

اقتصاد جهان

صندوق بین‌المللی پول پیش‌بینی کرد

رشد ۳ درصدی اقتصاد ایران در سال ۲۰۲۱

طبق برآورد صندوق بین‌المللی پول، رشد اقتصادی ایران پس از سه سال مثبت خواهد شد. صندوق بین‌المللی پول در گزارش اولیه خود از وضعیت اقتصادی جهان در سال ۲۰۲۱ پیش‌بینی کرد که اقتصاد ایران پس از سه سال از رکود خارج شود و به رشد مثبت ۳درصدی برسد. از سوی دیگر، انتظار می‌رود نرخ تورم کماکان در سطح بالایی باقی بماند و به طور متوسط در سال ۲۰۲۱ تورم ۳۰درصدی برای ایران پیش‌بینی شده است. صندوق بین‌المللی پول همچنین در ادامه گزارش خود پیش‌بینی کرده است که رشد اقتصادی ترکیه در سال ۲۰۲۱ به مثبت ۶ درصد و نرخ تورم به ۱۱٫۹درصد برسد. رشد اقتصادی افغانستان نیز به مثبت ۴ درصد و نرخ تورم به ۴٫۸ درصد خواهد رسید. امارات نیز رشدی ۱٫۳ درصدی و تورم ۱٫۵ درصدی در سال جاری میلادی خواهد داشت. همچنین عربستان به رشد اقتصادی ۲٫۶ درصدی و تورم ۳٫۷ درصدی دست خواهد یافت. روسیه نیز از رشد اقتصادی ۳ درصدی و نرخ تورم ۳٫۲درصدی بهرمنند خواهد شد. آذربایجان هم به رشد اقتصادی ۲ درصدی و نرخ تورم ۳٫۱ درصدی و ارمنستان نیز به رشد ۲٫۵ درصدی و نرخ تورم ۲ درصدی دست می‌یابد. رشد اقتصادی بحرین نیز ۲٫۳ درصد و تورم آن ۳٫۸ درصد خواهد بود. پاکستان هم به رشد ۱٫۵ درصدی و تورم ۸٫۸ درصدی در سال جاری می‌رسد. همچنین قطر در سال ۲۰۲۱ به رشد اقتصادی ۲٫۵ درصدی و نرخ تورم ۱٫۸ درصدی خواهد رسید.

اردوغان با واقعیت‌های اقتصادی روبه‌رو می‌شود

ترکیه در آخر خط

از زمانی که داماد اردوغان از وزارت اقتصاد ترکیه کناره‌گیری کرد، وضعیت بد اقتصادی این کشور وارد مسیر بهبود نسبی شد و ارزش لیر شروع به بالارفتن کرد. این مسئله نشان می‌دهد که گویا اردوغان بعضی واقعیت‌های اقتصادی را پذیرفته است و حالا باید با واقعیت سیاسی نبودن دوستش، دونالد ترامپ کنار بیاید.
به گزارش «اکنونمیست»، اسان از دعواهای خانوادگی. همین ماه پیش بود که لیر ترکیه در سقوط بود و از یک رکورد پایین به رکورد پایین دیگری می‌رسید. در آن دوران، دست بانک مرکزی ترکیه بسته بود، خارجی‌ها در حال فروختن شدید سهام‌های ترکیه‌ای بودند و وزیر امور مالی این کشور ادعا می‌کرد که نرخ ارز اهمیت ندارد. پس از آن دوره، ارزش لیر بالا آمد، بازار سهام در حال اوج گرفتن بود و مسئولان هم درباره کنترل کردن تورم حرف می‌زدند.

اردوغان به مدت بیش از دو سال مدیریت اقتصاد کشور را به داماد خود، برات البیروق سپرده بود. البیروق تقریباً اقتصاد این کشور را به گل نشانده بود. در حالی که بانک‌ها با نرخی پایین‌تر از نرخ تورم اعتبارات تأمین می‌کردند تا رشد را احیا کنند، لیر در مقابل دلار افتی ۴۰ درصدی کرد و آسیب زیادی به پس‌انداز میلیون‌ها ترک زد. بانک مرکزی و بانک‌های دولتی در تلاشی شکست‌خورده برای بهبود وضعیت ارز دست‌کم ۱۰۰ میلیارد دلار از ذخایر خارجی ارزشمند خود را از دست دادند. اردوغان نهایتاً ترمز را کشید و در روز هفتم نوامبر رئیس بانک مرکزی را اخراج کرده و جایش را به یکی از رقبای البیروق سپرد. یک روز بعد البیروی که زمانی به عنوان ادامه‌دهنده راه پدرزش در نظر گرفته می‌شد، از سمت خود استعفا داد. از آن روز به بعد، لیر ترکیه یکی از بهترین رالی‌های صعودی خود طی دو دهه اخیر را آغاز کرده است. این تغییر لحن بسیار قابل توجه است. ناجی اقبال، رئیس جدید بانک مرکزی و وزیر اقتصاد جدید، لطفی الوان در حال حاضر مشغول گرفتن بهترین تصمیم‌ها در رابطه با پایدارسازی ارز و یک‌رقمی کردن تورم هستند. وزیر دادگستری که از دوره برخورد جدی با مخالفان دولت در سال ۲۰۱۷ بر سر کار بوده است، جدیداً از قضات خواسته که با بررسی دقیق وضعیت قانونی فعالیت‌های اقتصادی این کشور فضا را برای سرمایه‌گذاران خارجی بیش از پیش آماده کنند. این سرمایه‌گذاران در حال حاضر بابت همه‌گیری کرونا فعالیت خود را کاهش داده‌اند و این مسئله هم باعث افتی تقریباً ۱۰ درصدی در اندازه اقتصاد ترکیه در ۳ ماهه دوم سال ۲۰۲۰ شده است.

حتی اردوغانی که دشمن قسم‌خورده نرخ بهره بالا است، اکنون می‌گوید که شاید ترکیه مجبور باشد اندکی به ریاضت تن دهد. بانک مرکزی در روز نوزدهم نوامبر نرخ بهره را به‌شدت افزایش داد. او مجبور شد به فشارهای بازار تن داده و البیروق را اخراج کند. پل مک‌نامارا، تحلیلگر شرکت سرمایه‌گذاری Gam در این‌باره می‌گوید: «این امکان وجود داشت که اگر رهبر ترکیه این تصمیم را نمی‌گرفت در نهایت ارز ترکیه با سقوطی عظیم همراه شود.» راه دیگر هم درخواست کمک از صندوق بین‌المللی پول بود، یعنی چیزی که خود اردوغان پیشتر آن را کنار گذاشته بود. این امکان هم وجود داشت که رئیس جمهوری ترکیه به‌ای مسئله را در سیاست ببرد.از. گروهی ۳۰ تا ۴۰ نفره از نماینده‌های حزب حاکم در پارلمان تهدید کرده بودند که اگر البیروق کنار گذاشته نشود، کرسی خود را به رقیب تسلیم می‌کنند. تغییرات لازم در تیم اقتصادی اردوغان دست‌کم اندکی فضای تنفس برای او خریده است. البته اردوغان حالا باید با باز دست دادن یک دوست خوب در واشنگتن هم کنار بیاید. در چهار سال اخیر ترامپ به او اجازه داده بود که هر گاه می‌خواهد نیروهای آمریکایی را از شمال سوریه خارج کند، با متحدان اروپایی آمریکا در مدیترانه درگیر شود، نیروهای شورشی سوریه را در آذربایجان و لیبی پیاده و هزاران نفر را به دل‌پلی عجیب زندانی کند. از سوی دیگر هم ترامپ جلوی تحریم شدن ترکیه بابت خریدن سیستم دفاع زمین به هوای اس ۴۰۰ از روسیه و همچنین تحقیقات در عدم شفافیت برخی مسائل مالی ترکیه را گرفت.

باید در ابتدای سال جاری گفته بود که اردوغان دیکتاتوری است که باید به‌های بعضی اروپایی خود را ببرد.از. با روی کار آمدن بایدن اوضاع برای اردوغان دشوارتر هم می‌شود. آمریکا خطوط قرمزی را برای ترکیه رسم کرده و آنها را مجبور به پاسخ‌گویی درباره برخی مسائل خواهد کرد. اردوغان فضای آزاد کمتری برای زد و بند با کاخ سفید خواهد داشت. تحریم کردن به خاطر سیستم اس ۴۰۰ جدی‌تر از آن هستند که بتوان نادیده گرفته شوند، مخصوصاً پس از اینکه ترکیه این سیستم را در اکتبر تست کرد. به نظر برخی از متخصصان روابط خارجی، آنکارا دیگر آن حمایت ترامپ را نداشته و باید رفتار اقتصادی و سیاسی خود را نظم ببخشد. شاید فعلاً نتوانیم ربطی مستقیم پیدا کنیم، اما بعید نیست که کنار گذاشتن البیروق نشانی از آماده شدن ترکیه برای چالش‌های آینده باشد.



۵۰۰ اقتصاددان در نظرسنجی رویترز نسبت به موج تازه شیوع کرونا هشدار دادند

خطر خروج اقتصاد از ریل بهبود



بهبود قدرتمندانه اقتصاد در سه‌ماهه دوم سال ۲۰۲۱ فراهم کند» اما اغلب اقتصاددانان حاضر در نظرسنجی اخیر رویترز معتقدند که اقتصاد بحران‌زده منطقه یورو منفعت چندانی از بسته سیاستی جدید بانک مرکزی اروپا نخواهد برد. به همین دلیل است که پیش‌بینی آنها از نرخ رشد اقتصادی منطقه یورو در سه‌ماهه نخست سال جاری میلادی تقریباً به نصف رقم قبلی تعدیل شده است.

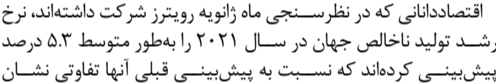
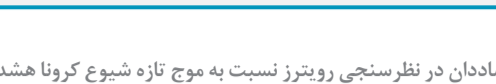
از طرف دیگر، اقتصاددانانی که در نظرسنجی اخیر رویترز شرکت داشته‌اند، بعید می‌دانند که بانک‌های مرکزی مهم جهان بتوانند طی سه سال آینده به نرخ تورم هدف‌گذاری شده خود دست یابند، اما نگرانی اصلی آنها به اقتصادهای نوظهور جهان مربوط می‌شود؛ کشورهایی که طی سال‌های اخیر بار رشد اقتصادی جهان را به دوش کشیده‌اند.

اگرچه اقتصاددانان حاضر در نظرسنجی رویترز انتظار دارند که اقتصاد چین در سال جاری میلادی ۸٫۴ درصد رشد کند و بالاترین نرخ رشد خود در یک دهه اخیر را به ثبت برساند، اما حتی این رشد قابل توجه برای جبران رشد اندک اقتصاد چین در سال گذشته (در مقایسه با روند ۳۰ ساله) کفایت نخواهد کرد.

این اقتصاددانان همچنین پیش‌بینی می‌کنند که اقتصاد هند به لطف سیاست‌های حمایتی دولت این کشور، سال خوبی را پشت سر خواهد گذاشت، اما بازگشت اقتصاد هند به سطح پیش از بحران کرونا نیز دست‌کم دو سال به طول خواهد انجامید. در مورد اقتصاد برزیل اما نگرانی‌های بیشتری وجود دارد، زیرا تنش‌های مالی بر اقتصاد این کشور که در حال حاضر با موج دوم شیوع ویروس کرونا نیز دست‌وپنجه نرم می‌کند، سایه افکنده است.

دیوید ریس، اقتصاددان ارشد حوزه اقتصادهای نوظهور در شرکت سرمایه‌گذاری شرودرز، در این خصوص می‌گوید: «در بین اقتصادهای نوظهور، چین فعلاً پیشتاز است. به‌جز چین که احتمال دارد حتی به تورم منفی نزدیک شود، اغلب اقتصادهای نوظهور احتمالاً دوره گذرایی از رشد تورم به‌ویژه در مواد غذایی را تجربه خواهند کرد، اما وقتی این دوره بگذرد و نرخ رشد نیز به سطح عادی بازگردد، بانک‌های مرکزی این کشورها عجله چندانی برای لغو سیاست‌های انبساطی به خرج نخواهند داد.»

اقتصاد امروز



اقتصاددانانی که در نظرسنجی ماه ژانویه رویترز شرکت داشته‌اند، نرخ رشد تولید ناخالص جهان در سال ۲۰۲۱ را به‌طور متوسط ۵٫۳ درصد پیش‌بینی کرده‌اند که نسبت به پیش‌بینی قبلی آنها تفاوتی نشان نمی‌دهد، اما پیش‌بینی آنها از نرخ رشد اقتصادی جهان در سال ۲۰۲۲ میلادی از ۳٫۵ درصد در نظرسنجی قبلی، به ۴ درصد رسیده است. البته پیش‌بینی‌های آنها مبتنی بر این است که سیاست‌های پولی متناسب با شرایط اقتصادی از سوی بانک‌های مرکزی اتخاذ شود و اصلاح چشمگیری در شاخص بازارهای مالی جهان رخ ندهد.

پیش‌بینی اقتصاددانان حاضر در نظرسنجی اخیر رویترز از نرخ رشد اقتصادی جهان در سال‌های ۲۰۲۱ و ۲۰۲۲ اندکی از پیش‌بینی صندوق بین‌المللی پول (که نرخ رشد اقتصادی جهان در سال‌های مذکور را به ترتیب ۵٫۵ درصد و ۴٫۱ درصد پیش‌بینی کرده است) کمتر است، اما در هر صورت از امیدواری آنها به عملکرد قابل‌قبول اقتصاد جهانی طی سال جاری و سال آینده میلادی حکایت دارد.

جانث هنری، اقتصاددان ارشد بخش اقتصاد جهان در شرکت خدمات مالی و بانکداری HSBC، در این رابطه می‌گوید: «پیشرفت‌های چشمگیر در حوزه تولید واکسن کرونا در ماه‌های نوامبر و دسامبر موجب کاهش نااطمینان‌ها و افزایش امیدواری‌ها به بازگشت زندگی به حالت عادی طی ۱۲ ماه آینده شده است، اما در کوتاه‌مدت اوضاع چندان هم امیدوارکننده نیست. عملاً چشم‌انداز کوتاه‌مدت بسیاری از اقتصادهای پیشرفته جهان به دلیل افزایش شیوع ویروس کرونا و وضع محدودیت‌های جدید، تضعیف شده است.»

براساس نظرسنجی رویترز، آمریکا که تاکنون شاهد مرگ بیش از ۴۲۰ هزار نفر از شهروندان خود بر اثر ابتلا به ویروس کووید۱۹- بوده و اقتصادش به شدت آسیب دیده است، می‌تواند به کمک بسته اقتصادی ۱٫۹ تریلیون دلاری جو بایدن بهبود قابل‌توجهی را در حوزه اقتصادی تجربه کند. جیمز نایتلی، اقتصاددان ارشد بخش اقتصاد بین‌الملل مؤسسه تحقیقات اقتصادی ING، در این خصوص می‌گوید: «یک واکسن، یک محرک مالی بزرگ، حمایت‌های مستمر فدرال رزرو و رویکرد بین‌المللی دولت جدید در قبال متحنان و شرکای تجاری می‌تواند شرایط را برای

گزارش‌ها از رضایت ۹۰درصدی کارکنان از دور کاری حکایت دارد

ادامه دور کاری تا پایان کرونا

دستگاه اجرایی یعنی ۱۰ درصد ادارات در این بازه زمانی برنامه‌ای برای دور کاری کارمندان خود نداشته‌اند. این در حالی است که کارکنان ۷۰ دستگاه دسترسی به تجهیزات ارتباط کاری داشته‌اند و البته ۱۹ دستگاه از این تجهیزات برخوردار نبوده‌اند.

در حالی که برخی از کارکنان دستگاه‌ها تجهیزات ارتباط تعاملی و مداوم با محل کار نداشته‌اند، ۸۹٫۲ درصد از کارکنان در زمان مناسب در دسترس بوده‌اند. همچنین بیش از ۸۴٫۷ درصد از کارهای سازمان‌ها در زمان مقرر انجام شده و بیش از ۸۳٫۳ درصد از کارهای انجام شده از کیفیت مطلوب برخوردار بوده‌اند. از سوی دیگر، ۷۸ درصد از پاسخگویان اعلام کرده‌اند که در این بازه زمانی و در کارهای گروهی که به صورت دور کاری انجام شده، از کیفیت نهایی کار رضایت داشته‌اند. بیش از ۷۷ درصد از مدیران دستگاه‌های اجرایی نیز از دور کاری کارکنان خود رضایت داشته‌اند. نکته قابل توجه دیگر اینکه ۹۰٫۸ درصد از کارکنان دستگاه‌ها نیز از دور کاری راضی بوده‌اند.

از اسفندماه پارسال که به مرور محدودیت‌هایی در زمان حضور کارکنان ایجاد شد، در ابتدا ساعت‌های کاری به ۸ تا ۱۳ تغییر کرد و در ادامه در ایام نوروز، حضور روزانه کارکنان محدودتر شد؛ به گونه‌ای که از پنج تا بیستم فروردین‌ماه حضور کارکنان به صورت یک سوم بود و دو سوم دیگر به صورت دور کار بودند، اما بعد از آن و با تصمیم ستاد ملی مقابله با کرونا قرار شد که از ۲۳ فروردین ماه کارکنان به صورت دو سوم در محل کار حاضر شوند، از این رو با ابلاغ بخشنامه سازمان اداری و استخدامی به دستگاه‌ها و سازمان‌ها اعلام شد که یک سوم دیگر از طریقی دور کاری و یا اعطای مرخصی به صورت نوبت‌بندی از حضور

بررسی‌ها نشان می‌دهد که بیش از ۹۰ درصد از کارمندان و ۷۷ درصد از مدیران ادارات از دور کاری‌ها رضایت دارند و معتقدند که دور کاری‌ها تا پایان دوران کرونا باید ادامه پیدا کند.

با شیوع ویروس کرونا از اواخر سال گذشته بود که به تدریج وضعیت حضور کارکنان در سازمان‌ها و ادارات دولتی تغییر کرد و محدود شد، به طوری که از اسفندماه پارسال با توجه به پیکهای کرونا و اعمال قواعد فاصله‌گذاری اجتماعی و قرنطینه به تدریج از میزان حضور کارکنان کاسته شد و حتی در مقطعی کار به تعطیلی ادارات نیز کشید. حالا آنتور که گزارش‌ها و مشاهدات میدانی نشان می‌دهد، بیش از ۹۰ درصد از کارمندان و ۷۷ درصد از مدیران دستگاه‌های اجرایی در فاصله ۱۹ آبان ماه امسال پاسخگو بوده‌اند و یک میلیون و ۱۸۱ هزار و ۴۲ نفر از کارکنان ششاغل در این دستگاه‌ها مشارکت داشته‌اند. نتیجه این بررسی نشان می‌دهد که ۸۱ دستگاه از ۸۹ دستگاه پاسخگو یعنی ۹۱ درصد ادارات اعلام کرده‌اند که در بازه زمانی اسفندماه سال گذشته تا آبان‌ماه امسال برنامه دور کاری داشته‌اند. به عبارت دیگر، تنها هشت



راه و مسکن

رفتار بازار مسکن چطور از میانه پاییز تغییر کرد؟

سکته مسکن پس از رشد ۸ ماهه

با وجود آنکه آمار کلی از رشد ۳۳ درصدی معاملات مسکن در ۱۰ ماهه ابتدای امسال حکایت دارد که بخش قابل توجهی از آن به هشت ماهه اول برمی‌گردد، یعنی به یکباره خرید و فروش مسکن در دو ماه اخیر با افت ۳۲ درصدی و ۳۰ درصدی مواجه شده و این موضوع می‌تواند تحت تاثیر انتظارات کاهشی پس از تحولات سیاسی آبان ماه باشد.

به گزارش ایسنا، خرید و فروش ملک در سراسر کشور طی ۱۰ ماهه ابتدای امسال ۳۳ درصد و در شهر تهران ۲۰ درصد رشد داشته است. معاملات مسکن نیز در تهران در همین زمان ۲۳ درصد افزایش نشان می‌دهد. این آمار می‌تواند نشانه‌هایی از افزایش تدریجی توان طرف تقاضا باشد. هرچند با افت قیمت ارز و امیدواری به ثبات اقتصادی، معاملات مسکن از حدود دو ماه قبل به حالت تعلیق درآمد.

پیش از آذرماه بازار مسکن به تدریج در حال گرم شدن بود. آمار اتحادیه املاک نشان می‌دهد که معاملات ملک در شهریورماه ۱۱۹ درصد، در مهرماه ۱۲۶ درصد و در آبان ماه ۶۷ درصد نسبت به ماه‌های مشابه سال قبل رشد یافته است. به یکباره از نیمه آبان تحت تاثیر کاهش نرخ ارز و تحولات سیاسی ایالات متحده، حجم خرید در بخش مسکن کاهش و عرضه افزایش پیدا کرد. این تغییر، انتظارات کاهشی را در بازار ملک رقم زد تا اینکه معاملات کل کشور در آذرماه ۳۲ درصد و در دی ماه ۳۰ درصد نسبت به ماه مشابه سال قبل کاهش یافت.

در شهر تهران نیز به یکباره از دو رشد ۱۵۴درصد و ۱۲۹درصد نقطه به نقطه معاملات مسکن که به ترتیب در شهریور و مهرماه نسبت به زمان مشابه سال گذشته اتفاق افتاد، خرید و فروش ملک در آبان ماه به مثبت ۱۲ درصد، در آذرماه به منفی ۷۴ درصد و در دی ماه به منفی ۶۸ درصد رسید. البته در دی ماه معاملات رشد نسبی را در مقایسه با ماه قبل تجربه کرد؛ به طوری که در کل کشور خرید و فروش ملک ۲۲ درصد و در تهران ۴۱ درصد نسبت به آذرماه افزایش یافت که می‌تواند به عنوان بخشی از خریدهای شب عید تلقی شود، اما بازار آنطور که باید و شاید راه نیتفاده است. قیمتها نیز در تهران پس از یک افت ۱،۱ درصد در آذرماه، با رشد اندک ۱،۸ درصد در دی ماه مواجه شد.

واسطه‌های ملکی می‌گویند که خریداران دست نگه داشته‌اند؛ در حالی که حجم عرضه افزایش یافته و هم‌اکنون تعداد فایل‌های عرضه شده به بازار چندین برابر تعداد متقاضیان است. عمده واحدهای خالی از سکنه نیز در شمال تهران قرار دارد. گشتی در سایتها فروش آپارتمان نشان می‌دهد در مناطق ۱ تا ۵ پایتخت حجم قابل توجهی آگهی برای فروش به ثبت رسیده و البته با وجود آنکه قیمت پس از هشت ماه ممنوعیت مجدداً به سایتها برگشته، سایه نرخ‌های کاذب در بین انبوه فایلها محو شده است. مهدی روانشادنیا، کارشناس بازار مسکن می‌گوید: پس از سه سال افزایش مداوم قیمت مسکن و التهاب شدید بازار که منجر به ۵،۵ برابر شدن قیمت شد، گزارش آذرماه بانک مرکزی حاکی از کاهش ۱،۱ درصدی میانگین قیمتها در آذرماه نسبت به ماه قبل است. اگرچه این کاهش در برابر افزایشهای ماهانه بیش از ۱۰ درصد قابل ملاحظه نیست اما نمادی از تغییر جهت بازار از افزایش لجام گسیخته به دوره ثبات نسبی است.

ابرج رهبر، نایب رئیس انجمن انبوهسازان نیز می‌گوید: در هفته‌های اخیر عواملی همچون کاهش نرخ ارز، مسائل سیاسی و زمزمه‌های مربوط به مالیات خانه‌های خالی باعث شد بازار مسکن افت کند و دلالتان مقداری خودشان را جمع و جور کردند، یعنی از کاهش قیمت مسکن نگران شدند و عرضه را در بازار افزایش دادند. تاثیرات سیاسی ممکن است در مقطعی کوتاه به شکل روانی بر بازار مسکن تاثیر بگذارد، اما پایدار نخواهد بود. مهمترین عامل ایجاد آرامش در بازار مسکن، افزایش تولید است. زمانی که محرکان ببینند دولت برای حوزه ساخت و ساز برنامه دارد به تدریج واحدهای خود را وارد بازار می‌کنند چراکه لزومی به ایجاد سکنه نمی‌بینند و نگران کاهش قیمت می‌شوند. این مسئله به ایجاد روند پایدار در بازار می‌انجامد و بخش مسکن را در مقابل تکان‌های بیرونی مقاوم می‌کند.

معاون مسافری شرکت راه‌آهن پاسخ داد

دلیل افزایش ۲۵درصدی قیمت بلیت قطار

حدود هشت ماه بعد از اجرای فاصله‌گذاری اجتماعی در کوبه‌های قطار، بلیت قطار مشمول افزایش قیمت ۲۵ درصدی شد که یکی از دلایل آن، جبران زیان شرکت‌های ریلی اعلام شده است. شرکت راه آهن تصمیم گرفته تا در کوبه‌های با ۵۰ درصد ظرفیت، ۲۵ درصد قیمت صندلی‌های خالی را از مسافران اخذ کند و تا چند روز آینده این مصوبه را اجرایی می‌کند. ماجرای افزایش قیمت از اینجا شروع شد که از ابتدای شیوع کرونا با فروش ۵۰ درصدی ظرفیت هر کوبه قطار با هدف رعایت پروتکل‌های بهداشتی، بسیاری از خانواده‌ها اقدام به خرید ۲ کوبه برای یک خانواده چهار نفره می‌کردند و در واقع ۲ کوبه دو نفره خریداری می‌شد در حالی که امکان حضور آنها در یک کوبه وجود داشت و این رفتار مسافران باعث جابماندن تقاضای مسافران دیگر با توجه به حجم محدود واگن مسافری شد، اما حالا طبق مصوبه شورای عالی ترابری، از ابتدای بهمن‌ماه افزایش قیمت صندلی‌های خالی بلیت قطار برای کوبه‌های ۴ نفره که دو نفر اقدام به خرید بلیت کرده‌اند و برای کوبه‌های ۶ نفره که ۳ نفر از آنها استفاده می‌کنند اعمال می‌شود. این مصوبه از ابتدای بهمن ماه ابلاغ شد و اجرای آن به زودی انجام می‌شود.
آنطور که شرکت راه آهن اعلام کرده، این مصوبه بخش کوچکی از زیان حاصل از شیوع کرونا را برای شرکت‌های ریلی جبران می‌کند، ضمن اینکه امکان جابه‌جایی مسافران بیشتری را فراهم خواهد کرد، با این حال هیچ افزایش قیمتی برای بلیتهای ایام نوروز اعمال نخواهد شد و تنها در کوبه‌های با ۵۰ درصد ظرفیت، ۲۵ درصد قیمت صندلی‌های خالی از مسافران اخذ می‌شود.

میرحسین موسوی، معاون مسافری شرکت راه‌آهن درباره دلایل افزایش قیمت بلیت قطارهای مسافری به ایرنا، گفت: از ابتدای شروع کرونا بسیاری از خانواده‌ها به دلیل فاصله‌گذاری اجتماعی برای کوبه‌های چهار نفره اقدام به خرید دو بلیت کردند، حال آنکه اعضای یک خانواده می‌توانند در کوبه ۴ نفره سفر کنند بنابراین طبق مصوبه شورای عالی ترابری از ابتدای بهمن افزایش قیمت بلیت قطار برای کوبه‌هایی که دو نفر اقدام به خرید بلیت کردند و برای کوبه‌های ۶ نفره که ۳ نفر از آنها استفاده می‌کردند اعمال می‌شود، اما افرادی که بلیت کوبه دربست خریداری کرده‌اند مشمول افزایش قیمت ۲۵درصدی نمی‌شوند.



به سطح قبل از تحریم‌ها برگردد. البته صحبت درباره این موضوع سخت است. شناورهای ایرانی به‌طور کلی، ترانسپوندرهای خود را که محل دقیق آنها را نشان می‌دهد را خاموش می‌کنند. این هفته هم که اندونزی یک کشتی با پرچم ایران را توقیف کرد. اندونزی اعلام کرد که این کشتی در حال انتقال غیرقانونی نفت به کشتی دیگر بوده است.

با این حال، طبق گزارش Petro-Logistics، محموله‌ها در حال افزایش است. صادرات ایران در ماه دسامبر در بالاترین میزان از ماه مارس قرار گرفته و قرار است این ماه برای اولین بار از آوریل ۲۰۱۹ به بیش از ۶۰۰ هزار بشکه در روز برسد. SVB هم تخمین زده که صادرات محموله‌های اضافی به پالایشگاه‌ها فروخته می‌شوند یا در انتظار معاملات بعدی هستند. دانیل گربر، مدیر اجرایی شرکت Petro-Logistics می‌گوید با صادراتی که به‌صورت مخفیانه انجام می‌شود، دشوار بتوان تشخیص داد آیا بعد از لغو تحریم‌ها، این حجم اضافی به پالایشگاه‌ها منتقل می‌شود یا برای تحویل سریع ذخیره می‌شود. به اعتقاد گربر، در محیطی کمتر خصمانه، خریداران چینی می‌توانند واردات بیشتری از نفت ایران داشته باشند. به گفته یک تاجر نفتی در آسیا که خواست نامش فاش نشود، به نظر می‌رسد صادرات نفت ایران به چین به تاژگی افزایش یافته است. به گفته تحلیلگران، افزایش صادرات نفت ایران به پیشرفت دیپلماتیک تهران و واشنگتن بستگی خواهد داشت.

خریداران چینی و هندی پای ثابت نفت ایران

اما «بلومبرگ» در شرایطی مدعی است راه درازی برای افزایش چشمگیر صادرات نفت ایران وجود دارد که بیژن زنگنه، وزیر نفت در هفته‌ای که گذشت، از افزایش قابل توجه صادرات نفت ایران خیر داد و البته گزارش‌های برخی از منابع خارجی نیز این موضوع را تایید می‌کند، کما اینکه براساس برآورد سه شرکت رهیابی‌کننده محموله‌های نفتی ایران، صادرات نفت کشورمان با وجود تحریم‌ها، پس از افزایش در سه ماهه چهارم سال گذشته میلادی، در ماه ژانویه ۲۰۲۱ در حال افزایش است.

فرصت امروز: «با پایان سیاست فشار حداکثری آمریکا، مشتریان نفت ایرانی ممکن است کمی جسورتر شوند و نفت بیشتری از ایران بخرند.» این بند نخست گزارشی است که «بلومبرگ» هفته گذشته از وضعیت فروش نفت ایران با پایان عصر ترامپ منتشر کرد و از امکان افزایش چشمگیر صادرات نفت ایران گزارش داد. به گفته «بلومبرگ»، نفت خام ایران همچنان تحت تحریم‌های آمریکا هست و صادرات همچنان خیلی پایین‌تر از سطح سه سال پیش انجام می‌شود؛ یعنی همان زمانی که دونالد ترامپ از برجام خارج شد و تحریم‌ها را علیه ایران برگرداند، اما حالا در شرایطی جو یابدن، رئیس‌جمهوری جدید به دنبال احیای این توافق است که شرکت‌های رهیابی‌کننده محموله‌های نفتی ایران می‌گویند میزان تولید نفت ایران رشد کرده است.

در همین حال، قیمت نفت در آخرین گام در معاملات روز گذشته (جمعه) به دنبال شیوع نوع جهش یافته ویروس کرونا کاهش یافت و قیمت نفت برنت به ۵۵ دلار و ۴۶ سنت در هر بشکه رسید. به اعتقاد کارشناسان، تا زمانی که کمبود واکسن در سطح جهان و تهدید انواع جهش یافته ویروس کرونا بر فضای بازارهای مالی سنگینی می‌کند، دشوار بتوان تصور کرد که نفت به قیمت‌های بالاتر برسد.

راه دراز ایران برای رشد چشمگیر فروش نفت

به اعتقاد «بلومبرگ»، هرچند صادرات نفت ایران با اتمام عصر ترامپ و پایان سیاست فشار حداکثری او در روزهای گذشته افزایش یافته و طبق برآورد شرکت‌های رهیابی‌کننده محموله‌های نفتی نظیر Petro-Logistics SA، SVB و SVB، میزان تولید نفت ایران رشد کرده است، اما هنوز راه درازی برای افزایش چشمگیر صادرات نفت ایران وجود دارد. به گفته سسارا وخنشوری بنیان‌گذار و رئیس SVB، افزایش تولید و صادرات نفت ناشی از پیش‌بینی رویکرد نرم‌تر بایدن در قبال ایران است. رشد برآورد شده البته رقم‌های خیلی بالایی را نشان نمی‌دهد و در حدود ۳۰ هزار تا ۵۰ هزار بشکه در روز در ماه ژانویه است. این میزان بسیار کمتر از بیانیه‌های مقامات ایرانی است که مدعی هستند صادرات به طرز چشمگیری افزایش یافته و ممکن است میزان تولید ظرف دو ماه آینده

خاموشی‌ها بار دیگر ماجرای رمزارزها را داغ کرد

جویندگان طلا در عصر جدید

رمزنگاری‌شده یعنی ترکیبی از چند حرف و عدد که در ظاهر بی‌معنا هستند، ذخیره می‌شود. الگویی که این تبدیل یا رمزنگاری را انجام می‌دهد، «هش» نام دارد. اطلاعات مربوط به هش باید جایی ذخیره شود و همه اعضای شبکه، یک نسخه از آن را داشته باشند بنابراین یک بلوک یا بلاک ایجاد می‌شود که هش‌ها را ذخیره می‌کند و زمانی که این بلوک‌ها کنار هم قرار گیرند، «زنجره بلوک» یا «بلاک‌چین» را خواهیم داشت. این فرآیندی است که در تولید یا استخراج بیت‌کوین در بلاک‌چین انجام می‌شود. برای انجام این فرآیند یا استخراج بیت‌کوین، دستگاه‌های رایانه با قدرت محاسبه و پردازش بسیار بالا نیاز است تا مسائل ریاضی پیچیده شبکه را با سرعت بیشتری نسبت به سایر اعضای شبکه حل کنند. این دستگاه‌ها همان معدن‌چی‌ها یا ماینرها هستند که برای فعالیت ۲۴ ساعته خود به انرژی نیاز دارند و این انرژی چیزی نیست جز برق. محل قرارگیری ماینرها می‌تواند از یک اتاق معمولی شروع شود و به چندین هزار متر مربع برسد که به آن فارم یا مزرعه گفته می‌شود.

خروجی ماینینگ یعنی بیت‌کوین، یک دارایی با ویژگی‌های پول است. یعنی می‌تواند وسیله‌ای برای ذخیره ارزش و مبادله باشد. با این حال، بیت‌کوین پولی نیست که به‌صورت متمرکز و توسط بانک‌های مرکزی منتشر شود بنابراین شاید پیدا کردن مسئول یا به عبارت بهتر یک نهاد بالادستی برای آن، کار ساده‌ای نباشد.

حدود یک سال پیش، بانک مرکزی ایران اعلام کرد استفاده از رمزارزهای جهان‌روا به‌عنوان ابزار پرداخت در داخل کشور، مجاز نیست. بانک مرکزی همچنین قانون‌گذاری در زمینه استخراج رمزارزهای جهان‌روا را به بخش صنعت و بورس محول کرد و این فعالیت را خارج از محدوده وظایف و مسئولیت‌های خود دانست. البته متولی بخش صنعت، وزارت صمت است که براساس قوانین جدید مسئول صدور مجوز برای فعالان این حوزه است. وزارت نیرو نیز به دلیل نقشی که در تخصیص انشعاب برق دارد، می‌توان به‌عنوان یکی دیگر از ارکان تنظیم‌گری حوزه ماینینگ در نظر گرفت، البته اتصال به شبکه، بدون اتصال به اینترنت امکان‌پذیر نیست، پس وزارت ارتباطات نیز می‌تواند در حوزه ماینینگ دخیل باشد. گمرک نیز به‌عنوان

نهاد ناظر بر تجارت خارجی و در زمینه واردات دستگاه‌های ماینینگ، نقش دارد. تا پیش از قانون‌گذاری در زمینه ماینینگ، افراد به‌صورت قانونی و ذیل تجهیزات یارانه‌ای یا به‌صورت غیرقانونی و قاچاق، دستگاه‌های ماینر را به کشور وارد می‌کردند، اما پس از مصوبه تعیین تکلیف تجهیزات استخراج که توسط هیأت وزیران در تیرماه امسال تصویب شد، قرار شد مشخصات هویتی دارندگان دستگاه‌های استخراج رمزارز به همراه تعداد و نوع دستگاه‌هایی که در مالکیت آنهاست در سامانه بهین‌یاب وزارت صمت ثبت شود و حقوق و دولتی مربوط به این دستگاه‌ها پرداخت شود؛ پس از آن نیز وزارت صمت باید فهرست مراکز دارای جواز تأسیس صنعت ماینینگ را اعلام کند و دارندگان برای فعالیت، مجوز دریافت کنند. در همین حال، دستگاه‌های استخراج رمزارز در زمان فعالیت گرما ایجاد می‌کنند و برای رفع این گرما نیاز است هوای مجموعه مرتباً رصد شده و خنک‌سازی شود. برای تأمین درجه دمای مناسب برای دستگاه‌ها، سیستم خنک‌کننده تعبیه می‌شود. سیستمی که علاوه بر برق، به منبع آب نیز نیاز دارد. اگر استخراج‌کنندگان بتوانند در اقلیم مساعد فعالیت کنند، به طور قطع انرژی کمتری صرف می‌شود. بحث انرژی، موضوع داغ این روزهای ماینینگ است.

به گفته محمدرضا شرفی، رئیس کار گروه استخراج انجمن بلاک‌چین ایران، هر ساعت ۱۲ هزار مگاوات در جهان صرف استخراج بیت‌کوین می‌شود. بر این اساس با توجه به سهم حدود ۵درصدی ایران، در هر ساعت تقریباً ۶۰۰ مگاوات برق صرف ماینینگ می‌شود و آن‌قدر تأثیرگذار نیست که باعث خاموشی گسترده و اختلال شود. علاوه بر این، حتی اگر ماینرها مقصر قطعی برق باشند، با توقیف گسترده دستگاه‌هایی بدون مجوز، دیگر نمی‌توان آنها را در خاموشی‌های بعدی مقصر دانست با این حال، به‌نظر می‌رسد تسهیل فعالیت در زمینه ماینینگ، به نفع کشور باشد زیرا ماینینگ به صنعت برق وابسته است و در صورتی که بخش خصوصی و حتی سرمایه‌گذاران خارجی، ایران را برای استخراج رمزارزها انتخاب کنند، پیامدهای مثبت این فعالیت‌ها و سرمایه‌گذاری‌ها به صنعت برق سرریز خواهد شد.

دلار دهه اول بهمن را با چه نرخ‌ی به پایان رساند؟

نوسان دلار در کانال ۲۳ هزار تومان

نرخ دلار در هفته‌ای که گذشت، نوسانی جزئی را تجربه کرد اما همین نوسان موجب اثرگذاری در بازار سکه و طلا و خودرو شد. قیمت دلار در روز شنبه چهارم بهمن ماه برابر با ۲۳ هزار و ۱۵۰ تومان بود و این میزان در روز گذشته (جمعه) طبق اعلام صرافی ملی به نرخ ۲۳ هزار و ۲۱۰ تومان به فروش رسید.

حداکثر میزان افزایش نرخ دلار در بازار ارز مربوط به روز پنجشنبه بود که دلار تا ۲۴ هزار و ۱۰۰ تومان نیز بالا رفت که نسبت به روز شنبه (۴ بهمن ماه) افزایش ۹۵۰ تومانی یافت و البته مجددا نزولی شد. تحت تاثیر این نوسان دلار، قیمتها در بازار طلا نیز تقریبا روند صعودی داشت و در سوی مقابل، ریزش نرخ‌ها در بازار خودرو اتفاق افتاد.

در مجموع، در ساعت ۱۰ صبح روز جمعه ۱۰ بهمن ماه و براساس اعلام صرافی ملی، هر دلار آمریکا به نرخ ۲۳ هزار و ۲۱۰ تومان و هر یورو ۲۸ هزار و ۱۰۰ تومان به فروش رسید. از سوی دیگر، هر دلار به نرخ ۲۱ هزار و ۹۲۰ تومان و هر یورو به قیمت ۲۶ هزار و ۸۱۰ تومان از شهروندان خریداری شد.

همچنین هر سکه امامی ۱۰ میلیون و ۷۱۲ هزار تومان و هر مثقال طلا ۴ میلیون و ۶۵۱ هزار تومان قیمت خورد. هر گرم طلای ۱۸ عیار نیز یک میلیون و ۷۳ هزار تومان و هر گرم طلای ۲۴ عیار هم یک میلیون و ۴۳۰ هزار و ۷۰۰ تومان قیمتگذاری شد. هر انس طلا در بازارهای جهانی نیز ۱۸۴۵.۱۷ دلار ارزش‌گذاری شد. در بین انواع سکه نیز هر سکه بهار آزادی به نرخ ۱۰ میلیون و ۵۹۸ هزار و ۹۰۰ تومان، نیم سکه ۵ میلیون و ۹۵۰ هزار تومان، ربع سکه ۳ میلیون و ۹۵۰ هزار تومان و سکه‌های گرمی هم ۲ میلیون و ۳۰۲ هزار تومان داد و ستد شد. حساب سکه امامی نیز برابر با ۲۲۹ هزار تومان، حساب سکه بهار آزادی ۲۱۷ هزار تومان، حساب نیم سکه ۷۵۷ هزار تومان، حساب ربع سکه یک میلیون و ۳۵۱ هزار تومان و حساب سکه‌های گرمی هم برابر با یک میلیون و ۲۱۱ هزار تومان است.

طبق گزارش‌های میدانی و به گفته طلافروشان، با توجه به نزدیکی روز مسادر در هفته پیش رو و کاهش قیمت طلا، میزان خرید و فروش مصنوعات طلا نسبتب به روزهای گذشته، افزایش محسوسی یافته و به نظر می‌رسد تا آخر این هفته این روند حفظ شود.

بازار طلا در تهران، شهری که به واسطه نوسان دلار، به یکی از بازارهای داغ تبدیل شده است.

بازار طلا در تهران، شهری که به واسطه نوسان دلار، به یکی از بازارهای داغ تبدیل شده است.

بازار طلا در تهران، شهری که به واسطه نوسان دلار، به یکی از بازارهای داغ تبدیل شده است.

بازار طلا در تهران، شهری که به واسطه نوسان دلار، به یکی از بازارهای داغ تبدیل شده است.

بازار طلا در تهران، شهری که به واسطه نوسان دلار، به یکی از بازارهای داغ تبدیل شده است.

بازار طلا در تهران، شهری که به واسطه نوسان دلار، به یکی از بازارهای داغ تبدیل شده است.

بازار طلا در سال ۲۰۲۰ ماهیت دوگانه خود را نشان داد و هم‌زمان با سقوط تقاضای فیزیکی برای طلا، تقاضای سرمایه‌گذاری برای این فلز ارزشمند به رکورد تاریخی رسید. به گزارش ایسنا، شورای جهانی طلا گزارش سه ماهه چهارم و ترندهای تقاضا در سال ۲۰۲۰ را منتشر کرد که نشان داد تقاضا برای طلا در سه ماهه چهارم به ۷۸۳.۴ تن رسید که ۲۸ درصد در مقایسه با مدت مشابه سال ۲۰۱۹ کاهش داشت و ضعیف‌ترین تقاضای سه ماهه از زمان بحران مالی سال ۲۰۰۸ به این طرف بود. تقاضا برای طلا در کل سال ۲۰۲۰ تا ۳۷۵۹ تن رسید که ۱۴ درصد در مقایسه با سال ۲۰۱۹ کاهش داشت و نخستین بار از سال ۲۰۰۹ بود که تقاضای سالانه پایین ۴۰۰۰ تن بود.

طبق گزارش شورای جهانی طلا، همه‌گیری ویروس کرونا با پیامدهای گسترده‌ای که داشته، عامل اصلی تاثیرگذار در کاهش تقاضای مصرف‌کننده برای طلا در سال ۲۰۲۰ بوده است. برخلاف تقاضای فیزیکی ضعیف، بازار طلا شاهد تقاضای سرمایه‌گذاری بی‌سابقه بود. موجودی طلای صندوق‌های ETF طلا به میزان ۸۷۷ تن رشد کرد و در پایان سال ۲۰۲۰ به رکورد ۳۷۵۱.۵ تن رسید. این افزایش با وجود کاهش ۱۳۰ تن از موجودی صندوق‌های ETF در سه ماهه چهارم به دلیل افت چشمگیر قیمت‌ها در نوامبر، حاصل شد.

بازار طلا همچنین شاهد تقاضای مطلوبی برای سکه و شمش طلا بود و شورای جهانی طلا اعلام کرد تقاضای جهانی برای شمش در سه ماهه چهارم ۱۰ درصد و برای کل سال ۳درصد رشد کرد و به ۸۹۶.۱ تن رسید. سرمایه‌گذاران سال میلادی گذشته مجموعاً ۱۷۷۳.۲ تن طلا خریدند که ۴۰ درصد در مقایسه با سال ۲۰۱۹ افزایش داشت و با توجه به قیمت فعلی ۱۸۵۰ دلار اونس طلا، حدود ۱۰۰ میلیارد دلار ارزش دارد. برخلاف سال ۲۰۱۱ که مصرف‌کنندگان در پی صعود قیمت‌ها، به فروش طلاهای خود پرداخته بودند، طلای بازیافتی جهانی در سال ۲۰۲۰ با وجود رکوردشکنی قیمت، یک درصد رشد کرد. در حالی که انتظار می‌رود تقاضای سرمایه‌گذاری برای طلا تا پایان سال ۲۰۲۱ همچنان رشد کند اما سرمایه‌گذاران همچنان باید چشم‌انداز کامل بازار را زیر نظر داشته باشند.

تقاضا برای جواهرات که نیمی از تقاضای جهانی را تشکیل می‌دهد، به رکورد پایینی کاهش پیدا کرد و همه‌گیری ویروس کرونا بازار جواهرات را به مرز رکود کشاند. مجموع تقاضای جهانی برای جواهرات در سال ۲۰۲۰ به ۱۴۱۱.۶ تن رسید که ۳۴ درصد در مقایسه با سال ۲۰۱۹ کاهش داشت و پایین‌ترین رکورد از زمان ثبت آمار تقاضا برای جواهرات توسط شورای جهانی طلا بود. با این حال شورای جهانی طلا خوش‌بین است با تلاش کشورها برای مهار ویروس کرونا، بازار طلا بهبود پیدا خواهد کرد.

به گفته شورای جهانی طلا، تنها مصرف‌کنندگان عادی نبودند که طلا نمی‌خریدند. تقاضای بانک‌های مرکزی به میزان بیشتری سقوط کرد و با ۶۰ درصد کاهش به ۲۷۲.۹ تن رسید. این کاهش پس از دو سال رشد مداوم تقاضای بانک‌های مرکزی برای خرید طلا روی داد. تحلیلگران معتقدند بانک‌های مرکزی سراسر جهان به جای افزایش ذخایر طلا، عمدتا به دنبال حمایت از اقتصادهای داخلی بودند. براساس گزارش کیتکونیوز، اگرچه بازیافت طلا در سال ۲۰۲۰ رشد کرد اما مجموع عرضه این فلز ارزشمند ۴درصد کاهش پیدا کرد. تولید معدنی در سال میلادی گذشته ۳۴۰۰ تن بود که ۴درصد در مقایسه با سال ۲۰۱۹ کاهش داشت و دومین کاهش سالانه متوالی تولید بود.

سه‌م‌درصدی مسکن از تسهیلات بانکی



۲۷۰ هزار و ۴۳۶ و بخش خدمات نیز با ۲۷۷ هزار و ۵۰۱ میلیارد تومان بیشترین تسهیلات در این بخش را از نظام بانکی دریافت کردند. سهم منابع دریافتی توسط این دو بخش اقتصادی برای تامین سرمایه در گردش‌شان، ۷۶ درصد از کل تسهیلات بانک‌ها برای سرمایه در گردش به سایر بخش‌های اقتصادی تا آذر را به خود اختصاص دادند.

در بخش دیگری از گزارش بانک مرکزی، تسهیلات برای «یجاد» حدود ۱۵۴ هزار میلیارد تومان گزارش شده که نسبت به مدت مشابه سال گذشته رشدی ۸۲ هزار میلیارد تومانی داشته اما سهمش از کل تسهیلات پرداختی ۱۲.۶ درصد است. سهم این نوع تسهیلات در مدت مشابه سال گذشته، ۱۱.۵ درصد گزارش شده بود. نکته دیگر گزارش بانک مرکزی، کاهش سهم «خرید کالای شخصی» از تسهیلات است. با وجود اینکه مقدار وام‌های اعطایی تا پایان پاییز امسال با افزایشی ۳۱.۸ هزار میلیارد تومانی به ۱۰۷ هزار و ۶۲۴ میلیارد تومان رسید، اما سهم آن از کل تسهیلات ۱۲.۱ درصد به ۸.۸ درصد کاهش یافت. بیشترین بخشی که تقاضا برای دریافت تسهیلات با عنوان خرید کالای شخصی داشت، بازرگانی بود؛ سهم تسهیلات پرداخت شده به این بخش ۱۰۰ هزار و ۷۰ میلیارد تومان بود که سهمی ۴۵.۲ درصدی داشت. این امر نشان می‌دهد که در سال ۹۹ و پس از محدودیت‌های کرونایی که به کاهش اشتغال و تعداد بنگاه‌های فعال منجر شد، خرید وسایل شخصی به خصوص کالای بادوام در اولویت افراد قرار ندارد. این امر گرچه منطقی است اما در صورت تکرار می‌تواند مشکلات زیادی برای واحدهای تولیدی ایجاد کند. به عنوان مثال، آنها برای جبران نقدینگی خود به وام‌گیری بیشتری روی آوردند که در صورت افزایش نااطمینانی نسبت به آینده و با افزایش انتظارات تورمی، نمی‌توانند آنها را به بانک‌ها بازگردانند. در این صورت، واحدها توسط بانک‌ها تملیک می‌شوند.

براساس گزارش بانک مرکزی، در ۹ ماهه امسال ۷۰درصد تسهیلات پرداختی به بخش‌های خدمات و صنعت رسید و تا پایان آذرماه بخش‌های خدمات و صنعت بیشترین تسهیلات را از سیستم بانکی دریافت کردند. یعنی تا پایان پاییز امسال از کل ۱۲۱۹ هزار میلیارد تومان تسهیلاتی که بانک‌ها پرداخت کردند، ۸۴۳ هزار و ۴۵۱ میلیارد تومان به این دو بخش داده شده که حدود ۷۰درصد کل تسهیلات پرداختی است. در این بین، میزان وام‌های داده شده به دو بخش خدمات و صنعت در مدت مشابه پارسال ۴۰۵.۵ هزار میلیارد تومان بود که مقایسه این دو رقم نشان می‌دهد طی یک سال افزایشی ۱۰.۸ درصدی در تسهیلات‌دهی به این دو بخش رخ داده است.

بخش مسکن نیز هرچند در دو سال اخیر با جهش‌های قیمتی زیادی روبه‌رو شده و کارشناسان مهمترین عامل این جهش‌ها را عدم تناسب عرضه با تقاضای مسکن می‌دانند، اما تنها ۵ درصد (یعنی ۷۰ هزار و ۱۶۳ میلیارد تومان) از کل تسهیلات بانک‌ها به بخش ساختمان و مسکن اختصاص یافت، درحالی که در مدت مشابه سال گذشته سهم تسهیلات مسکن ۷ درصد از کل تسهیلات پرداختی بود. در ۹ ماهه امسال و به دلیل شیوع کرونا و کاهش شدید مشارکت اقتصادی، به‌نظر می‌رسد عمده تمرکز دولت، سرپانگه‌داشتن بنگاه‌ها و واحدهای اقتصادی با وام و تسهیلات بوده است.

همانطور که اشاره شد، سرمایه در گردش همچنان سهم بیشتری از تسهیلات داشته و با استناد به گزارش بانک مرکزی، بانک‌ها در ۹ ماهه امسال برای سرمایه در گردش، تسهیلات بیشتری پرداخت کردند؛ کما اینکه در این مدت ۷۲۱ هزار میلیارد تومان برای سرمایه در گردش به حساب بنگاه‌ها و واحدهای تولیدی وارزب شد که نسبت به مدت مشابه پارسال ۱۱۱.۷ درصد یا ۳۸۰ هزار میلیارد تومان افزایش داشته است. سهم تسهیلات در قالب سرمایه در گردش در ۹ ماهه امسال ۵۹.۱ درصد و در ۹ ماهه پارسال حدود ۵۴.۵ درصد بوده است. بخش صنعت با دریافت

تسهیلات بانکی برای واحدهای تولیدی در تهران، شهری که به واسطه نوسان دلار، به یکی از بازارهای داغ تبدیل شده است.

تسهیلات بانکی برای واحدهای تولیدی در تهران، شهری که به واسطه نوسان دلار، به یکی از بازارهای داغ تبدیل شده است.

تاکید همتی بر لزوم متناسب‌سازی تسهیلات بانک‌های خصوصی با سپرده‌ها

بانک مرکزی از کاهش نرخ ارز استقبال می‌کند

او به فشار بی‌سابقه تحریم‌ها در دو سال گذشته اشاره کرد و ادامه داد: «طی سال‌های اخیر شرایط بسیار سختی را گذراندیم لذا انتظارات از بانک مرکزی و نظام بانکی کشور هم باید متناسب با توانایی‌ها و امکانات سیستم بانکی و بانک مرکزی باشد. تحریم‌های جدید آمریکا که از اواخر سال ۱۳۹۶ اعلام شده بود از ۱۵ مرداد سال ۱۳۹۷ و یک هفته پس از اینکه بنده مسئولیت بانک مرکزی را برعهده گرفتم عملیاتی شد و به مرور و طی ماه‌های بعد از آن به اوج رسید که شامل تحریم بانک مرکزی و بانک‌ها و صادرات نفتی و سایر موارد بود و عملاً منابع ارزی و اقتصاد کشور را تحت تاثیر قرار داد. این تحریم بی‌سابقه‌ترین تحریم علیه ایران بود که تاکنون در مورد هیچ کشوری اعمال نشده بود.

به گفته همتی، در طول ۲ سال گذشته بخش زیادی از درآمد ارزی‌مان را از دست دادیم بنابراین دولت در دو سال گذشته به شدت تحت فشار بود و همان مقدار محدود منابع ارزی نیز با هدف حمایت از افشار ضعیف با نرخ ۴۲۰۰ تبدیل شد. لذا فشار به حدی بود که حتی بسیاری از کشورهای که با ما روابط دوستانه داشتند منابع ارزی کشور را بلوکه کردند و پول‌های ما را ندادند. سال ۱۳۹۹ تا آبان و آذر بیشترین فشارها را تحمل کردیم و شرایط بسیار سخت شد و بسته شدن مرزها به دلیل شیوع کرونا و محدود شدن سیستم بانکی نیز شرایط ویژه‌ای را برای کشور ایجاد کرده بود که به‌مدالله از شرایط سخت عبور کردیم و دشمن علی‌رغم فشار به طبقات کم درآمد جامعه و ایجاد مشکلات معیشتی برای آنها به هدف خود که فروپاشی اقتصادی کشور بود نرسید. رئیس کل بانک مرکزی با بیان اینکه دولت در سال جاری بیش از ۸۰ هزار میلیارد تومان اوراق منتشر کرده که بخش زیادی از آن در چارچوب عملیات بازار باز انجام شده است، گفت: اگر این اقدام انجام نمی‌شد ۵۶۰ هزار میلیارد تومان نقدینگی اضافه ایجاد می‌شد. تورم موجود در کشور ناشی از محدودیت عرضه ارز و انباشت نقدینگی است؛ لذا بالا رفتن قیمت ارز به دلیل محدودیت‌ها قطعاً در افزایش قیمت‌ها و تورم تاثیر زیادی داشته است.

همتی سپس به تشریح مشکلات نظام بانکی پرداخت و گفت: به دلیل

^[1] او به فشار بی‌سابقه تحریم‌ها در دو سال گذشته اشاره کرد و ادامه داد: «

^[2] او به فشار بی‌سابقه تحریم‌ها در دو سال گذشته اشاره کرد و ادامه داد: «

خبرگزاری الجزیره بررسی کرد

بورس در دوره بایدن به کدام سو می‌رود؟

به گفته خبرگزاری الجزیره، بورس تهران در حال حاضر حدود ۳۷ درصد از رکورد خود عقب نشسته و همین مسئله باعث زیان بخش بزرگی از سهامداران شده است. خبرگزاری فطری الجزیره در گزارشی نوشت: وضعیت اقتصادی جهان از سال ۲۰۱۹ رو به وخامت رفت و شیوع کرونا نیز شرایط را بدتر کرد. از آن زمان شماری از مقامات ایرانی مردم را تشویق کردند تا در بازار بورس سرمایه‌گذاری کنند. با تشدید فشارهای آمریکا و کاهش ارزش ریال، بسیاری از مردم با هدف حفظ ارزش دارایی‌های خود وارد بازار بورس شدند. دولت ایران از ماه مه ۲۰۲۰ بخشی از سهام شرکت‌های دولتی را در بازار عرضه کرد که استقبال خوبی از آنها شد و شاخص بورس تهران برای نخستین بار از یک میلیون واحد گذشت و کمی پس از آن نیز کانال ۲ میلیون واحدی را پشت سر گذاشت.

بورس تهران در حال حاضر حدود ۳۷ درصد از رکورد خود عقب نشسته و همین مسئله باعث زیان بخش بزرگی از سهامداران شده است. ریزش سنگین بورس تا جایی ادامه یافت که رئیس این سازمان از سمت خود کناره‌گیری کرد. به عقیده برخی از کارشناسان بازار سرمایه، دولت ایران در تشویق مردم به بازار بورس بدون گوشزد کردن ریسک‌های احتمالی اشتباه کرد. با روی کار آمدن دولت بایدن در آمریکا انگیزه فعالان برای حضور در بورس کمتر شده است؛ چراکه آنها امیدوار به بازگشت آمریکا به توافق هسته‌ای هستند. کاهش انتظارات تورمی نه تنها در بورس که در بازار ارز نیز اتفاق افتاده؛ تا جایی که قیمت هر دلار از حدود ۳۰ هزار تومان به ۲۲ هزار تومان کاهش یافته است.

این خبرگزاری فطری در پایان نوشت: در ماه‌های قبل قیمت برخی از سهام بر حسب دلار ۵۰ هزار تومانی قیمت‌گذاری شده بود و تخلیه حباب آنها پس از شکست دونالد ترامپ در انتخابات نقش زیادی در کاهش سنگین شاخص بورس داشته است. پیروزی بایدن این امید را تقویت کرده است که اقتصاد ایران شانس مجددی برای بازگشت به عرصه جهانی و تجارت آزادانه‌تر با شرکای خارجی خواهد داشت.

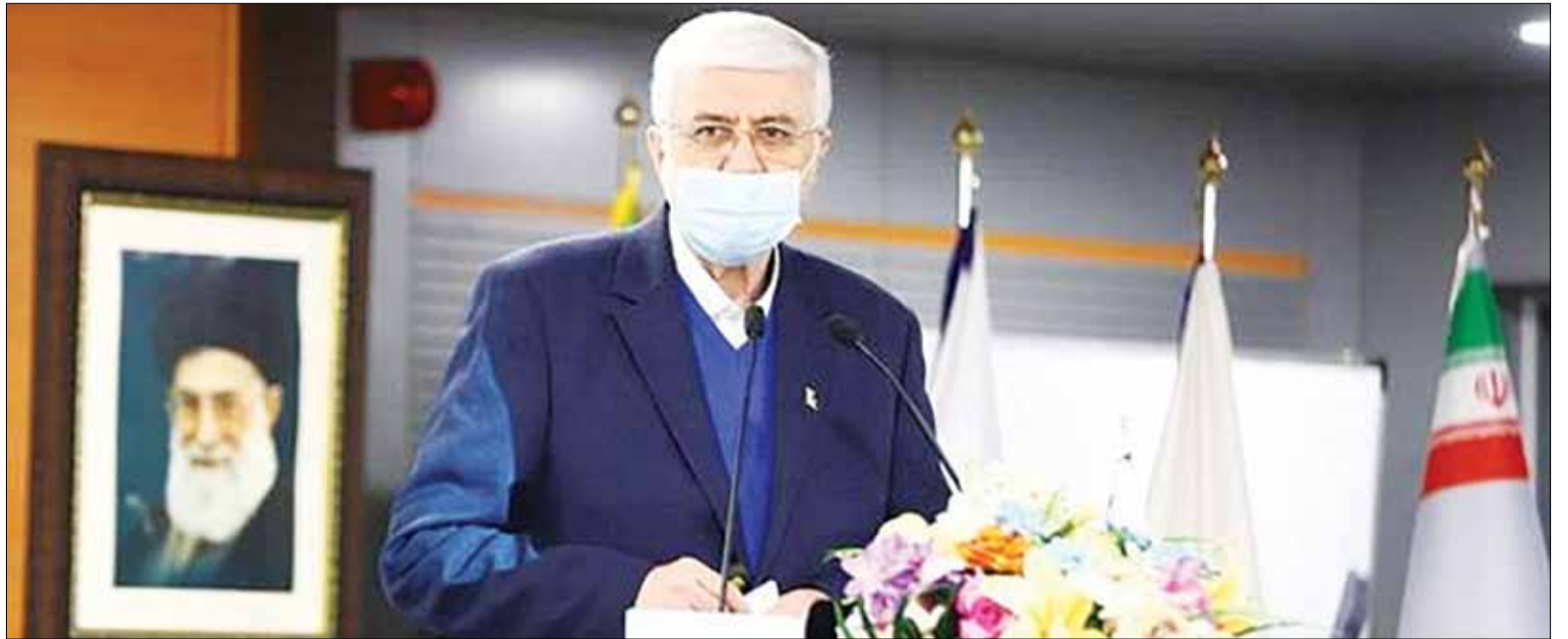
بازار سوم فرابورس راه‌اندازی می‌شود

سرپرست مرکز پژوهش‌های سازمان بورس از راه‌اندازی بازار سوم فرابورس خبر داد و گفت: اصلاحات دستورالعمل‌های پذیرش، عرضه، نقل و انتقال اوراق بهادار و نحوه انجام معاملات اوراق بهادار در فرابورس ایران، به منظور ایجاد بازار هدف، مصوب شد.

به گزارش سازمان بورس و اوراق بهادار، مریم صفاریان افزود: با ابلاغ این مصوبات، بازار هدف به عنوان یکی از بازارهای فرابورس متشکل از دو تابلوی اصلی و فرعی ایجاد خواهد شد. شرکت‌های دارای چشم‌انداز روشن از رشد و سودآوری که شرایط پذیرش در بازارهای اول و دوم فرابورس را ندارند، می‌توانند براساس شرایط پیشبینی‌شده در مقررات که نسبت به شرایط پذیرش در دو بازار قبلی ساده‌تر است، در این بازار و هر یک از تابلوهای آن پذیرش شده و اوراق بهادار آنها با شرایط متفاوتی که برای هر تابلو متناسب با ویژگی شرکت‌های پذیرفته شده است، معامله شوند. به گفته وی، بازار هدف، به منظور رفع موانع و مشکلات شناسایی شده در بازار شرکت‌های کوچک و متوسط فرابورس ایجاد و جایگزین این بازار خواهد شد. به دلیل ماهیت شرکت‌های پذیرفته شده در بازار هدف، صرفاً سرمایه‌گذاران واجد شرایط شامل اشخاص حقیقی و حقوقی که براساس ضوابط و معیارهایی از قبیل سواد مالی، تجربه کاری و سابقه فعالیت در بازار سرمایه، می‌توانند در این بازار فعالیت کنند. گفتنی است معاملات فرابورس درخصوص کالا، ابزارهای مالی (شامل سهام) و اوراق مشتقه آنها انجام می‌گیرد، بازار اوراق مشتقه فرابورس نیز در زمینه دارایی‌هایی مانند نرخ بهره، نرخ ارز، سهام و کالا فعال است.

در مدیریت بحران تفکر خلاقانه یک اصل است

پنجمین کنفرانس ملی فرهنگ سازمانی با رویکرد مدیریت بحران برگزار شد



۱- بحران‌ها تهدیدهای بزرگ برای سازمان‌هاست. ۲- بحران‌ها معمولاً غیرقابل پیش‌بینی‌اند. ۳- بحران‌ها زمان کمی برای تصمیم‌گیری به مدیران می‌دهند. رئیس انجمن مدیریت بحران گفت: مدیریت بحران حکم می‌کند که در زمان بدترین تصمیم را در زمان کوتاه بگیریم، مثلاً در سال ۸۶ که به دلیل گران شدن بنزین یکی از شعبه‌های ما آسیب جدی دید، ساده‌ترین کار این بود که سلب مسئولیت کنیم و بگوییم این اتفاق باعث شد تا توانیم به شما خدمات ارائه کنیم، اما ما ۲۰ تا تاکیسی شیک و تر و تمیز اجاره کردیم و آنها را جلوی شعبه بانک مستقر کردیم. هر مشتری که می‌آمد با هدایای همکاران سوار تاکسی می‌شدند تا در شعبه دیگری به آنها خدمات داده شود و دوباره با همان تاکسی به مقصدی که می‌خواستند بروند. این تصمیم ساده یک انعکاس عیبی در تهران و حتی سراسر کشور پیدا کرد.

تفکر خلاقانه در مدیریت بحران مهم است

مدیرعامل بانک پاسارگاد از تفکر خلاقانه به عنوان یک اصل مهم در مدیریت بحران یاد کرد و گفت: در مدیریت بحران تفکر خلاقانه یک اصل است. چون باید در زمان بحران فکر کرد، تصور کرد، تخیل کرد و یک تصمیم خلاقانه گرفت تا از آن بحران عبور کنیم.

وی همچنین گفت: در مدیریت بحران باید از کشف نشانه‌ها شروع کنیم چون هر بحرانی یک سیگنال اولیه دارد. ما باید به علائم هشداردهنده توجه کنیم. وقتی نشانه‌ها را شناسایی کردیم باید به آماده‌سازی و پیشگیری بپردازیم یعنی با برنامه‌ریزی درست بحران را کنترل کنیم. پس از کنترل بحران باید به سمت بهبود سازمان برویم. بهبود به معنای بازگشت به موقعیت قبل نیست، بهبود یعنی فراتر رفتن از وضعیت قبل از بحران. چون ما در بهبود نه تنها به وضعیت قبل به سادگی برمی‌گردیم بلکه باید ارتقا پیدا کنیم. به دلیل اینکه بحران را پشت سر گذاشتیم و صاحب تجربه شدیم. در واقع معنای مقاومت همین است که سازمان انعطاف لازم، توانمندی و مدیریت را دارد و طبعاً در وضعیت بهبود به سطح بالاتری نسبت به قبل می‌رسد.

مهمترین مزایای مسئولیت اجتماعی برای سازمان‌ها

رئیس شورای سیاست‌گذاری پنجمین کنفرانس ملی فرهنگ سازمانی در بخش مسئولیت اجتماعی گفت: مهم‌ترین مزایای مسئولیت اجتماعی برای سازمان‌ها، ترغیب به تصمیم‌گیری آگاهانه، بهبود اقدامات مدیریت بحران، افزایش شهرت، افزایش اعتبارات عمومی، اعتبار مزیت‌های رقابتی، بهبود ارتباط سازمان با ذی‌نفعان، خلاقیت و نوآوری، افزایش وفاداری و بهره‌وری انسانی و کاهش تعارضات اجتماعی با مشتریان است.

وی ادامه داد: در زمان بحران مسئولیت اجتماعی می‌تواند ارزیابی برند توسط مشتریان را تحت تاثیر رفتارهای خود قرار دهد. وقتی شما یک تصمیم درستی بگیرید بلافاصله برند شما تحت تاثیر قرار می‌گیرد. دکتر مجید قاسمی همچنین اضافه کرد: در زمان بحران اگر با نگاه مسئولیت اجتماعی به ذی‌نفعان نگاه نکنیم و به آنها کمک نکنیم تا از بحران خارج شوند خود سازمان بیشتر آسیب می‌بیند. مسئولیت اجتماعی می‌تواند از دیدنی نسبت به سازمان جلوگیری کند.

فرصت امروز: پنجمین کنفرانس ملی فرهنگ سازمانی با رویکرد مدیریت بحران به همت انجمن مدیریت بحران در تاریخ هفتم و هشتم بهمن ماه ۱۳۹۹ و در دانشگاه خاتم برگزار شد. در این کنفرانس دو روزه با برگزاری سخنرانی‌ها و نشست‌های تخصصی، درباره جنبه‌های مختلف مدیریت بحران بحث و تبادل نظر شد. در افتتاحیه مراسم دکتر مجید قاسمی، رئیس انجمن مدیریت بحران و رئیس شورای سیاست‌گذاری کنفرانس با موضوع نقش مسئولیت‌های اجتماعی در مدیریت بحران سخنرانی کرد. در افتتاحیه کنفرانس دکتر مجید قاسمی با اشاره نقش مهم و اساسی مسئولیت اجتماعی در مدیریت بحران گفت: سازمانی که به مسئولیت اجتماعی آراسته است در برخورد با بحران‌ها توانایی‌های زیادی دارد و می‌تواند بحران‌ها را بهتر مدیریت کند.

رئیس انجمن مدیریت بحران با اشاره به سرفصل‌های بحران و مدیریت بحران، مسئولیت‌های اجتماعی و دستاوردهای آن و نقش مسئولیت‌های اجتماعی در مدیریت بحران گفت: بحران یک موقعیت است که توسط عوامل داخلی یا خارجی ایجاد و یا تشدید می‌شود. یعنی از یک اتفاق به ظاهر ساده یک بحران متولد می‌شود یا به عبارتی مجموعه‌ای از حوادث ساده ناگاه زمینه‌های بروز بحران را در یک بنگاه اقتصادی با جامعه به وجود می‌آورند.

تبدیل نرخ ارز یک بحران بود

رئیس شورای سیاست‌گذاری پنجمین کنفرانس ملی فرهنگ سازمانی همچنین گفت: برای مثال تبدیل نرخ ارز در سال ۱۳۹۱ یک حادثه کوچک بود، اما ناگاه به یک بحران بزرگ تبدیل شد. بنگاه‌های اقتصادی کشور تحت تاثیر تغییر و تبدیل نرخ ارز قرار گرفتند و آسیب‌های زیادی دیدند. سوال این است در چنین موقعیتی مسئولیت یک بنگاه اقتصادی یا بانک چیست؟

وی با اشاره به تغییر نرخ ارز در سال ۹۱ گفت: تغییر نرخ ارز در سال ۹۱ یک بحران برای سازمان‌های اقتصادی، فعالان پولی و بانک‌ها بود در واقع برای کل کشور بحران ایجاد کرد؛ بحرانی که باعث شد ۱۵ میلیون تن کالا در گمرک ترخیص نشود. مدیرعامل بانک پاسارگاد در ادامه سخنرانی گفت: بحران تاثیر چندوجهی در کل سازمان ایجاد می‌کند و می‌تواند در سطح ملی فراگیر شود. مثلاً قطعی برق در زمان جنگ یک بحران بود. ما ۱۲۰۰۰ مگابایت ظرفیت نصب شده داشتیم، اما فقط ۲۵۰۰ مگابایت از آسیب مصون مانده بود. ما در آن زمان با یک بحرانی روبه‌رو بودیم که آمادگی لازم را برای مدیریت آن نداشتیم.

وی همچنین گفت: بحران در فعالیت‌های عادی کسب و کار اختلال ایجاد می‌کند و ممکن است اعتبار سازمان را مخدوش کند. مثلاً در سال ۸۵ یعنی یک سال پس از اینکه بانک پاسارگاد کارش را شروع کرده بود برای یکی از بانک‌ها یک اتفاق ناساده افتاد. آنها می‌خواستند بخشی از عملیات خودشان را از یک سامانه به سامانه دیگر منتقل کنند، اما با مشکل روبه‌رو شدند و همین مسئله باعث قطعی سه هفته‌ای کل سیستم بانکی آنها شد و اعتبار آن سازمان را مخدوش کرد. این اتفاق بزرگترین بحران در دوره ۲۰ ساله فعالیت آن بانک بود.

مشخصه‌های بارز موقعیت‌های بحرانی

دکتر مجید قاسمی ضمن برشمردن ویژگی‌های بحران در زمان‌های مختلف گفت: همه موقعیت‌های بحرانی حداقل باید در سه مشخصه اشتراک داشته باشند:

شماره آگهی ۱۰۸۵۰۱۵

آگهی مناقصه عمومی یک مرحله ای

شماره ۲۰۹۹۰۰۱۵۴۳۰۰۰۰۰۱

اداره امور شعب بانک
ملی استان قم

اداره امور شعب بانک ملی استان قم در نظر دارد عملیات احداث خزانه بتنی شعبه خیابان سمیه قم را با برآورد اولیه ۶/۷۲۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال و زمان اجرای کار ۵۰ روز و تضمین شرکت در مناقصه به مبلغ ۳۴۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال (ضمانت نامه بانکی یا واریز وجه نقد) از طریق مناقصه عمومی یک مرحله ای و از طریق سامانه ستاد به شرکت های واجد شرایط واگذار نماید.

به همین منظور از کلیه شرکت‌هایی که دارای حداقل رتبه ۵ در رشته ابنیه از دفتر فنی استانداری و یا معاونت برنامه ریزی و نظارت راهبردی ریاست جمهوری و همچنین دارای گواهی ثبت نام در سامانه مالیات بر ارزش افزوده کشور می باشند دعوت بعمل می آید تا تاریخ ۹۹/۱۱/۱۱ تا پایان وقت اداری مورخ ۹۹/۱۱/۱۵ نسبت به خرید اسناد مناقصه از طریق سامانه ستاد اقدام نموده و پیشنهاد قیمت خود را همراه با مدارک درخواستی حداکثر تا پایان وقت اداری مورخ ۹۹/۱۱/۲۵ از طریق سامانه ستاد تحویل نمایند. (پاکات الف باید بصورت فیزیکی به اداره امور تحویل گردد. پاکات ب و ج فقط در سامانه بارگذاری شود). جلسه بازگشایی پاکات در ساعت ۸ صبح مورخ ۹۹/۱۱/۲۶ در محل کمیسیون قبول معاملات اداره امور شعب بانک ملی استان قم واقع در طبقه اول ساختمان سرپرستی، اتاق کنفرانس می باشد. مناقصه گران می توانند در صورت تمایل در جلسه بازگشایی پاکات حضور بهم رسانند.

توضیحات اینکلیه هزینه های مرتبط با چاپ و نشر آگهی برعهده برنده مناقصه خواهد بود. تذکر: شرکت در مناقصه صرفاً از طریق سامانه ستاد به نشانی www.setadiran.ir امکانپذیر خواهد بود.

نوبت دوم

آگهی فراخوان مناقصه عمومی

شرکت ملی گاز ایران
شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی

شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی در نظر دارد اقلام مورد نیاز خود را با شرایط ذیل از طریق مناقصه عمومی تامین نماید:

شماره تقاضا و مناقصه	تقاضای شماره AR-۳۴۶-۹۹۴ مناقصه ۹۹/۰۹۰
نوع مناقصه	خرید سرمایه‌یک پال - ساخت داخل
مبلغ تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار	مبلغ تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار به میزان ۵۳۳/۲۰۰/۴۰۰ ریال (پانصد و سی و سه میلیون و دویست هزار و چهارصد ریال) می باشد.
نوع تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار	تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار بصورت یکی از تضمین های قبول فوق آیین نامه تضمین شماره ارجاع کار ۱۳۳۲۰۲/۵۰۶۵۹۲ مورخ ۹۴/۰۹/۲۲ هیات وزیران می باشد.
مبلغ برآوردی مناقصه	۱۰/۶۶۴/۰۰۸/۰۰۰ ریال
تاریخ تحویل اسناد به واجدین شرایط	۱۳۹۹/۱۲/۱۴
آخرین مهلت ارائه پیشنهادات	۱۴۰۰/۰۱/۰۵
آدرس و تلفن مناقصه گزار	استان بوشهر، عسلویه، منطقه ویژه اقتصادی انرژی پارس، شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی، فاز ۳ - مدیریت بازرگانی، اداره خرید، صندوق پستی ۳۱۱-۷۵۳۹۱، تلفن: ۰۷۷۳۱۳۱۲۴۴۴، فاکس: ۰۷۷۳۱۳۱۲۴۳۰ و ۰۷۷۳۱۳۱۲۴۳۰

مناقصه گران می توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر به سایت WWW.SPGC.IR مراجعه و یا با شماره تلفن ۰۴۴۱۳۱۲۴۴۱ تماس حاصل فرمایند.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹/۱۱/۱۶

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۹/۱۱/۱۱



سهم کلای اساسی از واردات چقدر است؟

از واردات ۲۸ میلیون تنی سال جاری ۶۹ درصد به کالاهای اساسی اختصاص داشته است.

به گزارش ایسنا، اخیرا گمرک ایران وضعیت تجارت خارجی در ۱۰ ماه ابتدای امسال را اعلام کرد که نشان داد حجم تجارت خارجی ایران به ۱۲۲ میلیون و ۸۰۰ هزار تن به ارزش ۵۸ میلیارد و ۷۰۰ میلیون دلار رسیده است؛ از این رقم ۹۴ میلیون و ۵۴۱ هزار تن به ارزش ۲۸ میلیارد و ۶۳ میلیون دلار سهم صادرات و ۲۸ میلیون و ۲۴۹ هزار تن به ارزش ۳۰ میلیارد و ۶۳۹ میلیون دلار سهم واردات بود.

بررسی جزئیات بیشتر و جریان واردات کالاهای اساسی از این حکایت دارد که از حدود ۲۸ میلیون تن واردات انجام شده ۶۹ درصد کالاهای اساسی بوده است که وزن آن به بیش از ۱۹ میلیون و ۵۰۰ هزار تن می‌رسد.

واردات روزی ۱۰۱ هزار تن در ۲ ماه از ۱۱ آبان تا ۳۰ دی ماه امسال ۸ میلیون و ۱۰۰ هزار تن کلای اساسی به ارزش ۹ میلیارد و ۹۰۰ میلیون دلار معادل روزی ۱۰۱ هزار تن وارد کشور شده است.

این در حالی است که در ۹ ماهه امسال ۱۷ میلیون و ۴۶۰ هزار و ۴۰ تن کلای اساسی به ارزش ۸ میلیارد و ۷۶۳ میلیون و ۳۵۹ هزار و ۲۱۸ دلار از گمرک ترخیص شده بود.

اما موجی کالاهای اساسی در گمرک و بنادر تا اواخر دی ماه به همراه کلای موجود در ۳۲ شناور رسیده به بنادر که حدود ۱۴ میلیون تن همراه داشته به ۵۶ میلیون تن رسیده است.

در موجودی ۴۰۲ میلیون تنی کالاهای اساسی در گمرک و بنادر، ذرت با ۲۴ میلیون تن بیشترین حجم را داراست، همچنین موجودی گندم ۱۵۰۵ هزار تن، جو ۲۷۱۰۱ هزار تن، سویا ۵۰۸۵ هزار تن، برنج ۹۱۴ هزار تن، شکر ۱۰۴۰۷ هزار تن، روغن خام ۴۰۲ هزار تن و دانه‌های روغنی ۲۵۱۴ هزار تن است.

از نیمه آبان ماه سال جاری در ستاد هماهنگی اقتصادی دولت مصوباتی در راستای تسهیل ترخیص کالاهای اساسی و مواد اولیه تولید صادر و در دستور کار قرار گرفت که تا حدودی موجب رفع موانع اصلی در ترخیص کالاهای دپوشده در گمرک و بنادر شد و از جمله آن تسهیل شرایط ارزی بود.

ظرفیت تولید سالانه متانول ایران به حدود ۲۳ میلیون تن می‌رسد

معاون وزیر نفت گفت در سال ۱۴۰۴ ظرفیت تولید سالانه متانول ایران به حدود ۲۳ میلیون تن می‌رسد، در سال‌های گذشته، همواره صادرات گاز یک محدودیت و مشکل بوده بنابراین تدبیر و بهترین گزینه تبدیل گاز به محصول متانول برای صادرات بوده است، به هر حال خوراکی خام به عنوان گاز طبیعی که حدود ۸۰ تا ۹۰ دلار به ازای هر تن قیمت دارد به متانول تبدیل می‌شود و با قیمت حدود ۲۵۰ دلار به ازای هر تن برای کشور ارزآوری می‌کند.

به گزارش ایسنا، بهزاد محمدی، در نشست تخصصی «سازاد تولید متانول، آثار قیمتی و تکمیل زنجیره ارزش» در کنگره راهبردی نفت و نیرو، متانول را محصول اصلی صنعت پتروشیمی دانست که هم‌اکنون ظرفیت تولید سالانه آن در کشور نزدیک به ۱۲ میلیون تن است و ۸۰ درصد این ظرفیت تولید می‌شود، از این رقم ۷۰۰ هزار تن در کشور مصرف و بقیه صادر می‌شود. حدود سالانه ۲ میلیارد دلار از صادرات متانول درآمد ارزی حاصل می‌شود.

وی با تأکید بر این نکته که با اطلاق کلمه «سازاد» به صنعت متانول کشور موافق نیستیم و بهترین گزینه برای تبدیل محصولی خام به محصولی با ارزش بالاتر بوده است، گفت: این صنعت رو به جلو در حال حرکت است و شاید منصفانه نباشد که بگوئیم سازاد متانول داریم، وضع صادرات این محصول مطلوب است و در بازار داخلی هم مصرف می‌شود.

محمدی ادامه داد: زنجیره از مسیر متانول در کشور تکمیل نشده است و این موضوع اصلی است که آن هم دلایل ویژه خود را دارد، با محدودیت‌هایی در کشور روبه‌رو هستیم و اگر محدودیت‌ها رخ نمی‌داد، می‌توانستیم از مسیر متانول گام بعدی و گام‌های دیگر را برداریم.

وی ظرفیت تولید ۲۳ محصول عمده پتروشیمی جهان را حدود ۱۹۰۰ میلیون تن در سال عنوان کرد و گفت: سهم خاورمیانه از این مقدار، ۱۰ درصد معادل حدود ۱۹۰ میلیون تن است و از این ۱۹۰ میلیون تن، سهم ایران در آسیا ۲۶ درصد و در کل دنیا معادل ۲۶ درصد است. عربستان از ما جلوتر است اما براساس برنامه‌ریزی‌ها، اعتقاد داریم که در سال‌های آینده بی‌شک جای ایران با عربستان جابه‌جا خواهد شد.

معاون وزیر نفت در امور پتروشیمی با بیان اینکه کل تولید ۸ محصول پایه پتروشیمی در جهان در سال ۲۰۱۹، ۶۸۶ میلیون تن بوده است، افزود: سهم متانول از این سبد ۱۵ درصد معادل ۸۵ میلیون تن است که رشد سالانه آن تا سال ۲۰۲۸ میلادی ۳۰۲ درصد برآورد شده است.

محمدی با اشاره به اینکه براساس بررسی‌های انجام شده از سال ۲۰۱۴ تا سال ۲۰۲۸ میلادی، چین از نظر ظرفیت تولید متانول بازیگر اصلی جهان است، تصریح کرد: چین با ظرفیت تولید سالانه ۷۰ میلیون تنی متانول به دلیل شرایط تولید مبتنی بر زغال سنگ تنها قادر است ۴۲ میلیون تن تولید کند.

وی شیب افزایش تولید متانول در ایران را بیشتر از کشورهای دیگر عنوان کرد و گفت: در سال ۲۰۲۸، ظرفیت تولید متانول ایران به سالانه ۲۳ میلیون تن، کل خاورمیانه به ۱۸ میلیون تن، آمریکا به ۱۱ میلیون تن و عربستان به ۶ میلیون تن می‌رسد.



حوزه‌های گردشگری، فرهنگ و هنر و ورزش و جوانان به تناسب ابعاد و بازار بنگاه‌ها تسهیلات گرفتند و در بخش وام ودیعه مسکن نیز مستاجران، متناسب با شهرهای محل سکونت خود در کلاشهرها، مراکز استان و شهرستان‌ها از تسهیلات حمایتی بهره‌مند شدند.

۲۲۰۰۰ میلیارد تومان

در دوره نخست ارائه تسهیلات کرونایی یک میلیون تومانی به خانوار مجموعاً ۲۲ هزار میلیارد تومان به متقاضیان این وام پرداخت شد.

۱۲۰۰۰ میلیارد تومان

در دور دوم پرداخت تسهیلات به خانوارها نیز متقاضیان وام کرونایی مجموعاً درخواست ۱۲ هزار میلیارد تومان وام داشتند که بیش از ۷۰۰۰ میلیارد تومان آن تا امروز پرداخت شده و باقی نیز در روند پرداخت قرار دارد و به زودی به حساب سرپرستان خانوار واریز خواهد شد.

۹۸۰۰ میلیارد تومان

در بخش کسب‌وکارهای چهارده‌گانه آسیب‌دیده از کرونا نیز در دور اول پرداخت‌ها که با عنوان «تسهیلات کرونایی اشتغال محور» انجام گرفته بود، تاکنون ۶۰۱ میلیارد تومان به متقاضیان پرداخت شده و با نهای شدن فرآیند پرداخت پرونده‌های متقاضیان به ارزش ۳۰۷ هزار میلیارد تومان، تا پایان سال این رقم مجموعاً ۹۸۰۰ میلیارد تومان می‌رسد.

۳۵۰۰ میلیارد تومان

شرکت‌های بزرگ حمل و نقلی نیز که در دوره شیوع کرونا و ایجاد محدودیت‌ها متضرر شده بودند با حمایت ویژه دولت در ردیف دریافت

تاکنون ۱۹۰۰ میلیارد تومان تسهیلات ویژه قرار گرفتند. این شرکت‌ها تاکنون ۱۶۰۰ میلیارد تومان تسهیلات ویژه کرونایی دریافت کرده‌اند و تا پایان سال با ارائه وثایق و تکمیل فرآیند دریافت تسهیلات، ۱۶۰۰ میلیارد تومان دیگر نیز دریافت خواهند کرد. به این بخش نیز مجموعاً ۳۵۰۰ میلیارد تومان تسهیلات اختصاص یافته است.

۷۳۰۰ میلیارد تومان

پرداخت وام ودیعه مسکن از پاییز امسال در دستور کار قرار گرفت و با ثبت‌نام متقاضیان دریافت این وام و نهای شدن فرآیند پرداخت به بخشی از آنان، تاکنون ۳۸۰۰ میلیارد تومان پرداخت شده و ۳۵۰۰ میلیارد تومان نیز در فرآیند پرداخت قرار دارد.

۴۰۰۰ میلیارد تومان

در حوزه تسهیلات بنگاه‌محور یا بخشی سه حوزه «گردشگری»، «فرهنگ و هنر» و «ورزش و جوانان» به ترتیب با ۱۵۰۰ میلیارد تومان، ۸۰۰ میلیارد تومان و ۱۷۰۰ میلیارد تومان مجموعاً ۴۰۰۰ میلیارد تومان درخواست تسهیلات داشته‌اند که هم‌اکنون نیز در جریان پرداخت قرار دارد.

در حوزه حمایت از مشاغل در دوران کرونا دولت ابتدا حمایت عام از کسب‌وکارها را در دستور کار قرار داد و در گام بعد تلاش کرد رسته‌های با شدت آسیب‌دیده از کرونا را مورد حمایت قرار بدهد به همین منظور، پس از تعیین و شناسایی ۱۴ رشته کسب‌وکار به شدت آسیب‌دیده براساس مواردی همچون درجه آسیب‌دیدگی اقدامات حمایتی از این گروه‌ها آغاز شد.

واردات برنج ۵۰ درصد کاهش یافت

تاریخ به بعد دیگر ثبت سفارش جدیدی نداشته‌ایم و برنج‌های وارداتی همان برنج‌های روسی در گمرکات کشور است که به مرور ترخیص و وارد بازار شده‌اند. به گفته او، با عرضه برنج خارجی با نرخ بالای ۱۰ هزار تومان، امکان فروش وجود ندارد که در نتیجه، این موضوع منجر به حذف برنج از سفره خانوار می‌شود که به علت نبود کالای جایگزین، سلامت کالای اقشار آسیب‌پذیر تحت تأثیر قرار می‌گیرد، به همین خاطر دولت‌مدران باید تمهیداتی بیندیشند.

دبیر انجمن واردکنندگان برنج با بیان اینکه ۵۰ درصد میزان واردات از نیاز کشور عقب هستیم، گفت: با مرور سابقه ۱۰ ساله، ۵۰ درصد از نیاز کشور عقب هستیم، اما اقشار آسیب‌پذیر امکان خرید برنج با نرخ بالای ۲۰ هزار تومان را ندارند و در صورتی که تقاضا برای خرید باشد، حداقل

دبیر انجمن واردکنندگان برنج با بیان اینکه ۵۰ درصد میزان واردات از نیاز کشور عقب هستیم، گفت: با مرور سابقه ۱۰ ساله، ۵۰ درصد از نیاز کشور عقب هستیم، اما اقشار آسیب‌پذیر امکان خرید برنج با نرخ بالای ۲۰ هزار تومان را ندارند و در صورتی که تقاضا برای خرید باشد، حداقل

دبیر انجمن واردکنندگان برنج با بیان اینکه ۵۰ درصد میزان واردات از نیاز کشور عقب هستیم، گفت: با مرور سابقه ۱۰ ساله، ۵۰ درصد از نیاز کشور عقب هستیم، اما اقشار آسیب‌پذیر امکان خرید برنج با نرخ بالای ۲۰ هزار تومان را ندارند و در صورتی که تقاضا برای خرید باشد، حداقل

خرید تضمینی مرغ تا رسیدن بازار به تعادل متوقف شد

موقعی کالا در بازار دچار کمبود می‌شود که در ویتترین مغازه‌ها و فروشگاه کالا نباشد، اما هم‌اکنون به میزان کافی تخم مرغ در مغازه‌ها موجود است. سالمی از توقف خرید تضمینی مرغ خبر داد و گفت: با توجه به افزایش جزئی قیمت مرغ، خرید تضمینی متوقف شده است تا بازار به تعادل برسد و در صورت مازاد مجدد، خرید تضمینی آغاز می‌شود. مدیرکل پشتیبانی امور دام استان تهران با اشاره به اینکه کمبودی در توزیع نهاده نداریم، بیان کرد: در حال حاضر نهاده به میزان کافی در سامانه بازارگاه توزیع می‌شود و هیچ واحد تولیدی نیست که نهاده طلبکار باشد. او درباره اینکه مرغداران به تخصیص

سالمی از توقف خرید تضمینی مرغ خبر داد و گفت با توجه به افزایش جزئی قیمت مرغ تا رسیدن بازار به تعادل خرید تضمینی متوقف است.

علیرضا سالمی، مدیرکل پشتیبانی امور دام استان تهران در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، با اشاره به اینکه توزیع تخم‌مرغ کماکان ادامه دارد، اظهار کرد: روزانه ۲۵۰ تا ۳۰۰ تن تخم مرغ با نرخ مصوب در میادین و اصناف معرفی شده توزیع می‌شود.

عرضه روزانه ۳۰۰ تن تخم مرغ در میادین او با اشاره به اینکه کمبودی در عرضه تخم مرغ نداریم، افزود: در

اخبار

حدود ۲۰درصد از موتورسیکلت‌های کشور بیمه هستند

سهم ۴۰درصدی موتورسیکلت‌ها در

تصادفات شهری

رئیس کل بیمه مرکزی گفت از ۱۱میلیون موتورسیکلت تنها ۲.۵میلیون بیمه شخص ثالث هستند.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از ایلنا، غلامرضا سلیمانی درباره میزان ضریب نفوذ بیمه در موتورسیکلت در سطح کشور اظهار داشت: بیش از ۱۱ میلیون دستگاه موتورسیکلت شماره‌گذاری شده که از این تعداد ۲,۵ میلیون دستگاه موتورسیکلت تحت پوشش بیمه شخص ثالث هستند.

وی درباره عدم تمایل موتورسیکلت‌سواران برای بیمه گفت: یکی از دلایل بیمه نبودن موتورسیکلت‌ها وضعیت درآمدی صاحبان این وسایل نقلیه است.

رئیس کل بیمه مرکزی افزود: عامل دیگر هم به فرهنگ بیمه‌ای این افراد برمی‌گردد که به این موضوعات کمتر توجه می‌کنند و متأسفانه خسارات مالی به خود و دیگران وارد می‌کنند و حتی منجر به فوت خود یا اطرافیان می‌شوند.

سلیمانی تاکید کرد: طبق بررسی‌های انجام شده ۴۰ درصد تصادفات داخلی شهری به دلیل وجود موتورسیکلت‌ها است.

رئیس کل بیمه مرکزی از بخشودگی جرایم بیمه‌ای خبر داد و گفت: اعلام کرده‌ایم که از ابتدای بهمن ماه تا آخر بهمن‌ماه افرادی که اقدام به بیمه موتور و خودروی خود کنند مشمول بخشودگی جرایم بیمه‌ای خواهند شد.

ماجرای استاندارد نبودن خودروهای پورشه، بنز و بی ام و دپوشده در گمرک چیست؟



رئیس سازمان ملی استاندارد درباره وضعیت ترخیص خودروهای بتز، بی ام و پورشه دپوشده در گمرک‌ها به دلیل عدم تایید استاندارد گفت که مشکل از استاندارد نبودن این خودروها نیست بلکه بیشتر مربوط به قوانین و مقررات است.

به گزارش رویداد۲۴، اخیراً طی بازدید مسئولان قضایی از گمرک شهید رجایی در رابطه با بررسی نحوه ترخیص کالاهای اساسی دپوشده در گمرک‌ها، یکی از مسئولان سازمان اموال تملیکی استان هرمزگان این موضوع را مطرح کرد که برای شماره‌گذاری خودرو تاییدیه اداره استاندارد لازم است، ولی سازمان ملی استاندارد طی نامه‌ای اعلام کرده که چند مدل خودرو از جمله بنز، بی‌ام، و پورشه و تیوتا مورد تایید نبوده و با استاندارد ملی مطابقت ندارند.

به طور کلی در سال‌های اخیر هزاران خودروی وارداتی به دلایل مختلف در گمرک باقی مانده و امکان ترخیص و حتی تعیین تکلیف آنها از سوی سازمان اموال تملیکی وجود ندارد و یکی از مهمترین دلایل آن هم مشکل تایید استاندارد آنها است.

سازمان ملی استاندارد تاکید دارد که «عمده این خودروها دارای حداقل

یکی از ایرادات از جمله عدم ثبت سفارش، نداشتن گواهی صحه‌گذاری تایید نوع خودرو از سازمان ملی استاندارد ایران، حجم موتور بیشتر از ۲۵۰۰ سی سی، مستعمل بودن یا عمر بیشتر از یک سال هستند.»

در این شرایط اخیراً سازمان ملی استاندارد طی مکاتبه‌ای با معاون اول رئیس جمهور اعلام کرده «اگر شرایط فراهم شود و دستگاه‌های مربوطه ورود کنند، آماده همکاری است.»، اما رئیس این سازمان می‌گوید مشکل اصلی قوانین است و حتی در مواردی برای ترخیص این خودروها دولت باید مصوبه جدید صادر کند. نیره پیروزبخت در گفت‌گو با ایسنا، درباره وضعیت ترخیص خودروهای بنز، بی ام و و پورشه دپوشده در گمرک‌های داخلی گفت: در زمینه خودروها مشکل در استاندارد نیست بلکه بیشتر مربوط به قوانین و مقررات است. وی داشتن ثبت سفارش و خدمات پس از فروش، نداشتن موتور با حجم بالای ۲۵۰۰ سی سی، آمریکایی نبودن خودروها و کار کرده نبودن آنها را از جمله قوانین و شرایط اعلام کرد که مانع ترخیص خودروهای لوکس شده است.

این مقام مسئول در پاسخ به اینکه آیا در بحث استاندارد، امکان حل شدن مشکلات این خودروها وجود دارد، توضیح داد: بحث ما قوانین

قرعه‌کشی، تجویز اشتباه شورای رقابت برای بازار خودرو

هم برای ثبت‌نام‌کنندگان قرار دادند اما در عمل نتوانستند که تقاضا سرمایه‌ای بازار را مدیریت کنند و برای همین هم فردی که برنده یک خودرو می‌شد، می‌توانست همان زمان خودرو خود را به صورت وکالتی به فروش برسانند و از رانت و سود چند ده میلیون تومانی آن استفاده کند. در همین زمینه چندی پیش سیدمحسن دهنوی، عضو هیأت رئیسه مجلس با حضور در یک برنامه تلویزیونی با انتقاد از رانت توزیع شده در بازار خودرو گفت: وضعیتی که امروز در قرعه‌کشی خودرو وجود دارد شبیه سیستم لاتاری است و برای همین تعداد ثبت نام‌کنندگان محصولات ایران خودرو به ۴ برابر محصولات سایپا رسیده است چون محصولات ایران خودرو اختلاف قیمت بیشتری دارند.

وی افزود: با شیوه قرعه‌کشی بازار خودرو به یک بازار سرمایه‌ای تبدیل شده است و برای همین هم در سال گذشته حدود ۸۵ هزار

میلیارد تومان رانت در جیب دلالتان رفته است.
بی توجهی شورای رقابت به عوامل اصلی نابسامانی بازار خودرو
در حالی با قرعه‌کشی خودرو رانت زیادی به جیب دلالتان رفت که دولت بدون توجه به ریشه‌های شکاف قیمتی موجود در بازار خودرو، صرفاً به تغییر روش توزیع خودرو پرداخت و البته سازوکاری کارآمد هم برای جلوگیری از ورود تقاضا سرمایه‌ای به بازار در نظر نگرفت. بر این اساس در اجرای روش قرعه‌کشی خودرو، عملاً برای عوامل اصلی بروز شکاف قیمتی در بازار همچون ورود تقاضا سرمایه‌ای و کاهش تولید خودرو، تدبیر جدی اندیشیده نشد و برای همین هم در ماه‌های بعد از شروع قرعه‌کشی، تغییر خاصی در قیمت بازار آزاد

خودروها ایجاد نشد مگر مواردی که با کاهش قیمت دلا، انتظارات تورمی مردم نیز با تغییر مواجه شد که این موضوع هم اساساً در اختیار سیاست‌گذاران خودرو کشور نبود.

تداوم ورود تقاضای سرمایه‌ای به بازار خودرو با وجود قرعه‌کشی
در همین زمینه میلاد بیگی، کارشناس صنعت خودرو در گفت‌وگو با مهر، درباره اجرای سیاست قرعه‌کشی خودرو گفت: در ابتدا روش فروش خودرو به صورت عادی در اختیار خودروسازان بود و در این روش هر کسی که زودتر وارد سایت خودروسازان می‌شد، می‌توانست ثبت نام کند اما از آنجایی‌که از زمانی به بعد شکاف بین قیمت خودرو درب کارخانه با بازار آزاد زیاد شد، عملاً زود ثبت نام کردن معنای کسب سود ۵۰ تا ۱۰۰ میلیون تومانی را می‌داد که این موضوع مشکلاتی را برای مردم ایجاد کرد.

وی ادامه داد: این وسط شورای رقابت تصمیم گرفت که به علت موضوع که همان اختلاف بین قیمت کارخانه و بازار آزاد خودروها بود، کاری نداشته باشد و صرفاً عدالت را در این تعریف کند که همه بتوانند از شانس یکسان برای خرید خودرو بهره‌مند باشند.

این کارشناس صنعت خودرو با اشاره به پیامدهای در دستور کار قرار گرفتن روش قرعه‌کشی خاطرنشان کرد: از آنجایی که اختلاف قیمت بین کارخانه و بازار همچنان وجود داشت، افراد مختلف که خودرو می‌خواستند یا نمی‌خواستند هم در قرعه‌کشی‌ها ثبت نام کردند تا از سود ناشی از اختلاف قیمت استفاده کنند و به این ترتیب تقاضا سرمایه‌ای در بازار آزاد تداوم یافت.

حذف سن فرسودگی خودروها نشانه ضعف در دفاع از قوانین است

اسقاط خودروهای فرسوده می‌بایست با واگذاری خودروهای نو با روش‌های خرید اقسالی یا ترهین سند باشد.

این نماینده مجلس شورای اسلامی ضمن تاکید بر ضرورت رعایت حقوق عامه و حقوق خاص درخصوص مزایده موتورسیکلت‌های رسوبی در پارکینگ‌ها گفت: ارائه آموزش‌هایی از قبیل استفاده از کلاه ایمنی و عدم عبور موتورسیکلت‌سواران از خطوط ویژه و … و یا دریافت جرائم سنگین در مقایسه با توقیف موتورسیکلت‌ها ارجحیت دارد.

پاک‌فطرت با اشاره به مشکلات ترخیص این موتورسیکلت‌ها از پارکینگ‌ها برای صاحبان آن افزود: با توجه به اینکه ترخیص این موتورسیکلت‌ها برای مالکان صرفه اقتصادی ندارد، در نهایت پس از توقف طولانی مدت این دستگاه‌ها در پارکینگ‌ها، نیروی انتظامی اقدام به دریافت مجوز از دستگاه قضایی برای اجرای مزایده می‌نماید، اما ورود مجدد آنها به چرخه مصرف نیز بستگی به عمر موتورسیکلت مجوز سازمان حفاظت از محیط زیست دارد و در غیر این صورت با کسب مجوز از دستگاه قضایی می‌بایست اسقاط و مستهلک شده و به عنوان آهن قراضه مورد استفاده قرار بگیرند.

وی در پایان خاطرنشان کرد: معمولاً موتورسیکلت‌ها پس از چندین سال توقف، غیرقابل استفاده می‌شوند به طوری که در اجزای موتور، ترمز و رینگ این دستگاه‌ها نواقعی پدید می‌آید که ورود خسارت و بروز تصادفات برای راکبان آنها بسیار محتمل است.

شورای رقابت در حالی قرعه‌کشی را راه حلی برای مدیریت نابسامانی‌های بازار خودرو معرفی کرد که این تصمیم ضمن توزیع رانت گسترده در میان سوداگران، نیاز متقاضیان واقعی خودرو را هم تامین نکرده است.

به گزارش گروه اقتصادی یکتا پرس، بازار خودرو از اواسط سال ۹۷ دچار نابسامانی شد و قیمت خودرو در بازار آزاد به نسبت قیمت‌های مصوب کارخانه به شدت افزایش یافت. این افزایش قیمت خودرو به حدی بود که برخی از خودروها با دو برابر قیمت مصوب کارخانه در بازار آزاد به فروش می‌رسیدند. در نتیجه افزایش شکاف بین قیمت مصوب و آزاد خودرو، بسیاری از افراد با انگیزه نوسان‌گیری و حفظ دارایی‌های سرمایه‌ای خود به خیل متقاضیان دریافت خودرو از کارخانه پیوستند به طوری که متقاضیان واقعی خودرو در تنگنا قرار گرفتند و برخی از آنها برای تأمین خودرو موردنیاز خود مجبور به رجوع به بازار آزاد و خرید خودرو به قیمت‌های بالا شدند که این امر در کنار اثر روانی افزایش قیمت‌ها، موجب افزایش ناراضیاتی مردم از بازار خودرو شد.

در این هنگام دولت و شورای رقابت برای مدیریت بازار خودرو و رساندن تعداد محدودی خودرو به متقاضیان پرتعداد، روش قرعه‌کشی را در دستور کار قرار دادند تا به این روش مشکل عدم تناسب بین عرضه و تقاضا بازار خودرو را حل کنند.

بر این اساس دو خودروساز بزرگ کشور شروع به ثبت نام جداگانه قرعه‌کشی خودرو در بازه‌های زمانی مختلف کردند و محدودیت‌هایی

عضو کمیسیون عمران مجلس شورای اسلامی ضمن تاکید بر لزوم برقی‌سازی موتورسیکلت‌ها درخصوص حذف سن فرسودگی از قانون هوای پاک و مزایده موتورسیکلت‌های رسوبی در پارکینگ‌ها توضیحاتی ارائه داد.

علیرضا پاک فطرت در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، درخصوص حذف سن فرسودگی از قانون هوای پاک از سوی دیوان عدالت اداری اظهار داشت: هوای پاک حق هر ایرانی است اما متأسفانه، مسئولین امر تاکنون نسبت به چاره‌اندیشی در این باره کوتاهی داشته و هر یک، توپ را به زمین دیگری می‌اندازند.

وی افزود: به اعتقاد بنده، خودروهای داخلی با توجه به نواقعی

که در بحث کیفی‌سازی و کاهش مصرف سوخت دارند، پس از ۱۰ سال، کارکرد خود را از دست می‌دهند که می‌بایست در جهت اصلاح کیفیت و مصرف اقدام کرد.

نماینده مردم شیراز در مجلس شورای اسلامی گفت: مصرف سوخت خودروهای داخلی به طور متوسط دو برابر مصرف سوخت خودروهای تولیدی در سایر نقاط دنیا است که اصلاح این وضعیت بسیاری از مشکلات را حل خواهد کرد.

پاک‌فطرت با اشاره به الایندگی بیشتر موتورسیکلت‌ها در مقایسه با خودروها بر برقی‌سازی موتورسیکلت‌ها تاکید کرد و افزود: آلودگی صوتی که موتورسیکلت‌های فعلی، در پایتخت کشور ایجاد می‌کنند



مقاومت اتصالات معدنی با محصولی دانش بنیان بیشتر شد و ایمنی تجهیزات ارتقا یافت

شرکتی دانش بنیان با تولید چسبی با مقاومت بالا به صنایع کمک کرد تا تجهیزات خود را با ایمنی بیشتری به یکدیگر متصل کنند. شرکت ایستا تحکیم پارت یکی از مجموعه‌های دانش‌بنیانی است که با ورود به حوزه تولید انواع چسب‌های ساختمانی و افزودنی‌های بتن، چسب‌هایی با مقاومت بالا تولید و روانه بازار کرد. چسبندگی و گیرایی فوق‌العاده بالا، مهمترین مشخصه این چسب‌های تولیدی است. به گفته ایرج آفتابی، مدیرعامل این شرکت دانش‌بنیان، کپسول رزینی محصول دانش‌بنیان این مجموعه است. این کپسول برای بولت‌گذاری در معادن و تونل‌ها و همچنین کاشت میلگرد در فونداسیون‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرد. نصب در کمترین زمان، حمل و جابه‌جایی آسان و ایمنی و چسبندگی کامل از جمله مزایای این چسب تولیدی است.



دریچه

ستاری: همکاری‌های فناورانه میان شرکتهای ایرانی و کنیایی شکل خواهد گرفت

آمریکا ۱۲ هزار دانشجو در این کشور داریم. ستاری ادامه داد: ایران و کنیا می‌توانند در حوزه احداث صنعت فناورمحور با هم همکاری کنند. در کشور ما توانمندی دانشی بالایی در حوزه تولید محصولات با فناوری بالا وجود دارد. آماده‌ایم تا این توانمندی را با کشور کنیا به اشتراک بگذاریم.

تولید محصولات با ارزش افزوده بالا

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری تجربه ایران در زمینه اجرایی کردن اقتصاد دانش‌بنیان را یک نمونه موفق دانست و گفت: با کمک همین اقتصاد توانستیم مشکلات را برطرف کنیم و به نیازهای جامعه پاسخ دهیم.

ستاری همچنین بیان کرد: ما در تلاشیم تا تولیدات با ارزش افزوده بالا را در صنایع‌مان بیشتر کنیم. محصولات حوزه آس سی تی، دارو، سلامت و درمان در اولویت ما قرار دارند.

توسعه همکاری ایران و کنیا در حوزه کشاورزی

همچنین خانم بتی مانیا، وزیر صنعت و تکنولوژی کنیا نیز در این دیدار با اشاره به اینکه از برگزاری آخرین کمیسیون مشترک اقتصادی دو کشور سال‌های زیادی گذشته است، گفت: این کمیسیون آخرین بار در سال ۲۰۱۲ برگزار شد و این آمادگی وجود دارد که در اسرع وقت برگزاری هفتمین کمیسیون مشترک اقتصادی بین دو کشور در دستور کار قرار گیرد.

وی افزود: برگزاری این کمیسیون می‌تواند زمینه‌ساز اقدامات متعددی بین دو کشور و تسریع ارتباطات تجاری بین شرکتهای بازرگانی و فناور باشد.

وی همچنین بیان کرد: کنیا در زمینه تولید چای شرایط خوبی دارد و آماده‌ایم در این زمینه همه تمهیدات لازم برای صادرات چای خود به ایران را فراهم کنیم. کنیا سبب متنوعی از میوه دارد که این حوزه نیز می‌تواند یکی از زمینه‌های همکاری دوطرفه باشد. استفاده از ارز جایگزین در تعاملات دوجانبه

در ادامه این دیدار جعفر برمکی، سفیر ایران در کنیا نیز با اشاره به اینکه ایران یک کریدور در منطقه محسوب می‌شود، گفت: ایران و کنیا می‌توانند در زمینه تولید چای و سایر میوه‌ها همکاری کنند یعنی کنیا در این زمینه از فناوری‌های ارزش افزوده ایران بهره‌بردار.

برمکی افزود: دو کشور می‌توانند در همکاری‌های دوجانبه به جای دلار و یورو ارز دیگری استفاده و ارتباطات بانکی خود را از آسیب‌های احتمالی دور کنند. اگر این اتفاق بیفتد قول می‌دهم در طول یک سال تجارت بین دو کشور دو برابر شود. به گفته سفیر ایران در کنیا مناطق آزاد کشورمان یکی از بهترین فضاها برای توسعه روابط تجاری بین دو کشور است.

ارتقای همکاری شرکتهای فناور ایرانی و کنیایی

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری برای دومین بار در رأس هیأتی ۴۰ نفره از شرکتهای دانش‌بنیان و خلاق به کشور کنیا سفر کرده است تا زمینه برای توسعه صادرات محصولات فناورانه این شرکتهای فراهم شود.

در این سفر ۳ روزه مرکز نوآوری ایران در کنیا راه‌اندازی شد و شرکتهای ایرانی و کنیایی برای توسعه روابط تجاری خود با یکدیگر نشست‌های دوجانبه‌ای برگزار کردند.



تیم کوک: حریم خصوصی مثل تغییرات اقل

مدیرعامل اپل معتقد است که حفظ حریم خصوصی از اهمیت بالایی برخوردار است و با راه‌های جدید و نوآوری‌ها، حریم خصوصی را به چالش می‌کشد. مدیرعامل اپل به توضیح دلایل این موضوع پرداخته و گفت: حریم خصوصی مثل تغییرات اقلیم است. ما باید به حفظ حریم خصوصی اهمیت بدهیم. رفتار کاربران می‌شود. اپل با انتشار سند حریم خصوصی در سال ۲۰۱۱، به بررسی دقیق این موضوع پرداخته و شرکت‌های شخص ثالث را در وبسایت‌ها در بخش‌های مختلف آگاه کرده است. چه کارهایی را کمتر انجام می‌دهید؟ چه کارهایی را بیشتر انجام می‌دهید؟ چه چیزهایی دست می‌کشید؟ چنین چیزی برای ما مهم است. ما به حریم خصوصی اهمیت می‌دهیم. ما به حریم خصوصی اهمیت می‌دهیم. ما به حریم خصوصی اهمیت می‌دهیم.

«تیم کوک»، مدیرعامل اپل در جریان کنفرانسی در زمینه سیستم‌های کامپیوتری، حریم خصوصی و محافظت از داده‌ها، در مورد اهمیت حریم خصوصی توضیح داد و تأکید کرد که حتی اگر مردم چیزی برای پنهان کردن نداشته باشند، باید به حفظ حریم خصوصی اهمیت بدهند.

به گزارش دیجیاتو، اخیراً اپل با راه‌اندازی سیستم جدیدی که در آن توسعه‌دهندگان اپ باید پیش از رهگیری کاربران از آنها اجازه بگیرند خشم فیس‌بوک را برانگیخته است. علی‌رغم اعتراض‌های این شرکت اپل با تأکید بر لزوم حفظ حریم خصوصی حاضر نیست از این سیستم بکشد و حالا تیم کوک در مصاحبه مطبوعاتی خود با «فست کمپانی» در مورد اثرات مخرب مدل کسب و کار شرکتهایی نظیر فیس‌بوک و برنامه‌های آتی اپل در مورد شفافیت رهگیری اپ‌ها (App Tracking Transparency) صحبت کرده است.

مدیرعامل اپل می‌گوید حفظ حریم خصوصی یکی از مهمترین موضوعات قرن حاضر است و لازم است عمیقاً در مورد راهکارهای حفظ حریم خصوصی فکر اساسی شود تا بتوان شرایط بهتری را برای نسل بعدی فراهم کرد.

گامی برای کاهش آلودگی هوای شهرها برداشته شد و موتورسیکلت‌های برقی بومی به بازار می‌آید

پیش از اتمام سال ۹۹، بخشی از موتورسیکلت‌های برقی به ناوگان حمل‌ونقل تحویل داده می‌شود. شرکت پست نخستین کاربر این تولید ملی است.

یک همکاری مشترک برای تولید موتورسیکلت‌های برقی شکل گرفته است تا دانش متخصصان به بازار برسد. این کار اقدامی فناورانه برای کاهش آلودگی هوا است. در همین راستا نیز ستاد توسعه فناوری‌های فضایی و حمل‌ونقل پیشرفته معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در یک همکاری مشترک با شهرداری تهران به عنوان یکی از متولیان مدیریت شهری، شرکت ملی پست و شرکت تولیدکننده موتورسیکلت‌های برقی به حوزه تولید این وسیله نقلیه ورود کردند تا با حمایت مادی و معنوی از فناوران و صاحبان دانش، روند تولید این وسایل نقلیه را شتاب دهند. سهم موتورسیکلت‌ها در آلوده کردن هوای شهرهای بزرگ قابل توجه و جدی است. این وسایل نقلیه بخش قابل توجهی از تردهای روزانه را به خود اختصاص داده‌اند و به همین دلیل فکری عاجل و فناورانه برای کاهش مخاطرات زیست‌محیطی این وسیله کاربردی در شهر ضروری است. این کار با ورود یک نهاد یا یک بخش نتیجه نخواهد داشت و باید همه نهادهای



مرتبط کنار هم بایستند و حمایت‌های خود را در قالب یک همکاری مشترک تعریف کنند. آمارها گواهی می‌دهند که میزان آلودگی هوا توسط هر موتورسیکلت، بیش از ۱۸ برابر یک خودروی سبک است. عددی قابل توجه و خطرناک. این آمار را اضافه کنید به تردد روزانه هفت تا هشت میلیون موتورسیکلت فرسوده در کشور. وسایلی که آلودگی آنها چند برابر بیشتر از موتورهای سالم و دارای گواهی‌نامه فنی است. دلیل آلودگی بیشتر موتورسیکلت‌ها را احتراق ناقص سوخت عنوان می‌کنند چالشی که تنها با استفاده از یک فناوری نوین قابل جبران است. آن هم تغییر سوخت از بنزین به برقی است. این کار در کنار کاهش آلودگی هوا، مصرف سوخت را نیز بهینه می‌کند. براساس آمارهای موجود، در طول یک‌سال حدود ۶۰ میلیون ریال هزینه‌باز مصرفی موتورسیکلت‌هاست. این در حالی است که برقی کردن این وسایل نقلیه تنها ۶ میلیون ریال هزینه برق برای آنها دارد. این موتورها با یک باتری، یک موتور و جعبه سیاه کار می‌کنند و نیازی به تعمیر و نگهداری جدی ندارند به همین دلیل میزان فرسودگی آنها نیز کم است.

موتور در بروز بیماری می‌داند که در قدم بعد از عوامل توسط متخصصان بررسی شده و عامل یا عوامل موثر در بیماری ژنتیکی مشخص می‌شوند.

با محصول همگرای ایران ساخت؛ نقص‌های ژنتیکی بیماران با سرعت شناسایی می‌شود تا درمان شتاب گیرد

محققان موفق به توسعه ابزاری برای داده‌کاوی و تشخیص عوامل موثر بر مشکلات ژنتیکی شدند.

تلاش‌های زیادی برای توسعه دستگاه‌های توالی‌یابی نسل جدید انجام شده، با این حال هنوز داده‌کاوی اطلاعات استخراج شده از این دستگاه‌ها یک چالش بزرگ برای دانشمندان حوزه توالی‌یابی و ژنتیک است. دلیل این امر نیاز به کاوش و تفسیر داده‌های توالی‌یابی بوده که این موضوع یکی از نقاط همگرایی میان علم ژنتیک و فناوری اطلاعات است.

استارت‌آپ پالیندرم این چالش را با نگارش یک برنامه به نام ویدا (WEDA) حل کرده است. برنامه‌ای که برای کاوش داده‌های اگزوم طراحی شده است. برنامه ویدا قادر است چندین داده اگزوم را همزمان و تنها در چند ساعت کاوش کند و این ویژگی آن را به یک ابزار بسیار قدرتمند برای یافتن داده‌های خام اگزوم تبدیل کرده است.

شهریار علوی، مدیرفنی شرکت پالیندرم می‌گوید: این محصول



موتور در بروز بیماری می‌داند که در قدم بعد از عوامل توسط متخصصان بررسی شده و عامل یا عوامل موثر در بیماری ژنتیکی مشخص می‌شوند.



حجم تجارت الکترونیکی ایران در نیمه اول سال ۹۹ به ۶۳۹ هزار میلیارد تومان رسید

حجم تجارت الکترونیکی ایران در نیمه اول سال ۹۹ به ۶۳۹ هزار میلیارد تومان رسید. براساس گزارش نیمسال اول مرکز توسعه تجارت الکترونیکی، این رقم نسبت به شش ماهه اول سال ۹۸ حدود ۲۸۴ درصد رشد داشته است. به گزارش دیجیاتو، از این آمار بیش از ۴۴۷ هزار میلیارد تومان آن مربوط با خرید از طریق درگاه اینترنتی است و بیش از ۱۹۱ هزار میلیارد تومان آن مربوط به روش پرداخت در محل است.

یادداشت



سومین دوره جشنواره فریلنسرهاى ایران شروع به کار کرد

فرصت رقابت تا ۳۰ بهمن ماه

این شاخصها امتیاز مجزایی دارند. حوزه تخصصی همان مهارتی است که فریلنسرها در ابتدا انتخاب می کنند. در نهایت میانگین امتیاز حوزه عمومی و حوزه تخصصی هر فریلنسر، امتیاز نهایی او در لیست شرکت کنندگان یک حوزه خواهد بود و هر فریلنسر که بیشترین امتیاز حوزه خود را کسب کند نفر برتر آن بخش خواهد شد. او در پاسخ به سوال دیجیاتو مبنی بر اینکه کرونا چه تاثیری در زندگی و مسیر شغلی فریلنسرها داشته است می گوید که شیوع این ویروس و شرایط کشور باعث شده که کار فریلنسرها از قبل جدی تر گرفته شود و آنها پرکارتر شوند: «پیدا کردن مشتری نیز برای آنها آسان تر شده است.» نورمحمدی تاکید دارد که کار کردن برای شرکت های جهانی نیز با شیوع ویروس کرونا راحت تر شده است. او در پاسخ به سوال دیگر دیجیاتو، مبنی بر اینکه آیا فریلنسینگ می تواند شکاف بین نیروها در کلاشهرها و شهرهای کوچک را از بین ببرد با اشاره به خارج شدن مجموعه پونیشا (که خود مدیریت آن را برعهده دارد و در زمینه فریلنسینگ کار می کند) از تهران به دیجیاتو می گوید: «در پلتفرم خودمان کارمندان از شهرهای بزرگ و کوچک هستند و در پونیشا نیز کارفرماها از شهرهای بزرگ هستند و کارمندان از شهرهای کوچک. معتقدم زندگی در کلاشهرها صرفا هزینه بر است و افراد می توانند به صورت فریلنسینگ در شهرهای کوچک تر ساکن شوند و از مزایای شغل خود به طور تمام و کمال بهره مند باشند.» نورمحمدی در پاسخ به اینکه آیا با حذف برگزاری فریلند به خاطر شیوع ویروس کرونا آنها قصد دارند رویداد آموزشی محور مانند فریلند را با جشنواره فریلنسرهاى ایران ادغام کنند یا خیر می گوید که فعلا این برنامه را در ذهن ندارند: «ماهیت جشنواره فریلنسرهاى ایران متفاوت است و یک رویداد رقابتی است. می خواهیم کارفرماها را با فریلنسرهاى خوب آشنا کنیم و هیجان خاص خودش را دارد. فریلند را در سال آینده با ابعادی بزرگتر برگزار خواهیم کرد، البته اگر شرایط کشور بهتر باشد.» سومین جشنواره فریلنسرهاى ایران هم اکنون در حال برگزاری است و مدت زمان دوری فریلنسرها از تاریخ ۱ اسفند تا ۱۰ اسفند ۹۹ خواهد بود. اسامی نفرات برتر هر حوزه در رویداد اختتامیه جشنواره که ۲۱ اسفند به صورت آنلاین برگزار می شود، به صورت عمومی اعلام خواهد شد.

ستاری: در دوران تحریم همه فناوری های در اختیار کشورهای پیشرفته را بومی سازی کردیم

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری اسلامی ایران و وزیر امور خارجه کنیا در جریان حضور هیأت عالی رتبه علمی و فناوری کشورمان در نایروبی دیدار کردند. سوزنا ستاری، معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری در سومین روز سفر خود به کنیا با رایشل اومامو وزیر امور خارجه این کشور دیدار و گفت و گو کرد. معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری کشورمان در این دیدار با ارائه گزارشی از فرایند توسعه علمی و فناوری کشورمان در طول ۴۰ سال اخیر، گفت: زمان زیادی از پیروزی انقلاب اسلامی می گذرد و در آستانه ایام دهه فجر قرار داریم. ایران در این ۴۰ سال مورد تحریم های ظالمانه ابرقدرت های جهانی قرار گرفته است. ستاری افزود: این تحریم ها اتفاقی خوش یمن برای ایران بود و ما را در تائیس نیازهایمان خودکفا کرد. یعنی همه فناوری هایی که در اختیار کشورهای پیشرفته قرار داشت را توسط دانشمندان جوان مان بومی سازی کردیم و خودکفا شدیم. رئیس بنیاد ملی نخبگان ادامه داد: نمونه بازار این موفقیت ها را در روزهای شیوع کرونا شاهد بودیم. در این روزهای بحرانی همه تجهیزات توسط شرکت های دانش بنیان و جوانان کشورمان به تولید

نداشته باشند که دیگران از علایق آنها مطلع شوند یا برای دانستن اطلاعات فردی کنجکاوی بیش از حد نشان بدهند. تیم کوک نگرانی خود را در مورد چنین مواردی مطرح کرده و می گوید همه مردم باید نگران حفظ حریم خصوصی خود باشند و به این موضوع اهمیت بدهند. وی همچنین به این موضوع اشاره می کند که همه شرکت های بزرگ فناوری عملکرد مشابه یکدیگر ندارند، اما همه بزرگان فناوری همچون فیس بوک، گوگل، مایکروسافت، آمازون و اپل با یک پرسش بزرگ در یک دسته گنجانده می شوند. وی می گوید: «من مردم را تشویق می کنم در سطحی عمیق تر به این موضوعات فکر کنند. شرکت ها، مدل تجاری آنها، نحوه برخورد آنها با کاربران و همه چیز را مورد توجه قرار بدهند. به این موضوع توجه کنند که شرکت ها، چه ارزش هایی را دنبال می کنند.» در جریان مصاحبه مطبوعاتی، از تیم کوک در مورد اینکه نقض حریم خصوصی تهدید آمیز تر است یا هوش مصنوعی نیز سوال شد. مدیرعامل اپل در پاسخ به این سوال گفت هر دو می توانند در صورت استفاده نادرست تهدید آمیز باشند. تیم کوک می گوید هوش مصنوعی و حریم خصوصی از موضوعات بسیار مهمی است که باید روی هر دو حوزه کار شود.

کیمی از مهمترین موضوعات قرن ۲۱ است

ریم خصوصی نیز باید مانند تغییرات آب و یید مورد توجه قرار گیرد تا مسائل بزرگتری سیخ این نکته پرداخت که قرار داشتن در بزرگ است باعث ایجاد چه تغییراتی در ی به نام «یک روز از داده های زندگی شما» زیبات نحوه ردیابی اطلاعات کاربران توسط و اپلیکیشن ها توضیح می دهد. «در رفتار شما چه تغییراتی ایجاد می شود؟ به کارهایی را دیگر انجام نخواهید داد؟ اگر تر کنید از کنجکاوی و جست و جو درباره هانی، آن چیزی نیست که برخی از ما آرزو

و عات مختلفی هستند، اما شاید دوست لاج داشته باشند. شاید واقعا عده ای دوست

همکاری های بین المللی در حوزه فناوری های زمین شناسی و معدن

گسترش می یابد

مشاور معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری با سرپرست دفتر منطقه ای یونسکو دیداری مجازی داشت تا شاهد رونق همکاری های بین المللی حوزه معدن باشیم. این نشست با حضور کامبیز مهدیزاده، مدیر طرح توسعه

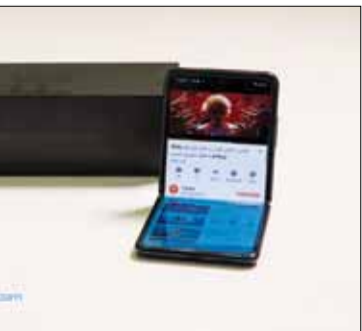


نواوری ها و فناوری های حوزه معدن معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و معاونان، مشاوران و مدیران این طرح، نماینده وزارت امور خارجه و مسئول گروه علوم طبیعی در دفتر یونسکو تهران برگزار شد و در آن سرپرست دفتر منطقه ای یونسکو به صورت مجازی حضور داشت. مهدیزاده در این جلسه تاکید کرد: ما در این طرح با هدف توسعه فناوری ها و نوآوری های حوزه زمین شناسی و معدن آماده ایم در قالب بازوی مشورتی فناوری علوم زمین یونسکو همکاری داشته باشیم. در این جلسه محورها و پیشنهادات مختلفی مورد بررسی قرار گرفت. با تاکید بر منویات مقام معظم رهبری پیرامون اهمیت جزایر به خصوص هرمز و همچنین مأموریت یونسکو مبنی بر توجه به علوم طبیعی، زمینه های مشترک همکاری میان طرح توسعه نوآوری ها و فناوری های زمین شناسی، معدن و صنایع معدنی معاونت علمی و فناوری

سامسونگ تولید نمایشگرهای رول شونده و کشویی در سال جاری را

تایید کرد

سامسونگ دیسپلی با توسعه نمایشگرهای رول شدنی و تاشو قصد دارد حضوری پررنگ در بازار گوشی های هوشمند با فرم فاکتور غیر سنتی داشته باشد. به نظر می رسد نیمه دوم ۲۰۲۱، نمایشگرهای تاشو جدید این شرکت در دسترس سایر تولید کنندگان بازار نیز قرار خواهد گرفت.



به گزارش دیجیاتو، طی ماه های اخیر خبرهای مختلفی از تلاش تولید کنندگان گوشی های هوشمندی همچون ال جی و اوبو برای توسعه گوشی هوشمند با نمایشگر رول شدن منتشر شده است، اما به نظر می رسد سامسونگ دیسپلی نیز می خواهد در این حوزه حرف های زیادی برای گفتن داشته باشد. «کون یانگ چوی» معاون ارشد سامسونگ دیسپلی طی اعلام گزارش مالی شرکت تایید کرد که سامسونگ دیسپلی با توسعه فرم فاکتورهای نوآورانه ای همچون نمایشگر رول شدنی و کشویی در بازار نمایشگر حضوری پررنگ خواهد داشت. البته کون یانگ چوی به این موضوع اشاره نکرده که نمایشگرهای جدید این شرکت برای گوشی های هوشمند توسعه خواهند یافت یا قرار است در توجهی محسوب شود.

دستگاه های دیگر نیز مورد استفاده قرار گیرد. براساس اعلام برخی منابع آگاه، به نظر می رسد سامسونگ قصد دارد نمایشگرهای تاشو را به سایر تولید کنندگان گوشی های هوشمند نیز عرضه کند. در این صورت این احتمال وجود دارد که رقبای سامسونگ نیز بتوانند با نمایشگرهای تاشو این شرکت، گوشی های هوشمند با فرم فاکتور متفاوت خود را به بازار عرضه کنند. ظاهرا نیمه دوم ۲۰۲۱ فناوری نمایشگر تاشو در دسترس سایر شرکت های سازنده موبایل قرار می گیرد. در گزارش منتشر شده از سوی وبسایت The Elec، سامسونگ احتمالا یک میلیون نمایشگر تاشو در دو طرح تاشو افقی مانند گلکسی زد فلیپ و فرم فاکتور عمودی مانند گلکسی زد فولد توسعه خواهد داد. در حالی که برخی برندهای بزرگ، هر سه ماه حداقل ۱۰ میلیون گوشی هوشمند به بازار عرضه می کنند، ممکن است تولید یک میلیون نمایشگر تاشو، حجم تولید بسیار محدودی باشد، اما می تواند در بازار جوان گوشی های تاشو رشد قابل توجهی محسوب شود.

کارگاه برندینگ

رونمایی پینترست از گزینه شخصی سازی پیشرفته تبلیغات
<p>به قل: رابرت ویلیامز کارشناس بازاریابی و تبلیغات</p> <p>ترجمه:علی آلی</p>

پینترست یکی از شبکه‌های اجتماعی موفق در طول چند سال اخیر از نظر جلب نظر کاربران محسوب می‌شود. شاید در نگاه نخست این پلتفرم شباهت زیادی به اینستاگرام داشته باشد، اما محوریت مرکزی عکس، به جای ویدئو یا متن، نقطه تمایز آن با دیگر پلتفرم‌های مشابه است. تیم پینترست در طول ۲ هفته اخیر بر روی رونمایی از امکانات جدید برای بازاریاب‌ها کار کرده است. نتیجه این امر در کنار اطلاع‌رسانی‌های گسترده فراهم‌سازی امکان شخصی‌سازی پیشرفته تبلیغات از سوی برندهاست. اگر از کاربران پینترست باشیید، به خوبی از اهمیت پین‌های تبلیغاتی آگاهی دارید. این پین‌ها برای جلب نظر مخاطب هدف در قالب کمپین‌های بازاریابی کاربرد دارد. اکنون پینترست با حفظ ساختار کلی پین‌ها اقدام به افزودن گزینه‌های شخصی‌سازی مانند تعیین موقعیت جغرافیایی، سلیقه خاص کاربران و حتی نمایش محتوا برای گروه سنی مشخص کرده است.

توسعه ظرفیت‌های تبلیغاتی برای شبکه‌های اجتماعی امر مهمی محسوب می‌شود. بسیاری از پلتفرم‌ها در این مسیر با مشکلات زیادی از جمله مهارت اندک تیم بازاریابی و فنی مواجه هستند بنابراین همکاری با موسسه‌های حرفه‌ای در زمینه ارتقای ظرفیت سایت‌ها و شبکه‌های آنلاین گزینه منطقی محسوب می‌شود. پینترست برای اعمال تغییرات تبلیغاتی در پلتفرمش به طور رسمی با موسسه‌های RevJet، StitcherAds و Smartly.io همکاری کرده است. این همکاری موجب بهبود امکانات تبلیغاتی در پینترست شده است.

یکی از نیازهای اصلی بازاریاب‌ها برای اجرای کمپین‌های موفق ارزیابی شرایط و سلیقه کاربران است. پینترست اکنون امکان اجرای کمپین‌های آزمایشی را فراهم کرده است. همچنین برندها اطلاعات بهتری در مورد وضعیت کمپین‌شان دریافت خواهند کرد. بدون تردید چنین نکته‌ای میزان استقبال کسب و کارها از بازاریابی در پینترست را تحت تاثیر قرار می‌دهد.

شبکه‌های اجتماعی بسیار زیادی در طول سال‌های اخیر به سوی رونمایی از گزینه‌های شخصی‌سازی تبلیغات و ارائه اطلاعات دقیق در مورد وضعیت کمپین برندها اقدام کرده‌اند. این امر سطح رقابت در میان پلتفرم‌های مختلف را به شدت افزایش داده است. پینترست هم در این میان برای توسعه سطح کیفیت خدماتش به کاربران و برندها دست به اعمال تغییرات اساسی زده است. این تغییرات نقش مهمی در رقابت هرچه بهتر این پلتفرم با دیگر رقیب، به ویژه اینستاگرام، خواهد داشت.

منبع: marketingdive.com

نمایش محتوای تبلیغاتی برای کاربران ویژه اسپاتیفای
<p>به قلم: آدام اسمیت خبرنگار حوزه فناوری</p> <p>ترجمه:علی آلی</p>

کاربران ویژه اسپاتیفای با پرداخت هزینه اشتراک امکان استفاده از خدمات این سرویس بدون مشاهده تبلیغات را دارند. این امر یکی از منابع اصلی درآمدزایی اسپاتیفای محسوب می‌شود. اکنون با رویکرد تازه مدیران ارشد اسپاتیفای کاربران ویژه نیز در صورت تمایل برای گوش دادن به پادکست‌های مختلف باید برخی از محتواهای تبلیغاتی را تحمل نمایند. این محتواها به طور عمده شامل برخی از تبلیغاتی صوتی در حین پخش پادکست‌هاست.

کاربران اسپاتیفای به دو گروه کلی عادی و ویژه تقسیم می‌شوند. کاربران عادی امکان استفاده از خدمات این سرویس در ازای مشاهده تبلیغات مختلف در میان تجربه کاربری‌شان را دارند، با این حال کاربران ویژه با پرداخت حق عضویت از مشاهده تبلیغات مختلف در امان هستند. اکنون با استراتژی تازه اسپاتیفای تمام کاربران مجبور به گوش دادن به محتوای تبلیغاتی در بخش پادکست این سرویس خواهند بود.

منبع: independent.co.uk



به قلم: جیم سینگر، پروکس لورینگ و پیوش گوپتا
<p>کار آفرین و کارشناس ارشد بازاریابی دیجیتال / ترجمه: علی آلی</p>

پیش از ظهور شبکه‌های اجتماعی وضعیت بازاریابی در سراسر دنیا متفاوت بود. اغلب برندها برای طراحی کمپین‌های بازاریابی اقدام به همکاری با آژانس‌های رسانه‌ای می‌کردند. این آژانس‌ها نیز در فرآیند کمک به برندها از شیوه‌های سنتی نظیر انتشار آگهی در مجلات و همچنین تمرکز بر روی تلویزیون و رادیو به عنوان رسانه‌های محبوب آن دوران سود می‌بردند، با این حال براساس گزارش انجمن ملی طراح‌های تبلیغات در ایالات متحده، در سال ۲۰۱۸ حدود ۷۸ درصد از برندها از شبکه‌های اجتماعی به عنوان پلتفرم اصلی برای بازاریابی استفاده کرده‌اند. این امر به معنای رونق قابل ملاحظه شبکه‌های اجتماعی در طول سال‌های اخیر است.

رسانه‌های دیجیتال در زمینه جلب نظر کاربران و بازاریاب‌ها توانایی بسیار زیادی نشان داده‌اند. اغلب برندها در این فرآیند برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و همچنین حفظ جلوه به‌روزشان اقدام به حضور در فضای شبکه‌های اجتماعی می‌کنند. البته حضور تمام برندها و فعالیت بازاریاب‌ها در این فضا همراه با موفقیت نیست. این امر در مورد وضعیت خرید مشتریان در شبکه‌های اجتماعی نیز صحت دارد. بر این اساس مشتریان تمایل بسیار بیشتری برای خرید آنلاین محصولات برندها در شبکه‌های اجتماعی نشان می‌دهند. این امر به معنای سلطه شبکه‌های اجتماعی در فرآیند فروش نسبت به رسانه‌هایی مانند تلویزیون است.

نقش آژانس‌های رسانه‌ای در زمینه بهبود وضعیت بازاریابی برندها قابل انکار نیست. اغلب برندهای بزرگ دارای دست‌کم یک آژانس رسانه‌ای در کنار خود هستند. متأسفانه بسیاری از آژانس‌های رسانه‌ای در طول دهه‌های اخیر به دلیل ناتوانی برای هماهنگی با تغییرات پیش روی از بازار کنار رفته‌اند. تعداد باقیمانده رسانه‌ها نیز برای رقابت موثر با دیگر برندها نیاز روزافزونی به استفاده از ترندها و نکات تازه دارند. با توجه به بحث‌های فوق اعلام شبکه‌های اجتماعی به عنوان مهمترین ابزار موردنیاز آژانس‌های رسانه‌ای برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف بیره نیست. هدف اصلی مقاله کنونی بررسی این موضوع مهم است. در ادامه چنین بحثی را در قالب برخی از نکات مهم برای فعالیت بازاریاب‌ها و همچنین آژانس‌های رسانه‌ای مورد بررسی قرار خواهیم داد. تلاش اصلی ما اشاره به برخی از نکات عمومی و دارای امکان استفاده در کسب و کارهای مختلف خواهد بود.

اولویت عرصه دیجیتال

تبلیغات دیجیتال در طول سال‌های اخیر توسعه بسیار زیادی پیدا کرده است. امروزه برندها از راهکارهای بسیار متنوعی برای جلب تعامل مخاطب هدف استفاده می‌کنند. این امر بخش قابل ملاحظه‌ای از تلاش بازاریاب‌ها را نتیجه‌بخش کرده است. وقتی محتوای تبلیغاتی دارای جنبه تعاملی باشد، امکان جلب نظر مخاطب هدف نیز فراهم خواهد شد. براساس گزارش موسسه فوربس، کسب و کارها به طور میانگین ۴۳ درصد از بودجه تبلیغاتی‌شان را در شبکه‌های اجتماعی صرف می‌کنند. این امر به غیر از هزینه‌های طراحی کمپین بازاریابی است. با توجه به اینکه اغلب کمپین‌های بازاریابی نیز در شبکه‌های اجتماعی نمایش داده می‌شود، بیش از ۸۰ درصد هزینه‌های تبلیغاتی برندها معطوف به شبکه‌های اجتماعی است.

بسیاری از برندها برای بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی دارای ایده‌های جذابی هستند، اما نسبت به انطباق ایده‌های‌شان به الزامات دنیای دیجیتال توجه کافی را نشان نمی‌دهند. تولید محتوای دیجیتال دارای اهمیت بسیار زیادی است. با این حساب اگر محتوای تولیدی برندها ساده و بدون نکات ریز گرافیکی باشد، توجه چندانی از نسوی مخاطب هدف جلب نخواهد شد.

اولویت عرصه دیجیتال به معنای ایجاد تحول در وضعیت بازاریابی کسب و کارهاست. این نکته در مورد آژانس‌های رسانه‌ای نیز صحت

بررسی تاثیر شبکه‌های اجتماعی بر رفتار بازاریابی برندها

درس‌هایی درباره آینده دنیای بازاریابی



درست از داده‌های این عرصه نیست بنابراین شاید الگوبرداری از برندهای بزرگ در گام‌های نخست بهترین ایده ممکن باشد. در غیر این صورت تلاش‌های اولیه بازاریاب‌ها همراه با مشکلات بسیار زیادی خواهد بود.

ایجاد هماهنگی میان تیم بازاریابی و فروش

تناقض در میان بازاریاب‌ها و فروشندگان امر تازه‌ای نیست. دلیل این امر ارزیابی وضعیت کمپین‌های بازاریابی و تعامل با مشتریان براساس معیارهای متفاوت است. بسیاری از برندها نسبت به این نکته توجه لازم را ندارند. با این حساب همیشه درگیر مشکلات بین تیم بازاریابی و فروش هستند. مهمترین مسئله در این میان توجه به ضرورت فروش آنلاین در دنیای کنونی است. خرده‌فروشی‌های آنلاین پس از شیوع ویروس کرونا سلطه انکارناپذیری بر روی عرصه فروش پیدا کرده‌اند. بسیاری از کارشناس‌ها این امر را به معنای پایان دوران اوج خرده‌فروشی‌های حضوری ارزیابی می‌کنند.

ایجاد هماهنگی میان تیم بازاریابی و فروش براساس الزامات خرده‌فروشی آنلاین نیاز روز هر کسب و کاری است. مشکل اساسی در این میان به‌روز بودن یکی از تیم‌های بازاریابی و فروش و ایده‌های قدیمی تیم دیگر است. این امر توان و منابع برند را به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش می‌دهد. ایجاد تغییرات در کسب و کارها امر دیربازدهی است. درست به همین خاطر بسیاری از برندها نسبت به ایجاد تغییرات اساسی در نحوه فعالیت‌شان ناامید هستند. این امر در طول سال‌های اخیر با توجه به تغییر مداوم عرصه بازاریابی و فروش نمود بسیار بیشتری پیدا کرده است، با این حساب کسب و کارها به طور قابل ملاحظه‌ای نیاز به ایجاد تغییرات مداوم در بخش بازاریابی و فروش دارند. حتی اگر این فرآیند زمان قابل ملاحظه‌ای از کسب و کارها بگیرد، باز هم نیازی اساسی محسوب می‌شود.

تعین حوزه‌های سرمایه‌گذاری

برخی از کسب و کارها نسبت به حوزه‌های مناسب برای سرمایه‌گذاری بازاریابی اطلاع دقیقی ندارند. این امر در طول زمان مشکلات بسیار زیادی برای کسب و کارها ایجاد می‌کند. اغلب مردم تجربه مشاهده برندهایی با سرمایه‌گذاری مداوم در حوزه بازاریابی و فقدان کسب نتیجه مطلوب را دارند.

یکی از وظایف اصلی آژانس‌های رسانه‌ای تعیین حوزه‌های مناسب برای سرمایه‌گذاری بازاریابی است. این امر نقش مهمی در صرف هزینه‌های مناسب بر روی حوزه بازاریابی دارد. اغلب نوآوری‌های بازاریابی شگرف نتیجه چنین سرمایه‌گذاری‌های دقیقی است. بنابراین برندها باید ارزیابی درستی از حوزه بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف داشته باشند. این امر فرآیند تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و همچنین جایگاه برند در بازار را به طور قابل ملاحظه‌ای تحت تاثیر قرار می‌دهد.

ارزیابی مداوم استراتژی‌های بازاریابی

امروزه سرعت و توانایی برندها برای ارزیابی دستاوردهای‌شان تفاوت میان برندگان و بازندگان را مشخص می‌سازد. برخی از آژانس‌های رسانه‌ای در فرآیند ارائه توصیه‌های تازه به کسب و کارها به ناتوانی انتقادی فعالیت‌های قبلی توجه ندارند بنابراین در نهایت با ناتوانی برای تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف مواجه می‌شوند. امروزه هرچه توانایی یک برند برای ارزیابی دستاوردهای قبلی‌اش بیشتر باشد، امکان حذف ایرادات و بهبود فعالیت بازاریابی نیز افزایش خواهد یافت. نکته جالب اینکه اغلب اشتباهات بازاریابی به طور مداوم از سوی برندها تکرار می‌شود. این امر به خوبی اهمیت بازنگری در فعالیت‌های قبلی برند را نشان می‌دهد.

امروزه آژانس‌های رسانه‌ای وظایف تازه‌ای در تعامل با برندها پیدا کرده‌اند. این امر در مورد حوزه بازاریابی و فعالیت بازاریاب‌ها نیز صحت دارد بنابراین باید نسبت به آگاهی دقیق از حوزه فعالیت برند و تلاش برای هماهنگی با نیازهای تازه عرصه کسب و کار اقدام نماییم. توجه به توصیه‌ها و نکات مورد بحث در این مقاله گام موثری برای بهبود وضعیت بازاریابی برندها و فعالیت آژانس‌های رسانه‌ای خواهد بود.

منبع: marketingdive.com

دارد. امروزه عرصه رسانه دیگر به دو بخش دیجیتال و فیزیکی تقسیم نمی‌شود. سلطه اصلی در حوزه رسانه با فناوری دیجیتال است. این امر در جهت‌گیری اغلب رسانه‌های سنتی به سوی انتشار نسخه‌های‌شان در قالب دیجیتال نمایان است. با این حساب ارزیابی آژانس‌های رسانه‌ای برای ارائه توصیه‌های کاربردی به برندها نیز باید در همین قالب صورت گیرد. در غیر این صورت از کیفیت لازم برخوردار نخواهد بود.

توجه به فروش مستقیم در شبکه‌های اجتماعی و اپ رسمی برند
خرید محصولات مختلف در قالب دیجیتال یکی از ترندهای اصلی در زمینه رفتار مشتریان محسوب می‌شود. بسیاری از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف اقدام به راهاندازی بخش فروش مستقیم محصولات‌شان در شبکه‌های اجتماعی می‌کنند. این امر انگیزه کاربران برای خرید را به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش می‌دهد. متأسفانه برخی از برندها هنوز هم به دنبال پیاده‌سازی استراتژی‌های فروش به طور سنتی هستند. این امر شامل سرمایه‌گذاری بر روی راهاندازی سایت فروش اختصاصی برند و فعالیت بدون تغییر در شبکه‌های اجتماعی است.

شبکه‌های اجتماعی در طول چند سال اخیر امکانات فروش مستقیم مشتریان در اپ‌های رسمی است. بسیاری از برندها در طول سال‌های اخیر اقدام به رونمایی از اپ رسمی‌شان کرده‌اند. اگر محتوای اپ رسمی یک برند درست مانند مطالب سایت آن باشد، دیگر دلیلی برای راهاندازی اپ وجود نخواهد داشت. کاربرد اصلی اپ برندها مربوط به ایجاد انجمنی از مشتریان و همچنین فروش بی‌درسر و مستقیم به آنهاست. امروزه بخش قابل ملاحظه‌ای از مشتریان تمایل به خرید آنلاین از اپ برندها دارند. دلیل این امر سادگی و سهولت خرید با استفاده از این شیوه است. اغلب برندها در زمان ثبت نام کاربران اطلاعات لازم برای ارسال سفارشات را دریافت می‌کنند بنابراین مشتریان با انتخاب محصولات موردنظرشان امکان خرید در کمترین زمان ممکن را خواهند داشت.

سلطه داده بر عرصه بازاریابی و رسانه

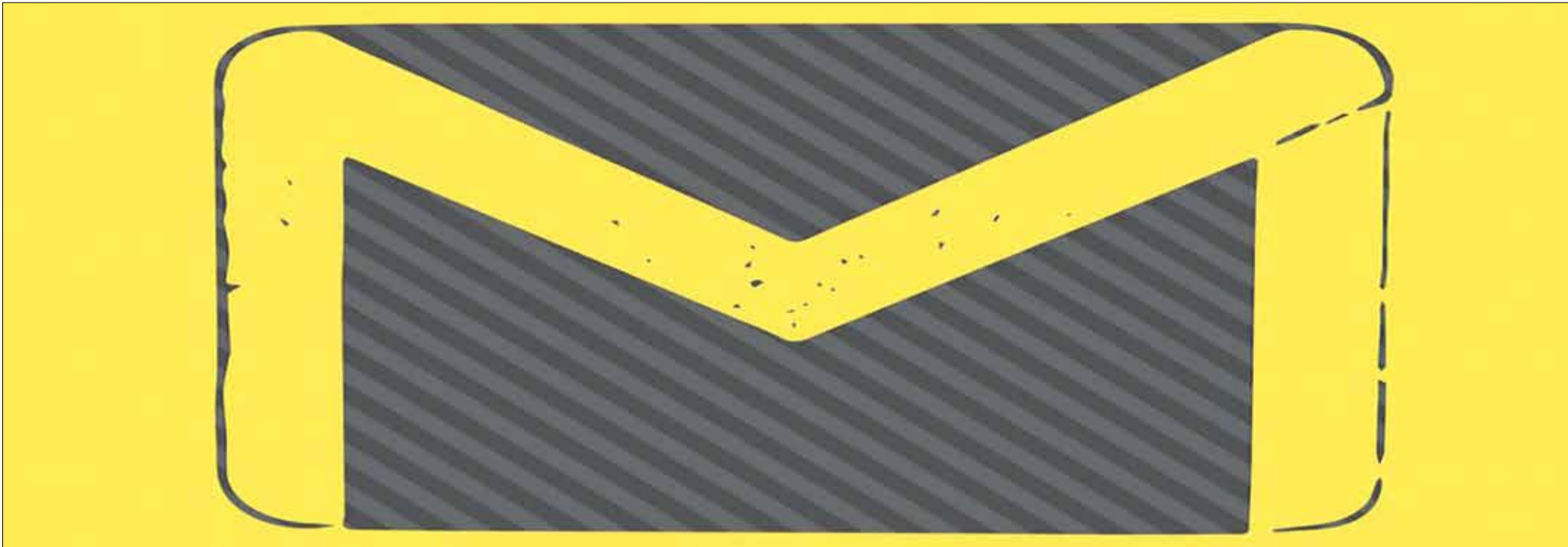
امروزه آژانس‌های رسانه‌ای برای کمک به برندها نیاز به اطلاعات دقیق دارند. شاید در نگاه نخست گردآوری اطلاعات دقیق پیرامون مشتریان و تکنیک‌های تعامل با آنها از سوی برندها بسیار دشوار باشد. نکته مهم در این میان ضرورت استفاده از فناوری نوین در عرصه بازاریابی است. یکی از فناوری کاربردی در این میان هوش مصنوعی است. هوش مصنوعی امکان ساده‌سازی و پیگیری خودکار برخی از فرایندهای زمانبر کسب و کار را فراهم ساخته است. این امر به معنای کاهش نیازاز بازاریاب‌ها و همچنین آژانس‌های رسانه‌ای برای پیگیری مداوم وضعیت گردآوری داده‌های مختلف است.

بدون تردید پردازش داده‌ها یکی از سخت‌ترین کارهای دنیای کسب و کار است. بسیاری از بازاریاب‌ها پیش از ظهور فناوری‌های دیجیتال نیاز به زمان بسیار زیادی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف داشتند. این امر در طول سال‌های اخیر با توجه به دسترسی هرچه بیشتر بازاریاب‌ها و آژانس‌های رسانه‌ای به فناوری‌های نوین ساده‌تر شده است. مهمترین مسئله در این میان انتخاب داده‌های مناسب از میان میلیون‌ها داده در دسترس و سپس تجزیه و تحلیل آنها برای کاربست در حوزه بازاریابی است.

بهترین کمپین‌های بازاریابی دارای جلوه‌های دقیقی از داده‌های معتبر هستند. وقتی یک برند در عرصه بازاریابی و فعالیت رسانه‌ای از داده‌های معتبر استفاده می‌کند، امکان پیش‌بینی موفقیت کمپین با تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف فراهم می‌شود. این امر اهمیت بسیار زیادی در حوزه بازاریابی دارد. نکته جالب اینکه هیچ راهکار یگانه‌ای برای استفاده

بررسی ۹ تکنیک برای بازاریابی ایمیلی خلاقانه

بازاریابی ایمیلی با تکنیک‌های طلایی



به قلم: لیندسی کولویچ کارشناس بازاریابی در موسسه HubSpot
ترجمه: علی آلی

استفاده از ایمیل برای بازاریابی یکی از گزینه‌های قدیمی در عرصه کسب و کار محسوب می‌شود. بسیاری از برندها از زمان شروع به کار نسبت به بازاریابی ایمیلی تمایل نشان می‌دهند. دلیل این امر تاثیرگذاری بالای این الگو و همچنین استفاده گسترده کاربران از سرویس‌های ایمیلی است. امروزه اغلب مردم در ابتدای صبح به سراغ ایمیل‌هایشان می‌روند. این امر در مورد ساعت‌های پایانی روز نیز صحت دارد. با این حساب ایمیل یکی از سرویس‌های مهم برای کاربران در سراسر دنیا محسوب می‌شود.

طراحی کمپین‌های بازاریابی ایمیلی در طول سال‌های اخیر رواج بسیار زیادی داشته است. شاید در نگاه نخست بازاریابی با استفاده از این شیوه بسیار ساده و راحت باشد، اما در عمل مشکلات بسیار زیادی پیش روی کسب و کارها در این مسیر وجود دارد. یکی از مشکلات اساسی در این میان ضرورت استفاده از ایده‌های تازه است. وقتی یک الگوی بازاریابی در طول ۳ دهه رواج داشته است، یافتن ایده‌های تازه در آن دشوار خواهد بود. کسب و کارها و بازاریاب‌ها برای تداوم حضور در این میان باید نسبت به حضور همراه با نوآوری در این عرصه اقدام نمایند. در غیر این صورت به زودی با مشکلات بسیار زیادی برای بازاریابی مواجه خواهند شد.

کمپین‌های بازاریابی ایمیلی به دلیل هزینه پایین و بازگشت سرمایه قابل ملاحظه مدنظر کسب و کارهای کوچک و بزرگ هستند. براساس گزارش موسسه Constant Contant میزان بازگشت سرمایه در الگوی بازاریابی ایمیلی به ازای هر یک دلار معادل ۳۸ دلار است. این امر مزیت‌های بسیار زیادی برای کسب و کار به همراه دارد. کاهش هزینه‌های بازاریابی از جمله اهداف بلندمدت کسب و کارها محسوب می‌شود. این هدف با استفاده از الگوی بازاریابی ایمیلی به سادگی امکان اجرا خواهد یافت.

بازاریابی ایمیلی به چه معناست؟

بازاریابی ایمیلی براساس برنامه‌ریزی دقیق برای تاثیرگذاری بر رو مخاطب هدف براساس استفاده از سرویس‌های ایمیلی صورت می‌گیرد. کسب و کارها برای طراحی کمپین بازاریابی ایمیلی باید ابتدا به دنبال اهداف مشخصی باشند. برخی از کسب و کارها بدون هرگونه برنامه‌های وارد این عرصه می‌شوند. این امر اغلب اوقات با شکست‌های بسیار سنگین در زمینه بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف همراه می‌شود. همچنین باید به برخی از نکات ضروری دیگر نیز در این میان توجه داشته باشیم. در زمینه تعیین هدف مناسب برای کمپین امکان جهت‌گیری متفاوت وجود دارد. برخی از اهداف مهم برای بازاریابی ایمیلی به شرح ذیل است:

- آگاهی‌بخشی پیرامون برند: آگاهی‌بخشی پیرامون برند یکی از نکات اساسی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف است. بسیاری از برندها علی‌رغم سنسال‌های طولانی فعالیت در عرصه بازاریابی کمتر از حد انتظار مورد شناسایی مخاطب هدف قرار می‌گیرند. این امر مشکلات بسیار زیادی برای کسب و کارها به همراه می‌آورد بنابراین تعیین هدف آگاهی‌بخشی پیرامون برند یکی از نکات مهم برای کسب و کارها محسوب می‌شود.
- جلب نظر نسل جوان: نسل جوان معیارهای متفاوتی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف دارد. این امر باید منجر به تجدید نظر اساسی در زمینه فعالیت برندها شود. اگر نسل جوان در مرکز بازاریابی برندها قرار نداشته باشد، بخش قابل ملاحظه از کسب و کار برندها با مشکل مواجه می‌شود. این امر با رسیدن سن اغلب افراد عضو گروه سنتی جوان به دوره کار مستقل و کسب درآمد مهمتر نیز شده است بنابراین کسب و کارها باید برنامه مشخصی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نسل جوان داشته باشند.

بدون تردید بازاریابی ایمیلی راهکاری مناسب برای حل مشکلات کسب و کارها در زمینه تعامل با مخاطب هدف و توسعه جایگاه برند است. مهمترین مسئله در این میان اشتباهات برخی از برندها در زمینه تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با استفاده از این ابزار مهم است بنابراین در ادامه به بررسی برخی از مهمترین نکات و تکنیک‌ها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با استفاده از الگوی ایمیلی خواهیم پرداخت.

۱. شناخت مخاطب هدف

ارسال ایمیل بدون توجه به مخاطب هدف امری غیرمنطقی است. بسیاری از برندها در زمینه بازاریابی نیساز به جلب توجه مخاطب هدف دارند، اما این فرآیند باید با هدف‌گذاری بر روی مخاطب مناسب صورت گیرد. در غیر این صورت خروجی فرآیند بازاریابی چندان مناسب نخواهد بود. بسیاری از برندها به طور مداوم با سرمایه‌گذاری بر روی مخاطب

نامناسب نسبت به نتیجه نهایی کمپین‌شان اعتراض نشان می‌دهند. این امر بیانگر اهمیت هدف‌گذاری بر روی مخاطب هدف مناسب است. اغلب برندها دارای دامنه مناسبی از مخاطب هدف علاقه‌مند به کسب و کارشان هستند بنابراین مسئله مهم در این میان تلاش برای جلب نظر آنها در بازارهای مختلف است.

یکی از اشتباهات اصلی برندها در زمینه طراحی کمپین بازاریابی ایمیلی تلاش برای خرید فهرست‌های ایمیل از سوی دلال‌های مختلف است. این امر به معنای ارسال ایمیل برای کاربرانی بدون ثبت نام در خبرنامه برند خواهد بود. شاید این امر یک الگوی بازاریابی برای جلب نظر کاربران باشد، اما در بلندمدت مشکلات بسیار زیادی برای کسب و کارها به همراه خواهد داشت. برخی از کاربران نسبت به ثبت شکایت رسمی از برندهایی که بدون هیچ تعامل قبلی اقدام به ارسال ایمیل می‌کنند، اقدام می‌نمایند. بنابراین در صورت عدم تعامل قبلی میان برند و مخاطب هدف امکان بروز اعتراض‌های رسمی و حتی شکایت قانونی از برند نیز وجود خواهد داشت.

۲. تعیین هدف مشخص برای کمپین

تعیین یک هدف مرکزی برای کمپین بازاریابی گام دوم موفقیت کسب و کارها را شکل می‌دهد. بدون تردید هر برندی دارای یک هدف در عرصه بازاریابی است. اشتباه برخی از برندها تلاش برای ساماندهی چندین هدف به طور همزمان است. این امر در عمل امکان‌ناپذیر به نظر می‌رسد بنابراین کسب و کارها باید تجدیدنظر اساسی در شیوه ساماندهی کمپین‌هایشان صورت دهند. در غیر این صورت به طور مداوم درگیر مشکلات متعدد برای ساماندهی اهداف مختلف کمپین‌شان خواهند بود.

تعیین یک هدف برای کمپین بازاریابی امر غیرممکنی نیست. بسیاری از برندها در عمل از چنین فرآیندی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف استفاده می‌کنند. نکته مهم اینکه پیگیری یک هدف مشخص در عرصه بازاریابی تاثیرگذاری بسیار بهتری بر روی مخاطب هدف دارد. این امر برای بازاریاب‌ها نیز تولید محتوا را ساده‌تر می‌کند. همچنین ترغیب مخاطب هدف برای خرید محصولات برند یا دست‌کم تعامل را نیز نظم می‌بخشد. بسیاری از اوقات کاربران در زمینه تعامل با برندها در کمپین‌های ایمیلی دچار سردرگمی می‌شوند. این امر به دلیل تلاش برای پیگیری اهداف مختلف روی می‌دهد. هرچه هدف اصلی کمپین واضح و صریح‌تر باشد، در نهایت شانس بالاتری برای جلب نظر مخاطب هدف وجود خواهد داشت.

۳. ارسال ایمیل برای کاربران مهم

بدون تردید ارسال ایمیل‌های دسته‌جمعی برای کاربران یکی از الگوهای قدیمی بازاریابی محسوب می‌شود. مهمترین مسئله در این میان کیفیت این تکنیک و میزان تاثیرگذاری‌اش بر روی مخاطب هدف است. بسیاری از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف هیچ برنامه مشخصی به جز ارسال ایمیل‌های توده‌ای ندارند. این امر به معنای ارسال چندین هزار ایمیل در مدت زمانی کوتاه است. وقتی برندها چنین اقدامی را انجام می‌دهند، علاوه بر هزینه‌های بالاتر، باید مسئولیت سنگین‌تری برای پاسخگویی به کاربران را نیز مدیریت نمایند. این امر مشکلات بسیار زیادی برای کسب و کارها به همراه دارد. دلیل این امر ناتوانی بسیاری از کسب و کارها برای پاسخگویی به حجم بالای ایمیل‌های دریافتی از سوی کاربران است. همچنین ایمیل‌های توده‌ای اغلب اوقات تاثیرگذاری پایینی بر روی مخاطب هدف ایجاد خواهد کرد بنابراین با کاهش شمار قابل ملاحظه‌ای از کاربران بی‌علاقه به کسب و کارمان شانس بالاتری برای هدف‌گذاری بر روی مشتریان احتمالی خواهیم داشت.

امروزه کسب و کارها راهکارهای بسیار زیادی برای دریافت ایمیل مشتریان یا کاربران علاقه‌مند به تعامل با خود دارند. این امر باید به صورت هوشمندانه از سوی کسب و کارها دنبال شود. برندهای بزرگ کمپین‌های بازاریابی ایمیلی‌شان را برای تمام کاربران اجرا نمی‌کنند. این امر با توجه به میزان علاقه هر کاربر یا مشتری بالقوه صورت می‌گیرد. شاید این امر در ابتدا بسیار عجیب به نظر برسد، اما حاصل محاسبه دقیق کسب و کارها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب‌های هدف دارای تمایل بیشتر برای خرید یا تعامل با برند است. این امر در بلندمدت موجب بهبود وضعیت کسب و کارها از نقطه نظر تاثیرگذاری بر روی کاربران می‌شود بنابراین هر برند باید در عمل از این الگو برای بازاریابی بهتر سود ببرد.

۴. طراحی تیتراهای جذاب

تیترا ایمیل‌ها نخستین بخش تعامل میان برند و مخاطب هدف را شکل می‌دهد. بسیاری از برندها از تیتراهای بسیار ساده و ابتدایی برای کمپین بازاریابی‌شان استفاده می‌کنند. با این حساب مشاهده عدم تمایل کاربران برای تعامل با برند امری طبیعی خواهد بود. اختصاص زمان مناسب برای طراحی یک تیترا جذاب و تعامل‌برانگیز نه یک گزینه مناسب، بلکه ضرورتی برای تمام کسب و کارها محسوب می‌شود.

بدون شک بسیاری از بازاریاب‌ها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و طراحی تیتراهای جذاب دچار مشکلات متعددی می‌شوند. این امر موجب ناتوانی برندها برای جلب نظر مخاطب هدف به محتوای ایمیل، هر چقدر هم که جذاب باشد می‌شود. یکی از راهکارهای مناسب در این میان تلاش برای ارزیابی وضعیت رقبا در زمینه بازاریابی است. بدون تردید این امر نیازمند اختصاص زمان مناسب از سوی کسب و کارهاست. در غیر این صورت ارزیابی وضعیت رقبا تاثیری بر روی کیفیت کمپین بازاریابی ما نخواهد داشت. امروزه برندهایی نظیر نایک یا اپل برای اطلاع‌رسانی یا تعامل با مخاطب هدف‌شان در قالب ایمیل برنامه ویژه‌ای دارند. این امر با طراحی تیتراهای جذاب شروع می‌شود. اغلب اوقات با تحلیل ترندهای برتر در حوزه کسب و کار و استفاده دغدغه‌های مخاطب هدف در قالب تیترا امکان جلب نظر آنها فراهم می‌شود بنابراین برندها با الگوبرداری از برندهای بزرگ و موفق در عرصه بازاریابی ایمیلی امکان طراحی تیتراهای جذاب را خواهند یافت. البته این امر در سایر بخش‌های بازاریابی نیز کاربرد فراوانی دارد.

۵. طراحی محتوای جذاب برای مخاطب هدف

پس از طراحی یک تیترا جذاب باید به دنبال محتوای مناسب نیز باشیم. اشتباه برخی از برندها طراحی تیتراهای جذاب و سپس محتوای بی‌کیفیت است. این امر مخاطب هدف را نسبت به برند دچار تردید جدی می‌کند بنابراین بهترین راهکار تلاش برای تعامل با مخاطب هدف براساس سلیقه‌اش است. امروزه دسترسی به داده‌های معتبر درباره رفتار کاربران در فضای آنلاین بسیار ساده شده است. البته این امر به معنای زیر پا گذاشتن حریم خصوصی کاربران نیست. اینستاگرام به عنوان مثال یکی از بهترین عملکردها در زمینه ارائه اطلاعات معتبر به اکانت‌های تجاری را دارد. این امر شامل ارائه برخی از اطلاعات کاربری به برندها برای بازاریابی و تعامل بهتر با مخاطب هدف است.

اگر از ابزارهای حرفه‌ای مدیریت بازاریابی مانند ابزار HubSpot استفاده نمایید، علاوه بر اطلاعات دقیق و طبقه‌بندی شده، امکان استفاده از مشاوره تخصصی کارشناس‌های HubSpot را نیز خواهید داشت. هر نوع ابزاری که برای بازاریابی انتخاب می‌کنید، باید هماهنگی بالایی با نیازهای کسب و کارتان داشته باشد. این امر فرآیند بازاریابی ایمیلی را ساده می‌کند. متأسفانه برخی از برندها هنوز هم بر استفاده شیوه‌های سنتی برای بازاریابی ایمیلی تاکید دارند. این امر مشکلات بسیار زیادی برای برندها به همراه می‌آورد. با این حساب اگر از ابزارهای مناسب برای بازاریابی ایمیلی استفاده نکنید، در عمل شانس برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نخواهد داشت.

۶. ترغیب مخاطب برای بحث

بازاریابی فقط کاتال ارتباطی برندها با مخاطب هدف نیست. مخاطب هدف نیز در صورت تمایل باید توانایی بحث با برندها را داشته باشند. متأسفانه بسیاری از برندها در ایمیل‌های بازاریابی‌شان عبارت «به این ایمیل پاسخ ندهید» را درج می‌کنند. این امر به معنای عدم ارزیابی پاسخ‌های کاربران از سوی بازاریاب‌های برند خواهد بود. معنای ضمنی این امر فقدان اهمیت پاسخ‌های کاربران به کمپین‌های بازاریابی برندهاست. بسیاری از کاربران نسبت به این فرآیند واکنش بسیار سختی نشان می‌دهند. سالانه شمار بسیار زیادی از برندها به دلیل اشتباهات بازاریابی در عمل مشتریان وفادارشان را نیز از دست می‌دهند. دلیل این امر راه افتادن کمپین‌هایی در مخالفت با برندها و تاثیرپذیری تمام مشتریان یک برند از چنین امری است.

ترغیب مخاطب هدف به سوی بحث و تعامل ساده نیست. هیچ برندی چنین ادعایی را ندارد بنابراین در صورت مواجهه با آژانس‌های بازاریابی که ایجاد تعامل و بحث میان برند و مخاطب هدف را ساده نشان می‌دهند، باید نسبت به سودجویی‌های احتمالی هوشیار باشید. برنامه‌ریزی برای استفاده از نکات مهم و بحث‌برانگیز در کمپین‌های بازاریابی دارای اهمیت بسیار زیادی است. بسیاری از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف از چنین الگویی استفاده می‌کنند. هرچه تعامل میان برندها و مخاطب هدف بیشتر باشد، فضای صمیمانه‌تری در میان آنها جریان خواهد داشت. این فضا راه را برای تاثیرگذاری هرچه بهتر برندها بر روی مخاطب هدف هموار خواهد کرد.

امروزه بسیاری از آژانس‌های بازاریابی بر روی تحلیل بازخوردهای قبلی برند در زمینه بازاریابی ایمیلی برای بهبود نسخه‌های بعدی تاکید دارند بنابراین پس از پایان اجرای یک کمپین بازاریابی ایمیلی باید نسبت به بازخوردهای متفاوت کاربران توجه نشان دهیم. این مسیر به بازاریاب‌ها کمک شایانی برای طراحی محتوای بهتر خواهد کرد. اغلب برندها در زمینه بازاریابی همیشه یک یا چند اشتباه را تکرار می‌کنند بنابراین در

صورت ارزیابی انتقادی کمپین‌های قبلی امکان بهبود کیفیت کمپین‌های پیش روی فراهم خواهد شد.

۷. شخصی‌سازی ایمیل و استفاده از تصاویر جذاب

شخصی‌سازی ایمیل‌ها امکان تاثیرگذاری بهتر بر روی مخاطب هدف را به همراه دارد. اغلب برندها نسبت به شخصی‌سازی محتوای ایمیل به چشم فرآیندی سخت و زمانبر نگاه می‌کنند. همین امر مشکلات بسیار زیادی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به همراه دارد. بدون شک شخصی‌سازی ایمیل‌ها امر ساده‌ای نیست، اما ارزش اختصاص زمان گسترده را دارد. اغلب کاربران در صورت دریافت ایمیل‌هایی با درج نام و نام خانوادگی‌شان به جای عبارت «کاربر گرامی» واکنش بسیار بهتری نشان می‌دهند. این امر در مورد شخصی‌سازی محتوای ایمیل‌ها نیز صحت دارد بنابراین کسب و کارها باید نسبت به ارزیابی شرایط شخصی‌سازی محتوای ایمیل و بهبود سطح تاثیرگذاری بسر روی مخاطب هدف اقدام نمایند.

اگر بازاریاب‌های برندان در زمینه شخصی‌سازی کمپین مشکلات بسیار زیادی را تجربه می‌کنند، باید از آژانس‌های مشاوره‌ای کمک بگیرند. مهمترین مسئله در این میان انتظار منطقی از آژانس‌های بازاریابی است چنین کارشناس‌ها و موسسه‌هایی امکان ایجاد تغییرات بنیادی در وضعیت برندان را ندارند بنابراین فقط باید به همکاری با آنها برای بهبود سطحی شرایط توجه نمایید.

۸. ترغیب مخاطب به سوی خرید در مواقع مناسب

کسب و کارها به دنبال فروش محصولات‌شان به مخاطب هدف هستند. این امر نوعی رویکرد عمومی در میان برندها محسوب می‌شود. هدف از بازاریابی نیز در مرحله نهایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف برای خرید محصولات برند است. برخی از کسب و کارها برای فروش محصولات‌شان به مخاطب هدف زمان‌بندی درستی ندارند. کسب و کارها امکان درخواست از مشتریان برای خرید محصولات بدون هرگونه آگاهی قبلی را نخواهند داشت. این امر در مورد اغلب کسب و کارها صحت دارد بنابراین باید پس از چند بار تعامل با مخاطب هدف نسبت به این امر اقدام نمایید.

برخی از بازه‌های زمانی مانند کریسمس یا سالگرد تاسیس شرکت برای ترغیب مخاطب هدف به سوی خرید از برند ایده‌آل به نظر می‌رسد. سرمایه‌گذاری بر روی چنین بازه‌های زمانی اساسی خواهد بود. در غیر این صورت شناسی برای برندها به منظور فروش محصولات‌شان باقی نخواهد ماند. اشتباه برخی از بازاریاب‌ها شکستیابی بیش از اندازه برای فروش محصولات است. این امر انتقادات فراوانی از سوی تیم مدیریت برند به همراه خواهد داشت بنابراین برندها باید در کوتاه‌ترین زمان ممکن نسبت به ایجاد هماهنگی میان فعالیت‌های بازاریابی و فروش محصولات به مخاطب هدف اقدام نمایند. در غیر این صورت تاثیرگذاری موردنظر بر روی مخاطب هدف پدیدار نخواهد شد.

۹. ارزیابی کیفیت ایمیل‌ها در دستگاه‌های مختلف

امروزه کاربران از دستگاه‌های مختلفی برای گشت و گذار در اینترنت و همچنین باز کردن ایمیل‌ها استفاده می‌کنند بنابراین بازاریاب‌ها در آخرین مرحله پیش از اجرای کمپین‌شان باید نسبت به نمایش مناسب محتوای ایمیل در دستگاه‌های مختلف اطمینان حاصل نمایند. در غیر این صورت بخش قابل ملاحظه‌ای از مخاطب هدف‌شان را از دست خواهند داد.

بی‌توجهی به کاربران گوشی‌های هوشمند اغلب اوقات مشکلات فراوانی برای برندها به همراه دارد. این امر در زمینه بازاریابی و جلب نظر مخاطب هدف مشکلات بسیار زیادی به همراه می‌آورد. کاربران گوشی‌های هوشمند به طور روزافزونی افزایش پیدا کرده‌اند بنابراین بی‌توجهی به این دسته از کاربران برای هر برند و تیم بازاریابی پرهزینه خواهد بود. اغلب اوقات با بررسی کیفیت نمایش محتوا در دستگاه‌های مختلف این مشکل حل می‌شود بنابراین نیازی به نگرانی بیش از اندازه از سوی کسب و کارها نخواهد بود. ایرادات بازاریابی ایمیلی اغلب به دلیل بی‌توجهی بازاریاب‌ها روی می‌دهد. در این میان نقش پیش‌پیدگی فرآیند طراحی ایمیل مناسب برای بازاریابی کمتر دارای اهمیت است.

امروزه بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با استفاده از ابزار ایمیل همچنان دارای اهمیت است. کسب و کارها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نیاز به استفاده از ایده‌های تازه و تکنیک‌های تاثیرگذار دارند. هدف اصلی در مقاله کنونی بررسی برخی از مهمترین تکنیک‌ها در زمینه بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف بود. استفاده از تکنیک‌های مورد بحث در این مقاله فرآیند بازاریابی برندها را به طور قابل ملاحظه‌ای ساده و تاثیرگذارتر خواهد کرد.

منبع: blog.hubspot.com

ابزارهای ضروری کسب و کارها
در بحران کرونابه قلم: تیم نویسندگان سایت entrepreneur
مترجم: امیر آل علی

بحران کرونا تمامی کسب و کارها را وارد شرایطی بی سابقه کرده است، با این حال نمی توان آن را فاجعه دانست. علت این امر به این خاطر است که بسیاری از برندها خصوصا کسب و کارهای اینترنتی، رشدی فوق العاده را تجربه کرده اند، با این حال آیا تاکنون به این موضوع فکر کرده اید که برای عملکرد مناسب در شرایط حال حاضر، چه ابزارهایی کاملا حیاتی هستند؟ در واقع مواردی که قصد بررسی آنها را داریم، برای کسب و کارهای موفق حال حاضر، نتایجی فوق العاده را داشته اند.

۱- پشتیبانی خودکار مشتری

نکته بسیار مهم این است که در شرایط حال حاضر میزان استفاده افراد از اینترنت رشدی فوق العاده را پیدا کرده است. به همین خاطر نیز بستری مناسب برای افزایش تعداد مشتریها شکل گرفته است. در کنار این موضوع با توجه به زمان بیشتری که افراد به علت قرنطینه خانگی و بسته بودن اکثر مراکز، با آن مواجه هستند بدون شک توقعات بالاتری را نیز خواهند داشت. در کنار تمامی این مسائل مهمترین اصل پاسخگویی سریع است به همین خاطر نیز توصیه می شود که ابزاری برای پاسخگویی خودکار را داشته باشید. این مسئله پتانسیل رشد را برای شما به وجود می آورد، با این حال فراموش نکنید که برای افزایش مشتری و مخاطبان خود، لازم است تا طرح های متنوعی را داشته باشید. به صورت یک قاعده کلی، اقدامات آموزشی در صدر توجهات قرار دارند.

۲- جمع آوری و تحلیل داده

یکی دیگر از ابزارهای بسیار مهم برای شما، جمع آوری و تحلیل داده محسوب می شود. در واقع شما برای تصمیم گیری های بهتر و تحلیل شرایط، نیاز به اطلاعات دست اول دارید. این دسته از ابزارها حتی می توانند اطلاعات کاملی را از شرایط شبکه اجتماعی مورد نظر شما بدهند. برای مثال این امر که بدانید چه موضوعاتی در صدر توجهات افراد قرار دارد، بدون شک در تصمیم گیری های آتی سرنوشت ساز خواهد بود. در کنار این موضوع، با توجه به این امر که شما به فروش آنلاین محدود هستید که به معنای کاهش بسیاری از هزینه ها است توصیه می شود که از استراتژی جمعه سیاه، به صورت مداوم استفاده نمایید. این مسئله کمک خواهد کرد تا فروش بسیار خوبی را داشته باشید. در واقع تخفیف های ویژه، با افزایش چشمگیر تعداد مشتری باعث می شود که نه تنها ضرر نکنید، بلکه به سودهایی فراتر از حد تصور نیز دست پیدا کنید. به صورت کلی چنین ابزارهایی کمک خواهد کرد تا بتوانید سریعاً فرصت های جدید را شناسایی کرده و تغییرات لازم را اعمال نمایید.

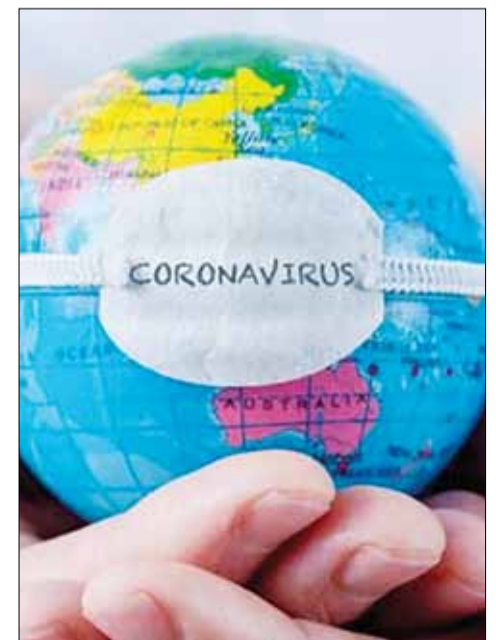
۳- مدیریت پروژه

یکی از بخش های بسیار سخت، مدیریت پروژه است. در شرایط حال حاضر نیز شما به انواع پروژه ها جهت استفاده از موقعیت حال حاضر نیاز خواهید داشت. این مسئله باعث می شود تا پیگیری های لازم بسیار سخت شود. در این راستا وجود یک نرم افزار مناسب باعث می شود تا بتوانید وضعیت و اقدامات تمامی افراد تیم را رصد کرده و نسبت به درست بودن همه چیز، اطمینان لازم را داشته باشید. در کنار این مسئله نکته دیگری که استفاده از این بازار را کاملا ضروری می کند، دور بودن شما از افراد تیم است. در واقع در شرایط عادی تمامی کارمندان در محیط شرکت حضور داشته اند، با این حال اکنون همه آنها مشغول انجام اقدامات به صورت دور کاری هستند. به همین خاطر عدم استفاده از این ابزار می تواند کاملا مشکل ساز باشد.

۴- ویدئو کنفرانس

برای این امر که هماهنگی لازم جهت اهداف شرکت ایجاد شود، شما به برگزاری کنفرانس نیاز خواهید داشت. در این راستا ابزارهایی نظیر Zoom این امکان را فراهم کرده است تا بدون نیاز به جمع شدن در یک مکان، کنفرانسی را ایجاد نمایید. از این ابزارها می توانید برای برگزاری کارگاه های آموزشی نیز استفاده کنید. با توجه به این امر که مخاطبان شما زمان به مراتب بیشتری در مقایسه با گذشته دارند، بدون شک این مسئله حتی می تواند درآمد مستقیم را نیز به همراه داشته باشد. در واقع با توجه به این امر که در بستر اینترنت، مرزها بی معنا هستند. می توانید رشدی فوق العاده را تجربه نمایید.

منبع: entrepreneur.com



تمامی وعده های ایلان ماسک در سال ۲۰۲۰



ایجاد نماید. در واقع تجربه موفق تسلا باعث شده است تا شاهد شروع فعالیت برندهای مختلف در زمینه تولید اتومبیل های خودران باشیم.

۳- عرضه نیم میلیون خودرو

امسال قرار بود تا تسلا تعداد عرضه خود را به نیم میلیون برساند. اگرچه تا پایان سال به این خواسته بسیار نزدیک شد، با این حال آن را نیز باید از جمله وعده های تحقق نیافته تلقی نمود. در این راستا تنها ۴۵۰ خودرو کمتر از عدد مورد نظر، عرضه شده است که با توجه به بحران کرونا، باید آن را یک موفقیت بزرگ به حساب آورد.

۴- تسلا مدل Y

از جمله وعده هایی که شاهد به اجرا درآمدن آن بودیم، عرضه جدیدترین مدل تسلا است. این خودرو اگرچه با تاخیر دو ساله همراه بود، با این حال استقبال ها از آن فراتر از حد تصور بوده است. در این راستا اگرچه عدد دقیقی برای میزان فروش آن اعلام نشده است، با این حال می توان به مقایسه سود شرکت قبل و بعد از رونمایی رسمی از این مدل جذاب، به تاثیر فوق العاده آن در افزایش فروش شرکت پی برد.

۵- کامیون Semi

پس از مدت ها انتظار بالاخره امسال کامیون های برقی تسلا در تعداد محدود تولید شد. اگرچه از طرح آن برای اولین بار در سال ۲۰۱۷ رونمایی شد، با این حال حتی امسال نیز شاهد عرضه آن در بازار جهانی نبودیم، با این حال پیش خرید برندهایی نظیر المارت و پپسی، بیانگر آن است که در سال آینده، می توان متفاوت ترین کامیون جهان را در جاده ها مشاهده کرد.

۶- تسلا رودستر

یکی از انتقادات جدی به تسلا این بوده است که مدلی برای طرفداران خودروهای اسپرت معرفی نکرده است، با این حال ایلان ماسک سال گذشته از طرح خود برای جذب علاقه مندان بی شمار این مدل از خودروها خبر داد. در واقع تسلا رودستر با سرعت فوق العاده ۴۰۲ کیلومتر بر ساعت، توجهات بسیاری را به سمت خود جلب کرده است. همچنین آمارها در رابطه با آن حاکی از آن است که با هر بار شارژ قادر خواهد بود تا ۱۰۰۰

کیلومتر را طی کند. شتاب آن از صفر تا صد کیلومتر نیز تنها ۱.۹ ثانیه است. قیمت آن نیز ۲۰۰ هزار دلار تعیین شده است. در واقع همه چیز در رابطه با این خودرو، بی نظیر به نظر می رسد، با این حال وپروس کرونا باعث شده است تا عرضه آن به اواسط سال ۲۰۲۱ موکول شود. پیش بینی ها حاکی از آن است که این محصول قادر خواهد بود تا رکورد فروش تسلا را جا به جا نماید. بدون شک اگر استقبال ها از آن بسیار خوب باشد، شاهد تنوع در این مدل خواهیم بود.

۷- باتری با عمر ۱.۶ میلیون کیلومتر

بر طبق گفته های ایلان ماسک قرار بوده تا نسل جدید باتری خودروهای برقی در سال ۲۰۲۰ عرضه شود، با این حال حتی پس از رویداد Battery Day این اتفاق رخ نداد. در واقع اکنون باتری ای معرفی شده است که با ادعای فوق، فاصله داشته است.

۸- کارخانه جدید

با گسترش چشمگیر تسلا، نیاز به کارخانه های جدید امری کاملا طبیعی است. در این رابطه ایلان ماسک اعلام کرده است که این کارخانه در تگزاس خواهد بود و مقدمات آن در ماه های آخر سال ۲۰۲۰ مهیا شد، با این حال هنوز مشخص نیست که چه زمانی به بهره برداری می رسد.

۹- برد ۱۲۰۰ کیلومتر مدل S

اگرچه این سری محبوب امسال با پیشرفت هایی همراه شد، با این حال هنوز تا وعده موسس تسلا فاصله دارد. این عدد در حال حاضر ۶۵۰ کیلومتر است که بیانگر مسیر دراز برای رسیدن به این هدف است.

۱۰- اسپیکر خارجی

آخرین وعده بزرگ ایلان ماسک در سال ۲۰۲۰، اسپیکرهای خارجی خودرو است که طرحی انقلابی محسوب می شود. براساس آن شما حتی قادر خواهید بود تا صدای بوق را به صورت دلخواه تغییر دهید. این اتفاق در هفته های پایانی سال ۲۰۲۰ طی یک به روز رسانی جدید صورت گرفت، با این حال به نظر می رسد که در سال آینده، استفاده به مراتب بیشتری از آن شود.

منبع: businessinsider.com

به قلم: تیم لوین خبرنگار

مترجم: امیر آل علی

بدون شک موفق ترین کارآفرین جهان در سال گذشته ایلان ماسک بوده است که در حال حاضر عنوان ثروتمندترین فرد جهان را نیز به دست آورده و سالی بی نظیر را سپری کرده است. این امر در حالی است که وی تا ۲ سال گذشته نام او حتی در بین ۵۰ نفر ثروتمند جهان نیز حضور نداشته است. اغلب پیش بینی ها نیز بیانگر تداوم موفقیت های فوق العاده وی است. با توجه به این امر که وی در حال حاضر در رأس توجهات قرار دارد، در این مقاله قصد داریم تا نگاهی به وعده های وی در سال ۲۰۲۰ بیندازیم که تنها تعدادی از آنها تحقق یافته است.

۱- عرضه یک میلیون روبو تاکسی

در ماه های پایانی سال ۲۰۱۹، ایلان ماسک اعلام کرد که در سال آینده یک میلیون روبو تاکسی عرضه خواهد شد. در واقع این طرح قرار بود که با قدرت از همان ابتدای ۲۰۲۰ اجرایی شود. همچنین طرح سرویس های اشتراک سواری قرار بود تا رانندگان را در طول مسیر مدنظر، با مسافرانی همراه نماید، با این حال بنا به دلایلی که مهمترین آن را باید پاندمی کرونا دانست، حتی یک نمونه از آن نیز تا به امروز عرضه نشده است. در این راستا ایلان ماسک اعلام کرده است که با کنار رفتن مشکلات، احتمالا سال آینده شاهد به اجرا درآمدن این طرح خواهیم بود.

۲- قابلیت تمام خودران

از دیگر مواردی که ایلان ماسک به آن تاکید ویژه ای را داشته است، قابلیت تمام خودران است. در واقع قرار بود که امسال تسلا خودروبی را معرفی کند که تحت هیچ شرایطی به راننده نیاز نداشته و حتی می تواند کل مسیر را در خواب و یا انجام کاری دیگر سپری نماید. اگرچه خودروهای این شرکت پیشرفت بسیار خوبی را داشته اند، با این حال به نظر می رسد که تا تحقق این وعده، فاصله زیادی وجود دارد. با این حال این طرح فوق العاده می تواند انقلابی را در صنعت خودروسازی

مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب کیلان خبر داد:

یکپارچه سازی شرکت های آبفای شهری و روستایی، دستاوردهای خوبی برای کیلان به همراه داشته است

دوم تصفیه خانه بزرگ آب کیلان در هفته سوم اسفند در قالب پوشش "هر هفته- الف-ایران" خبر داد و گفت: اعتباری بیش از ۱۶۸۰ میلیارد ریال برای اجرای این پروژه مهم هزینه شده است. مدیرعامل آبفای کیلان با تأکید بر سنجش سلامت آب شرب شهرها و روستاهای تحت پوشش گفت: در حال حاضر ۳۵ آزمایشگاه در حوزه آب شهری و ۱۷ آزمایشگاه در حوزه آب روستایی به طور مستمر صحت و سلامت آب شرب مردم استان را آزمایش می کنند. وی با اشاره به نظارت کارشناسان مراکز بهداشت از تاسیسات آبرسانی و بررسی سلامت آب شرب شهرها و روستاهای استان، از مردم خواست: در صورت بروز هر گونه مشکل موارد را از طریق سامانه ۱۲۲ به این شرکت اعلام کنند. حسینی همچنین با تأکید بر ارائه خدمات غیرحضوری به مشترکین این استان از طریق سامانه ۱۲۲ گفت: با توجه به شرایطی که به دلیل شیوع ویروس کرونا ایجاد شده، مردم عزیز می توانند از طریق این سامانه از خدمات شرکت آب و فاضلاب همچون خرید اشتباک و اعلام حوادث و... و همچنین پرداخت قبوض از طریق سامانه ۱۵۲۲ بهره مند شوند.



بر ۲۶۰ میلیارد ریال جهت بهره مندی ۲۲ هزار نفر از روستاییان استان در هفته اول دیماه امسال افزود: این طرح در قالب پوشش "هر هفته- الف-ایران" به بهره برداری رسید که در همین راستا در هفته سوم اسفندماه نیز طرح آبرسانی به ۲۸ روستای کیلان با اعتباری بیش از ۵۷۰ میلیارد ریال و بهره مندی جمعیتی بالغ بر ۲۱ هزار و ۵۰۰ نفر افتتاح می شود. وی همچنین از افتتاح فاز

رشتت - خبرنگار فرصت امروز: مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان کیلان امروز در مصاحبه رادیویی با برنامه "دریچه" با اشاره به یکپارچه سازی شرکت های آبفای شهری و روستایی این استان در اسفندماه سال ۱۳۹۸ گفت: اجرای این طرح در همین مدت ۱۱ ماهه دستاوردهای خوبی برای کیلان به همراه داشته است به گزارش دفتر روابط عمومی و آموزش همگانی شرکت آب و فاضلاب استان کیلان، سید محسن حسینی رئیس هیأت مدیره و مدیرعامل این شرکت افزود: با یکپارچه سازی شرکت های آب و فاضلاب شهری و روستایی تعداد مراکز خدمات رسانی به مردم استان با رشد ۳۲ درصدی، از ۱۶ به ۵۲ مرکز افزایش یافته است. وی افزایش ظرفیت تولید به میزان ۱۴۸۸ لیتر بر ثانیه جهت تقویت کمیّت و کیفیت آب آشامیدنی استان کیلان را یکی از اقدامات مهم شرکت آب و فاضلاب استان پس از اجرای طرح یکپارچه سازی عنوان کرد و گفت: در این مدت ۱۱ ماهه در ۲۲۶ روستا و ۴۴ شهر کیلان اصلاح و توسعه شبکه آبرسانی انجام شد. حسینی با اشاره به افتتاح طرح آبرسانی به ۳۸ روستای کیلان با اعتباری بالغ

به همراه مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان صورت گرفت:

بازدید مدیر کل دیوان محاسبات استان بوشهر از پروژه های آبرسانی در بوشهر و تنگستان

با توجه مشکلات آب آشامیدنی در نوار ساحلی تنگستان با پیگیری های انجام شده و اجرای طرح های مختلف این شرکت در تاسیسات گذشته مشکلات نوار ساحلی تنگستان کاهش چشمگیری داشت. وی یکی دیگر از اقدامات این شرکت را اجرای پروژه آبشیرین کن نوار ساحلی تنگستان عنوان نمود و اظهار داشت: این پروژه جهت تأمین آب نوار ساحلی تنگستان در نظر گرفته شده است و دارای ظرفیت ۷۵۰ مترمکعب در شبانه روز می باشد که امیدواریم با افتتاح این پروژه مشکل آب نوار ساحلی تنگستان به طور کامل رفع شود. وی همچنین در خصوص ساخت مخزن شهردارو افزود: این پروژه به منظور ذخیره پایدار آب شهر دارو ساخته شده است که این مخزن دارای حجم ۵۰۰ مترمکعب بایاب ساختمان کلرزی ۱۰ واحد ایستگاه پمپاژ ساختمان دیزل ژنراتور و محوطه سازی و دیوار کشی می باشد که در سال آینده به بهره برداری خواهد رسید.



این طرح با همکاری و مشارکت گروه سرمایه گذاری مینادر حال اجرا می باشد که در آینده ای نزدیک فاز اول آن به بهره برداری خواهد رسید.

وی همچنین در خصوص پروژه های آبرسانی در تنگستان گفت

بوشهر - خبرنگار فرصت امروز: به گزارش روابط عمومی شرکت آبفای استان بوشهر مدیر کل دیوان محاسبات استان به همراه مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان بوشهر از روند اجرای پروژه های آبرسانی در شهر بوشهر و تنگستان بازدید نمودند. عبدالحمید حمزه پور در بازدید مدیر کل دیوان محاسبات استان بوشهر از پروژه های آبشیرین کن بوشهر و نوار ساحلی تنگستان و همچنین مخزن ۵۰۰ مترمکعبی شهر دارو با تأکید بر نقش مهم این پروژه ها در تأمین آب پایدار شهرها و روستاهای استان اظهار داشت: جهت تأمین مطمئن آب اکنون به ظرفیت تولید ۱۰۰ هزار مترمکعب آب از طریق شیرین سازی آب دریا در برنامه کاری شرکت آب و فاضلاب استان بوشهر قرار دارد. مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان بوشهر به روند اجرای پروژه آبشیرین کن ۳۵ هزار مترمکعبی بوشهر پرداخت و گفت:

اطلاعیه شرکت گاز استان مازندران:

در خصوص مشکلات گازرسانی بروش CNG در منطقه پول و کجور

تزریق و متصل می شود و ترپلر تخلیه شده قبلی جهت شارژ مجدد اقدام می نماید.

در این روش برای مصارف بهار و تابستان بسیار ایدآل و عادی و طبیعی بود اما در فصول سرد سال عملاً ما شاهد بودیم که با توجه به لغزنده بودن جاده ها از یکسو و ازدیاد مصرف گاز و همچنین مهاجرت معکوس شرایط بگونه ای رقم خورد که تمام معادلات فنی باران و گاهآ عدم حرکت ترپلر در شیبهای خطرناک جاده و هزینه های سرسام آور آن مسئولان این امور را وا داشت که این روش دیگر جوابگو نیست. لذا عملاً این طرح مورد تجدید نظر قرار گرفت و طرح انتقال خطوط لوله در دست مطالعه قرار گرفت و با اجرای خطوط لوله تغذیه و توزیع مابین شهرهای پول و کجور (رینگ دو شهر) اجرا گردید و بهره برداری قرار گرفت و بزرگترین پروژه گازرسانی به بخش کجور و بخش بلده از ونوش به کدیر و ... در دست اقدام است و همچنین پروژه انتقال خط لوله از مرزن آباد به پول هم در مطالعات این شرکت قرار گرفته است و این طرح بستر مناسبی جهت اشتغال جوانان را فراهم می آورد.



نیاز مردم بود، برای دیگر خانواده های دوردست نیز استفاده گردد تا همگی از این نعمت خدادادی برخوردار شوند. اگر چه در ابتدای این پروژه رسماً اعلام گردید که روش انتقال گاز به منطقه پول و کجور بصورت پایلوت و آزمایشی است چنانچه اگر فرآیند این روش مثبت بود میتوان بصورت فراگیر در همه نقاط دیگری که فاقد خطوط لوله و صعب العبور هستند اجرا نمود. در این روش گاز طبیعی مورد نیاز به صورت فشرده شده به وسیله دو ترپلر مخصوص حمل مخازن CNG با ۶ کفی و هر کفی دارای ۴ بسکت (حدود ۵ تن) از جایگاه CNG چالوس سوخت گیری و به جایگاه گاز در پول و کجور تحویل و پس از تبدیل فشار به شبکه گاز شهری

ساری - دهقان: با آغاز ماه دوم فصل زمستان و برای چندمین بار گاز شهر کجور نوشهر که بروش CNG گازرسانی شد، قطع شد و نگرانی های زیادی را در بین مردم و مسئولان این شهر به وجود آورد. به گزارش خبرنگار مازندران به نقل از روابط عمومی شرکت گاز استان مازندران، بمنظور تنویر افکار عمومی آندسته از عزیزانی که سیستم گازرسانی بروش CNG در منطقه پول و کجور را مورد انتقاد قرار دادند بر خود لازم دانسته تا نسبت به شفاف سازی اصل موضوع بپردازیم.

همانطور که میدانید بسیاری از روستاهای حاشیه جنگلها، برای مصارف گرمایش زمستان و همچنین مصارف خانگی از سوخت های فسیلی مانند نفت و گازوئیل استفاده و با نسبت به قطع درختان اقدام می نمایند تا از هیزم آنها به عنوان سوخت استفاده کنند؛ از آنجائیکه شرکت گاز مازندران در راستای مأموریت اصلی خود در تأمین گاز به خانوارهای استان در اقصی نقاط مازندران و نیز به جهت حفظ جنگلها و محیط زیست، همواره دغدغه گازرسانی به نقاط دور دست و محروم را داشته و دارد. لذا با اجرای طرح پایلوت گازرسانی بروش LNG در برنامه کاری این شرکت قرار گرفت و بدلیل تحریم های ظالمانه طرح مذکور تبدیل به CNG شده که بصورت آزمایشی اجرا شود تا چنانچه اگر این طرح در مناطق کوهستانی جوابگوی

رتبه اول اشتغال دانش آموختگان دانشگاه صنعتی قم در طرح پایش

دانشگاهها، پژوهشگاه ها و مراکز آموزش عالی کشور

نیروهای مسلح به عنوان جمعیت شاغل، مشغول به فعالیت بوده اند، می باشد. این پیمایش با همکاری گسترده دانشگاه ها و مراکز علمی کشور انجام شده است و علاوه برآن برای کسب اطلاعات دقیق تر از سامانه ثبتی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی نیز استفاده شده است. شایان ذکر است در این بررسی دانشگاه صنعتی قم با ۴۱/۸۲ درصد رتبه اول میزان اشتغال در مقطع کارشناسی طرح پایش سال ۱۳۹۹ را به خود اختصاص داده است. روابط عمومی دانشگاه، کسب این جایگاه ارزشمند را که نشانه به ثمر نشستن تلاش و زحمات جامعه دانشگاه صنعتی قم می باشد را به تمام اساتید، کارکنان و دانشجویان فرهیخته تبریک عرض می نماید.



و در نهاد ها و سازمان های دولتی، مشاغل آزاد، مراکز خاص مانند

قم - خبرنگار فرصت امروز: دانشگاه صنعتی قم در طرح پایش سال ۱۳۹۹ رتبه اول اشتغال دانش آموختگان مقطع کارشناسی را بدست آورد. پایش وضعیت اشتغال دانش آموختگان یکی از مهم ترین نیاز هایی است که در برنامه ریزی های علمی، اقتصادی و اجتماعی و توسعه پایدار کشور حائز اهمیت است. بر همین اساس، معاونت پژوهشی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری نسبت به جمع آوری اطلاعات دانشگاه ها، پژوهشگاه ها و مراکز عالی آموزش عالی کشور از سال ۱۳۹۷ در قالب طرح پایش اشتغال دانش آموختگان، اقدام نموده است. این اطلاعات شامل دانش آموختگانی (زن و مرد) که چهارسال از پایان تحصیلات آنان گذشته

اخبار

شهردار قدس :

بر خورد قاطع مدیریت شهری در برابر ساخت و ساز غیرمجاز

شهردار قدس - خبرنگار فرصت امروز: شهردار قدس ضمن تأکید بر لزوم برخورد قانونی و قاطع مدیریت شهری با تخلفات ساختمانی و ساخت و ساز غیرمجاز، از اجرای چهار رای کمیسیون ماده صد در ماه گذشته خبر داد.

مهندس مسعود مختاری گفت: ساخت و ساز غیرمجاز جزو اصلی ترین معضلات شهری محسوب می شود و مشکلات عدیده ای را در مسیر خدمت رسانی به مردم قرار می دهد و از آنجا که اینگونه بناها خارج از ضوابط شهرسازی ساخته می شوند، پس از مدتی تبدیل به بافت فرسوده شده و تبعات خسارت باری را سبب می شوند؛

لذا مدیریت شهری قدس با جدیت و قاطعیت با ساخت و ساز غیرمجاز و ساز غیرمجاز و خارج از اصول شهرسازی، موجبات عدم استحکام بنا و مشکلات ناشی از آن، عدم وجود معابر با عرض مناسب را فراهم می نماید. از این رو مدیریت شهری در اجرای قانون مبنی بر جلوگیری از تخلفات ساختمانی مصمم است. شهردار قدس ضمن تأکید بر اهمیت نوسازی و احیای بافت فرسوده افزود: اقدامات شهرداری قدس در این حوزه حمایتگرانه است؛ به طوری که مجموعه مدیریت شهری همواره بسته های تشویقی و حمایتی در جهت نوسازی بافت فرسوده در اختیار شهروندان قرار می دهد و مردم را در این مایاری می کند، اما در عین حال، به صورت مداوم و قاطعانه و قانونی با تخلفات ساختمانی نیز برخورد خواهد کرد. مهندس مختاری با اشاره به تعیین تکلیف پرونده های تخلفات ساختمانی در این شهرداری، عنوان کرد: در ماه گذشته ۴ رای قطعی کمیسیون ماده ۱۰۰ با صدور حکم دادستانی و حمایت دستگاه قضایی مربوط، توسط واحد اجرائیات مناطق دوگانه شهرداری قدس با اعمال پلمب و تخریب بنا اجرایی گردیده است.



تحویل ۸۲ درصد گاز طبیعی استان خراسان رضوی به بخش خانگی در آذرماه ۹۹

مشهد - صابر ابراهیم بای: مدیرعامل شرکت گاز خراسان رضوی با بیان این مطلب که ۸۲ درصد گاز طبیعی استان در آذرماه امسال تحویل بخش خانگی و عمومی شده است گفت: بررسی ها نشان می دهد که این مصرف در مقایسه با دیگر کشورهای جهان حداقل ۳ برابر بیشتر است.

حسن افتخاری با اعلام این خبر اظهار کرد: در آذرماه ۹۹، یک میلیارد و ۵۲۷ میلیون مترمکعب گاز طبیعی در استان مصرف شده که ۸۲ درصد این آمار با مصرف یک میلیارد و ۲۴۸ میلیون مترمکعب تحویل بخش خانگی شده است. مقایسه گاز مصرفی استان در بخش خانگی در آذرماه امسال نسبت به مدت مشابه سال ۹۸ هم نشان دهنده رشد ۱۴۶ درصدی است. وی افزود: با آغاز فصل سرما، متأسفانه مصرف گاز طبیعی استان در بخش خانگی جهش قابل توجه و غیرطبیعی پیدا می کند. بررسی ها نشان می دهد که این مصرف در مقایسه با دیگر کشورهای جهان حداقل سه برابر بیشتر است. ایران دارای دومین ذخائر گاز طبیعی جهان است اما میزان مصرف در بخش گرمایش بویژه در بخش خانگی بسیار بالا است. مدیرعامل شرکت گاز خراسان رضوی اضافه کرد: این موضوع چند مشکل را ایجاد می کند. اولین موضوع بحث اقتصادی خانوار است چرا که موجب افزایش هزینه های گازها در سبد اقتصادی خانوار می شود. موضوع دیگر ایجاد مشکل در تأمین گاز طبیعی برای سایر بخش های مصرفی است. بهترین و موثرترین راهکار برای تأمین گاز همه بخش های استان مدیریت مصرف و افزایش بهره‌وری است. افتخاری گفت: از ابتدای دی ماه امسال و مطابق مصوبه جدید دولت، تمام مشترکین کم مصرف شامل تخفیف ۱۰۰ درصدی در پرداخت گازها به همراه تمام هزینه های مرتبط شامل عوارض ارزش افزوده، عوارض گازرسانی و مالیات می شوند. موضوع صرفه جویی به ویژه در بخش خانگی بسیار ساده است و مشترکین می توانند با استفاده از راهکارهایی همانند استفاده از لباس گرم و زمستانی در منزل، خاموش کردن وسایل گرمایشی اتاق های بلااستفاده و نصب درزگیر در محل درب ورودی و پنجرها شاهد بهره مندی از طرح قبض رایگان با کاهش قابل ملاحظه قبوض گاز خود باشند.



مدیرکل تبلیغات اسلامی گلستان:

آیت الله مصباح یزدی در عرصه های مختلف انقلاب نقش آفرین بود

گرگان - خبرنگار فرصت امروز: حجت‌الاسلام نورالله ولی نژاد گفت: آیت الله مصباح یزدی در عرصه های مختلف انقلاب اسلامی و در مجلس خبرگان به خوبی نقش آفرینی کردند. حجت‌الاسلام نورالله ولی نژاد در گفتگو با خبرنگاران ضمن تسلیت رحلت آیت الله مصباح یزدی، اظهار کرد: علما چراغ پرفروغ جامعه و راهنمای مردم هستند. وی بیان کرد: آیت الله مصباح یزدی عالمی باسواد، محقق صاحب‌نظر، توانمند در تربیت طلاب و خوش سابقه در انقلاب اسلامی و اطاعت از امام راحل و رهبر معظم انقلاب بود. مدیرکل تبلیغات اسلامی گلستان اضافه کرد: ایشان در عرصه های مختلف انقلاب اسلامی و در مجلس خبرگان به خوبی نقش آفرینی کردند. وی از راه اندازی مرکز آموزشی ویژه طلاب توسط آیت الله مصباح یزدی خبر داد و تأکید کرد: وی در زمینه تربیت طلاب و آموزش نقش آفرین بوده و افراد زیادی را به جامعه معرفی کرد که همگی در جامعه موثر هستند. وی نژاد ادامه داد: آیت‌الله مصباح یزدی در نوشتن مقالات و تألیف کتاب چیره دست بوده و کتب ایشان هم مورد استفاده همگان قرار می گیرد. وی با اشاره به سخن رهبر انقلاب مبنی بر اینکه آیت الله مصباح یزدی به مجلس خبرگان وزانت می بخشید، افزود: این امر نشان می دهد که توانایی های آیت الله مصباح یزدی ارزنده و موثر بوده است.

مدیرکل تبلیغات اسلامی گلستان عنوان کرد: مصباح یزدی در حوزه علمیه شخصیت موثری داشته و در مناظرات و گفتگوهای علمی و نگارش مقالات دقت نظر و تبحر لازم را داشت و زبانه زدن خاص و عام بود. مدیرکل تبلیغات اسلامی گلستان با تأکید بر اینکه مرحوم مصباح یزدی، شخصیتی ممتاز و نظریه پرداز در انقلاب اسلامی بودند، گفت: رسیدن به چنین جایگاه محصول خون دل خوردن و تحمل زحمات فراوان است و از دست دادن این افرادی به جامعه خسارت وارد کرده و مردم از قبض آنها محروم می شوند که امیدواریم راه و رسم آنها قابل بهره برداری باشد.

برگزاری نشست مشترک پلیس و مخابرات جهت پیشگیری از سرقت

کابل های تلفن در اراک

اراک - خبرنگار فرصت امروز: در راستای اقدامات حفاظتی و جلوگیری از سرقت کابل های مخابراتی نشست مشترک مدیران مخابرات منطقه مرکزی با رئیس پلیس پیشگیری شهرستان اراک و تعدادی از روسای کلانتری های اراک برگزار شد. به گزارش اداره روابط عمومی مخابرات منطقه مرکزی به دلیل افزایش سرقت کابل های مخابراتی در شهر اراک جلسه ای با حضور مهندس ملک حسینی، مدیر منطقه و جمعی از مدیران مخابرات و سررهنگ بهیشتنی، رئیس پلیس پیشگیری شهرستان اراک و تعدادی از روسای کلانتری های اراک در راستای مخابرات ناصری



مخابرات برگزار شد.

بر اساس این گزارش مهندس ملک حسینی در ابتدای این نشست اظهار داشت: متأسفانه در سال ۹۹ نسبت به سال گذشته سرقت کابل ها و تجهیزات مخابراتی بسیار افزایش یافته است که این امر علاوه بر خسارت مالی به مخابرات، موجبات نارضایتی مردم را نیز در بر داشته است.

در ادامه این نشست پس از تبادل نظر در خصوص آسیب شناسی سرقت کابل های تلفن شهری اراک، موضوع تخریب و سرقت تجهیزات مخابراتی مورد بررسی قرار گرفت و تصمیماتی در راستای پیشگیری از سرقت کابل های تلفن در دستور کار قرار گرفت.

لایروبی و تنظیف خورهای منطقه دو بندرعباس

مدیر شهرداری منطقه دو بندرعباس از لایروبی و تنظیف خورهای محدوده این منطقه خبر داد

بندرعباس - خبرنگار فرصت امروز: به گزارش مدیریت ارتباطات و امور بین‌الملل شهرداری بندرعباس، مجتبی سلیمی با اعلام این خبر اظهار کرد: خورهای سطح منطقه به دلیل ورود فاضلاب و زباله، نیازمند لایروبی و تنظیف مداوم هستند. وی افزود: خور گورسوزان و خور بلوار حقانی از جمله خورهایی هستند که به طور مرتب توسط شهرداری منطقه دو بندرعباس لایروبی می شوند.

سلیمی خاطر نشان کرد: به همت کارگران زحمتکش سطح منطقه، تمامی کانال ها، جوی های آب و خورها به صورت برنامه ریزی شده و در بازه های زمانی منظم و



مشخصی لایروبی و پاکسازی می شود. شهردار منطقه دو بندرعباس تصریح کرد: وجود رسوبات و گل و لای در بستر خورها، از مشکلات اصلی بحث پاکسازی و لایروبی آنهاست.

این مقام مسئول عنوان کرد: این خورها با استفاده از ماشین آلات و همچنین تلاش نیروی انسانی مجموعه پاکسازی می شود. سلیمی در انتها نیز عنوان کرد: بخش قابل توجهی از عملیات لایروبی خور گورسوزان به صورت مکانیکی و با ماشین آلات سنگین و همچنین با استفاده از نیرو های انسانی با همکاری صورت گرفته و هم‌اکنون نیز پاکسازی ضلع شمالی خور در حال انجام است.

چطور کاربران انجمن ردیت، وال استریت و ارزش سهام گیم استاپ را به بازی گرفتند؟



همینطور که به ماجرای قیمت سهام کمپانی خرده‌فروشی گیم‌استاپ نگاه می‌کنید، سه نکته را باید همواره در ذهن داشته باشید. نخست، وال استریت خیلی ساده جایی است که در آن پول با احساسات ترکیب می‌شود. دوم، اینترنت همان دنیای واقعی است و سوم، وال استریت همیشه برنده خواهد بود، خصوصا اگر مبادلات سهام را با پلتفرم Robinhood انجام دهید.

اگر اخبار را دنبال نکرده‌اید، باید به عنوان توضیح گفت که سهام کمپانی خرده‌فروشی گیم‌استاپ اخیرا به شکلی غیرمنطقی و چشمگیر افزایش یافته: در روز ۲۲ ژانویه امسال، گیم‌استاپ رشد ارزش سهام ۶۹ درصدی را تجربه کرد و این رویه با پایان هفته به اتمام رسید. سپس در روز شنبه، ۲۵ ژانویه، مبادلات گیم‌استاپ در بازار بورس ۹ بار متوقف شد.

در ظاهر، چنین اتفاقی اصلا منطقی نیست. گیم‌استاپ که یک سال پیشتر از بلاک‌باستر تاسیس شد اکنون سر از دار و دسته کسب‌وکارهای فیزیکی درآورده که توسط فروشگاه‌های آنلاین تا مرز نابودی برده شده‌اند. این روزها می‌توان بازی‌های ویدئویی را خیلی راحت در اینترنت خرید و لازم نیست به فلان پاساژ در فلان شهر بروید تا یک نسخه فیزیکی از همان بازی را تهیه کنید. در نتیجه، کسب‌وکار گیم‌استاپ هم در حال آسیب دیدن بوده است.

در حال حاضر بسیاری از مردم در خانه خود گیر افتاده‌اند و حوصله‌شان هم سر رفته است. در نتیجه تمایل به مشارکت در مبادلات سهام بیشتر از همیشه شده. یک فروم مخصوص این موضوع نیز در انجمن ردیت شکل گرفته و WallStreetBets نام دارد. یک سال پیش، کاربری به نام Delanedi این بحث را پیش کشید که بازار، گیم‌استاپ را کمتر از قیمت واقعی‌اش ارزش‌گذاری کرده است. برای مدتی کوتاه، اینکه اعضای WallStreetBets باید به نجات گیم‌استاپ بپردازند چیزی بیشتر از یک شوخی نبود - اما بعد ماجرا شکلی جدی به خود گرفت. ایده کلی، مجازات کردن افرادی است که تحت عنوان Short Seller شناخته می‌شوند.

اما Short Selling به چه معناست؟ اگر شما تصور کنید که سهام شرکتی مانند گیم‌استاپ در مسیر نزول بوده و حتی ممکن است به ورشکستگی آن منجر شود، می‌توانید از این پروسه کسب درآمد کنید. این کار معمولا از طریق Short Selling انجام می‌شود. شما مقداری سهام را از دلان قرض می‌گیرید، (در حالت ایده‌آل آنها را با قیمتی بالا می‌فروشید و سپس همان سهام را (در حالت ایده‌آل) با قیمت کمتر می‌خرید و به دلال پس می‌دهید. با این کار می‌توان به سود فراوان رسید، خصوصا اگر کمپانی ورشکست شود و اصلا نیازی نباشد سهام را پس بدهید.

اما نکته مهم درباره شورت سلینگ این است که اگر ارزش سهام بالا برود، پول از دست می‌دهید و اگر ارزش همینطور بالا و بالاتر رود، ضرر شما عملا نامحدود خواهد بود. چند اتفاق بد دیگر هم می‌تواند بیفتد، برای مثال کارمدهای مبادلات سهام بالاتر می‌روند یا سرمایه‌گذاران

اصلی خواستار بازپس‌گیری سهام‌شان می‌شوند. این یعنی شورت سلرها مجبور به «جبران» خسارت می‌شوند یا باید سهام را با قیمتی بالا بخرند و با این کار، ارزش سهام باز هم بالاتر می‌رود.

به این اتفاق Short Squeeze گفته می‌شود و بعد ذهنیتی تازه شکل می‌گیرد. از آنجایی که بسیاری از سرمایه‌گذاران در حال زیان هستند، نوعی واکنش زنجیره‌ای شکل می‌گیرد و شما آنقدر سهام می‌خرید تا ارزش بالا برود بنابراین آن دسته از افرادی که دچار زیان شده‌اند باید برای جبران خسارت سهام بخرند و ارزش دوباره بالا می‌رود. بعد افراد دیگری که دچار زیاد شده‌اند سهام می‌خرند و این رویه همینطور ادامه می‌یابد.

برای سرمایه‌گذاران آماتور، این پروسه به لطف اپلیکیشن‌هایی نظیر Robinhood آسان‌تر و ارزان‌قیمت‌تر شده است. افزون بر امکان خرید و فروش سهام در این اپلیکیشن، می‌توان به جای خرید خود سهام، برای سهام آپشن خرید. بعد از سوددهی سهام اطمینان داشتید، می‌توانید یک Call Option بخرید که به شما اجازه می‌دهد سهام را با قیمتی مشخص و در تاریخی مشخص خریداری کنید. بیایید فرض کنیم که شرکت سرمایه‌گذاری خیالی ما می‌خواهد کال آپشن کمپانی X را بخرد. در حال حاضر هر سهم از کمپانی X حدودا ۱۰ دلار قیمت دارد. من از عملکرد کمپانی X اطمینان خاطر دارم و بنابراین آپشنی می‌خرم که به من اجازه می‌دهد ۱۰۰ سهم از آن را در روز یکم مارس به قیمت ۲۵ دلار به ازای هر سهم بخرم. چنین قراردادی معمولا ارزان‌تر از قیمت سهام تمام می‌شود.

حالا بیایید فرض کنیم که شرایطی حماسی برای کمپانی X رقم خورده و در روز ۱۵ فوریه، ارزش هر سهم به ۵۰ دلار رسیده است. من اگر بخواهم، می‌توانم آپشن‌هایم را در ازای رقمی بالاتر از آنچه بابت‌شان پرداخت کرده‌ام بفروشم یا می‌توانم آپشن‌ها را تا روز یکم مارس نگه دارم و سهامی که تا آن روز ۵۵ دلار شده‌اند را دریافت کنم و فوراً بفروشم. در نتیجه، به ازای هر سهم ۳۰ دلار سود کرده‌ام، البته بدون در نظرگیری کارمزدی که برای آپشن‌ها پرداخته‌ام.

از سوی دیگر، شاید قماری اشتباه کرده باشم و سهام کمپانی X تنها به ۲۰ دلار به ازای هر سهم برسد. در آن صورت، زیان من تنها محدود به کارمزدی خواهد بود که بابت آپشن‌ها داده‌ام و اصلا هیچ‌وقت سهام را نمی‌خرم. این باعث می‌شود آپشن‌ها قماری خطرناک‌تر نسبت به خرید مستقیم سهام کمپانی X باشند، زیرا به جای گیر آوردن سهام مدنظر، ممکن است تمام پولی که بابت آپشن‌ها پرداخته‌ام را از دست بدهم، اما می‌توان به شکلی خوش‌بینانه هم به موضوع نگاه کرد: من هیچ‌وقت مجبور به صرف تمام پول‌هایم به صورت یکجا برای خرید سهام نبوده‌ام. اگر خطرپذیری به نظر تان کاری سرگرم‌کننده است، آپشن‌ها گزینه‌ای ایده‌آل به حساب خواهند آمد.

حالا بفرمایید در آن سوی میاده سهام من باشد. گروهی که آپشن‌ها را به من فروخته، سعی می‌کند خطر آسیب دیدن از آپشن‌های من را برای خود کاهش دهد و شروع به خرید سهام کمپانی X می‌کند.

این باعث می‌شود ارزش سهام بالا برود و هرچه ارزش بالاتر باشد، در این سوی مبادله نیز باید سهام بیشتری خرید.

آپشن‌ها در دورانی نه‌چندان دور مدتی بسیار پیچیده برای مبادله سهام بودند و مردم معمولی هیچ‌وقت وارد این دنیا نمی‌شدند. اما اپلیکیشن رابین‌هود، مبادلات آپشن را آسان و رایگان کرده است. از سوی دیگر، مبادلات سهام یک بعد اجتماعی هم دارند و اینجاست که r/WallStreetBets وارد میدان می‌شود. سهام اکنون تبدیل به میم شده و شما به مبادله آن می‌پردازید تا در جمع دوستان تان شرافت کنید.

دلان روزانه سهام (افرادی که صرفا روی سرمایه‌گذاری‌های کوتاه‌مدت متمرکز هستند) مانند افرادی که در فروم r/WallStreetBets یافت می‌شوند، معمولا مورد تحقیر دلان حرفه‌ای قرار می‌گیرند و خود از این موضوع باخبرند، اما شورت سلرهای حرفه‌ای که احتمال شورت اسکوئیز را به وجود آوردند، پیچیدگی کار دلان روزانه را دست‌کم گرفتند و اعضای r/WallStreetBets هم از فرصت نهایت استفاده را بردند. زمانش رسیده بود که وال استریت ترول شود و برخی از بزرگترین سرمایه‌داران آن انبوهی از پول را از دست بدهند.

اعضای r/WallStreetBets تصمیم گرفتند که ارزش بازار گیم‌استاپ کمتر از میزان واقعی‌اش است و ارزش سهام آن باید بالاتر برود بنابراین آنها شروع به انتشار گسترده پست‌های مختلف راجع به خرید آپشن‌های گیم‌استاپ کردند. این باعث شد ارزش سهام گیم‌استاپ بالا برود و هم‌تایان نیز باید به خرید سهام می‌پرداختند تا بازار را متعادل نگه دارند. از سوی دیگر، همینطور که مردم آپشن‌های بیشتری می‌خریدند، میزان خرید سهام نیز بیشتر شد. بالا رفتن ارزش منجر به چه شد؟ درست حدس زدید، منجر به اینکه شورت سلرها مجبور به جبران خسارت شوند و باز هم ارزش را بالاتر ببرند. تا روز ۲۶ ژانویه، شورت سلرها ترول شدند و صرفا از گیم‌استاپ ۵ میلیارد دلار ضرر کردند.

اما ارتباط رابین‌هود به تمام اینها چیست؟ این اپلیکیشن مبادله آپشن را برای سرمایه‌گذاران آماتور دسترسی‌پذیرتر می‌کند - اما یک نکته دیگر نیز هست. مبادله در رابین‌هود کاملا رایگان است، اما رابین‌هود عاشق چشم و ابروی مردم نیست که مبادلات رایگان را در اختیار آنها قرار دهد. این کمپانی از برخی از بزرگترین سرمایه‌گذاران جهان مانند Citadel Securities پول می‌گیرد تا به پیش عملکرد سهامداران آماتور بپردازد. به این پدیده پرداخت در ازای جریان سفارش گفته می‌شود. Citadel Securities به صورت اتوماتیک طرف دیگر این سفارش‌ها را می‌گیرد و به این شکل کسب درآمد می‌کند. مابه‌التفاوت میان خرید و فروش نیز به همین ترتیب جبران می‌شود.

برای برخی بحث این است که سرمایه‌گذاران آماتور با این رویکرد، به قیمت‌های بهتری نسبت به آنچه در بازار آزاد یافت می‌شود دست خواهند یافت، اما این رویکرد در هر صورت بحث‌برانگیز است، زیرا

برخی منتقدان عقیده دارند که به سرمایه‌گذاران آسیب می‌زند. در تئوری امکانش وجود دارد که سرمایه‌گذاران حرفه‌ای یک قدم جلوتر از مشتریان باشند، سهام را خودشان بخرند و در صورت افزایش قیمت سهام، به سودی اندک دست پیدا کنند، اما شواهدی وجود ندارد از اینکه Citadel Securities دست‌به‌چنین کاری بزند و ضمنا کمیسیون امنیت و مبادلات آمریکا هم چنین ترفندهایی را ممنوع کرده است.

رابین‌هود می‌گوید که مشتریان‌اش را اکثرا سرمایه‌گذاران «بخر و نگه‌دار» تشکیل داده‌اند، اما برنده بازی در هر صورت Citadel Securities است. در ماه ژوئن سال ۲۰۲۰ این کمپانی مسئول ۴۰ درصد از مبادلات سرمایه‌گذاران آماتور بود و این کمپانی فقط سفارش‌های رابین‌هود را نمی‌گیرد و با TD Ameritrade و Charles Schwab نیز همکاری دارد. تایلر گلاش، مدیر اتحادیه بازارهای سالم می‌گوید: «نه‌تنها حجم مبادلات بازار سرمایه‌گذاران آماتور در حال افزایش است، بلکه احتمال سود به ازای هر مبادله نیز افزایش می‌یابد.»

این یعنی که حتی وال استریت هم می‌تواند وال استریت را به خاک سیاه بنشانند. خیلی غافلگیر می‌شویم اگر بشنویم که الگوریتم‌های مبادله فرانکس بالا هم نقشی در رقم خوردن شرایط نداشته‌اند. شامات پالیهاپیتی، شخصیتی برجسته در دنیای کمپانی‌های SPAC سیلیکون ولی هم تصمیم گرفته به ردیتورها بپیوندد. از سوی دیگر، ایلان ماسک، مردی که بارها از شورت سلرها ابزار انزجار کرده هم مشغول نظاره تمام آشوب است.

در این لحظه احتمالا این سوال برای تان پیش آمده باشد که آیا کار r/WallStreetBets اصلا قانونی به حساب می‌آید یا خیر؟ هرچه نباشد گروهی از مردم دارند سعی می‌کنند ارزش سهام یک شرکت را به شکل مصنوعی بالا ببرند تا به سودهای کلان دست پیدا کنند و پاسخ این است که، شاید. همه‌چیز مثل یک ترفند غیرقانونی برای افزایش قیمت و فروش سهام به نظر می‌رسد، اما - این بخش خیلی مهم است - هیچ‌کس دروغ نمی‌گوید. در تئوری، کمیسیون امنیت و مبادلات آمریکا می‌تواند سرمایه‌گذاران r/WallStreetBets را مورد پیگرد قانونی قرار دهد - چون هیچ‌کس واقعا در اینترنت ناشناس نیست - اما این پرونده‌ای نخواهد بود که راه به جایی ببرد. جیمز کاکس، پروفیسور مدرسه حقوق دانشگاه دوک می‌گوید: «این کابوسی برای مراجع قضایی است.»

و در نهایت باید افزود که موضوع دیگر فقط راجع به گیم‌استاپ نیست: سرمایه‌گذاران r/WallStreetBets اکنون به سراغ کمپانی Nio که به تولید اتومبیل‌های الکتریکی می‌پردازد، کمپانی OG، بلک‌بری و AMC نیز رفته‌اند. در ادامه چه خواهد شد؟ نمی‌دانیم، اما به نظرم یک نفر در وال استریت بالاخره راهی برای کسب درآمد از ماجرا خواهد یافت.

منبع: digiato

آگهی دعوت به مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده موسسه انجمن حمایت از بیماران ام اس استان قزوین به شماره ثبت ۸۱۴

بدین وسیله از کلیه اعضای موسسه انجمن حمایت از بیماران ام اس استان قزوین به شماره ثبت ۸۱۴ دعوت بعمل می آید تا در جلسه مجمع عمومی به طور فوق العاده که رأس ساعت ۹ صبح روز پنجشنبه ۱۳۹۹/۱۱/۳۰ در محل سالن کنفرانس مدرسه استثنایی باغچه بان به آدرس چهار راه طالقانی - ابتدای خیابان باغ دبیر تشکیل میگردد در دست داشتن کارت عضویت شرکت نمایند.

دستور جلسه: ۱- تصویب تراز نامه و بودجه ۲- استماع و رسیدگی به گزارشات هیات مدیره و بازرسان ۳- تعیین خط مشی کلی ۴- انتخاب اعضای هیات مدیره و بازرسان (اصلی و علی البدل)

آگهی فقدان سند مالکیت

نظر به اینکه آقای قربانعلی بدلی به شماره ملی ۱۶۳۹۴۵۸۵۱۴ طی درخواست وارده شماره ۰۰۰۰۸۵۵۸ مورخه ۱۳۹۹/۱۱/۲۳ با ارائه ۳ برگ استشهادیه به سایر مدارک لازم اعلام نموده که سند مالکیت ششدانگ پلاک ثبتی ۳۶۱ فرعی از ۱۷۰۵ اصلی عرصه یک باب خانه و معارضه واقع در هروباد بخش ۷ حوزه ثبت ملک خلخال در دفتر ۲۵ صفحه ۲۶۵ ذیل ثبت ۲۶۵۲ به نام قربانعلی بدلی ثبت سند مالکیت به شماره جایی ۲۸۵۰۷۹ صادر و تسلیم شده است به علت جلیجایی مفقود شده است لذا مراتب در اجرای ماده ۱۲۰ آیین نامه قانون ثبت در یک نوبت آگهی می شود تا هر کس نسبت به پلاک مزبور معامله ای انجام داده یا مدعی وجود سند مالکیت نزد خود می باشد باید تا ده روز بعد از انتشار آگهی به این اداره مراجعه و اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت یا سند معامله تسلیم نماید و اگر طرف مهلت مقرر اعتراض نرسد و یا در صورت اعتراض اصل سند مالکیت یا سند معامله ارائه نشود بعد از طی تشریفات قانونی سند مالکیت لغت می شود نام مالک صادر و تسلیم خواهد شد.

تاریخ انتشار: روز شنبه ۱۳۹۹/۱۱/۱۱ مدیر واحد ثبت حوزه ثبت ملک خلخال - بهروز شکوری

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

نظر بر اینکه مالکیت متصرفی و مفروضی شهرداری خلخال نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین محصور با اعیان احوالی پلاک ۱۹۰۴۰۲۱ اصلی واقع در اراضی روستای اندیل بخش ۷ خشدنیل خلخال از مالکیت اولیه منصور شیرجهانی باستانداری شماره ۰۰۰۰۴۸۸۱ مورخه ۱۳۹۹/۰۳/۰۲ - ۱۳۹۹/۰۳/۰۲ - ۹۹/۱۰/۱۷ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در ثبت خلخال مساحت ۳۸۷۲۲ متر مربع، نایب و اعلام گردیده و لذا در اجرای ماده ۳ قانون مذکور مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود و مدت اعتراض از تاریخ اولین انتشار بمدت ۲ ماه می باشد و معترض باید اعتراض خود را کتبا به اداره ثبت محل تسلیم و طرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض به اداره ثبت نسبت به تقدیم دادخواست خود به مرجع قضایی صالحه مراجعه و گواهی تقدیم دادخواست را اخذ و به اداره ثبت ارائه نماید در غیر این صورت اداره ثبت متعلق مقررات اقدام خواهد نمود.

تاریخ انتشار نوبت اول: شنبه ۹۹/۱۱/۱۱ تاریخ انتشار نوبت دوم: شنبه ۹۹/۱۱/۲۵



سازمان آگهی ها ۸۸۹۳۶۶۵۱

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

نظر به دستور مواد ۳ و ۱ قانون تعیین تکلیف اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۰۹/۲۰ و برابر رای شماره ۱۳۹۰۰۹۸۸۷ مورخه ۱۳۹۹/۰۳/۰۲ - ۱۳۹۹/۰۳/۰۲ - ۱۳۹۹/۰۳/۰۲ هیات تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی - چمستان - تصرفات مالکانه و بلاعارض متقاضی آقای/خانم - نفیسه کوچکی فرزند - حسن نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی / به مساحت ۳۷۴۶۶ متر مربع به شماره پلاک ۲۸۹ - فرعی از ۸ - اصلی واقع در - قریه امیر آباد - بخش - یک - خریداری شده از آقای/خانم - سید مهدی رضوی مالک رسمی 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 این آگهی در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق این روزنامه و محلی/اکثرالانتشار در شهرها منتشر و در روستاها رای هیات الصادق 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 دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند. معترض باید طرف 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 موقوف به ارائه حکم قطعی دادگاه است و در صورتیکه اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل را ارائه نکند اداره ثبت مبادرت به صدور سند مالکیت می نماید و صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نیست.

م الف: ۱۹۹۰۸۷۶۱ تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۳۹۹/۱۰/۲۷ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۳۹۹/۱۱/۱۱

هیات موضوع ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی - شهرستان بابل

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آیین نامه تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی برابر رای شماره ۰۰۰۰۴۸۸۳ مورخه ۱۳۹۹/۰۳/۰۲ - ۱۳۹۹/۰۳/۰۲ - ۰۷ - ۱۳۹۸ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی بابل تصرفات مالکانه بلا معارض آقای رضاصفرزاده درزی فرزند رجیعی به شماره شناسنامه ۲۹۹ صادره از بابل با کد ملی ۲۰۶۲۸۱۷۸۶۱ نسبت به شش دانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی در آن به مساحت ۲۰۷ - ۰۴ متر مربع پلاک ۹۰ - ۷ - ۱ - ۳۶۲ - اصلی واقع مرزگردن بابل بخش ۲ غرب ثبت بابل خریداری از حبیب لقمانی محرزگردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق روزنامه کثیرالانتشار و محلی آگهی میگردد در صورتیکه اشخاص ذی نفع به رای صادره فوق اعتراض دارند میتوانند از تاریخ انتشار اولین آگهی و در روستاها از تاریخ الصاق بمدت دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت اسناد و املاک محل تسلیم و رسید دریافت نمایند و معترض باید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نماید و گواهی تقدیم دادخواست را به اداره ثبت محل تحویل نماید در این صورت اقدامات ثبت، موقوف به ارائه حکم قطعی دادگاه است بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر و خواهد شد صدور سند مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نمیشد.

م الف: ۱۹۹۰۸۸۷۶ تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹ - ۱۱ - ۱۱ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۹ - ۱۱ - ۲۶

هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی - شهرستان بابل

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آیین نامه تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی برابر رای شماره ۰۰۰۰۴۸۱۳ مورخه ۱۳۹۹/۰۳/۰۲ - ۱۳۹۹/۰۳/۰۲ - ۱۰ - ۹۹ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی بابل تصرفات مالکانه بلا معارض آقای رضاصفرزاده درزی فرزند رجیعی به شماره شناسنامه ۲۴ صادره از بابل با کد ملی ۲۰۶۴۰۲۶۸۸۶ نسبت به شش دانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی در آن به مساحت ۸۷۱ - ۲۰ متر مربع پلاک ۱۱۹ - ۲۵ اصلی واقع در سیدکلا بخش ۸ ثبت بابل خریداری از محمدصادق علی نژاد و محرز گردیده است.

لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق روزنامه کثیرالانتشار و محلی آگهی میگردد در صورتیکه اشخاص ذی نفع به رای صادره فوق اعتراض دارند میتوانند از تاریخ انتشار اولین آگهی و در روستاها از تاریخ الصاق بمدت دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت اسناد و املاک محل تسلیم و رسید دریافت نمایند و معترض باید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نماید و گواهی تقدیم دادخواست را به اداره ثبت محل تحویل نماید در این صورت اقدامات ثبت، موقوف به ارائه حکم قطعی دادگاه است بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر و خواهد شد صدور سند مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نمیشد.

م الف: ۱۹۹۰۸۸۷۸ تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹ - ۱۱ - ۱۱ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۹ - ۱۱ - ۲۶

برابر رای شماره ۰۰۰۰۳۸۵۷ مورخه ۱۳۹۹/۰۳/۰۲ - ۱۳۹۹/۰۳/۰۲ - ۱۴ - ۹۹ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک سنگر تصرفات بلاعارض متقاضی آقای نظر علی علی پناه فرزند رضاعلی به شماره ملی ۰۶۸۱۰۹۱۴۵۲ در ششدانگ یک قطعه زمین مشتمل بر اعیان احداثی به مساحت ۱۲۹ متر مربع مجزی شده از ۱۰۴۳۱ فرعی از سنگ ۳ اصلی واقع در رودرید بخش ۱۲ گیلان - که برای آن شماره ۲۸۱۳ فرعی در نظر گرفته شده - خریداری از مالک رسمی (زارع احمد پکرتک) محرز گردیده است، لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتیکه اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراض 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 طرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۳۹۹/۱۱/۱۱ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۳۹۹/۱۱/۲۶ شماره هم الف: ۳۲۲۷

علی نصرتی رئیس ثبت اسناد و املاک سنگر

هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

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

برابر رای شماره ۰۰۰۰۷۷۴۴ مورخه ۱۳۹۹/۰۳/۰۲ - ۱۳۹۹/۰۳/۰۲ - ۱۱ - ۱۳۹۹ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی ملک ناحیه ۲ رشت - تصرفات مالکانه بلاعارض شرکت تعاونی الماس سرسبز شمال به شماره ملی ۱۰۷۲۰۲۵۳۳۹۷ در قریه پیرده در ششدانگ یک قطعه زمین مشتمل بر ساختمان به مساحت ۲۳۹۲۵۰ متر مربع پلاک فرعی ۲۲ از اصلی ۷۱ مغز مجزی از پلاک ۱ از اصلی ۷۱ واقع در بخش چهار رشت خریداری از مالک رسمی وراث نصرت بخشی زاده محرز گردیده لذا به منظور اطلاع عموم، مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی میشود در صورتیکه اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراض داشته باشند، میتوانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید طرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مرجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۳۹۹/۱۱/۱۱ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۳۹۹/۱۱/۲۶ شماره هم الف: ۳۱۸۹

حسین اسلامی کجیبیدی رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه ۲ رشت

در خصوص دادخواست لاقه، لایلا شهرت جملگی صمدزاده طاهر گورلی با وکالت همزبوران نصیری به طرفیت علی رضا صمدزاده به خواسته تحریر ترکه، در خصوص تحریر ترکه مرحوم بهمن صمدزاده طاهر گورلی لازم به ذکر است ورثه یا نماینده قانونی آنها بستنکاران و مدیونین به متوفی و کسان دیگر که حقی بر ترکه دارند در تاریخ ۱۳۹۹/۱۲/۱۶ ساعت ۱۰ صبح جهت اجرای قرار تحریر ترکه در شعبه اول شورای حل اختلاف شهرستان رشت حاضر شوید.

شماره هم الف: ۲۲۲۹ شعبه یک شورای حل اختلاف قضایی شهید بهشتی

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

که در این صورت اقدامات ثبت موقوف به ارائه حکم قطعی دادگاه است و در صورتیکه اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل را ارائه نکند اداره ثبت مبادرت به صدور سند مالکیت می نماید و صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نیست.

م الف: ۱۹۹۰۸۷۵۹ تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۳۹۹/۱۰/۲۷ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۳۹۹/۱۱/۱۱

موجب ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی و ماده ۱۳ آیین نامه مربوطه این آگهی در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق این روزنامه و محلی/اکثرالانتشار در شهرها منتشر و در روستاها رای هیات الصادق 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 دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند. معترض باید طرف 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

م الف: ۱۹۹۰۸۸۷۶ تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹ - ۱۱ - ۱۱ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۹ - ۱۱ - ۲۶

نظر به دستور مواد ۳ و ۱ قانون تعیین تکلیف اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۰۹/۲۰ و برابر رای شماره ۱۳۹۰۰۹۸۸۷ مورخه ۱۳۹۹/۰۳/۰۲ - ۱۳۹۹/۰۳/۰۲ - ۱۰ - ۹۹ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی - چمستان - تصرفات مالکانه و بلاعارض متقاضی آقای/خانم - سعید آقاچانی - محرم نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی / به مساحت ۶۱۵۰۴۰ متر مربع که مقدار ۱۲۰ سیر مشاع عرصه وقف می باشد به شماره پلاک ۱۵۵ - فرعی از ۱۴ - اصلی واقع در - قریه سعادت آباد - بخش - یک - خریداری شده از آقای/خانم - بهنام محمد نژاد مالک رسمی محرز گردیده است لذا به

م الف: ۱۹۹۰۸۸۷۸ تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۹ - ۱۱ - ۱۱ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۹ - ۱۱ - ۲۶

