

خبر

سهم ۲۱ درصدی سکوی آی‌بی‌کراد از بازار تأمین مالی جمعی در نیمه نخست ۱۴۰۳



پلتفرم تأمین مالی جمعی آی‌بی‌کراد تأمین سرمایه تمدن در نیمه نخست سال ۱۴۰۳ با ثبت بیش از ۸٫۶۰۰ میلیارد ریال تأمین مالی جمعی، سهمی معادل ۲۱ درصد از حجم تأمین مالی جمعی طرح‌های سرمایه‌پذیر کشور را به خود اختصاص داد.

به گزارش مدیریت ارتباطات و رسانه تأمین سرمایه تمدن، بر اساس داده‌های شرکت فرابورس ایران، در نیمه نخست سال ۱۴۰۳ تعداد ۲۷۲ طرح تأمین مالی جمعی برای سرمایه‌پذیری بر روی سکوی تأمین مالی جمعی دارای مجوز فرابورس قرار گرفتند. در این میان سکوی تأمین مالی جمعی آی‌بی‌کراد با ۳۶ طرح موفق، ۱۳٫۵ درصد از تعداد کل طرح‌ها را به خود تخصیص داد. اما حجم ریالی تأمین مالی صورت گرفته توسط آی‌بی‌کراد، عاملی است که موجب شده تا این پلتفرم به رکوردی بی‌نظیر دست یابد.

بر اساس این گزارش حجم ریالی منابع مورد نیاز ۲۷۲ طرح سرمایه‌پذیر مورد مذکور، عددی معادل ۴٫۱ همت بوده که ۲۱ درصد از این میزان یعنی ۸٫۶۰۰ میلیارد ریال، سهم سکوی آی‌بی‌کراد از صنعت تأمین مالی جمعی در نیمه نخست سال ۱۴۰۳ بوده است.

همچنین حجم ریالی طرح‌های فعال این پلتفرم در پایان نیمه اول ۱۴۰۳، رقمی بالغ بر ۱۹٫۳ میلیارد ریالی می‌باشد.

سکوی تأمین مالی جمعی آی‌بی‌کراد

شرکت تأمین سرمایه تمدن با هدف سهولت دسترسی صاحبان ایده به سرمایه مورد نیاز، اقدام به راه‌اندازی سکوی تأمین مالی جمعی آی‌بی‌کراد (IBCROWD) نمود که دانش و پیشینه درخشان تمدن، این نهاد خوش‌نام بازار سرمایه، سبب رشد و بلوغ آی‌بی‌کراد در مدت زمانی کوتاه گردید. این سکو که فعالیت خود را با موافقت سازمان بورس و اوراق بهادار از سال ۱۴۰۰ آغاز نموده است، موفق به تأمین بیش از ۳ همت از طرح‌های سرمایه‌پذیر طی این مدت شده است.

همچنین تأمین سرمایه تمدن به عنوان مالک و مدیران عظیمی، مدیر عامل ایران‌خودرو اخیراً اظهار کرده که بیش از ۸۰ درصد محصولات این شرکت زیان‌ده هستند. طبق صورت‌های مالی منتشرشده، ایران‌خودرو به‌عنوان زیان‌ده‌ترین شرکت خودروسازی در بهار امسال معرفی شده است.

به گزارش اقتصاد ۲۴، سایپا هم تقریباً با همین شرایط روبروست. زیان انباشته این شرکت طبق آخرین داده‌ها، ۱۰۱ همت بود. صورت‌های مالی ایران‌خودرو نیز، نشان می‌دهد این شرکت در سه ماه نخست سال جاری بیش از ۵۰۶ هزار میلیارد تومان ضرر کرده است. اگر این رقم را به‌صورت ماهانه تقسیم کنیم، زیان ماهانه ایران‌خودرو هزار و ۸۷۰ میلیارد تومان خواهد بود.

در این میان، انتشار تصویری از پارکینگ‌های ملو از خودروهای پارک‌شده ایران‌خودرو در شبکه‌های اجتماعی، موجی از انتقادات را به دنبال داشته است. بسیاری از کاربران معتقدند که دیوی

خودرو توسط خودروسازان برای افزایش قیمت‌ها صورت ضرر کرده است. اگر این رقم را به‌صورت بین تولید و توزیع خودروها دارد و تکرار چرخه‌ای از بی‌نظمی و ناکارآمدی در این صنعت را به تصویر می‌کشد. سوال اینجاست که این چرخه معیوب زیان تا چه زمان باید امتداد یابد؟ کارشناسان معتقد هستند که خودروسازان با زیان‌ده نشان دادن خود می‌خواهند مابه‌التفاوت قیمت کارخانه تا بازار را به جیب خودشان بریزند که اگر چنین نیست باید قیمت تمام‌شده قابل اتکا برای محصولاتشان ارائه دهند. اما خودروسازی در ایران، قصه‌ای است پر از فراز و نشیب. این روزها نیز نه با شکوه تولیدات خیره‌کننده، می‌گیرد؛ انتقادی که نشان از شکاف عمیق سربار و نیروی انسانی مازاد به‌سر می‌برد. وقتی صحبت از ایران‌خودرو و سایپا می‌شود، ذهن به‌طور ناخودگاه به سمت صف‌های طولانی ثبت‌نام خودرو، تحویل دیرهنگام و کیفیت پایین تولیدات می‌رود.

به گزارش اقتصاد ۲۴، اما در پس این ماجرا، حقیقتی تلخ نهفته است: نیروی‌مازادی که همچون وزنه‌ای سنگین، این صنعت را به زانو درآورده است.

در حالی که اقتصاددانان و کارشناسان صنعتی از کمبود بهره‌وری در صنایع خودروسازی ایران گلایه می‌کنند، گزارش‌ها نشان می‌دهد که بیش از ۲۵ هزار نفر نیروی مازاد، عمدتاً با سفارش‌های سیاسی

در سایپا و ایران‌خودرو فعالیت می‌کنند. آیا این افراد واقعاً در تولید نقش دارند؟ یا صرفاً به لیست حقوق‌بگیران افزوده شده‌اند تا آمار اشتغال دولت را تزئین کنند؟ آمارها پنهان‌کننده‌ی نشان می‌دهند که سهم نیروی انسانی از هزینه‌های تولید در این شرکت‌ها، ۱۲ تا ۱۵ درصد است؛ رقمی که سه برابر میانگین جهانی است و نشان از یک سیستم ناکارآمد دارد. در حقیقت، به جای آن‌که این شرکت‌ها به‌عنوان موتورهای تولید و اشتغال

صنعت خودروسازی ایران با شصت سال قدمت،

حال تکه‌ای مهم از اقتصاد کشور شده و سهم آن از تولید ناخالص داخلی (GDP) در حدود چهار درصد و همچنین ارزش افزوده آن از کل بخش صنعت داخلی در حدود بیست درصد است. با این حال، خودروسازی اکنون، به صنعتی عریض و طویل و پول‌خوار بدل شده که با نوازش‌های حاکمیتی همچون کودکی لوس و تن‌پرور پرورش پیدا کرده است، صنعتی که هرچند هیچ قدم آن خیر و برکتی برای ولی‌نعمتان ندارد، اما مدام با بهانه‌های بی‌منطق از شرایط بهره می‌برد.

سالمات دو شرکت بزرگ و اصلی خودروسازی ایران یعنی سایپا و ایران‌خودرو محصولات خود را به اسم تولید ملی با قیمت ارزی به مردم قالب می‌کنند، ولی هر زمان که قیمت ارز افزایش پیدا می‌کند به بهانه تحریم و افزایش نرخ دلار، قیمت محصولات خود را نیز افزایش می‌دهند.

مرثیه به همین‌جا ختم نمی‌شود و درد ادامه دارد. آن‌ها گاهی نیز از ناتوانی در واردات قطعات سخن می‌گویند؛ نکته‌ای که تولید ملی را از اساس زیر مونتازگرم به مردم معرفی می‌کند. این وضعیت و ظلم در حق مردم برگرفته از حمایت‌های بدون شرط از شرکت‌ها و صنعت‌هایی است که به هیچ ارگان و نهادی پاسخگو نیستند و با سوء استفاده از مولفه‌هایی مانند تولید ملی و حمایت از کارگر ایرانی زندگی و رفاه ایرانیان را گروگان گرفته‌اند.

با این حال تحریم‌های اقتصادی، افزایش نرخ ارز و مسدود شدن حساب‌های بانکی، به عنوان بخش کوچک اما مهمی از عواملی آسیب به این صنعت کماکان به آن سنجاق شده است. اما این‌ها تمام ماجرا نیست.

داستان دنباله‌دار زیان خودروسازان داخلی!

علیمردان عظیمی، مدیر عامل ایران‌خودرو اخیراً اظهار کرده که بیش از ۸۰ درصد محصولات این شرکت زیان‌ده هستند. طبق صورت‌های مالی منتشرشده، ایران‌خودرو به‌عنوان زیان‌ده‌ترین شرکت خودروسازی در بهار امسال معرفی شده است.

به گزارش اقتصاد ۲۴، سایپا هم تقریباً با همین شرایط روبروست. زیان انباشته این شرکت طبق آخرین داده‌ها، ۱۰۱ همت بود. صورت‌های مالی ایران‌خودرو نیز، نشان می‌دهد این شرکت در سه ماه نخست سال جاری بیش از ۵۰۶ هزار میلیارد تومان ضرر کرده است. اگر این رقم را به‌صورت ماهانه تقسیم کنیم، زیان ماهانه ایران‌خودرو هزار و ۸۷۰ میلیارد تومان خواهد بود.

در این میان، انتشار تصویری از پارکینگ‌های ملو از خودروهای پارک‌شده ایران‌خودرو در شبکه‌های اجتماعی، موجی از انتقادات را به دنبال داشته است. بسیاری از کاربران معتقدند که دیوی خودرو توسط خودروسازان برای افزایش قیمت‌ها صورت ضرر کرده است. اگر این رقم را به‌صورت بین تولید و توزیع خودروها دارد و تکرار چرخه‌ای از بی‌نظمی و ناکارآمدی در این صنعت را به تصویر می‌کشد.

سوال اینجاست که این چرخه معیوب زیان تا چه زمان باید امتداد یابد؟ کارشناسان معتقد هستند که خودروسازان با زیان‌ده نشان دادن خود می‌خواهند مابه‌التفاوت قیمت کارخانه تا بازار را به جیب خودشان بریزند که اگر چنین نیست باید قیمت تمام‌شده قابل اتکا برای محصولاتشان ارائه دهند. اما خودروسازی در ایران، قصه‌ای است پر از فراز و نشیب. این روزها نیز نه با شکوه تولیدات خیره‌کننده، می‌گیرد؛ انتقادی که نشان از شکاف عمیق سربار و نیروی انسانی مازاد به‌سر می‌برد. وقتی صحبت از ایران‌خودرو و سایپا می‌شود، ذهن به‌طور ناخودگاه به سمت صف‌های طولانی ثبت‌نام خودرو، تحویل دیرهنگام و کیفیت پایین تولیدات می‌رود.

به گزارش اقتصاد ۲۴، اما در پس این ماجرا، حقیقتی تلخ نهفته است: نیروی‌مازادی که همچون وزنه‌ای سنگین، این صنعت را به زانو درآورده است. در حالی که اقتصاددانان و کارشناسان صنعتی از کمبود بهره‌وری در صنایع خودروسازی ایران گلایه می‌کنند، گزارش‌ها نشان می‌دهد که بیش از ۲۵ هزار نفر نیروی مازاد، عمدتاً با سفارش‌های سیاسی

در سایپا و ایران‌خودرو فعالیت می‌کنند. آیا این افراد واقعاً در تولید نقش دارند؟ یا صرفاً به لیست حقوق‌بگیران افزوده شده‌اند تا آمار اشتغال دولت را تزئین کنند؟ آمارها پنهان‌کننده‌ی نشان می‌دهند که سهم نیروی انسانی از هزینه‌های تولید در این شرکت‌ها، ۱۲ تا ۱۵ درصد است؛ رقمی که سه برابر میانگین جهانی است و نشان از یک سیستم ناکارآمد دارد. در حقیقت، به جای آن‌که این شرکت‌ها به‌عنوان موتورهای تولید و اشتغال

خودروسازان در دام زیان چرخ می‌زنند

صنعت خودرو در سراپ سود!

گروه اقتصاد - شرکت‌های خودروساز داخلی همواره در گزارش‌های خود اعلام می‌کنند که زیانده هستند و محصولاتشان را با زیان تولید و عرضه می‌کنند؛ به طور مثال زیان انباشته سایپا طبق آخرین داده‌ها، ۱۰۱ همت بود. صورت‌های مالی ایران‌خودرو نیز، نشان می‌دهد این شرکت در سه ماه نخست سال جاری بیش از ۵۰۶ هزار میلیارد تومان ضرر کرده است. اگر این رقم را به‌صورت ماهانه تقسیم کنیم، زیان ماهانه ایران‌خودرو هزار و ۸۷۰ میلیارد تومان خواهد بود.



خودروسازی

ایران در چاهی

از نیروی انسانی

مازاد و هزینه‌های

سربار غرق

شده است. اگر

این وضعیت

ادامه یابد، نه

تنهائی توان

امیدی به رقابت

با خودروسازان

جهانی داشت،

بلکه بایدانتظار

داشت که

روزبه‌روز این

شرکت‌هابیشتر

به‌ین‌بست

نزدیک‌شوند

به ازای هر شاغل ۵۸ دستگاه خودرو تولید می‌کند. این عدد نشان‌دهنده رشد سریع و بهره‌وری فرآینده خودروسازی‌های چینی در سطح جهانی است.

سوزوکی (Suzuki): این خودروساز ژاپنی، با تولید ۴۹ دستگاه به ازای هر شاغل، یکی از موفق‌ترین شرکت‌ها در زمینه‌بهنه‌سازی فرآیندهای تولید و بهره‌وری نیروی کار به شمار می‌آید.

هوندا (Honda): هوندا با ۴۸ دستگاه به ازای هر شاغل، از دیگر خودروسازان برجسته ژاپن است که همواره به نوآوری و کارآمدی در خطوط تولید شناخته می‌شود.

۲. میان‌رده‌ها با عملکرد قابل قبول:

- جیلی (Geely): یکی دیگر از خودروسازان به‌بربردار می‌موتز از منابع و نوآوری‌های مداوم می‌است. - جنرال‌موتورز (GM): خودروساز آمریکایی جنرال‌موتورز با ۴۲ دستگاه خودرو به ازای هر شاغل، نشان‌دهنده تعادل مناسبی بین نیروی کار و تولید در مقایسه با سایر خودروسازان جهانی است.

- نیسان (Nissan): نیسان نیز با ۴۴ دستگاه خودرو به ازای هر شاغل جایگاه خود را در میان برترین‌های جهان حفظ کرده است. که ناشی از بهره‌برداری موثر از منابع و نوآوری‌های مداوم می‌است. - جنرال‌موتورز (GM): خودروساز آمریکایی جنرال‌موتورز با ۴۲ دستگاه خودرو به ازای هر شاغل، نشان‌دهنده تعادل مناسبی بین نیروی کار و تولید در مقایسه با سایر خودروسازان جهانی است. - چانگان (Changan): چانگان، از پیشروهای خودروسازی چین، به ازای هر شاغل ۴۰ دستگاه خودرو تولید می‌کند، که این امر نشان‌دهنده رشد مداوم صنعت خودروسازی چین است.

۳. خودروسازان با بهره‌وری کمتر از میانگین جهانی:

فورد (Ford): فورد، خودروساز بزرگ آمریکایی، به‌دلیل تمرکز بر کیفیت و تنوع محصولات، این آمار منطقی به نظر می‌رسد.

۴. خودروسازان با بهره‌وری پایین‌تر از سطح رقبا:

تویوتا (Toyota): تویوتا، یکی از غول‌های خودروسازی جهان، به‌ازای هر شاغل تنها ۲۹ دستگاه خودرو تولید می‌کند. عددی که شاید در مقایسه با برنده‌ای کوچکتر غیرمنتظره باشد، اما به‌دلیل تمرکز بر کیفیت و تنوع محصولات، این آمار منطقی به نظر می‌رسد.

۲۱ دستگاه خودرو به ازای هر شاغل، به‌دلیل تمرکز بر تولید خودروهای باکیفیت و پیچیده، بهره‌وری

۵. پایین‌ترین بهره‌وری‌ها در صنعت خودروسازی:

- فولکس‌واگن (Volkswagen): خودروساز بزرگ آلمانی، تنها ۱۶ دستگاه خودرو به ازای هر شاغل تولید می‌کند که این عدد نسبت به بزرگی و شهرت این شرکت، قابل تأمل است. دلیل این بهره‌وری پایین می‌تواند تمرکز بر تولید مدل‌های متنوع و پیچیده و همچنین استفاده از روش‌های تولیدی پیچیده‌تر باشد.

- میتسوبی‌شی (Mitsubishi): با تولید ۱۵ دستگاه خودرو به ازای هر شاغل، یکی از کم‌بهره‌ترین خودروسازان جهان در این جدول محسوب می‌شود. - دانگ‌فنگ (Dongfeng)، تاتاموتورز (Tata Motors) و دایملر (Daimler): این سه خودروساز به ترتیب با ۱۲ و ۹ دستگاه خودرو به ازای هر شاغل در قعر جدول بهره‌وری قرار دارند.

از کاهش نیرو تا افزایش تولید: دو راه‌حل، اما کدام‌یک ممکن است؟

به گزارش اقتصاد ۲۴، در نگاه اول، ساده‌ترین راه‌حل برای کاهش هزینه‌ها، تعدیل نیروهای مازاد است. اما تجربه سه‌سال‌های گذشته نشان داده که این گزینه بیشتر شبیه به یک خیال است تا واقعیت. مقاومت شدید از سوی کارکنان و حمایت‌های سیاسی باعث شده است که هرگونه تلاش برای کاهش نیروی انسانی ناکام بماند.

در نتیجه، این شرکت‌ها همچنان به پرداخت حقوق نیروهای مازاد ادامه می‌دهند، حتی اگر تولیدات آن‌ها کاهش یافته باشد. راه‌حل دیگر، افزایش تولید است؛ اما آیا در شرایط کنونی ایران، با تحریم‌های اقتصادی، کمبود مواد اولیه، و مدیریت ناکارآمد، افزایش تولید ممکن است؟ در حالی که بسیاری از شرکت‌های بین‌المللی با استفاده از تکنولوژی‌های مدرن به دنبال افزایش بهره‌وری و کاهش هزینه‌ها هستند، به‌نظر می‌رسد که صنعت خودروسازی ایران بیشتر به سمت حفظ وضعیت موجود حرکت می‌کند تا ایجاد تحولی اساسی.

صنعت خودروساز ایران اصلاح‌پذیر است؟

خودروسازی ایران در چاهی از نیروی انسانی مازاد و هزینه‌های سربار غرق شده است. اگر این وضعیت ادامه یابد، نه تنها نمی‌توان امیدی به رقابت با خودروسازان جهانی داشت، بلکه باید انتظار داشت که روزبه‌روز این شرکت‌ها بیشتر به بن‌بست نزدیک شوند. به‌جای آن‌که این صنعت به‌عنوان یک موتور رشد اقتصادی عمل کند، به منبعی از هزینه‌های بیپهوه و ناکارآمدی تبدیل شده است.

راه نجات چیست؟ شاید اولین گام در مسیر اصلاح، پذیرش این حقیقت تلخ باشد که بدون یک بازنگری اساسی، بدون حذف نیروهای مازاد، و بدون تلاش برای افزایش بهره‌وری، خودروسازی ایران نتواند کمی‌تواند جایگاه خود را در بازارهای جهانی پیدا کند، بلکه روزبه‌روز در لابه‌لای مشکلات جدید گرفتار خواهد رفت. شاید وقت آن رسیده است که صنعت خودروسازی ایران به جای پناه گرفتن در سایه سیاست، راه خود را به سمت کارآمدی واقعی باز کند.



خبر

اعتماد بیش از ۲۷ میلیون هموطن به سپهر کارت



تعداد سپهرکارت‌های فعال مشتریان بانک صادرات ایران از ۲۷ میلیون و ۵۰۰ هزار کارت فراتر رفت و روند استفاده از درگاه‌های مختلف بانکداری غیرحضوری این بانک شتاب بیشتری به خود گرفت.

به گزارش روابطعمومی بانک صادرات ایران، حرکت به سوی تحول دیجیتال و استفاده از اپلیکیشن جدید «سپینو» در این بانک در حالی با استقبال روزافزون هموطنان و مشتریان بانک همراه شده که تعداد سپهرکارت‌های فعال در پایان مردادماه سال جاری به مرز ۲۷ میلیون و ۵۱۵ هزار کارت رسید.

استقبال هموطنان و مشتریان بانک صادرات ایران از پلتفرم بانکداری دیجیتال این بانک با عنوان «سپینو»، با نصب بیش از ۲۴۵ هزار نفری این نرم‌افزار همراه بوده که از این میان بیش از ۱۴۵ هزار مشتری بانک به طور فعال انواع خدمات مالی و بانکی و حتی خدمات فرهنگی و هنری را از این نرم‌افزار دریافت می‌کنند. با توسعه این اپلیکیشن خدمات بدون کارت و مبتنی بر هوش مصنوعی به تدریج جایگاه خود را در میان مشتریان بانک خواهد یافت.

در این میان سایر درگاه‌های بانکداری الکترونیک بانک صادرات ایران از جمله نرم‌افزار همراهبانک نیز حجم استقبال مشتریان بانک به طور فزاینده‌ای رو به افزایش است. به نحوی که بیش از ۳ میلیون و ۳۸۱ هزار نفر از مشتریان بانک ماهانه بالغ بر ۵۷۹ میلیون تراکنش بانکی را در بستری امن و قابل اعتماد از طریق این درگاه، انجام می‌دهند.

سایر درگاه‌های بانکداری الکترونیک این بانک از جمله اینترنت بانک، پایانه شعب، پایانه فروش، تلفن‌بانک، IPG، اپلیکیشن صاب، کیوسک بانک و همبانک نیز با انجام صدها میلیون تراکنش ماهانه حجم قابل توجهی از نیازهای بانکی و مالی هموطنان را پوشش می‌دهند.

بانک صادرات ایران همچنین با داشتن نزدیک به ۵۲۰۰ دستگاه خودپرداز در اقصی نقاط کشور، بیشترین تعداد این دستگاه‌ها را در معرض استفاده هموطنان قرار داده که ماهانه بیش از ۴۳ میلیون تراکنش پولی و خدمات دریافت و پرداخت را برای مردم تسهیل می‌کند. همچنین ۱۳۰۷ کیوسک بانک صادرات ایران تنوع خدمات بانکی را تسریع می‌کنند.

تعداد شعب فعال بانک صادرات ایران در پایان نیمه اول سال جاری ۱۸۲۱ شعبه و تعداد باجه‌های فعال ۳۷۶ باجه است. تعداد درگاه‌های فعال اینترنت بانک به ۱۴۱ هزار و ۵۷۳ درگاه رسیده و ۶۲۲۱ پایانه شعب خدمات بانکداری الکترونیک را سرعت می‌بخشد.

بیش از ۹۷۸ هزار پایانه فروش در بخش‌های مختلف به فعالان فضای کسب و کار کشور خدمت ارائه می‌دهند و صاحبان مشاغل و بنگاه‌های اقتصادی از طریق ۲۳۶۰ درگاه IPG بانک صادرات ایران محصولات خود را به فروش می‌رسانند.

بیش از ۵۵ هزار درگاه تلفنبانک و بیش از ۳۴۸ هزار درگاه همبانک صادرات ایران نیز همچنان به صورت فعال مورد استفاده مشتریان بانک صادرات ایران است.

علاوه بر این‌ها، بانک صادرات ایران با داشتن بیش از ۵۹۱ هزار بن‌کارت فعال، خدمات ویژه‌ای را به صاحبان کسب و کارها و کارکنان سازمان‌ها و شرکت‌ها در سراسر کشور ارائه می‌دهد. این بانک در مردادماه بیش از ۱۳۰ هزار کارت هدیه در اختیار مشتریان خود قرار داد که در حال حاضر بیش از ۹ میلیون عدد از این کارت‌ها همچنان فعال هستند.

مدیر عامل محترم و رئیس هیئت مدیره ، اعضای هیئت مدیره و کارکنان خدوم در محل نمازخانه صندوق قرض الحسنه شاهد برگزار گردید.

پس از تلاوت آیاتی چند از کلام الله مجید جناب حجت الاسلام والمسلمین حاج آقای مؤذنی با ذکر خاطراتی از دفاع مقدس در عملیات شکست حصر آبادان و آزادسازی خرمشهر و تأثیر شگرفتی که این عملیات ها در پیروزی های رزمندگان اسلام در طول جنگ تحمیلی داشته است پرداختند . در ادامه جناب آقای محسنی عضو محترم هیئت مدیره و جانبازان معزز ۷۰٪ با ذکر خاطرات آن دوران مطالبی بیان فرمودند .

در پایان مراسم هفته دفاع مقدس مدیر عامل محترم و رئیس هیئت مدیره ولادت با سعادت نبی مکرم اسلام حضرت محمد مصطفی(ص) و سلاله پاک ایشان حضرت امام جعفر صادق (ع) را به همکاران تبریک و تهنیت عرض نموده و با ذکر بیاناتی شریفندینی، گوشه ای از سلحشوری و دلاور مردی مردان بی ادعا را در هشت سال جنگ تحمیلی و دفاع مقدس به تصویر کشیدند .

در ادامه ایشان به تعبیری از مقام معظم رهبری (مدظله العالی) اشاره کردندکه تجلیل از مقام شامخ شهداء و پیشکسوتان دفاع مقدس وظیفه همگانی است، فرمودند پیشکسوتان کسانی هستند که زودتر از دیگران نیاز را شناختند و دانستند و برای برآوردن آن نیاز شنافتند، آن هم در میدان سختی مانند میدان جهاد و فداکاری، بنابراین تجلیل از آنها وظیفه همه ماست.

به گزارش روابط عمومی

مراسم گرامیداشت هفته دفاع مقدس (صندوق شاهد) برگزار گردید

با عنایت به اهمیت و ضرورت برنامه ریزی لازم در راستای اجرای برنامه های گرامیداشت هرچه باشکوه تر هفته دفاع مقدس که مصادف با سالروز ولادت با سعادت پیامبر عظیم الشان اسلام (ص) و نیز ولادت فرخنده حضرت امام جعفر صادق (ع) همراه بود ، صندوق قرض الحسنه شاهد وابسته به بنیاد شهید و امور ایثارگران نسبت به برگزاری مراسم های متنوعی هم راستا با سیاستگذاری ها ، خط و مشی ها و برنامه های فرهنگی نهاد مقدس بنیاد همانند سنوات گذشته اهم برنامه های این صندوق در هفته دفاع مقدس به شرح ذیل انجام گردیده است .

۱- عطر افشانی مزار شهدای والا مقام هشت سال دفاع مقدس .

در اولین روز از گرامیداشت هفته دفاع مقدس ، همکاران حوزه ستادی و مناطق تهران بزرگ و شهرستانهای استان تهران با حضور در گلزار شهدای بهشت زهراء نسبت به ادای احترام به مقام شامخ شهدای هشت سال دفاع مقدس و جنگ تحمیلی که به فرموده حضرت امام خمینی (ره) " شهید قلب تاریخ است " با نثار گل بر مزار شهداء ، ضمن تجدید عهد و ارج نهادن به آرمان های ارزشمند انقلاب اسلامی ، یاد و خاطره شهیدان والامقام را گرامی داشتند. همچنین حضرت حجت الاسلام والمسلمین مؤذنی معاون پیشین فرهنگی بنیاد شهید و امور ایثارگران ضمن حضور در این محفل معنوی و نورانی و در جمع همکاران ستادی و استانی در گلزار شهدای بهشت زهراء به ایراد سخنرانی به مناسبت هفته دفاع مقدس و علت آغاز جنگ تحمیلی هشت ساله و از جان گذشتگی ، شجاعت و رشادت