نقش زیرساخت‌های مالی در عملیاتی شدن همکاری‌های بین‌المللی اقتصادی چیست؟

تسهیل مالی محور توسعه اقتصادی

گروه اقتصادی

یکی از الزامات اصلی برای شکوفایی اقتصاد در شرایط کنونی، فراهم‌سازی بسترهای پایدار مالی و بانکی و همچنین جذب سرمایه‌گذاری خارجی در حوزه‌های مولد است. تجربه‌های اقتصادی کشورهای موفق نشان داده که بدون وجود زیرساخت‌های مالی کارآمد، چه‌بسا بهترین برنامه‌ها و توافقات اقتصادی نیز به مرحله عملیاتی شدن نمی‌رسند یا درنهایت اثربخشی لازم و مطلوب را نخواهند داشت. درواقع، نظام مالی و بانکی هر کشور همانند شریان حیاتی بدن عمل می‌کند؛ اگر این شریان‌ها دچار انسداد یا کندی جریان باشند، هیچ‌یک از ارگان‌های دیگر توانایی ادامه حیات مطلوب را نخواهند داشت. در کنار این مسئله، جذب سرمایه‌گذاری خارجی نقشی همانند اکسیژن برای پویایی اقتصاد دارد. سرمایه خارجی نه تنها منابع مالی تازه را وارد چرخه تولید می‌کند، بلکه به انتقال دانش، فناوری و تجارب مدیریتی نیز منجر می‌شود. همین مسئله موجب شده است که بسیاری از اقتصادهای نوظهور همچون شرق آسیا طی دهه‌های اخیر اولویت نخست خود را اصلاح ساختارهای بانکی و تسهیل شرایط برای ورود سرمایه‌گذاران خارجی قرار دهند. برای جمهوری اسلامی ایران نیز که امروز بیش از هرزمان دیگر در مسیر تقویت همکاری‌های چندجانبه و گسترش تعاملات با کشورهای دوست و همسایه قرار گرفته است، این ضرورت بیش از پیش احساس می‌شود. آگاهان عرصه اقتصادی بر این باورند که توافقات بلندمدت همچون برنامه جامع ۲۵ ساله با چین یا توافقات مشابه با روسیه، تنها در صورتی می‌توانند آثار واقعی خود را به‌صورت هرچه تمام‌تر در اقتصاد کشور به جا بگذارند که زیرساخت‌های مالی و بانکی کشور توان پشتیبانی از آن‌ها را داشته باشند. به باور آن‌ها اگر در این حوزه‌ها پیشرفت ملموس حاصل نشود، سایر ابعاد توافقات بین‌المللی اعم از توسعه پروژه‌های مشترک، افزایش سطح تجارت و یا ایجاد شفافیت اقتصادی با کندی مسیر مواجه خواهد شد و به شکل حقیقی اثرات خود را تبیین نخواهد داشت. به بیان دیگر، هرچند همکاری‌های سیاسی و دیپلماتیک، فرصت‌های بسیار ارزشمندی برای کشور ایجاد می‌کنند، اما بهره‌برداری از این فرصت‌ها در گروی توانایی هرچه بیش‌تر بخش اقتصادی و تسهیل ارتباطات مالی است و بی‌شک تحقق این امر نیازمند عزم جدی دولت، توسعه ابزارهای نوین مالی و ایجاد بسترهای مطمئن برای انتقال ارز و همچنین ایجاد محیطی شفاف و امن برای حضور سرمایه‌گذاران خارجی است. در بررسی بیش‌تر این موضوع به گفت‌وگو با بهروز محبی‌نجم‌آبادی، نماینده مردم سبزوار و عضو کمیسیون برنامه و بودجه مجلس شورای اسلامی پرداختیم که در ادامه می‌خوانید.

بهروز محبی نجم آبادی، عضو کمیسیون برنامه و بودجه مجلس:

تسهیل‌گری و توسعه زیرساخت‌ها توافقات اقتصادی را عملیاتی می‌کند

بهروز محبی‌نجم‌آبادی، نماینده مردم سبزوار و عضو کمیسیون برنامه و بودجه مجلس شورای اسلامی در گفت‌وگو با خبرنگار «رسالت» ضمن تأکید بر فراهم‌سازی زیرساخت‌های لازم برای توسعه حضور سرمایه‌گذاران خارجی به اجلاس اخیر شانگهای اشاره کرد و دراین خصوص بیان داشت: یکی از مباحث مهمی که دولت سیزدهم آغاز کرد و مجلس یازدهم نیز کمک کرد و آن را به سرانجام رساند، موضوع توسعه ارتباطات بین‌المللی و راهبردی به‌ویژه با کشورهای بزرگ همچون روسیه و چین بود. در همین مسیر توافقنامه ۲۵ ساله با کشور چین به ثمر رسید و حال ضرورت دارد تا بیش از پیش بسترهای موردنیاز را فراهم سازیم. گفتنی است که کشور چین یکی از خریداران بزرگ نفت کشور محسوب می‌شود و درهمین راستا می‌توانیم بهره‌مندی خوبی از فرصت‌های موجود بداریم.

عضو کمیسیون برنامه و بودجه مجلس شورای اسلامی ضمن بیان اینکه باید روابط‌مان با کشور چین را به سطوح بالاتر ارتقاء دهیم، افزود: امروز کشور چین به‌عنوان یک شریک راهبردی است و به‌منظور اینکه آثار و نتایج این امر به‌درستی تبیین شود، مسیرهای لازم می‌بایست پیموده شود. متأسفانه در سال‌های گذشته به‌موجب برخی سیاست‌ها و رفتارهای نادرست، روابط دچار آسیب شده بود اما هم اینک توسعه ارتباطات رقم خورده است و برهمین اساس می‌بایست به موضوعات مختلف توجه ویژه بداریم. بی‌شک ارتباطاتمان با کشور چین می‌بایست عملیاتی و به‌منظور رسیدن به پروژه‌های بزرگ مشترک باشد. یکی از مباحثی که می‌بایست به جد مورد توجه قرارگیرد، منافع مشترکی است که با یک دیگر تقاطع دارد. درحقیقت باید به سمت پروژه‌های مشترکی حرکت کرد که هم به نفع ملت ایران و هم به نفع کشور چین است.

محبی نجم‌آبادی با تأکید بر رفع موانع موجود و تسهیل‌گری لازم در حوزه زیرساخت‌های عملیاتی تصریح کرد: به‌منظور عملیاتی شدن توافقات اقتصادی با کشورهای دوست و همسایه می‌بایست تسهیل‌گری لازم و رفع موانع بداریم. خوشبختانه دولت چهاردهم نیز تفکری همچون دولت سیزدهم دارد و روند توسعه ارتباطات با همسایگان توأمان با دیپلماسی مثبت و فعال منطقه‌ای دنبال می‌شود. نماینده مردم سبزوار در مجلس دوازدهم در پایان این گفت‌وگو ضمن تأکید بر ضرورت حرکت به سوی پروژه‌های مشترک در بستر توافقات اقتصادی همچنین خاطرنشان کرد: به‌طور حتم نیازمند توسعه زیرساخت‌های لازم می‌باشیم تا توافقات به شکل مطلوب عملیاتی گردد. توأمان با تسهیل‌گری و توسعه زیرساخت‌ها، می‌بایست از موضوعاتی چون خرید نفت عبور کرده و به سوی پروژه‌های مشترک حرکت کنیم تا دو کشور بتوانند با ثبات بیش‌تر و در خشش بیش از پیش امور اقتصادی و اهداف مربوطه را پیش ببرند.

سید مرتضی محمودی، نماینده مردم تهران در مجلس:

شانگهای قدرت چندجانبه‌گرایی را به نمایش گذاشت

سید مرتضی محمودی، نماینده مردم تهران در مجلس شورای اسلامی در گفت‌وگو با خبرنگار «رسالت» بیان کرد: اجلاس اخیر شانگهای همانطور که مشاهده گشت، یک تابلوی درخشان از الگوی جدید همکاری بین‌المللی و نظم جدید جهانی را به تصویر کشید. این در حالی است که به‌تازگی اروپایی‌ها به‌عنوان مدعیان توسعه‌یافتگی و قدرت‌های سیاسی دنیا در مقابل ترامپ دیکتاتور زانوزدند و دست بسته، بله قربان گوی آمریکا شدند و این رفتار ناقض تمام شعارهای پوچ غرب بود. وی افزود: اروپایی‌ها تصویری حقارت آمیز را از خود به نمایش گذاشتند و در مقابل اما اجلاس اخیر شانگهای تصویری از شکل‌گیری قدرت‌های جدید بین‌المللی و نظم جدید جهانی را ارائه داد و مبرهن ساخت که قدرت چندجانبه‌گرایی علیه یک‌جانبه‌گرایی از شرق آسیا و کشورهای متحد با اجلاس شانگهای درحال شکل‌گیری است. محمودی تصریح کرد: جمهوری اسلامی ایران به‌عنوان کشوری تعیین کننده و مؤثر در اجلاس شانگهای به دنبال نقش‌آفرینی در این نظم نوین جهانی است و به اثبات رسانده که می‌تواند با همگرایی و هم‌افزایی کامل و استفاده از ظرفیت‌های سایر اعضا گام‌های مفیدی در موفقیت این الگوی جدید بردارد. درحقیقت اجلاس شانگهای به درستی اثبات کرد که دنیای جدید، دنیای چندجانبه‌گرایی است و روزهای پیش‌رو توأمان با اتفاقات جدیدی خواهد بود که در آن دیگر قدرت‌های گذشته جهانی و ابرقدرت‌های پوشالی همچون آمریکا و اروپایی‌ها جای نخواهند داشت. بی‌شک این پیام اکنون از سوی آمریکایی‌ها و اروپایی‌ها دریافت شده است و به‌زودی آن‌ها را به واکنش‌های جدیدی ناچار خواهد ساخت. وی متذکر شد: همواره می‌بایست توجه بداریم که در شکل‌گیری نظم جدید دچار عقب‌افتادگی و در حوزه دیپلماسی بین‌المللی دچار خطا نشویم. متأسفانه در ماه‌های اخیر زمزمه‌هایی از سوی برخی فعالان و سیاست‌گذاران در دولت شنیده‌ایم که چندان رویکرد تقویت روابط با کشورهای شرقی را به دنبال ندارد، گویی افراد یا جریان‌هایی در پی به حاشیه کشاندن این روابط هستند. براین اساس دولت محترم نیز می‌بایست توجه جدی داشته باشد و مانع از بهانه‌تراشی برای افرادی شود که بانگاه لیبرالی به دنبال جلوگیری از تقویت روابط با کشورهای شرق می‌باشند. او در پایان این گفت‌وگو یادآور شد: اجلاس شانگهای فرصت بسیار خوبی برای جمهوری اسلامی ایران آن هم در شرایط حساس کنونی بود. این اجلاس افزون براینکه قدرت چندجانبه‌گرایی را به دنیا نشان داد، فرصت ارزشمندی را برای توسعه روابط و تعاملات ما با کشورهای همسو رقم زد. همچنین موقعیتی مناسب برای انجام مذاکرات جدی پیرامون مکانیسم ماشه و رفتارهای خصمانه غربی‌ها با کشورمان فراهم ساخت. یکی از نتایج حضور مؤثر ایران در شانگهای صدور و ارسال نامه مشترک بین ایران، چین و روسیه به سازمان ملل درخصوص موضوع مکانیسم ماشه بود. همچنین یکی دیگر از فرصت‌های مهم این اجلاس گسترش روابط اقتصادی و استفاده از ظرفیت سایر کشورها برای حل مشکلات اقتصادی در شرایط تحریم به‌ویژه با رویکردهای ضدآمریکایی شانگهای و حضور پررنگ هند در کنار سایر قدرت‌های آسیایی می‌باشد. بی‌شک حضور پررنگ در شانگهای موجب رشد قدرت برای جمهوری اسلامی ایران و شکل‌گیری میدان‌های جدیدی برای مقابله با زیاده‌خواهی‌های آمریکایی‌ها و اروپایی‌ها شده است.

سهم کالاهای ایرانی در بازار جهانی چگونه افزایش می‌یابد؟

فرصت‌های نوین صادراتی

گروه اقتصادی

درجهان امروز دیگر تنها داشتن کالای باکیفیت برای حضور در بازارهای بین‌المللی کافی نیست؛ بلکه معرفی درست، بسته‌بندی استاندارد و برندسازی حرفه‌ای همان حلقه مفقوده‌ای است که می‌تواند محصولات داخلی را در میان رقبا برجسته سازد. درحقیقت می‌توان گفت که اقتصاد جهانی روزبه‌روز در حال دگرگونی است و کشورها با استفاده از ظرفیت‌های صادرات غیرنفتی، تلاش می‌کنند جایگاه خود را در بازارهای منطقه‌ای و جهانی تقویت کنند. جمهوری اسلامی ایران نیز با توجه به موقعیت ممتاز جغرافیایی، جمعیت جوان و توانمندی‌های صنعتی، ظرفیت‌های عظیمی برای حضور در این میدان دارد اما برای بالفعل سازی این ظرفیت‌ها، ضرورت دارد که نگاه به صادرات تغییر کند و مفهوم برندسازی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین ابزارهای افزایش سهم کالاهای داخلی در بازارهای جهان جدی گرفته شود. بازارهای منطقه‌ای اطراف کشورمان از آسیای مرکزی و قفقاز گرفته تا خلیج فارس و جنوب شرق آسیا امروز فرصت‌های کم‌نظیری برای توسعه صادرات غیرنفتی فراهم آورده‌اند. کشورهایی که از یک سو با نیازهای گسترده مصرفی مواجه‌اند و از سوی دیگر به دلیل پیوندهای فرهنگی، دینی و تاریخی، استقبال مناسبی از کالاهای ایرانی دارند. در چنین بستری، چنانچه تولیدکننده داخلی بتواند با خلق برندهای معتبر، اعتمادسازی کند، بی‌شک زمینه برای توسعه تجارت خارجی، افزایش ارزآوری و رشد پایدار اقتصادی کشور مهیا خواهد شد. برند در حقیقت هویت و شخصیت یک محصول است. بسیاری از کشورها توانسته‌اند با برندسازی موفق، چه بسا کالاهایی با کیفیت متوسط را در بازارهای جهانی با ارزش بالا به فروش برسانند. نمونه روشن آن برخی کشورها در شرق آسیا هستند که با ایجاد نام‌های تجاری معتبر، سهم قابل توجهی از بازار جهان را در اختیار گرفته‌اند. شایان ذکر است تا بگوییم که برای کالاهای ایرانی، کیفیت و تنوع در بسیاری از حوزه‌ها وجود دارد؛ از صنایع غذایی و کشاورزی گرفته تا مصالح ساختمانی، صنایع دستی و خدمات فنی و مهندسی اما آنچه باعث می‌شود کالاهای تولید داخل به سختی در ذهن مصرف‌کننده خارجی جای گیرند، ضعف در معرفی و نبود استراتژی واحد برندسازی است. درهمین راستا باید بگوییم که برندسازی صحیح، نه تنها اعتبار محصول را افزایش می‌دهد بلکه سبب ایجاد اعتماد بلندمدت میان تولیدکننده و مصرف‌کننده می‌شود و این همان حلقه‌ای است که صادرات غیرنفتی کشور را از نوسانات خارج و به مسیری هرچه پایدارتر هدایت می‌کند.

صادرات غیرنفتی و آینده پایدار اقتصاد

اتکای صرف به درآمدهای نفتی در دهه‌های گذشته، اقتصاد را در معرض تکانه‌ها قرار داده و امروز اجماع کارشناسان بر این نکته استوار است که توسعه صادرات غیرنفتی تنها راه ایجاد ثبات و رونق اقتصادی است. خوشبختانه باید بگوییم که ظرفیت‌های بالقوه در این زمینه نیز بسیار گسترده است. به‌عنوان مثال محصولات کشاورزی و غذایی همچون پسته، زعفران، خرما و خشکبار آوازه جهانی دارند و صنایع دستی و فرش ایرانی به‌عنوان برند ملی شناخته می‌شوند. همچنین صنایع معدنی و فلزی نیز به دلیل ذخایر عظیم می‌توانند نقش مهمی در صادرات ایفا کنند. از سوی دیگر خدمات فنی و مهندسی در کشورهای منطقه با استقبال چشمگیر مواجه است. بنابراین اگر این محصولات و خدمات در قالب برندهای معتبر به بازارهای منطقه‌ای عرضه شوند، نه تنها ارزآوری قابل توجهی نصیب کشور خواهد شد بلکه زمینه اشتغال پایدار و تقویت واحدهای تولیدی داخلی نیز فراهم می‌شود.

بازارهای منطقه‌ای، فرصتی طلایی برای عرضه محصولات داخلی

خوشبختانه کشورمان در نقطه جغرافیایی منحصربه‌فردی قرار دارد که با ۱۵ کشور همسایه است و جمعیتی بالغ بر ۶۰۰ میلیون نفر در پیرامون آن زندگی می‌کنند که بازاری عظیم منطقه‌ای فرصتی استثنایی برای توسعه صادرات غیرنفتی به شمار می‌رود. علاوه بر این، پیوندهای فرهنگی و تاریخی کشورمان با بسیاری از این کشورها زمینه‌ای مساعد برای پذیرش کالاهای داخلی فراهم آورده است. به‌عنوان نمونه، بازار عراق سالانه میلیاردها دلار واردات کالا دارد و کالاهای ایرانی همواره در این کشور جایگاه ویژه‌ای داشته‌اند. یا در افغانستان و آسیای مرکزی، مصرف‌کنندگان تمایل بسیاری به کالاهای ایرانی دارند. گفتنی است که در حوزه خلیج فارس و شبه‌قاره هند، محصولات ایرانی می‌توانند با برندسازی مناسب سهم قابل توجهی را به خود اختصاص دهند اما راهکار توسعه هرچه تمام‌تر چیست؟ آگاهان این حوزه معتقدند که برای برندسازی هرچه مطلوب‌تر باید تمرکز بر کیفیت و استانداردسازی، بسته‌بندی حرفه‌ای، تسهیل قوانین، تبلیغات دقیق و رونق هرچه بیش‌تری دیپلماسی اقتصادی داشت که در ادامه گزارش این موارد را بررسی خواهیم کرد.

راهکارهای توسعه برندسازی و صادرات

ایجاد نهادهای تخصصی برندسازی: لازم است وزارت صمت و سازمان توسعه تجارت به‌صورت جدی‌تر از گذشته، برای حمایت از برندهای داخلی برنامه‌ریزی کنند. آموزش، مشاوره و حمایت مالی از تولیدکنندگان در مسیر برندسازی می‌تواند گام نخست باشد.

تمرکز بر کیفیت و استانداردسازی: هر برند معتبر بر پایه کیفیت استوار است. تولیدکنندگان باید محصولات خود را مطابق با استانداردهای جهانی تولید کنند تا در بازارهای بین‌المللی مقبولیت داشته باشد.

بسته‌بندی حرفه‌ای: بسیاری از کالاهای داخلی به دلیل ضعف در بسته‌بندی، جذابیت خود در بازارهای خارجی از دست می‌دهند. سرمایه‌گذاری در این بخش یک ضرورت انکارناپذیر است.

تبلیغات و بازاریابی بین‌المللی: حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی، تبلیغات هدفمند و استفاده از ظرفیت رسانه‌هامی‌تواند محصولات داخلی‌مان را در سطح جهانی معرفی کند.

تقویت دیپلماسی اقتصادی: سفارتخانه‌ها و ایرانیان بازرگانی باید فعالانه‌تر در معرفی برندهای ایرانی نقش‌آفرینی کنند و پل ارتباطی میان تولیدکنندگان داخلی و بازارهای خارجی باشند.

تسهیل قوانین صادراتی: بوروکراسی پیچیده و هزینه‌های بالای صادرات از موانع اصلی حضور برندهای داخلی در بازار جهانی است. بنابراین دولت باید با سیاست‌های تشویقی، مسیر را هموار کند.

نقش دولت در حمایت از برندهای داخلی

بدیهی است که دولت در این میان وظیفه‌ای چشمگیر بر دوش دارد همان‌طور که بسیاری از کشورهای موفق آسیایی تجربه کرده‌اند، حمایت مستقیم دولت از برندهای ملی می‌تواند راهگشا باشد. از اعطای تسهیلات ارزان قیمت به تولیدکنندگان گرفته تا ایجاد مشوق‌های مالیاتی برای صادرکنندگان برندار، همه‌می‌تواند زمینه‌ساز رشد باشد همچنین ایجاد صندوق حمایت از برندهای ملی اقدامی است که می‌تواند در مسیر تثبیت نام‌های تجاری محصولات داخلی در جهان بسیار اثرگذار واقع شود. درحقیقت باید گفت که اگر قرار باشد کالاهای ایرانی در بازار جهانی سهمی پایدار و روبه رشد داشته باشند، نیازمند حمایت همه‌جانبه دولت و همگرایی بخش خصوصی است. بدیهی است که برندسازی نتایج اقتصادی چشمگیری را به همراه خواهد داشت و سبب رونق تولید داخلی نیز خواهد شد. این مهم درست همان ابزاری است که می‌تواند اقتصاد مقاومتی را در عرصه صادرات عملی سازد چراکه با ایجاد برندهای قدرتمند، هم تولید داخلی را رونق می‌بخشد و هم ارزآوری پایدار را رقم می‌زند.

سخن پایانی

کارشناسان اقتصادی بر این باورند که رونق اقتصاد نه در صادرات نفت، بلکه در توسعه صادرات غیرنفتی و برندسازی هوشمندانه رقم خواهد خورد. بازارهای منطقه‌ای با جمعیت عظیم و نیازهای گسترده، فرصت کم‌نظیری در این مسیر به شمار می‌رود که باید به درستی از ظرفیت‌شان بهره برد. به بیان دیگر اگر تولیدکنندگان با حمایت دولت بتوانند برندهای معتبر خلق کنند، کالاهای داخلی نه تنها در منطقه بلکه در سطح جهانی جایگاه شایسته‌ای خواهند یافت از این‌رو، ضرورت دارد سیاست‌گذاران و فعالان اقتصادی کشور با هم‌افزایی و همکاری، مسیر برندسازی را جدی بگیرند. تجربه کشورهای موفق نشان می‌دهد که سرمایه‌گذاری در برندسازی، به مراتب سودآورتر و پایدارتر از هرروش دیگری در تجارت جهانی است و بدیهی است که کشورمان می‌تواند با تکابه فرهنگ غنی، ظرفیت‌های صنعتی و نیروی انسانی توانمند خود، برندهایی جهانی ارزشمندی خلق کند و سهم قابل توجهی از بازارهای جهانی را به دست آورد. این مسیر، همان راهبردی است که به رشد اقتصادی پایدار، کاهش وابستگی به نفت و ارتقای بیش از پیش جایگاه کشور منجر خواهد شد.

