

براساس مقررات قانون عملیات بانکی بدون ربا، همه اشخاص حقیقی و حقوقی مشروط بر آنکه منع قانونی نداشته باشند، حق سپرده‌گذاری در همه بانکها را دارند. سپرده‌گذاری، نوعی سرمایه‌گذاری و کسب سود از عملیات بانکی است که نتیجه آن، تقسیم سود حاصل از عملیات بانکی بدون ربا به نسبت مدت و مبلغ سپرده و سهم منابع بانک، بین سپرده‌گذاران و بانک سپرده‌پذیر است؛ با این تفاوت که معمولا سپرده‌گذاری در بانکها از التهاب و ریسک‌های متداول اقتصادی همانند بازار سهام، ارز و سکه تقریبا در امان است، ضمن آنکه در حال حاضر به سپرده‌های بانکی مالیات تعلق نمی‌گیرد؛ هرچند طرفداران اداره مملکت از طریق مالیات چندان بی‌میل نیستند که به سپرده‌های مردم در بانکها نیز مالیات عایدی سرمایه تعلق گیرد تا هزینه‌های کشور را از مالیات‌ستانی از مردم تامین کنند.

ادامه در همین صفحه

ادامه از همین صفحه

صاحبان سپرده‌های بانکی اطمینان خاطر دارند که اصل سپرده‌های آنان به همراه سود علی‌الحساب سپرده همواره برای‌شان در بانک محفوظ است. میزان سود قطعی سپرده‌های بانکی نیز بستگی به عملکرد بانک دارد، اما سود قطعی سپرده‌های بانکی نسبت به سایر بازارهای سرمایه چندان قابل مقایسه نیست و عدم تعادل بین نرخ سود علی‌الحساب تسهیلات بانکی و سود علی‌الحساب سپرده‌های بانکی همواره منتهی به حاشیه سود به ضرر بانکها می‌شود که در نتیجه آن، قیمت تمام شده منابع بانکی را افزایش می‌دهد. این مشکل در کنار تسهیلات تکلیفی و فرمایشی، از جمله چالش‌های بزرگ شبکه بانکی کشور بوده و بعضا منتهی به خلق ابردهنگاران بانکی شده است. طبیعی است اگر بانک مجبور به پرداخت تسهیلات تکلیفی و فرمایشی شود، بازده سرمایه‌گذاری سپرده‌های بانکی مردم چندان قابل توجه نخواهد بود؛ زیرا این نوع تسهیلات عمدتا منتهی به افزایش میزان مطالبات معوق بانکی خواهد شد. مهمترین ویژگی سپرده‌های بانکی، سطح پایین ریسک تجاری آن در مقایسه با سایر سرمایه‌گذاری‌هاست. صرف نظر از این مباحث، پرسش آن است که آیا سپرده‌های بانکی قابل انتقال به سایر اشخاص حقیقی و حقوقی هست یا خیر؟

در حال حاضر، سپرده‌گذاری در بانکهای ایران در دو دسته کلی سپرده‌های قرض‌الحسنه و سپرده‌های سرمایه‌گذاری مدت‌دار تقسیم می‌شوند. سپرده‌های قرض‌الحسنه نیز به سپرده قرض‌الحسنه جاری و سپرده قرض‌الحسنه پس‌انداز تقسیم شده‌اند. براساس عرف و رویه بانکها، سپرده‌گذاری مدت‌دار به سه دسته کلی سپرده‌های کوتاه مدت، میان مدت و بلندمدت تقسیم می‌شود. کمترین نرخ سود علی‌الحساب به سپرده‌های کوتاه مدت (معمولا کمتر از یک سال) و بیشترین نرخ سود علی‌الحساب سپرده‌های بانکی به سپرده‌های بلندمدت تعلق می‌گیرد، اما زمانی که بحث انتقال سپرده مطرح می‌شود، باید مشخص کرد که منظور از انتقال سپرده دقیقا چیست؟ آیا در انتقال سپرده، حساب سپرده با تمام موجودی و نیز با تمام امتیازات و حقوقی که به حساب تعلق می‌گیرد، به انتقال‌گیرنده منتقل می‌شود و حساب سابق بسته شده و حساب جدیدی به نام انتقال‌گیرنده افتتاح می‌شود؟ یا آنکه این فرایند بانکی فقط مبلغ سپرده را دربر می‌گیرد و ناظر به انتقال حساب سپرده نیست؟ با یادآوری این مطلب که در عرف بانکی هر گونه امتیاز بانکی درجه اول به حساب تعلق می‌گیرد، بنابراین آا امتیازات تعلق گرفته به حساب سپرده‌گذار با انتقال به حساب جدید منتقل نخواهد شد؟ فرض کنید که حساب قرض‌الحسنه پس‌انداز شما در قرعه‌کشی بانک برنده یک دستگاه اتومبیل شده باشد، آیا انتقال سپرده قرض‌الحسنه در این حالت به معنای انتقال مبلغ سپرده و همچنین جایزه تعلق گرفته به این سپرده است؟ یا آنکه فقط مبلغ سپرده به انتقال‌گیرنده منتقل خواهد شد؟ همچنین در سپرده‌های سرمایه‌گذاری مدت‌دار علاوه بر سود سپرده، ممکن است امتیازات بانکی نظیر اولویت برای دریافت تسهیلات بانکی به حساب تعلق گیرد؛ مثلا بانک مسکن در مورد سپرده‌گذاری مدت‌دار براساس توافقی با مشتری متعهد است که به صاحب حساب سپرده تسهیلات مسکن بدهد. سوال این است که آیا با انتقال سپرده، امتیاز تعلق گرفته به حساب یعنی تسهیلات بانکی نیز به انتقال‌گیرنده منتقل خواهد شد یا خیر؟ و بالاخره آیا دارندگان حساب سپرده‌گذاری مدت‌دار می‌توانند با بانک توافق کنند که سپرده آنها مسدود شده و وثیقه تسهیلات بانکی باشد؟

از جنبه موازین حقوقی، در هر سپرده بانکی دو طرف اصلی وجود دارد: سپرده‌گذار و سپرده‌پذیر (بانک)؛ یعنی هر شخص حقیقی و حقوقی البته مشروط به نداشتن مانع قانونی، می‌تواند در همه بانکها سپرده‌گذاری کند. رابطه حقوقی بین بانک و سپرده‌گذار مبتنی بر قراردادی است که به امضای هر دو طرف می‌رسد و حقوق و تعهدات هر یک از آنان دقیقا در این قرارداد مشخص می‌شود.

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

ظرفیت بالقوه برای گازسوز کردن ناوگان اتوبوسرانی

تبدیل ناوگان سنگین مخصوصا ناوگان اتوبوسرانی به دوگانه‌سوز CNG دستاوردهای بسیار قابل توجهی از کاهش آلودگی هوای کلانشهرها تا سود اقتصادی برای کشور به همراه خواهد داشت و در این زمینه، تمامی ظرفیت‌های لازم را در داخل کشور داریم. محسن خانقلی...

اقتصاد ایران در سال گذشته ۴,۳ درصد بزرگ‌تر شد

سوخت رشد اقتصادی

فرصت امروز: اقتصاد ایران در سال گذشته برای دومین سال متوالی به رشد مثبت رسید و ۴,۳ درصد بزرگ‌تر شد. آنطور که مرکز آمار ایران در اواخر هفته گذشته گزارش داد، رشد اقتصادی ایران برای دومین سال پیاپی مثبت ماند و از یک درصد در سال ۱۳۹۹ به رقم ۴,۳ درصد در سال ۱۴۰۰ رسید. رشد اقتصادی بدون نفت نیز در سال گذشته به ۳,۵ درصد رسید که نسبت به سال قبل از آن، ۳,۲ واحد بیشتر شد. در مجموع، اقتصاد ایران در این سال‌ها نوسان زیادی را تجربه کرده و هر بار که تحریم‌ها عرصه را تنگ کرده‌اند، با رشد منفی دست و پنجه نرم کرده است؛ کما اینکه میانگین رشد اقتصادی در دهه ۹۰ به واسطه دو موج گسترده تحریمی در ابتدا و انتهای این دهه نزدیک به صفر درصد بوده است. اقتصاد ایران در سال ۱۳۹۱ به رشد منفی ۸,۶ درصد رسید و هرچند در سال‌های بعد اندکی توانست این رشد منفی را جبران کند، اما در سال ۱۳۹۴ دوباره به حوالی رشد صفر رسید تا اینکه در سال ۱۳۹۵ رشد دورقمی ۱۴,۲ درصد را تجربه کرد. در حالی که در سال ۱۳۹۶ همچنان...

۲

سیر نزولی قیمت دلار ادامه دارد

۲ نیمه متفاوت ارزی

۳

مدیریت و کسب‌وکار

چرا همه برندها باید در گوگل بیزینس عضو باشند؟

امروزه بسیاری از بازاربابها توانایی خود را صرف بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی می‌کنند. در این میان نیز تنها معیار معتبر برای این دسته از افراد هزینه بیشتر و تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف است. این امر می‌تواند نتایج بسیار مناسبی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به همراه داشته باشد. البته به شرط اینکه برند مورد نظر بودجه‌ای عالی برای فعالیت در این راستا در دسترس داشته باشد. نکته مهم اینکه شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف همیشه با بودجه‌های کلان رو به رو نیستید. درست به همین دلیل گاهی اوقات باید با واقعیت‌های دنیای کسب و کار و بازاریابی کنار بیایید. در غیر این صورت شاید خیلی زود توانایی‌تان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف از بین رفته و شما دیگر شانس برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان نداشته باشید. این امر می‌تواند در بلندمدت نه تنها منابع مالی برتدتان را کاهش دهد، بلکه...

۸



۲ روز قرمز و ۳ روز سبز، حاصل کار بورس تهران در هفته گذشته بود

تابستان سبز در انتظار بازار سرمایه

پیرامون انتقال سپرده‌های بانکی

انواع سپرده‌های بانکی نیز همانطور که گفته شد، به دو دسته سپرده‌های قرض‌الحسنه (شامل سپرده جاری و سپرده پس‌انداز) و سپرده‌های سرمایه‌گذاری مدت‌دار تقسیم می‌شوند. به سپرده‌های قرض‌الحسنه، خواه سپرده جاری و خواه سپرده پس‌انداز، سود اصلا تعلق نمی‌گیرد؛ زیرا حساب قرض‌الحسنه مبتنی بر عقد قرض است و اضافه گرفتن در عقد قرض، ربای قرضی محسوب می‌شود، ضمن آنکه سود نیز حاصل معامله است. بنابراین سپرده‌های قرض‌الحسنه از نظر هزینه جذب منابع بانکی، جزو منابع ارزان‌قیمت بانکها محسوب می‌شوند. البته سپرده‌های پس‌انداز در قرعه‌کشی بانک شرکت داده می‌شود و اگر شانس یاری کند، ممکن است جایزه‌ای براساس قرعه به حساب تعلق گیرد. از نظر حقوقی، سپرده‌های قرض‌الحسنه مبتنی بر مقررات عقد قرض هستند. عقد قرض نیز ماهیت تملیکی دارد؛ یعنی مبالغ سپرده‌های قرض‌الحسنه پس از واریز به حساب، جزو منابع داخلی بانکها محسوب می‌شوند، اما متقابلا بانک به طور قانونی ضامن اصل مبلغ سپرده به حساب می‌آید. به همین جهت، دارندة حساب جاری یا حساب پس‌انداز می‌تواند تمام یا بخشی از موجودی حساب جاری را با صدور چک یا حواله بانکی مستقیما به دیگری منتقل نماید. برعکس سپرده‌های قرض‌الحسنه، به سپرده‌های مدت‌دار سود سپرده‌گذاری پرداخت می‌شود. سود نیز حاصل به‌کارگیری سپرده در عملیات بانکی است که به دو صورت سود علی‌الحساب و سود قطعی به نسبت مبلغ و مدت سپرده و سهم منابع بانک به سپرده‌گذاران پرداخت می‌شود. حداقل مبلغ سود علی‌الحساب سپرده‌های بانکی نیز براساس مصوبه شورای پول و اعتبار تعیین می‌شود. براساس رویه بانکی با توجه به مدت سپرده‌گذاری، سپرده‌های مدت دار به سپرده‌های کوتاه مدت، سپرده‌های میان مدت و سپرده‌های بلندمدت تقسیم می‌شوند؛ هرچند در حال حاضر فقط سپرده‌های میان مدت در سیستم بانکی کشور رواج دارند. همچنین سپرده‌های سرمایه‌گذاری مدت‌دار ماهیتا درآمذا هستند. در این میان، وقتی بحث از انتقال سپرده می‌شود، دو نوع انتقال می‌تواند مطرح باشد: انتقال قهری و انتقال ارادی. بنابراین ادامه بحث بر انتقال قهری و انتقال ارادی سپرده‌های بانکی متمرکز خواهد شد:

نخست؛ انتقال قهری سپرده‌های بانکی

فوت سپرده‌گذار از شایع‌ترین علل انتقال قهری سپرده‌های بانکی است؛ یعنی با فوت سپرده‌گذار، حساب یا موجودی حساب به طور قهری به ورثه سپرده‌گذار منتقل می‌شود. معمولا رویه بانکها در مورد فوت سپرده‌گذار و انتقال قهری، پرداخت مبلغ سپرده به ورثه قانونی متوفی آن است که تا زمانی که ورثه درخواست دریافت مبلغ حساب سپرده را نداشته باشند، حساب سپرده همچنان به قوت خود باقی است و اگر امتیازی نیز به حساب سپرده تعلق گیرد، متعلق به همه ورثه به نسبت سهم‌شان از ارث خواهد بود، اما بحث مهم حقوقی این است که آیا با فوت مالک سپرده فقط مبلغ سپرده به ورثه قانونی سپرده‌گذار تعلق می‌گیرد که پرداخت آن توسط بانکها به ورثه متوفی منوط به پرداخت مالیات بر ارث شده است؟

طبق گزارش رسانه‌ها، «بانکها به محض اطلاع از مرگ مشتریان خود، دارایی آنها را مسدود کرده و از تحویل بلافاصله آن به بازماندگان خودداری می‌کنند. آنها به بازماندگان مشتریان خود اعلام می‌کنند دارایی متوفی پس از کسر مالیات بر ارث و فرایند انحصار وراثت پرداخت می‌شود. این موضوع در حالی رخ می‌دهد که فرایند انحصار وراثت برخی متوفیان گاهی بسیار طولانی شده و تا دو سه سال نیز طول می‌کشد.» البته باید توجه داشت که سپرده‌گذاری در بانکها مبتنی بر توافق یا قرارداد مکتوب بین بانک و سپرده‌گذار است. بنابراین سپرده‌گذاری در بانکها صرف گذاشتن پول در بانک نیست که با فوت سپرده‌گذار، مالکیت آن به ورثه قانونی وی منتقل شود، بلکه براساس قرارداد سپرده‌گذاری بانک و سپرده‌گذاری با هم پیمان می‌بندند که بانک مبلغ سپرده را در عملیات مجاز

بانکی به کار برد و کسب سود کند. به طور کلی با فوت طرف قرارداد، کلیه حقوق و تعهدات ناشی از قرارداد قهرا به ورثه قانونی وی منتقل خواهد شد؛ مگر آنکه قرارداد از عقود باشد که با فوت یکی از طرفین خود به خود منحل شود. از نظر نگارنده، قرارداد سپرده‌گذاری بانکی، عقد لازم است و با فوت سپرده‌پذیر منحل نمی‌شود. بنابراین با فوت سپرده‌گذار، کلیه حقوق و به عبارتی، کلیه امتیازات تعلق گرفته به سپرده‌گذاری به ورثه قانونی سپرده‌گذار منتقل خواهد شد. در مجموع، فوت از جمله عوامل انفساخ قرارداد سپرده‌گذاری نیست و از نظر مبنای حقوقی، بانکها پس از فوت سپرده‌گذار مجاز نیستند مبلغ سپرده را در حساب مسدود نگه دارند و بدان سود ندهند. بنابراین اگر امتیازی به سپرده تعلق گرفته است، به طور منطقی بایستی به ورثه قانونی سپرده‌گذار منتقل شود.

دوم؛ انتقال ارادی سپرده‌های بانکی

منظور از انتقال ارادی سپرده‌های بانکی، توافق بانک و سپرده‌گذار و شخص ثالث برای انتقال سپرده به شخص ثالث است. در مورد انتقال ارادی سپرده‌های بانکی، موضوع تابع مقررات ویژه‌ای است که بانک مرکزی به سیستم بانکی کشور ابلاغ کرده است. در این زمینه، اداره کل نظارت بر بانکها و موسسات اعتباری بانک مرکزی در اردیبهشت ماه ۱۳۸۱ طی بخشنامه شماره ۱۹۲ به بانک‌ها اعلام کرده است: «پیرو استعلام تعدادی از بانکها مبنی بر امکان انتقال سپرده‌های سرمایه‌گذاری بلندمدت به غیر به استحضار می‌رساند: شورای محترم پول و اعتبار در نهمد و هفتاد و ششمین جلسه مورخ ۱۳۸۱/۰۲/۲۰ خود با انتقال سپرده‌های سرمایه‌گذاری بلندمدت به پدر، مادر، همسر و فرزندان سپرده‌گذار، با رعایت سایر مقررات موافقت نمود.» همان‌گونه که ملاحظه می‌شود، در این مصوبه انتقال سپرده‌های سرمایه‌گذاری بلندمدت، آن هم به بستگان نزدیک (شامل پدر، مادر و فرزندان سپرده‌گذار) مجاز اعلام شده است. طبق رویه بانکی، حداقل مدت ماندگاری سپرده در بانک، یک سال کامل است. بنابراین طبق مصوبه مورد اشاره، سپرده‌های میان مدت و کوتاه مدت و همچنین سپرده‌های جاری و قرض‌الحسنه قابل انتقال نیستند. افزون بر آن، شرایط انتقال سپرده، بستن حساب سپرده‌گذار و افتتاح حساب برای انتقال‌گیرنده سپرده مطرح نیست. در

ادامه این روند، بانک مرکزی اخیرا بخشنامه‌ای جدید در مورد نحوه انتقال سپرده صادر و به شبکه بانکی کشور ابلاغ کرده است. در بخشنامه ۱۹۴۸۰ مورخ ۲۹ فروردین ماه ۱۴۰۱ بانک مرکزی به استناد مصوبه شورای پول و اعتبار مقرر شده است: «انتقال سپرده‌های سرمایه‌گذاری بلندمدت صرفا به پدر، مادر، همسر و فرزندان سپرده‌گذار مشروط به بسته شدن سپرده و افتتاح یک حساب سپرده سرمایه‌گذاری مدت‌دار جدید به نام فرد مورد نظر با شرایط سپرده بسته شده و حداکثر تا سررسید آن سپرده مجاز می‌باشد. این مصوبه پس از تمهید شرایط لازم در سامانه‌های اطلاعاتی بانکها و مؤسسات اعتباری غیربانکی لازم‌الاجرا خواهد بود.» در واقع، مصوبه جدید شورای پول و اعتبار، همان مصوبه قبلی است؛ با این تفاوت که براساس مصوبه جدید بایستی حساب قدیم (به نام صاحب سپرده) بسته شده و حسابی جدید به نام انتقال‌گیرنده سپرده در بانک باز شود. بنابراین براساس مصوبه جدید، سپرده‌گذار سابق دیگر دارنده حساب سپرده نیست، بلکه انتقال سپرده از نظر فرآیندهای بانکی موجب می‌شود که حساب قبلی کلا بسته شده و حسابی جدید به نام انتقال‌گیرنده افتتاح شود؛ ضمنا کلیه امتیازات بانکی تعلق گرفته به حساب قدیم به حساب جدید منتقل خواهد شد. باید توجه داشت که انتقال سپرده غیر از وکالت برداشت از حساب سپرده یا بخشش و صلح مبلغ سپرده است. از نظر تحلیل حقوقی، انتقال سپرده نوعی تبدیل تعهد به اعتبار تغییر متعهدله است. سپرده‌گذار کنار می‌رود و شخصی دیگر جایگزین وی می‌شود. بدین ترتیب، براساس بخشنامه جدید بانک مرکزی: اولاً، انتقال سپرده فقط به بستگان درجه یک یعنی پدر و مادر و همسر و فرزندان سپرده‌گذار امکان‌پذیر است. به عبارت دیگر، انتقال بانکی حساب سپرده

به نام اشخاص ثالث و غیرخویشاوندان در بخشنامه بانک مرکزی پیش‌بینی نشده است.

ثانیاً، براساس مقررات بانک مرکزی، فقط سپرده‌های سرمایه‌گذاری مدت‌دار (بلندمدت) قابل انتقال هستند. بنابراین سایر سپرده‌های بانکی قابل انتقال نیستند

خلاصه آنکه انتقال سپرده‌های سرمایه‌گذاری بلندمدت هیچ‌گونه تغییری در حقوق و تعهدات متقابل بین بانک و جانشین سپرده‌گذار نخواهد داد. بانک حتی در صورت انتقال سپرده بایستی مبلغ سپرده را در عملیات بانکی مجاز و مشروع به کار برد و سود سپرده‌گذاری را به صورت علی‌الحساب و سود قطعی سپرده را کلا به جانشین قانونی سپرده‌گذار پرداخت نماید. به عبارت بهتر، مالکیت مبلغ سپرده پس از انجام تشریفات قانونی به منتقل الیه منتقل خواهد شد و سپرده‌گذار قبلی از صف سپرده‌گذاران بانک خارج خواهد شد. ایراد مهم حقوقی که به سیاست‌گذاری بانک مرکزی در مورد انتقال سپرده‌های بانکی وارد به نظر می‌رسد، منحصر کردن این موضوع به خویشاوندان درجه یک سپرده‌گذاران است. از نظر مقررات انتظامی و شاید اعمال سیاست‌های مبارزه با پولشویی، این مطلب تا حدودی قابل درک و توجیه است، اما از نظر مبنای حقوقی باید توجه داشت که هر شخص حقیقی و حقوقی حق دارد در صورت نداشتن منع قانونی، بخشی یا تمام حقوق ناشی از سپرده‌گذاری بانکی خود را به هر شخص حقیقی و حقوقی که مایل باشد، واگذار نماید و انتقال دهد. پس منحصر نمودن این موضوع به خویشاوندان درجه یک سپرده‌گذار، مبنای حقوقی جز اعمال مقررات انضباطی بانک مرکزی ندارد. بر این اساس در سیاست‌گذاری بانکی، محدود کردن اراده افراد نیز باید صرفا در حوزه مصالح و منافع عمومی صورت گیرد. بنابراین اعمال محدودیت‌های بانکی نظیر منع انتقال سپرده‌های بانکی به سایر اشخاص یا ممنوع کردن توافق سپرده‌گذاران و بانکها برای استفاده از سپرده‌های بانکی به عنوان تضمین تسهیلات بانکی، چندان با مبنای قانونی و اصل آزادی اراده سازگار نیست و اعمال این گونه محدودیت‌های بانکی بایستی منحصر به موارد خیلی محدود و در چارچوب مصالح و منافع عمومی شود، نه آنکه تبدیل به یک قاعده عمومی در صنعت بانکداری و سیاست‌گذاری بانک مرکزی شده و اصل آزادی اراده در توافقات بین مشتریان و بانکها روز به روز محدودتر شود.

نوبت دوم
شناسه آگهی: ۱۳۳۵۵۹۸

برق رامین

آگهی فراخوان ارزیابی کیفی و مناقصه عمومی دو مرحله‌ای

شماره ۴۰۱/۱۹۸ م

مناقصه ساخت نازل

باکس HP و IP توربین بخار

شرکت تولید نیروی برق رامین – امور تدارکات

رجوع به صفحه ۵



رقبای منطقه‌ای ایران چه می‌کنند؟

پایش تحولات تجاری خاورمیانه

با توجه به روند رو به رشد توسعه روابط تجاری دوجانبه در منطقه و جهان، به نظر می‌رسد غفلت و بی‌کنشی ایران می‌تواند منتهی به یک جاماندگی تجاری از رقبای منطقه‌ای و جهانی شود. به اعتقاد کارشناسان و فعالان اقتصادی، اگر برای توسعه روابط اقتصادی کشور در بازه بلندمدت فکری نکنیم، بیش از گذشته ایزوله می‌شویم و تحریم‌ها بیش از پیش به مانعی در مسیر توسعه اقتصادی ایران تبدیل می‌شوند؛ کما اینکه اقتصادهای پیرامون ایران در ماه‌های گذشته موافقت‌نامه‌های تجاری متعددی را با یکدیگر امضا کرده‌اند و به دنبال بهبود و گسترش روابط تجاری خود هستند.از جمله این تحولات منطقه‌ای، هدف‌گذاری ۵ میلیارد دلاری پاکستان و ترکیه، توافق عربستان و ترکیه برای رفع کامل موانع تجارت دوجانبه، برنامه‌ریزی عراق برای سرمایه‌گذاری چین در این کشور و خیز امارات برای تحکیم تجارت با روسیه است. گزارش تازه بازوی پژوهشی اتاق ایران نشان می‌دهد که برخی از همسایگان ایران نظیر امارات، تحریم‌های غرب علیه روسیه را فرصت مغتنمی دانسته‌اند تا جای پای خود را در بازار روسیه محکم‌تر کنند و برخی از آنها نظیر عراق نیز چشم به گسترش روابط تجاری با چین دارند. همچنین پاکستان که با تورم‌های فزاینده و بحران‌های اقتصادی مواجه است، گسترش تجارت با متحدان خود را یکی از راه‌های برون‌رفت از این مشکلات می‌داند. شهپاز شریف، نخست‌وزیر پاکستان در دومین سفر منطقه‌ای خود، برای افزایش روابط اقتصادی راهی ترکیه شد. او پیشتر نیز با سفری به ریاض در پی جلب همکاری با عربستان برآمده بود. شریف در سفر به ترکیه بر اهمیت افزایش حجم تجارت دوجانبه با این کشور به ۵ میلیارد دلار طی سه سال آینده تأکید کرد و حجم تجارت فعلی را ۱٫۱ میلیارد دلار دانست. در ۲۵ سال گذشته صادرات سالانه پاکستان به ترکیه از ۱۴۸ میلیون دلار در سال ۱۹۹۵ میلادی به ۳۹۴ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۰افزایش یافته و این امر نشانه‌ای کوچک از پتانسیل صادرات پاکستان به ترکیه است و به‌رغم کوشش‌های فراوان در سال‌های اخیر، تجارت دوجانبه این دو کشور محدود به ۱٫۱ میلیارد دلار بوده است. به نظر می‌رسد پاکستان با چالش‌های فراوانی برای افزایش حجم تجارت با این وسعت روبه‌رو باشد. البته پاکستان برنامه دارد در ترغیب سرمایه‌گذاران ترکیه برای سرمایه‌گذاری در صنعت انرژی در حوزه‌های آبی، حرارتی، زغال‌سنگ، بادی و خورشیدی در این کشور و همچنین استفاده از توانمندی‌های ترکیه برای ساخت سد موجب رشد تجارت دوجانبه شود. همچنین در سفر شریف، قراردادهای توافق‌هایی در حوزه‌های مالی، مسکن و فنی بین دو کشور امضا شد.

در این میان، ارزیابی آمارهای تجاری دو همسایه شرقی ایران نشان می‌دهد که برای نخستین‌بار تراز تجاری پاکستان با افغانستان به سود کابل تغییر کرده است. افزایش ناگهانی قیمت زغال‌سنگ به دنبال ممنوعیت صادراتی این کانی از طرف اندونزی و جنگ اوکراین باعث شد تا پاکستان واردات زغال‌سنگ مورد نیاز خود از افغانستان را افزایش دهد، به طوری که واردات تا کابل از ۵۵۰ میلیون دلار به بیش از ۷۰۰ میلیون دلار رسید و برای نخستین بار تراز تجاری پاکستان با افغانستان به نفع کابل تغییر پیدا کرد. طالبان اعلام کرده که در شش ماه گذشته ۴۴ میلیون دلار عواید گمرکی از طریق صادرات زغال‌سنگ جمع‌آوری کرده است. از طرف دیگر، صادرات پاکستان به افغانستان از بیش از ۹۰۰ میلیون دلار در سال گذشته به حدود ۷۰۰ میلیون دلار کاهش یافته است. کاهش صادرات پاکستان به تحریم‌های آمریکا علیه دولت موقت طالبان، نبود کانال‌های بانکی، در دسترس نبودن دلار در افغانستان و کاهش تقاضا برای برخی کالاهای پاکستانی نسبت داده می‌شود. با این وجود، صادرات پاکستان از طریق افغانستان به کشورهای آسیای مرکزی در ۱۱ ماه گذشته ۷۰ درصد افزایش یافته و از ۱۱۸ میلیون دلار در مدت مشابه سال گذشته به ۲۰۲ میلیون دلار رسیده است. در حال حاضر، پنج‌گذرگاه مرزی فعال بین پاکستان و افغانستان وجود دارد، اما دولت پاکستان از شناسایی ۴۴ سایت برای ایجاد گذرگاه‌های فعال جهت تسهیل بیشتر فعالیت‌های تجاری و رفت و آمدهای مردم این دو کشور خبر داده است که این خود نشان‌دهنده تمایل دو کشور برای افزایش روابط تجاری دوگانه است.

در همین حال، در غرب ایران نیز عراق به دنبال توسعه روابط تجاری با چین است. با اینکه در سال ۲۰۱۷ توافقی موسوم به همکاری راهبردی ۲۰ ساله میان چین و عراق به امضا رسید، ولی تاکنون عمده سرمایه‌گذاری‌های چین در این کشور به حوزه نفت محدود شده است. در دیدار اخیر نخست‌وزیر عراق با سفیر چین در بغداد، مجدداً بر توسعه تجارت به‌خصوص در حوزه‌های انرژی، اقتصادی و آموزشی تأکید شد. همچنین با وجود اختلافات سیاسی عربستان و ترکیه در سال‌های اخیر، ریاض و آنکارا مصمم هستند موانع تجارت دوجانبه را رفع کنند. سفر اخیر رجب طیب اردوغان، رئیس جمهور ترکیه نیز با هدف بهبود روابط و گسترش تجارت صورت گرفت؛ زیرا عربستان در این سال‌ها نوعی تحریم غیررسمی بر مبادلات تجاری با ترکیه اعمال کرده بود. از سوی دیگر، جنگ در اوکراین و تحریم‌های آمریکا و اروپا علیه روسیه، فرصتی برای امارات به وجود آورد تا روابط تجاری خود را با مسکو صمیمانه‌تر کند. روسیه نیز به‌عنوان بخشی از برنامه‌هایش برای مقابله با تحریم‌های غرب از این طرح استقبال می‌کند. در این راستا پوتین اخیراً اعلام کرد که مسکو علاوه بر امضای توافق‌نامه تجارت آزاد با مصر و اندونزی، امضای توافق‌نامه یکپارچگی اقتصادی با امارات متحده عربی را بررسی می‌کند. از نظر سرمایه‌گذاری، امارات اولین مقصد عربی برای سرمایه‌گذاری روسیه است و ۹۰ درصد سرمایه‌گذاری روسیه در کشورهای عربی را به خود اختصاص داده است. در مقابل، امارات متحده عربی بزرگ‌ترین سرمایه‌گذار عرب در روسیه است و بیش از ۸۰ درصد کل سرمایه‌گذاری‌های جهان عرب در روسیه را صورت داده است. همچنین بحث داغ انرژی‌های تجدیدپذیر، امارات متحده عربی را به خود جذب کرده و این کشور مشتاق است زمینه‌های همکاری با روسیه در این مسئله را افزایش دهد و دو کشور توافق کردند کار گروهی برای همکاری در زمینه انرژی‌های نو تشکیل دهند و فرصت‌های شراکت و سرمایه‌گذاری در زمینه انرژی خورشیدی، انرژی بادی، هیدروژن سبز، مایع‌سازی کربن و توسعه انرژی تجدیدپذیر را در دستور کار قرار دهند. همچنین با توجه به بی‌طرفی این کشور در جنگ اوکراین و پشت کردن بخش خصوصی غرب به روسیه و ممنوعیت فعالیت تجار و سرمایه‌گذاران روس در کشورهای غربی، امارات این اتفاق را مجالی دانسته تا ابوطبی را به پایگاهی برای فعالیت شرک‌های روسی تبدیل کند.

اقتصاد ایران در سال گذشته ۴٫۳ درصد بزرگ‌تر شد

سوخت رشد اقتصادی



یک درصدی سال ۱۳۹۹ به رشد ۴٫۹ درصدی سال ۱۴۰۰ تبدیل شده است.

افول رشد اقتصادی در زمستان

همانطور که از این اعداد و ارقام پیداست، به روال سال‌های قبل همچنان بخش خدمات با ۵۲ درصد، بیشترین سهم را از ارزش افزوده اقتصاد دارد. نکته مهم دیگر، افزایش تنها یک درصدی استخراج نفت و گاز طبیعی در سال گذشته نسبت به سال قبل از آن است. در واقع به جز سهم بخش استخراج نفت و گاز طبیعی که آن هم یک درصد رشد داشته، در بقیه موارد سهم بخش‌های مختلف اقتصادی از جی‌دی‌پی اصلا فرقی نکرده است؛ مثلاً سهم صنعت از تولید ناخالص داخلی ۱۴ درصد در سال ۱۳۹۹ بوده و همین میزان در سال گذشته هم رخ داده، با سهم کشاورزی از جی‌دی‌پی در هر دو سال متوالی ۱۳۹۹ و ۱۴۰۰ به‌طور یکسان ۷درصد بوده است.

با وجود رشد اقتصادی مثبت در کلیت سال گذشته، اما رشد فصلی زمستان نسبت به فصل‌های قبل، کمتر بوده است و این امر می‌تواند زنگ خطری برای رشد اقتصاد ایران در سال ۱۴۰۱ باشد. براساس آمارها، رشد فصلی زمستان ۱۴۰۰ به میزان ۲٫۳ درصد گزارش شده و همچنین رشد بدون نفت زمستان ۱۴۰۰ نیز ۲٫۶ درصد محاسبه شده است. بنابراین اگر اقتصاد ایران می‌خواهد که مسیر افزایشی رشد اقتصادی را در سال جاری کماکان ادامه دهد، باید به یک گشایش سیاسی برسد و از مانع تحریم‌ها عبور کند؛ وگرنه همانطور که خط سیر اعداد و ارقام اقتصادی در آخرین فصل سال گذشته نشان می‌دهد، این رشد اقتصادی همانند اغلب سال‌های دهه ۹۰ می‌تواند بار دیگر به ورطه منفی سوق پیدا کند. در واقع، احیای برجام همان گشایش سیاسی است که اقتصاد سیاسی ایران در حال حاضر نیاز دارد تا از مانع تحریم‌ها بگذرد و با توجه به تقاضای جهانی نفت ایران، مسیر رشد اقتصادی را در سال ۱۴۰۱ ادامه دهد، چراکه در صورت تداوم محدودیت‌ها، سوخت رشد اقتصادی نیز تمام می‌شود و تداوم این مسیر رشد اقتصادی با چالش مواجه خواهد شد.

گزارش سازمان جهانی کار درباره چالش‌های دور کاری

یک پنجم شاغلان جهان دور کاری می‌کنند

دور همزمان مزایا و خطراتی را برای سلامت کارگران ایجاد می‌کند؛ از یکسو، کار از خانه به تعادل بین کار و زندگی شخصی کمک می‌کند، ساعات کاری انعطاف‌پذیرتر را برای کارگران امکان‌پذیر و فعالیت بدنی را تسهیل کرده و ترافیک جاده‌ای و زمان رفت‌وآمد را کاهش می‌دهد، اما از سوی دیگر، می‌تواند منجر به افزایش ساعات کاری شده و باعث شود کارکنان هزینه‌هایی را که باید توسط شرکت‌ها تقبل شوند (از اتصال اینترنت و برق خانگی) خود متقبل شوند. پژوهش‌یاشده این شعار را سرلوحه قرار می‌دهد: «کار از راه دور بله، اما گسترش آن مستلزم شرایط و حقوق کار خاص این حوزه است.» کارگران این حوزه و اتحادیه‌های آنها باید چانه‌زنی جمعی را در بحث تأمین الزامات حقوقی و زیرساخت‌های اقتصادی این نوع مشاغل آغاز کنند؛ زیرا کار از خانه پیامدهای یکسانی در زمینه‌هایی مانند بهداشت حرفه‌ای و بازرسی کار ندارد و بررسی شرایط کار کارگر در این نوع مشاغل پیچیده است. ویدال لوپز می‌گوید: «دور کاری در برخی مشاغل امکان‌پذیر نیست. کار از راه دور در زمانی که نمی‌توانستیم سفر کنیم، گسترش یافت و از ما خواسته شد فضایی را در خانه‌های‌مان ایجاد کنیم تا اقتصاد متوقف نشود. سپس شاهد گسترش سریع ابزارهای مجازی بودیم که تا همین اواخر آن را تقریباً آینده‌نگرانه می‌دانستیم. تمرکز ویژه بر حفظ اقتصاد در شرایط کرونایی باعث ایجاد شرایط جدیدی در زندگی کارگران شد، اما چیزهایی وجود داشت که در آن زمان بررسی نشدند.» در بسیاری موارد، کارگران مجبور شدند هزینه‌های اضافی را متقبل شوند و شرکت‌ها هزینه دریافت اینترنت را پرداخت نکردند. آنها همچنین اقدام مناسبی را که یک کارگر باید داشته باشد، مانند یک صندلی اداری مناسب ارائه نکردند. حتی این بحث مطرح شد که کارگر پولی برای حمل‌ونقل خرج نمی‌کند و در نتیجه برخی کارفرمایان می‌خواستند به این بهانه حقوق کارگران خود در حوزه اقتصاد فضای

حدود ۵۶۰ میلیون نفر، یعنی یک پنجم ۳ میلیارد شاغل جهان به دور کاری اینترنتی روی آورده‌اند؛ در حالی که در آمریکای لاتین حداقل ۲۲ میلیون نفر این کار را انجام می‌دهند. به گزارش مجله تایمز «برابری»، اکثر کارشناسان معتقدند که پس از همه‌گیری کرونا و گسترش اختلاف فضای مجازی (گیگ اکونومی)، دور کاری و اشکال ترکیبی مختلف که کار چهره‌به‌چهره و کار از راه دور را با هم ترکیب می‌کند، بسیار رواج یافته است. در طول دوره پاندمی، کار از خانه به یک ضرورت تبدیل شد و این وضعیت اضطرابی منجر به افزایش بی‌سابقه تعداد افرادی که از خانه کار می‌کنند، شده است. براساس گزارش سازمان جهانی کار، حداقل ۲۳ میلیون نفر تنها در آمریکای لاتین و کارائیب به دور کاری اینترنتی روی آورده‌اند؛ حال آنکه حدود ۵۶۰ میلیون نفر (یک‌پنجم کل ۳ میلیارد شاغل جهان) این کار را انجام می‌دهند. این گسترش شتابان، سناریویی را ایجاد کرده که پر از فرصت و چالش است. در اتحادیه اروپا، دور کاری هم‌اکنون ۱۸درصد مشاغل کارگران کشورهای حوزه این اتحادیه را تشکیل می‌دهد. این میزان ۲۰ درصد مشاغل قاره اروپا را شامل می‌شود. فنلاند، لوکزامبورگ و ایرلند با بالاترین درصد پیشتاز هستند. آلمان نیز امکان کار از خانه را برای محل‌های کار اجباری کرده، مگر آنکه دلایل عملیاتی برای انجام این کار وجود نداشته باشد.

کارولینا ویدال لوپز، دبیر کنفدراسیون زنان، برابری و شرایط کاری اتحادیه کارگری اسپانیایی CCOO می‌گوید: «این شکلی از سازماندهی کاری است که می‌تواند هم برای شرکت‌ها و هم برای کارگران مفید باشد.» طبق آمارها در اسپانیا، جایی که ۱۰٫۷ میلیون نفر از راه دور کار می‌کنند، میانگین نرخ دور کاری بیش از هشت نفر از ۱۰ نفر کارمند است. یک گزارش فنی که مشترکاً توسط سازمان جهانی کار و سازمان بهداشت جهانی تهیه شده، تأیید می‌کند که کار از راه

بانک نامه



با تصمیمات ارزی بانک مرکزی

سکه یک میلیون و ۲۰۰ هزار تومان ارزان شد

بازار سکه و طلا هفته پرتلاطمی را پشت سر گذاشت و پس از آنکه قیمت سکه در ابتدای هفته گذشته به رکورد تازه‌ای رسید، در ادامه هفته با تصمیمات بانک مرکزی با کاهش بیش از یک میلیون و ۲۰۰ هزار تومانی مواجه شد.

در روز نخست از هفته چهارم خردادماه، قیمت سکه با اندکی رشد وارد کانال ۱۵ میلیون تومان شد که تغییر قیمتی چندانی نسبت به روز کاری قبل از خود نداشت، اما از فردای این روز (یکشنبه) رکورد جدیدی ثبت کرد و وارد کانال ۱۶ میلیون تومان شد، یعنی یک میلیون و ۳۶۰ هزار تومان رشد قیمت در یک روز که این امر ناشی از رشد نرخ ارز در بازار غیررسمی کشور بود. سپس با بروز تلاطم در بازار ارز، بانک مرکزی بلافاصله وارد عمل شد و روز یکشنبه در جلسه با صرافان مصوبه‌ای را ابلاغ کرد. بر این اساس بانک مرکزی به صرافی‌ها اجازه داد ارز اسکناس صادرکنندگان را با نرخ توافقی خریداری کرده و به متقاضیان ارز (بدون محدودیت) بفروشد. پس از اجرای تصمیمات ارزی بانک مرکزی از روز دوشنبه، عرضه ارز افزایش و از تقاضا پیشی گرفت و قیمت دلار به عنوان شاخص بازار ارز با روند نزولی به کمتر از ۳۰ هزار تومان در بازار رسید. به‌تبع آن قیمت انواع سکه و طلا نیز کاهش یافت و سکه روز دوشنبه به کانال ۱۵ میلیون تومان عقب‌نشینی کرد و این روند نزولی تا آخرین روز هفته گذشته ادامه داشت.

محمد کشتی‌آرای، نایب رئیس اتحادیه طلا و جواهر تهران درباره وضعیت بازار طلا در هفته گذشته با بیان اینکه روند صعودی قیمت طلا و سکه با دستورالعمل بانک مرکزی متوقف و با کاهش همراه شد، به ایرنا گفت: از طرفی دیگر قیمت اونس جهانی در این هفته کاهش بود و این موضوع نیز توقف این روند را تشدید کرد. به گفته وی، نرخ دلار روز یکشنبه گذشته به بالاترین رقم خود یعنی ۲۳ هزار و ۵۰۰ تومان رسید و به همین دلیل سکه طرح جدید تا ۱۶ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان و قیمت هر گرم طلای ۱۸ عیار نیز تا یک میلیون و ۵۱۰ هزار تومان افزایش یافت. در ادامه اما قیمت سکه طرح جدید با کاهش بیش از یک میلیون و ۲۰۰ هزار تومان مواجه شد و روز پنجشنبه به محدود ۱۵ میلیون و ۱۰۰ هزار تومان رسید.

او با بیان اینکه رشد قیمت سکه در هفته گذشته ماندگار نبود، افزود: روز پنجشنبه بهای انس جهانی طلا۱۸۳۲ دلار بود که نسبت به اوایل هفته ۳۹ دلار کاهش قیمت داشت.

نایب رئیس اتحادیه طلا و جواهر تهران با اشاره به اینکه کاهش نرخ ارز در میانه هفته باعث شد قیمت طلا و سکه مسیر نزولی داشته باشد، ادامه داد: سکه طرح قدیم ۵۰۰ هزار تومان، سکه طرح جدید ۷۰۰ هزار تومان، نیم‌سکه ۶۵۰ هزار تومان و ربع‌سکه ۴۵۰ هزار تومان کاهش قیمت داشت. سکه‌های یک گرمی تغییر قیمتی نداشت و قیمت هر مثقال طلای آب‌شده ۲۸۰ هزار تومان و هر گرم طلای ۱۸ عیار نیز ۸۵ هزار تومان کاهش هفتگی داشت. اوایل هفته با توجه به افزایش نرخ ارز، حباب سکه تا یک میلیون و ۷۰۰ هزار تومان افزایش یافت و روز پنجشنبه به محدوده یک‌میلیون تومان رسید. با توجه به شرایط موجود به نظر می‌رسد سطح قیمت‌ها تا دوشنبه آینده در همین بازه قیمتی خواهد ماند.

روند افزایشی طلای سیاه معکوس شد

نرخ بهره بهره علیه قیمت نفت

قیمت نفت در معاملات روز جمعه تحت تاثیر نگرانی‌ها نسبت به متأثر شدن تقاضا از افزایش نرخ‌های بهره آمریکا، کاهش پیدا کرد. بهایی معاملات نفت بخت ۴۷ سنت معادل ۰.۴ درصد کاهش به ۱۱۹ دلار و ۳۴ سنت در هر بشکه رسید. بهایی معاملات وست تگزاس اینترمیدیت آمریکا با ۵۷ سنت معادل ۰.۵ درصد کاهش به ۱۱۷ دلار و دو سنت در هر بشکه رسید. معاملات نفت برنت در روز پنجشنبه نیز با ۱.۱ درصد افزایش و شاخص نفت آمریکا با ۲درصد افزایش بسته شده بود.

اگر روند کاهش قیمت‌ها همچنان ادامه پیدا کند، نفت برنت با نخستین کاهش هفتگی در پنج هفته گذشته روبه‌رو خواهد شد. بهای معاملات نفت آمریکا هم برای نخستین بار در هشت هفته گذشته کاهش پیدا می‌کند. به گفته تینا تنگ، تحلیلگر شرکت «سی ام سی مارکتس»، با وجود محدودیت عرضه، افزایش نرخ‌های بهره بانک مرکزی، قیمت‌های نفت را تحت فشار کاهش قرار داده است.

بانک‌های مرکزی در سراسر اروپا، روز پنجشنبه نرخ‌های بهره را افزایش دادند؛ بعضی از این افزایش نرخ‌ها به میزانی بودند که بازارها را شوکه کرد و حتی به هزینه‌های استقرار بالاتر اشاره می‌کند که هدف آنها مهار تورم رو به رشد است. بانک مرکزی آژانتین روز پنجشنبه نرخ بهره خود را به بیشترین میزان در سه سال گذشته افزایش داد. نرخ تورم این کشور آمریکای جنوبی به بیش از ۶۰ درصد رسیده است. بانک مرکزی آمریکا نیز نرخ‌های بهره را به میزان ۷۵ واحد افزایش داد که بالاترین میزان از سال ۱۹۹۴ بود. با این حال، سرمایه‌گذاران پس از اعلام تحریم‌های جدید آمریکا علیه ایران، به محدودیت عرضه متمرکز ماندند. آمریکا روز پنجشنبه شرکت‌های چینی و اماراتی و شبکه‌ای از شرکت‌های ایرانی که در صادرات پتروشیمی ایران مشارکت داشتند را تحریم کرد. به عقیده تحلیلگران گروه بانکی ANZ Research، بازار به مذاکرات میان غرب و ایران چشم دوخته است. این تحریم‌ها توجه بازار را مجدداً به مسئله محدودیت عرضه جلب کرد.

هفته گذشته همچنین آژانس بین‌المللی انرژی (IEA) با پیش‌بینی بهبود مصرف نفت به سطح پیش از شیوع کرونا در سال ۲۰۲۳، هشدار داد قیمت‌های بالاتر نفت و تنزل پیش‌بینی‌های اقتصادی، روی رشد تقاضا برای نفت تاثیر منفی خواهند گذاشت. آژانس بین‌المللی انرژی در جدیدترین گزارش ماهانه خود اعلام کرد نگرانی‌های اقتصادی استمرار پیدا کرده و این وضعیت در دورنماهای بدبینانه‌تری که موسسات بین‌المللی اخیراً از رشد اقتصاد جهانی ارائه کرده‌اند، منعکس شده است. همچنین تحکیم سیاست‌های پولی بانک‌های مرکزی، تاثیر رشد ارزش دلار آمریکا و افزایش نرخ‌های بهره‌وری قدرت خرید اقتصادهای نوظهور، به منزله ریسک‌های نزولی برای پیش‌بینی‌های این سازمان هستند. افزایش قیمت نفت و سوخت‌ها تا حدودی تحت تاثیر تحریم‌ها علیه صادرات نفت روسیه پس از حمله نظامی مسکو به اوکراین روی داده و باعث شده است نرخ تورم در اقتصادهای توسعه‌یافته، به بالاترین حد ۴۰ سال گذشته صعود کند.



سیر نزولی قیمت دلار ادامه دارد

۲ نیمه متفاوت ارزی

خرید ارز از تمام اشخاص حقیقی و حقوقی با دریافت اصل اظهارنامه گمرک معتبر مبنی بر ورود اسکناس با نرخ توافقی اقدام کنند. همچنین خرید اسکناس خرد از اشخاص با رعایت مقررات ارزی و مبارزه با پولشویی امکان‌پذیر است. به گفته مدیر اداره صادرات بانک مرکزی، تمام اشخاص حقیقی و حقوقی با اظهار ارز در گمرک می‌توانند بدون محدودیت اسکناس وارد کشور کنند، ضمن اینکه از معافیت مالیاتی برخوردار شوند. طبق گفته لامعی، از ۲۲ خرداد صادرکنندگان مجاز شدند اسکناس ارز حاصل از صادرات را در صرافی‌ها با اعلام اظهارنامه گمرکی و براساس نرخ توافقی ارائه کنند. اینکه نرخ ارز در صرافی‌ها ۱۰۰ تا ۲۰۰ تومان اختلاف قیمت دارد ناشی از رقابت است اما در شبکه‌های اجتماعی نرخ‌ها مورد تایید ما نیست.

کامران سلطانی‌زاده، عضو شورای عالی کانون صرافان ایران درباره تأثیر بخشنامه جدید ارزی در بازار ارز به تسنیم می‌گوید: با اجرای این سیاست عملاً یک راه ورودی جدید ارز به بازار باز شده است؛ علاوه بر ارز صادرکنندگان، ارز اشخاص و شرکت‌ها نیز وارد بازار می‌شود که می‌تواند حجم عرضه ارز را به میزان چشمگیری افزایش دهد. این بخشنامه می‌تواند دغدغه مردمی که قصد فروش ارز داشتند را حل کند؛ چراکه در روزهای اخیر کمتر صرافی‌ها نسبت به خرید ارز اقدام می‌کردند.

کامران ندری نیز طرح جدید بانک مرکزی را سیاست درستی می‌داند و به خبرآنلاین می‌گوید: طرح جدید بانک مرکزی سیاست درستی به نظر می‌آید. این موضوع که اجازه دادند صرافی‌ها ارز صادرکنندگان را با نرخ توافقی خریداری کنند، بدین معناست که تحمیلی را به صرافی‌ها و صادرکنندگان برای اینکه ارز را با یک نرخ معینی معامله کنند، ندارند و این موضوع می‌تواند انگیزه‌ای برای صادرکننده ایجاد کند تا ارز خود را بفروشد و عرضه کند و این سیاست درستی است. به عقیده این اقتصاددان، در حال حاضر تقاضا در بازار بالا است؛ چراکه انتظارات تورمی در اقتصاد وجود دارد و اخبار منفی که لذا برای دریافت ۲۰۰ منتشر می‌شود و شوک‌های تورمی که سیاست‌های دولت به اقتصاد وارد کرده، باعث شده است که تقاضا برای ارز در بازار بالا رود و از طرف

فرصت امروز: به نظر می‌رسد سیاست‌های بانک مرکزی کارساز بوده و قیمت دلار در بازار آزاد به طور محسوس‌ی کاهش یافته است. پس از آنکه اسکناس سبز آمریکایی در دومین روز هفته گذشته به قله قیمتی ۳۳ هزار تومان رسید، با اقدامات بازارساز ارزی، قیمت ارز طی چهار روز بعدی به کانال ۳۰ هزار تومان بازگشت تا شاهد دو نیمه متفاوت ارزی در هفته گذشته باشیم. به دنبال التهاب قیمتی در بازار ارز، رئیس کل بانک مرکزی با صرافان و شرکت‌های پتروشیمی دیدار کرد و با تغییر سیاست‌های بانک مرکزی نسبت به سازوکار فروش در صرافی‌ها، قیمت ارز در بازار آزاد تهران در یک سراسیمگی قیمتی از رقم ۳۳ هزار و ۱۵۰ تومان در روز یکشنبه ۲۲ خرداد به رقم ۲۰ هزار و ۵۰۰ تومان در روز پنجشنبه ۲۶ خردادماه رسید. به موازات افت قیمت ارز، قیمت سکه نیز که به سقف قیمتی جدیدی رسیده بود، کاهش یافت و در پایان معاملات روز پنجشنبه به ۱۵ میلیون و ۱۰۰ هزار تومان رسید.

به نظر می‌رسد بخشنامه جدید بانک مرکزی و تغییر سازوکار فروش ارز در صرافی‌ها موجب شده قیمت دلار در معاملات ارزی آزاد بازار تهران کاهش پیدا کند. در بخشنامه ارزی جدید بانک مرکزی، صرافی‌ها مجاز به خرید ارز تمام اشخاص شدند و اجازه پیدا کردند علاوه بر صادرکنندگان، ارز تمام اشخاص حقیقی و حقوقی را با نرخ توافقی خریداری کرده و به متقاضیان بفروشند. پیشتر نیز بانک مرکزی به صرافی‌ها مجوز داده بود که ارز صادرکنندگان را با نرخ توافقی خریداری کرده و به متقاضیان بازار ارز بفروشند. این سیاست موجب شد تا طی چهار روز نرخ ارز بیش از ۳ هزار تومان کاهش داشته باشد.

بخشنامه جدید و مهم بانک مرکزی

با صدور بخشنامه جدید بانک مرکزی، صرافی‌ها مجاز به خرید ارز همه اشخاص حقیقی و حقوقی با نرخ توافقی شدند. بانک مرکزی در این بخشنامه به صرافی‌ها اجازه داد علاوه بر صادرکنندگان، ارز تمام اشخاص حقیقی و حقوقی را با نرخ توافقی خریداری کرده و به متقاضیان بفروشند. براساس مفاد این بخشنامه، به منظور تسهیل ورود اسکناس به کشور، همه صرافی‌های مجاز معتبر می‌توانند نسبت به

هزینه اوراق تسهیلات مسکن افزایش یافت

آخرین قیمت اوراق مسکن

تومان معامله می‌شود. این اوراق در فروردین امسال ۱۳۹ هزار و ۷۰۰ تومان قیمت دارد که این گزارش براساس همین قیمت نوشته شده است. بر این اساس، مجردهای ساکن تهران می‌توانند تا ۲۸۰ میلیون تومان تسهیلات دریافت کنند که شامل ۲۰۰ میلیون تومان تسهیلات خرید مسکن و ۸۰ میلیون تومان وام جعاله می‌شود؛ لذا برای دریافت ۲۰۰ میلیون تومان وام باید ۴۰۰ برگه تسهیلات مسکن خریداری کنند که هزینه این تعداد اوراق با ورق (تسه) ۱۳۹ هزار و ۷۰۰ تومانی ۵۵ میلیون و ۸۸۰ هزار تومان می‌شود. همچنین با در نظر گرفتن ۸۰ میلیون تومان وام جعاله که برای آن باید ۱۶۰ ورق به مبلغ ۲۲ میلیون و ۳۵۲ هزار تومان خریداری کنند، مجموع هزینه خرید اوراق به ۷۸ میلیون و ۲۳۲ هزار تومان می‌رسد. زوج‌های تهرانی نیز بر همین اساس می‌توانند تا سقف ۴۸۰ میلیون تومان شامل ۲۰۰ میلیون

چند درصد شاغلان تامین اجتماعی بیمه اجباری هستند؟

اصلی را شامل می‌شوند، اما با مطابقت تعریف شاغل و انواع بیمه‌شدگان اصلی سازمان تامین اجتماعی؛ بیمه شده اجباری، برخی از بیمه‌شدگان خاص نظیر بافندگان، رانندگان، کارگران ساختمانی و کارفرمایان صنفی، برخی از بیمه شدگان حرف و مشاغل آزاد مانند معلمان حق‌التدریس و مربیان مهدهای کودک تحت پوشش بهزیستی و اعضای نماینده بیمه ایران و آسیا که بیمه شدگان شاغل در سازمان تامین اجتماعی را تشکیل می‌دهند.

طبق گزارش مرکز برنامه‌ریزی و اطلاعات راهبردی وزارت کار؛ از مجموع بیمه شدگان تحت پوشش سازمان تامین اجتماعی در ۹ ماهه سال گذشته، ۲۹.۹ درصد از بیمه‌شدگان، بیمه‌شدگان اصلی هستند که حدود ۸۸.۹ درصد آنها را بیمه‌شده شاغل تشکیل می‌دهند. آمار

نتایج یک پژوهش نشان می‌دهد ۴۰ درصد از بیمه‌شدگان سازمان تامین اجتماعی در ۹ ماهه ۱۴۰۰، بیمه‌شدگان اصلی هستند که ۸۹ درصد آنها را بیمه شده شاغل تشکیل می‌دهند. بیمه شده به فردی گفته می‌شود که با پرداخت مبالغی به عنوان حق بیمه، حق استفاده از مزایای مندرج در قانون سازمان بیمه‌گر را دارد. بیمه شده اجباری نیز بیمه شده‌ای است که به دستور کارفرما یا نماینده او در محلی به نام کارگاه کار می‌کند و مزد و حقوق می‌گیرد. بیمه شده خاص، فردی است که مشمول بیمه اجباری نبوده و با میل و اراده تحت پوشش مقررات تامین اجتماعی قرار گیرد. بیمه شده تبعی، شخص یا اشخاصی هستند که به تبع سرپرستی یا کفالت بیمه شده اصلی از مزایای مقرر در این قانون می‌توانند استفاده کنند. بیمه‌شدگان شاغل سازمان تامین اجتماعی تنها برخی از بیمه‌شدگان

بیمه‌شدگان شاغل سازمان تامین اجتماعی طی این مدت همچنین گویای آن است که بیشترین سهم متعلق به بیمه‌شدگان اجباری با ۷۸ درصد و پس از آن رانندگان، حرف و مشاغل آزاد و کارگران ساختمانی است. آمار بیمه‌شدگان شاغل سازمان تامین اجتماعی در ۹ ماهه ۱۴۰۰ نسبت به سال ۱۳۹۷ افزایش یافته، به نحوی که تعداد بیمه‌شدگان شاغل از ۱۲ میلیون و ۳۵۶ هزار و ۹۷۹ نفر در سال ۱۳۹۷ به بیش از ۱۳ میلیون و ۳۹۵ هزار و ۵۶۳ نفر افزایش یافته و این افزایش در حرف و مشاغل آزاد شاغل و کارفرمایان صنفی بیشترین نمود را داشته است، اما در مربیان مهدهای کودک، معلمان حق‌التدریس، اعضای صندوق نظام دامپزشکی، کارگران ساختمانی، رانندگان، باربران و خادمین مساجد با روند کاهشی همراه بوده است.

نباید به سمت روش‌های جایگزین اشتباه رفت

سرگیجه خودرو در بورس

دو هفته قبل قرار بود ۴۲۰ دستگاه خودرو متعلق به یکی از خودروسازان خصوصی در بستر بورس کالا عرضه شود، اما با درخواست فوری وزارت صمت منتهی شد. ثبت سفارش دو محصول بهمن‌موتور (فیدلیتی و دیگنیتی) از ۱۱ خردادماه در بورس کالا آغاز شد و قرار شد این دو خودرو هجدهم خردادماه در تالار خودروی بورس کالا عرضه شوند. در حالی که قرار بود در این تاریخ ۴۲۰ دستگاه فیدلیتی و دیگنیتی در بورس کالا معامله شود، وزارت صنعت، معدن و تجارت طی دو نامه این عرضه را ملغی کرد. این موضوع انتقاد اکثریت کارشناسان اقتصادی و کارشناسان بازار سرمایه را در پی داشته و آنها معتقدند که تصمیم‌هایی همچون تعلیق عرضه خودرو در بورس کالا، تنها می‌تواند بستر بروز رانت و معاملات غیرشفاف را در بازار خودرو تعمیق کند؛ این موضوع به زیان تولیدکنندگان، سهامداران و مصرف‌کنندگان خواهد بود.

همه کارشناسان و فعالان بازار سرمایه به این امر واقفند که بورس کالا به دلیل بهره‌گیری از سازوکار عرضه و تقاضا با بیشترین موقعیت شفافیت رویه‌رو است و عرضه خودرو در بورس کالا می‌تواند به تولیدکنندگان خودرو در زمینه فروش محصولات، کشف نرخ‌های واقعی و عادلانه کمک کرده و نقشه راه جدیدی پیش‌روی صنعت خودرو برای خروج از التهاب و ناکارآمدی‌ها برای تامین رضایت مصرف‌کنندگان نهایی فراهم کند. از چند ماه پیش، توجه‌های علمی و قانونی مربوط به مزایای عرضه خودرو در بورس کالا در رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی آغاز شد و ماحصل این بحث‌ها و تحلیل‌های کارشناسی این بود که ورود خودرو به بورس کالا و خروج دولت از قیمت‌گذاری دستوری به نفع مصرف‌کننده، نظام توزیع و تولیدکنندگان خواهد بود. حالا کارشناسان بازار سرمایه گلایه دارند که چرا وزارت صمت به نظر کارشناسان توجهی ندارد؟

وزارت صنعت، معدن و تجارت در این زمینه توضیح داده است: با توجه به شکاف بین عرضه و تقاضا، عملا عرضه خودرو در بورس منجر به افزایش افسار سنجیده قیمت خودرو نسبت به قیمت محصولات درب کارخانه خواهد شد؛ بر این اساس ممکن است قیمت ثالثی در بازار شکل گیرد که فراتر از قیمت‌های کارخانه و قیمت در بورس باشد. ضمن اینکه تنها تفاوتی که طرفداران عرضه خودرو در بورس مطرح می‌کنند دستیابی تولیدکننده به قیمت افزایش یافته، به‌جای دلال است. این استدلال زمانی معنا پیدا می‌کند که برای خودروهایی که با زیان عرضه می‌شوند، صدق کند؛ لذا در مورد خودروهایی با قیمت بالا که دارای سود منفصانه برای خودروساز است، کاربرد ی ندارد. همچنین طرح عرضه خودرو در بورس که پیشتر توسط گروهی از نمایندگان مجلس مطرح شد دارای دو بعد، کشف قیمت واقعی خودرو در بازار و صرف اضافه قیمت فروش نسبت به نرخ مصوب برای توسعه زیرساخت خودرو، بود اما در طرح ارائه شده توسط خودروسازان در بورس، همه جوانب به صورت جامع دیده نشده و صرفا به اجرای پارهای از آن طرح پسنده شده است. از سوی دیگر با توجه به لزوم عرضه در سامانه یکپارچه تخصیص خودرو، هرگونه عرضه خودرو ناشی از ازدیاد تولید در بورس نیاز به اخذ مجوز از وزارت صمت دارد که این اقدام از سوی عرضه‌کنندگان خودرو در بورس انجام نشده است.

در پی تصمیم وزارت صمت مبنی بر تعلیق عرضه خودرو در بورس کالا، یک کارشناس خودرو با تاکید بر اینکه برای جبران اشتباه فروش خودرو به روش قرعه‌کشی، نباید به سمت روش‌های جایگزین اشتباه رفت؛ معتقد است: اگرچه فروش خودرو از طریق بورس کالا می‌تواند خودروسازان را از زیان‌دهی خارج کند اما به سبب عدم توازن میان عرضه و تقاضا، کمکی به مصرف‌کننده نخواهد کرد و با ایجاد نرخ جدید، مصرف‌کننده را با سه‌نرخ ی شدن قیمت دچار سردرگمی بیشتر می‌کند.

حسن کریمی سنجری با اشاره به اینکه قرعه‌کشی خودرو حاصل دو تصمیم اشتباه سیاست‌گذار خودرویی (قیمت‌گذاری دستوری و ممنوعیت واردات) در گذشته است، به ایسنا می‌گوید: دو اشتباهی که باعث برهم خوردن توازن میان عرضه و تقاضای بازار شده است. دونرخی شدن قیمت خودرو در کشور، گسترش فضای واسطه‌گری و مهمتر از آن افزایش موج ناراضیاتی مردم از جمله عوارض این دو تصمیم اشتباه است؛ این در حالی است که وظیفه تنظیم‌گری ایجاب می‌کند تا دولت، بازار خودرو را از طریق رجوع به مکانیزم پایهای بازار کنترل کند؛ نه‌اینکه با دخالت در آن، توازن دو طرف معادله عرضه و تقاضا را بر هم زند. بر این اساس وزارت صمت دولت سیزدهم را بایستی وارث همه‌اشتباهاتی دانست که سیاست‌گذار خودرویی در گذشته مرتکب شده است، اما نکته اساسی اینجاست که اشتباه بودن روش قرعه‌کشی، نباید باعث شود تا با روی آوردن به روش‌های نامناسب جایگزین، شرایط را از آنچه امروز با آن مواجهیم، بدتر کنیم.

به عقیده این کارشناس صنعت خودرو، گرچه فروش خودرو از طریق بورس کالا می‌تواند شرکت‌های خودروساز را از زیان‌دهی برهاند اما با وجود عدم توازن میان عرضه و تقاضای خودرو، کمکی به مصرف‌کننده بازار نمی‌کند. طبیعتا راه حل تعریف شده بایستی به گونه‌ای باشد که منافع تولیدکننده و مصرف‌کننده را توامان در نظر گیرد. به علاوه تجربه کشف قیمت در بورس کالا نشان می‌دهد قیمتی که ممکن است برای یک خودرو در بورس کال تعیین شود، رقمی میان قیمت کارخانه و بازار است؛ به عبارت بهتر، فروش خودرو در بورس کالا در شرایطی که واردات خودرو ممنوع است و توان تولید خودروسازها پایین‌تر از مجموع نیاز بازار است، با ایجاد نرخ جدید، مصرف‌کننده را با سه‌نرخ ی شدن قیمت خودرو بیش از گذشته دچار سردرگمی می‌کند. او با بیان اینکه از سوی دیگر، وزارت صمت با تعریف سامانه یکپارچه ثبت‌نام خودرو، تلاش دارد تا نواقص روش پیشین را برطرف کند ادامه می‌دهد: به‌نظر می‌رسد واگذاری خودرو از طریق سایت جامع ثبت‌نام راحلی به مراتب بهتر از اقدام مستقل هر شرکت در برگزاری قرعه‌کشی و واگذاری خودرو به متقاضیان است. در این شیوه تخصیص خودرو، علاوه بر اینکه از تعدد ثبت‌نام یک متقاضی در سایت‌های مختلف مربوط به هر خودروساز که منجر به افزایش کاذب تعداد تقاضا می‌شود، جلوگیری می‌کند، از وجود خودروهای قابل عرضه هر خودروساز در برنامه قرعه‌کشی اطمینان لازم را فراهم می‌سازد؛ چراکه ظاهرا برخی شرکت‌ها به‌نوعی سامانه‌های مستقل عرضه خودرو را دور زده و بخشی از خودروهای خود را با وجود ارائه در سایت قرعه‌کشی از طرق دیگر و با قیمت‌هایی بالاتر به افراد خاص واگذار می‌کردند که با وجود سامانه یکپارچه تخصیص، این امکان عملا از این شرکت‌های خاص سلب شده است. به گفته کریمی سسنجری، اصرار این دست از شرکت‌های خصوصی برای جایگزینی بورس کالا به‌جای مشارکت در سامانه یکپارچه برای فروش خودرو برای رسیدن به قیمتی بیش از قیمت مصوب دولتی است که شرایط تورمی اقتصاد کشور برای آنها به وجود می‌آورد. البته باید به این نکته توجه داشت که قیمت مصوب دولتی برای شرکت‌های خصوصی برخلاف قیمت‌های دستوری دو شرکت بزرگ خودروساز، قیمت‌هایی با حاشیه سود مناسب است.

۲ روز قرمز و ۳ روز سبز، حاصل کار بورس تهران در هفته گذشته بود

تابستان سبز در انتظار بازار سرمایه



این کارشناس بازار سرمایه با اشاره به بخشنامه بانک مرکزی گفت: البته با ابلاغیه اخیر بانک مرکزی به نظر می‌رسد بالاخره تاثیر ارزش واقعی دلار به این بازار نیز ورود کند و سبب افزایش سطوح قیمتی سهم‌ها به خصوص شرکت‌هایی که نرخ محصولات آنها از ارز تاثیر می‌پذیرد، شود. همانگونه که می‌دانید در حال حاضر نسبت قیمت به سود اکثر صنایع و شرکت‌های بورسی و فرابورسی بنیادی محور به پایین‌ترین میزان خود در ماه‌های اخیر رسیده، به نوعی که بعضا شرکت‌هایی نظیر صنعت فولاد با نسبت قیمت بر عایدی ۴ و ۵ با ارزش‌گذاری دلار سنا در حال معامله هستند. در این شرایط به نظر می‌رسد با توجه به نزدیکی به فصل مجامع، تقسیم سود شرکت‌ها و به‌روزرسانی PE سهم‌های بنیادی با دلار آزاد و رقابتی، بازار سرمایه به زودی بتواند یک رالی صعودی جدید را آغاز کند. البته که اگر این ابلاغیه نیز مانند قوانین دیگر لغو نشود.

کرکها‌بادی در پایان افزود: با توجه به کم‌رنگ‌تر شدن توافقات برجامی و احتمال قوت برخی تحریم‌ها، ممکن است شرکت‌های صادراتی با کمی کاهش در مقدار فروش محصولات صادراتی خود و یا تخفیف در نرخ‌های محصولات به دلیل دور زدن تحریم‌ها مواجه شوند که البته افزایش نرخ دلار (آزاد شدن فروش دلار -شرکت‌های صادراتی در صرافی‌ها) آنقدر محسوس است که بتواند اثر آنها را خنثی کند و حتی باعث افزایش سوددهی آنها نیز شود.

کرد که سهام در روزهای آینده به انتخاب اول سرمایه‌گذاران تبدیل شده و با تقویت عوامل بنیادی، رونق در این بازار تشدید شود.

پیش‌بینی تابستان سبز بورس

با توجه به روند بازار سرمایه به نظر می‌رسد که شاهد تابستانی سبز در بورس باشیم. به عقیده یک فعال بازار سرمایه، پس از ماه‌ها رکود امکان رویارویی بازار سرمایه در تابستان گرم و سبز امکان‌پذیر است. محسن کرکه‌آبادی به سنا توضیح داد: با توجه به رکودی که در ماه‌های اخیر پس از ریزش بازار سرمایه شاهد آن بودیم می‌توان گفت به نوعی اعتماد سرمایه‌گذاری در این بازار برای ورود نقدینگی جدید کاهش پیدا کرده و با توجه به اتفاقات اخیر بین‌المللی که در عرصه سیاست و در پی آن اقتصاد کشور اتفاق افتاده، سرمایه‌گذاران دچار سردرگمی شده‌اند. در این شرایط سرمایه‌گذاران حاضر به پذیرفتن ریسک‌هایی مانند تغییرهای قیمتی محصولات شرکت‌هایی که نرخ‌های آنها دستوری هستند، نوسان ارزش دلار در پی اخبار سیاسی، وضع قوانین جدید و لغو آنها و ابهام در وضع یا عدم وضع مالیات بر سپرده‌های بانکی نیستند. حال اگر بخواهیم از منظر عوامل بنیادی و تاثیر آنها بر افزایش و کاهش سوددهی صنایع و شرکت‌ها به بررسی بازار بپردازیم، مشاهده می‌کنیم با وجود رشد قیمت دلار آزاد، اما به دلیل ثابت ماندن دلار نیما که منشأ معاملات ارزی شرکت‌هاست، بازار سرمایه تحت تاثیر این رشد قیمتی قرار نگرفته است.

آگهی چاپ فراخوان مناقصه عمومی					
همزمان با ارزیابی (فشرده)					
نوبت اول					
شناسه آگهی: ۱۳۳۵۶۶۵					
شرکت آب منطقه‌ای گلستان (منطقه‌گزار) در نظر دارد اجرای پروژه ذیل را با مشخصات ذکر شده به پیمانکاران واجد صلاحیت واگذار نماید:					
کارفرما (منطقه‌گزار)	موضوع مناقصه	مدت اجرا	رئبه و پانه پیمانکار		محل اجرا
			رئبه	پانه	
عملیات اجرایی لاینیک و احداث انتقال سلاب سد آذدگش	۶ ماه	آب	۵		استان گلستان، شهرستان آق‌قلا
شرکت آب منطقه‌ای گلستان	تکمیل روسای جنگلده بالا	۱۴ ماه	اینه	۳	استان گلستان، شهرستان مینودشت
عملیات احداث سد انحرافی و کانال انتقال آب و تکمیل ایستگاه پمپاژ قران آباد	۱۷ ماه	آب	۵		استان گلستان، شهرستان آق‌قلا
۱۲۴,۴۳۴,۰۹۸,۳۴۹	۶,۲۲۱,۷۰۴,۹۱۷				معاونت طرح و توسعه
۱,۵۵۲,۵۵۰,۷۴۲,۹۹۷	۳۷,۰۵۱,۰۱۴,۸۶۰				معاونت طرح و توسعه
۳۹,۳۲۹,۲۷۵,۴۸۷	۱,۹۶۶,۴۶۳,۷۷۴				معاونت طرح و توسعه
کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت و تحویل اسناد، از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد. لازم است مناقصه‌گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت‌نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند. تاریخ انتشار اسناد مناقصه در سامانه از زمان چاپ دوم آگهی روزنامه می‌باشد. مناقصه‌گران برای دریافت اطلاعات بیشتر مناقصه می‌توانند با شماره تلفن های ۰۲۱-۳۲۶۲۷۸۸۶ (داخلی: ۲۲۳۴) یا با شماره تلفن ۰۱۷-۳۲۶۸۷۱۶۸ دفتر قراردادها تماس حاصل فرمایید. • نشانی مناقصه‌گزار: استان گلستان، شهرستان گرگان، ابتدای جاده آق‌قلا، کدپستی: ۴۹۱۳۹۳۲۱۶۵ • مهلت دریافت اسناد مناقصه: بعد از درج آگهی نوبت دوم به مدت ۵ روز • مهلت ارسال پاسخ: بعد از اتمام مهلت دریافت اسناد مناقصه از سامانه به مدت حداقل ۱۴ روز • گشایش پیشنهادها: در متن اسناد مناقصه قید خواهد شد • لازم به یادآوری است که بارگذاری اسناد مناقصه از زمان چاپ آگهی نوبت دوم بر روی سایت www.setadiran.ir انجام می‌گیرد»					
روابط عمومی شرکت آب منطقه‌ای گلستان					

نماگر بازار سهام



تکلیف منتخبان ذخیره قرعه کشی خودرو مشخص شد؟

نخستین دوره قرعه کشی در سامانه یکپارچه تخصیص خودرو، از همان ابتدا با حواشی زیادی همراه بود. یکی از چالش های این دوره، موضوع منتخبان ذخیره قرعه کشی خودرو بود. حالا تکلیف این افراد مشخص شده است. آنها تا کی برای ثبت نام نهایی فرصت دارند؟ به گزارش تجارت نیوز، وزارت صمت، با هدف افزایش «شفافیت»، اختیار برگزاری طرح های قرعه کشی خودرو را از خودروسان گرفت و آن را به سامانه یکپارچه تخصیص خودرو سپرد، اما نخستین دور برگزاری قرعه کشی در این سامانه، از همان ابتدا با حواشی زیادی همراه بود.

همزمان با آغاز طرح های فروش در روز ۲۷ اردیبهشت، تعداد زیادی از کاربران از ناتوانی در تکمیل فرآیند ثبت نام گلایه داشتند. هرچند وزارت صمت این موضوع را تکذیب کرد اما گلایه ها در روزهای نخست ادامه داشت.

از سوی دیگر، براساس اعلام اولیه، قرار بود موعد ثبت نام در طرح های قرعه کشی خودرو روز سوم خرداد به پایان برسد اما در عمل فرآیند آن، دوم این ماه به پایان رسید.

در ادامه، چالش ها به اعلام اسامی برندگان رسید. قرعه کشی روز نهم انجام شد و قرار بود اسامی برندگان، ساعت ۹ صبح روز بعد، در همان سامانه اعلام شود اما افراد حدود ۳۰ ساعت بعد از نتایج مطلع شدند.

ساعت ۱۴ روز چهارشنبه ۱۱ خرداد گذشته بود که اسامی برندگان خودرو در سامانه یکپارچه درج شد.

اما حواشی همین جا به پایان نرسید و در ادامه، دو ابهام دیگر در مورد فرآیند قرعه کشی خودرو به وجود آمد. نخست آنکه اسامی تعدادی از برندگان در روزهای بعد بدون هیچ توضیحی به «رزرو» تغییر یافت. دوم اینکه مهلت واریز واجه برای تکمیل فرآیند ثبت نام مبهم بود.

در اطلاعیه اولیه، به افراد سه روز برای پرداخت وجه فرصت داده شد. با توجه به اینکه از روز جمعه، سیزدهم تا یکشنبه پانزدهم خرداد، در کشور تعطیلات رسمی بود، برندگان احساس کردند که زمان زیادی برای تکمیل فرآیند تکمیل خرید خودرو ندارند، اما با دقت در اطلاعیه های صادر شده مشخص می شد که افراد سه روز کاری را برای پرداخت وجه زمان دارند. به عبارت دیگر روزهای جمعه، شنبه و یکشنبه که تعطیل رسمی بودند، در این مهلت محاسبه نمی شدند. بر این اساس، مهلت باید روز هفدهم خرداد به پایان می رسید اما در ادامه به این مهلت افزوده و تا چهارشنبه هجدهم تمدید شد. وزارت صمت بار دیگر این مهلت را تمدید اما در مورد آن به خودروسان اطلاع رسانی نکرد. در نتیجه در سامانه قرعه کشی خودرو مهلت پایانی واریز وجه بیست و پنجم و در سایت برخی خودروسان، هجدهم خرداد درج شده بود. در نهایت اما همان تاریخ دوم صحیح بود.

ماجرای مهمتر اما تغییر نتایج قرعه کشی از برنده به رزرو برای برخی کاربران بود. در این ماجرا وزارت صمت و خودروسان همدیگر را مقصر دانستند.

حسین زاده قشعی، دبیرکل ارتباطات وزیر صمت در گفت و گو با تجارت نیوز، گفت: وزارت صمت در این مشکلاتی که ایجاد شد نقشی ندارند. به دلیل اینکه ایران خودرو به اشتباه به همه افراد پیامک داد، باعث بروز این مشکلات شد. بر همین اساس، ایران خودرو ملزم به تخصیص خودرو به تمام آن ۱۲ هزار نفر رزروی شد.

در مقابل، با پیگیری های تجارت نیوز از شرکت خودرو سازی ایران خودرو، این شرکت اعلام کرد که فرآیند قرعه کشی با نظارت و مدیریت وزارت صمت انجام شده است و خودروسان دخالتی در این طرح ندارند.

در نهایت مقرر شد، در این دوره، همه افراد اعم از برندگان قطعی قرعه کشی خودرو و منتخبان ذخیره، خودرو دریافت کنند.

ظرفیت بالقوه برای گازسوز کردن ناوگان اتوبوسرانی



یک و ۱۵ هزار شیر روتارکس مورد نیاز بود که این مقدار شیر در دسترس شرکت های داخلی برای تجهیز تمامی مخازن نبود؛ از این رو شرکت های دانش بنیان داخلی برای اولین بار اقدام به داخلی سازی شیرهای برقی CNG اتوبوسی کردند.

عضو مجمع فعالان صنعت CNG تصریح کرد: این شیرها به دست متخصصان داخلی ساخته شده، تست های آزمایشگاهی را با موفقیت پشت سر گذارند و مجوز استاندارد را دریافت کرده است.

وی افزود: شیرهای ساخت ایران، به راحتی قابلیت جایگزینی با شیرهای وارداتی روتارکس را دارند و در این زمینه، اگر از ساخت داخل حمایت شود و بتوانیم به زودی خط تولید این شیرها را راه اندازی و بهره برداری کنیم، روند تجهیز مخازن و نصب آنها سرعت می گیرد.

خانقانی با اشاره به ظرفیت های ایجاد شده در صنعت CNG ایران گفت: در حال حاضر حدود ۵ میلیون خودروی گازسوز در کشور وجود دارد که اغلب قریب به اتفاق آنها خودروهای شخصی و سبک هستند، در حالی که ظرفیت بسیاری برای گازسوز کردن خودروهای سنگین ناوگان حمل و نقل عمومی از جمله اتوبوس ها داریم.

وی ادامه داد: براساس آمار، اتوبوس های گازوئیل سوز سهم زیادی در

تبدیل ناوگان سنگین مخصوصا ناوگان اتوبوسرانی به دوگانه سوز CNG دستاوردهای بسیار قابل توجهی از کاهش آلودگی هوای کلانشهرها تا سود اقتصادی برای کشور به همراه خواهد داشت و در این زمینه، تمامی ظرفیت های لازم را در داخل کشور داریم.

به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از تسنیم، محسن خانقانی، عضو مجمع فعالان صنعت CNG اظهار داشت: یک سری از خودروهای گازسوز در کشور هستند که مخازن آنها به دلایل مختلف از رده خارج شده و این مخازن نیازمند تعویض یا مخازن جدید هستند.

وی افزود: حدود ۳۰۰۰ اتوبوس گازسوز در تهران شناسایی شده که مخازن آنها بایستی تعویض شوند تا دوباره بتوانند به مدار بهره برداری بازگردند.

خانقانی با اشاره به ظرفیت های داخلی ساخت مخازن CNG گفت: مجموعه اتوبوسرانی با استفاده از توان شرکت های داخلی برای تامین مخازن و جایگزینی مخازن جدید با مخازن از رده خارج شده این ناوگان اقدام کرده، اما مشکلی که در روند اجرا نمود پیدا کرد، نبود شیرهای روتارکس به اندازه کافی برای نصب روی مخازن بود.

وی ادامه داد: برای ۳۰۰۰ دستگاه اتوبوس حدود ۱۵ هزار مخزن نوع

آگهی فراخوان ارزیابی کیفی و مناقصه عمومی دو مرحله ای شماره ۴۰۱/۱۹۸ م



شرکت تولید نیروی برق رامین

نوبت دوم

شناسه آگهی: ۱۳۳۵۵۹۸

شرکت تولید نیروی برق رامین در نظر دارد مناقصه ساخت نازل باکس HP و IP توربین بخار را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به شرکت های واجد صلاحیت واگذار نماید. کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکت ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند.

شماره فراخوان در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد): ۳۰۱۰۵۵۳۴۰۰۰۰۵

تاریخ انتشار مناقصه در سامانه تاریخ ۱۴۰۱/۰۳/۲۸ می باشد.

هزینه خرید اسناد مناقصه از طریق سامانه: ۱/۰۰۰/۰۰۰ ریال

مبلغ تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار: ۵/۹۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال

آخرین مهلت دریافت اسناد مناقصه از سایت ساعت ۱۹:۰۰ روز پنجشنبه تاریخ ۱۴۰۱/۰۴/۰۲

مهلت زمانی ارائه پیشنهاد ساعت ۱۰:۰۰ روز چهارشنبه تاریخ ۱۴۰۱/۰۴/۱۵

زمان بازگشایی پاکت ها: ساعت ۱۰:۳۰ روز چهارشنبه تاریخ ۱۴۰۱/۰۴/۱۵

اطلاعات تماس دستگاه مناقصه گزار جهت دریافت اطلاعات بیشتر در خصوص اسناد مناقصه و ارائه پاکت های الف ب و ج: آدرس: بهار بلوار آیت الله بهبهانی - ابتدای بلوار شهید نواب صفوی - معاونت بهره برداری - شرکت تولید نیروی برق رامین و تلفن: ۳۳۲۴۲۸۳۵ و ۳۳۲۶۶۸۶

اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه: مرکز تماس: ۴۱۹۳۴-۰۲۱

دفتر ثبت نام: ۸۸۹۶۹۷۳۷-۸۸۵۱۹۳۷۶۸-۰۲۱

سامانه تدارکات الکترونیکی دولت www.setadiran.ir

پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات <http://iets.mporg.ir>

پایگاه اطلاع رسانی معاملات شرکت مادر تخصصی تولید نیروی برق حرارتی <http://tender.tpph.ir>

شرکت تولید نیروی برق رامین - امور تدارکات

«آگهی فراخوان مناقصه عمومی (نوبت دوم)» شماره های ۱۱۸ و ۱۱۹ و ۱۲۰ سال ۱۴۰۱



شرکت ملی آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی

شناسه آگهی ۱۳۳۵۶۰۱

شماره فراخوانهای مندرج در سامانه ستاد ایران ۲۰۱۰۱۴۰۳۰۰۰۰۸۹ مورخه ۱۴۰۱/۳/۲۲ و ۲۰۱۰۱۴۰۳۰۰۰۰۹۰ مورخه ۱۴۰۱/۳/۲۲ و ۲۰۱۰۱۴۰۳۰۰۰۰۹۱ مورخه ۱۴۰۱/۳/۲۲

شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی در نظر دارد عملیات مربوط به مناقصات مندرج در جدول ذیل را به روش مناقصه عمومی و از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir از پیمانکاران دارای گواهینامه صلاحیت برای دریافت اسناد با مشخصات ذیل دعوت می نماید:

شماره فراخوان	شماره فراخوان سامانه ستاد ایران	موضوع مناقصه	مبلغ برآورد اولیه (ریال)	مدت اجرای کار	دستگاه نظارت	محل اعتبار	رشته و پیمانکار گروه	مبلغ تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار (ریال)
۱۱۸	۲۰۱۰۱۴۰۳۰۰۰۰۸۹	استانداردسازی فستی از انشعابات آب روستاهای اوتلق صانه و وازلق سراب	۸۵۶۸۲۸۸۴۶	۱ ماه	مدیر دفتر بهره برداری و توسعه شبکه توزیع و کاهش آب بدون درآمد	عمرانی	آب	۴۲۸۹۱۴۴۴۲
۱۱۹	۲۰۱۰۱۴۰۳۰۰۰۰۹۰	اجرای فستی از خطوط انتقال آب شرب مجتمع آل پولی (روستاهای تازه کد بنامی - شیخ یگلو - الکو) شهرستان آباد	۲۵۳۱۸۸۷۳۹۳۷	۶ ماه	مدیر دفتر بهره برداری و توسعه تأسیسات تأمین، نصب و خطوط انتقال آب	عمرانی	آب	۱۲۶۵۹۴۳۶۹۶
۱۲۰	۲۰۱۰۱۴۰۳۰۰۰۰۹۱	اجرای خطوط انتقال آب توسعه شهر هریس	۲۳۰۸۲۷۷۲۸۷	۶ ماه	مدیر دفتر بهره برداری و توسعه تأسیسات تأمین، نصب و خطوط انتقال آب	عمرانی	آب	۱۶۵۴۱۳۸۹۶۶

کارفرما: شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی

لازم به ذکر است که هزینه آگهی مناقصه بهمه برنده مناقصه می باشد آدرس سایت اینترنت: www.abfiazarbaijan.ir

مهلت فروش اسناد از تاریخ درج آگهی لغایت ساعت ۱۹ مورخه ۱۴۰۱/۳/۲۲

آخرین مهلت تسلیم پیشنهادات در سامانه ستاد ایران ساعت ۸ صبح مورخه ۱۴۰۱/۳/۱۴

زمان و تاریخ بازگشایی پیشنهادات در سامانه ستاد ایران ساعت ۱۰ صبح مورخه ۱۴۰۱/۳/۱۴

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۳/۲۸

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۳/۲۵

شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی

اخبار

رئیس کمیسیون برنامه، بودجه و حقوقی شورای اسلامی شهر اراک:

توجه به توسعه فضای سبز شهری در بودجه ۱۴۰۱ شهرداری اراک



اراک- فرناز امیدی: رئیس کمیسیون برنامه و بودجه شورای اسلامی شهر اراک گفت: در بودجه ۱۴۰۱ به مواردی همچون اتمام پروژه‌های نیمه‌تمام، توسعه فضای سبز شهری و ایجاد زیرساخت‌های لازم برای استفاده از پساب در حفظ و نگهداری بوستان‌های شهر توجه شده است. سید رضا قریشی در خصوص اهمیت سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی در شورای اسلامی شهر جهت ساماندهی امور شهر اراک، اظهار کرد: سعی کردیم با ایجاد کارگروه نیروی انسانی و حسابرسی در شش ماه دوم سال ۱۴۰۰ به بررسی مشکلات ساختاری شهر و ساماندهی نیروهای انسانی شهرداری بپردازیم. وی افزود: در بودجه ۱۴۰۱

به مواردی همچون اتمام پروژه‌های نیمه‌تمام، توسعه فضای سبز شهری و ایجاد زیرساخت‌های لازم برای استفاده از پساب در حفظ و نگهداری بوستان‌های شهر توجه شده است. رئیس کمیسیون برنامه، بودجه و حقوقی شورای اسلامی شهر اراک تصریح کرد: در تلاش هستیم تا بیشتر پروژه‌هایی که از دوره گذشته بر زمین مانده است، اجرایی شود. البته این پروژه‌ها دارای نواقص بسیاری است و به دنبال شناسایی و پیدا کردن راهکار برای رفع آن خواهیم بود. وی در خصوص افزایش بودجه سال ۱۴۰۱ شهرداری اراک، اضافه کرد: در حالی که شهرداری بودجه ۱۶۰۰ میلیارد تومانی را برای سال ۱۴۰۱ پیشنهاد داده بود، این مبلغ را به ۱۹۰۰ میلیارد افزایش دادیم که ۲۸ درصد آن سهم هزینه‌های جاری و سایر آن سهم طرح‌های عمرانی است تا پروژه‌های نیمه‌تمام هرچه سریع‌تر اجرایی شود.

معافیت ایثارگران خراسان رضوی برای یک بار از پرداخت هزینه انشعاب گاز



مشهد – صابر ابراهیم بای: مدیرعامل شرکت گاز خراسان رضوی گفت: با توجه به قوانین ابلاغی بخشی از جانبازان، رزمندگان و آزادگان برای یکبار از پرداخت هزینه انشعاب گاز معاف هستند. حسن افتخاری در تشریح این طرح اظهار کرد: مطابق جزء (۵) بند (ث) ماده ۸۸ قانون پنج ساله ششم توسعه کشور و بند (ن) تبصره ۱ قانون بودجه سال ۱۴۰۱ کل کشور جانبازان با هر درصد جانبازی، رزمندگان ۸ سال دفاع مقدس یا حداقل ۶ ماه حضور در جبهه و آزادگان سرافراز می توانند برای یک بار از معافیت پرداخت هزینه انشعاب گاز در سقف تعیین شده استفاده کنند. وی افزود: مشمولان این طرح می توانند در هنگام ثبت نام در دفاتر پیشخوان دولت و آرایه مدارک لازم از خدمات طرح معافیت پرداخت هزینه انشعاب گاز بهره‌مند شوند. افتخاری با این مطلب که شرکت ملی گاز قبالانیز با هدف حمایت و پشتیبانی از بخش‌های مختلف کشور طرح‌های دیگری همانند معافیت پرداخت هزینه انشعاب گاز طبیعی خانواده معزز شهاده، مددجویان تحت پوشش بهزیستی و کمیته امداد(ه)، معافیت کانهای مدارس دولتی تا سقف الگوی مصرف و معافیت اماکن مذهبی از پرداخت هزینه کانههارا، اجرا نموده است گفت: متقاضیان بهره‌مندی از این طرح‌ها می‌توانند برای کسب اطلاعات بیشتر با شماره تلفن ۱۵۹۴ مرکز خدمات الکترونیک و ارتباطات مردمی شرکت گاز استان خراسان رضوی تماس بگیرند. یادآور می‌شود: تاکنون بیش از ۳۱ هزار مشترک گاز طبیعی در خراسان رضوی از طرح معافیت پرداخت هزینه انشعاب گاز بهره مند شده‌اند.

مدیر کل اوقاف قم:

مسابقات سراسری قرآن کریم موجب معرفی هویت اسلامی ملت ایران به جهانیان است



قم- خبرنگار فرصت امروز: مدیرکل اوقاف استان قم گفت: مسابقات سراسری قرآن کریم جمهوری اسلامی، یکی از شیوه‌های معرفی هویت اسلامی و مذهبی ایران در گستره جهان اسلام و همه کشورهای دنیاست. به گزارش روابط عمومی اداره کل اوقاف و امور خیریه استان قم، هجرت‌الاسلام والمسلمین عباس اسکندری در نشست خبری مسابقات معارفی چهل و پنجمین دوره مسابقات سراسری قرآن کریم جمهوری اسلامی که در سالن جلسات این اداره کل برگزار شد اظهار کرد: این مسابقات با تاکید بهبر معظم انقلاب، جایگاه مهمی داشته و سازمان اوقاف هم تلاش کرده است با برنامه‌ریزی دقیق و نگرش آیین‌نامه‌ای منظم، مسابقات قرآن را به بهترین شکل ممکن برگزار کند. وی افزود: مسابقات سراسری قرآن کریم جمهوری اسلامی، یکی از شیوه‌های معرفی هویت اسلامی و مذهبی ایران در گستره جهان اسلام و همه کشورهای دنیاست. مدیرکل اوقاف و امور خیریه استان قم با بیان اینکه بخش معارفی چهل و پنجمین دوره مسابقات سراسری قرآن کریم جمهوری اسلامی به میزبانی قم برگزار خواهد شد گفت: امیدواریم با توجه به اینکه قم میزبان مسابقات است آبرویی برای استان ما باشد. وی ادامه داد: از همه ظرفیت‌ها برای برگزاری مسابقات معارفی به بهترین صورت ممکن استفاده خواهیم کرد و در این زمینه تعاملات خوبی با مراکز حوزوی برقرار شده است.

آگهی فقدان سند مالکیت

سند مالکیت ۲۵۰ سهم از ۱۵۹۷۰ سهم یک دوم سهم مشاع از سی و دو و سه چهارم سهم دو دانگ مشاع از شش دانگ یک قطعه زمین به شماره قطعه ۸ تفکیکی و مساحت ۳۱۳۸۲۵۰ مترمربع تحت پلاک ۵۵۲۵ فرعی از ۳۶- اصلی بخش ۵ قزوین ذیل ثبت ۶۸۵۵۷۳ صفحه ۲۷۳ دفتر جلد ۳۴۹ و شماره جایی ۹۸۸۵۶۶ به نام آقای وحید زریلی صادر وتسلیم گردیده است. حال این محمد گرامی پور به موجب سند وکالت شماره ۱۴۳۲۴۳ مورخ ۱۴۰۱/۰۳/۰۹ دفتر ۲ قزوین از طرف نامبرده طی درخواست برورده ۶۸۰۳۳۹۳۴ مورخ ۱۴۰۱/۱۲/۱۱ مدعی شده که سند مذکور به علت سهل انگاری مفقود گردیده است و تقاضای صدور سند مالکیت المثنی ملک مزبور را نموده علیهذا مراتب با توجه به تبصره یک ماده ۱۲۰۱ آیین نامه قانون ثبت اعلام می گردد تا هر کس به نحوی از هر انحاء نسبت به ملک مذکور حقی داشت ویا معاملاتی به نفع اوشده یا مدعی وجود سند نزد خود باشد از تاریخ انتشار این آگهی تا مدت ده روز ضمن مراجعه با این اداره اعتراض خود را با ارائه اصل سند مالکیت و سند معامله تسلیم نماید وچنانچه ظرف مدت مقرر اعتراض به این اداره نرسد ویا در صورت اعتراض اصل سند مالکیت ارائه نشود اداره ثبت المثنی سند مالکیت را طبق مقررات صادر و به متقاضی تسلیم خواهد کرد این آگهی در یک نوبت به شرح ذیل منتشر خواهد شد.

علی شهنسوری - رئیس اداره ثبت اسناد واملاک منطقه ۲ قزوین- ۱۴۵۸/۲/الف

آگهی ماده ۳ قانون تعیین تکلیف اراضی

و ساختمانهای فاقد سند رسمی

نظر بر اینکه مالکیت متصرفی و مفروزی خاتم مهتاب (نسبت به دو دانگ مشاع) و آقایان حسن و حسین (هر کدام نسبت به دو سه سهم مشاع از هفت سهم چهار دانگ مشاع) و خاتمها مریم و سولماز و پروین (هر کدام نسبت به یکسهم مشاع از هفت سهم چهار دانگ مشاع) همگی جهانبگیری کرج، نسبت به ششدانگ یکقطعه زمین مزروعی آبی پلاک ثبتی ۲۸/۶۴۱ اصلی واقع در اراضی روستای کرج از بخش ۱۷ خورشهرستم خلخال، از مالکیت اولیه آقایان بداله اسکندری و بهلول شجاعی و خاتم مهتاب جهانبگیری که باستناد آرای شماره ۱۴۰۱۶۰۳۰۰۲۰۰۰۵۶۷ الی ۱۴۰۱۶۰۳۰۰۲۰۰۰۵۵۸ و ۱۴۰۱۶۰۳۰۰۲۰۰۰۵۵۹ مورخ ۱۴۰۱/۰۲/۳۱ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در اداره ثبت خلخال بمساحت ۳۷۰۳۶/۰۵ متر مربع؛ تایید و اعلام گردیده است، لذا در اجرای ماده ۱۵ قانون ۱۲۰۱ مذکور مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود و مدت اعتراض از تاریخ اولین نوبت انتشار بمدت ۲ ماه می باشد و معترض باید اعتراض خود را کتبا به اداره ثبت محل تسلیم و ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض به اداره ثبت، نسبت به تقدیم دادخواست خود به مرجع قضایی صالح اقدام و گواهی تقدیم دادخواست را اخذ و به اداره ثبت محل ارائه نماید در غیر این صورت اداره ثبت مطابق مقررات اقدام خواهد نمود.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۰۳/۱۰ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۰۳/۲۵

مدیر واحد ثبتی حوزه ثبت ملک خلخال – بهروز شکوری

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

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

برابر رای شماره ۱۳۶۷۹-۳۰۳۱۸۳۰۰۶۰۱۴۰۰ مورخ ۱۴۰۱/۱۲/۰۳ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ناحیه ۲ رشت، تصرفات مالکانه بااعمارض آقای ناصر رضاییپور ملاسرای فرزند دنا رشا به شماره شناسنامه ۳۲۷۶۴ صادره از رشت در قریه کردمجله در ششدانگ یک قطعه زمین مشتمل بر بنای احداثی به مساحت ۱۹.۷۹ متر مربع پلاک فرعی ۱۳۴۹۴ صادره از رشت در قریه کردمجله در ششدانگ یک قطعه زمین مشتمل بر بنای احداثی به مساحت ۱۹.۷۹ متر مربع پلاک فرعی ۱۳۴۹۴ از اصلی ۹۰ مفروز مجزی از پلاک ۴۵۶ از اصلی ۱۰ واقع در بخش چهار رشت خریداری از مالک رسمی آقای سید حسین علیزاده ملاسرای محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراض داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت ده ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراضی طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۰۳/۲۵ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۰۴/۱۱

رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه دو رشت – سعید بدوی

دوب آهن اصفهان امسال ۴۰۰ هزار تن محصولات با ارزش افزوده بالا تولید می کند

مهندس رخصتی در کنفرانس تخصصی استیل پرایس



مدیرعامل دوب آهن اصفهان اظهار داشت: این شرکت از ۱۰ سال گذشته، رویکرد تولید محصولات صنعتی را به صورت جدی دنبال کرده است و به تدریج از تولید محصولات ساختمانی به سمت تولید محصولات صنعتی حرکت کرده است. مدیر عامل دوب آهن اصفهان به پروژه های توسعه این شرکت در راستای تولید محصولات صنعتی اشاره کرد و گفت : پروژه های احداث خط جدید کلاف آلایزی در کارگاه نورد ۳۵۰ ، احداث کوره پاتیلی شماره۳ و بازسازی کوره پاتیلی شماره ۱ ، احداث واحد VOD در بخش فولادسازی و ریخته گری تختال و نورد گرم و سرد الکتریکی از جمله پروژه هایی است که تولید محصولات صنعتی در دوب آهن اصفهان را متحول می سازد. وی به ۱۲ مورد فولاد های خاص تولید شده در دوب آهن اصفهان اشاره کرد و گفت : این شرکت قادر به تولید انواع فولادهای آلایزی از جمله کم آلیاژ ، پر آلیاژ ، میکروآلیاژ با استحکام بالا ، ابزار و فولاد ضد زنگ است و همچنین قادر به تولید

شهردار:

تبریز پایتخت فرهنگی و معنوی ایران است

آذربایجان شرقی – فلاح: شهردار تبریز پنج شاخص مهم تبریز را که شامل تاریخ، فرهنگ، صنعت، علم و جغرافیا است را تشریح کرد. این مقام مسوول شهری در دیدار سفیر اتریش اظهار کرد: تبریز دارای تاریخی باقدمت در عرصه های بین المللی تاثیر گذار است. وی با بیان اینکه تبریز سومین شهر بزرگ ایران با دو میلیون نفر جمعیت است، تصریح کرد: خوشبختانه نرخ بیکاری در این شهر پایین است. وی یادآور شد، تبریز در چند مقطع تاریخی پایتخت و در عرصه های سیاسی و اجتماعی تاثیر گذار بوده است. شهردار تبریز با بیان اینکه دومین شاخص تبریز فرهنگ آن است، گفت: تبریز پایتخت فرهنگی و معنوی شهرهای ایران است. مشاهیر تبریز زبانه زدایی و عام هستند؛ برای نمونه در مقبره الشعرا ۴۰۰ شاعر و ترکیه در ارتباط است و ورودی اروپا به حساب می آید. شهردار تبریز

مدیر عامل شرکت نفت و گاز آغاچاری عنوان کرد؛

تولید ایمن و پایدار پیش در آمد فعالیت در صنایع وابسته به نفت است



ذینفعان می بایست منتفع شوند.

وی در این نشست معنویات تبریز را ایجاد تعامل و انتقال تجربا مرتبط با فعالیت‌های عملیاتی تاکید کرد.

به دنبال کاهش بارش‌ها؛

ذخیره سدهای آذربایجان شرقی کاهش یافته است

است. خانی سپس گفت: ۶۵ درصد آب شرب مراکز شهری و روستایی استان از طریق آب‌های سطحی و ۳۵ درصد از طریق منابع زیرزمینی تأمین می‌شود. مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب آذربایجان شرقی با بیان اینکه ۶۹ مرکز شهر از ما خدمات می‌گیرند، افزود: همچنین این شرکت به ۲۷۳۴ روستا نیز خدمات ارائه می‌دهد. وی با اشاره به اینکه تولید و مصرف آب در ۱۵ شهر استان برابر است، ادامه داد: این به معنی پرخطر بودن وضعیت است که باعث آسیب پذیر شدن آب‌رسانی می‌شود؛ یعنی با کوچک‌ترین انقلا در تولید شاهد قطع آب در برخی از شهرهای استان خواهیم بود. خانی در خصوص وضعیت تأمین آب در روستاهای استان نیز گفت: ۲۰۰۰ روستای استان آب کافی دارند ولی در ۲۲۴

مدیرعامل توزیع برق گیلان خبر داد:

اخطار قطع برق برای ادارات و دستگاههای اجرایی پرمصرف استان صادر شد

دستگاههای اجرایی پرمصرف استان صادر شده است و اقدامات قانونی لازم جهت برخورد باسازمانهایی که الگوی مصرف را رعایت نکرده‌ اند اعمال می‌ شود. مهدیزاده ضمن اشاره به دستورالعمل های ارسالی از سوی شرکت توانیر مبنی بر پایش مصرف برق ادارات و دستگاهها افزود: این مشترکین ملزم به کاهش ۳۰ درصدی مصرف برق در ساعات اداری نسبت به مصرف سال گذشته و همچنین کاهش مصرف به میزان ۶۰ درصد در ساعات غیر اداری هستند. وی تاکید کرد: پس از صدور اخطار و عدم رعایت الگو از سوی ادارات، نسبت به قطع برق آنها اقدام خواهد و وصل مجدد منوط به تعهد بالاترین مقام دستگاه می باشد و در صورت تکرار موضوع اسامی از طریق رسانه ها اعلام می شود.

مدیرعامل توزیع برق اظهار داشت: با کنترل پذیر کردن مشترکین از راه دور، قابلیت اعمال محدودیت بار مصرفی برای مشترکین پر مصرف

راه اندازی سایت همراه اول درروستای وحدت شهرستان آق قلا

چه در بخش تلفن ثابت و اینترنت و چه در بخش تلفن همراه برنامه ریزی و اقدامات خوبی انجام شده است. وی با اشاره به راه اندازی سایت همراه اول در روستای وحدت، عملیات توسعه ارتباطات سیر در این روستا را از درخواستهای مردم این روستا دانست و گفت : رضایت مشتریان و استفاده

گران- خبرنگار فرصت امروز: سالیات همراه اول در روستای وحدت از توابع شهرستان آق قلا راه اندازی شد. دکتر غلامعلی شهمردای بااعلام این خبر افزود: تااین ارتباطات مخابراتی در روستاهای جمله برنامه های است که در مخابرات استان همواره دارای اولویت بوده و در این راستا

چرا داشتن لوگو برای هر برندی مهم است؟

به قلم: آلیس جکسون – کارشناس برندسازی / ترجمه: علی آل علی

لوگو یکی از مهمترین المان‌های بصری برای هر برندی محسوب می‌شود. این المان بصری به شما امکان معرفی برندتان به دیگران را داده و مشتریان هم به طور معمول برندها را با لوگوی‌شان به خاطر می‌آورند. نکته مهم در این میان اهمیت لگو برای برندهاست. اینکه یک برند بدون لوگو چه سرنوشتی خواهد داشت، سوالی است که پاسخ مشخصی برای آن وجود ندارد. درست به همین دلیل در مقاله کنونی هدف اصلی پیدا کردن پاسخی مناسب برای این سوال محسوب می‌شود. اگر شما هم به دنبال برخی از مزایا و دلیل اهمیت لوگو در فرآیند برندسازی هستید، این مقاله پاسخی‌های کوتاه و کاربردی برای‌تان خواهد داشت.

ایجاد تاثیر مناسب بر روی مخاطب

مشتریان وقتی به دنبال خرید از یک برند هستند، به طور معمول از لوگوی آن تاثیرپذیری بسیار زیادی دارند. این امر می‌تواند موجب تغییر نظر یک مشتری نسبت به خرید از برندی مشخص شده و حتی موجب ترغیب وی به معرفی برند مورد نظر به دوستانش نیز شود. لوگو یک المان بصری بسیار مهم برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف محسوب می‌شود. نکته مهم در این راستا طراحی یک لوگوی مناسب برای تاثیرگذاری حرفه‌ای بر روی مخاطب هدف است. اگر شما این نکته را در خاطر نداشته باشید، کارتان به طور مداوم با مشکلاتی اساسی رو به رو می‌شود. یک برند بدون لوگو همیشه از رقبا عقب خواهد ماند و مشتریان زیادی هم جلبش نمی‌شوند. به همین خاطر شما باید همیشه معرفی یک لوگو جذاب و تعاملی برای مشتریان را در خاطر داشته باشید.

شناسایی سریع تر برند

امروزه مشتریان برندها را با اسم‌شان به خاطر نمی‌آورند. درست به همین دلیل شما شرایط بسیار دشواری برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان نسل کنونی دارید. این امر می‌تواند مهارت‌های شما را به طور چشمگیری کاهش داده و حتی موجب بروز برخی از مشکلات شود. اگر شما هنوز فکر می‌کنید مشتریان با اسم برندها کار دارند، احتمالا حافظه بصری انسان را خیلی دست کم گرفته‌اید. نکته مهم در این میان تلاش شما برای تعامل با مخاطب هدف براساس جلوه‌های بصری است. یک لوگو زیبا و متمایز از رقبا برای همیشه در ذهن مشتریان باقی می‌ماند. همین امر می‌تواند موجب موفقیت گسترده شما در بازار شده و توانایی‌تان را نیز به طور چشمگیری افزایش دهد.

افزایش اعتماد به نفس مشتریان

مشتریان وقتی به دنبال خرید از یک برند هستند، باید همیشه اعتماد به نفس کافی برای انتخاب آن را داشته باشند. این امر می‌تواند موجب تاثیرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف شده و شانس‌تان در این میان را نیز بهبود بخشد. وقتی شما یک لوگوی مشخص دارید، مشتریان می‌توانند درباره شما با دیگران به ساده‌ترین شکل ممکن حرف بزنند. یادتان باشد امروزه مشتریان به دنبال خرید از برندهایی هستند که توانایی حرف زدن با آنها به ساده‌ترین شکل ممکن را داشته باشند. نکته مهم اینکه شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف باید به طور مداوم کارتان را بهبود بخشیده و شانس‌تان در این میان را نیز بهینه‌سازی نمایید. یک لوگوی زیبا کار شما در بازار لوگورا به عنوان صفحه نمایش برندتان در نظر داشته و برای طراحی یک نمونه عالی از آن تلاش‌تان را صورت دهید. این امر مزیت بسیار مهمی برای برند شما به همراه داشته و توانایی‌تان در این میان را نیز بهبود می‌بخشد. منبع: **customerthink.com**

اپل در آستانه یک رکوردشکنی تاریخی

به قلم: مایک پترسون – خبرنگار / مترجم: امیر آل علی

اگر بخواهید موفق‌ترین برند حال حاضر در زمینه تولید گوشی‌های هوشمند را نام ببریم، بدون شک اپل شایسته‌ترین گزینه خواهد بود. درواقع آمارهای مختلف نیز این موضوع را به اثبات می‌رساند. در شش سال اخیر، هیچ برندی موفق نشده است تا جایگاه نخست را از این برند آمریکایی، بگیرد. این شرکت حاصل همکاری استیو جابز و استیو ووزنیاک است و در سال ۱۹۷۷ کار خود را شروع کرده و امروزه علاوه بر گوشی هوشمند، در زمینه تولید رایانه‌های شخصی، لپ تاپ، دستبند هوشمند و… فعالیت دارد. در حال حاضر نیز مدیریت آن برعهده تیم کوک است که در چند سال اخیر، عملکرد بسیار خوبی را داشته است. درواقع اپل شیوه کاری خاص خود را دارد که نمونه آن را می‌توان در طراحی آنها مشاهده کرد که هر ساله با حفظ کلیات همراه است. در این رابطه موسسه مالی JP Morgan در جدیدترین آمار خود بیان کرده است که اپل بدون شک تا سال ۲۵-۲۰، ۲ میلیارد دلار درآمد تنها از طریق تبلیغات خواهد داشت. درواقع عدم همکاری با برندهای دیگر باعث شده است تا دارندگان وسایل این برند، محکوم به استفاده از اپ استورهای مخصوص باشند. درواقع این امر اپل را وارد یک بازار بدون رقابت کرده است که در اصطلاح به آن استراتژی اقیانوس آبی گفته می‌شود. این امر در حالی است که شرکت‌هایی نظیر سامسونگ و شیائومی به خاطر استفاده از اندروید، عملا چنین مزیت رقابتی را ندارند. در این رابطه نکته جالب این است که رقم فوق تنها براساس تبلیغات موبایلی خواهد بود. این امر در حالی است که اپل در حال حاضر تنها یک بخش کوچک را به اقدامات تبلیغاتی اختصاص داده و ممکن است با افزایش ظرفیت‌ها و توجه بیشتر به این بخش، به رقمی به مراتب بزرگتر نیز دست پیدا کند. در این راستا برند متا که در زمینه تبلیغات سرآمد هر شرکتی محسوب می‌شود. به خاطر فعالیت‌های حرفه‌ای اپل در زمینه امنیت داده‌های کاربران، ضرری ۱۰ میلیاردی را متحمل شده است. درواقع App Tracking Transparency، به کاربران این اجازه را می‌دهد که جلوی کسب اطلاعات از کاربران گرفته شود. این امر در حالی است که برندی نظیر متا، بارها متهم به سوءاستفاده از اطلاعات کاربران خود و فروش آنها به برندهای مختلف شده است. درواقع اپل در شرایطی به تبلیغات توجه دارد که کاربران از بابت امنیت اطلاعات خود کاملا آسوده خاطر هستند. به همین خاطر نیز سود آنها در این بخش، تضمین شده خواهد بود. این سطح از عملکرد حرفه‌ای بدون شک باعث خواهد شد تا شرکت‌های بیشتری به دنبال استفاده از بخش تبلیغاتی اپل باشند که خود به رسیدن اپل به رقم ۶ میلیارد، کمک خواهد کرد. آمارها در زمینه بخش تبلیغات اپل بسیار امیدوارکننده است. براساس آمار رسمی، تعداد مشترکان سرویس‌های نرم‌افزاری اپل به ۸۲۵ میلیون نفر و تعداد کاربران گوشی آیفون به یک میلیارد نفر می‌رسد. در این رابطه با توجه به اخبار منتشر شده، به نظر می‌رسد که اپل به دنبال ایجاد تبلیغاتی است که باعث خواهد شد تا تجربه مشتری نسبت به تبلیغات، متفاوت باشد. درواقع به نظر می‌رسد که بار دیگر اپل قرار است تا اقدامی را در دستور کار خود دهد که به یک ترند در بازار و الگو برای برندهای دیگر تبدیل خواهد شد. تحت این شرایط باید دید که این برند تا چه حد می‌تواند مطابق انتظارات تحلیلگران ظاهر شود.

منبع: **appleinsider.com**

فرصت امروز

روزنامه‌مدیریتی –اقتصادی

| **شنبه | ۲۸ خرداد۱۴۰۱ | شماره ۲۰۳۳ | صفحه ۸ |**

صاحب امتیاز:موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: هنر سرزمین سبز

دفتر مرکزی: مطهری، خیابان علی‌اکبری، پلاک ۱۱۵

دفتر مرکزی: ۸۸۳۱۷۷۳۸

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۳۲۰۹۶۰

آیین نامه اخلاقی حرفه ای روز نامه: **WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS**

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR

تبلیغات خلاق

چرا همه برندها باید در گوگل بیزینس عضو باشند؟

فعالیت بازاریابی در گوگل را می‌دهد. همچنین شما می‌توانید پروفایل‌تان را کامل کرده و وقتی کاربران برندتان را جست و جو می‌کنند، اطلاعات بسیار مفیدی پیش روی آنها قرار دهید. این امر موجب تاثیرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف شده و توانایی برندها را نیز به طور قابل ملاحظه‌ای بیشتر می‌کند.

احتمالا شما هم تا به حال در پی جست و جو در گوگل با فهرستی از کسب و کارها و شماره تماس‌شان در صفحه اول نتایج رو به رو شده‌اید. این کسب و کارها دقیقا به خاطر داشتن اکانت رسمی در گوگل بیزینس به شما معرفی می‌شوند. نکته جالب اینکه اگر وضعیت سئو یک برند مناسب باشد، بابت این معرفی هیچ هزینه‌ای نیز از آن دریافت نخواهد شد. درست به همین دلیل شما می‌توانید تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به طور چشمگیری توسعه دهید. این نکته شانس‌تان را توسعه داده و برندتان را در موقعیت مناسبی از



نقطه نظر تاثیرگذاری بر روی مخاطب‌تان قرار می‌دهد.

به اشتراک‌گذاری اطلاعات مهم با مشتریان

آیا تا به حال برای‌تان پیش آمده اقدام به خرید از یک برند کنید، اما نه شماره تماسی داشته باشید نه حتی آدرس سایت رسمی آن در دسترس باشد؟ این اتفاق برای خیلی از مردم به معنای پایان روند بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی خواهد بود. درست به همین دلیل اگر شما به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به بهترین شکل ممکن هستید، می‌توانید کارتان را به شکلی حرفه‌ای دنبال کنید.

اکانت رسمی شما در گوگل بیزینس همیشه همراه با درج اطلاعات دقیق از برندتان خواهد بود. مزیت این امر امکان مشاهده اطلاعات موردنظر از سئوی کاربران به ساده‌ترین شکل ممکن است. بنابراین دیگر شما مشکلی از نظر سطح تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و شیوه‌های بهینه‌سازی کارتان در این میان نخواهید داشت.

بسیاری از اوقات مشتریان به دلیل فقدان اطلاعات دقیق از برندها قید آنها را می‌زنند. شما در این صورت با ثبت نام در گوگل بیزینس می‌توانید به کلی از شر این مشکل کاره شوید. در این صورت دیگر مسئله‌ای برای بهینه‌سازی موقعیت‌تان در بازار نخواهد داشت. یادتان باشد، شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف همیشه وقت ندارید. درست به همین دلیل باید همیشه کارتان را به بهترین شکل ممکن دنبال کرده و شانس‌تان در این میان را نیز تقویت کنید. استفاده از گوگل بیزینس به شما فرصت تاثیرگذاری اولیه بسیار عالی و بدون مشکل را می‌دهد. درست به همین خاطر باید به طور مداوم شانس‌تان در این میان را تقویت نمایید.

یادتان باشد در دنیای بازاریابی همیشه بهترین گزینه‌ها هزینه‌بر نیستند. بنابراین به جای سرمایه‌گذاری همراه با هزینه کلان بر روی حوزه بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی می‌توانید نگاه به گوگل داشته باشید.

پاسخگویی به سوالات مشتریان

برندها همیشه با سوالات بسیار متعددی از سوی مشتریان رو به رو هستند. پاسخگویی به این سوالات برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف همیشه امری مهم محسوب می‌شود. یکی از نکات اساسی در این میان تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با استفاده از بهترین شرایط ممکن است. برندهایی که اکانتت گوگل بیزینس دارند، به طور معمول امکان دسترسی به بخشی مشخص برای پاسخگویی به سوالات مشتریان را خواهند داشت. در این بخش کاربران امکان طرح سوالات‌شان از شما را پیدا کرده و شما نیز به سادگی هرچه تمام‌تر فرصت تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را خواهید داشت. این امر موقعیت‌تان از نظر بهینه‌سازی شرایط برند در نگاه مشتریان را تا حد زیادی بهبود خواهد بخشید.

بسیاری از مشتریان در صورتی که پاسخ سوالات‌شان از برندها را خیلی سریع دریافت نکنند، انگیزه‌ای برای خرید پیدا نمی‌کنند. درست به همین دلیل شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نیازمند استفاده از شرایط ویژه‌ای هستید. این امر به شما کمک می‌کند تا هرچه بهتر موقعیت‌تان در بازار را بهینه‌سازی کنید. چنین امری از نظر حرفه‌ای به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک ویژه‌ای خواهد کرد. یادتان باشد پاسخگویی سریع به مخاطب هدف باید همراه با جواب‌های درست و کاربردی باشد، در غیر این صورت شاید شما هرگز موقعیت مناسب برای بهینه‌سازی شرایطتان را پیدا نکنید. در این صورت هرگز شانسى در بازار و در برابر برندهای بزرگ نخواهید داشت.

گوگل با داشتن پشتیبانی سریع و تخصصی به شما در هر

به قلم: منوی آگروال

کارشناس بازاریابی

ترجمه: علی آل‌علی

امروزه بسیاری از بازاریاب‌ها توانایی خود را صرف بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی می‌کنند. در این میان نیز تنها معیار معتبر برای این دسته از افراد هزینه بیشتر و تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف است. این امر می‌تواند نتایج بسیار مناسبی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به همراه داشته باشد. البته به شرط اینکه برند مورد نظر بودجه‌ای عالی برای فعالیت در این راستا در دسترس داشته باشد. نکته مهم اینکه شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف همیشه با بودجه‌های کلان رو به رو نیستید. درست به همین دلیل گاهی اوقات باید با واقعیت‌های دنیای کسب و کار و بازاریابی کنار بیایید. در غیر این صورت شاید خیلی زود توانایی‌تان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف از بین رفته و شما دیگر شانسى برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان نداشته باشید. این امر می‌تواند در بلندمدت نه تنها منابع مالی برندتان را کاهش دهد، بلکه شانس‌تان برای تعامل با مخاطب هدف را نیز به طور چشمگیری کاهش خواهد داد.

در دنیایی که گوگل مهمترین برند دیجیتال دنیا محسوب می‌شود، تلاش برای بازاریابی با همکاری این برند امری ضروری و اساسی خواهد بود. بسیاری از مردم در سراسر دنیا برای پیدا کردن محصولات موردنظرشان اقدام به استفاده از گوگل می‌کنند. این امر با یک جست و جوی ساده دنبال شده و شرایط برندها را نیز به طور چشمگیری بهبود می‌بخشد. نکته مهم در این میان تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به شیوه‌ای مناسب و تاثیرگذار است. گوگل برای جلب نظر برندها از مدت‌ها پیش سرویس گوگل بیزینس را راه‌اندازی کرده است. این سرویس به برندها امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را داده و شرایط‌شان را نیز به طور قابل ملاحظه‌ای بهینه‌سازی خواهد کرد.

یادگیری کار با گوگل بیزینس نه تنها نوعی ابزار بازاریابی محسوب می‌شود، بلکه به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با هزینه بسیار کمتر نیز کمک خواهد کرد. درست به همین دلیل هدف اصلی در مقاله کنونی بررسی مزایای ثبت نام در گوگل بیزینس و استفاده از این پلتفرم است. بی‌تردید بسیاری از برندهای بزرگ از مدت‌ها قبل در این سرویس عضویت دارند. نکته مهم اینکه اگر شما به دنبال بهبود جایگاه برند و تبدیل شدن به یکی از کسب و کارهای معتبر در این میان هستید، می‌توانید همیشه بر روی گوگل حساب باز کرده و شرایطتان در این میان را بهینه‌سازی کنید.

یادگیری گوگل بیزینس کار دشواری نیست. نکته مهم در این میان تلاش برای آگاهی از مزایای این پلتفرم است، در غیر این صورت شما هرگز فرصتی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان پیدا نکرده و کارتان به شیوه‌ای مناسب دنبال نخواهد شد. در ادامه برخی از مهمترین مزایای ثبت نام در گوگل بیزینس و بازاریابی همراه با آن را مورد ارزیابی قرار خواهیم داد. این امر به شما برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک ویژه‌ای می‌کند.

گوگل بیزینس چیست؟

گوگل بیزینس سرویس بازاریابی محلی این پلتفرم بزرگ است که به برندها امکان تاثیرگذاری بسر روی مخاطب هدف در محدوده‌های جغرافیایی مشخص را می‌دهد. امروزه بسیاری از برندها برای تعامل با مشتریان نیازی به کمپین‌های بزرگ و بین‌المللی ندارند. در عوض به دنبال کمپین‌های محلی و همچنین مشتریان محلی هستند. این امر می‌تواند توانایی برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به طور چشمگیری توسعه دهد. سرویس گوگل بیزینس به طور معمول در ابزار مپ و موتور جست و جوی گوگل برای کاربران نمایش داده می‌شود. به این ترتیب شما با سرمایه‌گذاری بر روی این سرویس امکان نمایش محتوای بازاریابی یا حتی معرفی کسب و کارتان به مخاطب هدف در قالبی بسیار حرفه‌ای را خواهید داشت.

کار با گوگل بیزینس مثل تمام ابزارهای این برند بسیار ساده و راحت است. درست به همین خاطر شمار بالایی از کسب و کارها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف شرایط ویژه‌ای در این میان دارند. این امر به آنها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک کرده و شرایط‌شان را به طور چشمگیری بهبود می‌بخشد. در ادامه برخی از مهمترین ویژگی‌های گوگل بیزینس و نحوه کمک آن به برندها در دنیای بازاریابی را مرور خواهیم کرد. این امر به شما فرصت خوبی برای آگاهی از امکانات این ابزار و اطمینان نسبت به اهمیت استفاده از آن در دنیای بازاریابی می‌دهد.

افزایش آگاهی از برند در اینترنت

آگاهی از حضور و فعالیت یک برند در بازار اهمیت بسیار زیادی برای فروش مناسب دارد. مشتریان تا زمانی که نسبت به فعالیت برند شما ایده‌ای نداشته باشند، هرگز موفق به مشاهده محصولاتان نخواهند شد. نکته مهم اینکه حضور برند شما برای خیلی از مردم اهمیتی ندارد. بنابراین این شما هستید که باید به هر قیمتی شده برند و محصولات‌تان را پیش‌روی مخاطب هدف قرار دهید. در غیر این صورت شاید هرگز فرصت تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را پیدا نکرده و شرایطتان در بازار به طور مداوم بدتر از هر زمان دیگری شود.

این روزها هزاران برند در سراسر دنیا هستند که پس از این‌ها فعالیت در بازار هنوز هم کسی از وضعیت کاری‌شان خبر ندارد. درست‌به همین دلیل شما باید از همان ابتدای شروع به فعالیت برند به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب‌تان باشید، در غیر این صورت شاید هرگز فرصتی برای بهینه‌سازی شرایطتان در بازار پیدا نکنید. گوگل بیزینس با ارائه یک پروفایل کامل به شما امکان



socialpilot.co

مرحله‌ای از کار با گوگل بیزینس کمک خواهد کرد. در این میان کافی است از طریق ایمیل یا صفحه پشتیبانی این برند سوالات یا مشکلات‌تان را با آنها در میان بگذارید. این امر شما را در کانون توجه برندها قرار داده و شرایط شما را نیز بهینه‌سازی خواهد کرد.

دسترسی به نظرات مشتریان

نظرات مشتریان درباره یک برند اهمیت بسیار زیادی برای فعالیت کاری آن دارد. این امر به شما برای تاثیرگذاری بسر روی مخاطب هدف کمک کرده و وضعیت‌تان را نیز بهینه‌سازی خواهد کرد. نکته مهم دیگر اینکه شما برای بهینه‌سازی شرایطتان همیشه باید موقعیت برندتان را در نظر بگیرید، در غیر این صورت شاید هرگز فرصت مدیریت بهینه برندتان را پیدا نکرده و شرایطتان نیز به نحو قابل ملاحظه‌ای تحت تاثیر قرار گیرد.

برندهایی که از نظرات مشتریان برای اصلاح روند کاری‌شان سود نمی‌برند، به طور معمول مدت زیادی در بازار دوام نخواهند آورد. این امر می‌تواند برای هر برندی دردسر‌ساز شود. درست به همین دلیل شما می‌توانید با گوگل بیزینس به بهترین شکل ممکن اطلاعات کاربردی درباره مشتریان را گردآوری کرده و شرایطتان را نیز بهینه‌سازی نمایید.

یادتان باشد شما برای بهبود شرایطتان همیشه نیاز به مشتریان در کنار خود دارید. این امر می‌توانید به شیوه‌های بسیار متنوعی فراهم شود. اگر این امر برای شما امکان‌پذیر نیست، باید همیشه به دنبال راه حل جایگزین باشید. این امر شامل تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با استفاده از شرایط ویژه در دنیای کسب و کار است. بسیاری از برندها در این میان توانایی زیادی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و همچنین بهینه‌سازی شرایط‌شان در دنیای کسب و کار ندارند. نکته مهم دیگر اینکه شما برای بهبود شرایطتان باید همیشه وضعیت‌تان را به بهترین شکل ممکن توسعه دهید. آگاهی از نقطه نظرات مشتریان در این میان شروع بسیار خوبی برای برند شما خواهد بود.

گوگل بیزینس به برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به بهترین شکل ممکن کمک می‌کند. این امر شما را در مرکز گفت و گوهای مشتریان درباره برندتان قرار داده و فرصت‌تان برای بهینه‌سازی شرایط را نیز توسعه خواهد داد.

افزایش ترافیک سایت و میزان فروش

امروزه اغلب برندها دارای سایت رسمی برای کسب و کارشان هستند. این امر به آنها برای تاثیرگذاری ویژه بر روی مخاطب هدف کمک کرده و در برخی از موارد نوعی فروشگاه آنلاین نیز محسوب می‌شود. اگر شما تا به حال سایت رسمی‌تان را راه‌اندازی نکرده‌اید، باید به بهترین شکل ممکن در پی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان در این میان باشید. این امر به شما فرصت بسیار خوبی برای بهینه‌سازی شرایطتان در بازار می‌دهد. درست به همین خاطر وضعیت کسب و کارتان باید به طور مداوم بهینه‌سازی شده و براساس روند فعالیت‌تان کار را توسعه دهید.

وقتی یک برند تازه در ابتدای راه قرار دارد، بی‌تردید ترافیک سایتش تعریف چندانی نخواهد داشت. این امر در کنار مسئله مربوط به فروش اندک آنلاین می‌تواند برای هر برندی دردسر‌ساز شود. درست به همین دلیل شما باید از همان ابتدا کارتان را بسیار جدی در این فضا دنبال کنید، در غیر این صورت شاید هرگز موفق به فروش آنلاین با نرخ بالا نشوید. گوگل بیزینس در زمینه افزایش ترافیک به شما کمک شایانی می‌کند. کاربران وقتی یک برند دارای اکانت رسمی در گوگل بیزینس است، تمایل بالاتری برای همکاری با آن نشان می‌دهند. ساده‌ترین مصداق در این میان نیز بازدید سریع از سایت یک برند است. شما با این کار به خوبی امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان را پیدا کرده و ترافیک سایت‌تان به طور چشمگیری توسعه پیدا می‌کند.

از نقطه‌ نظر افزایش فروش برند شما همیشه امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به بهترین شکل ممکن را دارید. این امر شما را در کانون توجه مشتریان قرار داده و شرایطتان را نیز بهینه‌سازی خواهد کرد. درست به همین دلیل اگر شما به دنبال بهبود شرایطتان هستید، می‌توانید کارتان را به بهترین شکل ممکن با استفاده از ابزارهای حرفه‌ای خریداری کنید. کاربران در دنیای آنلاین به طور معمول برای خرید از یک برند انترس و نگرانی بسیار زیادی دارند. دلیل این امر نیز تجربه‌های ناگوار گذشته در زمینه خرید از برندها محسوب می‌شود. شما در این میان می‌توانید به ساده‌ترین شکل ممکن تجربه مشتریان از برندتان را تغییر داده و کارتان را ساده‌تر کنید.

اکانت رسمی در گوگل بیزینس به مشتریان نشان می‌دهد با برندی معتبر مواجه هستند. درست به همین دلیل دیگر خرید از یک برند برای شما کار زیادی نداشته و توانایی‌تان در این میان را نیز توسعه می‌دهد. یکی از مواردی که برندها برای بهینه‌سازی کارشان بدان نیاز مبرم دارند، مربوط به کسب اعتبار در فضای آنلاین است. این امر به سادگی امکان‌پذیر نیست. درست به همین دلیل شما باید همیشه آمادگی کامل در این میان را داشته باشید، در غیر این صورت شاید هرگز فرصتی برای بهبود شرایطتان پیدا نکنید. گوگل با ارائه فرصت‌های مناسب در زمینه کسب اعتماد مشتریان به شما عملا کارتان را بی‌نیایت ساده‌تر از هر زمان دیگری خواهد کرد. یادتان باشد در این میان شما همیشه با مشکلات زیادی نیز مواجه خواهید بود. مهمترین مسئله حضور رقبای بسیار زیادی است. با این حال عضویت در گوگل بیزینس گامی مهم در راستای تضمین اعتبار برند در دنیای کنونی خواهد بود. این امر شما را در کانون توجه مشتریان قرار داده و شرایطتان را به طور مداوم بهینه‌سازی خواهد کرد. امروزه گوگل بیزینس یکی از ابزارهای مهم برای بازاریابی محسوب می‌شود. درست به همین دلیل شما برای موفقیت بازاریابی باید همیشه استفاده از آن را در کانون توجه قرار دهید. مزایای مورد بحث در این مقاله نقطه شروع مناسبی برای شما و کسب و کارتان خواهد بود.

منبع: **socialpilot.co**