

خواسته بحق مشتری دارنده چک بانکی در مراجعه به شعب بانک‌ها این است: «یا چک را نقد کن یا اگر نقد نمی‌شود، «گواهی عدم پرداخت» صادر کن!» این درخواست دارنده چک مبتنی بر مقررات ماده ۲ قانون صدور چک مصوب ۱۳۵۵ است که مقرر داشته است: «هرگاه وجه چک به علتی از علل مندرج در ماده ۲ پرداخت نگردد بانک مکلف است در برگ مخصوصی که مشخصات چک و هويت و نشانی کامل صادرکننده در آن ذکر شده باشد، علت یا علل عدم پرداخت را صریحا قید و آن را امضا و مهر نموده و به دارنده چک تسلیم نماید. در برگ مزبور باید مطابقت امضای صادرکننده با نمونه امضای موجود در بانک (در حدود عرف بانکداری) و یا عدم مطابقت آن از طرف بانک تصدیق شود. بانک مکلف است به منظور اطلاع صادرکننده چک فورا نسخه دوم این برگ را به آخرین نشانی صاحب حساب که در بانک موجود است ارسال دارد. در برگ مزبور باید نام و نام خانوادگی و نشانی کامل دارنده چک نیز قید گردد.»

ادامه در همین صفحه

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

طرح ممنوعیت تردد شبانه هوشمند می‌شود؟

طرح ممنوعیت تردد شبانه یک سال است که در تهران اجرایی می‌شود. عده‌ای این طرح را بی‌تاثیر دانسته و خواستار لغو آن هستند و برخی هم می‌گویند با توجه به واکسیناسیون طرح هوشمند شود. به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از فارس، طرح ممنوعیت تردد شبانه یک سال است که در تهران برای جلوگیری از شیوع کرونا اجرایی شده است. برخی از مسئولان با توجه به واکسیناسیون خواستار لغو این طرح شدند و عده‌ای هم معتقدند اجرای این طرح برای...

ارزیابی ۸۱۰۴ فعال اقتصادی در پایان سال گذشته نشان می‌دهد

بهبود حلزونی امنیت سرمایه‌گذاری

فرصت امروز: ارزیابی ۸۱۰۴ فعال اقتصادی از بهبود حلزونی امنیت سرمایه‌گذاری در پایان سال گذشته حکایت دارد. پایش تازه نهاد پژوهشی مجلس نشان می‌دهد هرچند امنیت سرمایه‌گذاری در فصل زمستان ۹۹ نسبت به فصل قبل از آن اندکی بهتر شده، اما در مقایسه با فصل مشابه در سال ۹۸، بدتر ارزیابی شده است و کماکان سطح بی‌اعتمادی فعالان اقتصادی به دولت در سطوح ملی و محلی به دلیل وعده‌های بی‌سرانجام مدیران بالاست. نکته‌ای که بیانگر سخت‌تر شدن شرایط سرمایه‌گذاری در زمستان ۱۳۹۹ نسبت به زمستان...

دولت لایحه اصلاح نظام تخصیص ارز دولتی را به مجلس فرستاد

چالش حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی

مدیریت و کسب و کار

توصیه‌های وبلاگ‌نویسی برای جلب مخاطب بیشتر

بازاریابی با استفاده از وبلاگ یکی از راهکارهای قدیمی و همچنان تاثیرگذاری برای جلب نظر کاربران محسوب می‌شود. بسیاری از برندها در کنار سایت رسمی و اکانت در شبکه‌های اجتماعی یک وبلاگ نیز دارند. شاید بسیاری از افراد وبلاگ‌ها را دیگر ابزاری مناسب برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف ارزیابی نکنند، اما شش ماه از تاریخ صدور گواهی عدم پرداخت شکایت محل مراجعه و تقاضای صدور اجراییه نماید. این را قانون صدور چک می‌گوید. «چک‌های صادره عهده بانک‌هایی که طبق قوانین ایران در داخل کشور دایر شده یا می‌شوند و همچنین شعب آنها در خارج از کشور در حکم اسناد لازم‌الاجرا است و دارنده چک در صورت مراجعه به بانک و عدم دریافت تمام یا قسمتی از وجه آن به علت نبودن محل یا به هر دلیل دیگری که منتهی به برگشت چک و عدم پرداخت گردد می‌تواند طبق قوانین و آیین‌نامه‌های مربوط به اجرای اسناد رسمی وجه چک یا باقیمانده آن را از صادرکننده وصول نماید. برای صدور اجراییه دارنده چک باید عین چک و گواهی‌نامه مذکور در ماده ۴ و یا گواهی‌نامه مندرج در ماده ۵ را به اجرای ثبت اسناد محل تسلیم نماید. اجرای ثبت در صورتی دستور اجرا صادر می‌کند که مطابقت امضای چک به نمونه امضای صادرکننده در بانک از طرف بانک گواهی شده باشد. دارنده چک اعم از کسی که چک در وجه او صادر گردیده یا به نام او پشت‌نویسی شده یا حامل چک (در مورد چک‌های در وجه حامل) یا قائم‌مقام قانونی آنان». بنابراین برای پرداخت مبلغ چک از طریق اجرای ثبت، داشتن «گواهی عدم پرداخت» الزامی است.

اول؛ چک برخلاف سفته جزو اسناد بانکی لازم‌الاجراست، یعنی سندی است که دارنده چک می‌تواند بدون نیاز به اقدام قضایی مستقیما به اداره ثبت اسناد محل مراجعه و تقاضای صدور اجراییه نماید. این را قانون صدور چک می‌گوید. «چک‌های صادره عهده بانک‌هایی که طبق قوانین ایران در داخل کشور دایر شده یا می‌شوند و همچنین شعب آنها در خارج از کشور در حکم اسناد لازم‌الاجرا است و دارنده چک در صورت مراجعه به بانک و عدم دریافت تمام یا قسمتی از وجه آن به علت نبودن محل یا به هر دلیل دیگری که منتهی به برگشت چک و عدم پرداخت گردد می‌تواند طبق قوانین و آیین‌نامه‌های مربوط به اجرای اسناد رسمی وجه چک یا باقیمانده آن را از صادرکننده وصول نماید. برای صدور اجراییه دارنده چک باید عین چک و گواهی‌نامه مذکور در ماده ۴ و یا گواهی‌نامه مندرج در ماده ۵ را به اجرای ثبت اسناد محل تسلیم نماید. اجرای ثبت در صورتی دستور اجرا صادر می‌کند که مطابقت امضای چک به نمونه امضای صادرکننده در بانک از طرف بانک گواهی شده باشد. دارنده چک اعم از کسی که چک در وجه او صادر گردیده یا به نام او پشت‌نویسی شده یا حامل چک (در مورد چک‌های در وجه حامل) یا قائم‌مقام قانونی آنان». بنابراین برای وصول مبلغ چک از طریق اجرای ثبت، داشتن «گواهی عدم پرداخت» الزامی است.

دوم؛ ماده ۲۳ قانون اصلاح قانون صدور چک مصوب ۱۳۹۷، راهکار جدیدی برای استفاده از «گواهی عدم پرداخت» جهت وصول چک ارائه داده است: «دارنده چک می‌تواند با ارائه گواهی‌نامه عدم پرداخت، از دادگاه صالح صدور اجراییه نسبت به کسری مبلغ چک و حق‌الوکاله وکیل طبق تعرفه قانونی را درخواست نماید. دادگاه مکلف است در صورت وجود شرایط زیر حسب مورد علیه صاحب حساب، صادرکننده یا هر دو اجراییه صادر نماید.

الف- در متن چک، وصول وجه آن منوط به تحقق شرطی نشده باشد؛ ب- در متن چک قید نشده باشد که چک بابت تضمین انجام معامله یا تعهدی است؛ ج- گواهی‌نامه عدم پرداخت به دلیل دستور عدم پرداخت طبق ماده (۱۶) این قانون و تبصره‌های آن صادر نشده باشد. صادرکننده مکلف است ظرف مدت ۱۰ روز از تاریخ ابلاغ اجراییه، بدهی خود را بپردازد یا با موافقت دارنده چک ترتیبی برای پرداخت آن بدهد یا مالی معرفی کند که اجرای حکم را میسر کند؛ در غیر این صورت حسب درخواست دارنده، اجرای احکام دادگستری، اجراییه را طبق «قانون نحوه محکومیت‌های مالی مصوب ۱۳۹۴/۳/۲۳» به مورد اجرا گذاشته و نسبت به استیفای مبلغ چک اقدام می‌نماید.»

سوم؛ یکی دیگر از مزایای داشتن «گواهی عدم پرداخت»، امکان توسل به مراجع جزایی برای وصول مبلغ چک و خسارات وارده است، زیرا چک بالامحل تنها با شرایطی خاص واجد وصف کیفری است. ماده ۱۱ قانون اصلاح قانون صدور چک در این مورد تاکید دارد: «جرائم

است؛ مقرراتی که از جمله صدور چک، پشت‌نویسی و تضمین چک و همچنین پرداخت نشدن چک به دلایل مختلف را تبیین کرده و وظایف و مسئولتهای قانونی صادرکننده، ضامن و ظهرنویسان، دارنده چک و بانک‌ها را دقیقاً مشخص نموده است. همانگونه که گفته شد، براساس مقررات مورد اشاره، دارنده با حسن نیت چک در صورت مراجعه به بانک حق دارد یا وصول مبلغ چک را از بانک درخواست نماید، یا چنانچه به هر دلیلی پرداخت تمام یا بخشی از مبلغ چک برای بانک مقدور نباشد، دارنده چک حق دارد از بانک درخواست کند پرداخت نشدن مبلغ چک را در فرمی مشخص موسوم به «گواهی عدم پرداخت» تایید نماید. بر این اساس، «گواهی عدم پرداخت»، گواهی قانونی و سند پرداخت نشدن چک و بیان دلایل عدم پرداخت است. بنابراین بانک‌ها قانوناً وظیفه دارند در صورتی که وجه چک به هر دلیلی قابل پرداخت نباشد، طبق درخواست دارنده چک «گواهی عدم پرداخت» صادر کنند و آن را در اختیار دارنده چک قرار دهند. البته دلایل پرداخت نشدن وجه چک، متفاوت است و از جمله شایع‌ترین این دلایل، فقدان موجودی حساب جاری صادرکننده چک است. همچنین دستور مراجع قضایی، درخواست ذینفع چک برای عدم پرداخت چک در چارچوب ماده ۱۴ قانون صدور چک و بسته بودن حساب جاری صادرکننده چک از دیگر دلایل پرداخت نشدن چک ارائه‌شده به بانک است.

دارندگان حساب جاری باید دقت داشته باشند که در زمان ارائه چک به بانک، حساب‌شان حداقل معادل مبلغ چک صادرشده، موجودی کافی داشته باشد، وگرنه در صورت عدم موجودی کافی، چک آنان بالامحل تلقی خواهد شد. ماده ۲ قانون صدور چک در این مورد گفته است: «صادرکننده چک باید در تاریخ صدور معادل مبلغ چک در بانک محال علیه محل (نقد یا اعتبار قابل استفاده) داشته باشد و نباید تمام یا قسمتی از وجهی را که به اعتبار آن چک صادر کرده، به صورتی از بانک خارج نماید یا دستور عدم پرداخت وجه چک را دهد و نیز نباید چک را به صورتی تنظیم نماید که بانک به عللی از قبیل عدم مطابقت امضا یا قلم‌خوردگی در متن چک یا اختلاف در مندرجات چک و امثال آن، از پرداخت وجه چک خودداری نماید.»

حال سؤال این است که «گواهی عدم پرداخت» صادر شده توسط بانک‌ها چه مزایای قانونی برای دارنده چک بالامحل و پرداخت نشده دارد؟ در پاسخ بدین پرسش به طور ساده و خلاصه می‌توان گفت، هرگونه اقدام اداری و قضایی در مورد وصول مبلغ چک پرداخت نشده و خسارت وارده ناشی از نقد نشدن و بالامحل بودن چک، مستلزم داشتن «گواهی عدم پرداخت» است. دارنده چک پرداخت نشده با در اختیار داشتن لاشه چک و «گواهی عدم پرداخت» می‌تواند برای وصول وجه چک پرداخت نشده، اقدامات زیر را انجام دهد:

است؛ مقرراتی که از جمله صدور چک، پشت‌نویسی و تضمین چک و همچنین پرداخت نشدن چک به دلایل مختلف را تبیین کرده و وظایف و مسئولتهای قانونی صادرکننده، ضامن و ظهرنویسان، دارنده چک و بانک‌ها را دقیقاً مشخص نموده است. همانگونه که گفته شد، براساس مقررات مورد اشاره، دارنده با حسن نیت چک در صورت مراجعه به بانک حق دارد یا وصول مبلغ چک را از بانک درخواست نماید، یا چنانچه به هر دلیلی پرداخت تمام یا بخشی از مبلغ چک برای بانک مقدور نباشد، دارنده چک حق دارد از بانک درخواست کند پرداخت نشدن مبلغ چک را در فرمی مشخص موسوم به «گواهی عدم پرداخت» تایید نماید. بر این اساس، «گواهی عدم پرداخت»، گواهی قانونی و سند پرداخت نشدن چک و بیان دلایل عدم پرداخت است. بنابراین بانک‌ها قانوناً وظیفه دارند در صورتی که وجه چک به هر دلیلی قابل پرداخت نباشد، طبق درخواست دارنده چک «گواهی عدم پرداخت» صادر کنند و آن را در اختیار دارنده چک قرار دهند. البته دلایل پرداخت نشدن وجه چک، متفاوت است و از جمله شایع‌ترین این دلایل، فقدان موجودی حساب جاری صادرکننده چک است. همچنین دستور مراجع قضایی، درخواست ذینفع چک برای عدم پرداخت چک در چارچوب ماده ۱۴ قانون صدور چک و بسته بودن حساب جاری صادرکننده چک از دیگر دلایل پرداخت نشدن چک ارائه‌شده به بانک است.

البته قانونگذار و جامعه هر یک نگاه متفاوتی به پدیده چک بانکی دارند؛ نگاهی که چک را از اسناد دیگر بانکی نظیر سفته و برات کاملاً متمایز می‌سازد. از دید قانون تجارت براساس ماده ۳۱۰، «چک نوشته‌ای است که به موجب آن صادرکننده وجوهی را که نزد محال علیه دارد کلاً یا بعضاً مسترد یا به دیگری واگذار می‌نماید.» بنابراین از نگاه قانون تجارت، چک سندی است هم‌ردیف سفته و برات که صرفاً دستور صادرکننده است به بانک برای واگذاری و پرداخت مبلغ چک به شخصی که چک در وجه او صادر شده است؛ ولو آنکه ذینفع یا دارنده چک خود صادرکننده و صاحب حساب جاری یا شخص ثالث معین و مشخص باشد. هرچند قوانین فعلی، صدور چک در وجه حامل (یا صدور چک در وجه شخص نامشخص) را ممنوع کرده است. بدین ترتیب، اگر چک را صرفاً دستور پرداخت صادرکننده تلقی کنیم، در این صورت چک برخلاف سفته، ایجاد تعهد مدت‌دار نمی‌کند و به همین جهت در چک «تاریخ سررسید» معنایی ندارد، بلکه تاریخ صدور چک مهم است. از نظر جامعه حقوقی نیز چک سندی دارای وصف تجردی، لازم‌الاجرا و دارای ضمانت اجرای کیفری است که هم صادرکننده و هم ضامنین و ظهرنویسان مسئول پرداخت وجه آن هستند، اما جامعه عملاً چک را فراتر از یک سند حقوقی، بلکه وسیله پرداخت بهای معاملات مختلف و در مواردی حتی وسیله تضمین معاملات و تسهیلات بانکی می‌داند. بر این مبنا، چک را نمی‌توان صرفاً یک دستور پرداخت ساده تلقی کرد. به دلیل اهمیت چک بانکی در سطح جامعه، قانونگذار از سال‌ها پیش، مقررات ویژه‌ای راجع به چک تصویب کرده

بودن آن را در سامانه یکپارچه بانک مرکزی ثبت نماید و با دریافت کد رهگیری و درج آن در گواهی‌نامه‌ای که مشخصات چک و هویت و نشانی کامل صادرکننده در آن ذکر شده باشد، علت یا علل عدم پرداخت را صریحا قید و آن را امضا و مهر و به متقاضی تسلیم نماید. به گواهی‌نامه فاقد کد رهگیری و فاقد مهر شخص حقوقی در مراجع قضائی و ثبتی ترتیب اثر داده نمی‌شود. در برگ مزبور باید مطابقت یا عدم مطابقت امضای صادرکننده با نمونه امضای موجود در بانک (در حدود عرف بانکداری) از طرف بانک گواهی شود. بانک مکلف است به منظور اطلاع صادرکننده چک، فورا نسخه دوم این برگ را به آخرین نشانی صاحب حساب که در بانک موجود است، ارسال دارد. در برگ مزبور باید نام و نام خانوادگی و نشانی کامل دارنده چک نیز قید گردد.»

به این ترتیب، ملاحظه می‌شود که در قانون جدید نیز عدم ثبت چک در سامانه صیاد به عنوان یکی از موانع قانونی صدور «گواهی عدم پرداخت» در سامانه صیاد یا چکاوک مورد تصریح قرار نگرفته است. لذا با وجود تصریح قوانین مورد اشاره نمی‌توان صرفاً با استنباط حقوقی، مشتریان بانک‌ها را به صرف عدم ثبت چک در سامانه صیاد یا چکاوک از حقوق قانونی‌شان محروم نمود و برای آنان «گواهی عدم پرداخت» صادر نکرد. واقعیت آن است که قانون اصلاح قانون صدور چک مصوب سال ۱۳۹۷ مجلس شورای اسلامی دارای ابهامات حقوقی بسیاری است و این ابهامات، سرگردانی حقوقی شبکه بانکی کشور را به دنبال داشته است. نگارنده به دلایل مختلف حقوقی معتقد است که بانک‌ها بایستی همانند سایر انواع چک‌ها، بنا به درخواست ذینفع «گواهی عدم پرداخت» چک‌های ثبت نشده در سامانه صیاد یا چکاوک را هم صادر کنند، زیرا عدم ثبت چک در سامانه بانک مرکزی از شرایط ماهوی اعتبار قانونی چک نیست و افزون بر آن، با وجود حاکمیت ماده ۳ قانون صدور چک نمی‌توان دارندگان چک را از حقوق قانونی‌شان محروم کرد، اما از آنجا که توصیه همیشگی یکی از مدیران ارشد و پیشکسوت «کانون بانک‌ها و موسسات اعتباری خصوصی» این است که در این قبیل موارد، پیشنهاداتی مشخص به بانک مرکزی ارائه شود تا راهگشای اقدامات بعدی باشد، لذا برای رفع ابهامات حقوقی مورد بحث پیشنهاد می‌کنم این موضوع مشترکا با همفکری کمیسیون‌های حقوقی «شورای هماهنگی بانک‌های دولتی» و «کانون بانک‌ها و موسسات اعتباری خصوصی» و همچنین اداره بررسی‌های حقوقی بانک مرکزی مورد بررسی دقیق حقوقی قرار گیرد و نتیجه این همفکری حقوقی توسط بانک مرکزی به کلیه بانک‌های دولتی، خصوصی و خصولتی ابلاغ شود تا مردم صرفاً با استنباط حقوقی از حقوق قانونی‌شان و بهرهمندی از مزایا و امتیازات قانونی «گواهی عدم پرداخت» محروم نشوند.





تبعات تغییر ساعت از نگاه «اکنونومیست»

چرا تغییر ساعت محبوب نیست؟

مطالعات نشان می‌دهد که تغییر در ساعات رسمی می‌تواند بهره‌وری افراد را کاهش دهد. از سوی دیگر، تغییر ساعت می‌تواند احتمال تصادفات رانندگی را افزایش دهد و سلامت افراد جامعه را در معرض خطر قرار دهد. اتحادیه اروپا با ترتیب دادن نظرسنجی در میان شهروندان خود پی برد که بیش از ۸۰درصد از پاسخ‌دهندگان خواهان لغو تغییر ساعت بودند. به گزارش «اکنونومیست»، برخی اوقات تصمیم‌گیری درباره تغییر ساعت در کشورها می‌تواند مسئله‌ای سیاسی باشد. تمامی نقاط چین با وجود وسعت زیاد آن براساس ساعت پکن کار می‌کنند؛ تصمیمی که توسط مانو در سال ۱۹۴۹ با هدف التای وحدت در این کشور گرفته شد. این در حالی است که برای ساکنان منطقه شین جیانگ در غربی‌ترین نقطه چین، گاهی خورشید تا ساعت ۱۰ صبح طلوع نمی‌کند. همچنین نزدیک به سه سال تا سال ۲۰۱۸، کره‌شمالی منطقه زمانی خاص خود را داشت که نیم ساعت عقب‌تر از همسایه جنوبی‌اش بود و تمایلات انزوطلبانه‌اش را حفظ می‌کرد. ولی اغلب کشورها برای دستکاری زمان، دلایل عملی دارند. حدود ۷۰ کشور جهان که بیشترشان در آمریکا و اروپا قرار دارند، از تغییر ساعت در ماه‌های تابستان استفاده می‌کنند. ساعات بیشتر آمریکایی‌ها (به غیر از آریزونا و هاوایی که از تغییر ساعت‌ها انصراف داده‌اند) این هفته مجدداً به عقب کشیده می‌شود، ولی این کار واقعا لازم است؟ بنجامین فرانکلین در قرن هجدهم ایده جلو کشیدن ساعت‌ها در تابستان را مطرح کرد ولی این کار در طول جنگ جهانی اول عملی شد. انگلستان، فرانسه و آلمان حساب کردند که اضافه شدن یک ساعت به ساعات روز در بعدازظهر، می‌تواند در مصرف زغال‌سنگ صرفه جویی ایجاد کند که به نوبه خود می‌تواند به جنگ کمک کند. مزایای دیگر هم بعدها مشخص شدند. افزایش ساعات روشنایی روز می‌تواند با تشویق خریداران به بیرون ماندن برای مدت طولانی‌تر، هزینه مصرف‌کنندگان را افزایش دهد. با وجود همه اینها، تغییر ساعت محبوب نیست. پارلمان اروپا در سال ۲۰۱۹ به متوقف کردن تغییر ساعت از سال ۲۰۲۱ رأی داد (گرچه مشکل همه‌گیری کرونا اجرای آن را به تعویق انداخته است). اتحادیه اروپا با ترتیب دادن نظرسنجی در میان شهروندان خود نزدیک به ۵ میلیون پاسخ دریافت کرد. بیش از ۸۰ درصد از پاسخ‌دهندگان خواهان لغو تغییر ساعت بودند و دلیل خوبی هم برای آن داشتند. گرچه این موضوع به طور قطع اثبات نشده‌است، بسیاری از دانشمندان معتقدند که تغییر ساعت‌ها، ریتم بیولوژیک بدن را مختل می‌کند. این موضوع می‌تواند خطر حمله قلبی و سکته را افزایش دهد. از سوی دیگر، تغییر ساعت می‌تواند احتمال تصادفات رانندگی را نیز افزایش دهد، چراکه افرادی که به رانندگی در روز عادت کرده‌اند ناگهان مجبور می‌شوند در شب رانندگی کنند (یا برعکس). تغییر ساعت می‌تواند بهره‌وری را نیز کاهش دهد. شاید ناخوشایندترین چیز برای کسب‌وکارها این باشد که کشورها ساعات خود را در زمان‌های متفاوت تغییر دهند. بیشتر نقاط اروپا، در سسی‌ویکم اکتبر ساعات خود را عقب می‌کشند. هر شرکت اروپایی که با محدودیت زمانی آمریکایی کار می‌کند باید برنامه کاری کارمندان خود را یک ساعت جلو بکشد، و از روز دوشنبه این روند را کنار گذاشته و به همان روتین قبلی خود بازگردد. آیا تغییرات ساعت تابستانی باقی خواهد ماند؟ هیچ نشانه‌ای مبنی بر اینکه اتحادیه اروپا به زودی تغییر ساعت را لغو خواهد کرد وجود ندارد. در آمریکا، گروهی دو حزبی از سناتورها لایحه‌ای به نام «قانون حفاظت از نورآفتاب ۲۰۲۱» را ارائه کرده‌اند که طبق آن ساعات تابستانی در تمام طول سال حفظ می‌شوند؛ ولی به نواقض چندانی دست پیدا نکرد. ۱۹مجلس قانونگذار ایالاتی قوانینی را با همین مضمون به تصویب رساندند که ایالت‌های کالیفرنیا، فلوریدا و واشنگتن در میان آنها هستند. ولی عدم موافقت کنگره به این معناست که ساکنان این ایالت‌ها هم باید ساعت‌های خود را عقب بکشند. بنابراین تغییر ساعت تابستانی هنوز تمام نشده است.

جشن کارآفرینی در ماه نوامبر

هفته جهانی کارآفرینی مبارک

از دومین دوشنبه ماه نوامبر، هفته جهانی کارآفرینی برای بزرگداشت کارآفرینان در سراسر جهان برگزار می‌شود. این رویداد را می‌توان بزرگ‌ترین رویداد برای ترویج کارآفرینی دانست که در ایران از ۱۷ تا ۲۳ آبان همزمان با بیش از ۱۹۰ کشور دیگر در جهان برگزار می‌شود. تشویق نسل جوان به راهاندازی کسب و کار شخصی از مهمترین اهدافی است که برگزارکنندگان هفته جهانی کارآفرینی در همه کشورهای جهان دنبال می‌کنند. برای نخستین بار هفته کارآفرینی در سال ۲۰۰۷ در ایالات متحده آمریکا و در سال ۲۰۰۸ در انگلستان برگزار شد. از آن زمان بیش از ۱۰ میلیون نفر در ۱۷۰ کشور جهان، در رویدادهای مربوط به هفته کارآفرینی شرکت می‌کنند. ۱۶۵ کشور جهان کارآفرینی را مثل یک رویداد ملی برگزار می‌کنند و تقریباً نزدیک به ۳۵ هزار برنامه و رقابت در جریان هفته کارآفرینی برگزار می‌شود. هفته جهانی کارآفرینی برای بیش از نیم دهه در ایران هم برگزار می‌شود. از روزهای گذشته استان‌های مختلف کشور برنامه‌های خود را برای بزرگداشت کارآفرینی و تشویق جوانان به راهاندازی کسب و کار اعلام کرده‌اند. همچنین در تهران، در پارک فناوری پردیس به مناسبت هفته جهانی کارآفرینی رویدادهایی با حضور استارت‌آپ‌ها، فعالان اقتصادی و دولتمردان برگزار می‌شود. «کارگاه آموزشی نوآوری در کسب و کارهای خانگی» در همکاری با موسسه پوشش هم‌افزایی ژنو در ۲۷ آبان ماه برگزار می‌شود. همچنین از ۵ تا ۳ آذرماه، پارک فناوری پردیس میزان تعداد زیادی از برنامه‌نویسان، صاحبان ایده، گرافیک‌ها، سرمایه‌گذاران، عاشقان استارت‌آپ، مدیران و بازاریاب‌ها برای بحث و بررسی درباره تازه‌ترین ایده‌هاست. تقویت اکوسیستم جهانی کارآفرینی از مهمترین اهداف برگزاری هفته جهانی کارآفرینی در کشورهای مختلف جهان است. با همه‌گیری کرونا و توجه بیشتر به بشر به قابلیت‌های فناوری، تقویت اکوسیستم جهانی کارآفرینی و استارت‌آپ‌ها اهمیت بیشتری یافته است. در ایران با توجه به شرایط تحریم‌ها و محدودیت‌های ناشی از تبادل مالی به دلیل عدم پذیرش اف ای تی اف، شرایط برای توسعه صادرات استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های نوپای ایرانی محدود است. با این حال، این امید وجود دارد که با کاهش تنش‌های ناشی از تحریم‌ها، استارت‌آپ‌های ایرانی فرصت بیشتری برای عرضه در بازارهای جهانی پیدا کنند.

ارزیابی ۸۱۰۴ فعال اقتصادی در پایان سال گذشته نشان می‌دهد

بهبود حلزونی امنیت سرمایه‌گذاری



بهترین و بدترین شرایط سرمایه‌گذاری تنها ۱،۱۳ واحد است.

براساس این گزارش، صنایع و رشته‌فعالیت‌های مرتبط با بخش معدن (به‌جز نفت و گاز) مناسب‌ترین شرایط را در این دوره زمانی تجربه کرده‌اند و از آن سو، بخش ارتباطات و توزیع شامل همه فعالیت‌های مرتبط با حمل‌ونقل، انبارداری، عمده‌فروشی و خرده‌فروشی در زمستان۹۹ نامناسب‌ترین وضعیت را در بین همه بخش‌ها از نظر امنیت سرمایه‌گذاری داشته‌اند. فعالان اقتصادی همچنین در چهار بخش «میزان وفای به عهد در اجرای قرارداد در بازار»، «سرقت مالی اعم از پول نقد، کالا و تجهیزات»، «استفاده غیرمجاز از نام تجاری و مالکیت معنوی» و «رواج توزیع کالای قاچاق» وضعیتی مناسب را گزارش کرده‌اند. در عین حال اثر دو مولفه «بی‌ثباتی قیمت مواد اولیه» و «بی‌ثباتی در قوانین و مقررات» بر جهت‌گیری سرمایه‌گذاران به‌شدت جدی بوده است. برای نمونه بی‌ثباتی قیمت مواد اولیه در همه صنایع نرخي بالاتر از ۷ داشته‌که که این موضوع به معنای وضعیت بسیار بد تورم و نوسانات قیمت بر بخش تولید بوده است. اثر این موضوع چنانکه گزارش شده بر بخش‌های بیمه، بانک و تولید شدیدتر از باقی صنایع بوده است. در عین حال این مولفه در استان سیستان و بلوچستان بیش از هر جای دیگری احساس شده که فعالان سرمایه‌گذاری نمره ۸/۱۶ را به آن داده‌اند.

از سوی دیگر، تورم قوانین و صدور مقررات خلق‌الساعه و بخشنامه‌های متعدد در همه صنایع آزادکننده بوده، به طوری که بیش از ۸هزار فعال اقتصادی در ۹صنعت مختلف به آن نمره ۶ و بیش از آن داده‌اند. اثر این موضوع چنانکه گزارش شده بر بخش‌های آب، نفت و گاز شدیدتر از باقی صنایع بوده است. در این بخش زنجان با کسب نمره ۷،۳۰ بدترین وضعیت را در بین ۳۱ استان داشته است. مولفه عمل مسئولان ملی به وعده‌های داده‌شده در ایلام در بین ۳۱ استان در خلال ارزیابی ۲۱مولفه پیمایشی بدترین نمره را با ۸،۹۰ کسب کرده که عدد به شدت بالایی است. اعمال نفوذ و تبانی در ادارات نیز در استان کرمانشاه نمره ۸،۷۳ را دریافت کرده که یکی از بدترین اعدادی است که در گزارش وجود دارد.

خط سیر زمانی امنیت سرمایه‌گذاری بازوی پژوهشی مجلس در پایان این گزارش با برشمردن چند نکته مهم می‌نویسد: اول اینکه اطلاعات استخراج‌شده از شاخص امنیت سرمایه‌گذاری و مقایسه دو شاخص پیمایشی و آماری، وجود شکاف میان آمارهای رسمی و ارزیابی فعالان اقتصادی را نشان می‌دهد. از این اختلاف می‌توان نتیجه گرفت که اتکای صرف به آمارهای رسمی ممکن است تحلیل‌ها و تفسیرهای امنیت سرمایه‌گذاری را دچار خطا کند. این امر ممکن است به تأخیر داده‌های آماری مورد استفاده نیز مرتبط باشد. آنچه

کدام بازار در ۳ ماه گذشته بیشترین بازدهی را داشت؟

۳ ماه صعودی برای بازارها

دلار در بازار ارز دیده می‌شود، در حدود ۲۸ هزار و ۴۲۴ تومان است؛ یعنی اسکناس سبز آمریکایی در سه ماه گذشته ۱۰،۸ درصد گران شده است. * سکه ۱۳،۲ درصد گران شد: در بازار سکه نیز رشد یک میلیون و ۴۸۱ هزار تومانی را از نیمه مردادماه تاکنون شاهد بوده‌ایم. هر قطعه سکه امامی در نیمه مردادماه ۱۱ میلیون و ۱۴۳ هزار تومان قیمت داشت و حالا در بازار باید سکه امامی را با قیمت ۱۲ میلیون و ۶۲۴ هزار تومان خریداری کرد. یعنی در این بازه زمانی هر قطعه سکه امامی ۱۳،۲ درصد رشد قیمتی را تجربه کرده است.

