقچی جنسی محکوم‌شده) دیده می‌شود و تلویحا او را به نوعی به رفتارهای مجرمانه اپستین مرتبط دانست.

نبرد خارق‌العاده میان ترامپ و ماسک که سراسر آمریکا را تحت تأثیر قرار داد، ائتلاف تازه‌ای را که ترامپ با شـــعار ماگا (MAGA) ساخته و ماسک تأمین مالی کرده بود، تهدید می‌کند. این درگیری، شـــرکت‌های ماسک که بسیاری از آنها تحت نظارت شدید دولت فدرال هستند را در تیررس قرار می‌دهد. همچنین در لحظه‌ای که حزب دموکرات در وضعیت ضعیفی قرار دارد، به آنها فرصتی نادر برای نفس کشـــیدن می‌دهد. در حین این درگیری‌ها، ســـهام تسلا ۱۴ درصد ســـقوط کرد، بدترین روز تسلا از ســـال ۲۰۲۰ تاکنون. البته فرو پاشیدن رابطه ترامپ و ماسک از مدت‌ها قبل پیش‌بینی شده بود. حتی افـــرادی که به هر دو نزدیک بودند، در خلوت باور داشـــتند که این رابطه در نهایت فرو خواهد پاشید. با این حال، سرعت و شدت این انفجار شوکه‌کننده بود. اما ناراحتی ماسک فقط به خاطر قانون‌گذاری نیست و او به اطرافیانش گفته که از تصمیم ترامپ برای کنار گذاشتن نامزدی جرد آیزکمن (متحد ماسک) برای ریاست ناسا خشمگین است. درگیری علنی بین ماسک و ترامپ همچنین آینده «اداره بهره‌وری دولت» (DOGE) را تهدید می‌کند، پروژه‌ای که ماســـک آن را برای کاهش هزینه‌هـــا راه‌اندازی کرده بود. کارکنان مرتبط با دوج، که برخی از آنها مسئول اخراج هزاران کارمند فدرال بودند، روز پنج‌شنبه در پیام‌هایی به یکدیگر می‌پرســـیدند که آیا آنها نفر بعدی برای اخراج خواهند بود یا نه. درگیری روز پنج‌شنبه، دستیاران ارشد کاخ سفید را نیز غافلگیر کرد. اندکی پیش از ظهر، ترامپ در دفتر بیضی با فریدریش مرتز، نشستی درباره موضوعات قابل‌پیش‌بینی داشت: تجارت، ائتلاف ناتو و جنگ در اوکراین. حدود ۱۳ دقیقه طول کشـــید تا رئیس‌جمهور، شـــروع به گلایه از میلیاردر حامی‌اش کند و از این گفت که از انتقادات ماسک نسبت به برنامه قانون‌گذاری‌اش، که آن را بیش از حد پرهزینه دانســـته بود، ناراحت است. ترامپ ابتـــدا با ملایمت صحبت را شـــروع کرد. وقتی درباره انتقاد ماســـک از «لایحه بزرگ و زیبایش» از او پرســـیدند، گفت: «من همیشه ایلان را دوســـت داشتم. ترجیح می‌دهم ایلان از من انتقاد کند تا از لایحه.» اما طولی نکشـــید که لحن ترامپ تندتر شد: «من و ایلان رابطه فوق‌العاده‌ای داشـــتیم. نمی‌دانم آیا هنوز هم داریم یا نه.» او همچنین گفت که کمک ماسک در جریان کارزار انتخاباتی، تأثیر چندانی در نتیجه نداشته است: «فکر می‌کنم در هر صورت پنسیلوانیا را می‌بردم.» هنگامی که ترامپ درباره این ایالت کلیدی صحبت می‌کرد، ســـوزی وایلز، رئیس دفتر کاخ سفید با شـــدت سرش را تکان می‌داد، نشانه‌ای تصویری از اینکه چطور ماسک بسیاری از کارکنان کاخ سفید را عصبانی کرده و ترامـــپ تنها مدافـــع باقی‌مانده او بود. نبرد میان این دو پیـــش از پایان دیدار در دفتر بیضی کاخ ســـفید به شبکه‌های اجتماعی کشیده شد. ماسک نوشت: «بدون من، ترامپ انتخابـــات را می‌باخت، دموکرات‌ها کنترل مجلس نمایندگان را به دســـت می‌گرفتند و جمهوری‌خواهان با اختلاف ۵۱–۴۹ در سنا بودند. چه ناسپاسی‌ای!» کمی پیش از ساعت ۲ بعدازظهر، ماسک نظرسنجی‌ای در پلتفرم ایکس منتشر کرد و از بیش از ۲۰۰ میلیون دنبال‌کننده‌اش پرســـید که آیا زمان آن نرســـیده حزب سیاسی جدیدی ایجاد شود که نماینده بهتری برای اکثر مردم آمریکا باشد؟ تنها چند دقیقه بعد، مارک کوبان، میلیاردر و بازرگانی که پیش‌تر به نامزدی ریاســـت‌جمهوری تمایل نشـــان داده بود در واکنش به پیشنهاد ماســـک برای تأسیس حزب سوم، سه تیک سبز منتشر کرد. استیو بنن، یکی از حامیان برجســـته ترامپ که در میان پایگاه رأی او نفوذ زیادی دارد، در پادکســـتش پیشنهاد داد که وضعیت مهاجرتی ماسک بررسی شود؛ چراکه ماسک در آفریقای جنوبی به دنیا آمده اســـت. در پاســـخ به پستی از یک چهره سرشناس محافظه‌کار که گفته بود جمهوری‌خواهان ممکن اســـت مجبور شوند بین ترامپ و ماسک، یکی را انتخاب کنند، ماسک نوشت: «یک مسئله مهم: ترامپ فقط ۳.۵ سال دیگر رئیس‌جمهور است، اما من ۴۰ ســـال یا بیشتر در صحنه می‌مانم» حتی مادر یکی از فرزندان ماسک هم وارد ماجرا شـــد و اشلی سنت کلر که دعوای پرســـر و صدایی با ماسک داشته، در پستی ترامپ را منشـــن کرد و پرسید: «اگر برای تمام کردن رابطه کمک لازم داری به من بگو. می‌توانم راهنمایی‌ات کنم!» سپس ترامپ لحن را تندتر کرد و در شبکه‌های اجتماعی نوشت که «ساده‌ترین راه برای صرفه‌جویی در بودجه دولت، لغو قراردادهایی است که به شرکت‌های ماسک می‌رسد.» و اضافه کرد: «همیشه برایم عجیب بود که بایدن این کار را نکرد.»

ماســـک در واکنش تهدید کرد که فضاپیمای اســـپیس‌ایکس (درگن) را که برای رفت‌وآمد فضانوردان آمریکایی به ایســـتگاه فضایی استفاده می‌شود، از خدمت خارج خواهد کرد. البته او پنج‌شـــنبه شب در پاســـخ به یکی از کاربران ایکس، کمی از این تهدید عقب‌نشـــینی کرده بود. در ساعت ۳ بعدازظهر، ماسک حمله را شدت داد و در توئیتی نوشت: «وقتش است بمب واقعی را منفجر کنم. ترامپ در پرونده‌های اپستین نقش دارد. این دلیل اصلی اســـت که این اسناد هنوز علنی نشده‌اند. روز خوبی داشته باشـــی، DJT!» ماسک به اسناد تحقیقات فدرال درباره قاچاق جنسی و آزار جنسی توســـط اپستین (سرمایه‌دار بدنامی که در ســـال ۲۰۱۹ خودکشی کرد) اشاره داشت. اپستین با چهره‌های سرشـــناس نیویورکی از جمله ترامپ، ارتباط داشت. اف‌بی‌آی و وزارت دادگســـتری به درخواست برای اظهارنظر پاســـخی ندادند. یکی از افراد آگاه از رابطه ترامپ با اپستین گفت که دولت قبلا اسنادی از پرونده اپستین منتشر کرده که نام ترامپ هم در آنها دیده می‌شـــود. اندکی پس از ســـاعت ۴ عصر نیز ماسک، پستی را بازنشـــر کرد که خواستار استیضاح ترامپ و معرفی JD ونس، معاون رئیس‌جمهور، به عنوان رئیس‌جمهور بود و زیر آن نوشـــت: «بله.» به گفته مشـــاوران ترامپ، شدت گرفتن حمله‌ها از سوی ماسک، او را غافلگیر کرده. او به اطرافیانش گفته باور نداشته که حرف‌هایش در دفتر بیضی درباره ماسک تند بوده و از شدت واکنش ماسک شوکه شـــده است. دستیاران ترامپ بخشـــی از روز پنج‌شنبه را صرف این کردند که بفهمند هدف ماسک از این کارها چیست. یکی از مقام‌های کاخ سفید گفت: «رئیس‌جمهور به ما گفت که ماســـک فقط دارد مثل بچه‌ها رفتار می‌کند.» تقریبا هم‌زمان، ترامپ وارد جلسه‌ای با اتحادیه افسران پلیس شد و اظهاراتی ارائه داد. او به پرسش‌های خبرنگاران پاسخی نداد و اصلا از ماسک نام نبرد. عصر پنج‌شنبه، کارکنان کاخ سفید در جلسه‌ای با ترامپ به بررسی شرایط پرداختند. با این حال، تا شامگاه پنج‌شنبه، تسلای قرمز براق ترامپ که در یک مراسم پر ســـروصدا به همراه ماسک خریده بود همچنان چند متر دورتر از دفتر بیضی پارک شده بود. دستیاران کاخ سفید در عصر همان روز به شوخی می‌گفتند که هنوز تصمیم نگرفته‌اند با آن ماشین چه کار کنند.

پاشنه آشیل سیاست های حمایتی در بخش صنعت مشخص شد

الگوی ناکارآمد حمایت از تولید

فرصت امروز: اکثر تبصره ها و بندهای حمایتی که برای بخش صنعت در نظر گرفته شده، متاسفانه یا اصلا اجرا نشده و یا به صورت ناقص اجرا شده است. ارزیابی سیاست های حمایتی از بخش صنعت در یک بازه پنج ساله، نشـــان می دهد که علی رغم مشکلات اقتصاد ایران، سیاست‌های حمایتی بودجه‌ای طراحی شـــده در مقایسه با آسیب وارده به این بخش کافی نبوده اســـت. شوربختانه بسیاری از طرح‌های عمرانی کشور، سابقه طولانـــی و بعضا چند دهه‌ای دارند و یکی از دلایل اصلی تاخیر در اتمام آنها، تخصیص کم منابع نسبت به بودجه مصوب طرح‌های عمرانی است که این وضعیت در میان‌مدت و بلندمدت موجب از دســـت رفتن جایگاه کشور در رقابت بین‌المللی می‌شود. با وجود آنکه در مورد برخی طرح‌ها، استمرار یک سیاســـت بلندمدت دیده می‌شود (مثل طرح‌های کمک به نوســـازی صنایع) اما درخصوص برخی طرح‌ها (به ویژه طرح‌های ایجاد زیرساخت) این یک نقطه ضعف محسوب می شود؛ چراکه طولانی شدن این طرح‌ها باعث می‌شود زیرساخت ایجاد شده با وجود تحمیل بار مالی، در زمان مناسب به چرخه فعالیت اقتصادی وارد نشود.

بخش صنعت در ســـال‌هایی که فشار تحریم‌های ظالمانه به یک‌باره بر این بخش وارد شده (ســـال‌های ۱۳۹۰، ۱۳۹۱ و ۱۳۹۷)، افت بیشتری نسبت به کل اقتصاد ایران داشته که نشان می‌دهد این بخش، حساسیت بیشتری نســـبت به فشار ناشـــی از شرایط خاص کشـــور داشته است. همچنین مقایســـه وضعیت متوسط رشـــد ارزش افزوده بخش صنعت با رشـــد اقتصادی کشور، نشان می‌دهد که عمدتا رشد ارزش افزوده بخش صنعت از رشـــد اقتصادی کشور پایین‌تر بوده و این موضوع می‌تواند یک اخطار و زنگ خطر به سیاستگذاران درخصوص تضعیف بلندمدت بخش صنعت در صورت تداوم این وضعیت باشـــد. اگرچه بخش صنعت از سال ۱۴۰۰ تا ۱۴۰۲ تقریبا مشـــابه با رشد بخش غیرنفتی اقتصاد ایران رشد کرده و توانســـته تا حدودی خود را بازیابی کند، اما در مقایســـه با بخش خدمات و یا بخش نفت همچنان در وضعیت نامناسبی قرار دارد.

چرا سیاست صنعتی به بیراهه رفت؟

بازوی کارشناســـی مجلس به «آسیب شناسی سیاست های حمایتی از بخـــش صنعت، با تکیه بر قوانین بودجه پنج ســـال اخیر» پرداخته و نسبت به خطر از دست رفتن سهم صنعت در روند رشد اقتصادی، هشدار داده اســـت. گزارش مرکز پژوهش‌ها نشان می دهد که بیشتر تبصره‌ها و بندها در قوانین بودجه ســـال‌های مختلف، پشت سر هم تکرار می‌شوند و بـــه نظر می رســـد لحاظ کردن آنها در قوانین بودجه ســـنواتی از یک راهبرد کلان از سوی سیاستگذاران تبعیت می‌کند. این راهبرد مطابق با سیاست‌های کلان و قوانین برنامه‌های پنج ساله و البته تداوم معضلات و مشکلات موجود در سال‌های مختلف است. تمامی احکام و قوانین بودجه در بخش صنعت مطابق با راهبرد کلان صنعتی کشـــور، سیاســـت‌های کلـــی نظام و برنامه‌های توســـعه بوده و از همیـــن رو می‌توان گفت که در سطح کلان، درک مشـــترکی از اهمیت این راهبردها بین دولت‌ها و مجالس مختلف وجود داشته که سبب تکرار این موارد در قوانین بودجه سال‌های مختلف شده اســـت. با این وجود، متاسفانه بسیاری از بندها و تبصره‌ها یا به کلی اجرا نشده‌اند و یا به صورت ناقص اجرا شده‌اند. بررسی محتـــوای گزارش‌های نظارتی مجلس از جمله گزارش‌های تفریغ بودجه نشـــان می‌دهد که عدم اجرای این موارد یا اجرای ناقص می‌تواند به سه دلیل باشد: اول، بوروکراســـی پیچیده دستگاه‌های دولتی و ناهماهنگی دستگاه‌ها، به‌ویژه در موضوعاتی که نیازمند هماهنگی چند دستگاه با هم است. دوم، عدم تامین منابع مالی به‌رغم تصویب در قانون به دلایل کلان ازجمله کسری بودجه مزمن دولت و لزوم تامین مصارف با ضرورت بیشتر؛ مثلا کمبود منابع مالی و دشـــواری تامین مالی از بانک ها در سال های اخیر، یکی از چالش‌های اصلی واحدهای تولیدی و فعالان صنعتی کشور بوده است. از سال ۱۳۹۷ تا ۱۴۰۲، منابع مالی مشخصی در قالب تبصره «۱۸» در قوانین بودجه کشور به اجرای برنامه‌های ایجاد اشتغال و رونق تولید تخصیص داده شـــد، اما بررســـی عملکرد این حکم در ســـال‌های مختلف برگرفته از گزارش‌های تفریغ بودجه، نشان می دهد که در برخی سال‌ها عملکردی نداشـــته و در برخی سال‌ها پرداختی به بخش صنعت حدود ۳۰ درصد اســـت. سوم، وجود مشـــکلات زمینه‌ای در فضای کلی اقتصاد کشور سبب شده تا بسیاری از طرح‌ها حتی در صورت اجرا نتواند زمینه‌ســـاز تحرک جدی در بخش صنعت شود. مشکلاتی مانند شرایط خاص کشـــور، مشکلات ارزی، فضای کسب وکار و تامین انرژی، دخالت دولت در قیمت‌گذاری محصولات صنعتی و.... سبب ایجاد فضایی می‌شود که این تبصره‌ها و بندهای حمایتی عملا تاثیر چشمگیری نداشته باشد.

بایدها و نبایدهای حمایت از تولید

گزارش مرکز پژوهش‌ها، این پرسش را مطرح می‌کند که چرا با وجود تاکید بر حمایت از بخش صنعت (از اســـناد بالادســـتی گرفته تا قوانین بودجه)، بندها و تبصره‌هایی که با هدف حمایت از بخش صنعت تدوین شده است، اجرا نشده یا به طور ناقص اجرا می‌شود؟ در پاسخ به این سوال می‌توان به سه سطح از دلایل اشاره کرد: سطح کلان، سطح سیاستگذاری و ســـطح اجرا. در سطح کلان، اقتصاد ایران طی ۱۳ سال گذشته با فشار سنگینی از ناحیه تحریم‌ها، شـــوک کرونا و مشکلات مشابه روبه‌رو بوده و این مشـــکلات سبب شده بخش صنعت آســـیب زیادی ببیند. در این شـــرایط، سیاســـت‌های حمایتی که در قالب بندهای بودجه‌ای طراحی می‌شـــود، در مقایسه با آســـیب وارده به این بخش کافی نیست. فضای کسب وکار ایران طی یک دهه گذشته برای سرمایه‌گذاری مناسب نبوده و انواع مقررات پیچیده (مقررات ارزی، مقررات تجارت خارجی، دخالت در قیمت‌گذاری، نوسان شدید نرخ ارز و قیمت مواد اولیه و امثال آن)، فضای نامناسبی را برای سرمایه‌گذاری، به‌ویژه سرمایه‌گذاری صنعتی که نسبت به ســـرمایه‌گذاری در بازارهای موازی دیربازده‌تر است، ایجاد کرده است. در چنین شـــرایطی، سیاست‌های حمایتی، چه در قالب قوانین بودجه و چه در قالب سایر قوانین و مقررات کشور نمی‌تواند ریسک‌ها و مشکلات ناشی از این شرایط را بر اقتصاد کشور جبران کند.

در ســـطح دوم، بخشی از دلایل ناموفق بودن سیاست‌های حمایتی به فرآیند تدوین این سیاســـت‌ها بازمی‌گردد. در بسیاری از موارد اصولا به تدوین قانون مشـــخصی برای حمایت از تولید، نیازی نیســـت بلکه باید مشـــکلات در ســـطح اجرا رفع شـــود. در برخی موارد نیز سیاستگذاران شـــناخت کافی از مسائل بخش صنعت ندارند و لذا در تدوین سیاست‌ها، مسئله به درستی در دسترس مخاطب قرار نمی‌گیرد؛ مثلا مسئله تامین مالی همواره جدی است، اما در سال‌های اخیر به دلیل مشکلات بانکی و کمبود منابع نظام بانکی کشور جدی‌تر نیز شده است. همچنین به دلیل کسری بودجه مزمن، دولت نیز توان تزریق منابع بودجه‌ای بیش از مقادیر جاری در این امر ندارد. در نتیجه، منابع محدودی که برای تسهیل تامین مالی بخش صنعت به صورت یارانه سود و وجوه اداره شده در نظر گرفته می‌شود، به هیچ عنوان تکافوی حمایت کافی را از این بخش نمی‌دهد. در سطح سوم نیز به دلیل ناهماهنگی دستگاه‌های اجرایی، تفاسیر متفاوت از یک متن قانونی مشـــخص یا درگیر بودن دســـتگاه اجرایی هدف در امور روزمره خود به ویژه وزارت صمت (با طیف وســـیعی از ماموریت)، یا این سیاست اجرا نمی‌شـــود یا به صورت ناقص اجرا می‌شود که با هدف قانونگذاران، فاصله زیادی دارد.

دست پایین صنعت در رشد اقتصادی؟

همانطور که گفته شـــد، با وجود مشـــکلات اقتصادی، سیاست های حمایتی بودجه ای طراحی شـــده در مقایسه با آســـیب وارده به بخش صنعت، کافی نبوده است. اکثر تبصره ها و بندهای حمایتی بخش صنعت یا اجرا نشده یا به صورت ناقص اجرا شده است که دلایل آن به مشکلات در سطح اجرای سیاست ها و ناهماهنگی در دستگاه های اجرایی، تفاسیر متفاوت از متن قانونی و در برخی موارد، شناخت ناکافی از مسائل بخش صنعـــت و عدم تحقق منابع مالی در نظر گرفته شـــده در قوانین بودجه بازمی گردد. متاسفانه بسیاری از طرح های عمرانی کشور، سابقه طولانی و بعضـــا چند دهـــه ای دارد و این موضوع درخصـــوص برخی طرح ها، استمرار یک سیاست بلندمدت را نشان می دهد (مثلا طرح های کمک به نوســـازی صنایع) که موضوعی قابل قبول و مهم است، اما درخصوص برخی از طرح هـــا، به ویژه طرح های ایجاد زیرســـاخت، این یک نقطه ضعف است؛ چراکه طولانی شدن این طرح ها سبب می شود زیرساخت ایجادشـــده با وجود تحمیل بار مالی، در زمان مناسب به چرخه فعالیت اقتصادی وارد نشود.

موضوع دیگر آنکه در سال‌هایی که فشار تحریم‌ها به یک‌باره بر بخش صنعت وارد شـــده (ســـال‌های ۱۳۹۰، ۱۳۹۱ و ۱۳۹۷)، افت بیشـــتری نسبت به کل اقتصاد ایران داشته که نشان می‌دهد این بخش حساسیت بیشتری نســـبت به فشار ناشی از شرایط خاص کشـــور دارد. همچنین مقایسه متوسط رشد ارزش افزوده بخش صنعت با رشد اقتصادی کشور نشـــان می‌دهد، عمدتا رشد ارزش افزوده بخش صنعت از رشد اقتصادی کشور پایین‌تر بوده که این موضوع می‌تواند یک اخطار به سیاستگذاران درخصوص تضعیف بلندمدت بخش صنعت در صورت تداوم این موضوع باشد. البته بخش صنعت از ســـال ۱۴۰۰ تا ۱۴۰۲ تقریبا مشابه با رشد بخش غیرنفتی اقتصاد ایران رشـــد کرده است و توانسته تا حدی خود را بازیابی کند، اما در مقام مقایســـه نســـبت به بخش خدمات و همچنین بخش نفت همچنان بخش صنعت در وضعیت نامناســـبی است. اگرچه صنعت در مقایسه با بخش ساختمان و همچنین بخش کشاورزی از ثبات بالاتری برخوردار بوده، اما به نظر می رسد رشدی کند و آهسته را تجربه می‌کند که می‌تواند سهم خود از رشد اقتصادی کشور را از دست دهد.

مسکن ملی، معطل بدقول‌ها نشد

کارنامه ۹ ماهه خانه سازی دولتی

دولـــت چهاردهم به دور از آمارســـازی و با قبـــول واقعیت عدم تزریق به‌موقع منابع مالی توسط بانک‌ها و برخی متقاضیان نهضت ملی مسکن، تصمیم گرفت طرح‌ها را معطل متقاضیان و بانک‌های بدقول نکند. وزیر راه و شهرســـازی همچنیـــن با ایجاد مکانیزم دهک‌بنـــدی، اولویت را بر دهک‌های یکم تا ســـوم قرار داد. به گزارش «ایسنا»، پس از آنکه دولت ســـیزدهم نتوانست طی فعالیت سه ساله خود، طرح نهضت ملی مسکن را به ســـرانجام برساند و تنها ۲۰ هزار مسکن حمایتی بر روی اراضی ۹۹ ســـاله تحویل داد، وزارت راه و شهرسازی دولت چهاردهم تصمیم گرفت روی متقاضیـــان موثر تمرکز کند. دولت قبل گفته بود ۲.۶ میلیون واحد نهضت ملی مســـکن را به مرحله ساخت رسانده اما آماری که اردیبهشت امسال ارائه شـــد، نشان داد از ابتدای اجرای این پروژه در سال ۱۴۰۰ تا اوایل ســـال ۱۴۰۴ تنها ۵۵۹ هزار واحد آغاز شده که ۴۶۰ هزار واحد در مرحله اتمام فونداســـیون، ۲۷۳ هزار واحد در مرحله اتمام اسکلت، ۱۱۷ هزار واحد در مرحله اتمام ســـفت کاری، ۶۱ هزار واحد اتمام نازک کاری و ۳۴ هزار واحد در مراحل اتمام کارهای پایانی اســـت. ۲۰ هزار واحد از این ۳۴ هزار واحد در سه سال فعالیت دولت سیزدهم و ۱۴ هزار واحد در هشت ماه فعالیت دولت چهاردهم به اتمام رسیده است.

بنابراین آمار و ارقام نشـــان می‌دهد دولـــت چهاردهم نه تنها در طرح نهضت ملی مســـکن، کم‌کاری نداشته بلکه به دور از آمارسازی و با قبول واقعیت عدم تزریق به‌موقع منابع مالی توسط بانک‌ها و متقاضیان، تصمیم گرفت طرح‌ها را معطل متقاضیـــان و بانک‌های بدقول نکند. عملکرد ۹ ماهه دولت چهاردهم نشان می دهد که طرح نهضت ملی مسکن در بخش اتمام اسکلت و سقف ۳۳ درصد، در بخش اتمام سفت کاری ۳۷ درصد، در بخش اتمام نازک‌کاری ۴۲ درصد و در بخش اتمام واحدهای ساختمانی ۴۴ درصد رشد داشته است. دولت چهاردهم همچنین طرح‌ها را معطل متقاضیان و بانک‌های بدقول نکرد. بـــه عنوان نمونه، بیش از ۶۰ درصد متقاضیان پروژه ۱۴۴۰ واحدی نهضت ملی مســـکن شهر جدید پرند که در حال حاضر تکمیل شده آورده خود را تکمیل نکرده‌اند. متقاضیان موثر این طرح حدود ۸۰۰ میلیون تومان آورده تامین کرده‌اند اما برخی دیگر ۱۰۰ میلیون تومان آورده دارند. در بین آنها بعضی مددجویان بهزیستی و کمیته امداد هســـتند که آورده آنها صفر است و دولت با استفاده منابع خود و اتکا به نهادهایی مثل بنیاد مسکن، بنیاد مستضعفان و ستاد اجرای فرمان امام (ره) به این متقاضیان کمک می‌کند. با این حال، پایین بودن مبلغ آورده در بســـیاری از پروژه‌های مسکن ملی در سراسر کشور دیده می‌شود. از آنجا که در مســـکن مهر، پروژه‌ها بدون نیازسنجی آغاز شده بودند و پس از ســـال‌ها به دلیل نبود متقاضی نیمه‌کاره رها شـــدند، در طرح اقدام ملی مســـکن در سال ۱۳۹۸ ساز و کار «متقاضی مؤثر» برای جلوگیری از تکرار این تجربه در شـــیوه‌نامه‌ها گنجانده شـــد. یعنی تنها متقاضیانی که آورده اولیه خود را واریز کرده‌اند، مؤثر تلقی می‌شـــوند و براساس آن پروژه‌های متقاضی محور تعریف می‌شود. تمرکز وزارت راه و شهرسازی بر متقاضیان موثر با هدف پیشبرد طرح مسکن ملی به بهانه‌ای برای انتقاد مخالفان دولت چهاردهم و رســـانه‌های حامی دولت سیزدهم تبدیل شـــد. برخی رسانه‌ها بدون آنکه اشاره‌ای به ۲۰ هزار واحد تحویل شـــده توسط دولت قبل داشته باشند، این نقد را مطرح کردند که وزارت راه با برنامه‌ریزی برای متقاضیان موثر برخلاف قانون، فیلتر تازه‌ای برای حذف بخشـــی از واجدان شـــرایط طرح نهضت ملی مسکن ایجاد کرده اســـت. وزارت راه و شهرسازی نیز در جوابیه‌ای اعلام کرد: قانون «جهش تولید مسکن» درخصوص متقاضیان واجد شرایط، به «قانون ساماندهی و حمایت از تولید و عرضه مسکن» مصوب سال ۱۳۸۷ و آیین‌نامه مربوطه اســـتناد کرده اســـت. لذا در متن قانون جهش تولید مسکن، هیچ اشاره صریحی به شرایط واجدان شرایط نشده است.

گزارش عملکرد ۹ ماهـــه پروژه های حمایتی بر روی اراضی اجاره ۹۹ ســـاله نشـــان می دهد متقاضیان موثر تجمعی در این بخش در ابتدای شـــهریور ۱۴۰۳ که آغاز به کار دولت چهاردهم بوده اســـت معادل ۸۱۰ هـــزار و ۸۲۸ نفر بوده که این رقم برای اول خرداد ۱۴۰۴ به ۸۵۰ هزار و ۱۰۳ نفر رســـیده که عملکرد ۹ ماهه شامل ۳۹ هزار و ۲۷۵ نفر است و رشد ۴.۶۲ درصدی را شاهد هستیم. در بخش تعداد متقاضیان تخصیص پروژه نیز در ابتدای شهریور ۱۴۰۳ تعداد متقاضیانی که تخصیص پروژه شده بودند معادل ۷۴۳ هزار و ۳۶۳ نفر بود که این میزان در اول خرداد ۱۴۰۴ به ۷۸۵ هزار و ۳۳۹ نفر رسید و عملکرد ۹ ماهه در این بخش ۴۱ هزار و ۹۷۶ نفر و رشد ۵.۳۴ درصدی را نشان می دهد.

در مجموع، روند اجرای طرح نهضت ملی مســـکن با ۱۰ برنامه جدید وزارت راه و شهرســـازی با محوریت معاونت مسکن، سرعت گرفته است. دیدارهای چهـــره به چهره با متقاضیان، تزریق منابع مالی جدید، تامین خدمات زیربنایی و روبنایی، رصد پروژه‌ها از طریق ســـامانه تِم و تمرکز بر مسکن حمایتی و دهک‌های پایین، از جمله کارهایی است که توسط وزارتخانه راه و شهرسازی انجام می‌شود. همچنین وزیر راه و شهرسازی در جریان سفرهای استانی هیأت دولت، آخرین وضعیت پروژه‌های مسکونی را رصد و بررســـی می‌کند. به طور مثال، «فرزانه صادق» در ســـفر اخیر خود به استان کرمانشاه به همراه «طاهرخانی» معاون مسکن، شیوه‌های مختلف اجرای طرح های مسکن حمایتی و روش‌های صنعتی‌سازی را با متقاضیان مسکن ملی و انبوه‌سازان مورد بررسی قرار دادند.

تورم «بهداشت و درمان» رکورد ۱۴ ساله را شکست

جولان تورم غیرخوراکی در آغاز ۱۴۰۴

فرصت امروز: بیشـــترین فشـــار تورمی در اردیبهشـــت‌ماه امســـال از ســـمت اقلام غیرخوراکی به خانوارها وارد شـــد و تورم گروه «بهداشت و درمان» در این ماه به بالاترین میزان ۱۴ ســـال اخیر رسید. در ماهی که گذشت، گروه های «هتل و رســـتوران»، «بهداشت و درمان» و «تفریح و فرهنـــگ»، تورم بالایی را به ثبت رســـاندند و در مقابل، اقلام خوراکی (گروه خوراکی‌ها، ســـبزیجات و حبوبات و...) به پایین‌ترین مقادیر تورمی خود رســـیدند. بنابراین اردیبهشت‌ماه ۱۴۰۴ را می‌توان ماه جولان تورم غیرخوراکی دانست.

تورم گروه «بهداشت و درمان» در اردیبهشت‌ماه به ۱۲,۵ درصد رسید که بالاترین میزان ۱۴ ســـال گذشته محسوب می‌شود و از فشار قیمتی شدید خدمات بهداشت و درمان در زندگی و معیشت مردم حکایت دارد. گروه «تفریح و فرهنگ» نیز در اردیبهشـــت‌ماه، بالاترین تورم دو ســـال گذشـــته را پشت سر گذاشت و شـــاخص قیمت این بخش در مقایسه با فروردین، ۴,۱ درصد افزایش یافت. همچنین گروه «هتل و رســـتوران» در اردیبهشت امســـال، تورم ۵,۵ درصدی را تجربه کرد که از خردادماه ۱۴۰۲ سابقه نداشته است. تورم این گروه در خرداد دو سال پیش، معادل ۶,۲ درصد برآورد شـــد که می توان گفت تورم گروه «هتل و رستوران» رکورد دو ساله را زده است. در سمت مقابل اما تورم ماهانه اقلام خوراکی در اردیبهشت امسال به پایین‌ترین مقدار ۱۵ ماه گذشته رسید و شاخص قیمت مصرف‌کننده این گروه در مقایسه با فروردین، ۰,۸ درصد افزایش یافت. به نظر می رســـد علت اصلی تورم اردیبهشت‌ماه به افزایش قیمت اقلام غیرخوراکی برمی گردد؛ چراکه تورم ماهانه کالاهای خوراکی حدود یک درصد و تورم اقلام غیرخوراکی بیش از ۳ درصد بوده است. این شکاف تورم خوراکی و غیرخوراکی نشـــان می‌دهد گرانی اردیبهشت‌ماه بیشتر از آنکه از ناحیه اقلام خوراکی باشـــد، عمدتا از ســـمت اقلام غیرخوراکی (اجاره، حمل‌ونقل، درمان، پوشاک و آموزش) بوده است.

جهش تورمی کالاهای غیرخوراکی

در اردیبهشـــت امســـال، تورم ماهانه گروه خوراکی‌ها تنها ۱,۱ درصد بوده و تورم ماهانه غیرخوراکی‌ها (کالاهای غیرخوراکی و خدمات) رشد قابل توجه ۳,۵ درصدی را تجربه کرده اســـت. این شکاف تورم خوراکی و غیرخوراکی نشان می‌دهد گرانی اردیبهشت‌ماه بیشتر از آنکه از ناحیه اقلام خوراکی باشد، از سمت خدمات شهری، اجاره، حمل‌ونقل، پوشاک و آموزش بوده است. طبق داده های مرکز آمار در اردیبهشت تورم ماهانه کل ۲,۷ درصـــد بوده و هفت گروه از ۱۲ گروه اصلی، بالاتر از این میزان تورم داشته‌اند. بالاترین تورم ماهانه از آن گروه بهداشت و درمان با ۱۲,۵ درصد بود ؛ عددی که از ســـال ۱۳۹۰ تاکنون بی‌ســـابقه بوده و اوج ۱۴ ساله را نشـــان می دهد. پس از بهداشت و درمان نیز هتل و رستوران با ۵,۵ درصد و دخانیات با ۴,۸ درصد قرار دارند. گروه‌های کالاها و خدمات متفرقه، خوراکی‌ها و آشـــامیدنی‌ها و آموزش به ترتیب با ۱,۱ درصد، ۱ درصد و ۰,۶ درصد پایین‌ترین تورم ماهانه را داشته‌اند. تورم نقطه به نقطه اردیبهشت‌ماه امســـال، ۳۸,۷ درصد بوده است. بالاترین تورم نقطه‌ای به کالاها و خدمات متفرقه با ۴۷,۵ درصد، بهداشت و درمان با ۴۵,۲ درصد و خوراکی‌ها و آشـــامیدنی‌ها با ۴۱,۵ درصـــد اختصاص دارد. پایین‌ترین تـــورم نقطه‌ای نیز متعلق به گروه‌های هتل و رســـتوران با ۳۲,۸ درصد، حمل‌ونقل با ۳۰,۶ درصد و ارتباطات با ۲۶ درصد تعلق است.

براســـاس گزارش مرکز آمار، نرخ تورم سالانه برای دهک‌های مختلف بین ۳۳,۱ تا ۳۴,۲ درصد متغیر اســـت. بالاترین نـــرخ مربوط به دهک نهم اســـت که عموما خانوارهای با درآمد بالاتر از متوســـط اما نه کاملا ثروتمند هستند. به نظر می رسد بیشتر اقلام گران‌شده از جنس کالاهای غیرخوراکی و خدمات بوده اند که ســـهم بالاتری در سبد هزینه‌ای این دهک دارند. اگرچه فاصله تورمی بیـــن دهک‌های ده گانه از حدود ۱,۴ درصـــد به ۱,۱. درصد کاهش یافته، اما این کاهش الزما به معنای بهبود عدالت توزیعی نیست و به نظر می رسد تورم به صورت یکنواخت‌تری بر تمامی دهک‌ها سنگینی کرده است. به عبارتی، فشار تورم همه دهک ها را به یک شکل، اما با شدت متفاوت، تحت تأثیر قرار داده است.

فشار تورم غیرخوراکی به خانوارها

گروه بهداشت و درمان در اردیبهشت امسال، بالاترین تورم ۱۴ ساله را به ثبت رساند. براساس داده‌های مرکز آمار در اردیبهشت‌ماه ۱۴۰۴، گروه بهداشـــت و درمان با تورم بالاتر از ۱۲ درصد، بیشترین تورم را در میان گروه‌های اصلی تجربه کرد و اوج ۱۴ ساله را به به ثبت رساند. در مقابل، پایین‌ترین تورم ماهانه در اردیبهشت امسال در میان گروه‌های اصلی به گروه آموزش تعلق گرفته است. همچنین در مقیاس نقطه به نقطه، تورم کالاها و خدمات متفرقه بالاتریـــن و ارتباطات پایین‌ترین تورم را در ماه گذشته تجربه کرده‌اند.

همانطور که اشـــاره شـــد، تورم ماهانه هفت گـــروه از ۱۲ گروه اصلی در اردیبهشـــت امســـال بالاتر از تورم ماهانه کل بوده است. تورم ماهانه اردیبهشت ۲,۷ درصد بوده و این یعنی شاخص قیمت مصرف کننده در ماه گذشـــته ۲,۷ درصد نسبت به فروردین افزایش داشته است. بالاترین تورم ماهانه در اردیبهشت‌ماه به بهداشت و درمان تعلق گرفته و این گروه در این ماه، تورمی برابر با ۱۲,۵ درصد را تجربه کرده که بالاترین تورم این بخش در بیش از ۱۴ سال گذشته است. بعد از این گروه، هتل و رستوران قرار گرفته که تورمی معادل ۵,۵ درصد داشته است. دخانیات نیز در رتبه ســـوم بالاترین تورم ماهانه اردیبهشـــت با ۴,۸ درصد جای گرفته است. همچنین گروه‌های کالاها و خدمات متفرقه، خوراکی‌ها و آشـــامیدنی‌ها و آمـــوزش به ترتیب با تورمی برابـــر با ۱,۱ درصد، ۱ درصد و ۰,۶ درصد پایین‌ترین تورم ماهانه را در اردیبهشت به خود اختصاص داده‌اند.

نرخ تورم نقطه به نقطه در اردیبهشت ماه ۳۸,۷ درصد اعلام شده است؛ یعنی شـــاخص قیمت مصرف‌کننده در اردیبهشـــت امسال ۳۸,۷ درصد نســـبت به اردیبهشت پارسال افزایش داشـــته است. تورم نقطه به نقطه چهار گروه از ۱۲ گروه اصلی، بالاتر از تورم کل بوده اســـت. بالاترین تورم نقطه‌ای در میان گروه‌های اصلی به کالاها و خدمات متفرقه با رقم ۴۷,۵ درصد تعلق دارد. پس از این گروه، بهداشت و درمان با تورم ۴۵,۲ درصد قرار گرفته و در رتبه سوم، خوراکی‌ها و آشامیدنی‌ها با تورم ۴۱,۵ درصد جای دارند. در مقابل، گروه‌های هتل و رستوران، حمل و نقل و ارتباطات به ترتیب با تورم ۳۲,۸ درصد، ۳۰,۶ درصد و ۲۶ درصد پایین ترین تورم نقطه به نقطه را در اردیبهشت تجربه کرده اند.

رکورددارن تورم اردیبهشت امسال

همانطور که اشـــاره شد، فشـــار تورمی در اردیبهشت امسال، بیشتر از ناحیه اقلام غیرخوراکی به خانوارها وارد شد؛ چراکه از یکسو، گروه‌هایی مانند بهداشـــت و درمان، تفریح و فرهنگ و هتل و رستوران به بالاترین مقادیر تورمی و از ســـوی دیگر، گروه خوراکی‌ها، ســـبزیجات و حبوبات و... به پایین ترین مقادیر تورمی رســـیدند. تورم ماهانه اقلام خوراکی در اردیبهشـــت به پایین‌ترین مقدار ۱۵ ماه گذشته رسید و شاخص قیمت این گروه در مقایســـه با فروردین ۰,۸ درصد افزایش یافت. ســـبزیجات و حبوبات، گروه دیگری از خوراکی‌ها هســـتند که در ماه گذشـــته تورم پایینـــی را تجربه کردند. علت این امر در تورم بالای این گروه در ســـال گذشـــته نهفته است. تورم ســـبزیجات و حبوبات در بهمن سال گذشته ۱۶,۹ درصد بوده که در اردیبهشت امسال به منفی ۵,۸ درصد رسید که پایین‌ترین مقدار از بهمن ۱۴۰۲ (منفی ۵,۹ درصد) محســـوب می‌شود. شاخص قیمت گروه ماهی‌ها و صدف‌داران نیز در اردیبهشت در مقایسه با فروردین، تغییری را تجربه نکـــرد و تورم این اقلام معادل صفر درصد برآورد شد که کمترین میزان شش سال گذشته است. یعنی از زمانی که تورم این اقلام در شهریورماه ۱۳۹۸ معادل منفی ۱,۳ درصد محاسبه شد

تورم گروه بهداشت و درمان معادل ۱۲,۵ درصد برآورد شد که بالاترین مقدار بیش از ۱۴ ســـال گذشته بوده و به نوعی رکورد محسوب می‌شود. این امر نشان دهنده فشار شدید افزایش قیمت مربوط به خدمات بهداشت و درمان در زندگی مردم است. از طرف دیگر، بخش تفریح و فرهنگ نیز بالاترین تورم دو ســـال گذشته را پشت سر گذاشت و شاخص قیمت این بخش در مقایسه با فروردین ۴,۱ درصد افزایش داشت. در نهایت، بخش هتل و رستوران در اردیبهشت امسال، تورمی ۵,۵ درصدی را تجربه کرد که از خرداد ۱۴۰۲ بی ســـابقه است. تورم این گروه در خردادماه دو سال پیش، معادل ۶,۲ درصد برآورد شـــد و تورم هتل و رســـتوران به نوعی، رکورد دو ساله را زده است.

تورم از مرز ۳۳ درصد عبور کرد

تورم به معنای رشـــد مســـتمر سطح عمومی قیمت‌هاســـت. اگر این شاخص ماهانه محاسبه شود نشان می‌دهد که قیمت یک سبد یکسان از کالا و خدمات مورد اســـتفاده خانوار در طول یک ماه چه تغییری نسبت به ماه قبل کرده اســـت. نرخ نقطه به نقطه نیز قیمت را نسبت به همان ماه در یک سال قبل می‌سنجد و تواتر سالانه نشان‌دهنده تغییر میانگین قیمت‌ها در طول ۱۲ ماه است. نرخ تورم ماهانه از ۳,۹ درصد در فروردین به ۲,۷ درصد در اردیبهشـــت کاهش یافت؛ یعنی قیمت سبد یکسانی از کالا و خدمات در این ماه نســـبت به فروردین ۲,۷ درصد گران‌تر شد اما از سرعت رشد قیمت‌ها کاسته شـــد. البته تورم ماهانه مناطق شهری و روســـتایی متفاوت بوده و این میزان در شهرها ۲,۸ درصد و در روستاها ۲,۱ درصد اعلام شـــد. تورم نقطه به نقطه نیـــز از ۳۸,۹ درصد به ۳۸,۷ درصد رسید. جالب آنکه در تواتر نقطه‌ای، روستاها (۴۰,۳ درصد) سطح بالاتری از تورم را نسبت به شهرها (۳۸,۴ درصد) تجربه کردند، اما تورم ســـالانه برخلاف تورم ماهانه و نقطه‌ای افزایش یافت و از ۳۳,۲ درصد در فروردین به ۳۳,۹ درصد در اردیبهشت رسید.

اونس جهانی طلا به ۳۳۶۸ دلار رسید

صعود طلا و سکه در هفته دوم خرداد

افزایش ۷۹ دلاری بهای اونس جهانی طلا در هفته گذشـــته، منجر به صعود محســـوس قیمت‌ها در بازار داخلی شد. «نادر بذرافشان»، رئیس اتحادیـــه طلا و جواهر تهران درباره وضعیت بازار طلا و ســـکه در هفته دوم خرداد به «ایســـنا» توضیح داد: از روز دهم تا شانزدهم خردادماه در مجمـــوع ۷۹ دلار افزایش اونس جهانی طلا را در طول هفته داشـــتیم و قیمت اونس جهانی در پایان معاملات روز جمعه به ۳۳۶۸ دلار رســـیده است. در بازارهای داخلی هم افزایش قیمت را شاهد بودیم؛ به گونه‌ای که هـــر گرم طلای ۱۸ عیار در طول هفته با ۱۲۹ هزار تومان افزایش همراه شد و در آخرین قیمت به ۶ میلیون و ۵۹۰ هزار تومان رسید.

به گفته «بذرافشـــان»، در بازار سکه نیز افزایش قیمت رخ داد و قیمت سکه طرح جدید با یک میلیون و ۲۰۰ هزار تومان افزایش به ۷۳ میلیون و ۷۰۰ هزار تومان رسید. ســـکه تمام بهار آزادی طرح قدیم نیز با ۵۰۰ هزار تومان افزایش در طول هفته به ۶۷ میلیون و ۳۰۰ هزار تومان رسید. نیم‌ســـکه با ۳۰۰ هزار تومان افزایش، ۴۱ میلیـــون و ۷۰۰ هزار تومان و ربع ســـکه با ۲۰۰ هزار تومان افزایش، ۲۳ میلیـــون و ۹۰۰ هزار تومان قیمت‌گذاری شد. بهای سکه یک گرمی در طول هفته اما تغییری نداشت و با همان قیمت ۱۳ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان معامله شد.

او در رابطه با آخرین وضعیت حباب ســـکه نیز گفت: حباب ســـکه در طول هفته گذشـــته ۱۵۰ هزار تومان افزایش داشـــت و به ۹ میلیون و ۳۵۰ هزار تومان رسید. علی رغم تعطیلی دو روز پایانی هفته و تعطیلی بازار رسمی سکه و طلا کشور، اما برخی گروه‌های معاملاتی همچنان در ایام تعطیلات هم خریـــد و فروش‌های اندکی انجام می‌دهند و بر همین اساس قیمت‌های اعلام‌شده نیز براســـاس آخرین معاملات انجام‌شده تا ظهر جمعه (شـــانزدهم خرداد) است. اگرچه بازارهای رسمی در روزهای تعطیل فعال نیستند، اما نوسانات اونس جهانی همچنان ادامه دارد و در این هفته شاهد افزایش ۷۹ دلاری بهای اونس طلا بودیم که این موضوع، تأثیر مستقیمی بر افزایش قیمت‌ها در بازار داخلی گذاشت.

براســـاس این گزارش، قیمت اونس جهانی طلا در پایان معاملات روز جمعه به ۳۳۶۸ دلار رسید و تحت تاثیر انتشار داده‌های اقتصادی ضعیف آمریکا (که خوش‌بینی ناشـــی از تماس تلفنی ترامپ و شی جین پینگ را خنثی کرد و انتظار ســـرمایه‌گذاران برای داده‌های حقوق و دســـتمزد آمریکا) در مسیر افزایش هفتگی قرار گرفت. به گزارش «رویترز»، قیمت هر اونس طلا برای تحویل فوری، بـــا ۰.۳ درصد افزایش، به ۳۳۶۲ دلار و ۸۹ سنت رســـید. قیمت این فلز ارزشمند از ابتدای هفته تاکنون ۲.۳ درصـــد افزایش یافته اســـت. بهای هر اونس طلا در بـــازار معاملات آتی آمریکا نیز با ۰.۳ درصد افزایش، به ۳۳۸۶ دلار و ۲۰ سنت رسید. دونالد ترامپ، رئیس‌جمهور آمریکا و «شی جین پینگ» همتای چینی‌اش، روز پنج شـــنبه در تماس تلفنی بین رهبران دو کشور، به تشدید تنش‌های تجـــاری و اختلافات بر ســـر مواد معدنـــی حیاتی پرداختنـــد، هرچند مسائل کلیدی همچنان حل نشـــده باقی مانده‌اند. «تیم واتر»، تحلیلگر ارشـــد بازار در شرکت «کی ام ســـی ترید»، با اشاره به اینکه خوش‌بینی ترامـــپ، داده‌های اقتصادی ضعیف اخیر آمریکا را پنهان کرده بود، گفت: بخشـــی از اشتیاق اولیه برای ریسک‌پذیری پس از تماس ترامپ و «شی جیـــن پینگ»، از بین رفته و این امر باعث شـــده اســـت که قیمت طلا به طور گســـترده افزایـــش یابد. در این میان، تعـــداد آمریکایی‌هایی که درخواســـت‌های جدید برای دریافت مزایای بیکاری ارائه کرده‌اند، هفته گذشـــته به بالاترین حد خود در هفت ماه گذشته رسید. سرمایه‌گذاران، پس از آنکه انبوهی از داده‌های هفتگی، ضعف بازار کار را برجسته کردند اکنون منتظر انتشار داده‌های اشتغال بخش غیرکشاورزی آمریکا هستند. اقتصاددانانی که توسط «رویترز» نظرسنجی شدند، پیش‌بینی کردند که اشتغال بخش غیرکشـــاورزی در ماه مه ۱۳۰ هزار شغل افزایش یابد که نســـبت به ۱۷۷ هزار شغل در ماه آوریل کاهش یافته است، درحالی که انتظار می‌رود نرخ بیکاری در ۴.۲ درصد ثابت بماند. سیاستگذاران فدرال رزرو می گویند که تورم همچنان نگرانی بزرگ تری نسبت به رکود بازار کار است و این نشان دهنده توقف طولانی‌مدت تعدیل سیاست‌های پولی آمریکاســـت. طلا که اغلب به عنوان یک دارایی امن شناخته می‌شود، در شرایط عدم قطعیت اقتصادی و در محیط‌هایی با نرخ بهره پایین، عملکرد خوبی دارد. طبق گزارش «رویترز» در بازار ســـایر فلزات ارزشـــمند نیز بهای هر اونس نقره با ۰.۹ درصد کاهش به ۳۵ دلار و ۷۱ ســـنت رسید که همچنان نزدیک به بالاترین ســـطح ۱۲ سال اخیرش است. همچنین هر اونس پلاتین با ۱.۴ درصد افزایش به ۱۱۴۶ دلار و ۲۰ ســـنت رسید، درحالـــی که هر اونس پالادیوم بـــا ۰.۵ درصد افزایش، ۱۰۱۰ دلار و ۷۳ سنت قیمت خورد. هر سه فلز در مسیر افزایش هفتگی قرار گرفتند.

اخبـــــار

ارزشمندترین استارت آپ‌های سال ۲۰۲۵

زمانی اســـتارت آپ‌های میلیـــارد دلاری (یونیکورن‌ها) به ندرت وجود داشتند، اما با افزایش بودجه سرمایه‌گذاری خطرپذیر و شتاب گرفتن نوآوری‌های فنـــاوری در صنایع مختلف، به میزان فزاینده‌ای رایج شده‌اند. شرکت تحقیقاتی «پیچ‌بوک»، یونیکورن‌ها را به عنوان شرکت‌هایی با پشتوانه ســـرمایه‌گذاری خطرپذیر تعریف می‌کند که پـــس از یک مرحله تامین مالی، تا زمانی که شـــرکت ســـهامی عام شوند، یک میلیارد دلار یا بیشتر ارزش‌گذاری شده‌اند. شرکت سازنده تراشه حافظه فلش چینی «یانگتسه مموری»، با ارزش ۲۲.۱ میلیارد دلار، بزرگ ترین یونیکورن ســـال ۲۰۲۵ بوده است. این شرکت در آوریل سال ۲۰۲۵، پس از اینکه ســـرمایه‌گذاری شرکت کوانهونگ اینوستمنت به میزان ۲۲۲ میلیون دلار را دریافت کرد، به یونیکورن تبدیل شد. حتی اگر ارزش داخلی یا بازار یک شرکت، از یک میلیارد دلار فراتر باشد، تعریف شرکت «پیچ بوک» برای داشتن عنوان رسمی یونیکورن، مستلزم یک رویداد تامین مالی است. استارت آپ هوش مصنوعی آمریکایی ابریج که مکالمات پزشـــک و بیمار را به صورت مســـتند خلاصه می‌کند، دومین یونیکورن ارزشمند در سال ۲۰۲۵ است. شرکت‌های هوش مصنوعی شامل سنتزیا (تولید ویدئوی هوش مصنوعی)، انی اسفر (دستیار برنامه نویسی هوش مصنوعی) و دبات کامپانی (اجنت‌های هوش مصنوعی) در صدر فهرســـت بزرگ ترین یونیکورن‌های سال ۲۰۲۵ قرار داشتند و سرمایه‌گذاری قابل توجهی در ســـال‌های اخیر جذب کرده‌اند. تا ماه مه سال میلادی جاری، ۴۳ یونیکورن جدید ایجاد شـــدند و بزرگ ترین سهم از یونیکورن‌های جدید در ســـال ۲۰۲۵، به آمریکای شمالی (۶۵ درصد) و پس از آن، به اروپا (۲۳ درصد) رســـید. براساس گزارش ویژوال کپیتالیست، در حال حاضر، ارزشمندترین یونیکورن‌های جهان، بایت دنس (شرکت مادر تیک‌تاک) و اسپیس ایکس ایلان ماسک هستند.

مجادله جروم پاول و دونالد ترامپ ادامه دارد

بی‌اعتنایی فدرال‌رزرو به کاخ سفید

رئیس‌جمهـــور آمریکا بار دیگر از جروم پـــاول رئیس فدرال رزرو، خواســـت تا نرخ بهره را کاهش دهد، زیرا داده‌های اشتغال در ماه مه بسیار کمتر از انتظارات شده است. دونالد ترامپ با اشاره به شاخص مشاغل غیرکشـــاورزی (ADP) در پست شـــبکه اجتماعی نوشت: «خیلی دیر شـــده» اســـت پاول باید اکنون نرخ بهره را کاهش دهد. او در مورد جروم پاول که بارها از او خواســـته است نرخ بهره را برای تقویت رشـــد اقتصادی کاهش دهد، گفت: عملکرد پاول باورنکردنی است؛ نرخ بهره اروپا ۹ برابر کاهش یافته است!

اشـــتغال غیرکشـــاورزی در ماه مه ۳۷ هزار نفر بود که پایین‌ترین میزان از مارس ۲۰۲۳ محســـوب می‌شـــود و بازار انتظار داشت که ایـــن رقم به ۱۱۱ هزار نفر برســـد. رئیس‌جمهور آمریکا بارها و بارها از پاول خواســـته اســـت که نرخ بهره را کاهش دهد و او را فردی با عملکرد «خیلی دیر»، «احمق» و «بازنده بزرگ» خطاب کرده است. ترامپ حتی گفته بود که در حال بررســـی اخراج رئیس فدرال رزرو قبل از پایان دوره ریاســـت‌جمهوری خود اســـت، اما بعدها گفت که «هیچ قصدی» برای اخراج پاول ندارد. با این حال، رئیس فدرال رزرو از موضـــع بانک مرکزی مبنی بر ثابت نگه داشـــتن نرخ بهره در پنج جلســـه گذشته عقب‌نشینی نکرد. در همین حال، بانک مرکزی اروپا قرار اســـت نرخ بهره خود را کاهش دهد، زیرا بازار انتظار دارد پس از کاهش تورم منطقه یورو که برمبنای سالانه به ۱.۹ درصد در ماه مه رسید و کمتر از هدف ۲ درصدی بانک مرکزی است، نرخ بهره را ۲۵ واحد پایه کاهش دهد.

اجرای شتاب‌زده قانون پایانه‌های فروشگاهی در سایه رکود اصناف

اتاق اصناف خواستار اصلاح قانون شد

در حالـــی که دولت موظف به اجرای کامل قانون پایانه‌های فروشـــگاهی تا پایان ســـال ۱۴۰۴ شده اســـت، رئیس کارگروه مالیاتی اتاق اصناف ایران هشـــدار داده که اجرای ناگهانی این قانون در شرایط رکود بازار و فشارهای اقتصادی، می‌تواند پیامدهای منفی گسترده‌ای برای اصناف و اقتصاد کشور به‌همراه داشته باشد. بر همین اساس، اتاق اصناف از رئیس‌جمهور خواسته با صدور دستور اصلاح یا تمدید زمان‌بندی اجرای قانون، از تبعات اجتماعی و اقتصادی آن جلوگیری کند. به گزارش «ایسنا»، درحالی قانون بودجه سال ۱۴۰۴، مهلت اجرای قانون پایانه‌های فروشگاهی و سامانه مؤدیان را تا پایان ســـال آینده تمدید کرده، اتاق اصناف ایران نسبت به پیامدهای اجتماعی و اقتصادی اجرای ناگهانی و فراگیر این قانون در وضعیت فعلی بازار هشـــدار داده و خواستار اصلاح سازوکار قانونی آن شده است. براساس ماده (۴) قانون تســـهیل تکالیف مؤدیان و همچنین بند «غ» تبصره یک قانون بودجه سال ۱۴۰۴، ســـازمان امور مالیاتی کشـــور موظف شده است تا پایان سال آینده، تمامی مؤدیان مشـــمول مالیات بر ارزش افـــزوده را به منظور اجرای قانون پایانه‌های فروشگاهی و سامانه مؤدیان فراخوان کند.

با این حال، بررســـی‌های صورت‌گرفته در اتاق اصناف ایران نشان می‌دهد کـــه اجرای دفعی و بدون ملاحظات این قانون در شـــرایط اقتصادی کنونی، می‌توانـــد منجر به بروز اختلال‌های جدی در فضای کســـب‌وکارهای خرد و متوسط شود. اصناف کشور در سال‌های اخیر با رکود مزمن، افت محسوس قدرت خرید مصرف‌کنندگان، نوسانات شدید قیمت نهاده‌ها و افزایش مستمر هزینه‌های سربار مواجه بوده‌اند و در چنین فضایی، تحمیل یک تکلیف تازه مالیاتی، آن هم به‌صورت گسترده و فوری، می‌تواند آثار اجتماعی و اقتصادی قابل توجهی بر جای بگذارد. براســـاس ارزیابی‌های اتاق اصناف، تجربه‌های پیشـــین در زمینه اجرای طرح‌های مشـــابه مالیاتی نشـــان داده‌اند که نبود زیرســـاخت‌های فنی مناســـب، فقدان آموزش و اقناع کافی اصناف و اجرای ناگهانی طرح‌ها، می‌تواند به افزایش تخلفات، گســـترش فرار مالیاتی، انتقال بار مالیاتی به مصرف‌کننده نهایی و حتی تعطیلی بخشی از واحدهای صنفی منجر شـــود. چنین شـــرایطی نه‌تنها موجب کاهش اثربخشی نظام مالیاتی خواهد شـــد، بلکه می‌تواند ســـرمایه اجتماعی دولـــت در میان بدنه فعالان اقتصادی را نیز تضعیف کند.

در همین راستا، اتاق اصناف ایران طی نامه‌ای رسمی به تاریخ ۱۱ خردادماه ۱۴۰۴، خطاب به رئیس‌جمهور، خواستار مداخله دولت و صدور دستور لازم بـــرای اصلاح این بخش از قانون یا تمدید مجدد مهلـــت اجرای فراخوان از طریق بودجه‌های ســـنواتی شده است. در نامه اتاق اصناف، تاکید شده است که اجرای این قانون باید به‌صورت مرحله‌ای، مبتنی بر شـــاخص‌هایی نظیر حجم فعالیت، ریسک مالیاتی و میزان آمادگی ساختاری اصناف، انجام گیرد تا از تحمیل فشـــار مضاعف به بخش‌های ضعیف‌تر بازار جلوگیری شـــود و امکان انطباق تدریجی برای فعالان اقتصادی فراهم شـــود. به نظر می‌رســـد موفقیت در اجرای قانون پایانه‌های فروشـــگاهی و سامانه مؤدیان، در گروی اتخاذ رویکردی تدریجی، منعطف و مشارکت‌محور است؛ رویکردی که ضمن حفظ اهداف مالیاتی دولت، مانع از بروز بحران در بدنه اصناف و بازار شود.

خبرنامه

سیگنال جدید عربستان و آمریکا به بازار نفت

نفت از صعود قیمت بازماند

قیمت نفت در معاملات روز گذشته بازار جهانی در پی افزایش ذخایر سوخت آمریکا و کاهش قیمت فروش نفت عربستان برای خریداران آسیایی، کاهش یافت. قیمت هر بشکه نفت برنت، ۱۴ سنت معادل ۰.۲ درصد کاهش یافت و به ۶۴ دلار و ۷۲ سنت رسید. قیمت هر بشکه نفت وست تگزاس اینترمدیت آمریکا نیز با ۲۴ سنت معادل ۰.۴ درصد کاهش به ۶۲ دلار و ۶۱ سنت رسید. عربستان سعودی به عنوان بزرگ ترین صادرکننده نفت جهان، قیمت فروش نفت خود در ماه ژوئیه را برای خریداران آسیایی تقریبا به پایین‌ترین حد خود در چهار سال گذشته کاهش داد. تحلیلگران گروه بانکی ANZ در یادداشتی نوشتند: اگرچه کاهش قیمت نفت عربستان، کمتر از حد انتظار بود، اما نشان می‌دهد که تقاضا با وجود ورود به دوره اوج تقاضا، ضعیف است. کاهش قیمت توسط عربستان سعودی پس از اقدام اخیر اوپک پلاس در تصویب افزایش تولید به میزان ۴۱۱ هزار بشکه در روز برای ژوئیه صورت می‌گیرد. «تینا تنگ» تحلیلگر مستقل بازار، گفت: داده‌های اقتصادی ضعیف آمریکا و تحولات جاری در روابط تجاری آمریکا و چین نیز بر قیمت نفت تاثیر گذاشته است.

با وجود وعده‌های دلگرم کننده ترامپ به صنعت نفت و گاز، شرکت‌های انرژی آمریکایی در بحبوحه قیمت‌های پایین و غیرقابل پیش‌بینی شدن سیاست، سرمایه‌گذاری را کاهش داده اند. هنگامی که ترامپ در ژانویه به قدرت رسید، قول داد که از تولید بیشتر نفت و گاز حمایت کند و بر شعار «حفاری کن، عزیزم، حفاری کن» پافشاری کرد. او به سرعت دستورات اجرایی را با هدف تشویق اکتشافات جدید نفت و گاز و در عین حال سرکوب رشد صنعت انرژی تجدیدپذیر، صادر کرد. با این حال، از زمان این وعده‌های اولیه، به نظر می‌رسد ترامپ به طور فزاینده‌ای، صنعت نفت و گاز را از خود دلزده کرده، زیرا شرکت‌ها با قیمت پایین نفت، عدم قطعیت جنگ تجاری و چندین مشکل دیگر، دست و پنجه نرم می‌کنند. رئیس‌جمهور آمریکا در مارس، به کنگره گفت: ما طلای مایع بیشتری از هر کشوری روی زمین، زیر پای مان داریم و اکنون من به طور کامل به بااستعدادترین تیمی که تاکنون گردهم آمده است، اجازه می‌دهم که بروند و آن را به دست آورند.

مدت‌هاست که آشکار شده است ترامپ از توسعه سوخت‌های فسیلی حمایت می‌کند و این موضوع را روشن‌تر کرد. با این حال، با وجود تلاش‌های فراوان وی برای تشویق سرمایه‌گذاری در پروژه‌های جدید و گسترش قابل ملاحظه تولید نفت و گاز، به نظر می‌رسد شرکت‌های نفت و گاز تمایلی به همکاری ندارند. ترامپ نتوانسته به وعده‌های خود عمل کند و از زمان به قدرت رسیدنش، سهام شرکت‌های حفاری نفت در کنار قیمت نفت، کاهش یافته است. شرکت‌های نفت و گاز آمریکا از دوم آوریل که ترامپ تعرفه‌های جهانی گسترده را اعلام کرد تا ۲۸ آوریل، بیش از ۲۸۰ میلیارد دلار از ارزش بازار سهام خود را از دست دادند و سهام شرکت‌های اکسون و شورون، به ترتیب، ۱۱ و ۱۸ درصد کاهش یافت.

کاهش شدید قیمت نفت از بالای ۸۰ دلار در هر بشکه در ژانویه، به حدود ۶۰ دلار در ماه مه، باعث شده است که شرکت‌ها نسبت به استراتژی‌های تولید خود اطمینان کمتری داشته باشند و نگران باشند که سرمایه‌گذاری در تولید بالاتر، سودآور نباشد. نظرسنجی روزنامه وال استریت ژورنال نشان می‌دهد که انتظار می‌رود قیمت نفت امسال به طور متوسط ۶۴ دلار و ۶۰ سنت در هر بشکه باشد. در همین حال، شرکت تحقیقاتی «ریستاد انرژی»، تخمین می‌زند که قیمت سر به سر برای اکثر تولیدکنندگان آمریکایی، بیش از ۶۲ دلار در هر بشکه است و یک نظرسنجی بانک فدرال رزرو دالاس از مدیران ۸۱ شرکت نشان می‌دهد که این رقم ممکن است به ۶۵ دلار در هر بشکه نزدیک‌تر باشد.

جنگ تجاری ترامپ، به عدم قطعیت در بخش نفت و گاز و همچنین بسیاری دیگر از بخش‌ها می‌افزاید. ترامپ در آوریل، تعرفه‌هایی را برای واردات کالا از بیش از ۱۸۰ کشور وضع کرد و سپس اعلام کرد که برای بحث در مورد تجارت با کشورهای مختلف، اجرای آنها را متوقف خواهد کرد. با این حال، این عدم قطعیت، به عدم قطعیت اقتصادی بیشتر و خصومت از سوی کشورهایی منجر شده است که به سرعت در حال رقابت برای یافتن شرکای تجاری جایگزین و اعمال تعرفه‌های متقابل هستند. برخی از بخش‌های این صنعت تحت تاثیر جنگ تجاری ترامپ، بیش از سایرین آسیب خواهند دید. برای مثال، شرکت‌های شیل ممکن است به دلیل تعرفه‌های فولاد ترامپ، شاهد افزایش ۱۰ درصدی قیمت چاه‌های جدید باشند.

براساس گزارش اویل پرایس، با وجود تلاش‌های فراوان دولت ترامپ برای تشویق شرکت‌های نفت و گاز به سرمایه‌گذاری در فعالیت‌های اکتشافی جدید و افزایش تولید، عدم قطعیت اقتصادی برخاسته از جنگ تجاری ترامپ و چندین سیاست جدید دیگر، تاثیر معکوس داشته است. درحالی که شرکت‌ها منتظرند ببینند چه سطح از تعرفه‌ها برای کشورهای مختلف اعمال خواهد شد، بسیاری از آنها هزینه‌های خود را برای کاهش ریسک کنترل می‌کنند. به نظر می‌رسد ترامپ به جای گوش دادن به نیازهای مدیران نفت و گاز، هم شرکت‌های سوخت فسیلی و هم شرکت‌های انرژی تجدیدپذیر را از خود دور کرده است و در نتیجه، حداقل در میان مدت، سرمایه‌گذاری در این بخش‌ها، کاهش خواهد یافت.

آژانس بین‌المللی انرژی پیش بینی کرد

سرمایه‌گذاری ۳.۳ تریلیون دلاری در انرژی

آژانس بین‌المللی انرژی (IEA) پیش بینی کرد افزایش هزینه‌های انرژی پاک، به ۳.۳ تریلیون دلار (۲.۸۹ تریلیون یورو) سرمایه‌گذاری جهانی در بخش انرژی در سال ۲۰۲۵، منتهی خواهد شد. آژانس بین‌المللی انرژی در گزارش سالانه سرمایه‌گذاری انرژی جهان خود، پیش بینی کرد که فناوری‌های انرژی پاک از جمله انرژی‌های تجدیدپذیر، هسته‌ای و ذخیره‌سازی انرژی، ۲.۲ تریلیون دلار سرمایه‌گذاری جذب خواهند کرد که دو برابر میزان پیش بینی شده برای سوخت‌های فسیلی است. در این گزارش آمده است: انتظار می‌رود انرژی خورشیدی بیشترین سود را ببرد و پیش‌بینی می‌شود سرمایه‌گذاری در انرژی خورشیدی در سال ۲۰۲۵، به ۴۵۰ میلیارد دلار برسد، در حالی که پیش‌بینی می‌شود هزینه‌های ذخیره‌سازی باتری به حدود ۶۶ میلیارد دلار افزایش یابد. باتری‌ها به عنوان راهی برای کاهش تناوب پروژه‌های انرژی تجدیدپذیر، با ذخیره انرژی در زمان اوج عرضه و تخلیه در زمان اوج تقاضا، شناخته می‌شوند، اما سرمایه‌گذاری در این فناوری از انرژی خورشیدی و بادی عقب مانده است. در مقابل، پیش بینی می‌شود سرمایه‌گذاری در نفت و گاز کاهش یابد و سرمایه‌گذاری در بخش بالادستی نفت در سال ۲۰۲۵، به دلیل کاهش قیمت نفت و انتظار تقاضای ضعیف تر، ۶ درصد کاهش خواهد یافت.

به گزارش رویترز، آژانس بین‌المللی انرژی همچنین هشدار داد که سرمایه‌گذاری سالانه ۴۰۰ میلیارد دلار در شبکه‌های برق، کمتر از هزینه‌های تولید و برقی سازی است که می‌تواند خطری برای امنیت برق باشد. سرمایه‌گذاری در شبکه‌ها باید تا اوایل دهه ۲۰۳۰، با هزینه‌های تولید به برابری برسد تا امنیت تامین برق حفظ شود، اما این امر به دلیل بوروکراسی اداری و زنجیره‌های تامین فشرده برای ترانسفورماتورها و کابل‌ها، با مشکل مواجه است.

شاخص بورس تهران در هفته دوم خرداد بیش از ۲۷ هزار واحد ریخت

عقبگرد بورس به کانال ۳,۱ میلیونی

فرصت امروز: بورس تهران در آخرین روز کاری هفته گذشته با افت شاخص‌ها، خروج سنگین نقدینگی و کاهش چشمگیر ارزش معاملات خرد، مواجه شد و یکی از کم‌رمق‌ترین روزهای خود را پشت سر گذاشت. بیش از ۷۰ درصد نمادها در معاملات روز سه‌شنبه در مدار منفی بسته شدند و همزمان حباب منفی صندوق‌های اهرمی در برخی موارد از ۱۰ درصد عبور کرد؛ پدیده‌ای که به نماد بی‌اعتمادی سرمایه‌گذاران به آینده بازار تبدیل شده است.

شاخص کل بورس تهران در پایان معاملات روز سه‌شنبه، ریزش ۲۳ هزار و ۳۱۱ واحدی را تجربه کرد و تا ارتفاع ۳ میلیون و ۱۰۱ هزار واحد عقب رفت، اما کانال ۳,۱ میلیون واحدی را از دست نداد. همسو با روند نزولی شاخص کل بورس، شاخص هم‌وزن نیز ۶ هزار و ۲۹۸ واحد کاهش یافت و در تراز ۹۵۶ هزار واحد ایستاد. همچنین در آن سوی بازار سرمایه، شاخص کل فرابورس ایران، افت ۶۹ واحدی را تجربه کرد و به محدوده ۲۷ هزار و ۶۹۰ واحد رسید. دماسنج اصلی تالار شیشه ای از آخرین روز اردیبهشت‌ماه بر مدار نوسان قرار گرفته و روی حمایت ۳,۱ میلیون واحدی ایستاده است. هرچند نماگر اصلی بازار در پایان هفته دوم خرداد به رقم ۳ میلیون و ۱۰۱ هزار واحد رسید اما کانال ۳,۱ میلیونی را از دست نداد. شاخص کل بورس در این هفته با ثبت دو روز مثبت و دو روز منفی، بیش از ۲۷ هزار واحد کاهش یافت و همزمان با خروج نقدینگی و کاهش ارزش معاملات خرد، یکی از هفته های کم‌رمق سال جاری را تجربه کرد. به نظر می رسد مذاکرات ایران و آمریکا همچنان وزن عمده را در تحلیل های بازار دارد و ناترازی انرژی و قطعی برق صنایع، علی رغم گزارش های مثبت شرکت ها می تواند نقش بازدارنده را در هفته های آینده ایفا کند.

سیگنال منفی از صندوق‌های اهرمی

بورس تهران در آخرین روز معاملاتی پیش از تعطیلات، افت شاخص‌ها، خروج سنگین نقدینگی و کاهش چشمگیر ارزش معاملات خرد را تجربه کرد و یکی از کم‌رمق‌ترین روزهای خود را پشت سر گذاشت. بیش از ۷۰ درصد نمادها در این روز در مدار منفی بسته شدند و همزمان، حباب منفی صندوق‌های اهرمی در برخی موارد از ۱۰ درصد نیز عبور کرد؛ پدیده‌ای که به نماد بی‌اعتمادی سرمایه‌گذاران به آینده بازار تبدیل شده است. شاخص کل بورس تهران در پایان معاملات روز سه‌شنبه (۱۳ خردادماه) بیش از ۲۳ هزار واحد افت کرد و در کانال ۳ میلیون و ۱۰۱ هزار واحدی قرار گرفت. اگر نماگر اصلی بازار سرمایه نتواند نقطه اکنون خود را حفظ کند، انتظار روند برگشت بازار در هفته آتی دور از ذهن خواهد بود. همچنین منطقه ۳ میلیون واحد به عنوان منطقه حمایت حیاتی شاخص کل، در نظر گرفته می‌شود که با توجه به اخبار پیش رو و رفتار خریداران و متقاضیان، تکلیف آن مشخص خواهد شد، اما نماگر اصلی بورس در هفته پیش رو چه مسیری خواهد داشت و سمت و سوی آن، وابسته به چه مواردی است؟

در پاسخ به این سوال، «فرهنگ حسینی»، کارشناس بازار سرمایه به بررسی وضعیت نگران‌کننده صندوق‌های اهرمی پرداخت و به «اکوایران» گفت: در حال حاضر نیمی از این صندوق‌ها با حباب منفی بالای ۱۰ درصد مواجه هستند؛ مسئله‌ای که به‌شدت اعتماد سرمایه‌گذاران را تحت تأثیر قرار داده است. او دلایل این وضعیت را کاهش نسبت اعتباردهی از ۷۵ درصد به ۳۰ درصد، فشار فروش ناشی از آن و نبود بازارگردان یا سازوکار مؤثر ابطال واحدها دانست و افزود: این صندوق‌ها در عمل به شرکت‌های سرمایه‌گذاری تبدیل شده‌اند که دیگر امکان برگشت به ارزش خالص دارایی (NA) را ندارند و تضاد منافع بین مدیران و دارندگان واحدها نیز بر پیچیدگی وضعیت افزوده است. مدیران صندوق به‌دلیل دریافت کارمزد، تمایل به ابطال ندارند، درحالی‌که سرمایه‌گذاران خواستار اصلاح ساختار و حذف حباب منفی هستند. او همچنین به تأثیر اخبار منفی مذاکرات سیاسی، قطعی برق و افت سودآوری صنایع بزرگ مانند فولادی‌ها، اشاره کرد و گفت: در کنار رکود ارزش معاملات و ثبات چند ماهه قیمت دلار، بازار سرمایه در وضعیتی شکننده قرار دارد که نیازمند شفاف‌سازی سیاست‌ها و بازنگری در ابزارهای مالی است.

۲ محرک بورس در هفته سوم خرداد

«هلن عصمت پناه»، دیگر کارشناس بازار سرمایه نیز به ۲ محرک بورس در معاملات این هفته، اشاره کرد و گفت: هرگونه اخبار مذاکرات و همچنین قیمت فروش نفت و نرخ ارز، عوامل موثر بر صنایع فعال در بازار هفته آتی هستند. قطعی برق صنایع نیز عامل بازدارنده گزارش های مثبت شرکت ها خواهد بود. صنایع مصرف کننده بالای برق همچون فلزات اساسی، پتروشیمی و سیمان مجبور به کاهش تولید، افت درآمد، افزایش هزینه عملیاتی و فشار بر حاشیه سود و کاهش رضایت مشتریان صادراتی خواهند شد. همچنین آسیب به تجهیزات این صنایع به دلیل قطعی برق و افزایش هزینه تعمیر را شاهد خواهیم بود. در برخی صنایع نیز اثر غیرمستقیم قطعی برق به شکل اختلال سیستم های لجستیک و افزایش هزینه نگهداری کالا و سرمایش را شاهد خواهیم بود. تمامی این موارد در گزارشات شرکت ها و عملکرد ماهانه آنها خواهد نشست و میزان ریسک قطعی برق به وضوح در صنایع مشخص خواهد شد. انتظار می‌رود در هفته آتی، حجم معاملات بازار بورس سهام تهران، متوسط پیش رود و بازار همچنان منتظر اخبار جدید باشد. با این تفاسیر سهامداران در این شرایط، بخشی از صنایع ایمن را حتما در پرتفوی خود جایگزین کنند، از خریدهای هیجانی بپرهیزند و فعلا به بررسی سهام بنیادی مخصوصا نزدیک به مجامع بپردازند. حال اگر بازار از همین نقطه نماگر، مجدد برگشت بزند، آرام آرام اقدام به خرید صنایع بزرگ تر هم برای سهامداران جایز است.

به گفته «عصمت پناه»، دو نکته مثبت در اخبار هفته گذشته می‌تواند بر بازار هفته آتی، موثر و مثبت باشد؛ نخست، برنامه اعلامی آقای مدنی زاده که توجه ویژه ای به بازار سرمایه داشتند و دوم، اعلام سخنگوی کمیسیون اصل ۹۰ مجلس، مبنی بر اینکه باید برنامه‌ای منسجم برای عرضه خودروهای پرتیراژ در بورس کالا به مجلس ارائه شود.، که همین خبر می‌تواند منجر به تحرکات نرم و مثبتی در برخی سهام خودرو شود. مدیریت ریسک پرتفوی در این شرایط بسیار الزامی است؛ زیرا نکته مهم این است که در حال حاضر هرگونه تغییر در فضای بین المللی و سیاسی، می‌تواند روند بازار بلاتکلیف را سریعا تغییر دهد.

پایان سرخ بازار سهام در هفته گذشته

در آخرین روز از دومین هفته خردادماه، نماگرهای بورسی منفی شدند و ارزش معاملات کاهش یافت. ۷۹ درصد نمادهای بورسی در معاملات سه‌شنبه، منفی معامله شدند و تنها ۲۱ درصد سبزپوش بودند. ارزش صفوف خرید کاهش یافت و در مقابل، ارزش صفوف فروش افزایش داشت. «نوید سالک»، تحلیلگر بازار سهام در این باره به «اکوایران» گفت: هفته گذشته را می توان یکی از معدود هفته های کم‌نوسان به شمار آورد؛ در مجموع، شاخص های اصلی بازار سرمایه؛ از جمله شاخص کل و شاخص هم وزن چیزی حدود ۰,۹ درصد کاهش داشتند. در این هفته اظهارنظرهای پیرامون مذاکرات هسته ای همچنان به صورت دیپلماتیک و دو پهلو مطرح شد و به نظر می رسد فعالان کلیه بازارها دیگر کمتر به این دست اظهارات واکنش نشان می دهند و بیشتر به دنبال اقدامات عملیاتی تری در این مسئله هستند.

به گفته این فعال بورسی، در هفته گذشته همچنین خبرها و شایعات در رابطه با دو خودروساز بزرگ کشور همچنان داغ بود؛ از جمله بحث واگذاری به بخش خصوصی و افزایش نرخ برخی محصولات که منجر به ایجاد نوسان در نمادهای این گروه شد، اما کمبود برق اگرچه برای همه مشقاتی را به همراه دارد ولیکن احتمال افزایش نرخ برق توانست شرکت های فعال در صنعت تامین آب، برق و گاز را با رشد قیمتی همراه کند. از جمله صنایعی که نسبتا عملکرد مناسبی در این هفته داشتند می توان به تایری ها اشاره کرد که احتمال افزایش نرخ آنها می تواند یکی از عوامل رشد قیمتی این دست نمادها به شمار رود. امیدواریم با ثبات قیمت دلار بازار آزاد و کاهش فاصله آن با دلار نیمایی و همچنین دریافت خبرهای مثبت مذاکرات هسته ای، هفته پیش‌رو شاهد رشد بازار سرمایه باشیم. همچنین ممکن است حضور وزیر جدید اقتصاد در کابینه دولت منجر به تغییر سیاست های اقتصادی کشور به سمت فاصله گرفتن از قیمت گذاری دستوری شود و بارقه امیدی را برای رشد و رونق بازار سرمایه ایجاد کند.

روند کاهشی ارزش معاملات خرد

ارزش معاملات خرد که در هفته‌های گذشته از سطح ۱۹ همتی تا ۹ همتی افت کرده بود؛ روز دوشنبه سطح ۹ همتی را از دست داد و وارد کانال ۸ همتی شد. آمار معاملات این روزها حکایت از کاهش تمایل فعالان بازار سهام به معامله دارد. در معاملات روز دوشنبه، ارزش معاملات خرد با ۷ درصد کاهش به ۸ هزار و ۶۵۱ میلیارد تومان رسید. روند جریان پول حقیقی به سهام مثبت بود و شاهد افزایش ۱۴۱ میلیارد تومانی مالکیت کدهای حقیقی بودیم. خالص جریان پول حقیقی در صندوق‌های درآمد ثابت مثبت بود و ۸۷۰ میلیارد تومان پول حقیقی به موقعیت‌های درآمد ثابت اضافه شد. ارزش صف‌های خرید سهام به نسبت روز یکشنبه ۵ درصد افزایش یافت و از ۷۷۳ میلیارد تومان به ۸۱۴ میلیارد تومان رسید و ارزش صفوف فروش نیز با ۵۳ درصد کاهش از هزار و ۱۶۱ میلیارد تومان تا سطح ۵۴۳ میلیارد تومان کاهش داشت. سرانه خرید هر کد حقیقی به نسبت روز یکشنبه افزایش داشت و از ۳۳,۴ میلیون تومان به ۳۶,۱ میلیون تومان رسید. سرانه فروش هر کد حقیقی کاهش داشت و در سطح ۳۲,۱ میلیون تومانی ایستاد. با این اوصاف شکاف سرانه تغییر کرده و این بار به سمت خریداران حقیقی سنگینی می‌کند و در سطح ۴ میلیون تومانی قرار گرفته است.

در بین صنایع بورسی نیز صنعت فعالیت‌های کمکی به نهادهای مالی با ۳۹,۲ میلیارد تومان، بالاترین ورود پول حقیقی را به ثبت رساند. صنعت فرآورده‌های نفتی با ۳۷,۴ میلیارد تومان و صنعت فلزات اساسی با ۳۵,۲ میلیارد تومان در جایگاه‌های بعدی قرار گرفتند. صنایع خودرو و ساخت قطعات و دستگاه‌های برقی نیز به ترتیب با ۲۱,۴ میلیارد تومان و ۱۶,۲ میلیارد تومان بیشترین افزایش مالکیت حقیقی را تجربه کردند. صنعت شرکت‌های چند رشته‌ای صنعتی با ۲۷,۴ میلیارد تومان، بیشترین کاهش مالکیت حقیقی را به ثبت رساند و صنعت محصولات شیمیایی با ۲۲,۵ میلیارد تومان و صنعت فنی و مهندسی با ۱۷,۹ میلیارد تومان در رده های بعدی ایستادند.

اعلام فرآیند دریافت خسارت قطع برق

مشترکان چگونه خسارت قطعی برق بگیرند؟

مدیرکل امور انرژی و مشتریان شرکت توانیر با تشریح روند پرداخت خسارت به مشترکانی که دچار آسیب یا خسارت ناشی از برق شده‌اند، اعلام کرد حق بیمه‌ای که ماهانه از مشترکان دریافت می‌شود، پشتوانه‌ای برای جبران این خسارت‌هاست و مشترکان می‌توانند با مراجعه به سامانه و ارائه مدارک لازم، خسارت خود را پیگیری کنند.

«عبدالامیر یاقوتی» با اشاره به مبنای قانونی دریافت مبالغی تحت عنوان «حق بیمه خسارت مشترکان» به «ایسنا» توضیح داد: مطابق ماده ۱۲ قانون الحاق ۲، شرکت‌های خدمات‌رسان برق و گاز موظف هستند برای جبران خسارات ناشی از حوادثی مانند برق‌گرفتگی، آتش‌سوزی یا انفجار که ناشی از آسیب به شبکه یا تأسیسات برقی هستند، از طریق قرارداد با شرکت‌های بیمه‌گر، این خسارات را جبران کنند. برای این منظور، مبلغی به عنوان حق بیمه در قبوض برق مشترکان درج می‌شود. در سال ۱۴۰۳، این مبلغ برای هر مشترک خانگی ۳۰۰ تومان در ماه و برای مشترکین تجاری ۳۰۰۰ تومان تعیین شده است. این مبلغ به صورت ماهانه در قبوض برق درج می‌شود و به طور کامل در حساب خزانه‌داری کل کشور ذخیره شده و از طریق فرآیند مناقصه به شرکت بیمه‌گر منتخب اختصاص می‌یابد.

او به آمار پرونده های خسارت در این زمینه، اشاره کرد و افزود: در سال گذشته، شرکت بیمه دانا برنده مناقصه شد و قراردادی به ارزش ۳۱۰ میلیارد تومان منعقد شد. براساس این قرارداد، تاکنون نزدیک به ۷ هزار پرونده خسارت به ثبت رسیده که از این تعداد، حدود ۵۰۰ پرونده همچنان در فرآیند رسیدگی هستند و ۳۱۲ پرونده نیز به دلیل نقص مدارک، نیازمند تکمیل مستندات توسط مشترکان است. سایر پرونده‌ها رسیدگی و بخش عمده‌ای از آنها پرداخت شده‌اند. به گفته مدیرکل امور مشترکان توانیر، تا پایان اردیبهشت ماه ۱۴۰۳، مبلغی نزدیک به ۲۷۰ میلیارد تومان به حساب زیان‌دیدگان واریز شده یا آماده پرداخت بوده است که برخی از آنها در انتظار نهایی شدن شماره شبا و مدارک بانکی هستند. این پرداخت‌ها مستقیما از محل حساب خزانه‌داری انجام می‌شود و هیچ‌گونه گردش مالی در شرکت توانیر یا شرکت‌های برق منطقه‌ای اتفاق نمی‌افتد.

اما فرآیند ثبت خسارت چگونه است؟ «یاقوتی» با تشریح مراحل اقدام مشترکان پس از بروز حادثه، گفت: اگر حادثه‌ای مانند آتش‌سوزی، برق‌گرفتگی یا انفجار در ملک مشترک رخ دهد و منشا آن برق باشد، نخستین گام جمع‌آوری مدارک و مستندات شامل گزارش رسمی آتش‌نشانی، تصاویر حادثه و سایر شواهد است. این مدارک باید از طریق سامانه bime.ta anir.org.ir بارگذاری شود. اگر حادثه‌ای مانند سوختگی وسایل برقی یا سایر آسیب‌ها رخ داده باشد، مشترک باید ابتدا به اداره برق محل مراجعه و حادثه را گزارش کند. پس از بررسی کارشناسی، در صورتی که تأیید شود منشأ حادثه از سمت شبکه بوده، فرآیند ثبت و رسیدگی به پرونده از سوی شرکت بیمه‌گر آغاز می‌شود. همچنین در مواردی که چندین مشترک در یک منطقه دچار آسیب شده باشند، احتمال نقص در شبکه بسیار بالا می‌رود در این شرایط نیز باید به اداره برق مراجعه شود و حادثه را ثبت کنند که پس از بررسی کارشناسان علت حادثه مشخص نمی‌شود و اگر علت شبکه باشد خسارت پرداخت می‌شود. هدف ما این است که با ساده‌سازی روند، مشترکان بتوانند سریع‌تر خسارت خود را دریافت کنند. البته برخی شرکت‌های توزیع برق نیز برای سرعت‌دهی به کار، بررسی اولیه خسارت را خودشان انجام می‌دهند. مدیرکل امور مشترکان توانیر درباره قرارداد بیمه سال جاری نیز گفت: مراحل مناقصه برای تعیین شرکت بیمه‌گر جدید در حال اتمام است. به احتمال زیاد در سال جاری نیز شرکت بیمه دانا مجددا انتخاب خواهد شد. پس از نهایی شدن قرارداد، رسیدگی به پرونده‌های جدید در همان سامانه از سر گرفته خواهد شد. به گفته او، خساراتی قابل پرداخت هستند که منشا آنها در تأسیسات عرضه برق (در شبکه یا انشعاب) باشد و این خسارات منجر به آتش‌سوزی، انفجار یا آسیب فیزیکی به ملک یا افراد شده باشد. مواردی که ناشی از سوءاستفاده، نقص تجهیزات داخلی یا نوسانات جزئی بدون منشا مشخص باشند، تحت پوشش قرار نمی‌گیرند.

شناسه آگهی : ۱۹۴۲۹۲۱ نوبت اول

آگهی مناقصه عمومی

اداره کل راه و شهرسازی استان آذربایجانشرقی

اداره کل راه و شهرسازی استان آذربایجانشرقی (بنمایندگی از طرف سازمان ملی زمین و مسکن) در نظر دارد مناقصه عمومی پروژه های به شرح زیر 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 لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی مراحل ثبت در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند .

۱– اجرای طرح آماده سازی اراضی نصر تبریز (قطعات همکاران) با مبلغ برآورد اولیه ۴۵/۷۵۶/۵۱۷/۷۷۸ ریال بر اساس فهرست بهای راه و باند فرودگاه و زیر سازی راه آهن، سال ۱۴۰۴ و با تعدیل

۲- خرید تجهیزات و تکمیل کارهای باقیمانده سیستم اعلام و اطفای حریق و اخذ استاندارد پروژه صاحب الامر با مبلغ برآورد اولیه ۴۴/۴۴۹/۳۵۶/۶۰۰ ریال بر اساس فهرست بهای ابنیه+ تاسیسات مکانیکی و برقی، سال ۱۴۰۴ و با تعدیل

پیمانکاران واجد شرایط و دارای صلاحیت و رتبه بندی در رشته راه از سازمان برنامه و بودجه به شرح فوق می توانند از تاریخ نشر نوبت دوم آگهی به مدت پنج روز جهت اخذ اسناد مناقصه و سپس ارائه پیشنهاد قیمت به سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به آدرس اینترنتی فوق الاشاره مراجعه فرمایند توضیح اینکه هزینه آگهی به عهده برنده مناقصه می باشد .

مهلت زمانی دریافت اسناد مناقصه از سایت : به مدت پنج روز از تاریخ نشر آگهی نوبت دوم

اطلاعات تماس دستگاه مناقصه گزار جهت دریافت اطلاعات بیشتر در خصوص اسناد مناقصه به آدرس تبریز– سربالایی ولیعصر– اداره کل راه و شهرسازی استان-معاونت مسکن- تلفن ۵۵-۰۴۱۳۳۶۹۱۰۵۱

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۴/۰۳/۱۷ تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۴/۰۳/۱۸

اداره کل راه و شهرسازی استان آذربایجان شرقی

۶۷۶

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی زراعی، باغات و ساختمانهای فاقد سند رسمی

چون برابر رای شماره ۱۴۰۴۶۰۳۰۱۱۴۷۰۰۱۲۲۹ مورخ ۱۴۰۴/۰۲/۲۴ منضم به نامه شماره ۱۴۰۴۶۰۳۰۱۱۴۷۰۰۱۲۳۰ مورخ ۱۴۰۴/۰۲/۲۴ صادره از هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی زراعی، باغات و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۹۰/۹/۲۰ مستقر در اداره ثبت اسناد و املاک زیبادشت تهران، تصرفات مفروزی و مالکانه و بلامعارض آقای حسین اصفهانی فرزند اسمعیل بشماره شناسنامه ۳۰ با شماره کد ملی ۰۴۵۲۱۹۲۳۰۷ متقاضی پرونده کلاسه ۱۴۰۳۱۱۴۴۰۱۱۴۷۰۰۰۵۵۳ نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۱۰۵/۴۴ متر مربع قسمتی از پلاک ۱۵۵۱ اصلی واقع در تهران بخش ۱۰ تهران محرز شده لذا به منظور اطلاع ذوی الحقوق و شرکای مشاعی مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز در روزنامه آگهی می گردد در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید، ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم و گواهی آنرا به این اداره ارائه نمایند. بدیهی است پس از انقضای مهلت قانونی و عدم وصول واخواهی و اعتراض طبق مقررات اقدامات مقتضی بعدی معمول خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۴/۰۳/۱۷
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۴/۰۴/۰۱

۱۱۷۲۷ م الف — سرپرست واحد ثبتی حوزه ثبت ملک زیبادشت تهران — محمدعلی ابراهیمی

شناسه آگهی ۱۹۴۱۸۴۰

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان تهران
اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک لویزان تهران
هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

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

برابر رای شماره ۱۴۰۴۶۰۳۰۱۱۵۱۰۰۰۲۹۷ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک لویزان تهران تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای سیدهاشم فتاحی طاری فرزند سیداسمعیل بشماره شناسنامه ۴۲ کد ملی ۱۲۳۹۶۶۹۷۳۹ نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی در آن بمساحت ۱۴/۴۱ متر مربع قسمتی از پلاک شماره ۵۵ فرعی از ۶۷۲۰ اصلی واقع در بخش حوزه ثبت ملک لویزان بخش ۲ تهران خریداری از مالک رسمی آقای هایکاز چکناوریان محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید، ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۴/۰۳/۱۷
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۴/۰۴/۰۱

۱۱۷۲۴ م الف — ابوالفضل تریوه — رئیس ثبت اسناد و املاک

شناسه آگهی ۱۹۴۱۸۲۱

آگهی فقدان مدرک تحصیلی

مدرک فارغ التحصیلی اینجانب رضا نادری فرزند هوشنگ به شماره شناسنامه ۵۶۶۹۹۵۱۳۹۵ صادره از کوثر در مقطع کارشناسی ناپیوسته رشته مهندسی تکنولوژی نرم افزار کامپیوتر از واحد دانشگاهی آزاد اسلامی خلخال با شماره ۸۷۲۱ مفقود گردیده است و فاقد اعتبار می باشد از یابنده تقاضا می شود اصل مدرک را به دانشگاه آزاد اسلامی واحد خلخال به نشانی خلخال خ ولی عصر دانشگاه آزاد اسلامی خلخال ارسال نمایند.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۴/۰۳/۱۰ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۴/۰۳/۱۷

۵۷۸

آگهی قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی حوزه ثبتی نکا

نظر به دستور مواد ۱و۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۹/۲۰ ، املاک متقاضیانی که در هیات موضوع ماده یک قانون مذکور مستقر در واحد ثبتی نکا مورد رسیدگی و تصرفات مالکانه و بلا معارض آنان محرز و رای لازم صادر گردیده جهت اطلاع عموم به شرح ذیل آگهی می گردد.

املاک متقاضیان واقع در نکا پلاک ۲۸ اصلی بخش ۹

حسین محمدی پچتی فرزند نظر نسبت به ۵ دانگ و ۲۴ سیر و ۸ مثقال عرصه بانضمام ششدانگ اعیانی یک باب خانه به مساحت ۲۲۰،۰۱ متر مربع خریداری از مالک رسمی (پرونده کلاسه ۹۹۷/۱۴۰۳) فریبا ملک با کدملی ۰۰۶۶۷۹۲۷۳۸ و فرشته ملک با کدملی ۰۰۷۵۷۴۳۸۱۷ و فهیمه ملک با کدملی ۰۰۳۷۱۳۲۱۶۴ و فاطمه ملک با کدملی ۰۴۵۱۰۲۳۰۰۵ فرزندان رحمت اله در هر کدام ۱ سهم مشاع از ۶ سهم ۵ دانگ و ۲۴ سیر و ۸ مثقال مشاع عرصه بانضمام ۱ سهم مشاع از ۶ سهم ششدانگ اعیانی یک قطعه زمین با بنای احداثی و مرتضی ملک با کدملی ۰۰۴۲۷۴۱۹۵۵ فرزند رحمت اله نسبت به ۲ سهم مشاع از ۶ سهم ۵ دانگ و ۲۴ سیر و ۸ مثقال مشاع عرصه بانضمام ۲ سهم مشاع از ۶ سهم ششدانگ اعیانی یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۲۷۰،۰۵ مترمربع خریداری از مالک رسمی (پرونده کلاسه ۱۶۱/۱۴۰۳)

فریبا ملک با کد ملی ۰۰۶۶۷۹۲۷۳۸ و فرشته ملک با کدملی ۰۰۷۵۷۴۳۸۱۷ و فهیمه ملک با کدملی ۰۰۳۷۱۳۲۱۶۴ و فاطمه ملک با کدملی ۰۴۵۱۰۲۳۰۰۵ فرزندان رحمت اله در هر کدام ۱ سهم مشاع از ۶ سهم ۵ دانگ و ۲۴ سیر و ۸ مثقال مشاع عرصه بانضمام ۱ سهم مشاع از ۶ سهم ششدانگ اعیانی یک قطعه زمین با بنای احداثی و مرتضی ملک با کدملی ۰۰۴۲۷۴۱۹۵۵ فرزند رحمت اله نسبت به ۲ سهم مشاع از ۶ سهم ۵ دانگ و ۲۴ سیر و ۸ مثقال مشاع عرصه بانضمام ۲ سهم مشاع از ۶ سهم ششدانگ اعیانی یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۴۸۷،۷۸ مترمربع خریداری از مالک رسمی (پرونده کلاسه ۱۶۶/۱۴۰۳)

املاک متقاضیان واقع در نکا پلاک ۱۱- اصلی بخش ۹

رضا جمالی نوذری فرزند رمضان نسبت به ششدانگ یک قطعه باغ به مساحت ۴۲۲۵،۳۲ مترمربع خریداری از مالک رسمی (پرونده کلاسه ۷۰۲۱۴۵۴۰۷۳۹۴۵۳۹/۱۴۰۳)

لذا به موجب ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی و ماده ۱۳ آیین نامه مربوطه این آگهی در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق روزنامه محلی و کثیرالانتشار در شهرها منتشر تا در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت ۲ ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ اعتراض دادخواست اعتراض بر ثبت خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضاء مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق سند مالکیت صادر خواهد شد

شناسه آگهی: ۱۹۳۷۱۵۵

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۴/۰۳/۱۷
تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۴/۰۳/۳۱

امیرخندان رباطی
رئیس اداره ثبت اسناد و املاک شهرستان نکا

سازمان ثبت استاد و املاک کشور
اداره کل ثبت اسناد و املاک استان خراسان شمالی
اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک شیروان

هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی برابر کلاسه ۱۴۰۳۱۱۴۴۰۷۱۱۴۰۰۱۲۴۴ و رأی شماره ۱۴۰۴۶۰۳۰۷۱۱۴۰۰۱۷۹۲ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک شیروان تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای پیر محمد برات زاده بزآباد فرزند برات محمد بشماره شناسنامه ۱۱۲۴۱ در شش دانگ باغ بدینصورت که مساحت ۱۷۴۱،۸۱ متر جزء پلاک ۷ فرعی از ۲۴ - اصلی ناحیه ۲ از محل مالکیت پیر محمد برات زاده بزآباد (قسمتی از مالکیت وی) واقع در خراسان شمالی بخش ۵ حوزه ثبت ملک شیروان محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی میشود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید، ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۴ / ۰۲ / ۳۰
تاریخ انتشار نوبت دوم :۱۴ / ۰۳ / ۱۴۰۴

شناسه آگهی:۱۹۳۳۵۲۱

محمدزارعی
رئیس ثبت اسناد و املاک شیروان

آگهی تحدید حدود اختصاصی

تحدید حدود ششدانگ یک قطعه باغ پلاک ۶۲۱ فرعی از ۵۳ - اصلی بخش ۱۰ منطقه ۲ سنندج که در تصرف آقای اسماعیل فاتحی کر جوب قرار دارد بموجب رای شماره ۳۳۲۱۱۸۰۰۲۸۴۵، ۱۴:۳۶ مورخ ۱۴۰۳،۷،۱۰ هیات اول دوم محترم حل اختلاف مستقر در ثبت شهرستان سنندج مستند به مواد ۱۴ و ۱۵ قانون ثبت در مورخ ۱۴۰۴،۴،۸ راس ساعت ۹ صبح یعمل خواهد امد لذا بدین وسیله از مجاورین وصاحبان حقوق دعوت میشود که در ساعت تعیین شده فوق در محل حاضر و در صورتیکه اعتراض به حدود و یا حقوق ارتفاقی داشته باشند از تاریخ تنظیم صورت مجلس تحدید حدود لغایت سی روز اعتراض خود را کتبا و مستقیما باین اداره تسلیم نمایند.ضمنا متذکر میگردد که مطابق ماده ۸۶ آئین نامه اصلاحی قانون ثبت معترض ظرف یکماه از تاریخ تسلیم اعتراض باین اداره می بایست با مراجعه به مرجع ذیصلاح قضائی نسبت به تقدیم داد خواست اقدام و گواهی را باین اداره تقدیم نماید در غیر این صورت متقاضی ثبت یا نماینده قانونی وی به دادگاه مربوطه مراجعه و گواهی عدم تقدیم دادخواست دریافت و به این اداره تسلیم نماید اداره ثبت بدونه توجه به اعتراض عملیات ثبتی را با رعایت مقررات ادامه خواهد داد .م الف ۵۸۹۷

تاریخ انتشار ۱۴۰۴،۳،۱۷

هیوا احمدیان —رئیس ثبت منطقه ۲ سنندج

شناسه آگهی : ۱۹۴۳۳۴۳

آگهی تحدید حدود اختصاصی

نظر بر اینکه تحدید حدود در ششدانگ، قطعات زمین مزروعی از ۱۲۳ اصلی دوبل واقع در بخش ۳ اردبیل

تحدید حدود روز دوشنبه مورخه ۱۴۰۴/۰۴/۱۶

آقای / خانم عمران فریدون زاده به شناسنامه ۱ بشناسه ملی ۱۴۶۶۶۸۷۰۱۰ فرزند علی بالا ششدانگ چهار قطعه زمین مزروعی به پلاک های ۲۳۴ و ۲۵۸ و ۲۵۹ و ۲۶۰ فرعی از پلاک ۲۳ اصلی واقع در بخش سه اردبیل به مساحت ۱۱۰۸۳/۲۹ و ۱۳۳۰۵/۴۱ و ۳۶۱۸/۵۲ و ۳۶۳۶/۰۸ متر مربع

تحدید حدود روز سه شنبه مورخه ۱۴۰۴/۰۴/۱۷

آقای / خانم عمران فریدون زاده به شناسنامه ۱ بشناسه ملی ۱۴۶۶۶۸۷۰۱۰ فرزند علی بالا ششدانگ پنج قطعه زمین مزروعی به پلاک های ۲۶۱ و ۲۶۳ و۳۱۹و ۳۲۰ و ۳۲۱ فرعی از پلاک ۲۳ اصلی واقع در بخش سه اردبیل به مساحت های ۳۸۴۱/۸۳ و ۴۸۱۹/۵۵ و ۳۰۷۷/۰۱ و ۴۳۹۳/۶۸ و ۱۱۰۰۸/۶۴ متر مربع

تحدید حدود روز چهارشنبه مورخه ۱۴۰۴/۰۴/۱۸

آقای / خانم عمران فریدون زاده به شناسنامه ۱ بشناسه ملی ۱۴۶۶۶۸۷۰۱۰ فرزند علی بالا ششدانگ پنج قطعه زمین مزروعی به پلاک های ۳۳۲ و ۳۲۳ و ۳۲۴ و ۳۲۵ و ۳۲۶ فرعی از پلاک ۲۳ اصلی واقع در بخش سه اردبیل به مساحت های ۵۶۴۶/۲۳ و ۹۵۸۱/۰۴ و ۴۵۷۸/۰۸ و ۱۲۵۳/۰۴ و ۳۹۰۰/۶۴ متر مربع

برابر آراء هیات حل اختلاف مستقر در منطقه یک اردبیل موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی تایید مالکیت گردیده است و تاکنون تحدید حدود آن به عمل نیامده است فلذا طبق ماده ۱۳ ایین نامه قانون مزبور تحدید حدود پلاک مرقوم روزهای فوق الذکر راس ساعت ۱۰ صبح در محل شروع و به عمل خواهد آمد.

بدین وسیله به مالکین و مجاورین اخطار می شود در موعد مقرر در محل حاضر تا طبق مقررات نسبت به تحدید پلاک مزبور نظارت فرماینده و اعتراض به حقوق ارتفاقی و حدود آن مطابق ماده ۲۰ قانون ثبت از تاریخ تحدید حدود به مدت ۳۰ روز خواهد بود.

تاریخ انتشار: ۱۴۰۴/۰۳/۱۷

رئیس اداره ثبت اسناد و املاک منطقه یک اردبیل

۶۳۶

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان همدان
اداره کل ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک کبودرآهنگ
هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

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

برابر رای شماره ۱۴۰۴۶۰۳۲۶۰۰۲۰۰۱۴۲۱ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک کبودرآهنگ تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی محمد زمان زاده فرزند حسن به ش ش ۳۶ در یک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۶۱۲۴۹،۷۶ متر مربع مفروز و مجزی شده از پلاک۳۲۵ اصلی واقع در روستای سرایجوق خریداری از مالک رسمی علی حیدری محرز گردیده است لذا به منظوراطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید، ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدهی است در صورت انقضای مدت مذکوروعدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد. م الف۵۱۲

رئیس ثبت اسناد و املاک کبودرآهنگ – داود غفرانی دلاور

تاریخ انتشار اول ۱۴۰۴/۰۲/۱۷ تاریخ انتشار دوم: ۱۴۰۴/۰۴/۰۱

آگهی مفقودی

برگ سبز، کارت ماشین و سند کمپانی خودرو سواری پراید به شماره انتظامی ۲۱ ایران ۱۱۷ ج ۷۱ شماره موتور ۰۰۳۶۶۰۶۳ و شماره شاسی S۱۴۱۲۲۸۱۸۳۳۵۳۹ متعلق به اینجانب مهدی عابدی آبکنار به کد ملی ۰۰۲۳۶۵۹۵۵۶ مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد رباط کریم

آگهی مفقودی

برگ سبز و سند کمپانی خودرو سواری پراید به شماره انتظامی ۲۱ ایران ۴۸۸ ن ۵۲ شماره موتور ۱۳۱۰۱۱ و شماره شاسی S۱۴۱۲۲۷۸۶۰۹۹۷۴ متعلق به اینجانب صدیقه خوب بین حقیقتگو به کد ملی ۰۰۴۴۵۰۳۲۸۸ مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد رباط کریم

آگهی مفقودی

کلیه مدارک برگ سبز و فروش کارخانه کامیون کمپرسی سیستم آمیکو تیپ M۱۹۲۹D برنگ زرد روغنی مدل ۱۳۸۶ شماره موتور ۱۵۰۷G۱۴۹۷۷۴ شماره شاسی NA۲F۲LLD۶۷A۰۰۰۴۱۰ شماره انتظامی ۹۱ – ۹۶۸ ج ۵۵ بنام حسین احمدی کد ملی ۱۶۳۸۳۲۹۶۶۱ مفقود از درجه اعتبار ساقط می باشد. خلخال ۶۸۴

مفقودی

شناسنامه (برگ سبز) موتورسیکلت انژکتوری سیستم آزما تیپ ۲۰۰CC مدل ۱۳۹۷ به رنگ مشکی بشماره موتور ۰۱۹۶NBD۹۰۰۲۵۷ بشماره تنه NBDBLCKCBJUD۵۰۱۳۲ بشماره انتظامی ۵۱۷ / ۵۶۴۷۴ بنام سید حسن کرمی کرم بستی مفقود گردیده واز درجه اعتبار ساقط می باشد. ۱۲۰ /د

مفقودی

شناسنامه (برگ سبز) خودرو سواری سیستم سایپا تیپ ۱۳۲ به رنگ سفید –روغنی مدل ۱۳۹۰ بشماره موتور ۴۰۲۵۷۵۵ بشماره شاسی S۱۴۲۲۲۹۰۲۵۳۲۰۲ بشماره انتظامی ۵۴۲ ط ۸۸ایران ۱۹ بنام فریبرز اسدی تبار مفقود گردیده واز درجه اعتبار ساقط می باشد. ۱۳۰ /ج

سازمان آگهی ها
۸۸۹۳۶۶۵۱

آگهی موضوع ماده۳ قانون وماده ۱۳آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی

برابر رای هیات به شماره ۳۱۸۰ تاریخ ۱۴۰۴/۰۲/۱۷ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک بهشهر تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی بنام آقای علی کابلی قره تپه فرزند ولی در ششدانگ یک قطعه باغ به مساحت ۵۷۱۵،۰۵ مترمربع شماره کلاسه ۱۴۰۳/۱۴۲۳ قسمتی از پلاک ۵۹ - اصلی واقع در اراضی قره تپه بخش ۱۸ ثبت بهشهر مستند مالکیت خریداری شده مع الواسطه از مالک غیررسمی ولی کابلی به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روزآگهی میشود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه ازتاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مرجع قضایی تقدیم نمایند.بدیهی است درصورت انقضای مدت مذکور وعدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

شناسه آگهی : ۱۹۴۰۷۵۵

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۴/۰۳/۱۷
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۴/۰۳/۳۱

محمدحسن صادقی
رئیس اداره ثبت اسناد و املاک بهشهر

هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی

آگهی موضوع ماده۳ قانون وماده ۱۳آیین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی برابر رای شماره ۱۲۰۰۱۷۱۳ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک نکا تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای اسماعیل روشنائی فرزند اکبر بشماره شناسنامه ۲۲۳۰ در ۵ دانگ و ۲۴ سیر و ۸ مثقال مشاع عرصه بانضمام ششدانگ اعیانی یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۵۹،۸۱ مترمربع پلاک ۲۸- اصلی واقع در بخش ۹ ثبتی نکا خریداری از مالک رسمی محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵روز آگهی می شود تا در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه ازتاریخ اعتراض دادخواست اعتراض بر ثبت خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است درصورت انقضاء مدت مذکور وعدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

شناسه آگهی: ۱۹۳۸۲۱۴

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۴/۰۳/۱۷
تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۴/۰۳/۳۱

امیر خندان رباطی
رئیس اداره ثبت اسناد واملاک شهرستان نکا

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

برابر رای شماره ۱۴۰۳۶۰۳۰۹۰۰۱۰۱۰۸۶۷ مورخ ۱۴۰۳/۱۱/۱۵ کلاسه ۱۴۰۳۱۱۴۴۰۹۰۰۱۰۰۱۳۹۲ موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک منطقه یک قزوین تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی خانم مریم رحمانی به شناسنامه شماره ۳۲۹۶ کدملی ۰۰۵۴۸۵۳۸۰۱ فرزند محمد مهدی در ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۵۰۰۰ متر مربع پلاک ۳۵ - اصلی واقع در قزوین بخش ۱۴ حوزه ثبت ملک منطقه یک قزوین محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم ،اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشارنوبت اول : ۱۴۰۴/۰۲/۳۰ تاریخ انتشاردوم : ۱۴۰۴/۰۳/۱۷

رئیس اداره ثبت اسناد و املاک منطقه یک قزوین

شناسه آگهی : ۱۹۳۲۴۹۸

آنالیز تبلیغات در گوگل ادز: راهنمایی برای بازاریاب ها

نویسنده: علی آل علی

این روزها کمتر کسب و کاری را پیدا می کنید که گوشه چشمی به دنیای پرزرق و برق تبلیغات آنلاین، به خصوص در غول جست وجوی اینترنتی یعنی گوگل، نداشته باشد. تبلیغات در گوگل مانند این است که شما یک تابلوی بزرگ و جذاب را درست در شلوغ ترین میدان شهر دیجیتالی مدرن نصب کنید، جایی که میلیون ها نفر هر روز از آن عبور می کنند، اما سوال اینجاست: آیا هر پولی که خرج این تابلوها می شود، به درستی مصرف شده است؟ آیا این سرمایه گذاری مشتریان واقعی و سود را به سمت کسب و کار شما روانه می کند یا صرفا پولی است که در یک چرخه نامعلوم دیجیتالی ناپدید می شود؟

بسیاری از صاحبان کسب و کار، به ویژه آنهایی که به تازگی قدم در این راه گذاشته اند، از اعداد و ارقام و نمودارهای پیچیده پلتفرم های تبلیغاتی واهمه دارند. اما نگران نباشید، درک اینکه تبلیغات آنلاین شما چقدر موثر است، نیازی به داشتن دکترای علوم کامپیوتر ندارد. فقط کافی است کمی وقت بگذارید، چند مفهوم کلیدی را بشناسید و یاد بگیرید که مثل یک کارآگاه دقیق سرنخ ها را دنبال کنید. در این مطلب می خواهیم با زبانی ساده به شما نشان دهیم چگونه می توانید بفهمید تبلیغات تان در گوگل واقعا چقدر برای تان سودمند است و چطور می توانید هوشمندانه تر خرج کنید و بیشتر به دست آورید. پس منتظر چه هستید؟ همین حالا با ما همراه شوید!

قدم اول: آیا تبلیغات شما فقط دیده می شوند یا نتیجه هم می دهند؟

فرض کنید تبلیغ شما یک راهنمای خوش برخورد و کاربلد است که جلوی در فروشگاه شما ایستاده. وظیفه او این نیست که فقط رهگذران (کاربران اینترنت) را متقاعد کند که نگاهی به داخل بیندازند (یعنی روی تبلیغ شما کلیک کنند). وظیفه اصلی او این است که آنها را به انجام یک کار ارزشمند در داخل فروشگاه تشویق کند؛ مثلا خرید یک محصول، ثبت نام در خبرنامه، پر کردن یک فرم مشاوره یا حتی برداشتن تلفن و تماس گرفتن با شما. در دنیای تبلیغات گوگل، به این اتفاقات ارزشمند تبدیل (Con ersion) می گوییم.

چرا اینقدر روی این موضوع تاکید می کنیم؟ چون بدون ردیابی این «تبدیل ها» شما در واقع با چشمان بسته در حال پرواز هستید. ممکن است ببینید که هزاران نفر روی تبلیغ شما کلیک کرده اند و خوشحال شوید، اما اگر ندانید چند نفر از این کلیک ها به مشتری واقعی تبدیل شده اند، نمی توانید تشخیص دهید کدام تبلیغ، کدام کلمه کلیدی یا کدام گروه از مخاطبان برای شما سودآورتر هستند. پس فعال کردن و پایش منظم سیستم ردیابی تبدیل ها، اولین و حیاتی ترین گام برای فهمیدن اثربخشی واقعی تبلیغات شماست.

قدم دوم: هر دلاری که خرج می کنید، چقدر برمی گرداند؟

حالا که می دانید چند نفر از طریق تبلیغات تان به مشتری تبدیل شده اند، وقت آن است که یک حساب و کتاب ساده انجام دهید: آیا این معامله برای تان می صرفد؟ اینجا مفهومی به نام بازگشت سرمایه (ROI) به میان می آید. نگران اسمش نباشید، مفهومش بسیار ساده است: به ازای پولی که برای تبلیغات خرج کرده اید، چقدر سود خالص به دست آورده اید؟

تصور کنید شما در یک زمین کشاورزی سرمایه گذاری می کنید. برای خرید بذر، کود، آب و دستمزد کارگر هزینه می کنید (اینها معادل هزینه های تبلیغات شما هستند). در پایان فصل محصولی را برداشت می کنید و می فروشید (این معادل درآمدی است که از مشتریان تبلیغاتی به دست می آورید). بازگشت سرمایه به شما می گوید آیا پولی که از فروش محصول به دست آورده اید نه تنها هزینه های اولیه شما را پوشش داده، بلکه سود خوبی هم برای تان باقی گذاشته است یا خیر. برای بسیاری از بازاریاب ها بازگشت سرمایه مهمترین شاخص است، چون به طور مستقیم نشان می دهد که تلاش های تبلیغاتی چقدر به سلامت مالی کسب و کارشان کمک کرده است. مثلا اگر شما ۱۰ هزار دلار برای کلیک هایی هزینه کرده اید که منجر به یک فروش ۵۰ هزار دلاری شده (با فرض اینکه هزینه های دیگر محصول را هم در نظر گرفته باشید و این ۵۰ هزار دلار بخش قابل توجه اش سود باشد)، بازگشت سرمایه شما عالی است اما اگر برای همان فروش ۵۰ هزار دلاری، ۱۰۰ هزار دلار هزینه تبلیغات کرده باشید، زنگ خطر به صدا درآمده است! دانستن بازگشت سرمایه به شما کمک می کند تا تصمیم بگیرید کدام کمپین ها را باید تقویت کنید، بودجه کدام ها را کاهش دهید و کجاها نیاز به بهینه سازی دارید. این شاخص، قطب نمای شما در دنیای سرمایه گذاری تبلیغاتی است.

قدم سوم: کاربران چه چیزی را در گوگل جست وجو می کنند؟

یکی از جذاب ترین بخش های کار با تبلیغات گوگل فهمیدن این است که مردم برای پیدا کردن محصولات یا خدماتی شبیه به آنچه شما ارائه می دهید، از چه کلمات و عباراتی استفاده می کنند. شما ممکن است فهرستی از کلمات کلیدی را برای تبلیغات تان انتخاب کرده باشید (یعنی کلماتی که فکر می کنید مردم جست وجو می کنند). اما مردم واقعی ممکن است از عباراتی کاملا متفاوت استفاده کنند.

در پلتفرم تبلیغات گوگل گزارشی وجود دارد که دقیقا به شما نشان می دهد کاربران چه عباراتی را جست وجو کرده اند که باعث نمایش و کلیک روی تبلیغ شما شده است. این گزارش، یک معدن طلای واقعی برای بهینه سازی کمپین های شماست. چرا؟

اول اینکه، ممکن است عبارات جدید و بسیار موثری را پیدا کنید که قبلا به فکرتان نرسیده بود. این عبارات را می توانید به فهرست کلمات کلیدی خودتان اضافه کنید و شانس دیده شدن تان توسط مشتریان بالقوه را افزایش دهید.

دوم اینکه، ممکن است متوجه شوید تبلیغ شما برای جست وجوهایی نمایش داده می شود که هیچ ربطی به کسب و کار شما ندارند و فقط بودجه شما را هدر می دهند. مثلا فرض کنید شما «کتاب های نایاب تاریخی» می فروشید، اما تبلیغ تان برای کسانی که «دانلود رایگان کتاب داستان کودک» را جست وجو می کنند هم نمایش داده می شود. با شناسایی این عبارات نامرتبط می توانید آنها را به فهرست «کلمات کلیدی منفی» اضافه کنید تا دیگر برای آن جست وجوها پولی از دست ندهید.

قدم چهارم: امتیاز کیفیت تبلیغات شما چقدر است؟

گوگل برای اینکه تجربه خوبی را برای کاربرانش فراهم کند، به کیفیت و مرتبط بودن تبلیغاتی نمایشی اهمیت زیادی می دهد. به همین دلیل سیستمی به نام امتیاز کیفیت (Quality Score) دارد. این امتیاز تخمینی است از اینکه تبلیغات، کلمات کلیدی و صفحه فرودی که کاربر پس از کلیک به آن هدایت می شود، چقدر با آنچه کاربر جست وجو کرده مرتبط و مفید هستند.

داشتن امتیاز کیفیت بالا مزایای زیادی دارد. مهمترینش این است که می تواند منجر به کاهش هزینه های تبلیغات شما شود و حتی باعث شود تبلیغ شما در جایگاه های بهتری (بالاتر در صفحه نتایج جست وجو) نمایش داده شود. گوگل به تبلیغ دهندگانی که محتوای باکیفیت و مرتبط ارائه می دهند، پاداش می دهد.

چطور می توانید امتیاز کیفیت خود را بهبود ببخشید؟ دو نکته کلیدی وجود دارد. اول، از کلمات و عباراتی استفاده کنید که مخاطبان شما واقعا در جست وجوهای شان به کار می برند. این کار باعث می شود تبلیغ شما مرتبط تر به نظر برسد.

دوم، تبلیغاتی بنویسید که واقعا به کلمات کلیدی شما و آنچه تبلیغ می کنید، مربوط باشند. متن تبلیغ شما باید جذاب و صادقانه باشد و مهمتر از همه صفحه ای که کاربر پس از کلیک به آن می رود (همان صفحه فرود) باید دقیقا همان چیزی را ارائه دهد که در تبلیغ وعده داده شده است. اگر کاربر روی تبلیغی با عنوان «تخفیف ۵۰ درصدی کفش ورزشی» کلیک کند اما به صفحه ای پر از صندل های گران قیمت برسد، تجربه بدی خواهد داشت و گوگل هم این را دوست ندارد.

قدم پنجم: از گزارش ها برای تصمیم گیری بهتر استفاده کنید

پلتفرم تبلیغات گوگل و ابزارهای تحلیلی مکمل آن (مثل گوگل آنالیتیکس که رفتار کاربران در سایت شما را بررسی می کند)، انبوهی از گزارش های مفید را در اختیارتان قرار می دهند. این گزارش ها مانند یک کارنامه دقیق عملکرد شما را در جنبه های مختلف نشان می دهند.

با اتصال حساب تبلیغاتی خود به حساب آنالیتیکس می توانید تصویری کامل از سفر مشتری به دست آورید: از لحظه ای که تبلیغ شما را می بیند و کلیک می کند، تا زمانی که وارد سایت شما می شود، در صفحات مختلف می گردد و در نهایت به یک مشتری تبدیل می شود.

این گزارش ها به شما نشان می دهند کدام کمپین ها، گروه های تبلیغاتی، متن های تبلیغاتی و کلمات کلیدی بهترین عملکرد را دارند. همچنین می توانید بفهمید مخاطبان شما از چه نوع دستگاهی (موبایل یا دسکتاپ) استفاده می کنند، در چه مناطقی قرار دارند و چه ویژگی های دیگری دارند. همه این اطلاعات به شما کمک می کند تا کمپین های خود را هوشمندانه تر هدف گذاری کرده و بودجه خود را در جایی سرمایه گذاری کنید که بیشترین بازده را دارد.

منابع:

https://business.google.com/aunz/resources/
/articles/how-to-analyze-google-ads-successfully

برندینگ حسی چیست و چطور کار می کند؟

نویسنده: علی آل علی

تصور کنید وارد هتلی می شوید و بوی خاصی به مشام تان می خورد. شاید عطری ملایم از چوب صندل یا گل های سفید. این رایحه تا سال ها بعد هر وقت از جایی دیگر به مشام تان برسد، شما را به همان لابی و لحظه اول ورودتان به آن هتل بازمی گرداند. این دقیقا همان جادویی است که برندینگ حسی رقم می زند. برندینگ سال ها با تصویر و واژه ها کار می کرد، اما امروز برندها متوجه شده اند که اگر می خواهند در ذهن ها حک شوند، باید به دل راه پیدا کنند و راه رسیدن به دل، از حواس می گذرد. برندینگ حسی به زبان ساده یعنی استفاده آگاهانه از حواس پنج گانه برای شکل دادن به ادراک و احساس مشتری نسبت به برند. این تجربه ملموس، ماندگار و گاه حتی ناخودآگاه است. ما در این مقاله قصد داریم شما را به یک ماجراجویی تمام عیار در زمینه برندینگ حسی ببریم. پس با ما همراه باشید تا برخی نکات کلیدی در این زمینه را یاد بگیرید.

برند را فقط نبین، حسش کن!

ما انسان ها موجوداتی هستیم که جهان را با حواس مان تجربه می کنیم. صدا، تصویر، بو، لمس و حتی مزه، در شکل دادن به خاطرات و احساسات مان نقش اساسی دارند. اگر برند بتواند از این حس ها استفاده کند، نه فقط دیده می شود، بلکه حس می شود و چیزی که حس شود، هرگز فراموش نمی شود.

برندینگ حسی، ترکیبی از علم روان شناسی، هنر طراحی و شناخت عمیق رفتار مصرف کننده است. برندهایی که در این حوزه موفقند، برندهایی هستند که تجربه ای چندوجهی، انسانی و خاطره ساز ارائه می دهند. آنها به جای تمرکز صرف بر تبلیغات دیداری، به صداها، بوها، بافت ها و طعم ها نیز توجه می کنند

قدرت بو: حافظه ای که با ما می ماند

بوی خوب نه تنها محیط را خوشایند می کند، بلکه نوعی «امضا» برای برند خلق می کند. رایحه ای خاص می تواند حس آرامش، لوکس بودن یا سرزندگی را القا کند. برای مثال، برخی هتل های بزرگ جهان رایحه مخصوص خود را دارند. وقتی وارد می شوید، همیشه آن بوی آشنا شما را دربر می گیرد. این رایحه باعث می شود احساس بازگشت به خانه داشته باشید.

تحقیقات نشان داده اند که حافظه بویایی از سایر حافظه ها قوی تر و ماندگارتر است. بویی خاص می تواند تا سال ها در ذهن فرد باقی بماند. برندهایی که از این ویژگی بهره می گیرند، رابطه ای احساسی و ناگسستنی با مخاطب برقرار می کنند.

بوی خاصی که در یک فروشگاه پخش می شود، عطری که درون جعبه محصول قرار داده می شود یا رایحه ای که در لابی یک شرکت جاری است، همه بخشی از برندینگ حسی اند.

صدای برند: وقتی گوش عاشق می شود

آیا تا به حال پیش آمده که با شنیدن صدایی خاص بی اختیار نام یک برند به ذهن تان بیاید؟ آن صدای آغاز به کار یک لپ تاپ، صدای خاص یک نوشیدنی گازدار هنگام باز شدن یا حتی آهنگ های تبلیغاتی ای که سال ها در ذهن مان مانده اند؟ اینها نمونه هایی از صداپردازی برند هستند.

برندهایی که صدای خاص خود را دارند، نوعی شخصیت صوتی می سازند. این صدا می تواند موسیقی، افکت، لحن گوینده یا حتی سکوت در جای مناسب باشد. هدف از صداپردازی برند، القای احساسات مشخص، افزایش به یادماندنی بودن و ساخت هویتی منحصربه فرد است. مثلا برندی که جوان پسند است ممکن است از موسیقی الکترونیک پرانرژی استفاده کند. در حالی که برندی لوکس شاید به سراغ موسیقی کلاسیک یا افکت های ملایم برود. حتی صدای دکمه های یک اپلیکیشن هم می تواند بخشی از این تجربه باشد.

دنیای رنگ ها: بازی ذهنی با چشمان مشتری

رنگ ها زبان بی کلام برندها هستند. آنها در یک لحظه احساس ایجاد می کنند. رنگ قرمز هیجان، شور و انرژی را منتقل می کند. آبی اعتماد و آرامش. زرد خوش بینی و شادی. هر رنگ داستانی برای گفتن دارد و اگر درست انتخاب شود، برند را در ذهن مخاطب حک می کند.

مثلا برندهایی که می خواهند حس امنیت و اعتماد را منتقل کنند، اغلب از طیف آبی استفاده می کنند. برندهایی که تمرکزشان روی خلاقیت است، سراغ رنگ های نارنجی و بنفش می روند. حتی رنگ بسته بندی محصول، دکور فروشگاه یا طراحی سایت می تواند احساسات مشتری را تحت تأثیر قرار دهد. البته رنگ تنها به انتخاب یک طیف محدود نمی شود. تضادها، هماهنگی ها و شدت رنگ ها هم در برندینگ حسی اهمیت دارند. یک برند بازیگوش شاید از ترکیب های جسورانه و رنگ های درخشان استفاده کند، در حالی که یک برند مینیمال از رنگ های خنثی و ساده بهره بگیرد.

لامسه: وقتی انگشتان به حافظه کمک می کنند

ما دنیا را با دستان مان کشف می کنیم. بافت، دما، وزن، سختی یا نرمی، همه اطلاعاتی اند که از طریق لمس منتقل می شوند. در برندینگ، این حس به ویژه در بسته بندی و طراحی فیزیکی محصول اهمیت دارد.

تصور کنید بسته بندی یک گوشی هوشمند آنقدر خوش ساخت و محکم است که باز کردن آن حس لوکس بودن را منتقل می کند یا لباسی با پارچه ای لطیف که حتی قبل از پوشیدن، حس راحتی می دهد. همه اینها بخش هایی از برندینگ حسی هستند. در دنیای دیجیتال، حس لامسه شاید کمتر به چشم بیاید، اما در تجربه کاربری (UX) می توان به طور غیرمستقیم آن را شبیه سازی کرد. مثلا پاسخ لرزشی یک دکمه در موبایل یا طراحی بصری ای که حس نرمی یا سختی را القا می کند.

چشایی: طعم خاطره انگیز برند

در حوزه هایی مثل صنایع غذایی، نوشیدنی یا حتی بهداشت دهان، طعم نقش مهمی در برندینگ دارد. طعمی خاص، منحصربه فرد و خوشایند می تواند مشتری را به محصول وفادار کند. برندهایی که ترکیب های طعمی منحصربه فرد ایجاد می کنند، اغلب در ذهن باقی می مانند اما طعم فقط مربوط به غذا نیست. حتی اگر محصول شما خوراکی نباشد، می توانید از برندینگ طعمی الهام بگیرید. مثلا تجربه طعم زندگی یا طعم آزادی عباراتی استعاری اند که برندها برای ساخت حس های ذهنی استفاده می کنند.

برندینگ حسی در عمل؛ چند نمونه ملموس

یکی از دلایلی که برندهایی چون کوکاکولا، اپل یا استارباکس تا این حد در ذهن مخاطب ماندگارند، این است که تجربه ای چندوجهی و حسی ایجاد کرده اند. کوکاکولا فقط نوشیدنی نیست؛ صدای خاص باز شدن درِ قوطی، قرمز درخشان برند و حتی کمپین های احساسی، همه با هم تصویر احساسی کاملی می سازند.

اپل تنها به طراحی محصول اکتفا نمی کند؛ از لمس جعبه تا صدای خاص شروع دستگاه، از رنگ بندی گرفته تا تایپوگرافی، همه چیز بخشی از یک تجربه حسی هماهنگ است.

استارباکس نیز بوی قهوه، طراحی فضا، موسیقی پس زمینه، نوع لیوان ها و حتی نام نویسی مشتری را در خدمت برندینگ حسی قرار داده است.

همانطور که می بینید، برندینگ حسی عنصر مهمی در فعالیت برندهای بزرگ است. پس شاید بد نباشد شما هم همین امروز دست به کار شده و اوضاع را به سود خودتان تغییر دهید. یادتان باشد، برند فقط یک لوگو یا پیام نیست، بلکه تجربه ای است که در ذهن و دل مشتری می نشیند. در دنیای اشباع شده امروز، برندهایی موفقند که بتوانند حواس مخاطب را درگیر کنند و خاطره بسازند. این خاطره می تواند لذت آور، آرامش بخش، هیجان انگیز یا حتی غرورآفرین باشد. اما مهمتر از همه، ماندگار است و در دنیایی که رقابت هر روز شدیدتر می شود، ماندگاری، گوهری گران بهاست.

سخن پایانی

برندینگ حسی، آینده بازاریابی است. دورانی که برندها فقط با تبلیغ رقابت می کردند، به سر آمده. امروز برندها باید تجربه ای حسی، واقعی و شخصی برای مخاطبان بسازند. اگر می خواهید برندتان دیده شود، باید فراتر از دیدن فکر کنید. باید صدا داشته باشید، عطر داشته باشید، رنگ و بافت داشته باشید. باید مشتری را نه فقط با منطق، بلکه با احساس درگیر کنید. چون در نهایت این احساساتند که تصمیم می گیرند، وفادار می مانند و روایتگر برند شما می شوند.

منابع:

https://www.artworkflowhq.com/resources/
sensory-branding-comprehensi e-guide

شناسه آگهی : ۱۹۴۳۲۱۳ نوبت دوم

شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی

آگهی فراخوان مناقصه عمومی یک مرحله ای همزمان با ارزیابی کیفی (یکپارچه) شماره ۱-۰۳/۸۰۷۹
انجام تعمیرات و راه‌اندازی پکیج A101U132 پالایشگاه هشتم شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی

شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی در نظر دارد مناقصه عمومی یک مرحله ای همزمان با ارزیابی کیفی (یکپارچه) واگذاری انجام تعمیرات و راه‌اندازی پکیج A101U132 پالایشگاه هشتم شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی را با شرایط ذیل از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید به پیشنهاد مناقصه گرانی که فاقد یکی از شرایط ذیل باشد ترتیب اثر داده نخواهد شد لذا در صورت نداشتن هر یک از شروط ذیل از شرکت در مناقصه خودداری فرمایید.

۱- کلیه مراحل برگزاری فراخوان از دریافت و تحویل اسناد فراخوان تا بازگشایی پاکت ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد و به پیشنهادهای خارج از سامانه ستاد ترتیب اثر داده نخواهد شد. متقاضیان شرکت در فراخوان در صورت عدم عضویت در سامانه، نسبت به ثبت نام و دریافت گواهی امضای الکترونیکی (به صورت برخط) برای کلیه صاحبان امضای مجاز و مهر سازمانی اقدام لازم را به عمل آورند.

۲- داشتن گواهینامه معتبر تایید صلاحیت فعالیت دارای اعتبار زمانی حداقل در **پایه ۵** در رشته ، **«نفت و گاز» و یا تاسیسات و تجهیزات** از سازمان برنامه و بودجه و بازگذاری آن در سامانه ستاد.

۳- شماره فراخوان در سامانه ستاد ۲۰۰۴۰۹۶۴۱۲۰۰۰۰۱۶

۴- تاریخ انتشار فراخوان در سامانه ستاد : ۱۴۰۴/۰۳/۱۲

۵-	مهلت دریافت اسناد فراخوان مناقصه از سامانه ستاد :	ساعت	۱۹:۰۰	روز	سه شنبه	تاریخ	۱۴۰۴/۰۳/۲۰
۶-	برگزاری جلسه توجیهی قبل از پیشنهاد نرخ در پالایشگاه هشتم :	ساعت	۱۰:۰۰	روز	دو شنبه	تاریخ	۱۴۰۴/۰۳/۲۶
۷-	مهلت بارگذاری پاکات(اسناد ارزیابی کیفی)، (الف)،(ب)و(ج)درسامانه و تسلیم پاکت (الف)	ساعت	۱۹:۰۰	روز	سه شنبه	تاریخ	۱۴۰۴/۰۴/۰۳
۸-	زمان بازگشایی پاکات (اسناد ارزیابی کیفی) و ارجاع به کمیته فنی بازرگانی:	ساعت	۱۰:۰۰	روز	چهار شنبه	تاریخ	۱۴۰۴/۰۴/۰۴
۹-	زمان بازگشایی پاکات (الف) ، (ب) و (ج) مناقصه گران تایید صلاحیت شده:	ساعت	۱۰:۰۰	روز	سه شنبه	تاریخ	۱۴۰۴/۰۴/۱۷

برآورد اولیه معادل ۳۹,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال و تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار به مبلغ ۱,۹۵۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال به صورت یکی از تضامین قابل قبول وفق آیین نامه تضمین شماره ۱۲۳۴۰۲/ت۵۰۶۵۹ هـ مورخ ۹۴/۰۹/۲۲ هیات وزیران است. مناقصه گران باید پس از بارگذاری تصویر آن در سامانه ستاد، اصل آن را در مهلت مقرر به خدمات پیمان های پالایشگاه هشتم واقع در عسلویه تسلیم نمایند.

۱۰- جهت کسب اطلاعات بیشتر به نشانی عسلویه، منطقه ویژه اقتصادی انرژی پارس، شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی، فازهای ۲۰و۲۱، پالایشگاه هشتم، خدمات پیمانها، مراجعه و یا با شماره تلفنهای ۴-۳۱۳۱۹۶۸۱-۰۷۷ دورنگار ۳۱۳۱۹۲۰۷-۰۷۷ تماس حاصل نمایند.

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۴/۰۳/۱۳ تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۴/۰۳/۱۷

روابط عمومی شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی

شناسه آگهی : ۱۹۴۳۲۲۸

جمهوری اسلامی ایران
وزارت نفت

« آگهی ابلاغ رأی »

پرونده نامبردگان ذیل به اتهام ارتکاب تخلف اداری مندرج در مقابل نام ایشان در این هیأت مطرح و به مجازات به شرح جدول ذیل محکوم گردیده اند. لذا به علت عدم دسترسی به نامبرده ردیف اول و همچنین ابلاغ رأی به شخص غیرمخاطب نامبرده ردیف دوم (در راستای استحکام و استواری رأی صادره) و به تجویز تبصره ماده ۳۰۲ قانون آئین دادرسی مدنی مراتب در یک نوبت روزنامه کثیرالانتشار منتشر می شود تا ظرف مدت یکماه از تاریخ نشر آگهی چنانچه اعتراضی دارند در یکی از روزهای اداری به محل امور اداری شرکت ذیربط یا این هیأت واقع در تهران ، خیابان ملاصدرا، خیابان شیخ بهائی شمالی، ضلع جنوب غربی میدان شیخ بهائی، پلاک ۱۴۴، طبقه چهارم شرقی ، هیأت پنجم بدوی وزارت نفت مراجعه نمایند.

ردیف	نام و نام خانوادگی	نام پدر	شماره کارمندی	نوع اتهام	مجازات
۱	حسین کاظمی اردکانی	احمد	۵۷۷۱۶۲	غیبت غیرموجه متوالی مجدد	انفصال موقت به مدت ۶ ماه
۲	بابک نجفی	رضا	۵۶۴۴۹۸	غیبت غیرموجه متوالی مجدد	بازخرید خدمت با پرداخت ۳۰ روز حقوق مبنای مربوط در قبال هر سال خدمت

هیأت پنجم بدوی رسیدگی
به تخلفات اداری کارمندان وزارت نفت

نوبت دوم

سامانه تدارکات الکترونیکی دولت

مناقصه عمومی یک مرحله ای
فراخوان خرید ۱۰۰۰ مترمربع ورق استیل 316l نیروگاه بخار شهید مفتح همدان

شرکت تولید نیروی برق شهید مفتح در نظر دارد فراخوان خرید ۱۰۰۰ مترمربع ورق استیل ۳۱۶L نیروگاه بخار شهید مفتح همدان به شماره (سیستمی)۲۰۰۴۰۰۱۴۹۰۰۰۰۰۰۴ را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید.

کلیه مراحل برگزاری فراخوان از دریافت و تحویل اسناد فراخوان تا بازگشایی پاکت‌ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد.

متقاضیان شرکت در فراخوان در صورت عدم عضویت در سامانه، نسبت به ثبت نام و دریافت گواهی امضای الکترونیکی (به صورت برخط) برای کلیه صاحبان امضای مجاز و مهر سازمانی اقدام لازم را به عمل آورند.

مواعد زمانی:

- تاریخ انتشار فراخوان: مورخ ۱۴۰۴/۰۳/۱۳ ساعت ۰۸:۰۰ (چاپ اول) و مورخ ۱۴۰۴/۰۳/۱۷ ساعت ۰۸:۰۰ (چاپ دوم)
- مهلت دریافت اسناد فراخوان: از مورخ ۱۴۰۴/۰۳/۱۳ ساعت ۰۸:۰۰ لغایت ۱۴۰۴/۰۳/۱۷ ساعت ۱۰:۰۰
- مهلت ارسال پیشنهادات: مورخ ۱۴۰۴/۰۳/۳۱ ساعت ۱۰:۰۰
- زمان بازگشایی پاکت ها: مورخ ۱۴۰۴/۰۳/۳۱ ساعت ۱۱:۰۰

نوع و مبلغ تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار:

- مبلغ و نوع تضمین شرکت در مناقصه: ۶,۵۰۰,۰۰۰,۰۰۰(شش میلیارد و پانصد میلیون) ریال
- تضمین مورد قبول مطابق بندهای (الف، ب، پ، ج ، ح) ماده ۴ آیین نامه تضمین معاملات دولتی (موضوع تصویب نامه هیئت وزیران به شماره ۱۲۳۴۰۲/ت ۵۰۶۵۹ ه مورخ ۹۴/۹/۲۲) می‌باشد. سررسید تضمین ها باید تا تاریخ ۱۴۰۴/۰۶/۳۱ اعتبار داشته باشد و بنا به درخواست کتبی کارفرما برای ۳ ماه دیگر نیز قابل تمدید باشد. در غیر اینصورت پاکت «الف» مردود تلقی شده و پاکتهای «ب» و «ج» عینا بصورت ناگشوده به مناقصه گر بازگردانده خواهد شد.
- شماره حساب شبا IR ۰۵۰۱۰۰۰۰۴۰۰۱۱۰۳۸۰۶۳۷۶۰۲۹ و شماره حساب ۴۰۰۱۱۰۳۸۰۶۳۷۶۰۲۹ بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران جهت واریز نقدی به نام شرکت تولید نیروی برق شهید مفتح همدان

اطلاعات تماس و آدرس دستگاه :

همدان -بلوار فاطمیه- نرسیده به میدان ۱۳آبان – خیابان ۱۲ متری صنوبر – پلاک ۳۰ – تلفن ۰۸۱۳۸۲۰۲۶۵۰ داخلی ۳۱۱-
کدپستی: ۶۵۱۵۹۱۹۷۸۳

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۴/۰۳/۱۳ تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۴/۰۳/۱۷

بهسازی معابر فرعی کرج با اولویت‌بندی درخواست‌های مردمی

کـــرج – اباصلت عابد: قائم مقام شـــهردار کرج در سومین جلســـه کمیته پایش بهسازی معابر شهری، بر رســـیدگی به درخواست‌های مردمی در حوزه آسفالت و ترمیم معابر، با اولویت بهسازی معابر فرعی در سال جاری تأکید کرد.

افراســـیاب شجاعی در ســـومین جلسه کمیته پایش بهســـازی معابر شـــهرداری کرج، با اشـــاره به اهمیت پاسخگویی به مطالبات شـــهروندان، اظهار کرد: سامانه ۱۳۷ پل ارتباطی مهم بین شهرداری و شهروندان است و ما با دقت تمام درخواست‌های ثبت شده در این سامانه را مورد بررســـی قرار می‌دهیم. هدف ما این است که با اولویت‌بندی این درخواست‌ها، بتوانیم به مؤثرترین شکل ممکن به نیازهای شهروندان پاسخ دهیم و رضایت آن‌ها را جلب کنیم.

وی افـــزود: بر اســـاس آمارهای موجود، بیشـــترین درخواست‌های مردمی در حوزه آسفالت به ترتیب اولویت، مربوط به آسفالت نوار حفاری، لکه‌گیری آسفالت، روکش کلی آسفالت، تخریب آسفالت و احتمال خطرات مالی، نشست کردن آسفالت و نیاز به ترمیم است.

قائم مقام شهردار کرج درادامه بیان داشت: این موارد نشان‌دهنده دغدغه‌های اصلی شهروندان در حوزه کیفیت معابر شهری است و ما تمام تلاش خود را به کار خواهیم بســـت تا با برنامه‌ریزی دقیق و استفاده از ظرفیت‌های موجود، نسبت به رفع مشکلات اقدام کنیم.

شـــجاعی در بخش دیگری از ســـخنان خود به نظر اعضای شورای اســـلامی شهر کرج در خصوص تمرکز آســـفالت‌ریزی در معابر فرعی اشـــاره کـــرد و گفت: اعضای محترم شـــورای اســـلامی شـــهر کرج دغدغه به‌حق شـــهروندان در خصوص وضعیت آسفالت معابر را مطرح کرده‌اند و نظر ایشـــان بر این است که امسال تمرکز اصلی فعالیت‌های آســـفالت‌ریزی شهرداری بر معابر فرعی باشـــد. ما نیز با توجه به این رویکرد و در راســـتای عدالت، برنامه‌ریزی‌های لازم را برای بهسازی معابر فرعی در دســـتور کار قـــرار داده‌ایم. امیدواریم با اجرای این طرح، شـــاهد بهبود چشمگیر کیفیت تردد در این معابر باشیم.

بهسازی معابر فرعی با اولویت‌بندی درخواست‌های مردمی؛

وی همچنین از راه‌اندازی سامانه جامع آسفالت خبر داد و اضافه کرد: یکی از اقدامات مهم شـــهرداری در راستای ارتقای کیفیت آســـفالت‌ریزی، راه‌اندازی ســـامانه جامع آســـفالت به صورت AVL اســـت. در این سامانه، زمان دقیق بارگیری آسفالت از کارخانه تا زمان تخلیه در محل مشخص می‌شود. این امر به ما کمک می‌کند تا اطمینان حاصل کنیم که آســـفالت در بهترین شرایط کیفی مورد استفاده قرار می‌گیرد و فرصتی برای از دست دادن کیفیت آن در اثر گذشت زمان وجود نخواهد داشت. ضمن اینکه تمامی مستندات مربوط به صورت‌وضعیت‌های آسفالت در این سامانه بارگذاری می‌شود. این امر امکان نظارت دقیق بر نحوه اجرای پروژه‌ها، محل دقیق آسفالت‌ریزی و کیفیت مواد استفاده شده را برای مدیران و نهادهای نظارتی فراهم می‌کند. هدف ما ایجاد یک سیســـتم شفاف و قابل رصد است تا شهروندان نیز بتوانند از روند اجرای پروژه‌ها مطلع باشند. قائم مقام شهردار کرج در بخش دیگری از سخنان خود به موضوع حفاری‌های غیراصولی توسط پیمانکاران دســـتگاه‌های دیگر اشـــاره کرد و گفت: متأسفانه یکی از چالش‌های جدی ما در حوزه بهسازی معابر، حفاری‌های غیراصولـــی و ترمیم نامناســـب این حفاری‌ها توســـط پیمانکاران دستگاه‌های خدمات‌رسان است. این موضوع نه تنها باعث نارضایتی شهروندان می‌شود، بلکه عملکرد شهرداری را نیز زیر سؤال می‌برد و زحمات همکاران ما را بی‌اثر می‌کند. وی با تأکید بر لزوم هماهنگی و همکاری بین دستگاه‌های اجرایی، اظهار داشت: برای حل این مشکل، باید یک چارچوب و اصول فنی مشـــخص برای حفاری و ترمیم معابر به تمامی دستگاه‌های ذی‌ربط ابلاغ شود. در صورتی که این اصول و چارچوب‌ها رعایت نشود، شهرداری از ادامه عملیات حفاری جلوگیری خواهد کرد. شـــجاعی گفت: با عنایت به ضرورت انجام به موقع و اصولی لکه‌گیری معابر شـــهری، مناطق تابعه ضمن شناسایی نقاط مورد نیاز بهسازی و لکه‌گیری، نسبت به لکه‌گیری مرمت‌های جدید اقدام و لکه‌گیری‌های قبلی دارای نقص فنی ناشی از برآمدگی و یا فرونشست را اصلاح کنند.

در اقدامی خلاقانه و مبتکرانه:

با حداقل هزینه، فاز اول پروژه احداث پست فوق توزیع سیاهکلده به ظرفیت ۵۰ مگاولت آمپر به بهره برداری رسید

رشت – زهرا رضازاده : با هدف افزایش قابلیت اطمینان شبکه فوق توزیع شـــرق استان گیلان و تامین برق مطمئن و پایدار مشترکان این منطقه، فاز اول پروژه احداث پست فوق توزیع سیاهکلده راه اندازی و در مدار قرار گرفت.

محمود دشـــت بزرگ مدیر عامل شـــرکت برق منطقه‌ای گیلان با اجرای این طرح در راســـتای اقتصاد مقاومتی گفـــت: با تکیه و اعتماد به توانمندی کارشناسان و متخصصان بومی و داخلی این طرح ابتکاری و ارزنده در کمترین زمان ممکن و با حداقل هزینه عملیاتی و اجرایی گردید.

دشت بزرگ با اشاره به اهمیت این پروژه در پایداری شبکه برق شرق استان گیلان، گفت: پست فوق توزیع سیاهگلده در محل پست ۶۳/۲۳۰ کیلوولت سیاهگلده لنگرود احداث شد و با توجه به زیرساخت‌های موجود (شامل زمین، تجهیزات و تاسیسات موجود کنترل و بهره‌برداری)، هزینه احداث آن به نحو چشمگیری کاهش یافت.

دشت بزرگ در خصوص مشـــخصه مهم و اصلی این پروژه گفت: انتخاب زمین جهت احداث پســـت در استان گیلان یکی از موارد مهم می‌باشد که با

احداث پست‌های ۲۰/۶۳ کیلوولت در محل پست‌های انتقال، علاوه بر حل این معضل، می‌توان از زیر ساخت‌های موجود پست بهینه ترین استفاده را جهت کاهش هزینه‌ها نمود.

مدیر عامل شرکت برق منطقه ای گیلان در خصوص دیگر مزایای این طرح خلاقانه گفت: با توجه به عدم نیاز به احداث خطوط فوق توزیع در طرح‌های ابتکاری احداث پست‌های فوق توزیع در محوطه سوئیچگیر پست‌های انتقال، ضمـــن کاهش تلفات شـــبکه، مباحث حقوقی تملک زمیـــن جهت احداث دکل‌های فشار قوی و معارضین مربوطه مرتفع می‌گردد.

دشـــت بزرگ با اشاره به رشد مصرف انرژی برق و افزایش ساخت و سازها و پاسخگویی به نیاز مشترکان شرق استان گیلان افزود: با توجه به اینکه این پست در حد فاصل بین دو شهر لاهیجان و لنگرود قرار دارد، با بهره‌برداری از آن می‌توان بخشی از نیازهای انرژی برق هر دو شهرستان لاهیجان و لنگرود را تامین نمود.

مدیر عامل شرکت برق منطقه ای گیلان در خصوص مشخصات فنی طرح گفت: فاز اول این پروژه شامل یک دستگاه ترانسفورماتور ۵۰ مگاولت‌آمپر، یک فیدر ورودی و ۵ فیدر خروجی ۲۰ کیلوولت می‌باشد که در حال حاضر برقدار و در حال بهره برداری است.

معاون عمرانی استاندار البرز:

مسیر نهضت ملی مسکن باید با شفافیت، سرعت و برخورد قاطع ادامه یابد

کرج – اباصلت عابد: معاون عمرانی اســـتاندار البرز بر ضرورت تسریع در اجرای پروژه‌های نهضت ملی مسکن، تعیین‌تکلیف فوری پیمانکاران ناکارآمد و ورود پررنگ‌تر بخش خصوصی تأکید کرد.

به گزارش روابط‌عمومی شرکت عمران شهر مهستان؛ علی صفری، معاون هماهنگی امور عمرانی استاندار البرز در سومین نشست شورای مسکن استان البرز، با اشـــاره به عملکرد ضعیف دولت در ساخت‌وسازهای مسکونی گفت: آمارها نشان می‌دهد که سرعت پیشرفت پروژه‌های دولتی به‌مراتب پایین‌تر از مشارکت مردمی است و این مسأله ضرورت حضور فعال‌تر بخش خصوصی را برجسته می‌کند.

صفری با اشاره به پیمانکاران کم‌کار گفت: اگر پیمانکاری به تعهدات خود عمل نمی‌کند، باید مطابق قرارداد با ضبط تضامین و سپرده‌ها برخورد شود البته با رعایت کامل حقوق کارفرما. وی همچنین از اداره‌کل راه و شهرسازی خواست ظرف یک ماه، وضعیت خروج نقشه‌ها از نظام مهندسی را تعیین‌تکلیف کند و اعلام کرد: شرکت عمران شهر مهستان موظف است طی ۱۵ روز آینده، تمامی تفاهم‌نامه‌های لازم با ادارات خدمات‌رسان از جمله آب و برق را نهایی کند.

در ادامه این نشســـت، مصطفی رضایی، مدیرعامل شـــرکت عمران شهر مهســـتان با ارائه گزارشـــی از روند اجرای طرح نهضت ملی مسکن، خواستار تسریع در تأمین منابع مالی و رفع موانع زیرساختی شد.

رضایی با اشـــاره به حجم بالای تعهدات در شهر مهستان گفت: از مجموع

۲۷ هزار و ۱۹۳ واحد تعهد شده در قالب نهضت ملی مسکن، تاکنون ۱۹ هزار و ۶۴ واحد تایید نهایی شده و ۱۶ هزار نفر نیز اقدام به واریز وجه کرده‌اند.

وی ادامه داد: برای ۱۷ هزار و ۴۸۸ واحد زمین تأمین شده و ۲۵ پروژه شامل ۱۰ هزار و ۶۱۳ واحد نیز دارای تفاهم‌نامه با ســـازندگان هستند. همچنین ۶ هزار و ۸۷۵ واحد در مرحله تبدیل به نهضت ملی قرار دارند. از نظر صدور مجوز ساخت، ۱۱ پروژه دارای پروانه و ۱۰ پروژه دارای پیش‌پروانه هستند که این امر نشان‌دهنده تعامل مثبت با شهرداری است. رضایی با هشدار نسبت به خطر توقف پروژه‌ها تصریح کرد: در حال حاضر، ۵ هزار واحد دارای قرارداد مشارکت مدنی هستند، اما اگر تأمین مالی انجام نشود، پروژه‌ها ناچار به توقف خواهند بود. به همین دلیل، درخواست متمم افزایش تسهیلات از ۴۰۰ به ۶۵۰ میلیون تومان را به بانک مسکن ارائه کرده‌ایم. مدیرعامل شرکت عمران شهر مهستان با اشـــاره به راهکارهای تسریع در تحویل پروژه‌ها افزود: پیشنهاد ما این است که پروژه‌ها را خرد کنیم تا هر بخش که آورده آن از سوی مردم تأمین شده، زودتر تکمیل و تحویل گردد. وی همچنین از همکاری قضایی برای برخورد با پیمانکاران غیرفعال خبر داد و گفت: با مساعدت دستگاه قضایی، عملیات فسخ قراردادها و تحویل‌گیری کارگاه‌هایی که علیرغم اخطارهای متعدد برنامه جبرانی ارائه نکرده‌اند، در دستورکار قرار گرفته است.

مهندس رضایی ضمن اشاره به مشکلات زیرساختی، اظهار کرد: مهم‌ترین گرفتاری فعلی ما در حوزه زیرســـاخت اســـت. اجرای ناقص زیرساخت‌ها و بلاتکلیفی در سهم یک‌سوم دولتی، روند پروژه‌ها را کند کرده است.

وی همچنین از انعقاد تفاهم‌نامه با شـــهرداری برای تســـریع صدور پروانه ســـاخت ۳ هزار واحد خبر داد و گفت: با این اقدام، شـــرکت عمران می‌تواند مستقیماً فرآیند صدور پروانه را پیش ببرد و زمان را کاهش دهد.

مدیرعامل شـــرکت عمران شهر مهستان در پایان سخنان خود با اشاره به بحران در زنجیره تأمین مصالح گفت: با کمبود سیمان، افزایش ناگهانی قیمت آن، و محدودیت در توزیع سوخت گازوئیل مواجه‌ایم که نیاز به پیگیری فوری در سطح ملی دارد.

نیروگاه‌های تجدیدپذیر؛ کلید عبور از خاموشی‌ها در برنامه توسعه زنجان

زنجان – خبرنگار فرصت امروز: نماینده مردم استان زنجان در مجلس خبـــرگان رهبری گفت: بـــا افزایش نیروگاه‌های خورشـــیدی و تجدید پذیر می‌توانیم گامی در راستای کاهش خاموشی‌ها برداریم.

به گـــزارش روابط عمومی شـــرکت توزیع نیـــروی برق اســـتان زنجان، حجت‌الاسلام جواد جعفری در آیین تکریم و معارفه مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان زنجان، اظهار کرد: خدمت به مردم یک توفیق است و باید به نحو احسنت وظایف خود را برای خدمت هر چه بهتر به مردم انجام بدهیم.

وی ضمن تشکر و تقدیر از زحمات پیام جوادی، تصریح کرد: برق مسئله‌ای است که همه با آن درگیر هستیم و این ایام ناترازی مسئولیت‌های مسئولین صنعت برق را بیش از پیش دشوار کرده است.

جعفری با بیان اینکه فرسودگی شـــبکه برق یکی از دلایل هدرفت انرژی است، ادامه داد: اقدامات بسیار قابل توجهی در راستای هوشمند سازی و ارتقا پایداری شبکه برق انجام شده است. با توجه به خاموشی‌های ناشی از ناترازی و مدیریت مصرف امیدواریم خاموشی‌های ناشی از حوادث کاهش پیدا کند.

وی افزود: با افزایش نیروگاه‌های خورشیدی و تجدید پذیر می‌توانیم گامی در راســـتای کاهش خاموشی‌ها برداریم. قطعی برق ناگزیر است ولی با اطلاع رسانی بهنگام میتوان بخشی از مشکلات را مدیریت کرد.

معاون هماهنگی امور عمرانی استاندار زنجان در ادامه با بیان اینکه زحمات و اقدامات شـــرکت توزیع نیروی برق استان زنجان ملموس است، اذعان کرد: تامین برق مساکن ملی پروژه عظیمی است که تا به امروز پیشرفت مطلوبی داشته و امیدواریم در آینده‌ای نزدیک این پروژه با موفقیت به اتمام برسد.

مســـعود بیات‌منش ضمن آرزوی توفیق برای عادل کاظمی در این سمت حساس، تشریح کرد: در این دوران بحران‌ها و ناترازی با توجه به خدمت ارزنده

و پاک پیام جوادی مدیرعامل پیشین شرکت توزیع نیروی برق استان زنجان، قطعا خدمت و وظایف مدیرعامل جدید شرکت توزیع نیروی برق استان زنجان دشوارتر خواهد بود.

وی اضافه کرد: برق انرژی گرانی است که با قیمت ناچیزی ارائه می‌شود و باید بیشتر قدر آن را بدانیم و مصرف خود را مدیریت کنیم.

بیات‌منش با بیان اینکه باید همواره توسعه پایدار را مورد توجه قرار بدهیم، متذکر شـــد: اهمیت شبکه و صنعت برق بر کســـی پوشیده نیست. در همه شاخص‌ها خوشبختانه ما استان پیشرویی هستیم و باید همین روند را حفظ کنیم

رئیس مجمع نمایندگان استان زنجان نیز در ادامه این آیین تکریم و معارفه با بیان اینکه امسال به شعار سرمایه گذاری برای تولید نام گذاری شده است، عنوان کرد: اگر بخواهیم کیفیت خدمات را بالا ببریم باید بخش‌های خصوصی را حمایـــت کنیم. اگر بخش خصوصی وارد شـــود و تولید اتفاق بی‌افتد قطعا بسیاری از مشکلات کشور رفع می‌شود.

سید جمال موسوی با بیان اینکه اگر بخواهیم شعار سال را عملیاتی کنیم، دولت باید فضا را برای سرمایه گذاری بخش خصوصی فراهم کند، یادآور شد: امروز ناترازی برق به صورت مهمان ناخوانده وارد برنامه هفتم توسعه کشور شد. برنامه‌ای که یکی از بهترین برنامه‌ها برای کشور پیشبینی شده بود تحت تاثیر ناترازی انرژی منفعل شده است.

وی بـــا تاکید بر اینکه ناترازی و قطعی‌های برق همه حوزه‌ها را تحت تاثیر قرار داده اســـت، افزود: راه خروج کشور از ناترازی برق ورود بخش خصوصی و انرژی تجدید پذیر است.

نماینده مردم شهرســـتان زنجان و طارم در مجلس شورای اسلامی با بیان اینکه قبول مســـئولیت در حوزه انرژی در این شرایط ناترازی یک ایثار است، گفت: ما در کشـــور حدود ۶۵ هزار مگاوات ظرفیت تولید داریم که اغلب این مقدار برای نیروگاه سیکل ترکیبی است. ما با حدود ۲۰ هزار مگاوات در زمان اوج بار مواجه هســـتیم و باید نیروگاه‌های جدید تجدید پذیر احداث شوند و تمهیداتی فراهم شود که نیروگاه‌هایی که از رده تولید خارج شدند را با حمایت بخش خصوصی وارد چرخه تولید کنیم.

نبی‌الله محمدی با بیان اینکه بیشترین مدیریت مصرف در بروزرسانی و ارتقا نیروگاه‌ها است، خاطرنشان کرد: باید حق غنی سازی برای کشور محفوظ بماند چرا که از طریق نیروگاه‌های کوچک و از محل غنی سازی می توان بخشی از نیاز برق کشور را تامین کرد.

گفتنی است؛ در این مراسم عادل کاظمی به عنوان مدیرعامل شرکت توزیع برق نیروی برق استان زنجان معرفی و از خدمات پیام جوادی تقدیر شد.

رئیس دانشگاه علوم پزشکی مازندران:

وضعیت شاخص دندان کودکان در مازندران نیاز به ارتقا دارد

ساری –دهقان: به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی ، رئیس دانشگاه علوم پزشـــکی مازندران در نشستی که با حضور مدیرحوزه ریاست و معاونین آموزشی، درمان و بهداشت دانشگاه، رئیس دانشکده دندانپزشکی ساری و رئیس شورای نظام پزشکی استان و جمعی از مدیران ستادی دانشگاه در سالن علامه حسن‌زاده آملی دانشگاه برگزار شد، با اشاره به اهمیت بهداشت دهان و دندان در حفظ ســـلامت جامعه گفت: نزدیک به ۱۷۶۳ دندانپزشک عمومی و ۳۰۰ متخصص در استان فعالیت دارند.

دکتر محمدصادق رضایی مهمترین شاخص ارزیابی وضعیت دهان ودندان افراد جامعه را شاخص DMFT عنوان کرد و اعلام کرد: ازنظر این شاخص، وضعیت دندان در کودکان مازندرانی مطلوب نیست و باید درجهت بهبود آن اقدام کرد.

وی نقطه قوت حوزه دندانپزشکی استان را ارائه خدمات در مناطق محروم با استفاده از یونیت های سیار و ارتباط برونبخشی موثر برشمرد و با اشاره به چالش‌هایی نظیر کمبود منابع مالی و نیروی انســـانی و تجهیزات به روز در کلینیک ها، تصریح کرد: باید با برنامه‌ریزی مناسب، مردم بتوانند از خدمات بهینه دندانپزشکی در مراکز دولتی و خصوصی بهره مند شوند.

مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان مرکزی خبر داد:

اراک در مسیر رفع تنش آبی: پهنه‌بندی شبکه، نصب آب شیرین‌کن و حفر چاه‌های جدید

اراک– فرناز امیدی: در پنجاه‌ودومین جلسه رصد و پایش تنش آبی شهر اراک، مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان مرکزی، از اقدامات کلیدی برای تأمین آب شرب پایدار شهروندان خبر داد.

سعید سرآبادانی، در این جلســـه بر پهنه‌بندی شبکه آبرسانی شهر اراک به‌منظور بهبود توزیع عادلانه آب و افزایش کارایی شبکه تأکید کرد.

وی همچنین، نصب دســـتگاه‌های سنجش فشار شبکه را به‌عنوان یکی از اقدامات اصلی برای شناسایی نقاط ضعف و مدیریت بهتر فشار آب در مناطق مختلف شهر در دستور کار قرار داد.

مدیرعامـــل شـــرکت آب و فاضلاب اســـتان مرکزی گفـــت: به‌منظور پاسخگویی به گلایه‌های شـــهروندان درباره طعم آب، نصب دستگاه‌های آب‌شـــیرین‌کن در نقاط استراتژیک شبکه آبرسانی نیز در دستور کار قرار گرفته است.

ســـرآبادانی افزود: با توجه به کاهش ذخایر آبی ســـد کمال صالح و تداوم خشکسالی، تسریع در حفر و بهره‌برداری از چاه‌های جدید به‌عنوان راهکاری برای کاهش تنش آبی مورد تأکید قرار گرفته است.

وی در ایـــن خصوص اظهار داشـــت: با هماهنگی‌های انجام‌شـــده، تلاش می‌کنیم با تکمیل پروژه‌های حفر چاه و ارتقای زیرساخت‌های آبرسانی، از بروز بحران آب در اراک جلوگیری کنیم.

این جلسه با تأکید بر ضرورت صرفه‌جویی حداکثری شهروندان و همکاری دستگاه‌های اجرایی برای مدیریت بهینه منابع آبی به پایان رسید.

اخبار

بمناسبت سالروز اکتشاف نخستین چاه نفت خاورمیانه در مسجدسلیمان

نمایشگاه «مسجدسلیمان؛ میراث‌دار صنعت نفت ایران» در خانه ملت برگزار شد

اهواز – شـــبنم قجاوند: در این رویـــداد فرهنگی-تاریخی، مجموعه‌ای از اشیاء، اسناد، تجهیزات و تصاویر مرتبط با تاریخ ۱۱۷ ساله صنعت نفت، ورزش نفتی، ادبیات و تأثیرات اجتماعی نفت در ایران، به‌ویژه در منطقه مسجدسلیمان، در معرض دید علاقه‌مندان قرار گرفت. هم‌زمان با پنجم خرداد، سالروز اکتشاف اولین چاه نفت خاورمیانه در مسجدسلیمان، نمایشگاهی با عنوان «مسجدسلیمان؛ میراث‌دار صنعت نفت ایـــران» از چهارم تا هفتم خرداد ۱۴۰۴ در محل نمایشـــگاه‌های خانه ملت، مجلس شورای اسلامی، برپا شد. برگزاری این نمایشـــگاه به همت دکتر رضا جباری، نماینده مردم مسجدسلیمان، هفتکل، لالی و اندیکا، و با همکاری روابط عمومی شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب و شرکت بهره‌برداری نفت و گاز مسجدسلیمان صورت گرفت. در این رویداد فرهنگی-تاریخی، مجموعه‌ای از اشیاء، اسناد، تجهیزات و تصاویر مرتبط با تاریخ ۱۱۷ ساله صنعت نفت، ورزش نفتی، ادبیات و تأثیرات اجتماعی نفت در ایران، به‌ویژه در منطقه مسجدسلیمان، در معرض دید علاقه‌مندان قرار گرفت. گفتنی است، با تصویب شورای فرهنگ عمومی کشور، روز پنجم خرداد به‌طور رسمی به‌عنوان سالروز اکتشاف و فوران نخستین چاه نفت خاورمیانه در تقویم ملی ایران ثبت شده است.

برگزاری دوره آموزشی مدیریت مصرف برق ویژه دبیران فنی و حرفه‌ای استان مرکزی

اراک –فرناز امیدی: در راستای اجرای تفاهم‌نامه مشترک میان وزارت نیـــرو، وزارت آموزش و پـــرورش، و وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، جلسه‌ای آموزشی با موضوع «تبیین و مدیریت مصرف برق» ویژه دبیران هنرســـتان‌های فنی و حرفه‌ای اســـتان مرکزی برگزار شـــد. این نشست با حضور مدیرعامل محترم شرکت توزیع نیروی برق استان مرکزی، جمعی از مدیران آموزشی و کارشناسان حوزه انرژی و با مشارکت فعال دبیران فنی و حرفه‌ای برگزار شد.

هـــدف از برگزاری این جلســـه، ارتقای ســـطح آگاهی و دانش تخصصی دبیران در زمینه بهینه‌سازی مصرف برق، آموزش مفاهیم مدیریت مصرف به دانش‌آموزان و ایجاد فرهنگ مصرف انرژی مسئولانه در سطح مدارس و خانواده‌ها بود. در این برنامه، محمود محمودی ،مدیرعامل شرکت توزیع برق استان ضمن تبیین وضعیت مصرف انرژی در کشور و لزوم مدیریت بهینه منابع، بر نقش محوری آموزش و پرورش در نهادینه‌سازی فرهنگ صرفه‌جویی تأکید کرد. همچنین کارشناسان حوزه انرژی با ارائه مطالب تخصصی، راهکارهای عملی در کاهش مصرف برق در محیط‌های آموزشی را تشریح کردند. در پایان جلسه، شرکت‌کنندگان پیشنهادها و دیدگاه‌های خود را در خصوص راهکارهای آموزشی و اجرایی گسترش فرهنگ مدیریت مصرف انرژی مطرح کردند.

افزایش ظرفیت و بهینه‌سازی پست برق سوسنگرد فرعی

اهواز – شـــبنم قجاونـــد: معاون بهره‌بـــرداری شـــرکت بـــرق منطقه‌ای خوزستان از افزایش ظرفیت و بهینه‌سازی پســـت برق سوســـنگرد فرعی با ارزش سرمایه‌گذاری ۶۰۰ میلیارد ریال خبر داد.

علی اصغـــر خدامراد منگری بیان کرد: هدف از این اقدام، آماده‌سازی پست فرعی سوسنگرد، برای تامین برق تابستان بوده است. وی افزود: در پست ۱۳۲ کیلوولت سوسنگرد فرعی، ترانس ۲۷ مگاولت آمپری موجود در پست که عمر بالایی داشت، تعویض و یک ترانس به ظرفیت ۳۰ مگاولت آمپر از حالت OFF LOAD به ON LOAD ، جایگزین آن شد. معاون بهره‌برداری شرکت برق منطقه‌ای خوزستان تصریح کرد: افزایش ظرفیت و ضریب اطمینان پست برای گذر از پیک بدلیل ON LOAD شدن ترانسفورماتور و رضایت مشترکین بدلیل عدم نیاز به خاموشی برای تعویض تپ ترانسفورماتور، از اهداف بهینه‌سازی پست فوق توزیع سوسنگرد فرعی بوده است.

شرکت برق منطقه‌ای خوزستان مسئولیت تامین و انتقال برق در استان‌های خوزستان و کهگیلویه و بویراحمد را بر عهده دارد.

ترانزیت بالغ بر ۱۶۰ هزار تن کالا از استان گیلان تا پایان اردیبهشت ماه امسال

رشت – زهرا رضازاده: مدیرکل راهداری و حمل و نقل جاده ای در نشست کار گروه ترانزیت گفت: طی دو ماهه سالجاری ۱۶۸هزار و ۲۸۲تن کالا ازاستان ترانزیت گردیده است که از این مقدار ۱۴۹ هزار و ۷۲۱تن از مرز آستارا و۱۸هزار و۵۶۴تن از مرز انزلی ترانزیت شده است..

مرادی افزود: طی این مدت ۱۰۳هزار و ۲۸۴ تن کالای ترانزیتی از مرزهای استان وارد و۶۵هزار و ۱ تن کالا از استان خارج گردیده که به ترتیب ترانزیت ورودی استان ۴۳درصد کاهش و در ترانزیت خروجی ازاستان شاهد افزایش ۱ درصدی می باشیم.

ایشان در ادامه انواع تخته و عدس را عمده ترین کالاهای ترانزیت شده طی مدت یادشده ذکر کردند.

وی سپس خاطر نشان نمود: در این مدت ۱۹هزار و ۴۲۸ تن کالا از مرز آستارا وارد کشور گردیده که نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۲۳ درصد کاهش داشته است.

مدیرکل راهداری و حمل ونقل جاده ای استان اظهار داشت: طی این مدت همچنین بالغ ۲۶۹هزار تن کالا از این مرز صادر گردیده که نسبت به مدت مشابه سال گذشته۷درصد افزایش داشته است.

شـــایان ذکر می باشـــد۸ شرکت حمل و نقل بین المللی کالا ۱ شـــرکت حمل و نقل بین المللی مسافر و ۱۹۰ نمایندگی شرکتهای حمل و نقل بین المللی کالا درحال حاضر در استان گیلان مشغول فعالیت می باشد.

به همت مرکز وکلای قوه‌قضائیه استان آذربایجان‌غربی؛

رونمایی از کتاب «درسنامه جرائم علیه اشخاص» اثر دکتر احمد حاجی ده‌آبادی

ارومیه– رضا عباســـی: به همت و ابتـــکار مرکز وکلای قوه قضائیه استان آذربایجان‌غربی، از کتاب ارزشمند «درسنامه جرائم علیه اشـــخاص (قتل)» اثر دکتر احمد حاجی ده‌آبادی در ارومیه رونمایی شد. این مراسم با حضور پروفسور حسین میرمحمدصادقی، اســـتاد مســـلم حقوق کیفری ایران و دکتر احمد حاجی ده‌آبادی اســـتاد دانشـــگاه تهران و مولف کتاب برگزار شـــده و پروفســـور میرمحمدصادقی با امضای تندیس یادبود کتاب، اهمیت و جایگاه اثر مذکور را در حوزه حقوق کیفری برجسته کرد. کتاب «درسنامه جرائم علیه اشخاص (قتل)» با هدف تبیین دقیق و کاربردی مباحث مرتبط با جرائم علیه افراد، به ویژه موضوع قتل، منتشر شده و مورد استقبال و توجه جامعه حقوقی کشور قرار گرفته است.

آغاز عملیات اجرایی پروژه تعریض و بهسازی جاده سه راهی تمبی تا پاگچ امام رضا(ع)

اهواز – شـــبنم قجاوند: عملیـــات اجرایی پـــروژه تعریض و بهســـازی جـــاده دسترســـی به خـــط لوله گاز نفت ســـفید به مسجدسلیمان،حدفاصل سه راهی تمبی تا پاگچ امام رضا(ع) آغاز شد. این پروژه با هدف تعریض و بهسازی جاده قدیمی موجود که به دلیل عرض کم و تخریب در بخش‌های مختلف و همچنین تسهیل عبور و مرور ماشین‌آلات واحدهای عملیاتی شرکت و بهره‌مندی عموم مردم به‌ویژه ساکنان روستاهای مجاور از مسیری ایمن اجرایی می شود. این پروژه عام‌المنفعه ظرف مدت ۵ ماه و با اعتباری بالغ بر ۱۳۲ میلیارد ریال اجرا خواهد شد. در قالب این طرح، عملیات‌هایی شامل اجرای لایه‌های روسازی (زیر اساس، اساس، قیرپاشی و آسفالت) به طول ۱۷۲۰ متر و عرض ۹ متر، احداث ۴ دستگاه پل بتنی، ساخت ۱۰۰ متر دیوار حائل سنگی با میانگین ارتفاع ۳ متر، احداث ۵۵۰ متر کانال سنگی جهت هدایت آب‌های سطحی به ارتفاع ۱ متر، عملیات خاک‌برداری، تعریض جاده و خاک‌ریزی به حجم ۴۰۰۰ مترمکعب، خط‌کشی و نصب تابلوها و علائم راهنمایی و رانندگی در طول مسیر انجام خواهد شد.

عملیات موفقیت‌آمیز تعویض لوله آسیب‌دیده با همکاری سازمان‌های خدماتی و تلاش کارکنان اداره گاز منطقه ۱ گرگان

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: عملیات تعمیر و جایگزینی لوله ۴ اینچی آسیب‌دیده ناشی از حفاری در محل پل عبور اول قلعه حسن صبح روز یکشنبه ۱۱خرداد ماه انجام شد .به گزارش روابط عمومی شرکت گازاستان گلستان، رییس اداره گاز منطقه ۱ گفت : این پروژه که با هدف حفظ جریان پایدار انتقال سیالات اجرا شده است، شامل برش لوله آسیب‌دیده و نصب لوله جدید است. وی افزود :این عملیات با مشارکت سازمان‌های خدماتی از جمله سازمان آتش‌نشانی، پلیس ۱۱۰ و اورژانس هلال احمر انجام شده است و تیم‌های اجرایی با رعایت استانداردهای ایمنی و فنی، اقدامات لازم را برای کاهش اختلالات احتمالی در سیستم لوله‌کشی انجام دادند. وی همچنین اظهار داشت :پس از اتمام این عملیات، گاز ۲۰۰۰ مشترک منطقه مجدداً وصل می شود و شرایط پایدار به شبکه گازرسانی باز می گردد. شایان ذکر است که این پروژه با تلاش و زحمات شبانه روزی کارکنان اداره گاز منطقه ۱ شهرستان به سرانجام می رسد و نقش مهمی در بهبود زیرساخت‌های منطقه ایفا می کند. انتظار می‌رود این عملیات تأثیرات مثبت قابل توجهی در تأمین نیازهای منطقه داشته باشد.

اینچه‌برون، دروازه طلایی تجارت ایران و ترکمنستان

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: نشست تخصصی بررسی راهکارهای توسعه تجارت با ترکمنستان با حضور روزبهانی، سفیر جمهوری اسلامی ایران در عشق‌آباد، کیانمهر معاون هماهنگی امور اقتصادی استاندار گلستان، جمعی از مدیران دستگاه های اجرایی، تولیدکنندگان و صادرکنندگان استان گلستان در محل اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی گرگان برگزار شد.به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی استانداری گلستان، معاون هماهنگی امور اقتصادی استاندار گلستان در نشست روز یکشنبه در جمع فعالان اقتصادی گلستان با تأکید بر جایگاه ویژه گمرک اینچه‌برون، آن را امن‌ترین مرز کشور برای تجارت خارجی توصیف کرد.عبدالعلی کیانمهر اظهار کرد: همسایگی گلستان با استان بالکان ترکمنستان و زیرساخت‌های گمرکی اینچه‌برون، فرصتی بی‌نظیر برای گسترش تجارت با این کشور همسایه فراهم کرده است.وی با اشاره به آمار تجارت خارجی گلستان در سال گذشـــته، افزود: صادرات ۴۶۳ میلیون دلاری و واردات ۱۶۱ میلیون دلاری از طریق گمرکات استان، به‌ویژه اینچه‌برون، نشان‌دهنده ظرفیت بالای گلستان است، اما باید از این پتانسیل بیش از پیش بهره‌برداری کنیم.کیانمهر با ابراز امیدواری نسبت به نتایج سفر سفیر ایران در ترکمنستان به گلستان، پیشنهادهایی برای تقویت روابط تجاری ارائه کرد.وی گفت: انتخاب یک دیپلمات گلستانی برای سفارت ایران در عشق‌آباد و حضور استاندار و معاون اقتصادی در نشست‌های کمیسیون مشترک ایران و ترکمنستان، می‌تواند مبادلات تجاری را تسهیل کند.

مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان زنجان در سامانه سامد حاضر شد

زنجان – خبرنگار فرصت امروز: عادل کاظمی در اولین روز کاری خود به عنوان مدیرعامل جدید شرکت توزیع نیروی برق استان زنجان، در سامانه سامد به پاسخگویی به مردم پرداخت. به گزارش روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق استان زنجان، مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان زنجان برای پاسخگویی تلفنی به سوالات مردم در سامانه الکترونیکی ارتباط مردم و دولت (سامد) و پای تلفن ۱۱۱ حاضر شد. این اقدام، بخشی از طرح "پاسخگویی مستقیم و برخط مدیران دستگاه‌های اجرایی استان زنجان به صدای مردم" است و مسئولین به طور مستقیم پاسخگو، پیگیر مسائل، مطالبات و مشکلات مردمی هستند. این تعامل بی واسطه فرصتی مغتنم برای شناسایی دقیق‌تر چالش‌ها و اجرای راهکارهای موثرتر خواهد بود و می‌تواند به افزایش رضایتمندی عمومی از خدمات رسانی برق در استان کمک کند.

چگونه استراتژی محتوا بسازیم؟

از رویا تا نقشه راه در بازاریابی محتوا

نویسنده: علی آل علی

فرض کنید در یک بعدازظهر تابستانی تصمیم گرفته اید باغچه ای در حیاط خانه تان بسازید. بذر دارید، خاک هست، آب هست، اما چیزی کم است: نقشه. بدون نقشه نمی دانید چه گیاهی را کجا بکارید، کی آبیاری کنید و چه وقت منتظر شکوفه ها باشید. بازاریابی محتوا هم شبیه همان باغچه است. بدون استراتژی، فقط وقت و انرژی را صرف می کنید، اما نه گل می روید، نه ثمر می بینید. هرچند هزاران محتوا تولید کرده باشید.

در دنیای امروز، همه درباره «محتوا» حرف می زنند، اما کمتر کسی از نقشه ای حرف می زند که این محتوا را به هدف می رساند. استراتژی محتوا یعنی همین نقشه. یعنی بدانیم چرا تولید می کنیم، برای که تولید می کنیم و قرار است این محتوا ما را به کجا برساند. بدون آن، بازاریابی محتوا مثل رانندگی در مه غلیظ است: شاید حرکت کنید، اما معلوم نیست به مقصد برسید.

ما در این مقاله قدم به قدم با هم پیش می رویم تا ببینیم استراتژی محتوا دقیقاً یعنی چه، چطور ساخته می شود و چرا برندهای موفق حاضر نیستند حتی یک خط محتوا بدون آن تولید کنند.

استراتژی محتوا یعنی تصمیم گیری پیش از حرکت

اول از همه باید روشن کنیم که استراتژی محتوا، تنها یک سند رسمی نیست. استراتژی یعنی مجموعه ای از تصمیم های هوشمندانه که پیش از تولید محتوا گرفته می شوند. تصمیم هایی که در پاسخ به پرسش هایی مانند «چرا محتوا تولید می کنیم؟»، «چه کسانی مخاطب ما هستند؟»، «چه دغدغه هایی دارند؟»، «چه ارزش خاصی ارائه می دهیم؟» و «کجا باید این محتوا را منتشر کنیم؟» مطرح می شوند.

وقتی به این سوالات جواب بدهید، تازه شروع به دیدن نقشه مسیر می کنید. می فهمید که محتوا فقط یک نوشته یا ویدئو نیست. یک پیام هدفمند است که در مسیر مشخصی حرکت می کند و هر گامی از آن باید با دیگر اجزای نقشه هماهنگ باشد.

در برندهای موفق تولید محتوا بدون استراتژی مثل ساختن خانه بدون نقشه است. شاید بتوان چیزی ساخت، اما بعید است مستحکم، کاربردی و قابل اعتماد باشد. استراتژی محتوا، تضمین می کند که هر خط، هر تصویر و هر حرکت، در خدمت یک هدف بزرگ تر است.

شناخت مخاطب، قلب تپنده استراتژی

هیچ استراتژی محتوایی بدون درک دقیق از مخاطب شکل نمی گیرد. برندهای موفق با دقت بسیار زیاد وقت می گذارند تا بدانند دقیقا برای چه کسی تولید می کنند. نه فقط سن و شغل و جنسیت، بلکه نیازها، دغدغه ها، علاقه مندی ها، زبان، شیوه زندگی و حتی حس و حال فکری مخاطب را بررسی می کنند.

در واقع آنها شخصیت مخاطب طراحی می کنند. انگار یک انسان خیالی می سازند که قرار است مخاطب محتوای آنها باشد. وقتی این تصویر روشن باشد، دیگر لحن، سبک، قالب و موضوع محتوا هم مشخص تر می شود. چون می دانید طرف مقابل تان کیست، چه دوست دارد و از چه چیزهایی فرار می کند. شناخت مخاطب یعنی دیدن دنیا از چشم او. برندهایی که این کار را به درستی انجام می دهند، محتوایی می سازند که نه تنها خوانده یا دیده می شود، بلکه به دل می نشیند و این دقیقا همان چیزی است که محتوای ارزشمند را از محتوای بی اثر جدا می کند.

محتوای درست، در زمان درست، در جای درست

وقتی هدف مشخص شد و مخاطب شناخته شد، نوبت انتخاب نوع محتوا و کانال توزیع است. استراتژی محتوا به شما کمک می کند بفهمید چه محتوایی در چه قالبی باید ارائه شود. گاهی یک مقاله عمیق مفید است، گاهی یک ویدئوی یک دقیقه ای و گاهی یک پست تصویری ساده.

اما نکته مهمتر این است که هر محتوا باید در زمان مناسب و در کانال مناسب منتشر شود. ممکن است مطلبی برای نوجوانان بنویسید، اما اگر آن را فقط در لینکدین منتشر کنید، احتمالا کمترین بازخورد را بگیرید یا شاید یک گزارش پژوهشی دقیق تهیه کرده اید، اما آن را در اینستاگرام منتشر می کنید که مخاطبان آن بیشتر به دنبال محتواهای تصویری و سبک هستند. استراتژی به شما می گوید هر پیام باید چه زمانی گفته شود، به چه شکلی گفته شود و کجا باید آن را گفت. این هماهنگی، شبیه ارکستری است که اگر هر ساز به موقع و درست نواخته شود، یک قطعه موسیقی هماهنگ و گوش نواز ساخته می شود.

تقویم محتوا، نظم در خدمت خلاقیت

یکی از ابزارهای اصلی در اجرای استراتژی محتوا، تقویم محتواست. این تقویم ساده ترین شکل ممکن برنامه ریزی برای تولید، انتشار و ارزیابی محتواست. در آن مشخص می شود چه محتوایی، در چه تاریخی، توسط چه کسی و در چه کانالی باید منتشر شود.

اما تقویم محتوا فقط برای نظم نیست. اتفاقا وقتی محتوای خود را برنامه ریزی کرده اید، فرصت بیشتری برای خلاقیت پیدا می کنید. چون ذهن تان آزادتر است و از فشار تصمیم گیری لحظه ای رها می شوید. ضمن اینکه این تقویم به شما اجازه می دهد تا محتواها را به صورت دنباله دار، هدفمند و داستان محور منتشر کنید؛ نه به صورت پراکنده و بی ربط.

برندهای موفق حتی کمپین های محتوایی خود را ماه ها جلوتر برنامه ریزی می کنند. این یعنی هیچ چیزی اتفاقی نیست. هر چیزی سر جای خودش است و هر پیام دقیقا در نقطه ای منتشر می شود که بیشترین تأثیر را داشته باشد.

ارزیابی و بازنگری مداوم

استراتژی محتوا اگر بدون ارزیابی اجرا شود، مثل قایقی است که در دریا حرکت می کند اما جهتش مشخص نیست. برندهای حرفه ای دائما داده ها را بررسی می کنند. می سنجند که چه محتوایی بیشتر دیده شده، کدام محتوا تعامل بیشتری داشته، در کدام کانال موفق تر بوده اند و کجاها نیاز به بهبود دارند.

این بازنگری دائمی، باعث می شود استراتژی محتوا همیشه زنده بماند و براساس تغییرات مخاطب یا بازار، اصلاح شود. هیچ برنامه ای از ابتدا کامل نیست، اما برندهایی که اهل یادگیری اند، با هر اشتباه یا تجربه، نسخه بهتری از استراتژی خود می سازند.

در واقع استراتژی محتوا، یک سند ثابت و خشک نیست. یک فرآیند زنده است که باید همواره بررسی و به روزرسانی شود. تنها در این صورت است که می تواند شما را در یک مسیر بلندمدت و موفق هدایت کند.

سخن پایانی

تولید محتوا کار سختی نیست، اما ساختن یک محتوای مؤثر و ماندگار، بدون نقشه، تقریبا غیرممکن است. استراتژی محتوا همان نقشه ای است که مسیر را روشن می کند. همان قطب نمایی است که جلوی گم شدن در ازدحام تولید را می گیرد.

برندهای بزرگ این را می دانند و به همین دلیل پیش از هر تولیدی، به فکر هدف، مخاطب، قالب، زمان و مکانند. آنها به درستی می دانند که محتوای خوب، فقط از دل خلاقیت نمی آید؛ از دل برنامه ریزی هوشمندانه بیرون می آید.

اگر شما هم می خواهید در دنیای محتوا قدمی مؤثر بردارید، از ساختن یک استراتژی شروع کنید. لازم نیست پیچیده باشد. کافی است صادقانه، دقیق و پیوسته باشد. در نهایت، شما را از جایی که هستید، به جایی که می خواهید باشید، برساند.

منابع:

https://blog.hubspot.com/marketing/content-marketing-plan

قیمت گذاری به سبک مدیران حرفه ای

استراتژی های قیمت گذاری هوشمندانه

نویسنده: علی آل علی

قیمت گذاری یکی از تصمیمات حیاتی در کسب و کار است که نه تنها میزان فروش را مشخص می کند، بلکه به شکل گیری تصویر برند و میزان وفاداری مشتریان نیز کمک می کند. تعیین قیمت مناسب یک فرآیند پیچیده است که باید عوامل مختلفی را در نظر گرفت. از جمله هزینه های تولید، ارزش ادراک شده توسط مشتری، رقابت در بازار و اهداف تجاری شرکت. بسیاری از کسب وکارها گمان می کنند که قیمت پایین تر همیشه منجر به افزایش فروش می شود، اما تجربه نشان داده که این استراتژی همیشه موفقیت آمیز نیست. گاهی قیمت گذاری بالاتر می تواند ارزش ذهنی محصول را افزایش دهد و مشتریان را به خرید تشویق کند.

بی شک هیچ معمایی به اندازه قیمت گذاری برای کارآفرینان دردسرساز نیست. درست به همین خاطر خیلی از مدیران به دنبال راهکارهایی برای رهایی از شر چالش های تعیین قیمت برای محصولات هستند. این کار درست مثل پیدا کردن بهترین ترکیب ممکن از سوی یک مربی فوتبال است؛ همین قدر حساس و در عین حال سخت!

ما در ادامه سه تکنیک اصلی قیمت گذاری بررسی خواهیم کرد که هر کسب و کاری می تواند بسته به نیازهای خود از آنها استفاده کند. این روش ها نه تنها روی عدد قیمت تمرکز دارند، بلکه به جنبه های روان شناختی، بازاریابی و ارزش محصول نیز توجه ویژه ای دارند.

قیمت گذاری مبتنی بر ارزش: تمرکز بر ادراک مشتری از محصول

یکی از رایج و موفق ترین روش های قیمت گذاری تعیین قیمت براساس ارزشی است که مشتری از محصول دریافت می کند. در این مدل کسب و کارها به جای محاسبه قیمت براساس هزینه های تولید، بر روی میزان ارزش ادراک شده توسط مصرف کننده تمرکز می کنند. این روش به ویژه برای برندهایی مناسب است که می خواهند تصویری ممتاز و ماندگار در ذهن مشتریان خود ایجاد کنند.

به عنوان مثال، برندهایی مانند اپل، رولکس و گوچی از قیمت گذاری مبتنی بر ارزش استفاده می کنند تا نشان دهند که محصولات آنها چیزی فراتر از یک کالای معمولی هستند. وقتی مشتری یک ساعت رولکس خریداری می کند، فقط یک وسیله برای نمایش زمان به دست نمی آورد. در عوض احساس خاص بودن، اعتبار اجتماعی و یک تجربه متفاوت را نیز دریافت می کند. این ارزش ذهنی، مشتری را ترغیب می کند که مبلغ بالاتری برای محصول بپردازد، حتی اگر در بازار گزینه های ارزان تری وجود داشته باشند.

کسب و کارهای کوچک نیز می توانند از این مدل استفاده کنند. اگر بتوانید تجربه ای منحصر به فرد برای مشتری خلق کنید و محصول خود را به گونه ای ارائه دهید که حس ارزشمندی ایجاد کند، مشتری حاضر خواهد بود هزینه بیشتری پرداخت کند. به عنوان مثال، یک رستوران با ارائه غذاهایی با مواد اولیه ممتاز و دکوراسیونی خاص می تواند قیمت بالاتری نسبت به رستوران های معمولی تعیین کند، زیرا مشتریان تنها برای غذا هزینه نمی کنند، بلکه برای تجربه ای متفاوت نیز پول می پردازند. در این روش، تاکید بر کیفیت، داستان سرایی برند و نحوه ارتباط با مشتری نقش تعیین کننده ای دارد.

قیمت گذاری روان شناختی: تاثیرگذاری بر ذهن مشتریان

قیمت گذاری روان شناختی یکی از روش هایی است که با بهره گیری از تکنیک های ذهنی و شناختی، مشتریان را به خرید ترغیب می کند. این روش مبتنی بر مطالعات روان شناسی است که نشان می دهند مشتریان براساس احساسات و ادراک خود تصمیم به خرید می گیرند، نه صرفا براساس منطق اقتصادی. در این مدل قیمت محصولات به گونه ای تنظیم می شود که احساس مقرون به صرفه بودن، جذابیت یا فوریت در خرید را در مشتریان ایجاد کند. یکی از رایج ترین تکنیک های قیمت گذاری روان شناختی، استفاده از قیمت های عددی نامتقارن است. به عنوان مثال، فروش یک محصول با قیمت ۹۹۹ دلار به جای هزار دلار می تواند باعث شود مشتری احساس کند که این محصول ارزان تر و مقرون به صرفه تر است، حتی اگر تفاوت قیمت تنها یک دلار باشد. این روش به ویژه در بازارهایی که رقابت شدید وجود دارد، می تواند تاثیرگذار باشد، زیرا مصرف کنندگان اغلب به قیمت های پایین تر جذب می شوند.

همچنین، تخفیف های هوشمندانه یکی دیگر از عناصر قیمت گذاری روان شناختی است. برخی برندها قیمت محصولات خود را ابتدا بالا تعیین می کنند و سپس با ارائه تخفیف های قابل توجه، مشتریان را ترغیب به خرید می کنند. مثلا محصولی که با قیمت ۵۰۰ دلار فروخته می شود، اگر با برچسب تخفیف ۳۰ درصدی عرضه شود، احتمال بیشتری دارد که مورد توجه قرار گیرد، زیرا مشتری احساس می کند که در حال دریافت یک پیشنهاد ویژه است. بی شک همه ما نسبت به عبارت تخفیف واکنش بسیار بهتری نشان می دهیم، مگر نه؟

قیمت گذاری روان شناختی همچنین شامل تکنیک هایی مانند پیشنهاد محصول های مکمل، مقایسه قیمت های بالا و پایین و ایجاد حس فوریت در خرید است. برای مثال، بسیاری از فروشگاه های اینترنتی از جمله آمازون، محصولات را با یک شمارشگر زمان تخفیف نمایش می دهند تا حس فوریت خرید را در مشتریان ایجاد کنند. این تکنیک ها به طور کلی باعث می شوند که تصمیمات خرید سریع تر و با احساسات بیشتری گرفته شود.

قیمت گذاری نفوذی: ورود هوشمندانه به بازارهای رقابتی

استراتژی قیمت گذاری نفوذی یکی از روش هایی است که بسیاری از برندهای جدید برای ورود به بازار از آن استفاده می کنند. در این مدل، کسب و کارها قیمت محصولات خود را پایین تر از رقبا تعیین می کنند تا بتوانند سریع تر توجه مصرف کنندگان را جلب کنند و سهم بیشتری از بازار به دست آورند. این روش زمانی موثر است که برند بتواند با ارائه قیمت پایین تر، مشتریان را جذب کرده و پس از تثبیت جایگاه خود، قیمت ها را افزایش دهد.

برای مثال، بسیاری از شرکت های فناوری در ابتدای ورود به بازار، خدمات خود را با قیمت بسیار پایین یا حتی رایگان ارائه می دهند تا بتوانند اعتماد کاربران را جلب کنند. سپس، بعد از ایجاد پایگاه مشتریان وفادار، قیمت خدمات خود را به تدریج افزایش می دهند. نمونه موفق این مدل، شرکت هایی مانند نتفلیکس و اسپاتیفای هستند که ابتدا خدمات رایگان یا با تخفیف ویژه ارائه کردند و سپس با افزایش قیمت، سودآوری خود را بهبود بخشیدند.

این روش به ویژه برای کسب و کارهایی که وارد بازارهای رقابتی می شوند، مؤثر است. اگر یک برند بتواند کیفیت بالایی را در کنار قیمت مناسب ارائه دهد، می تواند خیلی سریع جایگاه خود را در بازار تثبیت کند. با این حال، خطر این روش آن است که اگر برند نتواند مشتریان را در طولانی مدت حفظ کند، پس از افزایش قیمت ممکن است برخی از آنها را از دست بدهد. به همین دلیل، این استراتژی باید با دقت اجرا شود تا مشتریان پس از جذب اولیه، به برند وفادار بمانند.

سخن پایانی

انتخاب روش قیمت گذاری مناسب یکی از عوامل تعیین کننده در موفقیت یک کسب و کار است. مدل قیمت گذاری مبتنی بر ارزش می تواند باعث ایجاد حس خاص بودن در مشتریان شود و آنها را ترغیب کند که برای تجربه بهتر هزینه بیشتری پرداخت کنند. از سوی دیگر، قیمت گذاری روان شناختی با بهره گیری از تکنیک های ذهنی، رفتار مشتریان را تحت تأثیر قرار داده و میزان فروش را افزایش می دهد. همچنین، استراتژی نفوذی به کسب وکارها کمک می کند که با قیمت های پایین وارد بازار شوند و سپس با تثبیت جایگاه خود، سودآوری بیشتری داشته باشند. هر کسب و کاری باید با توجه به شرایط بازار، نوع مشتریان و استراتژی برند خود روش مناسب را انتخاب کند تا بتواند ضمن افزایش فروش، جایگاه رقابتی خود را حفظ کند. مهمترین نکته این است که قیمت گذاری نباید صرفا براساس عدد تعیین شود، بلکه باید با توجه به تاثیرات روان شناختی و ارزش ادراک شده در نظر گرفته شود. خب حالا شما آماده ورود قدرتمندتر به دنیای کسب و کار و قیمت گذاری محصول هستید. پس همین حالا دست به کار شده و اوضاع را به سود خودتان تغییر دهید.

منابع:

https://www.shopify.com/ca/blog/pricing-strategies

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

شنبه | ۱۷ خرداد ۱۴۰۴ | شماره ۲۷۱۰ | صفحه ۸

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: ریحان

دفتر مرکزی: مطهری، خیابان علی‌اکبری، پلاک ۱۱۵

دفتر مرکزی: ۸۸۵۱۴۵۳۸

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۵۲۶۹۲۳

آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR