

نگاه

ماینرها، باری سنگین بر دوش صنعت برق کشور هستند

پای لنگ اقتصاد انرژی

لابد این هم از تناقض‌های جامعه ایرانی است که با وجود دارا بودن ذخایر عمده گازی و نفتی جهان، با چالش تأمین گاز در زمستان‌ها و برق در تابستان‌ها دست و پنجه نرم می‌کند. مثال معروف کوزه‌گری که از کوزه شکسته آب می‌خورد، با تداوم موج گرما و تجربه خاموشی و قطعی برق در بسیاری از شهرها، دیگر برای همه ما روشن شده است که پای اقتصاد انرژی در ایران لنگ می‌زند. البته این اتفاق بیشتر از آنکه دامن مردم و مشترکان خانگی و تجاری را بگیرد عمدتاً برای صنایع واحدهای تولیدی چالش‌ساز شده است؛ کما اینکه وقتی در تابستان امسال برق صنایع به ویژه تولیدکنندگان سیمان و فولاد قطع شد، برای بسیاری از کارشناسان مسجل شد که در زمستان نیز به دلیل افزایش مصرف گاز و کاهش دمای هوا، صنایع کشور با چالش قطعی گاز مواجه خواهند شد و این اتفاق متأسفانه در سالیان اخیر مدام تکرار شده است. در طول سال‌های گذشته به دلیل اصرار دولت‌ها به قیمت‌گذاری دستوری، سرمایه‌گذاری کافی در زیرساخت‌های صنعت برق انجام نشده است تا ناترازی تولید و مصرف برق به بیشترین میزان ممکن برسد. هرچند متولیان صنعت برق، ارزهای دیجیتال را یکی از متهمان اصلی خاموشی‌ها می‌دانند و می‌گویند بحران استخراج غیرمجاز رمزارزها، فراتر از بحران خاموشی‌هاست، اما اصل ماجرا به سرکوب قیمتی برق و عدم سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در این صنعت برمی‌گردد. تراز تولید و مصرف برق در حالی طی سالیان اخیر بهم خورده و به بیشترین حجم مگم رسیده است که برخی از تحلیل‌ها، راهکار کنترل مصرف برق را در گران کردن قیمت انرژی می‌دانند، اما این راهکار چندان درست به نظر نمی‌رسد و یافته‌های علمی نشان می‌دهد که گران شدن انرژی لزوماً به کاهش مصرف نمی‌انجامد.

همزمان با رواج استفاده از رمزارزها در کشور، استفاده از دستگاه‌های استخراج به صورت غیرمجاز هم فراگیر شده و هزینه‌های سنگینی از جمله فشار به صنعت برق ایجاد کرده است؛ به گونه‌ای که طی ماه‌های گذشته اقدامات گوناگونی مانند در نظر گرفتن جریمه‌های سنگین و کشف آنها توسط مسئولان و سازمان‌های مربوطه انجام شده است. به گزارش «ایسنا»، توجه به رمزارزها برای سرمایه‌گذاری و حفظ ارزش پول و سرمایه در سال‌های اخیر چندانند شد و افراد بسیاری وارد این حوزه شدند تا علاوه بر سودهایی که برای برخی به دنبال داشته، سواستفاده‌هایی نیز در پی این موضوع از استخراج غیرمجاز تا مالباختگی با مبادله رمزارز غیرقانونی صورت بگیرد. «استخراج» (Mining) ارز دیجیتال به معنای عملیاتی است که بعد از انجام آن، مقداری ارز دیجیتال جدید تولید می‌شود. فرآیند تأیید تراکنش‌ها و بلوک‌ها در یک بلاک‌چین، کار ساده‌ای نیست و توان پردازشی قابل توجهی نیاز دارد. در حقیقت، ماینرها هستند که این توان پردازشی را برای شبکه تأمین و به ازای استخراج هر بلاک، مقدار مشخصی از ارز دیجیتال آن شبکه را به‌عنوان پاداش در کیف پول خود دریافت می‌کنند. البته در این فرآیند، دستگاهی برای استخراج نیز وجود دارد که به آن دستگاه ماینر یا استخراج‌کننده گفته می‌شود. این دستگاه در حقیقت، نقش یک نود را در شبکه ایفا می‌کند و کارش این است که تراکنش‌ها را در قالب یک بلاک سازماندهی می‌کند. اما نکته بسیار مهم، این است که استخراج رمزارزها نیازمند مصرف برق بسیار زیادی است و هر دستگاه رمزارز حدوداً معادل مصرف برق سه خانوار را به خود اختصاص می‌دهد که در فصل تابستان این دستگاه‌ها برای پایداری شبکه سراسری برق بسیار مضر است. بزرگ‌ترین خطری که استفاه از برق غیرمجاز و رمزارز برای صنعت برق دارد، آسیب به شبکه برق کشور است که علاوه بر تحمیل برق و زیان‌های مالی وارده به کشور و ضربه به منافع ملی، باعث بروز نوسان و وارد آمدن آسیب به تجهیزات شبکه و لوازم برقی شهروندان و در نهایت قطع برق می‌شود. در واقع، پس از شایع شدن و رواج یافتن این موضوع در ایران، روندی منفی در مصرف برق مشاهده شده است که سازمان‌های مربوطه از جمله وزارت نیرو و شرکت توانیر، تلاش‌هایی را برای جلوگیری از این امر انجام داده‌اند. به طور مثال طی ماه‌های گذشته و اوایل تابستان تأکید شده است که اقدام به استفاده غیرمجاز از برق برای استخراج رمزارزها با هدف کسب سود نامشروع، جریمه‌های سنگین معادل ۱۰۰ برابر قیمت برق را در پی خواهد داشت و در صورت تکرار تخلف، انشعاب جمع‌آوری می‌شود و دستگاه‌های غیرمجاز کشف شد از این پس امحا خواهند شد.

مسئله‌ای که اخیراً مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان فارس به آن اشاره کرد و گفت که استخراج‌کنندگان غیرمجاز رمزارز باید بهای برق مورد استفاده برای استخراج رمزارز را با بالاترین قیمت که همان نرخ صادراتی است، پرداخت کنند. به گفته وی، این هزینه در ماه‌های گرم دو برابر شده، به علاوه اینکه هزینه‌های کشف، دستکاری لوازم آندازگبری و خسارت به شبکه نیز محاسبه و دریافت شده و در صورت تکرار، انشعاب مشترک نیز جمع‌آوری می‌شود. این مقام مسئول با بیان اینکه استفاده از دستگاه‌های استخراج رمزارز باعث بروز نوسان و وارد آمدن آسیب به تجهیزات شبکه و لوازم برقی شهروندان و در نهایت قطع برق می‌شود، تأکید کرد، با دارنندگی غیرمجاز این دستگاه‌ها براساس قانون برخورد قاطع خواهد شد و دستگاه‌های آنها پس از شناسایی و کشف به مقام‌های قضایی جهت امحا تحویل می‌شود.

براساس این گزارش، در ابتدای هفته جاری، مدیر برق از کشف سه دستگاه ماینر در شهرستان معمولان خبر داد. «محمدطاهر متش‌پور» توضیح داد که در زمینه برخورد با رمزارزهای غیرمجاز با پیگیری‌ها و عملیات انجام شده توسط واحدهای عملیاتی با هماهنگی مراجع قضایی و انتظامی، سه دستگاه ماینر نیز در معمولان کشف و ضبط شد. از سوی دیگر هفته گذشته نیز جانشین فرمانده انتظامی استان سمنان از کشف پنج دستگاه ماینر استخراج ارز دیجیتال بدون مجوز و قاچاق به ارزش ۵ میلیارد ریال از یک انبار در سمنان خبر داد و تشریح کرد که در راستای اجرای طرح مبارزه با قاچاق کالا و جمع‌آوری دستگاه‌های غیرمجاز استخراج ارز دیجیتال، مأموران پلیس امنیت و اقتصادی استان با انجام اقدامات هوشمندانه پلیسی و تحقیقات میدانی، از نگهداری تعدادی دستگاه استخراج ارز دیجیتال قاچاق در انباری واقع در شهرک غرب سمنان مطلع شدند. علاوه بر پیگیری‌ها و اقدامات لازم شده به تاگی آزمایشگاه برچسب انرژی دستگاه ماینر با هدف صیانت از منابع تولید برق کشور و جلوگیری از هدررفت انرژی و ممانعت از ورود ماینرهای دست دوم و مستهلک به کشور در پژوهشگاه نیرو راه‌اندازی شد. «حسن ظهیر جوزدانی»، عضو هیأت علمی گروه پژوهشی فناوری اطلاعات و ارتباطات پژوهشگاه نیرو و مسئول آزمایشگاه برچسب انرژی دستگاه ماینر، گفته است: انجام آزمون و صدور برچسب انرژی برای دستگاه ماینر وارداتی مطابق با استاندارد ملی ۲۲۲۰۰، کنترل ماینرهای ساخت داخل، بررسی نقاط ضعف و قوت استاندارد ملی ۲۲۲۰۰ و مشارکت در ارتقا و بهبود این استاندارد ملی، از جمله اهداف راه‌اندازی این آزمایشگاه است. ارتقای بهره‌وری ماینرها و مزارع استخراج رمزارز در کشور و ممانعت از به‌کارگیری دستگاه‌های ماینر مستهلک و غیراستاندارد، ارائه اطلاعات قابل اعتماد به مدیران صنعت برق به منظور تحلیل و تصمیم‌گیری و پاسخ به نیازهای روز وزارت نیرو، از دیگر مزایای راه‌اندازی این آزمایشگاه به شمار می‌آید.

فرصت امروز: چند سالی است که تورم ۴۰ درصدی در اقتصاد ایران تثبیت شده است. به نظر می‌رسد که سبب هزینه مصرف‌کننده با این میزان شوک به شدت درآمخته است. براساس داده‌های مرکز آمار ایران، تورم در تمام ۱۲ ماه سال گذشته بالاتر از ۴۰ درصد بود و بیشترین تورم با رقم ۴۹٫۱ درصد در اردیبهشت ماه به سبد مصرف‌کننده خانوار تحمیل شد. کمترین میزان تورم ۱۴۰۲ نیز در اسفندماه به میزان ۴۰٫۷ درصد ثبت شد. البته برخی مرکز آمار را متهم کردند که با جابه‌جایی سال پایه مبنای محاسبات آماری از ۱۳۹۵ به ۱۴۰۰، زمینه کاهش تورم را روی کاغذ فراهم کرده است.

شواهد آماری نشان می‌دهد که کالاهای غیرخوراکی و خدمات در سبد مصرف‌کننده به لحاظ تورم‌زایی برجسته هستند؛ کما اینکه در خرداد امسال تورم غیرخوراکی و خدمات برای دهک نخست ۲٫۲ درصد و برای دهک دوم ۱٫۸ درصد بود. همچنین تورم خوراکی برای دهک اول به ۳٫۶ درصد و برای دهک دوم به ۴٫۲ درصد رسید. می‌توان گفت که دهک دوم بیشتر برای تهیه خوراکی‌ها هزینه می‌کند و فقیرترین دهک جامعه بیشتر کالاهای غیرخوراکی و مشخصاً مسکن و حمل و نقل عمومی را در سبد خود می‌گذارد. در خردادماه امسال تورم سالیانه غیرخوراکی‌ها به ۲۸٫۲ درصد و خوراکی‌ها به ۳۲٫۳ درصد رسید. تورم سالیانه اجاره بها نیز به ۴۰٫۶ درصد رسید؛ در حالی که شاخص کل بدون اجاره بها ۳۴٫۲ درصد بود. از سوی دیگر، تورم سالیانه حمل و نقل عمومی در خرداد به ۵۶٫۶ درصد رسید، پس از تورم گوشت، بیشترین تورم را داشته است. به نظر می‌رسد فقرا سبد مصرف خود در بخش خوراکی‌ها را کوچک می‌کنند و به اصطلاح از شکم خود می‌زنند تا از پس مخارج اجاره و حمل و نقل برآیند. این موضوع موجب شده تا آنها قدرت پس‌انداز نداشته باشند و همچنین با تأخیر کالری در سفره خانوار مواجه باشند.

روند تورم پس از تغییر سال پایه

کارشناسان می‌دانند که سال پایه در محاسبه تورم چقدر کلیدی است. سال پایه در محاسبه ضرایب اهمیت کالاها و خدمات مصرفی خانوار اعمال می‌شود. هرچه مصرف یک کالا یا خدمت در سبد مصرف اهمیت بیشتری داشته باشد، ضریب اهمیت آن هم بیشتر است. در نتیجه تغییرات شدیدتر قیمت کالاها و خدمات دارای ضریب اهمیت بالاتر، تأثیر سنگین‌تری روی نرخ شاخص کل می‌گذارد. جابه‌جایی سال پایه، این نکته را می‌رساند که ضرایب اهمیت کالاها و خدمات مصرفی تغییر کرده‌اند. این به معنای به‌روزرسانی سبد مصرف خانوار براساس ضرایب جدید است. به‌روزرسانی سال پایه در مراکز آماری بیشتر کشورها رایج است اما منتقدان، مرکز آمار را متهم کرده‌اند که با این کار تلاش کرده است که ضرایب اهمیت کالاها و خدمات متورم را کوچک‌تر کند. البته شاید تفاوت چندانی میان سال پایه ۱۳۹۵ با سال پایه ۱۴۰۰ در نرخ تورم وجود نداشته باشد. برای نمونه داده‌های بانک مرکزی از تورم سال ۱۴۰۱ از وجود تورم ۴۶٫۵ درصدی حکایت دارد اما مرکز آمار، میزان آن را براساس سال پایه جدید ۴۵٫۸ درصد محاسبه کرده است که اختلافی ۰٫۷ درصدی دارد.

بانک مرکزی هنوز داده‌های مربوط به ارقام تورم سال ۱۴۰۲ و ۱۴۰۳

اقتصاد امروز

افزایش تورم به چالش ثابت اقتصاد ایران بدل شده است

کانال جدید تورم مزمن



را منتشر نکرده است. آخرین توری که به صورت رسمی از سوی بانک مرکزی منتشر شده، مربوط به محاسبه بدهی و مهریه از بابت تورم ۱۴۰۲ است. این نرخ ۵۲٫۳ درصد اعلام شده است. برآیند تورم‌های ماهیانه سال ۱۴۰۲ که ارقام آن را مرکز آمار منتشر کرده است، نشان می‌دهد تورم کل (سالیانه) به ۴۵٫۵ درصد می‌رسد که ۶٫۸ درصد با یکدیگر اختلاف دارند.

احتمال جهش چند برابری تورم

در مجموع، روندهای موجود در اقتصاد ایران، جهت‌گیری بر ضد تورم ندارند. چنانچه شوک‌های تازه‌ای به اقتصاد ایران تحمیل شوند، می‌توان متصور شد که تورم مرکز آمار مجدد به بالاتر از ۴۰ درصد برگردد. شوک‌هایی از قبیل بازگشت دونالد ترامپ به کاخ سفید و افزایش قیمت ارز می‌تواند چنین وضعیتی را رقم بزند. به این لحاظ اقتصاد ایران می‌تواند وضعیتی شبیه به سال ۱۳۹۷ داشته باشد. آمریکا در اردیبهشت این سال به فرمان ترامپ از برجام خارج شد و در نتیجه تورم مصرف‌کننده ایرانی از ۸٫۲ درصد در سال ۱۳۹۶ بیش از ۳٫۲ برابر شد و به ۲۶٫۹ درصد رسید. در سال ۱۳۹۸ نیز تورم ۳۴٫۸ درصدی را شاهد بودیم. به نظر می‌رسد کاهش تورم به پایین‌تر از کانال ۴۰ درصد در آمارها، مستعد بازگشت به ۴۰ درصد و چند برابر شدن است. خروج آمریکا از برجام در سال ۱۳۹۷ و بیش از سه برابر شدن تورم در حالی صورت گرفت که دولت از سال ۱۳۹۵ موفق شده بود که تورم دورقمی سال‌های پیش از آن را تکررقمی سازد و به ۶٫۹ درصد برساند.

با توجه به اینکه شرایط کشور مشابه سال ۱۳۹۷ است می‌توان متصور بود که شوک‌هایی از همان جنس، چه توری را به اقتصاد کشور وارد می‌کنند، به همین دلیل نباید با خوش‌بینی نسبت به «کنترل تورم»، حساسیت عمومی را نسبت به تورم کاهش داد و احساس سیری ایجاد کرد؛ در همین حال، عدد شاخص که نماد تغییرات هزینه‌های خانوار است و ارقام آن جهت‌گیری رشد هزینه‌های زندگی را فارغ از جنس تورم (ماهیانه، نقطه به نقطه و سالیانه) نشان می‌دهد، پوسسته افزایش یافته و از ۱۵۶ در سال ۱۳۹۱ به ۲۴۹٫۷ در خردادماه ۱۴۰۳ رسیده است. به عبارت دیگر، عدد شاخص حدود ۱۵۶۰ درصد رشد کرده و در همین مدت تورم سالیانه حدود ۲۴ درصد رشد کرده است.

تورم‌های بالاتر از مرز ۴۰ درصد

با وجود اینکه نرخ تورم سالیانه خوراکی و غیرخوراکی) پایین‌تر از ۴۰ درصد در سال ۱۴۰۳ گزارش شده است اما برخی اقلام هزینه‌ای، تورم‌های بالاتر از ۴۰ درصد را ایجاد کرده‌اند. برای نمونه خوراکی‌های تازه در خرداد امسال تورم ۴۳٫۶ درصدی داشتند. تورم کالاهای کم‌دوام به ۴۴٫۵ درصد می‌رسید. تورم اجاره هم ۴۰٫۶ درصد گزارش شد. از سوی دیگر، تورم بخش خدمات هم به ۴۰٫۴ درصد رسید. در چنین شرایطی باید به چهار نکته دقت کرد. اجاره بها به عنوان یکی از شاخص‌های تأثیرگذار بر سبب هزینه‌های مصرف‌کننده خانوارهای ایرانی، بیش از حد رشد می‌کند. مقرراتی مانند تعیین سقف بر اجاره، تأثیری بر کاهش تورم آن نگذاشته است. در خرداد امسال هزینه‌های جانبی مسکن (آب، برق،

سازوکار معاملات وکالتی در سامانه خودنویس مشخص نیست

چالش‌های ثبت معاملات ملکی

سامانه صحت مدارک را برعهده نمی‌گیرد و پیام می‌دهد که این موارد به عهده سامانه نمی‌باشد.

در واکنش به این چالش‌ها، مدیر سامانه خودنویس می‌گوید: مهمترین مزیت سامانه این است که مردم به صورت ۲۴ ساعته می‌توانند به‌طور رایگان و بدون مراجعه به بنگاه، ملک خود را معامله کنند و از سراسر کشور قادرند تا اسناد خود را در سامانه ثبت کرده و کد رهگیری دریافت کنند. «مهدی ساسانی»، مدیر سامانه خودنویس درباره چرایی این سامانه به «ایسنا» توضیح می‌دهد: سامانه خودنویس، نسخه جدید سامانه ثبت معاملات املاک و مستغلات است. رونمایی از سامانه جدید تحت عنوان خودنویس، در خردادماه ۱۴۰۲ بازمی‌گردد. ذکر این نکته لازم است که تا پایان سال ۱۴۰۲، تمام قراردادهای اجاره روی این سامانه بارگذاری شده است. از ابتدای سال ۱۴۰۳ و همزمان با قطع شدن دسترسی به نسخه قدیمی سامانه، دسترسی مردم و مشاورین املاک به سامانه خودنویس فراهم شد. بنا بود در خردادماه امسال از قراردادهای خرید و فروش هم رونمایی کنیم که با شهادت آیت‌الله رئیسی مصادف شد، اما اکنون این سامانه در دسترس عموم قرار گرفته و کلاس‌های آموزشی آن هم برای مشاوران املاک درحال برگزاری است.

وی در مورد نگرانی‌های مردم از شرایط ثبت معاملات ملکی در سامانه خودنویس می‌گوید: در برخی رسانه‌ها گفته شده که برای ثبت معاملات در این سامانه ابتدا باید همه املاک خود را معرفی نمایند. شایان ذکر است که قانون الزام به ثبت و قانون ساماندهی بازار اجاره تقریباً به طور هم‌زمان به دولت ابلاغ شدند. براساس قانون ساماندهی بازار اجاره، اگر افراد ملکی را اجاره بدهند و کد رهگیری دریافت نکنند، درصورتی که به هر

گاز و…) ۳۹٫۹ درصد نسبت به خردادماه ۱۴۰۲ رشد کرده است. با در نظر گرفتن تورم اجاره، کل هزینه مسکن برای خانوارهای مستاجر بیش از ۸۰ درصد رشد کرده است. در این بین، تورم کالاهای کم‌دوام بیشتر از تورم کالاهای بادوام و بی‌دوام است. کالاهای بادوام، شامل وسایل خانگی و خودرو می‌شوند. خوراکی‌ها از نوع کالاهای بی‌دوام هستند. کالاهای کم‌دوام ارزان‌تر و مصرفی‌تر از کالاهای بادوام هستند؛ مانند پوشاک و کفش. بالاترین تورم کالاهای کم‌دوام می‌تواند نشان‌دهنده ناتوانی خریداران از تهیه کالاهای بادوام باشد.

