روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کارآفرینی

دوشنبه
۱۹ تیر ۱۴۰۲

Mon.10 Jul 2023
۲۱ ذوالحجه ۱۴۴۴ - سال نهم
شماره ۲۲۷۲
۸صفحه-۵۰۰۰تومان

www.forsatnet.ir

بانک‌ها در بهار امسال ۷۳ همت سود بانکی پرداخت کردند

رنکینگ بانک‌ها در سود سپرده

براساس گزارش‌های کدال، ۱۲ بانک در فصل بهار امسال بیش از ۷۳ همت بابت سپرده‌ها سود پرداخت کرده‌اند که بانک پاسارگاد با ۱۵,۲ همت سود پرداختی در صدر این فهرست قرار دارد. به گزارش «اکوایران»، گزارش‌های کدال نشان می‌دهد که ۱۲ بانک در فصل بهار بیش از ۷۳ همت بابت سپرده‌ها سود پرداخت کرده‌اند. از میان ۲۹ بانک کشور تنها بانک‌های پاسارگاد...

۳

رکورد گران‌ترین واردات بهاری شکست

ردپای تحریم بر تجارت ایران

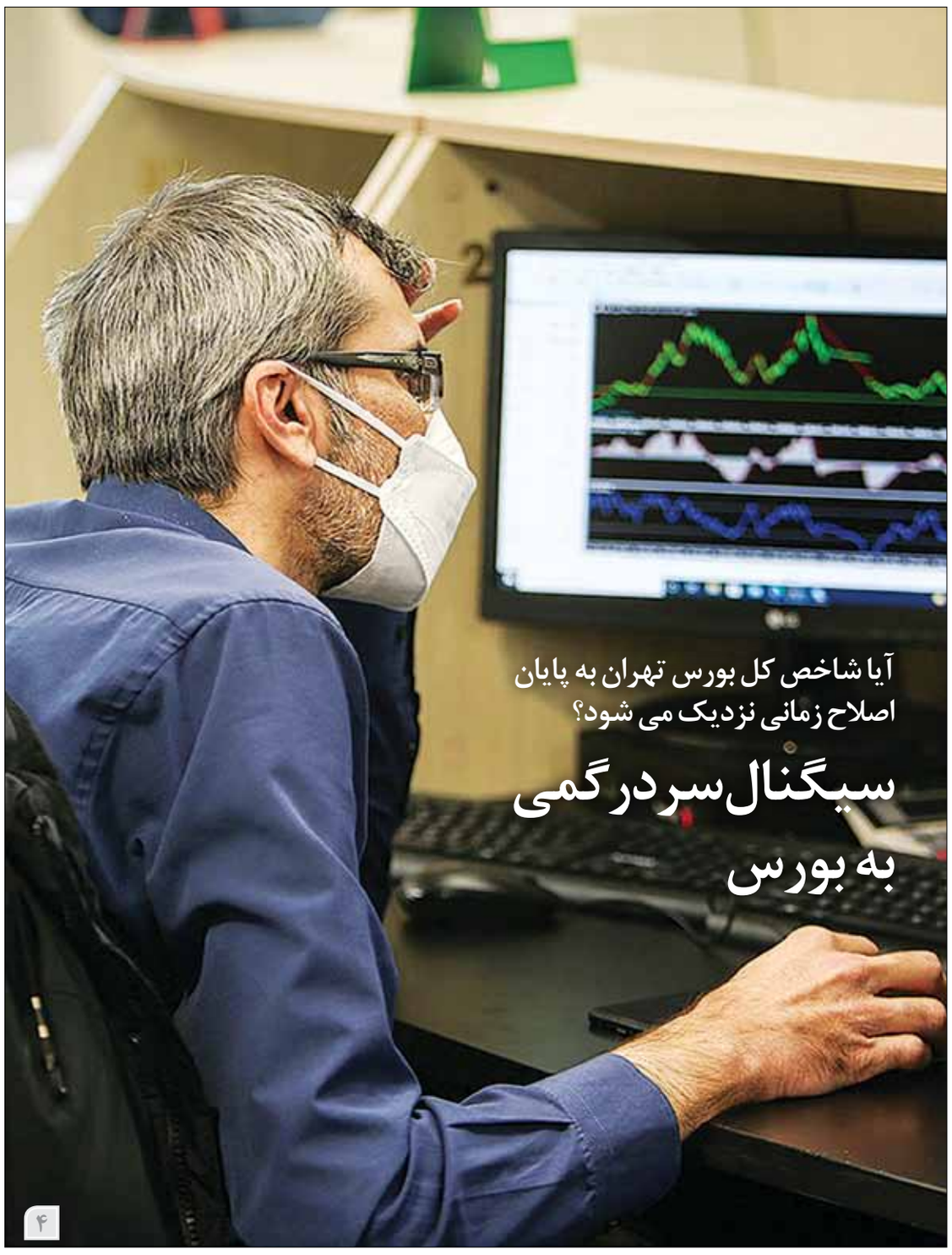
فرصت امروز: با وجود آنکه توسعه تجارت همواره یکی از اولویت‌های مهم دولت در این سال‌ها بوده، اما موانع زیادی برای توسعه تجاری کشور وجود دارد که بعضا باعث عدم تحقق هدف‌گذاری‌ها شده است. از جمله این موانع، محدودیت‌های تحریمی است که منجر به گران‌تر شدن کالاهای وارداتی به کشور شده است. براساس آمارهای گمرک، ارزش کل صادرات کالاهای غیرنفتی در سه ماهه اول ۱۴۰۲ حدود ۱۲,۵ میلیارد دلار و وزن آن ۳۵,۵ میلیون تن بوده؛ در حالی که ارزش مجموع کالاهای وارداتی ۱۴ میلیون دلار و وزن آنها تنها حدود ۸,۵ میلیون تن ثبت شده است. بدین ترتیب، قیمت هر تن کالای وارداتی در بهار ۱۴۰۲ نسبت به سال ۱۳۹۱ از حدود هزار و ۲۸۹ دلار به هزار و ۶۳۸ دلار به ازای هر تن رسیده است؛ در حالی که ارزش هر تن کالای صادراتی در حدود ۴۰۰ دلار تقریبا ثابت مانده و تغییر چشمگیری را تجربه نکرده است. عموما در گذشته هر واحد کالای صادراتی ایران حدود یک سوم هر کالای وارداتی ارزش داشت. برخی این پدیده را غالبا حاکی از خام‌فروشی و صادرات کالاهای اولیه در ایران می‌دانند، اما از بهار ۱۴۰۰ روند صعودی شدیدی در ارزش هر تن واردات آغاز شده و در فاصله دو سال به اوج خود...

۲

بخش خصوصی چطور به تاب‌آوری اقتصاد شکننده کمک می‌کند؟

۶ چالش انجمن‌های تجاری

۳



آیا شاخص کل بورس تهران به پایان اصلاح زمانی نزدیک می شود؟

سیگنال سردرگمی به بورس

۴

یادداشت

برنامه توسعه؛ رویایی یا عملیاتی؟

محمود نجفی‌عرب رئیس اتاق بازرگانی تهران

برنامه هفتم توسعه، نقشه‌راه حرکت کشور در پنج سال آینده و زیربنایی‌ترین دستورالعمل و مبنای اجرایی در حوزه‌های مختلف از اقتصادی گرفته تا سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و... است. این برنامه در شرایطی مراحل قانون‌شدن را پشت‌سر می‌گذارد و از سوی دولت و رئیس‌جمهور محترم به مجلس ارائه‌شده که کارشناسان معتقدند چالش‌های اقتصادی، مهمترین بحران کنونی و پاشنه آشیل کشور هستند و در چنین شرایطی، تدوین برنامه توسعه از اهمیت و حساسیت دوچندانی نسبت به دوره‌های قبلی برخوردار شده است. در حال حاضر، یکی از مهمترین ضعف‌های برنامه هفتم توسعه را باید بلندپروازانه و تحقق‌ناپذیر بودن بخش‌های زیادی از آن دانست. متاسفانه برنامه تدوین‌شده با واقعیت‌های اقتصادی و ظرفیت‌های کنونی کشور همخوانی ندارد و پیش‌بینی‌های صورت‌گرفته در برنامه چندان عملیاتی نیستند، مگر اینکه تغییرات بسیار اساسی در کشور رقم بخورد و جراحی‌های عمیقی در بخش‌های مختلف به‌خصوص اقتصاد صورت گیرد که هم‌اکنون زمینه‌هایش در عملکرد مسئولان و سیاستگذاران دیده نمی‌شود.

رشد اقتصادی که در برنامه هفتم پیش‌بینی‌شده سالانه ۸ درصد و رشد تشکیل سرمایه ناخالص سرمایه‌گذاری نیز ۲۲,۶ درصد است. همچنین رشد موجودی سرمایه ۶,۵ درصد و رشد اشتغال هم معادل...

۲

مدیریت و کسب‌وکار

اشتباهات رایج در دیجیتال برندینگ

کارآفرینان معمولا به محض اینکه کسب و کارشان را راه‌اندازی می‌کنند، به فکر برندینگ می‌افتند. شاید زمانی نه چندان دور برندینگ به طور کامل در دنیای واقعی دنبال می‌شد، اما این روزها به خاطر سلطه بی‌چون و چرای زندگی دیجیتال همه چیز رنگ و بوی آنلاین به خودش گرفته است. فرقی هم ندارد موضوع بحث برندینگ باشد یا کار ساده‌ای مثل تماشای فیلم، در هر صورت فناوری‌های دیجیتال زندگی انسان‌ها را کاملا تغییر داده‌اند. در این میان برخی از کارآفرینان خیلی خوب با تغییرات کنار آمده‌اند. به طوری که انگار سال‌های سال است برندینگ دیجیتال را دیده و در آن حوزه کار کرده‌اند.

وقتی درباره برندینگ صحبت می‌کنیم، خیلی‌ها فکر می‌کنند موضوع بحث به شاخه‌ای از بازاریابی مربوط می‌شود. چنین برداشت‌های اشتباهی از برندینگ معمولا کار را حسابی خراب خواهد کرد. به طوری که شما...

۸

ایران در گزارش مجمع جهانی اقتصاد در رتبه ۱۴۳ جهان ایستاد

عمق شکاف جنسیتی ۲۰۲۳

فرصت امروز: ایران در شاخص شکاف جنسیتی در حالی در رتبه ۱۴۳ از بین ۱۴۶ کشور جهان جای گرفته که در سال گذشته طبق اعلام مجمع جهانی اقتصاد از بین ۱۵۶ کشور در جایگاه ۱۵۰ جهان قرار گرفته بود. مجمع جهانی اقتصاد در سال ۲۰۲۳ میلادی، ۱۴۶ کشور را مورد بررسی قرار داده که تنها سه کشور وضعیت بدتری از ایران در شاخص شکاف جنسیتی داشته‌اند. مجمع جهانی اقتصاد همه ساله کشورهای جهان را براساس چهار رکن اصلی و مجموعه‌ای از متغیرها پیرامون شکاف جنسیتی مورد بررسی قرار داده و ضمن ارزیابی وضعیت و تعیین امتیازها در شاخص شکاف جنسیتی، موقعیت آنها را در قالب رتبه‌بندی در میان کشورهای جهان تعیین می‌نماید. مطابق گزارش سال ۲۰۲۳ مجمع جهانی اقتصاد، میانگین شاخص کل شکاف جنسیتی جهان به رقم ۰,۶۸۴ رسیده که با بهبود جزئی ۰,۰۰۳ واحدی نسبت به سال قبل همراه شده است. امتیاز ایران در این شاخص برابر با ۰,۵۷۵ اعلام شده است که با وجود تنزل امتیاز اما تغییری در رتبه نداشته و همچنان در رده ۱۴۳ جهان قرار دارد.

چهار رکن اصلی شاخص شکاف جنسیتی شامل «فرصت و مشارکت اقتصادی»، «دستیابی به امکانات آموزشی»، «بهداشت و بقا» و «توانمندسازی سیاسی» است. ایران در زیرشاخص «فرصت و مشارکت اقتصادی» با عدم تغییر رتبه نسبت به سال گذشته، در جایگاه ۱۴۴ جهان قرار دارد که ضعیف‌ترین رتبه ایران در ارکان اصلی شاخص است. ایران در زیرشاخص «دستیابی به امکانات آموزشی» نیز با شش رتبه تنزل نسبت به سال گذشته در جایگاه ۱۱۲ ایستاده است. ایران همچنین در شاخص «بهداشت و بقا» با دو رتبه ارتقا نسبت به سال قبل به رتبه ۱۱۶ جهان رسیده است. همچنین در زیرشاخص «توانمندسازی سیاسی» نیز کشورمان با یک رتبه نزول نسبت به سال گذشته میلادی در جایگاه ۱۴۳ جهان جای گرفته است. ایران در حالی در گزارش مجمع جهانی اقتصاد در رتبه ۱۴۳ از بین ۱۴۶ کشور جهان قرار گرفته است که چندی پیش در گزارش بانک جهانی با عنوان «زنان، کسب وکار و قانون ۲۰۲۳» در رتبه ۱۸۶ از بین ۱۹۰ کشور جهان ایستاد.

زنان، کسب وکار و قوانین

«زنان، کسب وکار و قوانین ۲۰۲۳» (Women, Business and the Law ۲۰۲۳)، نهمین گزارش از مجموعه مطالعات بانک جهانی درخصوص میزان تاثیر قوانین کشورها بر فرصت‌های اقتصادی زنان است که براساس هشت معیار (پویایی، محل کار، دستمزد، ازدواج، وظایف والدین، کارآفرینی، دارایی و بازنشستگی) شکل گرفته است. بانک جهانی در این گزارش به بررسی قوانین ۱۹۰ کشور جهان در زمینه ایجاد فرصت‌های اقتصادی برای زنان پرداخته و کشورها را رتبه‌بندی کرده است. نتایج این گزارش نشان می‌دهد که ایران رتبه ۱۸۶ را از نظر شکاف جنسیتی در حوزه قوانین کار به خود اختصاص داده و تنها از چهار کشور قطر، سودان، یمن و غزه وضعیت بهتری دارد. کشورهای بلژیک، کانادا، دانمارک، فرانسه، آلمان، یونان، ایسلند، ایرلند، لتونی، لوکزامبورگ، هلند، پرتغال، اسپانیا و سوئد نیز امتیاز کامل ۱۰۰ را کسب کرده‌اند. قوانین ایران از نظر برابری جنسیتی در حوزه کار، کشورمان را با امتیاز ۳۱,۳ در رتبه ۱۸۶ از میان ۱۹۰ کشور جهان قرار داده؛ یعنی فقط چهار پله تا قعر جدول فاصله داریم. بعد از ایران به‌ترتیب کشورهای قطر، سودان، یمن و غزه در آخرین پله‌های شکاف جنسیتی در حوزه کار ایستاده‌اند. امتیاز ایران با امتیاز متوسط جهانی که ۷۷,۱ است، فاصله زیادی دارد. مناطقی که بالاتر از این امتیاز را کسب کرده‌اند کشورهای پردرآمد OECD، اروپا و آسیای مرکزی، آمریکای لاتین و کارائیب هستند. مناطق خاورمیانه، آفریقای شمالی و جنوب آسیا نیز کمترین امتیاز را کسب کرده‌اند و شکاف بین کشورهای پردرآمد با کشورهای کم‌درآمد این مناطق بسیار بالاست.

در سال ۲۰۲۲ در منطقه خاورمیانه و آفریقا فقط کشور مالت و در منطقه جنوب صحرای آفریقا فقط ساحل عاج و گابن، امتیاز بالای ۹۰ را برای اولین بار کسب کردند. جنوب آسیا وضعیت بدتری دارد و هیچ کشوری از این منطقه نتوانسته به نمره ۹۰ از ۱۰۰ برسد. در سطح جهان، ۴۴ کشور در شش منطقه امتیاز بالای ۹۰ را کسب کرده‌اند که ۲۸ کشور از این جمع از کشورهای عضو سازمان همکاری و توسعه اقتصادی (OECD) هستند، هفت کشور در اروپا و آسیای مرکزی، سه کشور در شرق آسیا - اقیانوسیه و همین تعداد در آمریکای لاتین و دریای کارائیب قرار دارند.

اصلاحات کوچک حقوق زنان

نگاهی به گزارش بانک جهانی نشان می‌دهد که فقط ۱۸ کشور از جمله پاکستان، عراق، اندونزی و قزاقستان در سال ۲۰۲۳ قوانین خود را در زمینه زنان و کسب‌وکار تغییر داده‌اند. بیشتر اصلاحات و تغییر قوانین متمرکز بر افزایش حقوق والدین، کاهش محدودیت کار برای زنان و تصویب قانون حقوق برابر بوده است. هرچند همچنان جا دارد که در معیارهای وظایف والدین و پرداخت حقوق نیز بهبود قابل‌توجهی ایجاد شود، اما هفت کشور پیشگام اعمال تغییرات در قوانین مربوط به نقش مادری بوده‌اند. به‌ویژه چین، جزیره مالت و هلند مرخصی با حقوق در زمان مرخصی مادر را اجباری کردند. در بین این معیارها، بیشترین تعداد اصلاح قانون در زمینه امکان جابه‌جایی اعمال شده است و کمترین اصلاح در مورد محل کار به چشم می‌خورد.

پایگاه داده «زنان، کسب وکار و قوانین ۲۰۲۳» از حوالی سال ۱۹۷۰ میلادی به ثبت اعداد و ارقامی پرداخته است که ابزار مناسبی برای درک ابعاد جغرافیایی محدودیت‌ها و موانع قانونی است. بانک جهانی با استفاده از این پایگاه داده و توجه به هشت معیار، رتبه‌بندی خود را ارائه داده است. معیارهای هشت‌گانه بانک جهانی شامل موبیلیتی یا امکان جابه‌جایی، محل کار، پرداخت، ازدواج، نقش مادری، کارآفرینی، مالکیت و بازنشستگی هستند. اولین معیار بانک جهانی، موبیلیتی یا امکان جابه‌جایی است که محدودیت‌ها و آزادی در جابه‌جایی را شامل می‌شود؛ از انتخاب آزادانه محل کار گرفته تا دریافت گذرنامه، امکان سفر و موارد دیگر. طبق گزارش بانک جهانی، ۵۵ کشور دنیا آزادی زنان را در زمینه جابه‌جایی و تحرک محدود می‌کنند که در بین این کشورها فقط ایران و سودان امتیاز صفر را در این معیار کسب کرده‌اند. چهار مسئله تعیین‌کننده در این معیار شامل امکان انتخاب محل زندگی، سفر به خارج از کشور، دریافت گذرنامه و برون رفتن از خانه مثل همتایان مرد است. گابن از جمله کشورهایی بوده که قوانین خود را در این زمینه تغییر داده است، اما در نقطه مقابل، کشورهای افغانستان و عربستان عقبگرد داشته‌اند و قوانین تبعیض‌آمیزی را علیه زنان تصویب کرده‌اند.

از حقوق برابر تا محل کار

معیار دوم به انتخاب محل کار اختصاص دارد. این معیار مجموعه قوانینی را دربر می‌گیرد که بر تصمیم زنان برای ورود به بازار کار از جمله ظرفیت قانونی و امکان کار در محیطی فارغ از خشونت جنسی و تبعیض تاثیر می‌گذارد. فقط در ۱۹ کشور جهان، زنان می‌توانند مثل مردان وارد بازار کار شده و از امکانات بهره‌مند شوند. متاسفانه امتیاز ایران در این معیار صفر بوده است. معیار سوم، پرداخت برابر است و قوانین و مقرراتی را شامل می‌شود که در حقوق پرداختی به زنان نقش دارند و وظیفه‌شان حصول اطمینان در مورد برابری حقوق است. امتیاز ایران در این معیار نیز ۵۰ بوده است. ازدواج، معیار بعدی است که محدودیت‌های قانونی در زمینه ازدواج و طلاق را شامل می‌شود. این معیار، تاثیر زیادی بر توانمندسازی زنان دارد و هر چقدر این محدودیت‌ها و موانع پابرجاتر باشد، عاملیت و قدرت تصمیم‌گیری زن در خانواده و محل کار کمتر است. ایران در این معیار، امتیاز صفر را کسب کرده است.

معیار پنجم به نقش مادری برمی‌گردد و قوانینی را بررسی می‌کند که بر کار زنان در دوران بارداری و بعد از آن تاثیر می‌گذارد؛ مثل مرخصی زایمان با حقوق و یا تصویب قوانینی که اخراج زنان به دلیل بارداری را منع می‌کنند. ایران در این معیار، امتیاز ۶۰ را به دست آورده است. معیار ششم، کارآفرینی نام دارد که محدودیت‌های بر سر راه زنان برای شروع و مدیریت کسب‌وکار را شامل می‌شود؛ مثلا تبعیض جنسیتی در ارائه وام یا اعتبار. ایران در معیار کارآفرینی نیز به امتیاز ۷۵ رسیده است. معیار هفتم به مالکیت اختصاص دارد و تفاوت‌های جنسیتی در زمینه حق مالکیت و ارث را دربر می‌گیرد. مالکیت در واقع، کنترل بر منابع و خروجی مالی را به همراه می‌آورد. ایران در معیار مالکیت، امتیاز ۴۰ را کسب کرده است. نهایتا معیار هشتم، بازنشستگی است و این معیار، قوانینی را دربر می‌گیرد که بر میزان حقوق بازنشستگی زنان تاثیر زیادی دارد. ایران در این معیار، امتیاز ۲۵ را به دست آورده است.

اقتصاد برای زنان و مردان

برآیند گزارش بانک جهانی نشان می‌دهد که زنان ایرانی در معیارهای هشت‌گانه، وضعیت خوبی ندارند. البته این وضعیت تنها برای زنان ایرانی نیست و به طور کلی زنان هنوز نتوانسته‌اند در اغلب کشورها به حقوق مساوی با مردان در بازار کار برسند. ایران در حالی با امتیاز ۳۱,۳ در رتبه ۱۸۶ از بین ۱۹۰ کشور جهان ایستاده که در سه معیار از معیارهای هشت‌گانه بانک جهانی هیچ امتیازی کسب نکرده است. ایران در معیار بازنشستگی امتیاز ۲۵، در معیار مالکیت امتیاز ۴۰، در معیار کارآفرینی امتیاز ۷۵، در معیار نقش مادری امتیاز ۶۰، در معیار پرداخت برابر امتیاز ۵۰ و همچنین در معیارهای ازدواج و محل کار امتیاز صفر را کسب کرده است. در این گزارش که در ماه مارس ۲۰۲۳ منتشر شده، عدد کمتر به معنای وضع بدتر و نمره بالاتر به معنای وضعیت بهتر است. عربستان با داشتن ۴ امتیاز ۱۰۰ در معیارهای محل کار، دستمزد، کارآفرینی و بازنشستگی توانسته امتیاز ۷۱,۳ را کسب کند. کمترین امتیاز عربستان در معیارهای ازدواج، وظایف والدین و دارایی بوده است. همچنین امتیاز ترکیه در تمامی معیارها بالای ۵۰ بوده و با داشتن سه امتیاز ۱۰۰ در سه معیار پویایی، محل کار و دارایی توانسته امتیاز کلی ۸۲,۵ را کسب نماید. مقایسه این ارقام نشان می‌دهد که ایران در سطح منطقه نیز وضعیت مطلوبی ندارد.

بانک جهانی در پایان گزارش «زنان، کسب و کار و قانون ۲۰۲۳» می‌نویسد: اقتصاد یک کشور وقتی پویاتر و پایدارتر است که همه شهروندان بتوانند سهم برابری از مشارکت داشته باشند. وقتی قوانین، صدا و عاملیت زنان را محدود می‌کند، نمی‌تواند از آنها در مقابل تبعیض کاری محافظت کند و اقتصادی که زنان را محدود می‌کند، نمی‌تواند نهایت پتانسیل خود را تحقق بخشد. طبق ارزیابی بانک جهانی، ۲,۴ میلیارد زن که به سن کار رسیده‌اند، در کشورهایی زندگی می‌کنند که حقوق‌شان با مردها برابر نیست. با توجه به این وضعیت، دهه‌ها طول می‌کشد تا شکاف جنسیتی در جهان از میان برود. میلیون‌ها زن جوانی که امروز شاغل می‌شوند، باید تا دوره بازنشستگی‌شان صبر کنند تا شاید به حقوق برابر برسند.

۲۱ و ۲۲ تیرماه در دانشگاه خاتم

دومین کنفرانس ملی تحول دیجیتال برگزار می‌شود

دومین کنفرانس ملی تحول دیجیتال با رویکرد «رهبری و مدیریت زیست بوم دیجیتال» در روزهای چهارشنبه و پنجشنبه هفته جاری (۲۱ و ۲۲ تیرماه) به همت انجمن مدیریت ایران در دانشگاه خاتم برگزار می‌شود. «بهبود و ارتقای عملکرد در قلمرو دیجیتال»، «ارتقای دانش و مهارت‌های رهبری دیجیتال» و «ارائه تجارب برتر فناوری‌های دیجیتال در کسب‌وکارها»، اهداف سه‌گانه دومین کنفرانس ملی تحول دیجیتال با رویکرد «رهبری و مدیریت زیست بوم دیجیتال» را تشکیل می‌دهند. همچنین محورهای دهگانه این کنفرانس نیز عبارت از «حکمرانی زیست بوم دیجیتال»، «توسعه قابلیت‌های فرهنگ دیجیتال»، «توسعه شبکه ارزش‌آفرینی دیجیتال»، «ترسیم آینده صنعت در تحول دیجیتال»، «رهبران دیجیتال و مدیران نسل آینده»، «رویکردها و مدل‌های زیست‌بوم دیجیتال»، «شایستگی‌های سرمایه انسانی در دیجیتالی‌شدن»، «راهکارهای بهبود تجربه دیجیتالی ذی‌نفعان کلیدی»، «مدیریت سرمایه‌گذاری دیجیتال (انسانی، فنی و تجهیزات)» و «نقش تسهیلگران و توسعه‌دهندگان در دیجیتالی‌شدن» هستند.

براساس این گزارش، دومین کنفرانس ملی تحول دیجیتال با رویکرد «رهبری و مدیریت زیست‌بوم دیجیتال» با همکاری انجمن مدیریت ایران و دانشگاه خاتم در روزهای چهارشنبه و پنجشنبه هفته جاری (۲۱ و ۲۲ تیرماه) در محل این دانشگاه در خیابان ملاصدرای تهران برگزار می‌شود. مهلت ارسال مقالات تا سوم تیرماه است و علاقه‌مندان به شرکت در این کنفرانس تا روز ۱۸ تیرماه فرصت دارند که از طریق شماره‌های ۰۲۱۸۸۲۱۰۸۵۰ و ۰۲۱۸۶۰۵۱۴۶۴ ثبت‌نام کنند. در همین زمینه، «مژگان قاسمی ارمکی»، دبیر اجرایی دومین کنفرانس ملی تحول دیجیتال درباره اهداف برگزاری این رویداد گفت: «بهبود و ارتقای عملکرد در قلمرو دیجیتال، ارتقای دانش و مهارت‌های رهبری دیجیتال و ارائه تجارب برتر فناوری‌های دیجیتال در کسب‌وکارها، اهداف سه‌گانه دومین رویداد ملی تحول دیجیتال هستند.»

او با اشاره به نخستین دوره این کنفرانس که اسفندماه سال گذشته برگزار شد، افزود: «تلاش کردیم دومین کنفرانس ملی تحول دیجیتال از دید کمی و کیفی نسبت به دوره نخست رشد و توسعه پیدا کند؛ از همین‌رو برنامه‌ریزی برگزاری کارگاه‌های جانبی هم‌زمان با برگزاری کنفرانس و همچنین معرفی «جایزه ارزیابی آمادگی دیجیتال در صنایع تولیدی و خدماتی» در دستور کار این دوره از کنفرانس قرار گرفته است.»

«قاسمی ارمکی» در تشریح محورهای دومین دوره کنفرانس ملی تحول دیجیتال، به حکمرانی زیست‌بوم دیجیتال، توسعه قابلیت‌های فرهنگ دیجیتال، توسعه شبکه ارزش‌آفرینی دیجیتال و ترسیم آینده صنعت در تحول دیجیتال اشاره کرد و توضیح داد: «رهبران دیجیتال و مدیران نسل آینده، رویکردها و مدل‌های زیست‌بوم دیجیتال، شایستگی‌های سرمایه انسانی در دیجیتالی‌شدن، راهکارهای بهبود تجربه دیجیتالی ذی‌نفعان کلیدی، مدیریت سرمایه‌گذاری دیجیتال (انسانی، فنی و تجهیزات) و نقش تسهیلگران و توسعه‌دهندگان در دیجیتالی‌شدن، از دیگر محورهای این کنفرانس هستند.» به گفته دبیر اجرایی کنفرانس، «در جلسات و نشست‌های این دوره ۳۰ نفر از اعضای هیأت‌علمی دانشگاه‌ها و مجامع علمی حضور دارند و بیش از ۴۰ سازمان نیز با این کنفرانس همکاری می‌کنند.» رویداد ملی تحول دیجیتال توسط انجمن مدیریت ایران در دانشگاه خاتم برگزار می‌شود. گفتنی است اولین کنفرانس ملی تحول دیجیتال در ۱۰ اسفندماه سال گذشته در دانشگاه خاتم برگزار شده بود.

یادداشت

برنامه توسعه؛ رویایی یا عملیاتی؟

محمود نجفی‌عرب رئیس اتاق بازرگانی تهران

برنامه هفتم توسعه، نقشه‌راه حرکت کشور در پنج سال آینده و زیربنایی‌ترین دستورالعمل و مبنای اجرایی در حوزه‌های مختلف از اقتصادی گرفته تا سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و... است. این برنامه در شرایطی مراحل قانون‌شدن را پشت‌سر می‌گذارد و از سوی دولت و رئیس‌جمهور محترم به مجلس ارائه‌شده که کارشناسان معتقدند چالش‌های اقتصادی، مهمترین بحران کنونی و پاشنه آشیل کشور هستند و در چنین شرایطی، تدوین برنامه توسعه از اهمیت و حساسیت دوچندانی نسبت به دوره‌های قبلی برخوردار شده است. در حال حاضر، یکی از مهمترین ضعف‌های برنامه هفتم توسعه را باید بلندپروازانه و تحقق‌ناپذیر بودن بخش‌های زیادی از آن دانست. متاسفانه برنامه تدوین‌شده با واقعیت‌های اقتصادی و ظرفیت‌های کنونی کشور همخوانی ندارد و پیش‌بینی‌های صورت‌گرفته در برنامه چندان عملیاتی نیستند، مگر اینکه تغییرات بسیار اساسی در کشور رقم بخورد و جراحی‌های عمیقی در بخش‌های مختلف به‌خصوص اقتصاد صورت گیرد که هم‌اکنون زمینه‌هایش در عملکرد مسئولان و سیاستگذاران دیده نمی‌شود.

رشد اقتصادی که در برنامه هفتم پیش‌بینی‌شده سالانه ۸ درصد و رشد تشکیل سرمایه ناخالص سرمایه‌گذاری نیز ۲۲٫۶ درصد است. همچنین رشد موجودی سرمایه ۶٫۵ درصد و رشد اشتغال هم معادل یک میلیون شغل در سال (۳٫۵ درصد) در نظر گرفته شده است. علاوه بر این، متوسط نرخ تورم در پایان برنامه ۹٫۵ درصد و متوسط نرخ دوره هم ۱۹٫۷ درصد پیش‌بینی‌شده؛ درحالی‌که عدد کنونی تورم بیش از ۵۰ درصد است. از بین ۸ درصد رشد اقتصادی که در برنامه هفتم در نظر گرفته شده است، سهم هر بخش اقتصادی به این ترتیب است؛ متوسط رشد در حوزه کشاورزی ۵٫۵ درصد، نفت ۱۳٫۳ درصد، معدن ۱۱٫۸ درصد، صنعت ۸٫۵ درصد، ارتباطات ۱۰٫۹ درصد، حوزه آب و برق ۸٫۱ درصد، ساختمان ۹ درصد و حمل‌ونقل و انبارداری هم ۹٫۷ درصد است. همچنین طبق برنامه تدوین‌شده دولت برای تحقق این میزان رشد اقتصادی نیاز به چیزی در حدود ۶۰ هزار میلیارد تومان سرمایه‌گذاری وجود دارد. در واقع، اگر ۶۰هزار همت سرمایه‌گذاری صورت گیرد این برنامه تحقق پیدا خواهد کرد، اما سوال اصلی که مطرح می‌شود، این است که آیا این برنامه با چنین پیش‌بینی‌هایی بعد از پنج سال تحقق‌پذیر خواهد بود؟ وقتی در چهار سال گذشته شاخص استهلاک سرمایه از سرمایه‌گذاری پیشی گرفته و با کاهش شدید سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی مواجه هستیم و هر روز اخباری از خروج سرمایه‌گذاران از کشور منتشر می‌شود و تحریم کمر بخش‌هایی از اقتصاد را شکسته، چگونه قرار است ۶۰هزارهمت سرمایه برای اجرای برنامه هفتم تامین شود؟ قابل توجه اینکه در مقدمه برنامه هفتم که از سوی دولت تدوین و ارائه‌شده، آمده است: رشد اقتصادی در طول سه برنامه گذشته توسعه سالانه به صورت متوسط‌برابر ۱/۸درصد بوده و بهره‌وری عوامل تولید در طول دو دهه‌گذشته رشد منفی داشته است.

مرکز پژوهش‌های مجلس هم گزارشی درباره اجرای برنامه‌های توسعه در کشور تهیه و در جمع‌بندی، عوامل عدم‌تحقق برنامه‌های توسعه در کشور را به این شکل معرفی کرده است: «حدود ۲۷/۶درصد عدم‌تحقق و اجرای برنامه مربوط به تسهیل امور بخش‌خصوصی می‌شود که شامل حمایت ناکافی از بخش خصوصی، طولانی‌بودن فرآیند اخذ مجوزها، نبود یا کمبود نیروی متخصص، مشکلات دریافت تسهیلات از بانک‌ها و صندوق توسعه‌ملی و... است. همچنین سهم دلایل بین‌المللی عدم‌تحقق برنامه توسعه ۱۴/۶درصد اعلام‌شده که شامل ۷/۸درصد شرایط بین‌المللی و موانع خارجی، ۲/۷درصد عدم‌تحقق سرمایه‌گذاری‌های خارجی پیش‌بینی‌شده و ۴/۱درصد هم نوسانات شدید نرخ ارز می‌شود. همچنین سهم مشکلات تامین مالی در عدم‌تحقق برنامه ۲۲/۵درصد و سهم مشکلات اداری هم حدود ۳۰درصد از اعلام شده است. این ۳۰درصد مشکلات اداری شامل نحوه قانونگذاری، عدم‌دسترسی به داده‌های استاندارد، عدم‌تصویب و ابلاغ آیین‌نامه‌های مناسب، عدم‌تناسب اهداف تعیین‌شده با حکم موردنظر قانون و... می‌شود.»

نکته مهم این است؛ اگر عواملی که در سال‌های گذشته در عدم‌تحقق برنامه‌های پیشین وجود داشته به صورت ریشه‌ای حل نشوند و همچنان شاهد مشکلات زیربنایی و ساختاری باشیم، متاسفانه با عدم‌موفقیت برنامه هفتم هم مواجه خواهیم شد. در برنامه هفتم توسعه که با دو سال تاخیر از سوی دولت تدوین و به مجلس ارائه‌شده اثری از کاهش تصدیگری دولت بر اقتصاد، اجتماع، فرهنگ و... دیده نمی‌شود و همچنان اقتصاد کشور نفتی و دولتی باقی مانده است، ضمن اینکه سهم فعالان اقتصادی و بخش‌خصوصی از این برنامه همچون برنامه‌های دیگر ناچیز است. حجم دولت در ایران بسیار بزرگ است و موضوع کوچک‌سازی دولت که سال‌هاست بر آن تاکید می‌شود تنها در سطح حرف باقی مانده و حتی برخلاف آن عمل می‌شود. در حال‌حاضر تعداد کارمندان دولت در ایران حدود ۴/۵میلیون نفر است، در شرایطی که در کشوری مثل ژاپن که جزو پنج اقتصاد برتر جهان است تعداد کارمندان دولت حدود ۲۵۰هزار نفر است؛ همین نکته پویایی اقتصاد یک کشور را نشان می‌دهد. اقتصاد ایران به دلیل دولتی‌بودن اصلا چابک نیست و سالانه بخش مهمی از بودجه کشور برای پرداخت حقوق و مزایای کارمندان دولت و امور جاری هزینه می‌شود. متاسفانه دولت به جای کاهش دخالت در اقتصاد به رقیب اصلی بخش‌خصوصی بدل شده است و این رقابت حتی به صورت عادلانه هم نیست. دولت اگر می‌خواهد برنامه هفتم توسعه بعد از پنج سال به سرانجام مطلوبی برسد و شرایط کشور از وضعیت کنونی خارج شود و رو به بهبود حرکت کند، باید اقتصاد را به دست بخش‌خصوصی واقعی و مردم بسپارد و خود تنها رگولاتوری کند و دست از قیمت‌گذاری دستوری و ایجاد فضای رانت و فساد با اقداماتی مانند تخصیص ارز ترجیحی به گروهی خاص، بردارد و اجازه بدهد فضای کسب‌وکار آرام بگیرد. تا زمانی‌که ما شاهد ثبات در فضای کسب‌وکار نباشیم و دیپلماسی و ارتباط با دیگر کشورها به‌خصوص کشورهای توسعه‌یافته اولویت نباشد، عملا شرایط برای جذب سرمایه‌گذاری‌های خارجی و داخلی و تحقق برنامه هفتم توسعه فراهم نمی‌شود و درمقابل شاهد خروج بیشتر سرمایه از کشور و سخت‌ترشدن وضعیت تولید و معیشت مردم خواهیم بود. ما در اتاق تهران به عنوان نماینده فعالان بخش‌خصوصی و با توجه به نگاه تعاملگرا و همراهانه این آمادگی را داریم که در تدوین و اجرای هرچه بهتر برنامه هفتم در کنار دولت و مجلس محترم باشیم تا بتوانیم کشور را از پیچ‌های تند اقتصادی و اجتماعی که هم‌اکنون گرفتارشان شده، عبور دهیم.

سخنگوی سازمان امور مالیاتی تشریح کرد

نحوه شناسایی و مالیات خانه‌های خالی

سخنگوی سازمان امور مالیاتی ضمن تشریح نحوه شناسایی و میزان مالیات خانه‌های خالی اعلام کرد که حدود ۶۳ هزار خانه خالی شناسایی و برای مالکین این خانه‌ها برگه مطالبات مالیاتی صادر شده است. مهدی موحدی بکنظر با بیان اینکه سازمان امور مالیاتی اطلاعات خانه‌های خالی را از سامانه ملی املاک و اسکان که زیر نظر وزارت راه و شهرسازی است دریافت می‌کند، گفت: براساس این اطلاعات، برای فردی که بیش از دو واحد خانه خالی دارد، برگه مطالبه مالیاتی صادر شده است. البته این برگه‌ها براساس اطلاعات سال ۱۴۰۰ است، بر این اساس حدود ۶۳ هزار خانه خالی شناسایی و برای مالکین این خانه‌ها برگه مطالبات مالیاتی صادر شده است. در فاز نخست حدود ۵۱۵ هزار واحد خالی شناسایی شده بود که تعداد آن بعد از اصلاح و پالایش کمتر شد؛ در این راستا برای اینکه با اطمینان بیشتری نسبت به صدور برگه مالیات اقدام کنیم، مبنا دو خانه به بالا قرار گرفت. سخنگوی سازمان امور مالیاتی در مورد نحوه شناسایی خانه‌های خالی توضیح داد: به موجب قانون هر واحد مسکونی واقع در کلیه شهرهای بالای ۱۰۰ هزار نفر جمعیت که به استناد سامانه ملی املاک کشور در هر سال مالیاتی در مجموع بیش از ۱۲۰ روز ساکن یا کاربر نداشته باشد به عنوان خانه خالی شناخته می‌شود و اگر به ازای هر ماه بیش از این زمان یادشده خالی باشد بدون لحاظ معافیت‌های مندرج در قانون مالیات‌های مستقیم به حکم ماده ۵۴ مکرر قانون مالیات‌های مستقیم ماهانه مشمول مالیاتی برمبنای مالیات بر درآمد اجاره املاک خواهد شد.

رکورد گران‌ترین واردات بهاری شکست

ردپای تحریم بر تجارت ایران

فرصت امروز: با وجود آنکه توسعه تجارت همواره یکی از اولویت‌های مهم دولت در این سال‌ها بوده، اما موانع زیادی برای توسعه تجاری کشور وجود دارد که بعضا باعث عدم تحقق هدف‌گذاری‌ها شده است. از جمله این موانع، محدودیت‌های تحریمی است که منجر به گران‌تر شدن کالاهای وارداتی به کشور شده است. براساس آمارهای گمرک، ارزش کل صادرات کالاهای غیرنفتی در سه ماهه اول ۱۴۰۲ حدود ۱۲٫۵ میلیارد دلار و وزن آن ۳۵٫۵ میلیون تن بوده؛ در حالی که ارزش مجموع کالاهای وارداتی ۱۴ میلیون دلار و وزن آنها تنها حدود ۸٫۵ میلیون تن ثبت شده است. بدین ترتیب، قیمت هر تن کالای وارداتی در بهار ۱۴۰۲ نسبت به سال ۱۳۹۱ از حدود هزار و ۲۸۹ دلار به هزار و ۶۳۸ دلار به ازای هر تن رسیده است؛ در حالی که ارزش هر تن کالای صادراتی در حدود ۴۰۰ دلار تقریبا ثابت مانده و تغییر چشمگیری را تجربه نکرده است.

عموما در گذشته هر واحد کالای صادراتی ایران حدود یک سوم هر کالای وارداتی ارزش داشت. برخی این پدیده را غالبا حاکی از خام‌فروشی و صادرات کالاهای اولیه در ایران می‌دانند، اما از بهار ۱۴۰۰ روند صعودی شدیدی در ارزش هر تن واردات آغاز شده و در فاصله دو سال به اوج خود رسیده است، به‌طوری‌که در بهار ۱۴۰۲ ارزش هر واحد کالای وارداتی بالغ بر چهار برابر هر واحد کالای صادراتی ثبت شده است. در همین حال، ارزش هر تن صادرات ۳۵۱ دلار و هر تن واردات ۱۶۳۸ دلار به ثبت رسیده است. بررسی ارزش واحد در کالاهای وارداتی در این مدت نشان می‌دهد که این بیشترین رقم در بازه حداقل ۱۰ساله بوده است. دو دلیل برای توجیه افزایش ارزش هر واحد کالای وارداتی وجود دارد، اول اینکه شاید سبد کالاهای وارداتی به نفع کالاهای دانش‌بنیان و پیچیده تغییر کرده باشد و دوما می‌تواند این افزایش ارزش صرفا به دلیل گران‌تر شدن کالاهای وارداتی باشد، اما با توجه به اینکه در دو سال اخیر تغییر مهمی در الگوی وارداتی ایران صورت نگرفته، احتمالا گران‌تر شدن کالاهای خارجی دلیل افزایش چشمگیر ارزش هر واحد کالای وارداتی است. در یک کلام، تحریم‌ها واردات را پرهزینه کرده است.

مسیر ناهموار تجارت خارجی

رصد تجارت کالایی جهان نشان می‌دهد با وجود آنکه اقتصاد ایران جزو گروه اقتصادهای درحال‌توسعه است، اما همچون این اقتصادها در تجارت کالایی جهان مشارکت چندانی ندارد و به دلایل مختلفی از ریل تجارت جهانی خارج شده است. به عنوان مثال، صادرات کالایی ایران در سال ۲۰۰۰ با برتری نسبت به ویتنام و ترکیه حدود ۲۸میلیارد دلار بود ولی در سال ۲۰۲۲ به دلیل اتصال ضعیف با زنجیره‌های ارزش جهانی، تحریم و عدم رشد کافی صادرات غیرنفتی از صادرات کشورهای مزبور عقب مانده است. در این زمینه، معاونت بررسی‌های اقتصادی اتاق تهران در گزارشی به ترسیم تجارت کالایی ایران در مقایسه با اقتصادهای در حال توسعه پرداخته و وضعیت تجارت جهانی در ۲۳ سال اخیر را بررسی کرده است. یافته‌های این مطالعه نشان می‌دهد که مشارکت اقتصادهای درحال‌توسعه در تجارت کالایی جهان در قیاس با کشورهای توسعه‌یافته، روندی صعودی داشته است؛ البته به جز یک دوره زمانی چندساله که احتمالا به دلیل جنگ‌های تجاری، کشورهای درحال‌توسعه از کشورهای توسعه‌یافته جا مانده‌اند. در دو دهه گذشته، نقش اقتصادهای درحال‌توسعه در تجارت‌جهانی، بهبود را نشان می‌دهد. در ۲۳ سال اخیر یعنی از سال ۲۰۰۰ تا ۲۰۲۲، تجارت در اقتصادهای درحال‌توسعه با سرعت بیشتری در مقایسه با اقتصادهای توسعه‌یافته افزایش یافت؛ به طوری که متوسط رشد سالانه صادرات یا واردات کالایی اقتصادهای درحال‌توسعه در این مدت ۸٫۴ درصد و برای اقتصادهای توسعه‌یافته ۵ درصد بود که برآیند آن میانگین رشد سالانه ۶٫۳ درصد تجارت جهانی را به دنبال داشت. بالاتر بودن رشد تجارت کالایی اقتصادهای درحال‌توسعه باعث شد تا سهم این گروه اقتصادها از کل تجارت‌جهانی نیز افزایش یابد و از ۲۸ درصد در سال ۲۰۰۰ به حدود ۴۳ درصد در سال ۲۰۲۲ برسد.

برخی اقتصادها در این دوره، افزایش چشمگیری در تجارت کالایی هم در حوزه صادرات و هم واردات داشته‌اند که از متوسط رشد جهانی و حتی متوسط رشد اقتصادهای درحال‌توسعه هم بالاتر بود. طی سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۰۳ میلادی، ۳۰ درصد از صادرات کالایی جهان مربوط به کشورهای درحال‌توسعه و ۷۰ درصد مربوط به کشورهای توسعه‌یافته بوده است. طی سال‌های ۲۰۰۴ تا ۲۰۱۵ نیز کشورهای درحال‌توسعه به رشد خود ادامه داده و بیش از پیش به سهم صادراتی کشورهای توسعه‌یافته نزدیک شده‌اند. البته در سال‌های ۲۰۱۶ و ۲۰۱۷، کشورهای درحال‌توسعه شاهد یک افت کوتاه‌مدت بوده‌اند. احتمالا دلیل این افت هم جنگ‌های تجاری به سرکردگی کشورهای توسعه‌یافته بوده است. با این حال، قطار کشورهای درحال‌توسعه به سمت رشد دوباره حرکت کرد و در سال‌های ۲۰۱۸ تا ۲۰۲۲ روند صعودی خود را بازیافت.

تجارت کالایی رقبای ایران

تجارت منافع متعددی دارد؛ تجارت بر سرعت رشد بهره‌وری به‌ویژه در اقتصادهایی که در زنجیره‌های ارز جهانی مشارکت فعالی دارند، می‌افزاید و مشارکت در زنجیره‌های مزبور دسترسی به فناوری، دانش فنی و سرمایه‌گذاری را تسهیل می‌کند. از طریق تجارت است که دسترسی مصرف‌کنندگان به کالاها و خدمات متنوع‌تر با قیمت‌های رقابتی‌تر بهبود می‌یابد و بنگاه‌ها نیز تحت فشارهای رقابتی انگیزه بیشتری برای خلاقیت و نوآوری کسب کرده، تلاش می‌کنند توانمندی‌های خود را برای حضور موثر در زنجیره‌های ارزش جهانی و ارتقای کسب تخصص در تولید کالاهای گوناگون افزایش دهند. براساس آمارها، ایران در سال ۲۰۰۰ معادل ۲٫۴ میلیارد دلار صادرات ماهانه داشته، اما در سال ۲۰۲۲ این رقم به ۹٫۲ میلیارد دلار افزایش یافته است. متوسط رشد سالانه صادرات کشور در بازه زمانی ۲۳ ساله معادل ۶٫۳ درصد بوده است. این ارقام در ایران مربوط به سال‌های ۱۳۷۹ تا ۱۴۰۱ است. متوسط صادرات ماهانه در لهستان در سال ۲۰۰۰ معادل ۲٫۷ میلیارد دلار و در سال ۲۰۲۲ معادل ۳۰٫۳ میلیارد دلار بوده است. همچنین متوسط رشد سالانه صادرات لهستان در این بازه زمانی معادل ۱۱٫۷ درصد بوده است. در اقتصاد ترکیه نیز متوسط صادرات ماهانه معادل ۲٫۳ میلیارد دلار بوده که این عدد در سال ۲۰۲۲ میلادی به ۲۱٫۲ میلیارد دلار رسیده است. متوسط رشد سالانه صادرات ترکیه در این بازه زمانی ۲۳ ساله بالغ بر ۱۰٫۶ درصد بوده است.

همچنین برزیل در سال ۲۰۰۰ معادل ۴٫۶ میلیارد دلار صادرات ماهانه داشته اما این کشور در سال ۲۰۲۲ توانسته ماهانه ۲۷٫۹ میلیارد دلار صادرات داشته باشد. در این بازه زمانی ۲۳ ساله یعنی بین سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۲۲، برزیل سالانه ۸٫۶ درصد رشد صادرات داشته است. میزان صادرات ماهانه عربستان‌سعودی در سال ۲۰۰۰ نیز معادل ۶٫۵ میلیارد دلار بوده است؛ این در حالی است که این کشور در سال ۲۰۲۲ میلادی حدود ۳۴٫۲ میلیارد دلار به طور ماهانه صادرات داشته و متوسط رشد سالانه صادرات این کشور در این بازه زمانی حدود ۷٫۹ درصد بوده است. اقتصاد ویتنام هم در سال ۲۰۰۰ معادل ۱٫۲ میلیارد دلار صادرات ماهانه داشته که در سال ۲۰۲۲ این رقم به ۳۰٫۹ میلیارد دلار افزایش یافته است. متوسط رشد سالانه این کشور آسیایی در این بازه زمانی ۲۳ساله معادل ۱۵٫۹ درصد بوده است. اقتصاد ویتنام در سال ۲۰۰۰ معادل ۱٫۳ میلیارد دلار واردات ماهانه داشته، اما در سال ۲۰۲۲ این رقم به ۳۰ میلیارد دلار افزایش پیدا کرده است. بدین ترتیب، میانگین رشد سالانه واردات ویتنام در ۲۳ سال گذشته به رقم ۱۵٫۳ درصد رسیده است.

رشد ۶ درصدی واردات کشور

افزایش صادرات کالایی در اقتصادهای غیرنفتی بین سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۲۲ میلادی به مراتب بیشتر از رشد صادرات اقتصادهای برخوردار از منابع نفتی بوده که از جذب مقادیر قابل‌توجه سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، مشارکت فعال در زنجیره‌های ارزش جهانی و افزایش تولیدات صنعتی نشأت گرفته است. تجارت پدیده‌ای پویا است و رشد مولفه‌های آن یعنی صادرات و واردات به یکدیگر مرتبط است. رشد پایدار و معنادار صادرات بدون حضور موثر در زنجیره‌های ارزش جهانی و تامین نیازهای وارداتی تولید عملا امکان‌پذیر نیست. یکی از محرک‌های رشد اقتصادی کشورهای درحال‌توسعه در دهه‌های اخیر نیز رشد صادرات از مسیر آزادسازی تجارت بوده است. آنطور که اتاق بازرگانی تهران گزارش داده است، ایران در سال ۲۰۰۰ میلادی ۱٫۳ میلیارد دلار واردات ماهانه داشته که این رقم در سال ۲۰۲۲ به حدود ۵ میلیارد دلار افزایش یافته است. متوسط رشد سالانه واردات ایران در این بازه زمانی ۲۳ ساله معادل ۶٫۵ درصد بوده است. این اعداد و ارقام واردات ایران مربوط به سال‌های ۱۳۷۹ تا ۱۴۰۱ است. از سوی دیگر، متوسط واردات ماهانه لهستان در سال ۲۰۰۰ معادل ۴٫۱ میلیارد دلار و در سال ۲۰۲۲ معادل ۳۱٫۸ میلیارد دلار بوده است. بنابراین متوسط رشد سالانه واردات در این بازه زمانی برای اقتصاد لهستان به ۹٫۸ درصد رسیده است. در اقتصاد ترکیه نیز متوسط واردات ماهانه ۴٫۵ میلیارد دلار بوده که این عدد در سال ۲۰۲۲ میلادی به ۳۱٫۸ میلیارد دلار افزایش یافته است. متوسط رشد سالانه واردات ترکیه در این بازه زمانی معادل ۹ درصد بوده است. همچنین اقتصاد برزیل در سال ۲۰۰۰ شاهد ۴٫۸ میلیارد دلار واردات ماهانه بوده است که در سال ۲۰۲۲ توانسته این رقم را به ماهانه ۲۷٫۹ میلیارد دلار واردات برساند. بر همین اساس، رشد واردات سالانه برزیل در این بازه ۲۳ ساله بالغ بر ۷٫۴ درصد بوده است. در همین حال، میزان واردات ماهانه عربستان نیز در سال ۲۰۰۰ معادل ۲٫۵ میلیارد دلار بوده که این میزان در سال ۲۰۲۲ به رقم ۱۵٫۸ میلیارد دلار رسیده است. میانگین رشد سالانه واردات عربستان در این بازه زمانی ۲۳ساله حدود ۸٫۷ درصد بوده است.

قیمت جدید خودروهای مونتاژی اعلام شد

عقب‌نشینی شورای رقابت در مقابل مونتاژکاران

شورای رقابت، قیمت جدید خودروهای مونتاژی را که از سوی سازمان حمایت محاسبه شده است، اعلام کرد. در مصوبه جدید شورای رقابت آمده است که در راستای اجرای ماده ۳-۱ دستورالعمل تنظیم بازار خودرو سواری مصوبه جلسه ۵۴۳ شورای رقابت ۱۱ بهمن ۱۴۰۱، قیمت‌های محاسباتی محصولات مونتاژی که توسط سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان که در جلسات کارگروه خودروی این شورا مورد بررسی و ارزیابی قرار گرفت، جمع‌بندی و پیشنهاد نهایی کارگروه مذکور در تاریخ ۶ تیر ۱۴۰۲ و ۱۷ تیر ۱۴۰۲ سازمان یادشده به تصویب شورای رقابت رسید. شایان ذکر است قیمت دو خودروی هایما S۵ و S۷ براساس مصوبه ۵۷۲ تاریخ ۶ خرداد لازم‌الاجراست و از زمان ابلاغ نامه در تاریخ ۳۰ فروردین ۱۴۰۲ سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان مبنی بر برخورد با رویه‌های مغایر با مصوبات این شورا، کلیه تولیدات خودروهای سواری مونتاژی از زمان ابلاغ قیمت به خودروسازان (که مقرر است براساس مصوبات شورای رقابت تاریخ ۱۶ اردیبهشت ۱۴۰۲ و ۶ خرداد ۱۴۰۲ عرضه کنند) براساس ثبت نام‌کنندگان سامانه یکپارچه متناسب با اولویت‌بندی‌های فصلی تا تاریخ ۱۷ تیر اقدام به فروش کند.

براساس این گزارش، اعضای شورای رقابت در بهمن سال گذشته طی دستورالعملی که برای تنظیم بازار خودرو صادر کردند، تمام بازار خودرو شامل بازار خودروهای داخلی، مونتاژی و وارداتی را انحصاری تشخیص داده و استدلال کردند که در بازار انحصاری قیمت‌گذاری باید توسط این شورا انجام شود. بنابراین در فروردین سال جاری قیمت‌های جدید را به دو خودروساز بزرگ کشور ابلاغ کرده و در اردیبهشت ماه نیز برای اولین بار نسبت به قیمت‌گذاری خودروهای مونتاژی اقدام کردند. همچنین قیمت‌گذاری برای دو محصول وارداتی سایپا نیز توسط شورای رقابت رقم خورد تا نشان دهد اعضای این شورا نسبت به حضور تمام قد در بازار خودرو اصرار دارند؛ هرچند قیمت‌گذاری خودروهای مونتاژی با واکنش شرکت‌های خودروساز خصوصی همراه شد و آنها به طور تلویحی اعلام کردند که حاضر نیستند فرمول قیمتی شورای رقابت را بپذیرند.

حال شورای رقابت در آخرین جلسه خود (جلسه شماره ۵۸۴ در روز شنبه ۱۷ تیرماه) قیمت‌های جدید ۲۸ خودروی مونتاژی را اعلام کرد. این قیمت‌ها از تاریخ ۱۷ تیرماه ۱۴۰۲ لازم‌الاجراست و «عطف بماسبق نمی‌شود.» مطابق مصوبه شورای رقابت، در راستای اجرای ماده ۳-۱ دستورالعمل تنظیم بازار خودرو سواری مصوبه ۵۴۳ شورای رقابت مورخ ۱۱ بهمن ۱۴۰۱، قیمت‌های محاسباتی محصولات مونتاژی که توسط سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان در جلسات کارگروه خودروی این شورا مورد بررسی و ارزیابی قرار گرفت، جمع‌بندی و پیشنهاد نهایی کارگروه مذکور به تصویب شورای رقابت رسید. بر این اساس، قیمت دو خودروی هایما اس۵ و اس۷ براساس مصوبه ۵۷۲ مورخ ششم خرداد ۱۴۰۲ لازم‌الاجراست. از زمان ابلاغ نامه شماره ۱۱۱۹۷۵ مورخ ۳۰ فروردین ۱۴۰۲ سازمان حمایت مبنی بر برخورد با رویه‌های مغایر با مصوبه‌های این شورا، همه تولیدات خودروهای سواری مونتاژی از زمان ابلاغ به خودروسازان (که مقرر است براساس مصوبه‌های شورا در تاریخ‌های ۱۶ اردیبهشت و ۶ خرداد ۱۴۰۲ عرضه کنند)، براساس ثبت‌نام‌کنندگان سامانه یکپارچه متناسب با اولویت‌های فصلی تا تاریخ ۱۷ تیر ۱۴۰۲ اقدام به فروش کنند. مبنای قیمت‌گذاری شورای رقابت، صورت‌های مالی سال ۱۴۰۱ و همچنین سه ماهه نخست سال ۱۴۰۲ خودروسازان بوده که مطابق شرایط روز اقتصادی کشور، نرخ ارز و ... به‌روزرسانی شده است. این قیمت‌ها از تاریخ ۱۷ تیرماه ۱۴۰۲ لازم‌الاجراست و «عطف بماسبق نمی‌شود.» پیش از این در ۱۶ اردیبهشت ماه امسال پس از بررسی قیمت خودروهای سواری تولیدی خودروسازان بخش خصوصی از سوی شورای رقابت و تصویب آنها، مشخص شد ۱۳ خودرو از بین ۱۷ خودروی سواری باید در قیمت تمام‌شده خود تجدیدنظر کنند. چنانچه خریداری تا پیش از تاریخ ۱۷ تیرماه اقدام به خرید خودروهای یادشده کرده باشد، همان قیمت‌ها مبنا خواهد بود و مشمول افزایش قیمت‌های جدید نمی‌شود. همچنین در صورت تخلف خودروساز از قیمت‌های یادشده و عدم تمکین به نرخ‌های شورای رقابت تا همان تاریخ، حق شکایت برای مشتریان و خریداران این محصولات پابرجاست.

بررسی‌ها نشان می‌دهد که شورای رقابت از قیمت‌های قبلی خود عقب‌نشینی کرده و قیمت‌های بالاتری را برای خودروهای مونتاژی به تصویب رسانده است. به عنوان مثال، قیمت خودروی دیگنیتی پرایم که پیش از این شورای رقابت ۹۶۹ میلیون تومان اعلام کرده بود، به یک میلیارد و ۱۰۰ میلیون تومان افزایش یافت. همچنین قیمت فیدیلیتی پنج نفره که پیش از این شورای رقابت قیمت آن را ۸۳۷ میلیون تومان اعلام کرده بود، به ۹۹۰ میلیون تومان افزایش یافت. از سوی دیگر، قیمت خودروی جک j۴ که پیش از این ۶۳۵ میلیون تومان اعلام شده بود، به ۶۸۵ میلیون تومان افزایش پیدا کرد.

بخش خصوصی چطور به تاب‌آوری اقتصاد شکننده کمک می‌کند؟

۶ چالش انجمن‌های تجاری

فرصت امروز: شکنندگی (Fragility)، یکی از مباحث اقتصاد توسعه است که به ریشه‌یابی شکست اقتصادی کشورها می‌پردازد و ویژگی‌های اقتصاد شکننده را در تورم بالا و مزمن، رشد اقتصادی پایین، سطح فراگیر فقر و... می‌داند، اما یکی دیگر از نشانه‌های اقتصاد شکننده، خلأ انجمن‌های تجاری است؛ چراکه انجمن‌های تجاری، نقش محوری در اکوسیستم کسب‌وکارهای نوظهور در بسترهای شکننده دارد. انجمن‌های تجاری سازمان‌هایی هستند که در آنها افراد و شرکت‌هایی که در بازار با یکدیگر رقابت می‌کنند، در یک ساختار به‌هم‌وابسته مبتنی بر خودیاری و همکاری جمعی که منافع متقابل آنها را تأمین می‌کند، گردهم می‌آیند و وظایفی همچون لابی‌گری، ارتباط با دولت، گفت‌وگوی عمومی و خصوصی و ارائه خدمات تجاری به اعضا را در دستور کار دارند. در اقتصادهای شکننده و متأثر از منازعه، تقویت بخش خصوصی و ارتقای رابطه کیفی دولت نقش مهمی در توسعه اقتصادی دارد. انجمن‌های تجاری با شناسایی موانع و مشکلات پیش روی کسب و کارها و انتقال این مشکلات به تصمیم‌گیران حوزه سیاستگذاری، در نقش کاتالیزور این فرآیند عمل می‌کنند. در واقع روابط کارآمد دولتی-تجاری اغلب در جایی پدید می‌آید که انجمن‌های تجاری قوی و فراگیر حضور داشته‌اند و در طول زمان پیوندهای خود را با دولت تقویت کرده‌اند.

بدین ترتیب، در اقتصادهای در حال توسعه یا بسترهای شکننده و متأثر از منازعه، چالش‌های عمومی پیش روی کسب و کارها تشدید می‌شود. لذا شرایط برای ایجاد و فعالیت کسب و کارها دشوار شده و اقتصاد عمدتا تحت سیطره انحصارات و یا دولت قرار می‌گیرد. در چنین محیطی، انجمن‌های تجاری کمتر توفیق عمل به وظایف خود را در افزایش و تأمین کالاهای عمومی می‌یابند، اما تجربیات سازنده‌ای نیز از نقش مثبت انجمن‌های تجاری در کشورهایی مانند ترکیه، بنگلادش و برخی کشورهای در حال توسعه دیگر در اجرای سیاست‌های صنعتی وجود دارد که بسیار الهام‌بخش است. این انجمن‌ها در چهار حوزه برابری جنسیتی، کار شایسته و رشد اقتصادی، صنعت و نوآوری و زیرساخت و کاهش نابرابری‌ها می‌توانند در دستیابی به اهداف توسعه پایدار کمک کنند. با این وجود، فعالیت انجمن‌های تجاری در کشورهای در حال توسعه و به ویژه در بسترهای شکننده، خالی از چالش نیست.

راهنمای تاب‌آوری اقتصادها

چگونه سازمان‌های بخش خصوصی می‌توانند به تاب‌آوری اقتصادی در مناطق آسیب‌پذیر و متأثر از منازعه در خاورمیانه و شمال آفریقا کمک کنند؟ این پرسشی است که مرکز پژوهش‌های اتاق ایران در مطالعه اخیر خود بدان پاسخ داده است. بازوی پژوهشی اتاق ایران در این گزارش به بررسی نقش انجمن‌های تجاری در بهبود فضای کسب‌وکار و حمایت از رشد اقتصادی فراگیر و تاب‌آوری در اقتصادهای شکننده پرداخته و با بررسی چالش‌های بالقوه پیرامون کارکرد این انجمن‌ها، چارچوبی را برای توسعه آن ارائه می‌دهد. انجمن‌های تجاری سازمان‌هایی هستند که در آنها افراد و شرکت‌هایی که در بازار با یکدیگر رقابت می‌کنند، در یک ساختار به‌هم‌وابسته مبتنی بر خودیاری و همکاری جمعی که منافع متقابل آنها را تأمین می‌کند، گردهم می‌آیند و وظایفی همچون لابی‌گری، ارتباط با دولت، گفت‌وگوی عمومی و خصوصی و ارائه خدمات تجاری به اعضا را در دستور کار دارند. در اقتصادهای شکننده و متأثر از منازعه، تقویت بخش خصوصی و ارتقای رابطه کیفی دولت نقش مهمی در توسعه اقتصادی دارد. انجمن‌های تجاری با شناسایی موانع و مشکلات پیش روی کسب و کارها و انتقال این مشکلات به تصمیم‌گیران حوزه سیاستگذاری، در نقش کاتالیزور این فرآیند عمل می‌کنند. در واقع روابط کارآمد دولتی-تجاری اغلب در جایی پدید می‌آید که انجمن‌های تجاری قوی و فراگیر حضور داشته‌اند و در طول زمان پیوندهای خود را با دولت تقویت کرده‌اند.

براساس این گزارش، در اقتصادهای در حال توسعه یا بسترهای شکننده و متأثر از منازعه، چالش‌های عمومی پیش روی کسب و کارها تشدید می‌شود. لذا شرایط برای ایجاد و فعالیت کسب و کارها دشوار شده و اقتصاد عمدتاً تحت سیطره انحصارات و یا دولت قرار می‌گیرد. در چنین محیطی، انجمن‌های تجاری کمتر توفیق عمل به وظایف خود را در افزایش و تأمین کالاهای عمومی می‌یابند، اما تجربیات سازنده‌ای نیز از نقش مثبت انجمن‌های تجاری در کشورهایی مانند ترکیه، بنگلادش و برخی کشورهای در حال توسعه دیگر در اجرای سیاست‌های صنعتی وجود دارد که بسیار الهام‌بخش است. این انجمن‌ها در چهار حوزه برابری جنسیتی، کار شایسته و رشد اقتصادی، صنعت و نوآوری و زیرساخت و کاهش نابرابری‌ها می‌توانند در دستیابی به اهداف توسعه پایدار کمک کنند.

رمز تاب‌آوری اقتصاد شکننده

همانطور که اشاره شد، با وجود کارکردهای مثبتی که انجمن‌های تجاری در اقتصادهای در حال توسعه دارند، اما فعالیت انجمن‌های تجاری در این کشورها و به ویژه در بسترهای شکننده و متأثر از منازعه، از چالش مستثنی نیست. در قدم اول برخی از عوامل می‌توانند مانع ایجاد خود انجمن‌های تجاری شوند. از جمله این عوامل می‌توان به «عدم اعتماد در بین ذی‌نفعان شامل شرکت‌ها، بخش خصوصی و دولت»، «فقدان ذهنیت در مورد انجمن‌های تجاری»، «عدم دستیابی به پایداری یا عبور از حدنصاب عضویت»، «عدم توفیق در ایجاد یک سبک مدیریت جدید افقی و دموکراتیک در رژیم‌های فرماندهی و نظارت با سبک مدیریت عمودی»، «اختصاص منابع به یک فعالیت خاص در سیاستگذاری که مانع کسب درآمد موردنیاز شود» و «ساختار نامساعد بخش خصوصی و تفوق انواع مختلف شرکت‌های بی‌میل به عضویت در انجمن‌های تجاری» اشاره کرد.

شرط توسعه انجمن‌های تجاری، ارجحیت داشتن نیازهای جمعی اعضای آنها بر شرایط رقابتی و کسب سود خالص از عضویت در آنها است. دو کارکرد اصلی انجمن‌های تجاری نیز شامل روابط دولت و کسب‌وکار و خدمات اعضا است. پیش‌شرط ایجاد انجمن‌های تجاری مؤثر نیز که معمولا غیردولتی بوده و توسط شرکت‌ها رهبری می‌شوند، شامل داشتن ظرفیت و قدرت سازمانی، قدرت مقابله با نیروهای فشار خارجی و تهدیدها و یا استفاده از فرصت‌های ایجاد شده و برخورداری از حمایت دولت است. در این میان، دولت‌ها با پذیرش مسئولیت فرآیند گفت‌وگوی عمومی-خصوصی و نقش‌آفرینی طیف گسترده‌ای از منافع بخش خصوصی، نقش بسیار مهمی در توسعه انجمن‌های تجاری دارند. سازمان‌های اهداکننده نیز با حمایت، به اشتراک‌گذاری رویه‌های مناسب در زمینه گفت‌وگوهای عمومی-خصوصی سطح بالا، ظرفیت‌سازی ساختاری کارکرد انجمن‌های تجاری و توسعه خدمات‌رسانی به اعضا، از این انجمن‌ها حمایت می‌کنند. بر همین اساس ضروری است که موانع ایجاد انجمنهای تجاری در کشورهای در حال توسعه و بسترهای شکننده رفع شود. از طرفی شرط اساسی توسعه این انجمن‌ها، ارجحیت نیازهای جمعی بر رقابت بین اعضا است.

اصلاح ساختار بخش خصوصی

انجمن‌های تجاری می‌توانند نقشی محوری در اکوسیستم کسب وکارهای نوظهور در بسترهای شکننده و متأثر از منازعه ایفا کنند. بسیار مهم است که این انجمن‌ها، بنگاه‌های کوچک و متوسط و گروه‌های کمتر دیده شده نظیر شرکت‌های تحت مالکیت زنان و کارآفرینان جوان را دربر بگیرند. همچنین بسیار مهم است که دولت‌ها در فرآیندهای گفت‌وگوی عمومی-خصوصی به شکل جامع و فراگیر مشارکت کنند. در کنار نقش ارزشمند روابط دولتی انجمن‌های تجاری، آنها باید یک پایگاه عضویت قدرتمند ایجاد کنند و خدماتی را ارائه دهند که تقاضامحور باشد و در میان‌مدت به پایداری سازمان منتهی شود. توصیه‌های ارائه شده در این یادداشت، راهنمایی‌های اساسی در مورد چگونگی ایجاد انجمن‌های تجاری قوی، مؤثر و پایدار ارائه می‌کند که به تاب‌آوری اقتصادی کشورهای متبوع آنها کمک خواهد کرد. در قدم اول نیاز است که موانع ایجاد انجمن‌های تجاری در کشورهای در حال توسعه و بسترهای شکننده رفع شود، ایجاد اعتماد بین ذی‌نفعان، یعنی دولت، شرکت‌ها و بخش خصوصی، تمرکز بر فعالیت‌های اصلی انجمن‌های تجاری به جای ولع تامین و انتظار کمک از آنها، دستیابی به پایداری از طریق کسب حد نصاب عضویت و در نتیجه بهره‌مندی از خدمات تقاضامحور این انجمن‌ها، اصلاح شیوه‌های مدیریتی در راستای دستیابی به سبک مدیریت افقی و دموکراتیک و مهمتر از همه، اصلاح بخش خصوصی به نفع مشارکت بیشتر نمایندگان بنگاه‌های کوچک و متوسط از جمله اقدامات الزامی برای بهره‌مندی از مزایای بالقوه این انجمن‌ها است. شرط اساسی توسعه این انجمن‌ها نیز ارجحیت نیازهای جمعی بر رقابت بین اعضا است. در چنین شرایطی می‌توان امید داشت که انجمن‌های تجاری، حتی در بسترهای شکننده و متأثر از منازعه بتوانند اصلاحات قانونی به نفع بخش خصوصی و بهبود محیط کسب وکار ایجاد کرده و ضمن ارائه خدمات ارزشمند برای اعضای خود، دولت و سازمان‌های اهداکننده را با خود همراه و پشتیبان سازند.

بانک‌ها در بهار امسال ۷۳ همت سود بانکی پرداخت کردند

رنکینگ بانک‌ها در سود سپرده

براساس گزارش‌های کدال، ۱۲ بانک در فصل بهار امسال بیش از ۷۳ همت بابت سپرده‌ها سود پرداخت کرده‌اند که بانک پاسارگاد با ۱۵,۲ همت سود پرداختی در صدر این فهرست قرار دارد. به گزارش «اکوایران»، گزارش‌های کدال نشان می‌دهد که ۱۲ بانک در فصل بهار بیش از ۷۳ همت بابت سپرده‌ها سود پرداخت کرده‌اند. از میان ۲۹ بانک کشور تنها بانک‌های پاسارگاد، ملت، اقتصاد نوین، پست بانک ایران، صادرات، کارآفرین، سینا، دی، خاورمیانه، سامان، پارسیان و تجارت نسبت به انتشار گزارش عملکرد ماهانه خود اقدام کرده‌اند. بررسی گزارش عملکرد این بانک‌ها نشان می‌دهد که طی سه ماهه فروردین، اردیبهشت و خرداد امسال بیشترین سود پرداختی به سپرده‌های مشتریان به بانک پاسارگاد اختصاص دارد. بانک پاسارگاد طی سه ماهه نخست امسال هزینه‌ای بیش از ۱۵ هزار میلیارد تومان را بابت سپرده‌ها پرداخت کرده است. پاسارگاد یکی از سه بانک نخستی است که در دوره زمانی مورد اشاره بیشترین ورودی سپرده‌ها را در اختیار داشته است. براساس آخرین آمارهای مربوط به پایان خرداد سال جاری، بانک پاسارگاد ۴۹۱ همت سپرده در اختیار دارد. بیشترین سود پرداختی بانک پاسارگاد بابت سپرده‌های بلندمدت سه ساله بوده است، به طوری که این بانک قریب به ۶,۷ همت سود به این دسته از سپرده‌های بلندمدت طی سه ماهه نخست امسال پرداخت کرده است. بعد از بانک پاسارگاد، بیشترین سود پرداختی مربوط به بانک‌های ملت و تجارت بوده است، به طوری که بانک ملت در دوره زمانی مورد اشاره حدود ۱۴,۵ هزار میلیارد تومان و بانک تجارت حدود ۱۱,۵ هزار میلیارد تومان بابت سپرده‌ها پرداخت کرده‌اند. با وجود اینکه بانک تجارت یکی از بانک‌هایی است که میزان سود بالایی بابت سپرده‌ها پرداخت کرده، اما این بانک در بهار امسال با بیشترین خروج سپرده نیز مواجه شده است. همچنین کمترین سود پرداختی به سپرده‌ها در فصل بهار امسال مربوط به پست بانک بوده است، به طوری که این بانک در سه ماه گذشته حدود ۴۷۳ میلیارد تومان بابت سپرده‌ها سود پرداخت کرده است. براساس آخرین آمارها تا پایان خردادماه امسال، پست بانک ایران معادل ۶۹ هزار میلیارد تومان سپرده در اختیار دارد. میزان درآمدی که پست بانک ایران در این دوره زمانی از وام‌های پرداختی به دست آورده، بیشتر از سودی است که بابت سپرده‌ها پرداخت کرده است.

از سوی دیگر طبق گزارش‌های کدال، ۱۲ بانک در دو ماهه نخست امسال بیش از ۶۶ همت درآمد از محل وام‌های اعطایی به دست آورده‌اند. از میان ۲۹ بانک کشور تنها ۱۲ بانک شامل بانک‌های پاسارگاد، ملت، اقتصاد نوین، پست بانک ایران، صادرات، کارآفرین، سینا، دی، خاورمیانه، سامان، پارسیان و تجارت نسبت به انتشار گزارش عملکرد ماهانه خود اقدام کرده‌اند. مطابق گزارش‌های کدال، این ۱۲ بانک در دو ماهه نخست امسال بیش از ۶۶ همت درآمد از محل وام‌های اعطایی دریافت کرده‌اند. بررسی گزارش عملکرد این بانک‌ها نشان می‌دهد که طی دو ماهه فروردین و اردیبهشت امسال بیشترین درآمد حاصل از تسهیلات اعطایی به بانک ملت اختصاص دارد. بانک ملت طی دو ماهه نخست امسال درآمدی بیش از ۲۰ هزار میلیارد تومان از محل وام‌های اعطایی کسب کرده که این میزان بیش از ۵۵ برابر درآمدی است که بانک دی طی این دوره داشته است. بعد از بانک ملت نیز بیشترین درآمد ناشی از تسهیلات اعطایی مربوط به بانک پاسارگاد است، به طوری که این بانک طی دوره زمانی مورداشاره از این بابت ۱۱,۳ هزار میلیارد تومان درآمد داشته است. نکته قابل توجه این است که بانک‌های پاسارگاد و ملت در اردیبهشت ماه امسال با بیشترین ورود سپرده همراه بوده‌اند که نشان از افزایش منابع موردنیاز این دو بانک در راستای اعطای وام بیشتر و کسب درآمد بیشتر است.

گزارش‌ها نشان می‌دهد حجم قابل توجهی از درآمد بانک‌های کشور از محل سود وام‌های اعطایی به دست می‌آید و عموما سهمی بیش از ۵۰ درصد از سبد درآمدی بانک‌ها را تشکیل می‌دهد. گزارش عملکرد منتشرشده ۱۲ بانک کشور بر روی سایت کدال نشان می‌دهد بانکی که بیشترین سهم درآمد آن از محل تسهیلات به دست می‌آید، بانک صادرات است، به طوری که بیش از ۹۲ درصد درآمد عملیاتی این بانک طی دو ماهه نخست امسال از محل وام‌های اعطایی بوده است. همچنین پس از بانک صادرات نیز بیشترین سهم مربوط به بانک پاسارگاد است، این بانک ۹۲ درصد از درآمد عملیاتی خود را طی دو ماهه ابتدایی امسال از محل تسهیلات اعطایی به دست آورده است. در همین دوره زمانی بین ۸۰ تا ۸۵ درصد از کل درآمدهای عملیاتی بانک‌های سامان، خاورمیانه و پارسیان نیز ناشی از تسهیلات اعطایی بوده است. همچنین در بین ۱۲ بانک نام برده کمترین سهم درآمد از تسهیلات با رقم ۶۴,۹ درصد از آن بانک دی بوده است.

اخبار

قیمت سکه ۲۵۰ هزار تومان کاهش یافت

سکه در میانه کانال ۲۸ میلیونی

هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید در بازار تهران با قیمت ۲۸ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان معامله شد که نسبت به روز شنبه هفته جاری، افت ۲۵۰ هزار تومانی را نشان می‌دهد. در جریان دادوستدهای روز یکشنبه و براساس نرخ اعلامی اتحادیه صنف فروشندگان و سازندگان طلا، جواهر، نقره و سکه تهران، هر قطعه سکه بهار آزادی طرح جدید با ۲۵۰ هزار تومان کاهش قیمت به رقم ۲۸ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان رسید. سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم نیز با ۱۰۰ هزار تومان کاهش قیمت با رقم ۲۵ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان معامله شد. همچنین نیم‌سکه با ۱۵۰ هزار تومان کاهش نسبت به روز قبل با قیمت ۱۵ میلیون و ۷۰۰ هزار تومان خرید و فروش شد. ربع سکه به ۱۰ میلیون و ۵۵۰ هزار تومان رسید و سکه یک گرمی هم ۶ میلیون و ۳۰۰ هزار تومان داد و ستد شد. قیمت هر گرم طلای ۱۸ عیار نیز در بازار طلای تهران ۲ میلیون و ۳۵۹ هزار تومان اعلام شد. بهای هر اُنس طلا در بازارهای جهانی به یک هزار و ۹۲۵ دلار رسید.

در این میان، نرخ دلار فردایی در کانال‌های تلگرامی نسبت به روز قبل، ۱۲۰۰ تومان ریخت. به گزارش ایبنا؛ نرخ دلار در کانال‌های تلگرامی از ابتدای یکشنبه بیش از ۱۰۰۰ تومان کاهش پیدا کرد. هر اسکناس دلار که روز شنبه در این کانال‌ها تا ۵۰۸۵۰ هم قیمت می‌خورد، روز یکشنبه در حوالی ۴۹۶۵۰ تومان قرار گرفت و روند به‌گونه‌ای است که دلالان در انتظار لفظ‌های قیمتی پایین‌تر هم هستند. مشاهدات میدانی از بازار فردوسی نشان می‌دهد دلالان کف بازار هر اسکناس دلار را با نرخ ۴۹۲۰۰ تومان برای فروش عرضه می‌کنند، اگرچه در این نرخ‌ها نیز کسی خریدار نیست. از سوی دیگر دلالان حاضر نیستند هر اسکناس دلار را بالاتر از ۴۸۸۵۰ تومان بخرند که خود نشان از غلبه فشار فروش در کلیت بازار دارد. معامله‌گران کف بازار معتقدند با ورود بانک مرکزی به بازار غیررسمی و سیاست‌های اخیر دولت در حوزه سیاست خارجی، امکان افزایش قیمت به کانال‌های بالاتر در ماه‌های آینده نیست و حتی با مخابره اخبار مثبت، امکان سقوط به کانال‌های پایین‌تر هم وجود دارد.

جزییات ابلاغیه جدید دولت در مورد آرد و نان

مشاور وزیر اقتصاد جزییات ابلاغیه جدید دولت در مورد آرد و نان و تفویض اختیار به استان‌ها را ارائه کرد. محمد جلال با بیان اینکه کلیه اختیاراتی که در حوزه مجوزها، نرخ‌گذاری، اصلاح نرخ، مدیریت جریان گندم و آرد و نظارت بر این جریان‌ها و... وجود داشته است در ابلاغیه جدید دولت پیش‌بینی شده است، گفت: طرح هوشمندسازی به صورت مستقیم به موضوع نرخ نان ورود ندارد و اصلاح نرخ از سالیان قبل در اختیار کارگروه آرد و نان استان‌ها قرار دارد و این رویه ادامه خواهد داشت.

او با تاکید بر اینکه خمیرمایه سهم جدی در هزینه نانوایان دارد، افزود: در این راستا زیرساخت فنی توزیع خمیرمایه در سامانه یکپارچه توزیع آرد در کشور پیش‌بینی و نهایی شده است: امیدواریم در چشم‌انداز کوتاه عملیات توزیع خمیرمایه به نانوایان از طریق سامانه رخ دهد؛ چراکه توزیع خمیرمایه از سالیان قبل سامان قابل قبول نداشته و گاهی نانوایان مجبور بودند تا دو برابر نرخ رسمی هزینه بپردازند؛ در فرآیند فعلی خمیرمایه با نرخ‌های تعیین شده و مصوب سازمان حمایت به دست نانوایان خواهد رسید.

مشاور وزیر اقتصاد ادامه داد: بنابراین خمیرمایه متناسب با آردی که نانوایان خریداری می‌کنند به آنها تخصیص داده می‌شود، در ابلاغیه اخیر همچنین امکان ویرایش سهمیه آرد نانوایی‌ها نیز به استان‌ها اعطا شد تا در مواقع ضرور مانند فصل مسافرت‌ها، فصل برداشت محصول و ... که جمعیت مسافر یا کارگران فصلی به یک استان وارد می‌شوند، پایداری توزیع نان با اختلال مواجه نشود، اما همه این ویرایش‌ها در سامانه ثبت خواهد شد.

درخواست وزیر نیرو از مردم برای کاهش مصرف برق

وزیر نیرو با اشاره به افزایش دمای هوای کشور در هفته جاری و ثبت رکورد تاریخی نیاز مصرف برق با بیش از ۷۱ هزار مگاوات، از مردم خواست برای تامین نیاز برق کشور در مصرف برق و استفاده از سیستم‌های سرمایشی صرفه‌جویی کنند. علی‌اکبر محرابیان در واکنش به افزایش نیاز مصرف برق کشور در روز شنبه به ۷۱ هزار و ۵۰۰ مگاوات گفت: در هفته بسیار گرمی به سر می‌بریم و پیش‌بینی می‌شود بر شدت گرما افزوده شود و انتظار می‌رود متوسط گرما در این هفته افزایش قابل توجهی یابد.

وی با اشاره به گرمای هوا طی هفته جاری افزود: در زمان اوج مصرف روز شنبه، شاهد تقاضای حدود ۷۱ هزار و ۵۰۰ مگاوات برق بودیم که یک رکورد تاریخی محسوب می‌شود.

وزیر نیرو با اعلام اینکه میزان تقاضای برق کشور در هفدهم تیر امسال نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۸۰۰۰ مگاوات بیشتر است، ادامه داد: این رقم در کل نسبت به رکورد سال گذشته ۲۰۰۰ مگاوات فزونی یافته است.

محرابیان با بیان اینکه بیش از ۳۰ هزار مگاوات مربوط به استفاده از سیستم‌های سرمایشی می‌شود، اظهار کرد: به منظور تامین برق پایدار برای همه هموطنان، تقاضا می‌کنیم که مردم تا جایی که امکان دارد در مصرف برق صرفه‌جویی کنند، برای نمونه کولرها را در دور کند تنظیم کنند، در ساعاتی که میسر است کولرها را خاموش کنند، در مصرف روشنایی و وسایل برقی منزل به ویژه در ساعات اوج مصرف (۱۲ تا ۱۷) صرفه‌جویی داشته باشند. هموطنان با کاهش مصرف برق می‌توانند از مزایای صرفه‌جویی تحت عنوان طرح سراسری پاداش صرفه‌جویی برخوردار شوند.

وزیر نیرو در گفت‌وگویی تلویزیونی با بیان اینکه سال گذشته با همراهی مردم با کمترین مشکلات و عدم اعمال محدودیت برق خانگی با موفقیت از تابستان عبور کردیم و چنانچه امسال نیز فضای همکاری برقرار باشد، بدون دغدغه از تابستان عبور می‌کنیم، گفت: در صورت تشدید گرمای هوا با همکاری مردم در مصرف بهینه برق ۱۰۰ درصد موفق از تابستان گذر می‌کنیم. به گفته محرابیان، در خرداد امسال ۴۰ درصد مشترکان خانگی مشمول دریافت پاداش صرفه‌جویی شدند و قبوض برق بخش قابل توجهی یا رایگان شد یا بستانکار شدند؛ در چنین شرایطی امیدوارم با همکاری بسیار خوب هموطنان همانند بسیاری از موارد که در گلوگاه‌های اساسی همکاری کرده‌اند، بتوانیم به نحو احسنت برق موردنیاز را تامین کنیم. این صرفه‌جویی فقط مربوط به بخش خانگی نمی‌شود، در بخش اداری و تجاری کشور نیز ظرفیت قابل توجهی برای صرفه‌جویی در نظر گرفته شده است؛ در بخش اداری پیش‌بینی ۱۰۰۰ مگاوات صرفه‌جویی پیش‌بینی بود و تاکنون حدود ۷۰۰ مگاوات آن حاصل شده به عبارتی حدود ۳۰۰ مگاوات به راحتی می‌توان در ادارات صرفه‌جویی کرد.

خبرنامه

شورای آهن و فولاد در نامه به وزیر صمت خواستار شد

بازنگری افزایش نرخ گاز فولادسازان

شورای آهن و فولاد در نامه‌ای خطاب به وزیر صنعت، معدن و تجارت، ضمن اشاره به افزایش دو برابری نرخ گاز فولادسازان، بازنگری در تصمیم افزایش ۱۰۰ درصدی نرخ گاز این صنایع را خواستار شد.

شورای آهن و فولاد ایران در نامه‌ای به وزیر صنعت، معدن و تجارت نسبت به افزایش دو برابری نرخ گاز فولادسازان اعتراض کرد. در این نامه که رونوشت آن به معاون اول رئیس‌جمهوری نیز ارسال شده، با اشاره به به پیامدهای افزایش نرخ گاز در زنجیره آهن و فولاد، آمده است: با اعمال تعرفه جدید و ۳۰ برابر شدن نرخ گاز در ۴ سال گذشته نه‌فقط مزیت نسبی گاز برای تولید فولاد کاملاً از بین می‌رود بلکه بسیاری از شرکت‌های کوچک فولادسازی زیان ده و چه‌بسا در سال رشد تولید دچار بحران و تعطیلی خواهند شد.

در ادامه تصریح شده که مصرف عمده گاز در زنجیره آهن و فولاد، در حلقه تولید آهن اسفنجی است که نقش فرایندی دارد و در بقیه حلقه‌های این زنجیره نیز مانند سایر صنایع به‌عنوان سوخت عمل می‌کند. اما مشخص نیست بر چه مبنایی نرخ گاز واحدهای احیاء مستقیم، حدود ۶۰ درصد خوراک پتروشیمی تعیین‌شده است؟ و چرا برخلاف قانون بودجه، نرخ سوخت فلزات از سایر صنایع تفکیک‌شده است؟

در بخشی از این نامه به خسارت شرکت‌های فعال در زنجیره آهن و فولاد ناشی از افزایش شدید نرخ حامل‌های انرژی اشاره‌شده و عنوان‌شده که هیچ‌گونه نظرخواهی از تشکل‌های زنجیره آهن و فولاد درباره این مصوبه نشده است.

شورای آهن و فولاد آمادگی دارد به‌عنوان بازوی کارشناسی دولت، در حل این مسئله نقش مشورتی داشته باشد.

فصل مهم پروژه‌های انرژی میان ایران و عراق

روابط تجاری و اقتصادی ایران و عراق در سال‌های اخیر بیش‌ازپیش گسترش یافته و دو کشور افزون بر حوزه‌های سیاسی، روابط اقتصادی خود را نیز توسعه دادند. مسئولان دو کشور معتقدند ظرفیت‌های بالایی برای توسعه همکاری‌های مشترک در بخش انرژی وجود دارد. از این رو در حاشیه هشتمین سمینار بین‌المللی سازمان کشورهای صادرکننده نفت (اوپک) در وین وزیران نفت ایران و عراق برای پیشبرد پروژه‌های نفتی مشترک به تبادل‌نظر و گفت‌وگو پرداختند. به گزارش ایسنا، جواد اوجی، وزیر نفت ایران و حیان عبدالغنی، وزیر نفت عراق در حاشیه دومین روز از هشتمین سمینار بین‌المللی اوپک در حالی در زمینه همکاری‌های مشترک نفت و گاز با یکدیگر ساعت‌ها بحث و گفت‌وگو کردند که روابط دو کشور در حوزه صنعت نفت در سطح بالایی نسبت به دهه‌های اخیر قرار دارد. سرمایه‌گذاری‌های مشترک و توسعه میدان‌های مشترک نفتی، صادرات خدمات فنی و مهندسی ایران به عراق و اجرای پروژه‌های مشترک از دیگر محورهای گفت‌وگوی اوجی و عبدالغنی بود. ایران دو قرارداد گاز با عراق دارد. نخست بغداد که سال ۹۲ امضا شد و دیگری بصره در تیرماه ۱۳۹۴. قرارداد ۶ ساله صادرات گاز به بصره سال ۱۳۹۴ با هدف ارسال حداکثر روزانه ۳۵ میلیون مترمکعب گاز به این منطقه امضا شد. بر اساس این قرارداد، ایران در فصل سرد سال روزانه ۲۰ میلیون مترمکعب و در فصل گرم نیز روزانه ۳۵ میلیون مترمکعب گاز به این منطقه ارسال می‌کند. قرارداد نهایی صادرات گاز ایران به نیروگاه بغداد با خط لوله نخست (ایلام) هم سال ۱۳۹۲ امضا شد که هر دو قرارداد اجرایی است و این کشور از مشتریان گاز ایران به‌شمار می‌آید.

موضوع پایان قرارداد صادرات گاز به عراق در ماه‌های اخیر چند بار ازسوی مسئولان وزارت نفت تکذیب شده است، چندی پیش نیز محمدرضا جولایی، مدیر دیسپچینگ شرکت ملی گاز ایران در جریان سفر گروهی از وزارت برق عراق به ایران، از افزایش صادرات گاز به این کشور خبر داد.

سخنگوی وزارت برق عراق نیز اواسط مهرماه پارسال اعلام کرد کشورش هیچ بدهی گازی به ایران ندارد و قرار است هیئتی از عراق به ایران سفر و درباره افزایش صادرات گاز به این کشور با مسئولان ایرانی رایزنی کند. به گفته وی، عراق روزانه ۲۰ میلیون مترمکعب گاز از ایران وارد می‌کند و این کشور به گاز بیشتری نیاز دارد، از این رو مذاکرات و دیدارها و سفرهای دوره‌ای در سطوح بالا به‌منظور افزایش واردات گاز با طرف ایرانی در حال انجام است.

مجید چگنی، معاون وزیر نفت در امور گاز چندی پیش با اشاره به تسویه بدهی گازی عراق به ایران گفت: وزارت برق عراق همه مطالبات گازی ما را پرداخت کرده و این بدهی اکنون صفر است، اما گاه مشکلاتی برای انتقال وجه از بانک TBI عراق به ایران به‌وجود می‌آید.

در سال ۱۴۰۱ حدود ۱۷ میلیارد مترمکعب گاز از ایران صادر شده است که به‌طور میانگین روزانه ۲۰ میلیون مترمکعب گاز به عراق صادر شده است و اکنون نیز روزانه حدود ۳۵ میلیون مترمکعب صادر می‌شود. ۱.۶ میلیارد دلار طلب معوق ایران از عراق بابت صادرات گاز به عراق که به ایران پرداخت نشده بود در این دولت دریافت شد و جالب آنکه در دولت سیزدهم بابت صادرات گاز به عراق هرماه به‌صورت جاری پول گاز دریافت می‌شود. در سال ۱۴۰۱ در حوزه صادرات گاز به عراق شاهد رشد حجمی ۴۳ درصدی بوده‌ایم و برای تداوم صادرات نیز مذاکراتی را در دستور کار داریم.

بر اساس توافق دو طرف، دو قرارداد گازی میان دو کشور پس از طی مراحل کارشناسی تا پنج سال آینده تمدید خواهد شد. اوجی اردیبهشت‌ماه امسال پس از دیدار با زیادعلی فاضل، وزیر برق عراق در جمع خبرنگاران با اشاره به امضای تفاهم‌نامه همکاری‌های ایران و عراق در حوزه نفت، گاز و پتروشیمی اظهار کرد: ایران به لحاظ سرمایه انسانی و ظرفیت‌های فنی و مهندسی جایگاه بالایی دارد، از این رو بر اساس تفاهم‌نامه‌ای که با طرف عراقی امضا شد، در زمینه تبادل اطلاعات، اکتشاف و توسعه میدان‌های مشترک نفتی در قالب یکپارچه‌سازی توسعه این میدان‌ها با عراق همکاری خواهیم داشت.

هم‌اکنون همکاری‌های ایران و عراق در بخش انرژی با وجود تحریم‌های یک‌جانبه آمریکا در حال اجراست، به‌طوری که دو کشور پنج پروژه بزرگ در بخش انرژی در حال اجرا یا مذاکره دارند. به گفته سخنگوی اتحادیه صادرکنندگان نفت، گاز و پتروشیمی ایران سوآپ نفت کرکوک آغاز شده است که نتیجه همکاری با وزارت نفت عراق است، همسو با این اقدام روزانه حدود ۸۰ کامیون نفت خام به ایران می‌آید، همچنین مذاکره برای صادرات گاز از ایران برای صنایع عراق آغاز شده که طرف مذاکره شرکت گاز عراق است. وانگهی مذاکره برای همکاری در زمینه گاز مایع (ال‌پی‌جی) آغاز شده است. عراقی‌ها علاقه دارند از تجربیات ایران در زمینه گاز مایع چه در زمینه خودرو و چه مجتمع‌های بزرگ مسکونی استفاده کنند. سیاست قطعی جمهوری اسلامی ایران گسترش همکاری‌ها با کشورهای همسایه و راهبرد محوری وزارت نفت، همکاری با دیگر کشورها در حوزه انرژی است، ایران منابع و ذخایر گازی خوبی در خلیج فارس دارد که می‌تواند با یک همکاری سازنده و رو به جلو و با یک فرمول برد - برد کارهای خوبی انجام دهد.

ایران هم‌اکنون با ۱۸ کشور پیرامونی خود قرارداد صادرات خدمات فنی - مهندسی دارد، در این میان سهم کشور عراق به‌واسطه پیوندهای عمیق مذهبی، اجتماعی و سیاسی نسبت به دیگر کشورها بسیار بیشتر است. به گفته دبیرکل اتاق بازرگانی مشترک ایران و عراق تحقق ۵ میلیارد دلار از طریق صادرات خدمات فنی و مهندسی به عراق کاملاً فراهم است. پارسال قرارداد ۴ میلیارد دلاری در حوزه صادرات خدمات فنی و مهندسی با کشور عراق بسته شد و با این قرارداد بخشی از کسری صادرات به عراق جبران می‌شود.

به گفته رئیس گروه دوستی پارلمانی ایران و عراق امکان صدور خدمات فنی و مهندسی ایران به عراق تنها در حوزه انرژی و توسعه میدان‌های نفتی تا سقف ۵۰ میلیارد دلار در سال وجود دارد، در همین زمینه محسن خجسته‌مهر، مدیرعامل شرکت ملی نفت ایران اواخر پارسال از آمادگی ایران برای صدور خدمات فنی و مهندسی به عراق در حوزه بالادستی و پایین‌دستی خبر داد و گفت: ایران مایل است از مشارکت عراق در توسعه صنعت نفت و گاز بهره گیرد. صادرات خدمات فنی و مهندسی به عراق واقعیتی است که می‌تواند اشتغال خوبی به‌دنبال داشته باشد و باید موردتوجه و ارزیابی بازرگان ایرانی قرار گیرد، در غیر این صورت، دیگر کشورها از جمله فرانسه که به‌تازگی قرارداد ۲۷ میلیارد دلاری با عراق برای توسعه میدان‌های نفتی امضا کرد از این فرصت‌های اقتصادی استفاده می‌کنند.

آیا شاخص کل بورس تهران به پایان اصلاح زمانی نزدیک می شود؟

سیگنال سردرگمی به بورس

فرصت امروز: روند نزولی بورس تهران دیروز هم ادامه یافت و دماسنج اصلی تالار شیشه ای با افت ۰.۸۶ درصدی تا سطح ۲ میلیون و ۱۷۶ هزار واحد پایین آمد. نماد فارس بیشترین ارزش معاملات و بیشترین خروج پول حقیقی را به خود اختصاص داد و در عین حال، بیشترین اثر را در ریزش شاخص کل بورس تهران داشت و به تنهایی شاخص کل را ۲ هزار و ۶۷۹ واحد پایین کشید. در جریان معاملات روز یکشنبه، شاخص کل بورس تهران با افت بیش از ۱۶ هزار واحدی به کار خود پایان داد و با ثبت بازدهی منفی ۰.۸۶ درصدی به سطح ۲ میلیون و ۱۷۶ هزار واحد رسید. شاخص کل هموزن نیز با همین میزان افت مواجه شد و با بیش از ۶ هزار واحد معادل ۰.۸۵ درصد کاهش تا تراز ۷۷۰ هزار واحد عقب نشینی کرد. در آن سمت بازار نیز شاخص کل فرابورس به عنوان سومین شاخص مهم بازار سرمایه ۲۰۰ واحد ریزش کرد و به کف کانال ۲۸ هزار واحد رسید. خالص تغییر مالکیت حقوقی به حقیقی بازار مجددا منفی شد و ۲۴۰ میلیارد تومان پول حقیقی از بازار سهام خارج شد. همانطور که اشارهه شد، نماد فارس بیشترین خروج پول حقیقی را با رقم ۸۵ میلیارد تومان داشت و پس از فارس نیز نمادهای وبملت، کالا و فملی بیشترین خروج پول حقیقی را ثبت کردند. بیشترین ورود پول حقیقی هم به نمادهای وآیند، ارفع و کاوه رسید. گروه خودرو هم در معاملات روز گذشته صدرنشین برترین گروه‌های صنعت شد و در این گروه ۹۷۹ میلیون و ۷۸۶ هزار برگه سهم به ارزش پنج هزار و ۲۸۱ میلیارد ریال دادوستد شد.

فارس پیشتاز سقوط بورس

بورس تهران پس از آنکه هفته سوم تیرماه را با چراغ قرمز آغاز کرد، در روز یکشنبه نیز به این روند نزولی ادامه داد و نماگرهای بورسی به طور دسته جمعی ریزش کردند. در پایان معاملات روز یکشنبه ۱۸ تیرماه، شاخص کل بورس با ۱۸ هزار و ۷۷۲ واحد کاهش تا رقم دو میلیون و ۱۷۶ هزار واحد سقوط کرد. شاخص کل با معیار هموزن نیز ۶ هزار و ۹۳۸ واحد کاهش یافت و تا رقم ۷۷۰ هزار و ۸۲۴ واحد عقب نشینی کرد. در آن سوی بازار سرمایه نیز شاخص کل فرابورس با کاهشی ۲۰۰ واحدی در رقم ۲۸ هزار و ۲۹۰ واحد ایستاد.

نماد فارس بیشترین ارزش معاملات و بیشترین خروج پول حقیقی و بیشترین تاثیر منفی بر شاخص کل را داشت و به تنهایی شاخص کل را ۲ هزار و ۶۷۹ واحد پایین کشید. خالص تغییر مالکیت حقوقی به حقیقی بازار سهام منفی شد و ۲۴۰ میلیارد تومان پول حقیقی از بازار سهام خارج شد. نماد فارس بیشترین خروج را داشت که ارزش آن ۸۵ میلیارد تومان بود. پس از فارس نیز نمادهای وبملت، کالا و فملی بیشترین خروج پول حقیقی را داشتند. در سوی دیگر، بیشترین ورود پول حقیقی به نمادهای وآیند، ارفع و کاوه اختصاص داشت. نمادهای فارس، کگل، وغدیر و تاپیکو نمادهای قرمزپوش بورس بودند که بیشترین اثر را در افت شاخص کل داشتند. در مقابل فخوز، کاوه و پارس نمادهایی بودند که اثر مثبت بر شاخص کل داشتند. در فرابورس نیز نمادهای وسپهر، خاور و صبا بیشترین اثر کاهنده را بر شاخص داشتند و نمادهای هرمز، ارفع و کگهر با بیشترین اثر افزایشی بر شاخص کل فرابورس همراه شدند. در بین نمادهای پرتراکنش بورس نیز شهر بیشترین تراکنش را داشت و سصفها و وبملت در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند. در فرابورس نیز کتوسعه، عالیس و زفجر بیشترین تراکنش را داشتند.

ارزش معاملات کل بازار سهام به ۱۱ هزار و ۳۴۶ میلیارد تومان رسید. ارزش معاملات اوراق بدهی در بازار ثانویه ۳۶۶ میلیارد تومان بود که ۳ درصد از ارزش کل معاملات بازار را در این روز شامل می‌شود. ارزش معاملات خرد نیز با افزایش ۱۶ درصدی به نسبت روز معاملاتی قبل به رقم ۶ هزار و ۷۵۷ میلیارد تومان رسید. در معاملات یکشنبه، ۹۱ نماد صف خرید داشتند و ۶۳ نماد با صف فروش مواجه شدند. مجموع ارزش صف‌های خرید با رشد ۴۷ درصدی نسبت به روز کاری قبل به ۷۹۵ میلیارد تومان افزایش یافت و مجموع ارزش صف‌های فروش نیز با افزایش ۱۰۹ درصدی به ۳۶۸ میلیارد تومان رسید.

پایان اصلاح زمانی بورس؟

در جریان معاملات روز گذشته در بازار اوراق بهادار تهران، نماد بانک آینده پس از دو سال توقف و حواشی زیاد بالاخره در بازار پایه نارنجی فرابورس بازگشایی شد و با ارزش معاملاتی بالا در صدر نمادهای این روز قرار گرفت این نماد در محدوده قیمتی ۱۵۰۰ تومانی مچ شد و ارزش بازاری ۲۴ هزار میلیارد تومانی را به خود گرفت و با صف خرید سنگین ۲۰۰ میلیارد تومانی کار را تمام کرد. به گزارش «اکوایران»، شاخص کل بورس تهران نیز با افت بیش از ۱۶ هزار واحدی به کار خود پایان داد تا افت‌های نیم ساعت‌های پایانی دو روز کاری قبل در بازار بورس تهران به‌عنوان سیگنال‌های سنتی در بازار عمل کنند و بازار پس از رسیدن به مقاومت ۲.۲ میلیون واحدی مسیر نزولی را به خود بگیرد. چندی پیش که سطح حمایتی ۲.۲ میلیون واحدی روبه‌پایین به‌واسطه اخبار و حواشی شکسته شد، اهالی تکنیکالیست بازار سرمایه معتقد بودند که بازار برای روزهای آینده کار دشواری را در پیش خواهد داشت.

نمادهای قرن و ارفع در چند روز گذشته با انتشار صورت‌های مالی سه‌ماهه به استقبال فصل تابستان رفتند. نماد رفع در بازده سه‌ماهه ابتدایی سال ۱۴۰۲ با درآمد عملیاتی ۵ هزار و ۱۱۵ هزار میلیارد تومانی توانست حاشیه سود خالص و ناخالص تقریبا ۴۵ درصدی را برای خود شناسایی کند و ارفع با این میزان از فروش در سه ماه ابتدایی سال جاری توانست نسبت به فصل زمستان که فروش ۳ هزار و ۱۶۸ میلیارد تومانی داشت، رشد ۱۶۱ درصدی در درآمدهای عملیاتی را کسب کند.

از منظر تکنیکالی شاخص بورس تهران در حالی با افت ۰.۸۶ درصدی کار را تمام کرد که همچنان در محدوده کمتر از ۲.۲ میلیون واحدی قرار دارد. جایی که به‌عنوان یک سطح مقاومتی قوی برای شاخص کل عمل می‌کند. و می‌توان گفت شاخص در میان‌مدت در یک محدوده ۷۰ هزار واحدی در حال نوسان است. حمایت (۲ میلیون و ۱۳۰ هزار واحدی) تا محدوده مقاومت (۲ میلیون و ۲۰۰ هزار واحدی) و این موضوع از نظر تکنیکالیست‌ها به‌عنوان اصلاح زمانی یاد می‌شود تا شاخص زمان مناسب برای رشد را دریافت کند.

تحلیل تکنیکالی بورس تهران

نگاهی به روزهای مثبت و منفی شاخص کل بورس تهران نشان می دهد که شاخص کل در مدت ۱۸۹ روز، روند صعودی به خود گرفته و از محدوده یک میلیون و ۲۵۴ هزار واحدی در اوایل آبان‌ماه سال پیش به محدوده ۲ میلیون و ۵۴۰ هزار واحد رسید. همچنین شاخص پس از افت سنگین ۱۷ اردیبهشت‌ماه تاکنون حدود ۶۷ روز منفی و اصلاحی را پشت سرنهاده و در حال حاضر حدود ۳۵درصد از روند زمانی گذشته (۱۸۹ روز صعود) را طی کرده است. از منظر سطوح فیبوناچی می‌توان به محدوده‌های مهمی همچون ۲۳درصد، ۳۸درصد، ۵۰ درصد و ۶۱ درصد اشاره کرد که شاخص کل بورس تهران را می‌توان در نزدیکی یکی از سطوح مهم فیبوناچی درنظر گرفت (سطح ۳۸ درصدی فیبوناچی موج قبلی زمانی شاخص کل بورس تهران). تکنیکالیست‌ها معتقد هستند که شاخص‌ها و قیمت کالا و اوراق بهادار در این محدوده‌ها واکنش‌هایی را از خود نشان می‌دهند و این واکنش می‌تواند هم ادامه‌دهنده و مسیر و هم برگشتی مسیر روند فعلی باشد. با این اوصاف باید برای چند روز آینده و از منظر تکنیکالی منتظر وقوع اتفاق خاصی باشیم. اتفاقی که ممکن است به شکست یکی از سطوح حمایتی ۲ میلیون و ۱۳۰ هزار واحدی و یا مقاومت ۲ میلیون و ۲۰۰ هزار واحدی منجر شود. در مجموع، به نظر می‌رسد اصلاح دوماهه بورس تهران خیال توقف ندارد و بازار دلیلی برای تثبیت روند صعودی خود نمی‌بیند؛ چرا که از یکسو در بازار ارز ثبات مشاهده می‌شود و از سوی دیگر مسائل بنیادی بورس موجب این تعلل می‌شوند. بنابراین در معاملات ادامه هفته، نوسان در محدوده ای کوچک پیش‌بینی می شود.

فعالان بخش خصوصی از لزوم حذف قیمتگذاری دستوری گفتند

درخواست حذف کارت بازرگانی

رئیس اتاق بازرگانی تهران با تاکید بر لزوم حذف کارت بازرگانی، گفت: با همکاری اندیشکده شریف، طرح‌های مستند آماده شده تا قیمت گذاری دستوری حذف و جایگزین آن لایحه‌ای تنظیم که تقدیم مجلس می‌شود.

محمود نجفی عرب، رئیس اتاق بازرگانی تهران در مراسم روز صنعت و معدن تهران با اشاره به لفزوم حذف قیمتگذاری دستوری گفت: قوانین زیادی تدوین شده که بعضا سبب مشکلات بیشتری برای تولیدکنندگان شده، مانند تولید رقابت پذیر. برخی از این قوانین برای تصحیح اقتصاد به وجود آمد، اما این قوانین فضای اقتصادی ما را رفع نکرد.

او با تاکید بر لزوم حذف کارت بازرگانی افزود: کارت بازرگانی از سال ۱۳۳۴ برای مدیریت حوزه تجارت و صادرات به وجود آمد؛ این کارت از حدود دو سال پیش در سامانه جامع تجارت صادر و تمدید می‌شد؛ در حال حاضر دریافت آن بیش از شش ماه به طول می‌انجامد. امروز می‌توان گفت نیازی به داشتن کارت بازرگانی نیست. به طور نمونه کشور همسایه، ترکیه کارت بازرگانی ندارد و این موضوع را از مسئولان مطالبه خواهیم کرد که کارت بازرگانی حذف شود.

رئیس اتاق بازرگانی تهران افزود: تاکنون نتوانستیم با قیمت گذاری دستوری عرضه و تقاضا را تنظیم کنیم و به همین دلیل با همکاری اندیشکده شریف، طرح‌های مستند آماده شده تا قیمت گذاری دستوری حذف و جایگزین آن لایحه‌ای تنظیم شده، که تقدیم مجلس می‌شود. این لایحه شامل لبنیات، خودرو، آرد، نان، قند و شکر، دارو، صنعت، فولاد و صنایع لوازم خانگی است. قیمت گذاری دستوری باعث رکود ۸۰ واحد تولیدی کوچک شده و امیدواریم این لایحه بتواند در رفع مشکلات این حوزه موثر واقع شود.

در ادامه این مراسم، رئیس خانه صنعت و معدن جوانان استان تهران با اشاره به اینکه برخی بانک‌ها عرصه را بر تولیدکنندگان تنگ کردند، گفت: شرکت‌هایی که بانک‌ها حامی آن هستند، عرصه را بر تولیدکنندگان تنگ کرده‌اند؛ تولیدکنندگان قادر به رقابت با شرکت‌هایی که بانک‌ها حامی آن‌ها باشند، نیستند. به گفته وی، در تهران ۱۰ هزار واحد صنعتی و تولیدی وجود دارد که با مستندات و بازدیدهای متعددی که صورت گرفته، ۳۹ واحد برگزیده، انتخاب شدند.

به گزارش ایسنا، در ادامه این مراسم همچنین علی رسولیان، معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت نیز با تاکید بر اینکه زیست بوم حوزه تولید با مدل‌های جدید باید همراه باشد، گفت: نیازمند مسیرهای جدید توسعه صنعتی مطابق با استانداردهای روز دنیا هستیم و مجتمع‌ها و شهرک‌های کارگاهی الگویی جهانی در قالب زنجیره‌های تولید است. به گفته وی طی دو سال گذشته بیش از ۱۰۰۰ هکتار زمین برای توسعه صنعت در این استان فراهم آمده است.

رسولیان با اشاره به اقدامات انجام شده در راستای تامین زیرساخت‌ها تصریح کرد: نزدیک به چهار پست بزرگ برق در استان ایجاد شده و بیش از ۲۰۰۰ میلیارد تومان در حوزه زیرساخت‌های صنعتی در شهرک‌های صنعتی این استان طی دوسال اخیر هزینه شده است.

وی با بیان اینکه موضوعاتی مانند هوش مصنوعی، رباتیک، فناوری‌های نوین، انقلاب چهارم صنعتی و... مسیری است که صنعت ما را در آینده رقابت‌پذیر می‌کند و به مسیر توسعه صنعتی بنگاه‌ها کمک می‌کند، اظهار کرد: زیست بوم حوزه تولید با مدل‌های جدید و روز دنیا باید همراه باشد. تلاش می‌کنیم با ایجاد شهرک‌های فناوری که ۴۰ شهرک فناوری جدید را از دولت مصوبه گرفته‌ایم، به سمت صنعت فناورانه و نوآورانه گام برداریم.

به گفته این مقام مسئول در وزارت صمت، ۵۰۰ خوشه صنعتی در کشور مطالعه شده است و حدود ۱۲۸ خوشه اجرا شده است. فصل خوبی در برنامه هفتم توسعه برای خوشه‌ها در حال رقم خوردن است تا خوشه‌های صنعتی بر اساس ظرفیت‌های منطقه‌ای شکل بگیرند.

رسولیان همچنین تصریح کرد: به صورت همزمان رفع نیازهای فناورانه بنگاه‌ها و کمک به عارضه یابی آنها در دستور کار است، از سوی دیگر بازاریابی و برندینگ فصل جدید و راهکاری متفاوت برای توسعه صنعتی است که مجموعه این اقدامات در سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران دنبال می‌شود.

علیرضا فخاری، استاندار تهران نیز طی سخنان کوتاهی در این مراسم ضمن گلایه از بروکراسی‌های زاید اداری اظهار کرد: هم افزایی و تعامل بین بخشی برای حذف و کاهش این بروکراسی ضرورت دارد.

وی با بیان اینکه ۴۷ درصد از صنعت کشور در استان تهران است، افزود: سهم استان تهران در GDP حدود ۲۴ درصد است و این ظرفیت مهمی و نقطه عطفی برای تصمیم گیری‌های اساسی است. همچنین ساماندهی لکه‌های صنعتی از موضوعات بسیار مهم این استان است.

در پایان این مراسم از صنعتگران و معدنکاران نمونه استان تهران نیز با حضور مسئولان کشوری و استانی تجلیل شد. در این راستا، از ۴۱ واحد صنعتی و معدنی شامل ۲۹ واحد صنعتی، ۳ بهره بردار نمونه معدنی، یک مکتشف نمونه معدنی، یک شهرک صنعتی نمونه، یک طرح نمونه صنعتی، ۳ واحد صنایع معدنی، ۳ پیشکسوت نمونه صنعتی، تقدیر و به آنها لوح و تندیس اهدا شد.

آگهی دعوت به مجمع عمومی عادی سالیانه (نوبت اول)

شرکت تعاونی اعتبار کارکنان شهرداری اسلامشهر به شماره ثبت ۴۹۸۸۲۶ وشناسه ملی ۱۴۰۰۶۱۹۳۰۷۸ - بدینوسیله از کلیه اعضا محترم شرکت تعاونی دعوت به عمل می آید تا در مجمع عمومی عادی سالیانه نوبت اول که درساعت ۱۶ روزسه شنبه مورخ ۱۴۰۲/۵/۱۰ درمحل اسلامشهر ، خیابان امام موسی کاظم (ع) دورمیدان آبادان ، مسجد حضرت قائم (عج) برگزار می گردد حضور به هم رسانند . دستور جلسه :

۱- ارائه گزارش هیات مدیره و بازرس
۲- طرح و تصویب صورتهای مالی سالهای ۱۳۹۸،۱۳۹۹،۱۴۰۰،۱۴۰۱
۳- تعیین خط مشی وتصویب بودجه سال ۱۴۰۲
۴-انتخاب اعضای اصلی و علی البدل هیات مدیره و بازرس

توضیحات :

از کلیه اعضایی که داوطلب عضویت درسمت بازرسی وهیات مدیره شرکت تعاونی هستند دعوت به عمل می آید پس از انتشار این آگهی به مدت ۵ روز تقاضای خودرا همراه با دردست داشتن مدارک هویتی به منظور تکمیل فرم ثبت نام و دریافت رسید به محل دفتر تعاونی ارائه نمایند . (برای تعاونی های که مشمول کمیسیون ماده ۵ نیستند قید نگردد)

اگر حضورعضوی درمجمع عمومی میسر نباشد میتواند وکالتا حق اعمال رای را به غیر دهد وهریک از اعضا تعاونی می تواند نماینده تام الاختیاری ازمیان اعضا یا خارج از آن برای حضور در مجمع واعمال رای تعیین نماید . تعداد آرای وکالتی هرعضو حداکثر سه رای و هرشخص غیر عضو تنها یک رای خواهد بود .تایید نمایندگی و احراز هویت با یک نفر نماینده هیات مدیره وبازرس تعاونی می باشد ، لذا متقاضیان اعطای نمایندگی باید حداکثر ۴۸ ساعت قبل از برگزاری مجمع به همراه نماینده خودبا دردست داشتن مدرک موید عضویت در تعاونی وکارت شناسایی معتبر درمحل دفتر تعاونی حاضر تا پس از احراز هویت طرفین ، عضویت متقاضی واهلیت نماینده ، برگه نمایندگی مربوطه توسط مقام مذکور تایید و برگه ورود درمجمع برای نماینده صادر گردد .

درضمن یادآوری می شود این مجمع با حضور نصف +۱ ازاعضا رسمیت می یابد و تصمیماتی که در آن اتخاذ می شود برای کلیه اعضا (اعم از حاضرو غایب)نافذ و معتبر خواهد بود .

هیات مدیره شرکت تعاونی اعتبار کارکنان شهرداری اسلامشهر

آگهی مفقودی

برگ سبز و سند کمپانی اتومبیل سواری پراید به شماره موتور ۴۲۶۵۰۸۲ به شماره شاسی S۳۴۱۲۲۹۰۹۷۱۱۳۷ پلاک انتظامی ایران ۹۹_۷۱۴ ج ۹۷ بنام خانم فاطمه هزاره مفقود و از درجه اعتبار ساقط می باشد.

کاشان

آگهی مفقودی

کلیه مدارک موتور سیکلت به شماره شاسی ۱۵۲۶۴۱۵۱۵۰z و شماره موتور ۲۰۸۳۳۵ ، شماره پلاک ۶۳۲ - ۳۹۸۸۳ بنام آقای حمید رضا ضیافت مفقود و فاقد اعتبار می باشد.

کاشان

سازمان آگهی‌ها ۸۸۹۳۶۶۵۱

آگهی فقدان سند مالکیت

خانم الهه حسینی اعلام گردیده است با تسلیم تقاضا وارده به شماره ۱۴۰۱۸۵۶۰۱۰۲۵۰۲۲۵۹۵ مورخ ۴۰۱.۰۷.۱۰ منضم به دو ۲ برگ استشهادیه جهت دریافت سند مالکیت المثنی و مصدق شده طی شماره ۱۵۵۷۵ باشناسه یکتا ۱۴۰۱۰۲۱۵۱۹۸۶۰۰۰۲۰۳ ورمز تصدیق ۳۱۸۶۲۴ توسط دفترخانه اسناد رسمی شماره ۱۰۹۹ حوزه ثبتی تهران مدعی گردیده سند مالکیت ششدانگ یکدستگاه آپارتمان نوع ملک طلق به پلاک ثبتی ۵۴۲ فرعی از ۶۷۱۶ اصلی ، مفروز و مجزا شده از ۴۱۷ فرعی از اصلی مذکور ، قطعه ۲ در طبقه ۱ و واقع در بخش ۰۲ ناحیه ۰۰ حوزه ثبت ملک نارمک تهران استان تهران به مساحت ۹۴.۲۷ متر مربع
که مقدار ۴.۶۱ متر مربع آن سطح بالکن است، توضیحات ملک
مشخصات مالکیت:
مالکیت الهه / محمد حسینی فرزند کیکاوس شماره شناسامه ۰۰۱۲۱۰۲۲۲۹ تاریخ تولد ۱۳۹۶/۰۴/۰۱ صادره از تهران دارای شماره ملی ۰۰۱۲۱۰۲۲۲۹ با جز سهم ۳ از کل سهم ۶ بعنوان مالک سه دانگ مشاع از شش دانگ عرصه و اعیان با شماره مستند مالکیت ۲۰۶۶۴۸ تاریخ ۱۳۹۸/۰۳/۰۸ دفترخانه اسناد رسمی شماره ۳۶ شهر تهران استان تهران، موضوع سند مالکیت اصلی بشماره چاپی ۱۰۵۹۲۰ سری د سال ۹۷ با شماره دفتر الکترونیکی ۱۳۹۸۲۰۳۰۱۰۲۵۰۱۱۳۸۱ ثبت گردیده است. مالکیت سکینه / فتحی اصلی فرزند حسینعلی شماره شناسامه ۳۳۱۳ تاریخ تولد ۱۳۵۰/۰۷/۲۹ صادره از تهران دارای شماره ملی ۰۰۵۷۴۳۸۲۲۶ با جز سهم ۳ از کل سهم ۶ بعنوان مالک سه دانگ مشاع از شش دانگ عرصه و اعیان با شماره مستند مالکیت ۲۰۶۶۴۸ تاریخ ۱۳۹۸/۰۳/۰۸ دفترخانه اسناد رسمی شماره ۳۶ شهر تهران استان تهران، موضوع سند مالکیت اصلی بشماره چاپی ۱۰۵۹۲۱ سری د سال ۹۷ با شماره دفتر الکترونیکی ۱۳۹۸۲۰۳۰۱۰۲۵۰۱۱۳۸۲ ثبت گردیده است. محدودیت: یک مورد بازداشت دائم بموجب دستور شماره ۱۴۰۱۶۸۹۹۰۰۲۴۲۰۸۰۰۵ مورخ ۱۴۰۱/۰۷/۱۶ صادره از شعبه ۷ دادیاری دادسرای عمومی و انقلاب ناحیه ۴ تهران به نفع - برای مالکیت الهه محمدحسینی. بازداشت می باشد یک مورد بازداشت دائم بموجب دستور شماره ۱۳۹۸۱۶۸۰۰۰۶۷۲۳۵۷۷ مورخ ۱۳۹۸/۱۱/۰۷ صادره از شعبه ۲ بازپرسی دادسرای عمومی و انقلاب ناحیه ۸ تهران به نفع - برای مالکیت سکینه فتحی اصلی بازداشت می باشد بعلت سهل انگاری مفقود گردیده و درخواست صدور سند مالکیت المثنی نسبت به مالکیت الهه حسینی به نسبت سه دانگ مشاع از ششدانگ پلاک موصوف را نموده است لذا مراتب در اجرای ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت فقط در یک نوبت در یک روزنامه کثیرالانتشار (همین روزنامه) آگهی میشود تا چنانچه کسی ادعای انجام معامله نسبت به ملک مذکور و یا وجود اصل سند مالکیت نزد خود را داشته باشد از تاریخ انتشار این آگهی ظرف مهلت ۱۰ روز اعتراض خود را به انضمام اصل سند مالکیت به این منطقه ارائه نماید تا مورد رسیدگی قرار گیرد بدیهی است اصل سند مالکیت پس از رؤیت و ملاحظه به ارائه دهنده اعاده خواهد شد لیکن به اعتراض بدون ارائه اصل سند مالکیت ترتیب اثر داده نمي شود . در صورت عدم وصول واخواهي ظرف مهلت مقرر قانوني المثني سند مالكيت پلاک مرقوم صادر و به متقاضی تسلیم خواهد گردید. م الف ۱۱۸۸۲

بهروز جشان - رئیس واحد ثبتی حوزه ثبت ملک نارمک تهران
شناسه آگهی ۱۵۲۴۶۷۷

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

برابر رای شماره ۱۴۰۱۶۰۳۱۲۰۰۱۰۰۴۸۰۰ ورای اصلاحی شماره ۱۴۰۲۶۰۳۱۲۰۰۱۰۰۲۸۱۳ هیئت موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی تصرفات مالکانه بلامعارض کلاسه ۱۴۰۱۱۱۴۴۱۲۴۸۰۰۰۰۲۵ تقاضای آقای ابوالفضل عرب حجی به شماره شناسنامه ۳۳۳۹۴ و کد ملی ۲۱۲۰۳۱۳۷۰۹ صادره از گرگان فرزند غلامحسین در ششدانگ اعیانی یکباب ساختمان بانضمام سه دانگ مشاع از ششدانگ عرصه که مابقی آن وقف است بمساحت ۱۹۶/۲۲ متر مربع از پلاک شماره ۱۲۴ - اصلی واقع در اراضی توشن بخش دو حوزه ثبت گرگان طبق رای صادره حکایت از انتقال از مالک رسمی علی مستمند به متقاضی دارد. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله پانزده روز آگهی میشود از این رو اشخاصی که نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراض داشته باشند میتوانند از تاریخ انتشار اولین آگهی بمدت دو ماه اعتراض خود را با ذکر شماره پرونده به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یکماه از تاریخ تسلیم اعتراض به مرجع ثبتی دادخواست خود را به مرجع ذیصلاح قضائی تقدیم نماید.
م الف ۱۶۰۳۹
تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۲/۴/۳ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۴/۱۹

مهدی شاه مهری
سرپرست اداره ثبت اسناد و املاک منطقه یک گرگان
از طرف غلامرضا قاسمی

آگهی فقدان سند مالکیت

نظر باینکه آقای علي وابونیان و خانم معصومه بوجار (بالسویه) بعنوان مالک با اعلام گم شدن سند مالکیت ملک مورد آگهی با تسلیم استشهادیه گواهی امضاء شده شناسه یکتا ۱۴۰۲۰۲۱۵۲۵۵۸۰۰۰۰۵۷ - ۱۴۰۲۰۲۱۵۲۵۵۸۰۰۰۰۵۶ و شماره ترتیب ۱۲۳۱۰ - ۱۲۳۱۱ ورمز تصدیق ۵۹۶۲۷۹-۱۶۶۴۶۲ مورخ ۱۴۰۲/۰۲/۰۷ دفترخانه ۱۰۰۳ تهران طی درخواست وارده شماره ۱۴۰۱۸۵۶۰۱۰۲۶۰۰۰۶۲۰۲ مورخ ۱۴۰۲/۰۳/۰۳ تقاضای صدور سند المثنی سند مالکیت را نموده است که مراتب در اجرای ماده ۱۲۰ آیین نامه قانون ثبت به شرح زیر آگهی می گردد.
۱ -نام و نام خانوادگی مالک: آقای علي وابونیان و خانم معصومه بوجار (بالسویه)
۲ -شماره پلاک : ۱۵۰۳ فرعی از ۵۳ اصلی واقع در بخش ۱۱ تهران
۳- علت گم شدن : جابجایی
۴- خلاصه وضعیت مالکیت: یک قطعه آپارتمان مسکونی به پلاک ثبتی ۱۵۰۳ فرعی از ۵۳ اصلی ، مفروز و مجزا شده از ۷۹ فرعی از اصلی مذکور ، قطعه ۵ در طبقه ۳ واقع در بخش ۱۱ تهران به مساحت ۵۸،۴ متر مربع قطعه پنجم تفکیکی مفروز و مجزی شده از شماره ۷۹ فرعی از ۵۳ اصلی ، به مساحت (۵۸/۴) پنجاه و هشت متر و چهل دسیمتر مربع ، واقع در سمت شمالی طبقه سوم به انضمام انباری قطعه ۸ به مساحت ۴.۸۷ متر مربع و پارکینگ قطعه ۸ به مساحت ۱۰.۷۵ متر مربع مشخصات مالکیت: مالکیت معصومه بوجار فرزند داود شماره شناسنامه ۴۲۳۳۵ تاریخ تولد ۱۳۶۶/۰۴/۲۱ صادره از تهران دارای شماره ملی ۰۰۷۹۷۴۴۰۴۴ بعنوان مالک سه دانگ مشاع از شش دانگ عرصه و اعیان با شماره مستند مالکیت ۶۸۸۹ تاریخ ۱۳۹۶/۰۶/۱۴ و ۶۸۸۶ تاریخ ۱۳۹۶/۰۶/۱۴ و ۹۰۲۷ تاریخ ۱۳۹۷/۱۲/۰۷ دفترخانه اسناد رسمی شماره ۱۳۴۸ شهر تهران موضوع سند مالکیت اصلی بشماره چاپی ۶۹۹۰۳۲ سری ب سال ۹۵ با شماره دفتر الکترونیکی ۱۳۹۶۲۰۳۰۱۰۲۶۰۲۸۳۴۹ ثبت گردیده است.

مالکیت علي وابونیان فرزند عباس شماره شناسنامه ۱۳۸۲۳ تاریخ تولد ۱۳۶۵/۰۱/۲۹ صادره از تهران دارای شماره ملی ۰۰۸۱۳۰۶۴۳۱ بعنوان مالک سه دانگ مشاع از شش دانگ عرصه و اعیان، با شماره مستند مالکیت ۶۸۸۹ تاریخ ۱۳۹۶/۰۶/۱۴ و ۶۸۸۶ تاریخ ۱۳۹۶/۰۶/۱۴ و ۹۰۲۷ تاریخ ۱۳۹۷/۱۲/۰۷ دفترخانه اسناد رسمی شماره ۱۳۴۸ شهر تهران موضوع سند مالکیت اصلی بشماره چاپی ۶۹۹۰۳۱ سری ب سال ۹۵ با شماره دفتر الکترونیکی ۱۳۹۶۲۰۳۰۱۰۲۶۰۲۸۳۴۷ ثبت گردیده است محدودیت دفتر املاک : رهنی شماره ۶۸۸۹ مورخ ۱۳۹۶/۰۶/۱۴ دفترخانه اسناد رسمی شماره ۱۳۴۸ شهر تهران بنفع بانک مسکن شعبه باغ صبا به مبلغ ۳۶۲،۶۲۴،۹۰۵ ریال و رهنی شماره ۹۰۲۷ مورخ ۱۳۹۷/۱۲/۰۷ دفترخانه اسناد رسمی شماره ۱۳۴۸ شهر تهران بنفع بانک مسکن شعبه باغ صبا به مبلغ ۳۰۲،۱۳۳،۶۴۵ ریال به مدت ۶۰ ماه ثبت شده است. لذا با توجه به اعلام فقدان سند مالکیت ملک فوق الذکر و درخواست صدور المثنی آن مراتب اعلام تا هر کس نسبت به ملک مورد آگهی معامله کرده که در قسمت چهارم این آگهی ذکر نشده و یا مدعی وجود سند مالکیت نزد خود می باشد باید تا ده روز پس از انتشار آگهی به ثبت محل مراجعه و اعتراض خود را ضمن ارایه اصل سند مالکیت یا سند معامله تسلیم نماید و اگر ظرف مهلت مقرر اعتراض نرسد و یا در صورت اعتراض اصل سند مالکیت یا سند معامله ارائه نشود اداره ثبت المثنی سند مالکیت را طبق مقررات صادر و به متقاضی تسلیم خواهد کرد. م الف ۱۱۸۸۱

علیرضا صالحی فشمی- رئیس واحد ثبتی حوزه ثبت ملک قلهک تهران
شناسه آگهی ۱۵۲۴۶۷۴

آگهی ابلاغ کارگاه / شرکت رفاه آوران

باتوجه به درخواست بازنشستگی پیش از موعد حسین قلمی در کارهای سخت وزیان آور که در جلسه کمیته بدوی استانی مورخ ۱۴۰۲/۳/۳۰ این اداره کل مطرح شده ، شغل اپراتور پست از تاریخ ۸۹/۱/۱ لغایت ۸۹/۱۰/۳۰ مورد تایید قرار گرفته است. لذا مطابق با تبصره ۵ ماده ۸ تصویب نامه هیئت محترم وزیران، رأی مذکور ظرف مدت ۱۵ روز اداری از تاریخ ابلاغ نامه با ارائه تقاضای کتبی (فرم شماره ۴) قابل تجدید نظر خواهی می باشد و در غیر این صورت رأی مذکور قطعی و لازم الاجراست.

اداره کل تعاون ، کار و رفاه اجتماعی استان بوشهر

آگهی فقدان سند مالکیت

آقای نصرت اله اکبری برابر درخواستی به شماره وارده ۱۴۰۲۸۵۶۰۱۰۵۴۰۰۲۴۱۳ مورخه ۱۴۰۲/۰۲/۱۸ با تسلیم استشهادیه مصدق دفترخانه اسناد رسمی شماره ۹۳۱ تهران، با اعلام اینکه سند مالکیت ششدانگ آپارتمان مسکونی قطعه ۲ تفکیکی واقع در طبقه اول به مساحت ۵۴.۰۷ متر مربع، تحت پلاک ثبتی ۶۷ فرعی از ۴۴۴۵ اصلی مفروز از اصلی ۶ فرعی از اصلی مذکور، واقع در حوزه ثبتی خاوران، ذیل ثبت ۸۵۵۴۲ صفحه ۵۱۸ دفتر ۵۷۲ بنام آقای نصرت اله اکبری فرزند: علی اکبر، ثبت و سند مالکیت بشماره سریال ۲۶۶۰۰۶۰ صادر و تسلیم مالک گردید، در ادامه آقای ابوالفضل عباسی طی درخواست وارده فوق با اعلام اینکه سند مالکیت ایشان بعلت جابجایی مفقود گردیده، تقاضای صدور المثنی سند مالکیت پلاک مذکور را نموده است، لذا مراتب در اجرای ماده ۱۲۰ آئین نامه اصلاحی قانون ثبت در یک نوبت آگهی میشود تا چنانچه شخص یا اشخاص مدعی انجام معامله نسبت به ملک مرقوم یا وجود سند مالکیت نزد خود میباشند از تاریخ انتشار به مدت ۱۰ روز پس از انتشار این آگهی اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت یا سند معامله به این اداره مراجعه و رسید دریافت نماید در غیر اینصورت اداره ثبت وفق مقررات اقدام خواهد نمود و اعتراض ایشان فقط در مراجع قضائی قابل رسیدگی خواهد بود. م الف ۱۱۸۷۹

جواد گرجی زاده گودرزی- سرپرست واحد ثبتی حوزه ثبت ملک خاوران تهران
شناسه آگهی ۱۵۲۴۶۶۹

آگهی افراز پلاک ثبتی ۲۳۹۵/۴۲۵۱۵

نظر به اینکه بموجب وارده شماره ۷۸۶۰ مورخ ۱۴۰۲/۰۴/۰۷ آقای سید شجاع الدین شکریان درخواست افراز پلاک ثبتی ۴۲۵۱۵ فرعی از ۲۳۹۵ اصلی نموده و با عنایت به اعلام متقاضی مبنی بر عدم دسترسی به آدرس مالکین مشاعی (آقایان رشید امینی، بیژن امینی، افشین امینی، سید ماهان شکریان و مزدک شکریان)، بدینوسیله تصمیم واحد ثبتی مبنی بر عدم قابلیت افراز پلاک ثبتی فوق پیوست تا چنانچه مالکین مشاعی نسبت به تصمیم واحد ثبتی اعتراض دارند، اعتراض خود را ظرف مهلت ۱۰ روز از تاریخ انتشار در دادگاه صالحه محل وقوع ملک ارائه نمایند. سابقه بازداشت مشاهده نگردید.
تصمیم واحد ثبتی در خصوص تقاضای افراز پلاک ثبتی ۲۳۹۵/۴۲۵۱۵
متقاضی افراز: از طرف آقای سید شجاع الدین شکریان
سایر مالکین مشاعی: ماهان شکریان و شرکاء
در اجرای تقاضای وارده ۷۸۶۰ مورخ ۱۴۰۲/۰۴/۰۷ آقای سید شجاع الدین شکریان دایر بر افراز شش دانگ پلاک ثبتی ۴۲۵۱۵ فرعی از ۲۳۹۵ اصلی داثر بر افراز پلاک ثبتی فوق به استحضار میرساند: ششدانگ یک دستگاه آپارتمان به پلاک ثبتی ۴۲۵۱۵ فرعی از ۲۳۹۵ اصلی مفروز و مجزا شده از ۵۰۱۵۹۴۰۲ فرعی از اصلی مذکور به مساحت ۱۴۵،۷ متر مربع واقع در بخش ۱۰ ناحیه ۰۱ تهران با شماره دفتر الکترونیکی ۱۴۰۲۲۰۳۰۱۰۸۰۰۰۸۹۷۷ به نام آقای سید شجاع الدین شکریان به میزان ۴ دانگ مشاع از شش دانگ ثبت و سند مالکیت بشماره چاپی ۹۷۸۷۱۴ سری الف سال ۰۱ صادر و تسلیم شده است و خانم فرشته سادات شکریان مالک مشاعی یک سهم از ۹ سهم و آقای سید جمال الدین شکریان مالک مشاعی ۲ سهم از ۹ سهم که خانم فرشته سادات شکریان طبق گواهی حصر وراثت شماره ۹۸۰۹۹۷۰۹۲۰۸۰۰۷۸۷ مورخ ۱۳۹۸،۰۷،۲۵ شعبه ۹ مجتمع شماره ۱ شورای حل اختلاف تهران فوت و وراث حین الفوتش رشید، بیژن و افشین شهرت همگی امینی بوده و همچنین آقای سید جمال الدین شکریان طبق دادنامه حصر وراثت شماره ۱۴۰۱۹۱۳۹۰۰۰۴۶۹۲۱۱ مورخ ۱۴۰۱،۰۴،۱۸ شعبه ۱۱۴ مجتمع شماره ۳ شورای حل اختلاف تهران فوت و وراث حین الفوتش سید ماهان شکریان و مزدک شکریان پسران متوفی بوده اند. سپس خواهان بموجب تقاضای وارده شماره ۷۸۶۰ مورخ ۱۴۰۲/۰۴/۰۷ بظرفیت خواندگان و باستناد قانون افراز و فروش املاک مشاع مصوب آبان ماه ۱۳۵۷ خواستار افراز سهم مشاع خود شده است و موضوع به کارشناسان آقایان بورقانی و خدابندهلو نماینده و نقشه بردار محول گردیده است. لذا پس از تشریفات قانونی و با توجه به نامه های شماره ۱۰۱/۹۶۱۳۱۵۵۸ مورخ ۹۶/۰۹/۱۲ استان تهران و ۹۶/۱۷۶۸۵۷ مورخ ۹۶/۰۹/۰۴ مدیر کل محترم املاک و نامه ۱۷۳۶۵۶ مورخ ۹۶/۰۸/۱۳ معاونت محترم نظارت و بازرسی امور سیاسی و قضایی سازمان بازرسی کل کشور و به علت آپارتمان و نامه شماره ۵۰۵/۲۱۶۵۹ مورخه ۱۴۰۲/۰۴/۱۱ شهرداری منطقه ۵ تهران پلاک مورد درخواست خواهان تحت شماره ۴۲۵۱۵ فرعی از ۲۳۹۵ اصلی غیر قابل افراز تشخیص و بر اساس ماده ۵ و ۶ آیین نامه قانون مذکور رای به عدم افراز صادر می گردد. این تصمیم برابر ماده دوم قانون افراز و فروش املاک مشاع از تاریخ رؤیت ظرف ده روز قابل اعتراض از طرف هریک از شرکاء در دادگاه صالحه محل وقوع ملک می باشد. م الف ۱۱۸۷۷

کمال شاکری- کفیل واحد ثبتی حوزه ثبت ملک شهرآرا تهران
شناسه آگهی ۱۵۲۴۲۱۱

آگهی فقدان سند مالکیت

خانم / آقای رسول ساعدی خامنه اصالتطلی وارده شماره ۴۵۰۰۳۴۹۷ مورخ ۱۴۰۲/۰۲/۱۳ با تسلیم استشهادیه گواهی امضا به شماره ۳۳۸۷۲ و رمز تصدیق ۳۴۵۹۵۱ و شناسه یکتا ۱۴۰۲۰۲۱۵۲۷۸۴۰۰۰۰۲۲ مورخ ۱۴۰۲/۲/۹ دفترخانه ۳۸ تهران تقاضای صدور سند مالکیت المثنی نموده و مدعی است سند مالکیت یک قطعه مغازه نوع ملک طلق با کاربری به پلاک ثبتی ۸۹۱۳۸ فرعی از ۲۳۹۵ اصلی ، مفروز و مجزا شده از ۹۴۹۸ فرعی از اصلی مذکور، قطعه ۲ در طبقه ۰ و واقع در بخش ۱۰ ناحیه ۰۰ حوزه ثبت ملک رودکی تهران استان تهران به مساحت ۲۷.۴۷ متر مربع. متن ملک، توضیحات ملک و انباری تحتانی داخل مغازه به مساحت ۱۸ متر مربع و راهرو متصل به آن به مساحت ۱.۲۰ متر مربع. مالکیت رسول / ساعدی خامنه فرزند محمد ابراهیم شماره شناسنامه ۱۱۳۳۴ تاریخ تولد ۱۳۴۳/۱۰/۱۷ صادره از تهران دارای شماره ملی ۰۰۳۵۲۰۶۹۰۱ با جز سهم ۶ از کل سهم ۶ بعنوان مالک شش دانگ عرصه و اعیان با شماره مستند مالکیت ۴۱۹۷۷ تاریخ ۱۳۹۷/۰۴/۱۹ دفترخانه اسناد رسمی شماره ۳۱۴ شهر تهران استان تهران، موضوع سند مالکیت اصلی بشماره چاپی ۲۲۹۸۶۰ سری الف سال ۹۷ با شماره دفتر الکترونیکی ۱۳۹۷۲۰۳۰۱۰۴۵۰۴۹۸۴۴ ثبت گردیده است. به علت اسباب کشی مفقود گردیده لذا مراتب در اجرای تبصره یک ماده ۱۲۰ آیین نامه قانون ثبت در یک نوبت آگهی می گردد تا چنانچه کسی مدعی انجام معامله نسبت به آن و یا وجود سند مالکیت مذبور نزد خود باشد از تاریخ نتشار این آگهی ظرف مدت ده روز اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت یا سند معامله به این اداره تسلیم نماید تا مورد رسیدگی قرار گیرد بدیهی چنانچه در مهلت مقرر اعتراضی واصل نگردد المثنی سند مالکیت مرقوم صه متقاضی تسلیم می گردد. م الف ۱۱۸۷۸

سید هادی جلالی امام- سرپرست واحد ثبتی حوزه ثبت ملک رودکی تهران
شناسه آگهی ۱۵۲۴۲۱۴

آگهی تسلیم سند مالکیت پلاک ۱۹۳۰۷ فرعی از ۴۷۳۱ اصلی واقع در بخش ۶ثبتی تهران

سند مالکیت یکدانگ مشاع از ششدانگ یک دستگاه اپارتمان واقع دجنوب طبقه سوم به مساحت پنجاه و شش مترو شصت دسیمتر مربع که مقدار یک مترو شصت و هشت دسیمتر مربع ان بالکن است و مقدار هشت مترو پنج دسیمتر مربع آن در هنگام تخریب و نوسازی جزو گذر خواهد شد به شماره ۱۹۳۰۷ فرعی از ۴۷۳۱ اصلی مفروزومجزی شد هاز ۲۱۲۰۵ فرعی از اصلی مذکور واقع در بخش ۶ تهران ذیل ثبت ۸۳۲۷۳۵ صفحه ۱۹۱ دفتر ۶۲۶ املاک به نام آقای پرویز عادل پیله رود صادر و تسلیم شده است و طبق سند قطعی شماره ۲۱۱۲۰ مورخه ۹۳/۶/۴ دفترخانه ۸۰۵ تهران به خانم معصومه باقر نژاد اغمیونی منتقل شده استوطبق نامه شماره ۱۴۰۱۸۵۶۰۱۰۴۲۰۰۸۰۳۱ مورخه ۱۴۰۱/۴/۶ دفترخانه استادرسمی ۸۰۵ تهران اعلام نموده به استنادارای دادگاه سند قطعی اخیرالذکر باطل گردیده است و اینک آقای پرویز عادل پیله رود تقاضای سند نسبت به یکدانگ خویش از پلاک فوق الذکر را نموده و اعلام داشته اصل سند مالکیت درید خانم معصومه باقرنژاد اعمیونی می باشد که به نامبرده طی شماره ۱۴۰۲۸۵۶۰۱۰۴۲۰۰۷۰۱۰ ورخه ۱۴۰۲/۳/۲۱ اخطار گردید اصل سند مالکیت را تحویل اداره ثبت نماید که در موعد مقرر ارائه ننموده است لذا مراتب در اجرای تبصره ۳ آئین نامه اصلاحی قانون ثبت جهت اطلاع نامبرده در یک نوبت آگهی و متذکر میگردد ظرف مدت ۱۰ روز از تاریخ انتشار آگهی اصل سند مالکیت موصوف را جهت رسیدگی و اخبار به این منطقه ارائه نماید در غیر اینصورت این اداره برابر مقررات نسبت به صدور سند مالکیت به نام متقاضی اقدام خواهد نمود.
م الف ۱۱۸۸۳

عبداله اخلاقی سیاهمرد- کفیل واحد ثبتی حوزه ثبت ملک مولوی تهران
شناسه آگهی ۱۵۲۴۶۷۹

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

برابر رای شماره ۱۴۰۲۶۰۳۰۱۰۲۳۰۰۰۳۳۹ هیات اول / موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک کن تهران تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای مردعلی مطلوبی اسبفروشانی فرزند مطلب بشماره شناسنامه ۷۸ صادره از سراب در یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۱۹۸/۲۰ مترمربع پلاک ۴ فرعی از ۱۱۹ اصلی واقع در بخش ۱۱ تهران خریداری از مالک آقای محمد حسن کاظم لو محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار آگهی به مدت دو 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 وعدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شدم الف ۱۱۸۸۴
تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۲/۰۴/۱۹
تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۲/۰۵/۰۳

نادر کارگر- رئیس ثبت اسناد و املاک
شناسه آگهی ۱۵۲۴۶۸۰

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

برابر رای شماره ۱۴۰۲۶۰۳۰۱۰۷۸۰۰۰۸۷۳ مورخ ۱۴۰۲/۳/۷ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک یافت آباد تهران تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای اسماعیل محمدی فرزندرسول بشماره شناسنامه ۲۴۱ صادره از هشترود در ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی در آن به مساحت ۸۹/۳۲ متر مربع در قسمتی از پلاک ۵۵۴۹ فرعی از ۲ اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک ۱۴۱۷ فرعی از ۲ اصلی واقع در بخش ۱۲ تهران خریداری از مالک رسمی آقای عیسی اردسی محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید، ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم 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. م الف ۱۱۸۸۵
تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۲/۰۴/۱۹
تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۲/۰۵/۰۳

خداداد بشیری- رئیس ثبت اسناد و املاک یافت آباد
شناسه آگهی ۱۵۲۴۶۸۱

آگهی فقدان سند مالکیت

نظر به اینکه سند مالکیت به مساحت ۷۸.۵ متر مربع مشاع از ۲۰۰متر مربع مشاع از ۸۴۰متر مربع مشاع از شش دانگ هر یک از سه قطعه زمین ششدانگ هر یک از سه قطعه زمین مجموعا به مساحت ۳۶۱۰۵۰ متر مربع به شماره ۴۴۱۸ اصلی واقع دربخش ۷ حوزه ثبت خاوران ذیل ثبت ۱۱۸۴۱۸ دفتر ۷۹۷ صفحه ۲۵۷ به شماره چاپی ۴۳۵۳۶۳ بنام آقای عباس احسانی ثبت و صادر و تسلیم گردیده است، سپس مع الواسطه طی سند قطعی شماره ۲۲۷۲ مورخه ۸۱/۷/۱۰ دفتر خانه ۶۷۷ تهران به آقای حسن کثیری منتقل شد و سپس با ارائه دادنامه حصر وراثت شماره ۹۹۰۹۹۷۰۷۹۱۰۲۷۱۰ مورخه ۱۴/۱۱/۱۱۳۹۹ از شعبه ۷۹۱ از مجتمع شماره ۱۵ شورای حل اختلاف تهران فوت نموده که وراث وی عبارتنداز : سعید ومسعود ومحمد مهدی شهرت همگی کثیری (فرزندان متوفی) و خانم اکرم بازیار خشرودی (همسر متوفی) می باشد و سهم الارث وراث طبق قانون ارث می باشد، سپس بموجب نامه شماره ۹۱۱۰۱۱۰۲۳۸۹۰۰۷۰۶ مورخه ۰۹/۰۷/۱۳۹۱ از شعبه ۲۳۹ دادگاه عمومی تهران (خانوده یک تهران) بنام حسن کثیری در قید بازداشت می باشد سپس نامبرده گان با ارائه دو برگ استشهادیه که بامضاء شهود رسیده است و با گواهی دفتر املاک نسبت به مالکیت ذیل آن طی شماره ۳۶۶۸۷ مورخه ۲۵/۰۲/۱۴۰۲ دفتر خانه ۶۷۷ تهران ۱۴۰۰/۱۰/۰۲ گواهی امضاء گردید مدعی است که اصل سند مالکیت به علت ثاث کشی مفقود شده و تقاضای صدور المثنی سند مالکیت ملک مذکور را نموده لذا مراتب باستناد ماده ۱۲۰ آئین نامه قانون ثبت در یک نوبت آگهی می شود تا چنانچه کسی مدعی انجام معامله نسبت و یا در اختیار داشتن سند مالکیت نزد خود می باشد ظرف مدت ۱۰ روز از انتشار این آگهی به این منطقه مراجعه و اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت اقدام نماید بدیهی است در این صورت پس از تنظیم صورت مجلس اصل سند مالکیت به ارائه کننده مسترد خواهد شد و صدور المثنی سند مالکیت منوط به ارائه دادنامه از مراجع ذیصلاح قضایی خواهد بود و پس از انقضاء مدت مذکور و عدم هر گونه اعتراض این منطقه نسبت به صدور المثنی سند مالکیت اقدام خواهد نمود. م الف ۱۱۸۸۰

گرجی زاده سرپرست ثبت اسناد و املاک خاوران تهران
شناسه آگهی ۱۵۲۴۶۷۳

آگهی تسلیم سند مالکیت مورث

شماره چاپی ۹۷۱۹۲۵ سند مالکیت ششدانگ یک دستگاه آپارتمان نوع ملک طلق با کاربری به پلاک
ثبتی ۳۰۳ فرعی از ۳۶۸۸ اصلی ، مفروز و مجزا شده از ۹۸ فرعی از اصلی مذکور ، قطعه ۱ در طبقه ۰۰ و واقع در بخش ۰۳ تهران به مساحت ۶۸ متر مربع که مقدار ۱.۵۰ متر مربع آن بالکن است، بنام خانم نسرین محمدی ثبت و صادر و تسلیم گردیده سپس نامبرده به موجب گواهی حصر وراثت ۰۱۰۱۱۹۷ مورخ ۱۴۰۲.۰۱.۲۸ شعبه ۲۶۲ شورای حل اختلاف منطقه تهران و وصیت نامه شماره ۱۱۸۷۴۲ مورخ ۱۳۹۹۲ دفتر ۱۱۱ تهران خواستار صدور سند سهم ارثی مشاعی را نموده است که اعلام نموده سند مالکیت در ید احد از مالکین مشاعی بنام زهرا رنجبر بوده که بنامبرده طی اخطاریه به شماره ۱۰۴۲۸۵۶۰۱۰۴۹۰۰۶۰۹۲ مورخ ۱۴۰۲/۰۴/۰۴ اخطار گردیده از آوردن آن امتناع ورزیده است ، مقتضی سایر مالکین مشاعی که دارنده سند مالکیت فوق میباشند در صورت اعتراض بمدت ۱۰ روز از تاریخ انتشار این آگهی به این واحد ثبتی مراجعه نمایید. بدیهی است پس از انقضا مدت این اداره نسبت به صدور سند مالکیت سهمی سیاوش محمدی اقدام خواهد نمود. م الف ۱۱۸۸۶

مجید زاهدی منش- مدیر واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ولیعصر تهران
شناسه آگهی ۱۵۲۴۶۸۳

چطور نویسنده بهتری در حوزه بازاریابی باشیم؟

نویسنده: علی آل‌علی

مهارت نویسندگی فقط به درد داستان‌نویس‌های بزرگ نمی‌خورد. بی‌شک اگر کسی دوست داشته باشد شهرتی هم اندازه رمان‌نویس‌های قرن ۱۹ پیدا کند، باید سال‌های سال روی مهارت نویسندگی‌اش کار کند. با این حال اوضاع برای بازاریاب‌ها کمی ساده‌تر است؛ چراکه کسی در بازار از شما انتظار شاهکارهای ادبی ندارد. در عوض همین که متنی جذاب جلوی مخاطب قرار دهید، کافی است. البته همین مهارت هم یک روزه به دست نمی‌آید. در عوض شما باید کلی روی خودتان کار کرده و دائما تمرین کنید. وگرنه کلاه‌تان پس معرکه خواهد بود.

احتمالا پیش خودتان فکر می‌کنید ما اصلا چرا مقاله‌ای درباره مهارت نویسندگی جلوی روی‌تان قرار داده‌ایم. خب مگر نه اینکه این روزها همه دنبال فرمت‌هایی مثل ویدئو هستند؟ بی‌شک این سوال مهمی است و اگر نتوانیم جواب درست و حسابی برای آن پیدا کنیم، کل مقاله‌مان روی هوا می‌رود. راستش را بخواهید، محتوای متنی اگرچه دیگر مثل گذشته محبوبیت ندارد، اما هنوز هم در بین خیلی از مردم دنیا جذابیتش را حفظ کرده است. به علاوه، حتی درباره فرمت‌هایی مثل ویدئو هم شما نیاز به یک سناریو خواهید داشت. اگر در کنار این مسئله هنر کپشن‌نویسی را هم اضافه کنیم، دیگر اهمیت نویسندگی جای چون و چرا نخواهد داشت.

ما در این مقاله قصد داریم برخی از راهکارهای کلیدی برای تقویت مهارت نویسندگی در حوزه بازاریابی را زیر ذره بین ببریم. اگر شما هم دوست دارید کارتان به خوبی دنبال شود، بد نیست تا پایان این مقاله با ما همراه باشید. اینطوری مهارت نویسندگی‌تان از این رو به آن رو خواهد شد.

درک مخاطب هدف: برای چه کسی می‌نویسید؟

اجازه دهید کارمان را با یک سوال کلیدی شروع کنیم؛ شما برای چه کسی می‌نویسید؟ این سوالی است که خیلی از کارآفرینان در طول زندگی‌شان حتی یکبار هم به آن فکر نمی‌کنند. با این حال بازاریاب‌های حرفه‌ای باید کمی بیشتر برای این مسئله وقت بگذارند؛ چراکه پای آینده کاری‌شان در میان است. برخی از بازاریاب‌ها گمان می‌کنند باید برای تک تک مشتریان حاضر در بازار دست به تولید محتوا زده و رضایت‌شان را جلب کنند. این کار مثل آن است که یک بسکتبالیست دنبال جلب رضایت علاقه‌مندان به ورزش والیبال باشد. بی‌شک در چنین سناریویی هیچ خبری از اثرگذاری روی مخاطب نخواهد بود. پس نباید الکی وقت‌تان را هدر داده یا خودتان را مشغول کنید. ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم هر بازاریابی باید قبل از تولید محتوا دامنه مخاطبش را مشخص کند. شما برای این کار راه‌های بی‌نهایت متنوعی پیش رو دارید. ساده‌ترین سناریو استفاده از یک نظرسنجی در شبکه‌های اجتماعی است. اینطوری اطلاعات مفیدی درباره ویژگی‌های مخاطب‌تان پیدا خواهید کرد. به طوری که دیگر لازم نیست خودتان را اذیت کرده یا تحت فشار قرار دهید.

راهکار دیگری که معمولا جذابیت زیادی برای بازاریاب‌ها دارد، ارزیابی عملکرد دیگران است. بی‌شک شما تنها بازاریاب دنیا نیستید که فکر تولید محتوا به سرتان زده است. پس باید هرچه زودتر خودتان را با دیگران مقایسه کنید. قبول دارم این کار چندان ساده به نظر نمی‌رسد، اما دست کم به شما فرصتی برای تعامل بهتر با مخاطب می‌دهد. خب وقتی رقبای شما مخاطب‌شان را پیدا کرده‌اند، شما هم به راحتی می‌توانید از همان مخاطب‌ها برای خودتان استفاده کنید. ماجرا جالب شد، نه؟

ارزیابی میزان علاقه مخاطب: آیا کسی دنبال مطالعه متن‌تان هست؟

سالانه کلی فیلم در دنیا ساخته می‌شود، اما خیلی از آنها حتی فرصت خودنمایی روی پرده سینما را هم پیدا نمی‌کنند. به علاوه، فقط تعداد انگشت‌شماری از آثار سینمایی به جشنواره‌های معتبر راه پیدا می‌کنند. با این حساب جایی برای آثار بی‌کیفیت نخواهد بود.

ماجرای بالا درباره دنیای بازاریابی نیز مصداق دارد. خیلی از بازاریاب‌ها فکر می‌کنند محتوای‌شان باید همیشه با استقبال وحشتناک مخاطب رو به رو شود. اگر شما هم اینطور فکر می‌کنید، بد نیست تجدیدنظر اساسی در کارتان صورت دهید؛ چراکه مشتریان در بازار با هیچ برندی تعارف ندارند. ماموریت شما در این بخش ارزیابی یک نکته بی‌نهایت حیاتی است؛ اینکه آیا محتوای‌تان واقعا برای مخاطب اهمیت دارد یا نه؟ انتظار چنین سوالی را نداشتید، نه؟

خیلی از بازاریاب‌ها انتظار دارند همیشه مردم برای محتوای‌شان سر و دست بشکنند. اگر شما هم اینطوری فکر می‌کنید، دیر یا زود شکست‌های بزرگ سر راه‌تان قرار می‌گیرد. پس بهتر است از همین حالا نگرش‌تان به بازار را تغییر دهید. وگرنه شکست‌های بی‌رحمانه‌ای خواهید خورد.

فرمول ما برای ارزیابی میزان علاقه مخاطب به محتوای شما بی‌نهایت ساده و کاربردی است. کافی است سراغ برخی از ابزارهای آماری بروید. آن وقت میزان محبوبیت محتوای وبلاگ یا سایت‌تان را متوجه خواهید شد. توصیه ما در این بخش استفاده از ابزار اهرفز تحت عنوان Ahrefs Keywords Explorer است. این ابزار به شما کمک می‌کند میزان محبوبیت کلیدواژه‌هایی که در تولید محتوای‌تان استفاده کرده‌اید، متوجه شوید. خب وقتی کلیدواژه‌های شما چنگی به دل نزند، چطور انتظار دارید کاربران روی خوش به آن نشان دهند؟

متاسفانه خیلی از بازاریاب‌ها هیچ وقت توجه لازم به استفاده از کلیدواژه‌های محبوب را ندارند. درست به همین خاطر همیشه کارشان با مشکلات اساسی رو به رو می‌شود. اگر شما دوست دارید کمی اوضاع‌تان در بازار بهتر جلو برود، بد نیست قبل از تولید محتوا با عجله‌ای مثال‌زدنی کمی به فکر کلیدواژه‌ها باشید.

شناسایی موضوعات مهم: چه چیزهایی جواب می‌دهد؟

بازاریاب‌های کارکشته همیشه راه و رسم تولید محتوای جذاب در بازار را بلد هستند. انگار که آنها فوت کوزه‌گری را برای خودشان نگه داشته‌اند تا هیچ وقت دست‌شان در پوست گردو نماند. شاید فکر کنید اینجا پای تکنیک‌های عجیب یا بی‌نهایت پیچیده در میان است. خب در این صورت باید کاملا ناامیدتان کنیم؛ چراکه ماجرا خیلی ساده‌تر از این حرف‌هاست. کافی است چند مرحله ساده را دنبال کنید تا به راحتی موضوعات کلیدی را شناسایی کنید. آن وقت دیگر مو لای درز کارتان نخواهد رفت.

وقتی یک تیم فوتبال مسابقه‌ای مهم دارد، معمولا آنالیزورها کارشان دو برابر می‌شود؛ چراکه باید سیر تا پیاز بازی رقیب را زیر ذره بین قرار داده و گزارشی کامل به کادر فنی ارائه کنند. اینطوری سرمربی تیم فرصت کافی برای طراحی یک استراتژی مناسب را خواهد داشت. این دقیقا همان کاری است که شما در حوزه بازاریابی باید انجام دهید. شما هیچ وقت در بازار تنها نیستید. بنابراین به جای تجربه آزمون و خطا باید از اشتباهات یا موفقیت‌های دیگران درس بگیرید. فرض کنید شما برندی تازه کار در زمینه تولید لپ تاپ هستید. در این صورت توضیحاتی که برندهای بزرگی مثل دل یا توشیبا برای مخاطب‌شان در قالب کمپین بازاریابی می‌دهند، نقشه راه منسجمی برای‌تان خواهد بود.

ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم برخی تکنیک‌ها همیشه در بازار جواب می‌دهد. اجازه دهید از همان مثال تولید لپ تاپ استفاده کنیم. در چنین شرایطی اگر شما دنبال تولید محتوا در چنین حوزه‌ای باشید، یکی از راحت‌ترین ایده‌های دم دست‌تان اشاره به نیازهای اصلی مشتریان خواهد بود. بی‌شک مواردی مثل قیمت مناسب و امکانات به روز مهمترین مواردی است که در ذهن مشتریان جریان دارد. بنابراین شما باید همیشه این نکته کلیدی را مد نظر داشته باشید. اینطوری محتوای‌تان جذابیت بالایی برای مخاطب خواهد داشت.

یادتان باشد، شما قرار نیست برای خودتان دست به تولید محتوا بزنید. متن شما در نهایت باید مطابق میل مخاطب هدف باشد. پس به جای اینکه کلاه خودتان را قاضی کنید، همیشه نیم نگاهی به سلیقه دیگران داشته باشید. اینطوری تبدیل به برندی مشتری‌محور شده و بازاریابی‌تان از این رو به آن رو خواهد شد.

راه‌اندازی وبلاگ: پیش به سوی نویسندگی حرفه‌ای

وبلاگ‌ها معمولا حال و هوای خاص خودشان را دارند. در چنین فضایی معمولا کمتر کسی از محتوای متنی شاکی می‌شود. باور کنید یا نه، این روزها وبلاگ‌ها بدل به فضایی کاملا تخصصی شده‌اند. به طوری که مثلا دوستداران دنیای خودرو همیشه چند وبلاگ تخصصی برای خودشان دارند که یک فرد عادی حتی یک کلمه از آن را هم متوجه نخواهد شد.

اگر شما قصد دارید تبدیل به نویسنده‌ای بزرگ در حوزه بازاریابی شوید، بد نیست یک وبلاگ رسمی راه بیندازید. البته شما نباید این وبلاگ را شخصی کنید؛ چراکه کار شما به عنوان بازاریاب با موارد شخصی سر و کار ندارد. در عوض باید دست به تولید محتوای تخصصی بزنید. به قول ویل دورانت، ما همان چیزی هستیم که به طور مداوم انجام می‌دهیم. پس بهانه‌تراشی را کنار گذاشته و از همین امروز تولید مقالات تخصصی در حوزه کارتان را شروع کنید. اینطوری به مرور زمان مهارت نویسندگی‌تان بهتر و بهتر خواهد شد.

قبول دارم راه‌اندازی یک وبلاگ به تنهایی اصلا کار راحتی نیست. درست به همین خاطر شما باید گهگاهی به فکر همکاری با دیگران هم باشید. این روزها خیلی از کارآفرینان یا بازاریاب‌ها به عنوان نویسنده مهمان در سایت‌ها یا وبلاگ‌های بزرگ مطلب آپلود می‌کنند. پس بد نیست شما هم این نکته را پس ذهن‌تان داشته باشید.

برخی از بازاریاب‌ها فکر می‌کنند برای تقویت مهارت نویسندگی باید همیشه کلی وقت کنار بگذارند. اگر شما هم اینطور فکر می‌کنید، باید حسابی خوشحال‌تان کنیم؛ چراکه تقویت مهارت نویسندگی اصلا کار سختی نیست. کافی است شما کمی از وقت روزمره‌تان را به این کار اختصاص دهید. حتی ده دقیقه در روز هم طوری مهارت‌تان را افزایش می‌دهد که نگو و نپرس. البته یادتان باشد، هیچ کاری یک شبه انجام نمی‌شود. پس خیلی عجله نداشته باشید.

خلاصه‌نویسی: تمرینی برای انتقال پیام اصلی

چند بار تا حالا وسط مطالعه یک متن به کلی از خواندن آن ناامید شده‌اید؟ این اتفاق معمولا وقتی محتوایی بی‌نهایت طولانی جلوی آدم قرار می‌گیرد، روی می‌دهد. خب اینجا که کلاس درس نیست، پس نباید انتظار مطالعه دقیق یک رمان ۲۰ صفحه‌ای را از مشتریان داشته باشید. در عوض هرچه شما کارتان را جمع و جورتر تحویل مخاطب دهید، جذابیتش بیشتر خواهد شد. به طوری که به مرور زمان دیگر لازم نیست نگران جذابیت متن‌تان برای دیگران باشید.

ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم بازاریاب‌ها باید کارشان را با نگارش محتوای خلاصه شروع کنند. این کار به آنها برای تولید متن‌هایی دقیقا مطابق انتظار مشتریان کمک خواهد کرد. پس منتظر چه هستید؟ همین حالا دست به کار شده و به جای متن‌های طولانی بر روی نمونه‌های کوتاه تمرکز کنید.

بی‌شک بازاریاب‌هایی که یک عمر محتوای طولانی و بلند تحویل مخاطب داده‌اند، حالا حسابی با مشکل رو به رو می‌شوند. بی‌توجهی دائمی مخاطب به محتوای طولانی را که کنار بگذاریم، خیلی از بازاریاب‌ها عملا خلاصه‌نویسی را بلد نیستند. خب در این صورت لازم نیست زانوی غم بغل بگیرید؛ چراکه ما یک راه حل کلیدی برای‌تان در چنته داریم.

بر فرض که شما نویسنده‌ای قدیمی هستید که اصلا هم میانه خوبی با متن‌های کوتاه ندارد. در این صورت باید بعد از اتمام کارتان بر روی یک متن آن را دوباره مرور کنید. اینطوری فرصت خوبی برای حذف بخش‌های به درد نخور محتوا خواهید داشت. به علاوه، دیگر لازم نیست خیلی خودتان را اذیت کرده و نگران بازخورد منفی کاربران باشید.

اگر راهکار بالا خیلی باب میل‌تان نیست، می‌توانید همیشه روی کمک همکاران حساب باز کنید. اینطوری در کمترین زمان ممکن توجه مخاطب به کارتان جلب خواهد شد. پس منتظر چه هستید؟ همین حالا دست به کار شده و اوضاع را به سود خودتان تغییر دهید. بی‌شک هر کسی در تیم بازاریابی همکارانی دارد که هر لحظه آماده کمک به او هستند. پس تعارف را کنار گذاشته و از آنها بخواهید متن‌تان را کوتاه کنند.

ساده‌نویسی: جایی برای پیچیدگی نیست!

اگر یادتان باشد، اول مقاله گفتیم کار شما هیچ شباهتی به داستان‌نویس‌های بزرگ دنیا ندارند. پس نباید خودتان را زیر فشار خُردکننده‌ای قرار دهید. نکته جالب اینکه برخی از بازاریاب‌ها طوری متن‌شان را سنگین و پرپیچ و خم می‌نویسند که انگار قرار است آن را تحویل یک استاد رشته ادبیات دهند. خب مگر مخاطب شما چقدر حوصله یا حتی اطلاعات ادبی دارد که تا این اندازه کار را برای او سخت می‌کنید؟ ما در روزنامه فرصت امروز همیشه طرفدار ساده‌نویسی هستیم. این یعنی شما تعارف را کنار گذاشته و طوری متن‌تان را تنظیم کنید که حتی یک فرد کاملا بی‌اطلاع از حوزه کاری‌تان هم متوجه آن شود. اینطوری فرصت خیلی بهتری برای اثرگذاری بر روی مخاطب‌تان خواهید داشت.

باور کنید یا نه، مردم دیگر حوصله متن‌های پیچیده را ندارند. این نکته حتی درباره داستان‌ها نیز به چشم می‌خورد. پس اگر دنبال متن‌های پیچیده هستید، باید به کلی قید بازاریابی را بزنید؛ چراکه در این حوزه فقط سادگی جواب می‌دهد. توصیه ما در این بخش مرور چندباره یک متن بازاریابی پس از پایان کار است. در چنین حالتی باید خودتان را جای یک مخاطب بی‌خبر از همه جا قرار دهید. آیا متن شما برای چنین فردی قابل درک هست؟ اگر برای جواب به این سوال حتی یک ثانیه هم تردید داشتید، باید دست به کار ویرایش شوید.

استفاده از ابزارهای تخصصی: به وقت بهبود کیفیت متن

ما در دنیایی زندگی می‌کنیم که هر روز درباره هوش مصنوعی و فناوری‌های دیجیتال یک خبر تازه به گوش می‌رسد. شاید فکر کنید فایده چنین اخباری چیست. خب در یک کلمه باید به زندگی راحت‌تر اشاره کنیم. بی‌شک زندگی آدم‌ها قبل از توسعه فناوری اینترنت به راحتی امروز نبود. از وقتی هم چت جی پی تی (Chat GPT) راهش را به زندگی روزمره باز کرده، خیلی از کارهای زمانبر گذشته دیگر نگران‌کننده نیستند. در این میان بازاریاب‌ها هم باید از شرایط به سود خودشان استفاده کنند.

ما در این بخش دو ابزار کلیدی برای ساده‌سازی کار نگارش متن برای‌تان پیدا کرده‌ایم: • گرامرلی (Grammarly): این ابزار ایرادات نگارشی و گرامری یک متن را برای‌تان شناسایی می‌کند. خوشبختانه این ابزار به غیر از انگلیسی از کلی زبان دیگر نیز پشتیبانی می‌کند. پس هر وقت حوصله ویرایش متن‌تان را نداشتید، بد نیست سری به این ابزار بزنید.

• همینگوی (Hemingway): این ابزار بیشتر از اینکه درگیر ایرادات نگارشی باشد، به شما برای تغییر لحن و سبک متن کمک می‌کند. مثلا اگر دنبال نگارش یک متن کاملا جدی و اداری هستید، این ابزار نقاط ضعف متن‌تان را به طور خودکار رفع خواهد کرد. ماجرا جالب شد، نه؟

یکی از دغدغه‌های همیشگی بازاریاب‌ها هنگام نگارش متن مربوط به بحث سئو است. بی‌شک اگر یک متن از نقطه نظر سئو وضعیت خوبی داشته باشد، خیلی راحت‌تر امکان اثرگذاری بر روی مخاطب هدف را خواهد داشت. استفاده از دو ابزار بالا به طور خودکار شما را در زمینه سئو بهتر راهنمایی خواهد کرد. پس منتظر چه هستید؟ همین حالا دست به کار شده و از این ابزارها به سود خودتان استفاده کنید.

ارزیابی بازخوردها: وقتی همه تلاش‌ها نتیجه می‌دهد

بازاریاب‌ها در این دنیا تنها نیستند. شما هر کاری که به عنوان یک بازاریاب انجام دهید، بازخوردی مشخص از سوی کاربران خواهید داشت. ماجرا وقتی جالب می‌شود که دست از کار بکشید. آن وقت هم کاربران بی‌خیال شما نشده و پیگیرتان خواهند بود. به طوری که حتی بیکاری هم در این دنیا کار دست‌تان می‌دهد!

ما به عنوان آخرین نکته برای تقویت مهارت نویسندگی بر روی استفاده از بازخورد دیگران تاکید داریم. اینطوری شما به راحتی متوجه ایرادات کارتان شده و توانایی رفع‌شان را خواهید داشت. امیدوارم میانه‌تان با نظرات منفی بد نباشد؛ چراکه در دنیای امروز کاربران دیگر تعارفی با بازاریاب‌ها ندارند. پس اگر کیفیت کارتان مطلوب نباشد، احتمالا با بی‌رحمانه‌ترین انتقادات دنیا رو به رو می‌شوید. یکی از ساده‌ترین روش‌ها برای دریافت بازخورد مخاطب استفاده از نظراتی است که در وبلاگ، سایت یا حتی اکانت رسمی برند در شبکه‌های اجتماعی درج می‌شود. اینطوری شما به راحتی هرچه تمام‌تر فرصت اثرگذاری بر روی مخاطب‌تان را پیدا می‌کنید.

یادتان باشد، کار شما تا وقتی سود خوبی به همراه دارد که مخاطب پیگیرش باشد. پس باید همیشه آماده تغییر کارتان به سود نظرات مخاطب‌تان باشید. وگرنه خیلی زود توانایی‌تان برای اثرگذاری بر روی مخاطب از بین خواهد رفت.

سخن پایانی

نگارش متن کار راحتی نیست. خیلی از بازاریاب‌ها دست به هر کاری می‌زنند تا از زیر چنین ماموریت مهمی قسر در بروند. شما الان توصیه‌های لازم برای نگارش یک متن حرفه‌ای را دم دست دارید. تنها کاری که باید انجام دهید، تمرین و تکرار فراوان است. اینطوری به مرور زمان تبدیل به بازاریابی با مهارت عالی در نویسندگی خواهید شد.

من و همکارانم در روزنامه فرصت امروز امیدواریم نکات مورد بحث در این مقاله کمکی به شما در راستای تقویت مهارت نویسندگی کرده باشد. مثل همیشه اگر سوالی درباره نکات مورد بحث در مقاله‌مان داشتید، ما همیشه آماده کمک به شما هستیم. پس تعرف را کنار گذاشته و از طریق پُل‌های ارتباطی با ما در ارتباط باشید.

منابع:

https://ahrefs.com/blog/how-to-become-a-better-writer
https://www.semrush.com/blog/how-to-become-a-better-writer

شناسه آگهی: ۱۵۲۵۳۰۷

شرکت توسعه منابع انرژی توان (صباباتری)

آگهی مناقصه عمومی
شماره مناقصه: ۳۰۲۰۳۰۷

گروه صنعتی شهید درخشان در نظر دارد ۱۰ قلم یونولیت جهت بسته بندی باتری (در ابعاد و شکل های مختلف) برای مصرف یکساله خود را از طریق برگزاری مناقصه عمومی از تامین کنندگان واجد شرایط خریداری نماید
تضمین شرکت در مناقصه: ۳,۲۵۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال ضمانت‌نامه بانکی)
مهلت و محل توزیع اسناد : واجدین شرایط می توانند جهت خرید اسناد (۱,۰۰۰,۰۰۰ ریال قابل واریز در محل)تا ۷ روز پس از چاپ آگهی به آدرس : کیلومتر ۱۸ اتوبان تهران ساوه - خروجی دوم صباشهر - گروه شهید درخشان (صباباتری) واحد قراردادها مراجعه نمایند .
تلفن تماس: ۵۶۵۷۴۹۰۰ فاکس : ۵۶۵۷۴۹۰۸ واحد قراردادهای گروه شهید درخشان
م الف ۱۴۷۷

شهرداری کرج
سازمان سیما،منظر و فضای سبز شهری

آگهی مناقصه عمومی
کد آگهی ۲۳-۱۴۰۲

سازمان سیما،منظر و فضای سبز شهری شهرداری کرج در نظر دارد بکارگیری پیمانکار جهت ساخت مخزن وموتورخانه مورد نیاز پروژه پارکرود (بامصالح) رابصورت مناقصه عمومی به اشخاص حقوقی اقدام نماید.

ردیف	موضوع مناقصه	مبلغ اولیه به ریال
۱	بکارگیری پیمانکار جهت ساخت مخزن ۵۰۰ مترمکعبی وموتورخانه مورد نیاز پروژه پارکرود (بامصالح)	۲۲/۸۹۷/۴۰۳/۵۵۳

۱- متقاضی موظف است جهت اخذ مدارک شرکت درمناقصه عمومی به سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد ایران) به آدرس سایت: https://www.setadiran.ir مراجعه نماید.
۲- شرایط متقاضی :
۲-۱ - اشخاص حقوقی : اساسنامه مرتبط شرکت - کد اقتصادی ارزش افزوده(قبل از انعقاد قرارداد ارائه نمایند درغیر اینصورت سپرده شرکت درمناقصه به نفع سازمان ضبط خواهد شد) - آگهی تاسیس-آخرین تغییرات (روزنامه رسمی) و سایر مدارک ثبتی- گواهینامه صلاحیت پیمانکاری رتبه ۵ ابنیه از سازمان مدیریت وبرنامه ریزی کشور، گواهی تائید صلاحیت ایمنی معتبر از وزارت کارومور اجتماعی الزامی است.
۳- سپرده شرکت در مناقصه به مبلغ ۱/۱۴۴/۸۷۰/۱۷۷ ریال به یکی از روشهای ذیل ارائه گردد:
- ضمانتنامه بانکی معادل مبلغ فوق ، که به مدت سه ماه اعتبار داشته و قابل تمدید باشد. (شناسه ملی ۱۴۰۰۰۲۸۷۹۴۲ ، کد اقتصادی ۴۱۱۳۶۷۷۵۹۹۱۷، کد پستی ۳۱۳۴۸۵۱۹۶۵)
- واریز فیش نقدی به مبلغ فوق به حساب شماره ۱۰۰۱۰۰۱۰۰۱۲۱ بانک شهر
۴- مبلغ ۲/۰۰۰/۰۰۰ ریال بابت هزینه خرید اسناد مناقصه ازطریق درگاه سامانه به حساب شماره ۷۰۰۸۲۴۱۲۶۳۹۸بانک شهر
۵-برندگان نفر اول و دوم مناقصه هرگاه حاضر به انعقاد قرارداد نباشند سپرده آنان به ترتیب ضبط خواهد شد .
۶-سازمان سیما، منظر و فضای سبز شهری شهرداری کرج در رد یا قبول پیشنهادات مختار است.
۷- هزینه چاپ آگهی به عهده برنده مناقصه میباشد.
۸- سایر اطلاعات و جزئیات در اسناد مناقصه مندرج شده است .
۹- مبلغ ۱۰٪ کل پیشنهادی وجه نقد یا ضمانت نامه بانکی بعنوان سپرده حسن انجام تعهدات ازبرنده اخذ خواهد شد.
۱۰- مبلغ قرارداد ۵۰٪ نقدی ۵۰٪ تهاتری میباشد.
۱۱ تاریخ انتشار درسامانه از مورخ ۱۴۰۲/۴/۱۹ به مدت دو/۲ روز .
۱۲- مهلت زمانی دریافت اسناد درسایت تاپایان وقت اداری مورخ۱۴۰۲/۴/۲۸
۱۳- مهلت زمانی بارگذاری مستندات تا پایان وقت اداری مورخ۱۴۰۲/۵/۱۰
۱۴-زمان بازگشایی درسایت ساعت ۸ صبح مورخ۱۴۰۲/۵/۱۱

امور قراردادها وروابط عمومی سازمان سیما ،منظر و فضای سبز شهری شهرداری کرج
۴۵۹

نوبت اول
شناسه آگهی : ۱۵۲۴۴۰۱

شرکت شهرکهای صنعتی مازندران

آگهی مناقصه عمومی
یک مرحله ای

شرکت شهرکهای صنعتی مازندران درنظر دارد مناقصه عمومی خرید و اجرای شبکه فیبر نوری شهرک صنعتی منصورکنده را با اعتباراتی بر اساس ۵ درصد از محل منابع عمرانی مطابق با ضوابط قانون بودجه و مابقی از محل منابع داخلی پرداخت می گردد و بر اساس فهرست بهاء ابنیه، تأسیسات برقی، راه، باند، توزیع نیروی برق ۱۴۰۲ به پیمانکاران ذیصلاح که دارای حداقل رتبه ۵ ارتباطات و یا ۵ نیرو و یا دارای حداقل رتبه ۳ در رشته داده های رایانه ای و مخابراتی در رسته انتقال اطلاعات از معاونت برنامه ریزی و نظارت راهبردی می باشند، واگذار نماید.
مبلغ برآورد : ۲۹,۱۳۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال (بیست و نه میلیارد و صد و سی میلیون ریال)
مدت انجام پروژه : ۶ ماه
حجم عملیات : مطابق اسناد پیوست
مبلغ تضمین شرکت در مناقصه (۱,۴۵۶,۵۰۰,۰۰۰ ریال) بصورت ضمانت نامه بانکی و یا وجه نقد (فیش بانکی) به حساب شماره IR۳۸۰۱۰۰۰۰۴۰۰۱۱۰۴۱۰۶۳۷۶۰۶۵ بانک مرکزی به نام شرکت شهرکهای صنعتی استان مازندران واریز یا بر اساس آیین نامه تضمین برای معاملات دولتی.
دریافت اسناد از تاریخ درج آگهی نوبت دوم در روزنامه تا روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۲/۵/۲
تسلیم پیشنهاد تا پایان وقت اداری روز شنبه مورخ ۱۴۰۲/۵/۱۴
بازگشائی مناقصه روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۲/۵/۱۵ ساعت ۸:۳۰ در سالن جلسات شرکت شهرکهای صنعتی مازندران برگزار می گردد.
محل پروژه: بابل- کیلومتر ۳ جاده بابل به کیاکلا- شهرک صنعتی منصورکنده
آدرس محل ارائه اسناد: از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به نشانی www.setadiran.ir
تذکر بسیار مهم: تمامی مراحل دریافت و ارسال پیشنهادات و مدارک مناقصه از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به نشانی www.setadiran.ir انجام خواهد شد و پیمانکاران متقاضی شرکت در مناقصه حتما باید اصل ضمانت نامه را تا قبل از بازگشایی اسناد مناقصه به دبیرخانه شرکت شهرکهای صنعتی مازندران ارائه نمایند
روابط عمومی شرکت شهرکهای صنعتی مازندران
۴۵۵

نوبت اول
شناسه آگهی : ۱۵۲۴۶۵۹

شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی s.p.g.c
شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی پالایشگاه دهم (فاز۱۹)

فراخوان مناقصه عمومی همزمان با ارزیابی کیفی (یکپارچه) دومرحله ایی

پالایشگاه دهم پارس جنوبی فاز ۱۹ درنظر دارد مناقصه عمومی همزمان با ارزیابی کیفی (یکپارچه) شماره R۱۰/۱۴۰۱/۰۲۶ تقاضای:۰۱۴۰۱۲۹ به شماره فراخوان در سامانه ستاد ایران ۲۰۰۲۰۹۷۶۸۴۰۰۰۰۴۴ به شرح : تیوب تیتانیوم را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید. کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکتها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس WWW.SETADIRAN.IR انجام خواهد شد .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 .
برآورد مناقصه : ۲۴۸,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال و تضمین فرآیند ارجاع کار : ۱۲,۴۰۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال بوده و تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار بصورت یکی از تضامین قابل قبول وفق آیین نامه تضمین شماره ۱۲۳۴۰۲/ت۵۰۶۵۹ ه مورخ ۹۴/۰۹/۲۲ هیات وزیران قابل قبول می باشد.
جدول زمان بندی به شرح ذیل می باشد:

ردیف	اقدام	تاریخ
۱	تاریخ انتشار مناقصه درسامانه	۱۴۰۲/۰۴/۲۱
۲	مهلت زمانی دریافت اسناد مناقصه	۱۴۰۲/۰۴/۲۶
۳	مهلت زمانی ارسال پیشنهادات	۱۴۰۲/۰۵/۰۹
۴	زمان بازگشایی پاکت ارزیابی کیفی مناقصه گران	۱۴۰۲/۰۵/۰۹

اطلاعات تماس دستگاه مناقصه گزار جهت دریافت اطلاعات بیشتر در خصوص اسناد مناقصه و ارائه ضمانت نامه فرآیند ارجاع کار (پاکت الف) :
آدرس: استان بوشهر -شهرستان کنگان -کیلومتر ۲۰ جاده کنگان به عسلویه -سایت ۲ منطقه ویژه اقتصادی انرژی پارس -پالایشگاه دهم -فاز ۱۹ ، تلفن: اداره خدمات کالای پالایشگاه دهم : ۰۷۷۳۱۴۶۶۲۹۰-۰۷۷۳۱۴۶۶۲۸۳ -فکس: ۰۷۷۳۱۴۶۶۲۷۳ تابیدیه فکس: ۰۷۷۳۱۴۶۶۲۷۱
اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه :
مرکز تماس : ۴۱۹۳۴ - ۰۲۱ دفتر ثبت نام : ۸۸۹۶۹۷۳۷ و ۸۵۱۹۳۷۶۸
اطلاعات تماس دفاتر ثبت نام سایر استانها، در سایت سامانه WWW.SETADIRAN.IR
روابط عمومی مجتمع گاز پارس جنوبی
۴۵۴

رئیس کمیسیون اصل ۹۰ مجلس:

به سرعت راه‌اندازی شهرک‌های صنفی در مشهد کمک می کنیم

مشهد: به گزارش پایگاه خبری تحلیلی افق سناباد"حجت‌الاسلام نصرالله پژمانفر امروز ۱۶ تیر ماه پیش از مراسم آغاز عملیات اجرایی شهرک صنعتی (صنعتی-صنفی) غیر دولتی پروفیل کاران در نزدیکی شهرک صنعتی مشهد در کلات اظهار کرد: تسهیل صدور مجوزهای کسب و کار سیاستی بود که بر اساس خواسته عمومی مطرح شد و در مجلس تلاش شد تا برای مجوزها سختگیری صورت نگیرد و اگر کاری سخت است باید برای آن زمان بگذاریم.

وی افزود: در بسیاری از دستگاه باید برای صدور مجوزها و پیشرفت کار زمان گذاشته شود. چرا امروز در کشور، سرمایه بخش تولید در بخش‌های دیگر وارد می‌شود و چرا امنیت سرمایه گذاری در تولید نبوده و ناامنی در تولید است؟. باید بدانیم مردم دوست دارند سرمایه خود را در مسیر تولید قرار دهند اما وقتی سرمایه‌گذاری در مسیر تولید حمایت نمی‌شود بنابراین تمایلی به سرمایه گذاری ندارند. چرا امروز سرمایه در بخش‌های غیر مولد وارد می‌شود؟ ما مقصر هستیم که در این موضوع مسیر را سخت گرفته‌ایم در همین راستا به سراغ بانک ها رفتیم. در سال ۱۴۰۰ به سراغ بانک‌ها رفتیم و گزارش تسهیلات کلان را از آن‌ها درخواست کردیم و در ۱۴۰۱ به صورت قانونی بانک‌ها را موظف کردیم تا گزارش تسهیلات کلان را هر سه ما یک بار به کمیسیون اصل ۹۰ ارائه دهند و به دنبال ایجاد قانون دایمی برای آن هستیم.

رئیس کمیسیون اصل ۹۰ مجلس شورای اسلامی بیان کرد: برخی بانک‌ها امتناع کردند که تا حد انفصال در این زمینه پیش رفتیم. برخی بانک‌ها تسهیلاتی که باید در بهش تولید وارد شود را به شرکت‌های زیر مجموعه خود تسهیلات می‌دهند و به این بانک‌ها فشار آورده‌ایم.در جلسه در بانک مرکزی عنوان کردم که باید معلوم شود تسهیلات بانک‌ها به کجا می‌رود. باید امنیت در سرمایه گذاری در بخش تولید ایجاد شود که این موضوع کار بسیار سخت و هزینه بری است اما باید رخ دهد.

حجت الاسلام پژمانفر با اشاره به اینکه یک عقب افتادگی در بخش‌های مختلف در بخش خدمات، کشاورزی و... در کشور وجود دارد، تصریح کرد: ایجاد شهرک صنعتی-صنفی پروفیل کاران نقطه آغازین بوده و کمک می‌کنیم شهرک‌های صنفی با سرعت در مشهد راه اندازی شود. ایجاد برخی از این شهرک‌ها می‌توانند مشهد را به یک کانون در کشور تبدیل کند برای مثال اگر شهرک پوشاک در مشهد ایجاد شود می‌تواند یک کانون برای پوشاک در کشور باشد و از مردم سایر نقاط کشور به مشهد آماده و از این ظرفیت استفاده کنند. وی ادامه داد: سیره امیرالمومنین این بوده که به مسئولان سختگیری کرده و به مردم آسان می‌گرفتند و ما باید اینگونه عمل کنیم.

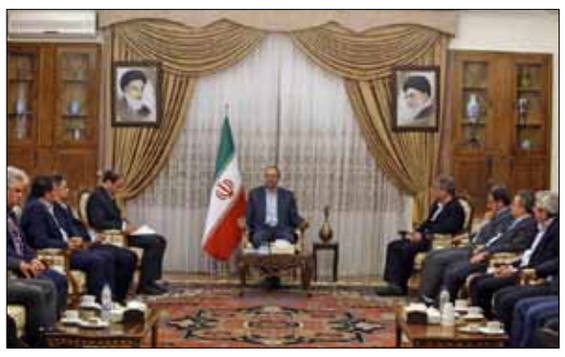
استاندار آذربایجان شرقی:

مالیات سالم‌ترین، مطمئن‌ترین و پایدارترین منبع اداره کشور است

تبریز – فلاح: استاندار آذربایجان شرقی با اشاره به نقش مالیات در توسعه اقتصادی کشور، گفت: مالیات سالم ترین، مطمئن ترین و پایدارترین منبع اداره کشور است که جایگزین درآمدهای نفتی و دیگر درآمدهاست.

عابدین خرّم در دیدار با مدیران اداره کل امور مالیاتی استان آذربایجان شرقی به مناسبت هفته فرهنگ مالیاتی، گفت: در تمام نقاط دنیا اداره اقتصاد داخلی، متکی بر درآمدهای مالیاتی است که منبعی پایدار است.

وی با اشاره به این که سیاست‌گذاری مالیاتی دولت، کم‌کردن فاصله طبقاتی در وصول مالیات است، تاکید کرد: این سیاست نیازمند تدوین قوانین مناسب است تا نقش اعمال سلیقه در وصول مالیات به حداقل برسد. استاندار آذربایجان شرقی تصریح کرد: اولین، مهم‌ترین و بدیهی‌ترین مسئله‌ای که در مالیات مهم است این است که دستگاه مالیاتی بدون تبعیض و سلایق شخصی انجام وظیفه کرده و تلاش کند که نگاه سلیقه‌ای در وصول مالیات از بین برود؛ هرچند امروزه این نگاه نسبت به گذشته به حداقل رسیده، ولی لازم است در بین مالیات‌دهندگان اعتماد ایجاد کرد. خرّم با اشاره به این که باید منطق بر مالیات‌گیری حاکم شود، گفت: راه‌های فرار از مالیات و درآمدهای درشت باید شناسایی شوند چرا که اینها از یارانه‌های دولتی استفاده می‌کنند و باید درآمد صحیح خود را اعلام کنند و مالیات را نسبت به درآمد بپردازند. وی با اشاره به این که مالیات یک فریضه ملی و شرعی است، گفت: اداره امور مالیاتی باید در اخذ مالیات از افراد خوش‌حساب پشتیبانی و حمایت کرده و در جلوگیری و برخورد با فرار مالیاتی جدیت نشان دهد.



عیسی اورج زاده، مدیرکل امور مالیاتی آذربایجان شرقی نیز در این دیدار گفت: تعداد اظهارنامه های مشاغل و تبصره ماده ۱۰۰ ارائه شده در سال ۱۴۰۲ نسبت به مدت مشابه سال قبل به میزان ۲۲ درصد افزایش داشته است. اروج‌زاده همچنین سهم مالیات مشاغل استان در سال ۱۴۰۱ از کل مالیات وصولی استان را ۹.۸۳ درصد بیان کرد و افزود ۵۶ درصد از مودیان مشاغل در سطح استان در سال ۱۴۰۱ از پرداخت مالیات معاف بوده اند و ۲۲ درصد نیز مالیاتشان زیر ۵ میلیون تومان بوده است. وی از پرداخت بیش از ۱۰ هزار میلیارد ریال پرداختی به شهرداری تبریز در سال ۱۴۰۱ خبر داد و افزود در سال جاری نیز در حدود ۵ هزار و پنجاه میلیارد ریال تا امروز به شهرداری تبریز از محل مالیات بر ارزش افزوده پرداخت گردیده است که در توسعه و آبادانی شهر هزینه گردیده است.

مدیرعامل آبفای استان اصفهان

همه تلاش ها به منظور توسعه و ارتقای سطح خدمات آبفا در استان است

اصفهان – مرادیان: مدیرعامل آبفای استان اصفهان در بازدید از تاسیسات آبفا در مناطق فلاورجان، فولادشهر و تیران و کرون که با حضور نماینده مردم تیران و کرون، نجف آباد و فلاورجان در مجلس شورای اسلامی صورت گرفت، از توسعه و ارتقای خدمات آبفا در شهرها و روستاهای استان خبر داد.

حسین اکبریان در بازدید از اجرای تاسیسات فاضلاب روستاهای فلاورجان گفت: اجرای این طرح در روستاها رویکردی در جهت محرومیت زدایی به شمار می رود که توسط آبفای استان اصفهان و شرکت ذوب آهن با همکاری فرمانداری فلاورجان در دستور کار قرار گرفته است.

وی با بیان این که اجرای شبکه فاضلاب در روستاها با سرمایه گذاری بخش خصوصی انجام می شود، اعلام کرد: با اجرای این پروژه علاوه بر رفع مشکلات بهداشتی و زیست محیطی منطقه و استفاده از پساب در صنایع، وابستگی ذوب آهن به آب زاینده رود کاهش می‌یابد.

اکبریان ادامه داد: صنایع بزرگی مانند فولاد مبارکه و ذوب آهن در سال های اخیر طرح هایی در زمینه باز چرخانی آب در صنعت را در دستور کار خود قرار داده اند که اجرای این طرح نمونه بارز آن است.

وی به بهره برداری از تاسیسات فاضلاب در روستاهای فلاورجان پرداخت و خاطر نشان کرد: در آینده‌ای نزدیک تاسیسات فاضلاب در تعدادی از شهرها و روستاهای فلاورجان در مدار بهره برداری قرار می گیرد و این مهم با تلاش فعالان صنعت، آبفا و پیگیری های نماینده مردم این شهرستان در مجلس شورای اسلامی محقق می شود.

وی همچنین در بازدید از تصفیه خانه فاضلاب فولادشهر اعلام کرد: تصفیه خانه فاضلاب فولادشهر در سال ۱۳۵۱ با یک مدول ۵۰ هزار نفری به روش تصفیه برکه تثبیت راه اندازی شد و از سال ۱۳۹۷ با هدف توسعه این تصفیه خانه، راه اندازی مدول دوم آن با ظرفیت ۱۰۰ هزار نفری به روش لاگون هوادهی با برگشت لجن در دستور کار قرار گرفت و در ماه های آتی به مدار بهره برداری خواهد رسید.

مدیر عامل آبفای استان با اشاره به پیشرفت فیزیکی ۸۲ درصدی پروژه ارتقای تصفیه خانه فاضلاب فولادشهر اعلام کرد: هم اکنون بیش از ۹۷ درصد مردم فولادشهر تحت پوشش خدمات شبکه فاضلاب قرار دارند به طوری که در حال حاضر ۱۹ هزار و ۱۰۰ انشعاب فاضلاب به مشترکین در فولادشهر واگذار شده است که شامل ۵۷ هزار و ۸۰۰ واحد مسکونی می شود.

به ارزش ۲ هزار و ۲۶۰ میلیارد تومان؛

تسهیلات اشتغالزایی در آذربایجان شرقی تخصیص یافت

تبریز – فلاح: مدیرکل تعاون، کار و رفاه اجتماعی آذربایجان شرقی از ابلاغ ۲ هزار و ۶۳۱ میلیارد و ۶۰۰ میلیون تومان تسهیلات اشتغالزایی به بانک های عامل استان در سال‌جاری خبرداد و گفت: از این میزان ۲ هزار و ۲۶۰ میلیارد تومان تخصیص یافته است.

حسین فتحی، اظهار کرد: در پرداخت تسهیلات اشتغالزایی در استان بانک‌های صادرات، سپه، ملت و تجارت به تربیت بیشترین پرداختی را از محل بند ب تبصره ۱۶ قانون بودجه ۱۴۰۱ داشته اند.

وی ادامه داد: همچنین بنیاد برکت، بسیج سازندگی، بنیاد شهید و امور ایثارگران و بنیاد علوی نیز بیشترین تسهیلات اشتغالزایی را در حوزه دستگاه‌های اجرایی پرداخت کرده اند.

فتحی به رقم اشتغال ثبت شده در استان در سامانه رصد در سال جاری اشاره کرد و گفت: تاکنون پنج هزار و ۱۷۴ مورد اشتغال در این سامانه ثبت شده که حدود ۱۰.۹۷ درصد تعهد ایجاد ۴۷ هزار و ۱۵۶ اشتغال برای سالجاری در استان است.

وی افزود: تعهد استان در زمینه اشتغالزایی در سال گذشته ۴۵ هزار و ۷۹۴ نفر بود که در چهار ماه ابتدایی سال ۱۶.۳ درصد در سامانه رصد ثبت شده بود.

فتحی با تشریح جزییات اشتغال ایجاد شده در سالجاری اظهار کرد: از تعداد اشتغال ثبت شده برای امسال سه هزار و ۷۵۷ مورد معادل ۷۲.۶ درصد برای مردان و یک هزار و ۴۱۷ معادل ۲۷.۴ درصد نیز برای زنان است.

فتحی هم‌چنین ادامه داد: ۴۵.۱ درصد از اشتغال ایجاد شده طی این مدت مختص افراد دارای تحصیلات زیر دیپلم و ۳۶.۷ درصد نیز افراد دارای تحصیلات دیپلم است.

وی با تشریح آمار اشتغالزایی در بخش‌های اقتصادی استان گفت: ۴۰.۵ درصد از آمار اشتغالزایی استان در بخش صنعت، ۳۳.۳ درصد در بخش خدمات و ۲۶.۲ درصد نیز در بخش کشاورزی است؛ هم‌چنین ۶۷.۴ درصد اشتغال ایجاد شده در منطقه شهری و ۳۲.۶ درصد نیز در بخش روستایی است. وی در مورد نوع اشتغال های ایجاد شده در استان، افزود: بالغ بر ۸۰ درصد این اشتغال‌ها از نوع خوداشتغالی، ۱۵.۳ درصد از نوع حقوقی غیردولتی، ۳.۳ درصد کارفرمای حقیقی و ۱.۴ درصد نیز دولتی است.

مدیرکل تعاون، کار و رفاه اجتماعی آذربایجان شرقی اعلام کرد: شهرستان‌های بستان آباد، هریس و مراغه و دستگاه‌های راه و شهرسازی، بسیج سازندگی و ارتباطات و فناوری اطلاعات بیشترین درصد تحقق تعهد اشتغال را در سامانه رصد به ثبت رسانده اند

به همت شرکت نفت و گاز مسجدسلیمان و با هزینه ای بالغ بر ۱۵۲ میلیارد ریال؛

بهسازی و مرمت مصلی نماز جمعه شهرستان مسجدسلیمان در حال انجام است

اهواز – شبنم قجاوند: عملیات مرمت و بهسازی مصلی نماز جمعه شهرستان مسجدسلیمان به همت مدیریت مهندسی و ساختمان شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان و با برآورد هزینه ای بالغ بر ۱۵۲ میلیارد ریال در حال انجام است. این اقدام با درخواست دفتر امام جمعه و موافقت مهندس علیرضا هیهاوند مدیرعامل شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان و در راستای عمل به مسئولیت های اجتماعی صنعت نفت توسط مدیریت مهندسی و ساختمان در حال انجام است. در این اقدام سقف کاذب مصلی نماز جمعه به مساحت ۳۴۰۰ مترمربع که به علل مختلف، نا ایمن و دچار فرسایش و ریزش گشته بود جمع آوری و پس از ایمن سازی، سقف کاذب جدید فلزی با کیفیت مطلوب در حال اجرا می باشد . در ادامه این خدمت شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان که در راستای عمل به مسئولیت های اجتماعی و گسترش فرهنگ نمازخوانی صورت می گیرد، در بخش اداری به متراژ ۴۰۰ مترمربع و فرهنگی نیز به متراژ ۴۰۰ مترمربع در مجموع ۸۰۰ مترمربع با استفاده از سازه سبک در فضای داخلی مصلی طراحی و در حال اجرا می باشد . ضمن آنکه انجام سیستم سرمایشی این مجتمع مذهبی نیز در برنامه شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان قرار دارد. لازم به ذکر است شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان با هدف افزایش خدمات ارایه شده توسط دولت محترم به شهروندان و افزایش سطح رضایت مندی عمومی از دولت در سال ۱۴۰۱ در قالب خدمات با معادل ریالی ۲۸۳ میلیارد ریال در حوزه مسئولیت های اجتماعی هزینه غیرمستقیم صرف نموده است . ارایه این خدمات در حالیست که این شرکت عوارض قانونی خویش بابت ارزش افزوده،آلایندگی، عملکرد،نوسازی و ماشین آلات را بصورت منظم و مدون به مبادی مربوطه پرداخت می نماید .

معاون حمل و نقل اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای استان:

حمل بار توسط ناوگان حمل و نقل آذربایجان‌شرقی ۱۳ درصد افزایش یافت

تبریز – فلاح: معاون حمل و نقل اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای آذربایجان شرقی گفت: در سه ماه نخست امسال میزان حمل بار توسط ناوگان حمل و نقل باری استان نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۱۳ درصد افزایش یافته است. کاظم تیمورزاده، افزود: در این بازه زمانی بیش از ۵.۶ میلیون تن بار از سوی این ناوگان به نقاط مختلف کشور ارسال شده است.

وی اظهار کرد: برای ارسال این میزان بار بیش از ۴۰۸ هزار و ۴۰۰ برگ بارنامه صادر شده که این تعداد نسبت به مدت مشابه سال قبل بیش از ۱۰ درصد افزایش نشان می دهد. معاون حمل و نقل اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای آذربایجان شرقی گفت: کالاهای معدنی و ساختمانی، فلزی، شیمیایی، صنایع سبک و کشاورزی و دامی به ترتیب بیشترین میزان بار از مبدا استان را به خود اختصاص داده است. تیمورزاده، با بیان اینکه ۴۴ هزار و ۳۲۲ راننده استان دارای کارت هوشمند است، ادامه داد: از این تعداد ۳۷ هزار و ۵۰ راننده باری و ۳۳ هزار و ۵۰۰ دستگاه ناوگان باری استان دارای کارت هوشمند است.

وی یادآور شد: در زمان کنونی ۲۸۵ شرکت و موسسه حمل و نقل کالا، ۱۰ انجمن صنفی حمل و نقل کالا و ۱۴ انجمن صنفی رانندگان وسائط نقلیه سنگین در استان فعالیت می کنند.

خبرهای خوش استاندار گلستان در مهمانی ۳ کیلومتری غدیر در گرگان

گرگان- خبرنگار فرصت امروز: استاندار گلستان در مهمانی ۳ کیلومتری غدیر در گرگان چندین خبر خوش را به مردم اعلام کرد و اعلام کرد گلستان آماده میزبانی از رئیس جمهور در دومین سفر به گلستان است.به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی استانداری گلستان، دکتر علی‌محمد زنگانه امشب در مراسم مهمانی ۳ کیلومتری غدیر در گرگان اظهار کرد: به همت دولت انقلابی و جهادی و با سفر پر برکت حضرت آیت الله دکتر رئیسی در واپسین روزهای سال ۱۴۰۰ قریب به ۴۰ هزار میلیارد تومان مصوبه به گلستان اختصاص یافت تا شاید بسیاری از کمبودها و زیرساخت های استان ایجاد شودوی ادامه داد: مصوباتی که با وجود تمام مشکلات مالی دولت، تخصیص‌هایی را به صورت نقد و یا از دیگر محل ها به به استان اختصاص یافت و بخش دیگری از تخصیص‌ها نیازمند پیگیری مضاعف مدیران دستگاهی از وزارت خانه های متبوع است.استاندار گلستان خاطرنشان کرد: اینک با گذشت قریب به ۲۰ ماه از فعالیت مدیریت فعلی در استان با ترسیم چشم انداز افق ۱۴۰۴ ، تهیه اسناد بخشی ۳۱ گانه و با احصا ۴۰ چالش اصلی استان، ریل گذاری بسیاری از موضوعات استان صورت پذیرفت ، برخی از پروژه ها پیشرفت فیزیکی مناسبی داشتند و مسائل حقوقی برخی پروژه ها مرتفع و در مسیر اجرا قرار گرفتند.زنگانه تاکید کرد: سرزمین برادری در آستانه دومین سال آغاز فعالیت دولت سیزدهم آمادگی میزبانی از دومین سفر استانی هیأت دولت را داردوی اضافه کرد: سفری که در آن می تواند فاز اجرایی پتروشیمی گلستان که ۹۰ هزار سهامدار بیش از ۱۸ سال چشم انتظار آن هستند آغاز شود یا علاج بخشی خلیج گرگان با بهره‌برداری از لایروبی کانال آشور رنگ و بویی تازه به خود بگیرد یا عملیات اجرایی سیکل ترکیبی نیروگاه برق علی‌آباد کتول آغاز شود یا پروژه گردشگری جزیره آشوراده به سرانجام برسد یا با تکمیل تاج سد نرماب، آب پشت این سد جاری شود یا ۳ هزار و ۵۰۰ واحد مسکونی اجرا و تحویل شود و یا پروژه های زیرساختی ارزشمندی دیگری افتتاح یا آغاز شود.

اخبار

مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق قم:

افزایش مصرف برق در قم بیش از متوسط کشوری است

قم- خبرنگار فرصت امروز: به گزارش روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق استان قم و به نقل از ایرنا، مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق قم با اشاره به افزایش دمای هوا طی روزهای اخیر گفت: مصرف برق در استان نسبت به مدت زمان مشابه سال گذشته بیش از ۷.۵ درصد رشد داشته، در حالی که متوسط رشد مصرف برق در کشور حدودا ۶ درصد است و این نیازمند مدیریت بیشتر مصرف برق در قم است.

یوسف صادقی روز شنبه در گفت و گو با خبرنگار ایرنا اظهار داشت: میزان مصرف برق در استان قم با توجه به افزایش دما، به صورت چشمگیری در حال افزایش و رکورد زنی است و با توجه به افزایش سه الی چهار درجه ای دما طی هفته جاری نسبت به هفته گذشته، پیش بینی می شود در روزهای آتی بازهم شاهد رکورد زنی در مصرف برق باشیم. وی افزود: پیش از این بیشترین میزان مصرف برق در استان ۹۲۵ مگاوات در دهم تیرماه ساعت ۱۳:۴۰ در دمای ۴۴ درجه قم به ثبت رسیده است و با توجه به پیش بینی سازمان هواشناسی مبنی بر افزایش تدریجی دمای استان قم، احتمالا مصرف برق در استان به رکورد جدیدی می رسد که ادامه این روند مصرف و افزایش فزاینده آن نگران کننده خواهد بود و می تواند منجربه آسیب رسانی به بخش های مختلفی از جمله تاسیسات فنی شبکه و پست های توزیع برق گردد.

صادقی افزود: تمام تلاش شرکت توزیع نیروی برق استان قم بر این است که خاموشی های برنامه ریزی شده برای هم ترازی شبکه برق نداشته باشیم البته این امکان دارد که جهت اصلاح شبکه و یا موارد خارج از موضوع هم ترازی برق، اعلام قطعی برق را داشته باشیم که این جدای از مساله اعلام خاموشی جهت مدیریت مصرف برق است. وی گفتد: با توجه به افزایش دما و پیش بینی رشد مصرف برق در روزهای آتی انتظار می رود همشهریان توجه بیشتری نسبت به موضوع صرفه جویی در مصرف برق داشته باشند و با اجرای توصیه های ساده مدیریت مصرف برق از جمله رعایت الگوی تنظیم سیستم های سرمایش بر اساس دمای آسایش که بین ۲۴ تا ۲۶ درجه سانتیگراد می باشد، در تابستان جاری، کمترین خاموشی برق را داشته باشیم.

در سه ماهه نخست امسال رقم خورد؛

ترابری بیش از یک میلیون مسافر در بنادر شرق هرمزگان

بندرعباس- خبرنگار فرصت امروز: مدیر بنادر و دریانوردی شهید باهنر و شرق هرمزگان گفت: یک میلیون و ۲۲۰ هزار و ۹۶ مسافر از ابتدای سال جاری تا کنون در بنادر شرق استان رفت و آمد کردند. به گزارش روابط عمومی اداره کل بنادر و دریانوردی هرمزگان؛ "حمیدرضا محمدحسینی تختی" افزود: با افزایش روند مسافری در مسیرهای داخلی و بین‌المللی در مجموع یک میلیون و ۲۲۰ هزار و ۹۶ مسافر از ابتدای سال جاری تا کنون در بنادر شرق هرمزگان جابجا شده‌اند.

وی بیش‌ترین آمار رفت‌وآمد در مسیر بندر شهید حقانی به بنادر شهید ذاکری(قشم) و هرمز به میزان ۸۴۶ هزار و ۴۸۹ هزار مسافر اعلام کرد که نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۱۱ درصد افزایش داشته است. مدیر بنادر و دریانوردی شهید باهنر و شرق هرمزگان گفت: در این مدت ۳۶۷ هزار و ۶۱۶ مسافر نیز از طریق بندر هرمز به بنادر شهید ذاکری(قشم) و شهید حقانی رفت و آمد کردند که در مقایسه با سال گذشته ۲۷ درصد افزایش را نشان می‌دهد. محمدحسینی تختی گفت: با ادامه روند افزایش تردد در مسیر بین‌المللی بندر شهید باهنر و بندر شارجه، پنج هزار و ۹۹۱ مسافر از طریق این خط مسافری دریایی جابه‌جا شدند که در این بخش نیز افزایش ۳۰ درصدی به ثبت رسیده است. وی تمامی ترددهای دریایی در بنادر شرق هرمزگان را منوط به شرایط جوی مناسب و ایمنی کامل شناور دانست و خاطرنشان کرد: هموطنان می‌توانند با شماره‌گیری تلفن گویا ۳۱۱۱ از وضعیت تردد شناورهای مسافری داخل استان اطلاع پیدا کنند.

با بهره‌گیری از ساخت داخل؛

راه‌اندازی دستگاه تولید پلاک خودرو در استان بوشهر

بوشهر- خبرنگار فرصت امروز: طی آیینی از دستگاه تولید پلاک خودرو که به‌دست متخصصان ایرانی در نیروی انتظامی ساخته شده است در مرکز تعویض پلاک و نقل و انتقال وسایل نقلیه مؤسسه راهگشا مرکز بوشهر راه اندازی و مورد بهر برداری قرار گرفت. معاون هماهنگ‌کننده فرماندهی انتظامی استان بوشهر در آیین راه‌اندازی این دستگاه در مرکز تعویض پلاک بوشهر گفت: تعویض پلاک یکی از خدماتی است که نیروی انتظامی روزانه و پیوسته به مردم ارائه می‌دهد و باید با کیفیت مناسب باشد. سرهنگ حمیدرضا خضری تنگستانی افزود: صرفه‌جویی در زمان نیز یکی دیگر از اولویت‌های نیروی انتظامی در انجام خدمات عمومی خود به مردم است که با راه‌اندازی دستگاه تولید پلاک در استان بوشهر، مدت‌زمان درخواست تا تحویل پلاک به مالکان خودرو از ۷۲ ساعت به یک ساعت کاهش پیدا کرده است. رئیس مؤسسه راهگشا شعبه استان بوشهر و رئیس مرکز تعویض پلاک و نقل و انتقال وسایل نقلیه استان نیز گفت: تا پیش از این، دستگاه‌های تولید پلاک خودرو از خارج از کشور وارد می‌شد، اما با بهره‌گیری از دانش متخصصان ایرانی و توان ساخت داخل، دستگاه تولید پلاک با پیگیری نیروی انتظامی در کشور ساخته شد و استان بوشهر نیز از اولین استان‌هایی است که از آن بهره می‌برد.

عباس خضری با اشاره به این‌که این دستگاه نسبت به نمونه‌های خارجی قابلیت‌های بیشتری دارد، افزود: کاربران کارشناس این مرکز می‌توانند با دستگاه تولید پلاک خودرو، بسته به نیاز و درخواست متقاضیان روزانه ۳۰۰ تا ۳۵۰ پلاک را تولید کنند و تحویل مالکان دهند. او یادآور شد که تا پیش از این پلاک‌های خودرو از تهران درخواست می‌شد و پس از ۴۸ تا ۷۲ ساعت به دست مالکان می‌رسید.

مدیرکل منابع طبیعی وآبخیزداری استان مرکزی:

کاهش آتش سوزی در مراتع نیازمند همیاری مردم است

اراک- فرناز امیدی: مدیرکل منابع طبیعی و آبخیزداری استان مرکزی گفت: کاهش و کنترل آتش سوزی در مراتع و منابع طبیعی نیازمند همیاری مردم و سازمان های مردم نهاد و آمادگی دستگاه‌های مرتبط است. عبدالحسن محمدی در حاشیه برگزاری مانور اطفای حریق مراتع در روستای دهنو از توابع شهرستان خمین در گفت و گو با ایرنا، افزود: باتوجه به افزایش دمای هوا، تمام مناطق طبیعی و مراتع مستعد آتش سورزی هستند. وی ادامه داد: از ابتدای امسال تاکنون یک مورد حریق در شهرستان خنداب به مساحت ۶ هکتار گزارش شده است. مدیرکل منابع طبیعی و آبخیزداری استان مرکزی اظهار کرد: هر ساله به منظور آماده باش یگان حفاظت، مانور در یکی از شهرستان های استان برگزار می‌شود. محمدی هدف از برگزاری این مانورها را بررسی و آزمایش تجهیزات قدیمی و جدید و آمادگی نیروها برای اطفای آتش در مراتع بیان کرد.

مدیرکل منابع طبیعی استان مرکزی یادآور شد: شهروندان و ساکنان مناطق روستایی در هریک از ۱۲ شهرستان استان در صورت اطلاع از آتش سوزی در مراتع و منابع طبیعی در اولین فرصت با شماره ۱۵۰۴ تماس بگیرند تا نیروهای یگان حفاظت در سریع‌ترین زمان در محل حاضر و آتش را خاموش کنند. محمدی ادامه داد: با توجه به گستردگی برخی آتش سوزی ها کشاورزانی که دارای تراکتور هستند در اطفای حریق نقش تاثیرگذاری دارند. وی افزود: کوچکترین آتش سوزی سطح گسترده‌ای از مراتع را تخریب می‌کند و سبب آغاز فرسایش بادی و آبی می شود. مدیرکل منابع طبیعی و آبخیزداری استان مرکزی گفت: آتش زدن زمین جای گندم پس از برداشت این محصول زراعی از سوی برخی کشاورزان اشتباه است و بستر آتش سوزی‌های گسترده می‌شود. محمدی توضیح داد: افزایش آتش سوزی نسبت به بارندگی سالانه است و با افزایش بارندگی آتش سوزی نیز افزایش پیدا می‌کند. وی با اشاره به اینکه پارسال در پنج مورد آتش سوزی ۱۱ هکتار از منابع طبیعی استان مرکزی در آتش سوخت، بیان کرد: آگاهی و دغدغه مردم نسبت به مراتع و پوشش گیاهی کنترل کننده و کاهش دهنده آتش سوزی‌ها است. مدیرکل مدیریت بحران استانداری مرکزی نیز با اشاره به اینکه ۲ میلیون هکتار مراتع استان در معرض آتش سوزی هستند، گفت: آمادگی دستگاه‌های عضو مدیریت بحران در مقابله با این آتش سوزی‌ها ضروری است. امید محترمی افزود: با توجه به گستردگی مراتع در استان مرکزی و امکان آتش سوزی، دستگاه‌های اجرایی به تنهایی نمی‌توانند از آتش سوزی‌ها جلوگیری کنند و مردم در صورت هرگونه آتش سوزی باید اطلاع رسانی به موقع را انجام دهند.

مشارکت ۱۰ هزار ایلامی در جشن عید غدیر

ایلام-هدی منصوری:مدیرکل تبلیغات اسلامی ایلام گفت: بالغ بر ۱۰ هزار نفر در جشن بزرگ چهار ساعته عید غدیر خم در مصلای شهر ایلام شرکت کردند.

حجت‌الاسلام محمدعلی نجفی مدیرکل تبلیغات اسلامی استان ایلام گفت: جشن بزرگ عید غدیر از ساعت ۱۶ امروز به مدت ۴ ساعت به صورت متمرکز با حضور اقشار مختلف مردم با هر فکر و سلیقه در محل مصلی شهر ایلام برگزار شد. وی افزود: طبق آمار برگرفته از توزیع برگه های قرعه کشی تا یک ساعت قبل از پایان مراسم بالغ بر ده هزار نفر در این جشن حضور داشتند. مدیرکل تبلیغات اسلامی استان ایلام ادامه داد: از مشارکت تمامی مجموعه های مردمی در برپایی بیش از بیست غرفه در حاشیه این مراسم تشکر کنیم. حجت الاسلام نجفی خاطر نشان کرد: برگزاری این جشن ها بهانه ای است تا مردم شهید پرور استان ایلام عشق و ارادت خود را به اهل بیت (ع) نشان دهند. این مقام مسئول عنوان کرد: با توجه به ساعت اجرای جشن و هوای گرم، مصلی شهر ایلام به دلیل وسعت مکان سرپوشیده و حیاط بزرگ جهت جانمایی غرفه های متعدد این مکان توسط کارگزاران جشن انتخاب شد. وی به برنامه های اجرا شده در جشن بزرگ غدیر اشاره کرد و گفت: اجرای گروه‌های سرود، جنگ شادی کودکانه با حضور مل مل، عموصادق و عوامل بچه مسلمان از شبکه پویا، مولودی خوانی مداحان شاخص کشوری از جمله حاج احمد واعظی و همچنین مداحان استانی، برگزاری مسابقه و اهدای جوایز از جمله برنامه های این جشن بزرگ بود.

غدیر روز ناامیدی دشمنان اسلام است

حسن بهرام نیا استاندار ایلام نیز در این مراسم با اشاره به اینکه عید غدیر خُم بزرگترین عید امت اسلامی و روز ناامیدی دشمنان اسلام است، گفت: باید شکرگزار خداوند باشیم در جامعه ای زندگی می کنیم که در مسیر اعتلای دین اسلام گام برمی‌دارد. وی افزود: دشمنان در همان زمان هم تلاش کردند بین مردم و ولایت فاصله بیندازند و در شرایط کنونی نیز دشمنان فعلی هم همان خط و مسیر را دنبال می‌کنند اما با بصیرت ملت ایران و رهبری مقام معظم رهبری نقشه های دشمنان یکی پس از دیگری خنثی می‌شود و مردم دشمنان را ناامید کرده و پای نظام و انقلاب بوده و هستند.

برگزاری جلسه توجیهی سامانه پنجره واحد زمین در راستای پاسخگویی به استعلامات در شرکت آب منطقه ای گلستان

گرگان- خبرنگار فرصت امروز: سرپرست دفتر رودخانه ها و سواحل شرکت آب منطقه ای گلستان از برگزاری جلسه توجیهی و هماهنگی نحوه کار با سامانه پنجره واحد زمین در راستای پاسخگویی به استعلامات خبر داد.به گزارش روابط عمومی شرکت آب منطقه ای گلستان، مهندس علی اصغر خسروی اظهار داشت: در این جلسه که باحضور کارشناسان مهندسی رودخانه ها و کارشناسان حفاظت و بهره برداری ستاد و شهرستان های تابعه برگزار گردید، فرآیندها و نحوه کار با سامانه مذکور مورد بحث و تبادل نظر کارشناسی قرار گرفت. وی بیان داشت: سامانه پنجره واحد زمین از ابتدای خرداد ماه سال جاری در سطح شرکت های آب منطقه ای استقرار یافته و تمامی استعلامات مربوط به تعیین و یا تغییر کاربری اراضی می بایست از طریق آن پاسخ داده شود.گفتنی است سامانه پنجره واحد زمین از یک‌سو قابلیت شناسایی تخلفات زمین‌خواری و ساخت‌وسازهای غیرمجاز در اراضی حساس کشور را با استفاده از تصاویر ماهواره‌ای فراهم نموده که به عنوان بستری برای معرفی موارد زمین‌خواری و نظارت بر عملکرد دستگاه‌های اجرایی ذی‌ربط قابل استفاده است. از سوی دیگر سامانه با فراهم نمودن زیرساخت‌های الکترونیکی مدیریت هوشمندانه و سیستمی فرایندهای بین دستگاهی جهت ارائه مجوزها و استعلامات حوزه زمین و ساختمان، سازوکارهای مناسبی را جهت پیشگیری از بروز مفاسد و مشکلاتی نظیر جعل استعلامات و مجوزها ، تبانی و ارتشا توسط زمین‌خواران، تداخل وظایف بین‌دستگاهی و عدم شفافیت در تصمیم‌گیری‌های کمیسیون‌ها و شوراها فراهم می‌نماید.

اشتباهات رایج در دیجیتال برندینگ

نویسنده: علی آل‌علی

کارآفرینان معمولا به محض اینکه کسب و کارشان را راه‌اندازی می‌کنند، به فکر برندینگ می‌افتند. شاید زمانی نه چندان دور برندینگ به طور کامل در دنیای واقعی دنبال می‌شد، اما این روزها به خاطر سلطه بی‌چون و چرای زندگی دیجیتال همه چیز رنگ و بوی آنلاین به خودش گرفته است. فرقی هم ندارد موضوع بحث برندینگ باشد یا کار ساده‌ای مثل تماشای فیلم، در هر صورت فناوری‌های دیجیتال زندگی انسان‌ها را کاملا تغییر داده‌اند. در این میان برخی از کارآفرینان خیلی خوب با تغییرات کنار آمده‌اند. به طوری که انگار سال‌های سال است برندینگ دیجیتال را دیده و در آن حوزه کار کرده‌اند.

وقتی درباره برندینگ صحبت می‌کنیم، خیلی‌ها فکر می‌کنند موضوع بحث به شاخه‌ای از بازاریابی مربوط می‌شود. چنین برداشت‌های اشتباهی از برندینگ معمولا کار را حسابی خراب خواهد کرد. به طوری که شما در عرض چند دقیقه تمام اهداف‌تان را دودِ هوا خواهید کرد.

ما در این مقاله قصد داریم نگاهی به برخی از بزرگ‌ترین اشتباهات در حوزه دیجیتال برندینگ بیندازیم. اگر شما هم کارتان در این حوزه با مشکلات زیادی رو به روست، بد نیست با ما همراه باشید تا نگاه دقیقی به جزییات مسئله داشته باشیم. خب منتظر چه هستید؟ کوله‌پشتی‌تان را آماده کنید تا راه بیفتیم!

اشتباه اول: بی‌توجهی به اهمیت برندینگ

دیجیتال برندینگ به نوعی محصول دیجیتالی‌شدن تمام ابعاد زندگی انسان‌هاست. برخی از کارآفرینان فکر می‌کنند این استراتژی باید تحت هر شرایطی دنبال شده و راحت‌ترین کار برای رفع مسئولیت در این زمینه هم الگوبرداری بی‌چون و چرا از برندهای بزرگ است. چنین نکته‌ای شاید برای خیلی از کارآفرینان راحت و تقریبا جذاب به نظر برسد، اما در چشم‌اندازی بلندمدت هیچ فایده‌ای به همراه نخواهد داشت. این کار دقیقا مثل آن است که یک کارگردان تازه‌کار به جای معرفی آثاری تازه و خلاقانه به کپی‌برداری ناشیانه از کارگردان‌های بزرگ دنیا دست بزند. شما را نمی‌دانم، ولی من که اصلا حاضر نیستم بابت تماشای چنین فیلمی پول بدهم.

وقتی درباره دیجیتال برندینگ حرف می‌زنیم، منظورمان فقط نمایش لوگو یا شعارهای تبلیغاتی برند در فضای آنلاین نیست. بی‌شک این کار پیچیدگی‌های خودش را دارد اما به تنهایی برای موفقیت شما کافی نخواهد بود. در عوض یک ایده بهتر شامل تغییر درک و نگرش مشتریان نسبت به برندتان است. اینطوری شما فرصت کافی برای اثرگذاری بر روی مشتریان را پیدا خواهید کرد.

باور کنید یا نه، مشتریان تا برداشت‌شان از یک برند عوض نشود، به آن روی خوش نشان نمی‌دهند. درست به همین خاطر این روزها کلی از برندهای بزرگ دنیا بدون حتی تلاش زیاد مشتریان را به خودشان جذب می‌کنند؛ چراکه آنها سال‌هاست دیدگاه مشتریان نسبت به خود را عوض کرده‌اند.

اگر شما فقط به خاطر اینکه بقیه برندها در حوزه دیجیتال برندینگ حضور دارند، وارد این حوزه شده‌اید، کارتان دیر یا زود با مشکل رو به رو خواهد شد. بهتر است قبل از هر کاری با اهمیت برندینگ به معنای تغییر دیدگاه مشتریان نسبت به برندتان آشنا شوید. وگرنه کلاه‌تان پس معرکه خواهد بود.

اشتباه دوم: تعریف ناقص مخاطب هدف

شما برای چه کسی زحمت دیجیتال برندینگ را به جان می‌خرید؟ این نکته کلیدی برای بسیاری از کارآفرینان مشکل‌ساز می‌شود؛ چراکه تا حالا درباره‌اش فکر نکرده‌اند. گاهی اوقات ماجرا حتی از این هم حیرت‌انگیزتر می‌شود. به طوری که خیلی از کارآفرینان فکر می‌کنند تعریف مخاطب نوعی شوخی خنده‌دار است!

اگر فکر کرده‌اید مشتریان در بازار همینطور بی‌مقدمه از محصولات یا هویت برندتان استقبال می‌کنند، سخت دراشتباهید. اصلا اگر شما بهترین عملکرد در زمینه برندینگ را هم داشته باشید، تا وقتی کارتان را تحویل مخاطب درست ندهید، هیچ سودی نخواهید برد. خب کسی که عاشق دنیای بسکتبال است، بی‌شک توجه زیادی به یک برند فعال در زمینه تولید لوازم هاکی روی یخ نخواهد کرد. بنابراین شما به عنوان اولین قدم باید مخاطب‌تان را کاملا مشخص کنید.

این روزها دامنه زیادی از مردم در شبکه‌های اجتماعی حضور دارند. همین امر برای کارآفرینان جذابیت پلتفرم‌های اجتماعی را دوچندان کرده است. به طوری که برخی از برندها سعی می‌کنند روی تک تک کاربران حاضر در شبکه‌های اجتماعی اثر بگذارند. امیدوارم دست کم شما چنین ذهنیتی نداشته باشید؛ چراکه کاربران حاضر در شبکه‌های اجتماعی الزاما مشتری شما نیستند!

شما باید دنبال کاربرانی بروید که اندک علاقه‌ای به حوزه کاری‌تان دارند. وگرنه برای همیشه در هزارتوی یافتن مشتری مناسب گم خواهید شد. مهمترین مسئله در این میان علاقه کاربران به حوزه کاری شماست. پس اگر درباره علاقه برخی از افراد به کارتان اطلاعی ندارید، بهتر است دورشان را فعلا خط بکشید؛ چراکه کاربران در شبکه‌های اجتماعی منتظر یک برند مزاحم هستند تا برای هفته‌ها آن را تبدیل به ترند اول پلتفرم‌های مختلف کنند. پس الکی دنبال دردسر نگردید.

اشتباه سوم: اکتفا به طراحی لوگو

لوگو یکی از المان‌های مهم در برندینگ محسوب می‌شود. بسیاری از مشتریان اولین تجربه تعامل با برندها را از طریق لوگو آنها پشت سرمی‌گذارند. البته شما قرار نیست فقط به طراحی لوگو اکتفا کنید؛ چراکه برندینگ بخش‌های بی‌نهایت متنوع دیگری هم دارد. بخش‌هایی نظیر شعار تبلیغاتی، شخصی‌سازی محتوای بازاریابی و حتی مانور بر روی محصول بخش‌های متنوع دیگری است که دیجیتال برندینگ را شکل می‌دهد. بنابراین تمرکز بیش از اندازه روی یک بخش دیر یا زود کار دست‌تان می‌دهد.

اشتباهی که کارآفرینان در این بخش مثل آب خوردن مرتکب می‌شوند، بی‌توجهی به بخش‌های گوناگون برندینگ است. شاید شما با یکی از بخش‌های کار بیشتر از بقیه کیف کنید، اما دلیل نمی‌شود کارتان فقط روی آن بخش مشخص متمرکز شود. چه بسا همین موضوع حسابی کار دست‌تان دهد. به طوری که دیگر هیچ شانسی برای اثرگذاری مناسب بر روی مخاطب‌تان نداشته باشید.

توصیه ما در این مقاله ساده و در عین حال حیاتی است. شما باید دیجیتال برندینگ را به مثابه یک مجموعه در نظر بگیرید. وگرنه خیلی زود به دام افتاده و کارتان مشکل‌دار خواهد شد.

اشتباه چهارم: بی‌ثباتی در رنگ‌های اصلی برند

رنگ‌های اصلی برند شما کدامند؟ این سوالی است که خیلی از کارآفرینان را طوری شوکه می‌کند که نگو. انگار بحث درباره رنگ‌های اصلی برند تا حالا موضوعیت نداشته و ما یکباره آن را مطرح کرده‌ایم. اگر بخواهیم دور دو دوست یا همکار مشورت کنید. اینطوری دیگر پشیمانی در کار نخواهد بود.

اشتباه پنجم: گم کردن لحن خاص برند

برخی از برندها طوری کمپین‌های بازاریابی‌شان را طراحی می‌کنند که آدم دوست دارد ۲۴ ساعته آن را تماشا کند. شاید فکر کنید چنین برندهایی خیلی خوش‌شانس هستند، اما راستش را بخواهید ماجرای اصلی در این میان استفاده از لحن درست است. اجازه دهید یک مثال ساده بزنیم؛ آدم‌ها معمولا وقتی مهمان دارند، اصلا از لحن دوستانه یا صمیمی استفاده نمی‌کنند. در عوض هر حرف را به طور کاملا شمرده و در نهایت احترام بیان می‌کنند. حالا اگر همان فرد را در یک دورهمی دوستانه ببینیم، لحنش زمین تا آسمان فرق خواهد داشت.

اشتباه نکنید، ما اصلا از بحث اصلی منحرف نشده‌ایم. در عوض تمام حرف‌مان درباره ضرورت حفظ لحن اصلی برند است. مشتریان برای شما حکم همان مهمان‌هایی را دارند که باید جلوی‌شان در نهایت ادب رفتار کنید. حالا اگر هر روز یک لحن خاص برای خودتان انتخاب کنید، خیلی زود مشتریان از دست‌تان کلافه خواهند شد.

اشتباه کارآفرینان در شبکه‌های اجتماعی تلاش برای راضی نگه داشتن تمام گروه‌های مشتریان است. انگار که این وظیفه به طور ویژه به آنها محول شده و باید به هر قیمتی آن را انجام دهند. اگر نظر ما را بخواهید، چنین روشی اصلا جواب نمی‌دهد. همانطور که قبلا گفتیم، شما هیچ مسئولیتی در قبال تمام مشتریان حاضر در بازار ندارید. درست به همین خاطر باید فقط روی مخاطب هدف‌تان متمرکز شوید.

تعریف‌های کلیشه‌ای را خط بکشیم، باید گفت رنگ‌های اصلی برند به مجموعه‌ای از رنگ‌ها اشاره دارد که در جای جای کسب و کارتان به چشم می‌خورد. اشتباه نکنید، منظور ما فقط لوگو نیست؛ مثلا برند اپل را در نظر بگیرید، این برند با انتخاب رنگ‌های سیاه و سفید به عنوان رنگ‌های اصلی اثرگذاری بالایی روی مشتریان داشته است. اگر کمی به سایت رسمی یا حتی برخی از محصولات این برند دقت کنید، این دو رنگ به خوبی در همه جا به چشم می‌خورد. پس منتظر چه هستید؟ شما هم می‌توانید با کمی تأمل درباره هویت برندتان یک یا چند رنگ اصلی برای خودتان انتخاب کنید.

یکی از اشتباهاتی که کارآفرینان هنگام انتخاب رنگ اصلی مرتکب می‌شوند، بی‌توجهی به بحث ثبات است. انگار که تغییر هر روزه رنگ‌های اصلی نه تنها مشکلی ندارد، بلکه برای مشتریان جذابیت زیادی نیز به همراه خواهد داشت. این بحث برای بسیاری از کارآفرینان به طور مداوم مشکل‌ساز می‌شود؛ چراکه مشتریان به محض مشاهده بی‌ثباتی از سوی شما دورتان را خط خواهند کشید.

ماموریت شما در این بخش مثل یک مجری تلویزیونی است. همانطور که یک مجری باید همیشه سبک خودش را حفظ کند تا برای مخاطب آشنا به نظر برسد، شما هم نباید خیلی با رنگ‌های اصلی برندتان شوخی کنید. وگرنه مشتریان طوری از خجالت‌تان درمی‌آیند که نگو و نپرس!

بی‌شک انتخاب رنگ‌های اصلی برای برند کار ساده‌ای نیست. درست به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم شما باید قبل از دست به کار شدن همه جنبه‌های بحث را به خوبی بررسی کنید. وگرنه خیلی زود کارتان به مشکل خورده و دیگر نمی‌توانید مشکل‌تان را حل کنید. بد نیست قبل از انتخاب نهایی رنگ‌ها با یکی

اگر در مراحل قبلی اهمیت تعریف مخاطب هدف را درک کرده باشید، به طور خودکار مشکل این بخش برای‌تان حل خواهد شد. دردسر از جایی شروع می‌شود که شما همینطور سرسری توصیه‌های ما را پشت گوش انداخته باشید. در این صورت باید خیلی زود به عقب برگشته و کارتان را دوباره شروع کنید.

اشتباه ششم: آپدیت نکردن هویت بصری

مشتریان این روزها با چشم‌شان خرید می‌کنند. فرقی ندارد شما چه موقعیتی در بازار داشته باشید، در نهایت این المان‌های بصری برندتان است که مشتریان را به خودش جلب می‌کند. نکته جالب اینکه برخی از کارآفرینان بعد از اینکه یک یا چند المان بصری جذاب طراحی کردند، دیگر کار را به طور کامل فراموش می‌کنند. انگار که مشتریان باید به هر قیمتی که شده المان‌های بصری ثابت شما را برای همیشه دوست داشته باشند.

این روزها دنیای اطراف ما با سرعتی حیرت‌انگیز در حال تغییر است. همین امر برای خیلی از کارآفرینان شرایطی را به وجود آورده که یک لحظه غفلت را تبدیل به شکستی بی‌نهایت بزرگ می‌کند. بنابراین اگر فکر کرده‌اید دست نزدن به هویت بصری برند برای‌تان ثبات یا اعتبار به همراه خواهد داشت، باید بگوییم سخت در اشتباهید. نکته کلیدی که در این میان وجود دارد، تلاش برای استفاده از الگوهای مختلف به منظور هماهنگی با سلیقه مشتریان است. اینطوری هر چقدر که زمان بگذرد، مشتریان بیشتر به برندتان علاقه‌مند خواهند شد.

یادتان نرود، این روزها خیلی از برندها فقط به خاطر اینکه در جست‌وجوی ثبات هستند، از بازار حذف می‌شوند. اگر شما هم فکر می‌کنید حضور به طور ثابت در بازار برای شما ثبات به همراه خواهد داشت، باید بگوییم سخت دراشتباهید؛ چراکه با این دست فرمان شکست‌تان حتمی خواهد بود. یک ایده بهتر در این میان تلاش برای استفاده از آپدیت منظم هویت برند است. اینطوری دیگر لازم نیست خیلی نگران از دست دادن مشتریان‌تان باشید. خب هرچه باشد مشتریان از برندی که دائما هویت بصری‌اش را مطابق با نیازهای روز آپدیت می‌کند، استقبال خواهد کرد.

اشتباه هفتم: توسعه نامتوازن پرسونای برند

مشتریان برند شما را چطور به یاد خواهند آورد؟ این سوالی است که کمتر کارآفرینی یک جواب قطعی برای آن دارد. شاید فکر کنید چنین اتفاقی کاملا طبیعی است. خب در این صورت باید ذهنیت‌تان را تغییر دهیم. دلیل اصلی ناتوانی برای پاسخگویی به سوال بالا توسعه نامتوازن پرسونای برند است. ماجرا تازه جالب شد، نه؟

اگر بحث‌های ما در زمینه بازاریابی را دنبال کرده باشید، احتمالا چندباری اصطلاح پرسونای مشتری به گوش‌تان خورده است. این مفهوم به تعریف یک کسب و کار از هویت کلی مشتریانش اشاره دارد. به طوری که این هویت عملا فعالیت‌های بعدی برند را شکل می‌دهد.

نکته‌ای که ما در اینجا قصد تاکید روی آن را داریم، بحث مربوط به طراحی پرسونای برند است. همانطور که مشتریان برای شما یک پرسونای مشخص دارند، کسب و کار شما هم باید پرسونایی مشخص برای مشتریان داشته باشد. این طوری آنها شما را خیلی بهتر شناخته و تعامل با کسب و کارتان برای‌شان بی‌نهایت ساده‌تر می‌شود.

انسان‌ها همیشه ارتباط و تعامل با هر چیزی که قبلا شناخته‌اند را به امور تازه ترجیح می‌دهند. درست به همین خاطر شما باید همیشه چنین نکته کلیدی را مدنظر داشته باشید. وگرنه دیر یا زود کارتان با مشکلات اساسی رو به رو خواهد شد. اینکه یک برند برای مشتریان هویتی تازه به همراه داشته باشد، شاید در برخورد اول جذاب به نظر برسد، اما بی‌شک بخش قابل ملاحظه‌ای از مشتریان را از کنارتان پراکنده خواهد کرد. به طوری که بخش قابل ملاحظه‌ای از سود کسب و کارتان در یک چشم به هم زدن ناپدید شود.

توصیه ما در این بخش برای شما کاملا روشن است. شما باید هویت برندتان را به طوری کاملا متوازن توسعه دهید. منظور ما از این نکته توجه مساوی به طراحی پرسونای مشتری و پرسونای برندتان است. به علاوه، نباید الکی روی یکی از بخش‌های برندتان زیادی مانور دهید؛ چراکه مشتریان این روزها حسابی باهوش هستند. پس اگر برای حرف‌تان دلیل و مدرک نداشته باشید، خیلی زود دست‌تان برای‌شان رو خواهد شد. آن وقت دیگر هیچ شانسی برای اثرگذاری بر روی آنها یا بهبود کارتان پیدا نمی‌کنید.

اشتباه هشتم: فقدان ثبات

برندسازی دیجیتال هم مثل هر کار دیگری در این دنیا نیاز به مقداری ثبات دارد. بسیاری از کارآفرینان در زندگی روزمره توجه زیادی به ثبات ندارد. انگار که در دنیای همواره متغیر کنونی ثبات دیگر جایی ندارد. قبول دارم ثبات در برخی حوزه‌ها دست و پای کارآفرینان را می‌بندد، اما شما نباید در همه حوزه‌ها به یک صورت فکر کنید. نکته کلیدی در این میان تلاش برای استفاده از ثبات به معنای حفظ روند رو به رشد برندتان است. اینطوری همیشه حرف‌های تازه برای مشتریان داشته و هیچ وقت کارتان قدیمی نخواهد شد.

یادتان باشد، مشتریان وقت‌شان را از سر راه نیاورده‌اند که همینطور بی‌مقدمه با شما تلف کنند. بنابراین شما باید برنامه‌ای بلندمدت برای تعامل با مشتریان داشته باشید. اینطوری کارتان خیلی بهتر جلو رفته و دیگر لازم نیست دائما نگران اوضاع برندتان باشید. این نکته اهمیت بسیار زیادی از نقطه نظر فعالیت درست در بازار دارد. معمولا هر ساله کلی از استارت‌آپ‌ها با قدرت زیادی کارشان در زمینه دیجیتال برندینگ را شروع می‌کنند. با این حال تعداد انگشت‌شماری از آنها همچنان تا پایان سال در بازار حضور دارند. پس اگر وارد بازار شدید، نباید به این سادگی‌ها جا بزنید. وگرنه هیچ وقت تبدیل به کارآفرینی بزرگ نخواهید شد.

اشتباه نهم: عدم وفاداری به اصالت برند

مشتریان این روزها برندهای اصیل را ستایش می‌کنند. این نکته کلیدی برای بسیاری از کارآفرینان فقط روی کاغذ معنا دارد. در عمل به محض اینکه مشکلی پیش روی کارآفرینان قرار گیرد، به سادگی میدان را خالی خواهند کرد. ترجمه ساده این عبارت عدم وفاداری کارآفرینان به اصالت برندشان است. نکته‌ای که حتی برای مشتریان وفادار برندها نیز دردناک خواهد بود.

این روزها مشتریان بیشتر از اینکه به خاطر کیفیت یا قیمت یک محصول اقدام به خریدش کنند، روی نکات دیگری دست می‌گذارند. مواردی نظیر خلاقیت و نوآوری‌های شما در بازار، نحوه شخصی‌سازی ارتباط‌تان با مشتریان و از همه مهمتر الگوی کارتان در مواجهه با اصالت برند از جمله مهمترین گزینه‌ها محسوب می‌شود.

اصالت برند در واقع روش خاص شما برای حضور در بازارست. این گزینه به تمام اقدامات شما در بازار اشاره داشته و به نوعی آن را می‌سازد. بنابراین وفاداری شما به اصالت برند اهمیت زیادی برای کارآفرینان خواهد داشت. به طوری که شما را در مسیر حفظ مشتریان یاری خواهد کرد. نکته دیگری که در این میان باید بدان توجه داشته باشیم، مسئله تبدیل شدن برندتان به یک نام معتبر در بازار است. شما با وفاداری به اصالت برندتان مسیر بی‌نهایت ساده‌تری در این راستا خواهید داشت. پس منتظر چه هستید؟ هر تصمیمی که از این به بعد در حوزه کاری‌تان می‌گیرید، باید نیم نگاهی هم به مسئله اصالت برندتان داشته باشید. اینطوری کارتان برای حفظ اصالت برند بی‌نهایت ساده‌تر خواهد شد.

مسئله اصالت برند از نظر دیجیتال برندینگ به معنای توانایی و تعهد شما برای حضور بلندمدت در بازار است. درست به همین خاطر خیلی از مشتریان تاکید بی‌نهایت زیادی روی این مورد دارند. اگر شما هم دوست دارید در بازار جایی برای خودتان دست پا کرده و برندینگ بی‌دردسری داشته باشید، باید این نکته کلیدی همیشه گوشه ذهن‌تان باشد. وگرنه کارتان در بازار دوام زیادی نخواهد داشت.

بی‌شک کسب و کاری که اصلا به اصالت کاری‌اش فکر نمی‌کند، هیچ وقت نظر مثبت مشتریان را جلب نخواهد کرد. درست به همین خاطر شما باید همیشه کارتان را به طور درست و اصولی جلو ببرید. وگرنه دیجیتال برندینگ‌تان هنوز شروع نشده با شکست رو به رو خواهد شد. ماموریت اصلی شما در این بخش شناخت دقیق المان‌های سازنده اصالت برندتان خواهد بود. برای این کار کافی است ارتباط‌تان با مشتریان را کمی بهتر کرده و از آنها درباره این نکته سوال کنید. اینطوری اطلاعات‌تان بدون هیچ دردسری افزایش می‌یابد. در مرحله بعد هم باید تمام تلاش‌تان برای وفاداری به این هویت را نشان دهید. وگرنه خیلی زود مشتریان از شما ناامید می‌شوند.

سخن پایانی

دیجیتال برندینگ مفهومی تقریبا مشهور در دنیای کنونی محسوب می‌شود. خیلی از کارآفرینان ادعا می‌کنند توی این استراتژی را درآورده‌اند. با این حال وقتی کمی با دقت کارشان را زیر نظر بگیریم، ایراداتش یکی بعد از دیگری مشخص خواهد شد. ما در این مقاله به جای اینکه مجموعه‌ای از توصیه‌ها برای بهبود کارتان در زمینه دیجیتال برندینگ آماده کنیم، سراغ بخش دیگری از داستان رفتیم. شما الان با مجموعه‌ای از مهمترین اشتباهات در زمینه دیجیتال برندینگ آشنا هستید. تنها کاری که از این مرحله به بعد باید انجام دهید، مسئله یادگیری دقیق اشتباهات مورد بحث و پرهیز از آنهاست.

من و همکارانم در روزنامه فرصت امروز امیدواریم نکات مورد بحث در این مقاله کمکی هرچند کوچک به شما برای آشنایی با اشتباهات رایج در برندسازی دیجیتال کرده باشد. مثل همیشه اگر سوالی درباره نکات مورد بحث در این مقاله داشتید، ما همیشه آماده کمک به شما هستیم. پس تعارف را کنار گذاشته و با ما در ارتباط باشید.

منابع:

https://www.namecheap.com/guru-guides/branding-mistakes-and-how-to-avoid/

۱۴-https://www.growth-rocket.com/blog/crucial-branding-mistakes-to-avoid

فرصت امروز
روزنامه مدیریتی - اقتصادی
دوشنبه | ۱۹ تیر ۱۴۰۲ | شماره ۲۲۷۲ | صفحه ۸
صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز
مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی
چاپ: ریحان
دفتر مرکزی: مطهری، خیابان علی‌اکبری، پلاک ۱۱۵
دفتر مرکزی: ۸۸۵۱۴۵۳۸
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۵۲۶۹۲۳
آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS
WWW.FORSATNET.IR
INFO@FORSATNET.IR