روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

دوشنبه
۲۷ اسفند ۱۴۰۳

Mon.17 Mar 2025
۱۶ رمضان ۱۴۴۶ - سال نهم
شماره ۲۶۶۵
۸ صفحه - ۵۰۰۰ تومان

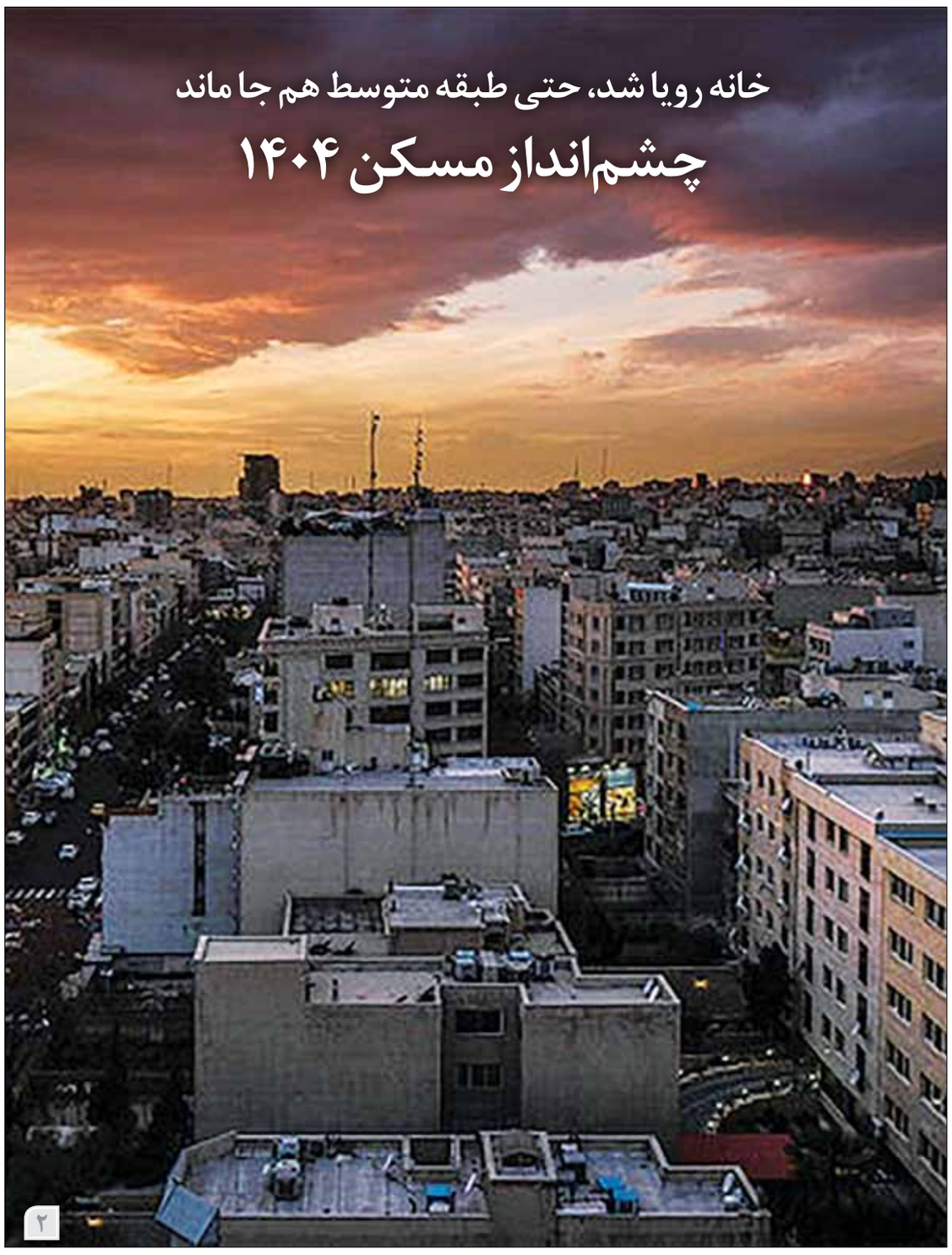
www.forsatnet.ir

پرونده دستمزد ۱۴۰۴ در شورای عالی کار بسته شد

جزییات افزایش ۴۵ درصدی دستمزد کارگران

فرصت امروز: شورای عالی کار پس از ساعت‌ها مذاکرات فشرده سرانجام افزایش ۴۵ درصدی حداقل دستمزد کارگران در سال ۱۴۰۴ را تصویب کرد و پایه حقوق کارگران را از ۷ میلیون و ۱۸۲ هزار تومان به بیش از ۱۰ میلیون تومان افزایش داد. مذاکرات مزد سال ۱۴۰۴ با حواشی کمتری نسبت به سال‌های گذشته همراه بود و در نهایت با تصویب افزایش ۴۵ درصدی حداقل مزد و افزایش...

۳



خانه رویا شد، حتی طبقه متوسط هم جا ماند

چشم‌انداز مسکن ۱۴۰۴

۲

بازوی پژوهشی بانک مرکزی به بررسی آثار کسری بودجه بر نرخ تورم پرداخت

نمای پولی ناترازی بودجه

فرصت امروز: ثبات قیمت‌ها، نقش مهمی در رشد اقتصادی دارد و بانک‌های مرکزی جهان، سیاست‌های پولی متنوعی را برای کنترل تورم در پیش می‌گیرند. حال اگر زمینه سلطه مالی در کشوری فراهم شود، اثربخشی سیاست پولی با مشکل مواجه شده و تورم در این شرایط منحصرا یک پدیده پولی نخواهد بود. متاسفانه یکی از ناترازی‌های اقتصاد ایران، ناترازی بودجه است که به شیوه‌های متعدد موجب تغییر متغیرهای پولی و در نتیجه تورم می‌شود. در طول چند دهه گذشته، ترکیب اجزای پایه پولی، تغییرات آشکاری داشته و خالص بدهی‌های بخش دولتی به بانک مرکزی در دهه ۱۳۷۰ و خالص ذخایر خارجی در دهه ۱۳۸۰، بیشترین نقش را در رشد پایه پولی داشته‌اند. در سال‌های اخیر به تدریج سهم مطالبات بانک مرکزی از بانک‌ها افزایش یافته و در مقابل، سهم بدهی دولت به بانک مرکزی در رشد پایه پولی کاهش داشته است. با توجه به کاهش درآمدهای نفتی در پی دور دوم تحریم‌ها و افزایش کسری بودجه، به نظر می‌رسد تنگنای مالی دولت در این برهه زمانی نسبت به سال‌های قبل، بیشتر شده و روش پولی کردن کسری بودجه تغییر کرده و دولت به استقراض غیرمستقیم از بانک مرکزی روی آورده است. هرچند ترازنامه شبکه بانکی و رشد مطالبات بانک‌ها از بخش دولتی نشان می‌دهد ظاهرا استقراض...

۲

همزمان با خروج پول حقیقی، ارزش معاملات خرد افزایش یافت

صعود بورس در هفته آخر اسفند

۴

سرمقاله

یک سند چند سوال

ایمان ولی‌پور
پژوهشگر اجتماعی

سال ۱۴۰۴ در پیش است و آغاز این سال ما را به یاد سند چشم‌انداز ۲۰ساله ایران می‌اندازد؛ سندی که قرار بود ایران را در افق ۱۴۰۴ به کشور اول منطقه تبدیل کند. متاسفانه بسیاری از اهداف این سند به وقوع نپیوسته و همچنان چالش‌های زیادی در مسیر رسیدن به جایگاه نخست علمی و اقتصادی منطقه در پیش است. تحلیل و آسیب‌شناسی دلایل ناکامی سند چشم‌انداز ۱۴۰۴، شناخت درستی از موانع و چالش‌های توسعه در ایران به دست می‌دهد. با مشارکت مردم (طبقه متوسط) در انتخابات دوم خرداد ۱۳۷۶، دولت اصلاحات به روی کار آمد و با باز شدن فضای سیاسی، اقتصادی و بین‌المللی، سند چشم‌انداز در مجمع تشخیص مصلحت نظام به تصویب رسید. این سند در ابتدای دهه ۸۰ با هدف تبدیل ایران به کشور اول منطقه تدوین شد و اجرای آن از سال ۱۳۸۴ در قالب برنامه‌های پنج ساله توسعه، کلید خورد. با پایان خرابی‌های جنگ، ایران در طول دهه‌های ۷۰ و ۸۰ به سمت رشد و توسعه اقتصادی، خیز برداشت و اتفاقا اهداف رویایی و آرمانی این سند در همین برهه زمانی تدوین شد.

ادامه در همین صفحه

مدیریت و کسب‌وکار

هنر بسته‌بندی محصولات: اشتباهاتی که باید کنار گذاشت

بسته‌بندی محصولات در بازارهای کنونی نقشی فراتر از یک پوشش محافظتی ایفا می‌کند و به عنوان یک عنصر کلیدی در جذب مشتریان و شکل‌دهی به تجربه آنها از برند محسوب می‌شود. بسته‌بندی در واقع زبان گویای یک محصول است که با مشتری سخن گفته و با طراحی خوب یا بد خود می‌تواند به مشتری پیام متفاوتی انتقال دهد. بسته‌بندی دقیقا مثل یک لباس بر تن یک کالاست که تاثیر بسیاری بر نظر مشتریان دارد.

فکر می‌کنم قبول داشته باشید بسته‌بندی مناسب می‌تواند یک محصول معمولی را به یک کالای خواستنی و به یادماندنی تبدیل کرده، برند را در ذهن مخاطب ماندگار سازد. به طوری که مشتری برای همیشه نام برند شما را در خاطر داشته باشد و برای همیشه به یک مشتری وفادار بدل شود. بسته‌بندی جذاب همچون یک اثر هنری قدرتمند است که قلب مشتری را تسخیر می‌کند. در مقابل، بسته‌بندی نامناسب می‌تواند یک محصول...

۸

یک سند چند سوال

دستیابی به جایگاه نخست علمی و فناوری منطقه، رسیدن به رشد اقتصادی پایدار، کاهش نرخ بیکاری و افزایش اشتغال، ارتقای سطح کیفیت زندگی و سلامت عمومی، بهبود تعاملات دیپلماتیک، حفظ استقلال و تقویت جایگاه ایران در منطقه، توجه به حفاظت از محیط‌زیست و دستیابی به توسعه پایدار و... از جمله اهداف بلندپروازانه این سند است.

هرچند سند چشم‌انداز ۱۴۰۴، اهداف توسعه پایدار را به خوبی ترسیم کرده، اما در زمینه برنامه‌ریزی و اجرای عملیاتی، دچار ضعف‌های ساختاری است. واقعیت آن است که تغییر دولت‌ها در ایران گاهی به تغییر اولویت‌ها می‌انجامد و به نظر می‌رسد همین تغییرات سیاسی و مدیریتی به یکی از موانع توسعه در کشورمان بدل شده است. توسعه به مثابه یک پروژه باید مرحله به مرحله و پله پله، طراحی و اجرا شود. اما با تغییر و جابه‌جایی دولت‌ها در این فاصله ۲۰ساله، پروژه توسعه هر دم بیشتر به بیراهه رفت؛ چراکه هر دولتی، اولویت متفاوتی داشت و گاها اولویت دولت‌ها، ۱۸۰ درجه با دیگری متفاوت بود. حتی شعارهای دولت‌های حال و گذشته به‌خوبی، رهیافت متفاوت آنها را نشان می‌دهد. به این عناوین توجه کنید: دولت وفاق ملی، دولت تدبیر و امید، دولت مهرورزی، دولت اصلاحات، دولت سازندگی و... متاسفانه دولتی که هنگام تدوین این سند بر سر کار بود، فرصتش را نیافت تا آن را به اتمام برساند. از طرفی، در زمان دولت‌های نهم و دهم، اقدامات مخرب و غیرمتعارف زیادی انجام شد که مهمترین آنها، انحلال ساختار برنامه‌ریزی کشور بود. با ندانم‌کاری‌های این دولت، فرصت پنجره جمعیتی نیز از دست رفت و این فرصت توسعه به تهدید بدل شد. همچنین سنگ بنای تحریم‌ها در زمان دولت «احمدی‌نژاد» گذاشته شد و چه قطعنامه‌هایی که در سازمان ملل علیه ایران به تصویب رسید. قطعنامه‌هایی که به وضع تحریم‌های گسترده در ابتدای دهه ۹۰ منجر شد.

فارغ از مشکلات ساختاری، همچون بوروکراسی پیچیده و وابستگی به درآمدهای نفتی، یکی از مهمترین عوامل ناکامی این سند، تحریم‌های اقتصادی و فشارهای خارجی است. تحریم‌ها آشکارا بر توانایی ایران در تجارت جهانی و جذب سرمایه‌گذاری خارجی، تاثیر گذاشته و همزمان امکان ورود فناوری‌های پیشرفته و دسترسی به بازارهای مالی را محدود ساخته است. بنابراین در فقدان منابع و در غیاب زیرساخت‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری به‌خاطر تداوم تحریم‌ها، ایران نتوانسته به جایگاه نخست علمی و اقتصادی منطقه دست یابد. هرچند با امضای برجام در میانه دهه ۹۰، ایران توانست برای دو سال پیاپی، تورم تک‌رقمی را در دولت «روحانی» تجربه کند و به رشد دو رقمی برسد، اما خروج آمریکا از برجام به دستور «دونالد ترامپ»، فضای تنفس را از اقتصاد ایران گرفت و بار دیگر دیوار بلند تحریم‌ها پیرامون کشور بالا رفت.

تحریم‌ها، بارزترین نمود اقتصاد سیاسی ایران هستند. به نظر می‌رسد ایران از نظر اقتصاد سیاسی، حائز ویژگی‌های متمایزی است و تحریم‌ها، از جمله این ویژگی‌های سیاسی هستند که کار و معیشت جامعه ایرانی را تحت تاثیر قرار داده‌اند. تحریم‌های اقتصادی به‌ویژه در حوزه بانکداری و انرژی، تاثیر عمیقی بر برنامه‌های توسعه کشور نهاده است. بسیاری از پروژه‌های مهم در حوزه‌های نفت، پتروشیمی، انرژی‌های تجدیدپذیر و حتی فناوری‌های پیشرفته متوقف شده‌اند. تحریم‌ها همچنین سرمایه‌گذاری خارجی و انتقال تکنولوژی را به‌شدت محدود کرده و در یک کلام، باعث افزایش هزینه‌ها و کاهش سرعت توسعه شده است. ارزیابی تاثیرات تحریم بر اقتصاد ایران، نیازمند فهم یک مسئله چندوجهی است؛ چراکه نمودهای اقتصادی تحریم به شکل‌های مختلف از جمله کاهش تولید ناخالص داخلی، دشواری جذب سرمایه خارجی، محدودیت دسترسی به فناوری‌های روز، فرار سرمایه و... خود را نشان می‌دهد. بررسی پیامدهای اجتماعی تحریم در زیر پوست جامعه ایران (کاهش سرمایه اجتماعی)، خود حدیث مفصل دیگری است.

نیویورک تایمز: تولید محتوا چطور به توصیه مالی تبدیل شد؟

ریسک‌های سرمایه‌گذاری به سبک اینفلوئنسرها

مردم عادی همیشه به دنبال یادگیری مدیریت امور مالی خود هستند و از گزینه‌های مختلف در این زمینه استفاده می‌کنند، اما در سال‌های اخیر با شدت گیری استفاده از فضای مجازی و اعتماد به شبکه‌های اجتماعی، همه چیز تغییر کرده است. به نوشته «نیویورک تایمز»، فین فلوئنسرها یا همان اینفلوئنسرهای حوزه مالی، رگ خواب مردم را به دست گرفته‌اند و از ارائه اطلاعات پرریسک و نادرست به مخاطبان خود هیچ ابایی ندارند. این چالشی است که شاید در گذشته هیچ‌کس فکرش را نمی‌کرد تا این حد گسترش یابد، اما چه اتفاقی برای دنیای سرمایه‌گذاری می‌افتد، وقتی مردم از طریق شبکه‌های اجتماعی به مدیریت سرمایه‌گذاری‌های خود بپردازند و از افراد موفق در این عرصه الهام بگیرند؟ «ایمی رایان» یکی از افرادی است که سرنوشت زندگی‌اش به خاطر اینفلوئنسرهای مالی تغییر کرد. زمانی که او برای مشاوره مالی به فضای آنلاین مراجعه کرد، پس‌انداز داشت و از کم شدن ارزش آن نگران بود. در آن زمان یعنی آوریل ۲۰۲۰، بازار سهام سقوط کرده بود و زحماتی که «ایمی» برای جمع کردن پول طی سال‌ها کشیده بود داشت هدر می‌رفت. «ایمی» که حالا ۴۳ ساله است در آن زمان در به در به دنبال مشاوره مالی بود. او پس از جست‌وجوهای زیاد به یک کانال یوتیوب و یک اینفلوئنسر مالی به اسم «کوین پافرات» رسید که در مورد اقتصاد و سرمایه‌گذاری صحبت می‌کرد. «ایمی» که خودش تجربه درستی در خرید و فروش سهام نداشت به حرف‌های او اعتماد کرد.

رسانه‌های اجتماعی به صورت کلی، راهی جذاب برای افراد بی‌تجربه مانند «ایمی» هستند. آنها از طریق شبکه‌های اجتماعی سعی در مدیریت سرمایه‌گذاری‌های خود دارند و از افراد موفق در این عرصه الهام می‌گیرند. تولیدکنندگان محتوا در این حوزه انگار کارشناسِ پول درآوردن هستند. آنها طیف وسیعی از محصولات مالی (از کارت‌های اعتباری گرفته تا ارز رمزنگاری شده) را معرفی و تأیید می‌کنند. این در حالی است که تبلیغ دارایی‌های پرخطر برای این اینفلوئنسرهای مالی، خطر خاصی هم به دنبال ندارد و مسئولیتی را متوجه آنها نمی‌کند. این موضوع به خصوص در قوانین و به خصوص در قوانین بین کشورها جای خاصی ندارد و امکان پیگیری‌اش هم کم است. در این میان، «ایمی رایان» خودش را کسی می‌دید که به موقع پس‌انداز کرده و با هوشش می‌تواند پول خود را بیشتر کند. پس از سقوط بازارها در دوران کووید، او سبد سهامش را فروخته بود و حالا به این نتیجه رسیده بود که عجولانه عمل کرده. به همین دلیل، «ایمی» ۵۳۲ دلار برای خرید دوره «سهام و روانشناسی» توسط «کوین پافرات» پرداخت. «پافرات» به مشتریانش گفته بود که دارد در چه شرکت‌هایی سهام می‌خرد و «ایمی» هم به تبعیت از او، ارزهای دیجیتال خود را به بلاکفای که «پافرات» تبلیغش را می‌کرد، منتقل کرد. این آغاز فاجعه‌ای بزرگ بود. ظرف چند ماه، «ایمی» ۳۹ هزار دلار پول را وارد سهام‌هایی که «پافرات» تبلیغ‌شان را کرده بود، می‌کرد. ابتدا اندکی بازگشت سرمایه داشت اما درنهایت پرتفولیوی او شروع به کاهش کرد. در سال ۲۰۲۲، بلاکفای اعلام ورشکستگی کرد و ۱۰ هزار دلار از پول «ایمی» در آن قفل شد. در مجموع، «ایمی» ۲۴ هزار دلار پولش را از دست داد. خودش می‌گوید «پافرات» باید در مورد ریسک‌های موجود در بلاکفای یا مسائل مشابه روشن‌تر حرف می‌زد. در این میان، «پافرات» چه می‌کرد؟ او در کانال یوتیوبش از خود سلب مسئولیت کرد و گفت که خودش هم ۴۳۳ هزار دلار ضرر کرده است اما «هواداران واقعی ام می‌دانند که من چه اخلاقی دارم و کی هستم.» این پایان خط برای پول‌هایی بود که «ایمی» به زحمت پس‌انداز کرده بود.

«سو گوان»، استاد حقوق دانشگاه سانتا کلارا درخصوص خطراتی که سرمایه گذاران عادی را تهدید می‌کند، به «نیویورک تایمز» می‌گوید: «آنها ناگهان ممکن است همه چیز را در زندگی‌شان از دست بدهند. واقعا هم کاری برای حمایت از آنها صورت نمی‌گیرد.» این در حالی است که جدا از گزینه‌های پرریسک، بسیاری از مردم در دام سرمایه‌گذاری‌های جعلی می‌افتند. بنا بر اعلام کمیسیون تجارت فدرال، فرصت‌های سرمایه‌گذاری جعلی در شبکه‌های اجتماعی تنها در نیمه اول سال ۲۰۲۳ میلادی حدود ۳۵۰ میلیون دلار کلاهبرداری را شامل شده است. در بسیاری موارد، مردم از مشاوران مالی معتبر نیز شکایت می‌کنند. براساس تحقیقات موجود، استفاده از مشاور مالی معتبر، خطری کمتر از مشاوران آنلاین ایجاد می‌کند اما باز هم مشخص نیست هر یک از توصیه‌های مالی این افراد تا چه حد معتبر است.

در انگلیس و آمریکا، اکثر افرادی که مشاوره مالی می‌دهند یا محصولی را برای سرمایه‌گذاری معرفی می‌کنند باید مجوز داشته باشند. با این حال، راه برای مداخله در امور مشاوره مالی خیلی هم باز نیست. دسترسی جهانی اینترنت می‌تواند اوضاع را برای مشاوران مالی و اینفلوئنسرهای این حوزه خیلی راحت کند. قوانین موجود برای عصر اینفلوئنسرها کافی نیستند. بر اثر شکایت‌ها ممکن است برخی افراد در این حوزه تحت تعقیب قرار بگیرند اما اثبات مسئولیت اینفلوئنسرها در قبال ادعاهای‌شان می‌تواند کار مشکلی باشد. رگولاتورها در انگلیس و آمریکا در سال‌های اخیر به مصرف‌کنندگان (یا همان مخاطبان اینترنتی) هشدار داده‌اند که توصیه‌های مالی در رسانه‌های اجتماعی معمولا به انگیزه‌های خاصی مربوط می‌شوند و منافع شخصی در آنها نقش دارد. مثلا کمیسیون بورس و اوراق بهادار آمریکا، افراد مشهور و شرکت‌های مرتبط با آنها را به دلیل عدم افشای جزییات غرامت‌هایی که مجبور شده‌اند بدهند، تحت تعقیب قرار داده است.

این روزها اخبار اندکی از پیگیری حقوقی پرونده‌های توصیه مالیِ اینفلوئنسرها منتشر می‌شود. مثلا سازمان تنظیم مقررات صنعتِ مالی آمریکا در ماه مارس گذشته یک شرکت کارگزاری را به دلیل اینکه اینفلوئنسرها پست‌هایی ناقض قوانین را در رسانه‌های اجتماعی از طرفش منتشر کرده بودند به مبلغ ۸۵۰ هزار دلار جریمه کرد. همچنین در انگلیس، گروهی از ستاره‌های یک ریالیتی شو به دلیل تبلیغ یک طرح سرمایه‌گذاری غیرمجاز و پرخطر برای میلیون‌ها نفر از فالوورهای خود تحت تعقیب قرار گرفتند. انتظار می‌رود طرح این پرونده در دادگاه در سال ۲۰۲۷ انجام شود.

اما به موضوع «پافرات» برگردیم. نام او و برنامه‌اش در یک شکایت دسته جمعی در فلوریدا مطرح شد. «پافرات» و گروهی از یوتیوبرهای دیگر که یک صرافی ارز دیجیتال ورشکسته به نام FTX را تبلیغ کرده بودند و باعث ضرر مالی به فالوورهای‌شان شده بودند مطرح شد. «پافرات» در واکنش به این شکایت، ویدئویی پر کرد و اینطور حرف زد: «مثل آدم بزرگ رفتار کنید. متوجه باشید که اگر چیزی در فضای آنلاین دیدید و در موردش تصمیم گرفتید، مسئولیتش با خودتان است.» البته سرنوشت «کوین پافرات» خیلی هم بد نبوده است. نام او اکنون به عنوان مشاور سرمایه‌گذاری ثبت شده و او هنوز دوره‌های آموزشی مالی را در سایت خود می‌فروشد. او همچنین در جریان پرونده شاکیان فلوریدا، با برخی از آنها به مصالحه رسید. «فلیکس فلوک»، استاد حقوق در دانشگاه آکسفورد و دانشگاه لوکزامبورگ در این خصوص، می‌گوید: «برندها باید در قبال اینفلوئنسرهایی که استخدام می‌کنند پاسخگو باشند و همچنین به آنها مشاوره حقوقی ارائه بدهند.» از نظر او، پلتفرم‌های فناوری در عین حال وظیفه دارند حذف اطلاعات مالی گمراه‌کننده از سایت‌های‌شان را مورد توجه قرار دهند. این در حالی است که شبکه‌های اجتماعی بسیار پرطرفدار مثل یوتیوب، تیک تاک و متا مدعی هستند که اطلاعات نادرست و مضر و همینطور شیوه‌های فریبنده جذب پول و کلاهبرداری را ممنوع کرده‌اند و اجازه تبلیغ محصولات پرخطر را نمی‌دهند. با این حال، بسیاری از فین فلوئنسرها همچنان به کار پرریسک خود ادامه می‌دهند.

مجموع این هشدارها بدان معنا نیست که در فضای مجازی نمی‌توان توصیه‌های مالی خوبی پیدا کرد. واقعیت این است که به اشتراک‌گذاری منابع در زمینه سواد مالی برای مخاطبان می‌تواند مزایای زیادی داشته باشد. «جوزف پاچلی»، استادیار دانشکده بازرگانی هاروارد در این خصوص می‌گوید: «وال استریت در سال‌های اخیر برای سرمایه‌گذارانِ بی‌تجربه، کمی آسان‌تر و قابل دسترس‌تر شده است.» در این میان، باید به وضعیت تولیدکنندگان محتوا در حوزه توصیه‌های مالی هم توجه کرد. بسیاری از آنها که در این حوزه کار می‌کنند، پیشتر تجربه سرمایه‌گذاری حرفه‌ای یا فعالیت در شرکت‌های مالی بزرگ را داشته‌اند و می‌گویند از حجم اطلاعات نادرست در فضای مجازی در حوزه مالی خسته شده اند و دوست ندارند حرفه‌ای بودن‌شان به این خاطر زیر سوال برود. «ویویان توی» که ۲میلیون فالوور در تیک تاک دارد و توصیه‌های مالی از تجربیات شخصی خود را را با آنها اشتراک می‌گذارد، در این خصوص می‌گوید: «در حال حاضر، فین فلوئنسرهایی را داریم که هیچ‌گونه سابقه مالی ندارند و فقط در بازاریابی عملکرد خوبی از خود به نمایش می‌گذارند.» از نظر او، واجب است که افراد علاقه‌مند به سرمایه‌گذاری‌های بزرگ از افراد حرفه‌ای واقعی برای رسیدن به اهداف خود استفاده کنند.

صرافی ارز دیجیتال ورشکسته FTX که «پافرات» هم تبلیغش را کرده بود، طی یک دوره زمانی از سوی سلبریتی‌های زیادی حمایت می‌شد و همین مسئله باعث شد «سونیل کاوری» متقاعد شود و پس‌اندازهای خود را در اواخر سال ۲۰۲۱ در این صرافی بگذارد. او پیشتر یک تاجر موفق بود و حالا تصمیم داشت ارزهای دیجیتال را امتحان کند. او در جریان این ماجرا ۲ میلیون دلار از سرمایه خود را از دست داد و هنوز هم از خودش می‌پرسد که چرا سلبریتی‌ها وانمود کردند اطلاعات مالی بالایی دارند و چرا خود او حرف‌شان را باور کرد. برخی از این چهره‌های مشهور عبارت بودند از «تام بریدی» بازیگر، «ژیزل بوندشن» مدل، «شکیل اونیل» بسکتبالیست، «لری دیوید» بازیگر و... آنها حتی در حوزه مالی، فعالیت هم نداشتند. «لندون تان»، مشاور مالی در شرکتی در بروکلین در این خصوص می‌گوید: «مشاوران مالی معتبر، تابع قوانینی هستند که لزوما برای سازندگان محتوا در اینترنت اعمال نمی‌شود. ادعاهای نادرست یا گمراه‌کننده می‌تواند زندگی حرفه‌ای ما مشاوران مالی را به نقطه پایان برساند، اما اوضاع برای سلبریتی‌ها اینطور نیست. آنها همیشه طرفداران خود را خواهند داشت و می‌توانند واقعا آنها را تحت تاثیر قرار دهند.»

سرکار خانم لک
نماینده محترم روزنامه در شهرستان اسلامشهر
با نهایت تاسف و تاثر درگذشت همسر گرامیتان را خدمت شما و خانواده محترم تسلیت عرض نموده، از خداوند متعال؛ غفران و رحمت الهی برای آن عزیز از دست رفته و سلامتی و طول عمر با عزت برای شما خواهانیم.
همکاران شما در رسانه مجاز

نگـــاه

دلایل ناترازی انرژی به روایت «حسین عبده‌تبریزی»

چرا دچار خاموشی شدیم؟

این روزها کلمه «ناترازی» بسامد بالایی پیدا کرده و ملموس‌ترین شکل این «ناترازی» در بخش انرژی و قطعی برق دیده می‌شود. کارشناسان اما این «ناترازی انرژی» را پیامد کاهش سرمایه‌گذاری‌ها می‌دانند و می‌گویند: «وقتی برق را ارزان عرضه کردیم، به این فکر نکردیم که هزینه ساخت نیروگاه‌های جدید و حتی بازسازی نیروگاه‌های قدیمی را از کجا باید تامین کنیم؟» در همین زمینه، «حسین عبده‌تبریزی» در یادداشتی به دلایل خاموشی در ایران پرداخته و نوشته است:

«ناترازی انرژی، صدها دلیل دارد که حداقل از بخشی از آن آگاهید. این مشکل، پیش و بیش از هر چیز، ریشه در انتخاب‌ها و سیاست‌های ما در دهه‌های گذشته دارد. ناترازی در تولید و مصرف، فرسودگی زیرساخت‌ها، قیمت‌گذاری نامناسب، و کمبود سرمایه‌گذاری، تنها بخشی از این دلایل هستند. وابستگی بیش از حد به منابع فسیلی، تلفات بالای انرژی در شبکه‌های توزیع و مصرف بی‌رویه ناشی از سیاست‌های یارانه‌ای، تصویر این بحران را کامل می‌کنند. اینها اما تنها در اعداد و آمار خلاصه نمی‌شوند. اینها تصمیماتی هستند که زندگی امروز ما را سخت‌تر کرده و آینده فرزندان ما را به خطر انداخته‌اند. از میان همه این عوامل، یکی از مهمترین‌ها، کمبود سرمایه‌گذاری در دو دهه گذشته در نفت و گاز است. ما پول‌هایی داشتیم که می‌توانست آینده‌ای روشن بسازد، اما به جای سرمایه‌گذاری، آن را خرج امور جاری کردیم. پرسش اینجاست که چطور در نفت و گاز سرمایه‌گذاری نکردیم؟ ما که نفت را با هزینه‌ای حدود ۱۰ تا ۱۳ دلار تولید می‌کردیم و می‌توانستیم آن را به قیمت ۸۰ دلار بفروشیم، چه کار مهمتری داشتیم؟ کدام سرمایه‌گذاری سودآورتر از توسعه زیرساخت‌های انرژی بود؟ پاسخ آنکه متاسفانه درآمدهای خود را خرج روزمرگی کردیم؛ همانطور که منابع صندوق‌های بازنشستگی را که باید برای آینده نسل‌های امروز سرمایه‌گذاری شود، مصرف کرده و می‌کنیم.

وقتی برق را ارزان عرضه کردیم و مصرف‌کنندگان را به مصرف بی‌حساب و کتاب عادت دادیم، به این فکر نکردیم که هزینه ساخت نیروگاه‌های جدید و حتی بازسازی نیروگاه‌های قدیمی را از کجا باید تامین کنیم؟ این بی‌فکری، باری سنگین بر دوش امروز ما گذاشته و چشم‌انداز فردای ما را تاریک کرده است. ما آینده را نفروختیم، بلکه به سادگی آن را نادیده گرفتیم. بی‌احترامی به قیمت بازار و اصرار بر قیمت‌گذاری اداری، ریشه بسیاری از گرفتاری‌های اقتصادی ایران است. در حوزه انرژی و اصرار بر قیمت‌گذاری اداری، این بی‌احترامی به قیمت بازار، یکی دیگر از اصلی‌ترین دلایل بحران‌های امروز ماست. وقتی قیمت‌ها را به جای بازار، روی میزهای اداری تعیین می‌کنیم، چرخه طبیعی عرضه و تقاضا مختل می‌شود و پیام‌های حیاتی اقتصادی نادیده گرفته می‌شود. تولیدکننده‌ای که مجبور است کالای خود را زیر قیمت واقعی بفروشد، دیگر انگیزه‌ای برای سرمایه‌گذاری و تولید بیشتر ندارد. واردکننده‌ای که ارز ترجیحی می‌گیرد، به جای تامین نیاز بازار، به فکر سودجویی و قاچاق معکوس می‌افتد. وقتی قیمت گاز و برق را به طور مصنوعی پایین نگه داشتیم، نه تنها مصرف بی‌رویه را تشویق کردیم، بلکه زمینه تخصیص غلط منابع مالی را فراهم ساختیم. نتیجه این شد که صدها کارخانه و صنایع انرژی بر، تنها به لطف گاز ارزان زنده ماندند، بی‌آنکه بهره‌وری اقتصادی یا ارزشی افزوده برای کشور ایجاد کنند. این سیاست‌ها، به جای استفاده بهینه از منابع و هدایت سرمایه‌ها به سمت صنایع رقابتی و صادرات محور، فرصتهای استراتژیک کشور را نادیده گرفته و توان توسعه را محدود کردند. از سوی دیگر، هزینه ارزان انرژی باعث شد که توسعه زیرساخت‌های حیاتی، مانند نیروگاه‌های جدید یا فناوری‌های نوین انرژی، به حاشیه رانده شود. این دخالت‌ها در کل اقتصاد در نهایت منجر به کمبود کالا، کاهش کیفیت، فساد گسترده و شکلگیری بازارهای سیاه می‌شود و در تولید انرژی هم به همان نتایج انجامید. در حقیقت، بی‌توجهی به قیمت بازار، نه تنها اقتصاد را از پویایی و عدالت دور می‌کند، بلکه اعتماد عمومی را نیز از بین می‌برد و جامعه را به سمت هرج و مرج اقتصادی سوق می‌دهد. این بی‌توجهی، نه تنها ذخایر انرژی کشور را به هدر داد، بلکه پایداری اقتصادی و محیط‌زیستی ما را نیز با تهدیدهای جدی مواجه کرد.

بر این سیاق می‌توان ساعت‌ها در مورد سایر عوامل منتج به وضعیت جاری صحبت کرد. اما بهتر است به راه حل‌ها بپردازیم. آیا در دنیا تولیدکنندگان گاز و برق سود نمی‌کنند؟ چرا در ایران باید دولت برق و گاز را تولید یا خریداری کند و سپس به قیمتی پایین‌تر از ارزش واقعی به مردم و صنایع بفروشد؟ چرا توزیع برق و گاز نباید به دست بخش خصوصی سپرده شود تا بهره‌وری افزایش یابد و سیستم از فساد و ناکارآمدی رها شود؟ چرا اجازه می‌دهیم مسائل تا نقطه غیرقابل بازگشت پیش بروند و آنگاه مجبور به پذیرش واقعیت شویم؟ مسئله تنها به برق و گاز محدود نمی‌شود. چندنرخی بودن ارز، گاز و سایر منابع، تنها نمونه‌هایی از سیاست‌های غلطی است که منجر به اتلاف منابع و تشدید ناکارآمدی شده‌اند. در حوزه ارز، بیش از ۴۰ سال است که اقتصاددانان بر لزوم تک نرخی کردن ارز تاکید دارند، اما در عمل سیاست‌های چند نرخی حاکم شده که نتیجه‌ای جز فساد، سوءمدیریت، کاهش بهره‌وری و گسترش رانت نداشته است. به همین ترتیب، اگر ۱۴ یا ۱۵ میلیارد دلار ارز برای واردات کالاهای اساسی هم نداشته باشیم، این کالاها نیز ناگزیر به مسیر حذف یارانه‌ها خواهند رفت؛ اما این بار، بدون برنامه‌ریزی و بدون امکان حمایت از اقشار آسیب‌پذیر.

این وضعیت دیگر انتخاب سیاستگذار نیست؛ اقتصاد فشار می‌آورد و سیاست‌های نادرست را به زانو درمی‌آورد. ما به جای پیش‌بینی و تصمیم‌گیری در زمان مناسب، همواره منتظر بحران می‌مانیم تا واقعیت‌ها به ما تحمیل شوند. وقتی در کشوری حدود ۱۲ تا ۱۵ میلیون نفر به معاملات رمزارز مشغولند، نمی‌توان واقعیت رمزارزها را انکار کرد؛ حالا به دنبال قانونگذاری در انتهای قافله در حرکتیم. این نه نشانه سیاستگذاری درست، بلکه نتیجه مقاومت بی‌حاصل در برابر سازوکارهای طبیعی اقتصاد است. چون به موقع تصمیم نگرفته‌ایم، اقتصاد ما را مجبور به انتخاب‌هایی کرده و خواهد کرد که دیگر از دست سیاستگذار خارج است.

ایران در عین حال، شانس‌هایی هم در حوزه انرژی دارد. انرژی خورشیدی با کاهش چشمگیر هزینه‌های تولید طی دهه گذشته، فرصتی طلایی برای ایران است تا عقب ماندگی‌های خود در حوزه انرژی را جبران کند. امروز هزینه سرمایه‌ای (CapEx) برای احداث نیروگاه خورشیدی برای هر مگاوات طی ۱۰ سال گذشته به حدود یک دهم (۰,۱) کاهش یافته است. این کاهش هزینه، در کنار تابش بالای خورشید در بسیاری از مناطق کشور، امکان دسترسی به یکی از ارزان‌ترین و پاک‌ترین منابع انرژی را فراهم کرده است. با استفاده از این فرصت، ایران می‌تواند وابستگی خود به سوخت‌های فسیلی را کاهش دهد، انتشار گازهای گلخانه‌ای را محدود کند و زیرساخت‌های انرژی پایدار و رقابتی ایجاد کند. برنامه‌ریزی برای انرژی خورشیدی در صنایع بزرگ، یکی از راه حل‌های کلیدی است؛ اختصاص حداقل ۳۰ هزار مگاوات برق خورشیدی به صنایع بزرگ طی سه سال آتی کاملا میسر است. این صنایع با پرداخت هزینه واقعی برق مصرفی خود، از دست مداخلات دولت رها شده و نقش کلیدی در توسعه زیرساخت‌های انرژی خورشیدی ایفا می‌کنند و وابستگی کشور به نیروگاه‌های حرارتی را کاهش می‌دهند. برق تولیدی نیروگاه‌های حرارتی را که هزینه سرمایه‌ای و عملیاتی بالاتری دارند، می‌توان به مصرف خانوارها و اصناف اختصاص داد.

اگر تنها مزیت اقتصاد ایران، یعنی انرژی ارزان، از بنگاه‌ها گرفته شود، سوال این است که چه امکان رقابتی برای تولید داخلی و صادرات باقی می‌ماند؟ پاسخ روشن است: مزیت واقعی در بهره‌وری، رشد تکنولوژی و رقابت‌پذیری بلندمدت است و تنها در تکیه بر انرژی ارزان نیست. یکی از مهمترین وظایف دولت در این شرایط، فراهم کردن محیطی برای افزایش بهره‌وری و ارتقای فناوری در بنگاه‌های تولیدی است تا بتوانند در بازارهای داخلی و بین‌المللی رقابت کنند. سیاست دیگر دولت باید بر کنترل مصرف و ساماندهی مدیریت ارزی متمرکز باشد، که این امر، تنها با بازسازی سازوکار مناسب برای اصلاح قیمت انرژی و شکل‌دهی به بازار واقعی ممکن است. تنها از این طریق می‌توان آینده‌ای پایدار برای اقتصاد ایران رقم زد.»

بازوی پژوهشی بانک مرکزی به بررسی آثار کسری بودجه بر نرخ تورم پرداخت

نمای پولی ناترازی بودجه

فرصت امروز: ثبات قیمت‌ها، نقش مهمی در رشد اقتصادی دارد و بانک‌های مرکزی جهان، سیاست‌های پولی متنوعی را برای کنترل تورم در پیش می‌گیرند. حال اگر زمینه سلطه مالی در کشوری فراهم شود، اثربخشی سیاست پولی با مشکل مواجه شده و تورم در این شرایط منحصرا یک پدیده پولی نخواهد بود. متاسفانه یکی از ناترازی‌های اقتصاد ایران، ناترازی بودجه است که به شیوه‌های متعدد موجب تغییر متغیرهای پولی و در نتیجه تورم می‌شود. در طول چند دهه گذشته، ترکیب اجزای پایه پولی، تغییرات آشکاری داشته و خالص بدهی‌های بخش دولتی به بانک مرکزی در دهه ۱۳۷۰ و خالص ذخایر خارجی در دهه ۱۳۸۰، بیشترین نقش را در رشد پایه پولی داشته‌اند. در سال‌های اخیر به تدریج سهم مطالبات بانک مرکزی از بانک‌ها افزایش یافته و در مقابل، سهم بدهی دولت به بانک مرکزی در رشد پایه پولی کاهش داشته است. با توجه به کاهش درآمدهای نفتی در پی دور دوم تحریم‌ها و افزایش کسری بودجه، به نظر می‌رسد تنگنای مالی دولت در این برهه زمانی نسبت به سال‌های قبل، بیشتر شده و روش پولی کردن کسری بودجه تغییر کرده و دولت به استقراض غیرمستقیم از بانک مرکزی روی آورده است.

هرچند ترازنامه شبکه بانکی و رشد مطالبات بانک‌ها از بخش دولتی نشان می‌دهد ظاهرا استقراض مستقیمی از سوی دولت از بانک مرکزی صورت نگرفته، اما نمی‌توان نقش کسری بودجه را که باعث استقراض بخش دولتی از بانک‌ها و در نهایت استقراض بانک‌ها از بانک مرکزی می‌شود، در رشد پایه پولی نادیده گرفت. کسری تراز عملیاتی، اثر مثبت و معناداری بر تورم دارد و تکانه مثبت آن منجر به افزایش پایه پولی و نقدینگی می‌شود. به نظر می‌رسد تغییرات پولی در ایران هنوز تابع کسری بودجه دولت است و هم عوامل پولی و هم عوامل بودجه ای، نقش کلیدی در ایجاد تورم دارند.

شارژ تورم از کانال کسری بودجه دولت

پژوهشکده پولی و بانکی در یک گزارش پژوهشی به بررسی «آثار کسری بودجه دولت بر نرخ تورم در کشور» پرداخته و «نمای پولی ناترازی بودجه» را به تصویر کشیده است. نظریه‌های موجود نشان می‌دهد که هیچ اتفاق نظر واحدی در رابطه بین کسری بودجه و تورم وجود ندارد. نظریه کینزی استدلال می‌کند که کسری‌ها تنها زمانی در سطح قیمت‌ها تاثیر می‌گذارد که اقتصاد به اشتغال کامل برسد. پول‌گرایان تورم را همیشه یک پدیده پولی می‌دانند و در نهایت در هر دو رویکرد مدرن (سارجنت و نظریه مالی سطح قیمت‌ها)، معتقدند کسری مالی می‌تواند به تورم بینجامد. مرور مطالعات تجربی نشان می‌دهد که پژوهشگران درباره رابطه احتمالی بین نرخ تورم و کسری بودجه به اجماع نرسیده‌اند. استدلال‌های نظری نشان‌دهنده آن است که کسری بودجه دولت می‌تواند تورم‌زا باشد؛ درحالی‌که درعین‌حال می‌تواند نتیجه تورم نیز باشد.

در سال‌های ابتدایی دهه ۱۳۹۰ با تشدید تحریم‌ها و کاهش درآمدهای نفتی، کسری بودجه تا حدی مدیریت شد، اما از سال ۱۳۹۷ مجددا کسری بودجه به‌طور چشمگیری افزایش یافت و با تشدید تحریم‌ها و کاهش منابع حاصل از صادرات و همچنین کاهش مبادلات تجاری به‌سبب پاندمی کرونا، این روند صعودی با شیب چشمگیری افزایش پیدا کرد، اما از سال ۱۳۹۹ با افزایش درآمدهای نفتی، کسری بودجه تا حدی کاهش یافت. در دهه‌های ۱۳۶۰ و ۱۳۷۰، روش‌های استقراض از بانک مرکزی برای جبران کسری مرسوم بود. از ابتدای دهه ۱۳۸۰ براساس برنامه سوم توسعه، تنظیم بودجه بدون اتکا به استقراض از بانک مرکزی و به‌جای آن استفاده از حساب ذخیره ارزی مطرح شد. با افزایش مستمر قیمت نفت و تحقق منابع بودجه بالاتر از سطح انتظار دولت، برداشت از حساب ذخیره ارزی، روندی صعودی داشته و بیشترین سهم را در تامین مالی کسری بودجه دولت به خود اختصاص داده است. در بازه ۱۳۸۹ تا ۱۳۹۳ با تشکیل صندوق توسعه ملی و به حاشیه رفتن حساب ذخیره ارزی و اجرای سیاست‌های ابلاغی اصل ۴۴

در زمینه خصوصی‌سازی شرکت‌های دولتی، حدود ۷۷ درصد از واگذاری دارایی‌های مالی از ناحیه واگذاری شرکت‌های دولتی انجام شده و این جزء بیشترین نقش را در تامین کسری بودجه برعهده داشته است. از سال ۱۳۹۴ به بعد، دولت برای جبران کسری به انتشار اسناد خزانه و اوراق مشارکت اسلامی پرداخت و سهم عمده کسری برعهده بازار اوراق بدهی بود. این رشد سهم اوراق در تامین مالی کسری و استقراض از صندوق توسعه ملی از نیمه دهه ۱۳۹۰ آشکار است.

مهمترین عوامل موثر در رشد پایه پولی

نگاهی به وضعیت پایه پولی و سهم اجزای پایه پولی در رشد آن، نشان می‌دهد که در طول دهه ۱۳۷۰، خالص بدهی‌های بخش دولتی به بانک مرکزی نسبت به سایر اجزا بیشترین مسئولیت را در رشد پایه پولی داشته و در سال ۱۳۷۲، این جزء حدود ۶۴ درصد از رشد پایه پولی را به خود اختصاص داده است. در بازه زمانی ۱۳۸۱ تا ۱۳۹۱ با ممنوعیت استقراض مستقیم بخش دولتی از بانک مرکزی (برنامه سوم توسعه)، به‌تدریج سهم این جزو در رشد پایه پولی کاهش یافته و در مقابل، خالص ذخایر خارجی در این بازه، نقشی کلیدی در رشد پایه پولی، به‌ویژه در سال‌های ابتدای دوره، ایفا کرده است. پس از سال ۱۳۸۴ به‌تدریج سهم مطالبات بانک مرکزی از بانک‌ها افزایش یافته است. ویژگی بارز دهه سوم، کاهش سهم خالص بدهی دولت به بانک مرکزی و در مقابل، افزایش سهم بدهی بانک‌ها به بانک مرکزی است. در سال ۱۴۰۱ که رشد پایه پولی به رقم ۴۳ درصد رسید، سهم خالص بدهی دولت به بانک مرکزی و بدهی بانک‌ها به بانک مرکزی از رشد پایه پولی به‌ترتیب منفی ۲۱ و ۴۱ درصد بوده است. در ادامه، رشد پایه پولی کاهش یافته و به رقم ۲۷,۶ درصد در سال ۱۴۰۲ رسیده است که خالص ذخایر خارجی بانک مرکزی و بدهی بانک‌ها به بانک مرکزی به‌ترتیب، مهمترین عوامل رشد پایه پولی در این سال بوده‌اند.

بدهی بانک‌ها به بانک مرکزی می‌تواند تحت‌تاثیر بدهی‌های دولت به نظام بانکی و همچنین ناترازی‌های درون نظام بانکی باشد. با وجود اینکه در سال‌های اخیر، خالص مطالبات بانک مرکزی از بخش دولتی منفی بوده و به‌نظر می‌رسد استقراض مستقیمی از جانب دولت از بانک مرکزی صورت نگرفته است. این رشد بدهی بانک‌ها به بانک مرکزی و همچنین سهم کلیدی این جزو در رشد پایه پولی نهایتا از سمت دولت بوده و نمی‌توان نقش کسری بودجه دولت را که باعث استقراض بخش دولتی از بانک‌ها و در نهایت استقراض بانک‌ها از بانک مرکزی می‌شود، در رشد پایه پولی در چند سال اخیر نادیده گرفت. از طرفی، رشد بدهی شرکت‌های دولتی به بانک‌ها می‌تواند ناشی از این امر باشد که ناکارآیی‌های شرکت‌های دولتی نیز در نهایت روی پایه پولی و به‌تبع آن بر تورم سرریز می‌شوند. بنابراین به‌نظر می‌رسد بخشی از ناترازی‌های بخش دولتی که پیش از این به‌صورت خالص مثبت بدهی دولت به بانک مرکزی در داده‌ها قابل مشاهده بود، اکنون در قالب بدهی بانک‌ها به بانک مرکزی قابل‌ردیابی باشد.

ردپای کسری بودجه دولت در پایه پولی

در این گزارش، روابط بین متغیرهای پولی (تورم، پایه پولی و نقدینگی)، کسری مالی دولت (کسری تراز عملیاتی و کسری بودجه عمومی)، تولید ناخالص داخلی، نرخ ارز حقیقی و درآمد نفتی در چارچوب یک سیستم پویای تصحیح خطای برداری جزئی در بازه زمانی ۱۳۷۰ تا ۱۴۰۱ مورد بررسی قرار گرفته است. در این چارچوب، متغیرهای کسری مالی دولت و درآمد نفتی نسبت به روابط بلندمدت، برون‌زای ضعیف در نظر گرفته شده است و نتایج نشان می‌دهد که کسری مالی دولت در بلندمدت، تاثیر مثبت و معناداری در پایه پولی دارد. پایه پولی و نقدینگی نیز خود تاثیر بلندمدت مثبتی بر تورم دارند. اثرات پویای تکانه وارد بر کسری تراز عملیاتی در سطح متغیرهای پایه پولی و تورم نشان می‌دهد که یک تکانه مثبت به کسری تراز عملیاتی، اثر آنی مثبتی در حدود ۳ واحد درصد بر تورم دارد و این اثر برای تقریبا دو سال و نیم معنادار است و در طول زمان باقی می‌ماند. در مقابل، اثرگذاری این متغیر بر پایه پولی در طول زمان مثبت است، اما به‌طور آنی، اثر معناداری بر پایه پولی ندارد. از سوی دیگر، اثرگذاری کسری تراز عملیاتی بر نقدینگی در طول زمان مثبت و معنادار است و با گذشت پنج سال، نقدینگی را تا ۰,۱ واحد افزایش می‌دهد و این اثر ماندگار خواهد بود.

یافته‌های این مطالعه نشان می‌دهد که با وجود یک کسری عمومی، یک تکانه مثبت به کسری بودجه ابتدا تورم را کاهش می‌دهد و سپس تمایل به بازگشت به مقادیر گذشته در رفتار نرخ تورم مشاهده می‌شود. در مقابل، اثرگذاری کسری بودجه عمومی در پایه پولی هم به‌طور آنی و هم در طول زمان مثبت و کاملا معنادار است. نتایج تجزیه واریانس نشان می‌دهد که کسری تراز عملیاتی در بلندمدت، سهمی کلیدی در توضیح تغییرات نرخ تورم و پایه پولی ایفا می‌کند. از طرفی، سهم کسری تراز عملیاتی در توضیح تغییرات نقدینگی در طول زمان افزایش یافته و در بلندمدت به حدود ۴۰ واحد درصد می‌رسد که رقم قابل‌توجهی است.

تغییرات پولی، تابع کسری بودجه است

بررسی علیت بین متغیرها حاکی از وجود یک علیت یک‌طرفه از پایه پولی و کسری تراز عملیاتی به نرخ تورم است. رابطه یک‌طرفه دیگری بین کسری تراز عملیاتی و پایه پولی نیز وجود دارد که نشان می‌دهد کسری تراز عملیاتی می‌تواند علت پایه پولی شناخته شود. در مجموع، یافته‌های مدل تجربی نشان می‌دهد که تغییرات پولی در کشور هنوز تابع کسری بودجه دولت است و هم عوامل پولی و هم عوامل بودجه‌ای، نقش کلیدی در ایجاد تورم در کشور دارند. به گفته کارشناسان برای مقابله با تورم، کاهش سطح کسری بودجه باید در دستور کار دولت قرار گیرد؛ زیرا تا زمانی‌که دولت نتواند معضل کسری بودجه را به‌صورت ساختاری حل کند، تغییر ترکیب اجزای پایه پولی مشکل را حل نمی‌کند و فقط مشکلات را از بخشی به بخش دیگری منتقل می‌کند. تا زمانی که دولت نتواند معضل کسری بودجه را به‌طور اساسی حل کند، تغییر ترکیب اجزای پایه پولی نمی‌تواند مشکل را حل کند و تنها مشکلات را از بخشی به بخش دیگری منتقل می‌کند. در شرایطی‌که کشور با چالش کسری بودجه مزمن و فزاینده مواجه است، بانک مرکزی در نهایت باید سیاست‌های پولی خود را به‌گونه‌ای تنظیم کند که با نیازهای مالی دولت هماهنگ شود. بنابراین در این شرایط، تعامل بین کسری بودجه و سیاست‌های پولی، نیازمند دقت و مدیریت هوشمندانه است تا از تشدید انواع ناترازی‌های بودجه‌ای و بانکی که تاثیر مستقیم بر نرخ تورم دارند، پرهیز شود.

خانه رویا شد، حتی طبقه متوسط هم جا ماند

چشم‌انداز مسکن ۱۴۰۴

بحران مسکن به جایی رسیده که حتی دهک‌های متوسط هم از خرید خانه جا مانده‌اند. بازار مسکن، سال ۱۴۰۳ را با رکود غیرتورمی پشت سر گذاشت و با توجه به رکود معاملات، کاهش بازده سرمایه و... به نظر نمی‌رسد که بازار مسکن در سال آینده نیز با رشد قابل توجه خرید و فروش همراه باشد. «فردین یزدانی»، پژوهشگر اقتصاد مسکن با اشاره به تأثیر شرایط اقتصاد کلان بر بازار مسکن، می‌گوید: رسیدن وام مسکن به ۶۵۰ میلیون تومان عملا کمکی نمی‌کند، چون مردم توان بازپرداخت اقساط را ندارند. از طرفی، بازار اجاره هم در آستانه انفجار است و دولت گزینه‌ای جز تقویت این بخش ندارد. به گفته «یزدانی»، بازار مسکن را نمی‌توان از اقتصاد جدا کرد و با توجه به وضعیت نامطلوب اقتصادی، سیاستگذاران در اتخاذ تصمیمات مؤثر با محدودیت‌هایی روبه‌رو هستند. سیاستگذاری دولت باید بیش از گذشته بر توسعه بازار اجاره متمرکز شود. افزایش عرضه واحدهای استیجاری می‌تواند در مدیریت بحران مسکن، نقش مهمی داشته باشد.

او با اشاره به کاهش مالکیت مسکن در میان خانوارها، افزایش نرخ اجاره‌بها را محتمل دانست و به «اکوایران» گفت: دولت می‌تواند با ارائه وام ودیعه مسکن و حمایت از شرکت‌های اجاره‌داری خصوصی، به افزایش عرضه مسکن استیجاری کمک کند. البته این اقدامات تنها به‌عنوان مسکنی موقت عمل می‌کنند و نمی‌توانند بحران مسکن را کاملا حل کنند. کاهش وام مسکن نشان‌دهنده محدودیت دولت در تأمین منابع است. در عین حال، وام مسکن بیشتر به نفع دهک‌های بالاتر درآمدی خواهد بود و حتی دهک‌های هفتم و هشتم نیز به تنهایی قادر به خرید مسکن نیستند. افزایش مبلغ وام به‌تنهایی منجر به رشد تقاضای مسکن نمی‌شود؛ چراکه بسیاری از خانوارها توانایی بازپرداخت اقساط را ندارند. وام مسکن می‌تواند بخشی از نیاز گروه‌های بادرآمد متوسط رو به بالا را پوشش دهد، اما راه‌حل اساسی برای حل بحران مسکن محسوب نمی‌شود.

«کیانوش گودرزی»، رئیس اتحادیه مشاوران املاک نیز در تحلیل آینده بازار ملک به «ایسنا» گفت: تورم در سه سال گذشته بالای ۴۵ درصد بود و حتی میانگین تورم در سال ۱۴۰۲ به ۵۲ درصد رسید اما امسال مسکن تقریبا ۲۰ درصد رشد قیمت داشت؛ زیرا متقاضی واقعی توان خرید ندارد و به همین دلیل یک رکود کامل در اقتصاد مسکن حاکم شد. دهک‌های ششم تا دهم که معمولا بیشترین تقاضا را در بازار مسکن دارند، از خرید خانه ناامید شده‌اند و به این زودی‌ها نمی‌توانند حضور پررنگی در این بازار داشته باشند. بنابراین قیمت مسکن در سال ۱۴۰۴ نمی‌تواند رشد بالایی داشته باشد. برآورد من، افزایشی به میزان نصف تورم عمومی است. هر قدر تورم نهاده‌های مسکن که تشکیل‌دهنده ساختمان است، بالا برود در قیمت مسکن اثر می‌گذارد. ابتدای امسال قیمت ساخت، بدون لحاظ قیمت زمین بین ۱۰ تا ۱۲ میلیون تومان بود اما الان صحبت از ۲۰ میلیون تومان می‌شود. قیمت تمام شده بالا رفته اما برای خیلی از مردم که قدرت خرید ندارند، مهم نیست که قیمت ساخت بالا برود. این اقشار، تاثیری در بازار مسکن ندارند.

همچنین «حسن محتشم»، عضو هیأت مدیره انجمن انبوه‌سازان استان تهران هم گفت: هرچه در سال ۱۴۰۳ جلوتر رفتیم، مسکن بیشتر به رکود و کم‌رونقی فرو رفت و یکی از دلایل آن، تغییر دولت و انتخابات ریاست جمهوری بود که وضعیت ثبات و انتظار را در شاخص‌های کلان اقتصادی و بازارها ایجاد کرد. علت دیگر رکود اقتصاد و به تبع آن بازار ملک به تحریم‌های ظالمانه‌ای که دنیا به ما تحمیل کرده برمی‌گردد. از باب دیگر می‌توان به شرایط تورمی و کاهش ارزش پول ملی اشاره کرد. بیشتر از همه، افزایش فشارهای سیاسی، تنش‌های منطقه‌ای و عدم حصول به یک توافق بین ایران و قدرت‌های بزرگ بر اقتصاد کشور، اثر روانی منفی داشت. رئیس‌جمهور فعلی آمریکا هم مثل دوره قبل، نگاه خصمانه‌ای به ایران و حتی برخی کشورهای دیگر دارد. مجموع این شرایط باعث شد تا ما سال ۱۴۰۳ را با شرایط نه چندان مناسب اقتصادی سپری کنیم.

به گفته «محتشم»، البته در ماه‌های پایانی سال همانند سنوات گذشته، مقداری معاملات مسکن افزایش یافت. برخی دستگاه‌ها و شرکت‌ها بودجه‌هایی در اختیار دارند که نمی‌خواهند ارزش آن با توجه به تورم سنتی اقتصاد ایران کاسته شود و خرید خود را به آن طرف سال منتقل کنند. بنابراین دارایی خود تبدیل به ملک می‌کنند. بعضی از سرمایه‌داران هم پول‌های محدودی دارند و به دلیل غلبه بر انتظارات تورمی، قبل از عید اقدام به خرید آپارتمان و زمین می‌کنند. اما این معاملات نتوانسته بازار مسکن را به رونق برساند.

او درباره چشم‌انداز بازار مسکن در سال آینده، افزود: بورس و مسکن معمولا از تنش‌های سیاسی تاثیر منفی می‌گیرند و با کاهش سرمایه‌گذاری مواجه می‌شوند. مسکن به دلیل ماهیت نقدشوندگی پایین، جذابیت چندانی در این اوضاع ندارد. خیلی از افراد اقدام به فروش املاک می‌کنند تا بتوانند با انتقال آن به بخشی دیگر، ارزش پول خود را حفظ کنند. معتقدم تا توافق و تعاملی با دنیا انجام نشود، این وضعیت ادامه خواهد داشت. بنابراین افق روشنی را پیش روی بازار مسکن نمی‌بینیم.

نوبت دوم

سامانه تدارکات الکترونیکی دولت

مناقصه عمومی یک مرحله ای

فراخوان تکمیل احداث فاز دوم ساختمان مهندسی و IT نیروگاه شهید مفتح همدان

شرکت تولید نیروی برق شهید مفتح در نظر دارد فراخوان تکمیل احداث فاز دوم ساختمان مهندسی و IT نیروگاه شهید مفتح همدان به شماره (سیستمی)۲۰۰۳۰۰۱۴۹۰۰۰۰۰۱۹ را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید.

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

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

مواعد زمانی:

- تاریخ انتشار فراخوان: مورخ ۱۴۰۳/۱۲/۲۶ ساعت ۰۸:۰۰ (چاپ اول) و مورخ ۱۴۰۳/۱۲/۲۷ ساعت ۰۸:۰۰ (چاپ دوم)
- مهلت دریافت اسناد فراخوان: از مورخ ۱۴۰۳/۱۲/۲۶ ساعت ۰۸:۰۰ لغایت ۱۴۰۳/۱۲/۳۰ ساعت ۱۲:۰۰
- مهلت ارسال پیشنهادات: مورخ ۱۴۰۴/۰۱/۲۳ ساعت ۱۰:۰۰
- زمان بازگشایی پاکت ها: مورخ ۱۴۰۴/۰۱/۲۴ ساعت ۱۰:۰۰

نوع و مبلغ تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار:

- مبلغ و نوع تضمین شرکت در مناقصه: ۱,۴۰۷,۰۰۰,۰۰۰ (یک میلیارد و چهارصد و هفت میلیون) ریال
- تضمین مورد قبول مطابق بندهای (الف، ب، پ،ج، چ ، ح) ماده ۴ آیین نامه تضمین معاملات دولتی (موضوع تصویب نامه هیئت وزیران به شماره ۱۲۳۴۰۲/ت ۵۰۶۵۹ه مورخ ۹۴/۹/۲۲) می‌باشد. سررسید تضمین ها باید تا تاریخ ۱۴۰۴/۰۴/۲۳ اعتبار داشته باشد و بنا به درخواست کتبی کارفرما برای ۳ ماه دیگر نیز قابل تمدید باشد. در غیر اینصورت پاکت «الف» مردود تلقی شده و پاکتهای «ب» و «ج» عینا بصورت ناگشوده به مناقصه گر بازگردانده خواهد شد.
- شماره حساب شبا IR ۰۵۰۱۰۰۰۰۴۰۰۱۱۰۳۸۰۶۳۷۶۰۲۹ و شماره حساب ۴۰۰۱۱۰۳۸۰۶۳۷۶۰۲۹ بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران جهت واریز نقدی به نام شرکت تولید نیروی برق شهید مفتح همدان

اطلاعات تماس و آدرس دستگاه :

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

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۳/۱۲/۲۶ تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۳/۱۲/۲۷

۶۷۵

شرکت تولید نیروی برق شهید مفتح همدان

پرونده دستمزد ۱۴۰۴ در شورای عالی کار بسته شد

جزییات افزایش ۴۵ درصدی دستمزد کارگران

فرصت امروز: شورای عالی کار پس از ساعت‌ها مذاکرات فشرده سرانجام افزایش ۴۵ درصدی حداقل دستمزد کارگران در سال ۱۴۰۴ را تصویب کرد و پایه حقوق کارگران را از ۷ میلیون و ۱۸۲ هزار تومان به بیش از ۱۰ میلیون تومان افزایش داد. مذاکرات مزد سال ۱۴۰۴ با حواشی کمتری نسبت به سال‌های گذشته همراه بود و در نهایت با تصویب افزایش ۴۵ درصدی حداقل مزد و افزایش ۳۲ درصدی سایر سطوح مزدی به پایان رسید.

در سیصد و سی و پنجمین نشست شورای عالی کار با حضور نمایندگان کارگران، کارفرمایان و دولت، حداقل دستمزد ۱۴۰۴ کارگران با ۴۵ درصد افزایش از ۷٫۱ میلیون تومان به ۱۰٫۳ میلیون تومان رسید. در این نشست، حق مسکن کارگران بدون تغییر ۹۰۰ هزار تومان باقی ماند اما بن خواربار از ۱٫۴ میلیون تومان به ۲٫۲ میلیون تومان افزایش یافت و پایه سنوات نیز برای کارگران مشمول، ۲۸۲ هزار تومان تعیین شد. با مصوبه شورای عالی کار، حداقل دریافتی کارگران متأهل بدون فرزند از ۹٫۹ میلیون تومان به ۱۳ میلیون و ۹۰۹ هزار تومان افزایش یافت. همچنین حداقل دریافتی کارگران متأهل با دو فرزند از ۱۱٫۶ میلیون تومان به ۱۶ میلیون و ۳۵۱ هزار تومان رسید. شورای عالی کار همچنین برای سایر سطوح مزدی کارگران نیز افزایش ۳۲ درصدی به‌اضافه روزانه ۳۱ هزار و ۵۳ تومان را تصویب کرد و بنا به گفته «احمد میدری» وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی، برای بازنشستگان نیز با فرمولی به همین نحو افزایش خواهد داشت که جزییات آن تا ۴۸ ساعت آینده اعلام می‌شود. پیشتر برخی از دولتمردان و نمایندگان مجلس از تصویب دستمزد در روز سه‌شنبه ۲۸ اسفندماه خبر داده بودند، اما با مدیریت وزارت کار و همراهی کارفرمایان، پرونده دستمزد ۱۴۰۴ زودتر بسته شد تا جامعه کارگری با خیالی آسوده به استقبال سال نو برود.

حداقل دستمزد ۴۵ درصد افزایش یافت

در بامداد یکشنبه ۲۶ اسفندماه، اعضای شورای عالی کار پس از مذاکرات فشرده و طولانی با افزایش ۴۵ درصدی حداقل دستمزد سال آینده کارگران موافقت کردند و حداقل مزد را از ۷ میلیون و ۱۶۶ هزار تومان به ۱۰ میلیون و ۴۰۰ هزار تومان افزایش دادند. شورای عالی کار درخصوص مبلغ بن خواربار، حق اولاد، حق تاهل، سنوات و سایر سطوح مزدی نیز تصمیم‌گیری کرد اما حق مسکن کارگران همچون سال گذشته در همان سطح ۹۰۰ هزار تومان باقی ماند که به نظر می‌رسد افزایش آن روی پایه حقوق کارگران اعمال شده باشد؛ چراکه نمایندگان کارفرمایی در طول جلسات مزد تاکید داشتند که هرگونه افزایش روی پایه مزد کارگران لحاظ شود تا هم کارگران و هم بازنشستگان از آن بهره‌مند شوند. شورای عالی کار در سیصد و سی و پنجمین نشست خود، سایر سطوح مزدی را ۳۲ درصد به علاوه ۳۱ هزار و ۵۳ تومان آخرین مزد (ثابت یا مبنای موضوع ماده ۳۶ قانون کار) سال ۱۴۰۳ افزایش داد.

«احمد میدری» وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی، افزایش ۴۵ درصدی حداقل مزد را حاصل توافق کامل با کارفرمایان دانست و گفت: «با این افزایش حداقل دریافتی ماهانه کارگران از ۷ میلیون و ۱۰۰ هزار تومان به ۱۰ میلیون و ۳۹۹ هزار تومان رسید. سایر سطوح مزدی هم عدد ثابت ۹۰۰ هزار تومان به اضافه ۳۲ درصد که معادل با تورم است، تعیین شد. یکی از پیشنهادات جلسه این بود که کارفرمایان تشویق شوند افراد متأهل

را مثل شرایط مجرد به کار بگیرند ولی امسال این توافق حاصل نشد و حدود ۳ میلیون تومان تفاوت بین متأهل و مجرد در بحث دریافتی وجود دارد.» همچنین «پروانه رضایی بختیاری»، معاون روابط کار و دبیر شورای عالی کار بر رعایت اصل سه‌جانبه‌گرایی، تاکید کرد و به «ایسنا» گفت: «دستمزد کارگران در فضای دوستانه شکل گرفت و طبیعی است که برای طرف کارگری، معیشت کارگران مطرح باشد. کارفرمایان نیز مسائلی دارند و دولت هم بین طرفین میانجیگری می‌کند تا توافقی به نفع اقتصاد کشور، کارگران و مردم صورت گیرد. هر یک از گروه‌های کارگری و کارفرمایی، مسائل خود را مطرح می‌کنند و دولت بین طرفین نقش تنظیم‌گری دارد و کمک می‌کند تا توافق نسبی حاصل شود و نتایج آن هم به نفع اقتصاد و هم مردم باشد. اگرچه تورم منتهی به بهمن ۳۵ درصد اعلام شد ولی روی درصد بالاتر از نرخ تورم برای پرداخت دستمزد سال آینده کارگران توافق شد.»

نرخ دستمزد، بالاتر از تورم رسمی شد

تا قبل از نهایی شدن رقم دستمزد، پیشنهادات متعددی درخصوص میزان درصد افزایش مزد مطرح شد و حتی افزایش ۳۷ تا ۳۹ درصدی و افزایش ۴۵ تا ۵۰ درصدی حداقل دستمزد کارگران نیز شنیده شد؛ تا جایی که «داوود جوانی»، نماینده کارفرمایان در شورای عالی کار در اظهارنظری رسمی پیش‌بینی کرد که دستمزد ۱۴۰۴ به جهت حفظ قدرت خرید کارگران ۳۸ درصد و ۵ درصد بیشتر از نرخ تورم افزایش یابد. به گفته وی، «این توافق اگرچه موجب زیان کارفرمایان می‌شود اما به جهت حفظ قدرت خرید کارگران با آن موافقت کرده‌ایم؛ هرچند موافق افزایش حق مسکن و بن خواربار نیستیم و معتقدیم که بهتر است پایه حقوق کارگران بیشتر شود. اگر پایه حقوق افزایش یابد، بازنشستگان هم از آن بهره‌مند می‌شوند و از نظر سنوات و عیدی و بازنشستگی به نفع کارگران است.»

با این حال، شرکای اجتماعی در آخرین جلسه دستمزد شورای عالی کار، روی افزایش ۴۵ درصدی مزد کارگران توافق کردند که قطعا بالاتر از نرخ تورم اعلامی از سوی مراجع رسمی است و همچنان که کارفرمایان وعده داده بودند، تلاش کردند تا به منظور تقویت معیشت و حفظ قدرت خرید کارگران و همچنین حفظ نیروهای کار در بنگاه‌ها، درصد افزایش روی پایه مزد اعمال شود. افزایش ۴۵ درصدی حداقل دستمزد کارگران که با همراهی موثر دولت و کارفرمایان صورت گرفت، به طور حتم بالاتر از نرخ تورم اعلامی از سوی مراجع رسمی آماری است و اقدامی مثبت و اثرگذار در جهت افزایش قدرت خرید و بهبود وضع معیشت خانوارهای کارگری و کاهش شکاف بین تورم و هزینه معیشت کارگران محسوب می شود.

بدین ترتیب، با افزایش ۴۵ درصدی حداقل دستمزد که ۱۰ درصد بالاتر از سال گذشته تصویب شد، مجموع دریافتی کارگر مجرد بدون سابقه از رقم ۹ میلیون و ۴۶۶ هزار تومان به ۱۳ میلیون و ۴۹۰ هزار تومان رسید و دریافتی کارگر متأهل با دو فرزند نیز از ۱۱ میلیون و ۱۶۰ هزار تومان به حدود ۱۶ میلیون و ۳۵۰ هزار تومان افزایش یافت. در حالی که پیشتر مقامات کارگری و برخی از نمایندگان مجلس از تصویب دستمزد در جلسه روز سه‌شنبه ۲۸ اسفندماه خبر داده بودند، اما با مدیریت وزارت کار و همراهی کارفرمایان، دستمزد امسال زودتر از شب عید به تصویب رسید تا جامعه کارگری با خیالی آسوده به استقبال سال نو برود.

رضایت کارگران از افزایش ۴۵ درصدی مزد

با وجود افزایش ۴۵ درصدی دستمزد کارگران به نظر می‌رسد شکاف بین دستمزد و هزینه‌های واقعی زندگی همچنان باقی است، هرچند نسبت به سال گذشته کمتر شده است. «علی خدایی»، عضو کارگری شورای عالی کار درباره جلسه تعیین دستمزد به «ایلنا» گفت: در مورد نحوه تعیین دستمزد باید بگویم روند کار به نسبت سال‌های قبل بهتر و منطقی‌تر بود، اما نمی‌توان رضایت کامل داشت؛ ما وقتی از نتیجه کار رضایت کامل داریم که حداقل دستمزد به اندازه سبد معیشت مصوب شده باشد. افزایش ۴۵ درصدی دستمزد باز هم برای تامین هزینه‌های زندگی خانواده‌های کارگری کافی نیست. اما در مقام مقایسه نسبت به سال‌های قبل، اتفاق خوبی افتاده است؛ درست است که قبلا در شورای عالی کار، افزایش ۵۷ درصدی مزد را هم تجربه کرده‌ایم اما نباید یادمان برود که آن زمان، نرخ تورم اعلامی ۴۶ درصد بود؛ یعنی دستمزد ۱۱ درصد بالاتر از نرخ تورم تعیین شد؛ الان تورم بهمن ۳۲ درصد اعلام شده و دستمزد ۴۵ درصد افزایش یافته؛ یعنی ۱۳ درصد بالاتر از نرخ تورم به تصویب رسیده است.

نماینده کارگران در شورای عالی کار در مورد پیشنهادات دولت و کارفرمایان نیز گفت: اصرار دولت و کارفرمایان بر افزایش ۳۵ درصدی حداقل مزد بود. دولت هم البته همین نظر را داشت، اما با چانه‌زنی و اصرار گروه کارگری به ۴۵ درصد رسیدیم. مصوبه مزدی امسال به نسبت سال‌های قبل، عدد قابل قبولی است و نمره قبولی می‌آورد. از طرف دیگر، پایه سنوات که سال‌ها ثابت مانده بود، در محدوده ۴۰ درصد افزایش یافت. بن خواربار هم به میزان قابل توجهی افزایش یافت و ۸۰۰ هزار تومان روی این مولفه رفت که رقم خوبی است. به گفته «خدایی»، وعده‌هایی در نشست شورای عالی کار مطرح شد و قول‌هایی دادند مبنی بر اینکه افزایش مزد، بالاتر از نرخ تورم در سال‌های بعد اعمال شود. امیدواریم با اعمال افزایش مزد بالاتر از نرخ تورم در چند سال پیاپی، فاصله عمیق دستمزد و سبد معیشت از میان برداشته شود. در کل، روند جلسه به نسبت سال‌های قبل، مثبت بود و چانه‌زنی به خوبی پیش رفت؛ گروه کارگری از نتیجه راضی بود و با رضایت نسبی از جلسه خارج شد.

معاملات مرکز مبادله رکورد زد

نوسان مثبت قیمت طلا و سکه

بازار طلا و سکه در دومین روز هفته با نوسان مثبت و سیر صعودی قیمت‌ها همراه شد. همچنین روز شنبه و در آخرین حراج شمش طلای مرکز مبادله ایران در سال ۱۴۰۳ با معامله بیش از ۱٫۲ تن شمش طلا به پایان رسید و رکورد معاملات شکسته شد. قیمت طلا و سکه در آغاز هفته پایانی اسفندماه، روند سردرگمی داشت و روند مشخصی را طی نکرد. بازار طلا و سکه در دو روز ابتدایی این هفته تحت تاثیر افت قیمت دلار و پیشتازی قیمت طلای جهانی، روند افزایشی، خنثی و در برخی مقاطع ریزشی را تجربه کرد. با این حال، قیمت طلای جهانی که در هفته گذشته توانست به سقف تاریخی ۳۰۰۰ دلار برسد، روز یکشنبه به دلیل تعطیلات پایان هفته میلادی ثابت بود و ۲۹۸۵ دلار نرخ‌گذاری شد. تحلیلگران بر این باورند که تثبیت قیمت طلا در بالای سطح ۲۹۵۵ دلار، می‌تواند نشانه‌ای از ادامه روند صعودی باشد و در صورتی که فدرال رزرو، نرخ بهره را افزایش دهد یا تنش‌های اقتصادی کاهش یابند، احتمال اصلاح قیمت و بازگشت به سطوح حمایتی پایین‌تر وجود دارد.

در این میان، قیمت طلای آبشده، معاملات روز شنبه را در سطح ۲۹ میلیون و ۶۲۹ هزار تومان آغاز کرد، اما در ادامه با کاهش همراه شد و روز یکشنبه به ۲۹ میلیون و ۷۴۹ هزار تومان رسید. آنطور که وب‌سایت اتحادیه طلا و جواهر تهران گزارش داده، قیمت هر گرم طلای ۱۸ عیار نیز افزایش یافت و به ۶ میلیون و ۸۶۷ هزار تومان رسید. طلای ۲۴ عیار هم ۹ میلیون و ۱۵۵ هزار تومان نرخ‌گذاری شد. همچنین قیمت سکه امامی، معاملات روز شنبه را در سطح ۸۰ میلیون تومان آغاز کرد و در ادامه تا محدوده ۷۹ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان پایین آمد و در نهایت تا مرز ۸۰ میلیون و ۱۵۰ هزار تومان بالا رفت. اما صبح یکشنبه، قیمت‌ها در بازار سکه دوباره به مسیر صعودی بازگشت و سکه امامی در آغاز معاملات یکشنبه، ۸۰ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان خرید و فروش شد. سکه طرح قدیم هم در این روز وارد کانال ۷۵ میلیون تومان شد. قیمت نیم‌سکه و ربع سکه نیز به ترتیب به ۵۱ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان و ۲۶ میلیون و ۳۰۰ هزار تومان رسید و سکه گرمی با رقم ۱۳ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان خرید و فروش شد. تحلیلگران معتقدند قیمت دلار همچنان مهمترین عامل تعیین‌کننده روند بازار طلا و سکه (بازار داخلی) است و هرگونه کاهش نرخ ارز می‌تواند به افت قیمت طلا و سکه منجر شود. در نقطه مقابل نیز افزایش نرخ دلار، عاملی برای تحریک تقاضا و رشد قیمت فلز زرد خواهد بود. به گزارش «اقتصادنیوز»، در شرایطی که سرمایه‌گذاران به دنبال فرصت‌های جدید هستند، افت احتمالی قیمت‌ها بر اثر کاهش نرخ دلار می‌تواند زمینه مناسبی برای ورود معامله‌گران به بازار طلا فراهم کند. قیمت طلای آبشده در صورت کاهش، به سطح ۲۹ میلیون و ۱۵۰ هزار تومان عقب خواهد نشست. این سطح حمایتی براساس تقاضای داخلی و شرایط اقتصادی موجود، به عنوان یک نقطه تقویت برای قیمت طلا شناخته می‌شود. همچنین رکورد معاملات مرکز مبادله در روز شنبه شکسته شد و آخرین حراج شمش طلای مرکز مبادله ایران در سال ۱۴۰۳ با معامله بیش از ۱٫۲ تن شمش طلا به پایان رسید. طبق گزارش مرکز مبادله ایران، روز شنبه درحالی ۱۲۴۵ کیلوگرم شمش طلا در حراج مرکز مبادله ایران مورد دادوستد قرار گرفت که پیش از این رکورد معاملات ۵۶۷ کیلوگرمی در تالار معاملات طلا ثبت شده بود. در نود و هفتمین جلسه حراج شمش طلا که روز شنبه ۲۵ اسفندماه در مرکز مبادله ایران برگزار شد، از مجموع ۱۲۵۷ کیلوگرم شمش طلای استاندارد عرضه شده در حراج‌های عمده و خرد تالار معاملات طلای این مرکز، ۱۲۴۵ کیلوگرم با میانگین قیمت ۸ میلیارد و ۷۹۰ میلیون تومان به ازای هر شمش طلای استاندارد معامله شد. بر این اساس، ارزش معاملات این روز حدود ۱۱ هزار میلیارد تومان بوده است. همچنین طی ۹۷ حراج شمش طلای مرکز مبادله ایران، ۱۷ هزار و ۸۴۵ کیلوگرم شمش مورد دادوستد قرار گرفت که در نتیجه آن بیش از ۱۰۰ هزار میلیارد تومان ارز حاصل از صادرات به چرخه اقتصاد کشور وارد شد. در همین حال، مرکز آمار ایران نیز از وضعیت بازار طلا و سکه در پاییز امسال گزارش داد و اعلام کرد: میانگین قیمت سکه تمام بهار آزادی (طرح جدید)، سکه نیم بهار آزادی و سکه ربع بهار آزادی در پاییز ۱۴۰۳ به ترتیب به ۵۱ میلیون و ۲۲۵ هزار تومان، ۲۷ میلیون و ۹۱ هزار تومان و ۱۷ میلیون و ۲۹۴ هزار تومان رسید. براساس داده‌های مرکز آمار ایران، در فصل پاییز ۱۴۰۳ متوسط قیمت هر بشکه نفت خام سبد اوپک ۷۵ دلار بوده که نسبت به فصل قبل یعنی فصل تابستان، ۵٫۱ دلار معادل ۶٫۴ درصد کاهش داشته است. همچنین در سه ماهه سوم امسال میانگین قیمت سکه تمام بهار آزادی (طرح جدید)، سکه نیم بهار آزادی و سکه ربع بهار آزادی به ترتیب برابر با ۵۱ میلیون و ۲۲۵ هزار و ۴ تومان، ۲۷ میلیون و ۹۱ هزار و ۶ تومان و ۱۷ میلیون و ۲۹۴ هزار و ۲ تومان اعلام شد که نسبت به فصل گذشته (تابستان) سکه تمام بهار آزادی (طرح جدید) ۲۱٫۴ درصد، سکه نیم بهار آزادی ۱۶٫۷ درصد و سکه ربع بهار آزادی ۱۳٫۹ درصد افزایش داشته است. مرکز آمار همچنین در بخش دیگری از گزارش خود به متوسط نرخ برابری ارزهای منتخب با ریال اشاره و اعلام کرد: در فصل پاییز ۱۴۰۳ متوسط نرخ دلار در بازار آزاد بالغ بر ۶۷ هزار تومان بود که نسبت به فصل قبل، ۱۳٫۲ درصد افزایش داشته است. همچنین متوسط قیمت یورو در بازار آزاد بالغ بر ۷۲ هزار تومان اعلام شد که نسبت به سه ماهه دوم سال یعنی تابستان ۱۱٫۵ درصد افزایش داشته است.

کلمه طلایی در استراتژی

سجاد رحیمی‌مدیسه
نویسنده و مشاور حوزه مدیریت و کسب و کار

استراتژی از آن واژه‌هایی است که ظاهر قلمبه و سلمبه‌ای دارد و بعضاً کسانی که حتی سواد و درک درستی از این مفهوم ندارند، برای غنای صحبت و مطالب از آن بهره می‌برند، اما این واژه در دل خود یک سادگی عجیب و غریبی دارد و آن سادگی سؤالی است که خود این واژه از مخاطب (مدیر یا رهبران یک سازمان) مطرح می‌کند:

در یک کلمه می‌خواهید چکار کنید؟ حمله؟ دفاع؟ اتحاد؟ عقب‌نشینی؟ ... ؟ فقط یک کلمه.

وقتی استراتژی، پیچیده و آلوده به فرآیندها و جملات مبهم می‌شود، سخت و سخت‌تر می‌شود و در نهایت، جنازه‌ای بی‌روح از استراتژی باقی می‌ماند که معلوم نیست برای یک سازمان چه اثر و یا خروجی مشخصی دارد.

متأسفانه یکی از آسیب‌های بزرگی که به سازمان‌های ایرانی وارد شده است، عدم درک درست و تحلیل صحیح از استراتژی، برنامه‌ریزی‌های استراتژیک و در نهایت اقدامات مرتبط با آن است.

وقتی وجهه انسانی از واژه‌ها و فرآیندها حذف می‌شود و آدم‌ها تبدیل به ابزاری برای یک سیستم می‌شوند، مشکلات دقیقاً از همین جا شروع می‌شود: استانداردها و فرآیندهایی که کوچک‌ترین ارتباطی با روح و قلب کارکنان برقرار نکرده و در نهایت اجبار و ترس از جریمه باعث انجام آنها در کمترین کیفیت ممکن خواهد شد.

تا اینجا شاید ظاهر ماجرا درست به نظر برسد، اما نیروها و کارکنان خواسته یا ناخواسته هزینه‌های دیگری را به سیستم تحمیل می‌کنند که مانند قسمت پنهان یک کوه یخ، ذره ذره یک سیستم و سازمان را به سمت اضمحلال، نابودی و یا در بهترین حالت: پرخرج شدن و کاهش شدید بهره‌وری، خواهد برد.

این یک کلمه در عین سادگی، پیچیدگی‌های خاص خودش را دارد اما در نهایت، خروجی و استنباط مدیران و رهبران یک سازمان از استراتژی باید یک کلمه باشد و سؤال کلیدی آن این پرسش است: می‌خواهیم چکار کنیم؟

و این سؤال کلیدی در پشت هر فرآیند باید قرار گرفته و منجر به خروجی یک کلمه‌ای شود.

به عنوان مثال «فرآیند خدمات رفاهی به کارکنان» را در نظر بگیریم؛ سؤال کلیدی را دوباره مطرح نماییم: می‌خواهیم چکار کنیم؟

پاسخ‌های احتمالی:

- می‌خواهیم کارکنان را خوشحال‌تر و راضی‌تر کنیم.
- می‌خواهیم بهره‌وری کارکنان در انجام فرآیندها را افزایش دهیم.
- می‌خواهیم سبدی از هزینه‌هایی را که در بودجه قرار گرفته و حق ماست، مصرف کنیم تا عدم مصرف این بودجه سبب نشود در سال بعد، از آن بودجه محروم شویم.
- و ... سؤالات متعدد دیگر.

سپس سراغ یکی از همین سؤالات می‌رویم و جزئی‌تر می‌شود: کارکنان را خوشحال‌تر و راضی‌تر کنیم که چه بشود؟ به عنوان مثال به این گزاره می‌رسیم: که در محیط کار شادتر باشند و دوباره پرسشی دیگر ... و آنقدر با تفکر و اندیشه، این پرسش را تکرار می‌کنیم که به یک کلمه طلایی در استراتژی خود برای آن فرآیند برسیم.

اگر نتوانیم به کلمه صحیح دست پیدا کنیم، در چشم‌انداز دچار خطا شده و اجرای موفقی هم نخواهیم داشت. وقتی اجرای استراتژی با موفقیت همراه نباشد، کارکنان در ظاهر یا باطن همراهی نکرده و به اشکال مختلف، هزینه‌ها افزایش پیدا خواهد یافت که نمود آن، خروج کارکنان باکیفیت و مهجور شدن معدود کارکنان باکیفیت در گوشه‌ای از سیستم است که نه به آنها توجهی می‌شود و نه نظرات و دیدگاه‌های‌شان ارزشی خواهد یافت.

در سیستمی که استراتژی درست تعریف نشود، عمده افراد یا به روابط سیاسی و لابی‌گری در سیستم مشغولند و یا به عواملی جز عوامل اصلی می‌پردازند. عوامل اصلی، یعنی اقدامات و فرآیندهایی که مشکلات را به درستی و ریشه‌ای حل نماید؛ نه اینکه به زیر یخچال جارو شوند و پنهان!

اگر نتوانیم کلمه طلایی در استراتژی را تعریف کنیم، در اجرا هم به سختی و پیچیدگی‌های متعددی برخورد می‌کنیم؛ چون جملات متعدد و بعضاً متناقض باعث می‌شود فرآیندها در چالش جدی با یک استراتژی زیبا روی تابلو و دفاتر و سندهای استاندارد ما، قرار بگیرند.

بدیهی است که ما این دوگانگی و تضاد را نمی‌خواهیم و خواهان آن هستیم که استراتژی به نتایج مدنظر ما منجر شود.

پس می‌توان نتیجه گرفت اگر بسیاری از شعارها و استراتژی‌ها صرفاً در حد یک مستند و یا یک تابلوی زیبا در سازمان مانده است، به خاطر این است که پرسش‌های کلیدی و با تحلیل در پس آن مطرح نشده و در نتیجه، یک سردرگمی در اجرا وجود دارد.

این سردرگمی در محیط پرتلاطم امروز با ده‌ها و هزاران اتفاق و آیتم پیش‌بینی نشده، افزایش هم خواهد یافت و در نهایت بسیاری از فرآیندها، تبدیل به ویترین و ظواهری خواهند شد که درد و مشکل اصلی ذی‌نفع را پاسخ نمی‌دهند و قلب آنها نیز با سازمان همراه نخواهد بود و اگر همراهی باشد، صرفاً اجبار و اضطراری است که منجر به خروجی با پایین‌ترین کیفیت ممکن خواهد بود.

اخبار

تجارت جهانی به ۳۳ تریلیون دلار صعود کرد

رونمایی آنکتاد از تجارت ۲۰۲۴

آخرین گزارش کنفرانس تجارت و توسعه سازمان ملل (آنکتاد) نشان می‌دهد که تجارت جهانی در سال ۲۰۲۴، به بالاترین میزان خود یعنی ۳۳ تریلیون دلار رسید و رشد سالانه ۳٫۷ درصدی را ثبت کرد. رشد قابل‌توجه تجارت خدمات که در سال گذشته ۹ درصد افزایش یافت، محرکی کلیدی بود که ۷۰۰ میلیارد دلار معادل ۶۰ درصد از کل افزایش سالانه را به خود اختصاص داده است. در همین حال، تجارت کالا، ۲ درصد معادل ۵۰۰ میلیارد دلار رشد کرد. اقتصادهای در حال توسعه، از کشورهای توسعه‌یافته پیشی گرفتند و واردات و صادرات آنها، ۴درصد در سال ۲۰۲۴ و ۲ درصد در سه ماهه چهارم سال میلادی گذشته، افزایش یافت که بیشتر در شرق و جنوب آسیا بود. از سوی دیگر، اقتصادهای توسعه‌یافته شاهد رکود تجارت سالانه خود بودند که در سه ماهه پایانی سال، ۲ درصد کاهش نشان می‌دهد.

کره جنوبی با ۸ درصد افزایش سالانه در صادرات کالا و ۱۱ درصد در صادرات خدمات، پیشتاز است. آمریکا شاهد افزایش سالانه ۶ درصدی واردات کالا و رشد یک درصدی واردات سه ماهه بود و صادرات این کشور، برمبنای سالانه، ۲ درصد افزایش یافت اما یک درصد در سه ماهه چهارم کاهش یافت. تجارت کالاهای چین با افزایش یک درصدی واردات و افزایش ۵ درصدی صادرات در سال ۲۰۲۴ تقویت شد. تجارت خدمات چین با رشد سالانه صادرات به میزان ۹ درصد و واردات ۱۴ درصدی نسبت به مدت مشابه سال قبل، رشد قابل‌توجهی را شاهد بود. صادرات قوی چین، مازاد تجاری این کشور را به بالاترین سطح خود از سال ۲۰۲۲ رساند. اتحادیه اروپا نیز با کمک قیمت‌های بالای انرژی، کسری‌های قبلی خود را معکوس و مازاد تجاری سالانه ثبت کرد.

براساس گزارش آنکتاد، تجارت در اوایل سال ۲۰۲۵ ثابت ماند، اما افزایش تنش‌های ژئواکونومیک، سیاست‌های حمایتگرایانه و اختلافات تجاری، نشانه‌ای از اختلالات احتمالی در آینده است. کاهش شاخص‌های حمل و نقل، نشان‌دهنده ضعف تقاضا برای محصولات تولیدی، نهاده‌ها و کالاها است که نشان‌دهنده تلاش‌های کسب‌وکارها برای انطباق با عدم قطعیت‌های فزاینده است. افزایش تعرفه‌ها، اقتصادهای در حال توسعه را از صادرات کالاهای با ارزش افزوده منصرف می‌کند و مانع صنعتی شدن می‌شود.

داده‌های آماری سال ۱۴۰۲ نشان می‌دهد

شکاف درآمدی شهرها، شدیدتر از روستاها

در سال گذشته، نابرابری در مناطق روستایی، کمتر از شهرها بوده است. به گزارش «اکوایران»، سهم دهک اول که فقیرترین قشر جامعه محسوب می‌شود از کل هزینه‌ها در سال گذشته در مناطق روستایی بیشتر از شهری بوده است. این امر برای دهک دوم در مناطق شهری و روستایی نیز صادق است. از طرف دیگر، سهم هزینه دهک دهم که ثروتمندترین اقشار جامعه محسوب می‌شوند از کل هزینه‌ها در مناطق روستایی پایین‌تر از مناطق شهری بوده است. بنابراین وضعیت نابرابری در مناطق شهری نسبت به مناطق روستایی بدتر بوده است.

یکی از شاخص‌هایی که نابرابری درآمدی را نشان می‌دهد، سهم دهک‌های هزینه‌ای از کل هزینه است. اگر تمام خانوارهای کشور به ترتیب میزان هزینه از کمترین به بیشترین مرتب شوند و هر ۱۰ درصد آنها در یک گروه قرار گیرند، دهک‌های هزینه‌ای ایجاد می‌شوند. دهک اول شامل فقیرترین خانوارها و دهک دهم شامل ثروتمندترین آنهاست. معمولا خانوارها متناسب با درآمدشان هزینه می‌کنند. به همین دلیل، هزینه می‌تواند شاخص مناسبی برای سنجش درآمد خانوارها باشد. همچنین سهم هر دهک از هزینه کل نشانگر شکاف درآمدی و توزیع درآمد بین دهک‌های هزینه‌ای مختلف را نشان می‌دهد. البته مبنا قرار دادن سطح هزینه به‌عنوان درآمد کاملا هم درست نیست، زیرا که ممکن است قسمتی از افزایش هزینه‌ها به دلیل تورم باشد و نه مصرف حقیقی.

براساس گزارش‌های مرکز آمار از سهم دهک‌های هزینه‌ای از کل هزینه‌ها در مناطق شهری و روستایی در سال گذشته، سهم هزینه‌های دهک دهم از کل هزینه‌ها در مناطق شهری ۳۱٫۲۲ درصد محاسبه شده است. این در حالی است که در مناطق روستایی این رقم پایین‌تر بوده و معادل ۲۸٫۲۳ درصد بوده است. همچنین سهم هزینه دهک نهم در نقاط شهری برابر با ۱۵٫۳۲ درصد بوده در حالی که در مناطق روستایی ۱۵٫۵۸ درصد برآورد شده است. از طرف دیگر در همین بازه زمانی، سهم هزینه دهک اول در نقاط شهری ۲٫۶۳ درصد بوده اما در روستا معادل ۲٫۷۵ درصد بوده است. سهم هزینه دهک دوم در مناطق شهری معادل ۳٫۹۷ درصد بوده در حالی که در مناطق روستایی برابر با ۴٫۱ درصد اعلام شده است. به این ترتیب می‌توان گفت که طبقات پایین در سال گذشته در مناطق روستایی سهم بالاتری از هزینه‌ها در مقایسه با همین اقشار در مناطق شهری داشته‌اند. به عبارتی، نابرابری در روستاها کمتر از مناطق شهری بوده است.

بررسی تورم تولیدکننده و مصرف‌کننده گروه خدمات

تورم پیشران به مصرف‌کننده رسید

تورم تولیدکننده خدمات با طی روند صعودی و تورم مصرف‌کننده این گروه با طی روند نزولی در بهمن ماه به یک نقطه رسیدند. تورم را می‌توان براساس زمان محاسبه و گروه مورد بررسی، به شکل‌های متفاوتی محاسبه کرد. به عنوان مثال، اگر محاسبه تغییر قیمت، قبل از ورود کالا به بازار مصرف صورت گیرد تورم تولیدکننده حاصل می‌شود. این نرخ نشان می‌دهد که هزینه تولید کالا در مبدأ تولید چقدر تغییر کرده است. اگر تورم بعد از ورود کالا به بازار مصرف و هنگام خریداری توسط مصرف‌کننده محاسبه شود، تورم مصرف‌کننده به دست می‌آید که نشان می‌دهد قیمت کالا در انتهای زنجیره و هنگام رسیدن به دست مشتری نهایی چقدر تغییر کرده است. بنابراین، می‌توان گفت که تورم تولیدکننده، نماگری از رشد هزینه تولید و تورم مصرف‌کننده، نماگری از رشد قیمت نهایی کالا و خدمات است.

درخصوص کالاها، معمولا بین تورم تولید و مصرف اختلاف وجود دارد. این درحالی است که درخصوص خدمات انتظار می‌رود تورم تولیدکننده و مصرف‌کننده منطبق بر هم یا بسیار نزدیک به هم باشد؛ چراکه زمان بین تولید و مصرف خدمات عمدتا بسیار کوتاه است. بررسی‌ها نشان می‌دهد که از دی ماه سال قبل تا بهمن ماه سال جاری، تورم تولید و مصرف خدمات جز در چند مقطع با هم برابر نبوده‌اند. با این حال، تازه‌ترین آمارها نشان می‌دهد که تورم مصرف و تولید این گروه در بهمن ماه امسال با طی کردن مسیرهای متضاد، به یک نقطه رسیده‌اند. گزارش‌های مرکز آمار ایران نشان می‌دهد که از دی سال قبل تا بهمن امسال تنها در سه ماه تورم تولیدکننده بالاتر از تورم مصرف‌کننده در گروه خدمات بوده و اوج این اختلاف در اردیبهشت و خرداد سال جاری ثبت شده است. در اردیبهشت ماه تورم تولید خدمات ۵٫۴ درصد و تورم تولید ۴ درصد به ثبت رسیده است. در خردادماه نیز تورم تولید ۴٫۵ درصد و تورم مصرف ۳ درصد برآورد شده است. در سایر ماه‌های قبل و بعد از این دو مقطع زمانی نیز تورم تولید و مصرف یا برابر بوده‌اند و یا تورم مصرف در سطحی بالاتر از تولید قرار داشته است. آخرین داده‌های آماری نشان می‌دهد که تورم مصرف‌کننده خدمات در بهمن ماه نسبت به دی ماه، کاهش پیدا کرده و به ۲٫۴ درصد رسیده است. از سوی دیگر، تورم تولیدکننده نیز با طی روندی افزایشی به همین سطح دست یافته است.

خبرنامه

مدیرعامل شرکت پالایش و پخش:

نگران بنزین و گازوئیل شب عید نباشید

مدیرعامل شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی گفت که مشکلی برای تامین بنزین و گازوئیل عید نداریم و ذخیره‌سازی از قبل انجام شده است. «محمدصادق عظیمی‌فر» در جریان بازدید خبرنگاران از پالایشگاه تهران، با بیان اینکه از مدت‌ها قبل برای مصرف بنزین و گازوئیل شب عید ذخیره‌سازی انجام و به طور متوسط روزانه ۸ میلیون لیتر ذخیره انجام شده است، در مورد انتقال بنزین و گازوئیل به شهرهای مسافرپذیر نیز گفت: در کنار لوله‌های انتقال بنزین و گازوئیل، انتقال بنزین و گازوئیل از طریق ۱۷ هزار ناوگان انتقال سوخت در ایام عید انجام می‌شود و مشکلی از نظر سوخت‌رسانی به شهرها نداریم.

معاون وزیر نفت از افزایش روزانه تولید بنزین به ۱۰۵ میلیون لیتر، خبر داد و با بیان اینکه طی هفت ماه گذشته بعد از استقرار دولت چهاردهم به طور میانگین ۸ میلیون لیتر به تولید پالایشگاه‌های کشور اضافه کردیم، گفت که ۹۷ میلیون لیتر تولید در روز طی شش ماه اول را در شش ماه دوم به صورت پایدار به ۱۲۵ میلیون لیتر در روز رساندیم.

او در پاسخ به سوالی درخصوص افزایش کیفیت بنزین هم گفت: افزایش تولید به پشتوانه افزایش خوراک پالایشگاه‌ها و هم اصلاحات فرآیندی در برخی پالایشگاه‌ها بوده است در پالایشگاه تهران از ظرفیت خالی واحد بنزین‌سازی استفاده کردیم و در مجموع افزایش تولید داشتیم و این باعث شد وضعیت سطح ذخایر نسبت به گذشته بهتر شود. به گفته «عظیمی‌فر»، واردات بنزین نیز به فراخور مصرف انجام می‌شود اما تمرکز ما افزایش تولید و افزایش حجم پالایشی است.

مدیرعامل شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی درباره استفاده از کارت سوخت بانکی برای سوختگیری، توضیح داد: اکنون در مرحله پایلوت است و چند مجموعه آن را در راستای تکلیف قانون بودجه به صورت آزمایشی اجرا می‌کنند، ملاحظات مختلفی باید در زیرساخت جدید دیده شود یکی از مباحث سهولت کاربری به منظور امنیت و مباحث پدافندی است. اگر به نقطه بهینه برسیم که این الگو را تمام دستگاه‌ها تایید کنند، اطلاع‌رسانی خواهیم کرد، در استفاده از کارت بانکی یکی از اولویت‌ها امنیت تامین سوخت است.

«عظیمی‌فر» با بیان اینکه ریشه اصلی بخش عمده قاچاق سوخت در بخش مصرف است، گفت: دولت چهاردهم همسو با کاهش قاچاق سوخت، اقدام‌هایی دو جانبه را در حوزه‌های مقابله و پیشگیری اجرایی کرده است. در حوزه مقابله با قاچاق، دستگاه‌های امنیتی، انتظامی و قضایی با کشفیات قابل توجه به این موضوع ورود کرده‌اند. در حوزه پیشگیری نیز وزارت نفت قراردادی به‌منظور پایش لحظه‌ای تمامی تأسیسات امضا کرده است تا از تولید تا مصرف نهایی فرآورده‌ها نظارت دقیق داشته باشد.

به گفته وی، ریشه و منشأ اصلی بخش عمده قاچاق در بخش مصرف است. یکی از مسائل مهم در این زمینه، انحراف سوخت یارانه‌ای است که برخی مصرف‌کنندگان در بخش‌هایی نظیر حمل و نقل، کشاورزی و صنعت به طور غیرمجاز استفاده می‌کنند. ما در مجموعه شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی ایران با استفاده از علم داده و تحلیل داده آمار مصرف سوخت ناوگان حمل و نقل را در ۹ ماهه امسال با استفاده از دوربین‌های جاده‌ای و سامانه‌های صدور بارنامه، باربرگ تقاطع‌گیری کردیم و انحرافات قابل‌توجهی در عدم مصرف سوخت در بخش حمل و نقل به دست آمد از این رو باید نظارت دقیقی بر مصرف‌کنندگان انجام شود.

این مقام مسئول با بیان اینکه مصرف سی‌ان‌جی از ۲۴ میلیون متر مکعب در روز در ۱۴۰۰ در ابتدای دولت به حدود ۱۹ میلیون متر مکعب در روز رسیده است، گفت: با کاهش مصرف سی‌ان‌جی حدود ۵ میلیون لیتر به مصرف بنزین افزوده شده است که بی‌توجهی به حوزه سی‌ان‌جی در سال‌های اخیر از جمله علل کاهش مصرف سی‌ان‌جی است ازاین‌رو در دولت چهاردهم با اجرای برنامه‌هایی نظیر انتشار اوراق صرفه‌جویی و تبدیل رایگان خودروهای عمومی به سی‌ان‌جی سوز، تلاش داریم زیرساخت‌های این حوزه را بازسازی و احیا کند.

عارف در ستاد راهبری تجارت انرژی منطقه‌ای:

ایران باید مرکز مبادلات انرژی منطقه شود

معاون اول رئیس‌جمهور در نخستین جلسه «ستاد راهبری تجارت انرژی منطقه‌ای» گفت جمهوری اسلامی ایران باید به مرکز مبادلات انرژی منطقه تبدیل شود که تحقق این هدف برای دولت چهاردهم اهمیت بسیار زیادی داشته و جزو راهبردهای ماست که با جدیت آن را دنبال می‌کنیم. به گزارش «ایسنا»، در این جلسه که در دفتر معاون اول رئیس جمهور با حضور اعضای قانونی «ستاد راهبری تجارت انرژی منطقه‌ای» برگزار شد، ابتدا وزیر نفت، گزارشی درباره اقدامات صورت گرفته در حوزه خدمات معاوضه (سوآپ) با کشورهای همسایه و تاثیر آن بر کمک به جبران ناترازی گاز طبیعی در بخش‌های شمالی کشور و توسعه همکاری‌های راهبردی با همسایگان و تقویت جایگاه کشور در بازار انرژی منطقه ارائه کرد و اجرای این طرح را خصوصاً برای رفع ناترازی انرژی کشور و تاثیرگذاری ایران در بازار انرژی منطقه، بسیار با ارزش دانست.

در ادامه این جلسه، عارف با تبریک میلاد امام حسن مجتبی (ع) گفت: براساس قانون برنامه پنج ساله هفتم پیشرفت، جمهوری اسلامی ایران باید به مرکز مبادلات (هاب) انرژی منطقه تبدیل شود که برای رسیدن به این هدف که جزو راهبردهای دولت چهاردهم است باید تلاش کنیم و بر این اساس، نخستین جلسه ستاد راهبری تجارت انرژی منطقه‌ای برگزار شد.

معاون اول رئیس‌جمهور با بیان اینکه اجرای این قانون، می‌تواند به رفع ناترازی‌های انرژی کمک کرده و ضرر و زیان صنعت به دلیل نبود انرژی را کاهش دهد گفت: خدا را شاکریم که نخستین جلسه این ستاد در این دولت تشکیل شده است و از این پس با تشکیل دبیرخانه ستاد در وزارت نفت باید تلاش کنیم تا جلسات به صورت منظم برگزار شده و در این حوزه تصمیم‌گیری دقیق و کارشناسانه‌ای صورت گیرد.

گفتنی است براساس بند ت ماده ۴۴ قانون برنامه پنج ساله هفتم پیشرفت جمهوری اسلامی ایران، در اجرای بند (۱۰) سیاست‌های کلی برنامه پنج ساله هفتم، به منظور تبدیل ایران به مرکز مبادلات (هاب) انرژی منطقه، با هدف دستیابی به حجم صادرات و واردات گاز کشور به ترتیب به میزان ۴۰ میلیارد متر مکعب و ۲۰ میلیارد متر مکعب در سال، خدمات معاوضه (سوآپ) فرآورده‌های نفتی و نفت خام از کشورهای مستقل مشترک‌المنافع به میزان ۲۰۰هزار بشکه در روز و تبادل برق کشور به میزان حداقل ۲۰ میلیارد کیلووات ساعت در سال، ظرف شش ماه از لازم‌الاجرا شدن این قانون، ستاد راهبری تجارت منطقه‌ای انرژی تشکیل می‌شود. این ستاد به ریاست رئیس‌جمهور (در غیاب وی معاون اول رئیس‌جمهور) و با عضویت وزرای امور خارجه، نفت و نیرو و یکی از اعضای کمیسیون انرژی با انتخاب مجلس به عنوان عضو ناظر تشکیل می‌شود و ضمن تدوین سند و نقشه راه سیاست (دیپلماسی) منطقه‌ای انرژی شامل فهرست کشورهای هدف با رعایت اصول هفتاد و هفتم (۷۷) و یکصد و بیست و پنجم (۱۲۵) قانون اساسی و در چارچوب قوانین نسبت به تصمیم‌گیری در مورد امور مربوط به قراردادهای صادرات، واردات، خدمات معاوضه (سوآپ) و گذر (ترانزیت) انرژی (گاز، برق، نفت و فرآورده‌های نفتی) اقدام می‌کند.

همزمان با خروج پول حقیقی، ارزش معاملات خرد افزایش یافت

صعود بورس در هفته آخر اسفند

فرصت امروز: شاخص کل بورس تهران به روند صعودی خود در هفته پایانی اسفندماه ادامه داد و با رشد ۱۶ هزار واحدی معادل ۰,۵ درصد از نیمه کانال ۲,۷ میلیون واحدی گذشت. در جریان معاملات روز یکشنبه، شاخص هم‌وزن نیز ۳ هزار واحد بالا رفت و با ثبت بازدهی ۰,۳ درصدی به تراز ۸۰۶ هزار واحد رسید. در آن سوی بازار سرمایه هم شاخص کل فرابورس ایران ۱۷ واحد افزایش یافت و با رشد ۰,۰۷ درصدی به محدوده ۲۴ هزار و ۵۹۳ واحد رسید. به نظر می‌رسد انتشار خبر تصویب لوایح سی‌اف‌تی و پالرمو در کمیسیون مشترک مجمع تشخیص مصلحت نظام، تاثیر مثبتی (از نظر روانی) بر بازار سرمایه داشته است.

با وجود روند صعودی نماگرها، ۱۲۰ میلیارد تومان پول حقیقی از بازارهای خرد خارج شد. خودرویی‌ها، فلزات اساسی و فرآورده‌های نفتی به ترتیب با خروج ۱۲۷ و ۱۰۰ و ۲۳ میلیارد تومانی، بیشترین خروج پول را در بین گروه‌های صنعت داشتند. در سمت مقابل، بانک‌ها و سیمان و کانه‌های فلزی به ترتیب با ورود ۹۸ و ۳۷ و ۱۶ میلیارد تومانی، شاهد بیشترین ورود پول حقیقی بودند. در جریان معاملات روز گذشته، ۴۳ درصد نمادها مثبت و ۵۷ درصد منفی معامله شدند. نماد فولاد که روز شنبه، تاثیر مثبتی بر شاخص کل داشت، روز یکشنبه مسیر متفاوتی را پیمود تا نمادهای فملی، وبملت و شستا بیشترین تاثیر مثبت را بر شاخص کل بورس داشته باشند. همچنین ارزش معاملات خرد با رشد ۳۴ درصدی نسبت به روز شنبه به بیش از ۸ هزار میلیارد تومان رسید. خودرویی‌ها، بانک‌ها و فلزات اساسی به ترتیب با ۸۰۵ و ۷۳۶ و ۶۶۶ میلیارد تومان، سه گروه برتر بازار از نظر ارزش معاملاتی شناخته شدند.

از رشد ارزش معاملات تا خروج پول حقیقی

«شهلا حیدری»، کارشناس بازار سرمایه درباره روند معاملات یکشنبه به «اکوایران» توضیح داد: معاملات بازار در روز یکشنبه در حالی پایان یافت که شاخص کل با رشد ۱۶ هزار و ۱۴۶۶ واحدی در ارتفاع ۲ میلیون و ۷۵۳ هزار واحد آرام گرفت. همچنین ارزش معاملات خرد بالغ بر ۸۶۵۷ میلیارد تومان شد. صف‌های خرید در پیش‌گشایش بالغ بر ۲۹۸۲ میلیارد تومان بود و به صف‌های فروش برتری داشت؛ این برتری صرفا در ابتدای بازار بود و در نیمه بازار از سنگینی صفوف خرید کاسته شد و تا ۵۲۵ میلیارد تومان افت داشت. نکته جالب توجه، فروشنده بودن حقیقی‌ها در دو سمت سهام و صندوق‌های درآمد ثابت بود؛ به طوری که تراز پول حقیقی‌ها در پایان بازار در سهام ۱۲۱ میلیارد تومان و در صندوق به ۸۲۱ میلیارد تومان رسید. نمادهای فملی، وبملت و شستا بیشترین اثر مثبت را بر شاخص کل داشتند. به گفته «حیدری» یکی از مهمترین اخبار یکشنبه، برگزاری مجمع شرکت پالایش نفت اصفهان بود. از تصمیمات پیش روی این شرکت، افزایش سرمایه از ۳۷۱ هزار میلیارد ریال به ۵۲۶ هزار و ۸۲۰ میلیارد ریال از محل سود انباشته است که این افزایش سرمایه ۴۲ درصدی به تصویب مجمع رسید؛ به گفته این شرکت، در سال ۱۴۰۴ افزایش سرمایه از محل تجدید ارزیابی دارایی‌ها نیز انجام خواهد شد. معاملات پالایشی‌ها نیز در این روز مثبت دنبال شد و معاملات بلوکی در چندین نماد صورت گرفت که در نماد شبندر۲ با حجم ۳۲,۷ میلیون سهمی صورت گرفت. همچنین شتران با داد و ستد بیش از ۴۰۵ میلیون سهم، صدرنشین این گروه شد. معاملات فلزات اساسی نیز درخور توجه بود. همچنین ذوب با دادوستد بیش از ۱,۵ میلیارد برگه سهم و فولاد با معامله ۳۲۲ میلیون سهم، صدرنشین این گروه شدند و صدور مجوز افزایش سرمایه ۹۱ درصدی کاوه از محل سود انباشته، جزو اخبار مهم این گروه بود. همچنین در بازار ارز، نرخ دلار نیمای توافقی از مرز ۶۹ هزار تومان عبور کرد.

انتظار معاملات متعادل با حاشیه منفی

این فعال بازار سرمایه از انتظار معاملات متعادل با حاشیه منفی، خبر داد و گفت: تنش‌ها و اخبار سیاسی ناشی از صحبت‌های پینگ پنگی دونالد ترامپ و ایران بر نوسانات نرخ ارز موثر واقع شده است. همچنین در معاملات صندوق‌های طلا برای چندمین بار شاهد بازگشایی مثبت و سبزپوشی نمادها بودیم و صندوق طلای لوتوس پارسیان در دامنه مثبت ۲,۴۸ درصدی بازگشایی شد. در مجموع، معاملات یکشنبه با هیجان و صف‌های خرید آغاز شد و رفته رفته به سمت تعادل بیشتر پیش رفت؛ پالایشی‌ها و فلزی‌ها و خودرو و قطعات پرحجم معامله شدند و بازار در واپسین روزهای اسفندماه سبزپوش به کار خود پایان داد. در نتیجه انتظار عجیبی نیست که دو روز باقی مانده نیز معاملات متعادل و حتی با حاشیه منفی دنبال شود. «بهناز اکبرپور»، دیگر کارشناس بازار سرمایه نیز درباره نیمه نخست معاملات یکشنبه گفت: در روز یکشنبه، نرخ ارز توافقی ۶۹ هزار و ۱۷۰ تومان قیمت خورد. در حال حاضر فاصله میان ارز آزاد و نیما به ۳۴ درصد رسیده که از سال ۱۴۰۲ تاکنون کمترین فاصله میان این دو ارز با رقم ۲۱ درصد در دی ماه امسال ثبت شده است. همچنین از سال ۱۴۰۲ تاکنون میانگین فاصله میان دو ارز حدود ۳۶ درصد بوده است. با معاملات روز گذشته اخزاهای بازار سرمایه، میانگین نرخ بازدهی اخزاهای بازار سرمایه هم‌اکنون به محدوده ۳۶ درصد رسیده است و همچنین کمترین میزان بازدهی این اوراق طی سال جاری مربوط به انتهای مردادماه و با نرخ ۲۹,۱ درصد بوده است. در این میان، سپرده‌گذاری مرکزی اوراق بهادار و تسویه وجوه اعلام کرد که توزیع سود مشمولان سهام عدالت از مسیر ۱۹ بانک آغاز و عملیاتی شده است. در خبری دیگر نیز حداقل حقوق سال آینده کارگران، ۴۵ درصد افزایش یافت و از ۷,۱ میلیون تومان به ۱۰ میلیون و ۳۹۹ هزار تومان رسید. به گفته «اکبرپور»، در ادامه بازار می‌توان پیش‌بینی کرد که شاخص کل و هم‌وزن با رشد به‌کار خود پایان دهند و قدرت خریداران برتری نسبی بر عرضه‌کنندگان داشته باشد و سهم‌های متوسط و کوچک دارای تقاضای مناسبی باشند.

چرخش شکاف سرانه خرید و فروش حقیقی

بورس تهران در معاملات سهامی روز شنبه شاهد تغییر شکاف سرانه هر کد حقیقی از سمت فروشندگان به سمت خریداران بود که پس از ۱۱ روز به ثبت رسید. معاملات شنبه در حالی شکاف ۱۴,۵ میلیون تومانی را به سمت خریداران ثبت کرد که روز چهارشنبه این شکاف با ارزش ۶ میلیون تومان به سمت فروشندگان بود. بازار سهام در این روز شاهد کاهش ارزش معاملات خرد تا سطح ۶ هزار و ۳۸۰ میلیارد تومانی بود که به نسبت چهارشنبه ۱۷ درصد کاهش یافت. بورس تهران پس از خروج جریان پول حقیقی ۵۹ میلیارد تومانی چهارشنبه، با روند ورودی جریان پول حقیقی در میان موقعیت‌های سهامی مواجه شد و شاهد ورود هزار و ۴۱ میلیارد تومان پول حقیقی به سهام بود. از طرف دیگر، با خروج جریان پول حقیقی ۶۵۷ میلیارد تومانی در میان صندوق‌های درآمد ثابت مواجه شدیم که روز چهارشنبه ورود ۵۲۳ میلیارد تومانی را به ثبت رسانده بود. افزایش مالکیت حقیقی در میان صندوق‌های با پشتوانه طلا نیز در سطح ۲۰۲ میلیارد تومانی قرار گرفت. ارزش صف‌های خرید سهام در معاملات شنبه، افزایش هزار و ۲۲ درصدی داشت و ارزش صف‌های فروش ۲۷ درصد افت کرد. با این تفاسیر، ارزش صف‌های خرید از ۱۷۴ میلیارد تومان به سطح هزار و ۹۵۴ میلیارد تومانی صعود کرد و ارزش صف‌های فروش از ۵۷۳ میلیارد تومان تا ۴۲۰ میلیارد تومان کاهش یافت.

همچنین سرانه خرید هر کد حقیقی از ۲۶,۲ میلیون تومان روز چهارشنبه تا ۴۲,۵ میلیون تومان روز شنبه افزایش داشت. سرانه فروش هر کد حقیقی نیز کاهش داشت و از ۳۲,۲ میلیون تومان به ۲۸ میلیون تومان رسید. با این اوصاف، شکاف سرانه حقیقی پس از ۱۱ روز معاملاتی چرخید و با بیش از ۱۴,۵ میلیون تومان به سمت خریداران حقیقی سنگینی کرد. در بین صنایع بورسی نیز صنعت فلزات اساسی با ۲۹۴,۱ میلیارد تومان ورود پول حقیقی بالاترین میزان ورود پول حقیقی را به ثبت رساند. صنعت بانک‌ها و مؤسسات اعتباری با ۱۹۷ میلیارد تومان و صنعت محصولات شیمیایی با ۱۳۶,۴ میلیارد تومان در جایگاه‌های بعدی قرار گرفتند. در مقابل، صنعت تولید محصولات کامپیوتری با ۳۴,۵ میلیارد تومان خروج پول حقیقی، بیشترین میزان کاهش مالکیت حقیقی را تجربه کرد.

تاثیر مثبت تصویب لوایح پالرمو و سی اف تی

در اولین روز معاملاتی هفته که خبر تصویب لوایح پالرمو و سی اف تی در کمیسیون‌های مجمع تشخیص مصلحت نظام منتشر شد، قیمت دلار و طلا، کاهش یافت و بازار سهام به روند صعودی بازگشت؛ به طوری که شاخص کل بورس تهران با رشد ۴۲ هزار واحدی (معادل ۱,۵۹ درصد) به ارتفاع ۲ میلیون و ۷۳۷ هزار واحد رسید و کانال ۲,۷ میلیون واحدی را که روز ۲۱ اسفندماه از دست داده بود، مجددا تصاحب کرد. شاخص هم‌وزن نیز پس از چهار روز معاملاتی، کانال ۸۰۰ هزار واحدی را مجددا لمس کرد و با رشد ۹ هزار واحدی، بازدهی مثبت ۱,۱۹ درصد را تجربه کرد و به سطح ۸۰۲ هزار واحد رسید. در آن سوی بازار نیز شاخص کل فرابورس با دو شاخص قبلی همسو شد و با رسیدن به نیمه کانال ۲۴ هزار واحد، رشد ۱,۱ درصدی را ثبت کرد. در روزی که هر سه نماگر اصلی بازار سهام بیش از یک درصد رشد کردند، ۱۴۰۰ میلیارد تومان پول حقیقی وارد بازار شد تا بورس تهران پس از هشت روز بالاخره شارژ شود و شروعی امیدوارکننده در آخرین هفته سال ۱۴۰۳ داشته باشد.

آگهی ثبت طلاق

آقای رضا جودکی فرزند پاپی مجهول المکان همسر شما برابر دادنامه شماره ۱۴۰۳۹۱۳۹۰۰۱۶۹۶۲۶۵۵ شعبه ۶ دادگاه عمومی حقوقی شهرستان رباط کریم مستقر در پرند به شماره بایگانی ۰۳۰۲۰۰۵ با بذل مهریه و نفقه تقاضای ثبت طلاق نموده است لذا لازم است ظرف مدت یک هفته پس از انتشار آگهی در این دفتر خانه به آدرس: رباط کریم خیابان شهید نظر بیگی دزفولی(گرجی) بین یاران ۵ و ۶ پلاک ۴۱ حاضر شوید در غیر اینصورت طبق مقرات اقدام به ثبت خواهد شد و اعتراض بعدی مسموع نخواهد شد.

محمد اسماعیل شکوهی – سر دفتر ازدواج ۱۴ و طلاق ۱۵ رباط کریم

آگهی فقدان سند مالکیت

آقای شاهو مولودزاده وکالتا از طرف آقای سابق مولودزاده برابر سند رسمی وکالت به شماره ۹۰۳۲۲۶ مورخ ۲۵ / ۱۲ / ۱۴۰۳ دفتر خانه اسناد رسمی شماره ۱۱۲ پاوه طی درخواست وارده به شماره ۹۴۲۶ – ۱۴۰۳ مورخ ۲۵ / ۱۲ / ۱۴۰۳ منضم به استشهادیه گواهی شده از سوی دفتر خانه اسناد رسمی شماره ۱۱۲ مخصوص دریافت سند المثنی وارده بشماره ۹۴۵۱– ۱۴۰۳ مورخ ۲۵ / ۱۲ / ۱۴۰۳ مدعی فقدان سند مالکیت شش دانگ یک قطعه زمین مسکونی با کاربری تجاری پلاک ۹۳۹۶ فرعی از ۱ اصلی پاوه واقع در بخش ۱۴ کرمانشاه که در صفحه ۸۲ دفتر ۱۰۶ / ۱۴ املاک ذیل شماره ۱۹۴۹۳ بصورت تک برگی بنام موکل وی ثبت و صادر گردیده و علت آن را جابه جایی و اسباب کشی عنوان کرده است . لذا با قید این نکته که پلاک مذکور در این تاریخ در قید بازداشت و بیع شرط نمی باشد حسب درخواست وکیل مالک مبنی بر صدور المثنی سند مالکیت، به استناد اصلاحیه تبصره یک ذیل ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت اسناد و املاک ، جریان در یک نوبت آگهی میگردد تا چنانچه شخص یا اشخاصی مدعی انجام معامله یا وجود سند مالکیت نزد خود باشند از تاریخ انتشار این آگهی ظرف مدت ده روز با دردست داشتن مستندات به این اداره مراجعه نمایند تا وفق مقررات اقدام گردد . بدیهی است در صورتیکه ظرف مدت مذکور اعتراض واصل نشود و یا درصورت وصول اعتراض ، اصل سند ارائه نگردد ، المثنی سند مالکیت طبق مقررات به نام متقاضی صادر و تسلیم خواهد شد .

فیروز عزیز زاده – رئیس اداره ثبت اسناد و املاک شهرستان پاوه

تاریخ انتشار : ۲۷ / ۱۲ / ۱۴۰۳

آگهی مفقودی

پروانه بهره برداری شماره ۱۲۳/۲۸۱۲۳ مورخ ۱۳۹۷/۰۵/۲۴ به نام آقای ابراهیم علی وکیلی با شماره ملی ۴۹۱۰۲۴۵۱۲۱ و شناسه کسب و کار ۲۲۲۴۱۹۹۸۸۰۴۱ صادره از سازمان صنعت، معدن و تجارت استان سمنان مفقود گردیده و فاقد اعتبار میباشد. گرگان

مفقودی

شناسنامه (برگ سبز) خودرو سواری پیکان مدل ۱۳۷۶ بشماره موتور ۱۱۱۲۷۶۲۴۷۷۴ و شماره شاسی ۷۶۴۲۸۰۴۴ بشماره انتظامی ۷۸۲ ن ۲۵ ایران ۱۹ بنام شیرین غلامی انجیرکی مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد. ۱۲۰ / د

مفقودی

کارت هوشمند کامیون بنز کمپرسی ۹۱۱ بشماره ۲۳۹۷۳۷۸ بنام سعید شاهینی مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد. ۱۳۰ /د

آگهی فقدان سند مالکیت

آقای محمد محمد خانی نماینده شهرداری منطقه ۸ با تسلیم استشهادیه گواهی شده بشماره ۸۴۰۹ مورخ ۱۴۰۳/۰۸/۰۷ دفترخانه ۱۲۴۹ تهران، طی درخواست وارده بشماره ۱۶۹۳۰ مورخ ۱۴۰۳/۰۸/۱۵ و مرقومه ۵۰۸/۵۳۵۷۹ مورخ ۱۴۰۳/۱۱/۱۵ ارسالی از شهرداری منطقه ۸ تهران با اعلام اینکه:

سند مالکیت ششدانگ یک قطعه زمین بمساحت ۱۵۵۰ متر مربع بپلاک ثبتی ۱۰۹ تفکیکی بپلاک ثبتی ۱۰۹ فرعی از ۶۷۱۸ اصلی مفروز و مجزا شده از ۶۷۱۸ اصلی مذکور واقع در بخش ۲ تهران حوزه ثبتی لویزان در ذیل ثبت ۲۷۵۱۵ دفتر ۲۴۱ صفحه ۲۷۸ بنام مرتضی هاشمی ثبت و سند مالکیت بشماره چاپی ۲۴۷۷۴۹ صادر و تسلیم گردیده است و سپس برابر انتقال قطعی ۳۶۷۰۱ مورخ ۵۵/۱۰/۷ دفترخانه ۵۴ تهران به نام شرکت راه آهن تهران و حومه منتقل گردیده است و ایشان ادعای مفقودی سند مالکیت اخیرالذکر را بعلت اسباب کشی (جابجائی) را نموده و تقاضای صدور المثنی سند مالکیت ششدانگ پلاک مذکور را نموده است، علیهذا در اجرای ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت (اصلاحی ۸۰/۱۱/۸) مراتب در یک نوبت و در یکی از جراید آگهی می شود تا چنانچه شخص یا اشخاصی مدعی انجام معامله نسبت به ملک مرقوم یا وجود سند مالکیت نزد خود باشند ظرف مدت ۱۰ روز پس از انتشار این آگهی اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت یا سند معامله به این اداره تسلیم و رسید دریافت نمایند. بدیهی است در صورت انقضاء مهلت مقرر و عدم وصول اعتراض یا در صورت اعتراض، اصل سند مالکیت یا سند معامله ارائه نگردد، طبق مقررات و تشریفات اداری، المثنی سند مالکیت صادر و تسلیم مالک خواهد شد.

۱۷۷۱۹ م الف **رئیس واحد ثبتی حوزه ثبت ملک لویزان تهران – ابوالفضل تریوه**

شناسه آگهی ۱۸۹۸۸۹۹

آگهی فقدان سند مالکیت

آقای محمد محمد خانی نماینده شهرداری منطقه ۸ با تسلیم استشهادیه گواهی شده بشماره ۸۴۰۹ مورخ ۱۴۰۳/۰۸/۰۷ دفترخانه ۱۲۴۹ تهران، طی درخواست وارده بشماره ۱۶۹۳۰ مورخ ۱۴۰۳/۰۸/۱۵ و مرقومه ۵۰۸/۵۳۵۷۹ مورخ ۱۴۰۳/۱۱/۱۵ ارسالی از شهرداری منطقه ۸ تهران با اعلام اینکه:

سند مالکیت کاداستری ششدانگ یک قطعه زمین بمساحت ۱۵۵۰ متر مربع قطعه ۱۱۱ تفکیکی بپلاک ثبتی ۱۱۱ فرعی از ۶۷۱۸ اصلی مفروز و مجزا شده از ۶۷۱۸ اصلی مذکور واقع در بخش ۲ تهران حوزه ثبتی لویزان در ذیل ثبت ۲۷۵۱۹ دفتر ۲۴۱ صفحه ۲۸۶ بنام مرتضی هاشمی ثبت و سند مالکیت بشماره چاپی ۲۱۶۷۹۹۳ صادر و تسلیم گردیده است و سپس مع الواسط برابر انتقال قطعی ۸۹۸۳۱ مورخ ۱۳۵۵/۱۰/۰۵ مقدار ۷۲۰ متر ان با سند المثنی به شماره چاپی ۶۹۰۹۶۶ از عزیزاله برجیس به نام شرکت راه آهن تهران و حومه منتقل گردیده است و ایشان ادعای مفقودی سند مالکیت اخیرالذکر را بعلت اسباب کشی (جابجائی) را نموده و تقاضای صدور المثنی سند مالکیت ششدانگ پلاک مذکور را نموده است، علیهذا در اجرای ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت (اصلاحی ۸۰/۱۱/۸) مراتب در یک نوبت و در یکی از جراید آگهی می شود تا چنانچه شخص یا اشخاصی مدعی انجام معامله نسبت به ملک مرقوم یا وجود سند مالکیت نزد خود باشند ظرف مدت ۱۰ روز پس از انتشار این آگهی اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت یا سند معامله به این اداره تسلیم و رسید دریافت نمایند. بدیهی است در صورت انقضاء مهلت مقرر و عدم وصول اعتراض یا در صورت اعتراض، اصل سند مالکیت یا سند معامله ارائه نگردد، طبق مقررات و تشریفات اداری، المثنی سند مالکیت صادر و تسلیم مالک خواهد شد.

۱۷۷۲۰ م الف **رئیس واحد ثبتی حوزه ثبت ملک لویزان تهران – ابوالفضل تریوه**

شناسه آگهی ۱۸۹۸۹۰۰

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

برابر آراء صادره هیات تعیین تکلیف مستقر در ثبت اسناد و املاک شهرستان سنندج تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضیان ذیل تایید گردیده لذا بدین وسیله مشخصات املاک در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز جهت اطلاع عموم آگهی می گردد در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضیان اعتراضی داشته باشند میتوانند از تاریخ انتشار اولین آگهی و در روستاها از تاریخ الصاق در محل تا مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم نمایند و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مرجع قضایی تقدیم و گواهی اخذ و تحویل اداره ثبت نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول و گواهی اخذ تحویل اداره ثبت نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول و گواهی اخذ تحویل اداره ثبت نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض سند مالکیت طبق مقررات صادر خواهد شد صدور سند مالکیت مانع مراجعه منضرر به دادگاه نیست.

۱- ششدانگ عرصه یک قطعه زمین زراعی بنام آقای هادی سعیدی فرزند توفیق صادره سنندج ۲ به مساحت ششدانگ ۲۰۵۱/۵۳ متر مربع پلاک ۸۶۱ فرعی از ۴۳ – اصلی بخش ده منطقه ۲ سنندج جزء نسق شماره ۲۲۴۷۳ مورخ ۱۳۵۱/۴/۵ دفتر ۱۶ سنندج

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۳/۱۲/۱۲ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۳/۱۲/۲۷

هیوا احمدیان – رئیس اداره ثبت اسناد و املاک منطقه ۲ سنندج

شناسه آگهی ۱۸۹۱۴۱۵

م الف ۵۶۲۵

۹۰۵

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

برابر آراء صادره هیئت موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی شهرستان قروه استان کردستان ، تصرفات مالکانه و بلا معارض متقاضیان ذیل محرز گردیده است . لذا مشخصات متقاضیان و املاک مورد تقاضا به منظور اطلاع عموم در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتیکه اشخاص ذی نفع به آراء اعلام شده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشار آگهی تا دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت اسناد و املاک شهرستان قروه تسلیم و رسید اخذ نمایند، معترض باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی و گواهی تقدیم دادخواست را به این اداره تحویل نماید. بدیهی است در صورت عدم وصول اعتراض یا عدم ارائه گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی در مهلت قانونی طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

آقای کیوان اکبری به شناسنامه شماره ۶۹۳۴ و کد ملی ۳۸۰۱۷۹۹۱۸۲ صادره قروه فرزند علی اشرف در ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی دیم زار به مساحت ۱۵۰۶۷,۴۳ مترمربع تحت پلاک ۲۵۲۱۹ فرعی از ۶۳ اصلی قروه از نسق زارعانه محمد نادری واقع در کردستان بخش ۵ اسفند آباد حوزه ثبت ملک قروه تایید و رای خود را با حدود ذیل صادر می نماید . حقوق ارتفاقی ندارد. م الف/۱۶۲

تاریخ انتشار : نوبت اول ۱۴۰۳/۱۲/۱۲

تاریخ انتشار نوبت دوم ۱۴۰۳/۱۲/۲۷

جواد مژده – سرپرست اداره ثبت اسناد و املاک شهرستان قروه

اداره ثبت اسناد و املاک اداره ثبت اسناد و املاک شمال اصفهان

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 ۱۴۰۳۶۰۳۰۲۰۲۶۰۲۴۵۶۴-۱۴۰۳.۱۱.۰۶ هیات اول دوم موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی اداره ثبت اسناد و املاک شمال اصفهان تصرفات مالکانه بلا معارض مالکیت آقای / خانم شهربانو روزبهانی ماهورکی به شناسنامه شماره ۱ کدملی ۶۲۱۹۸۲۲۹۷۸ صادره فرزند محمدنبی نسبت به ششدانگ باب مغازه به مساحت ۵۰/۴۰ از پلاک شماره ۱۴۴۵۷,۶۰,۱ که طبق استاندارد سازی به پلاک ۳۰۷۶ ف

آگهی قانون تعیین تکلیف اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی شهرستان بروجرد-سری ۲۱۳ جمعی

نظر به دستور مواد ۱ و ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمان‌های فاقد سند رسمی ،املاک متقاضیانی که در هیات موضوع ماده یک قانون مذکور مستقر در واحد ثبتی بروجرد مورد رسیدگی و تصرفات مالکانه و بلا معارض آنان محرز و رای لازم صادر گردیده جهت اطلاع عموم به شرح ذیل در دو نوبت آگهی می‌گردد. در صورتی که هرکس نسبت به صدور سند مالکیت بنام متقاضیان اعتراض داشته باشد می تواند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را کتباً به اداره ثبت اسناد واملاک محل تسلیم وپس از اخذ رسید ظرف مدت یکماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خودرا به مراجع محترم قضایی تقدیم وگواهی تقدیم دادخواست را به اداره ثبت محل تحویل نماید، در صورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل ارائه نکند اداره ثبت مبادرت به صدور سند مالکیت می‌نماید و صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نیست .

۱ – تقاضای «علی چگنی» فرزند «گنجعلی» نسبت به «ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی» بمساحت «۵۰۰۰» مترمربع مجزی شده از پلاک شماره «۲۴۰» فرعی از «۱۵۵» اصلی واقع در بخش «۴» خروجی از مالکیت مالک اولیه «گنجعلی چگنی»

۲- تقاضای «مرضیه نظافتی» فرزند «مهرداد» نسبت به «ششدانگ یک قطعه باغ» بمساحت «۰۰/۳۰۰» مترمربع مجزی شده از پلاک شماره «۱۳۳۵» فرعی از «۷۱» اصلی واقع در بخش «۳» خروجی از مالکیت مالک اولیه «محمدعلی موسیوند فرزند موسی»

۳- تقاضای «یارعلی بیرانوند» فرزند «ولی» نسبت به «ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی -قسمتی باغ-» بمساحت «۷۸/۳۲۷۹» مترمربع مجزی شده از پلاک شماره «۱۳» فرعی از «۸۱» اصلی واقع در بخش «۳» خروجی از مالکیت مالک اولیه « کربلایی نوروززاده فرزند سلطان قلی»

۴ - تقاضای «پیمان گودرزی» فرزند «محمد» نسبت به «ششدانگ یک قطعه باغ» بمساحت «۰۴/۶۷۱» مترمربع مجزی شده از پلاک شماره «۱۳۶۲» فرعی از «۷۱» اصلی واقع در بخش «۳» خروجی از مالکیت مالک اولیه «حسن گودرزی فرزند نورعلی»

۵ - تقاضای «کیومرث حیدری کیان» فرزند «حیدربگ» نسبت به «ششدانگ یک قطعه باغ» بمساحت «۲۰/۷۰۸» مترمربع مجزی شده از پلاک شماره «۱۳۵۱» فرعی از «۷۱» اصلی واقع در بخش «۳» خروجی از مالکیت مالک اولیه «حسن گودرزی فرزند نورعلی»

۶- تقاضای «غلامرضا رزمی» فرزند «یداله» نسبت به «ششدانگ یک قطعه باغ محصور» بمساحت «۱۳/۱۹۳۰» مترمربع مجزی شده از پلاک شماره «۱۰۳» فرعی از «۴۰» اصلی واقع در بخش «۳» خروجی از مالکیت مالک اولیه «هادی گودرزی»

۷ - تقاضای «مسعود جهانی» فرزند «عبدالمجید» نسبت به «ششدانگ یک قطعه باغ» بمساحت «۹۳/۴۶۰» مترمربع مجزی شده از پلاک شماره «۱۳۱۵» فرعی از «۷۱» اصلی واقع در بخش «۳» خروجی از مالکیت مالک اولیه «ابراهیم گودرزی فرزند مصطفی»

۸ - تقاضای «علی آزادپور» فرزند «قنبرعلی» نسبت به «ششدانگ یک قطعه باغ» بمساحت «۱۹/۲۲۰۵» مترمربع مجزی شده از پلاک شماره «۴۶» فرعی از «۵۴» اصلی واقع در بخش «۳» خروجی از مالکیت مالک اولیه «خیراله نصرالهی»

۹ - تقاضای «هوشنگ بیرالوند» فرزند «علی حسن» نسبت به «ششدانگ یک قطعه باغ» بمساحت «۶۱/۶۳۲۲» مترمربع مجزی شده از پلاک شماره «۶۶۱» فرعی از «۷۷» اصلی واقع در بخش «۳» خروجی از مالکیت مالک اولیه «ولی اله گودرزی فرزند مهدی»

۱۰- تقاضای «قدرت اله شاهوردی» فرزند «امیر» نسبت به «سه دانگ مشاع از ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی»مریم شاهوردی فرزند حسین نسبت به سه دانگ مشاع از ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی بمساحت «۹۲/۸۰۱۰» مترمربع مجزی شده از پلاک شماره «۱۹» فرعی از «۱۵۶» اصلی واقع در بخش «۴» خروجی از مالکیت مالک اولیه «علی حسین شاهوردی فرزند شکربک»

محمد آجرلو
سرپرست اداره ثبت اسناد و املاک بروجرد

شناسه آگهی ۱۸۸۴۷۱۶

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۳/۱۲/۱۲
تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۳/۱۲/۲۷

مفقودی نوبت سوم

بدینوسیله گواهی می‌گردد مدرک تحصیلی کارشناسی مدیریت بیمه دانشگاه آزاد واحد الیگودرز به‌نام آقای مهدی اسپرهم فرزند شاکر با کد ملی ۴۵۲۹۹۱۴۲۵۹ مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط است.

آگهی مفقودی مدارک خودرو

برگ سبز و سند کمپانی و کارت ماشینخودرو سواری پراید به شماره انتظامی ۳۰ ایران ۳۷۹ ج ۷۵ شماره موتور ۳۳۳۵۶۵۹ و شماره شاسی S۱۴۱۲۲۸۹۱۵۳۲۰۶ متعلق به اینجانب ابوالفضل بژم به شماره ملی ۰۰۶۷۶۱۲۴۳۱ مفقود و از درجه اعتبار ساقط میباشد رباط کریم

مفقودی

برگ سبز ماشین پژو سواری مدل ۱۳۹۵ به رنگ سفید روغنی شماره موتور ۱۲۴K۰۹۹۲۲۶۳ و شماره شاسی NAAN۰۱CE۰GH۹۳۷۸۰۹ و شماره پلاک ایران ۲۸-۴۷۳ ص ۵۲ به نام ایوب میرزایی قلعه جقی به شماره ملی ۳۹۸۰۱۹۱۷۶۱ مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط است. تاکستان ۶۸۵

آگهی مفقودی

سند کمپانی تراکتور کشاورزی ITM۴۷۵ به رنگ قرمز روغنی مدل ۱۳۹۳ به شماره موتور MT۴A۲W۰۳۳۰C و شماره شاسی N۲HKTAD۲CEEP۱۹۵۴۹ به نام حشمت اله میری مفقود گردیده ، از درجه اعتبار ساقط می باشد . قروه

اگهی هیات قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی

آگهی موضوع ماده ۳قانون وماده ۱۳ائین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی واراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی

قوه قضائیه
سازمان ثبت اسناد و املاک کشور
اداره کل ثبت اسناد واملاک ماهان

در اجرای مواد مذکور بدینوسیله املاکی که برابر آراء هیاتهای حل اختلاف موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی ماهان تقاضای ثبت آنها پذیرفته وادامه عملیات ثبتی انها مطابق قانون مذکور تجویز گردیده است به ترتیب شماره پلاک فرعی از یک ودو و شش و دوازده اصلی وبخش محل وقوع ملک ومشخصات مالک یا مالکین متقاضیان ثبت واقع در بخش ۵ و۶حوزه ثبتی ماهان بشرح ذیل اگهی میشود تادر صورتی که شخص یا اشخا صی نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراض داشته باشند بتواند از تاریخ انتشار اولین اگهی بمدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم وپس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض ، دادخواست خودرا به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور وعدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت براساس قانون مذکور مانع مراجعه متضرر به دادگاه نخواهد بود

فرعیات ذیل از یک اصلی واقع در ماهان بخش ۵ کرمان :

پلاک ۱۱۹۱۸ فرعی مجزی شده از پلاک ۳۷۲۳ فرعی –خانم مریم علی سعیدی به ش ش ۱۲۶ و کدملی : ۱۲۹۰۹۹۴۰۶۴ فرزند: علی در ششدانگ باغ محصور به مساحت ۷۱۲ متر مربع واقع در ماهان خیابان هلال احمر روبروی مسجد درویش علی بر رودخانه –متقاضی جز مالکین رسمی و مشاعی می باشد –حقوق ارتفاقی: عبور جوی آب در ملک مورد تقاضا مشاهده گردید –ردیف پرونده: ۵۱۱-۱۴۰۳

پلاک ۱۱۹۲۲ فرعی مجزی شده از پلاک ۴۰۱۵ فرعی –آقای امید سالاری نژاد به ش ش ۶۴۲۷ و کدملی: ۳۲۱۹۶۴۳۱۵۹ فرزند: ماشااله در ششدانگ باغ محصور به مساحت ۵۲۶,۱۲ مترمربع واقع در ماهان- خیابان امام خمینی – کوچه ۳۳ – کوچه شهید سالاری نژ اد – خریداری از محل مالکیت لیلی سالاری نژاد- مالک رسمی –ردیف پرونده: ۱۴۳۷-۱۴۰۳

پلاک ۱۲۲۲۳ فرعی مجزی شده از پلاک ۲۴۷۹ فرعی – آقای حجت ادهمی به ش ش ۵۲۹ و کدملی: ۲۹۹۱۶۲۶۹۳۳ فرزند: علی در ششدانگ باغ به مساحت ۷۶۴ متر مربع واقع در ماهان کمربندی ماهان –بم جنب باغ تفریحی هزار دستان –خریداری مع الواسطه از محل مالکیت ایران امینی –مالک رسمی –ردیف پرونده : ۱۶۸-۱۴۰۳

پلاک ۱۲۲۲۵ فرعی مجزی شده از پلاک ۲۸۰۴ فرعی – آقای منصور مددی ماهانی به ش ش ۱۳۸ و کدملی: ۶۰۷۹۶۹۳۱۲۷ فرزند: علی در ششدانگ زمین محصور با بنای احداثی با سقف شیروانی به مساحت ۴۱۶,۳۶ متر مربع واقع در ماهان –خیابان ولی عصر –نبش کوچه ۱۱ –خریداری از محل مالکیت محمدعلی رشید فرخی – مالک رسمی –ردیف پرونده : ۱۳۴۴-۱۴۰۳

پلاک ۱۲۲۲۶ فرعی مجزی شده از پلاک ۲۰۵ فرعی –آقای امین بلند نظر به ش ش ۵۳ و کدملی: ۶۰۷۹۷۵۱۱۹۴ فرزند: محمد در ششدانگ خانه به مساحت ۲۷۴,۱۶ متر مربع واقع در ماهان بلوار مشکینی کوچه ۷ – متقاضی جز مالکین رسمی می باشد –ردیف پرونده: ۶۹۳-۱۴۰۳

پلاک ۱۲۲۲۷ فرعی مجزی شده از پلاک ۲۲۵۱ مکر فرعی –آقای حمیدرضا افشار منش به ش ش ۶۴۷۱ و کدملی: ۲۹۹۳۷۴۵۶۴۶ فرزند: مهدی در ششدانگ ساختمان سقف شیروانی به مساحت ۳۶۸,۴ متر مربع واقع در ماهان محله کبیری کوچه یاوری – خریداری مع الواسطه از محل مالکیت حسن علیرضایی – مالک رسمی –حقوق ارتفاقی: عبور جوی اب –ردیف پرونده : ۲۰۷-۱۴۰۲

پلاک ۱۲۲۲۸ فرعی مجزی شده از پلاک ۱۱۷۷ فرعی –آقای محمد مهدی خلیلی ماهانی به ش ش ۴۱۴ و کدملی: ۶۰۷۹۷۴۳۳۰۲ فرزند: محمود در ششدانگ خانه به مساحت ۱۶۷۵ متر مربع واقع در ماهان خیابان امام خیابان باهنر کوچه ۱۱ – خریداری از محل مالکیت علی خلیلی زاده فرزند حسن – مالک رسمی – ردیف پرونده : ۱۱۱-۱۴۰۲

پلاک ۱۲۲۲۹ فرعی مجزی شده از پلاک ۳۴۰ فرعی –خانم مطهره ماهانی بلبلوئی به ش ش ۳۳۷ و کدملی: ۶۰۷۹۷۰۵۰۹۵ فرزند : حسین در ششدانگ باغ محصور به مساحت ۶۶۱ متر مربع واقع در ماهان خیابان مدرس کوچه ۱۴ – متقاضی جز مالکین رسمی می باشد –ردیف پرونده : ۴۹۶-۱۴۰۲

فرعیات ذیل از ۲ اصلی واقع در روستای لنگر بخش ۵ کرمان:

پلاک ۲۵۹ فرعی – آقای محمد رحیمی موید به ش ش ۵۹ و کدملی: ۶۰۷۹۸۱۵۵۴۰ فرزند: علی در ششدانگ خالی باغ محصور به مساحت ۱۰۷۹,۷۶ متر مربع واقع در روستای لنگر خیابان ولیعصر کوچه ۱۳ – خریداری از محل مالکیت ورثه اکبر و علی رحیمی آخوندزاده – مالک رسمی – ردیف پرونده : ۱۹۳-۱۴۰۲

فرعیات ذیل از ۱۲اصلی واقع در روستای رحیم آباد بخش ۵ کرمان:

پلاک ۴ فرعی مجزی شده از ۱۲ اصلی –آقای سید کمال الدین نعمت الله زاده ماهانی به ش ش ۱۲۵ و کدملی: ۶۰۷۹۶۸۰۰۷۶ فرزند: سید محمد صالح در ششدانگ خالی باغ به مساحت ۷۹۷ متر مربع واقع در روستای رحیم آباد – خریداری از محل مالکیت عبدالرضا برزگر پور کریم آبادی –مالک رسمی – ردیف پرونده: ۹۹۹-۱۴۰۳

فرعیات ذیل از یک اصلی واقع در جوپار بخش ۶ کرمان :

پلاک ۱۱۰۲ فرعی –خانم اشرف علی مرتضوی کرمانی به ش ش ۳۸۴۱ و کدملی: ۶۰۷۹۴۹۷۰۲۶ فرزند: ماشااله در ششدانگ خانه به مساحت ۸۰۶ متر مربع واقع در جوپار خیابان ۱۷ شهریور مدینه ۲ انتهای کوچه ملت – خریداری مع الواسطه از محل مالکیت علی دوست محمد گوهری – مالک رسمی – ردیف پرونده : ۹۳-۱۴۰۲

پلاک ۳۶۳۷ فرعی مجزی شده از پلاک ۱۶۹۸ مکرر فرعی (تبدیل به پلاک ۲۸۸۹ فرعی) –آقای علی غلامعلی پور گوکی به ش ش ۳۳۹ و کدملی: ۳۱۸۹۸۰۲۶۳۷ فرزند: غلامرضا در ششدانگ ساختمان به مساحت ۳۱۶,۳۶ متر مربع واقع در جوپار خیابان دادبین – کوچه ۸ –انتهای کوچه – سمت چپ – متقاضی جز مالکین رسمی می باشد –ردیف پرونده: ۹۱۰-۱۴۰۳

پلاک ۳۶۳۸ فرعی مجزی شده از پلاک ۱۶۹۸ مکرر فرعی (تبدیل به پلاک ۲۸۸۹ فرعی) –آقای علی غلامعلی پور گوکی به ش ش ۳۳۹ و کدملی: ۳۱۸۹۸۰۲۶۳۷ فرزند: غلامرضا در ششدانگ ساختمان به مساحت ۳۶۶,۴۸ متر مربع واقع در جوپار خیابان دادبین – کوچه ۸ –انتهای کوچه – سمت چپ – متقاضی جز مالکین رسمی می باشد –ردیف پرونده: ۹۱۱-۱۴۰۳

پلاک ۳۶۳۹ فرعی مجزی شده از پلاک ۱۲۱۲ فرعی –آقای وحید شهیدی زندی به ش ش ۵۳۰ و کدملی: ۲۹۹۲۷۹۵۱۵۱ فرزند: هوشنگ در ششدانگ خانه به مساحت ۵۸۷ متر مربع واقع در جوپار –بلوار امام خمینی کوچه ۸ – انتهای کوچه – خریداری از محل مالکیت هوشنگ شهیدی زندی –مالک رسمی – ردیف پرونده: ۶۸۷-۱۴۰۲

پلاک ۳۶۴۰ فرعی مجزی شده از پلاک ۷۰۸ فرعی –آقای مرتضی باقری به ش ش ۸۴۳ و کدملی: ۲۹۹۲۸۷۵۹۸۸ فرزند: مجید در ششدانگ خانه و باغچه به مساحت ۱۱۹۴ متر مربع واقع در جوپار خیابان ۱۷ شهریور کوچه ۳۰ –متقاضی جز مالکین رسمی می باشد –ردیف پرونده: ۷۳۴-۱۴۰۲

فرعیات ذیل از یک اصلی واقع در محی اباد بخش ۶ کرمان:

پلاک ۳۶۴۲ فرعی مجزی شده از پلاک ۱۷۵۳ فرعی –آقای حسین پور عسکری جوپاری به ش ش ۳ و کدملی: ۶۰۷۹۸۷۱۴۸۳ فرزند: اصغر در ششدانگ زمین محصور با بنای احداثی با سقف شیروانی به مساحت ۳۴۱,۸۱ متر مربع واقع در محی اباد –حسین آباد اخلاقی – بلوار شهید حسین محمدی –کوچه ۷۰ – خریداری از محل مالکیت افراسیاب و سهراب یزدانپناه – مالک رسمی – ردیف پرونده: ۱۲۴۱-۱۴۰۳

فرعیات ذیل از شش اصلی واقع در محی اباد بخش ۶ کرمان:

پلاک ۱۳۰۷ فرعی مجزی شده از پلاک ۳۰۳ فرعی –آقای علی صداقت به ش ش ۶۰۷۰۰۴۱۰۵۴ و کدملی: ۶۰۷۰۰۴۱۰۵۴ فرزند: ماشااله در ششدانگ دامداری مشتمل بر انبار به مساحت ۱۸۱۸,۰۸ متر مربع واقع در محی آباد خیابان ولی عصر کوچه ۱۸ – انتهای کوچه به سمت زمین های کشاورزی – بعد از تلمبه آب آشامیدنی – خریداری از محل مالکیت عبدالحسین سام زاده از ورثه مرحوم محمدرضا سام زاده –مالک رسمی – ردیف پرونده: ۱۲۷۹-۱۴۰۳

تاریخ انتشار نوبت اول:۱۴۰۳/۱۲/۱۲ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۳/۱۲/۲۷

ابراهیم سیدی
رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ماهان

شناسه آگهی : ۱۸۹۱۷۹۹

آگهی فقدان سند مالکیت

آقای محمد محمد خانی نماینده شهرداری منطقه ۸ با تسلیم استشهادیه گواهی شده بشماره ۸۴۰۹ مورخ ۱۴۰۳/۰۸/۰۷ دفترخانه ۱۲۴۹ تهران، طی درخواست وارده بشماره ۱۶۹۳۰ مورخ ۱۴۰۳/۰۸/۱۵ و مرقومه ۵۰۸/۵۳۵۷۹ مورخ ۱۴۰۳/۱۱/۱۵ ارسالی از شهرداری منطقه ۸ تهران با اعلام اینکه:

سند مالکیت کاداستری ششدانگ یک قطعه زمین بمساحت ۱۵۵۰ متر مربع بپلاک ثبتی ۱۰۶ فرعی از ۶۷۱۸ اصلی مفروز و مجزا شده از ۶۷۱۸ اصلی مذکور واقع در بخش ۲ تهران حوزه ثبتی لویزان در ذیل ثبت ۲۷۵۰۹ دفتر ۲۴۱ صفحه ۲۶۶ بنام مرتضی هاشمی ثبت و سند مالکیت بشماره چاپی ۲۴۷۹۴۸ صادر و تسلیم گردیده است و سپس مع الواسط برابر انتقال قطعی ۳۷۲۳۹ مورخ ۱۳۵۵/۱۲/۲۵ به نام شرکت راه آهن تهران و حومه منتقل گردیده است و ایشان ادعای مفقودی سند مالکیت اخیرالذکر را بعلت اسباب کشی (جابجائی) را نموده و تقاضای صدور المثنی سند مالکیت ششدانگ پلاک مذکور را نموده است، علیهذا در اجرای ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت (اصلاحی ۸۰/۱۱/۸) مراتب در یک نوبت و در یکی از جراید آگهی می شود تا چنانچه شخص یا اشخاصی مدعی انجام معامله نسبت به ملک مرقوم یا وجود سند مالکیت نزد خود باشند، ظرف مدت ۱۰ روز پس از انتشار این آگهی اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت یا سند معامله به این اداره تسلیم و رسید دریافت نمایند. بدیهی است در صورت انقضاء مهلت مقرر و عدم وصول اعتراض یا در صورت اعتراض، اصل سند مالکیت یا سند معامله ارائه نگردد، طبق مقررات و تشریفات اداری، المثنی سند مالکیت صادر و تسلیم مالک خواهد شد.

۱۷۷۱۱ م الف **رئیس واحد ثبتی حوزه ثبت ملک لویزان تهران – ابوالفضل تریوه**

شناسه آگهی ۱۸۹۸۸۸۸

آگهی فقدان سند مالکیت

آقای محمد محمد خانی نماینده شهرداری منطقه ۸ با تسلیم استشهادیه گواهی شده بشماره ۸۴۰۹ مورخ ۱۴۰۳/۰۸/۰۷ دفترخانه ۱۲۴۹ تهران، طی درخواست وارده بشماره ۱۶۹۳۰ مورخ ۱۴۰۳/۰۸/۱۵ و مرقومه ۵۰۸/۵۳۵۷۹ مورخ ۱۴۰۳/۱۱/۱۵ ارسالی از شهرداری منطقه ۸ تهران با اعلام اینکه:

سند مالکیت ششدانگ یک قطعه زمین بمساحت ۱۵۰۰ متر مربع قطعه ۱ تفکیکی بپلاک ثبتی ۵۵ فرعی از ۶۷۱۸ اصلی مفروز و مجزا شده از ۶۷۱۸ اصلی مذکور واقع در بخش ۲ تهران حوزه ثبتی لویزان، ذیل ثبت ۲۷۴۶۹ در دفتر ۲۴۱ و صفحه ۱۸۶ بنام مرتضی هاشمی ثبت و سند مالکیت بشماره چاپی ۲۴۷۹۲۷ صادر و تسلیم گردیده است و سپس مع الواسط برابر انتقال قطعی ۳۶۷۰۱ – ۵۵/۱۰/۷ دفترخانه ۵۴ تهران به نام شرکت راه آهن تهران و حومه منتقل گردیده است و ایشان ادعای مفقودی سند مالکیت اخیرالذکر را بعلت اسباب کشی (جابجائی) را نموده و تقاضای صدور المثنی سند مالکیت ششدانگ پلاک مذکور را نموده است، علیهذا در اجرای ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت (اصلاحی ۸۰/۱۱/۸) مراتب در یک نوبت و در یکی از جراید آگهی می شود تا چنانچه شخص یا اشخاصی مدعی انجام معامله نسبت به ملک مرقوم یا وجود سند مالکیت نزد خود باشند ظرف مدت ۱۰ روز پس از انتشار این آگهی اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت یا سند معامله به این اداره تسلیم و رسید دریافت نمایند. بدیهی است در صورت انقضاء مهلت مقرر و عدم وصول اعتراض یا در صورت اعتراض، اصل سند مالکیت یا سند معامله ارائه نگردد، طبق مقررات و تشریفات اداری، المثنی سند مالکیت صادر و تسلیم مالک خواهد شد.

۱۷۷۱۳ م الف **رئیس واحد ثبتی حوزه ثبت ملک لویزان تهران – ابوالفضل تریوه**

شناسه آگهی ۱۸۹۸۸۹۰

آگهی فقدان سند مالکیت

آقای محمد محمد خانی نماینده شهرداری منطقه ۸ با تسلیم استشهادیه گواهی شده بشماره ۸۴۰۹ مورخ ۱۴۰۳/۰۸/۰۷ دفترخانه ۱۲۴۹ تهران، طی درخواست وارده بشماره ۱۶۹۳۰ مورخ ۱۴۰۳/۰۸/۱۵ و مرقومه ۵۰۸/۵۳۵۷۹ مورخ ۱۴۰۳/۱۱/۱۵ ارسالی از شهرداری منطقه ۸ تهران با اعلام اینکه:

سند مالکیت کاداستری ششدانگ یک قطعه زمین بمساحت ۱۵۵۰ متر مربع قطعه ۱۰۱ تفکیکی بپلاک ثبتی ۹۷ فرعی از ۶۷۱۸ اصلی مفروز و مجزا شده از ۶۷۱۸ اصلی مذکور واقع در بخش ۲ تهران حوزه ثبتی لویزان در ذیل ثبت ۲۷۶۱۴ دفتر ۲۴۲ صفحه ۲۸۱ بنام محمد نراقی ثبت و سند مالکیت بشماره چاپی ۲۵۰۶۱۴ صادر و تسلیم گردیده است و سپس مع الواسط برابر انتقال قطعی ۸۹۸۷۴ مورخ ۱۳۵۵/۱۰/۱۹ به نام شرکت راه آهن تهران و حومه منتقل گردیده است و ایشان ادعای مفقودی سند مالکیت اخیرالذکر را بعلت اسباب کشی (جابجائی) را نموده و تقاضای صدور المثنی سند مالکیت ششدانگ پلاک مذکور را نموده است، علیهذا در اجرای ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت (اصلاحی ۸۰/۱۱/۸) مراتب در یک نوبت و در یکی از جراید آگهی می شود تا چنانچه شخص یا اشخاصی مدعی انجام معامله نسبت به ملک مرقوم یا وجود سند مالکیت نزد خود باشند ظرف مدت ۱۰ روز پس از انتشار این آگهی اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت یا سند معامله به این اداره تسلیم و رسید دریافت نمایند. بدیهی است در صورت انقضاء مهلت مقرر و عدم وصول اعتراض یا در صورت اعتراض، اصل سند مالکیت یا سند معامله ارائه نگردد، طبق مقررات و تشریفات اداری، المثنی سند مالکیت صادر و تسلیم مالک خواهد شد.

۱۷۷۱۵ م الف **رئیس واحد ثبتی حوزه ثبت ملک لویزان تهران – ابوالفضل تریوه**

شناسه آگهی ۱۸۹۸۸۹۳

آگهی فقدان سند مالکیت

آقای محمد محمد خانی نماینده شهرداری منطقه ۸ با تسلیم استشهادیه گواهی شده بشماره ۸۴۰۹ مورخ ۱۴۰۳/۰۸/۰۷ دفترخانه ۱۲۴۹ تهران، طی درخواست وارده بشماره ۱۶۹۳۰ مورخ ۱۴۰۳/۰۸/۱۵ و مرقومه ۵۰۸/۵۳۵۷۹ مورخ ۱۴۰۳/۱۱/۱۵ ارسالی از شهرداری منطقه ۸ تهران با اعلام اینکه:

سند مالکیت کاداستری ششدانگ یک قطعه زمین بمساحت ۱۵۵۰ متر مربع قطعه ۹۷ تفکیکی بپلاک ثبتی ۹۷ فرعی از ۶۷۱۸ اصلی مفروز و مجزا شده از ۶۷۱۸ اصلی مذکور واقع در بخش ۲ تهران حوزه ثبتی لویزان در ذیل ثبت ۲۷۶۱۴ دفتر ۲۴۲ صفحه ۲۸۱ بنام محمد نراقی ثبت و سند مالکیت بشماره چاپی ۲۵۰۶۱۴ صادر و تسلیم گردیده است و سپس مع الواسط برابر انتقال قطعی ۸۹۸۷۴ مورخ ۱۳۵۵/۱۰/۱۹ به نام شرکت راه آهن تهران و حومه منتقل گردیده است و ایشان ادعای مفقودی سند مالکیت اخیرالذکر را بعلت اسباب کشی (جابجائی) را نموده و تقاضای صدور المثنی سند مالکیت ششدانگ پلاک مذکور را نموده است، علیهذا در اجرای ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت (اصلاحی ۸۰/۱۱/۸) مراتب در یک نوبت و در یکی از جراید آگهی می شود تا چنانچه شخص یا اشخاصی مدعی انجام معامله نسبت به ملک مرقوم یا وجود سند مالکیت نزد خود باشند ظرف مدت ۱۰ روز پس از انتشار این آگهی اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت یا سند معامله به این اداره تسلیم و رسید دریافت نمایند. بدیهی است در صورت انقضاء مهلت مقرر و عدم وصول اعتراض یا در صورت اعتراض، اصل سند مالکیت یا سند معامله ارائه نگردد، طبق مقررات و تشریفات اداری، المثنی سند مالکیت صادر و تسلیم مالک خواهد شد.

۱۷۷۱۷ م الف **رئیس واحد ثبتی حوزه ثبت ملک لویزان تهران – ابوالفضل تریوه**

شناسه آگهی ۱۸۹۸۸۹۷

آگهی فقدان سند مالکیت

آقای محمد محمد خانی نماینده شهرداری منطقه ۸ با تسلیم استشهادیه گواهی شده بشماره ۸۴۰۹ مورخ ۱۴۰۳/۰۸/۰۷ دفترخانه ۱۲۴۹ تهران، طی درخواست وارده بشماره ۱۶۹۳۰ مورخ ۱۴۰۳/۰۸/۱۵ و مرقومه ۵۰۸/۵۳۵۷۹ مورخ ۱۴۰۳/۱۱/۱۵ ارسالی از شهرداری منطقه ۸ تهران با اعلام اینکه:

سند مالکیت ششدانگ یک قطعه زمین بمساحت ۱۵۵۰ متر مربع قطعه ۱۰۸ تفکیکی بپلاک ثبتی ۱۰۸ فرعی از ۶۷۱۸ اصلی مفروز و مجزا شده از ۶۷۱۸ اصلی مذکور واقع در بخش ۲ تهران حوزه ثبتی لویزان در ذیل ثبت ۲۷۵۱۳ دفتر ۲۴۱ صفحه ۲۷۴ بنام مرتضی هاشمی ثبت و سند مالکیت بشماره چاپی ۲۴۷۹۵۰ صادر و تسلیم گردیده است و سپس برابر انتقال قطعی ۳۷۲۳۹ مورخ ۱۳۵۵/۱۲/۲۵ به نام شرکت راه آهن تهران و حومه منتقل گردیده است و ایشان ادعای مفقودی سند مالکیت اخیرالذکر را بعلت اسباب کشی (جابجائی) را نموده و تقاضای صدور المثنی سند مالکیت ششدانگ پلاک مذکور را نموده است، علیهذا در اجرای ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت (اصلاحی ۸۰/۱۱/۸) مراتب در یک نوبت و در یکی از جراید آگهی می شود تا چنانچه شخص یا اشخاصی مدعی انجام معامله نسبت به ملک مرقوم یا وجود سند مالکیت نزد خود باشند ظرف مدت ۱۰ روز پس از انتشار این آگهی اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت یا سند معامله به این اداره تسلیم و رسید دریافت نمایند. بدیهی است در صورت انقضاء مهلت مقرر و عدم وصول اعتراض یا در صورت اعتراض، اصل سند مالکیت یا سند معامله ارائه نگردد، طبق مقررات و تشریفات اداری، المثنی سند مالکیت صادر و تسلیم مالک خواهد شد.

۱۷۷۱۲ م الف **رئیس واحد ثبتی حوزه ثبت ملک لویزان تهران – ابوالفضل تریوه**

شناسه آگهی ۱۸۹۸۸۸۹

آگهی فقدان سند مالکیت

آقای محمد محمد خانی نماینده شهرداری منطقه ۸ با تسلیم استشهادیه گواهی شده بشماره ۸۴۰۹ مورخ ۱۴۰۳/۰۸/۰۷ دفترخانه ۱۲۴۹ تهران، طی درخواست وارده بشماره ۱۶۹۳۰ مورخ ۱۴۰۳/۰۸/۱۵ و مرقومه ۵۰۸/۵۳۵۷۹ مورخ ۱۴۰۳/۱۱/۱۵ ارسالی از شهرداری منطقه ۸ تهران با اعلام اینکه:

سند مالکیت ششدانگ یک قطعه زمین بمساحت ۱۵۵۰ متر مربع قطعه ۵۶ تفکیکی بپلاک ثبتی ۵۶ فرعی از ۶۷۱۸ اصلی مفروز و مجزا شده از ۶۷۱۸ اصلی مذکور واقع در بخش ۲ تهران حوزه ثبتی لویزان، در ذیل ثبت ۲۷۴۷۱ دفتر ۲۴۱ صفحه ۱۹۰ بنام مرتضی هاشمی ثبت و سند مالکیت بشماره چاپی ۱۴۷۹۲۹ صادر و تسلیم گردیده است و سپس مع الواسط برابر انتقال قطعی ۳۶۷۰۱ مورخ ۱۳۵۵/۱۰/۰۷ به نام شرکت راه آهن تهران و حومه منتقل گردیده است و ایشان ادعای مفقودی سند مالکیت اخیرالذکر را بعلت اسباب کشی (جابجائی) را نموده و تقاضای صدور المثنی سند مالکیت ششدانگ پلاک مذکور را نموده است، علیهذا در اجرای ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت (اصلاحی ۸۰/۱۱/۸) مراتب در یک نوبت و در یکی از جراید آگهی می شود تا چنانچه شخص یا اشخاصی مدعی انجام معامله نسبت به ملک مرقوم یا وجود سند مالکیت نزد خود باشند، ظرف مدت ۱۰ روز پس از انتشار این آگهی اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت یا سند معامله به این اداره تسلیم و رسید دریافت نمایند. بدیهی است در صورت انقضاء مهلت مقرر و عدم وصول اعتراض یا در صورت اعتراض، اصل سند مالکیت یا سند معامله ارائه نگردد، طبق مقررات و تشریفات اداری، المثنی سند مالکیت صادر و تسلیم مالک خواهد شد.

۱۷۷۱۴ م الف **رئیس واحد ثبتی حوزه ثبت ملک لویزان تهران – ابوالفضل تریوه**

شناسه آگهی ۱۸۹۸۸۹۲

آگهی فقدان سند مالکیت

آقای محمد محمد خانی نماینده شهرداری منطقه ۸ با تسلیم استشهادیه گواهی شده بشماره ۸۴۰۹ مورخ ۱۴۰۳/۰۸/۰۷ دفترخانه ۱۲۴۹ تهران، طی درخواست وارده بشماره ۱۶۹۳۰ مورخ ۱۴۰۳/۰۸/۱۵ و مرقومه ۵۰۸/۵۳۵۷۹ مورخ ۱۴۰۳/۱۱/۱۵ ارسالی از شهرداری منطقه ۸ تهران با اعلام اینکه:

سند مالکیت ششدانگ یک قطعه زمین بمساحت ۱۵۵۰ متر مربع قطعه ۹۹ تفکیکی بپلاک ثبتی ۹۹ فرعی از ۶۷۱۸ اصلی مفروز و مجزا شده از ۶۷۱۸ اصلی مذکور واقع در بخش ۲ تهران حوزه ثبتی لویزان در ذیل ثبت ۲۷۶۱۸ دفتر ۲۴۲ صفحه ۲۸۹ بنام محمد نراقی ثبت و سند مالکیت بشماره چاپی ۲۵۰۶۱۲ صادر و تسلیم گردیده است و سپس مع الواسط برابر انتقال قطعی ۹۲۶۶۹ مورخ ۱۳۵۶/۱۲/۱۳ و ۹۲۶۶۹ مورخ ۵۵/۱۱/۱۹ و ۹۰۵۰۰ مورخ ۵۵/۱۲/۲۱ و ۹۲۶۶۹ مورخ ۵۵/۱۲/۱۳ و ۹۰۴۹۸

همکاری تبلیغاتی با سلبریتی‌ها: شمشیری دولبه برای برندها!

نویسنده: علی آل‌علی

زمانی نه چندان دور همکاری با سلبریتی‌ها حکم طلا را داشت. برندها با افتخار افراد مشهور را در کنار محصولات‌شان می‌نشاندند و گمان می‌کردند این افراد حکم طلسم جادویی فروش را دارند. تصور کنید که مایکل جردن با یک جفت کفش نایکی در تلویزیون ظاهر شود؛ این تصویر تنها به یک تبلیغ محدود نمی‌شد، بلکه یک جنب و جوش به وجود می‌آورد. البته حالا اوضاع تغییر کرده و دیگر خبری از آن روزهای طلایی نیست.

در دنیای امروز اینفلوئنسرها با مخاطب تعامل نزدیک و بهتری دارند. این امر برندها را مجذوب خود کرده و سلبریتی‌ها کمی حاشیه‌نشین شده‌اند. از طرف دیگر، هزینه‌های هنگفت همکاری با سلبریتی‌ها و ریسک‌های احتمالی آن بسیاری از مدیران را دچار تردید کرده است. آیا یک چهره مشهور هنوز می‌تواند همان اثر جادویی را داشته باشد؟ یا این جادو در هجوم تبلیغات دیجیتال رنگ باخته است؟ برای پاسخ به این سوال، باید دو سوی سکه را بررسی کنیم. خب یادتان که نرفته ما در روزنامه فرصت امروز هیچ وقت یکطرفه پیش قاضی نمی‌رویم. نقاط ضعف و قوت همکاری برندها با سلبریتی‌ها موضوعی است که ما در این مقاله روز آن دست گذاشته‌ایم. از ریسک‌های بالای مالی گرفته تا فرصت‌های برندینگ شگفت‌انگیز، هر یک از این عوامل می‌توانند دید ما را تغییر دهند. پس با ما همراه باشید تا نگاهی هرچه دقیق‌تر به وضعیت کنونی تبلیغات و جایگاه سلبریتی‌ها بیندازیم.

نقاط ضعف همکاری برندها با سلبریتی‌ها

هزینه‌های سرسام‌آور و بازدهی نامشخص

همکاری با سلبریتی‌ها برای بسیاری از برندها مانند ورود به یک قمار پرهزینه است. دستمزدهای میلیون دلاری، فرآیند تولید محتوای پرخرج و هزینه‌های تبلیغاتی تکمیلی می‌تواند به بودجه‌ای نجومی نیاز داشته باشد. همچنین در بسیاری از موارد بازگشت سرمایه (ROI) نیز مشخص نیست.

اجازه دهید یک مثال کلیدی را بررسی کنیم. برند پپسی چند سال قبل برای تبلیغاتش سراغ یک خواننده مشهور رفت و میلیون‌ها دلار هزینه کرد، اما واکنش منفی مخاطبان به پیام تبلیغاتی باعث شد که این سرمایه‌گذاری تبدیل به یک شکست شود. چنین اتفاقاتی نشان می‌دهد که حتی برندهای بزرگ نیز نمی‌توانند از ریسک‌های همکاری با سلبریتی‌ها در امان باشند.

در عصر دیجیتال برندها می‌توانند با بخشی از این هزینه‌ها اینفلوئنسرهایی را جذب کنند که تعامل بیشتری با مخاطبان دارند. اینفلوئنسرها ممکن است مانند سلبریتی‌ها پرزرق و برق نباشند، اما توانایی بیشتری در ایجاد اعتماد و نزدیکی با مخاطبان دارند. علاوه بر هزینه‌های مستقیم، برندها باید هزینه‌های پنهان مانند تبلیغات رسانه‌ای گسترده و مدیریت روابط عمومی را نیز بپردازند. اگر تبلیغ با واکنش منفی روبه‌رو شود، این هزینه‌ها چند برابر خواهد شد. بی‌شک برای بسیاری از برندها، هزینه همکاری با سلبریتی‌ها بیش از آن است که بتواند بازدهی قابل توجهی داشته باشد. این مسئله باعث می‌شود که بسیاری از برندها به گزینه‌های جایگزین فکر کنند.

ریسک بر روی شهرت برند

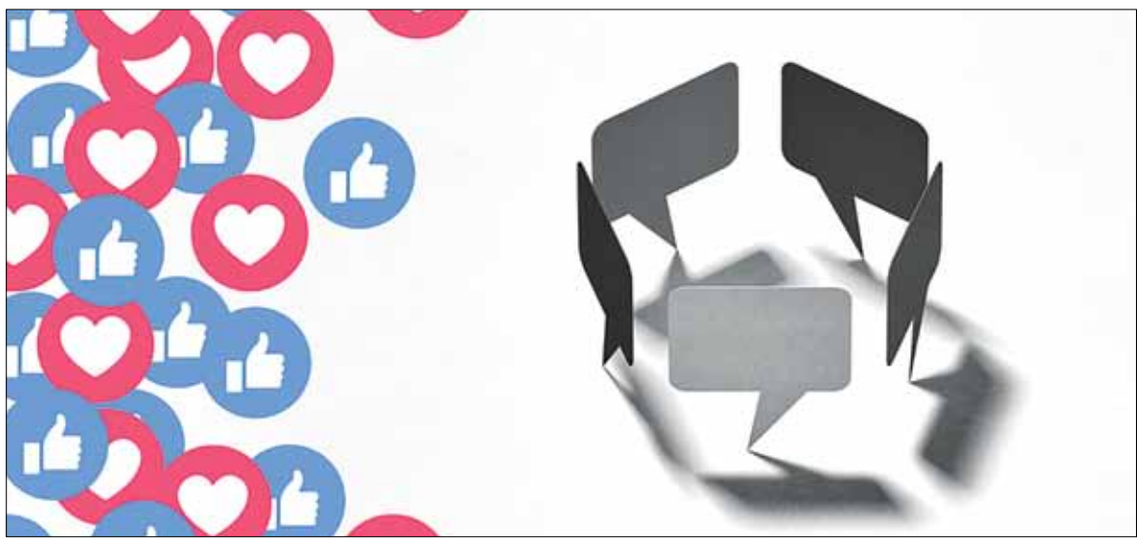
یک سلبریتی می‌تواند برند شما را در اوج قرار دهد یا به قعر بیندازد. رفتارها و تصمیمات شخصی این افراد می‌تواند تاثیر مستقیمی بر تصویر برند شما داشته باشد. برای مثال وقتی تایگر وودز به دلیل مسائل شخصی مورد انتقاد شدید قرار گرفت، برندهایی که با او همکاری داشتند، یکی پس از دیگری قراردادهای‌شان را لغو کردند. این اتفاق تنها به شهرت تایگر وودز آسیب نزد، بلکه برای برخی برندها نیز ضربه‌ای جدی به اعتبارشان بود.

در عصر پلتفرم‌های اجتماعی، اشتباهات کوچک به سرعت تبدیل به توفان‌های رسانه‌ای می‌شوند. اگر یک سلبریتی چیزی بگوید یا کاری انجام دهد که با ارزش‌های برند هماهنگ نباشد، این اتفاق می‌تواند عواقب جدی به همراه بیاورد علاوه بر این، ارتباط بیش از حد برند با یک سلبریتی خاص می‌تواند برند را به او وابسته کند. اگر سلبریتی از مرکز توجه خارج شود، ممکن است برند نیز جذابیت خود را از دست بدهد. با توجه به نکاتی که گفتیم، برندها باید پیش از همکاری با سلبریتی‌ها ریسک‌های احتمالی را ارزیابی کرده و برنامه‌ای برای مدیریت بحران داشته باشند، اما حتی با برنامه‌ریزی دقیق نیز نمی‌توان تمامی ریسک‌ها را از بین برد.

کمبود ارتباط عاطفی با مخاطب

سلبریتی‌ها به دلیل فاصله‌ای که با مردم عادی دارند، همیشه نمی‌توانند ارتباط عاطفی لازم را با مخاطب برند برقرار کنند. بسیاری از مشتریان تبلیغات سلبریتی‌ها را صرفا به عنوان یک قرارداد پولی می‌بینند، نه یک تایید واقعی از محصول. مثلا وقتی یک بازیگر هالیوودی یک برند محلی را تبلیغ می‌کند، ممکن است مخاطب احساس کند این همکاری مصنوعی و غیرواقعی است. آنها ترجیح می‌دهند به توصیه کسی گوش کنند که تجربه واقعی با محصول دارد، نه کسی که فقط برای دریافت چک تبلیغاتی صحبت می‌کند.

اینفلوئنسرها در این زمینه مزیت نسبی دارند. آنها اغلب از زندگی روزمره خود صحبت می‌کنند و مخاطب احساس می‌کنند که به زندگی واقعی این افراد نزدیک‌تر است. این صداقت ظاهری می‌تواند تاثیر بیشتری در تصمیم‌گیری مخاطبان داشته باشد.



برندهایی که می‌خواهند با سلبریتی‌ها همکاری کنند، باید دقت کنند که این همکاری طبیعی و باورپذیر به نظر برسد. اگر تبلیغ ساختگی یا صرفاً برای درآمدزایی باشد، ممکن است نتیجه عکس داشته باشد. در نهایت، برندها باید مطمئن شوند که همکاری با سلبریتی، به جای ایجاد فاصله، باعث نزدیکی مخاطبان به برند شود. این امر نیازمند دقت در انتخاب سلبریتی و نوع همکاری است.

تاثیر کوتاه‌مدت و فقدان ماندگاری پیام تبلیغاتی

یکی از مشکلات همکاری با سلبریتی‌ها این است که تاثیر چنین تبلیغاتی معمولا کوتاه مدت است. وقتی یک سلبریتی محصولی را تبلیغ می‌کند، هیجان و توجه زیادی ایجاد می‌شود، اما این توجه اغلب پس از مدت کوتاهی فروکش می‌کند. دلیل این موضوع، بمباران مداوم مخاطبان با پیام‌های تبلیغاتی مختلف است. برای مثال، یک همکاری پرهزینه با یک بازیگر هالیوودی ممکن است در زمان تبلیغ بسیار پرسر و صدا باشد، اما پس از چند هفته این پیام در میان انبوه تبلیغات دیگر گم می‌شود. برندها باید تلاش کنند که حضور خود را پایدار نگه دارند، اما هزینه‌های همکاری مداوم با سلبریتی‌ها می‌تواند این هدف را غیرممکن کند. علاوه بر این، مخاطب معمولا به دلیل ارتباط مستقیم با سلبریتی‌ها به محصول اعتماد نمی‌کنند. آنها بیشتر درگیر جذابیت چهره مشهور می‌شوند، نه الزاما محصول. در نتیجه فروش اولیه ممکن است افزایش یابد، اما وفاداری بلندمدت مشتری به برند به سختی شکل می‌گیرد. برندها برای ماندگار کردن پیام خود باید از استراتژی‌های مکمل استفاده کنند. ترکیب همکاری با سلبریتی‌ها و تولید محتوای ارگانیک یا تقویت پیام تبلیغاتی از طریق سایر کانال‌ها، می‌تواند موثر باشد. در غیر این صورت، هزینه سنگین تبلیغات ممکن است نتیجه‌ای پایدار به همراه نداشته باشد. اگر هدف یک برند ایجاد اثر طولانی‌مدت باشد، باید استراتژی‌های جایگزین یا مکملی برای افزایش ماندگاری پیام در نظر بگیرد. تنها تکیه بر سلبریتی‌ها، این هدف را محقق نمی‌کند. این یعنی سلبریتی‌ها در این رابطه دردی از برندها دوا نخواهند کرد.

فقدان اصالت در تبلیغات

یکی دیگر از نقاط ضعف همکاری برندها با سلبریتی‌ها این است که چنین تبلیغاتی اغلب فاقد اصالت به نظر می‌رسند. مخاطب امروزی نسبت به گذشته هوشیارتر شده و تبلیغات غیرواقعی یا صرفا تجاری را به راحتی تشخیص می‌دهد. وقتی یک سلبریتی مشهور که به طور مداوم محصولات مختلف را تبلیغ می‌کند، ناگهان نام یک برند جدید را بر زبان می‌آورد، مخاطب ممکن است این حرکت را صرفا یک قرارداد تجاری ببیند. آنها کمتر احساس می‌کنند که این توصیه از تجربه واقعی ناشی شده است. ماجرا سخت شد، نه؟

وقتی که یک ستاره سینما محصولی مرتبط با سبک زندگی خود را تبلیغ می‌کند، ممکن است باورپذیری بیشتری داشته باشد، اما اگر همان سلبریتی شروع به تبلیغ محصولی کاملا نامربوط کند، این حرکت می‌تواند اثر منفی داشته باشد. در چنین مواردی، تبلیغ ممکن است مانند یک نمایش مصنوعی به نظر برسد. این مشکل به ویژه برای برندهایی که بر اصالت و صداقت تاکید دارند، می‌تواند آسیب‌زا باشد. مخاطب این برندها معمولا انتظار دارند که تبلیغات برمبنای تجربه واقعی باشد و نه صرفاً براساس منافع مالی.

برای جلوگیری از این مشکل، برندها باید در انتخاب سلبریتی‌ها دقت بیشتری به خرج دهند. سلبریتی انتخاب شده باید به ارزش‌ها و هویت برند نزدیک باشد و همکاری او طبیعی و واقعی به نظر برسد. تنها در این صورت است که تبلیغ می‌تواند اعتماد مخاطبان را جلب کند.

مزایای همکاری برندها با سلبریتی‌ها

تاثیرگذاری گسترده

یکی از بزرگ‌ترین مزایای همکاری با سلبریتی‌ها دسترسی به جمعیتی انبوه است. سلبریتی‌ها می‌توانند پیام برند را در سطحی گسترده‌تر و با سرعت بیشتری منتشر کنند. وقتی که رافائل نادال برای برند نایک تبلیغ کرد، این همکاری نه تنها به فروش محصولات نایک کمک کرد، بلکه باعث شد که برند نایک به عنوان حامی ارزش‌هایی مانند ورزش و سلامتی شناخته شود. این تاثیر فراتر از تبلیغات معمولی بود و با شیوه‌های سنتی امکان دستیابی به آن وجود نداشت.

همکاری با سلبریتی‌ها به برندها اجازه می‌دهد تا به مخاطبانی دست یابند که شاید به طور عادی به آنها دسترسی نداشتند. این امر به ویژه در بازارهای جدید و در حال رشد، می‌تواند بسیار مفید باشد. علاوه بر این، سلبریتی‌ها می‌توانند تصویر برند را بهبود بخشند. وقتی یک چهره محبوب و قابل اعتماد، محصول شما را تایید می‌کند، این تایید می‌تواند ارزش‌های برند را تقویت کند و اعتماد مخاطبان را جلب کند. این مزیت، به ویژه برای برندهایی که تازه وارد بازار شده‌اند، بسیار حیاتی است. حضور یک سلبریتی می‌تواند مانند یک مهر تایید اجتماعی عمل کند و به برند کمک کند که سریع‌تر جایگاه خود را پیدا کند.

افزایش آگاهی از برند در مقیاسی بی‌سابقه

جنبه دیگری از مزایای همکاری با سلبریتی‌ها توانایی آنها در افزایش آگاهی از برند در سطحی گسترده است. سلبریتی‌ها به لطف پایگاه طرفداران گسترده‌ای که دارند، می‌توانند نام یک برند را به گوش مخاطبانی برسانند که برند شاید هرگز به آنها دسترسی نداشته باشد. به عنوان نمونه، همکاری نایکی با مایکل جردن در دهه ۸۰ میلادی نه تنها فروش محصولات این برند را به شدت افزایش داد، بلکه باعث شد نایکی به نامی جهانی تبدیل شود. این همکاری آگاهی از برند نایکی را حتی در میان افرادی که علاقه‌ای به بسکتبال نداشتند نیز افزایش داد.

این مزیت به ویژه زمانی به چشم می‌آید که برندها بخواهند به بازارهای جدید وارد شوند. حضور یک سلبریتی که در آن بازار شناخته شده است، می‌تواند در معرفی برند به مخاطبان جدید نقشی حیاتی ایفا کند. این امر اعتماد اولیه مخاطبان را جلب می‌کند و فرآیند آشنایی با برند را تسریع می‌کند. سلبریتی‌ها می‌توانند با حضور در کمپین‌های تبلیغاتی پرهزینه، تأثیری ویروسی ایجاد کنند. وقتی یک چهره شناخته شده محصولی را معرفی می‌کند، این پیام به سرعت در فضای آنلاین و آفلاین منتشر می‌شود و میزان دیده شدن برند را به شدت افزایش می‌دهد.

بی‌شک در دنیای رقابتی امروز آگاهی از برند یکی از اساسی‌ترین عوامل موفقیت است. همکاری با سلبریتی‌ها می‌تواند راهی مطمئن برای کسب این آگاهی در مقیاسی فراتر از انتظار باشد.

ایجاد تمایز در بازارهای شلوغ

در بازاری که هزاران برند به صورت مداوم با یکدیگر رقابت می‌کنند، همکاری با یک سلبریتی می‌تواند تمایزی قابل توجه ایجاد کند. سلبریتی‌ها اغلب توجهات را به خود جلب می‌کنند و این امر می‌تواند به برندها کمک کند تا در میان رقبا متمایز شوند. اگر اپل از لیونل مسی برای معرفی محصولات خود استفاده کند، این حرکت نه تنها توجه‌ها را به محصولات جدید جلب می‌کند، بلکه پیام متفاوتی از رویکرد نوآورانه برند را منتقل می‌کند. این نوع همکاری نه تنها جذابیت محصول را افزایش می‌دهد، بلکه ارزش افزوده‌ای به آن اضافه می‌کند.

همچنین سلبریتی‌ها می‌توانند به برندها کمک کنند تا داستان منحصربه فردی برای خود ایجاد کنند. داستان‌هایی که به همراه چهره‌های مشهور روایت می‌شوند، تأثیری ماندگارتر در ذهن مخاطب می‌گذارند. برندهایی که با سلبریتی‌ها همکاری می‌کنند، اغلب در ذهن مخاطبان برجسته‌تر باقی می‌مانند. این تمایز، حتی در میان مشتریانی که محصول را خریداری نمی‌کنند، اثری روانی به جا می‌گذارد. همکاری با سلبریتی‌ها می‌تواند به برندها کمک کند تا در بازار پرازدحام، همچنان برجسته باقی بمانند و جایگاه منحصربه‌فردی ایجاد کنند.

تقویت جایگاه اجتماعی برند

سلبریتی‌ها اغلب به عنوان نمادهای اجتماعی شناخته می‌شوند و همکاری با آنها می‌تواند جایگاه اجتماعی برند را تقویت کند. وقتی یک برند با یک سلبریتی معتبر همکاری می‌کند، این ارتباط باعث می‌شود که برند نیز در چشم مخاطبان معتبرتر و باکلاس‌تر به نظر برسد. برند نیوآ با همکاری بازیکنان تیم رئال مادرید نه تنها به فروش بالایی دست یافت، بلکه جایگاه خود را به عنوان یک برند لوکس و خاص تثبیت کرد. این همکاری‌ها به مخاطبان نشان داد که محصولات تیفانی فقط برای افراد خاص و با سلیقه طراحی شده‌اند.

این نوع همکاری‌ها می‌توانند به ویژه در بخش‌هایی مانند مد و زیبایی اثربخش باشند. مخاطب این صنایع به اعتبار و جایگاه اجتماعی برندها حساس‌تر هستند و حضور یک سلبریتی محبوب می‌تواند این جایگاه را ارتقا دهد. علاوه بر این، ارتباط با سلبریتی‌ها می‌تواند برندها را به جوامع خاص و طبقات اجتماعی بالاتر مرتبط کند. این ارتباط نه تنها ارزش برند را افزایش می‌دهد، بلکه مخاطبانی جدید را نیز جذب می‌کند. تقویت جایگاه اجتماعی برند به واسطه همکاری با سلبریتی‌ها می‌تواند به موفقیت بلندمدت برند در میان گروه‌های مختلف کمک کند.

افزایش تعاملات و فعالیت‌های بازاریابی آنلاین

حضور سلبریتی‌ها در کمپین‌های تبلیغاتی به ویژه در شبکه‌های اجتماعی می‌تواند به افزایش تعاملات مخاطبان با برند منجر شود. پست‌های تبلیغاتی سلبریتی‌ها معمولاً توجه زیادی را به خود جلب می‌کنند و همین امر باعث می‌شود که مخاطبان بیشتری با محتوا تعامل داشته باشند.

زمانی که کریستیانو رونالدو با یک برند نوشیدنی ورزشی همکاری می‌کند، پست‌های او در اینستاگرام به سرعت میلیون‌ها لایک و کامنت دریافت می‌کنند. این حجم از تعاملات، نه تنها فروش محصول را افزایش می‌دهد، بلکه آگاهی از برند را نیز تقویت می‌کند. همچنین، کمپین‌های سلبریتی محور معمولاً بازنشر زیادی در شبکه‌های اجتماعی دارند. این بازنشرها می‌توانند به انتشار پیام برند در سطحی گسترده کمک کنند و اثرات تبلیغاتی را چندین برابر کنند.

همکاری با سلبریتی‌ها اغلب منجر به ایجاد گفت‌وگوهای گسترده در مورد برند می‌شود. مخاطبان در مورد تبلیغ، محصول و حتی خود سلبریتی صحبت می‌کنند و این گفت‌وگوها به شناخته‌تر شدن برند کمک می‌کند. در نتیجه حضور سلبریتی‌ها در تبلیغات آنلاین می‌تواند به برندها کمک کند تا تعاملات بیشتری را ایجاد کنند و جایگاه خود را در فضای دیجیتال تقویت کنند.

سخن پایانی

در دنیای شلوغ امروز همکاری با سلبریتی‌ها همچنان یکی از جذاب‌ترین و بحث‌برانگیزترین راهبردهای بازاریابی محسوب می‌شود. این نوع همکاری می تواند دستاوردهای بزرگی به همراه داشته باشد، از افزایش آگاهی از برند و تمایز در بازار گرفته تا تقویت جایگاه اجتماعی و ایجاد تعاملات گسترده در شبکه‌های اجتماعی. در عین حال مخاطراتی همچون هزینه‌های بالا، خطرات آسیب به تصویر برند و حتی کاهش اصالت را نیز نباید از نظر دور داشت.

کلید موفقیت در این مسیر برای بازاریاب‌ها و مدیران ایجاد تعادلی هوشمندانه است. آنها باید پیش از ورود به هر همکاری، مزایا و معایب را با دقت بسنجند و مطمئن شوند که این همکاری با اهداف استراتژیک برند هماهنگ است. استفاده از سلبریتی‌ها باید براساس تحلیل دقیق مخاطب، بازار هدف و ارزش‌هایی که برند می‌خواهد منتقل کند، انجام شود.

در دنیای دیجیتال امروزی، جایی که اینفلوئنسرها و راهکارهای مقرون به صرفه تر به چالشی برای جایگاه سلبریتی‌ها تبدیل شده‌اند، بازاریاب‌ها باید هوشمندانه تر از گذشته عمل کنند. همکاری با یک سلبریتی فقط زمانی اثربخش است که به عنوان بخشی از یک استراتژی جامع بازاریابی طراحی شود و نه به عنوان راه حلی کوتاه مدت برای افزایش فروش.

در پایان، سلبریتی‌ها همچنان نقشی تاثیرگذار در دنیای بازاریابی ایفا می‌کنند، اما موفقیت در این مسیر تنها به یک چیز بستگی دارد: تصمیم‌گیری درست و مبتنی بر داده. در عصر تغییرات سریع این نوع تصمیم‌گیری به بازاریاب‌ها کمک می‌کند تا از فرصت‌ها بیشترین بهره را ببرند و ریسک‌ها را به حداقل برسانند. پس منتظر چه هستید؟ همین حالا درباره وضعیت تبلیغاتی‌تان دست به ارزیابی دوباره زده و کمی محتاط‌تر به همکاری با سلبریتی‌ها فکر کنید.

منابع:
https://www.entrepreneur.com/growing-a-business/how-to-supercharge-your-brand-with-celebrity-and-۴۸۴۶۵۳/influencer
https://www.sk.agency/the-benefits-and-risks-of-using-celebrities-in-marketing/

نوبت دوم

آگهی مناقصه عمومی

شهرداری تاکستان

شهرداری تاکستان در نظردارد به استناد بند ((۱)) مصوبه شماره ((۲۸۹)) شورای اسلامی شهر به مورخه ۱۴۰۳/۱۱/۲۷ اجرای پروژه به شرح زیر را ازطریق مناقصه عمومی به پیمانکاران واجد شرایط وصلاحیت واگذارنماید.

موضوع مناقصه:

- پروژه اجرا آسفالت دستی و لکه گیری - با برآورد اولیه بمبلغ کل ۴۰/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال بمدت ۹ماه

از متقاضیان شرکت درمناقصه دعوت می شود ،پس از انتشار آگهی جهت دریافت اسناد مناقصه به سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستادایران) به آدرس www.setadiran.ir مراجعه‌نمایند

مشخصات و توضیحات:

- کلیه مراحل فرآیند مناقصه شامل دریافت فایل اسناد ، ارائه تصویر پرداخت تضمین شرکت در مناقصه ، ارسال پیشنهاد قیمت ، انصراف از شرکت در مناقصه ، بازگشایی فایل پاکات ، اعلام به برنده و ... در بستر سامانه تدارکات الکترونیکی دولت امکان پذیر می باشد .
- شرکت کنندگان می بایست تا ساعت و تاریخ مشخص شده در اسناد پاکات الف- و ب و پیشنهاد قیمت خود را در سامانه ثبت و بارگذاری و اصل پاکات الف را نیز تا مهلت معین شده به دبیرخانه شهرداری تاکستان تحویل نمایند.
- پرداخت هزینه آگهی بر عهده برنده مناقصه میباشد.

شرکت کنندگان مبلغ ۲/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال به عنوان سپرده بصورت نقدی به شماره حساب سپرده IR۳۷۰۶۱۰۰۰۰۰۰۰۱۰۰۸۰۱۲۲۸۴۸۶ شهرداری تاکستان نزد بانک شهر واریز یاضمانت نامه بانکی در وجه شهرداری تهیه ومدارک را ضمیمه پیشنهاد خود نمایند.

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۳/۱۲/۲۰ تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۳/۱۲/۲۷

کیوان رحمانی – شهردار تاکستان

شناسه آگهی : ۱۸۹۸۶۷۴ نوبت دوم

آگهی دعوت به مزایده ۴۳/۱۴۰۳/۱۲

راه‌آهن جمهوری اسلامی ایران

اداره کل راه آهن اصفهان درنظردارد نسبت به واگذاری مورد ذیل الذکر از طریق مزایده عمومی به افراد حقیقی و حقوقی توسط سامانه تدارکات الکترونیکی دولت(ستاد)به نشانی(http://Setadiran.ir) به شرح زیر اقدام نماید.مزایده گران موظفند برای شرکت درمزایده نسبت به ثبت نام درسایت مذکور و دریافت گواهی امضاء الکترونیکی اقدام نمایند.لازم به ذکر است کلیه مراحل برگزاری مزایده از دریافت اسنادتاانتخاب برنده ازطریق سایت مزبورانجام میگردد.

موضوع مزایده	محل اجراء	مدت	مبلغ برآورد اولیه مزایده (ریال)
اجاره خط تعمیرات واگنهای مسافری	در محدوده ایستگاه راه آهن اصفهان	سه سال شمسی	۴/۳۲۰/۰۰۰/۰۰۰

تذکر: مستاجران قبلی ، در صورت تسویه حساب کامل با موجر مجاز به شرکت در مزایده می باشند.
۱- مهلت دریافت اسناد مزایده: حداکثر تا ساعت ۱۴ روز چهار شنبه مورخ ۱۴۰۴/۰۱/۰۶
۲- مهلت بازگذاری و محل تحویل پاکات: حداکثر تا ساعت ۱۳ روز پنجشنبه مورخ ۱۴۰۴/۰۱/۲۱ به نشانی اصفهان -اول بزرگراه شهید دستجردی -مقابل سپاهان شهر- اداره کل راه آهن اصفهان -امور اداری
۳- زمان بازدید: از تاریخ ۱۴۰۳/۱۲/۲۷ تا تاریخ ۱۴۰۴/۰۱/۲۰ از ساعت ۹ الی ۱۱
۴-زمان و محل تشکیل جلسه بازگشایی پاکات مزایده: ساعت ۹ صبح روز شنبه مورخ ۱۴۰۴/۰۱/۲۳ به نشانی فوق الذکر
۵- میزان و نوع تضمین شرکت در مزایده: ۲۱۶/۰۰۰/۰۰۰ ریال به صورت ضمانتنامه معتبر بانکی یا واریز وجه نقدی مطابق با آیین‌نامه تضمین معاملات دولتی و اسناد مزایده می‌باشد. ضمانتنامه مذکور می‌بایست دارای سه/۳ ماه اعتبار بوده و برای مدت سه/۳ ماه دیگر نیز قابل تمدید باشد.
۶- دریافت اسناد صرفاً میبایست ازطریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت(ستاد) صورت پذیرد.
۷-آگهی مزایده فوق از طریق پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات http://iets.mporg.ir اطلاع رسانی می گردد.

تاریخ چاپ نوبت اول: روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۳/۱۲/۲۶ تاریخ چاپ نوبت دوم : روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۳/۱۲/۲۷

اداره کل راه آهن اصفهان

نوبت دوم

آگهی مناقصه عمومی

شهرداری تاکستان

شهرداری تاکستان در نظردارد به استناد بند ((۰۸)) مصوبه شماره ((۲۸۸)) شورای اسلامی شهر اجرای پروژه به شرح زیر را ازطریق مناقصه عمومی به پیمانکاران واجد شرایط وصلاحیت واگذارنماید.

موضوع مناقصه:

- پروژه حفظ و نگهداری فضای سبز پارک بانوان - با برآورد اولیه بمبلغ کل ۲۵/۳۵۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال بمدت ۱۲ ماه شمسی.

از متقاضیان شرکت درمناقصه دعوت می شود ،پس از انتشار آگهی جهت دریافت اسناد مناقصه به سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستادایران) به آدرس www.setadiran.ir مراجعه‌نمایند

مشخصات و توضیحات:

- کلیه مراحل فرآیند مناقصه شامل دریافت فایل اسناد ، ارائه تصویر پرداخت تضمین شرکت در مناقصه ، ارسال پیشنهاد قیمت ، انصراف از شرکت در مناقصه ، بازگشایی فایل پاکات ، اعلام به برنده و ... در بستر سامانه تدارکات الکترونیکی دولت امکان پذیر می باشد .
- شرکت کنندگان می بایست تا ساعت و تاریخ مشخص شده در اسناد پاکات الف- و ب و پیشنهاد قیمت خود را در سامانه ثبت و بارگذاری و اصل پاکات الف را نیز تا مهلت معین شده به دبیرخانه شهرداری تاکستان تحویل نمایند.
- پرداخت هزینه آگهی بر عهده برنده مناقصه میباشد.

شرکت کنندگان مبلغ ۱/۲۶۷/۵۰۰/۰۰۰ ریال به عنوان سپرده بصورت نقدی به شماره حساب سپرده IR۳۷۰۶۱۰۰۰۰۰۰۰۱۰۰۸۰۱۲۲۸۴۸۶ شهرداری تاکستان نزد بانک شهر واریز یاضمانت نامه بانکی در وجه شهرداری تهیه ومدارک را ضمیمه پیشنهاد خود نمایند.

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۳/۱۲/۲۰ تاریخ انتشار نوبت دو م: ۱۴۰۳/۱۲/۲۷

کیوان رحمانی – شهردار تاکستان

شناسه آگهی : ۱۸۹۹۴۵۴

آگهی فراخوان مزایده عمومی
واگذاری فضای فیزیکی (اجاره محل) مهدکودک
بیمارستان امیرالمومنین علی (ع) از طریق مزایده

دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی زابل

بدینوسیله به اطلاع عموم می رساند که بیمارستان امیرالمومنین علی (ع) زابل در نظر دارد واگذاری فضای فیزیکی (اجاره محل) مهد کودک واقع در آن واحد را به مدت یک سال از طریق برگزاری (مزایده) واگذار نماید.لذا از افرادی که قصد شرکت در مزایده فوق الذکر را دارند خواهشمند است به (سامانه تدارکات الکترونیک دولت) مراجعه و اسناد را دریافت و بعد از دریافت اسناد در مزایده شرکت نمایند.

اسناد و مدارک مورد نیاز:

۱-ثبت نام در سامانه تدارکات الکترونیک دولت و دریافت امضای الکترونیکی (توکن)
۲-مدراک معتبر شناسایی شرکت کننده
۳-تضمین شرکت در مزایده میزان ۵درصد قیمت کل پیشنهادی به صورت واریز نقدی ویا اخذ ضمانت‌نامه معتبر بانکی در وجه این مرکز به حساب شبا IR۶۶۰۱۰۰۰۰۴۰۰۱۰۷۸۲۰۷۱۴۶۸۳۵ بنام وجوه سپرده دانشگاه علوم پزشکی زابل نزد بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران باشناسه واریز ۹۱۷۰۷۸۲۶۳۱۲۵۴۰۳۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۱۴ اقدام نمایند
۴ - ضمنا شرکت کنندگان می توانند در جهت دریافت راهنمایی با مسئول امین اموال دانشگاه تماس برقرارنمایند.۰۵۴۳۲۲۲۵۴۰۵

م الف ۱۷۱۸

رییس سازمان جهادکشاورزی استان اعلام کرد؛

اصلاح الگوی کشت در ۸۱۹ هزار هکتار اراضی آبی و دیم آذربایجان شرقی

فرصت امروز – ماهـــان فلاح: رییس ســـازمان جهادکشاورزی آذربایجان شـــرقی از ابلاغ بیش از ۸۱۹ هزار هکتـــار اراضی آبی و دیـــم در برنامه اصلاح الگوی کشت سال زراعی (۱۴۰۴-۱۴۰۳) در استان خبر داد.

شهرام شفیعی، اظهار کرد: سال زراعی (۱۴۰۰-۱۴۰۱) به عنوان ســـال مبدا ۲۰۴ هزار هکتار اراضی آبی و ۵۲۵ هزار هکتار اراضی دیم آذربایجان شـــرقی در فهرســـت اجرای طرح اصلاح الگوی کشـــت قرار گرفت و در سال های بعدی بر سطح اراضی دیم افزوده و از سطح اراضی آبی کاسته شد.

وی افزود: ســـال زراعی (۱۴۰۳-۱۴۰۲) ۱۹۱ هزار و ۷۱۷ هکتار اراضی آبی و ۶۲۴ هزار و ۸۷۵ هکتار اراضی دیم به زیر پوشـــش اجرای این طرح رفت و امسال نیز ۱۹۰ هـــزار و ۶۶۹ هکتار اراضی آبی و ۶۲۸ هزار و ۸۸۷ هکتار اراضی دیم استان برای اجرای طرح اصلاح الگوی کشت ابلاغ شده است.

رییس سازمان جهادکشـــاورزی آذربایجان شرقی به وضعیت اقلیمی اســـتان اشـــاره کرد و افزود: آذربایجان شرقی به دلیل وسعت بالا، دارای آب و هوای متنوع بوده و دمای آن از ۴۵.۲ درجه سانتیگراد بالای صفر در تابستان تا ۳۳.۵ درجه سانتیگراد زیر صفر در زمستان متغیر است و متوسط دمای سالانه استان ۱۲ درجه سانتیگراد بالای صفر و متوسط بارندگی سالیانه آن نیز حدود ۲۲۴ میلی متر (در سال زراعی ۱۴۰۲- ۱۴۰۱) بوده است.

وی با بیان اینکه افزایش جمعیت و نیاز به مواد غذایی، افزایش تولید محصولات کشـــاورزی را طلب می کند، افزود: سرانه منابع آب تجدید شونده در ایران و آذربایجان شرقی از ســـرانه جهانی پایین تر بوده و پدیده تغییرات اقلیمی و گرم شـــدن کره زمین نیز رو به گسترش است که ما را با چالش‌های اساســـی تامین مواد غذایی مواجه می کند.

وی ادامه داد: نتیجه تغییرات اقلیمی در کشور، کاهش متوسط بارندگی ســـالانه و محدودیت بیشتر منابع آب قابل اســـتفاده در بخش های مختلف اقتصادی و زیست محیطی را به دنبال داشته و رقابت کنونی مصارف آب در بخش های شرب شهری و روستایی، کشاورزی، صنعت و محیط زیست روبه افزایش خواهد بود.

شـــفیعی با اشـــاره به اهمیت اجرای الگوی کشت در کشور و به خصوص آذربایجان شرقی با توجه به وضعیت بحرانی آب، گفت: طراحی و پیشنهاد الگوی کشت یکی از مهمترین مباحث در برنامه ریزی کشاورزی محسوب شـــده و عوامل مؤثر بر الگوی کشت محصولات زراعی و باغی را می توان عوامل و منابع طبیعی مانند اقلیم، منابع آب و خاک، عوامل زیســـت محیطی، عوامل اجتماعی، سیاست گذاری های دولت و عوامل اقتصادی دانست.

وی ادامه داد: تعیین مناســـب ترین مناطق تولید هر محصول، مهمترین مؤلفه مؤثر و زیربنای تدوین برنامه الگوی کشت بوده و زمینه ای برای تدوین و برقراری نظام کشت و تحقق آموزش، ترویج و خدمات متمرکز برحسب نوع محصول و هدایت محصولات کشـــاورزی به مناسب ترین جایگاه تولیدی آن ها اســـت که نتیجه آن افزایش کمی و کیفی تولید و توان فنی کشاورزان و صرفه جویی در منابع و امکانات محدود کشور خواهد بود.

وی، تعیین الگوی کشت مناسب مناطق برنامه ریزی با لحاظ بیشینه کردن درآمد ناخالص و بهره وری مصرف آب، ایجاد بانک اطلاعاتی جامع و مکان دار الگوی کشت در ایـــن مناطق، تعیین مناطقی با قابلیت اصلاح الگوی کشت و تعیین مناطق مورد نیاز اصلاح سامانه کشت با فناوری نوین را از جمله اهداف و دســـتاوردهای تدوین برنامه الگوی کشت در راستای بهره برداری پایدار از منابع پایه و تأمین امنیت غذایی عنوان کرد.

رییس ســـازمان جهادکشـــاورزی آذربایجان شرقی خاطرنشـــان کرد: طرح اصلاح الگوی کشت در آبان ماه سال ۱۴۰۱ رونمایی و ریاست کمیته ملی الگوی کشت به معاون اول رئیس جمهور و در استان ها به استانداران واگذار شد.

وی یکـــی از مهمترین الزامات اجرای الگوی کشـــت را همکاری تمامی دســـتگاه ها، ارگان ها و ســـازمان ها با ســـازمان جهاد کشـــاورزی عنوان کرد و گفت: ارگان هایی چون فرمانداری، صدا ســـیما، تشـــکل های مردم نهاد، اصناف، بنیاد ملی گندم، ســـازمان نظام مهندسی کشـــاورزی و منابع طبیعی، شـــرکت خدمات حمایتی، موسسات و مراکز تحقیقاتی و دانشگاه ها، سازمان تعاون روستایی، اداره کل غله و خدمات بازرگانی دولتی، شرکت آب منطقه ای، شرکت پخش فراورده های نفتی و گازی و ... در اجرای این طرح ملی دخیل هستند.

مدیرعامل جمعیت هلال‌احمر یزد در جمع خبرنگاران :

آغاز پویش ملی "زندگی زیباست، آن را نسوزانیم"

یزد – سید محمد جواد عرفان‌فر ؛ مدیرعامل جمعیت هلال احمر استان یزد از آغاز پویش ملی "زندگی زیباســـت، آن را نسوزانیم" همزمان با نزدیک شدن به چهارشنبه سوری خبر داد.

« محمد عشـــقی » مدیرعامل جمعیت هلال احمر استان یزد در نشست خبری پایان سال جاری خود در جمع اصحاب رسانه استان با اشاره به اینکه چهارشنبه سوری باید فرصتی برای شادی و همدلی باشد، نه عاملی برای اندوه و آسیب وایجاد مزاحمت برای بیماران بویژه بیمارانی مانند اوتیسم ، تصریح داشت : این پویش با هدف کاهش حوادث چهارشنبه سوری و فرهنگسازی برای برگزاری ایمن این آیین سنتی طراحی شده است .

وی درادامه با بیان اینکه این جمعیت با ســـه رویکرد رسانه ای، فرهنگی و آموزشـــی در این پویش و با هدف کاهش حوادث چهارشـــنبه ســـوری و فرهنگسازی برای برگزاری ایمن این آیین سنتی در تلاشیم ضمن آگاه سازی عموم مردم، به ویژه جوانان و نوجوانان، از وقوع حوادث ناگوار پیشگیری کنیم ، ابراز امید واری کرد با همکاری همگانی، بتوانیم از وقوع حوادث تلخ این شب جلوگیری و از این شب بدون خطر عبور کنیم.

عشقی با تأکید بر اهمیت همراهی خانواده‌ها، رسانه‌ها و نهادهای اجتماعی ، خاطرنشان کرد: در این راستا، محتوای آموزشی و هشدار دهنده در رسانه‌های مختلف منتشـــر خواهد شد، برنامه‌های فرهنگی در مدارس و اماکن عمومی اجرا می‌شـــود و تیمهای آموزشی هلال احمر برای ارائه آموزشهای امدادی و پیشگیری از حوادث فعال خواهند شد.

مدیرعامل جمعیت هلال احمر اســـتان یزد با اشاره به طرح نوروزی هلال احمر یزد از ۲۵ اســـفندماه تـــا ۱۷ فروردین از آمادگی ۱۴ پایگاه هلال احمر یـــزد برای ارائه خدمات نوروزی با هدف ارائه خدمات امدادی و افزایش ایمنی مسافران نوروزی در سطح استان خبر داد و ارائه خدمات به مسافران نوروزی توسط هفت پایگاه دائمی و بقیه به صورت موقت ، افزود : پست‌های ثابت هلال احمر با مشارکت ۴۰۰ نفر از اعضای جوان هلال احمر از ساعت ۱۰ تا ۲۰ شب فعالیت خواهند داشت .

ایشان یادآور شد : امسال پنج پست ثابت دیگر به صورت خودیاری با کمک فرمانداری‌ها و شهرداری‌ها اعلام آمادگی شده که در صورت اضافه شدن آنها، تعداد پستهای ثابت استان به ۱۲ مورد افزایش می‌یابد.

عشقی با ابراز خرسندی از اینکه امسال ناوگان لجستیک خودورهای امدادی هلال احمر استان نونوار خواهد شـــد که در این رابطه ۲۴ دستگاه خودروی امدادی و ۱۶ ســـت نجات به استان وارد شده و تعداد هشت آمبولانس نیز به آنها اضافه خواهد شد که طی مراسمی با حضور استاندار در روز یکشنبه هفته آینده رونمایی خواهد شد ؛ ابراز امیدواری کرد با توجه به خرید ۱۵۰۰ دستگاه خودروی امداد و نجات در کشـــور، در صورت اختصاص ۲۴ دستگاه خودروی امداد و نجات دیگر به استان از این حیث دیگر شاهد مشکلی در استان نباشیم.

وی با اشاره به تشکیل کمیته امداد و نجات استان برای ایجاد بستر مناسب و سفر ایمن مسافران نوروزی، و پویش ملی بهرفت (بهبود رفتارهای ترافیکی) ، گفت: این کمیته مصوباتی در جهت تعامل دســـتگاه‌های مختلف داشته به طوری که در روند امدادرسانی در استان اختلالی ایجاد نشود.

مدیرعامل جمعیت هلال احمر استان یزد با بیان اینکه بر اساس دستورالعمل کشوری در رابطه با پایگاه‌های امداد و نجات جاده‌ای ۸۵ درصد بر عهده هلال احمر و ۱۵ درصد برعهده اســـتان است که در این راستا تاکنون با ایجاد ۱۲ پایگاه جاده‌ای و یک پایگاه کوهستان و تامین تجهیزات و نیروی انسانی برای آنها، ۸۵ درصد هلال احمر محقق شـــده است ، خواستاراهتمام مسئولان در تحقق ۱۵ درصد استان و زمینه ایجاد ساختمان و پشتیبانی از فضای امدادی استان ازجمله پایگاه امداد و نجات مسجد ابوالفضل مروست با حضور فعالیت پنج جوان هلال در آن که فاقد آب، برق و گاز و پایگاه غزال سیاهکوه از نبود آب وگاز آنهم بعد از ۱۳ سال رنج می‌برند شد .

این مســـئول از ارائه فعالیت و خدمات تیم امداد و نجات ساحلی استان در فصل تابســـتان با یک آمبولانس و دو نیروی عملیاتی در سواحل مازندران و همچنین فعالیت تیم امداد و نجات کویر کشور برای اولین بار در استان یزد در سال جاری خبر داد و افزود : امیدواریم با ایجاد پایگاه کویری در محدوده کمپ‌های کویرنوری استان، فعالیت این پایگاه پایدار بماند.

مدیرعامل جمعیت هلال احمر استان یزد در پاسخ خبرنگاری با بیان اینکه خوشـــبختانه تمام دستگاه‌های خدمت‌رسان استان در بحث امداد با یکدیگر هماهنگی کامل دارند و نیازی نیســـت که مردم در حوادث دچار سردرگمی شوند تصریح کرد : بالگرد هلال احمر، در مواقع عادی تنها پشتیبان اورژانس است و فقط در مواقع بحران و با مجوز کد اورژانس وپس از صدور مجوز مرکز پرواز خواهد کرد. عشقی از آغاز فعالیت پویش هلال رحمت ازدوهفته پیش با ارائه سبدهای غذایی برای مناطق کم برخوردار خبر داد و از مردم خیراندیش اســـتان خواست تا از طریق شماره حساب ۶۶۶۶۶ و ۹۹۹۹۹ یا کد دستوری *۱۱۲*۳# در این پویش مشارکت نمایند.

با بکارگیری ۲۰۰ تیم؛

رزمایش طرح نوروزی ۱۴۰۴ در آذربایجان شرقی کلید خورد

فرصت امروز – ماهان فلاح: فرمانده انتظامی اســـتان آذربایجان شرقی گفت: رزمایش طرح نوروزی ۱۴۰۴ با هدف تأمین نظم و امنیت ترافیکی، در محورهای مواصلاتی استان با بکارگیری ۲۰۰ تیم پلیس آغاز شد.

سردار" علی محمدی"در مراسم آغاز رزمایش نوروزی ۱۴۰۴ که با حضور استاندار آذربایجان شرقی و سایر مسئولین ذی ربط برگزار شد، با گرامیداشت یاد و خاطره شـــهدای ایران اسلامی به ویژه شهدای مظلوم فراجا و مدافعین امنیت، از زحمات شبانه‌روزی همه دستگاه‌های اجرایی در راستای تأمین نظم و امنیت ترافیکی تشکر و قدردانی کرد.

وی در ادامه ضمن تبریک میلاد با سعادت امام حسن مجتبی (ع) و تبریک سال نو افزود: مطابق فرمایش مقام معظم رهبری (مد ظله العالی)، باید کاری کنیم که مردم عزیزمان بخش حادثه‌خیز، تلخ و دردناک تصادفات را در زندگی خود نداشته باشند و تا حد توان بتوانیم مطالبات حضرت آقا را برآورده کنیم.

سردار "محمدی" با اشاره به کاهش ۸۷ نفری فوتی ها در سال جاری نسبت به سال گذشـــته تاکید کرد: در بحث توسعه زیرساخت ها کمی دچار عقب ماندگی هستیم که امیدواریم در سال آینده آنها را جبران کنیم.

راه‌اندازی پویش «نه به تصادفات» در نوروز ۱۴۰۴

ارشدترین مقام انتظامی استان در بخش دیگری از سخنان خود، پویش «نه به تصادفات» را یکی از برنامه‌های مهم این طرح دانســـت و گفت: این پویش با توکل به خداوند، توسل به ائمه اطهار و استفاده از ظرفیت‌های معنوی ماه مبارک رمضان، در سراســـر کشـــور اجرایی می‌شود. فرمانده انتظامی استان تاکید کرد: با اســـتقرار شبانه‌روزی نیروهای پلیس راه و راهور، انتظامی، یگان ویژه و سایر دستگاه های امداد رسان در محورهای مواصلاتی استان به تعداد ۲۰۰ تیم به ویژه مسیرهای حادثه‌خیز، تلاش خواهیم کرد سفری ایمن برای هموطنان و مسافران فراهم کنیم. همچنین این پویش شامل نه به تصادفات فوتی، نه به سرعت و سبقت غیرمجاز، نه به تخلفات حادثه‌ساز، نه به رانندگی مخاطره‌آمیز، نه به استفاده از تلفن همراه حین رانندگی و نه به نبستن کمربند ایمنی است. سردار "محمدی" ضمن توصیه به رانندگان برای رعایت قوانین راهنمایی و رانندگی، بر برخورد قاطع با متخلفان تأکید کرد و گفت: برخورد پلیس با تخلفات حادثه‌ساز بدون مماشات و اغماض خواهد بود؛ چرا که هرگونه سهل‌انگاری در این زمینه، می‌تواند جان افراد بی‌گناه را به خطر بیندازد.

فرمانده انتظامی اســـتان در پایان از همراهی مردم و تلاش شـــبانه‌روزی نیروهای پلیس و دستگاه‌های مسئول تقدیر کرد و اظهار داشت: امیدواریم با همکاری همه جانبه، نوروز امسال را بدون تصادفات فوتی سپری کنیم و تمامی هموطنان عزیزمان سالی توأم با سلامت و نشاط در کنار خانواده داشته باشیم.

عیدانه شهرداری به شهروندان؛

تقاطع فلکه اول رجایی‌شهر پیش از پایان سال جاری افتتاح می‌شود

کرج – اباصلت عابد: شهردار کرج از تکمیل و بهره‌برداری از پروژه تقاطع غیرهمسطح فلکه اول رجایی‌شهر پیش از پایان سال جاری خبر داد.

مهرداد کیانی، بر اجرای تعهدات مدیریت شهری طبق زمانبندی پروژه‌ها تاکید کرد و گفت: بجز یک پروژه که با مشکلات متعدد معارضاتی روبرو بود، همه طرح‌ها طبق زمانبندی و حتی پیش از آن آماده شـــده و به بهره‌برداری خواهند رسید. کیانی افزود: پروژه فلکه اول رجایی‌شهر نیز تکمیل شده و در هفته جاری مورد افتتاح و بهره‌برداری قرار می‌گیرد.

وی با بیان اینکه برخی از دسترسی‌های این پروژه پس از افتتاح مسیر، قابل بازگشایی خواهد بود، اضافه کرد: خیابان میرزایی‌پرور و تعدادی از خیابان‌های اطراف از جمله این دسترسی‌ها به شمار می‌آیند.

وی با اذعان بر اینکه پیش از دوره ششم، جسارت نصب روزشمار در محل پروژه‌ها وجود نداشـــت، اضافه کرد: به لطف خداوند و با یاری ائمه(ع) موفق شـــدیم پروژه تقاطع غیرهمسطح فلکه اول رجایی‌شـــهر را یک ماه زودتر از موعد تعیین شده به پایان برسانیم. شهردار کرج از حمایت‌ها و همراهی ویژه شـــهروندان در مسیر احداث طرح‌های شـــهری قدردانی و بیان کرد: کرج از بســـیاری جهات در کشور و حتی سطوح بین‌المللی ممتاز است که از جمله آنها می‌توان به قدمت، جمعیت، تنوع قومیتی، ظرفیت‌های اجتماعی و تاریخی آن اشـــاره کرد. وی با تاکید بر اینکه این جایگاه می‌طلبد که از نظر شهری و امکانات موجود در وضعیت بسیار شایسته‌تری قرار داشته باشیم، تصریح کرد: اما متاسفانه این کلانشهر با عقب‌ماندگی‌های فراوانی روبروست به طوری که حتی اگر دو دهه با تمام توان کار کنیم تازه به وضعیتی در شـــان شهروندان خواهیم رسید. کیانی با تقدیر از شـــهروندان که همواره یار مدیریت شهری بوده‌اند، گفت: حتما تلاش می‌کنیم به قدر بضاعت و توان کاستی‌ها را جبران کنیم و بسیار خرسندیم از اینکه خدمتگزار مردمی هستیم که با همه کمبودها و مشکلات، تلاش‌های ما را می‌بینند و قدردان این خدمات هستند.

وی ابراز امیدواری کرد سایر پروژه‌های تعیین شده در دوره ششم مدیریت شهری نیز به سرعت و پیش از پایان زمانبندی، تکمیل شده و مورد بهره‌برداری قرار گیرند.

معاون بهداشتی دانشگاه علوم پزشکی شهید صدوقی یزد:

پویش ملی «نه به تصادف» باید به یک فرهنگ عمومی تبدیل شود

یزد – سید محمد جواد عرفان‌فر ؛ معاون بهداشتی دانشگاه علوم پزشکی شهید صدوقی یزد ضمن دعوت از عامه مردم جهت شرکت در این پویش ملی بـــا هدف جلوگیری از تصادفات ، کاهش و عوارض ناشـــی از آن ؛ افزود : این پویش فرصتی ارزشمند برای افزایش آگاهی عمومی در زمینه ایمنی رانندگی و کاهش حداقل ۸ درصد تصادفات جاده‌ای دراین مقطع زمانی است و باید به یک فرهنگ عمومی تبدیل شود.

« محمد امین فرحزادی » در نشســـت با اعضای خانه مشارکت استان یزد اظهارداشت : این پویش برنامه در سه مرحله برای کاهش تصادفات تدوین شده که در مرحله اول ۴۵ روزه (اول اســـفند تا ۱۵ فروردین) وایام نوروز امســـال بر موضوع کاهش تصادفات جاده‌ای تمرکز داشته که اما ارئه اهداف آن توسط مســـئولین مرتبط و از طریق تبلیغات و رســـانه های مختلف اطلاع رسانی، معرفی پویش و آموزش مردم مخصوصا در پیک سفرهای نوروزی است و دراین مرحله اگر با کیفیت خوب انجام شـــود ؛ میتواند ۲۵ تا ۳۰ درصد در کاهش تصادفات جاده ای وعوارض مرتبط باآن نقش داشته باشد.

معاون بهداشـــتی دانشگاه علوم پزشکی شـــهید صدوقی یزد اضافه کرد : مرحله بعدی مرحله یک تا دوســـاله اســـت که هدف حمایت طلبی از ۲۵ سازمان و نهاد دولتی و نیز جلب مشارکتهای سازمانها و تشکلهای مردم نهاد ، ســـفیران ســـلامتی دانش آموزی و دانشجویی و سفیران محلات ، طلاب و متخصص که درارگان های مختلف حضور دارند و همچنین رابطین بهداشت که ارتباط مؤثری با مجموعه و مردم تحت پوشـــش خود دارند نقش آموزش وپیام دهندگان دراینخصو ص ایفا خواهند کرد ؛ همگی جزو دغدغه اشان قرار بگیرد و برای برنامه ریزی و اجرا و حتی پایش در سطح مردمی با همکاری آنان به خوبی صورت پذیرد. وی تصریح کرد : مرحله سوم این طرح هم یک برنامه دو تا سه ســـاله ای است که علاوه بر بستر سازی مناسب جاده ها و مناسب سازی سازندگان خودروهای داخلی با این هدف که مثل کلاه ایمنی راکبین موتورسیکلت و کمربند ایمنی توسط رانندگان اتومبیل که الان نهادینه شده است این پویش هم با برنامه ریزی و مشارکت مردمی به یک فرهنگ تبدیل شود بطوریکه تمامی رانندگان ازابتدا تا پایان سفر دغدغه آن را داشته باشند که یک سفر بی خطر داشته باشند .

فرحزادی ابراز داشـــت : در ســـال ۴۰۲ متاسفانه ۵۵ نفر در هر روز بخاطر حوادث جاده ای جان خودشان را از دست داده اند یعنی به ازای هر یک ساعت ۲/۲ نفر و در ماه حدود ۱۶۰۰ نفر و در ســـال ۲۰ هزار نفر آنهم افرادی که در سن جوانی و میانسالی بودند و کسانی که باید بیشترین تاثیررا در جامعه داشته باشند بعنوان یک پدر و یا مادر و فرزند ، کارمند ، کارگر، دانش آموز، دانشجو و ...که نقش مولد در جامعه داشتند و بیشترین بار تولید و پیشرفت وارتقای در جامعه را عهده دار بودند ؛ جانشان را از دست داده اند که هدف غایی ما اینست که برسیم به جایی که دیگر شاهد اینگونه اتفاقات ناگوار نباشیم .

معاون بهداشتی دانشگاه علوم پزشکی شهید صدوقی یزد در پایان با اشاره به نقش رسانه ها در این پویش ملی خاطرنشان کرد : رسانه ها نقش بسیار مهمی در تحقق اهداف این پویش بلکه در تمامی فعالیتهای سلامت محورو یکی از بهترارکان کمک کننده و یاری دهنده عنوان کرد و همکاری و همیاری بیش از پیش اصحاب رسانه خواستار شد .

« ســـعید عبداللهی » رئیس خانه مشارکت استان یزد هم دراین نشست ؛ تحقق پویش ملی ایمنی و سلامت سفر را با شعار « نه - به تصادف » را منوط به موارد بشرح ذیل اعلام کرد :

- فرهنگســـازی از طریق تبلیغات صدا و ســـیما بصورت مستمر در اوقات مناسب و در مواردی نمایش برخی از صحنه ها و تبعات تخلفات
- پرهیز از تبلیغات خارج از عرف برای تحریک و تشویق مردم به مسافرت در ایام تعطیلات نوروزی و سایر ایام مشابه
- هوشمند سازی معابر و خیابانهای داخل شهرها با مشارکت شهرداریها و جاده های برون شهری با مشارکت ادارات کل حمل و نقل و ارسال پیام فوری تخلف به مالک خودرو متخلف و نصب تجهیزات لازم
- مشـــارکت دادن مردم برای نظارت آنان بر تخلفات احتمالی رانندگان در شـــهرها و جاده های برون شهری و طراحی سیستمی برای اعطای پاداش به ناظرین و اطلاع دهندگان مردمی
- جدیت و اقدام مناسب و فوری راه و شهرسازی ، شهرداریها و ادارات حمل و نقل برای اصلاح هندسی نقاط حادثه خیز و پر خطر و بالابردن ایمنی معابر و جاده های برون شهری

یادداشت

دکتر زهرا شهرکی در نشست خبری ترجمان و تبادل دانش: بررسی افسردگی، اختلالات جنسی و کیفیت ارتباط جنسی در بیماران PCO

دکتر زهرا شهرکی، متخصص زنان و زایمان، فلوشیپ نازایی و IVF و اســـتاد دانشگاه علوم پزشکی زابل در گفت و گو با علی حیدری نیا نماینده روزنامه فرصت امروز اظهار داشـــت: pcos ســـندرم تخمدان پلی کیستیک اســـت که به عنوان یک مشکل اندوکرین حدود ۵-۱۰درصد از زنان ســـن باروری یا رپروداکتیـــو ازآن رنج می برند. بیماران ازمشـــکلات فیزیکی، سیکولوژیک، هیرسوتیسم، آکنه وپریودی های نامرتب، ریزش مو، مقاومت به انسولین، بیماری متابولیک، بیماریهای کاردیوواسکولار، چاقی، بیماریهای بای پولار، اختلالات جنسی، افسردگی، اضطراب وبیماریهای اضطرابی وضعیف شدن کیفیت زندگی رنج می برند.

ژنتیک، نورواندکرین وفاکتورهای محیطی فاکتورهایی هســـتندکه به عنوان ریســـک فاکتوردرنظرگرفته میشوندولی نحوه ی صحیح اثر آنها روشن نیست. Pco یکی ازعلت های نازایی هست که دپرشن هم درآن دیده میشود.

بـــه عبارت دیگرعوارض ســـایکولوژیک pco وفزونی آندژورن به عنوان علت نارضایتی واختلال عملکرد جنســـی مطرح است. پهنه ی وسیعی ازخانم های pco ازاختلالات جنسی درزندگی زناشویی رنج می برند. به خاطرآنکه درجهان هیچ گزارشی ازکیفیت زندگی جنسی درخانم های pco انجام نشده بود، لذا دردانشگاه علوم پزشکی زابل ارتباط بین دپرشن یا همان افسردگی اختلالات جنسی وکیفیت زندگی جنســـی در زنان pco و زنان ســـالم مورد بررسی قرار گرفت. ۱۰۶مورد خانم pco و۱۰۶ موردخانم سالم موردبررسی قرار گرفتند. هدف این مطالعه مقایسه دپرشن یاافسردگی اختلالات جنسی وکیفیت زندگی جنسی درخانم های pco باخانم های سالم بود.

از این خانم ها خواسته شد برای ارزیابی موارد فوق پرسش نامه های معتبر خاصی را مثل پرسشنامه یBeek و ... پرکنند. ودر پایان این پرسشنامه ها دردوگروه که کاملا همسان سازی درآنها انجام شده بود بررسی شدند. خانم های pco ازدپرشن اختلالات جنسی بیشتری درمقایسه با خانم های سالم رنج می برند. آنچه که ازاین مقاله به دست می آید با توجه به افزایش این مشکلات که قطعا عوارض آن هم به عنوان یکی ازعلل ناباروری هست، باید ازروشهای پیشگیری ودرمانی درکنترل pco استفاده کنیم. باتوجه به آنکه ۵۰درصد ازبیماران pco چاق هستند حتی کاهش اندک ازوزن (حدود ۲-۵درصد) میتواند بهبود قابل ملاحظه درعملکرد متابولیک وتولید مثل ایجاد کند.

ازبین رفتن چربی شکم بهترین پیشگیری کننده اثرات کاهش وزن می باشد. گنجاندن فعالیت بدنی متوسط ازفعالیتهای روزانه درکاهش خطر ابتلا به بیماری دیابت وبیماریهای قلبی-عروقی به اندازه ی فعالیت فیزیکی شدید موثر به نظر میرسدوازطرفی تداوم آن هم بیشترهست واین فعالیت مداوم درگذر زمان برای حفظ کاهش وزن ضروری است. مدیریت اختلال قاعدگی ومنظم کردن فاعدگیهای خانم ها راهی برای بهبود وضعیت این خانم هاوکاهش احتمال ابتلا به سرطان رحم می باشد. راههای کنترل هیرسوتیسم درکاهش علائم افسردگی واضطراب خیلی موثراست ومهمترین مساله حل شدن مشکل ناباروری بیمارمی باشد.که با اصلاح سبک زندگی وانواع روشهای کنترل وزن وروشهای تحریک تخمک گذاری بهبودخواهدیافت. درانتها اگر بخواهیم یکی ازاصلی ترین فاکتورهای کنترل شرایط خانم های pco را عنوان کنیم باید فعالیت بدنی وکنترل وزن را نام ببریم.

اخبار

کریمی : حفظ پایداری شبکه و تامین برق به ویژه در اوقات افطار به عنوان یک اولویت اساسی در غرب و سایر مناطق هرمزگان دنبال می شود

بندرعباس- خبرنگار فرصت امروز: مدیر عامل شرکت توزیع نیروی برق استان هرمزگان شـــرایط تامین و توزیع بهینه برق در غرب و سایر مناطق استان را تشریح کرد: محمد کریمی مدیر عامل شرکت توزیع نیروی برق استان هرمزگان با توجه به برخی اظهارات در خصوص ناترازی برق در مناطق غرب استان ، شرایط تامین و توزیع برق در این مناطق را تشریح کرد و اظهار داشت : حفظ پایداری شبکه و تامین برق به ویژه در اوقات افطار به عنوان یک اولویت اساســـی در غرب و سایر مناطق استان دنبال می شود ، به رغم تشدید ناترازی ها در یک ماه اخیر و از طرفی بالا بودن تلفات بسیار بالای برق در برخی مناطق، همکاران برق هرمزگان تامین و توزیع بهینه برق در تمامی شهرستان را با حساسیت و دقت در برنامه دارند.

به گزارش روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق استان هرمزگان ، مهندس کریمی با اشاره به سرمای اخیر و نبود سوخت نیروگاهی و ضرورت حفظ شبکه سراسری با اعمال خاموشی ها خاطر نشان کرد : ممکن است در برخی روزهای خاص به علت افت شدید فرکانس در ساعات مشخصی رله های فرکانسی عمل کنند و حجم خاموشی را در آن روز افزایش دهد که این شرایط خارج از مدیریت خاموشی استان و صرفا جهت حفظ و پایداری شبکه سراسری انجام می شود.

وی اضافه کرد : با توجه به اینکه ســـاعات پیک شـــبکه که در فصل زمستان در زمان غروب آفتاب و در ماه مبارک رمضان مصادف با افطار آغاز می شود ضرورت برنامه ریزی جهت حداقل خاموشی ها در این ساعات در دستور کار قرار دارد و ضمن تاکید بر رعایت صرفه جویی در این ساعات تلاش مجموعه توانیر و شرکت توزیع برق هرمزگان بر این است که حداقل خاموشی ها در این ساعات اعمال شود ، بر اساس برنامه ریزی صورت گرفته در سطح استان مدت زمان خاموشی ها در چند هفته اخیر ۲ ساعت در هر نوبت می باشد و در اکثر مناطق هم تقریبا ۲ روز یکبار اعمال می شود و چنانچه وضعیت ناترازی بهبود یابد هم زمان خاموشی کاسته می شود و هم بازه و فاصله بین خاموشیها بیشتر می شود.

مدیر عامل شرکت توزیع نیروی برق استان هرمزگان ادامه داد : سهمیه های ابلاغی روزانه بر اساس تکالیف قطعی و حتمی شرکت توانیر است که شرکتهای زیر مجموعه موظف به اجرای آن هستند فلذا از تمامی مشترکین عزیز درخواست می کنیم که در این شرایط سخت کشور با صرفه جویی و عدم استفاده از وسایل پرمصرف خصوصا در ساعتهای اوج مصرف که مصادف با افطار می باشد نهایت همراهی و همکاری را با خدمتگزاران خود در صنعت برق استان داشته باشند.

مهندس کریمی ، یکی از مشکلات موجود را استفاده از رمز ارزها در برخی مناطق عنوان کرد و گفت : این موضوع در این شرایط ناترازی باری بسیار سنگین به دوش سایر مشترکین اعمال می کند.

وی از همه مردم درخواست کرد که در جهت شناسایی این دستگاهها و جمع آوری آنها نهایت همکاری را با شرکت توزیع برق استان داشته باشند

دیدار رئیس پلیس راه فراجای استان مرکزی با سرپرست اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای

اراک- فرناز امیدی: سرهنگ آشوری رئیس پلیس راه فراجای اســـتان مرکزی با دکتر محســـن زاده دیدار و ضمن تبریک برای انتصاب ایشان به عنوان سرپرست اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای استان درخصوص تسهیل سفرهای نوروزی گفتگو کردند. محســـن زاده با اشـــاره به هم افزایی پلیس راه در ایام نوروز برای مدیریت ترافیکی گفت: در تلاش هستیم تا پیش از شروع سفرهای نوروزی اقدامات زودبازده برای افزایش ســـطح ایمنی راه‌ها را بعمل آوریم تا خدمتی مطلوب و شایسته به کاربران جاده‌ای ارائه شود. وی خاطرنشان کرد برنامه‌های بلند مدت این اداره کل منجمله بحث روکش آسفالت راه‌ها نیز پس از اتمام تعطیلات نوروز ۱۴۰۴ پیگیری خواهد شد تا کارگاههای جاده‌ای فعالیت خود را شروع کنند. محسن زاده تأکید کرد: حضور پلیس راه و گشت‌های راهداری در سطح محورهای مواصلاتی همسو با پایش هوشمند و برخط راه‌ها از طریق دوربین‌های نظارتی جاده‌ای و دوربین‌های ثبت تخلف سرعت می‌تواند نقش بسزایی در مدیریت ترافیکی و کاهش حوادث جاده‌ای داشته باشد. سرهنگ آشوری رئیس پلیس راه استان مرکزی نیز در این دیدار هم افزایی بین پلیس راه و اداره کل راهداری استان را یکی از مهم‌ترین برنامه‌ها برای ارائه خدمات مطلوب به کاربران جاده‌ای در جهت کاهش تصادفات و تلفات ناشـــی از آن برشمرد و انتصاب دکتر محسن زاده بعنوان سرپرســـت اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای استان مرکزی را به ایشان تبریک گفت.

سرپرست تشکیلات،روش ها و تعالی سازمانی وزارت نفت در آغاجاری:

وزارت نفت در پی تقویت ساختار و رفع دغدغه‌ها واحد های عملیاتی در این حوزه است

اهواز – شـــبنم قجاوند: دکتـــر مولایـــی در نشســـت مدیران شـــرکت ملی مناطق نفت‌خیز جنوب و مدیر عامل شرکت نفت و گاز آغاجاری از عملکرد مطلوب این شـــرکت هـــا قدردانی کرد و بر ضرورت تقویـــت کمی و کیفـــی این شرکت ها بعنوان قطب اصلی تولید نفت در جنوب کشـــور در ابعاد مختلف تأکید کرد. دکتر مولایی، با اذعان به اهمیت نقش این شـــرکت در صنعت نفت کشور، بر عزم جدی وزارت نفت برای رفع موانع ساختاری و کمبودهای موجود بویژه در واحد های عملیاتی تاکید کرد و رویکرد وزارت نفت را از پایین به بالا توصیف کرد و افزود بررسی دقیق مسائل در میدان و ارائه راهکارهای عملیاتی، در اولویت قرار دارد. سرپرست اداره کل تشکیلات، روش‌ها و تعالی سازمانی وزارت نفت، بررسی بازآرایی ساختار در حوزه‌های مختلف با تمرکز بر عملیات، تعمیرات، امور مالی و حقوقی، بازنگری در ســـطوح مشاغل مهارتی، کارشناسی و مدیریتی، و احصاء و نهایی‌ســـازی نیازهای حوزه عملیاتی و تعمیراتی را از جمله مهم‌ترین اهداف این نشســـت بر شـــمرد. این نشست نشـــان‌دهنده توجه ویژه وزارت نفت به شرکت‌های تابعه و تلاش برای رفع موانع پیش روی آن‌ها در راستای تحقق اهداف صنعت نفت کشور است.

رئیس شورای شهر از خادمان آرامستان‌های کرج قدردانی کرد

هنر بسته‌بندی محصولات: اشتباهاتی که باید کنار گذاشت

نویسنده: علی آل‌علی

بسته‌بندی محصولات در بازارهای کنونی نقشی فراتر از یک پوشش محافظتی ایفا می‌کند و به عنوان یک عنصر کلیدی در جذب مشتریان و شکل‌دهی به تجربه آنها از برند محسوب می‌شود. بسته‌بندی در واقع زبان گویای یک محصول است که با مشتری سخن گفته و با طراحی خوب یا بد خود می‌تواند به مشتری پیام متفاوتی انتقال دهد. بسته‌بندی دقیقا مثل یک لباس بر تن یک کالاست که تاثیر بسیاری بر نظر مشتریان دارد.

فکر می‌کنم قبول داشته باشید بسته‌بندی مناسب می‌تواند یک محصول معمولی را به یک کالای خواستنی و به یادماندنی تبدیل کرده، برند را در ذهن مخاطب ماندگار سازد. به طوری که مشتری برای همیشه نام برند شما را در خاطر داشته باشد و برای همیشه به یک مشتری وفادار بدل شود. بسته‌بندی جذاب همچون یک اثر هنری قدرتمند است که قلب مشتری را تسخیر می‌کند. در مقابل، بسته‌بندی نامناسب می‌تواند یک محصول با کیفیت را به کلی نابود کند و تاثیر منفی بر نظر مشتریان بگذارد. متاسفانه بسیاری از برندها در دنیای کسب و کار با انتخاب طراحی‌های کسل‌کننده یا بدون فکر محصولات‌شان را پیش از ورود به بازار قربانی می‌کنند. بسته‌بندی نامناسب درست مثل یک سم مهلک مشتری ها را از کالاهای باکیفیت‌تان نیز فراری خواهد داد. برندهای موفق به خوبی دریافته‌اند که بسته‌بندی مناسب تنها برای حفظ سلامت کالا نیست، بلکه ابزاری برای بازاریابی قدرتمند نیز محسوب می‌شود و به خوبی می‌دانند با این وسیله ساده و البته قدرتمند می‌توانند مشتریان بیشتری را جذب و سودآوری خود را افزایش دهند. در حالی که بسیاری دیگر از برندها با اشتباهات فاحش در بسته‌بندی، خود را در مسیر شکست قرار داده و با دستان خود برندشان را نابود می‌کنند، بسته‌بندی اصولی ابزاری برای توسعه فروش و برند است و نباید به هیچ‌وجه آن را دست‌کم گرفت. ما در این مقاله قصد داریم تا به بررسی برخی از اشتباهات رایج در بسته‌بندی محصولات بپردازیم و نشان دهیم چگونه این اشتباهات می‌توانند بر دیدگاه مشتریان و در نهایت فروش یک برند تاثیر منفی بگذارد. پس برای اطلاع از چالش‌ها و پیدا کردن بهترین راهکارها برای داشتن بسته‌بندی جذاب و کاربردی، در ادامه این مقاله همراه ما باشید.

اشتباهات رایج در بسته‌بندی محصولات

بسته‌بندی محصولات هنری ظریف و پیچیده به حساب می‌آید که نیازمند توجه دقیق به جزییات و درک عمیق از سلیقه مشتریان است. ما در این بخش به بررسی برخی از رایج‌ترین اشتباهات در این زمینه می‌پردازیم که می‌توانند به شکست یک محصول در بازار منجر شود. پس با ما همراه باشید تا برخی از نکات کلیدی در این رابطه را یاد بگیرید.

عدم توجه به سلیقه مخاطب هدف: رایج‌ترین اشتباه

یکی از رایج‌ترین اشتباهات در طراحی بسته‌بندی محصولات عدم توجه به سلیقه و ترجیحات مخاطب هدف است. یک بسته‌بندی باید طوری طراحی شود که مناسب با فرهنگ و ذائقه مردم همان منطقه بوده و قادر باشد به شکلی قدرتمند با مخاطب خود ارتباط برقرار کند. به زبانی ساده‌تر، بسته‌بندی خوب مانند آینه‌ای است که علایق و سلیقه مخاطبان شما را منعکس می‌کند. طراحی که بدون توجه به سلیقه مخاطب ارائه شده باشد محکوم به شکست است. برندها باید پیش از طراحی بسته‌بندی به طور دقیق مخاطبان هدف خود را بشناسند و سلیقه و علایق آنها را کشف کنند. گروه‌های سنی مختلف یا حتی اقوام متفاوت، سلیقه مختلفی در زمینه انتخاب بسته‌بندی‌ها دارند و یک طراح حرفه‌ای در مرحله اول با این گروه‌ها آشنا شده و سپس برای طراحی محصول خود تصمیم می‌گیرد. طراح باید طوری کار کند که تمام اقشار و سلیقه‌ها را در نظر داشته باشد. در طراحی هوشمندانه برای بسته‌بندی محصول همه جزییات و همه علایق در نظر گرفته می‌شود. بسته‌بندی باید با جنسیت، سن، سطح درآمد و پیشینه فرهنگی مخاطب هدف شما همخوانی داشته باشد و همه چیز برای آنها آشنا و خوشایند باشد. همچنین بسته‌بندی مناسب به گونه‌ای طراحی شده است که چشم بیننده به طور خودکار جذب آن شود. رنگ‌ها، خطوط و اشکال انتخاب شده در طراحی باید کاملا فکر شده باشد تا به قلب و ذهن مشتریان نفوذ کرده و برای آنها جذاب باشد. انتخاب‌های اشتباه یعنی ایجاد مانع برای دیدن کالا توسط مشتری؛ پس باید دور آنها را خط کشید. انتخاب نادرست رنگ‌ها، فونت‌ها، تصاویر یا سبک طراحی می‌تواند موجب دلسردی مشتریان و در نتیجه شکست محصول در بازار شود. با بررسی بسته‌بندی محصولات رقبا، به خوبی می‌توانید دریابید کدام رنگ‌ها مورد علاقه مشتری‌ها بوده و در طراحی کدام بسته‌بندی‌ها اشتباه صورت گرفته است. درس گرفتن از این موارد باعث رشد سریع‌تر برند شما خواهد شد. یک بسته‌بندی غیرجذاب یعنی خداحافظی همیشگی با مشتری. در آخر، عدم توجه به سلیقه مخاطب، باعث می‌شود تا بسته‌بندی شما با بازار هدف همخوانی نداشته باشد و نتواند به هدف خود، یعنی جلب توجه و ایجاد ارتباط با مشتری دست یابد. بسته‌بندی که با در نظر گرفتن علاقه مشتری‌ها ساخته شده باشد قطعا اثرگذاری بیشتری بر آنها خواهد داشت و سودآوری کسب و کار را نیز بیشتر خواهد کرد.

طراحی پیچیده و گیج‌کننده: پیش به سوی مینیمالیسم

دومین اشتباه کلیدی در بسته‌بندی محصولات طراحی پیچیده و گیج‌کننده است که باعث سردرگمی مشتری می‌شود و مشتری را از خرید محصول منصرف می‌نماید. یک بسته‌بندی باید به شکلی طراحی شود که اطلاعات لازم به راحتی و به سرعت در دسترس مخاطب قرار گیرد. پیچیدگی و ابهام هیچ فایده‌ای برای یک برند نخواهد داشت. طراحی یک بسته‌بندی خوب باید ساده و تاثیرگذار باشد.

مشتریان زمان و حوصله زیادی برای رمزگشایی بسته‌بندی محصولات شما ندارند. آنها ترجیح می‌دهند اطلاعات اصلی محصول مانند نام، برند، ویژگی‌های کلیدی و تاریخ انقضا را به سرعت پیدا کرده و برای انتخاب کالای مورد نظر وقت‌شان را تلف نکنند. شما باید برای ساختن چنین فضایی در ذهن مخاطب نهایت دقت‌تان را به خرج بدهید. طراحی پیچیده همانند راهی پر پیچ و خم است که خریدار در آن گم می‌شود.

استفاده بیش از حد از المان‌های بصری، رنگ‌های نامناسب، فونت‌های ناخوانا یا تصاویر شلوغ، می‌تواند باعث گیج شدن مشتری شود. برای آنکه طراحی مناسبی را ارائه نمایید تمام سعی‌تان را در رعایت اصول طراحی گرافیک به کار گیرید و از ارائه کارهای پیچیده و پر زرق و برق پرهیز کنید. سادگی، زیباترین کلید برای رسیدن به موفقیت است. یادتان باشد، زیبایی در سادگی است!

بسته‌بندی باید طوری طراحی شود که مشتری در همان نگاه اول، متوجه ماهیت و کارکرد محصول شود و به آن علاقه‌مند گردد. طراحی ساده‌ای که تاثیرگذاری زیادی هم دارد یک راه حل خوب و ایده‌آل خواهد بود. هدف نهایی باید براساس جذب هرچه بیشتر مشتری و ساده کردن کارها طراحی شود. هرگونه تلاش برای استفاده بیش از اندازه از عناصر طراحی باعث ایجاد احساس منفی در مشتری‌ها خواهد شد.

در نتیجه بسته‌بندی باید واضح، ساده و گویا باشد. به نحوی که مشتریان در نگاه اول متوجه ماهیت و کارکرد آن شده و به سمت آن جذب شوند. طراحی پیچیده همانند یک سد محکم در مقابل دیده شدن برند شما است و لازم است این مانع را با انتخاب‌های هوشمندانه از سر راه خود بردارید.

نادیده گرفتن نقش محافظتی بسته‌بندی: هدف‌گذاری دوسویه

یکی از مهمترین وظایف بسته‌بندی حفاظت از محصول در برابر آسیب‌های احتمالی است. بسته‌بندی صرفا یک وسیله تزئینی برای کالا نیست بلکه وظیفه حفظ کیفیت کالا و انتقال درست آن را به دست مشتری را هم برعهده دارد. محصول با بسته‌بندی استاندارد باید درست مانند روز اولش به دست مشتری برسد. در واقع یک بسته‌بندی نامناسب، نه تنها نمی‌تواند محصول را به درستی محافظت کند بلکه می‌تواند باعث خسارت مالی زیادی برای شما شود. بسته‌بندی محکم درست مانند قلعه‌ای محافظ برای کالاهای شما است.

اگر بسته‌بندی نتواند محصول را در برابر ضربه، رطوبت، حرارت، نور، گرد و خاک حفظ کند، به احتمال زیاد محصول قبل از رسیدن به دست مشتری دچار آسیب می‌شود و دیگر ارزشی برای ارائه نخواهد داشت. بنابراین باید در نظر داشته باشید طراحی بسته‌بندی‌ها همواره با رعایت مسائل ایمنی باید صورت پذیرد تا سلامت کالاها تا لحظه رسیدن به دست مشتری حفظ گردد. هدف اصلی محافظت از کالا با کیفیت بالاست. استفاده از مواد بسته‌بندی ارزان قیمت و بی‌کیفیت یا طراحی غیراصولی بسته‌بندی، می‌تواند به محصول شما آسیب برساند و تجربه ناخوشایندی برای مشتری ایجاد کند. در چنین حالتی مشتری از شما ناراضی خواهد بود و دیگر به سراغ برند شما نخواهد آمد. صرفه‌جویی در انتخاب بسته‌بندی خوب اشتباه محض است؛ چراکه مشتری فقط یک بار برای خرید کالا زمان و پول صرف می‌کند و نباید از انتخابی که انجام داده ناامید شود. مشتری باید از تمام مراحل خرید کالای شما لذت ببرد.

بسته‌بندی مناسب، باید قادر به تحمل وزن و فشارهای احتمالی باشد و مانع از شکستگی یا آسیب دیدن محصول شود و اطمینان حاصل کند که در شرایط معمول آسیبی را جلب نمی‌کند بلکه حس ناخوشایندی نیز در او ایجاد می‌نماید. از سوی دیگر، اگر بسته‌بندی بیش از حد کوچک باشد، ممکن است محصول آسیب دیده و نامناسب به نظر برسد. تصور کنید محصول شما آنقدر کوچک است که به سختی می‌شود آن را در یک جعبه کوچک‌تر جا کرد. این به ذهن مشتری حس مناسبی القا نخواهد کرد و با دیدن این بسته‌بندی کوچک حتما این فکر به ذهنش می‌رسد که قطعا کالای مناسبی را تهیه نکرده است. یک بسته‌بندی خیلی کوچک به نظر کاربردی نمی‌آید.

علاوه بر اینها، اندازه نامناسب بسته‌بندی، می‌تواند هزینه‌های حمل و نقل را نیز افزایش داده و به کسب وکار شما ضرر بزند و سبب ایجاد هزینه‌های غیرضروری برای حمل و نقل محصولات‌تان گردد. بسته‌بندی باید به گونه‌ای باشد که کاملا منطبق بر اندازه محصول باشد. انتخاب سایز درست یعنی انتخاب یک بسته‌بندی اصولی. تناسب یک قانون همیشگی در دنیای تجارت است. بسته‌بندی باید به گونه‌ای طراحی شود که هم از محصول به خوبی محافظت کند، هم اندازه مناسبی داشته باشد و هم موجب صرفه‌جویی در هزینه‌های جانبی شود. فراموش نکنید هدف در بسته‌بندی رسیدن به بهترین عملکرد با استفاده از کمترین منابع موجود می‌باشد. تعادل را همیشه در نظر بگیرید و تعادل یعنی همان دستیابی به موفقیت پایدار.

استفاده نکردن از فونت خوانا و مناسب: به باد دادن تمام تلاش‌ها

یکی از نکات مهم و در عین حال بسیار ظریف در بسته‌بندی محصولات انتخاب فونت مناسب است که به محتوا و کالای شما وارد نخواهد شد. از یک طراحی نامناسب و ناپایدار همواره دوری کنید. هر هزینه‌ای برای طراحی بسته‌بندی خوب سرمایه‌گذاری پرسود به حساب می‌آید. یک بسته‌بندی با کیفیت مشتری شما را از کیفیت محصول نیز مطمئن می‌سازد. یادتان باشد، نباید نقش محافظتی بسته‌بندی را دست کم گرفت. محصول با کیفیت شما مستحق بسته‌بندی مناسب و با دوامی است که به درستی از آن مراقبت کرده و سلامت کالا را تضمین کند. در واقع با رعایت اصول ایمنی می‌توانید حس بهتری را نیز به مشتری انتقال دهید.

نادیده گرفتن ملاحظات زیست محیطی: وقتی مشتریان نگران‌تر از همیشه‌اند!

امروزه بسیاری از مشتریان نسبت به مسائل زیست محیطی حساس شده‌اند و ترجیح می‌دهند از برندهایی حمایت کنند که به پایداری و حفظ محیط زیست اهمیت می‌دهند. بسته‌بندی یکی از بخش‌های بسیار مهم در تاثیرگذاری بر محیط زیست به حساب می‌آید و برندی که نسبت به این مسائل بی‌توجه باشد به مرور مشتری‌های خود را از دست می‌دهد. بی‌شک مشتریان باهوش هستند و متوجه رفتارهای نامناسب برندها خواهند شد. نادیده گرفتن مسائل زیست محیطی خطایی بزرگ و جبران‌ناپذیر برای برندها خواهد بود.

استفاده از مواد بسته‌بندی غیرقابل بازیافت یا استفاده بیش از حد از مواد پلاستیکی می‌تواند تصویری منفی از برند شما در ذهن مشتریان ایجاد کند و به شهرت برندتان آسیب بزند. به طوری که دیگر به راحتی نمی‌توانید به جایگاه سابق خود برگردید. تلاش برای آلوده نکردن محیط زیست امروز به وظیفه‌ای مهم برای هر کسب و کار و برند تبدیل شده است. اگر برندی خلاف این جهت قدم بردارد، به مرور مخاطب خود را از دست خواهد داد.

سعی کنید تا از مواد قابل بازیافت و سازگار با محیط زیست استفاده کرده و در طراحی بسته‌بندی خود خلاقانه‌تر و مسئولانه‌تر عمل کنید. انجام این کار، نه تنها باعث حفاظت از محیط زیست می‌شود، بلکه می‌تواند تصویری مثبت از برند شما در ذهن مشتریان ایجاد کند و این یک امتیاز بسیار مهم در جهان پرهیاهوی تجارت امروزی محسوب می‌شود. برای مردم، برند شما در کنار محصولش ارزش زیادی دارد. تلاش شما برای حفاظت از محیط زیست در جلب رضایت آنها تاثیر فوق‌العاده‌ای خواهد داشت. به علاوه، می‌توانید با کاهش میزان مواد استفاده شده در بسته‌بندی یا استفاده از بسته‌بندی‌های چندبارمصرف، به حفظ منابع طبیعی کمک کرده و تصویر بهتری را برای کسب و کارتان در نظر مشتری به ارمغان بیاورید. در دنیای آینده‌ای که با مشکلات محیط زیستی گره خورده است برندهایی که از هم اکنون برای حل این چالش‌ها راهکاری دارند قطعا مشتریان بیشتری را نیز به خود جذب می‌نمایند. با مشتری‌هایی با فرهنگ، اهداف مشترک داشته باشید.

بی‌توجهی به تناسب بسته‌بندی با اندازه محصول: بی‌دقتی و دیگر هیچ

یکی از اشتباهات هولناک در بسته‌بندی عدم تناسب اندازه بسته‌بندی با محصول است. استفاده از بسته‌بندی‌های بسیار بزرگ یا بسیار کوچک می‌تواند برای مشتریان ناخوشایند و گیج‌کننده باشد و از نظر بصری نیز به برند شما لطمه وارد کند. بسته‌بندی باید طوری انتخاب شود که نه تنها محصول را به خوبی در خود حفظ کند، بلکه کاملا متناسب با اندازه کالا هم باشد. انتخاب‌های غیراصولی، منجر به تولید بسته‌بندی نامتناسب خواهد شد. اگر بسته‌بندی بسیار بزرگ باشد، باعث ایجاد احساس فریب خوردگی در مشتری می‌شود؛ چراکه فضای خالی زیادی در بسته‌بندی وجود دارد و باعث می‌شود تا مخاطب احساس کند سرش کلاه رفته است. در چنین شرایطی مشتریان تصور می‌کنند برای حجمی بیش از اندازه کالا هزینه پرداخت کرده‌اند و این امر می‌تواند منجر به کاهش فروش شود. یک بسته‌بندی بی‌فایده نه تنها نظر مشتری معمولا توسط برندها جدی گرفته نمی‌شود. فونت ناخوانا در بسته‌بندی موجب می‌شود تا پیام برند به درستی به مخاطب انتقال پیدا نکند و در واقع تمام زحمات شما در زمینه بازاریابی به هدر برود. هدف از نوشته‌ها بر روی بسته‌بندی در نهایت اطلاع‌رسانی است. در حالی که با انتخاب فونت ناخوانا مخاطب نمی‌تواند اطلاعات نوشته شده بر روی بسته‌بندی شما را درک کند.

انتخاب فونت ناخوانا و نامناسب، می‌تواند باعث شود تا اطلاعات محصول به درستی به مشتریان منتقل نشود و در نهایت خریدار ترجیح می‌دهد از خرید آن محصول چشم‌پوشی کند. اگر از فونتی غیرجذاب برای نوشته‌ها استفاده کنید مشتریان دیگر تمایلی به دیدن محصولات شما نیز نخواهند داشت. نوشته‌ها مهم هستند اما با فونت بد شما تاثیر پیام خود را خراب خواهید کرد. برای یک پیام تاثیرگذار هم از لحن مناسب و هم فونت مناسب استفاده نمایید.

بسته‌بندی باید به شکلی طراحی شود که مشتری به راحتی بتواند نام برند، توضیحات محصول، تاریخ تولید و انقضا، مواد تشکیل‌دهنده و سایر اطلاعات مهم را بخواند و به خوبی درک کند. وقتی حروف در یک نوشته ناواضح و نامفهوم باشند، مشتری از مطالعه کردن پیام‌تان دلسرد شده و اصلا به کالای شما نگاه نخواهد کرد. فونت انتخابی شما مانند لباسی برای نوشته‌های‌تان است و انتخاب لباس مناسب سبب جذابیت بیشتر می‌شود.

از انتخاب فونت‌های بسیار کوچک، نامنظم یا فانتزی که خواندن آنها را دشوار می‌سازد، خودداری و سعی کنید برای معرفی نام برند از فونتی مناسب و خاص استفاده کنید که به راحتی در ذهن مخاطب ثبت شود. یک فونت مناسب، نقش لوگوی برند شما را نیز به دوش خواهد کشید و به یک نشان بصری ماندگار برای شما تبدیل خواهد شد. انتخاب شما نباید اتفاقی و بدون هدف باشد. به طور کلی، استفاده از فونت مناسب و خوانا، نقش مهمی در برقراری ارتباط موثر با مشتریان ایفا کرده و می‌تواند برند شما را بهتر به مخاطبان معرفی کند و تمام زحمات و هزینه‌هایی که برای بازاریابی در نظر گرفته‌اید به هدف بنشیند. همواره به یاد داشته باشید انتخاب درست فونت تاثیر پنهانی بر موفقیت شما دارد که به هیچ وجه نباید آن را دست کم گرفت. فونت خوب پیام برندتان را موثرتر به مخاطب منتقل خواهد کرد.

عدم یکپارچگی بسته‌بندی با هویت برند: آخرین اشتباه ممکن

یکی از خطاهای رایج در طراحی بسته‌بندی محصولات عدم یکپارچگی آن با هویت کلی برند است. بسته‌بندی باید به طور کامل با نام تجاری، لوگو، رنگ‌ها، شعار و سایر المان‌های هویت بصری برند شما همخوانی داشته باشد و هویت برند را به خوبی منعکس کند. اگر تمام عناصر بسته‌بندی با دیگر اجزای برند شما یکسان نباشند در این حالت بین هویت شما و بسته‌بندی محصول‌تان گسستگی و عدم انسجام وجود دارد و در نتیجه به شدت برای مخاطب‌ها گیج‌کننده خواهد بود. یک طراحی بسته‌بندی هوشمندانه با هماهنگی دقیق همه بخش‌ها ساخته می‌شود.

وقتی مشتری بسته‌بندی شما را می‌بیند، باید به سرعت با برندتان ارتباط برقرار کرده و بتواند به خوبی ماهیت برند شما را از طریق بسته‌بندی درک کند. وقتی مشتری هویت و برند شما را از روی بسته‌بندی‌ها شناسایی کند، یعنی به طراحی فوق‌العاده‌ای دست پیدا کرده‌اید. هر چقدر هویت شما به خوبی در بسته‌بندی نمایان باشد، تاثیرگذاری شما بیشتر خواهد شد. هویت برند خود را با قدرت بر روی محصول‌تان به رخ بکشید.

اگر بسته‌بندی شما با هویت کلی برندتان سازگار نباشد، می‌تواند باعث ایجاد سردرگمی در مشتری شده و ارزش برند شما را پایین بیاورد. بسته‌بندی محصول شما، یکی از ابزارهای مهم در تبلیغات برندتان می‌باشد و باید کاملا اصولی طراحی شده باشد. هویت برند باید به شکل ملموسی در طراحی محصول نیز به چشم بیاید و نباید تفاوت خاصی بین آن دو وجود داشته باشد. در یک بسته‌بندی مناسب همه اجزا همسو با هدف‌های برند هماهنگ عمل کرده و تصویر کلی قدرتمندی را از برندتان به نمایش خواهند گذاشت. همخوانی بسته‌بندی و هویت برند یعنی داشتن هویتی یکپارچه و یکدست و بدون تناقض. یکپارچگی هم در زیبایی موثر است هم در ایجاد احساس اطمینان در مشتری. از تمام عناصر موجود در بسته‌بندی‌تان در جهت یک هدف استفاده کنید و بدانید طراحی یک بسته‌بندی هوشمندانه به معنای ایجاد فضایی مناسب برای اثرگذاری بیشتر بر ذهن مخاطب است.

در نتیجه با طراحی هماهنگ و یکپارچه بین هویت و بسته‌بندی برندتان می‌توانید مشتری‌های بیشتری را جذب کرده و آنها را به خود وفادار کنید. با بسته‌بندی اصولی می‌توانید مشتری‌هایی دائمی برای خود پیدا کرده و فروش خود را چند برابر افزایش دهید.

سخن پایانی

ما در این مقاله به بررسی برخی از مهمترین اشتباهات رایج در بسته‌بندی محصولات پرداختیم و دیدیم که چگونه این اشتباهات می‌توانند تاثیر منفی بر دیدگاه مشتریان و فروش شما بگذارند. از عدم توجه به سلیقه مخاطب و طراحی پیچیده گرفته تا نادیده گرفتن نقش محافظتی بسته‌بندی و مسائل زیست محیطی، همه و همه مواردی بودند که نباید نادیده گرفت. حالا شما آماده هستید تا فرآیند بسته‌بندی محصولات‌تان را با شکلی تاز شروع کنید. پس از اشتباهات مورد بحث در این مقاله درس گرفته و کارتان را به بهترین شکل شروع کنید.

به یاد داشته باشید که بسته‌بندی محصولات فرصتی ارزشمند برای جلب توجه مشتریان، ایجاد تمایز در بازار رقابتی و انتقال ارزش‌های برند شما است و نباید به هیچ عنوان آن را دست کم گرفت. یک بسته‌بندی اصولی می‌تواند تا حد زیادی بر نگرش و نظر مشتریان تاثیرگذار بوده و باعث تبدیل شدن خریداران به مشتریان وفادار گردد. هر سرمایه‌گذاری در طراحی بسته‌بندی مناسب یعنی گامی بلند در راه رسیدن به موفقیت پایدار در تجارت. پس از قدرت یک بسته‌بندی قدرتمند غافل نشوید.

منابع:
https://www.packaging-gateway.com/features/common-packaging-mistakes-to-avoid-۱۰-
https://www.we-pack.co.uk/advice-centre/research/six-common-packing-mistakes
https://filestage.io/blog/packaging-mistakes/

فرصت امروز
روزنامه مدیریتی-اقتصادی
دوشنبه | ۲۷ اسفند ۱۴۰۳ | شماره ۲۶۶۵ | 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