روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

شنبه
۲۴ آبان ۱۴۰۴

Sat.15 Nov 2025

۲۴ جمادی‌الاول ۱۴۴۷ - سال نهم
شماره ۲۸۱۸
۸ صفحه - ۵۰۰۰ تومان

www.forsatnet.ir

بهای تمام‌شده هر لیتر بنزین در ایران چقدر است؟

راستی‌آزمایی قیمت تمام‌شده بنزین

شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی در یک گزارش آماری از میانگین مصرف بنزین در ماه‌های اخیر، گفته است که میانگین مصرف روزانه بنزین در ماه‌های تیر، مرداد و شهریور امسال در یک منحنی صعودی به ترتیب ۱۲۳.۵، ۱۳۷.۷ و ۱۴۱.۷ میلیون لیتر بوده و سپس در مهرماه به رقم ۱۳۳.۷ میلیون لیتر در روز رسیده است. سرانه مصرف بنزین در ایران هم‌اکنون چهار لیتر در روز ...

۴

پایش بخش حقیقی اقتصاد در نیمه ۱۴۰۴ نشان می‌دهد

زیر پوست رشد صنعتی

فرصت امروز: در شهریورماه ۱۴۰۴، وضعیت فروش عمده صنایع بورسی، رشد چشمگیری داشته است. هرچند رشد شاخص تولید حداقل در نیمی از صنایع منفی است، با این حال در عمده صنایع، شاخص تولید و فروش نسبت به ماه مشابه سال قبل، رشد ۲,۲ و ۱۳,۳ درصدی و نسبت به ماه قبل، رشد ۱۰,۸ و ۱۶,۱ درصدی را تجربه کرده اند. در شهریورماه امسال شاخص تولید و فروش رشته فعالیت خودرو و قطعات نسبت به ماه مشابه...

۲

صندوق‌های اهرمی، جلوی ریزش بزرگ را گرفتند

نبض ضعیف بورس در نیمه پاییز

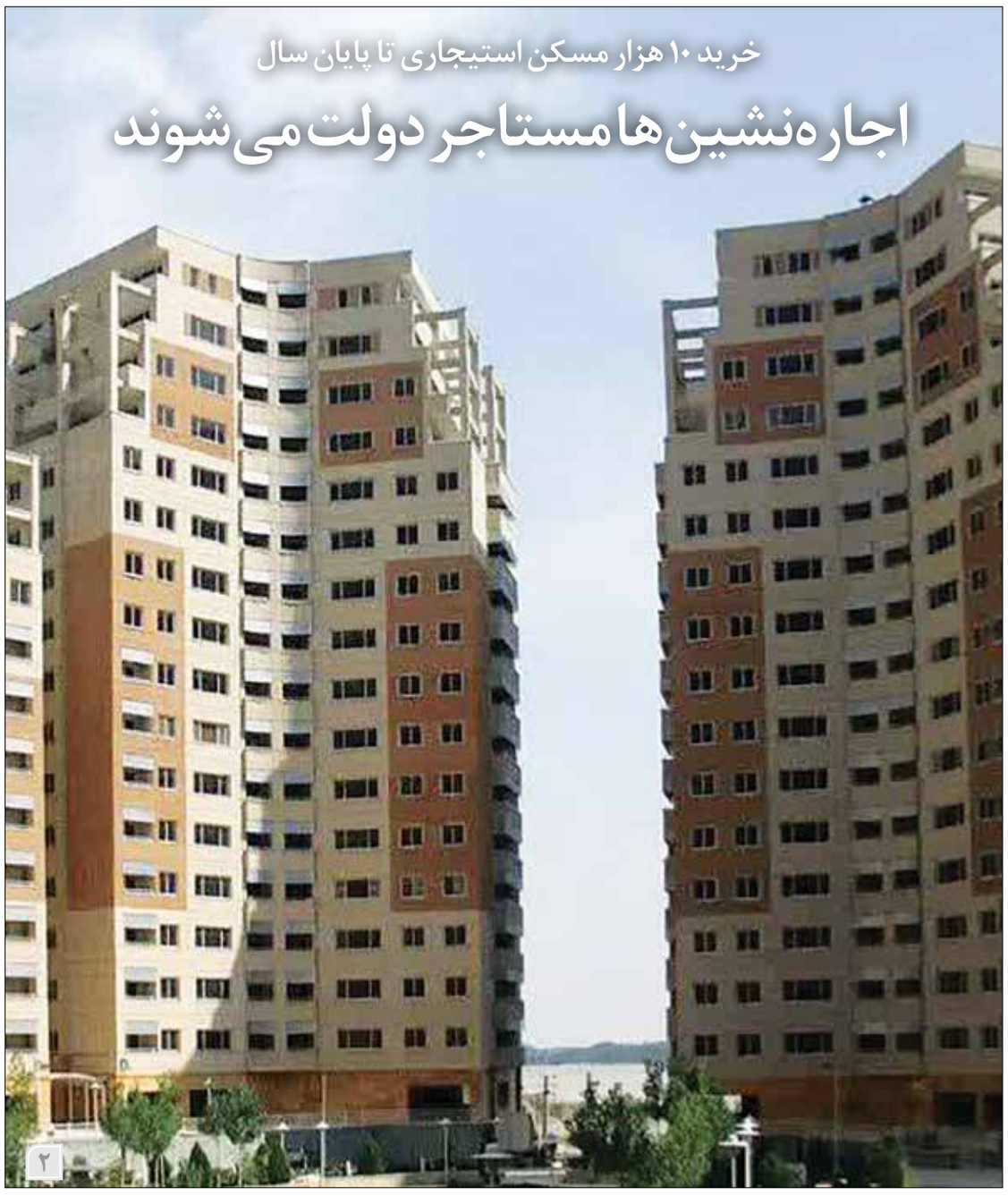
۳

مدیریت و کسب‌وکار

آینده اینفلوئنسر مارکتینگ؛ فراتر از تبلیغات

حباب بازاریابی اینفلوئنسر که سال ها با عکس های بی نقص، تعداد دنبال‌کننده های نجومی و وعده های رشد یک شبه باد شده بود، در حال ترکیدن است اما این یک فروپاشی نیست؛ این یک پالایش ضروری است. مدلی که در آن شهرت به صورت عمده خرید و فروش می شد و تاثیرگذاری مترادف با تعداد لایک های یک چهره مشهور بود، به سرعت در حال از دست دادن اعتبار خود است. مخاطبان هوشمندتر، بدبین تر و خسته تر از همیشه شده اند. آنها دیگر به راحتی یک پست تبلیغاتی پرزرق و برق را باور نمی کنند، همانطور که دیگر به تبلیغات تلویزیونی سنتی اعتماد ندارند. این بحران اعتماد، پایه های صنعتی را که زمانی یکی از جذاب ترین کانال های بازاریابی به نظر می رسید، به لرزه درآورده است. این دگرگونی یک تهدید نیست، بلکه یک فرصت تاریخی برای برندهای هوشمند است. این یک دعوت به بازاندیشی...

۸



خرید ۱۰ هزار مسکن استیجاری تا پایان سال

اجاره‌نشین‌ها مستاجر دولت می‌شوند

۲

سرمقاله

چک‌های بی‌اعتبار، بانک‌های بی‌جواب

علی نظافتیان
پژوهشگر حقوق بانکی

رأی شماره ۷۸۰ مورخ ۱۴۰۴/۰۸/۱۰ دیوان عالی کشور، صراحتا حاکی از آن است که دارنده چک ثبت نشده در سامانه بانک مرکزی نمی‌تواند الزام صادرکننده چک به ثبت آن در سامانه بانک مرکزی را از مراجع قضایی درخواست نماید. خواسته او قطعا رد خواهد شد. این رأی وحدت رویه چه آثار و پیامدهایی برای مردم و سیستم بانکی کشور دربر خواهد داشت؟ برخلاف سفته، چک یک سند بانکی ویژه و پرکاربرد در جامعه است. به همین دلیل، قانونگذار از چند دهه پیش، مقرراتی ویژه برای داشتن این سند و نحوه صدور آن تصویب کرده است. از دید قانون تجارت، چک نوشته‌ای است که به موجب آن، صادرکننده وجوهی را که نزد محال علیه دارد کلاً یا بعضاً مسترد یا به دیگری واگذار می‌نماید. این بدان معناست که از دید قانون تجارت، مالکیت موجودی حساب جاری، متعلق به دارنده حساب جاری است و نه متعلق به بانک. بند یکم ماده یکم قانون اصلاح قانون چک، مصوب سال ۱۳۹۷ نیز تقریبا همین تعریف را پذیرفته و گفته است: «چک عادی، چکی است که اشخاص عهده بانک‌ها به حساب جاری خود صادر می‌کنند و دارنده آن تضمینی جز اعتبار صادرکننده آن ندارد.»

ادامه در همین صفحه

چک‌های بی‌اعتبار، بانک‌های بی‌جواب

اما با کمال تعجب، ماده ۳ قانون عملیات بانکی بدون ربا، حساب جاری را در ردیف «حساب سپرده قرض‌الحسنه» جای داده است. به بیان دیگر، از دید قانون عملیات بانکی بدون ربا، رابطه حقوقی بین بانک و مشتری در حساب جاری، مبتنی بر عقد قرض است. این موضوع از منظر موازین بانکی و قوانین مرتبط با چک، چندان منطقی نیست؛ زیرا قرض از نظر موازین شرعی، از عقود تملیکی است؛ یعنی تا شما مبلغی به کسی قرض بدهید، مبلغ قرض متعلق به قرض‌گیرنده خواهد شد. پس با گشایش حساب جاری قانونا فرض می‌شود که شما موجودی حساب جاری را به بانک گشایشگر حساب جاری، قرض می‌دهید، آن‌هم قرض بدون سود و بهره. در نتیجه از این لحظه به بعد، از نظر مبانی قانون عملیات بانکی بدون ربا، موجودی حساب جاری، متعلق به شما نیست، بلکه جزو منابع داخلی بانک شده و از مالکیت شخص شما خارج شده است. حال پرسش آن است که اگر منابع موجود در حساب‌های جاری مشتریان واقعا متعلق به بانک است، پس چرا موجودی حساب جاری در صورت بدهکار بودن یا تعهدات مالی دارنده حساب جاری، قابل توقیف توسط مراجع قضایی است؟ بدهی دارنده حساب جاری چه ارتباطی با منابع داخلی بانک (موجودی حساب جاری) دارد؟

اینجاست که تضاد حقوقی حساب جاری و مالکیت موجودی آن براساس مبانی قانون عملیات بانکی بدون ربا و موازین قانون تجارت و قانون صدور چک، آشکار می‌شود. یکی، موجودی حساب جاری را متعلق به دارنده آن می‌داند و دیگری، موجود حساب جاری را متعلق به بانک دانسته است؛ زیرا حساب جاری، مبتنی بر عقد قرض است و قرض نیز از جمله عقود تملیکی است. این یعنی بانک در پدیده حساب جاری، با وضعیت حقوقی بغرنجی مواجه است؛ موجودی حساب جاری، هم متعلق به بانک هست و هم نیست، اما می‌تواند برای تعهدات مالی دارنده حساب، توسط مراجع قضایی، مسدود یا برداشت شود. داشتن دسته چک در واقع، مولود داشتن حساب جاری در یکی از بانک‌های مجاز کشور است. شما بدون داشتن حساب جاری، قادر به دریافت دسته چک و صدور چک نخواهید بود. هرچند بانک مرکزی در سالیان اخیر، پدیدهای به نام «حساب جاری بدون دسته چک» ابداع کرده است. قرض‌الحسنه ویژه نیز در واقع، ابتکار عمل بانک مرکزی برای حل این تضاد حقوقی است. در هر صورت، معتقدم که قانون اصلاح چک (مصوب ۱۳۹۷) در مورد ماهیت حساب جاری، از قانون عملیات بانکی بدون ربا، عبور کرده است. بخشی از فتوای یکی از مراجع عظام تقلید نیز چنین است: «البته در بانک‌ها هرچند خصوصی باشند، موجودی هر حساب، متعلق به صاحب همان حساب است، نه مالک بانک.» واژه هر حساب قاعدتا شامل حساب‌های جاری نیز می‌شود.

نگاهی به سابقه تاریخی پدیده چک

بنا به مستندات تاریخی، اولین قانون صدور چک، مشتمل بر ۱۹ ماده بود که در تاریخ ششم اردیبهشت‌ماه ۱۳۴۴ به تصویب مجلس سنا و در جلسه چهارم خردادماه همین سال به تصویب مجلس شورای ملی رسید. قانون دیگر در ۲۲ ماده، انواع چک و چگونگی صدور آنها را بیان می‌کند و مقرراتی در مورد نحوه برخورد با متخلفان از این مواد دربر ندارد. این قانون در سال ۱۳۵۵ به تصویب مجلس شورای ملی رسید. در ادامه این روند، قانون «اصلاح موادی از قانون صدور چک مصوب تیرماه ۱۳۵۵» در ۱۱ آبان‌ماه ۱۳۷۲ به تصویب مجلس شورای اسلامی رسید. همچنین قانون اصلاح قانون چک در ۱۳ آبان‌ماه ۱۳۹۷ در مجلس به تصویب رسید. قانون مورداشاره، وضعیت چک را دچار تغییرات و اصلاحات اساسی کرد. تصور می‌کنم مهمترین اصلاح ساختاری در قوانین مربوط به چک (مصوب ۱۳۹۷)، سامانه‌محور بودن این قانون است؛ یعنی قانونگذار، مصلحت را در آن دید که همه عملیات مربوط به درخواست دسته‌چک، از صدور تا نقل‌وانتقال چک‌ها حتما بایستی از طریق سامانه بانک مرکزی انجام شود تا بدین طریق از پولشویی و سایر جرائم مالی مرتبط با چک، پیشگیری شود و مردم کمتر با چک‌های بی‌محل، مواجه باشند و بدین‌ترتیب، کلاهبرداری‌های «چکی» کاهش یابد.

ثبت یا عدم ثبت چک در سامانه بانک مرکزی؟

از زمان تصویب اصلاح قانون چک در سال ۱۳۹۷، این پرسش در محافل حقوقی، مطرح شد که اگر مثلا یک برگ چک، تمام شرایط قانونی را داشته باشد و توسط دارنده حساب جاری هم امضا شود، ولی در سامانه بانک مرکزی ثبت نشود، آیا این برگ چک قانونا «چک» محسوب می‌شود و آیا در صورت برگشت خوردن، بانک موظف است به درخواست دارنده با حسن نیت چک، «گواهی عدم پرداخت» صادر کند تا دارنده چک با در اختیار داشتن «گواهی عدم پرداخت» بتواند به مراجع قضایی مراجعه کند و حق خود را بستاند؟ این موضوع در کمیسیون حقوقی «کانون بانک‌ها و موسسات اعتباری خصوصی» به بحث کارشناسی گذاشته شد. تعدادی از همکاران حقوقی بر این باور بودند که ثبت چک در سامانه چک، جزو شرایط اصلی اعتبار قانونی چک نیست. برگه چک، وقتی به امضای دارنده حساب‌جاری برسد، قانوناً چک محسوب می‌شود؛ بنابراین بانک‌ها مکلفند در مورد چک‌های ثبت نشده در سامانه بانک مرکزی هم در صورت فقدان یا کمبود موجودی یا موانع قانونی پرداخت، «گواهی عدم پرداخت» صادر کنند تا دارنده چک با در اختیار داشتن «گواهی عدم پرداخت»، اقدامات حقوقی خود را در مراجع ذی‌صلاح قضایی آغاز کند و پیش ببرد. به بیان دیگر، چک ثبت‌نشده در سامانه بانک مرکزی هم قانوناً چک محسوب می‌شود؛ ولو آنکه در سامانه بانک مرکزی ثبت نشود. تعداد دیگری از همکاران حقوقی با استدلال‌های متفاوت، معتقد بودند که عدم ثبت چک در سامانه بانک مرکزی، موجب بی‌اعتباری آن خواهد شد.

سرانجام این اختلاف‌نظر حقوقی به بانک مرکزی هم کشانده شد تا تکلیف بانک‌ها برای صدور یا عدم صدور «گواهی عدم پرداخت» برای چک‌های ثبت‌نشده در سامانه بانک مرکزی روشن شود؛ بنابراین «کانون بانک‌ها» از بانک مرکزی پرسید: «درصورتی‌که چک ارائه‌شده به بانک به دلیل عدم ثبت در سامانه قابل‌پرداخت نباشد، در آن صورت آیا بانک بایستی بنابه‌درخواست دارنده چک، «گواهی عدم پرداخت» صادر نماید؟ یا به دلیل آنکه قانون تأکید نموده که این قبیل چک‌ها، مشمول قانون اصلاح صدور چک نیستند، صدور «گواهی عدم پرداخت» برای این قبیل چک‌های ثبت‌نشده در سامانه ممنوع است؟ تا آنجایی که خاطرم هست، بانک مرکزی در نهایت، چک ثبت‌نشده در سامانه بانک مرکزی را واجد شرایط برای صدور «گواهی عدم پرداخت» تشخیص نداد و صدور «گواهی عدم پرداخت» در مورد این‌گونه چک‌های ثبت‌نشده در سامانه را ممنوع اعلام کرد.

تعیین تکلیف عالی‌ترین مرجع قضایی کشور

مراجع قضایی نیز به تدریج از این اختلاف‌نظر حقوقی، بی‌نصیب نماندند و آرایی متعارض در این زمینه با استدلال‌های حقوقی متفاوت، صادر شد. سرانجام عالی‌ترین مرجع قضایی کشور، یعنی دیوان عالی، رأی وحدت رویه، صادر و تکلیف همه را روشن کرد. در رأی شماره ۸۷۰ مورخ ۲۲ مهرماه ۱۴۰۴ دیوان عالی، آمده است: «مستفاد از تبصره یک اصلاحی مورخ ۱۴۰۰/۰۱/۲۹ الحاقی به ماده ۲۱ مکرر قانون صدور چک، درج عبارت «صدور و پشت‌نویسی چک بدون درج در سامانه صیاد فاقد اعتبار است» در برگه چک‌های صادره از دسته‌چک‌هایی که پس از پایان اسفند ۱۳۹۹ ارائه می‌شوند، الزامی بوده و تسویه آنها منوط به ثبت در «سامانه چکاوک» براساس مبلغ و تاریخ مندرج در سامانه مذکور است و چنانچه در زمان صدور، مالکیت آن در سامانه ثبت نشده باشد، از شمول مقررات قانون چک خارج است؛ بنابراین اگر دارنده برگه چک، علی‌رغم درج این عبارت در چک، بدون ثبت در سامانه آن را پذیرفته باشد، به ضرر خود اقدام نموده و از مزایای قانونی چک محروم کرده است. در نتیجه، دعوای وی مبنی بر الزام صادرکننده به ثبت چک در سامانه، قابلیت استماع ندارد. بنا به‌مراتب، رأی شعبه سی و دوم دادگاه تجدیدنظر استان تهران تاحدی‌که با این نظر انطباق دارد با اکثریت آرای اعضای هیأت عمومی، صحیح و قانونی تشخیص داده می‌شود. این رأی طبق ماده ۴۷۱ قانون آیین دادرسی کیفری، مصوب ۱۳۹۲ با اصلاحات و الحاقات بعدی در موارد مشابه برای شعب دیوان عالی کشور، دادگاه‌ها و سایر مراجع، اعم از قضایی و غیر آن لازم‌الاتباع است.»

بدین‌ترتیب، ساده‌ترین برداشت از رأی وحدت رویه دیوان عالی کشور، این است که چک‌های ثبت‌نشده در سامانه بانک مرکزی، حتی اگر تمام شرایط قانونی صدور چک را هم داشته باشند؛ ولی فقط در سامانه بانک مرکزی، ثبت نشده باشند، اعتبار حقوقی به‌عنوان «چک» ندارند؛ مانند سند عادی هستند؛ بنابراین صدور «گواهی عدم پرداخت» در مورد این قبیل چک‌ها براساس مقررات انتظامی بانک مرکزی، ممنوع است. بالاتر از آن، حتی دارنده چک ثبت‌نشده در سامانه بانک مرکزی نمی‌تواند الزام صادرکننده به ثبت چک در سامانه بانک مرکزی را از دادگاه درخواست نماید. باتوجه به این وضعیت و کاربرد فراوان چک در سطح جامعه به نظرم بسیار ضروری است که بانک مرکزی و شبکه بانک‌های دولتی و بانک‌های خصوصی از طریق روابط‌عمومی‌های خود، مرتباً به مردم هشدارهای لازم را ارائه دهند که برای پذیرش چک، به‌ویژه در معاملات غیرنقدی و اقساطی از پذیرش چک بدون ثبت در سامانه بانک مرکزی اکیدا خودداری کنند؛ وگرنه در غیر این صورت، با مشکلات مادی بسیار مواجه خواهند شد و در واقع، یک کاغذ بی‌اعتبار دست‌شان هست. حداقل آثار حقوقی چک ثبت‌نشده در سامانه، آن است که: با چک ثبت‌نشده در سامانه بانک مرکزی نمی‌توان علیه صادرکننده چک، شکایت کیفری مطرح کرد؛ زیرا این‌گونه چک‌ها، فاقد «گواهی عدم پرداخت» هستند.

به‌هرحال، سامانه‌محور بودن قانون اصلاح قانون چک (مصوب سال ۱۳۹۷) بسیار عالی و کارساز است و از وقوع بسیاری از جرائم مالی مرتبط با چک، جلوگیری می‌کند. ولی ناآگاهی حقوقی از مقررات این قانون، نباید موجب ایجاد مشکل برای مردم شود. پس روابط عمومی بانک‌ها باید پیشتاز آگاهی‌بخشی عمومی در مورد آثار حقوقی و قانونی عدم ثبت چک در سامانه بانک مرکزی باشند. عدم آگاهی از مبانی حقوقی رأی شماره ۸۷۰ دیوان عالی کشور، مردم را با ریسک‌های حقوقی زیادی، مواجه و درگیر خواهد ساخت. بانک‌ها نیز در برابر چک‌های بی‌اعتبار ثبت‌نشده در سامانه، بی‌جواب خواهند بود.

اقتصاد ایران بر لبه تیغ

کامران ندری، اقتصاددان

در سال‌های اخیر، سایه سنگین تحریم‌های بین‌المللی بر اقتصاد ایران، بیش از هر زمان دیگری احساس می‌شود. بازگشت تحریم‌های سازمان ملل و فعال شدن مکانیسم ماشه، شرایط را برای تصمیم‌گیران اقتصادی، پیچیده و دشوار کرده است. کارشناسان معتقدند که فشارهای خارجی، تنها یکی از عوامل بحران کنونی است؛ ساختار داخلی اقتصاد، ناترازی بودجه و سیاست‌های ناکارآمد نیز زمینه‌های شکنندگی اقتصاد را فراهم کرده‌اند. در چنین فضایی، حتی بهترین برنامه‌های اقتصادی نیز نمی‌توانند بدون اصلاحات ساختاری و تغییر در دیپلماسی، اثربخش باشند. اقتصاد ایران در حال حاضر در وضعیتی قرار دارد که پیش‌بینی‌ها با تردیدهای جدی همراه است. بانک جهانی، رشد منفی تولید ناخالص داخلی و افزایش شدید تورم را برای سال‌های آتی، پیش‌بینی کرده است. این روند نه‌تنها نشان‌دهنده کاهش توان اقتصادی کشور است، بلکه بی‌اعتمادی عمومی نسبت به توانایی دولت در مهار مشکلات را نیز بازتاب می‌دهد.

یکی از شاخص‌ترین نشانه‌های بحران کنونی، رفتار اقتصادی مردم است. تقاضای شدید برای طلا و ارز، نه صرفاً نتیجه افزایش قیمت‌ها، بلکه ناشی از بی‌اعتمادی عمیق به توان و اراده سیاستگذار است. مردم با مشاهده انفعال دستگاه‌های اجرایی و نبود برنامه‌های شفاف، احساس می‌کنند که تصمیم‌گیران، قادر به محافظت از قدرت خرید و ثروت آنها نیستند. این بی‌اعتمادی باعث می‌شود سرمایه‌های ریالی به دارایی‌های امن تبدیل شود و سرعت گردش پول افزایش یابد؛ عاملی که تورم را تشدید می‌کند. انتظارات منفی، نقش مهمی در این فرآیند ایفا می‌کند. هرگونه شوک سیاسی یا اقتصادی، مانند اخبار فعال شدن مکانیسم ماشه، به سرعت باعث افزایش تقاضا برای دارایی‌های امن و تشدید نوسانات بازار می‌شود. این واکنش روانی، همانند شعله‌ای است که می‌تواند آتش تورم را دامن بزند، حتی اگر سیاست‌های اقتصادی موقتاً قابل دفاع باشند.

ریشه دوم بحران، وضع مالی دولت و ناترازی بودجه است. درآمدهای دولت، به‌ویژه درآمدهای ارزی حاصل از نفت، تحت تأثیر تحریم‌ها محدود شده و نظام مالیاتی ناکارآمد نیز توان جبران کسری بودجه را ندارد. در سوی دیگر، هزینه‌های جاری دولت، مانند حقوق و دستمزد بدنه بزرگ اداری، صندوق‌های بازنشستگی ورشکسته و یارانه‌های پنهان، روزبه‌روز افزایش می‌یابد. در چنین شرایطی، دولت برای تأمین مالی، ناچار به استقراض از بانک‌ها و بانک مرکزی می‌شود؛ فرآیندی که به «پولی‌سازی کسری بودجه» شناخته می‌شود و رشد نقدینگی و پایه پولی را تشدید می‌کند. این چرخه معیوب، زمینه را برای وقوع تورم‌های بالا فراهم می‌کند و اگر اصلاحات فوری صورت نگیرد، احتمال حرکت به سمت ابرتورم واقعی افزایش می‌یابد.

در اقتصاد ایران، انتظارات تورمی، عامل تعیین‌کننده‌ای است. هنگامی که مردم باور کنند دولت توان یا اراده‌ای برای کنترل تورم ندارد، ریال به‌سرعت به دارایی‌های امن تبدیل می‌شود و «فرار از پول ملی» سرعت می‌گیرد. این فرآیند نه‌تنها تورم واقعی را افزایش می‌دهد، بلکه اثر روانی آن، کنترل سیاستگذار را دشوارتر می‌کند. انتظارات تورمی به گونه‌ای عمل می‌کنند که حتی اقدامات موقت دولت نیز ناکافی به نظر می‌رسد. تجربه گذشته، نشان داده که تغییرهای نمادین، مانند تغییر رئیس کل بانک مرکزی، می‌تواند تا حدودی التهاب بازار را کاهش دهد، اما نبود هماهنگی و انسجام در تیم اقتصادی، اثرات مثبت کوتاه‌مدت را نیز خنثی می‌کند.

عملکرد دولت در مقابله با این دو عامل، یعنی ناترازی مالی و انتظارات منفی، تا به امروز ناکافی بوده است. سیاست‌هایی، مانند کنترل دستوری قیمت‌ها ممکن است در کوتاه‌مدت، جلوه ظاهری آرامش ایجاد کنند، اما در میان‌مدت، باعث کمبود کالا، شکل‌گیری بازار سیاه، کاهش انگیزه تولید و رانت‌جویی می‌شوند. نبود برنامه مشخص و انسجام میان وزرا و مدیران، این پیام را به جامعه منتقل می‌کند که دولت، اراده جدی برای مقابله با بحران ندارد. این موضوع، انتظارات منفی را تشدید و روند بی‌ثباتی را عمیق‌تر می‌کند. باز شدن فضای تجاری و دیپلماسی فعال، پیش‌شرط لازم برای هرگونه اصلاحات ساختاری است. بدون تعامل با بازارهای بین‌المللی و همسایگان، حتی بهترین برنامه‌های داخلی نیز ناکام خواهند ماند. افزایش واردات کالا و خدمات می‌تواند فشار تورمی ناشی از اصلاحات قیمتی را کاهش دهد و هزینه‌های تجارت را کم کند. همچنین رفع تحریم‌ها و گشایش سیاسی می‌تواند سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی را افزایش دهد، نااطمینانی‌ها را کاهش دهد و انتظارات تورمی را کنترل کند. یکی از مهمترین مسائل در دوران تحریمی، حمایت از اقشار آسیب‌پذیر است. کارمندان، کارگران و مستمری‌بگیران به‌طور خاص، تحت فشار هستند و قدرت خرید آنها به‌شدت کاهش یافته است. اصلاحات اقتصادی بدون برنامه‌ریزی برای جبران کاهش توان خرید این گروه‌ها، موجب نارضایتی گسترده و کاهش مشارکت اجتماعی خواهد شد. بدون همراهی مردم، حتی برنامه‌های علمی و مدون اقتصادی نیز نمی‌تواند به نتیجه برسد. اگر اصلاحات اقتصادی جدی صورت نگیرد، اقتصاد ایران ممکن است به سمت ابرتورم حرکت کند. ابرتورم، بیش از آنکه یک پدیده صرفاً اقتصادی باشد، به معنای مشکلات تمام‌عیار نظام اقتصادی و اجتماعی است. از منظر اقتصادی، پس‌اندازهای ریالی مردم نابود می‌شود، نظام بانکی دچار بحران و بنگاه‌ها، توان برنامه‌ریزی بلندمدت خود را از دست می‌دهند. از منظر اجتماعی، طبقه متوسط که ستون فقرات ثبات جامعه است، تضعیف و دوقطبی شدن جامعه رخ می‌دهد و تنش‌های اجتماعی افزایش می‌یابد. پیامد دیگر، تشدید مهاجرت نخبگان و نیروی کار ماهر است که ظرفیت تولید و توسعه کشور را برای نسل‌ها کاهش می‌دهد.

چشم‌انداز اقتصادی ایران در صورت ادامه تحریم‌ها و بی‌برنامگی، نگران‌کننده است. اصلاحات داخلی بدون باز شدن فضای تجاری و تغییر جدی در دیپلماسی، ناکارآمد خواهد بود. برای جلوگیری از مشکلات اقتصادی و اجتماعی، نیاز به برنامه‌ریزی فوری و شفاف، مدیریت انتظارات عمومی، حمایت از اقشار آسیب‌پذیر و اقدامات نمادین قوی برای نشان دادن اراده دولت وجود دارد. تنها با این اقدامات می‌توان امید داشت که مسیر اقتصاد از پرتگاه ابرتورم و بی‌ثباتی کلان، دور شود.

خبرنامه

روندهایی که سال آینده میلادی را می‌سازند

۱۰ تصویر ۲۰۲۶ از چشم اکونومیست

در حالی که حضور «دونالد ترامپ» در کاخ سفید به عنوان رئیس‌جمهور آمریکا همچنان تحولات جهانی را در سال آینده تحت تاثیر قرار می‌دهد، روندهای مهمی در سیاست، اقتصاد، فناوری، محیط زیست و ورزش وجود دارند که تصویر جهان را در سال ۲۰۲۶ شکل خواهند داد. هفته نامه «اکونومیست» در ویژه‌نامه سالانه خود به نام «جهان پیش‌رو در ۲۰۲۶» می‌گوید که «دونالد ترامپ» رئیس‌جمهوری آمریکا، مهمترین عامل شکل‌دهنده امور جهانی در سال ۲۰۲۵ بوده است و تا زمانی که او در کاخ سفید حضور دارد، همین روند ادامه دارد. رویکرد هنجارشکنانه او در برخی زمینه‌ها، باعث آشفتگی شده، مانند تجارت، اما در جاهای دیگر، نتایج دیپلماتیک به همراه داشته، مانند غزه و در برخی موارد نیز تغییرات لازم را تحمیل کرده است، مثل افزایش هزینه‌های دفاعی اروپا. به گفته «اکونومیست»، با ادامه چرخش «توفان ترامپ» در سال آینده، ۱۰ روند کلیدی، دنیای ۲۰۲۶ را شکل خواهند داد:

دویست‌وپنجاهمین سالگرد تاسیس آمریکا

انتظار می‌رود روایت‌های بسیار متفاوتی از گذشته، حال و آینده آمریکا شنیده شود؛ چراکه جمهوری خواهان و دموکرات‌ها در بزرگداشت دویست‌وپنجاهمین سالگرد تاسیس آمریکا، این کشور را با عباراتی کاملا متفاوت، توصیف خواهند کرد. پس از آن رأی‌دهندگان در انتخابات میان دوره‌ای ماه نوامبر درباره آینده آمریکا، رأی خواهند داد. ولی حتی اگر دموکرات‌ها مجلس نمایندگان را به دست بگیرند، حکمرانی «دونالد ترامپ» با قلدری، تعرفه‌ها و دستورات اجرایی، ادامه خواهد داشت.

تحول ژئوپلیتیک

تحلیلگران سیاست خارجی در این باره اختلاف نظر دارند که آیا جهان، وارد جنگ سرد جدیدی میان دو بلوک به رهبری چین و آمریکا شده است؟ یا یک توافق ترامپی، جهان را به حوزه‌های نفوذ آمریکا، روسیه و چین، تقسیم خواهد کرد که در آن هر کدام می‌توانند کاری را که می‌خواهند انجام دهند؟ اما روی هیچ کدام اینها حساب نکنید؛ چراکه «ترامپ»، رویکردی معامله‌گرانه مبتنی بر غریزه را ترجیح می‌دهد و به الگوهای ژئوپلیتیکی بزرگ هیچ عقیده‌ای ندارد. نظام قدیمی جهانی که بر قواعد و نظم بین‌المللی استوار بود، بیش از پیش دچار فرسایش و بی‌ثباتی خواهد شد اما در مقابل، ائتلاف‌های داوطلبانه، توافق‌های تازه‌ای در حوزه‌هایی چون دفاع، تجارت و آب‌وهوا، ایجاد خواهند کرد.

جنگ یا صلح؟

از منظر «اکونومیست»، صلح در غزه ممکن است پایدار باشد. ولی درگیری‌ها در اوکراین، سودان و میانمار، ادامه خواهد داشت. روسیه و چین با تحریکات «منطقه خاکستری» در شمال اروپا و دریای چین جنوبی، تعهد آمریکا به متحدانش را آزمایش خواهند کرد و با محو شدن مرزهای جنگ و صلح، تنش‌ها در قطب شمال، مدار زمین، بستر دریا و فضای سایبری، افزایش خواهد یافت.

مشکلات اروپا

این شرایط، آزمونی مهم برای اروپاست. این منطقه باید هزینه‌های نظامی خود را افزایش دهد، آمریکا را در کنار خود نگه دارد، رشد اقتصادی را تقویت کرده و با کسری‌های بزرگ بودجه‌ای مقابله کند، حتی اگر ریاضت اقتصادی، خطر حمایت از احزاب راست محافظه کار را افزایش دهد. اروپا همچنان می‌خواهد مدافع پیشرو برای تجارت جهانی و محیط زیست باقی بماند، اما نمی‌تواند همه این کارها را همزمان انجام دهد. از طرفی، افزایش هزینه‌های دفاعی می‌تواند رشد اقتصادی اروپا را افزایش دهد، اما این افزایش اندک خواهد بود.

فرصت چین

چین هم مشکلات خود را دارد، از جمله کاهش تورم، کندی سرعت رشد اقتصادی و اشباع تولید صنعتی، اما سیاست «اول آمریکا»ی ترامپ، فرصت‌های جدیدی را برای چین فراهم کرده است تا نفوذ جهانی خود را افزایش دهد. چین، خود را به عنوان شریک قابل اعتمادتری معرفی خواهد کرد، به خصوص در جنوب جهانی، که در حال بستن مجموعه‌ای از توافق‌های تجاری است. چین از توافق‌های تاکتیکی با «دونالد ترامپ» بر سر سویا و تراشه‌ها خوشحال است و نکته این است که روابط با آمریکا را به صورت معامله‌ای حفظ خواهد کرد، نه تقابلی.

نگرانی‌های اقتصادی

اقتصاد آمریکا تاکنون در برابر تعرفه‌های «ترامپ» بیش از آنچه انتظار می‌رفت، مقاوم بوده است. با این حال، این تعرفه‌ها رشد جهانی را کاهش خواهند داد. از سوی دیگر، با توجه به اینکه کشورهای ثروتمند، فراتر از توان خود خرج می‌کنند، خطر بحران در بازار اوراق رو به افزایش است. از منظر «اکونومیست»، بسیاری از تحولات به جانشینی «جروم پاول» در سمت ریاست فدرال رزرو در ماه مه، بستگی خواهد داشت و سیاسی شدن بانک مرکزی آمریکا می‌تواند جرقه بحرانی تازه در بازارهای مالی باشد.

نگرانی‌ها درباره هوش مصنوعی

هزینه‌های گزاف برای زیرساخت‌های هوش مصنوعی نیز ممکن است ضعف اقتصادی در آمریکا را پنهان کند، اما سوال این است که آیا این حباب خواهد ترکید؟ همان‌طور که درباره راه آهن، برق و اینترنت هم دیده شد، سقوط بازار به این معنا نیست که این تکنولوژی ارزش واقعی ندارد؛ ولی می‌تواند تاثیر اقتصادی قابل توجهی داشته باشد. در هر صورت، نگرانی در مورد تاثیر هوش مصنوعی بر مشاغل، به ویژه مشاغل فارغ‌التحصیلان، عمیق‌تر خواهد شد.

چهره دوگانه تغییرات اقلیمی

محدود کردن گرمایش زمین به ۱٫۵ درجه سانتیگراد، منتفی است و «دونالد ترامپ» از انرژی‌های تجدیدپذیر متنفر است. ولی انتشار گازهای گلخانه‌ای احتمالا به اوج خود رسیده است. در این شرایط، فناوری پاک در سراسر جنوب جهانی، رونق می‌گیرد و شرکت‌ها به اهداف آب‌وهوایی خود خواهند رسید، اما برای جلوگیری از خشم «ترامپ»، آن را پنهان می‌کنند. انرژی زمین گرمایی نیز قابل توجه خواهد بود.

ارزش‌های ورزش

همیشه می‌توان به ورزش برای رهایی از سیاست تکیه کرد، اما شاید در سال ۲۰۲۶ اینطور نباشد. جام جهانی فوتبال مشترکا توسط آمریکا، کانادا و مکزیک برگزار خواهد شد، در حالی که روابط این کشورها تیره و تار است. در این شرایط ممکن است برخی از هواداران از سفر منصرف شوند اما بحث‌برانگیزتر از آن، «بازی‌های پیشرفته» در لاس وگاس است؛ رقابت‌هایی که در آن ورزشکاران مجاز هستند از داروهای افزایش‌دهنده عملکرد استفاده کنند. حال پرسش اصلی، این است که آیا این کار تقلب است یا صرفا نوعی بازی متفاوت؟

اوزمپیک، اما بهتر

داروهای کاهش وزن GLP-۱، ارزان‌تر، بهتر و به شکل قرص درحال ورود به بازار هستند. این مسئله میزان دسترسی را افزایش خواهد داد. ولی آیا مصرف آنها تقلب محسوب می‌شود؟ داروهای GLP-۱ (مثل اوزمپیک) حالا بحث اخلاقی استفاده از داروهای افزایش‌دهنده عملکرد را از دنیای ورزشکاران و بدن‌سازان به میان جمعیت بسیار گسترده‌تری کشانده‌اند. تعداد کمی از مردم در المپیک رقابت می‌کنند، اما هر کسی می‌تواند وارد «بازی‌های اوزمپیک» شود.

پایش بخش حقیقی اقتصاد در نیمه ۱۴۰۴ نشان می‌دهد

زیر پوست رشد صنعتی

فرصت امروز: در شهریورماه ۱۴۰۴، وضعیت فروش عمده صنایع بورسی، رشد چشمگیری داشته است. هرچند رشد شاخص تولید حداقل در نیمی از صنایع منفی است، با این حال در عمده صنایع، شاخص تولید و فروش نسبت به ماه مشابه سال قبل، رشد ۲٫۲ و ۱۳٫۳ درصدی و نسبت به ماه قبل، رشد ۱۰٫۸ و ۱۶٫۱ درصدی را تجربه کرده اند. در شهریورماه امسال شاخص تولید و فروش رشته فعالیت خودرو و قطعات نسبت به ماه مشابه سال قبل، رشد ۱۹٫۵ و ۲۶٫۴ درصدی داشته است. همچنین شاخص تولید رشته فعالیت شیمیایی به جز دارو نسبت به ماه مشابه سال قبل، کاهش ۰٫۳ درصدی و شاخص فروش، افزایش ۱۶٫۶ درصدی داشته است. نرخ رشد ماهیانه قیمت شرکت‌های صنعتی بورسی در شهریورماه، رشد ۲٫۴ درصدی داشته و رشد نقطه به نقطه با افزایش ۲٫۳ واحد درصدی نسبت به ماه قبل به ۴۶٫۱ درصد رسیده است. میانگین سالیانه شاخص قیمت فعالیت‌های صنعتی بورسی در شهریورماه امسال نسبت به ماه قبل، ۴٫۸ واحد درصد افزایش یافته و میزان ۳۶ درصد افزایش را نشان می‌دهد. تحلیل روند رشد بخش صنعت از جنبه‌های مختلف، عاملی کلیدی در تحلیل‌های خُرد و کلان اقتصادی و یکی از ارکان تصمیم‌گیری در حوزه اقتصاد است. شاخص تولید بخش صنعت به دلیل تأثیر نوسانات سطح فعالیت صنعت بر بخش‌های دیگر اقتصاد، به عنوان یک شاخص مهم اقتصادی کوتاه‌مدت مورد استفاده قرار می‌گیرد. مرکز پژوهش‌های مجلس به صورت ماهیانه، شاخص تولید، فروش و قیمت شرکت‌های صنعتی بورسی را محاسبه می‌کند. اهمیت این شاخص به‌روز، برای اقتصاد ایران که تحولات زیادی دارد؛ بیشتر خواهد بود؛ زیرا بازخورد شوک‌های وارده به اقتصاد ایران و واکنش‌های سیاستگذاران باید در تواتر کمتر از فصل مورد رصد قرار گیرد؛ این در حالی است که آمار رسمی بخش حقیقی به صورت فصلی و با تأخیر ارائه می‌شود.

نبض تولید صنعتی در شهریورماه

شاخص تولید، فروش و قیمت بخش صنعت و معدن مبتنی بر شرکت‌های بورسی با استفاده از داده‌های ماهیانه شرکت‌های معدنی و صنعتی بورسی پذیرفته شده در بورس، محاسبه می‌شود. در تهیه این شاخص‌ها از اطلاعات ماهیانه ۳۸۰ شرکت بورسی استفاده می‌شود و علاوه بر اندازه‌گیری تغییرات میزان تولید، فروش و قیمت در بخش صنعت و معدن، در محاسبات ملی نیز نقش مهمی ایفا و برآوردی از تغییرات ماهیانه ارزش افزوده ایجاد شده را در صنایع مختلف و به دنبال آن در کل اقتصاد منعکس می‌کنند. بر این اساس، شاخص تولید صنعت بانک مرکزی و مرکز آمار ایران با تواتر فصلی و همچنین شاخص قیمت فصلی مرکز آمار و شاخص قیمت ماهیانه بانک مرکزی منتشر می‌شود، اما الزامی به انتشار شاخص فروش صنعت ندارند. از طرفی، این آمار چندین ضعف اساسی دارد که مهمترین آن، وقفه سه ماهه در انتشار داده‌ها و بعضاً متوقف شدن انتشار آنها و نداشتن تواتر ماهیانه است. شاخص‌های ماهیانه تولید، فروش و قیمت استخراج شده از اطلاعات عملکرد شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران تا حد زیادی می‌توانند با دقت مناسب و به صورت بهنگام تحولات بخش صنعت و معدن کشور را توضیح دهند و با توجه به بررسی‌های انجام شده و تطبیق دادن این شاخص با شاخص تولید صنعتی بانک مرکزی و مرکز آمار ایران که به صورت فصلی منتشر می‌شود، مشخص شده که این شاخص به خوبی می‌تواند در وقفه انتشار این شاخص‌های رسمی، شاخص جایگزین مناسبی برای آن باشد.

مرکز پژوهش‌ها در این گزارش، تغییرات شاخص تولید، فروش و قیمت شرکت‌های صنعتی و معدنی پذیرفته شده در بورس را و همچنین مهمترین رشته فعالیت‌های آن در شهریورماه ۱۴۰۴ را بررسی کرده است. یافته‌های این گزارش، نشان می‌دهد که در شهریورماه ۱۴۰۴، شاخص تولید بخش صنعت مبتنی بر شرکت‌های صنعتی بورسی نسبت به ماه مشابه سال قبل با افزایش ۲٫۲ درصدی و نسبت به ماه قبل با افزایش ۱۰٫۸ درصدی مواجه شده است. در این ماه نسبت به ماه مشابه سال قبل، رشته فعالیت‌های «دارو»، «خودرو و قطعات» و «فلزات پایه» بیشترین سهم را در افزایش شاخص تولید و رشته فعالیت‌های «ماشین‌آلات و تجهیزات»، « چوب و کاغذ» و «غذایی و آشامیدنی» بیشترین سهم را در کاهش شاخص تولید داشته‌اند. همچنین شاخص تولید شرکت‌های معدنی بورسی نسبت به ماه مشابه سال قبل با افزایش ۵ درصدی و نسبت به ماه قبل با افزایش ۲٫۳ درصدی مواجه شده است.

فروش بنگاه‌ها اندکی جان گرفت

در شهریورماه امسال، شاخص فروش بخش صنعت مبتنی بر شرکت‌های صنعتی بورسی نسبت به ماه مشابه سال قبل با افزایش ۱۳٫۳ درصدی و نسبت به ماه قبل با افزایش ۱۶٫۱ درصدی مواجه شده است. در این ماه نسبت به ماه مشابه سال قبل، رشته فعالیت‌های «کاشی و سرامیک»، «دارو» و «خودرو و قطعات» بیشترین سهم در افزایش شاخص فروش و رشته فعالیت‌های «ماشین‌آلات و تجهیزات»، «چوب و کاغذ» و «سیمان» بیشترین سهم را در کاهش شاخص فروش داشته‌اند. بر این اساس، شاخص فروش شرکت‌های معدنی بورسی نسبت به ماه مشابه سال قبل با افزایش ۸٫۹ درصدی و نسبت به ماه قبل با افزایش ۱۱٫۷ درصدی مواجه شده است. همچنین نرخ رشد ماهیانه قیمت شرکت‌های صنعتی بورسی در شهریورماه، افزایش ۲٫۴ درصدی داشته و رشد نقطه به نقطه با افزایش ۲٫۳ واحد درصدی نسبت به ماه قبل به ۴۶٫۱ درصد رسیده است. میانگین سالیانه شاخص قیمت فعالیت‌های صنعتی بورسی در شهریورماه امسال نسبت به ماه قبل، ۴٫۸ واحد درصد افزایش یافته و میزان ۳۶ درصد افزایش را نشان می‌دهد. شاخص تولید، فروش و قیمت بخش صنعت و معدن مبتنی بر شرکت‌های بورسی از اطلاعات ماهیانه ۳۸۰ شرکت بورسی استخراج می‌شود و با توجه به اینکه این شاخص با شاخص تولید صنعتی بانک مرکزی و مرکز آمار هم‌حرکتی مناسب دارد، با دقت زیادی می‌تواند تحولات بخش صنعت و معدن کشور را به صورت ماهیانه رصد کند. در این گزارش تغییرات شاخص‌های تولید، فروش و قیمت شرکت‌های صنعتی و معدنی پذیرفته شده در بورس و همچنین مهمترین رشته فعالیت‌های آن در شهریورماه ۱۴۰۴ مورد بررسی قرار گرفته است. در شهریورماه امسال، شاخص تولید بخش صنعت مبتنی بر شرکت‌های صنعتی بورسی نسبت به ماه مشابه سال قبل با افزایش ۲٫۲ درصدی و نسبت به ماه قبل با افزایش ۱۰٫۸ درصدی مواجه شده و همچنین شاخص فروش بخش صنعت مبتنی بر شرکت‌های صنعتی بورسی نسبت به ماه مشابه سال قبل با افزایش ۱۳٫۳ درصدی و نسبت به ماه قبل با افزایش ۱۶٫۱ درصدی مواجه شده است. گفتنی است که شاخص قیمت شرکت‌های صنعتی بورسی نیز نسبت به ماه مشابه سال قبل، ۴۶٫۱ درصد افزایش و نسبت به ماه قبل، ۲٫۴ درصد افزایش یافته است.

شاخص‌های تولید و فروش بخش صنعت

شاخص تولید و فروش بخش صنعت مبتنی بر شرکت‌های صنعتی بورسی در شهریورماه نسبت به ماه مشابه سال قبل، افزایش ۲٫۲ و ۱۳٫۳ درصدی را تجربه کرده‌اند. همچنین نسبت به ماه قبل، شاخص تولید و فروش، افزایش ۱۰٫۸ و ۱۶٫۱ درصدی داشته‌اند. طی سه ماهه منتهی به شهریورماه امسال، رشد میانگین متحرک سه ماهه شاخص تولید، کاهش ۲٫۷ درصدی و شاخص فروش آن، افزایش ۲ درصدی را نشان می‌دهد. از بین ۱۵ رشته فعالیت صنعتی بورسی در این ماه، رشته فعالیت‌های «دارو»، «خودرو و قطعات» و «کاشی و سرامیک» افزایش در شاخص تولید و رشته فعالیت‌های «چوب و کاغذ»، «ماشین آلات و تجهیزات» و «غذایی و آشامیدنی» بیشترین کاهش در شاخص تولید را تجربه کرده‌اند. همچنین در شهریورماه نسبت به ماه مشابه سال قبل و از بین ۱۵ رشته فعالیت صنعتی بورسی، رشته فعالیت‌های «کشتی و سرامیک»، «دارو» و «محصولات فلزی به جز ماشین‌آلات و تجهیزات» بیشترین افزایش در شاخص فروش و رشته فعالیت‌های «ماشین‌آلات و تجهیزات»، «چوب و کاغذ» و «سیمان» بیشترین کاهش در شاخص فروش را تجربه کرده‌اند. همچنین در شهریورماه نسبت به ماه قبل، رشته فعالیت‌های «خودرو و قطعات»، «سیمان» و «فلزات پایه» بیشترین افزایش در شاخص تولید و رشته فعالیت‌های «لاستیک و پلاستیک»، «دارو» و «ماشین‌آلات و تجهیزات» بیشترین کاهش در شاخص تولید را ثبت کرده‌اند. همچنین رشته فعالیت‌های «محصولات فلزی به جز ماشین‌آلات و تجهیزات»، «تجهیزات برقی» و «کاشی و سرامیک» بیشترین افزایش در شاخص فروش را ثبت کرده‌اند و تنها رشته فعالیت «ماشین‌آلات و تجهیزات» کاهش در شاخص فروش داشته است.

خرید ۱۰ هزار مسکن استیجاری تا پایان سال

اجاره‌نشین‌ها مستاجر دولت می‌شوند

برنامه مسکن استیجاری پس از گذشت دهه‌ها از طرح آن احتمالا قرار است وارد فاز اجرایی شود؛ وزیر راه و شهرسازی در خبر جدیدی، گفته است که تملک واحدهای مسکونی برای واگذاری به مستاجران آغاز شده و قصد داریم تا پایان سال ۱۰ هزار واحد مسکونی استیجاری را خریداری کنیم و در اختیار متقاضیان قرار دهیم. به گزارش «ایسنا»، برنامه مسکن استیجاری در دهه‌های اخیر، هر از گاهی مطرح شده اما هیچ‌گاه به سرانجام نرسیده است. از سال ۱۳۹۷ نیز این طرح در محافل دولتی و کارشناسی بر سر زبان‌ها افتاد اما به دلایلی همچون کمبود منابع، عدم تمایل بخش خصوصی برای ورود به این عرصه و نبود یک سازوکار مشخص، نتیجه لازم را دربر نداشته است. با تشکیل دولت چهاردهم یک بار دیگر موضوع اجاره‌داری حرفه‌ای و مسکن استیجاری، مطرح شد. «فرزانه صادق»، وزیر راه و شهرسازی در اردیبهشت امسال با تاکید بر تنوع در ساخت‌وسازهای بخش مسکن، از برنامه دولت برای تنظیم‌گری در بازار اجاره، خبر داد و گفت که مسکن استیجاری در دستور کار قرار گرفته و بخشی از اراضی موردنیاز برای این نوع از مسکن توسط دولت تأمین می‌شود و با اولویت در اختیار زوج‌های جوان قرار خواهد گرفت.

وزارت راه و شهرسازی با محوریت معاونت مسکن و ساختمان، همکاری‌های بین‌المللی را برای استفاده از تجارب دیگر کشورها در بحث مسکن استیجاری، آغاز کرده است. در همین راستا در اوایل شهریور امسال نشست مشترک مسئولان وزارت راه و شهرسازی ایران و کره جنوبی برای بررسی تجربه سئول در حوزه اجاره‌داری حرفه‌ای و تامین مسکن استیجاری با اولویت دهک‌های کم‌درآمد برگزار شد.

در اواخر شهریورماه نیز جزییات عرضه مسکن استیجاری با دو مدل «تامین واحدهای مسکونی آماده» و «ساخت مسکن استیجاری» برای زوج‌های جوان که طی پنج سال اخیر ازدواج کرده‌اند، با حضور وزیر راه و شهرسازی به تصویب رسید. «حبیب الله طاهرخانی»، معاون مسکن و ساختمان وزیر راه و شهرسازی با تاکید بر اهمیت تامین مسکن استیجاری برای پاسخ به نیاز طیفی از متقاضیان مسکن، گفت: دستورالعمل ماده ۶ بسته مدیریت بازار اجاره مسکن، با هدف تامین مسکن استیجاری برای زوج‌های جوان که حداکثر طی پنج سال اخیر ازدواج کرده‌اند، تهیه شده است. در قالب این دستورالعمل به دنبال آن هستیم تا فرآیند راه‌اندازی بازار استیجار عمومی مسکن تسهیل شود. به گفته «طاهرخانی»، تامین مسکن اجاره‌ای در قالب سیاست استیجار عمومی، با دو مدل «تامین واحدهای مسکونی آماده» و «ساخت مسکن استیجاری» با استفاده از منابع داخلی وزارت راه و شهرسازی، به منظور عرضه به بازار اجاره با محوریت زوج‌های جوان که حداکثر طی پنج سال اخیر ازدواج کرده‌اند، دنبال می‌شود.

در همین زمینه، «فرزانه صادق»، وزیر راه و شهرسازی با حضور در گفت‌وگوی ویژه خبری در این باره، توضیح داد: تمام تلاش ما این است که تا پایان سال بتوانیم حداقل ۱۰ هزار واحد استیجاری را در اختیار مردم، خصوصاً زوج‌های جوان قرار دهیم. در حال حاضر خرید این واحدها آغاز شده و امیدواریم تا پایان سال به هدف‌گذاری ۱۰ هزار واحد برسیم. واحدهایی که خریداری می‌شوند با اجاره‌بهای کمتر، پول پیش پایین‌تر و امنیت سکونتی بیشتر به متقاضیان واگذار خواهند شد.

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

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

برابر رای شماره هیات اول / دوم موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک سلطانیه تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای عبدالمطلب طارمی به شناسنامه شماره ۱۶ کد ملی ۵۸۹۹۸۵۸۴۰۰ صادره فرزند خلیل در ششدانگ یک قطعه زمین زراعی کاداستری به مساحت ۱۱۵۹۱/۵۵ متر مربع پلاک شماره ۱۱۳۳ فرعی از ۸۲ اصلی
آقای عبدالمطلب طارمی به شناسنامه شماره ۱۶ کد ملی ۵۸۹۹۸۵۸۴۰۰ صادره فرزند خلیل در ششدانگ یک قطعه زمین زراعی کاداستری به مساحت ۱۴۳۴۲/۶۸ متر مربع پلاک شماره ۱۱۶۵ فرعی از ۸۲ اصلی
آقای عبدالمطلب طارمی به شناسنامه شماره ۱۶ کد ملی ۵۸۹۹۸۵۸۴۰۰ صادره فرزند خلیل در ششدانگ یک قطعه زمین زراعی کاداستری به مساحت ۲۲۱۶۰/۹۸ متر مربع پلاک شماره ۱۱۶۴ فرعی از ۸۲ اصلی
آقای عبدالمطلب طارمی به شناسنامه شماره ۱۶ کد ملی ۵۸۹۹۸۵۸۴۰۰ صادره فرزند خلیل در ششدانگ یک قطعه زمین زراعی کاداستری به مساحت ۱۳۸۴۰/۴۷ متر مربع پلاک شماره ۱۱۶۳ فرعی از ۸۲ اصلی
آقای عبدالمطلب طارمی به شناسنامه شماره ۱۶ کد ملی ۵۸۹۹۸۵۸۴۰۰ صادره فرزند خلیل در ششدانگ یک قطعه زمین زراعی کاداستری به مساحت ۵۹۶/۲۸ متر مربع پلاک شماره ۱۱۳۱ فرعی از ۸۲ اصلی
آقای عبدالمطلب طارمی به شناسنامه شماره ۱۶ کد ملی ۵۸۹۹۸۵۸۴۰۰ صادره فرزند خلیل در ششدانگ یک قطعه زمین زراعی کاداستری به مساحت ۲۶۰۷/۹۴ متر مربع پلاک شماره ۱۱۳۲ فرعی از ۸۲ اصلی
آقای عبدالمطلب طارمی به شناسنامه شماره ۱۶ کد ملی ۵۸۹۹۸۵۸۴۰۰ صادره فرزند خلیل در ششدانگ یک قطعه زمین زراعی کاداستری به مساحت ۱۹۷۳/۶۶ متر مربع پلاک شماره ۱۰۹۲ فرعی از ۸۲ اصلی
آقای عبدالمطلب طارمی به شناسنامه شماره ۱۶ کد ملی ۵۸۹۹۸۵۸۴۰۰ صادره فرزند خلیل در ششدانگ یک قطعه زمین زراعی کاداستری به مساحت ۶۷۳۴/۹۱ متر مربع پلاک شماره ۹۴۰ فرعی از ۸۲ اصلی
آقای عبدالمطلب طارمی به شناسنامه شماره ۱۶ کد ملی ۵۸۹۹۸۵۸۴۰۰ صادره فرزند خلیل در ششدانگ یک قطعه زمین زراعی کاداستری به مساحت ۳۵۲۴/۰۹ متر مربع پلاک شماره ۹۴۱ فرعی از ۸۲ اصلی
آقای عبدالمطلب طارمی به شناسنامه شماره ۱۶ کد ملی ۵۸۹۹۸۵۸۴۰۰ صادره فرزند خلیل در ششدانگ یک قطعه زمین زراعی کاداستری به مساحت ۳۴۱۲/۴۷ متر مربع پلاک شماره ۱۱۶۶ فرعی از ۸۲ اصلی
آقای عبدالمطلب طارمی به شناسنامه شماره ۱۶ کد ملی ۵۸۹۹۸۵۸۴۰۰ صادره فرزند خلیل در ششدانگ یک قطعه زمین زراعی کاداستری به مساحت ۱۱۷۸۱ متر مربع پلاک شماره ۶۹۱ فرعی از ۸۲ اصلی
آقای عبدالمطلب طارمی به شناسنامه شماره ۱۶ کد ملی ۰۹۳۹۹۷۵۴۱۶ صادره فرزند خلیل به ششدانگ یک قطعه زمین زراعی کاداستری به مساحت ۳۶۷۹/۷ متر مربع پلاک شماره ۶۹۰ فرعی از ۸۲ اصلی
واقع در روستای کاکااباد سلطانیه خریداری از مالک رسمی آقای خلیل طارمی محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.
حمید بابائی – رئیس ثبت اسناد و املاک شهرستان سلطانیه
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۴/۰۹/۲۴
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۴/۰۹/۰۹
شناسه آگهی ۲۰۴۶۸۷۴
۲۱۱

آگهی مفقودی
برگ سبز خودرو سواری سایپا ۵ شماره انتظامی ۸۸ ایران ۳۳۹ ج ۲۷ به شماره موتور M۱۳۵۹۱۶۸۶۹ وشماره شاسی NAS۴۱۱۱۰۰H۱۰۳۴۸۱۳ متعلق به اینجانب مسعود محمودی به کد ملی ۰۰۱۰۵۷۳۸۹۵ مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط میباشد رباط کریم

مفقودی
شناسنامه (برگ سبز) خودرو سواری سیستم DENA تیپ DENA-EFVTCA مدل ۱۴۰۴ به رنگ سفید بشماره موتور ۱۵۲H۰۲۶۶۹۴۰ بشماره شاسی NAAW۶۱HYESDL۰۷۳۰۹ بشماره انتظامی ۳۶۹ ق ۳۹ ایران ۱۹ بنام بهاره خنجری مفقود گردیده واز درجه اعتبار ساقط می باشد. ۱۳۰ /د

نوبت دوم

مناقصه عمومی یک مرحله ای

۱- فراخوان ساخت ایمپلر و رفع Runout محور روتور GRF نیروگاه شهید مفتح همدان
۲- شرکت تولید نیروی برق شهید مفتح در نظر دارد فراخوان ساخت ایمپلر و رفع Runout محور روتور GRF نیروگاه شهید مفتح همدان را به شماره ۲۰۰۴۰۰۱۴۹۰۰۰۰۰۲۴ را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید.
کلیه مراحل برگزاری فراخوان از دریافت و تحویل اسناد فراخوان تا بازگشایی پاکت‌ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد.
متقاضیان شرکت در فراخوان در صورت عدم عضویت در سامانه، نسبت به ثبت نام و دریافت گواهی امضای الکترونیکی (به صورت برخط) برای کلیه صاحبان امضای مجاز و مهر سازمانی اقدام لازم را به عمل آورند.
مواعد زمانی:
- تاریخ انتشار فراخوان: مورخ ۱۴۰۴/۰۸/۲۱ ساعت ۰۸:۰۰ (چاپ اول) و مورخ ۱۴۰۴/۰۸/۲۴ ساعت ۰۸:۰۰ (چاپ دوم)
- مهلت دریافت اسناد فراخوان: از مورخ ۱۴۰۴/۰۸/۲۱ ساعت ۰۸:۰۰ لغایت ۱۴۰۴/۰۸/۲۵ ساعت ۰۸:۰۰
- مهلت ارسال پیشنهادات: مورخ ۱۴۰۴/۰۹/۰۸ ساعت ۰۹:۰۰
- زمان بازگشایی پاکت ها: مورخ ۱۴۰۴/۰۹/۰۹ ساعت ۱۰:۰۰
نوع و مبلغ تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار:
- مبلغ و نوع تضمین شرکت در مناقصه: ۳,۳۷۷,۰۰۰,۰۰۰ (سه میلیارد و سیصد و هفتاد و هفت میلیون) ریال
- تضمین مورد قبول مطابق بندهای (الف، ب، پ،ج، چ ، ح) ماده ۴ آیین‌نامه تضمین معاملات دولتی (موضوع تصویب نامه هیئت وزیران به شماره ۱۲۳۴۰۲/ت ۵۰۶۵۹ ه مورخ ۹۴/۹/۲۲) می‌باشد. سررسید تضمین ها باید تا تاریخ ۱۴۰۴/۱۲/۰۸ اعتبار داشته باشد و بنا به درخواست کتبی کارفرما برای ۳ ماه دیگر نیز قابل تمدید باشد. در غیر اینصورت پاکت «الف» مردود تلقی شده و پاکتهای «ب» و «ج» بازگشایی نخواهد شد.
- شماره حساب شبا۰۵۰۱۰۰۰۰۴۰۰۱۱۰۳۸۰۶۳۷۶۰۲۹ IR و شماره حساب۴۰۰۱۱۰۳۸۰۶۳۷۶۰۲۹ بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران جهت واریز نقدی به نام شرکت تولید نیروی برق شهید مفتح همدان
اطلاعات تماس و آدرس دستگاه : همدان –بلوار فاطمیه- نرسیده به میدان ۱۳آبان – خیابان ۱۲ متری صنوبر – پلاک ۳۰ – تلفن ۰۸۱۳۸۲۰۲۶۵۰ داخلی ۳۱۱- کدپستی: ۶۵۱۵۹۱۹۷۸۳
تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۴/۰۸/۲۱ تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۴/۰۸/۲۴
۱۹۸
روابط عمومی شرکت تولید نیروی برق شهید مفتح همدان

مفقودی
کارت هوشمند کامیون دانگ فنگ کشنده بشماره ۴۳۱۴۸۲۱ بنام ایرج محمدی مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد .
۱۵۰ / ع

مفقودی
سندمالکیت(برگ سبز) سواری زانتیا تیپ SX_PACK۲۰۰۰ ، مدل ۱۳۸۶رنگ سفید ، به شماره پلاک۳۵۲ ی ۵۷ ایران۹۹ با شماره موتور ۷۲۸۵۲۶ وشماره شاسی S۱۵۱۲۲۸۶۱۶۰۹۶۳ به نام شمس الدین دست پیمان کدملی ۵۳۳۰۰۱۷۹۵۵مفقودشده وازدرجه اعتبارساقط می باشد. زاهدان

صندوق‌های اهرمی، جلوی ریزش بزرگ را گرفتند

نبض ضعیف بورس در نیمه پاییز

فرصت امروز: شاخص کل بورس تهران در پایان معاملات چهارشنبه بـه زیر تـراز ۳ میلیون و ۱۰۰ هزار واحد برگشـت و سـرخپوش به پیشـواز تعطیلات آخر هفته رفت. شاخص کل بورس تهران در پایان معاملات چهارشـنبه، ۸ هزار واحد ریزش داشت و با عقبگرد از کانال ۳.۱ میلیون واحد به تراز ۳ میلیون و ۹۸ هزار واحد رسـید. شاخص هم‌وزن نیز ۱۰۳ واحد منفی شـد و در تراز ۹۰۳ هزار واحد ایسـتاد. ایـن چهارمیـن افت پیاپی بورس تهران در نیمه آبان اسـت و به جز روز شنبه که شاخص کل ۳۰ هزار واحد مثبت شد، در سایر روزهای هفته، شـاهد روند نزولی نماگرها بودیم؛ اوج ریزش شـاخص کل در میانه هفته گذشـته با افت ۷۲ هزار واحدی رقم خورد اما در روزهای سه‌شنبه و چهارشنبه از شدت کاهش بورس کاسته شد و شاخص کل ۸ هزار واحد و در مجموع ۱۶ هزار واحد منفی شد.

در معاملات چهارشـنبه، ارزش بورس تهران به کف کانال ۹.۲ هزار همت و ارزش معاملات به نزدیک ۱۷۱ همت رسید و ارزش معاملات خرد از مرز ۹ همت عبور کرد. میزان خروج پول حقیقی از بازار سهام ۹۳۳ میلیارد تومان و میزان ورود پول حقیقی به صندوق‌های سهامی ۱۵۶ میلیارد تومان بود و ۷۹۵ میلیارد تومان نیز سرمایه سهامداران حقیقی از صندوق‌های درآمد ثابت خارج شـد. ۹۵ درصد یونیت‌های صندوق‌های اهرمی که روز چهارشـنبه به فروش رفت را حقیقی‌ها و ۸۷ درصد واحدهای سرمایه‌گذاری صندوق‌های سهامی را سهامداران حقیقی خریـداری کردند تا صندوق‌های اهرمی، جلوی ریزش بزرگ بورس را بگیرند. بیشـترین ورود پول حقیقی به گروه سـیمان با ۳۲ میلیارد تومان و بیشترین خروج پول حقیقی از گروه سرمایه‌گذاری‌ها با ۲۳۱ میلیارد تومان رقم خورد. کارشناسـان از فقدان برنامه عملی توسـط تیم اقتصادی دولت، انتقـاد دارند و می‌گویند روند اخیر بازار سـرمایه، خودجوش و ناشـی از فاصله سـطح ارزندگی سهام با سایر بازارهاست و نه نتیجه حمایت مسئولان.

هفته پرالتهاب بورس در میانه آبان

بورس تهران در هفته‌ای پرالتهاب، یکی از سنگین‌ترین ریزش‌های امسال را تجربه کرد. شاخص کل در پنج روز از سطح ۳.۲ میلیون تا نزدیک ۳ میلیون واحد پایین آمد و بیش از ۵هزار میلیارد تومان پول حقیقی از بورس خارج شـد. به نظر می‌رسد بازار سرمایه در معاملات هفته گذشته، شبیه شهری بود میان امید و هراس؛ هر صبح با رؤیای بازگشـت شـاخص بیدار شـد و هر ظهر با تردید به خواب رفت. در پنج روز معاملاتی، شـاخص کل از قلـه ۳ میلیون و ۲۲۴ هزار واحد فرو ریخت و تا مرز ۳ میلیون و ۹۸ هزار پایین آمد؛ ششـمین سقوط سـنگین تاریخ بورس ایران. هم‌زمان، ۵هزار میلیارد تومان نقدینگی حقیقی از تالار شیشـه‌ای گریخت و به سمت پناهگاه‌های طلا، اوراق بدهـی و صندوق‌های درآمد ثابت رفت. در ایـن میان، تحلیلگران از واهمه‌ای گفتند که نامش «بی‌اعتمادی» اسـت؛ نه فقط به شاخص، بلکه به ثبات تصمیم‌ها.

معاملات هفته گذشته در روز شنبه با لبخند شاخص آغاز شد. رشد ۲۱ هـزار واحدی و عبور شـاخص کل از مـرز ۳میلیون و ۲۲۴ هزار واحد، امید را به تالار معاملات بازگرداند. فولاد، فملی و فارس، موتور محرکه شـاخص شـدند و حتی تازه‌واردی چـون «مهرگان» نزدیک ۳درصد رشـد کرد. شـاخص هم‌وزن نیز با ۴هزار واحـد افزایش به تراز ۹۲۶ هزار واحد رسـید. اما زیر پوست شادی، جریان آرام خروج نقدینگی در گروه بانک‌ها و صندوق‌های ثابت آغاز شده بود؛ جایی که سرمایه‌گذاران محتاط، امنیت سود ۳۶ تا ۳۷ درصدی اوراق بدهی را به نوسـان سهام ترجیح دادند. شنبه آرام گذشت، اما بازار در سکوت، آماده توفان بود.

اما تنها یک روز بعد، همه‌چیز وارونه شـد. شـاخص کل با سـقوط ۷۲ هـزار واحدی، ششـمین ریزش بـزرگ تاریخ بـورس را رقم زد. تابلوی معاملات به رنگ قرمز درآمد؛ از فولاد و پتروشـیمی تا بانکی و خودرویـی، همه در صف فروش. فقط «مهرگان» و «پتوسـعه» در محدوده مثبت ماندند؛ ۲ جرقه کوچک در دریای سرخ. خروج ۲ هزار و ۲۴۸ میلیـارد تومان پول حقیقی، نفس بازار را برید. در همان روز، یک هزار و ۲۵۰ میلیارد تومان نقدینگی تازه روانه صندوق‌های درآمد ثابت شد و ۶۶۰ میلیارد تومان دیگر به سمت صندوق‌های طلا رفت. در پایان معاملات یکشنبه فقط ۱۵ درصد نمادها سبز ماندند؛ بورس رنگش را باخت.

سرخ‌پوشی بورس در ۴ روز متوالی

صبح دوشـنبه، بازار بیشتر به دفتر سـوگنامه می‌مانست تا تابلوی معامـلات. شـاخص کل ۳۷ هزار واحـد دیگر افت کرد و به سـطح ۳ میلیـون و ۱۱۴ هزار رسـید. شـاخص هم‌وزن نیـز ۶۴۸۷ واحد پاییـن آمد. «فـارس» بزرگ‌ترین عامل افت بود بـا اثر منفی ۸هزار واحـدی، درحالی‌که تنها «فولاد» اندکـی مقاومت کرد. پول حقیقی از خودرویی‌ها فرار کرد و فقط دو نماد «خودرو» و «خسـاپا» شـاهد خروج بیش از ۳۳۰میلیارد تومان پول حقیقی بودند. در مقابل، فلزات اساسـی کمی جان گرفتنـد و ۸۵ میلیارد تومان جـذب کردند، اما اعتماد از دسـت‌رفته بازنگشـت. بازار بی‌جان، در جست‌وجوی معنا میان اعداد سرد می‌چرخید.

در معاملات سه‌شـنبه، شاخص کل ابتدا با جهش ۲۱ هزار واحدی آغاز به کار کرد؛ نسـیم صبحگاهـی از امید که خیلی زود به باد بدل شـد. تا پایان معاملات، شـاخص کل ۸هزار واحد افت کرد و در عدد ۳میلیون و ۱۰۶هزار واحد ایسـتاد. بازار، خسته‌تر از همیشه، صدای بی‌اعتمـادی را می‌شـنید. ورود و خروج پول حقیقـی متناقض بود: سـیمانی‌ها اندکی رشـد جذب کردند، اما خودرویی‌ها، شـیمیایی‌ها و سـرمایه‌گذاری‌ها خون از دسـت دادند. در میـان موج منفی، تنها «زفارس» با جذب ۱۶میلیارد تومان نقطه روشن تابلو بود، اما «آریان» با خروج ۲۵۹میلیارد تومان، تنها یادآور تداوم بی‌اعتمادی شد.

در نهایـت در معاملات چهارشـنبه، این روند منفـی ادامه یافت و شـاخص کل ۸ هزار واحـد دیگر ریخت. چهارشـنبه، چهارمین روز متوالـی ریـزش بورس تهران بود. شـاخص کل با ۸هـزار واحد افت دیگر به سـطح ۳میلیون و ۹۸هزار واحد رسید؛ پایین‌تر از مرز روانی ۳میلیون‌و ۱۰۰هزار. هم‌زمان، خروج ۹۳۳ میلیارد تومان پول حقیقی از سهام ثبت شد و دارایی‌ها راه صندوق‌های طلا و سهامی را در پیش گرفتنـد؛ تنها در یک روز، ۵۴۰ میلیارد تومان پول وارد صندوق‌های طلایی شـد. جزیره‌های کوچک سـبز همچنان در سـیمانی‌ها دیده می‌شـدند، اما همه‌چیز در هیاهوی قرمز گم شـده بود. نماد تازه‌وارد «مهرگان» با خروج ۱۸۸میلیارد تومان رکورددار فرار سـرمایه شـد. بازار در پایان هفته گرچه اندکی جان گرفت، اما خسـتگی‌اش آشکار بود؛ شـهری که صبح‌هایش سـبز بیدار می‌شـود و ظهرهـا با دلهره می‌خوابد.

بازتاب تب تند ۲ماهه رشد شاخص

پنـج روز التهابِ بورس، یادآور یک حقیقت اسـت: سـقوط واقعی از دسـت‌دادنِ اعتماد است، نه افت شـاخص. اما همین بازار، بارها از خاکستر ناامیدی برخاسته است؛ شاید شنبه بعد، دوباره دکمه «سبز تابلو» امید را فشـار دهد. در این میان، یک کارشـناس بازار سرمایه، ریزش هفته گذشـته بورس را بازتاب طبیعی تب تند دو ماهه رشـد شـاخص کل دانست و به «ایرنا» گفت: «ریزش اخیر، بازتاب طبیعی رشـد تند دو ماهه گذشـته بود که شـاخص کل را به سقف تاریخی اردیبهشت رسـاند.» به‌گفته «سیدفرهنگ حسینی»، «هم‌زمانی این افـت با تدوین بودجـه و نگرانی از نرخ خوراک پتروشـیمی‌ها و گاز صنایع فولادی، موتور اصلی فشـار فروش را فعال کرد. سرمایه‌گذاران چشـم‌انتظارند ببینند کـه دولت در لایحه بودجه با نـرخ بهره، نرخ گاز و سیاسـت اوراق چگونه رفتار می‌کند. به نظر می‌رسـد محدوده ۳ تـا ۲ میلیون و ۹۶۰هـزار واحد می‌تواند مرز حمایتی شـاخص و مقدمه بازگشـت بازار باشـد. هرچند رشـد اخیر قیمت طلا و دلار، بخشی از نقدینگی را به سمت بازارهای موازی برده است، اما عملکرد گزارش‌های شش ماهه شرکت‌ها همچنان مثبت است و برخی صنایع از جمله سیمان و پیمانکاری‌ها، جهش سودآوری را تجربه کرده‌اند.»

«فردیـن آقابزرگـی»، دیگـر کارشـناس بـازار سـرمایه نیـز به «اقتصادنیوز» گفت: «حرکات اخیر بازار سـرمایه، خودجوش و ناشی از فاصله سطح ارزندگی سـهام با سایر بازارهاست، نه نتیجه حمایت مسئولان. مسـئولان اقتصادی کشور از گذشـته به‌صورت شفاهی و بعضاً بی‌پایه و اسـاس، مواضع خودشـان را مبنی بـر حمایت از بازار سـرمایه اعلام کرده‌اند. آقای مدنی‌زاده هـم مثل دوران وزارت آقای طیب‌نیا و آقای دژپسند، این مواضع را دوباره تکرار کرد که متأسفانه در گذشـته منجر به حوادث نامناسـب و تلخی شد. در حال حاضر، برخلاف زمان رأی اعتمادِ آقای مدنی‌زاده که ایشـان گفت برنامه‌های مفصلی برای بازار سرمایه دارد، تا این لحظه هیچ برنامه‌ای به خصوص در حوزه بازار سرمایه از وزیر اقتصاد ندیده‌ایم. حرکتی که اکنون بازار سـرمایه انجام می‌دهـد، از نظر من، خودجوش و بـه اقتضای فاصله سـطح ارزندگی نسـبت به سایر بازارهاسـت و ربطی به حمایت‌های مسئولان در حوزه اقتصاد کشور ندارد.»

اخبـــــار

نوسان بیت‌کوین در مرز ۱۰۰ هزار دلار

بیت‌کوین سقوط کرد

بیت‌کوین به زیر ۱۰۰ هزار دلار و پایین‌ترین سـطح شـش ماهه خود، سقوط کرد؛ زیـرا پیش‌بینی‌ها برای کاهش نرخ بهره فدرال رزرو در حال محوشـدن اسـت. ارزش بیت‌کوین در معاملات جمعه به دنبال ضعف گسـترده دارایی‌های پرخطر در سـطح جهان و کاهش پیش‌بینی‌ها در مورد کاهش نرخ بهره فدرال رزرو آمریکا در ماه دسامبر، به پایین‌ترین سـطح شـش ماهه، یعنی زیر ۱۰۰ هزار دلار رسید. کاهش جریان‌های نهـادی نیز بزرگ‌ترین رمزارز جهان را برای سـومین هفته متوالـی در وضعیت قرمز قرار داد. کاهش قیمت بیت‌کوین همچنین می‌تواند به فروش نهنگ‌ها مرتبط باشـد؛ زیرا دارندگان بلندمدت در ماه گذشـته بیش از ۸۱۵ هـزار بیت‌کوین را از بازار خارج کرده‌اند. با این حال، تحلیلگران معتقدند که این احساسـات ممکن است در هفته‌های آینده بهبود یابد؛ زیرا بازارها منتظر تسهیل کمی مورد انتظار فدرال رزرو در ماه دسامبر هستند که می‌تواند نقدینگی را بازیابی کرده و اشتهای ریسک را احیا کند. «دول پاتل» مدیرعامل و یکی از بنیانگذاران مودِرکس، گفت: «قیمت بیت‌کوین کاهش یافت؛ زیرا سرمایه‌گذاران در بحبوحه تاخیر در اَنتشار داده‌های کلیدی اقتصادی، از جمله شاخص قیمت مصرف‌کننده و نرخ بیکاری، محتاط شدند. در عین حال، خروج از صندوق‌های قابل معامله در بورس و سود دارندگان بلندمدت به فشار فروش کمک کرده است.»

فروش گسـترده در قیمت رمزارزها در بحبوحه افزایش نوسانات در بازارهای جهانی رخ می‌دهد. افزایش اخیر در بازار سـهام آمریکا که ناشـی از آسـودگی خاطر ناشی از پایان تعطیلی دولت بود، به نظر می‌رسـد محو شده است. روز پنجشنبه ۲۲ آبان، بازار سـهام آمریکا به شـدت کاهش یافت و هر سه شـاخص اصلی وال استریت، بیشترین درصد کاهش روزانه خود را در بیش از یک ماه گذشته ثبت کردند؛ زیرا سرمایه‌گذاران، انتظارات خود را برای کاهش نرخ بهره به دلیل تورم کاهش دادند.

با ورود انرژی‌های تجدیدپذیر ارزان‌تر

پایان عصر سوخت‌های فسیلی نزدیک شد

آژانس بین‌المللی انرژی، اعلام کرد که رشد عرضه انرژی‌های تجدیدپذیر ارزان‌تر، پایان عصر سوخت‌های فسیلی را قطعی خواهد کرد. آژانس بین‌المللی انرژی (IEA) پیش‌بینی کرد که انرژی‌های تجدیدپذیر در دهه آینده، سریع‌تر از هر منبع انرژی دیگری رشد خواهند کرد و این رشـد، گذار از سوخت‌های فسیلی را حتی با واکنش‌های منفی زیست‌محیطی در آمریکا و برخی نقاط اروپا، اجتناب‌ناپذیر می‌کند. طبق گزارش سالانه آژانس بین‌المللی انرژی، پیش‌بینی می‌شـود که در پنج سـال آینده، پروژه‌های انرژی تجدیدپذیر بیشتری نسـبت به ۴۰ سـال گذشته، ایجاد شود و این افزایش اسـتفاده از انرژی‌های تجدیدپذیر می‌تواند تقریبا تمام نیازهای رو به رشد جهان به برق که پیش‌بینی می‌شود در دهه آینده ۴۰ درصد افزایش یابد را تامین کند. افزایش تقاضای برق ناشـی از تقاضای فزاینده برای خودروهای برقی، گرمایش، سرمایش و تامین برق مراکز داده هوش مصنوعی است. در این گزارش به احیای انرژی هسته‌ای نیز اشاره شده است که توسط شرکت‌های بزرگ فناوری برای تامین پایدار برق کم‌کربن برای مراکز داده‌شـان هدایت می‌شـود. آژانس بین‌المللی انـرژی، پیش‌بینی کرد که سـرمایه‌گذاری جهانی در مراکز داده تا سـال ۲۰۲۵ به ۵۸۰ میلیارد دلار خواهد رسـید که از ۵۴۰ میلیارد دلار هزینه شـده برای تامین جهانی نفت فراتر می‌رود. به نظر می‌رسد که افزایش برق کم‌کربن با وجود فشارهای دولت آمریکا برای عقب‌نشینی از سرمایه‌گذاری‌های سبز به نفع حفاری نفت و گاز، گذار از عصر سوخت‌های فسیلی را قطعی خواهد کرد. یافته‌های آژانس بین‌المللی انرژی احتمالا رهبرانی را تقویت خواهد کرد که قصد دارند از داده‌های اجلاس اقلیمی کاپ ۳۰ (Cop۳۰) برای پیشرفت در دستیابی به هدف جهانی سه برابر کردن انرژی‌های تجدیدپذیر تا سال ۲۰۳۰ استفاده و بر گذار از سوخت‌های فسیلی مورد توافق اجلاس کاپ۲۸ (Cop۲۸) تاکید کنند.

سازمان ثبت اسناد و املاک کشور
متن آگهی مزایده

آگهی مزایده سال غیر منقول اسناد ذمه ای پرونده کلاسه ۱۴۰۳۰۱۳۴۳

به موجب پرونده اجرایی کلاسه فوق علیه وراث مرحوم محمد رضاپور که عبارت است از (اکرم همائی رستگار) و متعهدله عاطفه احمدی)
ششدانگ پلاک ۱۱۷۴۴ بازده هزار و هفتصد و چهل و چهار فرعی از یک اصلی مجری شده از پلاک ۶۴۶۴شش هزار و چهارصد و شصت و چهار فرعی خومه یک همدان به مساحت ۵۱/۳۵ پنجاه و یک متر مربع و سی و پنج سانتی متر مربع به نشانی همدان همدان شهرک فرهنگیان فاز ۲ کوچه ریحان ۱۲ ساختمان رویل طبقه اول واحد ۲ که برابرسند شماره ۳۵۷۳۹ مورخ ۱۳۹۸/۰۲/۱۳ توقیف می باشد.
به حدود شمالا: در سه قسمت که قسمت دوم آن غربی است. اول دیواریست مشترک بطول (۳/۶۷) سه متر و شست و هفت سانتیمتر به آپارتمان مسکونی قطعه ۱ دوم دیواریست مشترک بطول (۰/۲۷) بیست و هفت سانتیمتر به آپارتمان سکونی قطعه ۱ سوم دیواریست مشترک بطول(۱/۵۲) یک متر و پنجاه و دو سانتیمتر به آپارتمان مسکونی قطعه ۱ شرقا: در سه قسمت که قسمت دوم آن شمالی است. اول درب و دیوار است بطول (۲/۷۹) دو متر و هفتاد و نه سانتیمتر به راه پله مشاعی دوم دیواریست بطول (۴/۶۴) چهار متر و شصت و چهار سانتیمتر به راه پله مشاعی سوم دیواریست بطول (۳/۹۲) سه متر و نود و دو سانتیمتر به درز انقطاع مورد تفکیک که ماورا آن ملک مجاور شماره ۶۴۶۵ فرعی قرار دارد جنوبا، در دو قسمت اول نرده و دیوار بالکن بطول(۱/۵۰) یک متر و پنجاه سانتیمتر به پشت بام طبقه همکف دوم دیوار و پنجره است. تطول(۸/۳۳) هشت متر و سی و سه سانتیمتر به پشت بام طبقه همکف غربا دیواریست بطول (۶/۳۴) شش متر و سی و چهار سانتیمتر به درز انقطاع مورد تفکیک که ماورا آن ملک مجاور شماره ۶۴۶۳ فرعی قرار دارد. پارکینگ قطعه ۲ به مساحت ۱۱/۵واقع در طبقه به حدود اربعه شمالا خط فرضی به محوطه مشاعی است بطول (۲/۳۰) دو متر و سی سانتیمتر شرقا خط فرضی به محوطه مشاعی است بطول (۵/۰۰)پنج متر جنوبا خط فرضی به محوطه مشاعی است بطول (۲/۳۰) دو متر و سی سانتیمتر غربا خط فرضی به محوطه مشاعی است بطول (۵/۰۰) پنج متر مالکیت مرحوم مجید رضاپور فرزند نصرت اله شماره شناسنامه ۳۷ تاریخ تولد ۱۳۶۴/۰۳/۰۴ صادره از بهار دارای شماره ملی ۴۰۵۲۰۷۸۸۳۷ با جز سهم ۶ از کل سهم ۶ بعنوان مالک شش دانگ عرصه و اعیان با شماره مستند مالکیت ۳۷۱۸۲ تاریخ ۱۳۹۷/۰۷/۲۱ دفترخانه اسناد رسمی شماره ۲۳ شهر همدان استان همدان موضوع سند مالکیت اصلی شماره چاپی ۱۵۷۶۰۷ سری ج سال ۹۶ با شماره دفتر الکترونیکی ۱۳۹۷۲۰۳۲۶۰۳۲۰۰۹۰۹۱ ثبت گردیده است. طبق نظر کارشناسی رسمی دادگستری مورخ ۱۴۰۴/۰۷/۰۶ یک ساختمان سه و نیم طبقه ۶ واحدی مسکونی طبقه همکف حیاط و پارکینگ انباری طبقه اول و دوم و سوم هر طبقه دو واحد مسکونی سند مالکیت ششدانگ عرصه و اعیان به شماره ۱۵۷۶۰۷ ج ۱۶ به مالکیت مرحوم مجید رضا پور شماره پلاک ثبتی ۱۱۷۴۴ فرعی از یک اصلی مفرور و مجری شده از ۶۴۶۴ فرعی از اصلی مذکور قعه دو تفکیکی ساختمان اسکلت فلزی دارای قدمت ۱۳ سال و فاقد آسانسور میباشند مساحت آپارتمان ۳۵/۵۱ متر مربع بوده که ۱/۸۸ متر مربع آن بالکن است آپارتمان دارای یک پارکینگ مسکونی مزاحم قطعه دو تفکیکی به مساحت ۱۱/۵ متر مربع در طبقه همکف بوده و فاقد انباری میباشد. آپارتمان دارای سالن پذیرایی یک اتاق خواب دارای کمد دیواری آشپزخانه با کابینت از جنس ام دی اف و سرویسهای بهداشتی می باشد پوشش کف آشپزخانه و پذیرایی و اتاق خواب سرامیک می باشد پنجره ها فلزی دو جداره می باشد. پوشش دیوارهای پذیرایی و اتاق خواب کاغذ دیواری است سیستم سرمایش کولرآبی و سیستم گرمایش بخاری گازی است آپارتمان دارای انشعابات آب و برق و گاز به صورت مستقل و جداگانه می باشد.
قیمت ششدانگ پلاک مذکور و موقعیت و مساحت و قدمت و سایر عوامل و بدون لحاظ هر گونه بدهی احتمالی به میزان
۱۷۶۰۰۰۰۰۰۰۰ هفده میلیارد و ششصد میلیون ریال می باشد.
که به علت عدم انجام تعهد از ساعت ۹ الی ۱۳ روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۴/۰۹/۰۹ اداره اجرای اسناد رسمی همدان واقع در سعیدیه بالا، نبش بلوار غنی زادیان اداره کل ثبت اسناد و املاک استان همدان طبقه اول از طریق مزایده به فروش می رسید و مزایده از مبلغ ۱۷۶۰۰۰۰۰۰۰۰ هفده میلیارد و ششصد میلیون ریال شروع و به بالاترین قیمت پیشنهادی نقدا فروخته می شود. شرکت در مزایده منوط به پرداخت ۱۰ درصد از مبلغ پایه به حساب سپرده ثبت و حضور خریدار یا نماینده قانونی او در جلسه مزایده است. برنده مزایده مکلف است مابه التفاوت مبلغ فروش را ظرف مدت پنج روز از تاریخ مزایده به حساب صندوق ثبت تودیع نماید و در صورتی که ظرف مهلت مقرر مانده فروش را به حساب سپرده ثبت واریز نکند، مبلغ مذکور قابل استرداد نبوده و به حساب خزانه واریز خواهد شد لازم به ذکر است که پرداخت بدهیهای مربوط به آب برق و گاز اعم از حق انشعاب یا حق اشتراک و مصرف در صورتی که مورد مزایده دارای آنها باشد و نیز بدهی های مالیاتی و عوارض شهرداری و غیره اعم از اینکه رقم قطعی آن معلوم شده باشد یا نشده باشد به عهده برنده مزایده است و نیز در صورت وجود مازاد وجوه پرداختی بابت هزینه های فوق به برنده مزایده مسترد خواهد شد و نیم عشر و حق مزایده نقدا وصول خواهد شد. لازم به ذکر است چنانچه به هر دلیل روز مزایده مواجهه با تعطیلی گردید مزایده در روز داری بعد از تعطیل برگزار خواهد شد.
تاریخ انتشار: ۱۴۰۴/۰۸/۲۴

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

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

برابر رای شماره۷۵۴۵-۱۴۰۴/۰۷/۰۹ هیات پنجم موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک بهار تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای سلمان منصوری فرزند محمد بشماره شناسنامه ۶۵۱۵ صادره از بهار در ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۲۰۵۳۸/۷۱ متر مربع پلاک ۳۲۹۹ فرعی از ۴ اصلی واقع در بخش چهار حوزه ثبت ملک بهار اراضی مهاجران خریداری از مالک رسمی خانم فروین ایزدی و سایرین محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.م الف۳۰۰
تاریخ انتشار نوبت اول:۱۴۰۴/۰۸/۲۴
تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۴/۰۹/۰۹

حسین مرادی
رئیس ثبت اسناد و املاک

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

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

برابر رای شماره۷۵۵۳- ۱۴۰۴/۰۷/۰۹هیات پنجم موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک بهار تصرفات مالکانه بلا معارض متقاضی آقای سجاد منصوری فرزند قاسم بشماره شناسنامه ۴۰۴۰۴۰۴۶۴۵ صادره از همدان در ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۳۰۲۷۶/۶۲ متر مربع پلاک ۳۲۹۲ فرعی از ۴ اصلی واقع در بخش چهار حوزه ثبت ملک بهار اراضی مهاجران خریداری از مالک رسمی خانم فروین ایزدی و سایرین محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.م الف۳۰۹
تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۴/۰۸/۲۴
تاریخ انتشار نوبت دوم :۱۴۰۴/۰۹/۰۹

حسین مرادی
رئیس ثبت اسناد و املاک

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

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

برابر رای شماره۷۵۴۶- ۱۴۰۴/۰۷/۰۹ هیات پنجم موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک بهار تصرفات مالکانه بلا معارض متقاضی آقای سلمان منصوری فرزند محمد بشماره شناسنامه ۶۵۱۵ صادره از بهار در ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۱۲۶۴۹/۱۰ متر مربع پلاک ۳۲۸۸فرعی از ۴ اصلی واقع در بخش چهار حوزه ثبت ملک بهار اراضی مهاجران خریداری از مالک رسمی خانم فروین ایزدی و سایرین محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند میتوانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.م الف ۳۰۱
تاریخ انتشار نوبت اول ۱۴۰۴/۰۸/۲۴
تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۴/۰۹/۰۹

حسین مرادی
رئیس ثبت اسناد و املاک

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

برابر آرای شماره ۱۴۰۴۶۰۳۲۶۰۰۶۰۰۹۷۶۷ مورخه ۱۴۰۴/۰۷/۲۳ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ملایر تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی مهدی مهدیان بشماره شناسنامه ۱۸۹۱ کد ملی ۳۹۳۲۸۲۵۶۲۴ صادره از ملایر فرزند حشمت اله ششدانگ یک قطعه زمین زراعی به مساحت ۱۲۳۴۹متر مربع قسمتی از اراضی روستای مهدی آباد پلاک ۱۱ اصلی واقع بخش ملایر خریداری از مالک رسمی برجعلی کولیوند محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراض داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید، ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.م الف۱۲۶۸
تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۴/۰۸/۲۴
تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۴/۰۹/۰۹

مرتضی مسعودی
رئیس اداره ثبت اسناد و املاک شهرستان ملایر

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

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

برابر آرای شماره ۱۱۷ -۱۴۰۴۶۰۳۲۶۰۰۲۰۰۶۱۱۶هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک کبودر آهنگ تصرفات مالکانه بلا معارض متقاضی آقای عباس رستمی فرزند میرزاقا بشماره شناسنامه ۴۰۲۰۱۶۵۵۱۳ صادره از کبودراهنگ در دو قطعه زمین مزروعی به مساحتهای ۳۳۳۷۷/۹۳ و ۳۲۲۶۰/۷۴ متر مربع پلاک ۲۳۶ اصلی واقع در روستای قزلجه حاجیلو خریداری از مالک رسمی آقای میرزا آقا رستمی محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند میتوانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.م الف ۷۹۸
تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۴/۰۸/۲۴
تاریخ انتشار نوبت دوم :۱۴۰۴/۰۹/۰۹

داود غفرانی دلاور
رئیس ثبت اسناد و املاک شهرستان کبودرآهنگ

سازمان ثبت اسناد و املاک کشور
اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک جنوب اصفهان
هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

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

برابر رای شماره ۳۳۳۵ مورخ ۱۴۰۴،۰۷،۲۴هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک جنوب اصفهان تصرفات مالکانه بلا معارض متقاضی، مالکیت آقای غلامرضا علی اشرف دستجردی به شناسنامه شماره ۵ کدملی ۱۲۸۸۸۳۴۹۳۴ صادره اصفهان فرزند حسن در ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۸۷۶.۴۰ متر مربع بدون درج اعیانی و با کاربری کشاورزی (با توجه به نامه اداره جهاد کشاورزی) پلاک شماره ۴۶۹۳ اصلی واقع در اصفهان بخش ۵ حوزه ثبت ملک جنوب اصفهان در ازای مالکیت رسمی مشاعی اولیه مفروز ثبتی گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی میشود در صورتی که اشخاص نس

نگاه

تهران بدون بارش چه خواهد کرد؟

سناریوی وخیم بی‌آبی در پایتخت

بحران آب در تهران دیگر یک هشدار دوردست نیست؛ نشانه‌های آن از سال‌ها پیش در تصمیمات شهری، توسعه بی‌ضابطه و بارگذاری‌های جمعیتی بر پیکره یک دشت خشک نمایان شده است. حالا کارشناسان می‌گویند اگر تا پایان پاییز بارشی رخ ندهد و سدها خالی بمانند، تهران ناچار به عبور از مرحله‌ای خواهد شد که تنها با تخلیه موقت بخشی از جمعیت می‌توان از آن گذر کرد. به گزارش «ایسنا»، تهران امروز بیش از ۱۳ میلیون جمعیت ساکن و حدود ۲ میلیون جمعیت غیربومی دارد که روزانه در آن تردد می‌کنند. این شهر از دهه ۳۰ تاکنون پایگاه اصلی صنایع کشور بوده و بخش بزرگی از بار صنعتی ایران را بر دوش کشیده است، اما این بارگذاری سنگین بر دشت تهران، سرانجامی جز وضعیت بحرانی امروز نداشته است. سدهای پیرامون تهران بیش از ۷۰ درصد منابع آب این شهر را تأمین می‌کنند و حدود ۷۰۰ حلقه چاه آب شرب نیز مابقی آب مصرفی را فراهم می‌کنند. در کنار آن، بیش از ۲۵۰ حلقه چاه دیگر برای تأمین آب فضای سبز مورد استفاده قرار می‌گیرد. «داریوش مختاری»، کارشناس ارشد مدیریت منابع آبی در این رابطه، گفت: با فرض خالی‌شدن کامل سدها و کاهش آب‌دهی برخی چاه‌های شرب، همچنان بخشی از نیاز آبی تهران قابل تأمین است، اما این مقطع زمانی دقیقاً نقطه بحرانی است؛ وضعیتی که عبور از آن بدون تخلیه موقت بخشی از جمعیت شهر ممکن نخواهد بود. به گفته وی، در چنین شرایطی، توزیع آب موجود باید با دقت و اولویت انجام شود؛ مصارف اضطراری مانند بیمارستان‌ها، آتش‌نشانی‌ها و مراکز پرخطر در اولویت نخست قرار دارند. او با تاکید بر اینکه هرچند پاسخگویی به بحران آب شهری در ظاهر بر دوش شرکت‌های آب و فاضلاب است، اما ریشه اصلی آن را باید در مصوبات طرح‌های جامع و تفصیلی شهرهای بزرگ توسط شورای عالی شهرسازی و معماری کشور جست‌وجو کرد، ادامه داد: بحران از جایی آغاز شد که حریم شهرها توسعه یافت، تراکم‌فروشی بی‌رویه رواج گرفت و شهرداری‌ها مجوزهایی را صادر کردند که مبنای آن، مصوبات کمیسیون ماده ۵ و سیاست‌های کلان شهرسازی بود. نتیجه، رشد بی‌رویه جمعیت و بارگذاری سنگین بر منابع محدود آبی پایتخت بود. به گفته «مختاری»، شرکت آب و فاضلاب تهران باید به‌طور شفاف و منظم اطلاع‌رسانی کند تا با جلب اعتماد شهروندان، مشارکت آنان را در مدیریت بحران به‌دست آورد. آبرسانی با تانکر می‌تواند به‌صورت موقت بخشی از مناطق را پوشش دهد و همزمان، شهروندانی که امکان خروج از تهران را دارند، می‌توانند با کاهش بار جمعیتی شهر به مدیریت بحران کمک کنند. البته چنین اطلاع‌رسانی رسمی باید از سوی شرکت آب و فاضلاب تهران، نهادهای ذی‌ربط و رسانه‌های عمومی اعلام شود.

وی با بیان اینکه برنامه اقدام اضطراری برای زمانی طراحی شده است که تا میانه یا اواخر آذرماه سدها کاملاً خالی بمانند و عملاً هیچ منبع آب سطحی در مدار شبکه تهران نباشد، در چنین شرایطی، هرچند با دشواری زیاد، امکان عبور موقت از بحران وجود دارد، اما ضروری است شهرداری‌ها صدور هرگونه پروانه ساختمانی جدید را متوقف کنند و شرکت آب و فاضلاب نیز از صدور مجوز انشعاب جدید برای چند دهه آینده خودداری کند. این کارشناس حوزه مدیریت منابع آبی با تاکید بر اینکه شرکت آب و فاضلاب استان تهران می‌تواند با مدیریت توزیع و استفاده هدفمند از منابع زیرزمینی، بحران را به‌صورت موقت کنترل کند، گفت: با این حال، باید بررسی دقیقی انجام تا مشخص شود آیا منابع آب چاه‌ها می‌توانند دوره کم‌بارشی و نبود جریان رودخانه‌ها را جبران کنند یا نه. با توجه به گستره ۹۵۰ کیلومترمربعی کلانشهر تهران، این کار بسیار دشوار است و مناطق وابسته به آب سدها نخستین مناطقی خواهند بود که مشمول تخلیه موقت می‌شوند. به گفته «مختاری»، در نهایت، عبور از این بحران تنها با مدیریت دقیق، اطلاع‌رسانی شفاف، توقف گسترش شهری و همراهی مردم ممکن خواهد بود. بی‌تردید، بحران بی‌آبی تهران یک هشدار جدی است؛ هشداری که اگر امروز شنیده نشود، فردا دیگر فرصتی برای پاسخ دادن به آن باقی نخواهد ماند.

۱۹ درصد مشترکان خانگی برق تهران پرمصرف هستند

مدیرعامل شرکت توزیع برق استان تهران، ۱۹ درصد مشترکان خانگی برق این استان را پرمصرف خواند و گفت تعداد مشترکین خانگی ما نزدیک ۲ میلیون و ۱۰۰ هزار مشترک است که می‌توان گفت ۱۹ درصد از این مشترکین پرمصرف هستند و این موضوع برنامه‌های خاصی را می‌طلبد که وزارت نیرو ابلاغ کرده و ما در این راستا اقدام می‌کنیم. «اکبر حسن بکلو»، مدیرعامل شرکت توزیع برق استان تهران در حاشیه نمایشگاه صنعت برق در یک نشست خبری، گفت: این شرکت وظیفه تامین برق شهرستان‌های استان تهران به جز شهر تهران را با ۲ میلیون و ۸۴۳ هزار مشترک برعهده دارد. تامین برق این تعداد مشترکین در استان تهران توسط ۲۴ هزار کیلومتر شبکه و ۶۳ هزار عضو هوایی و زمینی و حدود ۸۸۴ فیدر و ۸۶ پست ۶۳ کیلو ولت تامین برق و خدمات رسانی می‌شود. شرکت توزیع برق استان تهران جزو شرکت‌هایی است که بیشترین مشترکین صنعتی را دارد؛ به گونه ای که ۳۵ درصد مصرف انرژی در سال در حوزه صنعت و نزدیک ۲۹ درصد از مصرف‌مان در حوزه خانگی است. «بکلو» ادامه داد: علاوه بر موارد گفته شده، ما ۲۵ شهرک صنعتی رسمی و ۳۸ لکه برق صنعتی را در استان تهران تامین برق می‌کنیم. تعداد مشترکین ما در حوزه صنعتی نزدیک ۴۰ هزار مشترک است و اگرچه تعداد کمی است اما میزان مصرف بالایی را دارند. پیک مصرف ما در حوزه صنعتی ۱۲۰۰ مگاوات است که بیانگر مصرف بالا است. با توجه به اینکه شرکت توزیع برق استان تهران همه نوع مصرف‌کننده و مشترکی وجود دارد باید رفتارهای مناسب هر تعرفه، مصرف و مشترکی داشته باشیم. مدیرعامل شرکت توزیع برق استان تهران با اشاره به وضعیت مشترکان خانگی، گفت: تعداد مشترکان خانگی استان تهران حدود ۲ میلیون و ۱۰۰ هزار مشترک است که ۱۹ درصد آنها در گروه پراستفاده‌ها قرار می‌گیرند. این موضوع نیازمند اجرای برنامه‌های ویژه‌ای است که از سوی وزارت نیرو ابلاغ شده و در حال اجرای آن هستیم. نیاز مصرف برق استان تهران در تابستان امسال ۴۲۰۰ مگاوات بود که با وجود افزایش مصرف در سال‌های گذشته، به‌دلیل اجرای برنامه‌های مدیریت مصرف و همکاری مردم، حدود ۴۳ صدم درصد نسبت به سال قبل کاهش یافت که روند قابل توجهی است.

کسری «حساب سرمایه» در سال ۱۴۰۴ بیشتر شد

خروج سرمایه در گرداب تحریم و نااطمینانی

فرصت امروز: براساس آخرین آمارهای بانک مرکزی، کسری حساب سرمایه در فصل بهار امسال، نسبت به سال گذشته، بیشتر شده است که این موضوع از نااطمینانی‌های موجود در اقتصاد کشور و عدم بازگشت احتمالی بخشی از درآمدهای نفتی، نشأت گرفته است. تراز پرداخت، صورت‌حسابی است که تمامی معاملات مالی یک کشور با جهان را نشان می‌دهد. تراز پرداخت از دو جزء اصلی «حساب سرمایه» و «حساب جاری» تشکیل می‌شود. «حساب سرمایه»، جریان ورود و خروج سرمایه را نشان داده و «حساب جاری» شامل مبادلات کالا و خدمات و صادرات و واردات آنها می‌شود.

مجموع این موارد در کنار تغییر ذخایر ارزی بانک مرکزی، تراز پرداخت‌های کشور را شکل می‌دهند که نشان می‌دهد چه میزان پول به کشور وارد شده و چه میزان از آن خارج شده است. به همین علت است که تراز پرداخت، تاثیر بسزایی بر پایداری اقتصادی کشورها دارد؛ زیرا کسری جدی، یک کشور را در بدهی غرق می‌کند و وابستگی به کشورهای خارجی را افزایش می‌دهد. اقتصاد ایران به لطف درآمدهای سرشار نفتی، غالبا تهدید زیادی از منظر کسری و ناترازی شدید در تراز پرداخت‌ها نداشته است؛ هرچند خروج سرمایه بر اثر نااطمینانی و عدم بازگشت بخشی از ارز حاصل از صادرات نفت به واسطه تحریم‌ها، به‌نوعی این مزیت اقتصادی ایران را از بین برده است. در ادبیات اقتصادی، مثبت شدن «حساب سرمایه» به معنای جریان داشتن سرمایه به درون کشور است و منفی شدن آن به معنای در جریان بودن سرمایه به سوی خارج از کشور است. بنابراین زمانی که «حساب سرمایه» کاهش می‌یابد و به سمت منفی شدن پیش می‌رود، نشان می‌دهد که سرمایه به جای اینکه صرف توسعه و تولید شود، به سمت دلالی و فعالیت‌های واسطه‌گری رفته و یا مسیر «خروج از کشور» را انتخاب کرده است.

شاخص ورود و خروج پول به کشور

در اقتصاد کلان و امور مالی بین‌المللی، «حساب سرمایه» در نقطه مقابل «حساب مالی» قرار می‌گیرد و هر دوی آنها، یکی از اجزای اصلی تراز پرداخت‌ها هستند. هر دوی این «حساب‌ها» نیز شامل کلیه معاملاتی هستند که «منجر به تغییر مالکیت در دارایی‌ها و بدهی‌های مالی خارجی» می‌شوند. در تعاریف موجود، «حساب مالی» شامل سه بخش عمده سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، سرمایه‌گذاری در سبد مالی و دارایی‌های ذخیره است. در مورد اول، سرمایه‌گذاری‌های با ارزش بیشتر از ۱۰ درصد کل ارزش شرکت در زمره سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی قلمداد می‌شود. در مورد دوم، سرمایه‌گذاری در سبد مالی شامل اوراق سهام و اوراق بدهی (شامل اوراق قرضه و ابزارهای بازار پول) است. دارایی‌های ذخیره یا ذخایر نیز به آن بخش از دارایی‌های خارجی اطلاق می‌شود که نقدینگی بالایی دارند و تحت کنترل مستقیم مقامات پولی کشور قرار دارند. این گروه از دارایی‌ها شامل طلای پولی، حق برداشت مخصوص، مانده ذخایر نزد صندوق، موجودی ارز خارجی (شامل نقود، سپرده و اوراق بهادار) و سایر مطالبات است. در مقابل، «حساب سرمایه»، شامل تمامی مبادلات دربردارنده دریافت یا پرداخت مربوط به انتقال پول توسط مهاجران و کمک‌های سرمایه‌گذاری یا اکتساب و واگذاری دارایی‌های غیرمالی تولید نشده است.

با این تعاریف، مثبت شدن «حساب سرمایه» به معنای جریان داشتن سرمایه به درون کشور است و هرگونه کسری یا «منفی شدن» «حساب سرمایه» می‌تواند به علت در جریان بودن سرمایه به سوی خارج از کشور باشد. تعاریف اقتصادی به زبان ساده می‌گوید زمانی که «حساب سرمایه» در یک کشور کاهش پیدا کرده و به سمت منفی شدن پیش می‌رود، در واقع، سرمایه به جای اینکه در اقتصاد آن کشور، صرف توسعه و تولید شود یا به سمت دلالی و فعالیت‌های واسطه‌گری می‌رود و یا مسیر «خروج از کشور» را انتخاب می‌کند. حالا آخرین آمارهای بانک مرکزی، نشان می‌دهد که کسری حساب سرمایه در سه ماهه اول سال ۱۴۰۴، نسبت به دوره زمانی مشابه سال گذشته، بیشتر شده است. به نظر می‌رسد این مسئله از نااطمینانی‌های موجود در اقتصاد و عدم بازگشت احتمالی بخشی از درآمدهای نفتی، نشأت گرفته است.

ردیابی حساب سرمایه در گذار زمان

به گزارش «اکوایران»، تراز پرداخت، صورت‌حسابی است که تمام معاملات مالی یک کشور را با جهان نشان می‌دهد. تراز پرداخت از دو جزء اصلی «حساب سرمایه» و «حساب جاری» تشکیل می‌شود. «حساب سرمایه»، جریان ورود و خروج سرمایه را نشان داده و «حساب جاری» شامل مبادلات کالا و خدمات و صادرات و واردات آنها می‌شود. مجموع این موارد در کنار تغییر ذخایر ارزی بانک مرکزی، تراز پرداخت‌های کشور را شکل می‌دهند که نشان می‌دهد چه میزان پول به کشور وارد شده و چه میزان از آن خارج شده است. به همین علت است که تراز پرداخت، تاثیر بسزایی بر پایداری اقتصاد دارد؛ زیرا کسری جدی آن، کشور را غرق در بدهی و به کشورهای خارجی، وابسته می‌کند.

طبق آمارهای بانک مرکزی، در سه ماهه اول امسال، خالص حساب سرمایه منفی ۸,۹ میلیارد دلار بوده و کسری این حساب نسبت به سال گذشته، افزایش یافته است. بررسی بلندمدت این روند، نشان می‌دهد که بیشترین کسری حساب سرمایه طی ۱۰ سال گذشته، ۱۰ میلیارد دلار بوده که در سه ماهه نخست سال ۱۴۰۱ رخ داده است. همچنین سال ۱۳۹۶ با منفی ۱,۳ میلیارد دلار، دارای کمترین کسری در این بازه زمانی بوده است. از سال ۱۴۰۱ کشور در سه ماهه اول سال به‌طور ثابت، کسری بالای ۷ میلیارد دلار و نزدیک به ۱۰ میلیارد دلار داشته است. مسئله‌ای که از سال ۱۳۹۴ تا ۱۴۰۰ بی‌سابقه بوده است. هرچند اگر کسری حساب سرمایه به جای سه ماهه اول سال در کل سال دیده شود، خالص حساب سرمایه در سال‌های ۱۳۹۵ و ۱۳۹۶ که به ترتیب منفی ۱۸,۲ و منفی ۱۹,۴ میلیارد دلار بوده، به چشم می‌آید. نکته قابل توجه، این است که کسری حساب سرمایه در این دو سال، با وجود برجام و آرامش نسبی حاکم بر جامعه بعد از سال‌های ۱۴۰۳ و ۱۴۰۲، بیشترین میزان کسری در ۱۰ سال اخیر را نشان می‌دهد. این مسئله می‌تواند ناشی از عدم بازگشت احتمالی برخی از درآمدهای نفتی و اضافه شدن آن به مطالبات خارجی کشور باشد. همچنین به گفته برخی کارشناسان، سرکوب نرخ ارز در سال‌های ۱۳۹۵ و ۱۳۹۶، خرید دارایی خارجی را به‌صورت نسبی ارزان‌تر و خروج سرمایه را تشویق کرده است.

سرمایه از نااطمینانی فرار می‌کند

نااطمینانی در اقتصاد، بلای جان سرمایه‌گذار است؛ زیرا امکان پیش‌بینی آینده را برای او مختل کرده و جلوی برنامه‌ریزی و هدف‌گذاری‌های بلندمدت او می‌ایستد. هرچه نااطمینانی بیشتر باشد، سرمایه‌گذاری کمتر و کوتاه‌مدت‌تر می‌شود. اقتصاد ایران در گرداب نااطمینانی گیر کرده و همین مسئله، سرمایه‌گذار داخلی را به خارج از کشور هل داده و مانع اصلی بر سر راه ورود سرمایه خارجی می‌شود. بدون شک، تحریم‌های خارجی، اثر غیرقابل انکاری بر تشدید پیش‌بینی ناپذیری آینده در اقتصاد ایران داشته است. تورم فرسایشی، قوانین و مقررات یک‌شبه، عدم شفافیت و پاسخگویی مناسب و مواردی از این قبیل، که همگی فارغ از تحریم‌های خارجی حاصل سیاست‌های داخلی بوده‌اند، اثر قابل توجهی بر افزایش سطح نااطمینانی و فرار سرمایه داشته‌اند. نااطمینانی حاصل از این سیاست‌ها آنقدر شدید بوده که مهاجرت کردن جوانان را با هزینه‌های مالی و عاطفی زیاد برای خود و خانواده‌های‌شان توجیه‌پذیر کرده است. در تمام دنیا مهاجران اغلب حجم زیادی از درآمدهای خود را برای خانواده می‌فرستند و این مسئله عامل ورود سرمایه می‌شود؛ درحالی‌که برخلاف آن در ایران، خانواده‌ها ماهانه هزینه‌های هنگفتی برای فرزندان خود در خارج از کشور ارسال می‌کنند تا بتوانند در آنجا زندگی کرده و به تحصیل ادامه بدهند.

علاوه بر اثری که نااطمینانی بر منفی شدن خالص حساب سرمایه دارد، یک مسئله دیگر نیز در تشدید آن موثر است. در سال‌هایی که صادرات نفتی بیشتر بوده حساب سرمایه نیز با کسری شدیدتری مواجه شده است. این مسئله می‌تواند ناشی از بازنگشتن برخی از درآمدهای نفتی به کشور باشد. به‌علت موانع زیاد و تحریم‌های بانکی، انتقال پول بسیار سخت شده که باعث می‌شود برخی از ارزهای نفتی برنگشته یا با تاخیر زیاد برگردند و به مطالبات خارجی تبدیل شوند که به تشدید کسری حساب سرمایه می‌افزاید. مسدودبودن حساب ایرانیان در خارج کشور و دشوار بودن مبادلات مالی بین‌المللی نیز ایرانیان را به سمت نگهداری ارز دیجیتال در کیف‌پول‌های خارجی سوق داده که آن هم در خروج سرمایه موثر است. برخی کارشناسان، یکی از علل خروج سرمایه از ایران را سرکوب نرخ ارز زیر ارزش واقعی خود می‌دانند که خروج پول از کشور را به اهداف مختلف توجیه‌پذیر می‌کند.

بهای تمام‌شده هر لیتر بنزین در ایران چقدر است؟

راستی‌آزمایی قیمت تمام‌شده بنزین

شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی در یک گزارش آماری از میانگین مصرف بنزین در ماه‌های اخیر، گفته است که میانگین مصرف روزانه بنزین در ماه‌های تیر، مرداد و شهریور امسال در یک منحنی صعودی به ترتیب ۱۲۳.۵، ۱۳۷.۷ و ۱۴۱.۷ میلیون لیتر بوده و سپس در مهرماه به رقم ۱۳۳.۷ میلیون لیتر در روز رسیده است. سرانه مصرف بنزین در ایران هم‌اکنون چهار لیتر در روز است که بالاتر از متوسط جهانی (سه لیتر در روز) است و به گفته شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی ایران، اگر روند کنونی رشد مصرف بنزین ادامه یابد، ناترازی بنزین تا سال ۱۴۰۷، بیش از ۱۶ میلیارد دلار در سال ارزبری خواهد داشت. این شرکت همچنین در گزارش دیگری به آمار حیرت‌انگیز مصرف بنزین موتورسیکلت‌ها، اشاره کرده و آورده است که موتورسیکلت‌ها با میانگین مصرف روزانه بیش از ۳.۵۵ میلیون لیتر بنزین در نیمه نخست امسال، حدود ۶۶۰ میلیون و ۵۰۰ هزار لیتر بنزین معادل حدود یک تریلیون و ۱۱۳ میلیارد و ۳۰۰ میلیون تومان مصرف کرده‌اند.

بحران ناترازی انرژی این روزها به شکل‌های مختلفی، جامعه ایران را تهدید می‌کند و از جمله نمودهای این ناترازی، مصرف بالای بنزین است. اگرچه دولتمردان هرگونه طرح افزایش قیمت بنزین را اخیرا تکذیب کرده‌اند، اما روند صعودی مصرف بنزین در ایران، ادامه دارد. آخرین گزارش شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی ایران، نشان می‌دهد که تنها در روز پنجم مهرماه امسال، مصرف روزانه بنزین از ۱۴۷ میلیون لیتر، فراتر رفته و با همین دست‌فرمان ممکن است تا سال ۱۴۰۷ این رقم به ۱۷۰ میلیون لیتر در روز برسد. البته که این برآوردها تخمینی هستند و صحت و سقم آنها به مدل‌های اقتصادی، نرخ رشد جمعیت و قیمت نفت، بستگی دارد.

به گزارش «ایرنا»، در میان حرف و حدیث‌ها درباره سرنوشت قیمت بنزین، برخی ادعاها درباره قیمت این کالای استراتژیک مطرح می‌شود، از جمله اینکه هر لیتر آن برای دولت تنها ۲ هزار تومان تمام می‌شود، اما آیا این ادعا صحیح است؟ قیمت بنزین در کشور ما همواره به عنوان یکی از مولفه‌های تاثیرگذار بر شاخص‌های اقتصادی به ویژه تورم، از اهمیت و حساسیت بالایی برخوردار بوده است. مدتی است شایعات افزایش قیمت بنزین به گوش می‌رسد. با اینکه دولتمردان بارها اعلام کرده‌اند که امسال برنامه‌ای برای افزایش قیمت بنزین ندارند، اما بحث و نظرها در مورد قیمت واقعی و تمام شده بنزین همچنان در جریان است.

در یکی از تازه‌ترین و عجیب‌ترین اظهارنظرها، «حسین صمصامی» عضو کمیسیون اقتصادی مجلس در یک برنامه مناظره، مدعی شده که «هزینه حمل بنزین لیتری ۸۰۰ و هزینه جایگاه‌داری ۶۵۰ تومان است. یعنی کل هزینه‌ای که دولت برای بنزین می‌کند زیر ۲ هزار تومان است.» او گفته: «ما نفت را که الان جزو انفال کشور و متعلق به همه ملت ایران است استخراج می‌کنیم. شرکت پالایش و پخش این نفت را ۵ درصد کمتر از قیمت فوب خلیج فارس، به پالایشگاه‌های خصوصی و نیمه دولتی می‌دهد و فرآورده‌های آنان شامل بنزین را به قیمت فوب خلیج فارس از آنان می‌خرد. مثلا فرض کنید که ۲۳ هزار تومان برای هر لیتر نفت را می‌فروشد و در مقابل ۲۷ هزار و ۵۰۰ تومان بنزین را می‌خرد. در اینجا دولت هیچ پولی بابت بنزین نمی‌دهد چون آن را با نفت تهاتر می‌کند. حتی هزینه استخراج نفت از آن ۱۴ و نیم درصد صادرات نفت تامین می‌شود. پس اینجا دولت بابت تولید بنزین یک ریال پرداخت نمی‌کند. همه آن را از منابع نفتی پرداخت می‌کند.»

این ادعا در حالی مطرح می‌شود که «محمدجعفر قائم‌پناه»، معاون اجرایی رئیس‌جمهور در روز ۱۴ آبان در جمع خبرنگاران با تاکید بر این نکته که نرخ بنزین سهمیه‌ای ۶۰ و ۱۰۰ لیتری به هیچ وجه تغییر نخواهد کرد، گفت: «نرخ هر لیتر بنزین برای دولت ۳۴ هزار تومان تمام می‌شود که ما آن را به قیمت هزار و ۵۰۰ تومان به مردم می‌فروشیم.» اعداد و ارقامی که درباره قیمت تمام‌شده بنزین مطرح می‌شود، تنها مربوط به مسئولان و دوره اجرایی چهاردهم نیست. در سال‌های پیشین، مسئولان دولت‌های مورد وثوق «صمصامی» هم نرخ‌هایی متفاوت با رقم ۲ هزار تومانی را اعلام داشته‌اند. به عنوان مثال، «سعید مداح مروج» عضو هیأت مدیره و مدیر هماهنگی و نظارت بر عملیات شرکت ملی پالایش و پخش دولت سیزدهم در اردیبهشت ۱۴۰۲، قیمت تولید هر لیتر بنزین را ۱۸ هزار تومان اعلام کرد که با توجه به تورم و تغییرات قیمت دلار، متناسب با قیمت ۳۴ هزار تومان اعلامی در دولت جدید است. رقم ادعای «صمصامی» با برآوردهای قیمتی شش نماد بورسی «شپنا، شبندر، شبریز، شتران، شاوان و شراز» که در بین محصولات خود بنزین نیز دارند هیچ همخوانی ندارد. این نمادها در برآوردهای ۱۲ ماهه منتهی به ۲۹ اسفندماه ۱۴۰۲ خود، قیمت بنزین در سال ۱۴۰۳ را تخمین زدند. در این بازه زمانی، شبندر قیمت فروش هر لیتر بنزین را ۱۹ هزار و ۸۳ تومان، شپنا ۱۹ هزار و ۵۰۳ تومان، شبریز ۱۵ هزار و ۸۸۳ تومان، شتران ۱۴ هزار و ۷۹۴ تومان، شراز ۱۶ هزار و ۳۷۴ تومان و شاوان ۱۷ هزار و ۳۸۸ تومان برآورد کرده بود. بررسی اظهارات «صمصامی» نشان می‌دهد که استدلال‌های او بر پیش‌فرض‌های قابل تردیدی، بنا شده‌اند؛ نخست اینکه سرپرست وزارت اقتصاد دولت احمدی نژاد، استدلالی عجیب را پیش‌فرض ادعاهای خود قرار داده و می‌گوید: «نفت جزء انفال عمومی است» پس باید بهای آن را نادیده گرفت. این در حالی است که همه مردم به صورت یکسان از این ثروت عمومی استفاده نمی‌کنند، بلکه افراد ثروتمندتر که خودرو بیشتری دارند، بیشتر از این ثروت عمومی استفاده می‌کنند. ضمن اینکه «صمصامی» به این واقعیت بی‌توجه است که همان نفتی که به گفته وی در ازای بنزین تهاتر می‌شود، می‌توانست به صورت خام یا در قالب محصولات پتروشیمی صادر شود و با بازگشت به خزانه، نزدیکی بیشتری به مصداق انفال پیدا کند. نادیده گرفتن هزینه ثروت ملی نفت، استخراج نفت و پالایش آن تا رسیدن به محصولی مانند بنزین، زمینه‌ساز این اشتباه محاسباتی در برآورد قیمت تمام شده این کالا شده است. محاسبه هزینه بنزین، نه از ابتدای مسیر، بلکه از میانه راه تولید آن، موجب این برآورد گمراه‌کننده است. با این حساب، این ادعای «صمصامی»، «نادرست» ارزیابی می‌شود.

نوبت دوم

مناقصه عمومی یک مرحله ای
فراخوان تهیه و تأمین قطعات یدکی مورد نیاز جهت نیروگاه شهید مفتح همدان

شرکت تولید نیروی برق شهید مفتح در نظر دارد فراخوان تهیه و تأمین قطعات یدکی مورد نیاز جهت نیروگاه شهید مفتح همدان به شماره (سیستمی)۲۰۰۴۰۰۱۴۹۰۰۰۰۰۲۶ را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید.

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

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

مواعد زمانی:
- تاریخ انتشار فراخوان: مورخ ۱۴۰۴/۰۸/۲۱ ساعت ۰۸:۰۰ (چاپ اول) و مورخ ۱۴۰۴/۰۸/۲۴ ساعت ۰۸:۰۰ (چاپ دوم)
- مهلت دریافت اسناد فراخوان: از مورخ ۱۴۰۴/۰۸/۲۱ ساعت ۰۸:۰۰ لغایت ۱۴۰۴/۰۸/۲۵ ساعت ۰۸:۰۰
- مهلت ارسال پیشنهادات: مورخ ۱۴۰۴/۰۹/۰۸ ساعت ۰۹:۰۰
- زمان بازگشایی پاکت ها: مورخ ۱۴۰۴/۰۹/۰۹ ساعت ۱۰:۰۰

نوع و مبلغ تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار:
- مبلغ و نوع تضمین شرکت در مناقصه: ۴,۲۵۰,۰۰۰,۰۰۰(چهار میلیارد و دویست و پنجاه میلیون) ریال
- تضمین مورد قبول مطابق بندهای (الف، ب، پ،ج، چ ، ح) ماده ۴ آیین‌نامه تضمین معاملات دولتی (موضوع تصویب نامه هیئت وزیران به شماره ۱۲۳۴۰۲/ت ۵۰۶۵۹ ه مورخ ۹۴/۹/۲۲) می‌باشد. سررسید تضمین ها باید تا تاریخ ۱۴۰۴/۱۲/۰۸ اعتبار داشته باشد و بنا به درخواست کتبی کارفرما برای ۳ ماه دیگر نیز قابل تمدید باشد. در غیر اینصورت پاکت "الف" مردود تلقی شده و پاکتهای "ب" و "ج" عینا بصورت ناگشوده به مناقصه گر بازگردانده خواهد شد.
- شماره حساب شبا IR ۰۵۰۱۰۰۰۰۴۰۰۱۱۰۳۸۰۶۳۷۶۰۲۹ و شماره حساب۴۰۰۱۱۰۳۸۰۶۳۷۶۰۲۹ بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران جهت واریز نقدی به نام شرکت تولید نیروی برق شهید مفتح همدان

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

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۴/۰۸/۲۱ تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۴/۰۸/۲۴

روابط عمومی شرکت تولید نیروی برق شهید مفتح همدان

آگهی فقدان سند مالکیت

نظر به اینکه شهلا علائی چهره برق به وکالت از محمود علائی طبق وکالت نامه شماره ۱۱۲۰۵۰ مورخ ۱۳۹۹/۱۱/۲۱ دفترخانه ۱۰ تهران و حمیده علائی چهره برق به وکالت از محمود علائی طبق وکالت نامه شماره ۸۲۶۶۰ مورخ ۱۳۹۸/۰۴/۲۰ دفترخانه ۱۱۲ تهران با اعلام مفقود شدن اسناد مالکیت ملک مورد آگهی با تسلیم استشهادیه گواهی امضاء شده ۴۱۲۰۹ مورخ ۱۴۰۴/۰۷/۲۱ دفترخانه ۱۶۰ تهران و درخواست وارده ۱۴۰۴۸۵۶۰۱۱۵۱۰۱۵۳۳۶ مورخ ۱۴۰۴/۰۷/۲۷ تقاضای صدور المثنی سند مالکیت را نموده است، مراتب در اجرای ماده ۱۲۰ آیین نامه قانون ثبت به شرح زیر آگهی می گردد:

نام و نام خانوادگی مالک: محمود علائی

شماره پلاک ثبتی: ۳۰۷۷۲ فرعی از ۴۸ اصلی

علت گم شدن: جابجایی

خلاصه وضعیت مالکیت:

سند مالکیت تکبرگ ۳ دانگ مشاع از ششدانگ یک دستگاه آپارتمان مسکونی به شماره ۳۰۷۷۲ فرعی از ۴۸ اصلی قطعه ۷ تفکیکی مفروز و مجزا شده از ۲۱۰۷ فرعی از اصلی مذکور بخش ۱۱ تهران به مساحت ۱۱۵/۵۷ متر مربع واقع در سمت شمالی طبقه ۱ که ۱۱/۸۵ متر مربع آن پیشرفتگی است که مساحت ۵۲/۴۰ متر مربع از مساحت این قطعه در هنگام تخریب و نوسازی آینده بایستی جزء گذر گردد با قدرالسهم از عرصه و سایر مشاعات و مشترکات طبق قانون تملک آپارتمان ها و آیین نامه اجرایی آن ذیل ثبت ۵۱۸۶۹۳ صفحه ۸۰ دفتر ۲۴۴۹ و ثبت الکترونیک ۱۳۹۹۲۰۳۰۱۱۵۱۰۳۲۰۱۶ به شماره چاپی ۶۱۸۴۳۰ سری ب سال ۹۹ به نام محمود علائی ثبت و صادر و تسلیم است.

اینک با توجه به اعلام مفقودی سند مالکیت مورد ثبت فوق الذکر و درخواست صدور المثنی آن؛ مراتب اعلام تا هر کس نسبت به ملک مورد آگهی، معامله کرده و این معامله در این آگهی قید نگردیده یا مدعی وجود سند مالکیت نزد خود می باشد باید تا ده روز پس از انتشار آگهی به ثبت محل مراجعه و اعتراض خود را ضمن ارایه اصل سند مالکیت یا سند معامله تسلیم نماید و اگر ظرف مهلت مقرر اعتراض نرسد و یا در صورت اعتراض اصل سند مالکیت یا سند معامله ارایه نشود اداره ثبت المثنی سند مالکیت را طبق مقررات صادر و به متقاضی تسلیم خواهد کرد.

۱۵۴۵۲ م الف **رئیس واحد ثبتی حوزه ثبت ملک لویزان تهران – ابوالفضل تریوه**

شناسه آگهی ۲۰۴۵۹۳۲

آگهی فقدان سند مالکیت

نظر به اینکه ملک محمد شاه گلدی بعنوان مالک با تسلیم دو برگ استشهادیه محلی مصدق شده طی شناسه یکتا به شماره ۱۴۰۴۰۲۱۵۴۸۸۷۰۰۱۰۴۲ و رمز تصدیق به شماره ۶۹۴۵۶۴ مورخ ۱۴۰۴/۰۸/۰۶ توسط دفترخانه اسناد رسمی شماره ۱۲۹۷ حوزه ثبتی تهران و برگ تقاضا به شماره وارده ۱۱۰۷۸۰۲۷۱۸۷۰ مورخ ۱۴۰۴/۰۸/۰۶ مدعی فقدان سند مالکیت ششدانگ یک دستگاه آپارتمان مسکونی مساحت (۱۱۷) یکصد و هفده متر مربع، واقع در طبقه پنجم که (۵/۴۷) پنج متر و چهل و هفت دسیمتر مربع آن بالکن است. به انضمام پارکینگ مسکونی شماره یک واقع در سمت شمال طبقه همکف به مساحت ۱۰/۸۵ متر مربع و انباری شماره یک به مساحت ۷/۰۷ متر مربع واقع در سمت شمالغربی همکف پلاک ثبتی ۵۹۲۱۱ فرعی از ۱ اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک ۱۴۳۴۴ فرعی از اصلی مذکور واقع در بخش ۱۲ تهران با قدرالسهم از عرصه و سایر مشاعات و مشترکات طبق قانون تملک آپارتمانها و آئین نامه اجرائی آن که بنام محمد شاه محمدی برابر شماره چاپی ۹۷۷۷۸۰ ثبت و دفتر الکترونیک ۱۴۰۲۲۰۳۰۱۰۷۸۰۴۹۵۷۴ ثبت و صادر و تسلیم گردیده است و نامبرده با اعلام مفقودی به علت جابجایی درخواست المثنی سند مالکیت پلاک موصوف را نموده است.

لذا مراتب در اجرای ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت فقط در یک نوبت در یک روزنامه کثیرالانتشار آگهی می شود تا چنانچه کسی ادعای انجام معامله نسبت به ملک مذکور و یا وجود اصل سند مالکیت نزد خود را داشته باشد از تاریخ انتشار این آگهی ظرف مهلت ۱۰ روز اعتراض خود را به انضمام اصل سند مالکیت به این منطقه ارائه نماید تا مورد رسیدگی قرار گیرد بدیهی است اصل سند مالکیت پس از رویت و ملاحظه به ارائه دهنده اعاده خواهد شد لیکن به اعتراض بدون ارائه اصل سند مالکیت ترتیب اثر داده نمی شود. در صورت عدم وصول واخواهی ظرف مهلت مقرر قانونی المثنی سند مالکیت پلاک مرقوم صادر و به متقاضی تسلیم خواهد گردید.

۱۵۴۵۸ م الف **مدیر واحد ثبتی حوزه ثبت ملک یافت آباد تهران – خداداد بشیری**

شناسه آگهی ۲۰۴۵۹۶۱

آگهی فقدان سند مالکیت

آقای حسین محمدیان با تسلیم دو برگ استشهادیه محلی مصدق شده طی شماره ۶۲۹۵۷۳ مورخ ۱۴۰۳/۱۱/۱۰ توسط دفترخانه اسناد رسمی شماره ۱۷۱ حوزه ثبتی تهران و برگ تقاضا به شماره وارده ۱۰۲۵۰۰۸۵۵۷ مورخ ۱۴۰۴/۳/۱۲ مدعی میباشد سند یک دستگاه آپارتمان وضعیت خاص طلق به پلاک ثبتی ۱۴۹ فرعی از ۶۲۳۶ اصلی، مفروز و مجزا شده از ۸، ۱۸، ۹ فرعی از اصلی مذکور قطعه ۱۲ تفکیکی در طبقه ۰۲۱ و واقع در بخش ۰۲ ناحیه ۰۰ حوزه ثبت ملک نارمک تهران استان تهران به مساحت ۶۲/۳۱ مترمربع بنام حسین / محمدیان فرزند محمد شماره شناسنامه ۱۱۷۰ تاریخ تولد دارای شماره ملی با جز سهم ۶ از کل سهم ۶ بعنوان مالک شش دانگ عرصه و اعیان با شماره مستند مالکیت ۳۰۶۴۵ تاریخ ۱۳۸۳/۰۷/۲۸ موضوع سند مالکیت اصلی بشماره چاپی ۴۶۰۱۹۷ که در صفحه ۸۳ دفتر املاک جلد ۲۰۵۴ ذیل شماره ۳۱۶۷۵۷ ثبت گردیده است.

بعلت جابجایی مفقود گردیده و درخواست صدور سند مالکیت المثنی پلاک موصوف را نموده است لذا مراتب در اجرای ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت فقط در یک نوبت در یک روزنامه کثیرالانتشار (همین روزنامه) آگهی می شود تا چنانچه کسی ادعای انجام معامله نسبت به ملک مذکور و یا وجود اصل سند مالکیت نزد خود را داشته باشد از تاریخ انتشار این آگهی ظرف مهلت ۱۰ روز اعتراض خود را به انضمام اصل سند مالکیت به این منطقه ارائه نماید تا مورد رسیدگی قرار گیرد بدیهی است اصل سند مالکیت پس از رویت و ملاحظه به ارائه دهنده اعاده خواهد شد لیکن به اعتراض بدون ارائه اصل سند مالکیت ترتیب اثر داده نمی شود. در صورت عدم وصول واخواهی ظرف مهلت مقرر قانونی المثنی سند مالکیت پلاک مرقوم صادر و به متقاضی تسلیم خواهد گردید.

۱۵۴۶۱ م الف **رئیس واحد ثبتی حوزه ثبت ملک نارمک تهران – بهروز جشان**

شناسه آگهی ۲۰۴۵۹۷۴

آگهی فقدان سند مالکیت

نظر به اینکه ملک محمد شاه گلدی

با تسلیم دو برگ استشهادیه محلی مصدق شده به شناسه یکتا طی شماره ۱۴۰۴۰۲۱۵۴۸۸۷۰۰۱۰۳۸ و ۱۴۰۴۰۲۱۵۴۸۸۷۰۰۱۰۳۹ و رمز تصدیق به شماره ۳۴۵۴۷۸ و ۷۷۵۲۹۵ و شماره ترتیب ۲۹۸۶۴ و ۲۹۸۶۵ مورخ ۱۴۰۴/۰۸/۰۵ توسط دفترخانه اسناد رسمی شماره ۱۲۹۷ تهران و برگ تقاضا به شماره وارده ۱۰۷۸۰۲۷۱۸۶ مورخ ۱۴۰۴/۰۸/۰۶ مدعی فقدان سند مالکیت سه دانگ مشاع از ششدانگ یک دستگاه آپارتمان واقع در طبقه اول به مساحت ۱۱۷/۸ مترمربع که (۵/۴۷) پنج متر و چهل و هفت دسیمتر مربع آن بالکن است قطعه اول تفکیکی به پلاک ۵۹۲۰۷ فرعی از ۱ اصلی مفروز شده از پلاک ۱۴۳۴۴ فرعی از اصلی مذکور بخش ۱۲ تهران بانضمام شش دانگ یک واحد پارکینگ به مساحت ۱۰/۸۵ متر مربع سمت شمالی طبقه ۰ قطعه ۲ تفکیکی ذیل ثبت دفتر الکترونیکی ۱۴۰۲۲۰۳۰۱۰۷۸۰۴۹۵۷۹ بنام ملک محمد شاه گلدی ثبت و سند مالکیت به شماره چاپی ۶۰۷۰۰۵ صادر و تسلیم گردیده است.

بعلت جابجایی مفقود گردیده و درخواست صدور سند مالکیت المثنی پلاک موصوف را نموده است لذا مراتب در اجرای ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت فقط در یک نوبت در یک روزنامه کثیرالانتشار آگهی می شود تا چنانچه کسی ادعای انجام معامله نسبت به ملک مذکور و یا وجود اصل سند مالکیت نزد خود را داشته باشد از تاریخ انتشار این آگهی ظرف مهلت ۱۰ روز اعتراض خود را به انضمام اصل سند مالکیت به این منطقه ارائه نماید تا مورد رسیدگی قرار گیرد بدیهی است اصل سند مالکیت پس از رویت و ملاحظه به ارائه دهنده اعاده خواهد شد لیکن به اعتراض بدون ارائه اصل سند مالکیت ترتیب اثر داده نمی شود. در صورت عدم وصول واخواهی ظرف مهلت مقرر قانونی المثنی سند مالکیت پلاک مرقوم صادر و به متقاضی تسلیم خواهد گردید.

۱۵۴۵۹ م الف **مدیر واحد ثبتی حوزه ثبت ملک یافت آباد تهران – خداداد بشیری**

شناسه آگهی ۲۰۴۵۹۶۵

آگهی فقدان سند مالکیت

نظر به اینکه حمیده علائی چهره برق به وکالت از محمود علائی طبق وکالت نامه شماره ۸۲۶۶۰ مورخ ۱۳۹۸/۰۴/۲۰ دفترخانه ۱۱۲ تهران و شهلا علائی چهره برق به وکالت از محمود علائی طبق وکالت نامه شماره ۱۱۲۰۵۰ مورخ ۱۳۹۹/۱۱/۲۱ دفترخانه ۱۰ تهران با اعلام مفقود شدن اسناد مالکیت ملک مورد آگهی با تسلیم استشهادیه گواهی امضاء شده ۴۱۲۱۰ مورخ ۱۴۰۴/۰۷/۲۱ دفترخانه ۱۶۰ تهران و درخواست وارده ۱۴۰۴۸۵۶۰۱۱۵۱۰۱۵۳۳۴ مورخ ۱۴۰۴/۰۷/۲۷ تقاضای صدور المثنی سند مالکیت را نموده است، مراتب در اجرای ماده ۱۲۰ آیین نامه قانون ثبت به شرح زیر آگهی می گردد:

نام و نام خانوادگی مالک: محمود علائی

شماره پلاک ثبتی: ۳۰۷۷۴ فرعی از ۴۸ اصلی

علت گم شدن: جابجایی

خلاصه وضعیت مالکیت:

سند مالکیت تکبرگ ۳ دانگ مشاع از ششدانگ یک دستگاه آپارتمان مسکونی به شماره ۳۰۷۷۴ فرعی از ۴۸ اصلی قطعه ۹ تفکیکی مفروز و مجزا شده از ۲۱۰۷ فرعی از اصلی مذکور بخش ۱۱ تهران به مساحت ۱۴۰/۹۶ متر مربع واقع در سمت شمالی طبقه ۲ که ۱۱/۸۵ متر مربع آن پیشرفتگی است که مساحت ۵۲/۴۰ متر مربع از مساحت این قطعه در هنگام تخریب و نوسازی آینده بایستی جزء گذر گردد با قدرالسهم از عرصه و سایر مشاعات و مشترکات طبق قانون تملک آپارتمان ها و آیین نامه اجرایی آن ذیل ثبت ۵۱۸۶۸۴ صفحه ۵۳ دفتر ۲۴۴۹ و ثبت الکترونیک ۱۳۹۹۲۰۳۰۱۱۵۱۰۳۲۰۰۳ به شماره چاپی ۶۱۸۰۶۷ سری ب سال ۹۰ به نام محمود علائی ثبت و صادر و تسلیم است. اینک با توجه به اعلام مفقودی سند مالکیت مورد ثبت فوق الذکر و درخواست صدور المثنی آن؛ مراتب اعلام تا هر کس نسبت به ملک مورد آگهی، معامله کرده و این معامله در این آگهی قید نگردیده یا مدعی وجود سند مالکیت نزد خود می باشد باید تا ده روز پس از انتشار آگهی به ثبت محل مراجعه و اعتراض خود را ضمن ارایه اصل سند مالکیت یا سند معامله تسلیم نماید و اگر ظرف مهلت مقرر اعتراض نرسد و یا در صورت اعتراض اصل سند مالکیت یا سند معامله ارایه نشود اداره ثبت المثنی سند مالکیت را طبق مقررات صادر و به متقاضی تسلیم خواهد کرد.

۱۵۴۵۱ م الف **رئیس واحد ثبتی حوزه ثبت ملک لویزان تهران – ابوالفضل تریوه**

شناسه آگهی ۲۰۴۵۹۲۹

آگهی فقدان سند مالکیت

نظر به اینکه سیده کبری موسوی سیکارودی

با تسلیم دو برگ استشهادیه محلی مصدق شده به شناسه یکتا طی شماره ۱۴۰۴۰۲۱۵۴۸۸۷۰۰۱۰۳۵ و ۱۴۰۴۰۲۱۵۴۸۸۷۰۰۱۰۳۶ و رمز تصدیق به شماره ۸۱۵۶۶۰ و ۳۸۵۸۴۳ و شماره ترتیب ۲۹۸۶۱ و ۲۹۸۶۲ مورخ ۱۴۰۴/۰۸/۰۵ توسط دفترخانه اسناد رسمی شماره ۱۲۹۷ تهران و برگ تقاضا به شماره وارده ۱۰۷۸۰۲۷۱۸۶ مورخ ۱۴۰۴/۰۸/۰۶ مدعی فقدان سند مالکیت سه دانگ مشاع از ششدانگ یک دستگاه آپارتمان واقع در سمت طبقه اول به مساحت ۱۱۷/۸ مترمربع که (۵/۴۷) پنج متر و چهل و هفت دسیمتر مربع آن بالکن است قطعه اول تفکیکی به پلاک ۵۹۲۰۷ فرعی از یک اصلی مفروز شده از پلاک ۱۴۳۴۴ فرعی از اصلی مذکور بخش تهران، بانضمام شش دانگ یک واحد پارکینگ به مساحت ۱۰/۸۵ متر مربع طبقه ۰ سمت شمالی قطعه ۲ تفکیکی ذیل ثبت دفتر الکترونیکی ۱۴۰۲۲۰۳۰۱۰۷۸۰۴۹۵۷۸ بنام سیده کبری موسوی سیکارودی ثبت و سند مالکیت به شماره چاپی ۶۰۷۰۰۴ صادر و تسلیم گردیده است.

بعلت جابجایی مفقود گردیده و درخواست صدور سند مالکیت المثنی پلاک موصوف را نموده است لذا مراتب در اجرای ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت فقط در یک نوبت در یک روزنامه کثیرالانتشار آگهی می شود تا چنانچه کسی ادعای انجام معامله نسبت به ملک مذکور و یا وجود اصل سند مالکیت نزد خود را داشته باشد از تاریخ انتشار این آگهی ظرف مهلت ۱۰ روز اعتراض خود را به انضمام اصل سند مالکیت به این منطقه ارائه نماید تا مورد رسیدگی قرار گیرد بدیهی است اصل سند مالکیت پس از رویت و ملاحظه به ارائه دهنده اعاده خواهد شد لیکن به اعتراض بدون ارائه اصل سند مالکیت ترتیب اثر داده نمی شود. در صورت عدم وصول واخواهی ظرف مهلت مقرر قانونی المثنی سند مالکیت پلاک مرقوم صادر و به متقاضی تسلیم خواهد گردید.

۱۵۴۵۹ م الف **مدیر واحد ثبتی حوزه ثبت ملک یافت آباد تهران – خداداد بشیری**

شناسه آگهی ۲۰۴۵۹۶۵

آگهی فقدان سند مالکیت

آقای امیر حسین دهقانی دغلیان اصالتا و وکالت از طرف وراث مرحوم اکبر دهقانی دغلیان باستناد وکالت شماره ۱۵۶۵۵ مورخ ۱۴۰۰/۰۷/۰۷ دفترخانه ۱۱۲۶ تهران با اعلام مفقودی سند مالکیت ملک مورد آگهی با تسلیم استشهادیه گواهی امضاء شده ذیل شماره ۱۸۳۷۸ مورخ ۱۴۰۴/۰۶/۱۸ دفترخانه ۱۱۱۴ تهران طی درخواست وارده ۱۵۵۵۸ مورخ ۱۴۰۴/۰۶/۲۲ تقاضای صدور المثنی سند مالکیت را نموده اند که مراتب در اجرای ماده ۱۲۰ آیین نامه قانون ثبت به شرح زیر آگهی می گردد:

۱- نام و نام خانوادگی مالک: وراث مرحوم اکبر دهقانی دغلیان (ششدانگ) ۲- شماره پلاک: ۶ فرعی از ۸۳۵ اصلی واقع در بخش ۴ تهران ۳ – علت مفقودی: جابجایی ۴- خلاصه وضعیت مالکیت: سند مالکیت ششدانگ یک قطعه آپارتمان مسکونی وضعیت خاص طلق با کاربری به پلاک ثبتی ۶ فرعی از ۸۳۵ اصلی، مفروز و مجزا شده از فرعی از اصلی مذکور، قطعه ۶ در طبقه ۳ و واقع در بخش ۰۴ ناحیه ۰۰ حوزه ثبت ملک مولوی تهران استان تهران به مساحت ۱۷۲/۲۵ متر مربع

مشخصات منضمات ملک:

پارکینگ قطعه ۷ به مساحت ۱۰/۸ واقع در طبقه – ۱

انباری قطعه ۹ به مساحت ۶/۶۵ متر مربع

مشخصات مالکیت:

مالکیت اکبر/ دهقانی دغلیان فرزند حمید شماره شناسنامه ۶۵۹۸۴ تاریخ تولد ۱۳۴۵ دارای شماره ملی ۱۳۷۰۶۵۲۳۷۲ با جز سهم ۶ از کل سهم ۶ بعنوان مالک شش دانگ با شماره مستند مالکیت ۲۶۱۱۲ تاریخ ۱۳۹۰/۰۹/۲۰ موضوع سند مالکیت اصلی بشماره چاپی ۷۰۶۵۶۸ سری الف سال ۹۰ که در صفحه ۱۹۷ دفتر املاک جلد ۲۸۱ ذیل شماره ۹۲۲۲۶۲ ثبت گردیده است.

و نامبرده طبق گواهی حصر وراثت شماره ۹۶۰۵۸۳/۶۶۳ مورخ ۱۳۹۶/۱۱/۰۴ شورای حل اختلاف ۱۴ تهران فوت نموده که وراث حین الفوت وی عبارتند از ۱- مریم جنگی بنه ریق (همسر متوفی) ۲-امیرحسین دهقانی دغلیان (فرزند متوفی) سپس خانم مریم جنگی بنه ریق طبق گواهی حصر وراثت شماره ۹۹۰۹۹۷۱۰۲۵۵۰۲۰۹۷ مورخ ۱۳۹۹/۱۱/۲۵ شعبه ۱۵۵ شورای حل اختلاف شماره ۴ تهران فوت نموده که وراث حین الفوت وی عبارتند از ۱-امیر حسین دهقانی دغلیان ۲- سحر امین زاده (فرزندان متوفی) ۳- بنفشه بابائی (مادر متوفی) ۴ –اختیار جنگی بنه دیق (پدر متوفی)

پلاک فوق با عنایت به گواهی دفتر املاک و دفتر بازداشتی در قید بازداشت نمی باشد. لذا با توجه به اعلام فقدان سند مالکیت ملک فوق الذکر و درخواست صدور المثنی آن مراتب اعلام تا هر کس نسبت به ملک مورد آگهی معامله کرده که در قسمت چهارم این آگهی ذکر نشده یا مدعی وجود سند مالکیت نزد خود می باشد باید تا ده روز پس از انتشار آگهی به ثبت محل مراجعه و اعتراض خود را ضمن ارایه اصل سند مالکیت یا سند معامله تسلیم نماید و اگر ظرف مهلت مقرر اعتراضی نرسد و یا در صورت اعتراض اصل سند مالکیت یا سند معامله ارایه نشود اداره ثبت المثنی سند مالکیت را طبق مقررات صادر و به متقاضی تسلیم خواهد کرد.

نشانی ثبت محل: خیابان شیخ هادی نرسیده به خیابان جمهوری نبش کوچه رجب بیگی پلاک ۳۶۶ اداره ثبت اسناد و املاک مولوی

۱۵۴۵۶ م الف **رئیس حوزه ثبت ملک مولوی تهران –الیاس صهبا**

شناسه آگهی ۲۰۴۵۹۵۲

آگهی فقدان سند مالکیت

آقای مجتبی حسین پرست (بموجب وکالتنامه شماره ۳۳۱۴۴ مورخ ۱۴۰۴/۰۸/۰۱ دفترخانه ۱۲۶۰ تهران و اقرار نامه اصلاحی بشماره ۳۳۱۸۲ مورخ ۱۴۰۴/۰۸/۰۴ همان دفترخانه) وکالتا / طی وارده ۱۴۰۴۸۵۶۰۱۰۴۵۰۲۹۱۳۱ مورخ ۱۴۰۴/۰۷/۲۸ با تسلیم دو برگ استشهادیه محلی که گواهی امضای شهود آن طی شماره های ۱۵۹۲۹ و ۱۵۹۳۰ مورخ ۱۴۰۴/۰۷/۲۷ دفتر اسناد رسمی ۱۲۶۰ تهران ثبت گردیده است مدعی است که سند مالکیت ششدانگ پلاک ثبتی ۲۰۶۳ فرعی از ۲۴۲۶ اصلی مفروز از پلاک اصلی مذکور واقع در بخش ۱۰ تهران که به عنوان / یک باب خانه به مساحت ۱۳۴/۴۰ متر مربع / مع الواسطه بموجب سند انتقال قطعی شماره ۴۵۹۴۲ مورخ ۱۳۵۰/۰۲/۱۳ دفترخانه ۱۹۹ تهران و حصر وراثت بشماره ۹۱۱ مورخ ۱۳۵۲/۰۳/۱۴ شعبه اول دادگاه بخش تهران و اقرار نامه شماره ۶۱۱۷۵ مورخ ۵۲/۰۶/۰۷ دفترخانه ۱۵۵ تهران به وی منتقل و در ذیل شماره ثبت ۲۵۰۰۰ صفحه ۳۴۷ دفتر املاک جلد ۱۸۶ ثبت و به شماره چاپی ۱۷۲۷۴۳ ثبت و صادر و تسلیم گردیده است / سپس با طی تشریفات قانونی و بموجب صورتمجلس تفکیکی بشماره ۱۷۵۴ مورخ ۷۵/۰۱/۲۰ به ۴ قطعه آپارتمان تفکیک و با تنظیم سند انتقال و تخصیص فروعات نسبت به قطعات اول و سوم و چهارم اسناد مالکیت جداگانه بنام غیر صادر و تسلیم گردیده است و آپارتمان قطعه دوم کماکان در ید مالک اولیه ذیل سند مذکور میباشد / که بعلت جابجایی و سرقت مفقود گردیده است / لذا مراتب باستناد ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت در یک نوبت آگهی می شود تا چنانچه کسی مدعی انجام معامله نسبت و یا در اختیار داشتن سند مالکیت نزد خود می باشد ظرف مدت ۱۰ روز از انتشار این آگهی به این منطقه مراجعه و اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت اقدام نماید بدیهی است در این صورت پس از تنظیم صورت مجلس اصل سند مالکیت به ارائه کننده مسترد خواهد شد و صدور المثنی سند مالکیت منوط به ارائه دادنامه از مراجع ذیصلاح قضایی خواهد بود و پس از انقضاء مدت مذکور و عدم هرگونه اعتراض این منطقه نسبت به صدور المثنی سند مالکیت اقدام خواهد نمود.

۱۵۴۵۷ م الف **رییس واحد ثبتی حوزه ثبت ملک رودکی تهران –امید ملک**

شناسه آگهی ۲۰۴۵۹۵۷

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

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

برابر رای شماره ۱۴۰۴۶۰۳۰۱۰۷۸۰۰۵۶۹۹ مورخ ۱۴۰۴/۸/۷ موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک یافت آباد تهران تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای اباسعد نوری فرزند عبداله بشماره شناسنامه ۹۴۳ صادره از بیجار در ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احدائی در آن به مساحت ۱۲۵ متر مربع پلاک ۱۷۸۳ فرعی از ۲ اصلی واقع در بخش ۱۲ تهران خریداری از مالک رسمی آقای براتعلی اسماعیلی مجید محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۴/۰۸/۲۴ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۴/۰۹/۰۹

۱۵۴۵۵ م الف **رئیس ثبت اسناد و املاک –خداداد بشیری**

شناسه آگهی ۲۰۴۵۹۴۱

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

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

برابر رای شماره ۷۵۴۳-۱۴۰۴/۰۷/۰۹ هیات پنجم موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک بهار تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای سجاد منصوری فرزند قاسم بشماره شناسنامه ۴۰۴۰۴۶۴۵ صادره از همدان در ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۳۲۶۴۶/۱۹ متر مربع پلاک ۳۲۹۳ فرعی از ۴ اصلی واقع در بخش چهار حوزه ثبت ملک بهار اراضی مهاجران خریداری از مالک رسمی خانم فروین ایزدی و سایرین محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند میتوانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شدم الف ۳۱۰

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۴/۰۸/۲۴ تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۴/۰۹/۰۹

حسین مرادی
رئیس ثبت اسناد و املاک

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

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

برابر رای شماره ۱۴۰۲۶۰۳۰۱۱۵۱۰۰۲۸۶۵ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک لویزان تهران تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای / خانم حسین همتی ولندران فرزند عباس بشماره شناسنامه ۲۴۷ کد ملی ۵۱۹۸۴۴۵۳۹۸ نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احدائی در آن بمساحت ۶۳/۳۸ متر مربع قسمتی از پلاک شماره ۵۵ فرعی از ۶۷۲۰ اصلی واقع در بخش ۲ حوزه ثبت ملک لویزان تهران خریداری از مالک رسمی آقای هایکاز چکناوریان محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید، ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۴/۰۸/۲۴
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۴/۰۹/۰۹

۱۵۴۵۴ م الف **رئیس ثبت اسناد و املاک لویزان تهران –ابوالفضل تریوه**

شناسه آگهی ۲۰۴۵۹۳۷

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

برابر رای هیات به شماره ۱۳۵۸۶ تاریخ ۱۴۰۴/۰۶/۲۶ موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک بهشهر تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای حبیب اله سهرابی فرزند محمدابراهیم در ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۱۷۵،۱۵ مترمربع بشماره کلاسه ۱۴۰۳/۱۶۷۷ قسمتی از پلاک ۱۰۶ فرعی ۳۱ – اصلی واقع در اراضی فراش محله بخش ۱۷ ثبت بهشهر مستند مالکیت خریداری شده مع الواسطه از مالک رسمی حبیب اله ملک پور به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روزآگهی میشود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه ازتاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مرجع قضایی تقدیم نمایند.بدیهی است درصورت انقضای مدت مذکور وعدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

شناسه آگهی : ۲۰۳۷۳۷۶

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۴/۰۸/۱۰
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۴/۰۸/۲۴

محمدحسن صادقی
رئیس اداره ثبت اسناد و املاک بهشهر

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

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

برابر رای شماره ۱۴۰۴۶۰۲۱۶۰۱۲۰۰۱۴۸۶ مورخه ۲۱ / ۷ / ۱۴۰۴ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک پاوه تصرفات مالکانه بلا معارض متقاضی خانم کوکب مراد میرونی فرزند مراد بشماره شناسنامه ۱۹۰۶ صادره از در ششدانگ یکدستگاه ساختمان و حیاط وصل به آن به مساحت ۲۲۷.۰۹ متر مربع پلاک۹۶ فرعی از ۱۵ اصلی واقع در پاوه – شهرک دوریسان احدائی در پلاک ۹۶ فرعی از ۱۵ اصلی واقع در پاوه – شهرک دوریسان طبق تقسیم نامه عادی فی مابین ورثه با در نظر گرفتن جمیع جهات و مدارک و مستندات ارائه شده و مضبوط در پرونده و گزارش کارشناس منتخب و پاسخ استعلامات با رعایت متن رای به شماره فوق محرز گردیده است . لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ، ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض ، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند . بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

فیروز عزیززاده – رئیس ثبت اسناد و املاک

تاریخ انتشار نوبت اول :

استراتژی بازاریابی پپسی: داستان رقابت با کوکاکولا

نویسنده: علی آل‌علی

تاریخ کسب و کار مملو از رقبای افسانه ای است. استیو جابز در مقابل بیل گیتس یا نایک در برابر آدیداس، اما هیچ رقابتی به اندازه نبرد ۱۰۰ ساله میان کوکاکولا و پپسی فرهنگ عامه و کتاب های استراتژی بازاریابی را شکل نداده است. کوکاکولا همیشه آن برادر بزرگ تر، اصیل و وارث سنت بود؛ چیز واقعی که طعم نوستالژی و آمریکای کلاسیک را می داد. در چنین سایه سنگینی هر رقیب دیگری می توانست به یک محصول درجه دو و فراموش شده تبدیل شود. اما پپسی نه تنها زنده ماند، بلکه به یک غول جهانی تبدیل شد. چگونه؟ با پذیرش آگاهانه و بی رحمانه جایگاه خود به عنوان «رقیب ابدی». استراتژی پپسی هرگز تلاشی برای بهتر بودن از کوکاکولا نبود؛ بلکه یک مهندسی دقیق و هوشمندانه برای «متفاوت بودن» از آن بود. این داستان، روایت کسب و کاری است که فهمید وقتی نمی توانی خورشید باشی، باید به ماه تبدیل شوی و از تاریکی شب، یک امپراتوری بسازی.

هنر انتخاب نبرد: چرا پپسی هرگز در زمین کوکاکولا بازی نکرد

بنیادی ترین و شاید درخشان ترین تصمیم استراتژیک در تاریخ پپسی امتناع از رقابت با کوکاکولا براساس نقاط قوت آن بود. کوکاکولا صاحب سنت، اصالت و نوستالژی بود. اینها مفاهیمی عمیقا احساسی و تقریبا شکست‌ناپذیر هستند. تلاش برای اثبات اینکه پپسی اصیل تر است، یک خودکشی تجاری بود. بنابراین پپسی به جای حمله به این قلعه مستحکم، زمین بازی را به طور کامل تغییر داد. استراتژی آنها، تعریف کردن خود در تضاد با رقیب بود.

اگر کوکاکولا نماد گذشته است، پپسی باید نماد آینده باشد. اگر کوکاکولا انتخاب نسل های پیشین است، پپسی باید انتخاب نسل جدید باشد. این جایگاه یابی به عنوان برند چالشگر به پپسی اجازه داد تا تمام انرژی بازاریابی خود را بر روی یک پیام واحد و قدرتمند متمرکز کند: نوشیدن کوکاکولا یک عادت است، اما انتخاب پپسی یک بیانیه است؛ بیانیه ای از جوانی، طغیان و نگاه به آینده.

این استراتژی در دهه ۷۰ و ۸۰ میلادی با کمپین افسانه ای «چالش پپسی» به اوج خود رسید. این کمپین، یک نبوغ خالص در حوزه بازاریابی چریکی بود. آنها در مراکز خرید، دوربین های مخفی کار گذاشتند و از مردم عادی خواستند تا دو نوشابه بی نام را امتحان کرده و بگویند کدام یک را ترجیح می دهند. نتیجه به طور مداوم به نفع پپسی بود. این کمپین هرگز قصد نداشت ثابت کند که پپسی واقعا خوش طعم‌تر است. هدف استراتژیک آن شکستن تقدس کوکاکولا و کاشتن یک بذر کوچک تردید در ذهن مصرف‌کنندگان بود.

این چالش برای اولین بار به میلیون ها نفر این اجازه را داد که از خود بپرسند: «آیا من کوکاکولا را به خاطر طعمش می نوشم یا فقط به خاطر عادت؟». این کمپین، گفت وگو را از زمین احساسی سنت (که پپسی در آن بازنده بود) به زمین منطقی طعم (که در آن حداقل شانس رقابت وجود داشت) منتقل کرد و غول شماره یک جهان را مجبور به واکنشی عصبی و تاریخی کرد که به فاجعه «کوکاکولای جدید» انجامید.

صدای نسل نو: وقتی ستاره ها به ارتش برند تبدیل می شوند

یک برند برای اینکه بتواند ادعای نمایندگی نسل جدید را داشته باشد، باید در جایی حضور داشته باشد که آن نسل قهرمانان و الگوهای خود را پیدا می کند: در قلب فرهنگ عامه. پپسی فهمید که اگر کوکاکولا خود یک ستاره درخشان و جاودانه است، آنها باید بزرگ‌ترین صورت های فلکی از ستاره های زمینی را گردهم آورند. این شرکت مفهوم سودا پاپ را به معنای واقعی کلمه ابداع کرد و با سرمایه گذاری های عظیم، خود را به طور جدایی ناپذیری با بزرگ ترین نام ها در دنیای موسیقی، ورزش و سینما پیوند زد.

این یک استراتژی قرض گرفتن اعتبار فرهنگی بود. پپسی به جای آنکه تلاش کند خودش «باحال» باشد، در کنار افرادی ایستاد که قبلا توسط نسل جوان به عنوان نماد نهایی «باحال بودن» پذیرفته شده بودند. این یک انتقال روانشناختی ساده اما بی نهایت قدرتمند بود: اگر مایکل جکسون، پادشاه موسیقی پاپ، پپسی را انتخاب می کند، پس این نوشیدنی باید چیزی فراتر از یک نوشابه معمولی باشد.

قرارداد پپسی با مایکل جکسون در اوج شهرت او در دهه ۸۰ میلادی، صرفا یک تبلیغ نبود، بلکه یک رویداد فرهنگی بود که مرزهای بازاریابی را جابه‌جا کرد. این همکاری، پپسی را از یک نوشیدنی در سوپرمارکت، به بخشی از زندگی یک نسل تبدیل کرد. این الگو بارها و بارها با ستارگانی مانند دیوید بکهام تکرار شد. پپسی با هر یک از این همکاری ها، در حال خریدن یک جایگاه در جدیدترین و داغ ترین گفت‌وگوی فرهنگی آن زمان بود. برای درک بهتر این استراتژی، می توان آن را با رویکرد یک برند مدرن مانند ردبول مقایسه کرد. ردبول نوشیدنی انرژی زا نمی فروشد؛ بلکه یک سبک زندگی هیجان انگیز و ورزش های مخاطره آمیز را می فروشد. این برند به جای استخدام ستاره ها، خود به یک خالق فرهنگ تبدیل شد و رویدادهایی را خلق کرد که هیچ برند دیگری جرأت نزدیک شدن به آنها را نداشت. پپسی و ردبول، هر دو از یک اصل پیروی می کنند: برای تسخیر قلب یک نسل، نباید درباره محصول خود صحبت کنید، باید بخشی از دنیای آنها شوید.

فراتر از نوشابه: امپراتوری اسنک

شاید هوشمندانه‌ترین و استراتژیک‌ترین تمایز پپسی نسبت به رقیبش در خارج از بازار نوشابه رقم خورد. در حالی که کوکاکولا برای دهه ها با یک وسواس تقریبا مذهبی بر روی تجارت نوشیدنی متمرکز باقی ماند، شرکت پپسی به آرامی در حال ساختن یک امپراتوری عظیم و متنوع در حوزه اسنک بود. آنها با خرید برندهایی مانند لیز، دوریتوس و چیتوز کسب و کار خود را به شکلی هوشمندانه از وابستگی محض به بازار در حال افول نوشابه های گازدار رها کردند. این یک حرکت تدافعی نبود، بلکه یک تهاجم استراتژیک بود که یک هم افزایی بی نظیر را خلق کرد. فرصت های مصرف یک نوشابه و یک اسنک شور، تقریبا همیشه یکسان هستند: مهمانی ها، تماشای مسابقات ورزشی، یک میان وعده سریع. پپسی با داشتن هر دو، توانست جایگاه خود را در سبد خرید مشتری و در این موقعیت‌های کلیدی مصرف، به شدت تقویت کند.

این استراتژی، به پپسی یک مزیت رقابتی قدرتمند در مذاکره با خرده فروشان و سوپرمارکت های بزرگ نیز بخشید. آنها دیگر فقط یک تامین کننده نوشابه نبودند، بلکه شریکی بودند که می توانستند بخش بزرگی از پرسودترین راهروهای یک فروشگاه را پر کنند. به یک کمپین بازاریابی یکپارچه برای یک رویداد بزرگ مانند فینال لیگ فوتبال فکر کنید. در حالی که کوکاکولا فقط می تواند نوشیدنی خود را تبلیغ کند، پپسی کو می تواند یک تجربه کامل مهمانی را به نمایش بگذارد که در آن، نوشابه های پپسی در کنار چیپس های لیز و دوریتوس قرار دارند. این یک پیام بسیار قدرتمند به مصرف‌کننده است: «ما صاحب تمام آن چیزی هستیم که برای لذت بردن از این لحظه نیاز دارید». این تنوع بخشی پپسی کو را از یک شرکت نوشابه سازی به یک غول کالاهای تندمصرف تبدیل کرد و نشان داد که گاهی بهترین راه برای برنده شدن در یک نبرد، گسترش جنگ به جبهه هایی است که رقیب در آن حضور ندارد.

از تلویزیون تا تیک تاک: نبردی جدید در میدان الگوریتم ها

استراتژی بنیادین پپسی (همراهی با نسل جدید) در طول زمان ثابت مانده، اما تاکتیک های اجرای آن به طور مداوم با تغییر چشم انداز رسانه ها، تکامل یافته است. نسلی که زمانی پای تلویزیون می نشست تا جدیدترین موزیک ویدئوی مایکل جکسون را ببیند، اکنون در تیک تاک و اینستاگرام زندگی می کند. پپسی این تغییر را درک کرده و سرمایه گذاری خود را از تبلیغات تلویزیونی یک طرفه به سمت خلق محتوای تعاملی و قابل اشتراک گذاری در پلتفرم های دیجیتال منتقل کرده است. در این دنیای جدید، اینفلوئنسرها، ستاره های پاپ جدید هستند و یک چالش ویروسی در تیک تاک می تواند بسیار موثرتر از یک تبلیغ گران قیمت در تلویزیون عمل کند. پپسی دریافته است که برای صحبت کردن با نسل زد دیگر نمی تواند یک پیام را فریاد بزند، بلکه باید ابزارهایی را برای آنها فراهم کند تا خودشان با برند، محتوا خلق کرده و داستان‌سرایی کنند.

به عنوان یک سناریوی امروزی، تصور کنید پپسی یک همکاری استراتژیک با یک پلتفرم استریم موسیقی مانند اسپاتیفای انجام می دهد. آنها می توانند یک کمپین تابستانی راه اندازی کنند که در آن، هر بطری پپسی دارای یک کد منحصربه‌فرد است. کاربران با اسکن این کد، نه تنها در یک قرعه کشی برای بلیت کنسرت شرکت می کنند، بلکه به یک «پلی لیست شخصی سازی شده برای حال و هوای تابستان» که توسط الگوریتم های اسپاتیفای و براساس سلیقه موسیقی خودشان ساخته شده، دسترسی پیدا می کنند. این کمپین، چندین عنصر کلیدی از بازاریابی مدرن را در خود جای داده است: گیمیفیکیشن (قرعه کشی)، شخصی سازی (پلی لیست) و پیوند با یک علاقه اصلی مخاطب هدف (موسیقی). این رویکرد، پپسی را از یک محصول مصرفی صرف، به یک فعال‌کننده تجربه تبدیل می کند و نشان می دهد که روح استراتژی انتخاب نسل جدید همچنان زنده است و فقط زبان خود را برای صحبت با دنیای امروز به‌روز کرده است.

منابع:

https://businessmodelanalyst.com/pepsi-marketing-strategy

ظهور تیک تاک به مثابه یک خرده‌فروشی بزرگ

انقلاب در صنعت خرده‌فروشی

نویسنده: علی آل‌علی

فرض کنید ساعت ۱۱ شب است و شما در حال ورق زدن بی هدف ویدئوها در تلفن همراه خود هستید. یک ویدئوی ۱۵ ثانیه ای از یک فرد عادی، نه یک سلبریتی، ظاهر می شود که با هیجان در حال باز کردن یک بسته پستی است. درون آن یک دستگاه کوچک و هوشمندانه برای تمیز کردن عینکش قرار دارد. او دستگاه را امتحان می کند، نتیجه شگفت زده اش می کند و ویدئوی بعدی ظاهر می شود، اما یک لحظه صبر کنید. یک دکمه نارنجی کوچک در پایین آن ویدئو چشمک می زد. بدون آنکه واقعا فکر کنید، روی آن کلیک می کنید، با اثر انگشت خود پرداخت را تایید می نمایید و به ورق زدن ادامه می دهید. دو روز بعد همان دستگاه کوچک دم در خانه شماست.

شما هرگز به دنبال خرید چنین چیزی نبودید. شما حتی نمی دانستید چنین چیزی وجود دارد. شما وارد هیچ سایت فروشگاهی نشدید و هیچ فرمی را پر نکردید. این یک خرید نبود؛ این یک اتفاق بود. این سناریوی روزمره، که برای میلیون ها نفر در حال تکرار است، صرفا یک کانال فروش جدید را توصیف نمی کند. این یک زلزله خاموش در بنیان های تجارت الکترونیک است؛ لحظه ای که در آن، مرز میان سرگرمی و تجارت برای همیشه فرو ریخت و خرید کردن، از یک فعالیت هدفمند به یک لایه نامرئی و یکپارچه در دل جریان بی پایان محتوا تبدیل شد.

بازتعریف روانشناسی مصرف

برای دو دهه آمازون قواعد بازی تجارت الکترونیک را تعریف کرده بود. مدل آمازون بر پایه قصد و نیت ساخته شده بود. شما به چیزی نیاز داشتید (یک کتاب، یک باتری یا یک قهوه ساز)، وارد این فروشگاه عظیم دیجیتال می شدید، نام آن را در نوار جست‌وجو تایپ می کردید و از میان گزینه های موجود، بهترین را انتخاب می نمودید.

این یک مقصد خرید بود؛ یک سفر منطقی و هدفمند، اما اکوسیستم های جدیدی مانند تیک تاک این مدل را به طور کامل واژگون کرده اند. آنها بر پایه کشف و هوس عمل می کنند. هیچ کس برای خریدن چیزی وارد تیک تاک نمی شود. کاربران برای سرگرم شدن، برای دیدن یک ویدئوی خنده دار یا یک ترفند کاربردی وارد این پلتفرم می شوند اما الگوریتم قدرتمند آن، که عمیق ترین لایه های ناخودآگاه سلیقه شما را می شناسد، در یک لحظه حساب شده، محصولی را در مسیر نگاه شما قرار می دهد که حتی نمی دانستید به آن علاقه دارید. این مدل، تقاضای موجود را برآورده نمی کند، بلکه تقاضای جدید خلق می نماید. این یک تغییر پارادایم از تجارت مبتنی بر منطق به تجارت مبتنی بر احساسات آنی است.

یک برند مبلمان خانگی مانند آیکیا را در نظر بگیرید. مدل تجاری سنتی آیکیا بر پایه «مقصد» بودن فروشگاه هایش استوار است. مشتریان با یک لیست خرید به آنجا می روند. حال تصور کنید آیکیا بخواهد در این پارادایم جدید بازی کند. آنها می توانند با یک طراح داخلی خلاق همکاری کنند. این طراح یک ویدئوی کوتاه و جذاب تولید می کند که در آن نشان می دهد چگونه با استفاده از یک قفسه کتاب بیلی ساده و چند ابزار جانبی، یک کتابخانه دیواری سفارشی و گران قیمت را با هزینه ای بسیار اندک شبیه سازی می کند.

این ویدئو نه یک تبلیغ، بلکه یک هک دکوراسیون هوشمندانه است که میلیون ها بار دیده می شود. در همان ویدئو، دکمه خرید مستقیم برای تمام اجزای به کار رفته در آن پروژه وجود دارد. هزاران نفر که هرگز قصد خرید قفسه کتاب نداشته اند، با دیدن این ایده الهام بخش، به صورت آنی تصمیم به خرید می گیرند. در اینجا، آیکیا محصول نفروخته است، بلکه یک «ایده» فروخته و محصول، ابزار رسیدن به آن ایده بوده است.

از برند به خالق محتوا

در مدل سنتی تبلیغات برندها با صرف هزینه های گزاف، پیام های صیقل خورده و بی نقص خود را از طریق کانال های مختلف به مخاطبان عرضه می کردند. این یک مونولوگ یک طرفه بود. در دنیای تجارت سرگرمی محور این مدل به سرعت در حال از دست دادن اثربخشی خود است. اعتبار، از پیام های رسمی برند به سمت صداهای مستقل و به ظاهر اصیل خالقان محتوا منتقل شده است.

یک ویدئوی ساده و کم کیفیت از یک فرد عادی که با هیجان واقعی درباره یک کرم مرطوب کننده صحبت می کند، می تواند تاثیرگذاری بی نهایت بیشتری از یک تیزر تبلیغاتی چند میلیون دلاری با حضور یک سوپراستار داشته باشد. دلیل این امر یک پدیده روانشناختی ساده است: ما به توصیه هایی که شبیه به یک راز دوستانه هستند، بسیار بیشتر از پیام هایی که بوی فروش می دهند، اعتماد می کنیم. در این اکوسیستم جدید، خالقان محتوا ویترین های جدید فروشگاه ها هستند و «اصالت» درک شده از سوی مخاطب، با ارزش ترین ارزی است که یک برند می تواند در اختیار داشته باشد.

یک سناریوی کاملا باورپذیر برای صنعت لوازم آرایشی را تصور کنید. یک برند بزرگ و معتبر مانند سفورا، سال ها براساس انتخاب دقیق محصولات و ارائه مشاوره تخصصی در فروشگاه های خود، اعتبار کسب کرده است اما ناگهان، یک برند کره ای تقریبا ناشناخته که هیچ بودجه بازاریابی سنتی ندارد، با ده ها خالق محتوای کوچک و متوسط در تیک تاک همکاری می کند.

این خالقان نه به عنوان تبلیغ کننده، بلکه به عنوان بخشی از روتین روزانه مراقبت از پوست خود، از این محصول استفاده کرده و نتایج واقعی آن را به نمایش می گذارند. در عرض چند هفته، هزاران ویدئو از مصرف کنندگان عادی که این محصول را امتحان کرده اند، پلتفرم را پر می کند. الگوریتم این موج را تشخیص داده و آن را تقویت می کند. در کمتر از یک ماه، این محصول ناشناخته به پرفروش ترین سرم پوست در بازار تبدیل می شود، بدون آنکه حتی یک قفسه در فروشگاه های سفورا داشته باشد. در این مدل، قدرت از خرده فروش به شبکه غیرمتمرکز خالقان محتوا منتقل شده است.

انقلاب در زنجیره تامین

یکی از عمیق ترین تاثیرات این مدل جدید، در لایه های نامرئی زنجیره تامین در حال وقوع است. مدل سنتی تجارت، یک مسیر طولانی و چند مرحله ای از کارخانه تا مصرف کننده را شامل می شد (تولیدکننده، واردکننده، عمده فروش و خرده فروش). هر مرحله، به زمان و هزینه اضافه می کرد و واکنش به تغییرات ناگهانی بازار را بسیار کند می نمود. تجارت مبتنی بر سرگرمی، این زنجیره را به طور کامل در هم می شکند. این پلتفرم ها به تولیدکنندگان، به ویژه در آسیا، اجازه می دهند تا به طور مستقیم و بدون هیچ واسطه ای، به دست مصرف‌کنندگان نهایی در سراسر جهان دسترسی پیدا کنند.

این اتصال مستقیم به آنها یک چابکی بی سابقه می بخشد. آنها می توانند یک روند نوظهور را در روز دوشنبه شناسایی کنند، یک بخش تولید محدود را در روز سه شنبه آغاز نمایند، ویدئوی آن را از خط تولید منتشر کرده و تا پایان هفته، تمام محصول را به فروش برسانند، در حالی که رقبای سنتی آنها هنوز در حال برگزاری جلسه برای تصمیم گیری درباره کالکشن فصل بعد هستند. کارخانه، دیگر صرفا محل تولید نیست، بلکه خود به یک استودیوی محتوای زنده تبدیل شده است.

برند مد زارا، که زمانی به عنوان نماد سرعت و چابکی در صنعت پوشاک شناخته می شد، در این دنیای جدید با یک چالش وجودی روبه‌روست. مدل زارا بر پایه شناسایی روندها در هفته های مد و رساندن سریع آنها به فروشگاه ها بنا شده بود. اما این سریع بودن، همچنان در مقیاس هفته ها و ماه ها تعریف می شود. حال، هزاران تولیدکننده کوچک و بی نام را تصور کنید که می توانند از طریق پخش زنده در تیک تاک، به صورت مستقیم از کارگاه خود در گوانگ ژو با مخاطبان در اروپا و آمریکا ارتباط برقرار کنند.

آنها می توانند نظر مخاطبان را درباره رنگ یک لباس جدید در همان لحظه بپرسند، فرآیند دوخت آن را نشان دهند و پیش‌فروش آن را آغاز کنند. این یک مدل «تولید براساس تقاضای آنی» است که ریسک موجودی انبار را تقریبا به صفر می رساند. این سطح از تعامل و سرعت، مدلی را که زارا دهه ها برای ساختنش تلاش کرده بود، به یک مدل کند و پرهزینه تبدیل می کند.

سخن پایانی

ما در حال تماشای یک تغییر شکل بنیادین در ماهیت خود «خریدکردن» هستیم. تجارت دیگر یک مقصد مجزا که به آن مراجعه می کنیم، نیست. در عوض، به یک قابلیت، یک دکمه، یک لایه نامرئی تبدیل شده که می تواند در هر لحظه از تجربه دیجیتال ما ظاهر شود. این یک راحتی فریبنده است که پیامدهای استراتژیک عمیقی برای رهبران تجاری دارد. چالش پیش روی آنها، دیگر بهینه سازی وب‌سایت یا افزایش نرخ تبدیل نیست، بلکه یادگیری یک زبان کاملا جدید است؛ زبان سرگرمی، اصالت و ارتباطات آنی. موفقیت در این اکوسیستم جدید، نه از آن برندهایی است که پرسر و صداترین تبلیغات را می سازند، بلکه از آن برندهایی خواهد بود که می توانند به صورت نامرئی و مفید، در تار و پود زندگی دیجیتال مخاطبان خود تنیده شوند. سوال نهایی برای هر برندی این است: چگونه می توانیم بدون ایجاد وقفه، بخشی از داستان شویم؟ پاسخ به این سوال، مرز میان بقا و فراموشی را در دهه آینده ترسیم خواهد کرد.

منابع:

https://www.wired.com/story/tiktok-shop-sales-global-ecommerce

https://www.shopify.com/ca/blog/tiktok-shopping

شناسه آگهی : ۲۰۴۹۲۴۳ نوبت اول

آگهی دعوت به ارزیابی کیفی (فراخوان عمومی نخست)
مناقصه شماره ۰۸۰۴-ش-۰۳ (مناقصه عمومی ـ یک مرحله ای)

وزارت راه و شهرسازی
شرکت راه آهن جمهوری اسلامی ایران

شرکت راه آهن جمهوری اسلامی ایران در نظر دارد بنابر آیین‌نامه اجرایی بند (ج) ماده ۱۲ قانون برگزاری مناقصات نسبت به ارزیابی کیفی پیمانکاران واجد شرایط جهت دعوت به مناقصه از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به نشانی www.setadiran.ir به شرح زیر اقدام نماید. مناقصه‌گران موظفند برای شرکت در مناقصه نسبت به ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضاء الکترونیکی اقدام نمایند. لازم به ذکراست کلیه مراحل برگزاری مناقصه از فراخوان ارزیابی کیفی تا انتخاب برنده از طریق سایت مذبور انجام می‌گردد.

۱- **موضوع مناقصه:** خرید ۱۰,۰۰۰ قالب کفشک ترمز چدنی بزرگ جهت ایستگاههای طبس،بروده ،تربت حیدریه و خواف
۲- **مبلغ کل برآورد اولیه:** ۹۰,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال
۳- **مدت و محل اجرا:** مدت اجرا ۸ ماه بوده ومحل اجراء براساس اسناد مناقصه می باشد.
۴- **مهلت دریافت اسناد ارزیابی:** حداکثر تا ساعت ۱۹:۰۰ روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۴/۰۹/۰۲
۵- **مهلت بارگذاری اسناد ارزیابی:** حداکثر تا ساعت ۱۹:۰۰ روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۴/۰۹/۱۹
۶- **گواهینامه های مورد نیاز در مناقصه:** شرکت کنندگان در فراخوان باید گواهینامه معتبر صلاحیت نظام فنی راه آهن صادره از حوزه ناوگان را دارا باشند.
۷- **مناقصه گران تایید صلاحیت شده** در ارزیابی کیفی، که قصد ارائه پیشنهاد قیمت را دارند، باید در صورت نیاز به تامین کالا و تجهیزات جهت انجام موضوع مناقصه، قیمت متناسب با کالای ساخت داخل با لحاظ کیفیت ارائه نمایند.

شایان ذکراست دریافت و بارگذاری اسناد صرفاً می‌بایست از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) صورت پذیرد. در صورت بروز هر گونه ابهام با شماره ۱۴۵۶ (پشتیبانی سامانه ستاد) تماس حاصل نمایند.

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۴/۰۸/۲۴ تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۴/۰۸/۲۵

اداره کل راه آهن شرق

شناسه آگهی : ۲۰۴۵۹۲۶ نوبت دوم

آگهی فراخوان تجدید مناقصه عمومی همراه با ارزیابی کیفی
(تجدید مناقصه عمومی و دو مرحله ای شماره ۵۳۱۹۹۷۵۴)

شرکت ملی گاز ایران
شرکت گاز استان خراسان جنوبی
(سهامی خاص)

شرکت گاز استان خراسان جنوبی در نظر دارد دیزل ژنراتورهای مورد نیاز خود را به شرح ذیل و با مشخصات و شرایط کلی مندرج در اسناد مناقصه و مطابق با استانداردهای شرکت ملی گاز ایران و مورد تأیید بازرسی فنی شرکت گاز استان خراسان جنوبی از بین سازندگان و یا تأمین کنندگان ذیصلاح خریداری نماید، بدین منظور از کلیه شرکتهای سازنده و یا تأمین کننده که توانایی تأمین کالای مذکور و تهیه تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار را دارند دعوت می نماید جهت شرکت در فراخوان به سامانه تدارکات الکترونیکی دولت استاد به آدرس (www.setadiran.ir) به شماره فراخوان (۲۰۰۴۰۹۱۴۴۴۰۰۰۰۲۲) مراجعه و اسناد مناقصه را دریافت نمایند.

تذکر: هیچ یک از تولید کنندگان مجاز به معرفی اشخاص حقوقی دیگر به عنوان نماینده نبوده، در غیراینصورت مناقصه گزار مجاز به حذف شخص معرفی شده خواهد بود.

نام و نشانی دستگاه مناقصه گزار: شرکت گاز استان خراسان جنوبی (سهامی خاص)- بیرجند- سایت اداری- بلوار پیامبر اعظم (ص)- ابتدای خیابان شهدای نیروی انتظامی- شرکت گاز استان خراسان جنوبی- طبقه اول- امور حقوقی و پیمانها - کدپستی : ۹۷۱۹۸۶۶۸۳۸ - تلفن : ۰۵۶-۳۲۳۹۲۰۰۰ ، نمابر امور پیمانها : ۰۵۶-۳۲۶۰۰۵۲۲

محل تأمین اعتبار پیمان: اعتبارات سرمایه ای (منابع داخلی -طرحهای غیر عمرانی و عوارض گازرسانی) شرکت گاز استان خراسان جنوبی

موضوع تجدید مناقصه: خرید ۱۶ دستگاه دیزل ژنراتور مطابق مشخصات فنی پیوست

شرح مختصر موضوع تجدید مناقصه: خرید ۱۳ دستگاه دیزل ژنراتور با توان نامی KVA۳۳ و ۲ دستگاه با توان نامی KVA۶۶ و ۱ دستگاه با توان نامی KVA۱۱۰ و مشخصات فنی RPM۱۵۰۰، Cylr. ۳Phi ،کوپله مستقیم ، دارای کاویتی سوپرسایلنت ، منبع اگزوز دوجداره و صفحاته کن ، تابلو کنترل بهمراه مود DEEPSEA سری MKII۲۲۰ DSE گرمکن الکتریکی از طریق سامانه ستاد به آدرس (www.setadiran.ir)

نوع و مبلغ تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار: تضمین های اعلام شده در آیین نامه تضمین برای معاملات دولتی به شماره ۱۲۳۴۰۲/ت۵۰۶۵۹هـ مورخ ۱۳۹۴/۰۹/۲۲- مبلغ تضمین ۱۰,۴۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال (ده میلیارد و چهارصد میلیون ریال)

شرایط مناقصه گران:
- داشتن شخصیت حقوقی و مجوز تولید ، تهیه و یا فروش از مراجع ذیصلاح
- توانایی ارائه انواع ضمانت نامه بانکی طبق ضوابط کارفرما
- داشتن تجربه ، حسن سابقه و توان مالی مناسب با قرارداد
- توانایی رعایت استانداردهای شرکت ملی گاز ایران
- ارائه ایران کد کالا الزامی است.

- ارائه صورت های مالی حسابرسی شده سال ۱۴۰۳ توسط مؤسسات حسابرسی معتبر (حسب مورد)

نکته ۱: مطابق بند الف ماده ۵ قانون حداکثر استفاده از توان تولیدی و خدماتی کشور و حمایت از کالای ایرانی ،ارجاع کار صرفاً به مؤسسات و شرکت های ایرانی ثبت شده در فهرست توانمندیهای مندرج در سامانه توانیران مجاز است.

نکته۲: با توجه به ماده ۲۵ آیین نامه اجرایی قانون حمایت از شرکت های دانش بنیان و شرکت‌های مستقر در پارکهای علم و فناوری ، هر یک از مناقصه گران واجد شرایط بایستی مدارک و اسناد مثبته مبنی بر دانش بنیان بودن و یا عضویت در پارکهای علم و فناوری را ارائه نمایند.

برنامه زمانی تجدید مناقصه:
- مهلت دریافت اسناد ارزیابی کیفی: از تاریخ ۱۴۰۴/۰۸/۲۱ لغایت ساعت ۹:۰۰ روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۴/۰۸/۲۸
- آخرین مهلت بارگذاری اسناد ارزیابی کیفی بر روی سامانه ستاد: ساعت ۹:۰۰ روز چهارشنبه ۱۴۰۴/۰۹/۱۲
- اعلام نتایج ارزیابی کیفی: ۱۴۰۴/۰۹/۱۶
- مهلت دریافت اسناد مناقصه : از تاریخ ۱۴۰۴/۰۹/۱۶ لغایت ساعت ۸:۳۰ روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۴/۰۹/۱۹
- آخرین مهلت بارگذاری اسناد مناقصه بر روی سامانه ستاد: ساعت ۸:۳۰ روز شنبه مورخ ۱۴۰۴/۰۹/۲۹
- زمان و مکان بازگشایی پاکات الف و ب: ساعت ۹:۰۰ روز شنبه مورخ ۱۴۰۴/۰۹/۲۹ - سالن جلسات شرکت گاز استان خراسان جنوبی
- زمان و مکان بازگشایی پاکات ج : پس از ارزیابی فنی بازرگانی پیشنهادها ، پاکتهای مالی شرکتهای واجد شرایط در تاریخ ۱۴۰۴/۱۰/۰۲ ، در محل سالن جلسات شرکت گاز استان خراسان جنوبی گشایش خواهد یافت. لازم به ذکر است تاریخ و مکان اعلام شده جهت گشایش پاکات مالی قطعی نبوده و با توجه به روند ارزیابی فنی بازرگانی پیشنهادها امکان تغییر وجود خواهد داشت ، با این وجود این شرکت نسبت به دعوت از مناقصه گرانی که پیشنهاد فنی آنها مورد تائید قرار گیرد به صورت کتبی اقدام خواهد نمود.

با توجه به اینکه کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکات از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس (www.setadiran.ir) انجام خواهد شد ، هر یک از مناقصه گران جهت دریافت و عودت اسناد مناقصه ، بایستی اسناد را تا آخرین مهلت ذکر شده در آگهی از طریق سامانه ستاد دریافت و یا بارگذاری نمایند.

مناقصه گران می بایست اسناد مناقصه را در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت بارگذاری نمایند.

این آگهی در سایتهای http://ets.mporg.ir ، www.shana.ir ، www.nigc-skgc.ir و www.setadiran.ir قابل رؤیت می باشد.

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۴/۰۸/۲۱ تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۴/۰۸/۲۴

روابط عمومی شرکت گاز استان خراسان جنوبی

آگهی مناقصه عمومی (نوبت دوم)

شهرداری اندیشه در نظر دارد به استناد مجوز شماره ۵۰۸ / ۵ / دا مورخ ۱۴۰۴/۰۸/۰۴ موضوع ابلاغ بند ۱۶صورتجلسه شماره ۲۵۱ مورخ ۱۴۰۴/۰۷/۱۵ شورای اسلامی شهراندیشه ، اجرای عملیات ذیر را از طریق مناقصه عمومی به پیمانکاران فعال واجد شرایط حداقل دارای رتبه ۵ راه ، راه آهن و باند فرودگاه واگذار نماید.

۱- **موضوع مناقصه:** اجرای پروژه بهبود وضعیت آسفالت های نیازمند ترمیم سطح شهر با اعتبار ۲۵۰/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال با احتساب ۱۰٪ مالیات بر ارزش افزوده

• **شرح مختصری از مشخصات و مقادیر کار:**
تخریب آسفالت ، اجرای قیرپاشی و آسفالت و ... و کلیه عملیاتی که توسط دستگاه نظارت حین اجرای کار ابلاغ می گردد. عملیات اجرایی در سطح شهر اندیشه و مدارسی که توسط دستگاه نظارت اعلام می‌شود مطابق با نقشه ها و به طور کلی هر گونه عملیاتی که جهت بهره برداری کامل از پروژه ضرورت دارد جزو این پیمان می باشد که نسبت به فهرست بهای راه ، راه آهن و بنادر فرودگاه و راهداری سال ۱۴۰۴ و مطابق دستور کارهای ابلاغی ، با احتساب ضرایب طبق برآورد و شرایط عمومی و خصوصی پیوست تجهیز کارگاه مقطوع (ضریب دیگری به آن تعلق نمی گیرد)

۲- **مبلغ تضمین شرکت در مناقصه:**
مبلغ تضمین شرکت در مناقصه ۱۲/۵۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال (دوازده میلیارد و پانصد میلیون ریال) است که می‌بایست به یکی از صورتهای مشروحه ذیل به شهرداری تسلیم گردد.
الف – رسید بانکی واریز وجه مزبور به حساب جاری سیبا به شماره ۰۱۱۳۹۹۲۴۵۶۰۰۱ - نزد بانک ملی شعبه بلوار آزادی به نام شهرداری اندیشه
ب – ضمانت نامه بانکی به نفع شهرداری اندیشه
مدت اعتبار تضمین سه ماه بوده و برای سه ماه دیگر نیز قابل تمدید باشد.
توجه: به پیشنهاد هایی که تضمین شرکت در مناقصه آنها به غیر از موارد فوق باشد ترتیب اثر داده نخواهد شد.

۳- **مهلت و محل دریافت اسناد مناقصه :**
از تاریخ انتشار آگهی تا پایان ساعت اداری روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۴/۰۸/۲۵ و محل دریافت آن صرفاً از طریق سامانه تدارکات الکترونیک دولت www.setadiran.ir می باشد.

۴- **مهلت و محل تسلیم پیشنهادات:**
متقاضیان می بایست تا پایان ساعت اداری روز پنجشنبه مورخ ۱۴۰۴/۰۹/۰۶ اصل ضمانت نامه را به واحد دبیرخانه شهرداری تحویل و شماره ثبت پاکت الف دریافت و سپس تصویر سپرده شرکت در مناقصه را در سامانه تدارکات الکترونیک www.setadiran.ir بارگذاری نمایند.
تذکر: صرفا اسناد پاکت های پیشنهاد (ب) و (ج) دارای امضای الکترونیکی مورد پذیرش است. در جلسه بازگشایی پاکت های (ب) و (ج) اسناد فیزیکی (کاغذی) و اسناد فاقد امضای الکترونیکی به هیچ وجه مورد پذیرش نیست.

۵- **مدارک لازم جهت دریافت اسناد مناقصه :**
متقاضیان جهت دریافت اسناد می بایست از طریق سامانه ستاد نسبت به خرید اسناد شرکت در مناقصه اقدام نمایند.

۶- **زمان بازگشایی پیشنهادها:**
پایان ساعت اداری روز شنبه مورخ ۱۴۰۴/۰۹/۰۸ می باشد.
۷- شهرداری اندیشه در رد یا قبول یک یا تمام پیشنهادات بدون ذکر دلیل مختار است.

تاریخ چاپ نوبت اول : ۱۴۰۴/۰۸/۱۷ تاریخ چاپ نوبت دوم : ۱۴۰۴/۰۸/۲۴

بهروز کاویانی – شهردار شهر اندیشه

اخبار

رونمایی از سامانه ۱۳۷ هوشمند شهرداری قزوین با هوش ایرانی «کالیا»

قزوین – خبرنگار فرصت امروز: در نخستین نمایشگاه هوش مصنوعی قزوین، از نسخه جدید سامانه ۱۳۷ شهری رونمایی می‌شود؛ این سامانه با بهره‌گیری از هوش مصنوعی ایرانی «کالیا» (هوش کال)، تحولی اساسی در ارتباط هوشمند با شهروندان ایجاد می‌کند. ابادر کریمی پنابندانی، مدیر این پروژه و عضو کمیسیون ملی هوش مصنوعی کشور، در تشریح ویژگی‌های سامانه گفت: این سامانه به‌طور کامل توسط نخبگان ایرانی و شـرکت فناور وبکام (فرتاک راهکار آراد ایمن) توسـعه یافته و به عنوان نخستین کال‌سنتر هوشمند کاملاً ایرانی شناخته می‌شود؛ این سامانه تاکنون موفق به کسب چندین مدال طلای بین‌المللی در رویدادهای معتبر جهانی شـده اسـت. وی افزود: با هوش کال، تماس‌های مردمی سامانه ۱۳۷ تنها ثبت نمی‌شوند؛ بلکه به صورت هوشمند تحلیل، دسته‌بندی و حتی پاسخ‌دهی خودکار می‌شوند، این فناوری قادر است گفتار طبیعی انسان را درک کرده، احساسات تماس‌گیرنده را تشخیص دهد و گزارش‌های شهری را به‌صورت بلادرنگ برای واحدهای مسئول ارسال کند. کریمی پنابندانی با تأکید بر اهمیت بومی‌سازی فناوری گفت: هوش کال با الگوریتم‌های کاملاً ایرانی، قابلیت گفت‌وگو با لهجه‌های مختلف فارسـی را دارد و با یادگیری از هر تماس، به‌مرور پاسخ‌ها دقیق‌تر و انسانی‌تر خواهد شد، این سامانه الگویی از هم‌زیستی انسان و ماشین در خدمت رفاه شهروندان است

. وی افزود: گفت‌وگوی طبیعی با شـهروندان به زبان فارسـی، تحلیل احساسات و اولویت‌بندی درخواست‌ها، ثبت و پیگیری خودکار گزارش‌های مردمی، هوش کاملاً ایرانی و توسعه‌یافته توسط متخصصان داخلی از ویژگی‌های شاخص سامانه ۱۳۷ است که توانسته چندین مدال طلای جهانی در حوزه فناوری هوش مصنوعی کسب کند که نشان‌دهنده توان فنی بالای نخبگان ایرانی و ظرفیت قزوین در تبدیل شدن به قطب هوش مصنوعی کشور است.

مسابقات ورزشی فرزندان کارکنان مناطق نفتخیز جنوب پایان یافت:

قهرمانی و نایب قهرمانی زیر ۱۵ ساله های نفت و گاز مارون

اهواز – شبنم قجاوند: مرحله نخست جشنواره فرهنگی و ورزشی فرزندان زیر ۱۵ سـال کارکنان شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب و شرکتهای بهره بردار تابع پایان یافت و تیم های تنیس روی میز و اسکیت شرکت بهره برداری نفت و گاز مارون به ترتیب عناوین قهرمانی و نایب قهرمانی این دوره را از آن خود کردند.

این مسـابقات در ۳ رشته تنیس روی میز اسـکیت و شنا برگزار و تیم ۲۵ نفره این شرکت موفق شد عناوین فوق الذکر را در رقابت با یک تیم از ستاد شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب و ۴ تیم از شرکت های بهره برداری نفت و گاز کارون، آغاجاری، مسجد سلیمان و گچساران به دسـت آورد. شایان ذکر است شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب میزبانی این جشنواره را در مجموعه فرهنگی ورزشی امام رضا (ع) شهرک نفت اهواز برعهده داشت.

تجلیل از پیشکسوتان استانداری و فرمانداری‌های گلستان با حضور معاون استاندار

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: در مراسـمی جمعی از بازنشسـتگان استانداری و فرمانداری‌های استان گلستان مورد تجلیل قرار گرفتند.محمد حمیدی، معاون سیاسی، امنیتی و اجتماعی استاندار، با حضور در این مراسم، ضمن گرامیداشـت مقام پیشکسـوتان، از خدمات چند دهه‌ای آنان در مسیر خدمت به مردم و نظام اداری استان قدردانی کرد.وی با تأکید بر ضرورت توجه به رفاه بازنشسـتگان وزارت کشـور، از فرمانداران خواسـت در سطح شهرستان‌ها برنامه‌های حمایتی و رفاهی را برای همکاران بازنشسـته اجرا کنند.حمیدی همچنین از آمادگی برای طرح مسـائل بازنشستگان در مجمع نمایندگان استان خبر داد و افزود: باهماهنگی استاندار محترم، تلاش می‌کنیم صدای همکاران بازنشسـته را به گوش نمایندگان مجلس برسـانیم و از ظرفیت قانون‌گذاری برای بهبود وضعیت معیشتی آنان بهره ببریم.در پایان، معاون اسـتاندار از پیشـنهاد دیدار با وزیر کشور اسـتقبال کرد و گفت: با افتخار و تمام توان، پیگیر مطالبات بازنشسـتگان وزارت کشور خواهیم بود؛ این عزیزان سـرمایه‌های انسانی استان هستند و خدمت به آنان، وظیفه‌ای اخلاقی و افتخاری بزرگ است.

هشدار مدیرعامل شرکت گاز گلستان در آستانه زمستان ؛ » قاتل خاموش در کمین بی‌احتیاطی »

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: مدیرعامل شـرکت گازاسـتان گلستان با اشـاره به آغاز فصل سرد سال، بر رعایت نکات ایمنی در زمان راه‌اندازی و استفاده از وسایل گرمایشی گازسوز تأکید کرد و خواستار استفاده بهینه ازگازطبیعی شد.ابوالفضل نرسی، مدیرعامل شرکت گازاستان گلستان، با بیان اینکه عدم توجه به نکات ایمنی می‌تواند خطرآفرین باشـد، گفت: « وسـایل گازسوز به دلیل اسـتفاده از سوخت قابل اشتعال و خطرات ناشـی از احتراق ناقص، درصورت اسـتفاده نادرست، تهدیدی جدی برای جان افراد محسوب می‌شـوند.»وی یکی از شایع‌ترین حوادث مرتبط با وسایل گازسـوز را مسـمومیت با گاز مونوکسیدکربن دانسـت و افزود: «این گاز بی‌رنگ و بی‌بو که بسیار سمی است، درمدت کوتاهی موجب بیهوشـی و حتی مرگ انسـان می‌شـود، به همین دلیل به آن قاتل خاموش گفته می‌شود.»نرسی با تأکید بر ضرورت نصب تجهیزات گرمایشـی درمحیط‌هایی با تهویه مناسـب گفت:«وجود اکسیژن کافی برای احتراق کامل سوخت و انتقال گازهای مضر به بیرون ازمحیط ضروری است.»وی افزود:«شعله وسایل گازسوزباید آبی‌رنگ باشد و سـرد بودن بدنه دودکش نشـانه عدم خروج دود از مسـیر طبیعی آن است که نیاز به بررسی فوری دارد.»مدیرعامل شـرکت گازاستان گلستان همچنین بر بررسی مسـیر دودکش قبل از آغاز فصل سرما تأکید کرد و گفت:«دودکش‌ها باید بدون انسـداد وبا کلاهک استاندارد ازنوع (H) باشد،که نقش مهمی درایمنی مصرف گاز دارند.»وی درادامه اظهار کرد:«جانمایی مناسب بخاری و نصب صحیح شیلنگ گاز اهمیت زیادی دارد؛ بخاری باید بدوراز پرده قرارگیرد وبرای اتصال آن به شـبکه گاز شـهری از شیلنگ‌های استاندارد مخصوص وسایل گازسوز استفاده شود.»نرسی افزود:«توصیه می‌شود شهروندان برای اطمینان ازعدم نشتی گاز، از بست‌های فلزی مناسب جهت محکم کردن شیلنگ استفاده کرده و آزمایش نشـتی را هر چند وقت یک‌بار با کف صابون انجام دهند.»مدیرعامل شـرکت گاز استان گلستان در پایان با اشـاره به ضرورت مدیریت مصرف گاز در فصل زمسـتان تصریح کرد: «با توجه به محدودیت تولید گازو حجم بالای مصرف، صرفه‌جویی و همراهی مردم موجب پایداری شبکه گاز و جلوگیری از افت فشار در ایام سرد سال خواهد شد.»

تأکید معاون استاندار گلستان بر مسئولیت‌پذیری دهیاران و نقش‌آفرینی زنان و جوانان در توسعه پایدار روستایی

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: در نشسـت تخصصی هماهنگی برگزاری نخسـتین همایش ملی توسـعه روستایی با مشـارکت‌های مردمی، محمد حمیدی، معاون سیاسـی، امنیتی و اجتماعی اسـتاندار گلسـتان، بر ضرورت توسعه همه‌جانبه، بومی‌محور و مشارکت‌پذیر در روستاها تأکید کرد.حمیدی توسعه پایدار را فراتر از رشد اقتصادی دانست و گفت: توسـعه پایدار یعنی حرکت هم‌زمان شـاخص‌های اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و زیست‌محیطی؛ نمی‌توان تنها به یک بُعد پرداخت و سایر ابعاد را نادیده گرفت.وی با اشاره به تفاوت‌های بومی میان روستاها افزود: هر روستا نسخه خاص خود را دارد. دهیاران باید دانش بومی منطقه را شناسایی و بر اساس آن برنامه‌ریزی کنند.معاون استاندار با تأکید بر اختیارات قانونی دهیاران در هزینه‌کرد منابع مالی، خواسـتار عبور از اقدامات روزمره شـد و گفت: دهیار باید وارد عرصه‌های اشـتغال‌زایی، ارتقای فرهنگ عمومی و کاهش آسیب‌های اجتماعی شود.وی همچنین با اشاره به انتخابات پیش‌روی شوراهای اسلامی شهر و روستا، شوراهای توانمند را زیربنای انتخاب دهیاران مؤثر دانست و افزود: برای تحقق توسـعه پایدار، باید افراد باانگیزه، متخصص و دلسـوز را به حضور در شـوراها ترغیب کرد.حمیدی در ادامه بر ضرورت حضور پررنگ‌تر زنان و جوانان در مدیریت روسـتایی تأکید کرد و گفت: باید نخبگان جوان در کنار افراد باتجربه وارد شوراها شوند تا جامعه را با دانش روز همراه سازند.

.مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب آذربایجان‌غربی:

ضرورت تسریع در اتمام طرح آبرسانی مجتمع شهید شبان ارومیه

ارومیه – خبرنگار فرصت امروز: مجتبی نجفی، مدیرعامل شـرکت آب و فاضلاب آذربایجان‌غربی در تشـریح نتایج نشست بررسی طرح آبرسانی مجتمع ۳۳ روستایی شهید شبان در شهرستان ارومیه که با حضور محمدحسین محمدی، مدیرکل نظارت بر طرح‌های آبرسانی و فاضلاب روستایی شرکت مهندسی آب و فاضلاب کشور برگزار شد، اظهار کرد: این طرح یکی از پروژه‌های مهم در حوزه تأمین آب شـرب روسـتایی استان است و تکمیل آن نقش اساسی در بهبود وضعیت تأمین آب برای روسـتاهای تحت پوشش خواهد داشت. تأمین آب پایدار برای این روستاها یک ضرورت است و شرکت با تمام ظرفیت پیگیر اجرای آن است. وی با اشاره به آخرین وضعیت پروژه افزود:در حال حاضر، بخش‌هایی از ایـن طـرح از جمله بهره‌برداری از مخزن روسـتای قره‌باغ فعال شـده و عملیات اجرایی سـایر بخش‌ها نیز در حال پیشرفت است. همچنین در این نشست، وضعیت مسیر خطوط، ایستگاه‌های پمپاژ و مسائل مربوط به معارضان بررسی و جمع‌بندی شد. نجفی ادامه داد:مقرر شد با همکاری شرکت مهندسی آب و فاضلاب کشور، تأمین اعتبار بخش‌های باقیمانده با اولویت پیگیری شود و برنامه زمان‌بندی جدید برای تسریع عملیات در دستور کار قرار گیرد.

مدیرعامل آبفا مازندران خبر داد:

فعالیت ۲۰ واحد آزمایشگاه کنترل کیفی آب وفاضلاب برای صیانت از سلامت عمومی و حفظ محیط زیست

سـاری – دهقان : مدیرعامل آب و فاضلاب مازندران در بازدید از آزمایشگاه مرجع این شـرکت گفـت: ۲۰ واحد آزمایشـگاهی با بهره منـدی از نیروهای متخصـص و فنی در سـه حوزه کنتـرل کیفیت آب وفاضلاب وآزمایشـگاه در راسـتای صیانت از سـلامت عمومی جامعه وحفظ محیط زیست استان درحال فعالیت است.

به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی ، بهزاد برارزاده با بیان اینکه مرکز پایش و نظارت برکیفیت آب وفاضلاب مازندران با مسئولیت خطیر تضمین سـلامت آب شرب وحفظ محیط زیست ،از طریق نظارت مستمر برکیفیت آب وفاضـلاب ایفای نقش می کنـد، افزود: این مرکز یکی از ارکان اصلی شـرکت محسـوب می شـود که از طریق آنالیز کیفی و نمونه برداری از سیسـتم های آبرسـانی وتصفیه خانه هـای آب وفاضلاب با رعایت اسـتانداردهای ملی وبین المللـی در حـوزه آب و فاضلاب گام برمـی دارد. او ادامه داد: درهمین راسـتا به منظور ارتقای سـطح دانش علمی وعملی کارشناسـان ومتخصصان کنترل کیفیت وآزمایشگاههای آب وفاضلاب، این شرکت دوره های آموزشی تخصصی ویـژه متخصصین کنترل کیفیـت آب وفاضلاب رابه میزان ۱۹۰۰ نفر سـاعت برگزار نمود. برارزاده در بخش دیگری از سـخنانش ، با اشـاره به اینکه شرکت

آب وفاضلاب در راسـتای مدیریت کیفیت آب ضمن مشارکت در کارگروه های مربوطـه از جمله کارگروه ایمنی آب وفاضـلاب، مدیریت جامع کیفیت آب در حوضه آبریز، نسـبت به احصاء مشکلات وچالش های زیست محیطی تاثیرگذار در کیفیـت منابع آبی ،اقـدام به اجرای پروژه های تحقیقاتی مرتبط با مدیریت کیفیـت آب نموده اسـت تصریح کرد: از مهم ترین ایـن تحقیقات می توان به بررسـی آلاینده های نوظهور در منابع آبی اسـتان(مطالعه مـوردی) و ارزیابی استفاده از سیستم الکترومغناطیس در حذف آلاینده های محیطی پساب بویژه آلودگی میکروبیولوژیکی پساب اشاره کرد.

مدیرعامـل آبفامازندران درخصـوص مدیریت کیفیت آب در سـامانه های آبرسـانی طی شـش ماهه نخسـت سـال جاری خاطرنشـان کرد: باتوجه به رخدادهای ۶ ماهه اول امسال از جمله ایام نوروز، جنگ ۱۲روزه و ماه های گرم سـال، این شرکت با اسـتقرار واحدهای کنترل کیفیت آب و فاضلاب و تقسیم بندی استان به ۷ بلوک کاری اقدام به تدوین پروتکل کنترلی ویژه مواقع بحران وافزایش نقاط نمونه برداری و همچنین شناسایی وارزیابی ریسک های کنترلی سـامانه های آب وفاضلاب ، نظارت وارزیابی کلیدی سیستم های آب وفاضلاب و رصد سیسـتماتیک شـاخص های ارزیابی کیفی نمود. برارزاده خاطر نشـان کرد: ازطریق تعامل مستمر با دستگاههای نظارتی سلامت محورهمچون وزارت بهداشـت و سـازمان حفاظت محیط زیسـت اجرای طرح های مشترک پایش بهداشـتی و زیسـت محیطی ،گزارش دهی منظم وضعیت کیفیت آب شـرب وفاضلاب به کارگروه سلامت وامنیت غذایی استان نسبت به شناسایی ، ارزیابی و مدیریت ریسـک های کمی وکیفی تاسیسات آبرسانی وتصفیه خانه های آب و فاضلاب استان باهدف ایجاد کمربند حفاظتی منابع آبی اقدام نموده است.

عضو شورای شهر تاکید کرد:

تمرکز بر شفافیت و پاسخگویی در معاملات شهرداری کرج

کرج – اباصلت عابد: سخنگو و عضو شورای اسلامی شهر کرج گفت: تفویض اختیار مانع از پاسخگویی نیست و هر مدیری که اختیاراتی را به دیگری واگذار می‌کند، همچنان پاسخگوی تصمیمات است.

علی قاسـم‌پور، عضو شورای اسلامی شـهر کرج، به عنوان ناظر شورای شهر در کمیسـیون عالی معاملات شـهرداری حضور یافت و بر اهمیت شـفافیت و پاسخگویی در فرآیندهای مالی و اجرایی شهرداری تأکید کرد.

وی در این جلسه با اشاره به نقش حیاتی نظارت شورای شهر، افزود: معاملات ۲ طرف دارد و تفویض اختیار نباید مانع پاسخگویی فرد تفویض‌کننده شود.

عضو شـورای اسـلامی شـهر کرج در ادامه به اهمیت ایجاد شرایط برابر در مناقصه‌ها و مزایده‌ها اشاره کرد و بیان داشت: مناقصه و مزایده باید فضایی فراهم کند که همه شـرکت‌کنندگان با شـرایط برابر رقابت کنند. هدف این است که پروژه‌های شهرداری با بهترین کیفیت و کمترین قیمت ممکن به سرانجام برسد.

قاسـم‌پور تاکید کرد: شـفافیت در معاملات شهرداری نه تنها موجب اعتماد عمومی می‌شود، بلکه کارآمدی سیستم را نیز افزایش می‌دهد.

بـه گفتـه وی، تفویض اختیـار در مدیریت شـهری نباید به معنای سـلب مسئولیت باشد و هر مدیری که اختیاراتی را به دیگری واگذار می‌کند، همچنان پاسخگوی تصمیمات خواهد بود.

قاسم‌پور با اشـاره به اهمیت نظارت دقیق شورای شهر بر پروژه‌های شهری، گفت: نظارت دقیق نه تنها موجب جلوگیری از تخلفات احتمالی می‌شود، بلکه تضمین می‌کند که منابع عمومی به صورت بهینه و در راستای منافع شهروندان مصرف شـود. عضو شـورای اسلامی شـهر کرج گفت: ما باید شـرایطی فراهم کنیم که پیمانکاران با انگیزه و شایستگی واقعی وارد پروژه‌ها شوند و هیچ‌گونه تبعیضی میان آنها صورت نگیرد.

وی اضافه کرد: شـفافیت در معاملات شهرداری به کاهش هزینه‌ها، افزایش کیفیت پروژه‌ها و ارتقای رضایت شهروندان کمک می‌کند.

عضو ناظر شـورای شـهر کرج در کمیسـیون معاملات شـهرداری در پایان سخنان خود اظهار داشت: ایجاد بستر رقابت سالم و پاسخگو، کلید موفقیت در اجرای پروژه‌های شهری است و همه مسئولان باید در راستای تحقق این هدف تلاش کنند. شـایان ذکر است در این جلسه، اعضای کمیسیون عالی معاملات شهرداری کرج به بررسی فرآیندها پرداختند و راهکارهایی برای بهبود شفافیت و کارایـی این فرآیندها ارائه کردند. یکی از محورهای اصلی بحث، نحوه ارزیابی پیشنهادات و تضمین رقابت عادلانه میان پیمانکاران بود.

تأکید بر تعامل و تعیین تکلیف دیون بیمه‌ای در نشست مشترک بنیاد مسکن و تأمین اجتماعی گیلان

رشـت - زهرا رضازاده : نشسـت مشـترک مدیران کل بنیاد مسکن انقلاب اسلامی و سازمان تأمین اجتماعی استان گیلان با هدف بررسی و تعیین تکلیف دیون بیمه‌ای و همچنین تقویت همکاری‌های دوجانبه برگزار شد. در این نشست، مدیران دو دستگاه با تبیین جایگاه بیمه در نظام حمایتی کشور، بر لزوم گسترش تعاملات، هماهنگی‌های مستمر و شکل‌گیری گفتمان مشترک در مسیر اجرای قانـون و حفظ منافع دو مجموعه تأکیـد کردند. دکتر کیوان مرتضوی، مدیرکل تأمین اجتماعی استان گیلان، در این نشست با اشاره به ساختار چندوجهی نظام تأمین اجتماعی در عرصه بین‌المللی اظهار داشـت: سازمان تأمین اجتماعی در کشور ما، متولی بخش بیمه‌ای با تکیه بر اصول تخصصی بیمه‌گری و محاسبات فنی مربوطه اسـت. این سـازمان در چارچوب قوانیـن، وظیفه صیانت از حقوق بیمه‌شـدگان و کارفرمایـان را برعهده دارد و در این مسـیر نیازمند همکاری و همراهی سـایر نهادهاسـت. وی با تأکید بر اینکه بنیاد مسـکن انقلاب اسلامی به‌واسطه قراردادهای متعدد پیمانکاری و عمرانی، از جمله دستگاه‌هایی است که

دارای پرونده‌های مطالباتی بیمه‌ای قابل توجه در شعب تأمین اجتماعی می‌باشد، افـزود: انتظار ما این اسـت که با انجام تکالیف قانونـی در امور بیمه‌ای، پیش از آنکه نیاز به اقدامات اجرایی از قبیل بازداشـت حسـاب‌ها یا پیگیری‌های قضایی باشـد، ذیحسابان و پیمانکاران مربوطه نسبت به پرداخت به‌موقع دیون و ارسال لیست بیمه‌ای اقدام کنند. در ادامه، مهندس حامد دائمی، مدیرکل بنیاد مسکن انقلاب اسلامی استان گیلان، با تأیید گستردگی فعالیت‌های پیمانکاری این نهاد گفت:بنیاد مسکن سازمانی درآمد ـ هزینه‌ای است و اعتبارات تخصیصی آن صرفاً بـرای اجرای پروژه‌هـای عمرانی در نظر گرفته می‌شـود؛ بنابراین در حوزه امور جاری، بودجه مستقل ندارد. وی با اشاره به وجود سپرده‌ها و تضامین پیمانکاران در حساب‌های مختلف بنیاد افزود: بخش عمده اعتبارات ما از محل منابع خاص از جمله ردیف‌های تملکی، عمرانی، بازسازی‌های مناطق آسیب‌دیده و طرح‌های نهضت ملی مسـکن تأمین می‌شود. این اعتبارات طبق قانون، قابل جابه‌جایی و اسـتفاده در سایر سرفصل‌ها از جمله پرداخت‌های بیمه‌ای نیستند. در پایان این نشسـت، طرفین بر استمرار تعاملات کارشناسـی و بررسی راهکارهای مشترک برای تسویه مطالبات بیمه‌ای، شفاف‌سازی فرآیندها و پیشگیری از بروز مشکلات حقوقی و مالی در اجرای پروژه‌ها تأکید کردند.

تفاهم نامه طرح ملی همیار گاز بین آموزش و پرورش و شرکت گاز مازندران امضا شد

سـاری – دهقان: مدیر عامل شـرکت گاز استان مازندران گفت: در راستای ترویج مصرف بهینه و ایمن گاز طبیعی و همچنین مسوولیت پذیری اجتماعی، تفاهم‌نامه طرح ملی «همیار گاز» با هدف آموزش مصرف صحیح گاز طبیعی در میان دانش‌آموزان و معلمان، بین اداره‌کل آموزش و پرورش و شرکت گاز استان به امضا رسـید. به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی شـرکت گاز استان مازندران، هژبر جوادی در نشست با فریدون کلبادی نژاد مدیرکل آموزش و پـرورش مازندران بیان کـرد: مدیریت مصرف انرژی و محدودیت‌های کمی و کیفـی منابع گاز طبیعـی موضوعی بوده که اهمیت فرهنگ سـازی و افزایش آگاهی های شهروندان را در راستای مصرف بهینه بیش از پیش کرده است.

وی افزود: در مسـیر تحقق این مهـم نقش دانش آموزان و معلمان بی بدیل بـوده و دانش آموزان می توانند تحت عنوان همیار گاز سـفیران ترویج مصرف

بهینه گاز طبیعی در بین اعضا خانواده و سایر اقشار جامعه باشند که در این راه همراهی و همکاری آموزش و پرورش اسـتان همچون سـال‌های گذشته بسیار حائز اهمیت است. مدیرعامل شرکت گاز مازندران ادامه داد: بر این اساس تفاهم نامـه‌ای در زمینه مصـرف صحیح انرژی جهت معلمـان و دانش‌آموزان مقاطع ابتدایی سطح استان در قالب طرح دانش‌آموزی همیار گاز امضا شد که با اجرای مفاد این تفاهم نامه توسط طرفین اهداف مربوطه محقق خواهد شد.

فریدون کلبادی‌نژاد ، مدیرکل آموزش و پرورش مازندران نیز در این جلسـه با تاکید بـر اهمیت ترویج فرهنگ مصرف بهینه در بیـن دانش آموزان، گفت: اسـتفاده از ظرفیت آمـوزش و پرورش و دانش آموزان یکـی از تاثیرگذارترین راه‌های فرهنگ سـازی و اشـاعه آن در جامعـه بوده که در ایـن بین تداوم و پیوسـتگی، موضوعی بسیار مهمی اسـت که می‌تواند ما را به اهداف مورد نظر برسـاند و در این راسـتا آموزش و پرورش اسـتان برای همراهی و همکاری در خصوص طرح همیار گاز آمادگی دارد.

افزایش پایداری شبکه برق فوق توزیع شادگان با بهینه‌سازی پست برق ۱۳۲ کیلوولت شهید احمدیان

اهواز – شـبنم قجاوند: مدیر امور انتقال ناحیه جنوب شرکت برق منطقه‌ای خوزسـتان گفت: با هدف آماده‌سازی شبکه برای تابسـتان ۱۴۰۵، دو دستگاه کلید دژنکتور با سطح ولتاژ ۳۳ کیلوولت در پست برق شادگان تعویض و مورد نوسازی کامل قرار گرفت. رضا جعفری بیان کرد: به منظور پایداری شبکه برق و جلوگیری از خاموشی‌ها و حوادث ناخواسته و همچنین آماده‌سازی شبکه برق به منظور گذر موفق از پیک بار ۱۴۰۵، دو دسـتگاه دژنکتور قدیمی و فرسـوده تعویض و کلید جدید بر روی فیدرهای خروجی ترانس سـوم پسـت برق ۱۳۲ کیلوولت شـهید احمدیان در شادگان با سطح ولتاژ ۳۳ کیلوولت، نصب و مورد بهره‌بـرداری قرار گرفت. وی افزود: این ۲ دسـتگاه کلید دژنکتور ۳۳ کیلوولت

قدیمی، در سـال‌های گذشـته به دلیل کیفیت نامناسب و فرسوده شدن دارای اشـکالات فراوانی بوده اسـت و منجر به حوادث و خاموشـی‌های ناخواسته در سطح شهرستان شادگان شده بود که با این اقدام از میزان خاموشی‌ها و حوادث ناخواسـته در سطح شهرستان شـادگان جلوگیری بعمل آمد. مدیر امور انتقال ناحیه جنوب شـرکت برق منطقه‌ای خوزسـتان تصریـح کرد: همچنین جهت پایداری شـبکه برق و تامین برق مطمئن باتوجه به اولویت‌بندی صورت گرفته، اقدامات بهینه‌سـازی دیگری در شـبکه برق فوق توزیع شهرستان شادگان در دستور کار قرار خواهد گرفت. شرکت برق منطقه‌ای خوزستان مسئولیت تامین و انتقال برق در استان‌های خوزستان و کهگیلویه و بویراحمد را بر عهده دارد.

نشست مشترک خیرین، هنرمندان و فعالان اجتماعی استان در دانشگاه علوم پزشکی مازندران برگزار شد

سـاری – دهقـان : دکتر محمدصادق رضایی: دانشـگاه وظیفه دارد بسـتر مشارکت گسترده علاقه‌مندان به توسعه سلامت را فراهم کند. به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی دانشگاه علوم پزشکی مازندران، نشست مشترک خیرین، هنرمندان و فعالان اجتماعی استان با محوریت مشارکت‌های مردمی در حوزه سلامت در دانشگاه علوم پزشکی مازندران برگزار شد. محمدصادق رضایی؛ رئیس دانشـگاه علوم پزشـکی مازندران، در این نشسـت صمیمانه، از خیرین، هنرمندان و فعالان فرهنگی و اجتماعی حاضر در این مراسـم که سلامت را به عنوان اولویت خود تشخیص داده و در این مسیر فعالانه مشارکت دارند، بر لزوم بهره‌گیری از ظرفیت‌های اقشـار فرهنگـی، اجتماعی و هنری جامعه در ارتقای سلامت تأکید کرد. وی با تأکید بر نقش مردم در پیشبرد اهداف سلامت اظهار کرد: دانشگاه باید به سراغ مردم برود و از ظرفیت‌های ارزشمندی که در جامعه وجود دارد و می‌خواهند به مردم خدمت کنند، بهره بگیرد. رئیس دانشگاه علوم پزشکی مازندران تصریح کرد: لازم است اولویت سلامت برای مردم تبیین شود

و با برقراری ارتباطی اساسی و جدی با افراد و گروه‌های مؤثر در جامعه، زمینه مشـارکت گسـترده‌تر آنان فراهم گردد. رضایی ادامه داد: همچنین افرادی در جامعه هستند که تمایل به مشارکت در توسعه سلامت دارند که باید شناسایی شـوند و تبیین و راهنمایی لازم انجام شود؛ این وظیفه دانشگاه است که چنین بسـتری را فراهم کند. وی با تأکید بر اینکه مردم باید سـواد سـلامت خود را افزایـش دهند و خودمراقبتی را در زندگی روزمره بـه‌کار بگیرند، تصریح کرد: وقتی مردم آگاهی داشـته باشند، می‌توان از توان و ظرفیت آنان برای مدیریت عوامل اجتماعی مؤثر بر سلامت به‌صورت بهینه استفاده کرد، این افراد می‌توانند اشـخاص حقیقی یا حقوقی باشـند. رئیس دانشـگاه علوم پزشکی مازندران با بیان اینکـه ما بر این باوریم که اگر مردم پای کار بیایند، قطعاً موفقیت حاصل خواهد شد، خاطرنشان کرد: در این مسیر، نباید فعالیت‌ها در شهرستان‌ها صرفاً بر اساس سـلیقه یا تصمیم‌های جزیره‌ای انجام شود، بلکه باید بر پایه شناخت و تعیین اولویت‌های واقعی سـلامت برنامه‌ریزی و اقدام کرد. رئیس دانشـگاه علوم پزشـکی مازندران در پایان سـخنان خود با تأکید بر ادامه مسیر همدلی و اسـتفاده از ظرفیت گروه‌های مردمی در حوزه سـلامت اظهار کرد: دانشـگاه باید با برنامه‌ریزی دقیق، شناسایی اولویت‌های سلامت در سطح استان و جلب مشارکت مردم، مسیر ارتقای سلامت و افزایش امید به زندگی را با قوت بیشتری دنبال کند.

آینده اینفلوئنسر مارکتینگ؛ فراتر از تبلیغات

نویسنده: علی آل‌علی

حباب بازاریابی اینفلوئنسر که سال ها با عکس های بی نقص، تعداد دنبال‌کننده های نجومی و وعده های رشد یک شبه باد شده بود، در حال ترکیدن است اما این یک فروپاشی نیست؛ این یک پالایش ضروری است. مدلی که در آن شهرت به صورت عمده خرید و فروش می شد و تاثیرگذاری مترادف با تعداد لایک های یک چهره مشهور بود، به سرعت در حال از دست دادن اعتبار خود است. مخاطبان هوشمندتر، بدبین تر و خسته تر از همیشه شده اند. آنها دیگر به راحتی یک پست تبلیغاتی پرزرق و برق را باور نمی کنند، همانطور که دیگر به تبلیغات تلویزیونی سنتی اعتماد ندارند. این بحران اعتماد، پایه های صنعتی را که زمانی یکی از جذاب ترین کانال های بازاریابی به نظر می رسید، به لرزه درآورده است. این دگرگونی یک تهدید نیست، بلکه یک فرصت تاریخی برای برندهای هوشمند است. این یک دعوت به بازاندیشی کامل در مورد ماهیت تاثیرگذاری است. آینده این رشته، نه در استخدام چهره های مشهور برای خواندن یک متن تبلیغاتی که در ایجاد شراکت های عمیق و استراتژیک با معماران واقعی اعتماد در عصر دیجیتال نهفته است. این یک گذار از اجاره کردن مخاطب به ساختن جامعه است.

شرکت های پیشرو مانند مایکروسافت یا نایک دیگر به اینفلوئنسرها به عنوان یک کانال رسانه ای نگاه نمی کنند؛ آنها این افراد را به عنوان همکاران استراتژیک، مشاوران محصول و مهمتر از همه، پلی معتبر برای رسیدن به قلب جوامع تخصصی می بینند. آینده بازاریابی اینفلوئنسر، کمتر شبیه به تبلیغات و بیشتر شبیه به دیپلماسی فرهنگی است.

از بیلبوردهای انسانی تا دوستان معتمد

مدل اولیه بازاریابی اینفلوئنسر ساده و معاملاتی بود: برندها در ازای پرداخت پول، فضایی را بر روی بیلبورد انسانی یک فرد مشهور اجاره می کردند. تمرکز اصلی بر روی دسترسی (Reach) بود؛ یعنی اینکه چند نفر این پیام تبلیغاتی را خواهند دید. این رویکرد، در دوران اولیه رسانه های اجتماعی کارآمد بود، اما امروز به طور فزاینده ای ناکارآمد شده است. مخاطبان به راحتی می توانند یک تبلیغ غیرصادقانه را از یک توصیه واقعی تشخیص دهند و واکنش منفی آنها می تواند بسیار شدیدتر از یک تبلیغ نادیده گرفته شده باشد.

آینده متعلق به برندهایی است که از این مدل سطحی عبور کرده و به دنبال همکاری با معماران جامعه هستند. اینها افرادی هستند که نه تنها دنبال کننده های زیادی دارند، بلکه مهمتر از آن، یک جامعه فعال، وفادار و پرشور را حول یک علاقه مشترک گرد آورده اند. یک گیمر حرفه ای که ساعت ها با مخاطبان خود به صورت زنده تعامل می کند، یک جامعه ساخته است.

یک متخصص تغذیه که با صبر و حوصله به سوالات دنبال کننده های خود پاسخ می دهد، یک جامعه ساخته است. وقتی یک برند مانند ایکس باکس (متعلق به مایکروسافت) با چنین فردی همکاری می کند، در واقع در حال خرید تبلیغات نیست؛ بلکه در حال کسب اجازه ورود محترمانه به یک جامعه قابل اعتماد است. در این مدل، اینفلوئنسر از یک فروشنده به یک میزبان تبدیل می شود که برند را به دوستان خود معرفی می کند. این یک تفاوت ظریف اما بنیادین است.

اقتصاد جدید اعتماد

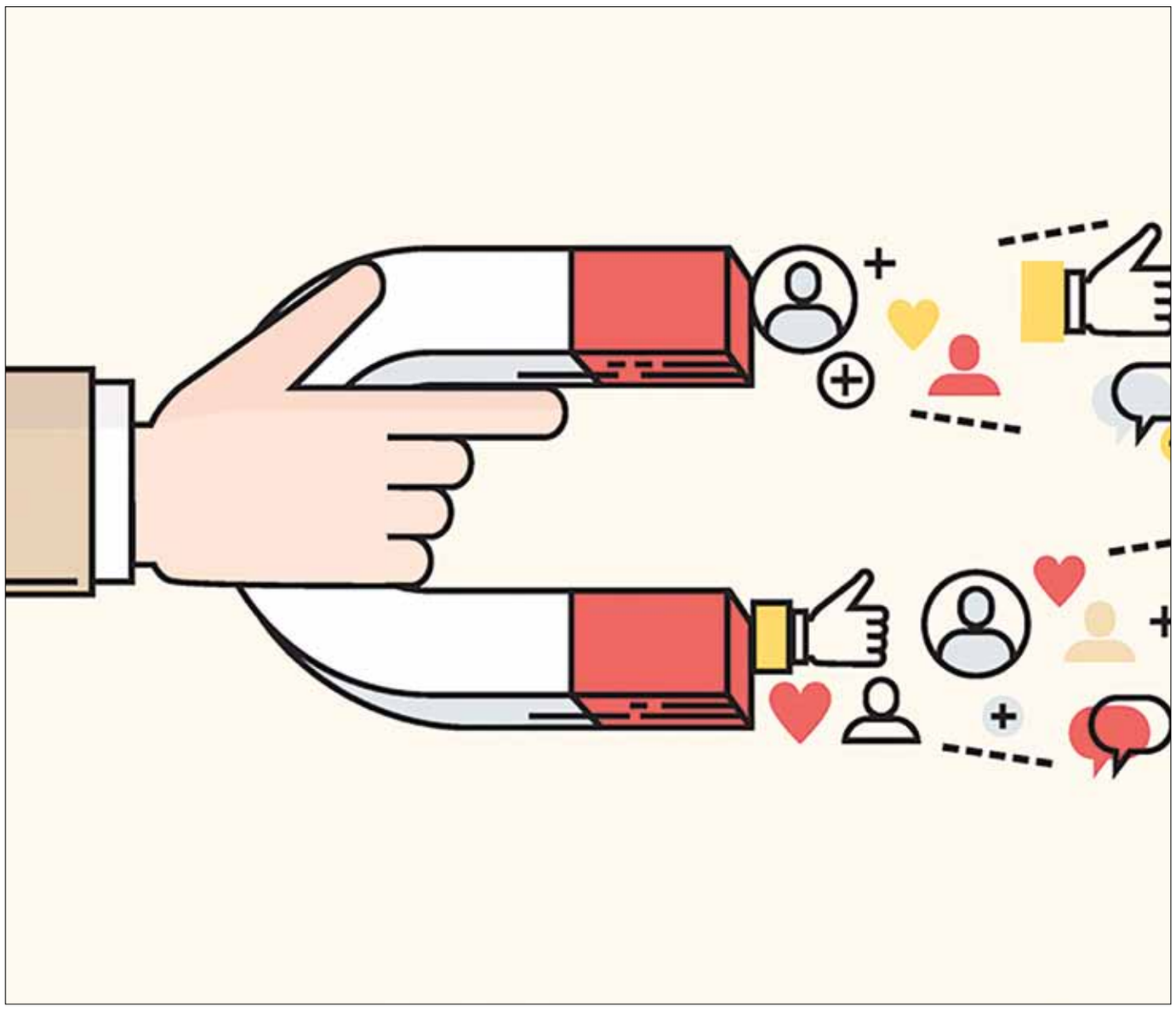
یکی از بزرگ‌ترین تغییرات در رفتار مصرف‌کننده، خستگی از ایده آل بودن غیرواقعی است. فیدهای اینستاگرام که زمانی پر از زندگی های بی نقص و تصاویر ویرایش شده بودند، جای خود را به محتوای خام، بدون فیلتر و واقعی تر داده اند. این اشتیاق برای اصالت، به طور مستقیم بر بازاریابی اینفلوئنسر تاثیر گذاشته است. اعتماد، از ستاره های بزرگ و دور از دسترس، به سمت افراد کوچک تر، تخصصی تر و قابل دسترس تر، یعنی «میکرو» و «نانو» اینفلوئنسرها، در حال حرکت است. این افراد شاید میلیون ها دنبال کننده نداشته باشند، اما در جامعه کوچک خود، به عنوان یک متخصص معتبر و دوستی قابل اعتماد شناخته می شوند.

توصیه یک متخصص قهوه با ۱۰ هزار دنبال کننده وفادار در مورد یک برند قهوه تخصصی، اغلب بسیار تاثیرگذارتر از تبلیغ همان محصول توسط یک بازیگر مشهور با ۱۰میلیون دنبال‌کننده است. چرا؟ زیرا مخاطبان آن متخصص، به قضاوت و دانش او اعتماد کامل دارند. این اقتصاد اعتماد قوانین بازی را تغییر داده است.

برندهای هوشمند در حال کشف این موضوع هستند که سرمایه‌گذاری بر روی شبکه ای از این متخصصان معتبر، نه تنها بازگشت سرمایه بالاتری دارد، بلکه یک رابطه پایدار و عمیق تر با مشتریان نهایی ایجاد می کند. این یک حرکت استراتژیک از بازاریابی انبوه به سمت بازاریابی مبتنی بر جامعه است.

از معاملات کوتاه مدت تا اتحادهای استراتژیک

عصر کمپین های یک شبه و پست های یک باره به پایان رسیده است. این رویکرد معاملاتی، نه تنها اعتمادسازی نمی کند، بلکه اغلب به عنوان یک تبلیغ آشکار و غیرصادقانه تلقی می شود. آینده در شراکت های بلندمدت نهفته است؛ جایی که یک اینفلوئنسر به جای یک مجری تبلیغات، به یک سفیر واقعی و یک همکار استراتژیک برای برند تبدیل می شود. در این مدل، اینفلوئنسر در طول زمان، به صورت مداوم و طبیعی در مورد برند صحبت می کند، بازخوردهای خود را ارائه می دهد و حتی در فرآیند توسعه محصول نیز مشارکت می کند. این رویکرد اصالت را به رابطه تزریق می کند. وقتی یک اینفلوئنسر تکنولوژی برای ماه ها از یک لپ تاپ خاص استفاده می کند و مزایا و معایب آن را در طول زمان به اشتراک می گذارد، اعتماد بسیار بیشتری نسبت به یک ویدئوی «جعبه گشایی» یک باره ایجاد می کند. شرکت هایی مانند نایک، دهه هاست که این مدل را با ورزشکاران پیاده می کنند. رابطه آنها با مایکل جردن، یک کمپین تبلیغاتی نبود؛ یک اتحاد استراتژیک بود که منجر به خلق یک برند کامل شد. همین منطق، اکنون در حال پیاده سازی در دنیای خالقان محتوای دیجیتال است. این شراکت های بلندمدت، اینفلوئنسر را به بخشی از داستان برند تبدیل می کنند و این، قدرتمندترین شکل از تاثیرگذاری است.



هوش مصنوعی در اینفلوئنسر مارکتینگ

همزمان با عمیق تر شدن روابط انسانی فناوری نیز در حال هوشمندتر شدن است. انتخاب اینفلوئنسر مناسب تاکنون بیشتر یک فرآیند مبتنی بر شهود و معیارهای سطحی بوده است، اما هوش مصنوعی در حال تبدیل کردن این هنر به یک علم دقیق است. پلتفرم های جدید مبتنی بر هوش مصنوعی می توانند با تحلیل حجم عظیمی از داده ها، برندها را در پیدا کردن شریک ایده آل یاری کنند. این ابزارها فراتر از تعداد دنبال کننده، به تحلیل عمیق جمعیت شناسی مخاطبان یک اینفلوئنسر، نرخ تعامل واقعی آنها (در مقابل ربات ها) و حتی همسویی ارزشی آنها با برند می پردازند.

این رویکرد داده‌محور دو مزیت بزرگ دارد.

۱. ریسک همکاری با اینفلوئنسرهای نامناسب یا متقلب را به شدت کاهش می دهد.

۲. به برندها اجازه می دهد تا بازگشت سرمایه (ROI) کمپین های خود را با دقتی بی سابقه اندازه گیری کنند.

به جای تکیه بر معیارهای بیهوده ای مانند تعداد لایک ها، می توان تاثیر واقعی بر معیارهایی مانند ترافیک وب‌سایت، نرخ تبدیل و حتی احساسات مخاطبان نسبت به برند را سنجید. این شفافیت، بازاریابی اینفلوئنسرها را از یک حوزه خاکستری و غیرقابل اندازه‌گیری، به یک کانال استراتژیک و پاسخگو در اکوسیستم بازاریابی تبدیل می کند.

سخن پایانی

بزرگ‌ترین تحول این است که بازاریابی اینفلوئنسر به تدریج از یک تاکتیک مجزا و یک خط جدا در بودجه بازاریابی، به بخشی جدایی ناپذیر از استراتژی کلان برند تبدیل خواهد شد. این دیگر یک فعالیت جانبی نیست که توسط یک آژانس خارجی مدیریت شود؛ این یک قابلیت اصلی است که باید در قلب تیم های بازاریابی و ارتباطات نهادینه شود. خالقان محتوا، به عنوان صدای معتبر نسل خود، نه تنها در توزیع پیام برند، که در شکل دهی به آن نیز نقش خواهند داشت. آینده، متعلق به برندهایی است که این تغییر پارادایم را در آغوش می گیرند. برندهایی که از استفاده از اینفلوئنسرها به سمت همکاری با خالقان محتوا حرکت می کنند. برندهایی که درک می کنند که تاثیرگذاری واقعی، حاصل یک معامله سریع نیست، بلکه محصول یک رابطه بلندمدت، صادقانه و مبتنی بر ارزش مشترک است. پرسش استراتژیک نهایی برای رهبران تجاری، دیگر این نیست که «بودجه بازاریابی اینفلوئنسر ما چقدر باید باشد؟»، بلکه این است که «چگونه می توانیم فرهنگ سازمان خود را برای همکاری عمیق و معنادار با معتبرترین صداها در دنیای دیجیتال، بازطراحی کنیم؟». پاسخ به این سوال، برندگان و بازندگان دهه آینده را مشخص خواهد کرد.

منابع:

https://sproutsocial.com/insights/future-influencer-marketing

جادوی دانه‌های قهوه

بازاریابی در صنعت قهوه

نویسنده: علی آل‌علی

چگونه یک دانه تلخ، یک کالای کشاورزی ساده که در سراسر جهان کشت می شود می تواند به یکی از پیچیده ترین و قدرتمندترین عرصه های هویت سازی در دنیای مدرن تبدیل شود؟ این پرسش قلب تپنده استراتژی بازاریابی در صنعت قهوه است. در هیچ حوزه دیگری از کالاهای تند مصرف چنین وفاداری عمیق، چنین قبیله های پرشوری و چنین تمایلی برای پرداخت مبالغ گزاف برای تجربه های ظاهرا مشابه، وجود ندارد.

پاسخ در خود قهوه نیست؛ در روحی است که برندها در آن می دمند. موفقیت در این بازار بی رحمانه ربطی به فروش یک نوشیدنی برای بیدار ماندن ندارد. این یک رقابت بر سر معماری یک آیین روزانه، روایت یک داستان معتبر و خلق یک مکان برای تعلق داشتن است. رهبران تجاری که این حقیقت را درک نکنند، مهم نیست چقدر دانه های قهوه شان باکیفیت باشد، در نهایت چیزی جز آب داغ و تلخ نخواهند فروخت.

فروش یک لحظه آرامش

بنیادی ترین استراتژی در بازاریابی قهوه فراتر رفتن از محصول و تبدیل آن به یک آیین یا ریچوآل است. انسان ها در دنیای پرآشوب امروز تشنه لحظات قابل پیش‌بینی، کنترل شده و آرامش‌بخش هستند. یک برند هوشمند، قهوه را نه به عنوان یک منبع کافئین، بلکه به عنوان لنگرگاه این آیین روزانه به فروش می رساند. آنها به جای فروش قهوه در پاکت های بزرگ، یک «سیستم» بسته و انحصاری خلق کردند: دستگاه های شیک و مینیمال که با کپسول های کوچک و جواهر مانند کار می کنند. تبلیغات آنها با حضور جورج کلونی، هرگز درباره منشأ دانه های قهوه صحبت نمی کند؛ آنها یک سبک زندگی، یک لحظه از پیچیدگی و ظرافت اروپایی را به نمایش می گذارند. بوتیک های نسپرسو بیشتر شبیه به جواهرفروشی های لوکس هستند تا فروشگاه قهوه. تمام این اکوسیستم با دقت مهندسی شده تا این پیام را منتقل کند: «شما نیازی به متخصص بودن ندارید تا از یک قهوه بی نقص لذت ببرید. با فشار یک دکمه، می توانید یک لحظه تجمل روزانه را برای خود خلق کنید.» آنها قهوه نمی فروشند؛ آنها دسترسی آسان به یک احساس خوب را می فروشند.

از مزرعه تا فنجان: روایتگری به مثابه گواهی اعتبار

در عصری که مصرف کنندگان به طور فزاینده ای به دنبال شفافیت، اصالت و داستان های انسانی در پس محصولات خود هستند، روایت کردن داستان «منشأ»، به یک ابزار استراتژیک قدرتمند تبدیل شده است. این استراتژی، قهوه را از یک کالای بی نام و نشان به یک محصول کشاورزی با یک شجره نامه مشخص تبدیل می کند. صحبت کردن درباره یک منطقه خاص در اتیوپی، معرفی خانواده کشاورزی که نسل به نسل این دانه ها را کشت کرده اند یا توضیح دقیق فرآیند منحصربه فرد فرآوری، لایه هایی از عمق، معنا و ارزش را به محصول اضافه می کند. این داستان ها، به مشتری اجازه می دهند تا احساس کند با خرید خود، نه تنها این رویکرد، تمام تمرکز را از «آنچه در فنجان است» به «احساسی که آن فنجان در شما ایجاد می کند» منتقل می نماید. این استراتژی، با خلق یک تجربه یکپارچه، بی دردسر و از نظر زیبایی شناختی لذت بخش، یک عادت ساده را به یک لحظه ضروری از مراقبت از خود و تجمل شخصی تبدیل می کند که مشتری حاضر است برای تکرار هر روزه آن، هزینه کند. اینجاست که وفاداری واقعی شکل می گیرد؛ نه به طعم، بلکه به آن احساس ثبات و آرامشی که برند به زندگی روزمره مشتری هدیه می دهد. نسپرسو، نمونه ای بی نقص از معماری یک آیین مدرن است. این برند هرگز خود را در رقابت مستقیم با تولیدکنندگان قهوه سنتی قرار نداد. آنها به جای فروش قهوه در پاکت های بزرگ، یک «سیستم» بسته و انحصاری خلق کردند: دستگاه های شیک و مینیمال که با کپسول های کوچک و جواهر مانند کار می کنند. تبلیغات آنها با حضور جورج کلونی، هرگز درباره منشأ دانه های قهوه صحبت نمی کند؛ آنها یک سبک زندگی، یک لحظه از پیچیدگی و ظرافت اروپایی را به نمایش می گذارند. بوتیک های نسپرسو بیشتر شبیه به جواهرفروشی های لوکس هستند تا فروشگاه قهوه. تمام این اکوسیستم با دقت مهندسی شده تا این پیام را منتقل کند: «شما نیازی به متخصص بودن ندارید تا از یک قهوه بی نقص لذت ببرید. با فشار یک دکمه، می توانید یک لحظه تجمل روزانه را برای خود خلق کنید.» آنها قهوه نمی فروشند؛ آنها دسترسی آسان به یک احساس خوب را می فروشند.

از مزرعه تا فنجان: روایتگری به مثابه گواهی اعتبار

در عصری که مصرف کنندگان به طور فزاینده ای به دنبال شفافیت، اصالت و داستان های انسانی در پس محصولات خود هستند، روایت کردن داستان «منشأ»، به یک ابزار استراتژیک قدرتمند تبدیل شده است. این استراتژی، قهوه را از یک کالای بی نام و نشان به یک محصول کشاورزی با یک شجره نامه مشخص تبدیل می کند. صحبت کردن درباره یک منطقه خاص در اتیوپی، معرفی خانواده کشاورزی که نسل به نسل این دانه ها را کشت کرده اند یا توضیح دقیق فرآیند منحصربه فرد فرآوری، لایه هایی از عمق، معنا و ارزش را به محصول اضافه می کند. این داستان ها، به مشتری اجازه می دهند تا احساس کند با خرید خود، نه تنها یک فنجان قهوه عالی می نوشد، بلکه در حال حمایت از یک جامعه، یک سنت و یک رویکرد اخلاقی است. این روایت، قدرتمندترین سپر دفاعی در برابر کالایی شدن و رقابت صرف بر سر قیمت است.

یک برند ایتالیایی با سابقه مانند لاواتزا می تواند این استراتژی را برای ارتباط با نسل جدید مصرف کنندگان به کار گیرد. تصور کنید لاواتزا یک خط جدید از قهوه های تک خاستگاه را عرضه می کند. کمپین بازاریابی این محصول، به جای تمرکز بر طعم، می تواند بر روی یک مستند کوتاه و زیبا در مورد یک دهکده خاص در کوه های پرو متمرکز شود. این مستند، زندگی روزمره کشاورزان، چالش های آنها با تغییرات آب و هوایی و روش های سنتی و پایداری که برای کشت قهوه به کار می برند را به تصویر می کشد.

بسته بندی خود محصول نیز می تواند دارای یک کد کیوآر باشد که با اسکن آن، مشتری به پروفایل آنلاین همان خانواده کشاورز و داستان شان متصل می شود. در این سناریو، یک فنجان قهوه، به یک پنجره رو به دنیایی دیگر و یک ارتباط انسانی مستقیم تبدیل می شود. مشتری با نوشیدن آن، نه تنها طعم های جدید را کشف می کند، بلکه احساس می کند بخشی از یک داستان بزرگ تر و معنادار است.

کافه به مثابه صحنه نمایش زندگی دیجیتال

مفهوم کافه به عنوان فضای سوم (یک مکان اجتماعی بین خانه و محل کار) توسط استارباکس به جهان معرفی شد، اما نسل جدید این مفهوم را یک قدم بزرگ به جلو برده است. کافه های موفق امروز، فقط مکانی برای نوشیدن قهوه نیستند؛ آنها «استودیوهای محتوا» هستند که برای به اشتراک گذاری در شبکه های اجتماعی طراحی شده اند. از طراحی داخلی و نورپردازی گرفته تا هنر پیچیده روی لاته و لیوان های خوش عکس، تمام جزییات با این هدف مهندسی شده اند که مشتری را به تولیدکننده محتوای رایگان برای برند تبدیل کنند. در این مدل، خود فضا به اندازه قهوه اهمیت دارد. این یک همزیستی کامل است: مشتری یک پس زمینه زیبا برای داستان زندگی دیجیتال خود به دست می آورد و برند، در مقابل، از معتبرترین شکل تبلیغات یعنی تایید اجتماعی توسط یک فرد واقعی، بهره مند می شود. موفقیت در این حوزه، به معنای طراحی فضایی است که مردم نه تنها دوست دارند در آن قهوه بنوشند، بلکه دوست دارند «دیده شوند» که در آن قهوه می نوشند.

استارباکس، استاد بلامنازع این استراتژی است. معرفی نوشیدنی های فصلی مانند لاته کدو حلوایی یک نبوغ بازاریابی است که بسیار فراتر از خود محصول عمل می کند. این نوشیدنی، خود به یک پدیده فرهنگی، یک نماد از آغاز فصل پاییز و مهمتر از همه، یک اکسسوری برای عکس های اینستاگرام تبدیل شده است.

هزاران نفر منتظر بازگشت این نوشیدنی در هر سال هستند، نه لزوما برای طعم آن، بلکه برای شرکت در یک آیین فرهنگی جمعی و به اشتراک گذاشتن آن. لیوان های قرمز رنگ استارباکس در فصل تعطیلات کریسمس نیز همین نقش را ایفا می کنند. مشتری با به اشتراک گذاشتن عکسی از لیوان خود، به دوستانش نمی گوید «من قهوه می نوشم»، بلکه می گوید «من در حال و هوای تعطیلات هستم و این سبک زندگی من است». در این مدل، محصول به یک ابزار برای ابراز هویت شخصی و اجتماعی تبدیل شده است.

سخن پایانی

بازاریابی در دنیای قهوه، در نهایت یک تمرین در حوزه انسان شناسی است. این درک عمیق این واقعیت است که انسان ها محصول نمی خرند، بلکه نسخه های بهتری از خودشان را می خرند. آنها قهوه نمی خرند، بلکه آن لحظه آرامش در ابتدای یک روز شلوغ را می خرند. آنها یک پاکت قهوه گران قیمت نمی خرند، بلکه داستانی از سفر و اصالت را می خرند. آنها یک صندلی در یک کافه نمی خرند، بلکه احساس تعلق به یک جامعه را می خرند. چالش نهایی برای هر برندی در این صنعت، پاسخ دادن به یک سوال ساده اما بنیادین است: فنجان قهوه ما به مشتریان‌مان کمک می کند تا چه داستانی را درباره خودشان بگویند؟ برندهایی که بتوانند پاسخی معنادار، معتبر و جذاب به این سوال بدهند، نه تنها یک کسب و کار موفق، بلکه یک جایگاه ماندگار در فرهنگ خواهند ساخت.

منابع:

https://perfectdailygrind.com/۰۶/۲۰۲۵/which-marketing-strategies-work-for-coffee-businesses

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

| شنبه | ۲۴ آبان ۱۴۰۴ | شماره ۲۸۱۸ | صفحه ۸ |

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: صمیم

دفتر مرکزی: تهران، خیابان ولیعصر، خیابان زرتشت غربی، روبروی بیمارستان مهر پلاک ۴۵، طبقه سوم شرقی

دفتر مرکزی: ۸۸۹۹۱۹۲۷

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

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR