



دریچه

رشد پرشتاب بازار بازی‌های ویدئویی ادامه دارد

ترندهای صنعت بازی در سال ۲۰۲۲

وقتی صحبت از فناوری‌های تاثیرگذار بر زندگی انسان‌ها می‌شود، صنعت بازی‌های ویدئویی با ارزش بازار ۹۰ میلیارد دلاری اغلب از اولین چیزهایی است که بیشتر مردم آن را در زندگی خود لمس می‌کنند. البته این موضوع تنها درباره بازی‌ها مصداق ندارد، بلکه در مورد هوش مصنوعی (AI)، واقعیت مجازی و افزوده (AR/VR)، بلاکچین‌ها و به‌ویژه داغ‌ترین کلمه امروزی یعنی متاورس نیز صادق است. به نوشته مجله فوربس، در گذشته بازی‌های ویدئویی با استفاده از اشکال ابتدایی و طراحی‌های ساده، رنگ خوشی را به خاطرات دوران کودکی‌مان می‌زند و همچنان با گذشت سال‌ها یادآور لحظات شیرین هستند، اما امروزه بازی‌ها از شکل ساده و قدیم خود فاصله گرفته و بسیار تکامل یافته‌اند و همچنین به لطف زیرساخت‌هایی که توسعه‌دهندگان بازی‌ها برای فعال کردن این کار ایجاد کرده‌اند، شکل پیچیده‌ای به خود گرفته‌اند. گیم‌های حرفه‌ای براساس برخی از پیشرفته‌ترین...

تبصره ۱۶ لایحه بودجه ۱۴۰۱ در کمیسیون تلفیق مجلس چه تغییری کرد؟

بار تسهیلات تکلیفی بر دوش بانک‌ها

فرصت امروز: تغییر لایحه بودجه سال آینده در کمیسیون تلفیق مجلس و پاسخ رهبری به نامه رئیس کل بانک مرکزی درباره افزایش بی‌سابقه تسهیلات تکلیفی بانک‌ها، بار دیگر تسهیلات تکلیفی را به موضوع روز اقتصاد ایران تبدیل کرد. تسهیلات تکلیفی در ادبیات بانکی به آن دسته از تسهیلاتی گفته می‌شود که بانک‌ها بنا به تکلیف مراجع قانونی نظیر مجلس و بعضاً بانک مرکزی پرداخت می‌کنند و از آنجا که در ارائه این تسهیلات...

عبور اونس طلا از مرز ۲ هزار دلار

نفت ۱۳۰ دلاری شد

مدیریت و کسب و کار

چطور یک کسب و کار را از نقطه صفر راه‌اندازی کنیم؟

راه‌اندازی یک کسب و کار برای هر کارآفرینی چالش‌برانگیز محسوب می‌شود. بدون تردید تجربه همکاری با افراد گوناگون و تاثیرگذاری بر روی مشتریان در مقیاسی گسترده برای هر کارآفرینی جذاب است، اما در عین حال این امر می‌تواند درس‌های زیادی نیز برای شما به همراه داشته باشد. امروزه بسیاری از برندهای تازه تاسیس و استارت‌آپ‌ها در همان ابتدای کار با شکست‌های بسیار سنگین رو به رو می‌شوند. این امر شناسن فعالیت آنها در بازار را به حداقل رسانده و آینده کاری‌شان را نیز تحت تاثیر قرار می‌دهد. بسیاری از کارشناس‌های حوزه کسب و کار برای راه‌اندازی یک برند تازه اقدام به ارائه توصیه‌های بی‌نهایت پیچیده و طولانی می‌کنند. این امر می‌تواند ماهه یا حتی سال‌ها تجربه کارآفرینی افراد را به تاخیر بیندازد. درست به همین دلیل اغلب کارآفرینان تازه‌کار به دنبال راهکارهای سریع و ساده برای موفقیت در بازار هستند. این امر...



روند صعودی شاخص‌های بورس ایران ادامه دارد

خیز ۲۰ هزار واحدی بورس تهران

متاورس چگونه بر زندگی مالی شما تاثیر خواهد گذاشت؟

زندگی در دنیای متاورس

گسترده‌تر از متاورس است. پروژه‌های رمزارز با سرعت بالایی در حال حذف واسطه‌ها از جهان تجارت و سیاست هستند و قدرت را از بانک‌های مرکزی، دولت‌ها، شرکت‌های بیمه و رسانه‌های بزرگ می‌گیرند.

کار در محیط متاورس چگونه است؟

مارک زاکربرگ، موسس فیس‌بوک توضیح ساده‌ای در مورد متاورس داده است. او آن را «محیطی مجازی» توصیف کرده که می‌تواند داخلش شوید (به جای آنکه روی صفحه موبایل یا کامپیوتر به آن خیره شوید). فیس‌بوک مطمئناً جهان‌های متاورسی متفاوتی را امتحان خواهد کرد و طبیعتاً هر کدام از این جهان‌ها نیاز به واحد پولی دارند. به همین خاطر تحلیلگران انتظار دارند که به زودی شاهد معرفی رمزارزهای متناسب با این جهان‌ها باشیم. اگر خاطراتان باشد فیس‌بوک سال ۲۰۱۹ از پروژه تمرکزگرای رمزارز لیبرا رونمایی کرد که حمایت چندین غول مالی دنیا (مثل pay pal) را پشت خود داشت و قرار بود واحد پولی جدید با دلار و طلا پشتیبانی شود، اما پروژه با مخالفت شدید دولت‌ها و بانک‌های بزرگ روبه‌رو شد و شرکا حمایت خود را پس گرفتند. فیس‌بوک از آن واقعه درس گرفت و متوجه شد روشش اشتباه بوده است. در هر دنیایی باید با قوانین آن دنیا رفتار کرد. در جهان غیرمتمرکز ارزهای دیجیتال، شما به حمایت و تایید غول‌های مالی رقیب نیاز ندارید. حالا فیس‌بوک از در دیگری وارد شده است. حالا جهان متاورسی و بازی‌های آنلاین خود را در آن می‌سازد و در این جهان‌ها شما ضرورتاً به واحد پولی متناسب نیاز دارید. ارزش واحد پولی جدید را میزان استقبال و امید کاربران به پروژه مشخص خواهد کرد (مثل باقی رمزارزها). در جهان سال ۲۰۱۹ می‌شد به حرکت ناپخته فیس‌بوک در معرفی لیبرا ایراد گرفت، اما در جهان ۲۰۲۱ فیس‌بوک یکی از هزاران شرکتی است که رمزارز منتشر کرده است. فیس‌بوک برای محو کردن خاطره بد لیبرا در دسامبر ۲۰۲۰، نام رمزارز خود را به Diem تغییر داد. ویکتوریا پتراک، تحلیلگر تکنولوژی‌های نوظهور می‌گوید: «فیس‌بوک می‌خواهد بخش‌های مختلف زندگی دیجیتال شما را زیر یک چتر جمع کند. شما در فرادنیای فیس‌بوک زندگی‌ای

می‌کنید، با آدم‌بدها می‌چنگید یا سفر بین سیاره‌های انجام می‌دهید. همه‌اش بازی و شوخی نیست، شما آنجا شغل واقعی دارید، هویت واقعی دارید و پول واقعی خرج می‌کنید. حالا می‌خواهیم به جای «جهان مجازی» اسم تازه‌ای به این جهان بدهیم: متاورس. متاورس دیگر مجازی مجازی به حساب نمی‌آید. متاورس نوعی «واقعیت دیجیتال جایگزین» است که افراد در آن کار، بازی، تحصیل، خرید و معاشرت می‌کنند. تکنولوژی به جایی می‌رسد که شما برای وصل شدن به این دنیا نیاز به وصل شدن به اینترنت ندارید، شما در این دنیا همیشه آنلاین هستید.

وقتی می‌گوییم این دنیای تازه دیگر «دنیای مجازی» نیست و «واقعیت دیجیتال» است، ممکن است فکر کنید بزرگنمایی می‌کنیم. پس این خبر را بخوانید: یکی از محبوب‌ترین بازی‌ها در متاورس، Decentraland نام دارد. شما در جهان Decentraland که واحد پولی (رمزارز) خودش را دارد، می‌توانید زمین بخرید، حق رأی دارید و در کل زندگی دوم خودتان را می‌کنید. چندی پیش خبر رسید که Sotheby's به عنوان قدیمی‌ترین خانه حراج دنیا (یکی از بزرگترین حراجی‌های آثار هنری و جواهرات) در فلان خیابان دنیای مجازی این بازی زمین خریده و آنجا شعبه جدیدی زده است. با یک شرکت دیگر ۷۰۰ هزار دلار در همین جهان زمین خریده تا در آن مال مجازی راه بیندازد. نکته جالب اینجاست که ساخت این مال مجازی برعهده یک پیمانکار ساخت و ساز مجازی است. این اخبار باعث شده ارزش واحد پولی درونی این دنیا که MANA نام دارد، یک‌شبه ۲۰ درصد افزایش پیدا کند. حتی افرادی که علاقایی به بازی‌های کامپیوتری ندارند، متوجه آینده درخشان این ایده شده‌اند و از صرافی‌ها MANA خریدند.

اینکه گفتیم متاورس بر زندگی مالی شما تاثیر خواهد گذاشت، به همین خاطر بود. گروهی از رمزارزها واحدهای پولی پروژه‌های حاضر در متاورس هستند و تعداد کثیری از افراد در سراسر دنیا با شناخت پروژه‌های آینده‌دار، رمزارز مرتبط را می‌خرند و روی آینده آن پروژه شرط می‌بندند. ورود به دنیای رمزارزها در اصل ورود به متاورس است. البته دنیای بلاکچین و رمزارزها

«بلومبرگ» بررسی کرد

دستاوردهای نفتی و بانکی احیای برجام

به بازارهای بین‌المللی را آغاز کند. پیش از ممنوعیت ترامپ، مشتریان اصلی نفت ایران، کشورهای چین، هند، کره جنوبی، ژاپن، ترکیه، تایوان، ایتالیا و یونان بودند. این کشورهای آسیایی ممکن است در میان نخستین خریداران نفت ایران باشند. ایران ده‌ها میلیون بشکه نفت در نفتکش‌ها ذخیره کرده است که می‌تواند به سرعت به مشتریانانش برساند. اگرچه در این بین، تولید میادین نفتی خود را هم افزایش خواهد داد. به گفته معامله‌گران و تحلیلگران حوزه انرژی، ایران که سابق بر این دومین تولیدکننده بزرگ عضو اوپک است، می‌تواند در مدت چند ماه پس از احیای توافق، تولیدش

فرصت امروز: متاورس پرترکرترین واژه در دنیای امروز تکنولوژی است و وقتی خالق فیس‌بوک نام شرکتش را به متا (Meta Platforms) تغییر داد، توجهات به آن بیشتر شد. حتی اگر چندان اهل تکنولوژی‌های نو نباشید بهتر است با متاورس آشنا شوید، چون گروه زیادی از تکنولوژیست‌ها و تحلیلگران مالی بر این باورند که روند حرکت سرمایه در سال‌های آینده به سمت متاورس است. روندی که همین حالا هم می‌توان آن را در محبوبیت رمزارزها دید.

کلمه متاورس اولین بار در کتاب «سقوط برفی» نوشته نیل استیونسن در سال ۱۹۹۲ به کار برده شد و به فارسی «فرادنیای» ترجمه شده است. فرادنیای همان‌طور که از اسمش برمی‌آید به جهان مجازی اشاره دارد و در مورد نسل بعدی تجربه اینترنتی بشر است. متاورس پیوند جهان فیزیکی با زندگی دیجیتال به کمک واقعیت افزوده، اینترنت اشیا، رمزارزها و هوش مصنوعی است. فرض کنید که روز تعطیل است، جلوی یک رستوران ایستاده‌اید و می‌خواهید بدانید که نظر مشتریان قبلی درباره غذای اینجا چیست. یک راهش این است که در موبایل خود نام رستوران را جست‌وجو کنید، اما راه طبیعی‌ترش این است که نسخه بعدی عینک شرکت گوگل را به چشم‌تان بزنید. این عینک از تکنولوژی «واقعیت افزوده» (AR) استفاده می‌کند و از طریق آن می‌توانید کنار تابلوی رستوران، تعداد ستاره‌هایی را که مشتری‌ها به آن داده‌اند ببینید. با این عینک شما می‌توانید بدون چک کردن موبایل‌تان، رستوران بهتری در همان حوالی پیدا کنید و روی زمین خطی قرمز را ببینید که شما را به رستوران بعدی راهنمایی می‌کند.

همه به جهان متاورس خوش آمدید

حالا فرض کنید که غذا را خریده‌اید، به خانه برگشته‌اید و می‌خواهید در روز تعطیل کمی بازی کنید. حالا دومین عینک را می‌زنید. این یکی از تکنولوژی‌های واقعیت مجازی استفاده می‌کند. موقعی که عینک را می‌زنید از ناپاط‌تان با دنیای فیزیکی قطع می‌شود و وارد جهان بازی می‌شوید. از دید دیگران شما روی مبل نشسته‌اید و فقط سر یا بدن‌تان را تکان می‌دهید، اما خودتان در جهان بازی غرق شده‌اید. دارید در آن جهان از فروشگاه خرید

در حالی که ایران و آمریکا سرگرم مذاکرات غیرمستقیم برای احیای برجام در هتل کوپورگ وین هستند که واشنگتن در دوران ریاست جمهوری دونالد ترامپ به صورت یکطرفه از آن خارج شده بود، دستاوردهای این توافق برای نفت و تجارت مورد بررسی «بلومبرگ» قرار گرفته است، چراکه به نتیجه رسیدن مذاکرات هسته‌ای میان تهران و قدرتهای غربی به بازگشت میلیون‌ها بشکه نفت ایران به بازارهای جهانی طرف مدت چند ماه منجر خواهد شد. در این راستا، «بلومبرگ» در گزارش تازه خود به بررسی تاثیر توافق هسته‌ای ایران بر نفت و تجارت جهان پرداخته است.

با هم تماس بگیرد و این شکاف متاورسی کل تجربه را ضعیف می‌کند.» زاکربرگ و تیمش تنها تکنولوژیست‌هایی نیستند که چشم به متاورس دوخته‌اند. خود زاکربرگ در کنفرانس تغییر نام فیس‌بوک به متا گفت که «هیچ شرکتی به تنهایی قرار نیست متاورس را بسازد.» از جمله شرکت‌هایی بزرگی که پروژه‌های متاورسی دارد، مایکروسافت است و دیگری شرکت تولیدکننده چیپ‌های کامپیوتری Nvidia. ریچارد کریس، قائممقام بلنترم Omniverse انویدیا که تمرکزش روی جهان‌های سه‌بعدی مجازی است، می‌گوید: «شرکت‌های زیادی هستند که اخیراً به ساخت جهان‌های مجازی روی آورده‌اند، همان‌طور که دو دهه پیش شرکت‌ها در حال توسعه دنیای وب بودند. برای ما مهم است که این تجربه باز و قابل گسترش باشد. یعنی همان‌طور که از یک صفحه وب به آن یکی می‌پرید، باید بتوانید از یک دنیای مجازی به دنیای مجازی بعدی حرکت کنید.» انویدیا حدود ۸۰ درصد پردازنده‌ها و کارت‌های گرافیکی کامپیوترهای دنیا را تولید می‌کند و ورودش به بازار متاورس می‌تواند به توسعه هماهنگ‌تر متاورس‌ها مختلف کمک کند.

از دیگر بازیگران این عرصه، شرکت‌های تولیدکننده بازی‌های ویدئویی هستند. به عنوان نمونه، اپیک گیمز (Epic Games) اخیراً توانسته یک میلیارد دلار سرمایه جدید جذب کند تا آن را در برنامه‌های بلندمدتش در ساخت جهان‌های متاورس سرمایه‌گذاری نماید. شرکت روبلاکس (Roblox) نیز که یک بلنترم مهم دیگر بازی‌های آنلاین ویدئویی است از حرکت خود به سمت متاورس خبر داده «به جایی که در آن افراد می‌توانند با هم در میلیون‌ها تجربه سه‌بعدی شرکت کنند، چیز یاد بگیرند، کار کنند، بازی کنند، خلق کنند و به معاشرت بپردازند.» روبلاکس آنچنان محبوب است که ۲۰ بازی اصلی‌اش هر کدام بیش از یک میلیارد بار بازی شده‌اند. برندهای غیرتکنولوژیک هم تلاش دارند که از متاورس عقب نیفتند. مثلاً برند ایتالیایی کوچی با همکاری روبلاکس فروش اکسسوریز کاملاً دیجیتال خود را آغاز کرد. کوکاکولا و غول آرایشی بهداشتی Clinique هم اخیراً با معرفی اجناس کاملاً دیجیتال خود، حرکت به سمت متاورس را آغاز کرده‌اند.

دشوار شد. حال تحت توافق احیاشده، انتظار می‌رود این منابع مالی به سرعت آزاد شوند. بانک‌های ایران به سیستم بانکی بین‌المللی سوئیفت دسترسی پیدا خواهند کرد که از سرگیری تجارت غیربشر دوستانه را امکان‌پذیر می‌کند، اما تحریم‌های مربوط به حقوق بشر و برنامه موشک بالستیک ایران که بسیاری از نهادها را هدف گرفته‌اند، همچنان به قوت خود باقی می‌مانند و تحت پوشش توافق هسته‌ای قرار نمی‌گیرند. دیپلمات‌ها می‌گویند توافق هسته‌ای احیاشده، احتمال تشدید تنش‌های منطقه‌ای را کاهش داده و به کاهش اختلاف میان کشورهای همسایه در منازعات منطقه‌ای مانند جنگ در یمن کمک می‌کند.

را به میزان حدود یک میلیون بشکه در روز برساند. همچنین تولید نفت ایران تا سال میلادی آینده می‌تواند به ظرفیت حدود ۳.۷ میلیون بشکه در روز برسد. از سوی دیگر، تحریم‌های دولت ترامپ علیه سیستم بانکی ایران، فراتر از تدابیری بود که پیش از توافق سال ۲۰۱۵ وجود داشتند. اکثر بانک‌های دولتی و خصوصی ایران هدف تحریم‌های رقیب قرار گرفتند. آمریکا همچنین تحریم‌هایی را علیه بانک مرکزی ایران اعمال کرد. این محدودیت‌ها، خرید کالاهای بشردوستانه که معمولاً معاف از تحریم‌ها هستند را بسیار دشوار کرد و انتقال میلیاردها دلار پول فروش نفت به داخل کشور

دریچه

رشد پرشتاب بازار بازی‌های ویدئویی ادامه دارد

ترندهای صنعت بازی در سال ۲۰۲۲

وقتی صحبت از فناوری‌های تأثیرگذار بر زندگی انسان‌ها می‌شود، صنعت بازی‌های ویدئویی با ارزش بازار ۹۰ میلیارد دلاری اغلب از اولین چیزهایی است که بیشتر مردم آن را در زندگی خود لمس می‌کنند. البته این موضوع تنها درباره بازی‌ها مصداق ندارد، بلکه در مورد هوش مصنوعی (AI)، واقعیت مجازی و افزوده (VR/AR)، بلاک‌چین‌ها و به‌ویژه داغ‌ترین کلمه امروزی یعنی متاورس نیز صادق است. به نوشته مجله فوربس، در گذشته بازی‌های ویدئویی با استفاده از اشکال ابتدایی و طراحی‌های ساده، رنگ خوشی را به خاطرات دوران کودکی مان می‌زدند و همچنان با گذشت سال‌ها یادآور لحظات شیرین هستند، اما امروزه بازی‌ها از شکل ساده و قدیم خود فاصله گرفته و بسیار تکامل یافته‌اند و همچنین به لطف زیرساخت‌هایی که توسعه‌دهندگان بازی‌ها برای فعال کردن این کار ایجاد کرده‌اند، شکل پیچیده‌ای به خود گرفته‌اند. گیم‌های حرفه‌ای براساس برخی از پیشرفته‌ترین فناوری‌ها، از رایانه‌های پرقدرت گرفته تا سرعت فوق سریع 5G و شبکه‌های ابری، به کاهش در جهان‌های سه بعدی و تعامل با صدا یا هزاران بازیکن دیگر در زمان واقعی عادت کرده‌اند. بنابراین بیایید نگاهی به هیجان‌انگیزترین و مهمترین ترندهای تأثیرگذار بر دنیای پرشتاب بازی در ۱۲ ماه آینده بیندازیم.

بازی در فضای ابری (Cloud gaming)

از زمان تولد بازی‌های ویدئویی خانگی در دهه ۱۹۷۰، بازیکنان برای اطمینان از پخش جدیدترین و بهترین نسخه‌های بازی‌ها، باید هر چند سال یکبار کنسول یا رایانه جدیدی را خریداری می‌کردند، اما هم‌اکنون توسعه‌دهندگان بازی سعی در تغییر این شرایط دارند. شاید به جرأت بتوان گفت که امروزه تمامی بازیکنان بزرگ در تجارت بازی‌های ویدئویی، بازی‌های خود را از طریق خدمات اشتراک مبتنی بر فضای ابری از جمله مایکروسافت، سونی، گوگل، انویدیا، تنسنت و آمازون انجام می‌دهند. در این مدل، گیم‌ها نیازی به خرید و ارتقای مداوم سخت‌افزارهای گران‌قیمت مانند کنسول‌ها یا پردازنده‌های گرافیکی رایانه شخصی ندارند، بلکه تمامی چیزی که نیاز است یک دستگاه تلویزیون هوشمند و دستگاه‌های پخش رسانه‌های دیجیتال و کنترل از راه دور همچون Chromecast یا FireTV است. شیوه کار آن به این صورت است که پردازش اطلاعات در مرکز داده ابری انجام شده و سپس خروجی به شکل پخش ویدئو به خانه‌ها ارسال می‌شود. علاوه بر آن، گسترش مداوم شبکه‌های فوق سریع مانند 5G سبب دسترسی تعداد افراد بیشتری به بازی‌ها می‌شود. با این وجود، ناپدیدشدن کنسول‌ها و سیستم‌های اختصاصی بازی خانگی دور از انتظار به نظر می‌رسد، اما چیزی که قطعیت دارد افزایش فعالیت‌های تأثیرگذار صنعت مبتنی بر استریمینگ و فضای ابری است.

واقعیت مجازی (Virtual Reality)

واقعیت مجازی قبل از اینکه پا به دنیای مشاوران املاک، پزشکان و ارتش بگذارد، توسط گیم‌ها فتح شده بود. در پنج سال گذشته رشد تدریجی در جذب بازی‌های (VR) در دسترس‌هایی چون Grand Theft Auto، Minecraft و Doom از طریق فناوری‌های هدست قابل دسترسی بود. انتظار می‌رود در سال آینده واقعیت افزوده (AR) پیشتر از همراه همیشه‌گی خود (VR)، بازی‌های هیجان‌انگیزتری را ارائه دهد.

هدست‌ها که از ملزومات اصلی (VR/AR) به شمار می‌آیند، توانایی اجرا هم به عنوان دستگاه‌های مستقل یا وابسته به رایانه‌های شخصی را دارند و قادرند با استفاده از سخت‌افزار اختصاصی خود، تجربه‌های واقعیت مجازی غنی‌تری از گرافیک را برای علاقه‌مندان بازی فراهم کنند. خبر خوب اینکه به لطف کاهش قیمت سخت‌افزارها، هدست‌های مصرفی مانند Meta Quest ۲ به‌طور فزاینده‌ای مقرون به صرفه می‌شوند و در دسترس علاقه‌مندان بیشتری قرار می‌گیرد.

متاورس (The Metaverse)

در حالی که فیس‌بوک و مایکروسافت به‌شدت از برنامه‌های خود برای ایجاد دنیای آنلاین همه‌جانبه و پایدار برای کار و اوقات فراغت صحبت می‌کنند، میلیون‌ها گیم‌ر طیف عادت در جهان‌های مجازی گردهم می‌آیند تا در هر نوع سرگرمی، از شطرنج گرفته تا منفجر کردن همدیگر با موشک‌ها، یکدیگر را به چالش دعوت کنند. در سال ۲۰۲۲، این ایده در مورد جهان‌های درون بازی در حال گسترش است تا به اشکال دیگر سرگرمی مانند کنسرت‌های موسیقی در Fortnite یا تبلیغات پاپ‌آپ‌ها در Roblox - پلتفرم محبوب گیم‌ها - درآید. این ایده بی‌شک تأثیر زیادی بر صنعت و فرهنگ خواهد داشت. امروزه به شکل گسترده‌ای، بزرگترین بازی‌ها، خود را به عنوان «پلتفرم» معرفی می‌کنند تا امکان جذب طیف بسیار انعطاف‌پذیرتری از کاربران را فراهم کنند. در حالی که بسیاری از گیم‌ها مایلند وارد آخرین مرحله از بازی Call of Duty شوند تا به دوستان خود شلیک کنند، بسیاری نیز در جست‌وجوی فضایی برای معاشرت، چت یا سایر اشکال تعامل مشترک با دیگران هستند. سازندگان بازی از طریق افزایش وفاداری بازیکنان به عنوان مشترک (subscriber) یا از طریق تبدیل آنها به مخاطبانی همیشه‌گی، ارزشی را در جذب بازیکنان به پلتفرم‌های خود خواهند یافت.

NFTها و بلاک‌چین (blockchain)

موضوع جدیدی که در بین چندی از بزرگترین سازندگان بازی‌ها همچون اسکوئر انیکس و یوبی‌سافت بحث‌برانگیز شده است، ساخت توکن‌های غیرقابل‌تعمیض (NFT) در بازی‌ها است تا به بازیکنان اجازه برنده شدن، کسب درآمد و تجارت آیتم‌های منحصربه‌فرد درون بازی را بدهند. در سال ۲۰۲۲، احتمال تحقق یافتن برخی از این برنامه‌ها وجود دارد. از طرفی این ایده در میان همه گیم‌ها محبوب نیست، به خصوص وقتی که بسیاری بر این باورند که این توکن‌ها استفاده بیهوده از انرژی تلقی می‌شود؛ زیرا برای اجرای الگوریتم‌های بلاک‌چین، به قدرت پردازش زیادی نیاز است. اگرچه بلاک‌چین‌ها مخالفانی دارند، اما با اعلام ناشران بازی مبنی بر اینکه آینده‌ای قوی برای NFTها و تمایل بازیکنان به خرج کردن پول وجود دارد، به احتمال زیاد استفاده از آن به زودی به واقعیت تبدیل خواهد شد.

روند رو به رشد دیگری را می‌توان در انفجار بستر «بازی برای کسب درآمد» مشاهده کرد که به گیم‌ها برای شرکت در بازی روزانه یا ارزهای دیجیتال پاداش می‌دهند. Axie Infinity که یک بازی ویدئویی آنلاین مبتنی بر NFT است، روزانه بیش از یک میلیون کاربر فعال دارد که درآمد برخی از آنها به بیش از ۲۵۰ دلار در روز می‌رسد. این میزان درآمد در برخی از کشورهای در حال توسعه که این بازی به طور گسترده در آنها انجام می‌شود، بسیار مناسب است.

فرصت امروز: قیمت جهانی نفت در واکنش به احتمال ممنوعیت صادرات انرژی روسیه از سوی کشورهای غربی، به بالاترین رقم در ۱۴ سال گذشته رسید و ۱۳۰ دلار قیمت خورد. رکوردشکنی‌های بازار جهانی نفت در حالی ادامه دارد که حمله ارتش روسیه به خاک اوکراین، بازار انرژی را کماکان تحت تأثیر قرار داده و تا اینجای کار باعث شده قیمت هر بشکه نفت برنت (به‌عنوان مهمترین شاخص نفتی) ۳۹ درصد رشد کند و از حوالی ۹۳ دلار به بیش از ۱۳۰ دلار برای هر بشکه برسد. پیشتر در ۷ ژوئن سال ۲۰۰۸، قیمت هر بشکه نفت برنت تا ۱۴۵ دلار افزایش یافته بود اما این قیمت فقط یک روز روی تابلو باقی ماند و بعد از آن با سقوطی سنگین تا دسامبر سال ۲۰۰۸ قیمت هر بشکه نفت برنت به ۳۸ دلار رسید.

طبق اعلام خبرگزاری رویترز، قیمت نفت در نخستین ساعات بازگشایی بازارهای جهانی در روز دوشنبه، مرز ۱۳۰ دلاری را پشت سر گذاشت و هر بشکه نفت برنت دریای شمال در ساعات نخستین بازگشایی بازار الکترونیکی بیش از ۱۲ دلار افزایش یافته و به مرز ۱۳۰ دلار رسید. این بالاترین قیمت نفت برنت در ۱۴ سال گذشته است. بر این اساس، بهای هر بشکه نفت برنت در معاملات روز گذشته به بالاترین سطح خود از ژوئیه ۲۰۰۸ افزایش یافت و به بشکه‌ای ۱۳۰ دلار و ۱۳ سنت رسید.

پایگاه اینترنتی اوپل پرایس هم اعلام کرد در بلعاند دوشنبه قیمت هر بشکه نفت برنت دریای شمال با ۹ دلار و ۶۶ سنت افزایش نسبت به روز قبل، به ۱۲۷ دلار و ۷۷ سنت رسید. همچنین قیمت هر بشکه نفت وست تگزاس اینترمدیت آمریکا (WTI) نیز با هشت دلار و ۱۰ سنت افزایش نسبت به روز قبل به رقم ۱۲۳ دلار و ۶۵ سنت رسید. خبرگزاری رویترز،

طولانی شدن مذاکرات رفع تحریم‌های ایران را هم در افزایش قیمت نفت مؤثر دانست. البته برخی منابع خبری گزارش دادند آمریکا برای جبران کمبود عرضه نفت با ونزوئلا که پیشتر تحریم شده بود، در حال مذاکره است. اتان هریس، اقتصاددان ارشد بانک آمریکا در این باره به رویترز می‌گوید: اگر غرب عمده صادرات انرژی روسیه را کاهش دهد، شوک بزرگی برای بازارهای جهانی خواهد بود. از دست رفتن ۵میلیون بشکه نفت روسیه، باعث دو برابر شدن قیمت‌های نفت به ۲۰۰ دلار در هر بشکه و رشد کمتر اقتصاد جهانی می‌شود.

اما عامل دیگری که از افزایش قیمت‌های نفت پشتیبانی کرد، تعطیلی میداین نفتی الفیل و شراره در لیبی بود که به از دست رفتن تولید ۳۳۰ هزار بشکه در روز منتهی شد. لیبی که یکی از اعضای اوپک است، حدود ۱،۲ میلیون بشکه در روز نفت در سال ۲۰۲۱ تولید کرد. در این بین طبق اعلام انجمن خودرویی آمریکا، در آمریکا میانگین قیمت هر گالن بنزین روز یکشنبه به ۴۰۰۹ دلار رسید که بالاترین قیمت از ژوئیه سال ۲۰۰۸ بود. مصرف‌کنندگان آمریکایی ۴۰ سنت بیشتر نسبت به یک هفته پیش و ۵۷ سنت بیشتر نسبت به یک ماه پیش برای بنزین پرداخت می‌کنند. طبق گزارش بانک آمریکا، البته نفت تنها کالایی نیست که قیمت آن رو به افزایش است و قیمت‌های کالا قوی‌ترین شروع سال را از سال ۱۹۱۵ به این طرف داشته‌اند. این وضعیت تورم جهانی را تشدید می‌کند. سرمایه‌گذاران اکنون منظر انتشار شاخص قیمت مصرف‌کننده آمریکا هستند. براساس گزارش اینوستینگ، شرایط فعلی، بانک مرکزی اروپا را که قرار است تصمیم سیاست پولی خود را اواخر هفته اعلام کند، به دردرس می‌اندازد. تاپاس استریکلند، اقتصاددان موسسه NAB می‌گوید:

تخفیف عجیب روسیه برای محموله‌های نفت

ایران بازار نفت و گاز روسیه را می‌گیرد؟

او با بیان اینکه همین حالا روسیه تخفیف ۲۰ درصدی روی محموله‌های نفت خود اعلام کرده است، توضیح می‌دهد: این تخفیف در همین شرایط دو برابر تخفیف‌هایی است که ایران به مشتریان خود می‌دهد و در نتیجه موضع ما در تنها بازار مهمی که داریم نیز تضعیف خواهد شد.

این فعال حوزه انرژی درباره اینکه در شرایط جدید چقدر احیای برجام محتمل است، پاسخ می‌دهد: اول باید ببینیم در چه شرایطی قرار داریم. به نظر می‌رسد اگر به توافقی در وین نرسیم، به خاطر وضعیت جدید همین فروش نفتی که داریم را نیز از دست می‌دهیم و وضعیت بدتر می‌شود چراکه روسیه جای ما را می‌گیرد، اما از سوی دیگر، سینگال‌ها حاکی از آن است که با وجود کارشکنی روسیه و چین، مسئله برجام حل می‌شود و ما می‌توانیم به توافق دست پیدا کنیم.

وی با تأکید بر اینکه مشکل ما با غرب نباید منجر به باج‌دهی به روسیه و چین شود، ادامه می‌دهد: مطمئن هستم که چنین باجی نخواهیم داد و برای بحث‌های اجرایی نیز راه حل مطمئنی پیدا شده و مشکل سیاسی این مذاکرات حل شده است. ما بازاری ۶۰۰ هزار بشکه‌ای در اروپا داریم که به محض توافق قابل بازیابی و احیاست. در ضمن ترکیه، هند و کره جنوبی نیز با لغو تحریم و توافق در وین از ما نفت خواهند خرید.

حسینی همچنین به ظرفیت صادرات نفت ایران اشاره می‌کند و می‌افزاید: با احتساب میعانات، ایران قادر به صادرات نزدیک به ۲ میلیون بشکه نفت و میعانات است. از سوی دیگر هفتاد تا هشتاد میلیون بشکه نفت روی آب داریم که به سرعت قابل تبدیل به هفت تا ده میلیارد دلار نقدینگی برای کشور است و نباید این فرصت از دست برود. بازار نفت امروز دیگر بازار فروشنده است نه بازار خریدار و در این فضا این فروشنده است که تعیین می‌کند با چه شرایطی نفت را بفروشد. به عبارت دیگر، از این فرصت برای کسب درآمد باید بهترین بهره را برد. باید ببینیم که فرصت فعلی، شرایط ویژه‌ای است که هر روز تکرار نمی‌شود. به گفته وی، تا پیش از نوروز توافق حاصل می‌شود و پس از چهل ماه تحریم فلج‌کننده که با سربلندی مردم ایران و تحمل بسیار قابل‌تقدیرشان روبه‌رو بود، وارد دوره‌ای می‌شویم که می‌توان به بهبود وضعیت اقتصادی امید داشت.

ایران وجود دارد، می‌افزاید: ما نه تنها شرایط را برای حضور سرمایه‌گذاران خارجی فراهم نکرده‌ایم که حتی شناس حضور شرکت‌های داخلی در پروژه‌های کلان را نیز کاهش داده‌ایم. در کشور می‌ماند ترکیه بسیاری از برنده‌های بزرگ جهان تولید مشترک و خط تولید رسمی دارند و این کالاها به نقاط مختلف دنیا صادر می‌شود. چرا ما در ایران نتوانیم این سرمایه‌گذاری‌های مشترک را فعال کنیم؟ این سرمایه‌گذاری‌ها می‌تواند برای ما آورده اقتصادی قابل توجه و امنیت در برابر تحریم‌های آینده را به ارمغان بیاورد.

وی درباره امکان جایگزینی گاز ایران با گاز روسیه پس از تحولات اخیر نیز می‌گوید: باید برای حضور در چنین بازارهایی برنامه‌ریزی کنیم. ورود به کنسرسیوم‌های بین‌المللی با حضور چند کشور منطقه و ارائه مسیر انتقال گاز ایران به اروپا قطعاً گره‌گشا خواهد بود و اگر تفکر درستی غالب شود، در این تردیدی نیست که گاز ایران می‌تواند به مقاصد دورتر نیز صادر شود.

همچنین سیدحمید حسینی، کارشناس حوزه انرژی بر این باور است که ریسک معاملات نفتی روسیه در بازارهای جهانی افزایش یافته و همین مسئله سبب شده است که فرصتی تازه پیش روی ایران قرار گیرد. او با اشاره به اینکه بسیاری از کشورها بدون آنکه تحریمی اعلام کنند خرید نفت از روسیه را به خاطر تبعات احتمالی بعدی متوقف کرده‌اند، به خبرآنلاین می‌گوید: این وضعیت هم فرصتی برای ایران تلقی می‌شود و هم تهدید. نکته اینجاست که ما فرصت ورود به بازارهای جهانی را داریم، اما اگر از این فرصت بهره نبریم مطمئن باشیم با تهدید بزرگی روبه‌رو خواهیم شد.

به گفته حسینی، شرایط کنونی سبب می‌شود روسیه به رقیب ما در بازار چین تبدیل شود و به خاطر شرایط ویژه‌ای که ایجاد شده است، فروش نفت خود را به چین افزایش دهد. بازار چین در سخت‌ترین روزهای تحریمی بازار مهمی برای ایران بود و اگر ما از این فرصت برای بازگشت به بازارهای جهانی استفاده نکنیم با رقیب قدرتمندی که تخفیف‌های بسیار بالاتری از ما می‌دهد، در بازار چین مواجه می‌شویم.





با افزایش ۱۹۰ هزار تومانی

سکه ۱۲ میلیون تومان شد

قیمت سکه در بازار تهران با افزایش ۱۹۰ هزار تومانی در روز دوشنبه به بهای ۱۲ میلیون و ۱۰ هزار تومان رسید. ارزش هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید در شانزدهمین روز اسفندماه به قیمت ۱۲ میلیون و ۱۰ هزار تومان و سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم نیز به قیمت ۱۱ میلیون و ۹۰۰ هزار تومان معامله شد. همچنین نیم‌سکه بهار آزادی ۶ میلیون و ۸۵۰ هزار تومان، ربع سکه ۳ میلیون و ۸۵۰ هزار تومان و سکه یک گرمی ۲ میلیون و ۴۰۰ هزار تومان قیمت خورد. در بازار طلا نیز نرخ هر گرم طلای ۱۸ عیار به یک میلیون و ۲۱۰ هزار تومان رسید و قیمت هر مثقال طلای ۵ میلیون و ۲۴۵ هزار تومان شد. انس جهانی طلا نیز به قیمت ۲ هزار دلار رسید.

قیمت دلار در بازار آزاد تهران نیز در حالی در کانال ۲۵ هزار تومان قرار دارد که نرخ آن در صرافی‌های بانکی دیروز ۱۲۷ تومان افزایش یافت و با رقم ۲۴ هزار و ۴۲۷ تومان معامله شد. قیمت فروش یورو هم با کاهش ۶۴۱ تومانی نسبت به روز قبل به ۲۶ هزار و ۸۸۰ تومان رسید. قیمت خرید هر دلار ۲۴ هزار و ۱۸۴ تومان و نرخ خرید هر یورو نیز ۲۶ هزار و ۶۱۳ هزار تومان اعلام شد.

ثبت نام نهضت ملی مسکن از ۵.۲ میلیون نفر گذشت

معاون وزیر راه و شهرسازی از عملیات اجرایی ۸۶۴ هزار واحد در قالب نهضت ملی و اقدام ملی مسکن خبر داد و گفت تاکنون بیش از ۵ میلیون و ۲۰۰ هزار نفر ثبت نام کرده‌اند و متقاضیان تا پایان سال جاری برای نام‌نویسی فرصت دارند. به گفته محمود محمودزاده، تاکنون در مجموع دو طرح اقدام ملی و نهضت ملی مسکن که با یکدیگر تلفیق شده‌اند بیش از ۵ میلیون و ۲۰۰ هزار نفر ثبت نام کرده‌اند. از تعداد مذکور ۴۲۹ هزار نفر افراد مجرد بالای ۲۳ سال هستند و بیش از ۸۸ هزار واحد در قالب خودمالکی ثبت نام صورت گرفته است.

او با بیان اینکه بیش از ۸۶۰ هزار واحد به مرحله اجرا رسیده است، افزود: تعداد واحدهای در حال اجرا در قالب نهضت ملی مسکن ۳۳۰ هزار واحد است. در بخش اقدام ملی نیز ۵۳۴ هزار واحد شروع شده است که مجموع این دو طرح به ۸۶۴ هزار واحد در حال اجرا می‌رسد. به گفته محمودزاده، پروژه‌ها در مراحل مختلف اجرا هستند. ثبت نام نیز تا پایان سال انجام می‌شود و بعد از آن تحلیل و پالایش اطلاعات متقاضیان ثبت‌نام شده، تکمیل و نهایی خواهد شد. از اوایل سال آینده نیز به تدریج افتتاحات انجام می‌شود.

اوکراین به عضویت روسیه در بانک جهانی خاتمه می‌دهد؟

نخست وزیر اوکراین از کشورهای ایالات متحده آمریکا، کانادا، بریتانیا، آلمان، فرانسه، ایتالیا و ژاپن خواست تا عضویت کشورهای روسیه و بلاروس در صندوق بین‌المللی پول و تمامی سازمان‌های بانک جهانی را متوقف کنند. به گزارش بانک جهانی، نخست وزیر اوکراین گفت که درخواست رسمی از دولت‌های خارجی از جمله ایالات متحده برای پایان دادن به عضویت روسیه و بلاروس در صندوق بین‌المللی پول و بانک جهانی را ارائه کرده است. کشور اوکراین با توجه به این موضوع که دو کشور روسیه و بلاروس، تعهدات خود را زیر پا گذاشته و سیاست‌های خود را به سمت جنگ سوق داده‌اند دلایل روشنی مبنی بر عدم پذیرش موارد توافقنامه این سازمان‌ها توسط کشورهای روسیه و بلاروس را ارائه داد. بنابراین صندوق بین‌المللی پول به وضعیت این عضو این حق را می‌دهد که پاسخ مناسبی به وضعیت ارائه دهند. نخست وزیر اوکراین گفته: اوکراین درخواست حمایت از کشورهای گروه هفت برای آماده‌سازی و اجرای رویه تعلیق فعالیت‌های صندوق بین‌المللی پول و گروه بانک جهانی با روسیه و بلاروس و پایان دادن به عضویت آنها در این سازمان‌ها را دارد.

کاهش نرخ ارز چه تاثیری بر بورس دارد؟

رابطه بورس و دلار

درحالی که زرمزه‌های به نتیجه رسیدن مذاکرات سیاسی باعث کاهش نرخ ارز شده است، یک کارشناس بازار سرمایه بر این باور است که این موضوع در بلندمدت به نفع شرکت‌های بوری و بازار سرمایه است. مهدی توانگر با بیان اینکه اگر مذاکرات سیاسی به نتیجه برسد نرخ دلار نسبت به ریال کاهشی خواهد شد، به ایسنا می‌گوید: این موضوع ممکن است باعث شود بورس هم به همان نسبت کاهش داشته باشد، اما از نگاه اقتصادی اگر مذاکرات به نتیجه برسد و توافقات به صورت درست اجرا شده و گشایش‌های سیاسی و اقتصادی صورت بگیرد، باعث می‌شود ارتباطات اقتصادی بین شرکت‌های داخلی و خارجی افزایش یابد و در تولیدات و خدمات شرکت‌ها تسهیل صورت بگیرد. به عقیده وی، در صورت اجرایی شدن توافقات، فرآیند صادرات و بازاریابی به راحتی انجام و بستر جذب سرمایه‌گذار خارجی فراهم می‌شود. همچنین اگر در کنار توافقات سیاسی ایران به FATF هم بپیوندد، نقل و انتقال پول به راحتی انجام می‌شود.

این کارشناس بازار سرمایه با تاکید بر لزوم نگاه بلندمدت به توافقات سیاسی توضیح می‌دهد: در کل اگر این بحث را با دید بلندمدت و بنیادی نگاه کنیم، برجام با هر توافق بین‌المللی باعث می‌شود شرکت‌ها قادر باشند ارتباطات بین‌المللی داشته باشند. توجه به این نکته ضروری است که تا زمانی که سرمایه‌گذار خارجی سرمایه‌گذاری انجام ندهد و اقتصاد به گردش نیفتد، بررسی قیمت دلار قایده‌ای به حال اقتصاد ما ندارد. اگر بخواهیم سرمایه‌گذاری صورت بگیرد، باید در صورت به نتیجه رسیدن توافقات به فکر یک ثبات در اقتصاد ایران باشیم، چراکه بالا و پایین شدن نرخ ارز گذرا است و وقتی اقتصاد پویا نباشد، بعد از دو ماه تأثیر ارز هم از بین خواهد رفت.



پرداخت نخواهد شد و صرفا منجر به بروز نارضایتی و خلف وعده از طرف دستگاه‌های حاکمیتی خواهد شد. ضمن اینکه مطالعات بازار کار نشان می‌دهد رویکرد صرفا پرداخت تسهیلات برای حمایت از اشتغال مناسب نبوده و برای حل مسئله اشتغال بیش از پرداخت تسهیلات باید به مسائل دیگری اعم از فضای اقتصاد کلان مانند مدیریت نااطمینانی‌ها، مجوزها و توانمندسازی کسب‌وکار پرداخت.

اصلاحات موردنیاز لایحه بودجه

از طرف دیگر، تسهیلات اشتغال در اختیار نهادهای متکثر و بعضا فاقد مسئولیت و تجربه ایجاد اشتغال قرار می‌گیرد و واضح است که واگذاری منابع به نهادهایی که وظیفه اصلی آنها ایجاد اشتغال نیست، مسئولیت و پاسخگویی را در موضوع اشتغال دچار اختلال خواهد کرد. همچنین تکلیف به پرداخت ۱۱۶ هزار میلیارد تومان تسهیلات قرض‌الحسنه و اعطای اختیار به استان‌ها و حتی شهرستان‌ها بدون تعیین معیار و ضوابط مشخص، می‌تواند زمینه بروز فساد و ناکارآمدی را ایجاد کند. این مقوله بسیار مهم است، چراکه این مبلغ در نظر گرفته‌شده تقریبا معادل کل تسهیلات قرض‌الحسنه ازدواج است و در صورتی که سازوکار درست و شفاف برای آن در نظر گرفته نشود، منجر به اتلاف منابع خواهد شد.

در مجموع این گزارش کارشناسی نشان می‌دهد تبصره ۱۶ لایحه بودجه سال آینده نسبت به سنوات گذشته تغییرات رویکردی زیادی داشته است. از آنجایی که برخی از احکام مهم و دارای عملکردی که هر ساله در این تبصره ذکر می‌شده (قرض‌الحسنه ازدواج، فرزندآوری و ودیعه مسکن) در قالب قانون حمایت از خانواده و جوانی جمعیت برای آن حکم دائمی در نظر گرفته شده است، مشروط به انجام اصلاحاتی رویکرد لایحه نسبت به رویکرد قانون بودجه سال‌های قبل و مصوبه کمیسیون تلفیق ترجیح دارد. از مهمترین اصلاحات لازم این است که مصارفی در حوزه حمایتی و ایجاد یا تثبیت اشتغال برای منابع این تبصره در نظر گرفته شود و ضمن ایجاد زمینه تمرکز مسئولیت در دولت برای محرومیت‌زدایی، اشتغال و حمایت، دولت به ارزیابی و نظارت بر نهادهای فعال در حوزه اشتغال‌زایی و حمایت مکلف شود. در این صورت دولت در مقام پاسخگویی نسبت به حوزه سیاست‌های حمایتی و اشتغال‌زایی اجرا شده در سطح کشور قرار می‌گیرد. همچنین بستر لازم برای تقسیم کار صحیح در این حوزه‌ها، با محوریت دولت فراهم می‌شود. در این شرایط دولت سعی خواهد کرد زمینه مشارکت فعالانه سایر نهادها را هم‌چپت با سایر سیاست‌های کلان حمایتی خود فراهم کند و ابزار لازم را نیز برای ایجاد این هم‌افزایی در اختیار خواهد داشت. نهایتا تحقق اهداف موردنظر به بسترسازی لازم برای نظارت مجلس بر عملکرد دولت نیازمند است. یعنی آنکه دولت به ارائه گزارش‌های منظم، با مقاطع زمانی کوتاه و براساس معیارهای مشخص، بستر اجرایی لازم این نظارت را نیز فراهم می‌کند.

تبصره ۱۶ لایحه بودجه ۱۴۰۱ در کمیسیون تلفیق مجلس چه تغییری کرد؟

بار تسهیلات تکلیفی بر دوش بانک‌ها

سازمان برنامه و بودجه کشور با همکاری بانک مرکزی و معاونت امور

مناطق محروم و مصوب هیأت وزیران شده است.

البته این رویکرد لایحه مشروط به انجام اصلاحاتی می‌تواند مفید باشد. برای مثال، تمرکز مسئولیت در دولت برای محرومیت‌زدایی، اشتغال و حمایت از اقشار آسیب‌پذیر با توجه به رویکرد دولت در این زمینه می‌تواند مفید باشد. از طرف دیگر، ایجاد زمینه برای پاسخگو ساختن دولت در حوزه‌های حمایتی و اشتغال‌زایی نیز مفید است. همچنین در رویکرد

جدید مسیر مشارکت سایر نهادهای فعال در حوزه اشتغال‌زایی و حمایت نظیر بنیاد برکت، کمیته امداد و سازمان بهزیستی مسدود نشده است، بلکه این نهادهای می‌توانند با محوریت و تقسیم کار دولت با توجه به حذف برخی از مصارف غیربهرینه، به منابع بیشتری نسبت به گذشته دسترسی داشته باشد. در عین حال، در سنوات گذشته ابزار اعمال نظارت توسط مجلس شورای اسلامی در خصوص عملکرد برخی نهادهای غیردولتی دریافت‌کننده اعتبار تسهیلات موضوع این تبصره وجود نداشته است.

ارزبایی مصوبه کمیسیون تلفیق مجلس

کمیسیون تلفیق مجلس در بررسی و تصویب تبصره ۱۶ لایحه بودجه، مسیر کاملا معکوس لایحه را ترجیح داد و با تعیین مصادیق زیاد برای تسهیلات، در مجموع ۱۳۹۰ هزار میلیارد تومان تسهیلات تکلیفی تعیین کرد. بررسی‌های مرکز پژوهش‌ها نشان می‌دهد با فرض آنکه بانک مرکزی در سال ۱۴۰۱ بتواند با اجرای مصوبه کنترل ترازنامه و سایر ابزارهای خود نرخ رشد نقدینگی را حدود ۲۷ درصد نگه دارد، در این صورت پیش‌بینی می‌شود در سال آینده مجموع تسهیلات قابل پرداخت میان‌مدت و بلندمدت شبکه بانکی حدود ۲۰۰۰ هزار میلیارد تومان باشد که با در نظر گرفتن سهم حدود ۴۰ درصدی برای تسهیلات امهالی، حدود ۱۲۰۰ هزار میلیارد تومان آن قابل برنامه‌ریزی است. همچنین پیش‌بینی می‌شود مانده تسهیلات بانک‌ها در سال آینده حدود ۹۵۸ هزار میلیارد تومان افزایش یابد. بنابراین مجموع تسهیلات تکلیفی در مصوبه کمیسیون تلفیق بودجه ۱۴۰۱، معادل ۱۱۶ درصد تسهیلات قابل برنامه‌ریزی کل نظام بانکی و ۱۴۵ درصد تغییرات مانده تسهیلات در سال ۱۴۰۱ (تزیق خالص پول جدید به اقتصاد) است. حتی با فرض رشد نقدینگی ۵۰ درصد (که تبعات تورمی ناگواری به همراه خواهد داشت) هم میزان تسهیلات قابل برنامه‌ریزی حدود ۱۸۰۰ هزار میلیارد تومان خواهد بود و تسهیلات تکلیفی مصوب در کمیسیون تلفیق، در مورد حداقل ۸۰ درصد آن تصمیم‌گیری کرده است.

نکته جالب این است که در حالی به شبکه بانکی ۴۳۸ هزار میلیارد تومان تسهیلات قرض‌الحسنه تکلیفی می‌شود که تا پایان آذرماه اسامی مانده کل تسهیلات قرض‌الحسنه پرداختی ۲۷۵ هزار میلیارد تومان بوده است. لذا به نظر می‌رسد بخش قابل توجهی از این تکلیف (همانند سنوات قبل) سازمان برنامه و بودجه کشور با همکاری بانک مرکزی و معاونت امور مناطق محروم و مصوب هیأت وزیران شده است.

البته این رویکرد لایحه مشروط به انجام اصلاحاتی می‌تواند مفید باشد. برای مثال، تمرکز مسئولیت در دولت برای محرومیت‌زدایی، اشتغال و حمایت از اقشار آسیب‌پذیر با توجه به رویکرد دولت در این زمینه می‌تواند مفید باشد. از طرف دیگر، ایجاد زمینه برای پاسخگو ساختن دولت در حوزه‌های حمایتی و اشتغال‌زایی نیز مفید است. همچنین در رویکرد جدید مسیر مشارکت سایر نهادهای فعال در حوزه اشتغال‌زایی و حمایت نظیر بنیاد برکت، کمیته امداد و سازمان بهزیستی مسدود نشده است، بلکه این نهادهای می‌توانند با محوریت و تقسیم کار دولت با توجه به حذف برخی از مصارف غیربهرینه، به منابع بیشتری نسبت به گذشته دسترسی داشته باشد. در عین حال، در سنوات گذشته ابزار اعمال نظارت توسط مجلس شورای اسلامی در خصوص عملکرد برخی نهادهای غیردولتی دریافت‌کننده اعتبار تسهیلات موضوع این تبصره وجود نداشته است.

ارزبایی مصوبه کمیسیون تلفیق مجلس

کمیسیون تلفیق مجلس در بررسی و تصویب تبصره ۱۶ لایحه بودجه، مسیر کاملا معکوس لایحه را ترجیح داد و با تعیین مصادیق زیاد برای تسهیلات، در مجموع ۱۳۹۰ هزار میلیارد تومان تسهیلات تکلیفی تعیین کرد. بررسی‌های مرکز پژوهش‌ها نشان می‌دهد با فرض آنکه بانک مرکزی در سال ۱۴۰۱ بتواند با اجرای مصوبه کنترل ترازنامه و سایر ابزارهای خود نرخ رشد نقدینگی را حدود ۲۷ درصد نگه دارد، در این صورت پیش‌بینی می‌شود در سال آینده مجموع تسهیلات قابل پرداخت میان‌مدت و بلندمدت شبکه بانکی حدود ۲۰۰۰ هزار میلیارد تومان باشد که با در نظر گرفتن سهم حدود ۴۰ درصدی برای تسهیلات امهالی، حدود ۱۲۰۰ هزار میلیارد تومان آن قابل برنامه‌ریزی است. همچنین پیش‌بینی می‌شود مانده تسهیلات بانک‌ها در سال آینده حدود ۹۵۸ هزار میلیارد تومان افزایش یابد. بنابراین مجموع تسهیلات تکلیفی در مصوبه کمیسیون تلفیق بودجه ۱۴۰۱، معادل ۱۱۶ درصد تسهیلات قابل برنامه‌ریزی کل نظام بانکی و ۱۴۵ درصد تغییرات مانده تسهیلات در سال ۱۴۰۱ (تزیق خالص پول جدید به اقتصاد) است. حتی با فرض رشد نقدینگی ۵۰ درصد (که تبعات تورمی ناگواری به همراه خواهد داشت) هم میزان تسهیلات قابل برنامه‌ریزی حدود ۱۸۰۰ هزار میلیارد تومان خواهد بود و تسهیلات تکلیفی مصوب در کمیسیون تلفیق، در مورد حداقل ۸۰ درصد آن تصمیم‌گیری کرده است.

نکته جالب این است که در حالی به شبکه بانکی ۴۳۸ هزار میلیارد تومان تسهیلات قرض‌الحسنه تکلیفی می‌شود که تا پایان آذرماه اسامی مانده کل تسهیلات قرض‌الحسنه پرداختی ۲۷۵ هزار میلیارد تومان بوده است. لذا به نظر می‌رسد بخش قابل توجهی از این تکلیف (همانند سنوات قبل)

زمینه حذف رانت ارزی با پاس گل مجلس به دولت فراهم شد

حذف مشروط ارز ۴۲۰۰

ولی قیمت این کالاها پایه‌های سایر کالاها افزایش یافته است. البته سواستفاده دلان واردکننده هم به مشکلات دامن زد و از مجموع ۳۱ میلیارد دلار ارز تخصیص یافته برای واردات کالاها اساسی حدود ۵ میلیارد دلار آن بلا تکلیف بوده، یعنی معلوم نیست از کجا سردرآورده است. همه این آمارها نشان می‌دهد که ارز ترجیحی نتوانسته به اهداف خود دست یابد.

کارشناسان و نمایندگان نیز در این سال‌ها نسبت به سیاست فوق انتقاد کرده و خواستار اصلاح آن شده‌اند. سید شمس‌الدین حسینی، عضو کمیسیون برنامه و بودجه و وزیر اسبق اقتصاد می‌گوید: «ادامه سیاست ارزی فعلی یعنی کسری بودجه یعنی کاهش بودجه‌های عمرانی که افزایش تورم و فساد را به دنبال خواهد داشت. بیشترین افزایش قیمت و تورم‌ها در مورد کالاهایی اتفاق افتاد که ارز ۴۲۰۰ به آن تخصیص یافت.» مهدی طغیانی، عضو کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی هم با اشاره به اینکه حفظ ارز ۴۲۰۰ کسری را تشدید می‌کند، معتقد است: «برآورد نمایندگان در مجلس این است که حداقل دولت ۷ یا ۸ میلیارد دلار برای تامین این هفت قلم کالا (گندم، جو، سویا، کتچاله سویا، روغن خوراکی و داروها) کم دارد و درآمد ارزی هم به این میزان نیست، بنابراین باید آن را از بازار تهیه کند، به این معنا با نیما خرید انجام دهد و ۴۲۰۰ به فروش برساند، این فاصله کسری بودجه را تشدید می‌کند، یعنی از همان چیزی که می‌ترسیدم تا در صورت عدم حفظ آن اتفاق افتد (تورم‌زا بودن) با حفظ آن محقق می‌شود.»

این موضوع مورد تأکید مسئولان بانک مرکزی هم قرار گرفته است.

فرصت امروز: تغییر لایحه بودجه سال آینده در کمیسیون تلفیق مجلس و پاسخ رهبری به نامه رئیس کل بانک مرکزی درباره افزایش بی‌سابقه تسهیلات تکلیفی بانک‌ها، بار دیگر تسهیلات تکلیفی را به موضوع روز اقتصاد ایران تبدیل کرد. تسهیلات تکلیفی در ادبیات بانکی به آن دسته از تسهیلاتی گفته می‌شود که بانک‌ها بنا به تکلیف مراجع قانونی نظیر مجلس و بعضا بانک مرکزی پرداخت می‌کنند و از آنجا که در ارائه این تسهیلات فاقد هرگونه اختیار و انتخابی در تخصیص منابع هستند، اصطلاحا به تسهیلات تکلیفی یا دستوری شهره شده است. در واقع، تسهیلات تکلیفی در ذیل اقتصاد دستوری قرار می‌گیرد و همچون قیمت‌گذاری دولتی از مصادیق اقتصاد دستوری است.

تسهیلات تکلیفی در حالی ریشه ناترازی بانک‌ها به شمار می‌آید که کمیسیون تلفیق در بودجه سال ۱۴۰۱ در مجموع ۱۳۹۰ هزار میلیارد تومان تسهیلات تکلیفی برای بانک‌ها تکلیف کرده است. در این میان، بازوی پژوهشی مجلس در یک گزارش کارشناسی به بررسی اصلاحات موردنیاز لایحه بودجه سال آینده در زمینه تسهیلات تکلیفی پرداخت و نقشه راه اصلاح وام تورم‌ساز را ترسیم کرد. طبق ارزیابی مرکز پژوهش‌های مجلس، تبصره ۱۶ لایحه بودجه ۱۴۰۱ که به تسهیلات تکلیفی شبکه بانکی مربوط می‌شود، نسبت به بودجه سال‌های گذشته تغییر اساسی کرده و کمیسیون تلفیق مجلس در بررسی و تصویب تبصره ۱۶ لایحه بودجه سال آینده با تعیین مصادیق بسیار زیاد برای تسهیلات، در مجموع ۱۳۹۰ هزار میلیارد تومان تسهیلات تکلیفی تعیین کرده است.

سپید و سیاه تغییرات لایحه بودجه

براساس گزارش مرکز پژوهش‌ها، تبصره ۱۶ لایحه بودجه سال آینده نسبت به سنوات گذشته تغییرات رویکردی زیادی داشته است. این تغییر رویکرد به‌صورت خلاصه در راستای «تعیین میزان تکلیف قانونی تسهیلات قرض‌الحسنه»، «تکلیف دولت به پرداخت تسهیلات فوق به مصارف تعیین‌شده در قانون» و «واگذاری اختیار تعیین مصادیق و موضوعات تعیین‌نشده به دولت» است. همچنین برخی از احکام تبصره ۱۶ قانون بودجه سال ۱۴۰۱ از جمله تسهیلات قرض‌الحسنه ازدواج و تسهیلات قرض‌الحسنه فرزندآوری و ودیعه مسکن در قانون حمایت از خانواده و جوانی جمعیت به قانون دائمی تبدیل شده است.

از سوی دیگر، این تغییر رویکرد در راستای تصمیم‌گیری درباره تسهیلات نیز مشهود است. توضیح بیشتر آنکه لایحه، منابع تسهیلات را از محل ۱۰۰ درصد مانده منابع قرض‌الحسنه و ۵۰ درصد مانده سپرده‌های جاری شبکه بانکی پس از کسر سپرده‌های قانونی تعیین کرده و دولت مکلف شده است آن را به مصارف تعیین‌شده در قوانین تخصیص دهد، اما تصمیم‌گیری درباره جزئیاتی از قبیل موضوعات و ذی‌نفعان، میزان تسهیلات و دوره پرداختی منوط به آیین‌نامه اجرایی تهیه‌شده توسط

تصمیم‌گیر مجلس برای دادن مجوز به دولت برای اصلاح شیوه پرداخت پارانها کالاها اساسی، فرصتی برای جلوگیری از رانت ارز ۴۲۰۰ تومانی است. به گزارش ایبنا، در نشست علنی یکشنبه ۱۵ اسفندماه طبق گفته سخنگوی کمیسیون تلفیق، «مجلس دولت را مختار به حذف ارز ۴ هزار و ۲۰۰ تومانی کرد و تصمیم نهایی حذف با دولت است.» ماجرای ارز ۴۲۰۰ از فروردین‌ماه ۱۳۹۷ شروع شد. پس از نوسانات شدید نرخ ارز در آن ایام، دولت دوازدهم شبانه جلسه‌ای با حضور رئیس‌جمهور و مسئولان اقتصادی وقت برگزار و اعلام کرد که از این‌پس برای همه مصارف ارزی، دلار با نرخ ۴۲۰۰ تومان عرضه خواهد کرد. این خبر را معاون اول رئیس‌جمهور جلوی دوربین‌ها اعلام کرد و به همین خاطر ارز ۴۲۰۰ با عنوان دلار جهانبگیری وارد ادبیات اقتصادی کشور شد. هدف از این تصمیم، حمایت از اقشار ضعیف‌تر و رسیدن کالاها اساسی با نرخ پایین به مردم بود، با این حال پس از گذشت مدتی از این سیاست، گزارش‌های کارشناسی نشان داد ارز ترجیحی چندان هم به هدف خود اصابت نکرده است.

۱۰ ماه پس از اجرای این سیاست (بهمن‌ماه ۹۷) مرکز پژوهش‌های مجلس گزارش داد: «رشد نقطه به نقطه شاخص قیمت کالاها اساسی در آذرماه ۱۳۹۷ نسبت به اسفندماه ۱۳۹۶ نشان می‌دهد که اقلام موجود در شاخص قیمت مصرف‌کننده در مجموع به طور متوسط ۴۲ درصد رشد داشته‌اند که بالاتر از رشد ۳۹ درصدی شاخص کل قیمت‌هاست.» همچنین آمارها نشان می‌دهد از سال ۹۷ تاکنون نزدیک به ۷۰ هزار میلیارد تومان ارز ترجیحی برای تأمین کالاها اساسی تخصیص یافته



وقتی رجحان سیاسی مهمتر از توصیه کارشناسی است

آسیب‌های واگذاری سهام سرخابی‌ها

یک فعال بازار سرمایه با اشاره به برخی ایرادات واگذاری سهام دو باشگاه بزرگ فوتبال پایتخت می‌گوید کارشناسان، بیم تکرار تجربه واگذاری سهام عدالت را دارند، چراکه در این واگذاری نیز توصیه‌های کارشناسی تحت تاثیر رجحان‌های سیاسی قرار گرفت و دیده نشد.

علیرضا توکلی کاشی، نایب‌رئیس کمیسیون بازار پول و سرمایه اتاق بازرگانی تهران با اشاره به مخالفت برخی کارشناسان با واگذاری سهام باشگاه‌های استقلال و پرسپولیس در بازار سرمایه، زیانده‌ی این باشگاه‌ها و عدم شفافیت مالی آنها را از جمله دلایل این مخالفت برمی‌شمرد و به روابط عمومی اتاق تهران می‌گوید: عده زیادی از کارشناسان با این واگذاری مخالف بودند که دلیل این مخالفت، عدم شفافیت مالی این باشگاه‌ها در زمینه کسب درآمدهای پایدار در سنوات آتی و عدم سودآوری آنهاست. ضمن آنکه به اعتقاد صاحب‌نظران، سهامدار کردن هواداران نیز سیاست اشتباهی است.

