

«اکنونومیست» بررسی کرد

آینده جنگ در اوکراین

حمله روسیه به اوکراین، بحرانی در اقتصاد و روابط بین‌الملل به وجود آورد که از زمان جنگ سرد تاکنون سابقه نداشت. این جنگ نوظهور، آن هم در اروپایی که چندین دهه آتش جنگ را به چشم ندیده بود، علاوه بر پیامدهای سیاسی، اقتصاد جهان را هم تکان داد. اقتصادی که از بیش از دو سال گذشته با شیوع پاندمی کووید-۱۹، شرایط خوبی را سپری نکرده و حالا هنوز کرونا تمام نشده، پای بحرانی دیگر به میان آمده است. بحران شرق اروپا در حالی به یک سالگی خود نزدیک می‌شود که سناریوهای مختلفی درباره آینده این جنگ مطرح شده است. در همین راستا، هفته‌نامه «اکنونومیست» در گزارش ویژه این هفته خود به آینده جنگ روسیه و اوکراین پرداخته و از احتمال تشدید درگیری‌ها در ماه‌های پیش رو خبر داده است. طرح روی جلد «اکنونومیست» به تصویر «ولادیمیر زلنسکی»، رئیس‌جمهور اوکراین در میان دانه‌های سپید برف اختصاص دارد و ذیل آن عبارت «جنگ زمستانی» نقش بسته است. به گزارش «اکنونومیست»، روسیه در حال جمع‌آوری افراد و تسلیحات برای یک حمله جدید است. احتمال می‌رود در اوایل ژانویه یا به احتمال زیاد در فصل بهار، حمله بزرگی از سمت دونباس...

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

تورم بالا، متهم اصلی افزایش اجاره‌ها

شتاب رشد کرایه خانه کم شد

اجاره‌نشینی از سال‌های گذشته تاکنون، یکی از معضلات خانواده‌های فاقد مسکن بوده و این موضوع از یکی دو سال گذشته از مرز بحران عبور کرده است. با افزایش قیمت مسکن، نرخ بالای تورم عمومی، افزایش نااطمینانی‌ها و تشدید رکود در بازار ساخت و ساز، اجاره‌بهای مسکن نیز تحت تأثیر قرار گرفته است. به موازات رشد نجومی اجاره‌نشینی در کلانشهرها از جمله تهران، سهم...

بانک جهانی از پیامدهای سال نااطمینانی گزارش داد

ریکاوری اقتصاد جهانی در ۲۰۲۲

فرصت امروز: در آستانه سال جدید میلادی، بانک جهانی در یک گزارش ویژه به مهم‌ترین چالش‌های سال ۲۰۲۲ پرداخته و این سال را سال نااطمینانی خوانده است. به گفته بانک جهانی، سال ۲۰۲۲، سال عدم اطمینان بوده و تشدید مخاطرات طبیعی همچنان تأثیرات اجتماعی و اقتصادی تغییرات آب و هوایی را تأیید می‌کند؛ در حالی که آسیب‌های آموزشی، تورم جهانی، اختلال در زنجیره تامین و سایر چالش‌های جهانی به ما یادآوری می‌کنند که اثرات همه‌گیری کووید-۱۹ همچنان باقی مانده است. با شکل‌گیری بهبود اقتصادی ناپایدار در سال ۲۰۲۲، توسعه جهانی با بحران مواجه شد، کندی رشد اقتصادی به مبارزه با فقر لطمه زد و موجب افزایش بدهی جهانی شد. همچنین واکسیناسیون جهانی به کشورها کمک کرد تا از پاندمی کرونا خارج شوند و میلیون‌ها...

شاخص جهانی حاکمیت قانون پس از پاندمی کرونا تضعیف شد

رتبه ۱۱۹ ایران در حاکمیت قانون

مدیریت و کسب‌وکار

راهنمای بازاریابی در بینترست: همراه با بررسی مزایا و نقاط ضعف آن

زمانی که هنوز اینستاگرام در حد استارت‌آپی صفر کیلومتر به حساب می‌آمد، بینترست چند ماهی در بازار دست به دست شده و محبوبیت بی‌نهایت بالایی نیز به دست آورده بود. آن زمان بینترست با تمرکز بر روی محتوای بصری دل خیلی از کاربران را برد و تا همین امروز هم میلیون‌ها نفر در سراسر دنیا اوقات فراغت‌شان را با این پلتفرم دوست‌داشتنی پر می‌کنند. بازاریاب‌ها هم برای اینکه از قافله عقب نمانند، خیلی زود دست به کار شده و دنبال راه و رسم مارکتینگ در این فضا رفتند. اگرچه تا همین الان هم کلی کمپین موفق در بینترست اجرا شده اما هنوز هم خیلی از بازاریاب‌ها ترس زیادی برای ورود به این فضا دارند. چراکه بینترست آنقدر که اینستاگرام یا توئیتر در کانون توجه هستند، اسم و رسمی به هم نزده است. به علاوه، گاهی اوقات کار با این پلتفرم نیز گیج‌کننده می‌شود. پس چه بهتر که بدون حتی یک تلاش خشک و خالی قید آن را بزنیم!...

سرمایه‌گذاری چین در کشورهای عرب، زنگ خطر را برای ایران به صدا در آورد

سبقت چینی عربستان

برعهده داشت؛ در حالی که با این سفر، این گونه به نظر می‌رسد که این نقش به عربستان سعودی محول شده است. از دیگر سو، با سردی فراینده رابطه عربستان با متحد سنتی خود، یعنی ایالات متحده، این کشور می‌کوشد تا آزادی عمل بین‌المللی خود را با نزدیک شدن به چین و روسیه افزایش دهد.

شرکای تجاری چین در خاورمیانه

از منظر تأثیرات این سفر بر منافع ایران، روشن است که عربستان به مرکز ثقل دیپلماسی منطقه‌ای چین در خاورمیانه تبدیل شده و به نوعی جای ایران را گرفته است. پیش از تحریم‌های بین‌المللی، ایران مهم‌ترین شریک تجاری چین و در کنار عربستان سعودی از مهم‌ترین صادرکنندگان نفتی به این کشور بود. با اعمال تحریم‌های بین‌المللی و تداوم بیش از یک دهه‌ای آنها، نه تنها روابط تجاری چین و ایران رو به کاهش نهاد، بلکه ایران جایگاه خود را در بازار انرژی چین نیز از دست داد و از یکی از سه عرضه‌کننده بزرگ نفت این کشور به یکی از کشورهای کم اهمیت در صادرات نفت به چین بدل شد. در شرایط کنونی، کشورهای کلیدی صادرکننده نفت به چین در خاورمیانه، جملگی کشورهای جهان عرب هستند. در همین راستا، کشورهای مانند امارات و عراق جایگزین ایران در بازار نفتی چین شده‌اند. افزون بر این، عربستان سعودی بدل به مهم‌ترین شریک تجاری چین در خاورمیانه شده است. براساس آمارها، حجم تجارت دو کشور از ۵۰ میلیارد دلار در سال ۲۰۱۷ به ۸۷ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۱ افزایش یافته است که جهش قابل توجهی را نشان می‌دهد. عربستان سعودی در سال ۲۰۲۱ میلادی، ۵۶ میلیارد دلار به چین صادرات داشته است که رقم قابل توجهی محسوب می‌شود؛ این در حالی است که در همین بازه زمانی، روابط تجاری ایران و چین بیوسته رو به کاهش بوده است. در کنار عربستان سعودی، امارات عربی متحده نه تنها بدل به هاب لجستیک جاده ابریشم در خاورمیانه شده است،

از توافق شش‌گانه با بورس کالا تا گزارش وزارت صمت

گره کور بازار خودرو باز می‌شود؟

قیمت خودرو را این‌گونه تحلیل کرده است: ۱- کاهش تولید خودروسازان داخلی از سال ۱۳۹۷ به میزان نصف سال ۱۳۹۶ و عدم اهتمام دولت گذشته برای رفع مشکلات این صنعت؛ در حالی که دولت سیزدهم در یک سال اخیر عرضه و تولید خودرو را به شدت افزایش داد. ۲- تولید خودروهای ناقص و دپوی آن در پارکینگ خودروسازان که به سبب نقص و کامل نبودن امکان عرضه به بازار را نداشتند. ۳- تبدیل خودرو به کالای سرمایه‌ای، در شرایط ناشی از متغیرهای کلان اقتصادی کشور و شرایط تورمی. ۴- هجوم دلان به این بازار به سبب قیمت‌گذاری دستوری در محصولات خودروسازان داخلی و تفاوت ایجادشده در بازار و رونق سوداگری. ۵- عدم وجود اهرم‌های لازم برای

فرصت امروز: سرزمین اژدهای زرد پس از دوران باستان حالا در ابتدای هزاره سوم میلادی، دوره جدیدی از شکوفایی را تجربه می‌کند. پکن حالا در معادلات سیاسی و مناسبات اقتصادی جهان به یک قطب مهم تبدیل شده و توانسته نظام تک قطبی جهان و رهبری غرب را به چالش بکشد. بی‌خود نیست که ایالات متحده این همه از قدرت چین و اهمیت دارد و چند دهه پس از پایان جنگ سرد و فروپاشی شوروی، جنگ سرد دیگری را با پکن در پیش گرفته است. در حال حاضر، کمتر رخداد و اتفاقی در سطح بین‌المللی وجود دارد که پای چین در میان نباشد. چین موضوع خبرساز جهان است و آخرین خبرسازی مهم این قدرت جهانی به ویژه برای ما ایرانیان - به سفر رئیس‌جمهور چین به عربستان و مواضع ضدایرانی پکن برمی‌گردد. چین طی هفته‌های گذشته تحرکات قابل توجهی در کشورهای حاشیه خلیج فارس به‌خصوص عربستان سعودی، قطر و امارات داشته و قراردادهای سرمایه‌گذاری هنگفتی به امضا رسانده است که در آینده کار را برای ایران سخت می‌کند و تهدیدی برای توافق ۲۵ ساله ایران و چین به شمار می‌رود. به نظر می‌رسد که عربستان به مرکز ثقل دیپلماسی منطقه‌ای چین در خاورمیانه تبدیل شده و به نوعی جای ایران را گرفته است. از نظر اقتصادی نیز ایران نه تنها اقتصادهای غربی را از دست داده است، اکنون بیم آن می‌رود که اقتصاد چین را هم از دست دهد و پس از کشورهای عربی به‌عنوان بازیگری درجه دوم در خاورمیانه در رادار دیپلماسی اقتصادی چین تلقی شود. سوال مهم این است که چرا و به چه دلایلی علی‌رغم توافق‌نامه پرسروصدای همکاری راهبردی میان ایران و چین، موسوم به توافق‌نامه ۲۵ ساله، چین عمده سرمایه‌گذاری‌های خود را در جهان عرب به‌ویژه در خلیج‌فارس صورت می‌دهد؟

سرمایه‌گذاری چین در عربستان

بازوی پژوهشی اتاق ایران در پنجاه و یکمین گزارش از سلسله گزارش‌های «پایش تحولات تجارت جهانی»،

شود. پرسش راهبردی از منظر منافع ملی این است که چرا و به چه دلایلی علی‌رغم توافق‌نامه پرسروصدای همکاری راهبردی میان ایران و چین، پکن عمده سرمایه‌گذاری خود را در جهان عرب به‌ویژه در خلیج‌فارس صورت می‌دهد؟ چین در دو هفته اخیر، یک قرارداد ۶۰ میلیارد دلاری ۲۷ ساله بسا قطر امضا کرده و اکنون حدود ۳۰ میلیارد دلار موافقت‌نامه و قرارداد با عربستان امضا کرده است؛ در حالی که در سال‌های گذشته، توافق معناداری در حوزه اقتصادی میان ایران و چین صورت نگرفته است. تبدیل شدن ایران به یک بازیگر درجه دوم در دیپلماسی اقتصادی چین، یک خطر بالقوه است و باید آن را جدی گرفت.

تضعیف موقعیت ژئواکونومیک ایران

همچنین از دیگر موضوعاتی که در این گزارش بدان پرداخته شده و متأسفانه بار دیگر ضعف دیپلماسی اقتصاد ایران را به رخ می‌کشد، به تحولات منطقه اوراسیا برمی‌گردد. داده‌های جدید دولت قزاقستان نشان می‌دهد حمل‌ونقل کالا از مسیر کریدور میانی که چین و آسیای مرکزی را با عبور از خزر و از طریق آذربایجان به ترکیه و اروپا وصل می‌کند، در ۱۰ ماه ابتدای سال ۲۰۲۲، رشد ۸۰۰ درصدی داشته است. این کریدور در رقابت با موقعیت ژئواکونومیک ایران به‌ویژه کریدور شمال- جنوب و کریدور چین-آسیای مرکزی غرب آسیا قرار می‌گیرد و پیشرفت آن به معنای تضعیف موقعیت ژئواکونومیک ایران است. پیامدهای اعمال سسقف قیمت برای فروش نفت روسیه، تلاش روسیه برای اتحادیه گازی با آسیای مرکزی و ایجاد ساختارهای مالی در بریکس، هشدار آلمان نسبت به جنگ تجاری آمریکا با اتحادیه اروپا، تلاش دولت ترکیه برای تضمین جریان انرژی جدید از کشورهای «دوست» از جمله عربستان سعودی و قطر، همکاری رژیم صهیونیستی و قطر در میدان گازی صیدون و افزایش تجارت روسیه و چین در سال ۲۰۲۲، از دیگر تحولاتی است که در پنجاه و یکمین گزارش «پایش تحولات تجارت جهانی» بررسی شده است.

بلکه میزبان بیش از ۶ هزار شرکت چینی است و تا پیش از بحران کرونا ۴۵۰ هزار شهروند چین در این کشور زندگی می‌کردند. همچنین ۶۶ درصد صادرات چین به کشورهای خاورمیانه از طریق امارات صورت می‌گیرد. در تصویر کلان، حجم تجارت چین و جهان عرب در سال ۲۰۲۱ حدود ۳۳۰ میلیارد دلار بوده که نسبت به سال پیش از آن حدود ۲۷ درصد رشد کرده است.

زنگ خطر برای اقتصاد ایران

از زمان اجرای ابتکار کمربند و راه تاکنون چین ۲۰۰ پروژه در حوزه‌های مختلف با کشورهای عربی اجرایی کرده است؛ این در حالی است که در همین مدت هیچ پروژه مهمی میان ایران و چین در حوزه جاده ابریشم عملیاتی نشده است. از جمله پروژه‌های چین و کشورهای عربی، احداث نخستین راه آهن سریع‌السیر و برقی مصر است که سال گذشته توسط شرکت‌های چینی در این کشور وارد فضا اجرایی شد؛ در حالی که برقی کردن راه آهن مشهد- تهران از سال ۲۰۱۷ تاکنون در پیچ و خم قرار دارد و هنوز شرکت‌های چینی فعالیت چندانی در این زمینه انجام نداده‌اند. تبدیل شدن جهان عرب و به ویژه عربستان و امارات به کانون دیپلماسی اقتصادی چین در خاورمیانه، برای دولت و بخش خصوصی ایران هشداردهنده است. در صورتی که موقعیت این کشورها به عنوان شرکای اصلی چین در خاورمیانه تثبیت شوند و آنان از آزادی عمل کامل در تعامل با غرب و روسیه نیز برخوردار باشند، سرعت رشد و توسعه اقتصادی آنها بسیار فراتر از ایران خواهد بود. این رشد در میان مدت، ثروتی را در این کشورها تولید می‌کند و چنان پیوندهای آنها با قطب‌های قدرت و ثروت را تنگاتنگ می‌سازد که ایران توان رقابت با آنها را نخواهد داشت.

از نظر اقتصادی نیز ایران نه تنها اقتصادهای غربی را از دست داده، اکنون بیم آن می‌رود اقتصاد چین را هم از دست دهد و پس از کشورهای عربی به‌عنوان بازیگری درجه دوم در خاورمیانه در رادار دیپلماسی اقتصادی چین تلقی خواهد کرد. گزارش وزارت صمت و بورس کالا و اوایل شهریورماه تحت‌تأثیر رشد قیمت ارز آغاز شده بود. موافقان عرضه خودرو در بازار سرمایه می‌گویند بورس کالا فقط یک بازار و تسهیل‌کننده شرایط عرضه و تقاضاست و نقشی در تعیین قیمت ندارد. به باور کارشناسان، میزان عرضه خودرو در بورس کالا، متناسب با تقاضا نیست و این چالش را باید خودروسازان با افزایش عرضه رفع کنند.

در چنین شرایطی، وزارت صمت و بورس کالا ایران برای حل این مشکل در ابتدای هفته جاری به توافق رسیدند. براساس این توافق شش‌گانه، جدول کف عرضه خودرو و برنامه تولید ماهانه به تفکیک مدل را وزارت صمت به بورس کالا اعلام خواهد کرد. این جدول مبنای تأیید عرضه‌ها و

معاملات قرار خواهد گرفت. بورس کالا همچنین باید میزان عرضه‌ها را به‌صورت هفتگی، دو هفته‌ای و ماهانه به‌گونه‌ای تأیید کند که کف عرضه‌های ماهانه رعایت شود. در خصوص نحوه عرضه‌ها نیز قرار شد جمع عرضه‌ها براساس کلاس خودروها، پرتیراها و کم تیراها و خودروهای تجاری انجام شود. طبق توافق صمت و بورس کالا، تعیین پیش دریافت خرید خودرو باید به‌گونه‌ای با شرایط بازار متناسب باشد تا تقاضای خودرو متعادل شود. همچنین آن دسته از کدهای ملی که امکان خرید خودرو دارند باید از ابتدای سال ۱۳۹۸ از بورس کالا یا سامانه‌های وزارت صمت خریدی انجام نداده باشند. همچنین مقرر شد تا شرایط ضمانت خودروسازان برای عرضه در بورس به‌منظور رشد عرضه‌ها تسهیل شود.



«اکنونومیست» بررسی کرد

آینده جنگ در اوکراین

حمله روسیه به اوکراین، بحرانی در اقتصاد و روابط بین‌الملل به وجود آورد که از زمان جنگ سرد تاکنون سابقه نداشت. این جنگ نوظهور، آن هم در اروپایی که چندین دهه آتش جنگ را به چشم ندیده بود، علاوه بر پیامدهای سیاسی، اقتصاد جهان را هم تکان داد. اقتصادی که از بیش از دو سال گذشته با شیوع پاندمی کووید-۱۹، شرایط خوبی را سپری نکرده و حالا هنوز کرونا تمام نشده، پای بحرانی دیگر به میان آمده است. بحران شرق اروپا در حالی به یک سالگی خود نزدیک می‌شود که سناریوهای مختلفی درباره آینده این جنگ مطرح شده است. در همین راستا، هفته‌نامه «اکنونومیست» در گزارش ویژه این هفته خود به آینده جنگ روسیه و اوکراین پرداخته و از احتمال تشدید درگیری‌ها در ماه‌های پیش رو خبر داده است. طرح روی جلد «اکنونومیست» به تصویر «ولادیمیر زلنسکی»، رئیس‌جمهور اوکراین در میان دانه‌های سپید برف اختصاص دارد و ذیل آن عبارت «جنگ زمستانی» نقش بسته است. به گزارش «اکنونومیست»، روسیه در حال جمع‌آوری افراد و تسلیحات برای یک حمله جدید است. احتمال می‌رود در اوایل ژانویه یا به احتمال زیاد در فصل بهار، حمله بزرگی از سمت دونباس در شرق، از جنوب یا حتی از بلاروس در شمال انجام گیرد. نیروهای روسی قصد عقب راندن نیروهای اوکراینی را خواهند داشت و حتی می‌توانند برای تصرف کیف، پایتخت اوکراین دوباره تلاش کنند.

این سخنان ما نیست بلکه ارزیابی ژنرال «الوری زالوئی»، رئیس نیروهای مسلح اوکراین است. در یک سلسله جلسات توجیهی بی‌سابقه طی دو هفته گذشته، ژنرال «زالوئی» به همراه «ولادیمیر زلنسکی»، رئیس‌جمهور اوکراین و ژنرال «الکساندر سیرسکی»، رئیس نیروی زمینی اوکراین درباره چند ماه حساس پیش رو به «اکنونومیست» هشدار دادند. ژنرال «زالوئی» گفت که «روس‌ها در حال آماده‌سازی حدود ۲۰۰ هزار سرباز جدید هستند. من شک ندارم که آنها یکبار دیگر در کیف حضور خواهند داشت. منابع غربی می‌گویند که فرمانده روسیه، ژنرال «سرگی سورویکین» همیشه این را به عنوان یک

درگیری چند ساله در نظر داشته است»

به نظر می‌رسد دو طرف درگیری در گل و لای یخ‌زده گیر کرده‌اند و جنگ به بن‌بست رسیده است. تقریباً یک ماه است که هیچ تحرکی در طول هزار کیلومتر (یا بیشتر) جبهه جنگ وجود نداشته است. از منظر «اکنونومیست» ظاهراً بن‌بست فعلی به انگیزه‌ها برای مذاکرات صلح افزوده است. «امانوئل مکرون» رئیس‌جمهور فرانسه، «جو بایدن» رئیس‌جمهور آمریکا و به دلایل بسیار متفاوتی «ولادیمیر پوتین» همگی در روزهای اخیر از امکان راه‌حل دیپلماتیک صحبت کرده‌اند در شرایط کنونی، بسیاری در غرب از وضعیت نگران‌کننده اقتصادی و تحمل فشار قیمت‌های بالای انرژی خسته شده‌اند و از این امر استقبال می‌کنند. در این میان اما فرماندهان اوکراین استدلال می‌کنند که اکنون زمان صلح نیست و از نظر «اکنونومیست» نیز حق با آنهاست.

مهمترین وظیفه غرب این است که از شکست حتمی هرگونه ضحله روسی اطمینان پیدا کند. برای تحقق چنین هدفی باید عرضه سلاح به سرعت افزایش یابد. در حال حاضر، اوکراین که کمک سامانه موشکی هیمارس آمریکایی که از ژوئن در اختیار گرفت، تأثیرات مخربی علیه زافه‌های مهمات و مراکز فرماندهی و کنترل روسیه داشته و توانسته است به سرعت آن را در شمال شرق و سپس در جنوب مهار نماید. اکنون اما اوکراین به مهمات قوی‌تری از جمله موشک‌های عملیاتی-تانکی نیاز دارد تا بتواند اهداف در دست‌تری را نیز پوشش دهد. اوکراین برای دفع حملات روسیه به سیستم‌های تأمین برق، آب و گرمایش غیرنظامیان نیز به کمک احتیاج دارد. هدف روسیه از چنین عملیات‌های تخریب‌گری، ضربه زدن به اقتصاد اوکراین و همچنین تضعیف روحیه سربازان در خط مقدم است که نگران امنیت خانواده‌هایشان هستند. ژنرال «زالوئی» توضیح می‌دهد که اوکراین در حال حاضر از کمبود مهمات سیستم‌های دفاعی موجود خود رنج می‌برد و همچنان به سیستم‌های دفاع ضدموشکی بیشتر و بهتری نیاز دارد.

«اکنونومیست» بر این باور است که اگر قرار است اوکراین از این درگیری به‌عنوان نماینده دموکراسی سربلند خارج شود، حتی بهبود دفاع هوایی نیز کافی نخواهد بود. این کشور باید قلمروهای بیشتری را بازپس گیرد. گرچه نیروهای روسی در سال جاری تنها بخش کوچکی از سواحل دریای سیاه اوکراین را تصرف کرده‌اند، اما همین امر به تنهایی آنها را مسلط به تمام بنادر بزرگ اوکراین می‌کند و به روسیه این امکان را می‌دهد تا کشتیرانی را تهدید کند. به غیر از مقادیر محدود غلات زیر نظر و تحت توافق سازمان ملل همچنان صادرات اوکراین تاحد زیادی متوقف شده است. تصرف قلمرو بیشتر همچنین به جلوگیری از درگیری مجدد کمک می‌کند و به «پوتین» می‌فهماند که خطر از دست دادن دستاوردهای پیشین، جدی و محتمل است. طبق مرزهای امروزی، روسیه از پل زمینی بهره می‌برد که می‌تواند ضمیمه شدن را تضمین کند و مناطق جنوبی روسیه را تهدید کند. در مقابل، اگر اوکراین موفق شود پل زمینی را قطع کند و سواحل شمالی دریای آزوف را بازپس بگیرد، می‌تواند با قدرت بیشتری وارد مذاکرات شود و حتی کریمه را در محدوده توپخانه قرار دهد. بدین ترتیب، اوکراین می‌تواند ایده «پوتین» درباره «برگشت به مرزهای شوروی» را بی‌اعتبار کند و اینکه زیاده‌خواهی افراد نمی‌تواند تنها با حمله به کشورهای دیگر اقیانح شود.

اوکراین همچنان آماده برای فداکاری در راه دستیابی به خواسته‌های مشروع خود است. «ولادیمیر زلنسکی» در گفت‌وگو با «اکنونومیست» گفت که «۸۵ یا ۹۶ درصد مردم می‌خواهند تمام قلمرو خود را از اشغال خارج کنند». این به معنای بازپس‌گیری همه مناطق است که روسیه در سال ۲۰۱۴ تصرف کرده بود و هم آنچه را که طی حمله اخیر در سال جاری به اشغال خود در آورده است. «زلنسکی» استدلال می‌کند که وعده‌های غرب درباره تضمین‌های امنیتی، جایگزین ضعیفی برای تمامیت ارضی کشورش است؛ گمانی که ضمانت‌های مشابهی را هم که آمریکا و انگلستان در سال ۱۹۹۴ به‌دلیل تسلیم سلاح‌های هسته‌ای شوروی به اوکراین پیشنهاد دادند، ۲۰ سال بعد تقریباً بی‌ارزش شد.

به نظر می‌رسد حامیان اوکراین، دیدگاه متفاوتی از این کشور خواهند داشت. آنها بر این باور هستند که بازپس‌گیری کلی، هدف حداکثری و بلندپروازانه‌ای است و ممکن است تلاش‌های اوکراین برای رسیدن به این هدف ناکام بماند؛ چراکه این هدف اوکراین در موقعیت‌هایی به معنای آزادی مناطقی است که نمی‌خواهند از روسیه جدا شوند. تهدیدات هسته‌ای «پوتین» هرچند مهمترین دلیل برای اطمینان از پیروز نشدن روسیه است، در مقابل نیز کم‌کامان بزرگ‌ترین دلیلی است که چرا نباید اوکراین مرزهای به رسمیت شناخته‌شده روسیه را تهدید کند. تمام جهان از جمله روسیه از شکست ایده‌ای که می‌خواست امپراتوری قدیمی روسیه را بازآفرینی کند، سود خواهد برد. اگر اوکراین به اندازه کافی مورد حمایت قرار گیرد، فرماندهان اوکراینی می‌توانند به پیشروی در مسیر طولانی تا ساحل ادامه دهند و به این ترتیب، قسمت اعظم آنچه را که «پوتین» از ماه فوریه به‌دست آورده بود، بازپس گیرند. انتظار می‌رود اوکراین هر چند بتواند قلمرو بیشتری را بازپس یابد، شانس موفقیت پایدار آن بیشتر باشد.

شاخص جهانی حاکمیت قانون پس از پاندمی کرونا تضعیف شد

رتبه ۱۱۹ ایران در حاکمیت قانون



موریتانی، کامرون، مصر و جمهوری دموکراتیک کنگو توانسته‌اند جایگاه خود را نسبت به سال ۲۰۲۱ بهبود بخشند. در مجموع، ترکیب کشورهای انتهایی فهرست امسال با تغییرات بسیاری همراه بوده و از جمله این تغییرات، کشور میانمار است که به جمع فهرست کشورهای ضعیف جهان اضافه شده است.

در بین ۱۴۰ کشور مورد بررسی، ۹ کشور بیشترین بهبود را در سال ۲۰۲۲ در مقایسه با سال ۲۰۲۱ داشته‌اند. کشور بلیز (کشوری در آمریکای مرکزی و غرب اقیانوس اطلس) با هشت پله صعود نسبت به سال گذشته، رتبه ۸۵ جهان را به خود اختصاص داده است. پس از بلیز نیز کشور ازبکستان با ۷ پله صعود نسبت به سال ۲۰۲۱ در رتبه ۷۸ جهان قرار گرفته است. گفتنی است از میان کشورهای مزبور، کشورهای آمریکای لاتین و حوزه دریای کارائیب و همچنین کشورهای شرق آسیا - اقیانوسیه بیشترین بهبود را در سال جاری تجربه کرده‌اند.

ایران در رتبه ۱۱۹ جهان ماند

ایران با وجود آنکه با افت ۰.۰۱ واحدی امتیاز در سال ۲۰۲۲ نسبت به سال ۲۰۲۱ مواجه شده اما رتبه کشورمان در گزارش امسال تغییری نکرده و در همان رتبه ۱۱۹ از بین ۱۴۰ کشور جهان باقی مانده است. در میان هشت کشور مورد بررسی در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا (منا) نیز متأسفانه وضعیت ایران در این شاخص، ضعیف بوده و حائز رتبه هفتم شده است. نکته حائز اهمیت اینکه براساس طبقه‌بندی درآمدی صورت گرفته در سال ۲۰۲۲، ایران جزو کشورهای با درآمد متوسط پایین قرار گرفته است. در میان ۲۸ کشور مورد بررسی در این گروه درآمدی، رتبه ایران به لحاظ شاخص «حاکمیت قانون»، ۲۵ بوده که نشان‌دهنده عملکرد ضعیف در مقایسه با سایر کشورهای این گروه است. مقایسه وضعیت ایران در ارکان شاخص «حاکمیت قانون» در سال ۲۰۲۲ با کشورهای منطقه منا و همچنین کشورهای با درآمد متوسط پایین نشان می‌دهد که ایران تنها در برخی از ارکان از جمله دوم و سوم قرار گرفته‌اند. در سال ۲۰۲۲ همچنین ترکیب ۱۰ کشور برتر در شاخص جهانی «حاکمیت قانون» نسبت به سال ۲۰۲۱ با تغییراتی همراه بوده است؛ چنانکه کشور هلند با یک پله صعود در جایگاه پنجم، کشور آلمان با یک پله نزول در جایگاه ششم و کشور استونی با دو پله صعود در جایگاه نهم جهان قرار گرفته است. با وجود این تغییر اما هر ۱۰ کشور برتر امسال جزو اقتصادهای پیشرفته جهان هستند. در سمت انتهایی فهرست نیز ضعیف‌ترین عملکرد در شاخص «حاکمیت قانون» در سال ۲۰۲۲ متعلق به کشور ونزوئلا با امتیاز ۰.۲۶ بوده که این کشور را در قعر جدول و در رتبه ۱۴۰ جهان قرار داده است. کشورهای کامبوج و افغانستان نیز به ترتیب با امتیاز ۰.۳۱ و ۰.۳۳، در رتبه‌های ۱۳۸ و ۱۳۹ جهان ایستاده‌اند. در میان ۱۰ کشور انتهایی فهرست امسال کشورهای

قرار می‌گیرد. با توجه به معیارها و ارکان مرتب بر اندازه‌گیری امتیاز هر کشور در شاخص جهانی «حاکمیت قانون»، امتیاز کل هر اقتصاد در قالب رقمی بین صفر (عدم وجود حاکمیت قانون) تا یک (حاکمیت قانون کامل) مشخص می‌شود و سپس کشورهای رتبه‌بندی می‌شوند. براساس تحلیل معاونت بررسی‌های اقتصادی اتاق بازرگانی تهران، حاکمیت اثربخش قانون موجب کاهش فساد می‌شود، مردم را از بی‌عدالتی‌های کوچک و بزرگ محافظت و با فقر و بیماری مقابله می‌کند. «حاکمیت قانون»، پایه و اساس جوامع دوستدار تأمین عدالت، فرصت و صلح است که خود زیربنایی برای توسعه، احترام به حقوق اساسی جامعه و وجود دولتی پاسخگو محسوب می‌شود.

