روزنـامه مدیریتـی - اقتصـادی

فرصت امروز

بـرای کسـب وکـار آفـرینی

شنبه
۶ مرداد ۱۴۰۳

Sat.27 Jul 2024
۲۱ محرم ۱۴۴۵ - سـال نهم
شماره ۲۵۰۹
۸ صفحه - ۵۰۰۰ تومان

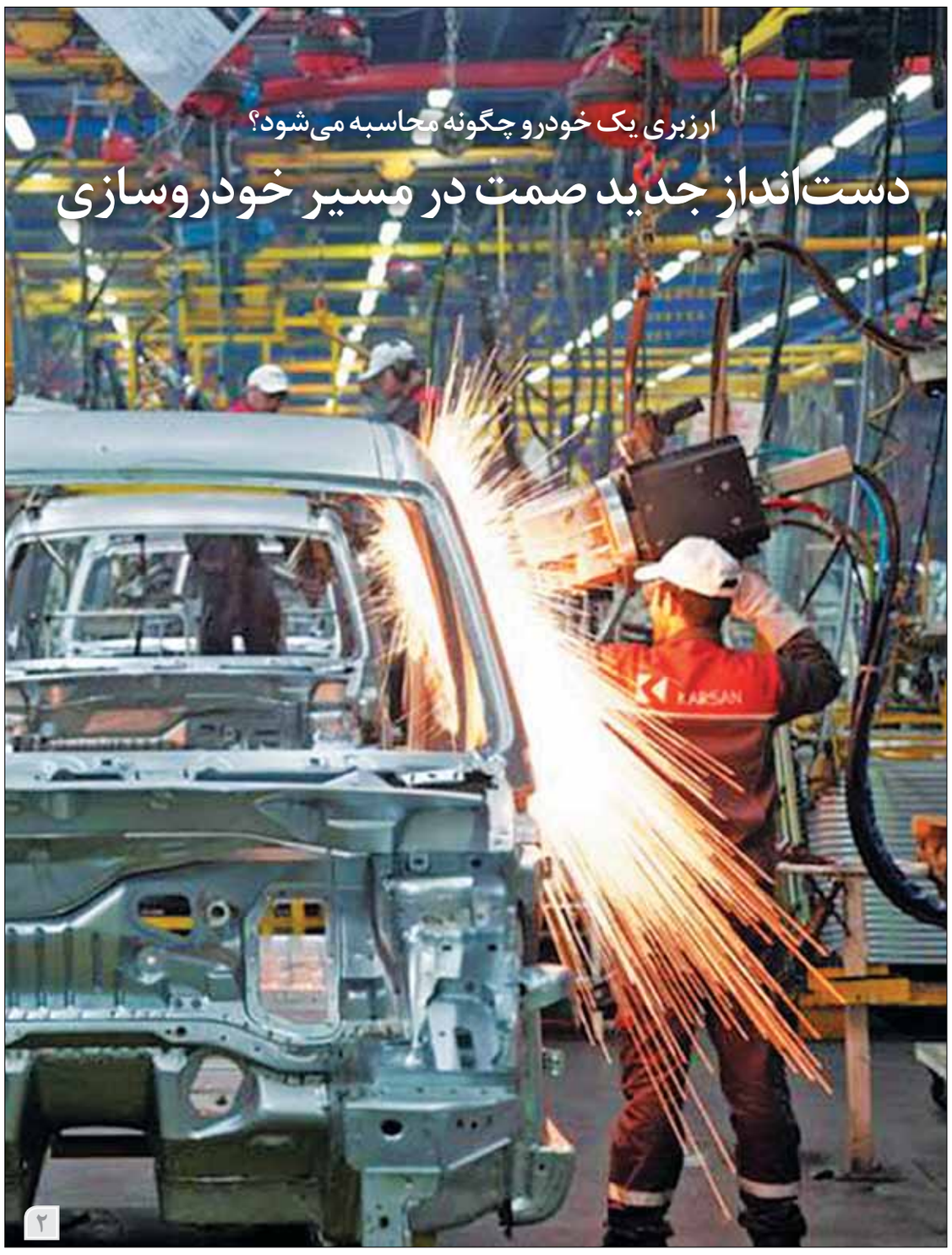
www.forsatnet.ir

دماسنج اصلی تالار شیشه‌ای در معاملات هفته گذشته یک کانال پایین آمد

ریزش یک درصدی بورس تهران

فرصت امروز: شـاخص کل بورس تهران در مجموع معاملات هفته گذشـته بیش از ۲۷ هزار واحد افت کرد و به محدوده ۲ میلیون و ۱۰۰ هزار واحدی سقوط کرد. در این هفته همچنین حجم خروج سرمایه حقیقـی افزایش یافت و در مجمـوع کل هفته ۶۰۰ میلیارد تومان پول حقیقی از بازار سـهام خارج شد. شاخص کل بورس در آخرین روز کاری هفته گذشته به سطح ۲ میلیون و...

۴



ارزبری یک خودرو چگونه محاسبه می‌شود؟

دست‌انداز جدید صمت در مسیر خودروسازی

۲

بیش از ۲۸۱ میلیارد دلار در ۲۰ سال گذشته ارزپاشی شده است

دومینوی اشتباهات سیاستگذاری ارزی

فرصت امروز: تعدد نرخ‌های رسمی و فاصله معنادار با بازار غیررسمی، اتکای سیاستگذار به آمار عرضه و تقاضا در سامانه نیما، عدم پذیرش واقعیت افزایش نرخ ارز متناسب با واقعیت‌های اقتصادی و اصرار بر سیاست شکست‌خورده تثبیت نرخ رسمی ارز، خروج مقادیر هنگفتی ارز (به صورت اسکناس و حواله) از فرآیندهای رسمی و...، همگی نشان می‌دهد که تصمیمات اشـتباه و شکست خورده گذشته در حال تکرار است. یکی از چالش‌های اصلی سیاستگذاری ارزی کشـور، استمرار مداخلات دولت در بلندمدت است که عموما در قالب نرخ‌گذاری‌های متعدد صورت می‌پذیرد. حتی در آزادترین اقتصادهای جهان نیز همواره درجه‌ای از نظارت توسط دولت‌ها اعمال می‌شود. بنابراین در اقتصادی همچون ایران که با شـوک‌های متعدد از جمله تحریم‌های خارجی مواجه اسـت، مداخله و کنترل دولت تا حدودی پذیرفته است، اما استمرار این مداخلات و تبدیل آن به یک سیاست دائمی موجب می‌شود این سیاست تبدیل به مانع بزرگ‌تری برای اقتصاد کشور شود که به دنبال خود نااطمینانی‌ها و نوسانات اقتصادی بسیاری به همراه خواهد داشت.

براساس آمارهای رسمی در ۲۰ سال اخیر، حدود ۲۸۱ میلیارد دلار برای کاهش نرخ بازار آزاد، در بازار ارز مداخله شده است که عملا صرف اعطای رانت به افراد و گروه‌های خاصی شده و در واقع می‌توان گفت که هزینه‌کرد این رقم، هزینه اجرای یک سیاست ارزی اشتباه بوده است. این آماری است که معاونت بررسی‌های اقتصادی اتاق تهران منتشر...

۲

بازوی پژوهشی بخش خصوصی در یک گزارش پژوهشی بررسی کرد

نقشه جهش تولید با مشارکت مردم

۳

مدیریت و کسب‌وکار

برندهای ورزشی چطور بازاریابی می‌کنند؟

یکی از تفریح‌ها و سرگرمی‌های اصلی مردم در سراسر دنیا ورزش است. فرقی ندارد شما در چه سن و سالی باشید، در هر صورت بازی‌هایی مثل فوتبال یا بدمینتون می‌تواند ساعت‌ها شما را سرگرم کرده و در نهایت گذر زمان را هم حس نکنید. نکته‌ای که در این میان مهم اسـت، تبدیل همین سـرگرمی‌های ورزش بین صنعتی پرسود در دنیاست. به طوری که این روزها برندهایی مثل نایک یا حتی تیم‌های ورزشی کزو پولسازترین کسب و کارهای دنیا محسوب می‌شوند. شاید فکر کنید برندهای ورزشی فقط به خاطر جذابیت رشته‌ها مورد توجه قرار می‌گیرند. خب در این صورت باید کمی دیدگاه‌تان را تغییر دهیم. نه تنها رشته‌هایی مثل بسکتبال در طول دهه‌های متمادی تغییر کرده‌اند، بلکه پای بازاریابی نیز در میان است. خب پیش خودتان که فکر نکرده‌اید برندهای بزرگ دنیا همین طور دسـت روی دسـت گذاشته‌اند تا شـما به طور طبیعی از رشته‌های ورزشی خوش‌تان...

۸

سرمقاله

چشم‌انداز بانکداری در برنامه هفتم

علی نظافتیان
دبیر کمیسیون حقوقی
کانون بانک‌ها

دولت سـیزدهم، «لایحه برنامه توسـعه هفتم» را در سال ۱۴۰۲ تقدیم مجلس کرده اسـت، اما در اوایـل تیرماه امسـال قانون ۱۲۰ ماده‌ای به نام «لایحه برنامه هفتم پیشـرفت جمهـوری اسـلامی» توسط «محمد مخبر»، سرپرست محترم نهاد ریاست‌جمهوری رسما بـه دسـتگاه‌های اجرایی ذی‌ربط ابلاغ شد. آیا دولت، لایحه‌ای بدین نام را به مجلس ارائه کرده است؟ پاسـخ به این پرسش قطعا منفی اسـت. اندکی بررسـی رسـانه‌ای نشـان می‌دهد که دولت در اوایل سـال گذشـته، لایحه خود تحت عنوان «برنامه هفتم توسـعه» را به مجلس تقدیم کرده اسـت. اما در نهایـت، خروجـی مجلـس از حیث تغییر نام و نام‌گذاری جدید قانـون، تبدیل واژه «توسـعه» به واژه «پیشـرفت» بوده اسـت. آیا «توسـعه» مغایر با شرع یا اصول قانون اساسـی اسـت و بایسـتی به‌جـای آن از واژه «پیشـرفت» اسـتفاده کرد؟ با توجه به تصویب مجموعا شـش برنامه توسعه پنج ساله در همین مجلس، اقدام برای توسعه کشـور، نه با شـرع مغایر است و نه با اصول قانون اساسی در تضاد است. به نظر می‌رسد ظاهرا واژه «توسـعه» بـا مبانی فکری و اعتقـادی تعـدادی از نمایندگان محتـرم مجلس چندان همخوانی نداشـته اسـت؛ وگرنه بـا تبدیل کلمه «توسـعه» به «پیشرفت»، هیچ تحول اساسـی در کشور رخ نخواهد داد.

ادامه در همین صفحه

چشم‌انداز بانکداری در برنامه هفتم

قانون مورد بحث به تصویب نهایی رسـیده و رسـما ابلاغ شده اسـت؛ بنابراین لازم‌الاجراسـت و برنامـه کلان کاری دولت برای «توسـعه» یا همان «پیشرفت» کشـور در پنج سال آینده است. بدیهی است که براساس اهداف پیش‌بینی‌شده و در صورت اجرای کامـل و موفق، ماحصـل این برنامه نویدبخش رشـد ۸ درصدی اقتصـاد ایـران خواهد بود، اما باید توجه داشـت کـه اجرای یک برنامـه، با تنظیم و طراحـی آن کاملا متفاوت اسـت. در مرحله اجرای برنامه، صدها مشکل پیش‌بینی‌شده با موانع پیش‌بینی‌نشده در انتظار مجریان برنامه خواهـد بود. کمبود منابع مالی، افزایش نرخ تورم و در برخی موارد، فسـادهای اداری از جمله شـایع‌ترین موانـع اجرای مطلوب و به‌موقع برنامه‌های مصوب اسـت. از یکی از نخسـت‌وزیران دوران شـاه، نقل است که گفته است تحقق ۶۰ درصدی اهداف برنامه‌های عمرانی را موفق دانسـته است. در این زمینه، یافته‌های یک گزارش پژوهشی درباره میزان موفقیت برنامه توسعه ششم جالب‌توجه است. گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسـلامی از ارزیابی «احکام مجموع دو قانون برنامه ششم توسعه و قانون احکام دائمی برنامه‌های توسعه کشور» حاکی از آن است که مطابق با ارزیابی مرکز پژوهش‌ها، تقریبا ۳۸ درصد احکام قوانین برنامه توسعه ششم و احکام دائمی برنامه‌های توسعه کشور، موفقیت حداقلی داشته‌اند.

بـا این اوصـاف، در پروسـه قانون‌گذاری بایسـتی بین مرحله طراحـی و تصویب نهایی و محل اجرای برنامه ظرف چند سـال تفاوت گذاشت. در مرحله طراحی برنامه، دولت و مجلس بایستی افـق دید خود را بسـیار بسـیار بالاتر از افق دیـد مردمان عادی کوچه و بـازار تنظیم کنند و برای برنامه‌ریزی به‌اصطلاح معروف، فقط تا نوک بینی خود را نبینند و دقیقا مشـخص کنند که این برنامه را برای چند سـال یا چند دهه آینده و با چه میزان هزینه قابل‌پیش‌بینی تنظیم می‌کنند؛ مثلا برنامه احداث یک خط ریلی، یا یک بزرگراه بین دو استان کشور برای مدت یکی دو ساله نیست بلکه برای حداقل چند دهه اسـت. پس تنظیم چنین برنامه‌ای را نمی‌توان سرسـری گرفت و بایسـتی حداقل برای سه دهه آینده برآورد کرد که نیازهای منطقـه‌ای برای این خط ریلی یا بزرگراه چقدر اسـت و چگونـه می‌توان آن را با حداقـل هزینه اجرا کرد. بنابراین وسعت نظر طراحان و تصویب‌کنندگان یک برنامه، شرط ضروری موفقیت در اجرای آن برنامه است. در صنعت بانکداری نیز همین قاعده حاکم اسـت و باید قوانین بانکی به گونه‌ای طراحی شـوند که نظام بانکی کشـور را با پیشـرفت‌های سریع و مستمر صنعت بانکداری دنیا متوازن سـازد. بدین جهت نمی‌توان انتظار داشت که از یکسو بانکداری جهانی به حدی از توسعه و پیشرفت رسـیده است که در کسری از ثانیه، نقل‌وانتقالات پیچیده مالی را در تمامی نقاط دنیا انجام می‌دهد و با کمترین تشـریفات حقوقی و قانونی، تسهیلات و خدمات حقوقی را به مردم ارائه می‌کند، اما از سـوی دیگر مقررات بانک مرکزی ما، مسئولان شعب را موظف می‌سـازد که مبانی حقوقی و قانونی تسهیلات و تعهدات بانکی را به مشـتریان بانک‌ها آموزش دهند و به‌اصطلاح بخشـنامه‌ای، به مشـتریان «تفهیم» کنند. بانک‌ها که مرکـز آموزش بانکداری به مردم نیست. این کندی عملیات و دستوری بودن فرآیندهای بانکی با هر توجیهی به هیچ وجه با سـرعت پیشـرفت بانکداری جهانی همخوانی ندارد و حرکت تدریجی قطار بانکی کشـور را به‌شـدت کند و آهسته خواهد کرد.

اما فـارغ از این مباحث و حواشـی، فصـل دوم «لایحه برنامه هفتم توسـعه» (مواد ۷ تا ۱۲) بـه اصلاح نظام بانکی و مهار تورم پرداخته اسـت. همین مواد البته با مختصـر تغییراتی در «قانون برنامه هفتم پیشرفت» تصویب شده است. در برنامه هفتم توسعه، مباحثی همچون نحوه افزایش سـرمایه بانک‌های ناتراز خصوصی و دولتـی و اقدامات تنبیهی در صورت اسـتنکاف بانک‌های ناتراز از افزایش سـرمایه، تشـکیل شـرکت دولتی مدیریـت دارایی‌ها (با شـرکت فروش اموال مازاد بانک‌ها، یعنی شـرکت فام اشتباه نشود)، مقررات ضمانت سپرده‌های بانکی، احکام مربوط به نظارت بر مؤسسـات اعتباری و بازارهای غیرمتشکل پولی، تکلیف بانک مرکزی به راه‌اندازی «سـامانه املاک و مستغلات شبکه بانکی» و الزام بانک‌ها به درج اطلاعات مربـوط به اموال و دارایی‌های خود در این سامانه مورداشاره قرار گرفته و تاکید شده است که در این زمینه «مسئولیت تشخیص املاک، مسـتغلات و سهام غیرمازاد مؤسسات اعتباری و تأیید مازاد نبودن آنها در سامانه‌های موضوع جزء (۱) این بند در چارچوب دستورالعمل مذکور در جزء (۱-۲) برعهده بانک مرکزی اسـت.» در این برنامه همچنین بر تسـهیل ایجاد نظام اعتبارسنجی و الگوی وثیقه‌گیری کالایی تاکید شده و آمده است که «دستورالعمل اجرائی تأسیس و فعالیت صندوق‌های قرض‌الحسـنه را به منظور توسـعه قانونمند این صندوق‌ها تهیه نموده و به تصویب هیأت عالی بانک مرکزی برساند. بانک مرکزی می‌تواند در امر نظارت بر صندوق‌های قرض‌الحسـنه در چارچوب مصوب هیأت عالی بانک مرکزی از ظرفیت بانک‌های قرض‌الحسنه یـا سـازمان اقتصاد اسـلامی ایران یـا کانون‌هـای صندوق‌های قرض‌الحسـنه با مسئولیت خود استفاده کند.» همچنین در مورد مقررات مربوط به عملیات بانکی تاکید شـده اسـت که «اعطای اعتبار جدید توسـط بانـک مرکزی به مؤسسـات اعتباری بدون دریافـت وثیقه، ممنوع اسـت. نـوع و میزان وثایـق قابل‌پذیرش توسط هیأت عالی بانک مرکزی تعیین می‌شود.» و اینکه «از زمان لازم‌الاجرا شـدن این قانون، هرگونه استفاده دولت و شرکت‌های دولتی از منابع شبکه بانکی باید در قالب تحویل اوراق مالی اسلامی قابل‌معامله در بازار سرمایه به مؤسسات اعتباری صورت گیرد.»

انتظام‌بخشی به عملیات بانکی، بخشی دیگر از برنامه‌های دولت اسـت، با تأکید بر آنکه در صورت انعقاد قرارداد اعطای تسهیلات یا ایجاد تعهد بدون اخذ شناسـه یکتای صادرشده از «سمات» یا عدم تطابق اطلاعات «سـمات» با مفاد قرارداد منعقد شده، سود تسـهیلات و کارمزد ضمانت‌نامه و اعتبارات اسنادی برای شخص حقوقی ذی‌نفع به‌عنوان هزینه قابل‌قبول مالیاتی پذیرفته نمی‌شود و همچنیـن اینکه بانک مرکزی مکلف اسـت تا پایان سـال اول برنامه، دسـتورالعمل پرداخت تسـهیلات اعتبار در حساب‌جاری برای سرپرسـتان خانوار دارای درآمد منظم، مستمری یا یارانه را به تصویب هیأت عالی بانک مرکزی برساند. در برنامه هفتم توسعه همچنین به مقررات ارزی پرداخته شده و مقرر شده است که «در طول اجرای برنامه توسعه هفتم، مسئولیت ثبات‌بخشی به نرخ ارز و تک رقمی کردن تورم و جهت‌دهی به نقدینگی و اعتبارات بانک‌ها به سمت فعالیت‌های مولد در چهارچوب وظایف و اختیارات قانونی برعهده بانک مرکزی اسـت.» انتظام‌بخشی به عملکرد بانک‌ها نیز از دیگر مشخصات مقررات بانکی برنامه هفتم است. ارجاع فعل یا ترک فعل مدیران بانک‌ها به هیأت انتظامی بانک مرکزی یا مراجع قضایی هم از دیگر ویژگی‌هـای برنامه هفتم و قانون جدید بانک مرکزی است.

در مجموع، به‌عنوان یک کارشـناس که حداقل با الفبای حقوق آشناسـت، متوجه نمی‌شـوم که مبانی حقوقی این بند از مقررات «برنامه هفتم پیشرفت» چیست: «مهلت ثبت اطلاعات مربوط به املاک، مستغلات و سهام مؤسسات اعتباری در سامانه‌های موضوع این جزء، شـش ماه پس از ابلاغ دستورالعمل بانک مرکزی در این زمینه است. پس از انقضای مهلت فوق چنانچه دارایی‌های متعلق به مؤسسات اعتباری کشف شود که در سامانه‌های موضوع این جزء ثبت نشده باشد، به موجب این قانون به شرکت مدیریت دارایی‌های شـبکه بانکی موضوع بند «پ» این ماده منتقل می‌شود و هرگونه نقل‌وانتقال یا توثیق آنها توسـط مؤسسـات اعتباری فاقد اعتبار و بلااثر اسـت.» سـوال این است که چگونه و براسـاس کدام مبنا و منطـق حقوقی می‌توان به‌صرف عـدم ثبت اطلاعات یک ملک در «سـامانه املاک و مستغلات شـبکه بانکی»، مالکیت آن را از یک بانک سلب کرد؟ مگر اموال بانک‌ها در نهایت اموال سهامداران آن نیست؟ آیا به همین راحتی سلب مالکیت صورت می‌گیرد؟ در حال حاضر، نظام بانکی ایران نیازمند توسعه و پیشرفت است تا در عرصه بانکداری بین‌المللی، حرفی برای گفتن داشته باشد و بتواند در بازار رقابت خدمات بانکی وارد شـود، اما آیا با این‌همه مقررات مختلف بانکـی و در صورت اجرای کامل و بی‌نقص و عیب آن، به این مهم خواهیم رسید؟ به راستی، نظام بانکی کشور در پایان برنامه هفتم توسعه در کجا خواهد ایستاد و آیا در پایان این برنامه از بانک‌های معتبری در کلاس لویدز بانک و سیتی بانک برخوردار خواهد بود؟

در پاسخ به این پرسش، اگر احکام مصوب مجلس در ارتباط با اصلاح نظام بانکی را در قانون برنامه هفتم پیشرفت، یا قانون جدید بانک مرکزی به‌دقت مورد بررسی قرار دهیم، متوجه خواهیم شد که در این مجموعه قوانین بانکی، هیچ نشـانی از برنامه توسـعه بانکـداری داخلی یـا بین‌المللی و ایجاد گشـایش برای تعاملات بین‌المللـی بانک مرکزی و شـبکه بانک‌هـای خصوصی و دولتی متصور نیست و به نظر می‌رسد که در قوانین مورد اشاره، صحبت بیشـتر بر سر «بایدها و نبایدها» در عرصه نظام بانکی است. تنها مطلبی که می‌توان از این مقررات بانکی اسـتنباط کرد، این است که در صورت اجرای موفق در پایان برنامه هفتم، ان‌شـاءالله شاهد کاهش رشـد نقدینگی تا سـطح ۱۳،۵ درصد و کاهش نرخ تورم به ۱،۵ درصد و همچنین کاهش اضافه برداشـت بانک‌ها از بانک مرکـزی به میزان ۲۰ درصد در هر سـال خواهیم بود اما در بازار داخلی، ایجاد فضای رقابتی بین بانک‌ها برای ارائه خدمات هرچه بهتر بانکی به مردم بسـیار ضروری اسـت. لازم به توضیح اسـت که براسـاس «قانون اجازه تأسیس بانک‌های غیردولتی»، مصوب سال ۱۳۷۹، «به‌منظور افزایش شـرایط رقابتی در بازارهای مالی و تشـویق پس‌انداز و سـرمایه‌گذاری و ایجاد زمینه رشد و توسعه اقتصادی کشـور و جلوگیری از ضرر و زیان جامعه باتوجه‌به ذیل اصـل چهل و چهارم (۴۴) قانون اساسـی و در چارچوب ضوابط، قلمرو و شرایط تعیین شده در زیر (داشتن تجربه و دانش لازم در این کار، از نظر مالی توان تأمین سرمایه لازم و انجام کار را داشته باشد، عدم داشتن هرگونه سوءپیشینه اعم از مالی و اخلاقی)، اجازه تاسیس بانک توسـط بخش غیردولتی داده می‌شود.» اما تاکنون هیـچ کدام از دولت‌ها، اقدامات لازم برای ایجاد فضای رقابتی بین بانک‌های دولتی و خصوصی برای ارائه خدمات بهتر بانکی به مردم را فراهم نیاورده اسـت. البته باید توجه داشت که با تبدیل هیأت انتظامی بانک مرکزی به شبه دادگستری و با تخلف انگاری فعل یا ترک فعل مدیران بانکی، نمی‌توان مشکلات و نابسامانی‌های ناشی از توسعه‌نیافتگی شبکه بانکی کشور را حل نمود و عملیات بانکی را عـاری از ربـا کرد. توقع مردم از قانونگذار، این اسـت که در هر بخش، نقشـه راه پیشرفت و توسعه‌یافتگی کشور را با دوراندیشی و برنامه‌ریزی دقیق مشخص کند. متاسفانه در قانون برنامه هفتم توسعه و همچنین قانون جدید بانک مرکزی، مشخص نیست که هـدف قانونگذار از این‌همه قانون و بایدهـا و نبایدهای فراوان در امور بانکی، رسـاندن نظام بانکی کشور به کدام مرحله از پیشرفت و توسـعه‌یافتگی اسـت؛ مثلا در مورد تأسـیس شرکت مدیریت دارایی‌های شـبکه بانکی از سـوی بانک مرکزی، آیا این شـرکت دولتی اسـت یا غیردولتی؟ در صورت دولتی بودن این شرکت، آیا فروش اموال و املاک بانک‌ها، خارج از تشـریفات معاملات دولتی امکان‌پذیر است، یا در این مورد بایستی تشریفات معاملات دولتی را برگزار کرد؟ آیا طراحان این قانون از وجود شـرکت مشـابه در شبکه بانکی کشور، یعنی شرکت فروش اموال مازاد بانک‌ها (فام) اطلاع نداشـته‌اند؟ پس دیگر چه لزومی به تاسـیس یک شرکت عریض و طویل دولتی مشابه است؟

گفتار پایانی آنکه، بانکداری فقط امر و نهی و پرداخت تسهیلات دستوری نیست. واقعیت آن است که در برنامه هفتم پیشرفت، نه تنها نشـانی از برنامه توسعه یافتگی شبکه بانکی کشور در دست نیسـت، بلکه بالعکس، آشفتگی متن و محتوا در بسیاری از موارد به چشـم می‌خورد و در نتیجه، به اصلاح کارشناسـی عمیق نیاز دارد. در آستانه تشـکیل کابینه دولت چهاردهم، امید می‌رود که سـکانداران آینده بانک مرکزی و شبکه بانکی کشور (و نه کسانی که حتی یک روز هم سـابقه کار بانکی ندارند) در دولت منتخب با مشورت و تعامل فکری «شورای هماهنگی بانک‌های دولتی» و «کانون بانک‌ها و موسسات اعتباری خصوصی» بتوانند برنامه‌های مغتنمی برای توسـعه‌یافتگی بانکداری ایـران طراحی کرده و به تصویب مراجع مربوطه برسانند.

رقابت ۱۰ هزار ورزشکار از ۲۰۶ کشور جهان در شهر پاریس

مسابقات المپیک ۲۰۲۴ آغاز شد

سـرانجام انتظارها به پایان رسـید و مسابقات المپیک ۲۰۲۴ پاریس از روز گذشـته با برگزاری مراسـم افتتاحیه رسـما آغاز شـد. این سومین باری است که شـهر پاریس میزبان مسابقات المپیک اسـت. پایتخت فرانسـه در سـال‌های ۱۹۰۰ و ۱۹۲۴، میزبانی المپیک را به عهده داشـت و حالا پس از یکصد سـال و برای سـومین بار میزبان مسـابقات المپیک اسـت. شهرهای لس‌آنجلس، هامبورگ، رم و بوداپست از جمله نامزدهای میزبانی المپیک ۲۰۲۴ بودند که نهایتا قرعه فال به نام شهر پاریس افتاد. لس‌آنجلس نیز میزبانی دوره بعدی مسـابقات المپیک در سـال ۲۰۲۸ را برعهده خواهد داشت. مراسم افتتاحیه المپیک ۲۰۲۴، عصر جمعه در کنار رود سـن در پاریس برگزار شـد و ورزشگاه استادوفرانس همچون مراسم افتتاحیه، میزبانی مراسم اختتامیه را به عهده خواهد داشت.

مسابقات المپیک ۲۰۲۴ با حضور ۱۰ هزار و ۷۱۴ ورزشکار از ۲۰۶ کشـور جهان از امروز برگزار می‌شود. البته مسابقات رشته فوتبال پیش از این آغاز شـده بود. تعداد ورزشـکاران حاضر در المپیک پاریس نسبت به دوره قبل، یعنی المپیک توکیو کاهش پیدا کرده اسـت و در حالـی که در المپیک توکیـو ۱۱ هزار و ۲۳۶ ورزشـکار حاضر بودند ولی این تعـداد در المپیک پاریس به ۱۰ هزار و ۷۱۴ ورزشـکار تقلیل یافته است. همچنین تعداد رشـته‌های ورزشی از ۳۳ رشـته به ۳۲ رشته کاهش پیدا کرده و تعداد رویدادهای ورزشـی هـم از ۳۳۹ رویداد به ۳۲۹ رویداد کاهش یافته است. آمریکا با ۵۹۲ ورزشکار، فرانسه ۵۷۳، استرالیا ۴۶۰، آلمـان ۴۲۷، ژاپن ۴۰۴، چین ۳۸۸، اسـپانیا ۳۸۲، ایتالیا ۳۶۱ و بریتانیا ۳۲۷ ورزشـکار به‌ترتیب صاحب بیشترین تعداد نماینده در ایـن دوره از رقابت‌ها هسـتند. کوچک‌ترین کاروان المپیک پاریس نیز برای کشـورهای بلیز، لسوتو، مالاوی، مالت، مونتسـرات و نائورو اسـت که هر کدام با تنها یک ورزشکار وارد المپیک ۲۰۲۴ شـده‌اند. پیش‌بینی می‌شـود رقابت قهرمانی در المپیک پاریس همچون دوررهای گذشـته باز هم بین آمریکا و چین باشد. آمریکا در المپیک ۲۰۲۰ توکیو با کسب ۳۹ طلا، ۴۱ نقره و ۳۳ برنز برای هفتمین دوره متوالی در رتبه نخسـت قرار گرفت و چین با ۳۸ طلا، ۳۲ نقره و ۱۹ برنز در مکان دوم ایستاد. براساس پیش‌بینی سـایت «Gracenote-Nielsen»، آمریکا در این دوره می‌تواند ۱۲۳ مدال کسب کند و باز هم صدرنشین جدول مدال‌ها باشـد. چین با ۸۷ مدال، بریتانیـا با ۶۲ مدال و فرانسـه با ۵۶ مدال در این پیش‌بینی در رده‌های دوم، سـوم و چهارم هسـتند. عروسک رسـمی المپیک، کلاه فریژی فرانسه اسـت و در این دوره برخلاف همیشـه از یک عروسک به عنوان نماد مسابقات استفاده نشده است. فریژی کلاه یا سرپوشی است که مردم در جریان انقلاب کبیر فرانسـه در سـال ۱۷۸۹ بر سر می‌گذاشتند. فریژی مخصوص پارالمپیک هم یک پای مصنوعی دارد و اولین نماد عروسـکی است که معلولیت آشکار دارد. شعار این عروسک‌ها این است: «به تنهایی، سریع‌تر پیش می‌رویم، اما با هم، مسافت طولانی‌تری را طی خواهیم کرد.» لوگوی بازی‌ها ترکیبی از سه نماد به یاد المپیک، فلسفه المپیک و کشور فرانسه اسـت. رنگ زرد نشان‌دهنده مدال طلا، حالت شعله نماد مشعل المپیک و حالت آن هم نمادی از الهه ماریان است که نماد فرانسه در المپیک (نشان‌دهنده صلح و آرامش) است. دو رشته بیسبال و کاراتـه در المپیـک ۲۰۲۰ توکیو حضور داشـتند ولی در این دوره کنار گذاشته شده‌اند و به جای آنها رشته رقص بریک برای نخسـتین بار در المپیک پاریس وارد شده است که ۳۲ ورزشکار شـامل ۱۶ زن و ۱۶ مـرد در آن رقابـت خواهند کرد. در بخش شـنای موزون هم برای نخسـتین بار بخش مـردان قرار گرفته و در قایقرانی هم کایاک کراس اضافه شـده که شـبیه اسلالوم کانو است ولی زمان در آن تنها فاکتور مهم نیست. همچنین در رشـته قایقرانی بادبانی هم دو رویداد کایت شامل ویندسرفر – آی‌کی‌فویل و کایت‌بوردینگ نسبت به دوره‌های گذشته مسابقات اضافه شده است. موج سواری تنها رشته‌ای است که در خارج از مرزهای فرانسـه و در قلمرو این کشور در جزیره تاهیتی برگزار خواهد شد. مسابقات در منطقه تیهوبو برگزار می‌شود که به امواج بزرگ و قدرتمند شهرت دارد.

کاروان ایران با ۴۰ ورزشـکار در المپیک پاریس حاضر خواهد شـد و «ندا شهسـواری» و «مهدی الفتی» پرچمداران ایران در مراسـم افتتاحیه هسـتند. کاروان ایران در این دوره شامل ۲۹ ورزشـکار مرد و ۱۱ ورزشکار زن است و نسبت به دوره گذشته با کاهش نفرات مواجه شـده است. ایران در المپیک توکیو با ۶۵ ورزشکار شامل ۵۵ مرد و ۱۰ زن حضور یافت و در این دوره ۲۵ سهمیه کمتر دارد. ۴۰ ورزشکار ایران در المپیک پاریس در ۱۴ ورزش مختلف رقابت می‌کننـد. ایران در دوره قبلی المپیک در ۱۷ رشته مختلف حاضر شده بود. ایران در المپیک ۲۰۲۰ توکیو توانست ۳ طلا، ۲ نقره و ۲ برنز کسب کند که از جمع مدال‌آوران دوره قبلـی، «علی داوودی»، «حسـن یزدانـی»، «محمدهادی سـاروی» و «امیرحسـین زارع» در این دوره هم حضور دارند و جالب اینکه هر سه طلایی ایران، یعنی «جواد فروغی»، «سجاد گنـج‌زاده» و «محمدرضـا گرایی» در این دوره غایب هسـتند. رشته‌های والیبال، بسکتبال، بوکس، بدمینتون و کانو در المپیک توکیو موفق به کسـب سهمیه شده بودند ولی در این دوره ناکام هسـتند و کاراته هم از مسـابقات حذف شده اسـت. از طرفی ژیمناستیک و قایقرانی برخلاف دوره قبلی این بار سهمیه دارند.

نگـــــاه

تغییردهنده جریان بازی به روایت «اکونومیست»

استریمینگ چطور ورزش را متحول می‌کند؟

هفته‌نامه «اکونومیست» در سرمقاله این هفته خود به بهانه برگزاری المپیک ۲۰۲۴ پاریس، به مسئله جهانی شدن در ورزش پرداخته است و می‌گوید دو تغییر بزرگ در سمت عرضه و تقاضا به روند جهانی شدن ورزش به عنوان یک سرگرمی کمک می‌کنند. «اکونومیست» در سرمقاله شماره ۲۵ جولای ۲۰۲۴ می‌نویسد: گرچه هیجان هواداران ورزش نسبت به المپیک کم شـــده اســـت، اما تکنولوژی در حال ایجاد تغییرات بزرگ در نحوه تماشـــای ورزش است. از تیم مغولستان با کفتان‌های گلدوزی شده گرفته تا کانادایی‌هایی که کاپشن خلبانی به تن داشتند، راهپیمایی تیم‌ها در المپیک به عنوان نمادی برای جمع شـــدن مردم از کشورهای مختلف طراحی شده اســـت. پیام المپیک به مخاطبان روشن است: در جهان از هم گســـیخته تنها ورزش می‌تواند مردم را دور هم جمع کند. این ایده‌ای الهام‌بخش است، ولی تا حد زیادی هم نادرست است. گرچه بازی‌های المپیک و جام جهانی فوتبال مردان، هر دو مخاطبانی از سراسر کره زمین دارند، ولی باارزش‌ترین تیم‌های ورزشی جهان سرسختانه در برابر جهانی‌سازی مقاومت می‌کنند. لیگ ملی فوتبال آمریکا، ۹۸ درصد از درآمد حقوق رســـانه‌ای خود را در داخل به دســـت می‌آورد. لیگ برتر کریکت هند که حقوق رسانه‌ای آن به طور سالانه بیشتر از المپیک است، ۹۶ درصد درآمد خود را در داخل کشور میزبان خود به دست می‌آورد.

با این وجود، سرانجام جهانی‌سازی برای تغییرات مهم آماده می‌شود. تکنولوژی، نحوه پخش ورزش و لذت تماشاگران از آن را متحول کرده و به انواع لیگ‌های ورزشی، فرصتی برای جهانی شدن می‌دهد. این مسئله نشان‌دهنده یک فرصت بزرگ برای کسب‌وکارها و فرصتی بزرگ‌تر برای تماشـــاگران اســـت؛ چراکه بازی‌هایی که قبلا تنها طرفداران یک کشور را به وجد می‌آورد، حالا مردم ســـایر کشورهای جهان را نیز هیجان‌زده می‌کند و این فرصتی اســـت که شرکت‌های رسانه‌ای باید از آن استفاده کنند. شکســـت ورزش به عنوان یک صادرات در مقایسه با سایر صنایع ســـرگرمی محور به خوبی نشـــان داده می‌شـــود. از اواخر قرن گذشته، هالیوود بیش از نیمی از درآمد باکس آفیس خود را از خارج از کشور به دست آورده است. هنرمندان موسیقی آمریکا حدود یک‌سوم استریم‌های خود و بخش بزرگی از فروش بلیت کنســـرت‌های خود را به شنوندگان خارجی وابســـته هستند. در بازی‌های ویدئویی نیز کنسول‌های ژاپنی و اپلیکیشن‌های چینی، بازیکنانی در سراسر جهان دارند.

از منظر «اکونومیست»، دو تغییر بزرگ به جهانی شدن ورزش کمک می‌کنند. اولین مورد، انقلابی در سمت عرضه است؛ چراکه پخش ورزشی از پخش ملی و کانال‌های کابلی تلویزیون به پلتفرم‌های استریم جهانی تبدیل شده است. نتفلیکس اکنون مخاطبانی در سراسر کره زمین دارد. مستند «رانندگی کن تا زنده بمانی»، آمریکایی‌ها را با فرمول یک آشنا کرد. اپل نیز در ســـال گذشته پخش مسابقات لیگ برتر فوتبال را برای ۱۰۰ کشور جهان شروع کرد. انقلاب دوم اما در سمت تقاضا اتفاق افتاده اســـت. بزرگ‌ترین مانع برای پذیرش ورزش‌های خارجی، این اســـت که برخلاف دیگر انواع ســـرگرمی، تماشـــاگران می‌خواهند به جای بهترین تیم‌ها، تیم خودشان را ببینند. ولی وابستگی طرفداران به تیم‌ها به آرامی جای خود را به ارادت به بازیکنان خاص داده است. رسانه‌های اجتماعی به بازیکنان اجازه می‌دهند دنبال‌کنندگان جهانی داشته باشند که هیچ ارتباطی با تیم آنها یا حتی ورزش‌شان ندارند. ستارگان ورزشی، هواداران سراســـر جهان را به لیگ برتر فوتبال انگلســـتان جذب کرده‌اند. «لیونل مســـی» با ۵۰۰ میلیون دنبال‌کننده در اینســـتاگرام خود، تماشـــاگران جدیدی را به لیگ برتر فوتبال آمریکا جذب کرد.

اما چه کســـی می‌توانـــد در این بـــازی جدید پیروز شـــود؟ در میان شـــرکت‌های رســـانه‌ای، بهتریـــن جایگاه متعلـــق به آنهایی اســـت که وســـیع‌ترین توزیـــع را دارند. لیگ‌ها بیش از هر چیـــزی به دنبال ایجاد دســـترســـی هســـتند و مایلند معاملات کم ســـودتری را با سرویس‌های اســـتریم داشته باشـــند که می‌تواند بازی‌های آنها را در برابر تماشاگران در همـــه جای جهان قرار دهـــد. در این میان، نتفلیکس، آمازون و دیگر پلتفرم‌های جهانی نســـبت به دیگر شـــرکت‌های فعلی، برتری دارند. در میان ســـازمان‌های ورزشی، لیگ‌های بزرگ‌تر بیشترین سود را از توزیع وســـیع‌تر خواهد برد، درست همانطور که استریم موسیقی شنوندگان را به سمت ستاره‌هایی چون «تیلور سوئیفت» هدایت می‌کند. ولی استریم به تقویت محتوای خاص نیز کمک کرده اســـت. ورزش زنان که مدت‌ها نادیده گرفته می‌شـــد، حدود نیمی از خروجی استریم شبکه ESPN را تشکیل می‌دهد. با جهانی شدن، ورزش‌ها با شکایتی روبه‌رو می‌شود که قبلا متوجه سایر صنایع سرگرمی بود: اینکه محتوای خارجی بی‌ارزش، علاقه‌مندان ارزشـــمند محلی را جلب می‌کند. سیاســـتمداران یک قرن پیش نگران بودند که برنامه‌های رادیویی، شنوندگان را وسوسه کند تا به جای گروه‌های محلی، به گروه‌های موسیقی شهرهای بزرگ توجه کنند. اخیرا سیاستمداران اروپایی شـــکایت کرده‌اند که برنامه‌های آمریکایی، بینندگان را از برنامه‌های محلی دور می‌کند.

از نگاه نشریه «اکونومیست»، باید منتظر بیش از اینها هم باشیم؛ زیرا هواداران به جای ستارگان محلی به دنبال افراد مشهور دورافتاده هستند. ولی این حق آنهاست که انتخاب کنند چه ورزشی را می‌خواهند دنبال کنند، همانطـــور که انتخاب می‌کنند چه موســـیقی گوش کنند یا چه فیلمی ببینند. در ورزش، مهمترین چیز رقابت است. سازمان‌های ورزشی که نگران از دست دادن هواداران‌شان در این بازی جدید جهانی هستند باید به شعار المپیک توجه کنند: زمان سریع‌تر و قوی‌تر شدن است.

گفتنی اســـت عصر روز گذشته مراســـم افتتاحیه المپیک ۲۰۲۴ در شـــهر پاریس برگزار شد و این رویداد ورزشی در حالی تا دو هفته دیگر ادامـــه دارد که ارزش مالی مدال‌های طلا، نقره و برنز المپیک به ترتیب ۸۵۰ دلار، ۴۵۰ دلار و ۵ دلار برآورد شـــده اســـت. به گزارش هفته‌نامه «تایم»، هنگامی که بازی‌های المپیک در سال ۱۸۹۶ در آتن احیا شد، به برندگان مقام اول یک مدال نقره به همراه یک شاخه زیتون و دیپلم اهدا شد و برای مقام دوم نیز مدال برنز یا مس در نظر گرفته شد. به گفته کمیته بین‌المللی المپیک (IOC)، اولین بار مدال‌های طلا، نقره و برنز برای مقام‌های اول تا سوم در سال ۱۹۰۴ اهدا شد، زمانی که بازی‌ها در ســـنت لوئیس برگزار شد. البته مدال‌های طلای المپیک کاملا از طلای خالص نیست. در آخرین بازی‌های المپیک تابستانی که در سال ۲۰۲۱ در شـــهر توکیو برگزار شـــد، مدال طلا عمدتا از نقره خالص و با بیش از شش گرم روکش طلا ساخته بود. مدال نقره نیز شامل نقره خالص بود و مـــدال برنز هم حدود ۹۵ درصد مـــس و ۵ درصد روی بود. مدال‌های بازی‌هـــای توکیو از فلز استخراج‌شـــده از وســـایل الکترونیکی مصرفی بازیافتی ساخته شده بودند و در بازی‌های المپیک تابستانی ریودوژانیرو ۲۰۱۶ نیز مدال‌های نقره و برنز ســـاخته شده برای بازی‌ها از حدود ۳۰ درصد مواد بازیافتی تشـــکیل شـــده بود. آنطور که در وب‌سایت رسمی بازی‌های المپیک پاریس آمده اســـت، برای بازی‌های امســـال هر مدال دارای یک قطعه آهن اصلی از برج ایفل است. از آنجایی که این برج در طول سال‌ها تحت بازسازی‌های زیادی قرار گرفته است، برخی از قطعات حذف و حفظ شـــده‌اند. شـــرکت بهره‌برداری برج ایفل، اجازه استفاده از ایـــن قطعات اصلی را برای مدال‌های المپیک و پارالمپیک امســـال داده است. وب‌ســـایت بازی‌های المپیک ۲۰۲۴ همچنین هزینه هر مدال را مشخص نکرده است. اما براساس ارزش طلا و نقره و طبق گزارش NBC Sports، یـــک مدال طلا احتمالا حـــدود ۷۵۰ تا ۸۵۰ دلار قیمت دارد. همزمان «سی‌ان‌ان» گزارش داده که یک مدال نقره احتمالا حدود ۴۵۰ دلار ارزش دارد؛ در حالی که یک مدال برنز ممکن اســـت حدود ۵ دلار ارزش داشـــته باشـــد. با این حال این مدال‌ها، نمادی از موفقیت هستند و زمانی که به فروش می‌رسند، قیمت‌های بسیار بالاتری پیدا می‌کنند. به‌خصوص که ورزشـــکاران مدال‌های خود را به دلیل مشـــکلات مالی یا جمع‌آوری پول برای خیریه‌ها می‌فروشند.

بیش از ۲۸۱ میلیارد دلار در ۲۰ سال گذشته ارزپاشی شده است

دومینوی اشتباهات سیاستگذاری ارزی

فرصت امروز: تعدد نرخ‌های رســـمی و فاصله معنادار با بازار غیررسمی، اتکای سیاســـتگذار بـــه آمار عرضه و تقاضا در ســـامانه نیما، عدم پذیرش واقعیـــت افزایش نرخ ارز متناســـب بـــا واقعیت‌های اقتصـــادی و اصرار بر سیاست شکســـت‌خورده تثبیت نرخ رســـمی ارز، خروج مقادیر هنگفتی ارز (به صورت اســـکناس و حواله) از فرآیندهای رسمی و...، همگی نشان می‌دهد که تصمیمات اشتباه و شکست خورده گذشته در حال تکرار است. یکی از چالش‌های اصلی سیاســـتگذاری ارزی کشـــور، استمرار مداخلات دولت در بلندمدت است که عموما در قالب نرخ‌گذاری‌های متعدد صورت می‌پذیـــرد. حتـــی در آزادترین اقتصادهای جهان نیز همـــواره درجه‌ای از نظارت توسط دولت‌ها اعمال می‌شود. بنابراین در اقتصادی همچون ایران که با شوک‌های متعدد از جمله تحریم‌های خارجی مواجه است، مداخله و کنتـــرل دولت تا حدودی پذیرفته اســـت، اما اســـتمرار این مداخلات و تبدیل آن به یک سیاســـت دائمی موجب می‌شود این سیاست تبدیل به مانع بزرگ‌تری برای اقتصاد کشور شود که به دنبال خود نااطمینانی‌ها و نوسانات اقتصادی بسیاری به همراه خواهد داشت.

براســـاس آمارهای رسمی در ۲۰ ســـال اخیر، حدود ۲۸۱ میلیارد دلار برای کاهش نرخ بازار آزاد، در بازار ارز مداخله شـــده است که عملا صرف اعطای رانت به افراد و گروه‌های خاصی شـــده و در واقع می‌توان گفت که هزینه‌کرد این رقم، هزینه اجرای یک سیاســـت ارزی اشـــتباه بوده است. این آماری است که معاونت بررسی‌های اقتصادی اتاق تهران منتشر کرده است و می‌گوید: باور به اینکه قیمت‌گذاری دستوری و کنترل نرخ ارز تنها برای شرایط خاص و در مقطع خاصی چاره‌ساز است در بلندمدت موجب وارد آمدن آســـیب‌های زیادی به اقتصاد می‌شود و هرگونه سیاستگذاری دستوری محکوم به شکست و تحمیل زیان به اقتصاد کشور خواهد شد.

ارزپاشی ۲۰ ساله ۲۸۱ میلیارد دلاری

در ۲۰ سال اخیر حدود ۲۸۱ میلیارد دلار برای کاهش نرخ بازار آزاد، در بازار ارز مداخله شده است که عملا صرف اعطای رانت به افراد و گروه‌های خاصی شده و در واقع می‌توان گفت که هزینه‌کرد این رقم، هزینه اجرای یک سیاســـت اشتباه بوده اســـت. این آماری است که معاونت بررسی‌های اقتصادی اتاق تهران منتشر کرده و معتقد است باور به اینکه قیمت‌گذاری دســـتوری و کنترل نرخ ارز تنها برای شـــرایط خـــاص و در مقطع خاصی چاره‌ساز است در بلندمدت موجب وارد آمدن آسیب‌های زیادی به اقتصاد می‌شـــود و هرگونه سیاستگذاری دســـتوری محکوم به شکست و تحمیل زیان به اقتصاد کشور خواهد شد. آخرین گزارش صندوق بین‌المللی پول نشان می‌دهد که از بین ۱۹۰ کشور جهان، ۱۲ کشور دارای نرخ ارز دوگانه و ۱۰ کشـــور دارای نرخ ارز چندگانه هســـتند. ایران، ارمنستان، غنا، عراق و ســـوریه و هفت کشـــور دیگر، ارز دوگانه دارند و کشورهایی مثل آنگولا، نیجریه، ســـودان، تاجیکســـتان و اوکراین و ونزوئلا در دسته دوم کشورها هستند. ایران در حالی بین اقلیت ۶ درصدی کشورهای جهان دارای نرخ ارز دوگانـــه قرار دارد که در دو دهه اخیر، تجربیات مختلفی از نظام چند نرخی و دو نرخی و تک‌نرخی را داشته است.

اقتصاد ایران در دهه‌های گذشته، آبستن تحولات و نوسانات گسترده‌ای بوده که عموما به دلیل نبود چارچوب سیاستگذاری مستحکم و برنامه‌ریزی شده برای مقابله با بحران‌ها همواره در معرض نااطمینانی و عدم قطعیت قرار گرفته است. خروجی چنین وضعیتی، تصمیمات و سیاستگذاری‌های خلق‌الســـاعه‌ای اســـت که در قالب نرخ‌گـــذاری و محدودیت‌های مختلف بوده اســـت. اتفاقی که در نهایت موجب آســـیب فراوانی به کسب وکارها و فعالیت‌ها در بخش‌های مختلف شـــده است. براســـاس بند ت ماده ۲۰ قانون احکام دائمی برنامه‌های توســـعه کشـــور، بانک مرکزی باید با توجه به تورم داخلی و خارجی به مدیریت نرخ ارز بپردازد که به معنای تثبیت نرخ حقیقی ارز است. اینکه نرخ ارز متناسب با متغیرهای کلان اقتصاد در بلندمدت روند افزایشـــی داشته باشد، امر طبیعی است و از بانک مرکزی انتظار می‌رود با تعیین یک کریدور مطابق با متغیرها و واقعیت‌های جاری اقتصاد، نوسانات حول این روند را به حداقل برساند. آنچه در سال‌های اخیر اتفاق افتاده، مصرف میزان زیـــادی از منابع ارز برای مداخله در بازار بوده است که طی این فرآیند با اینکه این منابع در قالب ذخایر ارز در خدمت توسعه سرمایه‌گذاری و زیرساخت قرار گیرد، موجب افزایش واردات شده اســـت. تداوم سیاست تثبیت ارزی که طی سال‌های متمادی توسط بانک مرکزی دنبال شده، امکان جهش ارزی در آینده را بالا می‌برد.

۶ اشتباه مهم سیاستگذاری ارزی

«سیاســـت‌های دفعتی محرک نوســـانات»، «دامن زدن به بی‌ثباتی در فضای ســـرمایه‌گذاری»، «تصمیمات خلق‌الســـاعه و صدور بخشنامه‌ها و ابلاغیه‌های متعدد»، «ارزپاشی و ورود درآمدهای نفتی به اقتصاد»، «ایجاد نرخ‌های ترجیحی در زمان کاهش منابع جهت کنترل بازار» و «نوســـانات ناگهانی به دلیل شـــوک‌های ارزی عمدتا ناشی از فشرده شدن فنر ارزی» از مهمترین اشتباهات سیاستگذاری ارزی در سال‌های گذشته بوده است. جهش‌های ناگهانی در نرخ ارز به دلیل نبود برنامه‌ریزی و سیاســـتگذاری درســـت در زمان بروز شـــوک‌های خارجی رخ می‌دهد و موجب بی‌ثباتی در فضای اقتصاد کلان می‌شـــود. مداخله و نرخ‌گذاری از مهمترین عوامل مخرب فضای برنامه‌ریزی برای تولید و ســـرمایه‌گذاری است؛ در حالی که ثبات‌بخشی به بازار ارز به پیش‌بینی‌پذیر شدن بازار و رشد سرمایه‌گذاری منجر می‌شود. البته تعبیر منطقی از ثبات، این است که نرخ ارز در مقابل شوک‌ها و نوسانات پردامنه ثبات داشته باشد، نه اینکه ثبات به منزله نقطه مقابل هرگونه تغییر در نظر گرفته شود. جلوگیری از جهش‌های ارزی در آینده مهمتر از تثبیت نرخ ارز در کوتاه‌مدت اســـت و بدیهی اســـت تداوم سیاســـت ارزی تثبیت نرخ ارز که طی ســـال‌های متمادی از سوی بانک مرکزی دنبال شده است، امکان جهش ارزی در آینده را بالا می‌برد.

«تصمیمات خلق‌الســـاعه و بخشـــنامه‌های متعـــدد» از دیگر چالش‌های سیاستگذاری ارزی کشور است. سیاست‌های موضعی دولت هنگام بروز شوک ارزی، سیل گسترده‌ای از بخشنامه‌ها و مصوبات و ابلاغیه‌ها را به همراه دارد که اثرات مخرب این سیاست‌های ارزی در قالب تعیین نرخ‌های مختلف ارز و سازوکارهای متعدد و گاهی متناقض در زمینه بازگشت ارز حاصل از صادرات بروز پیدا می‌کند. همچنین طی دهه‌های گذشـــته مداخله در بازار از طریق ارزپاشـــی در دوره وفور درآمدهای نفتی، یکی از اقدامات دولت برای کنترل بازار ارز بوده اســـت. این اقدام در سال‌های ۱۳۹۵ و ۱۳۹۶ به کاهش ذخایر ارزی انجامید و پـــس از آن به دلیل تقاضای بالا، دولت ارز ترجیحی ۴۲۰۰ تومـــان را خلق کرد و موج جدیدی از تقاضا برای واردات نیز به دنبال آن به راه افتاد. تجربه‌ای که در ادوار مختلف تکرار شده است. ارز ترجیحی، ماحصل تصمیم‌هایی است که سال‌ها به دلیل سیاستگذاری اشتباه حاکمیتی، عرصه را بر فعالان اقتصادی محدود کرده و به جز توزیع رانت و فســـاد و قاچاق و قیمت‌گذاری دســـتوری، چیز دیگری نداشته است. این سیاست که با هدف ثبات قیمت‌ها و حمایت از معیشت دهک‌های پایین درآمدی اجرا شده، عملا نتیجه عکس داده و منجر به تورم‌های بالا شده است.

۴ توصیه ارزی بخش خصوصی به دولت

طبق گزارش صندوق بین‌المللی پول، در بیش از یک ســـوم اقتصادهای جهان، نرخ ارز برمبنای عرضه و تقاضا در بازار ارز تعیین می‌شود و اصولا در کشـــورهایی با اقتصاد قوی، نرخ مبادله پول داخلی با ارزهای خارجی، تک نرخی بوده و اقدامات مقطعی بانک‌های مرکزی در این کشـــورها در قالـــب عرضـــه ارزهای خارجی (در زمان افزایش نـــرخ ارز) و خرید ارز (در زمان کاهش نرخ ارز) موجب تقویت ثبات نرخ در بازار ارز می‌شـــود. ثبات نرخ ارز نیز موجب افزایش پیش‌بینی‌پذیری اقتصاد، تسهیل سرمایه‌گذاری، کاهش تورم و تقویت رشـــد اقتصادی خواهد شد. اما در اقتصاد ایران، نرخ ارز مشـــمول قیمت‌گذاری‌های متعدد بـــوده و در قالب نرخ‌های مختلف، قیمت‌گذاری شده است. علاوه بر قیمت‌گذاری دستوری و تعیین نرخ‌های متعدد، واقعی نبودن نرخ ارز و عدم لحاظ تحولات تورم در آن نیز از دیگر مسائل مربوط به این حوزه است. در این گزارش ضمن بررسی سیاست‌های ارزی ایران طی دهه‌های اخیر و برشـــمردن اشتباهات سیاستگذاری ارزی که موجب ایجاد نوسانات در فضای اقتصاد شده است، از دولت درخواست می‌شود با توجه به ثبات نسبی موجود در بازار، نسبت به برنامه‌ریزی برای تک نرخی نمودن ارز (و البته پیش از آن تقویت دیپلماسی اقتصادی برای رفع تحریم‌ها) اقدام نماید. در این مسیر لازم است راهبردهای «حرکت از ســـمت سیاست‌های دستوری در قالب مداخلات قیمتی و نرخ‌گذاری‌های چندگانه به ســـمت نرخ‌های تعادلی بازار»، «مدیریت بهینه ورود ارزهای نفتـــی بـــه اقتصاد با هدف ثبات‌بخشـــی به بازار ارز»، «حرکت به ســـمت سیاست ارزی تثبیت نرخ حقیقی ارز به جای سیاست تثبیت نرخ اسمی» و «برنامه‌ریزی برای یک نظام حمایتی و تعرفه‌ای مناسب به عنوان مکمل نظام ارزی» در دستور کار قرار گیرد.

ارزبری یک خودرو چگونه محاسبه می‌شود؟

دست‌انداز جدید صمت در مسیر خودروسازی

وزارت صمت در برنامه ثبت سفارشات ارزی سال ۱۴۰۳، محدودیت‌های ارزی را برای ســـبد محصولات خودروســـازان تعیین کـــرده که در صورت اجرایی شدن آن عملا تعداد زیادی از خودروسازان مجبور به توقف فعالیت خواهند شـــد. به گزارش «ایســـنا»، وزارت صمت در این برنامه جامع که شـــامل صنایع مختلف از جمله خودرو می‌شـــود اعلام کرده که میانگین ارزبری سبد محصولات تولیدکنندگان خودرو به طور متوسط باید ۹۵۰۰ دلار باشـــد و در غیر این صورت ارز موردنیاز به خودروســـاز تعلق نخواهد گرفت و از آنجا که راه دیگری برای تامین ارز تعریف نشده و مجاز نیست عملا به معنای توقف تولید و تعطیلی تعداد زیادی از خودروسازان خواهد بود. میزان ارزبری یک خودرو بسته به میزان قطعات منفصله وارداتی آن دارد. اگر یک خودرو در کشـــور مبدأ ۲۰ هزار دلار قیمت داشـــته باشـــد، قطعات منفصله مجموع آن به همین قیمت قابلیت ارسال به ایران و مونتاژ آن خـــودرو را خواهد داشـــت. حال الزامات داخلی‌ســـازی وزارت صمت و تلاش خودروسازان برای دریافت تعرفه بهتر واردات قطعات منفصله، باعث شده تا شـــرکت‌های مونتاژکننده خودرو با قطعات منفصله، حدود ۲۰ تا ۳۲ درصد داخلی‌سازی را برای خودروها به ثبت برسانند که عمدتا شامل باتری، لاســـتیک و صندلی می‌شـــود. البته تمام این درصد داخلی‌سازی صرفا به قطعات ارزبری شـــده مربوط نمی‌شود؛ چراکه براساس بخشنامه وزارت صمت درخصوص ابلاغ دستورالعمل نحوه محاسبه و تهیه گزارش درصد ســـاخت داخل خودرو، مونتاژ خودرو ۲ درصد داخلی‌ســـازی، خط جوش بدنه ۴ درصد داخلی‌سازی، خط رنگ کامل ۴ درصد داخلی‌سازی، آزمون‌هـــای نهایی ۲ درصد داخلی‌ســـازی و گزارش‌های ارزیابی ۲ درصد داخلی‌سازی به درصد کاهش ارزبری هر خودرو می‌افزایند، لذا در بهترین حالت یک خودرو مونتاژی با ۳۲ درصد داخلی‌سازی عملا حدود ۲۰ درصد صرفه‌جویی ارزی در زمینه قطعات برای کاهش ارزبری دارد.

با این حساب اگر قطعات منفصله یک خودرو در مبدأ واردات، ۱۸ هزار دلار باشـــد و مونتاژکننده آن خودرو در ایران موفق به داخلی‌سازی تا ۳۲ درصد شده باشد، عملا ۲۰ درصد روی قطعات وارداتی صرفه‌جویی ارزی کـــرده و هزینه ارزبری آن خودرو به حدود ۱۴.۵ هزار دلار می‌رســـد. این خودروســـاز برای تعدیل سبد محصولاتش و رســـاندن آن به عدد مدنظر وزارت صمت، یعنی ۹۵۰۰ دلار نیازمند محصولات ارزان‌تر با ارزبری ۴ تا ۵ هزار دلار است.

