

سه‌شنبه
۴ آبان ۱۴۰۰

Tue.26 Oct 2021
۱۹ ربیع‌الاول ۱۴۴۳ - سال هفتم
شماره ۱۸۸۶
۸ صفحه - ۵۰۰۰ تومان
www.forsatnet.ir

یادداشت

وقتی دنیای اقتصاد
با بیگمک اندازه‌گیری
می‌شود

اقتصاد جهانی در مقیاس برگر

فرض کنید در بازار ارز هر دلار ۲۵ هزار تومان است و ساندویچ بیگمک پنج دلاری آمریکایی در ایران به قیمت ۱۰۰ هزار تومان به فروش می‌رود. این مسئله به سادگی نشان می‌دهد که ارزش تومان ایران باید بیش از چیزی باشد که در بازار ارز نشان داده می‌شود.

در سال ۱۹۸۶ میلادی بود که شاخص «بیگمک» توسط پام وودال، روزنامه‌نگار بریتانیایی در نشریه «اکنومیسٲ» معرفی شد. این شاخص هنوز هم به طور غیررسمی برای اندازه‌گیری قدرت خرید بین ارزهای مختلف به کار می‌رود. از طریق شاخص بیگمک می‌توان دریافت که ارزهای مختلف در شرایط واقعی وقتی مردم می‌خواهند کالایی خریداری کنند، چقدر ارزش دارد. از آنجایی‌که همبرگرهای بزرگ شرکت مک‌دونالد در همه‌جای جهان به یک اندازه وزن و قیمت دارند، می‌توان با این کالای یکسان، کشورهای مختلف را با هم...

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی



بازار سهام در صدر بازدهی بازارهای مالی تا پایان مهرماه ایستاد

نیم‌رخ بازارهای مالی در ۷ ماهه امسال

فرصت امروز: با وجود عملکرد نزولی شاخص بورس تهران در ۵۰ روز گذشته، آمارها نشان می‌دهد که بازده بازار سهام از سایر بازارها پیشی گرفته است. رشد پرشتاب تورم در سه سال گذشته بر اهمیت بازارهای سرمایه‌گذاری در ایران افزوده است، زیرا نرخ تورم طبق محاسبات مرکز آمار ایران، سالانه دست‌کم ۴۵ درصد از قدرت خرید خانوارها کم کرده است که این موضوع، نگرانی زیادی را به ویژه در میان سپرده‌گذاران بانکی به وجود آورده است. طبق محاسبات موجود، سپرده‌گذاری در بانک‌ها حتی با فرض دریافت ۲۰ درصد سود سالانه...

۳

شاخص بورس تهران دوباره کانال ۱.۴ میلیون واحدی را از دست داد

بورس روی موج نوسان

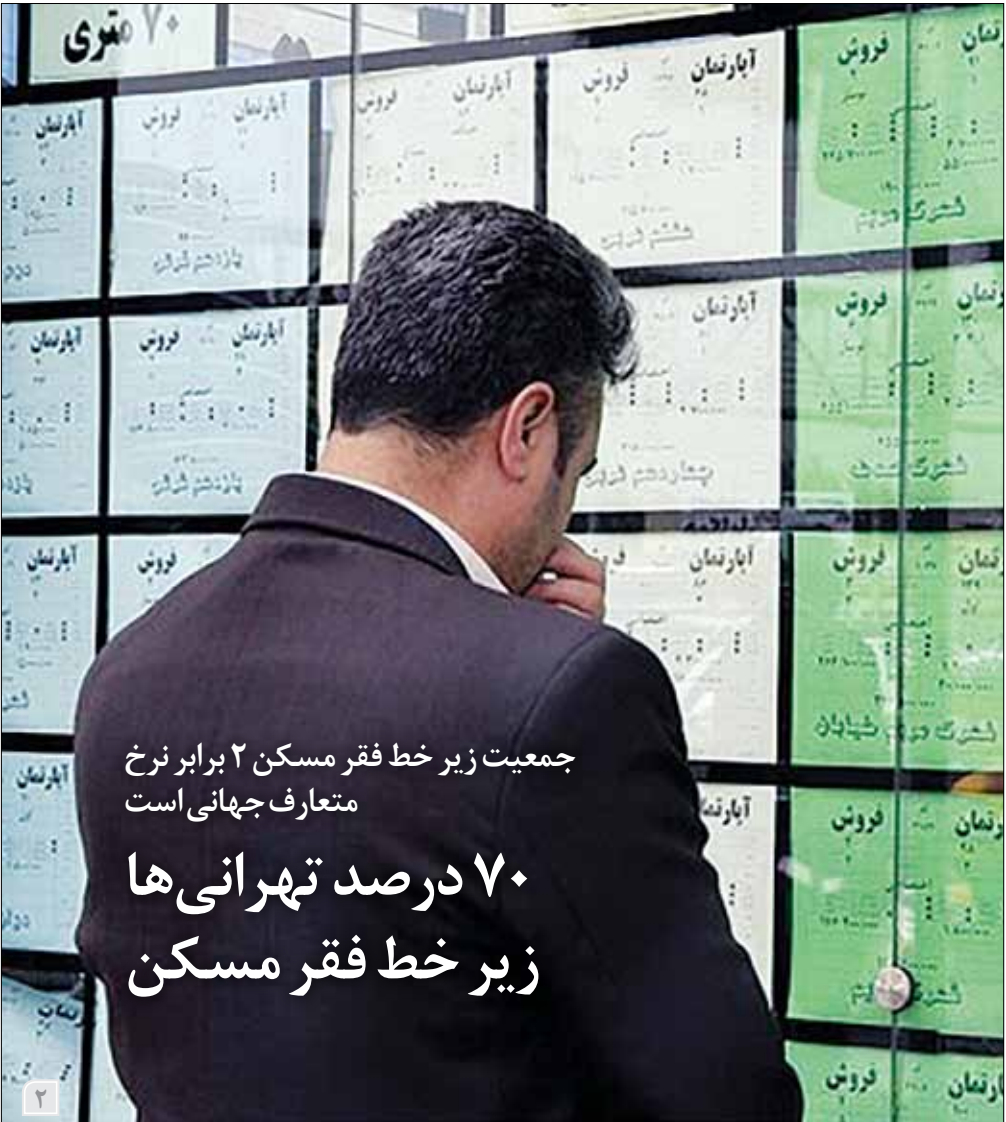
۴

مدیریت و کسب و کار

جلب مخاطب در اینستاگرام با ۱۰ تکنیک کاربردی

اینستاگرام در طول یک دهه اخیر به طور قابل ملاحظه‌ای مد نظر کاربران در سراسر دنیا قرار گرفته است. به همین خاطر هیچ برندی دیگر توانایی نادیده گرفتن این پلتفرم بزرگ را ندارد. اگر شما هم به دنبال راهکاری برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف هستید، باید بازاریابی در اینستاگرام را در کانون توجه‌تان قرار دهید. بدون تردید بازاریابی در هر پلتفرمی نیازمند برخی تکنیک‌ها و راهکارهای مناسب است. درست به همین خاطر شما هم برای بازاریابی در اینستاگرام به مجموعه‌ای از تکنیک‌های کاربردی نیاز دارید، در غیر این صورت نتیجه فرایند بازاریابی‌تان به هیچ وجه راضی‌کننده نخواهد بود. اولین کاری که شما در این مسیر باید انجام دهید، پیدا کردن راهکاری برای جلب نظر مخاطب در اینستاگرام است. برند شما تا زمانی که توجه مخاطب هدف را جلب نکند، هیچ شانس‌ی برای تاثیرگذاری بر روی آنها نخواهد داشت. اینطوری کسب و کارتان پس از...

۸



جمعیت زیر خط فقر مسکن ۲ برابر نرخ متعارف جهانی است

۷۰ درصد تهرانی‌ها زیر خط فقر مسکن

بانک جهانی از سمت و سوی قیمت کالاها در سال ۲۰۲۲ گزارش داد

چشم‌انداز بازارهای کالایی جهان

برای نفت افزایش یابد و در نیمه دوم سال ۲۰۲۲ به سطح پیش از همه‌گیری ناشی از شیوع کرونا برسد، چراکه با رفع اختلالاتی که بر سر عرضه وجود دارد، تولید نفت افزایش پیدا می‌کند. با افزایش تقاضا همچنین تولید نفت شیل به بازار اضافه می‌شود و اوپک و شرکا، کاهش تولید خود را ملغی خواهند کرد. در بازار نفت باید بحران کاهش سرمایه‌گذاری را نیز مدنظر قرار داد، چراکه سرمایه‌گذاری در این بخش در سال ۲۰۲۰ به شدت کاهش یافت. در همین حال، نگرانی از شیوع سویه‌های جدید ویروس کووید-۱۹ همچون شعبی بر سر این بخش از بازار جهان است و هر لحظه امکان کاهش تقاضا برای آن وجود دارد. بانک جهانی همچنین تاکید کرده که قیمت گاز طبیعی و زغال‌سنگ در سال ۲۰۲۲ کاهش می‌یابد و این روند کاهش در ۲۰۲۳ بیشتر می‌شود، چراکه این محصولات با رشد تقاضا و افزایش تولید و صادرات به‌ویژه از سوی آمریکا همراهان. اتفاقات امسال نشان داد که تغییر الگوهای آب و هوایی به دلیل تغییر آب و هوا چگونه خطری رو به رشد برای بازارهای انرژی است و توأمان بر تقاضا و عرضه تاثیر می‌گذارد. در عین حال، افزایش قیمت گاز طبیعی و زغال‌سنگ در سال‌جاری باعث شد که انرژی‌های خورشیدی و بادی به عنوان یک منبع جایگزین انرژی رقابتی‌تر شوند. بانک جهانی همچنین در بررسی بازار محصولات انرژی همواره بر ابهامات موجود در این بخش تاکید دارد و از عدم‌اطمینان در آن سخن می‌گوید. چنانچه به عنوان مثال برآورد کرده که در صورت احیای برجام و برطرف شدن تحریم‌ها علیه ایران، شاهد افزایش تولید نفت ایران تا بیش از یک میلیون بشکه در روز خواهیم بود.

سمت و سوی بازارهای طلا، فلزات و کشاورزی
بانک جهانی در ادامه گزارش درباره بازار فلزات نیز پیش‌بینی

سپس پیش‌بینی قیمت کالاها در سال ۲۰۲۲ پرداخته است، براساس این گزارش، قیمت حامل‌های انرژی در سه ماهه سوم سال ۲۰۲۱ همچنان در حال افزایش است و قیمت کالاهای دیگر نیز به دلیل افزایش شدیدی که در ابتدای امسال با آن مواجه شدند، روند افزایشی خود را حفظ کردند. این در حالی است که باید مسائلی نظیر تغییرات آب و هوایی، محدودیت‌های بیشتر در عرضه و احتمال شیوع سویه‌های جدید کرونا را نیز در معادلات لحاظ کرد، چراکه آب و هوای نامساعد بسیاری از بازارها را تحت‌تاثیر قرار داده، دمای بالا و غیرعادی تابستان باعث افزایش قیمت برق شده و خشکسالی‌ها، تهدیدی جدی برای منابع آبی و در نتیجه محصولات کشاورزی هستند. از سوی دیگر، سیل بر عرضه برخی از فلزات و زغال‌سنگ تاثیر داشته و افزایش شدید قیمت گاز طبیعی و زغال‌سنگ بر کالاهایی چون کود و فلزات اثرات غیرمستقیمی گذاشته است. با این حال، قیمت گاز طبیعی و زغال‌سنگ پس از رسیدن به بالاترین حد قیمتی خود، در سال ۲۰۲۲ وارد روند کاهش‌ی خواهد شد، چراکه رشد تقاضا کند می‌شود و محدودیت‌های عرضه نیز کاهش می‌یابد. در نتیجه برآورد اخیر از رسیدن قیمت نفت خام به ۷۴ دلار برای هر بشکه در سال ۲۰۲۲ می‌دهد. قیمت حامل‌های انرژی در سه ماه دوم سال ۲۰۲۱ حدود ۱۶ درصد افزایش یافت، این در حالی است که قیمت گاز طبیعی شتاب بیشتری در افزایش قیمت داشته است. قیمت نفت خام در سه ماه دوم سال ۲۰۲۱ به طور متوسط ۷۲ دلار در هر بشکه بود که نسبت به سه ماهه پیش از آن ۷ درصد افزایش داشت. قیمت‌ها در ابتدای ماه آگوست و در بوجوه گرانی‌ها از شیوع مجدد کرونا کاهش یافت، اما در ادامه و در سه ماهه اخیر، قیمت انرژی در حال افزایش است. بدین ترتیب، بانک جهانی پیش‌بینی کرده که تقاضا

فرصت امروز: بانک جهانی تازه‌ترین گزارش خود از «چشم‌انداز بازارهای کالایی» را منتشر کرد. در این گزارش که دو بار در سال منتشر می‌شود، وضعیت پنج بازار کالای اصلی جهان (انرژی، کشاورزی، کودها، فلزات و مواد معدنی و فلزات گرانبها) بررسی می‌شود. منظور که بانک جهانی از چشم‌انداز قیمت‌ها در سال ۲۰۲۲ گزارش داده است، قیمت نفت به ۷۴ دلار در هر بشکه می‌رسد، محصولات فلزی با کاهش قیمت مواجه می‌شوند و این محصولات کشاورزی نیز تثبیت قیمتی را تجربه می‌کنند. این گزارش همچنین با بررسی قیمت فلزات گرانبها از جمله طلا در سه ماهه سوم سال ۲۰۲۱، قیمت این کالا در سال ۲۰۲۲ را تحت

تاثیر تنگناهای موجود در زنجیره تامین پیش‌بینی کرده است.

به گفته بانک جهانی، پس از شیوع کرونا، بازارهای کالایی جهان در سال‌های ۲۰۲۰ و ۲۰۲۱ با چالش‌های پنجگانه «اختلال در عرضه و تقاضا»، «شرایط نامساعد آب و هوایی»، «بحران کانتینرها»، «تولید پرنوسان انرژی» و «محدودیت‌های ناشی از همه‌گیری» مواجه شدند و حال باید چالش‌های «محدودیت‌های بیشتر در عرضه کالا» و «احتمال شیوع سویه‌های جدید ویروس» را نیز در معادلات بازارهای کالایی در سال ۲۰۲۲ گنجانند. در این راستا، پیش‌بینی می‌شود که قیمت بالای کالاها در صورت تداوم، روند رشد کشورهای واردکننده انرژی را کند و آهسته و نامنی غذایی در کشورهای کم‌درآمد را تشدید نماید.

قیمت نفت به ۷۴ دلار در هر بشکه می‌رسد

بانک جهانی در گزارش موسوم به «چشم‌انداز بازارهای کالایی جهان»، کالاها را در پنج دسته «انرژی»، «کشاورزی»، «کودها»، «فلزات و محصولات معدنی» و «فلزات گرانبها» تقسیم‌بندی کرده است و ابتدا به بررسی روندهای قیمتی کالاها در سال ۲۰۲۱ و

فرصت امروز: نمایندگان مجلس در ۲۱ مهرماه امسال، بانک‌ها و موسسات اعتباری را موظف کردند در چارچوب دستورالعمل نحوه ثبت الکترونیکی قراردادهای تسهیلات بانکی، سامانه الکترونیکی قراردادهای تسهیلات را با امکان دسترسی هر تسهیلات‌گیرنده به اطلاعات تسهیلات خود ایجاد کنند که البته این مصوبه با انتقاد جمعی از کارشناسان حقوقی و بانکی مواجه شده است. ماجرا به تصویب ماده ۳ طرح تسهیل صدور برخی مجوزهای کسب و کار (جایگزین ماده ۳۱ قانون بهبود مستمر محیط کسب و کار) برمی‌گردد که تبصره ۴ آن متضمن جرم‌انگاری تخلف عدم رعایت نرخ‌های مصوب شورای پول و اعتبار است؛ تبصره‌ای که هیچ ارتباط موضوعی با محتوای ماده ۱۳ این قانون ندارد.

از جمله منتقدان مصوبه اخیر مجلس، کانون بانک‌ها و موسسات اعتباری خصوصی است. چنانچه علی نظامیان، دبیر کمیسیون حقوقی کانون بانک‌ها با اشاره به الکترونیکی کردن قراردادهای بانکی، این پرسش را مطرح می‌کند که آیا ضروری است روابط قراردادی و حقوقی بین بانک‌ها و مشتریان جرم‌انگاری شود و به جای مراجعه به مراجع

حقوقی، هیأت انتظامی بانک مرکزی و یا هیأت‌های رسیدگی به تخلفات اداری، موضوعاتی با ماهیتی کاملاً حقوقی، جرم تلقی شود و مراجع قضایی و سیستم بانکی کشور را درگیر شکایات تسهیلات‌گیرندگان و بانک‌ها نمود؟ به اعتقاد نظامیان، از نظر اصول و مبانی قانون‌گذاری نباید تخلفات اداری و بانکی نظیر عدم ثبت قرارداد تسهیلات در سامانه الکترونیکی قراردادهای بانکی را جرم‌انگاری کرد و صدها پرونده جزایی مربوط به موضوعات کاملاً حقوقی را برای دستگاه قضایی ایجاد نمود و بدین ترتیب، مدیران و کارکنان بانک‌های خصوصی را در ردیف کارکنان و صاحب‌منصبان دولتی قرار داد، زیرا ماهیت اعمال موردنظر کاملاً حقوقی و غیرجزایی و صرفاً تخلف اداری است و در مراجعی نظیر هیأت انتظامی بانک مرکزی و هیأت‌های رسیدگی به تخلفات اداری، قابل رسیدگی است و با سیاست جرم‌زدایی قوه قضائیه نیز ناسازگار است. بنابراین جرم‌انگاری موضوعات حقوقی، هیچ نفعی برای جامعه ندارد و تراکم دعاوی و شکایات در مراجع قضایی را افزایش خواهد داد.

همچنین محمدرضا جمشیدی، دبیر کل کانون بانک‌ها با

می‌کند که این بخش پس از تجربه افزایش ۴۸ درصدی قیمت در سال جاری میلادی، در سال ۲۰۲۲ حدود ۵ درصد کاهش خواهد یافت. این در حالی است که شاخص قیمت فلزات و مواد معدنی به طور متوسط در سه ماهه سوم سال ۲۰۲۱ کاهش یک درصدی داشت. همچنین سنگ آهن با کاهش ۱۷ درصدی صدرنشین کاهش قیمت است که تا حد زیادی وامدار کاهش تولید فولاد در چین است. با این حال، با احیای اقتصاد جهانی، تقاضا برای فلزات در حال افزایش است، اما تولید همچنان دچار اختلال است. قیمت فلزات گرانبها در سه ماهه سوم سال ۲۰۲۱ به طور متوسط کاهش ۳ درصدی داشت که در این میان، پلاتین کاهش ۱۳ درصدی، نقره کاهش ۹ درصدی و طلا کاهش یک درصدی را تجربه کرده است. قیمت پلاتین به دلیل اختلال در تولید خودرو در سطح جهانی، تحت فشار قرار گرفته است. بانک جهانی پیش‌بینی می‌کند که تنگناهای موجود در زنجیره تامین تا پایان سال ۲۰۲۲ کاملاً برطرف نخواهد شد، چراکه اصلاح کمبود انرژی و اختلالات در حمل‌ونقل به زمان نیاز دارد. خطرات اساسی که چشم‌انداز بازار فلزات را تیره و تار می‌کند، ابهامات در بازار املاک چین و اختلال در عرضه انرژی است.

براساس این گزارش، قیمت محصولات کشاورزی نیز پس از افزایش ۲۲ درصدی در سال ۲۰۲۱، در سال آینده تثبیت خواهد شد. در میان شاخص‌های اصلی غیرانرژی، قیمت محصولات کشاورزی، کودها و فلزات گرانبها حدود یک‌سوم بالاتر از سطح پیش از کرونا است، در حالی که فلزات و مواد معدنی بیش از ۵۰ درصد رشد داشته‌اند. قیمت کالاهای کشاورزی در سه ماهه سوم ۲۰۲۱ تثبیت شد و کاهش قیمت برخی از مواد غذایی چون برنج با افزایش قیمت نوشیدنی‌ها چون قهوه جبران شده است. با وجود

چرا کارشناسان حقوقی با الکترونیکی شدن قراردادهای بانکی مخالفند؟

انتقاد بانکی‌ها به مصوبه مجلس

انتقاد نسبت به الزام بانک‌ها و موسسات اعتباری برای ایجاد سامانه الکترونیکی قراردادهای تسهیلات به ایستنا، می‌گوید: مصوبه مجلس برای الکترونیکی کردن قراردادهای بانک‌ها را موظف به ارائه نسخه‌ای از قرارداد به مشتری کرده است که پیش از این مصوبه نیز بانک‌ها اینن موضوع را رعایت می‌کردند، اما از آنجا که مشتریان اغلب موقع استفاده از تسهیلات برای دریافت وجه عجله دارند، قراردادهای دریافت نمی‌کنند. مصوبه مجلس برای الکترونیکی کردن قراردادهای، ابهاماتی برای قراردادهای بانکی ایجاد کرده است. در یکی از تبصره‌های آن، بانک مرکزی سه ماه فرصت دارد تا دستورالعمل مربوطه را تدوین و به تصویب شورای پول و اعتبار برساند که این تبصره، شورای پول و اعتبار را صرفاً امضاکننده دستورات دانسته است.

به گفته جمشیدی، یکی دیگر از تبصره‌ها نیز بانک‌ها را موظف کرده تا قرارداد ارزیابی وثایق را در اختیار مشتری قرار دهد که مجلس آن را ملزم به ثبت الکترونیکی و دسترسی مشتریان به ارزیابی وثایق کرده است، در حالی که ارزیابی وثایق قراردادی ندارد و اگر قراردادی هم باشد بین بانک و

ارزیاب یا کارشناس رسمی دادگستری است و مشتری باید صرفاً از نتیجه ارزیابی خود آگاه شود. اگر بانکی نسخه‌ای از قرارداد را در اختیار مشتری قرار ندهد، مشتری باید به بخش بازرسی بانک مراجعه کند و جواب قانع‌کننده‌ای به مشتری داده شود که دلیل ندادن این قرارداد چیست؟ از سوی دیگر، زمانی که مشتری جواب قانع‌کننده دریافت نکرد، باید به بانک مرکزی مراجعه کند و این موضوع به کمیسیون تخلفات اداری و نهایتاً هیأت انتظامی بانک‌ها ارجاع داده شود.

او با اشاره به فرمت قراردادهای تسهیلات بانکی ادامه می‌دهد: قراردادهای بانکی در حال حاضر به فرمی که بانک مرکزی تعیین کرده، محدود شده است که یک اشکال به این قرارداد وارد است، از این نظر که هر قرارداد باید به اراده هر یک از طرفین تعیین شود و جایی بدین منظور در نظر گرفته نشده است، در حالی که قراردادهای باید متناسب با مفاد هر نوع تسهیلات تعبیه شده باشند. سامانه‌ای که باید برای الکترونیکی شدن قراردادهای بانک‌ها را تهیه کنند، به ملزومات، هزینه‌ها و تجهیزات‌ی نیاز دارد که در قانون

ذکر نشده که منابع آن از کجا تامین می‌شود؟ دبیر کل کانون بانک‌ها در پایان با بیان اینکه در تبصره ۴ این مصوبه از نرخ‌های مصوب شورای پول و اعتبار صحبت شده و اعلام نکرده که چه نرخ‌هایی مدنظر است، می‌گوید: نرخ‌های مصوب شورای پول و اعتبار علی‌الحساب است و حداقل و حداکثر سود علی‌الحساب را اعلام می‌کند که برای عقود چون مشارکت معنا ندارد. دادگاه‌ها نیز همین حداقل و حداکثر سود را مبنای میزان بدهی واحد تولیدی قرار می‌دهند که اشتباه است. این مصوبه، تاخیر و تعلل بانک‌ها در ارائه قراردادهای به مشتریان را جرم دانسته است و مجازات تعیین شده در این مورد به ماده ۵۷۴ قانون مجازات اسلامی ارجاع داده شده که این ماده مختص کارکنان دستگاه‌های دولتی است و شمول آن به کارکنان بخش خصوصی نیازمند صراحت لازم در قانون است. از سوی دیگر، از آنجا که این‌گونه مسائل از نظر حقوقی و قضایی، ساده و جزئی است، آیا نمی‌توان این موضوع در کمیسیون حقوقی بانک‌ها مورد بررسی قرار گیرد تا با افزایش پرونده‌ها و شلوغی دادگاه‌ها، ظرفیت رسیدگی به سایر دعاوی کاهش پیدا نکند؟



وقتی دنیای اقتصاد با بیگ‌مک اندازه‌گیری می‌شود

اقتصاد جهانی در مقیاس برگر

فرض کنید در بازار ارز هر دلار ۲۵ هزار تومان است و ساندویچ بیگ‌مک پنج دلاری آمریکایی در ایران به قیمت ۱۰۰ هزار تومان به فروش می‌رود. این مسئله به سادگی نشان می‌دهد که ارزش تومان ایران باید بیش از چیزی باشد که در بازار ارز نشان داده می‌شود.

در سال ۱۹۸۶ میلادی بود که شاخص «بیگ‌مک» توسط پام وودال، روزنامه‌نگار بریتانیایی در نشریه «اکنومیسست» معرفی شد. این شاخص هنوز هم به طور غیررسمی برای اندازه‌گیری قدرت خرید بین ارزهای مختلف به کار می‌رود. از طریق شاخص بیگ‌مک می‌توان دریافت که ارزهای مختلف در شرایط واقعی وقتی مردم می‌خواهند کالایی خریداری کنند، چقدر ارزش دارد. از آنجایی که همبرگرهای بزرگ شرکت مک‌دونالد در همه‌جای جهان به یک اندازه وزن و قیمت دارند، می‌توان با این کالای یکسان، کشورهای مختلف را با هم مقایسه کرد. به عبارت دیگر، شاخص بیگ مک (Big Mac Index) روشی غیررسمی برای سنجش برابری قدرت خرید دو واحد پول است که از طریق آن می‌توان به نرخ برابری واحد پول در بازار کشورهای مختلف دست یافت. این شاخص بر مبنای برابری قدرت خرید عمل می‌کند و یکی از روش‌های معمول برای توضیح برابری قدرت خرید است. از آنجا که ساندویچ شرکت مک دونالد در بیش از ۱۲۰ کشور جهان تولید می‌شود، این شاخص از سوی نشریه «اکنومیسست» برای اندازه‌گیری نرخ برابری ارزها معرفی شد، تا با عطف به اینکه قیمت یک ساندویچ در هر کشور چقدر است و افراد برای خرید جنس مشابه چقدر می‌پردازند، نرخ برابری سنجیده شود.

همانطور که اشاره شد، «اکنومیسست» حدود ۲۵ سال پیش شاخص بیگ‌مک را معرفی کرد و در آن زمان این ساندویچ معروف مک‌دونالد تنها ۱٫۶ دلار قیمت داشت. در حال حاضر این ساندویچ به طور میانگین در چهار شهر بزرگ ۵٫۶۵ دلار قیمت دارد. این افزایش قیمت به شدت بالاتر از نرخ تورم طی همین دوره زمانی است. با توجه به این نمودار متوجه می‌شویم که محل تولد ساندویچ بیگ‌مک امروزه یکی از گران‌ترین جاهایی است که می‌توان آن را خرید. برای مثال این همبرگر در ویتنام ۶۹ هزار دانگ هزینه برمی‌دارد که تقریباً سه دلار است و این امر نشان می‌دهد که بیگ‌مک در ویتنام تقریباً ۴۷ درصد ارزان‌تر از آمریکا است.

البته هدف از معرفی این شاخص، راهنمایی خریداران نیست بلکه وضعیت ارزهای مختلف با آن تحلیل و سنجیده می‌شود. قدرت یک ارز در اصل باید بیانگر قدرت خرید آن باشد و این مسئله را گوستاو کسل، اقتصاددان سوئدی در آموزه «برابری قدرت خرید» خود در سال ۱۹۱۸ ارائه کرد. از آنجایی که ۶۹ هزار دانگ و ۵٫۶۵ دلار قدرت خرید یک برگر یکسان را دارد، باید به یک اندازه مساوی ارزش داشته باشند. این واقعیت که شما می‌توانید با دانگ این همبرگر را ۴۷ درصد ارزان‌تر از قیمت دلاری‌اش بخیرید، نشان می‌دهد که ارز دانگ پایین‌تر از ارزش واقعی‌اش در بازار ارز معامله می‌شود.

جالب اینجاست که وزارت خزانه‌داری آمریکا هم قطعاً همین فکر را می‌کند. این وزارتخانه سالی دو بار درباره کشورهایی که ارز خود را به شکل مصنوعی ارزان نگه می‌دارند تا بتوانند از طریق آن صادرات خود را بهبود بخشند و قدرت رقابتی خود را افزایش دهند، به کنگره گزارش می‌دهد. در آخرین گزارش وزارت خزانه‌داری آمریکا، نام ویتنام هم در کنار کشورهای سوییس و تایوان آورده شد و این وزارتخانه در ماه‌های گذشته مذاکرات مشخصی با ویتنام برای حل این مسئله داشته است. به طوری که در آخرین روزهای تیرماه امسال هر دو کشور به توافقی رسیدند. بانک مرکزی ویتنام متعهد شد که در کاهش ارزش رقابتی مداخله‌ای نداشته باشد و اعلام کرد که به تدریج به ارز اجازه شناوری بیشتری می‌دهد و درباره مداخله‌هایش در بازار ارز شفاف‌تر عمل می‌کند. اگر این مسئله به خوبی پیش رود امکان وقوع هر نوع تعرفه مضر بین این دو کشور از بین می‌رود.

اگرچه شاخص بیگ‌مک نشانگر مشکلات ویتنام است، بد نیست این مسئله را باز هم در ذهن بیاوریم که به طور کلی کشورهای فقیر نسبت به کشورهای ثروتمند از جهات بسیار زیادی ارزان‌تر به نظر می‌رسند و ویتنام مورد جیبیی در این میان نیست. قیمت یک همبرگر وابسته به تولید ناخالص داخلی سرانه یک کشور است. البته مورد تایوان خاص است، زیرا این کشور در حالی که ثروت خوبی دارد باز هم به طرز عجیبی ارزان به نظر می‌رسد و سوییس هم با هر متر و معیاری بیش از حد گران است. ارزان‌ترین جایی که می‌توان ساندویچ بیگ‌مک خرید، لبنان است و اگرچه این ساندویچ ۳۷ هزار پوند لبنان قیمت دارد، اما با تبدیل پوند لبنان به دلار آمریکا، هر ساندویچ چیزی در حدود ۱٫۶۸ دلار قیمت دارد. بنابراین یکی از عواملی که باعث شده است تا این ساندویچ این‌قدر در لبنان ارزان باشد، این است که واردکنندگان لبنانی می‌توانند مواد اولیه بیگ‌مک را با ارز یارانه‌ای خریداری کنند. همین چندنرخ‌شی شدن ارز در لبنان، بیانگر فاجعه اقتصادی این کشور است و در عین حال به آن دامن هم می‌زند، به شکلی که همین ساندویچ ارزان بیگ‌مک هم فردی از شهروندان لبنانی را دوا نمی‌کند.

بررسی‌های اقتصادی نشان می‌دهد خلایق و تمایز دو عامل اصلی موفقیت در خلق کسب‌وکارهای تازه و منحصربه‌فرد است که می‌تواند به توسعه اقتصادی کمک کند. اگر کالاها همیشه در گذر از زمان و مرزهای مختلف، یکسان باقی می‌مانند، مقایسه اقتصادها از طریق آنها کاری بسیار ساده و جذاب بود. خوشبختانه بیگ‌مک‌ها با وجود تمام تنوع و تمایزی که تاکنون داشته‌اند و حتی با همه خلایق‌هایی که در مورد آنها به کار رفته است هنوز در همه‌جای دنیا یکسان هستند و می‌توان از آنها برای این مقصود استفاده کرد. البته این کالا نیز به عنوان یک شاخص از کشوری به کشور دیگر و همچنین از سالی نسبت به سال دیگر تفاوت‌هایی خواهد داشت، اما همواره به یک‌صورت بوده و به همین خاطر مشتری‌های بسیاری را به خود جلب کرده است. همه اینها دست‌به‌دست هم داده تا این کالا به یک شاخص جذاب برای «اکنومیسست» تبدیل شود.

جمعیت زیر خط فقر مسکن ۲ برابر نرخ متعارف جهانی است

۷۰ درصد تهرانی‌ها زیر خط فقر مسکن



۷۰ هزار واحد از پروژه مسکن مهر تحویل صاحبان‌شان نشده است. حال اینکه «قانون جهش تولید مسکن» که الزام تولید سالانه یک میلیون واحد مسکونی را در دستور کار قرار داده، برای این ۴٫۵ میلیون واحد خالی هم تدبیری اندیشیده یا نه، به نظر می‌رسد که پاسخ منفی است، زیرا راه حل ساده‌ای برای این موضوع وجود دارد و آن اعمال مالیات بر خانه‌های خالی است که این قانون در کشورمان اجرا نمی‌شود. در واقع دولت اجرا کردن چنین قانونی را رها کرده و سراغ راهی رفته که نه زمانش مشخص است و نه ابزاری برای اجرای آن فراهم است. به گفته وی، هیچ‌کس منکر این نیست که بازار مسکن نیازمند خانه است و مردم باید بتوانند ظرف شش ماه آینده از خانه‌هایی که بلااستفاده هستند استفاده کنند. سوال این است که چرا به سراغ برنامه‌ای می‌رویم که حداقل یک سال طول می‌کشد؟

این کارشناس حوزه مسکن با اشاره به اینکه سهم بخش مسکن از کل تسهیلات بانکی ۵ درصد است، افزود: اشکال تامین مالی بخش مسکن به این موضوع برمی‌گردد که در طول چند سال گذشته سهم بخش مسکن از کل تسهیلات بانکی ۵ درصد بوده است. این در حالی است که این سهم در دهه ۸۰ بین ۲۰ تا ۲۵ درصد بوده، اما در چند سال اخیر به ۵ درصد رسیده و سقوط کرده است.

قدیری با اشاره به سامانه خانه‌های خالی نیز گفت: اتفاقی که برای خانه‌های خاله می‌افتد، در دنیا بی‌سابقه است. مشکل اصلی تامین مالی مسکن، خانه‌های خالی و زوج‌هایی که خانه ندارند، کلانشهرهاست. اینجا این سوال مطرح می‌شود که زمین‌های وزارت راه و شهرسازی برای هشت کلانشهر، داخل شهر است یا در شهرهای اطراف؟ سال اول، سالی طلایی برای دولت است. اگر رئیس‌جمهور نتواند مشکل مسکن را حل کند، مطالبات سنگین‌تر می‌شود. وقتی رئیس‌جمهور تشخیص دادند با مالیات می‌تواند مشکل را حل کند، چرا مالیات تصویب نمی‌شود؟

آنچه درباره نهضت ملی مسکن باید بداندید

در حالی کمتر از یک هفته از شروع نام‌نویسی در طرح «جهش تولید مسکن می‌گذرد که بر سرش‌های مختلفی درخصوص مراحل ثبت‌نام در سامانه ثمن برای شهروندان مطرح شده است. برای روشن شدن جزئیات بیشتر این طرح، معاونت مسکن و ساختمان وزارت راه و شهرسازی در یک گزارش، به این سوالات پاسخ داد. براساس این گزارش، سامانه ثمن ۲۸ مهرماه و یک ماه پس از ابلاغ «قانون جهش تولید مسکن» توسط رئیس دولت سیزدهم راه‌اندازی شد که طی آن متقاضیان مسکن با رعایت چهار شرط تأهل یا سرپرست خانوار بودن، عدم مالکیت بخش خصوصی، استفاده نکردن از امکانات دولتی از ابتدای انقلاب در بخش زمین و مسکن

واکنش‌ها به طرح جرم‌انگاری عدم بازگشت ارز صادراتی ادامه دارد

مصائب اقتصاد بخشنامه‌ای

آن به عدد ۱۰۰ میلیارد دلار را از دست دادیم. این فعال اقتصادی با اشاره به برخی از این دستورالعمل‌های مخرب برای بخش صادرات می‌افزاید: اگر از ابتدا مسئله تهاتر حتی تهاتر از کشور ثالث را برای برگشت ارز مطرح می‌کردیم یا اینکه واردات در مقابل صادرات را عملیاتی کرده بودیم، امروز وضعیت صادرات ما تا این اندازه آسیب ندیده بود. متأسفانه در سخن بر موضوع واردات در مقابل صادرات تأکید کردند، اما در عمل آنقدر ارز ارزان‌قیمت وارد بازار کردند که کسی سراغ صادرکننده نرفت. درحالی‌که عملیاتی‌شدن واردات در مقابل صادرات می‌توانست همه مشکلات مملکت را حل کند. از حدود ۳۷ میلیارد دلار صادرات کشور حدود ۱۴۵ میلیارد به کالای اساسی اختصاص داشت که به غلط با نرخ ۴۲۰۰ وارد کشور شد، اما اگر تصمیم‌گیران امر صادرات به مشورت‌ها بها می‌دادند می‌توانستند ۲۰ میلیارد دلار مابقی را روی دوش صادرکنندگان بگذارند تا واردکنندگان برای تأمین ارز موردنیاز خود به آنها مراجعه کنند. در این صورت کارشان انجام می‌شد و بخش بزرگی از تعهدات بانک مرکزی رفع می‌شد. این یک بازی برد-برد بود که متأسفانه نتوانستیم از آن استفاده کنیم.

به گفته نفر، در بسیاری موارد دولتمردان نفت، میعانات و گاز صادر کردند و نتوانستند از آن را به کشور بازگردانند. اگر این پول را به صورت تهاتر در اختیار واردکنندگان می‌گذاشتند می‌توانستند به راحتی تحریم‌ها را دور بزنند. اما متأسفانه مرغ برای برخی مدیران دولتی یک پا دارد و با پافشاری بر روش غلط، صادرات و بازرگانی

کشور را با مشکلات زیاد مواجه کردند. همچنین مهدی علیپور، فعال اقتصادی و عضو سابق اتاق بازرگانی ایران در واکنش به طرح جرم‌انگاری عدم بازگشت ارز صادراتی به ایسنا، می‌گوید: با طرح جدید نمایندگان مجلس، تعداد زیادی از فعالان اقتصادی ترجیح می‌دهند دیگر در حوزه صادرات فعالیت نکنند. تجارت یک فرآیند پیچیده و طولانی‌مدت است که از کالا به کالا و بازار به بازار شرایط متفاوتی را تجربه می‌کند. اینکه قانونی تصویب کنیم که تمام صادرکنندگان را با یک چشم ببیند و برای تمام آنها یک قاعده وضع کند، قطعاً نشان از عدم شناخت دقیق از تجارت دارد.

او با بیان اینکه بعضاً از تولید تا رسیدن کالای صادراتی به دست خریدار چند ماه زمان نیاز است، توضیح می‌دهد: برخی کالاها ابتدا باید سفارش دریافت کنند و سپس تولید شوند. به این ترتیب خریدار بخشی از پول را واریز می‌کند، مواد اولیه دریافت شده، کالا تولید می‌شود و سپس به سمت مقصد رفته و پس از چند هفته به دست خریدار می‌رسد. از این رو اینکه بگوییم بعد از سه ماه ارز قطعاً باید به کشور بازگردد، ممکن نخواهد بود.

به اعتقاد این صادرکننده، بایستی میان صادرکننده شناسنامه‌دار و برخی صادرکننده‌نماها تفکیک قائل شد و قوانین را طوری تصویب کرد که به صادرات آسیب نزنند. در سال‌های گذشته بسیاری از صادرکنندگان به دلیل دشواری‌ها کار خود را متوقف کرده‌اند و نهایی کردن قوانین این‌چنینی، تیر خلاص بر بسیاری از فعالیت‌های صادراتی کشور می‌زند.

طرح اخیر مجلس پیرامون جرم‌انگاری عدم بازگشت ارز صادراتی باعث واکنش فعالان اقتصادی شده و هرچند این طرح هنوز به صحن علنی نرسیده و به گفته محمدرضا پورابراهیمی برای بررسی به کمیسیون اقتصادی مجلس ارسال شده است، اما مخاطرات این طرح برای بخش خصوصی و فعالان اقتصادی آنچنان جدی است که معتقدند جرم‌انگاری عدم بازگشت ارز صادراتی، تیشه به ریشه صادرات ایران می‌زند و تعداد زیادی از فعالان اقتصادی ترجیح می‌دهند دیگر در حوزه صادرات فعالیت نکنند.

به اعتقاد نمایندگان بخش خصوصی، چالش اصلی صادرات ایران همانا انباشت بخشنامه‌های خلق‌الساعه و غیرکارشناسی است که در تدوین و صدور آنها مشورتی با ذی‌نفعان نمی‌شود؛ آنچه می‌توان آن را به «مصائب اقتصاد بخشنامه‌ای» تعبیر کرد. چنانکه به گفته مسعود خوانساری رئیس اتاق بازرگانی تهران، دولت به کارخانه صدور بخشنامه تبدیل شده است. همچنین به گفته مهدی میراشرفی رئیس گمرک ایران، در سال گذشته ۱۵۰ بخشنامه متناقض و کُندکننده تجارت صادر شد، یعنی هر دو روز یک بخشنامه صادراتی! نکته‌ای که به اعتقاد جمشید نفر، مانع از سررقمی شدن صادرات ایران شده است.

نفر با بیان اینکه بخشنامه‌های خلق‌الساعه و غیرکارشناسی همان تحریم‌های داخلی هستند که در حال حاضر به بزرگترین مانع صادراتی کشور بدل شده‌اند، به پایگاه خبری اتاق ایران می‌گوید: از سال ۱۳۹۷ تا امروز به دلیل صدور بخشنامه‌های غلط بانک مرکزی، فرصت استثنایی کشور برای سررقمی شدن میزان صادرات و رساندن

گزارش مرکز آمار در دهه ۹۰ نشان می‌دهد

از افت ۳۶ درصدی ازدواج تا رشد ۲۸ درصدی طلاق

مرکز آمار ایران از روند افزایشی طلاق و کاهش ازدواج در ۱۰ سال گذشته گزارش داد. مرکز آمار در گزارشی تفصیلی به بررسی وضعیت شاخص‌های کلان اقتصادی و اجتماعی از سال ۱۳۹۰ تاکنون پرداخت که در بخشی از این گزارش (در سرفصل جمعیت و نیروی انسانی) آماری از وضعیت ازدواج و طلاق ثبت شده در دهه گذشته ارائه شده است. این گزارش نشان می‌دهد که نسبت طلاق به ازدواج طی این سال‌ها از ۱۶.۳ درصد به ۳۲.۹ درصد افزایش داشته است. البته این شاخص در سال ۱۳۹۸ در بالاترین نقطه یعنی ۳۳ درصد قرار می‌گیرد ولی در سال گذشته ۰.۱ درصد کاهش پیدا کرده است.

جزئیات دیگری از این آمار نشان می‌دهد که در سال ۱۳۹۰ مجموع ازدواج ثبت شده ۸۷۴ هزار و ۷۰۲ نفر بوده که در سال ۱۳۹۹ به ۵۵۶ هزار و ۷۳۱ نفر کاهش یافته است. در این بازه زمانی روند ازدواج عمدتا کاهشی بوده است، اما در سال ۱۳۹۵ اندکی افزایش ازدواج ثبت شده و از حدود ۶۸۵ هزار و ۳۵۲ به ۷۰۴ هزار و ۷۱۶ نفر می‌رسد، هرچند که در سال بعد با افت حدود ۱۰۰ هزار نفری مواجه می‌شود. بر این اساس، محاسبات نشان می‌دهد که ازدواج در ایران در فاصله سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۹ بیش از ۳۶ درصد کاهش یافته است. اما در رابطه با وضعیت طلاق در کشور، آمارها حاکی از آن است که در سال ۱۳۹۰ حدود ۱۴۲ هزار و ۸۴۱ نفر طلاق ثبت شده بود که در سال ۱۳۹۹ به ۱۸۳ هزار و ۱۹۳ نفر افزایش یافته است. روند تغییرات طلاق نیز عمدتا افزایشی بوده ولی در فاصله ۱۳۹۷ و ۱۳۹۸ اندکی کاهش داشته است که این روند در سال گذشته مجددا افزایش می‌شود. بر این اساس، میزان طلاق در ایران از سال ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۹ حدود ۲۸ درصد افزایش داشته است.

عضو هیأت علمی انستیتو پاستورگزارش داد

آخرین وضعیت واکسیناسیون در ایران و جهان

براساس گزارشی که عضو هیأت علمی انستیتو پاستور ایران در کمیسین اقتصاد سلامت اتاق تهران اعلام کرد، تا ۳۰ مهرماه امسال حدود ۱۰۰ میلیون دوز واکسن سینوفارم از چین وارد کشور شد و در مجموع ۱۰ میلیون واکسن کووایران‌برکت با مجوز مصرف اضطراری به وزارت بهداشت تحویل داده شده و هیچ‌یک از واکسن‌های ساخت داخل تایید نهایی از سازمان بهداشت جهانی را تاکنون دریافت نکرده‌اند.

عضو هیأت علمی انستیتو پاستور ایران در گزارشی که در کمیسین اقتصاد سلامت اتاق تهران ارائه داد، آخرین وضعیت صنعت واکسن کووید در ایران و جهان را تشریح کرد. براساس گزارش زهره افشاری و بنا بر آخرین آمار منتشرشده از سوی سازمان جهانی بهداشت طی ۲۰ اکتبر (۲۸ مهرماه)، تاکنون ۴۸.۱ درصد جمعیت جهان دست‌کم یک دوز واکسن کووید در دریافت کرده‌اند و به این ترتیب، ۶ میلیارد و ۸۴ میلیون دوز تاکنون در جهان مصرف شده است.

این گزارش همچنین نشان می‌دهد که کشور امارات با ۹۶ درصد تزریق دست‌کم یک دوز واکسن کووید، در جهان پیش‌تاز است و کوبا که تا چندی پیش مشکلات عدیده‌ای در واکسیناسیون داشت، در رتبه سوم جهان ایستاده و ۸۶ درصد از واجدان شرایط دریافت واکسن در این کشور، دوز اول را تزریق کرده‌اند. براساس این آمار، در ایران نیز تا ۲۰ اکتبر امسال، ۵۸ درصد از واجدین شرایط، دوز اول را تزریق کرده‌اند.

آخرین گزارش سازمان بهداشت جهانی همچنین نشان می‌دهد که کشورهای چین، ایالات متحده آمریکا، آلمان و بلژیک، هند و انگلیس در صدر تولیدکنندگان واکسن کووید-۱۹- جای دارند. در چین حدود ۱۴۲ میلیون دوز و در آمریکا ۱۰۳ میلیون دوز واکسن کووید تولید شده است. این گزارش در عین حال نشان می‌دهد که هر دوز واکسن آسترانکا تولید شده از سوی آکسفورد و آسترانکا چهار دلار قیمت دارد و ارزان‌ترین واکسن کووید شناخته‌شده در جهان است. در این میان، هر دوز واکسن مدرنا تولیدشده از سوی آمریکا ۳۷ دلار، سینووک چین ۳۰ دلار، فایزر-بایونتک ۲۰ دلار، اسپوتنیک روسیه ۱۰ دلار و واکسن جانسون‌اندجانسون آمریکا نیز ۱۰ دلار قیمت دارد.

این گزارش به جغرافیای صدور مجوز کامل و اضطراری چند واکسن کووید منتخب نیز پرداخته و براساس آن، واکسن‌های فایزر-بایونتک، آکسفورد-آسترانکا، مدرنا، جانسون‌اندجانسون، سینوفارم و اسپوتنیک بیشترین مجوزها را برای تزریق در کشورهای جهان دریافت کرده‌اند. واکسن سویرنا ساخت کشور کوبا نیز تنها در ایران، کوبا و نیکاراگوئه موفق شده است که مجوز تزریق اضطراری را دریافت کند.

براساس گزارش عضو هیأت علمی انستیتو پاستور، در ایران نیز شش واکسن در فازهای مختلف مطالعات بالینی قرار گرفت که در نهایت و تاکنون، مجوز مصرف اضطراری برای کووایران‌برکت، اسپایکوژن و پاستوکوک صادر شد و واکسن‌های کووپارس و فترا نیز مجوز مصرف مشروط را دریافت کرده‌اند. این در حالی است که هیچ‌یک از واکسن‌های کووید ساخت داخل تاکنون موفق به دریافت تایید نهایی از سوی سازمان بهداشت جهانی نشده‌اند. طبق آمار واکسیناسیون کووید تجمیعی در کشور از ابتدا تا ۳۰ مهرماه امسال، حدود ۱۰۰ میلیون دوز واکسن سینوفارم از چین، در حدود ۱۰ میلیون دوز واکسن آسترانکا از کشورهای ژاپن، ایتالیا، چین، اتریش، لهستان، روسیه، کره‌جنوبی و یونان وارد ایران شده است. واکسن بهارات هند نیز به میزان یک میلیون و ۱۲۰ هزار دوز و اسپوتنیک روسیه نیز حدود ۲ میلیون و ۵۰۰ هزار دوز وارد کشور شده است. تولیدکنندگان داخلی نیز براساس این آمار، واکسن‌های خود را تحویل وزارت بهداشت داده‌اند: برکت با ۱۰ میلیون دوز و انستیتو پاستور با حدود یک میلیون و ۴۰۰ هزار دوز.

نتایج این گزارش نشان می‌دهد، تا دوم آبان ماه امسال در مجموع ۸۰ میلیون و ۴۰۶ هزار و ۷۸۸ دوز واکسن در کشور تزریق شده است و به این ترتیب، ۷۷ درصد دوز اول و ۴۲ درصد نیز دوز دوم را دریافت کرده‌اند. پیش‌بینی می‌شود که تا دهم آبان ماه نیز تعداد واکسن ورودی به کشور از مرز ۱۵۰ میلیون دوز فراتر برود.

شاخص بورس تهران دوباره کانال ۱,۴ میلیون واحدی را از دست داد

بورس روی موج نوسان



سرمایه به ایرنا می‌گوید: بازار سهام در نخستین ماه از فصل پاییز نوساناتی شدید را تجربه کرد و شاخص بورس در کانال یک میلیون و ۳۰۰ هزار واحد تا یک میلیون و ۴۰۰ هزار واحد در حال نوسان بود. او با تاکید بر اینکه در مهرماه عمده قیمت سهام شرکت‌های حاضر در بورس در مسیر کاهشی و نزولی شدید قرار گرفت، ادامه می‌دهد: وجود تعطیلات در ابتدای مهرماه باعث شد تا سهامدارانی که با دید کوتاه‌مدت به دنبال فعالیت و سرمایه‌گذاری در بازار سهام هستند جهت جلوگیری و کاهش ریسک موجود برای سرمایه‌گذاری در بورس، اقدام به فروش سهام خود در بازار کنند. در دهه نخست مهرماه و با پیش‌بینی مثبت گزارشات تولید و فروش شرکت‌ها در شهریورماه، انتظار فعالان بازار این بود که به مرور و تا انتهای مهرماه به دلیل گزارش مثبت شرکت‌ها، افزایش حجم معاملات و رشد قیمت سهام شرکت‌ها صورت بگیرد، در حالی که معاملات بازار طبق پیش‌بینی‌ها پیش رفت و این اتفاق محقق نشد.

به اعتقاد حدادی، در پایان مهرماه و با انتشار صورت‌های مالی شرکت‌ها، بازار به این نکته رسید که صنایع حاضر در بازار طی شش ماه نخست سال مسیر معقولی را پشت سر گذاشت، حتی در این میان برخی از صنایع مانند بانکی‌ها و پالایشی‌ها سودهای سال گذشته خود را محقق نکردند و یا رشد سودآوری آنها نسبت به دوره مشابه سال گذشته بسیار کم بود. در مقابل، گروه‌های پتروشیمی، فلزات اساسی، معدنی‌ها و برخی از شرکت‌های سیمانی گزارشات خوبی را نسبت به دیگر صنایع به بازار مخابره کردند اما باز هم کلیت بازار منفی بود و اتفاق مثبتی در این بازار رخ نداد.

او کمبود نقدینگی را مهمترین علت وجود روند منفی در معاملات بازار سرمایه می‌داند و می‌گوید: این مسئله خود نشأت گرفته از چند عامل است. ابتدا جذاب شدن بازارهای رقیب بورس مانند رمزارزها در ایجاد چنین روندی بی‌تاثیر نبود. همچنین نبود چشم‌انداز روشن و امیدوارکننده در بین سهامداران، سبب ایجاد نوسان در معاملات بورس شد و برخی از فعالان بازار در انتظار اجرای عملی برخی از وعده‌های داده‌شده برای بهبود روند معاملات بازار سهام بودند.

این کارشناس بازار سرمایه در پایان با اشاره به ریسکهای تهدیدکننده معاملات بورس در آبان ماه می‌افزاید: افزایش نرخ بهره از جمله ریسک‌های تهدیدکننده است. نرخ بهره در روزهای گذشته افزایش و به محدوده ۲۰ درصد رسید؛ حال اگر این نرخ باز هم افزایش یابد می‌تواند به عنوان مهمترین ریسک فعلی بازار مورد توجه قرار گیرد.

در معاملات روز گذشته شرکت کالای ایران با ۱۸۰ واحد، شرکت فراوری معدنی ایال کانی پارس با ۱۲۳ واحد، شرکت سایر اشخاص بورس انرژی با ۱۱۲ واحد، شرکت لابراتوار داروسازی دکتر عبیدی با ۸۱ واحد و بانک کارآفرین با ۶۰ واحد بیشترین تاثیر مثبت را بر رشد شاخص کل داشتند. در سوی مقابل نیز شرکت پتروشیمی پارس با یک هزار و ۳۹۵ واحد، شرکت پتروشیمی پردیس با یک هزار و ۱۷۵ واحد، شرکت صنایع ملی مس ایران با یک هزار و ۳۶ واحد، شرکت پتروشیمی جم با یک هزار و سه واحد و شرکت معدنی و صنعتی گل‌گهر با ۹۸۶ واحد بیشترین تاثیر منفی را بر شاخص بورس گذاشتند.

در آن سوی بازار سرمایه نیز شاخص کل فرا بورس با کاهش ۲۸۰ واحدی به رقم ۱۹ هزار و ۶۷۶ واحد رسید. در معاملات این روز فرا بورس ایران، بیش از ۲ میلیارد و ۲۸۸ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۲۸۹ هزار و ۷۴۶ میلیارد ریال دادوستد شد. شرکت فرا بورس ایران با ۹ واحد، شرکت صنعتی مینو با هفت واحد، شرکت ریل‌پرداز آفرین با ۲,۸۳ واحد، شرکت پخش البرز با ۲,۸۲ واحد و شرکت تجارت الکترونیک پارسیان کیش با یک واحد بیشترین تاثیر مثبت را بر رشد شاخص فرا بورس داشتند. همچنین شرکت پتروشیمی زاگرس با ۶۴ واحد، شرکت پلیمر آریا ساسول با ۲۷ واحد، شرکت ذوب آهن اصفهان با ۱۵,۶۴ واحد، شرکت پتروشیمی مارون با ۱۴ واحد و شرکت پالایش نفت شیراز با ۱۱ واحد با بیشترین تاثیر منفی بر شاخص فرا بورس همراه شدند.

روزهای پاییزی بورس تهران ادامه دارد

بورس تهران در مهرماه، روزهای پرتوسانی را پشت سر گذاشت، حاشیه‌های مربوط به کشف ماینر، تغییرات مدیریتی در سازمان بورس، خروج نقدینگی، جدل بر سر حذف یا تداوم قیمت‌گذاری دستوری و احتمال حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی از جمله عواملی بودند که به تلاطم و نوسان بازار سرمایه در نخستین ماه فصل پاییز دامن زدند. البته بازار سرمایه در شش ماه نخست امسال، رشدی نزدیک به ۶ درصد را تجربه کرد که این میزان، قدری پایین‌تر از انتظار فعالان بازار سرمایه بود. به دنبال اعتراض سهامداران از روند بازار در شش ماه نخست سال، کارشناسان معتقدند که با توجه به روند نزولی شدید بورس در سال گذشته، سهامداران نباید توقع رشد سنگین از بازار سهام داشته باشند، بلکه معاملات بازار باید در ابتدا به وضعیت ثبات دست پیدا کند و سپس در انتظار رشد شاخص بورس در این بازار بود.

درباره سمت و سوی بورس در مهرماه، پیمان حدادی، کارشناس بازار

فرصت امروز: شاخص بورس تهران در اولین روز آبان ماه ۲۸هزار واحد افت را پشت سر گذاشت و در حالی که بسیاری از نمادها منفی بودند، به مرز سقوط به ابر کانال یک‌میلیون و ۳۰۰هزار واحد نزدیک شد. این اتفاق در دومین روز کاری آبان ماه رخ داد و روند نزولی بازار سرمایه در روز گذشته در حالی با افت ۲۳ هزار واحدی ادامه یافت که شاخص کل بورس برای چندمین بار در طول ماه‌های گذشته به کانال یک میلیون و ۳۰۰ هزار واحد عقبگرد کرد.

کارشناسان همچنان بورس تهران را روی موج نوسان می‌بینند و این وضعیت نوسانی را در ادامه هفته نیز پیش‌بینی می‌کنند. آنها معتقدند تا سایه سنگین اتهامات غیراقتصادی و غیربنیادی از سر بازار سرمایه برداشته نشود، وضعیت به همین منوال خواهد بود. تا پیش از پایان انتخابات ریاست جمهوری سیزدهم پیش‌بینی می‌شد که با روی کار آمدن دولت جدید و وعده‌های بورسی سیماابراهیم رئیسی، وضعیت بازار سهام بهبود پیدا می‌کند، اما همچنان با وجود گذشت چهار ماه از شروع به کار دولت سیزدهم، بورس تهران کماکان روی موج نوسان قرار دارد و اتهامات اقتصاد کلان اجازه نمی‌دهد که بازار سرمایه به مدار اصلی خود بازگردد، تا حدی که نمایی اصلی تالار شیشه‌ای در سومین روز آبان ماه برای چندمین مرتبه در طول ماه‌های اخیر به کانال ۱,۳ میلیونی سقوط کرد. با این حال، اغلب تحلیلگران بر سر یک نکته اتفاق نظر دارند؛ اینکه بازار ارزنده است و فروش سهام در قیمت‌های فعلی منطقی نیست.

فلزات اساسی در صدر گروه‌های بورسی

در جریان معاملات روز دوشنبه، شاخص کل بورس با کاهش ۲۳ هزار و ۶۴۷ واحدی تا رقم یک میلیون و ۳۸۴ هزار واحد عقب رفت و شاخص هم‌وزن با ۷ هزار و ۹۲۷ واحد کاهش به رقم ۳۸۰ هزار و ۱۵۷ واحد رسید. در این روز بیش از ۵ میلیارد و ۶۷۵ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۲۸هزار و ۸۱۲ میلیارد ریال دادوستد شد. شاخص بازار اول نیز کاهش ۲۰ هزار و ۷۶۴ واحدی و شاخص بازار دوم هم کاهش ۳۶ هزار و ۸۰۴ واحدی را تجربه کردند.

گروه فلزات اساسی با ۵۳ هزار و ۶۶۲ معامله به ارزش ۳ هزار و ۵۳۲ میلیارد ریال، گروه خودرو با ۵۴ هزار و ۳۹۵ معامله به ارزش ۳ هزار و ۳۱۹ میلیارد ریال، گروه شیمیایی با ۴۶ هزار و ۶۷۷ معامله به ارزش ۳ هزار و ۳۰۷ میلیارد ریال، گروه فرآورده‌های نفتی با ۴۵ هزار و ۵۲ معامله به ارزش ۳ هزار و ۱۴۲ میلیارد ریال و گروه بانک‌ها با ۱۷ هزار و ۳۶۵ معامله به ارزش یک هزار و ۴۱۹ میلیارد ریال در صدر برترین گروه‌ها قرار گرفتند.

پای سیمان از خردامه‌ا امسال به بورس کالا باز شد و با وجود اینکه حاشیه‌های این اتفاق به دلیل بالا رفتن قیمت سیمان ناشی از قطعی برق صنایع زیاد بود در نهایت همه شرکت‌های سیمانی موظف شدند محصول خود را در بورس کالا عرضه کنند و طبق آمار تاکنون ۷۱ شرکت به این ابلاغیه وزارت صمت جامه عمل پوشاندند. به گزارش ایسنا، نهم خردامه‌ا در مجموع ۱۶ میلیون و ۱۳۴ هزار و ۴۴۱ تن سیمان در بورس کالا عرضه شد که با تقاضای ۱۷ میلیون و ۵۵۷ هزار و ۲۹۵ تنی همراه شد و ۱۲ میلیون و ۸۷۹ هزار و ۱۱۰ تن آن در نهایت مورد معامله قرار گرفت.

پس از این اتفاق و با ورود به فصل تابستان و رویارویی کشور با بحران برق، برق صنایع با محدودیت مواجه و باعث شد قیمت هر کیسه سیمان به بالای ۷۰ هزار تومان هم برسد؛ اتفاقی که مخالفان عرضه سیمان در بورس دلیل آن را بورسی شدن سیمان می‌دانستند، اما با این وجود نهم شهریورماه وزارت صمت در ابلاغیه‌ای به رؤسای سازمان صمت ۳۱ استان اعلام کرد که خرید و فروش سیمان خارج از بورس کالا ممنوع است و پس از آن نیز یک تالار اختصاصی برای معاملات سیمان در بورس کالا راه‌اندازی شد.

بر این اساس، طبق آخرین آماري که از سوی بورس کالا مطرح شده است سیمان شرکت سیمان قشم در بازار اصلی این بورس پذیرش شده

جزئیات عرضه سیمان در بورس کالا

کرمان، خوزستان، داراب، زنجان، ساوه، سپهان، شرق، شمال، صوفیان، قائن، کردستان، غرب آسیدا، آبیک، کرمان و هگمتان نیز در بورس کالا پذیرش شده‌اند.

گفتنی است روز گذشته مدیرعامل شرکت سرمایه‌گذاری غدیر از بورسی شدن سیمان غدیر و هلدینگ صنعتی و معدنی غدیر در سال جاری خبر داد. امیرعباس حسینی در نشست خبری که روز دوشنبه برگزار شد با بیان اینکه یکی از دغدغه‌های مهم سرمایه‌گذاری غدیر مسئله اوره بود، گفت: در مورد مطالبات مربوط به اوره طی یک سال گذشته مکاتبات زیادی صورت گرفت و جلسات متعددی برگزار شد. در حال حاضر در مرحله حسابرسی یارانه‌ای قرار داریم و امیدواریم مذاکرات با دولت برای مطالبات به نتیجه برسد. مجموعه غدیر امسال تقریباً دو برابر نسبت به سال قبل در حوزه سودآوری رشد داشت و در ۹ ماهه ۶۷ درصد افزایش بدهی را تجربه کرد.

او همچنین در مورد بورسی‌شدن زیرمجموعه‌های هلدینگ غدیر توضیح داد: سیمان غدیر آماده عرضه است و ارزش‌گذاری اولیه آن صورت گرفته است. هر زمان که سازمان اجازه دهد با نماد سفیدر عرضه خواهد شد. هلدینگ صنعتی و معدنی غدیر هم درج نماد و وارد فاز ارزش‌گذاری شده است. برآورد ارزش‌گذاری آن حدود ۷۰ هزار میلیارد تومان بوده است. این هلدینگ نیز در سال جاری با نماد کندیر عرضه خواهد شد.

146

در دومین جلسه شورای حفاظت و کارگروه سازگاری با کم آبی مازندران عنوان شد:

گذر از خشکسالی با مدیریت مصرف و تغییر الگوی کشت



ساری -دهقان :دومین جلسه شـورای حفاظت از منابع آب استان در سالجاری با حضور دستگاه های اجرایی استان درمرحل استانداری مازندران به ریاست دکتر رازجویان معاون هماهنگی امور عمرانی استانداری در تاریخ بر گزار گردید. به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی، در این جلسه که با دستور کار بررسی عملکرد دستگاه های اجرایی در سال آبی گذشته و تبیین برنامه برای سال آبی پیش رو تشکیل گردید، دکتر خشکی مدیرعامل شر کت آب منطقه ای مازندران با شایسته دانستن اقدامات صورت گرفته توسط دستگاه های اجرایی گفت: با توجه به پیش بینی ها، سال آبی پیش رو نیز همانند سال آبی ۱۳۹۹-۱۴۰۰ بارش ها از میانگین سالانه پایین تر خواهد بود. وی افزود: یکی از عوامل مهم در عبور موفق از سال آبی گذشته سدهای استان بوده که از سال آبی ۹۹-۸۰ آب مناسبی را ذخیره داشت. دبیر کارگروه سازگاری با کم آبی استان خاطر نشان کرد ، در حال حاضر وضعیت سدها در وضعیت نرمال قرار نداشته و از این حیث نیز ذخیره مناسبی برای سال آبی پیش رو نداریم و این وضعیت در حوزه تـجن سخت تر خواهد بود و باید با تغییر الگوی کشتـ، صرفه جویی و استفاده از گیاهان کم آب طلب از خسارتـهای احتمالی جلوگیری نماییم. در ادامه دکتر رازجویان معاون هماهنگی امور عمرانی استانداری مازندران ، این کارگروه را برای گذر از خشکسالی پیش رو مهم دانست و گفت: ذخیره سازی آب های سطحی در مازندران نسبت به ظرفیت آن در حد مطلوب قرار ندارد که باید این ضعف در استان را با احداث سدهای مناسب تقویت نماییم. رازجویان اضافه کرد : عامل مهم دیگر برای ذخیره نمودن آب های سطحی آبیندان ها هستند که باید با لاپروبی آنها امکان ذخیره آب را افزایش دهیم.

مدیرعامل شرکت آب منطقه‌ای استان مرکزی:

نیمی از ظرفیت مخازن ذخیره آب ۲ سد استان مرکزی خالی است

اراک - فرناز ایمیدی:مدیرعامل شرکت آب منطقه‌ای استان مرکزی گفت: نیمی از ظرفیت مخازن ذخیره آب سدهای کمال‌صالح و الغدیر این استان خالی است و مردم باید مدیریت مصرف آب و الگوهای صرفه جویی را مسئولانه در دستور کار داشته باشند.

عزت‌اله امری افزود: ظرفیت ذخیره آب در مخزن پشت سد کمال صالح ۹۶ میلیون مترمکعب است اما اکنون حجم آب موجود تنها ۵۱ میلیون مترمکعب اعلام شده است. وی اظهار داشت: در شرایطی که ذخیره مخزن آب سد کمال صالح به نصف رسیده است، یک‌هزار و ۱۰۰ لیتر بر ثانیه آب برای مصرف آشامیدنی مردم اراک از آن خارج می‌شود و نبود منبع تغذیه این سد در بازه زمانی کوتاهی مشکلات جدی ایجاد خواهد کرد. مدیرعامل شرکت آب منطقه‌ای استان مرکزی گفت: مخزن ذخیره آب سدالقدری ساوه نیز کنجایش ۲۷۶ میلیون مترمکعب را دارد که اکنون تنها ۱۱۰ میلیون مترمکعب آب در آن ذخیره شده و معادل ۴۰ درصد ظرفیت آن است. امری افزود: خشکسالی شدید و نبود بارش مناسب در پاییز امسال موجب شده که از ۲۰ مهرماه جاری دریچه‌های سد الغدیر بسته شود و تا اطلاع ثانوی حفره مصارف کشاورزی به‌دلیل موقعیت بحرانی ذخایر آبی این سد قطع شده است. وی اظهار داشت: تصمیم بر آن است که با مدیریت بهینه ذخایر موجود آبی سد الغدیر این منابع تا بهبود اوضاع فقط برای مصارف آشامیدنی مردم شهر ساوه اختصاص یابد. ۹۲ درصد از حجم آب مصرفی استان مرکزی در بخش کشاورزی، سه و نیم درصد در بخش صنعت و بقیه در بخش آشامیدنی مصرف می‌شود.

اچ اس ای منطقه قم پیشرو در آموزش اصول محوری ایمنی، بهداشت و محیط زیست

قم- خبرنگار فرصت امروز: دوره آموزشی آشنایی با اصول اولیه ایمنی، بهداشت و محیط زیست توسط مسئول پژوهش و توسعه ایمنی منطقه به میزبانی شرکت آبفای قم برگزار شد. به گزارش روابط عمومی شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی منطقه قم، یک دوره آموزشی آشنایی با مباحث و محوری‌های اصلی بهداشت، ایمنی و محیط زیست تحت عنوان آشنایی با سیستم مدیریت اچ اس ای، دستورالعمل مجوز کار، نحوه ارزیابی خطر پذیری، آشنایی با عوامل زیان آور محیط کار، PIAN HSE، نحوه بررسی اچ اس ای در مناقصات، ادوات استحفاظ فردی و سایر موارد مرتبط، توسط مسئول پژوهش و توسعه شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی منطقه قم به عنوان مدرس این دوره در ساختمان شهید قاسم سلیمانی شرکت آبفای قم برگزار شد. عبدالزها طالبی، مسئول بهداشت کار صنعتی و حفاظت از محیط زیست این منطقه قم، ضمن تأکید بر تشکیل این جلسات، بحث و تبادل نظر پیرامون موانع و چالش‌های پیش رو در موسسهی با استقرار کامل نظام نامه اچ اس ای افزود: بدون شک حفظ و حراست دارایی‌های شرکت‌ها، تأسیسات صنعتی و غیر صنعتی، تأمین سلامت کارکنان، صیانت از محیط زیست پیرامون تأسیسات و حوزه عملیات از مسئولیت‌های خطیری است که امروزه تحت نظام مدیریت منسجم اچ اس ای در پرتوی اعمال مقررات ایمنی و پایش اجراییات این حوزه نوین اجراء می‌شود.

طراحی چشم انداز تجارت بین المللی برای بنادر کوچک استان بوشهر

بوشهر- خبرنگار فرصت امروز:مدیرکل بنادر و دریانوردی استان بوشهر گفت: افزایش عمق کاتال دسترسی بندر بوشهر برای ایجاد شرایط تردد کشتی‌های ۵۰ هزارتنی در اولویت طرح‌های توسعه این بندر است. به گزارش روابط عمومی اداره کل بنادر و دریانوردی استان بوشهر، سیلوش ارجمندزاده در حاشیه بازدید اعضای کمیسیون برنامه و بودجه مجلس شورای اسلامی از تأسیسات بندری در بوشهر در جمع خبرنگاران افزود: استان بوشهر ۱۱ بندر تجاری دارد که بزرگ‌ترین آن بندر بوشهر با ظرفیت هشت میلیون تن تخلیه و بارگیری است. وی بیان کرد: در فاز نخست، توسعه بندر بوشهر در مجتمع بندری نگین تدارک دیده شده و یک برنامه پنج ساله توسعه بندر بوشهر تا سال ۱۴۰۵ مشخص شده که براساس این مطالعه برنامه‌های یکی پس از دیگری اجرایی خواهد شد. ارجمندزاده ادامه داد: یکی از مهم‌ترین برنامه های برای بندر بوشهر توسعه دریایی است که مقرر شد با افزایش عمق کاتال تا ۱۳.۵ متر زمینه برای تردد کشتی‌های ۵۰ هزار تنی در بوشهر فراهم شود. مدیرکل بنادر و دریانوردی استان بوشهر گفت: در شرایط کنونی در بندر بوشهر تنها امکان تردد کشتی‌های ۲۰ هزارتنی است که با اجرای طرح توسعه علاوه بر فراهم شدن شرایط برای تردد کشتی‌های ۵۰هزار تنی، مساحت محوطه‌های ترمینال‌های کانتینری، صادرات مواد معدنی و نفتی افزایش پیدا می‌کند. وی در ارتباط با بنادر تابعه استان بوشهر نیز اظهار کرد: طرح توسعه بنادر تابعه بوشهر نیز در قالب ۱۵ ساله و سه برنامه پنج ساله (از سال ۱۴۰۰) به تصویب رسیده است. ارجمندزاده عنوان کرد: در قالب طرح توسعه با افزایش ظرفیت بنادر زمینه برای رونق روزافزون تجارت آنها فراهم شود که نتیجه آن افزایش اشتغال و رونق کسب و کار حوزه دریانوردی در استان بوشهر است. وی افزود: در این ارتباط با یک گام رو به توسعه بیشتر تلاش می‌شود تا شناورهای سنتی بندرچج جای خود را به شناورهای فلزی داده و بنادر تابعه در این استان بتوانند بخوبی در عرصه تجارت بین المللی فعالیت داشته باشند.

بندری نگین تدارک دیده شده و یک برنامه پنج ساله توسعه بندر بوشهر تا سال ۱۴۰۵ مشخص شده که براساس این مطالعه برنامه‌های یکی پس از دیگری اجرایی خواهد شد. ارجمندزاده ادامه داد: یکی از مهم‌ترین برنامه های برای بندر بوشهر توسعه دریایی است که مقرر شد با افزایش عمق کاتال تا ۱۳.۵ متر زمینه برای تردد کشتی‌های ۵۰ هزار تنی در بوشهر فراهم شود. مدیرکل بنادر و دریانوردی استان بوشهر گفت: در شرایط کنونی در بندر بوشهر تنها امکان تردد کشتی‌های ۲۰ هزارتنی است که با اجرای طرح توسعه علاوه بر فراهم شدن شرایط برای تردد کشتی‌های ۵۰هزار تنی، مساحت محوطه‌های ترمینال‌های کانتینری، صادرات مواد معدنی و نفتی افزایش پیدا می‌کند. وی در ارتباط با بنادر تابعه استان بوشهر نیز اظهار کرد: طرح توسعه بندر تابعه بوشهر نیز در قالب ۱۵ ساله و سه برنامه پنج ساله (از سال ۱۴۰۰) به تصویب رسیده است. ارجمندزاده عنوان کرد: در قالب طرح توسعه با افزایش ظرفیت بنادر زمینه برای رونق روزافزون تجارت آنها فراهم شود که نتیجه آن افزایش اشتغال و رونق کسب و کار حوزه دریانوردی در استان بوشهر است. وی افزود: در این ارتباط با یک گام رو به توسعه بیشتر تلاش می‌شود تا شناورهای سنتی بندرچج جای خود را به شناورهای فلزی داده و بنادر تابعه در این استان بتوانند بخوبی در عرصه تجارت بین المللی فعالیت داشته باشند.

کسب نشان سفیر و مروج مسئولیت اجتماعی توسط شرکت نفت ستاره خلیج فارس

بندرعباس- خبرنگار فرصت امروز: شرکت نفت ستاره خلیج فارس به پاس عملکرد شایسته در حوزه مسئولیت اجتماعی نشان سفیر و مروج مسئولیت اجتماعی را کسب کرد. به گزارش روابط عمومی و امور بین‌الملل شرکت نفت ستاره خلیج فارس، با هدف کمک به اعتلای ایفای مسئولیت‌ها اجتماعی در سازمان ها و بهینه سازی آن ها با اجرای میرزی، ارزیابی و تقدیر از سازمان های فعال در زمینه مسئولیت اجتماعی، نخستین دوره جشنواره روابط عمومی و مسئولیت اجتماعی بر گزار شد. این جشنواره با هدف بهبود و ارتقای فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی در سازمان‌ها و شر کت‌ها، تقویت مؤلفه‌هایی همچون پاسخگویی اجتماعی، بهبود تعامل با ذی‌نفعان داخلی و خارجی، پایداری فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی و نگاه فراتر از کمک‌های خیریه‌ای، توسط مؤسسه فرهنگی روابط عمومی آرمان بر گزار شد. در این جشنواره، به ارتباط بین روابط عمومی و حوزه مسئولیت اجتماعی توجه شده بود و در ارزیابی‌ها، تعامل هدفمند، ساختارمند و روشنمند با ذینفعان مختلف سازمان و پیاده‌سازی الگوهای بین‌المللی در فضای کسب‌وکار ایرانی، مدنظر قرار داشت. شرکت نفت ستاره خلیج فارس در ایفای مسئولیت‌های اجتماعی همواره پیشرو بوده‌است و علاوه بر وظیفه‌ای ذاتی خود مبنی بر تأمین امنیت سبد سوخت ایران اسلامی و تولید نیمی از فرآورده‌های استراتژیک صادراتی و موردنیاز کشور، عمل به مسئولیت‌های اجتماعی را مدنظر قرار داده و سعی داشته‌است تا به‌عنوان صنعتی نمونه با نگاه به جوامع محلی نقش آفرینی کند. ادامه‌ی ساخت بیمارستان ۲۴۴ تختخوابی نفت ستاره خلیج‌فارس، اهدای بیش از ۲۴۰ تخت بیمارستانی، ۱۰ تخت ICU، ۱۰ دستگاه ماینور علائم حیاتی بیمار، ۱۶ دستگاه ساکشن جراحی و دو دستگاه پلازما به شبکه‌ی درمان هرمزگان، مشارکت در اجرای طرح پیک سایی شبکه بندرعباس، تأمین برق و آب موردنیاز آب‌شیرین کن یک میلیون مترمکعبی بندرعباس، کمک به آزادسازی زندانیان جرائم غیر عمد، توانمندسازی نیروهای بومی با آموزش‌های تخصصی، به‌کارگیری نخبگان برتر استانی در پالایشگاه در راستای ایجاد انگیزه در جامعه‌ی علمی هرمزگان، کاهش بار مراجهات بر شبکه درمانی شهر بندرعباس با ایجاد مرکز تخصصی درمان و ده‌ها اقدام دیگر نشان از جدیت شرکت نفت ستاره خلیج‌فارس در ایجاد توسعه‌ی پایدار در جنوب کشور و نگاه ویژه به جوامع محلی است.

ایران زودسپین



مدیر ارتباطات و امور بین‌الملل شهر داری بندرعباس معارفه شد



نوبانی خاطرنشان کرد: روابط عمومی‌ها نیز باید با همین شیوه عمل کنند و در برابر انتقادات، تنها باید انعکاس اخبار صحیح و شفاف پاسخگو خواهیم بود. این مقام مسئول همچنین عنوان کرد: رضایت جامعه هدف که همان شهروندان هستند و ایجاد آراش با عملکرد مثبت و مسئولانه باید در دستور کار همه بخش‌های شهرداری باشد.

شهردار بندرعباس با تأکید بر توجه ویژه به حوزه روابط عمومی و

بندرعباس- خبرنگار فرصت امروز:در مراسمی با حضور شهردار

بندرعباس و مدیران روابط عمومی مناطق و سازمان‌های شهرداری، مدیر ارتباطات و امور بین‌الملل این شهرداری معارفه شد.

به گزارش مدیریت ارتباطات و امور بین‌الملل شهرداری بندرعباس، مهدی نوبانی در این جلسه اظهار کرد: حوزه رسانه و روابط عمومی‌ها فعالیت گسترده‌تری خواهد داشت.

وی افزود:انعکاس رسانه‌ای و اجتماعی فعالیت‌های بخش‌های مختلف شهرداری از سوی روابط عمومی‌ها یک ضرورت اجتناب‌ناپذیر است. شهردار بندرعباس با تأکید بر رصد مجموع رسانه‌های مجازی، مکتوب و خصوصاً فضای مجازی، گفت: در شرایطی که رسانه حرف اول همه محافل را می‌زند، در این حوزه نیازمند فعالیت و جدیت بیشتر هستیم. نوبانی ادامه داد: تمام شهروندان باید نسبت به تلاش‌های شهرداری مطلع شوند که وظیفه آن بر عهده روابط عمومی‌هاست. شهردار بندرعباس با اشاره به ضرورت تعامل با همه رسانه‌های استان، بزرگان رسانه‌ای و فعالان این عرصه، عنوان کرد: با هیچ رسانه‌ای مشکل نداریم و در برابر رسانه‌های منتقد جبهه نمی‌گیریم.

اصفهان- قاسم اسد:بیست و چهارمین نمایشگاه بین‌المللی جامع

صنعت ساختمان اصفهان از ششم تا دهم آبان‌ماه ۱۴۰۰ و با حضور برندهای مطرح فعال در حوزه ساختمان کشور برگزار می‌شود.

به گزارش روابط عمومی شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی استان اصفهان، حضور بیش از ۱۱۰ شرکت از ۱۱ استان کشور در این نمایشگاه قطعی شده تا توانمندی‌ها، پتانسیل‌ها، کالاهای خدمات خود را در فضایی بالغ بر ۱۶ هزار مترمربع فضای نمایشگاهی به نمایش بگذارند.

شرکت‌های حاضر در نمایشگاه بین‌المللی جامع صنعت ساختمان اصفهان در زمینه هوشمندسازی ساختمان، ابزارآلات، تجهیزات و ماشین‌آلات ساختمانی، آسانسورها و بالابرها، پوشش‌های سقف و دیوار و قطعات پیش‌ساخته، تأسیسات و سیستم‌های سرمایشی و گرمایشی، شرکت‌های انبوه‌ساز، شیشه، آهن و فولاد، تجهیزات و لوازم ایمنی کار، حمام، سونا و آشپزخانه، براق‌آلات، در و پنجره، درب اتوماتیک، دکوراسیون و معماری داخلی رنگ، چسب و رزین و عایق‌ها، سنگ‌های ساختمانی، شیرآلات بهداشتی، کاشی، سرامیک، پارکت و پوشش‌های کف، لوازم و تجهیزات الکتریک، الکترونیک و الکترومکانیک، لوله و اتصالات، مخازن پلی‌اتیلن و صنعتی‌سازی و فناوری‌های نوین فعالیت دارند.



همچنین مراکز علمی و پژوهشی، مشاوران و پیمانکاران مصالح پایه (سیمان، گچ، بتن، آجر و...) نیز در این نمایشگاه به ارائه فعالیت‌ها و پتانسیل‌های خود خواهند پرداخت.

شرکت‌های مطرحی از استان‌های اصفهان، تهران، قم، مرکزی، آذربایجان شرقی، آذربایجان غربی، خراسان رضوی، خراسان جنوبی، یزد، فارس و البرز در این نمایشگاه حضور دارند؛ همچنین نمایندگان محصولات شرکت‌هایی از آلمان، ایتالیا و ترکیه، جدیدترین محصولات حوزه ساختمان را در معرض بازدید متخصصان، علاقمندان، کارشناسان



اهواز- شبنم قجاوند: آیین تکریم و معارفه مدیر دفتر روابط عمومی شرکت برق منطقه ای خوزستان برگزار و "سید حجت اله موسوی" با حکم مدیرعامل به عنوان سرپرست این دفتر منصوب شد.

محمود دشت بزرگ در آیین تکریم و معارفه مدیر دفتر روابط عمومی که با حضور شورای معاونین شرکت برگزار شد با بیان اینکه زحمات شایسته‌ای در دوران مدیریت توج فتاحی در روابط عمومی انجام شده است، گفت: امیدواریم این مسیر را در روابط عمومی آغاز شده به صورت بهتری در دوران تصدی آقای موسوی که از نیروهای توانمند، ارزشی و انقلابی است تداوم داشته باشد.

وی افزود: روابط عمومی نقش موثر و انکارناپذیری در رسیدن به اهداف شرکت در درون و بیرون سازمان دارد و باید در این راستا گام بردارد.

کیوان خورسند عضو هیئت مدیره و معاون منابع انسانی شرکت برق منطقه ای خوزستان نیز در آیین معارفه "سید حجت اله موسوی" که در دفتر روابط عمومی با حضور کارکنان روابط عمومی برگزار شد، بیان کرد:

کشاورز، مدیرمهندسی ساختار شرکت ملی گاز ایران در بازدید از پالایشگاه گاز ایلام:

اصلاح و بهبودروش ها و طراحی مشاغل جدید در پالایشگاه گاز ایلام ضروری است



است. کشاورز اظهار داشت: مهندسی ساختار از طریق کاربرینی، سنجش زمان و مدت انجام کار، بازدید و سپس طراحی ساختار مناسب سازمانی، دستیابی به اهداف را در شرکت‌ها تسهیل می‌نماید.

مدیر مهندسی ساختار شرکت ملی گاز ایران با بازدید میدانی از تأسیسات فرایندی، کارخانه دانه بندی گوگرد و آزمایشگاه و سپس شرکت در جلسات دگدانه ای با مسئولین واحدها، به طرح و برنامه‌های شرکت پالایش گاز ایلام اشاره و تصریح کرد: بنا بر برنامه‌های توسعه‌ای انجام‌شده و در دست اقدام، مأموریت‌ها و وظایف محوله این شرکت در راستای تحقق برنامه‌های تولید تکلیفی خود، مقررشده است تا مستندات

و دلایل توجیهی مناسب در رابطه با تغییرات پیشنهادی موردنظر ساختار سازمانی، تهیه و به مهندسی ساختار شرکت ملی گاز ایران ارائه شود.



رشت- خبرنگار فرصت امروز: طی هماهنگی های بعمل آمده میان شرکت گاز و آموزش و پرورش استان گیلان، جشنواره فرهنگی- آموزشی مصرف ایمن و بهینه گاز طبیعی در سراسر استان برگزار می شود. به گزارش روابط عمومی گاز گیلان، حسین اکبر مدیرعامل شرکت گاز استان گیلان با اعلام خبر اجرای جشنواره فرهنگی- آموزشی مصرف

رشت- خبرنگار فرصت امروز: به نقل از مدیر شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی منطقه گیلان ، کورش بالادست ، مانور حضور و آماده باش ۲۴ ساعته کارکنان شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه گیلان در بعد از وقت اداری و روزهای تعطیل ، عصر روز پنجشنبه ۲۹ مهر ماه اجرا شد . به گزارش روابط عمومی شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه گیلان ؛ این مانور با هدف آمادگی لازم به صورت ۲۴ ساعته و همچنین در زمان وقوع بحران و شرایط خاص صورت گرفت .



چالش حفظ سطح درآمد به هنگام تغییر حوزه کاری

به قلم: ماهواش شایخ
کارشناس کسب و کار
ترجمه: علی آل‌علی

ما اکنون در دوره‌ای زندگی می‌کنیم که تمایل برای استعفا از شغل فعلی و دنبال کردن رویاهای کاری بیشترین محبوبیت را دارد. سالانه بسیاری از کارآفرینان و کارمندان در شرکت‌های مختلف اقدام به ترک شغل فعلی‌شان و شروع تجربه کاری جدید در حوزه‌های متفاوت می‌کنند. این امر نوعی ترند محبوب در میان اهالی کسب و کار محسوب می‌شود.

بدون تردید ورود به حوزه‌های مورد علاقه برای بسیاری از افراد رویایی جذاب است. با این حال از نقطه نظر مالی چنین عملکردی یک فاجعه تمام عیار محسوب می‌شود. شما با تغییر حوزه کاری‌تان دیگر تا مدت‌ها امکان بازگشت به سطح درآمد قبلی‌تان را نخواهید داشت. درست به همین خاطر تغییر حوزه کاری یکی از پرریسک‌ترین اقدامات هر کارآفرینی در طول زندگی‌اش محسوب می‌شود.

هدف اصلی در این مقاله بررسی برخی از راهکارها و تکنیک‌های مناسب برای حفظ سطح درآمد حتی در هنگام تغییر حوزه کاری است. این امر به شما شهامت بسیار بیشتری برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف خواهد داد. در ادامه برخی از راهکارهای کاربردی در این میان را مورد ارزیابی قرار خواهیم داد.

شناسایی حوزه موردنظر و سپس ترک کار

یکی از مشکلات اصلی در زمینه ترک شغل عدم شناسایی حوزه مورد علاقه از سوی افراد است. نتیجه این امر مواجهه با یک بحران اساسی در زمینه انتخاب حوزه بعدی برای فعالیت کاری است. اگر شما به کار فعلی‌تان علاقه زیادی ندارید، باید پیش از هر اقدامی یک حوزه تازه را انتخاب نمایید، در غیر این صورت هیچ شانسِ برای حفظ سطح درآمدتان نخواهید داشت.

بسیاری از افراد پس از پیدا کردن یک حوزه مورد علاقه برای فعالیت کاری تا مدت‌ها در شغل قبلی‌شان باقی می‌مانند. دلیل این امر اطمینان از امکان شروع یک کار جدید و حتی پیشبرد بخشی از آن قبل از هر چیز است. چنین امری تمام ریسک‌های مربوط به کاهش درآمد را از بین خواهد برد. بنابراین هیچ مشکلی پیش روی شما در این فرآیند نخواهد بود.

جست و جو برای کمک‌های مالی

اگر شما ایده‌ای برای راه‌اندازی یک کسب و کار یا فعالیت تازه در سر دارید، پیدا کردن یک سرمایه‌گذار یا نوعی حمایت مالی از سوی دیگران امر مهمی خواهد بود. چنین امری برای شروع فعالیت در یک حوزه تازه به اندازه کافی منطقی خواهد بود. بنابراین شما مشکلی در این راستا پیش روی خودتان احساس نخواهید کرد.

اگر شما هنوز یک سرمایه‌گذار خوب برای ایده تازه‌تان پیدا نکرده‌اید، شاید زمان مناسب برای شروع کارتان فرا نرسیده باشد. بسیاری از کارآفرینان با عجله بیش از اندازه فقط خودشان را به دردسر می‌اندازند. بنابراین شما باید از چنین عملکردهایی در زمینه کسب و کار دوری کنید. ورود به یک حوزه کاری تازه همیشه چالش‌برانگیز است. به همین خاطر شما نباید خودتان چالش پیش روی‌تان را تشدید کنید.

بازنویسی رزومه‌تان

ورود به یک حوزه کاری جدید به معنای نیاز به رزومه‌ای تازه است. بسیاری از کارآفرینان چنین نکته مهمی را مدنظر قرار نمی‌دهند. درست به همین خاطر همیشه مشکلاتی در زمینه پیدا کردن شغل در حوزه‌های تازه دارند. شاید رزومه شما در کسب و کار قبلی‌تان بسیار پرطرفدار بود، اما اکنون شرایط به طور کامل فرق کرده است. شما دیگر امکان پیدا کردن یک موقعیت شغلی مناسب با تجربه‌های قبلی‌تان را ندارید. بنابراین باید رزومه‌تان را به شکلی بازنویسی کنید که موردپسند فعالان در حوزه کاری تازه‌تان قرار گیرد، در غیر این صورت به احتمال زیاد مدت زمانی طولانی از کاهش سطح درآمدتان رنج خواهید برد.

توجه به برند شخصی

آنچه در شرایط بحرانی به شما برای ورود به حوزه‌ای تازه و پیدا کردن شغل مناسب کمک می‌کند، استفاده از برند شخصی است. اگر شما برند شخصی حرفه‌ای داشته باشید، حتی در حوزه‌های غیرتخصصی‌تان هم مورد استقبال سایر برندها و کارآفرینان قرار خواهید گرفت. درست به همین خاطر امروزه بسیاری از افراد به دنبال راه‌اندازی برند شخصی و توسعه آن هستند.

شما برای توسعه برند شخصی‌تان نیاز به تحمل دروسرهای زیادی ندارید. ساده‌ترین راهکار در این میان توجه به عملکرد دیگر کارآفرینان با برندهای شخصی تاثیرگذار است. همچنین تلاش برای پاسخگویی به چرایی تمایل‌تان برای حضور در یک حوزه کاری تازه با برند شخصی‌تان هم نکته جذابی خواهد بود. منبع: theladders.com



فرصت امروز

روزنامه‌مدیریتی –اقتصادی

| سه‌شنبه | ۴ آبان ۱۴۰۰ | شماره ۱۸۸۶ | صفحه ۸ |

صاحب امتیاز:موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: هنر سرزمین سبز

دفتر مرکزی: مطهری، خیابان علی‌اکبری، پلاک۱۱۵

دفتر مرکزی: ۸۸۳۱۷۷۳۸

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۳۲۰۹۶۰

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

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR

تبلیغات خلاق

چگونه در اینستاگرام بازاریابی موفق‌ی داشته باشید؟

جلب مخاطب در اینستاگرام با ۱۰ تکنیک کاربردی

توجه به خواسته‌های مشتریان

بازاریابی در اینستاگرام و جلب نظر کاربران باید یک امر مهم و دقیق حساب شود. متأسفانه بسیاری از برندها به گمان اینکه هر محتوایی در این پلتفرم مورد توجه کاربران قرار می‌گیرد، اقدام به تولید محتوا می‌کنند. نتیجه این امر مواجهه با مشکلات گسترده در زمینه تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف خواهد بود. امروز یکی از ویژگی‌های اصلی بازاریاب‌های موفق توانایی شناخت سلیقه و خواسته‌های مشتریان است. چنین امری به برندها امکان تاثیرگذاری حرفه‌ای بر روی مخاطب هدف را می‌دهد.بنابراین اگر شما به دنبال جلب نظر مخاطب هدف به طور حرفه‌ای هستید، باید همیشه رابطه نزدیکی با مشتریان داشته باشید، در غیر این صورت کمتر شانسِ برای تعامل مناسب با مخاطب هدف‌تان خواهید یافت.



گاهی اوقات بازاریاب‌ها ترندهای رایج در زمینه بازاریابی را با خواسته‌های مشتریان اشتباه می‌گیرند. این امر شاید در نگاه نخست بدون هیچ ایرادی باشد، اما گاهی اوقات مشتریان را نسبت به برندهتان دل‌سرد خواهد کرد. یکی از راهکارهای مناسب در این میان تقویت کانال‌های ارتباطی میان برندهتان با مشتریان خواهد بود. این امر به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک خواهد کرد. همچنین استفاده از انواع نظرسنجی‌ها نیز ایده جذابی خواهد بود. اگر شما دامنه مشخصی از مشتریان وفادار دارید، استفاده از نظرات آنها برای بازاریابی مناسب بهترین ایده ممکن خواهد بود. چنین امری شما را به طور قابل ملاحظه‌ای بدل به برند مورد علاقه مشتریان خواهد کرد. بنابراین تقریباً هیچ مشکلی در این میان پیش روی‌تان نخواهد بود.

زمان‌بندی مناسب برای انتشار محتوا

وقتی شما یک ایده مناسب برای تولید محتوا دارید، باید به نکات جانبی نیز توجه نشان دهید. یکی از نکات مهم در این میان زمان‌بندی برای انتشار محتواست. بسیاری از برندها به چنین نکته مهمی توجه لازم را نشان نمی‌دهند. به همین خاطر حتی بهترین ایده‌های بازاریابی‌شان را نیز با زمان‌بندی نامناسب از بین می‌برند.

امروز الگوریتم اینستاگرام به طور مداوم در حال تغییر است. همین امر تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را بدل به امری سخت و دشوار کرده است. یکی از تکنیک‌های مناسب در این میان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف استفاده از زمان‌بندی مناسب است. به طور معمول بهترین زمان‌بندی برای انتظار محتوای بازاریابی بین ۱۱ صبح تا ۲ بعدازظهر است. در این زمان اغلب کاربران آنلاین بوده و شما امکان جلب بازدیدکننده بیشتر برای محتوای‌تان را خواهید یافت. بدون تردید بازگذاری محتوا در ساعت‌های پایانی شب نیز به خاطر تعامل مشتریان با مخاطب هدف امری مناسب خواهد بود. بنابراین شما مشکلی در راستای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در این ساعت‌ها نخواهید داشت. یکی از نکات مهم در این میان شخصی‌سازی زمان‌بندی مورد نظر براساس نیاز کسب و کار‌تان است. چنین امری به شما برای پرهیز از هرگونه ریسکی در زمینه تعامل با مشتریان کمک خواهد کرد.

وقتی شما سرمایه‌گذاری بالایی بر روی بازاریابی در اینستاگرام کرده‌اید، هرگونه مشکلی در این میان به شدت برای‌تان پرهزینه خواهد بود. به همین خاطر استفاده از ابزارهای زمان‌بندی انتشار محتوا یکی از ایده‌های مناسب برای بازاریابی عالی در اینستاگرام خواهد بود. از میان ابزارهای مختلف در این مورد، پیشنهاد ما ابزار انتشار محتوای Sprout Social است.این ابزار به شما امکان زمان‌بندی دقیق انتشار محتوا در شبکه‌های اجتماعی را می‌دهد. به این ترتیب دیگر هیچ وقت برای انتشار پست‌های‌تان زمان طلایی را از دست نخواهید داد.

بیان داستان‌های بصری

امروزه بسیاری از مردم هنوز هم به داستان‌های سنتی در قالب متن عادت دارند. با این حال نیاز فناوری روز به روز در حال تغییر است. همین امر موجب تغییر در روند طراحی و بیان داستان‌ها، به ویژه در عرصه بازاریابی، شده است. اگر شما به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان براساس چنین تکنیک‌هایی هستید، باید پیش از هر نکته دیگری ایده ذهنی‌تان برای یک داستان جذاب را با تصاویر یا حتی یک ویدئوی جذاب ترکیب کنید. این امر موجب جلب توجه هر چه بهتر کاربران در فضای اینستاگرام می‌شود. بنابراین شما هیچ مشکلی برای تعامل با مشتریان و توسعه داستان‌تان در سراسر این پلتفرم نخواهید داشت.

بدون تردید اینستاگرام به‌ عنوان یک پلتفرم بصری



پتانسیل‌های بسیار زیادی دارد. بنابراین شما باید در زمینه داستان‌سرایی برای برندهتان نیز از پتانسیل‌های مورد نظر به خوبی استفاده نمایید، در غیر این صورت هیچ شانسِ برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب‌تان نخواهید داشت.

تبدیل داستان‌های سنتی به نمونه‌هایی سازگار با محتوای بصری همیشه کار دشواری است. با این حال اندکی تمرین و الگوبرداری از تجربه برندهای موفق در این زمینه وضعیت شما را به طور قابل ملاحظه‌ای بهبود خواهد بخشید. **استفاده از هشتگ‌های مناسب**

هشتگ‌ها یکی از ابزارهای کاربردی برای پیدا کردن محتوای دلخواه در اینستاگرام محسوب می‌شود. امروزه بسیاری از کاربران به جای جست و جو در میان اکانت‌های مختلف برای پیدا کردن محتوای دلخواه‌شان از هشتگ‌ها استفاده می‌کنند. به عنوان مثال، اگر شما به دنبال مشاهده محتوایی جذاب در رابطه با سیر و سفر هستید، کافی است کلیدواژه‌های مرتبط با این حوزه را در قالب هشتگ جست و جو نمایید. آن وقت کلی محتوای جذاب برای‌تان به نمایش در خواهد آمد.

نکته مهم در این بخش استفاده از هشتگ‌ها از سوی کسب و کار شماس‌ست. این امر به شما توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را می‌دهد. اگر شما نسبت به این نکته توجه لازم را نشان ندهید، هیچ شانسِ برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان نخواهید یافت.

صرف نظر از هشتگ‌های عمومی برای تولید محتوا، شما باید همیشه یک هشتگ ویژه برای برندهتان هم داشته باشید. به این ترتیب کاربران به سادگی هرچه تمام‌تر امکان پیدا کردن محتوای مرتبط با برندهتان را خواهند داشت. به علاوه، شما برای پیدا کردن محتوای تولیدی کاربران درباره برندهتان نیز نیاز به هشتگ خاص برای برندهتان خواهید داشت، در غیر این صورت شانس‌تان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش پیدا خواهد کرد.

بهره‌برداری درست از انواع مسابقه و چالش

کاربران در شبکه‌های اجتماعی همیشه عاشق انواع بازی‌های گوناگون هستند. این امر نه تنها فرصتی برای سرگرمی و خوشگذرانی دوستان در کنار هم است، بلکه به برندها فرصتی برای تعامل بهتر با مشتریان را نیز می‌دهد. بنابراین شما باید در این میان به دنبال راهکارهایی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور حرفه‌ای باشید. نخستین اقدام در این میان نیز تلاش برای طراحی مسابقه‌های جذاب برای کاربران است.

اگر شما در بخش‌های قبلی این مقاله نسبت به شناخت درست مشتریان‌تان اقدام کرده باشید، محتوای بازاریابی‌تان در این بین جذابیت بسیار زیادی برای کاربران خواهد داشت. بنابراین شما در عمل مشکلی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب‌تان در این وضعیت نخواهید داشت. نکته مهم در این میان انتخاب یک جایزه مناسب برای مسابقه آنلاین‌تان است. به این ترتیب کاربران بیش از هر زمان دیگری نسبت به حضور در مسابقه برندهتان ترغیب خواهند شد.

چالش‌های رایج در شبکه‌های اجتماعی نیز بیشتر شامل انواع مسابقه‌های ترغیب کاربران برای استفاده از محصولات برند است. شما به این ترتیب شانس بسیار زیادی برای جلب نظر مشتریان‌تان خواهید داشت. اگر شما محصول تازه‌ای برای عرضه در بازار دارید، باید پیش از هر نکته دیگری به دنبال ترغیب کاربران برای استقبال از آن باشید. به این ترتیب رونمایی از محصولات برندهتان همراه با موجی از تولید محتوای کاربران درباره آن خواهد بود.

استفاده از تبلیغات پولی اینستاگرام

شما برای رقابت با برندهای بزرگ همیشه امکان تمرکز بر روی تولید محتوا به طور ارگانیک را ندارید. به همین خاطر گاهی اوقات استفاده از تبلیغات پولی اینستاگرام ایده بدی نخواهد بود. شما در این میان باید مدیریت مناسبی بر روی بودجه در دسترس‌تان داشته باشید. این امر شامل نمایش بهترین محتوای بازاریابی‌تان در قالب تبلیغات برای کاربران است، در غیر این صورت تبلیغات بیش از اندازه هر کاربری را نسبت به تعامل با برند شما دل‌سرد خواهد ساخت.

بدون تردید شما برای بازاریابی موفق در اینستاگرام به ترکیبی از تولید محتوا و استفاده از گزینه تبلیغات پولی نیاز دارید. بنابراین همیشه تعادل را در میان این دو رویکرد رعایت نمایید، در غیر این صورت هیچ شانسِی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان نخواهید داشت.

همکاری با اینفلوئنسرها

تبدیل کردن یک برند به گزینه‌ای جذاب برای کاربران در اینستاگرام همیشه با همکاری اینفلوئنسرهای بسیار ساده خواهد بود. دلیل این امر نیز محبوبیت و اعتبار بالای اینفلوئنسرهاست. اگر شما با یک اینفلوئنسر مناسب برای تبلیغ و توسعه کسب و کارتان به تفاهم برسید، مسیر بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را بسیار ساده‌تر از هر زمان دیگری طی خواهید کرد. نکته مهم در این میان همکاری با اینفلوئنسرها دارای دامنه مشترکی از فالوورهاست. به بیان ساده، شما باید فقط با اینفلوئنسرهای مشهور در حوزه کاری خودتان همکاری داشته باشید، در غیر این صورت فرآیند بازاریابی شما جذابیت خاصی برای کاربران نخواهد داشت.

امروزه اینفلوئنسرهای بسیار زیادی در سراسر دنیا فعالیت دارند. با این حساب شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف باید از میان انبوهی از اینفلوئنسرها دست به انتخاب بزنید. توصیه ما در این بخش انتخاب اینفلوئنسرهایی با دامنه متعادلی از فالوورهاست. بنابراین باید دور افراد دارای فالوورهای میلیونی را خط بکشید. چراکه چنین همکاری‌هایی نه تنها برای برندهتان بسیار پرهزینه خواهد بود، بلکه تاثیرگذاری اندکی نیز به همراه دارد.

بدون تردید بازاریابی در اینستاگرام در طول سال‌های اخیر بدل به امری تخصصی شده است. اگر شما مایل به حضور موفق در این فضا هستید، توصیه‌های مورد بحث در این مقاله شروع مناسبی برای‌تان خواهد بود.

منبع: sproutsocial.com