

سرمقاله

چرایی رشد تخلفات اقتصادی

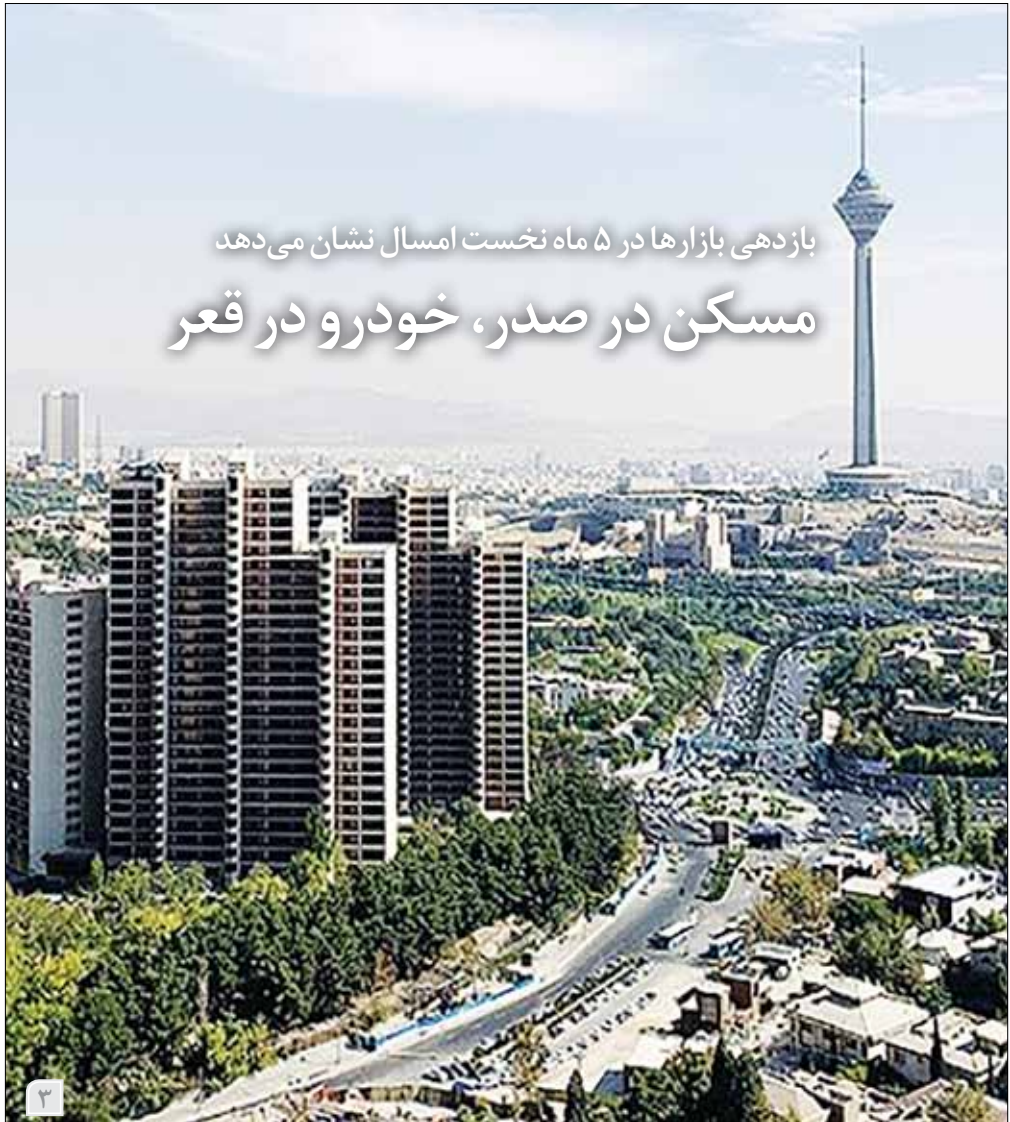
غلامعلی رموی

کارشناس اقتصادی

در روزهای گذشته خبری در رسانه‌ها منتشر شد که یک واحد اقتصادی با مرمت لوازم خانگی دست دوم، مبادرت به فروش آنها به عنوان لوازم خانگی نو می‌کرد. در این ماجرا یکی از مسئولان مربوطه با بیان اینکه واحد مذکور مجوز سمساری داشته، از تکلیف قانونی خود در نظارت و کنترل آن واحد صنفی به راحتی شانه خالی کرد و در نهایت اعلام شد که آن واحد، پلمب و برای رسیدگی قانونی به تعزیرات حکومتی معرفی شده است. پایان این گونه پرونده‌ها عموما در کشورمان می‌تواند پلمب و دریافت جریمه نقدی از مجرمان باشد و احتمالا ماجرای اخیر نیز به همین شکل تمام می‌شود. حال تصور کنید این تخلف در یکی از کشورهای توسعه‌یافته مثل سوئد اتفاق می‌افتاد؛ در این صورت، چه هزینه‌ها و تبعات سنگین و غیرقابل تصویری (از نظر ما) نه تنها برای متخلف که برای دستگاه نظارت‌کننده و همه عوامل ذی‌ربط رقم می‌خورد. **ادامه در همین صفحه**

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی



بازدهی بازارها در ۵ ماه نخست امسال نشان می‌دهد

مسکن در صدر، خودرو در قعر

چرایی رشد تخلفات اقتصادی

اقتصادی داشته باشد. بنابراین هزینه تخلف پایین می‌آید، نه‌آدینه می‌شود و قبح آن می‌کشند؛ در حالی که در سوئد برای یک تخلف کوچک، هزینه بسیار سنگینی بر متخلفان تحمیل می‌شود تا از فکر تکرار آن (نه عمل تکرار آن) هم متخلفان وحشت کنند. به عنوان مثالی دیگر، در گفت‌وگویی که چندی پیش با یکی از واحدهای صنفی شهر استکهلم می‌تواند برای یک واحد اقتصادی تصور شود که آن واحد تمام قوانین و مقررات را در حوزه تجارت، کسب و کار، بیمه، مالیات، استخدام، کنترل همه جانبه کیفیت و مرغوبیت کالا با استانداردهای بسیار سختگیرانه به شکل مو به مو و دقیق رعایت کند. در کنار این موضوع، کنترل و نظارت‌های زیادی هم از سوی نهادهای ذی‌ربط بر فعالیتهای آنها به صورت اتوماتیک انجام می‌شود تا آن واحد با سلامت فعالیت کند. عدم رعایت هر یک از این قوانین و مقررات می‌تواند این بهشت موعود ذهنی را به عذاب الیم و جهنم تبدیل نماید. واقعیت امر آن است که در کشورمان به سبب برخی شرایط سیاسی و اقتصادی و خلأهای قانونی ناشی از عدم به‌روزآوری جرائم و مجازات‌های قانونی، بستر ایجاد تخلفات عمیده اقتصادی وجود دارد و مجازات‌های مندرج در قانون عموما و عملا نمی‌تواند بازدارندگی لازم را برای امنیت

خسارت آنها تمام و کمال پرداخت می‌شد و تلاش برای جبران خسارت‌های روحی و جسمی وارد تا کسب رضایت آنها ادامه می‌یافت. برخلاف تصور برخی از فعالان اقتصادی که دنیای غرب و جوامع توسعه‌یافته را سرزمین آزادی برای تجارت و کسب و کار آزاد مدنظرشان می‌دانند، باید این نکته را متذکر شد که این آزادی و آرامش اقتصادی زمانی می‌تواند برای یک واحد اقتصادی تصور شود که آن واحد تمام قوانین و مقررات را در حوزه تجارت، کسب و کار، بیمه، مالیات، استخدام، کنترل همه جانبه کیفیت و مرغوبیت کالا با استانداردهای بسیار سختگیرانه به شکل مو به مو و دقیق رعایت کند. در کنار این موضوع، کنترل و نظارت‌های زیادی هم از سوی نهادهای ذی‌ربط بر فعالیتهای آنها به صورت اتوماتیک انجام می‌شود تا آن واحد با سلامت فعالیت کند. عدم رعایت هر یک از این قوانین و مقررات می‌تواند این بهشت موعود ذهنی را به عذاب الیم و جهنم تبدیل نماید. واقعیت امر آن است که در کشورمان به سبب برخی شرایط سیاسی و اقتصادی و خلأهای قانونی ناشی از عدم به‌روزآوری جرائم و مجازات‌های قانونی، بستر ایجاد تخلفات عمیده اقتصادی وجود دارد و مجازات‌های مندرج در قانون عموما و عملا نمی‌تواند بازدارندگی لازم را برای امنیت

از منظر قانون حمایت از مصرف‌کنندگان در کشوری همانند سوئد، این موضوع نه تنها یک تخلف ساده بلکه جرمی بسیار سنگین محسوب می‌شود که می‌توانست جان افراد زیادی در جامعه را به خطر بیندازد. در نتیجه مراجع قضایی با چنین رویکردی وارد رسیدگی به این پرونده می‌شدند. در ابتدای این فرآیند نیز کلیه عملیات‌های مالی مجرم و شرکتش مسدود می‌شد. سپس با ورود نهاد حمایت از مصرف‌کننده و پوشش رسانه‌ها، پیگیری گسترده‌تری اتفاق می‌افتاد. در یک کلام، تمام زندگی فرد مجرم باد هوا می‌شد و یک جست‌وجوی وسیع در تمام ابعاد زندگی اجتماعی و اقتصادی او برای شناسایی تخلفات احتمالی دیگر آغاز می‌گردید. نتیجه این تخلف نیز صدور احکام سنگین از قبیل حبس‌های طولانی، جرائم سنگین نقدی، مسدود کردن تمام دارایی‌ها و مالکیت‌های فرد مذکور و احتمالا استعفاي گسترده متولیان نهادهای نظارت‌کننده و اتحادیه‌های مربوطه‌ای بود که در شناسایی و رفع این تخلف کوتاهی کرده بودند. بدین ترتیب، دیگر هیچ پانکی اجازه افتتاح حساب برای مجرم را نداشت و شرکت‌های بیمه تمام سرمایه او را به عنوان هزینه خسارت وارده تحت کنترل درمی‌آوردند. همچنین تمام خریداران شناسایی شده،

فرصت امروز: هفته گذشته میخائیل گورباچف، آخرین

رهبر اتحاد جماهیر شوروی در سن ۹۱ سالگی در مسکو درگذشت. گورباچف بین سال‌های ۱۹۸۵ تا ۱۹۹۱ دبیرکل حزب کمونیست شوروی بود که در دسامبر ۱۹۹۱ بعد از یک کودتای داخلی موسوم به «کودتای آگوست» سرانجام استفا داد و بدین ترتیب، اتحاد جماهیر شوروی فرو پاشید. به همین بهانه «کونومیسٲ» در مطلبی به آخرین مصالح عصر کمونیسم پرداخت و او را «مرد خوب» نامید. «کونومیسٲ» در این گزارش با طرح این سوال که «گورباچف چگونه به جنگ سرد پایان داد؟» نوشت: «پسر دهقان رئیس حزب کمونیست شد، مردمش را از ۷۰ سال دروغ آزاد و اتحاد جماهیر شوروی را دفن کرد.» به نوشته «کونومیسٲ»، «در ۲۳ دسامبر ۱۹۹۱، میخائیل گورباچف، آخرین رهبر اتحاد جماهیر شوروی و بوریس یلتسین، اولین رئیس جمهور روسیه به مدت هشت ساعت برای بحث در مورد انتقال قدرت ملاقات کردند. الکساندر یاکوف، یکی از متحدان نزدیک گورباچف به یاد می‌آورد که گورباچف که احساس ناخوشایندی داشت، به دفتر خود رفت و هم‌زمان یلتسین با قدم‌های بلند مانند یک رژه از آنجا خارج شد. وقتی یاکوفل به دین رفیق قدیمی خود رفت، او را دید که روی میل دراز کشیده و اشک‌هایش جاری شده است. گورباچف که به تازگی ششش را به عنوان رئیس جمهور شوروی و کشور همراه با آن از دست داده بود، گفت: «می‌بینی، اوضاع این گونه پیش می‌رود.» یاکوفل سعی کرد او را آلسداری دهد، اما او نیز خفه می‌شد. «حساس اینکه اتفاق انعادالاه‌ای رخ داده بود، مرا خفه می‌کرد. مردی که تغییرات فاحشی را در جهان به ارمغان آورده

سبقت تورم مسکن از تورم عمومی متوقف می‌شود؟

۵ راه برای کاهش قیمت خانه

کنترل نقدینگی، ثبات اقتصاد کلان، کاهش تورم، افزایش ساخت و ساز و اعمال پایه‌های مالیاتی در بخش مسکن، پنج راهکاری است که به اعتقاد یک کارشناس بازار مسکن می‌تواند منجر به ایجاد آرامش در این بازار شود. محمد عدالت‌خواه با بیان اینکه بازار مسکن در پنج سال گذشته به قدری رشد کرده که تصور می‌شود دیگر ظرفیت ندارد اما تورم مانع از ثبات این بخش...

چگونه می‌توان کیفیت و کارایی سرمایه‌گذاری را سنجید؟

عیار سنجی سرمایه‌گذاری خارجی

فرصت امروز: سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، یکی از مهمترین منابع تامین مالی دولت‌هاست و طبق برآوردها، هر ماه تقریبا ۱۸۰ هزار شغل در سراسر جهان از این محل خلق می‌شود. بنگاه‌های خارجی بازدهی بیشتری نسبت به بنگاه‌های داخلی دارند، دستمزد بیشتری می‌پردازند و فرصت‌های بیشتری برای پیشرفت شغلی در اختیار زنان قرار می‌دهند. با این حال، ارزیابی کیفیت سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی نشان می‌دهد که اثرات توسعه پایدار سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی همیشه مثبت نیست، به‌طوری که برخی از کشورها بیشتر از دیگر کشورها سود می‌برند و در داخل کشورها هم بخش‌هایی از جمعیت از کسب منافع سرمایه‌گذاری خارجی عقب...

۲

دماسنج اصلی تالار شیشه‌ای ۱۲ هزار واحدافت کرد

رکود معاملاتی در بورس تهران

۴

مدیریت و کسب‌وکار

بهترین کمپین‌های بازاریابی واقعیت مجازی (VR)

۸

این روزها تب متاورس در بین مردم حسابی داغ است و همه درباره‌اش حرف می‌زنند. اگر تا همین چند سال قبل زندگی در دنیایی کاملا مجازی بیشتر شبیه سناریوی بازی‌های کامپیوتری بود، این روزها بدل به ایده‌ای کاملا پولساز شده که یک عالمه برند دنبالش هستند. با این حساب اگر همین فردا کلی آدم با دوربین‌های مخصوص فیلم‌های علمی-تخیلی جلوی راهتان سبز شدند، لازم نیست یاد آدم فضایی‌ها بیفتید، چراکه هدست‌های واقعیت مجازی (همان VR خودمان) مهمترین ابزار برای تعامل در دنیای متاورس و هزار و یک تجربه جذاب دیگر است. قبل از اینکه متاورس تبدیل به موضوع اصلی بحث کارآفرینان شود، واقعیت مجازی نزدیک یک دهه قبل دل همه مردم را برده بود. این فناوری بر مبنای دوربین‌های واقعیت مجازی و ارائه یک تجربه تعاملی به کاربران ساخته شده است. اجازه دهید تا حرف‌های‌مان خیلی کسل‌کننده نشده، از یک مثال...

جریمه نقدی محکوم شد. نهایتا این مشکلات چنان عرصه را بر او تنگ کرد که عطای کار را به لقای آن بخشید و مجبور به تعطیلی واحد مذکور و اعلام ورشکستگی و تغییر شغل شد. حال سوال این است که آیا واحدهای اقتصادی ایران می‌توانند تصور هزینه نظارت و کنترل در این سطح را داشته باشند؟ آیا می‌توانند تصور کنند که با یک اشتباه سهوی چه هزینه‌های کلانی در انتظار آنها و واحد اقتصادی‌شان خواهد بود؟ مناسفانه در کشورمان سالانه صدها هزار تخلف اقتصادی فقط با مجازات محدودی مواجه می‌شوند که این مجازات‌ها بازدارندگی لازم را ندارند. در نتیجه بسیاری از این واحدها به کرات مبادرت به تخلفات مختلف می‌کنند و این کار را نوعی افتخار هم می‌دانند. سابقه سال‌ها تحقیق و تفحص در این حوزه نشان می‌دهد که سهم جرایم و مجازات‌های متخلفان در کشور ما به مراتب کمتر از حجم و میزان عوارض تخلفات انجام شده است. حتی در مواردی مشاهده می‌شود که هزینه تشکیل یک پرونده تعزیراتی حدود ۷۵۰ هزار تومان است، ولی میزان تخلف صادره این پرونده در حد ۲۰ هزار تومان بوده است. نتیجه این وضعیت همین می‌شود که برخی از بنگاه‌ها می‌توانند نسبت به تکرار تخلف احساس نگرانی نکنند و با توجه به خلأهای قانونی موجود با کمترین هزینه بیشترین

امکان برای کسب منافع و سودهای بادآورده از راه‌های غیرقانونی را داشته باشند و سلامت مردم و اقتصاد کشور را به راحتی تهدید کنند. تصور کنید فقط یک تخلف مهم برخی از واحدهای اقتصادی، یعنی احتکار و امتناع از عرضه کالا در زمان تورم سه چهار سال گذشته، چه مصائب و مشکلاتی را در حوزه لوازم خانگی و خودرو بر اقتصاد ایران تحمیل نمود و مسببان این موضوع نیز هم‌اکنون به راحتی به کسب و کار خود مشغولند. مناسفانه تبلیغات سوء زیادی وجود دارد که کسب درآمد و فعالیت صنفی و تولیدی در خارج از ایران را بسیار آسان و ساده‌تر از ایران جلوه می‌دهد؛ در حالی که بررسی‌ها به خوبی اثبات می‌کند که آزادی عمل یک واحد اقتصادی در حوزه کسب و کار نه تنها هرگز به سادگی مطرح شده نبوده بلکه مشکلات و دشواری‌های بسیاری خصوصا برای ایرانیان در آن کشورها به همراه خواهد داشت. اگر این قانونمداری که ایرانیان شافل در خارج از کشور مجبورند از خود در آن کشورها نشان دهند، در ایران از خود نشان می‌دانند، شاید امروز ایران از این منظر شرایط بسیار بهتری از رفاه و توسعه را تجربه می‌کرد. البته چالش‌های اقتصاد ایران از جمله خلأهای قانونی و سلیقه‌ای عمل کردن برخی مجریان و تبعیض‌های ناروا را نباید از نظر دور داشت.

روسیه یا سازگاری سیاسی با او احساس نمی‌کرد. او خطاب به هلموت کهل، صدراعظم آلمان گفت «به جهنم! ما پیروز شدیم. آنها نشدند. ما نمی‌توانیم اجازه دهیم که شوروی از شکست، پیروزی بسازد». این پیروزی نالجا بود و بعدها به امریکا نتیجه میکوس داد.

تاوینم استدلال می‌کند که صاحبان قدرت در غرب فاقد چشمانداز و اراده برای گسترش طرحی از نوع مارشال به شوروی گورباچف (و بعدا به روسیه یلتسین) بودند. کسانی که چنین دیدی داشتند دیگر در قدرت نبودند. در سال ۱۹۹۱ خاتم تاجر از بوش در خواست کرد: «ما باید به میخائیل کمک کنیم. همین چند سال پیش، من و ریکان حاضر بودیم هر کاری بکنیم تا همین اتفاقاتی که او رقم زده بیفتد. اگر غرب به کمک گورباچف نرود، «تاریخ ما را نخواهد بخشید».

زندگی گورباچف – برخلاف همه رهبران شوروی – در قدرت به پایان نرسید و زندگینامه تاوینم نیز همینطور. برای سیاستمداران مدرن روسیه، گورباچف تقریبا با دستان خالی از ریاست جمهوری خود خارج شد. به از تبلیغات کفیه‌ای دستی پیتزا هات و لویی ویتون درآمد کسب می‌کرد، اما بزرگترین فقدان او، فقدان همسر و همکار محبوبش، رایسا بود که در سال ۱۹۹۹ بر اثر سرطان خون درگذشت. در آخرین روزهای زندگی مشترک، گورباچف با پوشیدن یک ماسک استریل شده او را در آغوش گرفت و زندگی مشترک‌شان را به او یادآوری کرد. بازشنسنگی آبرومندانه گورباچف – بسیار بیشتر از سیاست او – توضیح می‌دهد که گورباچف چطور گورباچف شد: مردی خوب از اتحاد جماهیر شوروی.»

از آنجا که این کتاب در مورد توانایی گورباچف برای غلبه بر دگم‌اندیشی ایدئولوژیک است، به همان اندازه آشکار است که چگونه رهبران غربی نتوانستند یا نمی‌خواستند او را باور کنند. این امر در دوران ریاست جمهوری جورج بوش پدر آشکار شد که برخی از مشاورانش که خود را «واقع‌گرا» می‌خواندند، استدلال می‌کردند اصلاحات گورباچف او را به طور بالقوه خطرناک‌تر از اسلافش کرده است. برنت اسکوکرافت، مشاور امنیت ملی بوش گفت که او «سعی می‌کرد با مهربانی ما را خفه کند». حتی زمانی که گورباچف فروپاشی دیوار برلین، اتحاد آلمان و در نهایت عضویت آن در ناتو را پذیرفت، بوش با ضعف گورباچف بازی می‌کرد، اما هیچ تعهدی برای کمک مالی به



اکنونومیست: دو حالت ذهنی کاملا متفاوت. در ۲۵ اوت ایالت کالیفرنیا فروش خودروهای بزنری را از سال ۲۰۲۵ ممنوع کرد که می‌تواند صنعت خودرو را متحول کند، انتشار کربن را کاهش دهد و شبکه برق این ایالت را با فشار روبه‌رو کند. در همین روز در ایالت تگزاس، سقط از لحظه لاق به طور قانونی ممنوع شد؛ آن هم بدون استثنا برای موارد تجاوز یا زنا یا محارم. کسانی که سقط جنین انجام می‌دهند، تا ۹۹ سال زندان محکوم خواهند شد.

ممکن است این دو رویداد نامرتب به نظر برسند، ولی نشانه‌ای از یک روند مهم هستند. ایالت‌های مختلف با سرعت زیادی در حال اتخاذ سیاست هستند. به لحاظ تئوریک این چیز بدی نیست. آمریکا در ۵۰ ایالت خود، ۵۰ مرکز برای آزمون سیاست‌ها دارد. مردم و شرکت‌ها می‌توانند در مکان‌هایی قرار گیرند که ترجیحات آنها در قوانین محلی منعکس شده است، همان‌طور که بسیاری در طول دوران کرونا این کار را انجام دادند و به ایالت‌هایی با محدودیت‌های کمتر نقل مکان کردند. هر کدام از ایالت‌ها می‌توانند بین مالیات و سخاوت در خدمات عمومی، سیاست خود را داشته باشند و هر ایالت می‌تواند از همسایگانی که مدارس و قوانین کسب‌وکار بهتری دارند بیاموزند، با این وجود، این شکل سازنده از فدرالیسم چیزی نیست که سیاستمداران ایالتی امروز دنبال می‌کنند و به جای آن در حال جنگ با فرهنگ ملی هستند؛ تجویز مواردی که در کلاس‌های درس می‌تواند درباره آن بحث کرد؛ تعیین حدود برای خرید و حمل اسلحه، مداحلات پزشکی برای نوجوانانی که به‌عنوان تراجنسیتی شناخته می‌شوند و مزایای مهاجران غیرقانونی، مواردی از این دست هستند. میانه‌روها ممکن است جنجال کمتر و ترمیم جاده‌ها را ترجیح دهند، ولی بیشتر سیاستمداران ایالتی می‌توانند به راحتی آنها را نادیده بگیرند.

این مسئله به این دلیل است که ۲۷ ایالت از ۵۰ ایالت آمریکا توسط یک حزب اداره می‌شود. تعداد ایالت‌هایی که یک طرف هم مجالس قانون گذاری و هم عمارت‌های فرمانداری را اداره می‌کنند در طول ۳۰سال گذشته تقریبا دو برابر شده است. این ایالت‌های تک حزبی ماندگار هستند؛ چراکه برندگان آنها، نقشه‌های انتخاباتی را به نفع خود ترسیم می‌کنند. سیاستمداران انگیزه‌های خطایی دارند. آنها نگران باختن در انتخابات عمومی نیستند و تنها در انتخابات مقدماتی است که در آن طرفداران متعصب به‌دلیل انگیزه بیشتر برای رأی دادن تعیین‌کننده هستند و راه جذب این طرفداران متعصب پرهیز از سازش است.

به این دلیل است که افراط‌گرایی گسترش یافته است. مثلا اغلب تگزاسی‌ها گمان می‌کنند که قوانین جدید سقط جنین بسیار سختگیرانه است، با وجودی که بیشتر افراد معتقدند قوانین ملی قدیمی زیادی آسان‌گیر هستند. اگر تگزاس یک ایالت تک حزبی نبود، قانون‌گذاران ممکن بود به مصالحه برسند. هدف برخی از ایالت‌ها، مجازات کسانی است که به دنبال سقط جنین یا جراحی‌های تراجنسیتی در ایالت‌های دیگر هستند. ایالت‌های آبی (که به حزب دموکرات رأی می‌دهند) شکایت علیه سازندگان اسلحه را تشویق می‌کنند و ایالت‌های سرخ (که به حزب جمهوری خواه رأی می‌دهند) به دنبال این هستند که تعیین استانداردهای انتشار گازهای گلخانه‌ای آمریکا را مورد تعقیب قانونی قرار دهند. برخی مشست‌رنی‌های حزبی نیز تا حد زیادی نمایشی هستند؛ گرگ ابوت، فرماندار تگزاس برای علنی کردن دیدگاه خود مبنی بر اینکه ایالت‌های آبی در برابر مهاجرت‌های غیرقانونی بسیار نرم هستند، تعداد زیادی از آنها را به نیویورک فرستاد. ولی تمرکز بیش از اندازه بر مناقشات ملی در بهترین حالت حواس‌ها را از مشکلات محلی پرت می‌کند که سیاست‌مداران ایالتی برای حل آنها انتخاب شده‌اند. این نبردها تفرقه‌افکن هستند و به این تصور قوت می‌بخشند که ایالت‌های آبی و قرمز آمریکا با وجود تفاوت‌های‌شان نمی‌توانند با هم کنار بیایند. این مسئله یک گفت‌وگوی ملی ناخوشایندتر و تندتر ایجاد می‌کند و کسب‌وکار در آمریکا را نیز دشوارتر می‌کند. با وجودی‌که زمانی این کشور در حالت کلی بازار واحد بسیار بزرگی بود، اما اکنون کالیفرنیا و نیویورک شرکت‌ها را به سمت سبز شدن سوق می‌دهند، درحالی که تگزاس و ویرجینیای غربی آنها را به دلیل طرفداری از انرژی‌های تجدیدپذیر نسبت به نفت و گاز جریمه می‌کنند. اخیرا تگزاس تا آنجا پیش رفته که ۱۰ شرکت مالی را به دلیل سبز شدن در لیست سیاه قرار داده است. بزرگ‌ترین نگرانی این است که حزب‌گرایی می‌تواند دموکراسی آمریکا را تضعیف کند. بسیاری از جمهوری‌خواهان نمی‌توانند در انتخابات مقدماتی پیروز شوند؛ مگر اینکه ادعای دونالد ترامپ مبنی بر شکست جو بایدن در انتخابات ریاست جمهوری ۲۰۲۰ را تایید کنند. آن سال ائتلافی از دادستان‌های کل ایالت‌های جمهوری خواه از ایالت‌های دیگر شکایت کردند تا آرای آنها را باطل کنند. هر اتفاقی که در انتخابات میان‌دوره‌ای بیفتد، این مشاجرات ممکن است افزایش یابد. آمریکا قرار نیست به جنگ داخلی دیگری وارد شود، اما متحمل خشونت سیاسی شده است که ممکن است بدتر شود. ناکارآمدی آمریکا ریسکی را برای جهان به همراه دارد؛ به‌طوری‌که احتمال دارد آمریکا نظم مبتنی بر قوانین را حفظ کند، متجاوزان نظامی را مهار کند و نمونه‌ای از حکومت دموکراتیک را ارائه دهد.

«کنونومیست» معتقد است که دولت آمریکا باید از بی‌توجهی به مسئولیت‌های خود دست بردارد. برای مثال، سیاست‌های مهاجرت و تغییرات آب‌وهوایی باید در سطح ملی تنظیم شوند، ولی ورای این مسائل آمریکا بیش از هر چیز نیاز به اصلاحات انتخاباتی دارد. آمریکا باید به روش جری مندروینگ (تعیین غیرمنصفانه حوزه‌های انتخاباتی) پایان دهد که به سیاستمداران اجازه می‌دهد رأی‌دهندگان خود را انتخاب کنند. ایالت‌ها باید از طریق کمیسیون‌های مستقل مجددا تقسیم‌بندی شوند تا این روند سیاست‌زدایی شود. در این صورت احزاب، کار دشوارتری برای تحکیم خود خواهند داشت و با ایجاد مناطق رقابتی‌تر، سیاستمداران بیشتری را وادار می‌کند تا به سمت مرکز جذب شوند.

حوزه‌های انتخاباتی که چند عضو در مجلس قانون گذاری دارند هم می‌توانند مفید باشند. این مسئله به جای تقسیم مناطق و اجازه دادن به آنها برای انتخاب تنها یک نماینده، تنوع صداها را در مجالس ایالتی و کنگره افزایش می‌دهد. رأی‌دهندگان نیز مسئولیتی دارند. در عصر رسانه‌های اجتماعی، نادیده گرفتن کولاک کینه‌توزی و رأی دادن به رهبرانی که می‌خواهند کار انجام دهند، ممکن است سخت باشد، اما جایگزین آن گسستی بیشتر است که به جای خوبی منتهی نمی‌شود.

چگونه می‌توان کیفیت و کارایی سرمایه‌گذاری را سنجید؟

عیار سنجی سرمایه‌گذاری خارجی



و برنامه‌های سرمایه‌گذاری و اهداف باید منسجم و مرتبط با چشم‌انداز فراگیر برای توسعه پایدار باشد تا از این طریق بده – بستان‌های میان اهداف سیاستی گوناگون را به حداقل برسانند. در همین راستا به‌کارگیری مکانیزم‌های هماهنگی فراگیرتر بین وزارتی و سازمانی برای طراحی و اجرای موثر این چارچوب‌های استراتژیک ضرورت دارد. حکمرانی خوب همچنین مستلزم مشاوره عمومی، گفت‌وگوی اجتماعی و مکانیزم‌های نظارت و ارزیابی سیاست‌های موجود و ترویج راه‌حل‌های خارجی هدایت یا تقویت هستند.

اصل دوم، «تنظیم‌گری داخلی و بین‌المللی» است. سیاست‌های باز، شفاف و بدون‌تبعیض، پایه و اساس فضای سرمایه‌گذاری را برای توسعه پایدار فراهم می‌کنند، اما برای مقابله با چالش‌های اجتماعی و محیطی کافی نیستند. یک شرط لازم برای سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی پایدار این است که قوانین و مقررات داخلی، استانداردهای بین‌المللی مربوط به اقدام اقلیمی، کیفیت شغل و برابری جنسیتی را رعایت کنند یا استانداردهای ملی را به‌نحوی تعیین کنند که حتی بلندپروازانه از استانداردهای بین‌المللی باشد. همسویی قراردادهای سرمایه‌گذاری و کسب‌وکار با اهداف سرمایه‌گذاری پایدار نیز برای تقویت قوانین داخلی و تشویق رفتار کسب‌وکار مسئولانه مهم است. اصل سوم، «پشتیبانی فنی و مالی» است. ممکن است اعمال حمایت هدفمند برای رفع نارسایی‌های بازار که مانع سرمایه‌گذاری پایدار می‌شوند، تضمین شوند، اما ارائه چنین طریقی از پشتیبانی باید شفاف و مشمول بازبینی منظم باشد. دولت‌ها اغلب از مشوق‌های مالیاتی یا تخصیص وام‌ها و کمک‌های یارانه‌ای برای ترویج سرمایه‌گذاری در فعالیت‌ها، بخش‌ها و مکان‌های خاص استفاده می‌کنند.

اصل چهارم، «خدمات اطلاع‌رسانی و تسهیلگری» است. اطلاعات ناکافی، نادرست یا پرهزینه می‌تواند موانعی برای سرمایه‌گذاری ایجاد کند یا منجر به تصمیم‌گیری‌های نامطلوب توسط فعالان اقتصادی شود. آژانس‌های تشویق سرمایه‌گذاری بازیگران کلیدی در پر کردن شکاف‌های اطلاعاتی هستند که ممکن است مانع تحقق سرمایه‌گذاری‌های خارجی و تأثیرات بالقوه آن بر توسعه پایدار شود. اصل پنجم نیز «توسعه همکاری» است. شرکای توسعه، بخش قابل‌توجهی از منابع خود را برای حمایت از بخش خصوصی با تأمین مالی طرح‌هایی برای بهبود فضای سرمایه‌گذاری، توسعه ظرفیت‌های کسب‌وکار و ایجاد زیرساخت‌های فیزیکی اختصاص می‌دهند. دولت‌ها و جوامع پشتیبان باید برای شناسایی راه‌حل‌های مبتنی بر ارائه کمک‌های مالی و فنی برای حمایت از اصلاحات و اجرای سیاست‌ها، ارتقای همسویی با استانداردهای بین‌المللی، کاهش احتمال قرار گرفتن در معرض تهدیدهای اجتماعی و زیست‌محیطی و حمایت از بخش خصوصی، یا یکدیگر همکاری کنند.

شرایط، چارچوب میزان تأثیرات مستقیم و سرریز را تعیین می‌کند. بنگاه‌های خارجی در جهان، ۶۰ درصد بیشتر از بنگاه‌های داخلی تمایل به سراسر سرمایه‌گذاری در حوزه تحقیق و توسعه و دو برابر داخلی‌ها گرایش به استفاده از فناوری‌های جدید دارند، اما در اقتصادهای در حال توسعه جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در فعالیت‌های با سطح فناوری کم و بهره‌وری پایین متمرکز است. همچنین ۳۰ درصد از سرمایه‌گذاری جهان در زمینه انرژی‌های تجدیدپذیر در سال ۲۰۲۰ مربوط به سرمایه‌گذاری خارجی بوده، با این حال در برخی کشورها همچنان بخش قابل‌توجهی از سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در حوزه تولید برق از سوخت‌های فسیلی صورت گرفته است. همچنین اکثر جریان‌ات سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی به بخش‌هایی هدایت می‌شوند که سهم کمتری از نیروی کار زنان را دارند، با این حال بنگاه‌های خارجی تمایل بیشتری به جذب بیشتر نیروی کار زنان در مقایسه با شرکت‌های مشابه داخلی دارند.

برآورد عملکرد شرکت‌های خارجی و داخلی در حوزه توسعه پایدار نشان می‌دهد، عملکرد شرکت‌های خارجی در زمینه مشارکت زنان در مالکیت ۳۳ درصد و در بخش داخلی ۲۷ درصد است. مشابه این عملکرد را در بخش مدیران ارشد زن می‌توان دید، عملکرد مدیران ارشد زن شرکت‌های خارجی ۱۹ درصد و داخلی ۲۰ درصد است، اما عملکرد شرکت‌های خارجی در ارائه آموزش‌های رسمی ۵۰ درصد و در داخلی ۳۴ درصد برآورد شده است. هزینه تحقیق و توسعه نیز در شرکت‌های خارجی بیش از شرکت‌های داخلی است. این رقم برای شرکت‌های خارجی ۱۹ درصد و برای شرکت‌های داخلی ۱۲ درصد است. معرفی محصول یا خدمت جدید نیز در بخش خارجی ۴۴ درصد و در بخش داخلی ۳۵ درصد است. در استفاده از فناوری تحت‌لیسانس شرکت خارجی نیز عملکرد ۳۱ درصدی برای شرکت‌های خارجی و ۱۴ درصدی برای شرکت‌های داخلی ثبت شده است. عملکرد شرکت‌های خارجی درخصوص به‌کارگیری روش‌هایی برای کاهش اثرات منفی زیست‌محیطی ۷۷ درصد و عملکرد شرکت‌های داخلی ۵۹ درصد برآورد شده است. درخصوص پایش مصرف انرژی نیز عملکرد بخش خارجی ۵۴ درصد و عملکرد بخش داخلی ۳۴ درصد اعلام شده است.

۵ اصل کیفیت‌سنجی سرمایه‌گذاری

جعبه ابزار ارزیابی کیفیت سیاست‌ها در حوزه FDI حول پنج اصل «حکمرانی»، «تنظیم‌گری داخلی و بین‌المللی»، «پشتیبانی فنی و مالی»، «خدمات اطلاع‌رسانی و تسهیلگری» و «توسعه همکاری» تنظیم شده است. اولین اصل، «حکمرانی» است. محیط نهادی حاکم بر مسائل نوظهوری از جمله دیجیتالی‌سازی، تغییرات اقلیمی و آینده کار است که توسط سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی با هدف توسعه پایدار می‌تواند بسیار پیچیده باشد و احتمال شکست هماهنگی را افزایش دهد. استراتژی‌ها

فرصت امروز: سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، یکی از مهمترین منابع تأمین مالی دولت‌هاست و طبق برآوردها، هر ماه تقریبا ۱۸۰ هزار شغل در سراسر جهان از این محل خلق می‌شود. بنگاه‌های خارجی بازدهی بیشتری نسبت به بنگاه‌های داخلی دارند، دستمزد بیشتری می‌پردازند و فرصت‌های بیشتری برای پیشرفت شغلی در اختیار زنان قرار می‌دهند. با این حال، ارزیابی کیفیت سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی نشان می‌دهد که اثرات توسعه پایدار سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی همیشه مثبت نیست، به‌طوری‌که برخی از کشورها بیشتر از دیگر کشورها سود می‌برند و در داخل کشورها هم بخش‌هایی از جمعیت از کسب منافع سرمایه‌گذاری خارجی عقب می‌مانند. بنابراین همانقدر که میزان سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی جذب‌شده مهم است، به همان اندازه و شاید بیشتر از آن، کیفیت این سرمایه‌گذاری خارجی اهمیت دارد.

تا پیش از همه‌گیری کووید-۱۹ برآورد شده بود که برای دستیابی به اهداف توسعه پایدار سالانه به ۲٫۵ هزار میلیارد دلار سرمایه‌گذاری نیاز است، اما حالا در شرایط کنونی برآورد می‌شود که شکاف سرمایه‌گذاری مورد نیاز تا ۷۰ درصد افزایش یافته و جهان برای دستیابی به اهداف توسعه پایدار، با شکاف ۷۰ درصدی در سرمایه‌گذاری خارجی مواجه است. در این شرایط در سطح جهان بنگاه‌های خارجی ۶۰ درصد بیشتر از بنگاه‌های داخلی تمایل به سرمایه‌گذاری در حوزه تحقیق و توسعه و دو برابر داخلی‌ها گرایش به استفاده از فناوری‌های جدید دارند، اما در اقتصادهای در حال توسعه جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در فعالیت‌های با سطح فناوری کم و بهره‌وری پایین متمرکز است. سازمان همکاری و توسعه اقتصادی (OECD) برای ارزیابی کیفیت سرمایه‌گذاری خارجی، جعبه ابزاری طراحی کرده که حول پنج محور حکمرانی، تنظیم‌گری داخلی و بین‌المللی، پشتیبانی فنی و مالی، خدمات اطلاع‌رسانی و تسهیلگری و توسعه همکاری تنظیم شده است.

عملکرد شرکت‌های داخلی و خارجی

آثار سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی (FDI) از طریق چند کانال منتقل می‌شود. بنگاه‌های خارجی از طریق فعالیت‌های خود مستقیما بر توسعه پایدار تأثیر می‌گذارند. به‌رورسانی شاخص‌های کیفیت سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در سال ۲۰۲۲ نشان می‌دهد که برای مثال، شرکت‌های خارجی به احتمال زیاد ایجاد فرصت‌های آموزش رسمی، سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه و گنجاندن مسائل زیست‌محیطی را در اهداف استراتژیک خود دارند. عملیات بنگاه‌های خارجی همچنین دارای اثرات سرریزی بر مشاغل داخلی است و بنگاه‌های خارجی اغلب مولدتر، از نظر فناوری برتر و مهارت بیشتری هم دارند و ممکن است منافع به شرکت‌های داخلی نیز سرایت کند. جهت و بزرگی ترکیب اثرات مستقیم و سرریز FDI ممکن است نه‌تنها در بین کشورها، بلکه از حیث نتایج پایداری نیز متفاوت باشد.

ایران به ۴۰۰ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری در ۴ سال آینده نیاز دارد

ابرچالش‌های ایران در دهه آینده

پیدا کرده و امروز انباشت آنها باعث به وجود آمدن بحران‌های اقتصادی شده و به نوعی به ثمل‌های چرکینی تبدیل شده است، اما این چالش‌ها در برابر اُبرچالش‌هایی که امروز با آن روبه‌رو هستیم، در سطح نازل‌تری قرار دارد. به بیان دیگر، گزارش مجمع جهانی اقتصاد به این بحران‌ها هیچ اشاره‌ای نکرده، این در حالی است که بحران‌هایی که در دهه ۱۴۰۰ ایران با آنها روبه‌روست، بسیار عمیق و حاد هستند و اگر برای آنها کاری انجام نشود، ایران را گرفتار مشکلات زیادی خواهند کرد.

خشاقی ادامه داد: بحران‌های نوظهور در ایران بسیار پیچیده‌تر از بحران‌هایی است که مجمع جهانی اقتصاد به آنها اشاره کرده، بحران‌هایی نظیر آب، محیط زیست «یزگردها و آلودگی هوا»، فرونشست زمین و خشکسالی، پیری جمعیت، صندوق‌های بازنشستگی و فرسودگی اقتصادی از جمله اُبرچالش‌های ایران در دهه پیش رو قلمداد می‌شوند. هرچند شاید در نگاه اول بحران‌های مذکور، ارتباطی با اقتصاد نداشته باشند، اما باید توجه داشت که برای رفع آنها به منابع مالی عظیمی احتیاج است. به گفته این اقتصاددان، بحران‌هایی که به آنها اشاره شد، در حال حاضر از اهمیت بیشتری نسبت به بیکاری، اشتغال و تورم برخوردارند، زیرا آنها منابع دولت و کشور را برای حل شدن خواهند بلعید. حل آنها علاوه بر بودجه هنگفت، به زمان زیادی نیز نیاز دارد و طبیعتا دولت باید مسائل را اولویت‌بندی کند؛ زیرا منابع مالی کشور محدود است و نمی‌توان انتظار داشت که دولت بتواند همزمان برای رفع تمامی این چالش‌ها برنامه‌ریزی کند.

این استاد دانشگاه با اشاره به اینکه ایران برای رفع این بحران‌ها در چهار سال آینده نیازمند سرمایه‌گذاری ۴۰۰ میلیارد دلاری است، ادامه داد: برای حل مشکل کم‌آبی، ریزگردها و آلودگی هوا، سامان دادن به

صندوق‌های بازنشستگی، سرمایه‌گذاری در صنایع نفت، گاز و پتروشیمی ... به منابعی حدود ۴۰۰ میلیارد دلار نیاز است تا بتوان وضعیت کشور را در تمامی ابعاد سروسامان داد، بنابراین در چنین وضعیتی باید سه اقدام را انجام داد. در وهله اول باید دولت این بحران‌ها را اولویت‌بندی کند و برای حل آنها برنامه‌ریزی صورت گیرد، در وهله دوم نیز باید فکری به حال منابع مالی و تأمین آنها شود، دست آخر نیز باید گفت‌وگو و اجماع ملی در کشور صورت پذیرد. متأسفانه ما در هیچ موردی گفت‌وگو نمی‌کنیم که این موضوع بسیار بد است، زیرا در گفت‌وگو می‌توان هم‌افزایی انجام داد و برای بررسی مشکلات راهکارهای بهتری ارائه کرد.

وی با اشاره به اینکه خشکسالی و بحران آب از مهمترین بحران‌هایی است که در سال‌های آینده در ایران تشدید می‌شود، خاطرنشان کرد: طبق گزارش‌های بین‌المللی در سال‌های پیش رو در کشورهای حوزه خلیج فارس به دلیل خشکسالی امکان سکونت وجود ندارد و این موضوع باعث نگرانی برای رفع آنها به منابع مالی عظیمی احتیاج است. به گفته برنامه‌ریزی برای این موج مهاجرتی نیاز دارد.

شقایق با بیان اینکه جمعیت سالمند در ایران رو به افزایش است، گفت: در ابتدای دهه آینده با توجه به جمعیت ۹۰ تا ۹۵ میلیونی ایران، بین ۲۵ تا ۳۰ میلیون سالمند وجود خواهد داشت که تأمین هزینه‌های این افراد چه در بحث بازنشستگی و چه سلامت با اما و اگر روبه‌روست، همین امروز صندوق‌های بازنشستگی با بحران ورشکستگی روبه‌رو هستند و اگر کمک دولت از طریق بودجه عمومی نباشد، این صندوق‌ها از پس تأمین هزینه‌های خود برنمی‌آیند، بنابراین صندوق‌های بازنشستگی کشوری و لشکری نیاز به اصلاحات جدی دارند.

بانک‌نامه

بانک مرکزی اعلام کرد

رشد ۱۸ درصدی دلار در ۴ ماه

بانک مرکزی متوسط قیمت دلار و یورو در چهار ماهه ابتدایی امسال را اعلام کرد که نرخ فروش این دو نوع ارز در مقایسه با دوره مشابه سال قبل به ترتیب ۱۸٫۷ درصد و ۷٫۷ درصد رشد داشته است. طبق اعلام بانک مرکزی، در تیرماه امسال متوسط قیمت فروش یک دلار آمریکا در بازار آزاد شهر تهران، ۲۹ هزار و ۸۹۳ تومان بوده که در مقایسه با ماه قبل و ماه مشابه سال قبل به‌ترتیب ۳٫۹ درصد و ۲۱٫۹ درصد افزایش داشته است. البته حداقل و حداکثر نرخ فروش یک دلار آمریکا در ماه مذکور به ترتیب ۲۹ هزار و ۴۶۳ تومان و ۳۰ هزار و ۳۵۵ تومان اعلام شده است.

همچنین در تیرماه سال جاری متوسط قیمت فروش یک یورو در بازار آزاد شهر تهران، ۳۱ هزار و ۶۰۴ تومان بوده که در مقایسه با ماه قبل و ماه مشابه سال گذشته به‌ترتیب ۰٫۲ درصد و ۸ درصد افزایش داشته است. از سوی دیگر، حداقل و حداکثر نرخ فروش یک یورو در ماه مذکور به‌ترتیب ۳۱ هزار و ۹۳ تومان و ۳۲ هزار و ۲۸۹ تومان بوده است. بنابراین در چهار ماهه ابتدای امسال، متوسط قیمت فروش یک دلار آمریکا و یک یورو در بازار آزاد شهر تهران به‌ترتیب ۲۸ هزار و ۱۵۹ تومان و ۳۰ هزار و ۵۸۶ تومان بوده است که در مقایسه با دوره مشابه سال قبل به ترتیب ۱۸٫۷ درصد و ۷٫۷ درصد رشد را نشان می‌دهد.

آخرین تغییرات در بازار بین بانکی

سود بین بانکی باز هم صعودی شد

آخرین وضعیت سود در بازار بین بانکی حاکی از آن است که این نرخ به ۲۰٫۷۴ درصد رسیده و در هفته‌های اخیر روند صعودی داشته است.

سود بین بانکی در اواخر تیرماه امسال رشد را تجربه کرد و به ۲۱٫۳۱ درصد رسید که با واکنش منفی بورسی‌ها مواجه شد. در پی این واکنش، در جلسه مسئولان بانک مرکزی با فعالان بازار سرمایه بر کنترل نرخ سود بین بانکی در چارچوب سیاست‌های پولی تاکید شد که پس از این جلسه و مصوبه آن، روند کاهشی این نرخ آغاز شد و به ۲۱٫۱۳ درصد رسید. سپس سود بین بانکی تا اواسط مردادماه به نرخ ۲۰٫۵۹ درصد رسید، اما در هفته‌های اخیر باز هم روند صعودی این نرخ شروع شده و براساس آخرین تغییرات در سود بین بانکی، این نرخ به ۲۰٫۷۴ درصد رسیده است.

فعالان بازار سرمایه، افزایش سود بین بانکی را بر روند منفی این بازار و خروج سرمایه از آن تاثیرگذار می‌دانند، درحالی که کارشناسان پولی و بانکی معتقدند این نرخ تأثیری بر تحولات شاخص بورس ندارد و روند افزایشی این نرخ در ماه‌های اخیر نیز ناشی از فشار تورمی بوده و نه سیاست‌های ضدتورمی. سود بین بانکی که به‌عنوان یکی از انواع نرخ‌های بهره در بازار پول به نرخ‌های سود یا بهره در سایر بازارها جهت می‌دهد، در واقع قیمت ذخایر بانک‌هاست و زمانی که آنها در پایان دوره مالی کوتاه‌مدت اعم از روزانه یا هفتگی، دچار کسری ذخایر می‌شوند، از سایر بانک‌ها در بازار بین بانکی یا از بانک مرکزی استقراض می‌کنند.

در سال جاری نسبت به سال گذشته رخ داد

رشد ۵۰ درصدی سرمایه‌گذاری خارجی

رئیس انجمن سرمایه‌گذاری‌های مشترک ایران و خارجی با اشاره به افزایش ۵۰ درصدی سرمایه‌گذاری خارجی در سال جاری نسبت به سال گذشته گفت امسال حدود ۴ میلیارد دلار مجوز سرمایه‌گذاری صادر شده که به نسبت سال گذشته نزدیک به دو برابر است. سیدحسین سلیمی در مورد افزایش میزان سرمایه‌گذاری خارجی به اینلنا، گفت: نسبت به سال گذشته رشدی بالغ بر ۵۰ درصد را در زمینه سرمایه‌گذاری خارجی تجربه کردیم. البته باید تا پایان پروژه‌ها و تا پایان سال منتظر بمانیم؛ زیرا امکان آن وجود دارد که سرمایه‌گذاری خارجی در شش ماه نخست سال بالا بوده باشد و در شش ماهه بعدی تعدیل شده یا باز هم اضافه شود، اما به نسبت شش ماه دوم سال گذشته ما رشد داشتیم.

او درخصوص میزان سرمایه‌گذاری خارجی نیز گفت: امسال حدود ۴ میلیارد دلار مجوز سرمایه‌گذاری صادر شده که به نسبت سال گذشته نزدیک به دو برابر است و البته قانع نیستیم چون تصور می‌کنیم که لازم است حدود ۳۰-۴۰ میلیارد دلار که متناسب با جمعیت‌مان است، جذب سرمایه خارجی داشته باشیم. باید توجه داشت که تمام کشورهایی که به این ارقام دست پیدا کردند، دارای امکاناتی کمتر از ما هستند. به هر صورت در حال رشد در جذب سرمایه‌گذاری از طریق ارتباط‌های بین‌المللی و توافقات برجامی هستیم؛ زیرا خارجهای برای سرمایه‌گذاری و خریداری کالا و ارسال به ثبات اقتصادی کشور مقصد توجه می‌کند. ما به دلایل مختلف نظیر حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی و تبدیل آن به ۲۶ هزار تومان برای داروها، به تغییرات ۷-۶ برابری می‌رسیم که پذیرش این موضوع برای طرف خارجی دشوار است.

رئیس انجمن سرمایه‌گذاری‌های مشترک ایران و خارجی ضمن تایید رشد ۱۰۰ درصدی جذب سرمایه‌گذاری خارجی در یک سال اخیر، خاطرنشان کرد: آمار گفته شده صحیح بوده و صدور مجوزها دو برابر پارسال شده است. ارتباط دولتمردان با خارج از کشور نسبت به گذشته گسترده‌تر شده و به عنوان مثال حضور چینی‌ها در ایران پررنگ‌تر شده که پیش از این، شاهد چنین مسائلهای نبودیم. به گفته سلیمی، در مقایسه با ترکیه به عنوان یک کشور همسایه که ۴۰-۳۰ میلیارد دلار در سال جذب سرمایه خارجی دارد و مهم‌ترین علت آن نیز تورسیسم است، ما نیز تمام شرایط تورسیسم را داریم، اما به دلیل مشکلات ارتباطات بین‌المللی نظیر ویزا و روادید، دچار چالش هستیم. به علت وجود تحریم‌ها، نقل و انتقالات بانکی و مالی برای ما میسر نیست که در صورت لغو شدن آنها، قوانین بانکی برای نقل و انتقال پول تسهیل می‌شود. در حال حاضر ۴-۳ مرحله برای انتقال پول باید طی کرد تا بتوان سرمایه‌ای را برای خرید کالایی انتقال داد که این موضوع هزینه‌ها را افزایش می‌دهد؛ زیرا سرمایه‌گذار خارجی علاقه‌مند به کسب بهترین سود و خرید با بهترین قیمت است.



مسکن حتی از نرخ تورم هم بیشتر بوده است. براساس داده‌های مرکز

آمار ایران، شاخص قیمت مصرف‌کننده که بیانگر نرخ تورم است، در پنج ماه سال جاری ۲۸ درصد رشد کرده که این میزان کمتر از میزان رشد قیمت‌ها در بازار مسکن است. به‌نظر می‌رسد که تحت‌تأثیر تغییر و تحولات اقتصادی، نقدینگی در پنج ماه گذشته به سمت بازار مسکن حرکت کرده و همین عامل از جمله دلایل رشد نجومی قیمت مسکن بوده است؛ این در حالی است که از سال ۱۳۹۷ تا میانه‌های سال قبل، بخش قابل توجهی از نقدینگی به سمت بازار سهام، طلا، ارز و خودرو حرکت کرده بود، اما سیاست‌های اعمال شده برای ثبات در بازار طلا و ارز منجر به تغییر جهت نقدینگی شده است.

خودرو در قعر جدول بازارها

با وجود آنکه از سال ۱۳۹۷ تا پایان سال قبل، بخش زیادی از نقدینگی به سمت بازار خودرو حرکت می‌کرد، تازه‌ترین آمارها نشان می‌دهد به دلیل ثبات قیمت‌ها از ابتدای سال تاکنون حجم سرمایه‌گذاری واسطه‌ای در این بازار کمتر شده است. آمارها همچنین نشان می‌دهد که به دلیل افت قیمت خودرو به ویژه در یک ماه گذشته، بازده سرمایه‌گذاری در این بازار برای نخستین بار در طول سه سال گذشته منفی شده است. طبق این اطلاعات، میانگین قیمت یک سبد از خودروهای پرفروش داخلی از ابتدای امسال تاکنون با ۱۵٫۲درصد افت مواجه شده است؛ یعنی بازار خودرو از نظر میزان بازدهی بازارها در قعر جدول قرار گرفته و برآورد می‌شود که سرمایه‌گذاری در این بازار دیگر برای سرمایه‌گذاران توجیه اقتصادی نداشته باشد و نقدینگی به سمت این بازار حرکت نکند.

به نظر می‌رسد علت اصلی نزول قیمت در بازار خودرو به‌ویژه در یک ماه گذشته، برنامه دولت برای آغاز واردات خودرو از مهرماه امسال و انتظار برای کاهش قیمت دلار تحت‌تأثیر مذاکرات هسته‌ای است. ضمن اینکه

سبقت تورم مسکن از تورم عمومی متوقف می‌شود؟

۵ راه برای کاهش قیمت خانه

نمی‌رسد. البته راه حل وجود دارد ولی مادامی که تورم ادامه پیدا کند، نمی‌توان راهکار ارائه داد. انتظارات تورمی، هر نوع تحلیل و راه حلی را بی‌اثر می‌کند. اقداماتی که باید انجام شود مشخص است؛ کنترل نقدینگی، ثبات اقتصاد کلان، کاهش تورم، افزایش ساخت و ساز و اعمال پایه‌های مالیاتی در بخش مسکن می‌تواند منجر به ایجاد آرامش در بازار مسکن شود.

مهدی روانشادنیا، دیگر کارشناس بازار مسکن نیز راهکار اصلی را در کنترل تورم عمومی و افزایش ساخت و ساز عنوان کرد و گفت: امیدواریم در نیمه دوم سال ۱۴۰۱ به یک فضای برسیم که نرخ رشد قیمت مسکن پایین‌تر از تورم عمومی باشد؛ راهکار اصلی، کنترل تورم عمومی و افزایش ساخت و ساز است. در حال حاضر بازار مسکن در یک نوع ابهام و انتظار است. در نتیجه در این شرایط قاعدتا ریزنوساناتی را شاهد هستیم. نرخ افزایش ماهیانه قیمت مسکن در تهران از ۸ درصد در تیرماه به ۱٫۸ درصد در مردادماه رسیده که کمترین میزان در سال ۱۴۰۱ به جز فروردین ماه است و نشان می‌دهد بازار در حال انتظار به سر می‌برد. کنشگران بازار مسکن می‌خواهند ببینند شرایط بازارهای موازی به چه صورتی پیش می‌رود و به تبع آن بخش مسکن هم تحت تأثیر قرار می‌گیرد.

این کارشناس بازار مسکن با اشاره به کاهش ساخت و ساز در کشور افزود: هم‌اکنون تعداد پروانه‌های ساختمانی و پایان کار بسیار محدود شده است. باید تعقلی در وضعیت ساخت و ساز بخصوص مسکن متناسب با تقاضا به وجود بیاید. نهضت ملی مسکن تا زمانی که وارد بازار نشود و قابل بهره‌برداری نباشد، اثرگذاری چندانی بر قیمت‌ها نخواهد داشت. ما تجربه مسکن مهر را داشتیم که بعضا می‌بینیم برخی پروژه‌ها با گذشت بیش از ۱۰ سال هنوز آماده تحویل نشده است. متقاضی مسکن که امروز به خانه نیاز دارد، نمی‌تواند از طریق مسکن دولتی نیاز خود را تامین کند، بنابراین نرخ‌ها در بازار خود را نشان می‌دهد.

روانشادنیا، کنترل تورم و افزایش تولید مسکن را دو راهکار اصلی برای ساماندن بازار مسکن دانست و ادامه داد: باید به سمت محرک‌هایی برویم

فرصت امروز:
آنطور که آمارها نشان می‌دهد بازار مسکن از ابتدای سال تاکنون با بیشترین رشد قیمت مواجه شده و با ۳۰ درصد رشد در پنج ماه نخست امسال در صدر همه بازارها قرار گرفته است. روند رشد قیمت‌ها در بازار مسکن حتی از نرخ تورم هم بیشتر بوده است. مطابق داده‌های مرکز آمار ایران، شاخص قیمت مصرف‌کننده که بیانگر نرخ تورم است در پنج ماه سال جاری ۲۸ درصد رشد کرده است که این میزان کمتر از میزان رشد قیمت‌ها در بازار مسکن است.

بررسی بازدهی بازارها نشان می‌دهد که بیشترین رشد قیمت در میان همه بازارها از ابتدای سال تاکنون مربوط به بازار مسکن بوده و رشد قیمت مسکن حتی از تورم عمومی هم پیشی گرفته است؛ این در حالی است که با نزول قیمت خودرو در یک ماه گذشته بازده سرمایه‌گذاری در بازار خودرو برای نخستین بار از سال ۱۳۹۷ تاکنون منفی شده است. از ابتدای سال جاری تحت‌تأثیر تغییر سیاست‌های اقتصادی، بازارها دستخوش تغییر و تحول شده‌اند، به‌طوری که آمارها نشان می‌دهد روند رشد قیمت‌ها در بازار طلا و ارز متوقف شده است و بازار خودرو هم که در طول چند سال گذشته با رشد قیمت زیادی مواجه شده بود، با ثبات مواجه شده و حتی در یک ماه گذشته با افت قیمت مواجه شده است. در چنین شرایطی اما قیمت مسکن برخلاف سایر بازارها با رشد مواجه شده و روند رشد قیمت‌ها در این بازار همچنان ادامه دارد. تنها بازاری که در این مدت با تغییر چندانی مواجه نشده، بازار سهام است که همچنان در رکود فرسایشی قرار دارد.

مسکن در صدر بازدهی بازارها

آنطور که آمارها نشان می‌دهد بازار مسکن از ابتدای سال تاکنون با بیشترین رشد قیمت مواجه شده و با ۳۰ درصد رشد در پنج ماهه سال جاری در صدر همه بازارها قرار گرفته است. روند رشد قیمت‌ها در بازار

کنترل نقدینگی، ثبات اقتصاد کلان، کاهش تورم، افزایش ساخت و ساز و اعمال پایه‌های مالیاتی در بخش مسکن، پنج راهکاری است که به اعتقاد یک کارشناس بازار مسکن می‌تواند منجر به ایجاد آرامش در این بازار شود. محمد عدالت‌خواه با بیان اینکه بازار مسکن در پنج سال گذشته به قدری رشد کرده که تصور می‌شود دیگر ظرفیت ندارد اما تورم مانع از ثبات این بخش می‌شود، به ایسنا گفت: یکی از دلایل اینکه در مردادماه بازار ملک به ثبات رسید می‌تواند حبابی باشد که در این بازار ایجاد شده است. در مقاطعی نرخ‌ها بالا می‌رود و در مواقعی کنترل می‌شود. این یک وضعیت طبیعی در سال‌های اخیر در بازار ملک بوده اما به طور کلی فرایند افزایشی بوده است. دولت باید تلاش کند تا برنامه ساخت ۴ میلیون واحد مسکونی را به نتیجه برساند. اخیرا هم اعلام شده به کسانی که تمایل به ساخت وساز دارند زمین تعلق می‌گیرد اما پیش‌زمینه این اقدام باید کنترل تورم و ثبات بازار. نهادهای ساختمانی باشد. به عقیده عدالت‌خواه، با این قیمت‌های کاذب اگر یک زوج سال‌ها هم کار کند نمی‌تواند خانه بخرد. لذا برنامه‌ای که دولت برای تامین مسکن اقشار متوسط و پایین در دستور کار قرار داده، نشان‌دهنده این است که راه حل درست تشخیص داده شده اما در اجرا دچار مشکلاتی است که باید آنها را رفع کند.

او بازار املاک را دچار نوعی رونق کاذب دانست و درباره علت ثبات بازار در هفته‌های اخیر نیز گفت: به هر حال مدار صعودی هر بازار نمی‌تواند برای همیشه ادامه پیدا کند. یک سخنرانی یا یک خبر بزر بازار تأثیر می‌گذارد و به همین دلیل شاهد نوسانات مقطعی هستیم. علاوه بر گرانی مسکن در کلانشهرها، قیمت زمین در بسیاری از نقاط خوش آب و هوا نیز رشدهای چشمگیری داشته است. آگهی‌هایی مرتباً به شکل پیامک ارسال می‌شود که مردم را به خرید زمین ترغیب می‌کنند. برخی از این زمین‌ها قبلاً کشاورزی بوده که تغییر کاربری داده شده و قیمت آن چند برابر شده است.

این کارشناس بازار مسکن درباره راهکارهای کنترل این بازار به پنج راهکار اشاره کرد و افزود: به نظر می‌رسد که دیگر راهکار خاصی به نظر

خبرنامه



رشد درآمد از تسهیلات اعطایی «وپاسار» در گزارش آمرداد ۱۴۰۱

بانک پاسارگاد با نماد «وپاسار» از گروه بانک‌ها و مؤسسات اعتباری با سرمایه ثبت شده ۱۳۱ هزار میلیارد ریال در بورس تهران توانست آمرداد ۱۴۰۱ را با تراز مثبت از مجموع درآمد عملیاتی به دست آورد. به گزارش نبض بورس، بانک پاسارگاد در گزارش منتشرشده خود در کدال در تاریخ ۶ امرداد ۱۴۰۱، درآمد محقق شده خود حاصل از مجموع سپرده‌گذاری‌ها، تسهیلات اعطایی و درآمد کارمزدها را اعلام کرد که ارقام گزارش شده از درآمدی مثبت در بازه زمانی آمرداد از خود نشان می‌دهد. گزارش منتشرشده، درآمد تسهیلات اعطایی آمرداد را ۳۴۹۰ میلیارد تومان اعلام می‌کند که این درآمد در مقایسه با جمع درآمد چهار ماه امسال، رشدی ۲۲درصدی دارد و جمع درآمد چهار ماه، رقمی معادل ۱۵۸۳۱ میلیارد تومان اعلام می‌شود. با این ارقام اعلامی، مجموع درآمد پاسارگاد از تسهیلات اعطایی در پنج ماهه ۱۴۰۱ نزدیک به ۱۹۳۲۱ میلیارد تومان است. همچنین در گزارش عملکرد یک ماهه پاسارگاد آمده است که مجموع درآمد حاصل از سپرده‌گذاری‌ها از ابتدای سال مالی تا پایان ۳۱ آمرداد ۱۴۰۱ رقمی معادل ۵۱۸ میلیارد تومان محقق شده است. درآمد حاصل از کارمزدها نیز رشد ۳۵درصدی در عملکرد یک ماهه نسبت به چهار ماهه سال ۱۴۰۱ نشان می‌دهد؛ این ارقام در آمرداد برای درآمد ناشی از کارمزدها ۲۲۹ میلیارد تومان بوده؛ در حالی که جمع کارمزد چهار ماه امسال ۸۸۴ میلیارد تومان اعلام می‌شود.

مجموع سود سپرده سرمایه‌گذاری از ابتدای سال مالی تا پایان آمرداد ۱۴۰۱ با رشد ۲۶درصدی نسبت به جمع چهار ماه سال جاری در گزارش منتشر شده است. به عبارتی، این سود در عملکرد چهارماهه معادل ۱۲۳۷۹ میلیارد تومان بوده است که برای آمرداد امسال رقمی معادل ۳۲۴۴ میلیارد تومان برآورد می‌شود که مجموع این ارقام سود سپرده ۱۵۶۲۳ میلیارد تومانی را نشان می‌دهد. گزارش این بانک در کدال حاکی از آن است که ماندن سرمایه‌گذاری در اوراق بدهی در تاریخ ۳۱ آمرداد در دوره پنج ماهه ۱۴۰۱ رقمی معادل ۹۲۲ میلیارد تومان بوده است.

دست دلانان به خودروهای وارداتی نمی‌رسد

۳ مزیت عرضه خودرو در بورس کالا

آیین‌نامه واردات خودرو پس از ماه‌ها انتظار سرانجام در نخستین روزهای شهریورماه منتشر شد. این دستورالعمل ۹ بند دارد که درباره هر یک از آنها بحث‌های کارشناسی خاصی وجود دارد. در این میان، الزام عرضه خودروهای وارداتی در بورس کالا، از جمله موارد چشمگیر آیین‌نامه واردات خودروست که پرسش‌های گوناگونی را به دنبال داشته است. برخی معتقدند عرضه خودرو در بورس کالا باعث شفافیت و رقابتی شدن قیمت‌ها می‌شود، اما برخی هم بر خلاف این موضوع، نظر دیگری دارند. در این زمینه، یک کارشناس بازار سرمایه «خلع ید دلانان خودرو»، «کشف قیمت حقیقی» و همچنین «ایجاد شفافیت در فرایند معامله خودروهای وارداتی» را سه مزیت عرضه این خودروها در بورس کالا برشمرد و گفت: با دخالت نکردن سوداگران در عرضه خودروهای خارجی، قیمت‌هایی حقیقی و متناسب با قدرت خرید مصرف‌کنندگان تعیین خواهد شد.

رضا کاهه در گفت‌وگو با کالابحر، درباره مزیت‌های عرضه خودروهای خارجی در بورس کالا توضیح داد: بورس کالا بازاری شفاف است و تجربه موفق اخیر عرضه خودروهای دیگنتیتی و فیدلیتی در این بازار، منعکس‌کننده این پیام است که عرضه خودروهای خارجی در بورس کالا با همان موفقیتی رویورو خواهد شد که درخصوص خودروهای مذکور شاهد بودیم. این کارشناس بازار سرمایه با بیان اینکه همزمان با عرضه خودروهای داخلی، سود سوداگران قطع شده است، افزود: اکنون با در نظر گرفتن وجود چنین مزیتی می‌توان انتظار داشت که با عرضه خودروهای وارداتی در بورس کالا، این قبیل اتومبیل‌ها نیز مانند دیگر خودروهای عرضه‌شده در این بازار از گزند دلالی سوداگران در امان باشند.

او «کشف قیمت حقیقی خودروهای وارداتی» را از دیگر مزیت‌های عرضه خودرو در بورس کالا عنوان کرد و گفت: همزمان با خلع ید دلانان بازار خودرو از سیستم توزیع اتومبیل‌های وارداتی، فرایند کشف قیمت این خودروها روندی معقول و متناسب را طی خواهد کرد. به بیان ساده‌تر، به دلیل عدم دخالت سوداگران در عرضه خودروهای خارجی، قیمت‌هایی حقیقی و متناسب با قدرت خرید مصرف‌کنندگان برای این اتومبیل‌ها تعیین خواهد شد. کاهه همچنین «ایجاد شفافیت در زنجیره عرضه و تقاضای خودروهای وارداتی» را از دیگر مزیت‌های عرضه اتومبیل‌های وارداتی در بورس کالا بیان کرد و ادامه داد: همزمان با انتشار خبر آزادسازی واردات خودرو، عده‌ای بر این ی‌باور بودند که در فرآیند اجرای چنین سیاستی تنها افرادی خاص منتفع خواهند شد و مصرف‌کنندگان اصلی از مزایای واردات خودرو بی‌نصيب خواهند ماند؛ این در حالی است که با الزام عرضه خودروهای وارداتی در بورس کالا، روند معاملات در تمامی مراحل شفاف و واضح خواهد بود.

شفافیت بورس باعث تخصیص درست منابع می‌شود

به سوی توسعه بورس‌های کالایی

یک کارشناس اقتصادی با اشاره به گام مهم و موثر عرضه خودرو در بورس کالا معتقد است با توجه به اینکه می‌دانیم این موضوع مخالفان جدی داشته و ممانعت‌های شدیدی برای آن شده اما به هر حال این تابو شکست و عرضه خودرو از طریق بورس کالا در حال انجام است.

محسن یگانه با بیان اینکه اغلب بورس‌های توسعه‌یافته جهان متکی بر بورس‌های کالایی هستند، به سنا گفت: اگر می‌خواهیم بازار سرمایه توسعه‌یافته‌ای داشته باشیم و به دنبال آن اقتصاد کشور نیز از آن منتفع شود، چاره‌ای نداریم جز اینکه بورس‌های کالایی را توسعه دهیم. به گفته مشاور اتاق بازرگانی، خوشبختانه زمینه و پتانسیل این موضوع در کشور به لحاظ موقعیت خاصی که در بحث انرژی و موارد دیگر وجود دارد، بسیار فراهم است. بنابراین این موضوع را به فال نیک می‌گیریم؛ زیرا کمک بزرگی به بازار سرمایه و اقتصاد کشور خواهد کرد. مسئولان بازار سرمایه باید بورس‌های کالایی را از طریق سایر ابزارهای مالی به ویژه ابزارهای مشتقه بازار تعمیق دهند تا مابین بازار سرمایه یعنی معاملات اوراق و معاملات نقد، یک پیوستگی ایجاد شود و این موضوع بتواند بازار سرمایه را توسعه داده و در نتیجه اقتصاد از آن منتفع شود. یگانه در پایان با تاکید بر اینکه شفافیت بورس کالا باعث تخصیص درست منابع می‌شود، افزود: به طور قطع شرکت‌هایی که در تولید خودرو فعالیت می‌کنند زمانی که با شفافیت قیمت‌ها از طریق کشف قیمت در بورس کالا مواجه می‌شوند، از این قضیه منتفع می‌شوند. بنابراین تخصیص درست منابع راهی جز شفافیت از طریق بورس ندارد.

فرصت امروز: بورس تهران هفته نخست شهریورماه را در حالی با افت ۰٫۲ درصدی داماسنج اصلی تالار شیشه‌ای پشت سر گذاشت که شاخص کل هم‌وزن به عنوان نماینده گروه‌های کوچک‌تر بازار سهام با ثبت کمترین رشد هفتگی از نیمه مردادماه ۰٫۸۹ درصد افزایش ارتفاع داد. در حالی که مذاکرات فرسایشی احیای برجام همچنان ادامه دارد و پاسخ برجامی ایران به اتحادیه اروپا با واکنش منفی طرف‌های غربی مواجه شده است، شواهد نشان می‌دهد بورس‌بازان تمایل بیشتری به سرمایه‌گذاری در نمادهای کوچک پیدا کرده‌اند. برجام مهمترین مسئله‌ای است که آینده اقتصاد ایران و بازار سهام به آن گره خورده و ابهام در روند مذاکرات احیای برجام، بازارهای مالی و سرمایه‌گذاران را در بلاتکلیفی و سردرگمی قرار داده است. از همین رو، معاملات بازار سهام به‌دنبال ابهامات چندوجهی حول محور مسائل سیاست خارجی کشور و مباحث مرتبط با اقتصاد کلان همچنان نوسانی دنبال می‌شود. بررسی وضعیت بورس تهران در دو ماه گذشته نشان می‌دهد که روند بازار تحت‌تاثیر اخبار مذاکرات هسته‌ای و انتظارات احتمالی با در دستور کار قرار دادن استراتژی احتیاط از سوی سرمایه‌گذاران در وضعیت کمرق به سر می‌برد. در نتیجه معاملات بورس در فصل تابستان ریزش و نوسان منفی قیمت‌ها را در کارنامه خود ثبت کرده است. با توجه به تکرار این روند در روزهای گذشته به نظر می‌رسد بازار سرمایه در هفته جاری نیز به حرکت در مدار نوسانی ادامه دهد؛ اتفاقی که در اولین روز هفته رخ داد و همه شاخص‌های بورسی کاهش یافتند.

افت دسته‌جمعی شاخص‌ها

بازار سهام هفته دوم شهریورماه را نزولی آغاز کرد و داماسنج اصلی تالار شیشه‌ای بیش از ۱۲ هزار واحد کاهش ارتفاع داد. در جریان معاملات روز شنبه ۱۲ شهریورماه، شاخص کل بورس تهران ۱۲ هزار و ۴۶۰ واحد کاهش یافت و در ارتفاع یک میلیون و ۴۲۶ هزار واحدی ایستاد. شاخص کل هم‌وزن نیز که گروه‌های کوچک‌تر بازار سهام را نمایندگی می‌کند، با ۳ هزار و ۹۲۷ واحد کاهش به ۴۰۷ هزار و ۹۷۳ واحد و شاخص قیمت با ۲ هزار و ۳۴۹ واحد افت به ۲۴۴ هزار و ۱۴۳ واحد رسید. شاخص بازار اول، کاهش ۱۲ هزار و ۲۰۴ واحدی و شاخص بازار دوم، کاهش ۱۵ هزار

داماسنج اصلی تالار شیشه‌ای ۱۲ هزار واحد افت کرد

رکود معاملاتی در بورس تهران



ارز با هدف کنترل تورم وارداتی و درنهایت، احیای رشد اقتصادی با هدف افزایش عرضه کالاها و خدمات و افزایش ظرفیت اقتصاد تشکیل می‌شود. عباس علوی‌راد با تاکید بر اینکه اولویت اقتصاد کشور باید مهار تورم باشد به سنا، گفت: کاهش نرخ فعلی تورم با توجه به انتظارات تورمی مشکل است. میزان کسری بودجه تخمین زده شده توسط کمیسیون اقتصادی مجلس و تحولات پولی نشان می‌دهد مهار تورم به یکباره میسر نمی‌شود. او با اشاره به اینکه برای مهار تورم باید به صورت گام به گام حرکت کرد، افزود: سیاست‌های مهار تورم باید در همه جهات در نظر گرفته شود، زیرا تورم بالای ۵۰ درصدی را نمی‌توان به یکباره از بین برد. دولت باید برآوردی از عملکرد بودجه را به صورت کاملاً شفاف به جامعه اعلام کند و سپس این برآورد را برای ماه‌های پایانی سال نیز انجام دهد. در این میان دولت باید قاعده کلی برای تامین سیاست‌های مالی خود داشته و به اجرای آن پایبند باشد. اگر دولت برای تامین کسری نیازهای مالی خود به بانک مرکزی تکیه نکند، قسمتی از انتظارات تورمی جامعه تحقق می‌یابد. با کنترل نقدینگی می‌توان تورم را کاهش داد. به عقیده علوی‌راد، مسیر کنترل تورم در ایران همانند بسیاری از کشورها، از سه گام کنترل رشد پول مازاد بر ظرفیت اقتصاد ایران، ثبات‌بخشی به بازار ارز با هدف کنترل تورم وارداتی و درنهایت، احیای رشد اقتصادی با هدف افزایش عرضه کالاها و خدمات و افزایش ظرفیت اقتصاد تشکیل می‌شود که با آغاز سیاست‌های مهار تورم، انتظارات تورمی هم تعدیل خواهد شد.

این کارشناس اقتصادی، تعدیل انتظارات تورمی را منوط به آغاز سیاست‌های مهار تورم دانست و تصریح کرد: تا زمانی که ریشه تورم خشکانده نشود، تورم همچنان پابرجاست. ریشه و منشأ گرانی‌ها دو بعد داخلی و بین‌المللی دارد که در حوزه بین‌المللی قیمت کالاهای جهانی افزایش پیدا کرده و از آنجا که ایران نیز کشوری واردکننده است، بخشی از این تورم به اقتصاد ایران هم تحمیل می‌شود. مسائل فرسایشی و حل نشده در اقتصاد نیز اجازه تعدیل انتظارات تورمی را نمی‌دهد، از این رو اقتصاد کشور در این حوزه همچنان دستخوش تلاطم است که با سیاست‌گذاری و مدیریت درست از سوی سیاست‌گذاران کشور می‌توان شاهد کاهش انتظارات تورمی بود.

و ۸۲۰ واحد کاهش را تجربه کردند. در معاملات بورس تهران، بیش از ۴ میلیارد و ۸۰۹ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۲۸ هزار و ۵۳۶ میلیارد ریال معامله شد. شرکت پتروشیمی پردیس (شیدیس) با ۴۳۶ واحد، گسترش نفت و گاز پارسیان (پارسان) با ۱۵۰ واحد، گروه سرمایه‌گذاری و توسعه صنایع تکمیلی پتروشیمی خلیج فارس (پترول) با ۱۱۱ واحد و پتروشیمی خراسان (خراسان) با ۸۵ واحد با تاثیر مثبت بر شاخص بورس همراه شدند. در سوی مقابل نیز شرکت ملی صنایع مس ایران (فملی) با ۸۵۰ واحد، پالایش نفت بندرعباس (شبندر) با ۷۴۹ واحد، کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران (حکشتی) با ۷۱۰ واحد، پالایش نفت اصفهان (شپنا) با ۷۰۶ واحد، فولاد مبارک اصفهان (فولاد) با ۷۰۴ واحد و شرکت سرمایه‌گذاری تامین اجتماعی (شستا) با ۶۰۸ واحد تاثیر منفی بر شاخص بورس داشتند. سایپا (خسایا)، ایران خودرو (خودرو)، گسترش سرمایه‌گذاری ایران خودرو (خگستر)، بورس کالای ایران (کالا)، شرکت سرمایه‌گذاری تامین اجتماعی (شستا) و فولاد مبارک اصفهان (فولاد) در گروه نمادهای پُرترانکش قرار داشتند. گروه خودرو هم در معاملات این روز صدرنشین برترین گروه‌های صنعت شد و در این گروه یک میلیارد و ۲۵۳ میلیون برگه سهم به ارزش ۳ هزار و ۶۰۴ میلیارد ریال دادوستد شد. در آن سوی بازار نیز شاخص کل فرابورس بیش از ۱۴۹ واحد کاهش داشت و به ۱۹ هزار و ۱۶۰ واحد رسید. در این بازار ۳ میلیارد و ۱۵۷ میلیون برگه سهم و اوراق مالی دادوستد شد و تعداد دفعات معاملات فرابورس بیش از ۱۸۶ هزار و ۶۶۶ نوبت بود. شرکت سرمایه‌گذاری صبا تامین (صبا)، بیمه کوثر (کوثر)، بیمه تجارت نو (بنو) و نیروگاه زاگرس کوثر (بزاگرس) با تاثیر مثبت بر شاخص فرابورس همراه شدند و همچنین پلیمر آریا ساسول (آریا)، فرابورس ایران (فرابورس)، سنگ آهن گهرزمین (ککهر)، پتروشیمی زاگرس (زاگرس)، بهمن دیزل (خدیزل)، آهن و فولاد غدیر ایرانیان (فقدیر) و بانک دی (دی) تاثیر منفی بر این شاخص داشتند.

گام‌های سه‌گانه مهار تورم

یک استاد دانشگاه با بیان اینکه تورم بالای ۵۰ درصد به یکباره از بین نمی‌رود، گفت: مسیر کنترل تورم در ایران مانند بسیاری از کشورها از سه گام کنترل رشد پول مازاد بر ظرفیت اقتصاد ایران، ثبات‌بخشی به بازار

انتقاده‌ا از آیین‌نامه واردات خودرو بالا گرفت

روند پیچیده واردات خودرو

دستگاه‌های دخیل در این فرآیند است و به عقیده برخی از ناظران، تعدد نهادهای مداخله‌گر تنها به افزایش برووکراسی در واردات خودرو می‌انجامد. در این خصوص، محمدرضا نجفی‌منش، فعال بخش خصوصی و رئیس کمیسیون بهبود محیط کسب‌وکار و رفع موانع تولید اتاق بازرگانی تهران بر این باور است که وزارت صمت، وزارت اقتصاد، سازمان برنامه و بودجه، سازمان سرمایه‌گذاری خارجی و بانک مرکزی در آیین‌نامه واردات خودرو دخیل شده‌اند و نتیجه این افزایش مداخلات نیز پیچیده شدن فرآیند واردات خواهد بود.

او با بیان اینکه در صنعت خودرو کشورمان ظاهراً فقط نماینده سازمان ملل حضور ندارد، می‌گوید: هر دستگاه اجرایی براساس قاعده یا قانون به نوعی در این صنعت دخالت دارد. در آیین‌نامه واردات خودرو نیز وزارت صمت، وزارت اقتصاد، سازمان برنامه و بودجه، سازمان سرمایه‌گذاری خارجی و بانک مرکزی دخیل شده‌اند و نتیجه افزایش مداخلات، پیچیده شدن فرآیند واردات خواهد بود.

نجفی‌منش با بیان اینکه در حال حاضر حدود ۲۹ نهاد از قبیل پلیس، سازمان حفاظت محیط زست، سازمان استاندارد و مجلس در صنعت خودرو دخالت می‌کنند، در گفت‌وگو با وب‌سایت اتاق تهران می‌افزاید: بساط این مداخلات باید برچیده شود و صفر تا صد مسائل این صنعت باید به یک نهاد نظیر وزارت صمت سپرده شود تا به سایر نهاده‌ا پاسخگو باشد.

این فعال بخش خصوصی با تایید این نکته که طبق آیین‌نامه واردات

طراحی بيو توويتر به سبک برندهای حرفه‌ای

به قلم: آروهي پاتاک
کارشناس بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی
ترجمه: علی آل علی

اگر قرار باشد شما ماهیت برندگان را فقط در ۱۶۰ کاراکتر بیان کنید، چه ترکیبی را مورد توجه قرار خواهید داد؟ بدون تردید برای بسیاری از افراد کاراکترهای بی‌نهایت نیز برای توضیح وضعیت برندگان کم است. این دسته از کارآفرینان به طور معمول در تلاش برای طراحی محتوای بسیار طولانی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌شان با استفاده از این نوع الگوی بازاریابی هستند. چنین امری شاید در نگاه نخست بسیار جذاب به نظر برسد، اما دست کم برای طراحی بيو اکانٲ برنڊ در شبکه‌های اجتماعی هرگز کافی نخواهد بود. در این میان حتی توئیتر نیز با آن همه دست و دلبازی در زمینه نگارش بيو استثنایی برای شما محسوب نخواهد شد. طراحی بيو برای بسیاری از برندها در عرصه بازاریابی امر مهمی محسوب می‌شود. این نکته تاثیرگذاری بسیار زیادی بر روی کاربران و جلب نظرشان به اکانٲ شما خواهد داشت. درست به همین دلیل اگر شما به دنبال جلب نظر بهتر کاربران در حوزه بازاریابی هستید، باید به طور قابل ملاحظه‌ای از چنین راهکاری سود ببرید، در غیر این صورت حتی یک کاربر هم جلب اکانٲ‌تان در شبکه‌های اجتماعی نخواهد شد. چنین امری در بلندمدت شما را بدل به برندی کلیشه‌ای در دنیای بازاریابی توئیتر خواهد کرد.

توئیتر با میلیون‌ها کاربر فعال و به عنوان یکی از اولین پلتفرم‌های اجتماعی محبوبیت بسیار زیادی در میان کاربران دارد. امروزه بسیاری از افراد برای بیان نظرشان در قالب متن‌های کوتا از توئیتر سود می‌برند. نکته مهم اینکه شما حتی امکان بارگذاری عکس و ویدئو را نیز در این پلتفرم دارید. همچنین برخلاف اینستاگرام، هیچ محدودیتی برای به اشتراک‌گذاری لینک‌های مختلف در این میان وجود ندارد. با این حساب شما باید به طور حرفه‌ای در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف باشید.

بسیاری از کسب و کارها به محض اینکه وارد دنیای توئیتر می‌شوند، متوجه تفاوت آن با دیگر پلتفرم‌ها خواهند شد. در این پلتفرم شما باید اول از همه بر روی فرمت متنی تمرکز داشته باشید، در غیر این صورت خیلی راحت مخاطب هدف‌شان از دست خواهد رفت. چنین امری برای بازاریاب‌هایی که به طور مداوم در تلاش برای استفاده از فرمت‌های دیگر هستند، اندکی گیج‌کننده خواهد بود. درست به همین دلیل شما باید پیش از ورود به دنیای توئیتر خودتان را حساسی آماده نمایید. هدف اصلی در این مقاله بررسی برخی از بهترین راهکارها برای طراحی یک بيو حرفه‌ای در توئیتر است. این امر به شما برای آشنایی بهتر با کاربران کمک کرده و تاثیرگذاری اولیه خوبی بر روی آنها به همراه خواهد داشت. امروزه بسیاری از برندها در برخورد اولیه با مشتریان مشکلات بسیار زیادی دارند. این امر امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را از آنها گرفته و هرگونه تلاشی برای تاثیرگذاری بر روی کاربران را غیرممکن می‌سازد. نکته مهم در این میان تلاش شما برای استفاده از بهترین توصیه‌ها در این میان است. در ادامه هر خ‌ی از توصیه‌های کاربردی برای تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف در قالب بيو حرفه‌ای را مورد بررسی قرار می‌دهیم.

نمایش وجهه حرفه‌ای برنڊ

هر برنڊ بزرگی در توئیتر به دنبال نمایش ماهیت حرفه‌ای و تخصصی‌اش است. درست به همین دلیل بخش بيو گرافي به طور معمول به نگارش بخش‌های حرفه‌ای اختصاص پیدا کرده است. به عنوان مثال، استارباکس در اکانٲ رسمی‌اش در توئیتر به طور مشخص هدفش برای کمک به مردم در راستای خلاقیت و الگوگیری بهینه در زندگی را بیان کرده است. این امر در کنار شعار دیگر این برنڊ محبوب مبنی بر رساندن قهوه و انواع نوشیدنی‌های دیگر به دست تمام مردم جلوه‌ای زیبا به بيو این برنڊ داده است. شما با چنین کاری نه تنها شعار برندگان را به خوبی بیان می‌کنید، بلکه امکان تاثیرگذاری حرفه‌ای بر روی مخاطب هدف را نیز خواهید یافت. این امر در بلندمدت از شما برندی به شدت حرفه‌ای در بازار ساخته و شانس‌تان برای تعامل با مشتریان را نیز به شدت افزایش می‌دهد.

یکی از نکات اساسی در زمینه بازاریابی در توئیتر مربوط به استفاده از شعارهای درست است. اگر در این میان کسی شعارهای شما را مشاهده نکند، تمام تلاش های قبلی شما نقش بر آب خواهد شد. این نکته اهمیت بسیار زیادی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف دارد. بنابراین انتخاب بخش بيو برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف امر بسیار مهمی محسوب می‌شود. شما با چنین شیوه‌ای به راحتی هرچه تمام‌تر امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و جلب نظر کاربران را پیدا می‌کنید. چنین امری شانس‌تان در عمل برای جلب نظر مخاطب هدف را به شدت افزایش خواهد داد.

اضافه کردن آدرس برنڊ

امروزه برندها همیشه دارای آدرس مشخصی هستند. این امر برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان امر بی‌نهایت مهمی محسوب می‌شود. اگرچه خرید آنلاین در طول سال‌های اخیر ترنڊ بسیار مهمی بوده است، اما هنوز هم برخی از مشتریان مایل به خرید حضوری از برندها هستند. درست به همین دلیل شما باید در بيو توئیترتان بخش مربوط به آدرس را نیز با دقت بالایی بر کنید. نکته جالب در این میان امکان همگامسازی آدرس با گوگل مپ برای نمایش هرچه بهتر آن است. این امر به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک کرده و شانس‌تان در این میان را به شدت افزایش خواهد داد.

اضافه کردن آدرس برنڊ در توئیتر به معنای اعتبار برندگان در بازار خواهد بود. این امر اغلب اوقات برای برندها بسیار مهمی تلقی می‌شود. بنابراین شما هم باید از این روند حمایت کنید. مشتریانی که در همان برخورد اول از برنڊ شما استقبال می‌کنند، به طور معمول مایل به خرید حضوری نیز خواهند بود. این ترنڊ به طور ویژه پس از پایان شرایط سخت‌گیرانه کرونا متحول نیز شده است. بنابراین شما می‌توانید به

سادگی هر چه تمام‌تر از ترندهای مربوط به خرید حضوری مشتریان نهایت استفاده را ببرید. نکته مهم در این میان اضافه کردن آدرس دقیق برنڊ به بخش بيو گرافي است. این امر شما را بدل به برندی تاثیرگذار در راستای جلب نظر مشتریان خواهد کرد. با این حساب مشکلی از نظر سلف تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف پیش روی‌تان نخواهد بود.

استفاده از هشتگ‌های مرتبط با برنڊ

هشتگ‌ها فقط برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان در بخش پست نیست. امروزه بسیاری از برندها در بيو اکانٲ‌شان هم از چنین المان‌هایی سود می‌برند. هشتگ‌ها به دلیل کمک به کاربران برای مشاهده محتوای مورد علاقه‌شان به طور دسته‌بندی شده، دارای محبوبیت بسیار زیادی هستند. بنابراین شما با استفاده از این بخش در بيو توئیترتان به سادگی امکان نمایش ارتباط برنڊ با حوزه‌های مختلف را خواهید داشت.

امروزه بسیاری از کاربران برای پیدا کردن محتوای دلخواه‌شان دیگر از شیوه‌های سنتی برای جست و جو استفاده نمی‌کنند و در عوض کاربرد هشتگ‌ها در این میان بسیار واضح‌تر از هر زمان دیگری است. شما با چنین کاری به سادگی هر چه تمام‌تر فرصت تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را پیدا می‌کنید. با این حساب دیگر دلیلی برای نگرانی نسبت به نحوه تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و جلب نظر آنها به برندگان نخواهد بود.

یکی از نکات مهم در رابطه با استفاده از هشتگ‌ها توجه به‌ه ماهیت آنها و ارتباطشان با برندگان است. اگر شما هشتگ‌های صرفا محبوب و فاقد ارتباط معنایی با فعالیت برندگان را مدنظر قرار دهید، خیلی زود برندگان جذابیت کافی برای مشتریان را نخواهد داشت. با این حساب شما باید همیشه در راستای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف اقدام به استفاده از شیوه‌های درست و حرفه‌ای نمایید. این امر با جست و جویی ساده در ابزارهای حرفه‌ای گوگل یا خود توئیتر به منظور پیدا کردن هشتگ‌های ترنڊ و مرتبط با حوزه کاری‌تان صورت می‌گیرد. به این ترتیب دیگر خبری از شکایت یا ناراضیانی کاربران نسبت به هشتگ‌های موجود در بخش بيو برندگان نخواهد بود.

اضافه کردن مشخصات شخصی تر

برندها نباید همیشه هویتی بسیار خشک و بی‌روح از خودشان ارائه دهند. شاید این امر جذابیت‌های زیادی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف داشته باشد، اما خیلی زود توانایی شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را از بین خواهد برد. این امر مشکلات شما برای جلب نظر کاربران را به شدت افزایش داده و موقعیت‌تان از نقطه نظر تاثیرگذاری بر روی کاربران در توئیتر را نیز همراه با چالش‌های فراوان خواهد کرد. توصیه ما در این میان تلاش برای شکالند یخ‌های موجود میان برندگان و مشتریان است. این امر با اضافه کردن چند خط توضیحات شخصی تر درباره برنڊ در قالبی صمیمانه صورت می‌گیرد. با این حساب شما دیگر مشکلی از نظر سطح تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان نخواهید داشت.

صمیمیت برندها با مشتریان توجه نشان داده‌اند درست به همین خاطر شما باید رفتار به شدت حرفه‌ای در این میان از خودتان نشان دهید، در غیر این صورت شاید

هرگز فرصت لازم برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان را پیدا نکنید. این امر می‌تواند در بلندمدت شما را بدل به یکی از برندهای خشک و بی‌روح در بازار سازد. درست به همین دلیل باید همیشه نکات مربوط به تاثیرگذاری بر روی مشتریان به طور حرفه‌ای را در خاطر داشته باشید.

آگاهی از حوزه‌های مورد علاقه مخاطب هدف و تلاش برای تاثیرگذاری بر روی آنها با استفاده از چنین نکاتی همیشه امر جذابی محسوب می‌شود. شما با چنین کاری فاصله میان برندگان و مشتریان را به طور قابل ملاحظه‌ای کم کرده و فرصت تعامل بهتر با مشتریان را فراهم می‌سازید. چنین امری در طول سال‌های اخیر یکی از ترندهای خنده‌ناپذیر در دنیای کسب و کار را شکل داده است. با این حساب شما هم باید اندکی توضیحات خودمانی در بخش بيو برندگان را در خاطر داشته باشید، در غیر این صورت هرگز فرصت تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را پیدا نمی‌کنید.

اضافه کردن موقعیت‌ها و دستاوردهای برنڊ

همانطور که قهرمان‌های ورزشی در بيو توئیترشان از افتخارات خود می‌گویند، شما هم به عنوان یک برنڊ باید در بخش بيو از افتخارات برندگان حرف بزنید. این امر مشتریان را بیش از هر زمان دیگری به برندگان علاقه‌مند خواهد کرد. یادتان باشد تا شما خودتان نسبت به بیان موقعیت‌هایی قبلی برند اقدام نکنید، هرگز شانس‌ی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان نخواهید داشت. این امر می‌تواند شرایط شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به شدت تغییر داده و حتی توانایی‌تان برای ادامه فعالیت در بازار را نیز تحت تاثیر قرار دهد. درست به همین دلیل شما باید همیشه این نکته مهم را در خاطر داشته باشید.

هر برندی در طول سال‌های متمادی فعالیت دارای برخی از موقعیت‌های گوناگون است. این امر شاید برای شما بسیار مهم باشد، اما تا زمانی که مشتریان به طور مشخص و دقیق با آن آشنا نشوند بدل به مزیتی در بازار نخواهد شد. البته در این میان تکلیف برندهای بسیار مشهور کاملا مشخص است. چنین برندهایی اصلا نیازی به تعریف و تمجید از خودشان ندارند. در عوض این شما هستید که باید به طور حرفه‌ای و دقیق در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با بیان موقعیت‌های‌تان باشید.

بخش بيو توئیتر یکی از بهترین نقاط برای بیان موقعیت‌ها و دستاوردهای قبلی برنڊ است. این امر شما را به طور مشخص در کانون توجه مشتریان قرار داده و امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را نیز بی‌نهایت بیشتر می‌کند. بنابراین شما باید هرچه زودتر بيو اکانٲ‌تان را با استفاده از شرایط مدنظر به‌روز رسانی نمایید.

اضافه کردن لینک سایت برنڊ

امروزه تمام برندها دارای سایت رسمی هستند. چنین سایت‌هایی برای برندها به مثابه شناسنامه‌شان محسوب می‌شود. امروزه مشتریان به برندهایی که دارای سایت رسمی نیستند، توجه لازم را نشان نمی‌دهند. با این حساب اگر شما نسبت به بی‌توجهی مشتریان به برندگان گلمند هستید، باید سری به سایت‌تان بزنید. اینکه یک برنڊ فقط دارای سایت به طور استاندارد باشد، برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کافی نیست. سایت شما باید علاوه بر مشخصات دقیق برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نیز به طور حرفه‌ای طراحی شده باشد، در غیر این صورت شاید شما هرگز شانس‌ی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان پیدا نکنید.

هیات موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی برابر رای شماره ۱۴۰۱۶۰۳۱۸۶۰۳۰۰۵۱۵۸۵ مورخ ۱۴۰۱/۵/۲۲ 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 یاسر سرسپار فرزند علی به شماره شناسنامه ۲۷۷۲ صادره از رشت در قریه سیاه اسلخ در ششدانگ یک قطعه زمین مشتمل بر بنای احدائی به مساحت ۱۵۰.۳۴ متر مربع پلاک فرعی ۸۰۰۵ از اصلی ۴۱ مفروز مجزی از پلاک ۲۰ باقیمانده از اصلی ۴۱ واقع در بخش چهار خریداری از مالک رسمی آقای رسول اقبال طلب، معصومه، آسیه، بتول، عالیه، آمنه، لیلا، طاهره، نرجس، و علی اکبر، زهرا، صدیقه، طلیبه و کریم چملمگی سحیانی پور 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: ۱۴۰۱/۵/۱۳ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۵/۲۸ رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه ۲ رشت- سعید بدوی ۶۵۳

هیات موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی برابر رای شماره ۱۴۰۱۶۰۳۱۸۶۰۳۰۰۴۰۰ مورخ ۱۴۰۱/۵/۲۰ 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 فتعلی شکوری لاسکی فرزند اسمعیل به شماره شناسنامه ۹۹۸ صادره از قومن در قریه احمد گوراب در ششدانگ یک قطعه زمین مشتمل بر بنای احدائی به مساحت ۲۲۵ متر مربع پلاک فرعی ۱۱۸۵ از اصلی ۴۵ مفروز مجزی از پلاک ۳۴ از اصلی ۴۵ واقع در بخش چهار رشت خریداری از مالک رسمی آقای ابراهیم عموزاده احمد گورابی 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: ۱۴۰۱/۵/۱۹ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۵/۱۳ رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه دو رشت- سعید بدوی ۳۲۸

آگهی موضوع ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی برابر آراء شماره ۱۴۰۱۶۰۳۲۲۰۰۲۰۰۴۰۱۶۰۳۲۲۰۰ مورخ ۱۴۰۱/۵/۲۲ و ۴۱۰۸ و ۴۱۰۷ و ۴۱۱۶ و ۴۱۱۲ و ۴۱۱۰ مورخ ۴۰۱/۴/۲۱ صادره از هیئت موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی شهرستان قروه استان کردستان، تصرفات مالکانه و بلامعارض آقای اسداله قیادی فرزند اسمعیل به شماره ملی ۲۸۰۰۲۱۸۶۰۷ در ششدانگ ۹ قطعه زمین مزروعی آبی و دیم بهمساحت ۳۱۲۷۷ و ۵۰۸۲۲ و ۵۰۸۲۱ و ۵۰۲۰۱۶ و ۵۰۲۰۰ و ۵۲۲۰۰ و ۹۵۵۹ و ۲۷۴۷۷ و ۴۹۰۶۴ متر مربع قسمتی از پلاک ۷۷ و ۸۳ اصلی واقع در قروه کردستان روستای شجاع ابا و بلغوز اغاج خریداری از عزیز کلوندی محرز گردیده است. به منظور اطلاع عموم در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتیکه اشخاص ذی نفع به آراء اعلام شده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشار آگهی تا دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت اسناد و املاک شهرستان قروه تسلیم و رسید اخذ نمایند، معترض باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبارت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی و گواهی تقدیم دادخواست را به این اداره تحویل نماید. بدیهی است در صورت عدم وصول اعتراض یا عدم ارائه گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی در مهلت قانونی طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد. تاریخ انتشار نوبت اول ۱۴۰۱/۵/۲۹ تاریخ انتشار نوبت دوم ۱۴۰۱/۵/۲۹ محمدعلی دهقانی- رئیس اداره شهرستان قروه ۹۷۰

رای هیئت (نوبت دوم)

آگهی ابلاغ مفاد رای صادره از طرف هیئت موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی مصوب سال ۱۳۹۰/۹/۲۱ برابر رای شماره ۷۲۲۰-۳۰۱۵۷۰۰-۱۳۹۶۶ مورخ۱۳۹۶/۷/۱۵ صادره از هیأت موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی، املاک و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۹/۲۰ مستقر در اداره ثبت اسناد و املاک شهرستان قروه تصرفات مالکانه رضا معینی فرزند علی اصغر به صورت عرصه سه دانگ شناع از ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احدائی به مساحت ۱۶ / ۲۴۹۹ مترمربعه قسمتی از پلاک ۸۸ و ۹۰ فرعی از ۵۳ اصلی واقع در شهریار محرز گردیده در محتویات پرونده ثبتی و دفتر املاک مربوطه عرصه ششدانگ قطعه یکبر و شصت و پنج که شامل دو قطعه با پلاکهای ۸۸ و ۹۰ فرعی از ۵۳ اصلی فعلا بصورت عرصه یکقطعه باغ در آمده است بساحت پانزده هزار و شصتد و نودو پنج متر مربع واقع در باباسلمان ذیل ثبت ۱۳۷۸۸ صفحه ۴۰۳ دفتر ۹۶ بنام بانو اقدس مقربی و شگونی ثبت و سند مالکیت صادر وتسلیم شده است سپس بموجب سند ۳۴۲۹۴ مورخ ۴۹/۱۱/۱۴ دفتر دو شهریار به ابوالفضل رویایی انتقال یافته است سپس سه دانگ آن بموجب سند ۳۴۸۱۱ و ۳۴۷۹۱ دفتر دو شهریار به حسین خلوصی انتقال که بنامش در صفحه ۱۷ دفتر ۲۹۳ ثبت و سند صادر شده است و سه دانگ دیگر به حسین کلبر زفره انتقال یافته است و مقادیر بسیار زیادی در اجرای ماده ۱۴۷ قانون ثبت به غیر انتقال یافته است و در ضمن ملک مربوطه از مالکیت حسین خلوصی می باشد که نامبرده در هیأت حضور نیافته و هیأت مقرر نموده با اعمال ماده ۲ قانون مذکور و ماده ۱۳ آئین نامه اجرائی آن مصوب۱۳۹۱/۴/۲۵ نسبت به صدور سند مالکیت به نام متصرف فوق الذکر اقدام شود لذا بدینوسیله مفاد رای صادره به نامبرده و به اشخاص ذینفع جهت اطلاع در دو نوبت با فاصله پانزده روز آگهی می گردد که چنانچه به مفاد رای صادره اعتراض دارند اعتراض خود را ظرف مدت ۲ ماه از تاریخ انتشار اولین آگهی به اداره ثبت اسناد و املاک شهریار تسلیم و رسید دریافت دارند و در صورت عدم اعتراض ظرف مهلت مقرر این اداره نسبت به صدور سند مالکیت برابر مقررات اقدام خواهد نمود . ضمنا صدور سند مالکیت مانع مراجعه متضرر به دادگاه نخواهد بود .

مهدی ناصری -رئیس واحد ثبتی حوزه ثبت ملک شهریار {۹۷۷۷}

مدیرعامل شرکت گاز استان خراسان رضوی

شرکت گاز استان خراسان رضوی در سال ۱۴۰۰ فراتر از برنامه‌های تکلیفی عمل کرد



در استان اجرا شد که ۰۵۶ کیلومتر سهم بخش روستایی بود. وی افزود: طی این مدت، ۲۶۶۸۴ انشعاب جدید گاز با مجموع ۹۱۱۲۴ مورد اشتراک‌پذیری نیز در سطح شهرها و روستاهای خراسان رضوی اجرا شد.

افتخاری ادامه داد: در راستای حمایت از کار و اشتغال از مردادماه سال گذشته تا خرداد امسال، ۷۱۱صنعت به صورت مصوبه‌ای گازرسانی شد که با این اقدام، زمینه صرفه‌جویی ۱۲۲ میلیون مترمکعب سوخت مایع ممکن شد. وی به طرح‌ها و پروژه‌های پژوهشی شرکت گاز استان خراسان رضوی مرتبط با شرکت‌های دانش‌بنیان هم اشاره کرد و گفت: طراحی، ایجاد و راه‌اندازی آزمایشگاه برچسب انرژی و آزمون‌های

مشهد- صابر ابراهیم بای: مدیرعامل شرکت گاز استان خراسان رضوی از تحقق برنامه‌های این شرکت فراتر از سیاست‌های تکلیفی در سال گذشته خبر داد و گفت: این مهم نشان دهنده توجه به موضوع بهره‌وری، اصول فنی و مهندسی و مدیریتی در شرکت گاز استان خراسان رضوی است.

حسن افتخاری با اعلام این مطلب، اظهار کرد: براساس تکلیف تعیین شده توسط شرکت ملی گاز ایران، نصب ۲۵۵۰۰ انشعاب و پذیرش ۶۹۵۰۰ اشتراک جدید و جایگزینی ۱۳۰۰۰ مترمکعب گاز در ساعت گازطبیعی در بخش صنایع استان برای سال ۱۴۰۰ تعیین شده بود که شرکت گاز استان خراسان رضوی به‌ترتیب ۲۷۲۷۹ علمک، ۹۷۶۶۳ اشتراک و ۱۵۲۰۴۰ مترمکعب در ساعت جایگزینی گازطبیعی در بخش صنایع را طی سال گذشته محقق کرد.

وی افزود: نکته حایز اهمیت در این خصوص، تحقق برنامه‌های شرکت گاز استان خراسان رضوی فراتر از سیاست های ابلاغی و در سقف‌اعتبارات تعیین شده است که این مهم نشان از توجه به مقوله بهره وری و اصول فنی، مهندسی و مدیریتی توسط کارکنان و مدیران دارد. مدیرعامل شرکت گاز استان خراسان رضوی با بیان این مطلب که در حال حاضر ۹۶٫۴ درصد خانوار روستایی واجد شرایط و ۹۹٫۹ درصد جمعیت شهری خراسان رضوی از نعمت گاز برخوردار است تصریح کرد: از مرداد ۱۴۰۰ تا پایان خردادماه امسال ۱۱۸۱ کیلومتر شبکه گازرسانی

دیدار اصحاب رسانه با مدیرکل پست استان هرمزگان در ششمین روز از هفته دولت

مسئولین خانه مطبوعات و رسانه‌های استان هرمزگان با مدیرکل پست استان هرمزگان دیدار نمودند

بندرعباس- خبرنگار فرصت امروز: به گزارش روابط عمومی اداره کل پست استان هرمزگان، امروز دو شنبه هفتم شهریور ماه جاری و مصادف با ششمین روز از هفته دولت، مسئولین خانه مطبوعات و رسانه‌های استان هرمزگان با حضور در دفتر مدیرکل پست استان با عبدالله عبدلی دیدار و گفتگو نمودند. "عبدالله عبدلی" مدیرکل پست استان هرمزگان در ابتدا ضمن تبریک روز خبرنگار و عرض خوش آمد گویی بابت حضور اصحاب رسانه در مجموعه پست استان، به تشریح اقدامات پست درباره هوشمندسازی، همکاری با شرکت‌های دانش‌بنیان و غیره پرداخت. عبدلی تصریح نمود: پست جزو معدود نهادهای دولتی هست که با شیوع کرونا، بدون تعطیلی به کار خود ادامه داد و کارمندان پست بدون مرخصی و استفاده از دور کاری با تمام محدودیت‌هایی که وجود داشت، کلیه مراسلات را در کشور جا به جا کردند. مدیرکل پست استان هرمزگان افزود: پست، نقش مهمی در برقراری ارتباطات بین جوامع بشری داشته و همواره به منزله تأمین‌کننده این نیاز، در زندگی اجتماعی انسان ها حضور داشته است و ما در این نهاد دیرینه، با کاهش فاصله‌ها و استفاده پهنه‌ای زمان، با مجهز شدن به پیشرفته‌ترین امکانات، بر‌خورداری از فناوری‌های نوین و بهره‌گیری از دانش روز، ایفاگر نقش برتر‌تری در زندگی اجتماعی انسان‌ها هستیم. عبدلی در

این دیدار، ضمن اشاره به اهمیت رسانه ها برای اطلاع رسانی اقدامات دولت، خاطرنشان کرد: رسانه ها در انعکاس عملکرد و اقدامات دستگاه ها و شفاف سازی افکار عمومی همواره مورد توجه بوده اند. عبدلی در پایان گفت: کار با عشق، علاقه، نگاه خدمت و نگاه مقدس اطلاع‌رسانی، می‌تواند در کاهش جرایم و تخلفات و ارتقای توانمندی مدیران، نقش ایفا کند، توضیح داد: ما هم علاقه‌مند هستیم توسط مجموعه‌ی رسانه‌ای متصفانه نقد بشویم، رسانه‌ها مطالب خوب و انتقادی را بیان می کنند و این از مواردی است که हमی ما باید استقبال کنیم، زیرا نقد متصفانه موجب ارتقای کشور و جامعه است و در حوزه‌ی پست نیز همین رویکرد وجود دارد. علی اکسیر، مدیر عامل خانه مطبوعات و رسانه های استان هرمزگان نیز با اشاره به اینکه نقش پست در توسعه خدمات بی نظیر است، گفت: صنعت پست، به عنوان قدیمی‌ترین و مردمی‌ترین نهاد در کشور همچنان شبکه ارتباطی موثری است. وی با بیان اینکه خدمات ارزشمند پست بر هیچ‌کس پوشیده نیست،اظهار داشت: بهره گیری از فناوری اطلاعات در شرکت ملی پست و استفاده از ظرفیت های این شبکه مهمترین عامل توسعه و تحول در استان است. اکسیر با تاکید بر تاثیر روز افزون استفاده از ظرفیت شبکه پستی بر شاخص های تولیدی، اقتصادی و ایجاد اشتغال در استان، تصریح کرد: با توجه

از اقدامات شرکت برق منطقه‌ای خوزستان در تأمین برق پایدار پایانه‌های مرزی چذابه و شلمچه، خدمات‌رسانی به زائران اربعین حسینی ارائه کرد و از آمادگی این شرکت برای هرگونه خدمات‌رسانی در تسهیل تردد زائران و اسکان آنها را اعلام کرد. دیگر مدیران حاضرین در این نشست نیز گزارشی از اقدامات انجام شده در تأمین آب و برق پایانه‌های مرزی شلمچه و چذابه و دیگر خدمات‌رسانی به زائرین ارائه کردند.

در ادامه این نشست، قرارگاه اربعین صنعت آب و برق خوزستان و هیئت اعزامی از وزارت نیرو، از مرزهای شلمچه و چذابه بازدید و وضعیت پایداری شبکه آب و برق در این پایانه‌های مرزی و دیگر خدمات‌رسانی



به وضعیت کنونی حاکم بر جامعه ناشی از شیوع ویروس کرونا، پست با بهره گیری از فناوری اطلاعات و بستر سازی مناسب در جهت تحقق دولت الکترونیک به خوبی توانسته، زمینه ساز تغییر و تحولی نوین و شگرف در خصوص ارائه خدمات پستی و نیابتی به مردم و مرتفع نمودن بسیاری از نیازمندیهای عمومی آنها در جامعه باشد. خاتم پور باقری، رئیس هیأت مدیره خانه مطبوعات و رسانه های استان هرمزگان نیز با بیان اینکه وجود پست، زمینه ساز ارتقا سطح خدمات و افزایش رضایت و رفاه عمومی در جامعه شده است، خاطرنشان کرد: در شرایط کنونی، گسترش شبکه پستی به عنوان یکی از ارکان توسعه جامعه قلمداد شده و موجبات حذف فاصله ها و بهره مندی از فرصت ها را فراهم آورده است. حسین فریدونی، سر دبیر هفته نامه صدف نیز در ادامه این نشست افزود: صنعت پست با ایجاد شبکه عظیم انسانی و بر‌خورداری از کارکنانی متعهد و دلسوز با ارائه خدمات متنوع، روزآمد، فراگیر و کاهش فاصله‌ها و بهره‌وری زمان، در توسعه خدمات عمومی نقش ویژه‌ای را ایفا کرده است.



صنعت آب و برق استان به زائران مانند اسکان و پذیرایی از آنها را بررسی کردند. در این بازدید مقرر شد که تأمین آب و برق پایدار به پایانه‌های مرزی و خدمات‌رسانی به زائران بیش از پیش ادامه داشته باشد تا زائران اربعین حسینی کم و کاستی از این نظر نداشته باشند.

سازمان مدیریت حمل و نقل بار و مسافر شهرداری رشت به عنوان عضو اصلی هیئت مدیره اتحادیه سازمان‌های حمل و نقل بار شهرداری‌های کشور انتخاب شد

۲۷ مرداد ۱۴۰۱ در وزارت کشور، سازمان مدیریت حمل و نقل بار و مسافر شهرداری رشت به عنوان عضو اصلی هیئت مدیره اتحادیه سازمان‌های حمل و نقل بار شهرداری‌های کشور انتخاب شد. سرپرست شهرداری رشت ضمن قدردانی از نظر مثبت رئیس سازمان حمل و نقل بار شهرداری‌های کشور یادآور شد: امیدواریم سطح تعاملات دو جانبه تقویت شود تا از این رهگذر شاهد توسعه زیرساخت‌های حمل و نقلی شهر رشت به ویژه در حوزه بار و مسافر باشیم. همچنین از ریاست سازمان حمل و نقل بار و مسافر شهرداری رشت نیز انتظار دارم تا از این ظرفیت کشوری ایجاد شده جهت ارتقای سطح خدمات حمل و نقل عمومی به شهروندان شهر رشت استفاده نماید.

مدیرکل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان مرکزی گفت:

صادرات ۱۴ میلیون دلاری شرکت‌های تعاونی استان مرکزی

است. وی ادامه داد: برگزاری ۲ هزار و ۷۷۰ نفر ساعت دوره آموزشی، مهارتی و مدیریتی و آموزش مهارتی و تخصصی به ۲ هزار و ۲۶۰ نفر ساعت از تعاونگران و برگزاری ۲ هزار و ۳۶۰ نفر ساعت دوره آموزشی مهارتی و حقوقی و هفت هزار و ۱۲۹ نفر ساعت دوره آموزشی مجازی برای تعاونگران بخش دیگری از اقدامات انجام شده در این مدت است. امیدوی عنوان کرد: تسهیلات مشاغل خانگی یکی از موارد مهم در راستای افزایش اشتغال است و هدف اصلی سامانه مشاغل خانگی صدور مجوز به صورت الکترونیکی برای فعالیت‌های مشاغل خانگی است. مدیرکل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان مرکزی گفت: در سامانه مشاغل خانگی ۵۱۵ رشته تعریف شده که ۲۷ رشته مجوز محور و ۴۸۸ رشته ثبت مجوز است. امیدوی افزود: سهم اعتبارات مشاغل خانگی امسال این استان حدود ۷۰۰ میلیارد ریال، تسهیلات مرتبط با کميته امداد امام خمینی(ره) چهار هزار و ۶۰۰ میلیارد ریال و تسهیلات مرتبط با بهزیستی ۲ هزار و ۲۵۰ میلیارد ریال است. رئیس اتاق تعاون استان مرکزی نیز در این نشست خبری اظهار داشت: ۲۵۰ هزار نفر از ساکنان استان مرکزی عضو تعاونی‌های این استان هستند.



افزود:کمک به ۶ تعاونی متعارف متشکل از سه دهک اول در آمدی، حمایت از پنج شرکت تعاونی فرش دستبافت، کمک مالی به ۱۱ شرکت تعاونی برای انجام امور حسابرسی، پیگیری و بررسی شکایات واصله در حوزه شرکت‌های تعاونی برای ۲۷ شرکت تعاونی، انجام نظارت عمومی بر ۳۵۰ شرکت تعاونی فعال، نظارت بر مجامع ۱۷۵ تعاونی، انجام بازدید مالی از ۶۰ تعاونی استان، از دیگر اقدامات انجام شده در یکسال گذشته

اخبار

در پنج ماهه نخست امسال:

بیش از ۴۷ میلیارد تومان وام اشتغال به ۵۷۰ نیازمند بیکار پرداخت شد



قم- خبرنگار فرصت امروز: معاون اشتغال و خودکفایی کمیته امداد استان قم از پرداخت بیش از ۴۷ میلیارد تومان تسهیلات اشتغال به ۵۷۰ نیازمند بیکار در پنج ماهه نخست امسال خبر داد. به گزارش پایگاه اطلاع رسانی کمیته امداد، مهرداد صلح، معاون توسعه مشارکتهای مردمی کمیته امداد، با اشاره به اینکه در پنج ماهه نخست امسال ۵۷۰ نفر متقاضی دریافت تسهیلات اشتغال از این نهاد بوده اند گفت: وام پرداختی به این افراد از ابتدای امسال تا پایان مردادماه ۱۴۰۱ بالغ بر ۴۷ میلیارد تومان است. وی با بیان اینکه این تسهیلات از محل قرض

الحسنه صندوق امداد ولایت، بانک مهرآبان و آستان قدس رضوی به افراد نیازمند متقاضی پرداخت شده است افزود: در این مدت، با اعتباری نزدیک به ۵۰ میلیون تومان هم از طریق مراکز کارایی برای ۱۵۸ نفر از افراد نیازمند جویای کار، اشتغال ایجاد شد. مصلح آموزش را یکی از مهمترین ارکان کسب و کار عنوان و اظهار کرد: برای ارتقاء سطح علمی و تخصص ۸۸۹ نفر از این متقاضیان نیز با اعتباری بالغ بر ۱۸۵ میلیون تومان، آموزش های مرتبط با حرفه شغلی آنها برگزار شد. معاون اشتغال و خودکفایی کمیته امداد استان قم ادامه داد: از ابتدای امسال تا پایان مرداد ماه ۲۸۷ نفر به درآمد پایدار رسیده و خودکفا شده اند.

با حضور مشاور مدیرعامل سازمان بنادر و دریانوردی در حوزه فرهنگی صورت گرفت:

اولین نشست مسئولین حوزه فرهنگی بنادر کشور به میزبانی اداره کل بنادر و دریانوردی استان گیلان



رشت- خبرنگار فرصت امروز: اولین نشست مسئولین حوزه فرهنگی بنادر کشور به میزبانی اداره کل بنادر و دریانوردی استان گیلان و با حضور مشاور مدیرعامل سازمان بنادر و دریانوردی در حوزه فرهنگی برگزار شد. به گزارش روابط عمومی اداره کل بنادر و دریانوردی استان گیلان، صبح چهارشنبه ۹ شهریور ماه اولین نشست مسئولین حوزه فرهنگی بنادر کشور با حضور مشاور مدیرعامل و مسئول حوزه فرهنگی سازمان بنادر و دریانوردی، مسئولین حوزه فرهنگی بنادر کشور و معاونین برنامه ریزی و توسعه و فنی و مهندسی اداره کل بنادر و دریانوردی استان گیلان به میزبانی این اداره کل برگزار شد. در این

نشست ضمن ابلاغ نظرات و برنامه های مورد نظر مدیرعامل سازمان بنادر و دریانوردی در پیشبرد اهداف حوزه فرهنگی، موضوعاتی چون بررسی عملکرد حوزه های فرهنگی بنادر، ارائه راهکارها و پیشنهادها جهت پیشبرد فعالیت های این حوزه، آسیب شناسی فرهنگی، عفاف و حجاب در ادارات، امر به معروف و نهی از منکر و همچنین برگزاری برنامه های منسجم دربنادر مورد بحث و بررسی قرار گرفت.

در ارزیابی سال ۱۴۰۰شرکت مادر تخصصی تولید برق حرارتی:

روابط عمومی نیروگاه رامین اهواز موفق به کسب رتبه برتر صنعت برق حرارتی کشور شد



اهواز – شبنم قجاوند: به گزارش روابط عمومی نیروگاه رامین اهواز در: از ارزیابی سالانه روابط عمومی های زیرمجموعه شرکت مادر تخصصی تولید برق حرارتی ، روابط عمومی نیروگاه رامین اهواز موفق به کسب رتبه برتر «اول» در سال ۱۴۰۰ شد.

در چهارمین گردهمایی مدیران روابط عمومی صنعت برق حرارتی که با حضور مهندس پیشاهنگ مدیرعامل این شرکت ، علی اکبر کاظمی مدیرکل روابط عمومی و امور بین الملل وزارت نیرو و تعدادی از مدیران عامل سایر شرکتها برگزار شد ، داوود سلیمانی مدیر روابط عمومی

نیروگاه رامین و سنایر مدیران روابط عمومی های برتر تقدیر و تجلیل بعمل آمد. در این ارزیابی که در عرصه های اطلاع رسانی ، ارتباطات درون و بیرون سازمانی، انتشارات رسانه ای ، تبلیغات محیطی و برنامه های فرهنگی و اجتماعی صورت گرفت، دفتر روابط عمومی نیروگاه رامین با کسب ۹۳ امتیاز نولست رتبه برتر «اول» را از آن خود کند.

مدیرعامل منطقه ویژه اقتصادی پارسیان:

ظرفیت بندر تخصصی مواد معدنی و پتروشیمی کشور به ۴,۵ میلیون تن می رسد



بندرعباس- خبرنگار فرصت امروز: مدیرعامل منطقه ویژه اقتصادی پارسسیان گفت: ظرفیت تخلیه و بارگیری بزرگترین بندر تخصصی صنایع معدنی و پتروشیمی کشور به ۴,۵ میلیون تن در سال رسید. به گزارش روابط عمومی منطقه ویژه اقتصادی پارسیان، سید علی اصغر علامه ضمن تبریک به مناسبت فرارسیدن هفته دولت و گرمیادداشت یاد و خاطره شهیدان باهنر و رجایی بیان داشت: هفته دولت فرصتی برای نمایش دستاوردهای دولت مردان و تلاش های انقلاب اسلامی در راستای خدمات رسانی به مردم و محرومیت زدایی در مناطق محروم است. وی عنوان کرد: دولت مردان تلاش می کنند تا با بهره

گیری از ظرفیت های موجود داخلی شرایط مناسب اقتصادی، صنعتی را برای افزایش شاخص های اقتصادی و رفاه اجتماعی و معیشتی مردم شریف ایران اسلامی فراهم کنند. در این سال ها کوشش شد تا در شهرستان پارسپان غربی ترین نقطه از استان هرمزگان ظرفیت های صنعتی و نفتی به یک فرصت در راستای محرومیت زدایی تبدیل شود. علامه خاطرنشان کرد: در این راستا ظرفیت بندری مناسبی در شهرستان پارسپان وجود داشت که با سرمایه گذاری سازمان توسعه و نوسازی معادن و صنایع معدنی ایران بندری با ظرفیت تخلیه و بارگیری ۲۰ میلیون تن مواد اولیه و محصولات تولیدی در افق بلند مدت با هدف واردات مواد اولیه و صادرات محصولات تولیدی در منطقه ویژه اقتصادی پارسپان و مناطق ویژه همجوار در استانهای بوشهر، فارس و سایر نقاط کشور فراهم شود. وی با بیان اینکه اسکله شماره پنج بندر پارسپان سال ۱۳۹۹ مورد بهره برداری قرار گرفت، بیان داشت: اسکله شماره پنج با هدف تخلیه و بارگیری مواد اولیه آلومینیوم جنوب مورد بهره برداری قرار گرفت. ظرفیت این اسکله ۱,۲ میلیون تن مواد فله است. مدیرعامل منطقه ویژه اقتصادی پارسپان با تاکید بر اینکه احداث پروژه بندر در منطقه ویژه اقتصادی پارسپان یک طرح ملی است، تصریح کرد: اسکله های شماره هفت و هشت این بندر با ظرفیت تخلیه و بارگیری ۳ میلیون تن کالا آماده بهره برداری است. که ان شالله شاهد افتتاح رسمی این پروژه خواهیم بود. وی اعتبار احداث اسکله های هفت و هشت را ۳۰ میلیون یورو عنوان کرد.

۴۶۶ هکتار نهالکاری دستاورد اجرای طرح ترسیب کربن در حوضه آبخیز گالیکش

گرگان- خبرنگار فرصت امروز: رییس اداره منابع طبیعی و آبخیزداری گالیکش گفت: ۸۸ هزار اصله نهاد شمر در مدت پنج سال با اجرای پروژه ترسیب کربن با هدف کمک به کاهش گازهای گلخانه‌ای و گرمای هوا در ۴۶۶ هکتار از حوضه آبخیز شهرستان‌های گالیکش و مینودشت کاشته شد.سلسان فرامرزی اظهارداشت: پروژه ترسیب کربن به عنوان برنامه‌ای مشترک بین دولت جمهوری اسلامی ایران، سازمان ملل متحد و تسهیلات جهانی زیست محیطی (GEF) در راستای بیابان‌دایی و توسعه مدل مدیریت مشارکتی م رانع در مناطق خشک و نیمه خشک و احیای جنگل‌ها با هدف محرومیت‌زدایی و افزایش جذب کربن خاک طراحی شده است.وی بهبود وضعیت اجتماعی و اقتصادی جوامع محلی، کاهش فقر و بهبود شاخص توسعه انسانی با استفاده از توانمندسازی گروه‌های هدف: اقدامات منطقه‌ای این پروژه در شمر.درییس اداره منابع طبیعی و آبخیزداری گالیکش بیان کرد: پروژه ترسیب کربن از سال ۱۳۹۶ با اعتباری بالغ بر ۴۶ میلیارد و ۴۱۰ میلیون ریال از محل اعتبارات طرح جامع مقابله با بیابانزایی در حوضه آبخیز اوغان با ۲۷ هزار و ۱۴۷ هکتار مشتمل بر ۱۸ روستا با جمعیتی بالغ بر ۹ هزار و ۶۵۴ نفر واقع در ۲ شهرستان گالیکش و مینودشت با انجام مطالعات مشارکتی و نیازسنجی، تحلیل درخت‌مشکلات، برگزاری نشست با جوامع محلی و انسجام سازمانی در بازه زمانی پنج ساله اجرا شد.فرامرزی ادامه داد: نهالکاری در سطح ۴۶۶ هکتار با ۸۸ هزار اصله نهال شمر گردو، نوت، بیدمشک، گلابی، گیلاس، البالو، به، خرماو و آلوشالیون و نهال غیرشمر صنوبر و بلوط و بوته کاری مشارکتی با غرس ۱۳۱ هزار اصله نهال گل محمدی، اویشن، به لیمو، اسطوخودوس، رزماری، گل گاوزبان و گل ختمی در سطح ۱۳۴ هکتار در روستاهای هدف حوزه اوغان با رویکرد جذب کربن توسط درختان و آزادسازی اکسیژن بیشتر در طبیعت از جمله برنامه‌های اجرایی شاخص در مدت پنج سال بوده است. فرامرزی اظهار داشت: مدیریت پسماند روستایی در سطح ۱۶ روستای هدف حوضه اوغان شامل اقدامات آموزشی و ترویجی به کاهش نگرش مخرب آموزش محلی و ترویج تفکیک زباله از سبدا و آشنایی آنان با شیوه مدیریت زباله‌ها و پسماندها برای تهیه کمپوست‌های کشاورزی در کنار تهیه و توزیع ۱۸ عدد سطل زباله و ۶۰ کیلوگرم گونی جمع آوری زباله‌های خشک از دیگر دستاوردهای موفق پروژه ترسیب کربن در منطقه به‌حساب می‌آید.رییس اداره منابع طبیعی و آبخیزداری گالیکش گفت: در این مدت ۴۰ صندوق اعتباری خرد محلی ترسیب کربن در روستاهای هدف حوضه آبخیز اوغان با هزار و ۱۵۰ عضو تشکیل و ۴۶۲ کارگاه و جلسات آموزشی و ترویجی برای اعضا برگزار و ۳۷۵ مورد تسهیلات به میزان چهار میلیارد و ۴۱۰ میلیون ریال پرداخت و زمینه اشتغال پایدار برای ۹۴ نفر فراهم شد.

بهترین کمپین‌های بازاریابی واقعیت مجازی (VR)



نویسنده: علی آل علی

این روزها تب متاورس در بین مردم حسایی داغ است و همه درباره‌اش حرف می‌زنند. اگر تا همین چند سال قبل زندگی در دنیایی کاملا مجازی بیشتر شبیه سناریوی بازی‌های کامپیوتری بود، این روزها بدل به ایده‌ای کاملاً پولساز شده که یک عالمه برند دنبالش هستند. با این حساب اگر همین فردا کلی آدم با دوربین‌های مخصوص فیلم‌های علمی- تخیلی جلوی راه‌تان سبز شدند، لازم نیست یاد آدم فضایی‌ها بیفتید، چراکه هدست‌های واقعیت مجازی (همان VR خودمان) مهمترین ابزار برای تعامل در دنیای متاورس و هزار و یک تجربه جذاب دیگر است.

قبل از اینکه متاورس تبدیل به موضوع اصلی بحث کارآفرینان شود، واقعیت مجازی نزدیک یک دهه قبل دل همه مردم را برده بود. این فناوری برمبنای دوربین‌های واقعیت مجازی و ارائه یک تجربه تعاملی به کاربران ساخته شده است. اجازه هدایت تا حرف‌های‌مان خیلی کسل کننده نشده، از یک مثال جذاب استفاده کنیم. فرض کنید امشب فینال لیگ قهرمانان در ورزشگاه ومبلی لندن برگزار می‌شود. احتمالاً چند ده هزار آدم خوش‌شانس فرصت تماشای بازی از نزدیک را خواهند داشت. تا اینجا همه چیز عادی به نظر می‌رسد، اما تکلیف چند صد میلیون هوادار دیگر که نه وقت و حتی پول سفر به لندن را ندارند، چه خواهد شد؟

بی‌شک سوال بالا برای آن دسته از آدم‌هایی که همیشه با عینک واقع‌گرایی به ماجراها نگاه می‌کنند، بیشتر شبیه نوعی شوخی است. خب مگر می‌شود همه مردم دنیا یک بازی فوتبال را از نزدیک تماشا کنند؟ باور کنید یا نه، جواب دانشمندانی که دوربین‌های واقعیت مجازی را طراحی کرده‌اند به چنین سوالی یک «بله» قاطعانه است. اشتباه نکنید، چنین دانشمندانی مثل سریال ریک و مورتی ایده‌های عجیب برای سفر در زمان ندارند، بلکه با هدست‌های واقعیت مجازی کاری می‌کنند تا همه مردم

تجربه شبیه‌سازی شده حضور در استادیوم‌ها یا هزاران نقطه دیگر در چهار گوشه دنیا را داشته باشند؛ همینقدر جذاب و هیجان‌انگیز!

مثال بالا درباره تجربه تماشای شبیه‌سازی شده فوتبال در استادیوم‌ها در هزاران شرایط دیگر هم کاربرد دارد. از آنجایی که بازاریاب‌ها همیشه دنبال چنین فرصت‌های طلایی برای میخکوب کردن مشتریان هستند، خیلی زود پای برندهای بزرگ به کمپین‌های واقعیت مجازی باز شده است. فکر می‌کنم شما هم قبول داشته باشید برندهای بزرگ هیچ وقت بی‌گدار به آب نمی‌زنند. با این حساب بازاریابی با چاشنی واقعیت مجازی باید واقعا ارزشش را داشته باشد.

ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم ورود به یک حوزه تازه از بازاریابی همیشه کار سخت و دشواری است. در مورد واقعیت مجازی هم برای اینکه شما حس و حال یک راننده فرمول یک را پیدا نکنید که شب مسابقه تازه برای اولین بار با اتومبیل غول‌پیکر حریف رو به رو می‌شود، چند تا کمپین موفق بازاریابی با چاشنی واقعیت مجازی را آماده کرده‌ایم. آن هم نه هر کمپینی، بلکه کمپین برندهای بزرگ دنیا.

بازاریابی + واقعیت مجازی: فهرست طلایی

کمپین‌های موفق

آزمون و خطا همیشه الگویی همه فن حریف برای پیدا کردن نقشه گنج دنیای بازاریابی بوده است. در طول تاریخ یک عالمه کارآفرین با استفاده از همین فرمول به رمز رستگاری در عرصه مارکتینگ دست پیدا کرده‌اند. البته این شبیه دردسرهای خاص خودش را هم دارد. مثلاً شما تا وقتی شکستی در کار نباشد، همیشه محبوب دل مشتریان خواهید بود، اما کافی است فقط یک بار امتحان را خراب کنید تا مشتریان دیگر حتی نگاه‌تان هم نکنند! اگر از مخاطب هدف پر و پا قرص ما باشید، خیلی خوب می‌دانید ما همیشه برای مشکلات میانبرهای خاص خودمان را داریم. در مورد بازاریابی با چاشنی واقعیت مجازی هم به جای توصیه‌های خشک و خالی یک راست رفته‌ایم سراغ تجربه برندهای بزرگ دنیا. پس اگر شما هم

دوست دارید مثل شرلوک هولمز سر از کار برندهای بزرگ دریابورید، در ادامه با ما همراه باشید.

شهر گوچی: گشت و گذار در شهری لوکس

گوچی همیشه به خاطر پوشاک حیرت‌انگیز و صداالبته گرانش شهرت داشته است. خیلی از مردم در سراسر دنیا حتی دیدن کاتالوگ‌های این برند را هم به گشت و گذاری بی‌پایان در پاساژهای رنگارنگ ترجیح می‌دهند. هرچه باشد اینجا پای لباس‌هایی در میان است که نه تنها مارک کوچکی دارند، بلکه خرید آنها شما را تبدیل به یک آدم دیگر می‌کند! حالا اگر قرار باشد شانس قدم زدن در شهر گوچی را داشته باشید، چه حسی پیدا می‌کنید؟ شما را نمی‌دانم، ولی من که گشت و گذاری بی‌پایان در شهر گوچی با کلی ماجراجویی مختلف را با هیچ چیزی در دنیا عوض نمی‌کنم؛ حتی اگر این گشت و گذار کاملاً مجازی باشد. داستان کمپین گوچی در استفاده از هدست‌های واقعیت مجازی دقیقاً به همین سادگی است. بازاریاب‌های این برند برای میخکوب کردن مخاطب هدف یک شهر تمام عیار طراحی کرده‌اند. شما در این شهر امکان گشت و گذار در فضاهای مختلف، بازدید از انواع گالری‌های هنری و همینطور مشاهده آخرین مدل‌های لباس گوچی را دارید.

شاید فکر کنید شهر مجازی گوچی شبیه همان بازی‌های سنتی سیمز است که بعد از چند روز طوری حوصله آدم را سر می‌برد که نگو و نپرس. در این صورت باید شما را شگفت‌زده کنیم، چراکه گوچی اصلاً دنبال بازی‌های ساده نبوده است. در عوض این برند خوشنام در متاورس کارش را شروع کرده است. این یعنی شهر گوچی بخشی از دنیای بزرگ و چند میلیارد دلاری متاورس است که حالا حالاها از جایش تکان نخواهد خورد.

ایده گوچی برای بازاریابی با هدست‌های واقعیت مجازی آنقدر شسته و رفته است که آدم فقط دوست دارد آن را تماشا کند. مدیران این برند به خوبی از اهمیت روزافزون متاورس در زندگی مردم خبر دارند. برای همین هم به جای حاشیه رفتن و آزمون و خطای بی‌خودی یک راست روی این فضا دست گذاشته‌اند. قبول دارم متاورس هنوز کاربران خیلی کمی دارد، اما دیر یا زود میلیاردها نفر در آن زندگی مجازی‌شان را شروع می‌کنند. آن وقت شهر گوچی جذابیتی در حد نیویورک برای مردم خواهد داشت. این یعنی شهر گوچی امروز و فرداست که تبدیل به یک کلاتشهر بی‌عیب و نقص تبدیل شود؛ همینقدر جذاب و وسوسه‌کننده.

کیوسک سفورا: اول امتحان محصولات، بعد خرید! آیا تا به حال برای‌تان پیش آمده چشم بسته محصولی را سفارش دهید و بعداً کلی ناراحت شوید؟ شما را نمی‌دانم، ولی من که گاهی اوقات از خریدهای حضوری‌ام هم پشیمان می‌شوم. هرچه باشد در دنیای دیجیتال امروزی آنقدر محصولات رنگارنگ وجود دارد که آدم حس گیر افتادن در یک هزارتویی بی‌پایان را پیدا می‌کند. در این بین برند سفورا برای فروش لوازم آرایشی- بهداشتی سراغ یک تکنیک قدیمی رفته است. اگر یادتان باشد، قدیم‌ها رستوران‌ها برای نشان دادن کیفیت غذای‌شان تکه‌های کوچکی از آن را به طور رایگان به مردم هدیه می‌دادند. اینطوری هم مزه غذاها زیر زبان مشتریان می‌رفت، هم اینکه دیر یا زود رستوران قصه ما حسایی شلوع می‌شد. سفورا در یک دهه اخیر خیلی به استراتژی امتحان محصولاتی قبل از خرید افتخار می‌کرد. راستش را بخواهید، این کار دقیقاً مثل آن بود که یک تیم قهرمان موتور جی پی قبل از شروع مسابقه تک تک مشخصات فنی موتورسیکلتش را روی دایره بریزد تا همه شگفت‌زده شوند. البته این استراتژی طلایی فقط تا قبل از دوران کرونا حسایی درخشش خود را حفظ کرده بود؛ چراکه

کرونا طوری حساب و کتاب برندها را به هم ریخت که هنوز هم خیلی از کارآفرینان زیر بار بدهی کمر خم کرده‌اند!

ماجرای کمپین جدید سفورا از آنجا شروع شد که مشتریان دیگر به خاطر کرونا دور خرید حضوری را خط کشیدند. آن وقت نه تنها استراتژی قدیمی سفورا به تاریخ پیوست، بلکه میزان فروش این غول لوازم آرایشی- بهداشتی هم یک سقوط آزاد تمام عیار را تجربه کرد. شاید فکر کنید این پایان کار سفورا در بازار بود، اما برندهای بزرگ اصلاً میانه خوبی با کنار کشیدن ندارند. به همین خاطر خیلی زود ایده کیوسک سفورا جای خودش در دل مشتریان را باز کرد. کیوسک سفورا در واقع یک فرصت مجازی برای مشتریان به منظور تست کردن محصولات این برند است. اگر شما از منتقدان سفت و سخت فناوری‌های دیجیتال باشید، احتمالاً پیش خودتان می‌گویید تست مجازی لوازم آرایشی احتمالاً چنگی به دل نخواهد زد. جواب ما برای چنین حس و گمان‌هایی اشاره به موفقیت کیوسک سفورا است. زمانی نه چندان دور دنیای مجازی حسایی گنج‌کننده بود. بی‌شک شما هم تجربه‌های اعصاب خردکن از کمپین‌های واقعیت مجازی برندها در اوایل دهه قبل را دارید. اینطور وقت‌ها آدم دوست داشت سرش را از شدت عصبانیت به دیوار بکوبد. البته از آن وقت تا حالا همه معادلات در بازار عوض شده است. توسعه‌دهندگان فناوری واقعیت مجازی هم با کوله‌باری از تجربه مشکلات قدیمی را یکی پس از دیگری به سطل زباله هدایت کرده‌اند. این یعنی شما با خیال راحت امکان تجربه کیوسک سفورا با بالاترین کیفیت را دارید. پس منتظر چه هستید؟ آستین‌ها را بالا بزنید و دنبال تجربه‌ای مشابه برای برند خودتان باشید!

وندیز: مبارزه طرفداران پیتزا و برگر در فور تنایت

صنعت فست فود از زمان‌های خیلی دور مشکل سرو سریع وعده‌های غذایی را حل کرده است. اگر تا ۱۰۰ سال قبل شما برای یک وعده ناهار ساده باید چند ده دقیقه وقت‌تان را تلف می‌کردید، حالا مک دونالد، وندیز و هزار و یک برند دیگر کنارشان هستند تا با سرعت دونده‌های المپیک غذایی‌تان حاضر شوند. البته در این بین پزشکان مهمترین منتقد این سبک زندگی محسوب می‌شوند. از نظر آنها فست فودها با استفاده از مواد اولیه منجمد و گاه‌ها بی‌کیفیت سلامت مردم را به بازی می‌گیرند. همین نکته کافی بود تا ایده درجه یک بازاریابی وندیز رنگ و بوی واقعیت بگیرد. ماجرا جالب شد، نه؟

وندیز برای اینکه یک کمپین بازاریابی درجه یک پیش پای مشتریانش قرار دهد، سراغ همکاری‌های عجیب با حوزه‌های بی‌ربط رفت. استدلال اصلی آنها علاقه گیمرها به غذاهای فست و فود بود. به زبان خودمانی، سبک زندگی گیمرها شباهت زیادی با کسب و کار وندیز داشت. همانطور که وندیز مهارت بالایی در تهیه سریع انواع پیتزا دارد، گیمرها هم زندگی‌شان با سرعت گره خورده است. نتیجه کار هم کمپین وندیز در بازی فورتنایت شد. ایده وندیز مبارزه قدیمی میان طرفداران پیتزا و برگر بود. بازاریاب‌های وندیز خیلی زود اثرات منفی برگرها بر روی بدن به خاطر استفاده از گوشت‌های یخ زده را بیان کردند. از طرف دیگر همه طرفداران وندیز می‌دانند این برند هیچ وقت از گوشت یخ زده استفاده نمی‌کند. به همین خاطر خیلی زود کمپین وندیز در بازی فورتنایت شد. ایده حال هنوز هم میلیون‌ها کاربر از هشتگ وندیز و فورتنایت برای نشان دادن علاقه‌شان به پیتزاهای مشهور این برند استفاده می‌کنند.

واقعیت مجازی بازاریاب‌ها را از شر ایده‌های گران‌قیمت خلاص کرده است. شما این روزها دیگر نیازی به همکاری با سلبریتی‌ها ندارید. در عوض راه انداختن یک کمپین

ساده با همکاری فورتنایت کلی طرفدار برای‌تان جفت و جور می‌کند. البته باید حواس‌تان باشد کمپین شما با سلیقه مشتریان جور درآید. وگرنه چیزی به جز موج سیل‌آسای اعتراضات مشتریان نصیب‌تان نخواهد شد!

آدیداس: ماجراجویی در دل کوه‌ها!

هر کار سختی در این دنیا وقتی تجهیزات و ابزارهای درست دم دست آدم باشد، بدل به یک پا تفریح لذت‌بخش می‌شود. کافی است ورزش کوهنوردی را در نظر بگیرید تا متوجه اصل مطلب شوید. سالانه میلیون‌ها نفر برای صعود به قله‌های بلند دنیا ماجراجویی دور و درازی را شروع می‌کنند. از آنجایی که آدیداس یکی از تولیدکنندگان معتبر لوازم ورزشی و صداالبته کوهنوردی است، مشاهده کمپین بازاریابی این برند نباید خیلی شوکه‌کننده باشد. البته آدیداس در این میان یک کمپین همه فن حریف جلوی چشم مشتریانش قرار داده است: تجربه صعود به

قله با چاشنی واقعیت مجازی.

ایده بازاریاب‌های آدیداس انتقال تجربه هیجان‌انگیز کوهنوردی با آدم‌های حرفه‌ای بود. به همین خاطر کمپین آنها با نمایش چشم‌اندازهای حیرت‌انگیز کوهنوردی با حضور افتخاری بن رونک و دلائی میلر سرهم‌بندی شد. اگر از آن دسته آدم‌هایی باشید که اهل گشت و گذار در دامنه کوه‌ها هستید، بی‌شک این دو کوهنورد حرفه‌ای را می‌شناسید. این دو ورزشکار نه تنها در شبکه‌های اجتماعی حسایی طرفدار دارند، بلکه مستندهای زیادی هم درباره کوهنوردی و صخره‌نوردی ساخته‌اند. فکر می‌کنم شما هم قبول داشته باشید که تجربه ماجراجویی با چنین ورزشکارهای کاردرستی دل هر آدمی را می‌برد، مگر نه؟

تا اینجا‌ی کار با یک کمپین تقریباً عادی رو به رو هستیم. آنچه ایده آدیداس را متمایز می‌کند، نه زرق و برق کمپینش، بلکه استفاده عالی از واقعیت مجازی است. طرفداران آدیداس در این کمپین فرصت دنبال کردن یک ماجراجویی تمام عیار کوهنوردی و صخره‌نوردی را داشتند؛ آن هم به طور ۳۶۰ درجه در طول کمپین هم بن و دلائی بارها و بارها از تجهیزات کوهنوردی آدیداس استفاده کردند. اینطوری هم مخاطب تجربه‌ای درجه یک از کوهنوردی نصیبش شد، هم آدیداس تبدیل به قهرمان کوهنوردها در سخت‌ترین شرایط ممکن شد؛ به همین

ساختن پایانی

برند آدیداس برای مردم سراسر دنیا همیشه یکی از کسب و کارهای نوآور محسوب می‌شود. مشتریان به خرید انواع تجهیزات ورزشی ساخته شده با آخرین فناوری‌های روز دنیا از طرف آدیداس عادت کرده‌اند. البته به این یک مورد خلافت این غول آلمانی نه در طراحی محصولی بی‌عیب و نقص، بلکه رونمایی از یک کمپین بازاریابی با محوریت واقعیت مجازی بود. اینطوری نه تنها آدیداس بیش از پیش از رقبا متمایز شد، بلکه یک عالمه مخاطب تازه نفس هم برای خودش جفت و جور کرد.

سختن پایانی

بازاریابی با چاشنی واقعیت مجازی معجونی جدید در فهرست طلایی بازاریابی‌ها محسوب می‌شود. خیلی از کارآفرینان هنوز به این بازیکن تازه نفس اعتماد کافی را ندارند. با این حال ما با مرور کمپین برخی از برندهای سرشناس در دنیا گامی هرچند کوچک برای تغییر این ذهنیت برداشتیم. باور کنید یا نه، واقعیت مجازی دیگر آینده دنیای کسب و کار یا بازاریابی نیست، بلکه همین حالا هم بدل به ضرورتی اجتناب‌ناپذیر شده است. اگر از ما می‌شنوید، بیشتر از این وقت‌تان را با شک و تردیدهای الکی تلف نکنید. در عوض همین امروز دست به کار شده، کمپین مارکتینگ‌تان را طراحی کنید؛ البته به حضور افتخاری واقعیت مجازی در ترکیب اصلی تیم‌تان!