

اجاره چند صد میلیون تومانی غرفه‌های نوروزی در پاساژهای شلوغ شهر

اجاره غرفه‌های موقتیِ نوروز در مراکز خرید و پاساژهای بر رفت و آمد شهر آغاز شده است، قیمت پیشنهاد مدیران پاساژها در بازارهای شلوغ اصفهان رقم چند صد میلیون تومانی برای مدتی کمتر از ۶۰۰روز دارد، با این حال تقاضا برای اجاره این غرفه‌ها کم نیست.

به گزارش ایراسین، مناطق پرتردد در مراکز خرید و پاساژهای شهر هر سال به صورت غرفه‌های نوروزی اجاره می‌شوند تا کسب و کارهای فصلی برای فروش اقلامی نوروزی مانند سفره هفت‌سین شروع به کار کنند. این غرفه‌های موقت انواع تجهیزات سفره هفت‌سین از شمع، سبزه ماهی گرفته تا سفره‌های خاتم کاری را در تنوع مختلفی عرضه می‌کنند.اجاره این غرفه‌ها هر سال از اوایل اسفند ماه آغاز می‌شود و تا اواسط فروردین ماه ادامه دارد.بررسی‌ها نشان می‌دهد اجاره این غرفه‌ها در تعدادی از مراکز خرید شهر با قیمت پیشنهادی چند صد میلیون تومانی آغاز شده است.

مدیران تصادی از مراکز خرید آگهی اجاره غرفه در فضایی پررفت‌وآمد محل کار خود را در پلت‌فرم‌های آنلاین آگهی کرده‌اند و بخشی از آنها اجاره غرفه‌ها را اپتا به کسبه خود پیشنهاد داده‌اند. عضو هیئت‌مدیره یکی از پاساژهای بر رفت و آمد در محدوده چهارپایغ عباسی دراین‌باره به خبرنگار ایراسین گفت: فضای حدود ۱۰۰ مترمربعی را هر سال به غرفه نوروزی اختصاص می‌دهیم، قیمت پیشنهادی اسسال ما حدود ۳۰۰ میلیون تومان بابت ۴۵ روز است. بررسی‌ها نشان می‌دهد اجاره غرفه نوروزی در پاساژهای پر رفت‌وآمد شهر برای اسفند و فروردین به دویچه‌ای بیش‌تر از ۱۰۰ میلیون تومان نیاز دارد. در پاساژهای کهرفت‌وآمد این قیمت به کمتر از ۱۰۰ میلیون تومان نیز می‌رسد. هیئت مدیره مرکز خرید تمام یا نیبی از مبلغ اجاره را در روز ابتدایی به صورت نقدی دریافت می‌کند.

با وجود اجاره نجومی این غرفه‌ها تقاضا برای آنها بالاست و برخی حاضرند غرفه‌های نوروزی در پاساژهای پررفت و آمد را با بهای بیشتر از قیمت پیشنهادی اجاره کنند. یکی از این افراد که غرفه‌ای ۶۰ مترمربعی در یکی از پاساژهای محدوده چهارپایغ بالا اجاره کردمیدو در این باره گفت: سال گذشته فقط شخر ۲۰۰ میلیون تومان کارت کشیدیم و در ۱۳ روز تعطیلی با آمدن مسافره‌ای نوروزی فروش بیشتر شد ولی نزدیک به نیمی از سود سهم اجاره ملک است.

اقلام نوروزی حاشیه سود بالایی دارند و این غرفه‌ها در شب‌های پایانی سال گاهی با بیش از ۱۰ فروشنده نیز توان پاسخگویی به تمام مشتریان خود را ندارند. با این حال اجاره پیشنهادی برای غرفه‌های نوروزی نسبت به سال گذشته به شدت افزایش یافته است. عضو هیئت مدیره یک پاساژ در خیابان نظر درباره اجاره غرفه‌های موقت نوروزی گفت: کاسب‌وب وقتی یک مغازه را برای سال اجاره می‌کند چند ماه کم فروش در سال دارد ولی غرفه‌دار بهترین زمان سال، بهترین مکان پاساژ را اجاره می‌کند. بررسی‌ها نشان می‌دهد اجاره مغازه‌های خوش‌جا در این پاساژها نیز ماهیانه بیش‌تر از ۱۰۰ میلیون تومان است. اگرچه در پاساژهای محله‌های مختلف امکان اجاره یک غرفه نوروزی با بهایی کمتر از ۱۰ میلیون تومان نیز وجود دارد ولی غرفه‌های نوروزی در بر رفت و آمدترین پاساژهای شهر با بهای چند صد میلیون تومانی اجاره می‌شوند.

بازار نیازمند افزایش عرضه برنج خارجی و ایرانی است

رئیس اتحادیه بنکداران مواد غذایی با بیان اینکه برنج در کشور وجود دارد اما برخی آن را قهقره چکانی به بازار عرضه می کنند گفت: باتوجه به تبدیل ارز نیماپی به توافقی لازم است دستگاه های مربوطه وارد عمل شوند و با افزایش عرضه، بازار این محصول را تنظیم کنند.

رضا کنگری در گفتگو با اپرا درباره وضعیت توزیع و قیمت برنج ایرانی و خارجی در بازار افزود با توجه به تغییر ارز نیماپی به توافقی، توزیع برنج در بازار توسط برخی واردکنندگان یا شرکت ها به صورت خطرچکانی انجام می شود که همین مساله منجر به افزایش قیمت برنج در بازار شده است، زیرا برخی واردکنندگان و توزیع کنندگان به دلیل تامین و توزیع این کالا با نرخ های جدید هستند.

رئیس اتحادیه بنکداران مواد غذایی اظهار کرد: سال گذشته در موضوع برنج واردکنندگان را ملزم کردند که به ازای واردات ۲ کیلوگرم برنج، یک کیلوگرم برنج ایرانی را به اجبار خریداری کنند و به فروش برسانند که سود خوبی هم پیششان شده، بنابراین اسسال واردکنندگان مطرح خوششان زمان کاشت برنج قرارداد بستند و برنج ایرانی را به قیمت ۵۵ تا ۶۰ هزار تومان خریداری کردند که با قیمت های بین ۹۰ تا ۱۰۰ هزار تومان به فروش برسانند که این اقدام منجر به انحصار این کالا برای برخی شده است.

او تصریح کرد: تداوم کاهش عرضه برنج در بازار می تواند منجر به افزایش نجومی قیمت برنج ایرانی شود، همانگونه که اکنون برنجی که به قیمت ۱۰۰ هزار تومان در دست افزایش قیمت را نشان می دهد. کنگری با بیان اینکه به دلیل حذف ارز نیماپی شاهد افزایش قیمت برنج خارجی در بازار هستیم، گفت: ۲ ماه قبل هر کیلوگرم برنج خارجی با نرخ ۳۷ هزار تومان توسط اتحادیه بنکداران در اختیار خرده فروشی ها قرار می گرفت تا این کالا با قیمت ۵۰ هزار تومان به دست مصرف کنندگان برسد اما اکنون نرخ این محصول در عمده فروشی ها بین ۵۰ تا ۷۵ هزار تومان است.
یمن گفته او، قیمت کالاها در عمده فروشی ها بین ۱۲ تا ۱۳ درصد کمتر از نرخ خرده فروشی ها است.

یکشنبه ۱۴ بهمن ۱۴۰۳ | **سال بیست و یکم** | **شماره ۵۱۰۳**

انحصار یا تنوع؛ سر نوشت کسبه در سایه نفوذ هاپیرها

گسترش سریع هاپیرها و فروشگاه‌های زنجیرهای بزرگ در سال‌های اخیر، تأثیرات مثبت و منفی بر بازار لوازم خانگی داشته است، این هاپیرها علاوه‌بر آنکه موجب افزایش دسترسی به محصولات متنوع و امکان خرید اقساطی شده‌اند، سبب بروز چالش‌هایی همچون انحصار در بازار، کاهش اشتغال‌زایی و کاهش قدرت خرید مردم شده‌اند.

به گزارش ایمنابازار لوازم خانگی در سال‌های اخیر به‌شدت تحت تأثیر تغییرات اقتصادی و اجتماعی قرار گرفته است، یکی از عوامل مهم در این تغییرات، ظهور و گسترش هاپیرها و فروشگاه‌های زنجیرهای بزرگ است که پس از دوران شیوع کرونا به‌طور قارچ‌گونه افزایش پیدا کردند، این فروشگاه‌ها توانسته‌اند بخش گسترده‌ای از بازار لوازم خانگی را در اختیار بگیرند و تأثیرات قابل توجهی بر روند فروش و توزیع کالاها در این حوزه بگذارند، این تغییرات می‌توانند تأثیرات مثبت و منفی بسیاری داشته باشند که باید مورد بررسی قرار گیرند.

۱- تأثیرات مثبت سراها و فروشگاه‌های بزرگ:

۱- افزایش دسترسی به محصولات متنوع، یکی از تأثیرات مثبت حضور هاپیرها در بازار لوازم خانگی، افزایش دسترسی مصرف‌کنندگان به محصولات متنوع و گسترده است، این فروشگاه‌ها طیف وسیعی از برندها و مدل‌های مختلف لوازم خانگی ایرانی را در اختیار مشتریان قرار می‌دهند که این امر به افزایش رضایت مشتریان کمک می‌کند.

۲- امکان خرید اقساطی، فروشگاه‌های بزرگ و هاپیرها بیشتر امکان خرید اقساطی با تعداد قسط‌های بالا را فراهم می‌کنند که به مصرف‌کنندگان اجازه می‌دهد تا با توجه به توان مالی خود، به‌راحتی لوازم خانگی مورد نیاز خود را تهیه کنند. ۳- تخفیفات و پیشنهادهای ویژه، یکی دیگر از مزایای هاپیرها، ارائه تخفیفات و پیشنهادهای ویژه به مشتریان است. این تخفیفات می‌توانند به جذب مشتریان جدید و افزایش فروش کمک کنند.

از تأثیرات منفی سراها و فروشگاه‌های بزرگ بر بازار و خریداران می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

۱- انحصار در بازار، یکی از تأثیرات منفی حضور هاپیرها، ایجاد انحصار در بازار لوازم خانگی است، با حذف شبکه توزیع سنتی و کوچک‌تر شدن فروشگاه‌های خرده مصرف‌کنندگان مجبور به خرید از هاپیرها می‌شوند و گزینه‌های انتخابی آن‌ها محدود می‌شود.

۲- کاهش اشتغال‌زایی، هاپیرها به دلیل فضای فیزیکی محدود نمی‌توانند فرصت‌های شغلی بسیاری ایجاد کنند و در مقابل فرصت‌های شغلی در شبکه توزیع سنتی کاهش می‌یابد. ۳- کاهش قدرت خرید مردم، با توجه به تبلیغات نامتعارف و قیمت‌های غیرشفاف، بسیاری از مصرف‌کنندگان مجبور به خرید اقساطی با بهره‌های بالا می‌شوند که این امر به کاهش قدرت خرید آن‌ها منجر می‌شود.

۴- تأثیرات منفی بر برندهای ایرانی، برندهای ایرانی به دلیل تسهیلات ارائه شده به هاپیرها، مجبور به همکاری با این فروشگاه‌ها هستند و در مقابل، برندهای خارجی که بیشتر به‌صورت قاجاق وارد می‌شوند، به وسیله خرده‌فروش‌ها به فروش می‌رسند؛ این وضعیت به نفع برندهای خارجی و به ضرر برندهای ایرانی خواهد بود.

۲- عوامل مؤثر بر بازار کاذب و کاهش قدرت خرید مردم

اکبر پازوکی، رئیس اتحادیه لوازم خانگی کشور به ایمنابازار گفت: فروشگاه‌های لوازم خانگی با تبلیغات نامتعارف و درج نشدن قیمت مصرف‌کننده روی اجناس به ایجاد بازار کاذب دامن زده‌اند، این رویکرد خود موجب شده است که کالاها بیشتر از طریق تبلیغات به فروش برسند و قیمت‌ها به شکلی غیرشفاف تعیین شوند، از سوی دیگر کاهش قدرت خرید مردم و افزایش قیمت‌ها بسیاری را مجبور به خرید اقساطی کرده است، در این میان نقش بانک‌ها به وضوح مشهود است، به جای اینکه سرمایه به سمت تولید هدایت شود، به سمت توزیع و فروش سوق داده شده است، اعتباری که پیش از این در اختیار کسبه بود اکنون به فروشگاه‌ها منتقل شده و این تغییر تأثیرات منفی بر اقتصاد و تولید گذاشته است.

او درباره تبلیغات نامتعارف و تأثیرگذاری آن‌ها بر بازار می‌افزاید: فروشگاه‌های لوازم خانگی کوچک با توجه به اینکه تبلیغات محیطی ندارند و تنها تبلیغ آن‌ها پیشینه و اعتبارشان است، نمی‌توانند در برابر آگهی‌های فروشگاه‌ها و سراهای بزرگ مقابله کنند علاوه‌بر تبلیغات، اعتبار پولی است که به این فروشگاه‌ها داده می‌شود، رهبر معظم انقلاب چند روز گذشته صحبتی درباره تسهیل امور تولید، افزایش تولید یا مشارکت مردم و دوری از تجمل‌گرایی کردند، اما روند کنونی این فروشگاه‌ها موجب شده است که کسبه بسیاری روبه تعطیلی بروند.

۱- نبود نظارت بر سراها و فروشگاه‌های بزرگ

رئیس اتحادیه لوازم خانگی کشور ادامه می‌دهند: فروشگاه‌های لوازم خانگی کوچک توانایی مقابله با تبلیغات سراها و فروشگاه‌های زنجیرهای بزرگ را ندارند و این خود موجب می‌شود که عامه مردم فکر کنند کسبه‌ای وجود ندارد، در حالی که طبق سخنان امام خمینی انقلاب به‌وسیله اسفاف و بازاریان به پیروزی رسید و جنگ نیز توسط این اصناف اداره شد، در حال حاضر در جنگ اقتصادی حاکم اسفاف و بازاریان پیش‌قدم‌هستند.

پازوکی مطرح می‌کند: یکی دیگر از مشکلات اساسی نبود نظارت بر سراها و فروشگاه‌های بزرگ است، همچنین تاکنون شاهد آن نبودیم که در صدا و سیما به بازرسی‌های اصناف، وزارت صمت و تعزیرات بر آن اشاره‌ای شده باشد، فروشگاه‌ها قیمت مصرف‌کننده ندارند، اما به تمام بازاریان و زیرمجموعه‌های لوازم خانگی الزام استفاده و درج قیمت مصرف‌کننده ابلاغ شده است، همچنین در پوشش دو درجه کمتر، زمانیکه این سراها تا ساعت ۲۰:۰۰ بامداد باز هستند، آیا از سیستم گرمایش و سرمایش استفاده نمی‌کنند؟ بار ترافیکی ندارند؟ تمام این مسائل موجب ایجاد دوگانگی می‌شود که خود موجب ناراضیانی کسبه شده است.

۱- مطالبات اصناف از بانک‌ها

او عنوان می‌کند: ماهیت فروشگاه‌های زنجیرهای همان‌طور که از نام آن‌ها مشخص است به‌ویژه در بازه زمانی هم‌گیری کرونا به شکل قارچ‌گونه افزایش پیدا کرده‌اند و برای خود نیز اتحادیه تشکیل داده‌اند.

رئیس اتحادیه لوازم خانگی کشور درباره مطالبات این صف می‌گوید: طبق سخنان رهبر انقلاب بانک‌ها حق دخالت، دلالی و بنگاهداری ندارند و پول و سرمایه بانک‌ها باید به تولید تزریق و در این حوزه جریان پیدا کند، چرا که مصرف‌کننده و تولیدکننده در هر صنفی نیاز به حمایت دارد و باید با خیال راحت بتواند نیازهای خود را در هر زمینه‌ای رفع کند، همچنین بانک‌ها باید پوشان را در تولید سرمایه‌گذاری کنند، اگر بانک‌ها برای خرید مایحتاج (تجه‌نگل‌گرایی) به مصرف‌کننده وام بدهند، چرخه اقتصاد به حرکت درمی‌آید و تولید داخلی رونق پیدا می‌کند، اما به‌دلیل سوده‌های بالا (۴۰ تا ۳۰ درصد) پول به سمت فروش به‌دلیل خانگی به‌فقری افزایشده شده بود که این تورم به‌هیچ‌وجه یکنگهداری می‌کنند.

۱- تغییر سبک خرید و فروش در صنعت

احسان فدایی، کارشناس حوزه صمت درباره هاپیرهای لوازم خانگی به ایمنابازار می‌گوید: چند نکته مهم وجود دارد که باید مورد توجه قرار گیرد، نکته اول اینکه ما نته‌دار در این صنعت بلکه در تمام حوزه‌ها باید بپذیریم که سبک و شکل خرید و فروش و به‌اصطلاح ی مارکتینگ تغییر پیدا کرده است و جامعه باید خود را با تغییراتی که در حال رخ دادن است، هماهنگ کند، چرا که راهی جز پذیرفتن و هماهنگ شن با آن وجود ندارد و این مقاومت به‌طور قطع منجر به شکست خواهد شد و تنها موجب افزایش هزینه‌ها می‌شود.

او می‌افزاید در حوزه فروش مواد غذایی (اقلام سی‌جی‌ها) شاهد آن بوده‌ایم که فروشگاه‌های کوچک به فروشگاه‌های زنجیرهای و سپس به هاپیرهای بزرگ تبدیل شدند، این تغییرات پذیرفته شده است، چرا که خریدهای روزمره و لحظه‌ای دیگر نیازی به رفتن به هاپیرهای بزرگ برای خریدهای کوچک ندارد و در عین حال هاپیرها برای خریدهای انبوه مناسب‌تر هستند و تخفیف‌های بیشتری ارائه می‌دهند، با این حال شبکه توزیع خرده برای نیازهای روزمره مردم حذف نشده است.

۱- قابل مقایسه نبودن هاپیرهای لوازم خانگی با

تلفن ارتباط خوانندگان: ۰۲۹۳۷۵۰۳۶



مکانی

در شرایط رکود و تورم موجب شده است که مردم چاره‌ای جز خرید از این فروشگاه‌ها نداشته باشند، این هاپیرها امکان خرید اقساطی با تعداد قسط‌های بالا را فراهم می‌کنند، حتی اگر قیمت‌ها بالاتر باشد، این مسئله منجر به کوچک‌تر شدن شبکه توزیع سنتی و حذف آن‌ها با گذشت زمان خواهد شد و مردم ترجیح می‌دهند خریدهای خود را از هاپیرها انجام دهند.

کارشناس صنعت اظهار می‌کند: نکته قابل توجه دیگر، شبکه توزیع گسترده هاپیرها است، چرا که فروشگاه‌های خرده به‌دلیل رقابت با یکدیگر ممکن بود گزینه‌های همچون کاهش درصد سود و دادن امتیاز علاوه‌بر آنکه منجر به یبوابی، جنب و جوش در بازار می‌شد، رکود و ثبات بازار را هم از بین می‌برد، از سوی دیگر این رقابت موجب می‌شد که مشتری امکان انتخاب داشته باشد، حال با حذف خرده‌فروش‌ها، خریداران تنها می‌توانند از هاپیرها خرید خود را داشته باشند و این امر خود منجر به انحصار در فروش می‌شود، انحصار در خرید، انحصار دیگری است که با وجود آن ایجاد می‌شود، انحصار در خرید به این معناست که تولیدکننده مجبور است تنها محصولات خود را به چند هاپیر بزرگ بفروشد و دیگر نمی‌تواند با خرده‌فروش‌های متعدد کار کند.

فدایی متذکر می‌شود: این شرایط بسیار خطرناک است، چرا که هاپیرها تعیین‌کننده نوع محصولات، قیمت‌گذاری و کیفیت خواهند شد، در نتیجه شبکه توزیع کشوری از بین می‌ود و تولیدکنندگان چاره‌ای جز کار با این هاپیرها ندارند؛ برندهای ایرانی نیز با توجه به تسهیلات ارائه‌شده، مجبور هستند که با هاپیرها کار کنند و برندهای خارجی که بیشتر به شکل قاچاق وارد بازار می‌شوند، به‌وسیله خرده‌فروش‌ها به فروش می‌رسند،

که این وضعیت به نفع برندهای خارجی فیک و رم‌کاری است که با قیمت‌های بسیار پایین در بازار ایران رقابت کنند، این موضوع معکوس است در توانمندت خوب به فروش برسد، اما در میان‌مدت و بلندمدت به‌طور قطع به ضرر برندهای ایرانی خواهد بود، چرا که شبکه توزیع ایرانی توانایی رقابت با این نابرابری را نخواهد داشت، بنابراین کلونی خطرناکی در مقابل هاپیرهای لوازم خانگی شکل گرفته است و ممکن است در بلندمدت به زیان برندهای ایرانی و مصرف‌کنندگان باشد. بازار لوازم خانگی در سال‌های اخیر تحولات گسترده‌ای را تجربه کرده است که بخشی از آن به دلیل گسترش سریع هاپیرها و فروشگاه‌های زنجیرهای بزرگ بوده است، این تحولات تأثیرات مثبت و منفی متعددی بر بازار و مصرف‌کنندگان داشته است، از جنبه‌های مثبت می‌توان به افزایش دسترسی به محصولات متنوع، امکان خرید اقساطی و ارائه تخفیفات ویژه به‌وسیله هاپیرها اشاره کرد. این عوامل به بهبود تجربه خرید مصرف‌کنندگان و افزایش رضایت آن‌ها کمک کرده‌اند، اما در مقابل انحصار ایجاد شده به‌وسیله هاپیرها، کاهش اشتغال‌زایی در شبکه توزیع سنتی، کاهش قدرت خرید مردم، به دلیل تبلیغات نامتعارف و قیمت‌های غیرشفاف و تأثیرات منفی بر برندهای ایرانی به‌دلیل رقابت نابرابر با برندهای خارجی، از جنبه‌های منفی این تحولات هستند. این تغییرات نشان می‌دهد که برای حفظ تعادل و یبوابی در بازار لوازم خانگی، نیاز به نظارت دقیق‌تر و سیاست‌های حمایتی از شبکه توزیع سنتی وجود دارد، همچنین باید تدابیری اتخاذ شود تا از ایجاد انحصار و تأثیرات منفی بر شبکه توزیع و فروش حذف جلوگیری شود. با توجه به شرایط اقتصادی و تغییرات سریع در الگوهای خرید و فروش، هماهنگی با این تحولات و به‌کارگیری سیاست‌های مناسب می‌تواند به بهبود وضعیت بازار و افزایش رضایت مصرف‌کنندگان کمک کند.

www.esfahanemrooz.ir
info@esfahanemrooz.ir

زنگ هشدار در بازار کار ۶ استان

بررسی‌ها نشان می‌دهد با وجود اینکه نرخ مشارکت اقتصادی در ۶ استان ایران پایین است اما همچنان در این استان‌ها نرخ بیکاری هم بالا است. از بین این ۶ استان وضعیت سیستان و بلوچستان نسبتا از همه بدتر است. به گزارش اکوپران، در پاییز اسسال، ۴۵ درصد استان‌های کشور نرخ بیکاری پایینی داشته‌اند. این‌ها درحالی است که در همین استان‌ها نرخ مشارکت پایین برآورده شده، بنابراین نمی‌توان نتیجه گرفت در این استان‌ها وضعیت بازار کار به چه صورت بوده است. در مقابل هم در تعداد اندکی از استان‌های کشور نرخ بیکاری به صورت نسبی بالا بوده ولی نرخ مشارکت هم بالا ثبت شده است. در مورد این استان‌ها هم نمی‌توان نتیجه گرفت وضعیت بازار کار مثبت یا منفی بوده است، اما باید گفت در استان‌هایی که نرخ بیکاری بالا و مشارکت پایین بوده یا بیکاری پایین و مشارکت بالا بوده به قطع می‌توان گفت در دسته اول بازار کار وضعیتی نامساعد و در دسته دوم وضعیتی مساعد داشته است. جدیدترین گزارش مرکز آمار از نرخ بیکاری و مشارکت استان‌ها در پاییز اسسال حاکی از آن است که در چهار استان کشور نرخ بیکاری و نرخ مشارکت بالا برآورد شده است. استان‌های کرمانشاه اردبیل، کردستان و خراسان شمالی از جمله این استان‌ها هستند به طور مثال در استان اردبیل نرخ مشارکت اقتصادی در پاییز برابر با ۴۵٫۲ درصد و نرخ بیکاری ۱۰٫۱ درصد محاسبه شده است. در این چهار استان نمی‌توان گفت که وضعیت بازار کار به چه صورت بوده است. در مقابل در اغلب استان‌های کشور که تعدادشان ۱۴ عدد است به طور نسبی نرخ بیکاری پایین بوده، اما نرخ مشارکت نیز پایین محسوب می‌شود. شاخص‌ترین استان‌ها در این مختصات، تهران، اصفهان، آذربایجان شرقی و فارس بوده است. در تهران نرخ بیکاری ۴٫۵ درصد بوده درحالی که نرخ مشارکت ۴۰٫۵ درصد اعلام شده است. در این گروه از استان‌ها هم الزاماً نمی‌توان نتیجه گرفت وضعیت بازار کار مساعد یا نامساعد بوده است. با این حال وجود در پایین زار جاری در ۷ استان کشور بازار کار وضعیتی مطلوب داشته است. در این استان‌ها جمعیت متقاضی برای کار بالا بوده اما بازار به خوبی توانسته اغلب این افراد را صاحب شغل کند. شاخص‌ترین استان در این میان خراسان رضوی بوده که نرخ بیکاری معادل ۶٫۶ درصد و نرخ مشارکتی برابر با ۶۶٫۲ درصد را تجربه کرده است. در استان فارس ه کشور با بازار کاری نامساعد روبرو بودند. در این استان‌ها با وجود اینکه نرخ مشارکت اقتصادی پایین بوده اما بازار کار همین مشارکت پایین را نیز نتوانسته به خوبی پاسخ دهد. سیستان و بلوچستان و خوزستان از جمله این استان‌ها هستند. در سیستان و بلوچستان نرخ بیکاری ۱۲٫۵ درصد و مشارکت شده ۳۴٫۲ درصد برآورد شده است. در خوزستان نرخ بیکاری ۱۱٫۸ درصد و نرخ مشارکت برابر با ۴۰٫۲ درصد بوده است.

مدول سوم تصفیه‌خانه فاضلاب سده لنجان و ورنامخواست در آستانه بهره‌برداری

مدیر امورآب و فاضلاب لنجان گفت: مدول سوم تصفیه‌خانه فاضلاب سده لنجان و ورنامخواست در آستانه بهره‌برداری است. به گزارش اصفهان امروز، مرتضی یادگاری با اعلام این خبر، اظهار کرد: هم‌اکنون ظرفیت تصفیه‌خانه فاضلاب سده لنجان و ورنامخواست، تصفیه ۹ هزار متر مکعب فاضلاب در شبانه‌رو است که با بهره‌برداری از مدول سوم، ظرفیت آن به ۱۳ هزار متر مکعب در شبانه‌روز افزایش می‌یابد. او با اشاره به ارتقای فرایند تصفیه خانه فاضلاب سده لنجان و ورنامخواست گفت: روش تصفیه در این تصفیه‌خانه فرایند لجن فعال با حذف ارت و فسفر است و پساب خروجی آن در بخش صنعت استفاده می‌شود. مدیر امور آب و فاضلاب شهرستان لنجان افزود: این تصفیه‌خانه در زمینی به وسعت ۳۲ هزارمتر مربع احداث شده است و هم‌اکنون ۲۵ هکتار نفر در منطقه سده لنجان و ورنامخواست تحت پوشش خدمات از این تصفیه‌خانه ۱۵ هزار نفر دیگر در شهرهای ورنامخواست و این تصفیه‌خانه ۱۲۵ هزار نفر دیگر در شهرهای ورنامخواست و فاضلاب آبی‌ای استان اصفهان قرار می‌گیرند. او خاطرنشان کرد: عملیات اجرایی مدول سوم تصفیه‌خانه فاضلاب سده لنجان و ورنامخواست از ابتدای سال گذشته آغاز شده و به زودی در مدار بهره‌برداری قرار می‌گیرد. مدیر امور منابع آب و فاضلاب لنجان با اشاره به اهمیت دفع بهداشتی پساب تصریح کرد: جمع‌آوری، انتقال و تصفیه فاضلاب شهرهای مجاور را زاینده‌رود یکی از طرح‌های مهم بهداشتی و زیست محیطی بشمار می‌رود که به‌سبب حاصل از آن، مطابق با استانداردهای تعیین‌شده در صنعت استفاده می‌شود.

پایش خطوط لوله نفت با فایبر نوری و حسگرهای حرکتی

مدیرعامل شرکت خطوط لوله و مخابرات نفت ایران گفت: تعرض به خطوط در سریع‌ترین زمان ممکن شناسایی می‌شود. به گزارش اصفهان امروز علی احمدپور در بازدید از خطوط لوله نفت اصفهان با اشاره به وجود تحریم‌های ظالمانه بر ضد صنعت نفت ایران گفت: به برکت خودکفایی‌های به‌دست آمده در سایه انقلاب اسلامی پیشترین کنترل را روی ۱۴ هزار کیلومتر خطوط و ۲۰۰ مرکز انتقال نفت در سراسر کشور داریم. او با بیان اینکه با ابزارهای دقیق مقدار فشار خطوط لوله نفت در ۲۴ ساعت سنجیده می‌شود، اظهار کرد: بنابراین اگر تعرضی به خطوط صورت گیرد در سریع‌ترین زمان ممکن شناسایی خواهد شد. مدیرعامل شرکت خطوط لوله و مخابرات نفت ایران ادامه داد: به‌زودی طرح پایش فیزیکی کردپور خطوط لوله نفت با بهره‌گیری از فایبر نوری و حسگرهای حرکتی نیز اجرایی می‌شود که هر گونه حرکت بر اساس صوت و لرزش را در این خطوط شناسایی خواهد کرد. بهره‌گیری از فناوری‌های پهادی هم برای کنترل خطوط لوله نفت در دست بررسی است.