

تأثیر دهگانه تحریم‌ها بر کسب و کارها

افشین کلاهی
رئیس کمیسیون کسب‌وکارهای دانش‌بنیان اتاق ایران

تحریم‌های بین‌المللی از جنبه‌های مختلف بر اقتصاد کشور تأثیر می‌گذارد، اما برخی تأثیرها بلافاصله و مستقیم است که بیشتر این اثرات سریع بر بدنه فعالیت‌های اقتصادی و کسب و کارهاست. تحریم تهدید است و تأثیر آن بر فعالیت‌های اقتصادی و بازار کسب و کار قابل چشم‌پوشی نیست. البته که از برخی تهدیدها می‌توان فرصت‌سازی کرد، اما بدون شک، قطع ارتباط عادی تجارت بین‌الملل برای هر اقتصادی هزینه‌ساز خواهد بود. در این یادداشت، ۱۰ اثر تحریم بر فعالیت‌های کسب و کار تشریح شده است.

۱- نخستین اثر تحریم، لغو شدن بسیاری از قراردادهای بین‌المللی فعالان اقتصادی است که این قراردادها شامل تمام حوزه‌های تولیدی، پیمانکاری، کارفرمایی و... می‌شود. از بین رفتن ارتباطات بین‌المللی، اثر مستقیم تحریم است که تمام فعالیت‌های اقتصادی را مختل می‌کند.

۲- تحریم بانکی، فعالیت‌های بین‌المللی پولی- مالی را ممنوع کرد. ارتباطات...

فرصت امروز

برای کسب‌وکارآفرینی

طبق گزارش سازمان همکاری و توسعه اقتصادی

محدودیت‌های تجاری کمتر شد

محدودیت تجارت خدمات در سال ۲۰۲۱ شش برابر کمتر از سال ۲۰۲۰ بوده است. براساس گزارش تازه سازمان همکاری و توسعه اقتصادی (OECD)، شاخص محدودیت تجارت خدمات (STRI) تا سال ۲۰۲۲ بهبود یافته و این بدان معناست که آزادسازی از محدودیت‌های جدید در طول سال گذشته افزایش یافته و ایجاد موانع جدید برای تجارت خدمات تقریباً در تمام بخش‌های...

نقطه شروع اصلاحات اقتصادی کجاست؟

اقتصاد باز و دشمنان آن

«جامعه باز و دشمنان آن»، نام کتابی از کارل پوپر است که او در آن، اندیشه‌های افلاطون، هگل و مارکس را به عنوان دشمنان جامعه باز زیر سوال می‌برد. به تأسی از عنوان مشهور این کتاب می‌توان از «اقتصاد باز و دشمنان آن» نیز سخن گفت، به خصوص درباره اقتصاد سیاسی ایران که بیش از نیمی از سال‌های از دست رفته دهه ۹۰ را زیر تیغ تیز تحریم‌ها قرار داشته و در حال حاضر هشتمین دور مذاکرات وین موسوم به احیای...

شکاف در آمدی استان‌ها به ۶۱ میلیون تومان رسید

جغرافیای استانی در آمد و هزینه

مدیریت و کسب‌وکار

بهینه‌سازی تبلیغات گوگل ادز: راهنمای قدم به قدم برای بازارب‌باب‌ها

در دنیایی که حتی کوچکترین بخش‌های آن هم روز به روز در حال توسعه و بهتر شدن است، بازارب‌باب‌ها چارای به غیر از بهینه‌سازی تبلیغات‌شان برای موفقیت در مارتن نفسگیر جلب نظر مشتریان ندارند. وگرنه حال و روز خواننده جوانی را خواهند داشت که در اولین شب کنسرتش حتی یک نفر هم در سالن حاضر نشده و همه صندلی‌ها خالی است. بی شک با این دست فرمان خواننده قصه ما حتی برای جور کردن هزینه برگزاری کنسرتش هم با مشکل رو به رو می‌شود و در آخر هم سر و کارش با یک عالمه طلبکار، عصابی خواهد بود. خیلی از بازارب‌باب‌ها تا حرف از بهینه‌سازی کمپین و تبلیغات می‌شود، فوراً یک خط قرمز پررنگ دور برندشان می‌کشند. انگار که همه چالش‌ها و اشتباهات دنیای تبلیغات فقط مخصوص بقیه است و برند آنها همیشه عزیز دل مشتریان باقی خواهد ماند. اگر نظر ما را بخوانید، چنین رویکردی به سادگی آب خوردن شما را سه هیچ از رقیب‌ای عقب می‌اندازد؛ به ویژه اگر پای تبلیغات در گوگل ادز هم در میان باشد. آن وقت خود گوگل تبدیل به اولین مدرسر شما می‌شود و طوری کمپین‌تان را کنار می‌زند که انگار از اول هم برندتان...



بورس تهران به مدار صعودی بازگشت

بازار سبز در دستان حقیقی‌ها

هوش مصنوعی به یاری کشاورزان می‌آید

کشاورزی به سبک عمودی

جمعیت ۷،۹میلیارد نفری جهان گرسنه هستند و یافتن راه حل‌های کشاورزی پایدار، ما را ملزم به اتخاذ رویکردهای جدید جسورانه وادغام دانش در زمینه‌های مختلف مانند علم مواد و انفورماتیک می‌کند. کشاورزی دقیق، با استفاده از فناوری نانو و هوش مصنوعی، فرصت‌های هيجان‌انگیزی را برای تولید مواد غذایی پایدار ارائه می‌دهد.» براساس این گزارش، طیف وسیعی از عوامل از جمله تغییر شرایط اقلیمی، کمبود کارگران ماهر و استفاده بی‌رویه از سموم دفع آفات بر کیفیت فرآیند کشاورزی تأثیر دارند و پژوهشگران قصد دارند این روند را با استفاده از فناوری‌های ابری و هوش مصنوعی، کارآمدتر و پایدارتر کنند. موسسه ارتباطات از راه دور آلمانی «فراونهورفر» هم با شرکت در این مطالعه، پروژه «NaLamKI» را با همکاری شرکای خود اجرا کرده تا کشاورزان پس از جمع‌آوری داده‌ها، آنها را مبنای پیش‌بینی‌های خود قرار دهند. کشاورزان آلمانی اثرات گسترده تغییرات آب و هوایی را احساس می‌کنند و معتقدند که هوش مصنوعی غیرمتمرکز در فضای ابری و همچنین هوش مصنوعی متمرکز در مزارع می‌تواند به افزایش سازگاری با شرایط متغیر کمک کند و یک کشاورزی پایدار رقم بزند.

به پروژه «NaLamKI»، فعالیت‌ها بر ایجاد یک پلتفرم خاص متمرکز می‌شود؛ این پلتفرم درواقع، سرویس مبتنی بر ابر (SaaS) برای ارائه‌دهندگان کشاورزی و صنعت و همچنین ارائه‌دهندگان خدمات برنامه‌های کاربردی ویژه برای کشاورزی است. با تجمع داده‌های حسگرهای خاک و دیتای ماهواره، پهبادهای و نیز روبات‌ها می‌توان فرآیندهای کشاورزی را با استفاده از روش‌های پیشرفته

در نشست هیأت نمایندگان اتاق بازرگانی تهران مطرح شد

۵ابر چالش اقتصاد ایران در ۲۰۲۲

باشد. آنچه تاکنون اتفاق افتاده افزایش ۵،۵ میلیارد یورویی بند ی تبصره یک است که مجموع آن را به ۱۰ میلیون یورو رسانده که این رقم، مازاد بر بودجه‌ای بوده که از محل فروش نفت به صورت ربالی به بحث پارانه‌ها و پرداخت‌های پیش‌بینی شده در بند ی تبصره یک است که رقم بسیار بالایی است. علاوه بر این شاهد افزایش حقوق کارکنان دولت از ۴،۵ میلیون تومان به ۵،۶ میلیون تومان هستیم و قیمت خرید تضمینی گندم هم از ۷ هزار و ۵۰۰ تومان به ۹هزار و ۵۰۰ تومان افزایش پیدا کرده است. در کنار اینها شاهد پایدار ماندن ارز ۴۲۰۰ تومانی در بودجه هشتم که ۹ میلیارد دلار به آن تخصیص داده شده و همین تغییر باعث تفاوت ۱۶۰ هزار میلیارد تومانی با لایحه بودجه دولت شده است. طبق لایحه دولت، کسری تراز عملیاتی بودجه نزدیک ۳۰۱ هزار میلیارد تومان پیش‌بینی شده بود که با توجه به تغییرات صورت گرفته و افزایش‌هایی که داده شده و همچنین باقی ماندن ارز ۴۲۰۰ تومانی به احتمال زیاد شاهد کسری بسیار بیشتر بودجه خواهیم بود که احتمال افزایش تورم در سال آینده را بیشتر می‌کند.

وی در بخشی دیگری از صحبت‌هایش به پنج چالش اقتصاد ایران در سال ۲۰۲۲ از دید مجمع جهانی اقتصاد پرداخت و گفت: چالش بزرگ اول، مسئله «شتغال و معیشت» است که در این گزارش پیش‌بینی شده در سال ۲۰۲۲ ریسک اول اقتصاد ایران باشد. چالش دوم «سرخوردگی جوانان»، چالش سوم «رکود

استارت‌آپ‌های غذا و کشاورزی به یک منطقه دایر برای سرمایه‌گذاری خطرپذیر تبدیل شده‌اند، به ویژه که مصرف‌کنندگان بیشتر در خانه غذا می‌خورند و خرده‌فروشان با چالش‌های زنجیره تامین مواجه هستند. کشاورزی مسقف همچنین به راه حلی بالقوه برای الگوهای آب و هوایی غیرقابل پیش‌بینی و بلایای طبیعی ناشی از تغییرات آب و هوایی همانند آتش‌سوزی اخیر کالیفرنیا تبدیل شده است.

کاربرد هوش مصنوعی در کشاورزی

در گزارش تازه موسسه «گران‌د ویو ریسرچ» (Grand View Research)، اندازه بازار جهانی کشاورزی هوشمند در سال ۲۰۲۰ حدود ۱۲،۱۵ میلیارد دلار ارزش‌گذاری شده است و انتظار می‌رود این رقم از سال ۲۰۲۱ تا ۲۰۲۸ با نرخ رشد مرکب سالانه ۱۰،۶ درصد (CAGR) افزایش یابد. همین موضوع شرکت‌های دانش‌بنیان را بر آن داشته تا به سمت استفاده از فناوری‌های بیوزیستی (بیوتکنولوژی) در حوزه کشاورزی و صنایع غذایی بروند. مطالعه موسسه «گران‌د ویو ریسرچ» همچنین نشان می‌دهد کشاورزی دقیق (Precision agriculture) که در آن کشاورزان با استفاده از فناوری نانو و هوش مصنوعی (AI) به سرعت و بدون اتلاف وقت به تغییرات رشد محصول پاسخ می‌دهند، می‌تواند راه حل عملی برای چالش‌هایی ارائه دهد که امنیت غذایی جهانی را تهدید می‌کند. در این مطالعه، یک تیم بین‌المللی از پژوهشگران به رهبری دانشگاه بیرمنگام حضور دارند. ایزولت لینچ، پروفیسور علوم بیوتکنولوژی در این باره می‌گوید: «برآوردهای کنونی نشان می‌دهد که نزدیک به ۶۹۰ میلیون نفر یعنی حدود ۹درصد از

فرصت امروز: با روند فزاینده تغییرات اقلیمی و رشد روزافزون جمعیت جهان، حالا کشاورزی بیش از پیش با چالش مواجه شده و به نظر می‌رسد که دیگر کشاورزی سنتی نمی‌تواند پاسخگوی نیاز جهان باشد. برای تأمین غذای جمعیت ۷،۹میلیارد نفری حال حاضر جهان و صدا البته انبوه جمعیت پیش روی سال‌ها و دهه‌های آینده، نیاز به راهکارهای ویژه‌ای احساس می‌شود تا به موازات افزایش میزان تولید محصولات کشاورزی از واحد سطح، کاهش هزینه‌های تولید و افزایش سلامت محصولات غذایی را هم به همراه داشته باشد. سازمان ملل متحد پیش‌بینی کرده است که تا سال ۲۰۳۰ میلادی حدود ۸۴۰ میلیون نفر تحت تأثیر بحران گرسنگی قرار خواهند گرفت. در این راستا، طرح‌های اخلاقانه‌ای از سوی پژوهشگران ارائه شده که در قالب کشاورزی هوشمند و ارتقای سلامت و کیفیت محصولات غذایی، علم نانو را با قابلیت‌های هوش مصنوعی و یادگیری ماشینی و همچنین فناوری زیستی (بیوتکنولوژی) ترکیب می‌کند و می‌تواند به کاهش تعداد گرسنگان جهان کمک کند.

همچنین کشاورزی به روش عمودی، سبک جالب دیگری است که این روزها مورد توجه استارت‌آپ‌های غذا و کشاورزی قرار گرفته است. در تازه‌ترین اتفاق، شرکت و‌المارت اعلام کرده که در حال سرمایه‌گذاری در شرکت کشاورزی عمودی «Plenty» است و قصد دارد تا اواخر سال جاری میلادی، سبزیجات برگ‌دار این استارت‌آپ را در تمام فروشگاه‌های کالیفرنیا عرضه نماید. به نظر می‌رسد با سرمایه‌گذاری این غول خرده‌فروشی بزرگ، محصولات مزارع به میز آشپزخانه مشتریان نزدیک‌تر از قبل می‌شود. در طول پاندمی کرونا،

«بیکاری و معیشت»، «سرخوردگی جوانان»، «رکود اقتصادی طولانی‌مدت»، «بحران منابع طبیعی» و «فروپاشی اکوسیستم»، پنج چالش بزرگ اقتصاد ایران در سال ۲۰۲۲ است که در گزارش تازه مهم‌ترین اقتصاد بدان اشاره شده است. این گزارش دیروز در نشست سسی‌ویکم هیأت نمایندگان اتاق بازرگانی تهران توسط مسعود خوانساری بررسی شد و رئیس اتاق تهران ابراز امیدواری کرد که در تدوین برنامه هفتم توسعه به این چالش‌های جدی توجه ویژه‌ای شود.

خوانساری در سی و یکمین جلسه هیأت نمایندگان اتاق تهران که به صورت حضوری و آنلاین برگزار شد، صحبت‌هایش را با نگرانی نسبت به رشد تورم آغاز کرد و گفت: برابر آخرین گزارش‌های رسمی، تورم سالانه در دی ماه به نرخ ۴۲،۲ درصد رسیده که نسبت به سال گذشته یک واحد درصد کاهش پیدا کرده است. البته کماکان این نرخ بسیار بالاست، اما امیدواریم که روند کاهشی آن با سرعت بیشتری ادامه پیدا کند و در ماه‌های آینده شاهد ارقام تورم و احتمال تشدید آن وجود دارد که یکی فرا رسیدن ماه‌های بهمن و اسفند است که معمولاً دوره پرهزینه‌ای برای دولت رقم می‌زنند و باید عیدی و مزایای کارکنان دولت و نهادهای حاکمیتی پرداخت شود که می‌تواند بودجه را تحت تأثیر قرار دهد و دولت بخواد کسری خودش را از طریق استقراض از بانک مرکزی جبران کند و دوم موضوع ۵۸ هزار میلیارد تومان تنخواه دولت است که

می‌دهند. پنگ ژانگ، یکی دیگر از محققان این مطالعه می‌گوید: «اغام هوش مصنوعی و فناوری نانو در کشاورزی دقیق، نقش مهمی در بررسی پارامترهای طراحی نانومواد برای استفاده در کود و انتقال آفت‌کش‌ها برای اطمینان از حداقل تأثیر منفی بر سلامت خاک ایفا می‌کند و تضمینی برای کشاورزی ایمن و پایدار است.»

در این میان، نانوبیوسنسورها (نانوحسگرهای زیستی) از اهمیت بالایی برخوردارند، چراکه می‌توانندد طیف وسیعی از کودها، علف‌کش‌ها، آفت‌کش‌ها، حشره‌کش‌ها، عوامل بیماری‌زا، رطوبت و «pH» خاک را در میان بسیاری از عوامل شناسایی کنند. استفاده از نانوبیوسنسورها به شیوه‌ای تنظیم شده که منجر به ترویج کشاورزی پایدار و افزایش تولید محصول می‌شود. در حال حاضر، حسگرهای زیستی مبتنی بر نانو مزایای جالبی نظیر افزایش حساسیت و ویژگی تشخیص نسبت به حسگرهای زیستی معمولی دارند. به عنوان مثال، از نانوبیوسنسورها به عنوان ابزاری برای ارزیابی کیفیت خاک استفاده می‌شود و می‌تواند بین «میکروارگانسیم‌های خوب» و «میکروارگانسیم‌های بد» در گیاهان تمایز قائل شود که کمک بزرگی به تشخیص سریع بیماری‌های گیاهان است. از بیوسنسورها همچنین به عنوان ابزاری برای شناسایی آلاینده‌ها، آفات، محتوای مواد مغذی و تنش‌های گیاهی ناشی از خشکی، دما و فشار استفاده می‌شود و به کشاورزان کمک می‌کنند تا مدیریت نهاده‌ها را بهبود بخشند. نانوبیوسنسورها، نقش مهمی نیز در حل مشکلات مربوط به عدم تعادل هورمون‌های گیاهی و پیامدهای آن دارند که این کار و «میکروارگانسیم‌های بد» در گیاهان تمایز قائل شود که کمک بزرگی به تشخیص سریع بیماری‌های گیاهان است. از بیوسنسورها همچنین به عنوان ابزاری برای شناسایی آلاینده‌ها، آفات، محتوای مواد مغذی و تنش‌های گیاهی ناشی از خشکی، دما و فشار استفاده می‌شود و به کشاورزان کمک می‌کنند تا مدیریت نهاده‌ها را بهبود بخشند. نانوبیوسنسورها، نقش مهمی نیز در حل مشکلات مربوط به عدم تعادل هورمون‌های گیاهی و پیامدهای آن دارند که این کار از آسیب قابل توجه گیاه و کاهش میزان تولید جلوگیری می‌کند.

رئیس اتاق بازرگانی تهران همچنین اشاره‌ای به آخرین گزارش سازمان شفافیت بین‌المللی داشت و گفت: گزارش ارائه شده از سوی سازمان شفافیت بین‌المللی درباره شاخص ادراک فساد است. در سال ۲۰۱۷ ایران در بین ۱۸۰ کشور رتبه ۱۳۰ را داشت، اما متأسفانه امسال با ۳۰ پله نزول به رتبه ۱۵۰ رسیده‌ایم که این جای تأمل و تفکر دارد و امیدواریم با اتفاقاتی که در اقتصاد کشور خواهد افتاد، وضعیت فساد بهبود پیدا کند و شاهد کاهش آن باشیم. او با بیان اینکه خبرهای خوبی از مذاکرات هسته‌ای به گوش می‌رسد، افزود: امیدوارم مذاکرات به زودی به توافق منجر شود. اگر این اتفاق رخ دهد حتماً شاهد تأثیرات مثبت آن در اقتصاد کشور خواهیم بود؛ هم‌زمان با افزایش مسال با ۳۰ پله نزول به رتبه ۱۵۰ رسیده‌ایم که این جای تأمل و تفکر دارد و امیدواریم با اتفاقاتی که در اقتصاد کشور خواهد افتاد، وضعیت فساد بهبود پیدا کند و شاهد کاهش آن باشیم. او با بیان اینکه خبرهای خوبی از مذاکرات هسته‌ای به گوش می‌رسد، افزود: امیدوارم مذاکرات به زودی به توافق منجر شود. اگر این اتفاق رخ دهد حتماً شاهد تأثیرات مثبت آن در اقتصاد کشور خواهیم بود؛ هم‌زمان با افزایش مسال با ۳۰ پله نزول به رتبه ۱۵۰ رسیده‌ایم که این جای تأمل و تفکر دارد و امیدواریم با اتفاقاتی که در اقتصاد کشور خواهد افتاد، وضعیت فساد بهبود پیدا کند و شاهد کاهش آن باشیم. او با بیان اینکه خبرهای خوبی از مذاکرات هسته‌ای به گوش می‌رسد، افزود: امیدوارم مذاکرات به زودی به توافق منجر شود. اگر این اتفاق رخ دهد حتماً شاهد تأثیرات مثبت آن در اقتصاد کشور خواهیم بود؛ هم‌زمان با افزایش مسال با ۳۰ پله نزول به رتبه ۱۵۰ رسیده‌ایم که این جای تأمل و تفکر دارد و امیدواریم با اتفاقاتی که در اقتصاد کشور خواهد افتاد، وضعیت فساد بهبود پیدا کند و شاهد کاهش آن باشیم. او با

رئیس اتاق بازرگانی تهران همچنین اشاره‌ای به آخرین گزارش سازمان شفافیت بین‌المللی داشت و گفت: گزارش ارائه شده از سوی سازمان شفافیت بین‌المللی درباره شاخص ادراک فساد است. در سال ۲۰۱۷ ایران در بین ۱۸۰ کشور رتبه ۱۳۰ را داشت، اما متأسفانه امسال با ۳۰ پله نزول به رتبه ۱۵۰ رسیده‌ایم که این جای تأمل و تفکر دارد و امیدواریم با اتفاقاتی که در اقتصاد کشور خواهد افتاد، وضعیت فساد بهبود پیدا کند و شاهد کاهش آن باشیم. او با بیان اینکه خبرهای خوبی از مذاکرات هسته‌ای به گوش می‌رسد، افزود: امیدوارم مذاکرات به زودی به توافق منجر شود. اگر این اتفاق رخ دهد حتماً شاهد تأثیرات مثبت آن در اقتصاد کشور خواهیم بود؛ هم‌زمان با افزایش مسال با ۳۰ پله نزول به رتبه ۱۵۰ رسیده‌ایم که این جای تأمل و تفکر دارد و امیدواریم با اتفاقاتی که در اقتصاد کشور خواهد افتاد، وضعیت فساد بهبود پیدا کند و شاهد کاهش آن باشیم. او با بیان اینکه خبرهای خوبی از مذاکرات هسته‌ای به گوش می‌رسد، افزود: امیدوارم مذاکرات به زودی به توافق منجر شود. اگر این اتفاق رخ دهد حتماً شاهد تأثیرات مثبت آن در اقتصاد کشور خواهیم بود؛ هم‌زمان با افزایش مسال با ۳۰ پله نزول به رتبه ۱۵۰ رسیده‌ایم که این جای تأمل و تفکر دارد و امیدواریم با اتفاقاتی که در اقتصاد کشور خواهد افتاد، وضعیت فساد بهبود پیدا کند و شاهد کاهش آن باشیم. او با

یادداشت

تأثیر دهگانه تحریم‌ها بر کسب و کارها

افشین کلاهی

رئیس کمیسیون کسب‌وکارهای دانش‌بنیان اتاق ایران

تحریم‌های بین‌المللی از جنبه‌های مختلف بر اقتصاد کشور تأثیر می‌گذارد، اما برخی تأثیرها بلافاصله و مستقیم است که بیشتر این اثرات سریع بر بدنه فعالیت‌های اقتصادی و کسب و کارهاست. تحریم تهدید است و تأثیر آن بر فعالیت‌های اقتصادی و بازار کسب و کار قابل چشم‌پوشی نیست. البته که از برخی تهدیدها می‌توان فرصت‌سازی کرد، اما بدون شک، قطع ارتباط عادی تجارت بین‌الملل برای هر اقتصادی هزینه‌ساز خواهد بود. در این یادداشت، ۱۰ اثر تحریم بر فعالیت‌های کسب و کار تشریح شده است.

