فرصت امروز

روزنـامه مدیریتـی - اقتصـادی

بـرای کسـب وکـار آفـرینی

چهارشنبه
۳۰ آبان ۱۴۰۳

Wed.20 Nov 2024

۱۸ جمادی‌الاول ۱۴۴۵ - سـال نهم

شماره ۲۵۸۶

۸ صفحه - ۵۰۰۰ تومان

www.forsatnet.ir

سهم تجدیدپذیرها از تولید برق ایران تنها نیم درصد است

رتبه ۱۳۱ ایران از نظر تنوع تولید برق

فرصت امروز: تنها نیم درصد از برق ایران توسـط تجدیدپذیرها تامین می‌شـود. از مهمترین ابعاد امنیت انرژی، تنوع منابع تولید برق است که به صورت افزایش سهم منابع مختلف انرژی در تولید برق تعریف می‌شود. هرچند منابع مختلف تولید برق کشور شامل گاز طبیعی، فرآورده‌های نفتی، زغال‌سنگ، هسته‌ای، آبی و منابع تجدیدپذیر است، اما هم اکنون بیش از ۹۰ درصد از تولید..

۴

آیا کارزار «فشار حداکثری» مجددا در قبال ایران اجرا می‌شود؟

ریسک ترامپ برای بازارها

فرصت امروز: بازگشـت دونالد ترامپ به کاخ سـفید احتمالا تغییرات قابل توجهی در سیاسـت خارجی ایالات متحده، به ویژه در قبال ایران به همراه خواهد داشـت. تحلیلگران در دولت دوم ترامپ، ادامه سیاست‌های تهاجمی و یکجانبه، مذاکرات مجدد معاملات تجاری و یک خط مشـی سختگیرانه‌تر در مورد هزینه‌های مهاجرت، امنیت و دفاع را پیش‌بینی می‌کنند. این رویکرد می‌تواند منجر به تنش مجدد با کشورهایی مانند ایران، چین و روسیه شود که قبلا هدف سیاست‌های ترامپ قرار گرفته بودند. اکثر منابع خارجی بر این باورند که ترامپ احتمالا کارزار «فشار حداکثری» خود را علیه ایران مجددا آغاز کند و اقتصاد از قبل شـکننده ایران را بیشـتر تحت فشار قرار دهد. این کارزار احتمالا شامل تحریم‌های شدید اقتصادی، غروب برنامه جامع اقدام مشترک (برجام) و افزایش حضور نظامی در خلیج فارس خواهد بود. کارشناسان معتقدند این سیاست‌ها منجر به کاهش بیشتر ارزش پول ملی، افزایش تورم و محدودیت‌های قابل توجه در صادرات نفت ایران می‌شود. اقتصاد ایران که قبلا به دلیل سال‌ها تحریم ضعیف شده بود، تحت محدودیت‌های مجدد ایالات متحده با چالش‌های بزرگ‌تری مواجه خواهد شـد. این منابع به پتانسـیل کاهش شدید صادرات نفت ایران، تشدید تورم، جلوگیری از سرمایه‌گذاری خارجی و تشدید مشکلات اقتصادی...

۲

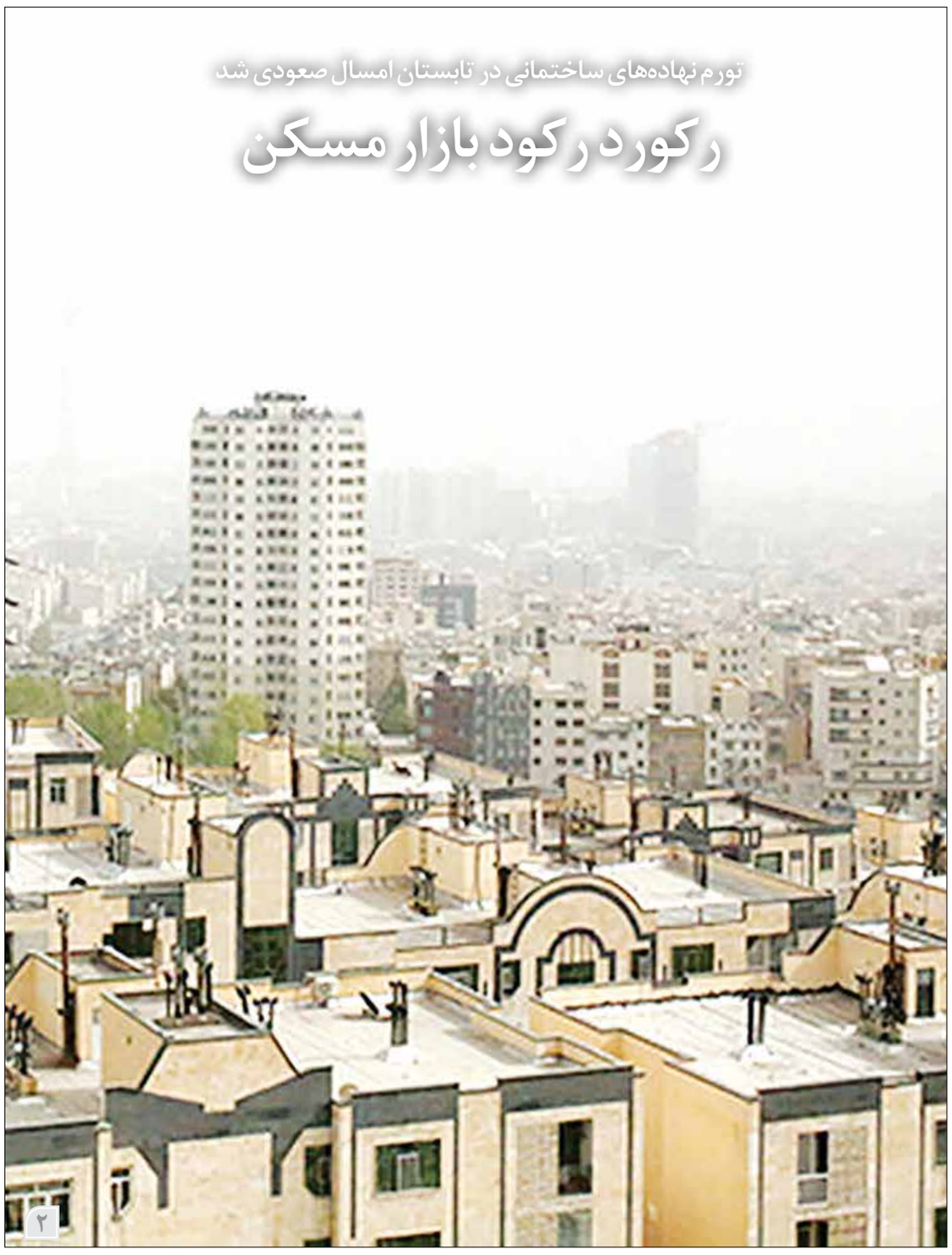
افزایش ۲۰ درصدی حقوق با تورم بیش از ۴۰ درصدی همخوانی ندارد

جاماندگی حقوق از تورم

۳

تورم نهاده‌های ساختمانی در تابستان امسال صعودی شد

رکورد رکود بازار مسکن



۲

یادداشت

از استاندارد دستوری تا ناترازی اقتصادی

مرتضی افقه
کارشناس اقتصادی

جدل بین طرفـداران اقتصاد آزاد و اقتصـاد متمرکز یا اقتصاد دسـتوری، سال‌هاسـت که در جهان وجود داشته و دارد. تا وقوع انـقلاب ایران، فضـای حاکم بر اغلب کشورهای جهان به‌خصوص کشورهای درحال‌توسعه (ازجمله ایران)، ضدسرمایه‌داری به رهبری آمریـکا و عمدتا بـا گرایش‌های سوسیالیستی همراه بود. در این دوره، گروه‌هـای چپ به‌خصوص حزب توده فعالیت‌های گسترده‌ای در ایـران داشـته و هـواداران پروپاقرصی در بین روشنفکران و کارگران صنایع پیدا کرده بودند. انقلاب ایـران، متأثـر از فضای ضدسـرمایه‌داری حاکم در بین گروه‌های مبارز از جمله گروه‌های مذهبی به‌خصوص جوانان متأثر از اندیشه‌های انقلابی شریعتی و البته با رهبری روحانیت سـنتی در سال ۱۳۵۷ به پیروزی رسید. شـریعتی در واقع، اندیشـه‌های چپ را (که در آن دوره خریداران زیـادی داشـت و یک پرسـتیژ تلقی می‌شـد) اسلامیـزه کرده و گروه‌هـای وسـیعی از جوانان مذهبی و دانشـگاهی را به خود جذب کرد.

۱

در دهـه اول انـقلاب به دلیل تداوم فضای چپ‌زده دوران پیش از انقلاب و هم به دلیل آشفتگی‌های سیاسی و به دنبال آن، حمله عراق بـه ایران، اقتصاد ایران به شـدت متمرکز و دستوری بود.

ادامه در همین صفحه

مدیریت و کسب‌وکار

روابط عمومی فعال؛ گذر از الگوهای انفعالی!

چند وقتی هسـت که مشـتریان دیگر تمایلی به ارتباط با برندهای ساکت و بی‌حرکت ندارند. برندهایی که تنها در گوشـه‌ای نشسته‌اند و منتظرند تا مشتری‌ها سراغشان بیایند، در دنیای پرتلاطم امروزی کم کم از ذهن‌ها محو می‌شـوند. مشـتریان عصر دیجیتال به دنبال برندهایی هسـتند که نه تنها محصولات و خدماتی قابل اعتماد ارائه می‌دهند، بلکه همیشه در جریان امور و در کنار مشتریان‌شان قرار دارند. اینجا است که مفهوم روابط عمومی فعال یا «Proactive PR» به میدان می‌آید. مفهومی که به برندها اجازه می‌دهد قبل از آنکه مشتریان سوالی بپرسند یا نگرانی‌ای به ذهن‌شـان خطور کند، پاسخ‌ها و راه حل‌های مناسبی در دسترس داشته باشند. روابط عمومی فعال به برندها این قدرت را می‌دهد که نه تنها در مواقع بحرانی، بلکه در روزهای عادی نیز با مشتریان خود در تعامل باشند. این تعامل مداوم و هدفمند باعث می‌شود برندها بتوانند از طریق ایجاد محتوای ارزشمند در ذهن و قلب مشتریان..

۸

از استاندارد دستوری تا ناترازی اقتصادی

در همین فضای ضدسرمایه‌داری، قانون اساسی تدوین‌شده به‌خصوص در بخش اقتصادی به شـدت روح سوسیالیسـتی به خود گرفت. با این وصـف، با توجه بـه هرج و مرج‌های سیاسـی و فراگیری جنگ، همین سیاسـت اقتصاد دستوری و متمرکز، مانع از آن شـد که توده مردم با مشکلات اقتصادی سخت‌تری مواجه شوند.

۲

با پایان جنگ و شـروع ریاسـت جمهوری آقای هاشمی رفسنجانی، گروه‌های طرفدار اقتصاد آزاد فرصت یافتند تا به ترویج و تبلیغ امتیازات اقتصاد آزاد و نکوهش اقتصاد دسـتوری و متمرکز بپردازند. رفسنجانی نیز از حامیان این تفکر بود و برنامه پنج ساله اول را با محور اقتصاد آزاد و الگوهای مرتبط مثل حذف تدریجی سیسـتم جیره‌بندی و آزادسازی قیمت‌ها تدوین کردند. در مقدمه برنامه پنج ساله اول که توسط طرفداران اقتصاد آزاد تدوین شده بود، ضمن نکوهش سیاست‌های دستوری در دهه اول پـس از انقلاب، چنان تصویر تیره‌وتاری از آینده اقتصاد کشـور در صورت تداوم این سیاست ترسیم کردند که هر سیاستگذاری را نگران و به انجام اصلاحات به‌اصطلاح اقتصادی متقاعد می‌کرد.

۳

از آن تاریـخ تاکنون، جـدل طرفداران اقتصـاد آزاد و طرفداران ایده ارجحیت حکمرانی خوب بر اقتصاد آزاد ادامه دارد. در شـرایط عادی و وجود پیش‌نیازهای لازم، اقتصاد آزاد و البته باوجود حکمرانی خوب، بهتر می‌تواند بستر رشد اقتصادی را فراهم کند، اما در غیاب این پیش‌نیازها، تبعیت صرف از سیاسـت‌های اقتصاد آزاد، نه‌تنها معجزه‌ای نمی‌کند (و نکرده اسـت)، بلکه خسارات سنگینی به معیشت و رفاه توده مردم وارد کرده و موجب عقبگرد اقتصادی خواهد شد (و شده است). تجربه سه دهه گذشته پس از جنگ و تبعیت اغلب قریب به‌اتفاق سیاستگذاران اقتصادی از نسخه‌های اقتصاد آزاد نشان از شکست یا ناکارآمد بودن این سیاست‌ها از گذشـته تاکنون بوده است. شـوربختانه اعمال نسخه‌های مندرج در برنامه اول توسعه که عمدتا تقلید از کشورهای دیگر با ساختارهای کاملا متفاوت بود، موجب تلاطم‌های زیـادی در نیمه اول دهه ۱۳۷۰ گردید که مهمترین آن، افزایش نرخ تورم تا رقم ۴۹٫۶ سـال ۱۳۷۴ بود که از زمـان جنگ جهانی دوم تا آن زمان بی‌سـابقه بود. تقلیدهایی همچون گسـترش مناطق و بنادر آزاد، آزادسـازی قیمت‌ها، خصوصی‌سازی‌ها و حذف بسـیاری از حمایت‌های دولتی با نام «برنامـه تعدیل» نه‌تنها به معجزاتـی که برای آنها تراشـیده بودند، نائل نشـدند بلکه هزینه‌های گزافی به مردم و کشـور وارد کردند. این نسخه‌های اشتباه، باعث اتلاف وسیع منابع و فرصت‌سـوزی‌های جبران‌ناپذیری تاکنون گردیده است. کدام منطقه یا بندر آزادی که طی سـه دهه گذشـته تأسیس‌شـده به اهداف موردنظر رسیده اسـت؟ کدام سیاست خصوصی‌سازی در کشور تاکنون موفق بوده است؟ آنچه امروز با عنوان خصولتی رایج شده ناشی از سیاست خصوصی‌سازی در ساختارهایی نامناسب بوده است. جالب آنکه از اواخر دهه ۱۳۶۰ و پس از پایان جنگ تاکنون سه نوبت آزادسازی‌های قیمتی با عنوان بی‌مسـمای «جراحی اقتصادی» صورت گرفته و هر سه بار با شکست سنگین و تحمیل زیان‌های جبران‌ناپذیر به مردم، از جمله افزایش فقر و نابرابری همراه بوده اسـت. خصوصی‌سـازی بانک‌ها نیز از دیگر سیاست‌های تقلیدی و تحمیلی این گروه از اقتصاد خوانده‌های فاقد بینش جامع اقتصادی و اجتماعی، نه‌تنها معجزه‌ای برای رفع مشـکلات کشـور نکرده بلکه موجب تراکم عجیب ثروت در دست عده‌ای خاص و گسترش نابرابری شدید در بین مردم و جامعه گردیده است؛ شرایطی که می‌تواند بسترساز افزایش نارضایتی و ایجاد تنش‌های سیاسی و اجتماعی در کشور باشد.

۴

نکته حائز اهمیت آنکه این گروه از طرفداران اقتصاد آزاد، سیاست‌های خـود را مبتنی بر علم و دیدگاه‌های مخالـف را با چماق ضدعلم بودن موردحمله قرار می‌دهند. این ادبیات نشـان می‌دهد که احتمالا از برخی ویژگی‌های مفهوم علم غفلت می‌نماینـد. هیچ گزاره علمی را نمی‌توان یافت که براسـاس «اگر... آنگاه...» اسـتوار نباشد. این بدان معناست که همه گزاره‌های علمی مبتنی بر مفروضاتی هستند که در نبود نتایج مورد انتظار از تئوری یا گزاره علمی محقق نخواهد شد. حتی در علوم تجربی هم بدون وجود مفروضات تعیین‌شـده در گزاره علمی، نتیجه موردنظر حاصل نخواهد شـد. سـاده‌ترین و رایج‌ترین مثال، گزاره «آب در ۱۰۰ درجه می‌جوشـد» است. بدیهی است این گزاره فرض یا مفروضاتی مثل درجه خلوص، غلظت، فشار یا موارد دیگر را در دل دارد که بدون وجود آن مفروضات، الزاما آب در دمای موردنظر نمی‌جوشد؛ مثلا اگر به آب ماده یا محلولی مثل شکر یا نمک اضافه شود، بدون تردید نتیجه متفاوت خواهد بود. این واقعیت برای علوم انسـانی بیـش از علوم تجربی، کارکرد دارد. بنابراین تئوری‌های علوم اجتماعی به‌طور اعم و علم اقتصاد به‌طور اخص، در صورتی مصداق پیدا می‌کنند که مفروضاتی که تئوری بر آنها اسـتوار گردیده در جامعه موردنظر وجود داشته باشند، در غیر این صورت، اصرار بر اعمال نسخه‌های مبتنی بر تئوری‌های ناسازگار با شرایط، همان‌گونه که ذکر شد، هم موجب اتلاف منابع می‌گردد و هم باعث فرصت‌سوزی‌های جبران‌ناپذیر خواهد شـد. تردیدی نیسـت که اغلب یا تمام تئوری‌های اقتصادی‌ای که اقتصاددانان خوانـده و یا آموزش می‌دهند، در جوامعی شـکل‌گرفته که مفروضات معینی وجود داشته و در نظر گرفته شده‌اند؛ از جملـه: برخورداری از حکمرانانی خوب، ثبات سیاسـی و سیاسـتی، اقتصادی و مدیریتی در داخل، نبود تنش‌ها و رقابت‌ها و نزاع‌های مخرب و تهدیدکننده داخلی، نبود ریسـک جنگ با دیگر کشورها، عدم وجود تحریم‌ها علیه اقتصاد کشـور و موارد احتمالی دیگر. اما اگر در کشوری که تمام یا اغلب این مفروضات وجود نداشته باشند، بدون تردید بسیاری از این تئوری‌ها نه‌تنها کشـور را در مسیر رشد و توسعه قرار نمی‌دهند، بلکه موجب بروز اختلالات وسـیع اقتصادی، اجتماعی و حتی سیاسی در کشـور می‌گردند. توصیه به اعمال کورکورانـه این تئوری‌ها، همانند آن اسـت که یک مهندس یا معمار بخواهد ساختمانی چندین طبقه در یکی از شـهرهای ایران طراحی و بنا کند، اما ویژگی‌های خاک و شرایط فیزیکی و محیطی یک کشور اروپایی را مطالعه و موردسنجش قرار دهد و آنگاه براساس آن مطالعات، ساختمان را در شهر موردنظر در ایران بسازد. تردیدی نیست که این ساختمان دوام چندانی نداشته یا با اولین حادثه فرو خواهد ریخت. بنابراین نه‌تنها اصلاح یا بومی کردن بسـیاری از این تئوری‌ها برمبنای مفروضات داخلـی، ضروری و بنابراین فعالیتی علمی اسـت، بلکه اصرار این گروه از اقتصادخوانده‌های بی‌اعتنا یا غافل از این واقعیت، غیرعلمی و خسارتبار خواهد بود، همان‌گونه که تجربه سه دهه گذشته این واقعیت را نشان داده است.

۵

بنابراین این گفته درسـت است که اقتصاد یک علم است و تابع دستور نیسـت، اما به‌کارگیری نظریه‌های علمی به‌خصـوص در حوزه‌های علوم اجتماعی، وقتی کارساز است که مفروضات آن نظریه وجود داشته باشند. به‌عبارت دیگر، برای بهره‌مندی از تئوری‌های علم اقتصاد یا باید شـرایط را تغییـر داد و مفروضات مکتوم در دل تئوری را فراهم کرد (که در مورد مسـائل اجتماعی و اقتصادی تقریبا نشدنی است) و یا متخصص اقتصاد باید براسـاس مفروضات جامعه، تئوری را اصلاح و به‌اصطلاح بومی‌کند یا براساس همین مفروضات، تئوری‌های جدید ارائه کند. همه اقتصادخوانده‌ها می‌دانند که یکی از پرکاربردترین ابزار برای مطالعات و پژوهش‌های کمّی اقتصاد، «اقتصادسـنجی» است که مبتنی بر علم آمار است. در این علم، پیش از انجام محاسـبات و برای تأیید صحت نتایج، چندین آزمون انجام می‌پذیرد تا محقق مطمئن شـود داده‌ها و نتایج حاصل از محاسـبات به واقعیـت نزدیکند. در واقع، محقق ملزم اسـت وجود مفروضات آماری را پیش از انجام محاسـبات نهایی آزمون کند. اگر برای انجام محاسـباتی محدود به یک پژوهش سـاده این میزان آزمـون برای اطمینان از وجود مفروضات ضروری است، چگونه این گروه از اقتصادخوانده‌ها برای اعمال یک تئوری اقتصادی در یک کشـور یا جامعه که آثاری به‌مراتب عمیق‌تر و گسـترده‌تر دارد، غافل یا بی‌اعتنا هستند و بدون نگرانی از تبعات منفی به‌کارگیری در نبود پیش‌نیازها، تئوری‌ها را تجویز می‌کنند؟

ادامه در صفحه آخر

نگـــاه

دولت جدید آمریکا با مهاجران قانونی و غیرقانونی چه خواهد کرد؟

سیاست مهاجرت‌ستیزانه ترامپ

هفته‌نامه «اکونومیست» در گزارش ویژه‌ای به وضعیت احتمالی مهاجران در دولت جدید ترامپ پرداخته و می‌گوید: کارگران ماهر در حال حاضر خود را برای بدترین سناریو آماده کرده‌اند. به گفته «اکونومیست»، دونالد ترامپ در هفته‌های پایانی کمپین خود، در یک گفت‌وگوی عمومی که توسط شبکه تلویزیونی اسپانیایی‌زبان یونیویژن برگزار شد، نکته‌ای را مطرح کرد که به ندرت بیان می‌کند. وقتی درباره نیاز به کارگران مهاجر از ترامپ سوال شد، او پاسخ داد: «ما به کارگران نیاز داریم و می‌خواهیم آنها بیایند.» ترامپ، مشکل اصلی را مهاجرت غیرقانونی دانست و افزود: «من بیشتر از شما می‌خواهم که آنها بیایند. ما کاری خواهیم کرد که افراد بتوانند به طور قانونی وارد کشور ما شوند.»

اما آیا این وعده‌ای است که ترامپ می‌تواند عملی کند؟ «اکونومیست» در پاسخ می‌نویسد: برخی افراد در حلقه نزدیکان ترامپ امیدوار هستند که او بتواند این وعده را عملی کند. در ماه سپتامبر، ایلان ماسک، مدیرعامل تسلا و کارآفرین متولد آفریقای جنوبی که شرکت‌هایش بسیاری از مهندسان خارجی را استخدام می‌کنند، در وب‌سایت خود اعلام کرد که «فرآیند مهاجرت قانونی در آمریکا نیاز به ساده‌سازی و گسترش قابل توجهی دارد.» با این حال، وکلای مهاجرت نگران خلاف این امر هستند. آنها می‌گویند که تماس‌های بسیاری از دارندگان ویزای مضطرب دریافت کرده‌اند که نگران تأثیر این موضوع بر وضعیت اقامت خود در آمریکا هستند. یکی از دلایل این نگرانی، آن است که ترامپ در روز یازدهم نوامبر اعلام کرد که قصد دارد «استیون میلر»، یکی از مشاوران دیرینه خود را به عنوان معاون سیاستگذاری منصوب کند. میلر بر این باور است که آمریکا باید فقط برای «آمریکایی‌ها» باشد.

ترامپ در کمپین سال ۲۰۱۶ خود وعده داده بود که «دری بزرگ و زیبا» برای مهاجرت قانونی ایجاد کند اما در عمل، دولت او - به ویژه تحت هدایت میلر - عملا موانع نامرئی‌ای برای سیستم صدور ویزا و مجوزهای کار ایجاد کرد. «دیمو میخایلوف»، وکیل مهاجرتی برجسته در واشنگتن، می‌گوید: «آنها دیواری نامرئی ساختند.» نرخ رد ویزاهای کاری کلیدی مانند H۱B (ویژه افرادی با مدرک دانشگاهی یا مهارت‌های تخصصی) و L۱ (برای کارکنان شرکت‌های چندملیتی) افزایش یافته است. همچنین درخواست‌های مدارک بیشتر از متقاضیان برای اثبات صلاحیت‌شان دوچندان شده است. بین سال‌های ۲۰۱۶ تا ۲۰۱۹، میانگین زمان انتظار برای ویزاها تا ۴۶ درصد افزایش یافت. این امر به دلیل «بوروکراسی بیشتر، مدارک اضافی و مصاحبه‌های بیشتر» بود. «جولیا گلات» از مؤسسه سیاست مهاجرت می‌گوید که کل مهاجرت قانونی تا زمان پاندمی کرونا، کاهش چشمگیری نیافت، اما هزینه‌ها و زمانبری آن بیشتر شد.

تحت ریاست جمهوری جو بایدن، دولت تلاش کرده است که این سیستم را روان‌تر کند. به عنوان مثال، بررسی‌های سخت‌گیرانه برای تمدید ویزاها کاهش پیدا کرده و در بسیاری موارد، الزام مصاحبه لغو شده است. اما سیاست‌هایی که اکنون ترامپ ممکن است دنبال کند، می‌تواند این تغییرات را معکوس کند. بزرگ‌ترین نگرانی برای مهاجران هندی و چینی است. از سال ۱۹۹۱، سقفی برای تعداد کارت‌های سبز (اقامت دائم) مبتنی بر اشتغال برای شهروندان هر کشور تعیین شده است. بسیاری از هندی‌ها و چینی‌ها از طریق تحصیل در دانشگاه‌های آمریکا و سپس اشتغال وارد این کشور می‌شوند، اما به دلیل این سقف، تعداد اندکی می‌توانند اقامت دائم بگیرند. در نتیجه، بسیاری از آنها مجبورند که با ویزاهای موقت زندگی کنند، حتی وقتی زندگی خود را در آمریکا می‌سازند.

از منظر «اکونومیست»، کسانی که ویزای H۱B دارند، در صورت از دست دادن شغل، تنها ۶۰ روز فرصت دارند تا شغلی دیگر پیدا کنند، وگرنه در غیر این صورت باید این کشور را ترک کنند. داشتن فرزند آمریکایی هم از والدین محافظت نمی‌کند و فرزندان غیرآمریکایی پس از رسیدن به سن قانونی، حق اقامت خود را از دست می‌دهند. طولانی‌تر شدن زمان انتظار و محدودیت‌های بیشتر در تمدید ویزا ممکن است بسیاری از ساکنان طولانی‌مدت را مجبور به ترک آمریکا کند. «جولز»، وکیل شرکتی متولد چین که از زمان ورود به عنوان دانش‌آموز تبادلی در دبیرستان در آمریکا زندگی کرده است، می‌گوید که در دوران ریاست‌جمهوری قبلی ترامپ، یکی از تمدیدهای ویزایش حدود دو سال به تأخیر افتاد. او در این مدت می‌توانست کار کند، اما نمی‌توانست به خارج از کشور سفر کند. او می‌گوید: «این تجربه آنقدر برایم دشوار بود که دیگر بی‌حس شده‌ام.» با انتخاب دوباره ترامپ و بازگشت وی به کاخ سفید، «جولز» در حال بررسی این موضوع است که آیا می‌تواند در کشور دیگری اقامت دائم بگیرد یا نه. برای او و دیگران، ابتدا آمریکا گزینه اول بود، اما اکنون شاید کانادا یا استرالیا جایگزین شود.

البته مشکل اصلی ترامپ در موضوع مهاجرت، مهاجران غیرقانونی در آمریکا است و نه مهاجران قانونی. با این حال، اخراج مهاجران غیرقانونی نیز می‌تواند اثرات زیادی بر اقتصاد آمریکا داشته باشد. «بلومبرگ» در این باره می‌نویسد: برنامه ترامپ برای اخراج گسترده مهاجران غیرقانونی می‌تواند باعث افزایش قیمت مواد غذایی در ایالات متحده شود؛ چراکه آنها نقش مهمی در این بخش ایفا می‌کنند. به نوشته «بلومبرگ»، دونالد ترامپ درباره قیمت مواد غذایی از نظر تعرفه صحبت کرده و می‌خواهد با وضع تعرفه بر واردات، قیمت‌ها را کاهش دهد. اما این یک استراتژی شک‌برانگیز است؛ چراکه تعرفه‌ها عموما باعث گران‌تر شدن کالاها می‌شوند و نه بالعکس. با نگاهی نزدیک‌تر، سیاست واقعی مواد غذایی که ترامپ آن را پیشنهاد داده است، در طرح او مبنی بر اخراج گسترده مهاجران غیرقانونی تعبیه شده است. جدای از مسائل اخلاقی مرتبط با جمع‌آوری مردم و ارسال آنها به مکانی دیگر - گویی که محموله هستند - این برنامه تقریبا به‌طور قطع به قیمت‌های بالاتر مواد غذایی منجر می‌شود.

طبق گزارش سال ۲۰۲۱ مرکز پیشرفت آمریکا، حدود ۱٫۷ میلیون مهاجر ثبت‌نشده در زنجیره تأمین مواد غذایی کار می‌کنند؛ به طوری که حدود ۳۰۰ هزار نفر در مزارع و بخش کشاورزی مشغول به کار هستند، ۲۰۶ هزار نفر در بخش‌های تولید مواد غذایی از قبیل کشتارگاه‌ها و نانوایی‌های تجاری کار می‌کنند، ۱۵۴ هزار نفر در خواربارفروشی و فروشگاه‌های زنجیره‌ای مشغول هستند و ۸۳۳ هزار نفر هم در رستوران‌ها فعالیت دارند. دریافت تعداد دقیق جمعیتی که باید در خفا زندگی کند، دشوار است اما تصویر کلی از آمارها کاملا مشخص است. مهاجران ثبت‌نشده اغلب در کارهایی مشغول می‌شوند که بسیاری از آمریکایی‌ها حاضر به انجام آنها نیستند؛ مثلا مهاجران در زمان گرمای شدید هوا به برداشت میوه و سبزیجات می‌پردازند؛ در حالی که در معرض آفت‌کش‌های خطرناک قرار می‌گیرند. آنها لاشه‌های طیور را تکه‌تکه و بسته‌بندی می‌کنند. مهاجران به شکل خستگی‌ناپذیری در دامداری‌ها کار می‌کنند و برای اشتهای سیری‌ناپذیری مردم برای پنیر، شیر تهیه می‌کنند که فرآیند تمیزی نیست. کارگران غیرقانونی تنها به انجام این کارها مشغول نیستند؛ رستوران‌ها همچنین اغلب مهاجران ثبت‌نشده را در تمام بخش‌های کار خود استخدام می‌کنند؛ از مدیریت گرفته تا پیش‌خدمتی و فرآیند آماده‌سازی غذا. همچنین حدود ۵۰ هزار مهاجر ثبت‌نشده وجود دارد که در واقع کارآفرین بوده و در رستوران‌ها و خدمات غذایی مشغول هستند که تقریبا معادل ۱۰ درصد از این صنعت است. آنها صاحبان رستوران‌ها، تهیه‌کنندگان غذا، پیمانکاران و اپراتورهای کامیون‌های مواد غذایی هستند؛ کسب‌وکارهایی که مردم به دفعات با آنها سر و کار دارند.

در شرایطی که تغییرات اقلیمی و تنش‌های ژئوپلیتیک، هزینه‌ها را افزایش می‌دهند، باید راهی برای کنترل قیمت مواد غذایی پیدا کرد. اما اگر سیاستمداران آمریکایی بخواهند هزینه‌ها را پایین نگه دارند، یکی از اهرم‌های در دسترس، افزایش نیروی کار است. بسیاری از افراد می‌خواهند در این کشور کار کنند؛ بسیاری از آنها هم‌اکنون اینجا هستند و بسیاری دیگر امیدوار به آمدن. و صنعت غذا تنها بخشی است که به‌شدت به آنها نیاز دارد. وقتی اصلاحات مهاجرتی واقعی، عمل‌گرایانه و انسانی نادیده گرفته می‌شود، همه مردم آمریکا هزینه آن را می‌پردازند.

آیا کارزار «فشار حداکثری» مجددا در قبال ایران اجرا می‌شود؟

ریسک ترامپ برای بازارها

فرصت امروز: بازگشت دونالد ترامپ به کاخ سفید احتمالا تغییرات قابل توجهی در سیاست خارجی ایالات متحده، به ویژه در قبال ایران به همراه خواهد داشت. تحلیلگران در دولت دوم ترامپ، ادامه سیاست‌های تهاجمی و یکجانبه، مذاکرات مجدد معاملات تجاری و یک خط مشی سختگیرانه‌تر در مورد هزینه‌های مهاجرت، امنیت و دفاع را پیش‌بینی می‌کنند. این رویکرد می‌تواند منجر به تنش مجدد با کشورهایی مانند ایران، چین و روسیه شود که قبلا هدف سیاست‌های ترامپ قرار گرفته بودند. اکثر منابع خارجی بر این باورند که ترامپ احتمالا کارزار «فشار حداکثری» خود را علیه ایران مجددا آغاز کند و اقتصاد از قبل شکننده ایران را بیشتر تحت فشار قرار دهد. این کارزار احتمالا شامل تحریم‌های شدید اقتصادی، غروب برنامه جامع اقدام مشترک (برجام) و افزایش حضور نظامی در خلیج فارس خواهد بود. کارشناسان معتقدند این سیاست‌ها منجر به کاهش بیشتر ارزش پول ملی، افزایش تورم و محدودیت‌های قابل توجه در صادرات نفت ایران می‌شود. اقتصاد ایران که قبلا به دلیل سال‌ها تحریم ضعیف شده بود، تحت محدودیت‌های مجدد ایالات متحده با چالش‌های بزرگ‌تری مواجه خواهد شد. این منابع به پتانسیل کاهش شدید صادرات نفت ایران، تشدید تورم، جلوگیری از سرمایه‌گذاری خارجی و تشدید مشکلات اقتصادی مردم ایران اشاره می‌کنند.

تحریم‌های احتمالی سختگیرانه علیه اقتصاد ایران، به ویژه هدف قرار دادن صادرات نفت این کشور، می‌تواند قیمت جهانی نفت را افزایش دهد و فشارهای تورمی را در سراسر جهان تشدید کند. این امر، همراه با پتانسیل جنگ‌های تجاری، می‌تواند به اقتصاد جهانی، به ویژه برای کشورهای وابسته به واردات انرژی، آسیب برساند. سبک معاملاتی ترامپ و اولویت دادن به منافع ملی کوتاه‌مدت بر توافق‌نامه‌های مشترک بلندمدت همچنین می‌تواند روابط ایالات متحده با متحدان و سازمان‌های بین‌المللی را تیره کند. نگرانی‌هایی وجود دارد که تجدید جنگ‌های تجاری تحت رهبری ترامپ ممکن است به افزایش نوسانات اقتصادی منجر شود و بر زنجیره‌های تأمین جهانی و اعتماد بازار تأثیر بگذارد.

سیاست‌های احتمالی ترامپ در قبال ایران

مرکز پژوهش‌های اتاق ایران در یک گزارش پژوهشی، انتخاب دونالد ترامپ به ریاست‌جمهوری و تاثیر این انتخاب بر سیاست‌های آمریکا در قبال ایران را بررسی کرده است. آنطور که برخی از رسانه‌های خارجی می‌گویند، ترامپ ممکن است تحریم‌های سختگیرانه‌ای علیه اقتصاد و صادرات نفت ایران اعمال کند که این سیاست می‌تواند قیمت جهانی نفت را افزایش داده و فشارهای تورمی را در سراسر جهان تشدید کند. براساس تحلیل مهمترین رسانه‌های خارجی از ریاست‌جمهوری ترامپ و تاثیرات آن بر شرایط و روابط ایران، می‌توان به طور خلاصه، ۹ برداشت را به عنوان اصلی‌ترین نکات مندرج در گزارش رسانه‌های خارجی مطرح کرد: نکته نخست اینکه بازگشت ترامپ به کاخ سفید احتمالا تغییرات قابل توجهی در سیاست خارجی ایالات متحده به ویژه در قبال ایران به همراه خواهد داشت. تحلیلگران احیای دستور کار «اول آمریکا»، اولویت دادن به اقدامات یکجانبه، مذاکرات مجدد معاملات تجاری و یک خط مشی سختگیرانه‌تر در مورد هزینه‌های مهاجرت، امنیت و دفاع را در دولت دوم ترامپ پیش‌بینی می‌کنند. این رویکرد می‌تواند منجر به تنش مجدد با کشورهایی مانند ایران، چین و روسیه شود که قبلا هدف سیاست‌های ترامپ قرار گرفته بودند. نکته دوم آنکه منابع خارجی عمدتا معتقدند ترامپ احتمالا کارزار «فشار حداکثری» خود را علیه ایران مجددا آغاز کند و اقتصاد از قبل شکننده ایران را بیشتر تحت فشار قرار دهد. این کارزار احتمالا شامل تحریم‌های شدید اقتصادی، غروب برنامه جامع اقدام مشترک (برجام) و افزایش حضور نظامی در خلیج فارس خواهد بود. کارشناسان می‌گویند که این سیاست‌ها منجر به کاهش بیشتر ارزش پول ملی، افزایش تورم و محدودیت‌های قابل توجه در صادرات نفت ایران می‌شود.

نکته سوم اینکه اقتصاد ایران (که قبلا به دلیل سال‌ها تحریم ضعیف شده بود) تحت محدودیت‌های مجدد ایالات متحده با چالش‌های بزرگ‌تری مواجه خواهد شد. این منابع به پتانسیل کاهش شدید صادرات نفت ایران، تشدید تورم، جلوگیری از سرمایه‌گذاری خارجی و تشدید مشکلات اقتصادی مردم ایران اشاره می‌کنند. نکته چهارم اینکه اعمال مجدد احتمالی تحریم‌های سختگیرانه علیه ایران، به ویژه هدف قرار دادن صادرات نفت این کشور، می‌تواند قیمت جهانی نفت را افزایش دهد و فشارهای تورمی را در سراسر جهان تشدید کند. این امر، همراه با پتانسیل جنگ‌های تجاری، می‌تواند به اقتصاد جهانی، به ویژه برای کشورهای وابسته به واردات انرژی، آسیب برساند.

تغییر چشم‌انداز ژئوپلیتیک خاورمیانه

سیاست‌های تهاجمی و یکجانبه ترامپ همچنین پیامدهای زیادی برای بازارهای جهانی خواهد داشت؛ از جمله اینکه سیاست «اول آمریکا»ی ترامپ ممکن است دیپلماسی چندجانبه و ثبات اقتصادی جهانی را تضعیف کند. منابع خارجی پیش‌بینی می‌کنند که سبک معاملاتی ترامپ و اولویت دادن به منافع ملی کوتاه‌مدت بر توافق‌نامه‌های مشترک بلندمدت می‌تواند روابط ایالات متحده با متحدان و سازمان‌های بین‌المللی را تیره کند. نگرانی‌هایی وجود دارد که تجدید جنگ‌های تجاری تحت رهبری ترامپ ممکن است به افزایش نوسانات اقتصادی منجر شود و بر زنجیره‌های تأمین جهانی و اعتماد بازار تأثیر بگذارد. نکته بعدی آنکه بازگشت ترامپ می‌تواند چشم‌انداز ژئوپلیتیک خاورمیانه را تغییر دهد و به دلیل سیاست «اول آمریکا» که بر منطق اقتصادی متمرکز است، بر درگیری‌های منطقه‌ای، اتحادها و پویایی قدرت تأثیر بگذارد. ترامپ ممکن است از معاملات (مثلا آتش‌بس اوکراین) برای کاهش حمایت روسیه از ایران و تضعیف نفوذ ایران بر گروه‌هایی مانند حزب‌الله و حماس استفاده کند. در این میان، پتانسیل‌هایی نیز برای همسویی منطقه‌ای گسترده‌تر علیه تقویت روابط رژیم صهیونیستی با کشورهای عربی، به ویژه عربستان سعودی، وجود دارد.

نکته هفتم آنکه انگیزه‌های اقتصادی ترامپ در دیپلماسی می‌تواند بر کاهش درگیری‌هایی مانند جنگ رژیم صهیونیستی در غزه و جنگ اوکراین تأثیر بگذارد، اما ممکن است تنش‌های مربوط به درگیری رژیم صهیونیستی و حزب الله را تشدید کند و منجر به منازعات منطقه‌ای گسترده‌تر شود. نکته هشتم اینکه ایران ممکن است در ابتدا از رویارویی مستقیم پرهیز کند و راهبردهای خود را در دور دوم ترامپ بازبینی کند. احتمالا جهت تقویت اتحاد با قدرت‌های غیرغربی (چین، روسیه) برای مقابله با فشار ایالات متحده و به طور بالقوه افزایش درگیری‌های منطقه‌ای (به عنوان مثال، در یمن، عراق، سوریه) تلاش خواهد کرد. نکته نهم هم اینکه ایران ممکن است تعاملات دیپلماتیک محدود (مانند بازگشایی کانال‌های گفت‌وگو) را برای کاهش تحریم‌های اقتصادی بررسی کند، اما به دلیل ماهیت غیرقابل پیش‌بینی ترامپ در این مورد بسیار محتاط است. ایران ممکن است بر تقویت دفاع هوایی، قابلیت‌های سایبری و احتمالا پیشبرد برنامه هسته‌ای خود به عنوان ابزار بازدارنده تمرکز کند و این، خطر درگیری منطقه‌ای با رژیم صهیونیستی و ایالات متحده را به دنبال دارد.

افزایش تورم در کمین اقتصاد آمریکا

ترامپ قرار است تعرفه‌های ۶۰ تا ۱۰۰ درصدی بر کالاهای چینی و مالیات ۱۰ تا ۲۰ درصدی برای هر کالایی که از شرکای تجاری آمریکا وارد می‌شود، اعمال کند. اقتصاددانان پیش‌بینی می‌کنند که تعرفه‌های سنگین موردنظر ترامپ، قیمت‌های پرداختی خریداران آمریکایی را افزایش خواهد داد؛ زیرا واردکنندگان معمولا بخشی از هزینه مالیات‌های بالاتر را به مصرف‌کنندگان منتقل می‌کنند. طبق برآورد موسسه اقتصاد بین‌الملل پترسون، تعرفه‌های ترامپ برای خانواده‌های آمریکایی حدود ۲۶۰۰ دلار در سال هزینه خواهد داشت. کارشناسان با اشاره به اقلامی مانند لوازم الکترونیکی و اسباب‌بازی‌هایی که به‌شدت به واردات وابسته هستند، می‌گویند برخی از محصولات احتمالا نسبت به سایر کالاها، افزایش قیمت چشمگیری خواهند داشت. «راب هندفیلد»، استاد عملیات و مدیریت زنجیره تأمین در دانشگاه ایالتی کارولینای شمالی می‌گوید که این رویکرد به‌طور مستقیم بر جیب مردم تأثیر خواهد داشت. به گفته او، ترامپ در اولین دوره ریاست جمهوری خود، تعرفه‌هایی را علیه چین وضع کرد که باعث ایجاد شغل و سرمایه‌گذاری شد و تورمی ایجاد نکرد، اما رویکرد اخیر او قطعا بر قیمت محصولات مختلف، به ویژه قیمت کالاهای الکترونیکی و پوشاک تاثیرگذار خواهد بود.

گوشی‌های هوشمند، تبلت‌ها و لپ‌تاپ‌ها از جمله لوازم الکترونیکی هستند که در نتیجه تعرفه‌ها افزایش قیمت خواهند داشت. دوربین‌های ویدئویی، هدفون و کنسول‌های بازی ویدئویی نیز تحت تأثیر قرار خواهند گرفت. «ریموند رابرتسون»، استاد تجارت و سیاست عمومی در دانشگاه A&M تگزاس، می‌گوید که محصولات الکترونیک اساسا همه‌جا وجود دارد و اعمال تعرفه‌ها به‌طور باورنکردنی بر بازار این محصولات، اثر خواهد داشت. طبق مطالعه‌ای که ماه گذشته توسط انجمن فناوری مصرف‌کننده (یک گروه تجاری که نماینده شرکت‌های فناوری است) منتشر شد، قیمت لپ‌تاپ‌ها و تبلت‌ها ممکن است تا ۴۶ درصد بالا برود؛ درحالی‌که قیمت گوشی‌های هوشمند ممکن است ۲۶ درصد افزایش یابد. بسیاری از این کالاها از چین وارد می‌شوند که طبق پیشنهاد ترامپ با شدیدترین تعرفه‌ها مواجه خواهند شد و ازآنجاکه ترامپ قصد دارد بر همه کالاهای وارداتی تعرفه وضع کند، تولیدکنندگان نمی‌توانند با انتقال تولید به کشورهای دیگر، تعرفه‌ها را دور بزنند. براساس آمارها، واردات تقریبا ۹۰ درصد تجهیزات الکترونیکی ویدئویی و صوتی فروخته‌شده به مصرف‌کنندگان آمریکایی را تشکیل می‌دهد. ۸۸ درصد از رایانه‌های الکترونیکی و ۷۸ درصد از لوازم الکتریکی کوچک نیز وارداتی هستند. علاوه بر کالاهای الکترونیک، پوشاک و اسباب بازی نیز در صورت اعمال تعرفه‌ها دچار افزایش قیمت خواهند شد.

تورم نهاده‌های ساختمانی در تابستان امسال صعودی شد

رکورد رکود بازار مسکن

بازار مسکن در رکود عجیبی فرو رفته است و این رکود چه بازار معاملات مسکن و چه بازار ساخت مسکن را دربر گرفته است. آخرین گزارش مرکز آمار ایران نشان می‌دهد که تورم نهاده‌های ساختمانی در فصل تابستان امسال از مسیر کاهشی خارج شده و صعودی شده است. این روند صعودی تورم ساختمانی پس از تجربه چهار فصل کاهشی اتفاق افتاده است. از بازار مصالح ساختمانی به عنوان بازار بالادست مسکن یاد می‌شود که هر تغییری در این بازار به شکل مستقیم روی بازار سرمایه‌گذاری ساختمانی و به دنبال آن، بازار معاملات مسکن اثر می‌گذارد. تورم بازار مصالح ساختمانی یعنی افزایش قیمت تمام‌شده ساخت مسکن و به دنبال آن افزایش قیمت عرضه مسکن در بازار معاملات. بنابراین گزارش مرکز آمار ایران مبنی بر صعودی شدن تورم ساختمان می‌تواند نشانه‌ای از تورم احتمالی بازار مسکن در ماه‌های آینده باشد.

براساس گزارش مرکز آمار، تورم نقطه به نقطه نهاده‌های ساختمانی شهر تهران در فصل تابستان نسبت به بهار افزایش یافته؛ در حالی که تورم ماهانه و سالانه کاهشی شده است. بنابراین هزینه تولید ساختمان در شهر تهران در فصل تابستان با سرعت کمتری نسبت به فصل بهار افزایش یافته است. به گزارش «اکوایران»، در تابستان ۱۴۰۳ تورم فصلی و سالانه نهاده‌های ساختمانی نسبت به فصل بهار کاهش یافته است. در مقابل، نرخ نقطه به نقطه این شاخص در سطح بالاتری نسبت به فصل بهار قرار گرفته است. این تغییرات مربوط به کل نهاده‌ها است و اگر هر گروه به صورت مجزا بررسی شود تغییرات نرخ تورم متفاوت می‌شود. از میان انواع نهاده‌های ساختمانی، بالاترین تورم فصلی در تابستان امسال مربوط به گروه «سیمان، بتن، شن و ماسه» و پایین‌ترین سطح این نرخ مربوط به گروه «شیرآلات بهداشتی» بوده است. همچنین گروه «خدمات» تورم صفر درصدی را تجربه کرده؛ یعنی قیمت این محصول در تابستان نسبت به بهار هیچ تغییری نکرده است.

به زبان ساده، تورم به معنای افزایش مستمر سطح عمومی قیمت‌ها است. بنابراین افزایش مقطعی قیمت‌ها به معنای تورم نیست و اگر این افزایش ادامه‌دار شود به آن تورم می‌گویند. این شاخص را به صورت فصلی، نقطه به نقطه و سالانه ارائه می‌کنند. در تورم فصلی، تغییرات قیمت نهاده‌های ساختمانی در هر فصل نسبت به فصل قبل اندازه‌گیری می‌شود. تورم نقطه به نقطه تغییرات قیمت این نهاده‌ها در هر فصل را نسبت به همان فصل در یک سال قبل می‌سنجد. محاسبه تورم سالانه کمی پیچیده‌تر است. در تورم سالانه، «میانگین تغییرات قیمت یک سبد مشخص از نهاده‌های ساختمانی در چهار فصل منتهی به فصل موردنظر» را بر «میانگین تغییرات قیمت این سبد در چهار فصل منتهی به فصل مورد نظر در سال قبل» تقسیم می‌کنند. بنابراین تورم سالانه، تورم ۱۲ ماه را در دل خود جای داده است. حال طبق آخرین گزارش مرکز آمار، تورم فصلی کل نهاده‌های ساختمانی از ۱۲٫۷ درصد در بهار امسال به ۵٫۵ درصد در تابستان رسیده است. این نهاده‌ها به ۱۵ گروه تفکیک شده‌اند و نرخ تورم هرگروه به طور مجزا اعلام شده است.

از میان ۱۵ نهاده ساختمانی، بالاترین تورم فصلی برای گروه «سیمان، بتن، شن و ماسه» با رقم ۱۴٫۱ درصد بوده است. این نرخ در فصل بهار بالای ۲۲ درصد بوده بنابراین تورم فصلی گروه سیمان به شکل قابل‌توجهی کاهش یافته است. در سوی دیگر، گروه «شیرآلات بهداشتی» قرار گرفته که با ثبت تورم فصلی ۱٫۷ درصدی، کمترین تورم فصلی را میان نهاده‌های ساختمانی به خود اختصاص داده است. این در حالی است که تورم فصلی این گروه در فصل بهار ۱۴٫۴ درصد بوده است. همچنین تورم فصلی «خدمات» نیز به صفر درصد رسیده که نشان از تغییر نکردن هزینه خدمات مربوط به ساختمان در طول این یک فصل دارد. به طور کلی، چون بخش بزرگی از گروه خدمات را دستمزد کارگران ساختمانی تشکیل داده و افزایش دستمزد این افراد در فصل بهار صورت می‌گیرد، تورم فصلی گروه خدمات در بهار به مراتب بالاتر از تابستان است. در سال ۱۴۰۳ نیز تورم فصلی خدمات در بهار بالای ۳۸ درصد بوده اما در تابستان به صفر رسیده است.

بررسی‌ها نشان می‌دهد که قیمت یک سبد مشخص از نهاده‌های ساختمانی در تابستان سال جاری ۲۷٫۱ درصد نسبت به تابستان سال گذشته افزایش یافته است. این در حالی است که تورم نقطه‌ای مصالح در فصل بهار ۳۹٫۷ درصد و در تابستان سال قبل بالای ۴۷ درصد بوده است. بنابراین تورم نقطه به نقطه کل مصالح در دومین فصل امسال نسبت به بهار افزایش و نسبت به تابستان سال قبل کاهش یافته است. شواهد آماری حاکی از آن است که تورم سالانه نهاده‌های ساختمانی نیز در تابستان ۲۷٫۹ درصد بوده که نسبت به فصل بهار، کاهش ۴٫۳ واحد درصدی را نشان می‌دهد.

اما از بازار مسکن پایتخت خبر می‌رسد که خریداران به خانه‌های قدیمی روی آورده‌اند و به گفته نایب رئیس اول اتحادیه مشاوران املاک تهران، تمایل خریداران به واحدهای قدیمی‌تر به دلیل محدودیت‌های مالی، می‌تواند آینده تولید مسکن را با چالش جدی مواجه کند. «داوود بیگی‌نژاد» با اشاره به وضعیت فعلی بازار مسکن می‌گوید: «بازار مسکن تحت تأثیر عوامل متعددی قرار دارد که از مهمترین آنها، توازن میان عرضه و تقاضاست، اما متأسفانه این روزها تقاضای واقعی در بازار به‌ندرت دیده می‌شود و همین کمبود، موجب سکون و بی‌تحرکی در این بخش شده است. در هفته‌های گذشته، شاهد تغییرات قابل‌توجهی در نرخ ارز بودیم، اما برخلاف انتظار، بازار مسکن همچنان در رکود باقی ماند. این امر دلایل مختلفی دارد؛ از جمله قیمت‌های سنگین و بالای مسکن که تأثیرپذیری آن را از دیگر بازارهای مالی کاهش می‌دهد و عمق رکود در این حوزه که مانع تحرک می‌شود. همکاران مشاور املاک نیز بر این سکون تأکید دارند و می‌گویند در هفته‌های اخیر، مراجعات به دفاتر املاک تغییر چشمگیری نداشته و نشانه‌ای از تحرک یا محرکی که بازار را از رکود خارج کند، دیده نمی‌شود.»

نایب رئیس اتحادیه مشاوران املاک تهران به گرایش خریداران به واحدهای قدیمی‌تر اشاره می کند و هشدار می‌دهد: «در هفته‌های اخیر، خریداران به دلیل محدودیت‌های مالی به واحدهای مسکونی با سن بالا تمایل پیدا کرده‌اند. این روند اگر ادامه یابد و سرمایه‌ها به دست سازندگان مسکن نرسد، می‌تواند تولید مسکن را در آینده با چالش‌های جدی مواجه کند و پیامدهای زیانباری برای بازار به همراه داشته باشد. امروزه توان مالی متقاضیان، اصلی‌ترین عامل تعیین‌کننده در انتخاب منطقه، متراژ و مصالح موردنظر است. دیگر نمی‌توان بر علایق یا آرزوهای خریداران تکیه کرد، بلکه همه‌چیز به بودجه و توان پرداخت آنها بستگی دارد.»

شناسه آگهی : ۱۸۲۸۷۲۵ نوبت دوم

آگهی مناقصه و ارزیابی کیفی

شرکت آبفا فارس

شماره آگهی مناقصه در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت: ۲۰۰۳۰۰۵۶۶۹۰۰۰۱۵۴
نوع فراخوان : ارزیابی کیفی و مناقصه عمومی یک مرحله ای
شرکت آبفا استان فارس در نظر دارد از طریق ارزیابی کیفی و مناقصه عمومی یک مر حله ای نسبت به انتخاب پیمانکاران واجد شرایط با رتبه حداقل ۵ در رشته برق و آب جهت پروژه عملیات اجرای تهیه و نصب تجهیزات منابع آب و ایستگاههای پمپاژ در شهرها و روستاهای شهرستان فسا اقدام نماید .
۱) **محل پروژه :** شهرستان فسا
۲) **مدت اجراء پروژه:** ۱۲ ماه
۳) **مبلغ برآورد:** ۲۵,۹۵۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال
۴) **محل اخذ اسناد:** سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به آدرس www.setadiran.ir
۵) **تاریخ نهایی اخذ اسناد:** ۱۴۰۳/۰۹/۰۳
۶) **تاریخ نهایی قبول پیشنهادات:** ۱۴۰۳/۰۹/۱۷
۷) **تاریخ کمیسیون بازگشایی پاکات مناقصه:** ۱۴۰۳/۰۹/۱۸
۸) **به پیشنهادهای فاقد امضاء، مشروط، مخدوش و پیشنهاداتی که بعد از انقضاء مدت مقرردر مناقصه ارائه شود ترتیب اثر داده نخواهد شد.**
۹) **مبلغ تضمین شرکت در مناقصه** ۱,۲۹۷,۵۰۰,۰۰۰ ریال .. شماره شبا جهت اخذ ضمانتنامه IR۰۸۰۱۰۰۰۰۴۰۰۱۱۲۳۲۰۷۱۴۵۴۷۶ شناسه ملی ۱۰۵۳۰۱۷۱۴۲۹
۱۰) **قیمت اسناد** ۲۰۰۰۰۰۰ (ریال) به حساب ۰۱۱۱۹۳۰۰۳۲۰۰۸ بانک صادرات به شناسه پرداخت ۱۳۱۳۲۹۹۰۰۱۴۰۰۵بنام شرکت آب و فاضلاب استان فارس که حتما از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت انجام پذیرد.
۱۱) اعتبارات طرح از محل تملک دارائیهای سرمایه ای می باشد.
۱۲) نوع تضمین شرکت در مناقصه:ضمانت نامه بانکی (شرکت در فرآیند ارجاع کار) در وجه شرکت آب و فاضلاب استان فارس.(سه ماه اعتبار)
۱۳) سایر اطلاعات و جزئیات مربوطه در اسنادمناقصه درج شده است.
۱۴) هزینه درج دو تا سه نوبت آگهی در روزنامه کثیرالانتشار به عهده برنده مناقصه می باشد .
۱۵) این آگهی در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به آدرس www.setadiran.ir ثبت گردیده فقط پاکاتی قابل قبول و بازگشایی است که شرکت کننده (مناقصه گر) کلیه مدارک را در سامانه بارگذاری و پیشنهاد قیمت را ارائه نموده باشد، پاکت الف شامل ضمانتنامه شرکت در فرآیند ارجاع کار بایستی قبل از اتمام ساعت تحویل اسناد در سامانه تدارکات دولت تحویل دبیرخانه شرکت آب و فاضلاب استان فارس به آدرس زیر گردد.
آدرس : شیراز – میدان مطهری – بلوار شهید قدوسی غربی- شرکت آب و فاضلاب استان فارس – تلفن :۵-۳۸۴۳۵۱۵۲ نمابر : ۳۸۴۳۵۱۶۶
وب سایت جهت باز بینی آگهی مناقصه www.abfa-fars.ir می باشد.

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۳/۰۸/۲۸ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۳/۰۸/۳۰
۵۵۸
شرکت آبفا استان فارس

افزایش ۲۰ درصدی حقوق با تورم بیش از ۴۰ درصدی همخوانی ندارد

جاماندگی حقوق از تورم

فرصت امروز: اقتصاد ایران با ناترازی‌های متعددی دست و پنجه نرم می‌کند که از ناترازی انرژی تا ناترازی بانک‌ها و صندوق‌های بازنشستگی را دربر می‌گیرد؛ ناترازی‌هایی که با یکدیگر پیوستگی دارند و حالا سایه سنگین آنها – قطعی برق در فصل پاییز - به زندگی روزمره مردم رسیده است؛ تا جایی که با تصمیم جدید دولت و با هدف جلوگیری از آلودگی هوا، «مازوت‌سوزی» در سه نیروگاه کشور متوقف شده و قرار شده است که «خاموشی منظم» جای «مازوت‌سوزی» را بگیرد.

اقتصاد ایران همچنین شاهد ناترازی بودجه دولت است و علی رغم انتظار بحق کارمندان و بازنشستگان مبنی بر افزایش حقوق متناسب با تورم، متاسفانه تناسبی بین افزایش حقوق و افزایش تورم در سال‌های گذشته وجود نداشته و این موضوع هرساله در فصل بودجه‌ریزی دولت چالش‌برانگیز شده است. البته میزان افزایش حقوق و مزایای کارکنان دولت صرفا متأثر از نرخ تورم سالانه نیست و عوامل دیگری همچون حدود اعتبارات هزینه‌ای و پیش‌بینی میزان تحقق درآمدهای دولت نیز نقش مهمی در تعیین این موضوع دارند. از سوی دیگر، عدم تناسب افزایش حقوق و مزایای کارکنان با نرخ تورم می‌تواند موجب کاهش قدرت خرید و کاهش سطح رضایتمندی آنها شود و همچنین بهره‌وری و کارآمدی نظام اداری کشور را تحت‌الشعاع قرار دهد. با این وجود، به دلیل سهم ۴۴ درصدی حقوق و مزایای گروه‌های مختلف حقوق‌بگیر شاغل و بازنشسته از مجموع هزینه‌های عمومی دولت، افزایش بیشتر حقوق و مزایای کارکنان دولت، آن هم بدون منابع پایدار و با وجود کسری بودجه ۱۸۰۰ هزار میلیارد تومانی می‌تواند به تعمیق بیشتر کسری بودجه و شعله‌ورتر شدن تورم بینجامد. هرچند افزایش حقوق در نظر گرفته‌شده، کمتر از نرخ تورم در اقتصاد ایران است و افزایش ۲۰ درصدی حقوق با تورم بیش از ۴۰ درصدی همخوانی ندارد، اما با توجه به تراز عملیاتی منفی ۱۸۰۰ هزار میلیارد تومانی در لایحه بودجه ۱۴۰۴، هرگونه افزایش بیشتر حقوق مستلزم در نظر گرفتن منابع مالی پایدار است.

چرخه معیوب دستمزد و تورم در ایران

مرکز پژوهش‌های مجلس در ادامه سلسله گزارش‌های «بررسی لایحه بودجه سال ۱۴۰۴»، این بار روی مسئله «حقوق و دستمزد» متمرکز شده و «چرخه معیوب دستمزد و تورم» را آسیب‌شناسی کرده است. طبق ارزیابی بازوی پژوهشی مجلس، استمرار سیاست اختلاف قابل‌توجه بین افزایش حقوق سنواتی کارکنان و بازنشستگان و نرخ تورم، می‌تواند به کاهش بهره‌وری کارکنان و نظام اداری و عدم تعادل دستمزد در بخش عمومی و بخش خصوصی منجر شود. با این وجود، به خاطر سهم ۴۴ درصدی حقوق و مزایای گروه‌های مختلف حقوق‌بگیر شاغل و بازنشسته از مجموع هزینه‌های عمومی دولت، به نظر می‌رسد افزایش بیشتر حقوق و مزایای کارکنان دولت (آن هم بدون منابع پایدار و با وجود کسری بودجه ۱۸۰۰ هزار میلیارد تومانی) می‌تواند به تعمیق کسری بودجه و شعله‌ورتر شدن تورم بینجامد. در چنین شرایطی پیشنهاد می‌شود که کارگروهی متشکل از دولت و مجلس نسبت به شناسایی منابع حمایتی نقدی و غیرنقدی اقدام کنند.

یافته‌های این گزارش نشان می‌دهد که مصارف بودجه عمومی دولت در لایحه بودجه ۱۴۰۴ نسبت به قانون بودجه ۱۴۰۳، رشد ۱۲۶ درصدی و هزینه‌های عمومی دولت رشد ۱۱۷ درصدی را تجربه کرده است. این در حالی است که میزان افزایش‌های در نظر گرفته شده برای جبران خدمات کارکنان دولت، یعنی افزایش ۲۰ درصدی ضریب حقوق کارکنان و افزایش ۵۰ درصدی کمک‌هزینه عائله‌مندی و افزایش ۱۰۰ درصدی حق اولاد، اختلاف بسیار زیادی با رشد مصارف بودجه عمومی دولت و هزینه‌های عمومی دولت دارد. به نظر می‌رسد که علت اصلی این تفاوت قابل توجه، انتقال اعتبارات فرابودجه‌ای به هزینه‌های عمومی دولت و مصارف بودجه عمومی دولت است. مجموع اعتبارات حقوق و مزایای گروه‌های مختلف حقوق‌بگیر شاغل و بازنشسته دولت در سال ۱۴۰۴، حدودا ۱۸۰۰ هزار میلیارد تومان برآورد می‌شود. بر همین اساس، پیش‌بینی می‌شود که حدود ۴۴ درصد از مجموع هزینه‌های عمومی دولت در سال آینده، صرف پرداخت حقوق و مزایای گروه‌های مختلف حقوق‌بگیر شاغل و بازنشسته شود.