نکته دیگر، تورم بالای خوراکی‌های تازه است. تورم کل خوراکی‌ها در خردادماه به ۳۱٫۸ درصد می‌رسید، اما خوراکی‌های تازه ۴۳٫۶ درصد تورم را رقم زده‌اند. تورم سایر خوراکی‌ها هم به ۱۸٫۸ درصد می‌رسد. این میزان تورم برای خوراکی‌های تازه نشان‌دهنده تمایل مصرف‌کننده برای خرید خوراکی‌هایی است که تاریخ روز دارند اما تأثیر این گرانی بر سبد مصرف، موجب کاهش تمایل به خرید چنین خوراکی‌هایی خواهد شد. در نتیجه جامعه می‌تواند به سمت مصرف خوراکی‌هایی برود که از تاریخ مصرف آنها در حال اتمام است یا چند روز از این تاریخ گذشته است. برخی می‌گویند که در کشورهای دیگر هم مصرف کالاهایی که تاریخ مصرف آنها رو به اتمام است، رایج است و نباید ایراد گرفت، اما باید در نظر داشت که ایران با آب و هوای متنوع‌ش، ظرفیت این را ندارد که بتواند خوراکی‌های تازه را برحسب فصول مختلف سال عرضه کند؛ به طوری که همه بتوانند با تورم‌های پایین، خوراکی مورد نظر خود را تهیه کنند.

افزایش تورم خدمات در سبد مصرف

اما تورم بالای تولیدکننده کشاورزی (زراعت، طیور، دام و…) موجب شده است که تولید کاهش پیدا کند. برای نمونه تورم سالیانه تولیدکننده مرغداری‌های صنعتی کشور در اردیبهشت امسال به ۴۴٫۶ درصد افزایش یافته است. در نمونه‌ای دیگر، زمستان سال گذشته تورم یک کیلوگرم گوسفند زنده در دامداری‌های سنتنی به ۶۷٫۴ درصد رسیده است. بر همین اساس، تورم خرید گوشت قرمز و ماکیان در خردادماه به ۶۹ درصد رسید. چنانچه تورم تولید کاهش پیدا نکرد می‌توان گرایش بیشتر به مصرف خوراکی‌های تازه را از دست رفته دید.

افزایش تورم بخش خدمات در سبد مصرف، به ۴۰٫۴ درصد در خردادماه ۱۴۰۳، نکته دیگری است که باید روی آن دست گذاشت. برخی خدمات مانند ارتباطات با تورم ۱۸٫۷ درصدی ارزان‌تر تن تمام شده‌اند، اما برخی دیگر مانند حمل و نقل عمومی، هتل و رستوران و خدمات نگهداری و تعمیر مسکونی، به طغیان خود ادامه می‌دهند. تورم حمل و نقل عمومی که نسبت به حمل و نقل شخصی باید ارزان‌تر تمام شود، در ایران برعکس است؛ تورم سالیانه حمل و نقل عمومی در خرداد سال جاری به ۵۶٫۶ درصد می‌رسید. این در شرایطی است که تردد از طریق حمل و نقل شخصی ۳۰٫۱ درصد تورم داشته است. در همین خردادماه، تورم هتل و رستوران به ۵۲ درصد می‌رسید. همچنین تورم سالیانه خدمات نگهداری و تعمیر مسکونی به ۴۷٫۲ درصد افزایش یافت.

^[1] تورم کل (سالیانه) به ۴۵٫۵ درصد می‌رسد که ۶٫۸ درصد با یکدیگر

^[2] تورم کل (سالیانه) به ۴۵٫۵ درصد می‌رسد که ۶٫۸ درصد با یکدیگر

از یک میلیون و ۲۶۰ هزار نفر واجد شرایط **۵۳۲ هزار نفر وام ودیعه گرفتند**

به گفته یک مقام مسئول در وزارت راه و شهرسازی، یک میلیون و ۲۶۰ هزار و ۳۷۹ نفر حائز شرایط برای دریافت تسهیلات کمک ودیعه مسکن به بانک‌ها معرفی شدند که تاکنون ۵۳۲ هزار و ۷۵۷ متقاضی، تسهیلات را دریافت کرده‌اند. «سیداحمد خادمیان»، مدیرکل دفتر پایش طرح‌های مسکن از ارائه وام ودیعه مسکن به ۵۳۲ هزار متقاضی خیر داد و گفت: تاکنون ۲ میلیون و ۳۰۱ نفر در سامانه saman.mrud.ir برای پرداخت تسهیلات ودیعه مسکن نام‌نویسی کردند که از این تعداد، معادل یک میلیون و ۷۷۷ هزار و ۵۹۸ متقاضی حائز شرایط شناخته شده و یک میلیون و ۲۶۰ هزار و ۳۷۹ نفر نیز به بانک‌ها برای دریافت تسهیلات معرفی شدند.

مدیرکل دفتر پایش طرح‌های مسکن ادامه داد: بانک‌های پرداخت‌کننده تسهیلات ودیعه مسکن تاکنون تسهیلات ۵۳۲ هزار و ۷۵۷ متقاضی را پرداخت کرده‌اند.

او با تأکید بر اینکه انتظار می‌رود تا پرداخت تسهیلات ودیعه مسکن با توجه به نیاز مردم تسرع یابد، توضیح داد: بانک‌هایی که بیشترین همکاری را برای پرداخت تسهیلات ودیعه مسکن داشتند شامل بانک ملی با رقمی معادل ۱۲ همت، ملت ۸ همت، صادرات و تجارت هر کدام ۵ همت، سپه ۴ همت و رفاه کارگران ۳ همت است. به گفته وی، بانک‌های خصوصی نیز در زمینه پرداخت تسهیلات ودیعه مسکن همکاری داشتند که تقریبا هر کدام از آنها رقمی معادل یک یا کمتر از یک همت تسهیلات ودیعه مسکن پرداخت کردند. گفتنی است هم‌اکنون تسهیلات ودیعه مسکن در تهران برای هر متقاضیان معادل ۲۰۰ میلیون تومان، در مراکز استان‌ها معادل ۱۵۰ میلیون تومان، شهرهای کوچک معادل ۱۰۰ میلیون تومان و در روستاها معادل ۴۰ میلیون تومان است.

بازار طلای جهانی در آرامش

قیمت طلا روز گذشته (دوشنبه ۱۲ آگوست) ثابت ماند و سرمایه‌گذاران منتظر آمارهای کلیدی تورم ایالات متحده بودند که اواخر این هفته منتشر می‌شود تا مقدار کاهش احتمالی نرخ بهره فدرال رزرو در ماه آینده را بسنجند. هر اونس طلا تغییر چندانی نداشت و به ۲۴۲۵ دلار و ۹۴ سنت رسید. قیمت طلای آمریکا با ۰.۳ درصد کاهش به ۲۴۶۴ دلار و ۸۰ سنت رسید. شاخص قیمت تولیدکننده آمریکا در روز سه‌شنبه و پس از آن شاخص قیمت مصرف‌کننده در روز چهارشنبه ارائه خواهد شد. در حال حاضر، بازار حدود ۵۴ درصد احتمال کاهش ۵۰ واحدی در ماه سپتامبر را دارد. جذابیت شمش‌های بدون بازده در محیطی با نرخ بهره پایین بیشتر خواهد بود. به گزارش «رویتز»، تقاضای فیزیکی طلا در هند هفته گذشته به دلیل اصلاح قیمت اندکی افزایش یافت، اگرچه نوسانات بازار باعث شد برخی از خریداران خرید را به تأخیر بیندازند، در حالی که حق بیمه در چین به دلیل خرید امن افزایش یافت. همچنین در بازار سایر فلزات ارزشمند، نقره به ۰.۶ درصد کاهش به ۲۷.۲۹ دلار در هر اونس رسید، پلاتین با ۰.۱ درصد افزایش به ۹۲۳.۲۰ دلار رسید و پالادیم تقریبا بدون تغییر در ۹۰۵ دلار آمریکا باقی ماند.

براساس گزارش ماهانه اوپک

قیمت نفت ایران افزایش یافت

جدیدترین گزارش ماهانه اوپک نشان داد قیمت نفت سنگین ایران در ژوئیه افزایش یافت و کاهش‌ی را که در دو ماه قبل از آن داشت، متوقف کرد. سازمان کشورهای صادرکننده نفت (وپک) در گزارش ماهانه خود از بازار نفت، اعلام کرد قیمت هر بشکه نفت سنگین ایران در ژوئیه، به ۸۴ دلار و ۵۷ سنت رسید که ۹۲ سنت معادل ۱.۱ درصد در مقایسه با قیمت ۸۲ دلار و ۶۵ سنت در ژوئن، افزایش داشت. میانگین قیمت نفت سنگین ایران از ابتدای سال ۲۰۲۴ تاکنون، به ۸۳ دلار و ۶۲ سنت در مقایسه با ۷۹ دلار و ۸۴ سنت در مدت مشابه سال ۲۰۲۳ رسیده است. ارزش سبد نفتی اوپک در ژوئیه، به ۸۴ دلار ۴۳ سنت در هر بشکه رسید که یک دلار و ۲۱ سنت معادل ۱.۵ درصد در مقایسه با ۸۳ دلار و ۲۲ سنت در ژوئن، افزایش کاهش داشت. میانگین ارزش سبد نفتی اوپک از ابتدای سال ۲۰۲۴ تاکنون، به ۸۳ دلار و ۷۱ سنت در هر بشکه رسیده است که در مقایسه با ۷۹ دلار و ۵۶ سنت در مدت مشابه سال میلادی گذشته، چهار دلار و ۱۵ سنت معادل ۵.۲ درصد افزایش نشان می‌دهد.

طبق آمار منابع ثانویه اوپک، تولید نفت اوپک که متشکل از ۱۲ کشور است، در ژوئیه، به ۲۶.۵۷ میلیون بشکه در روز رسید که ۱۸۵ هزار بشکه در روز برمیانی ماه به ماه، افزایش داشت. تولید نفت در عربستان سعودی، عراق و ایران افزایش داشت، در حالی که در لیبی کاهش پیدا کرد. همزمان، مجموع تولید نفت متحدان اوپک در گروه اوپک پلاس، در ماه میلادی گذشته، به ۱۴.۱۶ میلیون بشکه در روز رسید که برمیانی ماه به ماه، ۶۸ هزار بشکه در روز کاهش داشت. تولید نفت ایران در ژوئیه، با ۲۰ هزار بشکه در روز افزایش، به ۳.۲۷۱ میلیون بشکه در روز رسید.

اوپک در جدیدترین گزارش ماهانه خود، پیش‌بینی رشد تقاضای جهانی برای نفت در سال ۲۰۲۴ را بازنگری کرد و برآورد پایین‌تری ارائه داد. این گروه با اشاره به تقاضای ضعیف‌تر از حد انتظار چین در نیمه اول سال میلادی جاری و انتظارات ضعیف‌تر برای چین، انتظارات خود را از میزان رشد تقاضا در سال میلادی آینده، تعدیل کرد. اوپک اکنون پیش‌بینی می‌کند تقاضای جهانی برای نفت به میزان ۲۰.۱۱ میلیون بشکه در روز در سال ۲۰۲۴ رشد کند که کمتر از رشد ۲۰.۲۵ میلیون بشکه در روز است که در گزارش قبلی این گروه، برآورد شده بود. در گزارش اوپک آمده است: این بازیابی، نشان‌دهنده داده‌های واقعی دریافت نفت برای سه ماهه نخست سال ۲۰۲۴ و برخی موارد برای سه ماهه دوم و همچنین کاهش انتظارات برای رشد تقاضای نفت چین در سال ۲۰۲۴ است. با وجود شروع ضعیف فصل رانندگی تابستانی نسبت به سال قبل، انتظار می‌رود تقاضای سوخت حمل و نقل به دلیل ترافیک مطلوب جاده‌ای و هوایی، قوی بماند.

تجدیدنظر اوپک در دورنمای رشد تقاضای جهانی برای نفت در سال ۲۰۲۴، نخستین بازنگری است که از ژوئیه سال ۲۰۲۳ برای امسال انجام داده است. بین موسسات پیش‌بینی‌کننده، اختلاف بیش از حد معمولی درخصوص میزان رشد تقاضای جهانی برای نفت در سال ۲۰۲۴ وجود دارد که عمدتا به دلیل اختلاف نظرات درباره چین و همچنین درباره روند گنار جهانی به سمت سوخت‌های پاک‌تر است. با وجود این تجدیدنظر، اوپک همچنان دیدگاه خوش‌بینانه‌تری نسبت به سایرین دارد. قیمت نفت پس از انتشار گزارش ماهانه اوپک، بالای ۸۰ دلار در هر بشکه معامله شد. اوپک در این گزارش، پیش‌بینی خود از رشد تقاضا در سال میلادی آینده را به ۱.۷۸ میلیون بشکه در روز کاهش داد که ۷۰ هزار بشکه در روز کمتر از میزان برآورد شده در گزارش قبلی این گروه است. اوپک پلاس که شامل اوپک و متحدانش شامل روسیه است، از اواخر سال ۲۰۲۲، مجموعه محدودیت‌های عرضه داوطلبانه‌ای را برای حمایت از بازار نفت به اجرا گذاشته است. این گروه در دیدار دوم ژوئن ویرانش توافق کرد محدودیت عرضه اضافی ۲.۲ میلیون بشکه در روز تا پایان سپتامبر ادامه پیدا کند و از اکتبر، به تدریج، حذف شود. گفتنی است آژانس بین‌المللی انرژی که نماینده کشورهای صنعتی است، رشد تقاضا برای نفت در سال میلادی جاری را ۹۷۰ هزار بشکه در روز پیش‌بینی کرده است.

قیمت خوراکی‌ها در ۱۳ سال ۴۱ برابر شد

ماراتن تورمی شهر و روستا



به این بخش است.

متأسفانه از ابتدای دهه ۱۳۹۰ تاکنون شوک‌های زیادی به اقتصاد نیمه جان ایران وارد شده است. بسیاری از این شوک‌ها به طور مستقیم و غیرمستقیم سفره‌های مردم را هدف گرفته‌اند و کوچک‌تر شدن آن را سرعت بخشیده‌اند. در این دوران بیشترین آسیب به قشر کم‌درآمد جامعه وارد شده است؛ چراکه در سبد مصرفی این قشر از جامعه اساسی‌ترین مواد غذایی وجود دارد که با تورم بالایی که در گروه خوراکی‌ها وجود دارد، ضربه زیادی به آنها وارد شده است. همانطور که اشاره شد، در ابتدای دهه ۱۳۹۰، شاخص قیمت مصرف‌کننده معادل ۱۰۰۹ بود که در تیرماه امسال به رقم ۲۵۵.۲ رسیده است. به عبارت دیگر، سطح عمومی قیمت‌ها با رشد ۲۲۴۱ درصدی، بیش از ۲۳ برابر شده است. قیمت گروه خوراکی‌ها و آشامیدنی‌ها نیز در این دوره زمانی ۴۱ برابر شده است.

رتبه‌های اول و آخر جهش‌های قیمتی

از میان گروه‌های خوراکی، «سبزیجات» بیشترین افزایش قیمت را از آن خود کرده است. قیمت این گروه طی ۱۳ سال گذشته بیش از ۶۳ درصد شده است. البته شاخص قیمت گروه «سبزیجات» در تیرماه امسال نسبت به خردادماه مقداری کاهش یافته است. این گرانی البته می‌تواند علل مختلفی داشته باشد. بنا به نظر کارشناسان، عوامل متعددی بر قیمت محصولات کشاورزی موثر هستند.
دلیل اصلی آن همانا دستکاری دولت که منجر به نااطمینانی در بازار تولید این محصولات می‌شود و در پی آن، مشکلاتی را برای تولیدکننده ایجاد می‌کند. در ادامه سایر عوامل را می‌توان نوسانات قیمت دلار، میزان تسهیلات تخصیص‌یافته به کشاورزان و همچنین وجود یا عدم وجود قیمت خرید تضمینی دولت برای برخی محصولات کشاورزی در نظر گرفت. در رتبه دوم این فهرست، «روغن‌ها و چربی‌ها» هسبند که در این دوره زمانی تقریبا ۵۰ برابر شده‌اند. شاخص قیمت این گروه در سال ۱۳۹۰ برابر با ۷.۶ بود که در ماه گذشته به حدود ۳۷۵ رسیده است. به دنبال آن، گروه «گوشت قرمز، سفید و فرآورده‌های آنها» در رتبه سوم قرار دارد که در ۱۳ سال ۴۸ برابر شده‌اند. کمترین افزایش قیمت برای گروه «نان و غلات» بوده است. شاخص قیمت این گروه در ابتدای دهه ۱۳۹۰ معادل ۸۰۹ بود که در تیرماه امسال به ۱۳۶.۱ رسیده است. به عبارت دیگر، اقلام گروه «نان و غلات» در طی ۱۳ سال ۲۶۵ برابر شده است.
دلیل اصلی آن همانا دستکاری دولت در قیمت‌گذاری این گروه است؛ زیرا با قیمت‌گذاری دستوری و اعطای یارانه، جهش قیمت این بخش را تا حدودی کنترل کرده است. شاخص قیمت مصرف‌کننده یا CPI، از شاخص‌های مهم اقتصادی است که سطح عمومی قیمت‌ها را در طول زمان نشان می‌دهد. این شاخص براساس سبد کالا و خدمات مصرفی یک خانوار تعیین می‌شود. از دلایل اهمیت شاخص قیمت مصرف‌کننده، این است که نشان می‌دهد قدرت خرید مردم در طول زمان چگونه تغییر کرده است.

مشکل تولیدکنندگان و صادرکنندگان حل می‌شود؟

پایان ممنوعیت‌های بی‌ضابطه واردات

بخشی از ممنوعیت‌های واردات انتقاد کرده‌اند و معتقدند این ممنوعیت‌ها در شرایطی ایجاد شده که تولید داخل کفاف نیاز بازار را نمی‌دهد. برای مثال دو سال پیش تولیدکنندگان میلمان گفته بودند که یکی از مشکلات صنعت ماشین پارچه رومبلی طولانی است؛ چراکه این پارچه‌ها تکنولوژی خاصی نیاز دارند و در سال‌های اخیر دو یا سه کارخانه در این بخش راه‌اندازی شده و تولیدکنندگان به بهانه حمایت از تولید داخل خواستار ممنوعیت واردات شده بودند، اما تولید کفاف نیاز کشور را نمی‌دهد. در نهایت این وضعیت در سال‌های اخیر در بازار انحصار ایجاد کرد و باعث افزایش قیمت پارچه رومبلی و میلمان به عنوان محصول نهایی شد. پیش از آن هم محدودیت واردات مشکلات این‌چنینی در بازار ایجاد کرده بود. برای مثال رئیس اتحادیه فناوران رایانه تهران در سال‌های اخیر بارها از ممنوعیت واردات مودم انتقاد کرده و گفته که بیش از ۷۰ درصد مودم به صورت قاچاق به کشور وارد می‌شود. در مجموع طی سال‌های اخیر بارها در بخش‌های مختلف گلابه‌هایی نسبت به اعمال محدودیت بی‌ضابطه در واردات برخی کالاها به استناد تولید داخل، در شرایطی که این میزان تولید کفاف مصرف را نمی‌دهد، مطرح شده و بعضا این شرایط منجر به افزایش شدید قیمت برخی کالاها و رونق گرفتن بازار قاچاق شده است. از جمله کالاهایی که در سال‌های اخیر با این مشکل مواجه شده‌اند (به

پیش‌بینی می‌شود با پایان برنامه ششم توسعه، محدودیت‌های سلیقه‌ای و بی‌ضابطه واردات کنه در مواردی مشکلاتی برای تولیدکنندگان و صادرکنندگان ایجاد کرده بود، رفع شود، هرچند همچنان بخش زیادی از محدودیت‌های واردات که مربوط به گروه چهار یا کالاهای لوکس بوده، همچنان برقرار خواهد ماند. به گزارش «پسنا»، از سال ۱۳۹۶ با خروج آمریکا از برجام، کاهش فروش نفت و در نتیجه کاهش منابع ارزی، دولت مجبور به مدیریت منابع و در این راستا واردات بسیاری از کالاهای لوکس ممنوع شد. سیاست دیگری که در همین راستا در دستور کار قرار گرفت، تعمیق ساخت داخل بود. در همین راستا سال ۱۳۹۸ قانون ممنوعیت ورود کالا به کشور با امکان تولید داخل به تصویب رسید که البته نقدهایی هم به آن وارد شد؛ چراکه برخی فعالان اقتصادی معتقدند این ممنوعیت نه تنها به بازار و تولید داخل کمکی نمی‌کند، بلکه گاهی سفید و قاچاق را افزایش می‌دهد. در مقابل وزارت صمت معتقد بوده است که این محدودیت‌ها براساس قانون حداکثر استفاده از توان تولیدی و خدماتی و حمایت از کالای ایرانی مصوب اردیبهشت ۱۳۹۸ اعمال شده و همچنین ممنوعیت ورود به صورت ۱۰۰ درصدی صورت نگرفته، بلکه با در نظر گرفتن کیفیت و کمیت اقلام و کالاهای تصمیب‌گیری شده است. با این حال در سال‌های اخیر تولیدکنندگان در بخش‌های مختلف از

استناد صحبت‌های تولیدکنندگان»، برخی از انواع مواد اولیه پوشاک، آچار، لوازم ورزشی و کالاهای آی تی است، اما حالا به نظر می‌رسد با آغاز برنامه هفتم توسعه، این رویه هم اصلاح شود. در همین راستا در اوایل مردادماه امسال رئیس سازمان توسعه تجارت در نامه‌ای خطاب به وزیر صنعت، معدن و تجارت با اشاره به عدم تمدید ماده ۱۶ قانون حداکثر استفاده از توان داخل در برنامه هفتم، تأکید کرده بود که کارتابل فنی بررسی ساخت داخل در واردات کالا عملاً از پایان مردادماه، حذف خواهد شد. رئیس کمیسیون گمرک اتاق بازرگانی ایران نیز در توضیح وضعیت جدید ممنوعیت‌های واردات گفته است که از ابتدای سال ۱۴۰۳، با پایان برنامه ششم توسعه، دولت دیگر اختیار ممنوع کردن کالاها را به واسطه تولید مشابه داخلی ندارد؛ بنابراین دولت در حال حاضر می‌تواند از ابزار سود بازرگانی برای حمایت از تولید داخل استفاده کند، اما سایر ممنوعیت‌های واردات همچنان پایرجاست که مهم‌ترین آنها مربوط به واردات بیش از ۱۳۰۰ قلم کالاهای لوکس و غیرضروری است. بنابراین می‌توان گفت که هرچند بخش زیادی از محدودیت‌های واردات که مربوط به گروه چهار یا کالاهای لوکس بوده، همچنان برقرار است، اما پیش‌بینی می‌شود حداقل محدودیت‌های سلیقه‌ای و بی‌ضابطه واردات که در مواردی مشکلاتی برای تولیدکنندگان و صادرکنندگان ایجاد کرده بود، رفع شود.

رئیس بیمه مرکزی از رشد ۵۹ درصدی حق بیمه تولیدی خبر داد

رشد ۷ پله‌ای ایران در ضریب نفوذ بیمه

بیمه ششگانه ریلی اشاره و خاطر نشان کرد: در سالی که گذشت بیمه شخص ثالث برای شبکه ریلی هم در حوزه‌های درون شهری و هم برون شهری با استقبال بسیار مطلوبی روبه‌رو شده است. به گفته «استاد هاشمی»، از دیگر اقداماتی که در بیمه مرکزی برای تسهیل امر صدور بیمه‌نامه رخ داده است، صدور بیمه‌نامه همزمان با ویزای الکترونیکی (E-Visa) است و از آنجایی که در سال‌های گذشته گزارش‌های بسیاری در رابطه با مشکلات بیمه و صدور بیمه در مرزهای کشور و همزمان با ورود مسافران خارجی و خروج مسافران از کشور رخ می‌داد، خوشبختانه امروز همزمان با صدور ویزا الکترونیکی بیمه‌نامه مربوط نیز صادر می‌شود و دیگر با مشکلاتی که در گذشته و در این زمینه وجود داشت، روبه‌رو نمی‌شویم.

او در رابطه با اقدامات صورت گرفته در حوزه صنعت بیمه تصریح کرد: امروز تلاش ما برای حرکت به سمت کیفی‌سازی صنعت بیمه کشور است اجرایی شدن کروک برخط، عملیاتی شدن نسخه‌های الکترونیک و اجرایی شدن ویزای الکترونیک و صدور همزمان بیمه‌نامه از اقدامات صورت گرفته

رئیس کل بیمه مرکزی از رشد ۵۹ درصدی حق بیمه تولیدی در سال گذشته خبر داد و گفت که جایگاه صنعت بیمه ایران در سطح جهانی هفت پله رشد داشته است. «علی استاد هاشمی» در نشست خبری بیمه مرکزی با اصحاب رسانه به جایگاه صنعت بیمه کشور در سطح جهانی و منطقه‌ای اشاره کرد و گفت: در سال گذشته ضریب نفوذ بیمه در کشور به ۲.۱۴ درصد رسید که باعث شد جایگاه جهانی کشور با هفت پله صعود و رشد از رتبه ۶۶ به ۵۹ برسد و همچنین جایگاه منطقه ایران در رتبه ۴ منطقه باقی بماند.

وی با اشاره به میزان حق بیمه تولیدی صنعت بیمه در سال ۱۴۰۲ افزود: در سال گذشته حق بیمه تولیدی کشور به ۲۷۹ همت (هزار میلیارد تومان) رسید که رشد ۵۹ درصدی را در قیاس با مدت مشابه آن در سال قبل و ثبت رتبه پنجم منطقه‌ای و ۴۶ جهانی کشور در شاخص حق بیمه تولیدی نشان می‌دهد.

رئیس کل بیمه مرکزی در ادامه به تسری بیمه شخص ثالث در حوزه

خبرنامه

رشد مصرف برق ایران ۳ برابر میانگین جهانی

معاون انتقال و تجارت خارجی توانیر با اشاره به پایداری هوای گرم تا اواسط هفته در کشور گفت بیش از ۳۰ روز را با رشد مصرف بیش از ۸ درصد و با اوج‌بار نزدیک به ۸۰ هزار مگاوات سپری کردیم.

محمد اله‌داد اظهار کرد: رشد بیش از ۸ درصدی مصرف برق کشور بیش از سه برابر میانگین جهانی است که فشار زیادی را به شبکه برق وارد می‌کند. فقط در سه استان خوزستان، هرمزگان و بوشهر هزار مگاوات افزایش مصرف داشتیم که به اندازه مجموع برق مصرفی استان مرکزی است. وی در عین حال چسبندگی دمای هوا را مورد اشاره قرار داد و با بیان اینکه نمی‌توان انتظار داشت دما به یکباره کاهش پیدا کند، خاطرنشان کرد: به این ترتیب مصرف برق کاهش سریعی نخواهد داشت و هنوز نیازمند همکاری مردم در مدیریت مصرف برق هستیم. معاون انتقال و تجارت خارجی توانیر بر ضرورت خاموش کردن سیستم‌های سرمایشی ادارات پس از پایان ساعات کاری و هنگام استراحت صنوف تاکید و خاطرنشان کرد: ساختمان‌هایی که دارای سیستم سرمایش مرکزی (چیلر) هستند باید سرانه مصرف خود را کاهش دهند.

اله‌داد در پایان با اشاره به اینکه اوج بار شبانه نیز از ۷۰ هزار مگاوات فراتر رفته است، از مردم خواست مدیریت مصرف برق را در تمام ساعات شبانه روز مورد توجه قرار دهند تا بتوان پایداری شبکه برق را بدون کمترین مشکل حفظ کرد.

برای مشترکان پرمصرف، اعمال محدودیت می‌شود

سرانه بالای مصرف آب در تهران

مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب منطقه ۵ اعلام کرده سرانه مصرف آب در تهران نسبت به میانگین بالاست و در همین راستا و برای مقابله با مشترکان پرمصرف طرح محدودیت آبی پس از اخطار در نظر گرفته شده است.

به گزارش ایسنا، علیرضا کارگری در نشست خبری با بیان اینکه ایران یک کشور خشک بوده و تغییرات اقلیمی موجب شده باعث افزایش محدودیت آبی شده است، اظهار کرد: فرهنگ‌سازی در این زمینه می‌تواند کارساز باشد، طبق آمار سازمان هواشناسی تهران در هفته میانگین ۵۰ ساله دو درجه گرم‌تر شده است به طوری که در هفته گذشته گرمای هوا در بسیاری از شهرهای استان تهران رکورد زد.

وی با بیان اینکه مصرف آب با دما رابطه معناداری دارد، تصریح کرد: پراکندگی باران در کشور یکسان نیست علاوه بر این تراکم جمعیت در تهران نیز نسبت به میانگین کشور بسیار بالاتر است، لذا باید در این شرایط رفتار متفاوت‌تری را داشته باشیم.

مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب منطقه ۵ با اشاره به سرانه مصرف آب در کشور اظهار کرد: مصارف شهری در بخش خانگی در شرایط عادی ۱۵۰ لیتر است یعنی یک نفر به طور متوسط در طول سال باید این میزان مصرف کند. این عدد در شرایط خشک‌سالی ۱۳۳ لیتر تعریف شده، اما میانگین مصرف در تهران حال حاضر ۲۳۳ لیتر است. در استان تهران نیز این عدد به ۲۱۴ لیتر می‌رسد. کارگري تصريح کرد: میانگین مصرف آب در شهرهای کشور ۱۹۰ لیتر است که حتی در شرایط استاندارد نیز این عدد تعریف نشده است و باید توجه داشت که در روزهای گرم سال نیز میزان مصارف بالاتر می‌رود.

وی با اشاره به رکوردشکنی مصرف در هفته گذشته اظهار کرد: امسال متوسط مصرف در تهران به ۴ میلیون مترمکعب یعنی ۳٫۹ میلیون مترمکعب رسید در حالی که این عدد در سال‌های قبل ۳٫۷ تا ۳٫۸ میلیون مترمکعب بوده است.

او با بیان اینکه دستگاه‌های آبربر نقش زیادی در مصرف آب دارند، گفت: یک کولر با ظرفیت ۵۰۰۰ با ۱۲ ساعت کارکرد در کند و تند معادل یک نفر آب مصرف می‌کنند لذا باید کولر استاندارد انتخاب کنیم و به موقعیت نصب کولر و حفاظت آن توجه کافی داشته باشیم؛ چراکه با پایش و نگهداری دستگاه‌های آبربر میزان مصرف آب ۳۰ درصد کاهش می‌یابد.

به گفته مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب منطقه ۵، اگر تنها کولرها را مورد توجه قرار دهیم ۱۰ درصد آب در بخش شهری کشور کاهش می‌یابد.

وی با اشاره به اهمیت استفاده از پساب‌های شهری اظهار کرد: میانگین متوسط کل مصارف در کشور در بخش کشاورزی ۹۰ درصد، در بخش صنعت ۲۰درصد و در بخش شرب ۸ درصد است، در حالی که در استان تهران ۵۱٫۵ درصد در بخش کشاورزی، ۴۱٫۵ درصد در بخش شرب شهری و روستایی و ۴ درصد در بخش صنعت مصرف می‌شود میانگین فضای سبز نیز ۳ درصد تخمین زده می‌شود.

کارگري با اشاره به هدررفت آب در منطقه ۵ تهران گفت: کل آب مصرفي در سال در این منطقه ۱۲۶ میلیون مترمکعب در سال است که ۱۹۶۴۵ درصد در حسابرسی‌ها مورد ارزیابی قرار نمی‌گیرد و جزو آب بدون درآمد است. ۸۰٫۱۵ درصد تلفات واقعی آب است، ۱۰٫۸ درصد نیز مورد استفاده مردم قرار می‌گیرد اما در حسابرسی‌ها نمی‌گنجد. با اقداماتی که صورت گرفت توانستیم یک میلیون و ۲۰۰ مترمکعب هدررفت واقعی را کاهش دهیم و تا آخر سال عدد ۱۹۵ را به ۱۹ درصد کاهش خواهیم داد.

به گفته او در سال می توانیم ۹۴ میلیون مترمکعب پساب داشته باشیم که در حال حاضر ۷۱ میلیون مترمکعب استفاده می‌شود، برنامه امسال ما این است که ۲۷ هزار و ۱۰۵ اشتراک را نصب کنیم. تاکنون ۷۲۸۰ نصب شده و ۳۰ درصد بر برنامه پیشرفت داشته‌ایم و حدود ۱۱ درصد حجم پساب بهداشتی را افزایش می‌دهیم که مورد استفاده بخش صنعت و فضای سبز قرار بگیرد و تا نیمه اول سال ۱۴۰۴ به بالای ۹۰ درصد خواهیم رسید.

وی با اشاره به میزان استفاده آب در منطقه ۵ تهران اظهار کرد: الگوی تعریف شده ۱۲ مترمکعب در ماه برای یک مشترک است که ۴۱ درصد مشترکان این الگو را رعایت می‌کنند که ۳۰ درصد حجم آب را در اختیار دارند. ۲۰٫۷ درصد مشترکان بیش از دو برابر الگو مصرف می‌کنند که ۶درصد آب کشور در اختیار آنها است. در این بین ۴۴ درصد مشترکان بین الگو تا بیش از دو برابر الگو مصرف دارند که این عدد معادل ۶۴ درصد آب مصرفی است.

وی با بیان اینکه ۸۳ درصد مصارف آب در تهران در بخش خانگی ۱۷ درصد در بخش اداری، تجاری و صنعت مورد استفاده قرار می‌گیرد، گفت: با توجه به اینکه نرخ آب به صورت طبقاتی محاسبه می‌شود مشترکانی که الگو را رعایت می‌کنند از یارانه بیشتری بهره‌مند می‌شوند و با توجه به افزایش مصرف تداپیری را برای مشترکان پرمصرف نیز در نظر گرفته‌ایم.

به گفته کارگري از میان ۲۱۴ هزار مشترک به ۲۰ هزار مشترک اخطار مصرف داده‌ایم و برای تعدادی از مشترکان که نسبت به اخطارها بی‌توجه بودند محدودیت مصرف اعمال شد تا این دسته از مشترکان میزان مصرف خود را مدیریت کنند. به مشترکان دولتی نیز اعلام کردیم که میزان مصرف خود را ۲۵ درصد کاهش دهند.

سقوط شاخص کل بورس تهران به زیر کانال ۲ میلیون واحدی

بورس مرز حساس را از دست داد



بازار سرمایه در کابوس تمام‌نشدن قرار گرفته است. به گزارش اکوایران، در جریان معاملات ضعیف در بازار اوراق بهادار تهران عدد شاخص کل به کمتر از رقم ۱.۹۹۹.۰۰۰ واحدی رسید تا ضربه دیگری در اقتصاد ایران و در تاریخ معاملات بورس و اوراق بهادار تهران رقم بخورد و نام مسئولین بورسی و اقتصادی کشور برای اهالی بازار برای همیشه با این خاطره در ذهن‌ها باقی بماند. نقشه سرخ‌رنگ بازار سرمایه در محدوده‌های یک درصدی منفی گواه وضعیت بد بازار در این روزها است البته شایعه‌ای در بازار در جریان بود که به نام‌گذاری روز ۲۳ مردادماه برمی‌گشت، شورای عالی انقلاب فرهنگی کشور به مناسبت پیروزی حزب‌الله لبنان در برابر ارتش رژیم صهیونیستی در جنگ ۳۳ روزه، ۲۲ مرداد را روز «مقاومت اسلامی» نام‌گذاری کرد و اهالی بازار این‌گونه شایعه کردند که این روزی است که ایران عملیات انتقامی خود را انجام خواهد داد! از سویی هم بانک مرکزی گزارش نقدینگی را منتشر کرد و در این گزارش آمده است که حجم نقدینگی در پایان بهار برای نخستین‌بار از مرز ۸۰۰۰ همت گذشته است. بر این اساس در پایان خردادماه امسال رقم رشد حجم نقدینگی نسبت به خرداد پارسال ۲۶۸ درصد اعلام شد. رشد حجم نقدینگی در طول بهار ۱۴۰۳ معادل ۶ درصد بوده است. اما در کنار این خبر بانک مرکزی ابلاغیه اعطای تسهیلات به شرکت‌های دارویی را نیز منتشر کرده است. بانک مرکزی برای رفع مشکل نقدینگی تأمین مواد اولیه دارو و کارخانجات دارویی ۵۰ هزار میلیارد تومانی تسهیلات به شرکت‌های دارویی اعطا خواهد کرد. در باب بررسی تکنیکالی شاخص کل بورس و اوراق بهادار تهران باید اینطور عنوان کرد که بازار سرمایه از سقف سال ۱۳۹۹ خود ۴ درصد پایین‌تر است این ۴ درصد تنها یک عدد نیست بلکه چهار سال حرف، گلابه، بحث کارشناسی، دستورالعمل، نرخ‌های مختلف (بهره، دلار نیمايي و آزاد) قیمت‌گذاری دستوری، دخالت دولت در بازار ... است. شاخص کل که در ابتدای سال ۱۴۰۲ توانست از سقف قیمتی سال ۱۳۹۹ عبور کند در طول ۱۷ ماه گذشته نسبت به کتر از این محدوده قرار گرفته است. مرداد سال پیش شاخص حدود ۷ درصدی کمتر از سقف ساختمان به مساحت ۹۹.۹۴ مترمربع قسمتی از پلاک شماره ۱۰۱ فرعی باقیمانده از ۱۷۳ اصلی واقع در معصوم زاده بخش دو بجنورد حوزه ثبت ملک منطقه دو بجنورد قسمتی از مالکیت علی و محمد مجاهد حوز 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 دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیه 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: ۱۴۰۳/۰۵/۰۸

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۳/۰۵/۲۲

شناسه آگهی: ۱۷۵۹۷۲۲

علی اوسط رستمی - رئیس ثبت اسناد و املاک منطقه دو بجنورد

مفقودی

کارت هوشمند کامیون فوتون کشنده بشماره ۲۴۹۵۰۷۲ نام توجز یافته مفقود گردیده‌واز درجه اعتبار ساقط می‌باشد.

۱۳۰/۵

بیشترین خروج پول حقیقی را داشت که ارزش آن ۶۴ میلیارد تومان بود. بیشترین ورود پول حقیقی به نمادهای وپانک، نیان، وخواور، کایزد و بوعلی تعلق داشت. نمادهای فولاد، فملی و شینا نمادهای فرمزپوش بورس بودند که بیشترین اثر را در افت شاخص کل بورس داشتند. در سوی دیگر نمادهای بوعلی، حکمشتی و وپانک نمادهای سبزی بودند که بیشترین اثر مثبت را بر شاخص داشتند. در فرابورس نیز نمادهای فصبا، آریا و زاگرس بیشترین اثر کاهنده را بر شاخص کل داشتند و نمادهای شاولن، ساوه و نیان بیشترین اثر افزایشی را بر شاخص داشتند. در بین نمادهای پرتراکنش بورس نماد فولاد بیشترین تراکنش را داشت و وبملت و ذوب و ذوب در رتبه‌های بعدی بیشترین تراکنش قرار گرفتند. در فرابورس نیز خنور، فصبا و وسپهر بیشترین تراکنش را داشتند.

ارزش معاملات کل بازار سهام به ۴۲ هزار و ۹۰۵ میلیارد تومان رسید. ارزش معاملات اوراق بدهی در بازار ثانویه ۳۵ هزار و ۷۴۶ میلیارد تومان بود که ۸۳ درصد از ارزش کل معاملات بازار را در این روز تشکیل می‌دهد. ارزش معاملات خرد نیز با افزایش ۵ درصدی به نسبت روز معاملاتی قبل به رقم هزار و ۷۳۴ میلیارد تومان رسید. نماد فملی بیشترین ارزش معاملات بازار سهام را به خود اختصاص داد که ارزش معاملات آن ۶۴ میلیارد تومان بود. پس از فملی، فولاد بیشترین ارزش معاملات را داشت و وبملت رتبه سوم بیشترین ارزش معاملات را به خود اختصاص داد و پس از آن، دو نماد وخواور و نوری در رتبه‌های بعدی بیشترین ارزش معاملات قرار گرفتند. در جدول حجم معاملات نیز سهام ذوب با تعداد ۳۳۹ میلیون و ۶۲۷ هزار و ۳۳۶ سهم در صدر قرار گرفته است. وبملت در رتبه دوم بیشترین حجم معاملات بازار قرار گرفت و رتبه سوم به شستا تعلق داشت. دو نماد فولاد و وخواور نیز در رتبه‌های بعدی بیشترین حجم معاملات بازار قرار داشتند. در معاملات دوشنبه، ۴۷ نماد صف خرید داشتند و ۴۹۷ نماد با صف فروش مواجه بودند. مجموع ارزش صف‌های خرید با افت ۷۸ درصدی نسبت به روز کاری قبل به ۶۳ میلیارد تومان کاهش یافت و مجموع ارزش صف‌های فروش نیز با افزایش ۵۶ درصدی به رقم هزار و ۲۵۹ میلیارد تومان رسید.

روزهای تلخ با شاخص زیر ۲ میلیون واحدی

بازار بورس تهران روزهایی را سبزی می‌کند که خیلی از اهالی بازار امیدوار بودند پیش‌تر از این به پایان چنین روزهایی رسیده باشند، اما عدد شاخص به زیر ۲ میلیون واحدی رسید و روزهای تلخ برای اهالی

بازار سرمایه پس از ۹ ماه کانال ۲ میلیون واحد را از دست داد و شاخص کل با افت ۴۷۲۲ واحد به رقم یک میلیون و ۹۹۸ هزار واحد رسید. بازار سرمایه در سومین روز هفته نیز منفی شد و کانال ۲ میلیون واحد را از دست داد. از اوایل آبان سال گذشته که برای حدود ۱۰ روز بورس محدوده ۲ میلیون واحد را از دست داده و سپس آن را پس گرفته بود، تاکنون این اتفاق نیفتاده بود. در معاملات روز دوشنبه شاخص کل بورس و اوراق بهادار تهران ۴۷۲۲ واحد کاهش یافت و به یک میلیون و ۹۹۸ هزار و ۶۵۳ واحد رسید. شاخص هم‌وزن هم ۸۴۶ واحد افت کرد و در عدد ۶۳۳ هزار و ۷۰۶ واحد ایستاد. ۲۲۹ هزار معامله در بورس انجام شد که ارزش آن به ۲۸۶۵ میلیارد تومان رسید. فولاد، فملی و شینا بیشترین اثر منفی را بر شاخص بورس داشتند و فولاد، وبملت و ذوب نیز از نمادهای پرتراکنش بودند. فرابورس ایران هم ۱۸ واحد کاهش پیدا کرد و شاخص آن به ۲۰ هزار و ۶۸۵ واحد رسید. روز گذشته ۹۵ هزار معامله به ارزش ۲۸ هزار میلیارد تومان در فرابورس انجام شد. شاولن اثر مثبت بر فرابورس داشتند اما فصبا و آریا تأثیر منفی ایجاد کردند. خنور، فصبا و وسپهر هم از نمادهای پرتراکنش بودند.

از روز ۱۴ مردادماه به منظور کاهش اثر ریسک‌های سیستماتیک بر بازار سرمایه، دامنه نوسان از شش به منفی و مثبت یک درصد کاهش پیدا کرد. سازمان بورس و اوراق بهادار اعلام کرد که با توجه تداوم شرایط حاکم بر بازار سرمایه، در هفته گذشته و ریسک‌های سیستماتیک موثر بر آن، ضمن انجام بررسی‌های تکمیلی و پس از دریافت نظر بورس‌ها، مقرر شد محدودیت دامنه نوسان معاملات سهام و حق تقدم در هفته پیش رو نیز مشابه هفته گذشته، در دامنه مثبت و منفی یک درصد و معاملات صندوق‌های سرمایه‌گذاری سهامی نیز در دامنه مثبت و منفی ۲ درصد برقرار باشد.

دوازدهمین روز خروج سرمایه حقیقی

در معاملات روز دوشنبه ۲۲ مردادماه، شاخص کل بورس تهران ۴ هزار و ۷۲۱ واحد نسبت به روز کاری گذشته پایین‌تر ایستاد و به سطح یک میلیون و ۹۹۸ هزار و ۶۵۳ واحد رسید. شاخص کل هم‌وزن نیز با ریزش ۸۴۷ واحدی در رقم ۶۳۳ هزار و ۷۰۶ واحدی ایستاد. شاخص کل فرابورس ۱۸ واحد افت کرد به رقم ۲۰ هزار و ۶۸۵ واحد رسید. خالص تغییر مالکیت حقوقی به حقیقی برای دوازدهمین روز متوالی منفی شد و ۳۲۷ میلیارد تومان پول حقیقی از بازار سهام خارج شد. نماد فولاد

سه‌همیه‌بندی بنزین باید مبتنی بر عدالت باشد

مزیت‌های اختصاص بنزین به شهروندان

آزاد تهیه کنند. کسانی که بنزین اضافه دارند، می‌توانند آن را در این بازار آزاد به فروش برسانند.

این نماینده مجلس شورای اسلامی خاطر نشان کرد: اختصاص سهمیه بنزین به نفر به عدالت نزدیک است. در شرایط فعلی، کسانی که بیشترین امکانات را دارند، از بنزین یارانه‌ای بیشتری استفاده می‌کنند اما کسانی که خودرو ندارند، از این یارانه بی‌نصیب هستند. در صورتی که دولت بتواند برنامه مناسب و واقعی در زمینه اختصاص سهمیه بنزین به نفر داشته باشد و آن را اجرایی کند، عدالت بیشتری در حوزه توزیع یارانه‌های بنزین شاهد خواهیم بود.

احمدی گفت: در طرح اختصاص سهمیه بنزین به نفر، افراد به تناسب درایی و مصرفی که دارند، هزینه آن را می‌پردازند و اقسار ضعیف نیز از این یارانه بیشتر بهره می‌برند. در این شرایط، اندک اندک افرادی که مصارف بالایی دارند، آن را به قیمت واقعی می‌خرند و از این نظر نیز کنترل مصرفی صورت می‌گیرد. اختصاص سهمیه بنزین به نفر، نه تنها به لحاظ عدالت اجتماعی برای‌مان مزیت دارد، از نظر کنترل مصرف نیز به نفع کشور است. وقتی افراد بدانند تنها میزان مشخصی بنزین یارانه‌ای در اختیار دارند و بیشتر از این میزان را باید با قیمت آزاد تهیه کنند، قطعاً به کنترل مصرف خودشان می‌پردازند.

عضو مجلس شورای اسلامی خاطر نشان کرد: با کمک بنزین به نفر علاوه بر بهینه شدن مصرف به دلیل مزایای صرفه‌جویی در مصرف بنزین و صرفه اقتصادی آن، مشکل خودروهای تک سرنشین و هدررفتن بنزین نیز حل و فصل می‌شود. در حال حاضر، قیمت یک بطری آب معدنی چند برابر یک لیتر بنزین است، در این شرایط، بدیهی است که افراد هیچ کنترلی بر روی میزان مصرفشان ندارند اما وقتی قیمت‌ها واقعی شود، افراد به مدیریت مصرف می‌پردازند. روندهایی که در بالا توضیح داده شد، در نهایت به نفع کلیت کشور است و منافع ما را تأمین می‌کند. بنابراین، نیاز است دولت چهاردهم برنامه مدونی در زمینه اجرای طرح اختصاص سهمیه بنزین به نفر داشته باشد. دولت باید در کنار اعمال روش اختصاص سهمیه بنزین به نفر، در راستای بهبود فرهنگ مصرف نیز گام بردارد.

عضو مجلس شورای اسلامی گفت با کمک بنزین به نفر علاوه بر بهینه شدن مصرف به دلیل مزایای صرفه‌جویی در مصرف بنزین و صرفه اقتصادی آن، مشکل خودروهای تک سرنشین و هدررفتن بنزین نیز حل و فصل می‌شود. در حال حاضر، قیمت یک بطری آب معدنی چند برابر یک لیتر بنزین است، در این شرایط، بدیهی است که افراد هیچ کنترلی بر روی میزان مصرفشان ندارند، اما وقتی قیمت‌ها واقعی شود، افراد به مدیریت مصرف می‌پردازند.

به گزارش ایسنا، در حالی که زمانی صادرکننده بنزین بودیم، حالا تبدیل به واردکننده شده‌ایم و سالانه چند میلیارد دلار در این زمینه هزینه می‌کنیم. به گفته کارشناسان، ادامه روند فعلی شدنی نیست، در حال حاضر، سالانه میزان زیادی بنزین تولید می‌شود و همه آن را استفاده می‌کنیم. با وجود تولید بالای بنزین در کشور، نیاز به واردات داریم و دچار ناترازی در این زمینه شده‌ایم. کارشناسان بر این عقیده‌اند که سرکوب قیمتی و پایین بودن قیمت بنزین در کشور از مهمترین دلایل عدم مدیریت مصرف بنزین در کشور است. به زعم آنان، باید به سمت اعمال روش‌هایی به منظور کنترل مصرف حرکت کنیم.

بررسی‌های کارشناسی نشان می‌دهد که اعمال سهمیه بنزین به نفر می‌تواند راهکاری مناسب برای افزایش عدالت اجتماعی در توزیع یارانه بنزین و کنترل مصرف باشد. در این روش، افراد تنها تا میزان مشخصی می‌توانند از بنزین با قیمت یارانه‌ای استفاده کنند. بیشتر از این میزان را باید از بازار آزاد بخرند. بنابراین، انگیزه‌های افراد برای مدیریت مصرف افزایش پیدا می‌کند.

وحید احمدی، نماینده مجلس در خصوص این موضوع که به گفته رئیس جمهور افزایش قیمت بنزین را در دولت چهاردهم نخواهیم داشت، اما بنزین به صورت سهمیه در اختیار افراد قرار می‌گیرد، تصریح کرد: به نظر من، اگر دولت بتواند در چارچوب طرح مدونی متناسب با عدالت اجتماعی سهم هر کسی از بنزین یارانه‌ای را اختصاص دهد، اتفاقات خوبی رخ می‌دهد. در این چارچوب، هر فرد صرف نظر از اینکه وسیله نقلیه دارد یا خیر، از سهمیه بنزین بهره می‌برد. در طرح اختصاص سهمیه بنزین به نفر به جای اینکه بنزین را به ازای هر خودرو اختصاص دهیم، به هر فرد میزانی از بنزین یارانه‌ای تعلق می‌گیرد. افرادی که بیشتر از این سهمیه، مصرف بنزین دارند، باید آن را از بازار

تولید و صنعت

آگهی فقدان سند مالکیت

پلاک ثبتی ۸۹۱۰ فرعی از ۳۷۴۰ اصلی بشماره چاپی ۱۱۷۹۲۵ سر ج سال ۰۱ با شماره دفتر الکترونیکی ۰۰۴-۱۰۴۹۰۰۳۰۱۰۲۲۰۱۴ خاتم سپیده /امینداری به کل ملی ۵۷۰۹۵۴۳۴۸۹ و با تسلیم استشهادیه گواهی شده شماره ۲۹۲۰ مورخ ۱۴/۵/۱۴۰۲ و رمز تصدیق ۲۳۳۵۸۳ دفتر ۸۲۶ تهران با اعلام اینکه سند مالکیت شش‌دانگ یک دستگاه آپارتمان مسکونی نوع ملک طلق، مفروز و مجزا شده از ۸۸۹۴ فرعی از اصلی مذکور، قطعه ۵ در طبقه ۵ واقع در حوزه ثبت ملک ولیعصر آستان تهران به مساحت ۲۲۲/۷۱ متر مربع

متن متن ملک آپارتمان مسکونی قطعه پنجم تفکیکی مفروز و مجزی شده از شماره ۸۸۹۴ فرعی از ۲۷۴۰ اصلی، به مساحت (۲۲۲/۷۱) دویست و بیست و دو متر و هفتاد و یک دسیمتر مربع، واقع در طبقه پنجم که (۸/۱) هشت متر و ده دسیمتر مربع آن پیشرفتگی در دو قسمت، (۱/۵۷) یک متر و پنجاه و هفت دسیمتر مربع آن بالکن و بالکن پیشرفته، (۴/۲۶) چهار متر و بیست و شش

مالکیت سپیده /امیدواری فرزند عسکر علی شماره شناسنامه ۱۶ تاریخ تولد ۱۳۳۷/۰۶/۱۳ صادره از رضوانشهر دارای شماره علی ۵۷۰۹۵۴۳۴۸۹ مورخ ۱۳/۰۶/۱۳ تاریخ ۱۱۵۳۲۶ مورخ ۲۰/۲/۲۲ ۱۴۰۲ دفتر خانه اسناد رسمی شماره ۳۵۰ شهر تهران آستان تهران، موضوع سند مالکیت اصلی بشماره چاپی ۱۱۷۹۲۵ سر ج سال ۰۱ با شماره دفتر الکترونیکی ۰۰۴-۱۰۴۹۰۰۳۰۱۰۴۹۰۰۳۰۱ ثبت گردیده است. که ایشان، اعلام نموده اند بعلت جایجایی مدارک مفقود گردیده، تقاضای صدور المثنی سند مالکیت پلاک مذکور را نموده؛ در اجرای ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت (اصلاحی ۸/۱۱/۰۸) مراتب در یک نوبت آگهی می شود تا چنانچه شخصی یا اشخاصی مدعی انجام معامله نسبت به ملک مرقوم یا وجود سند مالکیت نزد خود باشند ظرف مدت ۱۰ روز پس از انتشار این آگهی اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت یا سند معامله به این اداره تسلیم و رسید دریافت نمایند بدیهی است در صورت انقضای مهلت مقرر و عدم وصول اعتراض و یا در صورت اعتراض اصل سند مالکیت یا سند معامله ارائه نگردد طبق مقررات المثنی سند مالکیت صادر و تسلیم خواهد شد.

۱۳۵۲۵ م الف
سرپرست حوزه ثبت ملک ولیعصر تهران –سارا صالحی
شناسه آگهی ۱۷۶۷۸۱

در اجرای ماده ۳ قانون تعیین تکلیف اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی اشخاصی که باستاند مدارک ارائه شده از طریق حل اختلاف موضوع قانون مذکور مستقر در ثبت خلخال تقاضای رسیدگی و ثبت و صدور سند مالکیت نسبت به مورد خریداری خود را نموده اند و مالکیت متصرفی و مفزروی ایشان برابر آرای صادره از هیات مذکور ثابت و به اداره ثبت اعلام گردیده که پس از اختصاص پلاک ثبتی مراتب بشرح ذیل در دو نوبت جهت اطلاع آگهی می شود

۱- ۴۴۳۷ فرعی از ۱۹۰۹ اصلی، شش‌دانگ یک قطعه زمین محصور با اعیانی احداتی مورد تقاضا و متصرفی آقای قباد نماز مرین ؛ از مالکیت اولیه موسی لرحا نیکخواه و محمد نمازی بمساحت ۲۴۵،۴۲ مترمربع زمین مورد تقاضا و متصرفی

۲- ۳۳۳۸ فرعی از ۱۹۰۹ اصلی، شش‌دانگ یک قطعه زمین با اعیانی احداتی مورد تقاضا و متصرفی آقای سید اکبر آقا مولای ؛ از مالکیت اولیه آقای سید احمد مولای بمساحت ۱۹۸،۴۵ مترمربع زمین مورد تقاضا و متصرفی

۳- ۹۵۱ فرعی از ۱۹۱۱ اصلی، شش‌دانگ یک قطعه زمین محصور با اعیانی احداتی مورد تقاضا و متصرفی خاتم زبلا ؛ از مالکیت اولیه بداله قلیی بمساحت ۲۰۰۰۲ مترمربع واقع در اراضی روستای علی آباد.

۴- ۹۵۲ فرعی از ۱۹۱۱ اصلی، شش‌دانگ یک قطعه زمین محصور با اعیانی احداتی مورد تقاضا و متصرفی آقای محمد شریفی هنجین ؛ از مالکیت اولیه رحیم علی عیادی بمساحت ۱۶۰،۰۸ مترمربع واقع در اراضی روستای علی آباد.

۵- ۹۵۳ فرعی از ۱۹۱۱ اصلی، شش‌دانگ یک قطعه زمین محصور با اعیانی احداتی مورد تقاضا و متصرفی آقای احمد شریفی هنجین ؛ از مالکیت اولیه رحیم علی آبادی بمساحت ۱۰۹۰،۵ مترمربع واقع در اراضی روستای علی آباد.

۶- ۹۵۴ فرعی از ۱۹۱۱ اصلی، شش‌دانگ یک قطعه زمین مزروعی دیمی مورد تقاضا و متصرفی آقای موسی زاده ؛ از مالکیت اولیه شکر علی جعفرزاده بمساحت ۸۱۳۲،۷ مترمربع واقع در اراضی روستای علی آباد.

۷- ۹۵۵ فرعی از ۱۹۱۱ اصلی، شش‌دانگ یک قطعه زمین محصور با اعیانی احداتی مورد تقاضا و متصرفی آقای روح اله فغلی ؛ از مالکیت اولیه بداله قلیی بمساحت ۲۰۰۰۲ مترمربع واقع در اراضی روستای علی آباد.

۸- ۴۸۶ فرعی از ۱۹۱۹ اصلی، شش‌دانگ یک قطعه زمین مزروعی دیمی مورد تقاضا و متصرفی آقای قیوم علی شریعی زاده گوراسراب ؛ از مالکیت اولیه ابراهیم شریعی زاده بمساحت ۲۵۱۰،۰۵ مترمربع واقع در اراضی روستای گوراسراب.

۹- ۱۷۸ فرعی از ۱۹۳۳ اصلی، شش‌دانگ یک قطعه زمین مزروعی دیمی مورد تقاضا و متصرفی آقای بهنام محمدیان ؛ از مالکیت اولیه آقای موسی و مرسل و قمل و حسن و برجمعلی و محب اله و هنگی بریی بمساحت ۳۷۰۵،۲ مترمربع واقع در اراضی روستای گزاز.

۱۰- ۱۰۴ فرعی از ۱۹۴۴ اصلی، شش‌دانگ یک قطعه زمین مزروعی مورد تقاضا و متصرفی آقای علیرضا راسخی ؛ از مالکیت اولیه آقای تلیغلی راسخی بمساحت ۲۰۸۶،۵ مترمربع واقع در اراضی روستای رسمن.

۱۱- ۶۱۹ فرعی از ۱۹۴۱ اصلی، شش‌دانگ یک قطعه زمین مورد تقاضا و متصرفی آقای ناصر نیوزوری ؛ از مالکیت اولیه فرزند شریعی مساحت ۴۰،۱۳ مترمربع واقع در اراضی روستای مزین.

۱۲- ۹۵۳ فرعی ۱۳۳۸ اصلی، شش‌دانگ یک قطعه زمین مورد تقاضا و متصرفی آقای دانیال صیادی ؛ از مالکیت اولیه بابا صیادی بمساحت ۱۱۶۲۶،۳۳ مترمربع واقع در اراضی روستای طولش.

۱۳- ۹۵۴ فرعی از ۱۹۳۸ اصلی، شش‌دانگ یک قطع زمین مزروعی مورد تقاضا و متصرفی آقای آقاغیب حسینی طولش ؛ از مالکیت اولیه اسداله حسینی بمساحت ۵۷۲۳،۳۳ مترمربع واقع در اراضی روستای طولش.

۱۴- ۹۵۵ فرعی از ۱۹۳۸ اصلی، شش‌دانگ یک قطعه زمین مزروعی مورد تقاضا و متصرفی آقای مسیب حسینی طولش ؛ از مالکیت اولیه اسداله حسینی بمساحت ۴۴۰۰۱ مترمربع واقع در اراضی روستای طولش.

۱۵- ۹۵۵ فرعی از ۱۹۳۸ اصلی، شش‌دانگ یک زمین مزروعی مورد تقاضا و متصرفی آقای مسیب حسینی طولش ؛ از مالکیت اولیه اسداله حسینی بمساحت ۷۸۸۳ مترمربع واقع در اراضی روستای طولش.

۱۶- ۹۵۷ فرعی از ۱۹۳۸ اصلی، شش‌دانگ یک قطعه زمین مزروعی مورد تقاضا و متصرفی آقای مسیب حسینی طولش ؛ از مالکیت اولیه اسداله حسینی بمساحت ۳۷۶،۹۸ مترمربع واقع در اراضی روستای طولش.

۱۷- ۹۵۸ فرعی از ۱۹۳۸ اصلی، شش‌دانگ یک قطعه زمین مزروعی مورد تقاضا و متصرفی آقای مسیب حسینی طولش ؛ از مالکیت اولیه اسداله حسینی بمساحت ۱۷۸،۵۸۸ مترمربع واقع در اراضی روستای طولش.

۱۸- ۹۵۹ فرعی از ۱۹۳۸ اصلی، شش‌دانگ یک قطعه زمین مزروعی مورد تقاضا و متصرفی آقای مسیب حسینی طولش ؛ از مالکیت اولیه اسداله حسینی بمساحت ۲۵۶،۴۵ مترمربع واقع در اراضی روستای طولش.

۱۹- ۹۶۰ فرعی از ۱۹۳۸ اصلی، شش‌دانگ یک قطعه زمین مزروعی مورد تقاضا و متصرفی آقای مسیب حسینی. ؛ از مالکیت اولیه اسداله حسینی بمساحت۲۵۶،۴۵ مترمربع واقع در اراضی روستای طولش.

۲۰- ۹۶۱ فرعی از ۱۹۳۸ اصلی، شش‌دانگ یک باب خانه محوطه مورد تقاضا و متصرفی آقای مجید دادوی علی یاد ؛ از مالکیت اولیه سلیمی سعیدی بمساحت ۱۹۱۱۳۶۸ مترمربع واقع در اراضی روستای طولش.

۲۱- ۹۶۲ فرعی از ۱۹۳۸ اصلی، شش‌دانگ یک باب خانه محوط و محوط مورد تقاضا و متصرفی آقای محمد حامی ؛ از مالکیت اولیه اکبر حبابری بمساحت۳۱۶،۵۸ مترمربع واقع در اراضی روستای طولش.

۲۲- ۹۶۳ فرعی از ۱۹۳۸ اصلی، شش‌دانگ یک قطعه زمین مزروعی مورد تقاضا و متصرفی آقای برانعلی حاجی ؛ از مالکیت اولیه مطلب حاجی بمساحت ۲۲۷۱،۹۲ مترمربع واقع در اراضی روستای طولش.

۲۳- ۹۶۴ فرعی از ۱۹۳۸ اصلی، شش‌دانگ یکقطعه زمین مزروعی مورد تقاضا و متصرفی آقای مبارکعلی شهپازی ؛ از مالکیت اولیه علی شهپازی بمساحت ۶۵۵۱،۷۶ مترمربع واقع در اراضی روستای طولش.

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

۲۴- ۹۶۵ فرعی از ۱۹۳۸ اصلی، شش‌دانگ یک قطعه زمین مزروعی مورد تقاضا و متصرفی آقای مبارکعلی شهپازی ؛ از مالکیت اولیه علی شهپاز. بمساحت ۱۰۱۱۳۵۱ مترمربع واقع در اراضی روستای طولش.

۲۵- ۹۶۶ فرعی از ۱۹۳۸ اصلی، شش‌دانگ یک قطعه زمین مزروعی مورد تقاضا و متصرفی آقای مبارکعلی شهپازی ؛ از مالکیت اولیه علی شهپازی بمساحت ۳۹۱،۷۲ مترمربع وقع در اراضی روستای طولش.

۲۶- ۹۶۷ فرعی از ۱۹۳۸ اصلی، شش‌دانگ یک قطعه زمین مزروعی مورد تقاضا و متصرفی آقای مبارکعلی شهپازی ؛ از مالکیت اولیه علی شهپازی بمساحت ۲۲۰،۱۳۵ مترمربع واقع در اراضی روستای طولش.

۲۷- ۹۶۸ فرعی از ۱۹۳۸ اصلی، شش‌دانگ یکقطعه زمین مزروعی مورد تقاضا و متصرفی آقای الزیر عاشری ؛ از مالکیت اولیه اعظم عاشری بمساحت ۱۳۷۲۲،۲۴ مترمربع واقع در اراضی روستای طولش.

۲۸- ۹۶۹ فرعی از ۱۹۳۸ اصلی، شش‌دانگ یک قطعه زمین مزروعی مورد تقاضا و متصرفی آقای البرز عاشری ؛ از مالکیت اولیه اعظم عاشری بمساحت ۲۹۲۹،۲ مترمربع واقع در اراضی روستای طولش.

۲۹- ۹۷۰ فرعی از ۱۹۳۸ اصلی، شش‌دانگ یک قطعه زمین مزروعی مورد تقاضا و متصرفی آقای مبارکعلی شهپازی ؛ از مالکیت اولیه علی شهپازی بمساحت ۱۰۶۶۶،۲۹ مترمربع واقع در اراضی روستای طولش.

۲۰- ۹۷۱ فرعی از ۱۹۳۸ اصلی، شش‌دانگ یکقطعه زمین مزروعی مورد تقاضا و متصرفی آقای دانیال صیادی ؛ از مالکیت اولیه بابا صیادی بمساحت ۱۵۸۹۲،۲ مترمربع واقع در اراضی روستای طولش.

۳۱- ۹۷۲ فرعی از ۱۹۳۸ اصلی، شش‌دانگ یکقطعه زمین مزروعی مورد تقاضا و متصرفی آقای بهران بغویی طولش ؛ از مالکیت اولیه آقای قنبر بغویی طولش بمساحت ۳۸۴۵،۵۱ مترمربع واقع در اراضی روستای طولش.

۳۲- ۹۷۳ فرعی از ۱۹۳۸ اصلی، شش‌دانگ یکقطعه زمین مزروعی دیمی مورد تقاضا و متصرفی آقای مبارکعلی شهپازی ؛ از مالکیت اولیه علی شهپازی بمساحت ۱۰۸۲،۰۸ مترمربع واقع در اراضی روستای طولش.

۳۳- ۹۷۴ فرعی از ۱۹۳۸ اصلی، شش‌دانگ یکقطعه زمین مزروعی دیمی مورد تقاضا و متصرفی آقای نعمت اله هادی ؛ از مالکیت اولیه آقای سلیم عباسی بمساحت ۹۵۵۱،۳ مترمربع واقع در اراضی روستای طولش.

۳۴- ۹۷۵ فرعی از ۱۹۳۸ اصلی، شش‌دانگ یکقطعه زمین مزروعی دیمی مورد تقاضا و متصرفی آقای ۸۵۷۸۷،۰ ؛ از مالکیت اولیه آقای سلیم عباسی بمساحت ۸۵۷۸۷،۰ مترمربع واقع در اراضی روستای طولش.

۳۵- ۹۷۶ فرعی از ۱۹۳۸ اصلی، شش‌دانگ یکقطعه زمین مزروعی دیمی مورد تقاضا و متصرفی آقای نعمت اله هادی ؛ از مالکیت اولیه آقای سلیم عباسی بمساحت ۱۰۶۶۶،۳۹ مترمربع واقع در اراضی روستای طولش.

۳۶- ۹۷۷ فرعی از ۱۹۳۸ اصلی، شش‌دانگ یکقطعه زمین مزروعی آی مورد تقاضا و متصرفی آقای نسی اله جعفری طولش ؛ از مالکیت اولیه آقای میرزاعلی جعفری بمساحت ۲۳۳۷،۲۱ مترمربع واقع در اراضی روستای طولش.

۳۷- ۹۷۸ فرعی از ۱۹۳۸ اصلی، شش‌دانگ یکقطعه زمین مزروعی مورد تقاضا و متصرفی آقای نبی اله جعفری طولش ؛ از مالکیت اولیه آقای میرزاعلی جعفری بمساحت ۹۹۸۵،۲۹ مترمربع واقع در اراضی روستای طولش.

۳۸- ۹۷۹ فرعی از ۱۹۳۸ اصلی، شش‌دانگ یکقطعه زمین مزروعی دیمی مورد تقاضا و متصرفی آقای نبی اله جعفری طولش ؛ از مالکیت اولیه آقای میرزاعلی جعفری بمساحت ۸۷۲۵،۵۵ مترمربع واقع در اراضی روستای طولش.

۳۹- ۹۸۰ فرعی از ۱۹۳۸ اصلی، شش‌دانگ یکقطعه زمین مزروعی دیمی مورد تقاضا و متصرفی آقای نبی اله جعفری طولش ؛ از مالکیت اولیه آقای میرزاعلی جعفری بمساحت ۱۲۶۴۴،۶۷ مترمربع واقع در اراضی روستای طولش.

۴۰- ۹۸۱ فرعی از ۱۹۳۸ اصلی، شش‌دانگ یکقطعه زمین مزروعی دیمی مورد تقاضا و متصرفی آقای نبی اله جعفری طولش ؛ از مالکیت اولیه آقای میرزاعلی جعفری بمساحت ۲۳۶۸،۱۱ مترمربع واقع در اراضی روستای طولش.

۴۱- ۹۸۲ فرعی از ۱۹۳۸ اصلی، شش‌دانگ یک باب خانه مورد تقاضا و متصرفی خاتم خدیجه محرمی طولش؛ از مالکیت اولیه آقای محرم محرمی طولش بمساحت ۲۱۶،۵ مترمربع واقع در اراضی روستای طولش.

۴۲- ۹۸۳ فرعی از ۱۹۳۸ اصلی، شش‌دانگ یکقطعه زمین مزروعی آی مورد تقاضا و متصرفی آقای حسین و علی هردو حسینعلی زاده طولش؛ نسبت به سهم از مالکیت اولیه آقای حسینعلی حسینیعلی زاده بمساحت ۶۳۳۸،۸۵ مترمربع واقع در اراضی روستای طولش.

۴۳- ۹۸۴ فرعی از ۱۹۳۸ اصلی، شش‌دانگ یکقطعه زمین مزروعی دیمی مورد تقاضا و متصرفی آقای حسین و علی حسینعلی زاده طولش ؛ از مالکیت اولیه آقای حسینعلی حسینیعلی زاده بمساحت ۲۱۰۳،۹۱ مترمربع واقع در اراضی روستای طولش.

۴۴- ۹۸۵ فرعی از ۱۹۳۸ اصلی، شش‌دانگ یکقطعه زمین مزروعی دیمی مورد تقاضا و متصرفی آقای حامد حسینی زاده ؛ از مالکیت اولیه آقای تکم احمد حسینی بمساحت ۷۹۷۹۹،۹۹ مترمربع واقع در اراضی روستای طولش.

۴۵- ۹۸۶ فرعی از ۱۹۳۸ اصلی، شش‌دانگ یکقطعه زمین مزروعی آی مورد تقاضا و متصرفی آقای حامد حسینعلی زاده ؛ از مالکیت اولیه آقای نازقا ابدی بمساحت ۵۲،۰۸۷ مترمربع واقع در اراضی روستای طولش.

۴۶- ۹۸۷ فرعی از ۱۹۳۸ اصلی، شش‌دانگ یکقطعه زمین مزروعی دیمی مورد تقاضا و متصرفی آقای محمد سلامی طولش ؛ از مالکیت اولیه آقای اسماعیل محرمی بمساحت ۵۶۷۹،۴۴ مترمربع واقع در اراضی روستای طولش.

۴۷- ۹۸۸ فرعی از ۱۹۳۸ اصلی، شش‌دانگ یکقطعه زمین مزروعی آی مورد تقاضا و متصرفی آقای غفری غفری طولش ؛ از مالکیت اولیه آقای سرحان غفری بمساحت ۷۲۰،۷۹ مترمربع واقع در اراضی روستای طولش.

۴۸- ۹۸۹ فرعی از ۱۹۳۸ اصلی، شش‌دانگ یکقطعه زمین مزروعی دیمی مورد تقاضا و متصرفی

فرصت امروز

هشتمین

۵

۱۳ مرداد ۱۳۸۰

آقای خدایار حاتمى طولش ؛ از مالکیت اولیه آقای سید تاج الدین ملجانى بمساحت ۰،۱۴ ۲۸۵۰ مترمربع واقع در اراضی روستای طولش.

۴۹- ۹۹۰ فرعی از ۱۹۳۸ اصلی، شش‌دانگ یکقطعه زمین مزروعی دیمی مورد تقاضا و متصرفی آقای حسین حسینی طولش ؛ از مالکیت اولیه آقای اسداله حسینی بمساحت ۶۰۸۰،۲۸ مترمربع واقع در اراضی روستای طولش .

۵۰- ۹۹۱ فرعی از ۱۹۳۸ اصلی، شش‌دانگ یکقطعه زمین مزروعی آی مورد تقاضا و متصرفی آقای حسین حسینی طولش ؛ از مالکیت اولیه آقای اسداله حسینی بمساحت ۴۴۴۶،۷۱ مترمربع واقع در اراضی روستای طولش.

۵۱- ۹۹۲ فرعی از ۱۹۳۸ اصلی، شش‌دانگ یکقطعه باغ مورد تقاضا و متصرفی آقای امید وفایی طولش ؛ از مالکیت اولیه آقای رحمان وفایی طولش بمساحت ۲۷۹۱،۱۳ مترمربع وقع در اراضی روستای طولش.

۵۲- ۹۹۳ فرعی از ۱۹۳۸ اصلی، شش‌دانگ یکقطعه زمین مزروعی آی مورد تقاضا و متصرفی آقای امیداکندری پور طولش ؛ از مالکیت اولیه آقای محمدعلی اسکندری بمساحت ۱۹۳۶،۹۸ مترمربع واقع در اراضی روستای طولش.

۵۳- ۹۹۴ فرعی از ۱۹۳۸ اصلی، شش‌دانگ یکقطعه زمین مزروعی آی مورد تقاضا و متصرفی آقای خدمت خدائالی زاده ؛ از مالکیت اولیه آقای عیسی خان و باقر هردو خدائالی زاده بمساحت ۱۹۰،۷۸۵ مترمربع واقع در اراضی روستای طولش.

۵۴- ۹۹۵ فرعی از ۱۹۳۸ اصلی، شش‌دانگ یکقطعه زمین مزروعی دیمی مورد تقاضا و متصرفی آقای آقای خدایار حاتمى طولش ؛ از مالکیت اولیه آقای مرشد عاشری بمساحت۳۰،۳ مترمربع ۱۱۴۵۳۰ مترمربع واقع در اراضی روستای طولش.

۵۵- ۹۹۶ فرعی از ۱۹۳۸ اصلی، شش‌دانگ یکقطعه زمین مزروعی آی مورد تقاضا و متصرفی آقای خدایار حاتمى طولش ؛ از مالکیت اولیه آقای نغدعلی شافعی بمساحت ۱۳۹۸،۱۴ مترمربع واقع در اراضی روستای طولش.

۵۶- ۹۹۷ فرعی از ۱۹۵۰ اصلی، شش‌دانگ یکقطعه زمین مزروعی دیمی مورد تقاضا و متصرفی آقای غفرعلی سلیمی خانقاه ؛ از مالکیت اولیه آقای غنی سلیمی خانقاه بمساحت ۱۳۳۳۳،۸۲ مترمربع واقع در اراضی روستای خانقاه بفرآورد.

۵۷- ۹۹۷ فرعی از ۱۹۵۰ اصلی، شش‌دانگ یکقطعه زمین مزروعی آی مورد تقاضا و متصرفی آقای غفرعلی سلیمی خانقاه ؛ از مالکیت اولیه آقای غنی سلیمی بمساحت ۲۲۷۱،۲۰ مترمربع واقع در اراضی روستای خانقاه بفرآورد.

۵۸- ۹۹۸ فرعی از ۱۹۵۰ اصلی، شش‌دانگ یکباب خانه و محوطه مورد تقاضا و متصرفی آقای فیاض جعفری خانقاه بفرآورد ؛ از مالکیت اولیه آقای جعفر جعفری بمساحت ۲۵۶،۲۵ مترمربع واقع در اراضی روستای خانقاه بفرآورد.

۵۹- ۱۵۰ فرعی از ۱۹۵۲ اصلی، شش‌دانگ یکقطعه زمین مزروعی آی مورد تقاضا و متصرفی آقای عدالت ششرازی حجره و دبایکرم معصوم زاده ؛ نسبت به سهم از مالکیت اولیه آقایان حجره علی و عبدالله هردو زبونی بمساحت ۲۱۶۹،۸۸ مترمربع واقع در اراضی روستای نوده حجره

۶۰- ۱۵۱ فرعی از ۱۹۵۲ اصلی، شش‌دانگ یکقطعه زمین مزروعی دیمی مورد تقاضا و متصرفی آقای آقای سید ناصر قرشی حجره ؛ از مالکیت اولیه آقای سید نبی قرشی بمساحت ۲۷۳۱،۲۴ مترمربع واقع در اراضی روستای نوده حجره.

۶۱- ۳۲۰ فرعی از ۱۹۵۲ اصلی، شش‌دانگ یکباب مغازه مورد تقاضا و متصرفی خاتم الهیام فاضلی؛ از مالکیت اولیه آقای اکبر اسلماری زینعلی زاده طولش؛ از مالکیت اولیه آقای حسن علی و زینب ۱۷ خورش رستم خلخال

۶۲- ۵۷ فرعی از ۲۴ اصلی، شش‌دانگ یکقطعه زمین مزروعی دیمی مورد تقاضا و متصرفی آقای ساسان عطیعی سوران ؛ از مالکیت اولیه شماعی خود متقاضی بمساحت ۰،۱۲ ۶۶۵۰ مترمربع واقع در اراضی روستای سوران.

۶۳- ۵۸ فرعی از ۲۴ اصلی، شش‌دانگ یکقطعه زمین مزروعی دیمی مورد تقاضا و متصرفی آقای ساسان عطیعی سوران ؛ از مالکیت اولیه شماعی خود متقاضی بمساحت ۵،۳۲۱۰ مترمربع واقع در اراضی روستای سوران.

۶۴- ۵۹ فرعی از ۲۴ اصلی، شش‌دانگ یکقطعه زمین مزروعی دیمی مورد تقاضا و متصرفی آقای ساسان عطیعی سوران ؛ از مالکیت اولیه شماعی خود متقاضی بمساحت ۶۱۷۷،۵۸ مترمربع واقع در اراضی روستای سوران.

۶۵- ۶۰ فرعی از ۲۴ اصلی، شش‌دانگ یکقطعه زمین مزروعی دیمی مورد تقاضا و متصرفی آقای ساسان عطیعی سوران ؛ از مالکیت اولیه شماعی خود متقاضی بمساحت ۲۸۳۸،۲۷ مترمربع واقع در اراضی روستای سوران.

۶۶- ۶

راز و رمز تولید محتوای وایرال

چطور در شبکه‌های اجتماعی وایرال شویم؟



نویسنده: علی آل علی

سالانه میلیون‌ها دلار در حوزه بازاریابی و به ویژه شبکه‌های اجتماعی هزینه می‌شود. با این حال در نهایت تعداد انگشت شماری از برندها موفقیت‌های چشمگیر به دست می‌آورند. این نکته‌ای است که اهمیت بسیار زیادی برای کارآفرینان از بُعد مالی دارد.
خب اگر قرار باشد بعد از کلی سرمایه‌گذاری هیچ بازگشت سرمایه‌ای در کار نباشد، ارزش بازاریابی و تولید محتوا از بین می‌رود. این درست همان جایی است که نیاز به یک استراتژی کلیدی حس می‌شود.

ما در روزنامه فرصت امروز آنچه وضعیت برندها در شبکه‌های اجتماعی را متفاوت می‌کند، تکنیک‌های وایرال شدن می‌دانیم. فرقی ندارد چه زمانی سراغ شبکه‌های اجتماعی می‌روید، در هر صورت برخی محتوای وایرال شده دم‌دست‌تان خواهد بود. انگار که همه کاربران در شبکه‌های اجتماعی انتظار این محتوا را می‌کشند. درست به همین خاطر ما بر روی آشنایی با شیوه تولید محتوا وایرال تاکید زیادی داریم.

شاید فکر کنید محتوایی که در شبکه‌های اجتماعی وایرال می‌شود، هیچ حساب و کتابی ندارد. خب در این صورت باید بگوییم سخت در اشتباهید. برخی از تیم‌های بازاریابی ماه‌ها برای تولید یک محتوای وایرال وقت می‌گذارند. البته در این میان گاهی اوقات برخی محتواها به طور شانسسی پرترفدار می‌شوند. با این‌ها شما به عنوان بازاریاب نمی‌توانید بنای کارتان را براساس شانس بگذارید. این امر می‌تواند شرایطتان را به طور قابل ملاحظه‌ای دشوار سازد.

اگر شما هم فکر می‌کنید محتوای وایرال منطقی دارد، این مقاله مخصوص شماست؛ چراکه ما در این مقاله قصد داریم تمام رمز و رازهای مربوط به محتواهای وایرال را با شما در میان بگذاریم. این امر به شما کمک خواهد کرد تا درک بهتری از فضای شبکه‌های اجتماعی و شیوه تولید محتوای درست در این میان به دست بیاورید.

تولید محتوای وایرال: همه برای یکی

محتوای وایرال معمولا آن نوعی محتوایی محسوب می‌شود که در طول مدت زمانی کوتاه طرفدارهای زیادی پیدا می‌کند اگر دقت کرده باشید، چنین محتواهایی معمولا خودشان را در محاوره‌های روزمره به خوبی نشان می‌دهند. به همین خاطر ضروری است نیم‌نگاهی به وضعیت محاوره‌های دوستانه‌تان داشته باشید. اینظوری خیلی زود محتوای وایرال را پیدا می‌کنند.

سوال کلیدی در این میان نه شناسایی محتوای وایرال، بلکه نحوه تولید آنهاست. خب شما به عنوان بازاریاب باید از هر استراتژی به سود خودتان بهره‌برداری کنید. در این میان محتوای وایرال می‌تواند اوضاع‌تان در بازار را حسایی تغییر دهد. خب در وصف مزایای آن همین بس که با یک محتوای وایرال شده کلی از هزینه‌های بازاریابی و تبلیغات‌تان کاهش پیدا خواهد کرد.

البته در این میان قرار نیست دست روی دست گذاشته یا به امید شانس بمانید. در عوض محتوای وایرال با سعی و تلاش تولید می‌شود. پس همین حالا هر فکر و خیالی درباره محتوای وایرال را از سرتان بیرون کنید؛ چراکه قیامی کسب و کار نه براساس رویاهای دور و دراز، بلکه برنامه‌ریزی‌های منظم جریان دارد. ما در ادامه سعی می‌کنیم به شما یاد دهیم چطور صفر تا صد طراحی و تولید محتوای وایرال را به ساده‌ترین شکل ممکن دنبال کنید.

خداحافظی با کلیشه‌ها

اولین نکته‌ای که در رابطه با محتوای وایرال باید مدنظر قرار دهید، خداحافظی با کلیشه‌هاست. خب شما نمی‌توانید دائم‌ال‌تان را به کلیشه‌ها خوش کرده و انتظار موفقیت داشته باشید. اگر قرار بود روش‌های کلیشهای جواب دهد، حالا کلی برند درجه یک در دنیا وجود داشت. اصلا کلیشه‌ها زاده تنبلی بازاریاب‌هاست. بنابراین اگر کمی به خودتان سخت‌نگرید، کلاه‌تان پس معرکه خواهد بود.

در طول یک فصل از لیگ فوتبال تنها یک تیم در پایان جام قهرمانی را بالای سر خواهد برد. معمولا تیم‌هایی که برنامه و اهداف دقیقی داشته باشند، مدعی قهرمانی خواهند بود. بقیه تیم‌ها بیشتر برای سلامتی وارد زمین مسابقه می‌شوند!

اگر شما تا حالا در زمینه تولید محتوا نیم‌نگاهی به کلیشه‌ها برای راحت کردن کار خود داشتید، حالا دیگر اوضاع به طور کامل فرق کرده است. این امر می‌تواند خودش را در قالب آشنایی با الگوهای متفاوت تولید محتوا نشان دهد. مثلا اگر تا حالا فقط در قالب فرمت متن دست به تولید محتوا زده‌اید، بد نیست شانس‌تان در سایر فرمت‌ها را نیز امتحان کنید. نگران نباشید، شکست هم بخشی از کار بازاریابی است، اما کمتر برندی به خاطر خلاقیت با شکست رو به رو شده است.