نتایج به دست آمده از اندازه‌گیری شاخص «حاکمیت قانون» در سال ۲۰۲۲ برای ۱۴۰ کشور جهان نشان می‌دهد که کشورهای دانمارک، نروژ و فنلاند همانند سال قبل در رتبه‌های اول تا سوم قرار دارند. امتیاز ایران در شاخص «حاکمیت قانون» در میان کشورهای مورد بررسی ۰.۴۱ محاسبه شده که با کاهش ۰.۰۱ واحدی نسبت به سال ۲۰۲۱ همراه بوده و آن را در رتبه ۱۱۹ (بدون تغییر) قرار داده است. ایران در میان هشت کشور مستقر در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا نیز در رتبه هفتم قرار گرفت. در مجموع، شاخص «حاکمیت قانون» پس از رکود اقتصادی ناشی از همه‌گیری کووید-۱۹ در سراسر جهان تضعیف شده است. همانطور که گفته شد، با توجه به روش‌شناسی سازمان پروژه عدالت جهانی، امتیاز هر اقتصاد در شاخص جهانی «حاکمیت قانون» در رقمی بین صفر (عدم وجود حاکمیت قانون) تا یک (حاکمیت قانون کامل) محاسبه شده و کشورهای جهان براساس این امتیاز رتبه‌بندی می‌شوند.

اقتصادهای پیشرفته در صدر

از میان ۱۴۰ کشور مورد بررسی در شاخص جهانی «حاکمیت قانون» در سال ۲۰۲۲، کشور دانمارک با امتیاز ۰.۹ در رتبه اول جهان و کشورهای نروژ و فنلاند به ترتیب با امتیاز ۰.۸۹ و ۰.۸۷ در رتبه‌های دوم و سوم قرار گرفته‌اند. در سال ۲۰۲۲ همچنین ترکیب ۱۰ کشور برتر در شاخص جهانی «حاکمیت قانون» نسبت به سال ۲۰۲۱ با تغییراتی همراه بوده است؛ چنانکه کشور هلند با یک پله صعود در جایگاه پنجم، کشور آلمان با یک پله نزول در جایگاه ششم و کشور استونی با دو پله صعود در جایگاه نهم جهان قرار گرفته است. با وجود این تغییر اما هر ۱۰ کشور برتر امسال جزو اقتصادهای پیشرفته جهان هستند. در سمت انتهایی فهرست نیز ضعیف‌ترین عملکرد در شاخص «حاکمیت قانون» در سال ۲۰۲۲ متعلق به کشور ونزوئلا با امتیاز ۰.۲۶ بوده که این کشور را در قعر جدول و در رتبه ۱۴۰ جهان قرار داده است. کشورهای کامبوج و افغانستان نیز به ترتیب با امتیاز ۰.۳۱ و ۰.۳۳، در رتبه‌های ۱۳۸ و ۱۳۹ جهان ایستاده‌اند. در میان ۱۰ کشور انتهایی فهرست امسال کشورهای

تورم بالا، متهم اصلی افزایش اجاره‌ها

شتاب رشد کرایه خانه کم شد

قبل ادامه دارد. عواملی همچون عقب‌ماندگی بازار اجاره در مقایسه با افزایش قیمت مسکن، تورم عمومی، کاهش ساخت و ساز و فشار تقاضا برای سکونت منجر به تورم اجاره شده است. گزارش‌های میدانی از شهر تهران گویای آن است که با کاهش حجم جابه‌جایی‌ها در هفته‌های اخیر، از سرعت رشد نرخ‌های پیشنهادی اجاره کاسته شده است. البته عمده آپارتمان‌های موجود از نوع قدیمی هستند و بعضاً امکانات کامل ندارند. همچنین اکثر فایل‌ها بزرگ‌متراژ هستند و کمبود آپارتمان‌های کوچک‌متراژ در بازار کاملاً به چشم می‌خورد. در این زمینه، «عبدالجلال ایری»، سخنگوی کمیسیون عمران مجلس گفته است: «علی‌رغم عبور از فصل نقل و انتقال مستأجران کماکان شاهد رشد اجاره‌ها هستیم و این امر فشار مضاعفی را به خانواده‌ها به ویژه اقشار کم‌درآمد وارد کرده است. البته نوسانات اقتصادی و انتظار تورمی موجود که بسیاری از سرمایه‌ها را به سمت این بازار کشانده است، یک محرک مهم برای رشد قیمت خانه‌ها به شمار می‌رود. لذا کنترل تورم به عنوان یک عامل مهم و اثرگذار در قیمت مسکن باید مورد توجه دولتمردان و تیم اقتصادی دولت قرار بگیرد.» به گفته این نماینده مجلس، «یکی از راه‌های کنترل بازار اجاره، رجوع به تعاریف پایه‌ای اقتصاد و برقراری تعادل عرضه و تقاضا است و این امر تنها با افزایش عرضه و تولید ساختمان محقق خواهد شد که کم و کیف آن کاملاً در قانون جهش و تولید مسکن پیش‌بینی شده است.»

اجاره‌نشینی از سال‌های گذشته تاکنون، یکی از معضلات خانواده‌های فاقد مسکن بوده و این موضوع از یکی دو سال گذشته از مرز بحران عبور کرده است. با افزایش قیمت مسکن، نرخ بالای تورم عمومی، افزایش نااطمینانی‌ها و تشدید رکود در بازار ساخت و ساز، اجاره‌بهای مسکن نیز تحت تأثیر قرار گرفته است. به موازات رشد نجومی اجاره‌نشینی در کلانشهرها از جمله تهران، سهم مسکن از هزینه زندگی به بیشترین حد ممکن رسیده است، به طوری که رشد اجاره‌ها باعث شده تا هزینه مسکن به ابرهزینه خانواده‌ها تبدیل شود و سهم مسکن در سبب هزینه خانوارها به ۱.۳ برابر حد مجاز برسد. براساس آمارها، بازار اجاره مسکن در یک سال گذشته یکی از کم‌سابقه‌ترین نرخ‌های تورم را در مقایسه با سال‌های اخیر تجربه کرده است. میانگین اجاره‌بهای مسکن در حالی حدود ۵.۰ درصد در پایتخت رشد کرده که این سهم در نیمه دهه نود ۲۴ درصد و در نیمه دهه هشتاد ۲۸ درصد بوده است.

جهش شدید اجاره‌بهای مسکن در یک سال گذشته، طیف وسیعی از خانوارهای اجاره‌نشین را در پایتخت و دیگر کلانشهرها ناچار به جابه‌جایی کرد. این جابه‌جایی به شکل مهاجرت به مناطق ضعیف‌تر، واحدهای مسکونی کوچک‌تر و با عمر بنای بیشتر و امکانات کمتر نمود یافته است. این در حالی است که گزارش‌های میدانی از بروز پدیده حاشیه‌نشینی شهری خبر می‌دهد. کارشناس می‌گویند در شرایطی که خانوارهای اجاره‌نشین برای تأمین اجاره‌ها در وضعیت دشواری



چرا حال بورس خوب نمی‌شود؟

تداوم نااطمینانی در بازار سهام

با وجود آنکه شاخص کل بورس دیروز به کانال ۱.۵ میلیون واحدی و شاخص کل فرابورس به کانال ۱۹ هزار واحد رسید، اما بازار سهام تا رسیدن به رشدی پایدار هنوز فاصله زیادی دارد. مقایسه بازدهی بازارها در چند ماه گذشته نیز نشان می‌دهد که بورس در رتبه‌های انتهایی جدول قرار دارد و تنها از بازار مسکن بالاتر ایستاده است. مجید سلیمی‌پروچنی، کارشناس اقتصادی در پاسخ به این سوال که چرا حال بورس خوب نمی‌شود، در یادداشتی نوشته است: «رفتار بازارها همواره تقابل بین اعتماد و بی‌اعتمادی، ترس و شجاعت، مقاومت و حمایت جریان گردش پول و نقدشوندگی را نشان می‌دهد که البته متأثر از شرایط اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی هر سرزمینی است. این بدان معناست که سرمایه‌گذاران در بازارها در انطباق با ریسک‌های بیرونی و درونی همواره سعی می‌کنند تصمیمی بگیرند که در وهله نخست، ریسک‌های‌شان را پوشش دهند و به نوعی آن را مدیریت کنند و در وهله دوم، بتوانند سود منطقی را از سرمایه‌گذاری‌های‌شان کسب کنند.»



هر بازاری برای اینکه بتواند منابع مالی به خود جذب کند، باید در راستای منافع سرمایه‌گذار قدم بردارد که لازمه آن، ثبات اقتصاد کلان، پایداری و پیش‌بینی‌ناپذیری بودن سیاست‌های اقتصادی در کنار توسعه زیرساخت‌هاست. نااطمینانی‌ها به تناسب نوع آن در عرصه سیاست، اقتصاد یا اجتماع ریسک‌هایی را شکل می‌دهند که می‌توانند بر رفتار افراد اثر بگذارد. نااطمینانی از نوع سیاسی به دلیل اثری که روی امنیت سرمایه‌گذاری می‌تواند ایجاد کند، باعث افزایش ریسک سرمایه‌گذاری می‌شود که در گام نخست، سمت تقاضا را در اقتصاد متأثر می‌کند. در صورت تداوم و دامنه گسترش نااطمینانی سیاسی، سرمایه‌گذار در رفتار و استراتژی سرمایه‌گذاری تجدیدنظر می‌کند.

بازار سهام از ابتدای سال تاکنون روزهای پرفراز و نشیبی را گذرانده است. این بازار چه در روزهای نخست سال که با امید رونق و رکوردشکنی در شاخص کل، کار خود را آغاز کرد و چه در هفته اخیر که بیشتر قرمز رنگ بود، روزهای پرخبری را پشت سر گذرانده است. بازار سرمایه را می‌توان پرحاشیه‌ترین بازار ایران طی سال‌های اخیر دانست. این بازار چه آن زمان که پذیرای سیل بی‌پایان خریداران سهام بود و چه حالا که همه در آن برای خروج از گردونه معاملات رقابت می‌کنند، همواره خبرساز بوده و توانسته به وضوح در بطن خبرها و تحلیل‌های کلان اقتصادی و بعضاً سیاسی خودنمایی کنند. بررسی‌ها نشان می‌دهد در طول دهه‌های اخیر با وجود آنکه این بازار هیچ‌گاه از سرمایه‌گذار خالی نبوده، اما در برخی از دوره‌ها به واسطه حضور پررنگ تورم و افزایش شیب سطح عمومی قیمت‌ها در اقتصاد، جمعیت بیشتری را به سمت خود جذب کرده است. هر بار که این اتفاق افتاده، در پس آن ناکامی بیشتر شده است.

طی یک سال و نیم گذشته عوامل متعددی نظیر سخنان نسنجیده، وعده‌های توخالی و بیشتر از همه، اصرار بر شیوه‌های نخبه‌ای اقتصاد دستوری بر اعتماد عمومی نسبت به بازار سهام لطمه وارد کرده است. آنچه امروز تحت عنوان بی‌اعتمادی نسبت به بازار سهام از آن یاد می‌شود و همه کارشناسان به طور یک‌صدا آن را دلیل اصلی خروج پول از بورس می‌دانند، همین بی‌میلی است که به دلیل مشخص نبودن آینده ایجاد شده است. آن هم در شرایطی که سال جاری در حالی آغاز شد که انتظار می‌رفت انباشت دو ساله تورم در سال‌های قبل از آن در نهایت به کمک این بازار توری بیاید و باز هم آن را از شر رکود رها کند. با این حال، چنین اتفاقی، حداقل تا به این جای کار نیفتاده است.»

دعوت به مجمع عمومی فوق العاده

اتحادیه صادرکنندگان فرآورده‌های نفت، گاز و پتروشیمی ایران

بدینوسیله از کلیه اعضاء محترم اتحادیه صادرکنندگان فرآورده‌های نفت، گاز و پتروشیمی ایران دعوت بعمل می‌آید تا در جلسه مجمع عمومی فوق العاده که در ساعت ۱۴:۰۰ روز سه‌شنبه مورخ ۱۴۰۱/۱۱/۱۳ در مکان اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران به نشانی تهران، خیابان طالقانی، نبش خیابان شهید موسوی (فرصت)، پلاک ۱۷۵ (سالن اجتماعات طبقه دهم) برگزار می‌شود، حضور بهم رسانند. چنانچه مجمع عمومی فوق العاده در تاریخ ۱۴۰۱/۱۱/۱۳ با حضور تمام اعضا، مجمع نوبت دوم بر اساس مفاد ماده ۲۵ اساسنامه اتحادیه در ساعت ۱۴:۰۰ روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۱/۱۱/۲۸ در همین مکان برگزار خواهد شد.

دستور مجمع عمومی فوق العاده:

اصلاح و تصویب موضوع فعالیت اتحادیه
تصویب اساسنامه جدید اتحادیهسید ابوالقاسم هاشمی
بازرس اتحادیه

سبزه‌پوشی بورس تهران در روزهای آخر آذر

شاخص بورس ۱.۵ میلیونی شد

در پایان معاملات روز یکشنبه ۲۷ آذرماه، شاخص کل بورس با رشد ۳۰ هزار و ۳۰۸ واحدی (۲.۰۶ درصد) در ارتفاع یک میلیون و ۵۰۰ هزار واحد ایستاد. شاخص کل هم‌وزن نیز با ۷ هزار و ۴۸۴ واحد (۱.۷۱ درصد) افزایشی به تراز ۴۴۳ هزار و ۹۶۲ واحد رسید. در معاملات بورس تهران، بیش از ۱۰ میلیارد و ۴۱۰ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار بر ارزش ۵۸ هزار و ۷۳۳ میلیارد ریال معامله شد.

صنایع پتروشیمی خلیج فارس (فارس) با ۴ هزار و ۸۸۹ واحد، فولاد مبارکه اصفهان (فولاد) با ۳ هزار و ۲۹۰ واحد، ملی صنایع مس ایران (فملی) با ۲ هزار و ۵۹۱ واحد، معدنی و صنعتی چادرملو (کچاد) با یک هزار و ۳۴۹ واحد، سرمایه‌گذاری غدیر (وغدیر) با یک هزار و ۲۶۳ واحد، پتروشیمی نوری (نوری) با ۸۵۲ واحد و پالایش نفت اصفهان (شسینا) با ۸۲۰ واحد تأثیر مثبت بر شاخص بورس داشتند. در مقابل نیز سایپا (خسایا) با ۳۱ واحد، سرمایه‌گذاری توسعه آذربایجان (آذآر) با ۳۰ واحد و زامیاد (خزامیا) با ۱۶ واحد، با تأثیر منفی بر شاخص بورس همراه شدند. همچنین گسترش سرمایه‌گذاری ایران خودرو (خگستر)، ایران خودرو (خودرو)، شرکت سرمایه‌گذاری تامین اجتماعی (شستا)، سایپا (خسایا)، فولاد مبارکه اصفهان (فولاد)، پالایش نفت اصفهان (شسینا) و ملی صنایع مس ایران (فملی) در گروه نمادها پُرترانکشی قرار داشتند. گروه خودرو هم در معاملات روز گذشته صدرنشین برترین گروه‌های صنعت شد و در این گروه یک میلیارد و ۹۶۰ میلیون برگه سهم به ارزش ۷ هزار و ۱۲۶ میلیارد ریال دادوستد شد.

در آن سوسوی بازار نیز شاخص کل فرابورس ایران مجدداً وارد کانال ۱۹ هزار واحد شد و با ۱۶۴ واحد افزایش تا رقم ۱۹ هزار و ۲۲ واحد پیشروی کرد. در این بازار بیش از ۶ میلیارد و ۳۸۹ میلیون برگه سهم و اوراق مالی دادوستد شد و تعداد دفعات معاملات فرابورس بیش از ۳۰۰ هزار و ۲۸۲ نوبت بود. فولاد هرمزگان جنوب (هرمز)، پتروشیمی زاگرس (زاگرس)، آهن و فولاد غدیر ایرانیان (فغدیر)، پلیمیر آریاساسول (آریا)، پتروشیمی تندگویان (شگویا) و نفت ایرانول (شرانل) تأثیر مثبت بر این شاخص داشتند. همچنین بیمه پاسارگاد (پاس)، بیمه تجارت نو (بنو)، فرابورس ایران (فرابورس) و پیشگامان فن آوری و دانش آرامیس (تپسی) با تأثیر منفی بر رشد این شاخص همراه شدند.



صعودی به بازار باز خواهد گشت که علت آن را می‌توان افزایش سودآور شدن بنگاه‌ها دانست.»
کانال جدید در بازار سهام

فراخوان مناقصه عمومی / یک مرحله ای / دو نوبته
موضوع: خرید ۲۱ قلم قطعات یدکی انجین وارتسلا
شماره: ۲۰۰۱۰۹۱۸۷۱۰۰۰۰۴۳
شماره آگهی: ۱۴۲۴۴۱۵

مدت قرارداد: ۱۲۰ روز
زمان توزیع اسناد مناقصه: توزیع اسناد مناقصه و کاربرد استعمال ارزی کیفی بین مناقصه گران از تاریخ انتشار آگهی نوبت اول در روزنامه کثیرالانتشار به مدت ۵ روز کاری خواهد بود.
زمان ارائه پیشنهاد حداکثر تا ساعت ۱۵:۰۰ روز دوشنبه ۱۴۰۱/۱۱/۱۹
زمان بازگشایی پاکت ها: ساعت ۱۰:۰۰ روز سه شنبه ۱۴۰۱/۱۱/۲۰
شرایط متقاضیان شرکت در مناقصه:
۱- ارائه مجوز خرید، فروش و یا تولید از مراجع ذیصلاح الزامی می باشد.
۲- ارائه گواهینامه تایید صلاحیت ایمنی شرکت بیمه‌نگاری از اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی.
۳- مبلغ تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار: مبلغ ۲.۸۴۴.۰۰۰.۰۰۰ ریال ضمانتنامه بانکی مطابق با این نامه تضمین معاملات دولتی به شماره ۱۱۳۳۰۲ / ۵۵۰۶۵۹ / ۵۵۰۶۵۹ تاریخ ۱۳۹۲/۰۷/۲۲ (واربز وجه نقد به حساب سبیا بانک ملی به شماره حساب ۵۷۱۲۱۲۷۲۴ / ۴۱۰۱۰۹ / نزد بانک مرکزی و در وجه شرکت انتقال گزاینان - منطقه یک انجام گیرد)
مدت اعتبار پیشنهادها: پیشنهاد مناقصه گران و ضمانت نامه شرکت در فرایند ارجاع کار به مدت ۳ ماه از آخرین تاریخ بازگشت پاکت معتبر بوده و در صورت درخواست مناقصه گذار از ۳ ماه دیگر قابل تمدید باشد.
اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه:
مرکز تماس: ۰۲۱ - ۴۱۹۲۴ / ۰۲۱ - ۸۸۱۶۱۷۲۷ / ۰۲۱ - ۸۵۱۳۷۶۸ / ۰۲۱
کلیه مراحل برگزاری مناقصه از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند.
آدرس: خوزستان - امیدیه - میانهکو - شرکت انتقال گاز ایران - منطقه یک
مستوفی پستی: ۳۱۵ / کدپستی: ۱۱۲۸۴ - ۶۳۷۸۱ / تلفن امور بیمه‌انها: ۰۶۱ - ۵۲۶۵۲۵۱۱

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۰۹/۲۷
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۰۹/۲۸

روابط عمومی منطقه یک عملیات انتقال گاز

آگهی مزایده عمومی
شهرداری اندیشه
شهرداری اندیشه در نظر دارد به استناد مجوز شماره ۵۵۵۲/۰۶ مورخ ۱۴۰۱/۰۹/۰۶ موضوع لایح بند ۱۰ مصوبه شماره ۲۶ مورخ ۱۴۰۱/۱۱/۱۷ شورای اسلامی شهر اندیشه، نسبت به واگذاری امتیاز بهره برداری از ۲۲ باب واحد تجاری فرسایم شهرداری اندیشه از طبقه اول مجتمع تجاری اندیشه از طریق مزایده عمومی بصورت یکجا به انتخاب حقیقی واحد شرایط اقدام نماید.
۱- موضوع مزایده:
اعبارت است از واگذاری امتیاز بهره برداری از ۲۲ باب واحد تجاری از طبقه اول مجتمع تجاری اندیشه نور به صورت یکجا به مدت سه سال شمسی
۲- شرایط فروش: مبلغ پایه کارشناسی شده به شرح جدول ذیل می باشد:
جمع اجاره هفتاد و نوبت به سال (ریال): ۲۲۲۲۲۲۲۶۰۰۰۰
بابت سال اول (ریال): ۶۷۵۶۰۰۰۰۰۰
بابت سال دوم (ریال): ۷۳۳۲۰۰۰۰۰۰
بابت سال سوم (ریال): ۸۱۷۲۷۶۰۰۰۰۰

نسخه ۱: به منظور راه اندازی، تجهیز، بهره‌برداری و رونق کسب و کار برای بهره برداران
۲: ماه نخست از تاریخ ایلان قرار داد به برنده مزایده محاسبه خواهد شد.
۳- تضمین شرکت در مزایده:
سپرده شرکت در مزایده مبلغ ۱/۱۱۸/۱۱۸/۰۰۰ ریال میبایست که مبنایست تا پایان مهلت تسلیم پیشنهاد قیمت به یکی از صورت‌های ذیل به واحد دبیرخانه شهرداری تسلیم و شماره ثبت پاکت‌ها را دریافت نمایند.
الف) رسید بانکی وارز وجه مزبور به شماره حساب سپرده ضمانت شرکت در مزایده
ب) نزد بانک ملی شمه شهر اندیشه کد ۲۲۱۷
ج) ضمانت نامه بانکی
تذکر: ۱- مدت اعتبار تضمین فوق باید حداقل سه ماه پس از تاریخ افتتاح پیشنهادها بوده و برای سه ماه دیگر نیز قابل تمدید باشد و علاوه بر آن ضمانت نامه‌های بانکی باید طبق فرم‌های قابل قبول تنظیم شود.
۲- در پیشنهادهایی که سپرده شرکت در مزایده آنها به غیر از موارد فوق باشد ترتیب اثر داده نخواهد شد.
۳- مدارک لازم جهت دریافت اسناد مزایده:
۴- مدارک لازم جهت دریافت اسناد مزایده:

۱- ا ارائه گزارش عملکرد هیئت‌مدیره و بازرس
۲- تصویب صورت‌های مالی منتهی به ۱۴۰۰/۱۲/۲۹
۳- تصویب بودجه ۱۴۰۱
۴- تعیین و تصویب میزان ورودیه و حق عضویت سالیانه اعضاء
۵- تعیین و تصویب روزنامه کثیرالانتشار
۶- انتخاب بازرس اصلی و بازرس علی‌البدل
۷- انتخاب اعضاء اصلی و علی‌البدل هیئت‌مدیره

ابوالقاسم هاشمی
بازرس اتحادیه

بهر روز گویانی - شهردار شهر اندیشه

راهنمای بازاریابی در پینترست: همراه با بررسی مزایا و نقاط ضعف آن

از مردم تا وقتی اینستاگرام، یوتیوب و هزار و یک پلتفرم دیگر دم دست‌شان است، حتی گذرشان هم سمت پینترست نمی‌افتد. به همین خاطر در ارزیابی دقیق از وضعیت پینترست خیلی از برندها دور آن را خط می‌کشند. اگرچه اغلب بازاریاب‌ها صرفا از مارکترهای کارکشته تقلید می‌کنند، اما دلیل اصلی ترس از پینترست ترافیک به شدت ویژه آن است، نه چیزی دیگر.

وقتی از ترس، ویژه حرف می‌زنیم، منظورمان کمبود کاربران پینترست نیست. در عوض کسانی که در پینترست حضور دارند، معمولا سلیقه به شدت خاصی داشته و دنبال محتوای تخصصی هستند. به همین خاطر بازاریابی به طور عمومی یا کلی در این فضا سودی نصیب برندها نخواهد کرد. بنابراین اگر فکر کرده‌اید بازاریابی در این پلتفرم هم مثل توئیتر یا کسب و وب است، سخت در اشتباهید. **نقطه ضعف دوم، پینترست کسب و کار محروم نیست!**

همانطور که قبلا گفتیم، پینترست یکی از بهترین پلتفرم‌ها برای بازاریابی محسوب می‌شود؛ چراکه مثل یک دوست وفادار نه تنها دنبال کسب درآمد از قبل شما نیست، بلکه کلی اطلاعات تخصصی را نیز به طور کاملا رایگان در اختیارتان قرار می‌دهد. اگر بازاریاب باهوشی باشید، خیلی زود به این ماجرا شش کرده و دنبال یک ایراد مهم می‌گردید. هرچه باشد کسی در دنیا دانش به حال شما نشوخته که قسید درآمدزایی را بزندا؛ ماجرا درباره امکانات عجیب و غریب پینترست برای بازاریاب به یک نکته کلیدی ختم می‌شود. مدیران پینترست اساس این پلتفرم را برای کسب و کارها طراحی نکرده‌اند. این یعنی هدف اصلی در پینترست کیفیت بالای دسترسی کاربران به ایده‌های بصری است. حالا اگر برندها این وسط توانایی بازاریابی پیدا کردند، وگرنه دغدغه اصلی مدیران پینترست نیست کسب و کارها در پلتفرم‌شان نیست. احتمالا این نکته که پینترست دغدغه کسبب و کارها را ندارد، خیلی برای‌تان تکان‌دهنده خواهد بود. این امر باعث شده برندها معمولا با ترس و لرز وارد دنیای رنگارنگ پینترست شوند. البته ماجرا همیشه تا این اندازه پیچیده نیست؛ چراکه بدون مزایای شاخص برای برندها، کاربران اعتماد بیشتری به پینترست دارند. همین امر بازاریاب‌های کارکشته را مجاب کرده هر طور شده در این پلتفرم دست به تولید محتوا بزنند. بنابراین در یک تحلیل کلی شما باید انتظار شرایط سخت‌تر برای بازاریابی در پینترست را داشته باشید. با این حال چنین سختی در صورتی که از کارتان مطمئن باشید، ارزشش را خواهد داشت. ادامه در صفحه آخر

خریدهای بی‌رویه لایک و فالورر است. شاید فکر کنید این کاربران هستند که تعداد لایک و فالورر را تا این اندازه مهم کرده‌اند. در این صورت باید پای الگوریتم شبکه‌های اجتماعی را نیز به بحث باز کنیم. اگر محتوای شما در توئیتر لایک، کامنت یا ری‌توئیت زیادی دریافت نکند، فقط آنهایی که شما را فالو داشته باشند، محتوای‌تان را خواهند دید. به علاوه، خیلی وقت‌ها برای فالورر بردتان هم محتوای بدون لایک یا کامنت نمایش داده نمی‌شود. هم اینها کلی دردسر برای برندها به همراه داشته و کارشان را حسابی سخت می‌کند. این وسط اوضاع پینترست کاملا متفاوت است. کاربران در پینترست بدون هیچ دردسری امکان مشاهده انواع و اقسام محتوا و ایده‌های مختلف را دارند؛ به همین سادگی! ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم امپراتوری لایک و فالورر در شبکه‌های اجتماعی به زودی از بجه خاودر رفت. در این مسیر پینترست از مدت‌ها قبل برای حذف اهمیت چنین مواردی گام برداشته و حسابی هم بین بازاریاب‌ها محبوب شده است. پس اگر دوست دارید طعم بازاریابی به سبک آینده‌نگرانه را بچشید، پینترست را دست کم نگیرید.

مزیت چهارم: بازاریابی بدون هزینه

در دورانی که ایلان ماسک قدم به قدم کار بسا توئیتر را پولی می‌کند، آشنایی با پلتفرمی محبوب که هنوز خیلی پولکی نشده، بهترین هدیه دنیا برای بازاریاب‌ها خواهد بود. بی‌شک هر کاری در بُعد تبلیغاتی‌اش روی دست بردنها هزینه زیادی می‌گذارد، اما وقتی پای بازاریابی وسط باشد، پینترست خیال من و شما را راحت کرده است. بر این اساس شما می‌توانید بدون نگرانی بابت از دست دادن بودجه کارتان در پینترست را شروع کرده و یک دلار هم از سرمایه‌تان کم نشود.

بازاریابی تا حد زیادی شبیه سرمایه‌گذاری در بورس است. اگر شما بدون مقدمه کارتان را با خرید و فروش سهام‌های واقعی شروع کنید، احتمالا کلی ضرر کرده و دست خالی روانه خانه خواهید شد. با این حال اگر تا چند هفته به طور آزمایشی کارتان در این صنعت بزرگ را دنبال کنید، نتیجه بسیار بهتری در انتظاراتان خواهد بود. پس به جای اینکه همان اول کار با انواع و اقسام گزینه های تبلیغاتی دخل همه بودجه‌تان را بیاورید، کمی هم به فکر بازاریابی ارگانیک باشید. به ویژه که پینترست هم حمایت خوبی از کمپین‌های ارگانیک کرده و چشمداشت مالی نیز به کمپین‌ها ندارد.

نقطه ضعف اول: ترافیک به شدت ویژه

پینترست فضایی عمومی برای گشت و گذار همه نیست. خیلی

مدیران پینترست خیلی خوب به اهمیت دسترسی ساده کاربران به پلتفرم‌شان و بارگذاری بی‌دردسر انواع لینک‌ها توجه داشته‌اند. به همین خاطر از همان ابتدا محدودیتی برای کاربران در زمینه آپلود لینک قرار نداده‌اند. این نکته یکی از مزایای بی‌نهایت جذاب پینترست برای مارکترها محسوب می‌شود. به ویژه اگر تجربه بازاریابی در اینستاگرام را داشته باشید، این نکته اهمیتی دوچندان برای‌تان پیدا خواهد کرد.

مزیت دوم، دسترسی ساده به اطلاعات

هر بازاریابی دوست دارد کارش را با دقیق‌ترین اطلاعات دنیا پیش ببرد. به همین خاطر نیز معمولا شبکه‌های اجتماعی گزارش‌های متوعی در اختیار بازاریاب‌ها قرار می‌دهند. البته این گزارش‌ها اصلا جواب کار مارکترهای حرفه‌ای را نمی‌دهد. به همین خاطر بازاریاب‌های کاردرست مثل جویندگان طلا دنبال بهترین پلتفرم‌ها و موسسات برای دریافت اطلاعات دقیق درباره عملکرد محتوای‌شان هستند. البته یک استثنا مهم این وسط وجود دارد و آن وضعیت پینترست است. شما به عنوان یک بازاریاب کاربلد لازم نیست کلی از وقت‌تان را برای پیدا کردن موسسات معتبر تلف کنید. در عوض گزارش‌های لحظه به لحظه پینترست آنقدر دقیق و کاربردی هست که شما را از هر منبع دیگری بی‌نیاز کند. خب مگر یک بازاریاب به غیر از اطلاعات دقیق درباره کمپینش دیگر چه چیزی برای موفقیت لازم دارد؟

الگوریتم پیشرفته پینترست مارکترها را طوری جلو می‌اندازد که انگار سوار ماشین زمان شده‌اید و در سال ۲۰۵۰ مشغول بازاریابی هستید. فکر می‌کنم شما هم قبول داشته باشید با این حساب رابط کاربردی گنج پینترست قابل توجهی باشد، مگر نه؟

مزیت سوم: الگوریتم پیشرفته بدون نیاز به لایک یا کامنت
اینستاگرام و سایر شبکه‌های اجتماعی چند سالی هست که دنبال کاهش اهمیت لایک و کامنت در پلتفرم‌شان هستند. باور کنید یا نه، محوریت لایک و کامنت خیلی وقت‌ها برای کاربران دردرساز می‌شود. اجازه دهید یک مثال کلیدی در این رابطه بزنیم. برندی را فرض کنید که تازه وارد عرصه رقابت با بقیه کسبب و کارها شده و هر روز یک پست آموزشی برای مخاطبش بارگذاری می‌کند. در فضایی که تعداد لایک و کامنت حرف اول و آخر را می‌زند، احتمالا مدیران برند قسه‌مان دیر یا زود به این نتیجه می‌رسند که باید دست به جیب شده و کلی لایک و کامنت فیسک بخرند. فضای عجیب و غریب خیلی از شبکه‌های اجتماعی دقیقا به خاطر همین

نویسنده: علی آل علی
زمانی که هنوز اینستاگرام در حد استارت‌آپی صفرکیلومتر به حساب می‌آمد، پینترست چند ماهی در بازار دست به دست شده و محبوبیت بی‌نهایت بالایی نیز به دست آورده بود. آن زمان پینترست بسا تمرکز بر روی محتوای بصری دل خیزی از کاربران را برد و تا همین امروز هم میلیون‌ها نفر در سراسر دنیا اوقات فراغت‌شان را با این پلتفرم دوست‌داشتنی پر می‌کنند. بازاریاب‌ها هم برای اینکه از قافله عقب نمانند، خیلی زود دست به کار شده و دنبال راه و رسم مارکتینگ در این فضا رفتند. اگرچه تا همین الان هم کلی کمپین موفق در پینترست اجرا شده اما هنوز هم خیلی از بازاریاب‌ها ترس زیادی برای ورود به این فضا دارند. چراکه پینترست آنقدر که اینستاگرام یا توئیتر در کانون توجه هستند، اسم و رسمی به هم نزنده است. گاهی اوقات کار با این پلتفرم نیز گیج‌کننده می‌شود. پس چه بهتر که بدون حتی یک تلاش خشک و خالی قید آن را بزنیم!

اگر از مخاطب‌های پر و پاقرص روزنامه فرصت امروز باشید، خیلی خوب می‌دانید ما اصلا میانه خوبی با خالی کردن میدان نداریم. شما تا وقتی خودتان وارد گود نشده و شانس‌تان در این فضا را امتحان نکرده‌اید، نباید تسلیم شوید. خب مگر در این دنیا کار راحت هم وجود دارد؟ به همین خاطر ما در این مقاله کنارتان هستیم تا زیر و بم بازاریابی در پینترست را دربیاوریم. یادتان نرود در این مسیر شما تنها نیستید، بلکه میلیون‌ها بازاریاب دیگر هم به دنبال راهکارهایی برای موفقیت در پلتفرم محبوب پینترست هستند. به همین خاطر ما کارمان را از زیر سفر شروع می‌کنیم. این یعنی اول از همه یک تعریف درست و حساسی از پینترست و ویژگی‌های این پلتفرم را بررسی کرده و بعد هم مثل همیشه سراغ مزایای مارکتینگ در آن می‌رویم. البته اینجا یک تفاوت عمده میان مقاله‌مان درباره پینترست با بقیه مقالات‌مان در روزنامه فرصت امروز هست. ما در بررسی پینترست فقط به مزایای آن اکتفا نکرده‌ایم، در عوض سری هم به معایب و مشکلات بازاریابی در این محیط زده‌ایم.

بازاریاب‌ها مثل کارگردان‌ها هزاران دلیل برای رد کردن یک فیلمنامه یا انصراف از مشارکت در پروژه‌های سینمایی مختلف دارند. با این حال ما اینجا هستیم تا به شما ثابت کنیم بازاریابی در پینترست آنقدرها هم به ضررتان تمامی نمی‌شود و چه بسا با طراحی یک استراتژی استاندارد سکوی پرتابی برای موفقیت‌های سریالی پیدا کنید. پس آب دست‌تان است زمین گذاشته و در ادامه با ما همراه شوید.

پینترست چه مدل پلتفرمی است؟

همانطور که در مقدمه گفتیم، ما این مقاله را از زیر صفر شروع می‌کنیم. اجازه دهید فرض کنیم هیچ‌کدام از ما تا حالا اسم پینترست هم به گوشش نخورده و اصلا نمی‌دانسد چطور باید از آن استفاده کند. احتمالا در چنین شرایطی گوگل بهترین منبع برای آشنایی با چنین پلتفرم ناشناخته‌ای خواهد بود. کافی است پینترست را گوگل کنید تا میلیون‌ها صفحه برای‌تان بالا بیاید. بی‌شک همین نتایج فراوان هم آدم را گیج می‌کند، اما مطابق معمول کسی حوصله ندارد صفحات گوگل را زیر و رو کرده و به همان نتایج ابتدایی اکتفا می‌کند. اگر بخواییم براساس نتایج گوگل به تعریف ساده سرهم کنیم، باید گفت پینترست در واقع یک پلتفرم عکس‌محور است که اتفاقا قبل از اینستاگرام هم وارد بازار شده. بی‌شک تعریف بالا اطلاعات مفیدی برای بازاریاب‌های کاملا ناآشنا به پینترست دارد اما کسانی که قبلا تنی به آب زده و تا حدودی با پینترست آشنا هستند، انتظار حرفی پر و پیمان‌تر را خواهند داشت. به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز پینترست را پلتفرمی دارای الگوریتم هوشمند برای جست و جوی ساده ایده‌ها در قالب محتوای بصری می‌دانیم. تاکید ما بر روی محتوای بصری به این خاطر است که با کمی گشت و گذار در این پلتفرم متوجه تنوع فرمت‌ها در قالب ویدئوی کوتاه و گیف خواهید شد. به همین خاطر اگر با سختگیری تمام به ماجرا نگاه کنیم، پینترست فقط مربوط به عکس نیست، ماجرا جالب بود، نه؟

یکی از دلایل سختی کار با پینترست الگوریتم پیچیده آن برای جست و جو از میان انبوه محتوای این پلتفرم است. شما در پینترست به جای اینکه صرفا با هشتک‌ها سر و کار داشته باشید، باید مفاهیمی نظیر پین (Pin) و بُرد (Board) را نیز بشناسید. دقیقا به همین خاطر بعضی از بازاریاب‌ها خیلی بی‌تفاوت از کنار مارکتینگ در پینترست عبور می‌کنند. اگر نظر ما را بپرسید، می‌گوییم آشنایی با این مفاهیم اصلا کار سختی نیست و به محض اینکه آنها را یاد بگیرید کار برای‌تان بی‌نهایت ساده خواهد شد. کافی است تا انتهای این مقاله با ما همراه باشید تا بدل به یک بازاریاب همه فر حریف در پینترست شوید.

مزایا و معایب پینترست: به وقت دو دوتا چهار تا!

حالا که یک تعریف دقیق از پینترست در دست داریم، باید کم کم جلوتر رفته و با مزایای مارکتینگ در این پلتفرم نیز آشنا شویم. سرمربی‌های مشهور فوتبال مثل کلوب یا مورینیو معمولا قبل از اینکه یک تاکتیک جدید را پیاده کنند، طوری آن را زیر تیغ نقد می‌برند که نگو. ما هم اینجا قصد داریم مثل همین سرمربی‌ها کارمان را با نهایت سختگیری جلو ببریم. اجازه دهید بدون مقدمه چینی‌های کلیشه‌ای یک راست برویم سر اصل مطلب؛ این شما و این هم مزایای و معایب بازاریابی در پینترست.

مزیت اول: دسترسی به ترافیک بالا

پینترست کاربران بی‌نهایت زیادی در سراسر دنیا دارد که بارها و بارها در طول روز به اکانت‌شان سر می‌زنند. ترجمه این عبارت به زبان بازاریابی یعنی دسترسی ساده به ترافیک بالا که اصلا هم کار راحتی نیست. این روزها اگر یک بازاریاب نتواند به ترافیک مناسب دسترسی داشته باشد، کلاهش پس معرکه خواهد بود. چراکه بهترین کمپین‌های بازاریابی هم وقتی کسی نباشد تا تماشای‌شان کند، فایده‌ای نخواهند داشت.

همانطور که راه‌اندازی یک فروشگاه در مرکز شهر دسترسی شهروندان را بی‌نهایت ساده می‌کند، بازاریابی در پینترست هم به سادگی امکان بازدید کاربران از هر سایت یا دستگاه هوشمندی را به همراه دارد. برخلاف شبکه‌های اجتماعی مثل اینستاگرام،

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان گیلان
اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک ناحیه یک رشت
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 ۱۰۰۲۳۲۸/۱۴۰۱۰۶۰۲۱۸۰۱ مورخه ۱۴۰۱/۰۹/۱۰ موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ناحیه یک رشت تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای محمدرضا شادمان شهرستانی به شناسنامه شماره ۰۰۲۰۲۸۲۳۸/۰۰۲۰۲۸۲۳۸/۰۰۲۰۲۸۲۳۸ صادره از تهران فرزند مصطفی در شناسانگ یک باب خله و محوطه به مساحت ۴۵۵ متر مربع به شماره پلاک فرعی ۱۹ از پلاک شماره ۱ فرعی از اصلی ۹ واقع در باغچه بنه بخش ۹ گیلان حوزه ثبت ملک ناحیه یک رشت به نام مالک رسمی اولیه مصطفی قربانی باغی، احراز مالکیت متقاضی نسبت به ملک مورد تقاضا و انتقال ملک از مالک رسمی به متقاضی محرز گردیده است . لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی 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 ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراضی 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: ۱۴۰۱/۰۹/۲۸
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۱۱/۱۲

۲۰۵۹ م الف
رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه یک رشت- سیدمحمد فرزانه شال
رشت- سیدمحمد فرزانه شال
۱۲۵

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان گیلان
اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک ناحیه یک رشت
هیات موضوع قنون 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 اره به شماره‌های ۱۰۰۲۴۹۹/۱۴۰۱۰۶۰۳۱۸۰۱ مورخه ۱۴۰۱/۰۹/۱۴ مورخه ۱۴۰۱/۰۹/۱۴ موضوع قنون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ناحیه یک رشت تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضیان آقای میلاد عبدالهی ماموتان به شناسنامه شماره ۵۱۳۶ کد ملی ۲۵۹۵۸۹۵۹۱ صادره از رشت فرزند جعفر و آقای رضا حکمت زاده به شناسنامه شماره ۲۹۶۰ کد ملی ۰۶۴۲۲۴۴۳۱/۰۶۴۲۲۴۴۳۱ صادره از تهران فرزند لروجعلی محکلی هر کدام در سه دانگ مشاع از شناسانگ یک باب خله و محوطه به مساحت ۲۰۱۹۵ متر مربع به شماره پلاک فرعی ۱۶۸۲ از پلاک شماره ۱ فرعی از اصلی ۲۱ واقع در بخش ۱۱ گیلان حوزه ثبت ملک ناحیه یک رشت به نام مالک رسمی اولیه حسن لوبچ نوجاهی، احراز مالکیت متقاضی نسبت به ملک مورد تقاضا و انتقال ملک از مالک رسمی به متقاضی محرز گردیده است . لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی 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 ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراضی 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: ۱۴۰۱/۰۹/۲۸
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۱۱/۱۲

۲۰۹۴ م الف
رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه یک رشت- سیدمحمد فرزانه شال
رشت- سیدمحمد فرزانه شال
۱۲۹

هیات موضوع قانون تعیین و 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 ۰۲۰۷۵۶۴/۱۴۰۱۰۶۰۳۱۸۶۰ مورخ ۱۴۰۱/۰۸/۰۸ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ملک ناحیه ۲ رشت، تصرفات مالکانه بلامعارض آقای سیدعلی قلمی حسینی فرزند سیدفرابعلی به شماره شناسنامه ۶۲ صادره از لاهیجان در قریه خسیج در سه دانگ مشاع از شناسانگ یک قطعه زمین مشتمل بر بنای احدائی به مساحت ۱۸۸۴۴ متر مربع پلاک فرعی ۱۲ از اصلی ۱۲ فرروز مجزی از پلاک ۲۶۲۴ از اصلی ۱۲ واقع در بخش چهار رشت خریداری از مالک رسمی آقای پرویز شعبانی کسخی و خاتم اشرف میروبان محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراضی خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراضی 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: ۱۴۰۱/۰۹/۲۳
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۰۹/۲۸

۱۸۸۵ م الف
رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه دو رشت- سعید بدوی
بدوی
۱۰

هیات موضوع قانون تعیین و 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 ۰۲۰۷۵۶۵/۱۴۰۱۰۶۰۳۱۸۶۰ مورخ ۱۴۰۱/۰۸/۰۸ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ملک ناحیه ۲ رشت، تصرفات مالکانه بلامعارض خاتم سکینه بدر کستانی فرزند حبیب اله به شماره شناسنامه ۷۵ صادره از لاهیجان در قریه خسیج در سه دانگ مشاع از شناسانگ یک قطعه زمین مشتمل بر بنای احدائی به مساحت ۱۸۸۴۴ متر مربع پلاک فرعی ۲۳۵۶۷ از اصلی ۱۲ فرروز مجزی از پلاک ۲۶۲۴ از اصلی ۱۲ واقع در بخش چهار رشت خریداری از مالک رسمی آقای پرویز شعبانی کسخی و خاتم اشرف میروبان محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی 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 ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراضی 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: ۱۴۰۱/۰۹/۱۳
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۰۹/۲۸

۱۸۸۳ م الف
رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه دو رشت- سعید بدوی
همایون صفری - رئیس واحد ثبتی حوزه ثبت ملک اسلامشهر
۱۱

هیات موضوع قانون تعیین و 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 ۰۳۰۰۷۸۲/۱۴۰۱۰۶۰۳۱۸۶۰ مورخ ۱۴۰۱/۰۷/۲۱ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ملک ناحیه ۲ رشت، تصرفات مالکانه بلامعارض آقای علی ساعدی فشتمی فرزند محرمعلی به شماره شناسنامه ۱۶ صادره از رشت در قریه ختاجاه در شناسانگ یک قطعه زمین مشتمل بر بنای احدائی به مساحت ۹۲۲۲۲ متر مربع پلاک فرعی ۱۶۱۰ از اصلی ۹۴ فرروز مجزی از پلاک ۲۶ از اصلی ۹۴ واقع در بخش چهار رشت خریداری از مالک رسمی آقای محمد صادق مهری ختاجاه محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی 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 ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراضی 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: ۱۴۰۱/۰۹/۱۳
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۰۹/۲۸

۱۸۹۵ م الف
رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه دو رشت- سعید بدوی
۱۲

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

برابر رای شماره ۰۱۰۵۱۴/۱۴۰۱۰۵۹۱۰۰۱۰۵۹۱۰۳۱۸۶۰ مورخ ۱۴۰۱/۸/۱۲ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی اسلامشهر تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای احمد امیر پور قوناققران فرزند فردان شماره شناسنامه۵۲۴۶ صادره از نیر با کدملی ۰۶۰۳۹۴۱۷۸۶۲ متر مربع دانگ یک قطعه زمین با بنای احدائی به مساحت ۸۲/۸۲ متر مربع پلاک ۴۳۰۰۲ فرعی از ۴۲ اصلی فرروز و مجزی شده در قسمتی از پلاک۳۲۲ فرعی از ۴۲ اصلی مذکور واقع در قریه قاسم آباد شاهی بخش ۱۲ تهران خریداری از مالکیت رسمی ستاد اجرایی فرمان حضرت امام (ره) محرز گردیده است . لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی میشود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند میتوانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت ۲ ماه اعتراض خود را به اداره ثبت اسناد و املاک اسلامشهر تسلیم نموده و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراضی دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم و گواهی تقدیم دادخواست به اداره ثبت محل تحویل نمایند . بدیهی است درصورت انقضاء مدت مذکور و عدم وصول اعتراض وایعدم گواهی تقدیم دادخواست طبق مقررات سند مالکیت متقاضی صادر خواهد شد .

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۹/۲۸
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۱۱/۱۲

همایون صفری - رئیس واحد ثبتی حوزه ثبت ملک اسلامشهر

مدیر کل راه آهن آذربایجان خبر داد؛

افزایش جابجایی بار از راه آهن آذربایجان



کاهش بار ترافیک جاده ای در بخش حمل بار را از مهمترین پروژه های حوزه ماموریتش عنوان کرد و گفت: این خطوط برای مجموعه های فولاد بناب، ششیرین عسل و سپهند آذر طراحی شده که پیش بینی می شود در دهه فجر امسال وارد مدار ریلی منطقه آذربایجان شوند.

وی به آمار واگنهای خطوط ریلی آذربایجان در سال گذشته اشاره کرد و گفت: این آمار سال گذشته ۵۰۰ دستگاه را که همگی اروپایی بودند شامل می شد اما امسال یک هزار و ۲۲۳ واگن در خطوط ریلی آذربایجان استفاده می شود که ۵۶۲ دستگاه آن واگن ایرانی و ۶۶۲ دستگاه نیز اروپایی است.

راه‌آهن آذربایجان به عنوان یکی از نواحی نوزده‌گانه راه‌آهن ایران در محورهای تبریز - میانه، تبریز - جلفا، تبریز- رازی، مراغه - ارومیه و در آینده نزدیک میانه - بستان آباد فعال است و خطوط ریلی این ناحیه به حدود یک هزار و ۱۰۰ کیلومتر می رسد.

راه‌آهن آذربایجان به استان‌های آذربایجان شرقی، آذربایجان غربی و اردبیل خدمت‌رسانی می کند.

ساخت موفقیت‌آمیز مقره پلیمری مقاوم در شرایط آلودگی هوا در برق منطقه‌ای خوزستان

اهواز - شبنم قجاوند: معاون تحقیقات و برنامه‌ریزی شرکت ن منطقه‌ای خوزستان از ساخت موفقیت‌آمیز مقره پلیمری مقاوم شرایط آب و هوایی خوزستان در پروژه تحقیقاتی این شرکت بر داد.

کیومرث زمانی با گرم‌آبادش هفته پژوهش گفت: افزایش غلظت نراونی ا‌رخداد پدیده ریزگر در خوزستان و ترکیب آن با طویبت ؛ در سال‌های اخیر، شبکه برق خوزستان را با چالش جدی مواجه وده که همین امر منجر به تعرف پروژه تحقیقاتی "تندوین دانش ی و ساخت نیمه صنعتی مقره پلیمری بر اساس شرایط آب و ایی خوزستان" در شرکت برق منطقه‌ای خوزستان شد. وی با ن اینکه این پروژه با طی مراحل اولیه در کمیته تحقیقات شرکت ن منطقه‌ای خوزستان به تیم تحقیقاتی دانشگاه شهید بهشتی با یت آقای دکتر رحمانی به عنوان محقق اصلی و سرپرست تیم یققاتی واگذار شد، افزود: در مرحله اول در این پروژه، وضعیت و هوایی خوزستان از نظر شدت آلودگی و نوع مواد آلاینده‌ای ، بر روی تجهیزات برق بخصوص مقره‌ها با رسوب می کند، بررسی گزارش مضمین کارون‌های ریزگرذ و خصوصیات یمپایی و مزیل جسنبدگی این آلاینده‌ها تندوین گردید.

معاون تحقیقات و برنامه‌ریزی شرکت برق منطقه‌ای خوزستان باقه کرد: سپس علل شکست عایقی در زمان بروز پدیده طویبت روی مقره‌های آلوده مورد بررسی و نشان داد که در دماهای

تبریز - **مجید مسلمی:** مدیرکل راه آهن آذربایجان زان بار جابجا شده در هشت ماهه امسال از طریق خطوط لسی منطقه را بیش یک میلیون و ۴۷ هزار تن اعلام و وان کرد: این رقم رشد ۱۱ درصدی را نسبت به مدت نایه سال گذشته نشان می دهد.

محمدرضا قربانی اظهار کرد: در هشت ماهه امسال ۴۹۰ ار تن بار بین الملل با استفاده از خطوط ریلی منطقه ریایجان جابجا شده که از رشد ۱۵ درصدی برخوردار ت. وی افزود: سهم صادراتی این میزان بار حمل شده ۲۱ هزار تن بود که نسبت به مدت مشابه سال قبل رشد ۱ درصدی داشته و ۱۳۲ هزار تن بار از طریق حمل و نقل لی وارد کشور شده است.

قربانی همچنین گفت: در سال جاری ۱۴۶ هزار تن کالا عنوان بار ترانزیت از طریق خطوط ریلی منطقه آذربایجان جابجا ده که این رقم در مقایسه با سال گذشته رشد ۱۰ درصدی داشته ت.

مدیرکل راه آهن منطقه آذربایجان اقالم صادراتی جابجا شده را دتا شیشه فراوری شده، محصولات نهایی حوزه آهن آلات، مواد روشیمی، صنایع غذایی مانند شیرینی و شکلات عنوان کرد.

افزایش ۳۶ درصد مسافرت ریلی از طریق راه آهن آذربایجان

مدیرکل راه آهن منطقه آذربایجان اعلام کرد: در هشت ماهه سال بیش از یک میلیون و ۶۰۷ هزار نفر از طریق راه آهن منطقه مسافرت کردند که نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۲۶ درصد ایش داشته است. قربانی اضافه کرد: تعداد مسافر جابجا شده در ط ویژه دانشگاه شهید مدنی در همین مدت، پنج هزار و ۱۰۰ نفر وده که با ۲ میل یاس ۳۳۶ نفره و یک قطار کوبه ای با ۲۰۰ نفر رفیت و در ۱۰ رام انجام می شود.

وی ایجاد سه خط فرعی برای ارائه خدمات بهتر و همچنین

افزایش صادرات بار توسط ناوگان ریلی راه آهن آذربایجان

مدیر کل راه آهن منطقه آذربایجان همچنین گفت: در سه ماهه نخست سال جاری ۹۶ هزار و ۸۵۹ تن بار از طریق ناوگان ریلی این منطقه صادر شده که این میزان نسبت به مدت مشابه سسال قبل ۳۱ درصد افزایش داشته است. محمدرضا قربانی افزود: در سه ماه نخست امسال ۱۵۸ میلیون و ۲۹۱ هزار و ۹۵۷ تن کیلومتر بار از طریق ناوگان ریلی این منطقه حمل شده است که این میزان بار خالص حمل شده نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۴۱ درصد افزایش یافته است. وی گفت: میزان بار تجمعی حمل شده در بخش بین المللی اعم از واردات، صادرات و ترانزیت راه آهن منطقه آذربایجان در سه ماهه سال جاری ۲۰۲ هزار تن است که این میزان نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۱۶ درصد افزایش نشان می دهد. قربانی، میزان بار ترانزیت شده در سه ماه اول سال جاری در این منطقه را ۵۷ هزار و ۷۲۲ تن بار اعلام کرد و ادامه داد: این میزان نسبت به مدت مشابه سال گذشته افزایش ۱۸ درصدی را نشان می دهد. وی همچنین اعلام کرد: در این مدت از طریق ناوگان ریلی منطقه آذربایجان ۵۹۲ هزار و ۲۸۰ مسافر جابجا شده است که این تعداد نسبت به مدت مشابه سال گذشته بیش از ۱.۱۶ برابر (۱۱۶ درصد) افزایش یافته است.

وی خاطر‌نشان کرد: تعداد مسافر جابجا شده در سه اول سال ۱۴۰۰ حدود ۲۷۴ هزار و ۷۷۹ مسافر بود. مدیرکل راه آهن منطقه آذربایجان گفت: این تعداد مسافر جابجا شده از طریق ناوگان ریلی این منطقه در این مدت شامل ۴۵۸ هزار و ۶۷۰ مسافر بین شهری و ۱۳۳ هزار و ۶۱۰ مسافر حومه ای است. قربانی، افزود: تعداد مسافران بین شهری و حومه ای جابجا شده در سه ماه اول سال جاری از طریق ناوگان ریلی منطقه آذربایجان نسبت مدت مشابه سال قبل به ترتیب ۸۳ و ۴۴۲ درصد افزایش داشته است.



قعی عضو هیئت مدیره شرکت سیمکانک بعنوان ناظر صنعتی پروژه نیز قرار گرفته است.

زمانی با بیان اینکه مستندات علمی منتشر شده حاصل از نتایج این تحقیق مورد استقبال مجامع علمی بین المللی نیز قرار گرفته است، گفت: برنامه این شرکت در گام بعدی، استفاده از این مقره در یک خط انتقال به عنوان نمونه است- تا در نهایت، در صورت موفقیت‌آمیز بودن استفاده عملی از این مقره‌ها، بخصوص اطعمیان از دوام و عمر مقرر، تجاری سازی و تولید انبوه این مقره‌ها در دستور کار قرار گیرد.

وی در پایان سا ققدرانسی از حمایت‌های دکتر دست‌بزرگ مدیرعامل محترم شرکت برق منطقه‌ای خوزستان در به سرانجام رسیدن این پروژه، از لیلی اصلاحپور مدیر دفتر تحقیقات و کارکنان آن واحد و همچنین دکتر رحمانی محقق پروژه و همکاران وی و دکتر شایگانی و دکتر شیخ قمی ناظرین دانشگاهی و صنعتی و در نهایت اعضای کمیته تحقیقات و اساتید عضو کمیته دکتر مرضوی و دکتر قهقه‌زاده، تقدیر و تشکر کرد.

مدیر کل بنیاد مسکن استان بوشهر:

اولین پروژه نهضت ملی مسکن در خورموج افتتاح می شود

سال آینده اولین پروژه نهضت ملی مسکن این استان در شهر خورموج افتتاح و در اختیار متقاضیان قرار بگیرد.

مدیر کل بنیاد مسکن استان بوشهر یادآور شد: پارسال ۱۵ میلیون مترمربع اسفالت معابر روستایی در استان بوشهر با اعتبار ۹۴ میلیارد و ۶۰۰ میلیون تومان در ۱۷۷ روستا انجام گرفته است. این در حالی است که طی سه سال قبل این میزان ۲ میلیون و ۸۰۰ متر مربع بوده است. به گفته مقدم، میانگین مقاوم سازی واحدهای مسکونی در استان بوشهر ۶۰ درصد است، که بیشترین درصد مربوط به شهرستان بوشهر با ۴۲ درصد است. استان بوشهر در این حوزه رتبه ششم کشور را دارد. این مقام مسئول خاطر‌نشان کرد: بر اساس تفاهم‌نامه مشترک بنیاد مسکن با سازمان برنامه و بودجه سهمیه ساخت ۱۵۰۰ واحد مسکونی به استان بوشهر تعلق گرفت که اکنون این پروژه با پیشرفت فیزیکی ۹۷درصد در ارائه تسهیلات در این زمینه اقدامات چشم گیری داشته است. استان کمک بلاعوض در این راستا پرداخت شده است و استان بوشهر به واسطه عملکرد مطلوب جزء استانهای بر تر کشور است.

وی با بیان اینکه عملیات اجرایی ۲۳۸۲ پروژه نهضت ملی مسکن در استان بوشهر آغاز شده است، عنوان کرد: تلاش می‌شود ۲۱ فروردین



رضایتمندی مردم در سطح روستاها می باشد. وی به فرهنگ مشارکت و همکاری مردم و دهیاری‌ها در اجرای پروژه‌های عمرانی با بنیاد مسکن اشاره کرد و افزود: این فرهنگ به خوبی در سطح استان نهادینه شده که موجب افزایش برنامه‌های توسعه محوری در سطح روستاها شده است. فکور با بیان اینکه فرمانداری همواره تلاش کرده که با داشتن هم افزایی و تعامل و با این نهاد انقلابی در راستای حل مشکلات روستائیان گام‌های موثرتری بردارد، تاکید کرد: دهیاران بهترین یاوران بنیاد مسکن در روستاها هستند و همواره باید در انجام کارهای اجرایی از تفکر و تجربه اهالی روستا و مشارکت مردمی استفاده کنند، چرا که مشارکت عمومی همه جانبه در عرصه سازندگی و آبادانی روستاها از اهمیت ویژه ای برخوردار است.

اخبار

اکران آثار مستندسازان قمی در جشنواره «سینما حقیقت»



قم- خبرنگار فرصت امروز: مستندهای «سرخدار» به کارگردانی محسن سخا و «ضیاءالدین» به کارگردانی محمدرضا دهستانی در شانزدهمین جشنواره بین‌المللی فیلم مستند ایران «سینماحقیقت»اکران شد.به گزارش روابط عمومی اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان قم، شانزدهمین دوره جشنواره بین‌المللی فیلم مستند ایران «سینما حقیقت» به دبیری محمد حمیدی مقدم در حالی برگزار شد که دو مستندساز قمی در این دوره از جشنواره حضور داشتند. محسن سخا:ز مستندسازان مطرح و شناخته‌شده قمی که تجربه حضور در این جشنواره را دارد، امسال با «سرخدار» در بخش «مسابقه کوتاه ملی» جشنواره حقیقت حاضر شد و مستندش در روزهای ۲۱ و ۲۵ آذرماه در پردیس سینمایی ملت به روی پرده رفت. او که در آثارش به حامیان محیط زیست نگاه ویژه دارد، در «سرخدار» به زندگی و دغدغه‌های جنگلبانی می‌پردازد که می‌کوشد زندگی بهتری برای اهالی روستای نزدیک جنگل ایجاد کند تا جنگل آسیب کم‌تری ببیند. سخا در این سال‌ها: «بناهای رؤیا»، «کتاب قانون»، «شاعری با چشم‌های آرام»، «مردمانی از جنس کویر»، «روزهای سفید»، «کارواش»، «فرزندان زمین»، «فریاد بلوط»، «قرنطینه»، «در قفس» و «همقدم» قاب گرفته است. مستندهایی که در جشنواره‌های متعددی از جمله «سینما حقیقت» به روی پرده رفته‌اند. محمدرضا دهستانی دیگر مستندساز قمی نیز امسال با «ضیاءالدین» به شانزدهمین جشنواره سینما حقیقت آمد و در بخش «شهید آوینی» به رقابت با یازده مستند پرداخت. مستند «ضیاءالدین» حقایقی کمتر شنیده شده از زندگی قرآنی رهبر معظم انقلاب و نقش ایشان در ترویج و نشر قرآن کریم را روایت می‌کند.

رئیس شورای اسلامی شهر یزد

حمل و نقل از بخش های مهم زیربنایی اقتصاد کشور



یزد - سید محمد جواد عرفان فر: رئیس شورای اسلامی شهر یزد گفت: حمل و نقل از بخش های مهم و زیر بنایی اقتصاد کشور است و سرمایه گذاری در این زمینه موجب پیشرفت کشور می شود. سیفی در یکصدو پنجمین جلسه علنی شورا، ۲۶ آذر ماه روز ملی حمل و نقل را به کارکنان این حوزه در کشور و به خصوص سازمان حمل و نقل شهر یزد و رانندگان تبریک گفت و مطرح کرد: در سال ۱۳۶۱ و در زمان جنگ تحمیلی حدود یکصد کشتی حامل کالا در بنادر جنوبی کشور در انتظار تخلیه بار بودند بحران ناشی از کاهش سوزی کالاهای ضروری در کشور و از طرفی تهدید کشتی های منظر تخلیه از روی عراق همچنین هزینه سنگین شمول بیمه ها در کشتی ها باعث نگرانی های دولتی اسلامی شهر یزد ادامه داد: بر این اساس با فرمان رهبر انقلاب امام خمینی(ره) و با مشارکت کامیون داران کشور جهادی کم نظیر رخ داد و کامیون داران برای تخلیه بارها در بنادر داوطلبانه اقدام کردند تا هرچه سریع تر بار تخلیه و در اختیار مردم قرار گیرد. به گفته وی، در چنین شرایطی کامیون داران صحنه هایی کم نظیر از فداکاری و ایثار در تاریخ انقلاب اسلامی را به ثبت رساندند به همین دلیل ۱۵ سال بعد به پیشنهادهای وزارت راه و ترابری سابق و جهت آگاهی اقشار مختلف مردم از نقش و جایگاه والای شبکه گسترده حمل و نقل کشور روز ۲۶ آذر ماه ۷۶ به عنوان روز حمل و نقل اعلام شد و از سوی شورای عالی فرهنگ عمومی کشور نیز این مناسبت به نقل رسید. سیفی وجود حمل و نقل را در کشور الزامی دانست و گفت: حمل و نقل از بخش های زیربنایی اقتصاد کشور به شمر می آید و بدون شبکه حمل و نقل تصور رشد و پیشرفت کشور غیر ممکن است، قطعاً سرمایه گذاری در حمل و نقل باعث افزایش رشد اقتصادی کشور می شود.

شبیه سازی و ساخت کارت های سوخت توربوکمپرسور تاسیسات رامسر



ساری - دهقان : مدیر منطقه ۹ عملیات انتقال گاز از اتام پروژه پژوهشی شبیه سازی و ساخت ۱۲ عدد کارت سوخت توربوکمپرسور تاسیسات رامسر خبر داد و گفت: با تحویل کارت ها، فرآیند تجاری سازی در آینده ای نزدیک انجام خواهد شد و امکان تهیه این کارت ها برای سایر تاسیسات تقویت فشار با توربوکمپرسورهای مشابه فراهم می شود. به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی منطقه ۹ عملیات انتقال گاز، محی الدین مفخمی با بیان اینکه امروزه پژوهش یکی از مهمترین نیازها برای پیشرفت و دست یابی به توسعه پایدار در هر جامعه ای است، اظهار کرد: حمایت از طرح های پژوهشی و کاربردی منجر به توسعه و پیشرفت در حوزه های مختلف و در نهایت خودکفایی می شود.وی به ضرورت همکاری سازمان ها با شرکت های دانش بنیان و دانشگاه ها اشاره کرد و افزود: منطقه ۹ بر اساس دستورالعمل های پژوهشی برای همکاری با شرکت های دانش بنیان دانشگاه های مختلف تفاهم نامه همکاری امضا کرده است. مفخمی به قرارداد منعقد شده ما بین منطقه ۹ و دانشگاه نوشیروانی بابل در ارتباط با پروژه " شبیه سازی و ساخت کارت های سوخت تاسیسات رامسر " اشاره کرد و افزود: پروژه پژوهشی شبیه سازی و ساخت عدد کارت سوخت توربوکمپرسور تاسیسات رامسر به اتمام رسید و با ساخت این کارت ها، یکی از نیازهای استراتژیک منطقه که وجود کارت های یدکی مورد نیاز سیستم سوخت توربین است، برای مهمترین تاسیسات شمال کشور مرتفع شد.مدیر منطقه ۹ عملیات انتقال گاز به موضوع تجاری سازی این محصول اشاره کرد و یادآور شد: هم اکنون به دلیل بومی سازی کارت های سوخت در این پروژه پژوهشی، این قابلیت وجود دارد که کارت ها به تعداد مورد نیاز تولید و در تاسیسات تقویت فشار گاز مشابه مورد استفاده قرار گیرد.

معاون امورصنایع اداره کل صنعت معدن و تجارت استان مرکزی خبرداد:

بازگشت ۱۵ واحد صنعتی راكد به چرخه تولید در استان مرکزی



اراک- فرناز امیدوی: معاون امورصنایع اداره کل صنعت معدن و تجارت استان مرکزی از بازگشت ۱۵ واحد صنعتی راكد این استان طی سال جاری به چرخه تولید خبر داد و گفت: بازگشت این واحدهای صنعتی به چرخه تولید زمینه اشتغال بیش از ۲۰۰ نفر را فراهم کرده است. لهراسی افزود:

بر اساس ابلاغ وزارت صمت، ۶۰ واحد تولیدی این استان باید تا پایان سال جاری به چرخه تولید بازگردند و از تمام ظرفیتهای استان برای تحقق این مهم استفاده می‌شود. وی اظهار کرد: ۲۲۱ واحد صنعتی راكد که قابلیت راه اندازی و احیا دارند در استان مرکزی شناسایی شده که براساس برنامه‌ریزی‌ها

و اولویت‌بندی‌های کارشناسی راه‌اندازی ۴۳ واحد در اولویت قرار گرفته است. معاون امورصنایع اداره کل صنعت معدن و تجارت استان مرکزی اظهار داشت: از واحدهای تولیدی راكد استان هیچ کدام متقاضی دریافت وام نبوده‌اند و در صورتی که هر یک از سرمایه‌گذاران متقاضی باشند تعامل و همکاری لازم در راستای رفع کمیبود نقدینگی و اصلاح ماشین آلات و عوامل تولید انجام می‌شود.

ستاره خلیج فارس پیشگام در برپایی اردوهای راهیان پیشرفت



بندرعباس- خبرنگار فرصت امروز: در راستای شناساندن دستاوردهای و توانمندی‌های متخصصان جوان کشور در بزرگترین پالایشگاه میعانات گازی جهان اردوهای راهیان پیشرفت در این پالایشگاه به صورت هفتگی برگزار می‌شود. به گزارش روابط عمومی و بین‌الملل شرکت نفت ستاره خلیج فارس، مدیرعامل شرکت نفت ستاره خلیج فارس بیان کرد، در راستای اجرای منویات مقام معظم رهبری مبنی بر جهاد تبیین و اولویت مهم تاریخ نگاری و بازگو کردن دستاوردهای نظام اسلامی در تمامی حوزه‌ها از جمله صنعت نفت، بهترین راهکار در راستای ایهام زدایی و هویت سازی برای مردم

به ویژه جوانانی که در معرض خوراک خبری مسموم قرار دارند، تشریح این دستاوردها است. علیرضا جعفرپور با بیان اینکه توطنه‌های دشمنان این است که ملت ایران را از مسیر قلعه‌های دانیلی و پیشرفت متوقف کنند، اظهار کرد: در این دوران که دشمنان به دنبال تضعیف روحیه جوانان و نوجوانان که آینده سازان کشور عزیزمان هستند، این قشر با ارتقای سطح عملی و فرهنگی خود نقشه شوم آنان را به نبودی خواهند کشاند. وی ادامه داد: پالایشگاه ستاره خلیج فارس به عنوان بزرگترین پالایشگاه میعانات گازی جهان یک دستاورد ملی محسوب می‌شود که در اوج تحریم‌های ظالمانه استکبار جهانی به دست متخصصان داخلی کشور عزیزمان ایران، ساخت و راه اندازی شد و هم اکنون سهم بیش از ۴۰ درصدی در تولید بنزین کشور را عهده دار است. جعفرپور افزود: بیش از راه اندازی این پالایشگاه ما وارد کننده بنزین بودیم و با افزایش تحریم‌های خصمانه، دشمنان به دنبال ایجاد تنگناهای برای ورود بنزین به کشور بودند که جوانان این مرز و بوم با راه اندازی چنین پالایشگاهی توانستند نقشه شوم آنان را به نبودی بکشاند و علاوه بر خودکفایی بنزین توانستیم برای نخستین بار به عنوان صادرکننده بنزین در میان ایر قدرتهای جهان حضور پیدا کنیم.

تشکیل قرارگاه نهضت جهادی توسعه فیبرنوری در استان گلستان

گرگان - خبرنگار فرصت امروز: در جلسه ای با حضور مدیرمخابرات منطقه گلستان ، قرارگاه جهادی توسعه فیبرنوری در استان تشکیل شد.دکتر غلامعلی شهمرادی با اشاره به اینکه فصل جدیدی از کار وتلاش در مخابرات استان شروع شده است از برنامه ریزی دقیق ، منسجم وسریع در توسعه فیبرنوری تاکید کرد .وی افزود: تشکیل قرارگاه جهادی توسعه فیبرنوری وایجاد کارگروه های مرتبط گام اول برای انجام این عملیات است و گفت : باید از تمامی ظرفیت وتوان حداکثری همکاران متخصص استفاده کنیم تا بتوانیم فاز اول را به زودی به اتمام رسانده وبرای مراحل بعدی برنامه ریزی نماییم مدیر مخابرات منطقه گلستان ، ابعاد گسترده پروژه را موجب اهمیت آن دانست ونظارت برحسب انجام کار ، اجرای استاندارد عملیات وتلاش در جهت بازاریابی وفروش محصولات را لازم دانست و کیفیت انجام این پروژه را مورد تاکید قرار داد.

راهنمای بازاریابی در پینترست: همراه با بررسی مزایا و نقاط ضعف آن

نقطه ضعف سوم: اتوماسیون در پینترست جایی ندارد

اگر بخواهیم نکته قبلی درباره پینترست را ادامه دهیم، به طور منطقی به سختی های بیشتری برخواهیم خورد. البته پینترست به طور کامل بی‌خیال برندها نیست؛ چراکه اطلاعات رایگان و صدالبته دقیقی برای بازاریاب‌ها آماده می‌کند. با این حال در ورژن بیزینس که مخصوص کسب و کارها طراحی شده، سطح امکانات بی‌نهایت کمتری از نظر اتوماسیون در دسترس شما خواهد بود.

بازاریاب‌هایی که سابقه طولانی در زمینه تولید محتوا دارند، خیلی خوب اهمیت اتوماسیون را درک می‌کنند. ما در روزنامه فرصت امروز قبل‌ا درباره اتوماسیون و مزایای آن برای کارآفرینان حسابی با شما گپ زده‌ایم. بنابراین لازم نیست اینجا دوباره همان مطالب را تکرار کنیم. لب‌مطلب اینکه شما قرار نیست در پینترست با خیال راحت از سرویس‌های اتوماسیون استفاده کنید؛ چراکه امکانات این پلتفرم برای کسب و کارها محدودتر از این حرف‌هاست. البته این اقدام به خاطر ضعف‌های تکنولوژیک نیست. در عوض ایده پس ذهن مدیران پینترست ساده نگه داشتن فضای شبکه اجتماعی‌شان برای تقویت فعالیت واقعی کاربران و حتی برندهاست. حالا اگر شما دوست ندارید خودتان را به دردرس انداخته و بدون اتوماسیون کارتان را پیش ببرید، ماجرا کاملا فرق خواهد کرد.

نقطه ضعف چهارم: نیاز به تولید محتوای بیشتر

پینترست علی‌رغم اینکه یکی از تخصصی‌ترین پلتفرم‌های دنیاست و کاربرانش هم دنبال هر نوع محتوای عادی نیستند، اما حجم زیادی از محتوا را در خودش جای داده است. اینطوری شما می‌توانید بدون اینکه ساعت‌ها بین هشتگ‌های مختلف در گشت و گذار باشید، محتوای دلخواه‌تان را پیدا کنید.

اگرچه حجم بالای محتوای پینترست خیلی به نفع کاربران است، اما از طرف دیگر بازاریاب‌ها را در شرایط عجیبی قرار می‌دهد. شما در این شرایط برای جلب نظر کاربران باید تلاش دوچندانی در زمینه تولید محتوا داشته باشید. این یکی از مهمترین نقاط ضعف پینترست در مقایسه با بقیه پلتفرم‌ها محسوب می‌شود. از طرف دیگر تاثیرگذاری بهینه بر روی کاربران دیگر به این راحتی نخواهد بود. چراکه شما عملا در فضایی مشغول رقابت با دیگران هستید که پای کلی محتوای رنگارنگ وسط است. چه بسا این وسط حتی یک نفر هم سراغ محتوای تجاری شما نیاید.

بازاریابی در پینترست: یک راهنمای کاربردی

حالا که با مزایا و نقاط ضعف بازاریابی در پینترست آشنا شدید، نوبتی هم باشد باید سری به شیوه بازاریابی در این پلتفرم بزنیم. تمام توضیحات و بررسی‌های قبلی ما اگر به تکنیک‌های کلیدی برای مارکتینگ منتهی نشود، هیچ ارزش و اعتباری نخواهد داشت. پس اجازه دهید بدون اتلاف وقت برویم سراغ راه و رسم بازاریابی در پینترست. ما در این بخش توصیه‌هایی عمومی برای همه کسب و کارها و کارآفرینان مایل به حضور در فضای پینترست ارائه خواهیم کرد. نکته کلیدی در این میان رعایت همهٔ این نکات در کنار هم است. وگرنه نتیجه نهایی تلاش‌های‌تان آنطور که باید و شاید از آب درنمی‌آید.

طراحی استراتژی جامع: پیش به سوی پینترست

هر کاری در این دنیا باید با برنامه‌ای دقیق همراه باشد، در غیر این‌صورت نه تنها خبری از موفقیت در آن نخواهد بود، بلکه خیلی شانس بیابورید با انبوهی از شکست‌های پشت سرهم تنها نخواهید ماند. همانطور که یک معمار حرفه‌ای قبل از هر کاری نقشه‌ای دقیق از ساختمان مد نظرش را طراحی می‌کند، شما هم برای بازاریابی در پینترست باید اول از همه یک نقشه راه ترسیم کنید. اگر بخواهیم به زبان بازاریاب‌ها حرف بزنیم، این نقشه راه همان استراتژی جامع مارکتینگ خواهد بود.

اولین سوالی که درباره استراتژی جامع بازاریابی در پینترست مطرح می‌شود، کم و کیف آن است. به زبان خودمانی، اصلا این استراتژی چی هست و به چه دردی می‌خورد؟ اجازه دهید برای توضیح این مطلب یک مثال دم دستی بزنیم. تیم فوتبالی را فرض کنید که بدون هیچ برنامه و طرحی برای گلزنی یا دفاع وارد میدان شود. بی‌شک این تیم در برابر رقبای گردن کلفت حرفی برای گفتن نخواهد داشت؛ چراکه تکلیف بازیکنان در زمین با خودشان هم مشخص نیست. ماجرا درباره بازاریابی در پینترست نیز تقریبا همین شکلی است. شما برای طراحی یک استراتژی استاندارد بازاریابی در پینترست لازم نیست کار عجیبی انجام دهید. فقط چندتا نکته کلیدی زیر را گوشه چشم داشته باشید تا کارتان حسابی راحت شود:

هدف‌گذاری برای بازاریابی در پینترست مثل هر شبکه اجتماعی دیگری باید هوشمندانه انجام شود. هدف‌گذاری هوشمند (SMART) به شاخص هایی نظیر قابلیت اندازه‌گیری، تحقق‌پذیری،

ارتباط با حوزه کاری، زمان‌بندی و مشخص و معین بودن هر هدف ربط پیدا می‌کند. بر این اساس اگر شما بدون در نظر گرفتن هدفی با ویژگی‌های بالا وارد گود بازاریابی در پینترست شوید، کلاه‌تان پس معرکه خواهد بود.

آشنایی با فضای کلی پینترست کار چندان سختی نیست. کافی است برای چند هفته گزارش‌های تیم فنی این پلتفرم را زیر و رو کرده تا حساب کار دست‌تان بیاید. اینطوری با آگاهی دقیق‌تر شروع به تولید محتوا در پینترست خواهید کرد.

تعیین مخاطب هدف در پینترست به خاطر خاص بودن کاربران آن اهمیت بالایی دارد. اگر شما تکلیف‌تان را با مخاطب هدف مشخص نکنید، هیچ‌کس شما را جدی نخواهد گرفت. پس برای ثبات وضعیت برندان‌ها هم که شده این بخش را کاملا جدی بگیرید.

ارزباسی وضعیت رقبا و شیوه‌های تولید محتوا از طرف آنها نیز اهمیت بالایی دارد. شما با چنین کاری به مرور زمان یاد می‌گیرید چه تکنیک‌ها و ایده‌هایی در پینترست جواب می‌دهد. به طور مشابه ایده‌های غلط هم در طول این بررسی‌های موشکافانه از لیست تولید محتوای‌تان حذف خواهد شد.

طراحی تقویم محتوا برای تولید به موقع و بارگذاری سریع پست‌ها در پینترست یکی از نیازهای ضروری هر استراتژی جامع بازاریابی محسوب می‌شود. شما بدون تقویم محتوایی عملا شانسِی برای اثرگذاری بر روی مخاطبان نخواهید داشت؛ چراکه انتشار نامنظم پست‌ها فقط کاربران را سردرگم خواهد کرد، نه چیزی بیشتر.

بی‌شک نکات خلاصه بالا خیال شما را بابت موفقیت صددرصدی در بازار راحت نمی‌کند. با این حال نقطه شروع مناسبی برای کارتان خواهد بود. یادتان باشد یک استراتژی استاندارد سقف مشخصی ندارد و می‌توانید همیشه آن را ارتقا دهید. با این حال کف استانداردهای لازم برای استراتژی بازاریابی در پینترست همین نکاتی است که مرور کردیم. پس دست‌کم آنها را به خوبی رعایت کنید.

بین کردن محتوای جذاب و تعامل برانگیز: به وقت هماهنگی با سلیقه مخاطب

گاهی اوقات بازاریاب‌ها همان محتوایی را تولید می‌کنند که خودشان می‌پسندند. این وسط هم اصلا مهم نیست کاربران چه سلیقه‌ای دارند یا چه محتوایی لازم‌شان می‌شود. انگار که اصلا چیزی به اسم مخاطب وجود خارجی هم ندارد. اگر شما هم تا حالا با این دست فرمان محتوا تولید می‌کردید، دیگر داستان فرق کرده است. حالا باید شیوه کارتان را عوض کنید؛ چراکه پینترست و کاربرانش با کسی شوخی ندارند. کافی است برای یک بار هم که شده محتوایی خلاف سلیقه مخاطب‌تان تولید کنید تا برای همیشه دور اسم‌تان را با خودکار قرمز خط بکشند.

قبل از اینکه جلوتر رفته و ویژگی‌های بین‌های تعاملی را بررسی کنیم، باید اندکی درباره خود مفهوم بین با هم گپ بزنیم. اگر بخواهیم دور تعاریف پیچیده را خط بکشیم، بین در واقع همان بوک مارک خودمان است. یعنی کاربران با بین کردن محتوای مورد علاقه‌شان در واقع آنها را در مجموعه‌ای مجزا کنار گذاشته تا هر وقت دل‌شان خواست آنها را مشاهده کنند. وقتی چند تا بین در کنار هم قرار می‌گیرد، پای بُرد به بحث باز می‌شود. بُرد در واقع مثل فولدری است که کاربران بین‌های مشابه هم را در آن قرار می‌دهند. پس وقتی درباره طراحی بین‌های تعاملی با شما حرف می‌زنیم، در واقع دسته‌بندی دقیق و کارآمد محتوا را مد نظر داریم. اینطوری شما می‌توانید بدون دردرس اضافه دست به تولید محتوا زده و کارتان را نیز بی‌نهایت آسان‌تر کنید. یادتان نرود این روزها کاربران در پینترست به محتوای یکه و تنها توجهی نشان نمی‌دهند. در عوض این بین و بُردها هستند که حرف اول و آخر را خواهند زد.

حالا که متوجه شدید بین‌ها چقدر مهم هستند، باید کمی هم درباره ویژگی‌های یک بین جذاب و تعامل‌برانگیز صحبت کنیم. پس شش دانگ حواس‌تان را به این نکات اختصاص داده و همه کارهای‌تان را کنار بگذارید:

براساس مطالعه موسسه هوت سویت (HootSuite) ۸۲ درصد از بین های محبوب در پینترست در حالت عمودی هستند. دلیل این محبوبیت بالا سازگاری تصاویر عمودی با صفحه نمایش گوشی‌های هوشمند است. پس اگر شما هم دوست دارید مو لای درز کارتان نرود، کافی است یکبار هم که شده محتوای مسورد نظرتان برای پینترست را در قالب عمودی منتشر کنید.

کپشن‌ها حتی در پینترست هم اهمیت خاص خود را دارد. بنابراین اگر فکر کرده‌اید محتوای‌تان در پینترست بدون کپشن به جایی می‌رسد، سخت در اشتباهید. طرح یک سوال کلیدی یا نظرخواهی از کاربران ایده بسیار مناسبی برای تعامل بیشتر خواهد بود. اینطوری شما با یک تیر دو نشان خواهید زد. هم تعامل بیشتری با کاربران خواهید داشت، هم اینکه از نظر سنو کلی جلو می‌افتید. خب هرچه

باشد گوگل معنای تصاویر شما را که متوجه نمی‌شود. در عوض این کپشن‌ها هستند که الگوریتم گوگل را راهنمایی خواهند کرد. لینک‌های خراب همیشه روی اعصاب آدم راه می‌رود. این امر درباره پینترست نیز مصداق دارد. اگر شما در پروفایل یا پست‌تان از لینک‌های خاصی استفاده می‌کنید، باید مطمئن شوید این لینک‌ها کاملا سالم هستند. وگرنه خیلی زود صدای کاربران بلند شده و دسته جمعی برندان را کنار خواهند گاشت. آن وقت هر چقدر تلاش کنید دیگر فایده‌ای ندارد.

شما در پینترست با هر محتوایی که منتشر می‌کنید، در واقع قدمی به سوی برندینگ نیز برمی‌دارید. به همین خاطر باید حواس‌تان به ارتباط میان محتوای اکانت و ماهیت برندان باشد. وگرنه حوزه کاری برندان‌تان برای کمتر کسی باورپذیر خواهد بود. مثلا برندی را در نظر بگیرید که در صنعت رستوران‌داری فعال است، اما بین‌های پینترستش همگی در دنیای مد و پوشاک جریان دارد. بی‌شک حوزه کاری چنین برندی حتی برای یک نفر هم باورپذیر نخواهد بود.

بازاریاب‌ها در دنیسای پینترست آزادی عمل بی‌نهایت زیادی دارند. با این حال اگر دوست دارید محتوای‌تان در همان لحظه اول مخاطب‌تان را میخکوب کند، باید نکات بالا را مو به مو رعایت کنید. اینطوری بین‌های جذاب و صدالبته تعاملی خواهید داشت.

امتحان فرم‌های مختلف: پینترست فقط عکس نیست!

اگرچه اغلب کاربران پینترست را به عنوان یک پلتفرم عکس محور می‌شناسند اما از همان اوایل تنوع فرم‌تها در پینترست مشهود بود. کافی است نگاهی به اکانت نایک در پینترست بیندازید تا متوجه اهمیت فرمت ویدئو شوید. بازاریاب های این برند در پینترست به‌سه جای اینکه فقط تصاویری از محصولات‌شان بارگذاری کنند، ویدئوهای هیجان‌انگیز با حضور افتخاری ستاره‌های دنیای ورزش نیز تدارک دیده‌اند. البته همه این ویدئوها کوتاه و مختصر هستند؛ چراکه در پینترست جایی برای ویدئوهای طولانی نیست. خب اگر قرار بود اینجا هم خبری از ویدئوهای طولانی باشد، پینترست تبدیل به شعبه دوم یوتیوب می‌شد!

علاوه بر ویدئو و عکس که دو تا از مهمترین فرم‌تهای پینترست هستند، شما امکان طراحی بین‌های خرید را هم دارید. این بین‌ها به طور تخصصی به کاربران برای خرید مستقیم کمک کرده و تنوعی از عکس، ویدئو و گیف را شامل می‌شود. برندها معمولا در چنین فضایی حتی از لینک‌های جانبی نیز سود می‌برند. بنابراین هیچ دلیلی ندارد جلوی خودتان را گرفته و فقط روی یک فرمت خاص تمرکز کنید. یادتان باشد این روزها مردم حتی اگر بهترین محتوا را هم جلوی‌شان بگذارید، اگر کمی تنوع به خرج ندهید آن را پس خواهند زد.

طراحی دقیق بُردها: وقتی بین‌ها به تنهایی جوابگو نیستند

قبلا به شما درباره بین‌ها گفتیم اما الان نوبت به بُردها رسیده است. اگر یادتان باشد قبلا گفتیم بُردها در واقع نقش فولدر برای منظم کردن بین‌ها را بازی می‌کنند. به همین خاطر اگر دوست دارید کاربران با دسته‌بندی دقیق و هیجان‌انگیزی از محتوای‌تان رو به رو شوند، طراحی بُرد اجتناب‌ناپذیر خواهد بود. شاید پیش خودتان پرسسید بُردها به غیر از دسته‌بندی محتوا اهمیت دیگری هم دارند؟ اگرچه این سوال عجیب به نظر می‌رسد اما ارزش بررسی را دارد. براساس گزارش پینترست، ۹۷ درصد از محتوای این پلتفرم از سنوسی کاربران حقیقی تولید و بارگذاری می‌شود. این یعنی سهم برندها در این بازار گسترده فقط و فقط ۳ درصد است. حالا اگر شما در این ماراثن سلوغ محتوای‌تان را به موقع دسته‌بندی نکنید، همین سهم اندک را نیز به مرور از دست خواهید داد. به علاوه، محتوای‌تان به‌سه طور معمولی هیچ بازدید و توجهی جلب نخواهد کرد. پس چه بهتر که از همان اول به فکر ایجاد بُردهای مشخص و دسته‌بندی محتوای‌تان باشید. اینطوری کاربران خیلی راحت‌تر به محتوای‌تان دسترسی خواهند داشت.

شما را نمی‌دانسم، ولی من که اصلا حوصله گشت و گذار در پینترست برای پیدا کردن محتوای برندها را ندارم. اگر هشتگ‌ها در بقیه شبکه‌های اجتماعی سلطه بی‌بو برگشتی دارند، پینترست کاملا

با بین و بُرد معنا پیدا می‌کند. پس لطفا قواعد بازی در پینترست را رعایت کنید تا کمپین بازاریابی موفق‌ی داشته باشید. هر جا هم که به مشکل خوردید، کافی است دوباره برگردید و دستی به سر و گوش بُردهای اکانت‌تان بکشید. به علاوه، همیشه برندهای بزرگ نیز در دسترس هستند تا در یک چشم به هم زدن از آنها الگوبرداری کنید.

سنو کپشن: هماهنگی با موتور جست و جوی پینترست

وقتی کسی وارد دنیای بازاریابی می‌شود، نمی‌تواند نسبت به سنو محتوا بی‌تفاوت ب‌سوده و خیلی راحت از کنار آن بگذرد. همانطور که یک بازیگر باید توانایی ایفای نقش‌های اکشن را نیز در کنار الگوهای کمدی داشته باشد، بازاریاب‌ها هم در کنار تولید محتوای خیره‌کننده باید سنسو آنها را نیز پیش چشم داشته باشند. وگرنه حتی ایده‌های طلایی شما نیز سرنوشتی بهتر از نابودی نخواهند داشت.

از آنجایی‌که تا حالا همه کارهای ما درباره پینترست با بقیه شبکه‌های اجتماعی فرق داشته، شاید فکر کنید اینجا هم چنین ماجرابی در انتظارتان است. در این صورت باید خیال‌تان را کاملا راحت کنید؛ چراکه سنسو کپشن در پینترست هیچ فرقی با بقیه پلتفرم‌ها ندارد. کافی است کلیدواژه‌های مناسب با پست‌تان را پیدا کرده از آن در قالب کپشن استفاده کنید. اینطوری مسیرتان برای جلب نظر کاربران بی‌نهایت هموار خواهد شد.

پیدا کردن کلیدواژه‌ها برای استفاده در پینترست کار خیلی سختی نیست. شما علاوه بر ابزارهای گوناگون گوگل در این زمینه می‌توانید همیشه روی اطلاعات خود پینترست نیز حساب باز کنید؛ چراکه تیم فنی این پلتفرم کلیدواژه‌های محبوب را در گزارش‌های ماهانه‌اش درج می‌کند. بنابراین شما دیگر هیچ عذر و بهانه‌ای برای سنو نامناسب محتوا در این پلتفرم نخواهید داشت.

ارزباسی نتایج کمپین: گام آخر

تا اینجاى کار شما روش‌های اساسی برای تولید محتوای حرفه‌ای در پینترست را یاد گرفته‌اید. حالا مثل بازیگری هستید که تجربه اولین ایفای نقش جلوی دوربین را داشته و باید اول از همه خودش کارش را نقد کند. کافی است مثل یک کارشناس بی‌طرف کمپین‌تان را زیر ذره بین برده تا تکلیف همه چیز مشخص شود.

معمولا بازاریاب‌ها اول کارشان اهداف متنوعی برای کارشان تعیین می‌کنند. ما هم در این مقاله به اهمیت تعیین اهداف هوشمند اشاره کردیم. در این مرحله کافی است نگاهی به وضعیت کمپین و تحقق اهداف موردنظر کنید. اگر اغلب اهداف مورد نظرتان برآورده شده، کمپین‌تان موفقیت‌آمیز محسوب می‌شود. با این حال اگر کلی ایراد و ناکامی در کمپین‌تان به چشم می‌خورد، باید برای تلاش‌های بعدی روش کارتان را عوض کنید. وگرنه بسا کلی مخاطب ناراضی تنها خواهید ماند.

سخن پایانی

پینترست یکی از پلتفرم‌های قدیمی محسوب می‌شود که اتفاقا به نوعی تافته جدابافته نیز هست. از رابط کاربردی گرفته تا الگوریتم دسته‌بندی محتوا، همه و همه در پینترست کاملا فرق دارند. به همین خاطر اگر شما قصد دارید مارکتینگ موفق‌ی در این فضا داشته باشید، چاره‌ای به غیر از آشنایی با زیر و بم این پلتفرم ندارید. ما در روزنامه فرصت امروز امیدواریم نکات مسورد بحث در این مقاله کمکی هرچند کوچک به شما برای آشنایی بیشتر با پینترست و راه و رسم بازاریابی در آن کرده باشد. مثل همیشه اگر سوالی داشتید، ما همیشه آماده کمک به کسب و کارتان هستیم.

منابع:

https://blog.hubspot.com/blog/tabid/۳۱۱۴۷/bid-the-ultimate-guide-to-mastering-pinterest-for-marketing.aspx
https://blog.hootsuite.com/how-to-use-pinterest-for-business
pros-and-cons-of-۱۶https://brandongaille.com/pinterest-for-business
https://kinsta.com/blog/pinterest-marketing

فراخوان ارزیابی کیفی مشاوران به منظور بازنگری

نقشه و نظارت بر پروژه های مجتمع فرهنگی و هنری

بندر عباس، تئاتر شهر تهران، تالار هنر و سنگلج

شناسه آگهی ۱۴۳۷۸۹۱

وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در نظر دارد نسبت به انتخاب مشاور به منظور بازنگری نقشه ها

و نظارت بر پروژه های مجتمع های فرهنگی و هنری بندر عباس ، تئاتر شهر تهران، تالار هنر و سنگلج اقدام نماید. از مشاوران متقاضی دارای گواهینامه های صلاحیت دارای اعتبار برای

مجتمع فرهنگی و هنری بندر عباس در رسته ساختمان با پایه حداقل «۳» و برای پروژه های

تئاتر شهر تهران و تالار هنر و سنگلج در رسته های ساختمان با پایه حداقل «۳»و حفاظت

و احیا بافتهای تاریخی ، فرهنگی با پایه حداقل ۳ با رزومه کاری کاملاً مرتبط در این امر با

حداقل ۵ سال سابقه کار مفید ومستند دعوت می شود.از تاریخ درج آگهی لغایت حداکثر سه

روز کاری جهت دریافت اسناد مربوطه به سامانه تدارکات الکترونیکی دولت مراجعه و حداکثر

تا یک هفته پس از آخرین مهلت اعلام شده نسبت به تکمیل و بازگرداندن اسناد اقدام نمایند.

۱ – کارفرما: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

۲– موضوع خدمات مشاوره : انجام بازنگری نقشه ها و نظارت بر پروژه های مجتمع فرهنگی

و هنری بندر عباس ، تئاتر شهر تهران، تالار هنر و سنگلج

۳ – محل اجرای پروژه: استان های هرمزگان و تهران

۴ – نشانی دریافت و تحویل مدارک درخواستی: سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به آدرس

اینترنتی **setadiran.ir**

تذکر: دریافت و تحویل مدارک به صورت الکترونیکی و از طریق آدرس اینترنتی مورد اشاره

امکانپذیر می باشد.

م.الف ۳۶۷۳



سازمان آگهی‌ها

۸۸۹۳۶۶۵۱

آیین‌نامه اخلاقی حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR