

دولت سیزدهم با چالش‌های بسیاری در حوزه اقتصاد کشور مواجه است. در ۲۲ فروردین ماه ۱۳۹۲ بود که حسن روحانی رسماً نامزدی خود را برای یازدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری اعلام کرد. مردم نیز با اعتماد بر شعارهای دولت تدبیر و امید به ریاست جمهوری چهار ساله روحانی رأی دادند. در آن زمان روحانی در کمپین‌های انتخاباتی خود به مردم وعده‌های بسیاری داد؛ رفع تحریم‌ها، توافق بر سر پرونده هسته‌ای ایران با ۵+۱، بهبود وضعیت اقتصادی و معیشت مردم از آن دسته بود. متأسفانه نبود برنامه مدون در دولت یازدهم موجب شد تا پایه‌های اقتصاد ایران در طولانی‌مدت دچار تزلزل شود. پس از آغاز به کار دولت دوازدهم به ریاست جمهوری روحانی، بخت با او یار نبود؛ چراکه دونالد ترامپ به سمت ریاست جمهوری ایالات متحده آمریکا انتخاب شد و بزرگ‌ترین افتخار سیاسی کسب شده توسط تیم حسن روحانی را به یکباره بی‌اعتبار خواند و از توافق برجام خارج شد.

ادامه در همین صفحه

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

در آخرین روز مردادماه رکورد ارزش معاملات خرد در سال ۱۴۰۰ شکسته شد

رکورد جدید در بورس تهران

فرصت امروز: بورس تهران هفته را توفانی آغاز کرد و در اولین روز پس از تعطیلات شش روزه کرونایی، شاخص کل بورس با رشد ۱۵ هزار واحدی توانست از مرز یک میلیون و ۵۰۰ هزار واحد عبور کند. در این روز همچنین رکورد ارزش معاملات خرد در سال ۱۴۰۰ شکسته شد و به ۱۱۰۵۴ میلیارد تومان رسید. در آخرین روز از مردادماه در بازار سرمایه شاهد بودیم که ارزش معاملات خرد شامل...

تازه‌ترین گزارش تولید صنعتی شرکت‌های بورسی نشان می‌دهد

سکته تولید

در تابستان ۱۴۰۰

فرصت امروز: گزارش‌ها از مختل شدن روند تولید در تابستان ۱۴۰۰ حکایت دارد و همانطور که مرکز پژوهش‌های اتاق ایران چند روز پیش از عقبگرد اقتصاد در سایه کرونا و قطعی برق در تیرماه گزارش داد، حالا گزارش ماهانه تولید صنعتی پژوهشکده پولی و بانکی نیز از سکته تولید در این ماه خبر می‌دهد. به گفته بازوی پژوهشی بانک مرکزی، شاخص تولید صنعتی در تیرماه ۲٫۵ درصد نسبت به مدت مشابه سال قبل رشد داشته است که کمترین نرخ رشد در ۱۲ ماه گذشته بوده است. با توجه به اینکه این نرخ رشد در خردادماه ۷٫۷ درصد...

تامین مواداولیه داخلی

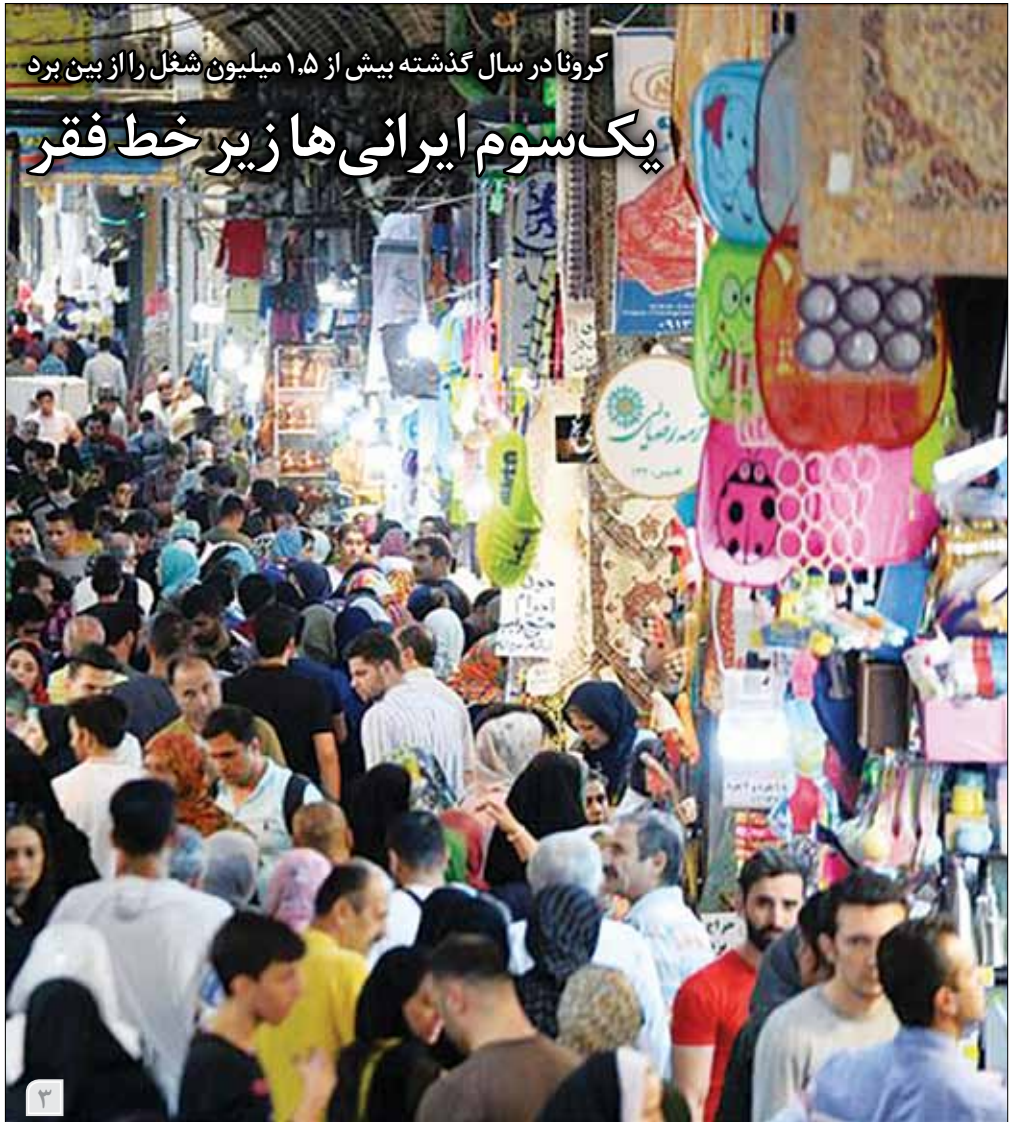
کلاف سردرگم صنت قطعه‌سازی

مدیریت و کسب‌وکار

بررسی راهکارهایی برای چالش افزایش قیمت در کسب و کار

افزایش قیمت محصولات بدون از دست دادن مشتریان

افزایش قیمت محصولات پدیده تازه‌ای در بازار کسب و کار نیست. تقریباً هر سال قیمت محصولات افزایش پیدا می‌کند و این امر دردسرهای زیادی برای کسب و کارها و همچنین مشتریان به همراه دارد. بی‌تردید هیچ مشتری از افزایش قیمت محصولات دل خوشی ندارد. درست به همین خاطر شاید یک برند با افزایش قیمت محصولاتش در واقع بخشی از مشتریان خود را از دست بدهد. با این حساب تصمیم‌گیری درباره افزایش قیمت امر بسیار سختی خواهد بود. مهمترین مسئله درباره افزایش قیمت محصولات مربوط به مدیریت آن است. بسیاری از کسب و کارها در عمل چاره‌ای جز افزایش قیمت محصولاتشان ندارند. بنابراین باید به دنبال مدیریت مشتریان و اطلاع‌رسانی درست برای پیشگیری از ریزش مشتریان با اعتراض‌های گسترده آنها باشند...



کرونا در سال گذشته بیش از ۱.۵ میلیون شغل را از بین برد

یک سوم ایرانی‌ها زیر خط فقر

چالش‌های اقتصادی دولت سیزدهم

نقدینگی خلق شده در هشت سال گذشته فاقد پشتوانه واقعی تولید ناخالص داخلی ایران بود. روحانی ارزش ریال در برابر دلار را در محدوده ۳۲۰۰ تومان از دولت بهار احمدی‌نژاد تحویل گرفت و با حجم نقدینگی فعلی با دلار حدوداً ۲۵ هزار تومان تحویل داد. به تعبیری، ارزش ذاتی پول ملی ایران در دوران ریاست جمهوری روحانی در ۴۰ سال گذشته این‌چنین مورد تحقیر واقع نشده بود.

افزایش قیمت بنزین بحران کسری بودجه روز به روز عرصه را بر دولت دوازدهم تنگ کرده بود و در تصمیمی ناگهانی به منظور تامین برخی از هزینه‌ها و پوشش کسری بودجه، بنزین گران شد. افزایش قیمت به بنزین محدود ماند و با بالا رفتن نرخ ارز و موج تورم و افزایش بهای سوخت در کشور، لاجرم نرخ کالا و خدمات در کشور به شدت افزایش یافت. با توجه به اتکای محض دولت یازدهم به واردات و تخصیص یارانه به کالاهای وارداتی از طریق ثبات مصنوعی نرخ ارز، در زمان وقوع تحریم‌ها و افزایش نرخ ارز، نرخ کالاهای وارداتی مسیر صعودی شدیدی داشتند. همچنین با توجه به کاهش چشمگیر ارزش پول ملی که در ۴۰ سال اخیر سابقه نداشته است، ارزش ریالی دارایی‌های مردم به شدت کاهش یافت و قدرت خرید مردم کاهش قابل ملاحظه‌ای داشت. در این بین سفره خانوارها کوچک و کوچک‌تر شد.

تلاطم بازارهای موازی افزایش نرخ ارز، تورم لجام گسیخته و نقدینگی سرگردان، از جمله عواملی بودند که طی چهار سال گذشته موجب جهش خیره‌کننده نرخ مسکن در اکثر شهرهای ایران شدند و به موازات آن نرخ اجاره‌ها نیز در این مدت به صورت فزاینده‌ای افزایش داشته است. همچنین بازار خودرو نیز

رتبه‌بندی استارت‌آپ‌ها در سال ۲۰۲۱ نشان می‌دهد
رتبه ۵۱۲ تهران در رقابت استارت‌آپی جهان

این حال، تهران در بین کشورهای منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا، بالاترین رتبه و امتیاز را کسب کرده است. بغداد، رام الله و صنعاً نیز از دیگر شهرهای مورد بررسی منطقه خاورمیانه در این گزارش هستند. یکی از نکات مهم گزارش استارت‌آپ بلیнк از رتبه‌بندی استارت‌آپ‌ها در سال ۲۰۲۱ میلادی، شگفتی‌آفرینی سنگاپور در رقابت استارت‌آپی جهان است. به طوری که رتبه سنگاپور در سال جاری میلادی نسبت به سال قبل با شش پله بهبود مواجه شده و به فهرست ۱۰ کشور برتر جهان رسیده است. همانطور که گفته شد، رشد شش پله‌ای سنگاپور و رسیدن این کشور کوچک آسیایی به رتبه دهم برترین کشورها در زمینه اکوسیستم استارت‌آپی نشان می‌دهد که قطار نوآوری در سنگاپور تا چه اندازه سریع و در ریل درست خود حرکت می‌کند.

در همین حال، پیش‌بینی‌ها بیانگر آن است که ارزش استارت‌آپ‌ها در سنگاپور و همچنین دیگر کشورهای جنوب شرق آسیا تا چهار سال دیگر از مرز یک تریلیون دلار عبور می‌کنند. به گزارش «سی ان بی سی»، توسعه استارت‌آپ‌ها

می‌دهد که دولت حسن روحانی با رشد نقدینگی حداقل ۶۴۳ درصدی طی سال‌های ۱۳۹۲ تا تابستان ۱۴۰۰ رکورددار بالاترین نرخ رشد نقدینگی بین این دولت‌ها بوده و بدترین عملکرد را در این زمینه داشته است. به طوری که حجم نقدینگی در پایان سال ۱۳۹۱ برابر با ۴۶۰ هزار میلیارد تومان بوده که در آذرماه ۱۳۹۹ به ۳۱۳۰ هزار میلیارد تومان افزایش یافته است. برآوردها حاکی از آن است که این رقم در تابستان ۱۴۰۰ به بیش از ۳۶۰۰ هزار میلیارد تومان رسیده است. این در حالی است که حجم نقدینگی در دولت احمدی‌نژاد از ۶۸ هزار میلیارد تومان در پایان سال ۱۳۸۳ به ۴۶۰ هزار میلیارد تومان در پایان سال ۱۳۹۱ رسید و رشد ۵۷۰ درصدی را تجربه کرد و در دولت خاتمی هم حجم نقدینگی از ۱۱ میلیارد و ۶۵۵ میلیون تومان در پایان سال ۱۳۷۵ به ۶۸ هزار میلیارد تومان در پایان سال ۱۳۸۳ رسید که رشد ۴۸۶ درصدی را نشان می‌دهد. در دوران جنگ هم نقدینگی کمترین رشد را داشته و از ۴۵۰ میلیارد تومان در پایان سال ۱۳۵۹ به یک میلیارد و ۵۶۸ میلیون تومان در سال ۱۳۶۷ رسید و رشد ۲۴۸ درصدی را تجربه کرد. شرایط فعلی یک رکورد تاریخی در خلق نقدینگی از سال ۱۳۳۰ تاکنون محسوب می‌شود. البته حجم پایه پولی نیز همگام با حجم نقدینگی، رشد خیره‌کننده‌ای در هشت سال گذشته داشته است.

خلق پول و ارزش پول ملی خلق پول به واسطه حجم تولید ناخالص داخلی هر کشور، اتفاق بسیار مبارکی است که می‌تواند ارزش ذاتی پول ملی هر کشوری را تقویت کند و برعکس، اگر نقدینگی بدون پشتوانه تولید ناخالص داخلی خلق شده باشد، تورم و تزلزل ارزش ذاتی پول ملی را به همراه خواهد داشت. متأسفانه

ادامه از همین صفحه با خروج آمریکا از توافق برجام، بازارهای ایران به این امر واکنش نشان داد و قیمت ارز در داخل کشور نیز روند افزایشی خود را به صورت تصاعدی به یکباره آغاز کرد. در این دوره برخی از تحریم‌های نفتی با شدت بیشتری اعمال شد و بر اقتصاد ایران سایه افکند. البته دولت دوازدهم در برهه زمانی حساس یادشده با اتخاذ تصمیمات عجولانه و غیرکارشناسی، اقتصاد کشور را دچار مشکلات بسیاری کرد که به صورت اجمالی به برخی از آنها خواهیم پرداخت.

یکی از بزرگ‌ترین اشتباهات کارنامه اقتصادی روحانی، دلار ۴۲۰۰ تومانی بود. کابینه دولت دوازدهم در یک جلسه شبانه‌گاهی ناگهان تصمیم گرفت که ارز را تک نرخي اعلام کند و اسحاق جهانگیری، معاون اول رئیس جمهور به صورت رسمی اعلام کرد که قیمت ارز در کشور تک نرخي و ۴۲۰۰ تومان خواهد بود! ارز ۴۲۰۰ تومانی، تصمیمی غیرکارشناسی بود و در آن برهه ضربه مهلک‌تر از تحریم‌ها بر اقتصاد کشور وارد کرد. از سوی دیگر، شکاف قیمت ارز آزاد با ارز تک نرخي موجب شد تا موجی از فساد، رانت و قاچاق کالا در کشور ایجاد شود. حسن روحانی دولت را با ارز ۳ هزار و ۵۰۰ تومانی در دور اول ریاست جمهوری خود تحویل گرفت، اما در دولت دوازدهم قیمت دلار تا مرز ۳۳ هزار تومان جهش پیدا کرد و البته پیش‌بینی می‌شد این دولت نرخ ارز را بیش از ۲۰ هزار تومان به دولت سیزدهم تحویل دهد.

جهش رشد نقدینگی براساس آمارهای رسمی بانک مرکزی، مقایسه نرخ رشد نقدینگی در ۱۰ دولت گذشته از سال ۱۳۶۰ تاکنون نشان

فرصت امروز: در آخرین گزارش استارت‌آپ بلیнк از رتبه‌بندی استارت‌آپی‌های جهان، اکوسیستم استارت‌آپی تهران بالاترین امتیاز را در بین شهرهای منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا کسب کرده است. با این حال، جایگاه تهران در این فهرست، رتبه ۵۱۲ از ۱۰۰۰ اعلام شده است که نسبت به سال ۲۰۲۰ میلادی، ۱۷۴ پله سقوط را نشان می‌دهد. براساس تازه‌ترین گزارش استارت‌آپ بلیнк از رتبه‌بندی استارت‌آپ‌ها، آمریکا نخستین کشور جهان از نظر امتیاز کسب و کار و کیفیت و کمیت استارت‌آپی است. کشورهای انگلستان، کانادا، آلمان و سوئد نیز در رتبه‌های بعدی قرار دارند و چین هم در جایگاه هفتم جهان ایستاده است. این گزارش همچنین نشان می‌دهد که سنگاپور در سال ۲۰۲۱ نسبت به سال ۲۰۲۰ میلادی با شش پله بهبود به جایگاه دهم جهان رسیده است. رشد شش پله‌ای سنگاپور در سال ۲۰۲۱ میلادی و حضور در بین ۱۰ کشور نخست جهان در رتبه‌بندی اکوسیستم استارت‌آپی بیانگر آن است که قطار نوآوری در این کشور کوچک آسیایی تا چه اندازه سریع و در ریل درست

بررسی شده در این ارزیابی، «تاکسی‌یاب اینترنتی گرب» است. استارت‌آپ «تاکسی‌یاب اینترنتی گرب» در ماه آوریل اعلام کرد که سهام خود را به صورت عمومی عرضه می‌کند. همچنین شرکت اندونزیایی «Go to» نیز برای عرضه سهام در بازارها برنامه‌ریزی کرده است. براساس این گزارش، آسیای جنوب شرقی، خانه ۴۰۰ میلیون کاربر اینترنت است و جالب آنکه ۱۰ درصد از این جمعیت برای نخستین بار در سال ۲۰۲۰ میلادی آنلاین و برخط شده‌اند. صنعت اینترنت در کشورهای سنگاپور، مالزی، اندونزی، فیلیپین، ویتنام و تایلند به عنوان بزرگ‌ترین اقتصادهای این منطقه کماکان در حال رشد است و پیش‌بینی می‌شود که ارزش آنها از مرز ۳۰۰ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۵ میلادی عبور کند. افزایش ارزش و تعداد استارت‌آپ‌ها در منطقه آسیای جنوب شرقی می‌تواند به افزایش عرضه سهام در بازارهای محلی و بین‌المللی منجر شود. هرچند یکی از مبدیان در «جانگل ونچر» می‌گوید که موسسان به طور معمول علاقه دارند که استارت‌آپ خود را به شرکت‌های بزرگ‌تر بفروشند، تا اینکه مسیر عرضه سهام را طی کنند.