یک تمرین خوب برای این بخش تلاش برای ارزیابی کمپین‌های مختلف در حوزه کاری‌تان است. سعی کنید نکات پرتکرار و گاهی آزاردهنده کمپین‌ها را پیدا کنید. اگر این کار را با دقت انجام دهید، به ساده‌ترین شکل ممکن کلیشه‌های رایج در حوزه کارتان را خواهید یافت. این مسئله‌ای است که می‌تواند به شما برای شناسایی کلیشه‌ها و تا حد امکان پرهیز از آنها کارآمد باشد.

فراموش نکنید، آنچه امروز ترند داغی بوده، ممکن است چند روز دیگر بدل به کلیشه‌ای بی‌مزه شود. پس باید کمی زمان‌سنجی به خرج دهید. اگر دیر بچینید، تمام تلاش‌های‌تان از بین خواهد رفت. پس بهتر است همین حالا دست به کار شوید.

مرور نظرات و کامنت‌های کاربران

شبکه‌های اجتماعی فضایی برای تعامل دوجانبه است. اگر نتوانید در این فضا با مخاطب‌تان ارتباط برقرار کنید، حتی بودجه‌های بی‌پایان نیز کمکی به شما نخواهد کرد. خیلی از بازاریاب‌ها خیلی می‌کنند یک محتوای وایرال شده از دل تجربه بازاریاب‌ها بیرون می‌آید. این در حالی است که شناخت مخاطب و سلیقه‌اش نکته‌ای کلیدی خواهد بود.

وضعیت شما در این بخش دقیقا مثل کارگردانی است که برای فروش بیشتر در گیشه باید نیم‌نگاهی به سلیقه مخاطبش داشته باشد. شاید شما دوست داشته باشید یک فیلم درام روانه بازار کنید، اما در صورتی که مردم علاقه بیشتری به کمدی داشته باشند، اصلا بعید نیست مجبور به انتخاب این ژانر شوید.

قبول دارم خیلی وقت‌ها نظرات کاربران در شبکه‌های اجتماعی چندان معنادار نیست، اما اگر از بین هر صد کامنت نیز یک نکته کاربردی بیرون بکشید، برنده نهایی خودتان خواهید بود. خب محتوایی که سریع در میان کاربران محبوب می‌شود، حتما زمینه‌اش را هم داشته است. به همین خاطر شما باید خودتان را برای تولید محتوا بر مدار سلیقه مخاطب آماده کنید.

باور کنید یا نه، شما در دنیای بازاریابی تنها نیستید. در عوض همه فعالیت‌تان به منظور اثرگذاری بهتر بر روی مخاطب هدف است. بنابراین تا جای ممکن باید مطابق میل آنها رفتار کنید، و گرنه کارتان با چالش‌های زیادی رو به رو خواهد شد.

ما در روزنامه فرصت امروز مرور نظرات کاربران یا حتی نظرسنجی از آنها را کاربردی می‌دانیم. این امر به شما کمک خواهد کرد تا روند اثرگذاری بر روی مخاطب را به بهترین شکل ممکن دنبال کنید. خب اگر در این میان کمی به خودتان سخت‌بگیرید، شاید نظرسنجی‌های خوبی از مخاطب‌تان به دست بیاورید. این امر وضعیت شما را نسبت به رقبا دگرگون خواهد کرد. پس منتظر چه هستید؟ همین حالا دست به کار شده و وضعیت‌تان را تغییر دهید.

استفاده از منابع دیجیتالی

زمانی نه چندان دور وقتی کسی دنبال اطلاعات دست اول بود باید سراغ کتاب‌های مختلف می‌رفت. از آن زمان تا حالا شرایط به نحو قابل ملاحظه‌ای عوض شده است. به طوری که حالا دیگر خبری از کتاب‌های قدیمی نیست. در عوض همه چیز دیجیتالی شده است. انواع پایگاه اطلاعاتی و همچنین کتاب‌های دیجیالی با کمترین هزینه و زحمت در دسترس مردم قرار دد. بنابراین اگر شما دنبال کسب اطلاعات در یک حوزه خاص هستید، لازم نیست خیلی به خودتان زحمت دهید.

منابع دیجیتالی در دنیای کسب و کار دامنه وسیعی از کتاب‌ها و مقالات را شامل می‌شود. نکته کلیدی در این میان برخورد هدفمند با این منابع است. چنین امری به شما برای تعامل بهتر با مخاطب کمک شایانی خواهد کرد. یادتان نرود، در دنیای کسب و کار نمی‌توانید همیشه خودتان را بی‌تفاوت نشان دهید. در عوض باید برای تولید کمپین دست به گردآوری اطلاعات مفید بزنید. مثلا برند اسپاتیفای در سال ۲۰۱۶ یک کمپین ویژه برای کاربران تلدارک دزد. این کمپین بر محور مرور تمام ترک‌هایی که کاربران در طول یک سال بدان گوش داده بودند، جریان داشت. به زبان خودمانی، در پایان سال ۲۰۱۶ شما چکیده‌ای از تمام موزیک‌هایی که گوش دادید، دم دست داشتید. این امر شاید کمی ساده به نظر برسد، اما حسایی کنجکاوی کاربران را برانگیخت. به طوری که خیلی زود بدل به محبوب‌ترین کمپین سال شد.

کاری که اسپاتیفای در این میان انجام داده بود، تجزیه و تحلیل دقیق موزیک‌های مورد علاقه کاربران بود. به طوری که در پایان سال برای هر کاربر یک پلی لیست منحصر به فرد ساخت. این مسئله به اسپاتیفای کمک کرد تا آسمش را حسایی سرر زبان‌ها بیندازد. به طوری که تقریبا تمام مردم دنیا اسم این پلیترم پخش آنلاین موسیقی را در ذهن دارند.

بی‌شک هیچ‌کس در شرکت اسپاتیفای به طور سنتی یا دستی مشغول مرور سلیقه کاربران نبود. در عوض آنها از گزارش‌های رسمی و همچنین آمار درون پلیترم خودشان سود بردند. این امر نشان می‌دهد دسترسی به اطلاعات دیگر نیازمند طی مسیری دشوار نیست. امروزه با حضور هوش مصنوعی کار برای بازاریاب‌هایی‌نهایت ساده‌تر نیز شده است. البته به شرط اینکه در این میان انگیزه کافی برای تولید محتوای مبتنی بر اطلاعات را داشته باشید. اینظوری شانس‌تان برای تولید محتوای وایرال دوچندان خواهد شد.

ترغیب مخاطب با لحن تعاملی

محتوای شما قرار نیست همینطور الکی مخاطب را به وجد بیاورد. در عوض باید لحن‌تان را کمی عوض کرده و نشان دهید مشتاق تعامل با مخاطب هستید. این امر در بلندمدت از شما یک برند می‌نهایت جذاب خواهد ساخت. به طوری که رقبا دیگر توان کنار زدن شما را نخواهند

داشت.

یکی از مثال‌های موفق درباره لحن درست مربوط به برند نایک است. این برند همیشه مخاطبش را طوری ترغیب می‌کند که تا انتهای کمپین را مشاهده کند. چنین مسئله‌ای شاید ساده به نظر برسد، اما برنامه‌ریزی اساسی پشت سرش دارد.

اگر دقت کرده باشید، لحن کمپین‌های نایک همیشه شورانگیز است. به طوری که حتی اگر علاقه‌ای به ورزش هم نداشته باشید، کمپین‌های این برند هیجان خاصی در شما ایجاد خواهد کرد. درست به همین خاطر اغلب اوقات کمپین‌های این برند حسایی در ذهن ماندگار است.

بی‌شک هیچ روش عمومی برای تمام برندها وجود ندارد. در عوض باید کمی بخت و اقبال را چاشنی کار کنید. این یعنی دست به آزمایش زده و لحن‌های مختلف را در بوته نقد کار بران قرار دهید. دست آخر لحن مناسب برای برندگان نمایان شد و می‌توانید به ساده‌ترین شکل ممکن با مخاطب‌تان تعامل داشته باشید. پس نگران چه هستید؟ خب برندی که در بازار برای جلب نظر مخاطب تلاش می‌کند، خیلی بیشتر در کانون توجه خواهد بود. بنابراین اگر بار برای همیشه نگرانی از شکست را کنار بگذارید.

تنوع بخشی به محتوا

محتوایی که همیشه یکسان و قابل پیش‌بینی باشند، هیچ وقت نظر مخاطب را جلب نخواهند کرد. بسیاری از کاربران در طول سال‌های اخیر به دنبال هیجان و غافلگیری هستند. این یعنی هر چقدر توان شما برای غافلگیری مخاطب‌تان بیشتر باشد، شانس بالاتری برای تعامل بهینه با مخاطب‌تان خواهید داشت.

محتوای وایرال شده معمولا تنوع بسیار زیادی دارند. این یعنی کاربران به تفاوت ماهوی محتوا توجه ویژه‌ای نشان می‌دهند. سعی نکنید از روی دست بقیه برندها کپی برداری کنید؛ چراکه یک ایده قبلا جذاب دیگر تاریخ مصرفش تمام شده است. پس باید کمی خلاقیت به خرج داده و ایده مناسب خودتان را پیدا کنید. این مسئله شاید کمی زمان نیاز داشته باشد، اما قول می‌دهم ارزش این مقدار سرمایه‌گذاری را دارد.

نکته کلیدی دیگر اینکه انتظار نداشته باشید تک تک محتوای‌تان وایرال شود. خب این امر اصلا امکان‌پذیر نیست. معمولا برندها هرچند سال یک بار محتوای وایرال شده دارند. حالا اگر خیلی شانس بیاورید و پشتکار‌تان خوب باشد، سالی یک محتوای وایرال دم دست خواهید داشت. این امر می‌تواند برای‌تان اعتبار خوبی در بازار به همراه بیاورد. با این حال اگر تک تک محتوای‌تان وایرال نشد، خیلی نگران یا ناخز نشوید. هرچه باشد بقیه برندها در بازار نیز مشغول کار هستند!

طراحی استایل ویژه برند

برندی که در بازار استایل خاصی برای خودش نداشته باشد، محکوم به شکست است. این نکته گاهی اوقات مورد توجه برندها قرار نمی‌گیرد. بعد هم که به بن بست رسیدند، زمین و زمان را مقرر جلوه می‌دهند. ما در روزنامه فرصت امروز مهمترین نکته برای تعامل میان برندها و مخاطب‌شان را مربوط به استایل آنها می‌دانیم. خب اجازه دهید کمی درباره معنا و مفهوم استایل حرف بزنیم.

اگر حسایی پیگیر دنیای مد باشید، احتمالا استایل برای‌تان معنای ظاهر و نوع لباس را خواهد داشت. البته در دنیای کسب و کار این مسئله کمی متفاوت است. استایل در واقع سبک خاصی یک برند در تولید محتوا، تعامل با مخاطب و همچنین دیگر برندهاست. اگر شما استایل مشخصی نداشته باشید، هیچ وقت به خوبی در یاد و نشان‌دهنده سعی و تلاش یک تیم بازاریابی خودتان باشید. این مسئله می‌تواند به کسب و کارتان برای تعامل بهتر با مخاطب کمک کند.

فراموش نکنید، استایل شما تضمین‌کننده تولید محتوای وایرال نیست. در عوض باید تعادلی میان استایل و همچنین سلیقه مخاطب ایجاد کنید. این امر به شما کمک خواهد کرد تا به مرور زمان بدل به برندی بی‌نهایت جذاب شوید؛ چراکه از یکسو بر روی اصول و ارزش‌های خود تاکید دارید و از سوی دیگر به مقدار لازم منعطف هستید تا سلیقه مخاطب را نیز در نظر بگیرید.

بسیاری از کسب و کارها فقط به خاطر اینکه وفاداری لازم به استایل‌شان را ندارند، از بازار کنار می‌روند. ماجرا از جایی شروع می‌شود که یک تیم بازاریابی برای موفقیت‌های کوتاه‌مدت دست به هر کاری می‌زند. این مسئله شاید در اولین نگاه نشان‌دهنده سعی و تلاش یک تیم بازاریابی باشد، اما هیچ وقت به مذاق مخاطب خوش نخواهد آمد. مشتریان دوست دارند با برندهایی تعامل داشته باشند که احساس خاصی بودن به آنها بدهند. بنابراین اگر حواس‌تان به این نکته نباشد، کلاه‌تان پس معرکه خواهد بود.

سرمایه‌گذاری بر روی فرمت ویدئو

ویدئو یکی از محبوب‌ترین فرمت‌های دنیا محسوب می‌شود. بی‌شک همه ما در طول روز کلی ویدئوی کوتاه تماشا می‌کنیم که برخی از آنها ماهیت تجاری دارد. نکته جالب اینکه هنوز برخی از بازاریاب‌ها خیال می‌کنند ویدئو چندان گزینه جالبی نیست. خب در این صورت مشاهده شکست‌های بی در پی آنها چندان دور از ذهن نخواهد بود.

اگر شما هنوز نسبت به توانایی‌های برندگان در رابطه با تولید ویدئو شک دارید، بد نیست کارتان را به کمک هوش مصنوعی پیش ببرید. این امر می‌تواند توانایی شما را به مرور زمان افزایش دهد. البته نباید همیشه خودتان را به هوش مصنوعی وابسته نگه دارید. در عوض استفاده از گرافیکست‌های حرفه‌ای و همچنین تلاش برای ضبط ویدئوهای هیجان‌انگیز ضروری خواهد بود. مثلا می‌توانید کمی درباره پشت صحنه برندگان حرف زده یا خط تولیدتان را به مخاطب نشان دهید. چنین ایده‌هایی خیلی زود از شما یک برند بی‌نهایت جذاب خواهد ساخت که همه دنبال مشاهده محتوایش خواهند بود.

اگر نظر ما را بخواهید، یکی از نکاتی که ویدئوهای وایرال را از بقیه نمونه‌ها متمایز می‌کند، ماهیت دنباله‌دارشان است. به زبان ساده‌تر، شما باید سعی کنید مخاطب را نسبت به مشاهده سسری بعدی ویدئوی‌تان مشتاق کنید. اینظوری همیشه مخاطب تشنه برای محتوای بازاریابی‌تان خواهید داشت. خب مگر یک بازاریاب به غیر از مخاطب علاقه‌مند به محتوایش دیگر چه چیزی برای موفقیت در عرصه مارکتینگ نیاز دارد؟ یادتان نرود، تاکید بر روی یک ایده خاص در بلندمدت تمام مزیت آن را از بین می‌برد. بنابراین باید سعی کنید کارتان را طوری پیش ببرید که مولای درز آن نرود. وگرنه اصلا بعید نیست خیلی زود محتوای وایرال‌تان بدل به ترول شود. آن وقت مخاطب به جای اینکه علاقه زیادی برای تعامل با برندگان پیدا کند، بیشتر شما را دست خواهند انداخت.

سخن پایانی

بازاریابی در دنیای کسب و کار همیشه همراه با وسوسه وایرال شدن است. اینکه محتوای برند شما در طول زمان جذابیت زیادی داشته و مخاطب را میخکوب کند، نه یک رویای صرف یا حتی امری شانسسی، بلکه کاملا برنامه‌ریزی شده است. ما در این مقاله سعی کردیم برخی از مهمترین نکات درباره محتوای وایرال شده را به اتفاق شما مرور کنیم. از اینجا به بعد همه چیز بستگی به توانایی خودتان برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف خواهد داشت. پس همین حالا دست به کار شده و استفاده از ایده‌های مورد بحث در این مقاله را شروع کنید.

بنابراین می‌توانید کمی خلاقیت بیشتر به خرج داده و خودتان را به عنوان یک برند موفق معرفی کنید. نم و همکاری‌م در روزنامه فرصت امروز امیدواریم نکات مورد بحث در این مقاله کمکی هرچند کوچک به شما برای آشنایی با راز و رمز طراحی محتوای وایرال کرده باشد. مثل همیشه اگر سسوالی درباره نکات مورد بحث در این مقاله دارید، کارشناس‌های ما همیشه آماده تعامل با شما هستند.

منابع:

https://www.epidemicsound.com/blog/how-to-go-viral/
https://www.syntacticsinc.com/news-articles-cat/making-viral-content-tips
https://www.linkedin.com/pulse/how-to-go-viral-secret-ways-teknikforce-۱۰-social-media


آگهی مزایده
 دانشکده علوم پزشکی خلیل
 دانشکده علوم پزشکی خلیل در نظر دارد طبق کمسیون ماده دو تعداد سه دستگاه خودرو مینی بوس اونیکو، وانت نیسان؛ بیکان (الفاط)، راز طریق مزایده به فروش رساند. علاقه‌مندان می‌توانند جهت شرکت در مزایده به سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به نشانی setadmir.ir مراجعه نمایند.
 دانشکده علوم پزشکی خلیل
 ۸۲۵


نوبت دوم
شناسه آگهی: ۱۷۶۹۹۳۶
مناقشه عمومی دو مرحله‌ای هم‌زمان با ارزیابی کیفی (بیکار چه) شماره ۹۸۰۵۲۲۹-FKD
SOLENOID VALVE
 شرکت نفت فلات خلیج ایران در نظر دارد فراخوان فوق‌الذکر را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید. کلیه مراحل برگزاری فراخوان از دریافت و تحویل اسناد فراخوان تا بازگشتی پیشنهادات از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (استاد) به آدرس www.setadmir.ir و شماره فراخوان ۱۵۲-۰۰۱۰۱۰۲۴۳۱۰۰۰۲۰۰۳ انجام خواهد شد. پیشنهاددهندگان بر صورت عدم ضمیمه فلی در سامانه، نسبت به ثبت نام و دریافت گواهی امضای الکترونیکی اقدام نمایند. ضروری است در مناقشه عمومی یکبارچه، کلیه مدارک شامل اسناد ارزیابی کیفی و پاکت لقمه ب و ج بصورت هم‌زمان در سامانه اسناد بازگذاری گردد.
 اطلاعات تماس: دستگاه مناقشه گزرا: تلفن: ۲۲۹۱۲۶۶۱
 اطلاعات تماس: سامانه ستاد جهت انجام مراحل ضمیمه در سامانه: دفتر ثبت نام: ۰۲۱-۹۱۹۲۴ و ۸۹۹۶۳۲۲۷
روابط عمومی شرکت نفت فلات خلیج ایران

معاون فرهنگی و امور جوانان اداره کل ورزش و جوانان آذربایجان شرقی:

یول تاپ ۲ یک طرح استانی ملی و اثر گذار است



۱۰۴۲۰ بیش از ۶۶۶ کارگاه ازادج در حوزه‌های مختلف برگزار کرده ایم که برگزاری این کارگاه ها، امسال نیز ادامه دارد. تقی زاده با تأکید بیه اینکه در تعداد ازادج تلاشمان این است که آگاهی بخشی اتفاق بیفتند گفت: در سطح استان، برای حوزه های علمیه، یادگانه‌ها، مدارس و حتی کارخانجات کارگاه های آموزشی ازادج و خانواده برگزار کرده ایم. وی در ادامه به تسهیل ازادج جوانان اشاره و اعلام کرد: به دلیل عدم همکاری که از طریق بانک ها صورت گرفته است، امسال کسانی که در نوبت دریافت وام ازادج هستند در سطح بالایی است که با پیگیری های شورای عالی جوانان و وزارت ورزش و

جوانان، این مهم در حال تسهیل است. تقی زاده، فعالیت های سازمان های مردم نهاد (سمن ها) در سطح استان را مورد اشاره قرار داد و افزود: در سطح استان ۳۲۶ NGO فعالیت می کنند که به لحاظ تعداد، بیشترین تعداد سمن در سطح کشور در حوزه های مختلف است. وی بیان کرد: ۲۱ سمن در حوزه خدمات، ملزومات و تسهیلات حوزه ازادج در رستای آسان سازی ازادج با هزینه های بسیار پایین برای زوج های جوان، فعالیت می کنند و ی برنامه های متنوعی که سمن ها انجام می دهند اشاره کرد و افزود: ۱۴ سمن، فقط در حوزه ورزش، تفریحات و سرگرمی های سالم فعالیت می کنند، در حوزه نجوم،

فرصت امروز – ماهان فلاّح: معاون فرهنگی و امور جوانان اداره کل ورزش و جوانان آذربایجان شرقی با اشاره به رتبه پنجم آذربایجان شرقی در اعطای تسهیلات حوزه ازادج در کشور بعد از استان های تهران، مازندران، یزد، گیلان، افزود: طی چهار ماه اول سال جاری، ۷ هزار و ۹۵۸ قسره وام ازادج معادل ۴۳۷۲ درصد متقاضی در استان وام دریافت کرده است.

امیر تقی زاده، ضمن تبریک روز خبرنگار و اشاره به نقش حیاتی خبرنگاران برای اطلاع رسانی، اظهار کرد: یکی از حوزه هایی که همیشه مدبرکل ورزش و جوانان به جد بگیر امرات آن هستند معاونت فرهنگی و امور جوانان است که در حوزه‌های مختلف برنامه‌های متنوعی را انجام می دهدیم. وی افزود: اولویت ما این است که اولاً در سطح ملی برگزار شود و نهایتاً خوشبختانه جزو دستگاههایی هستیم که طرح ها و ایده های مختلفی که در حوزه جوانان استان برگزار می شود به عنوان الگو در کشور ارائه می شود. وی افزود از اموراتی که در حوزه جوانان است، پیگیری جلسات ستاد سامانه‌دهی امور جوانان می باشد در این راستا تاکنون ۳ جلسه استانی برگزار شده و با توجه به شرایطی که در استانمان به وجود آمده است و فرمانداران درگیر انتخابات بودند موقتاً متوقف شده است. تقی زاده به برگزاری کارگاههای آموزش ازادج، اعطای مجوز مراکز مشاوره تخصصی ازادج و خانواده در سطح استان اشاره کرد و افزود: ۵۹ مرکز در حوزه ارائه مشاوره خانواده و ۶ مرکز همسان گزینی در سطح استان، فعالیت می کنند که خدمات رایگان برای نیازمندان این حوزه انجام می دهند و تمامی این حمایتها، به همه شهرستان های استان وجود دارد و تلاش می کنیم تا این حمایت هسا، در بخش ها و روستاهای هر منطقه اتفاق بیافتد. وی بیان کرد: در سال

قطعه دوم خط ۱۳۲ کیلوولت پارسوماش – میان آب در خوزستان احداث شد

اهواز – شبنم قجوانند:مدیرعامل شرکت برق منطقه‌ای خوزستان با اشاره به احداث قطعه دوم خط دمداره ۱۳۲ کیلوولت پارسوماش –میان آب، تصریح کرد: با این اقدام شبکه برق ناحیه شمال شرق استان از پایداری بیشتری برخوردار شده است.

علی اسدی بیان کرد: عملیات احداث قطعه دوم خط ۱۳۲ کیلوولت پارسوماش –میان آب شامل تأمین تجهیزات، عملیات ساختمانی، نصب برج و سیمکشی به طول ۴۶ کیلومتر مدار به پایان رسید و برق وارد گردید. وی با بیان اینکه این پروژه از پروژه‌های حیاتی بلاغی وزارت نیرو جهت گذر از یک سال ۱۴۰۰ بوده، تصریح کرد: ارزش سرمایه‌گذاری احداث قطعه دوم خط دو مداره ۱۳۲ کیلوولت پارسوماش –میان آب، ۳ هزار و ۲۵۰ میلیارد ریال است.

مدیرعامل شرکت برق منطقه‌ای خوزستان تصریح کرد: افزایش پایداری،

به همت کمیته انسجام بخشی بانوان صنعت آب و برق گیلان برگزار شد؛

کارگاه آموزشی نقش بانوان در مدیریت مصرف آب و برق

رشت – زهرا رضازاده : کارگاه آموزشی با محوریت موضوعی “مدیریت مصرف انرژی” ویژهٔ مشاورین امور زنان و بانوان دستگاههای اجرایی با مشارکت کمیته انسجام بخشی بانوان صنعت آب و برق و اداره کل امور بانوان استانداری گیلان در سالن جلسات سد شهر بیجار برگزار شد.
میزگزارش دفتر روابط عمومی و آموزش همگانی شرکت آب و فاضلاب استان گیلان، مشاور امور بانوان و خانواده شرکت آب و فاضلاب استان گیلان گفت: در راستای اجرای تفاهم نامه لایحی دفتر امور بانوان وزارت نیرو با وزارت کشور ، به منظور ارتقاء فرهنگ و اصلاح سبک زندگی سااگر با اقلیم با همت کمیته انسجام بخشی بانوان صنعت آب و برق گیلان، کارگاه آموزشی با محوریت موضوعی “مدیریت مصرف انرژی” ویژهٔ مشاورین امور زنان و بانوان دستگاههای اجرایی با تدریس سیده ضحی حجازی درخصوص مدیریت مصرف آب در سالن جلسات سد شهر بیجار برگزار شد.

مدبرکل بنادر و دریانوردی استان بوشهر:

راهاندازی سامانه‌های هوشمند مدیریت تردد در بنادر بوشهر و گناوه

بوشهر – خبرنگار فرصت امروز:مدبرکل بنادر و دریانوردی استان بوشهر گفت: جهت تسهیل و تسریع امور مراجعان سامانه هوشمند کنترل تردد در بنادر بوشهر و گناوه راه اندازی شد.
محمد شکیبی نسب در جمع خبرنگاران اظهار کرد: در مرحله نخست این طرح که طی یک ماه گذشته در قالب پروژه‌های مرتبط با حوزه کنترل تردد هوشمند اجرا شده، سامانه هوشمند کنترل تردد بنادر بوشهر وارد فاز اجرایی شده است.

وی افزود: در این طرح، رانندگان خودروهای سبک و سنگین که قصد ورود به بندر بوشهر را دارند با ثبت‌نام و ثبت پلاک و سیم‌لبه نقلیه خود در سامانه

اینترنتی مدیریت تردد، دیگر نیازی به اخذ مجوزهای فیزیکی ندارد.

مدبرکل بنادر و دریانوردی استان بوشهر تصریح کرد: در این طرح با استفاده از تجهیزات سخت‌افزاری و نرم‌افزاری نظیر دوربین‌های پلاک‌خوان، راه‌بند و

مدیر هماهنگی امور گازرسانی شرکت ملی گاز ایران خبر داد؛

تخفیف و پاداش صرفه‌جویی گاز به بیش از ۱۷ میلیون مشترک تعلق می‌گیرد

یزد – سید محمد جواد عرفان فر : بیش از ۱۷ میلیون مشترک گاز از پاداش صرفه‌جویی برخوردار خواهند شد. مسلم رحمانی، مدیر هماهنگی امور گازرسانی شرکت ملی گاز ایران در حاشیه آیین رونمایی از بازار بهینه‌سازی انرژی و محیط‌زیست در بورس انرژی ایران و آغاز معاملات گواهی صرفه‌جویی گاز، در جمع خبرنگاران با اعلام این خبر، اظهار داشت: براساس مصوبه دولت در خردادماه سال ۱۴۰۲، مقرر شد از نیمه آذرماه تا نیمه اسفندماه، هر مشترک گاز بخش خانگی که بیش از ۱۰ درصد صرفه‌جویی داشته باشد، شامل پاداش صرفه‌جویی شود. وی ادامه داد: خوشبختانه با همراهی بسیار

کارگاه تعمیرات ماشین آلات و ابزار؛ پشتیبان کارگاه‌های مشعل پویا



معاون بهره‌برداری شرکت برق منطقه‌ای خوزستان خبر داد:

راه‌اندازی دیسپاچینگ فوق توزیع در شمال شرق خوزستان

خوزستان خواهد شد. تصریح کرد: دیسپاچینگ فوق توزیع برق مدیریت‌شده شمال‌شرق خوزستان با احداث ساختمان و تأمین تجهیزات مورد نیاز و استقرار نیروی انسانی راه‌اندازی و در حال کنترل شبکه است.

خدامراد امانداری بیان کرد: برای کنترل بهتر شبکه برق منطقه‌ای خوزستان پیش از این نیز دیسپاچینگ فوق توزیع ناحیه شمال خوزستان به بهره‌برداری رسیده و بر اساس اولویت دیسپاچینگ‌های دیگری نیز راه‌اندازی خواهند شد. وی اضافه کرد: در حال حاضر دیسپاچینگ فوق توزیع شمال‌شرق خوزستان، دیسپاچینگ جنوب‌بر، دیسپاچینگ فوق توزیع خوزستان و دیسپاچینگ فوق توزیع ناحیه شمال مسئولیت کنترل شبکه انتقال فوق توزیع این شرکت را بر عهده دارند.

شرکت برق منطقه‌ای خوزستان مسئولیت تأمین و انتقال برق در ۲ استان خوزستان و کهگیلویه و بویراحمد را بر عهده دارد.

مدبرکل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای استان بوشهر :

۴۰۰ کیلومتر از محورهای ارتباطی استان بوشهر ایمن سازی شد



بوشهر – خبرنگار فرصت امروز: مدبرکل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای استان بوشهر گفت: ۴۰۰ کیلومتر از محورهای شریانی و کردیوری این استان به سمت مرز شلمچه ایمن سازی شد. عبدالکریم اخترشناسی در جمع خبرنگاران اظهار کرد: استان بوشهر در مسیر تردد زائران پنج استان کشور برای راهپیمایی با شکوه اریمین حسینی (ع) واقع شده است. وی افزود: در همین راستا عملیات خط کشی ۴۰۰ کیلومتر از محورهای استان که از ابتدای اسمال آغاز شده بود، تکمیل شد. مدبرکل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای استان بوشهر ادامه داد: در راستای ارتقای ایمن‌سازی

مسیر تردد زائران اریمین، نصب سه هزار متر حفاظ و نرده‌های فلزی، تعمیرات روشنایی‌ها، نصب تابلوهای احتضاری و انتظامی، رنگ‌آمیزی سرعنگانه‌ها و آشکارسازی نقاط حادثه‌خیز با اولویت شهرستان‌های گناوه و دیلم که در خروجی استان به سمت خوزستان هستند، انجام شده است. اختر شناس یادآور شد: از ابتدای طرح اریمین سال جاری در ۱۶ مردانماه تا پایان دیروز (۲۰ مرداد)، در مجموع یک هزار و ۶۲۰ زائر با ناوگان حمل و نقل عمومی استان به مرز شلمچه منتقل شده‌اند. وی گفت: پیش‌بینی می‌شود تا اریمین در مجموع ۴۰ هزار نفر زائر این استان به سمت مرز شلمچه توسط ناوگان حمل و نقل عمومی جابجا شوند.

پروژه کنارگذر پدافندی کنجانچم زیر بار ترافیک رفت

ایلام- هدی منصوری: سیدزاهرن چشمه‌خور مدیر این اداره کل، در حاشیه این آیین، اظهار داشت: این پروژه در محور ایلام-مهران به طول یک کیلومتر شامل عملیات خاکی و احداث پل، به منظور تردد ایمن، تسهیل در تردد کاربران جاده‌ای و نگهداری بهینه از پل‌های بزرگ در برابر بارهای نامتعارف و ترافیکی احداث شده است. سیدزاهدین چشمه‌خاور افزود: این پروژه با اعتباری بالغ بر ۲۲ میلیارد تومان با تلاش شهمناری نیروهای راهداری طی ۲ ماه انجام شد و با توجه به عصر بالای تردد در این محور، تردد راحت‌تر و روان‌تر شود. وی با بیان اینکه این پروژه در سال جاری با هدف ادامه اصلاح نقاط پرحادثه و تسهیل در تردد زوار اریمین حسینی آغاز شده است، عنوان کرد احداث این پروژه علاوه بر حذف گره‌های ترافیکی در زمان برگزاری اریمین حسینی، به کاهش حوادث جاده‌ای و محافظت از پل بزرگ کنجانچم نیز کمک خواهد کرد. مدبرکل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای ایلام گفت: باانجام موفقیت‌آمیز عملیات خاکبرداری، احداث بیش از ۱۵۰ عدد پل باکسی، بتن‌ریزی عرشه باکسی‌ها، احداث دستک‌ها و بهسازی مسیر، این پروژه به بهره‌برداری رسید. وی با اشاره به اینکه این پروژه به طور مستقیم به تسهیل تردد زوار اریمین حسینی کمک خواهد کرد،انامه داد: علاوه بر کاهش ترافیک و افزایش ایمنی، کنارگذر کنجانچم به محافظت از پل بزرگ کنجانچم در برابر بارهای سنگین کمک خواهد کرد و به‌برای تردد در شرایط اضطراری طراحی شده است.

مدبر کل منابع طبیعی و آبخیزداری گلستان:

رسانه بهترین ابزار حفاظت و احبای عرصه‌های منابع طبیعی است

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: مدبرکل منابع طبیعی و آبخیزداری گلستان با بیان اینکه رسانه بهترین ابزار حفاظت و احبای عرصه‌های منابع طبیعی است، گفت: رسانه‌ها به‌عنوان بازوی اطلاع‌رسانی در نهادهایساز این فرهنگ نقش پررنگی دارند.به گزارش پایگاه اطلاع رسانی اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری گلستان، به نقل از ایرنا حمید سلامتی همزمان با ایام گرامیداشت خبرنگار با حضور در خیرگزاری جمهوری اسلامی مرکز گلستان اظهار کرد: خبر و اطلاع‌رسانی در عصر حاضر از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است که اهمیت این مساله در حوزه منابع طبیعی و حفاظت و حراست از عرصه‌های جنگلی چوندان اسدوی با اشاره به فرامین رهبر معظم انقلاب مبنی بر اینکه فرهنگ منابع طبیعی را باید به معرفت عمومی تبدیل کنیم، افزود: تحقق این مهم و حفظ و حراست از عرصه‌های جنگلی و منابع طبیعی نیازمند فرهنگ‌سازی است که در این امر تسهیل رسانه و خبرنگاران تاثیر به‌سزایی دارند.مدبرکل منابع طبیعی و آبخیزداری گلستان با بیان اینکه تکلیف قانونی و شرعی ما در اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری حفظ افعال است، تأکید کرد: برای انجام تکلیف خود به بهترین شکل به ابزار اطلاع‌رسانی نیاز داریم تا اهمیت، حفاظت، اصلاح و احبای منابع طبیعی در جامعه تبیین شود.

برگزاری سومین جلسه شورای حفاظت استانی در کردکوی

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: در راستای انجام اقدامات حفاظتی در امر پیشگیری و مقابله با حریق، تخریب و تصرف در حوزه های منابع طبیعی غرب استان سومین جلسه شورای حفاظت در کردکوی بر گزار شده گزارش پایگاه اطلاع رسانی اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری گلستان، سومین جلسه شورای حفاظت با حضور سرهنگ عیسی گلبنی فرمانده یگان حفاظت منابع طبیعی و محیط زیست ناصری حاضر در خیرگزاری جمهوری اسلامی مرکز گلستان اظهار کرد: خبر و آبخیزداری و روسای ادارات ستادی و روسای ادارات منابع طبیعی شهرستان های بندرگز، کردکوی، اق قلا، علی آباد کنول، گرگان و ترکمن و گیشان برگزار شده در ابتدای جلسه روسای ادارات شهرستانی گزارش کالمی از مهم ترین اقدامات انجام شده در امر پیشگیری و مقابله با حریق ملی صورت گرفته در ماه های اخیر برداختند.ارائه گزارش از تدابیر و برنامه های در پیش رو در خصوص حریق های احتمالی برای امه های آتی به ویژه آتش سوزی های پاییزه و ارایه گزارش نقاط یابی و شرایط اجرایی بین مرامک های موجود در شهرستان های بندر گز، گیشان و بندر ترکمن و ارایه گزارش از وضعیت پرونده های تخلف اجرا شده و اجرا نشده در خصوص تصرفات و ساخت و سازها غیر مجاز در اراضی ملی شهرستان از دیگر موارد مطرح شده در جلسه بود.

بازدیدي که زنداني آزاد کرد



یزد – مرتضی نوراللهی یور : محمّد ابراهیم مرادی زاده به نمایندگی از یک نیکوکار ناشناس اهالی دوشنبه بازدید، مبلغ ۹۲ میلیون تومان را جهت آزادی ۱ زندانی غیر عمد اهدا کرد. به گزارش روابط عمومی ستاد مردمی دیده استان یزد، یک سالگی است که کارزار بسیار زیبایی با نام دوشنبه های رهایی در استان یزد اجرا میگردد و علاقه مندان به بازدید از بناهای سنتنی و خانه های قدیمی یزد ضمن بازدید هر کدام مبلغی را جهت آزادی زندانیان غیر عمد به حساب ستاد دیده استان یزد واریز میکنند، تا در کنار این اقدام فرهنگی یک محکوم غیر عمد نیز آزاد شده و به آغوش گرم خانواده

خود بازگردد که تا کنون با این اقدام زینا چندین زندانی غیر عمد از زندانهای استان از بند رها شدند. محمد ابراهیم مرادی زاده در این خصوص گفت: یکی از نیکوکاران ناشناس که از اهالی با صفا دوشنبه های رهایی است و تمایلی به فاش شدن نام و تصویرش ندارد و چندی پیش نیز مبلغ ۲۶۰ را جهت آزادی چند زندانی غیر عمد اهدا کرده بود در این نوبت مبلغ ۹۲ میلیون تومان را جهت آزادی ۱ زندانی غیر عمد اهدا نمود که این مبلغ به آزادی یک جوان بر بند که به دلیل عدم توانایی

در پرداخت بدهی خود در زندان به سر میرسد اختصاص داده شد. گفتنی است به همت ستاد دیده استان یزد و اهالی دوشنبه بازدید بازارچه خیریه ای نیز در مکان خانه مهندس واقع در خیابان سید گل سرخ از تاریخ ۱۵ مرداد تا ۱۵ شهریور همه روزه از ساعت ۱۸ الي ۲۴ برپا بوده و علاقه مندان میتوانند جهت بازدید و سهیم شدن در امر آزادی زندانیان غیر عمد از این بازارچه بازدید به عمل آورند

پیش بینی ۱۱۰۰ ناوگان حمل ونقل عمومی برای جابه جایی زوار اریمین حسینی در همدان

همدان – محبوبه یادگاری: مدبرکل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای استان همدان از پیش‌بینی ۱۱۰۰ ناوگان حمل و نقل عمومی برای جابجایی زائران اریمین در استان همدان خبر داد. مهرداد اهنکی گفت: با توجه به برنامه ریزی ها و جلسات برگزار شده با انجمن‌های صنفی حمل و نقل عمومی استان همدان ۱۱۰۰ دستگاه ناوگان حمل و نقل عمومی برای جابجایی زوار اریمین حسینی (ع) از استان همدان پیش‌بینی شده است. وی افزود: این تعداد ناوگان حمل ونقل عمومی از آمی، اتوبوس، میدل باس، سوارپی، آژانس های سرویس دهی شهری، کارخانه جات،ادارات، دانشگاه ها و ... شناسایی و پیش بینی شده است.

اهنکی با اشاره به اینکه جلسات کمیته حمل و نقل ستاد اریمین استان به صورت منظم بر گزار و هماهنگی‌های مناسبی بین دستگاه‌های مرتبط عضو این کمیته برقرار شده است، گفت: بررسی و ارسال ظرفیت و لیست ناوگان تحت پوشش شرکت‌ها و مؤسسات اتوبوس‌رانی، میدل باس، سواری کرایه و چگونگی نظارت بر ضوابط و مقررات حمل و نقل از لحاظ رعایت نرخ جابجایی، دستورالعمل‌های مربوط به نظافت ناوگان کنترل تجهیزات فنی و موارد مرتبط با ایمنی ناوگان، توسط مدیران فنی شرکت‌ها از جمله مواردی است که در این جلسات مورد بررسی قرار گرفته است. وی ادامه داد: برای تأمین و ارتقای ایمنی زائران در سفرهای جاده‌ای، شرکت‌های مسافربری مکلف شده‌اند تا نسبت به کنترل فنی ناوگان و برکه معاینه فنی اقدام کنند و در صورت وجود هرگونه نقص و ایرادهای فنی در خودروها نسبت به رفع آن اقدام نمایند.

معاون طرح و توسعه شرکت برق منطقه‌ای خوزستان منصوب شد



اهواز – شبنم قجوانند: با حکم مدیرعامل شرکت برق منطقه‌ای خوزستان احمدرضا بخشی به عنوان معاون طرح و توسعه این شرکت منصوب شد.
در جلسه‌ای که با حضور مدیرعامل و مدیران این شرکت بر گزار شد، از تلاش‌های مهدی ابوعلی گلسه‌داری قدرانی به عمل آمد و احمدرضا بخشی به عنوان معاون طرح و توسعه معرفی شد. احمدرضا بخشی پیش از این مدیر امور انتقال ناحیه شرق اهواز بوده و از نیروهای سابقه‌ساز شرکت برق منطقه‌ای خوزستان است.
علی اسدی همچنین با حکمی مهدی ابوعلی گلسه‌داری را با توجه

به تجارب و سوابق ارزنده به سمت مشاور معاون طرح در امور فنی منصوب کرد. مهدی ابوعلی گلسه‌داری در این نشست با ارائه خلاصه عملکرد اقدامات انجام شده در دوره ۷ ساله مسئولیت خود در معاونت طرح و توسعه از کارکنان این معاونت، مدیرعامل و مدیران شرکت برای تعامل و هم‌گرایی در اجرای برنامه‌ها، قدرانی کرد. با توجه به جایگاه و نقش معاونت طرح و توسعه در خرید تجهیزات مورد نیاز طرح‌ها و مسئولیت احداث و توسعه پروژه‌های خط و بست در این شرکت، علی اسدی ابراز امیدواری مرتعی و بیابانی در نهالستان امام علی علیه السلام مشعل پویا گفت: این بارزید نمودند.در این بارزید پیشرو موضوعات مرتبط با تولید نهال و تنوع گونه های سازگار با مراتع این شهرستان ضمن تسریع در عملیات تولید نهال با رعایت شرایط فنی با پیمانکار پروژه آقای یاباب حاجلی دوجی بحث و گفتگو و تبادل نظر شد.

آغاز عملیات تولید نهال گونه‌های مرتعی و بیابانی در شهرستان مراوه تپه

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: عملیات تولید نهال گونه‌های مرتعی و بیابانی در نهالستان امام علی علیه السلام شهرستان



اهواز – شبنم قجوانند: معاون بهره‌برداری شرکت برق منطقه‌ای خوزستان گفت: دیسپاچینگ فوق توزیع شمال‌شرق خوزستان برای مدیریت بهینه شبکه راه‌اندازی شد.
اصغر خدامراد مگرگی تصریح کرد: در راستای مدیریت بهینه شبکه فوق توزیع در جغرافیای شمال‌شرق خوزستان که شامل شهرستان های مسجدسلیمان، شوشتر، لالی، اندیکا و گنبد است، دیسپاچینگ فوق توزیع این ناحیه راه‌اندازی شد. وی افزود: در این ناحیه بهره‌برداری ۲۱ پست انتقال و فوق توزیع، ۴۳ ترانسفورماتور، ۳۸ خط و ۳ نیروگاه بزرگ وجود دارد و در تمامی برق منطقه و استان نقش و جایگاه ویژه‌ای دارد.

وی با بیان اینکه قبل از شروع پروژه با استقرار نیروهای متخصص، بازدید و پایش تجهیزات صورت گرفته بود؛ توضیح داد: آماده سازی آسانسور و بالابرهای واحدهایی که مورد تعمیرات اساسی قرار گرفت و دیگر تجهیزات و ابزارهای

دیجیتالی کردن کسب و کار: چالش‌ها و راهکارها

بدون هزینه ارسال را خط بکشد؟

طراحی وب‌سایت تعامل برانگیز

خیلی از کسب و کارها دارای وب‌سایت رسمی هستند، اما اگر کمی با دقت به سایت‌شان نگاه کنیم، اصلا سرگرم‌کننده یا مفید نیست. دلیل این امر نگاه کلیشه‌ای کارآفرینان به سایت رسمی است. انگار که سایت فقط برای انتشار اخبار رسمی بود و کاربرد دیگری ندارد.
خب این دقیقا همان جایی است که بحث‌مان با شما جدی می‌شود.

سایت رسمیی یک برند در واقع بازنمایی هویت آن در دنیای آنلاین است، بنابراین شما نمی‌توانید به این سادگی از کنار سایت رسمی یک برند عبور کرده و انتظار داشته باشید نتایج خوبی نیز نصیب‌تان شود. نکته کلیدی در این میان تلاش برای استفاده از ارزش‌ها و هویت منحصر به فرد برند برای تعامل بیشتر با مخاطب است.

نسبت به تغییرات مهم بی‌توجه باشید. این مسئله‌ای است که در کوتاه‌مدت کلک بردتان را خواهد کند. به همین خاطر ما محتوای آموزشی را راهبردی جدی برای انطباق با تغییرات تازه و پذیرش آن می‌دانیم. این مسئله‌ای است که می‌تواند برای آینده برند شما حسابی مفید باشد.
فراموش نکنید، در دنیای بازاریابی جایی برای اشتباه‌های مکرر نیست. بنابراین اگر سایت‌تان در ابتدا ظاهری جذاب و محتوایی تعامل‌برانگیز نداشته باشد، مخاطب خیلی زود از شما ناامید خواهد شد. پس فکر نکنید همیشه امکان جبران اشتباهات وجود دارد (خب با یک بازی ویدئویی که طرف نیستیم!).

سرمایه‌گذاری بر روی سئو

هر برندی که وارد دنیای دیجیتال می‌شود، چاره‌ای به غیر از کنار آمدن با سئو ندارد. قبول دارم گاهی اوقات استراتژی سئو کمی گیج‌کننده می‌شود، اما شما نباید



به این سادگی از موفقیت‌تان صرف نظر کنید. سئو در واقع یک سیستم یکپارچه در پلتفرم‌های بزرگ است که محتواهای مختلف را طبقه‌بندی می‌کند. مثلا در گوگل نکاتی مثل ترافیک سایت، میزان رضایت کاربران و همچنین کیفیت محتوا اهمیت اساسی دارد. اگر بخواهیم یک تقبل به شما برسانیم، باید بگوییم در سایر پلتفرم‌ها و حتی شبکه‌های اجتماعی نیز همین سه نکته محور سئو قرار دارد. بنابراین اگر شما نسبت به آن توجه لازم را نشان دهید، کارتان به سادگی هرچه تمام‌تر جلو خواهد رفت.

متأسفانه خیلی از بازاریاب‌ها انتظار دارند همینطور سرسری کارشان در حوزه تولید محتوا را پیش برده و در نهایت بازگشت سرمایه خوبی داشته باشند. این در حالی است که یک بازار رقابتی شرایط خاص خودش را دارد. این مسئله می‌تواند بر روی توانایی یک برند برای اثرگذاری بر روی مخاطب اثرگذاری منفی داشته باشد.

هرکاری در این دنیا نیاز به سرمایه‌گذاری دارد. وقتی شما سن‌تان کمتر بود، موتورسواری یکی از کارهای سخت برای‌تان محسوب می‌شد، اما سرمایه‌گذاری شما برای یادگیری این مهارت به مرور زمان جواب داد. به طوری که حالا دیگر حتی یک روز هم بدون موتور در شهرهای شلوغ دوام نمی‌آورید.

سرمایه‌گذاری بر روی سئو نیز دقیقا مثل سناریوی بالااست. شاید شما در ابتدا کمی شکست بخورید، اما این تداوم‌تان است که نشان‌دهنده میزان موفقیت در دنیای کسب و کار خواهد بود. پس بهتر است قبل از اینکه کارتان را با شکست های کوچک ترک کنید، به فکر بهرمندی از موفقیت‌های پیش رو باشید.

گاهی اوقات کمک گرفتن از دیگران هیچ مشکل مهمی نیست. شما می‌توانید به سادگی هرچه تمام‌تر از کمک دیگران استفاده کرده و خیال‌تان از این‌س بابت را راحت کنید. پس الکی وضعیت‌تان را سخت نکنید. چه بسا گاهی اوقات کمک گرفتن از دیگران راهکار بسیار مفیدی محسوب شود. این امر حداقل از تکرار اشتباهات دیگران یا حتی مواجهه با شرایط دشوار جلوگیری خواهد کرد. پس بهتر است همین حالا دست به کار شده و راه چاره برای مشکلات‌تان را از افراد متخصص یا دست‌کم همفکری با

نویسنده: علی‌آلی علی

عرصه دیجیتال فرصت‌های بسیار زیادی برای کارآفرینان به همراه داشته است. شاید ساده‌ترین مزیت در این میان دسترسی سریع به مخاطب، آن هم بدون نیاز به صرف هزینه گزاف، باشد.
خب این امر تا همین چند سال قبل رویایی بیش نبود، اما حالا به لطف فناوری‌های دیجیتال بدل به واقعیت زندگی روزمره ما شده است؛ اتفاقی که در طول سال‌های پیش روی تغییرات بیشتری در دنیای کسب و کار ایجاد خواهد کرد.

بی‌شک ایده‌هایی مثل آمازون بدون فناوری‌های دیجیتال حتی امکان بروز هم نداشتند. چه برسد به اینکه یک برند توانایی اثرگذاری بر روی مخاطب جهانی با استفاده از شیوه‌های خلاقانه را داشته باشد. ما در روزنامه فرصت امروز ظهور فناوری‌های مدرن را نه یک تهدید برای کسب و کارهای سنتی، بلکه راهکاری به منظور بهبود شرایط می‌دانیم.
خب شما باید با تغییرات همسو شوید. این امر می‌تواند برای شما مزایای بسیار بیشتری به همراه داشته باشد. درست به همین خاطر پد نیست قبل از اینکه کارتان با مشکلات زیادی رو به رو شود، از فناوری های تازه استقبال کنید.

امروزه کم نیستند برندهایی که همچنان با استفاده از شیوه‌های عصر حجر به کارشان در دنیای کسب و کار ادامه می‌دهند. این امر شاید در کوتاه‌مدت مشکل خاصی به نظر نرسد، اما از آنجایی که سلیقه مشتری به طور کامل تغییر کرده است، باید زنگ خطری جدی برای شما محسوب شود.
فناوری‌های دیجیتال روز به روز نقش مهمتری در زندگی بشر ایفا می‌کنند. ساده‌ترین مثال در این میان وضعیت شبکه‌های اجتماعی است. چه کسی فکر می‌کرد یک روز تعاملات آنلاین حتی از روابط واقعی نیز مهمتر شود؟ این اتفاقی است که به لطف شبکه‌های اجتماعی روی داده است.

ما در این مقاله قصد داریم راهکارهایی برای دیجیتال کردن کسب و کارها را پیش روی شما قرار دهیم. این امر به شما کمک خواهد کرد تا وضعیت بهتری از نظر تعامل با مخاطب هدف پیدا کرده و نشان دهید تا چه میزان هدف‌گذاری دقیقی برای بهبود کارتان دارید.
خب هر چقدر هم که تا حالا مقاومت کرده‌اید، دیگر کافی است. از حالا باید خودتان را وارد دنیای دیجیتال کنید. این مسئله می‌تواند جذابیت زیادی برای‌تان به همراه داشته و حتی کارتان را نیز ساده‌تر نماید. البته به شرط اینکه راهنمایی خوبی در این مسیر داشته باشید.

پیش به سوی دیجیتال شدن

خب بسیاری از برندها خیلیال می‌کنند در مسیر دیجیتال شدن گام برداشته‌اند. با این حال در عمل مسیر معکوسی را طی می‌کنند. نکته مهم در این میان تلاش برای استفاده از انگاره‌های درست و دقیق برای اثرگذاری بر روی مخاطب است. به زبان ساده‌تر، شما باید از ایده‌هایی که در میان مشتریان محبوبیت دارد، سود ببرید.

همانطور که تیم‌های فوتبال برای جذب هوادار باید دقیقا همان طوری بازی کنند که تماشاگران انتظار دارند، شما هم چاره دیگری ندارید. پس به جای بهانه‌تراشی‌های مختلف همین حالا دست به کار شوید. لازم نیست در این میان کار عجیبی انجام دهید. فقط کافی است ایده‌های مورد بحث در ادامه را چاشنی کارتان کنید؛ همین و بس!
راهاندازی فروشگاه آنلاین

امروزه تقریبا همه برندها فروشگاه آنلاین برای خودشان دارند. این مسئله‌ای است که جذابیت بازاریابی در دنیای مدرن را به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش داده است.
شاید در طول سال‌های اخیر بسیاری از برندها ترجیح داده‌اند با آمازون یا دیگر فروشگاه‌های مشابه همکاری کنند، اما راهاندازی یک فروشگاه اختصاصی نیز ایده بدی نخواهد بود.

ماچرا از این قرار است که مشتریان سه ویژه پس از دوران کرونا دیگر علاقه زیادی برای خرید حضوری ندارند. در عوض سراغ ایده‌هایی مثل خرید آنلاین رفته‌اند تا با دردسر کمتری به هدف‌شان برسند.
خب در این میان برخی از فروشگاه‌ها مثل علی بابا نیز خدمات حیرت‌انگیزی به مشتریان می‌دهند. کار به جایی رسیده که حتی تارکت با سابقه درخشان در زمینه خرده‌فروشی حضوری به سرعت دنیای آنلاین آمده است.

شما لازم نیست حتما یک خرده‌فروشی بین‌المللی باشید تا توجه‌تان به راهاندازی فروشگاه آنلاین جلب شود. مثلا برندهای ورزشی مانند نایک و آدیداس نیز از همین تکنیک سود می‌برند. حتی سوپرمارکت‌ها نیز می‌توانند این هدف را پیش ببرند. نکته کلیدی در این میان تلاش برای استفاده از فرصت‌های پیش رو برای تعامل بهتر با مشتریان است. این امر می‌تواند وضعیت شما در نزد مخاطب هدف را به طور قابل ملاحظه‌ای بهبود بخشد.
فراموش نکنید، یک فروشگاه آنلاین خوب باید مزایای مشخصی برای مشتریان داشته باشد. مثلا می‌توانید از ارسال رایگان سفارشات به عنوان یک راهبرد کلیدی سود ببرید. این امر به شما کمک خواهد کرد تا بدون دردسر اضافه بر روی مخاطب‌تان اثر گذاشته و کارتان را ساده‌تر نمایید.
خب مگر کسی هم در دنیا هست که دور خرید

فرصت امروز

روزنامه‌مدیریتی – اقتصادی

| سه‌شنبه | ۲۳ مرداد ۱۴۰۳ | شماره ۲۵۲۱ | صفحه ۸ |

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: صمیم

دفتر مرکزی: تهران، خیابان ولیعصر، خیابان زرتشت غربی، روبروی بیمارستان مهر

پلاک۴۵، طبقه سوم شرقی

دفتر مرکزی: ۸۸۹۹۱۹۲۷

آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR

دوستان به دست بیاورید.

انتخاب هوشمندانه کانال‌های ارتباطی

امروزه شبکه‌های اجتماعی به عنوان مهمترین کانال ارتباطی میان برندها و مشتریان شناخته می‌شود. با این حال تمام شبکه‌های اجتماعی به یک اندازه دارای محبوبیت نیست. این مسئله می‌تواند وضعیت شما در بازار را حساسی تغییر دهد. به همین دلیل اگر حواس‌تان نباشد، اصلا بعید نیست فرصت طلایی تعامل با مخاطب در پلتفرم‌های اجتماعی را از دست دهید.
انتخاب از میان انبوه شبکه‌های اجتماعی هیچ وقت کار ساده‌ای نیست. درست به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم شما باید براساس تحلیل شرایط خاص بردتان دست به انتخاب از این‌س میان بزنید. این امر می‌تواند در بلندمدت اوضاع شما را حساسی تغییر دهد. پس به جای اینکه دنبال بهانه‌های بی‌پایان باشید،

خودش است. این امر می‌تواند مشتریان را نسبت به خرید از برندگان ترغیب کرده و دیگر رقبا را در چشم آنها کم اهمیت جلوه دهد.

یادتان باشد، تجربه آنلاین مشتریان از برند در واقع تمام حوزه‌ها را شامل می‌شود. این یعنی شما باید نه تنها روی شبکه‌های اجتماعی، بلکه فعالیت تیم روابط عمومی و همچنین الگوهایی مثل ایمیل مارکتینگ نیز حساب باز کنید. چنین اجزایی به شما کمک خواهد کرد تا اوضاع را بهتر مدیریت کرده و مشتریان وفاداری نیز برای خودتان پیدا کنید.

بی‌شک صحبت از مجموع مشتریان وفاداری که تا حالا یک بار هم با برند شما ارتباط نزدیک نداشته‌اند، کمی عجیب به نظر می‌رسد. درست به همین خاطر اگر حواس‌تان نباشد، خیلی راحت از کنار این موفقیت طلایی عبور کرده و حواس‌تان به هیچ حوزه خاصی هم نخواهد بود.

یکی از نیازهای اصلی در دنیای کسب و کار توجه به موقعیت‌های پیش روی است. این امر به شما کمک می‌کند تا مسیر توسعه کسب و کار را بهتر طی کنید. پس باید همیشه حواس‌تان به تجربه آنلاینی که برای مشتریان می‌سازید، باشد. در غیر این صورت رقبا به سادگی هرچه تمام‌تر کارتان را یکسره خواهند کرد.

استخدام سریع نیروی متخصص

اگر شما وارد حوزه بازاریابی آنلاین شوید، نیاز به افراد متخصص دارید. این امر توانایی شما برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف را نشان می‌گیرد. نکته‌ای که در این میان باید به خوبی مورد توجه قرار دهید، مسئله مربوط به نیاز بردتان است.
خب شما نمی‌توانید به تنهایی تمام کارها را با بهترین کیفیت ممکن انجام دهید. به همین خاطر باید در صورت نیاز از افراد متخصص استفاده کنید. نکت جالب اینکه خیلی از کارآفرینان نسبت به استخدام نیروی تازه گارد سفت و سختی دارند. انگار که استخدام نیروی تازه یک جرم بزرگ محسوب می‌شود. اگر شما هم چنین رویکردی دارید، دیر یا زود بردتان از بازار محو خواهد شد.
خب شما برای حضور موثر در دنیای دیجیتال نیاز به نیروی کار حرفه‌ای دارید. پس اصلا سعی نکنید از میابره‌های عجیب استفاده کرده یا خودتان را گول بزنید. این اتفاقی است که می‌تواند تجربه مشتریان از بردتان را با بحران بی‌نهایت بزرگی رو به رو سازد.
پس بهتر است خیلی راحت از همان اول همکاری با نیروهای متخصص را در دستور کار قرار دهید. این امر نتایج بهتری برای شما به همراه خواهد داشت.

وقتی شما مسئولیت زیادی بر روی دوش نیروی کار غیرماهر قرار می‌دهید، عملا سرنوشت بردتان را به بازی گرفته‌اید؛ چراکه در این صورت هیچ نتیجه مثبتی از دل فعالیت‌تان بیرون نخواهد آمد. در عوض دائما استرس و فشار بیشتری به تیم‌تان اعمال خواهید کرد. این مسئله‌ای است که می‌تواند شرایط را برای‌تان بی‌نهایت دشوار سازد.
یادتان باشد، هر نیروی کاری در بازار یک مهارت خاص دارد. بنابراین شما نباید انتظارات یا حتی مسئولیت متفاوتی از او داشته باشید. این امر اختلاف میان شما و نیروی کار را افزایش داده و در نهایت تصویر نامنظمی از بردتان برای مشتریان مخابره خواهد کرد. در این صورت اثرگذاری بر روی مشتریان نه تنها امری قابل تحقق نیست، بلکه عملا برخلاف آن شنا کرده‌اید.

استفاده از داده‌های مفید

یکه تازری در دنیای دیجیتال و ورود موفقیت‌آمیز برندها به آن بدون استفاده از داده‌های درست و حساسی امکان‌پذیر نیست. داده‌ها در واقع راهنمای اصلی شما در مسیر اثرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف محسوب می‌شود. این مسئله‌ای است که باید همیشه مورد توجه شما قرار گیرد.

وقتی یک کوه‌نورد دل به طبیعت می‌زند، همیشه نقشه‌ای دقیق همراه خودش دارد. این‌س دقیقا همان مسئله‌ای است که شما هم باید در ماجراجویی دیجیتال تان رعایت کنید.
وگرنه کلاه‌تان پس معرکه خواهد بود. متأسفانه خیلی از بازاریاب‌ها خیال می‌کنند براساس تجربه یا حتی اعتماد به شانس امکان کسب موفقیت‌های بزرگ را دارند. این در حالی است که در عمل چنین رویکردی چیزی به غیر از شکست برای‌تان به همراه نخواهد داشت.
ما در روزنامه فرصت امروز بهبود وضعیت برندها را در گرو استفاده از داده‌ها و اطلاعات دقیق می‌دانیم. البته سوال کلیدی در این میان نحوه استفاده از اطلاعات است. شما برای این کار اول از همه باید منابع معتبر را بشناسید. مثلا گوگل آنالیتیکس یکی از منابع بی‌نهایت معتبر در این رابطه محسوب می‌شود. به علاوه، در شبکه‌های اجتماعی به‌طور معمول گزارش‌های دقیقی از ترندهای تازه و همچنین سایر نکات کلیدی منتشر می‌شود. درست به همین خاطر شما می‌توانید به ساده‌ترین شکل ممکن از اطلاعات دقیق آنها سود ببرید.

هرچه کار شما بیشتر مبتنی بر داده و اطلاعات دقیق باشد، بازگشت سرمایه بهتری را نیز تجربه خواهید کرد. این امری است که می‌تواند وضعیت شما در بازار را به طور قابل ملاحظه‌ای تغییر دهد. به همین خاطر بد نیست قبل از اینکه شرایط‌تان حساسی دشوار شود، به فکر استفاده از اطلاعات دقیق باشید. این طور هم هزینه‌تان کمتر می‌شود، هم دقت کمپین‌های بازاریابی و ارتباط‌تان با مخاطب بالاتر خواهد رفت.

سخن پایانی

دیجیتالی کردن برندها کاری است که خیلی از کارآفرینان در مسیر آن با شکست رو به رو می‌شوند. درست به همین خاطر اگر شما قصد دارید موفقیتی در این حوزه به دست بیاورید، بد نیست کمی هم که شده وضعیت را متفاوتر دنبال کنید. این امر می‌تواند برای شما نتایج بهتری از نظر رابطه با مشتریان و صدالبته میزان فروش به همراه داشته باشد.
خب وقتی یک برند در دنیای دیجیتال فکر و برنامه درستی داشته باشد، مشتریان نیز خیلی زود حساب آن را از دیگران سوا خواهند کرد. ما در این مقاله سعی کردیم شما را با برخی از مهمترین ایده‌ها برای دیجیتال کردن برندها آشنا کنیم. حالا دیگر سکان هدایت کسب و کارتان به دست خودتان است. بنابراین بد نیست کم کم بردتان را وارد گود دیجیتال شدن کرده و از مزایای آن لذت ببرید. این امر می‌تواند برای شما تجربه‌ای تازه در دنیای کسب و کار محسوب شود.

منابع:

https://www.forbes.com/sites/forbesbusinessdigitize-your-۲۲/۰۲/۲۰۲۲/sinnesscouncil-smart-strategies-۱۴-business-with-these-https://sleek.com/sg/resources/how-to-digitize-business