روزنـامه مدیریتـی - اقتصـادی

فرصت امروز

بـرای کسـب وکـار آفـرینی

دوشنبه
۳ اردیبهشت ۱۴۰۳

Mon.22 Apr 2024
۱۳ شوال ۱۴۴۵ - سـال نهم
شماره ۲۴۵۲
۸ صفحه - ۵۰۰۰ تومان

www.forsatnet.ir

آیا آینده صنعت بازی‌های ویدئویی خدشه‌دار شده است؟

صنعت پول‌ساز در سراشیبی

حتی اگر شـما هیچ آشنایی با بازی‌های ویدئویی (گیم) نداشته باشید همیشه در اطراف‌تان کسانی را دیده‌اید که وقت آزادشـان را به بازی می‌گذراننـد. احتمالا می‌توانید حدس بزنید که صنعت گیم یک کسـب و کار بسـیار بزرگ جهانی است. اگر به اخبار رسـانه‌ها در این خصوص هم دقت کرده باشید این را می‌دانید که درآمد صنعت بازی‌های ویدئویی از هالیوود بالاتر است...

۲

با گذشت ۴ سال از همه‌گیری کرونا، صندوق بین‌المللی پول می‌تواند بحران بدهی را حل کند؟

اقتصاد جهانی در برزخ بدهی

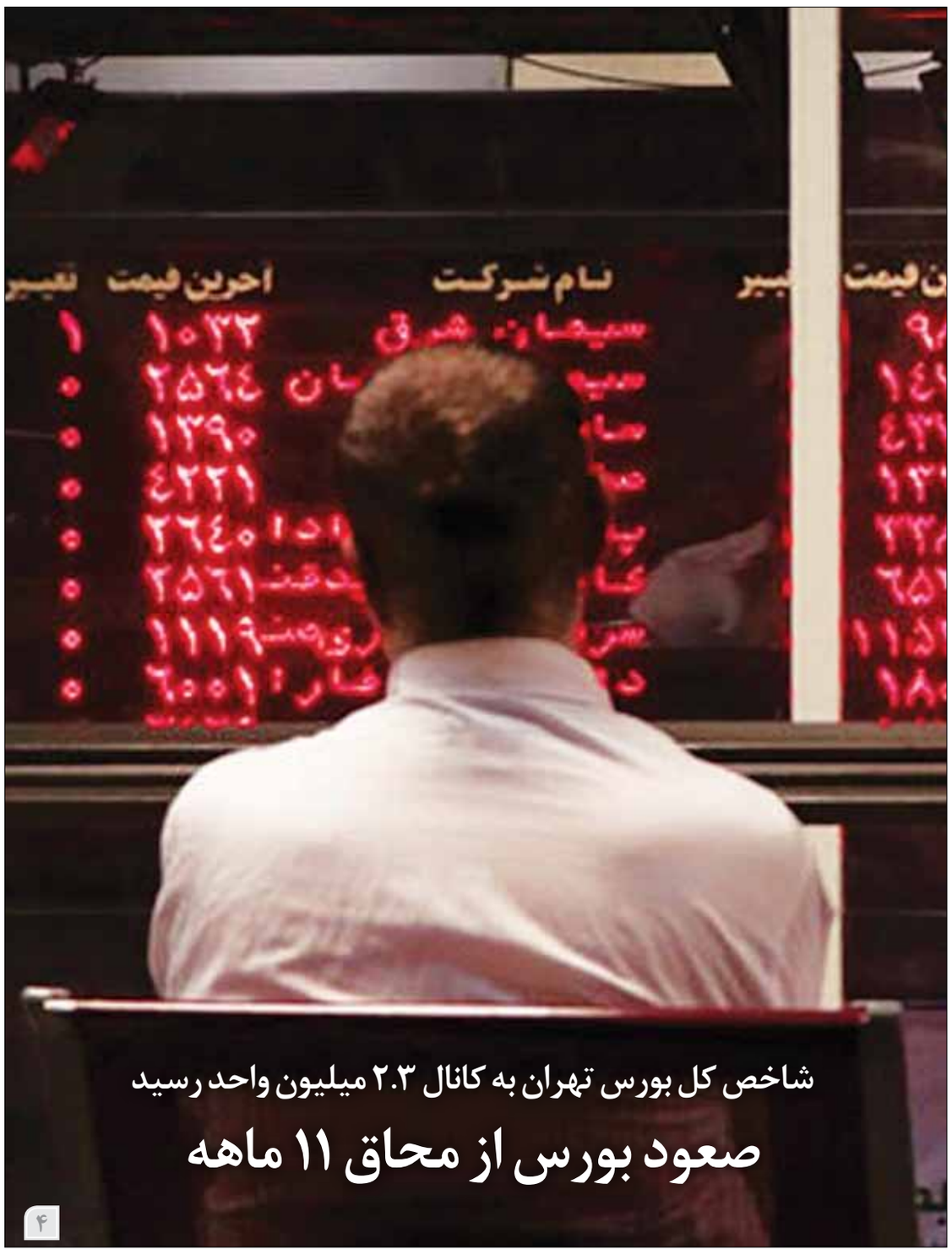
فرصت امروز: بحران بدهی جهان به وخیم‌ترین وضعیت خود در چند دهه اخیر رسیده و صندوق بین‌المللی پول با در پیش گرفتن راهکاری جدید در تلاش است از تبدیل این بحران به فاجعه جلوگیری کند. به گزارش «اکونومیست»، اکنون چهار سال از زمانی که اولین کشورهای فقیر به دلیل هزینه‌های سرسام‌آور ناشی از همه‌گیری کرونا و کاهش شـدید حجم سرمایه‌گذاری از سوی سـرمایه‌گذاران در جهان دچار نکول بدهی شده‌اند، می‌گذرد و حدود دو سالی می‌شـود که نرخ‌های بهره بالاتر در کشـورهای ثروتمند و توسعه‌یافته، فشار بیشـتری را بر دولت‌های دارای کمبود نقدینگی وارد کرده است، اما در نشست‌های بهاری صندوق بین‌المللی پول و بانک جهانی که در واشنگتن برگزار شد، بسـیاری از دولتمردان و سیاستگذاران بین‌المللی طوری رفتار کردند که گویی بدترین بحران بدهی جهان (براساس سهمی از جمعیت جهانی که تحت تأثیر این بحران قرار گرفته‌اند) از دهه ۱۹۸۰ میلادی تاکنون به پایان رسیده است. به‌هرحال، بدهی فقیرترین کشـورهای جهان در سال میلادی گذشته، رشد قابل‌توجه ۴ درصدی داشته‌اند. برخی از این کشورها همانند کنیا حتی دوباره وام‌گیری از بازارهای بین‌المللی را آغاز کرده‌اند. با توجه به این شواهد، واقعیت این است که بحران بدهی همچنان ادامه دارد. از منظر «اکونومیست»، دولت‌های بدهکار هنوز نتوانسته‌اند بدهی‌های خود را بازسازی کنند و از وضعیت نکول خارج شوند. به نظر می‌رسد که آنها به‌نوعی در برزخ گیرکرده‌اند. با گذشت زمان، کشورهای بیشتر و بزرگ‌تری هم به این گروه خواهند پیوست. ازاین‌رو هیأت‌مدیره صندوق بین‌المللی پول...

۳

یک هزار و ۷۶۷ طرح نیمه تمام در بودجه امسال وجود دارد که اتمام آنها ۸ سال زمان می‌برد

تنگنای طرح‌های عمرانی در بودجه ۱۴۰۳

۲



شاخص کل بورس تهران به کانال ۲.۳ میلیون واحد رسید

صعود بورس از محاق ۱۱ ماهه

۴

یادداشت

۴

آینده جهانی‌شدن

صالح صحابه تبریزی
دانشیار کالج بازرگانی
دانشگاه اکلاهُما

علی‌رغم تحریم‌های اقتصادی، سال‌هاسـت که زندگی ایرانیان تحت تأثیر فرآیند جهانی‌شدن قرار گرفته اسـت. بـرای درک اهمیـت ایـن فرآینـد، کافـی اسـت زندگی روزمره را اندکی مـرور کنید. در کنار محصولات ایرانـی، گسـتره‌ای از کالاهای مصرفـی (از چـای و برنـج گرفته تا ماشـین‌آلات صنعتی و ابزارک‌هـای الکترونیکی) در خارج از ایـران تولید می‌گردند و بـه ایـران وارد می‌شـوند. جالـب ایـن اسـت کـه غالب این کالاهـا نیـز در زنجیره‌ای درهم‌تنیـده و چندملیتـی که حاصـل فرآینـد جهانی‌شـدن اسـت، تولید می‌گردنـد. اجازه دهید مثالی بزنم. گوشـی‌های هوشـمند گلکسـی را در نظر بگیرید؛ محصولی کـه در بازار ایـران، هـواداران فراوانی دارد. این گوشـی‌ها توسـط شرکت سامسـونگ تولیـد می‌گردد و در عمل نیـز تصمیم‌گیری‌های اساسی تولید، انبارداری، توزیع و فروش به‌عـلاوه بخش مهمی از فعالیت‌های تحقیق و توسعه بـرای تولیـد ایـن محصول در کُـره جنوبـی انجام می‌شـود. حتـی برخی از اجـزای کلیدی ایـن محصول (نظیـر پردازنده Exynos) نیـز در این کشـور تولید می‌شـوند. ولیکن زنجیره تولیـد ایـن محصـول فراتر از کشور کُره است.

ادامه در همین صفحه

مدیریت و کسب‌وکار

هزار توی روابط برندها با فریلنسرها

فریلنسرها در طول دو دهه اخیر دنیای کسب و کار را به طور کامل زیر سلطه خود درآورده‌اند. آنها رقیب جدی برای کارمندان کلاسـیک محسوب شده و در هیچ قاعده سنتی جای نمی‌گیرند. اگر بخواهیم تعریف ساده‌ای از آنها داشـته باشـیم، در واقع آنها نیروی کاری هسـتند که آزاد کار می‌کنند. این یعنی در قالب قراردادهای کوتاه‌مدت و بدون اینکه به طور رسـمی به اسـتخدام یک شرکت درآیند، با کسب و کارهای مختلف همکاری دارند. همین امر آزادی عملی بسیار زیادی به فریلنسرها داده و جذابیت این حوزه کاری را چند برابر کرده است.

وقتی در یک جمع دوسـتانه یک تازه وارد اضافه می‌شـود، اول از همه حاضران با شـک و تردید به او نگاه می‌کنند؛ چراکه کمتر کسی از فرد تازه وارد مثل دوست صمیمی‌اش استقبال می‌کند. با این حال پس از مدتی که جریان دوستی برقرار شد، همه چیز فرق خواهد کرد. آن وقت است که جمع دوستانه به ساده‌ترین شکل...

۸

آینده جهانی‌شدن

آنچنان‌کـه انتظار می‌رود، بخـش مهمی از اجزای کلیـدی این محصول در چین تولید می‌شـوند. برای مثال، علی‌رغـم توانمندی‌هـای فوق‌العاده شـرکت سامسـونگ در تولید صفحه نمایش، برخی اوقات این شـرکت از صفحه نمایش‌های تولیدشـده توسط یک شـرکت چینی «BOE Technology Group» اسـتفاده می‌کند. به عـلاوه، پیش از این بخشـی از مونتاژ اجزای نیم‌سـاخته این گوشی هوشمند نیز در چین انجام می‌شـد. از سـال ۲۰۱۹ به بعد اما مونتاژ این محصول در کشـورهای دیگری انجام می‌شـود. به‌طور خاص، در طول سـال‌های اخیر، بخش مهمی از مونتاژ اجزای نیم‌سـاخته در ویتنام انجام می‌گیرد. بخـش دیگـری از مونتاژ نیز در هند انجام می‌شـود. جالب آن اسـت که به‌واسـطه بازار بزرگ گوشی‌های گلکسـی در آن کشـور، سـهم بزرگی از محصولات مونتاژ شـده در هندوسـتان در همان‌جا توزیع‌شده و به فروش می‌رسند؛ باقی‌مانده آن نیز به دیگر کشورها صـادر می‌شـوند. در نهایت، بخش دیگـری از مونتاژ اجزای نیم‌سـاخته در برزیل انجام می‌شـود. علاوه بر این کشورها، تولید گوشی‌های گلکسی به فعالیت‌های تحقیق و توسـعه دفاتر شـرکت سامسونگ در ایالات متحده متکی اسـت. همچنین برخی دیگر از اجزای کلیـدی این محصول هم در کشـورهایی نظیر ژاپن، تایوان و حتی فیلیپین تولید می‌شوند و در نهایت نیز بخش مهمی از مواد معدنی به کار گرفته در تولید این اجزا از معادن کشورهایی نظیر شیلی، کنگو و استرالیا استخراج می‌شوند.

پس از اتمام این زنجیره تولید چندملیتی، محصول نهایی از طرق گوناگون به ایران وارد می‌شـود و مورد اسـتفاده ایرانیان قرار می‌گیرد. برای بهره‌بردن از این محصول نیـز مصرف‌کنندگان ایرانی از مجموعه‌ای از نرم‌افزارهای همراه اسـتفاده می‌کننـد که برخی در ایران تولید شده‌اند (مثل اسنپ یا تپسی) و برخی در کشورهای دیگری نظیر روسیه (تلگرام)، ایالات متحده (اینستاگرام)، چین (تیک‌تاک)، و سوئد (اسپاتیفای). این قبیل نرم‌افزارهـای همراه نیز به مصرف‌کنندگان ایرانی این امکان را می‌دهند تا از گستره‌ای از خدمات بین‌المللی بهره ببرند (مثل برقراری تماس‌های صوتی و تصویـری از طریق تلگرام) یـا حتی به مجموعه‌ای از محتواهـای بین‌المللی دسترسـی پیدا کنند (مثل دسترسـی بـه مجموعـه‌ای متنـوع از موسـیقی با استفاده از اسپاتیفای). دسترسی گسترده به این‌گونه محصـولات و خدمـات که حاصل تولیـد چندملیتی هسـتند، نتیجه تأثیر مستقیم فرآیند جهانی‌شدن بر زندگی ایرانیان اسـت. البته نیازی به توضیح نیسـت که زندگی شـهروندان کشـورهای دیگر نیز سـالیان سـال است که تحت تأثیر فرآیندی مشابه قرار گرفته است. برخی از این شـهروندان در کشورهایی زندگی می‌کننـد کـه فعالانه در زنجیـره تولیـد بین‌المللی مشـارکت می‌کننـد (نظیر چین، کـره جنوبی، هند و ویتنـام)؛ حال آنکه دیگران در کشـورهایی زندگی می‌کنند که حضوری فعال در زنجیره تولید ندارند. با کمال تأسف، ایران در زمره کشورهای گروه دوم است.

جهانی‌شدن رو به اُفول است یا تکامل؟

ارائـه پاسـخی جامـع بـه ایـن پرسـش نیازمند ارزیابـی چندجانبـه‌ای از ابعاد اقتصادی، سیاسـی و اجتماعی جهانی‌شـدن اسـت. به‌واسـطه تحصیلات و علاقه‌مندی‌هـای پژوهشـی‌ام، من تنهـا می‌توانم بـه ارزیابی برخـی از موضوعاتی بپـردازم که به بُعد اقتصـادی این فرآیند مرتبط می‌شـوند. ارزیابی ابعاد دیگـر این ماجـرا، کار پژوهشـگران علوم سیاسـی، حقوق و جامعه‌شناسـی اسـت. برخی از اقتصاددانان بـر ایـن باورند که فرآینـد جهانی‌شـدن رو به پایان اسـت و در حال افول. ایشان به مواردی نظیر افزایش نابرابری‌هـا و تبعات سیاسـی آن اشـاره می‌کنند و تردیدهایی نیز درباره آتیه زنجیـره تولید بین‌المللی ابراز می‌کنند. اما دسته دیگری از اقتصاددانان بر این باورند که علی‌رغم مشـکلات نابرابری‌های اقتصادی و تبعات سیاسـی آن و همچنیـن نگرانی‌ها درباره آتیه زنجیـره تولید بین‌المللی، فرآیند جهانی‌شـدن رو به پایان نیسـت. بیش و پیش از هر چیز، ایشان به فراز و فـرود تاریخی روندهای تجاری اشـاره می‌کنند. به نظر می‌رسـد کـه درهم‌تنیدگـی منافـع اقتصادی موجب ثبات نسـبی جریان تجاری در جهان می‌شود. بـه علاوه، برخی شـواهد نشـان می‌دهند که رشـد چشـمگیر تجارت خدمـات و تأثیر بالفعـل و بالقوه پیشـرفت‌های فناوری ارتباطات بر این جریان تجاری می‌تواند زمینه‌ساز تکامل جهانی‌شدن باشد. در پایان، همکاری‌هـای بین‌المللی نیـز می‌توانند فضایی برای تکامل جهانی‌شدن به وجود آورند.

فراز و فرود تاریخی روندهای تجاری

اختـلال در روند رو به رشـد تجـارت بین‌الملل از زمان آغاز بحران مالی جهانی تا به امروز، به هیچ‌وجه بی‌سـابقه نیست. پیش از این نیز تجارت جهانی بارها شـاهد چنین فراز و فرودهایی بوده اسـت. علی‌رغم ایـن اختلالات، روند تجارت جهانـی در بلندمدت رو به رشد و پیشرفت بوده اسـت. برای نمونه بد نیست که نسـبت مجموع صادرات کالایی به مجموع تولید ناخالـص داخلـی جهـان را از نیمه قـرن نوزدهم تا انتهای قرن بیستم ارزیابی کنیم. در مطالعه‌ای که در سـال ۲۰۱۶ منتشر شد، «میشل فوکین» اقتصاددان دانشگاه سـوربُن و «یولِس هوگات» اقتصاددان بانک توسـعه آسیا، گسـتره‌ای از داده‌های تاریخی تجارت بین‌الملل را ساماندهی کردند و در اختیار پژوهشگران قرار دادند؛ این داده‌ها غالبا به قرون نوزدهم و بیستم مربوط می‌شـوند. براسـاس داده‌ها، نسـبت مجموع صـادرات کالایی بـه مجموع تولیـد ناخالص داخلی جهان از سـال ۱۸۵۰ تـا ۲۰۰۰ نشـان می‌دهد که علی‌رغـم فراز و فـرود فراوان، به نظر می‌رسـد روند بلندمـدت تجارت جهانی در طول این سـال‌ها رو به رشد بوده است و پیشرفت.

در این میان، دو نکته را نباید فراموش کنیم. نخست، پنجره زمانی سال ۱۸۵۰ تا ۲۰۰۰، آبستن گستره‌ای از حـوادث تاریخی نظیر جنگ‌های جهانی اول و دوم و البته رکـود بزرگ اقتصاد جهانی بود. دوم اینکه در طول این دوره، بسـیاری از کشورها تلاش کردند تا از طریق سیاست‌های تعرفه‌ای، جریان واردات را محدود کننـد و از تولید داخلی حمایت. برای نمونه، می‌توان به قانون تعرفه‌ای آمریکا در سال ۱۹۳۰ اشاره کرد. از طریق این قانون، کنگره کوشید تا واردات محصولات کشـاورزی و صنعتی به آمریـکا را با افزایش تعرفه‌ها محدود کند تا از کشـاورزان و تولیدکنندگان داخلی حمایت کنـد. در عمل اما افزایش تعرفه‌ها از سـوی ایالات متحده موجب ایجـاد یک جنگ تجاری تمام عیار میان آمریکا و شرکای تجاری‌اش شد و در نهایت حمایـت بادوامی بـرای کشـاورزان و تولیدکنندگان ایجاد نکـرد. علی‌رغم ظرفیت بالقوه بـرای نزاع‌های گسترده، جهانِ امروز در قیاس با جهانِ نیمه نخستین قرن بیستم در آرامشی نسبی به سر می‌برد. همچنین به‌واسطه سـازمان‌هایی نظیر سازمان تجارت جهانی، قوانین تعرفه‌ای و ضوابط غیرتعرفه‌ای کشورها نیز این روزها تا حدودی قابل پیش‌بینی هسـتند؛ هرچند که برخی سیاسـتمداران بعضا خـارج چارچوب قوانین و ضوابط مرسـوم عمل می‌کنند. عواملی از این دسـت جملگـی زمینه‌ای بـرای تکامل جهانی‌شـدن فراهم می‌آورد.

درهم تنیدگی منافع اقتصادی در جهان

علی‌رغم کاهش در جریان سـرمایه‌گذاری مستقیم خارجـی، زنجیـره تولیـد بین‌المللـی در طول چند دهه گذشته، شـبکه‌ای درهم‌تنیده از تولیدکنندگان را شـکل داده اسـت. درهم‌تنیدگـی زنجیـره تولید باعث درهم‌تنیدگـی منافع تولیدکنندگان می‌شـود و درهم‌تنیدگـی منافع نیز باعث تداوم اتکای ایشـان به جریان تجاری می‌شـود. اجـازه بدهید مثالی بزنم. جنـگ تجاری میـان آمریکا و چین از ابتدای سـال ۲۰۱۸ آغاز شـد و تا انتهای سال ۲۰۱۹ ادامه یافت. سـپس به‌واسـطه بیماری فراگیر کووید-۱۹ و عدم انتخاب دوباره «ترامپ»، این جنگ تجاری ادامه پیدا نکرد. بعد از اسـتقرار دولت جدید اما قوانین تعرفه‌ای آمریکا در طول چند سـال اخیر مورد بازبینی جدی قـرار نگرفت و کماکان تعرفه‌های وارداتِ گسـتره‌ای از کالاهـای چینی نسـبتا بیشـتر از پیش هسـتند. آنچنان‌که انتظار می‌رفـت، این جنگ تجاری موجب کاهش جریان تجاری میان آمریکا و چین شد که تأثیر چشمگیری بر تجارت جهانی داشت. ولیکن آنچنان‌که «پابلـو فاجِلبام»، اقتصـاددان دانشـگاه UCLA و همکارانش در پژوهش تازه‌ای نشان دادند، این جنگ تجـاری موجب افزایش صـادرات دیگر کشـورها به آمریکا و دیگر مقاصد تجاری شـد؛ به علاوه، صادرات دیگر کشـورها به چین نیز تغییر چندانی نکرد. برای نمونـه، ویتنام از جمله کشـورهایی اسـت که از این جنـگ تجاری بهره فـراوان برد و توانسـت بر میزان صادراتـش به آمریکا و دیگر مقاصـد تجاری بیفزاید. جالـب آنکه بخشـی از این صـادرات، حاصل وارداتِ ویتنـام از چین بوده اسـت. به نظر می‌رسـد برخی بنگاه‌هـای چینی برای فرار از تعرفه‌های وضع شـده علیه ایشـان، ابتدا کالای خود را به ویتنام و سپس از آنجا به آمریکا صادر کردنـد؛ گویی که زنجیره تولید جهانـی تنها طولانی‌تر از پیش شـده اسـت. به بیان دیگر، برخلاف انتظار بسـیاری، جنـگ تجاری میان آمریـکا و چین، فرصت‌های صادراتـی جدیدی برای بسیاری از کشورها به وجود آورد و در برخی موارد نیز زنجیره تولید را طولانی‌تر کرد. این مثال نشان‌دهنده درهم‌تنیدگی منافع اقتصادی اسـت که در بلندمدت می‌تواند به ثبات نسبی جریان تجاری کمک کند.

فناوری‌های نوین و تجارت خدمات

پیشرفت‌های اخیر در فناوری‌های جدید ارتباطی نه تنها زمینه‌سـاز تقسیم کار بین‌المللی در تولید صنعتی شـدند، بلکه زمینه را برای رونق تجارت خدمات فراهم کردند. بد نیسـت بدانید که علی‌رغم شوک‌هایی نظیر بحران مالی جهانی و بیماری فراگیر کووید-۱۹، نسبت مجمـوع صادرات خدمـات به مجمـوع تولید ناخالص داخلـی جهـان در طول دهه‌های گذشـته افزایشـی چشـمگیر داشته است. مجموع ارزش صادرات خدمات در میانـه دهـه ۷۰ میـلادی تنها در حـدود ۳ درصد مجمـوع تولید ناخالص داخلی جهـان بود، اما تا پیش از فراگیری کووید-۱۹، این نسـبت توانسـت از مرز ۷ درصد بگذرد. با فراگیر شـدن این بیماری و کندشدن روند تجاری، این نسبت به حدود ۶ درصد تقلیل یافت. ولیکن پس از بهبود شـرایط تجاری، نسـبت صادرات خدمات به مجموع تولید جهان در سـال ۲۰۲۲ دوباره از مرز ۷ درصد گذشت و به رشد خود ادامه داد.

اُفت و خیز شـدید تجارت خدمـات در طول چند سـال اخیر نیز بیشـتر از هـر چیز نتیجـه فراگیری کووید-۱۹ بود. در طـول دوره فراگیری این بیماری، فعالیت‌هـای مرتبط بـه خدمات مسـافرتی در کنار خدمـات حمل‌ونقـل (دریایـی و هوایـی) کاهشـی چشـمگیر را تجربه کردنـد. فعالیت‌هـای مرتبط به مابقـی خدمـات بازرگانی نیز با رکود مواجه شـدند. پـس از پایان دوره فراگیری اما خدمات مسـافرتی و حمل‌ونقل رونقـی دوباره گرفتنـد و موجب افزایش حجم تجارت خدمات جهان شدند. خدمات بازرگانی نیز پس از پایان آن دوره رونق بیشـتری گرفتند. این خدمات برای مثال شامل مواردی نظیر خدمات مالی (خدمـات بانکی، بیمه‌ای و سـرمایه‌گذاری)، خدمات مربوط به کسـب‌وکار (خدمات حقوقی، مشاوره‌ای و تبلیغاتی)، خدمات مربوط به نوآوری (خدمات تحقیق و توسـعه به‌علاوه خدمات طراحی صنعتی)، خدمات کامپیوتـری، خدمـات درمانی، خدمات مهندسـی و خدمات آموزشی می‌شـوند. البته نباید فراموش کرد که ارزش اسـمی تجارت خدمـات هم‌اکنون کمتر از ارزش اسـمی تجارت کالایی در دنیاست. برای نمونه در سال ۲۰۲۲، مجموع ارزش اسمی صادرات خدمات در دنیـا تنهـا ۷ تریلیون دلار بود (حـدود ۷ درصد ارزش اسـمی تولید جهانی)؛ حال آنکه مجموع ارزش اسمی صادرات کالایی در دنیا از مرز ۲۵ تریلیون دلار گذشت (حدود ۲۵ درصد ارزش اسمی تولید جهانی).

علی‌رغم تفـاوت در مجموع ارزش، تجارت خدمات با شـتابی بیشـتر در حال رشد اسـت. برای مثال از سال ۲۰۰۸ تا ۲۰۲۲، میانه نرخ رشد سالیانه تجارت خدمات در دنیا در حدود ۶.۲۶ درصد بوده اسـت؛ در حالی که میانه نرخ رشـد سالیانه تجارت کالایی تنها در حدود ۲.۴۲ درصد بوده اسـت. رشـد فناوری‌های نویـن (برای مثال، ارتقای سـخت‌افزار و نرم‌افزارهای استفاده شده در گوشـی‌های هوشمند و ابزارک‌های مشـابه) و نوآوری‌های بیشـتر در زمینه فناوری‌های ارتباطی (برای مثال، استفاده هرچه بیشتر از ابزارهای هوش مصنوعی در گوشی‌های هوشمند و ابزارک‌های مشابه) می‌تواند بر شتاب رشد تجارت خدمات بیفزاید و زمینه‌ساز تکامل فرآیند جهانی‌شدن شود.

همکاری‌های بین‌المللی در جهان امروز

تجربه نظم سیاسـی و اقتصادی جهان در دهه‌های پـس از اتمام جنـگ دوم جهانی حاکی از آن اسـت که برخـی همکاری‌های بین‌المللـی در جهان امروز نه تنها میسـر هسـتند، بلکه در بلندمدت تأثیرگذار نیز هسـتند. بـرای نمونـه، می‌توان به رونـد تکامل سیاسـی و اقتصادی در اروپا اشـاره کرد. مجموعه‌ای از کشـورهای متکثر و متخاصم اروپایی که از سـال ۱۹۱۴ تا ۱۹۱۸ درگیر نخسـتین جنگ جهانی قرن بیسـتم بودند و پس از آن از سـال ۱۹۳۹ تا ۱۹۴۵ درگیر دومین جنگ جهانی، در طول سال‌های پس از جنگ دوم توانستند صلحی پایدار در منطقه به وجود آورند. تا آنجا که همان کشـورهای متکثر و متخاصم موفق شـدند (پس از تأسیس سـازمان زغال‌سنگ و فولاد اروپا در سال ۱۹۵۱) از سال ۱۹۹۳ اتحادیه‌های سیاسی و از سـال ۱۹۹۹ اتحادیه‌های پولی به وجود آورنـد. البته نباید فراموش کنیم که دو عامل کلیدی (حمایـت ایالات متحده و فروپاشـی اتحـاد جماهیر شوروی) به شـکل‌گیری و تکامل اتحادیه اروپا کمک فراوانـی کرد. بیش و پیش از هر چیز، اما مجموعه‌ای از اقدامات جمعیِ کشـورهای اروپایی، زمینه را برای صلح پایدار و تشـکیل اتحادیه‌ای سیاسی و اقتصادی فراهـم کرد. علی‌رغم تهدیدهایی که در برابر اقدامات جمعـی قـرار دارد (نظیر بازگشـت ترامـپ به کاخ سـفید)، به نظر می‌رسـد که چالش‌هـایِ پیش‌رویِ جهانِ امـروز، فرصت‌های جدیدی برای همکاری‌های بین‌المَللی به وجود آورده اسـت. برای نمونه می‌توان به اقدامات جمعی کشـورها برای کاسـتن از تأثیرات منفـی تغییـرات اقلیمی اشـاره کرد. ایـن اقدامات شـامل مواردی نظیر توافق‌نامه پاریـس و البته دیگر اقدامات سـازمان ملل است که از سـال ۲۰۱۵ آغاز شد، می‌شـوند. این قبیل همکاری‌ها می‌توانند زمینه را برای تکامل جهانی‌شدن فراهم آورد.

نتیجه‌گیری

جهانی‌شـدن یـک فرآیند ایسـتا و جامد نیسـت؛ پویایی‌هایی دارد و سـیال اسـت. بـه همین دلیل به نظر می‌رسـد که این فرآیند می‌تواند خود را با تغییر شرایط جهانی تا حدودی وِفق دهد و زمینه پیشرفت اقتصادی را فراهم کنـد. البَته نمی‌توان انکار کرد که ایـن روزها فرآیند جهانی‌شـدن بـا مخاطراتی جدی روبه‌رو شـده است؛ مشـکلات نابرابری‌های اقتصادی و تبعـات سیاسـی آن و البته نگرانی‌هـا درباره آتیه زنجیره تولید بین‌المللـی می‌توانند بالقوه زمینه‌های اُفـول جهانی‌شـدن را فراهم آورند. بـا این‌همه نباید فراموش کنیم که علی‌رغم فـراز و فرود فراوان، روند تجارت جهانی در بلندمدت رو به رشـد بوده اسـت. همچنیـن درهم‌تنیدگی منافع اقتصـادی بنگاه‌ها و کشـورها، بیش از پیش موجب تداوم اتکای ایشـان به جریان تجارت جهانی شـده است. به علاوه، شتاب چشمگیر رشد تجارت در خدمات و تأثیر فناوری‌های ارتباطـی بر این جریـان تجاری می‌تواند زمینه‌سـاز تکامل فرآیند جهانی‌شـدن شود. در نهایت نیز تداوم همکاری‌های بین‌المللی در زمینه‌هایی نظیر کاسـتن از تأثیرات منفی تغییرات اقلیمی، فضایی برای تکامل جهانی‌شدن به‌وجود می‌آورد.

نگـــــاه

نگاهی به بازار هنر ایران در سال ۱۴۰۲

بازار هنر از رکود خارج شد

بررسی بازار هنر ایران با مجموعه‌ای از آمار و ارقام مربوط به فروش آثار در خانه‌های حـراج، گران‌ترین آثار، پرفروش‌ترین هنرمندان، عملکرد گالری‌ها و... در سـال ۱۴۰۲ نشـان می‌دهد عملکرد این بازار در مقایسـه با سـال ۱۴۰۱ از حالت رکورد درآمده، به ثبات رسـیده و رشد کرده اسـت. مجموعه آرتچارت که به بررسی بازار هنر ایران می‌پردازد در گزارشـی با ارائه آمارها و داده‌های مختلف، نشان می‌دهد که اقبال به بازار هنر برگشته است. بازار هنر در سال ۱۴۰۲ یک تفاوت عمده با سال گذشته‌اش داشت: از سرگیری امور جاری و خروج از رکود. رخدادهای مختلف سـال ۱۴۰۱، اثرش را بر اقتصاد و بازار هنر گذاشت و آنها را دچار وقفه کرد، اما بررسی‌ها از فعالیت‌های هنری در سـال ۱۴۰۲نشـان می‌دهـد، با فروکش کـردن بحران‌ها، ثبات به عرصه هنر بازگشـته و روال معمول در بازار، جریان گرفته است. آرتچارت داده‌های بازار هنر ایران از سال ۱۳۸۴ تاکنون را جمـع‌آوری کرده و این گزارش رصد اطلاعات و داده‌هـای بازار هنر در بخش‌های مختلف از جمله خانه‌های حراج، گران‌ترین آثار فروش رفته، پرفروش‌ترین هنرمندان و فعالیت‌های گالری‌ها در سال ۱۴۰۲ و مقایسه آن با سال‌های ۱۴۰۱ و در برخی موارد ۱۴۰۰ است.

یکی از عوامل بررسی بازار هنر، خانه‌های حراج هستند. مجموع فروش هنر مدرن و معاصر ایران در همه خانه‌های حراج در سـال ۱۴۰۲ به ۱۷.۴ میلیون دلار رسـید که نسـبت به سـال قبل آن، ۷۰ درصد رشـد مثبت را تجربه کرد. دلیل نرخ رشـد منفی بازار هنر ایران در سـال ۱۴۰۱ برگزار نشـدن یک دوره از حراج تهران بود. تأثیر رخدادهای مختلف در سـال ۱۴۰۱، مجموع فروش آثار هنرمنـدان ایرانی در حراج‌ها را به ۱۰.۲ میلیون دلار رسـاند که نسـبت به سـال قبل از آن (۱۴۰۰) نرخ رشد منفی ۳۷ درصد را ثبت کرد. همچنین در سال ۱۴۰۲ نزدیک به ۵۵۰ هنرمند ایرانی به حراج‌ها راه یافتند و حدود ۸۵۰ اثر از آنها ارائه شد و از این ۸۵۰ اثـر بیش از ۵۷۰ اثر به فروش رفت، یعنی هنرمندان ایرانی موفق شده‌اند بیش از ۶۵ درصد از آثار خود را در حراج‌های برگزارشده در سال ۱۴۰۲ به فروش برسانند. اشاره به این نکته نیز مهم است که ۶۰ درصد از مجموع ۱۷.۴ میلیون دلار به‌دست آمده از فروش آثار ایرانی در کلیه حراج‌ها، از تنها حراج هنری ایران یعنی حراج تهران به دست آمده است. بعد از ایران، دو کشوری که بیشترین سهم را در فروش آثار هنری ایران داشـته‌اند به ترتیب بریتانیا (۲۰درصد) و آمریکا (۹درصد) هسـتند. بررسـی آثار ایرانی فروخته شده در حراج‌ها نشان می‌دهد که ژانر نقاشی (نقاشی+ نقاشی‌خط) با کسب مجموع ۱۴.۸ میلیون دلار بیشترین سهم را داشته است و پس از آن، مجسمه، کولاژ و عکاسی پرطرفدارترین ژانرهای هنری در بین آثار ایرانی به فروش رفته هستند.

براساس این گزارش، مجموع آمار و داده‌های حاصل از فروش آثار هنرمندان ایرانی نشان می‌دهد رتبه‌های اول و دوم گران‌ترین آثار فروخته شـده هنرمندان ایرانی در سال ۱۴۰۲ به دو تابلوی بدون عنوان از سـهراب سپهری می‌رسـد. در رتبه‌های بعدی، اثر بدون عنوان کوروش شیشـه‌گران، اثر «چه کسی می‌نگرد؟» از حسین زنده‌رودی، تابلویی بدون عنوان از سهراب سپهری، تابلوی «مرگ و زندگی» از آیدین آغداشلو، تابلویی بدون عنوان از سهراب سپهری، اثر «حشاشـین» از علی بنی‌صدر، اثر «اندام» از حسین زنده‌رودی و اثر «کاوش در خورشـید» از مهدی قدیانلو به ترتیب در جایگاه سوم تا دهم از نظر گران‌ترین آثار هنرمندان ایرانی در سال ۱۴۰۲ قرار گرفته‌اند.

به گزارش «آینده‌نگر»، بررسی‌ها نشان می‌دهد که نیمی از فروش بازار هنر ایران متعلق به ۱۰ هنرمند اول اسـت اطلاعات گردآوری شـده از سـوی آرتچارت حاکی از آن است که منوچهر یکتایی با کسب مجموع فروش ۱.۸ میلیون دلار پرفروش‌ترین هنرمند ایرانی در سال ۱۴۰۲ است. بعد از یکتایی، سهراب سپهری با اختلاف کم و بـا مجموع فروش ۱.۷ میلیـون دلار در رتبه دوم پرفروش‌ترین هنرمنـدان ایرانی قرار دارد. حسـین زنده‌رودی سـومین هنرمند پرفروش مارکت هنر ایران با ۱.۱ میلیون دلار اسـت. در این میان باید به برخی نکات هم اشاره کرد. در سال ۱۴۰۲ از ۱۷.۴ میلیون دلار حاصل شـده، ۱۲ میلیـون دلار (۷۰درصـد) را ۲۰ هنرمند ایرانی پرفروش به دسـت آورده‌اند. همچنیـن از لحاظ تعداد آثار فروخته‌شده در حراج‌ها، منوچهر یکتایی، مسعود عربشاهی و صادق تبریزی به ترتیب بیشـترین آثار را داشته‌اند، درحالی که سپهری، زنـده‌رودی و تناولی با تعداد آثار کمتر فروخته‌شـده در رتبه‌های دوم تـا پنجم پرفروش‌ترین هنرمندان قرار دارند، یعنی قیمت آثار سپهری، زنده‌رودی و تناولی به مراتب بالاتر از یکتایی و عربشاهی است. در بین ۲۰ هنرمند ایرانی پرفروش، تنها نام سه هنرمند زن دیده می‌شود: منیر فرمانفرماییان، مایشا محمدی و فریده لاشایی. جالب آنکه مایشـا محمدی، هنرمند خودآموخته ایرانی‌تبار ساکن آمریکاست که در بین ۲۰ هنرمند پرفروش ایرانی در رتبه ۱۳ قرار دارد و سـال ۱۴۰۲، نخستین سالی بوده که آثارش به حراج‌ها راه یافته اسـت. از سوی دیگر، جوان‌ترین هنرمند در بین ۲۰ هنرمند پرفروش ایرانی در سال ۱۴۰۲ مهدی قدیانلو متولد ۱۳۶۰ است.

با توجه به آمار ثبت‌شده، نزدیک به ۱۰۰ گالری در تهران در سال ۱۴۰۲ فعال بوده‌اند و بیش از ۷۲۰ نمایشگاه گروهی و انفرادی برپا کرده‌اند. تعداد نمایشـگاه‌های برگزار شـده در سال ۱۴۰۲ نسبت به سـال ۱۴۰۰ رقم ۲۸ درصد کاهش را نشـان می‌دهد. البته در سـال ۱۴۰۱ این میزان ۲۰ درصد افزایش داشته است. این بدین معناست که نرخ فعالیت‌های بسترهای نمایشی در تهران در حال افزایش اسـت، اما هنوز به میزان سـال ۱۴۰۰، یعنی دوران پیش از تعطیلی گالری‌ها نرسـیده اسـت. فعالیت گالری‌ها در شهرهای دیگر به غیر از تهران نیز نشـان می‌دهد که بیش از ۳۰ گالری در ۱۵ شهر ایران (به غیر از تهران) دست به فعالیت‌های نمایشگاهی زده و حدود ۱۵۰ نمایشـگاه برگزار کرده‌اند. در یک بررسی دیگر درباره فعالیت گالری‌ها، تهران با برگزاری بیش از ۷۲۰ نمایشـگاه، پرتلاش‌ترین شـهر از نظر فعالیت‌هـای فرهنگی و هنری در ایران اسـت. اصفهان با برگزاری حدود ۵۰ نمایشگاه در رتبه بعدی قرار دارد. پس از این شهر می‌توان از کاشان، شیراز، بندر انزلی، مشهد، تبریز، رشت و ماهشـهر به‌عنوان فعال‌ترین شهرهای هنری ایران نام برد.

در بررسـی روند فعالیت گالری‌ها می‌توان به این نکته نیز اشاره کرد که از میان ۱۰۰ گالری مشـغول در شـهر تهران، گالری «اُ» با برگزاری نزدیک به ۳۰ نمایشـگاه فعال‌تریـن گالری تهران نام می‌گیـرد. از میان بیش از ۳۰ گالری فعـال در خارج از تهران هم گالـری «اکنون» در اصفهان با برگزاری نزدیک به ۳۰ نمایشـگاه در کنـار گالری «اُ» از پرکارترین گالری‌های کل کشـور در سـال ۱۴۰۲ محسـوب می‌شـود. فارغ از فعالیت گالری‌ها که در تهران و شهرسـتان‌ها از افزایش فعالیت‌هـای فرهنگی و هنری حکایت دارد، داده‌ها و اطلاعات گردآوری شـده از سـوی آرتچارت نشان می‌دهد که روند فعالیت‌های هنری در سـال ۱۴۰۲ در مقایسه با سال ۱۴۰۱ رشـد داشته است. البته همانطور که پیش از این نیز اشـاره شد، مهمترین دلیل این موضوع به رکورد و توقف برخی از فعالیت‌هـای هنری در سـال ۱۴۰۰ برمی‌گردد. بـا این حال با به جریان افتادن فعالیت مراکز هنری و برپایی حراج تهران در سـال ۱۴۰۲، آمارها رشد بازار هنر را در این سال نشان دادند.

یک هزار و ۷۶۷ طرح نیمه تمام در بودجه امسال وجود دارد که اتمام آنها ۸ سال زمان می‌برد

تنگنای طرح‌های عمرانی در بودجه ۱۴۰۳

فرصت امروز: هزار و ۷۶۷ طرح عمرانی نیمه‌کاره در لایحه بودجه سال ۱۴۰۳وجـود دارد کـه اتمام همگی آنها به حـدود ۲۰۰۰ میلیارد تومان اعتبار نیاز دارد و این در حالی است که در بودجه امسال چیزی نزدیک به یک دهم این رقم، یعنی ۲۴۳ هزار میلیارد تومان تامین مالی شده است، بنابراین اتمام این هزار و ۷۶۷ طرح نیمه‌کاره در بودجه امسـال دست کم هشـت سال زمان می‌برد؛ طرح‌هایی که میانگین عمر آنها به بیش از ۱۷ سـال رسیده است و نشان می‌دهد که میانگین بر زمین ماندن پروژه‌های عمرانی کشـور ۱۷ سال است. متاسفانه اغلب این طرح‌های عمرانی دچار گذر زمان شده و دیگر توجیه اقتصادی و فنی ندارند.

آنطور که بازوی پژوهشـی مجلس گزارش داده اسـت، سهم طرح‌های عمرانی از مصارف عمومی کشـور به ۱۶ درصد رسیده که کمترین سهم از سـال ۱۴۰۰ تاکنون است. بیشتر این طرح‌ها، پروژه‌هایی هستند که از سال‌های قبل باقی مانده‌اند و اتمام همه آنها به حدود ۲ هزار همت اعتبار نیاز دارد. مشـخص است که با اختصاص تنها ۲۴۳ هزار میلیارد تومان به این طرح‌ها، بسیاری از آنها همچنان ناتمام باقی خواهند ماند و به بودجه سال بعد منتقل خواهند شد. بدین ترتیب، میانگین عمر این طرح‌ها به ۱۷ سـال رسیده و اگر با همین روند قرار به ادامه کار باشد، هشت سال زمان برای پایان آنها لازم اسـت. متاسفانه دولت هیچ اقدام موثری برای غربال این پروژه‌ها در لایحه بودجه ۱۴۰۳ انجام نداده و به نظر می‌رسد مهمترین چالش در برنامه‌ریزی و مدیریت طرح‌های عمرانی دولت، ناکارایی مصارف عمومی و تعداد بالای طرح‌هایی اسـت که بدون پیشـرفت قابل توجه از سـالی به سال دیگر منتقل می‌شـوند. در بودجه سال جاری، هزار و ۷۶۷ طرح عمرانی نیمه‌کاره وجود دارد که تنها برای یک دهم آنها (مبلغ ۲۴۳ هزار میلیارد تومان) تامین مالی شده است.

پروژه‌هایی که بر زمین می‌مانند

سـهم طرح‌های عمرانی از بودجه کشور در سـال ۱۴۰۳ به ۱۶ درصد رسیده که کمترین سهم در چهار سال گذشته محسوب می‌شود. متاسفانه بسیاری از این طرح‌ها، پروژه‌هایی هستند که بدون هیچ پیشرفتی صرفا در قانون بودجه خاک می‌خورند. تملک دارایی‌های سرمایه‌ای، بخشی از بودجه هر ساله کشور است که مشخص می‌کند دولت در سال پیش رو چه میزان برای طرح‌های عمرانی سرمایه‌گذاری خواهد کرد. طرح‌های تملک، یکی از کانال‌های عمده سرمایه‌گذاری دولت برای گسترش بخش‌های تولیدی و خدماتی کشور است که در اغلب موارد منجر به رشد زیرساخت‌های کشور می‌شـود؛ بنابراین اهمیت زیادی در بودجه سالانه دارد. بر همین اساس، دولت سـیزدهم در لایحه بودجه سال جاری، ۴۰۰ هزار میلیارد تومان به این طرح‌ها اختصاص داده که این مقدار نسـبت به بودجه سـال ۱۴۰۲، کمتر از ۷ درصد رشد داشته است. اعتبار کل طرح‌های عمرانی در لایحه بودجه امسال، بالغ بر ۴۰۰ هزار میلیارد تومان است. از این رقم، ۲۶۳ هزار میلیارد تومان به طرح‌های دسـتگاه‌های اجرایی ملی اختصاص دارد، ۷۱ هزار میلیارد تومان به دستگاه‌های اجرایی محلی در استان‌های کشور و ۶ هزار میلیارد تومان به ردیف‌های متفرقه. این میزان بودجه برای ۲ هزار و ۳۲۵ طرح است که به تفکیک به آنها در قانون بودجه اشاره شده است.

مبلغ تخصیص داده شده برای پروژه‌های عمرانی نسبت به سال گذشته به میزان ۷ درصد رشـد کرده اسـت. با این حال، سهم این طرح‌ها از کل مصرف عمومی در قانون بودجه کاهش یافته است. رقم کل منابع و مصارف عمومـی دولت در لایحه بودجه سـال ۱۴۰۳ برابر بـا ۲ هزار و ۴۶۲ هزار میلیارد تومان تعیین شـده است، بنابراین مبلغ ۴۰۰ هزار میلیارد تومانی برای طرح‌های عمرانی، سـهم ۱۶ درصدی از کل بودجه دولت را در این سـال تشکیل می‌دهد. سهم این طرح‌ها از کل بودجه می‌تواند نشان دهد که دولت چه میزان به گسـترش زیرساخت‌های کشور توجه داشته است. بررسی بودجه سال‌های اخیر حاکی از آن است که دولت در سال ۱۴۰۳، کمترین توجه را به این موضوع داشـته و سهم این طرح‌ها از کل منابع و مصارف بودجه به کمترین عدد از سـال ۱۴۰۰ تاکنون رسیده است. نکته مهم دیگر در رابطه با طرح‌های عمرانی، انباشت طرح‌هایی است که بدون هیچ پیشـرفتی از بودجه یک سال به بودجه سال بعد منتقل می‌شوند و بر زمین می‌مانند.

عمر ۶۲ ساله طرح‌های غیرجاری

طرح‌های عمرانی به دو دسـته جاری و غیرجاری تقسـیم می‌شـوند. طرح‌هـای جاری، آنهایی هسـتند که به تعمیر و تجهیز ماشـین‌آلات و امکانـات می‌پردازند. این طرح‌ها بخش کوچکی از کل طرح‌های تملک را تشکیل می‌دهند، اما سایر طرح‌ها پروژه‌هایی با زمان آغاز و پایان مشخص هسـتند که به آنها طرح‌های غیرجاری گفته می‌شـود. در لایحه بودجه امسال از ۲ هزار و ۳۲۵ طرح عمرانی، ۵۵۸ طرح جاری و هزار و ۷۶۷ طرح غیرجاری هستند. اعتبار طرح‌های جاری ۲۰ هزار میلیارد تومان و اعتبار طرح‌های غیرجاری ۲۴۳ هزار میلیارد تومان تعیین شده است.

براسـاس گزارش مرکز پژوهش‌ها، هزار و ۷۶۷ طرح در پیوست شماره یک بودجه سال ۱۴۰۳ دارای زمان شروع و پایان مشخص است که برای آنها مجموعا در حدود ۲۴۳ هزار میلیارد تومان اعتبار در سال جاری لحاظ شـده و برآورد شده است. این در حالی است که تا اتمام این طرح‌ها، بالغ بر ۱۷۴۵ هزار میلیارد تومان دیگر نیاز اسـت! عموم این طرح‌ها، ماهیت احـداث یا ایجـاد دارند و بخش اصلی طرح‌های عمرانی ملی را تشـکیل می‌دهند. متوسـط عمر این طرح‌های عمرانی نیمه‌کاره از شروع تاکنون برابر با ۱۶ سال بوده و قدیمی‌ترین آنها «ساختمان شبکه آبیاری و زهکشی سـفیدرود و فومنات» و «تکمیل و تجهیز شبکه‌های اندازه‌گیری آب‌های سـطحی و زیرزمینی در محدوده استان‌ها» ۶۲ سـال عمر دارند. نگاهی به عمر این طرح‌های نیمه تمام به تفکیک بازه‌های زمانی نشـان می‌دهد که متأسـفانه بیشترین سـهم را طرح‌های بالای ۲۰ سال دارند که ۵۶۶ طرح را شامل می‌شـوند. تغییرات و تحولات مختلف اجتماعی، سیاسی، اقتصادی اقلیمی و آب و هوایی در کنار توسعه فناوری در بازه‌های زمانی ۲۰ سـال به بالا، این سـوال را در ذهن ایجاد می‌کند که آیا این طرح‌ها حقیقتا می‌توانند پاسخگوی نیازهای روز کشور باشند یا نیازمند بازنگری و غربالگری جدی هستند؟ مرکز پژوهش‌ها در پاسخ بدین پرسش می‌گوید: اغلب طرح‌های عمرانی دچار گذر زمان شـده‌اند و طرح‌های توجیهی آنها مربوط به سـال‌ها پیش است. با این وجود، دولت برای غربال این پروژه‌ها در لایحه بودجه امسال هیچ اقدام موثری انجام نداده است. بازوی پژوهشی مجلـس در گزارش خـود، یکی از ایرادات جدی مربـوط به این بخش از بودجه را عدم غربالگری طرح‌های عمرانی دانسـته و می‌افزاید: بسیاری از طرح‌هـای عمرانی با گذر زمان دیگر توجیه فنی و اقتصادی ندارند و تنها باری بر دوش بودجه کشور هستند.

زمان ۸ ساله برای پایان طرح‌ها

از مجموع هزار و ۷۴۵ طرح موجود و براساس برآوردهای سازمان برنامه و بودجه کشـور، قرار اسـت ۱۵۱ طرح در سـال ۱۴۰۳ به اتمام رسیده و عمده طرح‌ها تا پایان سـال ۱۴۰۷ تکمیل شـوند. با این وجود و علی رغم در نظر گرفتن روند تخصیص اعتبارات عمرانی در سـال‌های گذشته متاسـفانه این ارقام، تناسب چندانی نداشته و واقع‌بینانه نیست. به گفته مرکز پژوهش‌ها، اگر کل اعتبار لازم برای اتمام طرح‌ها، یعنی ۱۹۸۸ هزار میلیـارد تومان را به بودجه امسـال آنها، یعنـی ۲۴۳ هزار میلیارد تومان تقسـیم کنیم، به زمانی بیش از هشت سال برای اتمام طرح‌های عمرانی نیمـه‌کاره خواهیم رسـید. اگر بخواهیم همین محاسـبات را به تفکیک سـال‌های اتمام انجام دهیم، به نظر می‌رسد که با فرض پیش‌بینی اعتبار مشـابه برای طرح‌ها در بودجه سـال‌های آتی، چند سال تا اتمام طرح‌ها زمان لازم است. براساس این محاسبات ساده و در صورت پیش‌بینی اعتبار طرح‌ها مطابق روند فعلی، میانگین زمان خاتمه طرح‌ها بالغ بر هشت سال و دو ماه پیش‌بینی می‌شود. برآوردهای کارشناسی نشان می‌دهد که بیش از ۶۰ درصد طرح‌های عمرانی گذشته، برخلاف برنامه‌ریزی اولیه به اتمام نرسـیده‌اند و این موضوع، واقع‌بینانه بودن برآوردهای موجود را به چالش می‌کشد. همانطور که عنوان شد، میانگین عمر طرح‌های عمرانی در لایحه بودجه سال ۱۴۰۳ بیش از ۱۷ سال است و اعتباری در حدود ۲ هزار هزار میلیارد تومان برای اتمام همه طرح‌ها برآورده شـده اسـت که ۲۴۳ هزار میلیارد تومان آن در سـال ۱۴۰۳ قابل تأمین اسـت، بنابراین با این روند تأمین مالی، اتمام هفت تا هشت ساله این طرح‌ها دور از انتظار نیست. از بیـن ۱۴۴ طرحی که مطابق قانون بودجه سـال ۱۴۰۲ قرار بود در پایان این سال تمام شوند، همچنان ۹۰ طرح در لایحه بودجه ۱۴۰۳ پیش‌بینی شده است که نشان از تعویق حداقل ۶۳ درصد این طرح‌ها دارد. با توجه به رقابت شدید اعتبارات هزینه‌ای با اعتبارات عمرانی در جذب منابع عمومی دولت، توجه به سـازوکارهایی برای مدیریـت کارای طرح‌های عمرانی از اهمیت زیادی برخوردار اسـت. ایجاد فرآیندی برای غربالگری طرح‌های همسـو با اهداف راهبردی و برنامه‌ریزی در جهت تسریع در پیشبرد این طرح‌ها، می‌تواند ضمن ایجاد زیرساخت‌های مولّد اقتصادی، اعتماد عمومی را به کارآمدی دولت تقویت کند.

آیا آینده صنعت بازی‌های ویدئویی خدشه‌دار شده است؟

صنعت پول‌ساز در سراشیبی

حتی اگر شـما هیچ آشنایی با بازی‌های ویدئویی (گیم) نداشته باشید همیشـه در اطراف‌تان کسـانی را دیده‌اید که وقت آزادشـان را به بازی می‌گذرانند. احتمالا می‌توانید حدس بزنید که صنعت گیم یک کسـب و کار بسـیار بزرگ جهانی اسـت. اگر به اخبار رسانه‌ها در این خصوص هم دقت کرده باشـید این را می‌دانید که درآمد صنعت بازی‌های ویدئویی از هالیوود بالاتر است. به گزارش «بیزینس اینسایدر»، در سال‌های اخیر اما اوضـاع تا حد زیادی تغییر کرده اسـت. فروش بازی‌های ویدئویی کاهش نشان داده و شرکت‌های بزرگ سازنده این بازی‌ها و لوازم آنها چاره‌ای جز تعدیل نیرو و کاهش بلندپروازی‌های‌شان نداشته‌اند. در افق نزدیک به نظر نمی‌رسـد اوضاع برای این صنعت مثل سابق امیدوارکننده باشد. براساس خبرها، تقریبا ۶ هزار نفر از نیروهایی که در صنعت بازی‌های ویدئویی کار می‌کردند در سـال ۲۰۲۴ تعدیل شده‌اند و در سال ۲۰۲۳ هم این تعداد ۱۰ هزار نفر بود. به نظر می‌رسد بعد از جهش بزرگی که در دوران پاندمی کرونا در زمینه تقاضا و استفاده از بازی‌های ویدئویی به وجود آمد و باعث جذب نیرو شده بود، حالا این صنعت در سراشیبی قرار گرفته است.

اما این وضع برای صنعتی که به صورت مداوم بهتر از صنعت موسـیقی و صنعت فیلمسازی در سال‌های اخیر عمل کرده بود، کمی عجیب است. درسـت است که وضعیت جدید باعث کاهش سـرمایه‌گذاری در صنعت بازی‌های ویدئویی خواهد شـد، اما مسائل مختلفی را در مورد آینده این صنعت باید در نظر گرفت. یکی از مهمترین‌هایش، این اسـت که به رغم عدم رشـد چشمگیر این صنعت، بازی‌های ویدئویی تا پایان دهه میلادی فعلی به یک صنعت ۲۲۹ میلیارد دلاری تبدیل خواهد شد. در عین حال، اسـتارت‌آپ‌های زیادی مشغول نوآوری در این صنعت هستند که امید به درآمدزایی بیشـتر در آینده را بالا می‌برد. این اسـتارت‌آپ‌ها به خصوص در زمینـه به کارگیری هوش مصنوعی در سـاخت و اسـتفاده از بازی‌ها فعالیت می‌کنند. البته فعالیت آنها در مراحل اولیه است اما انتظار می‌رود که پیشـرفت در این زمینه سریع باشـد. نکته جالب اینکه رشد انفجاری صنعت بازی‌های ویدئویی در دوران کرونا و جذب نیروی گسـترده توسط شـرکت‌های سازنده باعث شـد که نیروی متخصص زیادی در این حوزه وجود داشـته باشد و بنابراین اسـتارت‌آپ‌ها هم در جذب آنها و گسترش فعالیت‌شان مشکلی نداشته‌اند.

در سـال ۲۰۲۳ میلادی شاهد این بودیم که سرمایه‌گذاری در صنعت بازی‌هـای ویدئویی در آمریکا کاهش نشـان داد، امـا در اروپا این کاهش مشاهده نشده و افق متفاوتی نسبت به این صنعت در نقاط دیگر دنیا وجود دارد. در این میان، مهمترین نکته درباره آینده صنعت بازی‌های ویدئویی بی‌شـک همان توجه به هوش مصنوعی است. این تکنولوژی پتانسیل آن را دارد که هزینه توسـعه‌دادن بازی‌های ویدئویی را به شکل قابل توجهی پایین بیاورد و اجازه بدهد که تجربه بازی‌های ویدئویی بسـیار نوآورانه‌تر شـوند. البته برخی حوزه‌ها مثل واقعیت افـزوده اخیرا جذابیت خود را از دست داده‌اند و سرمایه‌گذاری آنها در صنعت بازی‌های ویدئویی کمتر شده اسـت. به نظر می‌رسـد منابعی که به این بخش اختصاص داده شده بود در آینده بیشتر صرف هوش مصنوعی و تاثیر آن در گیم‌ها خواهند شد.