اسامی نفرات برتر دو ۴۸ دوره مسابقات قرآن کریم در شهرستانی ساوجبلاغ

رشته نهج البلاغه
نفراول سرکارخانم کبری زارعدار (همت) امتیاز ۱۱۲
نفردوم سرکارخانم سیده ام البنین سماعی پورامتیاز ۶۹
نفرسوم سرکارخانم سیده فاطمه افتخاری امتیاز ۵۷

رشته صحیفه سجادیه
نفراول جناب آقای کاظم قره داغی امتیاز ۱۱۸
نفردوم سرکارخانم سارا کرمی امتیاز ۱۱۴

رشته ترجمه عمومی (واقعه، حدید، صف، جمعه)
نفرات اول
سرکارخانم فاطمه قدیمی فرد امتیاز ۱۴۶
سرکارخانم معصومه فلاح نژاد (حسین) امتیاز ۱۴۶
نفردوم
سرکارخانم مریم فلاح نژاد (حسین) امتیاز ۱۴۲
نفرات سوم
سرکارخانم فاطمه فلاحتکار (سعادتعلی) امتیاز ۱۳
سرکارخانم فاطمه خلفی زاده (اله وردی) امتیاز ۱۳
سرکارخانم زینب خلفی زاده (اله وردی) امتیاز ۱۳
سرکارخانم رقیه فلاحتکار (سعادتعلی) امتیاز ۱۳

رشته معارف قرآن کریم تفسیر شیعه
نفراول
جناب آقای کورش فریدون پور امتیاز ۱۳۰
نفرات دوم
جناب آقای سجاد زیوری عارف امتیاز ۱۰۲
سرکارخانم سیده صدیقه افتخاری امتیاز ۱۰۲
چهل و هشتمین دوره از مسابقات قرآن کریم -اداره اوقاف و امور خیریه ساوجبلاغ اداره اوقاف و امور خیریه شهرستان ساوجبلاغ

تعریض جاده ورودی شهر کوهسار در چهار فاز اجرایی

گزارشگر: علیرضا پیرزاده

نبود مسیر ورودی مناسب، یکی از دغدغه‌های اصلی اهالی شهر کوهسار و ۳۱ روستای بخش چندار است.

به گزارش خبرنگار خبرگزاری صداوسیمای استان البرز: جلال فلاح‌پور، عضو شورای اسلامی شهر کوهسار گفت: طرح تعریض جاده به طول بیش از ۳ کیلومتر در چهار فاز در حال اجراست.

وی افزود: فاز اول و دوم به پایان رسیده و فاز سوم نیز تا دو ماه آینده تکمیل خواهد شد. فاز چهارم قرارداد آسفالت انجام شده وبقیه کارها مانند جدول و زیرسازی و روشنایی در حال انجام قرارداد است.

فلاح پور گفت: این طرح با هدف کاهش ترافیک، افزایش ایمنی و تسهیل دسترسی روستائیان به خدمات شهری اجرا می‌شود و حدود ۱۵ میلیارد تومان اعتبار نیاز دارد که از طریق نماینده مجلس و بودجه شهرداری تأمین خواهد شد. وی افزود: بهره‌برداری کامل از این مسیر، حمل‌ونقل محصولات کشاورزی تسهیل شده و گردشگری روستایی نیز رونق خواهد گرفت.

حراج حضوری موتور سیکلت و خودرو (قم)

مؤسسه ای اقتصادی در نظر دارد تعداد ۵۰۰ دستگاه موتور سیکلت و ۱۲ دستگاه خودرو (شماره گذاری، اوراقی) را از طریق برگزاری حراج حضوری به فروش برساند.
*خودروهای اوراقی و اسقاطی صرفاً به مراکز مجاز اسقاط واگذار می گردد. (ارائه مدارک هویتی مرکز مربوطه و معرفی نامه نماینده الزامی است)
*انجام فرایند اوراق (برش تنه و سوراخ نمودن انجین) مطابق ماده ۷۲۱ قانون م.ا قبل از تحویل کالا الزامی و به عهده خریدار می باشد.
*متقاضیان بایستی ۲۰٪ مبلغ خرید را به صورت نقدی یا چک تضمینی پرداخت نمایند.

دستگاه کارتخوان متصل به بانکهای عضو شتاب در محل حراج موجود است.

زمان و مکان بازدید
دوشنبه: ۱۴۰۴/۰۶/۱۷
ساعت: ۹ الی ۱۶

مکان های بازدید:
الف - قم؛ کیلومتر ۱۰ جاده قدیم کاشان، جنب زندان لنگرود، پارکینگهای: بهران و سعدی.
ب - قم؛ کیلومتر ۵ جاده جعفریه، پارکینگهای: اسلامی و خلیج فارس.
ج - قم؛ کیلومتر ۳۵ جاده اراک، شهر سلفچگان، پارکینگ: مهرعلیزاده.

زمان و مکان حراج (فروش)
سه شنبه مورخ: ۱۴۰۴/۰۶/۱۸ رأس ساعت ۹:۳۰ صبح
مکان فروش: قم، ابتدای بلوار امام موسی صدر (انتهای خاکفرج) بعد از استانداری، سالن همایش فرهنگسرای جوان.

تلفن دفتر فروش قم:
۰۹۱۲۶۵۳۲۷۳۳
۰۹۹۹۹۱۲۵۱۶۰ (ایتا)
آدرس کانال در پیام‌رسان ایتا: eitaa.com/s_e_f_e

آگهی مزایده اجاره

نوبت اول

اداره کل آموزش و پرورش شهر تهران در نظر دارد مکان های ذیل را براساس اسناد مزایده به صورت اجاره ای واگذار نماید.
موضوع مزایده:
۱- اجاره ملک لالی آموزش و پرورش منطقه ۳ شهر تهران با شماره مزایده در ستاد ایران: ۵۰۰۴۰۰۳۰۷۹۰۰۰۰۲۲
۲- اجاره ملک اندیشه آموزش و پرورش منطقه ۷ شهر تهران با شماره مزایده در ستاد ایران: ۵۰۰۴۰۰۳۰۷۹۰۰۰۰۲۳
۳- اجاره ملک لویزان آموزش و پرورش منطقه ۴ شهر تهران با شماره مزایده در ستاد ایران: ۵۰۰۴۰۰۳۰۷۹۰۰۰۰۲۴
متقاضیان از تاریخ انتشار آگهی اول به مدت ۴ روز جهت دریافت اسناد و مدارک مزایده و از اتمام مهلت دریافت اسناد ۱۰ روز جهت ارسال مدارک و پیشنهاد قیمت در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (www.setadiran.ir) مهلت دارند.
برگزاری مزایده صرفا از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت می باشد و کلیه مراحل فرآیند مزایده شامل خرید و دریافت اسناد مزایده در صورت وجود هزینه مربوطه (، پرداخت تضمین شرکت در مزایده) ودیعه، ارسال پیشنهاد قیمت و اطلاع از وضعیت برنده بودن مزایده گران محترم از این طریق امکان پذیر می باشد.
کلیه اطلاعات موارد اجاره شامل مشخصات، شرایط و نحوه اجاره در برد اعلان عمومی سامانه مزایده، قابل مشاهده، بررسی و انتخاب می باشد.
تاریخ انتشار نوبت اول ۱۴۰۴/۶/۱۶
تاریخ انتشار نوبت دوم ۱۴۰۴/۶/۱۷

اداره کل آموزش و پرورش شهر تهران