در جهان فناوری با وجود همه‌گیری ویروس کرونا همچنان در حال انجام است و اخبار جالب و امیدوارکننده‌ای از افزایش ارزش استارت‌آپ‌ها در کشورهای جنوب شرقی آسیا و افزایش سرمایه‌گذاری در اکوسیستم استارت‌آپی این کشورها منتشر شده است. به طوری که پیش‌بین‌ها نشان می‌دهد ارزش استارت‌آپ‌های آسیای جنوب شرقی تا سال ۲۰۲۵ میلادی به مرز یک تریلیون دلار می‌رسد. ارزش استارت‌آپ‌های آسیای جنوب شرقی در سال گذشته میلادی به حدود ۳۴۰ میلیارد دلار رسیده بود. بررسی صندوق‌های سرمایه‌گذاری و شرکت‌های ارزیابی جهان نشان می‌دهد که تا سال ۲۰۲۵ میلادی، ارزش استارت‌آپ‌های این منطقه از قاره زرد به میزان مطلوب و قابل توجهی رشد می‌کند. در همین زمینه، «جانگل ونچر» پیش‌بینی کرده است که ارزش استارت‌آپ‌های فناوری در آسیای جنوب شرقی طی چهار سال آینده به مرز یک تریلیون دلار برسد. این برآورد براساس عملکرد و اطلاعات ۳۱ استارت‌آپ انجام شده است و کف ارزش در این ارزیابی، ۲۵۰ میلیون دلار بوده است. یکی از مهمترین استارت‌آپ‌های



آلفرد مارشال از سازوکار تعیین قیمت می گوید

پیر اقتصاد نئوکلاسیک

آلفرد مارشال یکی از تاثیرگذارترین اقتصاددانان نسل خود بود و کنایش با نام «اصول علم اقتصاد» تا چند دهه به عنوان کتابی استاندارد برای مطالعه اقتصاد استفاده می‌شد. در این کتاب مطلوبیت نهایی، عرضه و تقاضا و هزینه‌های تولید زیر چتر یک نظریه بزرگ‌تر یکپارچه شده‌اند. از سوی دیگر، مارشال به بحث پیرامون افزایش و کاهش عایدی تولید می‌پردازد. مانند بسیاری از اقتصاددان‌های عصر خود، مارشال ابتدا در ریاضیات آموزش دید و حتی در این زمینه به درجه استادی رسید، اما پس از آن نظر خود را به اقتصاد سیاسی معطوف کرد. البته علی‌رغم آشنایی مارشال با ریاضیات، معادلات پیچیده ریاضی در کارهای اقتصادی او بیشتر در حد یک باورقی توضیح داده شده‌اند. یکی از مسائلی که باعث شد مارشال بسیار مشهور شود، سادگی نوشته‌های او بود.

آلفرد مارشال در میانه تابستان ۱۸۴۲ در لندن به دنیا آمد. پدرش کارمند بانک و یک مسیحی معتقد بود. مارشال در تحصیلات ابتدایی و متوسطه خود تسلط و مهارتش را در ریاضیات نشان داد و این مسئله در کالج هم ادامه پیدا کرد. مارشال که در ابتدا در رشته فیزیک تحصیل می‌کرد به دلیل مشکلات روحی این رشته را رها کرد به فلسفه رویگردان شد و مخصوصا در زمینه‌ای متمرکز شد که امروزه می‌توان به آن نام «فلسفه علم» را داد. از همین زمینه علاقه او به جریانات اجتماعی و اقتصادی افزایش پیدا کرد و در نتیجه او با مطالعات فراوانی که در علم اقتصاد انجام داد به یکی از چهره‌های سنت نئوکلاسیک تبدیل شد. مارشال نهایتا در همان میانه تابستان ۱۹۲۴ در کمبریج انگلستان درگذشت.

نظریه اقتصادی مارشال پیرامون مسئله تعیین قیمت می‌چرخد. از نظر او قیمت حاصل رابطه بین عرضه و تقاضا است و می‌تواند در دوره‌های تاریخی مختلف، رفتارهای گوناگونی از خود نشان دهد. قیمت در کوتاه‌مدت اساسا تحت تاثیر تقاضا است، اما در بلندمدت، هزینه تولید اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. در تمام دوره‌ها هم قیمت به شدت تحت تاثیر میزان رقابت‌پذیری بازار است. از سوی دیگر، مارشال بابت قیاس قیچی مشهور است. او در این قیاس عنوان می‌کند که مطلوبیت و هزینه تولید مانند دو تیغه یک قیچی با هم همکاری دارند. نظریات مارشال را از دو جنبه خرد و کلان می‌توان بررسی کرد. در جنبه خرد از یک سب و با نظریه تقاضا روبه‌رو هستیم. در این نظریه، مارشال رفتار مصرف‌کننده را با استفاده از روش مطلوبیت بیان کرده و برای آن این فرض‌ها را در نظر می‌گیرد: نخست، مطلوبیت براساس رضایت خاطری که از مصرف کالاها نصیب مصرف‌کننده می‌شود، قابل اندازه‌گیری است؛ یعنی می‌توان مطلوبیت را از طریق اعداد اصلی اندازه‌گیری کرد. دوم، قانون «کاهش مطلوبیت نهایی» یعنی اینکه از سطح معلوم به‌بعد، مطلوبیت نهایی با افزایش میزان مصرف، شروع به کاهش می‌کند. سوم، کلیه کالاهای مورد مصرف، مستقل از یکدیگر هستند، در نتیجه معادله مطلوبیت کل از جمع توابع انفرادی مطلوبیت به‌دست می‌آید.

اما دیدگاه اقتصاد خرد مارشال شامل نظریه عرضه هم می‌شود. در این نظریه مارشال طرز رفتار تولیدکننده را با استفاده از روش هزینه بیان می‌کند، هدف اصلی تولیدکننده به حداکثر رساندن سود یا به حداقل رساندن زیان است. با این هدف، میزان محصولی که یک بنگاه تولیدی می‌تواند تولید کند، بستگی به میزان منابع تولید دارد که از آن بهره‌برداری می‌کند. همچنین بنگاه تولیدی می‌تواند با افزایش یا کاهش در میزان بهره‌برداری از منابع تولید، میزان محصول را تا حد معینی تغییر دهد. مارشال برای استخراج منحنی عرضه، از برابری بین هزینه نهایی و قیمت استفاده کرده و منحنی عرضه را استخراج نموده است. این برابری، تعادل بنگاه را در کوتاه‌مدت نشان می‌دهد.

مارشال نظریه‌هایی را هم درباره رابطه قیمت و ارزش مبادله دارد که طبق همه آنها در نتیجه مارشال در کوتاه‌مدت، نظریه مارژینالیستها را قبول دارد که طبق آن مطلوبیت عامل تعیین‌کننده قیمت است، نه هزینه تولید. برعکس، در درازمدت فقط هزینه تولید، عامل تعیین‌کننده قیمت و موجب برقراری تعادل پایدار بین عرضه، تقاضا و قیمت است. پس به‌نظر مارشال، هر چه مدت کوتاه باشد، تاثیر تقاضا در تعیین ارزش بیشتر است. برعکس، هر قدر مدت طولانی‌تر باشد، به همان نسبت، تاثیر هزینه تولید در تعیین ارزش بیشتر است.

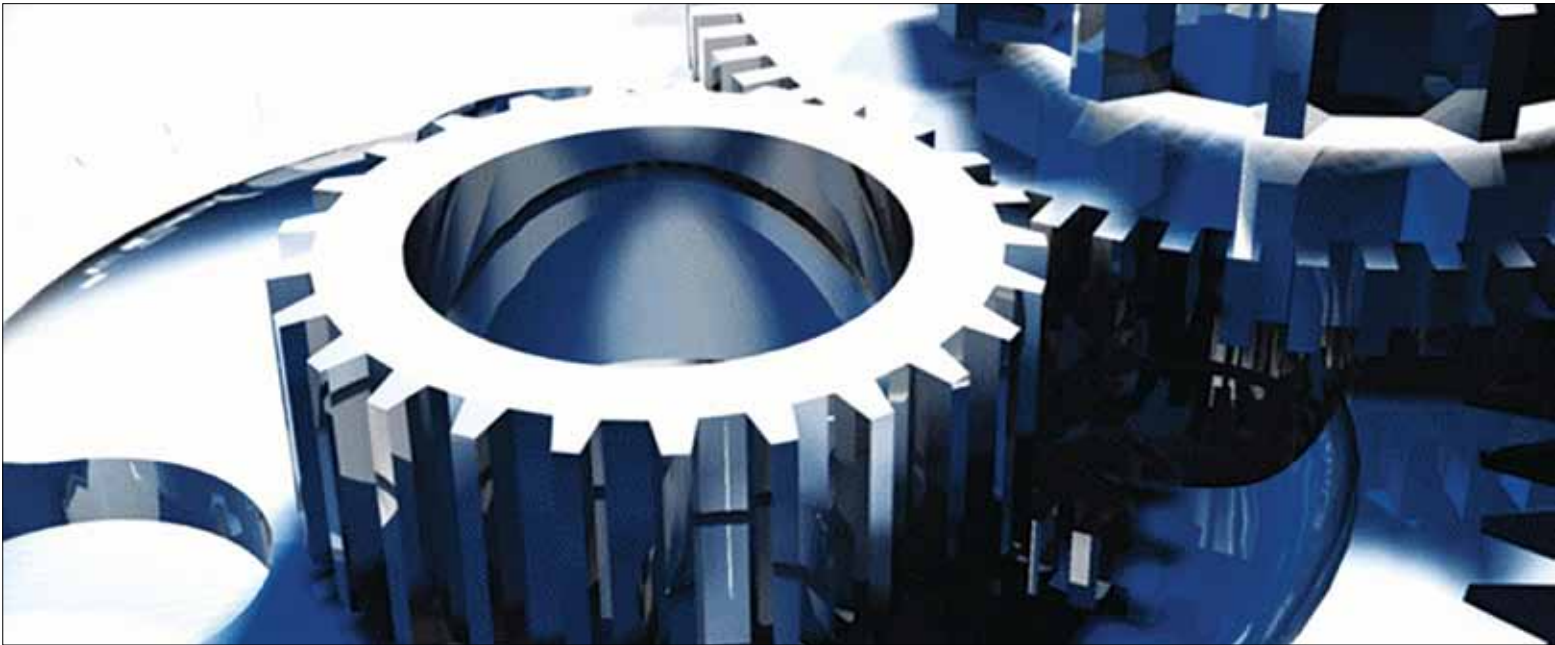
از سوی دیگر، مارشال به نظریه توزیع درآمد ملی می‌پردازد. این نظریه، کاربرد «نظریه ارزش» برای قیمت‌گذاری عوامل تولید است. قیمت که به‌وسیله تقاضا و عرضه این عوامل در بازار تعیین می‌شود، برای کارفرمایان اقتصادی هزینه محسوب می‌شود. هزینه عوامل تولید، از طرف در آمد به صورت بهره، دستمزد و سود به عوامل تولید تعلق می‌گیرد. هر یک از درآمدها از طریق تقاطع عرضه و تقاضا در شرایط بازار رقابت کامل به وجود می‌آید. بدین ترتیب، مارشال ارتباط خاصی بین نظریه ارزش و توزیع که در اقتصاد کلاسیک وجود نداشت، برقرار می‌کند.

مارشال قسمت عمده تحلیل خود را به «اقتصاد خرد» اختصاص داد. به همین جهت توجه زیادی به مباحث اقتصاد کلان نداشت. با این‌همه در اقتصاد کلان، با قبول «قانون سه» به تجزیه و تحلیل «نظریه سطح عمومی قیمت‌ها» پرداخت. براساس این قانون که به «ژان باتیست سه» منتسب است، هرگاه اقتصاد در اشتغال کامل قرار گیرد و سرعت گردش پول نیز ثابت باشد، سطح قیمت‌ها بستگی به حجم پول خواهد داشت. اگر عرضه پول ثابت بماند، قیمت‌ها هم ثابت هستند، بنابراین با افزایش یا کاهش عرضه پول، قیمت‌ها افزایش یا کاهش خواهند یافت. مارشال می‌گوید که تنها انگیزه مردم برای نگهداری پول، «انگیزه داد و ستد» یا «انگیزه معاملاتی» است. همان‌طور که مشخص است، گرچه مارشال کندوکاو زیادی در اقتصاد کلان نداشته، اما رویکرد منسجم او، تاثیر نظراتش حتی در این زمینه را هم زیاد کرده است.

ازجمله آثار مارشال، کتاب «پول، اعتبار و بازرگانی» است که در سال ۱۹۲۳ منتشر شد. با اینکه یکی از زمینه‌های تخصصی مارشال، تحلیل پولی بود، اما او در سال‌های جوانی و میانسالی فرصت نکرد که اثری نظام‌مند درباره این مسئله بنویسد. این کتاب دقیقا مربوط به همین زمینه است و آخرین اثر اصلی نوشته شده توسط مارشال به حساب می‌آید. در این اثر ایده‌های زیادی توسط وی مطرح شده است که از بین آنها، ایده «سیمتالیسم» شهرت فراوانی دارد که مارشال در چارچوب آن استفاده از طلا و نقره را به صورت هم‌زمان برای مبنای پولی مطرح کرده است. جدا از این مسائل در این کتاب با دیدگاه‌های مارشال درباره رابطه بین نوسانات کسب‌وکار و بازار اعتباری و همچنین مسئله اشتغال عمومی آشنا می‌شویم.

تازه‌ترین گزارش تولید صنعتی شرکت‌های بورسی نشان می‌دهد

سکته تولید در تابستان ۱۴۰۰



بازار در دو ماه ابتدایی سال تسریع شده است. این روند اما در خردادماه تغییر کرد و انبار خودروسازان دوباره به سمت شلوغ شدن رفت. طبق گزارش پژوهشکده پولی و بانکی، در خرداد چیزی حدود ۱۲.۵ درصد از تولید خودروسازان به موجودی انبار اضافه شده است. بر این اساس، شاخص موجودی انبار خودروسازان در یک سال منتهی به خردادماه ۱۴۰۰ نزدیک به ۱.۸ درصد بوده، اما در سه ماه منتهی به این ماه (خرداد) به منفی ۲۶.۱ درصد رسیده است.

حالا گزارش جدید پژوهشکده پولی و بانکی کشور نشان می‌دهد موجودی انبار خودروسازان در تیرماه روندی نزولی به خود گرفته است. این گزارش البته با خبرهایی که در چند وقت گذشته منتشر شده، منافات دارد؛ اخباری که از مشکلات خودروسازان در تامین قطعه و رشد تعداد محصولات ناقص آنها حکایت دارد. همچنین در صورت‌های مالی تیرماه خودروسازان که رشد تولیدات ناقص را نشان می‌دهد، اظهارات فعالان صنعت خودرو نیز این‌ موضوع را تایید می‌کند. با توجه به اینکه رشد تولید محصولات ناقص و اختلال در روند تامین قطعات، رابطه مستقیم با موجودی انبار خودروسازان دارد، میان آمار پژوهشکده پولی و بانکی و گزارش صورت‌های مالی خودروسازان و اظهارات فعالان صنعت خودرو، تناقض به چشم می‌خورد. هر چه هست، طبق آمار پژوهشکده پولی و بانکی، در تیرماه امسال رشد فروش خودروسازان ۱۵ درصد بیش از میزان تولید بوده و این موضوع از کاهش موجودی انبار آنها حکایت دارد. بر این اساس، در سه ماهه منتهی به تیرماه امسال، موجودی انبار خودروسازان نزدیک به ۱۰ درصد کمتر شده و در تیرماه نیز این رقم ۱۵درصد بوده است. این در حالی است که تغییر در موجودی انبار خودروسازان در یک سال منتهی به تیر، کمتر از یک درصد بوده است.

خودروسازان بدترین سودآوری را دارند

گزارش پژوهشکده پولی و بانکی نشان می‌دهد همچون سنوات اخیر شرکت‌های خودروسازی و ساخت قطعات بدترین وضعیت را از نظر سودآوری دارند. در واقع، عدم سوددهی خودروسازان در تیرماه نیز ادامه یافته و صنعت خودرو در این ماه هم بدترین وضعیت را در سوددهی به خود اختصاص داده است. ادعای خودروسازان این است که به دلیل قیمت‌گذاری دستوری، آنها مجبورند برخی محصولات خود را زیر قیمت تمام‌شده بفروشند؛ از همین‌رو هزینه‌های تولیدشان جبران نمی‌شود و زیان روی زیان می‌گذارند. طبق گزارش بازوی پژوهشی بانک مرکزی، تعداد شرکت‌های زیانده در صنعت خودرو در سال ۹۹، پنج شرکت بوده که نسبت به ۹۸ کمتر شده است. این در حالی است که زیان اسمی صنعت خودرو در سال گذشته و نسبت به ۹۸، رشد ۱۲۰ درصدی را تجربه کرده است. بخش عمده این زیان به دو غول خودروسازی کشور یعنی ایران خودرو و سایپا برمی‌گردد.

سال گذشته، آنها هنوز موفق نشده‌اند ارقام تولید خود در سال ۹۷ را تکرار کنند.

براساس اعلام پژوهشکده پولی و بانکی، با ملاک قرار دادن آمار تولید خودروسازان در تیرماه ۱۴۰۰ و مقایسه آن با ماه مشابه ۹۷، مشخص می‌شود آنها تولید کمتری داشته‌اند. روند تولید خودروسازان در نیمه دوم سال ۹۷ رو به افت رفت، بنابراین به نظر می‌رسد خودروسازان بتوانند در شش ماهه دوم امسال تیراژ خود را نسبت به ۹۷ رشد دهند. البته این احتمال هم هست که شرکت‌های خودروساز در مرداد و شهریور امسال به ارقام تولیدی در ماه‌های مشابه ۹۷ برسند. در صورت لغو تحریم و همچنین تغییر شیوه قیمت‌گذاری، خودروسازان توان رشد قابل توجه تولید را در نیمه دوم امسال خواهند داشت و این در حالی است که اگر تغییری در این دو ماجرا رخ ندهد، ممکن است تیراژ یک میلیون و ۲۵۰ هزار دستگاهی (هدف‌گذاری امسال وزارت صمت) نیز محقق نشود.

تغییرات اخیر موجودی انبار خودروسازان

موضوع دیگری که در گزارش پژوهشکده پولی و بانکی بررسی شده، موجودی انبار خودروسازان است. در گزارشی که بازوی پژوهشی بانک مرکزی در فروردین امسال منتشر کرد، مشخص شد موجودی انبار خودروسازان پس از ماه‌ها منفی شده است؛ موضوعی که با رشد فروش آنها ارتباط داشت. این اتفاق در اردیبهشت نیز تکرار شد تا روند خلوت شدن انبار خودروسازان در این ماه هم ادامه داشته باشد. در این راستا، در اردیبهشت امسال شاخص کل موجودی انبار شرکت‌های صنعتی، متأثر از تغییر قابل توجه استراتژی فروش خودروسازان بود. به دلیل آنکه فروش دو خودروساز بزرگ کشور یعنی ایران خودرو و سایپا، رشد قابل‌توجهی داشت، موجودی انبار آنها کم شد و این موضوع روی آمار موجودی انبار شرکت‌های تحت بررسی نیز اثر منفی گذاشت. در آمارهای قبلی (قبل از فروردین ۱۴۰۰) موجودی انبار خودروسازان روندی رو به رشد را به خود می‌دید، به نحوی که از مرادماه پارسال تا اسفند به طور متوسط هر ماه حدود ۱۳درصد از تولید صنعت خودرو به موجودی انبار شرکت‌های بزرگ خودروساز اضافه می‌شد. این روند در فروردین متوقف شد و در اردیبهشت باز هم موجودی انبار، رقمی منفی را به ثبت رساند.

آمارها می‌گویند در اردیبهشت امسال، رشد فروش ۲۷ درصدی نصیب خودروسازان شده که معنای آن، کاهش موجودی انبار (انباشته شده از ماه‌های قبل) است. همچنین شاخص تغییر در موجودی انبار خودروسازان در یک سال منتهی به فروردین ۱۴۰۰ نیز حدود نیم درصد بوده و این در حالی است که طی سه ماه منتهی به اردیبهشت امسال، تغییرات در موجودی انبار خودروسازان عدد منفی ۲۷.۳ درصد را به ثبت رساند. این عدد در فروردین امسال ۱۳.۶ درصد بود و بنابراین مشخص می‌شود روند خلوت شدن انبار خودروسازان یا به عبارت بهتر، عرضه محصولات آنها به

پارلمان بخش خصوصی به دولت سیزدهم پیشنهاد داد

بایدها و نبایدهای سیاست‌گذاری اقتصادی

سیاست‌گذاران است. گروه‌های ذی‌نفعی که طی این سال‌ها از عدم شفافیت و چندرخی بودن‌ها بهره گرفته‌اند، قطعا به مخالفت با این‌گونه طرح‌ها خواهند پرداخت که لازم است دولت جدیدی که قصد اصلاحات اقتصادی دارد، آماده مقابله با این موضوع باشد. پذیرش منطق اصلاحات و همچنین تحمل دشواری‌های احتمالی که در کوتاه‌مدت روی می‌دهد توسط عموم مردم و کارشناسان شرط کافی برای موفقیت است و ازاین‌رو، دشوارترین کار دولت جدید، بازگرداندن امید به مردم برای بهبود وضعیت اقتصادی و اعتماد به سیاست‌گذاران است.

ریشه‌های هفت‌گانه مشکلات از نگاه اتاق ایران در این گزارش اینطور بیان شده است: چند مشکل کلیدی وجود دارد که عدم توجه به آنها و عدم رفع آنها موجب شده است تا مشکلات اقتصادی کشور تداوم یابد و به‌رغم روی کار آمدن دولت‌ها با گرایش‌های گوناگون جناحی و فکری، اقتصاد کشور قابلیت استفاده مؤثر از مزیت‌های بالقوه خود مانند نیروی انسانی جوان و اغلب تحصیلکرده، منابع نفت و گاز فراوان، ظرفیت غنی معدنی، حجم بازار گسترده داخلی و پیرامونی و موقعیت ژئوپلیتیکی کم‌نظیر نداشته باشد: «فقدان اجماع در الگوی اداره اقتصاد کشور»، «فقدان اجماع درباره اولویت‌های کشور»، «دیدگاه‌های غیرواقع‌گرایانه درباره خودکفایی اقتصادی»، «فقدان نظام‌مند، علمی و همه‌جانبه به مسائل اقتصادی کشور»، «ناهماهنگی بین دستگاه‌های اصلی سیاست‌گذاری اقتصادی و پخش نبودن قدرت اجرایی در شوراهای عالی متعدد»، «فقدان ترکیب خردمندانه از دولت و بخش خصوصی در اقتصاد کشور» و «استفاده از درآمدهای نفتی برای پوشش ناکارآمدی‌های مدیریتی».

اتاق بازرگانی ایران در آغاز به کار دولت سیزدهم، اولویت‌های اصلی اقتصادی را برای مدیریت شرایط حاضر کشور در قالب سه بسته مشخص به دولت پیشنهاد داده است. در بخشی از این گزارش با عنوان «برنامه پیشنهادی اتاق ایران در سیاست‌گذاری اقتصادی به دولت» آمده است: اقتصاد در چند دهه اخیر به‌ویژه ۱۰ سال اخیر با تورم بسیار بالا، رکود اقتصادی و اشتغال‌زایی بسیار پایین و بی‌کیفیت و گسترش فقر و نابرابری مواجه است و معمولا سیاست‌گذار اقتصادی با اتخاذ سیاست‌های مُسکن‌گونه، علاج ریشه‌ای مشکلات را به آینده موکول کرده است. برون‌رفت از این شرایط نیازمند اصلاحات اساسی در سیاست‌گذاری‌ها و ساختارها است. البته اقتصاد در حرف اولویت اول کشور است اما نه سیاست داخلی و نه سیاست خارجی در خدمت حل مشکل اقتصادی نیست. به اعتقاد پارلمان بخش خصوصی، دیدگاه‌های واقع‌گرایانه‌ای درباره خودکفایی و حمایت از تولید داخل وجود ندارد. دیدگاه‌های کنونی موجب شده تا سهم ایران از اقتصاد جهانی نسبت به ۴۰ سال قبل نصف شده و در حال حاضر جایگاه کشور به انتهای زنجیره ارزش آسیایی (تامین‌کننده انرژی و مواد اولیه) تقلیل یابد. نگاه نظام‌مند، علمی و همه‌جانبه به مسائل اقتصادی کشور وجود ندارد و مردم و فعالان اقتصادی، توان آزمون‌وخطای سیاست‌گذاری انواع نحله‌های فکری را می‌دهند. از یک‌سو اختلال‌های قیمتی، تخصیص منابع را به‌شدت مخدوش کرده است و منشأ شکل‌گیری انواع گروه‌های رانت‌جو و فسادهاست و از سوی دیگر، به آثار غیراقتصادی سیاست‌گذاری‌های اقصادی، واقعی نهاده نمی‌شود.

اتاق ایران در این گزارش با تشریح وضع موجود، راه‌حل‌ها را در

بانک نامه

در آخرین روز مردادماه

قیمت دلار و سکه اوج گرفت

قیمت‌ها در بازار طلا و ارز در آخرین روز مردادماه افزایش یافت. قیمت دلار در حالی روز یکشنبه در صرافی‌های بانکی با رشد ۸۰۰ تومانی به رقم ۲۶ هزار و ۷۲۹ تومان رسید که نرخ دلار در بازار آزاد با افزایش ۲۶۲ تومانی حدود ۲۷ هزار و ۵۱۲ تومان قیمت خورد. به موازات نرخ ۲۶ هزار و ۷۲۹ تومانی دلار در صرافی‌های بانکی، قیمت فروش یورو نیز در این صرافی‌ها با ۹۰۹ تومان افزایش به ۳۱ هزار و ۴۱۷ تومان رسید. قیمت خرید هر دلار ۲۶ هزار و ۲۰۰ تومان و نرخ خرید هر یورو نیز ۳۰ هزار و ۷۹۵ تومان در صرافی‌های بانکی گزارش شد. قیمت هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید نیز در بازار تهران با افزایش ۷۸۰ هزار تومانی در آخرین روز مرداد همراه بود و به رقم ۱۲ میلیون و ۶۰ هزار تومان رسید. سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم هم ۱۱ میلیون و ۴۰۰ هزار تومان معامله شد. همچنین نیم‌سکه بهار آزادی ۶ میلیون و ۲۰۰ هزار تومان، ربع سکه ۳میلیون و ۹۰۰ هزار تومان و سکه یک گرمی ۲ میلیون و ۳۰۰ هزار تومان قیمت خورد. در بازار طلا نیز نرخ هر گرم طلای ۱۸ عیار به یک میلیون و ۱۵۵ هزار تومان رسید. قیمت هر مثقال طلای نیز ۵ میلیون و ۵ هزار تومان شد. هر انس جهانی طلا نیز دیروز یک‌هزار و ۷۸۱ دلار و ۶۷ سنت قیمت خورد.

با تصویب هیأت وزیران

سرمایه بانک مرکزی زیاد شد

با تصویب هیأت وزیران، افزایش سرمایه بانک مرکزی ابلاغ شد. با امضای معاون اول رئیس جمهور، مصوبه مربوط به افزایش سرمایه بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران از محل اندوخته احتیاطی ابلاغ شد. بر این اساس، سرمایه بانک مرکزی از مبلغ ۶۳۳۹ میلیارد تومان به مبلغ ۶۹۲۹ میلیارد تومان افزایش یافت. گفتنی است، هیأت وزیران در جلسه ۱۷ مردادماه ۱۴۰۰، با پیشنهاد بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران مبنی بر افزایش سرمایه این بانک از محل اندوخته احتیاطی موافقت کرده بود.

دبیرکل کانون بانک‌های خصوصی اعلام کرد

بازگشت ساعت فعالیت بانک‌ها به روال قبل

دبیرکل کانون بانک‌ها و موسسات اعتباری خصوصی از بازگشت ساعات فعالیت بانک‌ها به روال قبل خبر داد. محمدرضا جمشیدی، دبیرکل کانون بانک‌ها و موسسات اعتباری خصوصی در نامه‌ای اعلام کرد: «حسب اعلام استانداری تهران ساعت کاری بانک‌ها و موسسات اعتباری خصوصی از روز شنبه تا چهارشنبه از ساعت ۷:۳۰ الی ۱۴:۳۰ و روزهای پنجشنبه تا ساعت ۱۲:۳۰ دقیقه خواهد بود. بدین ترتیب، پذیرش مشتریان در ایام مذکور می‌تواند از ساعت هشت آغاز شود.» در ادامه این نامه آمده است: «ساعات فعالیت بانک‌ها و موسسات اعتباری در سایر استان‌ها با هماهنگی مقامات استانی تعیین خواهد شد.» گفتنی است که به منظور مدیریت مصرف برق، ادارات و سازمان‌های دولتی و بانک‌ها پنجشنبه‌ها تعطیل شدند و ساعت کاری بانک‌ها به ۷ الی ۱۲:۳۰ تغییر کرده بود که با پایان مردادماه از امروز دوشنبه اول شهریورماه هم تعطیلی پنجشنبه بانک‌ها بر داشته می‌شود و هم ساعت فعالیت آنها به روال قبل برمی‌گردد.

سپرده‌گذاری ۱.۵ میلیارد دلاری

برای اشتغال تمام شد

سپرده‌گذاری حدود ۱،۵ میلیارد دلاری از منابع صندوق توسعه ملی که در راستای تکلیف برای حمایت از توسعه و ایجاد اشتغال پایدار بود، به پایان رسید و حدود ۱۴۶ هزار طرح از این محل تامین مالی شده است. به گزارش ایسنا، صندوق توسعه ملی از سال ۱۳۹۴ برای انجام بخشی از تکالیف قانونی خود جهت تامین مالی طرح‌ها نسبت به سپرده‌گذاری ریالی اقدام کرد که تا پایان سال گذشته این سپرده‌گذاری به بیش از ۶۲ هزار میلیارد تومان رسیده بود. اما با مصوبه سال ۱۳۹۶ که رابطه با قانون حمایت از توسعه و ایجاد اشتغال پایدار در مناطق روستایی و عشایری مقرر شد که صندوق معادل ریالی ۱،۵ میلیارد دلار را برای اجرای این قانون به صورت قرض‌الحسنه در موسسات مالی که تعیین شده بودند سپرده‌گذاری کند، این در حالی است که بررسی آخرین وضعیت اجرای قانون حمایت از اشتغال در عملکرد صندوق توسعه ملی نشان می‌دهد که صندوق در پنج مرحله و در سال‌های ۱۳۹۶ تا پایان سال ۱۳۹۹ نسبت به سپرده‌گذاری حدود ۹۷۰۰ میلیارد تومان معادل ۱،۵ میلیارد دلار در بانک‌ها یا صندوق‌های منتخب در قانون اقدام کرده است. در سال گذشته که مرحله پنجم تخصیص اعتبار قانون حمایت از توسعه و ایجاد اشتغال انجام شده، دستور برداشت و تسعیر مانده مصرف نشده این اعتبار که حدود ۲۴۵ میلیون دلار بوده از حساب صندوق توسعه ملی به بانک مرکزی صادر شده است. همچنین از تعداد چهار فقره قرارداد ابلاغ شده سهم مبلغ ریالی بانک‌های توسعه تعاون و کشاورزی به حساب آنها واریز شده و دو فقره قرارداد دیگر مربوط به پست بانک و صندوق کارآفرینی امید در مرحله تسعیر توسط بانک مرکزی و واریز وجه به حساب بانک‌ها است.

در این بین، با توجه به نوسان نرخ ارز، در تسعیر منابع ارزی مازاد ایجاد می‌شود، حال اینکه تکلیف آن چگونه است، طبق توضیح صندوق توسعه ملی با توجه به نوسان نرخ ارز احتمالا مجموع مبلغ ریالی حاصل از این تسعیر از سقف ریالی تعیین شده مرحله پنجم بیشتر خواهد بود که در این صورت طبق توافق صندوق با سازمان برنامه و بودجه نسبت به تخصیص مازاد این منابع در مرحله ششم توسعه تصمیم‌گیری می‌شود.

اما در همین رابطه تا پایان سال گذشته منابع صندوق توسعه ملی برای اجرای قانون حمایت از توسعه و ایجاد اشتغال پایدار پس از تلفیق با منابع داخلی بانک‌ها، به تامین مالی حدود ۱۴۶ هزار طرح متفاوتی در بخش‌های مختلف اقتصادی منتهی شده است؛ به طوری که از لحاظ حجم منابع مصوب توسط بانک‌ها، ۶۶ درصد در بخش کشاورزی، ۱۹ درصد در صنعت و ۱۵ درصد در خدمات تخصیص داده شده است.

یک‌سوم ایرانی‌ها زیر خط فقر



در استان‌های مختلف به خود اختصاص داده است. در این گزارش همچنین به درآمد سرانه ایرانی‌ها در دهه ۱۳۹۰ اشاره شده است. منظور از درآمد سرانه، میزان تولید ناخالص داخلی تقسیم بر جمعیت کشور است که از سال ۱۳۹۰ روندی کاهشی داشته است؛ به‌طوری‌که خانوارهای ایرانی در سال ۱۳۹۸ نسبت به سال ۱۳۹۰ حدود ۲۴ درصد یعنی یک‌سوم درآمد سرانه خود را از دست داده‌اند؛ پس می‌توان گفت که ایرانیان در این دهه به طور پیوسته با کاهش رفاه مواجه بوده‌اند.

مرگ ۱،۵ میلیون شغل بر اثر شیوع کرونا

بررسی آمار اشتغال در سال گذشته نیز نشان می‌دهد کرونا بیش از ۱،۵ میلیون شغل در فصل بهار را از بین برد. تگاهی به داده‌های اشتغال نشان می‌دهد حدود ۱۰۰ درصد از مشاغل از دست رفته در سال ۱۳۹۹ مشاغل غیررسمی بودند که دهک‌های پایین درآمدی در آن اشتغال دارند. همچنین از حدود ۱،۵ میلیون شغلی که در فصل بهار از دست رفته، بیش از ۶۰۰ هزار شغل برای افراد دارای اشتغال ناقص بوده است. بررسی متغیرهای جریان بازار کار نیز نشان می‌دهد درصد بیشتری از مشاغل غیررسمی نسبت به رسمی در سال ۱۳۹۹ بیکار شده یا به‌طور کلی به جمعیت غیرفعال تبدیل شده‌اند. از آنجا که سه دهک پایینی به‌طور متوسط شامل ۵۱ درصد شاغلان بخش غیررسمی و سه دهک بالایی به‌طور متوسط شامل ۲۲ درصد شاغلان بخش غیررسمی در سال ۱۳۹۸ بوده‌اند، در نتیجه حمایت‌های کرونایی از شاغلان رسمی، پوشش کمتری در دهک‌های پایین درآمدی دارد. در این میان، از بین سیاست‌های حمایتی کرونایی به اجرا درآمده، به نظر می‌رسد وام یک میلیون تومانی کرونا سیاست موثری بوده و توانسته رشد هزینه مصرفی خانوار را پس از ۱۴ ماه رشد منفی، مثبت کند. در کنار اثر مثبت وام یک میلیون به معیشت خانوار و گروه‌های پایین درآمدی، سیاست حمایتی از نیروی کار، تنها نیروی کار رسمی و دهک‌های بالاتر را تحت تاثیر قرار می‌دهد.

کرونا همچنین باعث شد تا بسیاری از فعالیتهای اقتصادی با کاهش فروش مواجه شوند. تحلیل اطلاعات ترانکش‌های فروش نشان می‌دهد طی ۱۰ ماهه سال ۱۳۹۹ به ترتیب فعالیت‌های «حمل و نقل هوایی» با افت ۹۰ درصدی در ارزش حقیقی تراکنش، «تولید فیلم و انتشار موسیقی» با افت ۷۹ درصدی، «خدمات آژانس‌های مسافرتی» با افت ۶۷،۵ درصدی، خدمات «ورزشی، تفریحی و فرهنگی» با افت ۳۸،۴ درصدی و «فعالیت‌های حقوقی و حسابداری» با افت ۳۵،۶ درصدی نسبت به مدت مشابه سال قبل، در گروه پنج رشته فعالیت با بیشترین آسیب قرار می‌گیرند و این فعالیت‌ها باید در اولویت حمایت دولت قرار گیرند.

کرونا در سال گذشته بیش از ۱،۵ میلیون شغل را از بین برد

یک‌سوم ایرانی‌ها زیر خط فقر



در حالی که تورم نقطه به نقطه کل کشور در اسفندماه گذشته ۴۸،۷ درصد بوده، تورم خوراکی‌ها و کالاهای بادوام با سرعت بیشتری ادامه داشته است. تورم نقطه به نقطه خوراکی‌ها و آشامیدنی‌ها در اسفندماه ۱۳۹۹ حدود ۶۷ درصد و تورم نقطه به نقطه کالاهای بادوام ۸۳،۸ درصد بوده است. بالا بودن تورم خوراکی‌ها و آشامیدنی‌ها و همچنین کالاهای بادوام از دو جهت سبب می‌شود که فقر نسبت به سایرین کاهش رفاه بیشتری را متحمل شوند: نخست آنکه هزینه خوراک سهم بیشتری از هزینه‌های فقرا را تشکیل می‌دهد؛ دوم آنکه تورم بالای کالای بادوام اگرچه باعث افزایش ارزش دارایی گروه‌های بالای درآمدی می‌شود، همزمان به‌عنوان مانعی برای افزایش دارایی فقرا عمل می‌کند. براساس داده‌ها، سهم درآمدهای حاصل از دستمزد در دهک‌های پایین درآمدی و سهم درآمد حاصل از دارایی در گروه‌های بالای درآمدی بیشتر بوده است. این مطلب نشان می‌دهد در اثر افزایش تورم برای گروه کالایی بادوام، صاحبان دارایی که عموماً در دهک‌های بالا قرار دارند، از این تورم مصون می‌شوند.

مسیر نزولی درآمد سرانه در دهه ۹۰

مسیر نزولی درآمد سرانه و جغرافیای استانی وضعیت فقر، از دیگر نکات جالب این گزارش است. وزارت رفاه در گزارش خود برای مقایسه میزان فقر در سطح منطقه‌ها از شاخص نسبت هزینه گروه خوراک به کل هزینه‌ها استفاده کرده است. در این بررسی هرچه سهم گروه خوراک و آشامیدنی از کل هزینه‌ها در منطقه‌ای بیشتر باشد، آن منطقه از سطح رفاهی پایین‌تری برخوردار است. بر این اساس در سال ۱۳۹۹ سهم خوراکی‌ها و آشامیدنی‌ها از کل هزینه‌ها به ۲۳،۴ درصد رسیده که نسبت به سال قبل که ۲۲،۱ درصد بوده، افزایش یافته است. این یعنی سطح رفاه خانوار در سال ۱۳۹۹ کاهش یافته است. در سال ۱۳۹۸ دهک اول ۳۳ درصد هزینه‌های خود را به تامین اقلام خوراکی و آشامیدنی اختصاص داده است؛ حال آنکه دهک دهم تنها ۲۶ درصد هزینه‌های خود را صرف اقلام خوراکی و آشامیدنی کرده است. شواهد بین استانی نیز مشخص‌کننده و تاییدکننده وضعیت فقر در کشور است. براساس این شاخص، استان سیستان‌وبلوچستان از نظر میزان فقر نسبت به بقیه استان‌ها وضعیت بغرنج‌تری دارد به طوری که در بین ۲۰ شهرستان محروم ایران، ۱۱ شهرستان در استان سیستان‌وبلوچستان قرار دارند. همچنین سه شهرستان استان کرمان در جرگه ۲۰ شهرستان محروم قرار گرفته‌اند. این در حالی است که تهران بهترین وضعیت را در زمینه میزان فقر دارد. همچنین دهک اول درآمدی در استان سیستان‌وبلوچستان ۵۰،۶ درصد، بیشترین نسبت هزینه‌های خوراکی به کل هزینه‌ها را دارد. در مقابل دهک اول درآمدی در استان گیلان با ۲۵،۹ درصد، کمترین نسبت هزینه‌های خوراکی به کل هزینه‌ها را بین دهک‌های اول درآمدی

مقایسه بازارها در ۱۰ سال گذشته نشان می‌دهد

بازدهی بیت‌کوین بالاتر از طلا و مسکن

است. اما هرچه تحلیل را به زمان‌های کمتری محدود کنیم خواهیم دید که نتایج متفاوت خواهد شد به گونه‌ای که در سه سال گذشته میزان رشد قیمت‌ها در بازار مسکن کمی بیشتر از بازارهای سکه و دلار بوده است. همچنین اگر به صورت کوتاه‌مدت، تغییرات بازارها در یک سال گذشته را بررسی کنیم خواهیم دید که معادلات این بازارها به طور کلی تغییر کرده‌اند. چنانکه پس از رشد هیجانی که در بورس از ابتدای سال ۹۸ تا تابستان ۹۹ شاهد بودیم، در یک سال گذشته شاهد افت قیمت‌ها در این بازار بوده‌ایم. در بازار مسکن نیز برخلاف بازار دلار و سکه که فراز و نشیب زیادی در یک سال گذشته داشتند، بیشتر شاهد افزایش یا ثابت ماندن قیمت‌ها بودیم. از آنجایی که انتظار داریم در نهایت بازارهای مالی از نظر تغییرات همگرا باشند، پیش‌بینی می‌شود در کوتاه مدت بورس کمی رشد کند و در بازار مسکن شاهد کاهش قیمت‌ها باشیم. در بازه زمانی یک‌سال گذشته (تا پایان تیرماه ۱۴۰۰) نیز قیمت بیت‌کوین به روال رشد ۳۱۵ درصدی و به دلار رشد ۲۴۵ درصدی را تجربه کرده که از تمامی بازارهای داخلی با اختلاف بیشتر بوده است.

روش دیگر برای سنجش بهتر بازارهای مالی، حذف تاثیر میزان تورم موجود از این بازارها و سپس بررسی میزان تغییرات آنها است. برای این کار در گزارش کیلید، شاخص‌های قیمتی بازارهای متفاوت بر قیمت دلار (به عنوان شاخصی از تورم موجود در کشور) تقسیم شده و به عنوان مثال در سال‌های گذشته شاخص قیمت مسکن در تهران به طور میانگین برابر با ۱۱۰۰ دلار به ازای هر مترمربع بوده است. از آنجایی که در بازارهای مسکن و طلا تغییر چشمگیری در سیاست‌های کشور در طول سال‌های

فرصت امروز: خط فقر در سال ۱۳۹۹ از رشد ۳۸ درصدی نسبت به سال قبل از آن برخوردار بوده و دلیل اصلی آن، تورم بالا در دو بخش خوراک و مسکن بوده است.
آنطور که وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی در گزارش «پایش فقر» اعلام کرده، خط فقر سرانه در سال گذشته به‌طور متوسط با ۲۸درصد رشد نسبت به سال قبل به یک میلیون و ۲۵۴ هزار تومان رسیده است. تورم بالای بخش خوراکی‌ها و آشامیدنی‌ها و همچنین بخش مسکن که عمده هزینه‌های خانوار فقیر را تشکیل می‌دهد، از دلایل اصلی این افزایش بوده است. همچنین خط فقر برای یک خانواده سه‌نفره ۲ میلیون و ۷۵۸ هزار تومان و برای خانواده چهار نفره، ۳ میلیون و ۳۸۵ هزار تومان برآورد شده است. البته یادمان باشد که این محاسبه در شرایطی انجام شده که میانگین نرخ تورم در سال گذشته ۳۶،۴ درصد بوده و امسال این میزان به بیش از ۴۴ درصد رسیده است. بنابراین همه این شاخص‌ها در سال ۱۴۰۰ در وضعیت بدتری قرار خواهند گرفت. براساس گزارش وزارت رفاه، نرخ فقر در سال ۱۳۹۸ حدود ۳۲ درصد محاسبه شد که این وضعیت در سال ۱۳۹۹ بدتر از قبل بوده، اما در این گزارش عدد آن مشخص نشده است. همچنین تعداد افرادی که درآمدی کمتر از خط فقر در سال ۱۳۹۸ داشته‌اند، به بیش از ۲۶ میلیون رسیده است؛ یعنی حدود یک سوم جمعیت و به بیانی دیگر، یعنی از هر سه نفر ایرانی در این سال، یک نفر زیر خط فقر، درآمد داشته است.

یک سوم خانوارهای ایرانی در فقر مطلق

وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی برای نخستین بار رسماً در گزارشی با عنوان «پایش فقر»، خط فقر رسمی کشور را محاسبه کرد. این گزارش، وضعیت رفاه و معیشت مردم و خصوصاً فقرا را در سال گذشته با استفاده از متغیرهای کلان از یک سو و متغیرهای فقر از سوی دیگر بررسی کرده است. برآوردهای اولیه نشان می‌دهد خط فقر متوسط کشوری به طور سرانه در سال ۱۳۹۹ به یک میلیون و ۲۵۴ هزار تومان رسیده که نسبت به خط فقر سال ۱۳۹۸ رشد ۳۸ درصدی داشته است. از منظر متغیرهای اقتصاد کلان، عدم رشد تولید ناخالص داخلی و ایجاد ثروت جدیدی نسبت به سال قبل، افزایش احتمال بیکاری در گروه‌های پایین درآمدی و همچنین رشد بیشتر شاخص قیمت خوراک در سال ۱۳۹۹ نسبت به سال قبل، به طور کلی بهبود در وضعیت خانوار در سال ۱۳۹۹ را نشان نمی‌دهد. از منظر شاخص‌های فقر نیز در سال گذشته، رشد ۳۸ درصدی خط فقر، افزایش سهم خوراک از کل هزینه خانوار از ۲۲،۱ درصد به ۲۳،۴ درصد به همراه رشد منفی ۱۴ ماهه هزینه‌های مصرفی در سال ۱۳۹۸ که تا خردادماه ۱۳۹۹ نیز ادامه یافته، باعث می‌شود تا با احتمال زیاد، خانوارهای دهک‌های پایین درآمدی در سال ۱۳۹۹ مجدداً رفاه بیشتری را نسبت به قبل از دست داده و در نتیجه نرخ فقر افزایش یابد.

مقایسه بازدهی بازارهای ایران در یک دهه گذشته نشان می‌دهد قیمت بیت‌کوین به عنوان شاخص بازار ارزهای دیجیتال، رشد عجیب و غریب ۶۳۳ هزار درصدی را به ثبت رسانده و پس از آن بورس با رشد ۴۷۰۰ درصدی، طلا با رشد ۱۴۰۰ درصدی، مسکن با رشد ۱۳۰۰ درصدی و دلار با رشد ۱۲۵۰ درصدی قرار گرفته‌اند. به گزارش ایسنا، از فروردین ۱۳۹۱ تا تیرماه ۱۴۰۰ بیشترین میزان افزایش قیمت را بازار رمزارزها به خود اختصاص داده که در این بازار، قیمت بیت‌کوین در پایان تیرماه امسال با عدد ۳۲،۳۰۰ دلار (معادل ۸۰۰ میلیون تومان) رشد ۶۳۳ هزار درصدی را نسبت به فروردین ۱۳۹۱ تجربه کرده است. پس از آن به ترتیب بورس، طلا، مسکن و دلار در صدر بازدهی ۱۰ سال گذشته قرار دارند. این آمارها از فروردین ۱۳۹۱ تا تیرماه ۱۴۰۰ توسط سامانه کیلید تهیه شده و برای آن از شاخص قیمتی مسکن شهر تهران به عنوان شاخص کیلیدی بازار امسلاک، قیمت دلار به عنوان شاخص بازار ارزها، قیمت سکه امامی به عنوان شاخص بازار طلا، شاخص کل بورس تهران به عنوان شاخص بورس و قیمت بیت‌کوین به عنوان شاخص بازار رمزارزها استفاده شده است.
همانطور که می‌توان حدس زد، انتظار تغییر قیمت‌ها در بلندمدت برای این بازارهای مالی به طور حدودی به یک اندازه است که در نهایت هم نشان از تورم موجود در این سال‌ها دارد. در مورد بازارهای طلا، مسکن و دلار نیز تا حد زیادی این انتظارات برطرف شد، اما در ارتباط با بورس به علت دخالت‌های دولت و تشویق افراد به سرمایه‌گذاری، شاهد رشد هیجانی از ابتدای سال ۱۳۹۸ بودیم.

این ترتیب بازدهی در بازه میان مدت‌تر هم (۵ سال گذشته) حفظ شده

یک کارشناس بازار سرمایه مطرح کرد

نقشه‌راه بازگشت نقدینگی به بورس

یک کارشناس بازار سرمایه با اشاره به تلاش دولت برای بهبود معاملات بازار سرمایه، می‌گوید که مسئله که دولت به دنبال اعتمادسازی در بین مردم جهت سرمایه‌گذاری در بورس است، به عنوان شاخصی مهم در بین مردم برای ورود دوباره نقدینگی‌ها به این بازار تلقی می‌شود. داود رزاقی به بهبود روند معاملات بورس و عوامل تاثیرگذار بر آن اشاره کرد و به ایرنا، گفت: صحبت رئیس جمهوری در مراسم تنفیذ درخصوص ایجاد ثبات در معاملات بورس از جمله مسائل بااهمیت و تاثیرگذاری تلقی می‌شود که نشان از درجه اهمیت این بازار برای دولت دارد. این اظهارات توانست بار دیگر اعتمادها را برای سرمایه‌گذاری در بورس بازگرداند و شاهد ورود نقدینگی‌های در اختیار مردم به این بازار باشیم. این مسئله که دولت به دنبال اعتمادسازی در بین مردم جهت سرمایه‌گذاری در بورس است به عنوان مسئله‌ای مهم در بین مردم برای ورود دوباره نقدینگی‌ها به این بازار تلقی می‌شود.

رزاقی با بیان اینکه توجه و تلاش دولت جدید برای بهبود و جبران وقایع رخ داده در معاملات بازار، امری کاملا بدیهی است، خاطرنشان کرد: رفتارهای هیجانی سهامداران در بازار برای جلوگیری از ضرر و زیان‌های احتمالی نشان داد که اعتماد به سرمایه‌گذاری در بازار سرمایه می‌تواند به راحتی دستخوش ترس و ناامنی شود و نقدینگی‌هایی که می‌توانند جذب توسعه ظرفیت صنایع و شرکت‌های فعال در این حوزه شوند و به سمت سایر بازارهای غیرمولد مانند رمزارزها، ارز و طلا ورود پیدا کنند.

او به راه‌های ایجاد ثبات و بازگشت تعادل به معاملات بورس اشاره کرد و گفت: با توجه به عمق کم بازار سرمایه در مقایسه با سایر کشورها، اتخاذ تصمیمات عجولانه می‌تواند زمینه تصمیمات عجولانه از سوی سهامداران را فراهم کرده و ضربات جبران‌ناپذیری را به بازار سهام وارد کند.

وی با بیان اینکه تجمع نظر صاحبان تجربه می‌تواند کمک‌کننده به کاهش آفت‌های ناشی از برخی قوانین و دستورالعمل‌ها باشد، افزود: ایجاد تعادل بین بازار پول و سرمایه با بررسی اثر تصمیمات بازار پول بر متغیرهای کلان اقتصادی، افزایش فعالیت صندوق‌های تثبیت و توسعه بازار سرمایه، توسعه و متنوع‌سازی صندوق‌ها، توسعه ابزارهای نوین تأمین مالی مبتنی بر سرمایه و اوراق بدهی، تداوم فعالیت‌های بازارگردانی موثر، توسعه ابزارهای مشتقه، افزایش شفافیت در معاملات، ابزارهای پوشش ریسک، افزایش شناوری سهام با توجه به ظرفیت بازار سرمایه و مدیریت آثار آن در شرایط نامتعارف بازار، به‌روز رسانی قوانین حاکم بر این حوزه متناسب با کشورهای توسعه‌یافته، تلاش در راستای ایجاد بازار سرمایه کارآمد و تسریع و تسهیل در صدور مجوز نهادهای مالی از جمله عواملی هستند که می‌توانند زمینه ایجاد ثبات در معاملات بازار را فراهم کنند.

رزاقی به عوامل تاثیرگذار در تغییر جایگاه بازار سرمایه در میان مسئولان حاضر در کشور و نیز آحاد مردم جامعه اشاره کرد و گفت: باید این موضوع مورد توجه فعالان حاضر در کشور باشد که بازار سرمایه در همه کشورهای توسعه‌یافته جهان به عنوان اصلی‌ترین رکن اقتصادی کشور محسوب می‌شود و اکنون این بازار توانسته است به جایگاه اصلی خود در کشور دست پیدا کند. در کشورهای توسعه‌یافته و اقتصادهای بزرگ دنیا، بازار بدهی در بازار سرمایه معنا پیدا می‌کند و عمق بازار آنها به حدی است که در عمل، وضعیت بازار سرمایه آنها دماسنج واقعی اقتصادی کشور تلقی می‌شود.

رزاقی با بیان اینکه امیدواریم با استفاده از تفاوت نگرش‌ها در بین مسئولان و قضایی که نسبت به سرمایه‌گذاری در بازار سرمایه شکل گرفته است زمینه بازگشت اعتماد مردم به بازار فراهم شود، گفت: در کنار این اتفاق با ترویج فرهنگ سرمایه‌گذاری در میان اقشار مختلف مردم، صیانت از حقوق سرمایه‌گذاران حاضر در این بازار و پذیرش بازار سرمایه به عنوان بازار دارایی از سوی دولتمردان، شاهد تغییر دیدگاه سرمایه‌گذاران و ورود سرمایه آنها از گزنه‌های سنتنی برای سرمایه‌گذاری مانند طلا و ارز به سمت بازار سرمایه خواهیم بود.

حسین راغفر مطرح کرد

یک توصیه به دولت سیزدهم

به گفته یک کارشناس اقتصادی، اکنون نیاز نیست که وزرای پیشنهادی دولت سیزدهم، برنامه ارائه دهند، بلکه خود دولت باید برنامه بدهد و وزرا مجریان آن برنامه باشند.

حسین راغفر در گفت‌وگو با ایسنا، ادامه داد: این افراد نیستند که باید برنامه ارائه دهند، بلکه خود دولت باید برنامه مشخصی داشته باشد و وزرا، آن برنامه را اجرا کنند. بنابراین، اکنون یک برنامه جامع و دقیق از سوی دولت مغفول مانده است که دولت باید ابتدا این برنامه را برای کوتاه‌مدت (شش ماهه نخست) و سپس برای چهار سال اول تهیه کند تا مشخص شود که چگونه و از چه منبعی این برنامه اجرا خواهد شد. همچنین مسئولیت هر یک از وزارتخانه‌ها، تحقق اهداف و برنامه‌های جامع دولت است که مسئولان این وزارتخانه‌ها باید از تجربه کافی برای انجام برنامه برخوردار باشند. این در حالی است که نه دولت فعلی و نه دولت‌های پیشین برنامه‌ای نداشتند که قابلیت اجرا داشته باشد.

به اعتقاد راغفر، ناهماهنگی‌های بین بخش‌های اقتصادی کشور در سه دهه بعد از جنگ، ناشی از نبود برنامه دولت بوده است. بنابراین، همواره این انتظار وجود داشته است وزرای دولت مسائل را حل کنند. همچنین دولت باید یک برنامه مشخص داشته باشد و وزرا، مجریان این برنامه باشند.

وی در ادامه به متن صحبت‌های خود در جلسه هم‌اندیشی اقتصاددانان با رئیس جمهور که در روزهای ابتدایی انتصاب رئیسی به این سمت برگزار شد، اشاره کرد و گفت: بازسازی نقش دولت، نخستین وظیفه دولت برای بازسازی اعتماد عمومی در شرایط کنونی است. همزمان، دولت باید ملت‌سازی کند به این معنا که سیاست‌های اقتصادی – اجتماعی سه دهه گذشته موجب چندپارگی و انشقاق در جامعه شده و وحدت ملی را خدشه‌دار کرده است. باید برای ایجاد وحدت ملی، جهت‌گیری سیاست‌های اقتصادی – اجتماعی به کاهش نابرابری‌های بزرگی که در کشور پدید آمده اهتمام شود. توجه به طبقات محروم جامعه که مورد تأکید امام علی(ع) بوده است که آنها را ستون دین و مایه اجماع مسلمین و کارسازی و دفع دشمن دانستند باید در اولویت برنامه‌های دولت باشد.

www.forsatnet.ir

تلفن مستقیم: ۰۲۳۳۹۰۸۶۰

در آخرین روز مردادماه رکورد ارزش معاملات خرد در سال ۱۴۰۰ شکسته شد

رکورد جدید در بورس تهران



سرمایه‌گذاری صدرتامین (تاسیکو) با ۱۹۲ واحد و شرکت سرمایه‌گذاری استان خوزستان (وسخوز) با ۱۴۰ واحد تاثیر منفی بر شاخص بورس داشتند. همچنین نماد سپید ماکیان (سپید)، شرکت سرمایه‌گذاری تامین اجتماعی (شستا)، پالایش نفت اصفهان (شپنا)، گروه دارویی برکت (برکت)، ملی صنایع مس ایران (فملی)، فولاد مبارکه اصفهان (فولاد) و پالایش نفت تهران (شپنا) ازجمله نمادهای پُرترانکش یکشنبه بودند. همانطور که اشاره شد، گروه خودرو در معاملات این روز صدرنشین برترین گروه‌های صنعت شد و در این گروه ۳میلیارد و ۷۶۱ میلیون بر که سهم به ارزش ۹ هزار و ۹۲۵ میلیارد ریال دادوستد شد.

آیفکس دوشادوش شاخص بورس سبز شد

شاخص کل فرابورس نیز همپای شاخص کل بورس در آخرین روز مردادماه سبزپوش شد و آیفکس با افزایش ۳۱۸ واحدی به رقم ۲۱ هزار و ۸۷۶ واحد رسید. بر پایه معاملات نخستین روز کاری هفته فرابورس ایران، بیش از ۴ میلیارد و ۱۶ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۱۰۸ هزار و ۶۴۰ میلیارد ریال دادوستد شد. در جریان معاملات روز یکشنبه، نمادهای پتروشیمی مارون (مسارون)، پلیمر آریا ساسول (آریا)، پتروشیمی زاگرس (زاگرس)، سرمایه‌گذاری صبا تامین (صبا)، سرمایه‌گذاری مالی سپهر صادرات (وسپهر)، پتروشیمی تندگویان (شگویا)، گروه سرمایه‌گذاری میراث فرهنگی (سمگا)، صنایع ماشین‌های اداری ایران (مادیرا)، نفت پاسارگاد (شیاس)، پالایش نفت لاوان (شلاوان) و بیمه سامان (بساما) تاثیر مثبت بر شاخص فرابورس داشتند. همچنین بیمه پاسارگاد (بیاس)، سنگ آهن گهرزمین (ککهر)، سهمای ذوب آهن اصفهان (ذوب)، شرکت آهن و فولاد ارفع (ارفع)، فولاد هرمزگان جنوب (هرمز)، فراورده‌های غذایی و قند چهارمحال (قچار)، صنعتی دوده فام (شصدف) و بیمه تجارت نو (بنو) با تاثیر منفی بر شاخص فرابورس همراه بودند.

هزار و ۵۸۴ میلیارد ریال داد و ستد شد. همچنین شاخص کل با معیار هموزن با ۷ هزار و ۷۰۷ واحد افزایش به ۴۳۶ هزار و ۲۵ واحد و شاخص قیمت هموزن با ۴هزار و ۸۶۵ واحد رشد به ۲۷۵ هزار و ۲۴۸ واحد رسید. شاخص بازار اول ۱۴ هزار و ۱۸۴ واحد و شاخص بازار دوم ۲۲ هزار و ۶۵۷ واحد افزایش داشتند.

همچنین گروه خودرو با ۱۱۴ هزار و ۴۴۱ معامله به ارزش ۹ هزار و ۹۲۵ میلیارد ریال، گروه فلزات اساسی با ۱۰۴ هزار و ۶۳ معامله به ارزش ۸ هزار و ۵۵۹ میلیارد ریال، گروه شیمیایی با ۷۲ هزار و ۵۳۹ معامله به ارزش ۷ هزار و ۲۲۰ میلیارد ریال، گروه فرآورده‌های نفتی با ۶۵ هزار و ۷۳۴ معامله به ارزش ۷ هزار و ۵ میلیارد ریال و گروه چندرشته‌ای صنایع با ۶۹ هزار و ۵۲۸ معامله به ارزش ۵ هزار و ۵۹۶ میلیارد ریال در صدر برترین گروه‌ها قرار گرفتند.

براساس این گزارش، نمادهای پتروشیمی نوری (نوری) با یک هزار و ۱۰۲ واحد، پالایش نفت تهران (شتران) با ۹۳۳ واحد، پتروشیمی پردیس (شپدیس) با ۸۰۹ واحد، ایران خودرو (خودرو) با ۸۰۲ واحد، مخابرات ایران (اخیر) با ۷۰۲ واحد، پالایش نفت اصفهان (شپنا) با ۶۸۱ واحد، معدنی و صنعتی گل‌گهر (کگل) با ۶۲۲ واحد، بانک ملت (ولیمت) با ۵۵۶ واحد، بانک تجارت (وتجارت) با ۵۴۰ واحد، بانک پارسیان (وپارس) با ۵۲۵ واحد، فراوری معدنی اپال کانی پارس (اپال) با ۵۱۷ واحد و بانک صادرات ایران (وبصادر) با ۵۰۶ واحد تاثیر مثبت بر شاخص بورس داشتند.

در سوی مقابل، سرمایه‌گذاری تامین اجتماعی (شستا) با ۸۱۳ واحد، توسعه معادن و صنایع معدنی خاورمیانه (میدکو) با ۴۹۳ واحد، س. سهام عدالت استان خراسان رضوی (وسررضوی) با ۲۸۷ واحد، شرکت افزایش اعتماد مردم به بورس و ایجاد تجربه مثبت برای سهامداران خرد (فملی) با ۲۴۹ واحد، معدنی و صنعتی چادرملو (کچاد) با ۱۹۳ واحد،

وزیر پیشنهادی اقتصاد در دفاع از برنامه‌هایش در بهارستان مطرح کرد

۸ مولفه بورسی برای ثبات بازار سرمایه

ایده‌های تحولی و تیم متخصصان سالم بنا داریم که گذر کنیم و می‌دانیم که چاره جز گذر کردن موفقیت‌آمیز جمهوری اسلامی از تنگه اقتصادی نداریم، شرط این گذار مواجهه صادقانه با ناجی واقعی یعنی مردم است.» به گفته وی، «مردم سخن صادقانه و رفتار غیر کاسب‌کارانه را خوب تشخیص می‌دهند، مانند دوران نمایندگی در میان مردم خواهیم بود و به مشکلات مردم به خوبی توجه خواهیم داشت.»

به گزارش ایسنا، خاندوزی ادامه داد: «در دهه اخیر دشمنان عرصه اقتصاد را میدان جنگ علیه ملت ایران قرار دادند و خیال دارند با تحریم و فشار ملت ما را به کرنش وادار کنند، غافل از اینکه براساس فرمایش رهبر معظم انقلاب تنها راه غلبه بر مکر دشمنان تکیه بر موازین اقتصاد مقاومتی است؛ دولت سیزدهم با استعانت از خدا و امید بستن به کدخدا، با به میدان آوردن مردم، رفع تعارض منافع مسئولان، گسترش شفافیت و فهم از اقتصاد به عنوان مسئله‌ای ملی و فراjangحی و به کارگیری نخبگان در این تقابل پیروز خواهد شد.»

وی افزود: «دشمن اتاق جنگ خود را خرانه‌داری آمریکا قرار داده است پس وزارت اقتصاد باید در خط مقدم خنثی‌سازی تحریم باشد، از این جهت اینجانب به کمک صاحبان تجربه و بدنه وزارتخانه، وزارت اقتصاد را در دولت سیزدهم با آرایش تحریم‌ناپذیری نوسازی خواهیم کرد، هرچند تیم دیپلماسی اقتصاد باید به دنبال تحریم‌زدایی باشد ولی ما اقتصاد و معیشت مردم را منتظر بیگانگان قرار نخواهیم داد.»

وزیر پیشنهادی اقتصاد گفت: «مسیرهای جدیدی خواهیم گشود و علامت‌های امیدبخشی به همیمانان صادر خواهیم کرد و شرکای راهبردی دیگری خواهیم افزود. بازطراحی سیستم‌ها با هدف مقاوم‌سازی مالیه دولت و پشتیبانی از بخش‌های مولد و مانع‌زدایی از تولید ساختارها و فرآیندهای معیوب موجود را با تکیه بر فناوری‌های نوین جزو ضروریات اداره شرایط جنگ اقتصادی می‌دانیم، حذف مجوزهای زائد، بهبود محیط کسب و کار و تسهیل امور گمرکی و مالیاتی مسیری برای مشارکت برای همه مردم در فرآیند تولید و پیش‌بینی‌پذیر بودن اقتصاد فراهم می‌کنیم، مهمترین اولویت وزارت اقتصاد کمک به ثبات اقتصاد کلان و مهار پایداری تورم می‌باشد، اینجانب به عنوان فردی برخاسته از قشر متوسط و آشنا با الام اقتصادی مردم وظیفه خود را ایفای حقوق اقتصادی مردم می‌دانم.»

فرصت امروز: بورس تهران هفته را توفانی آغاز کرد و در اولین روز پس از تعطیلات ششش روزه کروناپی، شاخص کل بورس با رشد ۱۵ هزار واحدی توانست از مرز یک میلیون و ۵۰۰ هزار واحد عبور کند. در این روز همچنین رکورد ارزش معاملات خرد در سال ۱۴۰۰ شکسته شد و به ۱۱۰۵۴ میلیارد تومان رسید. در آخرین روز از مردادماه در بازار سرمایه شاهد بودیم که ارزش معاملات خرد شامل سهام، حق تقدم و صندوق‌های سهامی شکسته شد و به ۱۱۰۵۴ میلیارد تومان رسید. هرچند انتظار می‌رود بازار سرمایه در روزهای آینده با منطقه مقاومتی خود درگیر شود و احتمال افزایش عرضه‌ها نیز وجود دارد.

روز گذشته همچنین در برخی از نمادهای دلاری نظیر پتروشیمی و فلزات افزایش محسوس عرضه‌ها را شاهد بودیم. از سوی دیگر به واسطه رشدی که دلار در هفته‌های گذشته داشت، سهام‌های دلاری رشد خود را زودتر از سایر گروه‌ها آغاز کردند و بین ۲۰ تا ۳۰ درصد رشد داشتند. به همین دلیل احتمال استراحت آنها در روزهای آینده وجود دارد. در روز یکشنبه سهم‌های بزرگ مانند خودرویی‌ها، پالایشی‌ها و بانکی‌ها نیز که رشد کمتری نسبت به سهام دلاری داشتند، با اقبال بهتری مواجه شدند و احتمالا در روزهای آتی اقبال نسبی به سهام ریالی بازار است تا گپ سهام دلاری و گروه‌های بزرگ جبران شود، اما اینکه شاخص کل بورس بتواند از منطقه یک میلیون و ۵۰۰ هزار واحد عبور کند یا نه، به عوامل متعددی بستگی دارد، چراکه بازار به استراحت نیاز دارد و عوامل دیگری از جمله نرخ ارز و قیمت‌های جهانی نفت نیز بر بازار اثرگذار است.

بازگشت سبز بورس پس از تعطیلات کرونایی

در اولین روز کاری هفته جاری، شاخص کل بورس با رشد ۱۵ هزار و ۵۵۵ واحدی از میانه کاتال ۱.۵ میلیون واحدی عبور کرد و به رقم یک میلیون و ۵۱۵ هزار واحد رسید. در معاملات روز یکشنبه بیش از ۱۳میلیارد و ۴۰۷ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۱۰۱

بررسی صلاحیت وزرای پیشنهادی براساس حروف الفبای وزارتخانه‌ها همچنان در مجلس ادامه دارد و پس از بررسی صلاحیت سه وزیر پیشنهادی آموزش و پرورش، ارتباطات و فناوری اطلاعات و اطلاعات، عصر روز یکشنبه نوبت به بررسی صلاحیت سیداحسان خاندوزی، وزیر پیشنهادی اقتصاد رسید. براساس ماده ۲۰۲ آیین‌نامه داخلی مجلس قبل از صحبت‌های موافقان و مخالفان هر وزیر پیشنهادی، گزارش کمیسیون تخصصی مربوطه توسط سخنگو قرائت می‌شود. بر این اساس، در جلسه عصر دیروز ابتدا سخنگوی کمیسیون اقتصادی مجلس از موافقت این کمیسیون با وزیر پیشنهادی اقتصاد خبر داد.

سپس بعداز قرائت گزارش کمیسیون اقتصادی، محمودعباس‌زاده مشکینی نماینده مردم مشکین‌شهر به عنوان مخالف وزیر پیشنهادی اقتصاد گفت: «امروز بیشتر مطالبات مردم در حوزه اقتصادی می‌باشد و ما انتظار داشتیم دولت وزرای اقتصادی مقبولی به مجلس معرفی کند.» معصومه پاشایی، عضو کیسیون صنایع و معادن مجلس نیز به عنوان موافق وزیر پیشنهادی اقتصاد گفت: «آقای خاندوزی از اقتصاد ایران شناخت کافی دارد و اهل تعامل و کسب و کار است.» همچنین محمدرضا پورابراهیمی، نماینده مردم کرمان و رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس به عنوان موافق وزیر پیشنهادی اقتصاد عنوان کرد: جدید، پیگیری، اشراف علمی و تعصب برای حل مشکلات در آقای خاندوزی به خوبی دیده می‌شود.

مهرداد ویس کریمی، نماینده مردم خرم‌آباد نیز به عنوان مخالف وزیر پیشنهادی اقتصاد با اشاره به اینکه «اقتصاد اسلامی نیاز امروز و فردای ماست»، تصریح کرد: «تا به حال نظر شفافی از آقای خاندوزی درخصوص اقتصاد اسلامی نشنیده‌ام.» ابراهیم عزیزی، نماینده مردم کرمانشاه هم به عنوان موافق وزیر پیشنهادی اقتصاد گفت: «آقای خاندوزی که از اعضای مجلس است رویکرد مطالبه‌گری دارد و این مایه امید است. وی جوان انقلابی و ولایی و سربرابر مقام معظم رهبری بوده و فسادستیز با رویکرد انقلابی و حق طلبی است و این در تراز نیروی جوان انقلابی می‌باشد.» همچنین مهدی طغیانلی، نماینده مردم اصفهان به عنوان موافق وزیر پیشنهادی اقتصاد بیان کرد: «بنده شهادت می‌دهم دکتر خاندوزی هم جوانی توانمند و متعهد و هم فردی متخصص است.»

پس از صحبت‌های موافقان و مخالفان، نوبت به گزینه پیشنهادی اقتصاد

نماگر بازار سهام



افزایش قیمت تایر قطعی است

رئیس انجمن صنفی زنجیره ارزش صنعت تایر ضمن اعلام قطعیت افزایش ۱۵ درصدی قیمت تایر و اینکه با واکنش منفی بازار مواجه نخواهیم شد، گفت به دنبال رشد نرخ دلار، تقاضای کاذب و سرمایه‌ای در بازار افزایش یافته و به موازات آن رشد تقاضای مصرفی و افزایش عرضه از سوی نمایندگی‌ها موجب کاهش موجودی انبارها شده است.

محمدرضا تقی‌گنجی در گفت‌وگو با خبرنگار خبر خودرو، اظهار داشت: ۷۰ درصد از قیمت نهایی محصول تایر را مواد اولیه داخلی تشکیل می‌دهد و از آنجایی که مواد اولیه مورد نیاز برای تولید تایر از طریق بورس تامین می‌شود و افزایش نرخ دلار نیز بر بهای مواد اولیه اثرگذار است، به دنبال افزایش قیمت زنجیروار سایر کالاهای تولیدکنندگان نیز ناچار از افزایش قیمت تایر هستند.

وی درخصوص مصوبه افزایش ۱۵ درصدی قیمت تایر و در پاسخ به این پرسش که آیا بازار کشش افزایش قیمت را دارد، تصریح کرد: با توجه به روند تصاعدی نرخ دلار و عبور آن از مرز ۲۵ هزار تومان، پیش‌بینی‌ها مبنی بر این است که با واکنش منفی بازار مواجه نخواهیم شد و بازار کشش افزایش قیمت تایر را خواهد داشت.

رئیس انجمن صنفی زنجیره ارزش صنعت تایر درخصوص سیاست‌های انجمن صنفی تولیدکنندگان مبنی بر افزایش قیمت تایر و از سوی دیگر فروش همراه با تخفیف و با چک‌های مدت‌دار تایر از سوی تولیدکنندگان به عوامل فروش و تناقض ایجادشده از این ناحیه بیان کرد: این دو موضوع با یکدیگر در تناقض نیستند. افزایش قیمت تایر می‌تواند اتفاق بیفتد و از سوی دیگر با توجه به اینکه تایرهای تولیدی شرکت‌های مختلف از لحاظ مرغوبیت با یکدیگر متفاوت هستند، فروش تایر با تخفیف خالی از اشکال است. در هر حال افزایش قیمت الزامی است.

تقی‌گنجی ادامه داد: تولید در کارخانجات با حداکثر ظرفیت تداوم دارد و علی‌رغم اینکه با صادرات ۱۰ درصدی انواع تایر مصوب شده، اما تاکنون به مرحله اجرا درنیامده است.

وی درخصوص این موضوع که اقدام تائرسازان در افزایش قیمت تایر خود عاملی است که به افزایش هزینه‌های تولید، افزایش قیمت تایر و در نهایت انباشت این کالا در انبارها در شرایط کنونی رکود بازار می‌انجامد، توضیح داد: نرخ ارز به عنوان تنها عامل موثر در افزایش قیمت تایر مطرح است. در گذشته مواد اولیه مورد نیاز برای تولید تایر با ارز دولتی ۴۲۰۰ تومانی تامین می‌شد، اما در حال حاضر تولید با ارز آزاد است و نرخ ارز نیز اکنون به مرز ۲۸ هزار تومان رسیده است.

رئیس انجمن صنفی زنجیره ارزش صنعت تایر افزود: قیمت تایر وابسته به نرخ دلار است زیرا بخشی از مواد اولیه تولید تایر وارداتی است و بخشی نیز که از طریق داخل تامین می‌شود، محاسبه نرخ آن براساس بهای دلار است و بر همین اساس تحت تاثیر افزایش نرخ دلار، گرانی به مواد اولیه داخلی نیز سرایت کرده است.

تقی‌گنجی گفت: در حال حاضر، حداکثر سود متعلقه به کارخانجات تولید تایر ۱۰ تا ۱۵ درصد بوده که بسیار ناچیز است و این کالا با حداقل قیمت به دست مصرف‌کنندگان می‌رسد.



تامین مواد اولیه داخلی کلاف سردرگم صنعت قطعه‌سازی



کرد: تامین مواد اولیه داخلی برای قطعه‌سازان به یک کلاف سردرگم و درهم تنیده‌ای تبدیل شده که ظاهراً قرار نیست حل شود چراکه کماکان مواد اولیه داخلی طبق روال گذشته قیمت‌گذاری می‌شوند و نرخ آن در بورس نیز براساس قیمت‌گذاری ارزی بانک مرکزی هر روز افزایش پیدا می‌کند تا جایی که قیمت مواد اولیه داخلی ۱۰ تا ۱۲ درصد گران‌تر از قیمت مواد اولیه جهانی برای قطعه‌سازان تمام می‌شود.

وی با تأکید بر اینکه سود جاری در زنجیره تامین مواد اولیه باید تعدیل شود، بیان کرد: متأسفانه تولیدکنندگان مواد اولیه سودهای چندده درصدی را تجربه می‌کنند، اما قطعه‌سازان و خودروسازان دائماً با زیاندهی مواجه هستند. ضمن اینکه خرید مواد اولیه داخلی نیازمند نقدینگی است و همچون گذشته نمی‌توان از آل سی و گشایش اعتبار استفاده کرد. لذا تامین مواد اولیه داخلی از لحاظ قیمت، نحوه توزیع و نقدینگی دچار مشکل است و لطمه‌ای که از وضعیت نابسامان بازار و قیمت مواد اولیه داخلی به صنعت قطعه‌سازی وارد شده بسیار شدیدتر از ضربه‌ای است که قطعه‌سازان به واسطه تحریم‌ها از محل تامین مواد اولیه خارجی دیده‌اند.

دبیر انجمن سازندگان قطعات و مجموعه‌های خودرو در ادامه به تشریح عواملی که به موازات یکدیگر موجب افزایش خودروهای ناقص شده‌اند پرداخت و گفت: همانطور که گفته شد قطعه‌سازان به دلیل کمبود نقدینگی و عدم دریافت به موقع مطالبات خود از خودروسازان قادر به خرید ارز، دریافت حواله و دریافت به موقع جنس خود و در نهایت تامین قطعات مورد نیاز خودروسازان نیستند. همچنین عموم خودروهای ناقص به دلیل عدم تامین قطعات الکترونیکی در کف کارخانه دپو شده‌اند و خرید

دبیر انجمن سازندگان قطعات و مجموعه‌های خودرو از روند تامین مواد اولیه مورد نیاز قطعه‌سازان از منابع داخلی و خارجی سخن گفت. مازیسار بیگلو در گفت‌وگو با خبرنگار خبر خودرو، اظهار داشت: روند تخصیص ارز برای تامین مواد اولیه از منابع خارجی نسبت به سال گذشته کمی تسریع شده اما مشکل عمده در این زمینه کمبود نقدینگی قطعه‌سازان در زمان تخصیص ارز است که موجب می‌شود در زمان تعیین شده قادر به تامین نقدینگی مورد نیاز نباشند. به همین دلیل بسیاری از تخصیص‌های بانک مرکزی ابطال شده و قطعه‌سازان به ابتدای زنجیره نوبت‌دهی بازمی‌گردند. لذا روند اداری تامین مواد اولیه خارجی کمی زمانبر است اما به صورت کج دار و مریز ادامه دارد.

وی با اشاره به قیمت مواد اولیه وارداتی افزود: قیمت‌ها براساس قیمت جهانی محاسبه می‌شود و متأسفانه قیمت ارز نیز خارج از کنترل قطعه‌سازان و خودروسازان بوده و قطعه‌سازان ناچار به کنار آمدن با این موضوع هستند. ضمن اینکه برخی از پروژه‌های خودکفایی و ساخت داخل به نتیجه رسیده و مقدار قابل توجهی از ارزیابی کاهش یافته و تولید قطعات ادامه دارد.

دبیر انجمن سازندگان قطعات و مجموعه‌های خودرو با بیان اینکه عموم چالش قطعه‌سازان تامین مواد اولیه قطعات الکترونیکی است، عنوان کرد: عواملی چون شیوع کرونا و به دنبال آن تعطیلی کشور چین و همچنین افزایش قیمت قطعات الکترونیکی در سطح جهان، قطعه‌سازان را در تامین قطعات الکترونیکی با مشکل مواجه کرده است.

بیگلو در ادامه با انتقاد از روند تامین مواد اولیه از منابع داخلی تصریح

قرعه‌کشی خودرو جواب داد؟

مشارکتی کاملاً مخالف است و وزارت صمت را مسئول اجرایی‌شدن این طرح می‌داند. به گفته این مقام مسئول، قرار بر این بود ۶۰ درصد تولید خودرو به تعهدات گذشته خودروسازان اختصاص پیدا کند. اگر خودروسازان این تعهدات که به سال‌های گذشته برمی‌گردد را نداشتند کل تولیدی آنها اکنون به بازار تزریق می‌شد در حالی که در حال حاضر تنها ۴۰ درصد تولید به بازار تزریق می‌شود و ۶۰ درصد تزریقی دیگر به موقوفات باز می‌گردد.

شیوا معتقد است که تا دو سال دیگر مشخص نیست که چه اتفاقاتی در حوزه صنعت خودرو رخ می‌دهد و این طرح‌های پیش‌فروش مشکلاتی را به وجود خواهد آورد، علاوه بر این معلوم نیست وزاری کنونی در صمت خود باشند که تعهد به وجود می‌آورند.

او درخصوص پیش‌فروش خودروهایی که نام مشخص و نشان مشخصی ندارند، گفت: پیش‌فروش خودروهایی که چارچوب و شناسنامه ندارند اشتباه است و وزارت صمت باید به این ماجرا ورود کند. شیوا گفت: وظیفه ما این است که قیمت منصفانه را اعلام کنیم. اکثریت به این موضوع رأی می‌دهند که مصرف‌کننده واقعی باید خودرو بگیرد و برخی می‌گویند حاشیه سود به جیب دلالت می‌رود. طرح قرعه‌کشی عملی شد، اما برخی از این طرح شکایت داشتند، همان افراد بیایند طرح دیگری را ارائه دهند که خودرو به نیازمندان برسد و همه راضی باشند. این مقام مسئول گفت: تولیدکننده برای ادامه حیات نیاز به سود دارد

در غیر این صورت به بن‌بست می‌رسد، برخی هم می‌گویند چرا سه ماه یک بار باید افزایش قیمت داشته باشیم، چون قیمت نهاده‌های تولید سه ماه یک بار افزایش می‌یابد، در حالی که خود خودروسازان در نظر داشتند هر ماه افزایش قیمت داشته باشند.

خودروسازان باید تعهدات خود را به صفر برسانند

احمد نعمت‌بخش، دبیر انجمن خودروسازان گفت: متأسفانه قیمت‌گذاری دستوری مشکلات زیادی برای خودروسازان کشور ایجاد کرد که باعث شد آنها زبان زیادی کنند.

دبیر انجمن خودروسازان گفت: اکنون خودروسازان در حال تحویل خودروهایی هستند که در گذشته پیش‌فروش کرده بودند. از طرفی برخی مشکلات وجود دارد که خودروسازان نمی‌توانند خودروهای خود را تجاری کنند و مشکلات کمبود تراشه بر آن نیز تأثیرات منفی گذاشته است.

موضوع تحویل خودروهای ثبت‌نامی به مشتریان همچنان یکی از معضلات جدی پیش روی مصرف‌کنندگان خودرو در سراسر کشور است. از سال گذشته تاکنون که قرار شد خودروسازان برای فروش خودرو روش قرعه‌کشی را پیش بگیرند، چندین مرحله فروش به روش فوق‌العاده و پیش‌فروش برگزار شد؛ روش‌هایی که در ابتدا قرار بود باعث یکسان شدن عرضه و تقاضای خودرو شود.

قبل از شروع قرعه‌کشی‌ها، عرضه خودرو توسط خودروسازان مناسب تقاضا نبود و همین عامل باعث افزایش نجومی قیمت خودرو شد، اما با روی کار آمدن روش قرعه‌کشی و مشخص شدن میزان عرضه توسط خودروسازان، بازار به یک ثبات نسبی رسید.

طبق بررسی‌ها، از خرداد سال گذشته تاکنون ایران خودرو ۲۰ مرحله فروش فوق‌العاده و ۱۸ طرح پیش‌فروش برگزار کرد که از طرح‌های فروش فوق‌العاده ۲۰۸ واریزی بوده و ۱۸۰ خودرو با میانگین زمانی ۴۵ روزه تحویل داده شده است؛ در طرح پیش‌فروش ۲۷۲ هزار ثبت نامی وجود داشته است که از تعهدات ایجادشده ۵۸۷ هزار خودرو تحویل داده شده است. آمار تولید محصولات سایپا در سال ۹۹ نشان می‌دهد که بیش از ۴۲۰ هزار دستگاه خودرو تولید شده است و در کل ۲۲ طرح پیش‌فروش و فروش فوق‌العاده برگزار شده است. تعهدات معوق از ۲۵۴ هزار دستگاه به ۲۵ هزار دستگاه رسیده است و ۱۱۴ هزار دستگاه خودرو تحویل مشتریان شده است.

اکنون با توجه به طرح‌هایی که خودروسازان برگزار می‌کنند، بیشتر شاهد طرح‌های پیش‌فروش هستیم تا طرح‌های فروش فوق‌العاده! گویا خودروسازان این توانایی را ندارند که طرح‌های فروش فوق‌العاده برگزار کنند و در حال تحویل خودروهایی هستند که در گذشته پیش‌فروش کرده بودند.

مخالفت شورای رقابت با اجرایی‌شدن طرح‌های پیش‌فروش

چندی پیش رئیس شورای رقابت به صراحت مخالفت خود را با اجرایی‌شدن طرح‌های پیش‌فروش اعلام کرده بود، چراکه این مقام مسئول معتقد بود این خودروها باری هستند بر دوش خودروساز، خودروساز به جای اینکه مشغول تحویل خودروهای فروش فوق‌العاده باشد، باید موقوفات گذشته طرح پیش‌فروش را تحویل دهد.

شیوا انطور که بیان کرده با اجرایی‌شدن طرح‌های پیش‌فروش و فروش

«خاموش نمودن لامپ‌های اضافی نشانه رشد فرهنگی است»

آگهی تجدید مناقصه عمومی



۱- نام مناقصه گزار : شرکت مدیریت تولید برق شهید رجایی-سهامی خاص (نیروگاه شهید رجایی)

۲- شرایط و عناوین مناقصه:

شماره مناقصه	نوع مناقصه	موضوع مناقصه	میزان سپرده شرکت در مناقصه (ریال)
۱۴۰۰/۴-۱۵	دو مرحله‌ای	واگذاری ساخت set ۴ پستک لعاب دار سمت Cold End ایر هیتر واحد های نیروگاه بخار شهید رجایی	۵۴۰,۰۰۰,۰۰۰

۳- محل دریافت اسناد مناقصه: کیلومتر ۲۵ اتوبان قزوین-کرج، امور قراردادهای و توسعه بازار، اداره قراردادهای، تلفن ۰۲۱-۸۸۷۹۶۶۸۱-۳ تا ۱۲-۰۲۸-۳۲۸۴۹۲۱۱ داخلی ۶۰۷۳

۴- سپرده شرکت در مناقصه: به شرح مبلغ جدول فوق الذکر بصورت ارائه یکفقره ضمانت نامه بانکی یا واریز وجه به حساب جام ۶۸۰۴۴۶۶۱۸۸ بانک ملت شعبه اسدآبادی قزوین (باجه نیروگاه با کد شعبه ۲۱۰۹/۷ به نام مناقصه گزار).

۵- تاریخ فروش اسناد مناقصه: پنج روز کاری از تاریخ آخرین چاپ نوبت دوم آگهی.

۶- تاریخ تحویل اسناد مناقصه به دبیرخانه نیروگاه: تا ساعت ۱۵ عصر روز سه شنبه مورخ ۱۴۰۰/۰۶/۱۶.

۷- مبلغ فروش اسناد مناقصه: مبلغ ۵۴۵,۰۰۰ ریال با احتساب ۹٪ ارزش افزوده برای هر مناقصه به صورت واریز وجه به حساب جام ۶۸۰۴۴۶۶۱۸۸ بانک ملت شعبه اسدآبادی قزوین (باجه نیروگاه با کد شعبه ۲۱۰۹/۷ به نام مناقصه گزار).

۸- زمان و محل قرائت پیشنهادات مناقصه: زمان بازگشایی پاکات روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۰/۰۶/۱۷ رأس ساعت ۱۰ صبح در محل مناقصه گزار انجام خواهد شد.

-این آگهی را می‌توانید در سایت اینترنتی ذیل مشاهده کنید.

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

سایت شرکت مادر تخصصی تولید نیروی برق حرارتی: <http://tender.tpph.ir>

سایت نیروگاه شهید رجایی: <http://www.rpgm.ir>

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۰/۰۶/۱۳

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۰/۰۶/۱۱

روابط عمومی شرکت مدیریت تولید برق شهید رجایی

۵ دوره آموزش بازاریابی اینترنتی که در سال ۲۰۲۱ نباید از دست بدهید

به قلم: تیم نویسندگان سایت searchenginejournal
مترجم: امیر آل علی

با توجه به این امر که اسمسال وارد یک دهه جدید شده‌ایم، بسیاری از تحلیلگران بر این باور هستند که تمامی کسب و کارها نیز وارد مرحله‌ای جدید می‌شوند. بدون شک اگر از همین امروز برای این جهان جدید آماده نشوید، ریسک بزرگی را پذیرفته‌اید. در این رابطه شیوع جهانی ویروس کرونا به افزایش سرعت این روند منجر شده است. درواقع این بحران باعث شده تا میزان استفاده افراد از اینترنت رشدی چند صد درصدی را داشته باشد. تحت این شرایط طبیعی است که اگر از بستر اینترنت به بهترین شکل استفاده نکنید، فرصتی طلایی را از دست خواهید داد. از جمله ویژگی‌های بسیار خوب اینترنت این است که برای رشد، نیاز به زمان زیادی ندارید. درواقع امروزه بسیاری از صفحات صرفا با تولید محتوای حرفه‌ای و تبلیغات مناسب، در مدت زمانی کمتر از یک ماه به جامعه مخاطبان مناسب و فروش قابل قبول دست پیدا می‌کنند. با این حال وارد شدن به هر حوزه‌ای بدون دانش کافی، یک ریسک بزرگ خواهد بود. در این راستا دوره‌های آموزش آنلاین، این فرصت را ایجاد کرده است تا بدون دغدغه از درگیر شدن با ویروس کرونا، بتوانید به صورت همزمان با تمامی افراد تیم شرکت، آموزش‌های لازم را داشته باشید. نکته دیگری که باید به آن توجه داشته باشید این است که امروزه فعالیت در زمینه بازاریابی اینترنتی، خود نتیجه بسیار خوبی را به همراه دارد و می‌تواند یک شغل پولساز باشد. به همین خاطر شرکت در چنین دوره‌هایی تنها برای مدیران و افسراد فعال در شرکت‌ها کاربردی نخواهد بود. در ادامه پنج نمونه از بهترین دوره‌های آموزش بازاریابی اینترنتی را با هم بررسی خواهیم کرد.

۱-تحصیلات تکمیلی در بازاریابی اینترنتی

برگزار کننده: دانشگاه پر دو و فیس‌بوک

هنگامی که یک دوره آموزشی حاصل همکاری یک محیط آکادمیک با بزرگترین برند حوزه شبکه‌های اجتماعی باشد، بدون شک نتیجه آن فوق‌العاده خواهد بود. این دوره در سایت Simplilearn ارائه شده و به ادعای برگزار کنندگان آن، جامع‌ترین دوره آموزشی در حوزه بازاریابی اینترنتی است. در این زمینه شما با مفاهیم جامعی نظیر سئو، انواع استراتژی‌ها، نحوه تجزیه و تحلیل و استفاده از داده‌ها و به صورت کلی تمامی اطلاعات موردنیاز آشنا خواهید شد. نکته جالب این دوره؛ توجه به علم روان‌شناسی برای تحلیل رفتار مخاطب است. همچنین برای درک این موضوع که تمامی موضوعات در عمل هم نتیجه‌بخش هستند، مثال‌هایی لازم مطرح شده است. همچنین تا هفت روز پس از پایان دوره می‌توانید از مشاوره‌های مدرسین، استفاده نمایید. از دیگر نکات ویژه این دوره، امکان تغییر مدت زمان یادگیری است. درواقع شما می‌توانید این دوره را حتی تا یک سال ادامه دهید. این موضوع بدون شک برای افرادی که مشغله کاری زیادی دارند، یک فرصت طلایی محسوب می‌شود. هزینه آن نیز ۲۲۵۰ دلار است که شامل کتاب، امتحانات و فیلم‌های موردنیاز است. امکان پرداخت اقساطی این مبلغ نیز وجود دارد. در آخر یک گواهینامه رسمی به شما داده می‌شود که از اعتبار بسیار بالایی برخوردار است. درواقع تاکنون بسیاری از افراد با این مدرک موفق شده‌اند تا شغلی برای خود پیدا نمایند. پس از کسب گواهی، شما دسترسی مادام‌العمر به تمامی دوره‌های آموزشی حوزه اینترنت که در سایت Simplilearn موجود است، خواهید داشت.

۲-گواهی بازاریابی رسانه‌های اینترنتی

برگزار کننده: دانشگاه دوک

این دوره یک بسته خودآموز محسوب می‌شود که حاوی ۳۵۰ ساعت کلاس آموزشی است که شما برای اتمام آن تا یک سال مهلت خواهید داشت. از ویژگی‌های جالب این دوره، سه مدرک مختلف است که باعث می‌شود تا افراد براساس نیاز خود بتوانند یکی از آنها را انتخاب نمایند. تمامی محتواهای آموزش داده شده به صورت پروژهمحور از شما امتحان گرفته خواهد شد که باعث می‌شود تا بدون یادگیری کامل، هیچ مبحثی را طی نکنید. ترتیب‌بندی دروس باعث شده است تا طی کردن با رضایت از این دوره بیش از ۹۸ درصد باشد. قیمت آن نیز ۳۱۹۵ دلار است و نکته منفی آن محدودیت سنی ۱۸ سال است. این امر در حالی است که امروزه بسیاری از افراد حتی از سنین بسیار کم‌تر از اینترنت کسب درآمد می‌کنند که نمونه رایج آن یوتیوبرها، اینفلوئنسرها و گیمرها هستند. پشتیبانی ۲۴ ساعته و امکان ارتباط با اساتید، از دیگر ویژگی‌های مثبت این دوره محسوب می‌شود.

۳-دوره پیشرفته بازاریابی دیجیتال

برگزار کننده: Simplilearn

در مورد نخست نیز این سایت، میزان دوره مشترک فیس‌بوک و دانشگاه پر دو است. با این حال این موضوع باعث نشده تا مدیران این سایت، به برگزاری یک دوره قدرتمند توسط خودشان، بی‌تفاوت باشند. این برنامه با شبیه‌سازی‌های بسیار جالب، تلاش کرده است تا شیوه آموزش متفاوتی را داشته باشد. با این حال با توجه به این امر که با یک دوره آموزش پیشرفته مواجه هستید، توصیه می‌شود از قبل مباحث اولیه را یاد بگیرید. درواقع این دوره کاملا مناسب افرادی است که می‌خواهند مهارت درآمدی خود را به خوبی ارتقا دهند. امکان دسترسی به ابزارهای موردنیاز در کنار آموزش از افرادی که بیش از ۱۲ سال سابقه کاری درخشان دارند، باعث شده است تا این دوره کاملا سودمند باشد. هزینه آن نیز ۱۴۹۹ دلار است و ۵ دوره اصلی را شامل می‌شود.

۴-آموزش بازاریابی اینترنتی از مبتدی تا پیشرفته

برگزار کننده: دانشگاه جورجیا

هدف این برنامه پرورش افرادی است که تاکنون دانشی در زمینه بازاریابی اینترنتی نداشته‌اند تا آنها را به متخصصان این حوزه تبدیل نماید. نکته جالب این است که از افراد این دوره، به عنوان کارآموز در شرکت‌ها استفاده می‌شود. هزینه آن نیز ۳۷۵۰۰ دلار است و پس از طی کردن آزمون‌ها، یک مصاحبه نیز خواهید داشت.

۵-گواهینامه بازاریابی آنلاین به شیوه استراتژیک

برگزار کننده: دانشگاه سن دیگو

هشت دوره آموزش مجزا، ویژگی جذاب این دوره محسوب می‌شود که باعث شده تا افراد بتوانند به صورت انتخابی، حوزه‌های مدنظر خود را انتخاب نمایند. حضور در حداقل ۷۰ درصد جلسات و طی کردن آزمون با حداقل نمره، شروط دوره‌ها محسوب می‌شود که هر یک از آنها ۴۰۰ دلار قیمت دارد. هزینه کل هشت دوره با امکانات متنوع ۳۰۷۷ دلار است. هر دوره آن نیز به چهار هفته زمان نیاز دارد.

منبع: searchenginejournal.com

جلب اعتماد مخاطبان با ۵ راهکار طلایی



۴-برنامه وفاداری داشته باشید

این نکته را همواره به خاطر داشته باشید که شما باید مشتری را نگه دارید در غیر این صورت هر لحظه ممکن است برندی دیگر را انتخاب کنند. با این‌ حال تا زمانی که آنها را در یک گروه قرار ندهید و تسلط نداشته باشید، این امر عملا امکان‌پذیر نخواهد بود. به همین خاطر لازم است تا برنامه‌ای را ایجاد نمایید تا گروه‌های مختلف ایجاد شود. برای مثال مشتریان یک سال قبل باید تفاوت فاحشی با مشتریان تازه‌کار داشته باشند. این امر باعث خواهد شد تا مشتری به سمت وفادار ماندن سوق پیدا کند. برای درک بهتر این موضوع توصیه می‌شود که به اقدامات انجام شده از سوی برندهای مختلف، توجه داشته باشید.

۵-خدماتی فراتر از انتظار مشتری را ارائه دهید

اشتباه بزرگ بسیاری از برندها این است که تصور می‌کنند باید سطح معمول خدمت را داشته باشند. این امر در حالی است که هدف شما رسیدن به سطحی بالاتر در مقایسه با سایر برندها است. تحت این شرایط طبیعی است که خدمت‌رسانی شما نیز سطحی بالاتر را داشته باشد. در این راستا توصیه می‌شود که در این زمینه فراموش نکنید که برای نیاز افسراد هیچ نقطه پایانی وجود ندارد. به همین خاطر ضروری است تا در کنار توجه به نیاز حال حاضر، در زمینه پیش‌بینی مواردی نیز این اقدامات لازم را انجام دهید. به صورت کلی برندهایی که فراتر از انتظار مشتری ظاهر می‌شوند، به خوبی اعتماد مشتری را جلب می‌کنند و تاثیر اولیه فوق‌العاده‌ای را دارند که از اهمیت بالایی برخوردار است.

منبع: business۲community.com

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان گیلان اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک خمام هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی 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 ۱۴۴۹/۱۵۰۰/۳۱۸۰ مورخه ۱۴۰۰/۰۵/۰۹ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی از ارضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک خمام تصرفات مالکانه بلاعراض متقاضی آقای میرنظام میرچرخیان فرزندسید حبیب بشماره ۲۳۲۰۷ صادره از رشت در ششداگ یک باب خانه و محوطه به مساحت ۲۵۶۰۱ متر مربع بشماره پلاک ۴۵۳ فرعی از ۱۴ اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک ۹۳ فرعی از ۱۴ اصلی واقع در مزرشت خریداری از مالک رسمی آقای حسین اسلامی طاهسی مجزی گردیده است لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به طالعی فاصله ۱۵ روز آگهی می شود بر مورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراض داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دوماه اعتراضی خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ، طرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراضی ، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت نقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراضی طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد. تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۰/۰۹/۱۴ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۰/۰۹/۱۴ محمد رجب پورمورچالی رئیس ثبت اسناد و املاک آگهی تبصره یک ماده ۱۰۵ آیین نامه قانون ثبت سند مالکیت دو دانگ مشاع از ششداگ به استثناء یک چهارم اعیانی آن ذیل صفحه ۶۰۳ دفتر جلد ۹ به نام ابوالقاسم نیایی ها صادر شده است. وی طبق گواهی ضرورتات ۱۴۱۱ تاریخ ۱۳۶۴/۱۱/۰۶ شعبه ۴ دادگاه عمومی حقوقی قزوین قوت نموده و وراثت زمان فوتش شامل فرخنده ونوقیان (همسر متوفی) ، مدینه ،محمدعلی طاهمه ، زهرا ،محمدرضا محمدحسین ،محمدحسن ، محمد هادی ، محسن ، محمدمهدی، علی اکبر، و احمد شهرت همگی نیایی ها (فرزندان متوفی) می باشد. محمد حسین نیز برابر دادنامه ۵۳۳۰۰۳۳۳/۹۵۰۹۹۷۲۸۲۳۹۰۰۳۳ شعبه ۱۹ شورای حل اختلاف شهرستان قزوین قوت نموده و وراثت زمان فوتش شامل فرخنده(فرزند متوفی) و طاهره گرجی (همسر متوفی) می باشد. اسناد مالکیت تکرگی نسبت به سهم الاراث خود به نام همگی وراثت جید علی اکبر نیایی ها صادر و تسلیم شده است. سپس تمامی آنها به جز حمید محمد هادی وعلی اکبر هردو نیایی ها ، تمامی سهم خود را مجموعاً ۲۳۰ سهم مشاع از ۸۸۲ سهم به استثناء، بهای ثمن عرصه اعیان را طبق سند ۵۳۳۵۴/۲۵ تاریخ ۱۴۰۰/۰۲/۲۵ قزوین به محمد حسین فائدی انتقال داده اند. مالک نقضای حذف عبارت "به استثناء یک چهارم اعیانی از وراثت زمان فوتش شامل فاطمه(فرزند متوفی) و طاهره گرجی (همسر عادلّه عرص و اعیان مطابق ماده ۹۴۷ قانون مدنی به کارشناس رسمی دادگستری راجع و پس از تعیین بهای مذکور ، مبلغ تعیین شده به حساب اداره ثبت توزیع گردیده است . بنابراین مراتب جهت درج در آگهی اعلام می گردد تا چنانچه شخص یا اشخاصی مدعی تفصیح حقی می باشند ، ظرف مدت یک ماه پس از رونیت آگهی می تواند به دادگاه صالحه مراجعه و گواهی طرح دعوی را به این اداره ارائه نمایند. اداره ثبت اسناد و املاک منطقه یک قزوین — شماره ردیف: ۲۹۱/م الف	اداره کل ثبت اسناد و املاک استان گیلان اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک خمام هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی 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 ۱۴۴۹/۱۵۰۰/۳۱۸۰ مورخه ۱۴۰۰/۰۵/۰۹ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی از ارضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک خمام تصرفات مالکانه بلاعراض متقاضی آقای میرنظام میرچرخیان فرزندسید حبیب بشماره ۲۳۲۰۷ صادره از رشت در ششداگ یک باب خانه و محوطه به مساحت ۲۵۶۰۱ متر مربع بشماره پلاک ۴۵۳ فرعی از ۱۴ اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک ۹۳ فرعی از ۱۴ اصلی واقع در مزرشت خریداری از مالک رسمی آقای حسین اسلامی طاهسی مجزی گردیده است لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به طالعی فاصله ۱۵ روز آگهی می شود بر مورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراض داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دوماه اعتراضی خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ، طرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراضی ، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت نقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراضی طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد. تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۰/۰۹/۱۴ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۰/۰۹/۱۴ محمد رجب پورمورچالی رئیس ثبت اسناد و املاک آگهی تبصره یک ماده ۱۰۵ آیین نامه قانون ثبت سند مالکیت دو دانگ مشاع از ششداگ به استثناء یک چهارم اعیانی آن ذیل صفحه ۶۰۳ دفتر جلد ۹ به نام ابوالقاسم نیایی ها صادر شده است. وی طبق گواهی ضرورتات ۱۴۱۱ تاریخ ۱۳۶۴/۱۱/۰۶ شعبه ۴ دادگاه عمومی حقوقی قزوین قوت نموده و وراثت زمان فوتش شامل فرخنده ونوقیان (همسر متوفی) ، مدینه ،محمدعلی طاهمه ، زهرا ،محمدرضا محمدحسین ،محمدحسن ، محمد هادی ، محسن ، محمدمهدی، علی اکبر، و احمد شهرت همگی نیایی ها (فرزندان متوفی) می باشد. محمد حسین نیز برابر دادنامه ۵۳۳۰۰۳۳۳/۹۵۰۹۹۷۲۸۲۳۹۰۰۳۳ شعبه ۱۹ شورای حل اختلاف شهرستان قزوین قوت نموده و وراثت زمان فوتش شامل فرخنده(فرزند متوفی) و طاهره گرجی (همسر متوفی) می باشد. اسناد مالکیت تکرگی نسبت به سهم الاراث خود به نام همگی وراثت جید علی اکبر نیایی ها صادر و تسلیم شده است. سپس تمامی آنها به جز حمید محمد هادی وعلی اکبر هردو نیایی ها ، تمامی سهم خود را مجموعاً ۲۳۰ سهم مشاع از ۸۸۲ سهم به استثناء، بهای ثمن عرصه اعیان را طبق سند ۵۳۳۵۴/۲۵ تاریخ ۱۴۰۰/۰۲/۲۵ قزوین به محمد حسین فائدی انتقال داده اند. مالک نقضای حذف عبارت "به استثناء یک چهارم اعیانی از وراثت زمان فوتش شامل فاطمه(فرزند متوفی) و طاهره گرجی (همسر عادلّه عرص و اعیان مطابق ماده ۹۴۷ قانون مدنی به کارشناس رسمی دادگستری راجع و پس از تعیین بهای مذکور ، مبلغ تعیین شده به حساب اداره ثبت توزیع گردیده است . بنابراین مراتب جهت درج در آگهی اعلام می گردد تا چنانچه شخص یا اشخاصی مدعی تفصیح حقی می باشند ، ظرف مدت یک ماه پس از رونیت آگهی می تواند به دادگاه صالحه مراجعه و گواهی طرح دعوی را به این اداره ارائه نمایند. اداره ثبت اسناد و املاک منطقه یک قزوین — شماره ردیف: ۲۹۱/م الف
---	---

به قلم: تیم نویسندگان سایت business۲community

مترجم: امیر آل علی

در جهان امروز بازاریابی اینترنتی به مهمترین بستر فروش تبدیل شده که مهمترین چالش آن جلب اعتماد مخاطبان است تا به مشتری و مهمتر از آن مشتری دائمی برند شما تبدیل شوند. این موضوع به حدی مهم است که باعث شده تا شاهد انواع مقالات و دوره‌های آموزشی تخصصی باشیم. با این حال یک نکته مهم این است که اگر اصول اولیه را رعایت نکنید، باقی اقدامات با بالاترین سطح نتایج همراه نخواهد بود. در این رابطه پنج راهکار طلایی و بنیادی را بررسی خواهیم کرد.

۱-بر روی تولید محتوای باکیفیت سرمایه‌گذاری نمایید

مهمترین فعالیت در زمینه فروش اینترنتی، تولید محتوا است. این امر اقدامی محسوب می‌شود که تقریباً تمامی برندها انجام می‌دهند با این حال تنها برخی از آنها به نتایج دلخواه دست پیدا می‌کنند. دلیل این امر نیز به این خاطر است که کیفیت محتواها بسیار متفاوت است. در این رابطه بسیاری از برندها حتی برنامه و استراتژی مشخصی در زمینه تولید محتوای خود ندارند. آمارها در این زمینه حاکی از آن است که بیش از ۷۷ درصد مشتریان، قبل از خرید خود محتواها را مطالعه می‌کنند. به همین خاطر این موضوع ایجاد انگیزه خرید کاملاً تاثیرگذار است. در این زمینه در کنار توجه به تنوع و شیوه بیان مطالب، لازم است تا نسبت به ارزشمندبودن آنها نیز توجه داشته باشید. درواقع یکی از نکات منفی فعالیت بسیاری از برندها این است که صرفاً از تیتراهای جذاب استفاده می‌کنند و این امر در حالی است که محتوای آنها خالی از کیفیت‌های لازم است. بدون شک چنین اقدامی با یک نفر امکان‌پذیر نخواهد بود. به همین خاطر نیز ضروری است تا یک تیم حرفه‌ای در این زمینه داشته باشید. تحلیل اقدامات انجام شده از سوی سایر رقبای، کمک می‌کند که شما به ایده‌های بهتری دست پیدا کنید. با این حال فراموش نکنید که یک اقدام خلاقانه و جدید، سکوی پرتاب شما خواهد بود. در این زمینه بر روی آموزش نیز سرمایه‌گذاری نمایید تا توانایی تیم شما همواره رو به بهبود باشد.

۲-به دنبال ایجاد تعامل باشید

اشتباه بسیاری از برندها در زمینه تولید محتوا این است که تنها به لایک کردن توجه دارند. این امر در حالی است که شما باید به دنبال ایجاد تعامل و ارتباط برای تبدیل مخاطب به مشتری باشید. نمونه ساده این امر مطرح کردن یک سوال است. این موضوع باعث می‌شود تا افراد به واکنش نشان دادن متقابل شوند. آمارها در این زمینه حاکی از آن است که چنین اقداماتی، باعث ماندگاری بیشتر برند در ذهن افراد خواهد شد و تحت این شرایط بعید است که مخاطب، دیگر شما را دنبال کنند. با این حال مطرح کردن سوال تنها یک اقدام بسیار ساده محسوب شده و ابدا نباید خود را محدود به آن تصور نمایید. در این زمینه برخی از برندها حتی در زمینه تولید محتوا نیز از مخاطبان خود کمک می‌گیرند و در این زمینه جوابی‌ری را تعیین می‌کنند. با این حال یکی از استراتژی‌های قوی در زمینه ارتباط، تبدیل کردن مشتری به سفیر برند است. این امر باعث خواهد شد تا مشتری، خود را عضوی از تیم شرکت تصور نماید. در این زمینه می‌توانید برای هر فروش، درصدی را هم مشخص نمایید. با اقداماتی نظیر ارسال ایمیل، می‌توانید آن دسته از مخاطبان خود که فعال و علاقه‌مند هستند را شناسایی کرده و برای آنها برنامه‌ریزی جداگانه‌ای داشته باشید.

آگهی نویبتی پیرو آگهی نویبتی شماره ۵۳۲/۱۳۰۰/۲۲۰۰/۱۴ مورخص ثبت عمومی املاک واقع در بخش۷خاتندبیل خلخال، مطابق مواد۱۲و ۲۵ قانون ثبت و مواد۵۹و ۶۴آیین نامه قانون ثبت که در سه ماهه اول سال ۱۴۰۰تفاضلویول ثبت گردیده و یا در اجرای ماده ۱۳ قانون تعیین تکلیف اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی و آیین نامه اجرائی آن، توسط هیات حل اختلاف مستقر در ثبت خلخال رای لازم صادر شده است، بشرح زیر آگهی شود: ازبخش۷هرایادخلخال؛ ۲۱۲۶- اصلی، آقای سیحان اسکندری مزجین ؛ ششداگ یکقطعه زمین ازماراد شارع ،بمساحت ۱۰مترمربع. ازبخش۱۷خورشیرتمخلخال؛ ۲۰۲۲۰۸- اصلی،آقای سیدهاشم علوی؛ ششداگ یکباب ساختمان مسکونی ومحوطه،بمساحت ۲۵۵/۱۷ مترمربع واقع درحشجین . ازبخش۱۷خورشیرتمخلخال؛ ۷۱۳۸۷- اصلی، آقای غلامحسن علی پورکلوری؛ ششداگ یکقطعه زمین محصورباعیانی احدی،بمساحت ۳۹/۱۴مترمربع واقع درکلور. لذا طبق ماده ۱۶قانون ثبت هر کس نسبت به قبول ثبت املاک مندرج در آگهی فوق اعتراضی داشته باشد می تواند از تاریخ انتشارنوبت اول تا۹۰روزدیگر اعتراض خود را کتبا به اداره ثبت خلخال تسلیم وپسب معترض باید ظرف مدت یک ماه از تاریخ اعتراضی به مرجع ذیصلاح قضائی تقدیم دادخواست نماید واز دادگاه مزبور گواهی تقدیم دادخواست اخذ و تسلیم اداره ثبت نماید . تاریخ انتشارنوبت اول: روز شنبه ۱۴۰۰/۰۵/۲۴ تاریخ انتشارنوبت دوم: روزدوشنبه ۱۴۰۰/۰۶/۱۴ رئیس ثبت خلخال- شکوری	آگهی نویبتی پیرو آگهی نویبتی شماره ۵۳۲/۱۳۰۰/۲۲۰۰/۱۴ مورخص ثبت عمومی املاک واقع در بخش۷خاتندبیل خلخال، مطابق مواد۱۲و ۲۵ قانون ثبت و مواد۵۹و ۶۴آیین نامه قانون ثبت که در سه ماهه اول سال ۱۴۰۰تفاضلویول ثبت گردیده و یا در اجرای ماده ۱۳ قانون تعیین تکلیف اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی و آیین نامه اجرائی آن، توسط هیات حل اختلاف مستقر در ثبت خلخال رای لازم صادر شده است، بشرح زیر آگهی شود: ازبخش۷هرایادخلخال؛ ۲۱۲۶- اصلی، آقای سیحان اسکندری مزجین ؛ ششداگ یکقطعه زمین ازماراد شارع ،بمساحت ۱۰مترمربع. ازبخش۱۷خورشیرتمخلخال؛ ۲۰۲۲۰۸- اصلی،آقای سیدهاشم علوی؛ ششداگ یکباب ساختمان مسکونی ومحوطه،بمساحت ۲۵۵/۱۷ مترمربع واقع درحشجین . ازبخش۱۷خورشیرتمخلخال؛ ۷۱۳۸۷- اصلی، آقای غلامحسن علی پورکلوری؛ ششداگ یکقطعه زمین محصورباعیانی احدی،بمساحت ۳۹/۱۴مترمربع واقع درکلور. لذا طبق ماده ۱۶قانون ثبت هر کس نسبت به قبول ثبت املاک مندرج در آگهی فوق اعتراضی داشته باشد می تواند از تاریخ انتشارنوبت اول تا۹۰روزدیگر اعتراض خود را کتبا به اداره ثبت خلخال تسلیم وپسب معترض باید ظرف مدت یک ماه از تاریخ اعتراضی به مرجع ذیصلاح قضائی تقدیم دادخواست نماید واز دادگاه مزبور گواهی تقدیم دادخواست اخذ و تسلیم اداره ثبت نماید . تاریخ انتشارنوبت اول: روز شنبه ۱۴۰۰/۰۵/۲۴ تاریخ انتشارنوبت دوم: روزدوشنبه ۱۴۰۰/۰۶/۱۴ رئیس ثبت خلخال- شکوری
---	---

مفقودی مدارک خودرو

برگ کمیانی لیفان سواری ۶۲۰ به شماره پلاک انتظامی ۷۸۶ ب ۶۵ ایران ۱۱ و شماره موتور LFB۴۷۹Q و شماره شاسی NAKNF۴۲۲XDB۱۱۵۱۷۶ بنام زهرا هرندی پور مفقود و از درجه اعتبار ساقط است

بازاریابی وبلاگی و چالش جذب مخاطب هدف بیشتر

به قلم: ایوان ویدجایا
کارشناس کسب و کار و مدیر سایت noobpreneur.com
ترجمه: علی آل‌علی

تولید محتوا و بازاریابی در وبلاگ ایده‌ای بسیار جذاب و البته باسابقه است. امروزه بلاگرهای بسیار زیادی در قالب بلاگر مشغول فعالیت هستند. نکته جالب اینکه فعالیت این دسته وسیع از افراد دیگر در قالب‌های سنتی تعریف نمی‌شود. امروزه بلاگرها در شبکه‌های اجتماعی نیز حضور دارند. با این حساب مرز بین وبلاگ‌نویسی و فعالیت به عنوان اینفلوئنسر روز به روز باریک‌تر می‌شود. یکی از مشکلات اساسی در میان بلاگرها نحوه هدف‌گذاری بر روی دامنه هرچه وسیع‌تر تری از مخاطب هدف است. اینکه شما مخاطب وسیعی برای محتوای‌تان داشته باشید، ایده بسیار جذابی به نظر می‌رسد. بسا این حال تحقق آن به سادگی ممکن نیست. بنابراین شما باید به طور قابل ملاحظه‌ای به دنبال تکنیک‌های کاربردی در این حوزه باشید. هدف مقاله کنونی نیز دقیقا همین نکته است. پس با ما همراه باشید تا برخی از راهکارهای کاربردی برای غلبه بر این مشکل را مورد بررسی قرار دهیم.

ارزیابی دقیق میزان رقابت

عرصه بلاگری یکی از شلوغ‌ترین حوزه‌های دنیاست. شما در این حوزه با کلی رقیب ریز و درشت سر و کار دارید. بنابراین باید به خوبی برای رقابت با دیگران آماده باشید. نخستین گام برای جلب نظر کاربران به طور عمده توجه به سطح رقابت در این میان است. این امر موجب توجه شما به تولید محتوای جذاب‌تر برای مخاطب هدف می‌شود. با این حساب دیگر مشکلی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب دلخواه‌تان نخواهید داشت.

اشتباه برخی از افراد در این مورد تلاش برای کپی‌برداری از بلاگرهای حرفه‌ای است. این امر مشکلات بسیار زیادی برای آنها به همراه خواهد داشت. اگرچه کپی‌برداری از افراد حرفه‌ای جذابیت زیادی دارد، اما شما بدون استفاده از ایده‌های جذاب هرگز شانسِ برای جلب نظر مخاطب‌تان نخواهید داشت. با این حساب باید در کنار الگوبرداری از دیگران در عرصه بلاگری برای توسعه کسب و کارتان به فکر ایده‌های نوآورانه هم باشید.

مطالعه درباره کلیدواژه‌ها

وقتی صحبت از بلاگری می‌شود، هیچ نکته‌ای به اندازه ضرورت مطالعه درباره کلیدواژه‌ها مهم نیست. محتوای شما در فضای آنلاین فقط در صورت استفاده از کلیدواژه‌های دقیق و درست بر روی مخاطب تاثیر خواهد گذاشت. بنابراین باید بیش از هر نکته دیگری به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با کلیدواژه‌های دقیق و کاربردی باشید. چنین امری به طور خودکار دامنه مخاطب‌تان را افزایش خواهد داد. بنابراین شما بدون اینکه به خودتان زحمت خاصی بدهید امکان توسعه وبلاگ‌تان را خواهید داشت. وقتی شما در حال مطالعه درباره کلیدواژه‌ها هستید، ابزارهای حرفه‌ای به شما کمک شایانی خواهد کرد. امروزه اغلب بازاربای‌ها از ابزارهای گوگل برای پیدا کردن کلیدواژه‌های مناسب استفاده می‌کنند. بنابراین شما هم باید چنین هدفی را مدنظر قرار دهید.

توجه به محیط کاربری وبلاگ

موتورهای جست‌وجو مثل گوگل بیش از هر نکته‌ای به تجربه کاربرهای‌شان از سایت‌ها و وبلاگ‌های مختلف توجه نشان می‌دهند. با این حساب اگر شما تمایل به عرصه بلاگری دارید، باید حتما یک سایت یا وبلاگ رسمی داشته باشید. در کنار اینها توجه به استفاده از قالب و طراحی محیط کاربری جذاب نیز نکته مهمی محسوب می‌شود. اینطوری شما فرصت تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان به شکلی حرفه‌ای را خواهید اشت. همچنین کاربران با مشاهده جذابیت‌های وبلاگ شما تمایل بالاتری برای مشاهده پست‌های‌تان خواهند داشت. این امر یعنی شما به سادگی هرچه تمام‌تر دامنه مخاطب هدف‌تان را گسترش خواهید داد.

حضور در شبکه‌های اجتماعی مختلف

حضور در شبکه‌های اجتماعی مختلف نکته بسیار مهمی برای بلاگرها محسوب می‌شود. همانطور که پیش از این گفتیم، بسیاری از بلاگرها در عمل شبکه‌های اجتماعی را نیز مدنظر قرار می‌دهند. این امر در راستای حضور در کنار مخاطب هدف روی می‌دهد. اگر شما هم علاقه‌مند به حضور در شبکه‌های اجتماعی هستید، باید حضور در چندین پلتفرم در کنار هم را مدنظر قرار دهید.

وقتی شما در چند پلتفرم به طور همزمان حضور دارید، شانس‌تان برای تاثیرگذاری بر روی دامنه هرچه وسیع‌تر تری از مخاطب هدف به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش پیدا خواهد کرد. بنابراین شما برای اینکه تبدیل به بلاگری موفق شوید، باید حضور در شبکه‌های اجتماعی مختلف را مدنظر قرار دهید.

منبع: noobpreneur.com



فرصت امروز

روزنامه‌مدیریتی -اقتصادی

| دوشنبه ۱ شهریور ۱۴۰۰ | شماره ۱۸۴۴ | صفحه ۸ |

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: هنر سرزمین سبز

دفتر مرکزی: مطهری، خیابان علی‌اکبری، پلاک ۱۱۵

دفتر مرکزی:

سازمان آگهی‌ها:

۸۸۳۱۷۷۳۸

۸۸۳۲۰۹۶۰

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

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR

بررسی راهکارهایی برای چالش افزایش قیمت در کسب و کار

افزایش قیمت محصولات بدون از دست دادن مشتریان

با این حال شما باید توانایی مدیریت‌تان را در چنین شرایط سخت و دشواری نشان دهید، در غیر این صورت هیچ شانسِی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان نخواهید داشت. هرچه تعامل مستقیم شما با مشتریان در فرآند افزایش قیمت محصولات بیشتر باشد، شما در نهایت تاثیرگذاری بهتری بر روی مخاطب هدف‌تان خواهید داشت. این امر شما را بدل به یکی از برندهای محبوب در میان مشتریان خواهد کرد. پس همیشه رابطه‌تان با مشتریان را به خوبی حفظ کنید، حتی اگر نیاز به افزایش سطح قیمت‌ها دارید.

تعامل چندباره با مشتریان

اینکه شما یک بار پس از افزایش قیمت محصولات با مشتریان تعامل داشته باشید، به هیچ وجه ایده مناسبی نیست. شاید تعامل مستقیم با مشتریان ایده خوبی باشد، اما شما نباید به یک مرتبه اکتفا کنید. امروزه کانال‌های ارتباطی بسیار زیادی در دسترس برندها قرار دارد. بنابراین اگر در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان هستید، باید چندین بار با آنها تعامل داشته باشید، در غیر این صورت هیچ شانسِی برای جلب نظر مشتریان‌تان نخواهید داشت. بسیاری از مشتریان در بازار تعامل یک بار برای همیشه برندها با خودشان در پی افزایش قیمت‌ها را نامناسب اززیایی می‌کنند. بنابراین شما باید به طور مداوم در کنار مشتریان‌تان باشید و دلایل افزایش قیمت را به طور قابل ملاحظه‌ای برای آنها شرح دهید، در غیر این صورت شاید هرگز فرصت تاثیرگذاری بر روی مشتریان‌تان را پیدا نکنید و به راحتی آنها را از دست بدهید.

اخطارهای قبلی را فراموش نکنید

وقتی شما در تلاش برای افزایش قیمت محصولات‌تان هستید، باید از مدتی قبل مشتریان را در جریان بگذارید. این امر به نوعی فشار ناگهانی افزایش محصولات را تقسیم‌بندی می‌کند. اگر شما چنین نکته مهمی را مدنظر قرار دهید، به سادگی هرچه تمام‌تر شرایط تاثیرگذاری بر روی مشتریان‌تان را خواهید داشت. بنابراین باید همیشه با توجه به چنین نکته مهمی در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان‌تان باشید. وقتی یک برند اخطارهای قبلی درباره افزایش قیمت محصولاتش به مشتریان می‌دهد، نوعی آمادگی در مشتریان برای مواجهه با قیمت‌های تازه ایجاد می‌شود. با این حساب شما باید به خوبی این نکته و تکنیک کاربردی را مدنظر قرار دهید.

شخصی‌سازی پیام افزایش قیمت

یکی از نمونه‌های موفق در زمینه افزایش سطح قیمت محصولات مربوط به اسپاتیفای است. این سرویس پخش آنلاین موسیقی در نسخه پریمیومش به کاربرانش پیشنهادهای شخصی‌سازی‌شده زیادی ارائه می‌کند. یکی از این پیشنهادهای کاربردی مربوط به افزایش سطح قیمت محصولات است. این برند در صورت نیاز به افزایش سطح قیمت‌ها به طور قابل ملاحظه‌ای این امر را با توجه به نحوه استفاده کاربرانش از سرویس پرمیوم شخصی‌سازی می‌کند. به عنوان مثال، زمانی که سطح قیمت این سرویس از ۱۴،۹۹ دلار به ۱۵،۹۹ دلار در ماه رسید، مدیران این اپ به کاربران عضو پرمیوم اجازه استفاده یک ماهه از این سرویس با همان سطح قیمت قبلی را دادند.

شاید اقدام اسپاتیفای در مورد کاربران پرمیوم‌اش و نحوه افزایش قیمت خیلی ساده و ابتدایی باشد، اما همین امر برای مشتریان اهمیت بسیار زیادی دارد. شما با هر اقدامی باید ارزش و احترامی که برای مشتریان قائل هستید را نشان دهید. در این میان شخصی‌سازی پیام افزایش قیمت نیز یکی از گزینه‌های جذاب خواهد بود. این پیام به طور معمول در قالب ایمیل برای کاربران ارسال می‌شود، بنابراین شما باید ارسال ایمیل‌های دقیق و شخصی‌سازی‌شده برای مشتریان‌تان را مدنظر قرار دهید.

ارائه اطلاعات دقیق به طور خلاصه

اگر کسب و کار شما بدون هیچ دلیل خاصی سطح قیمت محصولاتش را افزایش دهد، تاثیرش بر روی مشتریان به شدت غیرقابل کنترل خواهد بود. این امر بسیاری از برندها را در شرایط دشواری قرار می‌دهد. اغلب اوقات در چنین شرایطی برندها با ریزش شدید مشتریان رو به رو می‌شوند. راهکار مدنظر ما در این بخش برای جلوگیری از چنین شرایط سخت و غیرقابل‌کنترلی، ارائه اطلاعات دقیق به مشتریان است. البته این امر باید به طور کاملا خلاصه صورت گیرد. به هر حال کمتر کسی حوصله مطالعه یک متن طولانی درباره دلایل افزایش قیمت محصولات را دارد. وظیفه شما در این بخش مشخص ساختن دقیق شرایط افزایش قیمت است. اینطوری مشتریان نسبت به شرایط پیش رو آمادگی لازم را خواهند داشت. نکات مهم در این باره اشاره به درصد افزایش قیمت، زمان اجرا و همچنین بارگذاری پیام موردنظر به طور رسمی در سایت برند و همچنین ارسالش در قالب ایمیل برای مشتریان است. این اقدامات به سادگی هرچه تمام‌تر امکان تاثیرگذاری بر روی مشتریان را به همراه خواهد داشت.

قیمت‌ها را بیشتر از یک بار در سال افزایش ندهید

آخرین توصیه ما در این بخش اهمیت بسیار زیادی دارد. اگر شما نیاز به افزایش قیمت محصولات‌تان دارید، باید فقط یک بار در سال آن را مدنظر قرار دهید، در غیر این صورت مشتریان‌تان را از دست خواهید داد. مشاهده افزایش مداوم قیمت‌ها برای هیچ مشتری‌ای ساده نیست. بنابراین اگر شما به طور مداوم این کار را انجام دهید، تاثیر بسیار منفی بر روی مشتریان‌تان خواهد گذاشت. بنابراین فقط یک بار در طول سال امکان افزایش قیمت را خواهید داشت. امروزه افزایش قیمت محصولات بدل به اتفاقی اجتناب‌ناپذیر برای برندها شده است. بنابراین شما چاره‌ای به جز افزایش قیمت محصولات‌تان در بلندمدت ندارید. اگر در این میان از توصیه‌های مورد بحث در این مقاله استفاده نمایید، فرآند موردنظر برای مشتریان کمتر تعجب‌آور و غیرمنتظره خواهد بود.

منبع: wordstream.com

آنالین ندارد. این امر هزینه نهایی محصولات را افزایش می‌دهد. دلیل آن هم برداشتن سهمی از فروش از سوی خرده‌فروشی‌هاست. بنابراین کسب و کارها برای عرضه محصولات‌شان در این فضا نیاز به افزایش نسبی قیمت محصولات‌شان خواهند داشت.

بسیاری از برندها به دلیل ضرورت ارائه سهمی از فروش به خرده‌فروشی‌های آنلاین به طور کامل دور این گزینه را خط می‌کشند. این امر مشکلات بسیار زیادی برای چنین برندهایی به همراه دارد. یکی از ساده‌ترین مشکلات در این میان ناتوانی برای فروش درست محصولات به مشتریان است. با این حساب دامنه وسیعی از مشتریان شاید حتی نسبت به حضور برند موردنظر در بازار اطلاع پیدا نکنند. با این حساب وضعیت شما به طور قابل ملاحظه‌ای پیچیده خواهد شد. تصمیم‌گیری در این میان افزایش نسبی قیمت محصولات برای تاثیرگذاری برای حضور در خرده‌فروشی‌های آنلاین است.



چگونه بدون دردسر قیمت محصولات‌تان را افزایش دهید؟

افزایش قیمت محصولات همیشه یک گزینه اجتناب‌ناپذیر نیست. با این حال وقتی شما تصمیم به افزایش قیمت گرفتید، باید آن را به طور استراتژیک پیش ببرید، در غیر این صورت شاید حجم اعتراض مشتریان شما را به طور کامل از اقدام‌تان ناامید سازد. بسیاری از برندها در طول زمان تصمیم به افزایش قیمت می‌گیرند، اما به دلیل واکنش‌های مشتریان پس از مدت زمانی کوتاه‌از اقدام‌شان پشیمان می‌شوند. هدف اصلی در این بخش مرور برخی از توصیه‌ها برای افزایش بی‌دردسر قیمت محصولات در بازار است. این امر مانع از ایجاد فاصله با مشکل اساسی میان شما و مشتریان‌تان خواهد شد.

هماهنگی با اعضای شرکت

اولین گام برای افزایش قیمت محصولات هماهنگی کامل با اعضای شرکت است. همه افراد در کسب و کار شما باید نسبت به افزایش قیمت محصولات اطلاع دقیقی داشته باشند، در غیر این صورت ناهماهنگی‌ها به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش پیدا خواهد کرد. وقتی مشتریان با قیمت بالاتر محصولات مواجه می‌شوند، کارمندان و به طور کلی اعضای شرکت باید آمادگی تشریح دلایل آن را داشته باشند. همچنین مدیریت مشتریان در این شرایط نیز اهمیت زیادی دارد.

تصمیم‌گیری برای افزایش قیمت به طور معمول از سوی مدیران ارشد یک برند صورت می‌گیرد. اگر شما در این میان به توصیه‌های کارمندان‌تان هم توجه نشان دهید، وضعیت بسیار بهتری از نظر تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان خواهید داشت. پس همیشه نظرات کارمندان‌تان را به دلیل تعامل نزدیک‌شان با مشتریان مدنظر قرار دهید. این امر شما را در مسیر افزایش قیمت محصولات‌تان کمک خواهد کرد. گاهی اوقات مشتریان در پی افزایش قیمت محصولات اقدام به طرح پرسش‌هایی از تیم روابط عمومی می‌امور مشتریان می‌کنند. این امر باید به خوبی از نسوی شما مدیریت شود، در غیر این صورت شاید توانایی‌تان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور کامل از بین برود. بسیاری از برندها در طول سال‌های اخیر با هماهنگی کامل اقدام به افزایش قیمت محصولات‌شان کرده‌اند و در عمل مشکل خاصی هم برای آنها ایجاد نشده است. بنابراین شما هم باید همین مسیر را پیش روی خودتان قرار دهید.

تعامل مستقیم با مشتریان

اگر شما با مشتریان‌تان درباره دلایل افزایش قیمت و توضیح شرایط به طور مستقیم صحبت نکنید، وضعیت‌تان به طور قابل ملاحظه‌ای بدتر خواهد شد. با این حساب باید نسبت به تعامل مستقیم با مشتریان توجه ویژه‌ای نشان دهید. اغلب اوقات مشتریان دلایل افزایش قیمت محصولات را به خوبی درک می‌کنند، اما آنچه ادیت‌شان می‌کند، بی‌توجهی برندها به آنهاست. شما باید ارزش مشتریان‌تان را در عمل نشان دهید. یکی از نکات مهم در این بین هم توجه به خواسته‌های مشتریان است. این امر نکته بسیار مهمی برای بهبود وضعیت برند محسوب می‌شود. ساده‌ترین راهکار حل و فصل چنین مشکلی هم گفت‌وگوی مستقیم و تعامل بی‌واسطه با مشتریان در صورت نیاز به افزایش قیمت است. متأسفانه برخی از برندها پس از افزایش قیمت محصولات‌شان دیگر هیچ تعاملی با مشتریان‌شان ندارند. این امر به طور قابل ملاحظه‌ای وضعیت آنها را دشوار خواهد کرد. شما باید همیشه مشتریان‌تان را در کانون توجه قرار دهید. بنابراین اگر در پی افزایش قیمت محصولات‌تان هستید، پس از آن هم باید تعامل‌تان با مشتریان را حفظ کنید. در این میان برخی از ناراحتی‌های مشتریان امر طبیعی خواهد بود.