حال مشـــکل این مصوبه مشخص می‌شود، جایی که خودروساز تنها دو راه پیش رویش خواهد بود؛ یکی، افزایش صرفه‌جویی ارزی در محصولات و دومی، افزودن محصول ارزان‌تر برای تعدیل میانگین ســـبد محصولات. در راه اول، یعنـــی افزایش داخلی‌ســـازی محصولات، خودروســـازان بدون زیرســـاخت اختصاصی قطعه‌ســـازی، ورود به بخش‌هـــای پرهزینه مانند قطعه‌ســـازی و قالب‌گیـــری در بهتریـــن حالت می‌توانند تا ســـقف حدود ۳۰ درصـــد داخلی‌ســـازی داشـــته باشـــند و افزایش این میـــزان نیازمند سرمایه‌گذاری سنگینی است که در تیراژ تولیدی کم، اقدام توجیه‌پذیری از نظر اقتصادی نیست. اما راه حل دوم، یعنی افزودن خودروهای اقتصادی به سبد محصولات، دو مشکل غیرقابل رفع پدید می‌آورد که نخست، مدت زمان حداقل یک ساله برای انتخاب و افزودن محصول جدید به سبد یک خودروســـاز است و دوم، کمبود شدید گزینه‌های پیش روی خودروسازان ایرانی برای تنوع بخشیدن به سبد محصولات. با این حساب عملا تعیین میانگین ۹۵۰۰ دلاری برای ســـبد محصولات، این پیام را به خودروسازان القا می‌کند که ملزم به توقف تولید هستید؛ چراکه هیچ یک از راهکارهای گذر از این مشکل عملا امکان‌پذیر نخواهد بود.

بررســـی ســـبد محصولات ۱۳ خودروســـاز فعـــال در ســـال ۱۴۰۲ که محصولات‌شـــان به صورت مونتـــاژ قطعات منفصله(CKD) بوده نشـــان می‌دهد میانگین ارزبری همه شـــرکت‌ها روی میانگین ســـبد محصولات مونتـــاژی KD (قطعات منفصله) بیش از ۱۴ هزار دلار اســـت، اما اگر آن خودروساز یک محصول بومی یا تولیدی قدیمی، خودروهای با هزینه تولید پایین و درصد داخلی‌سازی بالا (که عملا به عنوان خودروی ساخت داخل شناخته می‌شود و نه مونتاژی)، خودروهای بومی و... داشته باشد، می‌تواند این عدد را تسهیل کند اما در مقابل، خودروسازانی که صرفا مونتاژکننده با قطعات منفصله هستند در مسیر بدون راه حل و بن بستی قرار می‌گیرند که تنها پیام این رویکرد وزارت صمت برای آنها، الزام به توقف تولید خودرو به دلیل عدم تخصیص ارز است.

چنین برنامه‌ای از ســـوی وزارت صمت براساس آمار تولید سال ۱۴۰۲، تیراژ تولید حدود ۱۷۰ دستگاه از خودروهای سواری معادل ۱۵ درصد از کل ســـهم بازار را با خطر توقف تولیـــد روبه‌رو می‌کند و جایگزینی حدود ۲۰ خـــودرو که در این طرح با خطر توقف تولید روبه‌رو هســـتند عملا با خودروهـــای اقتصادی ۹ هزار دلاری امکان‌پذیر نیســـت و اصولا بازار این خودروها با خودروهای اقتصادی قابل جایگزینی نیست و علاوه بر لطمه‌ای که به تیراژ تولید خودرو در کشـــور وارد می‌کند می‌تواند منجر به از بین رفتن چندین هزار اشتغال بخش خصوصی حوزه خودرو شود.

نـــگاه منطقی در این زمینه می‌تواند بررســـی جامع بازار خودرو باشـــد، خودروســـازان ملزم به تنوع‌بخشی ســـبد محصولات‌شان در همه بازه‌های قیمتی نیســـتند و در هیچ نقطه‌ای از جهان نیز این الزام به خودروسازان تحمیل نمی‌شـــود کـــه حتما باید در تمامی بازه‌هـــای قیمتی بازار حضور داشته باشند. با اجرای این برنامه حدود ۶۸ درصد از آمار کل تولید بخش خصوصی نیز در معرض خطر توقف قرار می‌گیرد.

به نظر می‌رسد مسئولان وزارت صمت هیچ بخشی را از جیره‌بندی ارزی مصون نگذاشـــته‌اند و مانند خودروی سواری تولید و خودرو وارداتی، سبد خودروهای تجاری هم ملزم به رعایت میانگین ارزبری شده است. شنیده‌ها حاکی از آن است که میانگین ارزبری تعیین شده برای دسته کامیونت‌های واحدهای تولیدی ۱۶ هزار دلار تعیین شده است که با منطق انتخاب یک خودرو کارآمد، باکیفیت و ایمن که مســـتقیما با معیشت عموم جامعه در ارتباط اســـت، تضاد دارد و وزارت صمت به نوعی با تعیین این متوســـط ارزش ارزی ســـبد محصولات شـــرکت‌ها را مجبور بـــه انتخاب محصول با کیفیت پایین با گزینه‌های محدود می‌کند که به هیچ وجه منطقی نیست.

برنامه ثبت سفارشات ارزی سال ۱۴۰۳ ممکن است به زودی لازم‌الاجرا شـــود که در آن صورت، تهدید بزرگی پیش روی خودروسازان خصوصی قرار خواهد گرفت. وزارت صمت دولت ســـیزدهم خودخواســـته از ابتدای فعالیت تصمیم گرفت تا کنترل کامل ارز انواع تجارت از واردات تا صادرات را در دســـت داشـــته باشد و هیچ فعالیت صنعتی و اقتصادی بدون گذر از فیلتـــر تخصیص ارز دولتی امکان بقا نداشـــته باشـــد. ذات این تصمیم به معنای در دست گرفتن افسار تمامی تصمیمات ریز و درشت مرتبط با انواع مشاغل و صنایع است که با کارشناسی اشتباه می‌تواند به سادگی منجر به لطمه بزرگ جبران‌ناپذیر و ایجاد صدمه و لطمه برای برخی خودروسازان شود. حال در شرایطی که تنها زمان کوتاهی به اتمام فعالیت وزارت صمت فعلی و دولت ســـیزدهم باقی مانده و تصمیمات سریع و عجیب تازه‌ای از وزارت صمت دیده می‌شـــود باید نســـبت به چنین دستورالعمل‌هایی که ممکن اســـت در روند فعالیت واحدهای صنعت خـــودرو خلل ایجاد کند، تجدیدنظر شود و از هر تصمیمی که منجر به کاهش تولید، توقف فعالیت واحدهای صنعتی و تهدید اشتغال می شود، اجتناب کرد.

در مجموع، با محدودسازی ارز شرکت‌های خودرویی و براساس آمارهای ســـال ۱۴۰۲، حـــدود ۸ خودروســـاز (ســـواری) در معـــرض تعطیلی قرار می‌گیرند. همچنین با اجرای محدودیت ارزی، بیش از ۱۶۰ هزار دستگاه کاهش تولید اتفاق می‌افتد و حدود ۲۰ مدل خودرو نیز در خطر حذف از خط تولید قرار خواهند گرفت.

بازوی پژوهشی بخش خصوصی در یک گزارش پژوهشی بررسی کرد

نقشه جهش تولید با مشارکت مردم

فرصت امروز: در یک دهه گذشته، مسئله تولید و از آن فراتر، مسائل اقتصادی، اولویت رهبر انقلاب در تعیین شعار سال بوده است. بر این مبنا در سه سال اخیر، مسئله تولید همواره در کانون شعار سال قرار داشته و از این نظر، رهبر انقلاب بر لزوم توجه به این موضوع تاکید داشته‌اند. با این وجود، یک موضوع مهم در شعار سال اخیر، توجه رهبری به شکل مناسب توجه به تولید و آن «مشارکت مردم» است. بر همین اساس، مشارکت مردمی در فعالیت‌های تولیدی و انتفاعی را در چند قالب می‌توان مورد توجه قرار داد؛ یکی در قالب خوداشتغالی، دیگری در قالب ایجاد و هدایت شرکت‌های خصوصی، سومی در قالب ایجاد نهادهای تخصصی پشتیبان تولید (مانند اتاق‌های بازرگانی) و چهارم از طریق جذب و استخدام در شرکت‌های خصوصی و دولتی. همه این چهار شکل می‌تواند نوعی از مشارکت مردم در فعالیت‌های تولیدی را در پی داشته باشد اما مهمترین و موثرترین شکل مشارکت مردم را می‌توان در قالب ایجاد و هدایت سازمان‌های اقتصادی خصوصی یا به صورت خلاصه، مشارکت بخش خصوصی در اقتصاد عنوان کرد.

البته تحقق مشارکت بخش خصوصی در اقتصاد، نیازمند فرآیندهایی نظیر خصوصی‌سازی، بهبود محیط کسب وکار و توانمندسازی دولت است که توجه به مولفه‌های هر کدام از اینها در نتیجه نهایی مؤثر خواهد بود. به صورت مشخص، انجام خصوصی‌سازی بدون رعایت الزامات آن و بدون بهبود محیط کسب وکار و توانمندسازی دولت و اصلاح رویه‌های حکمرانی به اهداف مورد انتظار، یعنی کارایی و رقابت‌پذیری شرکت‌های خصوصی‌سازی شده دست نخواهد یافت. از این نظر، دولت هم باید فضا را برای فعالیت بخش خصوصی تسهیل و هم ظرفیت‌های تنظیم‌گری و رگولاتوری خود را تقویت کند و هم اینکه با اصلاح روندهای حکمرانی، ظرفیت انتقال دیدگاه‌ها و نظرات ذی‌نفعان و نخبگان و اصلاح و پالایش مستمر سیاست‌ها را مورد توجه قرار دهد. بنابراین می‌توان انتظارات بخش خصوصی نسبت به سیاستگذاری دولت در سال جدید را در سه حوزه مشخص کرد که عبارتند از سیاست‌های اصلاحی در زمینه بهبود خصوصی‌سازی، سیاست‌های اصلاحی در زمینه بهبود محیط کسب وکار و سیاست‌های اصلاحی در زمینه بهبود حکمرانی.

اهمیت نقش پارلمان بخش خصوصی

بررسی‌ها نشان می‌دهد که در یک دهه گذشته، مسئله تولید و از آن فراتر، مسائل اقتصادی، اولویت رهبر انقلاب در تعیین شعار سال بوده است. در سه سال اخیر نیز مسئله تولید همواره در کانون شعار سال قرار داشته و از این نظر، رهبر انقلاب بر لزوم توجه به این موضوع تاکید داشته‌اند. با این وجود، یک موضوع مهم در شعار سال اخیر، توجه رهبری به شکل مناسب توجه به تولید و آن «مشارکت مردم» است. از آنجا که اتاق بازرگانی ایران، یکی از کانون‌های تجمع فعالان اقتصادی غیردولتی یا مردمی است، این ملاحظه می‌تواند نقش‌آفرینی بیشتر این نهاد را در تعریف و تصریح مشارکت مردم و الزامات آن طلب کند. مشارکت مردمی در فعالیت‌های تولیدی و انتفاعی را در چند قالب می‌توان مورد توجه قرار داد؛ یکی در قالب خوداشتغالی، دیگری در قالب ایجاد و هدایت شرکت‌های خصوصی، سومی در قالب ایجاد نهادهای تخصصی پشتیبان تولید (مانند اتاق‌های بازرگانی) و چهارم از طریق جذب و استخدام در شرکت‌های خصوصی و دولتی. همه این چهار شکل می‌تواند نوعی از مشارکت مردم در فعالیت‌های تولیدی را در پی داشته باشد اما مهمترین و موثرترین شکل مشارکت مردم را می‌توان در قالب ایجاد و هدایت سازمان‌های اقتصادی خصوصی یا به صورت خلاصه، مشارکت بخش خصوصی در اقتصاد عنوان کرد.

با توجه به اینکه عنوان شعار امسال، «جهش اقتصادی با مشارکت مردم» است، تبیین نحوه مشارکت مردم در این جهش یا به عبارت بهتر، تبیین نقش بخش خصوصی در این فرآیند می‌تواند تبیین بهتر شعار سال و الزامات آن را در پی داشته باشد. در اقتصاد ایران که اقتصادی، پیشتر با بخش دولتی گسترده و امروز با نهادهای عمومی (دولتی و غیردولتی) گسترده و بخش خصوصی کوچک همراه است، تحقق جهش تولید با مشارکت مردمی، تقویت این بخش و تسهیل فعالیت آن را طلب می‌کند. بر همین اساس، تبیین نقش و دامنه مناسب فعالیت‌های بخش خصوصی و نیز سازوکارهای تقویت بخش خصوصی مانند خصوصی‌سازی در بهبود مشارکت مردم در اقتصاد اهمیت می‌یابد. مرکز پژوهش‌های اتاق ایران در این گزارش در درجه اول، تصریح مفهومی مشارکت بخش خصوصی در اقتصاد را دنبال کرده و می‌کوشد تا از برخی ابهامات که ممکن است در این زمینه ایجاد شود جلوگیری کند. سپس الزامات تحقق موضوع و نیز پیش‌نیازهای آن را با تصریح انتظارات و اولویت‌های بخش خصوصی مورد توجه قرار می‌دهد و دست آخر، پیشنهادهای سیاستی برای تحقق موضوع ارائه می‌شود.

۶ توصیه برای بهبود خصوصی‌سازی

مرکز پژوهش‌های اتاق ایران در گزارشی به بررسی «الزامات تحقق مشارکت مردم در جهش تولید» پرداخته و فرآیندها و پیش‌نیازهای تحقق شعار سال ۱۴۰۳ را آسیب‌شناسی کرده است. شعار «جهش تولید با مشارکت مردم» از آنجا که همزمان با هدف‌گذاری، تاکید ویژه بر فرآیند تحقق اهداف داشته و مشارکت مردمی و به‌عبارت دیگر، نقش‌آفرینی بخش خصوصی در تحقق اهداف را خواستار است، رویکرد نو و امیدبخش نسبت به توجه ویژه به جایگاه بخش خصوصی در اقتصاد کشور را دربر دارد. بر همین اساس، این گزارش بر ابعاد این مشارکت و الزامات تحقق آن تاکید دارد و نشان می‌دهد که تحقق مشارکت بخش خصوصی در اقتصاد مشخصا نیازمند فرآیندهایی نظیر خصوصی‌سازی، بهبود محیط کسب وکار و توانمندسازی دولت است که توجه به مولفه‌های هر کدام از اینها در نتیجه نهایی مؤثر خواهد بود. از این نظر، دولت هم باید فضا را برای فعالیت بخش خصوصی تسهیل و هم ظرفیت‌های تنظیم‌گری و رگولاتوری خود را تقویت کند و هم اینکه با اصلاح روندهای حکمرانی، ظرفیت انتقال دیدگاه‌ها و نظرات ذی‌نفعان و نخبگان و اصلاح و پالایش مستمر سیاست‌ها را مورد توجه قرار دهد. بر این اساس، می‌توان انتظارات بخش خصوصی نسبت به سیاستگذاری دولت در سال جدید را در سه حوزه مشخص کرد که عبارتند از سیاست‌های اصلاحی در زمینه بهبود خصوصی‌سازی، سیاست‌های اصلاحی در زمینه بهبود محیط کسب و کار و سیاست‌های اصلاحی در زمینه بهبود حکمرانی.

در این میان، برای بهبود خصوصی‌سازی باید به توصیه‌های زیر توجه کرد: نخست، فرآیند خصوصی‌سازی با اولویت‌دهی به شرکت‌های کوچک و بازارهای غیرانحصاری همراه باشد. دوم، باتوجه به اهمیت ظرفیت دولت، ساختار بازار و ویژگی‌های شرکت‌ها در خصوصی‌سازی، تقویت رقابت و بهبود ساختار بازار پیش از خصوصی‌سازی مورد توجه قرار گیرد. سوم، خصوصی‌سازی با هدف رد دیون و تأمین مالی کسری بودجه کنار گذاشته شود زیرا این اهداف، مانع خصوصی‌سازی مؤثر است. چهارم، باتوجه به اهمیت اهلیت شرکت و تمرکز بر واگذاری شرکت به بخش خصوصی واقعی و انجام خصوصی‌سازی به‌جای خصولتی‌سازی، اهلیت‌سنجی خریداران پیش از واگذاری شرکت و سپس تنظیم واگذاری با اهلیت‌سنجی پیش گفته مورد توجه قرار گیرد. پنجم، باتوجه به حضور نهادهای عمومی غیردولتی به‌عنوان نهادهایی با ماهیت دولتی اما بیرون از دولت و مداخله‌کننده در فرآیند خصوصی‌سازی که واگذاری شرکت‌ها به بخش خصوصی واقعی را مختل می‌کند، محدودیت‌ها و قیود صریح برای حضور نهادهای عمومی غیردولتی در فرآیند واگذاری شرکت‌های دولتی و خصوصی‌سازی وضع شود. ششم، از آنجا که خصوصی‌سازی هنگامی مؤثر است که دولت بتواند نقش‌های تنظیم‌گری خود را به درستی ایفا کند، تمهید سازوکارهای تنظیم‌گری مناسب برای وضعیت بعد از خصوصی‌سازی مورد توجه قرار گیرد.

۶ توصیه برای بهبود محیط کسب وکار

بهبود محیط کسب و کار نیازمند اتخاذ راهکارهایی در زمینه کاهش بی‌ثباتی اقتصادی، کاهش مداخلات فرابخشی و کاهش مداخلات بخشی و در نهایت، بهبود مداخلات راهبردی دولت است. در این زمینه نیز شش توصیه قابل توجه است: نخست، کنترل کسری بودجه و پرهیز از کسری بودجه غیرفعال (غیربرنامه‌ای) از جمله مهمترین اولویت‌ها برای بهبود محیط کسب و کار است. علاوه بر آن مدیریت بدهی‌های سالیان گذشته نیز باید مورد توجه قرار گیرد. دوم، ایجاد چشم‌انداز مثبت نسبت به تعاملات مالی از طریق حل‌وفصل منازعات بین‌المللی و همچنین پیوستن به معاهداتی مانند گروه ویژه اقدام مالی (FATF) و کنوانسیون پالرمو، دنبال شود. پیشنهاد می‌شود، دولت قواعد مربوط به فعالیت‌های مالی و پولی در ایران با استانداردهای مربوط به پولشویی و تأمین مالی تروریسم را ظرف شش ماه روزآمد کند؛ به‌طوری‌که ایران به‌عنوان عضو همکار گروه ویژه اقدام مالی شناخته شود. سوم، دولت باید تلاش کند سیاستگذاری ارزی را نه براساس تصمیمات خلق‌الساعه بلکه با مشاوره ذی‌نفعان و در راستای اهداف بلندمدت سامان دهد. جلوگیری از تصمیمات جزیره‌ای، جزئی‌نگر و خلق‌الساعه، به‌صورت روزانه و بدون مشورت با بخش خصوصی یکی از نکات و توصیه‌های مهم برای تقویت مشارکت بخش خصوصی در جهش تولید است.

چهارم، نظام بانکی باید باتوجه به هدف تقویت تأمین مالی تولید و جلوگیری از انحراف منابع به سمت سوداگری و سفته‌بازی بازآرایی شود. پنجم، در حوزه‌های بخشی، باتوجه به اینکه برخی از کالاها در مرحله تولید محصول از نهاده‌های یارانه‌ای استفاده می‌کنند، دولت مجبور به قیمت‌گذاری در طول زنجیره تا محصول نهایی می‌شود. بر این اساس، پیشنهاد می‌شود تا قیمت‌گذاری محصولات نهایی به همین کالاهای اساسی و بازارهای محدود شده و دولت در سایر بازارها و به‌ویژه در مورد قیمت نهاده‌هایی نظیر انرژی، آب، خوراک صنایع و ... براساس ملاحظات و اولویت‌های تدوین شده در سند راهبرد (استراتژی) توسعه صنعتی اقدام کند. ششم، در یک سال اخیر شاهد تلاش‌هایی برای تدوین استراتژی توسعه صنعتی از سوی دولت بوده‌ایم. تدوین استراتژی توسعه صنعتی متناسب با مقتضیات کشور و با پایبندی به اصل اولویت‌بندی در انتخاب رسته‌های صنعتی مهم و بهره‌گیری از مشاوره‌های بخش خصوصی در این زمینه از ضروریات است.

اخبار

رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار خبر داد

الزام شرکت‌ها به حذف قیمت‌گذاری دستوری

رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار با اشاره به پیگیری سازمان بورس برای حذف قیمت‌گذاری اعلام کرد سازمان بورس، به دنبال آن است که طبق برنامه هفتم توسعه، شرکت‌ها دیگر مشمول قیمت‌گذاری دستوری نشوند، همچنین شرکت‌های بورسی هم به پیگیری و اجرای این قانون، ملزم می‌شوند. به گزارش «ایسنا»، «مجید عشقی» به حکم برنامه هفتم توسعه مبنی بر لغو قیمت‌گذاری دستوری اشاره کرد و افزود: همواره از گذشته بحث کنترل تورم یکی از دغدغه‌های اصلی دولت‌ها بوده و نمی‌توان این مسئله مهم و چالشی را به هیچ دولت خاصی نسبت داد، اما همواره در طول این سال‌ها برخی سیاستگذاران به اشتباه بر این باور بوده‌اند که با کنترل نرخ‌ها در سمت عرضه شرکت‌های بزرگ می‌توان مانع افزایش تورم در کشور شد، ولی در عمل این امر به قیمت‌گذاری دستوری و فشار مضاعف بر روند فعالیت شرکت‌های بزرگ منتج شده است و در نهایت شاهد تاثیر منفی این نوع تصمیمات بر روند تولید و عرضه شرکت‌ها و در نهایت رشد تورم بوده‌ایم.

او با اشاره به تجربه قیمت‌گذاری دستوری در صنعت خودرو و آثار نامطلوب آن طی سال‌های گذشته گفت: صنعت خودرو تحت تاثیر برخی تصمیمات، وارد مسیر قیمت‌گذاری دستوری شد و این امر عملا به مانع افزایش تولید خودرو و زمین‌گیر شدن خودروسازان در هشت سال گذشته منجر شد. برای رفع این مشکل، برنامه هفتم توسعه، به درستی، قیمت‌گذاری دستوری را فقط به کالاهای خاص و کالاهای انحصاری که در حال استفاده از ارز ترجیحی هستند، محدود کرده است. او تاکید کرد: سازمان بورس، پیگیر است تا طبق برنامه هفتم توسعه، شرکت‌ها دیگر مشمول قیمت‌گذاری دستوری نشوند. شرکت‌ها هم به اجرای این قانون ملزم خواهند بود.

به گفته «عشقی»، با کمک مجلس، به عنوان ناظر اجرای قانون برنامه هفتم توسعه، در تلاش هستیم تا اجرای ماده ۴۸ قانون برنامه هفتم توسعه، مبنی بر ممنوعیت قیمت‌گذاری دستوری، در دولت چهاردهم اجرایی شود تا در نهایت زمینه افزایش جذابیت سرمایه‌گذاری و توسعه در شرکت‌ها فراهم آید. سازمان بورس همه توان خود را برای حمایت از سهامدارانی که منابع خود را برای کسب بازده مناسب از بورس وارد این بازار کرده‌اند، به کار گرفته است.

مالیات بده و محل مصرفش را مشخص کن

آغاز یک اقدام ماندگار در نظام مالیاتی

به گفته رئیس سازمان امور مالیاتی، انتخاب محل مصرف مالیات توسط مالیات‌دهندگان حوزه اصناف و مشاغل، تنها سه روز پس از ابلاغ آیین‌نامه نشاندار کردن مالیات‌ها، عملیاتی شد. «محمدهادی سبحانیان» در یکی از شبکه های اجتماعی اعلام کرد: آغاز یک اقدام ماندگار دیگر در نظام مالیاتی؛ انتخاب محل مصرف مالیات توسط مالیات‌دهندگان حوزه اصناف و مشاغل. تنها سه روز پس از ابلاغ آیین‌نامه نشاندار کردن مالیات‌ها، این مهم عملیاتی شد. در روزهای گذشته منابع مالی برای اتمام بیش از ۱۴۲ پروژه در استان‌های مختلف تامین شد.

پیش از این «ایسنا» در گفت‌وگو با دستیار مردمی‌سازی سازمان امور مالیاتی کشور اقدام مهم سازمان امور مالیاتی در راستای مردمی‌سازی اقتصاد را تشریح کرده بود. اقدامی که سازمان امور مالیاتی در قالب مصوبه هیأت وزیران انجام داده است، یک آرزو در کشور بود که محقق شده است. به این ترتیب، مشخص می‌شود که مالیات‌ها دقیقاً در کجا مصرف می‌شود و فراتر از آن، مودیان می‌توانند محل هزینه‌کرد مالیات‌ها را مشخص کنند. سازمان امور مالیاتی اعلام کرده است که اسامی مودیانی که از این مسیر سهمی در انجام و راه‌اندازی پروژه‌های ملی و استانی داشته باشند با رضایت آنها اعلام عمومی خواهد شد. در این طرح قرار است سازمان برنامه و بودجه طرح‌های عمرانی‌ای را که طی سال جاری خاتمه پیدا می‌کنند، به سازمان امور مالیات معرفی کند. در ادامه مودی می‌تواند انتخاب کند که مالیات پرداختی‌اش در کدام طرح مورد استفاده قرار بگیرد.

پیروزی ترامپ در انتخابات آمریکا چه تاثیری بر بازار طلا و سکه دارد؟

قیمت سکه در ایستگاه ۴۱ میلیونی

نوسانات قیمت طلا و سکه در حالی همچنان ادامه دارد که قیمت سکه طرح جدید در پایان هفته گذشته به کانال ۴۱ میلیون تومان صعود کرد. کارشناسان بازارهای مالی، روند بازار سکه و طلا را در کوتاه‌مدت، نوسانی پیش‌بینی می‌کنند. قیمت طلا و سکه پس از نوسانات فراوان بار دیگر در مدار صعودی قرار گرفته و قیمت سکه طرح جدید در آخرین روز کاری هفته گذشته به سطح ۴۱ میلیون و ۲۰۰ هزار تومان رسید. سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم نیز در پایان این هفته ۳۷ میلیون و ۶۰۰ هزار تومان قیمت خورد. نیم سکه و ربع سکه هم در آخرین معاملات پایانی هفته به ترتیب ۲۲ میلیون و ۸۰۰ هزار تومان و ۱۴ میلیون و ۸۰۰ هزار تومان تعیین قیمت شدند. همانطور که گفته شد، سایت اتحادیه طلا و جواهر تهران، قیمت سکه طرح جدید را در پایان هفته گذشته را ۴۱ میلیون و ۲۰۰ هزار تومان گزارش کرد، اما سکه طرح قدیم را ۳۷ میلیون و ۶۰۰ هزار تومان اعلام نمود. اونس جهانی طلا که در روز چهارشنبه به بالای سطح ۲۴۰۰ دلاری رسیده بود، روز پنجشنبه مجددا ریزشی شد و با ۴۵ دلار ریزش، نرخ ۲۳۷۲ دلار را به ثبت رساند.

«برزو حق‌شناس»، کارشناس بازارهای مالی به روند بازار اونس جهانی اشاره می‌کند و به «اکوایران» می‌گوید: گرچه نوساناتی در قیمت طلای جهانی دیده می‌شود، اما به طور کلی روند صعودی است و به نظر می‌رسد که این روند صعودی ادامه داشته باشد. به عبارت دیگر، با نزدیکی به انتخابات ریاست جمهوری آمریکا و همچنین پیشتازی ترامپ در نظرسنجی‌های انتخاباتی، علی‌رغم کنار رفتن بایدن و حضور کامالا هریس در انتخابات، اونس جهانی به روند صعودی خود ادامه می‌دهد. در بازار داخلی طلا و سکه اما داستان متفاوت است. اهرم دلار در کشور سعی می‌کند تاثیر افزایش اونس جهانی را بر بازار طلا و سکه خنثی و جبران کند، اما با وجود این مسئله شاهد آن هستیم که حباب طلای ۱۸ عیار درحال نزدیک‌شدن به صفر و حباب نیم‌سکه و ربع سکه در حال بزرگ‌تر شدن است. در این شرایط است که هنگام پیروزی ترامپ در انتخابات آمریکا حباب سکه در داخل کشور بزرگ‌تر خواهد شد. به گفته این کارشناس بازارهای مالی، به نظر می‌رسد در هفته پیش رو، تقاضا در بازار طلا و سکه افزایش یابد و قیمت‌ها هم نوسانی باشد. در آن طرف ماجرا و برای پیش‌بینی بلندمدت باید به تیم اقتصادی رئیس‌جمهور منتخب توجه کرد. با معرفی تیم اقتصادی پزشکیان، به ویژه انتخاب ریاست بانک مرکزی، می‌توان پی برد که بازار در آینده چه روندی را طی می‌کند و سیستم اقتصادی کشور با چه روشی اداره می‌شود.

همچنین «محمد کشتی‌آرای»، نایب رئیس سابق اتحادیه طلا و جواهر تهران با اشاره به چرخش قیمت سکه و طلا پس از تعطیلی یک هفته‌ای بازار به «ایسنا» می‌گوید: پس از یک هفته تعطیلی بازار رسمی سکه و طلا به مناسبت ایام سوگواری اباعبدالله، بازار سکه و طلا در چرخشی، هفته اخیر را با روندی افزایشی به پایان رساند؛ این در حالی است که طی یک هفته اخیر، طلای جهانی کاهش ۲۵ دلاری را تجربه کرده است. به گفته «کشتی‌آرای»، در هفته‌ای که گذشت، پس از تعطیلات یک هفته‌ای بازار داخل، قیمت هر اونس طلا در ابتدای هفته ۲۳۹۱ دلار بود که با ۲۵ دلار کاهش به نسبت روز شنبه، هفته را با ۲۳۷۴ دلار به پایان رساند. برخلاف کاهش قیمت جهانی اما افزایش نرخ ارز سبب شد که قیمت سکه و طلا در بازار داخلی افزایش شده و از همین روی نیز حباب سکه با افزایش همراه شود.

این کارشناس بازار سکه و طلا در رابطه با قیمت انواع قطعات سکه در آخرین معاملات پایانی هفته و تغییرات آن نسبت به ابتدای هفته توضیح می‌دهد: هر قطعه سکه تمام طرح جدید با ۹۰۰ هزار تومان افزایش نسبت به ابتدای هفته، در آخرین معاملات هفته گذشته (پنجشنبه) به ۴۱ میلیون و ۲۰۰ هزار تومان و سکه تمام طرح قدیم نیز با ۴۰۰ تومان افزایش به ۳۷ میلیون و ۶۰۰ هزار تومان رسید. نیم سکه و ربع سکه نیز هر یک رشد ۴۰۰ هزار تومانی بها را در این هفته تجربه کرده و در آخرین معاملات پایانی هفته، به ترتیب نیم سکه ۲۲ میلیون و ۸۰۰ هزار تومان و ربع سکه ۱۴ میلیون و ۸۰۰ هزار تومان تعیین قیمت شدند. سکه‌های یک گرمی بانک مرکزی نیز با ۱۰۰ هزار تومان افزایش قیمت نسبت به ابتدای هفته در آخرین معاملات هفته، ۷ میلیون تومان دادوستد شد. علی‌رغم کاهش قیمت طلا در بازارهای جهانی اما اثر افزایش نرخ ارز بر کاهش قیمت اونس غلبه کرده و اجازه نداد که همسو، روندی کاهشی داشته باشد. هر مثقال طلای ۱۷ عیار در پایان هفته گذشته ۱۴ میلیون و ۶۱۰ هزار تومان قیمت داشت که به نسبت ابتدای هفته ۱۴۰ هزار تومان افزایش داشته است. هر گرم طلای ۱۸ عیار هم با حدود ۳۲ هزار تومان افزایش در آخرین معاملات روز پنجشنبه ۳میلیون و ۳۷۲ هزار تومان مبنای معاملات مصنوعات طلا قرار گرفت.

نایب رئیس سابق اتحادیه طلا و جواهر تهران با بیان اینکه از ۹۰۰ هزار تومان افزایش بهای سکه، ۶۰۰ هزار تومان افزایش حباب بوده است، می‌گوید: از افزایش ۹۰۰ هزار تومانی بهای سکه تمام بهار آزادی، حدود ۶۰۰ هزار تومان افزایش حباب سکه بوده و در حال حاضر قیمت سکه، ۸ میلیون و ۲۰۰ هزار دارای حباب است. به نظر می‌رسد تنها علت افزایش قیمت سکه و طلا، نوسان افزایشی نرخ ارز طی یک هفته اخیر بوده است.

آگهی دعوت مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده نوبت اول شرکت تعاونی تاکسیرانی ورامین و حومه دارای شناسه ملی ۱۰۱۰۰۰۱۵۸۴۱و به شماره ثبت ۷۱

تاریخ انتشار:۱۴۰۳/۵/۶

بدین وسیله از کلیه اعضائ محترم دعوت میشود تا در مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده نوبت اول که راس ساعت۱۱ روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۳/۶/۵ در محل ورامین خیابان شهید بهشتی خیابان امام زاده عبد الله مسجد موسی بن جعفر تشکیل میشود حضور به هم برسانند. از کلیه اعضایی که داوطلب عضویت در سمت هیئت مدیره و بازرس شرکت تعاونی هستند دعوت به عمل می آید پس از انتشار آگهی حداکثر به مدت ۵ روز کاری تقاضای خود را با در دست داشتن مدارک هویتی به منظور تکمیل پروسه ثبت نام به محل شرکت تعاونی ارائه نمایند. اگر حضور عضوی در مجمع میسر نباشد میتواند وکالتا حق اعمال رای به غیر دهد و هریک از اعضای تعاونی میتواند نماینده تام الاختیاری (از میان اعضا یا خارج از آن) برای حضور در مجمع و اعمال رای تعیین نماید ،تعداد آرا وکالتی هر عضو حداکثر ۳ رای و هر شخص غیر عضو تنها یک رای خواهد بود. تایید وکالت و احراز هویت با یک نفر نماینده هیئت مدیره و بازرس می باشد متقاضیان اعطای نمایندگی باید حداکثر ۴۸ ساعت قبل از برگزاری مجمع به همراه نماینده خود و با در دست داشتن مدرک موید عضویت در تعاونی و کارت شناسایی معتبر در محل دفتر تعاونی حاضر تا پس از احراز هویت طرفین عضویت متقاضی و اهلیت نماینده ، برگه نمایندگی مربوطه توسط مقام مذکور تایید و برگه ورود در مجمع برای نماینده صادر شود. بر اساس ماده ۱۴۰آیین نامه نحوه تشکیل مجامع عمومی (موضوع تبصره ۳ ماده ۳۳ قانون بخش تعاونی) به منظور تامین حق نظارت عضو در امور تعاونی اعضا می توانند از ۵ روز قبل از تشکیل مجمع به تعاونی مراجعه و ترازنامه و حساب سود و زیان و گزارشهای مالی هیئت مدیره و بازرس یا بازرسان تعاونی را ملاحظه و از آنها یادداشت برداری کنند. در ضمن یاد آوری میشود این مجمع با حضور اکثریت اعضا رسمیت می یابد و تصمیماتی که در ان اتخاذ شود برای کلیه اعضا (اعم از حاضر و غایب) نافذ و معتبر خواهد بود . دستور جلسه:

۱.استماع گزارش هیئت مدیره و بازرس ۲. رسیدگی اتخاذ تصمیم در خصوص صورت های مالی سال ۱۴۰۲

۳.انتخاب بازرس ۴.انتخاب یک نفر عضو اصلی و ۲ عضو علی البدل مهم هیئت مدیره

رئیس هیئت مدیره

شرکت ملی نفت ایران — شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب — شرکت بهره برداری نفت و گاز گچساران «سهامی خاص»

فراخوان ارزیابی کیفی جهت برگزاری مناقصه عمومی شماره ۷۲/ج م/۱۴۰۳ مربوط به خرید۴۶ قلم فلنج و اتصالات سایز ۴ الی ۲۴ اینچ کلاس ۱۵۰ الی ۱۵۰۰ - درخواست شماره ۰۳۰۰۳۴۵

نوبت دوم

شناسه آگهی: ۱۷۵۶۳۱۹

شرکت بهره برداری نفت و گاز گچساران در نظر دارد فراخوان ارزیابی کیفی جهت برگزاری مناقصه **خرید۴۶ قلم فلنج و اتصالات سایز ۴ الی ۲۴ اینچ کلاس ۱۵۰ الی ۱۵۰۰** به شماره (۲۰۰۳۰۹۲۶۶۰۰۰۰۱۵۰) را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید. کلیه مراحل برگزاری فراخوان ارزیابی از دریافت و تحویل اسناد استعلام ارزیابی کیفی تا ارسال دعوتنامه جهت سایر مراحل مناقصه، از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد. لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند. تاریخ انتشار فراخوان در سامانه تاریخ ۱۴۰۳/۰۵/۰۱ الی ۱۴۰۳/۰۵/۰۲ می باشد. اطلاعات و اسناد مناقصه عمومی پس از برگزاری فرآیند ارزیابی کیفی و ارسال دعوتنامه از طریق سامانه ستاد به مناقصه گران ارسال خواهد شد. حداقل امتیاز ارزیابی کیفی ۵۵ امتیاز می باشد.

شرکت ها و موسسات دانش بنیان در مناقصات و عرضه کالاهای دانش بنیان ساخت داخل دستگاه های اجرایی حائز اولویت می‌باشند و همچنین کالای پیشنهادی الزاماً می بایست از فهرست بلند منابع واحد دستگاه مرکزی وزارت نفت (AVL)تامین گردد.

مهلت دریافت اسناد استعلام ارزیابی کیفی تاریخ : ۱۴۰۳/۰۵/۱۰

مهلت ارسال پاسخ استعلام ارزیابی کیفی تاریخ: ۱۴۰۳/۰۵/۲۴

اطلاعات تماس دستگاه مناقصه گزار : آدرس : گچساران - فلکه الله - شرکت بهره برداری نفت و گاز گچساران - تلفن : ۳۲۲۲۲۰۸۹ - ۳۱۹۲۱۸۲۶ - ۰۷۴

مرکز تماس سامانه ستاد : ۴۱۹۳۴-۰۲۱

دفتر ثبت نام سامانه ستاد : ۸۸۹۶۹۷۳۷ و ۸۵۱۹۳۷۶۸

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۳/۰۵/۰۲ — تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۳/۰۵/۰۶

۶۷۸

وزارت نیرو — شرکت مهندسی آب و فاضلاب کشور (مادرتخصصی) — شرکت آب و فاضلاب استان کرمان

آگهی مناقصه عمومی یک مرحله‌ای شماره ب/۵۲-۳۱/۱۴۰۳

نوبت دوم

شرکت آب و فاضلاب استان کرمان در نظر دارد مناقصه عمومی خرید لوله پلی اتیلن سایز مختلف را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به شماره ۲۰۰۳۰۰۵۹۶۳۰۰۰۰۹۱ برگزار نماید. کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکت ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس : www.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند. تاریخ انتشار مناقصه در سامانه تاریخ ۱۴۰۳،۰۵،۰۳ می باشد.

مبلغ برآورد : ۵۶،۹۲۳،۹۵۰،۰۰۰ ریال

مبلغ تضمین شرکت در مناقصه : ۲،۸۴۶،۱۹۷،۵۰۰ ریال به صورت ضمانت بانکی (فرایند ارجاع کار) در وجه شرکت آب و فاضلاب استان کرمان ضمانتنامه فوق باید به مدت ۱۰۰ روز اعتبار داشته باشد و برای سه ماه نیز قابل تمدید باشد.

مهلت زمانی دریافت اسناد مناقصه از سایت : مورخ ۱۴۰۳،۰۵،۰۳ لغایت ۱۴۰۳،۰۵،۰۸

مهلت زمانی ارائه پیشنهاد: ساعت ۱۹ روز شنبه تاریخ ۱۴۰۳،۰۵،۲۰

آخرین مهلت تحویل پاکت (الف) : به صورت حضوری ساعت ۱۴ روز شنبه مورخ ۱۴۰۳،۰۵،۲۰ به دبیرخانه شرکت آب و فاضلاب استان

تاریخ بازگشایی پاکات : ساعت ۸:۱۵ روز یکشنبه تاریخ ۱۴۰۳،۰۵،۲۱

محل تامین اعتبار : منابع عمرانی

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

آدرس : کرمان، بلوار ۲۲ بهمن شرکت آب وفاضلاب استان کرمان تلفن ۳۲۲۲۲۹۶۰-۰۳۴

اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه : مرکز تماس ۰۲۱۴۱۹۳۴

دفتر ثبت نام : ۸۸۹۶۹۷۳۸ و ۸۵۱۹۳۷۶۸

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۳/۰۵/۰۳ — تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۳/۰۵/۰۶

مدیریت روابط عمومی و آموزش همگانی

۷۰۴

شرکت ملی نفت ایران — سازمان بهداشت و درمان صنعت نفت

آگهی ارزیابی کیفی مناقصه

نوبت اول

شناسه آگهی: ۱۷۵۶۶۰۵

موضوع: تجدید مناقصه تامین، حمل، نصب و راه اندازی دو عدد دیگ بخار ۲ تنی پروژه بیمارستان نفت تهران

سازمان بهداشت و درمان صنعت نفت در نظر دارد مناقصه موضوع فوق را با مشخصات و شرایط کلی زیر را از طریق برگزاری مناقصه عمومی دو مرحله ای (تجدید مناقصه) به شرکت واجد شرایط واگذار نماید .

کلیه فرآیندهای ارزیابی کیفی مناقصه گران ، دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکت ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir با شماره ثبت ۲۰۰۳۰۹۳۸۲۳۰۰۰۰۱۴ انجام خواهد شد .

الف) شرح خدمات مورد نیاز : تامین ، حمل ، نصب و راه اندازی دو عدد دیگ بخار ۲ تنی پروژه بیمارستان نفت تهران

ب) مدت زمان اجرای قرارداد : ۷۰روز .

ج) محل انجام خدمات : تهران - خیابان حافظ - خیابان سرهنگ سخایی- بیمارستان نفت تهران

د) حداقل شرایط متقاضیان :

۱- داشتن شخصیت حقوقی مستقل

۲- داشتن امکانات و تجهیزات مناسب مرتبط با موضوع مناقصه و نیروی انسانی با تجربه

۳- داشتن سابقه و تجربه کافی و مرتبط با موضوع مناقصه

۴- نامه نمایندگی (انحصاری / غیر انحصاری) که در تاریخ برگزاری مناقصه معتبر باشد و یا ارائه پروانه تولید از وزارت صمت (جهت شرکت های تولید کننده)

۵- داشتن توانایی ارائه تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار به مبلغ ۱/۷۵۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال مطابق ضوابط اعلامی از سوی کارفرما و قابل استعلام از بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران ، طبق تصویب نامه شماره ۱۲۳۴۰۲ /ت ۵۰۶۵۹ هـ مورخ ۱۳۹۴/۰۹/۲۲ هیات محترم وزیران

مناقصه گران درصورت عدم عضویت قبلی در سامانه مذکور ، می بایست مراحل ثبت نام در سایت فوق و دریافت گواهی امضاء الکترونیکی جهت شرکت در مناقصه و دریافت اسناد را به انجام رسانند .

مهلت دریافت استعلام ارزیابی کیفی مناقصه گران در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) : ۷ روز پس از چاپ نوبت دوم آگهی روزنامه است.

مهلت تحویل استعلام ارزیابی کیفی مناقصه گران در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) : ۱۴ روز پس از اتمام مهلت دریافت است.

اسناد و مدارک مناقصه بین شرکت های واجد شرایط که به تشخیص مناقصه گزار حداقل ۶۰ امتیاز کیفی را کسب می نمایند توزیع خواهد شد.

ارائه مدارک فوق الذکر هیچگونه حقی برای مناقصه گران ایجاد نخواهد کرد. درصورت نیاز به اطلاعات بیشتر درخصوص اسناد مناقصه ، شرایط و مسائل مالی با تلفن ۸۸۸۹۲۱۵۳ - ۰۲۱ و درخصوص سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) با تلفن ۱۴۵۶ - ۰۲۱ تماس حاصل نمایند.

www.shana.ir — www.piho.ir

روابط عمومی سازمان بهداشت ودرمان صنعت نفت

خبرنامه

تولید در فرانسه و آلمان همچنان راکد است

ضعف تولید صنعتی در قاره سبز

ضعف تولید در مرکز صنعتی اروپا در ماه جولای بیشتر شد و ترس رهبران اروپایی از مسیر اشتباه اقتصاد این بلوک را تأیید کرد. شاخص مدیران خرید (PMI) در منطقه یورو سقوط کرد، زیرا تولید در آلمان و فرانسه به عنوان دو قطب اصلی تولید اروپایی به سمت انقباض بیشتر رفته است. شاخص مدیران خرید منطقه یورو از ۴۵.۸ واحد به ۴۵.۶ واحد کاهش یافت که پایین‌ترین رقم طی هفت ماه گذشته است و انتظارات برای افزایش اندک به محدوده ۴۶ واحد را ناامید کرد. در آلمان این شاخص به ۴۲.۶ واحد رسید که پایین‌ترین رقم در سه ماه اخیر محسوب می‌شود؛ درحالی‌که در فرانسه برای دومین ماه متوالی به ۴۴.۱ سقوط کرد. هر عددی پایین‌تر از مرز ۵۰، قلمرو انقباضی به شمار می‌رود. شاخص PMI ترکیبی، که شامل خدمات می‌شود، باوجود کندی از ماه ژوئن، کمی بالای ۵۰ باقی ماند. به گفته اقتصاددانان در بانک تجاری هامبورگ، به نظر می‌رسد این یک مشکل جدی است. اقتصاد آلمان دوباره به قلمرو انقباضی سقوط کرده و با کاهش شدید و چشمگیر تولید روبه‌رو شده است. امید به اینکه این بخش بتواند از یک فضای اقتصادی بهتر جهانی بهره‌مند شود، در حال از بین رفتن است. صنعت اروپا و پیش از آن آلمان، با افزایش قیمت انرژی پس از حمله روسیه به اوکراین آسیب دید. این بلوک وضعیت اضطراری فوری را بهتر از حد انتظار مدیریت کرد و جایگزین‌هایی برای گاز روسیه پیدا کرد. واردات گاز طبیعی مایع از آمریکا، یکی از این جایگزین‌ها بود. اما حتی با بازگشت مجموع اقتصاد منطقه یورو به محدوده رشد، امید به بهبود سریع صنعت اروپا از بین رفته است. شاخص تولید صنعتی مرکز آمار اتحادیه اروپا برای منطقه یورو پایین‌تر از سطح سال ۲۰۲۱ باقی‌مانده است و روندی کاهشی دارد. سیاستگذاران اروپایی هم شروع به درک این موضوع کرده‌اند که چرخشی که انتظار داشتند محقق نمی‌شود. «اولی رن» رئیس بانک فنلاند، روز جمعه در یک پست وبلاگی نوشت که توسعه اقتصادی منطقه یورو به‌طور فزاینده‌ای بر خدمات استوار است. از سوی دیگر، وضعیت صنعت تیره‌وتار است و هیچ نشانی از افزایش وجود ندارد. به گفته وی، زمان آن رسیده است که بررسی کنیم آیا ماهیت رکود فعلی در تولید، آنطور که فرض می‌شود، موقت و دوره‌ای است یا نه.

جام‌جهانی فوتبال زنان به اقتصاد جهان کمک کرد

رهاورد ۲ میلیارد دلاری فوتبال زنان

براساس مطالعه مشترک سازمان تجارت جهانی و فدراسیون جهانی فوتبال، جام‌جهانی ۲۰۲۳ زنان، نزدیک به ۱,۹ میلیارد دلار به تولید ناخالص داخلی جهانی کمک کرد. فدراسیون جهانی فوتبال (فیفا) و سازمان تجارت جهانی (WTO)، مطالعه‌ای را منتشر کرده‌اند که تأثیر جام جهانی زنان فیفا ۲۰۲۳ را بر اقتصاد، تجارت و جامعه، در دو کشور میزبان، یعنی استرالیا و نیوزیلند و در سراسر جهان تحلیل می‌کند. فوتبال زنان در چند سال اخیر به طور تصاعدی رشد کرده و با افزایش بازیکنان زن در کلاس جهانی که منجر به افزایش پوشش رسانه‌ای، تجاری‌سازی سریع و افزایش مشارکت در همه گوشه‌های جهان شده است، تغییر قابل‌توجهی در اقتصاد این ورزش به وجود آمده است. این رشد در نهمین دوره مسابقات جام‌جهانی زنان که سال گذشته میلادی برگزار شد، به وضوح قابل مشاهده بود و با ثبت ۲ میلیارد تماشاگر جهانی و حضور ۱,۹۸ میلیون تماشاگر در ۱۰ استادیوم برگزاری مسابقات در استرالیا و نیوزیلند، رکوردهای تازه‌ای را ثبت کرد. «انگوزی اوکونجو ایویلا»، مدیرکل سازمان تجارت جهانی در این باره گفت: «فوتبال و رویدادهای مهمی مانند جام‌جهانی زنان می‌تواند تجارت و سرمایه‌گذاری را تحریک کند و فرصت‌های اقتصادی پایدار ایجاد کند.» به گفته او، سازمان تجارت جهانی امیدوار است که این یافته‌ها منجر به بحث‌های بیشتر در مورد سیاست داخلی در مورد چگونگی استفاده از ورزش و فوتبال، به عنوان ابزار توسعه‌ای شود.

یکی از یافته‌های کلیدی مطالعه مشترک فدراسیون جهانی فوتبال و سازمان تجارت جهانی، نشان می‌دهد که این مسابقات تقریبا ۱,۹ میلیارد دلار به تولید ناخالص داخلی جهانی کمک کرد، ۳۸ هزار و ۲۰۴ شغل ایجاد کرد و ۹۳۲ میلیون دلار به درآمد خانوار اضافه کرد. این گزارش همچنین توضیح می‌دهد که چگونه تأثیر اقتصادی به توانمندسازی زنان کمک می‌کند، زیرا بیشتر مشاغل اضافی در بخش‌های زنانه هستند.

بخش دیگری از این گزارش با عنوان «سفر طولانی فوتبال زنان» به صورت آماری نشان می‌دهد که چگونه فوتبال زنان با افزایش آمار تماشاگران، جوایز و بازار نقل و انتقالات، رشد کرده است. برای مثال، تعداد زنان و دخترانی که فوتبال سازمان‌یافته بازی می‌کنند از سال ۲۰۱۹ تاکنون ۲۴ درصد افزایش یافته و به ۱۶,۶ میلیون نفر رسیده است. این تحلیل همچنین برنامه‌های توسعه زنان را توصیف می‌کند تا نشان دهد چگونه رشد فوتبال، زنان را توانمند کرده است. همچنین گزارشی که در فوریه گذشته توسط Football Australia منتشر شد، نشان داد جام جهانی فوتبال زنان ۸۶۵,۷ میلیون دلار برای کشور میزبان درآمد داشته است. در این گزارش اشاره شده بود که به دلیل افزایش فعالیت بدنی، هزینه‌های مراقبت‌های بهداشتی در این کشور ۲۱۲,۵ میلیون دلار کاهش یافته است. این تورنمنت همچنین ۵۷۰ میلیون دلار درآمد برای فیفا به همراه داشت و در واقع، اولین جام‌جهانی زنان بود که برای فدراسیون جهانی فوتبال با سود مالی همراه بود. جام‌جهانی زنان همچنین پس از جام جهانی مردان، دومین تورنمنت ورزشی پردرآمد لقب گرفته است.

با کاهش هزینه‌های مصرف‌کننده

اقتصاد کره جنوبی منقبض شد

اقتصاد کره جنوبی به‌واسطه کاهش هزینه‌های مصرف‌کننده که منجر به تضعیف رونق صادرات شد، به‌طور غیرمنتظره‌ای در سه ماهه دوم ۲۰۲۴ منقبض شد و شدیدترین انقباض از سال ۲۰۲۲ تاکنون را تجربه کرد. در پی انتشار داده‌های آماری مبنی بر انقباض اقتصاد کره جنوبی در سه ماهه دوم سال جاری، انتظارات مبنی بر قریب‌الوقوع بودن کاهش نرخ بهره تقویت شد. داده‌های بانک مرکزی کره نشان داد که تولید ناخالص داخلی این کشور در دوره آوریل تا ژوئن ۰.۲ درصد نسبت به سه ماهه قبل در شرایط فصلی تعدیل شده، کاهش یافته است. این شدیدترین سقوط از سه ماهه چهارم سال ۲۰۲۲ تاکنون به شمار می‌رود. تحلیلگران باور دارند که داده‌های ضعیف، همراه با کاهش فشار قیمت مصرف‌کننده که در ماه ژوئن مشاهده شده است، درخواست‌ها را برای کاهش نرخ بهره بانک مرکزی در ماه آینده افزایش می‌دهد. بانک مرکزی، نرخ بهره کلیدی خود را رها کرده است و برگه جدیدی را بدون تغییر در بالاترین رقم نرخ بهره ۱۵ ساله ۳.۵ درصدی خود در این ماه باز می‌کند و چشم‌انداز چرخش سیاست خود را کاهش فشار قیمت‌ها می‌داند. کاپیتال اکونومیکس می‌گوید که داده‌ها نشان می‌دهد تقاضای داخلی در این وضعیت ضعیف‌تر خواهد شد. کاپیتال اکونومیکس در یادداشتی گفت که ضعف آخرین ارقام تولید ناخالص داخلی، اعتماد بیشتری نسبت به دیدگاه مبنی بر قریب‌الوقوع بودن کاهش نرخ بهره می‌دهد. درحالی‌که انتظار می‌رود بانک مرکزی از ماه اکتبر سیاست‌های خود را کاهش دهد، خطر کاهش نرخ بهره در اوت در حال حاضر افزایش یافته است. بااین‌حال، سایر تحلیلگران می‌گویند که بانک مرکزی کره جنوبی تا سه ماهه آینده، کاهشی در نرخ بهره ایجاد نخواهد کرد و در عوض، منتظر حرکت فدرال رزرو آمریکا باقی خواهد ماند. در حال حاضر بازارها به‌طور کامل براساس کاهش نرخ بهره فدرال رزرو در ماه سپتامبر قیمت‌گذاری می‌کنند.

به‌طور سالانه، چهارمین اقتصاد بزرگ آسیا در مقایسه با رشد ۳.۳ درصدی در سه ماهه اول جاری، ۲.۳ درصد رشد داشته است. مصرف خصوصی و سرمایه‌گذاری در بخش ساخت‌وساز به ترتیب ۰.۲ درصد و ۱.۱ درصد نسبت به سه ماهه قبل کاهش یافته؛ درحالی‌که صادرات ۰.۹ درصد افزایش داشته است. در نتیجه این روند، برای محیط تجاری و اقتصادی کره، یک اقتصاد دو سرعتِ با تقاضای داخلی ضعیف که با اشتهای قوی فراساحلی برای برخی از صادرات این ابرقدرت تولیدی مقابله می‌کند، پدید آمده است. به‌عنوان‌مثال، فروش خودروهای شرکت هیوندای موتور در سه ماهه دوم امسال ۱۰ درصد کاهش یافته، اگرچه این شرکت در آمریکا به عنوان بزرگ‌ترین بازار خود از تجارت خوبی برخوردار بوده است.

دماسنج اصلی تالار شیشه‌ای در معاملات هفته گذشته یک کانال پایین آمد

ریزش یک درصدی بورس تهران

فرصت امروز: شاخص کل بورس تهران در مجموع معاملات هفته گذشته بیش از ۲۷ هزار واحد افت کرد و به محدوده ۲ میلیون و ۱۰۰ هزار واحدی سقوط کرد. در این هفته همچنین حجم خروج سرمایه حقیقی افزایش یافت و در مجموع کل هفته ۶۰۰ میلیارد تومان پول حقیقی از بازار سهام خارج شد. شاخص کل بورس در آخرین روز کاری هفته گذشته به سطح ۲ میلیون و ۱۷۵ هزار واحد رسید و با ثبت ۲۷ هزار و ۳۴۹ واحد کاهش، بازدهی هفتگی منفی ۱,۲ درصد را از خود به جا گذاشت. شاخص کل هم‌وزن نیز افت ۹ هزار و ۸۰۹ واحدی را تجربه کرد و بازدهی منفی ۱,۱ درصد را به ثبت رساند. بازار بورس و اوراق بهادار تهران در معاملات روز چهارشنبه با افت حدود ۲ هزار واحدی به کار خود پایان داد و با نگاهی به نقشه بازار می‌توان این برداشت را داشت که اکثر نمادها در محدوده صفر تابلویی قرار داشتند و نوسان چندانی در بازار ایجاد نشد. در جریان معاملات روز چهارشنبه در بازار بورس و اوراق بهادار تهران، ارزش بازار در محدوده ۷۱۰۰ همتی قرار گرفت تا نسبت به چهارشنبه دو هفته قبل، افت ۲۷۷ همتی را ثبت کرده باشد. در صورتی که روند بازار بر همین منوال باشد، ارزش بازار بورس و اوراق بهادار تهران باز هم کانال ۷۰۰۰ همتی را از دست خواهد داد. درخصوص ارزش معاملات گروه‌های بازار سرمایه باید گفت که برای چندمین روز پیاپی گروه شیمیایی در صدر برترین گروه بازار از نظر ارزش معاملاتی قرار گرفت و با ارزش معاملاتی ۳۱۶ میلیارد تومانی در بازار روز چهارشنبه صدرنشین شد. گروه فلزات اساسی و خودرویی نیز به ترتیب با ارزش معاملاتی ۲۴۷ میلیارد تومانی و ۱۵۴ میلیارد تومانی، رتبه‌های دوم و سوم را به خود اختصاص دادند. بازار سرمایه در معاملات روزهای آینده به تحولات دولت چهاردهم چشم دوخته و روند تشکیل کابینه را با دقت نظاره می‌کند.

شاخص کل یک کانال پایین آمد

شاخص کل بورس تهران در این هفته بیش از ۲۷ هزار واحد افت کرد و به محدوده ۲ میلیون و ۱۰۰ هزار واحدی سقوط کرد. شاخص کل ابتدا در معاملات شنبه ۱۰ هزار و ۲۵۱ واحد ریزش کرد. در معاملات یکشنبه نیز شاخص کل ۲۰ هزار و ۲۲۲ واحد پایین آمد. در معاملات دوشنبه بار دیگر این روند تکرار شد و شاخص کل ۳ هزار و ۱۶۹ واحد افت کرد، اما در معاملات سه‌شنبه بالاخره شاخص کل تغییر جهت داد و ۸ هزار و ۹۶۰ واحد افزایش یافت. این روند اما پایدار نماند و شاخص کل در معاملات چهارشنبه ۲ هزار و ۶۲۰ واحد ریزش کرد. بدین ترتیب، شاخص کل بورس در پایان معاملات هفته در ارتفاع ۲ میلیون و ۱۷۵ هزار واحد ایستاد و با ثبت افت ۲۷ هزار و ۳۴۹ واحدی، بازدهی هفتگی منفی ۱,۲ درصد را تجربه کرد. شاخص کل هم‌وزن نیز در معاملات هفته گذشته ۹ هزار و ۸۰۹ واحد ریزش کرد و بازدهی منفی ۱,۱ درصد را به جا گذاشت.

میانگین ارزش معاملات بازار سهام در این هفته ۱۸ هزار و ۳۹۳ میلیارد تومان بود. میانگین ارزش معاملات خرد بورس نیز ۲ هزار و ۸۹۷ میلیارد تومان بود که نسبت به رقم ۲ هزار و ۹۸۵ هفته پیشین، کاهش ۳ درصدی داشته است. میانگین ارزش صف‌های فروش در هفته اخیر ۶۳۲ میلیارد تومان بود که از میانگین هفته پیشین، ۴۵۹ میلیارد تومان بیشتر بود و رشد ۲۶۵ درصدی را نشان می‌دهد. بالاترین رقم هفته به میزان هزار و ۷۶ میلیارد تومان در روز یکشنبه ثبت شد و کمترین رقم به میزان ۱۸۵ میلیارد تومان بود که در روز چهارشنبه ثبت شد. میانگین ارزش صف‌های خرید نیز در هفته اخیر ۱۲۸ میلیارد تومان بود که از میانگین هفته گذشته ۵۴ میلیارد تومان کمتر بود. بنابراین در این هفته، میانگین ارزش صف‌های خرید ۳۰ درصد کاهش یافته است. بالاترین رقم هفته به میزان ۲۱۶ میلیارد تومان بود که در روز یکشنبه ثبت شد. پایین‌ترین رقم هفته هم به میزان ۹۷ میلیارد تومان به روز دوشنبه برمی‌گردد. در بیشتر روزهای هفته گذشته شاهد خروج پول حقیقی بودیم؛ به طوری که در روز شنبه ۲۰۸ میلیارد تومان، روز یکشنبه ۲۲۸ میلیارد تومان و روز دوشنبه ۱۱۳ میلیارد تومان پول حقیقی از بازار خارج شد. در روز سه‌شنبه شاهد ورود ۸۶ میلیارد تومان پول حقیقی به بازار بودیم. هرچند در آخرین روز معاملاتی هفته بار دیگر شاهد خروج پول حقیقی بودیم که ارزش آن ۱۳۷ میلیارد تومان بود. در مجموع کل هفته ۶۰۰ میلیارد تومان پول حقیقی از بورس خارج شد و میانگین روزانه خروج پول حقیقی ۱۲۰ میلیارد تومان بود که نسبت به هفته پیشین ۱۷ درصد کاهش یافت.

قیمت معاملات نمادها در مدار صفر

بازار بورس و اوراق بهادار تهران در پایان معاملات روز چهارشنبه با افت حدود ۲ هزار واحدی کار را تمام کرد و با نگاهی به نقشه بازار می‌توان این برداشت را داشت که اکثر نمادها در محدوده صفر تابلویی قرار داشتند و نوسان چندانی در بازار ایجاد نشد. در جریان معاملات روز چهارشنبه در بازار بورس و اوراق بهادار تهران، ارزش بازار در محدوده ۷۱۰۰ همتی قرار گرفت تا نسبت به چهارشنبه هفته قبل از آن، افت ۲۷۷ همتی را ثبت کرده باشد. در صورتی که روند بازار بر همین منوال ادامه داشته باشد ارزش بازار بورس و اوراق بهادار تهران باز هم کانال ۷۰۰۰ همتی را از دست خواهد داد. درخصوص ارزش معاملات گروه‌های بازار سرمایه باید گفت که برای چندمین روز پیاپی گروه شیمیایی در صدر برترین گروه بازار از نظر ارزش معاملاتی قرار گرفت و گروه خودرویی نیز در رتبه سوم ایستاد. گروه شیمیایی در بازار روز چهارشنبه با ارزش معاملاتی ۳۱۶ میلیارد تومانی در صدر بازار نشست و گروه فلزات اساسی و خودرویی به ترتیب با ارزش معاملاتی ۲۴۷ میلیارد تومان و ۱۵۴ میلیارد تومان رتبه‌های دوم و سوم را به خود اختصاص دادند. بازار سرمایه در معاملات روز چهارشنبه بازار چندان پررونقی نبود و خیلی از نمادها در محدوده‌های صفر تابلویی قرار داشتند. این موضوع باعث شد تا عدد شاخص کل هم بدون تغییر خاصی نسبت به روز قبل، کار خود را به پایان ببرد و تنها با افت ۲۶۰۰ واحدی مواجه شود. از منظر تکنیکالی همچنان مفروضات هفته‌های قبل پابرجاست؛ مفروضاتی همچون محدوده پر چالش ۲,۲ میلیون واحدی شاخص کل به همراه میانگین‌های ۵۵ روزه و ۲۰۰ روزه در نزدیکی شاخص کل و قرار گرفتن اندیکاتور RSI در حوالی ۵۵ واحدی که نشان از تعادل خریداران و فروشندگان در بازار است. تقریبا می‌توان گفت که برای روزهای آینده بازار سرمایه، فاکتور اعتماد بسیار مهم است که آن هم به دست دولتمردان چهاردهم باید ایجاد شود تا بازار باز هم روزهای خوب را به خود ببیند.

بحث داغ نرخ خوراک پتروشیمی‌ها

در این روزها همچنان بحث داغ نرخ خوراک روی میز بورسی‌ها قرار دارد و «سیدرضا شهرستانی»، عضو هیأت مدیره انجمن تولیدکنندگان فولاد در این خصوص عنوان داشته است که ابطال مصوبه افزایش نرخ خوراک تاثیر مثبتی بر EPS کل شرکت‌های فولادی خواهد گذاشت. البته با توجه به این تغییر قیمت، باید مشخص شود چه مقدار از مبالغ پرداخت شده بابت نرخ خوراک به حساب شرکت‌های تولیدکننده فولاد باز می‌گردد. در همین خصوص نیز «حسن عباس‌زاده»، مدیر برنامه‌ریزی و توسعه صنایع تکمیلی شرکت ملی صنایع پتروشیمی گفته است که از محل ابطال مصوبه افزایش نرخ خوراک گاز طبیعی در دیوان عدالت اداری، مبالغی به شرکت‌های پتروشیمی برخواهد گشت. در همین حال، «علی‌اکبر ایرانشاهی»، رئیس مرکز نظارت بر صندوق‌های سرمایه گذاری بورس تهران با اشاره به ابلاغ مصوبه بانک مرکزی درخصوص امکان انتشار گواهی ۳۰ درصدی برای بانک‌ها در اسفند سال گذشته گفت که صندوق‌های سرمایه‌گذاری با ابطال قابل توجه و چالش نقدینگی مواجه شدند ولی سازمان بورس برای کمک به کاهش ریسک نقدشوندگی صندوق‌ها، نصاب مجاز سرمایه‌گذاری در سپرده بانکی را از ۴۰ به ۵۰ درصد افزایش داد که این موضوع برای دوره موقت شش ماهه بود که مهلت آن در مرداد و شهریور به اتمام خواهد رسید و نصاب سرمایه‌گذاری در سپرده‌های بانکی و اوراق دولتی به حداکثر و حداقل ۴۰ و ۲۵ درصد دارایی‌ها باز می‌گردد.

اما تازه‌ترین گزارش مرکز آمار ایران نشان می‌دهد که نرخ تورم ماهانه برای چهارمین ماه متوالی در سال جدید بالاتر از ۲ درصد به ثبت رسید و در تیرماه عدد ۲,۲ را به ثبت رساند. این در حالی است که تورم نقطه به نقطه نیز با ثبت عدد ۳۲,۲ درصد برای سومین ماه متوالی، عملکردی افزایشی را به ثبت رساند. جزئیات تورم تیرماه نشان می‌دهد حدود یک واحد درصد از تورم ۲,۲ درصدی آن به بخش مسکن، آب، برق و گاز مربوط می‌شود.

ضرورت مدیریت مصرف برق در روزهای گرم تابستان

رکورد مصرف برق در این هفته خواهد شکست

برآوردها نشان می‌دهد که احتمالا در هفته جاری، رکورد مصرف برق ایران بار دیگر شکسته خواهد شد. در همین زمینه، وزیر نیرو با پیش‌بینی این اتفاق می‌گوید: پیش‌بینی ما این هست که قله مصرف را طی هفته پیش رو خواهیم زد. از مردم تشکر می‌کنم که ما را در این مدیریت مصرف یاری می‌کنند، اما عده قلیلی پرمصرف همکاری نمی‌کنند که تذکر داده‌ایم و امیدواریم مصارف خودشان را کاهش بدهند.

به گزارش «ایسنا»، «علی اکبر محرابیان» درخصوص جلسه با مدیران توزیع شبکه سراسری برق که روز جمعه برگزار شد، گفت: امروز با توجه به پیش‌بینی گرمایی که برای روزهای آینده داریم، ضرورت داشت جلسه‌ای با مدیران داشته باشیم. جلسه اول در سطح مدیران ارشد برگزار شد و به زودی جلسه‌ای با همه مدیران توزیع و برق منطقه‌ای به صورت برخط خواهیم داشت. وی با اینکه متوسط رشد مصرف در سال‌های گذشته حدود ۴ درصد بوده است، گفت: برای صنعت برق سه سناریوی پیش‌بینی می‌شود، سناریوی رشد مصرف سه درصد، رشد مصرف چهار و نیم درصد، رشد مصرف ۶ درصد اما اتفاقی که رخ داده امسال در اثر افزایش شدید مصرف ما تا الان رشد بالای هشت درصد را داشتیم و پیش‌بینی می‌کنیم که این رشد به ۹ درصد هم طی روزهای آینده برسد.

وزیر نیرو با بیان اینکه این مسئله دو چالش تولید برق و توزیع برق را برای ما ایجاد می‌کند، درباره چالش توزیع برق گفت: بسیاری از نقاط کشور در اثر این افزایش مصرف، خطوط انتقال و شبکه توزیع و فوق توزیع و پست‌ها اشباع می‌شود و کار تامین برق را دچار مشکل می‌کند.

«محرابیان» که به صورت زنده با صداوسیما سخن می‌گفت، با بیان اینکه لازم بود در این جلسه پیش‌بینی‌های لازم برای تولید و انتقال و مدیریت مصرف داشته باشیم، از راه‌اندازی برخی نیروگاه‌های تعمیری خبر داد و گفت: ما تا فردا صبح از همه ظرفیت‌های نیروگاهی‌مان استفاده می‌کنیم، حدود شش واحد نیروگاهی بزرگ داشتیم که از مدار خارج شده بود اما امروز صبح دو مورد برگشت و تا فردا مابقی به شبکه برمی‌گردد و تا فردا صبح همه در شبکه تولید برق خواهند کرد.

او همچنین به افزایش حوادث برقی همزمان با افزایش گرما اشاره کرد و افزود: علاوه بر این تمام همکاران ما به حالت آماده باش هستند چراکه با افزایش مصرف و گرما، حوادث هم افزایش پیدا می‌کند. در این راستا گروه‌های واکنش سریع به حالت آماده باش هستند تا در صورت ایجاد حادثه، سریع وارد عمل شوند و از خاموشی‌ها جلوگیری کنند یا رفع مشکل خاموشی کنند.

وزیر نیرو در دولت سیزدهم با بیان اینکه پیش‌بینی ما این هست که قله مصرف را طی هفته پیش رو خواهیم زد، گفت: از مردم تشکر می‌کنم که ما را در این مدیریت مصرف یاری می‌کنند اما عده قلیلی پرمصرف همکاری نمی‌کنند که تذکر داده‌ایم و امیدواریم مصارف خودشان را کاهش بدهند. امیدوارم با همکاری مردم این شرایط را مدیریت کنیم.

براساسی این گزارش، همچنین سخنگوی صنعت برق بر ضرورت همراهی عمومی برای گذر از روزهای بسیار گرم پیش رو تاکید کرد و با اشاره به گزارش‌های سازمان هواشناسی مبنی بر گرمای بی‌سابقه در کشور، گفت: با توجه به میانگین دمای وزنی بالای ۴۲ درجه در هفته آتی که پیش روی کشور قرار دارد ضرورت همراهی عمومی برای تامین برق پایدار و گذر بدون مشکل از این روزها مورد تاکید است.

«مصطفی رجبی مشهدی» با اشاره به نشست بررسی وضعیت تولید و توزیع برق در کشور که صبح جمعه با حضور وزیر نیرو و مدیران ارشد صنعت برق کشور در دیسپاچینگ ملی برگزار شد، گفت: رشد بالای ۸ درصدی مصرف برق و جابه‌جایی پی در پی نصاب‌های تقاضای مصرف برق که به دلیل افزایش دمای بی‌سابقه در کشور رخ داده موجب شد تا این نشست برگزار شود. مدیرعامل توانیر با اشاره به بررسی آخرین وضعیت تولید و توزیع برق در کشور گفت: ۵۵ درصد برق کشور در بخش خانگی مصرف می‌شود و میزان مصرف وسایل سرمایشی به بیش از ۳۵ هزار مگاوات رسیده که عدد بسیار بزرگ و معادل کل مصرف کشور بزرگی مثل مصر است که لازم است هموطنان با توجه به احتمال پشت سر گذاشتن نصاب‌های جدید مصرف برای هفته پیش رو، مصرف برق خود را مدیریت کنند.

مدیرعامل شرکت توانیر در همین زمینه از مردم خواست تا از وسایل پرمصرف در ساعات اوج مصرف استفاده نکرده و حتما دمای وسایل سرمایشی را بر روی ۲۴ درجه قرار داده و ضمن خاموش کردن کولرهای اضافی، از دور کند کولرهای آبی استفاده کنند که تاثیر زیادی در کاهش مصرف و عبور از شرایط سخت تامین برق در هفته پیش رو که بسیار گرم اعلام شده است، خواهد داشت.

رجبی مشهدی در عین حال از مشترکان خانگی برای مشارکت در طرح‌های کاهش مصرف تشکر کرد و خاطرنشان ساخت: ۴۰ درصد این مشترکان توانستند پاداش صرفه جویی دریافت کنند که در قبض‌های‌شان لحاظ شده و قبض برق یک سوم آنها نیز رایگان شد که حتما در قرعه‌کشی جوایز ارزشمند پویش با انرژی شرکت داده خواهند شد.

تجدید مناقصه ۱۴۰۳/۱۹

وزارت نیرو
شرکت آب و فاضلاب استان مرکزی - سهامی خاص

مناقصه‌گزار: شرکت آب و فاضلاب استان مرکزی

شماره مناقصه	مشخصات خدمت	شهر	مبلغ برآورد (ریال)	فهرست بها	رشته مورد نظر	مبلغ تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار در مناقصه (ریال)
مناقصه عمرانی	حفر چاه دستگاهی به روش دورانی شهر میلاجرد و روستاهای خاتم آباد و سلوکلو از توابع شهرستان کمیجان	کمیجان	۲۱,۲۳۳,۱۳۴,۹۸۸	چاه سال ۱۴۰۳	کاوشهای زمینی	۱,۰۶۱,۶۵۶,۷۴۹

محل تامین اعتبار: عمرانی
مهلت دریافت اسناد: از ۱۴۰۳/۰۵/۰۸ لغایت ۱۴۰۳/۰۵/۱۱
مهلت تحویل پیشنهادات: از تاریخ ۱۴۰۳/۰۵/۱۳ لغایت ۱۴۰۳/۰۵/۲۳
تاریخ بازگشایی پاکات: ۱۴۰۳/۰۵/۲۷
نوع برگزاری مناقصه یک مرحله ای

کلیه مراحل برگزاری مناقصه ازدریافت اسنادتاارائه پیشنهادمناقصه گران وبازگشایی پاکت هاازطریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس WWW.setadiran.ir انجام خواهدشدولازم است مناقصه گران درصورت عدم عضویت قبلی ،مراحل ثبت نام درسایت مذکور ودریافت گواهی امضای الکترونیکی راجهت شرکت درمناقصه محقق سازند. محل دریافت اسناد: ازطریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به آدرس : WWW.setadiran.ir
محل تحویل اسناد: ازطریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به آدرس : WWW.setadiran.ir توضیح اینکه : مناقصه گران موظفند پاکت الف که حاوی فرم تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار می باشد را تا پایان وقت اداری مورخ ۱۴۰۳/۰۵/۲۳ به دفتر قراردادهای شرکت آب و فاضلاب استان مرکزی واقع درشهرک رضوی – میدان شهید نجفی تحویل داده و رسید آن را دریافت نمایند.

روابط عمومی شرکت آب و فاضلاب استان مرکزی

۷۱۶

آگهی مزایده اموال غیر منقول – نوبت اول

شماره پرونده اجرائی ۰۲۰۲۵۹۸اجرائی
۱ – محکوم له: روح پرور امدادی
۲ – محکوم علیه :رباب پورهاشم – بشارت ، حسن و علی همگی امدادی
۳- محکوم به :فروش ماترک مرحوم ارشد امدادی
۴ – مورد مزایده عبارت است از : یک باب ساختمان مسکونی متعلق به مرحوم ارشد امدادی واقع در میاندوآب ، ۳۶ متری دارای ۱۱۸ متر مربع عرصه و ۱۷۰متر مربع اعیانی با قدمت ۳۰ سال که به قیمت ۴۵،۹۰۰،۰۰۰،۰۰۰ریال ارزیابی شده است. که با توجه به تقاضای محکوم له و به لحاظ عدم پرداخت محکوم به از ناحیه محکوم علیه ، مورد مزایده توقیف و از طریق مزایده فروخته خواهد شد. مزایده از قیمت پایه شروع و به بالاترین قیمت پیشنهادی واگذار خواهد گردید
الف) برنده مزایده بایستی ۱۰٪ از مبلغ پیشنهادی را فی المجلس و مابقی را ظرف مدت یک ماه از تاریخ مزایده پرداخت نماید حتما کارت بانکی جهت پرداخت ۱۰ مزایده را به همراه داشته باشد
ب)شرکت کنندگان میتوانند تا مدت ۵ روز قبل از تاریخ مزایده با هماهنگی این دفتر از مورد مزایده دیدار فرمایند.
ج) مزایده روز سه شنبه مورخه ۱۴۰۳،۰۵،۲۳ راس ساعت ۱۱صبح در محل دفتر اجرای احکا مدنی واقع در ساختمان جدید دادگستری با حضور نماینده محترم دادستانی و متقاضیان برگزار خواهد شد.
د کلیه هزینه های نقل و انتقال بعهده برنده مزایده می باشدم الف ۱۷
ولی نژاد – مدیر دفتر شعبه اول اجرای احکام مدنی دادگستری شهرستان میاندوآب

آگهی تحدید حدود اختصاصی

تحدید حدود ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی به پلاک ۴/۴۶۵ اصلی بخش ۱۱ به مساحت ۴۰۰۰۰ متر مربع واقع در گنبد کاووس اراضی زراعی قریه کوچک خرطوم بخش ۱۱ حوزه ثبتی گنبد ملکی آقای یوسف چرکزی ساعت ۹ صبح روز چهارشنبه مورخه ۱۴۰۳/۰۵/۲۴ در محل وقوع ملک گنبد کاووس اراضی زراعی قریه کوچک خرطوم بعمل خواهد آمد.
از این رو چنانچه مجاوری نسبت به حدود یا حقوق ارتفاقی حقی برای خود قائل است میتواند فقط تا سی روز از تاریخ تنظیم صورتمجلس تحدید حدود اعتراض خود را کتبا با ذکر شماره پلاک به اداره ثبت شهرستان گنبد کاووس تسلیم نموده و علاوه بر آن ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض به مرجع ثبتی دادخواست به مرجع
ذیصلاح قضائی تقدیم نماید در غیر اینصورت متقاضی ثبت یا نماینده قانونی وی میتواند به دادگاه مربوطه مراجعه و گواهی عدم تقدیم دادخواست را دریافت و به اداره ثبت تسلیم نماید بدیهی است در صورت عدم وصول اعتراض اداره ثبت وفق مقررات مبادرت به صدور سند مالکیت خواهد نمود.
شماره م الف ۱۰۰۰۷
رضا سارانی کفیل اداره ثبت اسناد واملاک گنبد از طرف عبدالغفور گوگلانی

آگهی مفقودی

برگ سبز خودرو سواری سیستم پژو تیپ PARSTU۵ مدل ۱۳۹۹ برنگ سفید شماره موتور ۱۳۹B۰۱۶۹۴۲۱ شماره شاسی NAAN۱۱FE۷LH۲۸۰۵۹۱ شماره انتظامی ۹۱ – ۵۹۱ ص ۵۹ بنام بهنام خدایاری کد ملی ۱۶۳۰۲۲۳۹۹۹ مفقود از درجه اعتبار ساقط می باشد. ۷۰۶

سازمان آگهی ها ۸۸۹۳۶۶۵۱

آگهی ابلاغ مفاد رأی صادره از طرف هیئت موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی املاک و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب سال ۱۳۹۰،۰۹،۲۰

برادر رأی شماره ۱۴۰۳۶۰۳۰۱۰۵۷۰۰۴۵۰۸مورخ ۴۰۳،۴،۳۱ صادره از هیأت موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی ، املاک و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰،۹،۲۰ مستقر در اداره ثبت اسناد و املاک شهریار تصرفات مالکانه زهرا رهنما فرزند علی اکبر به صورت ششدانگ یک قطعه باغ به مساحت ۲۴، ۵۲۸ متر مربع قسمتی از پلاک ۸۱۲۹ فرعی از ۵۰ اصلی واقع در شهریار محرز گردیده که برای آن پلاک ۱۳۹۸۸ فرعی از ۵۰ مفروز، و مجزا شده از ۳۰۳ فرعی از اصلی مذکور ، قطعه ۲ افرازی در طبقه و واقع در بخش ۰۰ تاحیه .. حوزه ثبت ملک شهریار استان تهران به مساحت ۳۸۴۵،۷۵ متر مربع به حدود شمالا پی دویاریست به پی دیوار) بطول (۳۸، ۱۱۲) یکصد و دوازده متر و سی و هشت سانتیمتر به قطعه دوم افرازی شرقا در هشت قسمت که قسمتهای سوم و چهارم آن جنوبی است. اول در امتداد شاه جوی شرکتی (بطول (۹،۶۸) نه متر و شصت و هشت سانتیمتر به شماره ۳۱۱ غلامرضا و شماره ۳۰۶ یحیی یک محدود است به آن دوم در امتداد شاه جوی شرکتی (بطول ۰۶ ، ۱۲) دوازده متر و شش سانتیمتر به شماره ۳۱۱ غلامرضا و شماره ۳۰۶ یحیی یک محدود است به آن سوم در امتداد شاه جوی شرکتی (بطول (۴۵ ، ۱) یک متر و چهل و پنج سانتیمتر به شماره ۳۱۱ غلامرضا و یک محدود است به آن چهارم درامتداد شاه جوی شرکتی (بطول (۷۰ ، ۱۰) ده متر و هفتاد سانتیمتر به شماره ۳۱۱ غلامرضا و شماره ۳۰۶ یحیی یک محدود است به آن پنجم در امتداد شاه است به آن پنجم درامتدادشاه جوی شرکتی (بطول (۰۸۵)هشتاد و پنج سانتیمتر به شماره ۳۱۱ غلامرضا و شماره ۳۰۶ یحیی یک محدود است به آن ششم در امتداد شاه جوی شرکتی (بطول (۵،۰۱) پنج متر و یک سانتیمتر به شماره ۳۱۱ غلامرضا و شماره ۳۰۶ یحیی یک محدود است به آن هفتم در امتداد شاه جوی شرکتی (بطول (۵۴ ، ۱۴) چهارده متر و پنجاه و چهار سانتیمتر به شماره ۳۱۱ غلامرضا و شماره ۳۰۶ یحیی یک محدود است به آن هشتم در امتداد شاه جوی شرکتی (بطول (۱۴، ۱۱) یازده متر و چهارده سانتیمتر به شماره ۳۱۱ غلامرضا و شماره ۳۰۶ یحیی یک محدود است به آن جنوبا در امتداد شاه جوی شرکتی (بطول (۸۷،۸۹) هشتاد و هفت متر و هشتاد و نه سانتیمتر به شماره ۳۰۴ فضل اله غربا دیواریست بطول (۷۹ ، ۲۵) بیست و پنج متر و هفتاد و نه سانتیمتر به جاده تهران مشخصات مالکیت مالکیت زهرا ، رهنما فرزند علی اکبر شماره شناسنامه ۴۹ تاریخ تولد ۱۳۴۵،۱۰،۰۱ صادره از شهریار دارای شماره ملی ۴۹۱۱۰۷۵۰۸۲ با جز سهم ۱ از کل سهم ۷ بعنوان مالک یک سهم مشاع از هفت سهم عرصه و اعیان متن سهم برابر اقرار نامه شماره ۳۶۳۲۰ مورخ ۱۴۰۱،۰۴،۲۳ دفترخانه ۳۶ شهریار خانم نرگس السادات درخشان اقرار به وصول و دریافت کلیه بهای ثمنیه عرصه و اعیان خود از مورد ثبت از دیگر وراث نموده است با شماره مستند مالکیت ۳۳۲۶،۲،۹۲ تاریخ ۱۳۹۲،۰۸،۲۰ موضوع سند مالکیت اصلی بشماره چاپی ۸۹۰۷۴۱ سری ج سال ـ با شماره دفتر الکترونیکی ۱۴۰ ۱۲۰۳۰۱۰۵۷۰۱۴۴۲۴ ثبت گردیده استو در ضمن ملک مربوطه از مالکیت زهرا رهنما – مالک مشاعی میباشد که نامبرده در هیأت حضور نیافته و هیأت مقرر نموده با اعمال ماده ۳ قانون مذکور و ماده ۱۳ آئین نامه اجرائی مصوب ۰۴،۲۵ ، ۱۳۹۱ نسبت به صدور سند مالکیت به نام متصرف فوق الذکر اقدام شود لذا بدینوسیله مفاد رأی صادره و به اشخاص ذینفع جهت اطلاع در دو نوبت با فاصله پانزده روز اگهی میگردد که چنانچه به مفاد رأی صادره اعتراض دارند اعتراض خود را ظرف مدت ۲ ماه از تاریخ انتشار اولین آگهی به اداره ثبت اسناد و املاک شهریار تسلیم و رسید دریافت دارند و در صورت عدم اعتراض ظرف مهلت مقرر این اداره نسبت به صدور سند مالکیت برابر مقررات اقدام خواهد نمود. ضمناً صدور سند مالکیت مانع مراجعه متضرر به دادگاه نخواهد بود.
تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۳/۰۵/۰۶ تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۳/۰۵/۲۱
مهدی ناصری .رئیس واحدثبتی حوزه ثبت ملک شهریار ۱۱۴۳۷

مفقودی

کارت هوشمند راننده بشماره ۳۳۶۰۲۱۸۶۲۰ بنام ساسان یادگاری مفقود گردیده واز درجه اعتبار ساقط می باشد.
۱۲۰ / س

مفقودی گنبد کاووس

سند کمپانی برگسبز کارت ماشین خودروی سواری سایپا صبا جی تی ایکس مدل ۱۳۸۲ به رنگ سفید به شماره موتور ۰۰۵۱۳۹۳۵ شماره شاسی S۱۴۱۲۲۸۲۹۸۶۵۵۲ به شماره پلاک انتظامی ۵۹_۶۴۹د ۸۹ مالکیت الهه برزنونی بشماره شماسنامه ۴۸۴ و کد ملی ۲۱۲۱۷۴۴۶۹۱ مفقودگردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد

مفقودی

سند (برگ کمپانی) و کارت خودرو سواری سیستم جک تیپ J۵HFC۷۱۸۰BTF مدل ۱۳۹۴ به رنگ سفید –روغنی بشماره موتور ۴C۹۲DDAF۰۲۶۶۱۴ به شماره شاسی NAKNG۷۲۴XFB۱۲۷۹۶۲ بشماره انتظامی ۱۳۸ س ۹۴ ایران ۸۴ بنام عبدالمجید انصاری نسب فرزند ابراهیم بشماره ملی ۳۳۹۱۶۲۹۵۱۷ مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد. ۱۲۰ /د

قوه قضائیه
سازمان ثبت اسناد و املاک کشور
حوزه ثبت ملک منطقه یک اراک

آگهی پرداخت بهای ثمنیه اعیانی

جهت اطلاع خانم ها فاطمه تاجیانی و آسیه شاهسونی ذینفع بهای ثمنیه اعیانی پلاک ۹ اصلی واقع در حومه بخش ۱ اراک بدین وسیله اعلام می گردد بهای ثمنیه اعیانی پلاک فوق در اجرای تبصره ذیل ماده ۱۰۵ آئین نامه قانون ثبت املاک طبق نظریه کارشناسی کارشناس منتخب رسمی دادگستری تعیین و در صندوق ثبت اسناد سپرده گردیده لذا از تاریخ انتشار این آگهی ظرف مدت یک ماه مالک ربع اعیانی به اداره ثبت اسناد و املاک اراک مراجعه و چنانچه اعتراضی نسبت به نظریه کارشناسی داشته باشید در ظرف مدت مقرر به دادگاه صالحه مراجعه و گواهی طرح دعوی را به اداره ثبت اسناد و املاک اراک ارائه نماید در غیر این صورت بعد از مدت مقرر سند مالکیت متقاضی اصلاح خواهد شد.
مدیر واحد ثبتی حوزه ثبت ملک منطقه یک اراک – محمدحسین عبدی
شناسه آگهی ۱۷۵۸۷۲۳
۷۰۸

آگهی ابلاغ مفاد رأی صادره از طرف هیئت موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی املاک و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب سال ۱۳۹۰/۰۹/۲۰

برابر رأی شماره ۱۴۰۲۶۰۳۰۱۰۵۷۰۰۱۳۶۹۸ مورخ ۲۰/ ۱۲ / ۱۴۰۲ صادره از هیأت موضوع قانون تکلیف وضعیت ثبتی اراضی ، املاک و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۰۹/۲۰مستقر در اداره ثبت اسناد و املاک شهریار تصرفات مالکانه حسینعلی سالاری فرزند رحیم به صورت ششدانگ یک باب خانه به مساحت ۷۵ / ۲۵۵ متر مربع قسمتی از پلاک ۱۲۸ اصلی واقع در شهریار محرز گردیده که برای آن پلاک ۶۶۰ فرعی از ۱۲۸ اصلی اختصاص یافته است و برابر محتویات پرونده ثبتی و دفتر املاک مربوطه ششدانگ قریه ویره به شماره پلاک ۱۲۸ اصلی ذیل ثبت ۱۴۳۰ صفحه ۵۱ دفتر ۱۳ بنام غلامعلی فتوحی ثبت و سند مالکیت صادر و تسلیم شده است سپس برابر سند شماره ۱۷۶۸۴ مورخ ۳۵/۵/۱۵ دفترخانه ۷۷ تهران به رضا فریور محسنی انتقال یافته است که طبق سند اقرار نامه شماره ۴۴۳۰۶ مورخ ۴۷/۷/۶ یک قطعه مفروز بمساحت ۵۴ هکتار و ۶۲۹۶ متر مربع مجزی شده از مورد ثبت طبق صورت مجلس شماره ۱۰۶۱۶ مورخ ۴۶/۶/۱۸ برای انتقال به زارعین قریه ویره تفکیک که تحت قطعه اول تفکیکی به زارعین صاحب نسق واگذار شده است که طبق سند ۴۴۲۹۲ مورخ ۹۷/۷/۴ دفتر ۱۵ کرج ۷۳/۳۶۴۱۹ متر مربع به محمود فیوج انتقال و مقادیری در اجرای ماده ۱۴۷ قانون ثبت به غیر انتقال یافته است و برابر آراء متفاوت و متنابهی از مالکیت زارعین صاحب نسق در اجرای مقررات ماده ۱۴۷ اصلاحی قانون ثبت به اشخاص غیر واگذار شده است و تحت پلاکهای مفروزی سند مالکیت صادر و تسلیم گردیده است از جمله سند ۴۴۲۹۷ - ۴۴۲۹۴ مورخ ۴۷/۷/۴ مقادیری بصورت اسناد مشاعی به افراد انتقال یافته است از جمله مقدار ۴۶/۷۲۸۳۹ متر مربع به عطا اله ترک افشار انتقال یافته است و مقادیری در اجرای ماده ۱۴۷ از مالکیت وی به غیر انتقال یافته است و در ضمن ملک مربوطه از مالکیت محمود فیوج میباشد که نامبرده در هیأت حضور نیافته و هیأت مقرر نموده با اعمال ماده ۳ قانون مذکور و ماده ۱۳ آئین نامه اجرائی آن مصوب ۱۶۹۱/۰۴/۲۵ نسبت به صدور سند مالکیت به نام متصرف فوق الذکر اقدام شود لذا بدینوسیله مفاد رأی صادره به نامبرده و به اشخاص ذینفع جهت اطلاع در دو نوبت با فاصله پانزده روز آگهی می گردد که چنانچه به مفاد رأی صادره اعتراض دارند اعتراض خود را ظرف مدت ۲ ماه از تاریخ انتشار اولین آگهی به اداره ثبت اسناد و املاک شهریار تسلیم و رسید دریافت دارند و در صورت عدم اعتراض ظرف مهلت مقرر این اداره نسبت به صدور سند مالکیت برابرمقررات اقدام خواهد نمود. ضمناً صدور سند مالکیت مانع مراجعه متضرر به دادگاه نخواهد بود.
مهدی ناصری. رئیس واحد ثبتی حوزه ثبت ملک شهریار ۱۱۴۳۸
تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۳/۰۵/۰۶ تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۳/۰۵/۲۱

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان مازندران
اداره کل ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک محمودآباد
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 ۱۴۰۳۶۰۳۱۰۰۱۶۰۰۳۶۱۰ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک محمودآباد تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای / خانم علی محسنی فرزند حبیب اله بشماره شناسنامه ۱۶۷۹ صادره از آمل در ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احدائی (کاربری زراعی) به مساحت ۲۲۰ متر مربع پلاک ۱۹۶ فرعی از ۲۵ اصلی بخش ۲ واقع در ولم خریداری از مالک رسمی خانم بتول حسین زاده 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: ۱۴۰۳/۰۵/۰۶ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۳/۰۵/۲۱
مهدی آزاد – رئیس ثبت اسناد و املاک
شناسه آگهی ۱۷۵۸۷۸۸
۷۱۰

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

برابر رای اصلاحی شماره ۱۴۰۳/۱۱۹۰۶ مورخ ۱۴۰۳/۰۵/۰۳ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک بهشهر تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی بنام آقای جمیل ابراهیم زاده اهری فرزند محمد خان نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۴۱۲۲۸/۸۲ مترمربع قسمتی از پلاک ۴ فرعی از ۱۸ اصلی و ۲۴ – اصلی به شماره کلاسه ۱۴۰۲/۲۱۵۹ واقع در اراضی نقاش محله و عطار کیاب بخش ۱۷ ثبت بهشهر مستند مالکیت خریداری شده مع الواسطه از مالک رسمی محمد خان ابراهیم زاده اهری برگه استشهادیه ارائه شده 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 باشد 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 انقضاء مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۳/۰۵/۰۶ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۳/۰۵/۲۰
سرپرست اداره ثبت اسناد و املاک بهشهر – محمد حسن صادقی
شناسه آگهی ۱۷۵۸۶۸۰
۷۰۹

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان مازندران
اداره کل ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک محمودآباد
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 ۱۴۰۳۶۰۳۱۰۰۱۶۰۰۳۶۰۹ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک محمودآباد تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای / خانم روح اله اسماعیلی فرزند قربانعلی بشماره شناسنامه ۲۱۳۰۲۳۵۲۵۵ صادره از آمل در ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احدائی (کاربری زراعی) به مساحت ۲۱۳ متر مربع پلاک ۱۹۸ فرعی از ۲۵ اصلی بخش ۲ واقع در ولم خریداری از مالک رسمی خانم بتول حسین زاده 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: ۱۴۰۳/۰۵/۰۶ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۳/۰۵/۲۱
مهدی آزاد – رئیس ثبت اسناد و املاک
شناسه آگهی ۱۷۵۸۸۰۰
۷۱۱

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

برابر رای شماره ۹۱۳۳ و ۱۴۰۳/۹۱۲۱ مورخ ۱۴۰۳/۰۴/۰۳ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک بهشهر تصرفات مالکانه بلا معارض متقاضی بنام آقای امین مهدوی اشرف فرزند عبدالعلی و علی عزیزپور فرزند عزیزاله نسبت به ششدانگ یکقطعه باغ به مساحت ۷۴۸،۲۱ مترمربع (که سهم امین یک و نیم دانگ و سهم علی چهار و نیم دانگ مشاع از ششدانگ می باشد) قسمتی ازپلاک ۳۲۹۴ فرعی از ۳۱- اصلی به شماره کلاسه ۶۱۷ و ۱۴۰۳/۶۱۶ واقع در اراضی فراش محله بخش ۱۷ ثبت بهشهر مستند مالکیت خریداری شده مع الواسطه از مالک رسمی متقاضیان سند برگه استشهادیه ارائه شده محرز گردیده است. لذا 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 : ۱۷۵۱۳۸۱
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۳/۰۴/۲۳
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۳/۰۵/۰۶
محمدحسن صادقی– سرپرست اداره ثبت اسناد و املاک بهشهر

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان مازندران
اداره کل ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک محمودآباد
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 ۱۴۰۳۶۰۳۱۰۰۱۶۰۰۳۶۰۴ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک محمودآباد تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای / خانم احمد اسحاقی فرزند اسمعیل بشماره شناسنامه ۱ صادره از دلیجان در سه دانگ مشاع از ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احدائی (کاربری زراعی) به مساحت ۱۹۰ متر مربع پلاک ۱۹۹ فرعی از ۲۵ اصلی بخش ۲ واقع در ولم خریداری از مالک رسمی خانم بتول حسین زاده 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: ۱۴۰۳/۰۵/۰۶
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۳/۰۵/۲۱
مهدی آزاد – رئیس ثبت اسناد و املاک
شناسه آگهی ۱۷۵۸۸۱۹
۷۱۷

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان مازندران
اداره کل ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک محمودآباد
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 ۱۴۰۳۶۰۳۱۰۰۱۶۰۰۳۶۰۳ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک محمودآباد تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای / خانم فاطمه رزاقی فرزند حسین بشماره شناسنامه ۰۰۱۶۸۸۵۳۹۲ صادره از تهران در سه دانگ مشاع از ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احدائی (کاربری زراعی) به مساحت ۱۹۰ متر مربع پلاک ۱۹۹ فرعی از ۲۵ اصلی بخش ۲ واقع در ولم خریداری از مالک رسمی خانم بتول حسین زاده 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: ۱۴۰۳/۰۵/۰۶
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۳/۰۵/۲۱
مهدی آزاد – رئیس ثبت اسناد و املاک
شناسه آگهی ۱۷۵۸۸۳۵
۷۱۸

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان مازندران
اداره کل ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک محمودآباد
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 ۱۴۰۳۶۰۳۱۰۰۱۶۰۰۳۶۱۱ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک محمودآباد تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای / خانم محمدامین محسنی فرزند عباس بشماره شناسنامه ۸۹۸ صادره از آمل در ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احدائی (کاربری زراعی) به مساحت ۱۹۳ متر مربع پلاک ۱۹۷ فرعی از ۲۵ اصلی بخش ۲ واقع در ولم خریداری از مالک رسمی خانم بتول حسین زاده 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: ۱۴۰۳/۰۵/۰۶
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۳/۰۵/۲۱
مهدی آزاد – رئیس ثبت اسناد و املاک
شناسه آگهی ۱۷۵۸۸۰۳
۷۱۲

هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و 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 ۱۲۰۰۱۱۸۰ مورخ ۳۰-۰۲-۱۴۰۳ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک نکا تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای / خانم مهدی بابائی لاکتراشانی فرزند عبداله با کد ملی ۴۹۹۹۸۶۵۸۱۵ در ششدانگ یک قطعه زمین زراعی به مساحت ۳۷۲۴،۸۵ مترمربع از پلاک ۴۴- اصلی به کلاسه ۳۴۱/۱۴۰۲ واقع در اراضی نکا بخش ۱۸ ثبت نکا خریداری شده از مالک رسمی محرز گردید .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 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.
شناسه آگهی: ۱۷۵۲۴۹۶
تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۳/۰۴/۲۳
تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۳/۰۵/۰۶
امیرخندان رباطی
رئیس اداره ثبت اسناد و املاک شهرستان نکا

افزایش ترافیک سایت با کمک اینستاگرام

نویسنده: علی آل‌علی

داشـــتن سایتی که همیشه میان کاربران محبوب بوده و ترافیک بالایی داشته باشد، آرزوی هر بازاریابی است. البته این آرزو برای تمام بازاریاب‌ها بدل به واقعیت نمی‌شـود؛ چراکه افزایش ترافیک سایت کاری نیست که به این ســادگی انجام شود. در عوض نیاز به سعی و تلاش فراوان داشته و در عین حال استراتژی منسجمی نیاز دارد. درست به همین خاطر سایت رسمی بسیاری از برندها همین طور خاک خورده و هیچ کاربری را جذب نمی‌کند. این در حالی اســت که برخی از ســایت‌ها طوری رتبه‌شــان در گوگل توسعه پیدا می‌کند که انگار دوپینگ کرده‌اند. خب اینجا نه خبری از دوپینــگ یا انواع دیگر تقلب، بلکــه تکنیک‌های مدرن افزایش ترافیک اســت. این یعنی بازاریاب‌ها در برندهای بزرگ دنیا یاد گرفته‌اند چطور به هر قیمتی مخاطب را پای سایت‌شــان کشــانده و از این موقعیت به سود خودشان استفاده کنند. این مسئله‌ای است که می‌تواند به شما برای تعامل بهتر با مخاطب کمک کرده و اوضاع‌تان را نیز بهبود بخشد.

ما در روزنامه فرصت امروز اســتفاده از اینســتاگرام بــه عنوان یکی از پلتفرم‌های محبوب در دنیا را امری ضروری می‌دانیم. این پلتفرم به شما کمک می‌کند تا هم ارتباط بهتری با مخاطب‌تان داشته باشید، هم اینکه فرآیند تولید محتوای تان همراه با بازگشــت سرمایه بیشتری شود. البته این وســط یک مزیت دیگر هم در میان است و آن افزایش ترافیک سایت است. کاری که شما در این میان می‌توانید بدون هزینه اضافه انجام دهید!

درســت حدس زدید، اینستاگرام می‌تواند به شما برای افزایش ترافیک ســایت کمک کند. با این حال چنین نکته‌ای در گرو توانایی شــما برای استفاده درست از این پلتفرم است. خب اگر نتوانید مخاطب‌تان را جذب برند کنید، خبری از ترافیک اضافه هم نخواهد بود. این مسئله‌ای است که می‌تواند در بلندمدت حسابی برای‌تان دردسرساز شود.

براســاس گزارش رسمی اینســتاگرام، ۹۰ درصد از کاربران این پلتفرم دســت‌کم یک اکانت تجاری را فالو دارند. این یعنی گارد سفت و سختی نســبت به برندها در اینستاگرام وجود ندارد. درست به همین خاطر شما می‌توانید به ساده‌ترین شکل ممکن در این میان مخاطب‌تان را پیدا کرده و از آنها در مسیر افزایش ترافیک سایت‌تان دعوت به عمل بیاورید.

مــا در این مقاله قصد داریم برخی از مهمترین نکات در رابطه با بهبود ترافیک سایت را با شما در میان بگذاریم. این امر به شما کمک خواهد کرد تا وضعیت تان را خیلی بهتر از هر زمان دیگری در اینســتاگرام مدیریت کرده و دســتی به سر و گوش ســایت‌تان نیز بکشید. کافی است در ادامه با ما همراه باشید تا برخی از نکات کلیدی در این رابطه را یاد بگیرید.

روش‌های افزایش ترافیک سایت با اینستاگرام

ایده اصلی در رابطه با استفاده از اینستاگرام برای افزایش ترافیک سایت بی‌نهایت ساده است. بر این اساس اگر محتوای اینستاگرامی شما جذابیت کافی را داشــته باشد، کاربران به سوی مشاهده سایت‌تان ترغیب خواهند شــد. البته در این میان برخی خُرده‌کاری‌های دیگر نیز باید انجام شود تا کارتان بی‌عیب پیش برود. درست به همین خاطر ما اینجا هستیم تا همین نکات جانبی را به اتفاق شما مرور کرده و مطمئن شویم جای هیچ نگرانی نیســت. پس با ما همراه شوید تا اینســتاگرام را فراتر از یک پلتفرم ساده مورد استفاده قرار دهید.

اضافه کردن لینک به بخش بیوگرافی

اولین و شاید ساده‌ترین ایده‌ای که در این میان به ذهن می‌رسد، استفاده از پتانسیل بخش بیوگرافی برای معرف سایت برند است. خب این بخش به طور سنتی تنها گزینه‌ای بود که اکانت‌ها در اینستاگرام فرصت بارگذاری لینک داشتند. البته از زمانی که اینستاگرام سیاست عجیب حفظ کاربران در فضای درونی خود را کنار گذاشت، فرصت‌های بیشتری برای بارگذاری لینک پیش روی افراد قرار گرفت. این مسئله‌ای است که در طول سال‌های اخیر برای بسیاری از برندها جذابیت زیادی داشته و کارشان را نیز به طور مداوم ساده‌تر از هر زمان دیگری کرده است.

ما در روزنامه فرصت امروز اضافه کردن آدرس سایت در بخش بیوگرافی را نه یک امر دلبخواهی، بلکه ضرورتی اساســی می‌دانیم. این امر به شما کمک خواهد کرد تا کارتان را خیلی حرفه‌ای‌تر پیش ببرید. خب ســایت یک برند در واقع شناســنامه‌اش در دنیای آنلاین محســوب می‌شــود. به همین خاطر وقتی آدرس سایت‌تان را در اینستاگرام درج می‌کنید، اعتماد بیشــتری دریافت خواهید کرد. این مسئله‌ای است که می‌تواند جذابیت بسیار بیشــتری برای شما و کســب و کارتان به همراه داشته باشد. پس نگران چه هســتید؟ همین حالا آدرس ســایت‌تان را در بخش بیوگرافی درج کنید.

نکته جالب اینکه شــما اکنون امکان اضافه کردن بیشــتر از یک لینک در بخش بیوگرافی را دارید. این امر می‌تواند به شــما کمک کند تا از شر ســایت‌هایی که انواع لینک را در قالب یک لینک کلی فشرده می‌کردند، خلاص شوید. البته نباید در این رابطه زیاده‌روی کنید؛ چراکه می‌تواند کار دست‌تان داده و کاربران را نسبت به تعامل بیشتر با برندتان ناامید سازد.

پرهیز از ارسال لینک‌ها در دایرکت

شــما قرار نیســت نقش یک مزاحم را برای کاربران ایفا کنید. این امر می‌تواند تردیدهای جدی نســبت به برندتان به همراه داشــته و کارتان را نیز حســابی مشکل سازد. درســت به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم شما باید همیشــه خودتان را برای رفتاری حرفه‌ای آماده نگه دارید.

یک برند معتبر که به دنبال جلب نظر کاربران به سایت رسمی‌اش است، هیچ وقت لینک سایت را در دایرکت برای کاربران ارسال نمی‌کند. این امر بدون اطلاع قبلی می‌تواند نوعی آزار کاربران محسوب شود. به علاوه، شما قرار نیست مثل کاربران عادی لینک‌ها را در قالب پیام خصوصی دست به دست کنید. در عوض بهتر است از گزینه‌های دیگر مثل استوری یا حتی بخش بیوگرافی که حرفش را زدیم، سود ببرید.

هدایت کاربران به ســوی ســایت رســمی برند کاری نیست که شما با اجبار یا زور انجام دهید. این امر می‌تواند عواقب بســیار بدی برای شما به همراه داشــته باشد. پس بهتر اســت قبل از اینکه کارتان خیلی سخت یا پیچیده شــود، جلوی آزار کاربران را بگیرید. کافی اســت خودتان را جای کاربران قرار دهید. خب در این صورت آیا دوســت دارید کسی دائما انواع لینک را برای‌تان ارسال کند؟ این سوالی است که باید بدان جواب درست و حسابی دهید.

انتشار محتوای باکیفیت

محتوای باکیفیت مهمترین عاملی است که به کاربران انگیزه کافی برای مرور ســایت یک برند را می‌دهد. خب وقتی محتــوای یک برند به اندازه کافی جذاب باشد، کاربران وسوسه‌ای انکارناپذیر برای مرور سایت آن برند پیدا خواهند کرد. این امر در بلندمدت بدل به نوعی وسواس شده و آرامش را از کاربران می‌گیرد. این دقیقا همان مسئله‌ای است که می‌تواند شما را بدل به ابرقهرمان مخاطب کند.

وقتــی درباره محتــوای خوب حرف می‌زنیــم، منظورمان فقط کیفیت تصاویر یا ویدئوها نیست. در عوض شما باید دست به تولید محتوایی بزنید که با نیازهای کاربران هماهنگی بالایی داشــته باشد. اینطوری می‌توانید نسبت به آینده محتوای‌تان کاملا مطمئن باشید. این مسئله‌ای است که از شما یک قهرمان بی‌چون و چرا در دنیای بازاریابی خواهد ساخت. نکته‌ای که در این میان باید بدان توجه کنید، نظرات مخاطب است. بد نیست در فرآیند تولید محتوا به طور مداوم نظرات مخاطب را مدنظر قرار دهید. این امر می‌تواند به شــما برای تولید محتوای بهتر کمک کرده و کارتان را نیز ساده‌تر سازد و همکاری با اینفلوئنسرها

یکی دیگر از ایده‌ها برای افزایش ترافیک ســایت از طریق اینســتاگرام مربــوط به همکاری بــا اینفلوئنسرهاســت. این امر می‌تواند برای شــما فرصت‌های تازه‌ای به منظور افزایش ترافیک بدهد. خب اینفلوئنسرها در دنیای کســب و کار حسابی مشهور هستند. دلیل این امر نیز مهارت آنها در حوزه‌های تخصصی است. این امر آنها را بدل به افرادی مورد اعتماد در میان کاربران کرده اســت. بنابراین شما باید از این فرصت به خوبی برای خودتان استفاده کنید.

لازم نیست همیشه سراغ همکاری با اینفلوئنسرهای گران قیمت بروید. گاهی اوقات همکاری با کســانی که اتفاقا انتظارات مالی زیادی نداشته و در ســطح خُرد محبوبیت دارند، ایده بدی نخواهد بود. پس بهانه‌تراشی را کنار گذاشته و همین امروز کارتان را شروع کنید. این امر می‌تواند برای‌تان مزایای بسیار زیادی به همراه داشته و کارتان را رونق دهد.

تنها نکته‌ای که در این میان باید بدان توجه کنید، تلاش برای همکاری بلندمدت با اینفلوئنسرهاست. این امر می‌تواند از شما یک کارآفرین حرفه‌ای بسازد. به طوری که در طول عمر همکاری‌تان با اینفلوئنسرها عملا شما را بدل به برندی مورد اعتماد خواهد کرد. بنابراین فکر همکاری‌های مقطعی با اینفلوئنســرها را همین حالا از سرتان بیرون کنید؛ چراکه این امر اصلا نتیجه خوبی برای‌تان به همراه نخواهد داشت.

ذخیره کردن استوری‌های مهم در آرشیو

اســتوری‌های در بخش هایلایت یا آرشــیو برای مدت زمانی بیشتر در دســترس کاربران قرار خواهد داشــت. این مسئله‌ای اســت که می‌تواند جذابیت زیادی برای برندتان داشــته و کارتان را نیز جذاب‌تر از هر زمان دیگری ســازد. نکته‌ای که باید مد نظر داشته باشید، اهمیت هر استوری برای مخاطب است. بی‌شــک کاربران علاقه‌مند به مشاهده استوری‌های مهم در قالب هایلایت هستند. پس فکر اینکه چنین استوری‌هایی را بدون تغییر نگه دارید، از ســرتان بیرون کنید. این امر می‌تواند دردسرهای شما برای تعامل با مخاطب به همراه داشته باشد.

معمولا استوری‌های خبری که عمر کوتاهی دارند، اصلا نباید به بخش هایلایت وارد شــود. در عوض می‌تواند از استوری‌های تعاملی برای دعوت از کاربران به منظور مراجعه به ســایت‌تان سود ببرید. هایلایت کردن این نوع استوری‌ها فرصت تعامل بهتر با مخاطب را به همراه خواهد داشت. به طوری که شما دائما امکان افزایش ترافیک سایت‌تان را خواهید داشت.

ایــده اصلــی در ایــن میان اضافــه کــردن دعوت‌های هوشــمندانه یا غیرمســتقیم برای مراجعه به سایت در میان استوری‌های مختلف بخش هایلایت اســت. اینطوری نه حوصله کاربران ســر می‌رود، نه شما کارتان خیلی سخت خواهد شد. پس منتظر چه هستید؟ همین حالا دست به کار شــده و اوضاع را به سود خودتان تغییر دهید. قول می‌دهم در این مسیر تجربه‌های بسیار جالبی را پشت سر خواهید گذاشت.

استفاده از تبلیغات اینستاگرام

اینستاگرام از طریق نمایش تبلیغات اقدام به درآمدزایی می‌کند. این امر می‌تواند گاهی اوقات برای برند شما مزایای بسیار زیادی به همراه داشته باشد. اگر شــما فالوورهای کمی دارید یا کمی به سایت‌تان بها نمی‌دهد، شاید بد نباشد از الگوی تبلیغات اینستاگرام به طور بهینه استفاده کنید. این امر به شــما فرصــت خوبی برای تعامل نزدیک بــا مخاطب را داده و کارتان را نیز ساده‌تر خواهد کرد.

یادتان باشــد، در دنیای امروز شــما نمی‌توانید بــدون پول خرج کردن به قله‌های موفقیت دســت پیدا کنید. به همین خاطر اگر تمام برنامه‌تان شامل بازاریابی ارگانیک است، بد نیست کمی هم که شده در کارتان تغییر ایجاد کنید. این امر می‌تواند اوضاع‌تان در عمل را به طور قابل ملاحظه‌ای بهبود بخشد.

کاری کــه باید انجام دهیــد، هدف‌گذاری بر روی دامنه مشــخصی از مخاطب و ســپس تلاش برای همکاری با اینســتاگرام اســت و اینطوری اثرگذاری بهتری بر روی مخاطب‌تان خواهید داشــت. به طور مشــابه، در تکمیل محتوای تبلیغاتی‌تان بد نیســت از لینک سایت‌تان استفاده کنید. اینطوری مخاطب امکان مراجعه مســتقیم به سایت‌تان را خواهد داشت. ماجرا جالب شد، نه؟

اطمینان از سرعت بارگذاری سایت

هیچ بازاریابی دوســت ندارد کلی برای افزایش ترافیک ســایتش تلاش کرده و در نهایت گزارش‌های متعددی درباره ســرعت وحشتناک سایت دریافــت کند. ایــن امر می‌تواند توانایی یک برند بــرای اثرگذاری بر روی مخاطب را به طور کامل از بین ببرد. خب شما باید نسبت به ویژگی‌های ســایت و آمادگی آن برای تعامل با مخاطب کاملا مطمئن باشــید، وگرنه اصلا بعید نیست اولین بازدید کاربران از سایت‌تان آخرین مورد باشد.

شــما لازم نیســت یک طراح حرفه‌ای سایت باشــید تا متوجه اهمیت سرعت سایت شوید. امروزه بسیاری از سایت‌های تخصصی به طور رایگان سرعت بارگذاری یک ســایت را مورد ارزیابی قرار می‌دهند. بنابراین شما می‌توانید به طور رایگان سرعت سایت‌تان را مورد آزمون قرار داده و آن را بسنجید. تنها نکته کلیدی و مهم در این میان تلاش شما برای استفاده از نکات مورد نظر برای بهبود ســرعت سایت تان است. به زبان ساده‌تر، اگر ســرعت ســایت‌تان پایین بود، همینطور آن را به امان خدا رها نکنید. در عوض اقدامی مشخص برای بهبود سرعت آن انجام دهید. این امر می‌تواند توانایی‌تــان بــرای اثرگذاری بر روی مخاطب را به طــور قابل ملاحظه‌ای تغییر دهد. بی‌شــک سرعت ســایت برای هر برندی مهم است. این نکته نشــان‌دهنده کیفیت کلی برندتان در تمام حوزه‌هــا خواهد بود. بنابراین اصلا نباید درباره‌اش با کسی شوخی داشته باشید. بهتر است قبل از اینکه کارتان را شــروع کنید، نسبت به وضعیت سایت‌تان یک نگاه کلی داشته باشید. اینطوری در نهایت زحمات‌تان به باد نخواهد رفت. به علاوه، احتمال اینکه کاربران دست به خرید از سایت‌تان بزنند نیز بیشتر خواهد شد. شما را نمی‌دانم، ولی من که حوصله خرید از ســایتی که دائما مشــکل دارد را نخواهم داشت. پس بهتر است حسابی حواس‌تان را جمع کنید تا یک وقت مشکلی پیش نیاید.

سخن پایانی

بازاریابی در دنیای کسب و کار فقط محدود به تولید محتوا یا تعامل با مخاطب نیست. گاهی اوقات شما نیاز دارید تا ترافیک سایت‌تان را بیشتر کرده و از این طریق در گوگل اعتبار بالاتری به دست بیاورید. در این زمان اگر نتوانید کاربران را مجاب به همراهی سایت‌تان کنید، خیلی زود نسخه برندتان پیچیده خواهد شــد. این مسئله‌ای اســت که می‌تواند اوضاع‌تان را حســابی پیچیده ســاخته و اجازه ندهد کارتان را به خوبی پیش ببرید. فراموش نکنید، در دنیای امروز ســایت شــما در واقع شناسنامه برندتان است. پس وضعیت آن دارای اهمیت بالایی خواهد بود.

مــن و همکارانــم در روزنامه فرصت امــروز امیدواریم نکات مورد بحث در این مقاله به شــما کمکی هرچند کوچک برای آشــنایی با کاربردهای اینســتاگرام در زمینه افزایش ترافیک ســایت کرده باشد. حالا دیگر همه چیز دست خودتان است تا ماجراجویی‌تان را شروع کنید. پس منتظر چه هســتید؟ همین حالا دست به کار شده و اینستاگرام‌تان را متحول کنید. هر جا هم نیاز به راهنمایی یا کمک داشتید، کارشناس‌های ما ۲۴ ساعته آماده کمک به شما هستند.

منابع:
https://www.wordstream.com/blog/how-to-drive-traffic-from-instagram
https://blog.hubspot.com/marketing/increase-website-traffic

فراخوان مزایده عمومی (نوبت سوم)
آگهی مزایده عمومی «اجاره مغازه های سطح شهر» شهرداری قروه

شهرداری قروه در نظر دارد نسبت به اجاره مغازه های سطح شهر از طریق مزایده عمومی اقدام نماید . لذا از کلیه اشخاص حقیقی و حقوقی دعوت بعمل می آید از تاریخ درج این آگهی در مهلت تعیین شده به شرح زیر جهت دریافت مدارک و اسناد مزایده از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت اقدام نمایند .

کلیه مراحل برگزاری مزایده از دریافت اسناد مزایده تا ارائه پیشنهاد قیمت شرکت کنندگان در مزایده و بازگشایی پاکت ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد و الزام است شرکت کنندگان در صورت عدم عضویت قبلی ، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مزایده محقق سازند .

تاریخ انتشار مزایده در سامانه تاریخ ۱۴۰۳/۰۵/۰۲ می باشد

مهلت زمانی دریافت اسناد مزایده از سایت : تا ساعت ۱۰ روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۳/۰۵/۱۴ می باشد.

مهلت زمانی ارائه پیشنهاد : تا ساعت ۱۰ روز مورخ ۱۴۰۳/۰۵/۲۷ می باشد .

زمان بازگشایی پاکتها : راس ساعت ۱۱ روز شنبه مورخ ۱۴۰۳/۰۵/۲۷ می باشد .

هرگاه برندگان حاضر به انعقاد قرارداد نشوند سپرده آنها به ترتیب به نفع شهرداری قروه ضبط خواهد شد .

شهرداری قروه در رد یا قبول هریک از پیشنهادات مختار است .

سایر اطلاعات و جزئیات مربوط در اسناد مزایده مندرج است .

با توجه به زمانبر بودن فرآیند بارگذاری اسناد مزایده در سامانه ستاد ایران در صورت تناقض در تاریخ های اعلامی فوق الذکر مابین اسناد رسمی مزایده ، آگهی روزنامه و سامانه ستاد ایران ، تاریخ های مندرج در سامانه ستاد ایران ملاک عمل خواهد بود.

اطلاعات تماس دستگاه برگزار کننده مزایده : قروه – خیابان شهید سعیدی – ساختمان شهرداری مرکزی – تلفن : ۳۵۲۲۳۱۰۰ و ۰۸۷-۳۵۲۲۲۴۰۰ و اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه : مرکز تماس : ۴۱۹۳۴-۰۲۱ دفتر ثبت نام : ۸۸۹۶۹۷۳۷ و ۸۵۱۹۳۷۶۸ م الف/۷۲

روابط عمومی شهرداری قروه

۷۱۹

نوبت دوم

شناسه آگهی : م الف ۱۰۶۵-۱۴۰۳

منطقه آزاد قشم

کمیسیون معاملات
(آگهی مناقصه عمومی یک مرحله‌ای) ۲۵-۱۴۰۳

سازمان منطقه آزاد تجاری – صنعتی قشم در نظر دارد «اجرای آسفالت راه های دسترسی به روستای زیرانگ» را از طریق مناقصه عمومی یک مرحله ای به پیمانکار واجد صلاحیت با شرایط مشروحه ذیل واگذار نماید .

موضوع مناقصه : آسفالت راه های دسترسی به روستای زیرانگ

محل انجام شرح خدمات : استان هرمزگان، جزیره قشم – روستای زیرانگ

صلاحیت انجام کار : مناقصه گر بایستی حداقل دارای رتبه ۵ در رسته راه و ترابری باشد.

مدت زمان اجرای پیمان : ۲ ماه (دو) شمسی می باشد.

مبلغ اولیه پیمان : مبلغ اولیه پیمان برابر (به عدد ۲۷،۱۱۶،۲۹۲،۷۷۶ ریال) (به حروف : بیست و هفت میلیارد و یکصد و شانزده میلیون و دویست و نود و دو هزار و هفتصد و هفتاد و شش ریال) می باشد

مبلغ و نوع تضمین شرکت در مناقصه : ۱- ضمانت نامه بانکی بنام سازمان منطقه آزاد تجاری – صنعتی قشم با شناسه ملی ۱۴۰۰۲۸۶۱۶۹۸ و کد اقتصادی ۴۱۱۴۴۳۳۳۵۴۸۴ ۲- فیش واریزی نقدی (و یا نامه بلوکه مطالبات قطعی از طرف مدیریت امور مالی سازمان منطقه آزاد تجاری – صنعتی قشم) به حساب جاری ۴۱۰۱۰۰۶۲۳۸۱۶۵۶۰۶ نزد بانک مرکزی با شماره شبای IR۴۲۰۱۰۰۰۰۴۱۰۱۰۰۶۲۳۸۱۶۵۶۰۶ و شناسه واریز (۳۹۳۰۰۶۲۶۲۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۱۳) به میزان ۱،۵۰۰،۰۰۰،۰۰۰ (یک میلیارد و پانصد میلیون ریال) تهیه و منضم به اسناد مناقصه(در پاکت الف) ارائه گردد، مدت اعتبار ضمانتنامه فوق از تاریخ آخرین روز تحویل پیشنهادها ۱۴۰۳/۰۵/۲۸ به مدت سه ماه و برای سه ماه دیگر نیز قابل تمدید می باشد، علاوه بر آن ضمانتنامه های بانکی باید طبق فرم های مورد قبول تنظیم شود،(ضمانتانه بانکی از بانک های خصوصی و دولتی مورد تایید بوده و ضمانتنامه های مربوط به موسسات مالی و اعتباری مورد تایید نمی باشد.)

مهلت دریافت اسناد مناقصه: متقاضیان می‌توانند پس از واریز مبلغ ۵،۰۰۰،۰۰۰ ریال به حساب جاری ۴۱۰۱۰۰۶۲۳۸۱۶۵۶۰۶ نزد بانک مرکزی با شماره شبای IR۴۲۰۱۰۰۰۰۴۱۰۱۰۰۶۲۳۸۱۶۵۶۰۶ با شناسه واریز (۳۹۳۰۰۶۲۶۲۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۱۳) به نام سازمان منطقه آزاد قشم، از تاریخ ۱۴۰۳/۰۵/۰۲ تا تاریخ ۱۴۰۳/۰۵/۱۴ جهت دریافت اسناد و مدارک مناقصه مراجعه نمایند .

محل تحویل اسناد مناقصه : سازمان منطقه آزاد قشم- اسکله بندر بهمن – ساختمان مدیریت حقوقی و امور قراردادها – دبیرخانه کمیسیون معاملات ۳۵۲۵۲۱۵۰ – ۰۷۶

مهلت تحویل پاکات مناقصه : از تاریخ ۱۴۰۳/۰۵/۱۵ تا ۱۴۰۳/۰۵/۲۸ (آخرین مهلت تحویل پیشنهادها ساعت ۱۴:۰۰ تاریخ ۱۴۰۳/۰۵/۲۸ می باشد)

زمان و محل تشکیل کمیسیون و بازگشایی پاکتها: روز دو شنبه تاریخ ۱۴۰۳/۰۵/۲۹ رأس ساعت ۱۵:۰۰ در دفتر مدیریت امور حقوقی و قراردادها، واقع در اسکله بندر بهمن قشم .

مکان دریافت و تحویل اسناد مناقصه: جزیره قشم- اسکله بندر بهمن – مدیریت امور حقوقی و قراردادها – دبیر خانه کمیسیون معاملات. تلفن ۳۵۲۵۲۴۶۲ – ۰۷۶ و ۳۵۲۵۲۱۵۰ – ۰۷۶ (کد پستی : ۷۹۵۱۶۱۷۴۴۴)

پیش پرداخت : قرارداد شامل پیش پرداخت طبق ضوابط می باشد.

سایر توضیحات :

- به پیشنهاداتی که پس از انقضای مدت مقرر در آگهی واصل شوند ترتیب اثر داده نخواهد شد .
- سایر اطلاعات و جزئیات مربوطه در اسناد مناقصه مندرج است .
- هزینه هر نوبت انتشار آگهی به عهده برنده مناقصه خواهد بود .

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۳/۰۵/۰۱

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۳/۰۵/۰۶

دبیر خانه کمیسیون معاملات

۶۵۷

داستان تکراری خاموشی برق صنایع و توقف تولید

اصفهان- فایزه مرادیان: صنعت، موتور محرکه تولید، رونق اقتصاد و اشتغال‌زایی کشور است که سال‌هاست با بحران فقدان انرژی برق و گاز در تابستان و زمستان دست‌وپنجه نرم می‌کند. دغدغه‌ای که متأسفانه در طول سال‌های اخیر نه‌تنها رفع نشده، بلکه تداوم‌یافته و درصورتی‌که همین روند ادامه یابد و چاره‌اندیشی عاجلی برای تأمین زیرساخت‌های انرژی صنایع نشود، بدون شک نه‌تنها شاهد رونق تولید نخواهیم بود، بلکه فرصت‌های ایجادشده در بازارهای داخلی و خارجی را از دست خواهیم داد و شاهد تضعیف و نابودی تولید خواهیم بود. در شرایطی که شرکت‌های بزرگ و پیشرو دنیا درصدد ترسیم چشم‌اندازهای روشن و دنیای مدرن آینده هستند، شرکت‌های فولادی و صنعتی و تولیدکنندگان کشور با پیامدها و خسارت‌های زیان‌بار و جبران‌ناپذیر خاموشی‌های گسترده صنایع و کارخانجات در فصل تابستان به دلیل نبود زیرساخت‌های انرژی و برق در کشور مواجه‌اند و این موضوع هزینه‌های سنگینی را برای تولید، اقتصاد و صنعت کشور ایجاد کرده و دور نیست زمانی که افت تولید و تعطیلی کارخانجات باعث افزایش بیکاری و در ادامه نیز موجب التهاب بازار و افزایش قیمت‌ها و از دست دادن بازارهای صادراتی شود. صنعت کشور تنها ۷ درصد از نیروی برق و انرژی الکتریکی کشور را مصرف می‌کند و در فصل گرم تابستان، همین حجم اندک از برق قطع می‌شود. توقف گردش چرخ تولید و صنعت، صنایع را دچار بحران‌های متعدد می‌کند؛ اما زیان توقف خطوط تولید برای مردم به‌مراتب بیش از زیان ناشی از خاموشی برق است، چراکه خاموشی کارخانجات و صنایع و به‌ویژه صنعت فولاد کشور که صنعتی مادر است، به افزایش قیمت ورق و محصولات فولادی و تورم ناشی از آن منجر می‌شود و اقتصاد و معیشت را دچار چالش‌های بیشتر می‌کند. فقدان برنامه جامع توسعه بلندمدت و عدم سیاست‌گذاری اصولی برای تعیین و تأمین زیرساخت‌های انرژی موردنیاز مصارف خانگی و مصارف صنعتی، ناشی از کم‌توجهی وزارت نیرو به‌سرعت رشد مصرف برق در کشور است که درنهایت به کاهش بهره‌وری در صنایع و بی‌رغبتی فعالان و سرمایه‌گذاران به مقوله رونق تولید می‌انجامد و انگیزه توسعه را از صنعتگران و به‌ویژه فعالان عرصه فولاد کشور می‌گیرد. شرکت فولاد مبارکه از سال‌های گذشته همچون شرکت‌های پیشرو جهان وارد حوزه تولید انرژی شده و به احداث نیروگاه سیکل ترکیبی و خورشیدی مبادرت کرده و علاوه بر این، اقدام به تعمیر و به‌روزرسانی تجهیزات شبکه تولید و توزیع برق کرده است. همچنین توافقاتی با وزارت نیرو برای تأمین برق موردنیاز صورت پذیرفته؛ با این حال، شدت محدودیت انرژی در سال ۱۴۰۳ نسبت به سال‌های قبل به‌شدت بیشتر و زودتر اعمال شده است. کوتاهی وزارت مذکور در عمل به تعهدات خود تنها در ماه‌های خرداد و تیر سال جاری، به کاهش ۲۵۰ هزار تنی تولید و عدم تأمین نیاز بازار منجر شده که این امر کاهش تأخیر در تحویل و عرضه به موقع محصول به مشتریان را درپی داشته است. آنچه روشن است این است که رشد اقتصادی و صنعتی کشور، کاهش تورم و بهبود شاخص‌های اقتصادی به تولید ناخالص داخلی وابسته است و علی‌رغم فرمایشات رهبر فرزانه انقلاب اسلامی در خصوص اولویت قرار دادن مسئله تولید، نبود زیرساخت‌های انرژی در حال حاضر، عمده‌ترین مانع و چالش تولیدکنندگان است که همین مسئله خسارت‌های جبران‌ناپذیری به همراه داشته و به‌طور مستقیم و غیرمستقیم بر زندگی مردم تأثیر منفی می‌گذارد. انتظار می‌رود دولت و وزارت محترم نیرو در این خصوص چاره‌ای بیندیشد و اقدامات عاجل انجام دهد تا ضمن تأمین برق موردنیاز صنایع و اولویت قرار دادن صنعت به مصارف خانگی، با آموزش و ارائه تسهیلات برای بهره‌گیری از وسایل برقی کم‌مصرف، سرمایه‌گذاری‌های پایداری را در حوزه انرژی انجام دهد تا در سال‌های آینده، صنعتگران با چنین مشکلی مواجه نشوند و رونق تولید و شکوفایی اقتصاد و ساختن ایران، تنها دغدغه آن‌ها باشد

بازرس کل استان خوزستان:

برق استان از پایداری خوبی برخوردار است

اهواز - شبنم قجاوند: بازرس کل استان خوزستان در بازدید از دیسپاچینگ شرکت برق منطقه‌ای استان گفت: با اقدامات خوبی که انجام شده شاهد تامین برق پایداری در سطح استان هستیم.

محمد آقاجری بازرس کل استان از دیسپاچینگ جنوبغرب و فوق توزیع شرکت برق منطقه‌ای خوزستان بازدید و در جریان روند تولید و مصرف برق در استان قرار گرفت. وی در این بازدید تصریح کرد: در این روزهای گرم و طاقت‌فرسا کسانی شبانه‌روز در تلاش هستند تا زمینه آسایش و استراحت شهروندان در خوزستان فراهم شود. بازرس کل استان خوزستان با اشاره به تلاش نیروهای مجموعه صنعت برق برای تامین برق پایدار و خدمات‌رسانی به مردم، بیان کرد: برق استان از پایداری خوبی برخوردار است که این موضوع به دلیل اقدامات انجام شده در قبل از شروع پیک و همچنین اقداماتی است که اکنون بر روی شبکه در حال انجام است. آقاجری ضمن قدردانی از تلاش‌های کارکنان برق منطقه‌ای خوزستان برای خدمات‌رسانی شایسته به مردم اضافه

کرد: در کنار مدیران برق، تلاش می‌کنیم با توجه به میزان و جایگاه تولید و مصرف برق خوزستان در کل کشور، خدمات خوبی به مردم ارائه کنیم.

علی اسدی مدیرعامل شرکت برق منطقه‌ای خوزستان نیز در این بازدید با ارائه آمار آنلاین تولید و مصرف برق در سطح استان، بیان کرد: شرکت برق منطقه‌ای خوزستان دومین شرکت برق منطقه‌ای کشور در زمینه تولید و مصرف برق است. وی با بیان اینکه بر اساس شرایط ولتاژی و اطلاعات مرکز کنترل دیسپاچینگ و دستورالعمل‌های مربوطه، شبکه مدیریت و اقدامات لازم برای حفاظت شبکه در روزهای گرم و پیک مصرف انجام می‌شود، تصریح کرد: با توجه به شرایط دمایی استان و میزان قابل توجه مصرف برق، با تلاش شبانه‌روزی در حال انجام وظیفه هستیم تا برق پایداری را به مشترکین تحویل دهیم. مدیرعامل شرکت برق منطقه‌ای خوزستان تصریح کرد: تلفات شبکه در شبکه انتقال این شرکت ۲.۵ درصد است که نسبت به میانگین کشوری که ۲.۸۷ درصد بوده، پایین تر است. اسدی افزود: در چهارماهه نخست سال جاری ۳۵ صنعت استان خوزستان نسبت به سال قبل ۷ درصد و شرکت فولاد خوزستان ۲ درصد، افزایش مصرف انرژی داشته‌اند.

مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه آذربایجان شرقی خبر داد؛

تخصیص بیش از ۲۱۱ هزار میلیارد ریال یارانه سوخت در آذربایجان شرقی

فرصت امروز - ماهان فلاح: مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه آذربایجان شرقی از تخصیص بیش از ۲۱۱ هزار میلیارد ریال یارانه سوخت در سه ماهه اول سال ۱۴۰۳ با توزیع فرآورده های نفتی و گاز مایع در این استان خبر داد. ناصر راشدی با اعلام این خبر به پرداخت یارانه سوخت به بخش های مختلف مصرف و سهم آن در سبد خانوار استان اشاره کرد و افزود: با توجه به تفاوت قیمت مصوب داخلی و نرخ فوب خلیج فارس در سه ماهه اول سال ۱۴۰۳ یارانه سوخت تخصیص داده شده در استان به بیش از ۲۱۱ هزار میلیارد ریال رسید.

راشدی با بیان اینکه بیشترین مبلغ یارانه سوخت در بازه زمانی مذکور با ۹۱ هزار میلیارد ریال به فرآورده بنزین اختصاص یافته است، اضافه کرد: به دلیل گستردگی مصرف نفتگاز در بخش حمل و نقل، صنعت، کشاورزی و خدمات، یارانه اختصاص یافته به این فرآورده نزدیک به ۷۶ هزار میلیارد ریال در مدت زمان مذکور بوده که در رتبه دوم قرار دارد.

مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه آذربایجان شرقی خاطرنشان کرد: با توجه به توسعه و بهره مندی روزافزون از گاز طبیعی در خانوارهای شهری و روستایی، تعداد خانوارهای نفت سفیدسوز استان به طور چشمگیری کاهش یافته است لذا کمترین یارانه سوخت با ۳۱۹ میلیارد ریال به فرآورده نفت سفید تخصیص داده شده است.

شهردار اراک خبر داد:

خرید ۲۰ دستگاه اتوبوس برقی جدید برای شهر اراک

اراک - فرناز امیدی: قرارد نهایی خرید ۲۰ دستگاه اتوبوس برقی جدید برای شهر اراک، در دومین روز از مرداد ماه سال جاری در شرکت ایران خودرو دیزل نهایی شد.

به گزارش اداره ارتباطات و امور بین الملل شهرداری اراک، دکتر علیرضا محمودی با اعلام این خبر اظهار داشت: با توجه به نیاز شهر اراک به نوسازی ناوگان حمل و نقل عمومی اتوبوس و در ادامه روند برقی سازی ناوگان اتوبوسرانی در راستای کاهش آلاینده های زیست محیطی، قرارداد خرید ۲۰ دستگاه اتوبوس برقی جدید امروز سه شنبه مورخ دوم مرداد ماه سال جاری در شرکت ایران خودرو دیزل نهایی شد.

وی در ادامه تاکید کرد: مقرر شده تا قبل از مهرماه سال جاری و آغاز سال تحصیلی جدید و همزمان با ایجاد زیرساخت های لازم جهت ساخت ایستگاه شارژ، ۲۰ دستگاه اتوبوس جدید به ناوگان حمل و نقل عمومی شهر اراک ملحق شوند. شهردار اراک خاطر نشان کرد: توسعه ناوگان حمل و نقل عمومی از جمله موضوعاتی است که در دوره ششم فعالیت شورای اسلامی شهر و شهرداری، به آن توجه ویژه شد.

محمودی در پایان لزوم توجه به حفظ محیط زیست را از موضوعات مهم کلانشهرها عنوان کرد و یادآور شد: در کنار توسعه ناوگان حمل و نقل عمومی، کمک به حفظ محیط زیست از دیگر جنبه‌هایی بود که شهرداری اراک را بر آن داشت به سمت استفاده از ناوگان حمل و نقل با سوخت پاک به ویژه اتوبوس‌های برقی حرکت کند.

برای نخستین بار در سطح خاورمیانه رقم خورد؛

معرفی ارقام پاکوتاه زردآلو در آذربایجان شرقی

فرصت امروز - ماهان فلاح: در حاشیه بازدید معاون وزیر جهاد کشاورزی و رئیس سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی از ایستگاه تحقیقات باغبانی سهند از ۴ رقم جدید زردآلو معرفی شده توسط محققان این ایستگاه رونمایی شد.

رئیس ایستگاه تحقیقات باغبانی سهند در حاشیه این بازدید گفت: ما ارقام پاکوتاه زردآلو را اصلاح کرده ایم که حسن این ارقام کیفیت آنهاست طوری که این ارقام را می توانیم متراکم بکاریم و برداشت آنها نیز بیشتر است.

محسن پورسلطان با بیان اینکه این ارقام پاکوتاه زردآلو در آذربایجان شرقی برای نخستین بار در سطح خاورمیانه معرفی شده است، بیان کرد: این ارقام را همچنین می توانیم در محیط های کنترل شده بکاریم و ریسک تولید را کاهش دهیم.

رئیس ایستگاه تحقیقات باغبانی سهند از دیگر ویژگی های این ارقام را صرفه جویی در مصرف آب و مقاوم بودن در برابر بیماری ها و آفات، تگرگ و سرما، عملکرد بالاتر، ماندگاری بیشتر برشمرد.

پورسلطان همچنین از معرفی ۴ رقم جدید بادام در ماه های آینده توسط این ایستگاه خبر داد.

وی ادامه داد: ما در ایستگاه تحقیقات باغبانی سهند در عرض ۶۰ سال توانستیم ۱۰ رقم بادام و در کنار آن ۱۴ رقم جدید زرد آلو را اصلاح کنیم.

پورسلطان افزود: خوشبختانه اولین تحقیقات کاربردی بادام و همچنین زردآلو در سطح کشور از ایستگاه تحقیقات باغبانی سهند صورت گرفته است.

پس از سالها صباشهر دارای پایگاه اورژانس میشود

شهریار - نرگس اصلانی: سجاد برنجی شهردار صباشهر و فلاح رئیس اورژانس غرب استان از ساختمان در حال تکمیل اورژانس صباشهر بازدید نمودند.

در حاشیه این دیدار مهندس برنجی شهردار صباشهر بیان داشت : "هر چند ساخت ساختمان اورژانس وظیفه ذاتی شهرداری نیست ، اما با توجه به نیاز بسیار حیاتی و مبرم شهروندان شریف شهر صباشهر که لایق بهترین ها هستند مجموعه مدیریت شهری نسبت به تکمیل این مجموعه اقدام نموده است."

وی ادامه داد : کار ساخت این ساختمان در سنوات قبل شروع شده بود اما متاسفانه چند سالی این کار متوقف شده بود که در ماههای اخیر با تاکیدات اعضای محترم شورا و تلاش های همکارانم در شهرداری هم اکنون ساختمان این مجموعه با پیشرفت ۹۵ درصدی آماده بهره برداری است.

شهردار صباشهر افزود : این ساختمان در زمینی به مساحت ۳۰۰ و با زیربنای ۱۳۰ متر مربع تاسیس شده است و مجموعه مدیریت شهری علاوه بر ساخت ساختمان نسبت به تجهیز آن و فراهم نمودن ماشین لازم نیز اقدام نموده است.

مهندس برنجی در انتها عنوان نمود: با این اقدام موثر و فراسازمانی شهرداری،شهر صباشهر بعد از مدت ها از سرانه مهم اورژانس بهره مند خواهد شد و در مواقع ضروری که ثانیه به ثانیه آن حساس است خدمات دهی به شهروندان محترم تسریع میشود.

اصلاح و توسعه بخشی از شبکه آبرسانی شهرستان ماسال

رشت - زهرا رضازاده :مدیر امور آبفای شهرستان ماسال از اجرای پروژه اصلاح و توسعه شبکه توزیع آب شرب روستای درخانه و وردم بخش مرکزی ماسال خبر داد. به گزارش دفتر روابط عمومی و آموزش همگانی شرکت آب و فاضلاب گیلان؛ نواب صفوی گفت: به منظور بهره مندی، تقویت و رفع ضعف فشار آب شرب در بخشی از شبکه آبرسانی روستای درخانه و وردم ، عملیات لوله گذاری به طول۱۳۰ متر با سایز لوله ۶۳ و ۱۱۰ میلی متر از جنس پلی اتیلن و اصلاح شبکه توزیع آب شرب خیابان شهید شیرزای در شهر ماسال به طول ۱۰۰متر با صرف اعتباری بالغ بر یک میلیارد و ۳۴۰ میلیون ریال اجرا و مورد بهره برداری قرار گرفت. وی تصریح کرد: با اجرای این پروژه تعداد ۵۰ خانوار از آب آشامیدنی سالم و بهداشتی بهره مند شدند.

در سه‌ماهه نخست سال ۱۴۰۳ صورت پذیرفت:

برگزاری بیش از ۱۴ هزار و ۹۰۰ نفرساعت دوره‌های آموزشی در شرکت گاز استان اصفهان

اصفهان - فایزه مرادیان: در سه‌ماهه نخست سال ۱۴۰۳ بیش از ۱۴ هزار و ۹۰۰ نفرساعت دوره آموزشی در شرکت گاز استان اصفهان برگزار شده است. به گزارش روابط‌عمومی شرکت ملی گاز ایران، ابوالقاسم عسکری مدیرعامل شرکت گاز استان اصفهان ضمن بیان مطلب فوق، میانگین اثربخشی دوره‌های آموزشی را بسیار خوب ارزیابی کرد و گفت: دوره‌ها در ۲ بخش تخصصی و عمومی برگزار و در سه‌ماهه نخست دوره‌هایی همچون حفاظت در برابر اشعه، ایستگاه تقلیل فشار، حفاظت کاتدی، GIS، پروانه انجام کار، ایمنی و جوشکاری و مقررات مشترکین گاز، مهارت‌های ارتباطی و تجوید قرآن کریم در سطح شرکت گاز استان اصفهان برگزار شده است. وی افزود: سرانه آموزش کل کارکنان در سه‌ماهه نخست را برابر ۵.۳ ساعت بوده است. مدیرعامل شرکت گاز استان اصفهان، با بیان اینکه بهسازی و آموزش نیروی انسانی و ارتقای دانش، آگاهی و پویایی کارکنان در زمینه‌های تخصصی، کاربردی و مدیریتی باهدف افزایش بهره‌وری شرکت مدنظر است، افزود: این شرکت با تهیه تقویم آموزشی سالیانه برای تمامی کارکنان و برگزاری دوره‌های شغلی، بهره‌برداری، استانداردهای مهندسی، اجرایی، بهبود مدیریت، عمومی، فرهنگی و HSE با استفاده از اساتید مجرب، به این مهم دست‌یافته است.

اخبار

برگزاری بیش از ۵۳ هزار نفر ساعت آموزش در پالایشگاه گاز ایلام

ایلام- هدی منصوری: رئیس آموزش نیروی انسانی شرکت پالایش گاز ایلام از برگزاری ۵۳ هزار و ۹۲۰ نفر ساعت دوره آموزشی در طول سال گذشته خبر داد و گفت: این آموزش ها شامل حوزه های بهبود مدیریت، عمومی، فرهنگی و تخصصی بوده که نقش مهمی در تحقق اهداف سازمان داشته است. حسین قمری افزود: از این تعداد دوره آموزشی،۱۹ هزار ۸۳۸ نفر ساعت در حوزه های تخصصی، ۳۳ هزار و ۱۵۷ نفر ساعت عمومی و فرهنگی و ۹۲۵ نفر ساعت در زمینه بهبود مدیریت بوده است. وی اظهار داشت: سیاست های آموزشی می بایست به نحوی برنامه ریزی شود که تمامی نیازها و الزامات سازمانی از قبیل انضباط فردی و گروهی، روابط میان فردی، خلاقیت، تمایل به کار تیمی، تحقق اهداف کوتاه مدت و میان مدت و بلند مدت، استانداردها، آیین نامه ها، دستورالعمل ها و ریسکهای سازمان را شناسایی و متناسب با آنها نسبت به برگزاری دوره های آموزشی اقدام نمود. وی به چالش های پیش روی آموزش در شرکت اشاره و تصریح کرد: نبود بلیط ایاب و ذهاب هوایی و زمینی، دوری ایلام از مرکز علمی و نبود زیرساخت های لازم برای برگزاری دوره های آموزشی بصورت آنلاین از مشکلات اساسی برای برگزاری دوره های آموزشی و دعوت از اساتید برجسته کشوری بوده است. قمری با بیان اینکه تدوین استانداردهای شغلی صلاحیت حرفه ای نیروهای پیمانکاری بیش از ۵۰ درصد پیشرفت داشته است، ادامه داد: در راستای تفاهم نامه عقد شده شرکت ملی گاز با سازمان فنی حرفه ای، این شرکت میزبانی دو کارگروه تخصصی از مجموع ۱۷ کارگروه را با عنوان " کارگاه مرکزی " و " برنامه ریزی تعمیرات " بر عهده داشته و برنامه ریزی لازم جهت تحقق کامل برنامه طی سال جاری انجام شده است. رئیس آموزش نیروی انسانی شرکت پالایش گاز ایلام از برنامه ریزی و اجرای موفق بیش از ۶ هزار و ۷۱۲ نفر ساعت دوره آموزشی برای خانواده های کارکنان در حوزه هایی همچون استعدادیابی کودک و نوجوان، افزایش اعتماد بنفس و عزت نفس، فن بیان و سخنوری، مهارت نه گفتن و زبان انگلیسی خبر داد . قمری تصریح کرد: در حال حاضر آموزش پودمانی مدیران میانی در دست اجرا بوده و این پودمان آموزشی برای ۳۶ نفر از مدیران میانی با هدف ارتقاء سطح دانش و توسعه مهارت های مدیریتی و تشویق و ترغیب نیروهای تحت اختیار مدیران به کار گروهی، خلاقیت و نوآوری، ارتباطات و تعاملات بین فردی و درون واحدی بوده است .

مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان:

جشنواره ملی تئاتر فتح خرمشهر به ایستگاه پایانی رسید

اهواز - شبنم قجاوند: مدیرکل فرهنگ وارشاد اسلامی خوزستان گفت: بیست و پنجمین جشنواره ملی تئاتر فتح خرمشهر پس از هماهنگی هیئت داوران و نماینده مرکز هنرهای نمایشی، با فرمت جدید طراحی و برگزار شد. مجید منادی اظهار کرد: بیست و پنجمین جشنواره ملی تئاتر فتح خرمشهر از ۳۰ اردیبهشت ماه آغاز به کار کرد که با توجه به شهادت رئیس جمهور و هیئت همراه در سانحه هوایی، کلیه فعالیت های فرهنگی و هنری سراسر کشور با دستور وزیر فرهنگ و ارشاد به مدت هفت روز لغو شد. مدیرکل فرهنگ وارشاد اسلامی خوزستان گفت: در پی لغو شدن فعالیت های این حوزه، با هماهنگی هیئت داوران و نماینده مرکز هنرهای نمایشی، جشنواره مذکور لغو و با فرمت جدید طراحی شد. وی با بیان اینکه گروه های پذیرفته در بخش رقابتی جشنواره موظف شدند اثر راه یافته را در شهرهای خود به اجرای عموم درآورند، تصریح کرد: به گروه ها فرصت داده شد تا پس از اجرا، مستندات لازم جهت دریافت کمک هزینه و ورودی جشنواره را به دبیرخانه اعلام کنند. دبیر بیست و پنجمین جشنواره ملی تئاتر فتح خرمشهر ادامه داد: همچنین به گروه های شرکت کننده به مدت ۲ هفته زمان داده شد تا آثار خود را در قالب لوح فشرده به دبیرخانه جشنواره ارسال کنند و پس از داوری های صورت گرفته، نتایج بخش صحنه ای و خیابانی مشخص شد.

رسیدگی به درخواست‌های شهروندان در ملاقات مردمی با شهردار گرگان

گرگان - خبرنگار فرصت امروز: در راستای اجرای تکریم ارباب رجوع و ارتباط مستقیم با شهروندان، جلسه ملاقات عمومی با سید محمدرضا سیدالنگی شهردار گرگان امروز سه شنبه برگزار شد.به گزارش روابط عمومی شهرداری گرگان، مهندس سیدالنگی ضمن بررسی مشکلات شهروندان دستورات مقتضی را در چارچوب ضوابط جهت رسیدگی به درخواست های آنان صادر کرد.شهروندان محترم می توانند در روزهای سه شنبه هر هفته در محل شهرداری گرگان حضور یافته و مشکلات و درخواست‌های خود را با مدیران ارشد شهری مطرح نمایند.

دستگیری سارق به عنف موتورسیکلت در آزادشهر

گرگان - خبرنگار فرصت امروز: سرهنگ "محمد رضا میردار" در بیان جزئیات این خبر اظهار داشت: در پی وقوع یک فقره سرقت به عنف موتورسیکلت در سطح شهرستان آزادشهر، شناسایی و دستگیری سارق در دستور کار مأموران این فرماندهی قرار گرفت.وی افزود: مأموران انتظامی شهرستان آزادشهر با اقدامات اطلاعاتی و تخصصی هویت سارق را شناسایی و پس از هماهنگی با مرجع قضائی در عملیاتی غافلگیرانه وی را در مخفیگاهش دستگیر کردند.فرمانده انتظامی آزادشهر افزود: متهم در تحقیقات پلیس به جرم خود اعتراف و موتورسیکلت مسروقه کشف و تحویل مالباخته گردید.سرهنگ میردار در پایان خاطرنشان کرد: متهم پس از تشکیل پرونده به مرجع قضائی معرفی شد.

صعود بانوی کارمند منابع طبیعی و آبخیزداری گلستان به قله دماوند

گرگان - خبرنگار فرصت امروز: مریم رضایی کارمند منابع طبیعی و آبخیزداری گلستان به قله دماوند، مرتفع‌ترین کوه آتشفشانی قاره آسیا صعود کرد.

به گزارش پایگاه اطلاع رسانی اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری گلستان، مریم رضایی کارشناس روابط عمومی اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری گلستان توانست با پیام "من هم یک جنگلبانم" و "همیار طبیعت باشیم" به قله ۵۶۱۰ متری دماوند صعود کند.کوه دماوند مرتفع‌ترین قله ایران و مرتفع‌ترین قله آتشفشانی قاره آسیا است که در تقسیمات کشوری در بخش لاریجان شهرستان آمل در استان مازندران قرار گرفته است.این کوه در سیزدهم تیرماه سال ۱۳۸۷ به عنوان نخستین اثر طبیعی ایران در فهرست آثار ملی ایران ثبت شد. همچنین این کوه از سال ۱۳۸۱ به عنوان اثر طبیعی ملی در شمار مناطق چهارگانه ارزشمند از نظر حفاظت محیط زیست قرار گرفته است.

سیزدهمین اهدای عضو سال جاری در یزد رقم خورد

یزد - سید محمد جواد عرفان فر : با ایثار یک هموطن دیگر سیزدهمین اهدای عضو سال جاری در استان یزد به ثبت رسید. معاون درمان دانشگاه: مرحوم مجید طالبی۵۴ساله که به علت خونریزی دچار مرگ مغزی شده بود، اعضای خود را به بیماران نیازمند اهدا کرد. دکتر سید کاظم رضوی: کلیه ها و کبد این ایثارگر در بیمارستان ابوعلی سینای شیراز به بیماران نیازمند پیوند شد.

کسب رتبه برتر روابط عمومی شهرداری بندرعباس در نخستین جشنواره تجربه نگاری در استان تهران

بندرعباس- خبرنگار فرصت امروز: مریم پاسالار، مدیر ارتباطات و امور بین الملل شهرداری بندرعباس در نخستین جشنواره برترین های تجربه نگاری روابط عمومی ها در استان تهران حائز رتبه برتر شد.

به گزارش مدیریت ارتباطات و امور بین الملل شهرداری بندرعباس، نخستین جشنواره برترین های تجربه نگاری استان تهران با حضور مدیران روابط عمومی دستگاهها، فرمانداری ها، شهرداری ها و بخشداری های استان تهران و به همت استانداری تهران و با همکاری سازمان فنی و حرفه ای و اداره ارشاد استان تهران در فرهنگسرای الغدیر شهریار برگزار شد. دکتر محمد صائبی، مشاور استاندار و مدیر کل روابط عمومی و امور بین الملل استانداری تهران، هدف از برگزاری این جشنواره را معرفی افراد فعال و برترین ها در حیطه روابط عمومی عنوان کرد و گفت: بسیاری از اقدامات اجرایی در این حوزه عموماً دیده نمی شوند.

لذا هدف اصلی از این اقدام شناسایی افراد فعال و مکتوب کردن تجربیات افراد موفق است و نتایج و تجربیات این افراد در کتابی منتشر خواهد شد. دکتر صائبی ادامه داد: فعالان این حوزه در سطوح مدیریت و کارشناسی تا ۲۰ام اسفند ۱۴۰۲ فرصت داشتند آثار خود را در ۱۲ عنوان شامل « ارتباطات بین الملل، خلاقیت در روابط عمومی، انتشارات و تبلیغات، طرح و برنامه ریزی، ارتباطات برون سازمانی و برندینگ، روابط عمومی الکترونیک، مدیریت تشریفات، ارتباط با رسانه، روابط عمومی بحران، کمپین های روابط عمومی و ارتباطات و شبکه سازی ارائه نمایند و در ابتدای سال ۱۴۰۳ داوری این آثار انجام شد.

شایان ذکر است در این مراسم مریم پاسالار، مدیر ارتباطات و امور بین الملل شهرداری بندرعباس به دلیل فعالیت های موثر در شهرداری بندرعباس از جمله انعقاد نخستین خواهرخواندگی شهرداری بندرعباس با بندر کورینتو نیکاراگوئه و نامگذاری یک پارک به نام شهر بندرعباس در این شهر خارجی، اخذ ۵ مجوز خواهرخواندگی با شهرهای بندری سایر کشورها (آستراخان روسیه، نینگبو چین، آکتائو قزاقستان، کراچی پاکستان و مومبای هند)، برگزاری جشنواره فیلم ۱۰۵ ثانیه ای گمبرون شهر، جشنواره رسانه ای گمبرون شهر، جشنواره روابط عمومی های برتر شهرداری بندرعباس، چاپ کتاب جامع عکس بندرعباس، مسابقه عکاسی پروژه های شهرداری بندرعباس، چاپ ماهنامه خبری گمبرون شهر، تدوین تقویم مناسبتی مجموعه شهرداری، راه اندازی سامانه دیتاک، پویش من اگر شهردار بودم در سطح مدارس ابتدایی و بسیاری موارد دیگر که سبب تحول در حیطه فعالیت های روابط عمومی شهرداری بندرعباس شده است حائز رتبه برتر و تجلیل شدند.

هیئت مدیره خانه مطبوعات اصفهان انتخاب شدند

اصفهان - خبرنگار فرصت امروز: با مشارکت ۶۰ حدود درصدی، انتخابات هیئت مدیره خانه مطبوعات استان اصفهان بصورت آنلاین برگزار گردید و از بین ۳۲ نامزد، اعضای اصلی،علی البدل و دو بازرس انتخاب شدند.

طبق اعلام معاونت مطبوعاتی اداره کل وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی استان اصفهان در خاتمه برگزاری این انتخابات ناصر بهروان ، سیدمحمد قلمکاریان ، سیدمهدی رضوی ، محمدرضا کلاهدوزان ، محمدرضا شواخی زواره و احمدرضا منزه و خانم زهره قندهاری به عنوان اعضای اصلی و علی حاجیان حسین‌آبادی ، میثم ریاحی و خانم‌ها زینب هاشمی ، فاطمه صغری کاویانی جبلی و مریم کربلایی به عنوان اعضای علی البدل انتخاب شدند.

همچنین رضا فتوح و منوچهر احدی به عنوان بازرسان این خانه انتخاب گردیدند

عزادارای هیئت های یزدی در زندان مرکزی آزادی چندین زندانی با همت هیئت های یزدی

یزد - سید محمد جواد عرفان‌فر : رئیس شورای اسلامی شهر یزد گفت: هیئت های عزاداری یزد علاوه بر آزادی زندانیان، از اول محرم تا سیزدهم در زندان مرکزی حضور و به عزاداری و سینه زنی پرداختند.

عزیزالله سیفی رئیس شورای اسلامی شهر یزد مطرح کرد: هیئت های عزاداری یزد با شرکت در پویش هر هیأت آزادی یک زندانی غیر عمد، زمینه رهایی تعدادی از افراد محکوم مالی اولویت‌دار را که به دلیل ارتکاب جرایم غیرعمد گرفتار بند شده‌اند، فراهم کردند.

به گفته وی: با حضور هیئت های مذهبی در زندان، مددجویان هم در یک فضای روحانی و معنوی در این مجالس شرکت کردند. قطعاً این اقدامات خداپسندانه یزدی ها موجب ترغیب دیگر شهر ها برای انجام چنین فعالیت هایی می شود.

برندهای ورزشی چطور بازاریابی می‌کنند؟

نویسنده: علی آل‌علی

یکی از تفریح‌ها و سرگرمی‌های اصلی مردم در سراسر دنیا ورزش است. فرقی ندارد شما در چه سن و سالی باشید، در هر صورت بازی‌هایی مثل فوتبال یا بدمینتون می‌تواند ساعت‌ها شما را سرگرم کرده و در نهایت گذر زمان را هم حس نکنید. نکته‌ای که در این میان مهم است، تبدیل همین سرگرمی‌های ورزش بین صنعتی پرسود در دنیاست. به طوری که این روزها برندهایی مثل نایک یا حتی تیم‌های ورزشی کزو پولسازترین کسب و کارهای دنیا محسوب می‌شوند.

شاید فکر کنید برندهای ورزشی فقط به خاطر جذابیت رشته‌ها مورد توجه قرار می‌گیرند. خب در این صورت باید کمی دیدگاه‌تان را تغییر دهیم. نه تنها رشته‌هایی مثل بسکتبال در طول دهه‌های متمادی تغییر کرده‌اند، بلکه پای بازاریابی نیز در میان است. خب پیش خودتان که فکر نکرده‌اید برندهای بزرگ دنیا همین طور دست روی دست گذاشته‌اند تا شما به طور طبیعی از رشته‌های ورزشی خوش‌تان بیاید؟

صنعت بازاریابی در طول دهه‌های متمادی نقش مهمی در شکل‌دهی به سلیقه مردم داشته است. احتمالا رشته ورزشی که شما طرفدار دوآتیشه آن هستید نیز از این فرآیند در امان نمانده است. ما اینجا قصد نداریم درباره این روند حکم خاصی صادر کنیم. در عوض تمرکزمان بر روی فهم چگونگی بازاریابی برندهای ورزشی است.

اصطلاح بازاریابی ورزشی چند سالی هست حسابی مورد توجه قرار گرفته و طرفدارهای سفت و سختی دارد. البته در این میان مثل هر کار دیگری فضا برای موفقیت تمام برندها فراهم نیست. در عوض فقط برخی از تیم‌های بازاریابی موفقیت‌های بزرگ را تجربه می‌کنند. نکته کلیدی در این میان تلاش برای استفاده از تکنیک‌های دست اول به منظور موفقیت در بازار است. این دقیقا همان کاری است که ما در ادامه قصد داریم به طور دقیق انجام دهیم. اگر شما هم دوست دارید با برخی از تکنیک‌های اصولی در زمینه بازاریابی ورزشی آشنا شوید، این مقاله کاملا مخصوص شماست.

شما در این مقاله یاد می‌گیرید که چطور به عرصه بازاریابی ورزشی نگاه کرده و تکنیک‌های مربوط به برندهای بزرگ را شخصی‌سازی کنید. پس با ما همراه شوید تا نکات کلیدی در این رابطه را بررسی کنیم.

بازاریابی ورزشی؛ تکنیک‌ها و مهارت‌ها

بازاریابی ورزشی برای کسی که اولین بار این اصطلاح به گوشش می‌خورد، فرق زیادی با سایر استراتژی‌ها ندارد. احتمالا شما هم شنیده‌اید که برخی می‌گویند بالاخره بازاریابی هیچ فرقی ندارد در چه حوزه‌ای باشد. خب این امر کمی واقعیت در خودش دارد، اما راستش را بخواهید، همه ماجرا تا این اندازه ساده نیست.

شما به عنوان بازاریاب باید همیشه شرایط خاص حوزه موردنظرتان را بررسی کنید. خب برندی مثل نایک نمی‌تواند دقیقا حال و هوای بازاریابی آئودی یا گوچی را زنده کند. این امر می‌تواند در بلندمدت موجب بروز مشکلات زیادی در حوزه کسب و کار شما شود. به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم شما باید قبل از هر نکته‌ای به تفاوت‌های حوزه بازاریابی آگاهی پیدا کنید.

عرصه ورزش پر از شور و هیجان است. در این میان استدلال‌های منطقی راه به جایی نمی‌برد. در عوض شما باید سعی کنید به بهترین شکل ممکن انگیزه مخاطب‌تان برای فعالیت ورزشی را تقویت کرده یا حوصله‌شان برای تماشای مسابقات ورزشی را تقویت کنید. این دقیقا همان کاری است که خیلی از برندهای ورزشی بزرگ دنیا انجام می‌دهند.

یک مثل ساده در این میان وضعیت شبکه‌های اختصاصی پخش مسابقات ورزشی است. وقتی جام جهانی فوتبال از راه می‌رسد، این شبکه‌ها سراغ استدلال منطقی بر سر قیمت خرید حق اشتراک یا سایر بحث‌های مالی نمی‌روند. در عوض چنان شوری به پا می‌کنند که آدم دوست دارد یک ماه کل وقتش را صرف تماشای مسابقات فوتبال کند!

خب حالا که کمی با محوریت هیجان و احساسات در صنعت ورزش آشنا شدید، بد نیست کم کم برویم سراغ اصل ماجرا. خب شما برای یادگیری تکنیک‌های بازاریابی ورزشی اینجا هستید، مگر نه؟

خلق تجربه هواداری: کلید جذب مخاطب

تیم‌های ورزشی دنیا وقتی بازی دارند، معمولا هوادارانی را به ورزشگاه می‌کشانند. با این حال وضعیت تیم‌های مختلف اصلا برابر نیست. خب باشگاهی مثل رئال مادرید همین که جلسه تمرینی داشته باشد هم کلی از هواداران را به خودش جذب می‌کند. آیا تا حالا فکر کرده‌اید چرا تیم‌های بزرگ دنیا این همه طرفدار و درآمد دارند؟

شاید یک جواب دم دستی حضور کلی ستاره درجه یک در تیم‌های بزرگ باشد. خب این امری است که هیجان زیادی برای هواداران ایجاد می‌کند، اما تنها جواب ممکن این مسئله نیست. هرچه باشد، شما در نهایت باید به دلایل بزرگتری طرفدار پر و پاقرص یک تیم شوید، مگر نه؟

ما در روزنامه فرصت امروز خلق تجربه هواداری را یکی از تکنیک‌های بازاریابی در دنیای کنونی می‌دانیم. این امر به طور مشخص در صنعت ورزش اهمیت ویژه‌ای دارد؛ چراکه مردم در سراسر دنیا وقت یا حتی حوصله فعالیت ورزشی به طور منظم را ندارند. در عوض تماشای مسابقات ورزشی و طرفداری از یک تیم را ترجیح می‌دهند. این دقیقا همان بحثی است که بازاریاب‌ها را به خودش جلب می‌کند. شما به عنوان یک برند فعال در حوزه ورزش باید توانایی خلق تجربه هواداری برای مخاطب‌تان را داشته باشید.

قبول دارم همه برندها در صنعت ورزش قرار نیست تیم فوتبال یا والیبال باشند، اما شما می‌توانید در قالب اسپانسر تیم‌های بزرگ وارد گود شوید. فکر کنم حالا دیگر خیلی خوب درک می‌کنید چرا بر سر اسپانسرینگ تیم‌های بزرگ تا این اندازه دعواست!

خلق تجربه هواداری چیزی نیست که شما یکبار برای همیشه انجام دهید. نکته کلیدی در این میان تلاش برای استفاده از ظرفیت‌های موجود و فناوری‌های تازه برای بهبود مداوم این تجربه است.

زمانی نه چندان دور، مسابقات المپیک فقط از طریق رادیو گزارش می‌شد. با این حال پس از پیشرفت فناوری تلویزیون نیز به این ماجرا اضافه شد. حالا اما کار به جایی رسیده که از الگوی واقعیت مجازی برای خلق تجربه‌ای کاملا واقع‌گرایانه برای مخاطب استفاده می‌شود. بی‌شک این چرخش اهمیت زیادی در نگاه بازاریاب‌ها دارد؛ چراکه فرصت‌های تازه‌ای پیش روی آنها قرار داده و شرایط را به سود آنها فراهم می‌سازد.

اگر شما به دنبال رقابت موثر با دیگر برندها در عرصه ورزش هستید، باید همیشه از فناوری‌های تازه استفاده کنید. این امر تجربه‌ای بی‌نهایت تازه و جذاب برای مخاطب‌تان خواهد ساخت. پس نگران چه هستید؟ همین حالا دست به کار شده و اوضاع را به سود خودتان تغییر دهید. این بین آشنایی با فناوری‌های تازه را همیشه در دستور کارتان قرار دهید.

همکاری با چهره‌های محبوب: ترکیب اینفلوئنسرها و ستاره‌ها

یکی از نکاتی که به طور سنتی در عرصه بازاریابی طرفدار داشته، همکاری میان برندها و ستاره‌هاست. مثلا لبران جیمز قرارداد بلندمدتی با نایکی دارد. در این میان نه تنها پای دستمزد کلانی در میان است، بلکه نایکی به بدل به سفیران خود کرده‌اند. به طوری که مخاطب هر وقت چشمش به آنها می‌افتد، یاد برند مورد نظر هم در سرش زنده خواهد شد.

بی‌شک بحث هزینه‌های مالی اهمیت بسیار زیادی در دنیای کسب و کار دارد. درست به همین خاطر شما باید به دنبال روش‌هایی برای کاهش هزینه‌ها در این میان باشید. وگرنه خیلی زود اوضاع‌تان در بازار به هم ریخته و دیگر فرصتی برای اثرگذاری بر روی مخاطب نخواهید داشت.

یادتان باشد، همکاری با اینفلوئنسرها باید از همان ابتدا تحت شرایط مشخصی صورت گیرد. این امر به شما کمک خواهد کرد تا ذهنیت درستی نسبت به همکاری در طرف مقابل ایجاد کرده و نشان دهید دقیقا دنبال چه چیزی هستید.

خیلی وقت‌ها فرآیند همکاری فقط به دلیل نامشخص بودن شرایط از سوی طرفین با چالش رو به رو می‌شود. درست به همین خاطر ضروری است همیشه نکات کلیدی در این رابطه را رعایت کنید. اینطوری بازگشت سرمایه بهتری را نیز تجربه خواهید کرد.

پیوند داستان قهرمانان با برندتان: بخش هیجان‌انگیز ماجرا

آیا تا حالا فکر کرده‌اید چرا داستان برندهای ورزشی تا این اندازه جالب است؟ خب آدم می‌تواند پای داستان توسعه تیم فرمول یک نشسته و ساعت‌ها هیچ‌کار دیگری هم انجام ندهد. نکته کلیدی در این میان پیوند داستان چنین برندهایی با ماجرای قهرمانان ورزشی است.

یک مثال ساده درباره این مسئله در باشگاه بارسلونا قابل مشاهده است. جایی که تقریبا همه مردم دنیا این تیم را خوبی از مزایای این همکاری سود می‌برد. درست به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز همکاری با چهره‌های شاخص را کلیدی می‌دانیم.

اولین سوالی که درباره استراتژی مورد بحث در این بخش پیش می‌آید، ساز و کارش است. خب همه برندها که توانایی همکاری با ستاره‌های گران قیمت دنیا را ندارند. مثلا اگر شما کفش ورزشی تولید می‌کنید، همکاری تجاری با یوسین بولت دست کم چند میلیون دلار برای‌تان خرج می‌تراشد. درست به همین خاطر ضروری است در تعاملات‌تان به فکر بودجه در دسترس نیز باشید.

شاید در اولین نگاه مسائل مالی نگرانی‌های زیادی ایجاد کرده و حتی مانعی بزرگ برای همکاری با چهره‌های شناخته شده باشد. خب در این صورت باید نوع نگاه‌تان به دنیای کسب و کار را تغییر دهیم؛ چراکه همکاری با چهره‌های شاخص فقط در ستاره‌ها یا اسطوره‌ها خلاصه نمی‌شود. در عوض شما با موج تازه‌ای از چهره‌های محبوب و در عین حال مایل به همکاری تجاری با قیمت پایین رو به رو هستید. درست حدس زدید، منظور ما اینفلوئنسرهایی است که تقریبا همه ما در شبکه‌های اجتماعی با آنها آشنایی داریم.

اینفلوئنسرها به دلیل شهرت‌شان در زمینه رشته‌های ورزشی یا حتی توانایی شان برای تجزیه و تحلیل مسابقات به شهرت می‌رسند. نکته مهم اینکه هواداران به طور معمول توجه زیادی به این قشر داشته و حتی تصمیم‌های‌شان برای خرید محصولات یا تعامل با دیگر برندها را نیز بر این اساس می‌گیرند.

خب وقتی اینفلوئنسرها تا این اندازه نقش مهمی در میان مخاطب شما ایفا می‌کنند، چرا نباید از همین امروز به دنبال همکاری با آنها بروید؟

یادتان باشد، شما نمی‌توانید با تمام اینفلوئنسرها همکاری نزدیکی داشته و انتظار موفقیت‌های بزرگ را بکشید. در عوض بهتر است روی حداکثر دو یا سه نفر تمرکز کنید. اینطوری به مرور زمان اسم برندتان و آنها با هم همراه خواهد شد. اینطوری خیلی ساده‌تر فرصت اثرگذاری بر روی مخاطب و بهبود شرایط را پیدا می‌کنید.

اگر دقت کرده باشید، برندهایی مثل آدیداس لازم نیست همیشه دست به جیب شده و با هزینه‌های سرسام‌آور تبلیغات‌شان را پیش روی مخاطب قرار دهند. در عوض آنها به ساده‌ترین شکل ممکن افراد مشهور را با لیونل مسی به یاد می‌آورند؛ چراکه این ستاره آرژانتینی تقریبا تمام دوران حرفه‌ای خود را در این تیم سپری کرده است. همانطور که می‌بینید، داستان بارسلونا و مسی به طور قابل ملاحظه‌ای به هم پیوند خورده است. البته در این میان بارسلونا خیلی بهتر از پیوند سود برده است.

مردم در سراسر دنیا همیشه دنبال بهانه‌هایی برای پیگیری داستان یک برند هستند. باور کنید یا نه، شما به تنهایی در قالب یک برند ورزشی جذابیت زیادی برای مخاطب‌تان نخواهید داشت. درست به همین خاطر باید قبل از اینکه در بازار سنگ روی یخ شوید، سراغ تغییر شرایط بروید. این امر می‌تواند اوضاع شما را به طور قابل ملاحظه‌ای تغییر دهد.

گاهی اوقات بد نیست خودتان را جای مشتریان قرار دهید. خب این فرآیند کمک خواهد کرد تا خیلی بهتر اوضاع را درک کرده و دنبال اثرگذاری بهتر بر روی مخاطب باشید. متاسفانه گاهی اوقات برندهای ورزشی طوری رفتار می‌کنند که انگار حتی یک مشتری هم در بازار کشور ندارد و همه چیز فقط و فقط به خودشان محدود می‌شود.

وقتی شما به دنبال ایجاد پیوند میان داستان خود و قهرمانان ورزشی هستید، باید بر هدف مشترک تاکید کنید. اینکه از دل شرایط سخت مسیرتان را به سوی موفقیت پیدا کرده‌اید، ابهام‌بخش نسل‌های مختلف خواهد بود. این تقریبا همان کاری است که خیلی از برندهای دنیا انجام می‌دهند. با این حساب شما هم بدون هیچ نگرانی یا استرسی باید این نکته کلیدی را در دستور کار قرار دهید. وگرنه شاید برندتان تا سال‌های سال هم در بازار هیچ محبوبیتی پیدا نکند.

درک قدرت پادکست‌ها: پیش به سوی فرمت‌های تازه

هنوز هم خیلی از بازاریاب‌ها خیال می‌کنند فرمت ویدئو تنها گزینه برای تولید محتوا بوده و باید تمرکز انحصاری روی آن داشته باشند. این در حالی است که خیلی وقت‌ها فرمت‌های دیگر نیز به دردشان می‌خورد.

ما در روزنامه فرصت امروز تنوع‌بخشی به فرمت‌های بازاریابی را اصلی ضروری می‌دانیم. این امر در حوزه ورزش نشان‌دهنده هیجان و تنوع خواهد بود. خب خیال نکرده‌اید که تمام هواداران رشته‌های ورزشی فقط منتظر ویدئوهای تازه هستند؟

یک گزینه جذاب که در طول سال‌های اخیر حسابی مد شده، پادکست است. اشتباه نکنید، در دنیایی که فرمت‌های بصری همه را شیفته خود کرده‌اند، الگوی صوتی نیز جایی برای خودش دارد. این مسئله‌ای است که به شما برای اثرگذاری بهتر بر روی مخاطب کمک کرده و وضعیت را به طور قابل ملاحظه‌ای سامان خواهد بخشید.

فراموش نکنید، شما در بازار هیچ وقت تنها نیستید. درست به همین خاطر بد نیست به فکر استفاده از تمام ظرفیت‌ها برای رقابت بهتر باشید. این مسئله‌ای است که به شما برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک شایانی خواهد کرد. مزیت اصلی پادکست امکان گوش دادن به آن در هر شرایطی است. مثلا ستاره های سابق دنیای فوتبال گاهی دور هم جمع شده و در قالب پادکست مسابقات روز را بررسی می‌کنند. این در حالی است که شاید همین فرآیند در قالب یک برنامه تلویزیونی نمی‌توانست جذابیت زیادی برای مخاطب داشته باشد.

یکی از نکات کلیدی که باید همیشه بدان فکر کنید، نحوه همراهی با مخاطب در تمام طول روز است. این مسئله‌ای است که شما برای اثرگذاری بهتر بر روی مخاطب کمک کرده و برندتان را وارد زندگی روزمره‌اش خواهد کرد.

متاسفانه بدون استفاده از فرمت صوتی در قالب پادکست شما هیچ وقت نمی‌توانید همیشه و همه جا در کنار مخاطب‌تان باشید. این مسئله‌ای است که باید همیشه در کانون توجه قرار دهید. وگرنه اصلا بعید نیست خیلی زود با شکست رو به رو شوید.

یادتان نرود، همراهی شما با مخاطب نباید حالت مزاحمت پیدا کند. به همین دلیل استفاده از محتوای درست و دقیق ضرورت پیدا می‌کند. اگر نتوانید با محتوای خوب سراغ مخاطب بروید، خیلی زود کارتان با مشکل رو به رو می‌شود؛ چراکه دوستداران ورزش اصلا علاقه‌ای به برندهای مزاحم که هیچ محتوای درست و حسابی ندارند، نشان نمی‌دهند.

ایجاد باشگاه هواداران: تعامل متقابل و دیگر هیچ

اگر فکر کرده‌اید با اقدامات استراتژیک و مطالعه بازار می‌توانید موفقیتی در زمینه تعامل با مخاطب به دست بیاورید، فقط نیمی از راه را درست طی کرده‌اید؛ چراکه در بازار نیاز به فعالیت‌های دقیق و بهتر نیز حس می‌شود. مثلا وضعیت برندهای در رابطه با کانون‌های هواداری را در نظر بگیرید. تیم‌های بزرگ ورزشی و حتی قهرمان‌ها معمولا کلی هوادار برای خودشان دارند. با این حال فقط کسانی امکان درآمدزایی در این بین را خواهند داشت که یک کانون هواداران درست سازمان دهند.

برندها نیز به عنوان یک هویت ورزشی معمولا هوادارانی دارند. مثلا تیم بسکتبال لیکرز هواداران زیادی در آمریکا و سایر نقاط دنیا دارد. نکته کلیدی در این میان پیوند خوردن هواداران این تیم با هم براساس یک ساز و کار هواداری است. به طوری که طرفداران این تیم در شرق آسیا نیز دقیقا حس و حال کسانی را دارند که شب مسابقه در زمین مسابقه حضور دارند. این نکته‌ای است که اهمیت محوری داشته و باید همیشه مورد توجه شما قرار گیرد.

توصیه ما در این بخش استفاده از الگوی کانون یا باشگاه هواداری است. این ساز و کار در واقع امکان عضویت اعضا را فراهم ساخته و به شما فرصت خوبی برای اثرگذاری بر روی مخاطب خواهد داد. بی‌شک وقتی مخاطب هدف شما در قالب گروهی یکپارچه سازمان یافته باشد، توانایی شما برای اثرگذاری بر آنها خیلی بیشتر می‌شود. به علاوه، ارتباط شما با آنها نیز بسیار دقیق و ارزان درمی‌آید.

برگزاری رویدادهای اختصاصی: اوج هیجان در صنعت ورزش

معمولا قبل از اینکه یک تورنمنت بزرگ شروع شود، مراسم با شکوهی برای قرعه‌کشی و سپس افتتاحیه برگزار می‌شود. این مراسم‌ها نه از سر تفریح، بلکه با منطق اقتصادی سازمان پیدا می‌کند. خب برندهای مختلفی در حوزه ورزش به عنوان اسپانسر فعالیت دارند. مثلا برندهای حوزه مد در مراسم‌های قرعه‌کشی بر روی نمایش محصولات‌شان به کمک ستاره‌های ورزشی حساب باز می‌کنند. به همین خاطر خیلی وقت‌ها بازاریاب‌ها خیال می‌کنند باید هر طور شده در این مراسم‌ها حضور داشته باشند.

نکته کلیدی در این میان طراحی یک چارچوب ویژه است. خب برند شما حتی اگر در مراسم‌های مهمی نیز حضور پیدا کند، باز هم رقبای بزرگی را در پیش دارد. یک ایده بهتر در این میان تلاش برای سازماندهی یک رویداد ویژه و منحصر به فرد است.

اشتباه نکنید، لازم نیست رویداد شما خیلی عجیب یا پرهزینه باشد، در عوض می‌توانید به ساده‌ترین شکل ممکن کارتان را با ایده‌های تازه و ارزان دنبال کنید. نکته کلیدی در این میان تغییر در حال و هوای مخاطب است. پس اصلا نباید ماجرا را به خودتان سخت گرفته یا خیال کنید اوضاع خیلی عجیب است.

اگر از نظر مالی یا ایده‌های مناسب در شرایط خوبی نیستید، حتی می‌توانید روی استفاده از ظرفیت‌های همکاری نیز حساب باز کنید. این مسئله‌ای است که به شما برای تاثیرگذاری هرچه بهتر بر روی مخاطب کمک خواهد کرد.

فراموش نکنید، شما به عنوان یک برند تک و تنها نیاز به ایجاد شبکه‌ای از ارتباطات دارید. این امر نه فقط در قالب ارتباط با مشتریان، بلکه دیگر برندها معنا پیدا می‌کند. پس بهتر است قبل از اینکه اوضاع خیلی برای‌تان پیچیده شود، دست به کار شده و دنبال همکاران و شرکای تجاری خوب بگردید.

ایجاد پیوند عاطفی با مخاطب: مهمترین بخش کار

برندی مثل نایک یا ردبول در دنیا طرفدارها زیادی دارند. دلیل این امر کیفیت بالای محصولات این برندها یا حتی قیمت مناسب‌شان نیست. خب این روزها کلی برند در حوزه تولید چاشت ورزشی رقیب نایک محسوب شده و بازار نوشیدنی های انرژی‌زا نیز حسابی داغ است. نکته کلیدی در این میان پیوند عاطفی با مخاطب است. این بدان معناست که شما فراسوی محصولات‌تان نوعی پیوند با آنها ایجاد کنید. ماجرا درباره برند نایک کاملا گویای اهمیت پیوند عاطفی است. خب این برند با هدف تقویت روحیه ورزشکاران در سراسر دنیا وارد بازار شده است. منظور از ورزشکاران در اینجا فقط قهرمان‌های المپیک نیست، بلکه به طور کلی هر کسی است که در زمینه فعالیت ورزشی به دنبال تغییر در شرایط خودش است. بنابراین پیوند میان ورزشکاران سراسر دنیا با نایک فقط محدود به حوزه‌ای خاص نیست. در عوض بسیاری از ورزشکاران آماتور از روحیه‌بخشی این غول بزرگ سود می‌برند. بی‌شک همه مردم برای فعالیت ورزشی مشکلات خاص خودشان را دارند. در این میان برندهایی که مخاطب برای ساده‌سازی فعالیت ورزشی یا روحیه‌بخشی به آنها کمک کنند، در یادها باقی خواهند ماند.

ماجرای ردبول در دنیای کسب و کار نیز تا حد زیادی شبیه به نایکی است. البته با این تفاوت که ردبول در کنار حمایت مالی از ورزشکاران حرفه‌ای، محصول اصلی‌اش با محوریت طرفداران حوزه‌های ورزشی عرضه شده است. خب بسیاری از طرفداران رشته‌های ورزشی هنگام تماشای مسابقات یک نوشیدنی ردبول هم دست‌شان است. این عادتی رایج است که برای بسیاری از مردم دنیا جذاب به نظر می‌رسد. همانطور که می‌بینید، ردبول راه خودش را در میان ورزشکاران حرفه‌ای و طرفداران آنها به طور برابر باز کرده است. همین امر بیانگر موفقیت کامل ردبول در بازار محسوب می‌شود.

شاید عملکرد برندهای ورزشی در بازار کمی همراه با علامت سوال باشد، اما وقتی تنوع این حوزه را درک کنید، آن وقت دیگر اتفاقات آن چندان برای‌تان تعجب‌آور نخواهد بود. ما در این مقاله سعی کردیم برخی از مهمترین استراتژی‌ها برای ورود شما به حوزه بازاریابی ورزشی را مورد بررسی قرار دهیم. از اینجا به بعد دیگر همه چیز به سعی و تلاش خودتان بستگی خواهد داشت.

منابع:

https://blog.littledotstudios.com/en-gb/news-views/sports-marketing-strategy-۰-and-tactics-strategies

https://www.constantcontact.com/blog/sports-marketing-strategies/

https://www.podium.com/article/top-marketing-strategies-for-sports-entertainment/-۱۰

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

| شنبه | ۶ مرداد ۱۴۰۳ | شماره ۲۵۰۹ | 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