

عضو هیات نمایندگان اتاق تهران اقتصاد ما و شرایطی که ایران دارد، بحران‌های عجیب و غریب زیادی دارد؛ شاید با یک اقتصاد نرمال فرسنگ‌ها فاصله داشته باشد؛ چون همه نوع ریسکی داریم؛ از ریسک سیاسی و جنگ گرفته تا ریسک اقتصادی، مثل کاهش ارزش پول و تورم، ریسک انرژی و آب، ریسک‌های اجتماعی و نیروی انسانی، مثل مهاجرت پرسنل و ریسک‌های مالی. می‌شود گفت که در ایران انواع و اقسام ریسکها بر بنگاه‌های اقتصادی و کسب و کارهای‌مان مشتمل است. این که برنامه تاباوری داشته باشیم، نیاز همه بنگاه‌های اقتصادی است. در دنیا یک استاندارد داریم که استاندارد ۲۲۲۰۱ سازمان ایزو است؛ عنوانش، تقویت توان سازمان در پیشگیری، پاسخ و بازیابی سریع در مواجهه با اختلالات است. چون این استاندارد را در مجموعه خودمان دنبال می‌کردیم، این استاندارد را مطالعه می‌کردم، دیدم برای سطحی از ریسک که برای ما نوریسک حساب می‌شود، طراحی شده است. در ایران ریسک‌های بسیار جدی‌تری داریم. وقتی اینها را دسته‌بندی می‌کردم، به شش دسته رسیدم، برای اینکه بنگاه‌های اقتصادی ما باید روی چه موضوعاتی تمرکز داشته باشند تا بتوانند در بحران‌هایی که وجود دارد تاب‌آور باشند.

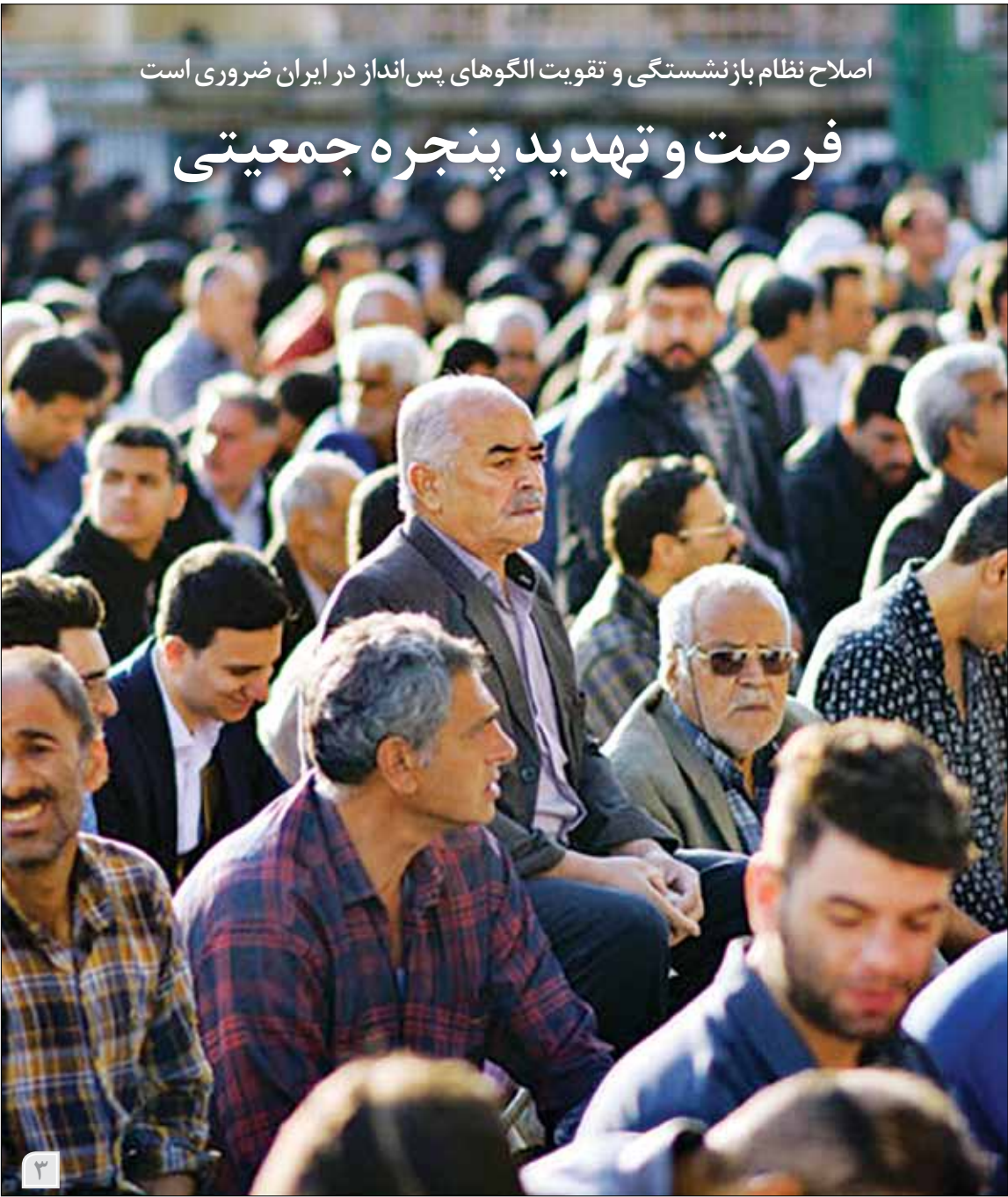
ادامه در همین صفحه

فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی

اصلاح نظام باننشستگی و تقویت الگوهای پس انداز در ایران ضروری است

فرصت و تهدید پنجره جمعیتی



۶ راهبرد برای بقا و توسعه

بتوانیم در زنجیره ارزش‌مان لوکالیزیشن انجام بدهیم یا حداقل به زنجیره تامین‌مان از خارج از کشور تنوع‌بخشی کنیم و برای تامین تک کشور نباشیم، در لحظات بحران خیلی به ما کمک می‌کند؛ مخصوصا اگر بتوانیم در کشورهای اطراف‌مان هاب‌هایی ایجاد کنیم که اگر بحران به وجود آمد، مثل جنگ یا شرایط این چنینی، بتوانیم با حمل و نقل زمینی آنها را منتقل کنیم و قدری ریسک تامین کالا و موادمان را پایین بیاوریم. مسئله دیگر، بحث دیجیتال‌سازی شبکه تامین است که بتوانیم ردیابی کنیم در بسیاری از موضوعات در شبکه‌های داخلی هم قابل ردیابی ترد نیست که کی چه دارد؟! یعنی برخی اوقات محصول یا کالایی در کشور هست، ولی چون دیتابیس کاملش وجود ندارد، پیدا کردن تامین‌کننده‌ای در داخل برای بنگاه‌ها سخت می‌شود. تاب‌آوری زنجیره تامین در زمان جنگ یا ریسک‌های سیاسی یا چیزی شبیه داستان گمرک بندربعباس برای‌مان خیلی مهم می‌شود. دولت هم باید به این توجه کند. در ریسک زنجیره تامین، بین ۷۰ تا ۸۰ درصد کالاها از گمرک بندربعباس وارد می‌شود و مشابه آن را در کشور نداریم که مثلا چاهلار یا مکران جنوبی جایی شبیه به این درست کنیم تا اگر بحرانی شبیه بحران انفجار بندربعباس پیش بیاید، بتوانیم از آن مسیر کالا را تامین کنیم. اینها چیزهایی است که باید در سطح کلان به آن توجه شود.

راهبرد سوم: تاب‌آوری فناوریانه و تکنولوژی‌ک ریسک سوم که تاب‌آوری مهمی لازم دارد، تکنولوژی است. بسیاری از کالاها و محصولات‌مان، تکنولوژی پایینی دارد. فارغ از هر نوع ریسک سیاسی، جنگ و یا هر چیز دیگری، یک ریسک جدی در کشور داریم و این است که بسیاری از کالاها و خدمات ما دیگر قابل عرضه در دنیا نیست؛ چون تکنولوژی پایینی دارند و در زنجیره ارزش خیلی از شرکت‌ها نیستیم. ترکیه در زنجیره ارزش تامین قطعات خودرو در دنیاست. با اینکه خودروساز نیست، اما تامین‌کننده قطعات رنو، پژو و تویوتااست. این قطعات را ترکیه، تولید و وارد زنجیره ارزش می‌شود. تقریبا در هیچ زنجیره ارزش جدی در دنیا نیستیم؛ به همین خاطر در دنیا خیلی برای کسی ریسکی ایجاد نمی‌کنیم؛ حتی در انرژی هم چندان نیستیم. با یک میلیون بشکه صادرات نفت، بازیگر جدی در دنیا نیستیم. چیزی که مهم است، این است که به لحاظ تکنولوژیکی بتوانیم خود را به سطحی برسانیم که در دنیا تامین‌کننده یک کالا یا موضوعی باشیم که فقط ما بتوانیم انجام بدهیم یا حداقل بخش زیادی از آن را انجام بدهیم. این به R&D، اتوماسیون و کارهای طراحی و

توسعه نیاز دارد که متأسفانه در ایران خیلی این وضعیت را نداریم. به نظر من خیلی واجب‌تر از چیزهای دیگر است؛ یعنی حتی اگر تامین تک کشور نباشیم، برخی از کالاهای‌مان حداقل سریع نمی‌تواند وارد شود؛ یعنی اگر امروز تحریم را بردارند و هیچ محدودیتی نباشد، بسیاری از کالاهای ما را در دنیا نمی‌خرند؛ چون در زنجیره ارزش نیست.

راهبرد چهارم: مهاجرت و کمبود متخصص موضوع چهارم، تاب‌آوری فناوری است. یکی از موضوعات جدی ما کارکنان هستند. بحث مهاجرت را داریم. واقعیت این است که امروز خروجی‌های دانشگاه‌های‌مان، خروجی باکیفیتی نیست؛ بنابراین موقعی که صنعت با خروجی‌های کارشناسی، کارشناسی ارشد و حتی دکتری دانشگاه‌ها مواجه می‌شود، خیلی نمی‌تواند بگوید این نیرو وارد می‌شود و سریع می‌تواند ارزش آفرینی جدی بکند؛ باید سال‌ها رویش کار شود. ریسک جابه‌جایی این نفرات، چه در داخل و چه در خارج، خیلی جدی است. وقتی بحرانی به وجود می‌آید، مثلا جنگ یا کرونا، یکی از موضوعات این است که افراد شما چندکاره باشند و یک فرد بتواند چند تخصص را اجرا کند؛ اگر کسی مثلا در روابط عمومی کار می‌کند، این آموزش‌ها را دیده باشد که بتواند بلافاصله در منابع انسانی هم کار کند. چندتخصصه بودن، زمان را کوتاه می‌کند و می‌تواند سازمان را با نیروی انسانی‌اش سازگار کند و انعطاف‌پذیری سازمانی را بالا ببرد. این نیازمند این است که سیستم‌های انگیزشی خوب در سازمان قرار بدهند و آموزش‌های خوب به پرسنل داده شود. برخی بایستی بنگاه‌های خیلی به موضوع منابع انسانی توجه کنند. برخی از مواردی که می‌گویم، مواردی نیست که فقط به داستان تحریم و جنگ، ربط داشته باشد؛ حتی اگر اینها هم نباشد، اتفاقا اینها جدی‌تر می‌شود؛ یعنی اگر فرضا تحریم نداشته باشیم، فرد متخصص در کشور کم است؛ به همین خاطر بین شرکت‌ها جنگ نیروی انسانی می‌شود. پس باید روی آموزش نیروی انسانی، چندکاره شدن نیروی انسانی و انگیزش آنان، کار کنید.

راهبرد پنجم: تاب‌آوری انرژی و محیط زیست موضوع پنجم، تاب‌آوری انرژی و محیط زیست است. تقریبا هر سال بحران انرژی‌مان جدی‌تر می‌شود. مطمئنا سال آینده ناترازی برق و گاز بیشتر از امسال خواهد بود و وضعیت آب بحرانی‌تر می‌شود. باید بتوانیم روی بهینه‌سازی و اقتصاد چرخشی و بازیافت کار کنیم و سازمان‌ها به این توجه کنند. زمانی گزاراهی بود که می‌گفت ایران نیروی کار و انرژی ارزان دارد؛ لذا کارخانه‌ها

سناریوهایی برای دوران سخت

نکرده است؛ «چندترخی بودن ارز» که منجر به شکل‌گیری فساد ساختاری و بی‌ثباتی در تجارت خارجی شده است و در نهایت، «انحصار شرکت‌ها و نهادهای شبه دولتی» که بخش‌های کلیدی اقتصاد که فضای رقابتی را تضعیف کرده است. تاب‌آوری اقتصادی در ادبیات توسعه به معنای وجود ظرفیت‌های متنوع و انعطاف‌پذیر برای مواجهه با تغییرات و بحران‌هاست. در این چارچوب، عواملی همچون تنوع بخشی به اقتصاد، تقویت بخش خصوصی، شفافیت در حکمرانی، توسعه بازارهای مالی و سرمایه‌گذاری در فناوری و نوآوری، از ارکان اصلی افزایش تاب‌آوری محسوب می‌شوند. «اصلاح

یا صاحبان صنعت در انتخاب محصولات یا زنجیره‌ای که می‌خواهند خرید کنند، بحث مصرف انرژی برای یک خط تولید چندان مهم نبود؛ ولی امروز این موضوع جدی و مهم شده است. پس بهینه‌سازی انرژی و تنوع دادن به انرژی بسیار مهم است. تنوع بخشی به انرژی، یعنی اگر از انرژی برق استفاده می‌کنید، انرژی خورشیدی، دیزل ژنراتور و برق شبکه را در کنارش ببینید و لازم است این کار صورت بگیرد. تقریبا می‌شود گفت که دولت، کارایی خود را برای تامین انرژی از دست داده است؛ یعنی نمی‌توانیم منتظر دولت باشیم. به نظرم سال به سال وضعیت بهتر نخواهد شد و صنایع باید به فکر کار خود باشند. البته دولت هم این را می‌گوید و برای صنایع طرح‌هایی می‌گذارد که برق تامین کنند؛ در صورتی که این کار دولت بوده است.

بخش محیط زیست، جدیت دیگری دارد که ارتباط با دنیاست. اگر مشکل تحریم و جنگ را نداشته باشیم، باز هم موضوع محیط زیست و انتشار کربن در کالاهای‌مان اینقدر زیاد است که برخی از آنها دیگر قابلیت صادرات ندارند؛ یعنی نمی‌توانیم بعضی از کالاهای‌مان را به اتحادیه اروپا بفروشیم و حتی نمی‌توانیم به عنوان کالای واسطه‌ای یا مواد اولیه بفروشیم؛ چون استانداردهای محیط زیستی در دنیا سختگیرانه می‌شود؛ ما هم در ایران تقریبا به دلیل شرایطی که بر کشور حاکم بوده، خیلی توجهی به این جریان‌ات نداشته‌ایم. به نظرم اگر مشکلات سیاسی کشور هم حل نشود، تاب‌آوری محیط زیستی کالاهای ما پایین است. باید روی این موضوع کار کنیم.

راهبرد ششم: تاب‌آوری سیاسی و نهادی موضوع ششم، تاب‌آوری سیاسی و نهادی است. باید بتوانیم چانه‌زنی‌مان با دولت را بیشتر کنیم و در بخش‌های تخصصی‌تر مثل انجمن‌های تخصصی از جمله اتاق‌ها، حرفه‌های منسجم، یخته و یکصدا به طرف مقابل بدهیم و با دولت و سایر مراجع وارد مذاکره شویم تا بتوانیم آنها را توجیه و قانع کنیم که حرکت درست انجام بدهند. دولت علاوه بر اینکه امروز پول و شرایط اجرای بسیاری از کارها را ندارد، از اطلاعات کارشناسی هم تهی شده است؛ یعنی شرایط دولت، شرایط ضعیفی است. ما حداقل می‌توانیم در تصمیم‌سازی به او کمک کنیم. البته باید این آغوش باز باشد که بتوانیم به سمتش حرکت کنیم. در بسیاری مواقع می‌توانستیم خیلی از ریسک‌ها را با بنگاه‌ها از بین ببریم؛ مثلا اگر با بنگاه‌های سایر کشورهای دنیا همکاری مشترک می‌داشتیم و سرمایه‌گذاری مشترک کرده بودیم، کسی نمی‌توانست ما را

سیاست‌های یارانه‌ای»، «آزادسازی تدریجی اقتصاد»، «شفافیت و حکمرانی خوب»، «اصلاح نظام بانکی و مالی»، «سیاست‌های ارزی پایدار»، «تنوع بخشی صادراتی و کاهش وابستگی به نفت»، «حمایت از کسب و کارهای کوچک و متوسط» از جمله راهکارهای پیشنهادی برای افزایش تاب‌آوری اقتصاد ایران هستند. با توجه به تداوم تحریم‌ها و محدودیت‌های بین‌المللی، ایران می‌تواند از «گسترش همکاری‌های اقتصادی با کشورهای همسایه و استفاده از ظرفیت بازارهای منطقه‌ای»، «انعقاد پیمان‌های پولی دو یا چندجانبه برای کاهش وابستگی به دلار»، «سرمایه‌گذاری

در بازارهای طلا، دلار، بیت‌کوین و سهام چه می‌گذرد؟

رویش و ریزش بازارها در سال ۲۰۲۵

عدم قطعیت‌های سیاسی و اقتصادی برآمده از سیاست‌های تجاری یک سویه دولت ترامپ، باعث شده بازارهای دارایی‌های امن، مانند طلا به رکوردهای قیمتی خیره‌کننده‌ای صعود کنند، در حالی که دارایی‌های پرخطرهای، همچون سهام و بیت‌کوین از ثبات فاصله گرفته و نوسان زیادی را تجربه کنند. اعمال نرخ‌های تعرفه ۱۰ تا ۵۰ درصدی دولت ترامپ بر ده‌ها شریک تجاری و...

سازمان همکاری شانگهای چه نقشی در بازتوزیع قدرت در اقتصاد سیاسی بین‌الملل دارد؟

موازنه قدرت در صحنه اقتصاد

فرصت امروز: جایگاه ایران در سازمان همکاری شانگهای، فرصتی راهبردی برای بهره‌برداری از کریدورهای ترانزیتی، کاهش فشار تحریم‌ها از راه سازوکارهای مالی، همکاری فناوری و تقویت گفتمان چندقطبی عادلانه فراهم می‌آورد. بازتوزیع قدرت در نظم جهانی کنونی صرفا جابه‌جایی منابع مادی نیست، بلکه تغییر در هنجارها، نهادها و روایت‌های مشروعیت را نیز در بر می‌گیرد. چین در قلب این فرآیند است: هم موتور اصلی انتقال قدرت جهانی و هم کشوری آسیب‌پذیر در برابر فشارها و محدودیت‌ها. اقتصاد جهانی، مهمترین صحنه انتقال قدرت است و فناوری‌های نوین (مانند هوش مصنوعی، فضای مجازی، نیمه‌رساناها و انرژی‌های پاک) به ستون اصلی قدرت در قرن بیست‌ویکم بدل شده‌اند. هرچند منابع انرژی و مواد خام همچنان بنیان قدرت هستند. بلوک‌های نوظهور، مانند بریکس و سازمان همکاری شانگهای، بستر هم‌گرایی قدرت‌های جدید و ابزار نهادسازی موازی در برابر غرب‌اند. نظام غربی دچار ضعف‌های درونی...

۲

پول از صندوق‌های درآمد ثابت خارج شد

پیشروی بورس در کانال ۳ میلیونی

۳

مدیریت و کسبوکار

رمزگشایی از دلایل اهمیت تجربه برند

فرض کنید وارد یک فروشگاه می‌شوید. موسیقی ملایم پخش می‌شود، کارکنان با لبخند به شما خوش آمد می‌گویند، محیط تمیز و خوش بوست، محصولاتی با چیدمان مرتب پیش چشم تان است و پاسخ سوالات تان با حوصله داده می‌شود. حالا تصور کنید وارد فروشگاه‌ای دیگری می‌شوید: نور کم، برخورد سرد، قفسه‌های شلوغ و بی‌نظم و کارمندانی که انگار از دیدن شما تعجب کرده‌اند. کدام یک در ذهن تان می‌ماند؟ کدام یک را احتمال دارد به دیگران توصیه کنید؟ این تفاوت، همان تجربه برند است؛ موضوعی که شاید در ظاهر به چشم نیاید، اما در دل و ذهن مشتری جای می‌گیرد. در دنیای امروز که بازارها به شدت رقابتی و اشباع شده‌اند، محصول خوب تنها بخشی از ماجراست. دیگر کافی نیست برندگان فقط چه چیزی ارائه می‌دهد؛ مهم‌تر این است که چطور ارائه می‌دهد. این چطور همان چیزی است که به تجربه برند گره خورده...

۸

به راحتی تحریم یا به ما حمله کند. وقتی همه اینها را کنار گذاشتند و سرمایه مشترکی وجود ندارد آسیب‌پذیری بیشتر می‌شود. اگر یک گمرک مشترک با یک کشور دیگر می‌داشتیم، دشمن به راحتی نمی‌توانست گمرک را مورد حمله قرار بدهد یا به آن تعرض کند؛ چون علاوه بر ما با یک کشور دیگر هم درگیر می‌شود.

به نظرم به تاب‌آوری فراتر از یک بنگاه، حتی در سطح ملی هم نگاه نشده که اگر روزی با یکی از کشورهای همسایه که مرز زمینی تردد کامیون‌های‌مان زیاد است به مشکل خوریم چه می‌شود یا اگر برای گمرک شهید رجایی در بندربعباس اتفاقی بیفتد، موزایی‌اش با کجا می‌توانیم کار انجام بدهیم؟! باید با کشوری که با ما ارتباط سیاسی خوبی دارد سرمایه‌گذاری داشته باشیم و آنجا را هاب ورود کالا بکنیم و به آنها منافع هم بدهیم تا کشور را تاب‌آورتر کنیم. ریسک‌های بالایی که کشورمان دارد باعث شده تقریبا بنگاه‌ها بدون توجه به اینها خیلی راحت نتوانند کار را دنبال کنند. ریسک بالا، کشور را دچار فرسودگی می‌کند؛ زیرا سرمایه‌گذار را می‌ترساند از اینکه بخواهد پولش را در پروژه‌های بلندمدت و زیرساختی سرمایه‌گذاری کند و این سرمایه‌گذاری را دنبال کند. سرمایه‌گذار هم به این فکر می‌کند که اگر مشکل حادی پیش آمد، چگونه بتواند نقدشوندگی‌اش را دنبال کند و نقدینگی‌اش را داشته باشد. اینها باعث می‌شود کشور بیش از گذشته از سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها دور شود و روز به روز کشور دچار استهلاک و فرسودگی شود. این یک عزم ملی و بالادست نیاز دارد که مسائل جدی کشور را حل کند به منظور اینکه ایران را از فرسودگی دائم نجات دهند و به سمت توسعه و سرمایه‌گذاری ببرند.

جمع‌بندی: راه دشوار تاب‌آوری بنگاه‌ها

اقتصاد ایران با ریسک‌های متنوع و چندلایه‌ای مواجه است که تداوم آنها، خطر فرسودگی زیرساخت‌ها و کاهش سرمایه‌گذاری بلندمدت را در پی دارد. در چنین شرایطی، بنگاه‌ها باید برای بقا و رشد، تاب‌آوری خود را در شش حوزه کلیدی (مالی و اقتصادی، زنجیره تامین، فناوری، منابع انسانی، انرژی و محیط زیست، و نهادی و سیاسی) تقویت کنند. تنها با «هزم ملی» و «سرمایه‌گذاری پایدار» می‌توان چرخه فرسودگی را شکست و مسیر توسعه را برای کشور هموار کرد. نادیده گرفتن این ضرورت، به معنای پذیرش فرسایش مستمر سرمایه‌های ملی و کاهش روزافزون توان رقابت در عرصه بین‌المللی است.

در اقتصاد دیجیتال، تجارت الکترونیک و زیرساخت‌های فناوری و «کوچک‌سازی دولت و کاهش هزینه‌های غیرضروری بودجه‌ای» برای افزایش تاب‌آوری استفاده کند. تاب‌آوری اقتصادی ایران، تنها در سایه اصلاحات ساختاری و کاهش مداخلات ناکارآمد دولت، محقق خواهد شد. بدون چنین اصلاحاتی، حتی رف کامل تحریم‌ها نیز نمی‌تواند مانع از بروز بحران‌های اقتصادی شود. بنابراین دولت باید با اتخاذ سیاست‌های آزادسازی اقتصادی، تقویت بخش خصوصی، شفافیت مالی و تنوع بخشی به منابع درآمدی، زمینه‌ساز شکل‌گیری یک اقتصاد مقاوم، پایدار و تاب‌آور شود.

بهمن عشقی، مشاور عالی رئیس اتاق تهران

تاب‌آوری اقتصادی به معنای توانایی یک کشور در مقاومت در برابر شوک‌ها، بحران‌ها و فشارهای بیرونی و درونی و همچنین بازیابی سریع از شرایط بحرانی است. در اقتصادهایی که با بی‌ثباتی‌های داخلی و فشارهای خارجی روبه‌رو هستند، تاب‌آوری اقتصادی، نه یک انتخاب، بلکه ضرورتی حیاتی است. اقتصاد ایران طی دهه‌های اخیر به واسطه تحریم‌های خارجی، نوسانات شدید نرخ ارز، تورم مزمن و مداخلات گسترده دولت در بازارها، با چالش‌های متعددی مواجه بوده است. این مقاله با تمرکز بر کاهش مداخلات ناکارآمد دولت،

راهبرد دوم: تاب‌آوری در زنجیره تامین

دومین ریسکی که داریم، ریسک زنجیره تامین است. جنگ ۱۲ روزه نشان داد که بلافاصله می‌تواند ورود و خروج کالا به مشکل بخورد یا ریسک‌هایی مثل داستان بندربعباس پیش بیاید. هر قدر

معیارهای حذف یارانه با واقعیت معیشتی مردم فاصله دارد

متر جدید حذف یارانه‌ها

دولت چهاردهم در اقدامی تازه، تصمیم گرفته است که یارانه نقدی دهک‌های پردرآمد را حذف کند و این تصمیم در روزهای اخیر به یکی از پرچالش‌ترین موضوعات اقتصادی کشور تبدیل شده است. وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، اعلام کرده که تاکنون حدود ۸ میلیون نفر از فهرست دریافت‌کنندگان یارانه خارج شده‌اند و پیش‌بینی می‌شود که تا پایان امسال این رقم به حدود ۱۸ میلیون نفر برسد. هدف دولت، تمرکز منابع روی نیازمندان واقعی و کاهش بار مالی اعلام شده است، اما واکنش‌های مردمی نشان می‌دهد که نگرانی‌ها درباره عدالت و شفافیت معیارها همچنان جدی است. در شبکه‌های اجتماعی و نظرخواهی‌های مردمی، شهروندان نسبت به نحوه شناسایی دهک‌ها و داده‌های بانکی، مالکیت خودرو و حساب‌ها واکنش نشان داده‌اند و بسیاری از شهروندان، این تصمیم را ناعادلانه می‌دانند. کارشناسان و اقتصاددانان نیز هشدار می‌دهند که معیار درآمد ماهانه ۱۰ میلیون تومان با واقعیت‌های زندگی خانوارها، فاصله بسیار زیادی دارد و تنها بخش اندکی از هزینه‌های واقعی زندگی را پوشش می‌دهد. تحلیلگران معتقدند که بدون اصلاح ساختار یارانه‌ها و بهبود بانک‌های اطلاعاتی، اجرای این سیاست نمی‌تواند فشار اقتصادی بر دهک‌های پایین را کاهش دهد و در شرایط تورم بالا و رشد اقتصادی پایین، ممکن است تعداد افراد زیر خط فقر افزایش یابد.

در همین رابطه، «محمدتقی فیاضی» تحلیلگر اقتصاد کلان درباره معیار حذف یارانه براساس درآمد ماهانه ۱۰ میلیون تومانی، بر این باور است که «این معیار با واقعیت‌های معیشتی مردم، فاصله زیادی دارد. خط فقر در بسیاری از شهرها بالای ۳۰ میلیون تومان است و پرداخت یارانه برای خانواری با درآمد ۱۰ میلیون تومان، تنها ناچیزی از هزینه‌ها را پوشش می‌دهد.»

او با تأکید بر اینکه نظام یارانه فعلی در ایران شکست خورده است، به «خبرآنلاین» توضیح داد: «دولت اعلام کرده است که حدود ۸ میلیون نفر از دریافت‌کنندگان یارانه نقدی حذف شده‌اند و پیش‌بینی می‌شود که تا پایان سال جاری، این عدد به ۱۸ میلیون نفر برسد.» اگرچه هدف اصلی این طرح، کاهش بار مالی دولت و تمرکز منابع روی نیازمندان واقعی است، اما اجرای آن در شرایط فعلی اقتصاد ایران با مشکلات جدی مواجه است. مشکل اصلی دولت این است که یارانه‌ها هدفمند نیستند، جامعه هدف به درستی شناسایی نشده است و بانک‌های اطلاعاتی به صورت کامل و متصل وجود ندارند. ضمن اینکه مسئله اعتبار و منابع محدود، اجرای طرح را دشوار کرده است.» به گفته «فیاضی»، «قبلاً منابع اصلی یارانه‌ها از تفاوت قیمت حامل‌های انرژی تأمین می‌شد، اما با افزایش هزینه‌ها و رشد سید مصرف خانوار، دولت مجبور شده است که جامعه هدف را کوچک‌تر کند تا بتواند به هر خانوار مقدار بیشتری اختصاص دهد. بنابراین اجرای این طرح در زمان فعلی ممکن است مناسب نباشد؛ چراکه با شرایط رشد اقتصادی و نرخ تورم موجود، وضعیت خانوارها بدتر می‌شود و تعداد افراد زیر خط فقر افزایش پیدا می‌کند اما از سوی دیگر، دولت تحت فشار است و چاره‌ای جز اقدام ندارد.»

این اقتصاددان، معیار ۱۰ میلیون تومانی درآمد ماهانه برای حذف یارانه را دور از واقعیت‌های معیشتی خانوارها دانست و افزود: «معیار ۱۰ میلیون تومانی درآمد ماهانه (این رقم معادل روزانه ۳۳۳ هزار تومان است) برای حذف یارانه، با واقعیت‌های معیشتی مردم فاصله زیادی دارد. خط فقر در بسیاری از شهرها بالای ۳۰ میلیون تومان است و پرداخت یارانه برای خانواری با درآمد ۱۰ میلیون تومان، تنها بخش ناچیزی از هزینه‌ها را پوشش می‌دهد. به نظر می‌رسد این اقدام بیشتر به دلیل محدودیت منابع بوده است و هدف اقتصادی مشخصی پشت آن نیست. حتی با سقف تعیین شده برای یارانه، پوشش هزینه‌ها خانوار به ۱۰ درصد هم نمی‌رسد. برنامه مشخصی برای توانمندسازی خانوارها وجود ندارد و دولت در شرایط استیصال، با شکست‌ناختاری و محدودیت منابع، تصمیم می‌گیرد.»

«فیاضی» درباره مشکلات شناسایی دهک‌های درآمدی براساس داده‌های بانکی و دارایی، گفت: «این روش از نظر اقتصادی و آماری قابل اتکا نیست، زیرا دارایی‌ها و حساب‌های بانکی گاهی به نام افراد ثبت شده است اما متعلق به اقوام یا شرکت‌ها است. بنابراین هدفمندی واقعی محقق نمی‌شود. برای بلندمدت، اجرای سیاست‌های حمایتی بدون ماموریت مشخص و جامعه هدف محدود، پایدار نخواهد بود. دولت در شرایط اقتصادی فعلی با نرخ تورم بیش از ۴۰ درصد و رشد اقتصادی پایین، نمی‌تواند حمایت موثری از اقشار محروم داشته باشد و سیاست‌هایش در عمل، ضدحمایتی عمل می‌کنند.»

این تحلیلگر اقتصاد کلان درخصوص یارانه پنهان، توضیح داد: «خیلی‌ها فکر می‌کنند حذف یارانه‌های پنهان می‌تواند منجر به آزادسازی منابع مالی قابل توجهی برای دولت شود. با این حال، چنین برداشتی مبتنی بر درک سطحی از ماهیت یارانه‌های پنهان است. در واقع، یارانه پنهان بیش از آنکه یک جریان واقعی مالی باشد، یک مفهوم حسابداری است که در چارچوب قیمت‌گذاری دستوری و سیاست‌های تثبیت قیمت معنا پیدا می‌کنند. زمانی که دولت از طریق سیاست‌های پولی انبساطی، اقدام به خلق نقدینگی می‌کند و همزمان قیمت برخی کالا‌های اساسی، نظیر قیمت بنزین و گازوئیل را به صورت تصنعی پایین نگه می‌دارد، هیچ انتقال واقعی منابع به خانوارها صورت نمی‌گیرد؛ بلکه تنها یک اختلال در سازوکارهای بازار و سیگنال‌دهی قیمتی رخ می‌دهد.» به اعتقاد «فیاضی»، «حذف یارانه‌های پنهان، برخلاف تصورات رایج، فاقد اثر مالی مستقیم و ملموس برای شهروندان است و بیشتر مبتنی بر یک تصور ذهنی و غیرواقعی از ظرفیت‌های بودجه‌ای دولت است. منابعی که در قالب یارانه‌های پنهان در اقتصاد ظاهر می‌شوند، پیش‌تر در فرآیندهای تورمی و تخصیص ناکارآمد هزینه شده‌اند. بنابراین، افزایش قیمت حامل‌های انرژی در شرایط تورمی نه تنها به بهبود وضعیت مالی دولت منجر نمی‌شود، بلکه بار مالی مضاعفی را بر دوش مصرف‌کنندگان تحمیل می‌کند و موجب کاهش قدرت خرید آنان می‌گردد؛ زیرا مردم قبلاً از نظر حسابداری بدهکار شده‌اند و اکنون (موقع اصلاح قیمت) به طور واقعی قدرت خریدشان کم می‌شود؛ هرچند دولت بخش ناچیزی از این افزایش قیمت را به برخی‌ها بدهد.»

وی در پایان، نظام یارانه فعلی در ایران را شکست خورده دانست و گفت: «نظام یارانه فعلی در ایران شکست خورده است و اصلاح پایدار آن، نیازمند هدفمندی دقیق، تعریف ماموریت مشخص و تطبیق با واقعیت‌های معیشتی خانوارها است. بدون این اصلاحات ساختاری، سیاست‌های حمایتی دولت، حتی با حذف دهک‌های بالاتر درآمدی، هیچ اثر ملموسی بر کاهش فشار اقتصادی بر اقشار ضعیف و کم‌درآمد جامعه نخواهد داشت.»

سازمان همکاری شانگهای چه نقشی در بازتوزیع قدرت در اقتصاد سیاسی بین‌الملل دارد؟

موازنه قدرت در صحنه اقتصاد

فرصت امروز: جایگاه ایران در سازمان همکاری شانگهای، فرصتی راهبردی برای بهره‌برداری از کریدورهای ترانزیتی. کاهش فشار تحریم‌ها از راه سازوکارهای مالی، همکاری فناوری و تقویت گفت‌وگوهای چندقطبی عادلانه فراهم می‌آورد. بازتوزیع قدرت در نظم جهانی کنونی صرفاً جابه‌جایی منابع مادی نیست، بلکه تغییر در هنجارها، نهادها و روایت‌های مشروعیت را نیز در بر می‌گیرد. چین در قلب این فرآیند است: هم موتور اصلی انتقال قدرت جهانی و هم کشوری آسیب‌پذیر در برابر فشارها و محدودیت‌ها. اقتصاد جهانی، مهم‌ترین صحنه انتقال قدرت است و فناوری‌های نوین (مانند هوش مصنوعی، فضای مجازی، نیمه‌رساناها و انرژی‌های پاک) به ستون اصلی قدرت در قرن بیست‌ویکم بدل شده‌اند. هرچند منابع انرژی و مواد خام همچنان بنیان قدرت هستند.

بلوک‌های نوظهور، مانند بریکس و سازمان همکاری شانگهای، بستر هم‌گرایی قدرتهای جدید و ابزار نهاده‌سازی موازی در برابر غرب‌باند. نظام غربی دچار ضعف‌های درونی مانند نابرابری اقتصادی، قطبی‌سازی سیاسی و بحران مشروعیت دموکراسی است که فضا را برای رقبای نوظهور باز می‌کند. جنگ روایت‌ها، یکی از ابعاد مهم بازتوزیع قدرت است؛ چین و روسیه روایت‌هایی بدیل در برابر روایت‌های لیبرال غربی ارائه می‌دهند. چین بازیگری دوگانه است؛ از یکسو، موتور اصلی تغییر با اقتصاد، فناوری و ابتکارهای چندجانبه و از سوی دیگر، آسیب‌پذیر در برابر فشار خارجی و مشکلات داخلی. سازمان همکاری شانگهای با محوریت چین از یک نهاد امنیتی منطقه‌ای به پلتفرمی چندوجهی (امنیتی، اقتصادی، فناوری و هنجاری) ارتقا یافته است. بیانیه تیانجین ۲۰۲۵، مرحله‌ای تازه در نهاده‌سازی خیزش چین است؛ گذار از امنیت سخت به حکمرانی فناوری، اقتصاد دیجیتال و انرژی‌های پاک.

معماری نظم جهانی چندکانونی

مرکز پژوهش‌های اتاق ایران در مطالعه‌ای به تحلیل «بازتوزیع قدرت در اقتصاد سیاسی بین‌الملل و نقش سازمان همکاری شانگهای با محوریت چین-اجلاس ۲۰۲۵» پرداخته و این پرسش را مطرح کرده که سازمان همکاری شانگهای چه نقشی در بازتوزیع قدرت در اقتصاد سیاسی بین‌الملل دارد؟ نظم بین‌المللی در دهه های اخیر درحال تجربه تحولی بنیادین و چندلایه است؛ تحولی که نه‌تنها ناشی از انتقال مادی قدرت در عرصه های

اقتصاد، فناوری و انرژی است، بلکه بازتاب تغییرات کیفی در هنجارها، نهادها و روایت‌های مسلط نیز محسوب می‌شود. بازتوزیع قدرت، فرآیندی منفعل است، مکانیکی نیست؛ بلکه حاصل کنش و واکنش پیچیده میان قدرتهای مسلط و قدرت‌های نوظهور است که هر کدام می‌کشوند قواعد بازی را به نفع خود بازنویسی کنند. در این میان، چین بیش از هر بازیگر دیگری در کانون این تحولات قرار دارد؛ هم موتور اصلی بازتوزیع قدرت است و هم کشوری که خود در معرض فشارها، محدودیت‌ها و شکنندگی‌های ناشی از این فرآیند قرار گرفته است.

سیاست خارجی چین در چنین بستری بر نهاده‌سازی، ابتکارهای چندجانبه و بازتولید هنجاری، متمرکز شده است. ابتکار سه‌گانه «شی جین پینگ»

توانایی لازم برای جابه‌جایی افراد و بار را داشته باشند و از محدودیت پیمایش نیز برخوردار نباشند.

او سپس به قیمت تمام شده موتورسیکلت‌های برقی، اشاره کرد و گفت: مورد دیگر به قیمت تمام شده محصول بازمی‌گردد. برای مثال، در موتورسیکلت‌های برقی با توان ۳ هزار وات و بالاتر، حداقل قیمت بازار ۲۰۰ میلیون تومان است که حدود نیمی از قیمت آن هزینه باتری اینگونه موتورسیکلت‌هاست که پس از حدود ۳ سال باید تعویض شود. با این حال، اخیراً برنامه‌هایی از سوی برخی از ارگان‌ها و سازمان‌ها در دست تهیه و اجراست تا مالکیت باتری از مالک وسیله سلب شود و دولت یا پیمانکار، باتری را تأمین کند و مکان‌ها و ایستگاه‌هایی برای تعویض باتری‌های کم‌شارژ آن تمام شده با باتری شارژ شده ایجاد شود که در این شرایط قیمت باتری از بهای تمام شده کسر می‌شود. در صورت تحقق این برنامه، سیستم تعویض و شارژ باتری در سطح مناطق جای‌گذاری می‌شود و خریدار دیگر، مالک باتری نخواهد بود، اما اجرای این برنامه مستلزم آن

ثبات سازی در افغانستان و آسیای مرکزی و پیوند دادن «کمربند و جاده» به نهادهای چندجانبه منطقه‌ای، همه نشان می‌دهند که پکن از این منطقه برای آزمودن مدل‌های توسعه‌ای، مالی و امنیتی استفاده می‌کند. اوراسیا نه تنها محیط امنیتی چین، بلکه آزمایشگاه استراتژیک نظم نوین جهانی است. سازمان همکاری شانگهای در این میان، نقشی مهم ایفا می‌کند. این سازمان از یک چارچوب امنیتی محدود در آغاز به یک پلتفرم چندوجهی ارتقا یافته است که امنیت، اقتصاد، فناوری، فرهنگ و هنجارسازی را در کنار هم قرار داده است. مرور بیانیه های بیشکک، مسکو، سمرقند، دهلی‌نو، آستانه و تیانجین، نشان می‌دهد که سازمان به ابزار مهم چین برای بازتوزیع قدرت بدل شده است: از نهاده‌سازی موازی در حوزه مالی و اقتصادی (بانک توسعه، تسویه با ارزهای ملی) گرفته تا ارائه الگوی امنیتی غیراتلافی و مشروعیت بخشی به روایت چین از چندجانبه‌گرایی عادلانه. سخنرانی‌های «شی جین پینگ» در تیانجین و معرفی ابتکار حکمرانی جهانی، نقطه اوج این روند است؛ جایی که سازمان به عنوان «کاتالیزور اصلاح حکمرانی جهانی» معرفی شد.

فرصت‌های بالقوه شانگهای برای ایران

آینده نظم بین‌المللی به چگونگی مدیریت این پیچیدگی‌ها بستگی دارد. چین نشان داده است که اثرپذیری لزوماً به معنای انفعال نیست، بلکه می‌تواند محرکی برای ابتکار و نهاده‌سازی باشد. سازمان همکاری شانگهای در این مسیر هم آینه تحولات نظم بین‌المللی و هم ابزار فعال سیاست خارجی چین است؛ نهادی که از دل اوراسیا برخاسته اما اکنون به پلتفرمی برای بازنویسی تدریجی قواعد و هنجارهای نظم جهانی بدل شده است. ایران به عنوان عضو سازمان همکاری شانگهای در موقعیتی قرار گرفته که می‌تواند از منطق تحولانی که درباره بازتوزیع قدرت و نقش چین مورد بحث قرار گرفت، بهره‌برداری کند. عضویت ایران در شانگهای بیش از آنکه صرفاً یک جایگاه نمادین باشد، فرصتی استراتژیک برای تبدیل شدن به بازیگری فعال در فرآیند نظم‌سازی چندکانونی است. از منظر اقتصادی، ایران می‌تواند جایگاه جغرافیایی خود را به یک مزیت استراتژیک بدل کند. عضویت در شانگهای امکان پیوند مستقیم سخت و نرم ایران با کریدورهای شرق-غرب و شمال-جنوب را فراهم می‌سازد و ظرفیت کشور را برای ایفای نقش در شبکه‌های ترانزیتی و انرژی اوراسیا تقویت می‌کند. همزمان، استفاده از مکانیسم‌های مالی سازمان مانند تسویه با ارزهای ملی و مشارکت در بانک توسعه شانگهای، فرصتی برای کاهش فشار تحریم‌ها و تنوع‌بخشی به مسیرهای تجاری فراهم می‌آورد.

در مجموع، عضویت ایران در سازمان همکاری شانگهای می‌تواند فرصتی برای اثرپذیری فعال باشد؛ به این معنا که ایران گرچه تحت فشارهای ساختاری و محدودیت‌های تحریم‌ها قرار دارد، اما منفعل باقی نمی‌ماند و با کنشگری فعال در پروژه‌های اقتصادی، امنیتی، فناوریانه و هنجاری می‌تواند جایگاه خود را به عنوان یک بازیگر مؤثر در نظم نوین بین‌المللی تثبیت کند. شانگهای برای ایران نه فقط یک سازمان منطقه‌ای، بلکه سکویی برای تبدیل شدن به بخشی از معماری نظم جهانی چندکانونی است.

مزایا و معایب موتورسیکلت‌های برقی در ایران

چرا از موتورسیکلت‌های برقی استقبال نمی‌شود؟

است که کارگروهی متشکل از نماینده تولیدکنندگان و سایر ارگان‌ها و سازمان‌های ذی‌ربط تشکیل شود تا نسبت به بررسی ابعاد، توان و نوع باتری موتورسیکلت‌ها که با یکدیگر مشابه باشند، تصمیم‌گیری کنند. «ضیاء مقدم» در پایان با اشاره به اینکه توان تولید باتری موتورسیکلت برقی در کشورمان وجود دارد، افزود: در حال حاضر، باتری‌های نوع لید اسید در داخل کشور تولید می‌شوند، اما به‌طور کلی هنوز زیرساخت لازم برای استفاده گسترده از موتورسیکلت‌های برقی فراهم نشده است. با این وجود، متسکلی در زمینه تولید باتری برای موتورسیکلت‌های برقی وجود ندارد و به‌جز باتری‌های لیتیومی - که فناوری آنها دالماً در حال تغییر است - توان داخلی برای تولید سایر انواع باتری‌ها وجود دارد. در مجموع، تحقق گسترش موتورسیکلت‌های برقی، نیازمند حمایت‌های جدی دولت است؛ وگرنه در غیر این صورت، بدون اجرای طرح‌های مربوط به توزیع باتری و تعیین تکلیف مالکیت دولتی باتری‌ها، نمی‌توان انتظار استقبال گسترده از این وسایل نقلیه را در سطح جامعه داشت.

نوبت دوم

«آب امانت فرزندان ماست، امانتدار باشیم»

فراخوان برگزاری مناقصه عمومی

وزارت نیرو
شرکت مهندسی آب و فاضلاب کشور
(مادر تخصصی)

شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان غربی

شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان غربی در نظر دارد مناقصه عمومی یک مرحله ای مطابق جدول ذیل را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید. کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت و تحویل اسناد تا سایر مراحل مناقصه از طریق سامانه (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد. تاریخ انتشار فراخوان در سامانه تاریخ ۱۴۰۴/۰۷/۲۴ می باشد.

موضوع مناقصه شماره فراخوان سامانه ستاد	مبلغ برآورد (میلیون ریال)	تضمین شرکت در مناقصه (میلیون ریال)	صلاحیت های مورد نیاز	محل تامین اعتبار	مهلت دریافت مهلت عودت تاریخ بازگشایی
(عمومی با ارزیابی کیفی) احداث باقیمانده خط انتقال فاضلاب سایز ۱۲۰۰ شهر ارومیه - شماره: ۲۰۴۰۰۵۳۹۰۰۰۰۹۳	۷۴۳,۷۹۲	۳۱,۹۷۶	رشته آب پایه ۵ و بالاتر از سازمان مدیریت و برنامه ریزی	عمرانی و سایر منابع (ماده (۱۱) و سایر ابزارهای تامین منابع مالی و اوراق مرابحه	۱۴۰۴/۰۷/۲۹ ساعت ۰۹:۰۰ ۱۴۰۴/۰۸/۱۳ ساعت ۰۹:۰۰ ۱۴۰۴/۰۸/۱۴ ساعت ۱۰:۰۰
(عمومی با ارزیابی ساده) حفاری و نصب اتشعابات آب و فاضلاب منطقه ۳ شهر ارومیه - شماره ۲۰۴۰۰۵۳۹۰۰۰۰۰۹۵	۷۶,۳۸۹	۳,۷۱۷	رشته آب پایه ۵ و بالاتر از سازمان مدیریت و برنامه ریزی	جاری	۱۴۰۴/۰۸/۰۱ ساعت ۱۲:۰۰ ۱۴۰۴/۰۸/۱۱ ساعت ۱۲:۰۰ ۱۴۰۴/۰۸/۱۲ ساعت ۱۰:۰۰
(عمومی با ارزیابی ساده) احداث اتاقک های دیزل ژنراتور چاه های یک و دو روستای پسیان و ایستگاه پمپاژ میانی ارزین ارومیه - شماره: ۲۰۴۰۰۵۳۹۰۰۰۰۰۹۴	۶۲,۳۴۷	۳,۱۱۳	رشته ابنیه پایه ۵ و بالاتر از سازمان مدیریت و برنامه ریزی	عمرانی و سایر منابع	۱۴۰۴/۰۸/۰۱ ساعت ۱۲:۰۰ ۱۴۰۴/۰۸/۱۲ ساعت ۱۲:۰۰ ۱۴۰۴/۰۸/۱۳ ساعت ۰۹:۳۰

توجه: لازم بذکر است پاکات ارزیابی کیفی و مناقصه حاوی پاکات الف و ب و ج در مواعد مقرر در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت درج گردیده و پاکت الف (تضمین شرکت در مناقصه) علاوه بر بارگذاری در سامانه مزبور قبل از بازگشایی پاکات بصورت فیزیکی تحویل دبیرخانه گردد. در صورت عدم تحویل پاکات مربوطه بازگشایی نخواهد شد.
آدرس تحویل پاکات: ارومیه - چهارراه مخابرات شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان غربی شماره تماس: ۰۴۴۳۳۴۵۰۰۱
مدت اعتبار پیشنهادات شش ماه می باشد.
هزینه چاپ آگهی به عهده برنده مناقصه می باشد.

تاریخ نشر آگهی نوبت اول: ۱۴۰۴/۰۷/۲۶ تاریخ نشر آگهی نوبت دوم: ۱۴۰۴/۰۷/۲۸

شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان غربی

اخبار

در نخستین همایش سالانه اکوبیمه مطرح شد

تاب‌آوری اقتصاد ملی با بیمه مقاوم

نخستین همایش سالانه اکوبیمه با شعار «روایتی نو از نقش بیمه در اقتصاد» روز یکشنبه در مرکز همایش‌های بین‌المللی برج میلاد آغاز به کار کرد؛ این رویداد با حضور جمعی از مدیران صنعت بیمه، کارشناسان اقتصادی، استادان دانشگاه، فعالان فناوری و نمایندگان نهادهای مالی برگزار شد تا زمینه‌ای تازه برای گفت‌وگو، هم‌افزایی و بازاندیشی در نقش بیمه در اقتصاد ملی و منطقه‌ای فراهم شود. در روز نخست این همایش، محورهایی چون نوآوری، تاب‌آوری اقتصادی، فناوری‌های نوین و نقش بیمه در خلق ارزش مورد بحث و تبادل نظر قرار گرفت. رئیس کل بیمه مرکزی در این همایش از جهش بزرگ صنعت بیمه کشور، خبر داد و با بیان اینکه حجم تعهدات شرکت‌های بیمه در ایران هفت تا هشت برابر کل نقدینگی کشور است، گفت: این موضوع، نشان‌دهنده این است که صنعت بیمه ظرفیت عظیمی برای رشد اقتصادی و تأمین مالی دارد؛ برای استفاده از این ظرفیت باید از تخصص‌های اقتصادی، فناوریانه و جامعه‌شناختی بهره گرفت تا بیمه در برابر تورم و بحران‌های اقتصادی مقاوم‌تر شود. به گفته «پرویز خسروشاهی»، بیمه مرکزی و شورای‌عالی بیمه به‌عنوان نهادهای رگولاتور و ناظر صنعت بیمه در ایران فعالیت می‌کنند؛ شورای عالی بیمه مقررات را تدوین می‌کند و بیمه مرکزی وظیفه نظارت بر اجرای آن را برعهده دارد. در حال حاضر ۴۲ شرکت بیمه در کشور فعال هستند که ۴۱ شرکت خصوصی و یک شرکت دولتی‌اند. این شرکت‌ها با ۱۶۷ شعبه و بیش از ۲۵ هزار شاغل در سراسر کشور فعالیت می‌کنند. همچنین حدود ۱۰۳ هزار نماینده و بیش از ۱۵۵۰ کارگر بیمه در شبکه فروش فعالیت دارند. انطور که رئیس کل بیمه مرکزی در این همایش توضیح داد، بیمه‌گران ایرانی در سال گذشته بیش از ۴۴۰ هزار میلیارد تومان حق بیمه تولید کرده‌اند که ۷۷ درصد آن مربوط به شرکت‌های خصوصی و ۲۳ درصد متعلق به شرکت بیمه دولتی است. ۳۰ میلیون وسیله نقلیه تحت پوشش بیمه شخص ثالث و ۳۱ میلیون نفر تحت پوشش بیمه درمان تکمیلی هستند. سهم بیمه درمان در سال‌های اخیر به‌دلیل رشد نرخ و افزایش هزینه‌های پزشکی رشد چشمگیری داشته و حتی از بیمه شخص ثالث پیشی گرفته است. او سپس به شاخص ضریب نفوذ بیمه، اشاره کرد و با تأکید بر ظرفیت‌های توسعه‌نیافته صنعت بیمه، گفت: ضریب نفوذ بیمه در ایران حدود ۲ درصد است که اگرچه نسبت به گذشته رشد کرده، اما هنوز با استانداردهای جهانی فاصله دارد. این در حالی است که در کشورهایی مشابه ایران، مانند ترکیه و امارات، این شاخص بالاتر است. ۹۴ درصد از اقتصاد مسکونی کشور فاقد بیمه آتش‌سوزی هستند، در حالی که این پوشش شامل زلزله و سرقت نیز می‌شود. همچنین حدود ۸۰ درصد خودروها بیمه بدنه ندارند و در حوزه درمان هم ۳۰ درصد جمعیت کشور فاقد بیمه تکمیلی‌اند.
ایسن آمارها نشان می‌دهد صنعت بیمه چه ظرفیت عظیمی برای رشد در اقتصاد ایران دارد. «خسروشاهی» در بخش دیگری از سخنانش، تعهدات شرکت‌های بیمه در پایان سال ۱۴۰۳ را ۴۸۰ میلیارد پیورو اعلام کرد و گفت: تعهدات شرکت‌های بیمه در پایان سال ۱۴۰۳ معادل ۴۸۰ میلیارد پیورو برآورد می‌شود که هفت تا هشت برابر کل نقدینگی کشور است. این رقم به‌روشنی نشان می‌دهد صنعت بیمه تا چه اندازه می‌تواند در تأمین مالی اقتصاد نقش آفرینی کند.

ادامه در صفحه ۴

اصلاح نظام باننشستگی و تقویت الگوهای پس‌انداز در ایران ضروری است

فرصت و تهدید پنجره جمعیتی

سیاست بهداشتی مناسب در جهت بهبود سطح مرگ و میر، تقویت پس‌انداز و انباشت ثروت در چرخه عمر و سرمایه‌گذاری در سرمایه انسانی نسل جوان و زنان، تأکید کرده و به این نکته اشاره کرده است که از سال ۱۳۹۰ تا ۱۴۲۰، گروه‌های سنی میانسال، بیشترین رشد جمعیتی را دارند، اما از سال ۱۴۲۵، رشد جمعیت سالمند غالب می‌شود. با توجه به اینکه در دوره میانسالی، درآمد افراد معمولاً به بالاترین سطح خود می‌رسد، تقویت پس‌انداز در این دوره از یکسو به رفاه سالمندان در آینده کمک می‌کند و از سوی دیگر به افزایش سرمایه‌گذاری در سال‌های آتی و رشد اقتصادی کشور منجر می‌شود.

تحول ساختار سنی جمعیت ایران

ساختار سنی جمعیت کشور در حال تغییر است. کودکانی که در دهه‌های ۱۳۵۰ و ۱۳۶۰ به دنیا آمدند، اکنون وارد میانسالی شده‌اند و به زودی به سالمندی می‌رسند. پیش‌بینی می‌شود از سال ۱۴۴۵، نرخ رشد جمعیت ایران منفی شود. در چند دهه گذشته، ایران دگرگونی‌های عمیقی در ساختار سنی خود تجربه کرده است. این تحولات عمدتاً حاصل کاهش سریع نرخ باروری از اوایل دهه ۱۳۷۰، افزایش امید به زندگی و حرکت نسل‌های پرجمعیت زاد و ولد دهه ۱۳۶۰ به سمت میانسالی و سالمندی است. این روند، ساختار سنی کشور را به سوی سالخوردگی جمعیت سوق می‌دهد و پویایی‌های تازه‌ای در رفتار اقتصادی گروه‌های سنی مختلف ایجاد می‌کند. تغییرات جمعیتی گروه‌های سنی و نرخ رشد آن در فرآیند گذار سنی در چهار مرحله رخ می‌دهد که گذار سنی در ایران را نیز توضیح می‌دهد؛ مرحله اول یا برپاری کودکی، با رشد جمعیت کودکان، به ویژه در سنین زیر ۱۵ سال رخ می‌دهد. در ایران پس از کاهش مرگ و میر کودکان در سال‌های ۱۳۵۵ تا ۱۳۶۵، جمعیت خردسال «۹-۰» سال افزایش یافت. مرحله دوم یا مرحله جوانی، ۱۵ تا ۲۰ سال دیرتر از مرحله اول شروع می‌شود. این مرحله در ایران در سال‌های ۱۳۷۵ تا ۱۳۸۵ رخ داد که مصادف با اوج نرخ رشد مثبت جمعیت ۲۹-۲۰ سال بود. مرحله سوم یا مرحله میانسالی، از ۲۰ تا ۳۰ سال پس از مرحله جوانی آغاز می‌شود. در دهه کنونی، کشور شاهد رشد سریع گروه سنی ۴۰ تا ۶۵ سال است. مرحله چهارم یا مرحله سالمندی، پس از کاهش میزان باروری به سطوح پایین‌تر از حد جانشینی شروع می‌شود و هنگامی آغاز می‌شود که نسل‌های خیزداد و ولد به سنین بازنشستگی برسند. از منظر چرخه عمر، ساختار سنی جمعیت می‌تواند تأثیر مهمی بر وضعیت اقتصادی کشور داشته باشد. از این منظر، فرض بر آن است که درآمد افراد در آغاز (دوران کودکی) و پایان زندگی (سالمندی) کم است و آنها در این دوره‌ها به خانواده یا دولت وابسته‌اند. در مقابل، افراد در سنین میانسالی و اشتغال درآمد بیشتری دارند و برای دوران سالمندی پس‌انداز می‌کنند.

پنجره طلایی جمعیت بسته می‌شود

در ایران، سود اول جمعیتی یعنی بهره‌برداری از افزایش نیروی کار جوان از سال ۱۳۶۷ شروع شد و احتمالاً تا حدود سال ۱۴۰۶ به پایان می‌رسد. به این دوره اگرچه باعث رشد حدود ۲ درصدی اقتصاد شده، اما دوره‌ای

فرصت امروز؛ در بحث گذارهای جمعیتی، «سود جمعیتی» به رشدی در اقتصاد اشاره دارد که ناشی از تغییر در ساختار سنی جمعیت یک کشور است. این سود در دو مرحله رخ می‌دهد؛ سود جمعیتی اول، ناشی از افزایش جمعیت در سن کار و سود جمعیتی دوم، ناشی از سرمایه‌گذاری پس‌اندازهای انباشت شده در دوره پیشین است. در ایران، پنجره سود جمعیتی اول در حال بسته شدن است و بهره‌برداری از سود جمعیتی دوم و فائق آمدن بر چالش‌های سالخوردگی جمعیت، مستلزم اصلاح نظام باننشستگی و تقویت الگوهای پس‌انداز، سپرده‌گذاری شخصی و سرمایه‌گذاری است. وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی در گزارش «پاسخ به گذار جمعیتی در ایران: لزوم تقویت الگوهای پس‌انداز، سپرده‌گذاری و سرمایه‌گذاری» نسبت به پایان «سود جمعیتی» در اقتصاد ایران، هشدار می‌دهد و می‌گوید: از سال ۱۴۰۶، سهم نیروی کار کاهش‌ی می‌شود و اگر از همین امروز چاره‌ای اندیشیده نشود، کشور با بحران‌های جدی اقتصادی و اجتماعی روبرو خواهد شد. تغییرات سنی می‌توانند به شکل‌گیری دو دوره «سود جمعیتی» منجر شوند. در دوره اول، نیروی کار افزایش یافته و از فشار اقتصادی بر خانواده‌ها کاسته می‌شود. در دوره دوم، سالمندان با پس‌انداز، سرمایه‌گذاری و مصرف منابع ناشی از دوره اشتغال، به رشد اقتصادی کمک می‌کنند. در کشورمان فرصت‌های حاصل از سود جمعیتی اول در حال پایان یافتن است که این موضوع بسیار حائز اهمیت است. ایران تنها چند سال فرصت دارد تا خود را برای یکی از بزرگ‌ترین چالش‌های آینده نزدیک خود، یعنی سالخوردگی جمعیت» آماده کند. سوال اینجاست که با بسته شدن پنجره طلایی نیروی کار جوان چگونه می‌خواهیم از ورشکستگی صندوق‌های باننشستگی جلوگیری کنیم و موتور رشد اقتصادی را روشن نگه داریم؟ پاسخ این پرسش به الگوگیری از تجارب جهانی و سرمایه‌گذاری روی دو عنصر کلیدی «پس‌انداز» و «نسل جوان» برمی‌گردد.

تجربیات جهانی به ما چه می‌گویند؟

آلمان و دیگر کشورهای اروپایی با گسترش بیمه‌های خصوصی باننشستگی، تقویت سازوکارهای پس‌انداز خانوار و جذب مهاجران، برای جبران کمبود نیروی کار، تجربیات موفقی را رقم زدند. کره‌جنوبی با اجرای سیاست‌های پس‌انداز اجباری، سرمایه‌گذاری در آموزش و مهارت‌آموزی جوانان و زنان و توسعه فناوری‌محور برای افزایش بهره‌وری، به تقویت پایه‌های اقتصادی خود پرداخت. در ایالات متحده، تنوع‌بخشی به منابع صندوق‌های باننشستگی از طریق سرمایه‌گذاری در سهام، اوراق و املاک، به همراه تشویق سالمندان به مصرف و سرمایه‌گذاری هدفمند، ابزارهای کلیدی پایداری نظام حمایتی بوده است. چین با ایجاد صندوق‌های پس‌انداز باننشستگی فردی، گسترش بیمه‌های اجتماعی و تمرکز بر سلامت سالمندان، سعی کرده آینده مالی و رفاهی جمعیت خود را تضمین کند. با توجه به این تجارب جهانی، ایران ناگزیر است برای عبور از مرحله حساس گذار جمعیتی، به پیشگیری از بحران‌های اقتصادی و اجتماعی، از این درس‌آموخته‌ها بهره گیرد.

این گزارش برای مواجهه با چالش‌های ناشی از گذار جمعیتی در ایران، به مواردی همچون اصلاحات در نظام باننشستگی و تأمین اجتماعی، اتخاذ

پول از صندوق‌های درآمد ثابت خارج شد

پیشروی بورس در کانال ۳ میلیونی

یابصل می‌کنند. حتی در فاصله ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۰ در بورس استانبول هم چنین قاعده‌ای اجرا می‌شد. هدف از طراحی سازوکار حجم مینا، جلوگیری از تغییر قیمت براساس معاملات کم‌حجم و دستکاری بازار بوده است.» به گفته «عبده تبریزی»، «در اوایل دهه ۸۰ امکانات فنی بورس تهران بسیار محدود بود و سازوکارهایی چون پیش‌گشایش و نظایر آن وجود نداشت. در آن زمان آخرین معامله هر روز مرجع قیمت روز بعد محسوب می‌شد در نتیجه یک معامله کوچک در دقایق آخر می‌توانست همه‌چیز را تغییر دهد. حجم مینا، نوعی فیلتر حجمی برای جلوگیری از مارک در قیمت پایانی به شمار می‌آمد، به‌ویژه در نمادهای کم‌عمق که آسیب بیشتری داشتند.» او با اشاره به دوره و زمانه طراحی و اجرای حجم مینا، افزود: «در سال ۸۲ بازار رشد چشمگیری داشت؛ شاخص بیش از ۱۰ برابر شد و خوش‌بینی زیادی نسبت به آینده اقتصاد ایران وجود داشت، در نتیجه اجرای قاعده حجم مینا ضروری بود، اما امروزه با توجه به شرایط متفاوت بازار، اصلاح حجم مینا لازم است.»

آگهی فقدان سند مالکیت

نظر باینکه آقای علی عسگر باقری کاکش بموجب وکالتنامه شماره ۲۳۵۷۰- ۱۴/۹/۵۱ بوکالت از خانم سیده باقری با رانه ۲ برگ استشهداح محلی گواهی شده اعلام نموده اند سند دفترچه ای به شماره چاپی ۰۰۲۴۵۰۲ -الف ۸۸ الف ۱۴۰۲ و شماره دفتر استشدانگ پلاک ۲۲۱۱۳۵۰۲۰۴۵۴۸-ج ۴۴۳ فرعی از ۴ اصلی که در صفحه ۴۰۱ دفتر ۲۸ ناحیه دو ذیل شماره ۷۷۰۳ ثبت گردیده و بموجب سند انتقال ۴۱۶۵۴- ۱۳۹۲/۹/۲۸ دفتر خانه ۵ شهر کرد بنام سیده باقری انتقال گردیده در اثر سهل انگاری مفقود گردیده و تقاضای صدور سند المثنی نموده اند لذا مطابق ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت مراتب آگهی می شود که هرکس مدعی انجام معامله (غیر از آنچه در این آگهی ذکر شده) نسبت به آن یا وجود سند مالکیت مزبور نزد خود باشد از تاریخ انتشار این آگهی تا ده روز به این اداره مراجعه و اعتراض خود را کتبا ضمن ارائه اصل سند مالکیت و سند معامله تسلیم نماید تا مراتب صورتجلس و اصل سند به ارائه کننده مسترد گردد اگر ظرف مهلت مقرر اعتراض نرسد یا در صورت اعتراض اصل سند ارائه نشود سند المثنی صادر و به متقاضیان تسلیم خواهد شد . محمد علی محمدی رئیس اداره ثبت اسناد و املاک منطقه دو شهرستان شهرکرد

آگهی فقدان سند مالکیت

نظر باینکه آقای سیداحمد واحدی با رانه ۲ برگ استشهداح محلی گواهی شده اعلام نموده اند سند تک برگی به شماره چاپی۹۲۸۴۹۹۲۰۲ الف ۱۴۰۲ و شماره دفتر الکترونیک ۰۰۴۵۴۷-ج ۴۴۳۲۰۳۱۴۴۹۲۰۲-الف ۱۰۴۳۲ فرعی از ۲۲۱ اصلی مربوط به دو دانگ مشاع ششدانگ پلاک ۸۷۷۶ فرعی از ۲۲۱ اصلی که در اثر سهل انگاری مفقود گردیده و تقاضای صدور سند المثنی نموده اند لذا مطابق ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت مراتب آگهی می شود که هرکس مدعی انجام معامله (غیر از آنچه در این آگهی ذکر شده) نسبت به آن یا وجود سند مالکیت مزبور نزد خود باشد از تاریخ انتشار این آگهی تا ده روز به این اداره مراجعه و اعتراض خود را کتبا ضمن ارائه اصل سند مالکیت و سند معامله تسلیم نماید تا مراتب صورت‌متجلس و اصل سند به ارائه کننده مسترد گردد اگر ظرف مهلت مقرر اعتراض نرسد یا در صورت اعتراض اصل سند ارائه نشود سند المثنی صادر و به متقاضیان تسلیم خواهد شد . محمد علی محمدی رئیس اداره ثبت اسناد و املاک منطقه دو شهرستان شهرکرد

آگهی فقدان سند مالکیت

نظر باینکه آقای سید حاتم کنعانی هفشجانی با رانه ۲ برگ استشهداح محلی گواهی شده اعلام نموده اند سند تک برگی به شماره چاپی ۶۶۶۱۹۹-الف ۹۱ مربوط به ششدانگ پلاک ۴۵۷۲ فرعی از ۲۲۱ اصلی که در صفحه ۲۵۳ دفتر ۲۹ هفشجان ذیل شماره ۸۲۷۷ بنامش ثبت گردیده و بموجب سند رهنی ۱۰-۶-۲۱/۱۳۵۰ دفترخانه ۶۹ شرکت‌کرد در رهن بانک ملت قرار گرفته در اثر سهل انگاری مفقود گردیده و تقاضای صدور سند المثنی نموده اند لذا مطابق ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت مراتب آگهی می شود که هرکس مدعی انجام معامله (غیر از آنچه در این آگهی ذکر شده) نسبت به آن یا وجود سند مالکیت مزبور نزد خود باشد از تاریخ انتشار این آگهی تا ده روز به این اداره مراجعه و اعتراض خود را کتبا ضمن ارائه اصل سند مالکیت و سند معامله تسلیم نماید تا مراتب صورت‌متجلس و اصل سند به ارائه کننده مسترد گردد اگر ظرف مهلت مقرر اعتراض نرسد یا در صورت اعتراض اصل سند ارائه نشود سند المثنی صادر و به متقاضیان تسلیم خواهد شد . محمد علی محمدی رئیس اداره ثبت اسناد و املاک منطقه دو شهرستان شهرکرد

آگهی فقدان سند مالکیت

نظر باینکه آقای علیرضا بهرامی طاقانکی بموجب وکالتنامه شماره ۱۴۶۸۸- ۱۳۹۷/۲/۳۱ بوکالت از آقای بابک کوهی با رانه ۲ برگ استشهداح محلی گواهی شده اعلام نموده اند سند تک برگی به شماره چاپی ۴۳۸۰۷۹-ج ۹۱ مربوط به ششدانگ پلاک ۳۱۶۲ فرعی از ۱۳۱۸ اصلی در صفحه ۱۶۹ دفتر ۷۲ ناحیه دو ذیل شماره ۱۳۰۳۱ بنام بابک کوهی ثبت گردیده و بموجب سند رهنی ۲۵۴- ۱۳۹۶/۲/۲۵ دفتر خانه ۳ شهر کرد در رهن بانک مسکن قرار گرفته در اثر سهل انگاری مفقود گردیده و تقاضای صدور سند المثنی نموده اند لذا مطابق ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت مراتب آگهی می شود که هرکس مدعی انجام معامله (غیر از آنچه در این آگهی ذکر شده) نسبت به آن یا وجود سند مالکیت مزبور نزد خود باشد از تاریخ انتشار این آگهی تا ده روز به این اداره مراجعه و اعتراض خود را کتبا ضمن ارائه اصل سند مالکیت و سند معامله تسلیم نماید تا مراتب صورت‌متجلس و اصل سند به ارائه کننده مسترد گردد اگر ظرف مهلت مقرر اعتراض نرسد یا در صورت اعتراض اصل سند ارائه نشود سند المثنی صادر و به متقاضیان تسلیم خواهد شد . محمد علی محمدی رئیس اداره ثبت اسناد و املاک منطقه دو شهرستان شهرکرد

آگهی فقدان سند مالکیت

نظر باینکه آقای هادی بهرامی با رانه ۲ برگ استشهداح محلی گواهی شده اعلام نموده اند سند تک برگی به شماره چاپی۲۱۳۵۹۷ -ج ۹۳د-۱۴۰۲ و شماره دفتر الکترونیک ۰۰۴۵۴۷-ج ۴۴۳۲۰۳۱۴۴۹۲۰۲-الف ۱۰۴۳۲ فرعی از ۲۳۶ اصلی مربوط به سه دانگ مشاع از ششدانگ پلاک ۱۶۰۳ فرعی از ۲۳۶ اصلی که در صفحه ۱۸۴ دفتر ۵۷ هفشجان ذیل شماره ۱۱۱۱۱ بنامش ثبت گردیده در اثر سهل انگاری مفقود گردیده و تقاضای صدور سند المثنی نموده اند لذا مطابق ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت مراتب آگهی می شود که هرکس مدعی انجام معامله (غیر از آنچه در این آگهی ذکر شده) نسبت به آن یا وجود سند مالکیت مزبور نزد خود باشد از تاریخ انتشار این آگهی تا ده روز به این اداره مراجعه و اعتراض خود را کتبا ضمن ارائه اصل سند مالکیت و سند معامله تسلیم نماید تا مراتب صورت‌متجلس و اصل سند به ارائه کننده مسترد گردد اگر ظرف مهلت مقرر اعتراض نرسد یا در صورت اعتراض اصل سند ارائه نشود سند المثنی صادر و به متقاضیان تسلیم خواهد شد . محمد علی محمدی رئیس اداره ثبت اسناد و املاک منطقه دو شهرستان شهرکرد

آگهی فقدان سند مالکیت

نظر باینکه آقای مهدی بهرامی طاقانکی با رانه ۲ برگ استشهداح محلی گواهی شده اعلام نموده اند سند تک برگی به شماره چاپی ۳۱۳۷۴۳-د ۹۳ مربوط به سه دانگ مشاع از ششدانگ پلاک ۱۶۰۳ فرعی از ۲۳۶ اصلی که در صفحه ۵۷ دفتر ۵۷ هفشجان ذیل شماره ۱۱۱۱۰ بنامش ثبت گردیده در اثر سهل انگاری مفقود گردیده و تقاضای صدور سند المثنی نموده اند لذا مطابق ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت مراتب آگهی می شود که هرکس مدعی انجام معامله (غیر از آنچه در این آگهی ذکر شده) نسبت به آن یا وجود سند مالکیت مزبور نزد خود باشد از تاریخ انتشار این آگهی تا ده روز به این اداره مراجعه و اعتراض خود را کتبا ضمن ارائه اصل سند مالکیت و سند معامله تسلیم نماید تا مراتب صورت‌متجلس و اصل سند به ارائه کننده مسترد گردد اگر ظرف مهلت مقرر اعتراض نرسد یا در صورت اعتراض اصل سند ارائه نشود سند المثنی صادر و به متقاضیان تسلیم خواهد شد . محمد علی محمدی رئیس اداره ثبت اسناد و املاک منطقه دو شهرستان شهرکرد

آگهی فقدان سند مالکیت

نظر باینکه آقای سید حسین واحدی با رانه ۲ برگ استشهداح محلی گواهی شده اعلام نموده اند سند تک برگی به شماره چاپی ۹۲۴۸۵۰-ج ۹۳ مربوط به دو دانگ مشاع از ششدانگ پلاک ۸۷۷۶ فرعی از ۲۲۱ اصلی در اثر سهل انگاری مفقود گردیده و تقاضای صدور سند المثنی نموده اند لذا مطابق ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت مراتب آگهی می شود که هرکس مدعی انجام معامله (غیر از آنچه در این آگهی ذکر شده) نسبت به آن یا وجود سند مالکیت مزبور نزد خود باشد از تاریخ انتشار این آگهی تا ده روز به این اداره مراجعه و اعتراض خود را کتبا ضمن ارائه اصل سند مالکیت و سند معامله تسلیم نماید تا مراتب صورت‌متجلس و اصل سند به ارائه کننده مسترد گردد اگر ظرف مهلت مقرر اعتراض نرسد یا در صورت اعتراض اصل سند ارائه نشود سند المثنی صادر و به متقاضیان تسلیم خواهد شد . محمد علی محمدی رئیس اداره ثبت اسناد و املاک منطقه دو شهرستان شهرکرد

آگهی فقدان سند مالکیت

نظر باینکه خانم لاله غلامی نژاد با رانه ۲ برگ استشهداح محلی گواهی شده اعلام نموده اند سند دفترچه ای به شماره چاپی۴۸۰۲۸۱ مربوط به پانزده هزار و ششصد و بیست و پنج دو میلیون و پانصد و پنج هزار و پانصد و هشتاد و ششم حبه مشاع از ۷۲ ششدانگ پلاک ۳۴۴ فرعی از ۴ اصلی که در صفحه ۲۴۲ دفتر ۲۹۹ املاک ذیل شماره ۵۷۰۶ بنامش ثبت گردیده در اثر سهل انگاری مفقود گردیده و تقاضای صدور سند المثنی نموده اند لذا مطابق ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت مراتب آگهی می شود که هرکس مدعی انجام معامله (غیر از آنچه در این آگهی ذکر شده) نسبت به آن یا وجود سند مالکیت مزبور نزد خود باشد از تاریخ انتشار این آگهی تا ده روز به این اداره مراجعه و اعتراض خود را کتبا ضمن ارائه اصل سند مالکیت و سند معامله تسلیم نماید تا مراتب صورت‌متجلس و اصل سند به ارائه کننده مسترد گردد اگر ظرف مهلت مقرر اعتراض نرسد یا در صورت اعتراض اصل سند ارائه نشود سند المثنی صادر و به متقاضیان تسلیم خواهد شد . محمد علی محمدی رئیس اداره ثبت اسناد و املاک منطقه دو شهرستان شهرکرد

رئیس آژانس بین‌المللی انرژی:

برق آبی را دریابید

از تولید انرژی برق‌آبی را در تامین برق دارند اما در سراسر جهان، این منبع انرژی در پس‌زمینه باقی مانده و با افزایش ظرفیت نصب و تولید برق خورشیدی و بادی، از بین رفته است. «بیروِل» نوشت: آب اغلب در بحث‌های سیاست جهانی انرژی، یک موضوع فرعی است. همانطور که گفتم، یک غول فراموش شده است. اکنون، در حالی که تصمیم‌گیرندگان در سراسر جهان در حال بررسی چگونگی مواجهه با رشد شدید مصرف برق هستند، معتمد زمان آن رسیده است که به انرژی برق‌آبی توجه لازم را داشته باشیم. با توجه

در نخستین همایش سالانه اکوبیمه مطرح شد

تاب‌آوری اقتصاد ملی با بیمه مقاوم

بررسی تأثیر شرایط اقتصادی کلان و تحولات جهانی بر صنعت بیمه ایران پرداخت و گفت: اگر نظام بانکی را به‌عنوان گردش خون اقتصاد بدانیم، بیمه حکم سیستم ایمنی را دارد؛ بدون آن، اقتصاد در برابر شوک‌های مختلف آسیب‌پذیر خواهد بود. بازار بدهی عمیق و بیمه‌های قابل اعتماد امکان حفاظت خانوارها در برابر رکود، تورم و تغییرات تکنولوژیک را فراهم می‌کنند و سرمایه‌گذاری‌های بلندمدت زیرساختی را تقویت می‌کنند. به گفته «حمودزاده»، ضعف بازار بدهی و محدودیت ابزارهای بلندمدت، منابع جمع‌آوری‌شده توسط شرکت‌های بیمه را برای سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها محدود می‌کند و در نتیجه اقتصاد و صنعت بیمه با کاهش تاب‌آوری ساختاری مواجه می‌شوند. نظام بیمه‌ای ناکارآمد موجب بازتولید نااطمینانی و ایجاد چرخه‌ای نامطلوب می‌شود که کسری بودجه و فشار اقتصادی را افزایش می‌دهد.

او روند نزولی درآمد سرانه در ایران را یکی دیگر از چالش‌های

جهانی را در سال ۲۰۲۴ تشکیل داده است. مدیر اجرایی آژانس بین‌المللی انرژی، گفت که این سهم از انرژی برق‌آبی، مشابه تمام انرژی تولید شده در سراسر جهان توسط انرژی خورشیدی و بادی به طور ترکیبی و ۵۰ درصد بیشتر از میزان تولید شده از نیروگاه‌های هسته‌ای است. به گفته «فاتح بیروِل»، از میان تمام منابع انرژی، انرژی برق‌آبی، سومین منبع بزرگ تولید برق در سراسر جهان پس از زغال‌سنگ و گاز طبیعی است.

برخی از کشورها، از جمله برزیل و نروژ، سهم بزرگی

خالص محسوب می‌شود، این رقم در ایران تنها ۱۲ درصد است. با توسعه بیمه‌های زندگی می‌توان نقش بیمه را در تامین مالی اقتصاد تقویت کرد.

او یکی از چالش‌های مهم را «تورم اجتماعی» دانست و توضیح داد: در شرایط خاص اجتماعی و سیاسی، گاه شرکت‌های بیمه مجبور به پرداخت خسارت‌هایی می‌شوند که در قرارداد پوشش داده نشده است. این مسئله نیازمند تحلیل جامعه‌شناختی و اصلاح فرهنگ بیمه‌ای است. استفاده از فناوری‌های نو برای کاهش زمان ارزیابی خسارت، طراحی مدل‌های قیمت‌گذاری پویا و شناسایی ریسک‌های نوظهور، ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است. همایش‌هایی مانند اکوبیمه فرصت مناسبی است تا متخصصان حوزه‌های مختلف در کنار صنعت بیمه برای طراحی آینده‌ای پایدار همکاری کنند.

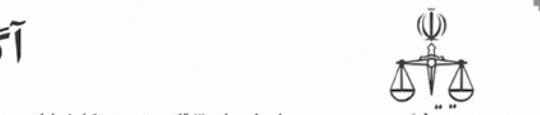
«آمینه محمودزاده»، عضو هیأت علمی دانشگاه صنعتی شریف نیز در سخنرانی خود در همایش سالانه اکوبیمه، به

مدیر اجرایی آژانس بین‌المللی انرژی (IEA)، در اظهاراتی گفت که دولت‌ها و سیاستگذاران باید در عصر تقاضای فزاینده برای برق، به انرژی برق‌آبی به عنوان منبع اصلی تولید برق اعطاف‌پذیر با انتشار کربن اندک، توجه بیشتری کنند. «فاتح بیروِل» در پستی در لیندکدین نوشت: «انرژی برق‌آبی همچنان غول فراموش‌شده برق است» و خواستار نقش بیشتر این منبع انرژی پاک «فراموش‌شده» در سیستم‌های برق جهانی شد.

نیروی برق آبی حدود یک درصد از کل تامین برق

ادامه از صفحه ۳

وی در ادامه به بررسی چالش‌های اقتصادی صنعت بیمه پرداخت و ادامه داد: متغیرهایی همچون رشد اقتصادی، تورم و نرخ ارز به‌طور مستقیم بر دارایی‌ها، ذخایر و سرمایه‌گذاری‌های شرکت‌های بیمه اثر می‌گذارد. حدود ۳۶ درصد دارایی بیمه‌ها را مطالبات تشکیل می‌دهد که رقم بالایی است و باید با تحلیل و سیاست‌گذاری دقیق کاهش یابد. همچنین ۳۸ درصد دارایی‌ها مربوط به سرمایه‌گذاری است که باید در برابر تورم مقاوم شود، درآمد، هزینه خسارت و حتی تقاضا برای خدمات بیمه‌ای همگی از تورم و رکود اقتصادی تأثیر می‌پذیرند. از این رو همکاری با اقتصاددانان و متخصصان حوزه فناوری برای طراحی مدل‌های مقاوم در برابر نوسانات اقتصادی ضروری است. رئیس‌کل بیمه مرکزی همچنین بر لزوم اصلاح ساختار بیمه‌های زندگی تأکید کرد و گفت: در حالی که در سطح جهانی حدود ۲۲ درصد از حق بیمه‌ها به عنوان پس‌انداز



در اجرای ماده ۳ قانون تعیین تکلیف اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی اسامی اشخاصی که بااستناد مدارک از طریق هیات حل اختلاف موضوع قانون مذکور مستقر در ثبت خخلخال تقاضای رسیدگی و ثبت و صدور سند مالکیت نسبت به مورد خریداری خود را نموده اند و مالکیت متصرفی و مفروض ایشان برابر آرای صادره از هیات مذکور تایید و به اداره ثبت اعلام گردیده که پس از اختصاصی پلاک ثبتی مراتب بشرح ذیل در دو نوبت جهت اطلاع آگهی می شود:

از بخش ۷ هروآباد خلخال

۱-شندلگ یکپایخانه و محوطه به پلاک ۴۲۲ از فرعی ۱-صلی مورد تقاضا و متصرفی آقای سید قربان سیدمحمدمهدی، سیدمختارسیدجلال وخانمها اخترسیم، سیده مرزودزها اقدس صبیحه ویکازه همگی هاشمی ؛ از مالکیت اولیهنورالدین هاشمی مساحت ۲۷۸۹،۹۲مترمربع واقع در اراضی هروآباد.

۲-شندلگ یکپایخانه و محوطه به پلاک ۲۵۸د فرعی از ۱۷-۵ اصلی مورد تقاضا و متصرفی آقای قباد اشرفی؛ از مالکیت اولیه ایرج نجف پورمساحت ۱۷۰،۵۷مترمربع واقع در اراضی هروآباد.

از بخش ۷ خاندیدیل خلخال

۱-شندلگ یکقطعه زمین محصور با اعیانی احداثی به پلاک۲۵۹۹فرعی از ۱۹-۹ مجراشده از اراضی مورد تقاضا و متصرفی آقای احمد دبیبی؛ از مالکیت اولیه پرویز حکیم زاده مساحت ، ۲۰ مترمربع واقع در اراضی اندیل.

۲-شندلگ سه قطعه زمین مزروعی آبی دبیبی به پلاکهای۱۰۶۱،۱۰۶۰و۱۰۵۹۱ فرعی از ۱۹۱۱ اصلی مورد تقاضا و متصرفی آقای بهزاد فاضلی علی آباد از مالکیت اولیه بداله فاضلی به مساحت۱۵۵۶۶۶۸،۲۵و۴۱۸۹،۵۷متر مربع واقع در اراضی علی آباد.

۵-شندلگ یکپاک خانه ومحوطه به پلاک ۱۰۶۲ فرعی از ۱۹۱۱ اصلی مورد تقاضا و متصرفی آقای شیرام هاشم زاده علی آباد از مالکیت اولیه شرغام یعقوبی به مساحت ۴۳۷،۸۸ متر مربع واقع در اراضی علی آباد.

۶-شندلگ یکقطعه زمین مزروعی آبی به پلاک ۱۴۴ فرعی از ۱۹۱۳ اصلی مورد تقاضا و متصرفی آقای رامین محمدی قره تکان؛ از مالکیت اولیه فرمان عزیزاده به مساحت ۳۱۹۰،۴۲ متر مربع واقع در اراضی انوابز.

۷-شندلگ یکپاک خانه ومحوطه به پلاک ۷۰فرعی از ۱۹۱۷ اصلی مورد تقاضا و متصرفی آقای حسن عزیزپور کل کبهد؛ از مالکیت اولیه سید جبارالیاسی به مساحت ۹۸۸،۷۶متر مربع واقع در اراضی گادول.

۸-شندلگ یکقطعه زمین مزروعی دبیبی به پلاک ۱۲۲ فرعی از ۱۹۲۲ اصلی مورد تقاضا و متصرفی آقای ساندعلی پارسائی آقبلاغ؛ از مالکیت اولیه زیرپارسائی به مساحت ۴۶۲،۴۶ متر مربع واقع در اراضی آقبلاغ.

۹-شندلگ یکقطعه زمین محصور با اعیانی احداثی به پلاک ۱۲۲ فرعی از ۱۹۲۲ اصلی مورد تقاضا و متصرفی آقای ساندعلی پارسائی آقبلاغ؛ از مالکیت اولیه زیرپارسائی به مساحت ۱۷۴۸،۹۲ متر مربع واقع در اراضی آقبلاغ.

۱۰-شندلگ یکپاک خانه ومحوطه به پلاک ۶۲۰ فرعی از ۱۹۲۵ اصلی مورد تقاضا و متصرفی آقای ولی اله همت پور؛ از مالکیت اولیه سید آلتش عزتی به مساحت ۲۶۳،۱۹متر مربع واقع در اراضی پوچ.

۱۱-شندلگ یکقطعه زمین محصور به پلاک ۱۱۸ فرعی از ۱۹۲۶ اصلی مورد تقاضا و متصرفی خانم مهین دخت یگانه مجره؛ از مالکیت اولیه فرهنگ عسگری به مساحت ۱۵۳۲،۴۳ متر مربع واقع در اراضی فولدرق.

۱۲-شندلگ یکقطعه باغچه به پلاک ۱۷۱ فرعی از ۱۹۲۸ اصلی مورد تقاضا و متصرفی آقای ارشد فرج پورترک؛ از مالکیت اولیه مراد فتحعلی پور به مساحت ۵۱۰،۶۶متر مربع واقع در اراضی ترک.

۱۴-شندلگ یکقطعه زمین محصور به پلاک ۱۷۳ فرعی از ۱۹۳۸ اصلی مورد تقاضا و متصرفی خانم سمیه دشتی فولدرق؛ از مالکیت اولیه لشکر عزیزاده به مساحت ۳۱۷،۱۴متر مربع واقع در اراضی ترک.

۱۵-شندلگ یکقطعه زمین مزروعی آبی به پلاک ۹۲۵ فرعی از ۱۹۴۴ اصلی-قسمتی از اراضی ۵۴فرعی مورد تقاضا و متصرفی آقای مطهر مرزویی؛ از مالکیت اولیه سید آذن اله وحسن اله موسوی به مساحت ۲۷۷۷،۲۵ متر مربع واقع در اراضی زاویه سادات.

۱۶-شندلگ شش قطعه زمین مزروعی و آبی دبیبی به پلاکهای۱۰۲۸،۱۰۴۹و۱۰۵۰و۱۰۵۱ فرعی از ۱۰۵۲و۱۰۵۳و۱۰۵۴ اصلی مورد تقاضا و متصرفی آقای حمزه علی شانپهر مجره؛ از مالکیت اولیه زیاد علی شاه پهرهبه مساحت۱۷۲۹۰۰۸،۴۵و۵۵۹۴،۴۵و۱۱۷۱۷،۴۳و۱۵۵۰۲۵،۵۸و۲۰۸۹،۲۵متر مربع واقع در اراضی مجره.

۱۷-شندلگ یکقطعه چمن به پلاک ۱۰۵۴ فرعی از ۱۹۵۱ اصلی مورد تقاضا و متصرفی آقای اسماعیل درویشی مجره؛ از مالکیت اولیه ازدر درویشی به مساحت۲۶۳،۵۷متر مربع واقع در اراضی مجره.

۱۸-شندلگ یکقطعه زمین مزروعی آبی به پلاک۱۰۵۵ فرعی از ۱۹۵۱ اصلی مورد تقاضا و متصرفی آقای اسماعیل درویشی مجره؛ از مالکیت اولیه ازدر درویشی به مساحت۱۸۷۸،۹۶متر مربع واقع در اراضی مجره.

۱۹-شندلگ یکقطعه زمین مزروعی دبیبی به پلاک ۱۰۵۶ فرعی از ۱۹۵۱ اصلی مورد تقاضا و متصرفی آقای مقاداد ابراهیمی مجره؛ از مالکیت اولیه مختار ابراهیمی به مساحت۲۲۹۹،۶۷مترمربع واقع در اراضی مجره.

۲۰-شندلگ یکقطعه زمین مزروعی دبیبی به پلاک ۱۰۵۸ فرعی از ۱۹۵۱ اصلی مورد تقاضا و متصرفی آقای اسکندر محمدی؛ از مالکیت اولیه طاهر عددی به مساحت۶۸۹۰،۱۴مترمربع واقع در اراضی مجره.

۲۱-شندلگ یکقطعه زمین مزروعی آبی به پلاک ۱۰۵۷ فرعی از ۱۹۵۱ اصلی مورد تقاضا و متصرفی آقای اسکندر محمدی؛ از مالکیت اولیه طاهر عددی به مساحت۶۸۹۰،۱۴مترمربع واقع در اراضی مجره.

۲۲-شندلگ یکقطعه زمین محصور به پلاک ۱۰۵۹ فرعی از ۱۹۵۱ اصلی مورد تقاضا و متصرفی آقای ردشیر فولادی مجره؛ از مالکیت اولیه عزیز اله فولادی به مساحت۶۸۳،۶۳مترمربع واقع در اراضی مجره.

۲۳-شندلگ یکقطعه زمین مزروعی دبیبی به پلاک ۱۰۶۰ فرعی از ۱۹۵۱ اصلی مورد تقاضا

به اینکه تقاضای جهانی برای برق در دهه‌های آینده افزایش می‌یابد، انرژی برق‌آبی می‌تواند با رشد جمعیت و اقتصاد، پیشرفت برق‌رسانی و سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های دیجیتال مانند مراکز داده، به تامین این مصرف فزاینده برق کمک کند.

مدیر اجرایی آژانس بین‌المللی انرژی که خواستار قرار دادن انرژی برق‌آبی در دستور کار سیاست انرژی است، گفت: انرژی برق‌آبی «تعطلف‌پذیری بی‌نظیری» را فراهم می‌کند و می‌تواند برای کشورهایی که به دنبال ادغام سطوح رو به افزایش انرژی خورشیدی و

به وجود ظرفیت نهادی مناسب، شفافیت، ابزارهای مالی کافی

و طراحی محصولات متناسب است. شاخص‌هایی مانند نسبت خسارت جبران‌شده به خسارت کل، سرعت پرداخت خسارت، ضریب نفوذ و توانایی بیمه‌گران را می‌توان به عنوان معیار ارزیابی تاب‌آوری صنعت دانست، اما این هشدار وجود دارد که ترازنامه ضعیف با نقدینگی ناکافی، می‌تواند مانع تحقق این اهداف شود. رئیس پژوهشکده بیمه به کمبود داده‌ها و خلأهای دانشی در زمینه تحلیل اثرات تورم و تکنه‌های اقتصادی بر بیمه اشاره کرد و چهار محور کلیدی پژوهشی این مرکز را اینگونه برشمرد: مدل‌سازی پایداری و قیمت‌گذاری، تحلیل پیوند حق بیمه و شاخص‌های تورم، بررسی تأثیر تورم بر دارایی‌های سرمایه‌گذاری و رصد تجربه عملی شرکت‌های بیمه در مواجهه با شوک‌های تورمی. ضمن اینکه پژوهشکده در حال اجرای طرح‌های پژوهشی متنوعی است که تجربه کشورها مختلف را در این زمینه بررسی و تحلیل می‌کند.

کلیدی‌ی خواند و خاطرنشان کرد: در شرایط کاهش درآمد سرانه، خانوارها به جای بیمه‌پذیری، صرفاً به بقا می‌اندیشند و محصولات بیمه‌ای کمتر تقاضا می‌شوند. بیمه محصول توسعه اقتصادی نیست، بلکه بخشی از آن است و می‌تواند به‌عنوان پیشران، اقتصاد کشور را مقاوم‌تر و آینده آن را پیش‌بینی‌پذیرتر کند.

در ادامه این همایش همچنین «لیلی نساکان» رئیس پژوهشکده بیمه، صنعت بیمه را یکی از ارکان کلیدی نظام مالی کشور معرفی کرد که با کاهش شکاف‌ها و مدیریت ریسک، می‌تواند ثبات و پایداری اقتصاد ملی را تقویت کند و افزود: مقایسه ضریب نفوذ بیمه در ایران با میانگین منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا، نشان می‌دهد که رشد بیمه‌های غیرزندگی محدودیت‌هایی برای توسعه پایدار ایجاد کرده و افزایش حجم تولید بیمه به تنهایی اثربخشی محدودی دارد.

اثربخشی صنعت بیمه در کاهش آسیب‌پذیری اقتصاد مشروط

مترمربع واقع در اراضی خوجین.

۵۰-شندلگ یکقطعه زمین مزروعی آبی به پلاکهای۴۰۲۵ فرعی از ۱۹۵۳ اصلی مورد تقاضا و متصرفی آقای سعید صبیاحی؛ از مالکیت اولیه علاءحسین قاضیان به مساحت ۱۷۵۵۰،۲ مترمربع واقع در اراضی خوجین.

۵۱-شندلگ یکقطعه زمین مزروعی آبی به پلاک ۴۰۲۶ فرعی از ۱۹۵۳ اصلی مورد تقاضا و متصرفی آقای سهیل غلام رهازاده؛ از مالکیت اولیه سعداله حبیبی به مساحت ۹۴۳۵،۵۲ مترمربع واقع در اراضی خوجین.

۵۲-شندلگ یکقطعه باغچه به پلاک ۴۰۲۷ فرعی از ۱۹۵۳ اصلی مورد تقاضا و متصرفی آقای کیهان باستانی؛ از مالکیت اولیه بداله باستانی به مساحت ۱۱۸۰،۹۱ مترمربع واقع در اراضی خوجین.

۵۳-شندلگ یکقطعه باغچه به پلاک ۴۰۲۸ فرعی از ۱۹۵۳ اصلی مورد تقاضا و متصرفی خانم سارا یعقوبی؛ از مالکیت اولیه حسن قلی فتح علی زاده به مساحت ۷۵۰،۷۶ مترمربع واقع در اراضی خوجین.

۵۴-شندلگ یکقطعه زمین بایر به پلاک ۴۰۲۹ فرعی از ۱۹۵۳ اصلی مورد تقاضا و متصرفی عبدالله سعادت؛ از مالکیت اولیه خود متقاضی به مساحت ۲۵۰،۹۶مترمربع واقع در اراضی خوجین.

۵۵-شندلگ یکقطعه زمین بایر به پلاک ۴۰۳۰ فرعی از ۱۹۵۳ اصلی مورد تقاضا و متصرفی آقای عبدالله سعادت؛ از مالکیت اولیه خود متقاضی به مساحت ۳۶۸۲،۳۲ مترمربع واقع در اراضی خوجین.

۵۶-شندلگ یکقطعه باغ به پلاک ۴۰۳۱ فرعی از ۱۹۵۳ اصلی مورد تقاضا و متصرفی خانم رقیه فتحی؛ از مالکیت اولیه علی ملکی و عبداللهکرم واکبر هرود بنانی به مساحت ۱۱۰،۹۱۵ مترمربع واقع در اراضی خوجین.

۵۷-شندلگ یکقطعه باغ به پلاک ۴۰۳۲ فرعی از ۱۹۵۳ اصلی مورد تقاضا و متصرفی آقای محمد داود رضائی شاکلول؛ از مالکیت اولیه ضوئت اله ومحمد صالح وحسن وعلی همگی صالحی به مساحت ۱۸۲۵۰،۳۶ مترمربع واقع در اراضی خوجین.

۵۸-شندلگ یکقطعه باغ به پلاک ۴۰۳۳ فرعی از ۱۹۵۳ اصلی مورد تقاضا و متصرفی آقای سیدصفی اله سیدمعراج‌سیدقدرت الهسیدمجتبی، سیدمهراںسیدمهدی وسیدغیاث‌صوامیرضا همگی پورافضل زاویهباسویه از مالکیت اولیه فرزاد ملکی به مساحت ۱۲۲۶۱،۱۱ مترمربع واقع در اراضی خوجین.

۵۹-شندلگ یکقطعه زمین مزروعی آبی به پلاک ۴۰۳۴ فرعی از ۱۹۵۳ اصلی مورد تقاضا و متصرفی آقایان سیدصفی اله سیدمعراج‌سیدقدرت الهسیدمجتبی، سیدمهراںسیدمهدی وسیدغیاث‌صوامیرضا همگی پورافضل زاویهباسویه از مالکیت اولیه نوبی اله خلیلی به مساحت ۱۸۲۵۰،۳۶ مترمربع واقع در اراضی خوجین.

۶۰-شندلگ یکقطعه زمین محصور با اعیانی احداثی به پلاک ۴۰۳۵ فرعی از ۱۹۵۳ اصلی مورد تقاضا و متصرفی آقای محمد پور لطفعلی؛ از مالکیت اولیه ذبیح اله وکیلی به مساحت ۱۴۱۵۳،۲ مترمربع واقع در اراضی خوجین.

۶۱-شندلگ یکقطعه زمین محصور با اعیانی احداثی به پلاک ۴۰۳۶ فرعی از ۱۹۵۳ اصلی مورد تقاضا و متصرفی خانم سارا سلامتی پورافضل زاویهباسویه از مالکیت اولیه علیقلی ملکی به مساحت ۱۷۹۸۵،۲ مترمربع واقع در اراضی خوجین.

۶۲-شندلگ یکقطعه زمین مزروعی آبی به پلاک ۲۷۷ فرعی از ۱۹۵۴ اصلی مورد تقاضا و متصرفی آقای سینا اسمعیلی؛ از مالکیت اولیه ولی اله اسمعیلی به مساحت ۲۰۱۱،۹۵ مترمربع واقع در اراضی خاتنه سادات.

۶۳-شندلگ یکقطعه زمین مزروعی آبی به پلاک ۶۷۶ فرعی از ۱۹۵۴ اصلی مجزا شده از اولیه حسین و ربعلی خلیلی به مساحت ۵۵۲۴،۵۲ مترمربع واقع در اراضی خاتنه سادات.

۶۴-شندلگ یکقطعه زمین مزروعی آبی به پلاک ۶۷۷ فرعی از ۱۹۵۴ اصلی مجراشده از اولیه ۱۲۲ فرعی مورد تقاضا و متصرفی آقای سید حسین رحیمی؛ از مالکیت اولیه میرعبدعالی رحیمی به مساحت ۳۰۰۹،۹۸ مترمربع واقع در اراضی خاتنه سادات.

۶۵-شندلگ یکقطعه زمین مزروعی آبی به پلاک ۶۷۸ فرعی از ۱۹۵۴ اصلی مجراشده از اولیه ۱۷۱ فرعی مورد تقاضا و متصرفی آقای سید داود وحسین رحیمی؛السویه از مالکیت اولیه میرعبدعالی رحیمی به مساحت ۴۲۱۱،۱۸ مترمربع واقع در اراضی خاتنه سادات.

۶۶-شندلگ یکقطعه زمین مزروعی دبیبی به پلاک ۶۷۹ فرعی از ۱۹۵۴ اصلی مجراشده از اولیه ۲۷۴ فرعی مورد تقاضا و متصرفی آقای سید حسین و سیدداود هرود رحیمی؛ بالسویه از مالکیت اولیه میرعبدعالی رحیمی به مساحت ۲۷۷۴،۷۶ مترمربع واقع در اراضی خاتنه سادات.

۶۷-شندلگ یکقطعه زمین مزروعی آبی به پلاک ۶۸۰ فرعی از ۱۹۵۴ اصلی مجراشده از اولیه ۲۲۵ فرعی مورد تقاضا و متصرفی آقای سید تلالالدین اعلائی؛ از مالکیت اولیه میرموسی و اسماعیل اعلائی به مساحت ۳۶۸۹،۱۸ مترمربع واقع در اراضی خاتنه سادات.

۶۸-شندلگ یکقطعه زمین مزروعی دبیبی به پلاک ۶۸۱ فرعی از ۱۹۵۴ اصلی مجراشده از اولیه ۱۲۶ فرعی مورد تقاضا و متصرفی آقای سید فرهنگ خلیلی خاتله؛ از مالکیت اولیه خود متقاضی به مساحت ۲۹۱۶۸،۲ مترمربع واقع در اراضی خاتنه سادات.

۶۹-شندلگ یکقطعه زمین مزروعی دبیبی به پلاک ۶۸۲ فرعی از ۱۹۵۴ اصلی مجراشده از اولیه ۲۰۳ فرعی مورد تقاضا و متصرفی آقای میرشهاب وسیدجعفر جعفرزاده؛ بالسویه از مالکیت اولیه میر شهاب جعفرزاده به مساحت ۲۴۰۷،۶۰ مترمربع واقع در اراضی خاتنه سادات.

۷۰-شندلگ یکقطعه زمین مزروعی آبی به پلاک ۶۸۳ فرعی از ۱۹۵۴ اصلی مجراشده از اولیه ۲۴۰ فرعی مورد تقاضا و متصرفی خانم مهین دخت عبدپور؛ از مالکیت اولیه وراثت بصراف اله همایونی به مساحت ۹۸۲۰،۹۷ مترمربع واقع در اراضی خاتنه سادات.

۷۱-شندلگ یکقطعه باغچه به پلاک ۶۸۴ فرعی از ۱۹۵۴ اصلی مجراشده از اولیه ۱۲۲ فرعی مورد تقاضا و متصرفی خانم سیدفاطمه رحیمی خاتله؛ از مالکیت اولیه سید همایون همایونی به مساحت ۲۳۳۸۰،۳ مترمربع واقع در اراضی خاتنه سادات.

۷۲-شندلگ یکقطعه زمین مزروعی دبیبی به پلاک ۶۸۵ فرعی از ۱۹۵۴ اصلی مجراشده از اولیه ۷۷ فرعی مورد تقاضا و متصرفی خانمفاطمه سیده فاطمه و ترگس و سلطنت ختم همگی همایونی؛السویه از مالکیت اولیه همایون همایونی به مساحت ۱۲۵۱۹،۹۸ مترمربع واقع در اراضی خاتنه سادات.

۷۳-شندلگ یکقطعه زمین مزروعی آبی به پلاک ۶۸۶ فرعی از ۱۹۵۴ اصلی مجراشده از اولیه ۱۷۶ فرعی مورد تقاضا و متصرفی آقای سید همایون همایونی؛ از مالکیت اولیه خود متقاضی به مساحت ۸۹۰۰،۷۸ مترمربع واقع در اراضی خاتنه سادات.

۷۴-شندلگ یکقطعه زمین مزروعی آبی به پلاک ۶۸۷ فرعی از ۱۹۵۴ اصلی مجراشده از اولیه ۱۶۶ فرعی مورد تقاضا و متصرفی آقای سید همایون همایونی؛ از مالکیت اولیه لیوفه نوافلی به مساحت ۲۷۷۷،۲۱ مترمربع واقع در اراضی خاتنه سادات.



۷۵-شندلگ یکقطعه باغ به پلاک ۶۸۸ فرعی از ۱۹۵۴ اصلی مجراشده از اولیه ۱۲۰ فرعی مورد تقاضا و متصرفی آقای سید حسن همایونی؛ از مالکیت اولیه سید همایون همایونی به مساحت ۵۱۲۰،۱۲ مترمربع واقع در اراضی خاتنه سادات.

۷۶-شندلگ یکقطعه زمین مزروعی دبیبی به پلاک ۶۸۹ فرعی از ۱۹۵۴ اصلی مجراشده از اولیه ۴۱۸ فرعی مورد تقاضا و متصرفی آقای سید حسن همایونی؛ از مالکیت اولیه سید همایون همایونی به مساحت ۶۸۸۷،۶۵ مترمربع واقع در اراضی خاتنه سادات.

۷۷-شندلگ یکقطعه زمین مزروعی دبیبی به پلاک ۶۹۲ فرعی از ۱۹۵۴ اصلی مجراشده از اولیه ۸۵ فرعی مورد تقاضا و متصرفی آقای طالب لطفی؛ از مالکیت اولیه محمدرضاحمفی به مساحت ۲۱۲۱،۲۵ مترمربع واقع در اراضی خاتنه سادات.

۷۸-شندلگ یکقطعه باغ به پلاک ۷۲۰ فرعی از ۱۹۷۰ اصلی مورد تقاضا و متصرفی آقای جبرائیل احمدی اوجقرا؛ از مالکیت اولیه سید علی احمدی به مساحت ۸۴۰،۲۳ مترمربع واقع در اراضی یولکلنو.

۷۹-شندلگ یکقطعه باغ به پلاک ۹۹ فرعی از ۱۹۸ اصلی مورد تقاضا و متصرفی آقای داود خداباری؛ از مالکیت اولیه بابا خلیفی به مساحت ۲۳۴۶۴،۶ مترمربع واقع در اراضی مصطفی‌لو.

۸۰-شندلگ یکقطعه باغچه به پلاک ۱۰۰ فرعی از ۹۸ اصلی مورد تقاضا و متصرفی آقای داود خداباری؛ از مالکیت اولیه بابا خلیفی به مساحت ۵۰۱،۹۳ مترمربع واقع در اراضی مصطفی‌لو.

۸۱-شندلگ یکقطعه زمین محصور با اعیانی احداثی به پلاک ۵۸۴ فرعی از ۱۰۵ اصلی مورد تقاضا و متصرفی آقای علی شفت‌نیر؛ از مالکیت اولیه میکائیل میرحعلی ومحمدعلی شفتت به مساحت ۶۶۲،۸۷ مترمربع واقع در اراضی نیر.

۸۲-شندلگ یکقطعه باغچه به پلاک ۵۸۵ فرعی از ۱۰۵ اصلی مورد تقاضا و متصرفی آقای مهدی شفتت‌نیر؛ از مالکیت اولیه میکائیل شفتت به مساحت ۵۵۷،۲۶ مترمربع واقع در اراضی نیر.

۸۳-شندلگ یکقطعه زمین محصور به پلاک ۵۸۶ فرعی از ۱۰۵ اصلی مورد تقاضا و متصرفی آقای حمزه نجفی؛ از مالکیت اولیه خاتملی نجفی به مساحت ۲۷۸،۲۲ مترمربع واقع در اراضی نیر.

۸۴-شندلگ یکقطعه باغ به پلاک ۳۲۳ فرعی از ۱۰۶ اصلی مورد تقاضا و متصرفی خانم زهرا سبحانی؛ از مالکیت اولیه خاتلای سبحانی به مساحت ۱۹۵۶،۶۶ مترمربع واقع در اراضی کلسنان.

۸۵-شندلگ یکقطعه زمین مزروعی آبی به پلاک ۲۷ فرعی از ۱۰۷ اصلی مورد تقاضا و متصرفی آقای دلدار احمدی کلسنان؛ از مالکیت اولیه نعمت ایمانی به مساحت ۱۹۶۷۸۸ مترمربع واقع در اراضی ترنیز.

۸۶-شندلگ یکقطعه باغ به پلاک ۴۴ فرعی از ۱۰۹ اصلی مورد تقاضا و متصرفی آقای حاتم حبیبی آقبلاغ؛ از مالکیت اولیه عبدالله حبیبی به مساحت ۴۱۲۵۰،۵ مترمربع واقع در اراضی آقبلاغ.

۸۷-شندلگ یکپاک خانه و محوطه به پلاک ۱۱۸ فرعی از ۱۱۰ اصلی مورد تقاضا و متصرفی آقایان سجاد و بسند بنانی اوجقرا؛ بالسویه از مالکیت اولیه میرزا رحیم میرزائی به مساحت ۴۰۴۰۴ مترمربع واقع در اراضی کالار.

۸۸-شندلگ یکقطعه باغ به پلاک ۱۰۷ فرعی از ۱۱۲ اصلی مورد تقاضا و متصرفی آقای عبدالله سیف اله پور چلنیز؛ از مالکیت اولیه حبیب اله سیف اله پور به مساحت ۳۲۹۷،۲۰ مترمربع واقع در اراضی چلنیز.

۸۹-شندلگ یکقطعه باغ به پلاک ۱۰۸ فرعی از ۱۱۲ اصلی مورد تقاضا و متصرفی خانمفاطمه مرواریدسپهناپالافسانه، زیبا، ماه زور پری همگی طالبی چلنیز؛ از مالکیت اولیه میکائیل طالبی به مساحت ۳۳۷۷،۲۸ مترمربع واقع در اراضی چلنیز.

۹۰-شندلگ یکقطعه باغ به پلاک ۱۰۹ فرعی از ۱۱۲ اصلی مورد تقاضا و متصرفی خانمفاطمه مرواریدسپهناپالافسانه، زیبا، ماه زور پری همگی طالبی چلنیز؛ از مالکیت اولیه میکائیل طالبی به مساحت ۳۳۷۷،۲۸ مترمربع واقع در اراضی چلنیز.

۹۱-شندلگ یکقطعه باغ به پلاک ۵۴ فرعی از ۱

اخبار

رشد چشمگیر خرید داخلی و حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان در پالایشگاه گاز ایلام

ایلام- خبرنگار فرصت امروز: رئیس امور کالای شرکت پالایش گاز ایلام از تحقق بیش از ۷۳ درصدی خریدها از تولیدات داخلی و حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان در راستای سیاست‌های اقتصاد مقاومتی خبر داد.«منوچهر کرمان» از ثبت عملکردی چشمگیر در حوزه خرید و حمایت از تولید داخلی در شش ماهه نخست امسال خبر داد و افزود: در این بازه زمانی، ۵۰۵ قلم کالا در قالب ۱۵۹ سند رسید، در عین حال، فرآیند خروج یک هزار و ۴۵۲ قلم کالا نیز از انبارها، مبتنی بر ۷۲۲ سند خروج کالا، با موفقیت و دقت بالایی به انجام رسید که این آمار نشان دهنده حجم بالای فعالیت و مدیریت روان زنجیره تأمین در این شرکت است. وی به عملکرد خرید کالا در این شرکت اشاره کرد و اظهار داشت: در مجموع، ۱۲۶ فقره تقاضا برای خرید کالا مورد پیگیری و انجام قرار گرفت که این امر گامی مهم در جهت پشتیبانی بی‌وقفه از خطوط تولید و پروژه‌های شرکت محسوب می‌شود.کرمان با تفکیک خریدهای داخلی و خارجی، تصریح کرد: سیاست ما اولویت دادن به کالای ساخت داخل است؛ به طوری که ۹۳ مورد از این خریدها «معادل ۷۳ درصد از کل خریدها» از بازار داخلی صورت پذیرفته است.رئیس امور کالا شرکت پالایش گاز ایلام گفت: همچنین برای تأمین کالاهای خاص و تخصصی، ۳۳ فقره خرید خارجی «معادل ۲۷ درصد از کل خریدها» انجام شده که این رویکرد ترکیبی، نشان از تدبیر شرکت در تأمین به موقع نیازها از بهترین منابع ممکن دارد. کرمان یکی از نقاط مثبت را حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان عنوان و افزود: بخشی از خریدهای ما به طور مستقیم به شرکت‌های دانش‌بنیان و خلاق اختصاص یافته که این امر علاوه بر پشتیبانی از تولید داخلی، باعث توسعه فناوری و نوآوری در کشور می‌شود.

مدیرکل بهزیستی استان مرکزی

۳ هزار و ۸۵۰ نابینا در استان مرکزی تحت پوشش بهزیستی هستند

اراک- فرناز امیدی:مدیرکل بهزیستی استان مرکزی گفت: در استان مرکزی ۳ هزار و ۸۵۰ نابینا تحت پوشش بهزیستی قرار دارند که از این تعداد، ۲ هزار و ۵۵۱ نفر مرد و یک هزار و ۲۹۹ نفر زن هستند. محمدعلی الهادی، مدیرکل بهزیستی استان مرکزی، با اشاره به گرامیداشت روز عصای سفید و تبریک این روز به افراد دارای معلولیت بینایی گفت: در استان مرکزی ۳ هزار و ۸۵۰ نابینا تحت پوشش بهزیستی قرار دارند که از این تعداد، ۲ هزار و ۵۵۱ نفر مرد و یک هزار و ۲۹۹ نفر زن هستند. این آمار یادآور آن است که مسئولیت ما در فراهم‌سازی شرایط مناسب برای حضور فعال و مستقل این عزیزان در اجتماع بسیار مهم و سنگین است. وی افزود: یکی از اقدامات مهم سازمان بهزیستی در حوزه پیشگیری از معلولیت‌ها، اجرای طرح بارالگry بینایی کودکان است. از ابتدای اجرای این طرح تاکنون ۵۳۳ هزار و ۲۷۷ کودک در استان مورد غربالگری قرار گرفته‌اند و از این تعداد، ۱۹۰ هزار کودک دارای اختلالات بینایی و تنبلی چشم شناسایی و جهت اقدامات درمانی به مراکز تخصصی ارجاع شده‌اند.الهادی تصریح کرد: سال گذشته نیز ۴۸ هزار و ۴۸۱ کودک در ۲۰۰ پایگاه سنجش بینایی استان غربال شده‌اند که از این تعداد یک هزار و ۹۰۰ کودک دارای اختلال بینایی شناسایی شده‌اند که شامل ۱۳۵ کودک با اختلال تنبلی چشم و یک هزار و ۷۶۵ کودک با سایر اختلالات بینایی که جهت درمان و پیگیری‌های لازم ارجاع داده شده‌اند.

با تکیه بر خودباوری و توان داخلی: در شش ماه نخست امسال ۴ هزار و ۲۹۱ قطعه مورد نیاز نیروگاه نکا بومی سازی و بازسازی شد

ساری – دهقان : با تکیه بر دانش بومی و در راستای خودکفایی و کاهش وابستگی به شرکت‌های خارجی در شش ماه نخست امسال ۱۰۲ نوع قطعه مورد نیاز نیروگاه شهیدسلیمی نکا به تعداد ۳ هزار و ۸۱۱ عدد در داخل کشور بومی سازی و ۴۸۰ قطعه بازسازی شد.به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی ،مدیرعامل شرکت مدیریت تولید نکا با اعلام این خبر و ابراز خرسندی از توانمندی شرکت‌های داخلی در ساخت تجهیزات نیروگاهی افزود: ما به مباحث است در صنعتی که تا دهه گذشته در بخش ساخت نیروگاه و تأمین تجهیزات به شرکت‌های خارجی وابسته بود اکنون با همت متخصصان شرکنهای دانش‌بنیان و خودباوری و به فعلیت رسیدن توان صنعتگران داخلی، کشور ما در بخش طراحی و ساخت نیروگاه‌های سیکل ترکیبی نسل جدید به خودکفایی رسیده و حدود ۹۵ درصد تجهیزات نیروگاه‌های نسل قدیم بومی سازی شده و در داخل کشور تولید میشود. عبدالرضا محمودی رستمی همچنین با اشاره به اهتمام نیروگاه نکا به بومی سازی تجهیزات در راستای کاهش وابستگی به شرکت‌های خارجی، افزود: در همین راستا در شش ماهه اول امسال ۱۰۲ نوع قطعه مورد نیاز نیروگاه شهیدسلیمی نکا به تعداد ۳ هزار و ۸۱۱ عدد و از سال ۱۳۹۰ تاکنون بیش از ۱۰۱ هزار قطعه مورد نیاز نیروگه با پیگیری های اداره ساخت داخل و نظارت کارشناسان این شرکت به شیوه مهندسی معکوس و با کیفیتی خوب و قابل رقابت با مشابه خارجی توسط سازندگان توانمند داخلی طراحی و تولید شد.

تهیه دستگاه فوم دوزینگ انبار نفت گرگان برای اولین بار

گرگان – خبرنگار فرصت امروز : مدیر شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی منطقه گلستان از تحویل دستگاه فوم دوزینگ (Foam Dosing System) خبر داد و گفت: این دستگاه یکی از مدرن‌ترین سیستم‌های اطفا‌ی حریق فوم است که به‌صورت اتوماتیک فوم را به جراب آب افزوده و محلول مؤثر برای مهار آتش تولید می‌کند.به گزارش روابط عمومی شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی منطقه گلستان، سید محمد حسینی در این خصوص افزود: از این تجهیز برای تأمین فوم آتش‌نشانی فوم پورهای مخزن ۱۵ بنزین انبار نفت گرگان در شرایط اضطراری و حریق استفاده خواهد شد. وی با اشاره به ارزش این دستگاه افزود: دستگاه فوم دوزینگ با ارزشی حدود ۲۰ میلیارد ریال، بزرگ‌ترین خرید تجهیزات ایمنی منطقه گلستان تاکنون محسوب می‌شود و بخش مهمی از پروژه ۹۰ میلیارد ریالی سیستم فومینگ و کولینگ (F&C) مخزن ۱۵ گرگان را تشکیل می‌دهد.حسینی خاطرنشان کرد: خرید این تجهیز از سال‌های گذشته در برنامه پروژه‌های منطقه قرار داشت، اما به دلیل محدودیت‌های مالی در ستاد، اجرای نشده بود. خوشبختانه با پیگیری‌های مستمر و تأمین بودجه لازم، این خرید در سال جاری محقق شد و گامی مؤثر در جهت افزایش ایمنی انبار نفت گرگان برداشته شد.

مدیرعامل شرکت گاز استان گلستان با دادستان کل دیدار کرد

گرگان – خبرنگار فرصت امروز : مدیرعامل شرکت گاز استان گلستان و هیئت همراه، با حضور در محل دادستانی کل ، با دادستان استان دیدار و گفتگو کردند. این نشست با هدف تقویت تعاملات سازمانی و جلب حمایت‌های قانونی برای پیشبرد پروژه‌های شرکت برگزار شده.به گزارش روابط عمومی، مدیرعامل شرکت گاز ضمن تبریک انتصاب شایسته دادستان ، بر ضرورت افزایش سطح تعاملات و همکاری‌های مؤثر میان دو دستگاه برای تسریع در انجام امور تأکید کرد. در این دیدار، مدیرعامل شرکت گاز گزارشی تفصیلی از اقدامات انجام شده در سطح استان ارائه داد و خواستار تعامل و همکاری ویژه دادستانی در دو حوزه کلیدی مدیریت تارتاری گاز و تسریع در وصول مطالبات معوق شدائشان همچنین درخواست‌های در خصوص تسریع در صدور مجوزهای لازم برای پروژه‌های توسعه‌ای در مناطق محروم، گازرسانی به نقاط جمعیتی خارج از بافت، پروژه‌های محرومیت‌زایی، منطقه آزاد و پتروشیمی، و همچنین اعمال قانون قاطعانه در زمینه وصول مطالبات معوق مطرح کرد. دادستان استان ضمن خوشامدگویی، با اشاره به خدمات گسترده نظام جمهوری اسلامی ایران در طول ۴۷ سال گذشته، به ویژه به اقشار آسیب‌پذیر جامعه، بر رویکرد عدالت‌محور تأکید کرد.دادستان اظهار داشت: «تعرفه‌های اعلامی باید با نگاه به قشر ضعیف جامعه برنامه‌ریزی شود و توسعه گازرسانی باید در مناطق ضعیف و محروم در اولویت قرار گیرد.»وی با تأکید بر افزایش سطح همکاری‌ها، در جهت تسهیل امور شرکت گاز قول مساعد داد و افزود: «جهت همکاری و کمک به شرکت گاز، لیست صنایع و مناطقی که در زمینه صدور مجوزها یا سایر مسائل قانونی با مشکل مواجه هستید، برای دادستانی ارسال شود تا اقدامات لازم برنامه‌ریزی و اجرا گردد.»همچنین دادستان تأکید کرد که در فصل سرد سال و در زمان افت احتمالی فشار گاز، تدابیر لازم باید با درایت اتخاذ شود تا کمترین هزینه و تبعات متوجه مردم گردد.

نشست رئیس فاوا شرکت ملی مناطق نفت‌خیز جنوب با مدیرعامل شرکت بهره‌برداری نفت و گاز کارون

اهواز – شبنم قجواند: در راستای توسعه اجرای طرح هوشمندسازی میادین نفتی (DOF)، عباس رضایی رئیس فاوا شرکت ملی مناطق نفت‌خیز جنوب در دفتر مدیرعامل شرکت بهره‌برداری نفت و گاز کارون حضور یافت و درباره اجرای پیلوت طرح هوشمندسازی ۲۷ حلقه چاه، گفت‌وگو کرد. در این نشست که با حضور دکتر علی اصغر نصاری، مشاور مدیرعامل مخابرات ایران در امور هوشمندسازی صنایع و کسبو کارها و جمعی از کارشناسان شرکت مخابرات ایران برگزار شد، طرح پیشنهادی هوشمندسازی چاه‌ها ارائه و ابعاد فنی و اجرایی آن مورد بررسی قرار گرفت. در ادامه، حسن شهریوی مدیرعامل شرکت بهره‌برداری نفت و گاز کارون ضمن تأکید بر اهمیت توسعه زیرساخت‌های دیجیتال در مدیریت بهره‌رداری میادین، بر آمادگی این شرکت برای همکاری در اجرای پیلوت تأکید کرد.

ساری – دهقان : به‌مناسبت روز سازمان بازرسی کل کشور، مدیر شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی منطقه سساری به همراه مدیرکل سازمان بازرسی استان مازندران و جمعی از مدیران دستگاه‌های اجرایی، از واحدهای صنعتی و تولیدی استان بازدید کردند.

به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی منطقه سساری، در راستای تقویت تعامل میان نهادهای اجرایی و نظارتی و رفع موانع تولید، توجرح امانی مدیر منطقه ساری به‌همراه مدیرکل سازمان بازرسی استان مازندران و تعدادی از مدیران دستگاه‌های اجرایی، از چند واحد صنعتی و تولیدی فعال در سطح استان بازدید کرد. این بازدید به‌مناسبت روز سازمان بازرسی کل کشور و در چارچوب سیاست‌های وزارت نفت و شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی



ایران در جهت اجرای بهینه سیاست‌های غیرقیمتی حوزه سوخت و حمایت

شهردار: ثبت ملی «شهر سیر» گامی مهم برای توسعه اقتصادی و گردشگری تیمورلو است



به شمار می‌رود. انتظار داریم با حمایت مسئولان ملی و استانی، شهر تیمورلو به عنوان شهر ملی سیر ثبت شود تا مسیر توسعه اقتصادی و فرهنگی منطقه

مدیرعامل شرکت برق منطقه‌ای باختر استان مرکزی خبر داد:



اجتماعی در دستگاه‌های اجرایی به شمار می‌رود. داودآبادی با تأکید بر نقش انرژی‌های تجدیدپذیر در آینده کشور تصریح کرد: تولید برق خورشیدی، گامی مؤثر در مسیر تحقق زمین‌سبزتر و آسمانی پاک‌تر است؛ مسیری که شایسته ایران و ایرانی است و باید با جدیت و حمایت همه‌جانبه ادامه یابد. این پروژه به‌عنوان بزرگ‌ترین نیروگاه خورشیدی در میان ادارات دولتی استان مرکزی، می‌تواند الگویی

از نظارت تا پشتیبانی از تولید؛ اقدام مشترک شرکت پخش منطقه ساری و سازمان بازرسی مازندران

از تولیدکنندگان انجام شد. توجرح امانی مدیر منطقه ساری، در حاشیه این بازدید ضمن تبریک روز سازمان بازرسی، اظهار داشت: نظارت دقیق و تعامل سازنده با دستگاه‌های نظارتی، زمینه‌ساز سلامت اداری، شفافیت عملکرد و افزایش بهره‌وری در ارائه خدمات سوخت‌رسانی است. منطقه ساری با رویکردی کارشناسی، تأمین پایدار سوخت واحدهای صنعتی را در اولویت مأموریت‌های خود قرار داده است. وی افزود: هماهنگی بین دستگاه‌های اجرایی و نظارتی می‌تواند بسیاری از گلوگاه‌های تولید را مرتفع کند و از هدررفت منابع ملی جلوگیری نماید. در این بازدید، مدیرکل سازمان بازرسی استان نیز با تأکید بر اهمیت نظارت اثربخش در جهت خدمت‌رسانی شفاف و حمایت از تولید ملی، از عملکرد منسجم و مسئولانه منطقه ساری در حوزه تأمین سوخت صنایع تقدیر کرد.

شهردار: ثبت ملی «شهر سیر» گامی مهم برای توسعه اقتصادی و گردشگری تیمورلو است

تسریع یابد. به گزارش روابط عمومی سازمان جهاد کشاورزی استان، شهردار تیمورلو در ادامه به برخی از مشکلات فعالان اقتصادی منطقه اشاره کرد و گفت: یکی از دغدغه‌های اصلی تولیدکنندگان سیر، هزینه بالای آب و برق سردخانه‌هاست که متأسفانه با نرخ آزاد محاسبه می‌شود نه نرخ کشاورزی. همچنین در حوزه مالیات نیز مشکلاتی وجود دارد که نیازمند توجه و پیگیری مسئولان ذی‌ربط است. کاظم‌پور با اشاره به چالش‌های آب منطقه اظهار کرد: آب کشاورزی در محدوده تیمورلو شور شده و مشکلات زیادی برای کشاورزان به‌وجود آورده است. از مسئولان درخواست داریم تا با کانالیزه کردن چهار کیلومتر از نهرهای کشاورزی، این مشکل اساسی برطرف شود و زمینه برای تدائم تولید و حفظ کیفیت محصول سیر فراهم گردد. وی در پایان تأکید کرد: تیمورلو با ظرفیت‌های ویژه کشاورزی، مردمی پرانرژی و سابقه درخشان در تولید سیر، شایسته جایگاه ملی در حوزه اقتصاد کشاورزی و گردشگری است.

بهره‌برداری بزرگ‌ترین نیروگاه خورشیدی دستگاه‌های اجرایی استان مرکزی

الهام‌بخش برای سایر دستگاه‌های اجرایی در سراسر کشور باشد تا با بهره‌گیری از ظرفیت‌های بومی و منابع طبیعی، در مسیر توسعه پایدار گام بردارند. مدیرعامل شرکت برق باختر استان مرکزی عنوان کرد: استان مرکزی در سال‌های اخیر با هدف‌گذاری ۵۰۰۰ مگاوات ظرفیت انرژی خورشیدی، به یکی از پیشگامان توسعه انرژی‌های پاک در کشور تبدیل شده است. تاکنون بیش از ۲۴۰ مگاوات از این ظرفیت به بهره‌برداری رسیده که سهم قابل توجهی از آن در دولت سیزدهم محقق شده است. آیین بهره‌برداری از بزرگ‌ترین نیروگاه خورشیدی دستگاه‌های اجرایی و ادارات دولتی استان مرکزی، با حضور استاندار مرکزی و به‌صورت ویدئوکنفرانسی با ریاست محترم جمهوری، در محوطه شرکت برق منطقه‌ای باختر برگزار شد. این نیروگاه خورشیدی با ظرفیت ۳۳۳ کیلووات، در قالب بخشی از طرح ملی توسعه انرژی‌های تجدیدپذیر و همزمان با افتتاح ۲۳ مگاوات نیروگاه خورشیدی دیگر در سطح استان، به بهره‌برداری رسید. این پروژه‌ها بخشی از برنامه کلان ۶۵۰ مگاواتی توسعه انرژی خورشیدی در کشور هستند که با مشارکت بخش خصوصی و حمایت دولت سیزدهم در حال اجراست.

دیدار مدیر کل انتقال خون یزد با مشاور بانوان رییس رسانه ملی کشور

در بین دیگر استانها هستیم. دکتر سعیدمحمدرضآ آقانی ميبدي از سازمان انتقال خون به عنوان يك سازمان حياتي در جامعه ياد كرد و گفت، سازمان انتقال خون هيچ جایگزینی ندارد و تنها ارگان تأمین‌کننده خون و فرآورده های خون سازمان انتقال خون می باشد. مدیر کل انتقال خون استان با بیان این که هم اکنون هیچ بیماری در استان یزد معطل خون نمی ماند و این حاصل سالها تلاش همکاران در این اداره کل است، ابراز کرد: البته تلاش داریم با ایجاد پایگاههای سیار، برای هر کسی و در هر جایی امکان اهدای خون را فراهم کنیم و در این رابطه سامانه سیار اهدای خون در استان به بهره برداری رسیده است و ما می‌توانیم این شرایط را تسهیل کنیم.



از سوی شرکت پخش فرآورده های نفتی منطقه انجام شد؛

تقدیر از فعالان ایمنی و آتش نشانی آذربایجان شرقی



ناصر راشدی افزود: در سایه تلاش مسئولین و کارشناسان اچ اس ای



باشد.مدیرعامل شرکت ملی مناطق نفت‌خیز جنوب، پس از بازدید میدانی و بررسی فرایند دفع پساب خروجی واحدهای نم‌زدایی شماره یک و اهواز تمرکز، همچنین پروژه‌های تصفیه و تزریق پساب شرکت کارون در منطقه کربت، خواستار تسریع در روند تکمیل این پروژه‌ها شد.مهندس پیرامون در حاشیه این بازدید ضمن گفت و گو با برخی رده‌های سرپرستی و نیروهای خط مقدم تولید خاطرنشان کرد: همکاری و همدلی کارکنان در رفع نیازهای عملیاتی و اتکای به توان داخلی، ضامن تحقق اهداف کلان شرکت خواهد بود.

نویسنده: علی آل علی

فرض کنید وارد یک فروشگاه می شوید. موسیقی ملایم پخش می شود، کارکنان با لبخند به شما خوش آمد می گویند، محیط تمیز و خوش بوست، محصولاتی با چیدمان مرتب پیش چشم تان است و پاسخ سوالات تان با حوصله داده می شود. حالا تصور کنید وارد فروشگاه دیگری می شوید: نور کم، برخورد سرد، قفسه های شلوغ و بی نظم و کارمندانی که انگار از دیدن شما تعجب کرده اند. کدام یک در ذهن تان می ماند؟ کدام یک را احتمال دارد به دیگران توصیه کنید؟ این تفاوت، همان تجربه برند است؛ موضوعی که شاید در ظاهر به چشم نیاید، اما در دل و ذهن مشتری جای می گیرد.

در دنیای امروز که بازارها به شدت رقابتی و اشباع شده اند، محصول خوب تنها بخشی از ماجراست. دیگر کافی نیست برندتان فقط چه چیزی ارائه می دهد؛ مهمتر این است که چطور ارائه می دهد. این چطور همان چیزی است که به تجربه برند گره خورده.

تجربه برند یعنی چه؟

تجربه برند مجموعه ای از احساسات، ادراکات و واکنش هایی است که یک فرد از تعامل با یک برند تجربه می کند. این تجربه می تواند از طریق تبلیغات باشد، یا خرید محصول، بازدید از فروشگاه، گفت وگو با پشتیبانی یا حتی مشاهده یک پست در اینستاگرام. هر نقطه تماس، فرصتی است برای شکل دادن به یک تجربه. نکته مهم این است که تجربه برند لزوما به دست خود برند نیست؛ بلکه در ذهن و احساسات مخاطب شکل می گیرد. شما ممکن است برند خود را گرم، صمیمی و حرفه ای بدانید، اما اگر مخاطب تان از تماس با پشتیبانی تان ناامید شود، تجربه اش کاملا متفاوت خواهد بود. برندهایی که

نویسنده: علی آل علی

در هر سازمانی از یک استارت‌آپ کوچک و پریهاوه گرفته تا یک شرکت چند ملیتی باسابقه، دو نوع شخصیت در رأس امور وجود دارند که اغلب با یکدیگر اشتباه گرفته می شوند: رئیس و رهبر.

هر دو ممکن است عنوان یکسانی روی کارت ویزیت شان داشته باشند و در بزرگ‌ترین اتاق دفتر بنشینند، اما تفاوت میان این دو در عنوان یا جایگاه شان نیست، بلکه در مجموعه ای از رفتارهای رهبری روزمره، اغلب نامرئی اما به شدت تاثیرگذار نهفته است. ریاست یک موقعیت است که به شما داده می شود، اما رهبری یک جایگاه است که باید آن را با هر عمل و هر تصمیم خود به دست آورید. به خصوص زمانی که کنتی سازمان در دریایی توفانی گرفتار می شود، این رفتارها هستند که تفاوت میان یک مدیر که صرفاً دستور می دهد و یک رهبر که الهام می بخشد و مسیر را روشن می کند، آشکار می سازند.

درک این رفتارهای کلیدی رهبری نه فقط برای مدیران عامل، بلکه برای هر فردی که می خواهد در مسیر شغلی خود تاثیرگذار باشد، حیاتی است. این رفتارها به استمداد ذاتی و جادویی نیستند که عده ای با آن متولد شده باشند. آنها مهارت هایی قابل یادگیری و قابل پرورش هستند؛ عضلاتی که با تمرین و تکرار آگاهانه، قوی تر می شوند.

یک رهبر تجاری واقعی کسی نیست که تمام پاسخ ها را بداند. او کسی است که بهترین سوال ها را می پرسد، محیطی برای رشد دیگران فراهم می کند و مانند یک قطب نمای قابل اعتماد، جهت را به تیمی نشان می دهد که شاید در مه غلیظ

نویسنده: علی آل علی

تاریخ دنیای کسب و کار پر است از داستان های عبرت آموز. داستان تیم های ورزشی که با صرف هزینه های گزاف مجموعه ای از بهترین ستارگان دنیا را گرد هم آوردند، اما در نهایت با شکستی تحقیرآمیز زمین را ترک کردند. گروه های موسیقی که از نوازندگان افسانه ای تشکیل شده بودند، اما آلبوم نهایی آنها روح و هماهنگی یک گروه دبیرستانی تازه کار را هم نداشت. این سناریوها یک حقیقت بنیادین را به ما یادآوری می کنند: کنار هم قرار دادن افراد با استعداد به هیچ عنوان تضمین‌کننده موفقیت نیست. در واقع اغلب به فاجعه ختم می شود.

یک گروه از افراد فقط یک مجموعه از «من» هاست

تجربه یکپارچه، مثبت و خاطره انگیز ایجاد می کنند، نه تنها در ذهن می مانند بلکه به دل راه پیدا می کنند و برندی که در دل جا داشته باشد، بیش از هزار تبلیغ مؤثر واقع می شود.

تجربه برند فراتر از خدمات مشتری است

بسیاری از کسب و کارها فکر می کنند تجربه برند یعنی خدمات پس از فروش یا برخورد کارکنان. در حالی که این فقط یکی از اجزاست. تجربه برند می تواند از کوچک ترین جزئیات شروع شود: از نوع بسته بندی محصول گرفته تا طراحی سایت، نحوه پاسخگویی در شبکه های اجتماعی یا حتی سرعت بارگذاری اپلیکیشن. برای نمونه، اگر برند شما مدعی فناوری پیشرفته است، اما سایشش کند و از مد افتاده باشد، این تناقض ذهن مشتری را دچار تردید می کند. تجربه برند باید با وعده های برند هماهنگ باشد. اگر می گوید برنداتان لوکس است، همه چیز، از فونت لوگو گرفته تا جعبه محصول و برخورد فروشنده باید در خدمت القای حس لوکس بودن باشد. در واقع، تجربه برند همان چیزی است که برنداتان «احساس» می کند، نه آنچه روی کاغذ نوشته اید.

چرا تجربه برند مهمتر از تبلیغات است؟

تبلیغات می تواند توجه جلب کند، اما تجربه برند است که باعث تکرار خرید، توصیه به دیگران و وفاداری می شود. مشتری ای که تبلیغ شما را می بیند، شاید برای یک بار خرید کند، اما اگر تجربه اش مثبت نباشد، دیگر بازخواهد گشت. در مقابل، اگر تجربه اش خوب باشد، ممکن است حتی بدون دیدن تبلیغ جدید، دوباره سراغ شما بیاید. در دنیای امروز که بیشتر تصمیم های خرید تحت تاثیر توصیه دیگران یا نظرات آنلاین شکل می گیرد، تجربه برند تأثیر مستقیم بر رشد یا سقوط برند دارد. هر مشتری راضی، می تواند بلندگوی برند

شما باشد. و هر مشتری ناراضی، یک هشدار بالقوه به صدها نفر دیگر خواهد داد.

یکپارچگی تجربه: رمز اعتمادسازی

برندهایی که در تمام نقاط تماس، تجربه ای یکپارچه ارائه می دهند، اعتماد بیشتری جلب می کنند. منظور از یکپارچگی این است که لحن، طراحی، رفتار، کیفیت و حس کلی برند در همه جا هماهنگ باشد. مثلاً اگر برند شما جوان پسند و پرا انرژی است، نباید در ایمیل های خود لحنی خشک و رسمی داشته باشید یا اگر روی ارزش های محیط زیستی تأکید دارید، نباید از بسته بندی های غیرقابل بازیافت استفاده کنید. مشتری ها تضادها را زود تشخیص می دهند و هر تضاد ذهنی، به تضعیف اعتماد منجر می شود. وقتی تجربه برند منسجم و صادقانه باشد، حس امنیت ایجاد می شود؛ حسی که زمینه ساز وفاداری است.

اجزای تجربه برند در

نقش احساسات: تجربه برند در دل می نشیند، نه در مغز

تحقیقات نشان می دهند که بیشتر تصمیم های خرید ما بر پایه احساسات هستند، نه منطق. یعنی اگر برند بتواند در دل مشتری جا باز کند، کار اصلی را انجام داده است. تجربه برند، اگر از دل برآید، بر دل می نشیند. این تجربه می تواند خوشحال کننده باشد، مثل رسیدن یک بسته بندی خلاقانه. می تواند دلگرم کننده باشد، مثل پاسخ سریع و همدلانه به یک مشکل یا حتی غرورآفرین باشد، مثل تعلق داشتن به یک برند خاص با ارزش های والا. برندهایی که فقط محصول می فروشند، حس ایجاد نمی کنند، اما برندهایی که از هر تعامل، فرصتی برای ایجاد حس

درس هایی از الگوی رفتاری رهبران تجاری در سازمان‌ها

رهبران تجاری چطور رفتار می کنند؟

ناشی می شود، اما در یک رهبری مدرن، قدرت از اعتماد و نفوذ سرچشمه می گیرد. یک رهبر موثر، انرژی خود را صرف ساختن یک محیط امنیت روانی می کند؛ فضایی که در آن، اعضای تیم احساس می کنند می توانند بدون ترس از قضاوت یا تنبیه، ایده های‌شان را بیان کنند. ریسک های هوشمندانه انجام دهند و حتی شکست بخورند. این امنیت، اکسین نوآوری و خلاقیت است.

سانتیا نادال، مدیرعامل مایکروسافت، با تغییر فرهنگ این شرکت از یک محیط به شدت رقابتی و همه چیزدان به یک فرهنگ همه چیزآموز مبتنی بر همدلی این رفتار را به زیبایی به نمایش گذاشت. او به جای پاداش دادن به مدیرانی که همیشه خود را محق می دانستند، افرادی را تشویق کرد که به حرف دیگران گوش می دهند، از اشتباهات خود یاد می گیرند و برای موفقیت همکاران شان ارزش قائل هستند. یک رهبر بزرگ، به جای اینکه بگوید «من به شما می گویم چه کار کنید»، می پرسد «شما چه فکر می کنید؟». او به جای استفاده از قدرت جایگاهش برای ساکت کردن مخالفان، از نفوذش برای ایجاد گفت‌وگو و شنیدن دیدگاه های مختلف استفاده می کند. این اعتماد سریع ترین راه برای آزادکردن هوش جمعی یک تیم است.

مدیریت استعدادها

یکی از بزرگ‌ترین وسوسه ها برای رهبری دخالت در جزئیات کار است، اما این رفتار یکی از کشنده ترین سم ها برای انگیزه و رشد یک تیم است. مایکرومینیتم یک پیام روشن برای کارمند دارد: «من به تو اعتماد ندارم و فکر می کنم خودم بهتر از تو می توانم این کار را انجام دهم».

رمزگشایی از ویژگی تیم‌های کاری استثنایی

این مقاله، سفری به اعماق این دی ان ای است. ما می خواهیم با هم کدهای ژنتیکی تیم هایی را رمزگشایی کنیم که نه تنها به اهداف‌شان می رسند، بلکه در مسیر رسیدن به آن، کاری می کنند که اعضای‌شان به بهترین نسخه از خودشان تبدیل شوند.

هدف مشترک: فراتر از یک شرح وظیفه

اولین و بنیادی ترین کد در دی ان ای یک تیم بزرگ وجود یک هدف مشترک و الهام بخش است. این بسیار فراتر از یک هدف تجاری فصلی یا یک عدد در گزارش فروش است. این یک ستاره قطبی است که در تارپک ترین شب ها هم مسیر را به همه نشان می دهد. وقتی یک تیم، یک دلیل عمیق و مشترک برای کاری که انجام می دهد داشته باشد، تک تک فعالیت های روزمره معنا پیدا می کنند.

تیمی را در یک شرکت فناوری تصور کنید که وظیفه شان، ساختن یک اپلیکیشن آموزشی برای کودکان است. آنها می توانند به کارشان به دو شکل نگاه کنند. دیدگاه اول: «ما در حال کدنویسی، طراحی و بازاریابی یک محصول هستیم». این یک شرح وظیفه است اما دیدگاه دوم: «ما در حال ساختن آزاری هستیم که به میلیون ها کودک کمک می کند تا خواندن و نوشتن را به شکلی جذاب یاد بگیرند و آینده بهتری برای خودشان بسازند». این یک ماموریت است، به همین سادگی!

تیمی که با دیدگاه دوم کار می کند، دیگر فقط مجموعه ای از کارمندان نیست. آنها یک گروه متحد هستند که باور دارند کارشان اهمیت دارد. این باور مشترک چسبی است که آنها را در سختی ها کنار هم نگه می دارد. وقتی یک عضو تیم خسته می شود، به یاد آن ستاره قطبی می افتد و انرژی دوباره می گیرد. این هدف والا، به کار آنها هویت می دهد و باعث می شود حس کنند که بخشی از یک داستان بزرگ‌تر و معنادار هستند.

امنیت روانی: جایی که آسیب پذیری به قدرت تبدیل می شود

دومین ژن حیاتی چیزی است که متخصصان به آن امنیت روانی می گویند. این شاید مهمترین و در عین حال، ظرفیت ترین ویژگی یک تیم استثنایی باشد. امنیت روانی به معنای مودب بودن دائمی یا پرهیز از انتقاد نیست. در عمیق ترین لایه اش، امنیت روانی

رمزگشایی از دلایل اهمیت تجربه برند

می سازند، ماندگار می شوند.

تجربه دیجیتال: جایی که برند می درخشد یا سقوط می کند

با گسترش فضای آنلاین، بخش بزرگی از تجربه برند در دنیای دیجیتال شکل می گیرد. طراحی سایت، ساختار فروشگاه اینترنتی، تجربه کاربری اپلیکیشن، چگونگی تعامل در شبکه های اجتماعی، نحوه ارسال ایمیل، همه بخشی از تجربه برند دیجیتال هستند.

برندهایی که در فضای دیجیتال سردرگم، کند، یا بی تفاوت عمل می کنند، حس بی نظمی و بی مسئولیتی القا می کنند. برعکس، برندهایی که تجربه ای سریع، ساده و لذت بخش ارائه می دهند، در دل مخاطب جای می گیرند. حتی ریزترین نکات، مثل مدت زمان پاسخ به کامنت ها یا چیدمان دکمه ها در یک فرم خرید، می تواند تجربه برند را تقویت یا تضعیف کند.

اهمیت شنیدن صدای مشتری در طراحی تجربه
تجربه برند نباید فقط از زاویه نگاه برند طراحی شود. بلکه باید از دید مشتری بررسی شود. نقشه سفر مشتری (Customer Journey Map) ابزاری بسیار موثر است برای شناسایی نقاط تماس مختلف با مشتری و بررسی احساسات او در هر مرحله. برندهایی که به طور مداوم بازخورد می گیرند، گوش می دهند، تحلیل می کنند، و براساس آن تغییر می دهند، تجربه ای انسانی تر، موثرتر و ماندگارتر می سازند. این بازخوردها می توانند از طریق نظرسنجی، تحلیل رفتار کاربران یا حتی بررسی نظرات در شبکه های اجتماعی جمع آوری شوند. مهم این است که صدای مشتری را بشنویم و به آن واکنش نشان دهیم.

در مقابل، یک رهبر بزرگ مانند یک باغبان ماهر عمل می کند. او بذر استعداد را تشخیص می دهد، بهترین خاک (محیط و منابع) را فراهم می کند، نور و آب کافی (راهنمایی و حمایت) را می رساند و سپس، یک قدم به عقب برمی دارد و اجازه می دهد تا آن گیاه، خودش به بهترین شکل ممکن رشد کند.

رفتار کلیدی در اینجا، توانمندسازی (Empowerment) است. توانمندسازی یعنی دادن استقلال، اختیار و مسئولیت واقعی به اعضای تیم. این یعنی به آنها اعتماد کنید تا راه حل های خودشان را پیدا کنند، حتی اگر متفاوت از راه حل شما باشد. یک رهبر بزرگ، به دنبال خلق پیروان بیشتر نیست؛ او به دنبال پرورش رهبران بیشتر است.

او موفقیت خود را نه در موفقیت های شخصی اش، بلکه در موفقیت افرادی می بیند که پرورش داده است. این رویکرد نه تنها باعث رشد نمایی افراد می شود، بلکه یک تیم خودگردان و مسئولیت پذیری می سازد که می تواند بدون حضور دائمی رهبر نیز به بهترین شکل کار کند.

برعهده گرفتن مسئولیت ها

این شاید سخت ترین و در عین حال نجیب ترین رفتار یک رهبر باشد. در فرهنگ های سمی، وقتی پروژه ای با موفقیت به پایان می رسد، مدیر اعتباران را برای خود برمی دارد و وقتی با شکست مواجه می شود، به دنبال مقصر در میان اعضای تیم می گردد. رهبران واقعی، این هرم را به طور کامل واژگون می کنند. آنها مانند یک چتر محافظ برای تیم خود عمل می کنند.

وقتی مشکلی پیش می آید، آنها پیشقدم شده و مسئولیت

تجربه برند، سرمایه نامرئی اما قدرتمند

شاید نتوان تجربه برند را به طور دقیق اندازه گیری کرد، اما اثر آن در نتایج کاملاً ملموس است. مشتری هایی که تجربه مثبت دارند، هزینه بیشتری می کنند، مدت زمان بیشتری باقی می ماندند و تبلیغ برند شما را به رایگان انجام می دهند. در مقابل، تجربه منفی حتی اگر به ضرر مالی مستقیم هم منجر نشود، باعث آسیب به اعتبار برند می شود؛ اعتباری که ساختنش دشوار و بازسازی اش دشوارتر است.

نتیجه نهایی

برند دیگر فقط یک اسم، لوگو یا محصول نیست. برند تبدیل به یک «تجربه» شده است؛ تجربه ای که از اولین نگاه تا آخرین تعامل ادامه دارد. برندی که این تجربه را طراحی، مدیریت و به روزرسانی نکند، ریسک می کند که از ذهن و دل مشتری پاک شود. در دنیایی که مشتری ها انتخاب های زیادی دارند، این تجربه است که تفاوت ایجاد می کند. نه صرفاً کیفیت محصول، نه قیمت، نه حتی تبلیغات پرزرق و برق. آنچه مشتری را حفظ می کند، تجربه ای است که با آن زندگی کرده است. بنابراین اگر می خواهید برنداتان ماندگار شود، اگر می خواهید از رقبا متمایز باشید، اگر می خواهید تبلیغات‌تان اثرگذار شود، از همین حالا تجربه برنداتان را زیر ذره بین ببرید. چون در نهایت، برند شما همان تجربه ای است که در ذهن و دل مخاطب باقی می ماند.

منابع:

advertising.amazon.com/library/guides/brand-experience-https://www.qualtrics.com/experience-management/brand/brand-experience

را برعهده می گیرند. آنها از عبارت «ما اشتباه کردیم» استفاده می کنند و تمرکز را بر روی پیدا کردن راه حل و نه پیدا کردن مقصر، می گذارند. اما زمانی که موفقیت حاصل می شود، آنها خود را از کانون توجه کنار می کشند و نورافکن را بر روی اعضای تیم خود می اندازند.

آنها به طور عمومی از تلاش های افراد قدردانی کرده و اعتبار را به کسانی می دهند که کار واقعی را انجام داده اند. این رفتار، یک فرهنگ وفاداری و تعهد بی نظیر ایجاد می کند. تیمی که بداند رهبرش در روزهای سخت پشت او می ایستد، حاضر است برای آن رهبر از هیچ تلاشی فروگذار نکند.

سختن پایانی

تبدیل شدن از یک رئیس به یک رهبر، یک شبه اتفاق نمی افتد. این یک سفر مداوم و یک انتخاب آگاهانه در هر روز، هر جلسه و هر گفت‌وگو است. این به معنای بی نقص بودن نیست، بلکه به معنای تلاش مستمر برای بهتر بودن است. با تمرین چشم‌اندازسازی، ساختن اعتماد، توانمندسازی دیگران و پذیرش مسئولیت، شما پایه های یک رهبری پایدار و الهام بخش را بنا می کنید. در نهایت، بزرگ‌ترین میراث یک رهبر، نه محصولاتی که ساخته یا سودهایی که به دست آورده، بلکه تاثیری است که بر روی انسان ها گذاشته و رهبران توانمندتری است که برای آینده از خود به جا گذاشته است. این، معنای واقعی رهبری در قرن بیست و یکم است.

منابع:

https://www.proofhub.com/articles/leadership-behaviors

شفافیت و مسئولیت پذیری متقابل: آخرین بخش کار
ژن نهایی در این کالبدشکافی شفافیت در نقش ها و مسئولیت پذیری متقابل است. در یک تیم موثر هیچ ابهامی درباره اینکه چه کسی مسئول چه کاری است وجود ندارد. این وضوح از اتلاف انرژی و افتادن کارها در شکاف بین مسئولیت افراد جلوگیری می کند، اما بخش دوم این ژن یعنی مسئولیت پذیری متقابل حتی از آن هم قدرتمندتر است. این بدان معناست که اعضای تیم، نه تنها در برابر رهبر تیم، بلکه در برابر یکدیگر احساس مسئولیت می کنند. آنها یک استاندارد بالا برای کل گروه تعریف می کنند و به یکدیگر کمک می کنند تا به آن استاندارد پایبند بمانند. بهترین مثال برای این موضوع، یک تیم جراحی در اتاق عمل است. جراح، پرستار و متخصص بیهوشی، هر کدام نقشی حیاتی و مشخص دارند. موفقیت عمل، به اجرای بی نقص نقش هر سه نفر بستگی دارد. آنها نه به مدیر بیمارستان، بلکه به یکدیگر و به جان بیمار بااستخگو هستند. این حس مالکیت جمعی، فرهنگ سرزنش کردن را از بین می برد و جای آن را به فرهنگ «چگونه می توانم کمک کنم؟» می دهد. وقتی کسی عقب می افتد، دیگران را از مقصر نمی دانند، بلکه به کمکش می شتابند، چون پیروزی یا شکست تیم، پیروزی یا شکست تک تک آنهاست.

سختن پایانی

در نهایت ساختن یک تیم استثنایی یک پروژه با نقطه شروع و پایان نیست. این یک فرآیند باغبانی مداوم است. رهبران تجاری باید با ایجاد یک هدف الهام بخش خاک را آماده کنند، با فراهم کردن امنیت روانی، به آن آب بدهند، با تشویق به تضاد سازنده، آن را در معرض نور خورشید قرار دهند و با شفاف کردن نقش ها، از رشد علف های هرز جلوگیری کنند.

این ویژگی ها تنها مجموعه ای از کلمات زیبا نیستند. آنها اجزای یک ماشین پیچیده و قدرتمند هستند که وقتی به درستی در کنار هم قرار بگیرند، می توانند کیمیاگری واقعی است: تبدیل فلز معمولی استعدادهای فردی به طلای ناب دستاوردهای جمعی.

منابع:

https://online.hbs.edu/blog/post/characteristics-of-an-effective-team