او با بیان اینکه دغدغه‌ها و ارزش‌های هواداران و سهامداران متفاوت است، ادامه می‌دهد: زمانی که دو تیم به مصاف یکدیگر می‌روند، یکی برنده می‌شود و دیگری بازنده که ممکن است این مسئله روی ارزش سهام باشگاه اثر گذاشته و سهامداران را تحت تاثیر قرار دهد یا در شرایطی که باشگاه‌ها اغلب زیانده هستند ممکن است با پایان هر سال تقاضای افزایش سرمایه کنند. در این میان ممکن است عده‌ای هم از ظرفیت هواداران برای موج‌سواری استفاده کرده و با هدایت هواداران در مقابل مجلس، دولت یا بانک مرکزی خواسته‌های خود را محقق کنند.

وی با اشاره به یکی از ایرادات نحوه خصوصی‌سازی دو باشگاه فوتبال می‌افزاید: در جلسات کارشناسی، صاحب‌نظران بر این نکته اصرار داشتند که دولت تنها به صورت‌های مالی این دو باشگاه اکتفا نکند و نسبت به ارزش‌گذاری برند آنها نیز اقدام کند که خوشبختانه این مهم انجام شد و گزارش کارشناسی ارزش‌گذاری این دو باشگاه نیز منتشر شد، اما این ارزش‌گذاری توسط نهادهای مالی که دارای مجوز بوده و متخصص ارزش‌گذاری هستند، انجام نشده است.

توکلی کاشی توضیح می‌دهد: با وجود دلایل ذکرشده از سوی کارشناسان، سازمان خصوصی‌سازی نسبت به عرضه سهام این باشگاه‌ها به بازار سرمایه پافشاری کرد. این پافشاری، تجربه واگذاری سهام عدالت را تداومی می‌کند. در دهه ۱۳۸۰ که بحث واگذاری سهام عدالت مطرح شد، کارشناسان مشکلات قانونی واگذاری سهام به عموم مردم بدون بسترسازی مناسب را گوشزد کرده و همچنین پیشنهادهایی را در مورد چارچوب این واگذاری، نحوه مدیریت شرکت‌ها، برگزاری مجامع و اصلاح ساختار این شرکت‌ها مطرح کردند، اما توجهی به این توصیه‌ها و پیشنهادات صورت نگرفت. نتیجه آنکه سهام عدالت به عنوان پروژه‌ای که باید طی ۱۰ سال تعیین تکلیف می‌شد، با گذشت بیش از ۱۵ سال هنوز به پایان نرسیده و ارکان دولت در مسائل ریز و درشت آن از جمله نحوه برگزاری انتخابات، نحوه افزایش سرمایه و نحوه تعیین مدیران گرفتار هستند. به عقیده وی، پیش‌بینی بدنه کارشناسی بازار سرمایه این است که واگذاری سهام استقلال و پرسپولیس نیز با این مشکلات مواجه خواهد شد، اما ظاهراً رجحان‌های سیاسی این واگذاری، مهمتر از مباحث کارشناسی بوده است.

یک کارشناس بازار سرمایه بررسی کرد

اجرای «افزایش نمایش عمق مظنه»

یک کارشناس بازار سرمایه معتقد است از سال آینده به سبب اجرای مصوبه افزایش سطح نمایش عمق مظنه‌ها، چشم‌انداز معاملات نیز روند بهتری را تجربه خواهند کرد.

روز شنبه ۱۴ اسفندماه اعضای هیأت مدیره سازمان بورس و اوراق بهادار در جدیدترین جلسه خود، ضمن تأکید بر تقویت سامانه‌های نظارتی و آموزش همگانی مبنی بر اینکه ارزش ذاتی هر سهم نه از میزان عمق مظنه‌ها (سفرارهای خرید و فروش) بلکه از عوامل کلان اقتصادی و عوامل بنیادین مرتبط به هر شرکت تعیین می‌شود، تصمیم گرفت که عمق مظنه در اختیار همگان قرار بگیرد، به نحوی که زین‌پس تمامی معامله‌گران آنلاین هم بتوانند این خدمت را از کارگزاران خود دریافت کنند. همچنین در ادامه نیز محسن خدابخش معاون نظارت بر بورس‌ها و ناشران سازمان بورس، در گفت‌وگو با اخبار شبانگهی شبکه یک درخصوص زمان اجرای این مصوبه اعلام کرد: در راستای ارتقای شفافیت معاملات روزانه و همچنین افزایش ضریب نفوذ معاملات آنلاین، نمایش عمق مظنه‌ها به ۲۰ مظنه افزایش می‌یابد و از ۱۵ فروردین هم اجرا خواهد شد. همایون دارابی در پاسخ به این پرسش که آیا عملیاتی شدن این تصمیم و نمایش عمق مظنه، تأثیری در کشف قیمت و یا تغییر رفتار مردم در خرید و فروش سهام دارد، به سنا می‌گوید: تا چندی پیش یکی از انتقادات به سامانه‌های آنلاین عدم تقارن اطلاعاتی میان فعالان مختلف بازارسهم به مسئله «دیدن مظنه سهام» بازمی‌گشت، زیرا این سیستم‌ها تنها امکان مشاهده ۵ ردیف عرضه و تقاضا را برای سهامدار فراهم می‌کردند. اکنون نیز فقط استیشن‌های معاملاتی می‌توانند کل مظنه‌ها را ببینند که همین مسئله نوعی عدم تقارن اطلاعاتی را در بازار سهام فراهم کرده است.

او با اشاره به نمایش عمق مظنه در بازار سهام سایر کشورها می‌افزاید: در بازار سهام سایر کشورها مشاهده عمق مظنه‌ها با دریافت هزینه در اختیار معامله‌گران و فعالان بازار قرار می‌گیرد. اجرای مصوبه مشاهده عمق مظنه‌ها به ۲۰ مظنه می‌تواند چشم‌انداز بهتری را به سهامداران در هنگام معاملات بدهد. این کارشناس بازار سرمایه در پایان ضمن اظهار امیدواری نسبت به وضعیت بازار سهام در سال آینده، می‌گوید: مطابق اصول اقتصاد مالی هر گامی که در راستای شفافیت و ثبات بازار سهام برداشته شود به نفع سهامداران خواهد بود؛ از سوی دیگر نیز اکنون وضعیت بازار سهام نسبت به چند سال گذشته کاملاً متفاوت‌تر شده و به همین دلیل ضروری است مسئولان در اخذ تصمیمات اقتصادی توجه بیشتری داشته باشند.

جغرافیای تراکنش‌های الکترونیکی در میانه زمستان

مردم چقدر اینترنتی خرید کردند؟



هر ۱۰ هزار نفر تعلق دارد. همچنین در بعد کسبوری حدود ۵۲،۱۲ عدد تراکنش به ازای هر فرد بالای ۱۸ سال در طول بهمن ماه انجام گرفته است و بیشترین سرانه تراکنش ابزارها نیز مجدداً به کارتخوان فروشگاهی با ۴۷۸۲ عدد تراکنش به ازای هر فرد بالای ۱۸ سال در کشور تعلق داشته است. لذا بالاترین نفوذ منطقه‌ای در بعد کسبوری به این ابزار پذیرش تعلق داشته است. بیشترین سرانه تعداد ابزار کارتخوان فروشگاهی بهمن ماه به ترتیب در اختیار استان‌های یزد، مازندران و بوشهر است. همچنین بیشترین سرانه تراکنش ابزار کارتخوان فروشگاهی نیز با ۷۰۰۴ تراکنش به ازای هر فرد بالای ۱۸ سال متعلق به استان هرمزگان است.

سهام بانک‌ها از تعداد کارت‌ها و تراکنش‌ها

در بخش دیگری از این گزارش، بازار بانک‌های پذیرنده تراکنش‌های کارت‌های صادرکننده کارت‌های بانکی تراکنش‌دار بررسی شده است. نتایج شاخص بازار در بخش بانک‌های پذیرنده نشان می‌دهد که در بهمن ماه همچنان بانک ملت به لحاظ تعدادی و مبلغی بیشترین سهم از بازار تراکنش‌ها را به خود اختصاص داده و در جایگاه نخست در بین تمام بانک‌های پذیرنده قرار گرفته است. همچنین در بررسی بازار تراکنش‌ها به تفکیک ابزارهای پذیرش برای هر بانک، همچنان این بانک در جایگاه نخست قرار دارد. نکته دیگر این است که در بانک‌های کشور همچنان بیشترین پذیرش تراکنش از طریق ابزار کارتخوان فروشگاهی انجام گرفته است.

همچنین در بحث صادرکنندگی کارت‌های بانکی دارای تراکنش در سویچ شاپرک تعداد کل کارت‌های بانکی تراکنش‌دار در بهمن ماه امسال نسبت به دی ماه رشد مثبت ۲۸۲ درصدی داشته است و نرخ رشد در هر سه دسته کارت مثبت بوده است. در بررسی سهم بانک‌های صادرکننده کارت‌های بانکی تراکنش‌دار در بهمن ماه، بانک ملی ایران بیشترین سهم از تعداد کارت‌های بانکی صادرشده تراکنش‌دار در شبکه شاپرک را داشته و از سوی دیگر، بیشترین کارت برداشت و کارت اعتباری متعلق به بانک ملی ایران و بیشترین کارت هدیه و بن کارت متعلق به بانک ملت بوده است.

روند صعودی شاخص‌های بورسی ادامه دارد

خیز ۲۰ هزار واحدی بورس تهران

با ۲۹۱ واحد، ایران خودرو (خودرو) با ۲۱۸ واحد و بانک تجارت (تجارت) با ۱۹۵ واحد تأثیر منفی بر شاخص بورس داشتند. نماد شرکت سرمایه‌گذاری تامین اجتماعی (شستا)، پالایش نفت بندرعباس (شبنندر)، ایران خودرو (خودرو)، پالایش نفت اصفهان (شینا)، ملی صنایع مس ایران (فملی)، بانک ملت (وبملت) و فولاد مبارکه اصفهان (فولاد) در نمادهای پرتراکنش قرار داشتند. گروه فرآورده‌های نفتی هم در معاملات این روز صدرنشین برترین گروه‌های صنعت شد و در این گروه یک میلیارد و ۱۲۱ میلیون برگه سهم به ارزش ۷ هزار و ۴۶۶ میلیارد ریال دادوستد شد. گروه شیمیایی و فلزات اساسی نیز به ترتیب با ارزش‌های ۴۸ و ۴۰۳ هزار میلیارد ریال در رتبه‌های دوم و سوم قرار گرفتند.

در آن سبوی بازار نیز شاخص کل فرابورس ایران بیش از ۳۰۶ واحد افزایش داشت و به ۹۸ هزار و ۹۸ واحد رسید. در این بازار ۵ میلیارد و ۱۳۲ میلیون برگه سهم و اوراق مالی به ارزش ۳۰ هزار و ۴۸۲ میلیارد و ۲۳۶ توبت بود. نمادهای پلیمر آریا ساسول (آریا)، پتروشیمی زاگرس (زاگرس)، بهمن دیزل (خدیزل)، پتروشیمی تندگویان (شگویا)، پتروشیمی مارون (مارون)، فولاد هرمزگان جنوب (هرمز) و سنگ آهن گهرزمین (کگهر) با تأثیر مثبت بر شاخص فرابورس همراه بودند. همچنین صنعتی مینو (فصینو)، صنایع شیمیایی کیمیاگران امروز (شکام)، ویتان (غویتا)، فرابورس ایران (فرابورس) و توسعه سامانه نرم‌افزاری نگین (توسن) تأثیر منفی بر شاخص فرابورس داشتند.

به ازای هر کارتخوان در مکان نخست قرار می‌گیرد و پذیرش اینترنتی با ۱۹۶ تراکنش به ازای هر ابزار و پذیرش موبایلی با ۱۷۸ تراکنش به ازای هر ابزار فعال به ترتیب در مکان‌های بعدی قرار می‌گیرند. افزون بر این، متوسط تراکنش هر ابزار پذیرش شاپرکی در ماه مذکور معادل ۳۰۱ تراکنش است که این تعداد نسبت به مقدار مشابه در ماه گذشته افزایش ۶۳،۳۲ واحدی (۲۶،۶ درصدی) را تجربه کرده است. همچنین بیشترین کاهش متوسط تعداد تراکنش مربوط به ابزار پذیرش موبایلی بوده است. شاخص مهم دیگر نیز شاخص متوسط مبلغ تراکنش‌ها به ازای هر ابزار پذیرش است که بنا بر آمارهای رسمی، متوسط مبلغ هر تراکنش در ابزار پذیرش اینترنتی ۱۰۰ میلیون و ۹۶ هزار تومان بوده که این عدد برای کارتخوان‌های فروشگاهی ۵۹ میلیون و ۴۶۳ هزار تومان و برای پذیرش موبایلی ۲ میلیون و ۵۱ هزار تومان بوده است. براساس این گزارش، مجموع ابزارهای پذیرش در بهمن ماه با رشد ۱۷،۷۷ درصدی به نزدیک ۱۰،۷۱۷ هزار ابزار رسیده است که از این تعداد ۸۶،۷۲ درصد سهم بازار ابزار کارتخوان فروشگاهی، ۷،۶۶ درصد سهم ابزار پذیرش اینترنتی و ۵،۶۱ درصد نیز سهم ابزار پذیرش موبایلی است. بیشترین سهم از مجموع تراکنش‌های بهمن ماه با ۹۱،۷۰ درصد متعلق به ابزار کارتخوان فروشگاهی و به لحاظ سرویس نیز بیشترین سهم در اختیار خدمت خرید کالا و خدمات با ۸۷،۷۹ درصد مجموع تراکنش‌هاست. متوسط تعداد تراکنش هر ابزار پذیرش اینترنتی ۱۹۶، هر ابزار پذیرش موبایلی ۱۷۸ و متوسط تعداد تراکنش هر ابزار کارتخوان فروشگاهی ۳۱۸ تراکنش است و این در حالی است که متوسط مبلغی هر تراکنش ابزارهای پذیرش موبایلی و اینترنتی به ترتیب ۰،۱۲ و ۵،۱۲ میلیون ریال و در ابزار کارتخوان فروشگاهی ۱،۸۷ میلیون ریال است.

در بررسی نفوذ منطقه‌ای ابزارهای پذیرش شاخص‌ها در بعد کسبوری و استانی نشان می‌دهد که تعداد سرانه هر یک از ابزارها به ازای افراد بالای ۱۸ سال که متقاضی خدمات پرداخت الکترونیکی کارت هستند، به ازای هر ۱۰ هزار نفر ۱،۷۳۴ ابزار پذیرش فعال سیستمی است که بالاترین سرانه ابزار پذیرش به کارتخوان فروشگاهی با ۱،۵۰۳ عدد به ازای

فرصت امروز: مبلغ تراکنش‌های شبکه الکترونیکی پرداخت کارت‌های کسبوری در دومین ماه فصل زمستان به بیش از ۶۳۶ هزار میلیارد تومان رسید که نسبت به دی ماه رشد ۴،۱۶ درصدی در تعداد و رشد ۱،۵ درصدی در ارزش ریالی را نشان می‌دهد. براساس هشتمین گزارش اقتصادی شاپرک، مجموع تعداد تراکنش‌های انجام شده شاپرک در بهمن ماه امسال به ۳۲۲۳ میلیون عدد رسید که ارزش این تراکنش‌ها در مجموع به بیش از ۶۳۶ هزار میلیارد تومان می‌رسد که نسبت به دی ماه به ترتیب معادل ۴،۱۶ درصد و ۱،۵ درصد در تعداد و ارزش ریالی رشد داشته است. بر این اساس، رشد اسمی ماهانه تراکنش‌های شاپرک در بهمن ماه نسبت به دی ماه برابر ۱،۵ درصد بوده است. همچنین سهم ابزارهای پذیرش اینترنتی در تراکنش‌های انجام شده بهمن ماه ۴،۹۹ درصد و ابزار پذیرش موبایلی ۳،۳۲ درصد بوده و این در حالی است که کارتخوان‌های فروشگاهی ۹۱،۷ درصد از کل تراکنش‌های انجام‌شده را به خود اختصاص داده‌اند.

همچنین از تعداد تراکنش‌های انجام‌شده ۸۷،۷۹ درصد مربوط به خرید کالا و خدمات، ۷،۵۱ درصد مربوط به پرداخت قبض و خرید شارژ تلفن همراه و ۴،۷ درصد مربوط به مانده‌گیری بوده است. از مجموع کل تراکنش‌های انجام‌شده در بهمن ماه معادل ۹۲،۳۶ درصد موفق و ۷،۶۴ درصد ناموفق بوده، البته تراکنش‌هایی که با سویچ شاپرک انجام شده، ۹۹،۹۹ درصد موفق بوده است. از سوی دیگر، از مجموع تراکنش‌های موفق انجام شده در این ماه، ۱،۰۸ درصد به دلیل خطای پذیرندگی، ۰،۱۶ درصد به دلیل خطای شاپرکی، ۱۱،۵۶ درصد به دلیل خطای صادرکنندگی، ۸۶،۳۸ درصد به دلیل خطای کاربری و ۰،۸۲ درصد به علت خطای کسب‌وکار بوده است.

نسبت ارزش تراکنش‌ها به نقدینگی

نسبت ارزش تراکنش‌های شاپرک به نقدینگی در بهمن ماه امسال در حالی به ۱۵،۰۹ درصد رسید که نسبت اسکناس و مسکوک در دست اشخاص به نقدینگی در این ماه تنها ۱،۶۷ درصد بوده است. طبق آمارهای رسمی بهمن ماه، ابزار کارتخوان فروشگاهی با ۳۱۸ تراکنش

فرصت امروز: چراغ سبز بورس تهران در حالی طی سه روز معاملاتی ابتدای هفته روشن شده و نامگر اصلی تالار شیشه‌ای مجدداً به کانال ۱،۳ میلیون واحدی رسیده است که تحلیلگران بازار سهام از مذاکرات مثبت احیای برجام، رشد قیمت‌های جهانی، تثبیت قیمت دلار در کانال ۲۵ هزار تومان و حذف مشروطه ارز ۴۲۰۰ تومانی در بودجه ۱۴۰۱ به عنوان عوامل تغییر مسیر داد و ستدهای بورسی یاد می‌کنند. پس از آنکه شاخص بورس تهران در اولین روز این هفته بیش از ۱۷ هزار واحد افزایش یافت، در روز یکشنبه و در نیمه اسفندماه با رشد ۲۳ هزار واحدی برای پنجمین بار در سال ۱۴۰۰، کانال ۱،۳ میلیون واحدی را پس گرفت. این روند مثبت در روز دوشنبه با خیز ۲۰ هزار واحدی شاخص کل بورس ادامه یافت و نامگر اصلی تالار شیشه‌ای تا رقم یک میلیون و ۳۴۲ هزار واحد صعود کرد.

این در حالی است که معاملات بازار سهام در هفته‌های قبل در مدار منفی دنبال شده و خروج پول حقیقی به موازات کاهش قیمت دلار، به اوج خود رسیده بود. جالب آنکه در دومین روز این هفته پذیرهنویسی ۱۰ درصد از سهام دو باشگاه استقلال و پرسپولیس نیز آغاز شد و سرخالی‌ها رکورد مشارکت در پذیرهنویسی فرابورس را طی دو ساعت شکستند. رکوردشکنی سهام سرخالی‌ها در ۱۲۰ دقیقه و همچنین روند صعودی شاخص‌ها در این هفته نوبدبخش خروج تدریجی از رکود و ورود پول به بازار سهام است. روند امیدبخشی که دیروز در سومین روز هفته تداوم یافت و تالار شیشه‌ای همچنان سبزپوش ماند.

در جریان معاملات روز دوشنبه ۱۶ اسفندماه، شاخص کل بورس با

شروع فعالیت به عنوان کار آفرین مستقل در ۶ گام



به قلم: گرن ت اولسن
کارشناس کسب و کار

فعالیت در یک شرکت بزرگ یا در حال توسعه می‌تواند برای هر کارآفرینی داستان جذابی را رقم بزند. این امر در میان بسیاری از کارآفرینان تازه کار جذابیت زیادی داشته و هزاران نفر در مصاحبه‌های کاری به طور مداوم شرکت می‌کنند. اگر شما هم در این میان برای بهبود وضعیت‌تان به عنوان کارآفرین در تلاش برای شرکت در مصاحبه‌های کاری مختلف و شروع فعالیت در یک شرکت مناسب هستید، باید نسبت به سایر گزینه‌های در دسترس‌تان نیز توجه نشان دهید.

امروزه بسیاری از کارآفرینان همکاران با برندهای بزرگ را نهایت موفقیت‌شان قلمداد می‌کنند. با این حال در این میان گروه دیگری هم هستند که چنین باوری ندارند. از نظر گروه اخیر همکاری در قالب یک شرکت برای مدیران بالادستی می‌تواند بسیار کسب کننده و گاهی اوقات پر از فشار و استرس باشد. با این حساب فعالیت مستقل در دنیای کسب و کار گزینه‌ای جذاب‌تر در مقایسه با دیگر موارد خواهد بود.

وقتی شما به عنوان یک کارآفرین مستقل در بازار مشغول فعالیت هستید، تمام جزئیات کار مربوط به خودتان است. از این نظر شما دیگر در دسری برای مشارکت با همکاران یا حتی پیروی از استراتژی‌هایی که غلط ارزیابی می‌کنید، نخواهید داشت. این امر به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک کرده و فرصت‌های بسیار زیادی پیش روی‌تان قرار خواهد داد. کارآفرینی مستقل برای بسیاری از افراد جذابیت‌های زیادی دارد. با این حال شما نباید با عجله بسیار زیاد وارد این حوزه شوید. دلیل این امر نیز ضرورت استفاده از توصیه‌های حرفه‌ای و توجه به موارد اساسی در این حوزه است. بی‌شک تبدیل شدن به یک کارآفرین مستقل می‌تواند جذابیت‌های بسیار زیادی برای شما داشته باشد. با این حال اگر اطلاعات دقیقی در رابطه با این حوزه نداشته باشید، خیلی زود توانایی‌تان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را بین خواهید رفت.

هدف اصلی در این مقاله بررسی برخی از مهمترین نکات برای شروع فعالیت به عنوان کارآفرین مستقل است. اگر شما هم به این حوزه علاقه دارید، نکات مورد بحث در این مقاله کنونی به کارتان خواهد آمد.

۱. شناسایی هدف اصلی‌تان

به نگرانی در زمینه نحوه فعالیت‌تان در دنیای کسب و کار نخواهد بود. یادتان باشد امروزه اغلب فایل‌های آنلاین بدون اینکه نیازی به دانلود داشته باشند، در دسترس کاربران قرار می‌گیرد. بنابراین شما هم باید سابقه کاری‌تان را به همین ترتیب پیش روی مخاطب هدف قرار دهید، در غیر این صورت شاید کسی حوصله دانلود فایل‌های شما را نداشته باشد.

۵. پیدا کردن مشتریان

بعد از اینکه شما تمام مراحل مورد بحث در دنیای کسب و کار را به خوبی پشت سر گذاشتید، نوبت به پیدا کردن مشتریان می‌رسد. این امر از بسیاری جهت سخت و حتی دسرساز به نظر می‌رسد. اگر به این موارد استرس ناشی از تعامل با اولین مشتری را نیز اضافه کنیم، آن وقت دلیل ترس بسیاری از افراد برای حضور در دنیای کارآفرینی مستقل را درک خواهید کرد. شما برای پیدا کردن اولین مشتری‌تان راهکارهای زیادی پیش رو دارید. ساده‌ترین نکته در این میان استفاده از تجربه یک کارآفرین مستقل موفق است. شما با این کار بدون اینکه در دسر زیادی برای خودتان درست کنید، امکان جلب نظر مخاطب هدف‌تان را پیدا می‌کنید. با این حساب دیگری نیازی به کاهش سطح قیمت خدمات تا حد بسیار زیادی یا استفاده از راهکارهای عجیب نخواهد بود. وقتی شما از راهکارهای مورد استفاده کارآفرین بزرگ سود می‌برید، تا حد زیادی روند کاری‌تان مشخص و بی‌نیاز از ماجراجویی‌های عجیب خواهد بود. البته در این میان باید اندکی شخصی‌سازی روش‌های معتبر در دنیا را نیز در دستور کار قرار دهید، در غیر این صورت شاید هرگز فرصت بهینه‌سازی موقعیت کاری‌تان را پیدا نکنید. راهکار دیگری که شما برای جلب نظر مشتریان در دنیای کسب و کار پیش رو دارید، استفاده از شبکه‌های اجتماعی به طور حرفه‌ای است. این امر در دنیای کسب و کار امروز اهمیت بسیار زیادی پیدا کرده و بدل به گزینه‌ای اجتناب‌ناپذیر برای کارآفرینان شده است. درست به همین خاطر اگر شما به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان به طور حرفه‌ای هستید، باید هرچه زودتر فعالیت در قالب یک برند حرفه‌ای در شبکه‌های اجتماعی را در دستور کار قرار دهید، در غیر این صورت شریاقت‌تان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به شدت دشوار و غیر قابل درک خواهد شد. امروزه برندها هزینه‌های بسیار زیادی در دنیای کسب و کار دارند. اگر شما در این میان هزینه‌های اضافی‌تان را مورد بی‌توجهی قرار داده و به شبکه‌های اجتماعی به عنوان مهمترین گزینه بازاریابی و تبلیغات توجه ننمایید، شانس‌تان برای جلب نظر مخاطب هدف به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش پیدا خواهد کرد.

۶. شروع فعالیت رسمی در دنیای کارآفرینی مستقل

پس از اینکه شما تمام مراحل قبلی را پشت سر گذاشتید، دیگر نوبت به نمایش عملکرد حرفه‌ای‌تان در بازار خواهد بود. این امر به شما فرصت شروع به کار رسمی در بازار را داده و شریاقتان را نیز به شدت بهینه‌سازی خواهد کرد. درست به همین خاطر شروع به موق کار امری حیاتی خواهد بود. متأسفانه بسیاری از کارآفرینان برای شروع به کارشان در قالب مستقل به طور مداوم تعلل می‌کنند. این امر نه تنها نتیجه خوبی برای آنها به همراه نخواهد داشت، بلکه فرصت‌های طلایی‌شان را نیز به سرعت از آنها خواهد گرفت. درست به همین خاطر شما باید همیشه تاثیرگذاری مناسب و حرفه‌ای بر روی مخاطب هدف را در دستور کار قرار دهید، در غیر این صورت شاید خیلی زود ماجراجویی‌تان در دنیای کارآفرینی تمام گردد. بدون تردید شروع به کار در دنیای کسب و کار برای هر فردی دشوار خواهد بود. با این حال اگر شما مراحل قبلی کارتان را به خوبی انجام داده باشید، اکنون دست‌کم یک مشتری برای برندناتان دارید. بنابراین شروع به کار شما دیگر امری سخت یا غیرممکن نخواهد بود. بلکه فقط و فقط نیاز به اندکی کار حرفه‌ای و دقیق دارد. در این میان انگیزه مناسب شما برای شروع به کار نیز گزینه مهمی خواهد بود. این امر به ویژه در ابتدای مسیر کمک شایانی به شما خواهد کرد.

مسئله در این میان تلاش برای پاسخگویی به یک سوال مهم است: چه کسانی از خرید محصولات یا به‌هممندی از خدمات‌تان سود خواهند برد؟ شاید سوال بالا در نگاه نخست خیلی ساده به نظر برسد، اما پاسخگویی به آن شما را به سوی فعالیت بهتر هدایت خواهد کرد. وقتی شما به طور دقیق کسانی که از محصولات‌تان سود می‌برند یا بدان علاقه دارند را شناسایی کنید، دیگر مانعی پیش روی‌تان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نخواهد بود. یادتان باشد در دنیای کارآفرینی شما تنها نیستید. این امر به معنای ضرورت افزایش سرعت عمل‌تان در بازار است. اگر شما این نکته مهم را در دستور کارتان قرار ندهید، شانس‌تان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش پیدا می‌کند. همچنین رقبا شانس پیدا کردن شما را به منظور جلب نظر مخاطب هدف خواهند داد. درست به همین خاطر شما برای شناسایی مخاطب هدف و بهینه‌سازی هزینه‌های تبلیغاتی‌تان باید سرعت عمل‌تان را به شدت افزایش دهید.

۲. تعیین سطح قیمت‌ها

کارآفرینان مستقل به طور معمول در زمینه ارائه خدمات فعالیت دارند. دلیل این امر نیز نیاز به استفاده از یک خط تولید مجهز و همچنین استخدام کارمندان متعدد برای فعالیت تولیدی است. با این حساب شما باید تمرکز اصلی‌تان را بر روی فعالیت خدماتی منحصر کنید. این امر حوزه‌های بسیار زیادی از فعالیت کاری را پیش روی‌تان قرار می‌دهد. با این حساب اگر دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به شیوه‌ای حرفه‌ای و تاثیرگذار هستید، باید همیشه تعیین سطح قیمت‌ها در همان ابتدای کار را در دستور کار قرار دهید. وقتی شما سطح قیمت‌های مناسب را در دستور کارتان قرار دهید، نه تنها از عهده رقابت با بقیه کارآفرینان مستقل برمی‌آید، بلکه حتی توانایی ایجاد رقابت برای برندهای بزرگ را نیز خواهید داشت. این امر محبوبیت شما در بازار را به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش داده و شانس‌تان در مقایسه با رقبا را نیز به حداکثر می‌رساند. با این حساب شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف باید تمام تلاش‌تان را انجام دهید. وقتی شما به دنبال تعیین سطح قیمت برای محصولات‌تان هستید، باید رقابت گسترده در بازار را نیز مدنظر قرار دهید. این امر شما را به سوی انتخاب قیمت‌های منطقی تر هدایت خواهد کرد. درست به همین خاطر اگر قیمت‌های شما در همان ابتدای کار بسیار بالا باشد، شاید هرگز فرصتی برای جلب نظر مخاطب هدف‌تان پیدا نکنید. حتی برندهایی که امروزه محصولات بسیار لوکسی را تولید می‌کنند، در ابتدای کار با سطح قیمت‌های پایین و خدمات بسیار گسترده کارشان را شروع کرده‌اند. درست به همین خاطر شما هم باید چنین عملکردی را در دستور کارتان قرار دهید، در غیر این صورت شاید خیلی زود توانایی‌تان برای جلب نظر مشتریان و تاثیرگذاری حرفه‌ای بر روی آنها از بین برود. این امر می‌تواند شریاقت‌تان در بازار را به شدت دشوار کرده و تاثیرگذاری بر روی مشتریان را نیز بدل به امری غیرممکن سازد.

استفاده از تجربه برندهای بزرگ در بازار همیشه راهکاری مناسب برای برندها محسوب می‌شود. این امر به شما فرصت کافی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را داده و شریاقتان را نیز به طور قابل ملاحظه‌ای بهینه‌سازی می‌کند. با این حساب اگر شما به دنبال رقابت نزدیک با دیگر برندها هستید، باید از همان ابتدای کار به سراغ گزینه‌های ارزان‌قیمت و کاهش سطح خدمات‌تان بروید. این امر در شروع کارتان به عنوان یک کارآفرین مستقل کمکی شایانی به شما خواهد کرد.

۴. ایجاد فایل سابقه کاری آنلاین

امروزه دیگر دوران رزومه یا حتی گزارش‌های کاری سنتی به مشتریان و مدیران برندهای بزرگ تمام شده است. اگر شما در حوزه سختی مثل کسب و کارهای B2B نیز فعالیت داشته باشید، معیار اصلی انتخاب سابقه کاری‌تان است. درست به همین خاطر اغلب کارآفرینان و حتی برندها سابقه کاری‌شان را به طور آنلاین در دسترس مخاطب هدف قرار می‌دهند. شما برای آگاهی از سابقه کاری یک شرکت یا کارآفرین مستقل می‌توانید به سادگی هرچه تمام‌تر سراغ سایت رسمی آنها بروید. این امر به شما

• استفاده از مهارت‌ها و توانایی‌هایی که در طول سال‌های اخیر کسب کرده‌اید به بهترین شکل ممکن

• همکاری با دامنه وسیع‌تری از مشتریان

• کسب سود بیشتر

• ایجاد شهرت مناسب برای خودتان به عنوان کارآفرین

پاسخ‌های فوق براساس شرایط شما و دلیل علاقه‌تان به حوزه کارآفرینی مستقل کاربرد زیادی دارد. البته گاهی اوقات کارآفرینان هدف نادرستی نیز انتخاب می‌کنند. این امر می‌تواند شانس کارآفرینان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش داده و شریاقت‌شان را نیز دشوار سازد. درست به همین خاطر شما باید همیشه در راستای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف از برخی اهداف نادرست در زمینه فعالیت به عنوان کارآفرین مستقل پرهیز نمایید. برخی از اهداف نادرست در این میان از این قرار است:

- اجبار بقیه افراد برای پیروی از خودتان
- نشان دادن چهره مدیریتی‌تان به عنوان فردی خودرأی
- کسب میلیون‌ها دلار در سال اولین فعالیت‌تان
- داشتن زمان بیشتر برای تمامی لوپزیرین و تفریح

اهداف بالا نه تنها حرفه‌ای نیستند، بلکه از نظر منطقی حتی امکان اجرا نیز ندارند. درست به همین خاطر شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان باید خیلی زود اقدام به انتخاب اهداف درست نمایید، در غیر این صورت تجربه فعالیت‌تان به عنوان کارآفرین مستقل خیلی زود با ناکامی همراه خواهد شد. این امر می‌تواند شرایط شما را به طور قابل ملاحظه‌ای تحت تاثیر قرار دهد.

پس از اینکه شما هدف اصلی‌تان برای فعالیت در بازار را انتخاب کردید، کم‌کم باید به فکر سایر بخش‌های کار نیز باشید. پس برای بخش بعدی کارتان در دنیای کارآفرینی مستقل آماده شوید.

۲. شناسایی مخاطب هدف

شناسایی مخاطب هدف همیشه امر مهم و تاثیرگذاری در زمینه فعالیت برندها محسوب می‌شود. بدون تردید اگر یک برند توانایی لازم برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را نداشته باشد، خیلی سخت توانایی جلب نظر مشتریانش را پیدا خواهد کرد. به بیان بهتر، تا زمانی که شما مشتریان هدف‌تان را مشخص نکنید، اصلاً خبری از فروش و کسب سود نخواهد بود. سالانه بسیاری از برندها هزینه‌های زیادی در دنیای بازاریابی و تبلیغات صرف می‌کنند. بدون تردید بخشی از این هزینه‌ها اجتناب‌ناپذیر است، چراکه در دنیای کسب و کار، جلب نظر مشتریان بدون سرمایه‌گذاری بر روی بازاریابی و تبلیغات غیرممکن است. با این حال هزینه‌های بالا در این راستا هرگز امری ضروری محسوب نمی‌شود. شما امکان صرف نظر از چنین راهکارهایی برای کاهش هزینه‌ها را دارید. مهمترین مسئله در این میان شناخت درست مخاطب هدف و تلاش برای تاثیرگذاری بر روی آنها با استفاده از تبلیغات شخصی‌سازی شده است. به این ترتیب شما دیگر نیازی به نمایش محتوای تبلیغاتی‌تان برای دامنه وسیعی از کاربران در بازار ندارید. این امر می‌تواند در بلندمدت شریاقتان در بازار را به طور قابل ملاحظه‌ای بهینه‌سازی نماید. شما برای پیدا کردن مخاطب هدف‌تان در دنیای کسب و کار نیازی به تحمل مشکلات فراوان ندارید. مهمترین

فراخوان مناقشه عمومی (ارزیابی کیفی)

نوبت دوم

شناسه آگهی: ۱۲۸۵۵۷۸

ترک ملی مناطق منتخب جنوب

توجه: اعلام آمادگی جهت شرکت در این مناقشه صرفاً بصورت الکترونیکی (توکن) و از طریق سامانه ستاد به نشانی www.setad.ir می‌باشد.

مناقشه عمومی یک مرحله‌ای شماره ۰۰۱۳۴۳۳۰۰۰ مربوط به پروژه خرید و نصب توله های فلزی با پوشش FBE داخلی جهت انتقال پساب واحد نمکزدایی کرج ا پارسی الد- شرح مختصر خدمات

پوشش دهی داخلی (FBE) برای ۲۲۵۴ متر لوله ۳ اینچ به همراه اتصالات و نعوش و ۳ واحد حف ۵ خط لوله فرسوده با توله های ۶ اینچ (FBE) با توله های ۶ اینچ به متره ۲۲۵۴ متر جهت تزریق پساب و واحد نمکزدایی کرج به جاهای موجود بر اساس شرح کار و همچنین نعوش شیر آلات و سه راهی ۶ اینچ موجود در محل شیر خفه چاه شماره ۴ کرج محل اجرای خدمات و مدت انجام کار

محل اجرای خدمات در خوزستان - جاده ی رامهرمز بهبهان - سه راهی کرج و مدت انجام آن ۱۰ ماه می باشد.

ج- برآورد کارفرما

برآورد کارفرما جهت انجام خدمات ۱۲۰۰۷۵۱۴۰۳۶۹۸۰۹۱ریال واعداد پانزیر می باشد

د-شرایط مناقشه گران متناسب

- داشتن ظرفیت آزاد (معادلی و ریالی) در رشته مربوطه
- داشتن گران دارای حداقل پایه ۵ رشته نفت و گاز و همین داشتن گواهینامه تایید صلاحیت ایمنی از اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی
- تر تعیین برنده مناقشه و در شرایط برابر، اولت با شرکت های بومی استانی می باشد
- توانایی ارائه تضمین شرکت در فرآیند راجع کار به مبلغ ۷,۷۲۱,۳۹۶,۱۵۱ ریال همچنین توانایی ارائه ۵٪ مبلغ بیمان (در صورت برنده شدن) بعنوان تضمین انجام تعهدات ارائه یک نسخه تایید شده از صورت‌های مالی حسابرسی شده توسط سازمان حسابرسی یا اعضای جامعه حسابداران رسمی اترانست
- مناقشه مگر جهت تحویل تضمین شرکت در فرآیند راجع کار علاوه بر بازگذاری تصویر تضمین از طریق سامانه از سامت بصورت حضوری به دفتر کمیسیون مناقصات در اهواز، کوی فدائیان اسلام مجتمع تندگویان، واقع در روبروی بلوک دو، ساختمان طرحهای راه و ساختمان در مهلت مقرر مراجعه و تضمین را تسلیم نمایند

ه- مهلت دریافت اسناد

از کلیه متقاضیان واجد شرایط دعوت بعمل می‌آید ظرف مهلت مقرر تحریب فراخوان جهت دریافت اسناد و اعلام آمادگی از طریق سامانه ستاد و به نشانی www.setad.ir

مراجعه نمایند تا ارزیابی لازم و فنی این‌نامه اجرایی بند ج ماده ۱۲ قانون برگزاری مناقصات (ارزیابی کیفی) بر روی مدارک ارسال مناقشه گران بعمل آید

۱- مهلت اعلام آمادگی بصورت الکترونیکی (فیر حضوری و) از ساعت ۸:۰۰ تاریخ ۱۴۰۰/۱۲/۱۸ لغایت ساعت ۱۹:۰۰ تاریخ ۱۴۰۰/۱۲/۲۳

۲- مبلغ خرید اسناد و شماره حساب و ریز مبلغ - ریز مبلغ ۷,۷۲۱,۳۹۶,۰۰۰ ریال از طریق درگاه موجود در سامانه به نشانی www.setad.ir

ضمناً می‌بایستی حداکثر ظرف مدت ۲۴ روز مدارک ارزیابی کیفی خود را مطابق با اطلاعات درخواست شده در استعلام ارزیابی کیفی از طریق سامانه ستاد بازگذاری نمایند. بدیهی است کارفرما این حق را برای خود محفوظ میدارد. به مدارکی که شرایط مندرج در متن آگهی و استعلام ارزیابی کیفی را لحاظ ننموده اند ترتیب اثر ننهد.

محل زمان تحویل و گشایش پیشنهادها

متقاضیان واجد شرایط در مرحله ارزیابی کیفی مکلفند پیشنهادهای خود را حداکثر تا ساعت ۱۴:۰۰ روز سه شنبه مورخ ۱۴۰۰/۱۰/۲۳ در صورت الکترونیکی و از طریق سامانه ستاد تسلیم نمایند. ضمناً پیشنهادهای در ساعت ۸:۰۰ روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۰/۱۰/۲۳ گشایش و قرارت خواهد شد. و حضور نماینده مناقشه گران با معرفی نامه و کارت شناسایی معتبر بلامانع است.

حتمیاً مناقشه گران می‌بایست ضمن بازگذاری الکترونیکی تصویر تضمین شرکت در فرآیند راجع کار در سامانه تا ساعت ۱۴:۰۰ روز سه شنبه مورخ ۱۴۰۰/۱۰/۲۳ اصل تضمین مذکور را به صورت فیزیکی به کمیسیون مناقصات شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب در آرس، اهواز، کوی فدائیان اسلام مجتمع تندگویان، واقع در روبروی بلوک دو، ساختمان سابق طرح‌های راه و ساختمان تسلیم نمایند

همزمان ارائه معرفی نامه و کارت ملی برای متقاضیان شرکت در مناقشه و نمایندگان شرکتها در همه مراحل لازم و ضروری می‌باشد

تذکر: حسب مورد ارائه یک نسخه املی از اسلسمه شرکتها آگهی تاسیس آخرین تغییرات تیش و هرگونه گواهی منس بر واجد شرایط بودن شرکت مطابق با مفاد آگهی ارامی می‌باشد

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۰/۱۲/۱۶

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۰/۱۲/۱۷

۴۵۶ **امور حقوقی و قرار دادها - شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب**

http://lets.mpo.org.ir www.nisoc.ir

راهنمای طراحی برنامه بازاریابی برای کسب و کارها



به قلم: الیس دایسون
کارشناس بازاریابی و تبلیغات
ترجمه: علی آل علی

پشت هر کسب و کار موفقیتی در بازار یک برنامه بازاریابی بی‌نظیر وجود دارد. این امر به آنها برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان کمک کرده و نظر تمام اهالی کسب و کار را جلب می‌کند. اگر شما هم در میان برندهای مختلف به طور ناگهانی با برخی از موارد پرسرعت در زمینه رشد و توسعه مواجه شده‌اید، به احتمال زیاد به خوبی اهمیت برنامه بازاریابی را درک خواهید کرد. بازاریابی در طول سال‌های اخیر بدل به حوزه‌ای پرهزینه شده است. همچنین اگر شما برنامه‌ریزی درستی برای حضور در این حوزه مهم نداشته باشید، خیلی راحت با مشکلات اساسی رو به رو خواهید شد. این امر می‌تواند تمام توانایی شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را از بین برده و همچنین بودجه‌تان را نیز به شدت کاهش دهد. درست به همین خاطر شما باید همیشه در حوزه بازاریابی استفاده از برنامه درست و دقیق را مدنظر قرار دهید. یک برنامه مناسب به شما امکان صرفه‌جویی در هزینه‌های بازاریابی و همچنین بهینه‌سازی بازگشت سرمایه‌تان را می‌دهد.

این امر در بلندمدت برنتان را بدل به کسب و کاری دوست‌داشتنی در بازار و همچنین موفق در حوزه بازاریابی خواهد کرد. امروزه تمام برندهای بزرگ در حوزه بازاریابی نیز حرفه‌هایی برای گفتن دارند. درست به همین خاطر شما هم برای تبدیل شدن به برندی بزرگ و در سطح جهانی باید از همین امروز سرمایه‌گذاری‌تان در حوزه بازاریابی با برنامه‌های مشخص را شروع کنید، در غیر این صورت شاید خیلی زود فرصت‌های پیش روی‌تان از دست رفته و شما در نهایت بدون هیچ نتیجه مشخصی در بازار تنها بمانید.

هدف ما در این مقاله کمک به شما برای طراحی یک برنامه بازاریابی عالی است. در این راستا برخی از مهمترین مراحل در زمینه طراحی یک برنامه بازاریابی برای کسب و کارتان را مرور خواهیم کرد. این امر به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک کرده و شانس‌تان در بازار را نیز به شدت افزایش می‌دهد. در ادامه برخی از مهمترین نکات در این راستا و نحوه برنامه‌ریزی در حوزه بازاریابی را با هم مرور خواهیم کرد.

تهیه خلاصه برنامه

هر برنامه‌ای در دنیای کسب و کار یا زندگی شخصی باید یک خلاصه کاربردی داشته باشد. این امر به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک کرده و فرصت‌تان را در زمینه تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش خواهد داد. وقتی شما یک خلاصه دقیق از برنامه بازاریابی‌تان داشته باشید، پیش‌بینی میزان هزینه موردنیاز امر چندان دشواری نخواهد بود. از سوی دیگر شما از همان ابتدای امر اقدام به تأمین مالی برای برنامه بازاریابی‌تان خواهید کرد. به این ترتیب مشکلات مالی نیز مانع مهمی در مسیر بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف برای شما نخواهد بود.

اگر شما در این بخش عملکرد خوبی از خودتان نشان دهید، شانس‌تان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در بلندمدت به شدت افزایش پیدا می‌کند. همچنین دیگر نیازی به تغییر برنامه بازاریابی‌تان به طور مداوم نخواهید داشت. این امر در زمینه کاهش هزینه‌های اضافی برند امر بسیار مهمی محسوب می‌شود. به همین خاطر شما باید همیشه این نکته مهم را در ذهن داشته باشید.

یادتان باشد تشکیل تیم بازاریابی پیش از شروع به کارتان در قالب یک کسب و کار یا حتی اجرای برنامه‌های بازاریابی امر مهمی محسوب می‌شود. درست به همین خاطر شما باید در زمینه تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف قبل از هر نکته دیگری یک تیم بازاریابی بی‌عیب و نقص را راه‌اندازی نمایید، در غیر این صورت شاید هرگز فرصتی برای جلب نظر مخاطب هدف و راه‌اندازی کسب و کارتان به طور استاندارد پیدا نکنید. پس از اینکه گزارش اولیه یا خلاصه برنامه بازاریابی شما به بهترین شکل ممکن حاضر شد، می‌توانید با خیال راحت اقدام به شروع کارتان در این حوزه مهم نمایید. البته در این میان برخی توصیه‌های مهم دیگر برای برنامه‌ریزی بازاریاب‌ها وجود دارد.

تعیین بودجه و اهداف

هر فعالیتی در دنیای کسب و کار نیازمند صرف مقدار مشخصی هزینه است. بسیاری از برندها در حوزه بازاریابی به هزینه‌های موردنظر توجه خاصی نشان نمی‌دهد. دلیل این امر تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف براساس الگوی ارگانیک است. شاید این الگو جذابیت‌های زیادی برای کسب و کار شما داشته باشد، اما نکته مهم ناتوانی برای اعتماد به آن در بلندمدت است. درست به همین خاطر شما باید همیشه بودجه مناسب در این راستا را نیز مد نظر قرار دهید، در غیر این صورت تلاش‌های‌تان در حوزه بازاریابی ارگانیک کمترین نتیجه‌ای برای برنتان به همراه نخواهد داشت.

یادتان باشد حوزه بازاریابی همیشه بی‌درد نیست. درست به همین خاطر برخی از برندها به طور مداوم این حوزه را با هزینه‌های تبلیغاتی

پوشش می‌دهند. تبلیغات در کنار بازاریابی ارگانیک به شما برای ماندگاری بیشتر در ذهن مشتریان کمک خواهد کرد. نتیجه این امر دسترسی بهتر به اهداف بازاریابی و امکان تاثیرگذاری بهتر بر روی مشتریان خواهد بود. درست به همین خاطر شما باید همیشه به حوزه تبلیغات در کنار سایر بخش‌های مناسب کسب و کارتان نگاه کنید.

در گام بعدی این بخش شما باید اهداف بازاریابی‌تان را نیز به طور دقیق مشخص سازید. به عبارت بهتر، شما باید به خوبی توانایی پاسخگویی به دیگران درباره دلیل حضورتان در حوزه بازاریابی را داشته باشید، در غیر این صورت شاید خیلی زود در برابر فشارهای بازاریابی و توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کم بیاورید. این امر نکته مهمی برای کسب و کار شما در حوزه بازاریابی محسوب می‌گردد. اهداف مناسب در حوزه بازاریابی به شما برای جلب نظر مشتریان به طور استاندارد کمک می‌کند. این ایده همچنین نحوه تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را نیز تغییر می‌دهد. بدون تردید بسیاری از برندها در دنیای کسب و کار تحت عنوان برندهای کلیشه‌ای از سوی مشتریان مورد شناسایی قرار می‌گیرند. اگر شما به دنبال پرهیز از کسب چنین لقبی برای برنتان هستید، باید عملکردتان در این حوزه را به طور قابل ملاحظه‌ای تغییر دهید. این امر با تعیین اهداف درست و کاربردی امکان‌پذیر خواهد بود. بنابراین شما باید همیشه برای جلب نظر مخاطب هدف چنین نکاتی را در خاطر داشته باشید. بدون شک اهداف هر برند از فعالیت در حوزه بازاریابی متفاوت خواهد بود. نکته مهم کمک اهداف شما به توسعه برند در سطحی گسترده و دستیابی بهینه به بازارهای تازه است. این امر شرایط شما در بازار را به طور قابل ملاحظه‌ای بهینه‌سازی کرده و امکان حضور مداوم در فهرست برندهای دوست‌داشتنی مشتریان را به همراه خواهد داشت.

مطالعه بازار

پس از اینکه شما فعالیت در حوزه‌های مختلف را مدنظر قرار دادید، نوبت به استفاده از الگوی مطالعه بازار می‌رسد. بدون شک شما در دنیای بازاریابی هرگز تنها نیستید. درست به همین خاطر باید مطالعه‌ای درباره نحوه فعالیت برنتان در بازار داشته باشید. این امر در کنار مطالعه وضعیت سایر برندها مسیر مناسبی پیش روی‌تان قرار می‌دهد. با این حساب دیگر نیازی به نگرانی نسبت به نحوه فعالیت برنتان در بازار و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در این میان نخواهد بود.

یادتان باشد شما برای جلب نظر مشتریان باید همیشه از عملکرد برندهای بزرگ اطلاع داشته باشید. بدون تردید برندهای بزرگ و موفق همیشه استراتژی‌های برتری برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان در حوزه بازاریابی دارند. این امر باید برای شما به مثابه نوعی عامل اساسی در نظر گرفته شود، در غیر این صورت شاید خیلی زود فرصت و توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور حرفه‌ای را از دست بدهید. این امر در بلندمدت شرایطتان در بازار را به شدت تحت تاثیر قرار می‌دهد. با این حساب دیگر هیچ فرصت اضافه‌ای برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف پیش روی‌تان قرار نمی‌گیرد. یادتان باشد این امر برای بسیاری از برندها مهمترین بخش کار است. بنابراین همیشه نیم نگاهی به عملکرد سایر رقبا در بازار داشته باشید. از این میان برندهای بزرگ و موفق باید به طور ویژه‌ای مدنظر شما قرار گیرند، در غیر این صورت شاید هرگز شانس برای جلب نظرشان پیدا نکنید.

اولین قدم در زمینه مطالعه بازار انتخاب بازار هدف است. بی‌شک یک برند توانایی حضور در تمام بازارهای دنیا را ندارد. بنابراین شما باید دامنه فعالیت‌تان در این حوزه را براساس توانایی برنتان انتخاب نمایید، در غیر این صورت خیلی زود بودجه و انگیزه‌تان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف تمام می‌شود.

اگر شما محصول خاصی را به فروش می‌رسانید یا خدمات‌تان ماهیت بسیار حرفه‌ای دارد، پیش از ورود به یک بازار باید تعداد مشتریان هدف‌تان را به شدت مورد ارزیابی قرار دهید. اگر مشتریان مناسبی در این بازار برای برند شما وجود دارد، مطالعه و انتخاب آن بازار برای سرمایه‌گذاری مناسب خواهد بود، در غیر این صورت شما به احتمال زیاد بخش قابل ملاحظه‌ای از بودجه بازاریابی‌تان را هدر می‌دهید. این امر می‌تواند شرایطتان را به طور قابل ملاحظه‌ای دشوار ساخته و تاثیرگذاری بر روی مشتریان را نیز بدل به امری غیرممکن سازد. درست به همین خاطر شما باید همیشه نکات مورد بحث در این راستا را مدنظر قرار دهید.

پس از اینکه مرحله مطالعه وضعیت رقبا در بازار و همچنین انتخاب بازار هدف از سوی شما به اتمام رسید، نزدیک به نیمی از مسیر طراحی برنامه بازاریابی را طی کرده‌اید. در ادامه برخی از نکات مهم دیگر را نیز مورد ارزیابی قرار می‌دهیم تا برنامه‌تان کامل شود.

طراحی استراتژی بازاریابی

برنامه‌ریزی برای بازاریابی موفق در یک بازار بدون طراحی یک برنامه حرفه‌ای امکان‌پذیر نیست. این امر باید برای تمام برندها به مثابه یک عامل مهم در نظر گرفته شود. اگر شما به این نکته مهم توجه لازم را نشان ندهید، هرگز شانس برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نخواهید یافت.

استراتژی بازاریابی به شما برای تولید محتوا و ارائه آن به مخاطب هدف

کمک خواهد کرد. درست به همین خاطر شما باید همیشه استفاده از استراتژی‌های درست و دقیق را در دستور کار قرار دهید. اجرای اصلی یک استراتژی بازاریابی به شرح ذیل است:

• فرمت: شما باید انتخاب کنید محتوای بازاریابی‌تان در قالب چه فرمتی پیش روی کاربران قرار می‌گیرد. این امر به تمام تصمیم‌های بعدی‌تان جهت خاصی خواهد داد. • انتخاب کانال بازاریابی: کانال‌های بازاریابی به شما امکان تعامل با کاربران را خواهد داد. شما در این میان با انواع شبکه‌های اجتماعی، سایت و حتی پلتفرم‌های فروش رو به رو هستید. تصمیم‌گیری درباره پلتفرم مناسب برای بازاریابی اغلب اوقات امر مهم و تاثیرگذاری برای ادامه روند بازاریابی برنتان محسوب می‌شود. درست به همین خاطر شما باید به طور مداوم نکات مربوط به این بخش را مدنظر قرار دهید. • بودجه: شما در بخش‌های قبلی بودجه کلی برنتان برای حوزه بازاریابی را مورد ارزیابی قرار داده‌اید. این امر در بلندمدت به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک می‌کند. نکته مهم اینکه در زمینه طراحی بودجه در استراتژی بازاریابی باید برای تمام بخش‌ها و فعالیت‌تان هزینه مشخصی را تعیین کنید. این امر از نظر مالی شما را در نقطه امنی قرار خواهد داد. به این ترتیب خبری از مشکلات مالی گسترده و ناتوانی برای پرداخت هزینه‌های بازاریابی نخواهد بود.

• استفاده از ابزارهای مناسب: امروزه در عرصه بازاریابی امکان استفاده از ابزارهای حرفه‌ای وجود دارد. این امر به شما فرصت بسیار خوبی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف داده و شرایطتان در بازار را نیز به طور مداوم بهینه‌سازی خواهد کرد. یادتان باشد تمام برندهای بزرگ و موفق در حوزه بازاریابی از ابزارهای درست سود می‌برند. بنابراین شما هم برای پیشبرد برنامه بازاریابی‌تان چاره‌ای به غیر از انتخاب ابزارهای بازاریابی مناسب ندارید. با جست و جویی ساده در سطح اینترنت شما به سادگی امکان آشنایی با برخی از بهترین ابزارهای دنیا در این راستا را خواهید داشت.

• مرور اهداف: شما در این مرحله باید یک بار دیگر اهداف‌تان در حوزه بازاریابی را مرور کنید. این امر به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک کرده و شانس‌تان در بازار را نیز به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش می‌دهد. بنابراین باید به طور مداوم اهداف درست و حرفه‌ای را در دستور کار قرار دهید، در غیر این صورت شاید هرگز فرصتی برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان به دست نیاورید. یکی از بهترین راهکارها در این میان ارزیابی اهداف با استفاده از نظرات همکاران است. اگر همکاران شما روی خوشی به اهداف‌تان نشان نمی‌دهند، این امر نشان خوبی برای تجدیدنظر در ساختار اهداف‌تان خواهد بود. یادتان باشد اهداف بازاریابی هر برند دارای تمایزهای مشخصی با دیگر برندهاست. بنابراین الگوپردازی از سایر برندها به دلیل تفاوت شرایطتان در بازار با دیگران امر مناسبی نخواهد بود. این نکته می‌تواند شرایط شما در بازار را به طور قابل ملاحظه‌ای دشوار سازد. بنابراین همیشه برای انتخاب اهداف درست بازاریابی فقط بر روی امکانات و شرایط ویژه برند خودتان تمرکز نمایید.

اندازه‌گیری موفقیت برنامه

برنامه‌های بازاریابی همیشه با موفقیت همراه نیستند. گاهی اوقات برخی از برنامه‌ها در عمل شکست‌های بزرگی برای برندها به همراه می‌آورند. بنابراین اگر شما به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان به شکل حرفه‌ای و تاثیرگذار هستید، باید از همان ابتدا تمام جزئیات را مورد ارزیابی و اندازه‌گیری دقیق قرار دهید، در غیر این صورت شاید خیلی زود نتوانی‌تان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف از بین برود.

اندازه‌گیری برنامه بازاریابی به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به شکلی حرفه‌ای کمک خواهد کرد. این امر در بسیاری از موارد شما را بدل به برندی دوست‌داشتنی برای مشتریان کرده و مشکلات‌تان در این راستا را نیز به شدت کاهش می‌دهد. به لطف فناوری‌های دیجیتال شما در اندازه‌گیری میزان موفقیت برنامه‌تان تنها نیستید. در این میان ابزارهای بسیار زیادی مانند گوگل آنالیتیکس به شما برای دریافت اطلاعات دقیق درباره وضعیت برنتان کمک می‌کند. بنابراین شما باید همیشه استفاده از چنین ابزارهایی را در دستور کارتان قرار دهید، در غیر این صورت شاید هرگز موفق به اصلاح برنامه‌تان یا طراحی یک نمونه بهینه‌سازی شده نشوید. این امر در بازارهای رقابتی امروزی شرایط شما را به طور قابل ملاحظه‌ای دشوار و سخت خواهد کرد. یادتان باشد شما به عنوان مسئول اجرای یک برنامه بازاریابی شاید

مفقودی مدارک خودرو

برگ سبز - کارت - برگ کمپانی - بنچاق - برگ نقل و انتقال - اصل وکالتنامه و کلیه مدارک خودرو پرآید ۱۳۲ مدل ۹۰ به شماره شاسی ۱۴۵۷۲۲۹۰۳۰۲۴۵۷ S۱۴۴۱۲۳۸۳۰۶۳۲۸ و شماره پلاک انتظامی ج ۱۱۴ ج ۱۱ ایران ۳۸ و شماره موتور ۴۳۶۳۴۷۳ مفقود و از درجه اعتبار ساقط است .

در برخی از موارد توانایی ارزیابی و تحلیل درست برنامه‌تان را نداشته باشید. این امر مشکلات‌تان را به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش خواهد داد. درست به همین خاطر باید از همکاری مسئولان سایر بخش‌ها برای ارزیابی برنامه‌تان سود ببرید. این دسته از افراد به دلیل حضور در خارج از حوزه بازاریابی همیشه امکان تحلیل درست و مناسب از برنامه‌تان را خواهند داشت.

در کنار همکاری با مسئولان دیگر شرکت و بخش‌های گوناگون شما همیشه امکان همکاری نزدیک با مشتریان وفادار‌تان را نیز خواهید داشت. بر این اساس برای ارزیابی وضعیت برنامه بازاریابی دریافت اطلاعات از مشتریان وفادار نیز نکته مهمی خواهد بود. این امر به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به بهترین شکل ممکن کمک خواهد کرد.

بی‌تردید حوزه بازاریابی برای هر برندی دشواری خاص خودش را دارد. این امر بسیاری از کسب و کارها را در شرایط دشوار از نقطه نظر تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف قرار خواهد داد. اگر شما در این میان طراحی یک برنامه بازاریابی را در دستور کار قرار دهید، شرایط‌تان به شدت در این میان ساده‌تر خواهد شد. دست کم دیگر نیازی برای مواجهه با مشکلات فزاینده در حوزه بازاریابی از سوی شما نخواهد بود.

منبع: shopify.com

اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک کوچصفهان هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی

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

برابر رای شماره ۰۱۰۳۲-۲۱۰۰۳۱۸۰۶۰۱۴۰ مورخ ۱۴۰۰/۱۰/۱۲ هیات موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ملک کوچصفهان تصرفات مالکانه بلامعارض آقای حجت حیدری ایمن آبادی فرزند حسین بشماره شناسنامه ۱۰۲۰ صادره کوچصفهان در ششادنگ یک قطعه زمین مشتمل بر اعیان احداتی به مساحت ۰۱۵- ۱۰۸۲ متر مربع پلاک ۱۹۱ مغفوز و مجزی شده از پلاک ۱۱ فرعی از ۱ اصلی واقع در قریه ایمن آباد خریداری از مالک رسمی آقای حسین حیدری محرزگردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاصی 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 تقضای مدت مذکور وعدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۰/۱۲/۰۲ دوشنبه
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۰/۱۲/۱۷ سه شنبه

۳۱۸۸ م الف رئیس اداره ثبت اسناد و املاک کوچصفهان -لیمودهی

اعلام مفقودی

برگ سبز ، برگ کمپانی ، کارت ماشین وکارت سوخت خودرو سواری به شماره انتظامی ایران ۲۸- ۷۳ل۹۴۷ و شماره موتور ۳۲۹۰۸۳۳۷۲۴۳ و شماره شاسی ۸۳۳۳۸۷۴۵ متعلق به خانم فاطمه چراغی شیخ آباد به شماره ملی ۰۰۸۰۶۹۸۰۴۰۶ مفقود گردیده وازدرجه اعتبار ساقط می باشد .

اعلام مفقودی

برگ سبز خودرو وانت آریسان به شماره انتظامی ایران ۷۸- ۵۸م۵۸۲ و شماره موتور ۰۲۷۱۴۰ ۱۱۸۸۰ و شماره شاسی ۶۷۶۵۹۵۳۶ NAAB۶۶PE۰GV۶۵۹۵۳۶ متعلق به خانم اعظم محمودی به شماره ملی ۰۹۷۰۵۰۶۱۷۰۰ مفقود گردیده واز درجه اعتبار ساقط می باشد.

مفقودی

کلیه مدارک خودروی سواری پرآید تی تی ایکس مدل ۱۳۸۳ به نام اسمعیل سربای و به شماره موتور ۰۰۹۱۹۰۴۶ به شماره شناسایی S۱۴۴۱۲۳۸۳۰۶۳۲۸ به شماره پلاک خودرو ۵۸۵ ق ۴۱ ایران ۴۰ مفقود واز درجه اعتبار ساقط می باشد.

شهرستان قزوین



نقش ویژه بندر بوشهر در صنعت حمل و نقل دریایی کشور:

طرح های توسعه ای بنادر استان بوشهر از اولویت های جدی سازمان بنادر و دریانوردی



بوشهر - خبرنگار فرصت امروز: علی اکبر صفایی معاون وزیر راه و شهرسازی و مدیرعامل سازمان بنادر و دریانوردی به همراه هیئتی از بندر بوشهر دیدن کرد. به گزارش روابط عمومی، علی اکبر صفایی مدیرعامل سازمان بنادر و دریانوردی در حاشیه این بازدید و در جمع خبرنگاران گفت: مجموعه بندر و دریانوردی استان بوشهر یکی از مجموعه های مهم سازمان بنادر و دریانوردی کشور می باشد که با دارا بودن بندری فعال حجم عظیمی از ترافیک دریایی کشور را در بحث نفتی و غیر نفتی رقم میزند. وی افزود: خوشبختانه با اقدامات بسیار خوبی که طی سفرهای ریاست محترم جمهور به کشورهای همسایه صورت گرفته و گشایش هایی که اخیراً داشتیم رشد ترافیک خوبی در فعالیت های صادرات و واردات در بندر بوشهر ایجاد شده است که این مهم نسبت به سال گذشته رشدی ۲۲ درصدی را نشان می دهد و نوید رونق گرفتن فعالیتها در بندر بوشهر است. صفایی اضافه کرد: در حوزه فعالیت های نفتی نیز خوشبختانه حجم صادرات از یک و نیم میلیون بشکه فراتر رفته و مجموعه بندر و دریانوردی استان بوشهر نیز در مباحث دریایی و بندری حمایت ها و پشتیبانی های لازم را داده اند. وی در خصوص مرادفات ایران با کشور قطر و نقش بندر بوشهر عنوان کرد: سفر ریاست محترم جمهور به کشور قطر نقطه عطفی در تاریخ بود و در جریان این سفر ضمن ایجاد ارتباط بسیار خوب و موثر با مسئولان کشور دوست و همسایه، اسناد زیادی به امضاء رسید که ۳ اسناد آن در حوزه سازمان بنادر و دریانوردی بود. علی اکبر صفایی ادامه داد: با توجه به برگزاری جام جهانی در کشور قطر، بندر استان بوشهر از جایگاه و نقش ویژه ای در این خصوص برخوردار هستند. مدیرعامل سازمان بنادر و دریانوردی در بحث طرح های توسعه ای در بندر استان بوشهر اظهار داشت: این موضوع یکی از موضوعات جدی سازمان بنادر و دریانوردی می باشد و با توجه به پیگیری های مستمری که مسئولین اداره کل بنادر و دریانوردی استان و دیگر مسئولان استانی در این خصوص داشته اند، ما سرعت خیلی خوبی در بحث ساماندهی بندر شمالی استان را لحاظ کردیم و امروز یکی از اهداف ضمن در استان بوشهر نیز همین موضوع بود و در این راستا با حضور مشاور بخشی از مطالعات انجام شده را بازنگری کردیم تا اثنائه بتوانیم در کوتاه مدت شاهد رشد و شکوفایی این بندر و رفع مشکلات مردم در این خصوص باشیم.

همزمان با میثت رسول اکرم (ص) صورت گرفت:

صعود کوهنوردان آبنای استان اصفهان به قله «کوه نمکی» استان بوشهر



اصفهان - قاسم اسسد: همزمان با میثت حضرت رسول اکرم (ص) کوهنوردان آبنای استان اصفهان به قله ۱۴۹۰ متری کوه نمکی استان بوشهر صعود کردند. این صعود توسط ۱۳ نفر از کوهنوردان شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان در فاصله ۱۴۴ کیلومتری مرکز استان اصفهان انجام شد. سرپرست گروه کوهنوردی آبنای استان درباره این صعود گفت: به منظور حفظ آمادگی کوهنوردان این شرکت، برنامه صعود به قله های مرتفع کشور در برنامه سالیانه گروه کوهنوردی قرار دارد. فرود نصیری افزود: اعضای گروه کوهنوردی شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان را در این صعود اصغر رستمی، محمدرضا چوپانی، رضا احسن، فرید، سعید حاجیلی، ناصر صالحی، محمد موحد، کیوان شجاعی، هنرمند سلیمی، حسین سیوری، مسعود توکلی، فضل الله رضایی و رحمت الله آقابابایی تشکیل می دهند. اضافه می شود سابقه تشکیل گروه کوهنوردی در شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان به سال ۱۳۴۸ بازی می گردد و اعضای آن در ۵۲ سال گذشته علاوه بر صعودهای هفتگی به ارتفاعات استان، ده ها صعود نیز به ارتفاعات مشهور داخل و خارج کشور داشته اند.

۴۱ عملیات بدون حادثه در منطقه ۹ عملیات انتقال گاز



ساری - دهقان: سرپرست منطقه ۹ عملیات انتقال گاز، از ثبت ۴۱ مورد عملیات ویژه و متعارف، بدون هیچ گونه حادثه ای در ۱۱ ماهه سال جاری خبر داد. به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی منطقه ۹ عملیات انتقال گاز، محی الدین مفخمی با اعلام این خبر اظهار کرد: ۴۱ عملیات ویژه و متعارف، ۱ هزار و ۲۲۴ فعالیت کار گرم و ۱ هزار و ۷۸۳ فعالیت سرد بدون حادثه طی ۱۱ ماهه سال جاری در منطقه ۹ انجام شده است. مفخمی انجام این حجم از فعالیت بدون حادثه را نشان از اهتمام و توجه جدی به الزامات ایمنی و ارائه آموزش های هدفمند به منظور پیشگیری و مقابله با سوانح و کاهش آمار مخاطرات شایع در این منطقه دانست و افزود: پیمایش ۴۱/۲۶۸/۵۲۷ کیلومتر توسط خودروهای شرکتی و استیجاری نیز بدون حادثه متووری در ۱۱ ماهه سال جاری در این منطقه عملیاتی، ثبت شده است. سرپرست منطقه ۹ عملیات انتقال گاز در ادامه به برگزاری دوره های آموزش ایمنی اشاره کرد و یادآور شد: با توجه به شیوع بیماری کوید - ۱۹ زیرساخت های سیستم آموزشی مجازی (وبینار) گسترش یافته و ۲ هزار و ۵۵۰ نفر ساعت دوره آموزش ایمنی در حوزه های تخصصی ایمنی بصورت غیر حضوری برای کارکنان این منطقه و سایر مناطق برگزار شده است. مفخمی ضمن قدردانی از همکاران منطقه در رعایت نکات ایمنی و اقدام ارزشمند انجام عملیات بدون حادثه، خاطر نشان کرد: منطقه ۹ عملیات انتقال گاز در اجرا و استمرار سیستم مدیریت HSE و همچنین برگزاری دوره های آموزشی تلاش مضاعفی داشته و همواره سعی بر گسترش این امر مهم دارد.

با نصب خریای ۲۲۰ متری بر روی رودخانه سفیدرود، پایداری جریان گاز ۷ شهر گیلان افزایش یافت



رشت - خبرنگار فرصت امروز: عملیات ساخت و نصب خریا بر روی رودخانه سفیدرود طبق برنامه زمانبندی با موفقیت به انجام رسید. به گزارش روابط عمومی گاز گیلان، عیسی جمال نیوکویی سرپرست شرکت گاز استان گیلان با اعلام این خبر اظهار داشت: برای تحقق این مهم ۵ مورد شمع، پایه های بتنی و ۴ دهانه خریا جمعاً به طول ۲۲۰ متر نصب شده است. وی در ادامه افزود: با نصب این خریا، لوله گاز ۱۶ اینچ عبوری از عرض رودخانه سفیدرود در محل روستای چهارده آستانه اشریفیه، موجب تکمیل خط تغذیه ۲۵۰ یونند تازه آباد جانگانه به لولمان شده است. جمال نیوکویی گفت: با بهره برداری از این پروژه و استفاده از ظرفیت خالی ایستگاه تقلیل فشار گاز روستای تازه آباد جانگانه، پایداری جریان گاز ایستگاه ها و خطوط تغذیه شهرهای سنقر، کوچصفهان، لولمان، لشت نشاء و خشکیبجار و همچنین ایستگاه CGS و خطوط تغذیه شهرستان آستانه اشریفیه و کپاشهر افزایش می یابد. سرپرست شرکت گاز استان گیلان در خاتمه با قدردانی از همکاران واحد مهندسی و اجرای طرحها و همچنین پیمانکار پروژه به جهت اجرای دقیق و به موقع این طرح، تحویل پایدار و ایمن گاز طبیعی به مردم و ذینفعان سازمان را از مهم ترین اهداف شرکت گاز عنوان کرد.

هیات موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و

ساختمانهای فاقد سند رسمی

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی برابر رای شماره ۱۲۲۶۱/۳۰۳۱۸۶۰۳۰۱۴۰۰۶ مورخ ۱۴۰۰/۱۱/۰۵ مورخ ۱۴۰۰/۱۱/۰۵ 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 آقای ناصر صیاد قشتمی فرزند غلامرضا به شماره شناسنامه ۱۴۸۹ صادره از رشت در قریه بیجار کن در ششدانگ یک قطعه زمین مشتمل بر بنای احدائی به مساحت ۱۶۷/۶۶ متر مربع پلاک فرعی ۱۹۳۵۶ از اصلی ۷۵ مفروز مجزی از پلاک ۱۷۷ از اصلی ۷۵ واقع در بخش چهار رشت خریداری از مالک رسمی آقای رضاعتلی نسیمی شالکوهی محرزگردیده 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 طرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور وعدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۰/۱۱/۰۱ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۰/۱۱/۱۶

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

۳۱۵۴ الف

ضریب سختی کار در خوزستان بسیار بالاتر از سایر نقاط کشور است



مدیرعامل شرکت توانیر اظهار کرد: ضریب حساسیت مردم به قطع برق در خوزستان نسبت به سایر نقاط کشور ویژه است چرا که قطع برق در سراسر نقاط کشور انجام امور جاری را مختل می کند اما در خوزستان به دلیل شرایط آب و هوایی با حیات مردم سر و کار دارد و

معاون سیاسی و امنیتی استاندار آذربایجان شرقی:

جهاد تبیین وظیفه و رسالتی خطیر است

محمدی با اشاره به پائین بودن نرخ بیکاری شهرستان آذرشهر، گفت: توجه بیش از پیش به مباحث اقتصادی و توسعه و پیشرفت همه جانبه شهرستان، با مشارکت مردمی قابل تحقق است. معاون سیاسی، امنیتی و اجتماعی استاندار آذربایجان شرقی با بیان اهداف و رویکردهای دولت مردمی، توجه به محرومان، اجرای عدالت، داشتن روحیه انقلابی و جهادی، تلاش برای تامین رفاه و امنیت عمومی، خوشرویی، حلم و سعه صدر و مدارا با مردم را از ویژگی های مدیران دولت مردمی عنوان کرد و همچنین به برخی مشکلات و نارسایی های شهرستان آذرشهر از جمله تصفیه خانه فاضلاب اشاره کرد و گفت: باید اجرای شبکه و تصفیه خانه فاضلاب آذرشهر تا پایان دولت سیزدهم تقدیم مردم عزیز این شهر شود. محمدی تأکید کرد: مردمی بودن و توجه به مسائل فرهنگی و مذهبی، شناسایی آسیب های طبیعی و غیرطبیعی

مدیرکل بنیاد شهید و امور ایثارگران استان قم:

ارائه ۲۲ عنوان برنامه به مناسبت ۲۲ اسفند روز بزرگداشت شهدا

و بین المللی از دیگر برنامه هاست. وی ادامه داد: همچنین اجرای تئاتر خیابانی، نورافشانی در شب ۲۲ اسفند در گلزار شهدا و ایجاد فضای تبلیغ در سطح شهر از دیگر برنامه هایی است که برای گرمیادداشت این ایام می توان به آن اشاره کرد. وی خاطر نشان کرد: هرچه زمان می گذرد و ما شاهد اتفاقات مختلف در دنیا و منطقه هستیم، بیشتر به رشادت ها و جانفشانی شهدا و ایثارگران در پایداری و استقامت و گذشت از جان برای حفظ ارزش ها در برابر دشمنان متجاوز می رسیم، محبت غیر ایران، رزمندگان اسلام، جانبازان و آزادگان با ایستادگی خود و خانواده معظم شهدا و ایثارگران با صبر و بردباری و ایثار باعث شدند تا انقلاب اسلامی در مقابل چشمان حیرت زده دنیا به پیروزی برسد و استمرار یابد و در مسیر پیشرفت قرار گیرد. وی تأکید کرد: امروز هرچه در مسیر خدمت به این عزیزان گام برداریم در برابر مقام ایثار و صبر اندک است. حجت الاسلام هنرمند تأکید کرد: اکنون شاهد اقدامات هماهنگ و منسجم حوزه های مختلف مدیریت شهری با دستگاه های اجرایی در راستای نشر فرهنگ ایثار و شهادت هستیم، امروز آنچه از ترویج فرهنگ ایثار و شهادت در استان شاهد هستیم حاصل این انسجام و هماهنگی همه دستگاه ها و فرهنگی و سایر دستگاه های ذی‌عنه مند در امر نشر فرهنگ ایثار و شهادت است.

رییس سازمان برنامه و بودجه آذربایجان شرقی:

رشد اقتصادی تلاش جدی و برنامه ریزی هوشمندانه می طلبد

است حیات اقتصادی مردم را از بین ببرد و عدای را به سمت نهادهای حمایتی سوق دهد. محمد کلایمی بر لزوم برنامه محور بودن دستگاه های اجرایی، فعال تر کردن کارگروه های اقتصادی استان، تسهیل و روان سازی فرآیندهای خدمتی و هماهنگی بیشتر بین دستگاه های اقتصادی، تأکید و اظهار کرد: در عرصه اقتصاد تدبیر و دوراندیشی حرف اول را می زند. در این جلسه مواردی مثل گزارش وضعیت اجتماعی و اقتصادی استان، برنامه عملیاتی تحقق رشد هشت درصدی اقتصادی سال ۱۴۰۱ در سازمان صمت و بررسی وضعیت بخش معدن، مطرح و مقرر شد توسعه زیرساخت های آب، برق و گاز استان بویژه در شهرک های صنعتی توسط شرکت شهرک های صنعتی، توسعه صنایع معدنی و ایجاد تحول در بخش معدن و تدوین برنامه عملیاتی جهت حمایت از زنجیره های تولید و صنایع اولویت دار استان توسط سازمان صمت پیگیری شود.

افتتاح مجموعه ورزشی شهدای شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی در آبادان

فوتبال و خانواده شرکت ملی پخش فرآورده ها احداث و راه اندازی شد. مدیرعامل شرکت پخش فرآورده های نفتی منطقه آبادان از امید افزایی به عنوان دلیل اصلی انجام این کار نام برد و ابراز امیدواری کرد تا با راه اندازی آکادمی فوتبال بتوان فوتباللیست های خوبی به شهر معرفی کند. بنی سعیدی، با بیان اینکه مجموعه ورزشی شهدای شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه آبادان در راستای انجام مسئولیت های اجتماعی و شکوفایی استعدادهای فوتبالی آبادان احداث و به بهره برداری رسیده است، تصریح کرد: این مجموعه قرار بود در دهه ی فجر راه اندازی شود، اما بنا به برخی ملاحظات، حساسیت ها و ضرورت کار، در روز میثت پیامبر اکرم (ص) افتتاح شد. به گفته ی وی این مجموعه ی ورزشی شامل زمین مینی فوتبال چمن و والیبال با هزینه کرد چهار میلیارد و ۵۰۰ میلیون ریال احداث و به بهره برداری رسیده است.

حضور وزیر نیرو و به عنوان نماینده هیئت دولت در سفر استانی در گرگان و آق قلا

شهرک صنعتی سرخنگلا، یازدید از پروژه آبسانی توسکستان، دیدار با خانواده شهدا، بازدید از بیمارستان ۴۰۰ تختخوابی جلین از برنامه های سفر وزیر نیرو به گرگان است. علی اکبر نصیری اضافه کرد : همچنین وزیر نیرو در سفر یکروزه خود به شهرستان آق قلا خواهد رفت و ضمن عطر افشانی گزار شهدای گمنام، با پروژه ۴ یانند شدن جاده آق قلا به بندرترکم و آق قلا به اینچه برون و شهرک هزار

اهواز - شبنم جقاوند: مدیرعامل شرکت توانیر گفت: واقعیت این است که ضریب سختی کار در خوزستان به مراتب بالاتر از سایر نقاط کشور است و ضریب پیر شدن و فرسوده شدن تاسیسات صنعت برق در این استان بیشتر است.

آرش کردی در جلسه آمادگی برای پیک برق ۱۴۰۱ خوزستان با حضور مدیران عامل شرکت های توزیع برق خوزستان و اهواز و نماینده سازمان آب و برق استان در سالن جلسات مدیریت بحران ساختمان جدید امام رضا (ع) این شرکت برگزار شد، بیان کرد: افزود: نصب تجهیزات و نگهداری آنها در خوزستان با توجه به شرایط آب و هوایی بسیار متفاوت تر از سایر نقاط کشور است. وی با تشکر از پای کار بودن مدیران صنعت برق خوزستان در شرایط سختی های مختلف، تصریح کرد: مدل مصرف انرژی در خوزستان نیز نسبت به سایر نقاط شبکه کشور بسیار متفاوت است که به تبع آن طراحی شبکه نیز فرقی دارد و اساساً توپولوژی پخش بار در خوزستان تفاوت های اساسی و حیاتی با کشور دارد.

آذربایجان شرقی - ماهان فلاح: معاون سیاسی، امنیتی و اجتماعی استاندار آذربایجان شرقی جهاد تبیین را وظیفه و رسالتی خطیر دانست و گفت: عزت و اقتدار کنونی کشور مرهون خون پاک شهدا و ایثارگری های مردم است و دستاوردهای انقلاب باید برای مردم تبیین شود. تراب محمدی در مراسم تکریم فرماندار سابق و معارفه سرپرست فرمانداری آذرشهر، بر تبعیت از فرامین مقام معظم رهبری در همه عرصه ها مخصوص عرصه اقتصاد تأکید کرد و گفت: اجرای کامل اقتصاد مقاومتی و درون زایی در این حوزه از برنامه های دولت مردمی است. وی در ادامه به ظرفیت های شهرستان آذرشهر اشاره کرد و با نام بردن از علما، سرداران و جانبازان به عنوان مفاخر ماندگار این شهرستان، گفت: وجود شهرک صنعتی شهید سلیمی و ظرفیت های ویژه صنعتی، گردشگری و اقتصادی زمینه مناسبی برای توسعه این شهرستان است.

قم - خبرنگار فرصت امروز: مدیرکل بنیاد شهید و امور ایثارگران استان قم در نشست خبری با اصحاب رسانه گفت: به مناسبت روز بزرگداشت شهدا ۲۲ عنوان برنامه مختلف از سوی بنیاد شهید و امور ایثارگران استان ارائه و اجرایی می شود.

به گزارش ایثار وحاد استان قم، حجت الاسلام حسن هنرمند در این نشست که به منظور تبیین برنامه های روز بزرگداشت شهدا برگزار شد، افزود: این برنامه ها از روز ۱۶ اسفند مصادف با میلاد قمر بنی هاشم (ع) مراسم دیدار با خاندان ها، تکریم بازماندگان شهدا و یادگاران هفتاد و پنج ساله، دیدار با جانبازان نخبه، اساتید حوزه و دانشگاه آغاز و تا روز ۲۲ اسفند روز بزرگداشت شهدا به فرمان حضرت امام ادامه دارد.

وی ادامه داد: در این ایام دیدار با خانواده معظم شهدا و ایثارگران از سوی مدیران بنیاد شهید و مدیران دستگاه های استان، تماس تلفنی خاندان شهدا با خانواده ها، تکریم بازماندگان شهدا و یادگاران هفتاد و پنج سال دفاع مقدس انجام می شود. وی اضافه کرد: کاشت ۶۰۰۰ عهزازه نهال به نام ۶۰۰۰ شهید استان قم، فرخوان اهدای خون هر نفر به نام و یاد یک شهید، ایجاد یادمان شهدا، گردهمایی پرسنل و تکریم خاندان شهدا بخش دیگری از برنامه های بزرگداشت روز شهداست.

دبیر شورای ترویج فرهنگ ایثار شهادت عنوان کرد: نشست با ائمه



آذربایجان شرقی - ماهان فلاح: رئیس سازمان مدیریت و برنامه ریزی آذربایجان شرقی گفت: رشد اقتصادی مورد نظر، تلاش جدی و برنامه ریزی هوشمندانه می طلبد. محمد فرشکران در جلسه کارگروه اقتصادی، اشتغال و سرمایه گذاری آذربایجان شرقی اظهار کرد: تحقق رشد هشت درصدی اقتصاد نیازمند اهتمام جدی واحدهای مختلف، اقدامات هوشمندانه و برنامه ریزی شده و استفاده از ظرفیت های بلااستفاده است. وی افزود: قصد ما این است که روند شاخص های کلان اقتصادی استان

افتتاح مجموعه ورزشی شهدای شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی در آبادان

اهواز - شبنم جقاوند: با حضور جمعی از مسئولان و پیشکسوتان فوتبال آبادان، مجموعه ورزشی شهدای شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی در محل بلوار شهدای نفت افتتاح شد.

مدیرعامل شرکت پخش فرآورده های نفتی منطقه آبادان، از تکمیل فضایل اخلاقی بعنوان هدف از بعثت پیامبر اکرم خواند و اظهار کرد: با توجه به منویات مقام معظم رهبری در بسط و توسعه ی امید افزایی برای جوانان، نونهالان و جامعه و در راستای خدمتگزاری به دولت خدمت گزار، انقلابی و مردمی، این شرکت با بهره گیری از توان و تلاش تمامی همکاران این مجموعه راه راه اندازی و امروز افتتاح آن انجام شد.

وی افزود: اساتذات احداث این مجموعه بنا بر امکانات، منابع مالی و با وسعت کمتر توسط مدیریت پیشین شرکت پخش فرآورده های نفتی منطقه آبادان زده شد و در ادامه با توسعه ی و گسترش آن و تخصیص

معمای بازاریابی مشتریان در دنیای کسب و کار

به قلم: هنری بل
کارشناس بازاریابی و کسب و کار
ترجمه: علی ال‌علی

دنیای دیجیتال امروزی نحوه تعامل میان برندها و مشتریان را به طور قابل ملاحظه‌ای تغییر داده است. همین امر برای برندها منبع اصلی دردرس محسوب می‌شود. عادت پیدا کردن به تغییرات تازه و الگوهای نوین رفتار مشتریان برای هیچ برندی امر ساده‌ای نیست. درست به همین خاطر شما در این میان به تمام توانایی‌تان در بازار نیاز خواهید داشتست، در غیر این صورت شاید کمتر فرصتی برای تاثیر گذاری بر روی مشتریان پیش روی‌تان قرار گیرد.

بدون تردید وقتی شرایط برندها تغییر می‌کند، از دست دادن تعداد مشخصی از مشتریان نیز امر غیرقابل‌اجتنابی خواهد بود. این نکته باید به طور مداوم مدنظر شما قرار داشته و در زمینه تاثیر گذاری بر روی مشتریان مورد استفاده قرار گیرد. اگر شما به دنبال تاثیرگذاری بر روی مشتریان به طور حرفه‌ای در این بازار هستید، باید به طور مداوم بازیابی مشتریان از دست رفته‌تان را نیز در دستور کار قرار دهید، در غیر این صورت شاید هرگز فرصتی برای جلب نظر مخاطب هدف پیدا نکنید. این امر می‌تواند شرایط‌تان در بازار را به طور قابل ملاحظه‌ای دشوار ساخته و در ازای هر مشتری که جلب می‌کنید، چندین مشتری ثابت را از دست بدهید.

هدف اصلی در این میان بررسی برخی از نکات مناسب برای بازیابی مشتریان از دست رفته برندهاست. در ادامه برخی از مهمترین نکات در این راستا را مورد ارزیابی دقیق قرار خواهیم داد. این امر به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک شایانی خواهد کرد. در ادامه برخی از مهمترین توصیه‌ها در این میان را مورد ارزیابی قرار می‌دهیم.

شخصی‌سازی ایمیل‌های برند

شخصی‌سازی ایمیل‌های بازاریابی یکی از مهمترین گام‌ها برای جلب نظر دوباره مشتریان از دست رفته است. بدون تردید مشتریان دلیلی برای بی‌توجهی به برند شما دارند. در این میان شما باید به دنبال کاهش میزان ناراضیاتی مشتریان در سطحی گسترده باشید. یکی از روش‌های مناسب در این میان شخصی‌سازی عملکرد برند در بازار برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف است.

وقتی شما از ایمیل‌های متفاوت و شخصی‌سازی‌شده سود می‌برید، بسیاری از مشکلات‌تان در زمینه بازگرداندن مشتریان حل خواهد شد. دلیل این امر نیز برداشت متمایز مشتریان از برند شما و نحوه فعالیت‌تان در بازار خواهد بود. این امر می‌تواند تاثیر گذاری ویژه‌ای بر روی مشتریان از دست رفته داشته باشد. در بسیاری از موارد در پی بهینه‌سازی شرایط یک برند با شخصی‌سازی ایمیل‌ها مشتریان سابق دوباره به تعامل با برند موردنظر ترغیب می‌شوند. درست به همین خاطر شما باید در این راستا به شخصی‌سازی ایمیل‌ها به عنوان راهکاری حرفه‌ای نگاه کنید.

تمرکز بر روی شبکه‌های اجتماعی

استفاده از شبکه‌های اجتماعی به مثابه گزینه‌ای مناسب برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف و بازیابی مشتریان قدیمی همیشه الگویی حرفه‌ای است. این امر با توجه به افزایش استفاده از شبکه‌های اجتماعی در میان کاربران اهمیت به شدت زیادی پیدا کرده است. با این حساب شما برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف باید حضور مناسب در شبکه‌های اجتماعی را نیز در دستور کار قرار دهید، در غیر این صورت شاید مشکلات‌تان در زمینه بازیابی مشتریان هرگز تمام نشود.

حل مشکلات برند

مشتریان همیشه به دلیل یک یا چند مشکل از برند شما صرف نظر می‌کنند. با این حساب یکی از ساده‌ترین راهکارها برای بازیابی مشتریان قدیمی می‌تواند حل مشکلات برند باشد. این امر به شما فرصت بسیار خوبی برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف خواهد داد. با این حساب دیگر هیچ دردسری پیش روی برنداتان برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف نخواهد بود.

شناسایی مشکلات برند در اغلب موارد کار دشواری نیست. شما اگر فقط چند دقیقه به اعتراضات و شکایت‌های مشتریان از دست رفته گوش دهید، به خوبی در این حوزه اطلاعات مهمی به دست خواهید آورد. بنابراین دیگر نیازی به نگرانی بابت نحوه شناسایی مشکلات برند نخواهد بود. از این مرحله به بعد تنها کاری که برای بازیابی مشتریان از دست رفته باید انجام دهید، اطلاع‌رسانی درباره حل مشکلات و تعامل دوباره با آنهاست.

منبع: customerthink.com



فرصت امروز

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

سه‌شنبه | ۱۷ اسفند ۱۴۰۰ | شماره ۱۹۷۸ | صفحه ۸

صاحب‌امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: هنر سرزمین سبز

دفتر مرکزی: مطهری، خیابان علی‌اکبری، پلاک ۱۱۵

دفتر مرکزی: ۸۸۴۱۷۲۳۸

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۳۲۰۹۶۰

آیین‌نامه اخلاقی حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR

تبلیغات خلاق

به قلم: جسی سامراک

کارشناس بازاریابی و کسب و کار

ترجمه: علی ال‌علی

راه‌اندازی یک کسب و کار برای هر کارآفرینی چالش‌برانگیز محسوب می‌شود. بدون تردید تجربه همکاری با افراد گوناگون و تاثیرگذاری بر روی مشتریان در مقیاسی گسترده برای هر کارآفرینی جذاب است، اما در عین حال این امر می‌تواند دردسرهای زیادی نیز برای شما به همراه داشته باشد. امروزه بسیاری از برندهای تازه تاسیس و استارت‌آپ‌ها در همان ابتدای کار با شکست‌های بسیار سنگین رو به رو می‌شوند. این امر شناسن فعالیت آنها در بازار را به حداقل رسانده و آینده کاری‌شان را نیز تحت تاثیر قرار می‌دهد.

بسیاری از کارشناس‌های حوزه کسب و کار برای راه‌اندازی یک برند تازه اقدام به ارائه توصیه‌هایی بی‌نهایت پیچیده و طولانی می‌کنند. این امر می‌تواند ماه‌ها یا حتی سال‌ها تجربه کارآفرینی افراد را به تاخیر بیندازد. درست به همین دلیل اغلب کارآفرینان تازه‌کار به دنبال راهکارهای سریع و ساده برای موفقیت در بازار هستند. این امر انگیزه آنها برای موفقیت در بازار را به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش داده و امکان تاثیرگذاری بر روی مشتریان بدون هزینه‌های اضافی را نیز به همراه دارد.

امروزه در دنیای کسب و کار همیشه راهکارهایی برای تاثیر گذاری بهتر بر روی مخاطب هدف وجود دارد. این امر به لطف فناوری‌های دیجیتال و امکان استفاده از نظرات گوناگون کارآفرینان در دنیای کسب و کار امکان‌پذیر است. هدف اصلی در این مقاله نیز مروری بر نحوه راه‌اندازی یک کسب و کار از نقطه صفر است. این به شما برای تاثیر گذاری بر روی مشتریان کمک ویژه‌ای کرده و شناسن‌تان در بازار را نیز به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش خواهد داد. بدون تردید بهینه‌سازی وضعیت تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف برای بسیاری از کارآفرینان امری غیرممکن محسوب می‌شود. دلیل این امر نیز استفاده مداوم از شیوه‌های کلیشه‌ای برای حضور در بازار و بهینه‌سازی روند فعالیت در این میان است. درست به همین خاطر شما باید برای جلب نظر مشتریان و رقابت مناسب با دیگر برندها همیشه ایده‌های بهینه در سر داشته باشید.

هدف اصلی در این مقاله مروری بر برخی از تکنیک‌ها و راهکارهای راه‌اندازی یک کسب و کار از نقطه صفر است. این یعنی شما حتی بدون نیاز به داشتن یک ایده مشخص نیز می‌توانید از نکات مورد بحث در این مقاله بهره‌مند شوید. اگر شما هم در دنیای کسب و کار به طور مداوم دنبال فرصتی برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف هستید، نکات مورد بحث در این مقاله می‌تواند فرصت بی‌نظیری پیش روی‌تان قرار دهد.

پیدا کردن یک نیاز مشخص در بازار

هر برندی برای حضور در بازار باید یک نیاز مشخص از مشتریان را حل کند. این امر به کسب و کارها فرصت تاثیر گذاری بهینه بسر روی مشتریان را داده و هزینه‌های تبلیغاتی را نیز کاهش می‌دهد. دلیل این امر امکان تعامل بهتر با مشتریان در صورت کاربردی بودن محصولات‌تان است. وقتی یک برند نیاز مشخصی از سوی مشتریان را هدف قرار می‌دهد، مشتریان به طور خودکار جذب محصولش خواهند شد. این امر درباره محصولات کلیشه‌ای یا غیرکاربردی به طول کاملا برعکس روی می‌دهد. بر این اساس شما برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف باید هزینه‌های سنگین بازاریابی را به جان خرید و عملکردتان در این حوزه نیز به شدت دشوار خواهد شد.

شما برای پیدا کردن یک نیاز مشخص در بازار باید از روندهای مشخصی بهره بگیرید، در غیر این صورت شاید فرآیند موردنظر ماه‌ها به طول انجامد و شما هرگز فرصت شروع فعالیت‌تان در بازار را پیدا نکنید. در این راستا به نکات ذیل توجه نشان دهید:

•نگارش مشکلات مشتریان و اولویت آنها در بازار همیشه راهکار خوبی خواهد بود. این امر شما را با برخی از مهمترین مشکلات مشتریان و میزان اولویت‌شان برای آنها آشنا خواهد کرد. به این ترتیب انتخاب از میان مشکلات مشتریان بدل به امری ساده برای‌تان خواهد شد.

•مرور برخی از وبلاگ‌های تخصصی در زمینه معرفی محصولات همیشه ایده‌ای هوشمندانه خواهد بود. شما با چنین کاری به سادگی هرچه تمام‌تر فرصت تاثیر گذاری بسر روی مخاطب هدف را پیدا می‌کنید. دلیل این امر نیز فعالیت اغلب کارشناس‌های حرفه‌ای در چنین وبلاگ‌هایی و دسترسی به نظرات مشتریان است.

• مرور نظرات مشتریان در پلتفرم ردیت (Reddit) یکی دیگر از راهکارهای تازه و خلاقانه برای کارآفرینان است. شما باید همیشه استفاده از فرصت‌های بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی را در دستور کارتان قرار دهید. این امر به شما برای تاثیر گذاری بهینه بر روی مخاطب هدف کمک خواهد کرد.

•مرور بازارهای مهم برای مشتریان و مراکز خرید آنلاین یکی دیگر از راهکارهای آشنایی با نیازهای آنها محسوب می‌شود. این امر به شما فرصت بسیار خوبی برای تاثیر گذاری بسر روی مخاطب هدف داده و فرآیند تاثیر گذاری بر روی مشتریان را نیز کوتاه می‌سازد.

بدون تردید شما با استفاده از هر یک از نکات فوق امکان شناسایی برخی از نیازهای مشتریان را خواهید داشت. این امر شما را به نسوی یک فرآیند بازاریابی مناسب هدایت خواهد کرد. با این حساب اگر به دنبال تاثیر گذاری مناسب بر روی مخاطب هدف‌تان هستید، باید همیشه این راهکار را مدنظر قرار دهید، در غیر این صورت شاید محصولات‌تان هرگز موردپسند مشتریان واقع نشود.

ارزیابی ایده اصلی‌تان

پس از اینکه یک نیاز مشخص در بازار مدنظر شما قرار گرفت، باید ایده‌ای هم برای رفع آن داشته باشید. این امر

در تمام برندهای بزرگ به خوبی مشاهده می‌شود. به عنوان مثال، مایکروسافت به عنوان یک برند حرفه‌ای با مشاهده نیاز کاربران به سیستم عاملی راحت و سریع اقدام به طراحی نسخه‌های مختلف ویندوز در طول سال‌های متمادی کرده است. این امر یکی از اهداف تازه مشتریان را مدنظر قرار داده و امکان تاثیرگذاری بر روی مشتریان را نیز به همراه خواهد داشت. از این نظر شما برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان مسیر چندان ساده‌ای را پیش رو نخواهید داشت. دلیل این امر نیز ضرورت پیدا کردن ایده‌ای مناسب برای تعامل با مشتریان در بازار است. اگر شما به این مسئله توجه لازم را نشان ندهید، خیلی زود تبدیل به یکی از برندهای کلیشه‌ای در بازار خواهید شد.

بدون تردید هر کارآفرینی برای ورود به بازار برخی از ایده‌های ابتدایی را در ذهن دارد. این امر به آنها برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف و جلب نظرشان کمک



خواهد کرد. نکته مهم در این میان ضرورت ارزیابی ایده‌های کارآفرینان به طور حرفه‌ای است. این امر به شما برای تاثیر گذاری مناسب بسر روی مخاطب هدف کمک کرده و شناسن شما برای ارائه چهره‌ای حرفه‌ای از مشتریان را بهینه‌سازی خواهد کرد. یادتان باشد برخورد اولیه شما با مشتریان اهمیت بسیار زیادی دارد. درست به همین خاطر ارزیابی دقیق وضعیت ایده برند و سپس ورود به بازار امری اجتناب‌ناپذیر خواهد بود.

امروزه بسیاری از برندها برای ارزیابی وضعیت ایده‌های‌شان قبل از شروع به کار رسمی نسبت به همکاری با آژانس‌های مختلف واکنش نشان می‌دهند. این امر برای آنها جذابیت بسیار زیادی داشته و به سرعت ایرادات اساسی ایده‌شان را مشخص می‌سازد. تنها نکته منفی در این میان مربوط به ضرورت صرف هزینه بالا برای همکاری با چنین برندهایی است. این امر شناسن شما در بازار را به شدت کاهش داده و برای کسب و کارهای نوپا یک چالش مهم محسوب می‌گردد. توصیه ما در این بخش استفاده از توانایی تحلیل اعضای شرکت و دوستان‌تان در دنیای کسب و کار است. بی‌تردید این امر هیچ هزینه اضافی برای برند شما به همراه نخواهد داشت. از نسوی دیگر تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف را بدل به امری حرفه‌ای خواهد کرد. بی‌تردید افرادی که سابقه فعالیت چند ساله در دنیای کسب و کار را دارند، به خوبی توانایی تشخیص ایده‌های کاربردی از نمونه‌های شکست خورده را خواهند داشت. بنابراین شما می‌توانید با خیال راحت به توصیه آنها گوش دهید.

شناسایی مخاطب هدف

هر برندی برای فروش محصولات و کسب سود باید مخاطب هدف متمایزی در مقایسه با دیگر کسب و کارها داشته باشد. بدون تردید برندی مثل نایک دارای مخاطب هدف ویژه‌ای در مقایسه با برندی مثل ایل است. همین امر امکان فعالیت مناسب در بازار را فراهم می‌سازد. درست به همین خاطر برند شما باید همیشه آماده تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف به بهترین شیوه ممکن باشد.

امروزه برندهای بزرگ به ساده‌ترین شکل ممکن بر روی مخاطب هدف‌شان تاثیر گذاری دارند. دلیل این امر به غیر از هزینه‌های بالای بازاریابی و کمپین‌های جذاب، مربوط به شناسایی دقیق مخاطب هدف است. این امر به آنها برای جلب نظر مشتریان به ساده‌ترین شکل ممکن کمک می‌کند. با این حساب دیگر مشکلی از نقطه نظر سطح تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف برای چنین برندهایی پیش نخواهد آمد. شما برای شناسایی دقیق مخاطب هدف‌تان باید از تمام اطلاعات در دسترس به بهترین شکل ممکن بهره ببرید. این امر شناسن شما در بازار را به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش می‌دهد. خوشبختانه در طول سال‌های اخیر ابزارهای بسیار زیادی در دسترس بازاریاب‌ها قرار گرفته است. با این حساب دیگر تاثیر گذاری بر روی مشتریان امری سخت یا غیرممکن محسوب نمی‌شود. شما با جست و جویی ساده امکان انتخاب چندین ابزار کاربردی در کنار هم را خواهید داشت. چنین ابزارهایی به شما برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف، همانطور که آنها انتظارش را دارند، کمک خواهد کرد.

ایجاد انجمن مشتریان

هر برند برای حفظ مشتریانش زحمات بسیار زیادی می‌کشد. با این حال در بسیاری از مواقع توانایی برندها برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف به طور کامل از بین می‌رود. دلیل این امر در اغلب مواقع ناتوانی برندها برای ایجاد انجمن مشتریان است. وقتی مشتریان در تعامل با یک برند احساس تعلق خاطر به آن نداشته باشند، خیلی راحت در صورت مشاهده برندی دیگر سراغ آن خواهند رفت. درست در همین بخش بحث مربوط به تبدیل خریداران عادی به مشتریان وفادار مطرح می‌شود. البته شما باید در این راستا

چطور یک کسب و کار را از نقطه صفر راه‌اندازی کنیم؟

به برخی از نکات مهم دیگر نیز توجه نشان دهید. بدون تردید در این مرحله شما هنوز به طور رسمی کار برنداتان را شروع نکرده‌اید. با این حال سرمایه‌گذاری بر روی مشتریان و تلاش برای جلب نظرشان پیش از ورود رسمی‌تان به بازار همچنان ایده جذابی خواهد بود. این امر می‌تواند شناسن شما در بازار را به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش داده و فرصت‌های بسیار عالی پیش روی مشتریان‌تان قرار دهد. امروزه بسیاری از برندها مدتی قبل از شروع رسمی کارشان اقدام به عرضه برخی از خدمات به مشتریان می‌کنند. دلیل این امر ارزیابی واکنش مشتریان نسبت به عملکردشان است. اگر شما هم به دنبال تاثیر گذاری بسر روی مخاطب هدف هستید، باید از همین شیوه در راستای راه‌اندازی برنداتان سود ببرید.

رونمایی از طرح اولیه محصولات

رونمایی از طرح اولیه محصولات امر بسیار مهمی برای برندها چند طرح مفهومی یا اولیه از محصولات آینده‌شان را برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف راهکارهای بسیار متنوعی را در پیش می‌گیرند. در این میان رونمایی از نسخه اولیه یا مفهومی محصولات‌تان بهترین ایده بازاریابی دنیا خواهد بود.

بسیاری از برندهای بزرگ دنیا برای جلب نظر مشتریان سالانه چند طرح مفهومی یا اولیه از محصولات آینده‌شان را رونمایی می‌کنند. نکته مهم اینکه در اینجا خبری از عرضه محصولات موردنظر به بازار نیست. در عوض نظر مشتریان نسبت به نوآوری‌های برند موردنظر جلب خواهد کرد. این امر شما را در مقایسه با رقبای‌تان در کانون توجه مشتریان قرار می‌دهد.

طرح اولیه شما برای محصولات‌تان نیازی به پیچیدگی زیاد ندارد. تنها نکته مهم در این میان تلاش برای جلب نظر مشتریان در همان ابتدای امر است. این نکته با ایجاد یک ویژگی مهم و در نظر داشتن نیاز مشتریان صورت می‌گیرد. به این ترتیب همه در بازار برای عرضه رسمی محصولات‌تان لحظه‌شماری خواهند کرد. بی‌شک این امر تفاوت میان برندهای موفق و شکست‌خورده را در سطحی گسترده نمایش می‌دهد.

طراحی برنامه کسب و کار

برنامه کسب و کار همیشه در بخش‌های پایانی و پیش از راه‌اندازی رسمی کسب و کار مدنظر قرار می‌گیرد. این بخش به شما امکان تاثیر گذاری حرفه‌ای از روی مشتریان را داده و فرصت‌تان در بازار را نیز بی‌نهایت بهینه می‌سازد. دلیل این امر امکان پیش‌بینی تمام تعاملات با مشتریان در این بخش است. این نکته به شما برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف به طور حرفه‌ای کمک خواهد کرد. بنابراین اگر شما به دنبال تاثیر گذاری حرفه‌ای بر روی مخاطب هدف و پرهیز از بروز هرگونه مشکلی از فرآیند کاری‌تان هستید، باید به طور ویژه‌ای طراحی برنامه کسب و کار را مدنظر قرار دهید. این امر به شما برای تاثیر گذاری بسر روی مخاطب هدف کمک کرده و فرصت‌های مناسبی پیش روی‌تان قرار می‌دهد. یادتان باشد استفاده از نظرات دیگران در فرآیند طراحی برنامه کسب و کار همیشه امر محسوب می‌گردد. درست به همین خاطر شما باید همیشه تعامل با مشتریان به بهترین شکل ممکن را در خاطر داشته باشید، در غیر این صورت هرگز فرصتی برای تاثیر گذاری بر روی مشتریان و جلب نظرشان به طور حرفه‌ای پیدا نخواهید کرد.

بازاریابی برای محصولات

بازاریابی برای محصولات یکی از امور بسیار مهم در دنیای کسب و کار محسوب می‌شود. شما بدون بازاریابی حتی امکان فروش بهترین محصولات دنیا را هم نخواهید داشت. درست به همین خاطر برندهای بزرگ به طور مداوم در تلاش برای فروش محصولات‌شان همراه با کمپین‌های بازاریابی جذاب هستند. البته شما در این میان نیازی برای صرف هزینه‌های گزاف ندارید. تنها نکته مهم استفاده از ایده‌های جذاب و سپس تلاش برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف براساس پیش‌بینی سلیقه‌اش است.

اگر شما در مراحل قبلی کار به خوبی نیازهای بازار و مشتریان را در دستور کار‌تان قرار داده باشید، در این بخش نیز مشکل چندانی پیش روی‌تان نخواهد بود. درست به همین خاطر باید همیشه فعالیت حرفه‌ای در بازار و تلاش برای تاثیر گذاری بر روی مشتریان را در خاطر داشته باشید. این امر نیازمند ارتباطات قوی با مشتریان خواهد بود. هرچه ارتباطات شما با مشتریان در بازار قوی‌تر باشد، شناسن‌تان در نهایت امر برای تاثیر گذاری بر روی آنها نیز بیشتر می‌شود. امروزه برخی از برندها به محض شروع به کارشان در بازار یک برنامه دقیق برای بازاریابی و تبلیغات نیز طراحی می‌کنند. این امر به شما فرصت بسیار خوبی برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف می‌دهد. با این حساب شما در این مرحله باید یک برنامه بازاریابی نیز برای کسب و کار‌تان طراحی کنید. این برنامه به شما برای فعالیت دقیق در بازار و تاثیر گذاری بهینه بر روی مخاطب هدف کمک خواهد کرد. اگر شما این نکات مهم را در خاطر داشته باشید، تمام ارتباطات‌تان با مشتریان به طور دقیق برنامه‌ریزی خواهد شد. بنابراین دیگر دلیلی برای نگرانی از تعامل با مشتریان نخواهد بود.

ارزیابی وضعیت برند به طور مداوم

پس از اینکه شما تمام مراحل قبلی را پشت سر گذاشتید، باید دستت به ارزیابی وضعیت برنداتان به طور رسمی بزنید. این امر به شما برای جبران مشکلات و ناتوانی‌های‌تان در بازار کمک خواهد کرد. امروزه بسیاری از برندها به لطف ارزیابی مداوم فعالیت‌شان امکان تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف را پیدا می‌کنند. بنابراین شما هم باید در زمینه تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف با این تکنیک استفاده نمایید. امروزه راه‌اندازی کسب و کار از نقطه صفر برای هر کسی امر دشواری محسوب می‌شود. با این حساب استفاده از توصیه‌های مورد بحث در این مقاله می‌تواند راهگشای بسیاری از مشکلات‌تان باشد.

منبع: foundr.com

