روزنـامه مدیریتـی - اقتصـادی

فرصت امروز

بـرای کسـب وکـار آفـرینی

چهارشنبه
۱۹ دی ۱۴۰۳

Wed.8 Jan 2025

۷ رجب ۱۴۴۶ - سـال نهم
شماره ۲۶۲۱
۸ صفحه - ۵۰۰۰ تومان

www.forsatnet.ir

آغاز عرضه ارز پتروشیمی‌ها در بازار ارز تجاری

پتروشیمی‌ها ورق دلار را برمی‌گردانند؟

یک گام دیگر برای تحقق نظام پرداخت رسـمی ارز، ورود شـرکت‌های پتروشیمی به بازار ارز تجاری است که از روز دوشنبه عملیاتی می‌شود و قرار است ماهانه ۹۰۰ میلیون دلار به بازار ارز تزریق کنند؛ لذا باتوجه به حضور شرکت‌های پتروشیمی به عنوان بزرگ‌ترین عرضه‌کنندگان ارز در کشور، باید منتظر افزایش حجم معاملات در بازار ارز تجاری باشیم که موجب ایجاد تعادل در...

۴

کسری بودجه سال آینده به ۱۸۰۵ همت می‌رسد؟

ناترازی بودجه ۱۴۰۴

فرصت امروز: اقتصاد ایران با ناترازی‌های متعددی، از جمله ناترازی انرژی، بودجه، بانک‌ها و... دسـت و پنجه نرم می‌کند؛ ناترازی‌هایی که با یکدیگر مرتبط هسـتند و ریشـه اصلی همه آنها به اقتصاد دسـتوری و مداخله دولت در سازوکار بازار برمی‌گردد. از جمله این ناترازی‌ها، ناترازی بودجه و کسری دخل و خرج دولت است که اعداد و ارقام آن در سال‌های گذشته دائما بزرگ‌تر شده است. بررسی لایحه بودجه سال ۱۴۰۴ نشان می‌دهد که جمع منابع و مصارف عمومی دولت با انبسـاط شـدید ۶۸ درصدی مواجه شده و به ۵ هزار و ۹۸۷ هزار میلیارد تومان رسیده است. برخی کارشناسـان، این افزایش را به لحاظ کردن منابع هدفمندی و جدول ۲۱ قانون بودجه ۱۴۰۳ (اعتبارات ردیف‌های نیروهای مسـلح) مرتبط دانسـته‌اند اما در هر صورت با این انبسـاط، میزان کسری تراز عملیاتی از حدود ۳۰۰ هزار میلیارد تومان به یک هزار و ۸۰۶ هزار همت می‌رسد که رقم قابل توجهی است. همچنین ۴۲۰ هزار میلیارد تومان درآمد اختصاصی در لایحه بودجه در نظر گرفته شده است تا مصارف و منابع بودجه عمومی دولت به ۶ هزار و ۴۰۷ هزار میلیارد تومان برسد. جمع منابع عمومی دولت در بودجه سال ۱۴۰۴ به سه قسمت درآمدهای دولت با ۲ هزار و ۲۷۵ هزار میلیارد تومان، واگذاری دارایی‌های سرمایه‌ای با ۲ هزار و ۳۳۲ هزار میلیارد تومان و واگذاری دارایی‌های...

۲

شاخص مدیران خرید به سطح ۴۵,۵ واحد در آذرماه رسید

هشدار شامخ برای تعمیق رکود

۳

مدیریت و کسب‌وکار

بازاریابی دیجیتال با جادوی میم (Meme)

در عصر حاضر شـبکه‌های اجتماعی به چنان جایگاهی در زندگی روزمره انسان ها دست یافته‌اند که گویی بدون حضور آنها بقا امری محال به نظر می‌رسد. اینستاگرام، یوتیوب، ایکس (همان توئیتر سابق) و فیس بوک به عنوان غول‌های دنیای مجازی نه تنها نحوه برقراری ارتباطات انسـانی را دگرگون کرده‌اند، بلکه شـیوه‌های کسـب و کار، تفریح و حتی آموزش را نیز تحت تاثیر قرار داده‌اند. تصور کنید، فردی برای سرگرم کردن خود ساعتی را به مرور صفحات اینستاگرام می‌پردازد و پس از دیدن تبلیغ محصولی برای خرید آن وسوسه می‌شود. چنین داستانی هر روز برای میلیون‌ها نفر در سراسر دنیا اتفاق می‌افتد. مثلا اینستاگرام با نمایش تصاویر جذاب و ویدئوهای کوتاه به سرعت به ابزاری قدرتمند برای معرفی برندها و فروش محصولات تبدیل شد. بسیاری از افراد ساعت‌ها وقت خود را به جست‌وجو در این پلتفرم تصویری اختصاص می‌دهند و ناخودآگاه در...

۸

کدام استان‌ها پیشتاز مصرف آب در صنایع کوچک هستند؟

تبعات صنعتی ناترازی آب

۴

یادداشت

حبس منابع در نظام بانکی

عباس آرگون
عضو هیأت رئیسه اتاق بازرگانی تهران

خـروج نظام بانکی کشـور از بنگاهـداری می‌تواند فرصت را بـرای آزادسـازی منابع حاصل از واگـذاری دارایی‌هایی که در نظام بانکی منجمد شده است، ایجاد کند و این منابع در اختیار بخش‌هـای مولد و تولیدی قرار بگیرد. این منابع در صورتی که با سرمایه‌های مردم ترکیب شود، می‌توانـد به سـمت طرح‌های توسـعه و پروژه‌هـای بزرگ و کلیدی در کشور هدایت شود و به رشد و توسعه اقتصادی منجر شود. از همین رو ضروری است کـه بانک‌ها به دنبـال پیگیری منابع راکـد و منجمد در نظام بانکـی باشـند و ایـن منابع را آزاد کننـد. همچنین این منابع بایـد از بنگاه‌های بانک‌ها خارج شـود و این بنگاه‌ها به نوعی به بخش خصوصی واگذار شود. از طرفی، نظام بانکی وظیفه دارد تسهیلات لازم جهت گسترش بخش تعاون و قرض‌الحسـنه و فعالیت‌های اقتصـادی را ایجاد کنـد. از همیـن رو باید جذب منابع داشته باشـد و شرایط و امکانات کار و سـرمایه‌گذاری را در اختیار بنگاه‌ها قرار دهد. این در حالی است که وقتی بانک‌ها عمـلا بنگاهـداری می‌کننـد ایـن خدمات و شـرایط را برای بنگاه‌هـای تحت تملـک خود ایجـاد می‌کنند. ایـن در حالی است که هر بخشی باید در حوزه فعالیت...

۲

آیا شرکت‌های نفتی مجبور به تغییر رویه شده‌اند؟

روگردانی از انرژی سبز

فرصت امروز: چهار سـال پیش بود که شرکت‌های بزرگ نفـت و گاز دنیا، اهداف بلندپروازانه‌ای را برای محدودکردن انتشـار گازهای گلخانه‌ای و گذار به انرژی‌های تجدیدپذیر مطرح کردند و به آنها متعهد شـدند. به گزارش «نیویورک تایمز»، برخی از این شـرکت‌ها در آن زمان حس می‌کردند که کسب وکارشان در حال سقوط آزاد است و باید چاره‌ای برای آینده‌شـان بیندیشـند. این زمانی بود که همه گیری کرونا، جهـان را تحت تاثیر خود قرار داده بود و تقاضا برای سـوخت، رو به کاهش بود. در آن زمان، قیمت انرژی پایین آمده بود و شـرکت‌های نفتی بزرگ غربی با زیان‌های بیش از ۱۰۰میلیارد دلاری، دسـت و پنجه نرم می‌کردند. به نظر بسیاری از شرکت‌ها و سرمایه‌گذاران در آن زمان، انرژی‌های تجدیدپذیر می‌توانستند به تجارتی بهتر از نفت و گاز تبدیل شـوند. با این حال، برخی از این شرکت‌ها هم برای ورود به عرصه انرژی‌های تجدیدپذیر تحت فشار قرار داشتند. «دارن وودز»، مدیر اجرایی «اکسون موبیل» اخیرا در مصاحبه‌ای به این نکته اشاره کرد که سرمایه‌گذاران در آن زمان، او را برای گذار به سـمت انرژی‌های خورشـیدی و بادی، تحت فشار گذاشته بودند و از سـوخت‌های فسیلی، ناامید شده بودند. «وودز» جزو افرادی بود که با تکیه بر اسـتدلال بی‌تجربگی «اکسون موبیل» در حوزه انرژی‌های خورشیدی، سعی کرد در برابر نظر سرمایه‌گذاران، مقاومت کند. در نهایت هم این شـرکت در حوزه‌هایی مثل اسـتخراج لیتیوم و هیدروژن، سرمایه‌گذاری کرد.

این سرمایه‌گذاری به شدت برای «اکسون موبیل» جواب داد. قیمت سـهام این شـرکت از پایان سال ۲۰۱۹ تاکنون بیش از ۷۰ درصد افزایش نشـان داده است و ارزش بازار آن را به ۵۰۰ میلیارد دلار (در ماه اکتبر) رسـاند که بی‌سـابقه بود. این درسـت عکس وضعیتی اسـت که بـرای برخی از شرکت‌های نفت و گاز اروپایی به وجود آمد؛ مثلا «بریتیش پترولیوم» و «شـل» که در تکنولوژی‌های مربوط به انرژی بادی و خورشـیدی و همینطور فناوری‌های مربوط به شارژ وسایل نقلیه برقی سرمایه‌گذاری کردند، شاهد کاهش ارزش سهام خود بوده‌اند. قیمت سهام «بریتیش پترولیوم» تقریبا ۱۹ درصد کاهش یافته است.

پذیـرش مجدد سـوخت‌های فسـیلی در بـازار، یکی از چالش‌های اصلی مهار انتشار گازهای گلخانه‌ای در جهان را به نمایش می‌گذارد؛ اینکه تغییرات اقلیمی، خطراتی را ایجاد می‌کند که در طول زمان، توجه به آنها ممکن اسـت تغییر کند. مدت‌هاست که دانشمندان می‌گویند هر مقدار اندکی از افزایش گرمایش زمین که ناشی از استفاده از سوخت‌های فسیلی باشد، می‌تواند حجم زیادی از خطرات ناشی از موج گرمای شدید و کشنده، آتش‌سوزی در جنگل‌ها، خشکسالی، توفان‌های شدید و انقراض گونه‌ها را به همراه بیاورد. با تمام این اوصاف، سـرمایه‌گذاران قادر نیسـتند از اهداف خود در جهت کسـب درآمد از سوخت‌های فسـیلی، دست بردارند و مصرف‌کننده هم گزینه زیادی در این خصوص در اختیار ندارد. «کریستوفر نیتل»، استاد اقتصاد انرژی در «ام آی تی» در این خصوص، می‌گوید: «اگر می‌خواهیم با تغییرات آب و هوایی مبارزه کنیم، باید منافع شرکت‌ها و مصرف‌کنندگان بـرای تولید و مصـرف آلترناتیوهای کم‌کربن‌تـر را در نظر بگیریـم.» با ایـن حال، فعـلا «دونالد ترامپ» به ریاسـت جمهوری آمریکا رسیده که اعتقادی به مشکلات گرم شدن زمین ندارد و بنابراین صنعت نفت و گاز هم به آینده شان در دولت او خوشبین هستند.

تفاوت در سودی که شرکت‌ها می‌توانند از استخراج نفت و گاز به دسـت آورند و آنچه که انرژی بادی و خورشـیدی به دسـت می‌آورند، در سـال‌های اخیر به شـدت به سمت سـوخت‌های فسیلی سنگین شـده بود. براسـاس یکی از تحلیل‌هـای «اس اند پی گلوبال»، میانگین بازده سـرمایه در میـان برخی از بزرگ‌ترین شـرکت‌های نفتی در سـال ۲۰۲۰ میلادی به ۱۱ درصد رسـید. ایـن در حالی بود که میانگیـن بازدهی در همان دوره برای شـرکت‌های برتر در حـوزه انرژی‌هـای تجدیدپذیر حدود ۲ درصد بوده اسـت. «مارک ویویانو» از یک شـرکت مشاوره در کیمریج در این باره، می‌گوید: «بازار بارها سـیگنال واضحی ارسال کرده که نشان می‌دهد شـرکت‌های انرژی بهتر است بر توانایی‌های اصلی خودشان متمرکز باشند. این معنایش، کنار گذاشتنِ انرژی‌های تجدیدپذیر و بی‌توجهی به گذار نیست؛ بلکه فقط به رویکرد پراگماتیستی و عملگرا در این حوزه اشاره دارد.»

ایـن موضوع را در وضعیت شـرکت «بریتیش پترولیوم» می‌توان مشـاهده کرد. «بریتیش پترولیوم» در سال ۲۰۲۰ میلادی متعهد شـد تولید نفت و گاز خـود را تا پایان دهه جاری میلادی به میزان ۴۰ درصد کاهش دهد. اما سه سال طول نکشید که این شرکت از موضع‌اش عقب‌نشینی کرد و دوباره سرمایه‌گذاری روی سوخت‌های فسیلی را افزایش داد. این شـرکت در سال گذشته نیز سرمایه‌گذاری یک میلیارد دلاری خود در حوزه انرژی بادی را تعلیق کرد. با این حال، تجارت نفت و گاز در معرض نوسانات شدید قیمت است که می‌تواند به سرعت آنها را ثروتمند کند و بعد هم آن ثروت را به همان سرعت از بین ببرد. قیمت نفت خام آمریکا از حدود ۷۸ دلار در سال گذشته به زیر ۷۰ دلار در هر بشکه سقوط کرده است و سود این شرکت‌ها را کاهش داده است. بنابراین باید دید اگر قیمت نفت دوباره کاهش یابد، این شـرکت‌ها چگونه عمل می‌کنند.

مسیر تجاری شمالی جدید پا می‌گیرد؟

موازنه قدرت در قطب شمال

تحولات یک سـال اخیر بیش از گذشـته این نکته را ثابت کرده که باید همواره به دنبال مسـیرهای تجاری جدید و جایگزین بود. شاید مسیر تجاری قطب شمال، همان پاسخی باشد که خیلی‌ها در دنیای کسب وکار به دنبالش هسـتند. به گزارش «مدرن دیپلماسی»، قطب شمال، دیگر آن منطقه یخ زده و دورافتاده سابق نیست و با گرم شدن زمین و ذوب شدن یخ‌های قطبی، اوضاع این منطقه هم تغییر کرده اسـت. منطقه قطب شـمال (آرکتیک) که سرشـار از ذخایر طبیعی مانند نفت، گاز، انـواع ماهی و فلزات خاکی کمیاب اسـت، این روزها به کانون توجه قدرت‌های بزرگ جهانی تبدیل شده است. موضوع حتی از این هم فراتر رفته و کشورهای مختلف دنیا در تلاش هسـتند برای دسترسـی بـه این منابع، مسـیرهای کشتیرانی جدید و امنی در این منطقه برای خود به وجود بیاورند.

واقعیـت این اسـت کـه منطقه قطب شـمال دارای ذخایر چشـمگیر منابع طبیعی اسـت؛ مثلا گرینلند به دلیل فلزات خاکی کمیاب خود مشهور است و سیبری، منبع عظیمی از انرژی را در خود جای داده اسـت. این دارایی‌هـا به طور فزاینـده ای، توجه قدرت‌های جهانی را به خود جلـب می‌کنند و این موضوع به خصوص در میان کشـورهایی دیده می‌شـود که به شدت به دنبال متنوع‌سـازی مسـیرهای تجاری خود و دست یافتن به منابع بکر انرژی باشـند. طبعا در این راسـتا، نام چین به ذهـن می‌آید. برای چین، پتانسـیل جاده ابریشـم قطبی (شـمال) به عنوان بخشی از طرح «یک کمربندَ و یک جاده»، منافع اقتصادی و استراتژیک زیادی را به همراه دارد. اگر جاده ابریشم قطبی واقعا عملیاتی شود، می‌تواند به طور چشمگیری، فاصله کشتیرانی بین چین و اروپا را کاهش دهد. سـفر از شـانگهای به روتردام از طریق مسیر قطب شمال تقریبا ۶۴۰۰ کیلومتر کوتاه‌تر از مسیرهای سنتی دریایی (از طریق تنگه مالاکا و کانال سوئز) است. این به معنای صرفه جویی قابل توجهی در زمان و هزینه است و یک سفر ۴۸ روزه را به حدود ۳۵ روز کاهش می‌دهد.

اختلال‌هـای اخیر در مسـیرهای تجاری سـنتی که مهمترینش حملات انصارالله یمن به کشتی‌های تجاری شرکت‌های مرتبط با رژیم صهیونیستی در دریای سرخ بود، باعث شـد ارزش بالقوه کشتیرانی در منطقه قطب شـمال برجسـته شـود. با این وجود، همچنان ترافیک حرکت کشـتی‌ها در مسـیر دریای شمال کم است. در سـال ۲۰۲۳ میلادی، تنهـا ۳۴ میلیون تـن محموله از مسـیر دریای شـمال روسیه مدیریت شـد و این در حالی اسـت که در زمان مشابه، بیش از یک میلیارد تن محمولـه از تنگه مالاکا عبور کـرد. در عین حال، تنها تعداد انگشت شـماری از کشتی‌های غیرروسی، جرأت عبور از آب‌های قطب شمال را داشتند و این مسئله نیز چالش‌های لجستیکی، زیست محیطی و سیاسی منطقه را برجسـته کرده است. درست است که قطب شمال به عنـوان یک گزینه میانُبر روی نقشـه به نظر می‌رسـد، اما ناوبری در آن همچنان مملو از خطر اسـت. با وجود ذوب شـدن یخ‌های قطب شـمال، شـرایط کشتیرانی در ایـن منطقه همچنـان پیش‌بینی‌ناپذیر اسـت؛ زیرا یخ‌های شـناور، آب و هوای نامناسب و تاریکی طولانی در ماه‌های زمسـتان هنوز دردسرساز هستند. کشتی‌ها برای مقاومـت در برابر برخورد قطعات یـخ، نیاز دارند که بدنه‌های پیشرفته داشـته باشند. از سوی دیگر، در منطقه قطب شمال عملا زیرساخت‌های مستحکم مورد نیاز برای حمل و نقل تجاری وجود ندارد.

به گفته کارشناسـان، خطراتی که در کشـتیرانی در مسیر قطب شمال وجود دارد، می‌تواند بیشتر از مزایای آن باشـد. اگر حادثه‌ای مشـابه آنچه که در کانال سوئز و با کشـتی اورگرین رخ داد در مسیر قطب شمال روی بدهد، ممکن اسـت خدمه کشتی‌ها در فضای یخبندان و برهوت سرگردان شـوند و زنده نمانند. در عین حال، قطب شمال آنقدر دور است که فقط باید روی عملیات گشتزنی و نجات توسـط روسیه حساب باز کرد که آن هـم محدودیت‌های خـودش را دارد. در این میان، باید توجه داشـت که قطب شـمال فقط یک میدان جنگ اقتصادی نیسـت، بلکه صحنه‌ای بـرای رقابت فزاینده اسـتراتژیک اسـت. پس از آغاز جنگ اوکراین، مسـکو عملا در شـورای قطب شـمال (یعنی همان نهادی که همکاری‌های منطقه‌ای بین هشـت کشور منطقه قطب شـمال را هماهنگ می‌کند) به حاشـیه رفته اسـت. از آنجا که بقیه اعضای این شـورا از کشـورهای عضو ناتو هستند، روسـیه اصلا از تضعیف موقعیت دیپلماتیکش در این شـورا راضی نیست. این در حالی است که اخیرا سـوئد و فنلاند نیز به ناتو پیوسـتند و این باعث شـده کـه موازنه قدرت علیه روسـیه تقویت شـود و حضور نظامـی ائتلاف ناتو در منطقه قطب شـمال نیز تقویت شـود. ناتو همچنیـن آمادگی خود را در قطب شـمال از طریـق مانورهایی مانند «پاسـخ نوردیک» با حضور هزاران سـرباز از نروژ، سـوئد و فنلاند نشان داده است. در همین حال، حضور نظامی روسیه در قطب شمال به رغم پررنگ بودنش خیلی هم کافی نیست، چون روسیه در جنـگ اوکراین درگیر اسـت و منابع حیاتی نظامی خود را به آن جبهه گسیل کرده و می‌کند.

در این میان، اهمیت قطب شمال، طوری بالا رفته که حتی چین که از نظر جغرافیایی، خارج از منطقه قطب شمال اسـت، خود را متعلق به همسـایگی این منطقه می‌دانـد و امیـد و آرزوهای زیادی به پیشـروی در آن دارد. جاه‌طلبی‌های پکن در این راسـتا، دو جنبه دارد؛ دسترسی به منابع قطب شمال و بهره‌برداری از خطوط کشـتیرانی در حال ظهور. با این حال، روسـیه درمورد حضـور چین در این منطقه و تهدیـدی که این حضور علیه کنترل روسـیه روی قطب شـمال اعمال می‌کند، توجه زیادی نشـان می‌دهد. به همین جهت اسـت که مسـکو به چین، اجازه مشـارکت محدود در پروژه‌های انرژی را می‌دهد اما محدودیت‌های سختی را نیز اعمال می‌کند، از جملـه هزینه‌های ترانزیت و مسـائل دیگر. این منعکس کننده تنش‌های اساسـی اسـت که در به اصطلاح «اتحاد اژدها و خرس» مشاهده شده است. در واقع، می‌توان به وضوح مشـاهده کرد که روسیه و چین علی‌رغم اتحادشـان علیه سـلطه غرب، جاه‌طلبی‌های یکسـانی در مورد قطب شمال ندارند و اهداف متضادی را در سـر می‌پرورانند. قطب شمال، بخش قابل توجهی از تولید ناخالص داخلی و صادرات روسـیه را تشـکیل می‌دهـد و این مسـئله آن را به اولویت اصلی مسـکو تبدیـل می‌کنـد. روسـیه در حال حاضـر، بزرگ‌ترین ناوگان یخشکن را در جهان دارد. در کنار یخشکن‌های معمولی، روسـیه تنها کشوری است که از یخشکن‌های هسته‌ای اسـتفاده می‌کند. یخشـکن‌ها برای پاکسازی مسـیر مهم هستند، به ویژه در زمستان‌ها که یخ شدید می‌توانـد عبور کشـتی‌های تجاری را مسـدود کند. از سـوی دیگر، روسیه به اهدافی که چین در قطب شمال دنبال می‌کند، با دیده تردید می‌نگرد. در واقع، روسـیه تمایلی به اینکه دسترسـی به بنادر قطب شمال را برای چین فراهم کند ندارد. همچنین روسـیه تمایلی ندارد که چین، سـهام زیادی در پروژه‌های انرژی استراتژیک در منطقه قطب شمال داشته باشد.

در آن سـوی طیـف، چیـن را داریم کـه رویکردی بلندمـدت را در منطقـه قطب شـمال در پیش گرفته است. این کشـور، سـرمایه‌گذاری زیادی در تحقیقات قطب شـمال و توسـعه فناوری برای کشتیرانی قطبی، یخشـکنی و اسـتخراج منابع کرده اسـت و قصد دارد ایـن کار را در آینـده هم ادامه دهد. چین با گسـترش قابلیت‌هـای تکنولوژیکـی خـود در تـلاش اسـت که موقعیتش را برای اسـتفاده از پتانسیل قطب شمال در دهه‌های آینده تحکیم کند و بیشـترین اسـتفاده را از آن ببـرد. بـا این حال، به نظر می‌رسـد تمرکز پکن در مورد جاده ابریشم قطبی در سال‌های اخیر، کاهش پیدا کرده است و این منعکس‌کننده چالش‌های لجستیکی و ژئوپلیتیکی اسـت که در مسیر قطب شمال، پیش روی چین قرار دارد.

در این میـان، باید به یک نکته توجه داشـت: قطب شـمال، یکی از معدود مناطق دریایی اسـت که نیروی دریایـی آمریـکا در آن نفوذ ندارد. ایـن موضوع باعث نگرانی استراتژیسـت‌های دفاعی آمریـکا در مورد نفوذ فزاینده روسـیه و چین شـده اسـت. در واقـع، آمریکا دوسـت ندارد از این بازی کنار گذاشته شود. دریاسالار «داریـل کادل» از نیروی دریایی آمریکا، مدعی شـده که روسـیه نباید بر آب‌های قطب شمال، ادعای ارضی داشته باشد و این همان روشی است که آمریکا در مورد آب‌های دریای چین جنوبی و ادعای ارضی چین بر آنها هم مطرح کرده اسـت. به نظر می‌رسد آمریکا تازه الان دارد به تدریج اهمیت استراتژیک قطب شمال را متوجه می‌شـود. در حالـی که توانایی و قابلیت یخشـکن‌های آمریکایی به پای یخشکن‌های روسیه نمی‌رسد، آمریکا تلاش می‌کنـد موقعیت نظامی خود را در منطقه قطب شمال تقویت کند، اما این اصلا کار آسانی نیست. نتیجه جنـگ اوکراین نیز پیامدهای مهمی بـرای ژئوپلیتیک قطب شـمال خواهد داشت. اگر روسـیه تضعیف شده باشـد، احتمالا برای حفظ سلطه خود در منطقه قطب شـمال، مبارزه سـنگین‌تری خواهد کرد و این مسئله، دروازه را بـرای افزایش رقابت بیـن قدرت‌های جهانی بیشتر گشوده خواهد کرد.

آینده قطب شـمال به عنوان یک مسیر تجاری عملا نامشخص اسـت. در حالی که ذوب شدن یخ‌های قطب شمال از نظر تئوریک، مسیرهای جدیدی را می‌گشاید، چالش‌هـای عملـی و تنش‌هـای ژئوپلیتیکـی باز هم محدودیت‌هـای جدیدی را ایجاد خواهند کرد. توسـعه منطقـه قطب شـمال بر این مبنا احتمالا به پیشـرفت در فنـاوری، تغییر در موازنـه جهانی قدرت و همکاری برای اسـتخراج منابع پایدار بستگی دارد. با وجود موانع فعلی، قطب شمال همچنان منطقه‌ای با پتانسیل بسیار زیاد است. برای روسیه، این منطقه و مسیر تجاری، یک راه نجات برای حفظ ارتباطات ژئوپلیتیکی اسـت. برای چین، این منطقه یک مرز استراتژیک برای تامین امنیت منابع و متنوع کردن مسیرهای تجاری است. آمریکا در این میان، منافع کمتری در منطقه قطب شـمال دارد. در حقیقت، مسـیر قطب شـمال شـاید هنوز با کانال سوئز یا تنگه مالاکا به عنوان یک شریان تجاری جهانی مهـم نتواند رقابت کند، اما رقابتی در جریان اسـت که در حال تغییر شکل خطوط مناسبات بین‌المللی است و خطراتش هم به شدت زیاد است.

یادداشت

حبس منابع در نظام بانکی

عباس آرگون، عضو هیأت رئیسه اتاق بازرگانی تهران

خـروج نظام بانکی کشـور از بنگاهداری می‌توانـد فرصت را برای آزادسـازی منابع حاصل از واگذاری دارایی‌هایـی که در نظام بانکی منجمد شـده اسـت، ایجاد کند و این منابـع در اختیار بخش‌های مولـد و تولیدی قرار بگیرد. این منابع در صورتی که با سـرمایه‌های مردم ترکیب شـود، می‌تواند به سمت طرح‌های توسعه و پروژه‌های بزرگ و کلیدی در کشـور هدایت شـود و به رشد و توسعه اقتصادی منجر شـود. از همین رو ضروری اسـت که بانک‌ها به دنبال پیگیری منابع راکد و منجمد در نظام بانکی باشـند و این منابع را آزاد کنند. همچنین این منابع باید از بنگاه‌های بانک‌ها خارج شود و این بنگاه‌ها به نوعی به بخش خصوصی واگذار شود. از طرفی، نظام بانکی وظیفه دارد تسـهیلات لازم جهت گسـترش بخش تعاون و قرض‌الحسنه و فعالیت‌هـای اقتصـادی را ایجاد کند. از همیـن رو باید جذب منابع داشـته باشد و شـرایط و امکانات کار و سـرمایه‌گذاری را در اختیار بنگاه‌ها قرار دهد. این در حالی است که وقتی بانک‌ها عملا بنگاهداری می‌کننـد این خدمات و شـرایط را برای بنگاه‌های تحت تملک خود ایجاد می‌کنند. این در حالی است که هر بخشی باید در حوزه فعالیت مربوطه کار کند که خروجی به نفع کشور داشته باشد.

حبس منابع در نظام بانکی، موضوع مهمی است که باید مورد توجه قرار گیرد. اگر این منابع آزاد شـود، شاهد تامین مالی مناسب‌تر تولید و سـرمایه‌گذاری از سـوی نظام بانکی خواهیم بـود. بانک‌ها باید برای بخش‌هـای تولیدی، زیربنایی و سـرمایه‌گذاری، منابـع لازم را فراهم کنند. به تازگی این بحث مطرح شـده اسـت که بانک‌ها از بنگاهداری به بنگاه‌سـازی، تغییر رویکرد دهند. این در حالی اسـت که براسـاس این رویکرد، وقتی بنگاه سـاخته شـد، بانک بایـد از این فرآیند خارج شـود؛ چراکه اگر در این زمینه فعال بمانـد، عملا از وظایف ذاتی خود دور می‌شـود. وظایف ذاتی بانک، متفاوت از بنگاهداری اسـت. بانک‌ها موظفند که منابع حاصل از فروش بنگاه‌ها و املاک را وارد فضای تولید و سـرمایه‌گذاری کشور کنند. این اقدام می‌تواند دستاوردهای مناسبی برای اقتصاد کشـور داشته باشـد. از طرفی، نباید از این موضوع غفلت کرد که تامین مالی و تامین نقدینگی و سرمایه در گردش، به خصوص در شـرایط امروز و تورم فزاینـده، مورد نیاز اغلب بنگاه‌هاسـت. برای اینکه کشور، رشد اقتصادی پایدار داشته باشد و به هدف‌گذاری تعیین شـده برای رشد اقتصادی دسـت یابد، نیاز به یک تامین مالی مناسب دارد. تامین مالی با ابزارهای متعددی هم از طریق بازار سـرمایه و هم از طریـق نظـام بانکی باید پیش برود. تغییر رویکـرد در نظام بانکی و خروج بنگاهداری در این زمینه بسـیار موثر اسـت. متاسفانه براساس آخریـن آمارها در این زمینه بیش از ۹۰ درصـد بحث تامین مالی در کشـور وابسته به بانک است و بازار سـرمایه، کمتر از ۱۰ درصد از این بـار را برعهده دارد. در این زمینه علاوه بر خروج بانک‌ها از بنگاهداری، بنگاه‌های کوچک تولیدی باید به سـمت تامین مالی از طریق بانک‌ها هدایت شـوند و تامین مالی بنگاه‌های بزرگ که سـازوکارهای لازم را دارند، از طریق بازار سرمایه باید صورت بگیرد. این فرآیند برای تقویت فضای تولید و سـرمایه‌گذاری کشور بسیار موثر است، چون بنگاه‌های کوچک و متوسط، سازوکارهای لازم برای تامین مالی از بازار سرمایه را ندارند. در مقابل، بنگاه‌های بزرگ با اسـتفاده از ابزارهایی که در اختیار دارند می‌توانند از طریق نظام بازار سـرمایه، تامین مالی داشته باشند. خروج شبکه بانکی کشور از بنگاهداری همچنین فرصتی برای آزادسازی منابع حاصل از واگذاری دارایی‌های منجمد است. این منابع در ترکیب با سرمایه‌های مردم، می‌تواند طرح‌های توسعه و پروژه‌های کلیدی کشور را هدایت کند و انگیزه بخش خصوصی را افزایش دهد. در این فرآیند، بخش خصوصی باید محور توسـعه در کشور قرار گیرد. هر کشوری که بخش خصوصی آن توسـعه یافته باشـد، اقتصاد آن نیز توسعه‌یافته‌تر اسـت. ایجاد ثبات در شرایط اقتصادی و بهبود فضای کسب وکار، این امکان را ایجاد می‌کند که بخش خصوصی، رغبت بیشتری پیدا کند. در این زمینه باید مقررات و سازوکارهای لازم برای حضور بخش خصوصی ایجاد شـود. این نکته را نیز باید در نظر داشـت که بانک‌ها با ناترازی منابع روبه‌رو هستند. این ناترازی، برآیند سیاست‌های اشتباه مختلف اسـت. بخشی از این ناترازی به مطالبات عقب مانده بانک‌ها از دولت مربوط است. با کنترل تورم تا حد زیادی این ناترازی‌ها کاهش می‌یابد. نیـاز بنگاه‌ها به نقدینگی با توجه به تـورم ۴۰ درصدی و افزایش آن بیشتر می‌شود. بنابراین ریشه این موضوع که تورم فزاینده است باید حل شود. اگر میزان حمایت از تولید متناسب با تورم نباشد، همچنان نیاز تولید مرتفع نمی‌شود. نیاز و عطش بنگاه‌ها به نقدینگی و تامین مالـی، با توجه به تورمی که روز به روز افزایش پیدا می‌کند، بیشـتر می‌شـود. بنابراین جدا از موثر بودن یا نبودن بسـته‌های تامین مالی تولید، ریشه تورم باید کنترل شود. در حال حاضر، نرخ بازدهی تولید و بخش‌های مولد از نرخ بازدهی تسـهیلات پایین‌تر است. این به این دلیل است که نرخ پول در کشور بالاست. علت این موضوع هم بخشی به دلیل تورم و بخشی هم به دلیل ناترازی بانک‌هاست. بانک‌ها برای جذب پول، سـود بالاتری پرداخت می‌کنند و بـه این دلیل که نرخ حقیقی پول بالاست، تقاضا برای پول بیشتر می‌شود و نظام بانکی در معرض تسهیلات خواهی بیشتری از طرف بخش‌های مختلف است. از طرفی، نرخ تسهیلات پرداختی به تولید نیز مهم است و نرخ تسهیلات باید به گونه‌ای باشـد که با توجه به حاشیه سود بنگاه‌ها برای آنها به صرفه باشد؛ به نحوی که بنگاه هم بتواند هزینه تامین مالی را تامین کند و هم به نقطه سوددهی مناسب برسد.

آمارهای گمرکی تا نیمه دی ماه نشان می‌دهد

بهبود تراز تجاری در دولت چهاردهم

گمـرک ایران از بهبـود ۵.۵ میلیارد دلاری تراز تجاری کشـور از ابتدای شـهریورماه تا ۱۵ دی ماه، خبـر داد و اعلام کرد تراز تجاری ایران در دولت چهاردهم (از ابتدای شهریور تا ۱۵ دی ماه ۱۴۰۳) به میزان ۵.۵ میلیارد دلار بهبود یافته اسـت. طبق اعلام گمرک ایران، در مدت فعالیت دولت چهاردهم از ابتدای شـهریورماه تا ۱۵ دی ماه ۱۴۰۳ جمعا به میزان ۲۲.۵ میلیارد دلار صادرات غیرنفتی انجام شده که نسـبت به مدت مشابه سال گذشـته به میزان ۲۴ درصد افزایش داشـته است. همچنین به لحاظ وزنی نیز صادرات غیرنفتی کشور از ابتدای شهریورماه تا ۱۵ دی ماه امسال به ۵۹ میلیون تن رسیده که نسبت به مدت مشابه سال قبل به میزان ۱۸ درصد رشد داشته است.

براساس این گزارش، واردات کشور از ابتدای شهریورماه تا ۱۵ دی ماه به میزان ۲۵ میلیارد دلار بوده که نسـبت به مدت مشـابه سال گذشـته به میزان ۴.۵ درصد کاهش داشـته است. همچنین واردات کالاهـا در این مدت به لحاظ وزنی نیز ۱۲.۸ میلیون تن بوده که در مقایسه با مدت مشابه سال قبل به میزان ۲۰.۵ درصد کاهش داشته اسـت. همچنین در مدت فعالیت دولت چهاردهم، مجموع مبادلات تجاری کشـور در بخش صادرات و واردات با ۷ درصد رشد نسبت به مدت مشابه سال قبل به ۴۷.۵ میلیارد دلار رسیده و از نظر وزن با ۸.۵ درصد رشد به ۷۱.۸ میلیون تن افزایش یافته است. بنابراین آمارهای گمرکی نشـان می‌دهد که تـراز تجاری کشـور در دولت چهاردهم (ابتدای شـهریورماه تا ۱۵ دی ماه ۱۴۰۳) بـا ۶۹ درصد و به میزان ۵.۵ میلیارد دلار بهبود یافته اسـت. صادرات غیرنفتی کشورمان در بازه زمانی مشابه سال قبل (اول شهریورماه تا ۱۵ دی ماه ۱۴۰۲) به میزان ۱۸ میلیارد دلار و واردات ۲۶ میلیارد دلار بوده است.

کسری بودجه سال آینده به ۱۸۰۵ همت می‌رسد؟

ناترازی بودجه ۱۴۰۴

فرصت امـروز: اقتصاد ایران با ناترازی‌های متعـددی، از جمله ناترازی انرژی، بودجه، بانک‌ها و... دسـت و پنجه نرم می‌کند؛ ناترازی‌هایی که با یکدیگر مرتبط هستند و ریشه اصلی همه آنها به اقتصاد دستوری و مداخله دولت در سازوکار بازار برمی‌گردد. از جمله این ناترازی‌ها، ناترازی بودجه و کسری دخل و خرج دولت است که اعداد و ارقام آن در سال‌های گذشته دائما بزرگ‌تر شـده است. بررسی لایحه بودجه سال ۱۴۰۴ نشان می‌دهد کـه جمع منابع و مصارف عمومی دولت با انبسـاط شـدید ۶۸ درصدی مواجه شـده و به ۵ هزار و ۹۸۷ هزار میلیارد تومان رسـیده است. برخی کارشناسـان، این افزایش را به لحاظ کردن منابع هدفمندی و جدول ۲۱ قانون بودجه ۱۴۰۳ (اعتبارات ردیف‌های نیروهای مسلح) مرتبط دانسته‌اند اما در هر صورت با این انبساط، میزان کسری تراز عملیاتی از حدود ۳۰۰ هزار میلیارد تومان به یک هزار و ۸۰۶ هزار همت می‌رسـد که رقم قابل توجهی اسـت. همچنین ۴۲۰ هزار میلیارد تومـان درآمد اختصاصی در لایحه بودجه در نظر گرفته شـده است تا مصارف و منابع بودجه عمومی دولت به ۶ هزار و ۴۰۷ هزار میلیارد تومان برسد.

جمـع منابـع عمومی دولت در بودجه سـال ۱۴۰۴ به سـه قسـمت درآمدهای دولت با ۲ هزار و ۲۷۵ هزار میلیارد تومان، واگذاری دارایی‌های سرمایه‌ای با ۲ هزار و ۳۳۲ هزار میلیارد تومان و واگذاری دارایی‌های مالی با هزار و ۳۸۰ هزار میلیارد تومان تقسیم می‌شود. این اعداد و ارقام نشان می‌دهد که اقتصاد ایران در سـال ۱۴۰۴، شـرایط سخت و دشواری را در پیش روی خود دارد و شیوه‌های جبرانی کسری بودجه می‌توانند انبساط اقتصادی را به واسطه رکود در بازار پول و افزایش تورم رقم بزنند.

کسری بودجه دائما بزرگ‌تر می‌شود

سنت تنظیم دخل و خرج در نظام‌های برنامه و بودجه به گونه‌ای است که رشـد مصارف، کمتر از تورم‌های چشـم‌انداز باشـد. از آنجا که حباب قیمت‌ها با رشد مخارج دولت چاق می‌شود، نمی‌توان مصارف را به گونه‌ای افزایش داد که خوراک رشـد تورم را فراهم کند. اگر این قاعده پشت سر هم شکسته شود و تعهدی به انضباط مالی در اجزای دولت وجود نداشته باشد، بانک مرکزی می‌تواند به صورت مستقل با ابزار نرخ بهره، دولت را به ریل درست بازگرداند، اما بانک مرکزی در ایران، استقلال چندانی از دولت ندارد و عموما به فرمانبر دولت‌ها بدل شده است. در این شرایط، دولت‌ها مصارف خـود را بزرگ‌تر می‌کنند و حاضر به پذیرش قواعد انضباط مالی نمی‌شـوند. حسابرسی‌های بودجه‌ای که از سـوی دیوان محاسبات انجام می‌شـود و ترک فعل‌ها و تخلفات را یادآوری می‌کند، هیچ عقوبتی برای خاطیان ندارد. از آنجا که احزاب فراگیر و مسـتقل در ایران وجود ندارند، نمی‌توان به نظارت بر عملکرد دولت‌ها چندان دل بست.

نبود اسـتقلال در سازمان برنامه و بودجه هم به مشکلات دولت افزوده اسـت. سیاسـتگذاران کارکشته می‌گویند که استقلال سـازمان برنامه و بودجه، حتی مهمتر از اسـتقلال بانک مرکزی در مقام سیاستگذار پولی اسـت؛ چراکه کژکارکردی‌های سیاستی از دل سازمان برنامه و بودجه به سـایر اجزای سیاسـتگذاری نفوذ می‌کنند. به هـر روی، نمی‌توان به این وضعیت امید بسـت؛ مگر اینکه استقلال سـازمان برنامه و بودجه تامین، سـاختار بودجه متوازن و کسـری‌های آن برطرف شـود. در بودجه سال آینده، ۸۰۰ تا ۱۰۰۰ همت کسری وجود دارد. اگرچه کسری عملیاتی که کسری آشکار محسوب می‌شود، به ۱۸۰۶ همت می‌رسد. در نهایت، برخی تحلیلگـران بودجه مانند «محمدتقی فیاضی» معتقدند که ۵۰۰ همت از ۸۰۰ تا ۱۰۰۰ همت کسری سال آینده می‌تواند به مصارف تخصیص نیابد. در نتیجه کسری سال آینده می‌تواند بین ۳۰۰ تا ۵۰۰ همت باشد. میزان کسـری عملیاتی بودجه در سال جاری هم می‌تواند به ۳۰۷ هزار میلیارد تومان در پایان سال برسد. قاعدتا این کسری باید از طریقی جبران شود.

دخل و خرج ناموزون در سال ۱۴۰۴

بررسی لایحه بودجه سال ۱۴۰۴ نشان می‌دهد که جمع منابع و مصارف عمومی دولت با انبساط شدید ۶۸ درصدی مواجه شده و به ۵ هزار و ۹۸۷ هزار میلیارد تومان رسـیده اسـت. برخی این افزایـش را به لحاظ کردن منابع هدفمندی و جدول ۲۱ قانـون بودجه ۱۴۰۳ (اعتبارات ردیف‌های نیروهای مسـلح) مرتبط دانسـته‌اند اما در هر حال با این انبساط، میزان کسری تراز عملیاتی از حدود ۳۰۰ هزار میلیارد تومان به یک هزار و ۸۰۶ هزار همت می‌رسد که افزایش شدیدی است. همچنین ۴۲۰ هزار میلیارد تومان درآمد اختصاصی در لایحه بودجه در نظر گرفته شـده تا مصارف و منابع بودجه عمومی دولت به ۶ هزار و ۴۰۷ هزار میلیارد تومان برسد.

جمـع منابـع عمومی دولت در بودجه سـال ۱۴۰۴ به سـه قسـمت درآمدهای دولت با ۲ هزار و ۲۷۵ هزار میلیارد تومان، واگذاری دارایی‌های سرمایه‌ای با ۲ هزار و ۳۳۲ هزار میلیارد تومان و واگذاری دارایی‌های مالی با هزار و ۳۸۰ هزار میلیارد تومان تقسیم می‌شود. این ارقام نشان می‌دهد که اقتصاد ایران در سال ۱۴۰۴، شرایط سخت و دشواری را در پیش روی خود دارد و شـیوه‌های جبرانی کسری بودجه می‌توانند انبساط اقتصادی را به واسـطه رکود در بازار پول و افزایش تورم رقم بزنند. در واقع، کسری به بیماری تبدیل شده که ساختار دخل و خرج را تصرف کرده است. این سـاختار بیمار، اجزای مختلف از قبیل خانوار، صندوق‌های بازنشستگی، بنگاه‌ها، بانک‌ها و... را با مشـکل مواجه می‌سازد. کسری بودجه به شکل تورم به اجزای هزینه‌ای سـبد مصرف خانوار متصل می‌شـود. بنگاه‌ها به دلیل تورم بالا، بالا رفتن هزینه اسـتقراض و عدم سرمایه‌گذاری مناسب در اقتصاد، دچار چالش می‌شـوند. صندوق‌های بازنشستگی به مطالبات خود از دولت دسـت نمی‌یابند و به دلیل شـیوه‌های تامین مالی دولت از طریق انتشار اوراق، استقراض از بانک مرکزی و... در بازار سرمایه با مشکل مواجه می‌شوند.

ارقام بودجه سال آینده در یک نگاه

لایحه بودجه سـال ۱۴۰۴ به لحاظ سیاسـتگذاری در سال دوم اجرای برنامـه هفتم توسـعه، اهمیت کلیدی دارد. البته برخـی از اهداف برنامه هفتم توسـعه، رویایی اسـت و مثلا هدفگذاری رشـد ۸ درصدی به هیچ وجه با وضعیت کنونی اقتصاد ایران که درگیر ناترازی‌های ساختاری است، مناسبتی ندارد. میزان هزینه‌های بودجه سال آینده به ۴ هزار و ۸۱ همت و درآمدهای آن به ۲ هزار و ۲۷۶ همت می‌رسـد و در نتیجه با کسـری یک هزار و ۸۰۵ همتی مواجه هسـتیم که البته می‌تواند در طول اجرای قانون بودجه بیشتر هم شود؛ زیرا با توجه به آغاز ریاست جمهوری «دونالد ترامپ» از بیستم ژانویه انتظار می‌رود قیمت دلار به پیشروی تدریجی در کانال ۷۰ هزار تومان ادامه دهد.

۴ هزار و ۸۱ همت از بودجه سـال آینده مربوط به هزینه‌هاسـت که ۳ هـزار و ۳۷ همت آن مربوط به هزینه‌های جاری اسـت. دولت در بودجه سـال آینده برای جبران کسـری تراز عملیاتی، از اسـتقراض از صندوق توسـعه ملی (۵۴۱ همت)، واگذاری شـرکت‌های دولتی (۱۳۵ همت) و سـایر ردیف‌های درآمدی استفاده خواهد کرد. با این وجود، منابع حاصل از واگذاری شـرکت‌های دولتی چندان قابل اتکا نیسـت؛ چراکه واگذاری شـرکت‌های دولتی در قالـب رد دیون دولت به بانک‌هـا و صندوق‌های بازنشسـتگی صورت می‌گیرد. در سـال آینده همچنین ۴۰۰ همت برای تأدیه بدهی‌های دولت پیش‌بینی شـده کـه البته دولت می‌تواند با کمتر کردن سـهم بودجه عمرانی (۵۶۱ همت)، بخشی از این کسری را جبران کند. در سال آینده همچنین بودجه ارزی کشور مشخص نیست و پیرامون اینکه چقدر نفت خواهیم فروخت، ابهام وجود دارد. این در حالی است که در سمت منابع، ۳۶درصد درآمدها متکی به فروش دارایی‌های سرمایه‌ای است؛ یعنی همین نفت، گاز و فرآورده‌های نفتی. همچنین ۲ هزار و ۳۳۲ همت از باب واگذاری دارایی‌های سـرمایه‌ای پیش‌بینی شـده که از این میزان، ۲ هزار و ۱۰۷ همت مربوط به درآمدهای ناشـی از فروش نفت و گاز است. تنها ۲۲۵ همت از این رقم مربوط به درآمدهای واگذاری اموال است که به احتمال زیاد، محقق نخواهد شد.

گزارش مرکز آمار از نرخ بیکاری در پاییز ۱۴۰۳ نشان می‌دهد

ریزش دسته‌جمعی شاخص‌های بازار کار

آخرین داده‌های مرکز آمار نشـان می‌دهد که در پاییز امسال نسبت به پاییز سـال گذشته، شاخص‌های اصلی بازار کار، ریزش داشته‌اند. هرچند نرخ مشـارکت، نسبت اشتغال و نرخ بیکاری در پاییز امسال، کاهش پیدا کرده‌اند، اما شاخص‌های اصلی بازار کار زنان از بهبود حکایت دارد؛ چراکه نرخ مشارکت و نسبت اشتغال زنان در پاییز ۱۴۰۳ نسبت به پاییز ۱۴۰۲، افزایش و نرخ بیکاری کاهش یافته است. البته به اعتقاد برخی کارشناسان، کاهش نـرخ بیکاری نمی‌تواند بـه خودی خود اتفاق مثبتی باشـد. این درحالی است که شـاخص‌های اصلی بازار کار مردان، همسو با روند کلی کشور، حرکت کرده و همگی کاهش یافته‌اند.

براسـاس گزارش مرکز آمار ایران، نرخ بیـکاری از ۷.۶ درصد در پاییز ۱۴۰۲ به ۷.۲ درصد در پاییز ۱۴۰۳ رسـید. مقایسـه آمـار نرخ بیکاری عمدتا بـه صورت فصلی انجام می‌شـود؛ یعنی نرخ بیـکاری هر فصل با موقعیت مشابه خود در سال گذشـته مقایسه می‌شود؛ زیرا نرخ بیکاری، از جمله شاخص‌هایی است که رفتار فصلی دارد و برخی مشاغل در برخی فصل‌ها، رونق بیشتری نسبت به سایر فصل‌ها در هر سال دارند. در همین راسـتا، داده‌های مرکز آمار نشان می‌دهد که این شاخص به مرور کاهش پیدا کرده و به کمترین سـطح خود در مقایسـه با پاییز سـال‌های اخیر رسیده است. حال سوال اینجاست که آیا این کاهش نرخ بیکاری در پاییز امسـال می‌تواند به خودی خود، علامت مثبتی ارزیابی شود؟ برای پاسخ به این سـوال باید ابتدا به تعریف نرخ بیکاری رجوع کرد. نرخ بیکاری در ادبیات اقتصادی از نسبت جمعیت بیکار به جمعیت فعال به دست می‌آید. جمعیت فعال؛ یعنی جمعیتی که یا شـاغل هستند یا در پی شغلند ولی هنوز موفق به یافتن شـغل نشده‌اند. با تکیه بر این تعریف می‌توان گفت، از هر ۱۰۰ نفر جمعیت که در جست‌وجوی کار بوده‌اند، بیش از هفت نفر موفق به یافتن آن نشده‌اند. نرخ بیکاری مردان در پاییز امسال ۶.۲ درصد بوده که در مقایسـه با پاییز سال گذشـته ۰.۳ واحد درصد کاهش یافته اسـت. نرخ بیکاری زنان نیز کاهش ۰.۵ واحد درصدی را تجربه کرده و از ۱۴.۲ درصد در پاییز ۱۴۰۲ به ۱۳.۷ درصد در پاییز ۱۴۰۳ رسیده است.

در کنار نرخ بیکاری، نرخ مشـارکت اقتصادی نیز مهم اسـت و نشـان می‌دهد که چقدر از جمعیت کشور در بازار کار حضور دارند؟ طبق تعریف مرکز آمار ایران، افراد ۱۵ ساله و بیشتر، جمعیت حاضر در سن کار تلقی می‌شوند و وضعیت اشتغال آنها در آمارهای بازار کار محاسبه می‌شود. این جمعیت به دو بخش فعال و غیرفعال تقسـیم می‌شود. از نسبت جمعیت فعال به کل جمعیت حاضر در سـن کار، نرخ مشـارکت به دست می‌آید. مطابق داده‌های آماری مرکز آمار ایران، نرخ مشارکت کشور در پاییز امسال به ۴۱.۲ درصد رسـیده که در مقایسـه با پاییز ۱۴۰۲، کاهش ۰.۳ واحد درصدی را نشـان می‌دهد. افت نرخ مشارکت اقتصادی در بازار کار عموما اتفاقـی منفی تلقی می‌شـود. این آمار یعنی در پاییز امسـال از هر ۱۰۰ نفر جمعیت ۱۵ سـاله و بیشـتر، بیش از ۴۲ نفر یا شـاغل بوده‌اند یا در جسـت‌وجوی شـغل. به عبارت دیگر، حدود ۵۸ نفر آنها در جست‌وجوی شـغل هستند؛ یعنی خارج از بازار کار حضور دارند. به همین علت برخی کارشناسان معتقدند کاهش نرخ بیکاری وقتی با افت نرخ مشارکت همراه می‌شود، لزوما اتفاق مثبتی نیست؛ چراکه کاهش نرخ بیکاران می‌تواند در ادامه خروج بیکاران از بازار کار و دلسردی آنها از یافتن شغل باشد. تفکیک نرخ مشـارکت به دو دسته مردان و زنان در کل کشور نشان می‌دهد نرخ مشـارکت مردان نیز در پاییز امسال نسبت به پاییز سال گذشته کاهش داشته و از ۶۸.۶ به ۶۸ درصد رسیده است؛ یعنی نسبت کمتری از مردان در بازار کار حضور دارند. در سـمت مقابل، نرخ مشـارکت زنان در همین مدت از ۱۴.۴ درصد به ۱۴.۵ درصد افزایش یافته است؛ یعنی اقبال زنان به حضور در بازار کار بیشتر شده اما با این وجود، همچنان شکاف جنسیتی فاحشی در بازار کار ایران وجود دارد.

آخرین شـاخص اصلی بـازار کار که در این گزارش بررسـی می‌کنیم، نسبت اشتغال است. این نسبت از تقسیم جمعیت شاغل بر جمعیت حاضر در سـن کار به دست می‌آید. طبق آمارها، نسبت اشتغال در پاییز ۱۴۰۳ نسـبت به پاییز ۱۴۰۲، مقداری کاهش یافتـه و از ۳۸.۳ درصد به ۳۸.۲ درصد رسـیده اسـت. همچنین نسبت اشـتغال مردان نیز در این مدت، سیری کاهشی داشته و از ۶۴.۳ درصد به ۶۴ درصد رسیده است؛ درحالی که در نقطه مقابل، نسبت اشتغال زنان ۰.۱ واحد درصد افزایش یافته و به ۱۲.۵ درصد رسیده است.

براسـاس این گزارش، مرکـز آمار ایران، نتایج طـرح آمارگیری نیروی کار در پاییز ۱۴۰۳ را منتشـر کرد. نگاهی بـه داده‌های آماری مرکز آمار نشان می‌دهد که نرخ بیکاری در پاییز امسال نسبت به پاییز پارسال، ۰.۴ درصد کاهش یافته است. بررسی نرخ بیکاری افراد ۱۵ ساله و بیشتر نشان می‌دهـد که ۷.۲ درصد از جمعیت فعال (شـاغل و بیکار)، بیکار بوده‌اند. بررسی روند تغییرات نرخ بیکاری حاکی از آن است که این شاخص نسبت به فصل مشابه در سال قبل (پاییز ۱۴۰۲)، ۰.۴ درصد کاهش یافته است. در پاییز امسـال به میزان ۴۱.۲ درصد جمعیت ۱۵ سـاله و بیشتر از نظر اقتصـادی فعال بوده‌اند؛ یعنی در گروه شـاغلان یا بیکاران قرار گرفته‌اند. بررسـی تغییرات نرخ مشـارکت اقتصادی نیز حاکی از آن اسـت که این نرخ نسـبت به فصل مشابه سـال قبل، ۰.۳ کاهش یافته است. جمعیت شاغلین ۱۵ ساله و بیشتر در این فصل، ۲۴ میلیون و ۹۸۳ هزار نفر بوده که نسـبت به فصل مشابه سـال قبل تقریبا ۲۰۷ هزار نفر افزایش داشته اسـت. همچنین جمعیت غیرفعال از نظر اقتصادی (اعم از افراد محصل، خانـه‌دار، دارای درآمد بدون کار مانند بازنشسـتگان) ۳۸ میلیون و ۵۰۰ هزار نفر بوده که نسـبت به فصل مشابه سـال قبل تقریبا ۶۷۳ هزار نفر افزایش داشته است.

بررسی اشتغال در بخش‌های عمده اقتصادی نشان می‌دهد که در پاییز امسـال، بخش خدمات با ۵۲.۷ درصد بیشـترین سهم اشتغال را به خود اختصـاص داده و در مراتـب بعدی، بخش‌های صنعت بـا ۳۳.۵ درصد و کشـاورزی با ۱۳.۷ درصد قرار دارند. نرخ بیکاری جوانان ۱۵ تا ۲۴ سـاله حاکی از آن است که ۲۰.۲ درصد از فعالان این گروه سنی در پاییز امسال بیکار بوده‌اند. بررسی تغییرات فصلی نرخ بیکاری این افراد نشان می‌دهد که این نرخ نسـبت به فصل مشابه سال گذشته، ۰.۴ درصد کاهش یافته است. بررسی نرخ بیکاری گروه سنی ۱۸ تا ۳۵ ساله نیز نشان می‌دهد که در پاییز امسال، ۱۴.۳ درصد از جمعیت فعال این گروه سنی بیکار بوده‌اند. در همین حال، تغییرات فصلی نرخ بیکاری این افراد نشان می‌دهد که این نرخ نسـبت به پاییز سال گذشته به میزان ۰.۱ درصد کاهش یافته است. بررسی سهم جمعیت دارای اشتغال ناقص جمعیت ۱۵ ساله و بیشتر نشان می‌دهد که در پاییز امسال، ۷.۴ درصد جمعیت شاغل به دلایل اقتصادی (فصل غیرکاری، رکود کاری، پیدا نکردن کار با سـاعت بیشتر و...) کمتر از ۴۴ ساعت در هفته کار کرده و آماده برای انجام کار اضافی بوده‌اند؛ در حالی که ۳۸.۴ درصد از شاغلین ۱۵ ساله و بیشتر، بیش از ۴۹ ساعت در هفته کار کرده‌اند. همچنین بررسی نرخ بیکاری جمعیت ۱۵ ساله و بیشتر فارغ‌التحصیل آموزش عالی، نشـان می‌دهد ۱۱.۱ درصد از جمعیت فعال فارغ‌التحصیلان آموزش عالی بیکار بوده‌اند. این نرخ در بین زنان نسبت به مردان و در نقاط روستایی نسبت به نقاط شهری بیشتر بوده است.

شاخص مدیران خرید به سطح ۴۵,۵ واحد در آذرماه رسید

هشدار شامخ برای تعمیق رکود

فرصت امروز: شاخص مدیران خرید کل اقتصاد در آذرماه وارد محدوده رکود و انقباض شده و از کاهش قابل‌توجه در همه مؤلفه‌های اصلی و فرعی حکایت دارد؛ توصیه آمارها به سیاستگذاران، تمرکز بر تحریک تقاضا، کاهش هزینه تولید و تقویت صادرات است. در آذرماه ۱۴۰۳، روند شامخ ترکیبی کل اقتصاد به‌طور قابل‌توجه کاهش یافته و یکی از عمیق‌ترین رکودهای اقتصاد ایران در این ماه به ثبت رسیده است. شامخ صنعت نیز پس از حذف اثرات فصلی، به‌شدت و به‌گونه‌ای کم‌سابقه، کاهش یافته است.

کمبود منابع انرژی و قطعی برق، مشکل اصلی بخش تولید بوده و باعث شده تا بنگاه‌های تولیدی بسیار پایین‌تر از ظرفیت خود فعالیت کنند. شوک‌های افزایشی نرخ ارز نیز هزینه تأمین نهاده‌ها را برای بنگاه‌ها افزایش داده و این در حالی است که اکثر بنگاه‌ها (خصوصا بنگاه‌های کوچک و متوسط) با کمبود منابع مالی، عدم تخصیص ارز و کاهش دسترسی به تسهیلات روبه‌رو هستند. در آذرماه امسال همچنین کاهش تقاضای داخلی، رکود را در اقتصاد تشدید کرده و کاهش شاخص صادرات در ماه‌های اخیر نشان می‌دهد که تقاضای خارجی نتوانسته است کاهش تقاضای داخلی را جبران کند. از آمارهای اقتصادی و نتایج نظرسنجی از فعالان اقتصادی چنین برمی‌آید که برای جلوگیری از تعمیق رکود در بخش تولید، سیاستگذاران باید بر تحریک تقاضا، کاهش هزینه‌های تولید و تقویت صادرات تمرکز کنند. از بین شاخص‌های مختلفی که توسط کشورها و سازمان‌های بین‌المللی منتشر می‌شوند، شاخص مدیران خرید (Purchasing Manager’s Index) از مهمترین شاخص‌های اقتصادی است که مورد پذیرش اکثر کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه قرار دارد و در حال حاضر برای حدود ۲۹ هزار بنگاه بخش خصوصی در بیش از ۴۰ کشور دنیا محاسبه می‌شود. این شاخص در فارسی به اختصار «شامخ» نامگذاری شده و مرکز پژوهش‌های اتاق بازرگانی ایران، ماموریت محاسبه و انتشار آن را برعهده دارد.

هشدارهای شامخ از نگاه آماری

شاخص مدیران خرید اقتصاد در آذرماه ۱۴۰۳ به سطح ۴۳,۹ رسیده که کمترین مقدار از اردیبهشت‌ماه است و پس از تعدیل فصلی نیز این شاخص ۴۵,۵ برآورد شده که کمترین مقدار از تیرماه محسوب می‌شود. شاخص «میزان تولید محصول یا ارائه خدمت» به کمترین مقدار چهار ماهه رسیده، شاخص «میزان سفارشات جدید مشتریان» کمترین مقدار از تیرماه را ثبت کرده، شاخص «سرعت انجام و تحویل سفارش مشتریان» به کمترین مقدار از بهمن ماه ۱۴۰۱ دست یافته و شاخص «میزان استخدام و به‌کارگیری نیروی انسانی» بعد از دو ماه متوالی کاهش، به کف چهار ماهه رسیده است. مؤلفه‌های شامخ آذرماه نشان می‌دهد که در این ماه، شاخص «موجودی مواد اولیه یا لوازم خریداری‌شده» در پایین‌ترین رکورد ۲۲ ماهه از اسفندماه ۱۴۰۱ قرار دارد و این درحالی است که شاخص «قیمت مواد اولیه یا لوازم خریداری شده» بیشترین مقدار از اردیبهشت ماه ۱۴۰۲ را ثبت کرده است. همچنین شاخص «موجودی محصول نهایی در انبار یا کارهای در حال تکمیل» کمترین مقدار از مردادماه ۱۳۹۹ را به ثبت رسانده و شاخص «انتظارات در مورد میزان فعالیت اقتصادی در ماه آینده» با سقوط بی‌سابقه به کمترین میزان ۳۱ ماهه از خردادماه ۱۴۰۱ رسیده است. شامخ براساس پایش پرسشنامه‌ای به دست می‌آید و از پاسخ‌دهندگان خواسته می‌شود به ۱۲ پرسش در قالب سه معیار وضعیت نسبت به ماه پیش (بهتر شده، بدتر شده و یا تغییری نکرده است) پاسخ دهند. در صورت انتخاب گزینه بیشتر از ماه قبل عدد یک، گزینه بدون تغییر عدد ۰,۵ و گزینه کمتر از ماه قبل عدد صفر برای آن پرسش ثبت می‌شود. مجموع حاصلضرب درصد پاسخگویان به هریک از گزینه‌ها در عدد همان گزینه، بیانگر عدد شامخ در آن پرسش است. معیار سنجش این شاخص عددی بین صفر تا صد است. عدد صفر و صد به ترتیب به معنای آن است که ۱۰۰ درصد پاسخگویان گزینه «بدتر شده است» و «بهتر شده است» را انتخاب کرده‌اند. عدد ۵۰ نیز نشان‌دهنده عدم تغییر وضعیت نسبت به ماه قبل، بالای ۵۰ نشانه بهبود وضعیت نسبت به ماه قبل و زیر ۵۰ به معنای بدتر شدن وضعیت نسبت به ماه قبل است. اگر عدد محاسبه شده زیر ۵۰ باشد اما از عدد محاسبه شده ماه قبل بیشتر باشد، نشان می‌دهد سرعت بدتر شدن وضعیت کاهش یافته است. در مقابل، اگر عدد محاسبه شده بالای ۵۰ باشد اما از عدد ماه قبل کمتر باشد، نشان می‌دهد سرعت بهبود وضعیت در مقایسه با ماه قبل کاهش یافته است.

شاخص مدیران خرید کل اقتصاد

شاخص مدیران خرید کل اقتصاد در آذرماه معادل ۴۳,۹ محاسبه شده و پس از تعدیل فصلی معادل ۴۵,۵ برآورد شده است. این یعنی میزان فعالیت‌های اقتصادی در آذرماه نسبت به ماه قبل (۵۱,۴) کاهش داشته و به کمترین مقدار خود از تیرماه رسیده است تا از ابتدای سال برای پنجمین بار، رکود و قرار گرفتن در محدوده کمتر از ۵۰ را تجربه کند. شاخص «میزان تولید محصول یا ارائه خدمت» در آذرماه بعد از تعدیل فصلی، معادل ۴۶,۲ محاسبه شده و کمترین مقدار چهارماهه خود را به ثبت رسانده است. با قطعی‌های گسترده برق و بی‌ثباتی نرخ ارز مجددا روند فعالیت کسب‌وکارها کاهشی شده و برای هفتمین بار از ابتدای سال کمتر از محدوده ۵۰ قرار گرفته است. درعین‌حال با افزایش شدید نرخ ارز و افزایش تورم قیمتی و کاهش قدرت خرید مشتریان، تقاضا برای کالاها و خدمات کاهش یافته، در نتیجه تولیدکنندگان با کاهش سفارشات مواجه شده‌اند. به‌طوری‌که شاخص «میزان سفارشات جدید مشتریان» پس از حذف اثر فصلی، معادل ۴۱,۸ برآورد شده و کمترین مقدار خود را از تیرماه به ثبت رسانده است.

شاخص «موجودی محصول نهایی در انبار» در آذرماه پس از حذف اثر فصلی، ۴۳,۰ به دست آمده و برای چهارمین ماه متوالی کاهشی شده است. شاخص «میزان صادرات کالاها یا خدمات» در آذرماه پس از حذف اثر فصلی مقدار ۴۶,۴ به دست آمده که کمترین مقدار چهار ماهه خود را به ثبت رسانده است. این کاهش نشان‌دهنده کاهش تقاضای خارجی، مشکلات موجود در سیاستگذاری داخلی و موانع تجاری است که به تضعیف تجارت خارجی ایران منجر شده است. این وضعیت به کاهش درآمدهای ارزی، افزایش فشار بر نرخ ارز و تشدید رکود اقتصادی دامن می‌زند. مشکلاتی از جمله سیاست‌های مرتبط با رفع تعهد ارزی به دنبال فشارهای قیمتی موجود، باعث کاهش صادرات شده است.

شاخص «میزان فروش کالاها یا خدمات» در آذرماه پس از حذف اثر فصلی، ۴۷,۶ ثبت شده که در مقایسه با ماه قبل کاهشی بوده و کمترین مقدار سه ماه اخیر را به ثبت رسانده است. همچنین شاخص «انتظارات درمورد میزان فعالیت اقتصادی در ماه آینده» ۴۷,۷ محاسبه شده و کمترین مقدار ۳۱ ماهه از خردادماه ۱۴۰۱ را به ثبت رسانده است. قطعی شدید برق، افزایش نرخ ارز و تورم قیمت‌ها، هزینه‌های کسب‌وکارها را بالا برده و نااطمینانی نسبت به ماه آینده را برای فعالان اقتصادی افزایش داده است. کسب‌وکارها در برنامه‌ریزی برای تولید تا تأمین نهاده‌ها طی ماه‌های آینده با ریسک‌های بالایی روبه‌رو هستند که باعث شده اکثر کسب‌وکارها نسبت به چشم‌انداز ماه آتی، انتظارات منفی داشته باشند.

شاخص مدیران خرید بخش صنعت

شاخص مدیران خرید بخش صنعت نیز در آذرماه به سطح ۴۴,۸ رسید که نسبت به ماه قبل (۵۱,۸) کاهش داشته و کمترین مقدار پنج ماهه را از مردادماه به ثبت رسانده است. این شاخص پس از تعدیل فصلی معادل ۴۶,۸ برآورد شده است. افت مجدد شامخ بخش صنعت نشان‌دهنده کاهش جدی فعالیت‌های صنعتی است که ناشی از کمبود منابع انرژی، افزایش هزینه‌های تولید، مشکلات زنجیره تأمین و کاهش تقاضا است. شاخص «مقدار تولید محصولات» در آذرماه پس از تعدیل فصلی، ۴۴,۳ محاسبه شده که کمترین مقدار پنج ماهه از مردادماه محسوب می‌شود. بسیاری از شرکت‌ها به دلیل کمبود انرژی، قطعی برق، افزایش نرخ ارز و هزینه‌های بالای تأمین نهاده‌های تولید، نیمه تعطیل بوده و با ظرفیت تولید بسیار پایین‌تر از توان خود فعالیت کرده‌اند و بسیاری از آنها، افزایش رکود در تولید را طی ماه آینده پیش‌بینی کرده‌اند. شاخص «میزان سفارشات جدید» در آذرماه پس از تعدیل فصلی، ۴۷,۱ ثبت شده که نسبت به ماه قبل کاهش داشته و کمترین مقدار پنج ماهه از مرداد را ثبت کرده است. افت قدرت خرید مصرف‌کنندگان، رکود اقتصادی و افزایش هزینه‌های تولید از عوامل اصلی این کاهش هستند و کاهش سفارشات منجر به کاهش رشد فروش، پیش‌بینی درآمد و اشتغال در کسب‌وکارها و تشدید رکود اقتصادی می‌شود.

شاخص «موجودی محصول نهایی در انبار» پس از تعدیل فصلی، معادل ۴۴,۸ برآورد شده که برای هفتمین ماه پیاپی کاهشی است و کمترین مقدار خود را از آبان ماه ۱۳۹۹ را به ثبت رسانده است. طی ماه‌های اخیر به دلیل افزایش قیمت مواد اولیه و کمبود آن و همچنین کمبود برق، شرکت‌ها برای تأمین تقاضای هرچند محدود مشتریان، از موجودی انبار به میزان بیشتری استفاده کرده‌اند. در همین حال، شاخص «سرعت انجام و تحویل سفارش» پس از تعدیل فصلی ۴۹,۷ به دست آمده که از اردیبهشت‌ماه ۱۳۹۹، کمترین مقدار خود را به ثبت رسانده است به نظر می‌رسد قطعی‌های برق و کمبود مواد اولیه در بخش تولید بر سرعت تحویل سفارشات تأثیرگذار بوده است. شاخص «میزان فروش محصولات» نیز پس از حذف اثر فصلی معادل ۴۳,۲ برآورد شده که کمترین مقدار پنج ماهه از مردادماه را به ثبت رسانده است. همچنان بخشی از کاهش رشد فروش، ناشی از تقاضای ضعیف داخل و کمبود نقدینگی مشتریان و بخش دیگر آن، ناشی از کاهش فروش صادراتی به‌خصوص به دلیل مشکلات ناشی از رفع تعهد ارزی است؛ تا جایی که شاخص «میزان صادرات کالا» پس از حذف اثر فصلی ۴۶,۷ برآورد شده و برای دومین ماه متوالی کاهشی شده است.

تزریق پول حقیقی به گروه دارویی ادامه دارد

خیز بلند بورس برای کانال ۳ میلیونی

بورس تهران دوباره رکورد شکست و شاخص کل با صعود ۵۰ هزار واحدی برای اولین بار وارد کانال ۲.۹ میلیون واحدی شد. با ادامه ورود پول به بازار سرمایه، فتح ابرکانال ۳ میلیون واحدی در هفته آینده، دور از دسترس به نظر نمی‌رسد. در جریان معاملات روز سه‌شنبه ۱۸ دی ماه، شاخص کل بورس تهران با ثبت رشد ۱,۷۴ درصدی ضمن ورود به کانال ۲ میلیون و ۹۰۰ هزار واحدی، ششمین روز صعود متوالی خود را به ثبت رساند. در طرف مقابل، شاخص هم‌وزن نیز برای سومین روز متوالی، رشد بیشتری از شاخص کل را تجربه کرد و برای اولین بار در تاریخ بورس وارد کانال ۹۰۰ هزار واحدی شد. به نظر می‌رسد شاخص‌های سهامی همچنان در مسیر صعود قرار دارند و درصورت ادامه این روند انتظار می‌رود شاخص کل بورس در هفته آینده به ابرکانال ۳ میلیونی برسد.

دماسنج اصلی تالار شیشه‌ای در چهارمین روز از سومین هفته دی ماه با رشد محسوسی مواجه شد و با صعود ۴۹ هزار واحدی در سطح ۲ میلیون و ۹۲۲ هزار واحدی قرار گرفت. در روزی که ارزش معاملات خرد برای سومین روز متوالی به بالای ۱۰ هزار میلیارد تومان رسید، بیش از ۱۰۰۰ میلیارد تومان پول حقیقی وارد بازار شد تا یک روز فوق‌العاده برای بازار سرمایه رقم بخورد. روز گذشته همچنین بیش از ۱۳۰۰ میلیارد تومان پول از صندوق‌های درآمد ثابت خارج شد تا در روزی که ارزش صف‌های خرید بالای ۵ هزار میلیارد تومان بود، این صندوق‌ها بیشترین ارزش معاملات را با ۴۹۱۱ میلیارد تومان به خود اختصاص دهند. بعد از صندوق‌های درآمد ثابت، صندوق‌های سهامی با ۴۰۹۳ میلیارد تومان و صندوق‌های اهرمی با ۱۴۳۵ میلیارد تومان در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند.

در میان گروه‌های صنایع هم خودرویی‌ها، بانکی‌ها و فلزات اساسی به ترتیب با ۹۱۵، ۸۴۷ و ۸۳۰ میلیارد تومان، بیشترین ارزش معاملات را به نام خود ثبت کردند. از سوی دیگر، دارویی‌ها بار دیگر بیشترین ورود پول حقیقی را به ثبت رساندند و ورود پول حقیقی به این گروه، بیش از ۱۸۸ میلیارد تومان بود. گروه شیمیایی و گروه لاستیک نیز با ۱۷۱ و ۶۲ میلیارد تومان در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند. در سمت مقابل، گروه نفتی، محصولات فلزی بعد از صندوق‌ها که با خروج ۷۳۳ میلیارد تومانی مواجه شدند، با ۲۴ و ۱۴ میلیارد تومان در رتبه‌های بعدی خروج پول حقیقی قرار گرفتند. دیروز خریداران باز هم دست برتر را داشتند و سرانه خرید حقیقی‌ها به ۶۱ میلیون تومان رسید؛ در حالی که فروشنده‌ها به طور متوسط ۴۳,۴ میلیون تومان معامله کردند.

«محمد رضانژاد»، کارشناس بازار سرمایه با اشاره به انتظار رسیدن شاخص کل بورس به قله ۳ میلیون واحدی، به «اکوایران» گفت: «بعد از تلاش نافرجام برای عبور از سقف تاریخی ۲,۸۵ میلیون واحد، به نظر می‌رسد شاخص کل در روز سه‌شنبه موفق به نفوذ به این محدوده شد و انتظار می‌رود در صورت ورود پول حقیقی و گزارش‌های مثبت شرکت‌ها، توان رسیدن به محدوده ۳ میلیون واحدی را دارا باشد. شاخص هم‌وزن هم سرانجام موفق به شکستن سقف تاریخی خود شد که نوید اقبال سهام کوچک‌تر در روزهای آتی را می‌دهد. ارزش معاملات همچنان بالا و ورود نقدینگی اشخاص حقیقی قدرتمند است و فروشنده‌ها در روزهای اخیر پشیمان بوده‌اند که همین امر باعث کم شدن فشار فروش در بازار شده و انتظار داریم در روزهای آتی پول اشخاص حقیقی وارد بازار شود.» به گفته «رضانژاد»؛ «در بازار سه‌شنبه مطابق یک هفته اخیر، گروه دارویی بهترین روند معاملاتی را داشت و گروه‌های غذایی هم بعد از گزارش تجدید ارزیابی گروه مینو و همچنین بحث واگذاری صنعتی بهشهر به سهامدار جدید با اقبال روبه‌رو شد؛ در نتیجه به نظر می‌رسد رفته رفته اقبال به گروه‌های کوچک نسبت به گروه‌های بزرگ بیشتر شده است.»

این کارشناس بازار سرمایه به بسته شدن نمادهای پتروشیمی، اشاره کرد و افزود: «مهمترین ابهام و نقطه منفی بازار در این روزها، بسته شدن نمادهای پتروشیمی است که باعث عقب افتادن بازدهی سهامداران این شرکت‌ها از بازار شده است و انتظار می‌رود هرچه زودتر این سهام بازگشایی شوند؛ همچنین حجم مبنای بالای سهام کوچک هم باعث واگرایی سهام و شکل‌گیری صف‌های سنگین خرید در نماد کوچک شده است. از طرفی، ارز نیمایی بعد از رشد بسیار مناسب دو ماهه گذشته، چند روزی است که رشدی را نداشته و دلار بازار آزاد هم برای عبور از محدوده ۸۰ هزار تومانی ناتوان است. خروج پول از صندوق‌های طلا نیز ادامه دارد و حباب سکه هم نسبت به ماه‌های اخیر در حال کاهش است.»

اخبار

زمان انتقال کامل معاملات مشخص شد

جزییات توسعه بازار ارز تجاری

مدیرعامل مرکز مبادله ارز و طلای ایران از توسعه بازار ارز تجاری خبر داد و گفت که از ابتدای بهمن‌ماه، تمامی معاملات ارزی به این بازار منتقل خواهد شد. «علی سعیدی»، مدیرعامل مرکز مبادله ارز و طلای ایران در یک نشست خبری به تشریح وضعیت عرضه ارز پتروشیمی‌ها در بازار ارز تجاری پرداخت و اعلام کرد: این بازار مدتی است راه‌اندازی شده و گروه‌های مختلف به تدریج به آن ملحق می‌شوند. از تاریخ سوم آذرماه گروه‌هایی که پیش‌تر در بازار اشخاص فعالیت می‌کردند، وارد بازار تجاری شدند و از ۲۶ آذرماه حضور در این بازار الزامی شده است. به گفته «سعیدی»، از روز سوم دی‌ماه، صادرکنندگانی که در سامانه نیما معامله می‌کردند، امکان معامله در بازار تجاری را نیز پیدا کردند. همچنین از سوم دی تا پایان این ماه، صنایع مختلف باید معاملات خود را در این بازار انجام دهند.

او با اشاره به برگزاری جلسات متعدد با بازرگانان و بانک‌ها، افزود: با تک‌تک بانک‌ها و شعب ارزی آنها جلسات جداگانه‌ای برگزار شده تا آموزش و اطلاع‌رسانی به‌طور مطلوب انجام شود و این روند ادامه خواهد داشت.»

مدیرعامل مرکز مبادله درخصوص آینده بازار ارز تجاری گفت: پس از اینکه معاملات نقد به عمق کافی رسید، آمادگی داریم انواع قراردادهای مدت‌دار ارزی را در سامانه ارائه دهیم. طراحی‌ها انجام شده است، اما زمان رونمایی به آمادگی بازار بستگی دارد. حجم معاملات روزانه بازار تجاری تاکنون به ۴۵ میلیون یورو رسیده و این رقم در حال افزایش است که این رشد، نشانه عمق یافتن بازار است.

به گفته «سعیدی»، از اول بهمن‌ماه، بازار ارز تجاری میزبان تمامی معاملات ارزی خواهد بود. در گام بعدی، ارز خدمات نیز به شکل یکپارچه به این بازار منتقل می‌شود. در حال حاضر ۲۴ بانک به‌عنوان کارگزار در این بازار فعالیت می‌کنند. همچنین ۹۹۴ واردکننده و ۵۸ صادرکننده نیز در این بازار حضور دارند. وی بر جایگاه پتروشیمی‌ها در ارزآوری، تأکید کرد و گفت: در طرح‌های پتروشیمی، کمتر از ۵۰ میلیون یورو را بانک مرکزی تأمین مالی می‌کند و مبالغ بالاتر از محل اوراق تأمین می‌شود. او همچنین از هماهنگی میان پتروشیمی‌ها و بازار ارز تجاری (مرکز مبادله) خبر داد و گفت: تاکنون ارزش معاملات ما به ۵۱۵ میلیون دلار یا ۳۳ هزار میلیارد تومان رسیده است. البته این ارقام به دلیل تست و آموزش اولیه پایین بوده، اما در روزهای اخیر افزایش یافته است.

با اعلام وزیر اقتصاد

مالیات مستغلات اجاری سیستمی شد

وزیر اقتصاد از حسابرسی ۹۲۵ هزار اظهارنامه مالیات بر درآمد مستغلات اجاری به صورت سیستمی و بدون بررسی ماموران مالیاتی خبر داد و گفت در سال‌های قبل، بخش عمده‌ای از اظهارنامه‌های مالیات بر درآمد مستغلات اجاری اشخاص حقیقی در قالب حسابرسی اداری و میدانی توسط ماموران مالیاتی حسابرسی می‌شد، اما در حال حاضر همه اظهارنامه‌های مالیات بر درآمد مستغلات اجاری اشخاص حقیقی به تعداد ۹۲۵ هزار و ۱۳۶ به صورت سیستمی و بدون بررسی ماموران مالیاتی حسابرسی شده است.

به گفته «عبدالناصر همتی»، در اجرای ماده ۹۷ قانون مالیات‌های مستقیم، خوداظهاری تعداد ۱۱۶ هزار و ۱۵۶ مورد از اظهارنامه‌های مالیات بر درآمد اجاره سال ۱۴۰۲ اشخاص حقیقی با عنایت به بررسی‌های سیستمی بدون ریسک تشخیص و مورد قبول واقع و اوراق قطعی آنها صادر و ابلاغ شده است. همچنین در اجرای مقررات ماده ۵۴ قانون مالیات‌های مستقیم و آیین نامه اجرایی موضوع ماده ۲۱۹ قانون مذکور، تعداد ۸۰۸ هزار و ۹۸۰ مورد از اظهارنامه‌های مالیات بر درآمد مستغلات اجاری سال ۱۴۰۲ اشخاص حقیقی که پس از بررسی در اجرای ماده ۹۷ قانون فوق دارای ریسک تشخیص داده شده بود، به صورت سیستمی و بدون بررسی توسط ماموران مالیاتی حسابرسی و برگ تشخیص مالیاتی آنها صادر و به مودیان مالیاتی ابلاغ شد.

گفتنی است در سال‌های قبل، قسمت عمده‌ای از اظهارنامه‌های مالیات بر درآمد مستغلات اجاری اشخاص حقیقی در قالب حسابرسی اداری و میدانی توسط ماموران مالیاتی حسابرسی می‌شد که با این اقدام از ظرفیت زمانی ماموران مالیاتی در حسابرسی به پرونده‌های بزرگ مالیاتی یا مشکوک به فرار مالیاتی و همچنین اجرای قرارهای رسیدگی استفاده خواهد شد.

تمام سکوهای رمزارز باید حساب بانکی واحد داشته باشند

ابلاغ بخشنامه ساماندهی بازار رمزارزها

در راستای اجرای مصوبه اخیر جلسه سران سه قوه جهت ساماندهی و نظارت بر بازار رمزارز (رمزپول) طبق قانون بانک مرکزی و همچنین به‌منظور ایجاد شفافیت و کاهش ریسک‌های مربوطه و ایجاد تنظیم‌گری در مبادلات رمزپول‌ها در کشور، چارچوب نحوه دریافت خدمات پرداخت سکوهای مبادله رمزپول از سوی این بانک به فعالین ابلاغ و مقرر شد تمامی سکوهای رمزارز برای فعالیت، حساب بانکی واحد و مورد تایید بانک مرکزی داشته باشند. به گزارش بانک مرکزی، براساس چارچوب تعیین شده و به منظور تضمین شفافیت فعالیت‌های ریالی و جلوگیری از هرگونه سوءاستفاده احتمالی، اطلاعات مرتبط با فعالیت تمامی کارگزاران رمزپول از جمله جزییات فعالیت‌های معاملاتی، مشخصات مدیران و تعاملات مالی آنها طبق قانون، دریافت و مورد بررسی قرار می‌گیرد. براساس این ابلاغیه و با هدف امکان نظارت دقیق‌تر بر سلامت مالی این حوزه، کارگزاران رمزپول ملزم هستند کلیه عملیات دریافت و پرداخت ریالی مرتبط با فعالیت خود را به صورت شفاف و از طریق حساب مشخص و مورد تایید بانک مرکزی انجام دهند. همچنین نظر به تمهیدات فراهم شده برای دریافت خدمات پرداخت سکوهای مبادله به صورت مستقیم از شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات پرداخت و بانک‌ها، سکوهای موصوف از دریافت خدمت پرداخت به صورت با واسطه منع شده‌اند.

هر بشکه نفت برنت ۷۶ دلار

روند نزولی نفت ادامه یافت

قیمت نفت در معاملات روز سه‌شنبه بازار آسیا، به روند نزولی ادامه داد اما دورنمای تشدید تحریم‌های آمریکا علیه روسیه، افت بیشتر قیمت‌ها را محدود کرد. بهای معاملات نفت برنت با هشت سنت معادل ۰.۱ درصد کاهش، به ۷۶ دلار و ۲۲ سنت در هر بشکه رسید. بهای معاملات وست تگزاس اینترمدیت آمریکا با ۱۵ سنت معادل ۰.۱۹ درصد کاهش، در ۷۳ دلار و ۴۲ سنت در هر بشکه معامله شد. هر دو شاخص پس از افزایش به مدت پنج روز متوالی در هفته گذشته، روز دوشنبه کاهش یافتند. «پریانکا ساچدوا»، تحلیلگر ارشد بازار در شرکت «فیلیپ نووآ» با اشاره به اخبار اقتصادی منفی از آمریکا و آلمان، گفت: ضعف هفته جاری احتمالا به دلیل اصلاح فنی قیمت است؛ زیرا معامله‌گران به آمار اقتصادی ضعیف در سراسر جهان که خوش بینی اولیه را تضعیف کرد، واکنش نشان می‌دهند.

اما عامل دیگری که بر کاهش قیمت نفت موثر بود، رشد عرضه غیراوپک و تقاضای کمتر چین بود که به معنای عرضه مازاد بر تقاضای نفت در سال جاری خواهد بود. تحلیلگران موسسه مالی «آی ان جی» در یادداشتی نوشتند: فعالان بازار، منتظر داده‌های بیشتر در هفته جاری شامل آمار اشتغال غیرکشاورزی دسامبر در روز جمعه هستند تا سیاست نرخ بهره آمریکا در ماه‌های آتی و دورنمای تقاضا برای نفت را ارزیابی کنند. به نظر می‌رسد قیمت نفت، نیروی صعودی خود را از دست داده است. هرچند بازار فیزیکی دچار محدودیت عرضه است اما عوامل بنیادین در سال ۲۰۲۵، وضعیت مطلوبی را نشان می‌دهند که روند صعودی قیمت‌ها را محدود خواهد کرد.

با این حال، نگرانی‌ها نسبت به تشدید تحریم‌های آمریکا علیه اعضای اوپک پلاس، مانع افت بیشتر قیمت نفت شده است. به گزارش «رویترز»، این عدم قطعیت، باعث تقاضای قوی‌تر برای نفت خاورمیانه شده است که در نتیجه آن، عربستان سعودی قیمت فروش نفت به آسیا در فوریه را افزایش داد.

خبرنامه

با افزایش واردات در سال گذشته میلادی

مازاد تجاری برزیل کمتر شد

آمارهای رسمی برزیل نشان می‌دهد که مازاد تجاری این کشور در سال ۲۰۲۴ تقریبا ۲۵ درصد نسبت به سال قبل کاهش یافته و به ۷۴,۶ میلیارد دلار رسیده است که ناشی از رشد میزان واردات است. برزیل در ماه دسامبر مازاد تجاری ۴,۸ میلیارد دلاری را تجربه کرده بود که بیش از پیش‌بینی ۳,۹ میلیارد دلاری در نظرسنجی رویترز از اقتصاددانان بود، اما آمارهای جدید نشان می‌دهد از مقیاس سال‌به‌سال، مازاد تجاری این کشور به دلیل افزایش واردات یک‌چهارم کاهش‌یافته است. علی‌رغم کاهش ۲۴,۶ درصدی نسبت به سال ۲۰۲۳، مازاد تجاری ۲۰۲۴ دومین مازاد تجاری بالا از زمان شروع رکوردها در سال ۱۹۸۹ و در ادامه مازاد ۹۸,۹ میلیارد دلاری سال قبل بوده است. صادرات بزرگ‌ترین اقتصاد آمریکای لاتین تا حد زیادی ثابت مانده و تحت تأثیر قیمت‌ها و حجم پایین‌تر کالاهای کلیدی مانند سویا و ذرت و سنگ‌آهن با کاهش ۰,۸ درصدی از سال ۲۰۲۳ به ۳۳۷ میلیارد دلار رسیده است. این روندها بر افزایش محموله‌های نفت خام که در سال ۲۰۲۴ به بزرگ‌ترین صادرات برزیل تبدیل شد، سایه انداخت؛ اگرچه دولت این وضعیت را موقتی پیش‌بینی کرده است. «هرلون براندائو»، مدیر آمار و مطالعات تجارت خارجی در وزارت توسعه، صنعت، تجارت و خدمات برزیل گفت: با بهبود برداشت محصولات کشاورزی، احتمال دارد که سویا جایگاه اول صادرات را به دست آورد، به‌ویژه زمانی که احیای قیمت سویا آغاز شده است. برعکس، واردات برزیل در سال ۲۰۲۴ نسبت به سال قبل ۹ درصد افزایش یافته و به ۲۶۲,۵ میلیارد دلار رسیده است که ناشی از تقاضای قوی داخلی و افزایش سرمایه‌گذاری‌ها، به‌ویژه در خرید کالاهای سرمایه‌ای بود. فعالیت‌های اقتصادی در طول سال گذشته به‌طور مداوم بالاتر از انتظارات بود و دولت رشد تولید ناخالص داخلی را ۳,۵ درصد برای سال ۲۰۲۴ تخمین زد. براساس گزارش وزارت توسعه، برای سال ۲۰۲۵، مازاد تجاری بین ۶۰ تا ۸۰ میلیارد دلار پیش‌بینی‌شده است. «تاتیانا پرازرس»، وزیر تجارت خارجی برزیل، با تمرکز جهانی بر تاثیر بالقوه تعرفه‌های وعده داده‌شده توسط «دونالد ترامپ» رئیس‌جمهور منتخب آمریکا، خاطرنشان کرد که درحالی‌که برزیل در تراز تجاری کلی خود مازاد داشته است، همچنان در مواجهه با آمریکا با کسری مواجه است. بنابراین براساس این معیار، برزیل نباید دغدغه اصلی دولت آمریکا باشد. به گفته «پرازرس»، برزیل به مکانیسم‌های مختلف خود برای گفت‌وگو با آمریکا برای تقویت روابط تجاری در سال‌های آینده تکیه خواهد کرد.

افزایش غیرمنتظره نرخ تورم در آلمان

تورم آلمان در ماه گذشته بیش‌ازحد انتظار شتاب گرفت و از تداوم برنامه‌های بانک مرکزی اروپا برای ادامه کاهش تدریجی نرخ بهره حمایت کرد. براساس آمارهای جدید اقتصادی، قیمت مصرف‌کننده آلمان در ماه دسامبر نسبت به سال گذشته ۲,۹ درصد و نسبت به ماه گذشته ۲,۴ درصد افزایش داشته است. این بالاتر از همه برآوردهای تحلیلگران در نظرسنجی بلومبرگ است. مرکز آمار آلمان گفت که این شتاب ناشی از هزینه‌های انرژی و غذا بوده است. پس از انتشار این آمار، نرخ بازدهی کوتاه‌مدت آلمان افزایش یافت. بازده بدهی دو ساله چهار واحد پایه افزایش یافت و به ۲,۲ درصد رسید، درحالی‌که معامله‌گران از شرط‌بندی‌های کاهش نرخ بانک مرکزی اروپا اندکی کم کردند. داده‌های روز دوشنبه به دنبال انتشار ارقامی در اسپانیا منتشر شده است که نشان‌دهنده افزایش سریع‌تر از حد انتظار و ۲,۸ درصدی قیمت‌ها در ماه گذشته بوده است. اقتصاددانان همچنین پیش‌بینی می‌کنند که نرخ تورم منطقه یورو که همین روزها قرار است اعلام شود تا ۲,۴ درصد افزایش خواهد یافت. چنین نتیجه‌ای احتمالا باعث خواهد شد تا احتمال کاهش بیشتر نرخ بهره که برخی از اعضای شورای حکام بانک مرکزی اروپا آن را شناور کرده بودند، کاهش پیدا کند. درحالی‌که تورم منطقه یورو در سال ۲۰۲۴ به‌سرعت کاهش یافت، اکنون دیده می‌شود که در اطراف سطح کنونی خود در نوسان است. مسئولان بانک مرکزی اروپا همچنان قصد دارند تا پایان سال به هدف ۲ درصدی خود برسند. در آلمان، عواملی ازجمله افزایش هزینه بلیت حمل‌ونقل عمومی در سراسر کشور و قیمت بالاتر کربن، فشارهای تورمی را قبل از انتخابات زودهنگام ماه آینده که به نظر می‌رسد به دوره نخست‌وزیری «اولاف شولز» به‌عنوان صدراعظم پایان خواهد داد، بالا نگه داشته است. مانند سایر مقامات فعلی، بحران هزینه زندگی که پس از حمله روسیه به اوکراین در سال ۲۰۲۲ رخ داد، تبعاتی برای رهبر آلمان به دنبال داشته است. بانک مرکزی آلمان در سال جاری تنها یک‌بار شاهد کاهش نرخ تورم از ۲,۵ درصد به ۲,۴ درصد بوده است. قیمت‌های اساسی یک نگرانی کلیدی است، به‌ویژه در بخش خدمات. تورم در این بخش از اقتصاد در منطقه یورو حدود ۴ درصد گیرکرده است که ناشی از افزایش شدید دستمزدها برای جبران تورم سال‌های اخیر است. براساس داده‌های ملی، تورم خدمات آلمان از ۴ درصد به ۴,۱ درصد رسیده است. پس از چهارمین دور کاهش نرخ بهره در ماه گذشته، سیاستگذاران بانک مرکزی اروپا همچنان توافق دارند که می‌توانند کاهش بیشتری داشته باشند تا حداقل محیطی خنثی که نه رشد اقتصادی را محدود می‌کند و نه تحریک می‌کند را فراهم کنند. درحالی‌که تنظیم آن در زمان واقعی دشوار است، سرمایه‌گذاران انتظار دارند در سال ۲۰۲۵ حدود ۱۰۰ واحد کاهش نرخ بهره داشته باشد که نرخ سپرده بانک مرکزی اروپا را به ۲ درصد برساند.

بازار طلای جهانی در انتظار گزارش مشاغل آمریکا

در حالی قیمت طلای جهانی ثابت ماند که سرمایه‌گذاران در انتظار انتشار گزارش مشاغل آمریکا و تأثیر آن در سیاست فدرال رزرو هستند. هر اونس طلا ثابت در ۲۶۳۶ دلار و پنج سنت بود. قیمت طلای آمریکا بدون تغییر در ۲۶۴۷ دلار و ۳۰ سنت باقی ماند. سرمایه‌گذاران به دنبال گزارش مشاغل ایالات متحده در روز جمعه هستند که می‌تواند به روشن کردن مسیر سیاست فدرال رزرو کمک کند. آنها همچنین منتظر اطلاعات فرصت‌های شغلی امروز، آمار اشتغال غیرکشاورزی بخش خصوصی ایالات متحده و صورتجلسه دسامبر فدرال رزرو در روز چهارشنبه هستند. بازدهی شاخص ۱۰ ساله خزانه‌داری در روز دوشنبه به بالاترین حد خود از ماه مه ۲۰۲۴ رسید و دلار آمریکا پس از گزارش‌های متناقض در مورد برنامه‌های تعرفه‌ای «دونالد ترامپ»، رئیس جمهور منتخب آمریکا کاهش یافت. «ترامپ» که گروهش در حال بررسی طرح‌های تعرفه‌ای هستند که فقط واردات مهم را پوشش می‌دهد را تکذیب کرد و این امر باعث تشدید ابهام در میان رهبران تجاری در مورد سیاست‌های تجاری آینده ایالات متحده شد.

اقتصاددانان برجسته بر این باورند که برنامه‌های ترامپ برای افزایش تعرفه‌ها، کاهش مالیات و کنترل مهاجرت ممکن است آنطور که تحلیل‌ها پیش از این نشان داده بود، تورم‌زا نباشد. با این حال، آنها اظهار کردند که هرگونه تلاش «ترامپ» برای اعمال کنترل بر فدرال رزرو، خطر تحریک مجدد فشارهای قیمتی را به همراه خواهد داشت. به گزارش «رویترز»، در بازار سایر فلزات ارزشمند نیز هر اونس نقره ۲۹,۹۴ دلار ثابت بود، پلاتین با ۰,۱ درصد افزایش به ۹۳۳ دلار و ۹۰ سنت رسید و پالادیوم با ۰,۱ درصد افزایش به ۹۲۱ دلار و ۸۲ سنت رسید.

کدام استان‌ها پیشتاز مصرف آب در صنایع کوچک هستند؟

تبعات صنعتی ناترازی آب

فرصت امروز: امروزه صنایع ایران با چالش‌های زیادی مواجه هستند و از جمله این چالش‌ها، ناترازی انرژی است که دلیل اصلی بروز این ناترازی تولید و مصرف به گفته کارشناسان، به سرکوب قیمتی و همچنین جذاب نبودن سرمایه‌گذاری در حوزه تولید انواع انرژی برمی‌گردد. ناترازی انرژی و کمبود آب، برق و گاز به یک مشکل جدی در بخش تولید تبدیل شده و متاسفانه این مشکل در اقتصاد کشور، تبعات ناگواری از خود بجا گذاشته است. در این میان، ناترازی آب علاوه بر آنکه بخش کشاورزی را با تهدید مواجه ساخته است، صنایع کشور را هم درگیر کرده و بسیاری از صنایع در کم آبی مزمن منطقه دست و پا می‌زنند. البته برخی از صنایع فولادی و معدنی برای حل معضل آب در کوتاه‌مدت و میان مدت، منابعی را در اختیار دارند و اقداماتی را هم انجام داده‌اند، اما اغلب صنایع، توان جانمایی خود را در شرایط جدید ندارند و به شدت آسیب‌پذیر هستند.

بخش کشاورزی درحالی با بحران کمبود آب، دست و پنجه نرم می‌کند که به یک مصرف‌کننده غیربهره‌ور آب تبدیل شده است؛ ویژگی منفی که برخی صنایع هم دارند؛ مانند فولاد، نساجی، سیمان، کاشی و سرامیک. البته میزان کسری آب به صورت آشکار قابل محاسبه نیست و یا اینکه با دشواری همراه است. کسری منابع زیرزمینی آب قابل محاسبه است که از تفاوت میزان برداشت، تبخیر و... با میزان نفوذ آب به سفره‌ها، ورود حقآبه و... به دست می‌آید. در همین بخش، فاجعه‌ای بزرگ و خاموش شکل گرفته است که در سال‌های آتی، آثار خود را به صورت شدیدتری نشان خواهد داد. میزان کسری مخزن سالیانه در ۲۰ سال اخیر به صورت میانگین سالیانه ۴,۴ میلیارد مترمکعب ارزیابی شده است.

تهدید ناترازی آب برای صنایع کشور

اما ناترازی آب، تنها به صورت مستقیم بر نیاز بخش‌های مختلف به آب، تاثیر نمی‌گذارد. کسری مخازن، لایه‌های زیرین خاک را با حفره‌های هوا پر و خاک را پوک می‌سازد. این معضل به فرونشست گسترده انجامیده است. بخش کشاورزی، معادن، صنایع مستقر در مناطق دارای نرخ فرونشست بالا مانند کرمان و اصفهان و زیرساخت‌های عمومی در کل کشور به شدت از ناحیه آثار ناترازی آب زیرزمینی در تهدید هستند. وضعیت به گونه‌ای است که به توصیف «علی بیت‌اللهی» رئیس بخش زلزله‌شناسی، مهندسی و خطرپذیری مرکز تحقیقات راه، مسکن و شهرسازی، «برای نجات شهرها و روستاهای‌مان از همین الان فقط ۵ الی ۱۰ سال فرصت داریم و بس.» حتی مناطقی که به لحاظ برخورداری از منابع آبی زیرزمینی، غنی‌تر از سایر استان‌ها هستند، با همین تهدید مواجه شده‌اند؛ چه بسا بدتر از مناطق خشک و کم آب.

بر همین اساس، فرونشست در نقاطی دور از انتظار مانند گلستان، شرق مازندران، اردبیل، آذربایجان شرقی و آذربایجان غربی که از نظر بارندگی و نزولات جوی، وضع بهتری نسبت به فلات مرکزی دارند هم رخ داده است. به گفته «بیت اللهی»، «استان‌های خراسان رضوی، تهران، فارس، کرمان و اصفهان بابت نرخ فرونشست به وضع «فوق بحرانی» رسیده‌اند و در ۱۱ استان کشور، نرخ سالانه فرونشست بیش از ۱۰ سانتیمتر است.» بنابراین پس از ۱۰ سال برخی استان‌ها یک متر در زمین فرو می‌روند که این یک فاجعه ملی است. به طور کلی، تقریبا ۵۶۰۰۰ کیلومتر مربع (۳,۵ درصد) از مساحت کشور در معرض فرونشست زمین است که عمدتا به آبیاری مرتبط است. همین ۳.۵ درصد هم ۲۶۵ شهرستان از ۴۲۹ شهرستان کشور را دربر می‌گیرد. یافته‌ها نشان می‌دهد که چطور متراکم شدن جمعیت در کشور فاجعه‌بار شده است.

از کسری آب تا بحران افزایش تقاضا

بر همین اساس، تقاضا برای آب زیرزمینی از ظرفیت تجدید آن فراتر رفته و تعادل ظریف چرخه آب طبیعی مختل شده است. این تنش، نه تنها جوامع محلی ایران را به خطر می‌اندازد، بلکه باعث ایجاد عدم تعادل اکولوژیکی می‌شود. از سوی دیگر، اندازه‌گیری‌های چاه‌های آب زیرزمینی، نرخ کاهش نگران‌کننده سالانه تقریبا ۵.۷ میلیارد متر مکعب (BCM) را بین سال‌های ۲۰۰۲ و ۲۰۱۵ نشان می‌داد؛ پدیده‌ای که توسط اندازه‌گیری‌های گریس تأیید شده است که از دست دادن ذخیره آب در سراسر کشور را تشخیص می‌دهد. در نتیجه، در مناطقی که شدیدا به آب‌های زیرزمینی وابسته هستند، مانند تهران، رفسنجان در کرمان و مشهد، فرونشست زمین به دلیلی برای نگرانی تبدیل شده است. این بحران، خاک را با خود می‌خورد و زمین زیر پای ما را می‌لرزاند و درهم می‌کشد. البته با توجه به اینکه مطالعات کمی برای استفاده از رادار دهانه مصنوعی تداخل سنجی (InSAR) برای نقشه‌برداری یا پیش‌بینی فرونشست در مقیاس بزرگ در ایران انجام شده است، می‌توان حدس زد که هنوز تمام ابعاد ماجرای فرونشست تحلیل نشده است.

اما همین یافته‌های در دسترس هم که عمدتا طبقه‌بندی‌شده منتشر می‌شوند، نشان می‌دهد مساحتی بیش از ۴۰ هزار کیلومتر مربع در معرض نرخ فرونشست بالاتر از یک سانتیمتر در سال است. در حالی که مناطقی با مساحت بیش از ۲۵ هزار کیلومتر مربع با نرخ‌های بیش از ۲ سانتیمتر در سال فرو می‌روند. مناطق بیش از ۳ هزار کیلومتر مربع با نرخ هشداردهنده بیش از ۱۰ سانتیمتر در سال دچار فروکش می‌شوند. در مجموع، ۹۰ درصد از فرونشست‌هایی که شناسایی شده‌اند، در محدوده آبخوان‌ها قرار دارند. در واقع، مناطق دارای آبخوان‌های متراکم‌تر، بیشتر دچار فرونشست شده‌اند.

راهکارهای مقابله با فرونشست زمین

در این شرایط باید به سراغ راهکارهایی رفت که بحران را کاهش دهند. مدیریت مصرف منابع زیرزمینی، جلوگیری از ساخت و ساز و شناسایی دقیق کانون‌های فرونشست، از جمله راهکارهایی هستند که می‌توان به آنها مراجعه کرد اما مشکل اینجاست که به گفته رئیس بخش زلزله‌شناسی مرکز تحقیقات راه، مسکن و شهرسازی، «در هیچ کدام از قوانین و مقررات ساخت و ساز در کشور هیچ بندی درباره فرونشست نداریم. این موضوع نیازمند تدوین مقررات ملی فرونشست برای نحوه طراحی و اقدام درست در حوزه شهرسازی است.» علاوه بر این مورد، او به «تزریق مصنوعی آب به سفره‌های زیرزمینی، مکان‌یابی مناسب برای صنایع آب‌بر و توجه به نوع کشت و زرع و آبیاری» هم به عنوان راهکار مقابله با گسترش فرونشست تاکید کرده است اما به نظر می‌رسد همه اینها، زمانی محقق می‌شود که یک اراده قوی و فهم مشترک پیرامون مسئله (بحران فرونشست) ایجاد شود؛ به گونه‌ای که مردم حاضر باشند منافع کوتاه مدت و جاری خود را قربانی منافع آینده خود و نسل‌های آتی کنند؛ وگرنه در غیر این صورت نمی‌توان تعادل اکولوژیکی ازدست رفته را بازگرداند.

همانطور که گفته شد، امروزه بیشتر صنایع کشور با چالش بزرگ ناترازی انرژی مواجه هستند و به نظر می‌رسد که دلیل اصلی بروز این ناترازی در اقتصاد انرژی بیش از هر چیز به جذاب نبودن سرمایه‌گذاری در حوزه تولید انواع انرژی برمی‌گردد. کسانی که در سال‌های اخیر در این حوزه سرمایه‌گذاری کرده‌اند، هنوز نتوانسته‌اند مطالبات انباشت شده خود را از دولت بستانند و به همین دلیل، بخش خصوصی هیچ انگیزه‌ای برای ورود به این بخش از خود نشان نمی‌دهد. به عبارت دیگر، حضور انحصاری دولت در بازار انرژی و سرکوب قیمتی باعث شده تا سرمایه‌گذاری چندانی در این حوزه صورت نگیرد.

ریشه اصلی ناترازی انرژی کجاست؟

«فرشید شکرخدایی»، رئیس کمیسیون سرمایه‌گذاری و تأمین مالی اتاق بازرگانی ایران در این باره، می‌گوید: «تا چند سال پیش، زمانی که درباره مزیت‌های نسبی سرمایه‌گذاری کشور صحبت می‌کردیم به انرژی ارزان و فراوان، نیروی انسانی متخصص و اقلیم پهناور اشاره می‌کردیم، اما امروز این مزیت‌های نسبی همگی دستخوش تغییر شدند و شاید دیگر مزیتی به حساب نیایند. در حوزه انرژی دچار ناترازی هستیم و از منظر اقلیم هم با کمبود آب و از بین رفتن سفره‌آب‌های زیرزمینی مواجه هستیم.» به گفته «شکرخدایی»، «سرمایه‌گذارانی که وارد حوزه تولید انرژی شدند، مطالبات خود را از دولت نتوانستند دریافت کنند و همچنان بعد از گذشت چندین سال، دولت بدهی خود را به آنها پرداخت نکرده است. از سوی دیگر، خریدار انحصاری انرژی تولید شده، فقط دولت است و تولیدکننده نمی‌تواند در یک بازار رقابتی محصول خود را ارائه کند. در طراحی حکمرانی انرژی، حق انتقال انرژی متعلق به دولت است و بخش خصوصی فقط می‌تواند در حوزه عرضه وارد شود. متأسفانه این توزیع‌کننده انحصاری در طول سالیان گذشته بسیار بد عمل کرد و موجب شد امروز با ناترازی انرژی مواجه شویم. زمانی که بازار توزیع به صورت انحصاری در اختیار فردی باشد که نظام تنظیم‌گری همان بازار را هم به عهده دارد، در نهایت شرایطی ایجاد می‌شود که جذابیت تولید آن محصول از بین می‌رود.»

استان‌های دارای بالاترین مقام مصرف آب در صنایع کوچک (پایان سال ۱۴۰۰)

استان	مصرف (میلیون مترمکعب)	سهم از کل (درصد)
خوزستان	۲۸۴,۸۳۶,۷۳۵	۱۸,۷۱
اصفهان	۲۷۹,۸۴۴,۶۳۰	۱۸,۳۸
بوشهر	۱۱۴,۰۲۲,۸۲۵	۷,۴۹
تهران	۸۸,۴۰۶,۴۸۰	۵,۸۰
خراسان رضوی	۸۶,۹۳۶,۷۲۱	۵,۷۱
آذربایجان شرقی	۸۴,۴۸۴,۳۷۹	۵,۵۵

آغاز عرضه ارز پتروشیمی‌ها در بازار ارز تجاری

پتروشیمی‌ها ورق دلار را برمی‌گردانند؟

یک گام دیگر برای تحقق نظام پرداخت رسمی ارز، ورود شرکت‌های پتروشیمی به بازار ارز تجاری است که از روز دوشنبه عملیاتی می‌شود و قرار است ماهانه ۹۰۰ میلیون دلار به بازار ارز تزریق کنند؛ لذا باتوجه به حضور شرکت‌های پتروشیمی به عنوان بزرگ‌ترین عرضه‌کنندگان ارز در کشور، باید منتظر افزایش حجم معاملات در بازار ارز تجاری باشیم که موجب ایجاد تعادل در بازار خواهد شد. به گزارش «ایسنا»، عرضه ارز حاصل از صادرات پتروشیمی‌ها (به عنوان بزرگ‌ترین عرضه‌کنندگان ارز در کشور) در سامانه ارز تجاری مرکز مبادله ایران که قرار بود از اول بهمن امسال عملیاتی شود، با تصمیم جدید بانک مرکزی و پس از جلسه هماهنگی میان بانک مرکزی و شرکت‌های پتروشیمی، از روز دوشنبه آغاز می‌شود. در همین زمینه، دبیرکل انجمن کارفرمایی صنعت پتروشیمی در روز یکشنبه اعلام کرد که صادرات ۹ ماهه امسال پتروشیمی‌ها حدود ۱۰ میلیارد دلار بوده که ۸ میلیارد و ۱۷۶ میلیون دلار از این میزان در سامانه نیما عرضه شده و مابقی برای نیازهای خود صنعت مورد استفاده قرار گرفته است. با این حال، صنعت پتروشیمی ماهانه حدود ۹۰۰ میلیون دلار در بازار ارز تجاری مرکز مبادله ایران عرضه خواهد کرد. به گفته ابهری، صنعت پتروشیمی رتبه نخست رفع تعهد ارزی را در بین همه صنایع در اختیار دارد. با عرضه ارز پتروشیمی‌ها در سامانه ارز تجاری مرکز مبادله، درآمد پتروشیمی‌ها افزایش می‌یابد و گردش مالی بیشتری خواهند داشت.

با آغاز به کار دولت چهاردهم، عزم وزارت اقتصاد و به تبع آن بانک مرکزی به عنوان سیاستگذار پولی، برای ایجاد برخی اصلاحات در نظام ارزی و مقررات‌گذاری در این حوزه بیش از پیش نمایان شد. البته از سال ۱۴۰۱ روند ایجاد تغییرات در نظام ارزی کشور و نظام‌مند کردن آن با ایجاد مرکز مبادله ایران به عنوان یک مرجع مبادلات ارزی در کشور و همچنین، ایجاد شفافیت اطلاعاتی و داده‌ای در مبادلات تجاری کشور، آغاز شد. با این حال، در ماه‌های اخیر روند اعمال اصلاحات اقتصادی در نظام ارزی کشور، سرعت بیشتری به خود گرفت. بانک مرکزی در آبان امسال با هدف تسهیل در فرآیند تامین ارز، طی دستورالعملی اعلام کرد که از سوم آذرماه، معاملات بازار ارز تجاری در بستر مرکز مبادله ارز و طلای ایران آغاز می‌شود و یک ماه پس از تاریخ ابلاغ این بخشنامه، عملیات آن لازم‌الاجرا خواهد بود.

براساس این بخشنامه، تمامی صادرکنندگانی که از سامانه نیما برای عرضه ارز خود استفاده نمی‌کنند، مکلف هستند ارز حاصل از صادرات خود را در سامانه معاملات بازار ارز تجاری مرکز مبادله ارز و طلای ایران، ارائه دهند. با این حال، سامانه ارز تجاری با هدف ایجاد یک بازار ارز توافقی و مرجع در ۲۶ آذرماه سال جاری به صورت رسمی و الزامی کار خود را آغاز کرد. نیاز به ایجاد و احیا یک نظام پرداخت رسمی ارز در کشور مهمترین عامل ایجاد اصلاحات اخیر در نظام ارزی بود. بی‌شک، در صورت نبود نظام پرداخت رسمی ارز، مشخص نیست که صادرکنندگان خرد در قبال رفع تعهدات ارزی، ارز خود را به کدام گروه‌ها ارائه می‌دهند. برای مثال مشخص نبود که این ارز به کسی که قصد سرمایه‌گذاری و خرید خانه در خارج کشور را دارد، به کسی که واردکننده کالای قاچاق به کشور است یا به کسی که تولیدکننده است و برای واردات مواد اولیه تولیدی خود نیازمند ارز است، تعلق گرفته است. علاوه بر این، در سمت تقاضای ارز مشخص نبود که متقاضی، ارز موردنیاز خود را از چه کسی خریداری کرده است. برای مثال مشخص نیست که مالک ارز، قاچاقچی سوخت به خارج از کشور است یا از افراد دیگری خریداری شده است.

پیش از این، برای ایجاد یک بازار شفاف و رسمی که به عنوان یک نهاد مرجع در مبادلات ارزی و تجاری کشور عمل کند، بانک مرکزی و سیاستگذار پولی و ارزی در کشور، ابزار لازم را در اختیار نداشت، امروز مشخص شده که ایجاد مرکز مبادله از سوی بانک مرکزی در سال ۱۴۰۱ با هدف ابزارسازی برای بانک مرکزی صورت گرفت. از سوی دیگر، به گفته بسیاری از کارشناسان و مقامات اقتصادی کشور، موضوعات مربوط به چند نرخی بودن ارز و تعدد نرخ‌های ارز، زمینه و بستر توزیع رانت ارزی را فراهم کرد. رانتی که وزیر امور اقتصادی و دارایی چندین بار بر آن تاکید داشت و این رابطه گفت که در سال ۱۴۰۲ به علت تعدد نرخ ارز، یک هزار و ۷۰۰ همت رانت ارزی در کشور توزیع شده است.

گذشته از موارد مطرح شده، از امروز شرکت‌های پتروشیمی ارز خود را در سامانه ارز تجاری عرضه خواهند کرد. در این سامانه که به صورت توافقی و البته با دامن نوسان ۵ درصدی نسبت به میانگین موزون کشف نرخ روز معاملاتی قبل صورت می‌گرد، زمینه نرخ‌گذاری دستوری ارز تا حد ممکن از میان برداشته خواهد شد. بنابرین، با حضور شرکت‌های حوزه پتروشیمی به عنوان بزرگ‌ترین عرضه‌کنندگان ارز در کشور، باید منتظر حجم معاملات بیشتر از میزان و حجم معاملات فعلی در بازار ارز تجاری باشیم که موجب ایجاد تعادل در بازار ارز خواهد شد و متعاقب آن بازار ارز تجاری در جهت تبدیل شدن به یک بازار مرجع ارزی در کشور حرکت کند.

آگهی تحدید حدود اختصاصی

نظر بر اینکه تحدید حدود ششدانگ پلاکهای مشروحه ذیل که باستناد آراء صادره از هیات موضوع قانون تعیین تکلیف اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در ثبت خلخال بنام متصرفین فعلی تائید مالکیت گردیده و تحدید حدود آنها قبلاً بعمل نیامده، لذا تحدید حدود املاک ذیل، بشرح زیر بعمل خواهد آمد

از بخش ۷ خاندبیل خلخال

۱-ششدانگ یک باب خانه ومحوطه به پلاک ۵۴ فرعی از ۱۹۳۰-اصلی مورد تقاضا و متصرفی آقای حسن قلی زاده ؛واقع در اراضی نیاخرم.

۲-ششدانگ یکقطعه باغ به پلاک ۱۹۴ فرعی از ۱۹۳۳-اصلی مورد تقاضا و متصرفی آقای دلاور بابائی ؛ واقع در اراضی گزاز.

۳-ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی دیمی به پلاک ۱۹۵ فرعی از ۱۹۳۳-اصلی مورد تقاضا و متصرفی آقای بهنام محمدبان؛ واقع در اراضی گزاز.

۴-ششدانگ یک باب خانه ومحوطه به پلاک ۱۰۷ فرعی از ۱۹۳۴-اصلی مورد تقاضا و متصرفی آقای عرشعلی راسخی ارسون ؛ واقع در اراضی ارسون.

۵-ششدانگ یک باب خانه ومحوطه به پلاک ۱۶۱ فرعی از ۱۹۳۸-اصلی مورد تقاضا و متصرفی آقای جاوید بیابانی ترک ؛ واقع در اراضی ترک.

۶-ششدانگ یک باب خانه ومحوطه به پلاک ۴۲۱ فرعی از ۱۹۴۱-اصلی مورد تقاضا و متصرفی آقای علی خرسندی ؛ واقع در اراضی مزجین.

۷-ششدانگ یک باب خانه ومحوطه به پلاک ۱۳۵ فرعی از ۱۹۴۲-اصلی مورد تقاضا و متصرفی خانم سیده زهرا علوی ؛واقع در اراضی زرتشت آباد.

۸-ششدانگ یک باب خانه ومحوطه به پلاک ۱۴۱ فرعی از ۱۹۴۳-اصلی مورد تقاضا و متصرفی خانم نرگس حسنی اندبیلی؛ واقع در اراضی بلبل.

روز تحدید حدود:شنبه ۱۴۰۳/۱۱/۲۰

لذا بدینوسیله به مالکین و مجاورین آگهی می شود که در روز تعیین شده در محل وقوع ملک حضور بهم رسانند واخواهی بر حدود و حقوق ارتفاقی مطابق ماده ۲۰ قانون ثبت از تاریخ تحدید حدود بمدت ۳۰ روز پذیرفته خواهد شد و متقاضی باید کتباً اعتراض خود را به ثبت محل ارائه نماید.

تاریخ انتشار یک نوبت: روزچهارشنبه ۱۴۰۲/۱۰/۱۹

رییس ثبت خلخال –زینال زاده

آگهی مفقودی مدارک خودرو

برگ سبز خودرو سواری سمند به شماره انتظامی ۳۰ ایران ۲۹۳ و ۹۵ شماره موتور ۱۴۷H۰۲۱۵۲۰۲ و شماره شاسی NAACR۱HW۲GF۳۴۱۶۸۸ متعلق به اینجانب رضوان حاجی وند به شماره ملی ۴۱۷۲۷۵۲۲۹۲ مفقود و از درجه اعتبار ساقط میباشد رباط کریم

آگهی مفقودی مدارک خودرو

برگ سبز خودرو سواری پراید به شماره انتظامی ۳۸ ایران ۹۴۴ ل ۵۶ شماره موتور ۰۰۵۴۵۶۹۲ و شماره شاسی S۱۴۱۲۲۸۲۱۰۱۰۶۹ متعلق به اینجانب مهران شاهمرادی به شماره ملی ۳۹۶۰۶۰۷۵۷۱ مفقود و از درجه اعتبار ساقط میباشد رباط کریم

مفقودی

بدینوسیله اعلام می دارد پروانه بهره برداری بهینه از آبهای سطحی (کشاورزی حقیقی) دارای شماره پروانه ۳۹۸۷۷/۱۰۰/۳۰۰ متعلق به آقای افراسیاب حسینی فرزند فتح اله به شماره شناسنامه ۱۹۳ و کد ملی ۳۲۳۰۲۷۳۶۹۹ صادره از پاوه مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد. ۱۹۰/ی

سازمان آگهی ها
۸۸۹۳۶۶۵۱

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان کهگیلویه و بویراحمد
اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک دوگنبدان
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 ۱۴۰۳۶۰۳۲۰۰۰۲۰۰۳۹۳۸ موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک دو گنبدان تصرفات مالکانه بلا معارض متقاضی آقای سید یداله رحیمی پور فرزند علی حسین بشماره شناسنامه ۳۵۴ صادره از در یک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۳۷۵۶.۲۶ متر مربع پلاک ۴۷ فرعی از ۹۶ اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک ۶ فرعی از ۹۶ اصلی قطعه یک واقع در لیشتر اشکفت گاو میشی خریداری از مالک رسمی آقای فریدون فریحی محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند میتوانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ ،رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم ،اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند.بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد. شماره ۲۲۳/۱۴۰۳ رم الف

تاریخ انتشار نوبت اول : ۰۳-۱۰-۱۴۰۳

تاریخ انتشار نوبت دوم :۱۹-۱۰-۱۴۰۳

داوود صداقت دیل دبیر هیات

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 ارای شماره ۱۴۰۳۶۰۳۲۶۰۰۲۰۰۳۱۷۸ 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 آقا یار منتشلو فرزند هادی به ش ش ۱۴۶۹ صادره از کبودراهنگ در یک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۴۰۰۶۰/۳۳ مترمربع مفروز و مجزی شده از پلاک ۳۳۱اصلی واقع در روستای قطار قوئی خریداری از مالک رسمی هادی شکر منتشی محرز گردیده است لذا به منظوراطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید، ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدهی است در صورت انقضای مدت مذکوروعدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

رئیس ثبت اسناد و املاک کبودرآهنگ –داود غفرانی دلاور

تاریخ انتشار اول : ۱۴۰۳/۱۰/۰۴ تاریخ انتشار دوم: ۱۴۰۳/۱۰/۱۹

م الف ۷۱۵

آگهی تحدید حدود اختصاصی

نظر به اینکه تحدید حدود ششدانگ یک باب خانه به مساحت ۲۳۴ متر مربع به شماره ۲۷۴۳۴ فرعی مفروز و مجزا شده از ۷۳ اصلی واقع در روستای شام اسبی بخش ۳ اردبیل تحت مالکیت مختار ابراهیم نژاد فرزند سبزعلی به شماره ثبت تحدید حدود پلاک مرقوم روز سه شنبه مورخه ۱۴۰۳/۱۱/۲۳ راس ساعت ۱۰ صبح در محل شروع و بعمل خواهد آمد. بدین وسیله به مالکین و مجاورین اخطار میشود در موعد مقرر در محل حاضر تا طبق مقررات نسبت به تحدید حدود پلاک مزبور نظارت فرمایند و اعتراض بحقوق ارتفاقی و حدود آن مطابق ماده ۱۰ آیین نامه قانون الحاق موادی به قانون ساماندهی و حمایت از تولید و عرضه مسکن از تاریخ تحدید حدود به مدت ۲۰ روز خواهد شد.

تاریخ انتشار: ۱۴۰۳/۱۰/۱۹

رئیس ثبت اسناد و املاک منطقه ۱ شهرستان اردبیل –رضا احمدیان

۹۸۳

آگهی ماده ۳ قانون تعیین تکلیف اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی و مشاعی

هیأت حل اختلاف مستقر در اداره ثبت اسناد و املاک منطقه یک قم تصرفات مالکانه مفروزی متقاضیان پرونده تشکیلی طبق قانون مذکور را براساس گزارش کارشناسان و به استناد مدارک موجود در پرونده به شرح ذیل تأیید نموده اند.

۱-رأی شماره ۱۴۰۳۶۰۳۳۰۰۰۱۰۰۸۹۲۲ مربوط به پرونده کلاسه ۱۴۰۳۱۱۴۴۳۰۰۰۱۰۰۰۳۹۳ مربوط به تقاضای آقای/خانم میثم تیموری فرزند سهراب‌علی، در ششدانگ یک باب ساختمان به مساحت ۶۷/۵۰ مترمربع پلاک شماره ۱۱۲۴۴ اصلی واقع در قم بخش یک حوزه ثبت ملک اداره یک قم (مبایعه نامه عادی مع الواسطه از حبیب‌اله ولی به موجب یک فقره اظهارنامه ثبتی و سند رسمی شماره ۱۲۱۹۰ مورخ ۱۳۲۴/۰۶/۲۴ دفترخانه ۸ قم).(م الف:۱۸۴۹۷۰۳)

۲-رأی شماره ۱۴۰۳۱۱۴۴۳۰۰۰۱۰۰۱۱۶۹ مربوط به پرونده کلاسه ۱۴۰۳۶۰۳۳۰۰۰۱۰۱۲۲۷۹ مربوط به تقاضای آقای/خانم ابراهیم جعفری کلکو فرزند صفرعلی، در ششدانگ یک باب ساختمان به مساحت ۶۲/۱۰ مترمربع پلاک شماره ۱۰۳۲۵ اصلی واقع در قم بخش یک حوزه ثبت ملک اداره یک قم (۱- سند رسمی شماره ۸۴۹۴ مورخ ۱۳۸۸/۰۶/۳۰ دفترخانه ۳۱ قم نسبت به ۳۱/۵ سهم ۲- مبایعه نامه عادی از وراث مرحوم صفرعلی جعفری کلکو سند مالکیت مشاعی صادره در دفتر ۲۰۳ صفحه ۴۶۳).(م الف:۱۸۴۹۷۰۳)

۳-رأی شماره ۱۴۰۳۶۰۳۳۰۰۰۱۰۱۱۵۸۴ مربوط به پرونده کلاسه ۱۴۰۳۱۱۴۴۳۰۰۰۱۰۰۱۲۳۹ مربوط به تقاضای آقای/خانم هادی خدابنده‌لو فرزند ولی‌اله، در سه دانگ مشاع از ششدانگ یک باب ساختمان به مساحت ششدانگ ۱۵۰ مترمربع پلاک شماره ۱۰۵۳۰ و ۱۱۱۹۵ اصلی واقع در قم بخش یک حوزه ثبت ملک اداره یک قم (سند رسمی شماره ۲۹۳۰۲ مورخ ۱۴۰۰/۰۳/۰۲ دفترخانه ۳۹ قم).(م الف:۱۸۴۹۷۰۳)

۴-رأی شماره ۱۴۰۳۶۰۳۳۰۰۰۱۰۱۱۵۸۵ مربوط به پرونده کلاسه ۱۴۰۳۱۱۴۴۳۰۰۰۱۰۰۱۲۴۰ مربوط به تقاضای آقای/خانم سهیلا عبدی فرزند سعداله، در سه دانگ مشاع از ششدانگ یک باب ساختمان به مساحت ششدانگ ۱۵۰ مترمربع پلاک شماره ۱۰۵۳۰ و ۱۱۱۹۵ اصلی واقع در قم بخش یک حوزه ثبت ملک اداره یک قم (سند رسمی شماره ۲۹۳۰۲ مورخ ۱۴۰۰/۰۳/۰۲ دفترخانه ۳۹ قم).(م الف:۱۸۴۹۷۰۳)

۵-رأی شماره ۱۴۰۳۶۰۳۳۰۰۰۱۰۱۲۸۲۳ مربوط به پرونده کلاسه ۱۴۰۳۱۱۴۴۳۰۰۰۱۰۰۰۶۳۵ مربوط به تقاضای آقای/خانم محمد خواهان یزدی فرزند محمود، در ششدانگ یک باب ساختمان به مساحت ۲۲۶ مترمربع پلاک شماره ۱۱۱۹۰ اصلی واقع در قم بخش یک حوزه ثبت ملک اداره یک قم (۱۰ سند رسمی شماره ۲۷۳۲۹ مورخ ۱۴۰۱/۱۰/۲۹ دفترخانه ۷۴ قم نسبت به ۲۲۰ سهم ۲- سند رسمی شماره ۳۴۰۲۳ مورخ ۱۴۰۳/۰۸/۱۰ دفترخانه ۸۶ قم نسبت به ۶ سهم).(م الف:۱۸۴۹۷۰۳)

۶-رأی شماره ۱۴۰۳۶۰۳۳۰۰۰۱۰۱۲۶۳۴ مربوط به پرونده کلاسه ۱۴۰۳۱۱۴۴۳۰۰۰۱۰۰۱۲۴۹ مربوط به تقاضای آقای/خانم محمدرضا زارع خورمیزی فرزند حسین، در ششدانگ یک باب ساختمان به مساحت ۱۲۶/۱۹ مترمربع پلاک شماره ۷۸۰۲/۲ اصلی واقع در قم بخش یک حوزه ثبت ملک اداره یک قم (مبایعه نامه عادی مع الواسطه از سید اقا طباطبائی بفروئی سند رسمی شماره ۱۴۵۲۰ مورخ ۱۳۲۲/۰۶/۲۱ دفترخانه ۶ قم).(م الف:۱۸۴۹۷۰۳)

۷-رأی شماره ۱۴۰۳۶۰۳۳۰۰۰۱۰۱۲۵۳۷ مربوط به پرونده کلاسه ۱۴۰۳۱۱۴۴۳۰۰۰۱۰۰۱۴۲۱ مربوط به تقاضای آقای/خانم محمود الماسی فرزند حسین(باقیومیت زهرا الماسی فرزند محمود بشماره ملی ۰۳۸۴۶۶۵۱۳۶ بموجب دادنامه ۰۰۲۶۵۰۶۶۵ مورخ ۱۴۰۱/۱۰/۰۵ شعبه ۹ دادگاه خانواده قم)، در ششدانگ یک باب ساختمان به مساحت ۲۰۰/۲۶ مترمربع پلاک شماره ۱۱۰۰۵اصلی واقع در قم بخش یک حوزه ثبت ملک اداره یک قم (سند رسمی شماره ۴۹۹۴۶ مورخ ۱۴۰۲/۰۵/۲۷ دفترخانه ۶ قم).(م الف:۱۸۴۹۶۹۹)

۸-رأی شماره ۱۴۰۳۶۰۳۳۰۰۰۱۰۱۲۷۴۴ مربوط به پرونده کلاسه ۱۴۰۳۱۱۴۴۳۰۰۰۱۰۰۱۳۵۵ مربوط به تقاضای آقای/خانم سیدحسن هاشمی فرزند سید مهدی، در ششدانگ یک باب ساختمان به مساحت ۱۵۱/۷۹ مترمربع پلاک شماره ۱۰۲۶۰ اصلی واقع در قم بخش یک حوزه ثبت ملک اداره یک قم (سند رسمی شماره ۱۳۴۳۵۹ مورخ ۱۳۹۹/۰۲/۲۵ دفترخانه ۵ قم).(م الف:۱۸۴۹۶۹۹)

۹-رأی شماره ۱۴۰۳۶۰۳۳۰۰۰۱۰۱۲۲۵۵ مربوط به پرونده کلاسه ۱۴۰۳۱۱۴۴۳۰۰۰۱۰۰۰۶۵۳ مربوط به تقاضای آقای/خانم سیدماشاءاله حسینی‌نژاد فرزند سید عباس، در ششدانگ یک باب ساختمان به مساحت ۱۲۷/۸۰ مترمربع پلاک شماره ۱۱۱۳۳ اصلی واقع در قم بخش یک حوزه ثبت ملک اداره یک قم (مبایعه نامه عادی مع الواسطه از حسین بیوک سند رسمی شماره ۲۹۳۴۹ مورخ ۱۳۳۵/۰۷/۲۶ دفترخانه ۴ قم).(م الف:۱۸۴۹۶۹۹)

۱۰-رأی شماره ۱۴۰۳۶۰۳۳۰۰۰۱۰۱۲۷۴۲ مربوط به پرونده کلاسه ۱۴۰۳۱۱۴۴۳۰۰۰۱۰۰۱۳۷۱ مربوط به تقاضای آقای/خانم سلمان مرادی مسلم فرزند محرمعلی، در ششدانگ یک باب ساختمان به مساحت ۴۰ مترمربع پلاک شماره ۱۱۲۴۳ اصلی واقع در قم بخش یک حوزه ثبت ملک اداره یک قم (مبایعه نامه عادی مع الواسطه از علیرضا ولی احدی از ورثه غلامحسین ولی).(م الف:۱۸۴۹۶۹۹)

۱۱-رأی شماره ۱۴۰۳۶۰۳۳۰۰۰۱۰۱۲۰۸۷ مربوط به پرونده کلاسه ۱۴۰۳۱۱۴۴۳۰۰۰۱۰۰۰۹۴۷ مربوط به تقاضای آقای/خانم نازنین عبادزاده قزانقره فرزند ذوقعلی، در سه دانگ مشاع از ششدانگ یک باب ساختمان به مساحت ۵۹/۴۰ مترمربع پلاک شماره ۱۱۲۸۵/۴۰۰ اصلی واقع در قم بخش یک حوزه ثبت ملک اداره یک قم (مبایعه نامه عادی مع الواسطه از حبیب‌اله بیگدلی سند مالکیت مشاعی صادره در دفتر ۳۱۶ صفحه ۴۳۰).(م الف:۱۸۴۹۶۹۹)

۱۲-رأی شماره ۱۴۰۳۶۰۳۳۰۰۰۱۰۱۲۰۸۹ مربوط به پرونده کلاسه ۱۴۰۳۱۱۴۴۳۰۰۰۱۰۰۰۹۴۸ مربوط به تقاضای آقای/خانم علی مولازاده فرزند حسن، در سه دانگ مشاع از ششدانگ یک باب ساختمان به مساحت ۵۹/۴۰ مترمربع پلاک شماره ۱۱۲۸۵/۴۰۰ اصلی واقع در قم بخش یک حوزه ثبت ملک اداره یک قم (مبایعه نامه عادی مع الواسطه از حبیب‌اله بیگدلی سند مالکیت مشاعی صادره در دفتر ۳۱۶ صفحه ۴۳۰).(م الف:۱۸۴۹۶۹۹)

مورد تأیید قرار گرفته و از آنجائیکه مقرر گردیده است پس از نشر آگهی و انقضاء موعد مقرر سند مالکیت رسمی صادر گردد با توجه به عدم دسترسی به مالکین مشاعی مراتب در دونوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی تا چنانچه اشخاص ذینفع اعتراضی داشته باشند ظرف مدت ۲ ماه از تاریخ انتشار آگهی نوبت اول اعتراض خود را به اداره ثبت اسناد منطقه یک قم تسلیم و رسید آن را اخذ و ظرف یکماه پس از تسلیم اعتراض به اداره ثبت به دادگاه مراجعه و دادخواست خود را به مرجع قضائی تقدیم و گواهی آن را به این اداره تحویل نمایند لازم به توضیح است که صدور سند براساس قانون مذکور مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نخواهد بود.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۳/۱۰/۰۴ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۳/۱۰/۱۹

رضا حسین خانی–رییس ثبت اسناد و املاک منطقه یک قم

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان کهگیلویه و بویراحمد
اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک دو گنبدان
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 ۱۴۰۳۶۰۳۲۰۰۰۲۰۰۳۱۳۵ موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک دو گنبدان تصرفات مالکانه بلا معارض متقاضی آقای / سید یداله رحیمی پور فرزند علی حسین بشماره شناسنامه ۳۵۴ صادره از در یک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۶۴۸۱ متر مربع پلاک ۴۶ فرعی از ۹۶صلی مفروز و مجزی شده از پلاک ۶ فرعی از ۹۶ اصلی قطعه ۱ واقع در لیشتر اشکفت گاو میشی خریداری از مالک رسمی آقای عباس خورشیدی محرز گردیده است لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی میشود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند میتوانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ ،رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد. م/الف ۱۴۰۳/۲۲۱

تاریخ انتشار نوبت اول : ۰۳-۱۰-۱۴۰۳

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۹-۱۰-۱۴۰۳

داوود صداقت دیل دبیر هیات

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 ارای شماره ۱۴۰۳۶۰۳۲۶۰۰۲۰۰۳۱۷۴ 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 آقا یار منتشلو فرزند هادی به ش ش ۱۴۶۹ صادره از کبودراهنگ در یک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۲۳۵۸۹/۰۳ مترمربع مفروز و مجزی شده از پلاک ۳۳۱اصلی واقع در روستای قطار قوئی خریداری از مالک رسمی هادی شکر منتشی محرز گردیده است لذا به منظوراطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید، ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدهی است در صورت انقضای مدت مذکوروعدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

رئیس ثبت اسناد و املاک کبودرآهنگ –داود غفرانی دلاور

تاریخ انتشار اول : ۱۴۰۳/۱۰/۰۴ تاریخ انتشار دوم: ۱۴۰۳/۱۰/۱۹

م الف ۷۱۹

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 ۱۴۰۳۶۰۳۰۱۰۵۷۰۱۵۱۸۲ هیات اول / دوم 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 / خانم منیژه مقدس منش فرزند عیسی بشماره شناسنامه ۲۱۶۱ ششدانگ یک قطعه باغ به مساحت ۵۰۰ متر مربع پلاک ۳۷۱۹ فرعی از ۴۶ اصلی واقع در شهریار خریداری از مالک رسمی آقای / خانم افشین برتاک و نصرت اله و صغری و زهرا و پروانه و ویکتوریا همگی قشقائی 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: ۱۴۰۳/۱۰/۱۹ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۳/۱۱/۰۶

م الف ۱۱۹۱۶ مهدی ناصری –رئیس ثبت اسناد و املاک

۹۸۴

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 ۱۴۰۳۶۰۳۰۱۰۵۷۰۱۴۶۵۹ 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 / خانم حمیدرضا شیرزادی فرزند اسمعیل بگ بشماره شناسنامه ۷۷۷ صادره از کرمانشاه در ششدانگ یک باب خانه به مساحت ۷۵ متر مربع پلاک ۷۷۵ فرعی از ۵۳ اصلی واقع در شهریار خریداری از مالک رسمی آقای / خانم فرزین و فردین و فرید همگی فشارکی و مهین بانو نصیری وراث مرتضی فشارکی 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: ۱۴۰۳/۱۰/۱۹ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۳/۱۱/۰۶

م الف ۱۱۹۱۷ مهدی ناصری –رئیس ثبت اسناد و املاک

۹۸۷

آگهی اختصاصی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین‌نامه اجرائی قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

برابر رای شماره ۱۴۰۳۶۰۳۱۲۰۰۸۰۰۴۸۸۱ تاریخ ۱۴۰۳/۷/۱۸ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی شهرستان آق قلا پرونده کلاسه ۲۶۹۸۹۹۴۰۹۳۸۱۱۴۰۴۹۷۹۵۱۱۴۴۹ تصرفات مالکانه و بلامعارض متقاضی خانم خوجه بی بی یامبی فرزند تاج آقا به شماره شناسنامه ۴۴۹ کد ملی ۴۹۷۹۵۱۱۴۴۹ صادره آق قلا در ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۱۰۹۷۸/۰۱ مترمربع ، مفروز، و مجزی شده جزئی از پلاک ثبتی شماره ۲ -اصلی واقع در اراضی قریه دوگونچی بخش ۶-حوزه ثبتی ملک شهرستان آق قلا تائید گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی میشود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند میتوانند از تاریخ انتشار اولین اگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید، ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم ،اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

م الف:۱۶۳

تاریخ انتشار نوبت اول: روز سه شنبه ۱۴۰۳/۱۰/۴

تاریخ انتشار نوبت دوم: روز چهارشنبه ۱۴۰۳/۱۰/۱۹

مهناز جهانفر
رئیس اداره ثبت اسناد و املاک آق قلا

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان کهگیلویه و بویراحمد
اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک دوگنبدان
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 صادره ۱۳۰۳۶.۳۲۰۰۰۲۰۰۳۱۳۳ موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی خوزه ثبت ملک دو گنبدان تصرفات مالکانه بلا معارض متقاضی آقای سید یداله رحیمی پور فرزند علی حسین بشماره شناسنامه ۳۵۴ صادره از یک قطعه زمین مزروعی باغ به مساحت ۵۱۰۷۹ متر مربع پلاک ۴۵ فرعی از ۹۶ اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک ۶ فرعی از ۹۶ اصلی قطعه ۱ واقع در خرداری از مالک رسمی آقای فریدون فریحی محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند میتوانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم ،اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند به صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد. ۲۱۹/۱۴۰۳رم الف

تاریخ انتشار نوبت اول : ۰۳-۱۰-۱۳۰۳

تاریخ انتشار نوبت دوم ۱۹-۱۰-۱۴۰۳

داوود صداقت دیل دبیر هیات

چرا برنامه وفاداری برندها شکست می‌خورد؟

نویسنده: علی آل‌علی

برنامه وفاداری؛ همین عبارت ساده می‌تواند رویای هر کسب و کاری باشد. مشتریانی را تصور کنید که هر بار بی‌هیچ تردیدی شما را انتخاب می‌کنند و برای دریافت امتیاز، تخفیف یا خدمات ویژه باز هم پیش شما برمی‌گردند. این همان جادویی است که برندهای بزرگ از استارباکس گرفته تا نایکی با آن بازی می‌کنند، اما واقعیت تلخ این است که همیشه همه چیز به همین شیرینی و صدالبته سادگی نیست. برنامه وفاداری قرار است پلی باشد که مشتری را به شما وصل کند، اما گاهی این پل در میانه راه فرو می‌ریزد و تنها چیزی که باقی می‌ماند، یک حس ناامیدی است؛ هم برای برند و هم برای مشتری!

اگر به گذشته نگاه کنیم، برندهای قدیمی‌تر اغلب روش‌های سنتی برای جذب مشتری داشتند. با این حال با رشد رقابت و تغییر رفتار مصرف‌کننده‌ها وفاداری به مفهومی کلیدی تبدیل شد. برندها دریافتند که تنها جذب مشتری جدید کافی نیست. حفظ مشتری‌های فعلی به مراتب اقتصادی‌تر و هوشمندانه‌تر است. به همین دلیل، برنامه‌های وفاداری خلق شدند تا این نیاز را برآورده کنند. مثلا کارت‌های باشگاه مشتریان که به هر خرید امتیاز می‌دهند یا اپلیکیشن‌هایی که وعده تخفیف‌های جذاب می‌دهند.

اجازه دهید با هم صادق باشیم؛ قرار نیست تمام برندها در بازار موفق شوند. برای مثال، استارباکس با برنامه طلایی خود توانست تجربه‌ای لوکس به مشتری‌هایش ارائه دهد، اما برندهای دیگری هم بودند که وارد این بازی شدند و در نیمه راه کم آوردند. دلایل این شکست‌ها گاهی عجیب و گاهی به وضوح قابل پیش‌بینی‌اند.

بی‌شک برنامه وفاداری اگر به درستی طراحی شود، می‌تواند مشتری را به یک حامی دو آتیشه تبدیل کند، اما طراحی این برنامه‌ها بیشتر شبیه حل کردن یک پازل چند بعدی است. باید بدانید مشتریان‌تان چه می‌خواهند، چطور فکر می‌کنند و چطور می‌توانید آنها را برای مدت طولانی در کنار خود نگه دارید. وگرنه فقط پول و زمان‌تان را هدر می‌دهید. سوال اصلی ما در این مقاله این است که چرا بعضی برندها با تمام سرمایه‌گذاری و هیاهوی تبلیغاتی در این مسیر شکست می‌خورند؟ آیا مشکل از مشتریان است یا خود برند؟ شاید هم رویکرد طراحی این برنامه‌ها به اندازه‌ای ناکارآمد بوده که همه چیز را به هم ریخته؟ ما در ادامه به بررسی مهمترین دلایل این شکست‌ها خواهیم پرداخت. بد نیست با ما همراه شده و این دلایل را یاد بگیرید. اینطوری در برابر مشکلات آماده‌تر از هر زمان دیگری خواهید بود.

دلایل شکست برنامه‌های وفاداری

پیچیدگی بیش از حد برنامه

وقتی برنامه وفاداری شبیه به یک جدول ضرب پیچیده باشد، مشتری‌ها به جای مشارکت قیدش را می‌زنند. تصور کنید برای یک تخفیف ساده باید امتیازاتی جمع کنید که قوانینش مثل قوانین فیزیک کوانتوم است. مشتری‌ها زمان و انرژی برای سردرآوردن از این پیچیدگی‌ها ندارند. نتیجه چه می‌شود؟ بی‌خیالی و رفتن سراغ برندی که همه چیز را راحت‌تر ارائه می‌دهد.

برای نمونه، بسیاری از خطوط هواپیمایی با ارائه برنامه‌های امتیازی به مشتری ها وعده سفرهای رایگان می‌دهند، اما وقتی مشتری می‌خواهد از امتیازش استفاده کند، با انبوهی از محدودیت‌ها مثل پروازهای خاص، تاریخ‌های محدود و مقاصدی مشخص روبه‌رو می‌شود. این پیچیدگی‌ها باعث می‌شود مشتری‌ها به جای وفاداری، برند را رها کنند.

جالب اینکه چنین مشکلی فقط مختص به صنایع معدودی نیست. حتی برخی فروشگاه‌های زنجیره‌ای نیز با این چالش روبه‌رو هستند. تصور کنید برای دریافت یک تخفیف کوچک باید حداقل پنج بار خرید کنید، آن هم در روزهای مشخصی از هفته. چنین قوانینی مشتری را به این فکر می‌اندازد که آیا این همه سختی ارزشش را دارد؟

راه حل پیشنهادی ما ساده است: شفافیت و سادگی. اگر مشتری بتواند در چند ثانیه متوجه قوانین و مزایای برنامه شود، احتمال مشارکتش بیشتر می‌شود. مثلا برندهایی که برنامه‌هایی ساده و مستقیم دارند، مثل ارائه یک تخفیف فوری برای خرید بعدی موفق‌تر عمل می‌کنند. این نکته را به یاد داشته باشید که پیچیدگی دشمن اعتماد است. اگر برنامه وفاداری شما شفاف و ساده نباشد، مشتری احساس می‌کند در حال گم شدن در دنیایی از ابهامات است.

عدم ارائه ارزش واقعی برای مشتری

برنامه وفاداری باید مثل یک معامله برد- برد باشد. اگر مشتری احساس کند چیزی که به دست می‌آورد به اندازه زحمتی که کشیده ارزش ندارد، خیلی زود از برنامه دل زده می‌شود. یک کارت عضویت که فقط امتیازهای ناچیز می‌دهد یا تخفیف‌هایی که عملا به کار نمی‌آیند، به جای وفادار کردن، مشتری را از برند دور می کنند.

برای مثال، فرض کنید یک برند لباس به مشتریانش وعده می‌دهد که با هر خرید امتیاز کسب می‌کنند، اما وقتی مشتری امتیازاتش را جمع می‌کند، می‌بیند فقط می‌تواند از یک محصول خاص استفاده کند که اصلا نیازی به آن ندارد. این گونه پاداش‌ها نه تنها جذاب نیستند، بلکه مشتری را ناامید می‌کنند. در مقابل، برندهایی که ارزش واقعی ارائه می‌دهند، موفق‌تر هستند. مثلا آمازون پرایم را در نظر بگیرید. این برنامه وفاداری نه تنها تخفیف‌های ویژه ارائه می‌دهد، بلکه خدماتی مثل ارسال رایگان و دسترسی به محتوای دیجیتال را هم در اختیار مشتری قرار می‌دهد. این نوع ارزش‌ها، مشتری را به برند پایبند می‌کند.

یکی دیگر از مشکلات، عدم هماهنگی بین نیازهای مشتری و پاداش‌ها است. اگر جایزه‌ها با نیازها یا علایق مشتری همخوانی نداشته باشد، حتی جذاب‌ترین پاداش‌ها هم بی‌اثر خواهند بود. برندها باید با تحلیل دقیق رفتار مشتری پیشنهاداتی ارائه دهند که واقعا مفید باشند. یک برنامه وفاداری موفق باید حس به دست آوردن را در مشتری تقویت کند. مشتری باید احساس کند که با هر خرید یا مشارکت، چیزی ارزشمند به دست آورده است.

فقدان تعامل و ارتباط مستمر

یک برنامه وفاداری نباید مثل یک هدیه عید باشد که یک بار به مشتری داده می‌شود و بعد کاملا فراموش می‌شود. اگر مشتری احساس کند شما بعد از راه اندازی برنامه دیگر به او اهمیتی نمی‌دهید، نه تنها برنامه شکست می‌خورد، بلکه رابطه شما با مشتری نیز آسیب می‌بیند. مشتریان نیاز دارند که همواره حس کنند شما به آنها توجه دارید و برای‌شان ارزش قائل هستید. به عنوان مثال، تصور کنید یک کافی‌شاپ برای مشتریانش کارت وفاداری صادر می‌کند، اما هیچ پیام، ایمیل یا یادآوری برای اطلاع‌رسانی تخفیف‌ها یا پیشنهادهای جدید نمی‌فرستد. نتیجه؟ مشتری کارت را گم می‌کند یا در کشوی خانه می‌اندازد و آن را کاملاً فراموش می‌کند. عدم تعامل این برنامه را به یک یادگاری بی‌ارزش تبدیل می‌کند.

در مقابل، برندهای موفق مثل استارباکس از تعامل مستمر به عنوان کلید موفقیت برنامه وفاداری‌شان استفاده می‌کنند. استارباکس نه تنها پیام‌های شخصی‌سازی‌شده ارسال می‌کند، بلکه با استفاده از اپلیکیشن خود مشتریان را دائما در جریان امتیازات و پیشنهادهای ویژه قرار می‌دهد. این ارتباط مداوم باعث می‌شود مشتری همیشه به برند وفادار بماند.

شبکه‌های اجتماعی نیز ابزار قدرتمندی برای ایجاد ارتباط هستند. برندهایی که در این پلتفرم‌ها فعال هستند، می‌توانند از طریق محتواهای جذاب، اطلاع‌رسانی‌های فوری و حتی مسابقات، مشتریان را به مشارکت در برنامه وفاداری ترغیب کنند. این حضور فعال، برنامه وفاداری را به بخشی از زندگی روزمره مشتری تبدیل می‌کند. برنامه وفاداری زمانی موفق می‌شود که ارتباط برند با مشتری فراتر از یک بار خرید یا ارائه تخفیف باشد. این تعامل مستمر، حس ارزشمندی را در مشتری تقویت می‌کند و وفاداری او را به برند تضمین می‌نماید.

عدم شفافیت در وعده‌ها

شفافیت پایه و اساس اعتماد مشتری به برند است. اگر مشتریان احساس کنند وعده‌های برنامه وفاداری شما گنگ، مبهم یا حتی گمراه‌کننده است، نه تنها در برنامه مشارکت نمی‌کنند، بلکه اعتمادشان به برند هم کاهش می‌یابد. خب هیچ کس دوست ندارد احساس کند در یک بازی فریبکارانه گیر افتاده است!

فرض کنید یک فروشگاه بزرگ به مشتریان وعده می‌دهد که با هر خرید بالای ۱۰۰ دلار امتیاز ویژه کسب می‌کنند، اما وقتی مشتری برای استفاده از امتیازاتش اقدام می‌کند، متوجه می‌شود فقط در یک بازه زمانی مشخص یا در شعبه‌های خاصی می‌تواند از این مزایا استفاده کند. این محدودیت‌های پنهان، اعتماد مشتری را نابود می‌کند.

برندهای موفق مثل تارگت با شفافیت در قوانین و وعده‌ها توانسته‌اند اعتماد مشتریان را جلب کنند. مثلا وقتی این برند تخفیفی ارائه می‌دهد، دقیقاً مشخص می‌کند که چه کالاهایی شامل تخفیف هستند و چگونه می‌توان از آن استفاده کرد. این شفافیت، حس امنیت را به مشتری القا می‌کند.

یکی دیگر از جنبه‌های شفافیت عمل به وعده‌ها است. اگر برند شما چیزی را به مشتری قول داده است، باید به آن متعهد باشد. در غیر این صورت، مشتری احساس می‌کند بازیچه شده است و به سرعت به سمت رقبا می‌رود. بنابراین، وعده‌هایی بدهید که بتوانید به آنها عمل کنید.

در نهایت، شفافیت در برنامه وفاداری، مشتری را به این باور می‌رساند که برند شما قابل اعتماد است. این اعتماد، پایه‌ای محکم برای ایجاد وفاداری طولانی مدت خواهد بود.

عدم به‌روزرسانی و انطباق با نیازها

دنیای امروز با سرعتی باورکردنی در حال تغییر است. اگر برنامه وفاداری شما نتواند با این تغییرات هماهنگ شود، خیلی زود از میدان رقابت خارج خواهد شد. مشتریان امروزی انتظاراتی دارند که برنامه‌های قدیمی و از رده خارج نمی‌توانند برآورده کنند.

فرض کنید برنامه وفاداری شما بر اساس کارت‌های فیزیکی طراحی شده باشد، در حالی که مشتریان این روزها ترجیح می‌دهند همه چیز را از طریق اپلیکیشن‌های موبایلی مدیریت کنند. چنین برنامه‌ای نه تنها ناکارآمد است، بلکه به مشتریان این پیام را می‌دهد که برند شما با زمان پیش نمی‌رود و برای نیازهای آنها ارزشی قائل نیست.

برندهایی مثل آمازون با سرویس پرایم نشان داده‌اند که به‌روزرسانی و افزودن خدمات جدید چطور می‌تواند برنامه‌های وفاداری را زنده نگه دارد. این برنامه نه تنها خدمات متنوعی مثل ارسال رایگان و دسترسی به محتوای دیجیتال ارائه می‌دهد، بلکه به صورت منظم با نیازهای جدید مشتریان تطابق پیدا می‌کند. یکی دیگر از جنبه‌های مهم به‌روزرسانی، دریافت بازخورد مشتریان است. اگر مشتریان احساس کنند صدای‌شان شنیده نمی‌شود، به تدریج از برند فاصله می‌گیرند. بنابراین، برندها باید بازخورد مشتریان را جمع‌آوری کنند و تغییرات لازم را اعمال نمایند تا برنامه وفاداری همیشه جذاب باقی بماند. برنامه وفاداری موفق برنامه‌ای است که نه تنها با زمان هماهنگ باشد، بلکه نیازهای مشتریان را در اولویت قرار دهد. این تطابق با زمان و مشتری، کلید موفقیت در دنیای رقابتی امروز است.

عدم تناسب برنامه با مشتریان هدف

هر کسب و کاری مشتریان خاص خودش را دارد و اگر برنامه وفاداری‌تان با نیازها، علایق یا حتی سبک زندگی مشتریان همخوانی نداشته باشد، شکست تان تقریبا حتمی است. برنامه‌ای که برای همه طراحی شده باشد، در واقع برای هیچ کس طراحی نشده است!

فرض کنید شما یک برند لوازم خانگی هستید که مخاطبان اصلی‌تان خانواده‌ها هستند. اگر برنامه وفاداری شما تنها شامل تخفیف‌های عمومی باشد، احتمالاً جذابیت لازم را نخواهد داشت، اما اگر به مشتریان‌تان فرصت دهید تا با جمع‌آوری امتیاز، محصولات جدید و انحصاری را زودتر از دیگران امتحان کنند، آنها عاشق برندتان می‌شوند.

بیایید یک مثال دیگر از دنیای ورزش را بررسی کنیم. برند نایک برنامه وفاداری خود را براساس نیازهای دقیق مشتریانش طراحی کرده است. این برند به مشتریان خود تخفیف‌های اختصاصی، اطلاعات پشت صحنه و حتی مشاوره تناسب اندام ارائه می‌دهد. این نشان می‌دهد که نایک مشتریانش را می‌شناسد و برنامه‌اش کاملاً مطابق با علایق آنهاست.

شناسایی مشتریان هدف از طریق داده کاوی و تحلیل اطلاعات می‌تواند کمک زیادی کند. برندها با بررسی رفتار خرید مشتریان، الگوهای استفاده از محصولات و حتی تعاملات آنلاین می‌توانند برنامه‌ای طراحی کنند که دقیقاً با خواسته‌های مخاطب‌شان همخوانی داشته باشد.

بی‌شک موفقیت یک برنامه وفاداری در گرو این است که مشتریان هدف احساس کنند این برنامه فقط برای آنها طراحی شده است. این احساس خاص بودن، ارتباط مشتریان با برند را عمیق‌تر می‌کند و وفاداری آنها را افزایش می‌دهد.

تراشیدن هزینه‌های غیرمنطقی برای مشتریان

یک برنامه وفاداری زمانی جذاب است که مشتری احساس کند با صرف حداقل هزینه یا تلاش، می‌تواند به پاداش‌های ارزشمند دست پیدا کند. اگر رسیدن به امتیازها یا جوایز در برنامه وفاداری شما نیاز به خریدهای سنگین یا تلاش غیرمنطقی داشته باشد، مشتریان به سرعت از آن ناامید می‌شوند. تصور کنید یک برند پوشاک لوکس برنامه‌ای راه‌اندازی کرده که مشتریان تنها با خرید ۱۰ هزار دلار در سال می‌توانند به امتیازات خاص دست پیدا کنند. چنین شرایطی شاید برای درصد بسیار کمی از مشتریان جذاب باشد، اما اکثریت آن را کنار خواهند گذاشت.

در مقابل، برندهایی که اهداف منطقی و دست یافتنی برای مشتریان‌شان تعیین می‌کنند، موفق‌تر هستند. برای مثال، برند علی بابا با تعیین حداقل خرید و ارائه جوایز کوچک اما جذاب، توانسته برنامه وفاداری خود را به یکی از محبوب‌ترین برنامه‌های مشتری محور تبدیل کند.

علاوه بر این، هزینه‌های پنهان یا شرایط پیچیده نیز می‌تواند مشتریان را از برنامه وفاداری دلسرد کند. برای مثال، اگر مشتری بداند که باید مالیات یا هزینه ارسال را جداگانه برای جوایز پرداخت کند، احتمالاً تمایلی به استفاده از برنامه نخواهد داشت.

در پایان، برنامه وفاداری باید طوری طراحی شود که مشتریان با هر سطح درآمدی احساس کنند می‌توانند از آن بهره‌مند شوند. این دسترسی گسترده، باعث می‌شود برنامه شما برای بخش بزرگی از مخاطبان‌تان جذاب باشد.

عدم ایجاد احساس هیجان و تازگی

هیچ‌چیز کسل‌کننده‌تر از یک برنامه وفاداری یکنواخت و تکراری نیست. اگر برنامه شما همانطور که شروع شده، بدون تغییر ادامه پیدا کند، مشتریان به سرعت جذابیت آن را از دست می‌دهند. ایجاد هیجان و تازگی در برنامه وفاداری، کلید نگه داشتن مشتریان است.

فرض کنید برنامه وفاداری یک رستوران تنها شامل جمع‌آوری امتیاز برای تخفیف غذا باشد. این ایده در ابتدا شاید جذاب به نظر برسد، اما اگر مشتریان بدانند همیشه با همان ساختار تکراری مواجه خواهند شد، خیلی زود از آن خسته می‌شوند. یک نمونه جالب در این میان در صنعت فست فود قابل مشاهده است. برند مک دونالد با افزودن رویدادهای خاص، پیشنهادهای فصلی و حتی جوایز تصادفی برنامه وفاداری خود را زنده و پویا نگه می‌دارد. این تغییرات باعث می‌شود مشتریان همواره منتظر چیزی جدید و هیجان‌انگیز باشند.

یکی دیگر از راه‌های ایجاد تازگی، معرفی سطوح مختلف وفاداری است. برای مثال، برندهایی که به مشتریان خاص خود دسترسی به امتیازات ویژه‌تر یا رویدادهای انحصاری ارائه می‌دهند، توانسته‌اند حس اشتیاق و رقابت را در مشتریان تقویت کنند. موفقیت یک برنامه وفاداری در گرو این است که همواره مشتریان را غافلگیر کند و چیزی تازه برای ارائه داشته باشد. این نوآوری و هیجان، رابطه مشتریان با برند را تقویت می‌کند و آنها را به تعامل بیشتر تشویق می‌کند.

سخن پایانی

برنامه‌های وفاداری اگر به درستی طراحی و اجرا شود، می‌تواند به ستون اصلی موفقیت کسب و کارها تبدیل گردد. این برنامه‌ها نه تنها باعث تکرار خرید مشتریان می‌شود، بلکه یک ارتباط عاطفی قوی بین آنها و برند ایجاد می‌کنند. با این حال، همانطور که دیدیم، شکست برنامه‌های وفاداری به دلایل مختلفی رخ می‌دهد؛ از عدم شناخت درست مشتریان گرفته تا پیچیدگی‌ها و هزینه‌های غیرمنطقی برای استفاده از آنها. این شکست‌ها نه تنها باعث از دست رفتن مشتریان فعلی می‌شود، بلکه می‌تواند به اعتبار برند نیز آسیب جدی وارد کند. اگر نظر ما را بخواهید، کسب و کارها باید برنامه‌های وفاداری خود را به عنوان ابزاری پویا و همیشه درحال تغییر ببینند. این برنامه‌ها باید با نیازها و انتظارات مشتریان همگام باشند، حس هیجان و تازگی ایجاد کنند و از نظر هزینه و تلاش برای مشتریان منطقی باشند. همچنین برندها باید از تکنولوژی‌های جدید مانند هوش مصنوعی و تحلیل داده‌ها برای شناخت بهتر مشتریان استفاده کنند تا بتوانند برنامه‌هایی شخصی‌سازی‌شده و منحصربه‌فرد ارائه دهند.

در پایان، اگر صاحب کسب وکاری هستید و به فکر تقویت ارتباط با مشتریان خود افتاده‌اید، طراحی یک برنامه وفاداری جذاب و کارآمد می‌تواند شما را به هدف نزدیک‌تر کند، اما به یاد داشته باشید، این برنامه نباید تنها به عنوان یک ابزار بازاریابی دیده شود، بلکه باید به عنوان یک سرمایه‌گذاری بلندمدت برای ساختن جامعه‌ای از مشتریان وفادار و عاشق برندتان در نظر گرفته شود. اگر بتوانید این کار را درست انجام دهید، نه تنها مشتریان‌تان با شما می‌مانند، بلکه خودشان سفیر برندتان خواهند شد!

منابع:
why-loyalty-programs-fail/۰۹/۲۰۲۴/https://hbr.org
https://blog.propellocloud.com/why-loyalty-programs-fail
https://antavo.com/blog/problems-with-loyalty-programs/

شناسه آگهی : ۱۸۶۲۱۳۰

شرکت توسعه منابع آب و نیروی ایران

آگهی فراخوان ارزیابی کیفی برای مناقصه عمومی (نوبت سوم)

شرکت توسعهٔ منابع آب و نیروی ایران در نظر دارد ارزیابی کیفی جهت برگزاری مناقصه عمومی **"اجرای پروژه ساماندهی و انجام کارهای جانبی باقیمانده طرح کهیر"** را با بهره‌گیری از سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به شماره فراخوان **۲۰۰۳۰۰۱۰۸۳۰۰۰۰۹۱** به انجام رساند. از متقاضیانی که دارای گواهینامه صلاحیت معتبر حداقل پایه چهار رشته راه و ترابری از سازمان برنامه و بودجه می باشند دعوت می‌شود با توجه به تاریخ های زیر جهت دریافت اسناد ارزیابی کیفی به آدرس www.setadiran.ir مراجعه نمایند.

تاریخ انتشار فراخوان در سامانه "ستاد": ۱۴۰۳/۱۰/۱۹
مهلت دریافت اسناد استعلام ارزیابی کیفی: ۱۴۰۳/۱۰/۲۶
مهلت ارسال پاسخ استعلام ارزیابی کیفی: ۱۴۰۳/۱۱/۱۰
تمامی مراحل برگزاری مناقصه از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت انجام خواهد شد.

م الف ۳۵۲۵

شناسه آگهی :۱۸۶۰۰۲۰ نوبت دوم

شرکت ملی نفت ایران
شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب

فراخوان مناقصه عمومی

توجه: اعلام آمادگی جهت شرکت در این مناقصه صرفاً بصورت الکترونیکی (توکن) و از طریق سامانه ستاد به نشانی www.setadiran.ir می باشد.
مناقصه عمومی یک مرحله ای شماره م م/۰۳/۰۲۸۹ مربوط به بهسازی جاده کنار گذر خط لوله نفت ارسالی واحد پرسیاه حد فاصل تپه های اله اکبر تا روستای آب حمام و ریزلا

الف- شرح مختصر خدمات
عملیات خاکی، تسطیح و رگلاژ و کوبیدن بستر، پی کنی، خاکبرداری در زمینهای نوع ۳ تا ۵، کانال کنی، ریزش برداری، عملیات بنایی، سنگکاری با سنگ لاشه، پی سازی، نماسازی، بندکشی، اندودکاری، اجرای آبروی بتنی مسلح، بتن ریزی، قشر زیراساس، قشر اساس، لایه قیرپاشی، لایه آسفالت، تجهیز و برچیدن کارگاه

ب- محل اجرای خدمات و مدت انجام کار
محل اجرای خدمات در پرسیاه ایذه و مدت انجام آن ۱۰ماه می باشد.

ج- برآورد کارفرما
برآورد کارفرما جهت انجام خدمات -۱۸۴،۰۸۳،۴۰۸،۲۱۳/ریال وتعدیل پذیر می باشد

د- شرایط مناقصه گران متقاضی
- داشتن ظرفیت آزاد(تعدادی و ریالی) در رشته مربوطه
- مناقصه‌گران دارای حداقل پایه ۵ گرایش راه و ترابری- دارا بودن گواهینامه تایید صلاحیت ایمنی از اداره تعاون، کار و رفاه اجتماعی در هنگام عقد قرارداد از سوی مناقصه گر برنده الزامی می‌باشد- در تعیین برنده مناقصه و در شرایط برابر ،اولویت با شرکت های بومی استانی می باشد- توانایی ارائه تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار به مبلغ -/۹،۲۰۴،۱۷۰،۴۱۱ریال که بایستی به یکی از دو صورت زیر ارائه گردد :
الف: ارائه رسید وجه صادره از سوی حسابداری کارفرما مبنی بر واریز مبلغ فوق الذکر به شماره حساب IR۹۴۰۱۰۰۰۰۴۰۰۱۱۱۱۶۰۴۰۲۲۰۶۷ نزد بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران شعبه مرکزی جمهوری اسلامی ایران -اهواز کد ۰ حساب -بنام شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب
ب: ارائه ضمانتنامه بانکی به میزان مبلغ فوق الذکر طبق فرم نمونه که ابتدا برای مدت (۹۰روز) معتبر بوده وپس از آن نیز با اعلام کارفرما برای مدت (۹۰ روز) دیگر قابل تمدید باشد.
- توانایی ارائه ۵٪ مبلغ پیمان (در صورت برنده شدن) بعنوان تضمین انجام تعهدات-مناقصه گر جهت تحویل تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار علاوه بر بارگذاری تصویر تضمین از طریق سامانه لازم است بصورت حضوری به دفتر کمیسیون مناقصات در اهواز، کوی فدائیان اسلام مجتمع تندگویان، واقع در روبروی بلوک دو، ساختمان طرحهای راه و ساختمان در مهلت مقرر مراجعه و تضمین را تسلیم نمایند.
توجه: ضمانت نامه فرآیند ارجاع کار و انجام تعهدات صادره توسط بانک پاسارگاد قابل پذیرش نمی باشد.

هـ- محل و مهلت دریافت مدارک مناقصه گران
از کلیه متقاضیان واجد شرایط دعوت به‌عمل می‌آید ظرف مهلت مقرر در این فراخوان جهت دریافت اسناد و اعلام آمادگی از طریق سامانه ستاد و به نشانی www.setadiran.ir مراجعه نمایند تا ارزیابی‌های لازم وفق آیین‌نامه اجرایی بند ج ماده ۱۲ قانون برگزاری مناقصات(ارزیابی ساده) بر روی مدارک ارسالی مناقصه گران به‌عمل آید.
۱- مهلت اعلام آمادگی: بصورت الکترونیکی (غیر حضوری و) از ساعت ۸:۰۰ تاریخ ۱۴۰۳/۱۰/۲۲ لغایت ساعت ۱۹:۰۰ تاریخ ۱۴۰۳/۱۱/۰۱
۲- مبلغ خرید اسناد و شماره حساب واریز مبلغ ۷،۶۱۶،۰۰۰ریال از طریق درگاه موجود در سامانه به نشانی www.setadiran.ir

محل، زمان تحویل و گشایش پیشنهادها
متقاضیان مکلفند پیشنهادات خود را حداکثر تا ساعت ۱۴:۰۰ روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۳/۱۱/۲۱ به صورت الکترونیکی و از طریق سامانه ستاد تسلیم نمایند. ضمناً پیشنهادات در ساعت ۸:۰۰ روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۳/۱۱/۲۴ گشایش و قرائت خواهد شد و حضور نماینده مناقصه گران با معرفی نامه و کارت شناسایی معتبر بلامانع است.همچنین مناقصه گران می بایست ضمن بارگذاری الکترونیکی تصویر تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار در سامانه تا ساعت ۱۴:۰۰ روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۳/۱۱/۲۱ اصل تضمین مذکور را به صورت فیزیکی به کمیسیون مناقصات شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب در آدرس: اهواز- کوی فدائیان اسلام مجتمع تندگویان، واقع در روبروی بلوک دو، ساختمان سابق طرحهای راه و ساختمان تسلیم نمایند.
همزمان ارائه معرفی نامه و کارت ملی برای متقاضیان شرکت در مناقصه و نمایندگان شرکتها در همه مراحل لازم و ضروری می باشد.
تذکر: حسب مورد ارائه یک نسخه اصلی از اساسنامه شرکتها، آگهی تاسیس، آخرین تغییرات ثبتی و هرگونه گواهی مبنی بر واجد شرایط بودن شرکت مطابق با مفاد آگهی الزامی می باشد.
WWW.NISOC.IR http://iets.mporg.ir

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۳/۱۰/۱۸ تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۳/۱۰/۱۹
۹۷۳
امور حقوقی و قراردادها- شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب

سرمایه‌گذاری راهبردی برای فردای بهتر؛

طرح‌های توسعه‌ای پتروشیمی تبریز

فرصت امروز – ماهان فلاح: شــرکت پتروشیمی تبریز که فعالیت‌های طراحی و مهندســی آن در نیمه دوم سال ۱۳۶۸ و عملیات نصب آن در سال ۱۳۷۱ آغاز گردید، بزرگ‌ترین شــرکت شمال غرب ایران با ظرفیت تولید اســمی ۸۷۰ هزار تن پلیمر شامل پلی‌اتیلن، پلی پروپیلن، پلی استایرن، ABS و سایر محصولات جانبی هیدروکربوری است. این شــرکت با اتکا به دانش فنی، تجربه و تلاش کارکنان خود، به عنوان یکی از قطب‌های تولید محصولات پلیمری در کشور، فعالیت نموده و در جهت توسعه صنعت پتروشیمی کشور گام‌های بزرگی برداشته اســت. پتروشــیمی تبریز با اجرای پروژه‌های توسعه‌ای متنوع، به دنبال افزایش ظرفیت تولید، بهبود کیفیــت محصولات، کاهش هزینه‌هــای تولید و نهایتاً توسعه متوازن و پایدار است.

برخی از پروژه‌های شرکت پتروشیمی تبریز عبارتند از:

پــروژه ۳۱۰ هزارتنی پلی‌اتیلن ســنگین: این طرح مهم‌ترین پروژه‌ی توســعه‌ای پتروشیمی تبریز است که برای نخســتین بار در کشور با اســتفاده از دانش فنی کاملاً ایرانی طراحی شــده و در مرحله اجرا می‌باشد. با بهره‌برداری از این پروژه، ظرفیت تولید پلی‌اتیلن سنگین در مجتمع پتروشیمی تبریز به طور قابل توجهی افزایش خواهد یافت.

پروژه انتقال و استفاده مجدد از پساب تصفیه‌خانه شهر تبریز: این پروژه حیاتی با هدف توسعه پایدار، تأمین آب با قابلیت اطمینان بالا، حفاظت از محیط زیست و استفاده بهینــه از منابع آبی در مجتمع پتروشــیمی تبریز اجرا می‌شود و به زودی به بهره‌برداری خواهد رسید.

پروژه اتیل بنزن و استایرن مونومر: بر مبنای نیاز شرکت پتروشیمی تبریز جهت تأمین استایرن مونومر مورد نیاز واحدهای پلی‌استایرنی، اطمینان از استمرار تولید واحدها در ظرفیت اسمی، کسب ارزش افزوده مورد انتظار و قابل حصول و همچنین تکمیل زنجیره ارزش، پروژه حاضر در دستور کار قرار گرفته است.

در شرایط فعلی شــکاف بین تولید و مصرف خوراک اســتایرن مونومر در ایران، اجرای این پروژه استراتژیک منجر به افزایش چشــمگیر تولید استایرن پتروشیمی تبریز خواهد شد.

پروژه تأمین برق طرح‌های توسعه‌ای مجتمع: با شروع عملیات اجرایی طرح‌های توســعه‌ای شرکت و نیاز این طرح‌ها به توان الکتریکی، پــروژه تأمین برق طرح‌های توسعه‌ای از شبکه برق سراسری در دستور کار قرار گرفت.

با اجرای این پروژه، برق مورد نیاز پروژه‌های توسعه‌ای پتروشیمی تبریز به طور پایدار تأمین خواهد شد.

پروژه توسعه نیتروژن: این پروژه با هدف افزایش تولید ازت مجتمع پتروشیمی تبریز تعریف و در حال پیشرفت می‌باشــد. پروژه توســعه کولینگ: این پروژه به منظور احداث واحد جدید کولینگ هیبریدی باز، تعریف شده است. پروژه آفسایت و تأمین بخار: این پروژه به منظور احداث خطوط لوله خــوراک، محصول و یوتیلیتی‌های مورد نیاز واحدهای توسعه‌ای در دستور کار شرکت قرار گرفته است. پروژه ارتقا سیستم‌های کنترلی نیروگاه: این پروژه با هدف به‌روز رســانی سیستم‌های کنترلی ناحیه ۵، یکپارچه سازی سیستم‌ها، افزایش بهره‌وری انرژی و کاهش هزینه‌های تولید انجام می‌شود.

پتروشــیمی تبریز محصولات خود را تحت لیسانس معتبرترین شــرکت‌های جهانی تولید می‌کند و سالانه حــدود ۴۵۰ هزار تن محصول قابــل فروش و عرضه به مشــتریان دارد. با توجه به موقعیت استراتژیک شرکت پتروشیمی تبریز و نزدیکی به دروازه‌های اروپا، بخش قابل توجهی از فرآورده‌های این شرکت به کشورهای اروپایی، حوزه بالکان، آســیای جنوب شرقی به ویژه چین و نیز کشورهای آفریقایی صادر می‌شود.

استاندار سیستان و بلوچستان:

وحدت و همدلی در سیستان و بلوچستان به مثابه عمارت مستحکمی است که سهمگین‌ترین طوفان‌ها و زلزله‌های نفاق و تفرقه به آن کارساز نیست

زاهدان – حیدری نیا: استاندار گفت: وحدت بین شیعه و سنی در جمهوری اســلامی ایران و به ویژه در یک باور اعتقادی اســت و بــه هیچ عنوان متزلزل نمی‌شود. منصور بیجار اظهار داشت: همدلی و وحدت در بین مردم شیعه و سنی استان، همواره خارچشم دشمنان بوده است اما از آنجایی که وحدت در بین مردم ما یک اعتقاد و باور عمیق است، نه تنها گسستی بین آنان ایجاد نشده بلکه هر روز بیشتر از گذشته شاهد بهم‌پیوستگی قومیت‌ها و مذاهب در استان هستیم. وی ادامه داد: امروز مردم شیعه و سنی ایران اسلامی و استان سیستان و بلوچستان که در خط مقدم جبهه وحدت قرار دارند به خوبی می‌دانند که دشــمن، وحدت ملی و امنیت ملی را نشــانه گرفته و به دنبال ایجاد اختلافات مذهبی، سیاسی، گروهی و قومی اســت تا امنیت ملی را خدشــه‌دار کند. نماینده عالی دولت در سیستان و بلوچستان افزود: یکی از زیبایی‌های انکارناپذیر کشور تنوع و رنگارنگی اقوام و مذاهب مختلف در کنار یکدیگر اســت و آنان که این وحدت را با کلام و رفتارشان تهدید می‌کنند، دشمن واقعی ملت هستند. بیجار ادامه داد: گفتمان وفاق ملی رئیس جمهور، برگرفته از نگاه عمیق مقام معظم رهبری و مشی انقلاب اســلامی ایران در رابطه با همبستگی، وحدت و برادریست که رمز پیروزی ما در همه عرصه‌ها بوده است. وی بیان داشت: سیاست و راهبرد ما در استان سیستان و بلوچستان مبتنی بر تاکیدات رهبر انقلاب و سیاست‌های دولت وفاق ملی، مبنی بر دوری از اختلافات برای رسیدن به توسعه همه جانبه در استان است و قطعاً این مهم با حفظ وحدت بین همه اقوام، مذاهب و گروه‌های مختلف محقق می‌شود.

استاندار وحدت را در سیستان و بلوچستان به مثابه عمارت مستحکمی توصیف کرد که ســهمگین‌ترین طوفان‌ها و زلزله‌های نفاق و تفرقه به آن کارساز نیست. بیجار با اشــاره به هتاکی اخیر یکی از مداحان به مقدسات و علمای اهل سنت استان که توسط مراجع قضایی نیز مورد پیگرد قانونی قرار گرفته است، گفت: نظر و موضع برادران اهل تشیع ما در این خصوص کاملا روشن و واضح است بطوریکه این موضوع بلافاصله از سوی حضرت آیت‌الله محامی نماینده ولی فقیه در استان و امام جمعه زاهدان، گروه‌های مختلف مردم و روحانیون تشیع به شدت محکوم شــد که این یکی از نشانه‌های عینی وحدت عملی مردم است که اجازه توهین به مذاهب دیگر را به هیچکس نمی‌دهند. وی افزود: بر اســاس دســتورات مقام معظم رهبری که توهین به مقدسات برادران اهل سنت را حرام شرعی دانسته‌اند، هرگونه توهین به مقدسات تشیع و تسنن را محکوم می‌کنیم و اجازه نخواهیم داد آرامش و اتحاد آنان خدشه‌دار شود. او در پایان ؛ از موضع‌گیری هوشمندانه همه گروه‌های مردمی شــیعه و سنی در رابطه با هتاکی صورت گرفته اخیر در خارج از اســتان، قدردانی کرد و حفظ هوشیاری و اتحاد بیشتر مردم در برابر اینگونه دسیسه‌ها را خواستار شد.

مدیر منطقه یک شهرداری یزد:

بوستان محیطی کویر «اکوپارک» بزرگترین بوستان کویری و درونشهری در کشور است

یزد – سید محمد جواد عرفان‌فر ؛ مدیر منطقه یک شهرداری یزد گفت : بوستان محیطی « اکوپارک » از پروژه های بزرگ منطقه یک شهرداری یزد است که برای افتتاح در دهه امامت و ولایت در سال ۱۴۰۳ آماده شده است «علیرضا رسولی» در جریان بازدید خبرنگاران در قالب اتوبوس خبر شهرداری یزد که با همراهی « محمد مهدی نیکونژاد» عضو شــورای شهر از طرح‌های عمرانی شهرداری منطقه یک صورت گرفت ؛ اظهار داشت : بوستان محیطی کویر « اکوپارک » با وسعت مجموع ۱۵۰ هکتار ، اولین و بزرگترین مجموعه کویری کشــور در نوع خود است و ساخت فاز اول این مجموعه با وسعت ۳۵ هکتار از سال ۱۴۰۱ با تلاش پرسنل منطقه یک شهرداری ، سازمان سیما و منظر و فضای سبز شهری شهرداری و همچنین مجموعه عمرانی شهرداری از سر گرفته شد و به فضل الهی فاز اول این بوستان با هزینه ای بالغ بر ۵۰۰ میلیارد ریال در روز عید قربان افتتاح و مورد بهره برداری رسمی قرارمی گیرد . مدیر منطقه یک شــهرداری یزد مجموعه های تفریحی ، محیطی ، بومی و کویری این بوســتان را از قابلیت و ظرفیت های منحصر به فرد برای گذران اوقات خوشی و فراغت شهروندان دانست و افزود : این بوستان از جذابیت ها و جاذبه های زیادی برخوردار است که این شاخصه ها ی منحصر به فرد ، این مکان را به عنوان یک فضای تفریحی و گردشگری مطلوب تبدیل کرده است . وی با اشــاره به اینکه منطقه یک، اولین منطقه منفک شــده و پهناورترین منطقه شهرداری یزد با وسعت ۴۷۰۰ هکتار است که ۲۵۰۰ هکتار از وسعت این منطقه، خارج از محدوده شــهری واقع شده است گفت : حدود نیمی از این منطقه شــهری خارج از محدوده شــهر است که همین موضوع، تعیین کاربری و ارائه خدمات به شــهرندان را با مشکل و سختی مواجه کرده است و در نهایت خدمات رســانی را دشــوار کرده است. رسولی با تاکید بر اینکه ؛ شهرداری منطقه یک یزد نخستین منطقه‌ای است که از شهرداری یزد برای ارائه خدمات مســتقل جدا شده است، این منطقه به لحاظ تراکم جمعیت و وسعت، بزرگ‌ترین منطقه شهر یزد محسوب می‌شود و با تمامی مناطق شهر، به‌جز منطقه سه، مرز مشترک دارد؛ علاوه بر این، مهم‌ترین ویژگی این منطقه، ورودی شهر از سمت استان تهران و مرز مشترک آن با شهر شاهدیه است، این نزدیکی با شاهدیه گاهی مورد قضاوت و مقایسه قرار می‌گیرد. مدیر منطقه یک شهرداری یزد با اشاره به اینکه متأسفانه در مجموع، سرانه فضای سبز شهر یزد همچنان پایین‌تر از استانداردهای ملی است از حدود ۵۰ پارک و بوستان که سالانه ۶ مورد از آن‌ها بازسازی می‌شوند در این منطقه خبر داد و خاطرنشان کرد : منطقه یک به لحاظ ســرانه فضای سبز در مناطق شهری یزد بهترین سرانه را دارد وسالانه از مجموع ۵۰ پارک موجود در منطقه، تعداد ۵ تا ۶ پارک مورد بازپیرایی قرار می گیرند. وی رویکرد منطقه یک شهرداری را ایجاد پویایی بیشــتر بوستان های منطقه، ایجاد زمین های ورزشی و توزیع عادلانه فضای سبز در سطح منطقه وبازپیرایی آنها عنوان کرد و از اینکه اغلب قریب به ۹۹ درصد از این پروژه ها مورد بهره برداری قرار گرفته است ابراز خرسندی کرد . رسولی در بخش دیگری از سخنان خود با بیان اینکه منطقه یک شهرداری یزد در ورودی شمالی یزد واقع شده اسفالت بلوار فقیه خراسانی در ورودی شهر یزد پس از ســالها انتظار را از اقدامات سال جاری این منطقه عنوان کرد و به تشریح سایر فعالیت های این شهرداری در منطقه تحت پوشش خود پرداخت که مشروح آن ذیلا اعلام می دارد :

• طرح ساماندهی بوستان گل‌ها در بلوار ولی عصر امام شهر که مساحتی در حدود ۱۰ هزارمترمربع با اعتباری بالغ بر ۶۰ میلیارد ریال

• طرح ساماندهی بوستان کوچه بیوک در بلوار ۲۲ بهمن به مساحت ۱۰ هزار مترمربع که با اعتبار ۵۰ میلیارد ریال

• پیاده رو ســازی بلوار جمهوری و دروازه قرآن و نیز دیگر طرح های پیاده روسازی در دست اجرای سطح منطقه با اعتبار جمعاً ۳۰۰ میلیارد ریال

• اجرای بلوار شــهدای امیرآباد(تبلیغات) که بلوار جمهوری را به خیابان انقلاب متصل می کند، با تملک پلاکهای در مسیر با اعتبار ۴۰۰ میلیارد ریال

• طرح بلوار دانش پایه با یک کیلومتر طول و ۲۴ متر عرض و اعتبار ۶۵۰ میلیار ریال در منطقه‌ای کم برخوردار از شهر یزد که مابین بلوار نواب صفوی و بلوار استقلال واقع شده و علاوه بر اتصال این دو معبر، محلات نصرآباد، کسنویه و محمودآباد را نیز به یکدیگر متصل و موجب توسعه این محلات خواهد شد که فاز تکمیلی آن تا دهه فجر امسال به بهره برداری خواهد رسید .

• احداث بلوار اتحاد که در اتصال با بلوار دانش پایه است که درسال گذشته مورد بهره برداری قرار گرفته است.

• اجرای هدایت جمعا ۶ کیلومتر خط دوبل ۸۰۰ میلیمتری با اعتبار ۲۵۰ میلیارد ریال از آب‌های سطحی منطقه طی چند سال اخیر

• طرح بوستان سایت جوان در بلوار جمهوری که به وسعت یک هکتار در حال اجر با ۵۰ درصد پیشرفت فزیکی

• ایجاد ۵ هزار و ۸۰۰ مترمربع فضای ورزشی در سه سال گذشته که ۹۹ درصد این فضاها یا به بهره‌برداری رسیده‌اند یا به‌زودی افتتاح خواهند شد،

• بهســازی و پیاده‌روسازی سالانه ۱۰ بلوار در این منطقه با اعتبار هر ساله ۲۰۰ میلیارد ریال که تاکنون ۱۱۰ هزار مترمربع از معابر این منطقه اجرایی و مورد بهره برداری قرار گرفته است .

«محمد مهدی نیکونژاد » عضو شورای اسلامی شهر یزد نیز در جریان این بازدید اقدامات عمرانی انجام گرفته در ســه سال گذشته از سوی شهرداری منطقه یک یزد را ستود و تصریح داشت : در منطقه یک شهرداری یزد با انجام پاره ای توافقات توانستیم در برخی موارد با معاوضه زمین یا پرداخت غرامت پلاک ها را آزادسازی کنیم .

به گفته این مقام مسئول : در سه سال گذشته صد هزار متر پیاده رو سازی در این منطقه انجام شده و شش پارک در سال جاری و ۲۴ پارک در سه سال گذشته بازپیرایی گشته اســت. نیکونژاد از دفع وهدایت آبهای ورودی شهر به ســمت انتهای شهر که اقدامی ارزشمند و بسیار دشوار بود خبر داد. عضو شورای اسلامی شهر یزد خاطرنشان کرد : قبل از سال ۱۴۰۰ کل مکان های سرپوشیده و سرباز ورزشی یزد ۱۵ مورد بوده و اکنون این تعداد به ۳۶ مورد با مساحت هفده هزارمتر مربع رسیده است.

مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان:

خوزستان ظرفیت زیادی برای پردازش ایده و پرورش داستان دارد

اهواز – شــبنم قجاوند: مدیرکل فرهنگ و ارشــاد اسلامی خوزستان گفت: خوزســتان با رنگین کمان اقوام ظرفیت زیادی بــرای پردازش ایده و پرورش داســتان دارد. مجید منادی در دوره داســتان نویسی در اهواز، بیان کرد: خوزســتان با توجه به اینکه منبع و مرکز اتفاقات، رویدادهای تاریخی، دینی، مذهبی، دروازه ورود تشیع و حوادث دوران قبل از انقلاب، تا ایام انقلاب اســلامی، دفاع مقدس و شــهدای مدافع حرم تا امروز دارد، بر همین اساس اســتان بسیار پر داستانی است. منادی افزود: خوزستان با وجود ولایی بودن، استان پرظرفیت با داستان‌های متعدد است و هرچه‌قدر تلاش کنیم نمی‌توانیم همه زوایا را روایت کنیم، امروز خیلی کم کار کردیم و باید بیشتر از این‌ها کار کنیم. هرچند مطلوب نیست و تاکنون به وضع آرمانی نرسیده‌ایم.

وی ادامه داد: آثار خوبی در جای جای اســتان و همه شهرستان‌ها با اقوام مختلف با روایت‌هایی زیادی که دارد، تولید شــده است. و استان بیش از ۸۴ شهید مدافع حرم تقدیم کرده و بالاترین آمار را در سراسر کشور دارد.

وی گفت: از هر ابعادی که به داستان‌ها بپردازیم، این استان گنجایش کار هنری و فرهنگی برای تولید محتوایی زیاد دارد و باید ظرفیت مردمی به این بخش اضافه شود. منادی اظهار کرد: اولویت و مساله جدی که باید دنبال کنیم این است که در گوشه و کنار استان ایده و فکر زیاد است، باید آن‌ها را پرورش داده و توانمند کنیم. مدیرکل فرهنگ و ارشــاد اسلامی خوزستان با اشاره به موسســه افرا که مجری برگزاری دوره داستان‌نویسی در استان‌ها بوده است، اضافه کرد: ویژگی موسســه افرا مستمر بودن کارگاه‌های آموزش داستان در استان‌ها است که نظم این دوره با اینکه بیش از دو سال از برگزاری آن گذشته، اما استمرار دارد و به تبع آن علاقه‌مندی و دلسوزی برای اجرای این دوره وجود دارد و هر آنچه باید به ثمر بنشــیند مستلزم نظم و استمرار است. اگر چیزی ثمر بدهد در نظم و استمرار آن است و جریانی ایجاد شد که منتج به تولید آثار خوب در سطح کشور شد. مدرس داستان‌نویسی در این نشست گفت: طی این دو سال تلاش کردیم دوره داستان کوتاه را به پایان برسانیم و در حال حاضر وارد دوره رمان نویســی شدیم. مریم مقامی افزود: در دوره رمان نیز یکسال و نیم در کنار شرکت‌کنندگان هستیم و اگر متقاضی وجود داشته باشد، از آثار هنرجویان رمان منتشر می‌کنیم و هرکدام از هنرجویان نیز می‌توانند به صورت مستقل رمان بیرون دهند.

وی با اشاره به برگزاری این دوره‌ها اظهار کرد: موسسه افرا (ادبستان فردای ایران) با همکاری معاونت فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشــاد اســلامی و خانه کتاب و ادبیات ایران در طول این دو سال اقدام به دوره‌های داستان‌نویسی در شهرهای دور از پایتخت کرد.

نویســنده نویسنده «چشمهایم در اورشــلیم» گفت: این دوره‌ها به‌صورت مجازی و ماهانه دو روز به صورت حضوری در اهواز برگزار می‌شود.

یادآوری می‌شــود: ســرور نواصر از هنرجویان شــرکت کننــده در دوره داستان‌نویســی مریم مقامی بوده که به تازگی در ســومین جشــنواره ادبی فلسطین مقام برگزیده بخش داستان با عنوان «بر پیشانی» را دریافت کرده است.

با حضور معاون و رئیس روابط عمومی اداره کل امور مالیاتی آذربایجان شرقی؛

رئیس جدید اداره امور مالیاتی شهرستان بناب معرفی شد

فرصت امروز – ماهان فلاح: جلســه تودیع و معارفه رئیس جدید اداره امور مالیاتی شهرستان بناب با حضور فرماندار این شهرستان، معاون مالیاتی اداره کل و رئیس اداره روابط عمومی اداره کل امور مالیاتی آذربایجان شرقی برگزار شد.

در این جلسه از زحمات مهدی حیدری ترکمانی در دوران تصدی ریاست اداره امور مالیاتی بناب قدردانی شد و با حکم مدیرکل امور مالیاتی آذربایجان شرقی، حبیب ابراهیم زاده به عنوان رئیس جدید اداره امور مالیاتی شهرستان بناب معرفی شد.

فرماندار شهرســتان بناب در این جلسه ضمن ابراز رضایت از عملکرد اداره امور مالیاتی بناب، مالیات را به عنوان یک سرمایه ملی معرفی کرد و بر وصول مالیات همراه با رعایت عدالت و انصاف تأکید نمود.

علیرضا خاکپور، مجموعه مالیاتی اســتان را سازمانی منسجم و تخصصی عنوان کرد و افزود: اخلاق حسنه باید سرلوحه کار مسئولان نظام باشد.

فرماندار شهرستان بناب، همچنین بر ضرورت توجه به وضعیت اقتصادی مودیــان در فرآیند وصول مالیات تأکید کرد و گفت: وصول مالیات به صورت سیستمی و الکترونیکی موجب افزایش اعتماد مردم نسبت به نظام مالیاتی و ارتقای تمکین مالیاتی شده است.

معاون مالیاتی اداره کل نیز در این جلسه اظهار داشت: بناب به عنوان یکی از قطب‌های اقتصادی استان، نقش مهمی در تأمین منابع مالیاتی استان دارد.

وحید کردستانی، بر وصول مالیات با رویکرد عدالت و مودی مداری تأکید و خاطرنشان کرد: دستیابی به اهداف سازمان مالیاتی نیازمند حمایت همه‌جانبه مجموعه مدیریتی استان، فرمانداری و سایر ادارات از اداره امور مالیاتی است.

طی مراسمی از کتاب فرهنگ نامه موسیقی کتولی رونمایی شد

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: به گزارش روابط عمومی شــهرداری و شورای اسلامی شهر علی آبادکتول؛ در حاشیه اولین نشست کارگاهی جشنواره موسیقی مقامی کتولی(سر وانگ ۵) که در هتل کانیار علی آبادکتول برگزار شد از کتاب فرهنگ نامه موسیقی کتولی تازه ترین اثر محمد رضا برزگر هنرمند و پژوهشگر موسیقی رونمایی شد.گفتنی است این کتاب با حمایت شهرداری و شورای اسلامی شهر علی آبادکتول تالیف و چاپ شد.

اخبار

مدیرعامل شرکت گاز استان:

۳۱ درصد مشترکین گاز آذربایجان شرقی پرمصرف هستند

فرصت امروز – ماهان فلاح: بر اساس دامنه مصرف گاز در بین مشترکین خانگی استان آذربایجان شرقی، ۳۱ درصد این مشترکین در محدوده مصرف ۷ تا ۱۲ قرار داشته و جزء مشترکین پرمصرف و بسیار مصرف هســتند. مدیرعامل شرکت گاز استان آذربایجان شــرقی با اعلام این خبر گفت: تعرفه‌های جدید گازبها و افزایش نرخ گاز مصرفی صرفاً به مشترکین پرمصرف و بدمصرف در استان اختصاص دارد. فیروز خدائی افزود: بر اساس مصوبه هیئت وزیران پله‌های اول تا ســوم مصرف گاز و کاهش مصارف به نســبت سال گذشــته مشمول پاداش خوش مصرفی و صرفه جویی خواهد بود. وی ادامه داد: شبکه گاز کشور سراسری بوده و رفتار مصرف تمامی بخش‌ها با هم در ارتباط مستقیم است لذا ضرورت دارد با نگاهی مسئولانه و مدیریت مصرف گاز از افت یا قطع فشار گاز سایر مشترکین گاز کشور جلوگیری نماییم. خدائی اظهار کرد: هم اکنون بیش از یک میلیون و ۸۰۰ هزار مشترک در استان آذربایجان شرقی از نعمت الهی گاز بهره‌مند هستند. مدیرعامل شرکت گاز استان آذربایجان شرقی تصریح کرد: ۶۱ درصد مصارف به مشترکین خانگی اختصاص داشته و این بخش به طور متوسط ۲۳ میلیون متر مکعب مصرف روزانه دارد.

بی توجّهی؛ موجب قطعی گاز ۴۷ ارگان دولتی در زنجان شد

زنجان – خبرنگار فرصت امروز: مدیرعامل شرکت گاز استان زنجان گفت: از اول آذر؛ ۲۲۴۸ بازدید در اســتان انجام شده است که برای۲۳۸ واحــد اداری اخطار صادر و جریان گاز ۴۷ ارگان نیز به دلیل بی توجهی و عدم رعایت دســتورالعمل ابلاغی، قطع شد. به گزارش روابط عمومی شرکت گاز استان زنجان؛ رحیم سلیمانی نژاد با اعلام اینکه؛ پیک زمستانیِ مصرف گاز با اجرای طرح پایش مصرف ادارات زنجان مدیریت میَ شود؛ افزود: به منظور جلوگیری از هدر رفت گاز و بهره مندی بدون وقفه کلیه مصرف کنندگان در سراسر کشــور؛ تا کنون؛ نحوه مصرف گاز ۲ هزار و ۲۴۸ سازمان، ارگان دولتی و غیر دولتی، مساجد، حسینیه‌ها و امامزاده‌های استان بازدید و پایش شده است که جریان گاز ۴۷ ارگان پر مصرف استان قطع شد که پس از اصلاح روش و رعایت موارد اعلامی؛ گاز مصرفی ایشان وصل شده است. وی با بیان اینکه مدیریت انرژی ادارات و دستگاه های اجرایی استان به صورت مستمر رصد و از نزدیک مورد پایش قرار می گیرد؛ ابراز کرد: با توجه به بخشنامه ابلاغی مبنی بر رعایت دمای ۱۸ تا ۲۱ درجه سانتیگراد در فضاهای داخلی و بسته و دمای ۱۸ درجه سانتیگراد در راهروها و فضاهای عمومی سرپوشیده، مسئولان مربوطه در ادارات موظف هستند که حداکثر یک ساعت پیش از آغاز کار؛ وسایل گرمایشی را روشن کرده و یک ساعت پیش از پایان کار نیز وسایل گرمایشی در ادارات خاموش شود. سلیمانی نژاد یادآورشد: خاموش کردن وسایل گرمایشی در روزهای تعطیل و استفاده از دستگاه های گازسوز استاندارد با برچسب انرژی بالا نیز از مهم ترین موارد مورد بررسی در این پایش است. وی با بیان اینکه اجرای مستمر پایش دمای ادارات سبب می شود تا مصرف گاز به میزان مناسبی کاهش یابد؛ ادامه داد: سرویس و تعمیر دوره‌ای تجهیزات گازسوز از طریق متخصصان مجاز، نصب سامانه پایش هوشمند موتورخانه به منظور افزایش ضریب ایمنی و بازدهی وسایل گازسوز، انجام معاینه فنی موتورخانه‌ها و استفاده از دستگاه های گازسوز استاندارد با برچسب انرژی بالای B و A جزو وظایفی است که باید توسط ادارات با جدیت پیگیری و دنبال شود. سلیمانی نژاد افزود: با بازدیدهای بعمل آمده توسط کارشناسان این شرکت، فرهنگ مصرف بهینه و ایمن گاز طبیعی در سطح سازمان ها و ادارات دولتی استان به نحو شایسته ای نهادینه می شود. مدیرعامل شرکت گاز استان زنجان در پایان با قدردانی از همراهی و همکاری همه ادارات، ارگان ها و سازمان های دولتی استان در جهت اجرای شایسته پایش دما، بر اجرای مستمر این طرح با هدف نهادینه سازی فرهنگ مصرف بهینه و ایمن گاز طبیعی تاکید کرد. گفتنی است؛ از اول آذرماه ۲۲۴۸ بازدید توسط قرارگاه مرکزی ستاد پایش پایگاه بسیج شهدای گمنام شرکت گاز استان زنجان انجام شده است که در این اقدام؛ عملکرد ۱۰۶۸ ارگان مناسب و مورد تقدیر، ۸۸۹ ارگان دارای عملکرد قابل قبول، ۲۱۲ ارگان اخطار شفاهی و ۲۶ ارگان اخطار کتبی دریافت، ۶ ارگان از بازدید ممانعت بعمل آورده و گاز ۴۷ ارگان نیز به دلیل بی توجهی و عدم رعایت اصول ابلاغی؛ قطع شد.

با مشارکت پتروشمی آریاساسول؛

ساخت سازه‌های بتنی زیستگاه مصنوعی آبزیان خلیج فارس عملیاتی می شود

بوشــهر – خبرنگارفرصت امروز: با حضور شــرکت پلیمر آریاساسول در نمایشگاه ملی صنایع شیلاتی بوشهر؛ طرح احیای زیستگاه و جمعیت گونه‌های آبزیان بومی خلیج فارس معرفی شد.

ســومین نمایشــگاه ملی صنایع شــیلاتی با حضور استاندار و مســئولان ارشد این استان و شــرکت‌ها و فعالان صنعت شیلات در بوشــهر گشایش یافت و شــرکت پلیمر آریاساسول نیز با ارائه طرح احیای زیستگاه و جمعیت گونه‌های آبزیان بومی خلیج فارس در این نمایشــگاه حضور پیدا کرد. بر اســاس این گزارش شرکت پلیمر آریاساسول با حضور در میان ۲۸ شرکت دانش‌بنیان در این نمایشگاه، با تکیه به دانش موجود در شرکت پیشرو، طرح حفظ ذخایر دریایی خلیج فارس با ایجاد زیستگاه‌های مصنوعی را به بازدیدکنندگان ارائه کرد. پیش از این، به‌منظور حفظ ذخایر دریایی در راستای ایفای مسئولیت‌های اجتماعی خود، تفاهم‌نامه احیای زیستگاه و جمعیت گونه‌های آبزیان بومی خلیج فارس در استان بوشهر با تکثیر و پرورش ماهی «شانک زرد باله» به امضای آریاساسول و اداره کل شیلات استان بوشهر رسید. این طرح که فاز مطالعاتی و شناسایی پهنه‌های دریایی آن به پایان رســیده، به‌زودی وارد فاز اجرایی و ساخت سازه‌های بتنی زیستگاه مصنوعی خواهد شد که انتظار می‌رود با اجرای آن، علاوه بر پیشگیری از انقراض گونه شانک زرد باله و حفظ محیط زیست به امرار معاش جوامع محلی نیز کمک شایانی کند. ارسلان زارع، استاندار بوشهر نیز در بازدید از این نمایشگاه، در جریان میزان پیشرفت این طرح قرار گرفت و بر ارتقا کیفی تولیدات و رونق بیشتر صنایع شیلاتی با تکیه بر تقویت و حفظ زیستگاه‌های آبزیان تأکید کرد. وی ضمن تقدیر از عملکرد شرکت پلیمر آریاساسول در حفظ و غنای زیستگاه‌های آبزیان در جنوب استان، گفت: ظرفیت‌های اقتصادی موجود در این صنعت و نیز میزان اشتغالی که در آن وجود دارد، در کنار رویکرد دولت چهاردهم مبنی بر توسعه اقتصاد دریامحور در مناطق ساحلی، اهمیت توجه به این صنعت را افزون‌تر می‌کند و فعالان بومی و مجرب این صنعت، سرمایه‌های ارزشمندی هستند که به توسعه همه جانبه پرورش آبزیان کمک می‌کنند.

جشنواره مهرپاک به پایان رسید؛

۱۵ هزار دانش‌آموز کرجی سفیران محیط زیست شدند

کرج– خبرنگار فرصت امروز: رئیس سازمان مدیریت پسماند شهرداری کرج گفت: در مراســمی با حضور دانش‌آموزان، مربیان و همیــاران بازیافت، به جشــنواره مهرپاک، طرحــی نوآورانه در راســتای کاهش تولید زباله و بازیافت، پایان داده شد. محمد رضا قربانــی در گفتگو با پایگاه خبری کرج امرز؛ اظهار کرد: با برگزاری مراسم اختتامیه جشنواره مهرپاک، فصل جدیدی در حوزه مدیریت پســماند در کرج گشوده شــد. در این جشنواره که با هدف ترویج فرهنگ تفکیک زباله از مبدا برگزار شد، بیش از ۱۵ هزار دانش‌آموز کرجی به عنوان سفیران سبز آموزش‌های لازم را فرا گرفتند. وی با اعلام این خبر گفت: این جشنواره با هدف آموزش مفاهیم پایه مدیریت پسماند به دانش‌آموزان و نهادینه‌سازی فرهنگ تفکیک زباله از مبدا درمدارس کرج برگزار شد. قربانی افزود: طرح مهرپاک از ابتدای سال تحصیلی جاری در ۶۰ مدرسه کرج آغاز شد و با اســتقبال بسیار خوب دانش‌آموزان و معلمان روبرو شد. در این طرح، دانش‌آموزان علاوه بر آموزش‌های تئوری، به صورت عملی نیز با روش‌های تفکیک زباله آشنا شدند.وی با اشاره به اهمیت نقش دانش‌آموزان در ترویج فرهنگ تفکیک زباله گفت: دانش‌آموز سفیری برای خانواده خود است و می‌تواند با انتقال دانش و تجربیات خود، خانواده‌اش را نیز به تفکیک زباله تشویق کند. به این ترتیب، طرح مهرپاک گامی مهم در راستای توسعه پایدار و حفظ محیط زیست محسوب می‌شود. قربانی خاطر نشان کرد: در این مراسم، کارگاه‌های آموزشی متنوعی با موضوعات مختلف مرتبط با مدیریت پسماند برگزار شد. همچنین، از دانش‌آموزان برتر و فعال در طرح مهرپاک تقدیر شد. سازمان مدیریت پسماند شهرداری کرج در نظر دارد با اجرای برنامه‌های متنوع و جذاب، فرهنگ تفکیک زباله را در بین شهروندان کرجی نهادینه کند. از جمله این برنامه‌ها می‌توان به برگزاری مسابقات، کارگاه‌های آموزشی، کمپین‌های اطلاع‌رسانی و ... اشاره کرد.

مدیرکل راهداری گیلان خبر داد:

اجرای عملیات راهداری در جاده قدیم رودبار - منجیل

رشت – زهرا رضازاده: مدیرکل راهداری و حمل و نقل جاده ای گیلان گفت: به دلیل اجرای عملیات راهداری رفت و آمد در جاده قدیم رودبار – منجیل روزانه یک ساعت به صورت هدایت ترافیکی انجام خواهد شد. فریبرز مرادی، مدیرکل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای گیلان گفت: از امروز به دلیل عملیات راهداری در تونل های محور رودبار – منجیل در حال اجرا است. وی با اشاره به این که این عملیات شامل شستشوی دیواره، تابلوها و علایم و هواکش های تونل است افزود: این عملیات از امروز آغاز شده و تا سوم بهمن ادامه دارد. مدیر کل راهداری و حمل و نقل جاده ای گیلان گفت: روزانه یک تا ۲ ساعت رفت و آمد به صورت هدایت ترافیکی به کندی انجام می‌شود و در باقی ساعات تردد عادی خواهد بود.

بازدید از پروژه در حال احداث خانه فرهنگ اهواز ؛

اظهار رضایت مدیرکل فرهنگ از سرعت پروژه

اهواز – شبنم قجاوند: مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان از روند احداث خانه فرهنگ بازدید کرد. در این بازدید که رحیمی معاون توسعه، داوودی کارشناس بودجه سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان، جمشیدی رئیس اداری مالی و مجری پروژه نیز حضور داشتند موضوعات پروژه بررسی شد. مجری پروژه در این دیدار ضمن گزارشی از وضعیت این پروژه اظهار داشت شرایط لازم برای پیشرفت سریع کار آماده است. مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی در این بازدید با تشکر از سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی و همکاران اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی از سرعت عملیات ساختمانی در پروژه خانه فرهنگ اظهار رضایت کرد و گفت امید است با همت همه عزیزان بتوانیم تا خرداد ماه شاهد بهره‌برداری از این مجموعه ارزشمند باشیم. پروژه خانه فرهنگ در ۲۲۰۰ متر زیر بنا دارای فضای مناسب برای فعالیت‌های فرهنگی، اداری، اجتماعات و ... است که در محوطه اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان واقع است.

۹۳ درصد از بیمه شدگان صندوق بیمه سلامت همگانی ایرانیان استان گلستان بصورت کاملا" رایگان تحت پوشش بیمه درمان قرار دارند

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: رســول خزینی ، رئیس اداره بیمه گری و جذب منابع اداره کل بیمه سلامت استان گلستان گفت : سازمان بیمه سلامت ایران در مسیر عدالت در سلامت ، گامهای مهمی را برداشته و ارائه خدمات به محرومان جامعه را به عنوان مهمترین اولویت خود در دستور کار قرارداده است .وی در ادامه اظهار داشت : براین اساس سازمان بیمه ســلامت علاوه بر پوشش بیمه درمان رایگان ساکنین مناطق روستایی و شهرهای با جمعیت زیر ۲۰ هزار نفر ، کلیه افراد ســاکن در مناطق شهری را که فاقد هرگونه پوشــش بیمه درمان و مشمول دهک های درآمدی ۱ تا ۵ می باشند ، را نیز بصورت کاملا" رایگان تحت پوشــش بیمه درمان خود قرارداده است .خزینی افزود : جهت پوشش بیمه درمان افراد دارای دهک های درآمدی ۶ تا ۹ نیز، دولت محترم تخفیفات ویژه ای را به میزان ۵۰ تا ۸۰ درصد برای متقاضیان در نظر گرفته اســت .وی تاکید نمود : افراد پوشــش بیمه ای خود را موکول به زمان بیماری ننموده و در دوران سلامتی جهت اخذ بیمه نامه اقدام نمایند .خزینی در ادامه گفت : متقاضیان این امر می توانند از طریق سامانه غیر حضوری شهروندی این سازمان به آدرس csp.ihio.gov.ir به وسیله تلفن همراه خود در این خصوص اقدام نمایند و یا با مراجعه حضوری به دفاتر پیشخوان طرف قرارداد محل سکونت مراحل ثبت نام خود را انجام دهند .رئیس اداره بیمه گری و جذب منابع این اداره کل تصریح کرد : در حال حاضر در اســتان گلستان بیش از ۱۹۰ هزار نفر تحت پوشش بیمه درمان صندوق بیمه سلامت همگانی ایرانیان قراردارند که از این میزان ۹۳ درصد به جهت مشــمول بودن در دهــک های درآمدی ۱ تا ۵ بصورت کاملا" رایگان تحت پوشش این صندوق بیمه ای قرار گرفته اند .

میم‌ها چطور جای‌شان را در بین کاربران باز کردند؟

بازاریابی دیجیتال با جادوی میم (Meme)

نویسنده: علی آل‌علی

در عصر حاضر شبکه‌های اجتماعی به چنان جایگاهی در زندگی روزمره انسان ها دست یافته‌اند که گویی بدون حضور آنها بقا امری محال به نظر می‌رسد. اینستاگرام، یوتیوب، ایکس (همان توئیتر سابق) و فیس بوک به عنوان غول‌های دنیای مجازی نه تنها نحوه برقراری ارتباطات انسانی را دگرگون کرده‌اند، بلکه شیوه‌های کسب و کار، تفریح و حتی آموزش را نیز تحت تاثیر قرار داده‌اند. تصور کنید، فردی برای سرگرم کردن خود ساعتی را به مرور صفحات اینستاگرام می‌پردازد و پس از دیدن تبلیغ محصولی برای خرید آن وسوسه می‌شود. چنین داستانی هر روز برای میلیون‌ها نفر در سراسر دنیا اتفاق می‌افتد.

مثلا اینستاگرام با نمایش تصاویر جذاب و ویدئوهای کوتاه به سرعت به ابزاری قدرتمند برای معرفی برندها و فروش محصولات تبدیل شد. بسیاری از افراد ساعت‌ها وقت خود را به جست‌وجو در این پلتفرم تصویری اختصاص می‌دهند و ناخودآگاه در معرض انبوهی از تبلیغات قرار می‌گیرند. این شبکه اجتماعی، با الگوریتم‌های پیچیده خود، سلیقه مخاطبان را شناسایی کرده و تبلیغاتی متناسب با علایق آنها به نمایش می‌گذارد. در حقیقت، اینستاگرام دیگر فقط یک برنامه کاربردی سرگرم‌کننده نیست، بلکه تبدیل به یک بازار پر جنب و جوش با میلیون‌ها بازدیدکننده شده است.

یوتیوب نیز به عنوان بزرگ‌ترین پلتفرم انتشار ویدئو تبدیل به منبعی غنی از آموزش، سرگرمی و اطلاع‌رسانی شده است. البته یوتیوب تنها یک محل سرگرمی نیست. با توجه به تعداد زیاد بازدیدکننده این پلتفرم بسیاری از کسب و کارها به تبلیغات در یوتیوب روی آورده‌اند. افراد با صرف ساعت‌ها زمان در یوتیوب نه تنها محتوای مورد علاقه خود را مشاهده می‌کنند، بلکه همزمان از دریچه‌های متعدد تبلیغات با نام برندها نیز آشنا می‌شوند و به این ترتیب تبلیغات بخش مهمی از زندگی کاربران در اینترنت شده است.

بی‌شک تاثیر شبکه‌های اجتماعی بر عادات مصرف‌کنندگان غیرقابل انکار است. امروزه بسیاری از مردم قبل از خرید هر محصول یا خدماتی، ابتدا نظرات دیگران را در شبکه‌های اجتماعی جویا می‌شوند و سپس تصمیم‌گیری نهایی را انجام می‌دهند. نظرات کاربران به منبع معتبری برای تصمیم‌گیری در مورد خرید تبدیل شده و نقش مهمی در موفقیت یا شکست کسب و کارها ایفا می‌کند. با استفاده درست از چنین ظرفیتی، شرکت‌های گوناگون می‌توانند نظر مشتریان و دنبال‌کننده‌های خود را به کلی دگرگون کرده و تصویر مثبت و خوبی از برند خود در ذهن مخاطبان حک کنند.

در میان انبوهی از محتواهای مختلف که در شبکه‌های اجتماعی منتشر می‌شود، حضور نوع تازه از محتوای طنز که اتفاقا خیلی هم پیچیده نیست عجیب به نظر می‌رسد. باور کنید یا نه، امروزه میم‌ها جایگاه ویژه‌ای پیدا کرده‌اند. میم‌ها با ساختاری طنزآمیز و تصاویری خلاقانه توانسته‌اند به سرعت در میان کاربران محبوبیت پیدا کنند و به زبانی جهانی برای برقراری ارتباط تبدیل شوند. میم‌ها نه تنها در حوزه سرگرمی، بلکه در حوزه بازاریابی نیز وارد شده‌اند و با تاثیر شگفت‌انگیز خود توجه بسیاری از برندها و کسب و کارها را به خود جلب کرده‌اند. در چنین شرایطی بازاریابی با استفاده از میم‌ها دیگر یک ایده عجیب نیست. درست به همین خاطر ما در این مقاله قصد داریم سراغ بررسی هرچه دقیق‌تر کاربردهای میم در دیجیتال مارکتینگ بپردازیم.

کاربردهای میم در بازاریابی دیجیتال

افزایش آگاهی از برند

میم‌ها به دلیل ماهیت طنزآمیز و خلاقانه‌ای که دارند، به سرعت در میان کاربران شبکه‌های اجتماعی دست به دست می‌شوند و توجه مخاطبان زیادی را به خود جلب می‌کنند. کسب وکارها با استفاده از میم‌های مرتبط با برند یا محصول خود، می‌توانند آگاهی از برند را به طرز چشمگیری افزایش دهند و در ذهن مخاطبان ماندگار شوند. در واقع استفاده درست از این ظرفیت موجب می‌شود نام و نشان تجاری یک شرکت در سریع‌ترین زمان ممکن و با بالاترین میزان اثرگذاری به طیف وسیعی از کاربران شبکه‌های اجتماعی شناسانده شود. یک میم خنده‌دار می‌تواند در مدت زمان کوتاهی توجه میلیون‌ها کاربر را به خود جلب کرده و در دنیای بی‌کران شبکه‌های اجتماعی منتشر شود.

میم‌ها این قدرت را دارند که با بیانی ساده و کمدی پیام‌های بازاریابی را به شیوه ای جذاب و قابل هضم منتقل کنند. در حالی که بسیاری از تبلیغات به دلیل تکراری و خسته‌کننده بودن نادیده گرفته می‌شوند، میم‌ها به دلیل جذابیت بصری و بار طنزآمیزی که دارند، به راحتی در ذهن مخاطب حک شده و توجه آنها را به برند جلب می‌کنند. از سوی دیگر، اشتراک‌گذاری میم‌ها توسط افراد مختلف تبلیغات شما را بسیار فراتر از یک رسانه تبلیغاتی ساده و همیشگی می‌برد. وقتی که مشتریان عادی شروع به اشتراک‌گذاری میم‌ها می‌کنند، تبلیغات شما در طیف بسیار گسترده‌تری پخش می‌شوند و تاثیر چندین برابری در برندسازی خواهند داشت.

با توجه به اینکه میم‌ها به سرعت در شبکه‌های اجتماعی پخش می‌شوند، کسب وکارها می‌توانند با استفاده از این پتانسیل در مدت زمان کوتاهی به شهرت و محبوبیت زیادی دست یابند. انتشار یک میم جذاب و مرتبط با برند، می‌تواند در عرض چند ساعت، میلیون‌ها بازدید به دست آورد و نام برند را در میان طیف وسیعی از مخاطبان بر سر زبان‌ها بیندازد. بنابراین شرکت‌ها و کسب و کارها می‌توانند با هزینه‌ای اندک، بازخورد فراوانی از تبلیغات مبتنی بر میم دریافت کرده و بودجه تبلیغات خود را نیز کاهش دهند. برای ایجاد میم‌های جذاب و مرتبط با برند، کسب وکارها باید با آخرین ترندهای روز آشنا باشند و بتوانند پیام خود را به زبانی خلاقانه بیان کنند. در واقع یک کسب و کار باید تمام جنبه‌های روزمره زندگی کاربران را مد نظر قرار داده و با بررسی و واکاوی اتفاقات جاری و همچنین استفاده از عبارات ترند شده در میان افراد، اقدام به خلق میم‌هایی برای برند خود نماید. با این کار هم زمان با انتشار محتوای تبلیغاتی خود پیام‌ها را به صورت خنده‌دار و لذت‌بخش به مخاطب منتقل خواهد کرد.

در نهایت، میم‌ها می‌توانند به عنوان ابزاری قدرتمند برای افزایش آگاهی از برند عمل کنند و در ذهن مخاطب تصویری ماندگار از برند شما خلق کنند. این روش تبلیغاتی که برمبنای طنز و شوخ‌طبعی طراحی شده، به شدت در میان مردم مورد توجه قرار می‌گیرد. وقتی میم شما بین کاربران مختلف دست به دست شود، ناگهان به محبوبیت دست می‌یابید و تصویر برندتان برای همیشه در ذهن مخاطبان حک می‌شود. در چنین شرایطی شما علاوه بر دیده شدن بیشتر در فضای مجازی، مخاطبان بسیاری را جذب کسب و کار خود خواهید کرد.

افزایش تعامل با مخاطبان

یکی از چالش‌های اصلی بازاریابی دیجیتال ایجاد تعامل مثبت با مخاطبان است. میم‌ها با زبانی غیررسمی و صمیمانه، به خوبی این چالش را حل می‌کنند و امکان برقراری ارتباط دوطرفه با مخاطبان را فراهم می‌سازند. کسب وکارها با انتشار میم‌های مرتبط با علایق و دغدغه‌های مخاطب خود می‌توانند توجه آنها را جلب کرده و زمینه‌ای برای مشارکت و گفت وگو ایجاد کنند. وقتی که یک شرکت، با میم‌های خود نشان می‌دهد که زبان مخاطب خود را به خوبی درک می‌کند، رابطه عمیق‌تری بین مشتری و فروشنده برقرار می‌شود.

میم‌ها این قابلیت را دارند که احساسات و عواطف مخاطبان را به خوبی برانگیزند. میم خنده‌دار یا احساسی می‌تواند در عرض چند ثانیه به قلب مخاطب نفوذ کند. کسب و کارها با انتشار میم‌هایی که با احساسات مخاطب همسو هستند، می‌توانند ارتباطی عاطفی و صمیمانه با آنها برقرار کرده و وفاداری آنها را جلب کنند. چنین روش بازاریابی خلاقانه‌ای موجب می‌شود مشتریان نه تنها از خدمات و محصولات یک شرکت استفاده کنند، بلکه آن را همچون عضوی از خانواده خود دوست بدارند. در چنین شرایطی شرکت مربوطه در قلب مشتریان جای می‌گیرد و از سود و اعتبار فوق‌العاده‌ای برخوردار خواهد شد.

برخلاف تبلیغات سنتی که بیشتر به صورت یک طرفه ارائه می‌شوند، میم‌ها امکان مشارکت مخاطب را فراهم می‌کنند. کاربران شبکه‌های اجتماعی می‌توانند میم‌ها را لایک کرده، کامنت بگذارند یا آنها را با دوستان خود به اشتراک بگذارند. این تعاملات باعث افزایش نرخ مشارکت مخاطبان و افزایش تاثیرگذاری تبلیغات می‌شود. میم‌های تولیدشده در سطح اینترنت توسط کاربرها به شکل وسیعی به اشتراک گذاشته می‌شوند. هر قدر میم شما بیشتر در شبکه‌های اجتماعی منتشر شود، تعامل بیشتری با کاربران صورت خواهد گرفت و برند شما بیش از پیش دیده خواهد شد.

یکی دیگر از راه‌های ایجاد تعامل با مخاطبان از طریق میم، طراحی مسابقات و کمپین‌های مبتنی بر میم است. کسب و کارها می‌توانند با برگزاری مسابقاتی که در آن مخاطبان میم‌های مرتبط با برند خود را تولید می‌کنند، سطح تعامل با کاربران را به حداکثر برسانند و در عین حال محتوای تولیدشده توسط کاربران را نیز جمع‌آوری کنند. به این ترتیب با صرف هزینه‌ای بسیار اندک، تبلیغات برند شما به صورت گسترده در فضای مجازی نشر داده می‌شود و شرکت شما به هدف موردنظر دست خواهد یافت. به طور کلی، میم‌ها ابزاری قدرتمند برای ایجاد تعامل دوطرفه با مخاطبان هستند و به کسب وکارها کمک می‌کنند تا ارتباطی نزدیک‌تر و صمیمانه‌تر با مشتریان خود برقرار کنند. استفاده صحیح از این ابزار و در نظر گرفتن دغدغه‌ها و نظرات مشتریان، موجب خواهد شد تا شما روابطی عمیق و بلندمدت را با آنها برقرار نمایید و در میان این مشتریان افراد بسیار زیادی را به دوستداران و سفیران کسب و کار خود تبدیل کنید.

انتقال پیام‌های پیچیده به شیوه‌ای ساده و قابل فهم

یکی از چالش‌های اصلی بازاریاب‌ها انتقال پیام‌های پیچیده و فنی به شیوه‌ای است که برای عموم مردم قابل فهم باشد. میم‌ها به دلیل ساختار بصری و زبان ساده‌ای که دارند، می‌توانند پیام‌های پیچیده را به شیوه‌ای خلاقانه و قابل فهم به مخاطب منتقل کنند. استفاده از میم‌ها این امکان را به شرکت‌ها می‌دهد تا به جای استفاده از تبلیغات طولانی و کسل‌کننده، پیام خود را به شکل طنز و کوتاه به مخاطبان خود برسانند. این موضوع باعث می‌شود مخاطب علاوه بر آن که با مفاهیم دشوار و تخصصی آشنا شود، از پیام دریافت شده نیز لذت ببرد.

میم‌ها می‌توانند مفاهیم انتزاعی و پیچیده را با استفاده از تصاویر و موقعیت‌های آشنا برای مخاطبان، قابل لمس کنند. در حالی که شاید مخاطب با دیدن یک تصویر یا فیلم آموزشی خسته و بی‌حوصله شود، یک میم طنزآمیز می‌تواند به سادگی این خستگی و بی‌حوصلگی را رفع کرده و مفهوم را به او منتقل نماید. برای انتقال این پیام لازم نیست تا هزاران کلمه استفاده کنید. یک میم بامزه به تنهایی کار یک کتاب را برای شما انجام خواهد داد. این روش در دنیای امروزی روشی بسیار کارآمد و مقرون به صرفه برای رساندن مفهوم پیام شماست.

با توجه به اینکه بسیاری از افراد، تمایلی به خواندن متن‌های طولانی ندارند، میم‌ها می‌توانند با ارائه اطلاعات مختصر و مفید به شیوه‌ای جذاب، توجه مخاطبان را جلب کنند. در واقع میم‌ها خلاصه و چکیده یک موضوع را در قالبی ساده و سرگرم‌کننده به نمایش می‌گذارند. بنابراین مشتری شما برای دیدن میم تان نیاز به صرف وقت زیاد ندارد و در کسری از ثانیه می‌تواند به محتوای مد نظر شما دسترسی پیدا کند. اینگونه پیام شما به طور سریع و موثر منتقل می‌شود و تبلیغات شما نیز نتیجه دلخواه خود را کسب خواهند کرد.

در انتقال پیام‌های مربوط به مزایای یک محصول یا خدمت، میم‌ها می‌توانند با استفاده از موقعیت‌های کمدی ارزش‌های محصول را به شیوه‌ای ملموس به نمایش بگذارند. در نتیجه کاربر با نگاه کردن به این نوع میم‌ها به خوبی متوجه مزیت محصول می‌شود. مثلا فرض کنید که در حال تبلیغ یک ماده شوینده لباس هستید. یک میم کمدی می‌تواند نشان دهد که چگونه لباس شما بعد از شست‌وشو به وسیله این محصول چقدر درخشان می‌شود و شما نیازی نیست تا با نوشتن متن‌های طولانی این پیام را منتقل کنید. در واقع، تصویر بسیار تاثیرگذارتر و ساده‌تر عمل خواهد کرد.

به طور کلی، میم‌ها به دلیل قابلیت انتقال سریع و ساده پیام‌ها ابزاری ارزشمند برای کسب و کارها هستند تا با استفاده از آن، پیام‌های پیچیده خود را به زبان ساده و قابل فهم برای عموم مخاطبان بیان کنند. استفاده از این ظرفیت در دنیای تبلیغات راهی را باز خواهد کرد که از این طریق هر فردی با هر سطحی از تحصیلات و فرهنگ می‌تواند به راحتی با مفاهیم مورد نظر یک شرکت آشنا شده و تبدیل به یک مشتری وفادار شود. این تاثیر فوق‌العاده میم‌ها بر افکار عمومی است که آن را تا این اندازه ارزشمند و مفید ساخته است.

تقویت هویت برند

یکی از اهداف اصلی بازاریابی ایجاد هویت منحصر به فرد برای برند است. میم ها با توجه به ماهیت انعطاف‌پذیر و خلاقانه‌ای که دارند، ابزاری مناسب برای تقویت هویت برند به شمار می‌روند. کسب و کارها با استفاده از میم‌های مرتبط با ارزش‌ها و ویژگی‌های منحصربه‌فرد خود، می‌توانند هویت برند خود را به مخاطب معرفی کرده و آن را در ذهن آنها ماندگار کنند. در این روش بازاریابی هر برند برای خود سبک و زبانی منحصر به فرد ایجاد کرده و بدین طریق در ذهن مخاطب جای می‌گیرد.

برخلاف تبلیغات کلیشه‌ای و تکراری، میم‌ها می‌توانند زبانی خاص و منحصر به فرد برای برند ایجاد کنند. برندها با استفاده از میم‌ها و طرح‌های تصویری و جذاب که با ویژگی‌ها و ارزش‌های برند همسو باشند، می‌توانند خود را از دیگر رقبا متمایز کرده و تصویری متمایز و مثبت از خود در ذهن مخاطبان بسازند. چنین تبلیغات خلاقانه‌ای بسیار ماندگارتر و تاثیرگذارتر از تبلیغات همیشگی خواهند بود. مثلا می‌توان به تبلیغات معروف برخی شرکت‌ها اشاره کرد که با انتخاب یک شعار خاص به زبان متمایز خود در بازار دست یافتند. استفاده از میم‌های خاص، به کسب وکارها کمک می‌کند تا با مخاطبان خود در سطحی عمیق‌تر و شخصی‌تر ارتباط برقرار کنند. برندهایی که با زبان و فرهنگ مخاطبان خود آشنا هستند و میم‌های متناسب با علایق و ارزش‌های آنها خلق می‌کنند، می‌توانند ارتباط قوی‌تری با آنها ایجاد کرده و وفاداری مشتریان را جلب کنند. وقتی که مخاطب حس می‌کند که با زبان خودش با او صحبت می‌کنید، نه تنها شما را همراهی خواهد کرد بلکه شما را در قلب خود جای می‌دهد و تبلیغ کسب و کار شما را در میان دوستان و آشنایان خواهد کرد. یکی دیگر از مزایای استفاده از میم‌ها ایجاد حس طنز و شوخ‌طبعی در ارتباط با برند است. برندهایی که می‌توانند خود را با زبان طنز بیان کنند، از محبوبیت بیشتری در میان مخاطبان برخوردار می‌شوند. طنز یکی از ابزارهای فوق‌العاده برای برقراری ارتباط دوستانه با مشتریان و ساختن فضایی گرم و صمیمی با آنها است. با ساختن چنین ارتباط دوستانه و صمیمانه‌ای، شما مشتریان را به بخشی از خانواده کسب و کار خود تبدیل کرده و در دنیای تبلیغات برنده خواهید شد.

به طور خلاصه، میم‌ها می‌توانند ابزاری قدرتمند برای تقویت هویت برند و ایجاد زبانی منحصر به فرد باشند. برندهایی که با درک دقیق از مخاطبان خود و استفاده صحیح از این ابزار میم‌های مرتبط با ارزش‌ها و ویژگی‌های خود خلق می‌کنند، می‌توانند تصویری قوی و ماندگار در ذهن مخاطبان ایجاد کنند و به اهداف بازاریابی خود دست پیدا کنند. این روش تبلیغاتی باعث می‌شود شما متفاوت از همه شرکت‌های دیگر به زبان ویژه خود در میان مخاطبان شناخته شوید و برندتان در همه جا به یاد آورده شود.

افزایش ترافیک سایت

یکی از اهداف اصلی بازاریابی دیجیتال افزایش ترافیک سایت و هدایت مخاطب به صفحات برند است. میم‌ها با توجه به قابلیت ویروسی شدن و پخش سریع در شبکه‌های اجتماعی می‌توانند به عنوان ابزاری قدرتمند برای دستیابی به این هدف عمل کنند. کسب و کارها با انتشار میم‌های جذاب و مرتبط با محتوای وب سایت خود، می‌توانند توجه مخاطبان را به برند خود جلب کرده و آنها را به صفحات وب سایت خود هدایت کنند. میم‌ها نه تنها توجه کاربران را به برند شما جلب می‌کنند، بلکه آنان را مشتاق بازدید از صفحات سایت هم خواهند کرد و باعث می‌شوند تا فروش کسب و کار شما افزایش یابد.

با توجه به اینکه میم‌ها به صورت گسترده در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک گذاشته می‌شوند، یک میم جذاب و پرطرفدار می‌تواند به سرعت به حجم عظیمی از بازدید دست پیدا کند و برند شما را بر سر زبان‌ها بیندازد. در کنار انتشار میم‌های جذاب و کاربرپسند، لینک صفحه سایت را در انتهای میم قرار دهید تا به راحتی مشتری را از صفحات اجتماعی به وب‌سایت خود منتقل نمایید. این موضوع، یک روش بسیار موثر برای افزایش ترافیک ورودی وب‌سایت به شمار می‌رود. در واقع میم‌ها، با طراحی جالب و خنده‌دار، حکم آهنربایی قوی را برای مشتریان شما ایفا می‌کنند.

در بسیاری از مواقع کسب و کارها میم‌هایی تولید می‌کنند که کاربران را تشویق به شرکت در مسابقات و چالش‌ها می‌کند. در این کمپین‌های تبلیغاتی، از مخاطب درخواست می‌شود تا در صفحات مجازی شما چالش‌های مختلفی را به اشتراک گذاشته و دوستان خود را نیز تگ نمایند. چنین روش تبلیغاتی، نه تنها منجر به گسترش مخاطبان شما در فضای مجازی خواهد شد، بلکه ترافیک ورودی سایت شما را نیز چند برابر افزایش خواهد داد. می‌توان گفت با انجام دادن یک حرکت ساده و طراحی یک میم مناسب می‌توان صدها هزار بازدیدکننده جدید به دست آورد. یکی از راه‌های موثر برای افزایش ترافیک سایت استفاده از میم‌ها در کمپین‌های ایمیل مارکتینگ است. با گنجاندن یک میم جذاب در ایمیل‌های ارسالی می‌توانید توجه مخاطب را به ایمیل خود جلب کرده و شانس کلیک بر روی لینک‌های درون ایمیل را افزایش دهید. از طرفی می‌توانید در صفحات مختلف سایت و همچنین در بلاگ‌های مربوطه از میم‌ها برای تبلیغات بهره ببرید. مثلا فرض کنید مشتری به صفحه فروش یک کالا وارد شده و در گوشه صفحه، یک بنر با طرحی از میم می‌بیند. چنین طرحی توجه مشتری را جلب می‌کند و باعث ترغیب بیشتر او به خرید محصول می‌شود.

بی‌شک میم‌ها ابزاری ارزشمند برای کسب وکارها هستند تا به وسیله آن، مخاطب خود را به سایت برند جذب کنند و حجم ترافیک وب‌سایت خود را افزایش دهند. برندها با درک پتانسیل و قابلیت انتشار بالای میم‌ها می‌توانند از آنها برای ارتقای کسب و کار خود و جذب مشتریان بیشتر بهره ببرند. در چنین حالتی هم تبلیغ رایگان صورت گرفته و هم افراد بسیار زیادی از سایت شما دیدن کرده‌اند که در نهایت منجر به فروش بیشتر خواهد شد.

منابع:

https://www.adobe.com/express/learn/blog/meme-marketing

https://www.forbes.com/sites/forbescommemes-/۱۰/۰۸/۲۰۱۸/municationscouncila-digital-marketing-tool-for-every-/industry

https://altcraft.com/glossary/memes-in-marketing

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

چهارشنبه | ۱۹ دی ۱۴۰۳ | شماره ۲۶۲۱ | صفحه ۸

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: صمیم

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

دفتر مرکزی: ۸۸۹۹۱۹۲۷

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

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR