یادداشت

روندهای بازاریابی جهان کنونی

علی جوانمردی: خوب است که بیش از نیمی از کسب‌وکارها رویکرد استراتژیک دارند. هدف نهایی باید استفاده از یک استراتژی دیجیتالی یکپارچه باشد که البته مهم است یک استراتژی دیجیتال اختصاصی در سازمان داشته باشیم و قبل از بازاریابی دیجیتال بتوان برای سرمایه‌گذاری در آن برنامه‌ریزی کرد.

من بیش از ۱۰ سال است که در حال نوشتن نقدهایی از جدیدترین نوآوری‌های بازاریابی دیجیتال هستم و اکنون این کار را با انگیزه بیشتری انجام می‌دهم، زیرا به نظر می‌رسد که بر اساس نظرات در فضاهای مختلف، ارزیابی بازاریابی دیجیتالی و روندهای آن مفید و مثمر ثمر هستند.

سال گذشته با استفاده روزافزون از هوش مصنوعی که هیجان‌انگیزترین نوآوری سال‌های اخیر بود، وضعیت بازاریابی دیجیتال تغییر کرد و با ورود به سال ۲۰۲۵، چالش‌های جدید زیادی برای بازاریابی دیجیتال به وجود آمد که بازاریابان روزانه باید با آنها دست‌وپنجه نرم کنند. به نظرم چالش‌ها بیشتر از فرصت‌ها خواهند شد.

به‌علاوه در مورد پذیرش برنامه‌ریزی بازاریابی دیجیتال مشاوره و تحقیق انجام شده است و دریافته‌ایم که درصد کسب‌وکارهایی که رویکرد برنامه‌ریزی‌شده‌ای ندارند، مشابه بقیه دیگر کسب‌وکارهاست که نشان می‌دهد موانع قابل توجهی برای ادغام برنامه‌ریزی برای دخیل‌کردن هوش مصنوعی در فرایندها در سازمان‌ها وجود دارد.

ما انتظار داریم که امسال پیشرفت بازاریابی دیجیتال کامل‌تر و پیشرفته‌تر شود. البته طبیعت انسان این است که آرزوی پیشرفت داشته باشد، اما احتمالا موانعی وجود خواهد داشت که سد پیشرفت برای بسیاری از موارد کسب‌وکارها می‌شود. جای تعجب نیست که کمبود منابع مالی، مانع اصلی پیشرفت است و نشان می‌دهد که سال ۲۰۲۵ باید در مورد بازاریابی هوشمندتر، یکی دیگر از روندهای مدیریت بازاریابی دیجیتال صحبت به میان آید.

روندهای بازاریابی دیجیتال در سال ۲۰۲۵ با سرعتی بی‌سابقه در حال تکامل هستند. این روند، نحوه ایجاد ارتباطات معنادار بین برندها با مخاطبانشان را نشان می‌دهد که پیوسته در حال تغییر است. در حالی که روندهای اصلی مانند هوش مصنوعی، شخصی‌سازی و تجزیه و تحلیل داده‌ها همچنان اساسی هستند، روندهای بازاریابی دیجیتال هر روز پویاتر می‌شوند. درک این روندهای جدید برای صاحبان کسب‌وکار و بازاریابان ضروری است تا استراتژی‌هایی ایجاد کنند که واقعا طنین‌انداز شوند و نتایج قابل اندازه‌گیری ارائه دهند.

به عنوان بازاریاب این‌طور بررسی می‌گردد که سرعت تغییر می‌تواند بی‌وقفه باشد و مجموعه کانال‌های دیجیتال موجود، فرصت‌های زیادی را برای برقراری ارتباط با مشتریان ارائه می‌دهد. البته نمی‌توان تأثیر عظیم هوش مصنوعی AI را بر بازاریابی دیجیتال انکار کرد. ابزارها و پلتفرم‌های جدید دائما در حال تکامل هستند که می‌توانند به بسیاری از جنبه‌های سازمان و کسب‌وکار و نقش شما در بازار کمک کنند. با این حال، این تنها تغییری نیست که بازاریابان با آن مواجه هستند. دانستن آنچه در راه است برای کسب‌وکارتان بسیار مهم است! این امر نه‌تنها شما را با پیشرفت‌های بازاریابی دیجیتال همگام نگه می‌دارد، بلکه می‌تواند به شما کمک کند تا فرصت‌هایی را برای استفاده از یک کانال یا تاکتیک برای پیشی‌گرفتن از رقبای خود ببینید.

وقتی صحبت از مهارت‌های بازاریابی دیجیتال می‌شود، سال ۲۰۲۵ شاهد افزایش ارزش مهارت‌های نرم، لزوم اصلاح مهارت‌ها و دانش هوش مصنوعی و اهمیت گسترش دانش شما در خارج از حیطه بازاریابی خواهد بود. قابلیت‌های هوش مصنوعی بسیار فراتر از اتوماسیون اولیه گسترش می‌یابند. روندهای بازاریابی دیجیتال نشان می‌دهند که چگونه سیستم‌های هوش مصنوعی از داده‌ها الگو می‌سازند و سپس الگوها را شناسایی می‌کنند و تصمیماتی می‌گیرند که موفقیت بازاریابی را شکل می‌دهد. کارشناسان صنعت پیش‌بینی می‌کنند که استراتژی‌های مبتنی بر هوش مصنوعی تا سال بعد، ۷۵ درصد از کل فعالیت‌های بازاریابی را تشکیل خواهند داد. همچنین بررسی‌های هوش مصنوعی گوگل اکنون به بیش از یک میلیارد کاربر در بیش از صد کشور رسیده است که به طور قابل توجهی تعاملات کاربران با نتایج جست‌وجو را تغییر می‌دهد (منبع: گوگل). این تلاش‌ها برای نگه‌داشتن کاربران در پلتفرم خود همچنان تشدید می‌شود و چالش‌های جدیدی را برای بازاریابان ایجاد می‌کند. ویژگی‌های مبتنی بر هوش مصنوعی با نمایش اطلاعات بیشتر به طور مستقیم در نتایج، نرخ کلیک جست‌وجو را از ۵۰ درصد به ۲۸-۳۰ درصد کاهش داده‌اند. بنابراین روند تکاملی رو به پیشرفت است. در حقیقت اساس کار بازاریابی دیجیتال هوش مصنوعی است و دیده‌ایم که چگونه بزرگ‌ترین محرک بازاریابی افزایش بلوغ دیجیتال است؛ بنابراین این محرک یک روند است که می‌توانیم آن را ساده کنیم. بازاریابی هوشمندتر با هوش مصنوعی نسل جدید احتمالا تسریع شده است، زیرا ابزاری رایگان ارائه می‌دهد که بازاریابان را تحت فشار قرار می‌دهد تا اغلب بخواهند به آن تکیه کنند، در حالی که مدیران کسب‌وکار ممکن است بخواهند برای افزایش اولویت‌هایشان از هوش مصنوعی استفاده کنند.

***ایده‌پرداز و مؤسس گروه فنی مهندسی e.tok ایتوک /https://etok-co.com**

کارشناسان چالش‌های انتقال آب دریای عمان به تهران را آسیب‌شناسی می‌کنند

بیراهه بحران آب

مهفام سلیمان‌بیگی: در دولت‌های مختلف، هر بار که موضوع انتقال آب از دریای عمان یا خلیج فارس مطرح شده، عمده طرح‌ها با هدف رساندن آب دریا به مناطق مرکزی کشور برنامه‌ریزی شده بود. اما این روزها، مقصد تازه‌ای برای انتقال آب دریا به میان آمده است: کلان‌شهر تهران.

البته این موضوع هر بار از سوی مقامات مختلف به شکلی متفاوت تأیید یا تکذیب می‌شود. برای نمونه، اواخر سال گذشته استاندار تهران از طرح انتقال آب از دریای عمان به تهران سخن گفت. معتمدیان در ابتدای سال جدید نیز با حضور در تلویزیون، وعده داد مباحث مربوط به این انتقال تا پایان خرداد نهایی خواهد شد.

با وجود قاطعیت این اظهارنظر، در سوی دیگر، کوچک‌زاده عضو کمیسیون انرژی مجلس، از این تصمیم اظهار بی‌اطلاعی کرد و آن را بی‌مبنا دانست. هم‌زمان، سخنگوی صنعت آب نیز اعلام کرد هیچ برنامه‌ای برای انتقال آب از دریای خزر یا دریای عمان به تهران وجود ندارد و فقط پروژه انتقال آب از طالقان و لار در دست اجراست. از سوی دیگر، نادعلی، سخنگوی شورای شهر نیز در گفت‌وگو با ایلنا ضمن ابراز بی‌اطلاعی تأکید کرد: «این موضوع تاکنون در شورا بررسی نشده است؛ شورا درباره وضعیت آب تهران مباحثی داشته، اما مشخصا درباره انتقال آب از عمان، تاکنون جلسه‌ای برگزار نشده است». با این حال، کمتر از یک ماه بعد، استاندار تهران بار دیگر اعلام کرد که در افق بلندمدت، انتقال آب از دریای عمان برای استان‌های کم‌آب و استان تهران در نظر گرفته شده و مطالعات آن آغاز شده است؛ طرحی که با ورود بخش خصوصی و حمایت دولت اجرائی خواهد شد. این در شرایطی است که کارشناسان انتقال آب دریای عمان به مرکز ایران را اصولی و کارشناسی نمی‌دانند.

ده‌ها پرسش بی‌پاسخ درباره یک طرح

هدف اولیه این پروژه‌های انتقال آب، تأمین آب شیرین چند استان ازجمله تهران از طریق آب شیرین‌شده دریای عمان است. طبق اخبار منتشرشده، برآورد می‌شود این پروژه قرار است از طریق یک شبکه خط لوله گسترده به طول تقریبی سه‌هزارو ۷۰۰ کیلومتر انجام شود. این در حالی است که مطالعات و گزارش‌های اخیر نشان می‌دهد هزینه احداث خطوط لوله آب در ایران معمولا بین صد تا ۵۰۰ هزار دلار به ازای هر کیلومتر متغیر است. این دامنه وسیع هزینه‌ها، ناشی از تفاوت در مواردی مانند نوع مواد مصرفی و جنس لوله‌هاست؛ به‌ویژه خطوط لوله‌ای که در زمین‌های سخت و کوهستانی کشیده می‌شوند، به دلیل چالش‌های مهندسی، هزینه‌های بالاتری دارند. همچنین لوله‌های با قطر بزرگ‌تر که برای حجم آب بالاتر طراحی شده‌اند، معمولا گران‌تر از لوله‌های کوچک‌تر هستند. علاوه‌براین شیوه اجرا نیز مهم است؛ استفاده از روش‌های سنتی ترانشه‌برداری یا روش‌های پیشرفته‌تر مانند حفاری جهت‌دار افقی، هزینه‌های متفاوتی به دنبال خواهد داشت. در کنار این دست چالش‌های مهندسی و اقتصادی، جامعه کارشناسان ده‌ها پرسش دیگر نیز مطرح می‌کنند که هیچ‌گاه پاسخ شفافی برای آنها ارائه نشده است؛ ازجمله اینکه هزینه سنگین این پروژه را چه کسی و با چه ساختاری قرار است پرداخت کند؟ قیمت نهایی آب در این شرایط احتمالا از توجیه اقتصادی خارج است، کدام گروه توان و توجیه خرید آن را دارند؟ یا اینکه آیا خلیج فارس و دریای عمان اصلا ظرفیت تخلیه نمک حاصل از آب‌شیرین‌کن‌ها را دارند؟ تخلیه این نمک‌ها براساس استانداردهای سازمان محیط زیست، نیازمند سرمایه‌گذاری کلان برای دفع در اعماق چندصدمتری دریاست. برای جلوگیری از مخاطرات زیست‌محیطی چنین طرح‌هایی، چه تدابیری اندیشیده شده و هزینه‌های آن چگونه تأمین خواهد شد؟ از این پرسش‌ها هم اگر گذر کنیم، بسیاری از کارشناسان بر این باور هستند که در شرایطی که طبق اعلام رسمی شرکت آب و فاضلاب، ۳۵ درصد از آب موجود در شبکه‌های شهری عملا به هدر می‌رود، پرداختن به موضوع انتقال آب به جای جلوگیری از هدررفت و بهبود مدیریت مصرف، تصمیمی بی‌معنا و غیرمنطقی به نظر می‌رسد.

انتقال آب ظرفیت زیست‌پذیری تهران را نشانه می‌گیرد

هدایت فهمی، کارشناس حوزه آب، درباره انتقال آب عمان به پایتخت به «شرق» می‌گوید: «درحال‌حاضر، پروژه‌های آب‌شیرین‌کنی در مراحل ابتدایی است؛ با این حال، شیرین‌سازی آب از دریای عمان برای کشور ما که با کم‌آبی مواجه است، امری ضروری است و طبیعتا نیازمند بهره‌گیری از این فناوری هستیم اما نه برای آب شرب تهران؛ چون برای شهری مانند تهران، انتقال آب از چنین مسیر طولانی‌ای با هزینه‌های بسیار سنگین همراه است. همچنین این کار ممکن است صرفا منجر به افزایش نیازها و تسهیل مهاجرت به تهران شود. اما برای صنایع و برخی خدمات در مناطق مرکزی کشور، این اقدام می‌تواند از نظر اقتصادی معنادار و توجیه‌پذیر باشد». از نگاه او در حوزه شیرین‌سازی آب دریا بهتر است بخش خصوصی سرمایه‌گذاری کند و دولت بحث شرب در مناطق جنوبی کشور را بر عهده بگیرد که جزء مسئولیت‌های آن است.

او تأکید می‌کند که در مناطق مرکزی کشور صنایع به دلیل صرفه اقتصادی می‌توانند خودشان این هزینه را پرداخت کنند، اما درباره مناطقی مانند سمنان یا تهران، مدیریت تقاضا باید در اولویت قرار گیرد؛ چراکه به‌طور کلی، انتقال آب به هر شکلی، فقط موجب افزایش نیازها و توقعات خواهد شد و در نهایت راه‌حل پایداری برای این مناطق محسوب نمی‌شود.

کورس کشورهای حوزه خلیج فارس بر سر آب‌شیرین‌کن‌ها

به باور فهمی لازم است به جای این اقدام مدیریت مصرف در دستور کار قرار بگیرد. او می‌گوید: «در بسیاری از صنایع می‌توان از پساب‌های تصفیه‌شده فاضلاب استفاده کرد و آب بهداشتی را به مصارف شرب اختصاص داد. این مسئله بسیار مهم است و باید به‌عنوان یک ضرورت در کشور ما تلقی شود. در کشور ما باید واقعا همه بپذیرند که مدیریت تقاضا و مدیریت مصرف، موضوعات بسیار مهمی هستند. کشور ما به گونه‌ای نیست که بتوان کشاورزی را با توجه به اینکه بیش از ۹۰ درصد منابع آب مصرفی در این بخش استفاده می‌شود، به‌عنوان محور توسعه در نظر گرفت. در بخش کشاورزی باید حتما تجدیدنظر شود. به‌عنوان نمونه، تنها ۱۰ درصد صرفه‌جویی در مصرف آب کشاورزی می‌تواند نزدیک به ۹ تا ۱۰ میلیارد مترمکعب صرفه‌جویی ایجاد کند؛ یعنی چیزی حدود ۵۰ برابر حجم سد کرج. این موضوع اهمیت حیاتی دارد. البته موضوع امنیت غذایی نیز بسیار حائز اهمیت است، اما امنیت غذایی نباید با مصرف ناکارآمد منابع آبی همراه باشد. باید به مفاهیمی مانند «آب مجازی» و «کشت فراسرزمینی» نیز توجه شود تا بتوان مصرف بی‌رویه و بیشتر از نرم‌ها و الگوهای جهانی را در بخش کشاورزی کاهش داد». این کارشناس خاطرنشان می‌کند که همین حالا بیشترین سهم از آب‌شیرین‌کن‌ها در خلیج فارس به کشورهای عربی حاشیه خلیج فارس تعلق دارد. سهم ایران دراین‌میان تقریبا فقط دو درصد است. او توضیح می‌دهد: «در کشورهایی مانند عربستان، امارات و دیگر کشورهای جنوب خلیج فارس، معمولا شیرین‌کردن آب با هزینه‌های سنگین انجام می‌شود و به لحاظ هزینه‌ای حتی برای مصارف شرب و برخی خدمات معنادار است، اما برای ما شرایط قدری متفاوت است. نکته مهم‌تر این است که ممکن است در آینده قوانین بین‌المللی وضع شود که استفاده از آب دریاها را محدود کند؛ به‌ویژه درباره شورابه‌هایی که پس از فرایند شیرین‌سازی باید دفع شوند، این موضوع می‌تواند مشکل‌ساز باشد. پس باید در نظر داشت که در آینده قطعا با محدودیت‌هایی مواجه خواهیم شد. شورابه‌های سنگین حاصل از شیرین‌سازی آب، آب‌هایی با شوری بسیار بالا تولید می‌کنند که باید به نحوی مدیریت شوند. بازگرداندن این آب اَبَرشور به محیط زیست دریایی ممکن است آسیب‌های جدی به گونه‌های زیستی موجود در دریا وارد کند و پیامدهای زیست‌محیطی گسترده‌ای داشته باشد». مجید عباس‌پور، پژوهشگر و کارشناس محیط زیست نیز درباره پروژه‌های انتقال آب از دریای عمان و خلیج فارس به «شرق» توضیح می‌دهد: در برنامه توسعه قرار بوده ۳۰ درصد آب مورد نیاز کشور از طریق روش‌های جایگزین تأمین شود؛ ازجمله از طریق سامانه‌های آب‌شیرین‌کن، اما به دلیل مشکلات اجرائی این هدف محقق نشد. او می‌گوید: «قرار بود ظرفیت آب‌شیرین‌کن‌ها یا همان عملیات نمک‌زدایی در آغاز برنامه، تا سال گذشته به رقمی در حدود ۵۰۰ تا ۶۰۰ هزار مترمکعب در روز برسد. سامانه آب‌شیرین‌کن خلیج فارس کمک کرد تا ظرفیت قدری افزایش یابد. برنامه‌ای برای تولید ۵۰۰ هزار مترمکعب آب شیرین در روز بود، اما نهایتا تاکنون به حدود ۲۰۰ هزار مترمکعب در روز رسیده و هنوز تا دستیابی به ۵۰۰ هزار مترمکعب در روز فاصله زیادی وجود دارد. این همان آبی است که به سمت استان کرمان منتقل می‌شود».

او با اشاره به کاهش محسوس منابع آبی توضیح می‌دهد که چند راهکار پیش پای ما قرار دارد: «نخست توجه به منابع آب‌های ژرف بود که از دهه ۷۰ (سال‌های ۱۳۷۳ و ۱۳۷۴) به آن پرداخته شد، اما پس از مدتی مورد بی‌توجهی قرار گرفت. راهکار دیگر، اصلاح الگوی کشت است که هنوز هم به‌عنوان یک راهبرد در کشور مطرح است؛ در برنامه‌های توسعه‌ای مختلف درباره آن بحث شده، اما در عمل کمتر به اجرا رسیده است. موضوع دیگری که مطرح شده، بحث «آب مجازی» است؛ به این معنا که مثلا در کشورهایی مانند تاجیکستان یا ارمنستان که منابع آبی فراوانی دارند، زمین‌هایی برای کشت محصولات در اختیار گرفته شود و محصولات تولیدشده به ایران وارد شود، برعکس این وضعیت که درحال‌حاضر اتفاق می‌افتد. انتقال آب هم یکی از طرح‌ها بوده اما نه برای شرب و آن‌هم در تهران». او ادامه می‌دهد: «یکی از موضوعاتی که به‌طور جدی مطرح شده، انتقال آب به استان سیستان‌وبلوچستان بود. با توجه به اقداماتی که از سوی افغانستانی‌ها صورت گرفته و بستن آب رود هیرمند که در نتیجه آن تالاب هامون خشک شده است، یکی از طرح‌های پیشنهادی، هدایت آب شور دریایی به این منطقه است. البته این آب هنوز به‌صورت کامل نمک‌زدایی نشده و به آب آشامیدنی تبدیل نشده است؛ چون هدف این است که آب به‌صورت لب‌شور درآید و به سمت مناطقی مانند دریاچه هامون و دیگر نقاط مشابه هدایت شود تا بتواند در احیای آن مناطق مؤثر باشد». این کارشناس توضیح می‌دهد که غلظت نمک آب عمان و خلیج فارس چیزی در حدود سه تا چهار هزار واحد در مقیاس PPM است. زمانی که عملیات نمک‌زدایی انجام می‌شود، این میزان غلظت بسیار پایین می‌آید، اما برای تبدیل‌شدن به آب آشامیدنی باید به‌طور کامل املاح آن حذف شود. در این فرایند، ماده‌ای بسیار غلیظ و آسیب‌زا برای محیط زیست تولید می‌شود که به آن Brine Water یا شورابه گفته می‌شود. او می‌افزاید: «بنابراین طرحی که درباره انتقال آب به تهران یا سمنان مورد بحث است، می‌تواند در حد ایده‌های بسیار کلی باشد و تاکنون اقدام عملی و مشخصی برای اجرای آن بدون مخاطرات محیط‌زیستی انجام نشده است. باید توجه داشت که چنین طرح‌هایی هزینه‌های بسیار سنگینی به همراه خواهند داشت و مطالعات فنی طولانی و تخصصی لازم دارند».

او می‌گوید: «اگر بخواهیم آب دریا را کاملا شیرین کنیم تا به حد آب آشامیدنی برسد و سپس آن را به تهران یا مناطق مشابه منتقل کنیم، این اقدام از نظر اقتصادی کاملا غیرمنطقی خواهد بود. در دنیا نیز اگر چنین طرحی را بخواهند اجرا کنند، معمولا همان‌جا در کنار دریا، آب را به آب آشامیدنی تبدیل کرده و به‌صورت بطری بسته‌بندی و توزیع می‌کنند، نه اینکه به مسافت‌های طولانی انتقال دهند. بنابراین شیرین‌سازی آب شور برای انتقال به تهران به‌صورت گسترده، عملی نیست. حتی در طرح سامانه آب خلیج فارس، آبی که به کرمان منتقل می‌شود، به گونه‌ای نیست که مستقیما آشامیدنی باشد. درواقع در محل مصرف یک سامانه جداگانه ساخته می‌شود تا این آب به کیفیت قابل شرب ارتقا یابد. با توجه به اعتبارات محدود و دیگر کمبودهایی که وجود دارد، از نظر من بسیار بعید است که این پروژه عملیاتی شود».

یادداشت

اصلاح انتظارات کلید توسعه بازار

رضا کیانی، مدیر تحقیق و توسعه بورس

تهران: کسانی که روند اقتصاد جهانی را پیگیری می‌کنند، حتی اگر در این زمینه غیرحرفه‌ای باشند، به احتمال فراوان در چند وقت گذشته نام جروم پاول Jerome Powell را بارها شنیده‌اند. او که از سال ۲۰۱۸ ریاست فدرال‌رزرو آمریکا را بر عهده دارد، اخیرا دوران پرتنشی را با رئیس‌جمهور جدید تجربه می‌کند و همین موضوع نام او را بر صدر بسیاری از اخبار اقتصادی نشانده است. دونالد ترامپ با همان رفتار همیشگی او را فردی «بسیار کند و اشتباه» خطاب کرده و در جست‌وجوی روشی برای برکناری اوست. البته استقلال فدرال‌رزرو از دولت آمریکا، دست رئیس‌جمهور را در برکناری او بسته است. اما مشکل این دو چیست؟ آقای دونالد ترامپ با راه‌اندازی جنبش ماگا Make America Great Again و همچنین معرفی خود به عنوان یک تاجر موفق، با وعده بهبود شرایط اقتصادی آمریکا و بازگرداندن رونق و شکوه گذشته، پا به کاخ سفید گذاشت. در بازگشت به کاخ ریاست‌جمهوری او چهره‌ای تهاجمی‌تر و پیش‌بینی‌ناپذیرتر از گذشته‌اش را به نمایش گذاشت و تنش‌هایی که با بسیاری از کشورها ایجاد کرد، به افزایش ریسک اقتصادی آمریکا انجامید. آخرین پرده نمایش او (البته تا این لحظه) راه‌انداختن جنگ تجاری با دیگر کشورها بوده که البته این جنگ نیز با فرازوفرودهای بسیاری به سبک خاص آقای ترامپ همراه شده است. تمام این تنش‌ها و افزایش ریسک‌های اقتصادی و احتمال رکود تورمی آمریکا، خود را در شاخص بورس‌های نیویورک و نزدک به‌خوبی نشان داده است. بسیاری از شرکت‌های آمریکایی ازجمله هفت دلاور (گوگل، آمازون، اپل، متا، مایکروسافت، ان ویدیا و تسلا) بخش مهمی از ارزش بازاری خود را از دست داده‌اند و دچار روند نزولی قابل ملاحظه‌ای شده‌اند. روند نزولی بورس‌های آمریکا بی‌شک خوشایند آقای ترامپ و همسو با شعارهای پرطمطراق او نیست. برای تغییر این وضعیت، او رو به آقای جروم پاول آورده و از او خواسته است نرخ بهره را کاهش دهد. البته فدرال‌رزرو در سال ۲۰۲۴ چند بار اقدام به کاهش نرخ بهره کرد و آن را به حدود ۴.۵ درصد کاهش داد، اما رئیس‌جمهور آمریکا توقع دارد این نرخ با سرعت بیشتری کاهش یابد. دونالد ترامپ معتقد است کاهش نرخ بهره با افزایش توان تأمین مالی شرکت‌ها به رونق کسب‌وکارها و در نتیجه بهبود شرایط اقتصادی و وضعیت بازار سهام می‌انجامد و البته از این منظر عقیده او توسط مشاهدات اقتصادی تأیید می‌شود. همواره کاهش نرخ بهره فدرال‌رزرو یا حتی احتمال آن، تأثیر مثبتی بر روند بازار سهام و شاخص‌های آن داشته است. مشکل اینجاست که آقای جروم پاول، رئیس فدرال‌رزرو خود را مسئول اجرای سیاست‌های رئیس‌جمهور نمی‌داند و نسبت به کنترل تورم احساس وظیفه بیشتری می‌کند. آقای پاول معتقد است به‌ویژه در شرایط کنونی و با راه‌افتادن جنگ تعرفه‌ای که به خودی خود احتمال افزایش تورم را در پی دارد، کاهش نرخ بهره ممکن است به فشار تورمی دامن زند. از این‌رو رئیس فدرال‌رزرو معتقد است در شرایط کنونی باید نسبت به کاهش نرخ بهره با تأمل و درنگ بیشتری نظر کرد و تبعات تورمی آن را با دقت مورد بررسی قرار داد.

ادامه در صفحه ۵

نوبت اول

فراخوان مزایده عمومی (یک مرحله ای) شماره ۱۴۰۴/۳

شرکت سهامی برق منطقه ای کرمان (به عنوان دستگاه مزایده گزار) در نظر دارد مزایده فروش باتری های اسقاط موجود در انبارمرکزی شرکت سهامی برق منطقه ای کرمان را به شماره ثبت ۱۰۰۴۰۰۱۴۰۶۰۰۰۰۰۲ را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید . کلیه مراحل برگزاری مزایده از دریافت اسناد تا ارائه پیشنهاد مزایده گران و بازگشایی پاکتها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مزایده گران در صورت عدم عضویت قبلی ، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی (توکن) را جهت شرکت در مزایده محقق سازند .

تاریخ انتشار اسناد مزایده در سامانه : ساعت ۱۲ ظهر روز سه شنبه مورخ ۱۴۰۴/۰۲/۰۹

آخرین مهلت دریافت اسناد مزایده از سامانه : ساعت ۱۹عصر روز یک شنبه مورخ ۱۴۰۴/۰۲/۲۱

تاریخ بازدید : از ساعت ۸ صبح روز چهار شنبه مورخ ۱۴۰۴/۰۲/۱۰ لغایت ساعت ۱۴روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۴/۰۲/۲۸

مهلت ارائه پیشنهاد از : ساعت ۱۲ظهر سه شنبه مورخ ۱۴۰۴/۰۲/۰۹

آخرین مهلت بارگذاری اسناد مزایده و پاکتهای پیشنهادی : تا ساعت ۹صبح روز یک شنبه مورخ ۱۴۰۴/۰۳/۰۴

مهلت ارسال پاکت پیشنهادی(الف) محتوی تضمین شرکت در مزایده : تا ساعت ۹صبح روز یک شنبه مورخ ۱۴۰۴/۰۳/۰۴

زمان و محل بازگشایی پاکات مزایده : ساعت ۱۱صبح روز یک شنبه مورخ ۱۴۰۴/۰۳/۰۴

ساختمان شماره یک- طبقه اول (سالن کنفرانس) شرکت سهامی برق منطقه ای کرمان .

زمان اعلام به برنده : ساعت ۹صبح روز شنبه مورخ ۱۴۰۴/۰۳/۱۷

محل تحویل پاکت مزایده : کرمان - بلوار شهید عباسپور - اداره دبیرخانه شرکت سهامی برق منطقه ای کرمان کد پستی : ۷۶۱۴۶۵۳۱۴۳

تذکرات مهم

۱- تحویل نسخه اصل پاکت الف به همراه مدارک درخواستی به صورت لاک و مهر شده به آدرس فوق الذکر الزامی می باشد .

مبلغ و نوع تضمین شرکت در مزایده : مبلغ ۵,۳۵۸,۴۶۷,۵۰۰ریال به عنوان سپرده شرکت درمزایده و به صورت رسید واریز وجه به شماره حساب IR ۸۱۰۱۰۰۰۰۴۱۰۱۱۲۱۶۳۸۱۶۲۰۲۸ نزد بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران به نام شرکت سهامی برق منطقه ای کرمان و شناسه واریزی (۳۶۳۱۲۱۶۵۹۲۲۴۵۰۰۸۱۰۵۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰) .

- به پیشنهادهایی که فاقد سپرده یا امضاء ، مشروط ، مخدوش ، سپرده های کمتر از میزان مقرر، چک شخصی و نظایر آن و پیشنهادهائی که پس از انقضاء مدت مقرر در آگهی واصل شود مطلقاً ترتیب اثر داده نخواهد شد .

۲- دارا بودن پروانه بهره برداری فعال در زمینه امحاء و بازیافت و تاییدیه عملکرد محیط زیستی، از اداره کل حفاظت محیط زیستی جهت شرکت در مزایده الزامیست .

- در مقابل فروش باتری های اسقاط مورد مزایده: وجه آن نقداً دریافت و هر گونه مالیات، عوارض و نظایرآن طبق قوانین و مقررات به عهده خریدار است .

- برگزاری مزایده صرفا از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت می باشد و کلیه مراحل فرآیند مزایده شامل دریافت اسناد مزایده ، ارسال اسناد مهر و امضاء شده ، مدارک و مستندات و پیشنهاد قیمت ، بازگشایی پاکات ، اعلام به برنده و تحویل کالاهای اسقاط در بستر سامانه از این طریق امکان پذیر می باشد .

- پیشنهاد می گردد با توجه به باتری های اسقاط مطرح شده در مزایده قبل از ارائه پیشنهاد از باتری های موضوع مزایده بازدید به عمل آورید .

- بابت دریافت اسناد مزایده وجهی اخذ نخواهد شد .

- سایر شرایط، جزئیات و اطلاعات مربوط به فروش باتری های اسقاط در اسناد مزایده موجود می باشد .

ضمناً این آگهی در سایت اینترنتی به آدرسهای www.krec.co.ir، http://iets.mporg.ir و WWW.Tavanir.org.ir در دسترس می باشد .

شناسه آگهی : ۱۹۱۸۴۵۰

نوبت اول : ۱۴۰۴/۰۲/۰۸ نوبت دوم : ۱۴۰۴/۰۲/۰۹

روابط عمومی شرکت سهامی برق منطقه ای کرمان

۱۰۰۹

نوبت اول

فراخوان مناقصه عمومی یک مرحله ای

اداره کل بهزیستی استان البرز بمنظورواگذاری انجام خدمات تخصصی مشاوره روانشناختی (مشاوره غیر حضوری تلفنی ۱۴۸۰)در نظر دارد از ظرفیت های بخش غیر دولتی (اشخاص حقوقی دارای مجوز و واجد شرایط) استفاده نماید . لذا متقاضیان محترم می توانند با مراجعه به سامانه تدارکات الکترونیک دولت به آدرس www.setadiran.ir نسبت به دریافت اسناد و شرایط برگزاری مناقصه اطلاع حاصل نمایند . لازم بذکر است مهلت دریافت اسناد مناقصه ۵ روز پس از درج آگهی نوبت اول می باشد. جهت کسب و دریافت اطلاعات و هماهنگی بیشتر به آدر س کرج - بلوار تعاون -خیابان فرهنگ-اداره کل بهزیستی استان البرز مراجعه و یا شماره تلفن ۵-۳۲۵۱۹۹۳۳ داخلی ۱۲۰ و تلفن همراه ۰۹۱۲۲۶۱۸۷۴۳ تماس حاصل نمایید.

شناسه آگهی : ۱۹۲۰۴۹۰

نوبت اول : ۱۴۰۴/۰۲/۰۸ نوبت دوم : ۱۴۰۴/۰۲/۰۹

روابط عمومی بهزیستی استان البرز

۱۰۵۰