* طلا ۱۶،۷ درصد جهید: بازار طلا نیز از نیمه مردادماه تاکنون از رشد قیمت‌ها بی‌نصیب نمانده است؛ تا جایی که قیمت هر گرم طلای ۱۸عیار در حدود ۱۸۱ هزار تومان گران شده است. در نیمه مردادماه هر گرم طلای ۱۸عیار با قیمت یک میلیون و ۸۲ هزار و ۸۰۰ تومان خریداری می‌شد و این در حالی است که این رقم در حال حاضر در بازار به یک میلیون و ۶۲۴ هزار و ۸۰۰ تومان رسیده است، یعنی هر گرم طلای ۱۸عیار از نیمه مردادماه تاکنون جهش ۱۶،۷ درصدی داشته است. * بورس فقط ۳،۴ درصد رشد کرد: بازار سهام در سه ماه گذشته، کمترین سهم را از رشد قیمت‌ها داشته است. این در حالی است که با وجود وعده دولت سیزدهم، انتظار می‌رفت تغییر محسوس شاخص بورس اتفاق بیفتد. ۴۷ هزار و ۷۱۷، عددی است که بازار سهام از نیمه مردادماه تاکنون به خود دیده است. شاخص کل بورس در نیمه مردادماه در رقم یک میلیون و ۴۰۷ هزار و ۷۶۲ واحد ایستاده بود و حالا شاخص کل در پایان هفته سوم آبان ماه به رقم یک میلیون و ۴۵۶ هزار و ۴۷۹ واحد

فعالان اقتصادی برای سرمایه‌گذاری ملاک تصمیم‌گیری قرار می‌دهند، احساس و ادراک آنها از شاخص‌های مورد بررسی است، نه آمارهای رسمی. دوم اینکه بررسی شاخص امنیت سرمایه‌گذاری از فصل پاییز ۱۳۹۷ با کمیت ۶،۴۳ فصل زمستان ۱۳۹۷ با کمیت ۶،۱۸ فصل بهار ۱۳۹۸ با کمیت ۶،۰۷ و فصل تابستان با کمیت ۶،۰۷ بیانگر بهبود وضعیت نسبی این شاخص تا تابستان ۱۳۹۸ بوده، اما در پاییز ۱۳۹۸ با کمیت ۶،۱۲ مجدداً روند نامناسب شدن شاخص امنیت سرمایه‌گذاری بازگشته است، اما در پایش زمستان ۱۳۹۸ شاخص امنیت سرمایه‌گذاری با کمیت ۵،۸۴ مناسب‌ترین وضعیت را طی ۱۳ فصل از ابتدای این مطالعات نشان می‌دهد. البته مجدداً در بهار ۱۳۹۹ وضعیت امنیت سرمایه‌گذاری نامناسب شده و به کمیت ۶،۱۶ و در تابستان ۱۳۹۹ با نامناسب‌ترین شاخص به ۶،۴۶ رسیده و درنهایت در پاییز ۱۳۹۹ با کمیت ۶،۳۷ روند نامناسب شدن آن متوقف و قدری بهتر شده است و نهایتاً برای پایش فصل زمستان۱۳۹۹ با رسیدن شاخص به ۶،۲۲ روند بهبود نسبی شاخص ادامه یافته است.

سوم اینکه در زمستان ۱۳۹۹ همانند چند پایش قبلی در این سال، نماگر «مملکرد دولت» با کمیت ۷،۶۳ مجدداً به عنوان نامناسب‌ترین نماگر ارزیابی شده است؛ به عبارتی وضعیت این نماگر نامناسب در پایش‌های اخیر به‌شدت با روند نامناسب‌تر شدن ارزیابی شده است. ادامه این روند و بررسی آن در گزارش‌های آتی می‌تواند پیام‌ها و تحلیل‌های قابل‌توجهی برای تصمیم‌گیران و سیاست‌گذاران داشته باشد. مولفه‌های تشکیل‌دهنده نماگر عملکرد دولت عبارتند از: سهولت احقاق حقوق قانونی شهروندان در ادارات (مولفه پیمایشی)، اختلال در کسب و کار بر اثر تحریم‌های جدید خارجی (مولفه پیمایشی) و حمایت و همراهی واقعی مقامات استانی از داوطلبان سرمایه‌گذار (مولفه پیمایشی). در عین حال در زمستان ۱۳۹۹ مصونیت جان و مال نیز مانند چند مطالعه گذشته، مجدداً مناسب‌ترین نماگر در میان سایر نماگرها بوده است.

چهارم؛ نماگر ثبات اقتصاد کلان در زمستان ۱۳۹۹ با کمیت ۶،۷۷ دومین نماگر نامناسب ارزیابی شده است. این نماگر در پاییز ۱۳۹۹ با کمیت۷،۱۶، در تابستان ۱۳۹۹ با کمیت ۷،۴۰ و در بهار ۱۳۹۹ با کمیت ۶،۶۹ مانند زمستان ۱۳۹۹ دومین نماگر نامناسب از میان هفت نماگر دیگر ارزیابی شده بود. نه‌تنها این نماگر جایگاه دومین نماگر نامناسب را در چند پایش اخیر حفظ کرده، بلکه با توجه به شرایط کلان اقتصادی ایران و همچنین روند اتفاقات در زمستان ۱۳۹۸ و چهار فصل سال ۱۳۹۹، از جهش‌های ارزی تا تعطیلی‌های اجباری بنگاه‌ها و نوسانات ناگهانی بورس و آثار شدید شیوع بیماری کرونا، همچنان برآیند ارزیابی‌ها، نامناسب‌تر شدن مولفه‌های نماگر ثبات اقتصاد کلان نسبت به سایر مولفه‌ها بوده است.

رسیده است؛ این یعنی رشد ۳،۴ درصدی بورس در سه ماه گذشته.

* بازار خودرو تکان خورد: تکان قیمت‌ها در بازار بی‌مشتري خودرو از نیمه مردادماه تاکنون شدید بوده؛ تا جایی که اعداد و ارقام، لرزه به جان خریداران انداخته است. رشد ۲۰ میلیون تومانی قیمت پراید، رشد ۲۵ میلیون تومانی قیمت پژو۴۰۵، رشد ۵۶ میلیون تومانی قیمت پژوپارس ساده، رشد ۲۳ میلیون تومانی تیب‌هاجک و رشد ۳۵ میلیون تومانی ساین‌ا، اعدادی است که بازار خودرو به خود دیده است. البته این خودروها، تنها پنج نمونه از خودروهایی است که در بازار خودرو گران شده است. گزارش‌ها نشان می‌دهد که پراید در نیمه مردادماه ۱۴۳ میلیون تومان، پژو ۴۰۵ در حدود ۲۲۰ میلیون تومان، پژوپارس ۲۵۴ میلیون تومان، تیب‌هاجک ۱۵۱ میلیون تومان و ساین‌ا ۱۵۲ میلیون تومان قیمت داشت. این در حالی است که هم‌اکنون پراید در بازار با قیمتی در حدود ۱۶۳ میلیون تومان، پژو۴۰۵ با قیمت ۲۴۵ میلیون تومان، پژوپارس ۳۱۰ میلیون تومان، تیب‌هاجک ۱۷۴ میلیون تومان و ساین‌ا ۱۷۸ میلیون تومان به فروش می‌رود. بر همین اساس، از نیمه مردادماه تاکنون پراید ۱۳،۹ درصد، پژو۴۰۵ حدود ۱۱،۳ درصد، پژوپارس ۲۲ درصد، تیب‌هاجک ۱۵،۲ در صد و ساین‌ا ۱۷،۱ درصد گران شده است. * مسکن ۵،۲ درصد گران شد: همراستا با بازارهای طلا، سکه، ارز و خودرو، بازار مسکن نیز در سه ماه اخیر حرکتی صعودی داشت؛ این را می‌شود در گزارش‌های بانک مرکزی مشاهده کرد. براساس گزارش بانک مرکزی، متوسط قیمت هر مترمربع واحد مسکونی در شهر تهران در تیرماه ۲۰ میلیون و ۴۴ هزار تومان اعلام شده بود و این در حالی است که در همراه این عدد به ۳۱ میلیون و ۶۳۱ هزار تومان افزایش یافته است. به عبارتی در این مدت قیمت خانه ۵،۲ درصد رشد کرده است.

نماگر بازار سهام



تجارت ایران و اوراسیا آزاد می‌شود

براساس جدیدترین اطلاعات ارائه شده از سوی سازمان توسعه تجارت طرف دو سال آینده امکان ایجاد تجارت آزاد میان ایران و اتحادیه اقتصادی اوراسیا وجود خواهد داشت.

به گزارش ایسنا، از آبان ۱۳۹۸ عضویت موقت ایران در اتحادیه اقتصادی اوراسیا آغاز شد و براساس توافق دو طرف بنا شد بعد از سه سال با بررسی عملکرد امکان عضویت دائم و آزادسازی کامل روابط تجاری وجود داشته باشد.

در طول این سال‌ها ایران توانسته با استفاده از تعرفه‌های ترجیحی، صادرات خود به برخی از کشورهای اوراسیا را افزایش دهد و همچنین واردات برخی مواد اولیه و کالاهای اساسی نیز از کشورهای اوراسیا ادامه داشته است. در این مدت تراز تجاری ایران در رابطه با کشورهای اوراسیا مثبت بوده و تنها میزان واردات از روسیه بیشتر از صادرات به این کشور بوده است. سازمان توسعه تجارت اعلام کرده که از چند ماه قبل بررسی‌ها برای رسیدن به یک موافقت‌نامه تجارت آزاد میان ایران و اوراسیا آغاز شده و در این حوزه پیشرفت‌های قابل توجهی نیز به دست آمده است.

در نشست اخیر اتاق بازرگانی ایران و قزاقستان نماینده سازمان توسعه تجارت با اشاره به پیشرفت قابل قبول در متن توافق‌نامه اعلام کرده که تاکنون ۸۰ درصد از متن نهایی شده و ۲۰ درصد باقی‌مانده نیز در نشست آتی تکمیل خواهد شد.

براساس پیش‌بینی‌ها، در صورتی که پارلمان کشورهای عضو اوراسیا با این توافق مخالفتی نداشته باشند ظرف دو سال آینده مقدمات تجارت آزاد میان دو طرف فراهم خواهد شد.

در این متن از سویی اقدامات غیرتعرفه‌ای و از سوی دیگر فهرست کالاهای بررسی می‌شود تا موانع برای تجارت آزاد به صفر برسد. از طرف ایران تعهدات تعرفه‌ای شامل ۳۹۰ قلم کالا است که ۱۵۰ قلم آن بدون تخفیف خواهد بود.

به گزارش ایسنا، در شش ماهه نخست سال ۱۴۰۰ میزان کل تجارت ایران با اوراسیا ۲۴ میلیارد دلار بوده که نسبت به مدت مشابه سال قبل افزایشی ۳۹ درصدی را نشان می‌دهد.

میزان صادرات ایران در این بازه زمانی ۵۱۴ میلیون دلار بوده که افزایش ۳۵ درصدی را نشان می‌دهد و همچنین ایران ۱۹ میلیارد دلار واردات داشته که در این حوزه نیز افزایشی ۴۰ درصدی به ثبت رسیده است. در حوزه کالاهای ترجیحی نیز افزایشی ۲۶ درصدی در تجارت مشترک میان دو طرف به ثبت رسیده است.

پسته، فلفل، سیب و کشمش اصلی‌ترین محصولات صادراتی ایران به اوراسیا محسوب می‌شود و روغن خام، جو، ذرت دامی و چوب نیز اصلی‌ترین محصولات وارداتی ایران از حوزه اوراسیا بوده است.

بیان کرد: عموماً هم بیان شده که این طرح تأثیرگذار نبوده البته اکنون برای لغو یا ادامه اجرای آن باید کار کارشناسی انجام گیرد و نظرات در این زمینه جمع شود.

هوشمندسازی این طرح بهتر از این است که همه مردم را جریمه کنند

اسماعیلی ادامه داد: در حال حاضر هوشمندسازی این طرح بهتر از این است که همه مردم را جریمه کنند، اما باز هم قرار شد آقای وزیر دلایل کارشناسی و سند علمی درباره اجرای این طرح ارائه دهند که اگر طبق این سند مشخص شود این طرح هیچ تأثیری در شیوع کرونا نداشته متوقف شود و حتی هوشمندسازی آن هم اجرا نشود، اما اگر تحقیقات علمی به ما نشان دهد که طرح در جلوگیری از شیوع بیماری تأثیرگذار بوده است باید هوشمندسازی آن اجرا شود. ترافیک در تهران شدید شده است و شهروندان ساعات‌های زیادی را در ترافیک گرفتار هستند. برخی مدیران خواستار لغو این طرح شدند. علیرضا زاکانی شهردار تهران می‌گوید: در جلسه شورای عالی ترافیک، همه ما با طرح محدودیت تردد شبانه مخالف و قائل به لغو این طرح بودیم. پیشنهاد لغو محدودیت این طرح را به ستاد ملی کرونا ارائه می‌دهیم. وی ادامه داد: قرار است با هم‌افزایی بین دستگاهی در پایتخت و در یک برنامه چهار ساله معضلات اجتماعی این کلانشهر دنبال و در یک مقطع سه تا چهار ماهه شهر از این آسیب‌ها منزه شود. برخی از کارشناسان معتقدند که اجرای طرح ممنوعیت تردد شبانه تأثیری در کاستن آمار مربوط به مبتلایان و متوفیان کرونا نداشته است.

برای لغو یا ادامه اجرای طرح ممنوعیت تردد شبانه باید کار کارشناسی انجام گیرد

مهدی چمران، رئیس شورای شهر تهران با اشاره به اینکه طرح ممنوعیت شبانه ترافیک سنگینی را در پایتخت قبل از اجرای این طرح به همراه دارد، گفت: به نظر من این طرح کارایی و تأثیر لازم را به همراه نداشته است.

وی ادامه داد: در مورد این موضوع باید کار تخصصی انجام گیرد از ظاهر قضیه که مشخص است اجرای این طرح تأثیر چندانی در کاستن آمار مربوط به مبتلایان و متوفیان کرونا نداشته است. مهدی چمران

طرح ممنوعیت تردد شبانه یک سال است که در تهران اجرایی می‌شود. عده‌ای این طرح را بی‌تأثیر دانسته و خواستار لغو آن هستند و برخی هم می‌گویند با توجه به واکنش‌های مردم طرح هوشمند شود. به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از فارس، طرح ممنوعیت تردد شبانه یک سال است که در تهران برای جلوگیری از شیوع کرونا اجرایی شده است.

برخی از مسئولان با توجه به واکنش‌های خواستار لغو این طرح شدند و عده‌ای هم معتقدند اجرای این طرح برای پولدارها است و آنها با دادن جریمه به راحتی در خیابان‌ها تردد می‌کنند.

مسئولان مستندات علمی تأثیرگذاری این ممنوعیت در جلوگیری از شیوع کرونا را ارائه نکرده‌اند

برخی از مدیران پیشنهاد هوشمندشدن ممنوعیت تردد شبانه را دادند، ولی اسماعیلی رئیس کمیسیون اجتماعی مجلس و عضو ستاد مدیریت بیماری کرونا در این باره می‌گوید: مسئولان تاکنون مستندات علمی تأثیرگذاری این ممنوعیت در جلوگیری از شیوع کرونا را ارائه نکرده‌اند.

وی ادامه داد: موضوع منع تردد شبانه در جلسه‌ای مطرح و پیشنهاد شد این طرح نیز هوشمندسازی شود یعنی افرادی که واکسن زده‌اند کد ملی‌شان به پلیس راهور اعلام شود تا این ممنوعیت شامل آنها نشود و افرادی که واکسن نزده‌اند در صورت نقض این ممنوعیت، جریمه شوند.

این مقام مسئول گفت: در حال حاضر هنوز سند علمی که این طرح تا چه اندازه در جلوگیری از شیوع بیماری نقش داشته، ارائه نشده است. بارها از وزارت بهداشت و ستاد کرونا خواسته‌ایم درباره اجرای این طرح سند علمی ارائه کنند اما این کار را انجام ندادند. ما از وزیر بهداشت خواسته‌ایم این سند علمی را ارائه دهند... دلایل‌شان برای اجرای این طرح این است که میهمانی‌های شبانه و دیدو بازدیدها می‌تواند در شیوع ویروس کرونا تأثیرگذار باشد.

آگهی تجدید فراخوان ارزیابی کیفی مناقصه

"سیستم‌های نظارت تصویری بندر امیرآباد" به شماره ۱۴۰۰/CE/۱۲۰۶



سازمان بندر و دریانوردی

بدینوسیله به اطلاع می‌رساند سازمان بندر و دریانوردی در راستای ایفای وظایف حاکمیتی باستناد آیین نامه بند "ج" ماده ۱۲ قانون برگزاری مناقصات (آیین نامه ارزیابی کیفی) در نظر دارد یک فقره فرآیند ارزیابی کیفی مناقصه با موضوع "سیستم‌های نظارت تصویری بندر امیرآباد" به شماره ثبت سامانه ۰۴۶۰۰۰۳۳۹۲۰۰۰ را از میان شرکت های متقاضی و واجد شرایط توانمند و متخصص و مرتبط با موضوع فراخوان تجدید نماید. لذا این سازمان از کلیه شرکت‌های مرتبط با موضوع فراخوان دعوت می نماید با مراجعه به سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به نشانی اینترنتی www.setadiran.ir. جهت دریافت فایل اسناد و مدارک و فرم های مربوطه بمنظور شرکت در فرآیند مذکور اقدام نمایند و در مهلت مقرر شده ذیل، کلیه اسناد تکمیل شده را در سامانه "ستاد" بارگذاری و رسید دریافت نمایند.

نکات مهم:

- از آنجائیکه فرآیند ارزیابی کیفی در سامانه "ستاد" انجام می گردد، لازم است دریافت و ارسال اسناد صرفاً از طریق سامانه مذکور صورت گیرد، در غیر این صورت امکان شرکت در ادامه فرآیند برای شرکت های متقاضی وجود نخواهد داشت.
- چنانچه شرکت های متقاضی پیش از این در سامانه مذکور ثبت نام نکرده اند، باید مراحل ثبت نام و دریافت گواهی امضا الکترونیک(توکن) را انجام دهند.
- جهت ثبت نام و دریافت گواهی امضا الکترونیک (توکن) با شماره های درج شده در قسمت پشتیبانی سامانه مذکور تماس حاصل نمایند.
- با توجه به شیوع ویروس کرونا و لزوم رعایت پروتکل های بهداشتی، جلسه پرسش و پاسخ از طریق یستر اینترنت و سامانه " Skyroom " به آدرس ذیل برگزار خواهد شد و شرکت های متقاضی می بایست جهت ورود به سامانه از گزینه میهمان (بدون نیاز به نام کاربری و کلمه عبور) در زمان مشخص شده در جدول ذیل اقدام نمایند.

<https://www.skyroom.online/ch/pmo/mohandesi-tajhizat>

لازم به ذکر است پس از ورود به سامانه بصورت میهمان، نام شرکت به همراه نام نماینده تام الاختیار (که قبلاً در نامه روی سرپرگ اصل شرکت به این اداره کل ارسال گردیده است را وارد نمایید.

ردیف	موضوع فراخوان ارزیابی کیفی	تاریخ انتشار آگهی فراخوان	مهلت دریافت	مهلت بارگذاری	جلسه پرسش و پاسخ
۱	سیستم‌های نظارت تصویری بندر امیرآباد	ساعت:۰۸:۰۰ صبح روز شنبه مورخ ۱۴۰۰/۰۸/۲۲	ساعت: ۱۶:۰۰ روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۰/۰۸/۳۰	ساعت: ۱۶:۰۰ روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۰/۰۹/۱۷	ساعت: ۱۰:۰۰ روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۰/۰۹/۰۷

نشانی و مشخصات آگهی دهنده: تهران - میدان ونک - ابتدای بزرگراه حقانی - بعد از چهارراه جهان کودک - خیابان دکتر شهیدی - پلاک ۱ - ساختمان سازمان بندر و دریانوردی
دورنگار: ۰۸۸۶۵۱۱۹۱-۲۱ (۹۸+) تلفن: ۰۸۴۹۳۲۳۵۱-۲۱ (۹۸+) رایانامه: Technical@pmo.ir

م.الف ۲۷۶۱

سیستم مدیریت یکپارچه / کد ۰۰/۴۳/۱۰/ف

نوبت اول

آگهی تجدید مناقصه عمومی یک مرحله ای (شماره ۱۳۱/ع/م ۱۴۰۰) شناسه آگهی: ۱۲۳۱۳۹۱



شرکت آب وفاضلاب استان البرز
«سهامی خاص»

شرکت آب وفاضلاب استان البرز در نظر دارد اجرای عملیات ۱۶۹۰ متر اصلاح شبکه و ۱۲۵ فقره اصلاح انشعاب روستای خور هشتگرد از محل اعتبارات طرح‌های عمرانی را از طریق مناقصه عمومی به پیمانکار واجد شرایط و دارای حداقل رتبه ۵ در رشته آب واگذار نماید.

کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکتها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir با شماره فراخوان ۰۶۲۰۰۰۵۱۸۶۰۰۰ انجام خواهد شد و لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهینامه امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند.

برآورد پروژه، مدت اجرای پروژه و مبلغ تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار: برآورد بر اساس فهرس بها ابنیه و انتقال و توزیع آب روستایی سال ۱۴۰۰، مبلغ ۸,۱۸۷,۷۰۷,۸۰۶ ریال و مدت اجرای کار ۵ (پنج) ماه و مبلغ تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار ۴۰۹,۳۸۵,۳۹۰ ریال بصورت یکی از تضمین ذکر شده در آیین نامه تضمین معاملات دولتی به شماره ۰۲/۱۲۳۴-ت/۵۰۶۵۹-هـ/مورخ ۹۴/۰۹/۲۲ می باشد.

مناقصه گران علاوه بر بارگذاری فایل‌های PDF تا ساعت ۱۹ روز شنبه مورخ ۱۴۰۰/۰۹/۱۳، موظف به ارائه کلیه اسناد در پاکت لاک و مهر شده تا ساعت ۱۶ همان روز به دبیرخانه شرکت آب و فاضلاب استان البرز می باشند.

تاریخ بازگشایی پاکات: ساعت ۱۳:۳۰ روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۰/۰۹/۱۴ خواهد بود.
نحوه دریافت اسناد مناقصه: داوطلبان می‌توانند به منظور دریافت اسناد مناقصه از تاریخ ۱۴۰۰/۰۸/۲۲ تا ساعت ۱۹ روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۰/۰۸/۲۴ از طریق سامانه ستاد به آدرس www.setadiran.ir اقدام نمایند. تلفن تماس: ۰۲۶-۳۲۱۱۷۱۵۰

سایر اطلاعات و جزئیات در اسناد مناقصه مندرج است.

جهت کسب اطلاعات بیشتر به سایت پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات، به آدرس (iets.mporg.ir) مراجعه نمایید.

شرکت آب وفاضلاب استان البرز «سهامی خاص»

راهنمای ورود به دنیای یوتیوب و کسب درآمد از آن

چگونه تبدیل به یک یوتیوبر حرفه‌ای شوید؟



به قلم: جودی منز

کارشناس بازاریابی و کسب و کار

ترجمه: علی آل‌علی

یوتیوب امروزه دومین سایت پربازدید در سراسر دنیا محسوب می‌شود. با این حساب استقبال گسترده اینفلوئنسرها و همچنین بسیاری از کارآفرینان برای حضور در این پلتفرم به هیچ وجه امر عجیبی محسوب نمی‌شود. شمار بالایی از کاربران در این فضا به طور مداوم به دنبال تبدیل شدن به یوتیوبر هستند. این امر صرف نظر از میزان بالای اعتباری که برای کارآفرینان به همراه دارد، منبع درآمد مناسبی نیز محسوب می‌شود. یوتیوب با داشتن ۲ میلیارد کاربر فعال در ماه یکی از بزرگترین شبکه‌های اجتماعی و محبوب‌ترین سرویس خدماتی گوگل محسوب می‌شود. همین امر سرمایه‌گذاری بر روی یوتیوب برای بازاریابی و حتی تولید محتوای سرگرم‌کننده را بدل به امری بسیار مناسب کرده است. امروزه شمار بالایی از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به دنبال جلب نظر مشتریان به هر قیمتی هستند. یوتیوب نیز به خاطر پشتیبانی عالی از محتوای ویدئویی بدل به اولین گزینه بازاریابی‌ها برای بارگذاری ویدئوهای مربوط به محصولات‌شان شده است. این امر به بازاریاب‌ها برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان و حتی رونمایی جذاب‌تر از محصولات‌شان کمک می‌کند.

استفاده از یوتیوب در میان بازاریاب‌ها ترند بسیار داغی محسوب می‌شود. در این میام اینفلوئنسرها نیز برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌شان اقدام به جلب نظر کاربران می‌کنند. نکته مهم در این میان آرزوی هر دو گروه فوق برای تبدیل شدن به یوتیوبر به معنای واقعی کلمه است. درست به همین خاطر ما در این مقاله به سراغ مفهوم یوتیوبر و شیوه‌های تبدیل شدن به یک یوتیوبر حرفه‌ای رفته‌ایم. این امر به شما برای تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف کمک شایانی خواهد کرد. اگر شما هم به دنبال آگاهی از چیرستی یوتیوبری و همچنین میزان درآمد این دسته از افراد هستید، این مقاله پاسخ‌های جذابی برای شما دارد. در ادامه با ما همراه باشید تا پاسخ این سوالات به همراه برخی از رهنما‌های تبدیل شدن به یک یوتیوبر حرفه‌ای را دریافت نمایید.

یوتیوبر کیست؟

یوتیوبر به فردی گفته می‌شود که در شبکه اجتماعی یوتیوب مشغول تولید محتواست. امروزه حوزه‌های بسیار زیادی برای تولید محتوا در یوتیوب وجود دارد. برخی از حوزه‌ها مانند سرگرمی، پوشش رویدادهای ورزشی و حتی ارزیابی محصولات مختلف دیجیتال دارای محبوبیت روزافزونی است. در عین حال هر فردی با ایده‌ای تازه برای تولید محتوا می‌تواند تبدیل به یوتیوبر شود.

در سال ۲۰۲۱ مفهوم یوتیوبر بیشتر از هر چیز دیگری با افرادی که مشغول آنباکس محصولات مختلف بوده و درآمد‌های چند میلیون دلاری دارند، گره خورده است. این امر برای بسیاری از افراد منبع اصلی علاقه به یوتیوبر شدن است. نکته مهم اینکه بسیاری از یوتیوبرها نه تنها از خود پلتفرم یوتیوب پول دریافت می‌کنند، بلکه با پیدا کردن اسپانسرهای مناسب نیز برای مدت زمانی طولانی خیال‌شان بابت کسب درآمد راحت خواهد بود. همه این نکات تبدیل شدن به یوتیوبر را برای بسیاری از افراد بدل به گزینه‌ای جذاب و هیجان‌انگیز کرده است.

یوتیوبرها چقدر درآمد دارند؟

بدون تردید درآمد واقعی یوتیوبرها همیشه محل شک و تردید است. این امر به دلیل عدم تمایل آنها برای بیان جزئیات مربوط به سطح درآمدشان است. درست به همین خاطر بیشتر گمانه‌زنی‌ها در این رابطه محدودی محسوب می‌شود. ما در این بخش به جای اینکه یک رقم نهایی را برای شما مورد بررسی قرار دهیم، به سراغ منابع کسب درآمد این دسته از افراد رفته‌ایم. اگر شما هم دوست دارید منابع درآمدی یوتیوبرها را مورد بررسی قرار دهید، به این نکات توجه فرمایید:

- کسب اسپانسر تبلیغاتی برای بسیاری از افراد منبع اصلی درآمد محسوب می‌شود. این امر به یوتیوبرها امکان تولید محتوا به طور تخصصی و در کنار آن تبلیغی کوچک برای اسپانسرشان را می‌دهد. چنین امری درآمد بسیار بالایی برای یوتیوبرها به همراه دارد.
- فروش مستقیم از طریق یوتیوب نیز یکی دیگر از راهکارهای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف است. این امر بسیاری از برندها را نسبت به ایجاد حساب کاربری رسمی در یوتیوب و تبلیغ برای فروش محصولات‌شان ترغیب می‌کند. اگر شما هم به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان هستید، هرگز یوتیوب را فراموش نکنید. این ابزار به شما امکان تاثیرگذاری حرفه‌ای بر روی مخاطب هدف‌تان را خواهد داد.
- جمع‌آوری پول از طریق کمک‌های مردمی یکی از شیوه‌های مناسب برای موسسه‌های خیریه یا افراد علاقه‌مند برای فعالیتهای عام المنفعه محسوب می‌شود. یوتیوب با پشتیبانی از گزینه دونیت (Donate) به تمام کاربران امکان گردآوری میزان مشخصی پول از سوی دنبال‌کنندگان‌شان را می‌دهد. به این ترتیب این امر نه تنها برای موسسه‌های خیریه، بلکه تولیدکنندگان حرفه‌ای محتوا نیز گزینه‌ای محبوب محسوب می‌شود. شما با چنین کاری به بهترین شکل ممکن امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان را خواهید داشت.

بدون تردید تبدیل شدن به یوتیوبر با توجه به نکاتی که مورد بررسی قرار دادیم، آرزوی هر فردی است. این امر منبع درآمد بسیار مناسبی برای برندها و همچنین کارآفرینان مستقل خواهد بود. بنابراین شما باید همیشه نسبت به حضور مناسب در این فضا توجه نشان دهید، در غیر این صورت از ترندهای محبوب در دنیای کسب و کار عقب خواهید افتاد.

چگونه تبدیل به یک یوتیوبر حرفه‌ای شوید؟

تبدیل شدن به یوتیوبر امر ساده‌ای نیست. بسیاری از افراد فکر می‌کنند تولید محتوا به هر شکلی برای کاربران جذابیت دارد. با این حال در عمل تولید محتوا باید مطابق سلیقه کاربران و همچنین با کیفیت بسیار بالایی صورت گیرد. در غیر این صورت شما هیچ شانس‌ی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان نخواهید داشت. امروزه بسیاری از افراد به دلیل تلقی بیش از اندازه سادگانگانه‌شان از فضای یوتیوب به طور مداوم با شکست در این زمینه مواجه می‌شوند. اگر شما به دنبال یک راهنمای مطمئن برای تبدیل شدن به یوتیوبر هستید، مقاله کنونی مخصوص شماست. ما در ادامه به بررسی برخی از مهمترین نکات در زمینه تبدیل شدن به یک یوتیوبر حرفه‌ای خواهیم پرداخت. این امر به شما برای انتخاب‌های درست در زمینه تبدیل شدن به یوتیوبر کمک می‌کند.

انتخاب حوزه‌ای مشخص برای شروع کار

اولین نکته‌ای که باید مدنظر شما قرار داشته باشد، انتخاب حوزه‌ای مشخص برای شروع به کار در قالب یوتیوبر است. این امر اهمیت بسیار زیادی دارد. متأسفانه بسیاری از یوتیوبرها در ابتدای اقدام به تولید هر نوع محتوایی می‌کنند. شاید این امر بسیار ساده و کم‌اهمیت باشد، اما در بلندمدت کانال شما را بدل به گزینه‌ای کلیشه‌ای برای تمام کاربران خواهد کرد. این امر به مرور زمان انگیزه کاربران برای حضور در کانال‌تان را به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش خواهد داد.

اگر شما به دنبال مثال‌های مناسب در راستای تبدیل شدن به یوتیوبر هستید، اول از همه سری به کانال آنباکس تراپی (Unbox Therapy) بزنید. این کانال به طور تخصصی در زمینه آنباکس محصولات مختلف و اظهارنظر کارشناسی درباره‌شان فعالیت دارد. همین ایده به ظاهر ساده در بلندمدت برای صاحب این کانال درآمد چند میلیون دلاری به همراه داشته است. نمونه دیگر در این میان کانال فان توی (Fun Toy) است. این کانال از سوی یک هنرمند علاقه‌مند به شخصیت‌های کارتون‌ی دیزنی مدیریت می‌شود. شما در این کانال نه تنها با انواع مجسمه‌های اسباب بازی دیزنی آشنا می‌شوید، بلکه آموزشی کامل در راستای استفاده از آنها را نیز دریافت خواهید کرد. این امر به شما برای یادگیری مهارت لازم به منظور مجسمه‌سازی نیز کمک می‌کند.

چرا در یوتیوب حضور دارید؟

شما به عنوان یک یوتیوبر باید به خوبی توانایی پاسخگویی به این سوال که چرا در یوتیوب حضور دارید را داشته باشید. بسیاری از کاربران در یک کانال جدید به دنبال محتوای تازه یا دست‌کم نوعی ایده سرگرم‌کننده هستند. اگر شما هیچ جوابی برای این گزینه‌ها نداشته باشید، هرگز امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب‌تان را نخواهید داشت.

بسیاری از هنرمندان برای نمایش کارهای‌شان و جلب نظر علاقه‌مندان به این عرصه در یوتیوب حضور پیدا می‌کنند. برخی دیگر از افراد برای طراحی محتوای خنده‌دار و تبدیل شدن به یک کم‌دین در این فضا عضو می‌شوند. اگر با دقت به اطراف‌تان نگاه کنید، هر کانال محبوبی در یوتیوب دست‌کم یک دلیل مشخص برای حضور در این پلتفرم دارد. بنابراین شما هم باید دلیل مشخصی برای حضور در این فضای شلوغ داشته باشید، در غیر این صورت هرگز فرصتی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب‌تان پیدا نخواهید کرد.

اموزه هر فردی برای تبدیل شدن به یک یوتیوبر حرفه‌ای باید دست‌کم یک دلیل مشخص برای حضور در این فضا داشته باشد، در غیر این صورت به احتمال زیاد در مراحل بعدی کارش با مشکلات بسیار زیادی رو به رو می‌شود.

شناخت مخاطب هدف

شما به محض اینکه هدف‌تان از حضور در یوتیوب را به خوبی مورد بررسی قرار دادید، باید به دنبال راهکارهایی برای بهینه‌سازی عضویت‌تان در این فضا هم باشید. این امر به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک خواهد کرد. اولین توصیه ما در این راستا شناخت درست مخاطب هدف است. شما تا زمانی که به درستی مخاطب‌تان را مورد شناسایی قرار ندهید، هرگز فرصتی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب‌تان نخواهید داشت. این امر اهمیت بسیار زیادی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف دارد. اگر شما به این نکته مهم توجه لازم را نشان ندهید، هرگز شانس‌ی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب‌تان پیدا نخواهید کرد. شما براساس نوع محتوایی که قصد تولیدش را دارید، باید به سوالاتی درباره پرسوئانی مخاطب‌تان جواب دهید. این سوالات به شما برای شناسایی بهترین مخاطب ممکن کمک خواهد کرد. بسیاری از برندهای بزرگ نیز در یوتیوب کارشان را با همین نکته ساده شروع می‌کنند. شما به این ترتیب امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان را پیدا خواهید کرد.

وقتی شما شناخت درستی از مخاطب هدف‌تان داشته باشید، به ساده‌ترین شکل ممکن فرصت تاثیرگذاری بر روی مخاطب‌تان را پیدا می‌کنید. این امر اهمیت بسیار زیادی برای جلب نظر مشتریان دارد. امروزه بسیاری از مشتریان در تعامل با برندها همیشه به دنبال محتوای مورد علاقه‌شان هستند. با این حساب اگر شما به عنوان یک یوتیوبر دقیقاً از سلیقه مخاطب‌تان خبر داشته باشید، فرآیند تاثیرگذاری بر روی آنها به ساده‌ترین شکل ممکن پیش خواهد رفت.

آگاهی از میزان رقابت

میزان رقابت در یوتیوب حتی از بازارهای واقعی نیز بیشتر است. بسیاری از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف همیشه دردسرهای زیادی را متحمل می‌شوند. این امر شاید در نهایت حتی موجب صرف نظر برخی از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نیز شود. اگر شما

به این نکات توجه لازم را نشان دهید، همیشه فرصتی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان خواهید داشت. این امر به شما کمک شایانی برای جلب نظر مشتریان و افزایش بازدید از ویدئوهای‌تان خواهد کرد. برخی از یوتیوبرها به گمان اینکه در این پلتفرم رقابت زیادی وجود ندارد، وارد این فضا می‌شوند. شاید این امر در نگاه نخست بسیار ساده به نظر برسد، اما خیلی زود واقعیت رقابت شدید در این حوزه شما را ناامید خواهد کرد. درست به همین خاطر باید همیشه به دنبال راهکارهایی برای بهینه‌سازی وضعیت فعالیت‌تان باشید.

توصیه ما در این بخش توجه به میزان بالای رقابت در یوتیوب به هنگام تولید محتواست. این امر ساده به شما برای تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف و همچنین تولید محتوای مناسب کمک خواهد کرد. این طوری همیشه حواس‌تان به رقابت بالای موجود در بازار خواهد بود. به این ترتیب هیچ مانعی پیش روی فعالیت‌تان در این راستا شکل نمی‌گیرد. یکی از نکات مهم برای حضور مناسب در یوتیوب توجه به ایجاد تمایز از رقباست. این امر نیازمند بسیار زیادی برای جلب نظر کاربران دارد. اگر شما به عنوان یوتیوبر دقیقاً محتوایی که دیگران تولید می‌کنند، در اختیار دیگران قرار دهید دیگر حتی یک کاربر هم به شما روی خوش نشان نخواهد داد. پس همیشه با توجه به رقابت بالا در بازار به دنبال تولید محتوای متمایز باشید.

ایجاد کانال رسمی در یوتیوب

شما پس از اینکه تمام ایده‌ها و برنامه‌های مورد نیاز برای طراحی محتوا را مورد بررسی قرار دادید، باید در نهایت کانال یوتیوب‌تان را نیز راه‌اندازی کنید. این امر به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک خواهد کرد. به این ترتیب کاربران به سادگی امکان پیدا کردن شما و محتوای‌تان را خواهند داشت.

امروزه هر کاربری که در یوتیوب عضویت پیدا می‌کند، به طور معمول فقط امکان مشاهده ویدئوهای دیگران را دارد. شما برای جلب نظر کاربران و انتشار محتوای‌تان باید همیشه یک کانال داشته باشید. این امر به کاربران برای پیدا کردن شما و ارتباط نزدیک با برندگان کمک خواهد کرد، در غیر این صورت تعامل با کاربران بدل به یکی از سخت‌ترین کارهای دنیای می‌شود.

شما برای راه‌اندازی کانال باید نام، لوگو، بنر و تم رنگ اصلی آن را با دقت بالایی انتخاب نمایید. این امر به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک خواهد کرد.

استفاده از تقویم محتوا

تقویم محتوا به یوتیوبرها برای تهیه و انتشار محتوا در زمان‌های

مفقودی مدارک خودرو

برگ سبز- سند کمپانی خودروی سواری پراید ۱۳۲ به شماره موتور ۴۰۸۶۰۷۰ و شماره پلاک انتظامی ۹۶۸ ب ۹۵ ایران ۳۰ و شماره شاسی ۵۱۴۲۲۲۹۰۲۶۱۸۵۸ مفقود و فاقد اعتبار است.

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

آگهی موضوع ماده ۴ قانون و ماده ۱۲ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی برابر رای شماره ۱۴۰۰۶۰۳۱۸۶۰۳۰۶۷۳۹ مورخ ۱۴۰۰/۰۷/۰۶ هیات موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ناحیه ۲ رشت تصرفات مالکانه بلااعراض آقای خدائشکر شروانی فرزند عزیز به شماره شناسنامه ۳۴۴ صادره از اردبیل در قره کیزده در ششدانگ یک قطعه زمین مشتمل بر بنای احداثی به مساحت ۱۲۹.۵۰ متر مربع پلاک فرعی ۴۱۰۱ از اصلی ۷۸ مفروز مجزی از پلاک ۷۱ از اصلی ۷۸ واقع در بخش چهار رشت خریداری از مالک رسمی آقای محمدرابهمیم همتی بجاریه خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع 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: ۱۴۰۰/۰۸/۲۲

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۰/۰۹/۰۷

شماره الف ۲۳۲۷۷

سعید بدوی- رئیس اداره ثبت و اسناد و املاک ناحیه ۲ رشت

۹۶۷

مناسب کمک می‌کند. امروزه بسیاری از افراد به دلیل دغدغه‌های کاری یا فراموشی نکات مختلف در عمل امکان بارگذاری مداوم محتوا را از دست می‌دهند. این امر شاید در نگاه نخست چندان مهم نباشد، اما کاربران علاقه‌مند به برندگان را حسابی ناامید می‌کند. درست به همین خاطر شما باید همیشه بارگذاری محتوا به بهترین شکل ممکن را مد نظر داشته باشید، در غیر این صورت شانس‌تان برای تعامل با مخاطب هدف به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش پیدا می‌کند.

امروزه تقویم‌های محتوای بسیار زیادی در فضای آنلاین وجود دارد. ابزار Hootsuite نیز تقویم مناسبی در اختیار بازاریاب‌ها و یوتیوبرها قرار می‌دهد. وقتی شما یک تقویم مناسب برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان داشته باشید، جلب نظر آنها همیشه امر ساده و راحتی خواهد بود. این امر به شما برای تعامل بهینه با مشتریان کمک خواهد کرد.

تهیه ویدئوهای پیش از موعد مقرر

وقتی شما برای زمان‌های مختلف برنامه بارگذاری محتوا دارید، باید همیشه جلوتر از برنامه‌تان باشید. این امر به معنای تهیه ویدئوها و سپس بارگذاری‌شان در زمان مقرر است، در غیر این صورت شاید حتی یک مشکل کوچک نیز شما را حسابی از برنامه‌تان عقب بندازد. این طوری بدقولی‌تان موجب بی‌اعتمادی کاربران و کاهش تعداد فالوورهای کانال‌تان خواهد شد.

شما برای تولید پیش از موعد محتوای ویدئویی نیز به یک تقویم مناسب نیاز دارید. خوشبختانه تقویم محتوا در این رابطه نیز نیاز شما را پوشش می‌دهد. به این ترتیب نیازی به تهیه یک تقویم جداگانه نخواهد بود. امروزه بسیاری از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور مداوم محتوای‌شان را پیش از موعد مقرر تهیه کرده و سپس در شبکه‌های اجتماعی بارگذاری می‌کنند. این امر به آنها برای تاثیرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف کمک می‌کند. به این ترتیب شما با رعایت این توصیه ساده همیشه امکان جلب نظر مخاطب هدف‌تان را خواهید داشت.

استفاده از CTA در ویدئو

اگر شما به عنوان یک برند در یوتیوب حضور دارید، دعوت به عمل یا همان CTA بخش مهمی از تولید محتوای ویدئویی‌تان خواهد بود. این بخش به کاربران برای خرید از برند یا تحقق هر هدف دیگر شما کمک می‌کند. نکته مهم در این میان قرار دادن CTA در بخش پایانی ویدئو و درخواست حرفه‌ای از کاربران برای دنبال کردن آن است، در غیر این صورت هیچ کس به درخواست شما توجهی نخواهد کرد. امروزه باز آریایی و تولید محتوا در یوتیوب بدل به امری پیچیده شده است. اگر شما در این رابطه مشکلات زیادی دارید، توصیه‌های مورد بحث در این مقاله به تبدیل شدن‌تان به یک یوتیوبر حرفه‌ای کمک خواهد کرد. منبع: blog.hootsuite.com

سند مالکیت آگهی فقدان

آقای هژبر آقاچان زاده با ارائه ۲ برگ استشهادهیه المثنی که در دفترخانه ۳۴۵ بابل تصدیق امضاء شده و طی درخواست شماره ۴۰۲۵۵۰۴۰۲۱۷۱۰۰۰۴۰۰۲۱۷۱ مورخه ۱۴۰۰/۰۸/۱۱ تقاضای صدور سند المثنی سه دانگ شماع از ششدانگ تحت بلاک ۶۲۵ فرعی از ۳۶۲۲- اصلی بخش ۲ غرب ثبت بابل ذیل دفتر ۲۴۴ صفحه ۲۰۰ و ثبت ۲۵۰۱۴ به نام خانم زهرا شهیره به میلاد علمی ثبت و صادر شده بود سپس به موجب سند قطعی شماره ۷۴۹۸۴ مورخ ۱۳۹۹/۰۶/۱۶ دفتر خانه ۱۴ بابل به آقای هژبر آقاچان زاده انتقال یافته که در اثر جابجایی مفقود شده را نموده است در اجرای ماده ۱۲۰- اصلاحی آئین نامه قانون ثبت مراتب در یک نوبت آگهی تا چنانچه اشخاص مدعی انجام معامله یا وجود سند مالکیت یا سند معامله به اداره ثبت محل ارائه و رسید دریافت نمایند چنانچه پس از اتمام مدت مقرر اعتراض ارائه نگردید و یا در صورت اعتراض اصل سند مالکیت یا سند معامله ارائه نشود این اداره مطابق مقررات اقدام به صدور سند مالکیت المثنی بنام مالک خواهد نمود. تاریخ انتشار: ۱۴۰۰/۰۸/۲۲

سیدمهدی حسینی کربمی- رئیس اداره ثبت اسناد و املاک بابل شناسه آگهی ۱۳۱۹۸۶۵ ۹۶۲

آگهی تغییرات نام اتحادیه

بدینوسیله براساس مصوبه شماره ۲۵۷ مورخ ۱۴۰۰/۴/۲۷ کمیسیون نظارت ، نام اتحادیه سنف آهنگران و آلومینوم کران شهرستان شهریار به ((اتحادیه فلز سازان و تاسیسات مکانیک ساختمان)) تغییر می کند. موسسه فوق در تاریخ ۱۳۹۲/۷/۱۷ ثبت رسیده و در تاریخ ۱۳۹۲/۷/۱۷ لحاظ امضاء ذیل دفاتر تکمیل گردیده و خلاصه آن به شرح زیر جهت اطلاع عموم در روزنامه رسمی آگهی می شود.

- موضوع موسسه: اتحادیه فلز سازان و تاسیسات مکانیک ساختمان شهرستان شهریار
- مدت موسسه: از تاریخ ثبت به مدت نامحدود.
- مرکز اصلی موسسه: ۳۰۰ استان تهران شهرستان شهریار خیابان ولیعصر کوچه رودکی ساختمان مروج ۲ ط
- سرمایه موسسه: مبلغ ۱/۰۰۰/۰۰۰ ریال می باشد
- اولین مدیران موسسه : ۱-۵ آقای محمد تقی رهگذر بسمت رئیس هیئت مدیره
- ۲-۵ آقای حمید حکیمکی بسمت نائب رئیس هیئت مدیره
- ۳-۵ آقای کسری پور عبادی بسمت خزانه دار
- ۴-۵ آقای داود دلاست بسمت دبیر به مدت ۵سال انتخاب گردیدند
- ۶- دارندگان حق امضاء : کلیه اوراق و اسناد تعهد اور از قبیل سفته و چک و قراردادهای امضاء رئیس هیئت مدیره (محمد تقی رهگذر) و امضای ثابت خزانه دار و یا مهر موسسه و در غیاب رئیس، نائب رئیس همراه با مهر موسسه معتبر می باشد.
- ۷- اختیارات مدیر عامل: طبق اساسنامه
- ۸- بازرس اصلی و علی البدل: ۱- آقای رضاقتخاری بعنوان بازرس اصلی ش۱۳۲۴۶۵

اتاره ثبت شرکت ها و موسسات غیر تجاری - واحد ثبتی شهریار

دستاوردی دیگر در مجتمع فولاد سبا:

دستیابی به رکورد روزانه ۳۷ ذوب در کوره‌های قوس الکتریکی شماره ۱ و ۲

دستورالعمل‌های تولیدی موفق به تخلیه ۳۷ ذوب شدید و امید داریم با رفع سایر مشکلات و اجرای پروژه‌های بهینه‌سازی در دست اقدام و همچنین رفع مشکل SVC کوره یک در آینده نزدیک زیربنای تولید حناکتری در مجتمع فولاد سبا مهیا گردد.

سیروس اسدی رئیس واحد حمل مواد نیز تصریح کرد: واحد حمل مواد به‌عنوان واحد بالادستی فولادسازی، همراستنا با این واحد و با هماهنگی و همدلی کامل کارکنان دو واحد، با تدارک و توزیع به‌موقع کلیه مواد اولیه موردنیاز فولادسازی برای تولید گریدهای موردنظر و همچنین افزایش آماده‌به‌کاری و کاهش توقعات اضطراری کلیه تجهیزات خط (شامل غبارگیرهای اصلی کوره‌ها و تجهیزات انتقال و ذخیره‌سازی و...) نقش خود را در تحقق این رکورد ایفا کرد.

در ادامه مهدی ناظم‌الارایا رئیس نورد گرم مجتمع فولاد سبا عوامل دستیابی به این رکورد را برنامه‌ریزی دقیق و شبانه‌روزی کارکنان در این خصوص و همچنین تشکیل جلسات منظم تولید، تعمیرات و پشتیبانی دانست و افزود: این رکورد جدید زمانی محقق شد که تولید نورد پس از اجرای توسعه که شامل نصب قفسه ۷ و رومپ کامل اتوماسیون جدید نورد بود از نقطه صفر شروع شد و خوشبختانه پس از گذشت زمان کمی از راه‌اندازی به این رکورد دست یافتیم.



۱۷۰ XY به موفقیت در ماه جاری تولید کرد.

احسان عباده رئیس فولادسازی نیز در این خصوص یادآور شد: در سال «تولید، پشتیبانی‌ها و مانع‌زدایی» با همت و پیگیری‌های مدیریت مجتمع فولاد سبا و مدیریت عالی شرکت فولاد مبارکه و اجرای موفق تعمیرات سالیانه و رفع اشکالات ناشی از توسعه واحد فولادسازی و بهینه‌سازی قسمت‌های فرسوده، تولید کیفی آهن اسفنجی توسط واحد آهن‌سازی مجتمع فولاد سبا، بهبود شرایط برقی کوره و نظییمات آن و همچنین همت و تلاش کارکنان خدم واحد فولادسازی و بهبود

مدیرعامل شرکت برق منطقه ای خوزستان:

چهار راه انرژی الکتریکی شوشتر و گتوند اجرایی می شود



اجرائی فرمان امام (ره) یک پست در شعبیه و یک نیروگاه ۲۵ مگاواتی در منطقه شوشتر احداث شود. همچنین با هماهنگی های انجام شده با یک سرمایه گذار بنا شده یک نیروگاه خورشیدی ۱۰ مگاواتی در شوشتر که بزرگترین نیروگاه خورشیدی خوزستان است، احداث شود. دشت بزرگ با قدرانی از تعامل مثبت نماینده مردم شوشتر و گتوند در مجلس با صنعت برق و پیگیری های وی در خصوص توسعه

اصفهان- **قاسم اسد:** بهمن خلیلی، مدیر عملیات مجتمع فولاد سبا با اعلام رکورد روزانه ۳۷ ذوب در کوره‌های قوس الکتریکی شماره ۱ و ۲ مجتمع فولاد سبا، افزود: این رکورد روزانه که در سوم آبان ماه به ثبت رسید، مبین هماهنگی کامل بین واحدهای مختلف تولیدی و پشتیبانی اعم از خرید و آهن‌سازی، فولادسازی، ریخته‌گری، نورد، نسوز، گرچقیل‌ها، کنترل کیفی، برنامه‌ریزی و کنترل روش‌های تولید، و واحدهای مختلف فولاد مبار که است.

وی تصریح نمود: پس از انجام نوسازی خط قدیم مجتمع فولاد سبا و انجام تعمیرات اساسی به‌صورت هم‌زمان و با رفع موانع پایین‌دستی کوره‌های قوس، شاهد روان تر شدن کار عملیات در واحدهای مختلف هستیم

مدیر عملیات مجتمع فولاد سبا خاطرنشان کرد: این رکورد در حالی اتفاق افتاد که این مجتمع در حال طی کردن شسیب آموزشی پس از اتمام نوسازی خط است، ضمن اینکه همکاران با تلاش مضاعف در حال برطرف کردن موارد مربوط به راهاندازی و تثبیت شرایط بهینه برای خط تولید نیز هستند. ضمن اینکه روش‌های جدید و نوآورانه در فرایندهای تولیدی و تعمیراتی توسط کارکنان پرتازش ناحیه از عوامل تأثیر گذاری است که باعث ششده گریدهای جدیدی ازجمله X۶۰ API و API

اخبار

رئیس اداره پژوهش و فناوری سازمان صنعت، معدن و تجارت هرمزگان:

۴ مجوز فنی مهندسی صادر شد

بندرعباس- خبرنگار فرصت امروز: رئیس اداره پژوهش و فناوری سازمان صنعت، معدن و تجارت هرمزگان اعلام کرد: از ابتدای سال جاری تا کنون یک پروانه فنی مهندسی و ۳ جواز تاسیس فنی مهندسی در استان صادر شده است.

به گزارش روابط عمومی سازمان صنعت معدن وتجارت هرمزگان حسین انصاریا افزود: صدور مجوزهای فنی مهندسی در راستای اجرای مفاد یک قانون تمرکز امور صنعت و معدن و ساماندهی، نظارت بر ایجاد توسعه واحدهای فنی مهندسی است. انصاریان در ادامه افزود: مجوزهای فنی مهندسی برای کلیه متقاضیان و فعالانی که دارای مهارت و ایده‌های نو و خلاقانه در زمینه‌های علمی و تخصصی مرتبط با حوزه‌های صنعتی و معدنی بوده قابلیت صدور دارد. رئیس اداره پژوهش و فناوری سازمان صنعت، معدن وتجارت هرمزگان بیان داشت: این فرآیند بصورت الکترونیکی و از طریق سامانه ملی بهین‌باب (behinyab.ir) انجام می‌شود و در صورت احراز شرایط لازم در متوسط سه روز کاری صادر می‌شود. وی افزود: کلیه دارندگان جواز فنی مهندسی می‌توانند پس از گذشت یک سال جهت تبدیل جواز خود به پروانه فنی مهندسی اقدام نمایند.

مدیر عامل شرکت گاز گیلان:

افزایش ۲۹ درصدی مصرف گاز مشترکین خانگی گیلان

رشت- خبرنگار فرصت امروز: مدیر عامل شرکت گاز گیلان گفت: در مهر ماه امسال مصرف گاز در میان مشترکان خانگی گیلان ۲۹ درصدافزایش یافته است. به گزارش روابط عمومی گاز گیلان - حسین اکبر مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان شامگاه دوشنبه ۱۷ آبان در گفتگو با بخش خبری شبکه باران با اشاره به اینکه امسال شاهد فرا رسیدن سرمای زودرس در استان گیلان بودیم، گفت: با توجه به این شرایط تنها در مهر ماه امسال مصرف گاز در میان مشترکان خانگی گیلان ۲۹ درصدافزایش یافته است. وی با بیان اینکه در نیمه نخست آبان ماه امسال نیز در مقایسه با مدت مشابه سال گذشته شاهد رشد ۱۵ درصدی مصرف گاز هستیم، اظهار داشت: با توجه به این شرایط، نیازمند مدیریت مصرف در استان گیلان هستیم. مدیر عامل شرکت گاز گیلان با اشاره به اینکه از ابتدای امسال تاکنون ۴۰۴ میلیارد متر مکعب گاز در استان مصرف شده است، افزود: بالغ بر ۵۰ درصد از این میزان متعلق به نیروگاه های گیلان بوده است. حسین اکبر در ادامه با تأکید بر اینکه تلاش می کنیم تا در زمستان امسال شاهد قطعی نباشیم، گفت: خط قرمز ما قطعی گاز در مشترکان خانگی است و همه تلاش خود را برای پایداری جریان گاز در استان انجام می دهیم. مدیر عامل شرکت گاز گیلان در خاتمه از همه شهروندان گیلانی درخواست کرد تا با رعایت دمای آسایش (۱۸ الی ۲۱ درجه) و استفاده از لباس های مناسب و ضخیم تر در ایام سرما، پایداری جریان گاز را در سایر حوزه های مصرف استان، تضمین نمایند.



درصدی مصرف گاز هستیم، اظهار داشت: با توجه به این شرایط، نیازمند مدیریت مصرف در استان گیلان هستیم. مدیر عامل شرکت گاز گیلان با اشاره به اینکه از ابتدای امسال تاکنون ۴۰۴ میلیارد متر مکعب گاز در استان مصرف شده است، افزود: بالغ بر ۵۰ درصد از این میزان متعلق به نیروگاه های گیلان بوده است. حسین اکبر در ادامه با تأکید بر اینکه تلاش می کنیم تا در زمستان امسال شاهد قطعی نباشیم، گفت: خط قرمز ما قطعی گاز در مشترکان خانگی است و همه تلاش خود را برای پایداری جریان گاز در استان انجام می دهیم. مدیر عامل شرکت گاز گیلان در خاتمه از همه شهروندان گیلانی درخواست کرد تا با رعایت دمای آسایش (۱۸ الی ۲۱ درجه) و استفاده از لباس های مناسب و ضخیم تر در ایام سرما، پایداری جریان گاز را در سایر حوزه های مصرف استان، تضمین نمایند.

ثبت اطلاعات بیش از ۷۲۰هزار مشترک برق استان مرکزی در سامانه GIS

اراک-فرناز امیدی:معاون مهندسی شرکت توزیع نیروی برق استان مرکزی از ثبت اطلاعات بیش از ۷۲۰هزار مشترک عادی برق در سامانه GIS این شرکت تاکنون خبرداد.

داود منصوری گفت: ثبت ۱۰۱۰ مورد طرح متقاضیان برق در سامانه مدیریت پروژه های نیروورسانی، عقد قرارداد ۵۳۳ متقاضی با پیمانکاران تأیید صلاحیت شده ونظارت، بررسی واصلاح طرح های بهینه سازی شبکه با کابل خوندگهدار در سطح استان به منظور استاندارد سازی و کاهش هزینه ها را از جمله اقدامات انجام شده از ابتدای سال جاری تاکنون برشمرد.

وی پیگیری مستمر ادامه اجرای پروژه های سیلاب مربوط به شهرستان پلدختر، طراحی بیش از ۳۰ دستگاه پست زمینی پاسا، اصلاح و تجهیز ۴پست زمینی عمومی، بررسی طرح های تأمین برق شهرک های صنعتی در سال جهش تولید و نظارت بر اجرای پروژه تبدیل ۱۲۰ کیلومتر شبکه سیمی به کابل خوندگهدار را از دیگر فعالیت های مدیر گرفته عنوان کرد.
معاون مهندسی شرکت توزیع نیروی برق استان مرکزی، ایجاد اپلیکیشن ثبت کانون خطر و حریم در بستر موبایل GIS،ثبت اطلاعات بیش از ۷۲۰هزار مشترک عادی در سامانه GIS، ترسیم پلیگون های تغذیه پست عمومی و اختصاصی اجرای طرح هما و ایجاد مازول مدیریت بارگیری پستهای اختصاصی در سامانه Web GIS از سایر اقدامات ذکر کرد.

مدیرعامل شرکت شهرکهای صنعتی استان:

۹۰ درصد شهرکها و نواحی صنعتی قزوین دارای سند مالکیت

قزوین - خبرنگار فرصت امروز: مدیرعامل شرکت شهرکهای صنعتی استان قزوین گفت: بیش از ۹۰درصد از شهرکها و نواحی صنعتی تابعه استان قزوین دارای سند مالکیت می باشد. بنابر گزارش روابط عمومی شرکت شهرکهای استان قزوین« حمید رضا خانیور « در دیدار با اعضای جدید هیئت مدیره شرکت خدماتی ناحیه صنعتی داندسلفان اظهار داشت: در آبان ماه سالجاری سند مالکیت ۱۲۷ هکتار از اراضی شهرک صنعتی لیا و نواحی صنعتی الموت و اسفرورین اخذ شده و بیش از ۴۷۰۰ هکتار از اراضی صنعتی شهرکها و نواحی صنعتی تابعه استان دارای سند مالکیت و سندتفکیکی هستند. وی با اشاره به اینکه مهمترین دغدغه سرمایه گذاران داخلی و خارجی مستقر در شهرکها و نواحی صنعتی، تعیین تکلیف اسناد تفکیکی بوده تصریح کرد: تاکنون برای بیش از ۸۰۰ هکتار از اراضی شهرکها و نواحی صنعتی کلپسین ۲۰۱، لیا، آرسنج، آبیک، حکیمیه، شال، داندسلفان، الموت، طارم، اسفرورین، آوج سند تفکیکی صادر شده و این شرکت با تمام ظرفیت های خود دنبال مستند سازی و رفع موانع دریافت سندهای مالکیت تفکیکی و تک برگ است تا با واگذاری آن به خود واحدهای تولیدی نسبت به تأمین بخشی از نیازهای فعالان اقتصادی اقدام شود. رئیس هیئت مدیره شرکت شهرکهای صنعتی استان افزود: در حال حاضر اسناد تفکیکی تک برگ شهرک صنعتی خرمدشت که بزرگترین شهرک صنعتی می باشد در مرحله اخذ اسناد تفکیکی بوده که به واحدهای تولیدی مستقر در آن واگذار خواهد شد. خانیور با اشاره به مزیت اسناد تفکیکی گفت: تثبیت و امنیت سرمایه گذاران ، اعمال ارزش واقعی واحدهای صنعتی و افزایش قدرت سرمایه در گردش آنها، صدور اسناد نقل و انتقال و جذب شرکت تجاری ، مالکیت تفکیکی در جهت تسریع و تسهیل کار واحدهای صنعتی بهره بردار که مشکلات بانکی در خصوص اخذ تسهیلات و ترهین محل اجرای طرح و وثیقه قرار دادن سند مالکیت دارند بسیار حائز اهمیت است که با این اقدام مشکلات آنان در سال مانع زحای حل خواهد شد

استارت دوباره مانور تست و بازرسی کنتورهای برق در گلستان کلید خورد

گرگان - خبرنگار فرصت امروز: مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان گلستان گفت: در راستای شناسایی انشعابات غیرمجاز ، با برگزاری مانورهای جهادی کنتورهای خراب، راکد و مشکوک به دستکاری در مدیریت های توزیع برق استان، ۵۹ مورد تست و بازرسی قرار گرفته است که در حال حاضر در مدیریت کردکوی صورت پذیرفت و مقرر گردید این مانور در تمام مدیریت های استان ۱۵ گانه استان صورت گیرد.مهندس علی اکبر نصیری اظهار داشت: شرکت توزیع نیروی برق گلستان نخستین مرحله از حرکت جهادی تست و بازرسی کنتورها در مدیریت های توزیع در ابتدای سال اتفاق افتاد و توسط مأمورین تست و بازرسی مدیریت ها و پیمانکاران تست و بازرسی شرق و غرب استان، انشعاب های نیازمند تعویض، دستکاری، نقض فنی تشخیص داده شد و کنتور های قدیمی با کنتورهای ۳ تعرفه جایگزین سه شدمدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان گلستان در ادامه با اشاره به کنار گذاشتن کنتورهای قدیمی و جایگزینی آن با کنتورهای سه تعرفه ای ارزش واقعی واحدهای صنعتی و افزایش قدرت سرمایه در بازرسی به نحو مشکوک تشخیص داده می شوند. کنار گذاشته شده و به جای آن کنتورهای سه تعرفه ای دیجیتال نصب می شودوی یادآوری کرد: صحت کارکرد کنتور و تحقق اهداف پیک سازی از مهم ترین مزیای اجرای این است.مهندس نصیری هدف از تست و بازرسی لوازم اندازه گیری، مشترکین را حصول اطمینان از کارکرد صحیح لوازم اندازه گیری، سنجش پذیری و تحویل انرژی الکتریکی مورد نیاز مشترکان مطابق استانداردهای شرکت توانیر اعلام کرد.

اجرای طرح اقدام ملی مسکن در ۱۰ شهر استان گیلان

رشت- خبرنگار فرصت امروز: به گزارش روابط عمومی بنیاد مسکن انقلاب اسلامی استان گیلان، دکتر جعفر بزرگز سرپرست بنیاد مسکن انقلاب اسلامی استان گیلان، در بازدید از طرح اقدام ملی مسکن شهر رشت تازه‌ترین اقدامات بنیاد مسکن را در خصوص اجرا و پیشرفت فیزیکی طرح اقدام ملی مسکن، اعلام کرد. وی با اشاره به اینکه عملیات اجرایی این طرح در شهرهای زیر ۱۰۰ هزار نفر جمعیت زیر نظر بنیاد مسکن ساخته می‌شود، اظهار داشت: در این شهرها بیش از ۱۷۰۰۰ نفر در سامانه ثبت‌نام کردند که از این تعداد ۴۰۳۳ نفر از آنها تأیید فرم‌های سه‌گانه (عدم استفاده از تسهیلات زمین و مسکن دولتی



و پارانهای، عدم مالکیت خصوصی و تاهل) را دارند و ۱۴۶۷ نفر تأیید نهایی شدند. وی با بیان اینکه اجرای طرح اقدام ملی و تولید مسکن در سه دسته تقسیم بندی می‌شوند، افزود: در طرح نخست، گروه ساخت زمین مشاعی در اختیار متقاضیان قرار داده می‌شود و آن‌ها با دریافت تسهیلات واحدهای خود را زیر نظر بنیاد احداث می‌کنند. سرپرست بنیاد مسکن انقلاب اسلامی استان گیلان تصریح کرد: دسته دوم طرح‌های بنیاد ساخت است که همه مراحل عملیات ساخت و نظارت ساخت آن بر عهده بنیاد مسکن است که تا به امروز یک طرح ۶۲۴ واحدی در شهر رشت و یک طرح ۶۰ واحدی در شهر بندرانزلی برای آن تعریف شده و عملیات اجرایی آن در قالب تهیه و اجرای نقشه، تجهیز کارگاه یک کی و بی‌سازي در حال انجام است. وی خاطرنشان کرد: دسته سوم طرح‌هایی است که توسط انبوه سازان اجرا می‌شود و با انجام فراخوان و برگزاری مناقصه پس از انجام امور قانونی برای ساخت و استفاده حداکثری از ظرفیت تولید کنندگان مسکن به جامعه هدف در ماه های آینده انجام می‌شود. دکتر بزرگز افزود: تاکنون ۵۶ قطعه زمین به مساحت ۲۸/۱۶۴۱۸ متر مربع در ۱۰ شهر (کیاشهر-لنگرود- صومعه سرا-رودسر-بندر انزلی-رشت-شت-ماسال-سیاهکل-مرحفل) تحویل گردید و بنیاد مسکن انقلاب اسلامی استان نسبت تهیه نقشه های معماری پروژه های طرح اقدام ملی مسکن به تعداد ۱۵۲۴ واحد در شهرهای تعریف شده و اخذ تاییدات مربوطه از مراجع ذیربط و دریافت پیش پروانه های ساختمانی اقدام نموده است.

مدیر عامل مخابرات منطقه قم:

استان قم دارای رتبه نخست در پوشش جمعیتی تلفن همراه در سطح کشور است

وی افزود: اینترنت ای دی اس ال ۱۳۵ هزار و ۵۰۰ مورد نصب و ۱۱۷ هزار مورد مشغول به کار است، در بحث اف تی تی اچ که سرعت بیشتری دارد متصرف ۱۷ هزار و مشغول به کار ۱۴ هزار است. حاج عینی تصریح کرد: ۱۷۹ روستای قم دارای ارتباط است و از شاخه کشوری جلوتر هستیم روستاهایی که اینترنت دارند غیر از بستر همراه اول ۱۶۱ مورد و روستاهایی که ارتباطشان فیبر است ۱۰۲ مورد است.

وی خاطرنشان کرد: زیرساخت های مخابراتی استان قم مطلوب است و بیش از ۲ هزار کیلومتر فیبر داریم، با این وضعیت با توجه به اینکه ارتباطات استراتژیک است باید به توسعه آن توجه شود و بتوانیم تکنولوژی روز را بیاوریم.

مدیر عامل مخابرات منطقه قم بیان کرد: در این باره مطالباتی از مردم داریم که همراهی لازم را داشته باشند، دغدغه دیگر عدم تناسب درآمد با هزینه است که یکی از موانع جدی توسعه شبکه مخابرات به شمار می رود و نیاز به اصلاح تعرفه داریم و اگر تحقق نیابد نمی توانیم توسعه و پیشرفتی داشته باشیم، البته هدف گرانی نیست و باید حداقل هایی را برای نگهداری تلفن ها بپردازیم.



میلیون متر مکعب آب را می توانند در خود جای دهد که با بارندگی اخیر ۴۰ میلیون متر مکعب آب به آبنندان های استان نیز وارد شده است.



نفوذ تلفن همراه ۱۳۷،۸۶ درصد است.

وی خاطرنشان کرد: سه نوع تکنولوژی شامل توجی و تری جی و فورجی در استان قم داریم که ۵۲۲ تکنولوژی در قم توجی و ۹۵۴ تری جی و فورجی است.

مدیر عامل مخابرات منطقه قم گفت: در زمینه همراه اول ۹۹،۹ پوشش در استان وجود دارد و استان قم دارای رتبه نخست در پوشش جمعیتی تلفن همراه در سطح کشور است.

مهندس خلردی مدیر مطالعات پایه منابع آب شرکت آب منطقه ای مازندران :

بابارندگی اخیر ۱۷ میلیون مترمکعب آب وارد سدهای مازندران شد

غرب ۴۲ کیلومتر ، در مرکز استان ۴۳ و در شرق با ۲۵ کیلیمتر بوده که به لحاظ منطقه ای در غرب، شهر تنکابن و در شرق ساری، با ۸۲ کیلیمتر پس از شهرستان قائمشر بیشترین بارندگی را داشتند. فرهاد خلردی خاطرنشان کرد : سیلابی شدن رودخانه ها ۱۷ میلیون متر مکعب آب را برای سدهای استان به ارمغان آورده که با این آبیگری کاهش حجم ذخیره سد ها از ۲۸- در صد به ۲۱- در صد نسبت به سال گذشته رسیده است. مدیر مطالعات پایه منابع آب شرکت آب منطقه ای مازندران اضافه کرد: حدود ۸۰۰ قطعه آبنندان در استان وجود دارد که تقریبا ۴۰۰

ساری -دهقان : به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی شرکت آب منطقه ای مازندران ، با توجه به بارش باران در هفته گذشته و در روزهای ۱۳ و ۱۴ آبان ماه ، تقریبا همه رودخانه ها سیلابی گردید که مهندس خلردی مدیر مطالعات پایه منابع آب شرکت در این خصوص گفت : میانگین بارش ها از غرب تا شرق استان ۴۰ کیلیمتر بوده که بیشترین بارندگی در قائمشهر با ۱۲۰ کیلیمتر و در حوزه تالار گزارش شد که همین شدت بارش ها منجر به سیلابی شدن اکثر رودخانه ها گردید و منطقه بهمنیر دچار آبگرفتگی شد. وی افزود متوسط بارش در



شهریار - غلامرضا جباری : به گزارش روابط عمومی اداره فرهنگ وارشالاسلامی شهریار ، این جلسه در آبان با حضور نادر نیک خواه رئیس اداره و مسئول کمیته فرهنگی و اعضا آغاز و در ادامه وی با اشاره به مصوبات جلسه قبلی توضیحاتی را بیان داشت. در ادامه جلسه نمایندگان ادارات و شهرداریها به ارائه توضیحات از فعالیتهای انجام شده در حوزه خود و ارائه نقطه نظرات و پیشنهادات پرداختند. از مهمترین پیشنهادات

تقدیر مدیر کل روابط عمومی توانیر از دبیر جشنواره استانی روژنا

برق استان ایلام در زمینه برنامه‌ریزی مطلوب و اطلاع‌رسانی مناسب و انعکاس رسانه‌ای جشنواره استانی نمایش‌های کوتاه (روژنا) که با هدف پیشبرد برنامه‌های مدیریت مصرف برق برگزار شد تشکر و قدر دانی می‌گردد. امید است با همکاری مجموعه صنعت برق کشور همچنان بتوانیم در زمینه آگاهی بخشی و فرهنگ‌سازی و ایق‌نای نگرش

و تغییرات رفتاری مثبت پاسدار بین کودکان و خانواده‌ها در جهت به کارگیری الگوهای صحیح مصرف انرژی کام برداریم. گفتنی است جشنواره استانی «روژنا» با موضوع مصرف بهینه برق و با هدف افزایش سطح مشارکت کودکان در رابطه با بهینه‌سازی مصرف برق در ایلام برگزار شد.

اشتباهات رایج بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی

به قلم: حاماد اکبر / کارشناس بازاریابی دیجیتال - ترجمه: علی آل‌علی

امروزه میلیاردها کاربر فعال در شبکه‌های اجتماعی حضور دارند. این امر فضای بازاریابی را برای برندها به شدت جذاب کرده است. حضور در شبکه‌های اجتماعی در طول سال‌های اخیر تبدیل به رویکردی رایج در میان کسب و کارها شده است. شاید در نگاه نخست بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی بسیار ساده‌تر از دیگر الگوهای رایج باشد. با این حال مسئله مهم در این میان بروز برخی از اشتباهات در این رویکرد به ظاهر جذاب است. درست به همین خاطر شما باید نسبت به پرهیز از برخی اشتباهات رایج در این میان اقدام نمایید، در غیر این صورت هیچ شانسى برای جلب نظر مشتریان نخواهید داشت. هدف اصلی در این مقاله بررسی برخی از مهمترین نکات در رابطه با بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی است. ما در این میان به جای تمرکز بر روی رویکردهای سنتی به اشتباهات رایج در این میان پرداخته‌ایم. این امر به شما به عنوان بازاریاب برای پرهیز از چنین اشتباهاتی کمک خواهد کرد. در ادامه برخی از مهمترین اشتباهات بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی را مورد بررسی قرار می‌دهیم.

بازاریابی با چشم‌های بسته

مهمترین اشتباه بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی بی‌توجه به تغییرات در محیط پیرامون است. این امر شما را برای مدت زمانی طولانی از ترندها و راهکارهای نوین بازاریابی دور خواهد کرد. نکته مهم اینکه در شبکه‌های اجتماعی با سرعت تغییرات بالا هماهنگی با این روند رو به رشد بسیار سخت است. بنابراین اگر شما حتی یک روز هم نگاه‌تان را از شبکه‌های اجتماعی بردارید، خیلی زود بدل به برندی کلیشه‌ای خواهید شد.

هدف‌گذاری بر روی مخاطب اشتباه

هدف‌گذاری بر روی مخاطب درست یکی از بخش‌های مهم برای بازاریابی مناسب است. این امر به برندها امکان تاثیرگذاری حرفه‌ای بر روی مخاطب هدف را می‌دهد. با این حساب هدف‌گذاری بر روی مخاطب هدف به طور حرفه‌ای امر مهمی خواهد بود. امروزه ابزارهای بسیار زیادی برای شناسایی مخاطب درست در عرصه بازاریابی وجود دارد. با این حساب شما باید از این شیوه برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف استفاده نمایید. توصیه ما در این بخش استفاده از ابزارهایی مثل گوگل آنالیتیکس برای هدف‌گذاری مناسب بر روی مخاطب هدف است، در غیر این صورت شما به سادگی امکان انتخاب مخاطب اشتباه را خواهید داشت.

توجه به مدیریت سئو حتی در شبکه‌های اجتماعی

مدیریت سئو امری ضروری برای تمام برندها محسوب می‌شود. اینکه محتوای بازاریابی شما در رتبه‌های برتر گوگل قرار گیرد، امری اساسی و مهم است. نکته مهمتر در این میان توجه به سئو حتی در شبکه‌های اجتماعی است. این امر به برند شما برای تاثیرگذاری حرفه‌ای بر روی مخاطب هدف کمک خواهد کرد. برخی از نکات پایه‌ای سئو در شبکه‌های اجتماعی شامل انتشار محتوای باکیفیت و همچنین توجه به بهینه‌سازی آنها از طریق استفاده از کلیدواژه‌های کاربردی است. چنین امری کسب و کار شما را به بهترین شکل ممکن در کانون توجه مشتریان قرار خواهد داد.

استفاده بیش از اندازه از تبلیغات درون پلتفرم‌های اجتماعی

شما با تبلیغات درون شبکه‌های اجتماعی امکان جلب نظر کاربران به محتوای‌تان را پیدا خواهید کرد. نکته مهم در این میان استفاده از این رویکرد به طور متعادل است، در غیر این صورت به سرعت از برند محبوب مشتریان تبدیل به کسب و کاری کلیشه‌ای خواهید شد. امروزه بسیاری از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور مداوم از تبلیغات پولی در شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند. این امر در مدت زمانی کوتاه برندان را تبدیل به کسب و کاری کلیشه‌ای خواهد کرد. بنابراین باید تعادل را در استفاده از این گزینه رعایت نمایید.

منبع: readwrite.com

۶ دلیل برای همکاری با حرفه‌ای‌های حوزه تولید محتوا

به قلم: آماندا کلارک / نویسنده حوزه کسب و کار – مترجم: امیر آل‌علی

بدون شک امروزه تولید محتوا مهمترین اقدام در زمینه بازاریابی محسوب می‌شود. در این زمینه اگرچه ممکن است تصور کنید که بهتر است کار را با تیم خود شروع کرده و با این اقدام در هزینه‌ها صرفه‌جویی داشته باشید، با این حال آيا این اقدام بهترین گزینه موجود است؟ درواقع در بازار به شدت رقابتی حال حاضر، هر برندی باید به دنبال شروعی قدرتمند و تداوم روند رو به رشد خود باشد. تحت این شرایط عملکرد ضعیف باعث خواهد شد تا مورد کم‌توجهی قرار بگیرید. در ادامه شش دلیل برای ضرورت همکاری با حرفه‌ای‌های حوزه تولید محتوا را بررسی خواهیم کرد.

۱-حضور کم‌رنگی دارید

نبود نیروی متخصص در هر زمینه‌ای باعث خواهد شد تا ضعف‌های بسیاری را شاهد باشید. درواقع برنامه‌ریزی، اجرا و پیگیری از جمله اقدامات مهمی محسوب می‌شود که طبیعتا از شما زمان زیادی را خواهد گرفت. این امر در حالی است که شما به خرید تجهیزات هم نیاز پیدا خواهید کرد. تحت این شرایط همکاری با فردی متخصص، اقدامی مقرون به صرفه‌تر خواهد بود و می‌توانید انتظارات بالایی را داشته باشید. به صورت کلی، هنگامی که حضور شما در بستر اینترنت کم‌رنگ است، یکی از دلایل مهم برای شروع همکاری با حرفه‌ای‌ها خواهد بود.

۲-از اصول سئو باخبر نیستید

ممکن است شما تجهیزات لازم برای تولید محتوای باکیفیت را در اختیار داشته باشید ولی نسبت به اصول سئو، اطلاعات کافی نباشد. حتی در این شرایط نیز شما از تلاش‌های خود نتیجه لازم را به دست نخواهید آورد. درواقع مهمترین اصل این است که محتوای شما به خوبی دیده شود که در بستر اینترنت، بدون رعایت اصول سئو، این امر امکان‌پذیر نخواهد بود. تحت این شرایط شما می‌توانید به جای استخدام فردی که همه کارهای تولید محتوا را انجام دهد که طبیعی است هزینه بالاتری را نیز باید بپردازید. صرفا فردی را استخدام نمایید تا اصول سئو را برای شما انجام دهد. این اقدام می‌تواند به صورت پروژه‌ای و دور کاری هم باشد تا در هزینه‌ها صرفه‌جویی شود.

۳-تولید محتوا بدون استراتژی است

برای بسیاری از برندها تولید محتوا به معنای انتخاب موضوع و فرمت است. با این حال اقدامات شما باید در یک راستای مشخص باشد، در غیر این صورت نتیجه بزرگی را نمی‌توان از دل آنها انتظار داشت. درواقع یکی از اقدامات مهم، تعیین استراتژی است. این موضوع به وضعیت حال حاضر بازار، سلیقه مخاطبان و نیاز شرکت بستگی دارد و می‌توان انواع استراتژی‌های کوتاه و بلندمدت را مثال زد. در این زمینه افراد حرفه‌ای حوزه تولید محتوا حتما به این موضوع توجه دارند. درواقع عدم وجود برنامه‌ریزی مشخص، یکی از نشانه‌های این موضوع محسوب می‌شود.

۴-ذهن خلاق و توانایی نوشتن بالایی ندارید

در زمینه تولید محتوا خلاقیت و توانایی نوشتن سناریوهای جذاب، اقدامی بسیار مهم بوده و می‌تواند مرز میان موفقیت و شکست شما را تعیین نماید. درواقع مهمترین اصل در زمینه مطرح شدن یک پست، سناریوی آن است. در این راستا طبیعی است که به خاطر مشغله‌های مدیریتی، نتوانید عملکرد درخشانی را در این رابطه داشته باشید. نکته‌ای که هرگز نباید فراموش کنید این است که تولید محتوا یک رشته تخصصی بوده و نباید آن را ساده تصور کرد.

۵-در تمام بخش‌ها موفق نیستید

ممکن است شما در بازاریابی ایمیلی و مدیریت شبکه اجتماعی اینستاگرام خود تا حد زیادی موفق ظاهر شده باشید. با این حال هنوز هم روش‌های دیگری وجود دارد که می‌تواند مشتریان شما را افزایش دهد. تحت این شرایط نیز شما به حضور فردی حرفه‌ای نیاز خواهید داشت تا از استفاده حادکنثری از قابلیت‌های اینترنت اطمینان داشته باشید و در زمینه تولید محتوا، به کامل‌ترین صورت اقدام نمایید.

۶-زمان کافی وجود ندارد

این امر که زمان کافی برای انجام یک اقدام نداشته باشید. خود باعث خواهد شد تا عملکرد شما تضعیف شود. در این راستا تلاش برای انجام کارها توسط تیم خودتان، تنها باعث خواهد شد تا فرصت‌ها را از دست بدهید و با نارضایتی‌هایی نیز مواجه باشید. درواقع فعالیت افراد در حوزه‌هایی که آگاهی لازم وجود ندارد، درست به مانند یک کابوس واقعی خواهد بود. با این حال شما می‌توانید برخی از افراد تیم را انتخاب کرده و برای آنها دوره‌های آموزشی برگزار نمایید.
منبع: business۲community.com

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی-اقتصادی

دفتر مرکزی: ۸۸۳۱۷۷۳۸	 شنیه ۲۲ آبان ۱۴۰۰ شماره ۱۹۹۸ صفحه ۸
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۳۲۰۹۶۰	صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز
آیین نامه اخلاقی حرفه‌ای روزنامه:	مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی
WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS	چاپ: هنر سرزمین سبز
WWW.FORSATNET.IR	دفتر مرکزی: مطهری، خیابان علی‌اکبری، پلاک ۱۱۵
INFO@FORSATNET.IR	

تبلیغات خلاق

به قلم: یائل کلاس

کارشناس بازاریابی دیجیتال

ترجمه: علی آل‌علی

بازاریابی با استفاده از وبلاگ یکی از راهکارهای قدیمی و همچنان تاثیرگذاری برای جلب نظر کاربران محسوب می‌شود. بسیاری از برندها در کنار سایت رسمی و اکانت در شبکه‌های اجتماعی یک وبلاگ نیز دارند. شاید بسیاری از افراد وبلاگ‌ها را دیگر ابزاری مناسب برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف ارزیابی نکنند، اما شما در صورت طراحی یک استراتژی درست برای تولید محتوا در این پلتفرم به راحتی امکان جلب نظر مشتریان را خواهید یافت.

مشکل بسیاری از برندها تلاش برای وبلاگ‌نویسی براساس ترندهای قدیمی است. این امر نه تنها هیچ موفقیتی برای برندها به همراه نخواهد داشت، بلکه وضعیت‌شان را هم روز به روز بدتر می‌کند. با این حساب شما باید اول از همه به دنبال طراحی یک استراتژی کاربردی و سپس ورود به عرصه وبلاگ‌نویسی برای برندان باشید، در غیر این صورت به احتمال فراوان نتیجه‌ای به غیر از شکست در انتظارتان خواهد بود. امروزه توجه به نکات سئو در تولید محتوا و مدیریت وبلاگ بدل به یکی از ضرورت‌های انکارناپذیر شده است. اگر شما در زمینه تولید محتوا و توسعه وبلاگ به سئو توجه لازم را نشان ندهید، حتی بهترین ایده‌ها هم مشکلی از برندان حل نخواهد کرد.

هدف اصلی در این مقاله بررسی برخی از توصیه‌های کاربردی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با استفاده از وبلاگ‌نویسی است. در این مسیر نه تنها نکات کاربردی در حوزه سئو، بلکه سایر توصیه‌های عمومی برای وبلاگ‌نویسی کاربردی نیز مورد بررسی قرار خواهد کرد.

چرا وبلاگ‌ها شکست می‌خورند؟

قبل از اینکه سراغ تکنیک‌های موفقیت در وبلاگ‌نویسی برویم، باید اندکی درباره دلایل شکست وبلاگ‌ها نیز صحبت کنیم. امروزه بسیاری از وبلاگ‌ها در تلاش برای جلب نظر مخاطب هدف با شکست‌های بسیار سنگینی مواجه می‌شوند. شاید شما در این میان به عنوان یک کارآفرین خیلی درگیر بحث‌های مربوط به شکست نباشید و بیشتر تمرکزتان بر روی موفقیت در این حوزه باشد. در این صورت به احتمال زیاد شما با مشکلات فراوانی در مسیر موفقیت در وبلاگ‌نویسی رو به رو خواهید شد. ما در این بخش با بررسی برخی از دلایل شکست وبلاگ‌ها به شما برای کسب آمادگی کافی و ورود به مرحله مربوط به تکنیک‌های لازم برای موفقیت در این حوزه کمک خواهیم کرد.

اولویت دادن کاربران دستکاپ به موبایل

امروزه بیش از ۵۰ درصد کاربران اینترنت از طریق گوشی‌های هوشمند به این فضا متصل می‌شوند. با این حساب در زمینه وبلاگ‌نویسی و به طور کلی بازاریابی آنلاین تفاوتی میان کاربران دستکاپ و موبایل نیست. متأسفانه هنوز هم بسیاری از بازاریاب‌ها در زمینه تولید محتوا اول از همه به کاربران دستکاپ توجه نشان می‌دهند. شاید این امر بسیار ساده به نظر برسد، اما در بلندمدت هزینه‌های بسیار زیادی برای برندها به همراه خواهد داشت. با این حساب شما باید به طور قابل ملاحظه‌ای در تلاش برای ایجاد تعادل میان کاربران دستکاپ و موبایل در زمینه وبلاگ‌نویسی باشید. ساده‌ترین راهکار در این میان بهینه‌سازی وبلاگ برند برای کاربران موبایل است. این امر مانع از ریزش شدید مخاطب‌های شما می‌شود. بدون تردید وقتی کاربران با افت کیفیت یک وبلاگ در تجربه موبایلی‌شان رو به رو شوند، دیگر انگیزه‌ای برای بازگشت به سایت موردنظر نخواهند داشت. این امر یکی از بدترین شکست‌های بازاریابی برای هر برندی خواهد بود.

سرعت بارگذاری پایین صفحات

وبلاگ شما باید سرعت بارگذاری مطلوبی داشته باشد، در غیر این صورت کمتر کسی حوصله انتظار برای بارگذاری محتوای شما را خواهد داشت. بسیاری از برندها در طول سال‌های اخیر به خاطر همین نکته تغییرات اساسی در زیرساخت‌های برندشان صورت داده‌اند. اگر شما هم به دنبال راهکاری مشابه هستید، باید اول از همه نحوه طراحی سایت‌تان را مورد ارزیابی قرار دهید. بدون تردید هر سایتی پس از چند سال نیاز به به‌روزرسانی دارد، در غیر این صورت تاثیرگذاری بسر روی مخاطب هدف بدل به امری دشوار و حتی غیرممکن خواهد شد. درست به همین خاطر شما باید همیشه به‌روز رسانی سایت‌تان را مد نظر قرار دهید. همچنین در صورت نیاز استفاده از طراح‌های سایت حرفه‌ای برای به‌روز رسانی وبلاگ نیز ضروری خواهد بود.

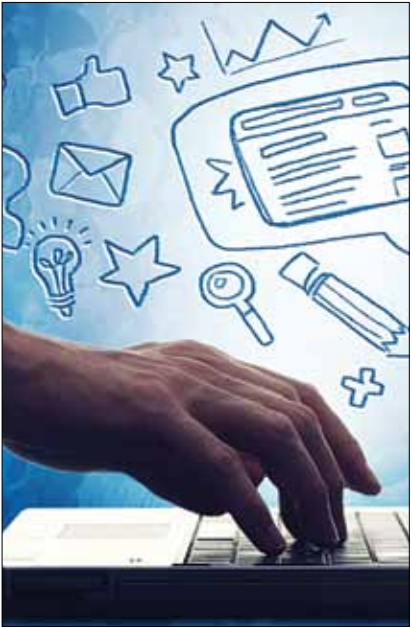
ترجیح کمیت به کیفیت در بازاریابی

اینکه شما در طول ماه چند محتوا تولید کرده و در اختیار کاربران قرار می‌دهید، معیار اصلی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نیست. بسیاری از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور مداوم دنبال تولید محتوای بیشتر هستند. شاید این امر در نگاه نخست ایده بسیار جذابی به نظر برسد، اما اگر همراه با محتوای باکیفیت نباشد، هیچ تأثیری بر روی روند بازاریابی‌تان نخواهد داشت. این امر بسیاری از برندها را از نقطه نظر تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در شرایط نامناسبی قرار می‌دهد. محتوای باکیفیت همیشه کاربران را به سوی خود جلب می‌کند. این امر برای بسیاری از کاربران به مثابه معیاری برای تشخیص برندهای باکیفیت از نمونه‌های کلیشه‌ای است. با این حساب شما باید همیشه فکری به حال کیفیت محتوای‌تان نمایید. در این مسیر حتی اگر تعداد محوای تولیدی‌تان هم کاهش پیدا کرد، مشکل چندان بزرگی پیش روی‌تان نخواهد بود.

تولید محتوا بدون توجه به سئو

محتوایی که از نقطه نظر سئو بهینه‌سازی نشده باشد، حتی نظر یک نفر را هم جلب نخواهد کرد. با این حساب شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف باید همیشه استفاده از

تکنیک‌های سئو را مد نظر قرار دهید. این امر به وبلاگ‌تان برای کسب رتبه‌های برتر در موتورهای جست و جو کمک می‌کند. نکته مهم اینکه شما حتی با بهترین محتوای دنیا هم در صورتی که به سئو توجه نمایید، شانسى برای موفقیت نخواهید داشت. پس دست‌کم همیشه از کلیدواژه‌های کاربردی در حوزه کارتان استفاده نمایید. این امر به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف فرصت بسیار عالی خواهد داد.



توصیه‌هایی برای وبلاگ‌نویسی بهتر

بدون تردید وبلاگ‌نویسی راهکارهای خاص خودش را دارد. بسیاری از بازاریاب‌ها براساس تجربه شیوه‌ای خاص برای نگارش محتوا در این میان پیدا کرده‌اند. اگرچه این امر جذابیت‌های بسیار زیادی برای برندها به همراه اما در صورت بی‌توجهی به سایر تکنیک‌ها و توصیه‌های کاربردی سطح پایینی از تاثیرگذاری را برای برندها به ارمغان خواهد آورد. هدف ما در این بخش مروری بر مهمترین نکات در رابطه با وبلاگ‌نویسی حرفه‌ای همراه با رعایت نکات سئو است. اگر شما هم در راستای تولید محتوای سئوشده در وبلاگ‌تان مشکل دارید، توصیه‌های مورد بحث در این مقاله را از دست ندهید.

مخاطب را در کانون توجه قرار دهید

شما به عنوان بازاریاب در وبلاگ‌تان قرار نیست برای ربات‌ها یا الگوریتم موتورهای جست و جو مطلب تهیه کنید. مخاطب هدف شما کاربران واقعی هستند. بنابراین قبل از هر نکته‌ای باید به سلیقه و نیازهای آنها توجه نشان دهید. در غیر این صورت شانس‌تان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش پیدا خواهد کرد. امروزه بسیاری از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف اول از همه تکنیک‌های سئو را مد نظر قرار می‌دهند. این امر در نهایت موجب تولید محتوایی بی‌ارتباط با سلیقه مخاطب می‌شود.

اولین اصل در زمینه سئوی محتوا مربوط به شناخت دقیق مخاطب هدف است. اگر شما به این امر توجه لازم را نشان ندهید، هرگز محتوایی با استانداردهای بالا طراحی نخواهید کرد. یک توصیه ساده در این میان طراحی پرسونای مشتری و تلاش برای آگاهی از سلیقه مخاطب هدف براساس آن است. شما با این کار همیشه محتوایی جذاب پیش روی مخاطب هدف‌تان قرار خواهید داد.

جست و جو برای کلیدواژه‌ها

پیدا کردن کلیدواژه‌های مناسب کار ساده‌ای نیست. بسیاری از برندها برای مدت زمانی طولانی از یک مجموعه ثابت از کلیدواژه‌ها استفاده می‌کنند. شاید این امر در نگاه نخست بسیار ساده و کاربردی به نظر برسد، اما به مرور زمان انگیزه کاربران برای مطالعه محتوای‌تان را از بین می‌برد. همچنین رتبه سئو وبلاگ‌تان نیز در گوگل به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش پیدا خواهد کرد.

امروزه پیدا کردن کلیدواژه‌های مناسب در عرصه سئو کار چندان سختی نیست. ارائه ابزارهای کاربردی در این میان کار شما برای تاثیرگذاری بسر روی مخاطب هدف را ساده‌تر از زمان دیگری کرده است. ابزارهایی مثل گوگل کیوردز یا گوگل آنالیتیکس به راحتی هرچه تمام‌تر اطلاعات موردنیازتان درباره کلیدواژه‌های محبوب در میان کاربران را فراهم می‌کند. با این حساب شما هیچ بهانه‌ای برای بی‌توجهی به کلیدواژه‌های تازه نخواهید داشت.

توجه به جزئیات

بدون تردید هدف اصلی از نگارش محتوای وبلاگی تعامل با مشتریان و ترغیب انگیزه‌شان برای خرید است، اما اگر در این میان به جزئیات روند توجه نکنید، هیچ شانسى برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نخواهید داشت. توصیه ما در این بخش برای بهبود وضعیت وبلاگ‌نویسی و سئوی محتوا شامل توجه به تیترو پاراگراف ابتدایی مقاله وبلاگی‌تان است. این بخش‌ها اغلب اوقات بیشترین تاثیرگذاری را بر روی مخاطب هدف دارد. نکته جالب اینکه کاربران در نگاه نخست اول به تیترو سپس پاراگراف ابتدایی یک مقاله توجه می‌کنند. با این حساب اگر شما عملکرد خوبی در این بخش‌ها داشته باشید، شانس بسیار بالایی برای جلب نظر مخاطب هدف پیدا خواهید کرد.

دستچین کردن اعضای تیم بازاریابی و سئو

امروزه حوزه بازاریابی و سئو نزدیکی بسیار زیادی به هم پیدا کرده‌اند. درست به همین خاطر صاحبان کسب و کار در صورت تمایل برای تشکیل تیم بازاریابی باید همکاری با برخی از کارشناس‌های سئو را نیز مد نظر قرار دهند، در غیر



توصیه‌های وبلاگ‌نویسی برای جلب مخاطب بیشتر

این صورت محتوای‌شان هیچ جذابیتی برای مخاطب هدف نخواهد داشت.

شما برای استخدام نیروی کار باید معیارهای دقیقی داشته باشید، در غیر این صورت هیچ شانسى برای جلب نظر مخاطب هدف پیدا نخواهید کرد. این امر مشکلات بسیار زیادی پیش پای‌تان قرار می‌دهد. بهترین راهکار در این بین توجه به سابقه فعالیت بازاریاب‌ها و همچنین توضیح دقیق انتظارات‌تان از کارشان است. به این ترتیب شما امکان همکاری مناسب با بازاریاب‌های حرفه‌ای را پیدا خواهید کرد.

به‌روز ماندن در حوزه سئو

حوزه سئو نیز مانند بسیاری از حوزه‌های دیگر به طور مداوم در حال تغییر است. این امر برای بسیاری از برندها به معنای ناتوانی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب در بلندمدت است. تنها راهکار مناسب برای شما در این میان به‌روز رسانی مداوم دانش‌تان در این حوزه خواهد بود، در غیر این صورت خیلی زود تکنیک‌های سئوی شما قدیمی و از مد افتاده می‌شود.

خوشبختانه امروزه کلاس‌های آموزشی بسیار زیادی در زمینه سئو برگزار می‌شود. شما برای به روز نگه‌داشتن اطلاعات‌تان درباره این حوزه همیشه امکان شرکت در یکی از این کلاس‌ها را خواهید داشت. البته یادتان باشد کلاس آموزشی موردنظر باید از سوی موسسه‌ای معتبر برگزار شود، در غیر این صورت شاید اطلاعات تکراری و حتی غلط به دست‌تان برسد.

نگاه کلی به وبلاگ

ارزیابی دقیق وضعیت وبلاگ و تلاش برای پیدا کردن نقاط ضعف فعالیت بازاریابی یکی از قدیمی‌ترین راهکارها برای رقابت مناسب در بازار محسوب می‌شود. بدون تردید هیچ‌کس به اندازه خودتان توانایی ارزیابی انتقادی از وضعیت وبلاگ برند را ندارد. به همین خاطر هرچند وقت یک بار باید نسبت به نگاهی کلی به وضعیت سایت‌تان اقدام نمایید. چنین امری به شما امکان ارزیابی درست از وضعیت وبلاگ‌تان در مقایسه با دیگر رقبا را می‌دهد.

نکته مهم در ارزیابی وضعیت وبلاگ نگاه کلی به وضعیت آن است. اگر این امر مد نظر شما قرار داشته باشد، به سادگی هرچه تمام‌تر امکان استفاده از نتایج ارزیابی‌تان را خواهید داشت، در غیر این صورت حتی اگر بارها و بارها نیز وضعیت سایت‌تان را مورد ارزیابی قرار دهید، بازهم نتیجه مناسبی از آن به دست نخواهید آورد.

طراحی رابط کاربری و دسته‌بندی ساده محتوا

کاربران وقتی به وبلاگ شما سر می‌زنند، باید به ساده‌ترین شکل ممکن به محتوای مورد علاقه‌شان دسترسی پیدا کنند. این امر موجب تاثیرگذاری مناسب شما بر روی مخاطب هدف خواهد شد. اگر در این میان وبلاگ شما بر روی مخاطب عجیب و غریبی داشته باشد، به احتمال زیاد کاربران پس از یک بار حضور در وبلاگ‌تان دیگر پشت سرشان را هم نگاه نخواهند کرد. به همین خاطر باید همیشه در راستای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف ساده‌سازی رابط کاربری را مورد توجه قرار دهید.

مرحله بعد در این میان دسته‌بندی ساده محتوای وبلاگ است. چنین امری به شما برای جلب نظر کاربران در هر شرایطی کمک خواهد کرد. وقتی کاربران خیلی راحت به محتوای مورد علاقه‌شان دسترسی داشته باشند، دیگر دلیلی برای ترک وبلاگ‌تان وجود نخواهد داشت. اینطوری شما تبدیل به یکی از وبلاگ‌های مورد علاقه کاربران شده و دامنه مناسبی از ترافیک ثابت را پیدا می‌کنید.

تولید محتوای مرتبط با فعالیت برند

محتوای تولیدی شما در وبلاگ برندان باید همیشه ارتباط منطقی با فعالیت برندان داشته باشد، در غیر این صورت کاربران خیلی زود نسبت به دنبال کردن آن ناامید خواهند شد. اگر برند شما در حوزه تولید لوازم خانگی فعالیت دارد، مطالب وبلاگ‌تان باید در رابطه با همین کسب و کار طراحی شود. اشتباه برخی از بازاریاب‌ها تلاش برای تولید دامنه وسیعی از محتوا برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف است. این امر برند شما را به عنوان یک کسب و کار غیرحرفه‌ای در میان مشتریان معرفی خواهد کرد. بی‌تردید همین شهرت منفی برای ناتوانی در زمینه تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کافی خواهد بود.

همیشه به بهینه‌سازی محتوا ادامه دهید

بهینه‌سازی محتوا از نقطه نظر سئو امری پایان‌ناپذیر است. شما باید همیشه محتوای‌تان را به استفاده از کلی واژه‌های محبوب و همچنین ارتقای سطح استفاده از ترندهای تازه طراحی کنید، در غیر این صورت خیلی زود جذابیت وبلاگ‌تان برای مخاطب هدف از بین می‌رود. بسیاری از برندها در این میان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف همیشه به دنبال ترندهای تازه هستند. اگر شما مایل به موفقیت بلندمدت در حوزه سئو هستید، باید چنین عملکردی را مد نظر قرار دهید، در غیر این صورت شانس‌تان برای ادامه مسیر رو به رشد وبلاگ‌تان به شدت کاهش پیدا می‌کند.

ارزیابی عملکرد رقبا

شما در بازار و حوزه وبلاگ‌نویسی هیچ وقت تنها نیستید. همیشه برندهای موفق‌تری هستند که بسیاری از کاربران همیشه به وبلاگ‌شان سر می‌زنند. یکی از راهکارهای ساده و کاربردی برای شما در این میان الگوبرداری از وبلاگ‌های موفق است. این امر به شما شانس تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به ساده‌ترین شکل ممکن را خواهد داد. شما به این ترتیب امکان تعامل با مخاطب هدف به ساده‌ترین شکل ممکن را خواهید داشت.

بدون تردید بازاریابی در قالب وبلاگ‌نویسی هنوز هم یکی از ایده‌های کاربردی در سراسر دنیا محسوب می‌شود. اگر شما به دنبال راهکاری برای شروع فعالیت در این حوزه هستید، توصیه‌های مورد بحث در این مقاله نقطه آغاز مناسبی برای‌تان خواهد بود.

منبع: searchenginejournal.com