دستمزد از تورم بار دیگر عقب می‌ماند

براساس گزارش مرکز پژوهش‌ها، تناسب بین میزان افزایش حقوق و مزایای کارکنان دولت و میزان تورم موجود در سال‌های گذشته، یکی از مسائل چالش‌برانگیز در تعیین میزان افزایش حقوق و مزایای کارکنان بوده و مورد توجه و حساسیت اقشار گوناگون جامعه، به‌ویژه گروه‌های مختلف حقوق‌بگیر قرار گرفته است. باید به این نکته مهم توجه کرد که میزان افزایش حقوق و مزایای کارکنان صرفا متأثر از نرخ تورم سالانه نبوده و عوامل دیگری از جمله حدود اعتبارات هزینه‌ای و پیش‌بینی میزان تحقق درآمدهای دولت نیز نقش مهمی در تعیین این موضوع دارند. از سوی دیگر، عدم تناسب افزایش حقوق و مزایای کارکنان با نرخ تورم می‌تواند موجب کاهش قدرت خرید و کاهش سطح رضایتمندی آنها شود و همچنین بهره‌وری و کارآمدی نظام اداری کشور را تحت‌الشعاع قرار دهد. با این حال، گفته می‌شود که هرچند میزان افزایش حقوق درنظرگرفته‌شده کمتر از نرخ تورم موجود در کشور است، اما با توجه به تراز عملیاتی حدود منفی ۱۸۰۰ هزار میلیارد تومانی لایحه بودجه سال ۱۴۰۴، هرگونه افزایش بیشتر حقوق مستلزم در نظر گرفتن منابع مالی پایدار خواهد بود. عدم توجه کافی به این ملاحظه مهم در افزایش حقوق‌های در نظر گرفته‌شده می‌تواند موجب تعمیق وضعیت کسری بودجه و تشدید بدهی عمومی کشور یا شکل‌گیری تورم بیشتر شود و مجددا مطالبات افزایش حقوق کارکنان را در پی داشته باشد.

علاوه بر این، در هنگام اتخاذ تصمیم درباره میزان افزایش حقوق در زمان وجود کسری بودجه، توجه به سیاست‌های کلی برنامه پنجساله هفتم درخصوص واقعی کردن منابع و مدیریت مصارف دولت و اجتناب از کسری بودجه، عدم تشدید ناترازی مذکور و عدم پیش‌بینی منابع غیرقابل‌تحقق نیز ضرورت دارد. بر همین اساس، با توجه به اینکه در سال‌های اخیر نرخ افزایش حقوق و مزایای کارکنان و بازنشستگان دولت، کمتر از نرخ تورم موجود در کشور بوده و پیش‌بینی می‌شود که نرخ تورم در سال آینده، بیش از افزایش حقوق و مزایای در نظر گرفته‌شده برای کارکنان و بازنشستگان در لایحه بودجه سال ۱۴۰۴ باشد، ضرورت توجه به این موضوع، بیش از پیش احساس می‌شود.

به سوی شناسایی منابع درآمدی پایدار

در حال حاضر، سیاست‌های کلی تامین اجتماعی بر حفظ قدرت خرید اقشار ضعیف جامعه از طریق متناسب‌سازی مزد شاغلان و بازنشستگان تاکید دارد، اما سبد مصرف گروه‌های حقوق‌بگیر با سطح دریافتی پایین‌تر بیشتر معطوف به تامین نیازهای اساسی زندگی است. در چنین شرایطی با توجه به بازه و میزان پلکان مالیات بر حقوق کارکنان دولت در لایحه بودجه سال ۱۴۰۴، در برخی از موارد درصد افزایش حقوق کارکنان با سطح دریافتی بالاتر بیشتر شده است. بنابراین افزایش حقوق کارکنان دولت به صورت ترکیبی از درصد و عدد ثابت، شیوه مناسبی برای افزایش حقوق و مزایای ایشان به نظر می‌رسد. علاوه بر این، پیشنهاد می‌شود که کارگروهی متشکل از منتخب اعضای هیأت‌رئیسه کمیسیون تلفیق لایحه بودجه سال ۱۴۰۴، اعضای کمیته حقوق و دستمزد این کمیسیون و نمایندگان سازمان برنامه و بودجه کشور با همکاری مرکز پژوهش‌های مجلس و دیوان محاسبات نسبت به شناسایی منابع درآمدی پایدار جدید اقدام کنند. این کارگروه باید در حدود اعتبارات هزینه‌ای جدید، علاوه بر افزایش‌های درنظرگرفته‌شده برای حقوق کارکنان و بازنشستگان دولت، افزایش‌های بیشتری نیز در این خصوص در نظر بگیرد.

با توجه به سهم هزینه‌های ناظر بر جبران خدمت گروه‌های مختلف حقوق‌بگیر شاغل و بازنشسته از مجموع هزینه‌های عمومی دولت و محدودیت‌های موجود درخصوص افزایش کافی حقوق و دستمزد، توجه به سازوکارهایی نظیر اصلاح نظامات بودجه‌ریزی، استخدام و به‌کارگیری و ارزیابی عملکرد نیز می‌تواند به بهبود مدیریت هزینه‌های عمومی در این حوزه کمک کند. در نهایت می‌توان گفت که افزایش حقوق کارکنان دولت بدون در نظر گرفتن منابع پایدار و با توجه به کسری بودجه می‌تواند به بحران اقتصادی بزرگ‌تری منجر شود. این امر نه تنها فشار بیشتری به سیستم اداری وارد می‌کند، بلکه ممکن است کیفیت و کمیت خدمات عمومی را کاهش دهد. بنابراین یکی از اولویت‌های دولت باید ایجاد شفافیت مالی و بهینه‌سازی تخصیص منابع باشد تا از اتلاف منابع جلوگیری کرده و اعتماد عمومی به نهادهای دولتی بازگردد. همچنین این رویکرد می‌تواند زمینه‌ساز توسعه پایدار اقتصادی کشور شود.

سهم نفت از بودجه سال آینده چگونه افزایش یافت؟

راز و رمز تغییر شگرف ارقام بودجه‌ای

براساس لایحه بودجه سال آینده، سهم درآمدهای نفتی از منابع عمومی دولت ۳۵ درصد برآورد شده است که نسبت به لایحه بودجه امسال ۹ واحد درصد افزایش داشته است. به گزارش «اکوایران»، درآمدهای نفتی و منابع عمومی دولت در لایحه بودجه سال ۱۴۰۴ در مقایسه با لایحه بودجه سال ۱۴۰۳ به شدت افزایش یافته‌اند. به طوری که درآمدهای نفتی سال آتی نسبت به سال جاری بیش از ۳,۵ برابر و منابع عمومی دولت نزدیک به ۲,۵ برابر رشد داشته‌اند. علت این امر در اضافه شدن فرابودجه به جداول اصلی نهفته است. در واقع، سهم سازمان هدفمندسازی یارانه‌ها و نیروهای مسلح از درآمدهای نفتی به جداول بودجه اضافه شده‌اند. همچنین به علت اضافه شدن ارقام فرابودجه به جداول نمی‌توان سهم درآمدهای نفتی از منابع عمومی دولت را با سال‌های گذشته مقایسه کرد. از همین‌رو مشخص نیست که چرا سهم درآمدهای نفتی از بودجه در لایحه سال آینده نسبت به امسال زیاد شده است. بررسی‌ها نشان می‌دهد که بالاترین سهم درآمدهای نفتی از منابع عمومی دولت در سال ۱۳۸۱ و پایین‌ترین آن در سال ۱۳۹۹ اتفاق افتاده که به علت تحریم و کرونا بوده است.

براساس ساختار فعلی، سند بودجه به دو قسمت بودجه عمومی و بودجه شرکت‌ها و بانک‌های دولتی تقسیم شده است. با اینکه بیش از نیمی از سند دخل و خرج ایران مربوط به بودجه شرکت‌ها و بانک‌های دولتی است، اما آنچه در مطبوعات و مکالمات تحت عنوان بودجه از آن یاد می‌شود همان بودجه عمومی است. این جزء به تنهایی از دو قسمت دیگر با نام‌های منابع و مصارف عمومی دولت و منابع و مصارف اختصاصی دولت تشکیل شده است. آن بخش از بودجه که بیش از سایر بخش‌ها به آن توجه می‌شود و درآمدهای اصلی دولت در آن جای گرفته، همان «منابع عمومی دولت» است. منابع عمومی دولت از سه مجرا تامین می‌شود: «درآمدهای جاری» شامل آن دسته از درآمدهای دولت است که با استفاده از آنها به هزینه‌های جاری خود پاسخ می‌دهد. برای مثال، درآمدهای مالیاتی در این دسته جای می‌گیرد. واگذاری دارایی‌های سرمایه‌ای دومین سرفصل درآمدی بودجه است که شامل فروش نفت و گاز و فروش اموال منقول و غیرمنقول دولت می‌شود. واگذاری دارایی‌های مالی آخرین حساب بودجه است که در آن درآمدهای حاصل از فروش اوراق و واگذاری شرکت‌های دولتی قرار می‌گیرد. به مجموع این سه تراز، منابع عمومی دولت گفته می‌شود.

هماطور که گفته شد، سهم درآمدهای نفتی از منابع عمومی دولت در لایحه بودجه سال آینده که توسط دولت طراحی شده ۳۵ درصد محاسبه شده است. براساس این لایحه میزان درآمدهای نفتی معادل ۲۱۰۷ هزار میلیارد تومان برآورد شده است. این در حالی است که درآمدهای نفتی در لایحه بودجه سال ۱۴۰۳ برابر با ۵۸۵ هزار میلیارد تومان بوده است. در واقع درآمدهای نفتی سال آینده نسبت به امسال حدود ۳,۶ برابر پیش‌بینی شده است. همچنین منابع عمومی دولت در سال آینده معادل ۵۹۸۷ هزار میلیارد تومان محاسبه شده که نسبت به رقم ۲۴۶۲ هزار میلیارد تومانی امسال حدود ۲,۵ برابر شده است. این افزایش عجیب در آمارها ناشی از این نیست که گشایش خاصی رخ داده باشد. بلکه نتیجه اضافه شدن سهم نیروهای مسلح و سازمان هدفمندسازی یارانه‌ها از نفت معروف به فرابودجه به جداول اصلی بودجه است. بنابراین احتمالا مقایسه سهم درآمدهای نفتی از منابع عمومی دولت در لایحه سال آتی نسبت به سال‌های گذشته متفاوت خواهد بود.

براساس آمارهای رسمی، سهم درآمدهای نفتی در پنج سال گذشته زیر ۳۰ درصد بوده است. در واقع، آخرین مرتبه که سهم طلای سیاه از بودجه بالاتر از ۳۰ درصد بوده مربوط به سال ۱۳۹۸ است. در این سال درآمدهای نفتی ۳۵ درصد از کل منابع عمومی دولت را به خود اختصاص داده بودند. با این حال در لایحه بودجه سال آتی بار دیگر سهم نفت از منابع عمومی دولت به بالاتر از ۳۰ درصد رسیده و برابر با سال ۱۳۹۸ شده است. البته باید گفت که اضافه شدن ارقام فرابودجه به جداول اصلی در این امر بی‌تاثیر نبوده است. به بیان ساده‌تر، زمانی که رقم ثابتی هم به صورت و هم به مخرج افزوده شود، مقدار کل کسر زیاد می‌شود. از همین‌رو نمی‌توان گفت که این افزایش سهم نفت از بودجه به علت کاهش درآمدهای مالیاتی و کاهش فروش اوراق بوده (پایین آمدن منابع عمومی دولت) یا به علت اضافه شدن ارقام فرابودجه به جداول اصلی.

اخبار

روند صعودی بورس با سوخت خودرویی ادامه یافت

نهمین روز سبزپوشی بورس تهران

معاملات بورس تهران در چهارمین روز هفته در حالی به پایان رسید که ارزش معاملات خرد از مرز ۱۰ هزار میلیارد تومان عبور کرد و رکورد شکست. شاخص کل بورس در جریان معاملات روز سه‌شنبه با ۰,۶۲ درصد رشد در کانال ۲ میلیون و ۲۶۹ هزار واحد به کار خود پایان داد و شاخص هم‌وزن با رشد ۰,۴۹ درصدی در کانال ۷۲۳ هزار و ۳۸۳ واحد ایستاد. بازار فرابورس ایران نیز رشد بیشتری از بورس را شاهد بود؛ به طوری که شاخص کل فرابورس با ۰,۹۸ درصد رشد در کانال ۲۲ هزار و ۴۲۳ واحد به کار خود پایان داد و شاخص هم‌وزن با ۰,۵۹ درصد رشد در کانال ۱۲۶ هزار و ۱۲۱ واحد ایستاد. با افزایش فشار فروش در ساعات پایانی معاملات در نهایت سمت مثبت تابلو مغلوب شد و ۶۶ درصد سهام در محدوده قرمز معامله شدند. علاوه بر این، ۱۶۱ نماد قفل صف خرید و ۱۶۱ نماد نیز قفل صف فروش بودند و صف‌های خرید و فروش در یک زورآزمایی دقیقا برابر بودند. ۱۹۶ میلیارد تومان نقدینگی حقیقی از معاملات خرد (سهام+حق تقدم+صندوق‌های سهامی) خارج شد که در نگاهی به جزییات این خروج خواهیم دید سهم صندوق‌های سهامی بیشتر بوده و سهام و حق تقدم ورود سرمایه نیز داشتند. صندوق‌های درآمد ثابت و اهرمی‌ها در حال حاضر با خروج سرمایه مواجه هستند و در طرف مقابل صندوق‌های طلا در سمت مثبت تابلو معامله می‌شوند. روز گذشته همچنین سهام خودرو و خساپا بعد از افزایش نرخی که برای محصولاتشان داشتند بدون محدودیت دامنه نوسان بازگشایی شد که در نهایت به رشد قیمت پایانی ۶,۵ درصد خودرو و ۳,۲ درصدی خساپا انجامید. همچنین ارزش کل معاملات بازار با رشد چشمگیری نسبت به روز دوشنبه به رقم ۶۰ هزار و ۲۹۸ میلیارد تومان رسید که از این مبلغ ۱۰ هزار و ۷۵۷ میلیارد تومان آن مربوط به معاملات خرد سهام و حق تقدم بود و به این ترتیب، رکورد ارزش معاملات خرد در ۱۸ ماه اخیر شکسته شد.

با اینکه معاملات بازار سرمایه با رشد خوبی آغاز شد اما با نزدیک شدن به انتهای ساعت معاملاتی سه‌شنبه بر تعداد صف‌های فروش اضافه و از رشد شاخص‌ها نیز کاسته شد. در پایان معاملات سه‌شنبه، شاخص کل تا ۲۳ هزار واحد رشد کرد اما با نزدیک شدن به پایان معاملات، روند کاهشی به خود گرفت و در نهایت با ۱۴ هزار و ۶۰ واحد رشد در کانال ۲ میلیون و ۲۶۹ هزار و ۵۱۲ واحد آرام گرفت. شاخص هم‌وزن نیز با ثبت رشد ۳ هزار و ۵۴۸ واحدی در کانال ۷۲۳ هزار و ۳۸۳ واحد به کار خود پایان داد. شاخص‌سازانی مانند فملی، فولاد و وبملت بیشترین اثر منفی را بر شاخص ثبت کردند و در مقابل فارس، خودرو و تاپیکو موفق به ثبت بیشترین اثر مثبت بر شاخص شدند. بازار فرابورس ایران نیز رشد بیشتری از بورس را ثبت کرد و شاخص کل فرابورس با ۲۱۷ واحد رشد در کانال ۲۲ هزار و ۴۲۳ واحد و شاخص هم‌وزن با ۷۴۴ واحد افزایش در کانال ۱۲۶ هزار و ۱۲۱ واحد ایستاد. نمادهای کگهر، آریا و زاگرس بیشترین اثر مثبت و حسینا، سپیدار و وگردش بیشترین اثر منفی بر شاخص این بازار را ثبت کردند.

با افزایش فشار فروش در ساعات پایانی معاملات سه‌شنبه، ۱۶۱ نماد قفل صف خرید و ۱۶۱ نماد نیز قفل صف فروش بودند. مجموعا ۱۹۶ میلیارد تومان نقدینگی حقیقی از معاملات خرد خارج شد و صندوق‌های درآمد ثابت و اهرمی‌ها در حال حاضر با خروج سرمایه مواجه هستند و در طرف مقابل صندوق‌های طلا در سمت مثبت تابلو معامله می‌شوند. از اتفاقات قابل توجه بازار، رکوردشکنی ارزش معاملات خرد در ۱۸ ماه اخیر بود و ارزش معاملات خرد (سهام+حق تقدم+ صندوق‌های سهامی) به ۱۰ هزار و ۷۵۷ میلیارد تومان رسید. تکنیکالیست‌ها معتقدند شاخص کل به یک مقاومت مهم رسیده و در صورت عبور از سد ۲,۳ میلیون واحد و تثبیت یک هفته‌ای در این محدوده می‌توان به تداوم رشد بازار سرمایه به امید بیشتری دل بست.

شاخص کل بورس و اوراق بهادار تهران در جریان معاملات روز گذشته همچون روزهای قبل، روند پرنوسانی را سپری کرد و با اینکه در نیمه ابتدایی معاملات بیش از ۲۳ هزار واحد رشد داشت اما در نهایت به رشد ۱۴ هزار واحدی بسنده کرد. بدین ترتیب، شاخص کل بورس روی عدد ۲ میلیون و ۲۶۹ هزار واحد قرار گرفت و ارزش بازار در محدوده‌های ۷۲۶۱ هزار میلیارد تومانی نشست. ارزش معاملات خرد (سهام، حق تقدم و صندوق‌های سهامی) بیش از ۱۰ هزار میلیارد تومان ثبت شد و سهم معاملات گروه خودرویی به واسطه بازگشایی ایران خودرو و سایپا (پس از افزایش قیمت محصولات خود) که بدون دامنه نوسان رقم خورده بود حوالی ۱۳۱۲ میلیارد تومانی بود. مدت‌ها بود گروه خودرویی و حتی سایر گروه‌های بازار، این حجم از ارزش معاملاتی را به خود ندیده بودند و اهالی بازار این اتفاقات را به فال نیک گرفتند. هرچند که عرضه‌های در نیمه دوم، رخ نقشه بازار را به سرخی کشاند. گروه بانک‌ها در بازار ۵۸۳ میلیارد تومان ارزش معاملاتی داشت و در جایگاه دوم ایستاد. فلزات اساسی نیز با ۵۰۴ میلیارد تومان ارزش معاملاتی در جایگاه سوم ایستاد.

با خبر افزایش قیمت خودرو و تایید آن توسط شورای رقابت و با بازگشایی این نماد شاهد ورود بیش از ۱۱۰ میلیارد تومانی پول حقیقی‌ها به این نماد بودیم هرچند که هنوز خبرهای گروه خودرویی روی دست اهالی بازار قرار دارد. جدای از بحث افزایش سرمایه که سهامداران پیگیر آن هستند عرضه خودرو در بورس کالا از مواردی است که همچنان رئیس سازمان بورس بر آن تاکید دارد و «حجت اله صیدی» عنوان کرده است که هیچ منع قانونی برای عرضه خودرو در بورس کالا وجود ندارد و تمامی زمینه‌های عرضه و سیستم تطابق خریدار و فروشنده نیز در بورس کالا فراهم شده است. به گفته وی، ماهیت بورس کالا برای افزایش رقابت است و خودرو نیز مانند بسیاری از محصولات دیگر یک کالا است، اما به محض مثبت شدن بازار، سازمان بورس به فکر عرضه‌های اولیه در بازار است و «رضا عیوضلو»، معاون نظارت بر بورس‌ها و ناشران سازمان بورس و اوراق بهادار اعلام کرد که کاهش ریسک‌های سیستماتیک، افزایش نرخ نیما، کاهش نرخ سود و در نظر گرفتن منافع بنگاه‌ها در بودجه را ناشی از سه عامل افزایش قابل ملاحظه در حجم و قیمت معاملات است. «وحید رجبیان»، معاون تحقیق و توسعه کانون نهادهای سرمایه‌گذاری ایران نیز گفت که در بودجه سال ۱۴۰۴ قرار است ۵۰۰ همت اوراق منتشر شود که اگر تصمیم‌گیری درستی در بحث نرخ این اوراق در بازار سرمایه نشود، می‌تواند نرخ تامین مالی بنگاه‌های اقتصادی را افزایش دهد که این خود چالش اساسی برای بازار سرمایه خواهد بود، اما یکی از اقدامات مثبتی که در لایحه بودجه سال ۱۴۰۴ درباره انتشار اوراق صورت گرفته است، تشکیل شورایی برای تصمیم‌گیری درخصوص نرخ اوراق است.

آگهی تجدید فراخوان عمومی (نوبت دوم)

شهرداری صباشهر

شهرداری صباشهر در نظر دارد به استناد مصوبه شماره ۱۲۲/ص/۶ ش مورخ ۱۴۰۳/۰۵/۱۳ شورای اسلامی شهر نسبت به اجرای پروژه ساخت و نصب نرده بتنی زیر پل های عابرپیاده با اعتبار ۲۰/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال از طریق تجدید مناقصه عمومی در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت(ستاد) اقدام نماید. لذا ازمتقاضیان واجد شرایط دعوت به عمل می‌آید برای دریافت اسناد مناقصه به سامانه ستاد به آدرس الکترونیکی www.setadiran.ir به شرح ذیل مراجعه نمایند.

- شهرداری صباشهر در رد یا قبول پیشنهادات مختار است.
- کلیه هزینه‌های مربوط به انتشار آگهی مناقصه عمومی به عهده برنده مناقصه خواهد بود.
- هزینه خرید اسناد ۱۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال می‌باشد (که به شرح اسناد می‌بایست پرداخت و تحویل گردد)
- مبلغ سپرده شرکت در مناقصه به نفع شهرداری صباشهر ۵ درصد مبلغ اعتبار (مندرج در اسناد مناقصه) می‌باشد.
- تذکر : سپرده نفرات اول و دوم مناقصه تا زمان انجام معامله و قرارداد مسترد نخواهد شد و نیز نفرات اول تا سوم چنانچه حاضر به انعقاد قرارداد نگردند سپرده آنان به نفع کارفرما ضبط خواهد شد.
- زمان دریافت اسناد مناقصه در سامانه ستاد : زمان انتشار آگهی : ساعت ۸ روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۳/۰۸/۲۳
- زمان اتمام مهلت شرکت درمناقصه در سامانه ستاد : ساعت ۱۴ روز شنبه مورخ ۱۴۰۳/۰۹/۱۰
- مهلت ارائه پاکت ضمانت‌نامه در دبیرخانه شهرداری : پایان وقت اداری روز شنبه مورخ ۱۴۰۳/۰۹/۱۰
- زمان بازگشایی و رسیدگی به پیشنهادات در دفتر شهردار : ساعت ۹ روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۳/۰۹/۱۱
- اطلاعات و سایر جزئیات در اسناد مناقصه درج گردیده است.

ضمنا تنها اسناد پاکت های پیشنهاد دارای امضای الکترونیکی مورد پذیرش است و در جلسه بازگشایی اسناد فیزیکی پاکت‌های (ب) و (ج) و فاقد امضای الکترونیک به هیچ وجه مورد پذیرش نیست.

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۳/۰۸/۲۳ تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۳/۰۸/۳۰

سجاد برنجی – شهردار صباشهر

خبرنامه

قیمت نفت برنت به ۷۳ دلار در هر بشکه رسید

ادامه روند صعودی طلای سیاه

قیمت نفت در معاملات روز سه‌شنبه بازار آسیا، تحت تاثیر توقف تولید در میدان نفتی بزرگ نروژ و نگرانی‌ها نسبت به تشدید جنگ میان روسیه و اوکراین، به روند صعودی خود ادامه داد و افزایش یافت. بهای معاملات نفت برنت برای تحویل در ژانویه، ۱۵ سنت معادل ۰.۲ درصد افزایش یافت و ۷۳ دلار و ۴۵ سنت در هر بشکه رسید. بهای معاملات وست تگزاس اینترمدیت آمریکا برای تحویل در دسامبر، با ۱۵ سنت معادل ۰.۲ درصد افزایش، ۶۹ دلار و ۳۱ سنت در هر بشکه معامله شد. قرارداد ژانویه وست تگزاس اینترمدیت، ۱۳ سنت معادل ۰.۲ درصد افزایش یافت و در ۶۹ دلار و ۳۰ سنت ایستاد. هر دو شاخص روز دوشنبه پس از اینکه شرکت اکوئینور اعلام کرد تولید میدان یوهان اسوردراپ که بزرگ‌ترین میدان نفتی اروپاست، به دلیل قطعی برق در خشکی، متوقف شده است، بیش از دو دلار در هر بشکه صعود کردند. سخنگوی اکوئینور اعلام کرد کار برای ازسرگیری تولید در جریان است اما هنوز معلوم نیست تولید این میدان نفتی ازسرگرفته خواهد شد. همچنین تنگیز که بزرگ‌ترین میدان نفتی قزاقستان است و توسط شرکت آمریکایی شورون اداره می‌شود، تولید نفت را به دلیل تعمیرات به میزان ۲۸ تا ۳۰ درصد کاهش داد و کمبود عرضه جهانی را تشدید کرد. وزارت انرژی قزاقستان اعلام کرد که انتظار می‌رود این تعمیرات تا روز شنبه تکمیل شود.

تحلیلگران شرکت مالی آی ان جی در یادداشتی نوشتند: توقف تولید میدان یوهان اسوردراپ به میزان ۷۵۵ هزار بشکه در روز در نروژ به دلیل قطعی برق و کاهش تولید در میدان تنگیز قزاقستان، از روند افزایشی قیمت نفت پشتیبانی کرد. به علاوه، ریسک‌های ژئوپلیتیکی میان روسیه و اوکراین پس از موافقت آمریکا با حمله اوکراین به خاک روسیه با موشک‌های دوربرد، شدت یافت. روسیه در روز یکشنبه به بزرگ‌ترین حمله هوایی سه ماه گذشته علیه اوکراین دست زد و صدمات شدیدی به سیستم برق این کشور وارد کرد. دو مقام آمریکایی و یک منبع آگاه روز یکشنبه گفتند: در تغییر قابل توجه سیاست واشنگتن در جنگ میان اوکراین و روسیه، دولت جو بایدن، رئیس جمهور آمریکا، به اوکراین اجازه داده است از سلاح‌های ساخت آمریکا برای حمله به عمق خاک روسیه استفاده کند. کرملین نیز روز دوشنبه اعلام کرد روسیه به تصمیم بی‌ملاحظه دولت بایدن، واکنش نشان خواهد داد و قبل از این هشدار داده بود چنین تصمیمی، ریسک رویارویی با گروه ناتو را به دنبال خواهد داشت. به گزارش رویترز، توشیتاکا تازاوا، تحلیلگر شرکت فوجیتومی سکیوریتیز در این باره گفت: سرمایه‌گذاران محتاط شده و روند جنگ میان روسیه و اوکراین را پس از تشدید اخیر رویارویی دو کشور، ارزیابی می‌کنند.

سخنگوی دولت اعلام کرد

فعلا برنامه‌ای برای قطع برق صنایع نداریم

سخنگوی دولت در گفت‌وگویی توئیتری تاکید کرد که فعلاً برنامه‌ای برای قطع برق صنایع وجود ندارد. به گزارش «ایسنا»، در پی طرح پرسش مهدی بستانچی، رئیس شورای هماهنگی شهرک‌های صنعتی سراسر کشور و رئیس انجمن تولیدکنندگان سیستم‌های تهویه مطبوع ایران در ایکس از فاطمه مهاجرانی، سخنگوی دولت مبنی بر اینکه «دولت مرحوم رئیسی با قطع مداوم برق شهرک‌های صنعتی در تابستان، ضربه بدی به تولید و کارآفرینی و نیروی کار وارد آورد و آیا قرار است در دور جدید قطع برق که به خاطر نسوزاندن مازوت در نیروگاه‌هاست، برق صنایع هم قطع شود؟» سخنگوی دولت در پاسخ به این فعال صنعتی نوشت: «اسناد و داده‌های قابل توجهی در دولت موجود است که بی‌برقی چند سال اخیر، فشار بی‌امانی بر صنعت و تولید وارد کرده. براساس هماهنگی‌ها در پاییز قطع برق صنایع و شهرک‌های صنعتی نخواهیم داشت، اگر روند تامین سوخت نیروگاه‌ها به خوبی پیش برود، امیدواریم در زمستان هم قطع برق صنایع را شاهد نباشیم.»

تولید روزانه ۸۴۰ میلیون مترمکعب گاز طبیعی در پالایشگاه‌های ایران

مدیر هماهنگی و نظارت بر تولید شرکت ملی گاز ایران با اشاره به اینکه پالایشگاه‌ها نقش مهمی در تولید گاز در اقصی نقاط کشور دارند، گفت اکنون روزانه ۸۴۰ میلیون مترمکعب گاز در پالایشگاه‌های کشور تولید می‌شود. به گزارش «شانا»، محمدرضا جولایی در بازدید از پالایشگاه گاز ایلام با بیان اینکه بیش از ۷۵ درصد سبد انرژی کشور را گاز طبیعی تشکیل می‌دهد، گفت: پالایشگاه‌های گاز طبیعی مجموعه‌ای صنعتی متشکل از واحدهای فرآیندی، تأسیساتی، ذخیره‌سازی و... است که گاز ترش دریافتی را برای مصارف خانگی، تجاری، صنعتی، صادراتی و ... پالایش می‌کنند.

وی با اشاره به اینکه اوضاع عادی در همه زمینه‌ها در پالایشگاه گاز ایلام وجود دارد، افزود: انتظار می‌رود در فصل سرد این پالایشگاه بتواند منطقه غرب کشور و محدوده‌ای را که از پیش برای آن طراحی شده است به‌طور کامل گازرسانی کند تا فصل زمستان بدون قطعی گاز سپری شود.

مدیر هماهنگی و نظارت بر تولید شرکت ملی گاز ایران با بیان اینکه پالایشگاه گاز ایلام از نظر تجهیزات و تأسیسات در وضع مطلوبی است، ادامه داد: گزارش‌های مدیرعامل و هیأت‌رئیسه این پالایشگاه همگی نشان از موفقیت‌آمیز بودن تعمیرات اساسی امسال دارد و با این شرایط، این پالایشگاه برای تولید پایدار گاز به‌طور کامل آماده است.

جولایی با بیان اینکه تعمیرات اساسی اکنون در همه پالایشگاه‌های گاز کشور تکمیل شده و برای تولید گاز آماده هستند، گفت: با این حال شرایط می‌طلبد که آحاد مختلف مردم در اقصی نقاط کشور با توجه به برودت هوا و کمک به رونق اقتصادی، در مصرف گاز صرفه‌جویی کنند. هم‌اکنون در کشور روزانه ۸۴۰ میلیون مترمکعب گاز تولید می‌شود، اما با توجه به اینکه امسال فصل سرد سال یک ماه‌ونیم زودتر آغاز شده و از اواخر مهرماه، شاهد افزایش مصرف گاز در بخش خانگی، تجاری و صنایع جزء بوده‌ایم، این شرایط، شبکه گاز کشور را با مشکل روبه‌رو کرده است.

مدیر هماهنگی و نظارت بر تولید شرکت ملی گاز ایران با بیان اینکه هم‌اکنون مصرف گاز بخش خانگی و تجاری ۴۷۰ تا ۵۰۰ میلیون مترمکعب است، تأکید کرد: اگر مصرف گاز در همین مقدار مدیریت شود و هموطنان در اقصی نقاط کشور صرفه‌جویی کنند، محدودیت‌های کمتری برای صنایع عمده ایجاد خواهد شد.

روح‌الله نوریان، مدیرعامل شرکت پالایش گاز ایلام نیز در این بازدید با بیان اینکه این پالایشگاه از ابتدای سال ۱۴۰۲ تاکنون در زمینه تولید محصولات پنجگانه، گام‌های قابل قبولی برداشته و بالاتر از تعهد ایجادشده تولید داشته است، گفت: این شرکت روزانه بیش از ۵ میلیون و ۲۰۰ هزار مترمکعب گاز به شبکه سراسری تزریق کرده است. در این پالایشگاه به‌ترتیب قابلیت اطمینان ۹۹.۵ درصد، قابلیت در دسترس بودن ۹۹.۵ درصد و اثربخشی ۹۸.۲

سهم تجدیدپذیرها از تولید برق ایران تنها نیم درصد است

رتبه ۱۳۱ ایران از نظر تنوع تولید برق

فرصت امروز: تنها نیم درصد از برق ایران توسط تجدیدپذیرها تامین می‌شود. از مهمترین ابعاد امنیت انرژی، تنوع منابع تولید برق است که به صورت افزایش سهم منابع مختلف انرژی در تولید برق تعریف می‌شود. هرچند منابع مختلف تولید برق کشور شامل گاز طبیعی، فرآورده‌های نفتی، زغال‌سنگ، هسته‌ای، آبی و منابع تجدیدپذیر است، اما هم اکنون بیش از ۹۰ درصد از تولید برق ایران از طریق نیروگاه‌های حرارتی تولید می‌شود که عمده سوخت مصرفی آنها گاز طبیعی است. به طور دقیق‌تر، بیش از ۸۶ درصد برق تولیدی ایران وابسته به گاز طبیعی، حدود ۹ درصد وابسته به فرآورده‌های نفتی و کمتر از ۵ درصد مربوط به سایر منابع (برقابی، اتمی و تجدیدپذیر) است. این اعداد و ارقام از نبود توازن در سبد تولید برق کشور حکایت دارد و این درحالی است که هم‌اکنون در دنیا زغال‌سنگ ۳۵ درصد، گاز طبیعی ۲۳ درصد، انرژی برقابی ۱۵ درصد، انرژی‌های تجدیدپذیر ۱۴ درصد، انرژی هسته‌ای ۹ درصد و سایر منابع انرژی ۴ درصد از تولید برق را برعهده دارند.

تکیه بالای تولید برق به گاز طبیعی از یکسو و ناترازی در تولید و تقاضای گاز از سوی دیگر موجب ایجاد چالش در تأمین سوخت نیروگاه‌ها به ویژه در فصل زمستان شده است که پیامدهای اقتصادی و زیست‌محیطی بسیاری به همراه دارد. بخشی از کمبود گاز در فصل زمستان با سوزاندن سوخت مایع (گازوئیل و مازوت) در نیروگاه‌ها جبران می‌شود. استفاده از مازوت و گازوئیل به‌عنوان سوخت جایگزین نیروگاه‌ها با زیان‌های زیادی همراه است؛ چراکه به‌دلیل ارزش بالاتر گازوئیل و مازوت نسبت به گاز طبیعی موجب عدم‌النفع بالایی می‌شود. از طرف دیگر، استفاده از سوخت‌های مایع، استهلاک تجهیزات نیروگاهی را افزایش داده و موجب افزایش هزینه‌های تعمیر و نگهداری می‌شود و در نهایت آثار مخرب زیست‌محیطی را به دنبال دارد. ایران از نظر میزان تنوع سبد تولید برق در رتبه ۱۳۱ جهان قرار دارد. بنابراین با توجه به سهم اندک تجدیدپذیرها از تولید برق کشور، پیش‌بینی رویکردهای توسعه نیروگاه‌های غیرحرارتی، به خصوص تجدیدپذیرها، ضروری به نظر می‌رسد.

سبد خالی از تنوع تولید برق ایران

مرکز پژوهش‌های مجلس در گزارشی به «واکاوی امنیت انرژی در ایران از منظر تنوع در سبد تولید برق» پرداخته و نسبت به وضعیت نامطلوب تنوع در سبد تولید برق کشور هشدار داده است. طبق ارزیابی مرکز پژوهش‌ها، مفهوم امنیت انرژی از موضوعات مهم در مقوله امنیت ملی است و مورد توجه بسیاری از سیاستگذاران جهان قرار گرفته است. تاکنون تعاریف مختلفی از امنیت انرژی ارائه شده و در یکی از جامع‌ترین تعاریف، امنیت انرژی این‌گونه معرفی می‌شود: «سیستم انرژی به‌دور از هرگونه تهدید، با عملکرد بهینه و پایدار در تمامی ابعاد.» شورای جهانی انرژی، مهمترین ابعاد شاخص امنیت انرژی را این‌گونه تعریف کرده است: «استقلال از واردات انرژی که به عدم‌اتکای کشور به واردات حامل‌های مختلف انرژی و تنوع تامین‌کنندگان آن اشاره دارد؛ ذخیره‌سازی انرژی که به توانایی کشور برای پاسخگویی به تقاضا از طریق قابلیت‌های زیرساختی به‌منظور ذخیره‌سازی انرژی اشاره دارد و تنوع در سبد تولید برق که به‌معنای میزان تنوع منابع انرژی مورد استفاده در سبد تولید برق است.»

در مورد بعد اول امنیت انرژی (استقلال از واردات انرژی)، ایران به‌دلیل دسترسی به منابع قابل‌توجه نفت و گاز، وابستگی اندکی به واردات انرژی داشته و وضعیت مناسبی دارد. در مورد ذخیره‌سازی انرژی نیز به‌دلیل امکان‌پذیر نبودن ذخیره‌سازی قابل‌توجه برق به‌دلایل فنی، این موضوع در حوزه برق مطرح نیست. اما بعد سوم (تنوع در سبد تولید برق) که یکی از ابعاد مهم امنیت انرژی است، بیشترین تاثیر را بر میزان امنیت انرژی کشور از منظر تامین برق دارد. تنوع به‌معنای بهره‌برداری از منابع متمایز انرژی در سبد تولید برق و ایجاد توازن میان آنها برای کاهش تمرکز و وابستگی به یک حامل انرژی تعریف می‌شود. تنوع، توانایی انطباق با شرایط متغیر را افزایش می‌دهد. به این دلیل که تنوع در سیستم می‌تواند به حفظ عملکردهایی کمک کند که ممکن است در شرایط عادی بی‌اهمیت تلقی شوند، اما با تغییر شرایط، مهم و ضروری شوند. فناوری‌های جدید از دل فناوری‌های موجود سر بر می‌آورند. هنگامی که توسعه در مسیر یک فناوری خاص عمیق‌تر می‌شود، از سایر مسیرها غفلت خواهد شد. اگرچه این مسئله در شرایط عادی مشکل‌ساز نیست، اما وابستگی به یک فناوری خاص می‌تواند تغییر مسیر فناوری را دشوار یا حتی غیرممکن کند. بسیاری از خطرات، غیرقابل پیش‌بینی و ناشناخته هستند. تنوع می‌تواند به مقابله با این خطرات یا سازگاری با آن کمک کند.

ضرورت تنوع‌دهی به سبد تولید برق

در حال حاضر تولید برق در کشور از طریق منابعی مانند گاز طبیعی، فرآورده‌های نفتی، برقابی، انرژی هسته‌ای و تجدیدپذیر انجام می‌شود. میزان برق تولیدی از منابع مختلف در بازه زمانی سال‌های ۱۳۶۴ تا ۱۴۰۱ در ایران و جهان، نشان می‌دهد در این سال‌ها حجم تولید برق در جهان حدود سه برابر و در ایران ۹ برابر شده که این موضوع نشان‌دهنده شیب شدید افزایش تولید برق در ایران نسبت به جهان بوده است. منبع انرژی که عهده‌دار بخش اعظم افزایش تولید برق ایران در این سال‌ها بوده، گاز طبیعی است و سایر حامل‌ها نقش کمتری در این افزایش تولید داشته‌اند. رشد تولید برق در جهان نیز تا حدودی از منابع مختلف متوازن بوده که البته در این میان با ورود و توسعه فناوری‌های مرتبط با انرژی‌های تجدیدپذیر، تولید برق حاصل از آن رشد قابل ملاحظه‌ای داشته است.

* گاز طبیعی: ایران دومین دارنده ذخایر گاز در جهان بوده و حدود ۱۷ درصد از ذخایر اثبات‌شده گاز دنیا را در اختیار دارد. از منظر تولید نیز ایران سومین تولیدکننده بزرگ گاز جهان در سال ۲۰۲۱ بوده است. روند تغییرات سهم گاز طبیعی در تولید برق ایران و جهان از سال ۱۳۶۴ تا ۱۴۰۱ نشان می‌دهد در این سال‌ها سهم گاز طبیعی در تولید برق ایران و جهان رو به افزایش بوده، اما شیب این افزایش در ایران، بسیار بیشتر از متوسط دنیا بوده است. سهم گاز طبیعی از تولید برق ایران از ۳۵ درصد سال ۱۳۶۴ به حدود ۸۶ درصد در سال ۱۴۰۱ رسیده، این در حالی است که این شاخص برای متوسط دنیا از ۱۴ درصد به ۲۳ درصد رسیده است. در حال حاضر، جایگاه گاز در تولید برق در ایران اول و در جهان دوم است که در این میان رتبه اول سهم حامل انرژی از تولید برق در دنیا متعلق به زغال‌سنگ است.

* فرآورده‌های نفتی: ایران حدود ۲۴ درصد از ذخایر اثبات‌شده نفت خاورمیانه و ۱۲ درصد از ذخایر جهانی نفت را به خود اختصاص داده و سومین دارنده ذخایر نفت است. روند تغییرات سهم فرآورده‌های نفتی در تولید برق ایران و جهان از سال ۱۳۶۴ تا ۱۴۰۱ نشان می‌دهد روند سهم فرآورده‌های نفتی در تولید برق در جهان و ایران تقریبا مشابه است. سهم فرآورده‌های نفتی از تولید برق ایران از حدود ۵۰ درصد در سال ۱۳۶۴ به حدود ۹ درصد در سال ۱۴۰۱ کاهش یافته و در دنیا نیز از ۱۱ درصد به ۲ درصد رسیده است. در حال حاضر، جایگاه فرآورده‌های نفتی در تولید برق در ایران دوم و در جهان ششم است.

* زغال‌سنگ: در سال ۱۴۰۱، زغال‌سنگ با تولید ۳۵ درصد از کل برق تولیدی جهان در جایگاه اول قرار داشته است. برخلاف نفت و گاز، ایران از ذخایر غنی زغال‌سنگ برخوردار نیست. ایران سی‌امین دارنده ذخایر زغال‌سنگ در جهان بوده و حدود یک‌دهم درصد از ذخایر اثبات‌شده را در اختیار دارد. سهم تولید برق از زغال‌سنگ در ایران و جهان طی سال‌های مورد مطالعه نشان می‌دهد، سهم زغال‌سنگ در تولید برق کشور صفر بوده و مصرف زغال‌سنگ برای تولید برق در جهان از سال ۱۳۶۴ تا ۱۴۰۱ دارای روندی نسبتا ثابت بوده، البته از سال ۱۳۹۳، روند کاهشی نامحسوسی را آغاز کرده و از ۴۱ درصد به ۳۵ درصد در سال ۱۴۰۱ کاهش یافته است.

* انرژی برقابی: نیروگاه‌های برقابی با تولید ۱۵ درصد از کل برق تولیدی جهان در جایگاه سوم تولید برق قرار دارند. در ایران حدود ۱۲ گیگاوات ظرفیت نیروگاه برقابی نصب‌شده وجود دارد که ۱۳ درصد از کل ظرفیت نامی نیروگاه‌های کشور است. سهم برقابی در تولید برق کشور از سال‌های ۱۳۶۴ تا ۱۳۷۲ بین ۱۴ تا ۱۵ درصد بوده است. با توسعه نیروگاه‌های حرارتی، در سال‌های اخیر سهم نیروگاه‌های برقابی از تولید برق بین ۳ تا ۷ درصد کاهش یافته است. سهم انرژی برقابی از تولید برق جهان نیز در این سال‌ها روند کاهشی داشته و از ۲۰ درصد در سال ۱۳۶۴ به ۱۵ درصد در سال ۱۴۰۱ رسیده است.

* انرژی‌های تجدیدپذیر: مجموع پتانسیل انرژی‌های تجدیدپذیر شامل انرژی خورشیدی و بادی در ایران معادل ۱۲۰ هزار مگاوات برآورد می‌شود، اما تا پایان سال ۱۴۰۲ تنها حدود ۱,۰۳۶ مگاوات نیروگاه تجدیدپذیر در کشور نصب شده که کمتر از یک درصد کل پتانسیل برآورد شده است. تولید برق از انرژی‌های تجدیدپذیر جهان با شیب نسبتا خوبی رو به افزایش بوده و در سال ۱۴۰۱، انرژی‌های تجدیدپذیر با تولید ۱۴ درصد از کل برق تولیدی جهان در جایگاه چهارم قرار گرفته‌اند، اما سهم تجدیدپذیرها در تولید برق ایران بسیار اندک بوده و با تولید کمتر از ۲ میلیارد کیلووات ساعت برق در سال ۱۴۰۱، حدود نیم‌درصد از کل برق تولیدی کشور را به خود اختصاص داده‌اند.

* انرژی هسته‌ای: ساخت نیروگاه‌های هسته‌ای در جهان در دهه‌های ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰ با شتاب بالایی صورت گرفته است، اما وقوع حوادث هسته‌ای تری‌مایل آیلند (سال ۱۹۷۹) و چرنوبیل (سال ۱۹۸۶) و همچنین کاهش قیمت نفت، از تمایل کشورها به ساخت نیروگاه‌های هسته‌ای بیشتر می‌کاهد. بااین‌حال، اغلب کشورهای دارای نیروگاه هسته‌ای در سال‌های بعد میزان تولید برق هسته‌ای خود را در سطح تقریبا ثابتی نگه داشته‌اند. در ایران نیز نیروگاه اتمی بوشهر به‌عنوان تنها نیروگاه هسته‌ای کشور با ظرفیت هزار مگاوات در حال فعالیت بوده و واحدهای جدیدی نیز در حال ساخت هستند. در سال‌های اخیر انرژی هسته‌ای حدود ۹ درصد از برق جهان را تامین کرده و از این نظر، در رتبه پنجم بوده است. همچنین سهم انرژی هسته‌ای از تولید برق ایران حدود ۱,۸ درصد است.

افزایش تولید گاز با توسعه چاه‌های جدید

روند صعودی مصرف گاز ادامه دارد

با ورود موج سرما به کشور در پاییز ۱۴۰۳، موضوع تأمین گاز و مصرف بهینه آن، اهمیت بیشتری پیدا کرده و براساس اظهارات مدیرعامل شرکت ملی نفت ایران، با اضافه کردن چاه‌های جدید به مدار تولید، ظرفیت تولید گاز کشور از ابتدای دولت چهاردهم حدود ۳۰ میلیون مترمکعب در روز افزایش یافته که می‌تواند مصرف گاز دو تا سه استان کشور را پوشش دهد. به گزارش «ایسنا»، ایران روزانه بیش‌از یک میلیارد مترمکعب گاز تولید می‌کند و همچنان یکی از سه تولیدکننده بزرگ گاز طبیعی در جهان است. با وجود این حجم بالای تولید، مصرف گاز در کشور همچنان بهینه نیست و این موضوع در فصل‌های سرد سال، فشار زیادی بر شبکه توزیع گاز وارد می‌کند. کاهش هر درجه دمای هوا باعث افزایش ۲۵ میلیون مترمکعبی مصرف گاز می‌شود. این آمار نشان‌دهنده تأثیر مستقیم مصرف غیربهینه بر چالش‌های تأمین گاز در کشور است.

با شروع سرمای زودهنگام در آبان‌ماه امسال، مصرف گاز به سرعت افزایش یافته است. مدیرعامل شرکت ملی نفت تاکید کرد که اگر مردم تنها ۱۰ درصد در مصرف گاز صرفه‌جویی کنند، امکان عبور بدون مشکل از دوره سرد سال فراهم خواهد شد. این میزان صرفه‌جویی می‌تواند تأمین گاز صنایع و نیروگاه‌ها را نیز تضمین کرده و از بروز کمبود در مناطق سردسیر جلوگیری کند. شرکت ملی نفت ایران تمامی برنامه‌های تعمیراتی لازم را پیش از آغاز فصل سرما اجرا کرده و از آمادگی کامل برای تأمین حداکثری گاز تا پایان سال خبر داده است. این برنامه‌ها به‌ویژه در مناطق عملیاتی با هدف اطمینان از کارکرد پایدار تأسیسات تولید و انتقال گاز انجام شده است. افزایش تولید گاز در کنار مدیریت بهینه مصرف، می‌تواند نقش کلیدی در پایداری تأمین گاز در ایران داشته باشد. با توجه به ساختار مصرفی موجود، اقداماتی همچون توسعه سیستم‌های گرمایشی با بازده بالا، فرهنگ‌سازی عمومی، افزایش سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها و حمایت از صنایع لازم و ضروری است.

به‌کارگیری فناوری‌های نوین در سیستم‌های گرمایشی خانگی و صنعتی می‌تواند مصرف انرژی را کاهش دهد، همچنین اجرای کمپین‌های ملی برای آموزش و آگاه‌سازی مردم درخصوص روش‌های صرفه‌جویی در مصرف گاز، افزایش سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها، بهینه‌سازی شبکه انتقال و توزیع گاز برای کاهش هدررفت در فرآیند انتقال و ارائه تسهیلات به صنایع برای استفاده از تجهیزات کم‌مصرف و گسترش نیروگاه‌های تولید همزمان برق و حرارت (CHP) مهم تلقی می‌شود. میانگین دما در آبان امسال در روزهای سپری شده در مقایسه با مدت مشابه پارسال ۳.۵ تا ۴ درجه کاهش یافته، این کاهش دما منجر به افزایش ۸۰ تا ۸۵ میلیون مترمکعبی مصرف روزانه گاز در بخش خانگی - تجاری در آبان امسال نسبت به آبان پارسال شده است.

براساس آخرین آمارهای منتشرشده در روز ۲۵ آبان‌ماه مقدار مصرف گاز در بخش خانگی و تجاری به ۴۷۵ میلیون مترمکعب رسید؛ در حالی که در سال گذشته این مقدار مصرف در آذرماه به ثبت رسیده بود، اما امسال در روز ۲۵ آبان ماه به این مقدار رسیدیم و مقدار مصرف گاز در بخش خانگی - تجاری در این روز بیش از ۵۷ درصد کل تولید بود که این عدد برای این زمان از سال بسیار زیاد و قابل توجه است. همچنین «علی‌اصغر نوایی»، سخنگوی شرکت گاز استان تهران از افزایش ۱۷ درصدی مصرف گاز در پایتخت نسبت به مدت مشابه سال گذشته خبر داد و گفت: حجم مصرف گاز در ۲۴ ساعت گذشته در استان تهران به ۸۹ میلیون مترمکعب رسیده است که این میزان نسبت به مدت مشابه پارسال ۱۷ درصد افزایش داشته است. از مشترکان شرکت گاز استان تهران تقاضا می‌کنم با رعایت دمای رفاه (۱۸ تا ۲۱ درجه)، پوشیدن لباس گرم، استفاده از پرده‌های ضخیم و روشن نکردن وسایل گرمایشی در اتاق‌های بدون استفاده، یاری‌رسان شرکت گاز در عبور از فصل سرد سال باشند.

از آنجا که با کاهش میانگین کلی دما در سطح کشور و با توجه به اینکه بسیاری از شهرها و روستاها در نیمه شمالی کشور در حال حاضر دمای زیر صفر درجه را ثبت کرده‌اند، لازم است تا هموطنان در سراسر کشور با رعایت برخی نکات ساده اما کاربردی مثل شناسایی منافذ ورود سرما به منزل، تنظیم دمای بخش‌های مختلف منزل براساس کاربرد آن، تنظیم دمای وسایل گرمایشی در سطح استاندارد، پوشیدن لباس گرم و استفاده از پرده‌های ضخیم در منازل، ضمن تأثیرگذاری چشمگیر در کاهش مقدار هدررفت گاز در بخش خانگی، به شرکت ملی گاز ایران در حفظ جریان پایدار گاز برای تمامی بخش‌ها در اقصی نقاط کشور کمک کنند. بی‌شک با توجه به افزایش ظرفیت تولید و تأکید بر مصرف بهینه، عبور از چالش‌های مرتبط با تأمین گاز در زمستان امسال در گرو همکاری عمومی و مدیریت هوشمندانه مصرف است.

آگهی تحدید حدود عمومی

در اجرای ماده ۱۴ قانون ثبت تحدید حدود پلاک مشروحه ذیل واقع در بخش ۷هروآباد خلخال ، بشرح زیرآگهی می شود:
ازبخش هفت هروآباد خلخال
۱۱۵فرعی از۱۹۷۴-اصلی ،آقای شادمان منافی ؛ ششدانگ یکقطعه زمین بمساحت ۲۶,۷۳مترمربع .
۲۱۳۸-اصلی ،خانم منیرپاداش هوشیار ؛ششدانگ یکقطعه زمین بمساحت ۳۹.۵۰مترمربع .
روز تحدید حدود: شنبه ۱۴۰۳/۱۰/۲۲
ازبخش هفت خانندبیل خلخال
۲۸۸فرعی از۱۹۴۴- اصلی، آقای میرکریم خلخالی؛ ششدانگ یکقطعه باغ؛بمساحت ۳۸۶۸۵,۳۷ مترمربع واقع دراراضی روستای زاویه سادات .
۶۴۳فرعی از۱۹۴۴ - اصلی، آقای مطهرمیرانی؛ ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی؛ بمساحت ۲۸۶۷.۸۰ مترمربع واقع دراراضی روستای زاویه سادات .
۶۵۶فرعی از۱۹۴۴ - اصلی، آقای سید محمدسجادی ؛ ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی؛ بمساحت ۱۷۸۴,۳۳ مترمربع واقع دراراضی روستای زاویه سادات .
۶۶۷فرعی از۱۹۴۴- اصلی، آقای حمزه میرانی ؛ ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی؛ بمساحت ۲۹۴۶.۱۷ مترمربع واقع دراراضی روستای زاویه سادات .
روز تحدید حدود: یکشنبه ۱۴۰۳/۱۰/۲۳
ازبخش هجده شاهرود خلخال
۱۲۶۸فرعی از۷- اصلی، آقای عبدالمناف سنائی؛ ششدانگ یکقطعه باغ؛ بمساحت ۱۶۱۷.۸۳ مترمربع واقع درشهرکلور .
روز تحدید حدود: دو شنبه ۱۴۰۳/۱۰/۲۴
لذا تحدید حدود املاک مزبور در روزهای تعیین شده در محل شروع و بعمل خواهد آمد و به موجب ماده۱۴قانون ثبت به صاحبان املاک و مجاورین پلاکهای فوق اخطار می شود که در روزهای مذکور در محل وقوع ملک حضور بهم رسانند و چنانچه یکی از صاحبان املاک و یا نماینده قانونی آنها در موقع تحدید حدود حاضر نباشد مطابق ماده ۱۵ قانون ثبت، ملک آنها با حدود اظهار شده از طرف مجاورین تحدید حدود خواهد شد و اعتراضات نسبت به حدود و حقوق ارتفاقی مطابق ماده ۲۰ قانون ثبت از تاریخ تحدید حدود بمدت ۳۰ روز پذیرفته خواهد شد.
تاریخ انتشار یک نوبت: روز چهارشنبه ۱۴۰۳/۰۸/۳۰
زینال زاده- رییس ثبت خلخال

آگهی مفقودی مدارک خودرو

برگ سبز و سند کمپانی و کارتخودرو سواری پراید به شماره انتظامی ۷۹ ایران ۶۲۹ م ۱۱ و شماره موتور ۰۰۳۶۷۶۱۹ و شماره شاسی S۱۴۱۲۲۸۱۸۳۳۸۵۰متعلق به اینجانب امیر رضایی بهکد ملی ۴۳۱۰۵۰۳۹۸۵ مفقود واز درجه اعتبار ساقط میباشد رباط کریم

مفقودی

برگ سبز خودرو سواری پژو تیپGTXI رنگ سفید_روغنی مدل ۱۳۸۸به شماره موتور۲۸۸۵۸۰۲ شماره شاسی S۱۴۱۲۲۸۸۲۴۲۴۲۶ پلاک ۳۷۱ س ۶۱ ایران۸۵ بنام خانم ام البنین شهریاری باکد ملی۳۶۶۰۱۴۰۷۶۷ مفقود شده واز درجه اعتبار ساقط است

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

برابر رای شماره ۱۴۰۳۶۰۳۰۱۱۴۷۰۰۳۳۰۸ و ۱۴۰۳۶۰۳۰۱۱۴۷۰۰۳۳۱۰ مورخ ۱۴۰۲/۷/۲۴ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی زراعی، باغات و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در اداره ثبت اسناد و املاک زیبادشت تهران تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی خانم جمیله میرمحمدی فرزند عباس به شماره ملی ۰۰۵۵۸۵۹۱۹۴ و خانم زهرا میرمحمدی فرزند عباس به شماره ملی ۰۵۵۸۷۱۵۷۳۷ ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی در آن به مساحت ۱۰۲/۳۸ متر مربع قسمتی از پلاک ۱۵۸۰ – اصلی واقع در بخش ۱۰ تهران حوزه ثبت زیبادشت خریداری از مالک رسمی 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 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: ۱۴۰۳/۰۸/۱۵
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۳/۰۸/۳۰
۱۴۵۰۰ م الف
سرپرست واحد ثبتی حوزه ثبت ملک زیبادشت تهران – محمدعلی ابراهیمی
شناسه آگهی ۱۸۲۰۰۴۰

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

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

برابر رای شماره ۱۴۰۳۶۰۳۰۱۱۵۱۰۱۲۸۴ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک لویزان تهران تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای قدرت اله بهشتی فرزند حسین بشماره شناسنامه ۱ کد ملی ۴۸۵۹۷۹۰۲۴۳ صادره از پلدختر نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی در آن بمساحت ۶۸/۲۴ متر مربع / قسمتی از پلاک شماره ۵۵ فرعی از ۶۷۲۰ اصلی واقع در بخش ۲ حوزه ثبت ملک لویزان تهران خریداری از مالک رسمی آقای هایکازچکناوریان 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: ۱۴۰۳/۰۸/۱۵
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۳/۰۸/۳۰
۱۴۵۱۲ م الف
رئیس ثبت اسناد و املاک لویزان – ابوالفضل تریوه
شناسه آگهی ۱۸۲۰۱۲۲

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

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

برابر رای شماره ۱۴۰۳۶۰۳۰۱۰۲۳۰۰۰۸۶۸ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک کن تهران تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای مرتضی مرادآبادی فرزند ابوالحسن بشماره شناسنامه ۱ صادره از شمیران در یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۳۰۴/۹۰ متر مربع پلاک ۸۱۳۲ فرعی از ۱۲۱ اصلی واقع در بخش ۱۱ تهران خریداری از مالک رسمی خانم مولود حقاری با حدود و مشخصات ذیل:
شمالا: درب و دیواریست به طول ۱۲/۰۲ متر به کوچه ۷/۷۰ متری شهید غلامی.
شرقا: دیوار به دیواریست به طول ۲۵/۳۰ متر به باقیمانده پلاک ۱۲۱ اصلی.
جنوبا: درب و دیواریست به طول ۱۲/۰۲ متر به کوچه ۷/۷۰ متری شهید حسنی.
غربا: دیوار به دیواریست به طول ۲۵/۳۰ متر به باقیمانده پلاک ۱۲۱ اصلی 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 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: ۱۴۰۳/۰۸/۱۵ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۳/۰۸/۳۰
توضیحات: توضیحا محل تولد متقاضی شمیران می باشد.
۱۴۵۰۹ م الف
رئیس ثبت اسناد و املاک – علی زارعی فر
شناسه آگهی ۱۸۲۰۰۷۴

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

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

برابر رای شماره ۱۴۰۳۶۰۳۲۶۰۰۲۰۰۱۶۷۵ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک کبودرآهنگ تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی مرتضی زهدی رونق فرزند حاجی رضا به ش ش ۶۳صادره از گل تپه در یک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۵۹۷۳۹/۲۸ متر مربع مفروز و مجزا شده از پلاک ۳۲۹ اصلی واقع در روستای قهپورد سفلی خریداری از مالک رسمی رضا زهدی رونق محرز گردیده است لذا به منظوراطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید، ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض،دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند.بدهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

م الف ۴۱۷ رئیس ثبت اسناد و املاک کبودرآهنگ – داوود غفرانی دلاور
تاریخ انتشار اول :۱۴۰۳/۰۸/۱۵ تاریخ انتشار دوم: ۱۴۰۳/۰۸/۳۰

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان تهران
اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک شهریار
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 ۱۴۰۳۶۰۰۱۰۵۷۰۰۸۹۰۳ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک شهریار تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی خانم لیلا سادات نقوی فرزند سید حاجی آقا بشماره شناسنامه ۲۰۵۸ ششدانگ یک باب خانه به مساحت ۱۴۰ متر مربع پلاک ۴۴۵ فرعی از ۵۳ اصلی واقع در شهریار خریداری از مالک رسمی حسن صاحبی قزوینی و ژاله حاجی قاضی تهرانی 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: ۱۴۰۳/۰۸/۱۵ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۳/۰۸/۳۰
م الف ۱۱۷۱۱
رئیس ثبت اسناد و املاک – مهدی ناصری
۴۴۹

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان تهران
اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک شهریار
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 ۱۴۰۳۶۰۳۰۱۰۵۷۰۱۰۴۱۹ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک شهریار تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای کاظم ظهیری شادباد فرزند محمد بشماره شناسنامه ۱۰۲۵ صادره از تهران در ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۲۲۹۱۹/۹۵ متر مربع پلاک فرعی از ۱۲۹ اصلی واقع در شهریار خریداری از مالک رسمی آقای غلامحسین صادقی نژاد 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: ۱۴۰۳/۰۸/۳۰
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۳/۰۹/۱۷
م الف ۱۱۷۸۵
رئیس ثبت اسناد و املاک – مهدی ناصری
۵۷۶

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

نظر به دستور مواد ۱ و ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۰۹/۲۰ املاک متقاضیانی که در هیات موضوع ماده یک قانون مذکور مستقر در واحد ثبتی بابل مورد رسیدگی و تصرفات مالکانه و بلا معارض آنان محرز و رای لازم صادر گردیده جهت اطلاع عموم به شرح ذیل آگهی می گردد:
(املاک متقاضیان واقع در بخش یک شرق)
اراضی روستای منصور کنده پلاک ۲۷۹۷- اصلی
۷۳ فرعی : فیاض سعیدی در ششدانگ طلق و وقف یک قطعه باغ بمساحت ۵۵۲,۷۰ مترمربع محرز گردید
۷۴ فرعی : سیدامیرسیدی در ششدانگ طلق و وقف زمین باینای احداثی بمساحت ۱۴۲۹,۰۸ مترمربع محرز گردید
اراضی روستای گرجی آباد پلاک ۲۷۹۸- اصلی
۱۰۳ فرعی: مجید بلبلی و هومن توکلی جویباری و برسام بهروز بالمناصفه در ششدانگ زمین با بنای احداثی که عرصه وقف می‌باشد بمساحت ۱۱۹۲ مترمربع محرز گردید
اراضی روستای چماز کلا پلاک ۲۸۰۲- اصلی
۹۲ فرعی: محمدتقی اکبری ثاقب در ششدانگ طلق و وقف یک قطعه باغ بمساحت ۱۲۴۳,۹۰ مترمربع محرز گردید
اراضی روستای هنگه پشت پلاک ۲۸۰۷- اصلی
۱۳ فرعی: محمد سامعی در ششدانگ یک قطعه باغ بمساحت ۲۸۱,۶۰ مترمربع محرز گردید
اراضی روستای هریکنده پلاک ۲۸۱۱- اصلی
۸۵ فرعی: محمد حسین آقاجانی اوجی تالاری در ششدانک طلق و وقف یک قطعه باغ بمساحت ۵۵۸,۶۰ مترمربع محرز گردید
اراضی علمداروکتی پلاک ۲۸۱۵- اصلی
۱۰۵۰۶ فرعی : مهدی جعفرزاده مرزناکی در ششدانگ زمین با بنای احداثی بمساحت ۲۱۵ مترمربع محرز گردید
۱۰۵۱۱ فرعی: فاطمه حبیب پور در ششدانگ زمین با بنای احداثی بمساحت ۸۰,۸۰ مترمربع محرز گردید
۱۰۵۲۰ فرعی: حلیمه اسمعیل تبار گاوزن در ششدانگ زمین با بنای احداثی بمساحت ۱۳۹,۰۲ مترمربع محرز گردید
۱۰۵۲۱ فرعی شرکت توزیع نیروی برق استان مازندران در ششدانگ زمین با بنای احداثی بمساحت ۴۳,۲۶ مترمربع محرز گردید
۱۰۵۲۲ فرعی صغری فضل اله زاده لداری و جانعلی لطفی نیا لداری با مناصفه در ششدانگ زمین با بنای احداثی بمساحت ۱۶۱,۸۵ مترمربع محرز گردید
۱۰۵۲۳ فرعی: ناصرو رهام همگی حاجی آقاتبار آهنگر بالمناصفه در ششدانگ زمین با بنای احداثی بمساحت ۱۹۸,۳۰ مترمربع محرز گردید
اراضی سیاهکلا محله پلاک ۲۸۱۶- اصلی
۲۲۳۷ فرعی ام البنین علی نژاد کلائی در ششدانگ زمین با بنای احداثی بمساحت ۲۰۷,۲۲ مترمربع محرز گردید
اراضی روستای حاجیکلا پلاک ۲۸۱۷- اصلی
۸۴۲ فرعی الهام محمدی منش در ششدانگ زمین با بنای احداثی بمساحت ۸۲ متر مربع محرز گردید
اراضی کمانگر کلا پلاک ۲۸۲۰- اصلی
۳۳۱۵ از ۲ فرعی : سیده وصیه حسینی ارجمندی در ششدانگ زمین با بنای احداثی که ۵,۵ دانگ عرصه وقف میباشد بمساحت ۹۸,۹۶ مترمربع محرز گردید
۳۳۲۵ فرعی ملیکا زارع شیادهی در ششدانگ زمین با بنای احداثی که ۵,۵ دانگ عرصه وقف میباشد بمساحت ۱۰۱,۲۵ مترمربع محرز گردید.
لذا به موجب ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی و ماده ۱۳ آئین نامه مربوطه این آگهی در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق این روزنامه محلی / کثیرالانتشار در شهرها منتشر و در روستاها علاوه بر انتشار آگهی رای هیات الصاق تا در صورتیکه اشخاص ذینفع به آرای اعلام شده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشار اولین آگهی و در روستاها از تاریخ الصاق در محل تا دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند معترض باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نماید و گواهی تقدیم دادخواست به اداره ثبت محل تحویل دهد که در این صورت اقدامات ثبت موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه است و در صورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل ارائه نکند اداره ثبت مبادرت به صدور سند مالکیت می نماید و صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نیست. بدیهی است برابر ماده ۱۳ آئین نامه مذکور در مورد قسمتی املاکی که قبلا اظهار نامه ثبتی پذیرفته نشده واحد ثبتی با رای هیات پس از تنظیم اظهارنامه حاوی تحدید حدود مراتب را در اولین آگهی نوبتی و تحدید حدود به صورت همزمان باطلاع عموم می نسبت به املاک در جریان ثبت و فاقد سابقه تحدید حدود، واحد ثبتی آگهی تحدید حدود را به صورت اختصاصی منتشر می نماید.

شناسه آگهی : ۱۸۱۷۳۶۲
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۳/۰۸/۱۵ تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۳/۰۸/۳۰
سیدمهدی حسینی کریمی –رئیس اداره ثبت اسناد و املاک بابل

آگهی فقدان سند مالکیت (موضوع ماده ۱۲۰)

آقای محمود مصطفائی با تسلیم یک برگ استشهادیه و درخواستی به شماره وارده ۸۷۱۱ مورخ ۱۴۰۳/۰۴/۰۶ اعلام داشته سند مالکیت شش دانگ یک قطعه زمین به مساحت ۱۲۰ (یکصدوبیست) متر مربع پلاک ۳۹۸۰ فرعی از ۴۲ اصلی مفروز از ۴۵۰۱ فرعی از اصلی مذکور واقع در بخش۱۲ تهران قطعه۲۶ تفکیکی در دفتر املاک ۸۱۳ صفحه ۳۵۲ ذیل ثبت ۱۹۳۲۷۹ با شماره چاپی ۵۲۴۹۶۵ به نام بانو سلطان نعمتی بصورت ششدانگ صادر و تسلیم گردیده که مع الواسطه برابر با سند قطعی ۹۸۸۲۴ مورخه ۱۳۸۲/۰۸/۲۳ دفترخانه ۸ اسلامشهر به آقای محمود مصطفائی منتقل گردیده است. اکنون مالک آقای محمود مصطفائی اعلام مفقودی سند بعلت سهل انگاری در اسباب کشی ارائه داده و درخواست سند المثنی ارائه داده است. و در همین راستا وفق مقررات ماده ۱۲۰ آیین نامه اصلاحی قانون ثبت مصوب ۱۳۸۰/۱۱/۰۸ مراتب در یک نوبت آگهی می گردد تا چنانچه کسی مدعی حق برای خود بوده یا اعتراضی داشته باشد از تاریخ انتشار این آگهی ظرف مدت ۱۰ روز به این اداره مراجعه و ضمن ارایه اصل سند یا سند معامله اعتراض خود را کتبا تسلیم نماید بدهی است که در صورت عدم وصول اعتراض در مهلت مقرر قانونی و یا عدم ارائه اصلی سند مالکیت یا سند معامله سند المثنی پلاک مذکور طبق مقررات صادر و تسلیم خواهد شد

سجاد ایزدی
رئیس واحد ثبتی حوزه ثبت ملک اسلامشهر
از طرف حسن رستمیان طبری
شماره ۴۳۲

آگهی مزایده اموال غیرمنقول (اسناد رهنی)

بدین وسیله به اطلاع عموم می رساند:
بموجب پرونده اجرایی کلاسه فوق مقدار ۱- ششدانگ یک قطعه زمین به شماره پلاک ۱۷۵۴ فرعی از ۳۰۵ اصلی قطعه ۳۳ تفکیکی مفروز و مجزی شده از پلاک تجمیعی ۱ الی ۳۷ و ۳۹ الی ۶۰ فرعی از اصلی مذکور به مساحت ۳۲۹۵ متر مربع واقع در ناصرآباد بخش مزارع حوزه ثبتی اشتهارد با حدود اربعه بشرح ذیل:
۱) شمالا: اول بصورت منحنی می باشد بطول ۹ متر دوم بطول ۴۹/۳۵ متر به خیابان چهارم غربی
۲) شرقا: بطول ۶۰ متر به قطعه ۲۴ تفکیکی
۳) جنوبا: بطول ۵۵ متر به قطعه ۲۶ تفکیکی
۴) غربا: بطول ۵۴ متر به خیابان غربی که ذیل ثبت ۱۰۰۱۵ صفحه ۱۳۳ دفتر املاک ۴۵ اشتهارد در مورخه ۱۳۸۲/۰۳/۲۷ با شماره سند چاپی ۴۱۶۱۳۳ و برابر سند قطعی شماره ۸۵۸۳ مورخ ۸۲/۰۴/۲۶ دفترخانه ۵۳۹ تهران به شرکت زانوس طلائی کوثر ثبت و صادر و تسلیم گردیده است و سپس ششدانگ برابر سند رهنی شماره ۶۰۷۴۳ مورخ ۸۸/۰۲/۲۹ دفترخانه ۳۷ کرج از سوی شرکت صنایع غذایی و فرآورده های گوشتی جهانتاب کرج در رهن بانک تجارت قرار داده شده است برای ملک مذکور پروانه ساختمانی به شماره ۱۱۹۹ مورخه ۱۳۷۵/۰۷/۱۵ و شماره ۸۵۱ مورخه ۱۳۷۴/۰۷/۱۰ صادر گردیده است برای پلاک های ثبتی مذکور مجوز احداث بنا به میزان ۲۶۹۶/۳۰ متر مربع به انضمام دیوارکشی به میزان ۴۵۰ متر به طول به شرح ذیل صادر شده است
طبقه زیرزمین بصورت تاسیسات: ۴۱۴ متر مربع
سالن در طبقه همکف: ۱۲۴۰ مترمربع
پارکینگ و تاسیسات: ۴۴۲/۲۰ متر مربع
اداری در طبقه همکف: ۳۰۰ متر مربع
اداری در طبقه اول: ۳۰۰ متر مربع
در وضعیت فعلی و برابر بازدید به عمل آمده مساحت مستحدثات موجود در پلاک های ثبتی مذکور با پروانه صادره مغایرت داشته و در مجموع زیر بنای احداث شده در ملک موضوع کارشناسی دارای مساحت حدود ۳۲۰۰ متر مربع می باشد
ب) ششدانگ یک قطعه زمین به شماره پلاک ۱۷۵۵ فرعی از ۳۰۵ اصلی قطعه ۳۳ تفکیکی مفروز و مجزی شده از پلاک تجمیعی ۱ الی ۳۷ و ۳۹ الی ۶۰ فرعی از اصلی مذکور به مساحت ۳۰۰۰ متر مربع واقع در ناصرآباد بخش مزارع حوزه ثبتی اشتهارد با حدود اربعه بشرح ذیل:
۱) شمالا: بطول ۵۰ متر به خیابان چهارم غربی
۲) شرقا: بطول ۶۰ متر به قطعه ۲۵ تفکیکی
۳) جنوبا: بطول ۵۰ متر به قطعه ۲۷ تفکیکی
۴) غربا: بطول ۶۰ متر به قطعه ۲۳ تفکیکی که ذیل ثبت ۱۰۰۱۶ صفحه ۱۳۷ دفتر املاک ۴۵اشتهارد در مورخه ۱۳۸۲/۰۳/۲۷ با شماره سند چاپی ۴۱۶۱۳۲ و برابر سند قطعی شماره ۸۵۸۳ مورخ ۸۲/۰۴/۲۶ دفترخانه ۵۳۹ تهران به شرکت زانوس طلائی کوثر ثبت و صادر و تسلیم گردیده است و سپس ششدانگ برابر سند رهنی شماره ۶۰۷۴۳ مورخ ۸۸/۰۲/۲۹ دفترخانه ۳۷ کرج از سوی شرکت صنایع غذایی و فرآورده های گوشتی جهانتاب کرج در رهن بانک تجارت قرار داده شده است
توصیف اجمالی آن براساس نظریه کارشناسی عبارت است از «ملک موضوع کارشناسی بصورت یک واحد صنعتی می باشد که در آن اعیانی های ساختمانی با زیر بنای کلی به میزان حدود ۳۲۰۰ مترمربع در عرصه ای به صورت محصور به شرح ذیل احداث گردیده است
- ساختمان نگهبانی و اداری در ضلع شمالی مجاور درب ورودی با سطح اشغال حدود ۷۰ متر مربع و در دو طبقه
سالن انبتر مجاور نگهبانی با سطح اشغال حدود ۱۰۰ متر مربع
ساختمان کارگری و استراحت و بسته بندی با سطح اشغال حدودی ۱۷۰ متر مربع و در دو طبقه
سالن به صورت انبار در ضلع شرقی با سطح اشغال حدودی ۱۱۰ متر مربع
سالن تولید و سردخانه با سطح اشغال حدودی ۱۵۰۰ متر مربع به انضمام نیم طبقه
ساختمان اداری و بارانداز و آزمایشگاه با سطح اشغال حدودی ۳۵۰ متر مربع در دو طبقه
دیوارکشی محیطی به طول حدودی ۳۳۰ متر مربع و با ارتفاع متوسط ۲/۲۰ متر به همراه محوطه سازی
ساختمان نگهبانی سالن های تولید و ساختمان اداری و انبار دارای نماسازی از نوع آجر و ساختمان دارای نماسازی از نوع سنگ می باشد فضاهای اداری شامل دفتر مدیریت سالن جلسات و آزمایشگاه و... می باشد همچنین در سالن تولید فضاهایی همچون سردخانه سالن تولید و بسته بندی مشاهده می گردد و در حال حاضر دو پلاک به هم پیوسته و به صورت یکپارچه می باشد و به صورت کارخانه بوده که برابر نظریه کارشناس مورخ ۱۴۰۳/۰۷/۲۱ بمبلغ ۵۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال معادل پنجاه میلیارد تومان ارزیابی گردیده است که جهت وصول طلب بانک و حقوق دولتی کلاسه فوق الذکر در روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۳/۰۹/۱۱ از ساعت ۹ الی ۱۲ در اداره ثبت اسناد اشتهارد بفروش میرسد. مزایده از مبلغ پایه کارشناسی ۵۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال معادل پنجاه میلیارد تومان شروع و به بالاترین قیمت پیشنهادی که خریدار داشته باشد فروخته خواهد شد شرکت در جلسه مزایده برای عموم آزاد است و فروش کلا نقدی است لازم به ذکر است پرداخت بدهی های مربوط به اب برق گاز اعم از حق انشعاب و یا حق اشتراک و مصرف در صورتی که مورد مزایده دارای آنها باشد و نیز بدهی های مالیاتی و عوارض شهرداری و غیره تا تاریخ مزایده اعم از اینکه رقم قطعی آن معلوم شده یا نشده باشد به عهده برنده مزایده است و نیز در صورت وجود مازاد وجوه پرداختی بابت هزینه های فوق از محل مازاد به برنده مزایده مسترد خواهد شد و نیم عشر و حق مزایده نقدا وصول می گردد ضمنا چنانچه روز مزایده تعطیل رسمی گردد مزایده روز اداری بعد از تعطیلی در همان ساعت و مکان مقرر برگزار خواهد شد و شرکت مدیون برابر نامه شماره ۹۶۳۸ مورخ ۱۴۰۳/۰۸/۰۵ اداره تامین اجتماعی شهرستان اشتهارد تا تاریخ ۱۴۰۳/۰۶/۳۱ دارای ۷۸۷۱۵۷۱۲۹۶ ریال بدهی می باشد طبق نامه شماره ۳۹۵۵۶۵۱ مورخ ۱۴۰۳/۰۸/۲۰ شرکت شهرکهای صنعتی استان البرز تا تاریخ ۱۴۰۳/۰۸/۲۰ دارای ۳۳۱۹۵۷۸۰۰۴ ریال بدهی می باشد –طبق نامه شماره ۳۷۷۰ مورخ ۱۴۰۳/۰۸/۲۳ اداره کل امور مالیاتی استان البرز تا پایان سال ۱۳۹۵ دارای ۱۳۷۳۲۰۵۲۳۱۵۳ ریال بدهی می باشد.
تاریخ انتشار در سایت آگهی های سازمان ثبت: ۱۴۰۳/۰۸/۳۰
مسئول واحد اجرای اسناد رسمی اشتهارد – مسیب محمدی
شناسه آگهی ۱۸۲۹۷۳۸
م الف ۱۸۵۲
۵۷۷

آگهی مزایده مال منقول پرونده کلاسه ۱۴۰۳۰۴۰۱۴۰۲۴۰۰۰۴۱۲و بایگانی ۱۴۰۳۰۰۴۲۵ اداره اجرای اسناد رسمی شهرکرد

بستانکار:خانم فاطمه مولوی وردنجانی
بدهکار: وراث مرحوم منوچهر صادقی چالشتری
مورد مزایده : عبارتست از ششدانگ یک دستگاه خودرو به شماره انتظامی ۷۱ - ۳۷۶ د ۶۲ دارای نوع و سیستم و تیپ سواری - سواری - پژو - آر دی آی ۱۶۰۰ مدل ۱۳۸۳ رنگ سبز یشمی روغنی شماره موتور ۱۱۷۸۳۰۵۰۳۱۹ شماره شاسی ۸۳۱۵۰۷۳۵ به مالکیت آقای منوچهر صادقی چالشتری با جمیع ملزومات و متعلقات آن که طبق نظریه کارشناس رسمی دادگستری وضعیت ظاهری و کیفی در زمان بازدید بدین شرح بوده است :اتاق و بدنه :خودرو از ناحیه گلگیر عقب پالونی سمت راست خوردگی دارد .کف صندوق عقب دارای آثار پوسیدگی است .سرشاسی جلو سمت راست دارای آثار خوردگی و مرمت است .سینی فن دارای آثار خوردگی و مرمت می باشد .درب موتور و گلگیر های جلو دارای آثار خوردگی میباشد .تجهیزات اتاق و قسمتهای برقی درحد متوسط و کارایی لازم را در حال حاضر دارند. موتور و گیربکس خودرو در بررسی صورت گرفته فعلا سالم می باشد. لاستیک های جلو ۷۰ و عقب دارای ۵۰ درصد آج در سطح اتکا می باشند. خودرو دارای بیمه از شرکت بیمه آسیا تا تاریخ ۲۶/۰۳/۱۴۰۴ می باشد . که به مبلغ ۸۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال (هشتصد میلیون ریال)ارزیابی شده که بابت بدهی متعهد در قبال قسمتی از طلب بستانکار توقیف گردیده، مورد بازداشت از ساعت ۹ الی ۱۲روز شنبه مورخ ۱۴۰۳,۰۹,۱۷ هفدهم آذرماه ماه یک هزار و چهار صد و سه در محل اداره اجرای اسناد رسمی شهرکرد به نشانی بلوار آیت اله کاشانی - جنب دادگستری طریق مزایده به فروش می رسد. ضمناً چنانچه روز مزایده تعطیل رسمی گردد، مزایده روز اداری بعد از تعطیلی در همان ساعت و مکان مقرر برگزار خواهد شد . مزایده از مبلغ پایه ارزیابی به مبلغ ۸۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال (هشتصد میلیون ریال) شروع و به بالاترین قیمت پیشنهادی نقداً فروخته می شود و کلیه هزینه های قانونی اعم از هزینه پارکینگ خلافی عوارض و غیره به عهده برنده مزایده است و نیم عشر و حق مزایده نقداً وصول خواهد شد. نقل و انتقال و تنظیم سند انتقال منوط به ارائه مفاصا حساب می باشد شرکت در جلسه مزایده منوط به پرداخت ده درصد از مبلغ پایه مزایده بحساب سپرده ثبت و حضور خریدار یا نماینده قانونی او در جلسه مزایده میباشد و برنده مزایده مکلف است مابقی مبلغ فروش را ظرف مدت پنج روز از تاریخ مزایده بحساب صندوق ثبت تودیع نماید در غیر اینصورت مبلغ واریزی بنفع دولت ضبط و آگهی مزایده تجدید میگردد.

شناسه آگهی : ۱۸۲۹۹۰۲

آگهی آراء هیأت حل اختلاف موضوع ماده یک قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

در اجرای ماده ۳ قانون تعیین تکلیف و ماده ۱۳ آئین نامه اجرایی قانون فوق الذکر اسامی افرادی که اسناد عادی یا رسمی آنان در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز در دو نشریه آگهی های ثبتی جهت انتشار در روزنامه محلی و کثیرالانتشار بشرح ذیل آگهی می گردد:
پلاک ۱۱ - اصلی موسوم به اراضی آغجه واقع در بخش ۴ بجنورد.
۱- برابر رأی شماره ۱۴۰۳۶۰۳۰۷۰۰۴۰۰۰۸۱۹ مورخه ۱۴۰۳ / ۰۳ / ۲۹ مورد تقاضای درنه حبیبی نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۳۷۷۴,۳۵ مترمربع از محل مالکیت ذوالفقار جعفری
۲- برابر رأی شماره ۱۴۰۳۶۰۳۰۷۰۰۴۰۰۰۸۴۹ مورخه ۱۴۰۳ / ۰۴ / ۰۲ مورد تقاضای علی داوری نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۸۰۷۲ مترمربع از محل مالکیت اسداله داوری
۳- برابر رأی شماره۱۴۰۳۶۰۳۰۷۰۰۴۰۰۰۸۵۰ مورخه ۱۴۰۳ / ۰۴ / ۰۲ مورد تقاضای علی داوری نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۱۶۰۲۱,۶۴مترمربع از محل مالکیت اسداله داوری
۴- برابر رأی شماره۱۴۰۳۶۰۳۰۷۰۰۴۰۰۲۴۶۴ مورخه ۱۴۰۳ / ۰۷ / ۰۳ مورد تقاضای زوالفقار جعفری نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۶۶۰۴,۱۲ مترمربع از محل مالکیت متقاضی
۵- برابر رأی شماره ۱۴۰۳۶۰۳۰۷۰۰۴۰۰۱۱۵۲ مورخه ۱۴۰۳ / ۰۴ / ۱۶ مورد تقاضای زوالفقار جعفری نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۱۰۹۰۹,۸ م

تبلیغات چندکاناله؛ میانبری برای جذب بی‌دردسر مخاطب

نویسنده: علی آل‌علی

آیا تا به حال احساس کرده‌اید که یک برند هر جا که می‌روید شما را دنبال می‌کند؟ از اکسپلور اینستاگرام گرفته تا ایمیل‌ها و حتی تبلیغات بنری که در حین وبگردی با آن مواجه می‌شوید، همه جا ردپای این برند وجود دارد. نگران نباشید، در چنین شرایطی خبری از تکنیک‌های جادوگری (مثل فیلم‌های ترسناک!) نیست. این همان جادوی تبلیغات چند کاناله (Cross Platform Advertising) است. در دنیای دیجیتال امروزی که اطلاعات به سرعت در جریان است، کسب و کارها برای جذب مشتریان و حفظ وفاداری آنها به دنبال راه‌هایی برای ایجاد یک ارتباط همه‌جانبه و شخصی‌سازی‌شده هستند. تبلیغات چند کاناله با استفاده از پلتفرم‌های مختلف دیجیتال این امکان را فراهم می‌کند تا پیام برند به طور هماهنگ و موثر به مخاطب هدف منتقل شود.

راستش را بخواهید، تبلیغات چند کاناله فراتر از انتشار یک آگهی در چندین پلتفرم ارتباطی مختلف است. این روش نیازمند یک برنامه‌ریزی دقیق و هماهنگ است تا بتوان پیام یکپارچه و جذابی را به مخاطبان منتقل کرد. در واقع هدف اصلی از تبلیغات چند کاناله ایجاد یک تجربه منسجم برای مشتری است. به گونه‌ای که مشتری در هر کجا که با برند مواجه شود، حس یکپارچگی و شناخت را داشته باشد.

با توجه به تنوع بالای کانال‌های دیجیتال و رفتارهای متفاوت کاربران در هر یک از این کانال‌ها، طراحی و اجرای یک کمپین تبلیغاتی چند کاناله، نیازمند دانش و مهارت‌های تخصصی است. لازم نیست نگران شوید؛ چراکه ما در این مقاله کنارتان هستیم تا به ساده‌ترین شکل ممکن مهارت‌های موردنیاز در این رابطه را یاد بگیرید. پس اگر دوست دارید بدل به یک پا کارشناس در این رابطه شوید، بد نیست در ادامه با ما همراه باشید.

مفهوم تبلیغات چند کاناله

تبلیغات چند کاناله به استراتژی بازاریابی گفته می‌شود که در آن یک برند از چندین کانال ارتباطی مختلف برای رسیدن به مخاطب هدف خود استفاده می‌کند. این کانال‌ها می‌توانند شامل شبکه‌های اجتماعی، ایمیل، وب‌سایت، موتورهای جست‌وجو، تبلیغات تلویزیونی، رادیویی و حتی بیلبوردهای شهری باشند. بنابراین دست بازاریاب‌ها در این زمینه بی‌نهایت باز است. البته در طول سال‌های اخیر با افزایش محبوبیت شبکه‌های اجتماعی این حوزه بیشتر مورد توجه قرار گرفته است.

هدف اصلی از تبلیغات چند کاناله ایجاد یک تجربه یکپارچه و هماهنگ برای مشتری است. به عبارت دیگر، پیام برند باید در همه کانال‌ها به صورت یکسان و با استفاده از یک زبان بصری و کلامی واحد منتقل شود. این امر باعث می‌شود تا مخاطب ارتباط قوی‌تری با برند برقرار کرده و به آن وفادارتر شود. همچنین با استفاده از تبلیغات چند کاناله کسب و کارها می‌توانند تجربه خرید جذاب‌تری برای مخاطب بسازند. این امر به نوبه خود موجب معرفی برند از سوی مشتریان به دوستان‌شان خواهد شد. ماجرا جذاب شد، نه؟

مزایای تبلیغات چند کاناله

چرا تبلیغات چند کاناله تا این حد اهمیت پیدا کرده؟ این سوالی است که قبل از پرداختن به اصل ماجرا باید حسابی از خجالتش دربیاییم. خوشبختانه جواب ساده‌ای منتظرتان است؛ مخاطب‌های امروزی در دنیای دیجیتال بسیار پراکنده شده و برای رسیدن به آنها باید در همه جا حضور داشت. تبلیغات چند کاناله، این امکان را به کسب و کارها می‌دهد تا مخاطبان خود را در هر کجا که حضور دارند، هدف قرار دهند و با آنها ارتباط برقرار کنند.

خب وقتی شما همه جا باشید، دیگر نیازی به نگرانی درباره دسترسی به مخاطب مناسب نخواهید داشت. این مسئله‌ای است که می‌تواند آینده تبلیغاتی برندتان را حسابی تغییر دهد.

دسترسی به مخاطب در هر کجا که باشد

تصور کنید یک ماهیگیر هستید که می‌خواهد انواع ماهی‌ها را صید کند. برای این کار به قلاب‌های مختلف، طعمه‌های متنوع و شاید حتی چندین نوع نخ ماهیگیری نیاز دارید. تبلیغات چند کاناله هم دقیقا مثل همین است. با استفاده از کانال‌های مختلف می‌توانید به مخاطب‌های خود در هر کجا که حضور دارند دسترسی پیدا کنید. مثلا ممکن است یک نفر در اینستاگرام به دنبال محصولات شما باشد، در حالی که دیگری ترجیح می‌دهد اخبار شما را از طریق ایمیل دریافت کند. با تبلیغات چند کاناله، شما می‌توانید همه این افراد را هدف قرار دهید و از هیچ فرصتی برای جذب مشتری جدید غافل نشوید.

یادتان باشد، دنیای امروز پر از تغییرات متنوع است. یکی از دلایل این تغییرات سلیقه‌های متفاوت کاربران به حساب می‌آید. درست به همین خاطر بازاریاب‌ها نیاز به تبلیغات چند کاناله برای تعامل با سلیقه‌های مختلف خواهند داشت.

افزایش آگاهی از برند

باور کنید یا نه، هر چه بیشتر دیده شوید بیشتر شناخته خواهید شد. تبلیغات چند کاناله به شما کمک می‌کند تا برندتان را در معرض دید تعداد بیشتری از افراد قرار دهید. تصور کنید که شما یک رستوران جدید را افتتاح کرده‌اید. با استفاده از تبلیغات در شبکه‌های اجتماعی می‌توانید تصاویر وسوسه‌برانگیز از غذاهای‌تان را به اشتراک بگذارید. شاید هم با برگزاری مسابقه مشتریان جدید را به رستوران خود دعوت کنید. همچنین می‌توانید از تبلیغات گوگل استفاده کنید تا زمانی که کسی به دنبال رستوران در منطقه شما می‌گردد، وب‌سایت شما در نتایج جست‌وجو نمایش داده شود.

نکات بالا به خوبی تاثیر تبلیغات چند کاناله بر روی جذب مخاطب هدف را نشان می‌دهد. اینطوری به ساده‌ترین شکل ممکن فرصت اثرگذاری بر روی مخاطب‌تان را پیدا خواهید کرد. البته فراموش نکنید، در دنیای امروز سطح بالای رقابت نیازمند آگاهی مداوم مشتریان از برند شماست. بنابراین اگر حتی یک هفته هم جریان تبلیغات چند کاناله را متوقف کنید، دیگر کمتر کسی یاد و خاطره‌ای از شما در ذهن خواهد داشت.

شخصی‌سازی تجربه مشتری

شما با استفاده از تبلیغات چند کاناله می‌توانید تجربه شخصی‌سازی‌شده‌ای را برای هر مشتری ایجاد کنید. تصور کنید یک فروشگاه لباس آنلاین دارید. با جمع‌آوری اطلاعاتی مانند تاریخچه خرید مشتری، علاقه‌مندی‌ها و رفتارهای آنلاین آنها می‌توانید تبلیغات هدفمندی را برای‌شان ارسال کنید. به عنوان نمونه اگر مشتری قبلا یک پیراهن آبی از شما خریداری کرده باشد، می‌توانید برای او پیشنهاد خرید یک شلوار جین آبی همرنگ را ارسال کنید. این نوع شخصی‌سازی باعث می‌شود که مشتری احساس کند شما به او اهمیت می‌دهید و نیازهایش را درک می‌کنید.

دنیای امروز بر مدار چنین شخصی‌سازیهای جزئی و صدالبته حیرت‌انگیز جریان دارد. پس اگر فکر می‌کنید بدون تمرکز بر روی این نکات شانسی برای موفقیت در بازار خواهید داشت، باید در محاسبات‌تان کمی تجدیدنظر کنید.

افزایش نرخ تبدیل

یکی از مهمترین اهداف هر کمپین تبلیغاتی تبدیل مخاطب به مشتری است. تبلیغات چند کاناله با ایجاد یک مسیر یکپارچه برای مشتری احتمال تبدیل را افزایش می‌دهد. مثلا ممکن است یک کاربر ابتدا تبلیغ محصول شما را در اینستاگرام ببیند، سپس روی لینک کلیک کند و وارد وب‌سایت‌تان شود. در سایت با یک تبلیغ بنری مجدد محصول موردنظر به او یادآوری می‌شود و در نهایت، او تصمیم به خرید می‌گیرد. این فرآیند چند مرحله‌ای، احتمال خرید را به طور قابل توجهی افزایش می‌دهد.

شاید سناریوی بالا کمی گیج‌کننده به نظر برسد، اما جذابیت‌های خاص خودش را دارد. خب شما با استفاده از این روش هر لحظه و هر کجا در کنار مشتریان خواهید بود؛ آن هم بدون اینکه مزاحمت خاصی برای‌شان ایجاد کنید.

بهبود ارزیابی‌ها

تبلیغات چند کاناله نوعی سرمایه‌گذاری کور نیست. در عوض با استفاده از ابزارهای تحلیل داده می‌توانید عملکرد کمپین‌های تبلیغاتی خود را در کانال‌های مختلف به طور دقیق اندازه‌گیری کنید. این اطلاعات به شما کمک می‌کند تا متوجه شوید کدام کانال‌ها بیشترین بازدهی را دارند و بودجه خود را به بهترین شکل ممکن تخصیص دهید. همچنین می‌توانید با تحلیل داده‌ها بهینه‌سازی‌های لازم را در کمپین‌های خود انجام دهید و آنها را هرچه بهتر به اهداف کسب و کارتان نزدیک کنید.

یادتان باشد در ارزیابی‌ها هیچ وقت نباید خیلی عجله کنید؛ چراکه این کار می‌تواند کار دست‌تان دهد. در عوض بهتر است از وقت‌تان به بهترین شکل ممکن استفاده کرده و کارتان را به راحتی پیش ببرید. اینطوری دردسرهای کمتری پیش روی‌تان قرار خواهد گرفت.

اصول تبلیغات چند کاناله

حالا به بخش اصلی ماجرا رسیدیم. ما در این بخش سعی می‌کنیم بدون هیچ‌گونه اصطلاحات عجیب یا روش‌های غیرکاربردی صفر تا صد اصول تبلیغات چند کاناله را به شما یاد دهیم. کافی است در ادامه با ما همراه باشید تا وضعیت‌تان در این حوزه بهبود پیدا کند.

اصل اول: یکپارچگی پیام تبلیغاتی

تصور کنید یک پازل هزار تکه دارید. هر تکه از این پازل یک بخش از تبلیغ شما در یکی از کانال‌های مختلف است. حالا اگر این تکه‌ها با هم جور نشود، تصویر نهایی پازل خیلی زیبا و کامل از آب درنمی‌آید، مگر نه؟ تبلیغات چند کاناله هم دقیقا همین وضعیت را دارد. اگر پیام تبلیغاتی‌تان در همه کانال‌ها یکپارچه و هماهنگ نباشد، مخاطب گیج می‌شود و نمی‌تواند با برندتان ارتباط خوبی برقرار کند.

اجازه دهید بحث را کمی دقیق‌تر پیش ببریم. اصلا یکپارچگی پیام یعنی چه؟ خب همین که لوگو، رنگ‌ها، فونت، لحن و حتی داستان برندتان در همه کانال‌ها یکسان باشد، کافی خواهد بود. مثلا اگر در اینستاگرام از یک لوگو استفاده می‌کنید، باید همان لوگو را در وب‌سایت و ایمیل‌های‌تان هم به کار ببرید. این گونه مخاطب به راحتی می‌تواند برندتان را شناسایی کند و با آن ارتباط برقرار کند.

برای ایجاد یکپارچگی پیام، باید یک راهنمای برندینگ (Brand Guidelines) داشته باشید. این راهنما شامل همه عناصر بصری و نوشتاری برندتان می‌شود و به شما کمک می‌کند تا همه چیز را هماهنگ نگه دارید. همچنین، باید یک پیام اصلی و واضح برای برندتان تعریف کنید و این پیام را در همه کانال‌ها تکرار کنید.

شاید برای‌تان سوال باشد که چرا یکپارچگی پیام اینقدر مهم است؟ چون باعث می‌شود مخاطب به برندتان اعتماد کند و با آن ارتباط عمیق‌تری برقرار کند. وقتی پیام‌های مختلف و متناقضی از یک برندِ دریافت می‌کنند، مخاطبان گیج می‌شوند و ممکن است فکر کنند که این برند اصلا نمی‌داند دارد چه کار می‌کند.

برای ایجاد یکپارچگی پیام، علاوه بر طراحی گرافیکی و کپی رایتینگ، باید به محتوای تولیدشده در هر کانال هم دقت کنید. محتوا باید با هویت برندتان همخوانی داشته باشد و به مخاطب ارزش اضافه کند. با رعایت این اصول، می‌توانید یک تجربه یکپارچه و منسجم برای مخاطبان‌تان ایجاد کنید.

اصل دوم: شناخت عمیق مخاطب

شناخت عمیق مخاطب کلید موفقیت هر کمپینی است. زمانی که شما مخاطبان خود را به خوبی بشناسید، می‌توانید پیام‌های‌تان را دقیق‌تر و هدفمندتر به آنها منتقل کنید. شناخت عمیق مخاطب به شما کمک می‌کند تا کانال‌های ارتباطی مناسبی را انتخاب کنید. هر گروه مخاطب، رسانه‌های اجتماعی و پلتفرم‌های مختلفی را ترجیح می‌دهد. با دانستن اینکه مخاطبان شما بیشتر وقت خود را کجا سپری می‌کنند، می‌توانید پیام‌های‌تان را دقیقا در همان مکان‌ها نمایش دهید.

به علاوه، شناخت مخاطب به شما امکان می‌دهد تا پیام‌های جذاب و مرتبطی را ایجاد کنید. زمانی که شما از علایق، نیازها و دردهای مخاطبان خود آگاه باشید، می‌توانید محتوایی تولید کنید که برای آنها ارزشمند باشد و توجه آنها را جلب کند.

یکی از روش‌های موثر برای شناخت مخاطب، ایجاد پرسونای مخاطب است. پرسونای مخاطب یا مشتری یک تصویر خیالی از مشتری ایده آل شماست. با ایجاد پرسونا می‌توانید ویژگی‌های شخصیتی، دموگرافیک، رفتارهای آنلاین و آفلاین و نیازهای مخاطب خود را بهتر درک کنید.

علاوه بر پرسونا، می‌توانید از داده‌های جمع‌آوری شده از وب‌سایت، شبکه‌های اجتماعی و سایر منابع برای تحلیل رفتار مخاطبان استفاده کنید. این داده‌ها به شما کمک می‌کنند تا الگوهای رفتاری مخاطبان را شناسایی کرده و آنها را بهتر بشناسید. یادتان باشد، شناخت مخاطب یک فرآیند مداوم است. شما باید به طور مرتب اطلاعات خود را به‌روزرسانی کنید و با مخاطبان خود تعامل داشته باشید. با شناخت عمیق مخاطب، می‌توانید ارتباط موثرتری با آنها برقرار کرده و در نهایت به موفقیت در کسب و کارتان دست پیدا کنید.

به طور خلاصه، شناخت عمیق مخاطب به شما کمک می‌کند تا پیام‌های‌تان را به درستی به مخاطبان هدف خود برسانید و در نتیجه بازدهی کمپین‌های‌تان را افزایش دهید.

اصل سوم: اهمیت ایجاد ارتباط عمیق با مخاطب

ایجاد ارتباط عمیق با مخاطب فراتر از انتقال ساده اطلاعات است. این بخش در واقع پل ارتباطی میان برند و مشتری است و می‌تواند به شکل‌گیری روابطی پایدار و ماندگار منجر شود. زمانی که مخاطبان احساس کنند که شما به آنها اهمیت می‌دهید و به نیازهای‌شان توجه می‌کنید، به برند شما وفادارتر می‌شوند و احتمال خرید از شما را افزایش می‌دهند.

ایجاد ارتباط عمیق با مخاطب به دلایلی نظیر افزایش اعتماد، بهبود تصویر برند، افزایش تعامل و افزایش فروش اهمیت دارد. زمانی که مخاطب‌ها به برند شما اعتماد کنند، احتمال خرید از شما بیشتر می‌شود. همچنین، مخاطبانی که با برند شما ارتباط عمیقی برقرار کرده‌اند، تمایل بیشتری به تعامل با شما دارند. این تعامل می‌تواند به شکل کامنت‌ها، اشتراک‌گذاری پست‌ها، شرکت در مسابقات و فعالیت‌های مشابه باشد. در نهایت، این ارتباط قوی منجر به افزایش فروش و درآمد می‌شود.

برای ایجاد ارتباط عمیق با مخاطب، می‌توانید از روش‌های مختلفی استفاده کنید. یکی از این روش‌ها داستان‌سرایی است. با روایت داستان‌هایی که با مخاطبان همذات‌پنداری می‌کنند، می‌توانید ارتباط عاطفی قوی با آنها برقرار کنید. همچنین، شخصی‌سازی پیام‌ها نیز بسیار موثر است. با استفاده از داده‌های مخاطب‌ها، می‌توانید پیام‌های خود را به گونه‌ای تنظیم کنید که هر مخاطب احساس کند که پیام شما مخصوص اوست.

به علاوه، استفاده از زبان ساده و قابل فهم نیز از دیگر روش‌های ایجاد ارتباط عمیق است. اگز از ما می‌شنوید استفاده از اصطلاحات تخصصی و پیچیده را کنار گذاشته و سعی کنید پیام‌های خود را به زبان ساده و روان بیان کنید. پاسخگویی به موقع به نظرات و پیام‌های مخاطبان نیز بسیار مهم است. این نشان می‌دهد که شما برای مخاطبان خود ارزش قائل هستید.

ایجاد انجمن‌های آنلاین نیز می‌تواند به ایجاد ارتباط عمیق با مخاطب کمک کند. با ایجاد گروه‌ها و انجمن‌های آنلاین، فضایی برای تعامل مخاطبان با یکدیگر و با برند ایجاد کنید. به یاد داشته باشید که ایجاد ارتباط عمیق با مخاطب، یک فرآیند طولانی‌مدت است. با صبر و حوصله و تلاش مداوم، می‌توانید به نتایج مطلوب دست پیدا کنید.

اصل چهارم: تحلیل نتایج و آپدیت استراتژی

پس از آنکه با مخاطب خود ارتباط برقرار کردید و پیام خود را به آنها رساندید، گام بعدی اندازه‌گیری و تحلیل نتایج است. این مرحله به شما کمک می‌کند تا بفهمید که تلاش‌های بازاریابی شما تا چه اندازه موثر بوده است و در صورت نیاز، تغییرات لازم را در استراتژی خود ایجاد کنید.

اندازه‌گیری نتایج به شما امکان می‌دهد تا بازگشت سرمایه (ROI) خود را محاسبه کنید. با دانستن اینکه هر یک از فعالیت‌های بازاریابی شما چه میزان درآمد برای شما به همراه داشته است، می‌توانید تصمیمات بهتری در مورد تخصیص بودجه خود بگیرید.

علاوه بر بازگشت سرمایه، می‌توانید معیارهای دیگری مانند تعداد بازدیدکنندگان وب سایت، نرخ کلیک، تعداد لایک‌ها و کامنت‌ها، تعداد مشترکین جدید و... را نیز اندازه‌گیری کنید. این معیارها به شما کمک می‌کنند تا عملکرد هر یک از کانال‌های بازاریابی خود را ارزیابی کنید و نقاط قوت و ضعف کمپین‌های خود را شناسایی کنید. تحلیل نتایج به شما کمک می‌کند تا الگوها و روندهای موجود در داده‌های خود را شناسایی کنید. با درک این الگوها، می‌توانید پیش‌بینی کنید که در آینده چه اتفاقی خواهد افتاد و براساس آن برنامه‌ریزی کنید.

سخن پایانی

تبلیغات چند کاناله نه‌تنها برای برندها، بلکه کاربران آنلاین و مشتریان نیز اهمیت بالایی دارد. شمار را نمی‌دانم، ولی من که ترجیح می‌دهم تبلیغاتی جذاب و وسوسه‌کننده پیش رو داشته باشم تا اینکه با محتوای کسل‌کننده حسابی حوصله‌ام سر برود.

ما در این مقاله سعی کردیم برخی از اصول کلیدی در رابطه با تبلیغات چند را کاناله بررسی کنیم. حالا شما در موقعیتی هستید که می‌توانید به ساده‌ترین شکل ممکن کارتان را در این حوزه شروع کنید. یادتان باشد، من و همکارانم در روزنامه فرصت امروز همیشه آماده کمک به کسب و کارتان هستیم. پس اگر مشکلی در این مسیر برای‌تان پیش آمد، روی ما حساب کنید.

منابع:

https://spideraf.com/articles/maximizing-your-

شناسه آگهی : ۱۸۲۵۱۵۲ نوبت دوم

آگهی فراخوان تجدید مناقصه عمومی

شماره مناقصه: ۸۸۷۳۰۰۱۷

شرکت انتقال گاز ایران
منطقه۹عملیات انتقال گاز

منطقه ۹ عملیات انتقال گاز در نظر دارد مناقصه با مشخصات زیر را به پیمانکار ذیصلاح و واجد شرایط واگذار نماید.

۱ -**نام و نشانی دستگاه مناقصه‌گزار:** شرکت انتقال گاز ایران (منطقه ۹عملیات انتقال گاز) ساری-بلوار طالقانی، نرسیده به میدان هلال احمر

۲-**موضوع و محل اجرای پروژه:** خدمات خودرویی استیجاری با راننده سال ۱۴۰۳ منطقه ۹

۳ -**مبلغ تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار:** ۲۱/۵۶۵/۸۲۱/۹۸۵ ریال به صورت یکی از تضامین مذکور در جدول شماره ۴ آیین نامه تضمین در معاملات دولتی

۴-**برآورد اولیه مناقصه و مبانی آن:** ۴۴۸/۲۹۱/۰۹۹/۲۶۶ ریال بر اساس هزینه اجرای خدمات و قیمت بازار

۵ -**محل، زمان و مهلت دریافت اسناد مناقصه:** از مورخ۱۴۰۳/۰۸/۲۹ الی۱۴۰۳/۰۹/۰۳ صرفا از طریق سامانه ستاد امکان دانلود (دریافت) اسناد مناقصه امکان پذیر است.

۶ -**تحویل پیشنهادات و اسناد مناقصه:** تا مورخ ۱۴۰۳/۰۹/۱۷ صرفا از طریق سامانه ستاد بارگذاری اسناد امکان پذیر است.

۷ -**محل و زمان گشایش پیشنهادات :** ساری - بلوار طالقانی- نرسیده به میدان هلال احمر - سالن کنفرانس ساختمان مرکزی منطقه ۹ عملیات انتقال گاز – تاریخ گشایش پیشنهادات پس از انجام فرایند ارزیابی کیفی متعاقباً اعلام خواهد شد.

۸-**مدت اعتبار پیشنهادات:** با توجه به اینکه مناقصه گران می توانند تا آخرین روز مهلت ارائه پیشنهاد اعلام شده در سامانه ستاد، نسبت به جایگزینی و اصلاح قیمتهای خود اقدام نمایند لذا قیمت پیشنهادی مناقصه گر بمدت ۶ ماه از زمان بازگشایی پاکات مالی معتبرمیباشد.

۹-**نوع مناقصه :** یک مرحله ای با ارزیابی کیفی

۱۰-**شرایط شرکت در مناقصه:**

الف) دارا بودن گواهینامه صلاحیت پیمانکاری از وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی در زمینه امور ایاب و ذهاب با ظرفیت متناسب با مبلغ برآورد اولیه کارفرما

ب) دارا بودن روزنامه رسمی و آخرین تغییرات شرکت

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۳/۸/۲۹ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۳/۸/۳۰

روابط عمومی منطقه ۹ عملیات انتقال گاز

شناسه آگهی : ۱۸۳۱۱۵۳ نوبت اول

مناقصات عمومی یک مرحله‌ایی تجدید شده شماره ۲۰۰۳۰۰۵۵۴۷۰۰۰۰۴۷ و ۲۰۰۳۰۰۵۵۴۷۰۰۰۰۴۸

شهرداری سنندج

شهرداری سنندج در نظر دارد مناقصات عمومی بیمه مسئولیت مدنی شهرداری، بیمه خودروها و بیمه مسئولیت کارفرما در قبال کارکنان خود را به شرح جدول زیر را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید. کلیه مراحل برگزاری مناقصات از دریافت اسناد مناقصات تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکت‌ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیک دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد. متقاضیان شرکت در فراخوان در صورت عدم عضویت در سامانه، نسبت به ثبت نام و دریافت گواهی امضای الکترونیکی (به صورت برخط) برای کلیه صاحبان امضای مجاز و مهر سازمانی اقدام لازم را به عمل آورند. تاریخ انتشار مناقصات در سامانه ۱۴۰۳/۸/۳۰ساعت ۱۰ صبح می باشد.

ردیف	موضوع مناقصه	شرکت کنندگان واجد صلاحیت	شماره فراخوان در سامانه ستاد	مهلت دریافت اسناد از سایت	مهلت ارائه پیشنهاد	زمان بازگشایی پاکات ب و ج
۱	انجام بیمه مسئولیت جامع شهرداری و بیمه اتومبیل ها	دارا بودن گواهینامه صلاحیت از بیمه مرکزی	۲۰۰۳۰۰۵۵۴۷۰۰۰۰۴۸	ساعت ۱۹ مورخ ۱۴۰۳/۹/۵	ساعت ۱۹ مورخ ۱۴۰۳/۹/۱۷	ساعت ۱۰ صبح مورخ ۱۴۰۳/۹/۱۸
۲	مناقصه‌بیمه مسئولیت کارفرما در قبال کارکنان	دارا بودن گواهینامه صلاحیت از بیمه مرکزی	۲۰۰۳۰۰۵۵۴۷۰۰۰۰۴۷	ساعت ۱۹ مورخ ۱۴۰۳/۹/۵	ساعت ۱۹ مورخ ۱۴۰۳/۹/۱۷	ساعت ۸ صبح مورخ ۱۴۰۳/۹/۱۸

اطلاعات تماس دستگاه مناقصه گزار : جهت دریافت اطلاعات بیشتر در خصوص اسناد مناقصه آدرس: سنندج – خیابان امام خمینی – روبروی اداره گمرک ساختمان شماره ۲ شهرداری طبقه سوم واحد پیمان و رسیدگی و تلفن : ۳۳۱۵۸۷۰۰-۰۸۷ و جهت ارسال مدارک پاکت الف آدرس : سنندج خیابان امام خمینی روبروی مسجد جامع واحد حراست شهرداری مرکزی می باشد.

شایان ذکر است مدارک کلیه پاکات بایستی در سامانه ستاد بارگذاری گردد و صرفا اسناد پاکت های پیشنهاد(ب) و (ج) دارای امضای الکترونیکی مورد پذیرش است. در جلسه بازگشایی پاکت های (ب) و (ج)، اسناد فیزیکی(کاغذی) و اسناد فاقد امضای الکترونیکی(دارای مهر گرم) مورد پذیرش نیست.»

اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه : مرکز تماس : ۴۱۹۳۴-۰۲۱

دفتر ثبت نام : ۸۸۹۶۹۷۳۷ و ۸۵۱۹۳۷۶۸

ارتباطات وامور بین الملل شهرداری سنندج

آگهی ابلاغ

دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی هرمزگان

به اطلاع می رساند پرونده افراد مشروحه ذیل در هیات بدوی رسیدگی به تخلفات اداری کارمندان دانشگاه علوم پزشکی هرمزگان مطرح و منجر به صدور ابلاغ اتهام / صدور رای شده است لذا با توجه به اینکه نشانی از محل اقامت نامبردگان در دست نمی باشد به ایشان ابلاغ می‌گردد جهت تعیین تکلیف از تاریخ نشر این آگهی (ابلاغ اتهام ۱۰ روز / رای قابل پژوهش ۳۰روز)، رای قطعی (سه ماه برای داخل کشور / شش ماه خارج کشور) به آدرس : بندرعباس- بلوار شهید چمران جنب ساختمان قدیم استانداری ستاد مرکزی دانشگاه علوم پزشکی اداره کارگزینی مراجعه نمایند.

ردیف	نام و نام خانوادگی	نام پدر	شغل	محل خدمت	شماره ابلاغ / رای	توضیحات
۱	هانیه یزدان پناه	محمدهادی	ماما	بیمارستان‌میناب	۱۰۱/ه/ب مورخ ۱۴۰۳/۵/۱۷	ابلاغ اتهام
۲	مریم سلطان زاد	نجفعلی	ماما	بیمارستان‌میناب	۱۱۰/ه/ب مورخ ۱۴۰۳/۵/۱۷	ابلاغ اتهام
۳	مینا مرادی	حسن	پرستار	شبکه بندر خمیر	۱۵۸/ه/ب مورخ ۱۴۰۳/۶/۲۸	ابلاغ اتهام
۴	ندا بها الدینی	مسعود	پرستار	بیمارستان‌قشم	۱۳۶/ه/ب مورخ ۱۴۰۳/۶/۲۸	ابلاغ اتهام
۵	شمسی دهقانی فارغانی	علی	پرستار	شهیدمحمدی	۱۴۷/ه/ب مورخ ۱۴۰۳/۶/۲۸	ابلاغ اتهام
۶	زهرا جهاندوست مقدم	مسلم	پرستار	بیمارستان شریعتی	۱۸۱/ه/ب مورخ ۱۴۰۳/۷/۲۳	ابلاغ اتهام
۷	راضیه آسن	محمد	پرستار	بیمارستان‌قشم	۲۰۲/ه/ب مورخ ۱۴۰۲/۷/۲۳	ابلاغ اتهام
۸	زهره نوری نسب	برکت	پرستار	بیمارستان‌شهید محمدی	۱۸۸/ه/ب مورخ ۱۴۰/۷/۱۳	ابلاغ اتهام
۹	احسان کیانپوری	ابراهیم	پرستار	بیمارستان بندر لنگه	۱۸۲/ه/ب مورخ ۱۴۰۳/۷/۲۳	ابلاغ اتهام
۱۰	مهدیه اباذری	مهدیه	پرستار	بیمارستان‌شهید محمدی	۲۰۰/ه/ب مورخ ۱۴۰۳/۷/۲۳	ابلاغ اتهام
۱۱	فهیمه نوشاد پور	غلام	پرستار	شبکه رودان	۲۴۰ مورخ ۱۴۰۲/۱۲/۹	رای قابل پژوهش- انفصال موقت از خدمت به مدت پنج ماه

روابط عمومی و امور بین‌الملل دانشگاه علوم پزشکی هرمزگان

استقرار صنایع بزرگ و های‌تک در گیلان برای اشتغال جوان متخصص و ماهر در استان

رشت – زهرا رضازاده : مدیرعامل شرکت شهرک‌های صنعتی گیلان با تاکید بر اینکه اشتغال متخصصان در شرکتهای بزرگ، های تک و دانش بنیان محقق می شود، تصریح کرد: با ورود چند شرکت بزرگ و قدرتمند طی یکی دو سال آینده خبرهای خوبی در راه است.

مهدی محبوبی مدیرعامل شرکت شهرک‌های صنعتی گیلان در نشست خبری با بیان اینکه شرایط اقلیمی گیلان موجب شده هزینه اجرای زیرساخت‌ها در این استان بسیار افزایش یابد و روند تکمیل پروژه‌ها نیز زمان بیشتری به خود اختصاص دهد، اظهار کرد: مهمترین اصل در جذب سرمایه‌گذار وجود زیرساختهای مناسب در شهرک‌های صنعتی است و در همین راستا یک همت برای اجرای پروژه های زیرساختی در هزینه شد.

مدیرعامل شرکت شهرک‌های صنعتی گیلان با تاکید بر اینکه هدف اصلی ما ایجاد زیرساخت‌های استاندارد و قابل اطمینان برای سرمایه‌گذاران است، بیان کرد: سرمایه‌گذار بدنبال سود و منفعت است با توجه به این رویکرد در نواحی صنعتی شهرستانها ورود کرده و برنامه ای تدوین کردیم که با استفاده از روش‌های مختلف بتوانیم منابع مالی پروژه‌های زیرساختی را در شهرک‌ها و نواحی صنعتی تامین کنیم.

محبوبی با بیان اینکه طی سالهای ۱۳۹۹ تا ۱۴۰۲ این شرکت در ایجاد زیرساختها یکهزار و هشت درصد رشد داشته است، افزود: در شهرک‌های صنعتی استان گیلان یکهزار و ۳۰ واحد تولیدی دارای پروانه بهره برداری مستقر هستند که از این تعداد ۸۳۸ واحد معادل ۸۲ درصد فعال هستند.

وی تصریح کرد: بزودی در کمیته‌ای سه جانبه متشکل

از دادگستری، استانداری و شرکت شهرک‌های صنعتی در رابطه با افرادی که به تعهدات خود پایبند نبوده اند اقدام کرده تا اقدامات لازم در راستای فسخ قرارداد و خلع ید عرصه صنعتی انجام شود؛ هم اکنون ۵۰ هکتار از این اراضی در مراحل دادگاهی است که پس از طی مراحل لازم به چرخه باز می‌گردد. مدیرعامل شرکت شهرک‌های صنعتی گیلان با اشاره به احیای واحدهای تولیدی غیرفعال در گیلان گفت: در مدت اخیر، ۱۱۳ واحد صنعتی مجدداً راه‌اندازی شده‌اند و ۵۴ واحد که تحت تملک بانک‌ها بودند، به چرخه تولید بازگشتند.

محبوبی گفت: در گذشته به دلیل نبود منابع بسیاری از پروژه‌های راه، برق و تصفیه خانه کم و بیش رها شده بود که توانستیم پروژه‌های با پیشرفت فیزیکی ۱۰ تا ۵۰ درصد را تکمیل کنیم؛ با به روزرسانی قراردادها و تکمیل پروژه های نیمه تمام برق امروز به تمام تعهدات در حوزه برق عمل کردیم اما ناترازی برق مشکلی مجزا از این مقوله است.

وی پروژه‌های برق‌رسانی در شهرک‌های صنعتی را یکی از اقدامات دانست و گفت: حتی برای حمایت از واحدهای صنعتی، ۵۰ درصد هزینه‌های تأمین برق اعم از فیدر، پست و خط انتقال را خودمان پرداخت کرده‌ایم.

محبوبی با بیان اینکه یکی از معضلات استان گیلان بیکاری فارغ التحصیلان دانشگاهی است، تصریح کرد: با توجه به سیاستهای گذشته، صنعت در استان گیلان بیشتر به سمت بسته بندی و واحدهای کوچک رفته که نیازمند جوانان متخصص نیستند و صنایع بزگ کمتری در گیلان سرمایه گذاری کرده اند.

محبوبی تصریح کرد: برای فراهم کردن امکان استقرار شرکت‌های دانش بنیان در شهرک‌های صنعتی استان و حمایت از افراد نخبه و نوآور و دانش بنیان ۳۸۰ عرصه کارگاهی ۱۸۸ و ۲۰۰ متر مربعی آماده شده که ۶ واحد کارگاهی ۲۳۰ متری احداث و ۱۲ واحد نیز در مرحله احداث قرار دارد که بصورت اجاره‌ای در اختیار این شرکتها قرار خواهد گرفت.

وی به احداث ۷ مدول تصفیه خانه‌ها طی سالهای گذشته در شهرکها و نواحی صنعتی استان اشاره کرد و گفت: این مدول‌ها در شهرک‌های صنعتی رشت، لاهیجان، نالکیاشهر لنگرود، لوشان و فومن احداث شده است و مدول تصفیه خانه شهرک صنعتی سپیدرود با ۱۱۵ میلیارد تومان هم اکنون رسما آماده افتتاح و قابل بهره برداری است و بزودی کلنگ احداث مدول دوم این تصفیه خانه نیز بر زمین زده خواهد شد.

این مسئول یادآور شد: با احداث تصفیه خانه فرآیند استقرار صنایع بزرگ در استان نیز هموار خواهد شد و پساب ها به چرخه صنعتی یا کشاورزی برمی گردند.

محبوبی در رابطه با وعده شرکت برق منطقه ای گیلان مبنی بر احداث نیروگاه خورشیدی در شهرک صنعتی لوشان نیز اظهار کرد: شرکت صالیران در این زمینه به وعده خودش عمل نکرد و زمین ۱۴ هکتاری از آنها پس گرفته شد تا در اختیار شرکت جدید قرار داده شود.

وی با بیان اینکه هم اکنون ۴ متقاضی جدید برای احداث این نیروگاه اعلام آمادگی کرده اند، تصریح کرد: اسامی متقاضیان به ساتبا(سازمان انرژی های تجدیدپذیر و بهره وری ایران) ارسال شده و منتظر طی اقدامات قانونی هستیم.

مهدی زارع خبر داد؛

آمادگی کامل منطقه ۸ عملیات انتقال گاز ایران برای گذر از فصول سرد

فرصت امروز – ماهان فلاح: سرپرست منطقه ۸ عملیات انتقال گاز ایران عبور بی دغدغه از فصول سرد سال را نیازمند همیاری همه ارکان جامعه دانست. مهدی زارع، همچنین از آمادگی کامل این منطقه برای گذر از فصول سرد سال خبر داد و گفت: منطقه ۸ عملیات انتقال گاز ایران در خط مقدم انتقال پایدار و بهینه گاز در فصول سرد سال قرار دارد و با انجام بموقع تعمیرات اساسی در ایستگاههای تقویت فشار گاز و پایش مستمر خطوط لوله انتقال گاز، زمستانی توام با آرامش را برای هموطنان عزیز فراهم خواهیم کرد.

وی افزود: با اقدامات انجام یافته، شرایط برای انتقال پایدار گاز طبیعی و جلوگیری از افت فشار در ماههای سرد سال در منطقه ۸ عملیات انتقال گاز ایران فراهم شده اما با توجه به افزایش مصرف گاز در فصول سرد سال، نیازمند صرفه جویی و مصرف بهینه جهت جلوگیری از کاهش احتمالی فشار گاز می باشد. زارع اظهار داشت: طبق برنامه ریزی های از پیش تعیین شده نیازسنجی و تامین قطعات یدکی حساس و ضروری و ایجاد بستر مناسب به‌منظور حضور تیم های عملیاتی در تاسیسات و مسیرهای صعب العبور خطوط انتقال گاز و سرویس دهی به موقع شیرهای بین راهی انجام شده تا گازرسانی به دست مصرف کنندگان با ضریب اطمینان بالاتری صورت گیرد.

وی با تاکید بر اهمیت صرفه جویی در مصرف گاز و رعایت نکات ایمنی تصریح کرد: با توجه به شرایط آب و هوایی و برودت هوا در کشور بویژه در مناطق کوهستانی و صعب العبور، برای انتقال مستمر، مطمئن و پایدار گاز طبیعی به همکاری و همیاری همه ارکان جامعه خصوصا به مصرف بهینه در بخش خانگی نیاز داریم.

گام بلند بسوی تعالی نگهداری و تعمیرات در صنعت انتقال گاز

سرپرست منطقه ۸ عملیات انتقال گاز ایران همچنین توسعه سیستم نگهداری و تعمیرات IPCMMS را گامی بلند بسوی تعالی نگهداری و تعمیرات در صنعت انتقال گاز عنوان کرد. مهدی زارع، حرکت به سمت تعالی

نگهداری و تعمیرات و توسعه استفاده از نرم افزار IPCMMS را یکی از اهداف مهم سازمان، در تدوین استراتژیها و برنامه های نت اعلام کرد.

وی با مهم برشمردن استفاده از سیستم مدیریت نگهداری و تعمیرات در افزایش بهره وری و کاهش هزینه های تعمیرات افزود: با پیاده سازی نرم افزار IPCMMS، توانسته ایم فرآیندهای نگهداری و تعمیرات را بهبود بخشیده و با ایجاد یکپارچگی در اطلاعات و ارائه شاخص های کلیدی عملکرد، امکان برنامه ریزی بهتر و تصمیم گیری مبتنی بر داده را فراهم آوریم.

زارع اظهار داشت: به روزرسانی و ثبت اطلاعات تعمیرات و نگهداری می بایست بصورت مستمر و با جدیت بیشتری در مناطق انتقال گاز و شرکت های گاز استانی تداوم یابد و سیستم IPCMMS بصورت کامل در منطقه ۸ عملیات انتقال گاز ایران استقرار یافته است. وی بر اهمیت استفاده از فناوری های نوین در حوزه نگهداری و تعمیرات تاکید و ابراز امیدواری کرد با ادامه این روند، شاهد بهبود مستمر عملکرد سامانه های انتقال گاز باشیم. لازم به ذکر است در این نشست، موضوعات فرایند نگهداری و تعمیرات، استقرار سیستم مدیریت دارایی های فیزیکی بر اساس استاندارد ISO۵۵۰۰۰، نقشه راه استقرار نظام نت در راستای الزامات مدیریت دارایی های فیزیکی، گردش دستور کارها و اقدامات حوزه IPCMMS شامل بهینه سازی برنامه های تعمیرات، ریشه یابی علل و خرابی تجهیزات و مدیریت گردش کار و مدیریت دارایی های فیزیکی منطقه ۸ عملیات انتقال گاز ایران با شرکت گاز استان مورد بحث و تبادل نظر قرار گرفت.

خودکفایی در تعویض مولد با صرفه جویی بالغ بر ۳۰ میلیارد ریالی

به منظور صرفه جویی در هزینه ها، تعویض و جایگزینی مولد اضطراری برق تاسیسات تقویت فشارگاز چلوند، به همت کارکنان تعمیرات اساسی منطقه ۸ انتقال گاز انجام شد.

سرپرست منطقه ۸ عملیات انتقال گاز ایران با اعلام این خبر گفت: کارکنان تعمیرات اساسی این منطقه در جهت صرفه جویی، استفاده بهینه از امکانات موجود و مدیریت زمان، مولد اضطراری برق تاسیسات تقویت فشارگاز چلوند را در کمترین زمان ممکن طی ده روز کاری تعویض و پس از تست های لازم آماده بهره برداری کردند. مهدی زارع افزود: در این عملیات که در آن قریب به ۵۰۰ نفر ساعت کار کارشناسی و تخصصی انجام شد با دمونتاژ مولد قبلی و تعویض و جایگزینی مولد جدید، گام دیگری در نیل به خوداتکایی برداشته شد.وی اضافه کرد: مبلغ ناچیزی برای تعویض این مولد هزینه شده است و تمامی مراحل عملیات فوق بدون پیمان سپاری و توسط کارشناسان منطقه و با اتکا به توانمندی نیروهای شرکتی انجام گردیده که این امر ضمن تامین برق پایدار تاسیسات تقویت فشار گاز چلوند، بالغ بر ۳۰ میلیارد ریال صرفه اقتصادی به همراه داشته است.

وی تصریح کرد: بمنظور صرفه جویی اقتصادی و تداوم خوداتکایی، فعالیتهای تعمیراتی تاسیسات و مراکز بهره برداری به طور مستمر در برنامه کاری این منطقه قرار دارد.

مدیر عامل محترم شرکت گاز استان چهارمحال و بختیاری

تغییر نگرش سنتی مردم استان چهارمحال و بختیاری نسبت به دمای منازل و مدیریت بهینه گاز طبیعی

شهرکرد –خبرنگار فرصت امروز .استان چهارمحال و بختیاری با توجه به موقعیت جغرافیایی و شرایط اقلیمی خاص خود، از جمله مناطقی است که در فصول سرد سال، با چالش‌های جدی در زمینه مصرف انرژی مواجه است. این استان، به دلیل داشتن زمستان‌های سرد و طولانی، وابستگی زیادی به منابع انرژی برای تأمین گرمایش منازل دارد. در این میان، گاز طبیعی به عنوان مهم‌ترین سوخت برای تأمین گرمایش در این منطقه، نقش بی‌بدیلی ایفا می‌کند. با این حال، استفاده نادرست و بدون توجه به اصول مدیریت انرژی در بسیاری از خانه‌ها، باعث مصرف بی‌رویه و غیر بهینه این منبع ارزشمند شده است. جهانبخش سلیمیان با اشاره به نگرش سنتی مردم به مصرف انرژی گفت :در گذشته، مردم استان چهارمحال و بختیاری عمدتاً به روش‌های سنتی برای گرمایش منازل خود متکی بودند. بسیاری از خانوارها به دلیل عدم آگاهی کافی از اصول مصرف بهینه انرژی، به استفاده بیش از حد از وسایل گرمایشی مانند بخاری‌های گازی، شوفاژها و دیگر تجهیزات گرمایشی می‌پرداختند. این نگرش سنتی، که بیشتر بر مبنای احساس نیاز فوری به گرمایش در فصول سرد بود، منجر به مصرف بی‌رویه گاز و در نتیجه افزایش فشار بر شبکه تأمین انرژی و نیز هدررفت منابع طبیعی می‌شد. می ادامه داد:در بسیاری از موارد، این نوع مصرف بدون در نظر گرفتن مسائل فنی مانند عایق‌بندی مناسب منازل، استفاده از تجهیزات گرمایشی بهینه و تنظیم درست دما، باعث می‌شد که گاز طبیعی به صورت غیر مؤثر و در مقادیر زیاد مصرف شود. مدیر عامل شرکت گاز افزود : با توجه به تغییر نگرش و توجه به مدیریت صحیح انرژی و با گذشت زمان و افزایش آگاهی عمومی نسبت به مشکلات ناشی از مصرف

بی‌رویه انرژی، نیاز به تغییر نگرش در این زمینه بیشتر احساس شدویکی از مهم‌ترین گام‌هایی که در این راستا برداشته شده، ترویج فرهنگ مصرف بهینه گاز و گرمایش منازل است با توجه به این موضوع مهم مردم استان چهارمحال و بختیاری با آشنایی بیشتر از طریق رسانه‌ها، آموزش‌های عمومی و همچنین طرح‌های حمایتی از سوی دولت و نهادهای مختلف، به تدریج در حال تغییر الگوهای مصرفی خود هستند. وی ادامه داد :برای مثال، در سال‌های اخیر طرح‌هایی مانند "طرح بهینه‌سازی مصرف گاز" در این استان اجرا شده است. این طرح‌ها شامل ارزیابی و اصلاح سیستم‌های گرمایشی، نصب شوفاژهای بهینه، استفاده از بخاری‌های کم‌مصرف و همچنین تقویت عایق‌بندی ساختمان‌ها به منظور کاهش هدررفت انرژی بوده است. با اجرای این طرح‌ها، بسیاری از خانوارها توانسته‌اند مصرف گاز خود را به میزان قابل توجهی کاهش دهند و در عین حال، همچنان از گرمای مورد نیاز در فصول سرد بهره‌مند شوند. سلیمیان تصریح کرد :نقش آموزش و آگاهی‌بخشی یکی از عواملی بود که باعث شده تا تغییر نگرش در مردم این استان به شکل مؤثری رخ دهدو با توجه به مسئله آموزش و آگاهی‌بخشی در این راستا، برنامه‌های آموزشی متعددی توسط دستگاه‌های اجرایی و نهادهای غیر دولتی برای افزایش آگاهی مردم در خصوص اهمیت مدیریت بهینه انرژی و راه‌های صرفه‌جویی در مصرف گاز اجرا شده است. این برنامه‌ها شامل برگزاری کارگاه‌های آموزشی، پخش پیام‌های تبلیغاتی و راه‌اندازی کمپین‌های محیط‌زیستی بوده‌اند که در نهایت منجر به تغییر نگرش بسیاری از مردم به مصرف انرژی شده است. وی افزود : به موضوع چالش‌ها و راهکارها اشاره کرد :با وجود تغییرات مثبت در نگرش مردم به مصرف بهینه انرژی، همچنان برخی چالش‌ها وجود دارد که مانع از تحقق کامل این هدف می‌شود. یکی از این چالش‌ها، وابستگی زیاد مردم به استفاده از گاز برای گرمایش منازل و عدم استفاده از سیستم‌های گرمایشی متنوع است. بسیاری از مردم هنوز به دلیل قیمت پایین گاز و عدم آگاهی از تکنولوژی‌های نوین، به استفاده از گاز به عنوان تنها منبع گرمایش خود ادامه می‌دهند. سلیمیان افزود :برای حل این مشکل، نیاز به تقویت حمایت‌های دولتی و تسهیلات ویژه برای نصب تجهیزات بهینه‌تر و جایگزینی سیستم‌های گرمایشی قدیمی با سیستم‌های نوین و کم‌مصرف وجود دارد. علاوه بر این، باید توجه بیشتری به فرهنگ‌سازی و آموزش‌های عملی درباره اهمیت استفاده صحیح از گاز طبیعی و کاهش هدررفت آن صورت گیرد.

آغاز پایش تصویری طرح زوج و فرد خودروها در کرمانشاه

شهردار: به نصب ۱۸۱ دوربین ترافیکی در کرمانشاه نیاز داریم

کرمانشاه – خبرنگار فرصت امروز: شهردار کرمانشاه با تاکید برلزوم هوشمندسازی کنترل ترافیک کرمانشاه، گفت:به نصب ۱۸۱ دوربین ترافیکی در سطح شهر کرمانشاه نیاز داریم.

نادر نوروزی در مراسم آغاز پروژه نصب و راه اندازی سیستم مکانیزه طرح زوج و فرد خودروها در کرمانشاه، با اشاره به لزوم ارتقاء فرهنگ ترافیکی مردم، گفت: به این منظور چندی پیش اولین مدرسه ترافیک کشور را درکرمانشاه راه‌اندازی کردیم تا ازسنین پایین آموزش‌های لازم رابه کودکان ونوجوانان ارائه دهیم.

وی ادامه داد: درکنار آموزش و ارتقاء فرهنگ ترافیکی،باید با استفاده ازفناوری و هوشمندسازی به کنترل ترافیک هم کمک کنیم که استفاده ازدوربین‌های کنترل ترافیک درهمین راستا صورت می‌گیرد.

نوروزی با بیان اینکه تجهیز شهر کرمانشاه به ۱۸۱ دوربین کنترل ترافیک دردستورکارقرار گرفته، گفت:در فاز اول کار نصب ۴۵ دوربین آغاز شده است.

وی ادامه داد: درکنار این اقدامات، به منظور افزایش سهم حمل و نقل عمومی از سفرهای درون شهری که نهایتا به کاهش بار ترافیک منجر خواهد شد، اقداماتی نظیر احداث قطار شهری، افزایش اتوبوس‌های ناوگان حمل و

نقل عمومی وتکمیل ناوگان اتوبوسرانی درحال انجام است.

شهردار کرمانشاه گفت:همه این اقدامات قطعات پازلی است که با تکمیل آن شاهد ارتقاء فرهنگ ترافیکی، کاهش زمان سفر، کاهش هزینه سفر و کاهش تصادفات خواهیم بود. وی افزود: البته این هدف زمانی محقق خواهد شد که همه دستگاه‌های مربوطه پای کار بیایند و از آن مهمتر مشارکت شهروندان را داشته باشیم که با رعایت قوانین راهنمایی و رانندگی در این مسیرگام بردارند.

افشین لرزنگنه معاون حمل و نقل و ترافیک شهرداری کرمانشاه هم در این مراسم با بیان اینکه باید به سمت شهر هوشمند حرکت کنیم، گفت: یکی ازبخش‌های شهرهوشمند، کنترل هوشمند ترافیک سطح شهر واستفاده از فناوری دراین حوزه است. وی ادامه داد: براساس برآوردی که صورت گرفته برای هر پنج هزار نفر جمعیت باید یک دوربین کنترل ترافیکی داشته باشیم که براین اساس درشهر کرمانشاه به حدود ۲۰۰ دوربین نیاز است.

لرزنگنه ادامه داد: در حال حاضر ۴۴ دوربین کنترل ترافیک در شهرکرمانشاه داریم که امروزهم نصب ۴۵ دوربین دیگر آغاز می شود و امیدواریم در آینده نه چندان دوربه اهداف ترسیم شده در این حوزه (نصب ۱۸۱ دوربین) برسیم.

براساس طرح پایش تصویری، اجرای طرح زوج و فرد در هسته مرکزی شهر کرمانشاه با نصب دوربین‌های پلاک خوان مکانیزه خواهد شد.

در حال حاضر طرح زوج و فرد تردد خودروها در کرمانشاه در سه مسیر میدان آزادی تا ابتدای خیابان شورا، تقاطع جلیلی تا انتهای خیابان شورا وتقاطع کارگر تا میدان فاطمیه، از ساعت ۱۵ تا ۲۰ (به استثنای روزهای تعطیل و جمعه‌ها) اجرا می‌شود.

با همکاری مشترک شرکت گاز و آموزش و پرورش عملیاتی شد؛

اجرای طرح ملی همیار گاز در آذربایجان شرقی

فرصت امروز – ماهان فلاح: شرکت گاز و آموزش و پرورش استان آذربایجان شرقی در راستای اجرای طرح ملی همیار گاز و آموزش دانش آموزان و جلب مشارکت معلمان در حوزه مصرف بهینه و ایمن از گاز طبیعی تفاهم نامه همکاری امضاء کردند. سرپرست شرکت گاز آذربایجان شرقی در این نشست مشترک ضمن ارائه گزارشی از روند گازرسانی در استان گفت: هم اکنون ۱۰۰ درصد شهرها و ۹۹۲ درصد روستاهای استان از نعمت گاز طبیعی بهره مند بوده و علاوه بر این بهره مندی مشترک خانگی شمار زیادی از بخش های صنعتی و عمده نیز گازدار هستند. فیروز خدائی با اشاره به توزیع مستمر گاز و بهره مندی همگانی از آسایش و رفاه اجتماعی افزود: گاز نعمتی است که در کشور ما با کمترین هزینه به دست مشترکین رسیده و ضرورت دارد با ارتقای فرهنگ مصرف بهینه در جامعه قدردان این نعمت بزرگ الهی باشیم. وی از همکاری صمیمانه آموزش و پرورش در بحث فرهنگ سازی و آموزش دانش آموزان برای حفظ سرمایه ملی کشور تقدیر و اظهار کرد: دانش آموزان نسل آینده و صاحبان اصلی منابع انرژی هستند و ضرورت دارد با تبیین اینکه منابع گاز همیشگی نیست و رو به اتمام خواهد بود در فرهنگ سازی

مصرف بهینه و ایمن از گاز در بین دانش آموزان تلاش کنیم. سرپرست شرکت گاز استان با اشاره به تجربه های موفق و مشترک شرکت گاز و آموزش و پرورش در فرهنگ سازی و ارتقای آگاهی دانش آموزان تصریح کرد: برگزاری اردوهای راهیان پیشرفت که نقش مهمی در آشنایی دانش آموزان با نحوه تولید و توزیع گاز داشته و همچنین برگزاری دوره های موفق آموزشی برای معلمین و نمایش های ایمنی و مصرف بهینه در مدارس از برنامه های مشترک این دو سازمان در حوزه فرهنگ سازی بوده است. مدیرکل آموزش و پرورش آذربایجان شرقی نیز در این نشست مشترک به اهمیت بحث فرهنگ سازی مصرف بهینه در بین دانش آموزان اشاره کرد و گفت: با نگاهی به فلسفه اعتقادی اسلام هدف از آموزش تربیت شهروندی مسئول در قبال خدا خلق خلقت و خود بوده و مهم ترین راه تربیت فرهنگ سازی و مهم ترین محل و مرجع برای کار فرهنگی مدارس است. سعادتی ضمن اعلام آمادگی کامل آموزش و پرورش استان برای همراهی در بحث همیار گاز اظهار امیدواری کرد با آموزش و ارتقای فرهنگ مصرف بهینه بین دانش آموزان زمینه تحقق اهداف این طرح فراهم خواهد شد. لازم به ذکر است در این نشست مشترک، جزئیات طرح بهینه سازی تأسیسات گاز و نصب بخاری هرمتیک در مدارس استان بررسی شده و در پایان نیز مدیرکل آموزش و پرورش استان با اهدای لوح از سرپرست شرکت گاز آذربایجان شرقی تقدیر کرد.

اخبار

آغاز عملیات احداث بزرگ‌ترین پارک آبی غرب کشور در همدان

همدان – محبوبه یادگاری : عملیات احداث بزرگ‌ترین و به‌روزترین پارک آبی غرب کشور با سرمایه‌گذاری ۴۰۰ میلیارد تومان در همدان آغاز شد. آئین کلنگ‌زنی بزرگ‌ترین و به‌روزترین پارک آبی غرب کشور با حضور حمید ملانوری؛ استاندار همدان، عباس صوفی؛ نماینده مردم همدان و فامنین در مجلس شورای اسلامی، محمود مسگریان؛ رئیس شورای اسلامی شهر همدان، سید مسعود حسینی؛ شهردار همدان، دیگر اعضای شورای اسلامی و مدیران استان و شهر همدان در کوی پردیسان برگزار شد. این پروژه به همت شهرداری منطقه سه و با اعتبار ۴۰۰ میلیارد تومان توسط شرکت آذین بنای غرب به عنوان پیمانکار و بخش خصوصی در مدت ۳۶ ماه اجرایی خواهد شد. سیدمسعود حسینی با اشاره به نگاه زیرساختی در پروژه‌ها گفت: اصلی‌ترین موضوع ما در حوزه مدیریت شهری و طبق سیاست‌گذاری این دوره شهرداری و شورای اسلامی شهر، گردشگری و سرمایه‌گذاری بوده است. شهردار همدان حلقه مفقوده شهر را سرمایه‌گذاری دانست و افزود: اگر سرمایه‌گذاری با موضوع گردشگری تلفیق شود نجات‌بخش خواهد بود و رویکرد توسعه‌ای را در شهر خواهیم داشت. وی با بیان اینکه از دوره‌های قبل خیلی‌ها دغدغه توسعه همدان را داشته‌اند و زحماتی هم متحمل شده‌اند ادامه داد: در این راه طولانی که در پیش بوده، قدم‌های خوبی برداشته شده و امیدواریم با مدیریت استاندار که نگاه ویژه به سرمایه‌گذاری دارد و با همدلی بین مسؤولان، زیرساخت‌های لازم را برای توسعه آماده کنیم. حسینی با بیان اینکه پروژه موج‌های آبی مطالبه مردم همدان بود و جای خالی آن در این شهر احساس می‌شد خاطرنشان کرد: خوشبختانه امروز شاهد آئین کلنگ‌زنی این پروژه در مجموعه موسوم به پارک ۳۶ هکتاری هستیم. وی با بیان اینکه با نگاه توسعه‌ای بخشی از این فضای موجود به پروژه پارک آبی اختصاص یافت گفت: در حال حاضر بالغ بر ۲۰ هزار میلیارد پروژه در شهر همدان وجود دارد که می‌توان به ابرپروژه قانطور که ۵۰ هکتار را تعیین تکلیف می‌کند و بازار خودرو که شکل گرفته و بازار فروش موتورسیکلت و لوازم یدکی در آن تعریف شده، اشاره داشت. شهردار همدان یادآور شد: در حوزه مسکن طبق ضوابط خاص نیز اقداماتی صورت گرفته و کار شرکت سرمایه‌گذار خارجی ترکیه‌ای از دوره قبل انجام شده و امروز امیدواریم مشکلات آن حل شود و طبق تفاهم‌نامه‌ای شاهد کلنگ‌زنی این پروژه باشیم. وی با بیان اینکه طبق قراردادی که با اداره راه و شهرسازی داشتیم سرمایه‌گذاری ویژه‌ای در حوزه مسکن در زمین ۱۱۸ هکتاری خواهیم داشت گفت: امیدواریم در این راستا مسکن ایرانی و اسلامی با کیفیت بالا اجرا شود. حسینی با اشاره به اجرای پروژه باغ پرندگان در منطقه سه همدان تأکید کرد: این منطقه ظرفیت خوبی برای سرمایه‌گذاری دارد و باید قدردان تلاش مدیر و عوامل این منطقه بود. وی با بیان اینکه این پروژه‌ها نمونه‌ای از پروژه‌های خوبی است که در همدان داریم و امیدواریم با بهره‌برداری از آن شاهد رضایت و بهره‌مندی مردم باشیم افزود: پروژه پارک آبی نیز به همت بخش خصوصی در حال انجام است که امیدواریم بخش خصوصی پای کار بیاید که این پروژه حامل این پیام است که در شهر فرصت‌های سرمایه‌گذاری مهیاست.

مدیرعامل هلدینگ شرکت هپکو :

هپکو با توسعه نیروگاه‌های تجدیدپذیر پیشران صنایع استان مرکزی خواهد بود

اراک– فرناز امیدی: مدیرعامل هلدینگ هپکو با اشاره به ضرورت توجه و استفاده از انرژی‌های تجدیدپذیر گفت: شرکت هپکو با توسعه نیروگاه‌های تجدیدپذیر در تامین انرژی پاک و پایدار پیشران صنایع استان مرکزی خواهد بود. حسین قربانی در سمینار انرژی‌های تجدید پذیر که با حضور میرزاخانی معاون هماهنگی امور اقتصادی استاندار مرکزی، مدیران صنایع و فعالان حوزه انرژی‌های تجدیدپذیر استان مرکزی به میزبانی شرکت هپکو برگزار شد، بیان کرد: در شرایط کنونی کشور با بحران برق و انرژی روبرو است که حتی نیازی به توضیح در این راستا وجود ندارد. وی تصریح کرد: شرکت هپکو امروز میزبان جمعی از نخبگان و فعالین عرصه انرژی‌های تجدیدپذیر است تا تصمیماتی خوب برای تامین انرژی در کشور و استان مرکزی رقم بزنیم. قربانی با تاکید بر اینکه امیداست که این جمع امروز اتفاق بزرگی را برای آینده کشور رقم بزند و تصمیماتی خوبی برای توسعه انرژی‌های تجدیدپذیر در صنعت کشور و استان مرکزی اتخاذ کند، افزود: شرکت هپکو با شعار تولید پایدار در کلاس جهانی قطعا نیازمند انرژی پایدار است که در این راستا با توجه به ناترازی انرژی در کشور، راهکاری جز حرکت به سمت انرژی‌های تجدیدپذیر ندارد. مدیرعامل هلدینگ هپکو اظهار کرد: با توجه به موقعیت جغرافیایی و ساختار سالن‌ها و سوله‌های تولید هپکو، قطعا می‌توان بخشی از نیاز این صنعت بزرگ به برق و انرژی را از طریق نیروگاه‌های تجدیدپذیر تامین کرد و تلاش خواهد شد که هپکو در این عرصه پیشران و پیش قراول صنایع بزرگ استان مرکزی باشد. در این نشست مهندس پرنده مطلق معاون فنی و استاندارد سازمان انرژی‌های تجدیدپذیر و بهره‌وری انرژی برق گزارشی از خط اعتباری چین و توافقات با بانک مرکزی، وزارت اقتصاد و صمت ارائه کرد. مددی رییس هیات مدیره انجمن انرژی‌های تجدیدپذیر ایران؛ آخرین وضعیت قوانین و الزامات در حوزه تجدیدپذیر و مهندس حق پرست مدیرعامل شرکت توسعه انرژی خلیج فارس نیز وضعیت انرژی خورشیدی در ایران و جهان را برای حاضرین تشریح کرد. در ادامه این نشست سه ساعته به میزبانی شرکت هپکو، ملاحظات تامین تجهیزات در زنجیره تامین احداث نیروگاه‌های خورشیدی توسط مهندس سیفی مدیرعامل شرکت مهندسی فکور بین‌الملل تهران(فیتکو) و معرفی مدل‌های مالی خورشیدی توسط مهندس مخدومی مدیرعامل شرکت آرین ماهتاب گستر ارائه شد. محمدی پور مدیر اجرایی گروه اقتصاد بیدار به معرفی ابزارهای تامین مالی جهت احداث نیروگاه‌های تجدید پذیر و دکتر عاروان قائم مقام شرکت فیتکو به معرفی بسته‌های سازه قابل تولید توسط شرکت هپکو پرداخت. نکویی معاون شرکت توزیع نیروی برق استان مرکزی نیز در این نشست گزارشی از وضعیت طرح‌های خورشیدی اجرا شده و در دست اجرا در استان ارائه کرد.

توسط شرکت نفت و گاز کارون انجام شد:

عملیات ایمن سازی و تعویض شیر آلات تاج چاه ۲۶۹ در مجاورت فرودگاه اهواز و جاده کمربندی شیبان

اهواز – شبنم قجاوند: مدیر امور فنی شرکت نفت و گاز کارون از انجام موفقیت آمیز عملیات ایمن سازی و تعویض شیرآلات تاج چاه ۲۶۹ اهواز در مجاورت فرودگاه بین المللی اهواز و جاده کمربندی شیبان بدون حضور دکل خبر داد. مهندس عباس ویسی در تشریح خبر فوق اظهار داشت: بدنبال بروز اشکال در شیر آلات تاج چاه شماره ۲۶۹ اهواز در شرکت بهره برداری نفت و گاز کارون و عدم امکان تولید از آن در شرایط ایمن با بهره دهی ۲۳۰۰ بشکه در روز،با انجام بررسی‌های میدانی و برگزاری جلسه تخصصی با ادارات ذیربط،موضوع تعویض شیرآلات معیوب بدون حضور دکل و با رعایت فاکتورهای ایمنی کشتن چاه و نصب مجرابند درون لوله مغزی در دستور کار قرار گرفت. وی افزود: پس از تدارک امکانات و تجهیزات لازم از قبیل پمپ تراک،دستگاه لوله مغزی سیار،نیتروژن،پمپ نیتروژن،آب نمک،شیر آلات مورد نیاز و حضور گروه‌های عملیاتی و آتش نشانی در محل چاه،عملیات تزریق سیال آب نمک و نصب دو عدد مجرابند در رشته تکمیلی چاه انجام شد و با پایش وضعیت فشار سر چاهی و حصول اطمینان از عدم رشد فشار بسته،تاج چاه برداشته و کلیه شیرآلات معیوب با موفقیت تعویض شدند.در ادامه چاه با تزریق نیتروژن احیاء و در مدار تولید قرار گرفت. مدیر امور فنی شرکت بهره برداری نفت و گاز کارون با قدردانی از تلاش گروه‌های عملیاتی و پشتیبانی در تحقق این موفقیت،گفت:قرار داشتن این چاه در مجاورت دیوار فرودگاه بین المللی اهواز و جاده کمربندی شیبان اهمیت این عملیات را دو چندان می کند که اجرای موفق و ایمن عملیات صورت گرفته علیرغم وجود خطرات بالقوه و وضعیت ناایمن چاه،منجر به صرفه جویی در هزینه‌ها ،جلوگیری از انجام عملیات تعمیر چاه توسط دکل و توقف تولید چاه با بهره دهی ۲۳۰۰ بشکه نفت روزانه گردید.

معاون اجتماعی سازمان فرهنگی، اجتماعی و ورزشی شهرداری اراک :

شهرداری درصدد احداث کارگاه توانمندسازی در محل گرمخانه اراک

اراک– فرناز امیدی: معاون اجتماعی سازمان فرهنگی، اجتماعی و ورزشی شهرداری اراک گفت: گرمخانه آقایان شهرداری اراک از ۱۵ مهرماه با ظرفیت ۲۰ نفر در حال فعالیت است. مهدی صالحی با بیان اینکه گرمخانه شهرداری اراک از سال ۹۴ در فصل‌های سرد سال فعالیت داشته است، اظهار کرد: این گرمخانه از ساعت ۱۹ تا ۲۳ پذیرش مراجعین را انجام می‌دهد و افراد بعد از دریافت اقلام بهداشتی، لباس خواب و یک وعده غذای گرم رایگان تا ساعت ۸ صبح فردا در گرمخانه استرا

روابط عمومی فعال؛ گذر از الگوهای انفعالی!

نویسنده: علی آل‌علی

چند وقتی هست که مشـــتریان دیگر تمایلی به ارتباط با برندهای ســـاکت و بی‌حرکت ندارنـــد. برندهایی که تنها در گوشه‌ای نشسته‌اند و منتظرند تا مشتری‌ها سراغ‌شان بیایند، در دنیای پرتلاطم امروزی کم کم از ذهن‌ها محو می‌شـــوند. مشتریان عصر دیجیتال به دنبال برندهایی هستند که نه تنها محصولات و خدماتی قابل اعتماد ارائه می‌دهند، بلکه همیشه در جریان امور و در کنار مشتریان‌شان قرار دارند. اینجا است که مفهـــوم روابط عمومی فعال یـــا «Proactive PR» به میدان می‌آید. مفهومی که بـــه برندها اجازه می‌دهد قبل از آنکه مشتریان سوالی بپرسند یا نگرانی‌ای به ذهن‌شان خطور کند، پاسخ‌ها و راه حل‌های مناسبی در دسترس داشته باشند.

روابـــط عمومی فعال به برندها این قدرت را می‌دهد که نه تنها در مواقع بحرانی، بلکه در روزهای عادی نیز با مشتریان خـــود در تعامل باشـــند. این تعامل مـــداوم و هدفمند باعث می‌شـــود برندها بتوانند از طریق ایجاد محتوای ارزشمند در ذهن و قلب مشـــتریان خود جایگاه ویژه‌ای به دســـت آورند. به طور مثال، برندهایی که به شـــیوه‌ای فعال در رســـانه‌ها و شـــبکه‌های اجتماعی حضور دارند، بیشتر از برندهای منفعل در ذهن مشـــتریان به عنوان برندهایـــی پرانرژی و متعهد به یاد می‌مانند. این برندها نه تنها به پرســـش‌های مطرح شده در ذهن مشـــتریان پاسخ می‌دهند، بلکه خودشان موضوعات تازه‌ای برای بحث و گفت‌وگو پیشـــنهاد می‌کنند و به نوعی مشتریان را همیشه درگیر و علاقه‌مند نگه می‌دارند.

علاوه بر نکات بالا، روابط عمومی فعال نه تنها در تعامل با مشـــتریان بلکه در بهبود تصویر برند و افزایش ارزش آن نیز نقش بســـیار مهمی دارد. در عصری که همه چیز به سرعت در حال تغییر است و مشتریان به دنبال شفافیت و صداقت از برندها هستند، برندهایی که در تلاشند تا همیشه با مشتریان خود در ارتباط باشند، می‌توانند اعتماد و وفاداری بیشتری را جلب کنند. به این ترتیب، برندها با استفاده از استراتژی‌های روابـــط عمومی فعال نه تنها از رقبـــای خود جلوتر می‌افتند، بلکه به مخاطبان خود این احســـاس را می‌دهند که همیشه در دسترس هستند.

مـــا در ادامه قصد داریم به بررســـی مزایای روابط عمومی فعال پرداختـــه و خواهیم دید چگونه ایـــن روش به برندها کمک می‌کند تا ارتباطـــی قوی‌تر و موثرتر با مخاطبان خود برقرار کنند و جایگاهی ماندگار در ذهن آنها پیدا کنند. شما در ادامه اول از همه بـــا برخی از مزایای روابط عمومی فعال در مقایســـه با الگوهای انفعالی آشنا خواهید شد. سپس یک راهنمای عملی برای اجرای این استراتژی پیش روی‌تان قرار خواهـــد گرفت. پس با ما همراه باشـــید تا ماجراجویی‌مان را شروع کنیم.

مزایای روابط عمومی فعال

۱-تقویت اعتماد و ایجاد ارتباط پایدار

اعتماد همان چیزی است که هر برندی به دنبال آن است و روابـــط عمومی فعال یکی از موثرتریـــن راه‌ها برای ایجاد و تقویت این اعتماد است. وقتی مشتریان حس کنند که برند به صورت مداوم با آنها در ارتباط است و از آنها حمایت می‌کند، اعتمادشان به برند به شکل قابل توجهی افزایش می‌یابد. این رابطه پایدار باعث می‌شود که مشتریان نه تنها محصولات یا خدمات برند را بپذیرند، بلکه با آن احساس نزدیکی و ارتباط کنند.

بـــه عنوان نمونه، برندی که به صورت منظم با مشـــتریان خود ارتباط برقرار می‌کند و به ســـوالات آنها پاسخ می‌دهد، به آنها این احساس را می‌دهد که همیشه در کنارشان است. این ارتباط مداوم نه تنها اعتماد مشـــتریان را به برند افزایش می‌دهد، بلکه باعث می‌شود که آنها به عنوان یک برند حامی و همراه به آن نگاه کنند. در نتیجه، مشتریان به راحتی به این برند وفادار می‌مانند و حتی آن را به دیگران توصیه می‌کنند.

به زبـــان خودمانی، روابط عمومی فعال مانند پلی اســـت که میان برند و مشـــتریان برقرار می‌شـــود و ارتباطی عمیق و مانـــدگار را ایجاد می‌کند. برندهایی که به این روش ارتباط خـــود را مدیریت می‌کننـــد، می‌توانند از مزایـــای اعتماد و وفـــاداری بلندمدت مشـــتریان بهره‌مند شـــوند و به عنوان نام‌هایی محبوب و معتبر در بازار شناخته شوند. این اعتماد و ارتباط پایدار همچنین به برندها کمک می‌کند که در مواقع بحرانی و چالش‌برانگیز، با حمایت مشتریان خود روبه‌رو شوند.

مشـــتریانی که به برند اعتماد دارند و احســـاس می‌کنند که همیشـــه مورد توجه برند هســـتند، در لحظات سخت نیز به حمایـــت از آن برند خواهند پرداخـــت و به جای ترک آن، از برند خود دفاع خواهند کرد.

پیشگیری از بحران‌ها و مشکلات احتمالی

یکی از مزایـــای بزرگ روابط عمومی فعال پیشـــگیری از بحران‌ها و مشـــکلات احتمالی است. در دنیایی که اطلاعات با ســـرعت بالا منتشر می‌شود و شایعات به سرعت می‌توانند تصویر برند را تخریب کنند، حضور فعال و پاسخگویی سریع برندها بســـیار اهمیت دارد. زمانی که برندها به صورت فعال با مخاطبان در ارتباط هســـتند و اطلاعـــات لازم را به موقع ارائه می‌دهند، احتمال بروز سوءتفاهم‌ها و بحران‌های ناگهانی کاهش می‌یابد.

اجازه دهید ســـراغ یک سناریوی جذاب برویم. اگر برندی کـــه در حوزه لوازم خانگی فعالیـــت می‌کند به صورت منظم اطلاعاتی از محصولات خود و ویژگی‌های آنها منتشـــر کند، مشتریان اطلاعات کافی درباره این محصولات خواهند داشت و سوالات و نگرانی‌های احتمالی به موقع پاسخ داده می‌شود. این رویکرد باعث می‌شود که مشتریان در مواجهه با مشکلات احتمالی، به راحتی بتوانند به اطلاعات موجود مراجعه کرده و راه حل مناســـب را پیدا کنند. این پیشگیری از بحران‌ها به برندها این امکان را می‌دهـــد که بدون ایجاد ترس و نگرانی در میان مشـــتریان، به طور مداوم بر روی بهبود محصولات و خدمات خود کار کنند. به این ترتیب، برندها می‌توانند بدون نیاز به مقابله با بحران‌های پی در پی، به صورت موثرتری در بازار حضور داشته باشند و اعتبار خود را حفظ کنند.

در شـــرایطی که برندها به طور مداوم با اطلاعات دقیق و شفاف در دســـترس مشتریان باشند، احتمال بروز شایعات و اطلاعات نادرســـت نیز کاهش می‌یابد. این موضوع به برندها کمـــک می‌کند تا تصویر مثبت و قدرتمندی از خود در ذهن مشتریان ایجاد کنند و از بحران‌های احتمالی جلوگیری کنند.

افزایش تعامل و شناخت بهتر از مخاطبان

یکـــی از نکات کلیـــدی در روابط عمومی فعـــال افزایش تعامل با مخاطبان و شناخت دقیق‌تر از نیازها و خواسته‌های آنهاست. این تعامل مداوم با مشتریان باعث می‌شود که برندها بتوانند بهتر از نیازها و عادات مصرف‌کنندگان خود آگاه شوند و به این ترتیب، استراتژی‌های بازاریابی و روابط عمومی خود را به شکلی دقیق تر و هدفمندتر طراحی کنند.

برندهایـــی که به طـــور منظم در شـــبکه‌های اجتماعی با مخاطبان خود در ارتباط هســـتند و به ســـوالات و نیازهای آنها پاســـخ می‌دهند، به راحتی می‌توانند نقاط قوت و ضعف محصولات خود را شناســـایی کنند و براساس این اطلاعات، بهبودهـــای لازم را اعمال کنند. این تعامل با مشـــتریان به برندها امکان می‌دهد که نه تنها محصولات بهتری ارائه دهند، بلکه به عنوان یک برند مردمی و حامی نیز شناخته شوند.

افزایش تعامـــل با مخاطبان همچنین به برندها این امکان را می‌دهـــد که ارتباطی نزدیک‌تر و شـــخصی‌تر با آنها برقرار کنند و مشتریان را به بخشـــی از داستان برند تبدیل کنند. این ارتباط نزدیک با مخاطبان باعث می‌شود که آنها به برند وفادارتر شوند و حتی در مواقع رقابت، به جای برندهای دیگر، به برند خودشان وفادار بمانند. این شناخت دقیق از مخاطبان بـــه برندها کمک می‌کند که به طـــور هدفمندتر و با تمرکز بیشتری تبلیغات و پیام‌های خود را به مخاطبان ارائه دهند. به این ترتیب، برندها می‌توانند از منابع خود به شکلی بهینه‌تر اســـتفاده کنند و تاثیرگذاری بیشتری در تبلیغات و بازاریابی خود داشته باشند.

بهبود تصویر برند

برندهایی که به طور فعال در رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی حضور دارند و همیشه به روز و در دسترس هستند، در ذهن مشـــتریان به عنـــوان برندهایی معتبر و حرفه‌ای شـــناخته می‌شوند. روابط عمومی فعال به برندها این امکان را می‌دهد کـــه خود را به عنوان نامی قابل اعتمـــاد و حرفه‌ای در ذهن مخاطبـــان معرفی کنند و به مـــرور زمان، جایـــگاه قوی و مستحکمی در ذهن آنها پیدا کنند.

مثلا برندهایی که بـــه طور منظم اخبار و مقالات جدیدی دربـــاره محصـــولات و خدمات خـــود منتشـــر می‌کنند و با مخاطبان خود در ارتباط هستند، در ذهن مشتریان به عنوان برندهایی پویا و به روز شـــناخته می‌شوند. این برندها نه تنها اعتبار خود را در ذهن مشتریان افزایش می‌دهند، بلکه باعث می‌شوند که مشتریان به آنها به عنوان مرجعی معتبر و قابل اعتماد نگاه کنند.

چنین تصویر مثبتی از برند به مرور زمان باعث می‌شود که مشتریان در مواجهه با گزینه‌های مختلف، به راحتی به برند خودشـــان وفادار بمانند و به جـــای خرید از رقبا، محصولات و خدمـــات این برند را انتخـــاب کنند. این جایـــگاه قوی و ماندگار در ذهن مشـــتریان باعث می‌شود که برند به راحتی از رقبا پیشـــی بگیرد و به عنوان یک نـــام معتبر و حرفه‌ای در بازار شـــناخته شود. این جایگاه قوی در ذهن مشتریان به برندهـــا این امکان را می‌دهد که به راحتی بازارهای جدیدی را کشـــف کنند و بدون نیاز به تبلیغات گســـترده، مشتریان جدیدی به دســـت آورند. این اعتماد و جایگاه قوی، یکی از مزایای بلندمدت روابط عمومی فعال است که به برندها کمک می‌کند تا به عنوان نام‌هایی معتبر و حرفه‌ای در بازار شناخته شوند و ارتباطی پایدار و مثبت با مشتریان خود برقرار کنند.

شیوه‌های اجرای روابط عمومی فعال در عمل

حالا به بخش هیجان‌انگیز ماجرا رســـیدیم. جایی که باید آستین‌ها را بالا زده و اقدامات موثری برای اجرای استراتژی روابط عمومی فعال داشته باشید. خب ما تا اینجا فقط مزایای این فرآیند را مرور کردیم. نوبتی هم باشـــد، باید سراغ اصل ماجرا رفت. پس با ما همراه باشـــید تا آخرین بخش مقاله را هم به خوبی مرور کنیم.

پیش‌بینی سوالات و دغدغه‌های احتمالی مشتریان

یکی از اصول اساســـی در روابـــط عمومی فعال پیش‌بینی سوالات و دغدغه‌های احتمالی مشـــتریان است. برندها باید قبل از اینکه مشتریان با سوال یا نگرانی مواجه شوند، پاسخ‌ها و راه حل‌های مناســـب را آماده داشته باشند. این پیش‌بینی به مشتریان حس اهمیت و احترام می‌دهد و برند را به عنوان مرجعـــی آگاه و توجه‌کننده در ذهن آنها جـــا می‌اندازد. در حقیقت، روابط عمومی فعال با پیش‌بینی نیازهای مخاطبان، نه تنها رضایت آنها را جلب می‌کند، بلکه از بروز مشـــکلات احتمالی نیز پیشگیری می‌کند.

مثلا برندهای تکنولـــوژی که محصولات پیچیده‌ای عرضه می‌کنند، می‌توانند با انتشـــار ویدئوها و محتوای آموزشـــی به مشـــتریان خود کمـــک کنند تا از عملکرد دســـتگاه‌ها و قابلیت‌هـــای آنها مطلع شـــوند. این محتوای آموزشـــی به مشـــتریان این امکان را می‌دهد که بدون نیاز به پرســـیدن سوال، خودشان راهنمایی بگیرند و تجربه بهتری از محصول داشـــته باشـــند. برندهایی که این رویکرد را دنبال می‌کنند، عملاً خود را به عنوان یک همراه و مشـــاور مشـــتری معرفی می‌کنند، نه صرفا یک فروشنده محصول.

پیش‌بینی سوالات مشـــتریان می‌تواند در قالب بخش‌های پرســـش و پاســـخ (FAQ)، بلاگ‌ها، ویدئوهای آموزشی یا حتی اپلیکیشن‌های راهنما باشـــد. هر چقدر برند بتواند در ایـــن زمینه دقیق‌تر و کامل‌تر عمل کند، احســـاس اعتماد و اطمینان بیشـــتری در مخاطب ایجاد می‌کند. این پیش‌بینی نه تنها در ایجاد رضایت مشـــتریان موثر است، بلکه از تعداد درخواســـت‌ها و سوالات مکرر به پشتیبانی نیز می‌کاهد و در نتیجه هزینه‌های پشتیبانی را کاهش می‌دهد.

پاسخگویی به ســـوالات احتمالی قبل از بروز آنها، به طور غیرمســـتقیم به مشتریان این پیام را منتقل می‌کند که برند به نیازهای آنها توجه داشـــته و به عنوان یک منبع حمایتگر همیشه حاضر است. این استراتژی، برند را به شکلی طبیعی در ذهن مشتریان ماندگار می‌کند و تصویر مثبتی از برند در ذهن مخاطبان برجای می‌گذارد.

ایجاد تعاملات مداوم و فعال با مخاطبان

تعامل مستمر با مخاطبان، اصلی‌ترین جزء روابط عمومی فعال اســـت. برندهایی که به طور پیوســـته با مشتریان خود در ارتباط هســـتند و به نیازها و سوالات آنها توجه می‌کنند، بـــه مرور زمان اعتماد و وفاداری بیشـــتری از مخاطبان خود جلب می‌کنند. شـــبکه‌های اجتماعی، بســـتر ایده آلی برای ایجاد این ارتباطات فعال و مداوم هستند. حضور روزانه برندها در شـــبکه‌های اجتماعی و پاســـخگویی به نظرات و سوالات کاربران، تاثیر عمیقی در ذهن مخاطبان ایجاد می‌کند.

برندهای فشن و زیبایی که به طور مداوم با دنبال‌کنندگان خود در اینســـتاگرام یا ایکس در ارتباطنـــد، نه تنها فرصت شـــنیدن نظرات مشـــتریان را پیدا می‌کنند، بلکه می‌توانند به صـــورت روزانه محتوای جذاب و متنـــوع ارائه دهند. این محتوا می‌تواند از اطلاع‌رسانی محصولات جدید تا ارائه نکات تخصصی و ترندهای روز باشـــد. ارتباطات روزانه با مخاطبان، بـــه آنها این احســـاس را می‌دهد که برند همیشـــه حاضر و پاسخگوست.

تعاملات مـــداوم می‌توانند به صورت کمپین‌های ســـوال و جواب، نظرسنجی‌ها و حتی مســـابقات آنلاین باشند. این فعالیت‌ها به مشتریان این امکان را می‌دهد که با برند تعاملٍ داشـــته باشند و احســـاس کنند نظرات و نیازهای‌شان واقعاً برای برند ارزشـــمند است. در نتیجه این تعاملات، مخاطبان به شکلی طبیعی به حامیان برند تبدیل می‌شوند و با دیگران نیز از تجربه خوب خود صحبت می‌کنند. ایجاد ارتباط مداوم با مخاطبـــان همچنین به برندها این امـــکان را می‌دهد که شـــناخت بهتری از نیازها و علایق مشتریان پیدا کنند. این شناخت به برند کمک می‌کند تا محصولات و خدمات خود را به شکلی دقیق‌تر و مطابق با نیازهای مشتریان طراحی کند. به این ترتیب، تعاملات مداوم علاوه بر ایجاد حس اعتماد، به عنوان منبعی ارزشـــمند از اطلاعات و بازخوردهای مخاطبان نیز عمل می‌کنند.

ارائه اطلاعات شفاف و به‌روز

یکی از اصول طلایی در روابط عمومی فعال ارائه اطلاعات شفاف و به روز به مخاطبان است. در دنیای امروز، مخاطبان از برندها انتظار شـــفافیت و صداقت دارند و هرگونه اطلاعات مبهم و نادرست می‌تواند به راحتی به اعتماد مشتریان آسیب بزنـــد. به همین دلیل، برندهایی که به طور منظم و شـــفاف درباره محصولات، خدمات و فعالیت‌های خود اطلاع‌رســـانی می‌کنند، در ذهن مشتریان به عنوان برندهای قابل اعتماد و معتبر شناخته می‌شوند.

به عنوان مثال، برندهایی که در صنعت مواد غذایی فعالیت می‌کننـــد، می‌توانند اطلاعات دقیقی از ترکیبات و مواد اولیه محصولات خود ارائه دهند و حتی منبع آنها را مشخص کنند. این شفافیت در اطلاعات به مشتریان این اطمینان را می‌دهد که برند به سلامتی و رفـــاه آنها اهمیت می‌دهد و به صورت شفاف تمام جزییات را در اختیارشان قرار می‌دهد. این اقدام برند را به منبعی قابل اعتماد تبدیل می‌کند و به مشتریان این حس را می‌دهد که برند به آنها احترام می‌گذارد.

شـــفافیت در ارائه اطلاعات می‌تواند در قالب گزارش‌های ســـالانه، اطلاعیه‌های رسمی و مقالات وب‌ســـایت برند نیز انجام شـــود. این نوع اطلاع‌رسانی‌ها نه تنها به افزایش اعتبار برند کمک می‌کنند، بلکه به مشتریان این امکان را می‌دهند که اطلاعات دقیقی از فعالیت‌های برند داشـــته باشـــند و به تصمیم‌گیری‌های بهتری درباره خرید محصولات یا خدمات دســـت بزنند. ارائه اطلاعات شـــفاف همچنین به برندها این امکان را می‌دهد که در مواقع بحرانی به ســـرعت به سوالات و نگرانی‌های مخاطبان پاسخ دهند. این پاسخگویی سریع و شفاف می‌تواند از بروز شایعات و اطلاعات نادرست جلوگیری کند و از برند در برابر مشکلات احتمالی محافظت کند. به این ترتیب، شـــفافیت در اطلاعات به عنوان یکی از اصول کلیدی در روابط عمومی فعال عمل می‌کند.

استفاده از بازخورد مخاطب

آیا تـــا حالا به حرف مشـــتریان یا درد و دل‌شـــان گوش کرده‌اید؟ یکی دیگر از شیوه‌های موثر در روابط عمومی فعال اســـتفاده از داده‌های بازخورد مخاطبان برای بهبود مستمر محصولات و خدمات اســـت. برندهـــا می‌توانند با جمع‌آوری و تحلیل بازخوردهای مشـــتریان، بـــه طور دقیق بفهمند که مشتریان چه نظری درباره محصولات دارند و چگونه می‌توانند آنها را بهبود بخشـــند. این نوع تحلیل بازخورد به برندها این امکان را می‌دهد که همیشه در حال بهبود و توسعه باشند و نیازهای واقعی مشتریان را در نظر بگیرند.

برندهای حوزه فنـــاوری می‌توانند از نظرات کاربران درباره نرم‌افزارهـــا و ویژگی‌های جدید خود بهره ببرند و براســـاس این بازخوردها، نســـخه‌های بهبودیافتـــه‌ای ارائه دهند. این فرآیند نه تنهـــا باعث ارتقای کیفیت محصولات می‌شـــود، بلکه به مشـــتریان این حـــس را می‌دهد که برند به نظرات و بازخوردهای آنها اهمیت می‌دهد و آنها را در فرآیند توســـعه محصولات مشارکت می‌دهد.

استفاده از بازخوردهای مشـــتریان به برندها این امکان را می‌دهد که مشـــکلات موجود را شناسایی کرده و به سرعت راه حل‌هایی برای آنها پیدا کنند. این فرآیند باعث می‌شـــود که برندها بتوانند به شکلی پویا و بهینه به نیازهای مخاطبان پاسخ دهند و به طور همزمان به بهبود تجربه مشتریان کمک کنند. این نـــوع تعامل و ارتباط مداوم بـــا مخاطبان، برند را در ذهن مشـــتریان به عنوان برندی پویـــا و همواره در حال بهبود معرفی می‌کند. اســـتفاده از داده‌های بازخورد می‌تواند به برندها کمک کند تا بهتر به نیازها و انتظارات مشـــتریان پاســـخ دهند و به طور مداوم خدمات خود را بهبود بخشند. این تعامل مداوم با مخاطبان باعث می‌شـــود که آنها به برند وفادارتر شـــوند و به جای انتخاب برندهـــای رقیب، به برند خودشان اعتماد بیشتری داشته باشند.

ارتباط مداوم با رسانه‌ها

برقراری ارتباط مداوم با رســـانه‌ها و ارائه اطلاعات خبری پدیده تازه‌ای نیســـت. برندهـــا می‌توانند با انتشـــار اخبار و اطلاعات جدید درباره محصولات، خدمات و فعالیت‌های خود، توجه رســـانه‌ها و مخاطبان را به خود جلب کنند و به عنوان منبعی معتبر و خبرساز در ذهن مخاطبان جایگاه پیدا کنند. این رویکرد باعث می‌شود که برند در زمان مناسب و به شکلی حرفه‌ای و منظم، در ذهن مخاطبان حضور داشـــته باشد و از دیده‌ها پنهان نماند.

برندهای حوزه مد و فشـــن می‌تواننـــد اخبار جدید درباره کلکسیون‌های جدید خود را به طور منظم به رسانه‌ها ارسال کننـــد و مخاطبان را از آخرین تغییرات و ترندهای برند خود مطلع ســـازند. این اطلاع‌رسانی‌های خبری باعث می‌شود که مخاطبان به شـــکلی مســـتمر از تغییرات برند آگاه باشند و همواره برند را به عنـــوان یک نام به روز و پویا در ذهن خود به یاد داشته باشند.

ارتباط با رسانه‌ها می‌تواند از طریق انتشار بیانیه‌های خبری، برگـــزاری کنفرانس های مطبوعاتی یا حتی رویدادهای ویژه انجام شـــود. این ارتباط مستمر با رسانه‌ها باعث می‌شود که برند بتواند به طور مســـتقیم و موثر با مخاطبان خود ارتباط برقرار کند و از قدرت رســـانه‌ها برای انتقـــال پیام‌های خود بهره‌برداری کند. ارتباط با رســـانه‌ها همچنین به برندها این امکان را می‌دهد که در زمان مناســـب و با انتشـــار اطلاعات دقیق، از بروز شایعات و اطلاعات نادرست جلوگیری کنند و تصویر مثبتی از خود در ذهن مخاطبان ایجاد کنند.

ایـــن نوع تعامل با رســـانه‌ها به برندها امـــکان می‌دهد که همواره در کانون توجه مخاطبان باشند و در مواقع بحران یا تغییرات مهم، به سرعت و با دقت اطلاعات لازم را در اختیار مخاطبان قرار دهند. این ارتباط با رسانه‌ها، علاوه بر اینکه به عنوان یکی از شیوه‌های روابط عمومی فعال عمل می‌کند، به برندها کمک می‌کند که ارتباطی مثبت و پایدار با مخاطبان خود ایجاد کنند و به شکلی ماندگار در ذهن آنها جای بگیرند

سخن پایانی

روابـــط عمومی فعال به برندها این امکان را می‌دهد که به طـــور مداوم و فعال با مخاطبان خود در ارتباط باشـــند و به نیازها و انتظارات آنها پاســـخ دهند. ایـــن نوع روابط عمومی نـــه تنها به تقویت اعتماد و ایجاد ارتباط پایدار با مشـــتریان کمـــک می‌کند، بلکه به برندها این امـــکان را می‌دهد که به صورت پویا و مستمر در حال بهبود و توسعه باشند. با اجرای اصول روابط عمومی فعال، برندها می‌توانند به عنوان نام‌های معتبر و مورد اعتماد در بازار شناخته شوند و ارتباطی مثبت و پایدار با مخاطبان خود برقرار کنند. ما در این مقاله ســـعی کردیم برخی از مهمترین مزایا و همچنین شیوه‌های اجرای این اســـتراتژی را با شـــما در میان بگذاریم. یادتان باشد، در ابتدای راه بروز انواع اشتباهات طبیعی است. با این حال نباید در میانه راه نا امید شـــوید. اگر در این مســـیر پرپیچ و خم با مشکل رو به رو شدید، کافی است آن را با ما در میان بگذارید. کارشناس‌های ما همیشه آماده تعامل با شما در دنیای کسب و کار هستند. پس منتظر چه هستید؟ همین حالا کارتان را شروع کنید.

منابع:

https://study.com/academy/lesson/reactive-vs-proactive-public-relations-importance-example-scenarios.html?srsltid۰YlYRjLJ۶hhvOEY_=AfmBOoo۳JsCwXa۵wGG۷۳fsaaEDiIRZKieKb_mqIP

https://www.itpr.co.uk/blog/reactive-pr-vs-proactive-pr

https://www.weeare.co.uk/digital-pr//proactive

از استاندارد دستوری تا ناترازی اقتصادی

ادامه از صفحه اول

۶

شـــوربختانه پس از گذشت سه دهه ناکامی‌های ناشی از تجویز سیاســـت‌های مبتنی بر اقتصـــاد آزاد، گروهی از اقتصادخوانده‌هـــای بی‌اعتنا یا غافل به ســـاختارهای نامناســـب و ناســـازگار با برخی توصیه‌هـــا، همچنان بر به‌کارگیـــری این نســـخه‌های شکســـت خـــورده اصرار می‌کنند. جالب آنکه حتی کشـــورهای با نظام‌های کاملا سرمایه‌داری، در شـــرایط بحرانی (یعنی در شرایطی که دیگر مفروضـــات تئوری‌های رایج وجـــود ندارند) برای جلوگیری از تلاطم‌های اقتصادی، اجتماعی و سیاســـی، دولت‌ها دخالت می‌کنند و در بسیاری موارد از الگوهای دســـتوری اســـتفاده می‌کنند. بنابراین در شرایطی که کشور از زمان پیروزی انقلاب تاکنون درگیر تهدیدات و تنش‌هـــا و تحریم‌های خارجی بوده و در داخل نیز دچار بی‌ثباتی‌های متعدد به همراه نازل‌ترین شـــیوه حکمرانی بوده و هست، اصرار بر نسخه‌ها و توصیه‌های ناسازگار به جز بحرانی‌تر کردن شرایط هیچ نتیجه‌ای نخواهد داشت. در حال حاضر نیز کشـــور در التهـــاب جنگی فراگیر در منطقه است که یک‌طرف آن می‌تواند ایران باشد؛ در اوج تنش با آمریکا و کشـــورهای اروپایی است؛ بیش از هفت سال از تشـــدید تحریم‌های سخت گذشته و ازیک‌طرف اغلب ذخایر مالی دولت به انتها رســـیده و از طرف دیگر، گسترش فقر و نابرابری در بین خانوارها و مناطق به اوج خود رســـیده و صبر مردم در آستانه خود قرار گرفته، باز هم با اسم رمزهای تکراری و ملال‌آور «جراحی اقتصادی، اصلاحات اقتصادی و اخیرا ناترازی‌ها»، زمزمه آزادسازی قیمت برخی کالاهای بســـیار حســـاس مثل ارز و بنزین توسط مســـئولین جدید و زیر اصرار و پافشاری آن گروه از اقتصادخوانده‌های غافل یا بی‌اعتنا به ناســـازگاری‌های توصیه‌های‌شـــان، به گوش می‌رســـد. جالب آنکه در ۱۴ شهریورماه رئیس‌جمهور که لابد از مواجهه با خزانه خالی ناشی از فرصت‌ســـوزی‌های دولت سیزدهم نگران شده، اعلام کرده که برای جبران کســـری‌ها ناچار به جراحی هستند. جراحی، اسم رمز افزایش قیمت‌ها و تحمیل تورم به اقتصاد کشور است که تاکنون سه بار تجربه‌شده و هر سه بار بیمار را با خونریزی مرگبار همراه کرده و مردم و جامعه را با گرانی و فقر بیشتر روبه‌رو کرده است. چرا این گروه از تجارب همان کشورهای سرمایه‌داری هم تبعیت نمی‌کنند که در شـــرایط بحرانی سیاست‌های کنترلی و دســـتوری را اعمال می‌کنند تا جامعه دچار زیان بیشتر نشود؟ آیا مشـــاهده نمی‌کنند که شرایط امروز حتی از شرایط هشت ســـال جنگ عراق علیه ایران نیز وخیم‌تر اســـت؟ در دوره جنگ تحریم محدود بود اما هم نفت و ســـایر کالاها بدون مزاحمتی صادر می‌شـــد و هم وجوه ناشی از تجارت از طریق سیستم‌های رایج بانکی به‌آسانی نقل‌وانتقال پیدا می‌کرد، اما امروز نه امکان تجارت کالا و خدمات به‌راحتی فراهم است و نه مبادلات مالی و پولی امکان‌پذیر اســـت، ضمن اینکه مردم نیز بعد از سه دهه تجربه حکمرانی بد، در آســـتانه صبر خـــود قرار دارند و امکان شـــوک‌های جدید را ندارند. واقعیت آن است که اگر جراحی اقتصاد لازم باشـــد، ابتدا باید این جراحی در ساختارهای غیراقتصادی (ساختارهای ارزشی، سیاسی و اجتماعی) صورت پذیـــرد، تا نیازی به جراحی اقتصادی وجود نداشته باشد. اینکه شـــاخص‌های اقتصادی دچار آسیب‌های جدی، مزمن و علاج‌ناپذیری شده‌اند، به دلیل وجود ســـاختارهای غیراقتصادی ضدتوسعه و ضدتولید است و بنابراین تا این ساختارها اصلاح نشوند، هیچ‌گونه اصلاح یا جراحی اقتصادی‌ای نه‌تنها موفق نخواهد شـــد، بلکـــه اصرار بر انجام آنها با خســـارات جبران‌ناپذیر برای مردم و آینده کشور همراه خواهد بود.

۷

نکته مهم آنکه مدتی است طرفداران اقتصاد آزاد، اسم رمز جدیدی برای شـــوکی دیگر به قیمت‌ها وارد ادبیات رســـانه‌ای کرده‌اند با عنوان «ناترازی». در این مورد هم واقعیـــت چیز دیگری اســـت؛ ناترازی‌هـــای انکارناپذیر امروز در ابعاد مختلف اقتصـــادی، عمدتا به دلیل وجود ناترازی در شـــیوه حکمرانی اســـت: ناترازی در اولویت دادن به گرایش‌های ایدئولوژیک و سیاســـی در مقایسه با معیشـــت و رفاه مردم و بنابراین ناتـــرازی در اولویت کارگزاران حکومتی با ویژگی‌های ایدئولوژیک نسبت به افراد متخصص و شایســـته برای رشد و توسعه اقتصادی. حاصـــل این ناتـــرازی، وجـــود مجموعـــه‌ای از مدیران ناکارآمد، بوروکراسی‌ای ضدتوسعه و ضدتولید و هزینه‌زا و فرســـوده‌کننده و در نهایت، بـــروز انواع ناترازی‌های به حد بحران رسیده امروز است. بنابراین رفع ناترازی‌هایی که مکرر تکرار می‌شـــود، منوط است به اصلاح ناترازی‌ها در ســـاختارهای غیراقتصادی و بهبود روند شاخص‌های اقتصـــادی بدون انجام جراحی‌های ســـخت و پرهزینه و توأم با مقاومت افراد و گروه‌های ذی‌نفع در ســـاختارهای غیراقتصادی امکان‌پذیر نیست.

۸

بنابراین باید پذیرفت که شـــرایط سیاســـی، اجتماعی و بین‌المللـــی ایران در حد بحران اســـت و حتی از زمان جنگ نیز شـــرایط ســـخت‌تری را طی می‌کند، بنابراین فرمول‌هایی که تجویز می‌شـــود باید متناسب با وضعیت بحرانی و غیرعادی باشـــد. فرمول‌ها و نسخه‌های اقتصاد آزاد، همان‌گونه که ذکر شـــد، مبتنی است بر مفروضاتی که عمدتا در کشورهایی با شرایطی کاملا متفاوت با امروز ایران وجود دارند. در شرایط جنگی و بحرانی امروز ایران، مدیریت اقتصاد نیز باید ویژه و متناسب با مفروضات موجود باشد. بنابراین ورود و دخالت دولت در بخش‌هایی از تولید و مصرف برای حفظ حداقل‌ها برای زندگی انبوهی از مردم اجتناب‌ناپذیر است. سهمیه‌بندی کالاهای ضروری، توزیع کالاهـــای ارزان از طریق کوپن، پرداخـــت یارانه، اعطای تســـهیلات ارز ارزان به تولیدکنندگان کالاهای ضروری و مورد نیاز مردم و... از جمله این موارد اســـت. بدیهی است که در چنین شرایطی، دولت از تولیدکننده می‌خواهد که کالای تولیدشده را متناســـب با امتیازات دریافت شده با قیمت‌های تعیین‌شده توسط دولت ارائه شود، هرچند این اقدام را برخی «اقتصاد دســـتوری» می‌نامند، اما این حق دولت از طرف مردم است که وقتی مواد اولیه یا امتیازات ویژه اعطاشده، تولیدکننده را مجبور به ارائه کالا و خدمات به قیمت موردنظر دولت و متناسب با توان خرید توده مردم آسیب‌دیده از بحران‌ها بنماید. این واقعیت نیز وجود دارد که در چنین شـــرایطی امکان فساد و سوءاستفاده توسط افرادی کـــه از این امتیازات و رانت‌ها اســـتفاده می‌کنند فراهم شود، اما مادامی‌که شرایط بحرانی تداوم دارد و مردم در معرض آســـیب و زیان و تنگی معیشت هستند، حذف ایـــن امتیازات به بهانه اجتناب از اقتصاد دســـتوری، تنها پاک کردن صورت‌مسئله است. بدیهی است دستگاه‌های نظارتی و قضایی به پشتیبانی اقدامات حمایتی دولت باید همراهی کنند و مانع سوءاستفاده از این امتیازات گردند. به همین دلیل است که اصرار بر حکمرانی خوب و انتخاب و انتصـــاب کارگزاران حاکمیتی پاک‌دســـت، متخصص و باتجربه باید نســـبت به اعمال سیاست‌های آزادسازی در اولویت باشد.

۹

نکته آخر آنکه آقای پزشکیان به توصیه همان گروه از اقتصادخوانده‌ها، پیش از انتخاب شدنش، حرف از گران کردن بنزیـــن و تک‌نرخی کـــردن ارز (در واقع، افزایش قیمت ارز تا حـــد بازار آزاد)، زده و زمزمه افزایش قیمت بنزین و ارز را این بار با همان کلیدواژه منسوخ «جراحی اقتصادی» مطرح کرده اســـت. رئیس‌جمهوری به توصیه همان گروه از مشـــاورین اقتصادی، گفته اســـت که این اقـــدام باید با رضایت مردم باشـــد. احتمالا منظورش آن است که با سیاست‌های جبرانی، مردم به افزایش قیمت رضایت می‌دهند. لازم به ذکر اســـت کـــه در نوبت‌های گذشـــته هم دولت‌ها وعده می‌دادند که افزایش قیمت‌ها را از طریق اقدامات حمایتی، مثل پرداخت یارانه جبران می‌کنند، اما دولت‌ها معمولا بخش اول سیاست که شوک قیمتی است را با یک فرمان یا ابلاغ ساده اعمال می‌کنند، اما بخش دوم که سیاســـت‌های حمایتی است را به دلیل ناکارآمدی سیستم اداری و اجرایی و مدیریتی، با تأخیر یا ناقص انجـــام می‌دهند و یا به دلیل آنکه در شـــرایط تحریمی فعلـــی دولت ناتوان از کنتـــرل و کاهش تورم اســـت و صدالبته همین افزایش قیمت ارز یا بنزین خود بـــه تورم دامن می‌زند، حداکثر یک ســـال پس از اجرای این‌گونه سیاســـت‌های خانمان‌ســـوز، آثار سیاست‌های حمایتی خنثی می‌شـــود. حاصل آنکه مردم بازنده اصلی این سیاســـت‌های تقلیدی و ناسازگار با شرایط سیاسی، اجتماعی و اقتصادی کشـــور هســـتند که خود می‌تواند زمینه‌ساز بحران‌های اجتماعی شود.

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

چهارشنبه | ۳۰ آبان ۱۴۰۳ | ش