۱-نخستین اثر تحریم، لغو شدن بسیاری از قراردادهای بین‌المللی فعالان اقتصادی است که این قراردادها شامل تمام حوزه‌های تولیدی، پیمانکاری، کارفرمایی و… می‌شود. از بین رفتن ارتباطات بین‌المللی، اثر مستقیم تحریم است که تمام فعالیت‌های اقتصادی را مختل می‌کند.

۲-تحریم بانکی، فعالیت‌های بین‌المللی پولی- مالی را ممنوع کرد. ارتباطات بانکی شرکت‌های ایرانی با خارج محدود شده است. افراد ایرانی امکان افتتاح حساب و انتقال پول به صورت بانکی و سالم را از دست داده‌اند. البته علاوه بر تحریم‌های بانکی، تصویب نشدن افای‌تی اف هم بر مبادلات بانکی اثر مخرب دارد.

۳-تحریم باعث شده است که ایران از دریافت بسیاری از تسهیلات بین‌المللی محروم شود. بسیاری از اقدامات با فاینانس بین‌المللی پیش می‌رود که اکنون در ایران به خاطر تحریم فاینانس امکان اجرایی‌شدن ندارد.

۴-اثر مخرب و مهم دیگر تحریم‌ها، از دست دادن سرمایه‌گذاری خارجی است. یکی از موثرترین نیازها در بازار کسب و کار و فعالیت و تولید، سرمایه‌گذاری است. سرمایه‌های داخلی محدود و در حوزه تولید کمتر هم هست، اما به خاطر تحریم ما نمی‌توانیم سرمایه خارجی جذب کنیم.

۵-اثر دیگر تحریم بر نیروی انسانی و نیروهای جوان و مدیریتی است. وقتی ارتباط با شرکت‌ها و دنیای خارج قطع می‌شود، خود به خود سطح مهارت و آموزش نیروی انسانی شرکت‌ها کم می‌شود. ارتباط با شرکت‌های خارجی، مهارت نیروی کار و مهارت مدیریتی مدیران را ارتقا می‌دهد و آنان را با فعالیت‌های بین‌المللی آشنا می‌کند. کار کردن به صورت جزیره‌ای بدون اطلاع از تازه‌های مدیریتی و رفتارهای سازمانی بر موفقیت کسب و کار شرکت‌ها تأثیر معکوس دارد.

۶-اثر دیگر تحریم، مختل شدن صادرات است. درست است که صادرات کالا قطع نشده و ما صادرات اندکی داریم، اما صادرات سخت شده و تحریم‌ها هزینه‌های صادراتی را بسیار بالا برده است. به خاطر قطع تبادلات بانکی، مبادلات به صورت غیرمستقیم و از طریق واسطه انجام می‌گیرد. بنابراین هزینه جابه‌جایی پول افزایش یافته است.

۷-به خاطر تحریم، بسیاری از کسب و کارها امکان حضور در بازارهای بین‌المللی را از دست داده‌اند. در دنیای امروز استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های دانش‌بنیان به سرعت در حال پیشرفت هستند. این امکان از شرکت‌های استارت‌آپی ما به خاطر تحریم سلب شده و سطح ارتقا در بازارهای ما محدود است. شرکت‌ها نمی‌توانند فقط با حضور در بازارهای داخلی به رشد بالا برسند. شرکت‌ها فقط به سطحی از رشد می‌رسند و برای ادامه رشد نیاز به حضور در بازارهای بین‌المللی و بازار کشورهای همسایه دارند.

۸-اثر دیگر تحریم‌ها بر تبادلات فناوری است. نمی‌توانیم بگوییم که در تمام زمینه‌ها و تولیدات باید خودکفا باشیم. مزیت تولید در رقابت بین‌المللی و جذب سرمایه است. تبادل فناوری و تبادل مهارت، لازمه رشد تولید است. ما نمی‌توانیم همه نیازها را در داخل تولید کنیم و به سود بالا هم برسیم. بسیاری از شرکت‌های بزرگ دنیا، بخش تولید خود را به خارج از کشور منتقل کرده‌اند و با این اقدام سوددهی خود را چند برابر کرده‌اند.

۹-محدودیت در تأمین مواد اولیه، اثر دیگر تحریم است. نمی‌توانیم تولید را افزایش دهیم، چون نمی‌توانیم مواد اولیه را مستقیم وارد کنیم. مواد اولیه موردنیاز ما چند دست می‌چرخد و سپس وارد می‌شود. به همین دلیل، هزینه واردات مواد اولیه هم بالا رفته است.

۱۰-شروع به کار و فعالیت تحت تأثیر تحریم‌ها سخت شده است. برای ورود جدی به بازار کار، نیاز به سرمایه، مواد اولیه و ارتباطات خارجی است، اما مشکلات تحریم، کسب و کارها را کوچک و نیروی کاری مورد استفاده در شرکت‌ها را تقلیل داده است.

یک تن گواشی به ارزش ۴۵۵ هزار دلار وارد شد

تجارت ۸۳ میلیون دلاری ایران و آمریکا

ایران و آمریکا در ۱۰ ماهه امسال حدود ۸۳ میلیون دلار تبادل تجارت داشته‌اند که سهم واردات از این کشور بسیار بیشتر از صادرات بوده، هرچند تجارت صورت گرفته در مقابل حجم تجارت خارجی ایران قابل توجه نیست. وضعیت تجارت خارجی کشور در آمارهای گمرک نشان می‌دهد که در ۱۰ماهه امسال در مجموع حدود ۱۳۳،۶ میلیون تن کالا به ارزش ۸۰ میلیارد و ۲۳۶ میلیون دلاری برای تبادل تجاری ایران و سایر کشورها ثبت شده و گمرک ایران اینطور پیش‌بینی کرده بود که این رقم تا پایان سال به حدود ۹۸ میلیارد دلار برسد. از مجموع تجارت صورت‌گرفته در این مدت حدود ۳۸،۸ میلیارد دلار به صادرات و بیش از ۴۱،۴ میلیارد دلار به واردات اختصاص داشته است.
انطور که سید روح‌الله لطیفی، سخنگوی گمرک توضیح داده است، در ۱۰ ماهه سال ۱۴۰۰، مجموع تجارت ایران و آمریکا حدود ۱۰ میلیون دلار به وزن نزدیک به ۱۵ هزار تن بوده است. در این دوره زمانی، ۲۱۵ تن به ارزش ۲۵۱،۱ هزار دلار کالا از ایران به آمریکا صادر شده است، در حالی که در ۱۰ ماهه پارسال حجم صادرات ۱۷۳،۳ تن به ارزش ۸۵،۳ هزار دلار بوده و بیانگر رشد حدود سه برابری است. از اقلام صادراتی ایران به آمریکا می‌توان به لبنیات، مانند دوغ، خامه و پنیر و یا در سایر اقلام به زعفران، مربا، عرقیات سنتی، صنایع خاتم‌کاری، کتاب، کفشوش، چادر و برخی آلات موسیقی اشاره کرد. در این بین، یک تن گواشی به ارزش ۴۵۵ هزار دلار از آمریکا به ایران وارد شد. در مجموع در بخش واردات تا پایان دی ماه امسال حدود ۱۴،۵ هزار تن به ارزش ۸۲،۶ میلیون دلار انجام شده است که این رقم در ۱۰ ماهه سال گذشته حدود ۱۴،۴ هزار تن به ارزش ۶۴،۷ میلیون دلار بوده که نشان‌دهنده رشد حدود ۳۳ درصدی ارزش واردات از آمریکا است.

در بین اقلام وارداتی ایران از آمریکا نیز می‌توان به وارد حدود یک تن گواشی به ارزش بیش از ۴۵۵ هزار دلار اشاره کرد که مستقیماً از این کشور وارد ایران شده است، این در حالی است که گواشی‌های آمریکایی از سایر کشورها نیز به ایران وارد می‌شود. سایر کالاهای وارداتی نیز عمدتاً اقلام پزشکی و تجهیزات مربوطه بوده و یا در مواردی گاو نر مولد، فزل آلا برای پرورش و بدر سبزیجات نیز ثبت شده است.



ترسیم شود.

این گزارش می‌گوید که انتخاب سیاست‌ها از سوی دولت‌ها می‌تواند تأثیرات اقتصادی و سیاسی اصلاحات تجاری را به شدت تحت تأثیر قرار دهد. بنابراین جدای از رفع تحریم‌ها به عنوان پیش‌شرط پیاده‌سازی اصلاحات تجاری، تا زمانی که در سطح سیاست‌گذاری در یک کشور اجماع ایجاد نشود و بازیگران اجتماعی نیز در روند اصلاحات مشارکت نکنند، توفیق چندانی در نتیجه آزادسازی تجاری به بار نمی‌آید. در این راستا، ایجاد یک نهاد حکومتی برای هماهنگی در سیاست‌گذاری اصلاحات تجاری لازم است. این کار تضمین می‌کند که برخورداری از منافع حاصل از اصلاحات تجاری از منظر اندازه و توزیع، در بهترین حالت ممکن باشد و در ضمن، انحراف در بازارها و لطمات محیط‌زیستی نیز به حداقل برسد. الزام مهم ورود یک کشور به فضای تجارت آزاد جهانی، برخورداری از زیرساخت‌های به‌روز و مدرن است و بنادر و جاده‌ها، اینترنت، سامانه‌های تجارت و مجاری تبادلات بانکی اهمیت بسیاری دارند. فناوری ارتباطات، پلی بین بخش خدمات با صنعت و همینطور ابزار جمع‌آوری و نشر اطلاعات لازم برای تجارت است. بنابراین هر چه‌قدر کیفیت فناوری اطلاعات بالاتر باشد، پیاده‌سازی اصلاحات تجاری موثرتر خواهد بود. طبق آمارها، ۹۰ درصد تجارت جهانی از طریق بنادر صورت می‌گیرد، حال آنکه هیچ‌یک از بنادر ایران در بین ۵۰ بندر مهم جهان قرار ندارند. همچنین ایران به لحاظ سرعت اینترنت در سال ۲۰۲۱ از بین ۱۸۰ کشور جهان در رتبه ۱۳۴ ایستاد که بیانگر فاصله زیاد از متوسط جهانی است.

نقشه راه ادامه اصلاحات تجاری

تعیین تکلیف شرکت‌های تولیدی غیرکارآی تحت حمایت دولت، نکته دیگری است که مورد تأکید این گزارش قرار گرفته است. به‌رغم منافع چشمگیر سیاست‌های اصلاح تجاری، شرکت‌های محفوظ از رقابت خارجی که محصولات با کیفیت پایین‌تر و با قیمت بالاتر از سطح جهانی را به مصرف‌کنندگان داخلی عرضه می‌کنند، خود به خود در پی این اصلاحات حذف خواهند شد. لازم است برای کاهش عرضه‌های جانبی اصلاحات تجاری، قبل از اصلاح تجاری، این شرکت‌ها برای محیط رقابتی از طریق مشارکت با سرمایه‌گذاران خارجی برای بهره‌برداری از صرفه‌های ناشی از مقیاس و فناوری خارجی، تعدیل هزینه‌های جاری و چابک‌سازی آماده شوند. این امر مستلزم تصویب قوانین لازم در مجلس بدون تأثیرپذیری از فشارهای سیاسی ذی‌نفعان برای حفظ حمایت‌گرایی است.

لزوم آموزش کارگران برآی تطبیق با فعالیت‌های جدید هم بخش دیگری از برنامه اصلاحات اقتصادی است که می‌تواند گذار صنایع به عصر تجارت آزاد را با کمترین هزینه ممکن سازد. با اصلاحات تجاری، فعالیت‌های ناکارآمد حذف و فعالیت‌های کارآ و منطبق با نیاز جهانی حفظ یا ایجاد خواهد شد. برای اشتغال مجدد بیکاران در پی اصلاحات تجاری نیز لازم است بیکاران آموزش‌های حرفه‌ای را ببینند. از این رو باید تمهیدات لازم برای تطبیق اجرای فصل پنجم قانون کار با نیازهای آموزشی جدید اندیشیده شود.

براساس این گزارش، بسیاری از کشورهای در حال توسعه از باز شدن تجارت، منافع بسیاری کسب کرده‌اند. گسترش تجارت، منبع اصلی رشد سریع‌تر و اشتغال است. اقتصادهایی که بازترند، هم سطح اشتغال بیشتر و هم مشاغل باکیفیت‌تری دارند. تأثیرات باز بودن اقتصاد در درون کشورها تا حدودی به طور مساوی توزیع نمی‌شود، اما یافته‌های تازه نشان می‌دهد که موج اصلاحات تجاری در دهه‌های ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ تأثیر مثبتی بر رشد اقتصادی جهان داشته است. منافع حاصل از تجارت به ندرت به طور

طبق گزارش سازمان همکاری و توسعه اقتصادی

محدودیت‌های تجاری کمتر شد

جهان نظیر جمهوری چک، شیلی و ژاپن شناسایی کرده است. گزارش سازمان همکاری و توسعه اقتصادی همچنین به موانع جدید بر سر راه تجارت خدمات به ویژه شرایط سخت‌گیرانه غرب‌الگری سرمایه‌گذاری خارجی که قبلاً در سال ۲۰۲۰ در حال افزایش بود و در سال ۲۰۲۱ ادامه داشت نیز پرداخته است. در این رابطه تغییرات نظارتی دیگری در پاسخ به شیوع کووید ۱۹- نیز اعمال شده است. از جمله اینکه دولت‌ها اقداماتی را برای محافظت از سلامت عمومی و کاهش پیامدهای اقتصادی همه‌گیری انجام دادند. با این حال، بیشتر اقدامات درخصوص همه‌گیری کرونا، تأثیر اندکی بر پایگاه داده این شاخص دارند، چراکه این تمهیدات عمدتاً موقتی بوده و یا شامل بخش‌هایی مانند تهدات، تجهیزات حفاظتی و کالاهای ضروری بوده که تحت پوشش STRI نیستند. به گفته سازمان همکاری و توسعه اقتصادی (OECD)، تلاش‌های بلندپروازانه برای کاهش موانع تجارت خدمات می‌تواند مزایای قابل توجهی در کاهش هزینه‌های تجاری شرکت‌هایی که خدمات را فرامرزی ارائه می‌کنند، به همراه داشته باشد؛



مساوی در درون یک اقتصاد توزیع می‌شود، ضمن اینکه در پی اصلاحات تجاری به ویژه در کشورهای توسعه‌یافته، برخی مناطق، صنایع، بنگا‌ها و کارگران وضعیت بدتری نیز پیدا کرده‌اند؛ به عنوان مثال، وقتی منابع از فعالیت‌های با بهره‌وری کم به سوی بهره‌وری بالا می‌رود، به لطف حفاظت از رقابت خارجی از طریق عوارض ممکن است موجب نابودی صنایعی شود که قبلاً سودآور بودند. حمایت دولت، خرید محصولات تولیدی را برای مصرف‌کنندگان گران‌تر می‌کرد. در بسیاری از کشورهای در حال توسعه، تحریف در اقتصاد و بازارهای کار صرفاً می‌تواند به این معنا باشد که تخصیص‌های مجدد منابع در پی آزادسازی تجارت به آهستگی اتفاق خواهد افتاد. چون کسب‌وکارها بارها با موانع ورود و خروج روبه‌رو بوده‌اند، سرمایه‌گذاران در پی اصلاحات تمایلی به ریسک‌پذیری نخواهند داشت. این وضعیت با شبکه ناکافی حمایت از تسهیل تعدیل در بسیاری از کشورها ترکیب و باعث شده است برای کارگران کسب مهارت‌های جدید و حرکت به صنایع صادراتی دشوار شود.

اصلاحات سه‌گانه از نگاه بانک جهانی

بانک جهانی برای حل و فصل این مشکلات، سه رشته اصلاحات را پیشنهاد می‌دهد: اصلاحات در بازار کار، اصلاحات در تعرفه‌گذاری با هدف باز کردن درهای تجارت و اصلاحات در تولید صنعتی با هدف افزایش رقابت. اولین گام اصلاحات این است که باید تحریفات بازارها را کاهش داد. یک دلیل قوی برای پرداختن به رفتار ضدرقابتی در زمینه اصلاحات تجاری وجود دارد و آن، افزایش منافع حاصل از تجارت است. گزارش اخیر بانک جهانی در مورد تقویت ادغام جهانی آرژانتین، وابستگی متقابل بین تجارت، رقابت و سرمایه‌گذاری را آشکار می‌سازد. این گزارش، دستورالعملی را پیشنهاد می‌کند که اصلاحات سیاستی را در هر سه حیطه تجارت، رقابت و سرمایه‌گذاری در سطح ملی و محلی تحت پوشش قرار می‌دهد تا از طریق آن، اثرات تقویت‌کننده متقابلی مانند افزایش سرریز (Spillover) سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، کاهش قدرت انحصاری در بازار و بهبود بهره‌وری ایجاد شود. تقویت سطح یادگیری بنگاه‌ها، بهبود توان نهاده‌ها برای اعمال قانون و بهبود فضای کسب‌وکار از اقداماتی است که در این بخش توصیه شده است. این گزارش که با عنوان «تقویت تجارت فراگیر: دستور کار سیاستی دولت» از سوی موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی منتشر شده، می‌گوید که منافع حاصل از تجارت آزاد باید به شکل افزایش مصرف در سطح به افراد و خانوارها منتقل شود. اقدام مهم دیگر این است که هزینه‌های تجارت کاهش یابد. کاهش هزینه‌های تجارت از طریق زیرساخت‌های بهتر، به خانوارهای فقیر امکان دسترسی به بازارها و انتقال را می‌دهد؛ ضمن اینکه بنگاه‌های کوچک و متوسط را قادر می‌سازد به نهاده‌ها با قیمت رقابتی در سطح جهانی و فناوری بین‌المللی دسترسی پیدا کنند.

توصیه سوم بانک جهانی این است که سیاست‌گذار باید به تعدیل بازار کار سرعت ببخشد تا سرعت جابه‌جایی و تحرک کارگران بین صنایع و بنگاه‌ها سرعت گیرد. سیاست‌هایی که به کارگران کمک می‌کند تا به صنایع و مناطق صادراتی در حال رشد مهاجرت کنند، برای افزایش منافع حاصل از تجارت ضروری است. به طور کلی، برخی از زبان‌های ناشی از تعدیلات مرتبط با تجارت اجتناب‌ناپذیر است. یکی از درس‌های مهم تجربیات گذشته در مورد اصلاحات تجاری، اهمیت اطمینان از این است که کارگران بتوانند با سرعت به سراغ مشاغل جدید بروند، چراکه در صورت عدم‌حمایت، بسیاری از کارگران شغل از دست داده، سر از اقتصاد غیررسمی درمی‌آورند.

به‌ویژه اگر روند سال ۲۰۲۱ در سال‌های آینده ادامه یابد. اگر کشورها بتوانند نیمی از شکاف‌های نظارتی را با راهکارهای بهینه برطرف کنند، به طور متوسط و در بین بخش‌های گوناگون، هزینه‌های تجارت خدمات می‌تواند در میان‌مدت بین ۶ تا ۱۶ درصد کاهش یابد. دستور کار بلندپروازانه تجارت خدمات، از جمله تعهد دسترسی به بازارهای جدید خدمات در چارچوب توافق‌نامه‌های تجاری و سرمایه‌گذاری جامع، می‌تواند این امر را محقق کند. گرایش به سمت بازار آزاد تجارت خدمات که در نظارت‌های سالانه OECD مورد توجه قرار گرفته است، همراه با تصویب سند مرجع سازمان تجارت جهانی (WTO) درخصوص مقررات داخلی خدمات در پایان سال ۲۰۲۱ نشان‌دهنده اراده جمعی برای آزادسازی تجارت خدمات است. تجزیه‌وتحلیل OECD نشان می‌دهد که اجرای کامل برنامه‌های جدید سازمان تجارت جهانی می‌تواند کاهش هزینه‌های تجارت خدمات را تا ۱۵۰ میلیارد دلار در بخش‌های خدمات مالی، تجاری، ارتباطات و حمل‌ونقل به دنبال داشته باشد.

بانک‌نامه

سیر نزولی دلار در صرافی‌های بانکی

سکه ۱۲۰ هزار تومان ارزان شد

سیر نزولی قیمت دلار در صرافی‌های بانکی ادامه یافت و نرخ دلار در این صرافی‌ها با ۲۷۲ تومان کاهش در روز سه‌شنبه با قیمت ۲۴ هزار و ۳۴۵ تومان معامله شد. قیمت فروش یورو نیز با کاهش ۶۰۵ تومانی نسبت به روز قبل به ۲۸ هزار و ۱۵۸ تومان رسید. قیمت خرید هر دلار ۲۴ هزار و ۱۰۳ تومان و نرخ خرید هر یورو نیز ۲۷ هزار و ۸۷۸ هزار تومان اعلام شد. قیمت سکه نیز دیروز ۱۳۰ هزار تومان پایین آمد و به رقم ۱۱ میلیون و ۵۹۰ هزار تومان رسید تا نوسان سکه در کانال ۱۱ میلیونی کماکان ادامه یابد. بر این اساس، ارزش هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید با ۱۳۰ هزار تومان کاهش قیمت به ۱۱ میلیون و ۵۹۰ هزار تومان رسید و سکه تمام بهار آزادی طرح جدید با ۱۳۰ هزار تومان رسید. همچنین نیم‌سکه بهار آزادی ۶ میلیون و ۶۰۰ هزار تومان، ربع سکه ۳میلیون و ۶۲۰ هزار تومان و سکه یک گرمی ۲ میلیون و ۲۷۰ هزار تومان قیمت خورد. در بازار طلا نیز نرخ هر گرم طلای ۱۸ عیار به یک میلیون و ۱۵۹ هزار تومان رسید و قیمت هر مثقال طلا نیز ۵ میلیون و ۲۳ هزار تومان شد. انس جهانی طلا هم با قیمت یک‌هزار و ۸۱۹ دلار و ۹۴ سنت معامله شد.

رشد ۴۰ برابری وام ازدواج از ابتدا تاکنون

سرگذشت ۱۲ ساله وام ازدواج

وام ازدواج به صورت رسمی از سال ۱۳۸۸ وارد شبکه بانکی کشور و پرداخت این وام برای بانک‌ها واجب شد؛ بررسی سرگذشت رقم این تسهیلات از آن زمان تا رقم ۱۲۰ میلیونی تصویب شده برای سال آینده، از رشد ۴۰ برابری وام ازدواج حکایت دارد.

به گزارش ایستنا، وام ازدواج یکی از وام‌های پرتقاضا در سیستم بانکی کشور است که از سال ۱۳۸۸ رسماً وارد شبکه بانکی شد. اکنون با گذشت ۱۲ سال از ورود وام ازدواج به خانواده تسهیلات بانک‌ها، کمیسیون تلفیق بودجه ۱۴۰۱ برای سال آینده تصویب کرده تا بانک‌ها به هر یک زوجین که تاریخ عقد آنها از اول فروردین‌ماه سال ۱۳۹۷ تا ۱۴۰۱ باشد، ۱۲۰ میلیسون تومان وام ازدواج دهند و مبلغ وام ازدواج برای زوج‌های زیر ۲۵ سال و زوج‌های زیر ۲۳ سال را ۱۵۰ میلیون تومان تعیین کرده است. این در حالی است که دولت در لایحه بودجه سال آینده بند مربوط به وام ازدواج را حذف کرده و تصمیم‌گیری درباره چگونگی پرداخت تسهیلات تکلیفی از جمله وام ازدواج را به عهده هیأت وزیران گذاشته بود. در شرایطی تصویب وام ازدواج به مبلغ ۱۲۰ میلیون تومان برای سال آینده صورت گرفته است که رقم این وام از سال ۱۳۸۸ تا پایان سال ۱۳۹۴ و حتی تا سه ماه ابتدایی سال ۱۳۹۵ با وجود نوساناتی که در اقتصاد ایران رخ داده و حتی تورم تا ۴۵ درصد نیز رفته بود، تغییری نداشت و تا ۳ میلیون تومان باقی ماند.

اما در بودجه سال ۱۳۹۵ بود که با پیشنهاد مجلس و البته مخالفت‌هایی که در ابتدا از سوی دولت صورت گرفت، در نهایت مبلغ وام ازدواج به یکباره با رشد سه برابری همراه شده و به ۱۰ میلیون تومان رسید. در سال ۱۳۹۶ نیز مبلغ وام ازدواج ۱۰ میلیون تومان باقی ماند تا در نهایت، رقم وام ازدواج در سال ۱۳۹۷ به ۱۵ میلیون تومان رسید. در ادامه روند سالانه افزایش مبلغ وام ازدواج، با دو برابر شدن رقم تسهیلات قرض‌الحسنه ازدواج در سال ۱۳۹۸، رقم این وام به ۳۰ میلیون تومان رسید و در سال‌های ۱۳۹۹ و ۱۴۰۰ نیز مبلغ وام ازدواج به ترتیب به ۵۰ و ۷۰ میلیون تومان افزایش یافت. البته برای کاهش سنن ازدواج جوانان، بانک مرکزی در سال جاری مکلف شد که تسهیلات قرض‌الحسنه ازدواج برای زوج‌های زیر ۲۵ سال و زوج‌های زیر ۲۳ سال واجد شرایط دریافت تسهیلات ازدواج را تا سقف ۱۰۰ میلیون تومان افزایش دهد. بنابراین بررسی سرگذشت رقم وام ازدواج از سال ۱۳۸۸ تا ۱۴۰۱ حاکی از آن است که این وام از ۳ میلیون به ۱۲۰ میلیون تومان رسیده و با رشد ۴۰ برابری مواجه شده است.

وام نصف قیمت مسکن تا پایان بهمن تمدید شد

پرواز قیمت اوراق مسکن

طرح دریافت تسهیلات اوراق مسکن با نصف شدن هزینه خرید اوراق که از اواخر آذرماه امسال به اجرا درآمده تا پایان بهمن ماه تمدید شده و این در حالی است که قیمت هر برگ اوراق تسه از اوایل دی ماه تاکنون حدود ۶۴ درصد افزایش داشته است؛ بر این اساس مشوق بانک مسکن مبنی بر معافیت از پرداخت بهای نیمی از اوراق تقریباً بی‌اثر شد.

بانک مسکن در ۲۳ آذرماه اعلام کرد که به مناسبت هشتاد و سومین سالگرد تاسیس این بانک، هزینه دریافت تسهیلات مسکن از محل اوراق گواهی حق تقدم ۵۰ درصد کاهش یافته است. مدت زمان استفاده از این مشوق تا یک ماه اعلام و البته سپس تا ۱۵ بهمن ماه تمدید شد. اخیراً نیز طی نامه‌ای که اداره کل نظارت و ارزیابی اعتباری بانک مسکن خطاب به معاون نظارت بازار فرابورس نوشته، تمامی متقاضیان تسهیلات خرید مسکن از محل اوراق ممتاز تا تاریخ ۳۰ بهمن ماه ۱۴۰۰ صرفاً نسبت به خرید اوراق ممتاز به میزان ۵۰ درصد تسهیلات درخواستی اقدام کنند. این موضوع مشمول متقاضیان تسهیلات جعاله تعمیر واحد مسکونی (به صورت همزمان با خرید) نیز هست. با توجه به این نامه، مهلت استفاده از این نوع تسهیلات تا ۰۳ بهمن تمدید شده است.

اگرچه بانک مسکن با مشوق جدید در آذرماه تلاش کرده توان خرید متقاضیان را افزایش دهد، میانگین قیمت هر برگ اوراق تسهیلات مسکن (تسهه) که تا اوایل دی ماه حدود ۸۷ هزار تومان بود، روز ۱۹ بهمن ماه به متوسط ۱۴۳ هزار و ۶۰۰ تومان رسید. با این جهش قیمت وام اوراق مسکن، مشوق بانک مسکن مبنی بر عدم الزام متقاضیان برای خرید نیمی از اوراق تقریباً بی‌اثر شده است. متقاضیان دریافت تسهیلات ۴۰۰ میلیون تومانی از محل اوراق در شهر تهران که پیش از این برای دریافت این تسهیلات باید ۸۰۰ فقره اوراق خریداری و به بانک ارائه می‌کردند هم‌اکنون تنها با خرید و ارائه ۴۰۰ فقره اوراق می‌توانند تسهیلات ۴۰۰ میلیون تومانی را دریافت کنند. ۸۰ میلیون تومان نیز تسهیلات جعاله است که در سراسر کشور پرداخت می‌شود که هم‌اکنون متقاضیان با خرید و ارائه ۵۰ درصد از این تعداد اوراق به ۸۰ فقره اوراق می‌توانند اقدام به دریافت تسهیلات جعاله کنند. بدین ترتیب زوجین در تهران می‌توانند تا سقف ۴۸۰ میلیون تومان از تسهیلات اوراق استفاده کنند. به مجردهای تهرانی نیز از این طریق ۲۰۰ میلیون تومان وام به اضافه ۸۰ میلیون تومان تسهیلات جعاله پرداخت می‌شود.

جغرافیای استانی در آمد و هزینه



از کالاها در سال ۱۴۰۰ به مراتب بیشتر باشد.

در سال ۹۹ با شدت گرفتن تورم و بروز پیامدهای اقتصادی کرونا، ضریب جینی بر مدار افزایشی (نابرابری بیشتر) قرار گرفت و به رقم ۰٫۳۸۳ رسید. خانوارهای شهرنشین در استان‌های سیستان و بلوچستان، همدان و تهران نابرابری بیشتری را در این سال تجربه کردند. همچنین خانواده‌ها در استان‌های چهارمحال و بختیاری، همدان و البرز نیز نابرابرترین در سطح روستایی بودند. برآیند اعداد و ارقام نابرابری در شهرها و روستا نشان می‌دهد که خانوارهای استان همدان چه در شهر زندگی کرده باشند و چه در روستا، نابرابری بیشتری را تجربه کردند.

براساس آمارها، متوسط هزینه کالاهای غیرخوراکی خانوارهای شهری کشور در این بازه پنج ساله از ۲۱ میلیون تومان به بیش از ۴۶ میلیون تومان رسید. در این سال‌ها به دلیل تبعات خروج آمریکا از برجام و بازگشت تحریم‌های نفتی و همچنین شیوع کرونا، تورم کالاهای غیرخوراکی نیز افزایش قابل توجهی پیدا کرد که شاهد مثال آن، متوسط قیمت مسکن در تهران و شهرهای دیگر بود. در سال گذشته رتبه نخست هزینه کالاهای غیرخوراکی از آن پایتخت با ۷۶ میلیون ۸۰۰ هزار تومان بود. البرز با ۵۵٫۴ میلیون تومان و مازندران با حدود ۵۰ میلیون تومان در رتبه‌های دوم تا سوم گران‌ترین استان‌های کشور قرار داشتند.

هزینه خوراکی بالا در استان خوزستان

نکته دیگر درخصوص هزینه‌های غیرخوراکی، فاصله ۵۳٫۵ میلیون تومانی میان گران‌ترین و ارزان‌ترین (خراسان شمالی) استان کشور است. در سال ۹۶ فاصله میان گران‌ترین و ارزان‌ترین استان‌ها حدود ۲۶ میلیون تومان بود و افزایش ۲۷ میلیون تومانی این شکاف استانی نشان می‌دهد که با هر تکه‌انه ارزی و بروز مشکلات اقتصادی سرعت «گران شدن» کالاهای غیرخوراکی در استان‌ها نیز تغییر کرده، به طوری که خانه‌دار شدن در برخی از استان‌ها به آرزو تبدیل شده است. به عنوان مثال، مقایسه هزینه کالاهای غیرخوراکی نشان می‌دهد که پایتخت در سال گذشته چقدر گران شده و چرا پدیده مهاجرت به حاشیه شهرها، اجاره‌نشینی در کلنکس و اتوبوس‌خوایی پدید آمده است. در واقع افراد در این شرایط مجبورند راهی برای غلبه بر افزایش هزینه کالاهای غیرخوراکی پیدا کنند. وضعیت تفاوت هزینه‌ای در خانواده‌های روستایی نیز به وخامت خانواده‌های شهری است؛ خانواده‌های روستانشین استان البرز بیشترین هزینه برای کالاهای غیرخوراکی (حدود ۴۰ میلیون تومان) را در سال گذشته پرداخت کردند و در سوی مقابل نیز روستاشینان استان سیستان و بلوچستان، ارزان‌ترین استان کشور (با ۸ میلیون تومان هزینه) نام گرفتند. تفاوت میان گران‌ترین و ارزان‌ترین روستاهای کشور نیز ۳۲ میلیون تومان بوده است.

فرصت امروز: فاصله بین پردرآمدترین و کم‌درآمدترین استان‌های کشور به ۶۱٫۲ میلیون تومان رسیده است. گزارش تازه مرکز آمار ایران نشان می‌دهد خانواده‌های شهری استان تهران در سال گذشته درآمد ۱۰۹ میلیون تومانی داشتند که در مقایسه با خانواده‌های شهری استان سیستان و بلوچستان، ۶۱٫۲ میلیون تومان درآمد بیشتری کسب کرده‌اند. بدین ترتیب، در حالی فاصله میان پردرآمدترین و کم‌درآمدترین استان‌های کشور ۶۱٫۲ میلیون تومان است که متوسط درآمد سالانه کل کشور ۷۴٫۶ میلیون تومان اعلام شده بود. یعنی خانوارهای شهری ۲۸ استان، درآمدی کمتر از متوسط درآمدی کشور داشته‌اند و به جز پایتخت، استان‌های البرز و مازندران متوسط درآمد بالاتر از میانگین کشوری را تجربه کرده‌اند. در سال گذشته همچنین با شدت گرفتن روند تورم و همینطور آشکار شدن پیامدهای اقتصادی شیوع کرونا، ضریب جینی بر مدار افزایشی (نابرابری بیشتر) حرکت کرد و به رقم ۰٫۳۸۳ رسید. بر این اساس، خانوارهای شهرنشین در استان‌های سیستان و بلوچستان، همدان و تهران بیشترین نابرابری را در این سال متحمل شدند. از سوی دیگر، استان‌های چهارمحال بختیاری، همدان و البرز نیز نابرابرترین استان‌ها در سطح خانوار روستایی بوده‌اند. جالب اینکه برآیند اعداد و ارقام نابرابری در شهرها و روستاها نشان می‌دهد خانوارهای استان همدان چه در شهر زندگی کرده باشند و چه در روستا، نابرابری بیشتری را در سال ۹۹ تجربه کرده‌اند.

فاصله ۶۱ میلیونی درآمد در استان‌ها

مرکز آمار ایران در گزارش تازه خود به بررسی جایگاه اقتصادی استان‌ها بین سال‌های ۱۳۹۵ تا ۱۳۹۹ پرداخت. با استناد به این داده‌های آماری، متوسط هزینه کالاهای غیرخوراکی خانواده‌های شهری در این دوره زمانی با رشد ۱۱۹ درصدی به ۴۶ میلیون تومان و برای خانواده‌های روستایی با جهش ۱۲۲ درصدی به ۲۰ میلیون تومان رسیده است. افزایش هزینه درخصوص کالاهای خوراکی و آشامیدنی نیز بسیار محسوس بود و نرخ رشد سبد معیشتی خانواده‌های شهری و روستایی به ترتیب با رشد ۱۶۶ درصدی و ۱۱۶ درصدی به ۱۶ میلیون تومان و ۱۳ میلیون تومان رسید. جهش‌های بالای ۱۰۰ درصدی در سبد مصرفی خانواده‌های کل کشور علاوه بر کاهش رفاه، مشکلات و بیماری‌های جسمی فراوانی برای افراد ایجاد کرده که نمونه آن را می‌توان در آینده‌ای نه‌چندان دور و با بروز انواع مشکلات جسمانی مشاهده کرد.

در همین بازه زمانی، درآمد‌های خانوارهای شهری ۱۴۵ درصد و خانوارهای روستایی ۱۳۶ درصد افزایش یافت. اگرچه که این میزان افزایش بیشتر از جهش قیمت کالاهای غیرخوراکی بود، اما جهش قیمتی در کالاهای خوراکی به خصوص برای خانواده‌های شهری به مراتب بالاتر از درآمد‌های‌شان گزارش شد و انتظار می‌رود جهش قیمتی در این گروه

آغاز خرید الکترونیکی سفته از امروز

سفته الکترونیکی شد

اسلامی و اسناد تسویه خزانه در قوانین بودجه سنواتی طراحی شده است. هدف این سامانه همانا شناسایی ثبت، پایش، گزارشگری بدهیها و تسهیل تأمین مالی دولت و تسویه و تها‌ت بدهی و مدیریت اوراق مالی است. براساس آمارها تا تاریخ ۱۶ بهمن ماه امسال بالغ بر ۱۴۴۸ سند به مبلغ ۲۷ هزار و ۹۴۸ میلیارد ریال اوراق و اسناد مالی تسویه شده است. در آیین بهره‌برداری از این سامانه تاکید شد که تمام دستگاه‌های کشور به سامانه مرکز مدیریت بدهی‌های عمومی و روابط مالی دولت، دسترسی دارند تا بتوانند از این طریق اقدام کنند.

وزیر اقتصاد در این مراسم با اشاره به اینکه امروز همزمان با سایر اقدامات وزارت اقتصاد، از چهار سامانه جدید این وزارتخانه در حوزه‌های مختلف رونمایی شد، گفت: این سامانه‌ها با هدف کاربری از دستگاه‌های استانی و ملی طراحی و عملیاتی شده‌اند. به گفته خاندوزی، یکی از این سامانه‌ها در حوزه خزانه‌داری کشور و سامانه‌های دیگر در حوزه رصد بدهی‌های دولت و اوراق دولتی بوده و به دولت این اجازه را می‌دهد که صفر تا صد بدهی‌های دولت و اوراق دولتی را رصد و پیگیری کند. همچنین این سامانه‌ها موضوع ارائه تسهیلات به بخش اشتغال را رصد می‌کنند و به دولت این امکان را می‌دهند که نظارت دقیقی در این حوزه‌ها داشته باشند.

نگاه



سعید لیلیاز: بررسی کرد

ارزندگی ۴۸ مگا پروژه صنعتی

روز یکشنبه بود که عملیات اجرایی ۴۸ پروژه بزرگ صنعتی کشور با اعتباری معادل ۱۷ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری با حضور رئیس‌جمهور آغاز شد. سعید لیلیاز؛ کارشناس اقتصادی درباره آغاز عملیات این ۴۸ مگا پروژه صنعتی به ایرنا می‌گوید: این طرح، یکی از پیشران‌های اقتصادی است و با توجه به عقب‌ماندگی‌هایی که از گذشته وارث آن هستیم، می‌تواند بخشی از مشکلات کشور را حل کند.

او آغاز عملیات اجرایی ۴۸ مگا پروژه صنعتی را بسیار ارزنده و جسورانه دانست و افزود: دولت برای عملیاتی کردن کارهای بزرگ، بسیار باید تشویق شود، البته هدایت اقتصادی دولت بسیار مهم است و باید ادامه داشته باشد و آغاز عملیات مگا پروژه‌های صنعتی نیازمند سرمایه‌گذاری لازم و ارتقای بهره‌وری است تا بتوانیم مشکلات کشور را حل کنیم، حتی اگر تعداد طرح‌ها را از ۴۸ طرح به ۱۰۰ و حتی ۳۰۰ طرح افزایش دهیم، آن هم نه ۵۰۰ هزار میلیارد تومان که به هزار تریلیون تومان برسانیم، یعنی پروژه را دو برابر کنیم باز نمی‌توانیم عقب‌ماندگی‌های اقتصادی کشور که وارث آن هستیم، را جبران کنیم.

لیلیاز توضیح داد: سهم تشکیل سرمایه در تولید ناخالص داخلی ایران نسبت به نیمه دهه ۱۳۸۰ رسیده و اگر فرض کنیم تولید ناخالص داخلی امسال حدود ۷ هزار میلیارد تومان است، چیزی حدود هزار تریلیون تومان اقتصاد ایران کسری سرمایه نسبت به نیمه دهه ۱۳۸۰ دارد به این معنا که این پروژه‌هایی که رئیس‌جمهوری تعریف کردند و قرار است در مدت پنج سال اجرایی شود، تنها یک‌دهم مشکلات و ۱۰ درصد کسری سرمایه‌گذاری داخلی کشور را حل می‌کند آن هم نسبت به سال ۱۳۸۵ نه نسبت به آنچه نیاز فاعلی ماست در نتیجه نباید این اعداد بزرگ ما را نسبت به عقب‌ماندگی‌های اقتصادی گمراه کند و یک رضایت کاذب نسبی به ما بدهد.

این کارشناس اقتصادی یادآور شد: دولت برای عملیاتی کردن کارهای بزرگ، بسیار باید تشویق شود، اما باید توجه داشت که الان در مقایسه با نیمه دهه ۱۳۸۰، حدود هزار تریلیون تومان سرمایه‌گذاری سالانه کسری داریم و آغاز عملیات مگا پروژه‌های صنعتی نیازمند سرمایه‌گذاری لازم و ارتقای بهره‌وری است تا بتوانیم درصد بیشتری از مشکلات کشور را حل کنیم. به گفته لیلیاز، سرمایه‌گذاری که برای حل درصد بیشتری از مشکلات کشور نیاز داریم، به مراتب فراتر از میزان سود انباشته‌ای است که شرکت‌های بزرگ خواهند به اقتصاد تزریق کنند؛ در واقع سود انباشته این شرکت‌ها اندک‌تر نیست که به صرف این مبالغ در ۴۸ پروژه بتوانیم به رشد اقتصاد ۸ درصد برسیم بلکه برای هدف‌گذاری رشد ۸ درصدی علاوه بر سرمایه‌گذاری‌های بخش خصوصی، به تحقق بودجه دولت هم نیاز داریم، چراکه از نظر علم اقتصاد، رشد اقتصادی دو بال دارد، یعنی از دو طریق می‌توان به رشد اقتصادی رسید؛ یکی تشکیل سرمایه یا همان سرمایه‌گذاری و دیگری رشد بهره‌وری است.

وی ادامه داد: براساس مطالعات سازمان ملل، از هر مقدار رشد اقتصادی ایالات متحده در ۵۰ سال اخیر، ۲۱ درصد آن، از محل اقتصاد بهره‌وری صورت گرفته نه از محل رشد سرمایه‌گذاری و یک‌سوم رشد اقتصادی آمریکا در نیم‌قرن اخیر از طریق بهبود بهره‌وری بوده یعنی بهره‌وری همین سرمایه موجود که داریم و کل رشد اقتصادی چین نیز در قرن اخیر از طریق بهبود بهره‌وری صورت گرفته است. در قوانین برنامه کشور نیز برای رشد اقتصادی قرار بوده ارتقای رشد بهره‌وری را داشته باشیم که یک بخش تحقق رشد بهره‌وری به توسعه فضای عمومی کسب‌وکار و بخش دوم به کاهش تصدیگری دولت بستگی دارد.

این تحلیلگر مسائل اقتصادی افزود: البته هدایت اقتصادی دولت بسیار مهم است و باید ادامه داشته باشد، اما تصدی دولت کار را مشکل می‌کند. ضمن اینکه تحقق رشد اقتصادی ۸ درصد نیز باید دو اقدام اساسی انجام شود: یکی ارتقای بخش خصوصی پای کار بیاید و سرمایه‌گذاری کند دوم بهره‌وری طوری ارتقا پیدا کند که بخش خصوصی را علاقه‌مند به سرمایه‌گذاری کند. در واقع یک ثبات در سیاست لازم داریم تا بخش خصوصی با احساس امنیت بیشتری وارد سرمایه‌گذاری شود. به عنوان مثال؛ در خصوص نرخ دلار لازم نیست همه تلاش خود را برای کاهش نرخ دلار به کار بگیریم بلکه معتقدم بر جای اینکه در صد کاهش نرخ دلار باشیم، باید به فکر تثبیت قیمت باشیم و این هزار بار بهتر از این است که دلار را پایین بیاوریم و چند ماه دیگر دوباره بالا برود. با موضوع تعیین تکلیف ارز ۴۲۰۰ تومانی خیلی مهم است و اگر دولت این موارد را برای اقتصادگردان‌ها شفاف کند، حتما به رشد اقتصاد ۸ درصدی خواهیم رسید. او با بیان اینکه برای اینکه به سال ۱۳۸۵ برسیم باید این پروژه‌ها را ۱۰ برابر کنیم و اگر بخوایم عقب‌ماندگی اقتصادی گذشته را جبران کنیم، باید پروژه‌ها ۲۰ برابر کنیم، گفت: برآوردها نشان می‌دهد که فقط در بخش نفت حدود ۴۰۰ هزار میلیارد کسری سرمایه‌گذاری وجود دارد. یعنی عقب‌ماندگی سرمایه‌گذاری فقط در بخش نفت آن هم با توجه به اینکه حیاتی‌ترین بخش اقتصاد ایران است، کسری وجود دارد که این مشکل در بخش‌های دیگر مانند بخش مسکن و بخش ماشین‌آلات و ... نیز دیده می‌شود. واقعبین این است که همان‌طور که رهبر انقلاب اسلامی فرمودند: در ۱۵ سال گذشته شاهد فقدان سرمایه‌گذاری بودیم یعنی اقدام رئیس‌جمهوری در آغاز عملیات اجرایی ۴۸ مگا پروژه در راستای تاکید رهبری برای افزایش سرمایه‌گذاری صورت گرفت.

لیلیاز در ادامه صحبت‌هایش پیشنهاد داد: پیشنهاد می‌کنم که این سرمایه‌گذاری‌ها بتوانند کسری سرمایه‌گذاری را جبران کنند نه اینکه جایگزین سرمایه‌گذاری‌های بخش خصوصی شود. چراکه بزرگترین مسئله ما در ۱۵ سال گذشته که دولت قبل هم نتوانست این مسئله را حل کند، فرار بخش خصوصی به‌ویژه آن بخش مولد از اقتصاد ایران بود. یعنی کاهش شدید سرمایه‌گذاری بخش خصوصی؛ بنابراین دولت باید توجه داشته باشد که این سرمایه‌گذاری که الان قرار است اجرایی شود نباید جانشین شود بلکه باید فضای عمومی کسب‌وکار در ایران را به نحوی تقویت کند که بخش خصوصی، آن ۱۰ درصدی را که رئیس‌جمهوری جبران کردند و واقعا هم در این زمینه مجاهدت کردند، به همین میزان بسنده شود.

به گفته این کارشناس اقتصاد سیاسی، حدود ۲۲ سال پیش یعنی سال ۱۳۷۸ نیز پیشنهاد دادند که ۱۰ مگا پروژه تعریف شود، نه فقط در حوزه‌های خاصی بلکه در حوزه‌های کلی نظیر برقی کردن راه‌آهن تهران - مشهد به اکمل راه‌آهن تهران - کرمان و اگر درست به توسعه بخش ریلی توجه شده بود، الان ایران می‌توانست سه برابر راه‌آهن داشته باشد، چراکه هیچ مانع فنی، اقتصادی، اجرایی و علمی برای اجرای این کار وجود نداشت. یعنی از ریل و زیرساخت سیمانی گرفته تا واگن‌ها و لکوموتیو همه در داخل ایران قابل تولید است و ما توانایی فنی و اقتصادی این کار را داریم.



فرصت امروز: دماسنج بازار سهام در معاملات چهارمین روز هفته به مدار صعودی بازگشت تا تالار شیشه‌ای پس از دو روز معاملاتی بار دیگر سبزپوش شود. پس از آنکه شاخص بورس تهران در معاملات روز یکشنبه با افت بیش از ۲۲ هزار واحدی بار دیگر به کانال ۱،۲ میلیونی سقوط کرد، این روند نزولی در سوسمین روز هفته هم ادامه یافت و شاخص کل بازار سهام بیش از ۷ هزار واحد دیگر ریخت. پس‌روی دو روزه نماگر اصلی تالار شیشه‌ای در کانال ۱،۲ میلیون واحدی اما با رشد بیش از ۶ هزار واحدی در معاملات روز گذشته متوقف شد و حقیقی‌ها نقش مهمی در این رشد دسته‌جمعی شاخص‌های بورسی داشتند.

در جریان معاملات روز سه‌شنبه ۱۹ بهمن ماه، معادل ۵۹ درصد کل ارزش خرید را حقیقی‌های بازار انجام دادند، در حالی که حقوقی‌ها با ۴۱ درصد از ارزش کل معاملات، سهم کمتری را نسبت به حقیقی‌ها در ورود نقدینگی به بازار داشته‌اند. همچنین سهم حقیقی‌ها از کل حجم خرید معادل ۸۱ درصد و سهم حقوقی‌ها نیز معادل ۱۹درصد بوده است. از سوی دیگر، سهم حقیقی‌ها از کل ارزش فروش در حالی معادل ۶۰٫۶ درصد بود که حقوقی‌ها با سهم ۳۹٫۴ درصدی، سهم کمتری را نسبت به حقیقی‌ها در خروج نقدینگی داشتند. همچنین سهم حقیقی‌ها از کل حجم فروش معادل ۷۴ درصد و سهم حقوقی‌ها هم معادل ۲۶ درصد بوده است. نهایتا بازار سهام با ۷۸ صف خرید به ارزش ۴۳۳ میلیارد و ۵۷۱ میلیون ریال به کار خود پایان داد و در سوی دیگر با ۱۰۴ صف فروش به ارزش ۲ هزار و ۴۷۱ میلیارد و ۷۸۷ میلیون ریال حرکت خود را تمام کرد.

رشد دسته‌جمعی شاخص‌های بورسی

روند حرکت بازار سهام در روز سه‌شنبه برخلاف روزهای قبل صعودی بود و شاخص بورس تهران بیش از ۶ هزار واحد ارتفاع گرفت. سایر شاخص‌ها نیز در این روز بر مدار صعودی حرکت کردند. در جریان معاملات روز گذشته، شاخص کل بورس با افزایش ۶ هزار و ۷۰۲ واحدی به رقم یک میلیون و ۲۸۱ هزار واحد رسید و شاخص هم‌وزن با یک هزار و ۶۳۳ واحد کاهش، رقم ۳۳۵ هزار و ۶۲۰ واحد را به ثبت رساند. در چهارمین روز معاملاتی هفته، بیش از ۵ میلیارد و ۴۹۳ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۴۴ هزار و ۸۰۵ میلیارد ریال در بورس اوراق بهادار تهران دادوستد شد. شاخص بازار اول، افزایش ۶ هزار و ۸۶۷ واحدی و شاخص بازار دوم، افزایش ۷ هزار و ۴۳۸ واحدی را تجربه کردند.



بورس تهران به مدار صعودی بازگشت

بازار سبز در دستان حقیقی‌ها



ارز نیمایی است زیرا فروش‌های آنها با همان نرخ نیمایی است. به گفته وی، در همه بورس‌های دنیا فاکتور ارز محلی در نوسانات شاخص بورس آن کشور بسیار موثر است. در ایران نیز وزن قضیه فوق به دلیل ساختار تورمی و به واسطه نوسانات ارزی بسیار زیاد است. به طوری که در مدت یک سال با نوسان ۱۰۰ درصدی یا در مدت یک ماه با نوسان ۳۰ تا ۳۵ درصدی مواجه بودیم، به همین دلیل حساسیت نوسانات ارزی در بورس ما به مراتب بیشتر از نوسانات ارزی سایر کشورها است.

این تحلیلگر بورسی با اشاره به جامپ‌های بزرگ در سال‌های گذشته می‌افزاید: در ایران تقریبا عمده حرکات بزرگی که در بورس اتفاق افتاده به نوسانات ارزی برمی‌گردد. تا زمانی که ارز به عنوان یکی از عوامل موثر، جامپ آنچنانی نداشته باشد، بازار هم معمولا رغبتی ندارد و دلیل آن هم این است که ساختار شرکت‌های کشور بیشتر به دلیل بحث‌های تحریمی و عدم شکل‌گیری سرمایه در شرکت‌ها طی ۴۰ سال اخیر، طرح توسعه‌ای قابل توجهی نداشته‌اند. در حال حاضر و نزدیک به ۲۰ سال، شرکت فولاد مبارکه اصفهان با ۳۶۶ واحد، شرکت ملی صنایع مس ایران با ۳۰۰ واحد، شرکت بورس کالای ایران با ۸۲ واحد، شرکت سایر اشخاص بورس انرژی با ۹۳۷ واحد و شرکت سرمایه‌گذاری البرز با ۵۹ واحد بیشترین تاثیر منفی را بر رشد شاخص کل داشتند.

در آن سوسی بازار نیز شاخص کل فراپورس بیش از ۱۲۲ واحد افزایش داشت و رقم ۱۷ هزار و ۵۰۶ واحد را ثبت کرد. نمادهای بیمه پاسارگاد (پپاس)، پلیمر آریاساسول (آریا)، توسعه معادن و فلزات (تجلی)، گروه سرمایه‌گذاری میراث فرهنگی (سگما)، پتروشیمی زاگرس (زاگرس) و شرکت آهن و فولاد ارفع (ارفع) با تاثیر مثبت بر شاخص فراپورس همراه بودند. همچنین تولید نیروی برق دماوند (دماوند)، زغال‌سنگ پروده طیس (کرغال)، مجتمع جهان فولاد سیرجان (فجهان)، شرکت سرمایه‌گذاری صبا تامین (صبا)، ریل‌پرداز نوافرین (حافرین) و توسعه سامانه نرم‌افزاری نگین (توسن) با تاثیر منفی بر شاخص فراپورس همراه شدند.

نقش برجسته نیما در بازار سهام

قیمت دلار در حالی با سیگنال‌های مثبت برجامی کاهش پیدا کرده که کارشناسان می‌گویند بازار سهام بیشتر از قیمت دلار آزاد از دلار نیمایی اثر می‌پذیرد. نیما آزادی در این باره به سنا، می‌گوید: آن چیزی که واقعیت اقتصادی شرکت‌های بورسی فعال است، ارز بازار آزاد نیست بلکه

رفع تحریم‌ها سبب ایجاد ارز تک نرخي در کشور شود. به گفته بیگزاده، قیمت دلار در بلندمدت کف قیمتی خود را پیدا خواهد کرد تا بر این اساس، بازار بتواند محاسباتش را با قیمت تعیین‌شده در این ساز و کار لحاظ کند؛ بنابراین، با توجه به این فرصت ایجادشده اگر قیمت ارز تک

نرخي شود، شرایط برای بازار پیش‌بینی‌پذیرتر می‌شود. این فعال بورسی ادامه داد: در صورت رفع تحریم‌ها و دسترسی دولت به درآمدهای فروش نفت به شکل پایدار، این موضوع بر روی نرخ اوراق دولتی اثر می‌گذارد و در چنین شرایطی دولت به دنبال هر نرخي برای تامین مالی نخواهد بود. به طور کلی می‌توان گفت اگر دولت نیازهای مالی کمی داشته باشد، حجم انتشار اوراقی که به طور نقدی فروخته می‌شود، همچنین نرخ این اوراق کاهش خواهد یافت. با توجه به کاهش انتظارات تورمی، پایین آمدن نرخ برابری ریال و دلار و کاهش حجم تامین مالی و اوراق دولت، به طور قطع این موضوع روی نرخ اوراق دولتی اثر گذاشته و آن را کاهش می‌دهد.

او در بررسی تاثیر رفع تحریم‌ها بر روی صنایع مختلف گفت: این موضوع بر صنایع مختلف اثرات متفاوتی دارد. این موضوع برای صنعت بانکداری می‌تواند مفید و موثر باشد، زیرا رفع تحریم‌ها سبب می‌شود سیستم بانکی به منابع و سیستم‌های بین‌المللی دسترسی بهتری داشته باشد. به این ترتیب نظام بانکی کشور نیز می‌تواند نقش فعال‌تری در جا به جایی پول داشته باشد؛ نقشی که اکنون شاید در فضای غیررسمی در حال انجام است. با پایین آمدن نرخ بهره در پی کاهش انتظارات تورمی، بهای تمام‌شده پول در بانک‌ها رقم می‌خورد.

به اعتقاد وی، در صنعت خودروسازی نیز با ورود شریک‌های خارجی، خودروسازها وضعیت بهتری خواهند داشت. در این شرایط مشکلاتی که درخصوص وضعیت قطعات برای تولید خودرو وجود داشته، رفع شده و خودروسازها می‌توانند تولید خود را دوباره آغاز کنند. موضوع رفع تحریم بر افزایش سرمایه‌گذاری خارجی هم تاثیر زیادی دارد، زیرا اغلب صنایع داخلی در کنار سرمایه‌گذاری داخلی نیاز به سرمایه‌گذاری خارجی هم دارند. این موضوع در بلندمدت می‌تواند سبب شکوفایی تولید شود. نیاز به ایجاد دارایی و ایجاد سرمایه‌گذاری جدید برای واردکردن تکنولوژی تولید به کشور از ملزومات توسعه اقتصادی ما است.

بیگزاده در انتها گفت: ارتباط با کشورهای دیگر در بُعد تکنولوژی‌های

رفع تحریم‌ها، پیش‌بینی‌پذیری بازار را قوت می‌بخشد

تولید و به‌روز شدن ابزار تولید نکته مثبت دیگری در این رابطه است؛ از طرفی دیگر شرکت‌ها می‌توانند در شرایطی که نرخ ارز تثبیت شود برای سرمایه در گردش خود به منابع ارزان‌تری دسترسی داشته باشند تا برای طرح‌های تولید خود تامین مالی کنند. در این فضا، می‌توان وضعیت مثبت‌تری را برای شرکت‌های دارای طرح‌های توسعه‌ای متصور بود.

آگهی نقل و انتقال شماره

۱۴۱۰ بارج مسطح

کوثر ۵۰۰۱ بندرعباس

نوبت اول

شناسه آگهی: ۱۲۷۲۱۴۲

به استناد رونوشت سند شماره ۱۹۷۵۳ مورخ ۱۴۰۰/۰۸/۰۸ با شناسه سند ۱۴۰۰۱۴۵۶۸۲۸۰۰۰۴۵ دفتر اسناد رسمی ۵۰بوشهر آقای کرم ذوفنون فرزند باقر ۴ دانگ سهام خود در مالکیت بارج مسطح کوثر ۵۰۰۱ به شماره ثبت ۱۴۱۰- بندرعباس را به آقای پیمان توکلی ریشهری فرزند محمدرضا انتقال قطعی داده است.

مراتب به استناد ماده ۲۵ قانون دریایی ایران آگهی می‌گردد.

۲۶۶

نماگر بازار سهام



عوارض جدید منع واردات خودرو

دو عارضه دیگر توقف واردات خودرو به کشور شناسایی شد. هم‌ردیف شدن قیمت محصولات چینی با برندهای لوکس شناخته‌شده در دنیا و همچنین تولید بدون انتقال تکنولوژی توسط چینی‌ها در ایران را می‌توان دو عارضه‌ای دانست که در پی ممنوعیت واردات خودرو به کشور شکل گرفته است. چینی‌ها که با دامپینگ فعالیت خود در ایران را آغاز کردند، حالا با استفاده از خلأ واردات و البته سیاست‌های اشتباه داخلی، به عرضه کننده محصولاتی با قیمت‌های هنگفت تبدیل شده‌اند.

به گزارش پدال نیوز، خودروسازان چینی که روزگاری با دامپینگ جای پای خود را در ایران سفت کردند، حالا با استفاده از خلأ واردات و البته سیاست‌های اشتباه داخلی، به عرضه کننده محصولاتی لوکس با قیمت‌هایی هنگفت تبدیل شده‌اند و دیگر خبری از خودروهای ارزان چینی در بازار کشور نیست. چندی پیش یکی از خودروسازان بزرگ بخش خصوصی در جریان رونمایی از محصول جدید خود، خبر از قیمت یک میلیارد و ۷۵۰ میلیون تومانی آن داد. در ادامه خودروهای دیگری نیز توسط دیگر شرکت‌ها رونمایی شد که آنها نیز چینی بودند و قیمتی بالای یک میلیارد تومان برای‌شان لحاظ شد. در همین حین قیمت برخی از محصولات چینی زیر یک میلیارد نیز ناگهان رشد کرد. این قیمت‌ها اما بسیار حاشیه‌ساز شده‌اند، تا جایی که حتی سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان به قیمت‌گذاری یکی از خودروسازان ورود کرد و مانع فروش آن شد. هرچند اقدام سازمان حمایت به مذاق افکار عمومی خوش آمد، با این حال خیلی‌ها نیز دخالت دولت در قیمت خودروهای متعلق به بخش خصوصی را نپسندیدند. دولت در حالی به بهانه حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان به قیمت خودروهای موردنظر ورود کرد که به نظر می‌رسد سیاست‌های اشتباه خودش عامل چنین قیمت‌گذاری‌ای در ایران شده است. ممنوعیت واردات از یک سو، بی‌توجهی به داخلی‌سازی خودروسازان چینی در کشور از سوی دیگر و همچنین عدم تعیین استراتژی مناسب و مختص بخش خصوصی خودروسازی، از جمله عوامل مهمی به شمار می‌روند که زمینه تغییر رفتار چینی‌ها در بازار خودروی کشور را در این سال‌ها فراهم کرده‌اند.

دولت همواره در این سال‌ها تا آنجا که جا داشته برای خودروسازان بزرگ برنامه و سند تهیه کرده، اما هیچ‌گاه به طور جدی و ملموس وارد سیاست‌گذاری در بخش خصوصی صنعت خودرو نشده است. منظور از سیاست‌گذاری، دخالت در امور داخلی خودروسازان خصوصی نیست، بلکه تعیین یک راهبرد کلی است که شرکت‌های خارجی مهمان این بخش، به انتقال تکنولوژی و داخلی‌سازی (در صورت داشتن صرفه اقتصادی) مقید باشند. این در حالی است که دولت به جای ورود به این عرصه، گاهی سیاست پر خسارت و اشتباه قیمت‌گذاری دستوری را در بخش خصوصی تکرار کرده و می‌کند. چینی‌ها سال‌هاست در خودروسازی ایران فعالیت دارند، اما تمایل چندانی به انتقال تکنولوژی و آموزش قطعه‌سازان کشور نشان نداده‌اند (برعکس دولتمردان آنها که در کشورشان تاکید بسیاری بر این موضوعات دارند). آنها بی‌هیچ فشار خاصی درباره داخلی‌سازی، در این سال‌ها پیش رفته و تا جایی که امکان داشته در انتقال تکنولوژی و فناوری خساست به خرج داده‌اند. این در حالی است که دولت چین خود سیاست‌هایی سختگیرانه در مورد شرکت‌های خارجی دارد و در ازای دادن بازار به آنها، شرط انتقال تکنولوژی و همکاری مشترک با خودروسازان داخلی را لحاظ می‌کند. مسئله دیگر امان ممنوع شدن واردات خودرو در ایران است. در واقع ریشه قیمت‌های هنگفتی که چینی‌ها این روزها در بازار ایران ارائه می‌کنند را باید در ضعف رقابت جست‌وجو کرد. بازار خودروی ایران از سه سال و نیم گذشته به دلیل ممنوعیت واردات، اندک رقابت قبلی خود را نیز تقریباً از دست داد تا فضا برای جولان قیمت خودروهای داخلی باز شود. در واقع خودروسازان بخش خصوصی، با استفاده از خلأ حضور محصولات خارجی، قیمت‌ها را بالا برده‌اند و دولت به جای اصلاح در مبدأ، سیاست‌های اشتباه خود مانند دخالت در قیمت را تکرار می‌کند. این در حالی است که به نظر می‌رسد تا وقتی واردات ممنوع باشد، به دلیل ضعف رقابت، همچنان فضا برای پیشروی قیمتی چینی‌ها فراهم خواهد بود. به اعتقاد کارشناسان، وقتی واردات خودرو آزاد و محصولات خارجی روانه بازار شوند، چینی‌ها نه تنها دیگر قدرت فعلی را برای مانور قیمتی نخواهند داشت، بلکه قطعاً مجبور به عقب‌نشینی از قیمت‌های فعلی نیز می‌شوند. هرچند چینی‌ها پیشرفت زیادی در خودروسازی طی این سال‌ها داشته‌اند، اما قیمت‌هایی که آنها این روزها برای محصولات خود در بازار تحریر زده و انحصاری ایران لحاظ کرده‌اند، همچنان برای شهروندان ایرانی پنهان‌آور است. مقایسه قیمت خودروهای چینی در ایران با نرخ جهانی آنها نشان می‌دهد چینی‌ها خودروهای موردنظر را بسیار گران‌تر در بازار ایران می‌فروشند و این موضوع با ضعف رقابت در ارتباط است.

آغاز عملیات احداث پروژه‌های بزرگ صنعتی با سرمایه‌گذاری ۴۰ هزار میلیارد تومانی فولاد مبارکه

فولاد مبارکه پیش‌ران توسعه صنعت کشور



فولادی را تامین می‌کند افزایش خواهد یافت.

طی‌بنیا خاطرنشان کرد: شروع ساخت واحد تولید آهن اسفنجی در فولاد هرمزگان به ظرفیت ۹۰۰ هزار تن با هدف رساندن ظرفیت تولید این شرکت به ۲ میلیون تن تخطال یکی دیگر از پروژه‌های بزرگی است که در دهه فجر امسال احداث آن کلید خواهد خورد. همچنین پروژه احداث واحد احیای مستقیم صنایع معدنی و فولادی ستاره سیمین هرمز به ظرفیت ۱٫۷ میلیون تن نیز با سرمایه‌گذاری ۵۰۰ میلیارد تومان آغاز می‌شود.

مدیرعامل شرکت فولاد مبارکه در ادامه از شروع عملیات احداث خطوط اسیدشویی و نورد سرد شرکت فولاد امیرکبیر کاشان خبر داد و گفت: این طرح با سرمایه‌گذاری بیش از ۹۰۰ میلیارد تومان یکی از برنامه‌های دیگر فولاد مبارکه در راستای افزایش ظرفیت تولید فولاد در کشور است. با احداث این خط، سالانه ۰٫۸ میلیون تن ورق‌های اسیدشویی و نورد سرد در گروه فولاد مبارکه تولید می‌شود.

سرمایه‌گذاری فولاد مبارکه برای استفاده پساب فاضلاب شهرهای مجاور در چرخه تولید فولاد

وی تصریح کرد: یکی از پروژه‌های مهم فولاد مبارکه در راستای فراهم نمودن بخش قابل توجهی از آب موردنیاز این شرکت، تامین مالی برای تکمیل و بهره‌برداری از تاسیسات فاضلاب شهرهای مجاور فولاد مبارکه است. این پروژه با سرمایه‌گذاری شرکت فولاد مبارکه به ارزش بیش از هزار میلیارد تومان تامین مالی خواهد شد و امکان اتصال شبکه فاضلاب شهرهای جدیدی در مجاورت فولاد مبارکه و فولاد سبا را به تصفیه‌خانه پساب فاضلاب فولاد مبارکه به منظور استفاده در چرخه تولید فولاد فراهم نموده و نقش بسزایی در صیانت از محیط‌زیست منطقه برعهده خواهد داشت.

طی‌بنیا در پایان افزود: پیش از این، پروژه ساخت تاسیسات تصفیه و انتقال پساب ۹ شهر مجاور دیگر نیز با سرمایه‌گذاری فولاد مبارکه برای کاهش آب خام مصرفی این شرکت به بهره‌برداری رسیده بود که در نهایت با اجرای این پروژه‌ها، حجم آب خام مصرفی در فولاد مبارکه

مدیرعامل شرکت فولاد مبارکه از کلنگ‌زنی پنج پروژه بزرگ صنعتی با سرمایه‌گذاری این شرکت و به ارزش بیش از ۴۰ هزار میلیارد تومان در دهه فجر امسال خبر داد.

همزمان با ایام‌الله دهه فجر، پنج پروژه بزرگ صنعتی با سرمایه‌گذاری فولاد مبارکه به ارزش بیش از ۴۰ هزار میلیارد تومان کلنگ‌زنی شده که این پروژه‌ها باعث اشتغال‌زایی بیش از ۱۲ هزار نفر به صورت مستقیم و غیرمستقیم در اقصی نقاط کشور خواهد شد. آیین آغاز عملیات احداث این پروژه‌ها، یکشنبه ۱۷ بهمن‌ماه ۱۴۰۰ با حضور رئیس‌جمهور در قالب آیین آغاز عملیات اجرایی ۴۸ پروژه بزرگ صنعتی کشور در سالن همایش‌های صدا و سیما برگزار شد.

محمدیاسر طی‌بنیا، مدیرعامل شرکت فولاد مبارکه با اعلام این خبر افزود: فولاد مبارکه یکی از بزرگ‌ترین تولیدکنندگان فولاد در کشور بوده و نیاز بسیاری از صنایع مهم در کشور را تامین می‌کند. به همین خاطر با برنامه‌ریزی‌های به عمل آمده و با عنایت به برنامه‌های توسعه‌ای کشور و نیاز به محصولات جدید، عملیات احداث خط تولید محصولات کیفی نورد گرم به ظرفیت ۴ میلیون تن و با اعتباری بالغ بر ۱۸ هزار میلیارد تومان آغاز می‌شود.

احداث ۳ نیروگاه برای تولید پایدار برق موردنیاز کشور

وی در ادامه با اشاره به محدودیت‌های قابل توجه انرژی بر سر راه تولید گفت: عملیات احداث پروژه واحدهای نیروگاه سیکل ترکیبی با تکنولوژی جدید و بازده بالا با ظرفیت ۱۰۰۰ مگاوات و با سرمایه‌گذاری ۱۳ هزار میلیارد تومان همزمان با دهه فجر انقلاب اسلامی آغاز می‌شود. همچنین ساخت بزرگ‌ترین نیروگاه خورشیدی کشور با ظرفیت ۵۰۰ مگاوات و نیروگاه عظیم بادی با ظرفیت ۱۰۰ مگاوات از جمله طرح‌های بزرگ فولاد مبارکه در راستای تولید پایدار برق موردنیاز کشور است که به‌زودی عملیات اجرایی آنها در دستور کار قرار خواهد گرفت. با بهره‌برداری از این سه نیروگاه، محدودیت‌های موجود در حوزه انرژی تا حد زیادی از سر راه تولید فولاد مبارکه برداشته شده و میزان تولید این شرکت که بخش بزرگی از نیاز صنایع مختلف کشور به ورق‌های

آگهی مناقصات



سازمان راهداری و حمل و نقل
جاده ای استان آذربایجان غربی

شناسه آگهی: ۱۲۷۴۵۰۸

کارفرما: اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان آذربایجان غربی

آدرس: ارومیه- خیابان والفجر ۲- نرسیده به پل میثم- اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای استان آذربایجان غربی

ردیف	نام پروژه	شماره مناقصه	برآورد اولیه	تضمین
۱	بهبودی و آسفالت راه روستایی حسنلو شاهین دژ	۵۹- ر-۰۰	۲۱/۳۴۲/۱۱۲/۸۳۰	۱/۰۶۷/۱۰۵/۶۴۱
۲	لکه گیری و روکش آسفالت محور حسنلو نقده	۶۰- ر-۰۰	۲۹/۶۷۸/۸۸۵/۱۸۵	۱/۴۸۳/۹۴۴/۲۵۹

- پیمانکاران دارای رتبه حداقل ۵ رشته راه و ترابری از سازمان برنامه و بودجه میتوانند در این مناقصه شرکت نمایند.

۱) تحویل (فروش) اسناد مناقصه از تاریخ ۱۴۰۰/۱۱/۲۰ تا تاریخ ۱۴۰۰/۱۱/۲۷ می باشد.

(فقط از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به آدرس www.setadiran.ir)

۲) مهلت ارسال پاسخ فراخوان تا ساعت ۱۰:۰۰ روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۰/۱۲/۰۷

۳) تاریخ بازگشایی پیشنهادها از طریق سامانه ستاد روز دوشنبه ساعت ۰۹:۰۰ مورخ ۱۴۰۰/۱۲/۰۸

فراخوان مناقصه عمومی
یک مرحله ای با ارزیابی فشرده

سازمان راهداری و حمل و نقل
جاده ای استان همدان

نوبت دوم

شناسه آگهی: ۱۲۷۴۴۷۳

سازمان راهداری و حمل و نقل جاده ای استان همدان در نظر دارد مناقصه حفظ و نگهداری سیستم های روشنایی و چشمک زن ناحیه ۱ و ۲ به شماره ۳۱۲۳۰۰۰۲۲۲ و ۳۱۲۳۰۰۰۲۲۳ به صورت ارزیابی فشرده را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید . کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکت ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی ، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضاء الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند . تاریخ انتشار مناقصه در سامانه تاریخ ۱۴۰۰/۱۱/۲۰ می باشد

مهلت زمانی دریافت اسناد مناقصه از سایت ساعت ۱۴:۰۰ روز یکشنبه تاریخ ۱۴۰۰/۱۱/۲۴

مهلت زمانی ارائه پیشنهاد: ساعت ۱۴:۰۰ روز یکشنبه تاریخ ۱۴۰۰/۱۲/۰۸

زمان بازگشایی پاکت ها: ساعت ۰۹:۰۰ روز دوشنبه تاریخ ۱۴۰۰/۱۲/۰۹

اطلاعات تماس دستگاه مناقصه گزار جهت دریافت اطلاعات بیشتر در خصوص اسناد مناقصه و ارائه پاکت های الف آدرس: همدان بلوار سید جمال الدین اسدآبادی نبش بلوار شهید ستار ابراهیمی اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان همدان تلفن: ۰۸۱۳۴۲۲۸۱۵۴

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۰/۱۱/۱۹

م الف ۱۷۱۳

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۰/۱۱/۲۰

۳۶۱



چرا خبر نامه برند در ایجاد مشتریان وفادار شکست می خورد؟

به قلم: جن می میلن
کارشناس بازاریابی دیجیتال
ترجمه: علی آل علی

ترجمه: علی آل علی

استفاده از خبرنامه و ارسال محتوای مداوم به کاربران درباره برند ایده‌ای به نسبت قدیمی در حوزه بازاریابی محسوب می‌شود. در این مسیر استفاده از سرویس‌های ایمیل، پیامک و حتی ربات‌های چت برند در شبکه‌های اجتماعی ایده‌های جذابی محسوب می‌شود. درست به همین خاطر شمار بالایی از برندها با در نظر گرفتن هزینه‌های اندک استفاده از چنین شیوه‌ای اقدام به بازاریابی براساس الگوی موردنظر می‌کنند. شما برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف‌تان در قالب این شیوه مسیر ویژه‌ای را پیش رو دارید. این امر شامل استفاده از الگوهای مختلف به منظور سرمایه‌گذاری بر روی مخاطب هدف خواهد بود. با این حال گاهی اوقات خبرنامه برند در عمل موفقیت لازم را به همراه ندارد. بنابراین شما باید الگوی رفتاری‌تان در تعامل با مخاطب هدف را به طور قابل ملاحظه‌ای تغییر دهید، در غیر این صورت شاید هرگز شناسی برای جلب نظر مخاطب هدف‌تان نداشته باشید.

هدف اصلی در این مقاله بررسی برخی از دلایل اصلی ناتوانی برندها برای موفقیت در زمینه جلب نظر خریداران و تبدیل‌شان به مشتریان وفادار از طریق سرمایه‌گذاری بر روی خبرنامه برند است.

در ادامه برخی از مهمترین نکات در این رابطه را مورد ارزیابی قرار خواهیم داد.

بی توجهی به داده‌های معتبر

استفاده از داده‌های معتبر برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف امر مهمی محسوب می‌شود. امروزه بسیاری از برندها برای جلب نظر مشتریان به طور مداوم از شیوه‌های گوناگون سود می‌برند. در این میان اگر شما استفاده از الگوهای تازه را در دستور کارتان قرار دهید، کارتان به شدت ساده‌تر از زمان دیگری خواهد شد. بنابراین روند جلب نظر مشتریان در این میان اهمیت بسیار زیادی خواهد داشت. استفاده از داده‌های دقیق درباره ترندهای بازار و همچنین رفتار مشتریان در این میان امر مهمی محسوب می‌شود. شما با چنین ایده‌هایی به بهترین شکل ممکن توانایی جلب نظر مشتریان‌تان را خواهید داشت. پس همیشه استفاده از چنین توصیه‌هایی را مدنظر قرار دهید.

پیش‌بینی‌پذیری بالای ایمیل‌ها

اگر محتوای ارسالی شما برای مخاطب هدف بسیار قابل پیش‌بینی باشد، تاثیر گذاری لازم را به همراه نخواهد داشت. درست به همین خاطر شما باید همیشه در زمینه تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف‌تان از شیوه‌های غیرقابل پیش‌بینی سود ببرید، در غیر این صورت شاید هرگز فرصتی برای تعامل با مخاطب هدف و تاثیر گذاری بر روی مشتریان‌تان پیدا نکنید. این امر شانس شما برای جلب نظر مشتریان را به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش می‌دهد. استفاده از ایده‌های تازه و پرهیز از شیوه‌های بیش از اندازه قابل پیش‌بینی در این میان ایده بسیار مهمی محسوب می‌شود. شما به این ترتیب شانس زیادی برای پرهیز از تکراری شدن ایده‌های بازاریابی‌تان برای مخاطب هدف را خواهید داشت. این امر حتی در صورت الگوبرداری از برندهای بزرگ در بازار نیز برای شما تکرار می‌شود. بنابراین همیشه نیم نگاهی به وضعیت برندهای بزرگ در بازار داشته باشید. این امر به شما برای تعامل بهینه با مخاطب هدف کمک کرده و شانس‌تان در بازار را ارتقا می‌دهد.

پیچیده‌سازی شرایط عضویت در خبرنامه

هیچ‌کس حوصله اختصاص زمان طولانی برای عضویت در خبرنامه یک برند را ندارند. این امر دردسرهای زیادی برای کسب و کارها به همراه داشته و شانس آنها را نیز به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش می‌دهد. درست به همین خاطر شما باید همیشه در زمینه همکاری با مشتریان‌تان ساده‌سازی فرآیند عضویت در خبرنامه را در دستور کار داشته باشید. این امر به شما فرصت بسیار خوبی در بازار خواهد داد.

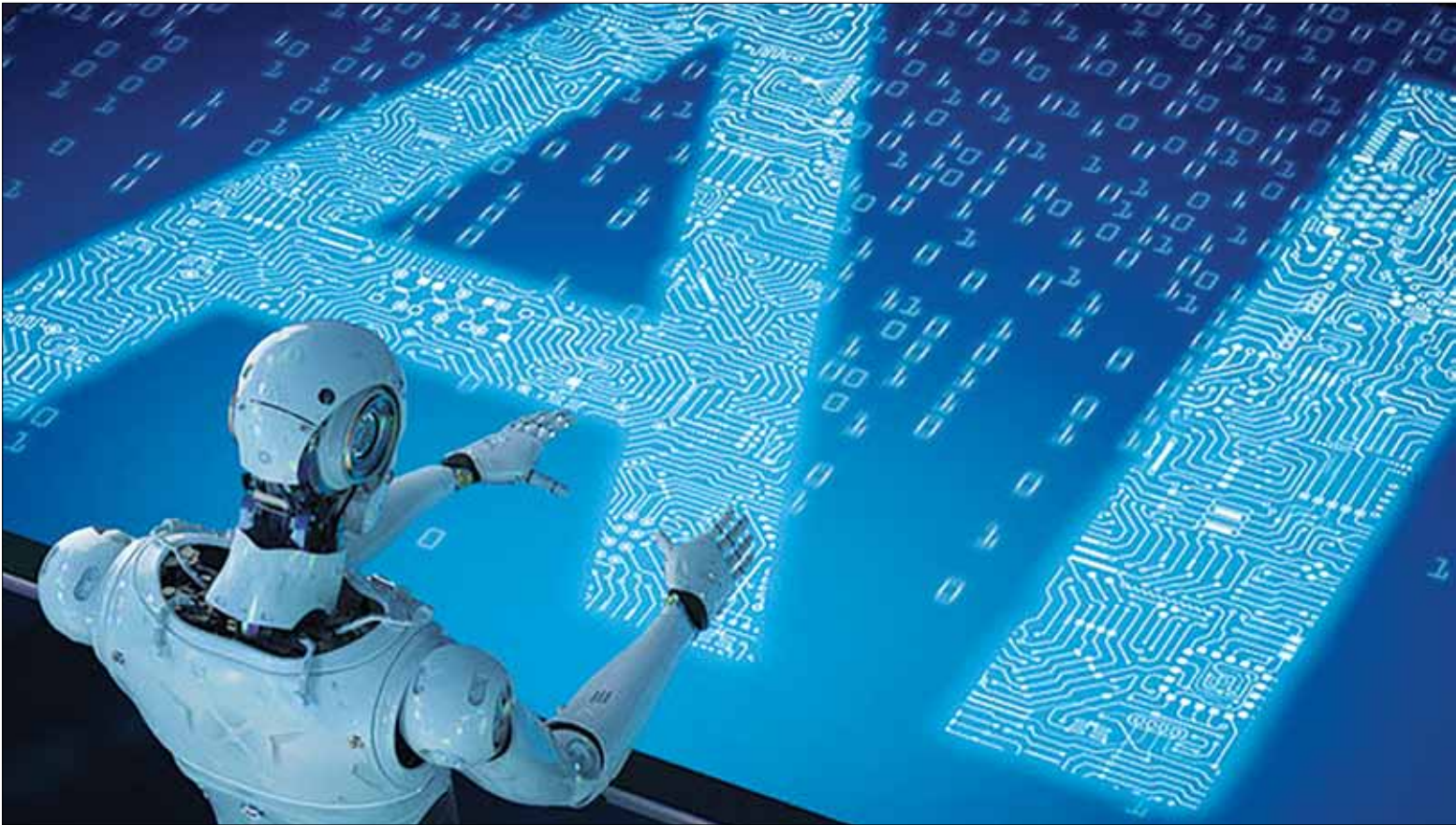
گاهی اوقات برندها برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف دردسرهای زیادی را پیش رو دارند. این امر به ویژه در مورد خبرنامه برند مصداق دارد. با این حساب شما باید به طور مداوم برای تعامل با مخاطب هدف به طور حرفه‌ای تلاش نمایید. در نظر داشتن اشتباهات مورد بحث در این مقاله برای اصلاح کارتان امری ضروری و قابل ملاحظه خواهد بود. بنابراین همیشه این نکات را به یاد داشته باشید.

منبع: customerthink.com



هوش مصنوعی چطور به عرصه سلامت کمک می کند؟

هوش مصنوعی در برابر کرونا



توانایی پیش‌بینی سسویه‌های احتمالی آتی را دارد. با این حساب کادر درمان و پزشکان مسئول طراحی واکسن توانایی استفاده از نتایج حاصل از مطالعه هوش مصنوعی درباره سسویه‌های احتمالی کرونا را خواهند داشت. این امر شاید در ابتدا بسیار عجیب یا باورنکردنی به نظر برسد، اما به زودی بدل به ابزار کمکی اصلی تیم‌های پزشکی در زمینه مقابله با کرونا خواهد شد. این امر نکته بسیار مهمی برای تیم‌های درمان خواهد بود.

منبع: readwrite.com

برای سایر بیماری‌های آینده نیز با کمک هوش مصنوعی فرمول واکسن طراحی کنند. این امر نقش مهمی در کمک به پزشکان دارد. با این حساب هوش مصنوعی در آینده‌ای نزدیک تبدیل به دستیار اصلی پزشکان در زمینه درمان بیماری و حتی تهیه واکسن خواهد شد.

پیش‌بینی سویه‌های کرونا

تغییرات و جهش‌هایی که در ویروس کرونا صورت می‌گیرد، نقش مهمی در ادامه همه‌گیری موردنظر داشته است. هوش مصنوعی در این زمینه

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۲ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانها فاقد سند رسمی

برابر رای صادره هیات موضوع تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانها فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی ایدان تصرفات مالکانه و بلامعارض محرز گردیده است. لذا مشخصات متقاضی املاک مورد تقاضا به شرح زیر به منظور اطلاع عموم در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی میشود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراض داشته باشند میتوانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت اسناد و املاک محل تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مرجع قضایی تقدیم‌نمایند.
امنه صفری زاده فرزند ناصر ششداگ یکباب ساختمان به نشانی : طوشه پشت فرودگاه ورپوری دانشگاه پرستاری و مامایی خریداری شده از مالک رسمی عمار صحنای به مساحت ۱۲۵۶۴ مترمربع طبق رای شماره ۱۴۰۰۶۰۳۱۷۰۰۳۰۰۱۶۲۱ مورخ ۱۴۰۰۶۰۳۱۷۰۰۳۰۰۱۵۳۱ قسمتی از پلاک ۲۶۵۶ واقع در بخش ۴ ایدان.
فهاد خداینده سامانی فرزند کریم ششداگ یکباب ساختمان تجاری به نشانی : احمد آباد خیابان یک اصلی نیش پاساز گلستان خریداری شده از مالک رسمی عباس لبروی به مساحت ۱۶/۹۶ متر مربع طبق رای شماره ۱۴۰۰۱۱/۱۶ مورخ ۱۴۰۰۶۰۳۱۷۰۰۳۰۰۱۵۳۱ قسمتی از پلاک ۲۱۶/۲۸ واقع در بخش ۳ ایدان.
ناصر قیادی شهرضا فرزند علی ششداگ یکباب ساختمان تجاری به نشانی : احمد آباد خیابان یک اصلی نیش پاساز گلستان خریداری شده از مالک رسمی وراث مرحوم غلامحسین لبرآوی به مساحت ۲/۳۸ متر مربع طبق رای شماره ۱۴۰۰۱۵۳۱ مورخ ۱۴۰۰۶۰۳۱۷۰۰۳۰۰۱۶۲۱ قسمتی از پلاک ۲۱۶/۲۸ واقع در بخش ۳ ایدان.
بندبهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.
تاریخ انتشار:نوبت دوم: ۱۴۰۰/۱۱/۲۰

جودکی – سرپرست اداره ثبت اسناد و املاک آبادان

آگهی مزایده اتومبیل (یکدستگاه خودرو پراید)

به موجب پرونده اجرائی کلاسه ۱۴۰۰۰۲۳۰ له خانم زهرا ششتی خللر گیلوان و علیه وراث علیرضا سروری شال؛ ششداگ یک دستگاه خودروی پراید مدل ۱۳۸۸ رنگ خاکستری متالیک دارای شاسی شماره ۱۴۱۲۳۸۸۳۷۳۲۸۱ و شماره موتور ۲۲۱۴۱۳۱ و به شماره انتظامی ایران ۶۸ – ۶۷۴ ۲۳ و بنزین سوز بوده که طبق اعلام کارشناس دارای بیمه شخص ثالث به شماره ۰۰۴۷۵۰۰۳۹۹۰۰۴۱۲۲۵۱ مورخ ۱۴۰۰/۱۱/۱۶ نزد بیمه پارسیان دارای اعتبار می باشد و خودروی فوق قطعه خسارت دیده و تعویضی ندارد و بر پایه تجارب و اطلاعات فنی در اختیار و با محاسبه و برآورد کارشناسی خودرو فوق دارای بیمه نامه شخص ثالث معتبر و خلاقی صفر با لاستیکهای جلو و عقب در حد ۸۰ درصد میباشد و با توجه به موارد فوق به مبلغ ۷۷۰/۰۰/۰۰۰ ریال معادل هفتاد و هفت میلیون تومان ارزیابی می گردد؛ خودروی فوق متعلق به آقای علیرضا سروری شال می باشد که در پارکینگ نیروی انتظامی خلخال توقیف گردیده است. خودروی مذکور از ساعت ۹ الی ۱۲ روز شنبه مورخ ۱۴۰۰/۱۲/۷ در محل توقیف خودرو واقع در خلخال- پارکینگ نیروی انتظامی از طریق مزایده به فروش می رسد. متقاضیان جهت رویت خودرو می توانند با در دست داشتن این آگهی در ساعات اداری به پارکینگ مراجعه نمایند؛ مزایده از مبلغ ۷۷۰/۰۰/۰۰۰ ریال (هفتصد و هفتاد میلیون) ریال شروع و به بالاترین قیمت پیشنهادی نقدا فروخته می شود و کلیه هزینه های قانونی به عهده برنده مزایده است در صورت وجود مزایده، وجوه پرداختی بابت هزینه های فوق از محل مزایده به برنده مزایده مسترد خواهد شد. نیم عشر و حق مزایده نقدا وصول خواهد شد. ضمنا چنانچه روز مزایده تعلیل رسمی اعلام گردد مزایده روز اداری بعد از تعطیلی در همان ساعت و مکان مقرر برگزار خواهد شد. شرکت در مزایده منوط به پرداخت ده درصد از مبلغ پایه کارشناسی به حساب سپرده ثبت و حضور خریدار یا نماینده قانونی او در جلسه مزایده می باشد. برنده مزایده مکلف است ما به التفاوت مبلغ فروش را ظرف مدت پنج روز از تاریخ مزایده به حساب صندوق ثبت تودیع نماید و در صورتیکه ظرف مهلت مقرر مانده فروش را به حساب سپرده ثبت واریز نکند مبلغ مزبور قابل استرداد نبوده و به حساب خزانه واریز خواهد شد و عملیات فروش از درجه اعتبار ساقط و مزایده تجدید خواهد شد.

مسئول واحد اجرای اسناد رسمی خلخال- بهروز شکوری

۳۶۰

به قلم: نیراج آگاروال

کارشناس کسب و کار
ترجمه: علی آل علی

دنیا روز به روز بیشتر تحت سلطه فناوری‌های دیجیتال قرار می‌گیرد. امروزه تقریباً تمام کارهای روزمره معادل آنلاین داشته و مردم به سادگی امکان پیگیری کارهای‌شان در بستر اینترنت را دارند. اگرچه چنین نکته‌ای در طول دو دهه اخیر با روندی محسوس توسعه پیدا کرده است، اما در طول چند سال گذشته با ظهور همه‌گیری کرونا سرعت بسیار بالاتری پیدا کرده است. همین امر برای بسیاری از کارشناس‌ها محل بحث و تبادل نظر بوده است. در این میان شاید عرصه سلامت و بهداشت بیشتر از سایر حوزه‌ها از توسعه فناوری‌های دیجیتال سود برده باشد. هدف اصلی در این مقاله بررسی تاثیر هوش مصنوعی بر روی کمک به فعالان عرصه سلامت است. بدون تردید هوش مصنوعی یکی از مهمترین فناوری‌های دیجیتال در دنیای پیرامون محسوب می‌شود. درست به همین خاطر میزان تاثیرگذاری‌اش بر روی مخاطب هدف در سطح بالاتری قرار دارد. امروزه بسیاری از محصولات با استفاده از هوش مصنوعی روانه بازار می‌شود. با این حساب بررسی تاثیر این فناوری کاربردی بر روی عرصه سلامت ایده چندان بدی نخواهد بود. در ادامه برخی از نکات مهم در این راستا را مورد ارزیابی قرار می‌دهیم.

راهکارهای فاصله‌گذاری اجتماعی

فاصله‌گذاری اجتماعی به عنوان یکی از راهکارهای مربوط به حفظ سلامت و پیشگیری از ابتلا به کرونا مدنظر بسیاری از نهادهای بهداشتی در سراسر دنیا قرار دارد. در این میان فناوری هوش مصنوعی به مردم برای رعایت هرچه دقیق‌تر این اصل کمک می‌کند. صرف نظر از ابزارهای کمکی در زمینه حفظ فاصله اجتماعی، توسعه دستیارهای صوتی و همچنین امکان دورکاری با کلی ابزارهای کاری حرفه‌ای نکته مهمی محسوب می‌شود. این امر شانس برندها برای ایجاد تجربه‌ای دلپذیر از همکاری استاندارد و بدون خطر ابتلا به کرونا را فراهم کرده است. اگرچه اکنون همه‌گیری کرونا تقریباً مهار شده است، اما هنوز هم سویه‌های مختلف آن تهدید مهمی برای سلامتی مردم محسوب می‌شود. در این میان همچنان فناوری هوش مصنوعی به مردم برای پیگیری تمام کارهای‌شان بدون نیاز به مراجعه حضوری کمک می‌کند. با این حساب موفقیت سیاست فاصله‌گذاری اجتماعی تا حدودی مدیون توسعه فناوری موردنظر است.

چک‌آپ سریع و آنلاین

بسیاری از خدمات پزشکی که پیش از این فقط در کلینیک‌های حرفه‌ای عرضه می‌شد، با همه‌گیری کرونا در قالب آنلاین صورت می‌پذیرد. این امر حتی درباره ارزیابی علائم ابتلا به کرونا و ارائه نسخه به طور دیجیتال نیز مصداق دارد. با این حساب تحول بسیار مهمی در زمینه چک‌آپ بیماران در حوزه بهداشت روی داده است. موسسه‌های متعددی نیز با توجه به نیاز به خدمات مذکور در زمینه ارائه خدمات بهداشت و سلامت به طور آنلاین راه‌اندازی شده‌اند. چنین نکته‌ای نقش مهمی در جلوگیری از چرخه ابتلا به کرونا و مدیریت درست آن داشته است.

راهکاری برای ساخت واکسن

استفاده از هوش مصنوعی فقط برای کارهای روزمره و ارائه خدمات سریع‌تر نیست. امروزه پژوهشگران از هوش مصنوعی برای طراحی فرمول ساخت واکسن نیز سود می‌برند. این امر فقط محدود به کرونا نیست و بسیاری از موسسه‌های علمی معتبر در سراسر دنیا امیدوارند

آگهی مفقودی

برگ سبز و سند کمپانی سواری پژو ۴۰۵ جی ال ایکس آی به شماره شهریانی ۸۷۲ س ۲۳ ایران ۸۷ و شماره شاسی ۴۰۳۰۳۷۹۹ و شماره موتور ۱۲۴۸۵۲۱۴۳۹۲ بنام موسی آذری فرد مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط است.

زنجان

۳۶۴

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

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۲ آئین نامه قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی برابر رای شماره ۱۴۰۰۶۰۳۱۸۶۰۳۰۰۱۱۴۱۴ مورخ ۱۴۰۰/۱۰/۱۲ هیات موضوع قانن تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ملک ناحیه ۲ رشت، تصرفات مالکانه بلامعارض شرکت چهار خله سازی استان گیلان به شماره شناسنامه ۱۶۵۲۶۶/۱۰۷۲۲۰ در قریه آجی بیشه در ششداگ یک قطعه زمین مشتمل بر بنای احدانی به مساحت ۲۳۸۷۱ متر مربع پلاک فرعی ۲۴۰۳ از اصلی ۹۱ مغرور مجزی از پلاک ۲ باقیمانده از اصلی ۹۱ واقع در بخش چهار رشت خریداری از مالک رسمی آقای ابوالقاسم رئیس سسمی محرز گردیده است.لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیتی متقاضی اعتراضی داشته باشند، میتوانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند، بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۰/۱۱/۱۵
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۰/۱۱/۲۰
۲۹۶۷م الف سعید بدوی -رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه ۲ رشت

۲۸۱

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

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۲ آئین نامه قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی برابر شماره ۱۴۰۰۶۰۳۱۸۶۰۳۰۰۱۱۴۰۴ مورخ ۱۴۰۰/۱۰/۱۲ هیات موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ملک ناحیه ۲ رشت، تصرفات مالکانه بلامعارض خاتم تیره نوازنده سجودی فرزند احمد به شماره شناسنامه ۲۹۶۹ صادره از رشت در قریه بوسار در ششداگ یک قطعه زمین مشتمل بر بنای احدانی به مساحت ۱۹۰۰۵۰ متر مربع پلاک فرعی ۲۵۳۲۳ از اصلی ۵۵ مغرور مجزی از پلاک ۱۲۳ و ۲۲۲ و ۶۰۱ از اصلی ۵۵ واقع در بخش چهار رشت خریداری از مالک رسمی آقای محمدرضا خدخواه محرز گردیده است، لذا به منظور اطلاع عموم، مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند، بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۰/۱۱/۲۰
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۰/۱۲/۰۷

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

۳۰۵۹م الف

اعلام مفقودی

کارت ماشین و برگ سبز خودرو سواری۱۳۱SE به شماره انتظامی ایران ۸۸- ۸۷۵۲۱۹ و شماره شاسی ۸H۱۰۰۳۱۰۸ NAS۴۱۱۱۰۰ شماره موتور M۱۳/۵۸۵۸۳۴۲/۲ متعلق به آقای رسول یگانه پور به شماره ملی ۱۵۵۲۰۳۲۳۳۷ فرزند الهوپوری مفقودگردیده واز درجه اعتبار ساقط می باشد .

اعلام مفقودی

برگ سبز ، برگ کمپانی ، کارت هوشمند و بیمه نامه کامیون کمپرسی به شماره انتظامی ایران ۷۸-۹۴۴۷۵ و شماره شاسی۳۴۶۳۱۱۱۴۱۰۰۱۱۴۱۰۰۱۱۹ مورخ ۳۴۶۳۱۱۱۴۱۰۰۱۱۴۱۰۰۱۱۹ شماره موتور ۰۸۹۵۴۸ متعلق به آقای مهدی ویسه به شماره ملی ۲۷۸۰۵۵۲۲۷۱ مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط می باشد .

۱۵ شهر و ۷۰۰ روستای استان مشکل کمبود آب دارند

افزود: ترکیب خوب نیروی انسانی و همگرایی موجود در این شرکت موجب بالا رفتن راندمان امور اجرایی در آن شده است. وی گفت: اکنون ۶۴ شهر و ۲ هزار و ۷۲۴ روستای استان زیر پوشش آب و فاضلاب استان قرار دارند. مهندس محمد خانی اظهار کرد: ۱۵ شهر و ۷۰۰ روستا در آذربایجان شرقی دارای مشکل کمبود آب هستند؛ بر این اساس برنامه های یک تا چهار ساله برای رفع برخی از مشکلات آبی در استان لازم است.

مدیرعامل جدید شرکت آبفای استان تصریح کرد: برای عبور از مشکلات آب در آذربایجان شرقی، برنامه های دراز مدت در قالب انتقال آب ارس به تبریز و شهرهای مسیر انتقال در دست اجراست که البته اجرا و اتمام آن همت مسئولان استانی و کشوری را می طلبد. مهندس محمد خانی میزان آب مورد نیاز شهر تبریز را پنج هزار لیتر در ثانیه دانست و گفت: ۴۰۰ لیتر بر ثانیه کمبود آب در این شهر وجود دارد و در این خصوص دارای چالش هستیم. وی خاطرنشان کرد: حفر و تجهیز چاه و بازسازی ایستگاه پمپاژ زرینه رود و نهند برای تامین آب تبریز از جمله اقدامات کوتاه مدت در دست اقدام است. مهندس خانی همچنین گفت: ۵۵ درصد مشترکان آذربایجان شرقی کمتر از الگو، مصرف می کنند اما به هر حال درآمد شرکت آب و فاضلاب آذربایجان شرقی کفاف نیازهای مالی این شرکت را نمی دهد و مشکل نقدینگی وجود دارد. وی با تأکید بر اینکه خط قرمز شرکت مهندسی آبفای کشور کیفیت آب است، اظهار داشت: توزیع آب با کیفیت در دستور کار ماست و شرکت های آبفا در استان ها بیش از هر چیز باید به مقوله کیفیت آب توجه داشته باشند. مدیرعامل جدید شرکت آبفای استان با تأکید بر مقوله آموزش، دین و فرهنگ در مصرف آب خاطرنشان کرد: ارتقاء سطح خدمات رسانی و پاسخگویی سریع به مشترکین، هم افزایی ظرفیت های فنی، اجتماعی و اقتصادی، رفع مسایل مشترک و کاهش هزینه های اداری از برنامه های آینده این شرکت می باشد. مدیرعامل سابق شرکت آب و فاضلاب آذربایجان شرقی نیز طی اری گزارشی از عملکرد خود در طی ۷ سال خدمت گفت: خدانود را سپاسگزارم توفیق داد در جمع افرادی باشیم که شایسته خدمتگزاری هستند. ایمانلو افزود: از تمام همکاران، ارگان ها و اداراتی که در طول خدمت گزاری اینجانب کمک کردند کمال تشکر و قدردانی را دارم. وی با آرزوی موفقیت برای مدیرعامل جدید ابراز امیدواری کرد: با حضور مهندس خانی اهداف سازمانی شرکت آب و فاضلاب با قدرت بیشتری به حرکت رو به جلو خود ادامه دهد. در پایان مراسم ضمن تقدیر از خدمات ارزنده علیرضا ایمانلو، مدیرعامل پیشین شرکت آب و فاضلاب استان و قرائت لوح تقدیر هدایایی از سوی مدیرعامل شرکت مهندسی آبفا کشور، با ابلاغ حکم انتصاب، مهندس محمد خانی به عنوان مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب آذربایجان شرقی معرفی شد. لازم به ذکر است مدیرعامل جدید شرکت آب و فاضلاب آذربایجان شرقی پیش از این مسئولیت معاونت بهره برداری و توسعه آب این شرکت را عهدهدار بود.



در پی داشته است. وی ادامه داد: علی رغم اینکه ما هنوز در میانه راه هستیم و متکی به اعتبارات دولتی می باشیم اما خوشبختانه وجوه اجرایی خدمات را در شرکت های آب و فاضلاب به خوبی شناسایی نموده و با توجه به ظرفیت خوب این شرکت ها از منابع غیر دولتی هم امروز استفاده شده است. معاون مهندسی و توسعه شرکت آب و فاضلاب کشور با اشاره به حیاتی بودن مقوله آب، اظهار داشت: نگاه ما به مقوله آب باید حیاتی باشد چرا که بحران آب جدی است و علام و نشانه های آن در دنیا، کشور و استان به روشنی ملموس است. شاهین پاکروح ادامه داد: منابع آب زیرزمینی و سطحی کشور به دنبال خشک‌سالی با چالش رو به رو شد که عدم پایداری در منابع آبی را به همراه داشت و با توجه به کمبود بارش در تابستان سال گذشته با بحران آب مواجه بودیم که خوشبختانه با برنامه ریزی های انجام شده بر این مشکل غلبه کردیم وی افزود: با توجه به اینکه جامعه ما در مقوله آب بسیار پرمصرف بوده و صرفه جویی نمی کند باید آموزش در این زمینه را از پایه های دبستان شروع نموده و آن را نهادینه کنیم. معاون مهندسی و توسعه شرکت آب و فاضلاب کشور با اشاره به جایگاه شرکت آب و فاضلاب آذربایجان شرقی در کشور بیان کرد: آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی از شرکت‌های برتر کشور بوده و شهر تبریز در حوزه پوشش فاضلاب شهری جزء برترین های کشور است. پاکروح افزود: با تکیه بر برنامه‌ریزی جامع در کشور و اولویت‌بندی در منابع آبی موفق به تحقق بخشیدن به رسالت شرکت آبفا شد‌ایم. معاون مهندسی و توسعه شرکت آب و فاضلاب کشور با اشاره به یکپارچه‌سازی آب و فاضلاب شهری و روستایی، تصریح کرد: این اقدام با هدف ارائه راه چه بهتر و مطلوب خدمات به مردم انجام شده که امیدواریم شاهد اثرات مثبت آن باشیم. مدیرعامل جدید شرکت آبفای استان نیز ضمن تشکر از خدمات مهندس ایمانلو در طول دوره مدیریت وی، اظهار داشت: بدون شک، اطمینان و استفاده از نیروهای جوان، متخصص و متعهد همیشه با موفقیت همراه بوده و برنامه ما نیز در آینده بر همین اساس خواهد بود. مهندس محمد خانی با اشاره به اینکه شرکت آبفا آذربایجان شرقی در کشور از شرکت های پیشرو بوده و هست،

مدیرعامل شرکت ملی حفاری در بازدید از نمایشگاه تخصصی صنعت نفت اهواز ۱۴۰۰ عنوان کرد :

ساخت ۷۱۰۰ قلم قطعات پر مصرف کاربردی صنعت حفاری

افزون بر ۵۷۱ میلیارد ریال از ابتدای سال جاری تا پایان دیماه اشاره کرد و گفت: تا اکنون ۱۷۰ قلم کالای خریداری شده به ارزش حدود ۴۳۴ میلیارد ریال تحویل انبار گردیده و مابقی در دست اقدام می باشد. وی با اشاره به برگزاری نمایشگاه تخصصی صنعت نفت در استان خوزستان در سال ۱۴۰۰ که به عنوان سال تولید، پشتیبانی ها، مانع زدایی ها نامگذاری شده است، افزود: این رویداد اقتصادی فرصتی است تا دست اندرکاران این صنعت ضمن عرضه آخرین دستاوردهای علمی و فنی خود با توانمندی های ظرفیت ها و نیازهای صنعت نفت بیشتر آشنا شوند . گلبایگانی با این توهیج که انتظار می رود این نمایشگاه در چارچوب اهداف پیش‌بینی شده بتواند مسیر دستیابی به تولیدات داخلی را کوتاهتر نموده و شاهد ابتکارات و ابداعات نوینی در داخل کشور باشیم، از برگزار کنندگان این رویداد اقتصادی اعم شرکت ها، مراکز علمی، پژوهشی، تحقیقاتی و صنعتگران که با عرضه کالا و خدمات خود و شرکت های ملی مناطق نفتخیز جنوب، نفت و گاز اروندان و مهندسی و توسعه نفت و شرکت نمایشگاه های بین المللی استان خوزستان که امکان برگزاری این نمایشگاه را فراهم نمودند، به نوبه خود قدردانی کرد.



در این راه برداشته شده است که جای تقدیر و قدردانی دارد. گلبایگانی با بیان اینکه دستیابی به دانش ساخت و بومی سازی قطعات و تجهیزات صنعت نفت و حفاری حسب نیاز و تا خود کفایی کامل در این خصوص استمرار دارد، اظهار کرد: تلاش بر این است که قطعات و تجهیزات ساخت داخل براساس شرایط و استانداردهای مورد قبول و کامل و جامع تر از مشابه خارجی تولید شود و قابل رقابت و صادرات باشد. مدیرعامل شرکت ملی حفاری ایران در همین ارتباط به سفارش خرید ۲۳۱ قلم، اقلام مورد نیاز ساخت داخل به ارزش

معاون حفاظت آب منطقه‌ای:

۱۷۰ حلقه چاه غیر مجاز کشاورزی امسال در استان مرکزی مهر و موم شد

چاه آب غیر مجاز کشاورزی در استان که مشمول فرم ۵ هستند تا پایان سال ۱۴۰۱ از مدار مصرف خارج شوند. وی اظهار داشت: ۴۶۰ کشور هوشمند امسال بر روی چاه‌های کشاورزی استان جاری نصب شده که ۱۰ میلیون متر مکعب صرفه جویی آب به همراه داشته است. قدییگی در پایان خاطرنشان کرد: درصد از حجم آب مصرفی استان مرکزی در بخش کشاورزی، سه و نیم درصد در بخش صنعت و بقیه در بخش آشامیدنی مصرف می‌شود. شرکت سهامی آب منطقه‌ای مرکزی از شرکت‌های زیر مجموعه وزارت نیرو است که وظیفه مدیریت، مطالعه، توسعه، حفاظت و بهره برداری بهینه از منابع آب و توسعه، بهره‌برداری و نگهداری از تأسیسات و سازه‌های آبی را بر عهده دارد.

نوریان: آلاینده های زیست محیطی در پالایشگاه گاز ایلام کاهش یافته است

خرید و نصب ۷ عدد کولر هوایی دور متغیر(VFD)، خرید و نصب ۱۵ دستگاه بخاری تابشی با بازدهی بالا، معاینه فنی و تنظیم تمامی موتورخانه های شرکت از جمله مهم‌ترین اقدامات این شرکت در حوزه مدیریت انرژی و کربن بوده است. مدیرعامل شرکت پالایش گاز ایلام با اشاره به راه اندازی قریب الوقوع کمپرسورهای off Gas و نقش تعیین کننده این تجهیزات در کاهش گازهای ارسالی به مشعل، تصریح کرد : به منظور تکمیل اقدامات، سال آتی پروژه های "بازیابی گازهای ارسالی به فلر با هدف فلرینگ صفر"، "طراحی و استقرار سامانه شبیه ساز مدیریت انرژی و " استفاده از پمپ های دور متغیر " موجب صرفه جویی هرجه بیشتر انرژی و کاهش انتشار آلاینده های زیست محیطی می گردد، در دست اقدام می باشد.



اکسیپورت شماره ۱ با استفاده از دانش فنی متخصصان شرکت های داخلی، استفاده از گازهای فلش درام به عنوان سوخت زباله سوزهای واحد گوگرد به میزان ۱۷ میلیون مترمکعب در سال،

آذربایجان شرقی – ماهان فلاح: با حکم مدیرعامل شرکت مهندسی آب و فاضلاب کشور، مهندس محمد خانی در حکمی به عنوان مدیرعامل جدید شرکت آب و فاضلاب آذربایجان شرقی منصوب شد.

معارفه مهندس محمد خانی، مدیرعامل جدید شرکت آبفای استان و مراسم تکریم و بازنشستگی مدیرعامل اسبق این شرکت با حضور معاون هماهنگی امور اقتصادی استاندار آذربایجان شرقی، معاون مهندسی و توسعه شرکت آب و فاضلاب کشور، مشاور و مدیر کل دفتر مدیرعامل شرکت مهندسی آبفا کشور و جمعی از مدیران دستگاه های دولتی و اجرایی استان برگزار شد. معاون هماهنگی امور اقتصادی استاندار آذربایجان شرقی در ابتدای این مراسم ضمن تشکر و قدردانی از زحمات چندین ساله مهندس ایمانلو گفت: در بین ادارات و ارگانهای دولتی استان، مجموعه آب و فاضلاب هم از توان خوب کارشناسی و هم از تلاش بالایی برخوردار هست بطوریکه توانسته خدمات خوبی را به مردم استان ارایه نماید. وی افزود: یکپارچه شدن دو شرکت آبفا شهری و روستایی اتفاق خوبی بود که موجب انسجام بخشی و ارایه خدمات مطلوب به مشترکان می‌شود. کلامی از تلاش و فعالیت های مدیرعامل پیشین شرکت آب و فاضلاب استان قدردانی کرد و بیان داشت: مهندس ایمانلو در همه رده های مدیریتی بخش آب و فاضلاب چه در شهرستان و چه در استان، عملکرد خوب و قابل قبولی داشته اند.

معاون هماهنگی امور اقتصادی استاندار آذربایجان شرقی تصریح کرد: تمدن بشری بر پایه آب شکل گرفته است و اصلی ترین چالش بشریت در آینده نیز کمبود آب خواهد بود. کلامی ادامه داد: برای توسعه پایدار نیازمند آب هستیم و رشد اقتصادی نیز بدون زیرساخت ها و مخصوصا زیرساخت های آب امکان پذیر نیست. وی با اشاره به مشکلات عدیده در تامین آب شرب، اظهار داشت: چنانچه کار کارشناسی صورت گیرد خیلی از هزینه ها حذف خواهد شد بنابراین باید دغدغه اصلی ما حل مشکلات مردم باشد و از مسئولان کشوری و استانی خواهیمدند در ایجاد زیرساخت های جدید ابرسانی اهتمام ورزند تا از هدر رفت و نشت آب جلوگیری شود.

معاون مهندسی و توسعه شرکت مهندسی آب و فاضلاب کشور نیز در ادامه این مراسم ضمن اشاره به اینکه آبفا آذربایجان شرقی جزء شرکت‌های برتر کشور بوده و هست، افزود: امروز اگر شاخه‌ها های مختلف در کشور و حتی استان را بررسی و مقایسه کنیم از تأسیسات آبی که وارد مدار شده تا موضوعاتی که ناظر بر خدمات‌کشی و بهداشت آب هست، همه موید اقدامات موثری است که همکاران ما در عرصه آب و فاضلاب انجام داده اند. مهندس پاکروح تصریح کرد: دغدغه هایی که در انتهای دهه شصت وجود داشت که بتوانیم ساختاری را در بخش آب و فاضلاب ایجاد کنیم که در پوسنه غیردولتی، متولی ارایه خدمات و سیاست گذاری در بخش آب باشد، باعث انجام مجموعه اقدامات موثری شد که خوشبختانه افزایش رضایتمندی را هم در برکتشور بوده و هست، افزود: امروز اگر شاخه‌ها های مختلف در کشور و حتی استان را بررسی و مقایسه کنیم از تأسیسات آبی که وارد مدار شده تا موضوعاتی که ناظر بر خدمات‌کشی و بهداشت آب هست، همه موید اقدامات موثری است که همکاران ما در عرصه آب و فاضلاب انجام داده اند. مهندس پاکروح تصریح کرد: دغدغه هایی که در انتهای دهه شصت وجود داشت که بتوانیم ساختاری را در بخش آب و فاضلاب ایجاد کنیم که در پوسنه غیردولتی، متولی ارایه خدمات و سیاست گذاری در بخش آب باشد، باعث انجام مجموعه اقدامات موثری شد که خوشبختانه افزایش رضایتمندی را هم

اهواز – شبنم قباوند: مدیرعامل و رئیس هیئت مدیره شرکت ملی

حفاری گفت: ساخت هفت هزار و یکصد قلم قطعات پر مصرف

کاربردی صنعت حفاری در دو دهه اخیر ، حاصل هم افزایی و همکاری

موثر و مستمر میان این شرکت، مراکز علمی پژوهشی و سازندگان و

صنعتگران داخلی است. دکتر حمید رضا گلبایگانی در حاشیه بازدید

از نمایشگاه تخصصی صنعت نفت اهواز ۱۴۰۰ با تبریک ایام الله دهه

فجر و چهل و سومین سالگرد پیروزی شکوهمند انقلاب اسلامی،

افزود: ششمار این قطعات با احتساب افزایش و تکثیر منابع ساخت

داخل به حدود ۲۳ هزار قلم بالغ می گردد که ضمن خودکفایی در

این زمینه در شرایط محدودیت ها و تحریم های ظالمانه در عمل مانع

ایجاد کوچکترین وقفه در عملیات حفاری و خدمات یکپارچه فنی به

چاه های نفت و گاز شد.

وی اظهار کرد: دست یافتن به دانش فنی و ساخت کالا و تجهیزات

به دست صنعتگران داخلی از آرزوهای به ظاهر دست نیافتنی

سال های گذشته صنعت نفت کشور بود که خوشبختانه در چهار

دهه گذشته با تلاش متخصصان و کارشناسان و تعامل و همکاری

سازندگان، تولید کنندگان و مراکز دانش بنیان، گام های ارزشمندی



یادداشت

بهره برداری از ۲۰۵ طرح شرکت توزیع نیروی برق قزوین همزمان با دهه مبارک فجر

قزوین - خبرنگار فرصت امروز: دکتر مسعود خواجه وند مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان قزوین ضمن تبریک فرارسیدن ایام ا.. دهه مبارک فجروآغاز چهل و سومین سالگرد پیروزی انقلاب شکوهمند اسلامی ، درخصوص پروژه های شرکت توزیع نیروی برق استان قزوین اظهار داشت و گفت : همزمان با دهه فجر ، ۲۰۵ پروژه شرکت توزیع برق با هزینه ای بالغ بر ۴۵۳ میلیارد و ۸۲۶ میلیون ریال در شهرستان های (قزوین ، اوج ، البرز ، تاکستان ، بوئین زهرا و آبیک و شهرمحمديه) در قالب توسعه واحداث، نیرو رسانی،اصلاح و بهینه سازی،روشنایی معابر،رفع ضعف ولتاژ، برقرسانی روستائی و جابجایی شبکه بهره برداری می رسد که از مجموع پروژه های شرکت مذکور در شهرستان قزوین ۴۱، تاکستان ۵۱، آبیک ۴۶، اوج ۷، البرز ۲۹، بوئین زهرا ۲۴ و محمدیه ۲۷ پروژه به بهره برداری خواهد رسید . مشخصات کامل پروژه های مذکور در سایت اینترنتی این شرکت به نشانی www.qazvin-ed.co.ir در دسترس علاقمندان می باشد. دکتر خواجه وند در ادامه به عملکرد شرکت توزیع نیروی برق استان قزوین پس ازپیروزی انقلاب شکوهمند اسلامی ایران تا پایان آذر ماه ۱۴۰۰ اشاره کرد و افزود در اکثریت شاخص های کلیدی رشد چشمگیری بطور میانگین از ۱۱ تا ۱۴ برابر داشته ایم از جمله: تعداد پستهای برق با افزایش ۱۸ برابری از ۱۶۱۷دستگاه در قبل از انقلاب به ۱۱۹۵۴ دستگاه در سالجاری رسیده است، تعداد چراغهای روشنایی معابر از ۱۲۲۸۲دستگاه با افزایشی معادل ۱۳ برابر به ۱۸۱۲۸۲دستگاه رسیده است ، تعداد روستاهای برقدار از ۷۲ روستا در قبل از انقلاب به ۸۴۱ روستا افزایش یافته است که رشدی ۱۰ برابری را نشان می دهد، مصرف انرژی برق از ۲۷۰۲۲۰۲۲۷ مگاوات ساعت در قبل از انقلاب با رشدی ۸/۵برابری به ۴۰۶۱۰۶۳مگاوات ساعت در حال حاضر رسیده است ، تعداد مشترکین از ۸۰۳۵۲ مشترک در قبل از انقلاب به ۶۳۴۰۵۰ مشترک رسیده است که ابرابر افزایش یافته است، شاخص طول خطوط از ۲۵۴۳ کیلومتر در قبل از انقلاب به ۱۳۰۸۷کیلو متر افزایش یافته است که رقمی معادل ابرابر رشد را مشاهده می کنیم،حداکثر پیک بار همزمان با افزایش ۵۳ برابری، هم اکنون ۸۱۴/۵مگاوات می باشدو ظرفیت پستها با افزایشی معادل ۱۶۹۸ مگاوات امپیر ، رقمی بیش از ۳ برابر افزایش را پس از پیروزی انقلاب اسلامی نشان می دهد . مدیر عامل برق استان در زمینه انرژیهای نو گفت : با اقدامات صورت گرفته در زمینه نیروگاههای تولید برقآندک تانکون ۵ قرار داد با ظرفیت ۴۷/۵۰ مگاوات در زمینه نیرو گاههای مقیاس کوچک مبادله گردیده است و ۱۷ واحد با ظرفیت ۸۳،۷۱ مگاوات در حال بهره برداری می باشد ،در مورد انرژی بادی ۲ قرارداد با ظرفیت ۶۰ مگاوات در زمینه انرژی بادی مبادله شده و ۶ واحد با ظرفیت ۱۶۱،۷۶ مگاوات در حال بهره برداری می باشد خواجه وند در ارتباط با انرژی خورشیدی افزود: ۴ قرارداد با ظرفیت ۱۸،۷ مگاوات در زمینه انرژی خورشیدی مبادله شده و ۳ واحد با ظرفیت ۴ مگاوات در حال بهره برداری می باشد .

بازدید مقامات استان خراسان رضوی از غرفه سیمیدکو در نمایشگاه بین المللی مشهد

مشهد - صابر ابراهیم بای: مقامات استان خراسان رضوی از غرفه سیمیدکو در نمایشگاه بین المللی مشهد بازدید کرده و در جریان دستاوردها و موفقیت های این شرکت قرار گرفتند.

آقایان داوری معاون استاندار و فرماندار مشهد، دکتر رجبی رئیس سازمان صحت استان خراسان، ناصر فخر موحدی مدیر کل دفتر هماهنگی امور اقتصادی استانداری خراسان رضوی و جمعی

از مدیران اتحادیه های صنفی استان خراسان رضوی با حضور در

غرفه شرکت صنعتی و معدنی توسعه فراگیر سناباد در جریان فعالیت‌های تولیدی و طرح های توسعه

شرکت قرار گرفتند. در این بازدید مهندس محمد مدنی فر، مدیرعامل شرکت صنعتی و معدنی توسعه

فراگیر سناباد (سیمیدکو) به تشریح دستاوردها و موفقیت های این شرکت پرداخت و افزود: با تلاش

و همت مضاعف کارگران و کارکنان این شرکت توانستیم در سال جاری یکی از بزرگترین پروژه های

زیست محیطی کشور را در منطقه معدنی سنگان به بهره برداری رسانه و دومین طرح بزرگ زیست

محیطی خود را نیز در نیمه دوم سال جاری رسماً آغاز کردیم. مدیرعامل سیمیدکو از اجرای طرح شبکه

جمع‌آوری و تصفیه پساب شهرستان خواف به عنوان دومین طرح بزرگ زیست محیطی سیمیدکو خبر

داد و افزود: سیمیدکو با سرمایه‌گذاری چهار هزار میلیارد ریالی طی تفاهنامه مشترک با شرکت آبفای

استان خراسان رضوی با اجرای این طرح بزرگ زیست‌محیطی در راستای آبفای مسوولیت‌های اجتماعی

خود در خصوص کمک به بهداشت و سلامت منطقه، ضمن تأمین بخشی از آب مورد نیاز خطوط تولید

خود به حفظ منابع آبی زیرزمینی جهت کمک به مباحث کشاورزی و دامپروری گام بزرگی برخواهد

داشت. مدیر عامل سیمیدکو با اشاره به نوپایی مجموعه سیمیدکو در عرصه صنعت و معدن، عملکرد این

شرکت را در دوران تحریم و شرایط کرونا کم نظیر توصیف کرد و افزود:بهره برداری و به ظرفیت رسیدن

کارخانه گندله سازی، راه اندازی فیلتراسیون، بومی سازی تعمیرات و تجهیزات، کسب رکوردهای تولید

و سایر دستاوردهای سیمیدکو در سخت ترین شرایط ممکن و با وجود چالش های برق و گاز نشان از

همدلی و همت بلند همکارانم در مجموعه سیمیدکو است و ما مصمم هستیم پیرو تأکیدات و دغدغه های

مقام معظم رهبری در خصوص تولید و امر اقتصاد به فرامین ایشان جامعه عمل ببوشانیم. گفتنی است

شرکت صنعتی و معدنی توسعه فراگیر سناباد(سیمیدکو) یکی از شرکت‌های تابعه فولاد خوزستان است

که وظیفه تأمین و تولید کنسنتره و گندله آهن را در منطقه معدنی سنگان شهرستان مرزی خواف در

استان خراسان رضوی بر عهده دارد.



آبرسانی به ۵۴ روستای شهرستان های شفت و فومن با بهره برداری از مجتمع آبرسانی بداب

رشت - خبرنگار فرصت امروز: با بهره برداری از مجتمع آبرسانی بداب ۵۴ روستای شهرستان های شفت و فومن از آب شرب با کیفیت و بهداشتی برخوردار می شوند. به گزارش دفتر روابط عمومی و آموزش همگانی شرکت آب و فاضلاب گیلان، مدیر امور آبفای شفت در جریان بازدید سید امیرحسین مدنی معاون توسعه روستایی و مناطق محروم کشور از عملیات اجرایی مجتمع آبرسانی بداب گفت: با ساخت و بهره برداری از این مجتمع آبرسانی، جمعیتی بالغ بر ۲۸ هزار نفر در ۵۴ روستای شهرستان های شفت و فومن از نعمت آب شرب سالم و بهداشتی برخوردار می شوند. علی دادرس افزود: برای آبرسانی به این روستاها ۱۰ حلقه چاه حفر و ۶۵۰ کیلومتر لوله گذاری خطوط انتقال و سوزال اجرا می شود که تاکنون عملیات حفاری یک حلقه چاه انجام شده است. وی تصریح کرد: در سال ۹۹ اعتباری معادل ۱۲۰ میلیارد ریال از محل صندوق توسعه ملی و ردیف بودجه عمومی برای ساخت مجتمع آبرسانی بداب تصویب شد. وی گفت: اجرای این پروژه از سال گذشته آغاز شده و در سال ۱۴۰۴ خاتمه می یابد.

ثبت دو وقف جدید به ارزش ۲۸ میلیارد ریال در قم

قم - خبرنگار فرصت امروز: رئیس اوقاف ناحیه دو شهرستان قم از ثبت دو وقف جدید با ارزش مجموع ۲۸ میلیارد ریال خبر داد.

به گزارش روابط عمومی اداره کل اوقاف و امور خیریه استان قم، حجت‌الاسلام اسدپور با اشاره به ثبت دو مورد وقف جدید در اوقاف ناحیه دو شهرستان قم اظهار کرد: بر این اساس یک ملک مسکونی به ارزش ۱۶ میلیارد ریال توسط واقف محترم محمد علی بدانی و با نیت روضه‌خوانی برای سید الشهداء و اهل بیت عصمت و طهارت (علیهم السلام) به ثبت رسیده است. وی افزود: این ملک مسکونی با مساحت ۲۰۰ متر مربع در خیابان شاه ابراهیم واقع است. رئیس اوقاف و امور خیریه ناحیه دو شهرستان قم با اشاره به موقوفه دیگری که اخیراً به ثبت رسیده خاطر‌نشان کرد: این موقوفه یک باب ساختمان با تغییر کاربری به مسجد در خیابان امام خمینی(ره) است. وی ادامه داد: مساحت ملک مذکور ۱۳۲ متر مربع بوده و آرز روز آن حدود ۱۲ میلیارد ریال تخمین زده شده است.



بهینه‌سازی تبلیغات گوگل ادز: راهنمای قدم به قدم برای بازاریاب‌ها

نویسنده: **علی آل علی**

در دنیایی که حتی کوچک‌ترین بخش‌های آن هم روز به روز در حال توسعه و بهترشدن است، بازاریاب‌ها چاره‌ای به غیر از بهینه‌سازی تبلیغات‌شان برای موفقیت در مارتن‌نفسگیر جلب نظر مشتریان ندارند. وگرنه حال و روز خواننده جوانی را خواهند داشت که در اولین شب کنسرتش حتی یک نفر هم در سالن حاضر نشده و همه صندلی‌ها خالی است. بی‌شک با این دست فرمان خواننده قصه ما حتی برای جور کردن هزینه برگزاری کنسرتش هم با مشکل رو به رو می‌شود و در آخر هم سر و کارش با یک عالمه طلبکار عصبانی خواهد بود.

خیلی از بازاریاب‌ها تا حرف از بهینه‌سازی کمپین و تبلیغات می‌شود، فوراً یک خط قرمز پررنگ دور برندشان می‌کشند. انگار که همه چالش‌ها و اشتباهات دنیای تبلیغات فقط مخصوص بقیه است و برند آنها همیشه عزیز دل مشتریان باقی خواهد ماند. اگر نظر ما را بخواهید، چنین رویکردی به سادگی آب خوردن شما را سه هیچ از رقبای‌تان عقب می‌اندازد؛ به ویژه اگر پای تبلیغات در گوگل ادز هم در میان باشد. آن وقت خود گوگل تبدیل به اولین دردرس شما می‌شود- و طوری کمپین‌تان را کنار می‌زند که انگار از اول هم برندن‌تان پایش را در گوگل اندز نگذاشته است؛ به همین سادگی!

در اینکه گوگل مثل سوپر‌استارهای سینمایی برای همه مردم دنیا شناخته شده است، هیچ شکی نیست، اما این واقعیت اصلا دلیل خوبی برای خوش‌بینی شما نسبت به موفقیت بی‌رو برگشت در همکاری با این غول دیجیتال نخواهد بود. هرچه باشد گوگل با کسی شوخی ندارد و اصلا اجازه نمی‌دهد یک برند با زرنگ‌بازی محتوایی بی‌کیفیت را جایی تبلیغی حرفه‌ای به کارپاش قالب کند؛ آن هم با استفاده از اعتبار گوگل ادز.

همانطور که در یک گروه ارکستر حرفه‌ای همه نوازنده‌ها به نوعی بهترین موسیقیدان‌ها هستند و جایی برای افراد تازه کار نیست، بازاریاب‌ها هم برای اینکه شانسِی برای حضور در ارکستر تبلیغاتی گوگل ادز داشته باشند، راهی به غیر از طراحی محتوای تبلیغاتی درجه یک ندارند.
خب پیش خودتان فکر نکرده‌اید که برندی در حد و اندازهٔ گوگل فقط برای پول هر تبلیغی را پیش پای مخاطبش قرار دهد، مگر نه؟ بعضی از بازاریاب‌ها فکر می‌کنند شکست تبلیغاتی هم بخشی از دنیای کسب و کار است و در عین نابوری خیلی راحت از کنار شکست‌های‌شان رد می‌شوند؛ اگر شما هم چنین نظری درباره شکست‌های تبلیغاتی دارید، باید بگویم که کاملا دراشتباید. وضعیت ناکامی‌های بازاریابی شما در گوگل دقیقا مثل شکست‌های یک تیم فوتبال در بازی‌های لیگ است. تیمی در حد و اندازه لیورپول را در نظر بگیرید؛ اگر این تیم با آن هم ستاره‌هایش هم یکی دو بازی را ببازد، تقریباً دیگر شانسِی برای قهرمانی در لیگ برتر انگلیس نخواهد داشت. حالا اگر شما هم حتی یک شکست بچه‌گانه در تبلیغات گوگل ادز بخورید، شاید خیلی زود پرورنده ماجراجوی‌تان در دنیای گوگل شروع نشده به پایان برسد.

ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم هر برندی باید مثل یک شوالیه کاردرست برای هر مشکل و چالشی در دنیای گوگل ادز آماده شود. البته در این زمین بازی ابزار اصلی شما به جای شمیر و نیزه ابزار فقط و فقط محتوای تبلیغاتی و عملکردتان در گوگل ادز است. پس لطفاً هر فکر و خیالی درباره شباهت دنیای گوگل ادز با بازی‌های کامپیوتری برطرفدار را همین حالا فراموش کنید!

فکر می‌کنم تا الان خیلی خوب فهمیده باشید که ما در این مقاله می‌خواهیم درباره راه و چاهای موفقیت در گوگل ادز با شما حرف بزنیم. اجازه دهید همین اول کار خیال‌تان را راحت کنیم و بگویم که قرار نیست دوباره تکنیک‌های مقالات قبلی‌مان را تکرار کنیم، بلکه این بار پای بهینه‌سازی تبلیغات در میان است. پس اگر شما هم دوست دارید تبلیغات‌تان در گوگل ادز یک سر و گردن بالاتر از بقیه رقبا باشد، راهکارها یا همان هک‌های تبلیغاتی این مقاله مخصوص شماست. البته در اینجا خبری از فرمول‌های جادویی یا انواع روش‌های بی‌سر و ته نیست، بلکه ما یک راست رفته‌ایم سراغ بهترین تکنیک‌های دنیا که درس‌شان را حسایی پس داده‌اند. این شما و این هم هک‌های بهینه‌سازی تبلیغات در گوگل ادز.

آیا تا به حال به شباهت بین تبلیغات در گوگل ادز و کارگردانی یک فیلم سینمایی فکر کرده‌اید؟ قبول دارم این سوال کمی گیج‌کننده است، اما اگر با دقت به ماجرا نگاه کنید خیلی زود متوجه وظایف یکسان بازاریاب‌ها و کارگردان‌های درجه یک هالیوودی خواهید شد. همانطور که کارگردانی مثل اسکورسیزی باید مطمئن شود هر لحظه از فیلمش برای عاشقان سینما جذاب و نفسگیر است، شما هم به عنوان یک بازاریاب باید قدر تک تک لحظات و فرصت‌های تبلیغاتی‌تان را بدانید. وگرنه گوگل بدون حتی یک دره حرم شما را از ترکیب طلایی تیشی در گوگل ادز بیرون می‌کند و یک برند تازه نفس را به میدان می‌فرستد.

امیدوارم توصیف ما از شرایط گوگل ادز خیلی ناامیدتان نکرده باشد. چراکه ما در روزنامه فرصت امروز مثل همیشه کلی راه حل برای موفقیت تبلیغاتی و راحت شدن از شر درسرهای گاه و بی‌گاه گوگل ادز برای برندن‌تان داریم. استراتژی که در این مقاله می‌خواهیم درباره‌اش با شما حرف بزنیم، چیزی نیست به غیر از بهینه‌سازی تبلیغاتی در گوگل ادز.

شاید پیش خودتان فکر کنید در این مقاله قرار است با کلی تکنیک و مفاهیمی رو به رو شوید که بیشتر در فیلم‌های علمی- تخیلی به چشم می‌خورد. در این صورت باید همین اول کاری خیال‌تان را راحت کنیم و بگویم که ما در روزنامه فرصت امروز اصلا میانه خوبی با راه حل‌های پیچیده نداریم. پس قلم و خودکار‌تان را آماده کنید تا یکی از جذاب‌ترین و در عین حال دلنشین‌ترین کلاس‌های زندگی‌تان را تجربه کنید (امیدوارم داغ دل‌تان درباره کلاس‌های دانشگاهی را تازه نکرده باشیم).

۱. طراحی تبلیغ استاندارد: تکنیکی فراموش‌شده در میان بازاریاب‌ها

آیا تا به حال تبلیغ معمولی یا کلیشه‌ای را دیده‌اید که همه کاربران گوگل را میخکوب کند؟ اگر کسی حتی یک لحظه هم درباره جواب این سوال شک کند، بی‌رو برگشت یک جای کارش در دنیای تبلیغات حسایی می‌لنگد. خب، اگر مشتری را سراغ دارید که با دیدن یک تبلیغ کلیشه‌ای حسایی از خجالت‌برند موردنظر درمی‌آید، ما را هم بی‌خبر نگذارید.

گاهی اوقات بهترین هک‌های تبلیغاتی در گوگل ادز از قضا ساده‌ترین آنها هستند. مثلاً همین طراحی تبلیغ استاندارد را در نظر بگیرید. از آنجایی که خیلی از بازاریاب‌ها عادت دارند اهداف بی‌نهایت بلندپروازانه برای خودشان تعریف کنند احتمالاً خیلی زود صدای اعتراض‌شان در مقابل توصیه ما به هوا بلند می‌شود. البته ما هم جواب حرفه‌ای برای این دست از گله و شکایت‌ها داریم. اگر بخواهیم دور ادعاهای عجیب و غریب درباره تبلیغات گوگل ادز را خط بکشیم، در نهایت هدف اصلی هر تبلیغ تعامل با مخاطب هدف و جلب نظرش به پیام اصلی بازاریابی کمپین خواهد بود. همانطور که می‌شود حسد زده، این کار خیلی پیچیده یا غیرعادی نیست. پس یک لطفی به خود و برندن‌ان بکنید و به جای تکنیک‌های عجیب و غریب، شش دانگ حواس‌تان را به همین چند نکته پیش روی‌تان بدهید:

• طراحی تیتز جذاب و کوتاه: تبلیغات گوگل ادز دقت‌رجه یادداشت یا دیوار یادگاری نیست. پس سعی کنید خیلی شیک و مجلسی فقط از تیتزهای کوتاه استفاده کنید. این نکته در ترکیب با خلاقیت مخصوص بازاریاب‌ها همیشه نتیجه شگفت‌انگیزی خواهد داشت. با این حساب کمی به قوه خلاقیت‌تان مجال دهید تا در دنیای تبلیغات خودنمایی کند؛ به همین سادگی!

• نوشتن متن جانبی خلافتانه: مشتریان در گوگل هر با گوشه دیگری از دنیای اینترنت از دست تبلیغات کلیشه‌ای که تعدادشان هم کم نیست، حسایی کلافه هستند. پس اگر دوست ندارید خیلی زود جیبی مخصوصی برای کسب و کارتان در فهرست برندهای به درد نخور پیدا کنید، دور هر تکنیک یا روشی که حتی رنگ و بویی از کلیشه‌های رایج را دارد هم خط بکشید. اینطورِی متن جانبی تبلیغ‌تان همیشه خلافتانه و صداآلبته خیره‌کننده برای مشتریان می‌شود.

• جاگذاری درست دعوت به عمل (CTA): جاگذاری درست دعوت به عمل یکی دیگر از آن نکاتی است که به بازاریابی باید حواس‌ش آن باشد. شما در اینجا مثل یک فوتبالیست حرفه‌ای باید اول موفقیت گلزنی را فراهم کنید و بعد هم با یک پیشنهاد شگفت‌انگیز یک قهرمانی برندن‌تان را بزنید. به زبان خودمانی، به غیر از پیدا کردن جایی درست برای CTA باید پیشنهادی مثل تخفیف یا فرصت مرجوعی سفارش در بلندمدت را پیش پای مشتریان بگذارید. وگرنه شاید حتی یک دلار هم از کمپین‌تان سود نکیند.

۲. بهینه‌سازی صفحه فرود: مشتریان با چشم‌شان خرید می‌کنند

اجازه دهید این بخش را با یک مثال دم دستِی و در عین حال کاربردی شروع کنیم. وقتی شما در یوتیوب یک تیتز تبلیغاتی از فیلم کارگردانی مشهور را مشاهده می‌کنید، انتظار‌تان از آن چه خواهد بود؟ اگر بخواهیم با هم روراست باشیم، احتمالاً مواردی مثل کیفیت مشابه فیلم با تیتز و همینطور بازی‌های چشم‌نواز جواب‌های خوبی خواهد بود. حالا اگر شما بعد از تماشای یک تیتز سراغ داللود فیلم اصلی بروید و بیکهو با فیلمی در حد سینمایی هند مواجه شوید، چه واکنشی خواهید

داشت؟ شما را نمی‌دانم، ولی من که بابت حجم اینترنتی که هدر داده‌ام، حسایی شاکی خواهم شد!

باور کنید یا نه، ماجرای بالا درباره دنیای تبلیغات گوگل هم مصداق دارد. اگر شما حتی بهترین تبلیغ گوگل را هم پیش پای مشتریان قرار دهید، اما فکری به حال صفحه فرودتان نکرده باشید، دست آخر با کلی گله و شکایت تنها می‌ماند و احتمالاً گوگل هم بابت کاری که با اعتبارش کرده‌اید حسایی از خجالت‌تان درخواهد آمد.



ما در این بخش برای اینکه آن روی گوگل در حفاظت از کارپاش را نبینید، چند تا هک‌های ساده و کاربردی را برای‌تان آماده کرده‌یم:

• افزایش سرعت بارگذاری صفحه فرود: هیچ کس دوست ندارد چند دقیقه پشت لپ تاپ یا موبایلش معطل شود؛ آن هم برای یک تبلیغ ساده در گوگل. پس اگر دوست ندارید کاربران خیلی راحت قید تبلیغات‌تان را بزنند، یک لطفی به تیم بازاریابی‌تان بکنید و افزایش سرعت صفحه فرود را از همان اول کار در دستور کار قرار دهید. وگرنه مخاطب‌تان را حسایی یاد چند دهه قبل و نسل اینترنت کارتِی خواهید انداخت!

• به‌روز رسانی مدام: هیچ صفحه فرودی برای همیشه باب میل مشتریان باقی نمی‌ماند. به همین خاطر شما باید خیلی زود آنها را عوض کرده و نمونه‌های بهتری پیش پای مشتریان‌تان قرار دهید. هرچه باشد کاربران در دنیای اینترنت با هیچ برندی شوخی ندارند و یک صفحه فرود تکراری کافی است تا طوری دور برندن‌ان را خط بکشند که انگار اصلاً آن را بلد وجود هم ندارند.

• ارتباط میان صفحه فرود و تبلیغ اصلی: شما نمی‌توانید در تبلیغ گوگل ادز‌تان یک حرفی بزنید و بعداً در صفحه فرود دنیا پیام بازاریابی دیگری را نداشته باشید. فکر می‌کنم ایجاد ارتباط معنایی میان اجزای مختلف یک کمپین آنقدر نکته واضحی باشد که هر بازاریابی خیلی خوب آن را بلد باشد. مگر نه؟

انتخاب تیتز هیجان‌انگیز: تیتز صفحه فرود شما هم باید مثل تبلیغ گوگل‌تان برای مخاطب جذاب باشد و وی را به صندلی کامپیوتزش میخکوب کند. البته منظور ما در اینجا کپی کردن همان تیتز در صفحه فرود نیست، بلکه شما باید یک تیتز جداگانه برای این بخش طراحی کنید. خیال‌تان هم بابت رعایت کوتاهی تیتز اثر باشد، چراکه کاربران در تبلیغات باید هدف‌گذاری درست و حسایی روی مخاطب‌شان داشته باشند. وگرنه خیلی راحت بودجه‌شان را دور ریخته و حتی ممکن است حرص بعضی از کاربران گوگل را هم دربیاورند؛ به همین سادگی!

۳. هدف‌گذاری حرفه‌ای روی مشتریان: کدام برند بودجه‌اش را از سر راه آورده؟

شاید تکنیکی که در این بخش برای بهینه‌سازی تبلیغات گوگل ادز معرفی می‌کنیم، تا حدودی ساده یا حتی بی‌نهایت آماتور به نظر برسد. خب به هر حال تقریباً همه بازاریاب‌ها می‌دانند قبل از شروع به طراحی تبلیغات‌شان باید هدف‌گذاری درست و حسایی روی مخاطب‌شان داشته باشند. وگرنه خیلی راحت بودجه‌شان را دور ریخته و حتی ممکن است حرص بعضی از کاربران گوگل را هم دربیاورند؛ به همین سادگی! قبول دارم پیدا کردن مخاطب هدف در بین میلیاردها کاربر روزانه گوگل کار خیلی ساده‌ای نیست، اما از طرفی شما لازم نیست خیلی خودتان را به دردسر بیندازید. هرچه باشد ما در روزنامه فرصت امروز کنار‌تان هستیم تا صفر تا صد بهینه‌سازی تبلیغات در گوگل ادز را یاد بگیرید. پس با خیال راحت فقط به چند تا توصیه‌ای که برای‌تان جدا کرده‌ام، توجه کنید:

• ایجاد پرسونای مخاطب: پرسونای مخاطب یکی از بهترین ایده‌ها برای پیدا کردن مخاطب هدف در یک چشم به هم زدن است. اگر شما به بارها و بارها در بازار گِج شده‌اید و دست آخر هم خودتان را در یک هزارتوی بی‌پایان پیدا می‌کنید، پرسونای مخاطب همان تکه گمشده پازل تبلیغات گوگل ادز شماست. شما برای طراحی پرسونای مخاطب‌تان کافی است فقط به آنچه مشتریان احتمالی برندن‌تان می‌خواهند، فکر کنید. اگر در این میان انتظارات خودتان از مشتریان احتمالی را هم چاشنی کار کنید، دیگر مو لای درز کارتان نخواهد رفت.

• هدف‌گذاری برمبنای دستگاه کاربران: شاید این نکته خیلی غیرعادی باشد، اما دستگاه هوشمندی که کاربران استفاده می‌کنند نقش مهمی در هدف‌گذاری بر روی آنها دارد. خب انتظار ندارید که یک تبلیغ برای کاربران گوشی‌های هوشمند و تلویزیون‌های هوشمند تاثیر یکسانی داشته باشد؟ امروزه آنقدر روش‌های دسترسی به اینترنت گسترش پیدا کرده که دیگر باید دسته‌بندی و هدف‌گذاری بر روی مخاطب هدف را نیز براساس آن انجام داد، در غیر این صورت شما خیلی زود از لیگ قهرمانان تبلیغات گوگل ادز حذف خواهید شد.

• هدف‌گذاری زمانی: شما قرار نیست هر زمانی که دوست داشتید تبلیغات‌تان را پیش روی مخاطب قرار دهید و انتظار بازخوردهای عالی داشته باشید. اگر مراحل قبلی را خیلی خوب طی کرده باشید، الان اطلاع نسایی از مخاطب هدف‌تان دارید. حالا نوبتی هم باشد، باید فکری به حال ارائه محتوای‌تان به مخاطب هدف در بهترین ساعت ممکن باشید. این کار دقیقاً مثل نمایش تبلیغات تلویزیونی در ساعت‌های پربیننده و زمان بخش سریال‌های محبوب مردم است. پس منتظر چه هستید؟ همین الان به فکر نمایش تبلیغات‌تان در بهترین ساعت‌ها باشید. برای این کار هم کافی است سری به گوگل آنالیتیکس بزنید یا حتی از مشتریان‌تان نظرخواهی کنید.

شاید در ابتدا اجرای تکنیک‌های بالا کمی سخت باشد، اما مگر کار

آسان و ساده هم در دنیای تبلیغات وجود دارد؟ البته در این یک مورد خاص قول می‌دهیم اگر خوب تمرین کنید به زودی تمام مشکلات‌تان در این حوزه رفع خواهد شد.

۴. ارزیابی مداوم تبلیغات: فراموشکاری ممنوع!

وقتی صحبت از بهینه‌سازی تبلیغات گوگل ادز می‌شود، هیچ جوره نمی‌شود بی‌خیال ارزیابی مداوم کمپین و تبلیغات شد. همانطور که یک تیم بسکتبال در لیگ فشرده NBA باید به همیشه نیم نگاهی به رقبا داشته باشد و گروه آنالیزور حرفه‌ای دم دستش باشد، شما هم به عنوان بازاریاب بدون اطلاعات دقیق و صداآلبته معتبر کاری از پیش نخواهید برد. پس اگر دوست دارید مثل یک جنگجوی کارکشته و حرفه‌ای از پس هر برند بزرگی بریابید، باید مهارت‌تان در ارزیابی تبلیغات را بیشتر کنید.

خیلی از بازاریاب‌ها فکر می‌کنند برای ارزیابی کمپین راهکارهای جادویی وجود دارد و به آب و آتش می‌زنند تا ره صدساله را یک شبه طی کنند. اگر از ما می‌شنوید، چنین تکنیک‌هایی اصلاً وجود خارجی ندارند. پس بی‌خودی خودتان را گول نزنید. البته ما قصد نداریم فقط شما را ناامید کنیم و همه رویاهای شیرین‌تان را از بین ببریم، بلکه راهکارهای جایگزینی هم برای آنها داریم. پس لطفاً همه حواس‌تان را جمع کنید به جای روش‌های بی‌سر و ته از همان اول سراغ این سه تکنیک موردتایید ما در روزنامه فرصت امروز بروید:

• ارزیابی اطلاعات کمپین به طور روزانه: آگاهی از وضعیت کمپین‌های تبلیغاتی در گوگل ادز کار خیلی سختی نیست، البته به شرط اینکه آن را روزانه انجام دهید. وگرنه آخر هفته با کلی گزارش‌های روی هم تلنبار شده تنها خواهید ماند. بنابراین شما به جای اینکه کار‌تان را دقیقه ۹۰ با کلی زحمت انجام دهید، روزی فقط چند دقیقه از وقت‌تان را خالی کنید و به مسئله حیاتی ارزیابی کمپین اختصاص دهید. فکر نمی‌کنم چنین کاری خیلی سخت باشد، نظر شما چیست؟

• تبلیغات جدید را امتحان کنید: اگر با دقت به دور و اطراف‌تان نگاه کنید، کلی ایده تازه برای تبلیغات در سراسر دنیا وجود دارد. ماجرا در اینجا دقیق مثل ترندهای مختلف در شبکه‌های اجتماعی است. پس

تعارف را کنار گذاشته و دست از محافظه‌کاری بردارید. قول می‌دهیم امتحان کردن ترندهای تازه در طراحی تبلیغات انقصرها هم کسل‌کننده یا بی‌فایده نیست.

• رقابت‌گسترده در گوگل ادز را یادتان نرود: مشکلی که خیلی از بازاریاب‌ها در گوگل ادز دارند، فراموش کردن سریع حجج بالای رقابت در این پلتفرم دوست‌داشتنی است. وقتی پای گوگل با آن هم نوستالژی‌های رنگارنگ وسط باشد، هر برندی حاضر شده حتی تا قله قاف هم برود تا جایگاه تبلیغاتی تضمین‌شده‌ای برای خودش در گوگل ادز دست و پا کند. پس شما باید شش دانگ حواس‌تان به وضعیت تبلیغاتی‌تان در گوگل ادز باشد تا یک وقت بی‌خود و بی‌جهت جایگاه‌تان در این پلتفرم دوست‌داشتنی را مثل آب خوردن از دست ندهید.

همانطور که می‌شود حسد زده، ارزیابی مداوم تبلیغات در گوگل ادز خیلی امر عجیب یا غافلگیرکننده‌ای نیست. همانطور که یک بازیگر حرفه‌ای برای اینکه در کانون توجه مردم باشد باید همیشه کیفیت بازی‌اش را افزایش دهد، شما هم به عنوان بازاریاب با ارزیابی تبلیغات‌تان این فرصت طلایی برای ارتقای کیفیت آنها را پیدا خواهید کرد؛ به همین سادگی.

۵.انتخاب بازارهای محلی: وقتی شخصی‌سازی حرف اول و آخر را می‌زند

بی‌شک همه ما در طول زندگی‌مان کلی برند بزرگ و کوچک را دیده‌ایم که با هزینه‌های سرسام‌وار کمپین‌هایی در چهارگوشه دنیا اجرا می‌کنند. صرف نظر از میزان بازگشت سرمایه این دست از تبلیغات باید نیم نگاهی هم به هزینه بالای استفاده از شیوه موردنظر داشته باشیم. اگر بودجه مالی برند شما در حد و اندازه تیم‌های رتال مادرید یا منچستر سیتی است، احتمالاً ریختن و پاشن در گوگل ادز اصلاً به چشمتان هم نخواهد آمد، اما اگر مثل خیلی دیگر برندها همیشه با غول بودجه محدود سر و کار دارید، این تازه اول ماجراهای‌تان در گوگل ادز خواهد بود.

خیلی از برندها وقتی وارد دنیای گوگل ادز می‌شوند، پیش‌فرض‌شان ضرورت صرف بودجه‌های کلان در این حوزه است. راستش را بخواهید، ما اصلاً نمی‌دانیم چطور چنین ذهنیتی در بین بازاریاب‌ها شکل گرفته، اما واقعیت گوگل ادز ۱۸۰ درجه با این دست شایعات تفاوت دارد. به زبان خودمانی، شما لازم نیست حتما یک مولتی میلیاردر باشید تا نتوانسای برای موفقیت در گوگل ادز پیدا کنید. حتماً از خودتان می‌پرسید چطور چنین چیزی ممکن است، مگر نه؟ در این صورت باید کوتاه‌ترین جواب ممکن را به شما بدهیم: انتخاب بازارهای محلی برای نمایش تبلیغات!

اجازه دهید برای درک بهتر انتخاب بازارهای محلی از یک مثال واضح استفاده کنیم. فرض کنید شما یک برند با جایگاه متوسط در بازار تولید و و فروش لوازم کمپینگ هستید. در این صورت احتمالاً بیشتر مشتریان شما وقتی در مناطق روستایی هستند به دنبال خرید و ثبت سفارش خواهند افتاد. در این صورت اگر شما به جای نمایش تبلیغات‌تان برای همه مردم در موقعیت‌های جغرافیایی گوناگون فقط و فقط روی مشتریان روستاهایی که اتفاقاً جاذبه گردشگری و کمپ هم دارند متمرکز شوید، موفقیت کمپین‌تان درخور نخواهد داشت.

از آنجایی‌که گوگل همیشه هوای برندها را دارد، به سادگی آب خوردن امکان شخصی‌سازی نمایش تبلیغات برای بازارهای محلی را فراهم کرده است. این یعنی دیگر لازم نیست با کلی خرج اضافه تبلیغ گوگل ادز‌تان را برای تمام مخاطب هدف نمایش دهید و آخر سر هم با کلی ناراضایی کاربران شهری برای مشاهده تبلیغات کمپینگ تنها بمانید.

حالا که متوجه شدید شخصی‌سازی تبلیغات‌تان براساس موقعیت‌های مکانی قدرتم مهم است، باید شیوه این کار را هم به شما یاد بدهیم. وگرنه مثل ماهیگیری خواهید شد که بعد از یک دوره کامل آموزشی آخرسر بازهم ماهیگیری را خوب بلد نشده است. شما برای اینکه تبلیغات‌تان فقط برای کاربران یک موقعیت جغرافیایی خاص نمایش داده شود، باید اول از همه در حساب گوگل ادز‌تان به تب هدف‌گذاری (Targeting) بروید. بعد از آن از بخش اضافه کردن موقعیت مکانی (Add Location) اسمم شهر یا منطقه دلخواه‌تان را وارد کنید؛ به همین سادگی دیگر تبلیغ گوگل ادز‌تان فقط برای منطقه‌های مشخص شده نمایش داده می‌شود. فکر نمی‌کنم این تکنیک بهینه‌سازی تبلیغات گوگل ادز خیلی سخت باشد، نظر شما چیست؟

۶.بهینه‌سازی با چاشنی تنظیمات زمانی گوگل ادز:

ورود به مرحله‌ای تازه در تعامل با مشتریان

آیا تا به حال برای‌تان پیش آمده وقتی مشغول گشت و گذار در اینترنت هستید، بیکهو تبلیغی به زبان خارجی از ناکجاآباد جلوی راه‌تان سبز شود؟ شکی نیست که هر کسی که حتی یک بار هم با اینترنت کار کرده باشد، خیلی خوب با این وضعیت آشنایی دارد. اینطور موقع‌ها آدم حس و حال توریستی را دارد که در یک کشور خارجی گیر افتاده و حتی یک کلمه از حرف‌های دیگران را هم متوجه نمی‌شود.

اگر بخواهیم از مثال بالا در گوگل ادز استفاده کنیم، باید گفت که شما بدون در نظر گرفتن زبان اصلی مخاطب هدف‌تان حتی یک درصد هم شانس بازگشت سرمایه از تبلیغات‌تان را نخواهید داشت. خب هرچه باشد کسی در بازار عاشق چشم و ابروی شما نیست که تبلیغ‌تان را همینطور بی‌دلیل مشاهده کند؛ آن هم با زبانی که حتی یک کلمه‌اش را هم بلد نیست!

راه حل ما در این بخش برای بهینه‌سازی تبلیغات گوگل ادز خیلی ساده‌تر از آن چیزی است که حتی فکشر را می‌کنید. بر این اساس شما فقط باید سراغ تنظیمات زمانی گوگل ادز بروید تا بدون اینکه حتی دست به سیاه و سفید بزنید، تبلیغ به زبان‌های انتخابی‌تان ترجمه شود. برای این کار در اکانت گوگل ادز‌تان از تب تنظیمات به سراغ گزینه تغییر زبان (Change Language) بروید. بعد از آن هم از بین لیست زبان‌های مختلف گزینه‌های دلخواه‌تان را انتخاب کنید تا تغییرات ذخیره شود. به همین سادگی زبان تبلیغ‌تان برای هر کاربر شخصی‌سازی شده و آنها به زبان خودشان تبلیغ برندن‌ان را مشاهده خواهند کرد.

شاید پیش خودتان فکر کنید ترجمه خودکار متن تبلیغ به زبان‌های دیگر چندان اهمیتی ندارد. هرچه باشد مگر کسب و کار شما چقدر بزرگ است که بخواهد کل زبان‌های دنیا را هم پوشش دهد؟ اگر نظر ما را بخواهید، ضرورت چنین کاری بیشتر مربوط به موج جهانی شدن و مهاجرت‌های گسترده مردم است. یک مثال دم دستی از این مسئله جمعیت ۴۱ میلیون نفری شهروندان ایالات متحده است که زبان اول‌شان اسپانیایی است. بی‌شک این افراد ترجیح می‌دهند تبلیغات مختلف در گوگل را به زبان اول‌شان مشاهده کنند. با این حساب شما در صورت استفاده از گزینه گوگل ادز در یک چشم به هم زدن تبدیل به همان برندی می‌شوید که مشتریان سال‌هاست منتظرش هستند.

۷.مرتب کردن کلیدواژه‌های قدیمی: به وقت حذف کلیدواژه‌های از شد افتاده

همانطور که حضور در یک مراسم مهم با لباسی پر از گرد و خاک برای شما حسایی دردسر‌ساز می‌شود، کار با گوگل ادز هم بدون مرتب کردن کلیدواژه‌ها به عبارت خودمانی، خانه‌تکانی‌های گاه و بی‌گاه هیچ دایده‌ای نخواهد داشت. دلیل این امر هم کاملاً روشن است؛ گاهی اوقات باید با استفاده از کلیدواژه‌های قدیمی و مشابه در عمل همان چند درصد شانس‌تان برای رقابت در بازار جلب نظر مشتریان را هم به باد خواهید داد. پس اگر از ما می‌شنوید همین حالا دست به کار شوید و چندتا‌یی از کلیدواژه‌های قدیمی و به درد نخورتان را حذف کنید. قول می‌دهیم خداحافظی با کلیدواژه‌های قدیمی خیلی هم درناک نباشد. یکی از دلایل اصلی مشاهده کلیدواژه‌های مشابه در اکانت گوگل ادز برندها مربوط به پیشنهادهای گاه و بی‌گاه هوش مصنوعی گوگل است. این امر شاید در نگاه اول خیلی جالب و هیجان‌انگیز باشد، اما اگر حواس‌تان نباشد، خیلی زود مجموعه‌ای از کلیدواژه‌های شبیه به هم را خواهید داشت که اتفاقاً کلی هم هزینه تبلیغات روی دست‌تان می‌گذارد. پس به جای اینکه چشوپسته از استراتژی گوگل استفاده کنید، نیم نگاهی به تجربه بازاریابی و همینطور نیاز برندن‌ان داشته باشید. اینطورِی دیگر خبری از صرف هزینه‌های باورنکردنی از سوی برندن‌ان نخواهد بود.

تمیزکاری در گوگل ادز، مثل هر پلتفرم دیگری، بخش‌های مختلفی دارد. با این حال مهمترین کاری که شما برای بهینه‌سازی تبلیغات‌تان باید انجام دهید، مربوط به کلیدواژه‌هاست. اگر در فرآیند مرتب‌سازی کلیدواژه‌ها با چند تا کلیدواژه که شبیه به هم هستند رو به رو شدید، با خیال راحت موارد مشابه را حذف کرده و فقط یکی از آنها را در لیست‌تان نگه دارید. این کار هم میزان ناراضایی کاربران را کاهش می‌دهد و تبلیغات‌تان در همه جا را کم می‌کند و هم پول بیشتری برای برندن‌ان ذخیره خواهد کرد.

۸.گوگل آنالیتیکس را فراموش نکنید: ابزاری برای همه نیازهای بازاریابی

گوگل آنالیتیکس از آن دست ابزارهایی است که به بازاریابی باید دم دستش داشته باشد. چراکه بهترین آمارها و گزارش‌های ممکن را پیش روی شما قرار داده و در ازای آن حتی یک دلار هم پول نمی‌گیرد. پس اگر تا به حال از این ابزار حرفه‌ای استفاده نکرده‌اید، تعجبی ندارد که برای موفقیت در گوگل ادز با یک عالمه چالش دست و پنجه نرم کرده باشید.

شاید پیش خودتان فکر کنید استفاده از گوگل آنالیتیکس به طور جداگانه فرصت خوبی برای بهینه‌سازی تبلیغات‌تان فراهم می‌کند. در این صورت باید به اتلاف زمان گسترده چنین راهکاری اشاره کنیم. باور کنید یا نه، استفاده جداگانه از گوگل آنالیتیکس فقط زمان با ارزش‌تان را هدر می‌دهد. پس به جای این کار خیلی راحت حساب گوگل ادز‌تان را با این ابزار دوست‌داشتنی لینک کنید. اینطورِی دیگر لازم نیست برای دسترسی به اطلاعات جدید درباره کمپین تبلیغاتی‌تان در گوگل ادز با مشکل اتلاف وقت رو به رو شوید.

اگر لینک کردن ابزارهای گوگل با هم برای شما خیلی سخت و پیچیده به نظر می‌رسد، کافی است به اکانت‌تان در گوگل آنالیتیکس بروید و از آنجا در تب مخاطب (Audience) گزینه مربوط به لینک کردن مخاطب‌های انتخاب کنید. اینطورِی بدون هیچ دردسری امکان اضافه کردن خودکار مخاطب‌های‌تان در گوگل ادز را پیدا می‌کنید؛ به همین سادگی!

سخن پایانی

داستان ما درباره بهینه‌سازی تبلیغات در گوگل ادز دیگر به پایان راه رسیده است. حالا نوبتی هم باشد، وقت آن است که شما به عنوان یک بازاریاب کاردرست درباره بهینه‌سازی تبلیغات گوگل ادز و توصیه‌های ما درباره آن داوری کنید. یادتان باشد بهینه‌سازی

تبلیغات فقط به توصیه‌های ما محدود نمی‌شود. پس همیشه نیم نگاهی به حس ششم‌تان داشته باشید و فرصت‌های طلایی برای بهبود وضعیت تبلیغات‌تان را روی هوا بیاویزد. اگر هم در مسیر ماجراجویی‌تان در گوگل ادز با هر مشکل یا سوالی رو به رو شدید، ما در روزنامه فرصت امروز همیشه منتظران هستیم. پس لطفاً تعارف را کنار گذاشته و سوالات‌تان را همین جا با ما به اشتراک بگذارید.