

هفته‌نامه «اکنونیست»
بررسی کردچگونه در جنگ
طولانی پیروز شویم؟

اوکراین در جنگ کوتاه پیروز شد. نیروهای این کشور خسارات زیادی را متحمل شدند و برنامه‌های روسیه برای فتح کی‌یف را به هم ریختند. به نوشته «اکنونیست»، حالا جنگ طولانی فرا می‌رسد و تا زمانی که یک طرف اراده جنگیدن را از دست بدهد، باعث از بین رفتن اسلحه‌ها، جان‌ها و پول خواهد شد. تاکنون این جنگی است که روسیه برنده آن است. نیروهای روسیه در روزهای اخیر، شهر شرقی سیروودونستک را گرفته‌اند و با پیشروی در لیسچانک ممکن است به زودی کنترل منطقه لوهانسک را به طور کامل در دست بگیرند. آنها همچنین اسلوفیانسک در شمال دونتسک را تهدید می‌کنند. رهبران اوکراین می‌گویند که سلاح و مهمات ندارند و تخمین می‌زنند که روزانه ۲۰۰ نفر از سربازان‌شان را از دست می‌دهند. این برای اوکراین اما پایان ماجرا نیست. پیشروی روسیه آهسته و پرهزینه است. اوکراین با در اختیار داشتن سلاح‌های ناتو، تاکتیک‌های جدید و کمک‌های مالی کافی، شانس...

فرصت امروز
برای کسب و کار آفرینی

شرایط حذف قرعه‌کشی خودرو چیست؟

وزیر صمت به توضیحاتی درباره شرایط حذف قرعه‌کشی خودرو پرداخت و گفت آیین‌نامه واردات خودرو فردا در جلسه هیأت دولت تعیین تکلیف خواهد شد. رضا فاطمی امین وزیر صنعت دیروز در حاشیه روز صنعت و معدن در خصوص وضعیت واردات خودرو، گفت: آیین‌نامه واردات خودرو فردا در جلسه هیأت دولت تعیین تکلیف خواهد شد. چهارشنبه ۲۱ اردیبهشت ماه...

اقتصاد ایران روی ریل کدام جریان فکری حرکت می‌کند؟

پنج ضلعی
اقتصاد ایران

هر بار که صحبت از جریان‌های فکری در اقتصاد ایران می‌شود، عمدتاً از دو طیف اقتصاد بازار و نهادگرا نام برده می‌شود، اما در سال‌های گذشته دیدگاه سومی هم مطرح شده است که نمایندگان آن غالباً دانش‌آموخته دانشگاه امام صادق هستند و حضور پررنگی در دولت سیزدهم دارند. اگرچه جریان‌های فکری در اقتصاد ایران و جهان در دو طیف کلی چپ و راست قرار می‌گیرند، اما در میان این دو پارادایم فکری نیز جریان‌های متعددی سربرآورده‌اند. با این حال، تقابل چپ و راست در اقتصاد ایران در قالب دو جریان نهادگراها و اقتصاد بازار متبلور شده که هر کدام...

۲۵ درصد از تسهیلات ودیعه مسکن به تهرانی‌ها می‌رسد

جغرافیای استانی وام اجاره

مدیریت و کسب‌وکار

بازاریابی بین کانالی برای موفقیت کسب و کارها

تمام بازاریاب‌ها به خوبی از اهمیت شبکه‌های اجتماعی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف اطلاع دقیق دارند. این امر می‌تواند برای شما جذابیت بسیار زیادی داشته و توجه کاربران را نیز به کسب و کارتان به طور چشمگیری توسعه دهد. یادتان باشد در دنیای کنونی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف شما به تمام ظرفیت‌های برندتان نیاز دارید. درست به همین خاطر بی‌توجهی به بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی می‌تواند برای برندها هزینه‌های بسیار زیادی به همراه داشته باشد. این امر در بسیاری از مواقع شما را از نقطه نظر تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با مشکلات زیادی رو به رو ساخته و توانایی‌تان در این میان را نیز به طور چشمگیری توسعه می‌دهد. یکی از مشکلات مهم در زمینه بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی گسترده‌ی پلتفرم‌های در دسترس است. این امر می‌تواند شما را از نظر سطح تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با...

شاخص بورس تهران در سطح ۱,۵ میلیون واحدی دست و پا می‌زند
نوسان فرسایشی بورس

گزارش جامع سلامت دیجیتال ایران در سال گذشته نشان می‌دهد

بازار ۱۸۶۰ میلیاردی سلامت دیجیتال

رضایتمندی افراد در این حوزه بسیار مهم است. همچنین ۷۰ درصد کاربران از خدمات مشاوره آنلاین رضایت دارند، ۱۸ درصد ناراضی و ۱۲ درصد خنثی هستند. در این میان اما بیشترین رضایت کاربران مربوط به حوزه تغذیه و تناسب اندام است که میزان آن به ۸۶ درصد می‌رسد و تنها ۳ درصد کاربران از خدمات این حوزه ناراضی بوده‌اند. کاربران سرویس‌های مربوط به حوزه زنان، بارداری و زایمان هم رضایت نسبی داشته‌اند و طبق بررسی‌های انجام شده در این گزارش، ۷۶ درصد از کاربران از خدمات این حوزه راضی بوده، ۱۵ درصد ناراضی و ۹ درصد خنثی بوده‌اند. در حوزه نوبت‌دهی و رزرو آنلاین هم تقریباً وضعیت مشابهی حکمفرماست و میزان رضایت کاربران تا ۷۱ درصد بوده است. ۸ درصد کاربران نیز از خدمات دریافتی‌شان ناراضی و ۲۱ درصد آنها خنثی بوده‌اند.

محبوبیت اپلیکیشن‌های تناسب اندام

درست مثل اغلب کشورها، کاربران ایرانی هم در سال‌های اخیر و به مدد شبکه‌های اجتماعی به تغییر و بهبود سبک زندگی‌شان علاقه‌مند شده‌اند و این تغییر رویکرد بیش از هر چیز در تغذیه و تناسب اندام نمود پیدا کرده است. بنابراین چندان دور از ذهن نیست که این حوزه محبوبیت زیادی داشته باشد؛ کما اینکه نقشه بازار سلامت دیجیتال ایران با تایید این موضوع نشان می‌دهد این حوزه بیشترین تعداد بازیگران فعال را به خودش اختصاص داده است. با این حال، روند تعداد نصب فعال اپلیکیشن‌های مهم تناسب اندام و تغذیه در یک سال گذشته (همانند سال ۱۳۹۹) نزولی بوده و این اتفاق احتمالاً به خاطر تداوم شیوع کرونا و تغییر اولویت‌های کاربران در استفاده از اپلیکیشن‌های کاربردی بوده است. با این وجود، اپلیکیشن‌های مهم تناسب اندام و تغذیه نمره خوبی از کاربران گرفته و از پنج ستاره، چهار و نیم ستاره دریافت کرده‌اند. اپلیکیشن خواص گیاهان دارویی

صادرات از واردات در پایان فصل بهار پیشی گرفت

کارنامه سبز تجارت خارجی

است که از کل تجارت ۲۵۵ میلیارد دلاری خارجی در بهار امسال ۱۳ میلیارد و ۶۹ میلیون دلار سهم صادرات و ۱۲ میلیارد و ۴۶۴ میلیون دلار سهم واردات بوده و رشد صادرات ایران در این مدت نسبت به بهار سال گذشته ۲۱ درصد و رشد واردات نیز ۱۸ درصد برآورد شده است. به گفته گمرک ایران، در فصل بهار امسال ۲۶ میلیون تن کالا به ارزش ۲۵۵ میلیون دلار بین ایران و شرکای تجاری رد و بدل شده است که در مقایسه با بهار سال گذشته رشدی ۲۱ درصدی را نشان می‌دهد. بازرگانان ایرانی در سه ماهه نخست امسال ۲۷,۷ میلیون تن کالا راهی بازارهای هدف صادراتی کرده‌اند که جمع درآمد ناشی از این تجارت ۱۳ میلیارد و ۶۹ میلیون دلار بوده است. در مقابل تجار و بازرگانان در بهار امسال ۸ میلیون و ۱۵۴ هزار تن کالا

رضایت نسبی از خدمات سلامت دیجیتال

فناوری از همان ابتدا نقش مهمی در مدیریت بحران کرونا داشت و کووید-۱۹ به مثابه یک کاتالیزور باعث گسترش بیش از پیش دنیای دیجیتال شد؛ تا جایی که اغلب کسانی که تا پیش از همه‌گیری کرونا با فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی بیگانه بودند و قرابت چندانی با تکنولوژی نداشتند، به موازات رشد دیجیتال‌یسم همزمان با همه‌گیری کووید-۱۹، سلامت دیجیتال نیز از یک امکان خاص و لوکس به یک ضرورت در سبک زندگی آدمی تبدیل شد و بدین ترتیب، اکوسیستم سلامت دیجیتال در ایران و جهان، رشد چشمگیری را تجربه کرد و بر حجم و ارزش بازار و تعداد بازیگران آن افزوده شد. با این حال، نتایج یک گزارش رسمی نشان می‌دهد که سهم اپلیکیشن‌های ایرانی از بازار سلامت دیجیتال جهان تنها ۰,۵ درصد است.

سبقت صادرات از واردات در کارنامه تجارت خارجی ایران در فصل بهار امسال شده است. البته کارشناسان هشدار می‌دهند که در صورت عدم احیای برجام و تداوم شرایط موجود تحریمی، کالاهای ایرانی با مشکل رقابت‌پذیری در بازارهای منطقه‌ای و جهانی روبرو می‌شوند و این موضوع در میان مدت و بلندمدت به افت صادرات ایران منجر خواهد شد. براساس آمارهای رسمی گمرک، حجم تجارت خارجی کشور در اولین فصل سال جاری به ۲۵,۵ میلیارد دلار رسیده که نتیجه آن ثبت تراز تجاری مثبت به میزان ۶۰۵ میلیون دلار بوده است. این برآیند رسمی گمرک ایران از دادوستد کالاها و خدمات تجاری در سه ماهه نخست امسال است. حجم تجارت خارجی ایران در پایان فصل بهار در حالی به رشد ۱۹,۵ درصدی رسیده

فرصت امروز: واقعیت دیجیتالی جهان، تصویری بود که از مدت‌ها قبل، نشانه‌های آن در سبک زندگی انسان به چشم می‌خورد، اما آنچه به مثابه یک کاتالیزور، انسان‌ها و کسب و کارها را هر چه بیشتر به سمت دیجیتال‌یسم هدایت کرد، پاندمی کرونا بود که با وجود تمامی مخاطرات اما فرصت‌هایی هم در دل تهدید خود داشت. به موازات رشد دیجیتال‌یسم همزمان با همه‌گیری کووید-۱۹، سلامت دیجیتال نیز از یک امکان خاص و لوکس به یک ضرورت در سبک زندگی آدمی تبدیل شد و بدین ترتیب، اکوسیستم سلامت دیجیتال در ایران و جهان، رشد چشمگیری را تجربه کرد و بر حجم و ارزش بازار و تعداد بازیگران آن افزوده شد. با این حال، نتایج یک گزارش رسمی نشان می‌دهد که سهم اپلیکیشن‌های ایرانی از بازار سلامت دیجیتال جهان تنها ۰,۵ درصد است.

هفته گذشته در یک نشست خبری از «گزارش جامع سلامت دیجیتال ایران ۱۴۰۰» رونمایی شد. این گزارش به همت شرکت فناوری و نوآوری سایان (ساینتک) با حمایت هلدینگ سرمایه‌گذاری منکس و ستاد هوشمندسازی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری در ۲۰۰ صفحه منتشر شده است. گزارش جامع سلامت دیجیتال ایران ۱۴۰۰ حدود ۹۰ درصد از فضای اکوسیستم سلامت دیجیتال کشور را ترسیم کرده و داده‌های مختلفی را درباره ماهیت این اکوسیستم، تعداد استارت‌آپ‌ها و حجم بازار در ایران ارائه می‌دهد؛ از جمله اینکه حجم کل بازار سلامت دیجیتال کشور تا پایان سال ۱۴۰۰ به بیش از هزار و ۸۶۰ میلیارد تومان رسید که نسبت به سال ۱۳۹۹ - با رقم هزار و ۵۱۲ میلیارد تومان - رشد ۱۲ درصدی را نشان می‌دهد. همچنین پیش‌بینی می‌شود حجم بازار سلامت دیجیتال ایران تا پایان سال ۱۴۰۲ با رشد حدود ۵۰ درصدی به بیش از ۲ هزار و ۷۵۰ میلیارد تومان برسد.

تراز تجاری ایران در فصل بهار مثبت شد و صادرات کشور به لطف افزایش نرخ ارز و رشد قیمت‌های جهانی از واردات پیشی گرفت. آمارهای تازه گمرک ایران نشان می‌دهد که صادرات در پایان سه ماهه منتهی به خردادماه ۱۴۰۱ به میزان ۶۰۵ میلیون دلار از واردات سبقت گرفته است. این اتفاق همچنین در آمار ماهانه خردادماه نیز منعکس شده و تراز تجاری در سومین ماه فصل بهار هم مثبت شده است. صادرات در حالی از واردات در پایان فصل بهار پیشی گرفته است که از نظر ارزش نیز رشد ۲۱ درصدی را نسبت به بهار سال گذشته تجربه کرده و در همین حال واردات نیز در این بازه زمانی رشد ۱۸ درصدی را به نمایش گذاشته است. در مجموع، افزایش نرخ ارز در داخل کشور و رشد جهانی قیمت کالاها باعث

رونق بازار رزرو آنلاین با کرونا
رزرو آنلاین از دیگر خدمات سلامت دیجیتال است که در دو سال اخیر و به دنبال همه‌گیری بیماری کووید-۱۹، محبوبیت بیشتری در میان کاربران پیدا کرده و به یکی از پرطرفدارترین بخش‌های اکوسیستم سلامت دیجیتال کشور تبدیل شده است. همین موضوع باعث رونق بازار بازیگران قبلی و انگیزه ظهور بازیگران جدید بوده است. بررسی اپلیکیشن‌های مهم و پرطرفدار این حوزه که حداقل هزار نصب فعال دارند و تحلیل امتیازات دریافتی آنها در کافه بازار و مایکت نشان می‌دهد هر چند مجموع نصب این اپلیکیشن‌ها در یک سال گذشته روند کاهشی داشته است، اما محبوبیت آنها در میان کاربران همچنان حفظ شده یا حتی رو به افزایش است. در میان اپلیکیشن‌های این حوزه، پذیرش ۲,۴۴، سفاداک و نت نوبت در هر دو بازارگاه محبوبیتی نسبتاً یکسان دارند. با این همه همان‌طور که انتظار می‌رود تعداد اپلیکیشن‌های ارائه شده در کافه بازار بیشتر از مایکت است و آن دسته از اپلیکیشن‌هایی که عملکرد خوب در سهم بازار داشته و توانسته‌اند کیفیت خودشان را حفظ کنند، در هر دو بازارگاه حضور دارند. نکته مهم دیگر اینکه مدل درآمدی بازیگران حوزه رزرو آنلاین بیشتر مبتنی بر واسطه‌گری است که سهم ۴۳ درصدی دارد. پس از آن به ترتیب مدل‌های فروش محصول با ۱۹ درصد، واسطه‌گری فروش با ۱۲ درصد، واسطه‌گری خدمات با ۶ درصد، حق اشتراک و فریمیوم با ۴ درصد و در نهایت فروش و پشتیبانی با یک درصد قرار دارند. در این حوزه همچنین استارت‌آپ‌ها و تیم‌های نوپا با ۶۲ درصد بیشترین تعداد بازیگران را تشکیل می‌دهند و بعد از آنها به ترتیب تیم‌های خلاق با ۱۵ درصد، دانش‌بنیان نوپا نوع دو ۱۰ درصد، دانش‌بنیان تولیدی یا صنعتی نوع دو ۷ درصد، دانش‌بنیان نوپا نوع یک ۵ درصد و شرکت‌های دولتی با یک درصد سهم دارند.

کشور چین، عراق، ترکیه، امارات و هند و پنج کشور اصلی صادرکننده کالا به کشورمان در این مدت امارات، چین، ترکیه، هند و آلمان بوده‌اند. همچنین در سه ماهه نخست امسال کشورهای چین با ۴ میلیارد و ۲۱۴ میلیون دلار، عراق با یک میلیارد و ۸۲۴ میلیون دلار، ترکیه با یک میلیارد و ۷۳۷ میلیون دلار، امارات با یک میلیارد و ۶۴۵ میلیون دلار و هند با ۴۲۴ میلیون دلار، مقاصد پنجگانه کالاهای صادراتی ایران در سه ماه گذشته بوده‌اند. در سوی مقابل نیز کشورهای امارات با ۳ میلیارد و ۴۲۶ میلیون دلار، چین با ۳ میلیارد و ۱۳۱ میلیون دلار، ترکیه با یک میلیارد و ۷۷۳ میلیون دلار، هند با ۵۱۲ میلیون دلار و آلمان با ۴۵۶ میلیون دلار، پنج کشور نخست تامین‌کننده کالاهای مورد نیاز ایران در فصل بهار بوده‌اند.

و میوه‌ها بیشترین امتیاز و اپلیکیشن دکتر کرمانی نیز کمترین امتیاز را دارند. آنجا که شبکه‌های اجتماعی این روزها جزئی جدانشدنی از زندگی روزمره افراد هستند، میزان فعالیت و مقبولیت این سرویس‌ها در آنها جالب توجه است. بررسی‌ها نشان می‌دهند که حدود ۷۰ درصد از مخاطبان اینستاگرام در حوزه تناسب اندام و تغذیه، متعلق به سرویس‌های لیمومی و غفاری دایب هستند که هر دو در زمینه ارائه رژیم‌های اختصاصی فعالیت می‌کنند. با این حال امسا لیمومی کمترین تعداد دنبال‌کنندگان اینستاگرامی و کمترین نرخ تعامل را در میان رقبا دارد و کرفس با بیشترین نرخ تعامل، محبوب‌ترین اپلیکیشن تناسب اندام در میان کاربران اینستاگرام است. در این گزارش، مدل درآمد و الگوی کسب و کارها نیز بررسی شده که حاوی اطلاعات جالبی است. براساس بررسی مدل درآمد و الگوی کسب و کارهای مهم حوزه تناسب اندام و تغذیه، محبوب‌ترین مدل در میان بازیگران این حوزه فریمیوم در ارائه رایگان خدمات است که سهم ۲۵ درصدی دارد. بعد از آن الگوهای نامشخص با ۱۸ درصد، ارائه خدمات با ۱۷ درصد، فروش محصول با ۱۵ درصد، حق اشتراک و واسطه‌گری ۶ درصد و در نهایت ارز دیجیتال ۳ درصد هستند. همچنین اپلیکیشن شمشه با استفاده از مدل درآمدی خلافتان ارز دیجیتال و استفاده از تکنولوژی بلاک‌چین در این زمینه پیشرو بوده و انتظار می‌رود پتانسیل رشد بالایی داشته باشد. از طرفی بعضی محصولات مانند تیل و ویراست، از هوش مصنوعی برای تشخیص و شناسایی هوش مصنوعی بهره می‌گیرند. تحلیل داده‌های این گزارش نشان می‌دهد که همکاری با باشگاه‌های ورزشی، تولیدکنندگان مواد غذایی، پلتفرم‌های سفارش غذا و رستوران‌ها، از جمله فرصت‌های نادیده گرفته شده در این حوزه هستند.

به ارزش ۱۲ میلیارد و ۴۶۴ میلیون دلار کالا وارد کشور کرده‌اند. براساس این گزارش، تجارت خارجی در ماه‌های اخیر به نفع ایران تمام شده و ثبت تراز تجاری در فصل بهار ۱۴۰۱ بی‌سابقه بوده است. دولت ابراهیم رئیسی در تلاش است تا حجم تجارت خارجی با دیگر کشورها از جمله همسایگان و کشورهای منطقه را افزایش دهد؛ چنانکه مهدی صفری، معاون اقتصادی وزارت خارجه اخیراً اعلام کرد که پیش‌بینی می‌شود میزان صادرات امسال به ۴۵ تا ۵۵ میلیارد دلار برسد. همچنین پیش‌بینی می‌شود که به تجارت خارجی ایران به‌ویژه با کشورهای اروپایی افزایش پیدا کند. طبق توضیحات علیرضا مقدسی رئیس کل گمرک ایران، خریداران اصلی کالاهای ایرانی در بهار امسال، پنج

نگاه

هفته‌نامه «اکنونومیست» بررسی کرد

چگونه در جنگ طولانی پیروز شویم؟

اوکراین در جنگ کوتاه پیروز شد. نیروهای این کشور خسارات زیادی را متحمل شدند و برنامه‌های روسیه برای فتح کی‌یف را به هم ریختند. به نوشته «اکنونومیست»، حالا جنگ طولانی فرا می‌رسد و تا زمانی که یک طرف اراده جنگیدن را از دست بدهد، باعث از بین رفتن اسلحه‌ها، جان‌ها و پول خواهد شد. تاکنون این جنگی است که روسیه برنده آن است. نیروهای روسیه در روزهای اخیر، شهر شرقی سیوردونتسک را گرفته‌اند و با پیشروی در لیسچانسک ممکن است به زودی کنترل منطقه لوهانسک را به طور کامل در دست بگیرند. آنها همچنین اسلوفیانسک در شمال دونتسک را تهدید می‌کنند. رهبران اوکراین می‌گویند که سلاح و مهمات ندارند و تخمین می‌زنند که روزانه ۲۰۰ نفر از سربازان‌شان را از دست می‌دهند. این برای اوکراین اما پایان ماجرا نیست. پیشروی روسیه آهسته و پرهزینه است. اوکراین با در اختیار داشتن سلاح‌های ناتو، تاکتیک‌های جدید و کمک‌های مالی کافی، شانس زیادی برای عقب راندن ارتش روسیه دارد. حتی در صورتی که بازپس‌گیری قلمروهای ازدست‌رفته دشوار باشد، اوکراین می‌تواند به‌عنوان یک کشور دموکراتیک و غرب‌گرا ظاهر شود؛ ولی برای این کار نیاز به حمایت پایدار دارد که هنوز درباره آن تردید وجود دارد.

ظاهرا به نظر می‌رسد که یک جنگ طولانی برای روسیه مناسب است. هر دو طرف مقادیر زیادی مهمات استفاده می‌کنند؛ ولی مصرف مهمات روسیه بسیار بیشتر از اوکراین است. اقتصاد روسیه بسیار بزرگ‌تر از اوکراین است و وضعیت بسیار بهتری هم دارد. روسیه برای پیروزی به دنبال ایجاد وحشت و تضعیف روحیه اوکراینی‌هاست و حمله هفته گذشته به مرکز خریدی در شهر کرمنچوک، گویای همین مسئله است. با این وجود، جنگ طولانی نباید براساس شرایط پوتین انجام شود. اوکراین جنگجویان بالنگیزه بسیاری دارد و می‌تواند با صنعت دفاعی غرب مجهز شود. در سال ۲۰۲۰ و قبل از تحریم‌ها، اقصادهای ناتو بیش از ۱۰ برابر اقتصاد روسیه بودند.

چرخش اوکراین در میدان نبرد با توقف و معکوس کردن پیشروی روسیه آغاز می‌شود. ژنرال‌های پوتین همچنان تسلیحات بیشتری در اختیار خواهند داشت؛ ولی سیستم‌های پیچیده ناتو، برد و دقت بیشتری دارند. با اتخاذ تاکتیک‌هایی که در جنگ سرد ابداع شد، اوکراین می‌تواند پست‌های فرماندهی و انبارهای تدارکاتی روسیه را نابود کند. اوکراین در روز ۳۰ ژوئن با استفاده از تسلیحات ناتو، نیروهای روسیه را از جزیره مار واقع در دریای سیاه بیرون راند. این کشور باید هدف خود را روی وارد کردن یک «پات» به روسیه متمرکز کند و سرزمین‌های نمادین دیگری چون خرسون را پس بگیرد. اگر روسیه در میدان نبرد تضعیف شود، ممکن است مخالفت و درگیری در درون کرملین گسترش پیدا کند. سرویس‌های اطلاعاتی غربی می‌گویند که پوتین توسط زبردستانش در تاریکی نگهداری می‌شود. او عادت دارد فرماندهان خود را تغییر دهد. غرب می‌تواند با ادامه تحریم‌ها، هزینه‌های یک جنگ طولانی را در بردی روسیه افزایش دهد و این مسئله می‌تواند نتایجمان را از پوتین دور کند و آنها را به این فکر بیندازد که کشورشان نباید آینده خود را برای کارزاری بی‌هدف و پرهزینه دور بیندازد، اما سوال اینجاست که آیا غرب در مسیر خود باقی خواهد ماند؟ در نشستیی که در روز ۲۳ژوئن انجام شد، اتحادیه اروپا اوکراین را نامزد عضویت کرد که نوید سطح روابط عمیق در طول دهه آینده را می‌دهد. در نشستیی دیگر که هفته گذشته در آلمان برگزار شد، گروه ۷ تحریم‌ها علیه روسیه را تقویت کرد و در نشست سومی که در مادرید برگزار شد، ناتو تهدید روسیه را با افزایش حضور خود در جبهه شرقی این اتحاد تایید کرد.

با این وجود، اوکراین بار سنگینی است. صنایع دفاعی غرب بسیار قدرتمند هستند؛ ولی برای تولید در حجم بالا به‌ویژه مهمات به تکیاو افتاده‌اند. دولت اوکراین با کسری ماهانه ۵میلیارد دلاری روبه‌رو است و این کشور پس از جنگ نیز به بازسازی نیاز دارد. حمایت عمومی برای اوکراین در غرب با انبوهی از فشارها، از تورم گرفته تا انتخابات ضربه خواهد دید. هزینه‌های جهانی یک جنگ طولانی نیز افزایش خواهد یافت. پوتین صادرات غلات و روغن آفتابگردان از بنادر اوکراین را مسدود کرده که موجب ایجاد ناآرامی و حعطی در کشورهای واردکننده قغیرتر خواهد شد. به نظر می‌رسید او در تلاش است تا با ممانعت از ایجاد ذخیره در طول تابستان، اتحادیه اروپا را در طول زمستان با کمبود گاز روبه‌رو کند. اگر یکپارچگی درباره مسئله انرژی از بین برود، بر سر اوکراین نیز از بین خواهد رفت. از سوی دیگر، اعضای ناتو نگران هستند که اگر اوکراین دست بالا را به‌دست آورد، پوتین اقدامات خود را تشدید کند و این مسئله می‌تواند آنها را وارد جنگی فاجعه‌بار با روسیه نماید.

سمت و سوی پوتین مشخص است. او تا جایی که بتواند اوکراین را خواهد گرفت، اعلام پیروزی خواهد کرد و سپس از کشورهای غربی خواهد خواست تا شرایط او را بر اوکراین وارد کنند. در ازای آن، باقی جهان را از نابودی، گرسنگی، سرما و تهدید آرم‌گدون هسته‌ای معاف خواهد کرد. پذیرش این معامله، یک اشتباه محاسباتی بزرگ است. اوکراین با حمله مداوم روسیه مواجه خواهد شد. هر اندازه پوتین بیشتر باور کند که در اوکراین پیروز می‌شود، جنگ‌طلب‌تر خواهد شد. او برنامه‌های خود را در یک سخنرانی در ماه جاری مشخص کرد و در حالی که درباره فتح بخش‌هایی از سوئد توسط پتر کیبیر صحبت می‌کرد، لیخند می‌زد. او با هر سلاخی که امروز برایش کارایی دارد، در آینده خواهد جنگید. این به معنای تهدید هسته‌ای، گرسنگی دادن به جهان و یخ بستن اروپاست.

«اکنونومیست» معتقد است که بهترین راه برای جلوگیری از جنگ بعدی، متوقف کردن پوتین در این جنگ است. رهبران باید این مسئله را برای مردم خود روشن کنند که آنها نه تنها از اصلی انتزاعی در اوکراین دفاع می‌کنند، بلکه در حال دفاع از اساسی‌ترین اصل خود، یعنی امنیت هستند. اتحادیه اروپا باید بازارهای انرژی خود را تقویت کند تا در زمستان دچار بحران نشود. اوکراین باید سلاح‌های بیشتری داشته باشد. امروز خطر تشدید تنش واقعی است؛ اما اگر صلحی بد به اوکراین تحمیل شود، تهدیدهای هسته‌ای پوتین متوقف نمی‌شود، بلکه خطرناک‌تر خواهد شد؛ مخصوصا اگر نیروهای غیرهسته‌ای روسیه در شرایط نامناسبی قرار بگیرند. در جنگی طولانی، مردم عادی روسیه به سختی خواهند افتاد و مردم اوکراین رنجی غیرقابل وصف را متحمل خواهند شد. اوکراین و حامیانش نیرو، پول و تجهیزات برای غلبه بر پوتین را دارند، اما آیا همه آنها، اراده انجام آن را دارند؟



ایمان ولی‌پور

ایمیل: IvanKaramazof@yahoo.com

هر بار که صحبت از جریان‌های فکری در اقتصاد ایران می‌شود، عمدتا از دو طیف اقتصاد بازار و نهادگرا نام برده می‌شود، اما در سال‌های گذشته دیدگاه سومی هم مطرح شده است که نمایندگان آن غالبا دانش‌آموخته دانشگاه امام صادق هستند و حضور پررنگی در دولت سیزدهم دارند. اگرچه جریان‌های فکری در اقتصاد ایران و جهان در دو طیف کلی چپ و راست قرار می‌گیرند، اما در میان این دو پارادایم فکری نیز جریان‌های متعددی سرب‌برآورده‌اند. با این حال، تقابل چپ و راست در اقتصاد ایران در قالب دو جریان نهادگراها و اقتصاد بازار متبلور شده که هر کدام در دوره‌های مختلف سکنان اقتصاد کشور را به دست داشته‌اند. البته طیف فکری دیگری هم در سال‌های اخیر مطرح شده و در دولت حاضر نیز حضور پررنگ و مشهودی دارد. چهره‌های شاخص این جریان که اقتصاد اسلامی نام دارد، اکثرا از فارغ‌التحصیلان دانشگاه امام صادق هستند.

با وجود این مرزبندی آشکار اما در اقتصاد سیاسی ایران تقسیم‌بندی‌های رایج دنیا آنچنان به چشم نمی‌خورد و از قضا هر دولتی که در این سال‌ها بر سر کار آمده است، معجزونی از سیاست‌های اقتصادی مختلف و گاه متضاد را به اجرا گذاشته که هر کدام از یک مکتب فکری در حوزه اقتصاد سرچشمه گرفته است. بنابراین نمی‌توان خط سیر مشخصی را برای ردیابی مکاتب فکری در آشفته بازار اقتصاد ایران ترسیم کرد و هر دولت را نماینده راستین یک مکتب و جریان فکری برشمرد. در گزارش حاضر، مهمترین جریان‌های حاضر در اقتصاد ایران معرفی شده‌اند که می‌توان از آن به «پنج‌ضلعی اقتصاد ایران» یاد کرد.

طیف اول: اقتصاددانان نئولیبرال

نئولیبرال‌ها از همان ابتدای انقلاب، حضور مستمری در دولت داشته و نقش پررنگی در سیاست‌گذاری اقتصادی کشور ایفا کرده‌اند. احتمالا شاخص‌ترین و رسانه‌ای‌ترین چهره‌های این جریان، مسعود نیلی و موسی غنی‌نژاد هستند و البته چهره‌های دیگری مانند محمد طیبییان، حسین عبده تبریزی، علی نقی مشایخی، عباس آخوندی، محمد نهاوندیان، مسعود کرباسیان، سیدعلی مدنی‌زاده و محمود سریع‌القلم نیز در همین طیف قرار می‌گیرند. مبنای نظری این جریان را دو اندیشمند نئولیبرالیسم یعنی «فردریش فون هایک» و «میلتون فریدمن» تشکیل می‌دهند و سیاست‌های اصلاح ساختاری در دولت‌های هاشمی، خاتمی و روحانی براساس همین تئوری دنبال شده است. از منظر این جریان، تنها راه حل مشکلات اقتصادی ایران، قرار گرفتن در مسیر اقتصاد آزاد و اعتماد به دست نامرئی بازار است. دولت در این مسیر باید تا سر حد امکان کوچک شود و مهمترین کارش همانا نظارت بر عرضه پول در اقتصاد باشد. سیاست درهای بازار، آزادی جریان سرمایه و نیروی کار، خصوصی‌سازی، سرمایه‌گذاری خارجی و نرخ شناور ارز از مهمترین مؤلفه‌های این جریان فکری است و اعتقاد دارد که بدون اتخاذ این موارد، اصلاح ساختار اقتصادی امکان‌پذیر نیست.

مؤسسه عالی آموزش و پژوهش در مدیریت و برنامه‌ریزی یا همان «مؤسسه نیوران»، مهمترین نهاد پژوهشی این طیف از اقتصاددانان است که در سال‌های اولیه دولت هاشمی به ابتکار «مسعود روغنی زنجانی»، رئیس وقت سازمان برنامه و بودجه و با کمک «علی نقی مشایخی»

اقتصاد ایران روی ریل کدام جریان فکری حرکت می‌کند؟

پنج ضلعی اقتصاد ایران



پایه‌گذاری شد و قرار بود بازوی پژوهشی سازمان برنامه در آن زمان باشد. برنامه‌های پنج ساله اول و دوم دولت هاشمی و برنامه پنج ساله سوم دولت خاتمی با محوریت تعدیل ساختار اقتصادی با همکاری این طیف از اقتصاددانان نئولیبرال نوشته شد. پایگاه اصلی این اقتصاددانان در دولت‌ها همیشه سازمان برنامه و بودجه بوده و از خلال بودجه و برنامه‌های پنج ساله، مسیر تعدیل ساختاری را در پیش گرفته‌اند.

طیف دوم: اقتصاددانان نهادگرا

طیف دوم، منتقد نئولیبرال‌ها هستند و بسر این باورند که جریان نئولیبرالیسم و تعدیل ساختاری نمی‌تواند عدالت اجتماعی را در کشور برقرار سازد، به همین دلیل حضور دولت و نهادها در سیاست‌گذاری اقتصادی و برقراری عدالت اجتماعی ضروری است. اگر نئولیبرال‌ها روی فرد و آزادی فردی تکیه می‌کنند و آزادی فردی در نظر آنها بنیان‌نوسازی اقتصادی است، این طیف برعکس، بر نقش نهادها در شکل‌گیری رفتار اقتصادی تأکید می‌کند و معتقدند دولت‌های کارآمد می‌توانند نقش مهمی در سیاست‌بازتوزیعی و ایجاد عدالت اجتماعی ایفا کنند. محسن رنای، فرشاد مؤمنی، حسین راغفر، احمد میدری، عباس شاکری، محمود توسلی و علی طیب‌نیا از مهمترین چهره‌های این جریان هستند. این طیف فکری به اقتصاددانان مشهوری همچون «آمرتیا بسن»، «گونار میردال»، «سیمون کوزنتس» و «لارس پالسون» استاد می‌کنند و از نظریات افرادی مانند «جوزف استیگلیتز» و «پل کروگمن» بهره می‌برند. راجع عملی اقتصاددانان نهادگرا به دولت رفاه برآمده از جنگ جهانی دوم در ایالات متحده است، دوره‌ای که در سال ۱۹۴۵ آغاز و تا میانه دهه ۱۹۷۰ طول کشید و از آن به عنوان عصر طلایی سرمایه‌داری یاد می‌شود. به همین دلیل، آنها در صحبت‌های‌شان خواهان ایجاد دولتی شبیه دولت رفاه هستند؛ دولتی که نقش مهمی در کنترل تبعیض اقتصادی و کاهش شکاف طبقاتی دارد. در مجموع، رابطه این دو طیف با دولت‌ها در ایران خوب و دوستانه بوده و دولت‌ها نیز از تفکرات آنها در راستای سیاست‌گذاری اقتصادی استفاده کرده‌اند، اما دو جریان دیگر نیز وجود دارند که بر خلاف دو طیف قبلی تماما خارج از ساختار دولتی قرار گرفته و منتقد شدید سیاست‌های اقتصادی دولت به ویژه نئولیبرال‌ها هستند، چراکه معتقدند این سیاست‌ها منجر به ایجاد شکاف طبقاتی عمیق در جامعه شده است. این طیف از اقتصاددانان تحت عنوان اقتصاددانان چپ‌گرا شناخته می‌شوند.

طیف سوم: اقتصاددانان سوسیالیست

اقتصاددانان سوسیالیست متأثر از کارل مارکس و فردریش انگلس هستند و دیدگاه آنها تحت عنوان نظریات اقتصاد مارکسیستی مشهور است. این طیف بر این عقیده‌اند که شکاف طبقاتی و تبعیض‌های ساختاری نتیجه‌پیاده‌سازی سیاست‌های نئولیبرال در ایران بوده و به همین دلیل خواهان تغییرات انقلابی در اقتصاد هستند. در حالی که نئولیبرال‌ها سیاست‌های اقتصادی دولت در ایران را دارای رگه‌های سوسیالیستی می‌دانند، اما این طیف برعکس، سیاست‌های دولت را در حوزه اقتصاد سرمایه‌داری و انباشت سرمایه تعریف می‌کند و می‌گوید نظام پارانها در ایران یک سیاست نئولیبرالی است. این جریان فکری رادیکال که البته هیچ جایگاهی در سیاست‌گذاری دولت نداشته خواهان از بین بردن مالکیت خصوصی و اشتراکی کردن تولید است و مبارزه طبقاتی را موتور محرک تاریخ و علمی برای رسیدن به عدالت اجتماعی می‌داند. مبارزه با سیاست‌های امپریالیستی آمریکا با محوریت نئولیبرالیسم، کلید

سه‌م اشتغال غیررسمی از بازار کار ایران به ۵۸ درصد رسید

بحران اشتغال غیررسمی

برحسب وضع اشتغال رسمی یا غیررسمی در سال ۱۳۹۹ نشان می‌دهد ۴۲ درصد شاغلان در بخش رسمی و ۵۸ درصد در بخش غیررسمی اشتغال به کار دارند. بررسی آمار به تفکیک جنسیت در سال ۱۳۹۹ نیز از پایاپای بودن سهم مردان و زنان در اشتغال رسمی و غیررسمی حکایت دارد. طبق یافته‌های بازوی پژوهشی وزارت کار، در سال ۱۳۹۹ بیش از ۹ میلیون و ۷۶۷ هزار نفر در بخش‌های رسمی و بیش از ۱۳ میلیون و ۴۹۰ هزار نفر در بخش‌های غیررسمی فعالیت داشتند و بیشترین تعداد شاغلان در هر دو بخش رسمی و غیررسمی متعلق به بخش خدمات بوده است. بدین ترتیب، آمار شاغلان بخش غیررسمی طی سال‌های ۱۳۹۸ تا ۱۳۹۹ نسبت به بخش رسمی افزایش داشته است.

مقایسه وضعیت اشتغال غیررسمی در ایران و کشورهای در حال توسعه (براساس آمارهای سال ۲۰۱۹ میلادی و ۱۳۹۸ خورشیدی) نشان می‌دهد ایران با کمی ارفاق در وضعیت میانه قرار دارد و در شرایطی که نسبت به کشورهایمانند گرجستان، آرژانتین و برزیل، مغولستان، ترکیه، آفریقای جنوبی، شیلی و صربستان سهم بخش غیررسمی در اقتصاد ایران بیشتر است، شرایط کشورمان از این منظر نسبت به کشورهای نظیر مصر،

اصلی تفکرات این طیف از اقتصاددانان است و آنها معتقدند گذار به سوسیالیسم، تنها راه نجات بشریت و محیط زیست از تهاجم همه‌جانبه سرمایه‌داری است، تفکری که برگرفته از اندیشه «کارل مارکس» است. مهمترین چهره این جریان، مرحوم «فربرز رئیس دانا»ست. او منتقد سرخست نظام پارانهاها بود و عقیده داشت که آزادسازی اقتصادی و نظام پارانهاها در نهایت باعث ورشکستگی نظام پولی و بانکی کشور خواهد شد و در همین حین بیشترین فشار به لایه‌های پایینی جامعه وارد خواهد شد.

طیف چهارم: اقتصاددانان چپ میانه

طیف دیگری از اقتصاددانان چپ‌گرا در ایران اگرچه متأثر از اندیشه مارکس و انگلس هستند، اما رادیکالیسم سیاسی آنها به اندازه سوسیالیست‌ها نیست و راه میانه‌روتری را برای گذار از این وضعیت اقتصادی ارائه می‌دهند. این طیف از اقتصاددانان نیز منتقد اساسی نئولیبرالیسم هستند و به مانند طیف قبلی عقیده دارند که یکی از عوامل شکاف طبقاتی در ایران، سیاست‌های نئولیبرالی بوده است. منبع فکری این طیف از اقتصاددانان به غیر از مارکس شامل اندیشمندانی مانند «دیوید هاروی»، «کارل پولانی» و «ریچارد وولف» آمریکایی است. احتمالا شاخص‌ترین چهره این جریان در ایران، «محمد مالجو» استاد پیشین اقتصاد دانشگاه علامه است. مالجو می‌گوید که اقتصاد ایران بر اثر ابتلا به نوعی گرایش ساختاری، دیرزمانی است که مستعد بحران کنترل‌ناپذیری شده است. او همچنین چارچوبی تحلیلی برای فهم مناسبات سرمایه‌دارانه در ایران ارائه داده که تحت عنوان نظریه «حلقه‌های شش‌گانه زنجیره انباشت سرمایه در ایران» شناخته می‌شود. تفاوت این طیف فکری با چپ‌های رادیکال در نحوه گذار به ساختار جدید اقتصادی است. طیف سوسیالیست‌های رادیکال بر عاملیت طبقه کارگر به عنوان نیروی تغییر اتکا می‌کنند، اما این طیف بر ائتلاف طبقه کارگر با سایر گروه‌ها و طبقات به عنوان عاملیت تغییر دست می‌گذارند و احتمالا ائرناتیو سیاسی آنها، سوسیال دموکراسی اروپای شمالی است.

طیف پنجم: اقتصاددانان اسلام‌گرا

در این سال‌ها همچنین جریان دیگری ظهور کرده که در تلاش برای نظریه‌پردازی اقتصاد اسلامی و ارائه یک چارچوب فکری سیاست‌گذاری اقتصادی برای جوامع مسلمان است. این طیف قصد دارد که فقه اسلامی را با روش‌شناسی علمی اقتصادی ترکیب کند. احتمالا شاخص‌ترین چهره این طیف، «حسن آقائظری» عضو هیأت علمی گروه اقتصاد پژوهشگاه حوزه و دانشگاه است که با کتاب «نظریه‌پردازی علمی اقتصاد اسلامی» این پروژه را کلید زده است. البته بحث اقتصاد اسلامی از همان ابتدای انقلاب با کتاب «اقتصاد ما» نوشته محمدباقر صدر آغاز شد و حسن آقائظری نیز در کتابش به آن استناد کرده است. نقطه کلیدی اقتصاد اسلامی، بحث بهره و ربا در بانکداری است و شاید بیره نباشد اگر بگوییم که این بحث، هسته اصلی اقتصاد اسلامی را تشکیل می‌دهد. مهمترین مراکز آموزش و پژوهش در اقتصاد اسلامی، نهادهایی مانند پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی، دانشگاه امام صادق، پژوهشگاه حوزه و دانشگاه، مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی و دانشگاه مفید هستند. در عرصه سیاست‌گذاری نیز کمیته فقهی سازمان بورس از جمله نهادهایی است که مستقیما در راستای اسلامی کردن بازار سرمایه فعالیت می‌کند و در این کمیته می‌توان به غلامرضا مصباحی مقدم و سیدعباس موسویان اشاره کرد که در راستای مطابقت قوانین بازار سرمایه با قوانین اسلام فعالیت می‌کنند.

پاراگوئه، اندونزی، هند و سنگال بهتر است.

به طور کلی، فعالیت‌های اقتصادی کشورها به دو بخش رسمی و غیررسمی تقسیم می‌شوند و بررسی این مسئله به لحاظ اقتصادی دارای اهمیت فراوانی برای تصمیم‌سازان، سیاست‌گذاران و متخصصان بازار کار است. بازار کار کشورهای درحال توسعه در سال‌های اخیر با گسترش پدیده‌ای به نام اشتغال در بخش غیررسمی روبه‌رو شده است. امروزه بخش غیررسمی به عنوان بخشی مهم و جدایی‌ناپذیر از زندگی اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و اقتصادی بازار کار کشورها محسوب می‌شود که نقش مهمی در ایجاد اشتغال و درآمد، تولید و افزایش تولید ناخالص ملی ایفا می‌کند. اشتغال غیررسمی به مشاغلی اشاره دارد که عمدتا فاقد حمایت‌های اساسی اجتماعی یا قانونی و مزایای شغلی است. منظور از اشتغال غیررسمی، فعالیت‌هایی است که در بنگاه‌ها، سازمان‌ها یا موسسات خصوصی ثبت نشده یا مشمول حسابداری نمی‌شود و در صورت دریافت حقوق و دستمزد، حق بیمه و بازنشستگی از سوی کارفرما واریز نشود. همچنین فعالیت‌هایی که فاقد کارفرما و به شکل کارکن مستقل بوده و پرداخت مالیات یا حقوق دولتی در آن به ندرت دیده می‌شود.

حمل و نقل ریلی

سیر صعودی قیمت سکه و طلا

سکه به نیمه کانال ۱۵ میلیون رسید

در پایان هفته گذشته و با مخابره سیگنال‌های مذاکرات هسته‌ای در نشست دوحه، قیمت دلار در معاملات بازار آزاد تهران بار دیگر روند صعودی به خود گرفت و به کانال ۳۱ هزار تومان بازگشت. پس از آنکه نرخ دلار در طول هفته گذشته با اعلام بازگشت طرفین به میز مذاکره دچار افت قابل توجهی شد، با پایان این نشست دو روزه در انتهای هفته گذشته مجدداً به روند صعودی برگشت. عصر چهارشنبه هفته گذشته بود که پس از دو روز مذاکرات هسته‌ای در دوحه قطر، خبرهایی از بی‌نتیجه بودن مذاکرات منتشر شد. پس از انتشار این خبر، قیمت دلار از کانال ۳۰ هزار تومان خارج شد و به نیمه دوم کانال ۳۱ هزار تومان رسید. این روند در ابتدای هفته جاری ادامه یافت و در بازار سکه و طلا نیز شاهد افزایش قیمت‌ها بودیم.

بر این اساس، قیمت سکه طرح جدید با ۲۳۰ هزار تومان افزایش در روز شنبه به ۱۵ میلیون و ۶۳۰ هزار تومان رسید. سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم نیز با قیمت ۱۴ میلیون و ۵۵۰ هزار تومان معامله شد. نیم‌سکه ۸ میلیون و ۴۰۰ هزار تومان، ربع‌سکه ۵ میلیون و ۴۰۰ هزار تومان و سکه یک گرمی ۳ میلیون و ۱۵۰ هزار تومان قیمت خورد. در بازار طلا نیز نرخ هر گرم طلای ۱۸ عیار به یک میلیون و ۴۴۲ هزار تومان رسید و قیمت هر مثقال طلا ۶ میلیون و ۲۵۰ هزار تومان شد. قیمت انس جهانی طلا هم یک‌هزار و ۸۱۲ دلار و ۵۰ سنت گزارش شد. همچنین قیمت فروش دلار در صرافی‌های بانکی با ۶ هزار افزایش با رقم ۲۷ هزار و ۷۳۳ تومان معامله شد. نرخ فروش یورو نیز در صرافی‌های بانکی با ۹ هزار افزایش به ۲۸ هزار و ۶۶۲ تومان رسید. قیمت خرید هر دلار توسط صرافی‌های بانکی ۲۷ هزار و ۴۵۷ تومان و نرخ خرید هر یورو نیز ۲۸ هزار و ۳۷۷ تومان اعلام شد.

در اردیبهشت ماه امسال

سپرده و تسهیلات بانکی ۳۵ درصد زیاد شد

میزان سپرده‌ها و تسهیلات بانکی تا پایان اردیبهشت ماه امسال نسبت به سال گذشته به ترتیب ۳۵ درصد و ۳۴٫۹ درصد افزایش یافت. براساس گزارش بانک مرکزی از وضعیت کل مانده سپرده‌ها و تسهیلات ریالی و ارزی بانک‌ها و مؤسسات اعتباری به تفکیک استان در پایان اردیبهشت‌ماه سال ۱۴۰۱، مانده کل سپرده‌ها به رقم ۵۶۸۱٫۷ هزار میلیارد تومان رسید که نسبت به مقطع مشابه سال قبل و پایان سال گذشته معادل ۳۵ درصد و ۲٫۷ درصد افزایش را نشان می‌دهد. بیشترین مبلغ سپرده‌ها مربوط به استان تهران با مانده ۳۰۷۳٫۹ هزار میلیارد تومان و کمترین مبلغ مربوط به استان کهگیلویه و بویراحمد با ۱۴ هزار و ۱۶۰ میلیارد تومان است. همچنین مانده کل تسهیلات در این زمان به ۴۱۸۶٫۴ هزار میلیارد تومان رسید که نسبت به مقطع مشابه سال قبل و پایان سال گذشته معادل ۳۴٫۹ درصد و ۱٫۱ درصد افزایش داشته است. بیشترین مبلغ تسهیلات نیز مربوط به استان تهران با مانده ۲۵۸۸٫۸ هزار میلیارد تومان و کمترین مبلغ مربوط به استان کهگیلویه و بویراحمد با ۱۴ هزار و ۹۰۰ میلیارد تومان است. نسبت تسهیلات به سپرده‌ها بعد از کسر سپرده قانونی ۸۱٫۹ درصد است که نسبت به مقطع مشابه سال قبل به ترتیب ۰٫۳ واحد درصد افزایش و در مقایسه با پایان سال قبل ۱٫۳ واحد درصد کاهش را نشان می‌دهد. نسبت مذکور در استان تهران ۹۲٫۴ درصد و استان کهگیلویه و بویراحمد ۱۱۰٫۹ درصد است. در این گزارش، یکی از علل مهم بالابودن رقم تسهیلات و سپرده‌ها در استان تهران، استقرار دفاتر مرکزی بسیاری از شرکت‌ها و مؤسسات تولیدی سایر استان‌ها در استان تهران بیان شده است، چراکه عمده فعالیت‌های بانکی آنها از طریق شعب بانک‌ها و مؤسسات اعتباری استان تهران انجام می‌شود.



ممل ۲۱۰ میلیارد تومان. بدین ترتیب، بانک مسکن با ۷۰۰۰ میلیارد تومان و بانک ایران زمین با ۱۰۰ میلیارد تومان به ترتیب بیشترین و کمترین سهم در پرداخت کمک ودیعه مسکن را دارند.

سهم استان‌ها از وام اجاره ۱۴۰۱

همچنین سهمیه هر استان از کمک ودیعه مسکن در سال جاری نیز مشخص شده است که ساکنان تهران و سمنان به ترتیب بیشترین و کمترین سهمیه را از وام اجاره دارند. سهمیه استان‌ها در دریافت ودیعه مسکن بدین ترتیب است: آذربایجان شرقی ۱۵۸۵٫۲ میلیارد تومان، آذربایجان غربی ۱۱۶۲٫۹ میلیارد تومان، اردبیل ۵۵۷٫۷ میلیارد تومان، اصفهان ۲۵۴۲٫۷ میلیارد تومان، البرز ۱۶۵۱٫۲ میلیارد تومان، ایلام ۳۱۲٫۴ میلیارد تومان، بوشهر ۲۰۳٫۹ میلیارد تومان، تهران ۹۹۹۴ میلیارد تومان، چهار محال و بختیاری ۴۸۱٫۴ میلیارد تومان، خراسان جنوبی ۲۷۷٫۹ میلیارد تومان، خراسان رضوی ۳۷۲۱٫۹ میلیارد تومان، خراسان شمالی ۴۷۶٫۶ میلیارد تومان، خوزستان ۲۵۵۲٫۹ میلیارد تومان، زنجان ۵۲۲٫۸ میلیارد تومان، سمنان ۱۸۱٫۱ میلیارد تومان، سیستان و بلوچستان ۲۳۶٫۲ میلیارد تومان، فارس ۲۰۷۳٫۸ میلیارد تومان، قزوین ۸۲۸٫۹ میلیارد تومان، قم ۸۵۶٫۸ میلیارد تومان، کردستان ۹۳۴٫۵ میلیارد تومان، کرمان ۶۶۳٫۱ میلیارد تومان، کرمانشاه ۱۲۵۵٫۸ میلیارد تومان، کهگیلویه و بویراحمد ۱۴۱٫۴ میلیارد تومان، گلستان ۵۱۱٫۴ میلیارد تومان، گیلان ۱۱۸۹٫۱ میلیارد تومان، لرستان ۱۱۷۵٫۸ میلیارد تومان، مازندران ۱۱۹۸٫۶ میلیارد تومان، مرکزی ۱۱۷۵٫۸ میلیارد تومان، هرمزگان ۷۲۲٫۸ میلیارد تومان، همدان ۸۹۶٫۲ میلیارد تومان و یزد ۳۹۱٫۶ میلیارد تومان. بر همین اساس، استان تهران با ۹۹۹۴ میلیارد تومان بیشترین و استان سمنان با ۱۸۱٫۱ میلیارد تومان کمترین سهم از ودیعه مسکن سال ۱۴۰۱ را خواهند داشت. در واقع، حدود ۲۵ درصد از ۴۰ هزار میلیاردی ودیعه مسکن متعلق به تهرانی‌هاست.

۲۵ درصد از تسهیلات ودیعه مسکن به تهرانی‌ها می‌رسد

جغرافیای استانی وام اجاره

موافقت شورای پول و اعتبار، سقف این وام افزایش یافت و بانک‌ها مکلف به پرداخت این تسهیلات در سقف کلی ۴۰ هزار میلیارد تومان شده‌اند. البته سقف امسال وام ودیعه مسکن در تهران ۱۰۰ میلیون تومان، مراکز استان‌ها و شهرهای بالای ۲۰۰ هزار نفر جمعیت ۷۰ میلیون تومان 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.

شيوه‌نامه اجرائی تسهیلات کمک ودیعه مسکن چهار روز پیش ابلاغ شد و بررسی این دستورالعمل نشان می‌دهد که ۲۰ بانک ملزم به پرداخت تسهیلات کمک ودیعه مسکن هستند و در بین آنها، بانک مسکن با سهم ۷۰۰۰ میلیاردی و بانک ایران زمین با ۱۰۰ میلیارد تومان به ترتیب بیشترین و کمترین سهم در پرداخت کمک ودیعه مسکن را در سال جاری خواهند داشت. در مجموع، سهمیه بانک‌ها در سال جاری در پرداخت ودیعه مسکن بدین ترتیب است: بانک مسکن ۷۰۰۰ میلیارد تومان، بانک ملی ۳۵۰۰ میلیارد تومان، بانک سپه ۲۴۰۰ میلیارد تومان، پست بانک ۲۶۰۰ میلیارد تومان، بانک صادرات ۴۷۰۰ میلیارد تومان، بانک تجارت ۴۶۰۰ میلیارد تومان، بانک ملت ۴۷۰۰ میلیارد تومان، بانک رفاه کارگران ۲۱۵۰ میلیارد تومان، بانک کارآفرین ۱۳۰۰ میلیارد تومان، بانک سامان ۱۳۰۰ میلیارد تومان، بانک اقتصاد نوین ۱۵۷۰ میلیارد تومان، بانک پارسیان ۷۲۰ میلیارد تومان، بانک پاسارگاد ۲۸۰۰ میلیارد تومان، بانک سینا ۴۶۰ میلیارد تومان، بانک آینده ۱۳۰۰ میلیارد تومان، بانک شهر ۳۷۰ میلیارد تومان، بانک گردشگری ۱۳۰ میلیارد تومان، بانک ایران زمین ۱۰۰ میلیارد تومان، بانک خاورمیانه ۴۳۰ میلیارد تومان و موسسه اعتباری

فرصت امروز: وضعیت اجاره‌نشینی از نقطه بحران عبور کرده و بازار اجاره مسکن در یکی دو ماه گذشته یکی از کم‌سابقه‌ترین تورم‌ها را تجربه کرده است. پس از آنکه نرخ تورم در خردادماه - عمدتاً به واسطه تبعات حذف ارز ترجیحی - به سطح قابل توجه ۵۲٫۵ درصد رسید که در دو دهه گذشته بی‌سابقه است، گزارش تازه بانک مرکزی از تحولات قیمت مسکن در پایتخت از سقف‌شکنی دوباره قیمت مسکن در شهر تهران حکایت دارد. به طوری که قیمت هر متر مسکن در خردادماه به مرز ۴۰ میلیون تومان رسیده است. به گفته بانک مرکزی، در خردادماه امسال میانگین قیمت مسکن شهر تهران با جهش ۸٫۴ درصدی نسبت به اردیبهشت بر روی قله ۳۹٫۴ میلیون تومانی ایستاده و همزمان حجم معاملات خرید و فروش مسکن با افزایش ۲۲٫۳ درصدی نسبت به ماه قبل به حدود ۱۳٫۹ هزار واحد رسیده است. همچنین شاخص کرایه مسکن اجاری در شهر تهران در خردادماه امسال نسبت به ماه مشابه سال قبل ۴۶٫۵ درصد و در کل مناطق شهر تهران ۵۱٫۲ درصد رشد داشته و رشد ماهانه اجاره‌بها در شهر تهران در خرداد ۲۰۷ درصد و در کل مناطق شهری ۳۳ درصد بوده است. در همین حال، آمارها نشان می‌دهد که تقریباً ۱۰ هزار میلیارد از منبع ۴۰ هزار میلیاردی تسهیلات ودیعه مسکن امسال به شهروندان تهرانی می‌رسد. سقف کلی وام ودیعه در سال جاری ۴۰ هزار میلیارد تومان تعیین شده و سهمیه هر استان از کمک ودیعه مسکن نیز مشخص شده است. طبق آمارها، تهران با ۹۹۹۴ میلیارد تومان و سمنان با ۱۸۱٫۷ میلیارد تومان به ترتیب بیشترین و کمترین سهم از ودیعه مسکن را دارند. بنابراین تقریباً ۲۵ درصد از منبع ۴۰ هزار میلیاردی ودیعه مسکن به تهرانی‌ها تعلق دارد.

جغرافیای بانکی وام ودیعه مسکن

وام کمک ودیعه مسکن با بروز همه‌گیری کرونا از سال ۱۳۹۹ وارد شبکه بانکی کشور شد و به کمک اجاره‌نشین‌ها آمد. امسال نیز با

قیمت مسکن در شهر تهران چگونه رکورد شکست؟

جذب سرمایه در بازار مسکن

قیمت مسکن در شهر تهران بار دیگر سقف‌شکنی کرد و قیمت هر متر مسکن در خردادماه امسال به مرز ۴۰ میلیون تومان رسید. طبق گزارش بانک مرکزی، متوسط قیمت مسکن شهر تهران در خردادماه به ۳۹ میلیون و ۴۱۴ هزار تومان در هر متر مربع رسید که نسبت به ماه قبل ۸٫۴ درصد و نسبت به ماه مشابه سال قبل ۳۳٫۸ درصد افزایش را نشان می‌دهد. همچنین حجم معاملات مسکن انجام شده در این ماه حدود ۱۳٫۹ هزار فقره بوده که نسبت به ماه قبل و ماه مشابه سال قبل به ترتیب ۲۲٫۳ درصد و ۱۷۱٫۹ درصد افزایش یافته است. یک کارشناس بازار مسکن درباره سمت و سوی کنونی این بازار به ایسنا، می‌گوید: بازار مسکن پایتخت مثل آهن‌ریا سرمایه‌ها را جذب می‌کند. به دلیل رکود فعالیت‌های صنعتی و تولیدی در کشور، سرمایه‌ها طی دهه‌های گذشته مرتباً وارد بخش مسکن شده و در این بین، شهر تهران مثل آهن‌ریا پول‌ها را به سمت خود جذب می‌کند که باعث گرانی مسکن و اجاره بها شده است. به عقیده احمدرضا سرحدی، رشد بی‌دری بازار مسکن و رسیدن متوسط قیمت شهر تهران به متری ۳۹ میلیون و ۴۰۰ هزار تومان به بحث تورم برمی‌گردد. با تورم ۱۲ درصدی در یک ماه اخیر مواجه بودیم که احتمالاً در ماه‌های آینده مقداری از شتاب آن کاسته می‌شود، اما نمی‌توان گفت این روند متوقف خواهد شد، اما اینکه در دهه‌های گذشته هیچ‌گاه متوقف نشده است.

سرحدی با اشاره به اینکه بازار مسکن مأمین سرمایه‌گذاری است، توضیح می‌دهد: فشارهایی که روی اقتصاد ایران وجود دارد مشکلاتی را ایجاد کرده است. البته کشورهای متخاصم هر تحریمی که می‌توانستند انجام دهند و من تصور نمی‌کنم بتوانند بیش از این به ایران فشار بیآورند. در واقع اقتصاد کشور در این حوزه مقاوم شده اما اثرات روانی تحریم‌ها را نمی‌توان نادیده گرفت. این اثرات باعث می‌شود که دارایی‌ها به سمت بازارهایی که مأمین سرمایه‌گذاری است هدایت شود. او بازار مسکن را مهمترین مأمین برای حفظ ارزش پول می‌داند و می‌افزاید: پیش از انقلاب، بیشتر بحث خرید زمین مطرح بود و آن موقع زمین در کانون توجهات قرار داشت. افرادی که آینده‌نگر بودند برای اینکه سرمایه خود را حفظ کنند زمین می‌خریدند که اصطلاحاً به آنها خاکباز می‌گفتند. بعد از انقلاب و بعد از جنگ تحمیلی تولیدات صنعتی مقداری دچار افت شد. تنها صنعتی که رونق گرفت و وابستگی کمتری به خارج داشت صنعت ساختمان بود. به همین دلیل سرمایه‌ها به این سمت آمد. این تجمع سرمایه‌ها در بخش مسکن باعث رشد‌های عجیب و غریب قیمت‌ها شد. به گفته سرحدی، علاوه بر بخش خصوصی، بسیاری از بانک‌ها

آگهی مناقصه عمومی به شماره

سامانه ستاد ۲۰۰۱۰۰۳۴۵۶۰۰۰۰۱

۱۴۰۱/۱



اداره کل بنیاد شهید و امور ایثارگران استان بوشهر

شناسه آگهی ۱۳۴۵۵۲۹

اداره کل بنیاد شهید و امور ایثارگران استان بوشهر در نظر دارد نسبت به واگذاری انجام خدمات پشتیبانی خود به شرح ذیل و به پیمانکاران واجد شرایط و دارای صلاحیت اقدام نماید، لذا از کلیه پیمانکاران که دارای گواهینامه صلاحیت در رشته مربوطه هستند دعوت می‌گردد جهت کسب اطلاعات بیشتر به اداره کل بنیاد شهید و امور ایثارگران استان بوشهر - اداره منابع انسانی، پشتیبانی و مهندسی واقع در خیابان شهید رئیسعلی دلواری - نبش خیابان حافظ جنوبی (عالی آباد) مراجعه نمایند.

ردیف	موضوع تجدید مناقصه	مدت قرارداد	مهلت خرید/دریافت اسناد	آخرین مهلت تحویل پاکت‌ها	تاریخ بازگشایی پاکت‌ها	مبلغ تقصیر شرکت در مناقصه
۱	انجام خدمات پشتیبانی اعم از امور خدمات نظافتی سرویس و خدمات پذیرایی ساختمان های تحت پوشش بنیاد شهید و امور ایثارگران استان بوشهر	۱۲ ماه از تاریخ ۱۴۰۱/۰۵/۰۱ لغایت ۱۴۰۲/۰۴/۳۱	از ۱۴۰۱/۰۴/۰۹ لغایت ۱۴۰۱/۰۴/۱۳	۱۴۰۱/۰۴/۲۳	۱۴۰۱/۰۴/۲۵	۹۸۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال

توضیحات:

- ۱- محل و آخرین مهلت تحویل فیزیکی پاکت الف: اداره کل بنیاد شهید و امور ایثارگران استان بوشهر - تا مورخ ۱۴۰۱/۰۴/۲۲ ساعت ۱۲:۰۰
- ۲- محل های مناقصه در ساعت ۱۲/دوازده ظهر شنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۴/۲۵ در سالن جلسات اداره کل بنیاد شهید و امور ایثارگران استان بوشهر گشوده خواهد شد.
- ۳- تضمین شرکت در مناقصه می‌بایست به صورت ضمانت نامه بانکی معتبر به نام بنیاد شهید و امور ایثارگران استان بوشهر ارائه گردد.
- ۴- متن آگهی در پایگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت و سایت ایثار به نشانی www.isaar.ir منعکس شده است.
- ۵- هزینه درج آگهی در دو نوبت به عهده برنده مناقصه میباشد.
- ۶- سایر جزئیات و شرایط در اسناد مناقصه درج شده است.
- ۷- تمام مراحل دریافت اسناد - ارسال پاکت مناقصه از طریق سامانه ستاد به آدرس setad.iran.ir انجام می‌شود.

روابط عمومی اداره کل بنیاد شهید و امور ایثارگران استان بوشهر

۵ تصمیم جدید شورای عالی بورس

دویست و بیست و هشتمین جلسه شورای عالی بورس با حضور وزیر اقتصاد، وزیر صنعت، معدن و تجارت، رئیس کل بانک مرکزی و رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار و سایر اعضای شورا برگزار شد و پنج تصمیم جدید به پایان رسید. به گزارش پایگاه خبری بازار سرمایه (سنا)، در این جلسه ابتدا گزارشی از آخرین وضعیت بازار سرمایه و صنایع بورسی و تاثیر تصمیمات وزارت نیرو درباره مدیریت مصرف برق بر صنایع مطرح و مقرر شد وزیر اقتصاد با هماهنگی وزیر صنعت طی مکاتباتی با وزارت نیرو و هیأت دولت پیگیر اتخاذ تصمیمات مناسب جهت مدیریت تخصیص برق صنایع در هفته‌های اوج مصرف برق باشد. سپس تصمیماتی درباره نحوه مشارکت در افزایش سرمایه شرکت‌های سرمایه‌پذیر بورسی و غیربورسی سهام عدالت اتخاذ شد تا فرآیند افزایش سرمایه این شرکت‌ها تسهیل و تعیین تکلیف شود. در این جلسه همچنین اصلاحات پیشنهادی سازمان بورس اوراق بهادار در دستورالعمل معاملات کالا و اوراق بهادار قابل معامله در بورس انرژی و ایجاد امکان انجام معاملات گواهی صرفه‌جویی انرژی به تصویب رسید. در ادامه در راستای حفظ حقوق سهامداران حقیقی و حقوقی مقرر شد مبالغ جرایم مندرج در ماده ۱۴ قانون توسعه ابزارها و نهادهای مالی که متوجه ناشران اوراق بهادار، نهادهای مالی و تشکل‌های خودانتظام و نیز مدیران آنهاست، متناسب با شاخص تورم اعلامی بانک مرکزی تعدیل شده و جهت تصویب به هیأت دولت پیشنهاد شود. براساس قانون کف و سقف جرایم هر سه سال یک بار با پیشنهاد شورای عالی بورس در هیأت وزیران به تصویب می‌رسد. همچنین در جدیدترین جلسه شورای عالی بورس، به پیشنهاد علی صالح‌آبادی رئیس کل بانک مرکزی و با تصویب اعضای شورای عالی بورس، مقرر شد گواهی سپرده خرید سکه طلا طرح امام، پس از تایید کمیته فقهی سازمان به عنوان ابزار مالی در بازار سرمایه پذیرفته و درج شود.

یک کارشناس بازار سرمایه بورسی کرد

بازدهی ۱۲ درصدی بورس در بهار

یک کارشناس بازار سرمایه به بازدهی ۱۲.۵ درصدی شاخص بورس در فصل بهار اشاره کرد و گفت وجود برخی از عوامل کنار یکدیگر نشان‌دهنده آن است که بازار سرمایه با وجود ریسک‌های زیادی که به آن تحمیل می‌شود، همچنان بستری مناسب برای سرمایه‌گذاری است. مهدی عبدی به روند این روزهای معاملات بورس اشاره کرد و به ایرنا، گفت: در حالی که فعالان بازار سرمایه پس از روزهای پررئوت انتهای سال گذشته و همچنین فروردین اسفند، انتظار کسب بازدهی مناسبی را در سال ۱۴۰۱ می‌کشیدند، اما در ادامه شرایط به‌گونه‌ای دیگر رقم خورد. تحت تاثیر چنین اتفاقی بازدهی مناسب ۱۰.۶ درصدی در فروردین‌ماه به ۴.۵ درصد در پایان اردیبهشت‌ماه محدود شد اما با از دست رفتن ۲.۵ درصد از این بازدهی در خردادماه، میانگین بازدهی سرمایه‌گذاران در فصل بهار به ۱۲.۶ درصد رسید. به عقیده عبدی، در نگاه اول ممکن است زمانی که به بازده ۱۲.۶ درصدی به دست آمده در فصل بهار توجه می‌کنیم، این اتفاق مطلوب به نظر بیاید، اما روند نزولی شاخص کل طی فصل بهار نشان از نگرانی سرمایه‌گذاران نسبت به تحولات رخ‌ده در این بازار دارد که کاهش ارزش معاملات خرد و خروج پول حقیقی از بازار موبد این ادعاست. این کارشناس بازار سرمایه ادامه داد: وقفه در مذاکرات احیای برجام، قیمت‌گذاری دستوری محصولات شرکت‌ها در داخل، محدودیت احتمالی برای تولید شرکت‌ها به دلیل قطعی برق و در نهایت افت قیمت‌های کامپوزیتی در بازارهای جهانی که در پی سیاست‌های انقباضی شدید بانک‌های مرکزی دنیا اتفاق افتاد، از اصلی‌ترین عوامل نگرانی اهالی بازار سرمایه در ادامه سال ۱۴۰۱ است. هرچند تا توجه به روند کاهشی قیمت‌های جهانی و محدودیت‌های متعدد شرکت‌های بورسی در زمینه تولید و صادرات محصولات (که عمدتاً کالامحور و صادراتی هستند)، چشم‌انداز مثبتی را به لحاظ بنیادی برای شرکت‌های بورسی نمی‌کند، اما برخی عوامل دیگر نشان می‌دهد که بازار سرمایه می‌تواند روزهای بهتری را تجربه کند.

او با تاکید بر اینکه رشد نرخ ارز نیمایی نیز منجر به افزایش درآمد و سودآوری شرکت‌ها خواهد شد، گفت: از سوی دیگر قیمت‌ها در سایر بازارها به سیر صعودی خود در اثر تقویت انتظارات تورمی ادامه می‌دهد، در این راستا گزارش مرکز آمار ایران نشان می‌دهد نرخ تورم ماهانه خرداد سال جاری با ثبت رقم ۱۲.۲ درصد به بیشترین میزان از ابتدای انتشار آن در ابتدای دهه ۸۰ رسیده است.

اولین هفته تابستانی فرابورس چگونه گذشت؟

۵ صنعت پیشتان ۴۳ درصد از معاملات خرد

اولین هفته تابستانی فرابورس با اقبال سرمایه‌گذاران خرد به سهام گروه بانکی و مؤسسات اعتباری به پایان رسید و این گروه ۱۰ درصد از ارزش معاملات خرد بازارهای فرابورس را به خود اختصاص داد. به گزارش فرابورس ایران، در هفته منتهی به ۸ تیرماه بازارهای فرابورس شاهد دادوستد بیش از ۱۹ میلیارد و ۴۱۳ میلیون ورقه انواع دارایی مالی به ارزشی بالغ بر ۱.۴ میلیون میلیارد ریال بودند که در یک میلیون و ۱۲۵ هزار نوبت معاملاتی به ثبت رسید. رصد معاملات بازارهای فرابورس نشان می‌دهد در پنج روز هفته گذشته حجم معاملات کاهشی ۱۵ درصدی داشته اما ارزش معاملات بدون تغییر خاصی، فقط یک درصد افت کرده است. همچنین در این مدت شاخص کل فرابورس با افت اندک یک درصد، در محدوده خود درجا زد. آیفکس در پایان روز چهارشنبه هفته گذشته در عدد ۲۰ هزار و ۴۱۱ قرار گرفت.

بررسی ارزش معاملات بازارها به تفکیک نشان می‌دهد بعد از بازار ابزارهای نوین مالی که به‌واسطه معاملات بازار باز، حجم و ارزش بالایی دارد و طی هفته گذشته هم ارزش معاملات ۱.۳ میلیون میلیاردی را ثبت کرد، بازار پایه با معاملاتی به ارزش ۲۳ هزار میلیارد ریال بیشترین ارزش معاملات را داشت. پس از آن بازار دوم ارزش معاملاتی ۲۰ هزار میلیارد ریالی و سپس بازار اول ارزش معاملاتی ۱۷ هزار میلیارد ریالی را داشتند. بررسی ارزش معاملات خرد بازار سهام به تفکیک گروه‌ها نشان می‌دهد گروه بانک‌ها و مؤسسات اعتباری با معاملات خردی به ارزش ۵ هزار و ۵۳۰ میلیارد ریال، ۱۰ درصد از کل ارزش معاملات خرد را به خود اختصاص داد. پس‌از آن گروه محصولات شیمیایی ۹ درصد ارزش معاملات خرد، گروه سرمایه‌گذاری‌ها ۸ درصد، گروه خودرویی نیز ۸ درصد و فعالیت‌های کمکی به نهادهای مالی باسطق ۷ درصد ارزش معاملات خرد را از آن خود کردند. بدین ترتیب، از ۵۴ هزار و ۴۸۰ میلیارد ریال معاملات خرد هفته گذشته ۴۳ درصد در اختیار پنج صنعت فرابورس بود.



نوسان افتاده است، یک کارشناس بازار سرمایه، شرایط فعلی بورس را ناشی از اثرگذاری چند متغیر مهم می‌داند و به ایسنا می‌گوید: نخستین عامل، ابهام در رونق و رکود بازار جهانی و سرنوشت قیمت‌های جهانی است و در مقابل، در داخل کشور نیز موضوع نرخ ارز بر معادلات بازار سرمایه اثرگذار بوده؛ چراکه نرخ ارز آزاد رشد کرده، شاخص قیمت مسکن و تورم نیز رو به بالا بوده اما ارز نیمایی مدت زیادی است که در محدوده ۲۵ هزار تومان ثابت مانده و با دلار بازار آزاد فاصله پیدا کرده است.

ولید هلالات با بیان اینکه این آیت‌ها روی ذهن بازار اثر گذاشته و باعث دور شدن همه از بازار شده است، می‌افزاید: در ابعاد داخلی، بلوک خودرویی‌ها هم آیت مهمی است که روی ذهن بازار اثر روانی دارد، چراکه

هنوز اثری از تحقق آن نیست و هر بار وعده جدیدی برای واگذاری خودروسازی‌ها داده می‌شود که صحت‌وسقیم آنها محل تردید است. همچنین مذاکرات در قطر با سرعت بالایی آغاز شده است و امیدوارم به نتیجه برسد. زیرا اگر به نتیجه برسد می‌تواند اثرات بلندمدت و کوتاه‌مدتی روی بازار سهام داشته باشد و فاصله بازدهی که بین بازار سهام و بازارهای رقیب پیش‌آمده را کمتر کند. به گفته هلالات، گزارش‌های ماهیانه نیز از راه رسید و اکثر شرکت‌های تولیدی گزارش ماهانه خود را ارائه کردند که حدود ۳۰ درصد رشد کرده است. درآمد شرکت‌های صادرات محوری که محصول‌شان به نفت یا کالاهای مشابه نزدیک است دو برابر شده و درآمد شرکت‌هایی که محصولات غذایی می‌فروشند ۷۰ درصد رشد کرده است. این کارشناس بازار سرمایه با تاکید بر اینکه بازار در فضای رکود به سر می‌برد، می‌گوید: فضای روانی و چهار آیتمی که به آن اشاره شد باعث شده افراد در تصمیم‌گیری تعلل کنند. ضمن اینکه حمایت خاصی هم از بازار حتی به‌صورت لفظی از سمت بدنه دولت صورت نمی‌گیرد. اگر چند اتفاق به نفع بازار رخ دهد مثلاً توافق سیاسی صورت بگیرد و با بلوک خودرویی‌ها عرضه شود می‌تواند بهانه‌هایی برای برگشت بازار باشد. به‌طور کلی، انتظار برای ریزش یا افت بازار وجود ندارد. اگر چیزی تغییر نکند بازار به‌مرور زمان رشد می‌کند.

شاخص بورس تهران در سطح ۱.۵ میلیون واحدی دست و پا می‌زند

نوسان فرسایشی بورس

این تحولات برجامی، بازارهای دارایی در هفته گذشته به تکاپو افتادند و دو وضعیت متفاوت را در ابتدا و انتهای هفته تجربه کردند؛ کما اینکه قیمت دلار در پایان هفته و با مخابره سیگنال‌های مذاکرات هسته‌ای در نشست دوچه بار دیگر به کانال ۳۱ هزار تومان در بازار آزاد بازگشت. پس از آنکه عصر چهارشنبه پس از دو روز مذاکرات هسته‌ای در دوچه قطر، خبرهایی از بی‌نتیجه بودن مذاکرات منتشر شد، قیمت دلار از کانال ۳۰ هزار تومان خارج شد و به نیمه دوم کانال ۳۱ هزار تومان رسید. این روند دقیقاً برخلاف روند ابتدای هفته بود که با اعلام بازگشت طرفین به میز مذاکره، قیمت دلار دچار افت شدیدی شده بود.

همانطور که اشاره شد، بورس تهران در حال حاضر از بازارهای رقیب عقب مانده و به‌شدت از ضعف تقاضای مؤثر رنج می‌برد. به نظر می‌رسد مسئولان اقتصادی دولت این بازار را فراموش کرده و سهامداران در میان انبوهی از عوامل داخلی و خارجی بلاتکلیف مانده‌اند. بیشتر از دو ماه است که شاخص کل بورس تهران از رقم ۱.۵ میلیون واحد عبور کرده، اما هرگز نتوانسته از مقاومت ۱.۶ میلیون واحدی عبور کند. ابهام در رونق و رکود اقتصاد جهانی، بلاتکلیفی مذاکرات احیای برجام، تثبیت مصنوعی نرخ ارز در سامانه نیما، نامشخص بودن واگذاری خودروسازی‌ها و از همه مهمتر، بی‌تفاوتی مسئولان اقتصادی دولت به سرنوشت بورس ازجمله عوامل داخلی و خارجی است که باعث شده بازار سرمایه حتی از رقیب‌های سنتی مانند مسکن نیز عقب بماند؛ کما اینکه در معاملات روز گذشته (شنبه ۱۱ تیرماه) بورس تهران نیز همانند روزهای قبل، ارزش معاملات به‌شدت پایین است و بازار به‌وضوح از ضعف خریدار و نبود تقاضای مؤثر برای خرید سهام رنج می‌برد. شاخص کل بورس در معاملات دیروز با افت بیش از ۱۲ هزار واحدی مواجه شد و بار دیگر تا سطح یک میلیون و ۵۰۱ واحد عقب رفت. سایر شاخص‌ها در این روز فرمزپوش شدند و شاخص کل هم‌وزن بیش از ۴ هزار واحد و شاخص کل فرابورس ۲۰۲ واحد کاهش یافتند.

تردید در سقوط و صعود بورس

در حالی که بورس تهران نزدیک به یک ماه است که دوباره روی ریل

شاخص بورس مجدداً به کف کانال ۱.۵ میلیونی رسید

افت دسته‌جمعی شاخص‌ها

بر رشد شاخص کل داشتند. در سمت مقابل نیز شرکت فولاد مبارکه اصفهان با ۸۱۶ واحد، شرکت پتروشیمی پارس با ۷۹۵ واحد، شرکت ایران خودرو با ۷۷۹ واحد، شرکت بانک ملت با ۷۴۳ واحد و شرکت ملی صنایع مس ایران با ۷۰۶ واحد با بیشترین تاثیر منفی بر رشد شاخص کل همراه شدند. در مجموع، نمادهای کگل، شسپا، افق، فنورد و شسیراز بیشترین تاثیر مثبت را بر رشد شاخص کل و نمادهای فولاد، پارس، خودرو، وبملت و فملی بیشترین تاثیر منفی را بر رشد شاخص کل داشتند.

گروه خودرو با ۵۱ هزار و ۸۲۷ معامله به ارزش ۴ هزار و ۴۹۰ میلیارد ریال در صدر گروه‌های بورسی نشست. همچنین گروه فلزات اساسی با ۳۱ هزار و ۱۱۰ معامله به ارزش ۲ هزار و ۷۵۵ میلیارد ریال، گروه فرآورده‌های نفتی با ۲۲ هزار و ۶۲ معامله به ارزش یک هزار و ۹۱۴ میلیارد ریال، گروه بانک‌ها با ۱۷ هزار و ۱۷۱ معامله به ارزش یک هزار و ۳۹۴ میلیارد ریال و گروه شیمیایی با ۲۱ هزار و ۱۶۷ معامله به ارزش یک هزار و ۲۳۴ میلیارد

شرایط حذف قرعه کشی خودرو چیست؟



نماگر بازار سهام

خودروهای اقتصادی به بازار ایران می آیند

فاطمی امین با اشاره به فرآیند تولید خودرو در کشور گفت که طراحی یک خودرو تقریباً ۱۸ ماه به طول می انجامد و ما طراحی خودروی اقتصادی را از ماه‌های پایانی سال ۱۴۰۰ در گروه صنعتی ایران خودرو شروع کرده‌ایم و این خودرو سال آینده وارد بازار کشور خواهد شد. وزیر صمت در گفت و گویی عنوان کرد در حال حاضر ما در کشور برای تولید خودرو اقتصادی و مناسب با توان خرید و بودجه عموم جامعه دچار مشکل هستیم. سال‌های گذشته محصولاتی همچون پراید و تیبا این کمبود را تا حدودی برطرف می نمود اما این خودروها از کیفیت مناسب برخوردار نیستند و ما باید به سمت تولید و عرضه خودروهای جدیدی برویم که از نظر اقتصادی مقرون به صرفه و متناسب با توان اقتصادی مردم باشند و کمبود موجود را پوشش دهیم. فاطمی امین اظهار داشت شاید خودرویی با قیمت واقعی و معقول عرضه شود اما عموم مردم توان خرید آن را نداشته باشند و این یک ضعف در خودروسازی ماست.

وزیر صمت با اشاره به موضوع واردات گفتند که در آیین نامه واردات خودرو که به تازگی تدوین شده است امتیاز ویژه‌ای برای خودروهای اقتصادی و ارزان قیمت در نظر گرفته‌ایم که تا هم تعداد بیشتری وارد شود و همین طور تعداد افراد بیشتری توان خرید خودروها را داشته باشند. وی در ادامه افزود که به تدریج این خودروهای وارداتی داخلی سازی خواهند شد. این موضوع به کاهش قیمت تمام شده و تیراژ عرضه بالاتر این خودروهای کمک خواهد کرد.

او در خصوص اجرایی شدن واردات خودرو گفتند که به زودی آیین نامه تدوین شده واردت خودرو نهایی و جهت اجرایی شدن ابلاغ می شود.

فاطمی امین در مورد قیمت حال حاضر خودرو در بازار کشور گفت که ما با چند نوع قیمت در بازار خودرو مواجه هستیم. قیمت بازار خودرو که بسیار بالاتر از قیمت کارخانه است و علت وجود چنین بازه قیمتی سوداگری و دلالتی در بازار خودرو کشور و متناسب نبودن عرضه خودرو با میزان تقاضای بازار کشور است. قیمت بازار آزاد خودرو ۵۰ الی ۸۰ درصد از قیمت کارخانه گران ترست.

وزیر صمت، معدن و تجارت تصریح نمود که قیمت دیگر که ما با آن روبه‌رو هستیم قیمت فروش خودرو توسط کارخانه‌ها است و براساس قیمت تمام شده تولید مشخص می شود. امسال در توافقی با خودروسازان کشور درخواست کردیم که قیمت تمام شده تولید خودرو را کاهش دهند. این کاهش قیمت تمام شده تولید خودرو زبان آنها را هم کمتر می کند.

با توجه به صحبت‌های وزیر صمت به نظر می رسد پس از گذر موقت از خطر استیضاح در مجلس، این وزارت در ماه‌های پیش رو سعی در نشان دادن عزم راسخ خود برای ساماندهی بازار خودرو کشور و عرضه خودروهای اقتصادی دارد. برای عملی شدن وعده‌های وزیر صمت در زمینه تولید خودرو اقتصادی باید حداقل تا سال آینده منتظر باشیم.

وی گفت: این مسئله و قطعی برق موجهی در صنعت سیمان ایجاد کرد و قیمت هر پاکت سیمان به طور کاذب به ۴۳ هزار تومان رسید، اما با تامین برق واحدها اکنون به کمتر از ۳۶ هزار تومان کاهش یافته است. فاطمی امین تاکید کرد: امسال کار ویژه‌ای در خصوص تولید برق نمی توان انجام داد و باید همین میزان برق موجود را مدیریت کنیم، اما در میان مدت و بلندمدت احداث بیش از ۱۲ هزار مگاوات نیروگاه از سوی واحدهای صنعتی و معدنی آغاز شده است.

وی همچنین در خصوص اعتراض برخی اعضای زنجیره فولاد به قیمت‌های تعیین شده، افزود: اکثر ضرایب قیمتی در بورس کالا تعیین می شود، با این حال با بورس کالا مذاکره کرده‌ایم تا قیمت‌ها و ضرایب به صورت دقیق تر تعیین شود.

وزیر صمت، معدن و تجارت اضافه کرد: برای حذف قرعه کشی چند کار باید انجام شود که نخستین آن ارتقای تولید است، زیرا عدم تعادل بین عرضه و تقاضا با عرضه ۹۰۰ هزار دستگاهی در سال گذشته و در مقابل تولید تقاضای بیش از یک میلیون و ۵۰۰ هزار دستگاهی سبب شده که شکافی ایجاد شود و بازار خودرو متلاطم گردد.

فاطمی امین با بیان اینکه هرچه در سال ۱۴۰۱ جلوتر می رویم تولید خودرو بیشتر شده و این شکاف بین عرضه و تقاضا کمتر خواهد شد، خاطر نشان کرد: امسال تولید تعداد بیشتری از خودروی پژو ۲۰۶ در دستور کار است، همچنین خودروی تارا و شاهین چهار برابر بیش از سال گذشته تولید خواهد شد. محور دوم برای حذف قرعه کشی، واردات خودرو است که آیین نامه آن طراحی شده و به زودی در دولت مصوب خواهد شد؛ برآورد ما این است که بخشی از تقاضای موجود در بازار با انجام واردات پاسخ داده شود.

وزیر صمت، معدن و تجارت تصریح کرد: در آیین نامه واردات خودرو چند قید و قاعده گذاشته شده که نخستین آن وجود خدمات پس از فروش برای خودروهای وارداتی و قید دیگر که مصوبه مجلس نیز بود، لزوم انجام انتقال فناوری است.

وزیر صمت، معدن و تجارت ادامه داد: کارکرد اصلی بورس کالا برای محصولاتی همچون فولاد، پتروشیمی، گندم، ذرت و ... است. مخالف عرضه خودرو در بورس کالا هم نیستیم، اما باید قواعدی وجود داشته باشد تا کار به صورت درست و اصولی انجام شود؛ در عرضه اخیر محصولات یکی از خودروسازان کار به درستی انجام نشده بود و بنابراین عرضه در بورس ملغی شد.

فاطمی امین در ادامه در خصوص قطعی برق صنایع گفت: در سال‌های گذشته باید سالیانه ۳ هزار مگاوات سرمایه گذاری در عرضه برق انجام می شد اما نشده. امروز در تلاشیم تا قطع برق با کمترین زیان و کمترین فشار بر واحدهای صنعتی انجام شود. به طور مثال در واحدهای مستقر در شهرک‌های صنعتی این قطعی‌ها یک روز در هفته خواهد بود.

وزیر صمت به توضیحاتی درباره شرایط حذف قرعه کشی خودرو پرداخت و گفت آیین نامه واردات خودرو فردا در جلسه هیأت دولت تعیین تکلیف خواهد شد.

به گزارش پدال نیوز به نقل از تسنیم، رضا فاطمی امین وزیر صمت دیروز در حاشیه روز صنعت و معدن در خصوص وضعیت واردات خودرو، گفت: آیین نامه واردات خودرو فردا در جلسه هیأت دولت تعیین تکلیف خواهد شد.

به گزارش تسنیم، چهارشنبه ۲۱ اردیبهشت ماه ۱۴۰۱ واردات خودرو بعد از کش و قوس بسیار آزاد شد. به گفته علی بهادری جهرمی سخنگوی دولت، این اقدام به منظور افزایش رقابت پذیری و رفع شائبه انحصار، متناسب سازی قیمت خودرو و جبران کمبود تولید به میزان مورد نیاز بازار، صورت گرفته است.

این آیین نامه در ۱۰ بند تدوین شده و در نوبت تصویب در هیأت دولت قرار داشت. شرط سقف دلاری در آیین نامه واردات خودرو برداشته شده و واردات خودرو با تعرفه انجام خواهد شد. در حال حاضر با گذشت دو ماه از خیر آزادسازی واردات خودرو هنوز آیین نامه آن به تصویب نرسیده است. شرایط حذف قرعه کشی خودرو چیست؟

سید رضا فاطمی امین همچنین در جمع خبرنگاران گفت: در سه ماهه نخست امسال در مقایسه با مدت مشابه سال گذشته رشد قابل توجهی در تولید خودرو و همچنین عدم تولید خودروی ناقص به ثبت رسیده است.

وی افزود: برنامه‌ای که امسال وزارتخانه از خودروسازان گرفته تولید بیش از ۱.۵ میلیون دستگاه خودرو است که در بهار امسال ۹۸ درصد آن برنامه محقق شده است. همانطور که پیشتر نیز گفته شد وزارت صمت برنامه‌ریزی کرده که در سال ۱۴۰۱ قرعه کشی خودرو را به تدریج حذف کند، البته این عبارت به درستی در برخی رسانه‌ها منتقل نشده و از ابتدا نیز مقرر نبوده که از آغاز سال قرعه کشی حذف شود، بلکه به تدریج و در طول سال این مهم اتفاق خواهد افتاد.

شناسایی سازندگان و تامین کنندگان قطعات اتومبیل و شرکت فولاد مبارکه

+

شرکت فولاد مبارکه به منظور شناسایی و تکمیل بانک اطلاعاتی سازندگان و تامین کنندگان توانمند خود اقدام به برگزاری فراخوان عمومی جهت کلیه اقلام مورد نیاز خود در زمینه فعالیت های مکانیک برق و اتوماسیون و ابزار دقیق نموده است.

لذا؛ کلیه سازندگان و تولیدکنندگان توانمند در معیارهای نیروی انسانی، بازرگانی، مالی و فنی متناسب با موضوع فراخوان دعوت می گردد نسبت به شرکت در فراخوان اقدام و پرسشنامه خوداظهاری خود را در سامانه SRM شرکت فولاد مبارکه ثبت و تکمیل نمایند.

زمان: ۱۰ تیر لغایت ۱۰ مردادماه

شرکت در فراخوان و اطلاعات بیشتر:

srm.msc.ir

روابط عمومی MSC IR @mbaraketelecom

فراخوان مناقصه عمومی همزمان با ارزیابی کیفی (فشرده) یک مرحله ای

نوبت دوم شناسه آمی ۱۳۴۵۰۳۶

شماره مناقصه: ۱۴۰۱/۰۲/۱۱

شرکت توزیع نیروی برق آذربایجانفهری بر نظر دارد مناقصه عمومی همزمان با ارزیابی کیفی (فشرده) یک مرحله ای به شرح جدول ذیل را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکت ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس: www.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند.

توضیح: فقط شرکت‌هایی مجاز به شرکت در مناقصه خواهند بود که دارای تاییدیه صلاحیت از سازمان برنامه و بودجه در رشته نیرو و تاییدیه صلاحیت ایمنی از اداره کار و رفاه اجتماعی باشند.

تاریخ انتشار مناقصات در سایت: روز شنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۲/۱۱
آخرین مهلت زمانی دریافت اسناد مناقصات از ساعت: ۱۹ روز شنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۲/۱۸
مهلت زمانی ارائه پیشنهاد: ساعت: ۱۹ روز پنجشنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۲/۲۰
زمان بازگشایی پاکت ارزیابی کیفی پیشنهاد دهندگان: ساعت: ۸ (هشت صبح) روز شنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۲/۰۱
زمان بازگشایی پاکت های الف و ب و ج: روز شنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۲/۰۸ و به شرح جدول ذیل خواهد بود

توضیح: پیشنهاد دهنده مکلف است معادل مبلغ سپرده شرکت در مناقصه، تضمیناتی معین (بر اساس شرایط مندرج در اسناد مناقصه) تهیه و تسلیم نماید و به پیشنهاد های فاقد امضا، مشروط، مخدوش و پیشنهاداتی که بعد از نقض مدت مقرر در فراخوان واصل شود مطلقاً ترتیب اثر داده نخواهد شد.

شماره مناقصه	موضوع مناقصه و شماره فراخوان	مبلغ کل تضمین شرکت در مناقصه (به ریال)	نوع اعتبار
۱۴۰۱-۰۷	تهیه بخشی از مصالح و اجراء پروژه های برونسپاری اصلاح شبکه روستایی نواحی آسنویه-بیرانشهر و سردشت بصورت ترکیبی و برابر استاندارد های وزارت نیرو و بر اساس فهرست بهاء توسعه و احداث، برقکاری و جابجایی ۱۴۰۰۳ شرکت توزیع نیروی برق آذربایجان غربی شماره فراخوان: (۲۰۰۹۰۰۳۰۰۷۶)	۱۰,۳۵۰,۰۰۰,۰۰۰	منابع داخلی

اطلاعات تماس دستگاه مناقصه گذار جهت دریافت اطلاعات بیشتر در خصوص اسناد مناقصه و ارائه پاکت های الف- آدرس: ارومیه - بلوار ارتش - سرپازان گناباد - شرکت توزیع نیروی برق استان - تلفن: ۰۴۴-۳۱۱۰ داخلی ۲۳۳۹
اطلاعات سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه: مرکز تماس: ۱۲۵۶

اطلاعات تماس دفاتر ثبت نام سایر استانها در سایت سامانه www.setadiran.ir بخش ثبت نام نیرو قابل تامین کننده مناقصه گر موجود است.
ضمناً فراخوان مناقصه در سایت های اطلاع رسانی معاملات صنعت برق (شرکت توزیع برق آذربایجانفهری و سایت ملی مناقصات به ترتیب به آدرس های: WWW.tavanir.org.ir، WWW.Waepd.ir، Iets.Mpong.ir قابل مشاهده است.
توضیح: سایر اطلاعات و جزئیات مربوطه در اسناد مناقصه مندرج است.

اداره مناقصات و قراردادهای شرکت توزیع نیروی برق آذربایجانفهری

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۰۲/۱۱ | تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۰۲/۱۲

<div><div> </div></div>
به قلم: سوزی مارینو <p>کارشناس بازاریابی و تبلیغات</p> <p>ترجمه: علی آل علی</p>
<p>تمام بازاریاب‌ها به خوبی از اهمیت شبکه‌های اجتماعی برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف اطلاع دقیقی دارند. این امر می‌تواند برای شما جذابیت بسیار زیادی داشته و توجه کاربران را نیز به کسب و کارتان به طور چشمگیری توسعه دهد. یادتان باشد در دنیای کنونی برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف شما به تمام ظرفیت‌های برندان نیاز دارید. درست به همین خاطر بی‌توجهی به بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی می‌تواند برای برندان هزینه‌های بسیار زیادی به همراه داشته باشد. این امر در بسیاری از مواقع شما را از نقطه نظر تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با مشکلات زیادی رو به رو ساخته و توانایی‌تان در این میان را نیز به طور چشمگیری توسعه می‌دهد.</p> <p>یکی از مشکلات مهم در زمینه بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی گستردگی پلتفرم‌های در دسترس است. این امر می‌تواند شما را از نظر سطح تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با درسره‌های زیادی رو به رو ساخته و حتی سرمایه‌گذاری‌تان در این حوزه را نیز به طور چشمگیری کاهش دهد. درست به همین دلیل در طول سال‌های اخیر استفاده از الگویی نوین در عرصه بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی میان برندها توسعه پیدا کرده است. این الگو شامل بازاریابی بین کانالی است. وقتی از این الگوی بازاریابی صحبت می‌کنیم، به عبارت دقیق روش تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را مد نظر داریم. این امر شامل بارگذاری محتوا در چند شبکه اجتماعی به طور همزمان است. چنین امری می‌تواند به شما برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک کرده و شرایطتان را نیز به طور قابل ملاحظه‌ای توسعه دهد. درست به همین دلیل اگر شما به دنبال تأثیرگذاری حرفه‌ای بر روی مخاطب هدف‌تان هستید، می‌توانید کارتان را با استفاده از این شیوه دستخوش تحولی اساسی نمایید.</p> <p>بسیاری از برندها مایل به حضور در تمام شبکه‌های اجتماعی دنیا هستند. این امر شاید در نگاه نخست خیلی جالب به نظر برسد، اما در عمل هرگز ممکن نیست. درست به همین دلیل شما برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف باید همیشه روند کاری‌تان را تغییر دهید. این نکته می‌تواند برای شما جذابیت زیادی داشته باشد. انتخاب پلتفرم‌های محبوب در دنیای بازاریابی و سپس تمرکز بر روی تولید محتوا در آنها نکته بی‌نهایت مهمی محسوب می‌شود. این امر می‌تواند برای شما جذابیت و هیجان بسیار زیادی به همراه داشته و وضعیت‌تان را نیز به خوبی تغییر دهد. درست به همین خاطر شما باید کارتان را به بهترین شکل ممکن دنبال نمایید.</p> <p>استفاده از پلتفرم‌های برتر برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف همیشه می‌تواند ایده‌ای تأثیرگذار محسوب شود. این امر شما را در کانون توجه مخاطب هدف قرار داده و کارتان را نیز بی‌نهایت ساده‌تر از هر زمان دیگری می‌کند. هدف اصلی در این مقاله مرور برخی از مهمترین نکات برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با استفاده از الگوی بازاریابی چندکاناله است. این امر می‌تواند به شما برای تأثیرگذاری بر روی هدف کمک ویژه‌ای کرده و کارتان در حوزه بازاریابی را بی‌نهایت ساده سازد. در ادامه برخی از مهمترین نکات در این راستا را مرور خواهیم کرد.</p> <p>چرا بازاریابی چندکاناله مهم است؟</p> <p>بازاریابی چندکاناله برای برندها اهمیت زیادی دارد. این امر می‌تواند آنها را به طور قابل ملاحظه‌ای مورد توجه مشتریان قرار داده و کارشان را ساده‌تر از هر زمان دیگری سازد. نکته مهم اینکه شما برای بهبود روند کاری‌تان باید همیشه فعالیت بسیار خوبی در دنیای بازاریابی داشته باشید. برخی از مزایای استفاده از بازاریابی چندکاناله در این میان می‌تواند به شرح ذیل باشد:</p>

تمام بازاریاب‌ها به خوبی از اهمیت شبکه‌های اجتماعی برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف اطلاع دقیقی دارند. این امر می‌تواند برای شما جذابیت بسیار زیادی داشته و توجه کاربران را نیز به کسب و کارتان به طور چشمگیری توسعه دهد. یادتان باشد در دنیای کنونی برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف شما به تمام ظرفیت‌های برندان نیاز دارید. درست به همین خاطر بی‌توجهی به بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی می‌تواند برای برندان هزینه‌های بسیار زیادی به همراه داشته باشد. این امر در بسیاری از مواقع شما را از نقطه نظر تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با مشکلات زیادی رو به رو ساخته و توانایی‌تان در این میان را نیز به طور چشمگیری توسعه می‌دهد.

یکی از مشکلات مهم در زمینه بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی گستردگی پلتفرم‌های در دسترس است. این امر می‌تواند شما را از نظر سطح تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با درسره‌های زیادی رو به رو ساخته و حتی سرمایه‌گذاری‌تان در این حوزه را نیز به طور چشمگیری کاهش دهد. درست به همین دلیل در طول سال‌های اخیر استفاده از الگویی نوین در عرصه بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی میان برندها توسعه پیدا کرده است. این الگو شامل بازاریابی بین کانالی است. وقتی از این الگوی بازاریابی صحبت می‌کنیم، به عبارت دقیق روش تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را مد نظر داریم. این امر شامل بارگذاری محتوا در چند شبکه اجتماعی به طور همزمان است. چنین امری می‌تواند به شما برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک کرده و شرایطتان را نیز به طور قابل ملاحظه‌ای توسعه دهد. درست به همین دلیل اگر شما به دنبال تأثیرگذاری حرفه‌ای بر روی مخاطب هدف‌تان هستید، می‌توانید کارتان را با استفاده از این شیوه دستخوش تحولی اساسی نمایید.

بسیاری از برندها مایل به حضور در تمام شبکه‌های اجتماعی دنیا هستند. این امر شاید در نگاه نخست خیلی جالب به نظر برسد، اما در عمل هرگز ممکن نیست. درست به همین دلیل شما برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف باید همیشه روند کاری‌تان را تغییر دهید. این نکته می‌تواند برای شما جذابیت زیادی داشته باشد. انتخاب پلتفرم‌های محبوب در دنیای بازاریابی و سپس تمرکز بر روی تولید محتوا در آنها نکته بی‌نهایت مهمی محسوب می‌شود. این امر می‌تواند برای شما جذابیت و هیجان بسیار زیادی به همراه داشته و وضعیت‌تان را نیز به خوبی تغییر دهد. درست به همین خاطر شما باید کارتان را به بهترین شکل ممکن دنبال نمایید.

استفاده از پلتفرم‌های برتر برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف همیشه می‌تواند ایده‌ای تأثیرگذار محسوب شود. این امر شما را در کانون توجه مخاطب هدف قرار داده و کارتان را نیز بی‌نهایت ساده‌تر از هر زمان دیگری می‌کند. هدف اصلی در این مقاله مرور برخی از مهمترین نکات برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با استفاده از الگوی بازاریابی چندکاناله است. این امر می‌تواند به شما برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک ویژه‌ای کرده و کارتان در حوزه بازاریابی را بی‌نهایت ساده سازد. در ادامه برخی از مهمترین نکات در این راستا را مرور خواهیم کرد.

چرا بازاریابی چندکاناله مهم است؟

بازاریابی چندکاناله برای برندها اهمیت زیادی دارد. این امر می‌تواند آنها را به طور قابل ملاحظه‌ای مورد توجه مشتریان قرار داده و کارشان را ساده‌تر از هر زمان دیگری سازد. نکته مهم اینکه شما برای بهبود روند کاری‌تان باید همیشه فعالیت بسیار خوبی در دنیای بازاریابی داشته باشید. برخی از مزایای استفاده از بازاریابی چندکاناله در این میان می‌تواند به شرح ذیل باشد:

صرفه‌جویی در زمان

شما با استفاده از بازاریابی چندکاناله می‌توانید همیشه درست و به موقع برای مخاطب هدف‌تان محتوای تأثیرگذار آماده کنید. این امر در بلندمدت از شما برند بسیار خوب و دوست‌داشتنی خواهد ساخت. بسیاری از برندها در طول سال‌های اخیر بیشتر و بیشتر با بحران تولید محتوا مواجه شده‌اند. این امر درباره شرایط و ویژگی‌های منحصر به فرد دیگر پلتفرم‌ها نیز مصداق دارد. درست به همین خاطر اگر شما به دنبال تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف هستید، می‌توانید به سادگی و بدون درگیری شدید با جزئیات مربوط به شبکه‌های اجتماعی این کار را انجام دهید.

صرفه‌جویی در زمان در حوزه بازاریابی به شما امکان ایده‌پردازی بیشتر و افزایش کیفیت فرآیند بازاریابی‌تان را خواهد داد. این امر می‌تواند به شما برای تأثیرگذاری ویژه بر روی مخاطب هدف کمک کرده و شرایطتان را نیز به طور جدی ارتقا دهد. این نکته برای شما جذابیت بسیار زیادی داشته و شانس شما در عرصه بازاریابی را نیز به شدت بیشتر می‌کند. هرچه باشد این روزها همه به دنبال استفاده از زمان به بهترین شکل ممکن هستند. در این رابطه شما می‌توانید به سادگی هرچه تمام‌تر کارتان را در این میان دنبال کنید.

استفاده درست از بودجه

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی –اقتصادی

| یکشنبه **|** ۱۲ تیر ۱۴۰۱ **|** شماره ۲۰۴۴ **|** صفحه ۸ **|**

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: هنر سرزمین سبز

دفتر مرکزی: مطهری، خیابان علی‌اکبری، پلاک۱۱۵

دفتر مرکزی: ۸۸۲۱۷۳۸

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۳۲۰۹۶۰

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

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR

بازاریابی بین کانالی برای موفقیت کسب و کارها

بودجه‌های بازاریابی همیشه محدود و بسیار جزئی است. این امر می‌تواند برای شما درسره‌های زیادی به همراه داشته و حتی مشکلات‌تان را نیز بی‌نهایت افزایش دهد. نکته مهم اینکه شما برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف همیشه مشکلات بسیار زیادی خواهید داشت. این امر می‌تواند شما را به طور قابل ملاحظه‌ای در درگیری میان صرفه‌جویی در بودجه و تأثیرگذاری بیشتر بر روی مخاطب هدف قرار دهد. چنین شرایطی حتی برای بازاریاب‌های حرفه‌ای نیز بسیار مشکل خواهد بود. نکته‌ای که در این میان وجود دارد، تلاش برای استفاده از شیوه‌ای است که هم هزینه‌های شما را کاهش دهد، هم اینکه به شما فرصت تأثیرگذاری درست بر روی مخاطب هدف را نیز بدهد.



تعامل با کاربران گسترده

بی‌شک وقتی کسب و کار یک برند توسعه پیدا می‌کند، میزان و تعداد مخاطب هدف آن نیز به طور تصاعدی رشد پیدا خواهد کرد. این امر به شما برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک کرده و شانس شما در راستای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را نیز توسعه خواهد داد. نکته مهم اینکه شما برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف چاره‌ای به غیر از استفاده از نکات حرفه‌ای نخواهید داشت. این امر می‌تواند برای شما به شدت جذاب و هیجان‌انگیز باشد. البته به شرط اینکه یک تکنیک درست داشته باشید. بازاریابی بین شبکه‌های اجتماعی مختلف به شما فرصت بسیار خوبی برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور استاندارد خواهد داد. این امر شانس شما در عمل را به طور چشمگیری افزایش داده و راهکارهای بسیار زیادی برای بهبود اوضاع پیش روی‌تان قرار می‌دهد.

بی‌شک بسیاری از برندها برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف مشکلات زیادی دارند. این امر می‌تواند برای بسیاری از برندها مشکل‌ساز شده و حتی درسره‌های آنها را نیز به شدت افزایش دهد. درست به همین دلیل شما برای بهبود وضعیت بازاریابی‌تان نیاز به استفاده از راهکارهای دقیق و درست دارید. بازاریابی بین کانالی می‌تواند به شما فرصت مدیریت تمان کاربران، هرچند پرتعداد، را بدهد. در این صورت شما دیگر توانایی بهبود اوضاع‌تان را بدون دردرس اضافه پیدا می‌کنید.

تکنیک‌های بازاریابی بین کانالی

برنامه‌ریزی برای ماجراجویی مخاطب هدف

اینکه شما به دنبال بارگذاری محتوا در چند شبکه اجتماعی و فعالیت همزمان در تمام آنها هستید، امر بسیار مهمی محسوب می‌شود. نکته مهم در این رابطه تلاش برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با استفاده از راهکارهای حرفه‌ای و تأثیرگذار خواهد بود. این امر می‌تواند به شما امکان تأثیرگذاری بهتر و دقیق‌تر بر روی مخاطب هدف را به همراه داشته باشد. یادتان باشد در دنیای بازاریابی مخاطب هدف همیشه به دنبال بهترین تجربه ممکن است. اگر شما در این میان توانایی ارائه تجربه مورد نظر را نداشته باشید، وضعیت‌تان به طور مداوم بدتر خواهد شد. نکته مهم اینکه

مشتریان در عرصه کسب و کار با شما تعارف ندارند. درست به همین دلیل اگر توانایی ارائه یک تجربه خوب برای آنها را نداشته باشید، به سادگی هرچه تمام‌تر سراغ برندهای دیگر خواهند رفت. این امر می‌تواند برای شما درسره‌های زیادی به همراه داشته باشد.

طراحی یک برنامه برای پیش‌بینی صفر تا صد تعامل کاربران با برند شما امری ضروری خواهد بود. این نکته می‌تواند برای شما جذابیت‌های زیادی به همراه داشته و توانایی‌تان در این راستا را نیز به طور چشمگیری افزایش دهد. نکته مهم اینکه شما برای ایجاد تحول در عرصه کسب و کار باید به طور مداوم کارتان را توسعه دهید. معنای این امر تلاش برای استفاده از یک برنامه دقیق و قابل انعطاف است. این امر شما را در طول زمان با راهکارهای بسیار متنوع و خلاقانه‌ای برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف رو به رو می‌سازد.

طراحی یک قیف درست

قیف بازاریابی در بسیاری از روش‌های تولید محتوا و حتی تعامل با کاربران کاربرد دارد. این امر برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف بر روی شیوه‌های متنوعی تمرکز می‌کند. بر این اساس شما برای تأثیرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف باید مراحل مختلفی را مد نظر قرار دهید. در ساده‌ترین شکل ممکن شما ابتدا باید در میان کاربران با تولید محتوا آگاهی‌بخشی کرده و در مرحله بعد نظرشان به پیشنهادات برند را جلب کنید. این امر می‌تواند برای شما جذابیت‌های بسیار زیادی داشته باشد و حتی شما را به سوسی مرحله سوم نیز ببرد. در مرحله سوم شما به طور مشخص هدف تأثیرگذاری و ترغیب مشتریان به خرید را خواهید



داشت. این قیف به شما برای ایجاد یک نظم دقیق در تمام فعالیت‌های بازاریابی‌تان کمک خواهد کرد. با این حساب دیگر در فرآیند بازاریابی با مشکلات یا سردرگمی‌های مختلف رو به رو نخواهید شد. این امر می‌تواند برای شما درسره‌های زیادی به همراه داشته و حتی گاهی اوقات شانس‌تان در زمینه تولید محتوا را نیز به شدت کاهش دهد.

یادتان باشد در بازار بسیاری از برندها به دنبال تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف هستند. این امر یعنی شما باید به بهترین شکل ممکن کارتان را مدیریت کرده و روند تولید محتوا را نیز ارتقا دهید. اگر قیف مورد نظر همیشه مدنظر شما باشد، می‌توانید خیلی راحت کارتان را توسعه دهید. این امر برای شما جذابیت زیادی داشته و کارتان را نیز بهبود می‌بخشد. یادتان باشد در دنیای امروز شما برای بهینه‌سازی روند کاری‌تان باید همیشه نظر و ایده‌های مشتریان را نیز محاسبه کنید. این امر به شما فرصت خوبی برای شناخت مخاطب هدف و تولید محتوا به طوری حرفه‌ای خواهد داد. درست به همین دلیل شما باید کارتان را همیشه با بهترین شکل ممکن دنبال کنید، در غیر این صورت خیلی زود با مشکلات عمده در مسیر بازاریابی مواجه شده و حتی شاید دیگر شانس‌ی برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب‌تان نیز پیدا نکنید.

انتخاب کانال‌های بازاریابی

اینکه شما در چند شبکه اجتماعی فعالیت بازاریابی داشته باشید، امر مهمی محسوب می‌شود. نکته مهمتر در این میان تلاش برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با استفاده از روش‌های روزآمدتر است. منظور ما در این‌س میان تلاش برای انتخاب پلتفرم مناسب برای بازاریابی در این میان خواهد بود. نکته مهم دیگر اینکه شما باید برای خودتان یک روش بهینه در دنیای بازاریابی انتخاب کنید، در غیر این صورت شاید هرچه هم محتوا تولید کنید، بازهم توانایی تأثیرگذاری حرفه‌ای بر روی مخاطب‌تان را پیدا نکنید.

شبکه‌های اجتماعی که مورد توجه کاربران قرار دارد، همیشه تعداد مشخصی دارند. این امر به شما برای شناسایی آنها کمک کرده و کار بازاریابی‌تان را نیز ساده‌تر از هر زمان دیگری خواهد کرد. نکته مهم در این راستا تلاش برای انتخاب پلتفرم‌های دارای سابقه و محبوب در میان کاربران است. اگر شما با ریسک بالا بر روی مخاطب هدف قدیمی برندان سرمایه‌گذاری کنید، بدون تردید دیر یا زود کارتان به مشکل می‌خورد. آن وقت شاید کمتر کسی به شما فرصت دوباره برای بازاریابی بدهد. هرچه باشد کاربران در دنیای امروز شرایط بسیار متنوعی برای تولید محتوا دارند. اینکه کاربران دوباره‌ای به شما نمی‌دهند، باید به مثابه یک عامل مهم برای تولید محتوا با بهترین کیفیت باشد. در این راستا انتخاب پلتفرم‌های درست نیز اهمیت زیادی دارد.

خلاقیت بر مدار بودجه مشخص

شما برای خلاقیت در دنیای بازاریابی و تولید محتوای تازه همیشه فرصت‌های زیادی دارید. نکته مهم اینکه امتحان ایده‌های تازه در شبکه‌های اجتماعی همیشه هزینه قابل ملاحظه‌ای به همراه خواهد داشت. درست به همین دلیل شما برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با ایده‌های نوآورانه باید همیشه نیم‌نگاهی به هزینه‌ها نیز داشته باشید. این امر می‌تواند شانس شما را به طور چشمگیری کاهش داده و روند فعالیت‌تان را نیز تغییر دهد. درست به همین خاطر شما باید همیشه در مرز میان خلاقیت و نوآوری در عرصه کسب و کار و بودجه مناسب برند حرکت کنید.

بدون تردید بسیاری از برندها برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف شرایط متفاوتی دارند. این امر می‌تواند شرایط ویژه‌ای برای شما به همراه داشته و شانس شما را نیز به طور چشمگیری افزایش دهد. یادتان باشد اگر شما برای مدت زمانی طولانی از نوآوری در عرصه بازاریابی صرف نظر کنید، خیلی زود فرصت‌تان برای اثرگذاری بر روی کاربران تمام خواهد شد. درست به همین دلیل باید همیشه کارتان را به بهترین شکل ممکن دنبال کرده و در این میان نیز به دنبال استفاده از ایده‌های تازه باشید.

بازاریابی بین کانالی برای موفقیت کسب و کارها

اگر شما امکان نظرخواهی از کاربران در شبکه‌های اجتماعی مختلف درباره ایده‌های تازه‌تان را دارید، باید به طور مشخص این کار را انجام دهید، در غیر این صورت شاید خیلی زود با مشکلات اساسی در روند بازاریابی بین کانالی رو به رو شوید. یادتان باشد کاربران در هر شبکه اجتماعی نیاز به مشاهده محتوای مختلف دارند. این امر می‌تواند شما را در کانون توجه کاربران قرار داده و حتی شرایطتان را نیز تغییر دهد. درست به همین خاطر باید همیشه نظرخواهی از کاربران را در کانون توجه قرار دهید.

تعیین اهداف کوتاه‌مدت

شما برای بازاریابی بین کانالی به غیر از اهداف بلندمدت و کلان نیاز به استفاده از اهداف میان مدت و حتی کوتاه مدت نیز خواهید داشت. اینکه شما برای بهبود وضعیت‌تان در عرصه کسب و کار همیشه روند مناسبی را طی کنید، ایده آل بسیاری از برندها محسوب می‌شود. با این حال اگر در این بین خبری از دستیابی به اهداف مختلف نباشد، به مرور زمان هم شما و هم دیگر همکاران‌تان از روند تولید محتوا ناامید خواهید شد. این امر می‌تواند حتی برای شما به مثابه پایان دهی به روند بازاریابی نیز باشد. درست به همین خاطر شما باید همیشه کارتان را با بهترین کیفیت ممکن دنبال کنید، در غیر این صورت خیلی زود میزان امیدواری‌تان پایان پیدا می‌کند.

توصیه ما در عرصه بازاریابی امروز برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف استفاده از اهداف کوتاه مدت برای تقویت روحیه خود و تیم‌تان است. این امر می‌تواند در بازه‌های زمانی مشخص به شما فرصت خوبی برای تجدید قوا داده و شانس‌تان در بازار را نیز به شدت افزایش دهد.

بی‌شک هر بازاریابی در طول زمان دوره‌های مختلفی از ناامیدی نسبت به موفقیت را طی می‌کند. نکته مهم در این راستا استفاده از اهداف کوتاه مدت برای ایجاد اطمینان در میان کاربران است. این امر می‌تواند به شما روحیه بسیار خوبی داده و شرایطتان را نیز به طور چشمگیری بهبود بخشد. یادتان باشد در دنیای امروز برای بهینه‌سازی روند بازاریابی و تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف شما باید کارتان را همیشه به بهترین شکل ممکن دنبال کنید. در این میان اهداف کوتاه مدت نقش امیدواری‌های کوتاه و مناسب را خواهد داشت. به این ترتیب شما انگیزه‌تان برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف را به طور چشمگیری افزایش می‌دهید.

هدف‌گذاری دوباره بر روی مخاطب هدف

شما قرار نیست یک بار برای همیشه روند بازاریابی‌تان را با هدف‌گذاری بر روی مخاطب هدف طی کنید. این امر می‌تواند برای شما در طول زمان روی دهد. درست به همین خاطر باید همیشه برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کارتان را به بهترین شکل ممکن دنبال نمایید. این امر می‌تواند شما را به سوی بهبود روند تأثیرگذاری بر روی مخاطب‌تان سوق دهد. یادتان باشد شما برای بهبود روند بازاریابی و تولید محتوای مناسب باید همیشه کارتان را به بهترین شکل ممکن دنبال کنید. این امر شامل هدف‌گذاری دوباره بر روی مخاطب هدف می‌شود. شما با این کار آن دسته از کاربرانی که قبلا به محتوای بازاریابی‌تان بی‌توجهی نشان داده‌اند را نیز در کانون توجه قرار خواهید داد. این امر می‌تواند برای شما به معنای هدف‌گذاری دوباره بر روی مخاطب هدف در عرصه بازاریابی باشد.

بسیاری از برندهایی که بازاریابی بین کانالی را دنبال می‌کنند، به سادگی امکان هدف‌گذاری دوباره بر روی مخاطب هدف را خواهند داشت. این امر می‌تواند به شما برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک کرده و موقعیت‌تان در بازار را نیز به شدت ارتقا دهد. یادتان باشد از دست دادن مخاطب هدف باید برای شما به مثابه یک امر مهم محسوب شود.

ارزیابی وضعیت بازاریابی

هر برندی برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف باید برنامه‌های دقیقی داشته باشد. این نکته می‌تواند به شما برای تأثیرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف کمک کرده و شانس‌تان را نیز بهبود بخشد. با این حال صرف یک برنامه خوب برای موفقیت تضمینی شما کافی نیست. شما در این راستا باید یک برنامه دقیق‌تر برای روند ارزیابی کارتان نیز داشته باشید. این نکته به شما برای تولید محتوای بهتر در شبکه‌های اجتماعی کمک شایانی خواهد کرد.

یادتان باشند روند ارزیابی فرآیند بازاریابی باید به طور دقیق و منظم صورت گیرد. این امر می‌تواند به شما فرصت بسیار خوبی برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف داده و شرایطتان را نیز بهبود بخشد. یادتان باشد هر روند بازاریابی در دنیای امروز در صورتی که همراه با تکنیک‌های درست باشد و به خوبی ارزیابی شود موفق خواهد بود، در غیر این صورت شاید شما گاهی اوقات فقط احساس موفقیت در عرصه کسب و کار را پیدا کنید. این امر برای شما به شدت عجیب و نامناسب خواهد بود.

استفاده از شیوه‌های تازه در عرصه بازاریابی برای هر برندی امر مهمی محسوب می‌شود. شما در بازاریابی بین کانالی باید همیشه حواس‌تان به تمام شبکه‌های اجماعی باشد. این امر شاید در نگاه نخست بسیار ساده به نظر برسد، اما بدون ارزیابی دقیق روند بازاریابی و تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف هرگز شما را به موفقیت نخواهد رساند.

دریافت بازخوردهای مشتریان

دریافت بازخوردهای مناسب از سوسی مشتریان می‌تواند به شما برای توسعه روند بازاریابی‌تان کمک کند. بسیاری از اوقات برندها به دلیل دغدغه‌های مختلف توانایی ارزیابی شرایط از دیدگاه مشتریان را ندارند. این امر می‌تواند در مدت زمانی بسیار کوتاه شما را در شرایط دشواری قرار داده و روند تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را نیز تغییر دهد. یادتان باشد در دنیای امروز بسیاری از برندها برای بهینه‌سازی روند کاری‌شان به بازخورد کاربران نیاز مبرم دارند. درست به همین دلیل شما هم می‌توانید در زمینه تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف شانس‌تان را با دریافت این نظرات امتحان کنید.

اشتباه بسیاری از برندها ایستادن در گوشه‌های و انتظار برای دریافت نظرات کاربران است. این امر می‌تواند برای شما درسره‌های زیادی به همراه داشته و حتی روند تولید محتوای‌تان را نیز با مشکل رو به رو سازد. چنین نکته‌ای باید همیشه مد نظر شما قرار گیرد. درست به همین دلیل توصیه ما برای شما استفاده از روش‌های تعاملی برای دریافت نظرات کاربران است. این امر می‌تواند شما را در کانون توجه کاربران قرار داده و اطلاعات بسیار مهمی نیز برای برند شما به همراه داشته باشد. بنابراین همیشه نکته مورد نظر را در کانون توجه خود و برندان قرار دهید.

منبع: **wordstream.com**