برخی کارشناسـان البته به ایـن اندازه به صنعـت بازی‌های ویدئویی خوش‌بین نیسـتند و معتقدند این صنعت هم مثل فیلمسـازی در افول اسـت و احتمـالا در آینده جایگزین‌های مختلفی پیـدا خواهد کرد. آنها می‌گوینـد صنعت ۲۰۰ میلیارد دلاری بازی‌هـای ویدئویی با بزرگ‌ترین چالش‌های خود در ۳۰ سـال اخیر مواجه شـده و آن رشدی که به خاطر فراگیری اسـتفاده از تلفن‌های هوشـمند و جدیدترین نسل کنسول‌های بازی ایجاد شده بود، دیگر نمی‌تواند مثل سابق ادامه پیدا کند. آنها به این آمار اشاره می‌کنند که فروش سخت‌افزارهای بازی کُند شده و مثلا سونی پیش‌بینی‌هایش برای فروش پلی‌استیشن ۵ را پایین آورده است. همچنین در سال گذشته میلادی میزان خرج‌کردن بازیکنان روی بازی‌های موبایلی کاهش ۲ درصدی نشان داد.

می‌تـوان اینطور گفت که نقاط اوج صنعت بازی‌های ویدئویی، یکی در اواسط دهه ۱۹۹۰ و در زمان معرفی پلی‌استیشن اریجینال بود و بعد از آن هم با ورود آیفون‌های اپل، بازار وارد مرحله جدیدی شد. «پیرس هاردینگ رولز»، مدیر تحقیقات گیم در موسسه امپر انالسیس درخصوص افولی که در صنعت بازی‌های ویدئویی رخ داده است، می‌گوید: «نگرانی‌های تجاری در این بخش مشاهده می‌شود. سرمایه‌گذاران درباره سودی که قرار است نصیب‌شان شود نگران هستند. در بازاری که محصولات تثبیت‌شده زیادی در آن موجود اسـت، ارائه محصولات جدیدی که از آنها خیلی پیشرفته‌تر باشـند سخت است و هزینه بسیار زیادی هم دارد، بنابراین می‌توان گفت که تا مدتی در مرحله رشد آهسته خواهیم بود.»

در همین حال در ایران طی هفته گذشته خبری مبنی بر واگذاری اختیار اعطای مجوز کسـب‌وکارهای بازی‌محور به وزارت فرهنگ و ارشاد منتشر شـد. به گزارش «فرصت امروز»، در هفته‌ای که گذشـت «عبدالحسـین خسروپناه»، دبیر شورای عالی انقلاب فرهنگی در حاشیه جلسه این شورا از تصویب ماده واحده واگذاری کسب‌وکارهای بازی‌محور به وزارت فرهنگ و ارشـاد اسـلامی خبر داد. البته جزییات چندانی از مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی تاکنون منتشـر نشده و مشخص نیست که قرار است چه تغییراتـی در روند مجوزهای مرتبط با صنعت بازی ایجاد شـود. هرچند بررسی‌های اولیه از مبهم بودن این مصوبه حکایت دارد، اما به اعتقاد برخی از فعـالان صنعت بازی، مصوبه شـورای عالی انقلاب فرهنگی تقریبا خبر جدیدی نیست و سال‌هاست که مسئولیت مجوزهای صنعت بازی برعهده وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی قرار دارد.

در نقطه مقابل نیز برخی از فعالان صنعت بازی در ایران این احتمال را مطرح می‌کنند که مصوبه اخیر می‌تواند به گیمفیکیشـن‌ها مرتبط باشد. بـه عقیده آنها، از این مصوبه اینطور می‌توان برداشـت کرد که مربوط به گیمفیکیشن‌ها باشد؛ یعنی کسب‌وکارهایی که مباحث مرتبط به خود را از طریق بازی به کاربران منتقل می‌کنند. اگر با این مصوبه، گیمفیکیشن‌ها هم ملزم به دریافت مجوز شـوند، این موضوع مطمئنا شرایط را سخت‌تر می‌کنـد، بنابرایـن در این صـورت زمانی که شـرکت‌های خصوصی به بازی‌سـازها درخواست گیمفیکیشـن را می‌دهند، باید نسبت به دریافت مجوز اقدام کنند. به نظر می‌رسـد بـا فیلترینگ گوگل‌پلی به عنوان ابزار مهم و ضروری برای حیات صنعت بازی، وزارت ارتباطات، مرکز ملی فضای مجازی و سـایر نهادهـا هر کدام اظهارنظرهایی متفاوتی دارند. از سـوی دیگر، بنیاد ملی بازی‌هـای رایانه‌ای به عنوان متولی صنعت بازی در این زمینه تاکنون اقدام حمایتی انجام نداده اسـت. در ابتدای سال ۱۳۹۹ بود که برخی از بازی‌های ایرانی از پلتفرم‌هایی از جمله کافه بازار حذف شدند و سـرانجام قرار شـد تا از این پس بازی‌ها از طریق یک پلتفرم جدید و اختصاصی از سـمت بنیاد، مجوز انتشـار بگیرند. با توجه به اینکه فعالان صنعـت بازی، کاهش درآمد بازی‌سـازها و از بین رفتن بازار تبلیغات این صنعت را از تبعات سنگین فیلترینگ گوگل‌پلی می‌دانند، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و همچنین بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای تاکنون اقدامی برای رفع فیلترینگ این پلتفرم انجام نداده‌اند. به نظر می‌رسد اقدامات حمایت چندانی از سوی این دو نهاد برای صنعت بازی صورت نگرفته است.

با گذشت ۴ سال از همه‌گیری کرونا، صندوق بین‌المللی پول می‌تواند بحران بدهی را حل کند؟

اقتصاد جهانی در برزخ بدهی

فرصت امروز: بحران بدهی جهان به وخیم‌ترین وضعیت خود در چند دهه اخیر رسیده و صندوق بین‌المللی پول با در پیش گرفتن راهکاری جدید در تلاش است از تبدیل این بحران به فاجعه جلوگیری کند. به گزارش «اکونومیست»، اکنون چهار سال از زمانی که اولین کشورهای فقیر به دلیل هزینه‌های سرسام‌آور ناشی از همه‌گیری کرونا و کاهش شدید حجم سرمایه‌گذاری از سوی سرمایه‌گذاران در جهان دچار نکول بدهی شده‌اند، می‌گذرد و حدود دو سالی می‌شود که نرخ‌های بهره بالاتر در کشورهای ثروتمند و توسعه‌یافته، فشار بیشتری را بر دولت‌های دارای کمبود نقدینگی وارد کرده است، اما در نشست‌های بهاری صندوق بین‌المللی پول و بانک جهانی که در واشنگتن برگزار شد، بسیاری از دولتمردان و سیاستگذاران بین‌المللی طوری رفتار کردند که گویی بدترین بحران بدهی جهان (براساس سهمی از جمعیت جهانی که تحت تأثیر این بحران قرار گرفته‌اند) از دهه ۱۹۸۰ میلادی تاکنون به پایان رسیده است. به‌هرحال، بدهی فقیرترین کشورهای جهان در سال میلادی گذشته، رشد قابل‌توجه ۴ درصدی داشته‌اند. برخی از این کشورها همانند کنیا حتی دوباره وام‌گیری از بازارهای بین‌المللی را آغاز کرده‌اند. با توجه به این شواهد، واقعیت این است که بحران بدهی همچنان ادامه دارد.

از منظر «اکونومیست»، دولت‌های بدهکار هنوز نتوانسته‌اند بدهی‌های خود را بازسازی کنند و از وضعیت نکول خارج شوند. به نظر می‌رسد که آنها به‌نوعی در برزخ گیرکرده‌اند. با گذشت زمان، کشورهای بیشتر و بزرگ‌تری هم به این گروه خواهند پیوست. ازاین‌رو هیأت‌مدیره صندوق بین‌المللی پول، یک گام جدید بی‌سابقه برای مقابله با این مشکل اعلام کرده است. هسته اصلی مشکل در حل بحران‌های بدهی، این بوده است که میزان اشتراکات طلبکاران نسبت به گذشته به‌شدت کاهش پیدا کرده است. بیش از ۷۰ سال بازسازی بدهی باعث شده است تا کشورهای غربی و بانک‌ها کارها را به روش خاصی انجام دهند. اکنون تصمیم‌گیری‌ها درباره بازسازی بدهی‌ها مستلزم موافقت گروه جدیدی از وام‌دهندگان است که برخی از آنها دلیلی برای رعایت این روند نمی‌بینند. هر بخش از این فرآیند، حتی اگر تنها استفاده از یک مهر لاستیکی بوده باشد، اکنون می‌تواند به دلیل تنوع بالای شیوه‌های وام‌دهی در میان وام‌دهندگان جدید، در معرض یک مذاکره طولانی‌مدت قرار بگیرد.

در رأس تمامی وام‌دهندگان جدید طبیعتا چین قرار گرفته است. اگرچه این کشور اکنون بزرگ‌ترین طلبکار دوجانبه جهان به شمار می‌رود، اما هنوز حتی یک وام را هم نبخشیده یا کاهش نداده است. از سوی دیگر، هند از سال ۲۰۱۲ تا ۲۰۲۲، پرداخت وام سالانه خود به خارج از کشور را دو برابر کرده است. بلافاصله پس از آغاز بحران مالی سریلانکا، هند ۳.۳ میلیارد دلار به این کشور وام داد. امارات متحده عربی و عربستان سعودی هم در این گروه حضور دارند. آنها با هم بیش از ۳۰ میلیارد دلار به مصر وام داده‌اند. روش ترجیحی طلبکاران خلیج‌فارس، سپرده‌گذاری دلار در بانک مرکزی گیرنده وام است، شیوه‌ای چنان جدید از وام دادن که تا پیش از این هرگز شامل بازسازی ساختار بدهی نشده است.

در نتیجه، هفت کشوری که از آغاز همه‌گیری کووید-۱۹ به دنبال بازسازی بدهی خود بودند، نتوانسته‌اند به توافقی برای کاهش بدهی‌های خود دست یابند. تنها دو کشور کوچک چاد و سورینام موفقیت‌هایی به دست آورده‌اند: چاد که به‌جای کاهش بدهی‌ها، زمان‌بندی بازپرداخت‌های خود را تغییر داد و سورینام که با همه طلبکارانش به‌جز بزرگ‌ترین آنها، یعنی چین به توافق رسید. زامبیا چهار سال برای توافق منتظر ماند. ازآنجایی‌که هیچ طلبکاری خواهان معامله‌ای نیست که شرایط آن بدتر از طلبکاری دیگر باشد، در طول بدترین بحران بدهی در چهار دهه اخیر، هیچ کاهش اصلی بدهی رخ نداده است. چهار سال پیش، کشورهای گروه ۲۰، چارچوب مشترکی را امضا کردند، توافقی برای کاهش مساوی در بازسازی‌ها، اما طلبکاران بر سر میزان سخاوت و بخشندگی خود دچار اختلاف‌نظر شدند. صندوق بین‌المللی پول که معمولا نمی‌تواند به کشورهایی که بدهی‌های ناپایدار بالایی دارند وام دهد، نتوانسته است کاری از پیش ببرد. بااین‌حال در ۱۶ آوریل دست به اقدامی جدید زد. این سازمان اعلام کرد که به کشورهایی که بدهی‌های خود را نکول کرده‌اند اما برای بازسازی تمام بدهی‌های خود مذاکره‌ای نکرده‌اند و به توافقی نرسیده‌اند، وام می‌دهد. این سیاست به‌عنوان «وام دادن به معوقه‌ها» شناخته می‌شود. در گذشته این صندوق که نگران بازگرداندن نقدینگی خود بود، به میزان اندک و تنها با اجازه طلبکارانی که هنوز در حال کشمکش بر سر بازسازی بودند، وام‌های معوقه داده بود. اکنون تنها چیزی که می‌خواهد، این است که کشورهای وام‌گیرنده و طلبکاران تعاونی قول بدهند که از تزریق نقدی این سازمان برای بازپرداخت وام‌ها استفاده نخواهد شد.

اقتصاددانان صندوق بین‌المللی پول مدت‌ها نگران بودند که چنین اقدامی با طلبکارانی که خود در خود صندوق دارای سهام هستند، در تقابل باشد. به نظر می‌رسد صبر صندوق بین‌المللی پول به پایان رسیده است و می‌خواهد چرخه تغییر ساختار بدهی را به حرکت درآورد. سیاست جدید این پتانسیل را دارد که نظم و انضباط را بر طلبکاران تحمیل کند. در تئوری، بازسازی‌ها به این دلیل کار می‌کنند که کاهش بار روی دوش وام‌گیرندگان، شانس طلبکاران را برای بازگرداندن بخشی، یا شاید بیشتر پول‌شان را به حداکثر می‌رساند. اعطای وام‌های معوقه صندوق بین‌المللی پول، انگیزه پایبندی به مقررات صندوق را تشدید می‌کند؛ زیرا وام‌دهندگانی که مذاکرات را متوقف می‌کنند، با چشم‌انداز عدم دریافت پول خود مواجه می‌شوند. آنها، کسانی خواهند بود که در برزخ به دام خواهند افتاد؛ درحالی‌که بقیه باهم توافق کرده و ادامه می‌دهند. این سیاست جایگاه بدهکاران را هم تقویت می‌کند. در گذشته وام‌گیرندگان ممکن بود نگران عدم بازپرداخت بدهی‌های خود، مثلا به چین که منبع آسانی برای دریافت پول نقد اضطراری حتی پس از نکول است، باشند. اما اکنون اگر وام‌گیرنده‌ای نتواند بدهی خود را بپردازد، یک وام‌دهنده جایگزین در قالب صندوق بین‌المللی پول خواهد داشت.

جریان نقدینگی مطمئنا برای جمعیت کشورهای درگیر خوب است. انجام این کار همچنین می‌تواند صندوق بین‌المللی پول را صادق و شفاف نگه دارد. تحلیل‌های پایداری بدهی این نهاد به‌عنوان معیاری برای بازسازی‌های بدهی استفاده می‌شود و ممکن است این تصور وجود داشته باشد که خوش‌بینی بیش‌ازحد گزارش‌های این نهاد نسبت به پایداری بدهی به این دلیل است که از سوق دادن وام‌گیرنده به سمت برزخ تجدید ساختار بدهی جلوگیری شود. اما در فرآیندی که مبتنی بر کم‌اهمیت جلوه دادن مشکلات کشورهای فقیر برای جلوگیری از تجدید ساختارهای غیرممکن بدهی نباشد، صندوق بین‌المللی پول احتمالا به کارگزار بهتری تبدیل خواهد شد و بین کشورهایی که نیاز به بخشش بدهی دارند و آنهایی که برای پرداخت قسط بعدی خود به کمی نقدینگی نیاز دارند، تمایز قائل خواهد شد. پرسش این است که آیا صندوق بین‌المللی پول می‌تواند هزینه‌ها را تحمل کند؟ تهدید این نهاد تنها درصورتی‌که بخواهد از اختیارات جدید خود استفاده کند، طلبکاران را کنار هم قرار خواهد داد اما مقامات واشنگتن همچنان نگران طلبکاران جدید دردسرساز، به‌ویژه چین که صندوق بین‌المللی پول رابطه خود را با او بسیار ارزشمند می‌داند هستند. این وام‌دهندگان ممکن است به‌صورت هماهنگ با شیوه جدید تجدید ساختار بدهی‌ها مخالفت کنند. برخی از وام‌گیرندگان هم ممکن است از صندوق بین‌المللی پول خارج شده و از جاهای دیگر وثیقه بگیرند. بااین‌حال، در پایان، صندوق بین‌المللی پول ممکن است گزینه‌های محدودی برای انتخاب داشته باشد. بسیاری از کشورها در بحران بدهی هستند. گروهی از کشورهای بزرگ درحال‌توسعه که تاکنون توانسته‌اند از نکول خودداری کنند، بیش از هر زمان دیگری به مرزهای نکول نزدیک شده‌اند. برای جلوگیری از فاجعه برای صدها میلیون نفر در سراسر جهان، سرمایه‌گذاران بین‌المللی به راهی نیاز دارند تا دولت‌ها را قبل از سقوط کشورهایی مانند مصر یا پاکستان، از وضعیت نکول خارج کنند. از همین رو است که وام دادن به معوقه، بهترین ابزار موجود حال حاضر است.

گزارش بانک مرکزی از تورم تولیدکننده در اسفندماه ۱۴۰۲

۴ گروه قربانی تورم تولید شدند

بررسی آخرین گزارش منتشرشده توسط بانک مرکزی نشان می‌دهد، تورم ماهانه تولیدکننده در اسفندماه ۱۴۰۲ افزایش یافته است. از میان هشت گروه تشکیل‌دهنده این مجموعه، تورم چهار دسته بیشتر شده و سه گروه نیز از دام افزایش تورم ماهانه پیشران جان سالم به در برده‌اند. «حمل و نقل و انبارداری» بیشترین افزایش و «صنعت» بالاترین کاهش را تجربه کرده است. به گزارش «اکوایران»، تورم تولیدکننده یکی از شاخص‌های اقتصاد کلان است که نشان می‌دهد قیمت یک سبد متنوع از کالا و خدمات متنوع در مبدا تولید و پیش از رسیدن به دست مصرف‌کننده چگونه تغییر کرده است. این شاخص می‌تواند منجر به تغییر قیمت بازاری کالاهای عرضه شده توسط واسطه‌گران شود. از این رو از آن به عنوان «تورم پیشران» نیز یاد شده است.

شواهد حاکی از آن است که در اسفندماه ۱۴۰۲، تورم ماهانه تولیدکننده کل کشور بالا رفته است. این نرخ حاصل میانگین تورم هشت گروه تشکیل‌دهنده آن است. بررسی‌ها حاکی از آن است که فشار تورم ماهانه بهمن بر دوش تولیدکنندگان چهار گروه بیشتر شده است. در مقابل این فشار در میان تولیدکنندگان سه گروه کمتر شده و در یک گروه نیز بدون تغییر مانده است. «حمل و نقل و انبارداری» بیشترین افزایش در فشار تورمی پیشران و «صنعت» بالاترین کاهش این نرخ را در اسفندماه ۱۴۰۲ به ثبت رسانده‌اند.

مقایسه تورم ماهانه پیشران گروه‌های مختلف حکایت از آن دارد که «فعالیت‌های خدمات عمومی، اجتماعی و شخصی» با ثبت تورم ۳.۴ درصدی بیشترین میزان این نرخ را کسب کرده است. در مقابل تورم ماهانه پیشران در یک گروه به زیر یک درصد رسیده است. به بیان دقیق‌تر، کالا و خدمات «آموزشی» در اسفند سال گذشته کمترین میزان افزایش قیمت را در مبدأ تولید و پیش از رسیدن به دست مصرف‌کننده نهایی نسبت به بهمن ماه ۱۴۰۲ تجربه کرده‌اند. در ادامه تورم ماهانه تولیدکننده در اسفندماه ۱۴۰۲ بررسی شده است.

تورم تولیدکننده، یکی از شاخص‌های اقتصاد کلان است که نشان می‌دهد قیمت یک سبد متنوع از انواع کالاها در مبدأ تولید و پیش از رسیدن به دست مصرف‌کننده نهایی چگونه تغییر کرده است. از این شاخص به عنوان «تورم پیشران» نیز یاد شده است؛ چراکه اگر قیمت کالا توسط تولیدکننده افزایش یابد، قیمت بازاری آن نیز توسط واسطه‌گر بیشتر شده و بنابراین کالا با قیمت بالاتری به دست مصرف‌کننده نهایی خواهد رسید. از این رو می‌توان گفت افزایش تورم تولیدکننده ممکن است به افزایش تورم مصرف‌کننده منجر شود. جدیدترین گزارش منتشرشده توسط بانک مرکزی نشان می‌دهد که در اسفندماه ۱۴۰۲ تورم ماهانه تولیدکننده کل کشور به ۱.۶ درصد رسیده است. این رقم در مقایسه با بهمن ماه بیشتر شده و افزایش ۰.۴ واحد درصدی را به ثبت رسانده است. آنچه تاکنون مطرح شده مربوط به تورم ماهانه تولیدکننده کل کشور است. براساس گزارش بانک مرکزی گروه‌های اصلی را می‌توان در هشت دسته طبقه‌بندی کرد. این گروه‌ها شامل؛ «کشاورزی، جنگلداری و ماهیگیری»، «ساخت»، «حمل و نقل و انبارداری»، «هتل و رستوران»، «اطلاعات و ارتباطات»، «آموزش»، «بهداشت و مددکاری اجتماعی» و «سایر فعالیت‌های خدمات عمومی، اجتماعی و شخصی» است. در ادامه به بررسی تورم ماهانه پیشران هر گروه در ماه پایانی سال ۱۴۰۲ پرداخته شده است. نگاهی به داده‌های بانک مرکزی در سال گذشته نشان می‌دهد که تورم ماهانه پیشران در اسفندماه ۱۴۰۲ در بازه ۳.۴ درصد تا ۰.۱ درصد نوسان داشته است. شواهد حاکی از آن است که تولیدکنندگان «فعالیت‌های خدمات عمومی، اجتماعی و شخصی» با ثبت تورم ماهانه ۳.۴ درصدی، بیشترین فشار تورمی پیشران اسفندماه ۱۴۰۲ را به دوش کشیده است. این رقم نشان می‌دهد که در اسفندماه ۱۴۰۲، هزینه تولید کالاها و خدمات مرتبط با «فعالیت‌های عمومی، اجتماعی و شخصی» ۳.۴ درصد بیشتر از سطح عمومی هزینه تولید این اقلام در بهمن ماه بوده است. «اطلاعات و ارتباطات» با ثبت تورم ۲.۶ درصدی و «حمل و نقل و انبارداری» نیز با ثبت تورم ماهانه پیشران ۲.۱ درصدی بر جایگاه دوم و سوم از حیث بیشترین تورم ماهانه تولیدکننده نسبت به گروه‌های دیگر این اقلام قرار گرفته‌اند. تورم ماهانه پیشران در سایر گروه‌ها کمتر از ۲ درصد بوده است. نگاهی به داده‌های منتشرشده توسط بانک مرکزی نشان می‌دهد در اسفندماه ۱۴۰۲ تورم ماهانه تولیدکننده تنها در یک گروه کمتر از یک درصد بوده است. به بیان دقیق‌تر تورم ماهانه پیشران «آموزش» در این زمان ۰.۱ درصد برآورد شده است. این نرخ کمترین تورم ماهانه تولیدکننده ثبت شده در اسفندماه ۱۴۰۲ محسوب شده و در مقایسه با همین رقم در بهمن ماه کاهش ۰.۱ واحد درصدی داشته است، اما آیا تورم ماهانه تولیدکننده در سایر گروه‌ها نیز رویه نزولی داشته است؟ بررسی‌ها نشان می‌دهد افزون بر گروه «آموزش» تورم ماهانه پیشران در ۲ گروه دیگر هم کمتر شده است. این دو گروه شامل «بهداشت و مددکاری اجتماعی» و «صنعت» است. بررسی‌ها همچنین حکایت از ثبات تورم ماهانه تولیدکننده در گروه «هتل و رستوران» دارد. در مقابل تورم ماهانه تولیدکننده در چهار گروه دیگر بالا رفته است. «حمل و نقل و انبارداری» با ثبت افزایش ۳.۳ واحد درصدی نسبت به بهمن بیشترین میزان تغییر در این نرخ را تجربه کرده است. تغییرات در سایر گروه‌ها کمتر از ۲.۱ درصد گزارش شده است. با توجه به اینکه افزایش تورم تولیدکننده می‌تواند سیگنالی در راستای بالارفتن تورم مصرف‌کننده باشد، انتظار افزایش هزینه تهیه کالاها و خدمات مرتبط با هشت گروه نامبرده، توسط مصرف‌کننده در ماه‌های آتی دور از انتظار نمی‌باشد.

بیشترین تسهیلات سال گذشته نصیب بخش خدمات شد

کاهش سهم کسب‌وکارها از اعتبارات بانکی

بررسی‌ها نشان می‌دهد ارزش اعتبارات دریافتی صاحبان کسب و کار از کل تسهیلات پرداخت شده طی سال ۱۴۰۲ با حدودا ۳ واحد درصد کاهش در سهم خود نسبت به سال ۱۴۰۱ مواجه شده است. به گزارش «اکوایران»، سهم صاحبان کسب‌وکار از کل تسهیلات پرداخت شده در سال ۱۴۰۲ حدود ۸۱.۷ درصد برآورد شده است که در مقایسه با سال ۱۴۰۱ نسبتا با کاهش مواجه شده و در عوض سهم مصرف‌کننده نهایی یا خانوار از کل وام‌ها افزایش یافته است. علاوه بر این موضوع مشاهده می‌شود میان بخش‌های تولیدی اقتصاد نیز توزیع وام دچار تغییراتی شده که شاخص‌ترین آن، افزایش دو واحد درصدی سهم خدمات و کاهش یک واحد درصدی سهم بخش صنعت از تسهیلات پرداخت شده بوده است.

براساس گزارش‌های منتشرشده از بانک مرکزی، ارزش مجموع تسهیلات پرداختی در سال ۱۴۰۲ بالغ بر ۵ هزار و ۶۴۶ همت برآورد شده است که در مقایسه با سال ۱۴۰۱ حدودا ۲۷ درصد افزایش را تجربه کرده است. این درحالی است که سهم صاحبان کسب و کار از وام‌های دریافتی از ۸۴.۶ درصد در دو سال گذشته، به ۸۱.۷ درصد در سال گذشته رسیده است.

به طور کلی بخش خدمات و صنعت و معدن اصلی‌ترین دریافت‌کنندگان تسهیلات شبکه بانکی هستند. به همین ترتیب مشاهده می‌شود حدود ۴۱.۷ درصد تسهیلات پرداختی به صاحبان کسب و کار در سال ۱۴۰۲ به دست گروه خدمات رسیده و سهم بخش صنعت و معدن از تسهیلات وام‌های تخصیص یافته به این بخش‌ها، حدود ۳۶.۳ درصد بوده است. بررسی‌ها نشان می‌دهد سهم خدمات از وام‌های بخش واسطه‌ای اقتصاد حدود ۲ درصد در مقایسه با سال ۱۴۰۱ افزایش یافته و در عوض نسبت وام‌های دریافتی صنعت و معدن کمتر از یک درصد کاهش یافته است.

در جایگاه بعدی مشاهده می‌شود که بخش بازرگانی حدود ۹.۷ درصد تسهیلات مربوطه را دریافت کرده و سهم خود را نسبت به سال ۱۴۰۱ حدود یک درصد افزایش داده است. در مقابل نسبت تسهیلات پرداختی به بخش کشاورزی طی ۱۲ ماهه ۱۴۰۲ نسبت به بازه مشابه در سال ۱۴۰۱ کمتر از یک درصد کاهش یافته و به ۶.۶ درصد رسیده است. در نهایت بخش مسکن و ساختمان که طی سال ۱۴۰۱ حدود ۶.۸ درصد از تسهیلات پرداختی را به خود اختصاص داده بود، با کاهش در سهم وام‌های دریافتی مواجه شده و نسبت آن در سال گذشته به ۵.۶ درصد رسیده است.

اخبار

بانک مرکزی اعلام کرد

پرداخت بدهی با اوراق گام

امکان استفاده از اوراق گام برای پرداخت بدهی به دستگاه‌های اجرایی فراهم شد. طبق اعلام بانک مرکزی، براساس اصلاحیه «دستورالعمل ناظر بر گواهی اعتبار مولد (گام)» و «ضوابط کنترل و مدیریت اوراق گام» امکان استفاده از اوراق گام برای پرداخت بدهی به دستگاه‌های اجرایی توسط متقاضی دوم و بعد از آن فراهم شد. براساس مصوبه شورای پول و اعتبار، اصلاحیه «دستورالعمل ناظر بر گواهی اعتبار مولد (گام)» و «ضوابط کنترل و مدیریت اوراق گام» با هدف توسعه ابزارهای تامین مالی زنجیره تامین و تامین مالی کارآمد بنگاه‌های اقتصادی و افزایش سهم اوراق گام در تامین مالی اقتصاد، در تاریخ ۲۹ فروردین ماه ۱۴۰۳به شبکه بانکی کشور ابلاغ شد. همچنین امکان استفاده شخص حقیقی از اوراق گام بابت خرید کالا به عنوان متعهد صرفا در قالب کارت رفاهی متصل به اوراق گام فراهم شده است. علاوه بر این، براساس این اصلاحیه امکان انتقال به بازار سرمایه یا خرید دِین اوراق گام (طبق ماده ۵ دستورالعمل) توسط دارنده اوراق گام به صورت ۲۵ درصد توسط متقاضی اول، ۵۰ درصد توسط متقاضی دوم و ۷۵ درصد توسط متقاضی سوم و بعد از آن فراهم شده است.

مشروح این اصلاحیه به شرح ذیل است: «با توجه به بازخوردهای دریافتی از شبکه بانکی و فعالان اقتصادی و با هدف تعمیق استفاده از اوراق گام در زنجیره‌های اقتصادی و همچنین افزایش سهم اوراق گام در تامین مالی اقتصاد، اصلاحیه دستورالعمل ناظر بر گواهی اعتبار مولد (گام)، در بیست و هفتمین جلسه کمیسیون عملیات پولی و اعتباری مورخ ۴ بهمن ماه ۱۴۰۲ و در یک هزار و سیصد و هفتاد و هفتمین جلسه شورای پول و اعتبار مورخ ۱۵ اسفندماه ۱۴۰۲ به تصویب رسید. همچنین در راستای ماده (۱۷) دستورالعمل مزبور و وفق آیین‌نامه اجرایی پذیرش اوراق گواهی اعتبار مولد (گام) در دستگاه‌های اجرایی موضوع تصویب نامه شماره ۲۲۸۹۲۶/ت۶۲۱۹۹هـ مورخ ۱۴۰۲/۱۲/۱۳ هیأت وزیران، اصلاحیه «ضوابط کنترل و مدیریت اوراق گام» نیز در اولین جلسه کمیسیون عملیات پولی و اعتباری مورخ ۱۴۰۳/۰۱/۱۹مطرح و تصویب شد و اهم تغییرات در دستورالعمل و ضوابط کنترل و مدیریت اوراق گام به شرح ذیل است:

۱- امکان استفاده شخص حقیقی از اوراق گام بابت خرید کالا به عنوان متعهد صرفا در قالب کارت رفاهی متصل به اوراق گام.

۲- امکان انتقال به بازار سرمایه یا خرید دین اوراق گام (طبق ماده ۵ دستورالعمل) توسط دارنده اوراق گام به صورت ۲۵ درصد توسط متقاضی اول، ۵۰ درصد توسط متقاضی دوم و ۷۵ درصد توسط متقاضی سوم و بعد از آن.

۳- امکان استفاده از اوراق گام برای پرداخت بدهی به دستگاه‌های اجرایی توسط متقاضی دوم و بعد از آن.

با توجه به تمهیدات پیش‌بینی شده جهت افزایش سهم ابزارهای تعهدی تامین مالی زنجیره تولید از جمله تصویب و ابلاغ آیین‌نامه اجرایی پذیرش اوراق گام بابت تسویه مطالبات دستگاه‌های اجرایی (تصویب نامه شماره ۲۲۸۹۲۶/ت۶۲۱۹۹هـ مورخ ۱۴۰۲/۱۲/۱۳ هیأت وزیران) و همچنین بازنگری دستورالعمل ناظر بر اوراق گواهی اعتبار مولد (گام) در شورای پول و اعتبار انتظار می‌رود در سال ۱۴۰۳ این اوراق از عملکرد مناسبی برخوردار شود. لازم به توضیح است که در سال جاری ۳۵۰ هزار میلیارد تومان برای تامین مالی از طریق ابزارهای تامین مالی زنجیره تامین تعهدی پیش‌بینی شده است که این رقم شامل ۲۰۰ هزار میلیارد اوراق گام برای بنگاه‌های اقتصادی، ۲۰ هزار میلیارد تومان اوراق گام برای شرکت‌های دانش‌بنیان، ۵۰ هزار میلیارد تومان کارت رفاهی متصل به اوراق گام و ۸۰ هزار میلیارد تومان در چارچوب برات الکترونیکی و سایر ابزارهای تامین مالی زنجیره تامین است.

در کنار توسعه ابزارهای نوین تامین مالی و پرداخت تسهیلاتی که در سنوات گذشته بوده و همچنان استمرار دارد، موضوع تامین مالی بنگاه‌های اقتصادی از طریق اعتبار اسنادی داخلی ریالی همچون سال‌های گذشته در دستور کار نظام بانکی قرار دارد. بر همین اساس، برای سال ۱۴۰۳، در کنار پرداخت تسهیلات بانکی به بنگاه‌های اقتصادی، تامین مالی از طریق اعتبار اسنادی داخلی ریالی به مبلغ ۸۰۰ هزار میلیارد تومان پیش‌بینی شده است و امیدواریم با تمهیدات پیش‌بینی شده توسط بانک مرکزی و حضور پر رنگ‌تر بازار سرمایه در تامین مالی بنگاه‌های اقتصادی، زمینه استفاده حداکثری از ظرفیت‌های اقتصادی کشور فراهم شود.» گفتنی است؛ اوراق گام ابزاری مبتنی بر بازار با قابلیت انتقال پول و سرمایه به بازار است. این اوراق تسهیلات جدیدی را برای اعتبار شرکت‌های تولیدی فراهم می‌کند که برمبنای آن، تولیدکنندگان براساس فاکتور خرید مواد اولیه از بانک‌های عامل و واسطه‌ها، درخواست انتشار کرده و به بنگاه فروشنده، مواد اولیه را تحویل می‌دهند.

رئیس سازمان امور مالیاتی اعلام کرد

دریافت نصف مالیات‌ها از یک درصد پردرآمدها

رئیس کل سازمان امور مالیاتی گفت به دنبال اصلاح نظام مالیاتی طی سال‌های اخیر در حال حاضر حدود ۵۰ درصد مالیات‌ها توسط یک درصد افراد پردرآمد پرداخت می‌شود. سیدمحمدهادی سبحانیان در نشست هم‌اندیشی با نخبگان، توضیح داد: امروز دو وظیفه مهم را به عنوان نظام مالیاتی برعهده داریم که باید به نتیجه برسانیم؛ نخستین وظیفه ما تامین مالی پایدار و غیرتورمی برای دولت است. کشور ما طی دهه‌های اخیر با منابع نفت اداره می‌شد که یکی از دلایل چالش اقتصاد امروز، همین امر بوده و مسئله تورم نیز ریشه در اقتصاد نفت محور دارد.

رئیس کل سازمان امور مالیاتی کشور گفت: مسائل اقتصادی امروز در حوزه ناترازی‌های انرژی، افزایش نقدینگی، چالش‌های صندوق بازنشستگی ریشه در اقتصاد نفت محور دارد. به همین خاطر است که رهبری بارها تاکید داشته که در تامین نیازهای جاری کشور باید از اقتصاد نفتی فاصله گرفت.

او دومین وظیفه نظام مالیاتی را حفظ رضایت مردم خواند و تاکید کرد: باید شرایط مالیات‌ستانی را برای مردم تسهیل کنیم و یکی از نارضایتی‌هایی که در مسئله پرداخت مالیات وجود دارد، بحث تبعیض در اخذ مالیات است. به منظور مالیات‌ستانی عادلانه، زیرساخت‌های هوشمندسازی نظام مالیاتی را فراهم کردیم تا به سمت کنترل فرار مالیاتی حرکت کنیم. سال گذشته ۸۰۵ هزار میلیارد تومان مالیات، ۱۳۵ هزار میلیارد تومان عوارض وصولی و واریزی به شهرداری‌ها، دهیاری‌ها و وزارت کشور و ۴۵ هزار میلیارد تومان وصولی و واریزی موضوع ماده ۴۸ قانون محاسبات عمومی به سازمان هدفمندسازی یارانه‌ها، محقق شده است. در مجموع حدود ۹۸۴ هزار میلیارد تومان مجموع مالیات و عوارض وصولی توسط سازمان امور مالیاتی کشور بوده است.

به گفته سبحانیان، تحقق رشد وصولی علی رغم افزایش معافیت‌ها و مشوق های مالیاتی صورت گرفته به نحوی که در این رابطه می‌توان به کاهش ۷ درصد نرخ محاسبه مالیات برای شرکت‌های تولیدی با هدف رونق فعالیت تولیدی در کشور، اعطای معافیت‌های مالیاتی به شرکت‌های بورسی در صورت سرمایه‌گذاری مجدد از محل سود سالانه در شرکت با هدف ترغیب شرکت‌ها و کارآفرینان به سرمایه‌گذاری در فعالیت‌های مولد و همچنین افزایش دوبرابری معافیت حقوق‌بگیران به منظور کاهش فشار اقتصادی اشاره کرد. رئیس کل سازمان امور مالیاتی کشور بیان کرد: در دهه ۹۰ حدود ۶۴ درصد منابع عمومی و هزینه‌های جاری از طریق منابع نفتی و سایر بوده و تنها ۳۶ درصد از طریق مالیات بوده است در حالی که در دولت سیزدهم ۵۲ درصد درآمدها از طریق مالیات و تنها ۴۸ درصد از طریق نفت تامین می‌شود. همزمان با تحقق درآمدهای مالیاتی دولت، مسئله کیفیت و پایداری درآمدهای مالیاتی و حفظ رضایت مردم را در دستور کار قرار دادیم.

وی یکی از راهکارهای اصلی تداوم افزایش با کیفیت و پایدار را مبارزه با فرار مالیاتی خواند و گفت: این امر از طریق شرکت‌های دانش‌بنیان محقق شده به نحوی که ۲.۷ میلیون پرونده جدید شناسایی شده، همچنین ۱۸ هزار میلیارد تومان مالیات از طریق رهگیری تراکنش‌های مشکوک و بازرسی‌های مالیاتی وصول و ۶۰۰ هزار اظهارنامه برآوردی نیز برای اولین بار در کشور به صورت سیستمی و به صورت هوشمند صادر شده است. فرآیند حسابرسی مالیاتی با استفاده از سامانه مودیان تقویت شده، همچنین فرآیند دادرسی مالیاتی بهبود یافته است.

خبرنامه

فروش سرخابی‌ها؛ خصوصی‌سازی یا رفع تکلیف؟

واگذاری دو باشگاه پرسپولیس و استقلال به مجموعه‌هایی که در بهترین حالت، خصولتی محسوب می‌شوند به گفته کارشناسان، دارای ایراداتی است که شاید نتواند اهداف مدنظر سیاستگذار و آرزوهای جامعه فوتبال برای افزایش درآمدهای آنها را برآورده کند.

به گزارش «ایسنا»، امروز خصوصی‌سازی دو باشگاه پرطرفدار پایتخت یعنی پرسپولیس و استقلال رسما کلید خورد؛ واگذاری که حدود ۱۳ سال درباره آن بحث و گفت‌وگو شد، اما از اواخر سال ۱۴۰۰ در دولت سیزدهم شکل اجرایی به خود گرفت. چندین مرحله فراخوان عرضه سهام این دو باشگاه نیز در حدود دو سال گذشته انجام شد که به دلیل نبود خریدار پای کار، ناموفق بود.

با توجه به بدهی حدود ۸۰۰ میلیارد تومانی هر یک از دو باشگاه مذکور، کمتر کسی ریسک پذیرش این دو را قبول کرد. شاید مهمترین چالش سرخابی‌ها نبود درآمدهای کافی باشد که باعث شده به تدریج توان رقابت را در سطح آسیا و بین تیم‌های متمول عربی و شرق آسیا از دست بدهند. همواره در سال‌های گذشته یکی از راهکارهای درآمدزایی این دو باشگاه، حق پخش تلویزیونی عنوان شده، اما این موضوع هنوز بین سازمان صدا و سیما و دو باشگاه پرسپولیس و استقلال لاینحل باقی مانده است.

پس از کش و قوس‌های فراوان سرانجام در روزهای اخیر سرخابی‌ها مشتری پیدا کردند و به طور رسمی صلاحیت این متقاضیان به تایید سازمان خصوصی‌سازی رسید. آنطور که ابراهیم بازیان، سرپرست سازمان خصوصی سازی اعلام کرد، شش بانک غیردولتی شامل بانک‌های شهر، ملت، تجارت، صادرات، رفاه و اقتصاد نوین متقاضی خرید سهام پرسپولیس و شرکت صنایع پتروشیمی خلیج فارس به همراه شرکت‌های تابعه آن شامل شرکت‌های پتروشیمی شهید تندگویان، بوعلی، پارس و بندرامام متقاضی خرید سهام استقلال بوده‌اند.

اما خصوصی‌سازی استقلال و پرسپولیس ظاهرا چندان بی‌اشکال نبوده است. پرسپولیس ۸۲۶ میلیارد تومان بدهی دارد. بانک‌هایی که قرار است پرسپولیس را در اختیار بگیرند طبق قانون از بنگاه‌داری منع هستند. هلدینگ خلیج فارس نیز به عنوان یک مجموعه خصوصی و البته به زعم بسیاری افراد «خصولتی» طبق نظر کارشناسان بعید است بتواند زیان حدود ۷۷۰ میلیارد تومانی استقلال را پوشش دهد.

«علی‌اکبر نیکواقبال»، کارشناس اقتصادی درباره خصوصی‌سازی دو باشگاه پرسپولیس و استقلال به ایسنا، گفت: در هیچ جای دنیا بانک‌ها و هلدینگ‌های بزرگ اقدام به تیم‌داری یا باشگاه‌داری نمی‌کنند. فوتبال باید به اهالی این ورزش و کسانی که با صنعت فوتبال آشنا هستند واگذار شود. مضافا اینکه به ضرس قاطع می‌توان گفت خصوصی‌سازی هایی که در دو دهه اخیر انجام شده در اغلب موارد ناموفق بوده است. در مورد واگذاری سرخابی‌ها نیز بعید می‌دانم توفیقی حاصل شود. بانک‌هایی که قرار است پرسپولیس را در اختیار بگیرند به ظاهر دولتی هستند اما در واقع خصولتی محسوب می‌شوند، بنابراین نمی‌توان این واگذاری را خصوصی‌سازی نامید. مضافا اینکه بانک‌ها طبق قانون نباید بنگاه‌داری و باشگاه‌داری کنند. هلدینگ خلیج فارس نیز به نوعی حیاط خلوت مدیران دولتی است. لذا واگذاری باشگاه استقلال نیز خصوصی‌سازی واقعی محسوب نمی‌شود.

این کارشناس اقتصادی با بیان اینکه سرمایه بانک‌های کشور ما بسیار محدود است، گفت: در واقع بانک‌های ما به دلیل نداشتن سرمایه کافی و تحریم‌های ظالمانه از ارتباط با بانک‌های دنیا بی‌بهره هستند. بانک‌ها به دلیل تسهیلات تکلیفی عمدتا ورشکسته محسوب می‌شوند و همگی به خرید و فروش ملک می‌پردازند که نوعی تخلف است. معتقدم به دلیل بدهی بالای دو باشگاه استقلال و پرسپولیس کسی جرأت نکرده آنها را خریداری کند. بنابراین دولت چاره را در این دیده که آنها را به زیرمجموعه‌های خود واگذار کند تا مطابق قوانین AFC به نوعی با تفکیک مدیریت این دو باشگاه زمینه فعالیت‌شان در آسیا را تسهیل کند.

شاخص کل بورس تهران به کانال ۲.۳ میلیون واحد رسید

صعود بورس از محاق ۱۱ ماهه

فرصت امروز: شاخص کل بورس تهران پس از ۱۱ ماه به کانال ۲ میلیون و ۳۰۰ هزار واحد رشد کرد. پس از بحرانی که بخشنامه هیأت دولت در اردیبهشت سال گذشته ایجاد کرد، حال شاخص کل بورس پس از ۱۱ ماه از محاق خارج شده و به کانال ۲.۳ میلیون واحد بازگشته است. با این وجود، روند خروج پول حقیقی بار دیگر از سر گرفته شد و ۲۶۱ میلیارد تومان پول حقیقی از بازار سهام خارج شد. در جریان معاملات روز یکشنبه دوم اردیبهشت ماه ۱۴۰۳، شاخص کل بورس تهران ۲۷ هزار و ۱۴۸ واحد نسبت به روز کاری گذشته بالاتر ایستاد و به سطح ۲ میلیون و ۳۱۲ هزار و ۹۹۱ واحد رسید. شاخص کل هم‌وزن بورس نیز با رشد ۶ هزار و ۴۴۵ واحدی در رقم ۷۵۳ هزار و ۴۳۹ واحدی ایستاد. در آن سوی بازار سرمایه نیز شاخص کل فرابورس با افزایش ۲۸۹ واحدی به رقم ۲۵ هزار و ۴۹۶ واحد رسید. همچنین شاخص هم‌وزن فرابورس با رشد ۲ هزار و ۲۳۸ واحد به سطح ۱۳۸ هزار و ۶۰۵ واحد رسید. روز یکشنبه خالص تغییر مالکیت حقوقی به حقیقی بازار منفی شد و ۲۶۱ میلیارد تومان پول حقیقی از بازار سهام خارج شد. نماد خودرو بیشترین خروج پول حقیقی را داشت که ارزش آن ۱۵ میلیارد تومان بود. پس از خودرو، نمادهای خساپا، غگل، ارفع و تاپیکو بیشترین خروج پول حقیقی را داشتند. در سوی دیگر، بیشترین ورود پول حقیقی به نمادهای خبهمن، شپنا، بوعلی، کرومیت و فولاد تعلق داشت. نمادهای فولاد، فملی و نوری از جمله نمادهای سبز پوش بورس بودند که بیشترین اثر را در رشد شاخص کل بورس داشتند. در سوی دیگر نمادهای اخابر، حفارس و سهرمز از نمادهای قرمز بودند که اثر منفی بر شاخص کل داشتند. در بازار فرابورس نیز نمادهای آریا، فصبا و زاگرس بیشترین اثر افزایشی را بر شاخص داشتند و نمادهای فزر، وهور و آ س پ نمادهایی هستند که اثر کاهنده بر شاخص کل فرابورس داشتند. در بین نمادهای پرتراکنش بورس نماد فولاد بیشترین تراکنش را داشت و ذوب و فملی در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند. در فرابورس نیز فزر، کرمان و فن‌افزار بیشترین تراکنش را داشتند.

ارزش معاملات کل بازار سهام به ۱۱ هزار و ۴۰ میلیارد تومان رسید. ارزش معاملات اوراق بدهی در بازار ثانویه ۷۰۵ میلیارد تومان بود که ۶ درصد از ارزش کل معاملات بازار را در این روز تشکیل می‌دهد. ارزش معاملات خرد نیز با کاهش ۸ درصدی به نسبت روز معاملاتی قبل به رقم ۶ هزار و ۴۲۴ میلیارد تومان رسید. در معاملات روز یکشنبه، نماد فولاد بیشترین ارزش معاملات بازار سهام را به خود اختصاص داد که ارزش معاملات آن ۱۹۴ میلیارد تومان بود. پس از فولاد، فملی بیشترین ارزش معاملات را داشت و کاما رتبه سوم بیشترین ارزش معاملات را به خود اختصاص داد و پس از آن، دو نماد فزر و شپنا در رتبه‌های بعدی بیشترین ارزش معاملات قرار گرفتند. در جدول حجم معاملات نیز سهام ذوب با تعداد یک میلیارد و ۲۴۵ میلیون و ۶۵۱ هزار و ۷۳۴ سهم در صدر قرار گرفته است. کرمان در رتبه دوم بیشترین حجم معاملات بازار قرار گرفت و رتبه سوم به خبهمن تعلق داشت. دو نماد فولاد و شستا نیز در رتبه‌های بعدی بیشترین حجم معاملات بازار قرار داشتند. در پایان معاملات یکشنبه، ۹۵ نماد صف خرید داشتند و ۴۲ نماد با صف فروش مواجه بودند. مجموع ارزش صف‌های خرید با افت ۶۴ درصدی نسبت به روز کاری قبل به ۲۷۲ میلیارد تومان کاهش یافت و مجموع ارزش صف‌های فروش نیز با افزایش ۱۹ درصدی به ۲۶۰ میلیارد تومان رسید.

شاخص کل بورس تهران همچنین در مجموع معاملات هفته گذشته بیش از ۵۳ هزار واحد کاهش پیدا کرد و بازدهی منفی ۲.۳ درصدی را به ثبت رساند. در این هفته شاهد افزایش خروج پول حقیقی از بازار سهام بودیم. در هفته پایانی فروردین ماه، ۲ هزار و ۸۱۴ میلیارد تومان پول حقیقی از بورس خارج شد و میانگین روزانه خروج پول حقیقی به ۵۶۳ میلیارد تومان رسید که نسبت به هفته پیشین ۳۳ درصد بیشتر است. شاخص کل بورس در روز شنبه ۵۳ هزار و ۹۱۹ واحد کاهش داشت، اما در روزهای بعدی با اعمال محدودیت نوسان قیمت یک درصدی، نوسان شاخص کل کمتر شد، به طوری که روز یکشنبه شاخص کل ۱۱ هزار و ۱۹۴ واحد پایین آمد و روز دوشنبه ۱۰ هزار و ۱۴۰ واحد رشد کرد. روز سه‌شنبه و با افزایش احتمال حمله نظامی رژیم صهیونیستی به ایران، شاخص کل ۴ هزار و ۹۹۸ واحد ریزش کرد و در روز چهارشنبه نیز شاخص کل ۶ هزار و ۲۳۱ واحد رشد کرد. بدین ترتیب، شاخص کل در آخرین روز کاری هفته به رقم ۲ میلیون و ۲۰۸ هزار واحد رسید و نسبت به آخرین روز معاملاتی هفته پیشین، ۵۳ هزار و ۶۸۵ واحد پایین‌تر ایستاد و بازدهی هفتگی منفی ۲.۳ درصد را تجربه کرد. شاخص کل هم‌وزن نیز در پایان هفته نسبت به هفته پیشین ۲۷ هزار و ۷۵۳ واحد پایین‌تر ایستاد و بازدهی منفی ۳.۷ درصدی را ثبت کرد.

در این هفته، میانگین ارزش معاملات بازار سهام ۸۸ هزار و ۲۳۴ میلیارد تومان بود. میانگین ارزش معاملات خرد بورس نیز ۳ هزار و ۳۴۹ میلیارد تومان بود که نسبت به رقم ۴ هزار و ۹۸۱ میلیاردی هفته پیشین، کاهش ۳۳ درصدی داشته است. به نظر می‌رسد عامل اصلی افت معاملات سهام محدودیت یک درصدی نوسان قیمت سهام است. اعمال محدودیت نوسان قیمت سهام در هفته اخیر موجب رشد صف‌های خرید و فروش شد. میانگین ارزش صف‌های فروش در هفته اخیر هزار و ۲۴۳ میلیارد تومان بود که از میانگین هفته پیشین هزار و ۲۲ میلیارد تومان بیشتر بود و رشد ۴۶۲ درصدی داشته است. بالاترین رقم هفته ۳ هزار و ۵۳۷ میلیارد تومان بود که در روز یکشنبه ثبت شد و کمترین رقم ۴۶۰ میلیارد تومان بود که در روز دوشنبه ثبت شد. همچنین میانگین ارزش صف‌های خرید در هفته اخیر ۴۳۹ میلیارد تومان بود که از میانگین هفته قبل خود ۲۷۳ میلیارد تومان بیشتر بود. در این هفته، میانگین ارزش صف‌های خرید ۱۶۴ درصد افزایش یافته است. بالاترین رقم هفته هزار و ۴۰۲ میلیارد تومان بود و در روز دوشنبه ثبت شد. پایین‌ترین رقم به روز یکشنبه برمی‌گردد که ۴۰ میلیارد تومان بود. در اولین روز معاملاتی هفته گذشته، هزار و ۷۹۰ میلیارد تومان پول حقیقی از بورس خارج شد. روز یکشنبه نیز ۵۲۷ میلیارد تومان خارج شد. روز دوشنبه ۱۲۰ میلیارد تومان وارد شد اما در روز سه‌شنبه ۵۷۵ میلیارد تومان پول حقیقی خارج شد. در آخرین روز معاملاتی هفته نیز پول حقیقی خارج شد که ارزش آن ۴۲ میلیارد تومان بود.

معاون بهداشت دانشگاه علوم پزشکی مازندران به مناسبت هفته ملی سلامت تاکید کرد:

به ارتقای سلامت مردم متعهد هستیم

هفته سلامت مناسبتی است که سالانه در اردیبهشت ماه جهت ترویج مفاهیم کلیدی سلامت و گفتمان سازی در جامعه و سیاستگذاران و ذی نقشان با تاکید بر اولویت های ملی سلامت برگزار می شود. امسال با عنایت به اولویت های ملی و فرمایشات و تاکیدات مکرر مقام معظم رهبری (مد ظله العالی) در تقویت بهداشت و پیشگیری و بهره گیری از مشارکت مردم در بهداشت و همگام با سایر کشورهای جهان در شعار بین المللی دعوت به اقدام همگانی کشورها برای توسعه خدمات سلامت و پوشش همگانی سلامت و توجه به حقوق اقشار آسیب پذیر و با توجه به اولویت وزارت بهداشت در برقراری عدالت در سلامت و اجرای برنامه ملی سلامت خانواده و نظام ارجاع و دست آوردهای شبکه بهداشت کشور شعار هفته سلامت در هفته اول اردیبهشت سال ۱۴۰۳ سلامت خانواده با مردمی سازی سلامت اعلام شده است.

در همین راستا روابط عمومی دانشگاه علوم پزشکی مازندران در راستای اطلاع‌رسانی و ارتقاء سطح آگاهی مردم دیار همیشه سبز مازندران نسبت به میزان سلامتی خود و حفظ این گوهر ارزشمند دست به امری مهم زده و با ترویج فرهنگ خودمراقبتی سعی بر بالا بردن سطح سلامت مردم مازندران دارد. در گزارشی که می‌خوانید کارشناسان و متخصصان این دانشگاه نکات مهمی را در ارتباط با ضرورت جدی گرفتن توصیه های سلامتی همچنین نقش آن درسلامت فردی و اجتماعی مردم جهت ارتقاء سطح سلامتی و داشتن زندگی سالم را مورد توجه قرار داده است که توجه به آن می تواند در حفظ سلامتی ساکنان مازندران و هم استانی های عزیز نقش مهمی راایفا کند.

مقدمه:

در سطح بین المللی هر سال کشورهای جهان در روز جهانی بهداشت (۷) آوریل به مناسبت تأسیس سازمان جهانی (UHC) بهداشت در سال ۱۹۴۸ شعاری را بر اساس چالشها و نیازهای روز جهان به عنوان شعار سال انتخاب می نمایند و کشورهای جهان به اقدامات ترویجی برای افزایش آگاهی در مورد مسائل بهداشتی مهمی که جهان با آن مواجه است می پردازند امسال مبحث کلیدی در روز جهانی بهداشت ۲۰۲۴ با اولویت دادن به حرکتی جهانی به سمت سلامت همگانی یر اهمیت پوشش همگانی سلامت بدون وجود دشواریهای مالی و اقدام جمعی مورد نیاز برای تضمین سلامت و رفاه برای همه همسو با اهداف توسعه پایدار سازمان ملل تأکید دارد و یکی از دلایل آن را تهدید سلامت جامعه به ویژه مادران و کودکان مورد آسیب در جنگ ها و نزاع های رو به افزایش در جهان ذکر نموده اند که البته نمونه ی واضح آن را در حملات غیرانسانی و بی رحمانه رژیم کودک کش اشغالگر فلسطین در ۶ ماهه گذشته ذکر کرد. لذا با توجه به اهمیت حق سلامتی برای آحاد بشر و حق تامین نیازهای اساسی بهداشتی مورد نیاز در قالب حقوق بشر شعار روز جهانی بهداشت با عنوان «سلامت» من حق من با این مفاهیم انتخاب شده است تا یادآوری نماید که در دنیای امروز بیش از ۱ میلیارد نفراز جمعیت کره زمین از دسترسی عادلانه به خدمات ضروری و اولیه ی سلامت محروم هستند و هنوز بسیاری از کشورها در حوزه ی سلامت حقوق بشر از جمله دسترسی و بهره مندی به خدمات مورد نیاز و اساسی بهداشت است راه زیادی برای طی نمودن در پیش روی خود دارند. به برکت نظام مقدس جمهوری اسلامی ایران شبکه بهداشت و درمان کشور پس از انقلاب اسلامی جهت ارائه خدمات ضروری سلامت و تامین حفظ و ارتقا سلامت همه جانبه شکل گرفت و همواره در مسیر حفظ امنیت سلامت و برقراری دسترسی عادلانه سلامت تلاش نموده و موفقیتهای بزرگی نیز به دست آورده است که مورد تحسین جهانیان واقع شده است.

سلامت با همه ابعاد آن با جدیدترین مفاهیم جهانیش همواره مد نظر معاونت بهداشت بوده و با سه دهه مشارکت مردمی و سایر دستگاه ها و ظرفیت های ذینفع همواره به سمت پوشش همگانی سلامت و مردمی سازی سلامت حرکت نموده است. سلامت و شکوفا شدن استعدادها و ظرفیت های مردمی تنها از مسیر مشارکت ساختارمند عادلانه و آگاهانه مردم در خلق سلامت و اجرای صحیح اصول ارتقا سلامت امکان پذیر می شود و نقش خدمات میلیونی سفیران و داوطلبان به عنوان مروجین و گفتمان سازهای اصلی بهداشت در کشور قابل توجه و تاکید است.

شبکه بهداشت و درمان کشور در گام جدیدی به سوی تامین امنیت سلامت عادلانه تر شدن و پوشش همگانی سلامت از اردیبهشت ماه همزمان با هفته سلامت برنامه سلامت خانواده و نظام ارجاع را در تمام کشور آغاز نمود و فازهای اجرایی آن به مرحله عمل رسید.

هفته سلامت و مشارکت مردم:

هفته سلامت امسال فرصت مناسبی است برای آشنایی مردم و مسولان با اهداف اقدامات و چشم انداز برنامه بعد از گذشت یکسال و برنامه های آتی توسط مقام عالی وزارت ابلاغ خواهند شد. یکی از اصول و مبانی دستیابی به هدف پوشش همگانی سلامت و یکی از برنامه های بنیادین معاونت بهداشت در خلق سلامت بهره گیری از مشارکت مردم از سطح خانواده تا پیچیده ترین سازمان ها و سطح محلات و شهر و روستا و عشایر است که در دهه اخیر با اضافه شدن برنامه ملی خود مراقبتی و به ویژه نگاه و تاکید دولت سیزدهم در تقویت بهداشت این برنامه نیز با حمایت بیشتر در سراسر کشور توسط معاونت بهداشت دانشگاه های علوم پزشکی اجرا شده است.

مردمی سازی سلامت:

از منظر مردمی سازی سلامت و اقدامات بهداشت در این راستا نقش مردم در نیازسنجی ها و تصمیم گیری ها از محیطی ترین نقاط تا نظارت بر اجرای خدمات سلامت محور و همچنین مشارکت مالی علمی و پژوهشی در سالهای اخیر در ارتقای سلامت و کاهش بار بیماری ها و هزینه های آنها بسیار اثر بخش بوده و می توان نظام بهداشت کشور را از موفق ترین نمونه های جهانی عنوان نمود. مشارکت مردمی و نقش جمعیت میلیونی سفیران و داوطلبان سلامت برای اجرایی شدن حماسه واکسیناسیون همگانی و سریع کرونا در بحبوحه همه گیری کووید ۱۹ از جمله نمونه های نقش برنامه های آموزش بهداشت و مشارکت مردمی موثر می تواند ذکر شود. تاکیدات مقام معظم رهبری (مد ظله العالی) بر توجه به سرمایه مردمی به عنوان دریای بی پایان توانمندی و ایثار و توجه به بهداشت و پیشگیری که در شعار امسال هفته سلامت منعکس گردیده است.

اهداف شعار هفته سلامت:

از جمله اهداف شعار هفته سلامت امسال می توان به موضوعات ذیل اشاره نمود:

۱ حمایت طلبی و پررنگ نمودن ضرورت دسترسی به خدمات با کیفیت و مقرون به صرفه مورد نیاز برای هر فرد در هر نقطه از کشور که قرار داشته باشد.

* توجه به برابری در سلامت و حرکت به سمت رفع ناعدالتی های احتمالی در دریافت خدمات و پیامدهای سلامت به ویژه در گروه های آسیب پذیر با حاشیه نشین با تکیه بر نقش بنیادین مردم در خلق تامین و حفظ سلامت همگانی.

*تقویت بهداشت و تاب آورتر سازی نظام سلامت جهت آمادگی روبرو شدن با تهدیدات احتمالی سلامت با ابعاد و مشخصات ناشناخته.

انتظار می رود تمام برنامه های سلامت محور به ویژه برنامه های بهداشتی در دانشگاه دانشکده های علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی کشور ضمن حفظ اولویت جوانی ،جمعیت بر روی پیاده سازی برنامه سلامت خانواده و نظام ارجاع و عادلانه تر نمودن خدمات سلامت با پررنگ تر نمودن و تقویت نقش مشارکتی آحاد جامعه از خانواده تا متخصصین و سازمانها و توجه به نیازسنجی و اصول مردمی سازی سلامت با نگاهی همه جانبه به سلامت و حقوق همگانی در سلامت از جمله سلامت ،هوا خاک و آب و محیط زیست غذای سالم، خدمات اساسی با کیفیت و قابل دسترس و بهره گیری همگانی دسترسی عادلانه به منابع معتبر علمی بهداشتی و امکانات و تکنولوژی های نوین آموزشی ترویجی سواد و فرهنگ سلامت محله و شهر سالم فضای اجتماعی روانی سالم محل کار سالم و ایمن متمرکز گردد تا زمینه افزایش تولید و کاهش بار بیماری ها و حوادث با مشارکت همگانی فراهم آید.

تعهد به ارتقای سلامت مردم :

دکتر رضا صفری عربی معاون بهداشت دانشگاه علوم پزشکی مازندران نیز در این راستا با بیان این که به ارتقای سلامت مردم متعهد هستیم، به شعار امسال با عنوان "سلامت خانواده و مردمی سازی سلامت"،اشاره کرده و بر اهمیت سلامت در جامعه و محوریت مردمی سازی سلامت تاکید کرد و گفت: سلامتی یک سرمایه ارزشمند و مفید برای زندگی است و بدون آن نمی توان از دیگر نعمت های زندگی بهره مند شد.

دکتر صفری با بیان اهمیت سلامت در جامعه و اختصاص شعار بهداشت جهانی با محوریت مردمی سازی سلامت گفت: سلامتی یک سرمایه ارزشمند و مفید برای زندگی است. بدون سلامتی نمی توان از دیگر نعمت های زندگی بهره مند شد. همه ما در قبال حفظ و ارتقای سلامت خود و جامعه مسئول هستیم. باانتخاب سبک زندگی سالم، رعایت بهداشت فردی و اجتماعی و مشارکت در برنامه های بهداشتی می توانیم به جامعه ای سالم و پویا کمک کنیم.

وی ادامه داد: بهداشت با تعهد به ارتقای سلامت مردم برنامه های متعددی را در نظر دارد، از جمله این برنامه ها می توان به افزایش سواد سلامت جامعه، ارتقای رضایتمندی مردم از خدمات بهداشتی و درمانی و توسعه عدالت در سلامت اشاره کرد. در تبیین سلامتی به عنوان یک حق و مسئولیت ضرورت دارد به سلامتی آب و غذای مصرفی و هوای سالم و محیط زیست و پایداری منابع نیز اشاره شود.

دکتر رضا صفری عربی تصریح کرد: همه ما در قبال حفظ و ارتقای سلامت خود و جامعه مسئول هستیم و با انتخاب سبک زندگی سالم، رعایت بهداشت فردی و اجتماعی و مشارکت در برنامه های بهداشتی می توانیم به جامعه ای سالم و پویا کمک کنیم.

رئیس مرکز بهداشت استان با بیان اینکه با تعهد به ارتقای سلامت مردم برنامه های متعددی در طول هفته ملی سلامت اجرا می‌شود، از افزایش سواد سلامت جامعه، ارتقای رضایتمندی مردم از خدمات بهداشتی و درمانی و توسعه عدالت در سلامت بعنوان اهداف این برنامه ها یاد کرد و تاکید کرد: در تبیین سلامتی به عنوان یک حق و مسئولیت اجتماعی ضرورت دارد به سلامتی آب و غذای مصرفی و هوای سالم و محیط زیست و پایداری منابع نیز توجه شود.

وی برنامه جوانی جمعیت و سلامت خانواده" را از جمله مهمترین برنامه های حوزه بهداشت با مشارکت مردم، عنوان کرده و گفت: "خانواده" در فرهنگ سازی و اجرای برنامه های حوزه بهداشت و پیشگیری اهمیت زیادی دارد. "برنامه جوانی جمعیت و سلامت خانواده" از جمله مهمترین برنامه های حوزه بهداشت هستند که با مشارکت مردم میسر خواهند شد.

وی گفت: با بهینه سازی برخی امکانات و مراکز می توان از حضور و مشارکت مردم در ارائه خدمات درمانی سطح یک بهره برد.

دکتر صفری عربی گفت: کرونا نشان داد که هر موقع از مشارکت و حضور مردم استفاده کنیم، به هدف خواهیم رسید. امیدوارم در سال ۱۴۰۳ در حوزه بهداشت با شعار "بهداشت برای مردم با دستان خودِ مردم" به تحقق شعار سال مبنی بر "جهش تولید با مشارکت مردم" کمک کنیم.

روزشمار هفته سلامت یکم لغایت هفتم اردیبهشت ماه جهت اجرای هماهنگ به شرح ذیل اعلام می گردد:

***شنبه سلامت خانواده حق و مسوولیت همگانی**

***یکشنبه سلامت خانواده از آموزش و پرورش تا آموزش عالی**

***دوشنبه سلامت خانواده و سلامت زمین**

***سه شنبه سلامت خانواده و سلامت روانی اجتماعی**

***چهارشنبه سلامت خانواده و فرهنگ سلامت**

*** پنج شنبه سلامت خانواده و جوانی جمعیت جمعه سلامت خانواده غذای سالم و ورزش همگانی**

آگهی مفقودی

سند کمپانی و برگ سبز خودرو سواری کامیونت کمپرسی تیپ ۵۲-۵۲ مدل ۱۹۶۱ به رنگ فیلی - روغنی به شماره پلاک ۶۲ ایران ۲۲۸ ع ۷۵ به شماره موتور ۲۳۹۱۵۸۰ و شماره شاسی ۲۹۶۱۰۳۲ به نام سیدحسین مهدوی قادی کلائی به شماره ملی ۲۰۸۰۰۷۴۰۷۵ مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد.

مازندران

آگهی مفقودی

سند کمپانی و برگ سبز خودرو سواری پژو ۲۰۷I مدل ۱۳۹۰ به رنگ سفید - روغنی به شماره پلاک ۸۸ ایران ۳۴۳ ج ۷۲ به شماره موتور ۱۵۲۹۰۰۰۳۵۲۰ و شماره شاسی NAAR۱۳FE۲BJ۹۸۲۹۱۹ به نام سیده آیدا رضویان به شماره ملی ۲۰۸۰۵۷۵۸۷۲ مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد.

مازندران

آگهی مفقودی

برگ سبز خودرو سواری سیستم پژو تیپ PARS ŝtu۵ مدل ۱۳۹۶ برنگ سفید شماره موتور ۱۶۴B۰۱۳۸۵۸۰ شماره شاسی NAAN۱۱FE۳HH۹۹۰۹۴۹ شماره انتظامی ۹۱ – ۷۲۲ و ۱۷ بنام مرتضی حسنی مفقود از درجه اعتبار ساقط می باشد.

خلخال

۱۳۹

آگهی فقدان سند مالکیت پلاک ۱۶۶۷/۱۴۰۹

نظر به اینکه آقای حسن کاظمی با تسلیم دو برگ استشهاد گواهی شده مدعی است که سند مالکیت ششدانگ پلاک ۱۶۶۷/۱۴۰۹ واقع در خورموج بخش ۵ خورموج به شماره سریال ۴۳۱۵۷۲ که به نام آقای حسن کاظمی صادر و تسلیم گردیده که به علت جابجایی مفقود گردیده و پس از جستجوی کامل یافت نگردیده است . مراتب طی بخشنامه ی مورخه ۱۴۰۳/۰۱/۲۷ به کلیه دفاتر اسناد رسمی سراسر کشور ابلاغ گردیده است . لذا در اجرای تبصره یک اصلاحی ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت مراتب جهت اطلاع عموم آگهی می شود تا هر کس مدعی انجام معامله یا وجود سند مالکیت نزد خود می باشد ظرف مدت ۱۰ روز از تاریخ انتشار این آگهی اعتراض خود را کتبا به این اداره تسلیم دارد در غیر این صورت پس از سپری شدن مدت مقرر قانونی و عدم واخواهی سند مالکیت المثنی به نام مالک صادر خواهد شد، و سند مالکیت قبلی به شماره سریال ۴۳۱۵۷۲ از درجه اعتبار ساقط خواهد شد . تاریخ انتشار:۱۴۰۳/۰۲/۰۳

م الف : ۱۱۴ عیسی رضایی –رئیس اداره ثبت اسناد و املاک شهرستان دشتی

سازمان آگهی ها ۸۸۹۳۶۶۵۱

آگهی موضوع ماده ۳ قانون تعیین تکلیف اراضی و ساختمانهای فاقد سندمالکیت

برابر آراء هیات قانون صدرالعشاره تصرفات مالکانه آقای سهراب شهبازی فرزند روح اله نسبت به ۶ دانگ ۱۳ قطعه زمین مزروعی در پلاک ۲۰ اصلی روستای دهشیر علیا بخش ۵ زنجان خریداری از آقای روح الله شهبازی به شرح ذیل محرز گردید لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت عدم وصول اعتراض در مهلت مقرر طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

۱- پلاک ۵۰۷ فرعی به مساحت ۳۵۸۰/۲۵ متر مربع ۲- پلاک ۵۰۹ فرعی به مساحت ۵۷۰۳/۷۱ متر مربع ۳- پلاک ۵۰۸ فرعی به مساحت ۳۴۷۰/۴ متر مربع ۴- پلاک ۵۱۰ فرعی به مساحت ۱۲۴۵۷/۵۱ متر مربع ۵- پلاک ۵۰۱ فرعی به مساحت ۵۸۸۰/۳۶ متر مربع ۶- پلاک ۴۹۶ فرعی به مساحت ۲۴۶۱/۴۶ متر مربع ۷- پلاک ۵۰۰ فرعی به مساحت ۱۳۹۵۳/۱۵ متر مربع ۸- پلاک ۴۹۹ فرعی به مساحت ۱۱۵۰۶/۷۸ متر مربع ۹- پلاک ۴۹۸ فرعی به مساحت ۵۰۸۸/۵۶ متر مربع ۱۰- پلاک ۴۹۷ فرعی به مساحت ۱۹۸۴۰/۷۴ متر مربع ۱۱- پلاک ۵۰۶ فرعی به مساحت ۱۱۱۶۵/۷۲ متر مربع ۱۲- پلاک ۵۰۳ فرعی به مساحت ۱۶۲۲۲/۰۴ متر مربع ۱۳ - پلاک ۵۰۲ فرعی به مساحت ۱۶۱۲۵/۷۹ متر مربع

تاریخ انتشار نوبت اول ۱۴۰۳/۱/۱۹ تاریخ انتشار نوبت دوم ۱۴۰۳/۲/۳

رئیس ثبت اسناد منطقه یک زنجان –علیرضا حسن زاده

۱۶

آگهی موضوع ماده ۳ قانون تعیین تکلیف اراضی و ساختمانهای فاقد سندمالکیت

برابر آراء هیات قانون صدرالعشاره تصرفات مالکانه آقای امیر علی هاشمی فرزند خانعلی نسبت به ششدانگ قطعه زمین مزروعی در پلاک ۷۷ اصلی روستای کرده ناب بخش ۳ زنجان خریداری از اقای صفر امیدی قهرمان هاشمی-رمضان هاشمی به شرح ذیل محرز گردید لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت عدم وصول اعتراض در مهلت مقرر طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

۱- پلاک ۱۹۰ فرعی به مساحت ۳۷۸۳/۶۱ متر مربع ۲- پلاک ۱۸۹ فرعی به مساحت ۲۹۴۳/۸ متر مربع ۳- پلاک ۱۹۱ فرعی به مساحت ۲۸۳۸/۵۵ متر مربع ۴- پلاک ۱۹۲ فرعی به مساحت ۱۲۹۳۶/۸۲ متر مربع ۵- پلاک ۱۹۳ فرعی به مساحت ۶۳۹۷/۴۹ متر مربع ۶- پلاک ۱۹۴ فرعی به مساحت ۴۲/۴۷ متر مربع ۷- پلاک ۱۸۲ فرعی به مساحت ۸۱۹۲/۴۷ متر مربع ۸- پلاک ۱۹۵ فرعی به مساحت ۲۷۹۸۳/۰۳ متر مربع ۹- پلاک ۱۹۷ فرعی به مساحت ۲۱۹/۳۴ متر مربع ۱۰- پلاک ۱۹۸ فرعی به مساحت ۵۶۲۶/۷۹ متر مربع ۱۱- پلاک ۱۹۹ فرعی به مساحت ۶۶۰۱/۷۳ متر مربع ۱۲- پلاک ۲۰۰ فرعی به مساحت ۴۱۱۶/۰۹ متر مربع ۱۳ - پلاک ۱۸۷ فرعی به مساحت ۶۹۸۹/۰۸ متر مربع ۱۴- پلاک ۲۰۸ فرعی به مساحت ۶۷۵۲/۲۶ متر مربع ۱۵- پلاک ۱۹۶ فرعی به مساحت ۱۳۹۰۳/۶ متر مربع ۱۶- پلاک ۱۸۸ فرعی به مساحت ۵۷۶/۵۲ متر مربع

تاریخ انتشار نوبت اول ۱۴۰۳/۱/۱۹ تاریخ انتشار نوبت دوم ۱۴۰۳/۲/۳

رئیس ثبت اسناد منطقه یک زنجان –علیرضا حسن زاده

۱۷

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

برابر رای شماره ۱۴۰۳/۱۴۴۲ تاریخ ۱۴۰۳/۰۱/۲۱ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک بهشهر تصرفات مالکانه بلا معارض متقاضی بنام خانم زینب مزرعی فرزند اسمعیل نسبت ششدانگ یکقطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۷۱۴٫۶۷ مترمربع قسمتی ازپلاک ۱۹- اصلی به شماره کلاسه ۱۴۰۲/۲۴۷۰ واقع در اراضی گرایل محله بخش ۱۸ ثبت بهشهر مستند مالکیت خریداری شده مع الواسطه از مالک رسمی حسن امیری تروجنی برگه استشهادیه ارائه شده محرز گردیده است لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روزآگهی میشود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه ازتاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مرجع قضایی تقدیم نمایندبدیهی است درصورت انقضای مدت مذکور وعدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

شناسه آگهی : ۱۷۰۰۷۷۰

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۳/۰۲/۰۳ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۳/۰۲/۱۷

محمدحسن صادقی- سرپرست اداره ثبت اسناد و املاک بهشهر

آگهی فقدان سند مالکیت

نظر به اینکه نور اله عبدالمالکی فرزند یداله به شماره ملی ۵۸۴۹۳۶۳۵۵۶ با ارائه دو برگ استشهاد محلی مبنی بر مفقود شدن سند مالکیت شش دانگ عرصه و اعیان یک باب ساختمان به پلاک ۱۵۴۳ اصلی ذیل ثبت۶۶۴۲ صفحه ۳۰۹ دفتر ۳۲ و سه دانگ مشاع از شش دانگ پلاک۱۵۴۳ اصلی ذیل ثبت۶۸۱ فرعی از ۳۵ اصلی واقع در بخش ۵ تویسرکان به شماره چاپی ۵۲۹۰۶۷ ب ۰۰ به نامش صادر و تسلیم گردیده که به علت جابه جایی مفقود گردیده و تقاضای صدور سند المثنی پلاک مذکور را نموده اند. لذا مراتب در اجرای ماده ۱۲۰آیین نامه قانون ثبت بدین وسیله آگهی می شود تا هر کسی نسبت به پلاک مورد آگهی معامله ای نجام داده که فوقا بدان اشاره ای نشده و یا مدعی وجود سند مالکیت نزد خود می باشد از تاریخ انتشار این آگهی طی مدت ۱۰ روزپس از انتشار آگهی به اداره ثبت اسناد و املاک مراجعه و ضمن ارائه اصل سند مالکیت و یا سند معامله اعتراض خود را کتبا تسلیم نماید در صورت انقضاء مدت واخواهی و نرسیدن اعتراض و یا در صورت اعتراض چنانچه اصل سند مالکیت ارائه نگردد سند مالکیت المثنی را طبق مقررات به نام متقاضی صادر و تسلیم خواهد کرد.

مدیر واحد ثبتی حوزه ثبت ملک شهرستان تویسرکان- محمد علی جلیلوند

م الف ۵۷۳

آگهی موضوع ماده ۳ قانون تعیین تکلیف اراضی و ساختمانهای فاقد سند مالکیت

برابر آراء هیات قانون صدرالعشاره تصرفات مالکانه آقای علی اکبر انصاری فرزند قاسم نسبت به ششدانگ ۲ قطعه زمین مزروعی در پلاک ۲۰ اصلی روستای دهشیر علیا بخش ۵ زنجان خریداری از اقای قاسم انصاری به شرح ذیل محرز گردید لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت عدم وصول اعتراض در مهلت مقرر طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

۱- پلاک ۶۵۷ فرعی به مساحت ۵۷۷۳/۶ متر مربع ۲- پلاک ۶۵۶ فرعی به مساحت ۶۳۸۰/۳۷ متر مربع

تاریخ انتشار نوبت اول ۱۴۰۳/۱/۱۹ تاریخ انتشار نوبت دوم ۱۴۰۳/۲/۳

رئیس ثبت اسناد منطقه یک زنجان –علیرضا حسن زاده

۱۸

آگهی موضوع ماده ۳ قانون تعیین تکلیف اراضی و ساختمانهای فاقد سندمالکیت

برابر آراء هیات قانون صدرالعشاره تصرفات مالکانه آقای وهابعلی هاشمی فرزند یعقوبعلی نسبت به شش دانگ ۵ قطعه زمین مزروعی در پلاک ۷۷ اصلی روستای کردناب بخش ۳ زنجان خریداری از اقای یعقوبعلی هاشمی به شرح ذیل محرز گردید لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت عدم وصول اعتراض در مهلت مقرر طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

۱- پلاک ۲۰۳ فرعی به مساحت ۴۳۲/۴۹ متر مربع ۲- پلاک ۲۰۵ فرعی به مساحت ۱۴۹/۱۴ متر مربع ۳- پلاک ۲۰۲ فرعی به مساحت ۸۹۵۶/۵۲ متر مربع ۴- پلاک ۲۰۱ فرعی به مساحت ۷۲۷۱/۶۷ متر مربع ۵- پلاک ۲۰۴ فرعی به مساحت ۹۲۸۷ متر مربع

تاریخ انتشار نوبت اول ۱۴۰۳/۱/۱۹ تاریخ انتشار نوبت دوم ۱۴۰۳/۲/۳

رئیس ثبت اسناد منطقه یک زنجان –علیرضا حسن زاده

۱۹

مفقودی

کارت هوشمند راننده بشماره ۳۲۵۷۱۷۵۶۹۸ بنام آرش ملکی مفقود گردیده واز درجه اعتبار ساقط می‌باشد.

۱۵۰ / س

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

نظر به دستور مواد ۱و۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۹/۲۰ ، ملک متقاضیانی که در هیات موضوع ماده یک قانون مذکور مستقر در واحد ثبتی آمل مورد رسیدگی و تصرفات مالکانه و بلا معارض آنان محرز و رای لازم صادر گردیده جهت اطلاع عموم به شرح ذیل آگهی می گردد:

املاک متقاضیان واقع در بخش نه ثبت آمل –دهستان لیتکوه

۵- اصلی (قریه شاه محله)

۶۰۷۸ فرعی قسمتی از ۶۷ فرعی از ۵ اصلی و باقیمانده ۵- اصلی خانم سمیه قربانی و آقای مصطفی بیابانی هریک به نسبت سه دانگ مشاع از ششدانگ یک قطعه زمین با ساختمان احدائی با کاربری مسکونی به مساحت ۳۲ مترمربع خریداری شده بلا واسطه از مرتضی رمضانی و محمد بیابانی و مع الواسطه از حسین قزوانچاهی.

لذا به موجب ماده ۳- قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی وماده ۱۳ آئین نامه مربوطه این آگهی در دونوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق روزنامه محلی و کثیرالانتشار در شهرها منتشر ودر روستاها رای هیات الصاق تا در صورتیکه اشخاص ذینفع به آرای اعلام شده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشار اولین آگهی در روستاها از طریق الصاق در محل تا دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم ورسید اخذ نمایند. معترض باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نماید وگواهی تقدیم دادخواست به اداره ثبت تحویل دهد که در این صورت اقدامات ثبت موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه است ودر صورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل ارائه نکند اداره ثبت مبادرت به صدور سند مالکیت می نماید وصدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نیست.بدیهی است برابر ماده ۱۳ آئین نامه مذکور در مورد قسمتی از املاکی که قبلا اظهارنامه ثبتی پذیرفته نشده، واحد ثبتی با رای هیات پس ازتنظیم اظهار نامه حاوی تحدید حدود مراتب رادر اولین آگهی نوبتی وتحدید حدود به صورت همزمان به اطلاع عموم می رساند ونسبت به املاک در جریان ثبت وفاقد سابقه تحدید حدود، واحد ثبتی آگهی تحدید حدود را به صورت اختصاصی منتشر می نماید.

شناسه آگهی: ۱۶۹۰۰۲۹

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۳/۰۱/۲۰

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۳/۰۲/۰۳

حسن صالحی

رئیس اداره ثبت اسناد و املاک آمل

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

نظر به دستور مواد ۱و۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۹/۲۰ ، املاک متقاضیانی که در هیات موضوع ماده یک قانون مذکور مستقر در واحد ثبتی نوشهر مورد رسیدگی و تصرفات مالکانه و بلا معارض آنان محرز و رای لازم صادر گردیده جهت اطلاع عموم به شرح ذیل آگهی می گردد.

املاک متقاضیان واقع در قریه درزیکلا پلاک ۳۱ اصلی بخش ۲ قشلاقی کلاسه ۱۴۰۰/۲۸۹۶-۱۴۳۷

پلاک ۴۷۸ فرعی خانم کتایون حسین زاده مراغه ای فرزند فریدون نسبت به ۴ دانگ مشاع و یاشار خدابنده فرزند جهانبخش نسبت به ۲ دانگ مشاع از ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احدائی (کاربری باغ) به مساحت ۲۵۴,۰۰ مترمربع خریداری بدون واسطه/با واسطه از آقای سعید مشفق.

لذا به موجب ماده ۳قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی وماده ۱۳ آئین نامه مربوطه این آگهی در دونوبت به فاصله ۱۵روز از طریق روزنامه محلی / کثیرالانتشار در شهرمنتشر ودر روستا علاوه برانتشار آگهی ، رای هیات الصاق تا در صورتیکه اشخاص ذینفع به آرای اعلام شده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشار اولین آگهی ودر روستاها از تاریخ الصاق در محل تا دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم ورسید اخذ نمایند. معترض باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نماید وگواهی تقدیم درخواست به اداره ثبت محل تحویل دهد که در این صورت اقدامات ثبت موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه است ودر صورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل ارائه نکند اداره ثبت مبادرت به صدور سند مالکیت می نماید وصدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نیست.بدیهی است برابر ماده ۱۳ آئین نامه مذکور در مورد قسمتی از املاکی که قبلا اظهارنامه ثبتی پذیرفته نشده، واحد ثبتی با رای هیات پس ازتنظیم اظهار نامه حاوی تحدید حدود مراتب رادر اولین آگهی نوبتی وتحدید حدود بصورت همزمان به اطلاع عموم می رساند ونسبت به املاک در جریان ثبت وفاقد سابقه تحدید حدود، واحد ثبتی آگهی تحدید حدود را به صورت اختصاصی منتشر می نماید.

شناسه آگهی: ۱۶۹۲۱۴۰

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۳/۰۱/۲۰

تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۳/۰۲/۰۳

علی اکبر مقدسی فر

رئیس اداره ثبت اسناد و املاک نوشهر

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

نظر به دستور مواد ۱و۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۹/۲۰ ، ملک متقاضیانی که در هیات موضوع ماده یک قانون مذکور مستقر در واحد ثبتی آمل مورد رسیدگی و تصرفات مالکانه و بلا معارض آنان محرز و رای لازم صادر گردیده جهت اطلاع عموم به شرح ذیل آگهی می گردد:

املاک متقاضیان واقع در بخش یازده ثبت آمل –دهستان هرازپی

۷- اصلی (قریه کلیکان علیا)

۱۵۸ فرعی آقایان محمد دهقانی محمدی و امین ملکی هر یک به نسبت سه دانگ مشاع از ششدانگ یک قطعه زمین با ساختمان احداثی با کاربری مسکونی به مساحت ۱۹۸,۶۰ متر مربع.خریداری شده بلا واسطه از عباس سیاح دهگردی و مع الواسطه از ابراهیم غفاری دلارستاقی و نادر احمدی و قدرت اله احمدی.

لذا به موجب ماده ۳- قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی وماده ۱۳ آئین نامه مربوطه این آگهی در دونوبت به فاصله ۱۵روز از طریق روزنامه محلی و کثیرالانتشار در شهرها منتشر ودر روستاها رای هیات الصاق تا در صورتیکه اشخاص ذینفع به آرای اعلام شده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشار اولین آگهی در روستاها از طریق الصاق در محل تا دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم ورسید اخذ نمایند. معترض باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نماید وگواهی تقدیم دادخواست به اداره ثبت تحویل دهد که در این صورت اقدامات ثبت موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه است ودر صورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل ارائه نکند اداره ثبت مبادرت به صدور سند مالکیت می نماید وصدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نیست.

شناسه آگهی: ۱۷۰۰۳۲۹

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۳/۰۲/۰۳

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۳/۰۲/۱۷

حسن صالحی

رئیس اداره ثبت اسناد و املاک آمل

آگهی فقدان سند مالکیت

احتراما آقای حسین فلاح با ارایه دو برگ شهادت شهود که به گواهی دفترخانه اسناد رسمی ۳۹۰ چمستان رسیده اعلام نموده اصل سند مالکیت ۰۱ ج ۹۱۴۵۳ ششدانگ عرصه و اعیان یک قطعه زمین با بنای احدائی که دو دانگ مشاع عرصه موقوفه میباشد به مساحت ۲۱۹,۶ مترمربع تحت پلاک ثبتی ۴۴ فرعی از ۵۰- اصلی بخش ۱۱ ثبت چمستان واقع در قریه عبدالده بنام حسین فلاح صادر و تسلیم گردید که اینک به علت علت جابجایی مفقود شده است از این رو تقاضای صدور سند المثنی را نمود لذا در اجرای ماده ۱۲۰ اصلاحی آئین نامه قانون ثبت مراتب در یک نوبت آگهی تا چنانچه اشخاصی مدعی انجام معامله می باشند ظرف ۱۰ روز از تاریخ انتشار آگهی اعتراض خود را همراه اصل سند مالکیت یا سند معامله به اداره ثبت محل ارائه و رسید آن را دریافت نمایند چنانچه پس از اتمام مدت مقرر اعتراض ارائه نگردد و یا در صورت اعتراض اصل سند مالکیت و یا سند معامله ارائه نشود این اداره مطابق مقررات اقدام به صدور سند مالکیت المثنی به نام مالک خواهد نمود.

شناسه آگهی: ۱۶۹۹۸۳۹

تاریخ انتشار: ۱۴۰۳/۰۲/۰۳

عین اله تیموری

رئیس اداره ثبت اسناد و املاک چمستان

آگهی اختصاصی موضوع ماده۳ قانون وماده ۱۳آیین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی حوزه ثبتی بندپی

برابر رای شماره ۱۴۰۲۶۰۳۱۰۰۱۷۰۰۴۸۱۹ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک بندپی تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای خسرو عسگری فیروزجائی فرزند محمدعلی به شماره شناسنامه ۲۵۸ صادره از بابل نسبت به ششدانگ عرصه و اعیان یک قطعه باغ به مساحت ۴۸۳۵ مترمربع قسمتی از پلاک ۲۵- اصلی کلاسه ۱۴۰۲۱۱۴۴۱۰۰۱۷۰۰۰۱۹۱ واقع در روستای امیرده بخش ۹ ثبت بندپی خریداری با واسطه از مالک رسمی آقای محمدعلی عسگری فیروزجایی محرز گردیده است. لذا به موجب ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی و ماده ۱۳ آیین نامه مربوطه و به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق روزنامه محلی و کثیرالانتشار در شهرها منتشر و در روستاها علاوه بر انتشار آگهی در محل الصاق تا در صورتیکه اشخاص ذینفع به آرای اعلام شده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشار اولین آگهی و در روستاها از تاریخ الصاق در محل تا ۲ ماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند. معترض باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نماید و گواهی تقدیم دادخواست به اداره ثبت محل تحویل دهد که در این صورت اقدامات ثبت موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه است و درصورتی 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 مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نیست.

شناسه آگهی: ۱۷۰۱۹۴۶

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۳/۰۲/۰۳

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۳/۰۲/۱۸

محمدحبیب زاده گنجی

رییس ثبت اسناد و املاک بندپی

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

نظر به دستور مواد ۱و۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۹/۲۰ ، ملک متقاضیانی که در هیات موضوع ماده یک قانون مذکور مستقر در واحد ثبتی سوادکوه شمالی مورد رسیدگی و تصرفات مالکانه و بلا معارض وی محرز و رای لازم صادر گردیده جهت اطلاع عموم به شرح ذیل آگهی می گردد:

املاک متقاضیان واقع در قریه برنجستانک پلاک ۲۰۶ فرعی ۱- اصلی بخش ۱۵ حوزه ثبت سوادکوه شمالی به مالکیت هدایت علیپور نسبت به شش دانگ یک قطعه زمین با با بنای احدائی به مساحت ۲۱۹۷,۱۲ مترمربع خریداری بدون واسطه از قربان علیپور مالک رسمی .

لذا به موجب ماده ۳قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی وماده ۱۳ آئین نامه مربوطه این آگهی در دونوبت به فاصله ۱۵روز از طریق روزنامه محلی /کثیرالانتشار در شهرها منتشر ودر روستاها علاوه بر انتشار آگهی، رای هیات الصاق تا در صورتیکه اشخاص ذینفع به آرای اعلام شده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشار اولین آگهی ودر روستاها از تاریخ الصاق در محل تا دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم ورسید اخذ نمایند. معترض باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نماید وگواهی تقدیم دادخواست به اداره ثبت تحویل دهد که در این صورت اقدامات ثبت موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه است ودر صورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل ارائه نکند اداره ثبت مبادرت به صدور سند مالکیت می نماید وصدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نیست.بدیهی است برابر ماده ۱۳ آئین نامه مذکور در مورد قسمتی از املاکی که قبلا اظهارنامه ثبتی پذیرفته نشده، واحد ثبتی با رای هیات پس ازتنظیم اظهار نامه حاوی تحدید حدود مراتب رادر اولین آگهی نوبتی وتحدید حدود به صورت همزمان به اطلاع عموم می رساند ونسبت به املاک در جریان ثبت وفاقد سابقه تحدید حدود، واحد ثبتی آگهی تحدید حدود را به صورت اختصاصی منتشر می نماید.

شناسه آگهی:۱۶۹۶۴۳۰

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۳/۰۲/۰۳

تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۳/۰۲/۱۷

حامد خاوری کرد آسیابی

رئیس اداره ثبت اسناد واملاک سوادکوه شمالی

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

برابر رای شماره ۱۴۰۲/۱۹۲۱۱ مورخ ۱۴۰۲/۱۲/۲۰ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک بهشهر تصرفات مالکانه بلا معارض متقاضی بنام خانم ام‌البنین ولی زاده کرکری فرزند فرج نسبت ششدانگ عرصه یکقطعه زمین مزروعی به مساحت ۳۰۰ مترمربع قسمتی از پلاک ۲۰- اصلی به شماره کلاسه ۱۴۰۲/۱۶۹ واقع در اراضی شهیدآباد بخش ۱۸ ثبت بهشهر مستند مالکیت خریداری شده مع الواسطه از مالک رسمی خانم سید زهرا نجفی تروجنی برگه استشهادیه ارائه شده محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روزآگهی میشود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه ازتاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مرجع قضایی تقدیم نمایندبدیهی است درصورت انقضای مدت مذکور وعدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

شناسه آگهی : ۱۶۹۱۲۰۱

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۳/۰۱/۲۰ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۳/۰۲/۰۳

محمدحسن صادقی- سرپرست اداره ثبت اسناد و املاک بهشهر

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

نظر به دستور مواد ۱و۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۹/۲۰ ، املاک متقاضیانی که در هیات موضوع ماده یک قانون مذکور مستقر در واحد ثبتی نوشهر مورد رسیدگی و تصرفات مالکانه و بلا معارض آنان محرز و رای لازم صادر گردیده جهت اطلاع عموم به شرح ذیل آگهی می گردد.

املاک متقاضی واقع در قریه انارور پلاک ۲ اصلی بخش ۳ قشلاقی کلاسه ۱۴۰۲/۲۰۶۹

پلاک ۱۴۲۴ فرعی خانم فروغ فروتن مقدم فرزند سیدجواد نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احدائی (کاربری مسکونی) به مساحت ۳۴۳,۰۶ مترمربع خریداری بدون واسطه/ با واسطه از آقای احمد اردلان بیجاری.

لذا به موجب ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی وماده ۱۳ آئین نامه مربوطه این آگهی در دونوبت به فاصله

المان‌های اساسی در طراحی برنامه برندسازی

به قلم: کارلی استک
کارشناس بازاریابی و برندسازی در موسسه هاب اسپات
ترجمه: علی آل‌علی

موفقیت در دنیای کسب و کار بدون داشتن یک برند عالی امر چندان ساده‌ای نیست. بسیاری از کسب و کارها سال‌های سال در بازار حضور دارند، اما به دلیل عدم شناخت درست مشتریان از محصولات و ماهیت شرکت‌شان کمتر شانسی برای تاثیرگذاری بر روی آنها و کسب سودهای قابل ملاحظه پیدا می‌کنند. این امر نوعی واکنش طبیعی مشتریان به برندسازی ضعیف از سوی شرکت‌های مختلف است. در این میان داشتن یک برنامه برندسازی به کسب و کارها برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان کمک کرده و شانس‌شان در بازار را به طور قابل ملاحظه‌ای توسعه خواهد داد. هدف اصلی در این مقاله بررسی برخی از مهمترین نکات برای برندسازی با برنامه‌ای دقیق در دنیای کسب و کار است. این امر به شما برای تاثیرگذاری بهینه بر روی مشتریان و توسعه جایگاه برندتان در بازار کمک شایانی خواهد کرد. در ادامه برخی از مهمترین نکات در این راستا را مورد بررسی قرار می‌دهیم. با این حال قبل از هر امری باید تعریف درستی از برنامه برندینگ داشته باشیم. در اینجا برنامه برندینگ یا برندسازی به معنای طرحی تدوین شده و کاملا جامع برای ایجاد برندی حرفه‌ای برای کسب و کارهاست. این امر به شما فرصت بسیار خوبی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف داده و موقعیت‌تان در بازار را نیز به خوبی مدیریت خواهد کرد.

اگر شما هم در دنیای کسب و کار برای مدیریت برند یا ایجاد یک برند جذاب مشکلات زیادی دارید، این مقاله نکات حرفه‌ای بسیار زیادی برای شما به همراه خواهد داشت. این امر به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک کرده و جایگاه برندتان در میان رقبای بزرگ را توسعه خواهد داد. بخش‌های اساسی یک برنامه برندسازی در ادامه مورد بررسی دقیق قرار خواهد گرفت.

هدف

آگاهی از هدف یک برنامه در اولین نوبت باید صورت گیرد. اینکه شما چرا به دنبال برندسازی برای کسب و کارتان هستید، نکته بسیار مهمی محسوب می‌شود. اگر شما به دنبال توسعه جایگاه برندتان در عرصه کسب و کار هستید، قبل از هر کاری باید به هدف هر اقدام‌تان فکر کنید، در غیر این صورت شاید خیلی زود وضعیت‌تان در بازار با مشکل رو به رو شود.

امروزه برندسازی شاید از نظر مالی هزینه خیلی زیادی برای کسب و کارها به همراه نداشته باشد، اما بار زمانی بسیار زیادی روی دوش شما قرار خواهد داد. معنای این امر نیاز به استفاده از مدیریت زمان به طور حرفه‌ای در فرآیند مدیریت برند است. بنابراین اگر شما نیازی به برندسازی یا تجدیدنظر در ساختار برندتان ندارید، نباید بی‌دلیل اقدام به استفاده از چنین شیوه‌ای نمایید.

پس از اینکه شما درباره هدف برندسازی در شرکت‌تان فکر کردید، باید دست کم یک پاسخ درست برای سوال فوق پیدا کنید، در غیر این صورت شاید هرگز فرصت تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف پیش روی‌تان قرار نگیرد. گاهی اوقات برخی از شرکت‌ها به دلیل بی‌توجهی به هدف برندسازی در عمل برندی شبیه به سایر رقبا نصیب‌شان می‌شود. این امر جایگاه شما در نگاه مشتریان را به شدت تحت تاثیر قرار داده و امکان تاثیرگذاری بر روی آنها را از شما خواهد گرفت.

وقتی شما به دنبال هدف برندسازی هستید، می‌توانید به طور کلی دو هدف مهم را در دستور کار قرار دهید. این امر شامل هدف کارکردی و همچنین هدف درون سازمانی خواهد بود. از نقطه نظر کارکردی، شما با ایجاد یک برند حرفه‌ای یا به روز رسانی آن فرصت معرفی وجهه‌ای حرفه‌ای و زیبا از کسب و کارتان به مشتریان را خواهید داشت. این امر در کوتاه مدت برندتان را به شدت در کانون توجه مشتریان قرار می‌دهد.

بدون تردید امروزه هیچ شرکتی بدون برند در بازار حضور پیدا نمی‌کند. فرض کنید شما در چند حوزه فعالیت دارید. در این صورت ساماندهی تمام حوزه‌های مورد نظر تحت اسم شرکت‌تان برای مشتریان گیج‌کننده خواهد بود. در چنین شرایطی ایجاد برندی خاص برای فعالیت هر کدام از شرکت‌های‌تان بسیار بهتر خواهد بود. شما با چنین کاری به سادگی هرچه تمام‌تر فرصت تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و بهینه‌سازی شرایط‌تان را پیدا خواهید کرد.

هدف بعدی در زمینه برندسازی شامل تاثیر آن بر روی جو درون شرکت است. این امر می‌تواند برای شما به مثابه مدیر شرکت اعتبار بیشتری به همراه آورد. همچنین کارمندان نیز وظیفه‌های‌شان را به بهترین شکل ممکن خواهند دانست. نکته مهم اینکه در دنیای امروز برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف شما باید کارمندان‌تان را به طور کامل در جریان برنامه‌ها و استراتژی‌های پیش روی قرار دهید، در غیر این صورت شاید هرگز فرصتی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف پیدا نکنید. ایجاد برند به شما برای ارائه دستورالعمل‌های دقیق به کارمندان در هر بخش یا هر برند از شرکت کمک خواهد کرد. بنابراین از نقطه نظر مدیریت بهینه و سازماندهی استاندارد امور باید همیشه بر روی این حوزه تمرکز داشته باشید.

تداوم

یکی دیگر از عنصرها و المان‌های مهم در فرآیند برندسازی مربوط به تداوم است. یک برند در صورتی که در بازار تداوم نداشته باشد، خیلی زود از یاد مشتریان می‌رود. چنین امری می‌تواند شما را با مشکلات بسیار زیادی از نقطه نظر تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف رو به رو سازد. بنابراین اگر شما به فکر برندسازی هستید، باید در برنامه‌تان المان تداوم را در خاطر داشته باشید. به عبارت بهتر، برندسازی یک امر ناگهانی نیست، بلکه در طول زمان ادامه پیدا کرده و شرایط شما را به طور مداوم تحت تاثیر قرار می‌دهد. با این حساب اگر شما به طور مداوم برنامه‌های بازاریابی و برندسازی را دنبال نکنید، شاید خیلی زود توانایی‌تان برای ایجاد تحول در بازار و جلب نظر مشتریان به طور مداوم از بین برود.

یکی از بهترین نمونه‌ها در زمینه تداوم فعالیت برندسازی مربوط به کوکاکولاست. این برند دوست‌داشتنی در طول دهه‌های متمادی همیشه تجربه‌ای دوست داشتنی از لذت نوشیدن انواع نوشابه‌های گازدار را به مشتریان ارائه کرده است. درست به همین دلیل در برابر بسیاری از رقبای دیگر همیشه دست برتر را داشته است. این امر به برند موردنظر برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان کمک ویژه‌ای کرده و جایگاه کوکاکولا در بازار را تضمین نموده است.

اگر شما به دنبال برتری مداوم بر رقبای‌تان در بازار هستید، نباید با اولین موفقیت‌ها در عرصه کسب و کار و برندسازی دیگر بی‌خیال ادامه ماجرا شوید. نکته مهم در این میان تداوم فعالیت شما به عنوان یک برند حرفه‌ای و همه فن حریف است.

گاهی اوقات برندها در ادامه روند برندسازی به طور مداوم اهداف و استراتژی های‌شان را تغییر می‌دهند. این امر در عمل مشتریان را هر چند وقت یکبار با برند تازه‌ای رو به رو خواهد کرد. نکته مهم اینکه سطح ارتباط میان مشتریان با یک برند در پی چنین عملکردی به طور مداوم کاهش پیدا خواهد کرد. بنابراین شما باید کیفیت کاری‌تان را به طور مداوم حفظ کنید، در غیر این صورت شاید مشتریان واکنش‌های بسیار بدی در پی تغییرات مداوم برندتان ارائه دهند.

تغییرات در یک برند باید به آهستگی روی دهد. این امر به مشتریان امکان هماهنگی با تغییرات موردنظر را می‌دهد. بنابراین اگر شما به دنبال تغییرات ناگهانی در بازار هستید، باید نگرش‌تان به ماجرا را به طور قابل ملاحظه‌ای تغییر دهید، در غیر این صورت شاید هرگز فرصتی برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان پیش روی‌تان قرار نگیرد.

احساسات برند

یک برند باید به طور مداوم احساسات خاصی را به مشتریان منتقل کند. این امر یکی از ویژگی‌های اصلی هر برندی در بازارهای کنونی محسوب می‌شود. برخی از مشتریان در عمل نسبت به خرید از برندهای دارای احساس‌های بهتر اقدام می‌کنند. درست به همین دلیل اگر برند شما احساس خوبی برای مشتریان به همراه داشته باشد، شما به سادگی هرچه تمام‌تر فرصت تاثیرگذاری بر روی مشتریان را پیدا می‌کنید. این نکته تا جایی اهمیت پیدا می‌کند که برخی از برندها فقط به دلیل حس خوبی که به مشتریان ارائه می‌کنند، مشتری دارند.

آیا شما تا به حال در فرآیند برندسازی به احساساتی که برندتان به دیگران می‌دهد، فکر کرده‌اید؟ این سوال شاید در نگاه نخست بسیار عجیب به نظر برسد، اما در صورتی که پاسخ درستی برای آن داشته باشید در بازار از دیگر رقبا بسیار جلوتر خواهید بود. امروزه بسیاری از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان شرایط دشواری را تجربه می‌کنند. دلیل این امر شباهت بیش از اندازه برندها به هم است. در این میان برندی مثل کوکاکولا یا اپل به دلیل تفاوت‌های معنادار احساس برندشان با دیگران جایگاه بی‌رقیبی دارند. درست به همین دلیل شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف باید به طور مداوم در تلاش برای ایجاد تمایزهای کاربردی با دیگر رقبا باشید.

یکی از برندهای موفق در زمینه القای احساسات خوب به مشتریان هارلی دیویدسون است. این برند دوست‌داشتنی همیشه احساس ماجراجویی و همچنین لوکس بودن را به مشتریان می‌دهد. درست به همین خاطر موتورسیکلت‌های این برند همیشه در بازار محبوبیت خاص خود را حفظ کرده‌اند. اگر شما هم با دیدن محصولات این برند همیشه پیش خودتان احساس افتخار می‌کنید، پس باید موفقیت مدیران برندسازی آن در تاثیرگذاری بر روی مشتریان را تایید کنید.

بسیاری از اوقات برندها بدون توجه به تاثیر روند برندسازی بر روی مشتریان اقدام به فعالیت در بازار می‌کنند. این امر در صورتی که توجه لازم را به همراه نداشته باشد، نتایج بسیار ناگواری برای برند شما به همراه خواهد داشت. بنابراین توصیه ما در این بخش تلاش برای درک تمام جزییات مربوط به احساسات برند و انتخاب حس‌هایی مرتبط با ماهیت کسب و کارتان است. به عنوان مثال، اگر شما در زمینه تولید لوازم و تجهیزات ورزشی فعالیت دارید، باید نسبت به انتخاب احساساتی مانند هیجان و دعوت به تلاش بیشتر توجه نشان دهید، در غیر این صورت شاید توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به طور قابل ملاحظه‌ای از دست بدهید.

انعطاف‌پذیری

برنامه برندسازی باید همراه با انعطاف‌پذیری بالایی باشد. دلیل این امر تغییرات مدام در بازار و ضرورت سازگاری با برخی از تغییرات مهم است. این امر می‌تواند برای شما سختی‌های بسیار زیادی به همراه داشته باشد. اگرچه انعطاف‌پذیری در برابر هر شرایط تازه یا تغییری مناسب نیست، اما گاهی اوقات شما باید برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف از خودتان انعطاف‌پذیری بالاتری نشان دهید. این امر شما را به طور مداوم در کورس قهرمانی میان دیگر برندها نگه می‌دارد.

اغلب اوقات برندهایی که در برابر تغییرات مهم انعطاف‌پذیری از خودشان نشان نمی‌دهند، خیلی زود از بازار کنار گذاشته می‌شوند. بدون تردید نگاهی کوتاه به حوزه‌های مختلف فعالیت برندها در دنیای کسب و کار به خوبی نمونه‌های بزرگ مربوط به شکست در پی ناتوانی برای مدیریت نوآوری و انعطاف با شرایط تازه را نشان خواهد داد. درست به همین خاطر شما باید برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف تمام تلاش‌تان را انجام دهید، در غیر این صورت همیشه با مشکلاتی در راستای تاثیرگذاری بر رو مشتریان و حفظ موقعیت‌تان در بازار رو به رو خواهید شد. این امر در بلندمدت شرایط شما را به طور قابل ملاحظه‌ای سخت کرده و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را بدل به امری غیرممکن خواهد کرد.

یکی از نمونه‌های موفق در زمینه انعطاف‌پذیری در حوزه برندسازی مربوط به برند Old Spice است. این برند در زمینه محصولات بهداشتی مردانه و انواع پرفیوم‌ها فعالیت دارد. طراحی محصولات این برند تا همین چند دهه پیش کاملا کلاسیک بود. به این ترتیب Old Spice به نوعی برند کلاسیک در میان مشتریان مطرح بود. این امر در طول سال‌های اخیر با بازنگری اساسی در استراتژی برندسازی این شرکت تغییرات اساسی به خود گرفت. بر این اساس امروزه این برند دیگر یک برند کلاسیک نیست، بلکه در تلاش برای هماهنگی با سلیقه نسل جوان تمام فعالیت‌های خودش را تغییر داده است. این امر برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف بسیار مهم محسوب می‌شود. اکنون Old Spice نه یک برند قدیمی، بلکه یکی از برندهای مورد پسند جوانان و بسیار مدرن محسوب می‌شود. این نکته برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف اهمیت بسیار زیادی داشته و به شما امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در بهترین شرایط ممکن را می‌دهد.

تعامل با کارمندان

تعامل با کارمندان در فرآیند برندسازی همیشه امر مهمی محسوب می‌شود. این نکته به شما برای دریافت اطلاعات مهم در عرصه کسب و کار کمک کرده و شما را به طور مداوم در کانون توجه مشتریان نگه می‌دارد. برخی از برندها در این میان به دلیل اطمینان بیش از اندازه به تیم مدیریتی اصلا سراغ تعامل با کارمندان نمی‌روند. این امر اگرچه در نگاه نخست منطقی جلوه می‌کند، اما از نقطه نظر حرفه‌ای نوعی شکست برای کسب و کارها محسوب می‌گردد. درست به همین خاطر شما باید به طور مداوم در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان با استفاده از نظرات کارمندان باشید. چنین امری حتی در مورد برندسازی نیز مصداق دارد. درست به همین دلیل شما باید همیشه برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با برندسازی نوین به دنبال استفاده از نقطه نظرات کارمندان‌تان باشید.

امروزه بسیاری از برندها خیلی زود از سلیقه مشتریان جا می‌مانند. دلیل این امر سیر بی‌نهایت سریع تحولات مربوط به سلیقه و ترندهای مد نظر مشتریان است. در این میان هماهنگی شما با تیم فروش به شما برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان به طور حرفه‌ای کمک می‌کند. به این ترتیب شما برندی کاملا حرفه‌ای و مناسب برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان خواهید داشت.

وفاداری

برنامه برندسازی شما باید جایگاهی برای جلب وفاداری مشتریان نیز داشته باشد. در غیر این صورت شاید هرگز فرصتی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان به طور حرفه‌ای پیدا نکنید. نکته مهم در این میان تلاش برای بهره‌گیری از احساساتی است که برندتان در مشتریان ایجاد می‌کند. برندهای بزرگ همیشه امکان استفاده از احساسات برندشان برای جلب وفاداری مشتریان را دارند. بنابراین اگر شما نیز برای جلب وفاداری مشتریان شرایط سختی را پیش رو دارید، باید اول از همه بخش مربوط به احساس برند را به خوبی طی کنید و در مرحله بعد نیز برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان برنامه وفاداری براساس احساسات موردنظر را در دستور کار قرار دهید.

آگاهی‌بخشی به مخاطب هدف

گاهی اوقات برخی از شرکت‌ها حتی با وجود طراحی دوباره برند و پیگیری استراتژی برندسازی به طور حرفه‌ای باز هم در بازار موفقیت مهمی کسب نمی‌کنند. این امر چالشی اساسی محسوب می‌شود. بر این اساس شما با استفاده از تکنیک‌های مربوط به آگاهی‌بخشی به مشتریان درباره تغییرات مربوط به برند می‌توانید وضعیت‌تان را به کلی تغییر دهید.

در دنیایی که مشتریان دغدغه‌های بسیار زیادی در بازار دارند، شما باید خودتان به دنبال ایجاد آگاهی در مخاطب هدف باشید. این امر به شما فرصت بسیار خوبی برای بهینه‌سازی شرایط‌تان داده و موقعیت‌تان را نیز به شدت تقویت خواهد کرد.

بنابراین اگر به دنبال توسعه برند و موفقیت در حوزه برندسازی هستید، در برنامه‌های‌تان باید همیشه جایگاهی برای بازاریابی و آگاهی‌بخشی به مخاطب هدف درباره توسعه برندتان اختصاص دهید. این امر به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک کرده و موقعیت‌تان را نیز به طور قابل ملاحظه‌ای توسعه خواهد داد. این امر شاید در ابتدا برای شما هزینه بازاریابی زیادی به همراه داشته باشد، اما در عوض فرصت تاثیرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف را به شما خواهد داد. این نکته اهمیت بسیار زیادی در دنیای کسب و کار امروزی دارد.

منبع: هاب اسپات
-۷/۳۱۷۳۹/bid/۶۳۰۷/blog.hubspot.com/blog/tabid
components-that-comprise-a-comprehensive-
brand-strategy.aspx

آگهی مزایده

شهرداری همدان

شناسه آگهی: ۱۷۰۲۸۷۳

شهرداری همدان در نظر دارد با بهره گیری از سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (setadiran.ir) با شماره مزایده ۲۰۰۲۰۹۰۲۳۴۰۰۰۰۰۵ و در راستای اجرای مصوبات قانونی، نسبت به فروش املاک ذیل از طریق مزایده عمومی با شرایط زیر اقدام نماید.

ردیف	بلوک	ملک اکاربری	شماره قطعه پایلاک ثبتی	مساحت به متر مربع	ارزش مبلغ کل به ریال	مبلغ سپرده در مزایده ریال	آدرس
۱	F۱	زمین صنایع و کارگاه	۱۵	۴۰	۱۴,۴۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۲,۸۸۰,۰۰۰,۰۰۰	مجتمع‌بهشتی
۲	F۱	زمین صنایع و کارگاه	۱۶	۴۰	۱۴,۴۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۲,۸۸۰,۰۰۰,۰۰۰	مجتمع‌بهشتی
۳	F۱	زمین صنایع و کارگاه	۲۰	۴۰	۱۶,۱۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۳,۲۲۰,۰۰۰,۰۰۰	مجتمع‌بهشتی
۴	F۲	زمین صنایع و کارگاه	۹	۴۰	۱۴,۴۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۲,۸۸۰,۰۰۰,۰۰۰	مجتمع‌بهشتی
۵	F۲	زمین صنایع و کارگاه	۱۰	۴۰	۱۴,۴۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۲,۸۸۰,۰۰۰,۰۰۰	مجتمع‌بهشتی
۶	H۲	زمین صنایع و کارگاه	۲	۴۰	۱۸,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۳,۶۰۰,۰۰۰,۰۰۰	مجتمع‌بهشتی
۷	۱۱	مغازه صنایع و کارگاه	۵۶	۳۹,۱۷	۲۱,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۴,۲۰۰,۰۰۰,۰۰۰	شهرک‌صنعتی‌الوند
۸	۱۱	مغازه صنایع و کارگاه	۵۷	۳۹,۴۵	۲۱,۱۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۴,۲۲۰,۰۰۰,۰۰۰	شهرک‌صنعتی‌الوند
۹	۱۱	مغازه صنایع و کارگاه	۵۸	۴۰,۳۸	۲۱,۵۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۴,۳۰۰,۰۰۰,۰۰۰	شهرک‌صنعتی‌الوند

شرایط شرکت در مزایده:

۱- متقاضیان می بایست مبلغ سپرده را به حساب ۲۴۰۷۱۱۳۳۲۱۳۳۲۹ نزد بانک مهر ولیز و یا معادل رقم مذکور ضمانتنامه بانکی با اعتبار سه ماهه و یا اوراق مشارکت بی نام و یا اسناد خزانه را در پاکت الف و بصورت لاک ومهر شده تحویل دبیرخانه ستاد مجاور ارائه بوعلی سینا نمایند.
۲- برنده مزایده مکلف است حداکثر ظرف هفت روز کاری از تاریخ ابلاغ نتیجه مزایده نسبت به واریز ۱۰۰ درصد مبلغ پیشنهادی خود به حساب شهرداری همدان اقدام نماید.
تبصره: تا سقف ۷۰٪ قیمت هرقطعه زمین با مطالبات کلیه پیمانکاران شهرداری همدان اعم از سازمانها و مناطق که در مزایده شرکت مینمایند قابل تهاتر می باشد.
۳- سپرده نفرات اول و دوم تا زمان انعقاد قرارداد با برنده مزایده نزد شهرداری خواهد ماند.
۴-شرکت در مزایده به منزله قبول شرایط و آیین نامه های مالی شهرداری بوده و شرکت کنندگان ملزم به رعایت آن می باشند.
۵- شهرداری در رد یا قبول یک یا کلیه پیشنهادات مختار است.
۶- هزینه کارمزد سامانه ستاد بر عهده برنده مزایده می باشد.
۷- حداکثر فرصت انتقال سند از زمان ابلاغیه شهرداری یک ماه بوده و برنده مزایده مکلف است ظرف مهلت مذکور جهت انتقال سند و واریز الباقی وجه (۱۰٪ باقیمانده) اقدام نماید در غیر اینصورت مزایده لغو و سپرده برنده مزایده ضبط خواهد گردید ضمناً سند بنام برنده مزایده و یا هرشخص دیگری که برنده مزایده وی را کتبا با رضایت نامه محضری به شهرداری معرفی نماید انتقال خواهد یافت.
۸- متن آگهی فوق در سایت مناقصات شهرداری همدان به آدرس http.etshamedan.ir موجود می باشد.
۹ – توضیح مهم: طبق مقررات جدید سامانه ستاد ایران، صرفا گسانی میتوانند در مزایده شرکت نمایند که در زمان مقرر نسبت به دانلود اسناد مزایده اقدام نموده باشند.

زمان انتشار در سامانه ستاد ایران: ۳ اردیبهشت ۱۴۰۳	آخرین مهلت دریافت اسناد: ساعت ۱۹ مورخ ۸ اردیبهشت ۱۴۰۳
آخرین مهلت ارسال قیمت پیشنهادی در سامانه ستاد ایران: ساعت ۱۹ مورخ ۱۸ اردیبهشت ۱۴۰۳	تاریخ بازگشایی پیشنهادات: مورخ ۱۹ اردیبهشت ۱۴۰۳

م.الف ۱۱۹

شهرداری همدان

۱۴۰

مدیرعامل شرکت گاز استان خبر داد؛

توسعه شبکه گازرسانی در روستاهای سخت گذر آذربایجان شرقی

آذربایجان شرقی – ماهان فلاح: مدیرعامل شرکت گاز آذربایجان شرقی گفت: هم اکنون پروژه گازرسانی به ۴۲ روستای استان فعال است.

نادر کمالی ضمن اعلام این خبر و در تشـریح آخرین عملکرد گازرسانی در بخش روستایی اظهار کرد: از جمع ۲ هزار و ۷۵۲ روسـتای استان، ۲ هزار و ۵۳۳ روستا از نعمت الهی گاز بهره مند بوده و گازرسانی در ۴۲ روستای استان نیز فعال و در مراحل پایانی اجرا قرا دارد.

وی افزود: ۹۹،۱۹ درصد خانوار روسـتایی اسـتان با اجرای ۸۸۵۳ کیلومتر شـبکه روستایی در دل مناطق کوهستانی استان و نصب ۳۲۵ هزار و ۵۰۳ انشعاب تحت پوشش گاز طبیعی قرار گرفته اند.

کمالی با اشـاره به اتمام گازرسانی در بخش شهری و روستایی افزود: امسال به فراخور اتمام گازرسانی به بخش خانگی، پروژه های مقاوم سـازی و حفظ و نگهداری و بروزرسانی تأسیسـات و تجهیزات گازرسانی در برنامه اجرایی شرکت قرار خواهد گرفت.

وی ادامه داد: این شـرکت دارای بروزترین تجهیزات رصد و پایش و سیسـتم هـای نرم افـزاری نگهداری و تعمیـرات ipcmms و همچنیـن اطلاعات مکانی مشـترکین GIS و سایر سـامانه های مونیتورینگ در حفظ و نگهداری تأسیسات است.

مدیرعامـل شـرکت گاز آذربایجان شـرقی تأکید کرد: امسـال رویکردهای ویـژه ای در بخش خدمات الکترونیکـی و ارتقـای کیفیـت خدمت رسـانی به مشترکین عزیز استان اتخاذ شده تا با کاهش مراجعات و ارتقای دولت الکترونیک زمینه رضایت مردمی جلب شود.

عملکرد گازرسانی در آذربایجان شرقی

مدیرعامل شـرکت گاز آذربایجان شـرقی با اشاره به عملکرد گازرسـانی در این اسـتان گفت: متراژ اجرای شبکه گازرسانی بیش از ۵۶ درصد مساحت کل استان آذربایجان شرقی است.

نادر کمالی افزود : تا پایان سـال ۱۴۰۲، با اجرای ۲۵ هزار و ۶۳۷ کیلومتر شبکه گاز در اقطار مختلف، بیش از ۵۶ درصد مساحت کل استان تحت پوشش شبکه های توزیع گاز قرار گرفته است.

وی ادامه داد: در سالی که گذشت با جذب ۱۰۰ درصد بودجه های سرمایه ای در استان، در اجرای شاخص های گازرسانی اعم از شبکه، انشعاب، اشتراک پذیری و توزیع گاز بخش صنعتی عملکردی بیش از تعهدات پیش بینی شده داشته ایم.

کمالی افزود: هم اکنون ۹۹،۵ درصد خانوار اسـتان از نعت الهی گاز بهره مند بوده و به مدد الهی سال ۱۴۰۳، سـال به ثمر رسیدن تلاش ۳۵ سـاله کارکنان خدوم شرکت توزیع سراسری گاز نامگذاری خواهد شد.

وی در خصوص گازرسانی به بخش های صنعتی اظهار داشت: در سال گذشته با توزیع ۸۱ هزار و ۳۵۰ مترمکعب بر ساعت گاز در بخش صنعتی، از تعهدات اجرایی در این بخش با عملکرد ۱۳۶ درصدی پیشی گرفته ایم.

مدیرعامل شرکت گاز استان تصریح کرد: پروژه های گازرسـانی باقیمانده در استان به جهت موقعیت سخت گذر و دور افتاده از سـال گذشـته آغاز شده و بنا است با کنترل دقیق تا سـه ماهه نخست سال جاری شاهد به ثمر رسیدن گازرسانی در روستاهای باقیمانده و اتمام گازرسانی به روستاهای بالای ۲۰ خانوار در استان باشیم.

شهرداری بندرعباس در سالی که گذشت

بندرعباس- خبرنگار فرصت امروز: شهردار بندرعباس در آغاز سال نو جهت آگاهی شهروندان از اقدامات شهرداری در سال گذشته به ارائه گزارش کاملـی در این خصوص پرداخت. به گزارش مدیریـت ارتباطات و امور بین الملل شهرداری بندرعباس، در سال ۱۴۰۲ ، اقدامات شهرداری بندرعباس بر توسعه شهر و توسعه گردشگری متمرکز بوده و بیشتر پروژه های شهری در این راستا تعریف شده است. مهدی نوبانی شهردار بندرعباس در بیان عملکرد شـهرداری این چنین گفت: شفافیت در عملکرد شـهرداری سبب افزایش امیدواری و اعتماد در جامعه می شـود. وی تصریح کرد: در سالی که گذشت شهرداری بندرعباس با حمایت های اعضای شورای اسلامی شهر توانست در جهت عمران و آبادانی گام های موثری بردارد. ایشـان با بیان اینکه توسعه و گردشـگری شهر و توریسم یکی از اهداف اصلی شهرداری است افزود: بهبود کیفیت فضاهای شـهری که امروزه در کنار توسعه پایدار مطرح می شود از اهداف اصلی شهرداری هاسـت و از ارکان اصلی شکوفایی و ارتقای کیفیت زندگی و توسـعه اجتماعی اقتصادی اسـت. وی افزود: شهرداری بندرعباس کوشیده اسـت از طریق به کار گیری افراد متخصص ، توزیع مناسب مراکز خدماتی و رفاهی شهر و توسعه حمل و نقل عمومی در این راستا ترقی کند. هرچند هنوز در این موارد با شرایط ایده آل فاصله زیادی داریم اما توانسته ایم گام های موثری در این زمینه برداریم و امیدواریم بتوانیم در آینده نزدیک شهر را به آنچه لایق مردم شـریف بندرعباس است تبدیل کنیم. نوبانی از احداث بوستان ارمغان مالیاتی در ورودی شهر، بوستان نخل شهرک پیامبر اعظم (ص)، پارک دانشجو بلوار دانشگاه، نخستین باغ وحش مصنوعی ساوانا، نورپردازی و زیباسازی بوستان دباغیان، نصب آلاچیق ها در منظرگاه ساحلی ، زیباسازی ورودی شرقی شهر بندرعباس، کاشـت درخت انجیر معابد در حاشیه بلوار جهانگردی، حرا کاری بوستان ولایت، زیباسازی بلوار ولیعصر، نورپردازی بلوار امام حسین (ع)، افتتاح بزرگترین تونل نور ایران ، نورپردازی بلوار امام خمینی (ره)، روشنایی بوستان شـهرک اندیشه منطقه ۲، نورپردازی میدان شهدا و بلوار صیادان، نصب المان های مرد ماهیگیر در پارک کاکتوس، المان کتاب و کتابخوانی چهارراه مطهری، المان های طرح بادگیر در بلوار سید جمال و بهادر شمالی، المان های گل لاله نوری در بلوار آیت اله طالقانی و بلوار امام خمینی و بلوارجمهوری اسلامی، نصب المان عروس دریایی بلوار طالقانی ، المان رنگین کمان در کنار اسکله حقانی، المان ویژه شب یلدا، المان مرد دوستدار طبیعت، المان متحرک خورشید گردون، المان کوسه در ساحل، المان سبزقبای هندی و المان سفره هفت سین ، پلاک کوبی و شناسنامه دار کردن درختان، نقاشی دیواری و د یوار نگاری منازل صداو سیما، دیوار نگاری اداره دارایی خیابان بهادر شـمالی، و جنب بانک ملی بلوار امام خمینی به عنوان اقدامات شهرداری در جهت بهبود کیفیت فضاهای شهری نام برد.شهردار بندرعباس در ادامه خاطر نشان کرد: بهبود کیفیت زندگی شـهری بدون وجود بزرگراه‌ها، شبکه‌های حمل‌ونقل ریلی، فرودگاه‌ها، شبکه‌های تامین آب، شبکه‌های فاضلاب، تلفن، برق و شبکه‌های اینترنت و موبایل غیرقابل تصور است و وجود این ساختارها به مانند نور آفتاب، درختان و هوای پاک برای شهروندان ضرورت دارد. وی از احداث تقاطع غیر همسطح شبدری مهرگان، تقاطع غیر همسطح پیامبر اعظم (ص)، پل رودخانه ای پیامبر اعظم (ص)، عملیات تخریب و بازگشـایی معبر خیابان ۲۰ متری محله چاهستانی ها، بازگشایی معبر ۱۶ متری نایبند جنوبی، بازگشایی خیابان اسلام آباد، بازگشایی خیابان آزادگان، بازگشایی میدان انبه تا میدان امام علی (ع)، افتتاح و بهره برداری از خیابان کار، اصلاح ورودی کوچه عمران ۱۳ در محله نایبند جنوبی به ابعاد ۶ متر، ساماندهی جداول و اصلاح و بهسازی مسیر آ ب در کوچه های صحیفه، ساماندهی کارگران فصلی با پروژه ایستکار، عملیات زیرسازی و آسفالت معابر اصلی و فرعی سطح شهر، پیاده رو سازی بلوار شهید سالاری، سنگفرش ضلع غربی پیاده رو حافظ و آغاز پروژه فیبر نوری به عنوان اقدامات در حوزه عمرانی و توسعه زیر ساخت های شهری نام برد و گفت: زیرساخت‌ها نه تنها برای رفع احتیاجات همگانی روزمره مورد نیاز هسـتند، بلکه عامل رفع احتیاجات دیگر نیز هستند. این موارد نسبت به سایر تأسیسات به سرمایه‌گذاری بیشـتری احتیاج دارند؛ بنابراین از یک طرف توسعه آن‌ها رافع نیازهایی گسترده‌تر از نیازهای همگانی روزمره است و از طرف دیگر مبدا، ملزوم و موجد فعالیت‌های اقتصادی و صنعتی هستند. شهردار بندرعباس در ادامه بیان نمود: تغییر در زیرساخت‌های شهری باید با اولویت دهی به حمل و نقل عمومی انسان محور همراه باشد، در این صورت و با یکپارچه سازی و ترکیب بسترهای حمل و نقل انسان محور شهروندان به استفاده از حمل و نقل پاک ترغیب می‌شوند. اما در شهر بندرعباس با توجه به شرایط اقلیمی و آب و هوایی و همچنین ساختار خطی و طولی شهر بندرعباس شاید استفاده از دوچرخه و یا پیاده فقط در فصل معینی از سال امکانپذیر باشد، لذا اسـتفاده از حمل ونقل عمومی از محدود گزینه های در دسترس جهت بهبود وضعیت آلودگی هوای شهر است. سالی که گذشت شهرداری بندرعباس توجه ویژه ای در جهت نوسـازی ناوگان حمل ونقل عمومی داشته و در این راستا ۲۷ دستگاه ون و ۱۰ دستگاه اتوبوس به ناوگان حمل و نقل شهر افزوده است. وی در خصوص اقدامات فرهنگی و ورزشی شهرداری بندرعباس اظهار کرد: در مناسبت های ملی و مذهبی مختلف سعی شده مراسمی متناسب با آن و درخور شأن شهروندان در سطح شهر و در محلات مختلف جهت افزایش شور و نشاط اجتماعی برگزار شود و در طول سال مسابقات ورزشی و همایش های پیاده روی طی یک برنامه زمان بندی شده به اجرا درآمده است.

در حوزه بازرسی فنی رقم خورد؛

تحقق ۱۰۰ درصدی برنامه های منطقه ۸ عملیات انتقال گاز

آذربایجان شرقی – ماهان فلاح: مدیر منطقه ۸ عملیات انتقال گاز از تحقق ۱۰۰ درصدی برنامه های این منطقه عملیاتی در حوزه بازرسی فنی، طی سال گذشته خبر داد.

فیـروز خدائی، با اعلام این خبر گفت: انتقال پایدار و ایمن گاز در سـایه بازرسی فنی کارآمد و بهره ور محقق می شود و مسئولین این حوزه همیشه پشتیبان عملیات بوده و با پایش های هدفمند تجهیزات و پشتیبانی به موقع از تأسیسـات، مسیر انتقال مستمر گاز را هموار می کند. خدائی افزود: پایش سلامت تجهیزات مکانیکی و برقی تحت نظارت امور بازرسی فنی در ۹ مرکز تأسیسات تقویت فشار، چهار ایستگاه اندازه گیری و صادرات گاز و شش مرکز بهره برداری خطوط لوله در سطح منطقه، نظارت بر پروژه های در دست اجرا در تأسیسـات تقویت فشار گاز، ایسـتگاههای اندازه گیری گاز و مراکز بهره برداری خطوط لوله منطقه، بازرسی از اقلام و نظارت بر تست هیدرواستاتیک پروژه ها، از عمده ترین فعالیت های انجام شده در حوزه بازرسی فنی در سال گذشته بود.

مدیر منطقه ۸ عملیات انتقال گاز، نظارت بر جوشکاری و عملیات تعویض لوله های معیوب خط ۴۰ اینچ تبریز-بازرگان، نظارت بر کلیه موارد عملیات هات تپ اجرا شده در گستره منطقه و نظارت بر اجرای تعمیرات خطوط لوله شامل اسـلیوگذاری بر روی عیوب موجود در خطوط لوله منطقه و تعویض نیپل، بازرسـی میدانی و ارزیابی خوردگی خـط ۴۰ اینچ تبریز-بازرگان در ۷۹ نقطه حفاری شـده و پیگیری و تکمیل مقادیر KPI های نظام مدیریت خوردگی برای سـال ۱۴۰۰ و ۱۴۰۱ را نیز از دیگر فعالیتهای انجام شده در حوزه بازرسی فنی در سال گذشته نام برد. وی، بازرسی از کالاهای استراتژیک خریداری شده شامل لوله ها، اتصالات، شیرآلات، اقلام توربو کمپرسور، بازرسی و نظارت بر تعمیرات اورهال توربو کمپرسـورهای منطقه در قالب پیمانهای اورهال و تأمین قطعات و بازسازی توسط شرکت های داخلی، نظارت بر تست های تأیید صلاحیت جوشکاران، ارزیابی نتایج پیگرانی هوشمند و نظـارت بر تعمیـرات اصلاحـی در خطـوط لولـه، بازرسی اقلام برق و ابزار دقیق، بازرسی اقلام کنترل خوردگی و بازرسی های نیابتی از کالاهای مورد درخواست سایر مناطق عملیاتی و شرکت های گاز استانی را از دیگر فعالیت های انجام شده در طول دوازده ماه سال گذشته نام برد.

خدائی، همکاری با امور بازرسی فنی ستاد شرکت ملی و انتقال گاز ایران در زمینه بازنگری و تدوین دستورالعملهای مورد نیاز، انجام بازرسی ها و کنترل و پایش وضعیت خوردگی در خطوط لوله و تاسیسات منطقه و همچنین نظارت بر پروژه های تعویض عایق و همچنین کنترل و نشت یابی ۴۱۸۴ کیلومتر از خطوط لوله انتقال گاز توسط پرسنل شرکتی و نشت یابی ۵۶۴ مورد ایستگاه لانچر و رسیور، شیر بین راهی و شیرهای انشعاب خطوط لوله گاز را از نمونه اقدامات دیگر بازرسی فنی طی مدت یاد شده اعلام کرد.

تبریک موفقیت فنی سازمان ملی استاندارد ایران در ارزیابی همترازی مرکز ملی تایید صلاحیت ایران توسط استاندار مرکزی

اراک- فرناز امیدی: به منظور تبریک موفقیت فنی سازمان ملی استاندارد ایران در ارزیابی همترازی مرکز ملی تایید صلاحیت ایران دکتر مخلص الائمه استاندار مرکزی در محل اداره کل استاندارد استان مرکزی حضور یافت.

به گزارش روابط عمومی اداره کل اسـتاندارد استان مرکزی، فرزاد مخلص الائمه در نشسـت با مدیـر کل و کارکنان ایـن اداره کل، به منظور تبریک موفقیت فنی سازمان ملی استاندارد ایران در ارزیابی هم‌ترازی مرکز ملی تأیید صلاحیت ایران، افزود: برخی از دستگاه‌های اجرایی به لحاظ اعمال نظارت، با محدودیت‌هایی مواجه هستند که انتظار می‌رود سازمان ملی استاندارد به این موضوع توجهی نداشته باشد و در انجام وظایف محوله از هیچ کوششی دریغ نکند. استاندار مرکزی با تقدیر از زحمات کارکنان سازمان ملی استاندارد ایران افزود: در دولت سیزدهم و دوره مدیریت دکتر اسلام پناه، ریاست سازمان ملی استاندارد ایران، موفقیت‌های زیادی کسب شده و همچنین مشکلات متعددی در سطح ملی و بین المللی در این حوزه رفع شده است.

مخلص الائمه اظهار کرد: حق کارکنان سـازمان ملی استاندارد و برخی از سازمان‌های مشابه که مسئولیت‌های بسیاری بر عهده دارند، به خوبی ادا نشده است که لازم است از طریق تعامل و هم افزایی با دیگر قوا، کمبودها و ابزارهای این ارگان سازمان تأمین شود.

وی در پایان ضمن تبریک این موفقیت به تمامی کارکنان خدوم سـازمان ملی اسـتاندارد ایران و با آرزوی موفقیت های پی در پی برای این مجموعه، خاطر نشان کرد: بخشی از زندگی شهروندان به موضوع استاندارد گره خورده اسـت و در ادامه خواستار ابلاغ پیام تبریک ایشان به دکتر اسلام پناه ریاست سازمان ملی استاندارد ایران و تمام کارکنان این سازمان شد.

مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی خبر داد؛

آموزش طرح یو عملیات انبار نفت برای کارکنان منطقه آذربایجان شرقی

آذربایجان شرقی – ماهان فلاح: مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه آذربایجان شـرقی از برگزاری دوره آموزشی طرح یو برای کلیه کارکنان عملیاتی و سـتادی منطقه در انبار نفت شهدای پخش تبریز برای آمادگی در شرایط اضطراری خبر داد. ناصر راشدی ضمن اعلام این خبر و با اشاره به اهمیت آموزش و بازآموزی کارکنان در نیل به اهداف سازمانی اظهار کرد: باتوجه به شرایط منطقه ارتقای آمادگی برای مقابله با وضعیت اضطراری ضروری می باشد. راشدی افزود: به همین منظور آموزش طرح یو برای آشنایی کلیه کارکنان با گردش کار عملیات بارگیری با استفاده از کارشناسان عملیاتی منطقه در انبار نفت شهدای پخش تبریز برگزار شد. مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه آذربایحان شرقی تصریح کرد: دوره آموزشی طرح یو با توجه به ماهیت عملیاتی و عدم امکان تعطیلی کلیه واحدها در چند مرحله با حضور مدیریت و مسئولین منطقه اجرا شد.

برگزاری آموزش طرح عملیات U در انبار نفت سراب

در راستای لزوم استفاده حداکثری از نیروی انسانی در شرایط اضطراری، نحوه سوخت رسـانی و بارگیری نفتکش ها، در تاریخ های ۳۰ و ۳۱؛ دوره آموزشی طرح U برای کلیه کارکنان عملیاتی و ستادی انبار نفت سراب برگزار شد. در این دوره نسبت به بازآموزی و مرور دستورالعمل‌های عملیاتی در قالب طرح مذکور، شرح وظایف تمامی کارکنان اقدام گردید. همچنین در ادامه با توجه به حساسیت شرایط کنونی بر لزوم توجه به سوخت رسانی پایدار وبی وقفه؛ صیانت از تاسیسات و حفظ آمادگی لازم جهت مقابله با هرگونه شرایط اضطرار تاکید گردید.

پیام تبریک مدیر عامل شرکت توزیع نیروی برق استان گیلان به مناسبت فرا رسیدن روز جهانی سیمبان

رشت- خبرنگار فرصت امروز: مسعود صادقی خمامی مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق اسـتان گیلان با ارسال پیامی، ۲۹ فروردین ماه روز جهانی سیمبان را به تمامی سیمبانان و برقکاران اینشرکت تبریک گفت .

در این پیام چنین آمده است:

برق لازمه رفاه و زندگی امروز می باشد و تامین بدون وقفه این انرژی، بدون زحمات سـیمبانان در تمامی بخش‌ها دست یافتنی نخواهد بود و احداث و توسعه هزاران کیلومتر شبکه ،تعمیر، نگهداری و رفع عیب شبکه‌های گسترده و عظیم برق با دستان آن‌ها صورت می‌گیرد.

روز جهانی سیمبان فرصتی است مغتنم برای تشکر و پاسداشت خدمات صادقانه و بی‌دریغ برقکاران و سیمبانان شریف، مؤمن و صبور شرکت توزیع نیروی برق استان گیلان، آنها که سرمایه های اصلی وارزشمند انسانی بوده و با شایستگی وتوانمندی مثال زدنی خود، زمینه ساز توسعه همه جانبه و پایدار درعرصه صنعت برق را فراهم ساخته و رسالت عظیم خدمت را جانانه به سرمنزل مقصود رسانده اند.

سیمبانان همواره طلایه دار خدمت و نماد تلاش بوده و از سرچشمه جوشان خدمت صادقانه، خود و مردم را بهره مند ساخته اند.

اینجانب ضمن تبریک این روز بزرگ و ارزشمند،لازم می دانم از تلاش های شایسـته، سخت کوشی و همت بلند سیمبانان عزیز شاغل در سطح استان اعم از همکاران و پیمانکاران که با تحمل تمام مصائب و سختی ها در گرما و سرما لحظه ای از خدمت رسانی به مردم استان فروگذار نکردند، سپاسگزاری نمایم .

توفیق و سلامتی قرین لحظه های کار و تلاش با عزت تان باد.

اخبار

۸۰ پروژه فنی و خدماتی در سال ۱۴۰۲ در شرکت آغاجاری اجرایی شد

اهواز – شبنم قجاوند: مدیر عامل شرکت آغاجاری از اجرای ۸۰ پروژه فنی،عملیاتی و خدماتی از محل منابع جاری شرکت به ارزش بیش از ۵ هزار میلیارد ریال در سال ۱۴۰۲ خبر داد.

مدیر عامل شـرکت نفت و گاز آغاجاری در اولین جلسه بررسی پروژه های فنی و ساختمانی شرکت در سال جدید بیان کرد : در راستای سیاست های دولت کار و فعالیت و رویکرد های شرکت ملی نفت ایران و شرکت ملی مناطق نفت‌خیز جنوب در دولت سیزدهم ۸۰ پروژه فنی،عملیاتی و خدماتی با ارزش بیش از ۵ هزار میلیارد ریال در این شـرکت در سال ۱۴۰۲ انجام شد. مهندس جواد تقی زاده تشریح کرد : مرتفع نمودن چالشها ومشکلات عملیاتی و خدماتی با استفاده از منابع مالی جاری از برنامه های مهم این شرکت در سال گذشته بود که با تلاش همکاران در مدیریت خدمات و عملیات بیش از ۸۰ پروژه تعریف و اجرایی شد که ۱۳ درصد آن در حوزه عملیات،۵۵ درصد در حوزه خدمات و ۳۲درصد در حوزه مهندسی و ساختمان بود. مهندس تقی زاده افزود : اجرای این پروژه ها با اولویت رفع مشکلات ابنیه تاسیسات عملیاتی و پروژه های خدماتی در دستور کار قرار گرفت که ۲۴ پروژه از آنها به پایان رسید و بیش از ۱۵ پروژه بالای ۹۵ درصد پیشرفت فیزیکی داشته و مابقی در حال اجرا می باشند که در سال‌جاری به پایان خواهد رسید. مدیر عامل شرکت بهره برداری نفت و گاز آغاجاری مهم ترین پروژه های در دست اقدام را احداث کارخانه آسفالت شرکت برای نخستین بار در سطح شرکت ملی مناطق نفت‌خیز جنوب ،ایمن سازی و تعمیر جاده های دسترسی به تاسیسات عملیاتی،اجرای شبکه جدید توزیع آب به منازل سازمانی،تکمیل لوله کشی داخلی گاز منازل سازمانی ،پروژه احداث پیست دوچرخه سواری ویژه بانوان و بازسازی استخر شماره یک بعد از حدود ۳۰ سال بر شمرد. مهندس تقی زاده با اشاره به پروژه های جدید شرکت در سال ۱۴۰۳ گفت: با توجه به بافت فرسوده منازل سازمانی یکی از پروژه های مهم این شرکت که از ابتدای سال جاری آغاز شد احداث ۴۸ باب از منازل فرسوده با نقشه جدید است که عملیات اجرایی آن آغاز شده است. مدیر عامل شرکت آغاجاری افزود : در راستای خدمات عام المنفعه نیز علاوه بر ۸۰ پروژه، پروژه های دیگری در دست اقدام می باشـد که بر اساس برنامه ریزی صورت گرفته بخش قابل توجهی از آن که شامل احداث سوله مربوط به خانه بازی کودکان ،احداث زمین چمن مصنوعی و فوتبال ساحلی ، احداث نهالستان،تکمیل تونل بین شهری امیدیه به میانکوه و همچنین پروژه مهم تکمیل جاده امیدیه به جایزان پس ۱۷ سال است در سال جاری به بهره برداری خواهد رسید.

برگزاری مانور اطفا حریق در پارکینگ طبقاتی نعلبندان گرگان

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: به گزارش روابط عمومی سازمان آتش نشانی و خدمات ایمنی شهرداری گرگان موسی الرضا صفری رئیس آتش نشانی گرگان گفت: به منظور افزایش آمادگی و ارتقای توانمندی ها، برای مقابله با بحران های احتمالی، مانور اطفاء حریق در پارکینگ طبقاتی نعلبندان برگزار شد.صفری درحاشیه برگزاری این مانور با اشاره به اهمیت آمادگی برای مقابله با حریق های احتمالی : هدف از مانور را ایجاد آمادگی بیشتر و افزایش هماهنگی بین پرسنل در حوادث خواند .وی تصریح کرد : دراین مانور نحوه صحیح استقرار خودرویی ، کشیدن شلنگها و تجهیزات آبرسان و کف رسان در طبقات و اطفاء حریق و استفاده مناسب از خاموش کننده‌ها از جمله مواردی بود که در این مانور بازآموزی و تمرین شد .لازم به ذکر است که این مانور جزو مانورهای تخصصی ایستگاه های عملیاتی و توسط ایستگاه شماره یک برگزار گردید .

حفر و تجهیز ۲۹ حلقه چاه آب شرب جدید در گنبد کاووس

گرگان–نادر کرمی: مدیر امور آب و فاضلاب گنبد کاووس گفت :در راستای رفع تنش آبی شهرستان گنبد کاووس در ۲ سال گذشته ۲۹ حلقه چاه آب جدید حفر و تجهیز و ۱۲ حلقه چاه دیگر هم بهسازی شد.به گزارش روابط عمومی و آموزش همگانی شرکت آب و فاضلاب استان گلستان، حسین سعیدی راد افزود: هم اکنون نیاز آبی شهروندان گنبدی و چند روستای اقماری آن ۸۹۵ لیتر در ثانیه است که با همه اقدامات انجام شده هنوز ۲۲۵ لیتر در ثانیه کمبود داریم.وی با تاکید برضرورت مصرف بهینه آب آشامیدنی و رعایت الگوی مصرف توسط مشترکان مناطق شهری و روستایی گنبدکاووس در تابستان پیش‌رو، اضافه کرد: رفع کامل مشکل کمبود منابع آبی این شهرستان به ویژه در شهر و روستاهای نوار مرزی، مستلزم تکمیل سد نرماب و چهل چای مینودشـت است.سـعیدی‌راد همچنین در پایان با اشاره به بهره‌برداری از مرحله نخست طرح ملی جمع‌آوری فاضلاب شهر گنبدکاووس پس از ۳۰ سال، از مشترکانی که در محدوده این طرح قرار دارند درخواست کرد تا نسبت به دریافت انشعاب فاضلاب اقدام نمایند .

کسب رتبه نخست پاسخگویی گلستان در سامانه ملی انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: علی متکی مدیر کل روابط عمومی اسـتانداری گلسـتان خبر از کسـب رتبه نخست پاسخگویی گلستان در سامانه ملی انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات کشور داد و گفت: استان گلستان با ۹۶ درصد پاسخگویی بالاترین درصد پاسـخگویی را در بین استانداری های سراسر کشور کسب کرده است.پس از گلستان، استان های آذربایجان شرقی و خراسان رضوی رتبه های دوم و سوم این ارزیابی را کسب کردند. بر اساس قانون انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات مهلت پاسخگویی در سامانه ۱۰ روز است اما دبیرخانه این سامانه که در اداره کل روابط عمومی استانداری گلستان قرار دارد ، نهایتا در مدت ۸ روز به درخواست ها پاسخگو بوده است.نظر به روند مستمر ارزیابی ادارات کل، روابط عمومی استانداری ها با هدف صیانت از قدرت تعامل صف و ستاد وزارت متبوع با افکارعمومی و جهت دهی پیوسته به همکاران این عرصه برای تقویت توانمندی ها و تعمیق خدمات ، این ارزیابی صورت گرفته و خوشبختانه با تلاش های صورت گرفته توسط تمامی همکاران روابط عمومی استان گلستان این موفقیت را کسب کرده است.لازم به ذکر است اداره کل روابط عمومی استانداری گلستان با تلاش کارکنان این مجموعه در سال های گذشته جزو ۳ استان برتر در ارزیابی سامانه ملی انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات شده بود.

بهسازی و نوسازی سامانه‌های گندزدایی برای تامین آب شرب استان یزد

یزد- مرتضی نوراللهی‌پور ؛ مدیرعامل شـرکت آب و فاضلاب اسـتان یزد گفت: به منظور تامین و توزیع آب شرب سالم و بهداشتی سـامانه‌های گندزدایی استان بهسازی و نوسـازی شد. جلال علمدار مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان یزد با تاکید بر تامین و توزیع آب شـرب سالم و بهداشتی گفت: در این راسـتا بهسازی و نوسازی سامانه‌های گندزدایی استان با اعتباری بالغ بر ۸۰ میلیارد ریال در سال گذشته انجام شد. او به ۲۹۶ سامانه گندزدایی شهری و روستایی استان اشاره کرد و افزود: به منظور تامین موادگندزدایی این سامانه ها، ۷۵۰ تن مواد گندزدا با اعتبار ۷۰ میلیارد ریال خریداری و مصرف شده است.

عملیات جهادی نفتی ها آب مصرفی ۴۵ روستا را پایدار نمود

اهواز – شبنم قجاوند: با تعمیرات خط ۳۲ اینچ آب سردشت در کمتر از یک شـبانه روز توسط شرکت نفت وگاز آغاجاری آب مصرفی ۴۵ روسـتا به پایداری رسید. تاسیسات آبرسانی سردشت مربوط به شرکت نفت و گاز اغاجاری با استحصال آب از ۷ حلقه چاه با ظرفیت هر چاه ۶ هزار متر مکعب در روز کار مشرب کردن حدود ۴۵ روستای مسیر خط ۷۵ کیلومتری ۳۲ اینچ و تاسیسات صنعتی مسیر و تامین بخشـی از آب شهر امیدیه را بعهده دارد مهندس جواد تقی زاده افزود : از بهمن ماه ۱۴۰۲ گزارش نشت شدید آب از خط ۳۲ اینچ خروجی چاههای آب واقع در زیر جاده سردشـت بهبهان - گچساران اعلام شد که باعث هدر رفت ۷ هزار متر مکعب آب می گردید. بدلیل ترانزیتی بودن محور سردشت بهبهان- گچساران بعنوان گذرگاه استان های خوزستان،بوشهر،وگهگلویه وبویراحمد و عبور روزانه ۷۰۰۰ تردد از این مسیر، مجوز انسداد جاده بدرخواست شرکت آغاجاری و با همکاری نماینده محترم مجلس شهرهای بهبهان اغاجاری ،فرمانداری بهبهان ، بخشداری زیدون و اداره کل راهداری و پلیس راه استان میسر گردید. تقی زاده در ادامه بیان کرد: با توان شبانه روزی همکاران واقدامات جهادگونه با گماردن یک تیم ۱۵۰ نفری در یک عملیات که پیش بینی می شد حداقل۷۲ ساعت زمان نیاز داشته باشد موفق شدیم ظرف مدت ۲۴ ساعت کار برش جاده به طول ۳۰ متر ، عمق ۴ متر ، عرض ۳ متر خاک برداری را انجام و لوله ۳۰ اینچ فرسوده جدا سازی و لوله غلاف ۴۲ اینچ به طول ۳۶ متر و لوله جریانی ۳۰ اینچ جدید به طول ۴۰ متر جوشکاری و با نصب فلنج در دو سر لوله به شکل اسپول اماده و جای گذاری شد . عملیات سنگکاری ، گذاشتن دال بتنی ، خاک ریزی و آسفالت نیز بلافاصله آغاز و جریان آب برقرار شد و آبرسانی با راه اندازی ۷ حلقه چاه و آب دهی حدود ۴۰ هزار متر مکعب در روز استارت گردید . مهندس تقی زاده در پایان ضمن تشـکر از دسـتگاههای اجرایی و قدردانی ویژه از تلاش مجموعه همکاران ، چنین عملیات سنگین فشرده و پرریسک را صرفا در راستای خدمت بی منت به مردم روستا ها و مناطق همجوار تاسیسات بیان نمود.

در قالب طرح نیابت انجام شد:

اهدای لوازم خانگی ضروری به یک خانواده نیازمند ایلامی

ایلام–هدی منصوری: مدیر عامل جمعیت هلال احمر استان ایلام از اهدای لوازم خانگی ضروری به ارزش بیش از ۵۰۰ میلیون ریال در قالب طرح نیابت به یک خانواده نیازمند در شهرستان ایلام توسط معاونت داوطلبان این جمعیت خبر داد. حمزه محمدی مقدم با بیان اینکه اهدای لوازم ضروری زندگی به مددجویان با هدف تأمین بخشی از وسایل موردنیاز و آسایش آنها انجام می‌شود افزود: این وسایل شامل یک دستگاه یخچال ، یک دستگاه اجاق گاز ، یک تخته فرش، دو تخته پتو ، تشک، بالشت و رو فرشی بوده است. وی افزود: در این طرح که با مشارکت معاونت داوطلبان وخیرین داوطلب در طول سال و به مناسبت های مختلف اجرا می شود خدمات رفاهی، معیشتی ، بهداشتی و درمانی به خانواده های نیازمند ارائه می شود و نیازهای آنها در حد امکانات و با استفاده از مشارکت‌های خیرین رفع می‌شود.

کمک کانون آستان قدس شهید چمران یزد به آزادی زندانیان غیر عمد

یزد – سید محمد جواد عرفان‌فر ؛ اعضاء کانون خدمت رضوی آستان قدس شهید چمران محله سـر دوراه یزد، با همراهی یک بانـوی نیکوکار مبلغ ۵۰ میلیون تومان را جهت آزادی یک زندانی غیر عمد اهدا کردند. به گزارش روابط عمومی سـتاد مردمی دیه استان یزد؛ اصغر سنجیده مسئول و علی زحمت کش یکی از اعضاء کانون خدمت رضوی شهید چمران محله سر دوراه یزد با همراهی یک بانوی نیکوکار یزدی ضمن دیدار با سید مسعود عظیمی مدیر نمایندگی ستاد دیه اسـتان یزد مبلغ ۵۰ میلیون تومان را جهت آزادی یک زندانی غیر عمد اهدا کردند. در این دیدار مدیر نمایندگی سـتاد دیه اسـتان یزد ضمن خیر مقدم به حاضرین در جلسه به ارائه گزارش عملکرد آزادی سال گذشته ستاد پرداخته و در خصوص مشمولین کمک این نهاد مردمی در سال جاری نیز توضیحاتی را ایراد نموده و شرایط مددجویان را توضیح داده و مبلغ ۵۰ میلیون تومان جهت آزادی یک زندانی غیر عمد توسط بانوی یزدی اهدا شد . گفتنی است در پایان یک جلد قرآن نفیس توئسط مدیر نمایندگی ستاد دیه یزد به این بانوی نیکوکار اهدا شد.

کسب رتبه پنجم برای اصفهان در زمینه جذب مسافر

اصفهان –فایزه مرادیان: مسئ

چطور با فریلنسرها ارتباط بهتری برقرار کنیم؟

هزارتوی روابط برندها با فریلنسرها

نویسنده: علی آل‌علی

فریلنسرها در طول دو دهه اخیر دنیای کسب و کار را به طور کامل زیر سلطه خود درآورده‌اند. آنها رقیب جدی برای کارمندان کلاسیک محسوب شده و در هیچ قاعده سنتی جای نمی‌گیرند. اگر بخواهیم تعریف ساده‌ای از آنها داشته باشیم، در واقع آنها نیروی کاری هستند که آزاد کار می‌کنند. این یعنی در قالب قراردادهای کوتاه‌مدت و بدون اینکه به طور رسمی به استخدام یک شرکت درآیند، با کسب و کارهای مختلف همکاری دارند. همین امر آزادی عملی بسیار زیادی به فریلنسرها داده و جذابیت این حوزه کاری را چند برابر کرده است.

وقتی در یک جمع دوستانه یک تازه وارد اضافه می‌شود، اول از همه حاضران با شک و تردید به او نگاه می‌کنند؛ چراکه کمتر کسی از فرد تازه وارد مثل دوست صمیمی‌اش استقبال می‌کند. با این حال پس از مدتی که جریان دوستی برقرار شد، همه چیز فرق خواهد کرد. آن وقت است که جمع دوستانه به ساده‌ترین شکل ممکن بدل به فضایی صمیمی می‌گردد. وضعیت فریلنسرها در دنیای کسب و کار تقریبا مثل همان عضو تازه در حلقه دوستان است. البته در طول دو دهه اخیر برخی از کسب و کارها به خوبی با این معمای تازه آشنا شده‌اند. با این حال هنوز جای کار زیادی برای این دسته از کارآفرینان آزاد وجود دارد.

ارتباط میان کسب و کارها با فریلنسرها از مدت‌ها قبل مسئله‌ای مهم تلقی شده است؛ چراکه هماهنگی این نوع رابطه کار اصلا ساده‌ای نیست. بسیاری از کارآفرینان برای اینکه ماجرا را ساده کنند، اصلا سراغ همکاری با فریلنسرها نمی‌روند. شاید برای شما هم سوال شده باشد بدون همکاری با آنها چه سرنوشتی در انتظار کسب و کارها خواهد بود. خب یک برند که نمی‌تواند تمام نیروی کار مورد نیازش را استخدام کند. چه بسا گاهی شما برای مدت زمانی بی‌نهایت اندک نیاز به نیروی کار داشته باشید. در این صورت استخدام رسمی کارتان را سخت خواهد کرد.

نکته دیگری که درباره فریلنسرها باید مدنظر داشت، مهارت‌های تخصصی‌شان است. مثلا در حوزه فناوری‌های دیجیتال معمولا تمام نیروی کار حرفه‌ای در زمینه طراحی رابط کاربری (UI) در قالب فریلنسر فعالیت دارد. این امر موجب برتری نسبی این گروه در مقایسه با دیگران می‌شود.

با توجه به نکاتی که گفته شد، شما چاره‌ای به غیر از همکاری نزدیک با فریلنسرها ندارید. در این میان باید رابطه‌تان را طوری با آنها بنا کنید که همیشه فرصت بهبود وضعیت‌تان را داشته باشید. به زبان ساده، رابطه شما با این دسته از نیروی کار تازه باید همیشه در وضعیت خوبی قرار داشته باشد. به همین خاطر ما در این مقاله قصد داریم نگاهی به هزارتوی رابطه میان برندها و فریلنسرها داشته باشیم. اینطوری شما به خوبی فرآیند آشنایی با این دسته از نیروی کار و همکاری مداوم با آنها را یاد خواهید گرفت. پس با ما همراه باشید تا برخی از نکات کلیدی در این رابطه را بررسی کنیم.

اصول ارتباطات با فریلنسرها

هر کاری در این دنیا اصول خاص خودش را دارد. اگر شما نتوانید فعالیت‌تان در بازار را به طور اصولی دنبال کنید، دیر یا زود نسخه‌تان پیچیده خواهد شد. درست به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز بر روی کار اصولی تاکید ویژه‌ای داریم. اینطوری برند شما مثل تیم فوتبالی است که با تاکتیک‌های دقیق و اصولی راهی مسابقه شده است. شما را نمی‌دانم، ولی من که در چنین سناریویی دوست ندارم نقش تیم رقیب را بازی کنم!

شما در این بخش با برخی از توصیه‌های کلیدی برای تعامل بهتر با فریلنسرها آشنا خواهید شد. متاسفانه خیلی از مدیران با این دسته از نیروی کار مثل کارمندان رسمی شرکت رفتار می‌کنند. این در حالی است که فریلنسرها به دلیل استقلال از سازمان‌ها انتظار رفتاری متفاوت و صدالبته دامنه بیشتر آزادی عمل را دارند. این امر به آنها کمک خواهد کرد تا وضعیت‌شان در بازار را بهبود بخشیده و دیگر نگران چیزی در این میان نباشند. بنابراین در وهله نخست شما نیاز به درک بهتر فریلنسرها دارید. خب اجازه دهید با همین مقدمه برویم سراغ اصل مطلب.

یافتن نقطه نظرات مشترک: اولین گام برای همکاری

قبل از اینکه با عجله سراغ راه‌اندازی یک همکاری بلندمدت بروید، باید اصول این کار را یاد بگیرید. خب شما نمی‌توانید همینطور بی‌مقدمه سراغ همکاری با دیگران رفته و انتظار داشته باشید هماهنگی بالایی شکل بگیرد. در این میان نکاتی مثل نقطه نظرات مشترک و تعیین اهداف کاری اهمیت بی‌نهایت زیادی خواهد داشت. اگر نتوانید این نکته را رعایت کنید، کارتان حسابی به مشکل می‌خورد.

ما در روزنامه فرصت امروز اولین قدم برای هماهنگی بهتر با فریلنسرها را یافتن نقطه نظرات مشترک می‌دانیم. اجازه دهید از یک مثال ساده در این میان استفاده کنیم؛ فرض کنید شما یک برند در حوزه پوشاک دارید و حالا قصد راه‌اندازی سایت رسمی برای خود را دارید. در این میان همکاری با چند فریلنسر گزینه جذابی خواهد بود. البته به شرط اینکه شرایط همکاری را به طور دقیق با آنها در میان بگذاریم.

اگر شما اهداف و انتظارات‌تان از وضعیت یک سایت مطلوب را با فریلنسرها در میان نگذارید، آنها بنابر تجربه خودشان دست به کار خواهند شد. آن وقت بعد از چند ماه کار بر روی پروژه یکهو متوجه عقب افتادن‌تان از جریان کسب و کار خواهید شد. البته آن زمان برای پشیمانی دیگر خیلی دیر خواهد بود.

ماموریت شما در این بخش تلاش برای تشکیل یک جلسه مقدماتی با فریلنسرهای موردنظرتان است. این کار به شما برای بیان اهداف و دیدگاه‌های‌تان کمک می‌کند. در نقطه مقابل باید دیدگاه‌های آنها را نیز مورد بررسی قرار دهید. اینطوری فرصت بسیار بهتری برای همکاری اصولی خواهید داشت. نکته‌ای که در این میان به شما برای بهبود ارتباط‌تان کمک می‌کند، تلاش برای ایجاد هماهنگی میان خودِ فریلنسرهاست. خب وقتی شما یک پروژه نسبتا بزرگ مثل طراحی سایت یا حتی کمپین بازاریابی برای محصول تازه‌تان را دارید، نمی‌توانید فقط روی یک فریلنسر حساب باز کنید. هرچه پروژه‌ها بزرگ‌تر باشد، نیاز شما به فریلنسرهای متعدد بیشتر خواهد شد. بنابراین باید نقطه نظرتان را به طور اصولی با آنها در میان بگذارید. این امر به شما کمک خواهد کرد تا درک بهتری از اوضاع پیدا کرده و کارتان هم با سرعت بیشتری جلو برود.

احترام به موقعیت کاری: اصلی برای حرفه‌ای‌شدن

هیچ مدیر یا کارآفرینی نمی‌تواند به خاطر وضعیت کاری فریلنسرها به آنها ایراد بگیرد. شما در موقعیتی نیستید که اوضاع کاری آنها را داوری کنید. متاسفانه برخی از کارآفرینان به فریلنسرها به چشم کارمندان درجه دو نگاه می‌کنند. اگر قرار باشد شما هم این نوع نگاه را تقویت کنید، کلاه‌تان پس معرکه خواهد بود.

احترام متقابل یکی از نکات کلیدی برای شکل‌گیری همکاری بلندمدت محسوب می‌شود. در این میان شما نیاز به استفاده از تمام توان‌تان دارید. قرار نیست فقط برای مدت‌زمانی کوتاه نقش بازی کنید. در عوض اجازه دهید با احترام گام‌های بلندتری را بردارید. شک نکنید در ادامه همین احترام به دادتان خواهد رسید.

شما را نمی‌دانم، ولی من که همیشه انگیزه بیشتری برای فعالیت یا همکاری با برندی دارم که احترام بالایی برای نیروی کار قائل هستند. بی‌شک تمام فریلنسرها در سراسر دنیا نیز اینطوری فکر می‌کنند. پس بد نیست خودتان را به عنوان یک برند محترم در میان فریلنسرها معرفی کنید. اینطوری هزینه‌های بعدی برای یافتن افراد مناسب به منظور همکاری بی‌نهایت کمتر می‌شود. اگر نگاهی به دور و برتان داشته باشید، فریلنسرهای حرفه‌ای معمولا سرشان همیشه شلوغ است، بنابراین اگر دوست دارید آنها به شما توجهی نشان داده یا کنارتان حضور داشته باشند، باید استراتژی‌تان در بازار را به طور کامل تغییر دهید. این امر به شما کمک خواهد کرد تا فرآیند بهتری از تعامل با مخاطب هدف را دنبال کنید. در ادامه نیز به خوبی فرصت تعامل با مخاطب‌تان را پیدا خواهید کرد.

یادتان باشد، احترام میان شما و فریلنسرها دوطرفه است، بنابراین اگر طرف مقابل در جواب احترام و رفتار حرفه‌ای شما واکنش مناسبی نشان نمی‌دهد، لازم نیست خودتان را الکی معطل کنید. تجربه نشان داده همکاری با این دسته از فریلنسرها دائما همراه با مشکلاتی خواهد بود. پس بهتر است وقت‌تان را پای فریلنسرهای حرفه‌ای‌تر خرج کنید.

هماهنگی با کارمندان شرکت: کسی قرار نیست جای آنها را بگیرد!

برخی از کارمندان فکر می‌کنند وقتی یک برند سراغ همکاری با فریلنسرها رفت، کم کم موقعیت شغلی تمام نیروی کار رسمی شرکت به خطر خواهد افتاد. قبول دارم در اولین نگاه این وضعیت ترسناک به نظر می‌رسد، اما اصلا جای نگرانی نیست؛ چراکه همکاری با فریلنسرها فقط در شرایطی صورت می‌گیرد که شرکت نیاز به خدماتی خاص برای مدت زمانی کوتاه دارد. وگرنه حوزه‌هایی مثل بازاریابی یا روابط عمومی که نیاز دائمی برندها محسوب می‌شود، باید همیشه مورد توجه قرار گیرد. این امر به شما کمک می‌کند تا اثرگذاری بهتر بر روی مخاطب‌تان داشته و شرایط را بهتر دنبال کنید.

ایده‌محوری این بخش تلاش برای هماهنگی درست و حسابی با دست اندرکاران شرکت است. این یعنی شما باید به آنها این اطمینان را دهید که قرار نیست کسی جای‌شان را بگیرد. در عوض به خاطر اینکه در شرایط خاص نیاز به یک نوع خدمات ویژه داشته‌اید، سراغ فریلنسرها رفته‌اید.

اگر کمی با دقت به ساختار کسب و کارها نگاه کنیم، اصولا همکاری بلندمدت یا دائمی با فریلنسرها امکان‌پذیر نیست. شاید دورکاری گزینه‌ای جذاب باشد، اما در این حالت نیز پای کارمندان رسمی شرکت در میان است. از طرف دیگر، خود فریلنسرها نیز علاقه زیادی برای همکاری طولانی‌مدت با کسب و کارها ندارند. به همین خاطر شما باید اوضاع را به شیوه‌ای متفاوت مدیریت کنید. اینطوری فرصت بهتری برای تعامل با نیروی کارتان خواهید داشت.

فراموش نکنید، در دنیای امروز بسیاری از کسب و کارها به دنبال تامین نیازهای خود به ساده‌ترین شکل ممکن هستند. فریلنسرها در این میان هم سطح قیمت پایین‌تری برای کسب و کارها می‌تراشند، هم اینکه دردسرهای استخدام رسمی را نیز حذف می‌کنند. همه اینها در صورتی درست از آب درمی‌آید که شما از قبل هماهنگی خوبی با تمام اعضای شرکت‌تان داشته باشید، وگرنه کلاه‌تان پس معرکه خواهد بود.

اگر نظر ما را بخواهید، درباره هماهنگی با اعضای شرکت بهتر است دور پیام‌های آنلاین یا اعلام در کانال شرکت را دور بریزید. در عوض یک جلسه رسمی با حضور مدیران ارشد یا در صورت امکان تمام کارمندان بهتر خواهد بود. اینطوری شما رو در رو فرصت ایجاد اعتماد در میان کارمندان بابت آینده کاری‌شان را خواهید داشت.

شاید در اولین نگاه چنین وسواسی برای اطمینان‌دهی به کارمندان شرکت وسواس‌گونه به نظر برسد، اما اهمیت آن وقتی آشکار می‌شود که تعامل میان کارمندان و فریلنسرها را درک کنیم. خب وقتی کارمندان شما فریلنسرها را تهدیدی برای خود در نظر بگیرند، هیچ وقت حاضر به همکاری با آنها نخواهند شد. این نکته‌ای است که همیشه باید مدنظر شما قرار داشته باشد. وگرنه خیلی زود هرج و مرج دائمی در شرکت‌تان حکمفرما خواهد شد. آن وقت دیگر برای مدیریت اوضاع خیلی دیر خواهد بود.

حفظ تعاملات رو در رو: دورکاری همیشه خوب نیست

برخی از مدیران فکر می‌کنند همین که یک جلسه اولیه یا فریلنسرها داشتند و توضیحات کافی را به آنها دادند، دیگر کارشان تمام شده است. خب در این صورت باید حسابی ناامیدتان کنیم؛ چراکه شروع همکاری تازه اول دردسرهاست!

تعامل رو در رو با دیگران همیشه کیفیت همکاری را افزایش می‌دهد. در این رابطه بد نیست به وضعیت نظام آموزشی دنیا در دوران کرونا نگاه کنیم. وقتی همه آموزش‌های جهان در قالب آنلاین انجام می‌شد، شاید در اولین نگاه هیچ ایرادی وجود نداشت. با این حال افت محسوس کیفیت آموزش اجتناب‌ناپذیر بود. نکته‌ای که در این میان باید مورد توجه شما قرار گیرد، ضرورت استفاده از تعاملات رو در رو برای بهبود کیفیت کار در همه حوزه‌هاست. این یعنی ارتباط شما با فریلنسرها باید به طور مداوم تقویت شود، وگرنه خیلی زود کارتان به جاهای باریک می‌کشد.

وقتی شما ارتباط خوبی با دیگران نداشته باشید، به مرور محبوبیت‌تان در میان آنها به طور کامل از بین می‌رود. درست به همین خاطر باید هرچند وقت یکبار به خودتان فرصتی برای بازیابی رابطه به شیوه‌ای اصولی دهید. مثلا بد نیست بعد از چند هفته از فریلنسرها برای بررسی و ارزیابی وضعیت پروژه دعوت کنید. این جلسه باید به طور حضوری برگزار شده و طرفین دیدگاه‌های خود را بیان کنند. اینطوری شما فرصت بسیار خوبی برای تعامل با مخاطب‌تان خواهید داشت.

یادتان باشد، شما نمی‌توانید همینطور بی‌مقدمه سراغ فریلنسرها رفته و انتظار داشته باشید در جلسات بی‌محتوا کارتان خوب پیش برود. این امر نه تنها ارتباط شما با فریلنسرها را بهتر نمی‌کند، بلکه به طور مداوم موانعی پیش روی‌تان قرار خواهد داد. خب زمان برای هر کسی اهمیت ویژه‌ای دارد. پس شما نمی‌توانید وقت فریلنسرها را بی‌خودی گرفته و انتظار داشته باشید به آنها برنخورد!

هر چقدر ارتباط شما با فریلنسر مورد نظرتان بیشتر شخصی‌سازی شود، شانس‌تان برای تعامل بلندمدت با آنها افزایش خواهد یافت. این دقیقا مثل یک بازی ساده است که هر چقدر در آن جلوتر می‌روید، ترکش سخت‌تر می‌شود. پس باید طوری رفتار کنید که فریلنسر موردنظر به حضور شما در کنار خودش عادت کند. اینطوری شانس خیلی خوبی برای یک همکاری باکیفیت خواهید داشت.

بد نیست به فریلنسرها این اطمینان را بدهید که پروژه‌های شما ادامه‌دار خواهد بود. اینطوری برای مدت زمان بیشتری فرصت حفظ ارتباطات‌تان را خواهید داشت. این امر در بلندمدت به شما کمک خواهد کرد تا موقعیت‌تان در بازار را به خوبی حفظ کنید.

طراحی برنامه وفاداری: گزینه‌ای هیجان‌انگیز

چه کسی گفته برنامه وفاداری فقط برای مشتریان است؟ خب شما هم می‌توانید به خوبی از این الگو برای بهبود کارتان استفاده کرده و هیچ مشکلی را هم حس نکنید. در این میان نکته‌ای که همیشه باید مدنظرتان قرار گیرد، توجه به سابقه همکاری‌تان با فریلنسرهاست. یادتان باشد، شما به طور منظم یا مداوم با آنها همکاری ندارید. بنابراین فاصله‌های میان پروژه‌ها شاید موجب دلسردی یا حتی همکاری فریلنسرها با کلی برند دیگر شود. اگر آنها خاطره خوبی از شما در ذهن داشته باشند، همیشه فرصت تعامل با آنها به شیوه‌ای مناسب را خواهید داشت.

ایده ما در این بخش استفاده از برنامه وفاداری برای حفظ رابطه مناسب با فریلنسرهاست. مثلا بعد از چند بار همکاری امتیازات خاصی به فریلنسر مورد نظر بدهید. این امر به شما کمک خواهد کرد تا خیلی خوب بر روی فرد مورد نظرتان اثر گذاشته و کارتان را پیش ببرید؛ چراکه فریلنسر مورد نظر همیشه انگیزه کافی برای همکاری با شما را خواهد داشت. یادتان باشد، برنامه وفاداری شاید هزینه بیشتری برای همکاری با فریلنسرها روی دست شما بگذارد، اما به مثابه یک الگوی بازاریابی و تبلیغات نیز محسوب می‌شود؛ چراکه فریلنسرهای موردنظر تعریف شما را پیش دیگران خواهند کرد. اینطوری بدون اینکه اوضاع‌تان به هم بریزد یا خرج زیادی روی دست‌تان بماند، فرصت بهبود شهرت‌تان در بازار را خواهید یافت.

یادتان باشد، شما نمی‌توانید با تکنیک‌های بازاریابی ساده بر روی فریلنسرها اثر بگذارید. به همین خاطر استفاده از برنامه وفاداری ایده بهتری محسوب می‌شود. اینطوری شما شرایط بسیار بهتری برای تعامل با مخاطب‌تان داشته و در میان فریلنسرها شهرت خوبی پیدا خواهید کرد.

تعیین دقیق حد و مرزها

نکته کلیدی که درباره فعالیت در قالب فریلنسر وجود دارد، ضرورت تعیین حد و مرزهای کار است. شما نمی‌توانید از فریلنسرها انتظار فعالیت مشابه کارمندان‌تان را داشته باشید، بنابراین اگر انتظارات‌تان درست نباشد، در طول فرآیند همکاری با کلی مشکل رو به رو خواهید شد. اگر نظر ما را بخواهید، بد نیست هرچند وقت یکبار درباره انتظارات‌تان از فریلنسرها تجدیدنظر کنید. این امر باید با توجه به شرایط بازار صوت گیرد. اینطوری همیشه انتظارات درستی از آنها داشته و دیگر لازم نیست نگران بروز مشکلات مختلف باشید. یادتان باشد، در دنیای کسب و کار فریلنسرهای زیادی حضور دارند. شاید سلیقه یا حتی مدل کاری هر کدام از آنها با دیگری فرق کند، بنابراین چک کردن چنین نکته‌ای با فریلنسرها اهمیت بسیار زیادی خواهد داشت. اینطوری شما فرصت خوبی برای به روز نگه داشتن خودتان خواهید داشت. یادتان باشد، در طول سال‌های اخیر بسیاری از کارآفرینان به سوی فعالیت همکاری با فریلنسرها رفته‌اند. این یعنی حتی کوچک‌ترین فعالیت شما در بازار نیز تعیین‌کننده خواهد بود. پس باید از تک تک فرصت‌های‌تان برای بهبود رابطه با فریلنسرها استفاده کنید. وگرنه در فهرست بلند بالای برندهای همکارشان جایی نخواهید داشت.

سخن پایانی

فریلنسرها در طول سال‌های اخیر گزینه بی‌نهایت جذابی برای همکاری با برندها بوده‌اند. سرعت عمل آنها در کنار مهارت بالا و صدالبته هزینه نهایی کمتر در مقایسه با استخدام نیروی کار برای بسیاری از مدیران هیجان‌انگیز است. البته شما نباید شتاب زده وارد بازار شوید؛ چراکه همکاری بی‌حساب و کتاب با فریلنسرها فقط اوضاع را برای شما سخت‌تر خواهد کرد. این در حالی است که بسیاری از کارآفرینان با ورود بی‌حساب و کتاب به حوزه فریلنسری و همکاری با این دسته از افراد عملا شانس برندشان برای ایجاد رابطه‌ای قوی با آنها را از بین می‌برند. درست به همین خاطر ما در این مقاله سراغ بررسی برخی از توصیه‌های کلیدی در راستای همکاری مناسب با فریلنسرها رفتیم. این امر به شما کمک خواهد کرد تا با دقت بیشتری ارتباطات‌تان را مدیریت کرده و در نهایت نتیجه بهتری نیز بگیرید.

یادتان باشد، در طول سال‌های اخیر بسیاری از کارآفرینان به دنبال استفاده از موقعیت برتر فریلنسرها بوده‌اند. بنابراین شما در این بازار بزرگ تنها نیستید. در این میان کیفیت روابط شما با فریلنسرهاست که نتیجه نهایی را مشخص خواهد کرد. پس باید با دقت بالایی دست به کار شوید.

منابع:

ways-۶-/https://webflow.com/blog

successful-freelancers-build-strong-client-relationships

https://www.businessblogshub.com/۲۰۲۴/۰۴/building-strong-relationships-with-freelancers/

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

دوشنبه | ۳ اردیبهشت ۱۴۰۳ | شماره ۲۴۵۲ | صفحه ۸

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: صمیم

دفتر مرکزی: مطهری، خیابان علی‌اکبری، پلاک ۱۱۵

دفتر مرکزی: ۸۸۵۱۴۵۳۸

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۵۲۶۹۲۳

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

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR