

سرمقاله

اقتصاد چرخشی؛ ضرورت‌ها و الزام‌ها

غلامعلی رموی

کارشناس اقتصادی

امروزه رشد جمعیت جهان، استفاده بی‌رویه از منابع و امکانات، محدودیت منابع و عدم توجه به الزامات زیست محیطی در تولید و مصرف، نگرانی‌های زیادی را برای بقای نوع بشر مطرح کرده است. در این میان، کشورهای توسعه‌یافته به سبب آرامش فکری و امکانات علمی مناسب و همچنین توجه به تجربیات گذشته، نسخه‌های مختلفی را برای توقف این روندهای ناپه‌نجا در پیش گرفته‌اند و در حوزه اقتصاد، نظریه «اقتصاد چرخشی» را با تمرکز بر استفاده بهینه و چ‌ندباره از منابع مطرح کرده‌اند. «اقتصاد چرخشی» (Circular Economy) هم اکنون سند چشم‌انداز ۲۰۳۰ اتحادیه اروپا و برنامه اجرایی اغلب کشورهای توسعه‌یافته محسوب می‌شود و هدف آن، کمینه کردن ضایعات و بیشینه کردن استفاده از منابع است.این رویکرد بازسازی‌کننده در مقابل رویکرد سنتی اقتصاد خطی قرار می‌گیرد که در آن، مدل تولید به صورت «دریافت مواد اولیه، تولید و دور انداختن» است.

ادامه در همین صفحه

فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی



شاخص بورس تهران کانال یک میلیون و ۵۰۰ هزار واحد را حفظ کرد

اولین رشد تابستانی بورس

روزی‌های بد پادشاه رمزارزها ادامه دارد

۳ چالش بازار کریپتو

غیرمتمرکز شده و نوسانات و نگرانی‌های بسیاری را از این طریق به فعالان این بازار منتقل ساخته است. در حالی که عدم نیاز بیت‌کوین و به طور کلی بازار رمزارزها به نهادهای تنظیم‌گر، مقررات مداخله‌جویانه دولتی و قیمت‌گذاری مرجع به عنوان نقطه قوت بازار رمزارزها مطرح هستند، به نظر می‌رسد بحران اخیر موجب شده این‌ موارد به نقطه ضعف این بازار بدل شوند؛ به طوری که عدم وجود یک نهاد تنظیم‌گر که در مواقع بحرانی به سرمایه‌گذاران تضمین بدهد و روند کاهشی بازار را متوقف کند، به یکی از مهمترین دلایل ریزش شدید بازار رمزارزها در این روزها تبدیل شده است.

«اکنونمیست» در گزارش خود، سه عامل مهم را به عنوان نقاط ضعف بازار کریپتو معرفی کرده و آنها را ارزش‌گذاری نامشخص، رقابت داخلی بر سر جذب منابع و فقدان نقدینگی برای حمایت در مواقع بحران برشمرده است. ارزش‌گذاری رمزارزها و مشتقات آن، اولین کاستی بازار کریپتو است. فقدان لنگری امن و قابل‌اعتماد برای ارزش‌گذاری رمزارزها یکی از حفره‌های مهمی است که فعالیت در این بازار را با مشکل مواجه می‌کند. در بازار فعلی علاوه بر کوین‌های موجود، محصولات دیگری چون توکن‌های صادرشده از سوی پلتفرم‌های تامین مالی غیرمتمرکز نیز وجود دارد که هیچ‌یک مدل ارزش‌گذاری مشخصی ندارند. از همه مهمتر این توکن‌ها می‌توانند به طور آنی از بین بروند. این مسئله در معاملات آخر هفته که حجم معاملات کمتر است، پررنگ‌تر می‌شود و خود را در نوسانات بیت‌کوین، به عنوان معیار اصلی این بازار منعکس می‌کند.

اقتصاد چرخشی؛ ضرورت‌ها و الزام‌ها

سوی دیگر، حجم عظیمی از مردم به عنوان مصرف‌کننده قرار دارند که با استفاده از همین تولیدات پرهزینه به سهم خود علاوه بر سهیم شدن در اتلاف منابع و ایجاد خطرات مختلف، بر آلودگی‌ها و مشکلات متعدد زیست محیطی نیز می‌افزایند. نتیجه این تولید و مصرف خطی بی‌قواره همانا اتلاف منابع، افزایش آلودگی‌ها و بیماری‌ها و آسیب‌های مختلف این گونه مصارف است. «اقتصاد گردش» معتقد است که جریان تولید تا مصرف بهینه، در یک زنجیره مولد همواره در گردش است و منابع اولیه در فرآیند تولید، مستعمل و دور انداخته نمی‌شوند، بلکه از یک بخش زنجیره به بخش دیگر منتقل می‌شوند. «اقتصاد چرخشی» هم تولیدکننده و هم مصرف‌کننده را به عنوان دو رکن اصلی زنجیره تولید تا مصرف مورد توجه ویژه قرار داده است و پایداری منابع، حفظ و سلامت محیط زیست را به عنوان وجه التزام این موضوع معرفی می‌کند. در «اقتصاد چرخشی»، ضرورتی برای سوزاندن گاز در منازل به عنوان گرمایش و پخت و

۳ نقطه ضعف بازار رمزارزها

ژوئن امسال برای فعالان بازار رمزارزها، دوره جالبی به شمار نمی‌رود. به نوشته «اکنونمیست»، ارزش بیت‌کوین در ۱۸ ژوئن به پایین‌ترین سطح خود در دو سال اخیر رسید و در سطح ۱۷۶۰۰دلاری ایستاد. این عدد از سال ۲۰۲۰ سابقه نداشته است. با اینکه بیت‌کوین در روزهای بعد توانست بخشی از ارزش ازدست‌رفته خود را بازیابی کند، با این حال همچنان ۷۰درصد از ارزش خود نسبت به بالاترین قیمت در ماه نوامبر را از دست داده است. وضعیت برای دومین رمزارز معروف نیز چندان خوب نیست. اتریوم در ماه اخیر حدود ۸۰ درصد ارزش خود را از دست داد و در برخی ساعات تا سطح ۷۰۰دلاری نیز سقوط کرد. از آنجا که پیش از این بازار رمزارزها هیچ‌گاه به این اندازه بزرگ و گسترده نبوده، ریزش اخیر رمزارزها، مشکلات تازه‌ای را در این بازار منعکس ساخته است که پیشتر کمتر بدان توجه می‌شد.

ارزش‌گذاری رمزارزها و خدمات مالی مبتنی بر آنها، رقابت داخلی میان بنگاه‌های فعال در این بازار برای جذب سپرده و فقدان نقدینگی برای حمایت از بازار در هنگام وقوع بحران، سه چالشی است که بحران بازار کریپتو را تشدید می‌کند. این مشکلات با وارد کردن خسارت‌های سنگین به سرمایه‌گذاران باعث شده زمزمه‌های قرار گرفتن این بازارها تحت نظارت نهادهای تنظیم‌گر شنیده شود. در یک ماه اخیر، ارزش بیت‌کوین به سطح بی‌سابقه‌ای در دو سال اخیر سقوط کرده و بسیاری از کسب‌وکارهای فعال در بازار رمزارز را با مشکل مواجه ساخته است. این مشکلات بیش از همه دامنگیر پلتفرم‌های تامین مالی

محصول و بازیافت متمرکز شده است.

به نظر می‌رسد توجه به اصول و مبانی «اقتصاد چرخشی»، یکی از مهمترین برنامه‌ها و سیاست‌هایی است که می‌تواند اقتصاد ایران را از رخوت و خمودگی عارضی بر آن نجات داده و رالی بی‌سرانجام اتمام منابع و امکانات کشور را تا حدود زیادی کنترل کند. جامعه تحریم زده ایران می‌تواند ضرورت تامین منابع اولیه از طریق استفاده بهینه از منابع و بازگشت منابع مستعمل به چرخه را محقق سازد و مضل عدم دسترسی به منابع و امکانات اولیه وارداتی را تا حدودی مرتفع نماید. از سوی دیگر ضمن ارتقای تولید، پاسداری مناسبی از منابع موجود در کشور نیز داشته باشد.

مطالعه شرایط اقتصادی تولید و آلودگی‌های زیست محیطی فراوان در کشور، یک سنو‌نامی ویران‌کننده از زنجیره تولید تا مصرف را ترسیم می‌کند که در یک سوی آن، بسیاری از کارخانه و بنگاه‌های اقتصادی با هزینه بسیار بالا، کالای پرمصرف و خطرآفرین را تولید می‌کنند و از

پایان ماه عسل ارزهای دیجیتال

دومین عامل در ریزش اخیر رمزارزها، روابط زیاد بین پلتفرم‌های تامین مالی غیرمتمرکز است. با ظهور بلاک‌چین و شکل‌گیری بازار رمزارزها، صندوق‌هایی در این بستر شکل گرفتند که وظیفه تامین مالی را در این بازار برعهده داشتند. این نهاد با پیشنهاد بهره شخصی به صاحبان رمزارزها، دارایی آنها را در اختیار می‌گیرد و با استفاده از این منابع به تامین مالی می‌پردازد. مشکلی که در ریزش اخیر خود را نشان داده، رقابت بیش از حد در میان پلتفرم‌های تامین مالی غیرمتمرکز است؛ به طوری که این پلتفرم‌ها برای جذب منابع سپرده‌گذاران به سمت خود، با یکدیگر وارد رقابت شده و نرخ‌های بالاتری را پیشنهاد می‌دهند. این روند به وضعیتی ختم می‌شود که با ریزش بازار، این پلتفرم‌ها قادر به ایفای تعهدات و پرداخت درخواست مشتریان برای برداشت از حساب خود نیستند و ورشکسته می‌شوند.

این موضوع باعث شده برخی از بزرگ‌ترین پلتفرم‌های تامین مالی غیرمتمرکز به فعالیت خود پایان بدهند. «سلسیوس» یکی از این پلتفرم‌هاست که در ماه دسامبر ادعا کرد مجموع دارایی‌های رمزارزش بیش از ۴میلیارد دلار رسیده که با ارائه نرخ‌های بهرهای حتی تا سطح ۱۸درصد موفق به جمع‌آوری آن شده بود. با این حال با کاهش ارزش بازار این شرکت نتوانست تعهداتش را بپردازد و با موج برداشت سپرده‌های مشتریان مواجه شد. در نهایت وقتی که سلسیوس در ۱۴ ژوئن حساب‌های مشتریانش را بست، بیت‌کوین به دلیل ترس سرمایه‌گذاران از سرایت این اتفاق به دیگر پلتفرم‌های حاضر در این بازار،

ترکیه و آرژانتین بیشترین رشد تورم در سال ۲۰۲۲ را تجربه می‌کند

رتبه سوم تورم ایران

فرصت امروز: نتایج یک مطالعه نشان می‌دهد که نرخ تورم ایران ۱۶ برابر تورم عربستان، بیش از ۶ برابر تورم عراق و دو برابر تورم پاکستان است. البته ایران صدرنشین جدول تورمی جهان نیست و همسایه غربی کشورمان یعنی ترکیه بیشترین رشد تورم را در هفته‌های گذشته تجربه کرده است. بازخوردهای اقتصادی جنگ روسیه و اوکراین موجب شده تا قیمت مواد غذایی در سطح جهان افزایش یابد و همین موضوع باعث ثبت رکوردهای تورمی جدیدی شده است. با اینکه هنوز بسیاری از کشورها با تورم دورقمی فاصله دارند، اما آمارها از آغاز یک موج جدید تورمی در اقتصاد جهانی حکایت دارد؛ کما اینکه ترکیه که موج تورمی عجیبی را از چند ماه قبل تجربه می‌کند، به صدر فهرست کشورهای با بالاترین تورم رسیده و نرخ تورم ۷۰ درصد را ثبت کرده است که البته فاصله زیادی از تورم میانگین OECD (۹.۲ درصد) دارد. آرژانتین هم در رتبه دوم قرار دارد و نرخ تورم در این کشور به ۵۸ درصد رسیده است. پس از ترکیه و آرژانتین نیز ایران با نرخ تورم ۳۵ درصد قرار گرفته که البته این آمار پیش از تورم خردامه‌ها است. روسیه با ۱۷ درصد، پاکستان با..

۳

طرح مجلس به شفافیت شاخص‌های اقتصادی منجر می‌شود؟

از سیاست‌زدگی تا سیاست‌گذاری آماری

۲

مدیریت و کسب‌وکار

بازاریابی با ربات چت (Chatbot Marketing):

راهنمایی گام به گام و مثال‌هایی از برندهای بزرگ دنیا

ربات چت (Chatbot) از آن دست ابزارهایی است که کارآفرینان را از شر خرده‌کاری‌های تکراری خلاص می‌کند و به آنها این فرصت را می‌دهد تا فقط و فقط به کارهای مورد علاقه‌شان فکر کنند؛ البته به شرط اینکه کارآفرینان بلد باشند با این ابزار کار کنند. وگرنه مثل راننده‌ای خواهند بود که آخرین مدل اتومبیل فرمول یک مک لارن را دارد، اما حتی بلد نیست آن را روشن کند چه برسد به اینکه واقعا در مسابقات شرکت کرده و روی سکوی قهرمانی برود! ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم عرصه بازاریابی در دنیای مدرن دست کمی از یک مارا‌تن سخت و نفسگیر ندارد. در این بین حتی یک ثانیه غفلت کافی است تا شما و برندتان را با یک سقوط آزاد بی‌پایان مواجه کند. هرچه باشد کسی در دنیای کسب و کار عاشق چشم و ابروی شما نیست و اگر نتوانید با کمپین‌های خوش رنگ و لعاب مشتریان را میخکوب کنید، یک عالمه رقیب حاضر و آماده..

۸

تا ۲۵ درصد از ارزش خود را از دست داد.

عدم وجود نهادی برای تامین نقدینگی و جلوگیری از ریزش شدید بازار، سومین چالشی است که مورد توجه اکنونمیست قرار گرفته است. در بازارهای متداول امروزی، تنظیم‌گران بازار یک چتر ایمنی به معامله‌گران ارائه می‌دهند. اما در بازار رمزارزها خبری از این حمایت‌ها نیست و هیچ نهادی وجود ندارد تا رمزارزهایی مانند تتر را که در این بازار اهمیت کلیدی دارند، مورد حمایت قرار دهد. از سوی دیگر برخلاف بازارهای متداول مالی، سپرده‌های افراد نزد نهادهای مالی حاضر در بازار رمزارزها بیمه نمی‌شود و در نتیجه هنگام به وجود آمدن بحران، شاهد فروش سراسیمه دارایی‌ها از سوی صاحبان‌شان هستیم. کارشناسان موسسه اعتباری فیچ گفته‌اند در صورت سقوط بیت‌کوین به زیر ۱۵ هزار دلار، روند لیکوید شدن‌ها در بازار می‌تواند به حدی تسریع شود که تامین وثیقه کافی برای متوقف ساختن آن سخت یا حتی غیرممکن شود. مقصود از لیکوید شدن، زمانی است که ضرر معامله‌گر به سطحی بالاتر از وثیقه‌ای برسد که نزد صرافی قرار داده و به دنبال این اتفاق، صرافی تمام وثیقه را به نفع خود ضبط می‌کند. مجموع مشکلات یادشده این زمزمه را به وجود آورده که ممکن است به زودی بازار رمزارزها و پلتفرم‌های فعال در آن تحت نظارت قرار بگیرد تا از وقوع چنین مشکلاتی جلوگیری شود. مثلا تتر به عنوان بزرگ‌ترین ناشر رمزهای با ارزش ثابت اعلام کرده که قصد دارد در سید دارایی‌هایش، اوراق تجاری خود را با اوراق امن‌تر خزانه‌داری آمریکا جایگزین کند.

کمپوز برای تقویت زمین‌های کشاورزی استفاده می‌شود. پس جریان زباله، یک سرمایه‌گذاری جدید پرمفعت و اشتغال‌زا در زنجیره اقتصادی است که جذابیت‌های زیاد سرمایه‌گذاری را خواهد داشت، چراکه هم پرسود و هم پایدار است.

اقتصاد امروز ایران بیش از هر اقتصاد دیگری در جهان، بسترها و الزامات یک «اقتصاد چرخشی» را در خود احساس می‌کند و این موضوع می‌تواند نجات‌دهنده اقتصاد محسوب شود، چراکه روند نامتقارن تولید و مصرف، همه زیرساخت‌ها و زیربناهای اقتصادی و همچنین منابع و امکانات کشور را نشانه رفته است و جریان تولید و مصرف نیز بدون توجه به آثار و نتایج زیانبار آن به استمرار این روند مشغول است. اهمیت و اعتبار «اقتصاد چرخشی» در حال حاضر به عنوان یک راهبرد اجتناب‌ناپذیر و سند چشم‌انداز اقتصادی اروپا در سال ۲۰۳۰ مورد تصویب قرار گرفته و در کشوری همانند سوئد نیز به عنوان نقشه راه در دستور کار قرار دارد.

گفتن داستان‌های جذاب کافی نیست

پاشنه آشیل ارائه استارت‌آپی

بیشتر مردم فکر می‌کنند ارائه استارت‌آپی (pitch) همان عرضه خوب اطلاعات (presentation) است، اما در واقع این تنها یک بخش از کلیت بزرگی است که آن را ارائه‌ای موفق می‌دانیم. نکات دیگری در نشست‌ها و ملاقات با سرمایه‌گذاران وجود دارد که استارت‌آپی‌ها باید به آن توجه کنند. وقتی استارت‌آپی را کلید می‌زنید، بسیاری از مردم می‌گویند یک ارائه استارت‌آپی خوب در جلسه با سرمایه‌گذاران و همکاران می‌تواند به موفقیت شما کمک کند. سرمایه‌گذاران، شرکا و مشتریان بالقوه مجذوب ارائه‌ای می‌شوند که با داستان‌های جذاب و جالب همراه شود و بازدهی مالی در آن به خوبی شرح داده شود، اما تنها اتکا به این نکته، گمراه‌کننده است.

بهترین ایده‌ها در جهان فروش نمی‌رود، اگر کسی درباره آنها چیزی نداند. ارائه استارت‌آپی در واقع، باری بر دوش موسس یک استارت‌آپ برای گفتن از ایده‌هاست. واقعیت درباره ارائه استارت‌آپی بسیار ساده است. می‌توان مهارت‌های چنین ارائه‌ای را آموخت، مثل خوب نوشتن؛ با این تفاوت که ممکن است سال‌ها برای تبدیل شدن به نویسنده‌ای خوب زمان صرف کنید. اما در مورد مهارت‌های ارائه خوب، دانستن چند نکته در کوتاه‌مدت به شما کمک می‌کند. «لارن ویلیامز»، مشاور و کارآفرین در وب‌سایت «کارآفرین» مطلبی در این باره نوشته و به سه نکته برای ارائه بهتر موضوع استارت‌آپ اشاره کرده است که شامل «توجه به زبان بدن»، «توجه به نفس کشیدن» و «توجه به کشش آدم‌ها» است. در یادداشت او می‌خوانیم:

«آدم‌ها به تلفن همراه، دترچه یادداشت و اسنادی که همراه دارند، نگاه می‌کنند؟ این نشان می‌دهد آنها درگیر مسائل ذهنی خودشان هستند و شما باید توجه آنها را فوری و سریع جلب کنید. آیا آنها به صندلی‌های‌شان تکیه داده‌اند، انگار که مشغول استراحتند اما بی‌علاقه به نظر می‌رسند؟ اگر اینطور است، باید پیش از ارائه استارت‌آپی، حواس آنها را پرت کنید و بعد سراغ اصل ماجرا بروید. در این شرایط نباید خیلی سریع موضوع استارت‌آپ را ارائه کنید.

از سوی دیگر، شاید توجه به نفس کشیدن حضاران در یک جلسه احمقانه به نظر برسد، اما مردم با مدلی که نفس می‌کشند، حرف‌های زیادی برای گفتن دارند. دانستن نکته‌هایی که شکل نفس کشیدن آدم‌ها به ما منتقل می‌کند، در هدایت جریان گفت‌وگو اثرگذار است. شما قرار است در این جلسه، موضوع استارت‌آپ را ارائه کنید. پس دانستن هر نکته‌ای برای جهت‌دهی به گفت‌وگو، یک امتیاز است. آیا در زمان ارائه استارت‌آپی، آدم‌ها در جلسه فقط از راه دهان نفس می‌کشند یا فقط از بینی؟ اگر کسی سریع نفس می‌کشد، یعنی عجله دارد. این یعنی خیلی زود باید سراغ موضوع اصلی بروید. اگر کسی آرام نفس می‌کشد، یعنی آدم متفکری است و بنابراین باید آرام‌تر صحبت کنید؛ چرا که هضم جزئیات برای این افراد اهمیت زیادی دارد. به نشانه‌هایی که نفس کشیدن افراد به شما منتقل می‌کند، دقت کنید تا پیام درونی حضاران در جلسه‌ها را بفهمید و از آن به نفع ارائه استارت‌آپی استفاده کنید.

درک نکته بسوم اما برای زن‌ها اسان‌تر است. اغلب زن‌ها در نشست‌های رسمی کشش‌های پاشنه بلند می‌پوشند که کمک می‌کند آدم‌ها وضعیت آنها را از ضربه‌های پاشنه کشش و شکل کشش تشخیص دهند. این نکته آزاردهنده است اما به ارائه‌دهنده یک موضوع استارت‌آپی، کمک زیادی می‌کند. شکل کشش آدم‌ها، گویای توجه آنها به خودشان و میزان توجهی است که به موضوعات نشان می‌دهند. دانستن این نکته‌ها به ارائه‌دهنده موضوع استارت‌آپ‌ها کمک می‌کند تا شکل ارائه استارت‌آپی خود را تغییر دهد. زمانی که وارد یکی از نشست‌های ارائه موضوع می‌شوید، جمع‌آوری حجم عظیمی از داده‌ها آغاز می‌شود. داده‌هایی که ممکن است بعضی از آنها را از دست بدهید. این نکته در اعتماد به نفس ارائه‌دهنده اثر می‌گذارد. بنابراین هر شانس کوچکی برای دریافت اطلاعات و کنترل آن در جلسه، مهم است و کشش‌ها یکی از این نکات کوچک اما موثر است.

تمرکز بر یک، دو یا هر سه این نکته‌ها به درک بهتر سبک و شخصیت افرادی که قرار است موضوع استارت‌آپ را به آنها توضیح دهید، کمک می‌کند. زمانی که از این سه نکته در کنار دیگر نکات ضروری که می‌دانید استفاده کنید، افراد به سرمایه‌گذاری در استارت‌آپ شما و همکاری با شما علاقه نشان می‌دهند. هرچه به این نکات توجه بیشتری کنید، این علاقه بیشتر می‌شود. آنها پروژه شما را دوست خواهند داشت؛ چراکه شما به گونه‌ای با آنها حرف می‌زنید که دوست دارند.»

چطور برنامه کسب و کار بنویسیم؟

استراتژی راهیابی به بازارها

برنامه کسب وکار از مهمترین ارکان راهاندازی استارت‌آپ‌هاست. به نوشته وب‌سایت «تک دی»، یکی از مهمترین نکات در راهاندازی هر شرکتی، تعیین اهداف شرکت و داشتن برنامه کاری است. در برنامه کسب وکار باید درباره اینکه چرا این کسب وکار را شروع می‌کنید، تصمیم بگیرید. چیزی که شما را به دستیابی به اهداف امیدوار می‌کند و اینکه چطور در مسیر تحقق اهداف گام برمی‌دارید، از دیگر نکاتی است که باید در برنامه کسب وکار به آن اشاره کنید. تشریح جزئیات درباره کالا و خدماتی که عرضه می‌کنید هم در برنامه کاری گنجانده می‌شود.

نکته مهم دیگر، پاسخ به این پرسش است که چرا مردم باید از کسب وکار شما کالا و خدمات بخرند؟ مطمئن شوید برنامه کاری شما براساس بررسی‌ها تهیه شده است. این برنامه را باید به طور شفاف به سرمایه‌گذاران ارائه کنید و آنها را قانع کنید تا به شما شانس همکاری دهند. استراتژی بازار از دیگر نکات ضروری است که باید در آغاز کار یک بنگاه اقتصادی از جمله استارت‌آپ‌ها بدان توجه کرد. به همین دلیل باید زمان زیادی را به توسعه و بهبود استراتژی بازار اختصاص دهید. این زمان باید به اندازه‌ای باشد که صاحب کسب وکار را از به سرانجام رسیدن استراتژی بازار مطمئن کند. مهمترین هدف در کمپین‌های بررسی استراتژی بازار، افزایش آگاهی درباره برندها برای قانع کردن مردم به خرید است. شناسایی گروه مخاطبان از روش‌های کم به بهبود برنامه کاری است. شبکه‌های اجتماعی از بهترین بخش‌هایی است که می‌تواند به فعالان اکوسیستم استارت‌آپی و صاحبان کسب وکارها در شناخت مخاطب هدف کمک کند. علاوه بر استراتژی بازار باید رقبای نزدیک به خود را هم شناسایی کنید و ببینید آنها با چه روشی در بازار کار می‌کنند. دانستن روش‌های رقا به تقویت روش‌های شما کمک می‌کند.

طرح مجلس به شفافیت شاخص‌های اقتصادی منجر می‌شود؟

از سیاست‌زدگی تا سیاست‌گذاری آماری



حوزه استقلال حرفه‌ای، کیفیت و اعتبار درآمدها، هماهنگی اجزای نظام آماری و تعامل نهادهای آماری ایران در حوزه استقلال حرفه‌ای، کیفیت و اعتبار آمارها، هماهنگی اجزای نظام آماری، پوششش نیازهای آماری و تعامل نهادهای آمار با پاسخگویمان و کاربران با چالش‌های اساسی مواجه است. در چنین فضایی ارائه گزارش عملکرد نیز نمی‌تواند چندان مفید باشد. برای مثال، در حالی که درخصوص کیفیت بسیاری از آمارهای تهیه‌شده توسط نهادهای آماری کشور ابهام وجود دارد یا اینکه درخصوص بسیاری از حوزه‌ها از جمله محیط زیست و آب، آمار چندانی در دسترس نیست، گزارش عملکرد ارائه‌شده نیز با چالش‌های جدی روبه‌رو خواهد بود. بنابراین پیشنهاد می‌شود که مجلس شورای اسلامی مطالبه ارائه لایحه نظام آماری کشور توسط دولت را در دستور کار خود قرار دهد.

ماده واحده این طرح بیانگر آن است که برای ارائه وضعیت شاخص‌های کلان اقتصادی کشور در زمان انتقال قدرت از دولت مستقر به دولت جدید و شفاف‌سازی و اطلاع‌رسانی دقیق و صحیح به افکار عمومی، حیاتی تشکیل تا گزارش حاوی وضعیت شاخص‌های اقتصادی منتخب در چهار سال منتهی به تاریخ تحلیف رئیس جمهور منتخب در صحن علنی مجلس شورای اسلامی را تهیه و پس از تایید نسبی اعضا حداکثر تا دو هفته قبل از روز تحلیف برای قرائت در صحن علنی به مجلس و عموم مردم منتشر کنند. این هیأت ترکیبی از رئیس مجلس به‌عنوان رئیس هیأت، رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس، رئیس کمیسیون برنامه، بودجه، رئیس مرکز پژوهش‌های مجلس، رئیس دیوان محاسبات کشور به‌عنوان دبیر هیأت، وزیر اقتصاد، رئیس سازمان برنامه و بودجه، رئیس کل بانک مرکزی و دو نفر نماینده معرفی شده از سوی رئیس‌جمهور است.

همچنین یکی از حوزه‌هایی که همواره مورد انتقاد کارشناسان بوده، چالش میان بانک مرکزی و مرکز آمار در ارائه آمارهای قابل استناد بوده است. این تناقض آماری خود را در آمارهای مربوط به نرخ تورم، میزان ذخایر ارزی، میزان بیکاری و... خود را نشان داده است. به گفته مرکز پژوهش‌ها، مراجع مختلفی آمار تهیه و منتشر می‌کنند که امکان انتخاب بین مراجع مختلف می‌تواند زمینه برخورد سیاسی و سلیقه‌ای با آمارها را فراهم کند. مثلاً در حال حاضر ضرب جینی و درآمد سرانه توسط دو نهاد بانک مرکزی و مرکز آمار تهیه و منتشر می‌شود که تفاوت‌های قابل توجهی با یکدیگر دارند.

اصلی این طرح، شفاف‌سازی و ایجاد نوعی نظم برای جلوگیری از ارائه نظرات متضاد از سوی مسئولان در دولت‌های مختلف بوده است. هرچند اعداد و ارقام قانع‌کننده به نظر می‌رسند، اما به همان اندازه گمراه‌کننده نیز هستند. تا زمانی که مردم تغییراتی را که بیان می‌شود احساس نکنند، آمارهای منتشرشده را مردود شمرده و اعتنایی به آن نمی‌کنند. برای مثال، زمانی که آمارها بیانگر بهبود وضعیت اقتصاد کلان هستند در صورتی که چنین فضایی وجود ندارد، اعتماد به آمارها به مرور از بین می‌رود. در ایران نیز درستی و نادرستی آمار همواره محل بحث بوده است. مثلاً آمارهای منتشرشده درباره شاخص‌های کلان اقتصادی یک آمار بوده، اما زمانی که دولت دیگری بر سر کار آمده آمار همان شاخص‌های اقتصادی در همان سال‌ها به‌صورت چشمگیری تغییر کرده است.

هرچند که مجلس تلاش‌هایی در جهت شفاف شدن شاخص‌های اقتصادی در پایان هر دولت انجام داده است، اما گزارش مرکز پژوهش‌ها معتقد است که انجام چنین اقداماتی بدون اصلاح نظام آماری کشور امکان‌پذیر نخواهد بود. به‌صورت کلی می‌توان گفت که آمارها در ایران شفاف نیستند. به عبارت دیگر، اعداد و ارقام ارائه‌شده از نهادهای رسمی یکی از مستندترین ابزار برای رد یا قبول یک پدیده محسوب می‌شوند؛ این در حالی است که آمارها در ایران همواره درگیر تناقضات بوده‌اند. گاهی اوقات گفته می‌شود که یکی از دلایل اصلی تناقص در آمارهای ایران، بی‌اعتمادی به نهادهای دولتی و رسمی است. بنابراین به‌دست آوردن اطلاعات برای ارائه آمار شفاف خود دچار مشکل است. اما همواره برای کسب اطلاعات چنین معضلی وجود ندارد. از طرفی همواره گفته می‌شود که مسئولان در موقعیت‌هایی که ذی‌نفع هستند، امکان دستکاری در آمارها را دارند و از آن در راستای منافع خود استفاده می‌کنند. دلیل سومی هم که برای نبود آمار شفاف در کشور بیان می‌شود، عدم تخصص در استفاده از ابزارهای مختلف و نبود پشتیبانی پژوهشی در آمارهاست. دلیل ارائه نشدن آمارهای شفاف و مستحکم هرچه که باشد، تکرار این امر در طول سال‌های متمادی موجب پدیده‌ای تحت عنوان تشویش آماری و بی‌اعتمادی مردم نسبت به آمارها شده است.

مطالبه لایحه آماری از سوی دولت

مرکز پژوهش‌ها در گزارش خود می‌گوید که یکی از پیش‌نیازهای ارائه گزارش‌های آمار دقیق و قابل اتکا، وجود یک نظام آماری جامع و کارآمد در کشور است. شواهد این گزارش نشان می‌دهد که نظام آماری ایران در

فرصت امروز: اقتصاد ایران در سال‌های گذشته دچار تشویش آماری شده و اختلاف آماری میان مرکز آمار و بانک مرکزی باعث سردرگمی آماری و تشتت روایت‌ها شده است؛ تا جایی که مثلاً بانک مرکزی از رشد اقتصادی مثبت در سال ۱۳۹۹ خبر می‌دهد، اما مرکز آمار این رشد را منفی اعلام می‌کند، با اینکه اعداد و ارقام معمولاً سراسرست‌ترین روایت را از وضعیت اقتصادی ارائه می‌دهند، اما در اقتصاد ایران، تعارض آماری میان مرکز آمار و بانک مرکزی، این‌روایت صریح و صحیح آماری را از سیاست‌گذاران و پژوهشگران دریغ کرده است. طبق قانون، مرکز آمار ایران مرجع رسمی تهیه، اعلام و انتشار آمارهای رسمی کشور است، اما اقتصاد ایران در این سال‌ها شاهد دو مرجع آماری برای ارائه اطلاعات اقتصادی بوده و این موضوع باعث شده تا کارشناسان و دولتمردان برای دسترسی به آمارهای اقتصادی مطمئن، چالش‌های متعددی را تجربه کنند؛ چراکه تعارض آماری میان آمارهای مرکز آمار و بانک مرکزی به ارائه دو تصویر متفاوت از اقتصاد ایران منتهی می‌شود و طبیعتاً فرصت برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری را از دولت سلب می‌کند.

نتایج یک گزارش رسمی نشان می‌دهد که شفافیت در شاخص‌های اقتصادی در پایان هر دولت بدون اصلاح نظام آماری کشور امکان‌پذیر نخواهد بود. با اینکه مجلس شورای اسلامی در فروردین سال گذشته طرحی را برای شفافیت شاخص‌های اقتصادی در پایان هر دولت تصویب کرد، اما طبق ارزیابی مرکز پژوهش‌ها، رسیدن به چنین هدفی در گروی پیش‌نیازهایی از جمله اصلاح نظام آماری است. بنابراین تا زمانی که نظام آماری کشور اصلاح نشود، شفافیت در شاخص‌های اقتصادی حاصل نخواهد شد.

تشویش آماری در اقتصاد ایران

هر تحلیل اقتصادی منشأ آماری دارد و اساساً بدون یک نظام آماری جامع و معتبر، سیاست‌گذاری در نظام تصمیم‌گیری کشور با غیرممکن بوده یا به بیراهه خواهد رفت. در حال حاضر تشویش آماری گریبان آمار اقتصادی کشور را گرفته و همین امر موجب شده تا اعتماد عمومی به آمارها کاهش یابد. از همین رو، طرحی با عنوان تبیین وضعیت شاخص‌های اقتصادی در پایان هر دولت در اولین روز تابستان ۱۴۰۰ به تصویب کمیسیون اقتصادی مجلس رسید. طبق مقدمه توجهی این طرح، برحسب تجربه با انتقال قدرت از دولت به دولتی دیگر، درباره شاخص‌های مربوط به عملکردها اطلاعات غیرواقعی و غیردقیق مطرح می‌شود و هدف

قیمت‌های تازه در بازار مسکن پایتخت

صاحب‌خانه‌ها دست بالا را گرفتند

قیمت‌های پیشنهادی سامانه مذکور تا متری ۵۷ میلیون تومان بالا رفته بود که پس از آن به تدریج روند نزولی به خود گرفت و تا حدود ۵۰ میلیون تومان در اواخر سال ۱۴۰۰ رسید. با این حال، آمارها از رشد نسبی قیمت‌ها در دو ماهه ابتدای امسال حکایت دارد. تحولات بازار مسکن شهر تهران در یک ماه اخیر از عواملی همچون تلاش برای حفظ سرمایه‌ای از طریق خرید دارایی‌های ثابت، انتظارات تورمی و رشد قیمت نهادهای ساختمانی نشأت گرفت. براساس آمارهای رسمی بانک مرکزی، از بهمن سال گذشته تاکنون قیمت مسکن در تهران ۱۰ درصد افزایش یافته و به ۳۶ میلیون و ۳۵۰ هزار تومان در هر متر مربع رسیده است. تنها از فروردین تا اردیبهشت ماه نیز قیمت مسکن در تهران ۶٫۱ درصد افزایش داشته است. در کل کشور نیز طبق اطلاعات مرکز آمار، قیمت‌ها با دو تغییر در ماه‌های اردیبهشت و خرداد مواجه شد. تورم ماهیانه مسکن کل کشور در اردیبهشت ۲٫۵ درصد و در خرداد ۲٫۳ درصد اعلام شد. درخصوص نرخ مصالح ساختمانی هم آمار زمستان ۱۴۰۰ گویای رشد سالانه ۵۵ درصدی قیمت‌هاست. تورم نهادهای ساختمانی در کنار رکود معاملات مسکن به شکل افت ساخت و ساز بروز پیدا کرد. در سال ۱۴۰۰ تعداد پروانه‌های ساختمانی صادر شده شهر تهران نسبت به سال قبل از آن ۱۸٫۵ درصد کاهش یافت. در همین زمینه، علیرضا ذوالفقاری، کارشناس بازار مسکن با بیان اینکه قشر متوسط جامعه توان خرید مسکن را از دست داده است، می‌گوید: هم‌اکنون در اقتصاد کشور با شرایط تورمی مواجهیم و مسکن هم از این شرایط متأثر شده است. قشر متوسط به عنوان متقاضی موثر خرید خانه،

قیمت‌های تازه در بازار مسکن پایتخت

بانک نامه

پیام مذاکرات احیای برجام به بازار ارز

دلار کانال عوض کرد

به دنبال انتشار اخبار مثبت از مذاکرات پیرامون احیای برجام، دلار کانال عوض کرد و به محدوده ۳۰ هزار تومان رسید. قیمت سکه نیز افت ۵۵۰ هزار تومانی را تجربه کرد و در ابتدای کانال ۱۴ میلیون تومان ایستاد. در معاملات روز دوشنبه ۶ تیرماه، قیمت دلار در بازار آزاد (تا لحظه تنظیم این گزارش) به حدود ۳۰ هزار و ۵۰۰ تومان رسید و این در حالی است که در ابتدای معاملات در کانال ۳۱ هزار تومان قرار داشت.

گزارش‌های میدانی نشان می‌دهد با سفر جوزپ بورل، مسئول سیاست خارجی اتحادیه اروپا به تهران و اعلام خبر ادامه مذاکرات هسته‌ای در این هفته، مراجعه فروشندگان به بازار ارز افزایش یافته و در مقابل صرافی‌ها صف فروش شکل گرفته است. بدین ترتیب، شاخص ارزی تحرکات کاهشی جدیدی را آغاز کرد و تا عصر دوشنبه به میانه کانال ۳۰ هزار تومان در بازار آزاد رسید. قیمت سکه نیز دیروز کاهش ۵۵۰ هزار تومانی را تجربه کرد و در دو روز اخیر نزدیک به یک میلیون تومان ارزان شد. در معاملات روز دوشنبه قیمت سسکه طرح جدید با ۵۵۰ هزار تومان کاهش به ۱۴ میلیون و ۱۵۰ هزار تومان رسید. سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم نیز با قیمت ۱۳ میلیون و ۷۰۰ هزار تومان معامله شد. نیم‌سکه ۸ میلیون و ۵۰ هزار تومان، ربع‌سکه ۵میلیون و ۵۰ هزار تومان و سکه یک گرمی ۲ میلیون و ۹۵۰ تومان قیمت خورد. در بازار طلا نیز نرخ هر گرم طلای ۱۸ عیار به یک میلیون و ۳۶۸ هزار تومان رسید و قیمت هر مثقال طلا ۵ میلیون و ۹۲۸ هزار تومان شد. انس جهانی طلا هم یک‌هزار و ۸۲۸ دلار و ۵۱ سنت قیمت خورد.

ارسال بخشنامه وام ودیعه به بانک‌ها

وام اجاره از کی پرداخت می‌شود؟

وام ودیعه مسکن که با افزایش سقف مواجه شد و قرار است امسال نیز به مستاجران پرداخت شود، شیوه‌نامه پرداخت آن دیروز به بانک‌ها رفت تا پرداخت کمک ودیعه مسکن به زودی عملیاتی شود. وام کمک ودیعه مسکن از سال ۱۳۹۹ وارد شبکه بانکی کشور شد و برای امسال نیز بانک‌ها مکلف به پرداخت این تسهیلات شده‌اند. البته سقف این تسهیلات برای سال جاری در تهران ۱۰۰ میلیون، مراکز استان‌ها ۷۰ میلیون و سایر شهرها ۴۰ میلیون تومان است. همچنین دوره بازپرداخت این تسهیلات که اعطای آن از محل منابع بانکی موضوع ماده (۴) قانون جهش تولید مسکن (در سقف کلی ۴۰ هزار میلیارد تومان در سال ۱۴۰۱) انجام خواهد شد، حداکثر پنج ساله و نرخ سود آن نیز ۱۸ درصد است.

در این بین، با گذشت بیش از یک ماه از تصویب افزایش سقف ودیعه مسکن، انتقاداتی مبنی بر اینکه هنوز بخشنامه تسهیلات ودیعه مسکن برای اجرا به بانک‌ها ابلاغ نشده، مطرح شده است. اعلام بانک مرکزی حاکی از آن است که بخشنامه مربوط به وام ودیعه مسکن در ۱۰ خرداد به بانک‌ها ابلاغ شده و دستورالعمل نحوه معرفی متقاضیان از سوی وزارت راه و شهرسازی نیز بایستی پیشتر اعلام می‌شد که این موضوع روز گذشته با حضور معاون مسکن و ساختمان وزارت راه و شهرسازی و مدیران مربوطه در بانک مرکزی نهایی شد. همچنین طبق اعلام بانک مرکزی، با شیوه‌نامه‌ای که وزارت راه و شهرسازی ارائه کرد و قرار شد تا دوشنبه نهایی و به شبکه بانکی ابلاغ شود، پرداخت وام کمک ودیعه مسکن نیز به‌زودی عملیاتی می‌شود.

تحولات تورمی دهک‌ها در پایان بهار

فاصله تورمی دهک‌ها بیشتر شد

طبق گزارش‌های رسمی، افزایش هزینه برای خانوارها در ۹ دهک به بالای ۵۰ درصد رسیده که برای دهک اول به عنوان کم‌درآمدترین دهک درآمدی، ۶۴ درصد بوده است.

رخدادهای تورمی خردادماه امسال بیانگر آثار حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی از واردات کالای اساسی و تغییر روند پرداخت بارانه از واردکننده به مصرف‌کننده بوده و به همین علت، رکوردهای تازه‌ای در شاخص تورم در این ماه ثبت شده است؛ به طوری که تورم ماهانه به ۱۲٫۲ درصد و تورم نقطه به نقطه (افزایش هزینه نسبت به ماه مشابه سال قبل) با افزایش حدود ۱۳ درصدی به ۵۲٫۵ درصد رسید. همچنین تورم سالانه که چندماهی در دور کاهشی قرار داشت نرخ ۳۹٫۴ درصد را به نمایش گذاشت. حال گزارش تازه مرکز آمار از تحولات تورمی دهک‌های درآمدی نشان می‌دهد افزایش هزینه برای خانوارها در ۹ دهک (به غیر از دهک دهم) به بالای ۵۰ درصد رسیده که برای دهک اول به عنوان کم‌درآمدترین دهک درآمدی، ۶۴ درصد بوده است. بر این اساس، تورم نقطه به نقطه در دهک اول ۶۴ درصد، دهک دوم ۶۱ درصد، دهک سوم ۵۸٫۳ درصد، دهک چهارم ۵۶٫۹ درصد، دهک پنجم ۵۵٫۲ درصد، دهک ششم ۵۴٫۱ درصد، دهک هفتم ۵۲٫۸ درصد، دهک هشتم ۵۱٫۲ درصد و دهک نهم ۵۰٫۴ درصد بوده و هزینه‌ها به این اندازه نسبت به خرداد پارسال افزایش داشته است. همچنین تورم نقطه به نقطه برای دهک دهم که پردرآمدترین دهک درآمدی است، از افزایش کمتری نسبت به سایر دهک‌ها برخوردار بوده و ۴۹ درصد گزارش شده است. بر این اساس افزایش هزینه برای دهک اول ۱۵ درصد بیشتر از دهک دهم بوده است. در مقایسه با اردیبهشت‌ماه امسال، تورم نقطه‌ای برای دهک اول ۲۳ درصد رشد داشته و از ۴۱٫۲ درصد به ۶۴ درصد رسیده است. این در حالی است که برای دهک دهم این افزایش هزینه کمتر در حدود ۸ درصد بوده است؛ به طوری که از ۴۱٫۲ درصد به ۴۹ درصد افزایش پیدا کرده است. تورم سالانه نیز برای دهک اول ۴۲٫۷ درصد و در روندی کاهشی برای دهک سوم ۳۸٫۳ درصد ثبت شده است. بر این اساس، فاصله تورمی دهک‌ها به حدود ۴۰٫۴ درصد رسید که نسبت به ماه قبل یک درصد رشد کرده است.

یادآور می‌شود شاخص تورم براساس دهک‌های هزینه‌ای در ۱۰ دهک تقسیم می‌شود که دهک دهم پردرآمدترین و دهک اول کم‌درآمدترین این تقسیم‌بندی است. افراد و خانوارهای مختلف، ترکیب سبد مصرفی متفاوتی نسبت به میزان درآمد خود دارند و شاید تغییرات قیمت برای همه یکسان باشد ولی تاثیرگذاری آن برای افراد مختلف متفاوت است که در تورم دهک‌ها این اختلاف نمایان می‌شود. بر این اساس، تغییر تورم دهک‌ها بستگی به ترکیب درآمد دارد و اینکه در ماه مردنظر، کدام کالا افزایش قیمت بیشتری داشته است. مثلا وقتی خوراکی‌ها افزایش بیشتری داشته باشند، برای دهک‌های پایین‌تر، تورم بالاتری دارد ولی در برخی کالاهای دیگر متفاوت خواهد بود، مثل اتفاقی که در خردادماه امسال رخ داده است.



ترکیه و آرژانتین بیشترین رشد تورم در سال ۲۰۲۲ را تجربه می‌کنند

رتبه سوم تورم ایران

می‌کنند. حالا آنطور که مرکز آمار ایران از رخدادهای تورمی خردادماه

۱۴۰۱ گزارش داده، حذف ارز ترجیحی، تاثیر تورمی خود را در ماه گذشته گذاشته و شاخص تورم به بالاترین رقم در تاریخ اقتصاد ایران رسیده است. تقریبا یک ماه پس از حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی، گزارش مرکز آمار ایران از اثرات ویران‌کننده تورمی این سیاست حکایت دارد. هرچند تورم به عنوان بیماری مزمن و بلندمدت اقتصاد ایران، ریشه در کسری بودجه دارد، اما علت اصلی افزایش تورم در خردادماه مشخصا به حذف ارز ترجیحی و آنچه دولت به عنوان «جراحی اقتصادی» از آن یاد می‌کند، برمی‌گردد. طبق گزارش مرکز آمار، نرخ تورم ماهانه خردادماه با ثبت رقم ۱۲٫۲ درصد به بیشترین میزان از زمان محاسبه این شاخص، یعنی از ابتدای دهه ۸۰ تاکنون رسیده است. نرخ تورم نقطه‌ای نیز در خردادماه به رقم قابل توجه ۵۲٫۵ درصد رسیده که در تاریخ ایران بی‌سابقه است؛ یعنی خانوارهای کشور در خرداد امسال به‌طور میانگین ۵۲٫۵ درصد بیشتر از خرداد سال گذشته برای خرید یک «مجموعه کالاها و خدمات یکسان» هزینه کرده‌اند. همچنین تورم میانگین با ۱۲ ماهه در خردادماه به ۳۹٫۴ درصد رسیده و به نظر می‌رسد احتمالا تا پایان سال به مرز ۵۰ درصد برسد.

تغییر شیوه پرداخت ارز ۴۲۰۰ تومان، یکی از مهمترین عوامل رکوردشکنی نرخ تورم در خردادماه است که این موضوع خود را در تورم گروه خوراکی‌ها نشان می‌دهد. نرخ تورم نقطه‌ای گروه عمده «خوراکی‌ها، آشامیدنی‌ها و دخانیات» با افزایش ۳۲٫۲ واحد درصدی به ۸۱٫۶ درصد و گروه «کالاهای غیرخوراکی و خدمات» با افزایش ۲٫۸ واحد درصدی به ۳۶٫۸ درصد رسیده است. این در حالی است که نرخ تورم نقطه‌ای برای خانوارهای شهری ۵۱٫۴ درصد است که نسبت به ماه قبل ۱۲٫۲ واحد درصد افزایش داشته است. همچنین این نرخ برای خانوارهای روستایی ۵۸٫۲ درصد بوده که نسبت به ماه قبل ۱۸٫۱ واحد درصد افزایش را نشان می‌دهد. تورم ماهانه برای گروه‌های عمده «خوراکی‌ها، آشامیدنی‌ها و دخانیات» و «کالاهای غیرخوراکی و خدمات» به ترتیب ۲۵٫۴ درصد و ۴٫۴ درصد بوده است.

وزن انتظارات در سبد تورم

نرخ تورم ماهانه و نقطه‌ای در پایان فصل بهار به سطح قابل توجهی

فرصت امروز؛ نتایج یک مطالعه نشان می‌دهد که نرخ تورم ایران ۱۶ برابر تورم عربستان، بیش از ۶ برابر تورم عراق و دو برابر تورم پاکستان است. البته ایران صدرنشین جدول تورمی جهان نیست و همسایه غربی کشورمان یعنی ترکیه بیشترین رشد تورم را در هفته‌های گذشته تجربه کرده است.

بازخوردهای اقتصادی جنگ روسیه و اوکراین موجب شده تا قیمت مواد غذایی در سطح جهان افزایش یابد و همین موضوع باعث ثبت رکوردهای تورمی جدیدی شده است. با اینکه هنوز بسیاری از کشورها با تورم دورقمی فاصله دارند، اما آمارها از آغاز یک موج جدید تورمی در اقتصاد جهانی حکایت دارد؛ کما اینکه ترکیه که موج تورمی عجیبی را از چند ماه قبل تجربه می‌کند، به صدر فهرست کشورهای با بالاترین تورم رسیده و نرخ تورم ۷۰ درصد را ثبت کرده است که البته فاصله زیادی با تورم میانگین OECD (۹٫۲ درصد) دارد. آرژانتین هم در رتبه دوم قرار دارد و نرخ تورم در این کشور به ۵۸ درصد رسیده است. پس از ترکیه و آرژانتین نیز ایران با نرخ تورم ۳۵ درصد قرار گرفته که البته این آمار پیش از تورم خردادماه است. روسیه با ۱۷ درصد، پاکستان با ۱۳ درصد، لهستان با ۱۲ درصد و شیلی با ۱۰ درصد در رده‌های بعدی قرار دارند. طبق ارزیابی اتاق بازرگانی تهران، نرخ تورم آمریکا نیز به ۸٫۳ درصد و تورم منطقه یورو به ۷٫۴ درصد رسیده است. در این مدت همچنین عراق تورمی ۵٫۳ درصدی، عربستان ۲٫۳ درصدی و چین ۲٫۱ درصدی داشته‌اند. بدین ترتیب، تورم ایران در ماه آوریل ۲۰۲۲ (فروردین ماه ۱۴۰۱)، حدودا ۱۶ برابر تورم عربستان، ۶٫۷ برابر تورم عراق و ۲٫۷ برابر تورم پاکستان بوده و تورم ترکیه نیز ۱٫۹ برابر ایران بوده است.

تبعات تورمی حذف ارز ۴۲۰۰

رتبه سوم تورم ایران در جهان براساس آمارهای فروردین امسال بوده و با توجه به رکوردشکنی تورم در خردادماه مطمئنا رتبه کشورمان در به‌روزرسانی رده‌بندی تورمی جهان افزایش خواهد یافت. تورم متغیری است که نه فقط اقتصاددانان و دولتمردان بلکه همه مردم جامعه، از دهک اول تا دهک دهم درآمدی از چند و چون آن آگاهند. هرچند که ممکن است همگی آنها، تعریف دقیق و درستی از تورم نداشته باشند؛ چنانکه برخی از افراد، کاهش تورم را به اشتباه به کاهش قیمت‌ها تعبیر

تولید خودرو و افت کرد، تولیدات ناقص کاهش یافت

کارنامه بهاره خودروسازان

پارکینگ‌های خودروسازان دپو می‌شوند و تا زمانی که قطعات موردنیاز آنها تامین نشود، امکان تجاری‌سازی نخواهند داشت. سال گذشته تعداد این خودروها به بالای ۱۷۰هزار دستگاه رسید و حاشیه‌های زیادی را برای خودروسازان ایجاد کرد، به طوری که کار حتی به تشکیل پرونده قضایی علیه آنها نیز کشید. سیاست وزارت صمت در آن دوران این بود که آمار تولید خودرو ولو با محصولات ناقص، افزایش پیدا کند، اما در ادامه این سیاست تغییر کرد و وزیر صمت به خودروسازان دستور داد تکمیل و تجاری‌سازی خودروهای ناقص را در اولویت کاری خود قرار دهند. شروع سیاست جدید از زمستان سال گذشته بود و آنطور که آخرین آمارها روایت می‌کنند، در حال حاضر تعداد محصولات ناقص در هر دو خودروساز بزرگ کشور به زیر ۴۵هزار دستگاه رسیده است. بنابراین رشد تولید خودروهای کامل و حذف تدریجی ناقص‌ها می‌تواند به عنوان یک امتیاز مثبت در کارنامه بهاری خودروسازان در نظر گرفته شود، اتفاقی که به‌هرحال وزارت صمت پشت آن بوده است. در کنار این موضوع، تعهدات معوق خودروسازان نیز در مقایسه با بهار سال گذشته کاهش یافته و به تبع آن، تحویل خودروها هم رشد کرده است. بنابراین با فاکتور گرفتن از کاهش جزئی تولید و البته ایرادات کلسی که در مورد کیفیت خودروها وجود دارد، خودروسازان وابسته به دولت توانسته‌اند در سه ماه ابتدای امسال ضمن عبور نسبی از خودروهای ناقص، از تعهدات خود بکشد و تحویل را افزایش دهند. در مسئله تولید اما به نظر می‌رسد که وزارت صمت در محاسبات خود دچار اشتباه شده و همچنان بر تیراژ یک میلیون و ۶۰۰هزار دستگاهی تا پایان امسال اصرار دارد. احتمالا یکی از مواردی که نمایندگان مجلس، ذره‌بین خود را روی آن گذاشته‌اند، وعده او مبنی بر تولید یک میلیون و ۶۰۰هزار دستگاهی خودروسازان در سال جاری



دریچه

چگونه با تخلّفات در بورس‌های جهانی مقابله می‌شود؟

علیه تخلّفات بورسی

یکی از اصلی‌ترین وظایف بازارهای مالی حمایت از سرمایه‌گذاران با بهره‌گیری از شفافیت اطلاعاتی است که منجر به جلب‌اعتماد عمومی به بازار می‌شود. افزایش اعتماد عمومی نیز به بهبود سلامت بازار، قدرت نقدشوندگی و کارایی آن می‌انجامد و به همین دلیل است که شفافیت اطلاعاتی در بازارهای سرمایه، اهمیت در خور ملاحظه‌ای پیدا کرده است.

سرمایه‌گذاران همواره در تلاش برای دسترسی به منابع اطلاعاتی معتبر هستند تا با استفاده از آنها با اطمینان بالاتری اقدام به تجزیه و تحلیل بازار کرده و سرمایه‌گذاری مناسبی انجام دهند، در مقابل همواره اشخاصی در بازارهای مالی وجود دارند که برخلاف عموم سرمایه‌گذاران حرکت و تلاش می‌کنند تا با بهره‌گیری از انواع روش‌های سوءاستفاده از بازار و گمراهسازی فعالان بازارهای مالی اقدام به کسب سود کنند. در این راستا نهادهای ناظر به‌منظور جلوگیری از آسیب‌ی به فعالیت این‌گونه اشخاص به بازار و سرمایه‌گذاران وارد می‌کند، اقدام به وضع قوانین سختگیرانه‌ای کرده‌اند. بررسی اطلاعات منتشره در بورس‌های اوراق‌بهدار نشان می‌دهد متخلفان با حبس‌های بلندمدت و جرائم بسیار سنگین نقدی مواجه شده‌اند. در این راستا، مدیریت تحقیق و توسعه شرکت بورس تهران در گزارشی به «بررسی انواع روش‌های سوءاستفاده از بازار و راهکارهای مقابله با آن» پرداخته است.

براساس این گزارش، در بیشتر بورس‌های اوراق بهادار قوانینی با عنوان قوانین سوءاستفاده از بازار وجود دارد که شامل سه بخش معاملات دارندگان اطلاعات نهانی، دستکاری بازار و افشای غیرقانونی است. معاملات دارندگان اطلاعات نهانی به صورت کلی به معاملاتی گفته می‌شود که با استفاده از اطلاعاتی که در دسترس عموم قرار ندارد انجام می‌شود و دارای سه دسته پیشدستی، تقلید و انتشار اطلاعات اشتباه و خرید ارزان سهم تقسیم می‌شود. دستکاری بازار نیز به صورت ساده به مجموعه فعالیت‌هایی اطلاق می‌شود که منجر به منحرف شدن مسیر معاملات از حالت عادی به نفع متخلف است. این نوع از سوءاستفاده از بازار دارای تنوع زیادی است ولی به صورت کلی می‌توان آن را به چهار دسته هجوم، دستکاری مبتنی بر قرارداد، جعل و روش‌های قدرت بازار تفکیک کرد. متخلفان با استفاده انتشار اخبار کذب یا گمراه‌کننده در افشای غیرقانونی از بازار سود کسب می‌کنند. این روش نیز دارای سه نوع پنهان‌سازی مالکیت، تبلیغ کردن و تخریب سایبری است. بررسی‌ها حاکی از آن است که در عمل معمولاً ترکیبی از روش‌های یادشده مورد استفاده قرار می‌گیرد و کشف و اثبات آنها امری دشوار، زمانبر و پرهزینه است. مطابق آمارها در کشورهای پیشرفته همچون ایالات متحده آمریکا در مدت پنج سال اخیر تنها حدود ۲۰۰ پرونده نهایی شده است. ولی از این تعداد پرونده حدود ۸ میلیون دلار جریمه اخذ شده که نشان از شدت بر خورد با متخلفان در این بورس دارد. بورس‌های دیگر نیز به منظور کاهش انگیزه سوءاستفاده از بازار علاوه بر دریافت جرایم نقدی سنگین، متخلفان را با حبس‌های طولانی مدت نیز مواجه کرده‌اند.

رشد و توسعه بازارهای مالی همواره همراه با تنوع روش‌هایی بوده است که با استفاده از آنها برخی از فعالان منفاهی را برای خود کسب می‌کردند و این عایدی، حاصل زبان گروه دیگری از سرمایه‌گذاران بود. در این راستا قانون‌گذاران و بورس‌های اوراق بهادار تلاش فراوانی برای شناسایی این روش‌ها و وضع قوانین سختگیرانه برای مقابله با آنها کرده‌اند، چالشی که در این مسیر وجود داشته و همچنان ادامه دارد، ارائه تعریف دقیق و جامع برای چنین روش‌هایی است. ارائه تعریف دقیق، همواره بورس‌ها را با این ریسک مواجه می‌کند که متخلفان روش‌هایی جدید را کشف کنند. برای ارائه تعریف برای انواع روش‌های غیرقانونی در معاملات، تعداد زیادی از بورس‌ها از عبارت «سوءاستفاده از بازار» استفاده کرده‌اند. سوءاستفاده از بازار به شرایطی اطلاق می‌شود که در آن سرمایه‌گذاران با ناحق یا زبانی مواجه می‌شوند که به‌صورت مستقیم یا غیرمستقیم ناشی از اقدامات دیگر فعالان بازار چون انجام معاملات با استفاده از اطلاعات خارج از دسترس عموم (معاملات دارندگان اطلاعات نهانی)، منحرف‌کردن سازوکار کشف قیمت در بازار از مسیر عادی (دستکاری بازار) و انتشار اخبار کذب یا گمراه‌کننده در بازار (افشای غیرقانونی) است.

این طبقه‌بندی برای انواع روش‌های سوءاستفاده از بازار در کل اتحادیه اروپا مورداستفاده قرار می‌گیرد. بورس‌های دیگر نیز طبقه‌بندی‌های مشابهی دارند و برخی فقط دو طبقه و برخی دیگر قوانین این حوزه را در طبقات بیشتری ارائه کرده‌اند ولی به‌صورت کلی می‌توان گفت بین بورس‌ها در ارتباط با روش‌های سوءاستفاده اجماع وجود دارد و شدت برخورد آنها با یکدیگر متفاوت است. بورس‌های اوراق بهادار به‌منظور نظارت بر بازار، بررسی و جمع‌آوری دقیق مستندات لازم و انجام پیگیری‌های قانونی، واحد نظارت را به چند زیرمجموعه تقسیم می‌کنند. به‌صورت معمول واحد نظارت دارای سه زیرمجموعه با عنوان‌های نظارت بازار نقد، نظارت بازار مشتقه، همکاری و بازرسی هستند. واحد همکاری و بازرسی وظیفه جمع‌آوری مستندات، هماهنگی با مقامات قضایی و پیگیری امور را برعهده دارد. از سال ۲۰۱۶ تا پایان سال ۲۰۲۰ میلادی در ایالات متحده آمریکا حدود ۱۰میلیارد دلار جریمه نقدی بابت جرائم مربوط به سوءاستفاده از بازار دریافت شد. نکته جالب توجه اینکه این جریمه از حدود ۲۰۰ پرونده تخلف دریافت‌شده که نشان از میزان سنگینی جرائم دستکاری در این کشور دارد. در این کشور و در سال‌های یادشده و انتشار اطلاعات کذب رایج‌تر بوده‌اند و تعداد زیادی از پرونده‌ها شامل جریمه بیش از ۱۰میلیون دلار بودند. انگلستان نیز در بازه زمانی یادشده تعداد زیادی پرونده را بررسی و جریمه حدود ۲میلیارد دلاری را دریافت کرده که نشان از روش مشابه ایالات متحده در برخورد سنگین با تخلفات کشف‌شده دارد. سایر کشورهای عضو اتحادیه اروپا در این بازه زمانی حدود ۴۰۰میلیون دلار جریمه از محل سوءاستفاده از بازار دریافت کردند که فرانسه، ایتالیا و اسپانیا پس از انگلستان بیشترین میزان جرائم را به خود اختصاص داده‌اند. در اتحادیه اروپا انتشار اطلاعات کذب بیشترین تخلفی است که صورت‌گرفته و بیش از نیمی از پرونده‌ها را به خود اختصاص داده است. چین نیز در این بازه زمانی بیش از ۳۵۰پرونده تشکیل داد و حدود ۱/۴میلیارد دلار جریمه از این محل اخذ کرد. علت این امر که چین با وجود پرونده‌های تخلف بیشتر، جرائم کمتری اخذ کرده از این مسئله نشأت می‌گیرد که تنها ۱۰درصد پرونده‌های سوءاستفاده از بازار در این کشور مربوط به سرمایه‌گذاران حقوقی و حدود ۹۰درصد تخلف‌ها مربوط به سرمایه‌گذاران حقیقی بوده است. ژاپن در این سال‌ها با پرونده‌های تخلف بسیار کمتری مواجه بوده و تنها حدود ۲۰میلیون دلار جریمه از این محل اخذ شده است. البته کشورهایمانند ژاپن علاقه بیشتری به استفاده از حکم زندان برای این نوع از جرائم دارند که منجر به کاهش مبلغ جرائم نیز شده است.

شاخص بورس تهران کانال یک میلیون و ۵۰۰ هزار واحد را حفظ کرد

اولین رشد تابستانی بورس



تهران دادوستد شد. شاخص بازار اول، افزایش ۲ هزار و ۴۷ واحدی و شاخص بازار دوم، افزایش ۵ هزار و ۴۰۱ واحدی را تجربه کردند.

شرکت پالایش نفت اصفهان با ۸۶۵ واحد، پتروشیمی نوری با ۷۹۰ واحد، کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران با ۵۰۲ واحد، پتروشیمی بوعلی سینا با ۴۰۰ واحد و پالایش نفت بندرعباس با ۲۴۰ واحد بیشترین تاثیر مثبت را بر رشد شاخص کل داشتند. در سمت مقابل نیز شرکت پتروشیمی پارس با ۵۷۸ واحد، فولاد خوزستان با ۱۵۱ واحد، بانک پارسیان با ۷۱ واحد، سرمایه‌گذاری سیمان تامین با ۶۷ واحد و سیمان فارس و خوزستان با ۶۴ واحد با بیشترین تاثیر منفی بر رشد شاخص همراه شدند. گروه خودرو با ۵۸ هزار و ۵۳۷ معامله به ارزش ۴ هزار و ۷۷۹ میلیارد ریال در صدر گروه‌های بورسی نشست. همچنین گروه فلزات اساسی با ۳۲ هزار و ۳۵۱ معامله به ارزش ۳ هزار و ۲۷۱ میلیارد ریال، گروه شیمیایی با ۲۳ هزار و ۷۹۵ معامله به ارزش ۳ هزار و ۱۹۲ میلیارد ریال، گروه فرآورده‌های نفتی با ۲۱ هزار و ۲۹۸ معامله به ارزش یک هزار و ۸۱۳ میلیارد ریال و گروه بانک‌ها با ۱۸ هزار و ۵۲۳ معامله به ارزش یک هزار و ۵۵۷ میلیارد ریال در صدر برترین گروه‌ها قرار گرفتند.

در آن سوی بازار سرمایه نیز شاخص کل فرابورس با افزایش ۲.۸۹ واحدی به رقم ۲۰ هزار و ۲۵۰ واحد رسید. در این بازار بیش از ۴ میلیارد و ۶۰۵ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش یک میلیون و ۲۴۵ هزار و ۳۳۹ میلیارد ریال دادوستد شد. شرکت پتروشیمی زاگرس با ۲۳ واحد، پتروشیمی تندگویان با ۵،۶ واحد، بانک دی با ۳،۹ واحد، صنعتی مینو با ۳،۲ واحد و حمل و نقل گهر تابر سیرجان با ۳ واحد بیشترین تاثیر مثبت را بر رشد شاخص داشتند. همچنین شرکت سنگ آهن گهر زمین با ۱۳ واحد، سرمایه‌گذاری صبا تامین با ۷ واحد، گروه توسعه مالی مهر آیندگان با ۶ واحد، مجتمع جهان فولاد سیرجان با ۳،۱۵ واحد و داروسازی دانا با ۳ واحد با تاثیر منفی بر شاخص فرابورس همراه شدند.

ارزی در معاملات روز گذشته کانال عوض کرد و به محدوده ۳۰ هزار تومان رسید. قیمت سکه نیز دیروز افت ۵۵۰ هزار تومانی را تجربه کرد و در ابتدای کانال ۱۴ میلیون تومان قرار گرفت. سکه همچنین در دو روز اخیر بیش از یک میلیون تومان کاهش قیمت را تجربه کرد. این نوسان قیمتی در تالار شیشه‌ای به طور واضح‌تری به چشم می‌خورد؛ به طوری که ارزش دادوستدهای خرد سهام در روزهای گذشته با کاهش چشمگیری مواجه شده و در سطح کمتر از ۴ هزار میلیارد تومان قرار دارد.

شاخص بورس تهران پس از آنکه بازدهی منفی ۲،۵ درصدی را در خردادماه تجربه کرد، در اولین روز فصل تابستان (چهارشنبه اول تیرماه) بیش از ۶ هزار واحد، در دومین روز معاملاتی تابستان (شنبه ۴ تیرماه) نزدیک به ۱۳ هزار واحد و در سومین روز معاملاتی تابستان (یکشنبه ۵ تیرماه) حدود ۱۸ هزار واحد کاهش ارتفاع داد و با ریزش حدود ۴۰ هزار واحد در این سه روز تا رقم یک میلیون و ۵۰۱ هزار واحد عقب رفت. در جریان معاملات روز گذشته (دوشنبه ۶ تیرماه) نیز شاخص کل بورس با رشد کم‌رقم ۲ هزار واحدی مواجه شد و با ایستادن در ارتفاع یک میلیون و ۵۰۴ هزار واحد، کانال یک میلیون و ۵۰۰ هزار واحد را حفظ کرد. به این ترتیب، نماگر اصلی تالار شیشه‌ای که در روز یکشنبه هفته جاری تا رقم یک میلیون و ۵۰۱ هزار واحد سقوط کرده بود، در معاملات روز گذشته با رشد بیش از ۲ هزار واحدی در این کانال ماندگار شد. نکته اینکه در این روز برخلاف شاخص کل، شاخص هم‌وزن کاهش یافت و این در حالی است که در روزهای معاملاتی قبل عمده‌تا شاخص هم‌وزن افزایش و شاخص کل کاهش یافته بود.

الاکلنگ شاخص کل و هم‌وزن

در جریان معاملات روز دوشنبه ۶ تیرماه، شاخص کل بورس با افزایش ۲ هزار و ۷۴۱ واحدی به رقم یک میلیون و ۵۰۴ هزار واحد و شاخص هم‌وزن با ۳۸۸ واحد کاهش به رقم ۴۱۷ هزار و ۲۹۵ واحد رسید. در سومین روز کاری هفته بیش از ۶ میلیارد و ۳۹۰ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۳۹ هزار و ۹۷۸ میلیارد ریال در بورس اوراق بهادار

فرصت امروز: هرچند به نظر می‌رسید با تشدید انتظارات تورمی و رشد قیمت دلار، محرکی برای رونق معاملات سهام فراهم باشد، اما این احتمال با سفر جوزپ بولر، مسئول سیاست خارجی اتحادیه اروپا به تهران و اعلام رسمی ادامه مذاکرات وین رنگ باخت. قیمت دلار نیز همزمان با قوت گرفتن اخبار پیرامون احیای برجام، تحرکات کاهشی جدیدی را در این هفته آغاز کرد و در بازار آزاد تهران به مرز ۳۰ هزار تومان نزدیک شد. نتیجه این وضعیت در تالار شیشه‌ای، تشدید رخوت و خمودی و افزایش شتاب خروج سهامداران حقیقی و حقوقی است؛ کما اینکه شاخص بورس تهران در سه روز معاملاتی نخست تیرماه حدود ۴۰ هزار واحد ریخت و یک کف کانال ۱،۵ میلیونی رسید. این در حالی است که تا حوالی همین یک ماه پیش شاخص کل بورس به کانال ۱،۶ میلیونی رسیده بود و در صدر بازدهی بازارهای مالی قرار داشت.

با وجود این شروع خوب در تالار شیشه‌ای اما از روزهای آخر اردیبهشت ورق بورس برگشت و از فردای روز ۲۷ اردیبهشت که شاخص کل بورس تهران پس از حدود ۲۰ ماه موقتاً به مقاومت یک میلیون و ۶۰۰ هزار واحدی رسید، دوره اصلاح بورس کلید خورد. این روند نزولی در میان بیم و امید بورس‌بازان تا آخرین روز خرداد ادامه داشت و شاخص کل بورس در نهایت با افت ۲،۵ درصدی به کار خود در این ماه پایان داد. بدین ترتیب، نماگر اصلی تالار شیشه‌ای با ایستادن در ارتفاع یک میلیون و ۵۳۹ هزار واحد به رشد ۱۲ درصدی در پایان معاملات فصل بهار بسنده کرد.

افت دمای بورس در تیرماه

بازارهای مالی این روزها وضعیت پرنوسانی را تجربه می‌کنند و در حالی که قیمت دلار در روندی صعودی تا همین انتهای هفته گذشته در محدوده ۳۲ هزار تومان سیر می‌کرد، حالا با سفر مسئول سیاست خارجی اتحادیه اروپا به تهران و اعلام ازسرگیری مذاکرات پیرامون احیای برجام، مسیر سراسشیبی قیمتی را دنبال می‌کند. به طوری که با مخابره سیگنال‌های مثبت از مذاکرات هسته‌ای، مراجعه فروشندگان به بازار ارز افزایش یافته و در مقابل صرافای صاف فروش شکل گرفته است. بدین ترتیب، شاخص

یک کارشناس بازار سرمایه بر این باور است که اگر مذاکرات به نتیجه برسد، فاصله ارز نیما و بازار آزاد کاهش یابد و تکلیف واگذاری سایپا و ایران خودرو روشن شود، روند حرکت بازار صعودی خواهد شد. روزبه ریزی با اشاره به وضعیت بازار سرمایه در بهمن ماه سال گذشته به ایسنا، می‌گوید: شاخص کل بورس در بهمن ماه پارسال در محدوده یک میلیون و ۲۰۰ هزار واحد قرار گرفت. در آن روزها بازار در اوج ناامیدی قرار داشت، حجم معاملات به شدت کاهش یافته و بازار خود را از ترکش‌های بودجه ترمیم نکرده بود.

او با تاکید بر اینکه انتظار می‌رفت دولت از بازار سرمایه حمایت تمام قد داشته باشد، توضیح می‌دهد: اما نه تنها در فصل بودجهریزی این اتفاق رخ نداد بلکه حتی صحبت از مالیات بر صادرات شرکت‌ها شد. نرخ گاز به بازار شوک بدی را وارد کرد و باعث کشمکش‌هایی بین سازمان، شرکت‌ها و دولت شد. این عوامل در کنار ریزش قیمت دلار باعث شد شاخص کل به یک میلیون و ۲۰۰ هزار واحد برسد. اما در این نقطه امیدى در حال شکل‌گیری بود. صحبت از توافق شد، نرخ دلار شروع به رشد کرد، حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی استارت خورد و منجر به چشم‌اندازی تورمی شد. به گفته وی، آغاز جنگ روسیه و اوکراین باعث افزایش قیمت انرژی و ارزش کامودیتی شد و بازار رشد خود را به صورت آهسته و پیوسته آغاز کرد و به محدوده یک میلیون و ۶۰۰ هزار واحد رسید. بازار در آن نقطه نیاز به محرک‌هایی داشت که بتواند تصمیم بگیرد رشد خود را ادامه دهد یا خیر. در این نقطه P/E TTM بازار به بالای ۹ واحد رسیده بود؛ در حالی که این شاخص در بهمن ماه که بازار در کف قرار داشت، در محدوده ۷،۵ واحد بود. P/E ۲۴۰ شرکت تولیدکننده در بهمن به کمتر از ۵ واحد رسیده بود؛ در حالی که در حال حاضر در محدوده ۶،۵ واحد است. بررسی تاریخی

آیا بورس تهران دوباره صعود می‌کند؟

تالار شیشه‌ای در انتظار محرک‌ها

خوش‌یمن نیست، مخصوصاً برای سهامدارانی که به رشد دلار در بازار آزاد دل بسته بودند؛ در حالی که نرخ نیما روی شرکت‌های بورسی تاثیرگذار است و تا زمانی که بین نرخ نیما و نرخ آزاد فاصله وجود دارد باعث می‌شود شرکت‌ها نتوانند بازدهی قابل توجهی خلق کنند زیرا هزینه‌های عمومی شرکت‌ها با توجه به تورم رشد قابل توجهی داشته است، اما ناچار هستند نرخ‌های فروش خود را چه به صورت دستوری و چه به عنوان تنها راه قانونی در محدوده ۲۵ هزار تومان که سامانه نیما است بفروشند.

شریعتی با اشاره به قیمت‌ها در بازارهای جهانی بیان می‌کند: بازار جهانی شرایط پیچیده‌ای پیدا کرده و رفتار غرب در اوکراین قابل توجه است. روسیه عقب نشسته است و با بالا و پایین کردن عرضه گاز، اروپا را به سمت انرژی زغال‌سنگ سوق دهد. رشد تورم و در عین حال رشد قیمت بهره در کشورهای توسعه یافته چشم‌انداز رکود تورمی را رقم زده است و کشورها تصمیم گرفتند به صورت از پیش تعیین شده و خودخواسته این رکود را ایجاد کنند که قابلیت کنترل داشته باشد. این اطمینان برای اروپایی‌ها ایجاد شده که ممکن است جنگ روسیه و اوکراین ادامه‌دار باشد و این اتفاق روی قیمت‌های جهانی تاثیر گذاشته است.

او با بیان اینکه اگر محرک‌های بازار روند مثبتی باشند، وضعیت بازار نیز رو به بهبود حرکت خواهد کرد، می‌گوید: به نتیجه رسیدن توافق مهمترین محرک است. همچنین واگذاری سایپا و ایران خودرو می‌تواند رنگ متفاوتی به بازار دهد. با توجه به اینکه در فصل مجمع قرار داریم، تقسیم DPS از سوی شرکت‌های بزرگ می‌تواند محرکی باشد تا شاخص به ۱،۶ میلیون واحد برسد. رکود در بازار جهانی منجر به اصلاح صنعت کامودیتی می‌شود اما این اصلاح عمده‌تا برای محصولات مارچینال است و روی برخی محصولات مانند فولاد تاثیری ندارد.

حل مشکل عدم تداوم در بازاریابی محتوا



به قلم: تیموتی کار تر
کارشناس بازاریابی و تبلیغات
ترجمه: علی آل علی

بازاریابی بدون عنصر تداوم برای هر برندی مشکل‌ساز می‌شود. اینکه شما هزینه زیادی در عرصه بازاریابی کرده و در نهایت نیز هیچ بازگشت سرمایه‌ای نداشته باشید، کابوسی تمام عیار است. چنین امری از یکسو شما را با انتظارات فزاینده مشتریان تنها گذاشته و حتی توانایی پاسخگویی حداقلی به این انتظارات را نیز پیدا نمی‌کنید. نکته مهم دیگر اینکه شما برای توسعه روابطتان با دیگر برندها در بازار نیز با مشکل رو به رو می‌شوید. امروزه کمتر برندی مایل به همکاری با یک همکاری بی‌نهایت ضعیف در حوزه بازاریابی محتواست.

محتوای بازاریابی شما در هر فرمتی باید همیشه به خوبی برای مخاطب هدف طراحی و در دسترس آنها قرار گیرد، در غیر این صورت شاید شما هرگز فرصت تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را پیدا نکرده و شانس‌تان در این میان به طور قابل توجهی کاهش پیدا کند. این

نکته می‌تواند شما را حتی بدل به برندی کلیشه‌ای نیز سازد. این روزها در بازار بی‌نهایت برند کلیشه‌ای وجود دارد که مشتریان حتی یک ثانیه هم به آنها توجه نمی‌کنند. درست به همین دلیل شما باید خیلی خوب شرایط مورد نظر را در خاطر داشته و به دنبال پرهیز از چنین تجربه‌ای برای مشتریان باشید.

برخی از برندها در زمینه مشکل عدم تداوم محتوای نامناسب برای کاربران تولید می‌کنند. برخی دیگر نیز حتی بهترین محتوای ممکن را نیز در زمان نادرست بارگذاری کرده و شانس‌شان برای بهبود روند بازاریابی را به طور کامل از بین می‌برند. این امر می‌تواند برای شما دردسر زیادی به همراه داشته و حتی شرایطتان را نیز به طور کامل متفاوت سازد. اگر شما به دنبال شیوه‌هایی حرفه‌ای برای رهایی از مشکل عدم تداوم در حوزه بازاریابی محتوا هستید، نکات این مقاله می‌تواند به شما کمک زیادی برای بهبود شرایطتان کند. این امر در بسیاری از مواقع به شما برای حضور بهتر در بازار کمک خواهد کرد.

در ادامه برخی از مهمترین نکات در این راستا را مرور خواهیم کرد.

برنامه‌ریزی دقیق

شما قرار نیست در عرصه بازاریابی همین طور بی‌دلیل برای خودتان

تولید محتوا کرده، هر زمانی آن را بارگذاری کنید و در نهایت انتظار بازخوردهای مناسب از سوی کاربران را نیز داشته باشید. در بسیاری از مواقع اینکه شما به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف هستید، می‌تواند برای شما دردسرهای زیادی به همراه داشته و حتی کارتان را نیز دشوار سازد. درست به همین دلیل شما باید برای خودتان یک برنامه دقیق برای تولید محتوا و زمان بارگذاری‌اش داشته باشید، در غیر این صورت شاید مشکلات بی‌پایانی در رابطه با مسئله برنامه‌ریزی محتوا پیدا کنید.

استفاده از اتوماسیون

استفاده از اتوماسیون می‌تواند برای شما دردسرهای زیادی به همراه داشته و شانس شما را نیز در این میان به طور کامل کاهش دهد. یادتان باشد در این میان شما برای بهبود روند تولید محتوا می‌توانید کارتان را به بهترین شکل ممکن ارتقا دهید. این امر در بسیاری از مواقع به شما برای تولید محتوا کمک می‌کند. اتوماسیون کارهای ساده و معمولی را برای شما ساده‌سازی می‌کند. به این ترتیب دیگر نیازی به نگرانی نسبت به نحوه تولید محتوا یا تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نخواهد بود. این امر به شما فرصت بسیار خوبی برای جلب رضایت

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

برابر رای شماره ۱۴۰۱۶۰۳۲۴۰۹۰۰۰۷۵۸-۱۴۰۱۶۰۳۲/۱۶-۱۴۰۱/۰۳/۱۶ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی پوشهر تصرفات مالکانه و بلامعارض متقاضی خاتم مکيه جعفری فرزند راشد بشماره شناسنامه ۱۲۱۹ صادره از پوشهر به شماره ملی ۳۵۰۰۹۵۷۶۰۹ در قسمتی از شش دانگ یک باب ساختمان به مساحت ۸۵/۳۵ متر مربع پلاک ۴ فرعی از: ۲۶۶۴ اصلی مفروزی و مجزا شده از واقع در بخش دو پوشهر خریداری از مالک رسمی گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید، ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مرجع قضایی تقدیم نمایند، بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۰۴/۰۷
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۰۴/۲۲
رئیس اداره ثبت اسناد و املاک شهرستان پوشهر- شکراله سعادتى
شناسه آگهی ۱۳۴۱۸۸۲
۳۵۲

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

برابر رای شماره ۱۴۰۱۶۰۳۱۸۶۰۳۰۰۳۳۸۰-۱۴۰۱۶۰۳۱۸/۲۲/۲۷ مورخ ۱۴۰۱/۰۲/۲۷ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ناحیه ۲ رشت، تصرفات مالکانه بلامعارض آقای علی شریفی بداغی فرزند مرحوم احمد به شماره شناسنامه ۱۶۵۱ صادره از خمام در قریه شالکو در سه دانگ مشاع از ششدانگ اعیان باتضام یک دانگ مشاع از ششدانگ عرصه یک قطعه زمین مشتمل بر بنای احدائی به مساحت ۷۶/۰۵ متر مربع پلاک فرعی ۴۱۴۴۷ از اصلی ۷۷ مفروز مجزی از پلاک ۱۶۶ از اصلی ۷۷ واقع در بخش چهار رشت خریداری از مالک رسمی آقای عیسی حسین پور سادات نصب محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۰۳/۲۳
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۰۴/۰۷
رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه دو رشت- سعید بدوی
۳۱۵

آگهی ابلاغ مفاد رای موضوع ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی

براساس موجب رای شماره ۱۴۰۰۶۰۳۰۱۰۵۴۰۰۱۲۸۷ مورخ ۱۴۰۰/۰۸/۱۱ صادره از هیئت حل اختلاف موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی مصوب ۹۰/۰۹/۲۰ مستقر در اداره ثبت اسناد و املاک جنوب شرق تصرفات مفروزی مالکانه آقای محمد غمیلویی گلوچه فرزند قلندر متقاضی پرونده کلاسه ۱۴۰۰۲۴۴۹۶۴۸-۱۴۰۱۱۴۴۰۱۰۵۴۰۰۰۰۲۴ نسبت به یک قطعه زمین با بنای احدائی در آن به مساحت ۵۵/۳۰ متر مربع قسمتی از پلاک ثبتی ۴۴۱۸ اصلی واقع در بخش ۷ تهران مورد ذیل ثبت صفحه ۲۹ دفتر ۶۲۲ ثبت گردیده. مراتب از نظر اطلاع ذوی الحقوق و شرکا مشاعی پلاک فوق در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز در روزنامه آگهی می گردد. طبق قانون فوق الاشاره کسانی که به مالکیت و تصرفات مفروزی متقاضی اعتراض دارند می توانند از تاریخ انتشار آگهی ظرف مدت دو ماه اعتراض خود را به مراجع قضائی تسلیم نمایند بدیهی است پس از انقضای مهلت قانونی عدم وصول واخواهی نسبت به صدور سند مالکیت مفروزی به مساحت و حدود بالا به نام نامبرده اقدام خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۳/۲۳
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۴/۷
گرجی زاده- سرپرست اداره ثبت اسناد و املاک خاوران تهران
شناسه آگهی ۱۳۳۳۳۸۸

آگهی ابلاغ مفاد رای موضوع ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی

براساس موجب رای شماره ۱۴۰۰۶۰۳۰۱۰۵۴۰۰۱۲۲۰ مورخ ۱۴۰۰/۰۷/۲۵ صادره از هیئت حل اختلاف موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی مصوب ۹۰/۰۹/۲۰ مستقر در اداره ثبت اسناد و املاک جنوب شرق تصرفات مفروزی مالکانه سازمان نوسازی شهر تهران بشناسه ۱۴۰۰۲۴۴۹۶۴۸-۱۴۰۱۱۴۴۰۱۰۵۴۰۰۰۰۲۱ نسبت به یک قطعه زمین با بنای احدائی در آن به مساحت ۳۰/۴۳ متر مربع قسمتی از پلاک ثبتی ۴۴۱۸ اصلی واقع در بخش ۷ تهران مورد ذیل ثبت صفحه ۳۳۱ دفتر ۲۵۴۳ ثبت گردیده. مراتب از نظر اطلاع ذوی الحقوق و شرکا مشاعی پلاک فوق در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز در روزنامه آگهی

آگهی ابلاغ مفاد رای موضوع ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی

براساس موجب رای شماره ۱۴۰۰۶۰۳۰۱۰۵۴۰۰۱۲۸۶ مورخ ۱۴۰۰/۰۸/۱۱ صادره از هیئت حل اختلاف موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی مصوب ۹۰/۰۹/۲۰ مستقر در اداره ثبت اسناد و املاک جنوب شرق تصرفات مفروزی مالکانه سازمان نوسازی شهر تهران بشناسه ۱۴۰۰۲۴۴۹۶۴۸-۱۴۰۱۱۴۴۰۱۰۵۴۰۰۰۰۲۲ نسبت به یک قطعه زمین با بنای احدائی در آن به مساحت ۲۷ متر مربع قسمتی از پلاک ثبتی ۴۴۱۸ اصلی واقع در بخش ۷ تهران مورد ذیل ثبت صفحه ۳۸۹ دفتر ۶۵۹ ثبت گردیده. مراتب از نظر اطلاع ذوی الحقوق و شرکا مشاعی پلاک فوق در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز در روزنامه آگهی می گردد. طبق قانون فوق الاشاره کسانی که به مالکیت و تصرفات مفروزی متقاضی اعتراض دارند می توانند از تاریخ انتشار آگهی ظرف مدت دو ماه اعتراض خود را به مراجع قضائی تسلیم نمایند بدیهی است پس از انقضای مهلت قانونی عدم وصول واخواهی نسبت به صدور سند مالکیت مفروزی به مساحت و حدود بالا به نام نامبرده اقدام خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۳/۲۳
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۴/۷
گرجی زاده- سرپرست اداره ثبت اسناد و املاک خاوران تهران
شناسه آگهی ۱۳۳۳۳۸۴



سازمان آگهی‌ها
۸۸۹۳۶۶۵۱

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان گیلان
اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک سنگر
هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

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

برابر رای شماره ۱۴۰۰۶۰۳۱۸۰۱۸۰۰۳۵۳۶-۱۴۰۰۶۰۳۱۸/۱۵ مورخ ۱۴۰۰/۰۸/۱۵ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک سنگر تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی فریدون فروزنده بازقلعه فرزند مسیب بشماره ملی ۶۵۳۹۷۵۳۱۹۵ در ششدانگ یک باب خانه و محوطه و اعیان دیگر به مساحت ۶۱۵/۲۶ متر مربع با کاربری مسکونی و وجود حقوق ارتفاقی مجزی شده از پلاک ۱۰۰ فرعی از سنگ ۱۵ اصلی واقع در بازقلعه بخش ۱۲ گیلان، که برای آن پلاک شماره ۱۸۷ فرعی در نظر گرفته شده محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۰۴/۰۷
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۰۴/۲۲
علی کاظمی پاکدل - رئیس ثبت اسناد و املاک
۳۵۲

مدیر عامل شرکت توزیع برق مازندران عنوان کرد:

اختار قطع برق به ۱۴ دستگاه اجرایی



ساری – دهقان : مهندس سید کاظم حسینی کارنامی در جلسه قرارگاه عملیاتی گذر از اوج بار ۱۴۰۱ شرکت توزیع برق مازندران با بیان اینکه براساس مصوبه هیات دولت ، ادارات باید ۲۰ درصد مصرف برق خود را در ساعات اداری کاهش و در ساعات غیر اداری ۶۰ درصد کاهش مصرف داده باشند و نسبت به سال گذشته ۷۰ درصد در ساعات اداری و ۴۰ درصد در ساعات غیر اداری مصرف کنند گفت : تاکنون به ۱۴ اداره کل اختار قطع برق داده شده و در هفته جاری در صورت عدم رعایت مصرف ، برق این دستگاهها قطع خواهد شد .

وی افزود : علی‌رغم تاکیدات مکتوب و مراجعه حضوری ممیزان انرژی این شرکت ، در جهت رعایت موضوع اقدام کافی از سوی این دستگاهها در مدیریت مصرف برق صورت نپذیرفت ، لذا مطابق ابلاغیه‌ها صادره ، به آن سازمان ها اختار داده شد نسبت به کاهش مصرف برق اقدام نمایند و در صورت استنکاف مطابق تبصره ۳ بند ۲ مصوبه مذکور ، این شرکت نسبت به قطع برق آن دستگاه اقدام خواهد کرد .

فرمانده سپاه صاحب الامر(عج)استان قزوین: سپاه ویسیج با تمام ظرفیت و توان خود در کنار صنعت آب و برق استان ایستاده است



قزوین– خبرنگار فرصت امروز: سردار سرتیپ پاسدار رفیعی آتانی فرمانده سپاه حضرت صاحب الامر(عج) استان قزوین در همایش سراسری آموزش و توانمندسازی بیش از ۲۰۰ نفر از فرماندهان ، بسیجیان ، اعضای شورای حوزه ها ، پایگاههای مقاومت بسیج ، مربیان و سرگروه های صالحین سازمان بسیج ادارات و کارمندان و مدیران و معاونین صنعت آب وبرق استان که در سالن اجتماعات شرکت توزیع نیروی برق استان قزوین برگزار گردید، گفت: سپاه ویسیج با تمام ظرفیت و توان خود در کنار صنعت آب و برق استان ایستاده است. سردار رفیعی آتانی با اشاره به ضرورت اقدام و همت جهادی همگنی

وحضور در عرصه های مختلف کشور، تصریح کرد:امروز و در شرایط جنگ اقتصادی دشمنان علیه ملت شریف ایران ؛ همه باید شهید همت زمانه خود بوده و رزمندگان عرصه نبرد اقتصادی باشیم. فرمانده سپاه صاحب الامر(عج) استان قزوین با اشاره به تربیت نیروهای متخصص در حوزه های مختلف که به برکت انقلاب اسلامی بدست آمده و تجربه گراهنمایی عرصه های مختلف پس از انقلاب ادامه داد: همه ما باید آستین همت را بالا بده و عزم وراده خود را به کف میدان عمل آورده و به این ملت بزرگ خدمت بی منت نماییم. وی با اشاره به اینکه در حوزه خدمت به مردم باید تمام ظرفیت ها را به عرصه آورد ، افزود: برادران شما در سپاه پاسداران انقلاب اسلامی و بسیج با تمام ظرفیت و توان خود در کنار مجموعه صنعت آب و برق استان بوده واز هیچ کمکی دریغ ندارند. سردار رفیعی آتانی ضمن تقدیر از مدیرعامل شرکت توزیع برق استان و با اشاره به مدیریت هوشمندانه و خدمات مدیریت و کارکنان برق استان و ورود جهادی آنها در رفع مشکلات مردم در مناطق شهری و روستایی ، گفت: میزان رضایتمندی مردم ومشترکان در حوزه برق استان افزایش شایان توجهی یافته و تسهیل و ارتقای روند خدمت رسانی برق به مردم استان جای خوشحالی و امیدواری دارد .

رئیس گازرسانی به صنایع و مجتمع های مسکونی شرکت گاز خوزستان:

گازرسانی به ۵۲ صنعت استان خوزستان در سه ماهه اول سال جاری انجام شده است



اهواز– شبنم قجواند: محمد گلستان باغ رئیس گازرسانی به صنایع و مجتمع های مسکونی گفت: در راستای تحقق چشم انداز گاز خوزستان، شعار سال و حمایت از چرخه ی تولید و ایجاد اشتغال، در سه ماهه اول سال جاری ۵۲ صنعت تحت پوشش شبکه گازرسانی قرار گرفت. محمد گلستان باغ رئیس گازرسانی به صنایع و مجتمع های مسکونی این شرکت گفت: با اجرای بیش از ۳ کیلومتر شبکه گذاری در بخش صنعت و گازدار شدن بیش از ۳۰ کیلومتر خطوط لوله، ۵۲ صنعت طی سه ماهه اول سالل جاری گازدار شد. گلستان باغ در ادامه افزود: این حجم از توسعه گازرسانی در بخش صنعت، باعث صرفه جویی بیش از ۲ میلیون و ۵۰۰ هزار لیتر سوخت فسیلی در سال می شود.

باحضور مدیر کل دفتر وزارتی وزیر نیرو و مجلس شورای اسلامی انجام شد:

بازدید از پروژه‌های آب و فاضلاب جنوبغربی استان تهران



اسلامشهر– سحر عمروانی: به گزارش روابط عمومی ابفای جنوبغربی تهران ، با حضور حجت الاسلام دکتر نوروزی نماینده محترم شهرستان های بهارستان و رباط کریم در مجلس شورای اسلامی ، مهندس راشدی مشاور و معاون پارلمانی وزیر محترم نیرو در مجلس شورای اسلامی ، مهندس کتال مشاور مدیر عامل آبفای کشور و آقای مهندس الکایی مدیر عامل آبفای جنوبغربی استان تهران ضمن بازدید از پروژه های ایستگاه پمپاژ بی راهی ، خط انتقال در حال اجرای مخزن بین راهی تا مخزن چهل هزار متر مکعبی پرند ، خط انتقال فاضلاب فاز شش پرند و همچنین تصفیه خانه فاضلاب شهر پرند ،

موضوع پروژه های آب و فاضلاب و بهره برداری از مدول دوم تصفیه خانه فاضلاب پرند مورد بحث و گفتگو قرار گرفت . مدیر عامل آبفای جنوبغربی استان تهران ضمن تشریح طرح بزرگ خط انتقال الغدیر ۲ اظهار داشت: پروژه الغدیر ۲ بمنظور افزایش حجم آب شرب ورودی شهر پرند همزمان در چند جبهه در حال انجام است که شامل اجرای خط انتقال ۳۳ کیلومتری از مخزن رضی آباد تا مخزن بین راهی پرند با استفاده از لوله فولادی به قطر ۱۴۰۰ میلی متر بود که طی چند روز اخیر تکمیل و در مرحله و بهره برداری قرار گرفت . اجرای خط انتقال از مخزن بین راهی تا مخزن ۴۰ هزار متر مکعبی پرند می باشد که این خط نیز در امتداد خط مذکور و به طول ۹۵۰۰ متر با استفاده از لوله های فولادی به قطر ۱۲۰۰ میلیمتر در حال انجام است که قسمت عمده عملیات مذکور به اتمام رسیده و مطابق برنامه تا پایان شهریور ماه امسال ده بهره برداری خواهد رسید . رئیس هیئت مدیره آبفای جنوبغربی استان تهران با تاکید بر تأمین به موقع اعتبارات تخصیص یافته یاد آور شد: با اجرا و اتمام این طرح عظیم ملی آب شرب شهروندان محترم شهر پرند که قبلا از طریق خط ۶۰۰ میلی متری انجام می شد از طریق خط ۱۴۰۰ میلی متری انجام و با کمیت و کیفیت مناسب تری تأمین و توزیع خواهد شد. سپس مهندس راشدی ضمن قدردانی از اقدامات موثر صورت گرفته و قول مساعد برای تأمین اعتبار یکصد میلیاردی در ارتباط با تکمیل و راه اندازی مدول دوم تصفیه خانه فاضلاب پرند اتمام و بهره برداری به موقع و مطابق برنامه طرح الغدیر ۲ را نیز مورد تاکید قرار داد.

رئیس خدمات فنی و مهندسی شرکت گاز استان خوزستان:

اتمام مطالعات گازرسانی ۸۵ روستای استان خوزستان



اهواز– شـبنم قجواند: در راستای تأمین زیر ساخت گازرسانی در بخش روستایی، مطالعات گازرسانی ۸۵ روستای استان طی سه ماهه نخست سال جاری انجام گرفته است. وحید خوش خواهش رئیس خدمات فنی و مهندسی این شرکت گفت: طی سه ماهه نخست سال جاری، مطالعات ۸۵ روستای استان طی ۲۸ مجموعه پیمانی و ۵۰۰ کیلومتر شبکه گذاری انجام گرفته است. خوش خواهش با بیان مطلب فوق افزود: با اجرایی شدن این ۲۸ مجموعه پیمانی، ۲۴۰۰ خانوار روستایی از نعمت گاز بهره مند خواهند شد.

دیدار سرپرست شرکت توزیع نیروی برق گلستان با شورای سیاستگذاری ائمه جمعه استان

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: سرپرست شرکت توزیع نیروی برق گلستان گفت : در فصل گرما مشترکین گرامی در صرفه جویی برق در استان مشارکت می کنند.سیداحمد موسوی در دیدار با رئیس شورای سیاستگذاری ائمه جمعه استان و امامان جمعه سراسر استان طی سخنانی با اشاره به تاکیدات مکرر آموزه‌های دینی در قرآن و احادیث در مورد پرهیز از اسراف و اعتدال و میانه روی در امور گفت: مصرف برق کشور طی سالهای اخیر مسیر صعودی داشته‌است و در حال حاضر میزان مصرف ما از میزان تولید نیروگاه‌های‌مان پیش افتاده و این امر موجب مدیریت اضطراری بار در سطح کشور شده است.وی با تاکید بر نقش ائمه جمعه به عنوان مشعل‌داران هدایت در سطح جامعه‌خواستار مساعدت ایشان در راستای توسعه و تثبیت فرهنگ مدیریت مصرف بیش از گذشته‌شدموسوی اضافه کرد: از ائمه جمعه و جماعات می‌خواهیم که به کمک مجموعه برق یاباند و با مدیریت مصرف برق توسط هم استانی های عزیز ، از تریبون های نماز جمعه ، این دستگاه خدمات رسان را یاری نمایند.وی در پایان افزود : از مشترکان محترم تقاضا داریم در ساعت اوج مصرف(۱۲ تا ۱۷) با اقرار دادن درجه اسپیلیت وی درجه ۲۴ تا ۲۶ و کولرهای گازی روی دور متوسط و همچنین در این ساعات به تناوب از پنکه استفاده‌نمایند تا صنعت برق را همچون سنوات گذشته باری نموده تا همه هم استانی های گرمی از نعمت برق برخوردار شوند.سرپرست شرکت توزیع نیروی برق گلستان گذری هم بر همکاری ادارات در مدیریت مصرف برق زد و گفت:براساس مصوبه هیئت وزیران ، ساعات کار ادارات کاهش یافته و ادارات موظف اند شه که در ساعات اداری ۳۰درصد و در ساعات غیر اداری ۰درصد مصرف خود را نسبت به سال گذشته کاهش دهند.

دبیر شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی استان در ادامه

سخنان خود بر ضرورت افزایش سطح اختیارات مدیرکل گمرکات استان با توجه به تعداد واحدهای تولیدی و حجم تجارت اصفهان تاکید و تصریح کرد: تفویض اختیارات به مدیران کل استان، گره‌گشای بسیاری از مشکلات صاحبان کسب و کار استان اصفهان است.

تخصیص ۵۵ درصد استرداد حقوق ورودی کشور به گمرک اصفهان
بیانگر ارزش آفرینی بالای واحدهای تولیدی آن است
در ادامه معاون وزیر امور اقتصادی و دارایی و رئیس کل گمرک ایران وجود بیش از ۹هزار واحد تولیدی و صنعتی در استان را تحسین برانگیز دانست و افزود: این امر وظیفه گمرک را به عنوان یک دستگاه حاکمیتی و اجرایی در مبحث تجارت خارجی سنگین‌تر می‌نماید. علیرضا مقدسی تخصیص ۵۵ درصد استرداد حقوق ورودی کشور به گمرک اصفهان را نیز بیانگر ارزش آفرینی بالای واحدهای تولیدی اصفهان دانست. وی همچنین در ادامه رقم ۲۵۵ میلیارد دلاری مبادله تجاری سه ماهه نخست سالجاری کشور و تراز تجاری مثبت ۶۰۵ میلیون دلاری را بسیار قابل توجه دانست و گفت: اطمینان داریم با همت و تلاش بخش خصوصی و دولت این تراز مثبت همچنان ادامه خواهد یافت. مقدسی در ادامه گفت: با توجه به مزیت‌های بالای استان در حوزه صنایع دستی، وجود کارشناس صنایع دستی پیش زمینه ایجاد گمرک تخصصی صنایع دستی می باشد. همچنین بر ضرورت احصاء آمار و اطلاعات استان‌های برخوردار در حوزه صنایع دستی به منظور ایجاد گمرک صنایع دستی در آنها نیز تاکید کرد.

رئیس کل گمرک ایران در نشست شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی استان اصفهان:

آماده تفویض اختیارات بیشتر به مدیر کل گمرکات استان اصفهان هستیم



این حوزه صورت پذیرد.

الزامات مانع فعالیت شرکت‌های کوچک و متوسط هر چه زودتر مرتفع شود

رئیس اتاق بازرگانی اصفهان نیز در این جلسه گفت: در شرایط کنونی کشور به ویژه با توجه به تاکید مقام معظم رهبری بر تولید دانش بنیان، لازم است الزاماتی که مانع تسهیل فعالیت شرکت‌های کوچک و متوسط شده هر چه سریع‌تر رفع شود. مسعود گلشیرازی افزود: این در حالی است که پذیرش فعالان اقتصادی به عنوان فعال اقتصادی مجاز (AEO) با شرایط و ضوابط سختگیرانه به مانعی برای تجارت بین‌الملل شرکت‌های کوچک و متوسط تبدیل شده و تغییر الزامات پذیرش فعالان اقتصادی مجاز و تعدیل الزامات اشتغال، نقش ویژه‌ای در تسهیل محیط کسب و کار و روانسازی امور خواهد داشت.

نماینده ولی فقیه در استان بوشهر:

آغاز عملیات توزیع ۳۵۰۰ کولر گازی و یخچال میان نیازمندان بوشهری



همچون نماینده ولی فقیه دراستان باعث شده همه حول یک محور وحدت و هماهنگی بسیار خوبی در رسیدگی به محرومان داشته باشند. بختیاری با اشاره به توزیع ۲ هزار کولر گازی و ۱۵۰۰ یخچال میان نیازمندان استان بوشهر گفت: این استان به واسطه شرایط اقلیمی و گرمای بسیار طاقت فرسا به شکل ویژه در نظر گرفته شده است با مشکلات نیازمندان به لوازم ضروری سرمایشی مرتفع شود. وی خاطر نشان کرد: ان‌شاءالله با حمایت های دولت، نمایندگان مجلس، نمایندگان ولی فقیه در استانها و استاندارها در نظر داریم برنامه های سنگینی در امر اشتغال و خودکفایی و همچنین مسکن اجرایی کنیم و اطمینان

شرکت گاز استان گیلان، تندیس برنزی جایزه ملی مدیریت انرژی را کسب کرد

مهم در سطح کشور است، اظهار داشت: با توجه به روند افزایشی مصرف انرژی و همچنین محدود بودن منابع و لزوم حرکت در راستای توسعه پایدار و حفظ محیط زیست، توجه به موضوع اصلاح الگوی مصرف بسیار مهم و ضروری است. جمال نیکویی در خاتمه با اشاره به ابلاغ “سیاست های کلی اصلاح الگوی مصرف” و “سیاستهای کلی اقتصاد مقاومتی” از سوی رهبر فرزانه انقلاب اسلامی گفت: شرکت گاز استان گیلان با برنامه ریزی و انجام اقدامات مناسب، تمام تلاش خود را برای برداشتن گام های مؤثر به منظور اصلاح در روند مصرف انرژی به کار بسته است.

شایان ذکر است هدف از تعریف و اعطای جایزه ملی مدیریت انرژی، ترویج استانداردهای سیستم مدیریت انرژی و معیارهای مصرف بهینه

سرپرست بازرسی فنی شرکت ملی گاز ایران در بازدید از پالایشگاه گاز ایلام:

بازرسی فنی کارآمد تولید ایمن و پایدار را تضمین می کند

ایلام – خبرنگار فرصت امروز: سرپرست بازرسی فنی شرکت ملی گاز ایران گفت: بازرسی فنی کارآمد در کنار بهره برداری صحیح و تعمیرات به موقع و پشتیبانی مناسب سایر واحدها، تولید ایمن و پایدار را تضمین می کند. به گزارش روابط عمومی، ابوالفضل پروانی فراهانی در بازدید از پالایشگاه گاز ایلام با بیان اینکه بازرسی فنی بال حمایتی سازمان برای تولید مستمر است، افزود: دیدگاه بازرسی فنی به مسائل و مشکلات مجموعه های پالایشگاهی از منظر حفظ سلامت تجهیزات و تاسیسات و تلاش در راستای افزایش طول عمر آنها است. پروانی فراهانی به سیاست های بازرسی فنی ستاد شرکت ملی گاز ایران اشاره و خاطر نشان کرد: چتر حمایتی این امور از نظر پشتیبانی فنی و ساختار سازمانی بر روی شرکت های پالایشی، انتقال و شرکت های گاز استانی گسترده است و با تقویت و ارتقای جایگاه بازرسی فنی تضمینی بر خدمت رسانی مطلوب شرکت ملی گاز ارائه می دهد.

وی اظهار داشت بازرسی فنی به عنوان چشم بیدار سازمان با اعمال



مشهد– صابر ابراهیم بای: مدیرعامل پالایشگاه در این خصوص گفت: این واحد با همت و تلاش متخصصین پالایشگاه و کمک مشاورین داخلی با (یاد زنده یاد مرحوم مهندس محجوبی) طراحی و در واحد شماره پنج تصفیه گاز نصب شده است. مهندس یحیی فیضی در تشریح کارکرد واحد تغلیظ اظهار داشت: با عملیاتی شدن این پروژه، گاز دی

بازاریابی با ربات چت

بات چت (Chatbot) از آن دست ابزارهایی است که

نویسنده: علی آل علی

ربات چت (Chatbot) از آن دست ابزارهایی است که کارآفرینان را از شر خرّده‌کاری‌های تکراری خلاص می‌کند و به آنها این فرصت را می‌دهد تا فقط و فقط به کارهای مورد علاقهشان فکر کنند؛البته به شرط اینکه کارفرینان بلد باشند با این ابزار کار کنند. وگرنه مثل رانندهای خواهند بود که آخرین مدل اوتومبیل فرمول یک مک لارن را دارد، اما حتی بلد نیست آن را روشن کند، چه برسد به اینکه واقعا در مسابقات شرکت کرده و روی سکوی قهرمانی برود! ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم عرصه بازاریابی در دنیای مدرن دست‌کمی از یک مارا تن سخت و نفسگیر ندارد. در این بین حتی یک ثانیه غفلت کافی است تا شما و برندان را با یک سقوط آزاد بی‌پایان مواجه کند. هرچه باشد کسی در دنیای کسب و کار عاشق چشم و ابروی شما نیست و اگر نتوانید با کمپین‌های خوش رنگ و لعاب مشتریان را میکوب کنید، یک عالمه رقیب حاضر و آماده منتظر کوچک‌ترین لغزشی از سوی شما نسته‌اند. ماجرا خیلی شبیه فیلم‌های ترسناک شد، نه؟ اگر یادتان باشد ما قبلا درباره ربات‌های چت و مزایای آن برای کسب و کارها یک پ‌پ طولانی با هم زدهایم. شاید فکر کنید آشنایی با مزایای ربات چت دیگر آخر خط است و از شما یک کارشناس بی‌عیب و نقص در این حوزه می‌سازد، اما راستش را بخواهید هنوز یک تکه از پازل موفقیت شما جایش نیست. این تکه گمشده چیزِ نیست به غیر از بازاریابی با چاشنی ربات چت. به زبان خودمانی، ما در این مقاله قصد داریم به شما نشان دهیم چطور از ربات‌های چت برای اهداف بازاریابی استفاده کرده و مثل آب خوردن مشتریان را عاشق برندتان کنید. همانطور که یادگیری کوهنوردی از طریق مطالعه کتاب‌های تخصصی و حتی کلاس‌های تئوری با تجربه صعود به قله اورست از زمین تا آسمان فرق دارد، آشنایی با مزایای ربات چت هم فقط نبیّی از مسیر شما را شکل می‌دهد. پس اگر دوست دارید با بازاریابی مبتنی بر ربات‌های چت آشنا شوید و دریچه تازه‌ای به سوی موفقیت بازاریابی برای برندان باز کنید، هیچ جوره این مقاله را از دست ندهید چراکه قرار است یک سفر هیجان‌انگیز به اتفاق هم داشته باشیم، آن هم به میزبانی روزنامه فرصت امروز!

ما در این مقاله ابتدا نوسری به تعریف بازاریابی با ربات چت می‌زنیم. بعد هم چند تا از الگوهای اصلی بازاریابی با ربات‌های چت را مرور می‌کنیم. اینطورِی چم و خم بازاریابی با ربات چت دست‌تان می‌آید. آن وقت می‌رویم سراغ اصل مطلب که تکنیک‌های بازاریابی با ربات چت است. دست آخر هم با یک جمع‌بندی خودمانی به ماجراجویی‌مان پایان خواهیم داد. پس این شما و این آشنایی با بازاریابی همراه با چاشنی ربات چت.

بازاریابی با ربات چت: تعریفی ساده و خودمانی

اگر از مخاطب‌های پر و پا قرص روزنامه فرصت امروز باشید، خیلی خوب می‌دانید ما همیشه کارمان را با تعریف دقیق استراتژی یا مفهومی که دنبال آموزشش هستیم شروع می‌کنیم. اینطورِی حداقل شما یک آماجگی نسبی برای ورود به رینگ مسابقه پیدا می‌کنید و همان اول کاری با یک ضربه محکم تاک اوت خواهید شد (امیدوارم مثال ما خیلی حال و هوای مسابقات قهرمانی بوکس نداشته باشد!)، ربات چت، همانطور که از اسمش می‌شود حدس زد، یک ربات هوشمند برای شبیه‌سازی بعضی از کارهای تکراری و کسل‌کننده است. مثلاً فرض کنید شما نمایندگی فروش برند تسلا در شهرتان را دارید. در این صورت اگر بعضی از مشتریان درباره قیمت قطعات بدکی این محصول از شما سوال داشته باشند، می‌توانید به جای اینکه کلی‌ی از وقت با ارزش‌تان را به سوال و جواب‌های دم دستی اختصاص دهید، یک راست بروید سراغ یک ربات چت عالی و بدون اینکه حتی یک ثانیه از وقت‌تان تلف شود، جواب مشتریان را بدهید. اگر بخواهیم روی این مثال خیلی حساب کنیم، می‌شود ربات چت را ابزاری توصیف کرد که هوش مصنوعی دارد و قرار است مکالمات انسانی را شبیه‌سازی کند تا دیگر لازم نباشد کارآفرینان دم به دقیقه از کارشان بزنند و جواب مشتریان را بدهند؛ آن هم برای سوالات بی‌نهایت دم دستی. آن دسته از مخاطب‌ها که قبلا با ما در مقاله مربوط به مزایای ربات‌های چت همراه بوده‌اند، احتمالا الان کم کم دارد خوابانشان می‌گیرد، چراکه ما تعریف بالا را با کلی آب و تاب بیشتر در آن مقاله گفته بودیم. آشنائه نکنید، ما قصد نداریم دوباره همان حرف‌های قدیمی را در لباسی نو به شما قالب کنیم، بلکه از تعریف ربات چت شروع کردیم، تا بگوییم بازاریابی با ربات چت چه فرقی با آن دارد.
خب به هر حال اگر این دو مفهوم دقیقاً تعریفی مشابه داشته باشند، این مقاله چیزی بیشتر از وقت تلف کردن برای شما نخواهد بود، مگر نه؟ بازاریابی با ربات چت از آن دست مفاهیمی است که یک عالمه تعریف رنگارنگ دارد، اما اگر همین الان از

بازاریاب دریچه جیستی آن سوال کنید احتمالا از هر دری برای‌تان حرف می‌زند به جز اصل مطلب. البته اینطور کارها و پیچاندن مخاطب در روزنامه فرصت امروز هیچ جایی ندارد. دقیقاً به همین خاطر ما به جای شما هفت خان رستم را پشت سر گذاشته‌ایم و یک تعریف کاربردی از این استراتژی برای‌تان پیدا کردیم. بر این اساس بازاریابی با ربات چت در واقع استفاده از گونه متفاوتی از ربات‌های چت برای دستیابی به اهداف بازاریابی محسوب می‌شود. مثلاً اینکه سایت شما ترافیک بیشتری داشته باشد یا فروش آنلاین‌تان بیشتر شود و تا از مهمترین اهداف در بازاریابی با ربات‌های چت است. حتما پیش خودتان می‌رسید ربات‌های چت مخصوص بازاریابی اصلا چه فرقی با بقیه ربات‌ها دارند. اگر قرار باشد ما به این سوال جواب دهیم، خیلی راحت به شما می‌گوییم تقریباً فرق خاصی در این بین نیست، چراکه هر دو این ربات‌ها برای انجام یکسری کارها با کمک هوش مصنوعی طراحی شده‌اند. در این بین ربات چت در حیطه بازاریابی دقیقاً همین ویژگی را دارد، اما وظایف و کارهایی که باید مثل ساعت دقیق انجام‌شان دهد، تماماً مرتبط با عرصه بازاریابی است. مثلاً پیشنهاد محصولات تازه به بازدیدکنندگان سایت برند را در نظر بگیرید. اگر تا به حال سری به سایت برند لوکس ساعت‌سازی رولکس زده باشید، احتمالا کلی از پیشنهاد ساعت‌های جدید که در کنل صفحه برای‌تان در کادر چت بازم می‌شود، لذت بردهاید. صرف نظر از جذابیت ساعت‌های این برند لوکس، پشت این پیشنهاده‌ها یک کارشناس واقعی منتظر نیست تا شما جوابش را دهید، بلکه همه این پیشنهادات و جواب‌هایی که در صورت کنجکاوی شما داده می‌شود به لطف هوش مصنوعی و در قالب ربات چت عرضه می‌شود. این روزها ربات چت و بازاریابی با کمک آن در تمام گوشه و کنار زندگی ما سر و کله‌اش پیدا شده است، از ویگردی در سایت برندهای بزرگ گرفته تا ثبت سفارش آنلاین در ربات‌های چت، همه و همه به لطف حرفه‌ای شدن برندها در بازاریابی با ربات چت روی داده است. اجازه دهید با هم روراست باشیم، این ناواری هم خیال برندها را راحت کرده، هم به مشتریان این فرصت را می‌دهد تا بدون معطل ماندن در صف فروش یا پشت تلفن یک راست محصول دخواشان خریداری کرده و درب منزل تحویل بگیرند؛ به همین سادگی!

انواع مدل‌های بازاریابی با ربات چت کدامند؟

حالا که یک تعریف کامل از ربات‌های چت دم دست‌تان دارید، می‌توانیم با اعتماد به نفس کارمان را جلو ببریم و مطمئن باشیم مشکلی در همراهی با ما در ادامه این ماجراجویی ندارید. شما الان مثل ملوانی هستید که بعد از سال‌ها شرکت در کلاس‌های مختلف و کسب تجربه آماده است تا یک ناخدای همه فن حریف برای خودش شود، اما هنوز خیلی چیزها مانده که به مرور زمان باید یاد بگیرید، مثلاً اینکه اصلا چند مدل کشتی داریم و هر کدام برای چه شرایطی ساخته شده. ماجرای بالا درباره دنیای ربات‌های چت و بازاریابی با آنها هم مصداق دارد. دقیقاً به همین خاطر ما در این بخش خیلی رُک و پوست‌کنده سراغ این سوال می‌رویم که چند نوع ربات بازاریابی در دنیا وجود دارد؟ اجازه دهید بدون هیچ مقدمه‌چینی و حرف‌های کلیشه‌ای بیشتر برویم سراغ اصل ماجرا.

ربات‌های چت سایت

ربات چت سایت‌ها رایج‌ترین و شناخته‌شده‌ترین نمونه در دنیا هستند. اغلب مردم اولین تجربه‌شان در برخورد با ربات‌های چت به سایت‌ها برمی‌گردد. شاید فکر کنید ما خیلی خوش‌خیال هستیم که دور شبکه‌های اجتماعی را خط کشیده‌ایم، اما راستش را بخواهید زمانی که اولین نسل از ربات‌های چت معرفی شدند، فیس‌بوک و توئیتر تازه اول راه بودند و خبری از کاربران میلیارِدی‌شان نبود. ربات‌های چت در سایت‌ها معمولاً کارهای ساده‌ای مثل معرفی محصولات جدید، گفت و گوی خودمانی با کاربران و جفت و جور کردن جواب‌هایی دقیق برای سوالات آنها را انجام می‌دهند. اینطورِی دیگر لازم نیست کاربران کلی منتظر کارشناس‌های برند بمانند یا حتی برای کوچک‌ترین کاری به مرکز امور مشتریان زنگ بزنند.

اگر بخواهیم خیلی فنی و دقیق حرف بزنیم، ربات‌های چت در سایت‌ها یک گفت و گوی زنده را پیش می‌برند. این یعنی کاربران انتظار دارند فوراً و همام لحظه جوابی دقیق به دست بیاورند. به علاوه، آشنایی با محصولات تازه هم فقط بخشی از انتظارات مشتریان در رابطه با این ربات‌هاست. اینکه ربات مورد نظر بتواند مشتریان را به دیارنمان‌های مشخص در شرکت وصل کند و حتی نزدیکترین شعبه فروش یا روش‌های خرید حضوری را هم برای آنها توضیح دهد، از جمله کارهای مهم دیگری است که خوشبختانه ربات‌های چت مثل آب خوردن انجام می‌دهند. با این حساب اگر شما هم سایت رسمی برای برندان دارید، بد نیست همین حالا دست به کار شده و یک ربات چت برای آن راهاندازی کنید.

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی – اقتصادی

سه‌شنبه ۷ تیر ۱۴۰۱ | شماره ۲۰۴۱ | صفحه۸۵

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: هنر سرزمین سبز

دفتر مرکزی: مطهری، خیابان علی‌اکبری، پلاک ۱۱۵

دفتر مرکزی: ۸۸۳۱۷۷۳۸

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۳۲۰۹۶۰

آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR

ربات‌های چت در فیس‌بوک
فیس‌بوک حتی اسمش هم آدم را یاد خاطرات نوستالژیک چند دهه قبل و تجربه اینترنت دیال آپ می‌اندازد. با این حساب اصلا جای تعجب نداره که ما لیست مان را با ربات‌های چت در فیس‌بوک ادامه دهیم، اگر از طرفدارهای فیس‌بوک باشید و باظهور رقبایی مثل اینستاگرام و تیک تاک قید آن را نزده باشید، این روزها خیلی خوب تغییر شیوه پاسخگویی برندها به کاربران را متوجه می‌شوید. تا همین چند سال قبل برندها در فیس‌بوک مثل کسی که دالما خشخاش خاموش است و اصلا حوصله تماس کسی را ندارد، هیچ وقت در دسترس نبودند. اما امروزه کافی است حتی یک سوال کوچک از این برندها برسید تا دایر کت‌ان با یک جواب دقیق و حرفه‌ای از تعجب هنگ کنند. یکی از ربات‌های محبوب برای برندها در فیس‌بوک JW PEI است. این ربات به محض اینکه یک کاربر صفحه برند شما را باز کند، یک پیام خوش آمدگویی برای‌تان می‌فرستند و از شما می‌پرسد چطور می‌تواند کمک‌تان کند. نکته جالب ماجرا اینکه این ربات به طور انحصاری برای فیس‌بوک طراحی شده و با همه پیچ و خم‌های این پلتفرم آشناست. پس اگر منتظر هستید تا تا تیزهوشنی تمام یک ایراد یا زور از این ربات پیدا کنید، باید بگوییم کاملاً در اشتباهید. ربات‌های چت در فیس‌بوک معمولاً ساختار خیلی ساده‌ای دارند و در پیوند با هوش مصنوعی تعریف می‌شوند. این یعنی شما حتی لازم نیست خیلی درباره برنداتان اطلاعاتی به این ربات چت دهید، چراکه این دسته از ربات‌ها مثل بچه درس‌خوان‌های باهوش خیلی سریع چم و خم کار را یاد می‌گیرند. نکته جالب اینکه حتی اگر مشتریان شما از زبان‌های دیگری هم استفاده کنند، ربات‌های چت فیس‌بوک مثل آب خوردن جواب آنها را می‌دهند، چراکه یک ربات فیس‌بوکی با داشتن هوش مصنوعی و پشتیبانی از زبان‌های زنده دنیا مشکلی برای جواب دادن به مشتریان حتی در زبان‌های دیگر هم ندارد.

ربات‌های چت توئیتر

توئیتر پلتفرمی است که در دوران اوج محبوبیت فرمت ویدئو هم هنوز به فرمت متن وفادار باقی مانده است. از این نظر توئیتر مثل یک طرفدار قدیمی تیم منچستر یونایتد است که علی رغم نتایج افشاج یک دهه اخیر این تیم باز هم دست از آن نمی‌کشد و سراغ بقیه تیم‌ها نمی‌رود. البته باید متصفانه در این رابطه حرف بزنیم و توسعه توئیتر به عنوان یک شبکه اجتماعی در طول سال‌های اخیر را پیش قدمر قرار دهیم. این روزها توئیتر با کلی امکانات ریز و درشت حساسی سر و صدا به پا کرده. به طوری که حتی ایلان ماسک هم برای خرید آن دست به جیب شده و حاضر است کلی بی‌خرجی کند! شاید فکر کنید در توئیتر فقط یک یادو تا ربات چت بی‌نهایت مشهور وجود دارد. در این صورت باید حواس‌تان باشد، چراکه در توئیتر تقریباً هزاران ربات چت در حالِ یک کاری بازاریابی در دسترس شماست. در این بین شما باید براساس مزایای هر ابزار و صداالتیه اهدافی که دارید یک نمونه را انتخاب کنید. یادتان باشد توئیتر برای اینکه کار همه توسعه‌دهندگان ربات چت را ساده‌ کند، مثل آب خوردن تغییراتی را پلتفرمش ایجاد کرده تا با همه ربات‌های چت سازگار باشد. دقیقاً به همین خاطر برعکس فیس‌بوک، تعداد ربات‌های چت در توئیتر سر به فلک می‌کشد. نکته جالب ماجرا اینکه توئیتر برای پیشنهادات کاربران یا حتی توسعه‌دهندگان ربات چت برای سازگاری بیشتر پلتفرمش با فناوری‌های جدید کلی جایزه گوناگون تعیین کرده است. با این حساب اصلا جای تعجب ندارد که توئیتر را در بین بهترین گزینه‌ها برای بازاریابی با ربات چت ببینیم، مگر نه؟

از آنجایی که توئیتر یک پلتفرم متن‌محور است، ربات‌های چت در این پلتفرم معمولاً در قالب متن با مخاطب از تباط برقرار می‌کنند. این یعنی هر گونه ایده‌ای برای کمک گرفتن از دستیارهای صوتی در این بین منتفی خواهد بود. پس اگر فکر می‌کنید گروه زیادی از مشتریان‌تان مشکل فراوانی با این نکته خواهند داشت، خیلی راحت همین اول کار دور توئیتر را خط کشیده و سراغ بقیه الگوها یا شبکه‌های اجتماعی بروید.

ربات‌های چت واتس‌اپ

واتس‌اپ یکی از محبوب‌ترین مستجرهای دنیاست که همیشه یک جایگاه ویژه در بین شبکه‌های اجتماعی پرترفدار دنیا برای خودش کنل گذاشته است. خب پیش خودتان فکر نکرده‌اید که واتس‌اپ تا نزدیک به ۲ میلیارد کاربر جهانی فکری به حال کسب و کارها و بازاریابی با ربات چت نکرده باشد، مگر نه؟

واتس‌اپ از نظر هماهنگی با ربات‌های چت یکی از محبوب‌ترین مستجرهای دنیا محسوب می‌شود، چراکه دو نسخه عادی و بیزینس روانه بازار شده و کلی آپشن مختلف برای بازاریاب‌ها دارد. پرفزار و نشیب با شما درباره راهکارهای عملی بازاریابی با ربات چت مثل چت مناسب برای خودتان پیدا کنید تا بعد از آن واتس‌اپ ربات آب خوردن با آن هماهنگ شود. نکته جالب ماجرا اینکه واتس‌اپ می‌تواند ربات چت شما را به منابع داخلی و خارج از سرووهای خودش نیز وصل کند. این یعنی شما می‌توانید یک بانک اطلاعاتی هم برای ربات چت‌تان طراحی کنید تا خیال‌تان بابت همه چیز راحت باشد. خب مگر یک بازاریاب که اتفاقاً با ربات های چت هم آشنایی دارد، به غیر از پلتفرم سازگار با این بات‌ها چه چیز بیشتری لازم دارد؟

بازاریابی با ربات چت: راهنمایی عملی برای کسب و کارها

امیدوارم تا اینجا ی کار حوصله شما خیلی سر نرفته باشد، چراکه ما تازه به اصل مطلب رسیده‌یم و قرار است بعد از یک ماجراجویی پرفزار و نشیب با شما درباره راهکارهای عملی بازاریابی با ربات چت گپ بزنیم. شما الان کلی اطلاعات به درد بخور درباره ربات‌های چت دارید، اما اگر تکنیک‌ها و توصیه‌های کلیدی درباره بازاریابی با این ابزار را یاد نگیرید، از عهده هیچ کاری برنخواهید آمد. پس تا خیلی دیر ننده، اجازه دهید با هم آخرین بخش از این مقاله را مرور کنیم. اینطورِی شما دقیقاً همین قهرمانی می‌شوید که مشتریان و کاربران در اینترنت منتظرش هستند. ماجرا جالب شد، نه؟

تعیین اهداف: از بازاریابی با ربات چت چه می‌خواهید؟

فرض کنید شما همین امروز تیم بسکتبال گلنن استیت را خریده‌اید و قصد دارید با یک بودجه کلان دوران مدیریت‌تان را شروع کنید. بی‌شک ریخت و پاش‌های کلان در عرصه نقل و انتقالات می‌تواند نقش مهمی در محبوبیت‌تان بین هواداران داشته باشد، اما اگر ندانید چرا این همه ولخرجی می‌کنید، احتمالاً آخر فصل دست از پا درازت را کلی طرفدار ناراضی و بدهی‌های کلان تنها خواهید ماند. این مسئله هر چقدر هم که عجیب باشد، دست‌کم در دنیای ربات‌های چت مصداق دارد. سوال اصلی در این بی‌نهایت ساده اما کلیدی است: شما چه هدفی از بازاریابی

با ربات چت دارید؟

قبول دارم جواب دادن به سوال بالا یکی از سخت‌ترین کارهای دنیا محسوب می‌شود. دقیقاً به همین خاطر ما قصد داریم به شما کمک کنیم تا جوابی درست و حساسی برای آن پیدا کنید. اولین قدم در این مسیر هم یک ارزیابی جمع و جور از دلیل حضورتان در شبکه‌های اجتماعی یا حتی راهاندازی سایت است. آیا شما به دنبال فروش بیشتر در بازار هستید؟ نظرتان درباره افزایش ترافیک سایت چطور است؟ شاید هم قصد دارید فقط برنداتان را به مشتریان معرفی کنید و فعلاً دنبال درآمذاری نیستید. هر کدام از اهداف فوق در کنار هزار و یک هدف دیگری می‌تواند گزینه‌های خوبی برای شروع کار شما با ربات چت باشد. وقتی شما دقیقاً هدف‌تان از بازاریابی دیجیتال را بدانید، خیلی راحت‌تر می‌توانید از ربات‌های چت در این مسیر استفاده کنید. یادتان باشد ربات چت دقیقاً مثل یک دستیار دوست‌داشتنی برای شما عمل می‌کند؛ نه چیزی بیشتر. این شما هستید که دست آخر باید اهداف‌تان را مشخص کرده و از ربات چت در این مسیر استفاده کنید. وگرنه هیچ شانس

در عرصه بازاریابی با کلی رقیب ریز و درشت نخواهید داشت. فرقی ندارد هدف شما از بازاریابی با ربات‌های چت چیست، در هر صورت باید حواس‌تان باشد بی‌خودی وقت مشتریان را تلف نکنید. به زبان خودمانی، اگر فکر می‌کنید هنوز برای فروش آنلاین محصولات‌تان از طریق ربات چت آماده نیستید، الکی مشتریان را سر کار نگذارید. حداقل کمی تمرین کنید و وقتی مطمئن شدید کار با ربات چت و فروش آنلاین را یاد گرفته‌اید، کمپین برنداتان را شروع کنید؛ به همین راحتی.

انتخاب پلتفرم برای شروع کار: حضور در کنار مشتریان

اگر از آن دست آدم‌هایی باشید که هیچ میانه خوبی با مقدمه‌چینی ندارند، احتمالاً بخش معرفی انواع مدل‌های ربات چت حساسی حوصله‌تان را سر برده و به زور آن را تمام کرده‌اید. امیدوارم از دست ما خیلی عصبانی نشده باشید، چراکه آشنایی با مدل‌های مختلف ربات چت در این بخش حساسی به کارتان آید.

یک دوندۀ حرفه‌ای را در نظر بگیرید که همه آرزو و تلاشش شرکت در مسابقات المپیک و کسب مدال طلست، بی‌شک خیلی از ورزشکاران در سراسر دنیا چنین آرزویی در سر دارند، اما از این بین فقط یک نفر مثل اوسینبولت می‌تواند تاریخ ساز شود. قبول دارم کلی تکنیک و راهکار رنگارنگ برای تبدیل شدن به یک قهرمان المپیک وجود دارد، اما شما اول از همه باید تصمیم بگیرید در چه رشته‌ای و کدام زیرشاخه می‌خواهید مسابقه دهید. مثلاً همین مسابقات المپیک دو و میدانی را در نظر بگیرید. بی‌شک نوع تمرین یک دوندۀ ۱۰۰ متر با کسی که می‌خواهد یک مایل دوای شرکت کند فرق دارد. به علاوه، کسانی که در دو با منبع شرکت می‌کنند احتمالاً یاد توانایی پرش خوبی هم داشته باشند. پس یکبار برای همیشه تکلیف‌تان را با خودتان مشخص کرده و رشته قهرمانی‌تان را معلوم کنید. ماجرای فوق در دنیای بازاریابی با ربات چت شامل انتخاب پلتفرم‌هایی است که قصد دارید در آن به بازاریابی بپردازید. محبوب‌ترین گزینه‌ها در این بین راست رسمی، فیس‌بوک و توئیتر است. البته در پلتفرم‌های دیگر مثل اینستاگرام هم می‌شود از ربات چت استفاده کرد، اما از آنجایی که ربات‌های هماهنگ با فیس‌بوک معمولاً برای اینستاگرام هم کاربرد دارند، دیگر یک بخش مجزا به آن اختصاص ندهایم. یادتان باشد اگر شما زبندی هستید که آنقدر جذابیت دارد که تمام مشتریان به خاطرش همیشه در سایت آن حضور پیدا کنند، ربات چت سایت بهترین گزینه برای‌تان خواهد بود. به علاوه، هر فکر می‌کنید ارتباط متنی با مخاطب هدف و اطلاع‌رسانی به آنها در قالب اخبار کوتاه مدل بازاریابی‌تان است باید همین امروز در توئیتر نیز فعال شوید. وگرنه فرصت‌های طلایی بازاریابی‌تان را در یک چشم به هم زدن از دست می‌دهید. ما در روزنامه فرصت امروز همیشه به کارآفرینان توصیه می‌کنیم صفر تا صد کارشان را با ابزارهای دقیق پیش ببرند. مثلاً همین وضعیت ربات‌های چت را در نظر بگیرید. توئیتر به طور منظم و دقیق آمارهایی در قالب نمودار برای کاربران منتشر می‌کند تا متوجه وضعیت ربات‌های چت در این شبکه اجتماعی دوست‌داشتنی شوند. پس اگر شما هم دوست دارید وارد دنیای بازاریابی با ربات چت در شبکه‌های اجتماعی شوید، بد نیست قبل از تصمیم‌گیری سراسیمه سری هم به آمارهای شبکه‌های اجتماعی بزنید؛ قول می‌دهیم اطلاعات این پلتفرها حساسی کارتان را جلو بیندازند.

انتخاب کاراکتر برای ربات چت: به وقت شخصی‌پردازی برای ابزارتان!

خیلی‌ها فکر می‌کنند همین که یک موسسه خوب برای راهاندازی ربات چت شان پیدا کنند، دیگر همه کاربران باید بی‌پرو برگشت عاشق کمپین‌های آنها شوند. اگر شما هم اینطورِی فکر می‌کنید، باید حساسی نامیدتان کنیم، چراکه در عرصه کسب و کار نمی‌شود گنجشک را رنگ کرد و جای قناری به مشتریان فروخت. این یعنی شما باید کمی روی کاراکتر ربات چت‌تان و نحوه تعاملش با مخاطب هدف کار کنید. ماجرا سخت‌تر از آن چیزی شد که فکرش را می‌کردید، نه؟

اجازه دهید برای اینکه کار شما را راحت کنیم، یک مثال کاربردی بزنیم. فرض کنید شما یک موسسه خدمات برگزاری مراسم ختم دارید. در این صورت ربات چت شما نباید خیلی شاداب و سرزنده به نظر برسد. یک لحن رسمی، مودبه و از همه مهم‌تر کمی ابراز همدردی با مخاطب هدف می‌تواند ایده خوبی باشد. به هر حال کسی که سراغ برند شما می‌آید، حتماً عزیزی را از دست داده و خیلی حوصله شوخی ندارد. برعکس، اگر شما یک خرده‌فروشی تخصصی در زمینه اسباب بازی کودکان هستید، باید ربات چت‌تان را کاملاً شاد و سرزنده طراحی کنید. یعنی در خلال جواب‌هایی که این ربات به مشتریان می‌دهد، باید اندکی شوخی‌های کودکانه و حتی جوک‌های خنده‌دار هم وجود داشته باشد. یادتان نرود برند شما یک شخصیت خاص برای خودش دارد که تمام اجزای آن باید براساس این هویت توسعه پیدا کنند. پس همیشه نیم نگاهی به توسعه ربات چت‌تان براساس هویت و ارزش‌های برند داشته باشید. وگرنه دست‌تان خیلی زود برای مشتریان رو می‌شود و متوجه تفاوت میان کارهای‌تان خواهید شد؛ همین قدر ساده و در عین حال ترسناک!

طراحی استراتژی محتوا برای ربات چت: مهمترین بخش کار
فرض کنید شما ربات چت‌تان برای توئیتر یا فیس‌بوک را در کمتر از چند روز راهاندازی کرده‌اید و بی‌صبرانه منتظر تماشای نتیجه کار هستید. اگر در این بین یکی از مشتریان درباره محصولات‌تان کنجکاو باشد، بعضی دیگر سوالات تکراری درباره

بازاریابی با ربات چت (Chatbot Marketing): راهنمایی گام به گام و مثال‌هایی از برندهای بزرگ دنیا

شرایط خرید آنلاین بپرستد و دست آخر هم تعدادی از مشتریان پیگیر سفارش‌شان باشند، چه اتفاقی خواهد افتاد؟ یک جواب دم دستی برای این سوال این است که ربات چت شما حساسی گیج شده و کلی طول می‌کشد تا با سوالات مختلف مشتریان آشنا شود. با این حساب اگر دوست ندارید مشتریان حساسی از دست برنداتان عصبانی شوند، باید خیلی زود فکری به حال این وضعیت عجیب و غریب کنید. راه حل ما در روزنامه فرصت امروز برای مشکل بالا، طراحی یک استراتژی محتواست. نگران نباشید، این اصطلاح خیلی فرآیند پیچیده‌ای نیست. فقط باید خیلی زود سوالات اصلی کاربران از ربات چت‌تان را شناسایی کرده و یکسری جواب‌های دم دستی برای آن پیدا کنید. دست آخر هم جواب‌های مورد نظر را با ربات‌تان همگام‌سازی (همان سینک کردن خودمان) کنید و تمام! وقتی یک تیم فوتبال در فینال رقابتی مهم مثل لیگ قهرمانان اروپا حضور پیدا می‌کند، هیچ وقت همین طوری بی‌مقدمه به استقبال مهمترین مسابقه فصل نخواهد رفت. در این شرایط احتمالاً سرمربی تیم قهرمان قصه‌مان از قبل کلی برنامه و استراتژی برای خودش چیده است. این دقیقاً همان کاری است که شما باید در زمینه بازاریابی با ربات چت انجام دهید. شناسایی سوالات مهم کاربران و دسته‌بندی آنها برای ربات چت کیفیت دستیار هوشمند شما را از این رو به آن رو خواهد کرد. پس منتظر چه هستید؟ همین حالا دست به کار شوید و کمی به ربات‌تان کمک کنید تا در عرصه بازاریابی حتی یک برند هم به گرد پای آن نرسد.

برندهای موفق در بازاریابی با ربات چت

آخرین بخش اصلی در این مقاله به چند تا مثال از برندهای بزرگ و موفق در عرصه بازاریابی با ربات چت اختصاص دارد. خیلی‌ها فکر می‌کنند برندهای بزرگ فقط به خاطر اینکه کلی طرفدار در چهار گوشه دنیا دارند، همیشه در تمام کارها موفقند. اگر ما بپرسید، به شما می‌گوییم این برندها نه به خاطر شهرت‌شان، بلکه تلاش استگنی‌ناپذیر برای بهترین بودن در تمام عرصه‌ها اینقدر موفق هستند. پس اجازه دهید کارمان را با مرور داستان موفقیت چند تا از بزرگترین برندها در حوزه بازاریابی با ربات چت تمام کنیم. این شما و این هم آخرین بخشی از مقاله ما درباره بازاریابی با ربات چت.

لگو: کمپین کریسمسی برای والدین

خريد يك دميگ خواب و دوست‌داشتنی برای کودکان نسل جدید دست کمی از فتح قله قاف ندارد. با وجود یک عالمه گزینه مختلف و انواع و اقسام سرگرمی‌های دیجیتال، یک هدیه که حال و هوای کریسمس را هم داشته باشد، اگر کاملاً نایاب نباشد دست کم حساسی کمپاب خواهد بود. درست به همین خاطر برند لگو برای اینکه نظر والدین را به محصولات مخصوص کریسمس‌اش جلب کند، یک راست سراغ ربات چت برندش رفته است. این کمپین هر ساله برگزار شده و در آن والدین امکان گفت و گو با ربات چت مخصوص این برند به منظور پیدا کردن بهترین هدیه کریسمس را خواهند داشت. ربات چت برند لگو به لطف هوش مصنوعی خارق‌العادش با دریافت اطلاعاتی مثل سن یا سلیقه عمومی کودک‌ان و والدین‌شان به خوبی محصولات مختلف لگو را به آنها معرفی می‌کند. ربات چت چت لگو علاوه بر معرفی محصولات مختلف، نیم نگاهی به ارسال لینک خرید آنلاین برای کاربران هم دارد. به این ترتیب اگر شما درباره یک محصول از این ربات سوال کنید، در پایان گفت و گو لینک خرید آن را نیز برای‌تان ارسال خواهد کرد. همانطور که می‌بینید ربات چت برند لگو خیلی راحت مشتریان را راهنمایی می‌کند تا بهترین خرید را داشته باشد؛ آن هم با لحنی دوستانه و شوخی‌های گاه و بیگاه با نوستالژی مشتریان.

هول فودز: خرید مواد غذایی با چاشنی دستور پخت‌های خوشمزه

خريد از خرده‌فروشی‌های بزرگ می‌تواند یکی از بهترین تفریح‌ها بعد از یک روز کاری سخت و نفسگیر باشد. البته به شرط اینکه بدانید دقیقاً دنبال چه محصولی هستید. وگرنه تجربه‌ای مثل آلیس در سرزمین عجایب خواهید داشت. این وضعیت عجیب و غریب دقیقاً همان دلیلی بود که مدیران برند هول فودز را به سوی طراحی یک ربات چت عالی برد. ربات چت هول فودز در سایت رسمی و اپ این برنامه آماده کمک به مشتریانی است که بین یک عالمه محصول می‌گردند تا بهترین کدام را انتخاب کنند. به علاوه، اگر شما دوست دارید کلی دستور پخت غذاها و دسرهای مختلف را هم داخل جیب‌تان داشته باشید، ربات چت هول فودز بهترین گزینه برای‌تان خواهد بود، چراکه این ربات مثل یک سرآشپز و دوست صمیمی تمام مراحل پخت انواع غذاهای خوشمزه را به شما یاد می‌دهد. فقط کافی است با یک کلیک بر روی منوی ربات چت این برند وارد بخش دستور پخت‌ها شوید و در دنیایی از غذاهای مختلف به گشت و گذار بپردازید. اگر شما هم یک برند مرتبط با صنعت غذا هستید، می‌توانید خیلی راحت از الگوی موفق هول فودز استفاده کنید. اینطورِی دست کم مشتریان همیشه عاشق برنداتان خواهند ماند و صداالتیه میزان فروش‌شان هم کم کم افزایش پیدا می‌کند.

سن‌خان پایی

ربات چت یکی از ابزارهای عالی برای آن دسته از بازاریاب‌هایی است که وقت را مثل طلا با ارزش می‌دانند. شما با این ابزار می‌توانید هم در وقت‌تان صرفه‌جویی کنید هم رضایت مشتریان را به بهترین شکل ممکن همراه برنداتان داشته باشید. حالا که به آخر ماجراجویی‌مان در زمینه بازاریابی با ربات چت رسیدهایم، نوبتی هم باشد، این شما هستید که باید درباره این استراتژی نظر دهید. به نظر‌تان بازاریابی با ربات چت به درد کسب و کارتان می‌خورد، آیا اصلاً مقاله ما انگیزه شما برای استفاده از ربات چت را افزایش داده است؟ من و همکارانم در روزنامه فرصت امروز امیدواریم جواب شما برای سوالات بالا یک «بله» قرص و محکم باشد و نکات مورد بحث در این مقاله به شما برای آشنایی با بازاریابی با چاشنی ربات چت کمکي هرچند کوچک کرده باشد. همین‌ها اگر سوالی درباره ربات چت و بازاریابی با آن داشتید، ما همیشه منتظر‌تان هستیم. پس تعارف را کنار گذاشته و سوالات‌تان را همین جا با ما در میان بگذارید. منابع:

https://sproutsocial.com/chatbots/#getting-started-with-chatbots

https://www.tidio.com/blog/chatbot-marketing

https://later.com/blog/chatbots-for-marketing

https://mobilemonkey.com/blog/chatbot-marketing