

هجوم اقتصاددانان به سیلیکون ولی

چرا اقتصاددانان به سیلیکون ولی هجوم می‌آورند؟ این پرسشی است که هفته‌نامه «اگونومیست» در گزارش تازه خود مطرح کرده و با اشاره به تمایل غول‌های فناوری به اقتصاددانان و فارغ‌التحصیلان رشته اقتصاد می‌نویسد: بیش از یک دهه است که فیس‌بوک – که حالا با نام متا شناخته می‌شود- به دانشجویان فارغ‌التحصیلی که در حوزه‌های مدرن و تحقیقات پیشرفته کار می‌کنند، بورس تحصیلی می‌دهد. این بورس تحصیلی که امسال با شهریه دو سال دانشگاه و کمک‌هزینه ۴۲ هزار دلاری همراه است، به دانشمندان علوم کامپیوتر، مهندسان، فیزیکدانان و آمارشناسان اختصاص پیدا کرده است. حالا این بورس و کمک‌هزینه به یک اقتصاددان اهدا شده است. «جیمز وایوز ای‌باستیدا»، گیرنده خوش‌شانس این کمک‌هزینه که مشغول گذراندن دوره دکترا در موسسه فناوری ماساچوست (ام‌آی‌تی) است، در این باره می‌گوید: «اصلا انتظارش را نداشتم.»

حالا سیلیکون ولی

به طور فزاینده‌ای...

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

افزایش قیمت بنزین در دستور کار دولت و مجلس نیست

نایب رئیس کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی گفت مجلس و دولت برنامه‌ای برای افزایش قیمت بنزین ندارند. به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو» به نقل از ایسنا، علی جدی با اشاره به اینکه افزایش قیمت بنزین در بودجه ۱۴۰۱ پیش‌بینی نشده لذا افزایش قیمت بنزین نخواهیم داشت، اظهار کرد: افزایش قیمت بنزین ناگهانی نمی‌شود و باید در بودجه دیده شود و برای بودجه ۱۴۰۱ این پیش‌بینی انجام نشده است. وی با بیان اینکه دولت نیز بارها به عدم افزایش...

مسکن صدرنشین و خودرو قعرنشین بازارها شد

بازدهی بازارها در نیم سال ۱۴۰۱

در حالی به پایان نیمه نخست سال ۱۴۰۱ نزدیک می‌شویم که بررسی بازدهی بازارهای موازی نشان‌دهنده صدرنشینی بازار مسکن و قعرنشینی بازار خودرو است. نگاهی به تحولات بازارهای مسکن، ارز، طلا، خودرو و سهام نشان می‌دهد که این بازارها همواره در اقتصاد ایران موج‌ساز بوده‌اند و نوسان در هر یک از این بازارها به سایر بخش‌های اقتصاد نیز سرایت کرده است. افزایش نقدینگی و در پی آن، خیز تورم در سطح جامعه، بازارهای موازی را یکی پس از دیگری تحت‌تاثیر قرار می‌دهد و سرمایه‌گذاران حرفه‌ای معمولاً با جابه‌جایی در بین این بازارها، سود...

۴

ایران چگونه در تله صنعت‌زدایی گرفتار شد؟

پله اول نردبان توسعه صنعتی

۲

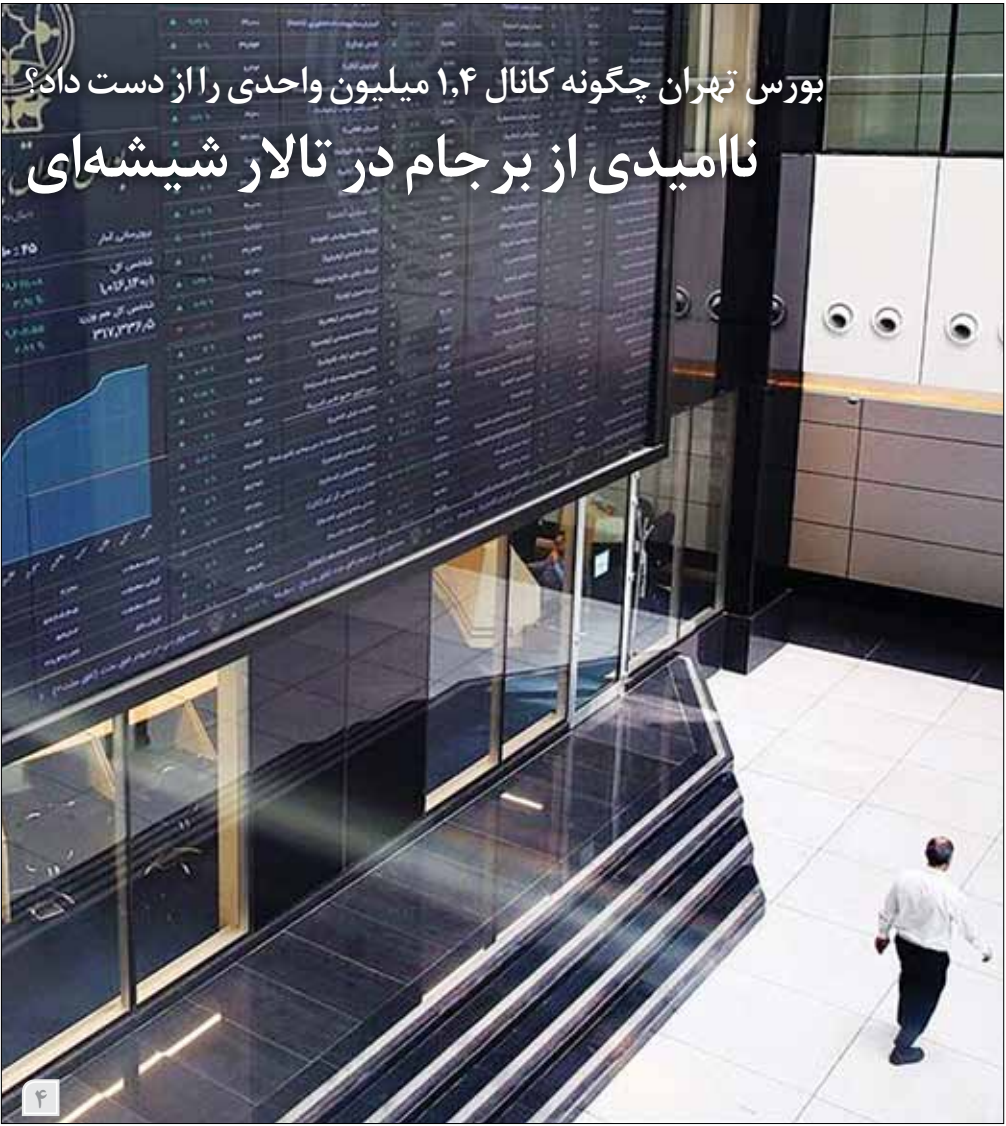
مدیریت و کسب‌وکار

بازاریابی هوشمندانه در شبکه‌های اجتماعی:

۹ هدفی که همه باید دنبال کنند!

اگر با دقت به اطراف‌تان نگاه کنید، همه چیز به سرعت نور در حال هوشمند شدن است. از موبایل گرفته تا ساعت و حتی دستیارهای ریز و درشت، همه و همه در تب هوشمندسازی قرار گرفته‌اند. انگار که هر چیزی در این دنیا که پسوند هوشمند را یدک نکشد، متعلق به عصر حجر است. در این بین بازیاب‌ها هم چاره‌ای به غیر از همراهی با این موج بزرگ ندارند. هرچه باشد بخش اصلی کار بازیاب‌ها شناسایی ترندهاست. وقتی هم صحبت از هوشمندسازی باشد، بی‌شک هیچ‌کس توانایی مقاومت در برابر آن را نخواهد داشت. بی‌شک بازاریابی هوشمندانه هیچ شباهتی به نصب سیستم عامل اندروید روی بازیاب‌ها ندارد (خب مگر اینجا لوکیشن فیلم‌های علمی- تخیلی است؟)، در عوض تمرکز اصلی روی انتخاب اهداف درست قرار دارد؛ اهدافی که با کمترین هزینه ممکن شما را به سرمنزل مقصود برساند. اینطوری نه ولخرجی زیادی کرده‌اید، نه خیلی اعصاب‌تان خورد شده است. تازه کلی از رقبا هم جلو خواهید افتاد؛ به همین سادگی، ما در روزنامه...

۸



بورس تهران چگونه کانال ۱,۴ میلیون واحدی را از دست داد؟ ناامیدی از برجام در تالار شیشه‌ای

طرح بانکداری مجلس در نشست اتاق بازرگانی تهران نقد و بررسی شد

میخ آخر بر تابوت بانکداری

مفاد طرح بانکداری ایران نشان می‌دهد که کنترل تورم برای تدوین‌کنندگان و حاکمیت حائز اهمیت نیست. شاهد این مدعا نیز تکلیف‌خردترین تسهیلات به بانک‌هاست. متأسفانه باید بگویم تصویب طرح بانکداری مجلس به منزله آخرین میخ به تابوت بانکداری ایران خواهد بود.

کنترل تورم، دغدغه حاکمیت نیست؟

در ادامه این جلسه نیز فرهاد نیلی، اقتصاددان و متخصص حوزه پولی و بانکی به تحلیل طرح بانکداری مجلس پرداخت و گفت: «ایران میان دو کشوری (عراق و افغانستان) قرار گرفته است که از لحاظ سیاسی بی‌ثبات‌ترین کشورهای جهان شناخته می‌شوند و از قضا یکی از بهترین قوانین بانک مرکزی را دارا هستند. این نشان می‌دهد که می‌شود بی‌ثبات‌ترین نظام سیاسی را تجربه کرد اما در عین حال، تورم پایین یا ملایمی داشت. همچنین نشان‌دهنده آن است که یک بانک مرکزی مقتدر که اقتدارش براساس قانون تعریف می‌شود، چقدر می‌تواند نظام پولی را از تحولات سیاسی دور و ایزوله نگه دارد. تصور من این است که ما تاکنون دچار یک تهاول بودیم که فکر می‌کردیم تورم مهم است. در حالی که زمانی که سیاستمداران دور میز نشستند، معلوم شد که واقعا تورم برای‌شان مهم نیست؛ چراکه نشستند و قانونی را نوشتند که در آن ردی از کنترل تورم دیده نمی‌شود.»

او با اشاره به اینکه «طرح جدید بانکداری، جلوه بارزی از نگرش حاکمیت نسبت به بانک مرکزی است»، ادامه داد: «انتظار حاکمیت از بانک مرکزی، نهادهی است که دست‌های مقتدری برای کنترل بانک‌های خصوصی دارد، اما مغز این نهاد قدرت تصمیم‌گیری نداشته باشد. بنابراین تمام اختیارات مورد نیاز در این زمینه را به آن داده، اما هیچ اختیاری برای اتخاذ تصمیمی خلاف خواسته دولت ندارد.»

نیلی به ترکیب شورای فقهی در طرح مجلس اشاره کرد و گفت: «رئیس کل بانک مرکزی در شورای فقهی، به عنوان یک عضو باید

طی سال‌ها دستخوش انواع دخالت‌های غیرحرفه‌ای و غیرعملی و همچنین تکلیف‌های سیاسی قرار داشته و این رویه سبب شده که در مجموع ارزش پول کشورمان به کمتر از یک‌هزارم تنزل کند. این تنزل صرفاً ناشی از تنزل اقتصاد واقعی نبوده، بلکه علت اصلی آن، بی‌نظمی سیاست‌های پولی و بانکی و ورود اندیشه‌های غیرتخصصی به این سیاست‌ها بوده است. در طرح جدید مجلس نیز که بخش عمده آن تصویب شده، متأسفانه افرادی که هیچ آشنایی با سیستم مدرن بانکداری در دنیا ندارند وارد این حیطه شده‌اند که هنوز نتوانسته‌اند یک نظریه جامع در مورد نرخ بهره و تفاوت آن با ربا را به خصوص در زمان رکود تورمی ارائه دهند.»

دیدگاه احمد عزیزی از صاحب‌نظران حوزه بانکداری نیز این بود که «ترتیبات نهادهی طراحی شده در طرح از قبیل فروکاستن نقش رئیس‌کل بانک، ازدحام نهادهی ارکان متعدد و بعضاً غیرمتداول (مثل شورای فقهی و مجمع عمومی در کنار شورای عالی و...)، اعطای حق وتو به شورای فقهی که عملاً آن را در رأس بانک مرکزی قرار می‌دهد و بسیار موارد دیگر، نوعی مانع‌گذاری در برابر سیاست‌گذاری پولی است که بیش از پیش استقلال بانک را با امتناع مواجه می‌کند؛ در حالی که نقش محدود و مشورتی چنین شورایی از وضاحت ترتیبات نهادهی آن است.»

عزیزی با اشاره به اینکه قوانین پولی و بانکی عموماً قدمت ۵۰ ساله دارد، گفت: «تغییر قوانین مادر در کشور به‌سادگی ممکن نیست، چنانچه این طرح به تصویب نهایي برسد، شاید تا ۴۰ سال آینده قابل تغییر نباشد. بنابراین راهکار مواجهه با این طرح آن است که اتاق تهران و اتاق ایران در مراجع علمی و سیاسی این اجماع را پدید بیاورند که این طرح با این محتوا، مشکل‌ساز خواهد شد. باید شورای نگهبان را نسبت به متوقف ساختن این قانون متقاعد کرد، وگرنه مجلس توقف‌ناپذیر است.»

به گفته وی، «قانون‌گذاری در حوزه بانکداری، امری پیچیده است و قاعده‌گذاری در این بخش باید به اهل فن سپرده شود. از طرفی

فرصت امروز: بیست و چهارمین نشست کمیسیون بازار پول و سرمایه اتاق تهران با حضور اقتصاددانان و کارشناسان پولی و بانکی، مجالی برای نقد طرح بانکداری مجلس بود؛ طرحی که گزارش شور دوم آن در کمیسیون اقتصادی مجلس، تفاوت‌های زیادی با نسخه قبلی دارد و استقلال بانک مرکزی را به محاق برده است. اقتصاددانان و چهره‌های برجسته بانکداری کشور در این نشست، نگرانی عمیق خود را از تصویب نهایي و اجرای این قانون ابراز کرده و خواستار توقف این طرح شدند؛ به زعم آنان، استقلال بانک مرکزی در این طرح مخدوش شده و این مسئله به افسارگسیختگی تورم در کشور دامن خواهد زد. احمد عزیزی از صاحب‌نظران حوزه بانکداری، تصویب این طرح را مترافد با کوبیدن آخرین میخ بر تابوت بانکداری ایران دانست. فرهاد نیلی با طرح این سوال که آیا کنترل تورم، دغدغه حاکمیت نیست؟ از تحقیر رئیس‌کل بانک مرکزی در طرح بانکداری سخن گفت. فریال مستوفی به نقض بسیاری از اصول بانکداری در طرح مجلس اشاره کرد و گفت که این طرح، یکپارچگی بانک مرکزی و استقلال آن را وجه‌المصلاحه ذی‌نفعان بیرونی قرار داده است. همچنین مصطفی بهشتی‌روی خواستار توقف این طرح و در اولویت قرار گرفتن اصلاح قانون بانکداری بدون ربا شد. پرویز عقیلی کرمانی نیز ترکیب شورای فقهی در طرح مجلس را موجب خدشه‌دار شدن استقلال بانک مرکزی خواند و تنها نکته مثبت طرح را توجه به موضوع ورشکستگی بانک‌ها و موسسات مالی دانست.

کاستی‌های طرح جدید بانکداری

در بیست و چهارمین جلسه کمیسیون بازار پول و سرمایه اتاق بازرگانی تهران، طرح قانون بانکداری از سوی اقتصاددانان و چهره‌های برجسته بانکداری مورد بحث و بررسی قرار گرفت. ابتدا فریال مستوفی، رئیس کمیسیون بازار پول و سرمایه اتاق تهران به تصویب بخش‌هایی از قانون بانکداری ایران، ظرف مدتی کوتاه در مجلس اشاره کرد و گفت: «نظام بانکی کشور

حضور داشته باشد، اما رئیس و نایب‌رئیس شورا باید فقیه باشند. بنابراین رئیس کل کاملاً در یک موضع فرودست در شورای فقهی می‌نشیند و رسمیت جلسه منوط به حضور رئیس کل نیست، اما منوط به حضور فقهی خواهد بود؛ این بدان معناست که رئیس کل در تحقیر در شورای فقهی باید حضور پیدا کند. این تنزل جایگاه چنانچه برای رئیس کل بانک مرکزی از طریق این قانون اتفاق بیفتد، تا ده‌ها سال قابل تغییر نخواهد بود.»

این متخصص حوزه بانکداری با بیان اینکه «در هیأت عالی هم به دلیل حضور مسلط وزیر اقتصاد و رئیس سازمان برنامه، باز رئیس کل نقش فرادست ندارد»، افزود: «از آن مهم‌تر اینکه بیم عزل رئیس کل همواره با او خواهد بود. چنین رئیس‌کلی هیچ تصمیمی خلاف منویات دولت و فقهاً نمی‌تواند اتخاذ کند.» به گفته نیلی، «وضعیت بانک مرکزی در این طرح، شبیهه والدینی است که فرزند خود را هر روز به باشگاه می‌فرستد تا یک بادی بیلدر قوی شود تا هر زمان خانواده در گیر دعوا شد، بتواند طرف مقابل را تنبیه کند، اما این خانواده اجازه نمی‌دهد فرزند او در مورد کوچک‌ترین مسئله خلوداگی تصمیم بگیرد. به نظر، این ساختار در جهان بی‌نظیر است؛ بدنی با مغز کوچک و دستان قوی.»

استقلال بانک مرکزی مخدوش شد

همچنین مصطفی بهشتی‌روی، عضو پیشین هیأت‌مدیره بانک پاسارگاد با بیان اینکه «تدوین و تصویب طرح قانونی بانکداری با تمرکز بر امور «بانکداری مرکزی»، ردی را به تنهایی علاج نمی‌کند»، گفت: «طرح جدید مجلس تنها با جرم‌انگاری برخی تخلفات احتمالی بانک‌ها، به زعم خود سیستم نظارتی بانک مرکزی را تقویت کرده که خود به نوعی تداخل بین وظایف و اختیارات قوه قضائیه و مجریه است و هیچ تحول مثبتی در فرآیند سیاست‌گذاری پولی و اهداف بلندمدت بانک مرکزی ایجاد نمی‌کند. در حالی که با انتخاب یک رئیس کل توانمند و مقتدر،

و نوآوری، ذیل معاونت رشد و شتاب‌دهی شرکت شناسا شکل گرفته و به عنوان یک تسهیلگر در خدمات شتاب‌دهی برای تمامی شرکا و ذی‌نفعان فعلی و آتی شناسا عمل می‌کند.

پلتفرم آموزشی ترکیب‌تریگن رایگان است

محمدصادق سبجانی، مدیر پروژه ترکیب‌تا با اشاره به رایگان بودن محتوای آموزشی این پلتفرم، فرآیند سامانه آنلاین ترکیب‌تا را اینطور توضیح داد: تیم‌ها بعد از پذیرش در این فرآیند، یک مسیر ۹ هفته‌ای را پیش رو دارند و ۱۴ ساعت محتوای آموزشی ضبط‌شده در اختیار آنها قرار داده می‌شود و می‌توانند فرآیند آموزشی خود را زیر نظر یک راهبر اختصاصی طی کنند و در پایان این دوره، آماده ورود به مرحله شتاب‌دهی شوند.

سبجانی با تأکید بر نقش راهبر در سامانه ترکیب‌تا، اضافه کرد که با توجه به اهمیت نقش راهبر در فرآیند آموزش تیم‌ها، سعی داریم شبکه راهبران خود را توسعه دهیم و حتی افراد علاقه‌مند را در مناطق بومی خودشان توانمند سازیم. شرکت شناسا از پذیرش

راهبران و همین‌طور توانمندسازی راهبران در سراسر کشور استقبال می‌کند.

در ادامه محمدسعید جواهریان، مدیر محصول ترکیب‌تا رونمایی از این محصول و توضیح فرآیند شکل‌گیری آن پرداخت. جواهریان با تأکید بر این نکته که ترکیب‌تا، بستری آنلاین شامل مجموعه‌ای از خدمات شتاب‌دهی است که شناسا قصد ارائه آن را دارد، گفت: این سامانه نتیجه پژوهش‌هایی است که از طریق تعامل با اکوسیستم استارت‌آپی، نیازسنجی استارت‌آپ‌ها و بررسی نمونه‌های متعدد داخلی و خارجی ایجاد شده است.

در پایان نیز حامد ساجدی، مدیرعامل شناسا افزود: باید صادقانه بپذیریم که با یک مسئله نو مواجه هستیم؛ مسئله‌ای که همچنان که حل می‌کند در حال یادگیری نیز هست و می‌تواند در این مسیر یادگیری غنی‌تر شود. لذا ما خوشحال می‌شویم در مسیری که آغاز کرده‌ایم در خدمت صاحبان تجربه‌های متکثر در حوزه کارآفرینی باشیم.

تریگیت، پلتفرم آنلاین شتاب‌دهی شناسا با هدف خلق فرصت‌های برابر کارآفرینی آغاز به کار کرد. نشست خبری و رونمایی از پلتفرم آنلاین شتاب‌دهی شرکت شناسا در تاریخ ۱۶ شهریورماه ۱۴۰۱ با حضور فعالان اکوسیستم استارت‌آپی و اصحاب رسانه برگزار شد. تریگیت به عنوان بستر آنلاین شتاب‌دهی شرکت محمدسعید جواهریان مدیر محصول ترکیب‌تا برگزار شد، به تبیین لزوم شکل‌گیری این سامانه و معرفی دقیق ترکیب‌تا پرداخته شد و در پایان نیز به سوالات خبرنگاران پاسخ داده شد.

پلتفرم آنلاین تریگیت که در اوایل تیرماه سال ۱۴۰۱ کار خود را آغاز کرده است، امکان استفاده از خدمات شتاب‌دهی را برای طیف

گسترده‌تری از تیم‌های استارت‌آپی مستقر در سراسر کشور فراهم می‌کند. تریگیت تاکنون به ۱۴ تیم خدمات ارائه کرده است که اولین تیم آن از شهر گرگان موفق به جذب سرمایه شد.

خلق فرصت‌های برابر در کشور

حامد ساجدی، مدیرعامل شناسا با تأکید بر این نکته که نباید گستره آموزش کارآفرینی محدود به منطقه و جامعه خاصی باشد، خاطرنشان کرد که اگرچه تاکنون فعالیت‌های خوبی در حوزه نوآوری شکل گرفته است، اما بیشتر این فعالیت‌ها در تهران متمرکز بودند. شناسا به عنوان یک نهاد پیشگام در نوآوری کشور در تلاش بوده است که با راهاندازی شتاب‌دهنده‌های خود در شهرهای مشهد و اصفهان، فرصت‌های برابر رشد را در اقصی‌نقاط کشور فراهم کند و حالا نیز با ارائه پلتفرم آنلاین شتاب‌دهی خود می‌خواهد این فرآیند را به لحاظ عملیاتی ادامه دهد.

ساجدی ادامه داد: تریگیت به عنوان یک بستر و زیرساخت شتاب‌دهی آنلاین، قصد دارد فرآیند توسعه را از منظر اثربخشی،

نگاه



«اکنونیمست» بررسی کرد

هجوم اقتصاددانان به سیلیکون ولی

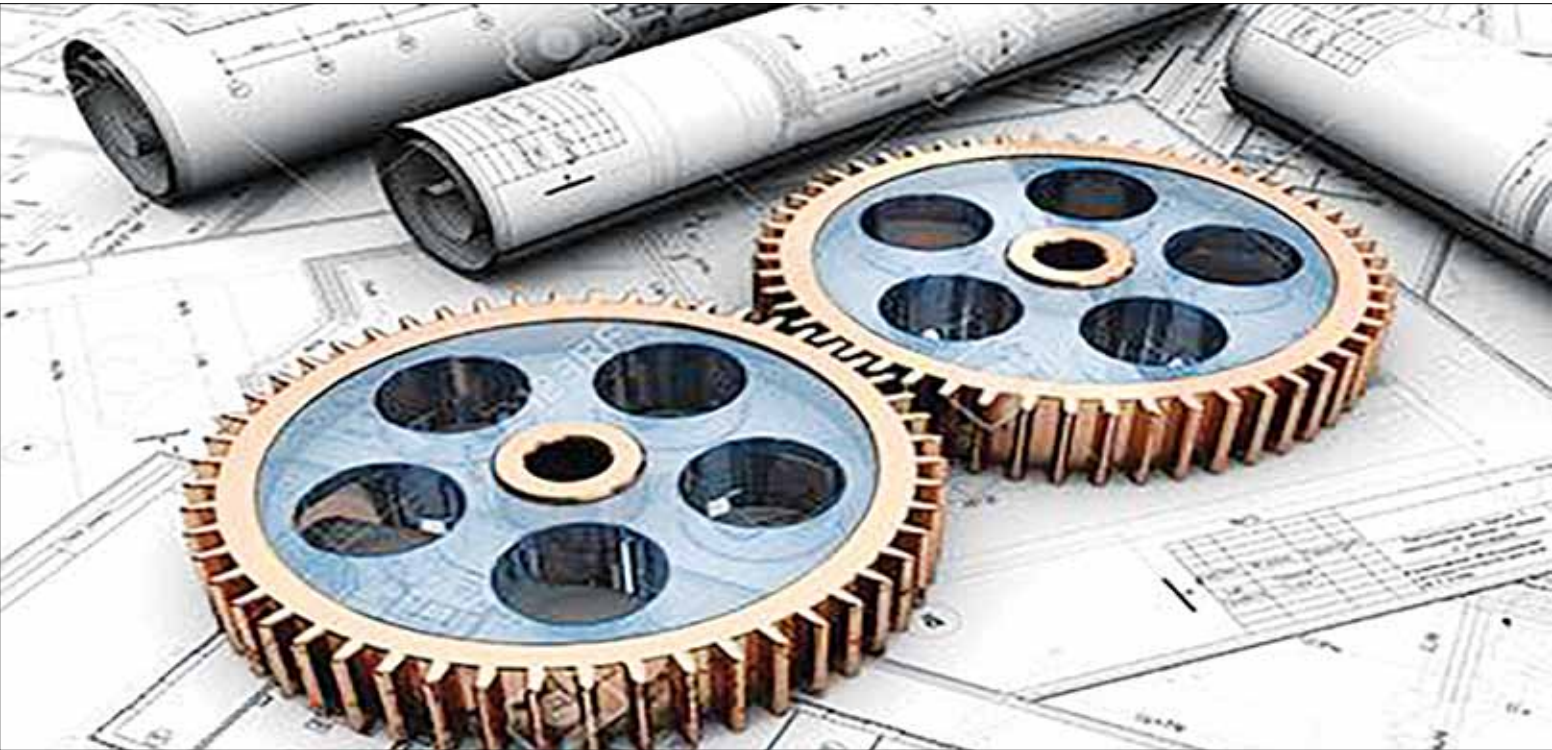
چرا اقتصاددانان به سیلیکون ولی هجوم می‌آورند؟ این پرسشی است که هفته‌نامه «اکنونیمست» در گزارش تازه خود مطرح کرده و با اشاره به تمایل غول‌های فناوری به اقتصاددانان و فارغ‌التحصیلان رشته اقتصاد می‌نویسد: بیش از یک دهه است که فیس‌بوک – که حالا با نام متا شناخته می‌شود- به دانشجویان فارغ‌التحصیلی که در حوزه‌های مدرن و تحقیقات پیشرفته کار می‌کنند، بورس تحصیلی می‌دهد. این بورس تحصیلی که امسال با شهریه دو سال دانشگاه و کمک‌هزینه ۴۲ هزار دلاری همراه است، به دانشمندان علوم کامپیوتر، مهندسان، فیزیکدانان و آمارشناسان اختصاص پیدا کرده است. حالا این بورس و کمک‌هزینه به یک اقتصاددان اهدا شده است. «جیمز وایوز ای‌باستیدا»، گیرنده خوش‌شانس این کمک‌هزینه که مشغول گذراندن دوره دکترا در موسسه فناوری ماساچوست (ام‌آی‌تی) است، در این باره می‌گوید: «اصلا انتظارش را نداشتم.»

حالا سیلیکون‌ولی به طور فزاینده‌ای به اقتصاد روی آورده است تا ببینش در مورد چگونگی حل مشکلات تجاری – از قیمت‌گذاری و روند توسعه محصول گرفته تا تعیین استراتژی‌های تجاری – پیدا کند. اطلاعات به دست آمده از روند کارپایی ۱۰ برنامه برتر فارغ‌التحصیلی در رشته علوم اقتصادی نشان می‌دهد که شرکت‌های فناوری از هر هفت دکترای جدید در سال ۲۰۲۲، یک نفر را استخدام کرده‌اند؛ در حالی که این میزان در سال ۲۰۱۸، کمتر از یک نفر از هر ۲۰ نفر بود. در میان شرکت‌های فناوری، آمازون مشتاق‌ترین استخدام‌کننده است. در حال حاضر حدود ۴۰۰ اقتصاددان تمام وقت و چند برابر بیشتر از یک مرکز تحقیقاتی دانشگاهی، در این بازارگاه بزرگ الکترونیکی کار می‌کنند. اوبر یک شرکت فناوری دیگر است که به‌طور گسترده‌ای به استخدام اقتصاددانان روی آورده است. این شرکت حمل‌ونقل اینترنتی در سال گذشته میلادی یک پنجم فارغ‌التحصیلان دانشگاه هاروارد را استخدام کرد.

«جان لیست»، استاد دانشگاه شیکاگو که تجربه کار در دو شرکت اوبر و لیفت را دارد، بر این باور است که حقوق و دستمزد برای دانشمندان افسرده، عامل مهمی است که باعث می‌شود متمایل به کار در شرکت‌های بزرگ فناوری باشند. به این ترتیب، شرکت‌های فناوری بسیاری از مزایایی را که یک شغل دانشگاهی در اختیار این افراد قرار می‌دهد، به آنها می‌دهند، اما در این شرکت‌ها دیگر خبری از فرهنگ «نشار یا نابودی» نیست؛ فرهنگی اجباری برای کارمندان دانشگاهی که آنها را به انتشار مقالات و تحقیقات‌شان ملزم می‌کند. این فشار معمولاً در دانشگاه‌های تحقیقاتی بیشتر هم هست و بسیاری از پژوهشگران، آن را عاملی برای افزایش بحران همنان‌سازی محققان و دانشمندان می‌دانند و با آن مخالف هستند. در گذشته ورود به کسب‌وکارهای فعال در بخش خصوصی اغلب به معنای فراموش کردن کامل فعالیت‌های تحقیقاتی بود. «جیمز وایوز ای‌باستیدا» در این مورد می‌گوید: «حالا تحقیق می‌تواند همچنان بخش مهم و بزرگی از کار شما باشد.» «استیو تادلیس»، محقق دانشگاه کالیفرنیا که دو سال در بازارگاه آنلاین ای‌بی مشغول به کار بوده است، معتقد است که امکان دسترسی به داده‌های فراوانی که در اختیار این شرکت‌های بزرگ قرار دارد، مزیت مهم دیگری محسوب می‌شود.

در همین حال، استخدام اقتصاددانان برای شرکت‌های بزرگ فناوری هم مزیت‌های متنوعی دارد. اقتصاددانان معمولاً مهارت‌هایی دارند که اکثر دانشمندان علوم کامپیوتر و مهندسان از آنها بی‌بهره هستند. اقتصاددانان تمایل دارند که درک خوبی از آمار داشته باشند و همچنین دوست دارند توانایی فهم این مسئله را داشته باشند که چطور انگیزه‌ها و مشوق‌ها می‌توانند رفتار انسانی را تحت تأثیر قرار بدهند. از همه مهمتر اینکه اقتصاددانان مهارت خوبی در طراحی تجربیاتی دارند که برای شناسایی روابط علت و معلولی میان متغیرها به‌کار می‌روند. مهندسان حوزه یادگیری ماشینی که معمولاً به موضوع پیش‌بینی مشکلات فکر می‌کنند، معتقدند که دست‌کم یک نفر از لیگ آیوی اخیراً در یکی از شرکت‌های بزرگ فناوری استخدام شده است. لیگ آیوی به گروهی از دانشگاه‌های قدیمی و مشهور واقع در بخش‌های شرقی ایالات متحده آمریکا مانند هاروارد، پرینستون، ییل و کرنل می‌گویند که با هم اتحادیه ورزشی مشترک دارند. به عقیده آنها، اقتصاددانان می‌توانند شاخص‌های علت و معلولی را به خوبی شناسایی و بررسی کنند.

یک شرکت فعال در بخش تجارت الکترونیک احتمالاً می‌خواهد تأثیر حمل‌ونقل در روز بعد را بر روی میزان فروش تخمین بزند. یک شرکت فعال در بخش حمل‌ونقل آنلاین احتمالاً دوست دارد بداند که کدام مجموعه از مشوق‌ها می‌توانند رانندگان را بعد از رساندن مسافرانی که به یک کنسرت بزرگ یا رویوداد ورزشی مهم می‌روند، دوباره به مرکز شهر بکشانند. در دو دوره زمانی بین سال‌های ۲۰۱۵ و ۲۰۱۷ میلادی، «جان لیست»، استاد دانشگاه شیکاگو و همکارانش در شرکت لیفت، دانشگاه دولتی آریزونا و دانشگاه بوستون به بررسی دو عامل قیمت‌ها و زمان انتظار در فرآیند ارزیابی ارزش زمان برای سفرهای لیفت در ۱۳ شهر مختلف آمریکا پرداختند. نتایج این مطالعه نشان داد که کاربران لیفت ارزش زمان خودشان را چیزی در حدود ۱۹ دلار برای هر ساعت می‌دانند. یافته‌های این مطالعه همچنین به ایجاد یک قابلیت جدید در اپلیکیشن لیفت منجر شد که به آن «منتظر بمان و صرفه‌جویی کن» گفته می‌شود. این قابلیت به مسافران اجازه می‌دهد تا زمان انتظار بیشتری را انتخاب کنند و در مقابل، کرایه کمتری بپردازند. با این اوصاف، سیلیکون‌ولی تجربه موفق‌تری از استخدام اقتصاددانان در سال‌های اخیر داشته است و احتمالاً در سال‌های آینده با سختگیری بیشتری به انتخاب و استخدام اقتصاددانان دقیق‌تر خواهد پرداخت. «جان لیست» براساس مشاهداتش در این زمینه می‌گوید: «برخلاف رشته‌هایی همانند هوش مصنوعی، بهترین افکار و اندیشه‌ها همچنان در دانشگاه‌ها مانده‌اند.» البته شاید این جریان در آینده تداوم چندانی نداشته باشد. «جیمز وایوز ای‌باستیدا» در این مورد می‌گوید: «دوست دارم یک استاد دانشگاه باشم. دوست دارم تمام عمرم را به کارهای تحقیقاتی بگذرانم. از طرفی می‌توانم این کار را در یک شرکت فناوری هم انجام بدهم.»



زنجره ارزش جهانی را سخت کرده است، در عین حال تعهد به توالی سیاست‌گذاری یعنی آماده‌سازی، هوشمندی و مراقبت، بالا رفتن از نردبان صنعتی شدن را تسهیل کرده است. با اینکه صنعتی‌شدگان جدید و نوظهور با چالش‌هایی نظیر ورود به اقتصاد جهانی و پیوستن به زنجره ارزش جهانی، اتصال دوباره به زنجره تأمین داخلی و همگام شدن با فناوری‌های روز که به سرعت نیز در حال تحول هستند مواجه بودند، اما هوشمندی لازم را در توالی سیاستی (اتخاذ سیاست متناسب با مقتضیات داخلی و مراقبت از سیاست تا اطمینان از دستاورد مورد انتظار) از خود نشان داده‌اند؛ آنچه متأسفانه در بسته‌های سیاستی توسعه صنعتی ایران قابل دنبال کردن نیست.

نردبان ناتمام صنعتی شدن ایران

مرور برنامه‌های پنج‌ساله توسعه و سیاست‌گذاری صنعتی کشور نشان می‌دهد که به توالی سیاست‌گذاری، تداوم و هماهنگی سیاست‌ها توجهی نشده است. نه‌تنها ظرفیت‌ها، نقاط قوت و داشته‌های اقتصاد مورد توجه قرار نگرفته و قابلیت‌سازی انجام نشده، بلکه محدودیت‌های درونی و برون‌زای کشور نیز در سیاست‌گذاری لحاظ نشده است. با وجود اینکه تجربه کشورهای موفق نشان می‌دهد در سیاست‌گذاری، تداوم و توالی مشخصی برای هدف‌گذاری فعالیت‌ها، حمایت و توسعه آنها وجود داشته، اما در سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌های توسعه صنعتی ایران بدون اولویت‌بندی تلاش شده منابع محدود به تمام فعالیت‌ها بدون اولویت‌بندی اختصاص یابد؛ یعنی بدون توجه به فضای سیاست‌گذاری و پارادایم صنعتی غالب کشور، بسته‌ای از تمام سیاست‌های صنعتی اجرایشده توسط کشورهای موفق صنعتی‌شده، در برنامه گنجانده شده است؛ این در حالی است که در کشورهایی که با موفقیت از نردبان صنعتی‌شدن بالا رفته‌اند، توالی سیاستی حاکم بوده است.

با توجه به مقتضیات پارادایم صنعتی شامل پارادایم فناوریانه، الگوی سازمانی تولید و شرایط تقاضای جهانی و همچنین فضای سیاست‌گذاری، بسته سیاستی متفاوتی اتخاذ شده است. همانطور که اشاره شد، صنعتی‌شدگان جدید و نوظهور با وجود چالش‌ها اما توالی سیاستی را به طور جدی مورد توجه قرار داده‌اند؛ چیزی که در بسته‌های سیاستی توسعه صنعتی ایران قابل دنبال کردن نیست. تولید کارخانه‌ای، محرک اصلی رشد اقتصادی در گام‌های نخست صنعتی‌شدن است؛ این گزاره هم از دل نظریه‌های سیاست صنعتی و هم از دل تجربه کشورهای موفق در مسیر صنعتی‌شدن به دست می‌آید؛ اگرچه پس از طی کردن مراحل اولیه صنعتی‌شدن و به تبع آن، بالا رفتن سطوح درآمد سرانه کشورها به‌تدریج اثرگذاری صنایع کارخانه‌ای در شکوفایی اقتصادی و سهم از تولید ناخالص داخلی آنها کمتر می‌شود.

با ایجاد ظرفیت حکمرانی، تأمین منابع و ثبات اقتصاد کلان برای تولید صنعتی، هوشمندی یا انتخاب سیاست‌های مناسب برای بهره‌برداری از قابلیت‌ها و در نظر گرفتن شرایط در کنار مراقبت به معنای مراقبت از تداوم و هماهنگی سیاست‌هاست. مرور تجربه تحول تولید در کشورهای موفق نشان می‌دهد که کشورها باید با توجه به تجربیات جهان در برخورد با دو مسئله سیاست تجاری و پارادایم صنعتی غالب، نسبت به مدیریت بخش صنعت خود اقدام کنند. پارادایم صنعتی غالب در جهان طبق نظر نویسندگان گزارش بدان معناست که تولید صنعتی را ذیل سه مقوله پارادایم فناوریانه غالب در جهان، الگوی سازمانی تولید و محیط جغرافیایی معنا و مدیریت کند. دلیل عمده ناتوانی کشورها در ورود به باشگاه کشورهای صنعتی نیز همین است. بررسی تجربه سه موج مختلف از کشورهای موفق در مسیر توسعه نشان می‌دهد که سه چالش تولیدکنندگان در کشورهای مختلف جهان در مسیر صنعتی‌شدن به ترتیب شامل «ورود به اقتصاد جهانی»، «اتصال دوباره به سیستم تولید داخلی» و «همگام‌شدن با تغییرات فنی» است.

تجربیات جهانی صنعتی‌سازی

مرور تجربه تاریخی کشورهای موفق در مسیر توسعه و صنعتی‌شدن، این حقیقت را آشکار می‌کند که اگرچه مسیر و نسخه واحدی برای صنعتی‌شدن وجود ندارد، اما تمام کشورهای موفق در تسلسل سیاست‌گذاری توالی منظمی را پیموده‌اند. پیش از هر چیز تمام کشورهای موفق صنعتی‌شده به ایجاد ظرفیت حکمرانی، بسیج منابع و ثبات اقتصاد کلان پرداخته و به عبارت دقیق‌تر اقتصاد را آماده ورود به دالان صنعتی‌شدن کرده‌اند. پس از آن به ظرفیت‌ها، داشته‌ها، محدودیت‌ها و تفاوت‌های خود با سایر کشورها توجه داشته و با هوشمندی به انباشت قابلیت‌ها پرداخته و سیاست‌گذاری صنعتی را متمرکز بر نقاط قوت خود تنظیم کرده‌اند. در نهایت در تمام مسیر پیمودن نردبان صنعتی‌شدن از دستاوردهای سیاست‌ها و برنامه‌ها مراقبت کرده‌اند. این امر به معنای آن است که بر تداوم و هماهنگی سیاست‌ها تأکید داشته‌اند.

مقایسه تجربه سه گروه از کشورها، شامل صنعتی‌شده‌های اولیه، جدید و نوظهور نشان داد، به‌رغم وجود «فضای سیاست‌گذاری جهانی» و «پارادایم صنعتی غالب» متفاوت در زمان ورود هر گروه از کشورها به دالان صنعتی‌شدن، تمام گروه‌های موفق صنعتی‌شده به توالی سیاست‌گذاری، تداوم و هماهنگی متعهد بوده‌اند؛ اگرچه فضای متفاوت سیاست‌گذاری جهانی و گسترش زنجره ارزش جهانی، چالش‌هایی را برای گروه‌های جدید صنعتی‌شده به وجود آورده است. به عنوان مثال، محدودیت‌های تجاری فضای سیاست‌گذاری داخلی را محدودتر کرده و چالش محدودیت منابع مالی برای ورود فناوری‌های روزآمد، پیوستن به

فرصت امروز: ایران با وجود آنکه همواره دغدغه توسعه داشته، اما نه تنها نتوانسته به این مهم دست یابد بلکه دچار تله صنعت‌زدایی زودهنگام هم شده است. اگر توسعه صنعتی همانند نردبانی باشد که کشورها آرام آرام از آن بالا می‌روند تا به سطحی مشابه با بهترین صنعتگران جهان برسند، ثبات اقتصاد کلان بستر تداوم حرکت کشورهاست. با این حال، بررسی دو شاخص تورم و کسری بودجه نشان می‌دهد که ایران در برقراری ثبات اقتصاد کلان، یعنی پله اول نردبان صنعتی‌شدن ناموفق بوده است. با اینکه یک مسیر و یک نسخه واحد برای صنعتی‌شدن وجود ندارد، اما آنچه در همه کشورهای موفق در مسیر توسعه صنعتی به چشم می‌خورد، ثبات اقتصاد کلان و به عبارت بهتر، آماده‌سازی اقتصاد برای ورود به دالان صنعتی‌شدن است؛ آنچه متأسفانه اقتصاد ایران در همه این سال‌ها فاقد آن بوده و این نوسان و بی‌ثباتی همچون مورینه‌ای، پایه‌های اقتصاد ایران – برای بالا رفتن از نردبان توسعه صنعتی – را پوک و نابود کرده است. گزارش تازه موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی نشان می‌دهد که فقدان ثبات اقتصاد کلان، ریشه توسعه‌نیافتگی ایران است. از آنجا که سیاست‌گذاران کشور در سال‌های اخیر از مهار تورم و کسری بودجه ناتوان مانده‌اند، از ایجاد فضایی مناسب برای تولیدکنندگان صنعتی عاجز بوده‌اند. ضعف ایران در ایجاد ثبات اقتصاد کلان که با دو شاخص تورم و کسری بودجه ناکام مانده است، از اثر منفی بی‌ثباتی اقتصاد ملی بر توسعه صنعتی در کشور حکایت دارد.

۳ چالش در مسیر توسعه صنعتی

بازوی پژوهشی وزارت صمت در ادامه سلسله گزارش‌های «سیاست صنعتی پایدار و فراگیر»، این بار به بررسی پیش‌شرط‌های توسعه صنعتی پرداخته و تجربیات موفق جهانی و درس‌های لازم برای اقتصاد ایران را در گزارش «نردبان صنعتی‌شدن: آموزه‌هایی از روندهای جهانی» گوشزد کرده است. طبق ارزیابی موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، ثبات اقتصاد کلان، کلید ورود به دالان صنعتی‌شدن است و این در حالی است که سیاست‌گذاران در ایران عمده‌تا به دلیل عدم‌رعایت توالی سیاست صنعتی از دستیابی به توسعه صنعتی که بارها آن را در قالب طرح‌ها و برنامه‌های ملی عنوان کرده‌اند، ناکام مانده‌اند. ضمن اینکه هوشمندی لازم برای درک شرایط و اتخاذ سیاستی متناسب با مقتضیات داخلی و مراقبت از سیاست تا اطمینان از دستاورد مورد انتظار را نداشته‌اند.

ایران یک سه‌گانه جهانی را که زمینه‌ساز توسعه صنعتی است، به شکلی ناقص و ناتمام انجام داده است. در تجربه کشورهای موفق صنعتی‌شده، چارچوب منظمی وجود دارد که با عنوان توالی سیاست‌گذاری از آن یاد می‌شود و سه قسمت دارد که در نهایت به کشورها برای بالا رفتن از نردبان توسعه صنعتی کمک می‌کند. این سه قسمت شامل آماده‌سازی

سایه سنگین رکود بر معاملات ملکی ادامه دارد

کلید نامعادله بازار مسکن

دارد، اما نباید از آن بهره‌برداری سیاسی شود. زمانی که موضوع ساخت یک میلیون واحد مسکونی مطرح می‌شود، ممکن است بخش خصوصی خود را از ساخت و ساز کنار بکشد. این مسئله فشار تقاضا در بازار مسکن را افزایش می‌دهد و اثرات اقتصادی و اجتماعی ایجاد می‌کند.

این کارشناس بازار مسکن، رکود فعلی را گذرا می‌داند و توضیح می‌دهد: نامعادله بخش مسکن از قبل انقلاب وجود داشته و هیچ‌گاه در ۵۰ سال گذشته حل نشده است. دولت‌ها زحمانی کشیده‌اند اما انطور که باید و شاید از بخش خصوصی حمایت نشده است. نقش دولت، پیمانکاری نیست. دولت باید تسهیلگری کند و تولید مسکن را به بخش خصوصی بسپارد. در دهه‌های گذشته حدود ۹۷ درصد ساخت و ساز توسط مردم انجام شده است و دولت‌ها بیش از ۳ درصد نقش نداشته‌اند. متولی‌گری دولت در این بخش، اثرات منفی بر بازار ایجاد می‌کند.

سنارییان با اشاره به مسیر زمانی بازار مسکن در طول سال می‌گوید: همواره در دهه‌های گذشته این‌طور بوده که بازار مسکن در ماه‌های ابتدایی سال رشد می‌کند، در نیمه دوم به ثبات نسبی می‌رسد و مجدداً در بهمن و اسفند رونق می‌گیرد، اما هرگز نرخ رشد آن متوقف نشده و بازارهای رقیب را درنور دیده است. البته دولت سیزدهم اعلام کرده که می‌خواهد در پروژه نهضت ملی مسکن برای بخش خصوصی تسهیلگری کند که امیدواریم تحقق این هدف منجر به ایجاد آرامش در بازار مسکن شود.

بنابراین انتظار می‌رود با پایان ماه صفر، حجم معاملات اندکی افزایش پیدا کند، اما اثر ریسک‌های غیراقتصادی تا زمان مشخص شدن وضعیت ادامه خواهد داشت. طبق شاخص بانک مرکزی، قیمت مسکن شهر تهران در مردادماه نسبت به تیرماه ۲.۵ درصد افزایش یافت. رشد ماهیانه در تیرماه ۵.۸ درصد و در خردادماه ۸.۴ درصد بوده است. بر این اساس، تورم ماهیانه مسکن در مقایسه با خردادماه به کمتر از یک سوم رسیده است. در مردادماه میانگین قیمت مسکن شهر تهران به ۴۲.۷ میلیون تومان در هر متر مربع رسید و در حال حاضر گزارش‌ها از ثبات بازار در ۲۰ روز ابتدای شهریورماه حکایت دارد. تعداد معاملات نیز در مردادماه به ۷ هزار و ۸۵۲ فقره رسید که از کاهش ۲۴ درصدی در مقایسه با تیرماه حکایت دارد. در تیرماه نیز حجم معاملات در مقایسه با خردادماه ۲۶ درصد کاهش یافته بود. بدین ترتیب، خرید و فروش ملک در شهر تهران نسبت به دو ماه قبل تقریباً نصف شده است.

در همین زمینه، بیت‌الله ستاریان، کارشناس اقتصاد مسکن در تحلیل شرایط فعلی این بازار می‌گوید: تا زمانی که عرضه و تقاضا در بازار مسکن به تناسب نرسد، مشکلات این بخش در بلندمدت حل نخواهد شد. البته ممکن است در مقطعی به دلیل اثرگذاری متغیرهای کوتاه‌مدت شاهد افت بازار باشیم، اما راه حل اصلی، تولید مسکن است. به گفته ستاریان، ساماندهی بازار مسکن تأثیر زیادی بر آرامش اجتماعی و سیاسی جامعه

بانک نامہ

سکه وارد کانال ۱۴ میلیون شد

سیگنال برج‌های در بازار ارز

به نظر می‌رسد پس از تحریم‌های جدید آمریکا علیه ایران و سیگنال‌های بد و تقیض برج‌های، انتظارات صعودی در دیگر در بازار ارز تقویت شده است. به طوریکه قیمت دلار در هفته جاری در بازار تهران اوج گرفت. تا لحظه نگارش این گزارش به ۳۰ هزار و ۴۰۰ تومان رسید. افزایش قیمت دلار در شرایطی رقم خورد که از آخرین روز کاری هفته گذشته پنجشنبه ۱۷ شهریورماه هر دلار آمریکا ۳۰ هزار و ۱۶۰ تومان بود و این نشان می‌دهد که قیمت دلار در این هفته به واسطه سیگنال‌های ضد تقیض برج‌های چند صد تومان افزایش داشته است. وزارت خزانهداری آمریکا به تازگی در بیانیه‌ای وزارت اطلاعات را به دلیل انجام فعالیت‌های مخفیانه علیه ایالات متحده و تلاش در نفوذ در فهرست تحریم قرار داده است. مدیران شرکتیابی اروپایی در بیانیه‌ای به انتقاد از ایران پرداختند و مدعی شدند که خواسته ایران (مبنی بر اینکه آژانس بین‌المللی انرژی اتمی حقیقتش درباره ذرات اورانیوم یافت‌شده در سه سایت هسته‌ای را به یان برساند)، مذاکرات را به خطر می‌اندازد. در این شرایط، فعالان بازار دلار می‌گویند در صورتی که بازار ساز و مدار می‌ماند، ممکن است قیمت دلار تا نیمت حدود ۱۲ هزار تومان هم خیز بردارد. البته حکمران سلطانی‌زاده، بزرگ کانون صرفه‌ایان ایران اعتقاد دارد که افزایش جزئی نرخ ارز به دلیل دیک شدن به تعطیلات آخر هفته و شهریورماه و سفرهای اربعین رخ داده است. به گفته او، با وجود سفرهای اربعین و سفرهای پایان شهریورماه بها حدود ۰۵ درصد نرشد معاملات را در بازار شاهد بودیم که این رقم بران توجهی ندارد. به موازات افزایش قیمت دلار در معاملات آزاد بازار ایران، قیمت صرفه‌ای بانکی نیز به ۱۶ تومان افزایش قیمت در روز گذشته به رقم ۲۸ هزار و ۶۱۸ تومان به فروش رسید. هر یورو در شرایطی با بدون تغییر قیمت در همان رقم ۲۸ هزار و ۶۲۲ تومان معامله شد. قیمت خرید هر دلار توسط صرفه‌ای بانکی ۲۸ هزار و ۳۳۳ تومان نرخ خرید هر یورو نیز ۲۸ هزار و ۳۵۷ تومان اعلام شد. در بازار سکه و طلا نیز گذشته قیمت سکه طرح جدید با ۱۰۰ هزار تومان افزایش به ۱ میلیون و ۱۰۰ هزار تومان رسید. سکه کام بهار آزادی طرح قدیم نیز ۱ میلیون و ۲۵۰ هزار تومان معامله شد. نیم سکه ۸ میلیون تومان، ربع سکه ۵ میلیون تومان و سکه یک گرمی ۴ میلیون و ۵۰ هزار تومان قیمت بود. در بازار طلا نیز نرخ هر گرم طلای ۱۸ عیار به یک میلیون و ۲۹۵ هزار تومان رسید و قیمت هر مثقال طلا ۵ میلیون و ۶۱۴ هزار تومان شد. به واسطه این‌ها تحلیل‌گران به نظر تعطیلی بازارهای جهانی در همان رقم و هزار و ۷۱۷ دلار و ۴۷ سنت بایک ماند.

برنده جایزه نوبل اقتصاد:

ارزش واقعی بیت کوین صفر است

یوجین فاما، برنده جایزه نوبل اقتصاد سال ۲۰۱۳ و استاد، سرور مالی در دانشگاه شیکاگو گفت که بیت‌کوین و طلا، برای مقایسه‌گذاری‌های بلندمدت هیچ هستند. او با اشاره به اینکه ارزش سرمایه‌گذاری در بیت‌کوین در حد صفر است، توضیح داد: بازار متوجه نشده است که بیت‌کوین هیچ ارزشی ندارد. در حال حاضر، حدس من از منتهی کلاهبرداران هم معامله نمی‌کنند و آن را نگه می‌دارند. به گفته فاما، طلا نیز قیمت بسیار نوسانی دارد و مایع و خوشنماست و برای تورم است زیرا قیمت آن نسبت به قیمت کالاها و خدمات بسیار متغیر است. به گزارش کیوتونیزو، دوین ایالات متحده در ماه سپتامبر در حالی که ۸،۵ درصد رسید که تورم سطح بالای تورم در سال گذشته محسوب می‌شود. برنده جایزه نوبل اقتصاد در این دوره گفت که تورم او بسیار نخود می‌کند. فاما افزود: فدرال رزرو در قدیم برای مقابله با تورم ذخایر را منقبض می‌کرد اما اکنون یکسری می‌کند که می‌تواند این کار را با افزایش نرخ بهره در ذخایر انجام دهد و مردم را کمتر تمایل به نگهداری‌های دیگر یا انجام هر کار دیگری داشته باشد اما سوال اینجاست که این نرخ بهره چقدر بالاست؟ به گفته وی، حتی اگر فدرال رزرو نرخ بهره را کاهش دهد، سواحت بالا افزایش پیدا می‌دهد، اما این برای رفع تورم کاربران نیست. فاما گفت که اگر به جای جرم پول، رئیس فدرال رزرو بود، شغل دیگری پیدا می‌کرد. در حال حاضر، آخرین تغییرات قیمتی در بازارهای دیجیتال نشان می‌دهد که بیت‌کوین با قیمت ۲۱ هزار و ۵۴۲ دلار حدود ۰،۲۸ درصد کاهش در ۲۴ گذشته و بالغ بر ۱،۱۹ درصد افزایش در یک هفته اخیر را تجربه کرده است؛ قیمتی که رزوند از کف قیمتی بیت‌کوین در روزهای اخیر کمی فاصله گرفته و هنوز با روند افزایشی چند ماه قبل آن، اختلاف چشمگیری دارد.

مسکن صدرنشین و خودرو قعرنشین بازارها شد

بازدهی بازارها در نیم سال ۱۴۰۱



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 این سال گذشته یازده سرمایه گذاری در بازار خودرو برای نخستین بار از ماه ۱۳۹۷ تاکنون منفی شده است. از ابتدای سال جاری تحت تأثیر تغییر سیاست‌های اقتصادی، بازارها دستخوش تغییر و تحول شده‌اند، به‌طوری که آمارها نشان می‌دهد روند رشد قیمت‌ها در بازار طلا و از متوقف‌شده 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 این ماه گذشته دچار افت قیمتی 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. براساس آمارها، بازار مسکن از ابتدای سال تاکنون با بیشترین رشد قیمت مواجه شده است. ۳۰ درصد رشد در پنج ماهه سال جاری در صدر همه بازارها قرار گرفته است. روند رشد قیمت‌ها در بازار مسکن حتی از نرخ تورم هم بیشتر بوده است. طبق داده‌های مرکز آمار ایران، شاخص قیمت مصرف‌کننده در پنج ماهه اسامال ۲۸ درصد رشد کرده که این میزان کمتر از میزان رشد قیمتی در بازار مسکن است. در نظر می‌گیرد که تحت تأثیر تغییر و تحولات اقتصادی در بازار مسکن است. از پنج ماه گذشته به سمت بازار مسکن حرکت کرده و همین عامل از جمله دلایل رشد نجومی قیمت مسکن بوده است. البته آخرین گزارش بانک مرکزی از تحولات بازار مسکن شهر تهران در مردادماه از کاهش ۲۴ درصدی حجم معاملات و افت بیش از ۳ درصدی قیمت‌ها حکایت دارد. آنچه می‌تواند نشانه‌ای از ورود تدریجی بازار مسکن به فاز رشد باشد، طبق گفته بانک مرکزی، میانگین قیمت هر متر خانه در شهر تهران طی مردادماه ۴۲٫۷ میلیون تومان رسید که نسبت به تیرماه ۲۰۲۵ درصد و نسبت به مرداد سال قبل ۳۸ درصد افزایش یافته است.

قعرنشینی بازار خودرو و سهام

با وجود آنکه از سال ۱۳۹۷ تا پایان سال قبل، بخش زیادی از نقدینگی به سمت بازار خودرو حرکت کرد، جدیدترین 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

۱۰۰ تراکنش واریز در ماه به ارزش بیش از ۳۵ میلیون تومان

ماهیت حساب تجاری اعلام شد

و با اشاره به اقدام افراد برای تجاری شدن حساب‌های خود تأکید کرد: در روش نخست، اشخاص می‌توانند با مراجعه به درگاه‌های تعیین شده توسط سازمان امور مالیاتی کشور، شماره حساب یا حساب‌های تجاری خود را اعلام کنند. معمولاً سازمان امور مالیاتی کشور در زمان تکمیل اظهارنامه‌های مالیاتی، شماره حساب‌های تجاری صاحبان کسب و کار را از آنها استعلام می‌کند، بنابراین افراد می‌توانند از همان درگاه، شماره حساب‌های تجاری خود را اظهار کنند. پس از اظهار مودی، سازمان امور مالیاتی کشور صحت اطلاعات حساب و تعلق آن به مودی را از سامانه‌های سیاحت بانک مرکزی استعلام می‌کند و در صورت تأیید، مراتب را به صورت سیستمی به بانک مرکزی اعلام می‌کند. بانک مرکزی نیز شماره حساب دریافتی را به صورت سیستمی به بانک عامل برای تغییر وضعیت به حساب تجاری اعلام می‌کند. بنابراین همه حساب‌های اعلامی از سوی سازمان امور مالیاتی کشور تجاری می‌شوند. البته به استثنای حساب‌های اشخاص خارجی دارای کسب و کار که مجوز کار یا سرمایه‌گذاری در کشور را از مراجع ذی‌صلاح دریافت کرده باشند.

معاون نظارت بانک مرکزی سپس با اشاره به روش دوم ادامه داد: در روش دوم، افراد می‌توانند به بانک‌های عامل مراجعه و اطلاعات حساب‌های خود در آن‌ها را که می‌خواهند به حساب تجاری تبدیل شود اعلام کنند. در این حالت صاحبان کسب و کار باید شماره پرونده مالیاتی خود را نیز به متصدیان بانکی اعلام کنند. کسب و کار عامل اس از ارسال سیستمی اطلاعات به سازمان امور مالیاتی از مسیر یکی که بانک مرکزی تدارک دیده است و دریافت تاییدیه از آن سازمان، می‌تواند حساب معرفی شده را تجاری کنند. سرورش در پایان با بیان اینکه بانک مرکزی برای صاحبان حساب‌های تجاری، آستانه روزانه نقل و انتقالات غیر ضروری در ۵ میلیارد ریال و ماهانه ۳۰ میلیارد ریال افزایش داده است، گفت: علاوه بر آن، از آنجایی که ابزار چک در کسب و کارهای اشخاص کاربرد زیادی دارد، از نصب بازگشت چک‌های قبلی یا ثبت صدور و تأیید چک‌ها در سامانه صیاد برای صدور و اعطای دسته چک جدید که برای عموم مردم ۸۰ درصد در نظر گرفته شده بود برای صاحبان حساب‌های تجاری ۶۰ درصد کاهش یافته است. ضمناً صاحبان حساب‌های تجاری دیگر لازم نیست کارهای نقل و انتقالات بیش از ۲ میلیارد ریال خود به بانک مستند ارائه کنند.

ایمان ولی پور
ایمیل: IvanKaramazof@yahoo.com

در حالی که پایان نیمه نخست سال ۱۴۰۱ نزدیک می‌شود که بررسی جدی بازارهای موازی نشان‌دهنده صدرنشین بازار مسکن و غیرنشینوار از خودرو است. تگاهی به تحولات بازارهای مسکن، ارز، طلا، خودرو و سهام نشان می‌دهد که این بازارها همواره در اقتصاد ایران موج‌ساز داده‌اند و نوسان در هر یک از این بازارها به سایر بخش‌های اقتصاد نیز برایت کرده است. افزایش نقدینگی و در پی آن، خیز تورم در سطح جامعه، بازارهای موازی را یکی پس از دیگری تحت‌تاثیر قرار می‌دهد و برامه‌های گذران حرفه‌ای معمولاً با جابه‌جایی در بین این بازارها، سود خوبی نوسان می‌یابند.

گزارش‌های میدانی نشان می‌دهد که تأثیر تورم بر بازارهای مالی کشور، معمولاً ترتیب خاصی دارد، به طوری که ابتدا اثر خود را در بازار ارز و فاصله در بازار مسکه و طلا نشان می‌دهد. پس از آن نیز بازار خودرو، راجی و سپس مسکن و در ادامه بازار خودروهای داخلی و بازار سهام و انتشار خود قرار می‌دهد. برخی از کارشناسان در آغاز سال جاری ۱۴۰۰ متعقد بودند که بازارهای مالی در سال ۱۴۰۰ کمتر از تورم بازدهی داشتند و در نتیجه بهترین بازار برای سرمایه‌گذاری در سال ۱۴۰۱ در بین راهی مازی می‌تواند ابتدا بازار سهام و سپس مسکن باشد. با این حال، بررسی بازدهی بازارها در نیم سال اول نشان می‌دهد که هر چند بازار مسکن سوددهی خوبی داشته و در صدر جدول بازدهی بازارهای استفاده، اما در سهام همچنان با رکود فرسایشی دست و پنجه نرم می‌کند.

مسکن در صدر بازارها ایستاد

معمولاً تصور که امرا همان نشان می‌دهد بازار مسکن از ابیای سال تاکنون بیشترین رشد همیه مواجه شده است و ۳۰ درصد رشد در پنج ماه نخست امسال و صدر همه بازارها قرار گرفته است. روند رشد قیمت‌ها در پنج ماه نخست امسال حتی از نرخ تورم هم بیشتر بوده است. مطابق داده‌های مرکز آمار ایران، شاخص قیمت مصرف‌کننده که بیانگر نرخ تورم است در پنج ماه نخست امسال ۲۸ درصد رشد کرده است که این میزان کاهش از میزان رشد قیمت‌ها در بازار مسکن است. بررسی بازدهی بازارها نشان می‌دهد که

بر اساس مصوبه شورای پول و اعتبار، چنانچه یک حساب بانکی بیش از ۱۰۰ تراکنش واریز به حساب در ماه داشته باشد و ۳۵ میلیون تومان تراکنش‌ها جابه‌جا شود، تراکنش‌های تعلق می‌شود و باید مالیات پرداخت کند. پس از اجرای قانون پایداریهای فروشگاههای و سامانه‌های دیجیتال، روی دولت که منجر به سامانه ۱۹ میلیون درگاه پرداخت و کارتخوانها هدف جلوگیری از پولشویی و فرار مالیاتی شد، موضوع تفکیک حسابهای تجاری از غیر تجاری به عنوان تکمیل‌کننده این زنجیره مطرح شد که هفته گذشته بانک مرکزی در بخشنامه‌ای دستورالعمل ناظر بر ادغام سپرده تجاری و خدمات بانکی مرتبط با آن را برای اجرا به شبکه ابلاغ کرد.

براساس اعلام بانک مرکزی، ۲۲۰ هزار حساب تجاری شناسایی شده است و این موضوع از این لحاظ اهمیت دارد که فرایند اخذ مالیات از رتبه حساب انجام می شود و دیگر شاهد فرارهای مالیاتی نخواهیم بود. گفته اصغر ابوالانجم قائم مقام بانک مرکزی، طبق مصوبه شورای پول و اعتبار چنانچه حسابی بیش از ۱۰۰ تراکنش در ماه داشته باشد و ۲۵ میلیون تومان در تراکنشها جابهجا شود، تراکنش تجاری تلقی می شود. بنابراین برای افراد ارسال می شود که تراکنشهای بالایی که دارد مدتی حساب را تعطیل کند و حساب تجاری نیازمند اخذ مالیات است و چنانچه سبب شود که کار تجاری انجام نمیدهد و به اشتباه جزو حسابهای شخصی شناسایی شده می تواند مدارک مربوطه را به سازمان مالیاتی ارائه دهد و مسئله حل می شود.

به گزارش تسنیم، قائم مقام بانک مرکزی از ارسال پیامک حساب‌های جاری و غیر تجاری به افراد از ابتدای مهرماه خبر داد و افزود: نه تنها سانس‌های حساب‌های تجاری خیلی در فعالیت افراد ایجاد نمی‌کند، برای سانس‌های تجاری موارد مشوقی هم در نظر گرفته شد است.

ابودر سروش، معاون نظارت بانک مرکزی نیز هدف اصلی بانک مرکزی از یکپارچه حساب‌های تجاری از غیر تجاری را ایجاد شفافیت در نظام صادی کشور دانست و گفت: صاحبان حساب‌های تجاری دیگر لازم نیست تا برای نقل و انتقالات بیش از ۲ میلیارد ریال خود به بانک مستندت کنند، بلکه بانک‌ها فقط برای نقل و انتقالات بالاتر از مبلغ ۱۰ میلیارد ریال باید از این اشخاص مستندات مطالبه کنند.

آگهی مناقصہ عمومی

شماره ۱۴۰۱/۱۷۵



(نیروگاه شهید سلیمانی)

شرکت مدیریت تولید برق نکا در نظر دارد نسبت به تعویض کامل سیم پنج یک دستگاه الکتروموتور ۶ کیلو وات نیزگاه شهید سلیمی نکا طبق شرایط ذیل و همچنین طراحی و نصب کار بوسیله اسناد مناقصه اقدام نماید. علاقمندان میتوانند اسناد مناقصه را از روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۹/۲۰ الیابت روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۹/۲۱ به مراجعه به سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس WWW.SETADIR.IR مشاهده نمایند. ۲۰۰۹۶۹۷۱۰۰۰۰ دریافت نموده و پس از تکمیل اسناد پاکت پیشنهادی را حداکثر تا ساعت ۱۶ روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۹/۲۱ صبح ۸ ساعت ۱۴۰۱/۰۹/۲۱ با توجه به شرایط مناقصه بار و قرائت خواهد شد. بدیهی است به پیشنهادهای فاقد بارگذاری در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت ستاد فاقد امضاء، مهر و مشخصات، و بخودش و به پیشنهاد های که بعد از موعد مقرر واصل شود مطلقاً ترتیب اثر داده نخواهد شد.سایر اطلاعات و جزئیات مربوطه در اسناد مناقصه مندرج می باشد.

۱- مدت زمان انجام کار: سه ماه از تاریخ پیش پرداخت. لیکن قرارداد از تاریخ مبادله دارای ۵ ماه اعتبار می باشد.

۲- حضور پیشنهاد دهندگان یا نمایندگان آنان در جلسه گشایش پیشنهادهای مالی کمیسیون مناقصه آزاد می باشد

۳- سپرده شرکت در مناقصه: مبلغ سپرده شرکت در مناقصه ۶۵۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال است که پایستی به یکی از صورت‌های مشروحه ذیل همراه با اسناد مناقصه در بابت الف به‌دستگاه مناقصه‌گذار تسلیم گردد:

۱-۳- رسید بانکی واریز وجه مزبور به حساب سیبا ۰۸۰۶۹۲۷۱۶۰۱۰۵ این شرکت نزد بانک ملی ایران شعبه نیروگاه شهید سلیمی نکا

۲-۳- چک تضمین شده بانکی به نفع خریدار.

۳-۳- ضمانتنامه بانکی به نفع شرکت مدیریت تولید برق نکا به شناسه ملی ۱۰۱۰۱۳۳۶۷۸۷ برابر با فرم پیوست که می بایست دارای ۳ ماه اعتبار باشد.

۴- توانایی ارائه ضمانتنامه بانکی حسن انجام تعهدات به میزان ۱۰٪ مبلغ قرارداد پس از عقد قرارداد.

۵- به سپاهیندها/های فاقد اعضا، مشروط، مخدوش و پیشنهاداتی که بعد از انقضای مدت مقرر در فراخوان اصل می شود، مطلقاً تریب اثر داده نخواهد شد.

۶- سایر اطلاعات و شرایط مهم، در اسناد مناقصه مندرج است.

جهت مشاهده آگهی و خلاصه اسناد به سایت‌های www.tender.tpph.ir، www.npgm.ir و پایگاه ملی مناقصات کشور مراجعه و برای کسب موارد بازرگانی با شماره تلفن ۰۹۱۱۵۲۶۲۰۴ آقای اسدیپور و جهت کسب اطلاعات فنی بیشتر با شماره تلفن ۰۹۱۱۲۳۶۶۵۷۰ آقای مهندس فرجی تماس حاصل فرمایید.

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۱/۰۶/۲۰

تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۱/۶/۲۱

اداره روابط عمومی



رئیس سازمان بورس:

دولت تنها تعیین کننده روند بورس نیست

به گفته رئیس سازمان بورس، بازار سرمایه فقط متأثر از متغیری مانند دولت نیست، بلکه متغیرهای فراوانی مانند بازارهای جهانی، نقدینگی، رکود اقتصاد جهانی، وضعیت صنایع داخلی، قیمت نهاده‌ها، بازارهای رقیب، جنگ روسیه و... بر معاملات این بازار تأثیرگذارند؛ بنابراین نمی‌توان دولت را عامل اصلی ایجاد چنین روندی در بازار عنوان کرد.

مجید عشقی ضمن ارزیابی روند این روزهای معاملات بازار سهام به راه‌های بهبود وضعیت این بازار اشاره کرد و به ایرنا، گفت: در وضعیت فعلی یکی از مسائل مهم که می‌تواند کمک‌کننده به تغییر مسیر بازار باشد، فراهم شدن امکان افزایش ارزش معاملات بازار است. او به انتقادات صورت گرفته نسبت به نقش دولت در راستای افت شاخص بورس تأکید کرد و ادامه داد: بازار سرمایه فقط متأثر از متغیری مانند دولت نیست، بلکه متغیرهای فراوانی مانند بازارهای جهانی، نقدینگی، رکود اقتصاد جهانی، وضعیت صنایع داخلی، قیمت نهاده‌ها، بازارهای رقیب، جنگ روسیه و... بر معاملات این بازار تأثیرگذارند؛ بنابراین نمی‌توان دولت را عامل اصلی ایجاد چنین روندی در بازار عنوان کرد.

عشقی سپس به اقدامات دولت برای بهبود روند معاملات بورس اشاره کرد و توضیح داد: از سال گذشته مباحثی مانند نرخ گاز، انتشار اوراق مالی اسلامی و معافیت مالیات افزایش سرمایه شرکت‌ها که تأثیرگذار بر معاملات بورس بودند در حیطه اختیارات و تصمیم‌گیری‌های دولت قرار داشت که باید تصمیماتی درخصوص آنها با در نظر گرفتن افزایش سودآوری شرکت‌ها انجام می‌شد. با تصمیمات دولت و کمک مجلس به خوبی از این مراحل عبور کردیم و این مسائل نتوانستند تهدیدکننده معاملات فعلی بازار باشند.

رئیس سازمان بورس با اشاره به اینکه بورس از بی‌اعتمادی رنج می‌برد، خاطرنشان کرد: مدیریت محدودیت‌های مصرف برق از دیگر اقداماتی بود که جزو نگرانی‌های بازار تلقی می‌شد؛ چراکه این مسئله می‌توانست با تأثیر زیادی بر شرکت‌ها همراه شود، اما برخلاف تصورات، این مسئله به خوبی کنترل شد و تأثیر محدودیت‌های اعمال‌شده بر شرکت‌ها به حداقل رسید، هرچند اثرات آن بر تمام صنایع یکسان نبود. وی با تأکید بر اینکه دولت و سازمان بورس تا جایی که توانستند اقدام به کنترل ریسک‌ها و موانع تأثیرگذار بر معاملات بازار کردند، گفت: موضوع بی‌اعتمادی مسئولهای است که اکنون بازار از آن رنج می‌برد، این معضل از دولت قبل در بازار وجود داشت و کماکان ادامه دارد. به عقیده عشقی، رفع کامل این بی‌اعتمادی زمانبر است و طول می‌کشد تا سرمایه‌گذاران بار دیگر به فکر سرمایه‌گذاری در بازار سرمایه بیفتند.

رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار با بیان اینکه بازار سهام در موقعیت خوبی برای سرمایه‌گذاری قرار دارد، افزود: امیدواریم به مرور حجم و ارزش معاملات با افزایش همراه شود و اعتماد از دست‌رفته دوباره به بازار سرمایه بازگردد.

او با بیان اینکه در بازار سهام همه نوع سهمی وجود دارد و موقعیت سهام حاضر در بازار در زمان رشد و ریزش شاخص بورس یکی نیستند، اضافه کرد: اکنون شرایط شرکت‌ها به گونه‌ای است که ریسک زیادی تهدیدکننده شرایط آنها نیست، همچنین سهام این شرکت‌ها به دلیل اینکه در موقعیت خوبی قرار دارند برای سرمایه‌گذاری جذابند. به گفته عشقی، بار دیگر اعتماد از دست رفته به بورس باز می‌گردد و بازار سهام می‌تواند به جایگاه اصلی خود دست یابد.

از قیمت‌گذاری دستوری تا افزایش هزینه تولید

دو لبه قیچی توقف تولید

یک استاد دانشگاه با بیان اینکه افزایش حجم پول یا پول‌هایی که توسط بانک مرکزی منتشر می‌شود یکی از عوامل اصلی تورم در کشور به شمار می‌رود، می‌گوید البته عوامل اصلی در تولید تورم زیاد است، اما عرضه قراردادی از جمله مواردی است که باعث افزایش قیمت‌ها در کشور شده است.

عبدالکریم حسین‌پور از قیمت‌گذاری دستوری و افزایش هزینه تولید به عنوان دو لبه قیچی توقف تولید نام می‌برد و در گفت‌وگو با سنا، می‌افزاید: بنگاه‌های تولیدی کشور با افزایش هزینه‌های تولید مواجه شده‌اند، بنابراین برای تأمین این هزینه‌ها راهی به جز افزایش قیمت‌ها ندارند. البته گاهی راه‌حل‌هایی چون کمپین نخریدن کالا از سوی جامعه و مصرف‌کنندگان مطرح می‌شود ولی این راه حل‌ها به نتیجه نمی‌رسد. طبیعی است وقتی تولیدکننده با افزایش هزینه زیاد (که عوامل مختلفی بر آن تأثیر گذاشته) کالایی را تولید کرده، قیمت کالا را کاهش نمی‌دهد حتی اگر آن کالا توسط مصرف‌کننده خریداری نشود. از طرف دیگر، نخریدن کالا باعث می‌شود که شرکت‌های تولیدی به مرز ورشکستگی برسند. شرکت‌های خودروسازی یکی از این نمونه‌ها هستند. این شرکت‌ها از یک طرف با قیمت‌های دستوری مواجه هستند و از طرف دیگر هزینه‌های تولید برای آنها افزایش یافته است. متأسفانه در کشور تناسبی بین طرف عرضه و حجم پول وجود ندارد.

به عقیده حسین‌پور، یکی از راهکارهایی که می‌تواند باعث شود تولید رونق بگیرد، گسترش صادرات است. تولیدکنندگان باید بتوانند محصولات خود را به کشورهای صادر کنند. باز شدن کانال تجارت بین‌الملل بین کشورهای همان تجارت بین‌الملل است که باعث می‌شود رفاه مصرف‌کننده و بازار رفاه حداکثری برای تولیدکنندگان ایجاد شود. چون نمی‌توانیم با کشورهایی که از لحاظ جغرافیایی از ایران دور هستند تجارت کنیم، طبیعتاً باید روی کل صادرات و واردات تمرکز داشته باشیم تا به سمت اقتصاد باز حرکت کنیم.

این استاد دانشگاه با اشاره به لزوم ارزیابی سیاست‌های اقتصادی می‌گوید: بسیاری از سیاست‌ها در بلندمدت اثرات خود را نشان می‌دهند و در کاهش تورم نقش دارند. بنابراین ما نباید طی یک دوره چند ماهه به ارزیابی یک سیاست بپردازیم. ارزیابی این سیاست‌ها نیازمند زمان است چون تمام سیاست‌ها در ایام با وقفه همراه هستند و می‌توانند تا مدت‌ها بعد اثرات خود را نشان دهند. حتی ممکن است مشکلات فعلی کشور در نتیجه سیاست‌های چند سال قبل باشد که هم‌اکنون خود را در اقتصاد کشور نشان می‌دهد.

بورس تهران چگونه کانال ۱.۴ میلیون واحدی را از دست داد؟

نامیدی از برجام در تالار شیشه‌ای



بهادر به ارزش ۲۶ هزار و ۹۱۷ میلیارد ریال معامله شد.

شرکت پتروشیمی پردیس (شپدیس) با ۲۲۸ واحد، پتروشیمی نوری (نوری) با ۹۰ واحد، مبین انرژی خلیج فارس (مبین) با ۸۶ واحد، تأمین سرمایه ملت (تملت) با ۷۲ واحد، پالایش نفت بندرعباس (شسبندر) با ۷۱ واحد و ملی کشت و صنعت و دامپروری پارس (زیپارس) با ۶۴ واحد با تأثیر مثبت بر شاخص بورس همراه شدند. در سمت مقابل اما صنایع پتروشیمی خلیج فارس (فارس) با ۹۱۱ واحد، توسعه معادن و صنایع معدنی خاورمیانه (میدکو) با ۵۹۵ واحد، کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران (حکشتی) با ۵۲۷ واحد، بانک ملت (ویملت) با ۴۱۸ واحد، معدنی و صنعتی چادرملو (کچاد) با ۳۴۸ واحد و بانک پاسارگاد (ویپاسار) با ۲۷۸ واحد تأثیر منفی بر شاخص بورس داشتند. سایپا (خسایپا)، شرکت سرمایه‌گذاری تأمین اجتماعی (شتسا)، ایران خودرو (خودرو)، گسترش سرمایه‌گذاری ایران خودرو (خگستر)، انتقال داده‌های آسیا تک (آسیاتک)، پالایش نفت اصفهان (شسپنا) و دشت مرغاب (غدشت) در گروه نمادهای پُرتراکنش قرار داشتند. گروه خودرو هم در معاملات یکشنبه صدرنشین برترین گروه‌های صنعت شد و در این گروه ۷۴۸ میلیون و ۶۹۸ هزار برگه سهم به ارزش ۲ هزار و ۳۵۵ میلیارد ریال دادوستد شد.

در آن سوی بازار نیز شاخص کل فرابورس بیش از ۱۰۶ واحد کاهش داشت و به ۱۸ هزار و ۸۷۴ واحد رسید. در این بازار بیش از ۲ میلیارد و ۶۰۴ میلیون برگه سهم و اوراق مالی دادوستد شد و تعداد دفعات معاملات فرابورس بیش از ۱۷۲ هزار و ۷۲۲ نوبت بود. ریل پرداز نوآفرین (حافرین)، محبیه سامانه نرم‌افزاری نگین (توسن)، صنایع پتروشیمی تخت جمشید (شجم)، کشاورزی مکتبیزه اصفهان کشت (زکشت) و پالایش نفت شیراز (شران) با تأثیر مثبت بر شاخص فرابورس و سنگ آهن گهرزمین (کگهر)، پتروشیمی زاگرس (زاگرس)، بهمن دیزل (خدیزل)، بیمه پاسارگاد (پباس)، تولید نیروی برق دماوند (دماوند) و پلیمر آریاساسول (آریا) با تأثیر منفی بر این شاخص همراه شدند.

ریزش اخیر بورس منطقه‌ای است؟

یک تحلیلگر بورس در مورد ریزش دو روز اخیر بورس تهران بر این باور است که بازار سرمایه را می‌توان هم به صورت کوتاه مدت و هم بلندمدت تحلیل کرد. در تحلیل کوتاه مدت، بازار سرمایه عمدتاً از متغیرهای سیاسی و سیاستی متأثر می‌شود، اما در تحلیل بلندمدت معمولاً بازار

سرمایه از متغیرهای کاملاً اقتصادی تأثیر می‌پذیرد و فقط آن دسته از متغیرهای سیاسی در بلندمدت تأثیرگذار خواهد بود که منجر به تغییر ساختارها شود. مصطفی محبی مجد در تحلیل بلندمدت بازار سرمایه به سنا گفت: یکی از متغیرهای اثرگذار در تحلیل بلندمدت بازار سرمایه که می‌تواند محرک ورود نقدینگی به این بازار شود، نرخ بهره بین بانکی است که در دو سال گذشته روند کاهشی نداشته و نوسان‌های اندک هم اثر چندانی بر هدایت نقدینگی به سمت این بازار نداشته است. متغیر اثرگذار دیگر، نرخ ارز در سامانه نیما است که در صورت نزدیک شدن به نرخ بازار آزاد موجب کاهش P/E و افزایش حاشیه سود شرکت‌های صادرات محور بازار سرمایه خواهد شد؛ ولی کماکان شاهد فاصله نرخ سامانه با بازار آزاد هستیم. (البته افزایش نرخ ارز نیمایی موجب کاهش سطح رفاه اقشار متوسط و ضعیف خواهد شد و دلیل اصرار سیاست‌گذاران به دو نرخی بودن ارز احتمالاً همین موضوع بوده است).

او با اشاره به منفی‌های دو روز اخیر توضیح داد: اگرچه در دو روز گذشته بازار سرمایه منفی بوده و شاخص کل بورس هم افت تقریباً ۲۲ هزار واحدی داشته؛ اما نکته قابل توجه حجم پایین معاملات نسبت به ارزش بازار بود و این اتفاق نشان می‌دهد هم فروشنده جدی در بازار نیست و هم نقدینگی چندانی در بازار وجود ندارد. به رغم خلق نقدینگی در دو سال گذشته، این نقدینگی به سمت بازار سرمایه هدایت نشده و با توجه به ورود تعدادی شرکت جدید به این بازار (عرضه‌های اولیه)، پول جدیدی وارد این بازار نشده است.

محبی مجد در پاسخ به این سوال که روزهای تلخ بازار سرمایه چه زمان خاتمه می‌یابد؟ گفت: با باید اتفاقی سیاسی مثل احیای برجام، خوش‌بینی نسبت به بازار سرمایه را افزایش دهد یا اخبار سیاستی از جمله واگذاری بلوکی خودروسازان، افزایش سرمایه از محل مازاد تجدید ارزیابی دارایی‌ها، تغییر نرخ بهره بین بانکی و... از سوی وزارت صمت، وزارت نفت و یا بانک مرکزی به بازار سرمایه مخابره شده و برخی صنایع و شرکت‌های بازار را جذاب کند. بازار سرمایه به دنبال تغییراتی است که جریان‌سازی کند و برای این جریان‌سازی باید اتفاقاتی رخ دهد که در بلندمدت روند سودآوری شرکت‌ها را تحت تأثیر قرار دهد. وعده‌های مثبت و گفتاردرمانی دیگر تأثیری در تغییر روند این بازار نخواهد داشت و باید منتظر اتفاقات اثرگذار بر اقتصاد کشور یا عملیات شرکت‌ها بود.

دلایل ریزش بورس در روزهای گذشته

نامیدی از برجام به تالار سرمایه رسید

قیمت نفت و فلزات بودیم، اما در این میان، نکته قابل توجه این است که چنین افزایشی در نرخ بهره بانکی اروپا از زمان راه‌اندازی واحد پول یورو در بیش از دو دهه گذشته بی‌سابقه بوده است. بنابراین در چنین شرایطی که در کنار افزایش نرخ بهره اقتصادهای مهم دنیا، اخبار ضدونقیضی به‌طور مستمر از روند مذاکرات وین مخابره می‌شود و طرفین مذاکره‌کننده اغلب نظری متفاوت و عکس هم به رویدادهای حاصله دارند، بازار سهام طبیعتاً در روند فرسایشی و رکودی خود پایدار باقی می‌ماند، مگر اینکه معضل دیرینه آن یعنی برجام به سرانجام برسد و تکلیف بازارهای مالی کشور مشخص شود؛ چراکه در ادامه این بی‌خبری، رکود بازارها بیش از پیش بر ناکارآمدی سرمایه‌گذاری در بورس تهران می‌افزاید و سرمایه‌گذاران را بیش از پیش از سرمایه‌گذاری در بازار سرمایه دلسرد می‌کند.

البته این موضوع به این معنا نیست که با مشخص شدن نتیجه مذاکرات برجام، بازارهای مالی با رشد شارپی همراه خواهند شد. دلیل چنین دیدگاهی این است که اتفاقاً با احتمال عدم‌توافق در مذاکرات هسته‌ای، بازارها در کوتاه‌مدت در بازه‌ای منفی معامله خواهند شد؛ چراکه ممکن است به شکلی موقت شاهد افت هیجانی در بازار ارز باشیم، اما حتی اگر توافقی هم در مذاکرات هسته‌ای حاصل نشود، صرفاً مشخص‌شدن سرانجام این بلاتکلیفی می‌تواند بازارها و البته سرمایه‌گذاران را از غبار سردرگمی و تردید نجات دهد و ادامه مسیر را برای آنها روشن سازد.

مالی داخلی مجدداً در فاز منفی قرار گرفتند و احتمال حصول توافق در مذاکرات هسته‌ای را بسیار دورتر از قبل می‌پندارند؛ زیرا وزیر خارجه ایالات متحده به‌رغم اینکه از حل‌شدن بسیاری از شکاف‌ها و کنار گذاشته‌شدن بسیاری از خواسته‌های غیربرجامی ایران طی هفته‌های گذشته خبر داد، پاسخ‌مکتوب اخیر ایران به پیشنهادهای اتحادیه اروپا را یک عقبگرد دانسته و از آن به عنوان عامل اصلی توقف در مذاکرات برجامی یاد کرده است. آنتونی بلینکن با بیان اینکه «آمریکا احیای توافق هسته‌ای (برجام) را در شرایط کنونی ناممکن می‌داند و فقط وقتی حاضر به بازگشت به مذاکره است که آن را در راستای منافع ملی خود ببیند، اما آنچه تاکنون دیده‌ایم باعث عقبگرد شده و نه پیشرفت»، گفت: «قرار نیست توافقی حاصل کنیم که الزامات حداقلی ما را برآورده نکند. فقط توافقی را امضا می‌کنیم که موجب پیشبرد امنیت ملی ما شود.»

اما عدم‌توجه سرمایه‌گذاران به اخبار برجامی، معلول علت‌های مهمتر دیگری از قبیل افزایش نرخ بهره اقتصادهای بزرگی نظیر ایالات متحده آمریکا، اتحادیه اروپا و همچنین کانادا نیز هست که به دنبال آن سرنوشت بازارهای جهانی دگرگون شده است، از این‌رو براساس آخرین آمار اعلامی، نرخ بهره کانادا بیشترین میزان نرخ بهره در میان کشورهای پیشرفته را از آن خود کرده است. از طرفی بانک مرکزی اروپا در روزهای اخیر از افزایش ۰٫۷۵ درصدی نرخ بهره خبر داده که بر این اساس با رشد نرخ بهره در اروپا، شاخص دلار یک‌درصد کاهش یافت که با تضعیف دلار شاهد رشد

شاخص کل بورس تهران در اولین روز هفته و همزمان با انتشار خبرهای ناامیدکننده از مذاکرات هسته‌ای، بیش از ۱۵ هزار واحد ریخت و از کانال یک میلیون و ۴۰۰ هزار واحد عقب‌نشینی کرد. شاخص کل فرابورس هم در این روز ۱۸ هزار واحد ریزش را تجربه کرد. نماگر اصلی تالار شیشه‌ای در حالی در پایان معاملات روز شنبه روی عدد یک میلیون و ۳۹۷ هزار واحد ایستاد که پیش‌بینی می‌شود روند نزولی بازار سرمایه کماکان ادامه داشته باشد و شاهد کاهش بیشتر ارزش بورس باشیم؛ اتفاقی که در معاملات روز یکشنبه نیز رخ داد و شاخص کل بورس بیش از ۶ هزار واحد ریخت. سوال این است که دلایل اصلی افت شاخص بورس تهران در این روزها چیست؟

به‌طور کلی، ناکامی سرمایه‌گذاران در بازار سهام تا حد زیادی معلول عدم‌شفافیت در مذاکرات هسته‌ای است که این روزها به مشکلی پایدار در بورس تهران بدل شده است، به‌طوری‌که بورس‌بازان دیگر همانند قبل گوش‌به‌زنگ اخبار برجامی نیستند؛ چراکه تاکنون چندبار مذاکرات احیای برجام به نقطه پایانی نزدیک شده و در پی آن اغلب بازارها با خوش‌بینی به پیشواز توافق در مذاکرات رفته‌اند، اما نه‌تنها توافقی حاصل نشده بلکه طرفین مذاکره‌کننده توپ را به زمین یکدیگر می‌اندازند و از اعلام خبر موثق و صحیح نیز سر باز می‌زنند.

در روزهای گذشته و پس از صحبت‌های آنتونی بلینکن، وزیر خارجه ایالات متحده آمریکا در نشست خبری مشترک با دبیر کل ناتو، بازارهای

سرمایه گذاری بر روی سئو و افزایش ترافیک خرده‌فروشی‌ها



به قلم: الکسا کالینتز

کارشناس تولید محتوای بازاریابی

ترجمه: علی آل‌عی

اگر شما در کسب و کارتان فقط روی جذب ترافیک با پرداخت هزینه تبلیغاتی حساب باز کرده‌اید، دیر یا زود تمام منابع مالی‌تان از بین خواهد رفت. در چنین وضعیتی دیگر توانایی لازم برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و حفظ ترافیک بالای سایت‌تان را نخواهید داشت. این امر در عین سادگی می‌تواند برای برند شما هزینه بسیار زیادی به همراه داشته و شما را از عرصه خرده‌فروشی به طور کامل حذف کند.

امروزه دنیای سئو یکی از جذاب‌ترین حوزه‌های فعالیت دنیا را شامل می‌شود. این امر برای برندها همیشه همراه با نکات تازه و آموزنده‌ای است. درست به همین دلیل برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور مداوم با مشکلاتی رو به رو می‌شوند. نکته مهم اینکه شما باید برای بازگشت سرمایه مناسب در دنیای سئو همیشه به ویژگی‌های اصلی این حوزه یعنی کار بر روی جذب ترافیک بدون پرداخت هزینه کار کنید، در غیر این صورت خیلی زود توانایی‌تان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف از بین رفته و شما در نهایت هیچ شانس در بازار نخواهید داشت.

وقتی یک خرده‌فروشی سرمایه‌گذاری عظیمی بر روی عرصه سئو می‌کند، اول از همه میزان رفتار حرفه‌ای خودش را نشان می‌دهد. این امر به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک کرده و در ابتدای شروع به کار مشکلات عجیبی پیش روی‌تان قرار نخواهد داد. ضمن اینکه شما با سئو مناسب و کاربردی توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش می‌دهید، باید نسبت به کاهش هزینه‌های تبلیغاتی با پرداخت هزینه برای نمایش تبلیغاتی لینک‌های برنداتان در نتایج گوگل نیز توجه داشته باشید.

بسیاری از برندها هنوز هم برای کاهش هزینه‌های بازاریابی و تبلیغات از سئو سود نمی‌برند. با این حساب مشاهده شکست‌های پی در پی آنها در بازار امر عجیبی نخواهد بود. اگر شما به دنبال تاثیرگذاری حرفه‌ای بر روی مخاطب هدف در دنیای سئو هستید، باید از همین امر برای بهینه‌سازی کارتان دست به عمل بزنید. این امر با یادگیری شیوه‌های حرفه‌ای سئو صورت می‌پذیرد.

بی‌تردید برخی از خرده‌فروشی‌ها به طور طبیعی اصول اساسی در زمینه سئو را بلد هستند. خرده‌فروشی‌های بزرگی مثل آمازون به خوبی توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را داشته و امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را فراهم می‌سازد. نکته مهم اینکه شما باید برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور مداوم شرایط‌تان را تغییر دهید. این امر شامل یادگیری نکات تازه است. در غیر این صورت شاید خیلی زود از نظر مشتریان بدل به یک برند کلیشه‌ای بی‌نهایت تکراری شوید. این امر می‌تواند موقعیت برند شما در بازار را به طور قابل ملاحظه‌ای تحت تاثیر قرار دهد. پس اگر دوست دارید همیشه یک خرده‌فروشی درجه یک برای مشتریان باشید، باید اصول و شیوه‌های سئوی‌تان نیز به مرور زمان به طور حرفه‌ای افزایش پیدا کند، در غیر این صورت شاید خیلی زود توانایی‌تان در این میان از بین برود.

ما در این مقاله به بررسی برخی از مهمترین نکات در زمینه سئو محتوا خواهیم پرداخت. این امر به طور تخصصی برای کسب و کارهای حوزه خرده‌فروشی طراحی شده است. با این حال سایر کسب و کارها نیز امکان استفاده از نکات مورد بحث در این بخش را خواهند داشت.

پیدا کردن بهترین کلیدواژه‌ها برای خرده‌فروشی‌تان

برخی از خرده‌فروشی‌ها مثل آمازون یا eBay به طور کلی همه چیز را در فروشگاه‌شان عرضه می‌کنند. با این حال برخی دیگر از خرده‌فروشی‌ها گزینشی‌تر عمل می‌کنند. این امر به خرده‌فروشی‌های مورد نظر برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک کرده و شانس‌شان در بازار را نیز به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش خواهد داد. درست به همین دلیل اگر شما به دنبال تاثیرگذاری بر روی مشتریان به شیوه‌ای حرفه‌ای هستید، باید اول از همه وضعیت خرده‌فروشی‌تان را روشن کنید. این امر می‌تواند در بلندمدت به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک کرده و شرایط‌تان را نیز به طور قابل ملاحظه‌ای تغییر دهد.

پیدا کردن کلیدواژه‌های مناسب برای برندها در امر نخست امر بسیار

دشواری محسوب می‌شود. امروزه بسیاری از برندها به این مرحله هیچ توجهی نشان نمی‌دهند. درست به همین خاطر برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور مداوم با مشکلاتی اساسی رو به رو هستند. این نکته می‌تواند برای شما هزینه‌های زیادی به همراه داشته و شرایط‌تان را نیز به طور مداوم تغییر دهد. درست به همین دلیل اگر شما به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان هستید، باید قبل از هر کاری سراغ کلیدواژه‌های مناسب بروید. به عنوان مثال، اگر خرده‌فروشی شما در زمینه عرضه محصولات ورزشی فعالیت دارد، بدون تردید استفاده از کلیدواژه‌ها یا ترندهای مربوط به دنیای مد و پوشاک چندان به کارتان نخواهد آمد. در این میان شما می‌توانید از شیوه‌های بسیار متنوع دیگری برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان سود ببرید.

یادتان باشد برندهای پرشمار دیگری نیز مانند شما در بازار حضور دارند. شما در این میان باید برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف تمام تلاش‌تان را به خرج داده و از موقعیت پیش آمده نهایت استفاده را ببرید، در غیر این صورت شاید خیلی زود از فهرست برندهای دوست‌داشتنی مشتریان خارج شوید. گوگرداری از برندهای بزرگ در بازار می‌تواند یک شروع بسیار خوب برای شما و برنداتان در عرصه خرده‌فروشی باشد. این امر به شما کمک می‌کند تا کلیدواژه‌های مناسب را پیدا کرده و بدون دردسر اضافی بر روی مخاطب‌تان تاثیرگذاری کنید. در این میان برخی از مشتریان برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف مشکلات‌شان را به طور مداوم پنهان می‌کنند. نکته مهم اینکه کمک گرفتن از دیگران در زمینه خرده‌فروشی هیچ مشکلی ندارد. پس شما باید بهانه‌ها را کنار گذاشته و خیلی راحت به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با استفاده از کمک دیگر برندها با کارشناس‌ها باشید.

استفاده از بکلینک‌ها

بسیاری از کاربران وقتی یک محتوای جذاب از سایتی را مشاهده می‌کنند، مایل به مطالعه سایر محتوای آن نیز هستند. این امر به آنها برای آشنایی بهتر با سایت مورد نظر کمک کرده و در عین حال انگیزه‌شان برای خرید را نیز دوچندان خواهد کرد. نکته مهم در این میان تلاش برای استفاده از بکلینک‌ها در بخش‌های مختلف سایت است. این لینک‌ها در واقع پشتیبانی برای هر محتوای سایت شما محسوب می‌شود. به این ترتیب وقتی کاربران یک محتوای سایت شما را مطالعه یا مشاهده می‌کنند، امکان مراجعه به سایر محتواها در قالب این پیشنهاد نیز وجود دارد. بسیاری از خرده‌فروشی‌ها از بکلینک‌ها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف بدون زحمت زیاد سود می‌برند. وقتی یک مشتری در سایت خرده‌فروشی شما عبارت توپ تنیس را جست و جو می‌کند، به احتمال زیاد مایل به مشاهده سایر محصولات و تجهیزات مرتبط با این ورزش نیز خواهد بود. بکلینک‌های شما می‌توانند در این بخش به کارتان آمده و انگیزه کاربران برای خرید بیشتری را به شدت افزایش دهد. در این صورت شما دیگر نگران برای پرداخت هزینه بسیار زیاد به منظور تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نخواهید داشت.

یکی از جذابیت‌های مربوط به بکلینک‌ها امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به ساده‌ترین شکل ممکن است. این امر می‌تواند شما را در راستای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور قابل ملاحظه‌ای در شرایط بهتری قرار دهد. این امر شما را در کانون توجه مشتریان قرار داده و فروش بالای محصولات‌تان را نیز تضمین می‌کند.

تنها کاری که شما برای طراحی حرفه‌ای بکلینک‌ها باید مد نظر داشته باشید، مربوط به مرور دقیق وضعیت محتوای سایت‌تان است. این امر شما را در موقعیت بسیار مناسبی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف قرار داده و امکان شناسایی بهترین محتواها برای ایجاد ارتباط میان آنها را فراهم می‌سازد. اگر شما شناخت درستی از وضعیت سایت‌تان ندارید، باید خیلی زود این وضعیت را تغییر دهید. این امر شامل مرور محبوب‌ترین محتوای سایت‌تان و تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با استفاده از شیوه‌های متفاوت است. چنین امری در نهایت برای شما مزایای بسیار زیادی به همراه داشته و توانایی‌تان را نیز تقویت خواهد کرد.

یادتان باشد طراحی بکلینک‌ها گاهی اوقات امری تخصصی محسوب می‌شود. با این حساب شما همیشه باید همکاری با دیگر برندها را نیز در دستور کار قرار دهید. این امر می‌تواند فرصت‌های پیش روی شما را به طور قابل ملاحظه‌ای تغییر داده و به طور حرفه‌ای شرایط‌تان را از نظر تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف ساده سازد. هرچه باشد کارشناس‌های

حرفه‌ای در زمینه طراحی بکلینک این کار را در مدت زمانی کوتاه‌تر و با میزان بالاتری از حرفه‌ای‌گری انجام خواهند داد.

طراحی صفحات مجموعه‌ای

خرده‌فروشی‌های آنلاین به طور معمول برای هر صفحه از سایت‌شان به طور جداگانه بازاریابی می‌کنند. این امر امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را افزایش داده و برند مورد نظر را تبدیل به گزینهای جذاب در فهرست نتایج گوگل خواهد کرد. اگر شما به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور حرفه‌ای هستید، باید همیشه کارتان را به طور استاندارد پیش ببرید. شاید فکر کنید منظور ما در این بخش استفاده از کلیدواژه‌های مناسب برای هر صفحه است. نکته مهم اینکه چنین کاری هزینه بسیار زیادی از برند شما خواهد گرفت. به همین دلیل امروزه خرده‌فروشی‌های آنلاین بیشتر به دنبال طراحی صفحات مجموعه‌ای هستند. وقتی از صفحات مجموعه‌ای حرف می‌زنیم، در واقع سئو محتوا برای صفحه‌ای را در نظر داریم که به جای یک محتوای مشخص و از پیش تعیین‌شده دارای فهرستی از محتواهاست. به این ترتیب کاربران با کلیک بر روی آن لینک در گوگل به جای اینکه با محصولی مشخص رو به رو شوند، مجموعه‌ای از محصولات را خواهند دید.

فرض کنید شما یک خرده‌فروشی تخصصی در زمینه لوازم بدکی خودرو هستید. در این صورت شاید سئو برای تک تک صفحات سایت شما بسیار وقت‌گیر باشد. در عین حال این امر می‌تواند هزینه زیادی نیز روی دست‌تان بگذارد. در عوض اگر فقط برای یک صفحه راهنما که شامل دسته‌بندی محصولات سایت‌تان است تلاش کنید، نتیجه‌بخشی فعالیت سئوی‌تان بسیار بالاتر خواهد رفت. این امر نکته بسیار مهمی برای برندها در دنیای کنونی محسوب می‌شود.

یادتان باشد در دنیای بازاریابی و سئو امروزی هرچه تلاش‌های شما سریع‌تر به نتیجه برسد، شانس بیشتری برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف خواهید داشت. این امر می‌تواند وضعیت شما را به طور قابل ملاحظه‌ای تغییر داده و اوضاع‌تان در بازار را به شدت بهینه سازد.

طراحی وبلاگ برای خرده‌فروشی

بسیاری از خرده‌فروشی‌های بزرگ دنیا فقط به دنبال فروش محصولات به مشتریان هستند. این امر شاید در نگاه نخست ایراد زیادی نداشته باشد، اما واقعیت این است که عاری از مشکل نیز نیست. وقتی شما فقط به دنبال فروش هستید، پیش‌فرض معمولی یا حتی کلیشه‌ای از شما در ذهن مشتریان شکل خواهد گرفت. این امر جلوی هرگونه تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف را گرفته و شما را در بن‌بستی بزرگ قرار می‌دهد. ایده ما در این بخش برای سئو مناسب استفاده از یک وبلاگ تخصصی است. شما در این وبلاگ علاوه بر تولید محتوای سئو شده به طور حرفه‌ای، امکان تعامل نزدیک‌تر با مشتریان علاقه‌مند به حوزه کاری‌تان را نیز خواهید داشت. امروزه برخی از خرده‌فروشی‌ها با همین تکنیک ساده نه تنها به عنوان یک فروشنده، بلکه مشاوره مطمئن در خدمت مشتریان‌شان هستند. شما به این ترتیب شانس تاثیرگذاری بسیار زیادی بر روی مخاطب هدف‌تان خواهید داشت.

یادتان باشد کاربران در فضای اینترنت اغلب اوقات به دنبال توصیه‌هایی حرفه‌ای برای خرید محصولات گوناگون نیز هستند. به همین خاطر اگر شما به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان هستید، می‌تواند به طور حرفه‌ای از این نکته سود ببرید. این امر شانس شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب‌تان را به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش خواهد داد. نکته مهم اینکه محتوای وبلاگ شما باید به طور تخصصی تهیه و عرضه شود، در غیر این صورت شاید کاربران توجه بسیار اندکی به شما نمایند.

امروزه وبلاگ‌های بسیار زیادی در حوزه‌های مختلف در دسترس کاربران قرار دارد. با این حال فقط شمار اندکی از آنها تاثیرگذاری لازم را به همراه داشته‌اند. این امر مشکلات بسیار زیادی پیش روی برندها قرار می‌دهد. توصیه ما در این میان بسیار ساده است. شما باید فقط به فکر تولید محتوای جذاب و تاثیرگذار باشید، در غیر این صورت هیچ شانس

برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان نخواهید داشت. استفاده از تجربه وبلاگ‌های بزرگ دنیا می‌تواند به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک شایانی نماید. این امر در طول سال‌های اخیر برای برخی از کارآفرینان منبع یادگیری نکات تازه بوده است. بنابراین از ارزیابی وبلاگ‌های دیگر ترسی نداشته باشید و این کار را به سادگی انجام دهید.

افزافه کردن کلیدواژه‌ها به تمام متا تایتل‌ها

متا تایتل (Meta Title) یکی از اصطلاحات مهم در حوزه سئو است. این مفهوم به کلیدواژه‌ها و کدهایی اشاره دارد که هر صفحه سایت به طور پیش‌فرض دارای آن است. به عبارت بهتر، صفحات سایت شما در ارزیابی از سوی الگوریتم گوگل با محوریت همین متا تایتل‌ها ارزیابی و طبقه‌بندی می‌شود. این امر به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک کرده و شانس‌تان را نیز به طور قابل ملاحظه‌ای تغییر می‌دهد. یادتان باشد شما باید در طراحی متا تایتل‌ها نهایت دقت‌تان را به خرج دهید، در غیر این صورت حتی بهترین محتوای دنیا هم شانس برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نخواهد داشت. این امر می‌تواند در بلندمدت برای برخی از برندها به معنای خارج شدن از کورس رقابت در حوزه خرده‌فروشی باشد. نکته مورد نظر ما در این بخش استفاده از کلیدواژه‌های اصلی برند در متا تایتل هر صفحه سایت‌تان است. این امر به شما برای تاثیرگذاری بر روی الگوریتم گوگل کمک کرده و در نهایت ترافیک بسیار بالایی برای سایت‌تان به همراه خواهد داشت. یادتان باشد این امر می‌تواند شما را از نظر بازاریابی و سئو در موقعیت برتری در مقایسه با رقبای قرار دهد. درست به همین دلیل باید همیشه قبل از بارگذاری یک پست یا محتوا در سایت خرده‌فروشی این بخش را با دقت تمام مورد ارزیابی دوباره قرار دهید.

حذف محتوای دوتانه و تکراری

گوگل نسبت به محتوای تکراری بسیار حساس است. این امر یکی از نکات بی‌نهایت مهم برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف محسوب شده و توانایی شما در این میان را نیز به شدت افزایش می‌دهد. وقتی گوگل محتوای تکراری در سایت شما مشاهده کند، به طور طبیعی رتبه سئوی‌تان را کاهش می‌دهد. بنابراین شما باید همیشه برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف از شیوه‌هایی نظیر حذف محتوای دوتانه با تکراری سود ببرید. این شیوه ساده به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک کرده و شانس شما در این میان را نیز به شدت افزایش خواهد داد. بی‌تردید افزایش ترافیک برای خرده‌فروشی‌های آنلاین کار ساده‌ای نیست. با این حال شما باید در این میان همیشه حواس‌تان به کوچک‌ترین نکات نیز باشد. به این ترتیب شانس‌تان برای اثربخشی بر روی کاربران به شدت افزایش خواهد یافت. استفاده از نکات مورد بحث در این مقاله می‌تواند وضعیت سئو و ترافیک سایت خرده‌فروشی شما را به طور قابل ملاحظه‌ای بهبود بخشد.

منبع: shopify.com

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

برابر رای شماره ۳۱۱/۹۹/۹۸/۱۴۰۱۶۳۰۰۰۱۵۹۰۰۰۰۳۱۱/۴/۲۲ تاریخ ۱۴۰۱/۴/۲۲ قتلون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر درواحد ثبتی اسلامشهر تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی خاتم ماهو سه‌برای فرزند محمود به شماره ش ش ۱۶۹ صادر از نورآباد با کدملی ۴۲۰۸۹۰۲۹۱۴ نسبت به شش دانگ یک ساختمان مسکونی به مساحت ۸۹/۴۴ متر با پلاک جدید ۳۲۵۷ فرعی از ۸ اصلی مفروز از قسمتی از پلاک ۷۲ فرعی از ۸ اصلی واقع در فریه چهاردانگه بخش ۱۲ تهران خریداری ازمالکیت رسمی اصغر پور دستمال چی مالک اصلی محرز گردیده است . . لذا به منظور اطلاع عموم مراتب درونویت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود درصورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت ۲ ماه اعتراض خود را به اداره ثبت اسناد واملاک اسلامشهر تسلیم نموده و پس از اخذ رسید طرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض درخواست خود رابه مراجع قضایی تقدیم وگواهی تقدیم دادخواست را به اداره ثبت محل تحویل نمایند . بدیهی است درصورت انقضائه مدت مدت مذکور وعدم وصل اعتراض وایعدم گواهی تقدیم دادخواست طبق مقررات سند مالکیت متقاضی صادرخواهد شد . تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۱/۶/۶ تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۱/۶/۲۱ هماپون صفری - رئیس واحد ثبتی حوزه ثبت ملک اسلامشهر

مفقودی مدارک شناسایی

کارت CMC اینجانب یاسمن باقری باشماره کارمندی ۹۹۹۵۱۵ و کد ملی ۰۰۱۵۷۵۳۵۵۷ مربوط به سازمان هواپیمایی کشوری مفقود گردیده واز درجه اعتبار ساقط است.

مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان گیلان:

باهمراهی مردم جزء برترین استانها در گذر از پیک تابستان بودیم



عديده و اعمال حتي يك دقيقه خاموشي نوبتي موفق به گذر از پيك مصرف تابستان شديم.

وي اضافه كرد: پيك مصرف تابستان جاري ۲۶ مرداد ماه يوقوع پيوست و عدد آن برابر ۱۸۸۸۶ مگاوات بود.

مهديزاده گفت: برنامه ها و اقدامات مهمي از سوي توزيع برق گيلان براي گذر از پيك تابستان اجرايي شده است كه از جمله مي توان به اجراي طرح رويت پذيري و كنترل پذيري مصرف مشتركين،

برقراري مشوق هاي مديريت مصرف در تعرفه هاي مختلف، پايش مصرف برق دستگاههاي اجرايي، انعقاد تفاهم نامه با صنايع استان براي همكاري در مديريت مصرف، اجراي طرح هاي آگاه سازي و...

امام جمعه ايلام:

خدمات‌رسانی شرکت گاز استان ايلام به زائران اربعين، مطلوب است



اشاره به اينكه با حمايت‌هاي مديرعامل شركت ملي گاز ايران و در راستاي مسئوليت‌هاي اجتماعي، شركت گاز استان ايلام براي اولين بار اقدام به استقرار و راه‌اندازي موكب براي خدمات‌رساني به زائران اربعين نموده است، گفت: شركت گاز استان با استفاده از امکانات زيرساختي اردوگاه قدس سپاه استان در شهرستان چرداول، روزانه در ۲ وعده نهار و شام بيش از ۴ هزار پرس غذا پخت و بين زائران توزيع مي‌كند. " محمود كشاورز" با بيان اينكه موكب اين شركت در كنار خدمات‌رساني به زائران، اقدامات فرهنگي و آموزشي را به منظور ارتقاي ايمني و سلامت زائران به خصوص محافظت در برابر گرم‌زدگي و کرونا در دستور كار خود قرار داده‌است، افزود: مردم استان ايلام به امام حسين(ع) ارادات قلبي ويژه‌اي دارند و همواره

در جشنواره شهيد رجايي استان هومرزان :

رتبه بر تر بخش اقدامات برجسته در خصوص تحقق برنامه دولت به راه و شهرسازی هرمزگان اهدا شد

بافت فرسوده شهري نه تنها توسط راه و شهرسازي بلکه با حضور همه ارگان هاي دولتي دست اندر كار و مسئول در اين حوزه عملياتي شده است و اکنون در يك سالگي دولت سيزدهم، مسئله تأمين زمين تقريباً حل شده و طرح نهضت ملي مسكن در مرحله اجرا قرار گرفته است و پيشرفت پروژه‌ها قابل دفاع است.

شايدن ذكر است در بخشي از متن لوح تقديمي جشنواره شهيد رجايي به نقل از استاندار هرمزگان اشاره شده: از آنجايي كه در پرتو تلاش هاي ارزشمند حضرت تعالي و همكارانتان، از سوي ستاد جشنواره شهيد رجايي استان در ارزيابي عملکرد سال ۱۴۰۰ به عنوان دستگاه قابل تقدير در انجام اقدامات برجسته در خصوص تحقق برنامه هاي دولت مردمی (در حوزه توليد مسكن ملي و بازسازي بافت فرسوده شهري)

كمك ۱۵۰ ميلياردی شرکت گاز خراسان رضوی برای لوله کشی منازل مددجویان کمیته امداد و بهزیستی

وي افزود: مطابق اين تفاهم نامه شركت گاز خراسان رضوي هزينه لوله كشي داخلي منازل ۲۵۰۰ مددجوی كميته امداد و بهزيستي استان را كه فاقد اشتراك قبلي گاز هستند تا سقف ۶۰ ميليون ريال به ازاي هر مشترك پرداخت خواهد كرد.

به گفته افتخاري، مجموع اعتبار در نظر گرفته شده براي اين طرح ۱۵۰ ميليارد ريال است كه از محل منابع داخلي شركت ملي گاز با هدف تحقق مسئوليت هاي اجتماعي هزينه مي شود.

مديرعامل شركت گاز خراسان رضوي با بيان ايسن مطلب كه مددجویان واجد شرايط توسط كميته امداد و سازمان بهزيستي به شركت گاز استان معرفي خواهند شد گفت: پرداخت هزينه اجراي اين

همزمان با هفته دولت

۳۳ روستای بخش هزار جریب بهشهر گازرسانی شد



برای اجرای كلنگ زني طرح‌های گازرسانی ۴۲۰ ميليارد تومان در هفته دولت هزينه مي‌شود.

رشت- خبرنگار فرصت امروز: محمدتقي مهديزاده مديرعامل توزيع برق گيلان ضمن قدرداني از همراهي هوشمندانه و دلسوزانه مردم و مسئولان استان، از كاهش قريب به ۵۰ درصدی مصرف برق توسط مشتركان گيلاني طی روزهاي اخير خبر داد.

مهديزاده گفت: طی روزهاي نهم تا سيزدهم شهريور شاهد افزايش دمای استان به طرز چشمگيري بوديم به گونه ای كه پيك مصرف قريب به ۱۸۰۰ مگاواوتي در استان ثبت شد، اما با همراهي مردم و اعمال راهكارهاي مديريت مصرف بدون هيچگونه خاموشي اين پيك گرما نيز پشت سر گذاشته شد.

وي افزود: از روز ۱۵ شهريور نيز كاهش دمای محسوس در استان حادث شد و به طبع آن مصرف برق در گيلان كاهش چشمگيري داشت و پيك مصرف در روز جمعه ۱۸ شهريور سالجاري به عدد ۸۱۰ مگاوات تنزل يافت.

مديرعامل توزيع برق گيلان خاطرنشان كرد: مردم شريف استان همراهي ويژه اي با خدامان خود در توزيع برق گيلان داشته اند و طی روزهاي اخير عدد قابل توجه اي کمتر از سقف پيك تخصيص يافته به استان، مصرف برق داشته اند.

مهديزاده تأكيد كرد: تابستان سالجاري برگ زريني از خدمت رساني در استان رقم خورد و باتوجه به تجربه تلخ خاموشي هاي نوبتي و طولاني مدت طی ساليان اخير، بدون هيچگونه مشكل

ايلام- هدی منصوری:نماینده‌ولي‌فقيه در استان و امام‌جمعه ايلام از خدمات‌رسانی شرکت گاز استان به زائران اربعين قدرداني كرد و گفت: خدمت‌رسانی به زائران اربعين حسيني از اقدام‌های خوب شرکت گاز استان ايلام است كه در راستاي عمل به مسئوليت‌هاي اجتماعي به‌صورت گسترده و با بهسج همه امکانات، در مناطق مختلف استان اجرايي شده است.

حجت‌الاسلام " الله نور كريمي تبار" در نشست ستاد اربعين شهرستان چرداول و در بازديد از موكب شركت گاز استان ايلام با بيان اينكه اجراي اقدامات فرهنگي، تأمين نهار و شام و غيره در ايام اربعين حسيني براي زائران از اقدامات ماندگار شركت گاز استان ايلام است كه رضايتمندي زائرين از عملکرد و نحوه برخورد كاركنان شركت گاز در بازديد حضوري اينجانب از موكب مشاهده شد، افزود: خدمت‌رسانی به زائران نعمتي است كه بايد از لحظه به لحظه آن استفاده برد چرا كه خدمت به زائرين كمتر از زيارت امام حسين(ع)نيست.

امام جمعه ايلام سطح خدمت‌رسانی به زائران را در شهرستان چرداول به عنوان يكي از مباهي اصلي ورود زائران به استان ايلام مطلوب عنوان كرد و گفت: خدمت به زائران امام حسين(ع) فرصتي استثنائي و ارزشمند براي مردم استان ايلام است كه انتظار مي‌رود آحاد مختلف مردم و دستگاهها و نهادهاي مختلف براي رضايتمندي آنان، تلاش خود را دوچندان كنند. مديرعامل شركت گاز ايلام با

بندرعباس- خبرنگار فرصت امروز: اداره كل راه و شهرسازي استان هرمزگان در جشنواره شهيد رجايي از سوي استاندارهرمزگان، در بين دستگانه‌هاي اجرايي، موفق به كسب رتبه برتر در بخش اقدامات برجسته در خصوص (تحقق برنامه دولت) شد. به گزارش اداره ارتباطات و اطلاع رسانی راه و شهرسازي هرمزگان، كمالي مدير كل راه و شهرسازي هرمزگان با اشاره به اين موفقيت آن را حاصل تلاشهاي بي وقفه همكارانش جهت اجراي طرح نهضت ملي مسكن و بازسازي بافت فرسوده شهري در سال گذشته دانست و اظهار داشت: با تلاش و پيگيري‌هاي كلييه همكاران، اين اداره موفق به كسب اين مقام در ارزيابي عملکرد دستگاه اجرايي استان (جشنواره شهيد رجايي) در سال ۱۴۰۰ شد. وي گفت: اجراي طرح هاي نهضت ملي مسكن و بازسازي

بندرعباس- خبرنگار فرصت امروز: اداره كل راه و شهرسازي استان هرمزگان در جشنواره شهيد رجايي از سوي استاندارهرمزگان، در بين دستگانه‌هاي اجرايي، موفق به كسب رتبه برتر در بخش ارتباطات و اطلاع رسانی راه و شهرسازي هرمزگان، كمالي مدير كل راه و شهرسازي هرمزگان با اشاره به اين موفقيت آن را حاصل تلاشهاي بي وقفه همكارانش جهت اجراي طرح نهضت ملي مسكن و بازسازي بافت فرسوده شهري در سال گذشته دانست و اظهار داشت: با تلاش و پيگيري‌هاي كلييه همكاران، اين اداره موفق به كسب اين مقام در ارزيابي عملکرد دستگاه اجرايي استان (جشنواره شهيد رجايي) در سال ۱۴۰۰ شد. وي گفت: اجراي طرح هاي نهضت ملي مسكن و بازسازي

مشهد- صابر ابراهيم ياي: مديرعامل شركت گاز خراسان رضوي از كمك ۱۵۰ ميليارد ريالي اين شركت براي لوله كشي داخلي منازل ۲۵۰۰ مدجوی كميته امداد و بهزيستي در راستاي مسئوليت هاي اجتماعي خبر داد.

حسن افتخاري با اعلام اين خبر اظهار كرد: پيرو تصميمات سفر اساني رياست محترم جمهوري و ابلاغ مصوبه حيات مديره شركت ملي گاز ايران، تفاهم نامه‌اي با عنوان پرداخت هزينه لوله كشي ارگان‌گاز داخلي منازل مددجویان بين شركت گاز و نهادهاي متولي حمايت از مددجویان در استان شامل كميته امداد امام خميني (ره) و سازمان بهزيستي منعقد شده است.

ساری - خبرنگار فرصت امروز: همزمان با هفته دولت مشعل گاز ۳۳ روستاي بخش هزار جريب شهرستان بهشهر روشن شد. براي گازرساني به اين روستاها كه با حضور امام جمعه، فرماندار و مسئولين شهرستان بهشهر در روستاي افلنت برگزار شد ۶۲ ميليارد تومان ميليار تومان هزينه شده است.

قاسم ماييلي رستمی سرپرست شركت گاز مازندران با اعلام اينكه از دو هزار و ۹۸۸ روستاي داراي قابليت گازرساني در استان، دو هزار و ۵۰۲ روستا قبل از دولت كنوني گازرساني شدند، گفت: ۹۵ درصد خانوارهاي روستائي قبل از دولت سيزدهم از نعمت گاز برخوردار بودند و با تلاش دولت كنوني گازرساني به ۱۷۷ روستا در دست اقدام است.

وي همچنين با اشاره به طرح‌هاي گازرساني در هفته دولت گفت:

اخبار

مدیرکل راه و شهرسازی استان اعلام کرد:

افزایش ۱۸ درصدی داوطلبین آزمون ورود به حرفه مهندسان در خوزستان



اهواز – شبنم قجانوند: آزمون ورود به حرفه مهندسان خوزستانمدير كل راه و شهرسازي خوزستان از افزايش ۱۸ درصدی داوطلبين آزمون ورود به حرفه مهندسان، كاردان هاي فني و معماران تجربي در استان خبر داد. داريوش حسيني اظهار داشت: آزمون ورود به حرفه مهندسان، كاردان هاي فني و معماران تجربي استان در چهار شهر دزفول، اهواز، آبادان و بهبهان و در ۱۱ حوزه برگزار شد .وي ادامه داد: اين آزمون در روزهاي چهارشنبه، پنجشنبه و جمعه ۱۷، ۱۸ و ۱۹ شهريورماه سالجاري در استان همزمان با سراسر كشور و با رعايت كامل پروتكل هاي بهداشتي برگزار شد. حسيني با اشاره به اينكه در اين دوره در سراسرر كشور ۲۸۲ هزار و ۵۴۸ نفر در آزمون شركت كرده اند، گفت: در استان خوزستان ۱۱ هزار و ۷۵۴ نفر در اين دوره شركت داشته اند كه ۸۰ درصد شركت كنندگان را آقايان و ۲۰درصد نيز بانوان بودند. مدير كل راه و شهرسازي خوزستان اظهار داشت: اين آزمون براي اخذ ۳۱ صلاحيت حرفه‌اي مختلف در رشته هاي هفتگانه مهندسي و كاردارني و كارشناسان ماده ۲۷ در رشته هاي عمران، معماري، تاسيسات مكانيكي، تاسيسات برق، ترافيك، نقشه برداري، شهرسازي و معماران تجربي كارشناسان ماده ۲۷ بر گزار شد.

اداره HSE، مدیریت بحران و پدافندغیرعامل بندر بوشهر برای چهارمین بار پيپاي رتبه برتر در بين بنادر کشور راکسب کرد



بوشهر- خبرنگار فرصت امروز: رئيس اداره HSE، مديريت بحران و پدافند غيرعامل اداره كل بنادر و دريانوردي استان بوشهر گفت: اين اداره در ارزيابي شاخص هاي HSE براي چهارمين بار پيپاي در بين بنادر كشور رتبه برتر كسب كرد. به گزارش روابط عمومي اداره كل بنادر و دريانوردي استان بوشهر، ترڪس عليپور در تشريح اين خبر اظهار كرد: در ارزيابي صورت گرفته پنج محور شامل محيط زيست، ايمني صنعتي، بهداشت محيط، بهداشت حرفه‌اي و موضوع هاي مديريتي مورد ارزيابي قرار گرفتند.

وي بيان كرد: در زيرمجموعه هاي محوره‌اي ياد شده مديريت رواديد، ايمني

تجهيزات، ريسك، حوادث، آزمايشات آب و فاضلاب، اندازه گيري عوامل زيان آور و معاينات دوره اي مورد بررسي قرار گرفتند

كه بندر بوشهر توانست در مجموع شاخص ها در بين بنادر كشور رتبه برتر را كسب كند. عليپور ادامه داد: آموزش هاي HSE و پژوهش و طرح هاي مطالعاتي HSE از ديگر شاخص هاي منجر به رتبه بندر بوشهر در ارزيابي صورت گرفته توسط سازمان بنادر و دريانوردي است. وي اظهار كرد: كسب اين موفقيت ملزم به رعايت الزام‌هاي بين المللي، ملي و سازماني است كه تمامي اين الزامات در بندر بوشهر با جديت اجرايي شده است.

با حضور مدير كل نوسازي مدارس استان كرمانشاه:

برگزاری نشست هم اندیشی با مدیران آموزش و پرورش شهرستان اسلام آبادغرب



به چهره با مديران مدارس اين شهرستان داشت و با بيان راهكارهاي مناسب درخصوص مسائل مربوط به ساختمان و تجهيزات مدارس مورد بحث و گفت گو قرار گرفت.

بهره‌برداری از ۱۰ طرح بزرگ راهداری و حمل و نقل جاده‌ای در استان مرکزی

اراك: مهرداد جهاني گفت: امسال ۱۷۰ كيلومتر از راهاي استان با اعتباري افزون بر ۲۳۹ ميليارد تومان بهسازي و روکش آسفالت است كه بطور رسمي در هفته دولت افتتاح خواهند شد. همزمان با فرارسيدن هفته دولت مهرداد جهاني مدير كل راهداري و حمل و نقل جاده‌اي استان مركزي اين اداره كل با بيان اينكه براي تكميل پروژه‌هاي اجرايي در يكسال اخير ۶۶۷ ميليارد تومان هزينه شده است اظهار داشت: طرح‌هاي بهسازي و روکش آسفالت راهماي اصلي و فرعي، ساخت راه روستائي، ارتقاي ايمني راهها، نگهداري و توسعه اينيه فني راهها، بازسازي ماشين الات راهداري، مديريت هوشمند راهها و احداث مجتمع‌هاي خدمات رفاهي بين راهي از جمله پروژه‌هايي است كه در هفته دولت افتتاح و مورد بهره‌برداري قرار خواهد گرفت.

وي يكي از مهم‌ترين دستاوردهاي دولت سيزدهم در حوزه ساخت راه روستايي را اقدام براي محروميت زدائي از روستاها و مناطق كم برخوردار عنوان كرد و گفت: با تلاش و پيگيري‌هاي يعمل آمده براي جذب اعتبارات لازم، طی يكسال اخير ۷۴ كيلومتر از راهماي روستايي استان مركزي زيرسازي و آسفالت شده است كه نتيجه اين اقدام جهادي برخوردار شدن ۱۶ روستا بطور كامل از جاده آسفالتانه است. مدير كل راهداري و حمل و نقل جاده‌اي استان مركزي تصريح كرد: در حال حاضر ۹۲ درصد از روستاهاي بالاي ۲۰ خانوار از راه آسفالتنه برخوردارند كه اين امر يي شك در توسعه روستاهاي استان تأثير بسزايي خواهد داشت.

وي با اشاره به اهميت نگهداري از راهها با توجه به عبور راهماي شرياني كشور از استان مركزي افزود: امسال ۱۷۰ كيلومتر از راهماي استان با اعتباري افزون بر ۲۳۹ ميليارد تومان بهسازي و روکش آسفالت است كه بطور رسمي در هفته دولت افتتاح خواهند شد. به گفته جهاني در راستاي ارتقاي ايمني راهما اقدامات قابل توجهي صورت گرفته است كه شامل احداث ۲۲ كيلومتر روشنايي طوليه به ارزش ۲۲ ميليارد تومان، ۱۹ كيلومتر حفاظ مياني فلزي و بتني به ارزش ۲۰ ميليارد تومان، خط كشي هزار و ۶۰۰ كيلومتر خط كشي راهها به ارزش ۱۶ ميليارد تومان، نصب تابلو و علائم ايمني و چراغ چشمك زن در مجموع به ارزش پنج ميليارد تومان مي‌ي‌باشد كه همزمان با هفته دولت مورد بهره‌برداري قرار خواهند گرفت. وي يكي از شاخص‌هاي تحقق اهداف دولت مردمي در شكه راهماي استان مركزي را تكميل طرح‌هاي نيمةتمام برشمرد و گفت: با جديت بكار برده شده، دو پروژه تقاطع غيرهمسطح راه آهن پرندك و شهرك صنعتي شهيد مهدي پرندك در شهرستان زنندهيه، پس از سال‌ها انتظار تكميل شدت تا دو نقطه پرحداده از محوره‌اي مواصلاتي استان حذف و رفع گردد كه بسيار موجب رضايت مردم شهرستان و كاربران جاده‌اي قرار گرفته است.

نشست سرپرست شرکت ملی پخش فراورده های نفتی منطقه گلستان با نماینده مردم گرگان و اق قلا در مجلس شورای اسلامی

گرگان- خبرنگار فرصت امروز: نشست سرپرست شرکت ملی پخش فراورده های نفتی منطقه گلستان با نماینده مردم گرگان و اق قلا در مجلس شورای اسلامی و معاون جهاد کشاورزی استان در راستای سوخترسانی به مصرف کنندگان بخش کشاورزی انجام شد.

سيد محمد حسيني ضمن تقدير از حضور نماينده مردم، تامين و توزيع فراورده هاي نفتي و ارائه خدمات به شهروندان را وظيفه اصلي شركت ملي پخش فراورده هاي نفتي عنوان كردوي افزود: نگاه شركت بر اين است كه با تعامل و همكاري بيش از پيش با مجموعه جهاد كشورزي استان، سوخت مورد نياز بخش كشوروزي را بدون نگراني فراهم نمايد.سرپرست شركت ملي پخش فراورده هاي نفتي منطقه گلستان اظهار داشت: ما خدمات رساني به كشوروزان عزيز را همانند عبادت براي خود مي پنداريم. رضاعلي سنگدويني، نماينده مردم گرگان و اق قلا در مجلس شورای اسلامی، ضمن تقدير از عملکرد مجموعه تلاشگران عرصه سوخترساني در استان گلستان گفت: ارائه خدمات مناسب به كشوروزان و رفع دغدغه ها و نگراني آنان باعث ايجاد نشاط و اميد در اين قشر زحمكتش و در نهايت افزايش توليد و امنيت در جامعه خواهد شد.در ادامه سنگدويني با كاركنان شركت ملي پخش فراورده هاي نفتي منطقه گلستان ديدار و در خصوص اقدامات انجام شده در جهت رفع چالشهاي موجود توضيحات مبسوطي ارائه نمود.

حضور نمایندگان شرکت ملی پخش فراورده های نفتی منطقه گلستان در کاروان خدمت

گرگان - خبرنگار فرصت امروز: در راستای مسئولیت اجتماعی نمایندگان شرکت ملی پخش فراورده های نفتی منطقه گلستان با حضور در کاروان خدمت بصورت مستقیم و چهره به چهره به پیگیری و رفع مشکلات و بررسی درخواستهای مردمی پرداختند.به گزارش روابط عمومی شرکت ملی پخش فراورده های نفتی منطقه گلستان سجاد نقوی، رییس ناحیه گرگان و مرثی مقدس، مسئول روابط عمومی منطقه به همراه نمایندگان مردم گرگان و اق قلا در مجلس شورای اسلامی، فرماندار شهرستان گرگان و دیگر مقامات شهرستانی و محلی با حضور در مسجد جامع روستای لمسک به سوالات و درخواستهای مردمی در حوزه فراورده های نفتی و تامين سوخت بخش كشوروزي پاسخ دادند.

اشاره كنيم، رئيس هيئت مديره و مديرعامل توزيع برق گيلان افزود: ۷۲۰ هزار مشترك ما درحال دريافت پاداش هستند و اين پاداش مبلغی بالغ بر ۳۵ ميليارد تومان مي‌باشد همچنين در راستاي مديريت مصرف برق در استان برق حدود ۷۰ اداره استان قطع و بالغ بر ۴۰۰ مورد اخطار براي ادارات ثبت شد.

وي اظهار داشت: ۷۶ درصد مشتركين خانگي ما الگوي مصرف را رعايت مي‌كنند و فقط ۲۴ درصد هستند كه اين الگو را رعايت نمي‌كنند كه اين ۲۴ درصد مشتركين، ۴۴ درصد از ميزان مصرف برق را با خود اختصاص داده اند.

مديرعامل توزيع برق گيلان تصريح كرد: احداث نيروگاه هاي جديد در كل كشور علاوه بر هزينه هاي بسيار بالايي كه دارد، باتوجه به اينكه تنها در ماههاي گرم سال مورد بهره برداري و استفاده قرار خواهد گرفت به صرف و صلاح نخواهد بود و اين موضوع نشان دهنده ظرفيت مهم و حياتي مديريت مصرف از سوي مشتركين براي گذر از پيك تابستان را بيش از پيش نمايان مي سازد.

مهديزاده در پايان گفت: امسال بعد از دو دهه شاهد تابستان بدون خاموشي در گيلان بوديم و انتظار داريم همانگونه با برنامه ريزي و اقدامات صحيح، موفق به عبور از مشكلات تابستان شديم براي فصل زمستان و بحران هاي جوي احتمالي نيز آمادگي كامل وجود داشته باشد.

در ارائه خدمت به زوار پاي كار بوده و اين عشق و دلدادگي را ثابت كرده‌اند و امروز بيش از ۵۰۰ نفر از كاركنان اين شركت بصورت شيفانه‌روزي با پخت و توزيع غذاي گرم، ميان وعده و نيز توزيع شربت، چاي و آب‌معدني در خدمت زوار هستند و از اين طريق ارادت خود را به حضرت ابا عبدالله الحسین(ع) اثبات مي‌كنند.

وي با بيان اينكه در جلسه ستاد اربعين استان ايلام، شركت گاز استان بعنوان اداره معين در شهرستان چرداول انتخاب شده است، تصريح كرد: در راستاي خدمت‌رساني اين مجموعه به زائران اربعين حسيني(ع)، اين موكب با استقرار در اردوگاه قدس سپاه استان راهاندازي شده و روزانه به بيش از ۱۰هزار نفر از زائرين خدمات ارائه مي‌كند. كشاورز با بيان اينكه خدمت‌رساني به زائران اباعبدالله الحسین(ع) در راستاي برپايي باشكوه حماسه اربعين حسيني از افتخارات مردم استان ايلام است، گفت: شركت گاز استان با برنامه‌ريزي براي انجام خدمات‌رساني شايسته و درخور شأن به زائران اربعين، تلاش دارد اربعين امسال بعنوان اولين سال برپايي موكب مستقل، خدمتگزار شايسته‌اي براي زائرين اباعبدالله الحسین(ع) باشد. مديرعامل شركت گاز استان از تامين زيرساخت‌هاي گازرساني مورد نياز براي ساير موكب‌هاي اربعين در استان خبر داد و افزود: خوشبختانه امسال زيرساخت‌هاي گاز در نقاط صفر مرزي در شهرستان مهران بصورت كامل آماده شده و تاكنون به ۲۲ موكب خدمات گازرساني انجام شده است.



انتخاب گرديده ايد، لازم مي‌دانم اين موفقيت را به آن جناب و مجموعه همكاران دستگاه تريك عرض نموده و از اقدامات اثر گذار حضرت تعالي در گسترش سطح كمی و كيفي زيرساخت هاي شهري، توسعه مسكن ملي و محرومان قدرتي نمايم. در پايان اميدوارم با استعانت از خداوند منان در سال توليد، دانش بنيان، اشتغال آفرين با تلاش بيشتر زمينه افزايش اعتماد عمومي از طريق ارتقاي فرهنگ سازماني، شفافيت اداري و توسعه زيرساخت‌ها بيش از پيش فراهم آوريد.



طرح پس از صحت‌سنجي عدم سابقه اشتراك قبلي، اخذ تأييديه‌هاي قانوني و اجراي لوله كشي و دريافت اشتراك توسط شركت گاز پرداخت خواهد شد.

يادآور مي‌شود: مددجویان تحت حمايت كميته امداد و بهزيستي استان براي يكبار از پرداخت هزينه اشعاب گاز نيز معاف هستند.

حجت‌الاسلام سيد عربعلي جباري، امام جمعه شهرستان بهشهر نيز در مراسم افتتاحيه ضمن ارزشمند دانستن اين پروژه‌ها گفت: به راستي كه شركت گاز استان در زمينه گازرساني خدمات ارزنده‌اي انجام داده و رفاه و آسايش را براي عموم مردم به ارمان آورده است و ما از زحمات اين شركت كمال تشكر را داريم.

۱۰ فیلم درباره شبکه‌های اجتماعی

به قلم: راجر مونتی / نویسنده حوزه کسب و کار - مترجم: امیر آل علی

امروزه فیلم به عنوان مهمترین سرگرمی جهانی محسوب می‌شود که خود صنعتی بسیار پولساز است. همچنین ستارگان سینما، بیشترین میزان محبوبیت را در بین جوامع مختلف دارند. تحت این شرایط شانس مشاهده یک فیلم، بیش از ۲۰ برابر کتاب است. در این زمینه امروزه شبکه‌های اجتماعی به بخش جدایی‌ناپذیر از زندگی افراد تبدیل شده است که در رابطه با این موضوع نیز فیلم‌های زیادی تاکنون منتشر شده که در ادامه ۱۰ مورد برتر آنها را بررسی خواهیم کرد. نکته‌ای که در این بخش باید به آن توجه داشته باشید این است که از دل فیلم‌ها نیز می‌توان نکات آموزنده بسیاری را استخراج کرد و با توجه به نیاز تمامی کسب و کارها به بازاریابی شبکه‌های اجتماعی، بدون شک مشاهده این لیست خالی از لطف نخواهد بود.

۱- Not Okay (۲۰۲۲)

این فیلم روایتگر داستان زن جوانی است که در تلاش برای به شهرت رسیدن در شبکه‌های اجتماعی است. با این حال این خواسته وی منجر به اتفاقات متعددی می‌شود. درواقع این فیلم در سبک کمدی سیاه بوده و تلاش کرده است تا رویکرد رایج و نحوه تولید محتوای بسیاری از افراد را زیر سوال ببرد. بدون شک با مشاهده این فیلم، متوجه روش‌های نادرست کسب شهرت در فضای مجازی و نتایجی که به همراه دارد، خواهید شد.

۲-Untraceable (۲۰۰۸)

این فیلم درباره یک قاتل زنجیره‌ای است که با استفاده از قدرت اینترنت و شبکه‌های اجتماعی، ترس زیادی را در دل مردم انداخته و همین امر باعث شده است تا کار نیروهای پلیس، به مراتب سخت‌تر شود. با مشاهده این فیلم در کنار دیدن یک تریلر جذاب، متوجه این امر خواهید شد که تا چه حد محتواهای ترسناک و دلهره‌آور، قدرت ماندگاری و تاثیرگذاری بالایی را دارد. درواقع این امر می‌تواند به یک ایده برای هر کسب و کاری تبدیل شود.

۳-Tragedy Girls (۲۰۱۷)

بدون شک مشاهده دو دختر قاتل، خود به اندازه کافی متفلوت محسوب می‌شود و در این فیلم قتل‌ها به صورت آنلاین در شبکه‌های اجتماعی منتشر شده و این امر خود ترس و وحشت بسیاری را به همراه داشته است. نکته جالب این است که انگیزه اصلی این قتل‌ها، کسب شهرت در فضای مجازی است. درواقع این فیلم به صورت کامل مراحل کسب شهرت و تعامل با مخاطب را نشان می‌دهد. اگرچه شیوه به شهرت رسیدن نقش‌های اول فیلم ابدا توصیه نمی‌شود، با این حال برای درک بهتر روندها و الزامات موجود، کاملا آموزنده خواهد بود.

۴-The Social Dilemma (۲۰۲۰)

این فیلم در سبک مستند تهیه شده و به قدری موفق بوده که کمتر کسی را می‌توان پیدا کرد که آن را مشاهده نکرده باشد. موضوع اصلی آن نیز درباره مسیر اشتباهی است که مدیران شبکه‌های اجتماعی در چند سال اخیر طی کرده‌اند و این فضا از مسیر مثبت و سازنده خود دور شده است. درواقع در اکثر این شبکه‌ها، مسئله سوءاستفاده از اطلاعات کاربران و درگیر نگه داشتن آنها مطرح است. مصاحبه با بسیاری از کارمندان و مدیران سابق شرکت‌های بزرگ نظیر گوگل، فیس‌بوک و... باعث شده است تا با محتوایی کامل و کاربردی مواجه باشیم. بدون شک پس از مشاهده این مستند، تلاش خود را خواهید داشت تا از شبکه‌های اجتماعی استفاده بهتری را داشته باشید. همچنین اگر صاحب یک کسب و کار هستید، نسبت به روند کار به خوبی آگاه خواهید شد و این امر کمک می‌کند تا تصمیمات به مراتب بهتری را داشته باشید.

۵-Love, Guaranteed (۲۰۲۰)

این فیلم اگرچه تم عاشقانه دارد، با این حال به خوبی تاثیر شبکه‌های اجتماعی خصوصا در بین قشر جوان را نشان می‌دهد و شما می‌توانید ایده‌های کاربردی را استخراج نمایید. با این حال این فیلم به خوبی نشان می‌دهد که تا چه حد ادعاهایی که نتوانید آنها را اثبات کنید و امروزه در فضای اینترنت به صورت متعدد می‌توان مشاهده کرد، دارای آثار تخریبی است و می‌تواند منجر به پایان کسب و کار شما شود.

۶-The Hater (۲۰۲۰)

در این فیلم به خوبی نشان داده می‌شود که افراد تا چه اندازه خود را پشت شبکه‌های اجتماعی پنهان می‌کنند. درواقع شبکه‌های اجتماعی به یک پوششی تبدیل شده است که در آن افراد به مراتب خوبش‌ترتر، پولدارتر و... هستند. تحت این شرایط چنین اتفاقی می‌تواند باعث نفرت باشد و در این فیلم شخصیت اصلی به خاطر سوءبرداشتی که از صفحه یکی از افراد داشته است، تلاش می‌کند تا از وی انتقام بگیرد. درواقع این فیلم اهمیت توجه به محتوا و ناراحت نکردن مخاطب را نشان می‌دهد. درواقع اگرچه بعید است که مشتری و یا مخاطب بخواهد شما را به قتل برساند، با این حال این شرایط می‌تواند برای شما منجر به ریزش مشتری و مخاطب و در نهایت مسائل حقوقی به همراه داشته باشد.

۷-Emily In Paris (۲۰۲۰)

بدون شک حضور ستاره‌ای نظیر لی لی کالینز خود باعث می‌شود تا افراد بسیاری تمایل داشته باشند تا این فیلم را مشاهده کنند. داستان آن روایتگر زنی است که از کشور آمریکا به پاریس می‌رود تا یک فرصت شغلی جدید را امتحان کند. درواقع نقش اول این فیلم، بازاریاب شبکه‌های اجتماعی است و می‌خواهد در پاریس، به موفقیت برسد. تحت این شرایط طبیعی است که این فیلم حاوی نکات بسیار آموزنده‌ای باشد.

۸-Spree (۲۰۲۰)

این فیلم تلاش فردی را نشان می‌دهد که تاکنون موفق نشده است تا به شهرتی در شبکه‌های اجتماعی دست پیدا کند و همین امر باعث شده تا وی برای ویرال شدن، دست به اقدامی دیوانه‌وار بزند. این فیلم اگرچه تخیلی محسوب می‌شود، با این حال اهمیت شبکه‌های اجتماعی خصوصا در زمینه درآمدزایی را نشان می‌دهد و افراد را به این باور می‌رساند که اگرچه کسب شهرت سخت شده است، با این حال با هر اقدامی نمی‌توانید موفقیت طولانی مدت را داشته باشید.

۹-Searching (۲۰۱۸)

قهرمان این فیلم پدری است که تلاش می‌کند دختر گمشده خود را پیدا کند و در این مسیر از شبکه‌های اجتماعی کمک می‌گیرد. درواقع نمایش جزئیات زندگی افراد در این شبکه‌ها و اطلاعاتی که از دل آنها می‌توان استخراج کرد، در نهایت باعث نجات جان یک انسان می‌شود. درواقع در این فیلم شاهد یک نمونه از تحلیل داده هستید و می‌توانید از صفحات افراد، نکات بسیاری را استخراج کرده و از آن به نفع کسب و کار خود استفاده کنید تا در نهایت بتوانید فروش بالاتری را داشته باشید.

۱۰-Goes West (۲۰۱۷)

اگرچه برای بسیاری از افراد بلاگری و تبدیل شدن به یک اینفلوئنسر در شبکه‌های مجازی، شغل رویایی محسوب می‌شود، با این حال این فیلم به خوبی سختی‌های کار را نشان می‌دهد و پس از مشاهده آن متوجه این امر خواهید شد که این حوزه کاری، درست به مانند هر شغل دیگر، درسرها و تیپ شخصیت خاص خود را دارد و مناسب هر فردی نیست. همچنین در این فیلم تلاش شده است تا با نگاهی طنز، اقدامات بی‌نتیجه بسیاری از بلاگرها، نمایش داده شود تا بازنگری نسبت به محتواهایی که تولید می‌شود، صورت گیرد.

فرصت امروز

روزنامه‌مدیریتی –اقتصادی

دوشنبه | ۲۱ شهریور ۱۴۰۱ | شماره ۲۰۸۹ | صفحه ۸

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: هنر سرزمین سبز

دفتر مرکزی: مطهری، خیابان علی اکبری، پلاک ۱۱۵

دفتر مرکزی: ۸۸۳۱۷۷۳۸

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۳۲۰۹۶۰

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

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR

تبلیغات خلاق

نویسنده: علی آل علی

اگر با دقت به اطراف‌تان نگاه کنید، همه چیز به سرعت نور در حال هوشمند شدن است. از موبایل گرفته تا ساعت و حتی دستیارهای ریز و درشت، همه و همه در تب هوشمندسازی قرار گرفته‌اند. انگار که هر چیزی در این دنیا که پسوند هوشمند را یک نکشد، متعلق به عصر حجر است. در این بین بازاریاب‌ها هم چاره‌ای به غیر از همراهی با این موج بزرگ ندارند. هرچه باشد بخش اصلی کار بازاریاب‌ها شناسایی ترندهاست. وقتی هم صحبت از هوشمندسازی باشد، بی‌شک هیچ‌کس توانایی مقاومت در برابر آن را نخواهد داشت. بی‌شک بازاریابی هوشمندانه هیچ شباهتی به نصب سیستم عامل اندروید روی بازارپاب‌ها ندارد (خب مگر اینجا لوکیشن فیلم‌ها علمی- تخیلی است؟). در عوض تمرکز اصلی روی انتخاب اهداف درست قرار دارد؛ اهدافی که با کمترین هزینه ممکن شما را به سرزمین مقصود برسانند. اینطوری نه ولخرجی زیادی کرده‌اید، نه خیلی اعصاب‌تان خورد شده است. تازه کلی از رقبا هم جلو خواهید افتاد؛ به همین سادگی. ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم هر کاری در این دنیا باید هوشمندانه انجام شود. البته منظور ما فقط یک اسم خشک و خالی نیست، بلکه انتخاب متفاوت اهداف در عرصه بازاریابی است؛ چراکه شما نمی‌توانید در بازار کلاش سیاه را رنگ کرده و به جای قناری بفروشید. وقتی هم درباره بازاریابی هوشمند فکر می‌کنیم، احتمالا اول از همه شبکه‌های اجتماعی به ذهن آدم می‌رسد. هرچه باشد این روزها مردم بیشتر در اینستاگرام یا یوتیوب زندگی می‌کنند تا دنیای واقعی. پس اگر دوست دارید یک بار برای همیشه اهداف بازاریابی‌تان را هوشمندسازی کنید و در پلتفرم‌های اجتماعی خوش بدرخشید، آب دست‌تان است زمین گذاشته و با ما همراه شوید.

اسمارت مارکتینگ در شبکه‌های اجتماعی

استادی را در نظر بگیرید که سر کلاس هنر درباره نقاشی صحبت می‌کند. بی‌شک الگوهای بی‌نهایت زیادی در دنیا برای نقاشی وجود دارد، اما سر کلاس باید همه الگوها را با هم جمع بست. وگرنه حتی یک دقیقه هم امکان مدیریت کلاس وجود نخواهد داشت. ماجرا در عرصه شبکه‌های اجتماعی هم دقیقا این طوری است. اگر قرار باشد شما برای هدف‌گذاری در هر شبکه اجتماعی یک دوره آموزشی ۱۵ ساعته طی کنید، دست آخر وقتی شروع به مارکتینگ خواهید کرد که ماراتن اصلی تمام شده و مدل‌ها نیز بین برندگان توزیع شده است!

ما در این مقاله قصد داریم به جای وقت تلف کردن با تاکید وسواس گونه بر روی انواع شبکه‌های اجتماعی یک راست برویم سر اصل مطلب. پس هر پلتفرمی که چشم‌تان را گرفته با اهداف مورد بحث ما در ادامه هماهنگی خواهد داشت. اجازه دهید بدون هیچ مقدمه‌چینی کلیشه‌ای برویم سراغ اصل کار.

افزایش آگاهی مشتریان از برند: هدفی همیشه هوشمند
چند نفر در بازار اسم برند شما را شنیده‌اند؟ این سوال شاید خیلی ناگهانی به نظر برسد، اما اگر نتوانید جواب مطمئنی به آن بدهید، اوضاع‌تان حسایی به هم خواهد ریخت. این روزها خیلی از برندها میلیون‌ها دلار در سال برای بازاریابی هزینه می‌کنند. قبول دارم آرزوی هر بازاریابی داشتن چنین بودجه‌هایی است، اما حتی اگر شما تا این حد خوش‌شانس هم باشید دلیل نمی‌شود همینطور الکی ولخرجی کنید. شاید مشتریان در بازار به خوبی برند شما را می‌شناسند. شاید هم اعتمادشان به شما در بالاترین سطح ممکن قرار دارد. اگر این فرض‌ها را گوشه ذهن داشته باشیم، آن وقت بریز و بپاش در دنیای مارکتینگ فقط پول هدر دادن است؛ نه چیزی بیشتر!

یک هدف هوشمندانه به جای ولخرجی‌های سنتنی در بازار تلاش برای افزایش آگاهی مشتریان از برند است. همانطور که یک قهرمان ورزشی به مرور زمان اسمش سر زبان‌ها می‌افتد، شما هم قرار نیست یک شبه اسم‌تان چهار گوشه دنیا را پر کند. پس کمی روی صبر و تحمل‌تان کار کنید. در این بین هم سه معیار کاملا ساده برای ارزیابی میزان آگاهی مشتریان از برندتان در شبکه‌های اجتماعیه هست که باید از بر شوید:

- تعداد فالوورهای برندتان در شبکه‌های اجتماعی
- مقدار تعامل روزانه، هفتگی و ماهانه کاربران با محتوای بازاریابی برند شما
- نرخ افزایش به اشتراک‌گذاری محتوای شما، منشن و ری‌توییت محتوای برندتان

اگر سه معیار بالا به طور مداوم رو به رشد هستند، شما در وضعیت بی‌نهایت خوبی قرار دارید. ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم سبری که درد نمی‌کند، هیچ وقت نباید دستمال بست. پس فقط وقتی اوضاع‌تان ایده‌آل نیست سراغ تغییر در اهداف بازاریابی‌تان بروید. یادتان باشد هرچه مشتریان بیشتر شما را بشناسند، دور و بر برندتان شلوغ‌تر خواهد بود. برای این کار هم به جای تبلیغات هزینه‌بردار باید سراغ تبدیل مشتریان به سفیران برندتان بروید. به زبان خودمانی، شما با ارائه خدمات عالی به مشتریان فعلی عملا کاری می‌کنید آنها دوستان‌شان را به سمت شما هدایت کنند. نتیجه کار هم سود بیشتر خواهد بود؛ نه چیزی دیگر.

افزایش ترافیک سایت: آماده بازگشت امپراتوری سایت‌ها باشید!

خیلی‌ها فکر می‌کنند با ظهور شبکه‌های اجتماعی دیگر سایت‌ها از مد افتاده‌اند. راستش را بخواهید تا همین یک دهه قبل تمام بازاریاب‌ها اینطوری فکر می‌کردن، اما ماجرا اینقدرها هم ساده نیست. هنوز هم تولید محتوای تخصصی در سایت‌ها برند یا حتی وبلاگ‌ها طرفداران پر و پاقرصی دارد. به علاوه، فروش آنلاین بعد از پاندمی کرونا رشد تصاعدی دارد. پس اگر شما دو سایت‌تان را خط بکشید، دو دستی فروش‌تان را با سر به زمین زده‌اید.

دومین هدف هوشمندانه‌ای که ما برای بازاریابی پیشنهاد می‌کنیم، افزایش ترافیک سایت است. با این کار نه تنها فروش شما بیشتر می‌شود، بلکه یک بار برای همیشه از شر معمای سنو هم خلاص خواهید شد. اگر حرف ما را قبول ندارید، کافی است سری به سایت برندهای بزرگ بزنید. خب اگر داشتن سایت اینقدر بی‌فایده بود، بی‌شک ایلان ماسک یا جف بزوس خیلی زودتر از اینها سایت تسلا یا آمازون را تعطیل می‌کردند. فکر می‌کنم کم‌کم باور سنتی‌تان درباره انقراض سایت‌ها در حال ترک خوردن

تبلیغات خلاق

بازاریابی هوشمندانه در شبکه‌های اجتماعی: ۹ هدفی که همه باید دنبال کنند!

است، مگر نه؟

اگر شما مطمئن شده‌اید مدیریت سایت در این روزگار هدف بی‌خودی نیست، ما چند تا معیار دست اول برای ارزیابی آن داریم:

- تعداد بازدیدکنندگانی که از اکانت‌تان در شبکه‌های اجتماعی به سایت منتقل شده‌اند

- درصد رشد ترافیک سایت بعد از به اشتراک‌گذاری لینکش در شبکه‌های اجتماعی
- تغییر در میانگین زمان حضور کاربران در سایت (ترجیحا به دقیقه)

سه معیار طلایی بالا به شما اطلاعات خوبی برای ارزیابی میزان موفقیت‌تان در دستیابی به این هدف هوشمند می‌دهد. اگر شما هم سایت‌تان آرام آرام در حال تجربه مرگ تدریجی است، استفاده از شبکه‌های اجتماعی می‌تواند جان تازه‌ای به آن بدهد. البته یادتان باشد قرار نیست شما در اینستاگرام یا توییتر فقط درباره سایت‌تان حرف بزنید. در عوض گاهی اوقات کارتان را متفاوت‌تر پیش برده و به مشتریان فرصت مشاهده محتوای دلخواه‌شان را بدهید. وگرنه خیلی زود اکانت‌تان هم مثل سایت رسمی سوت و کور خواهد شد.

تعامل بیشتر کاربران با برند: به وقت سنو در شبکه‌های اجتماعی

وقتی صحبت از سنو می‌شود، همه فکر می‌کنند باید مطابق میل گوگل رفتار کنند. انگار که سنو اصلا از سوی کارشناس‌های گوگل طراحی شده و هیچ‌کس نباید دست از پا خطا کند. اگر شما هم اینطور فکر می‌کنید، باید بگوییم کاملا در اشتباهید؛ چراکه سنو فقط مخصوص گوگل یا حتی موتورهای جست‌وجو نیست. این روزها شبکه‌های اجتماعی هم الگوریتم‌های پیشرفته‌ای برای جست‌وجوی محتوا از طرف کاربران دارند. پس اگر شما دوست دارید همیشه برند شما‌ره یک مشتریان باشید، باید خود در یوتیوب، توییتر و ده‌ها پلتفرم دیگر را در گوشه ذهن‌تان داشته باشید. همانطور که در یک مسابقه فوتبال معیار اصلی برای تعیین برنده گل‌هاست، در سنو شبکه‌های اجتماعی هم معیار اصلی میزان تعامل کاربران با هر اکانت است. فکر می‌کنم شما هم قبول داشته باشید انتخاب بهترین محتوا بیشتر با کاربران به عنوان یک هدف کاملا هوشمند است، مگر نه؟

وقتی شما تعامل بیشتری با کاربران دارید، کم کم الگوریتم آن پلتفرم شما را در اکسپلور یا نتایج جست‌وجو بالاتر از بقیه نشان می‌دهد. البته این تعامل باید دوجانبه باشد. وگرنه شما با زیاده‌روی در این جاده یکطرفه عملا تبدیل به مزاحمی همیشگی برای کاربران خواهید شد.

ما در روزنامه فرصت برای ارزیابی میزان موفقیت در افزایش تعامل کاربران با برند چندتا معیار صاف و ساده داریم. اگر شما مدت‌هاست دنبال معیارهایی برای این کار هستید، کافی است شش دانگ حواس‌تان را به این سه تا معیار بدهید:

- نرخ به اشتراک‌گذاری با بازنشر محتوای برند از سوی کاربران
- نرخ تعامل کاربران با اکانت برند براساس بازه‌های زمانی (برای شناسایی بهترین زمان انتشار محتوا)

سه معیار بالا نه تنها توضیحات خوبی درباره وضعیت سنو اکانت‌تان می‌دهد، بلکه از زمان طلایی برای انتشار محتوا را هم رو می‌کنند. خب وقتی شما هم وضعیت فعلی هم زمان درست برای انتشار محتوا را دم دست داشته باشید، مگر دیگر دلیلی برای شکست در شبکه‌های اجتماعی باقی می‌ماند؟

ارتقای کیفیت خدمات مشتری: پیش به سوی دیجیتالی شدن
زمانی نه چندان دور مردم برای خرید جدیدترین نسخه آیفون ساعت‌ها پشت درهای اصلی این فروشگاه صف می‌کشیدند. شما را نمی‌دانم، ولی من که هنوز دلیلی این همه عجله برای خرید از اپل را نمی‌دانم. هرچه باشد این محصولات به زودی در همه فروشگاه‌ها موجود می‌شود. پس چرا باید این همه عجله کرد؟ احتمالا بازاریاب‌های خبره در سراسر دنیا به فکر دغدغه‌های ذهنی امثال من بوده‌اند، چراکه چند سالی هست بخش فروش و از همه مهمتر خدمات مشتری را به شبکه‌های اجتماعی منتقل کرده‌اند. این یعنی دیگر خبری از معطلی‌های دور و دراز پشت خط‌های تلفن یا راهروهای شرکت‌های بزرگ نخواهد بود.

همانطور که تصور یک قیلم بدون یازم‌گران ممکن نیست، بخش خدمات مشتری هم بدون حضور کارشناس‌های خبره همیشه یک چیزی کم دارد؛ البته نه در دنیای مدرن! باور کنید یا نه، از ۶-۱۵ سال قبل به این طرف دیگر خبری از کارشناس‌های حرفه‌ای پشت سیستم‌های خدمات مشتری نیست. در عوض ربات‌های چت با هوش مصنوعی مثال‌زدنی آماده جواب دادن به سخت‌ترین سوال‌های دنیا هستند. از وقتی هم یادگیری ماشینی وارد بازار شده، ربات‌های چت حتی اگر جواب سوالی را بلد نباشند، مثل پژوهشگران حرفه‌ای جواب را از زیر سنگ هم که شده بیرون می‌کشند. با این حساب انتخاب خدمات مشتری بهتر با هوش مصنوعی به عنوان یک هدف هوشمندانه در زمینه مارکتینگ نباید خیلی دور از ذهن باشد، مگر نه؟

این روزها مشتریان دیگر حوصله گشت و گذار در قفسه فروشگاه‌های مختلف یا حتی انتظار طولانی برای دریافت خدمات مورد نیازشان را ندارند. انگار که همه چیز روی دور تند قرار گرفته و هر کسی از این دوی سرعت جا بماند، حتی یک پنی هم فروش نخواهد داشت. با این حساب شما باید حواس‌تان به تمام جزئیات باشد. انتقال خدمات مشتری به شبکه‌های اجتماعی می‌تواند مهمترین گام در مسیر تبدیل شدن به قهرمان مشتریان باشد. اگر شما هم عزم‌تان را جزم کرده‌اید تا در این مسیر حرکت کنید، معیارهای ذیل به کارتان خواهد آمد:

- سرعت پاسخگویی‌تان به پیام‌های مشتریان
- تعداد سوالات دریافتی از مشتریان در شبکه‌های اجتماعی
- میانگین رضایت کاربران از عملکرد تیم خدمات مشتری در شبکه‌های اجتماعی

وقتی شما معیارهای بالا را به خوبی اندازه‌گیری کنید، تکلیف‌تان با هدف هوشمند مربوط به خدمات مشتری روشن می‌شود. اگر از ما می‌شنوید، تا وقتی کارتان از همه رقبا بهتر نشده، حتی یک ثانیه هم نباید به درآوردن کش‌های مسابقه‌تان فکر کنید، چراکه مشتریان یکپا منتقد بی‌رحم هستند. کافی است یک لحظه تبلی کنید تا طوری دورتان را خط بکشند که نگو و نپرس.

درک نیازهای مشتریان: بازاریابی هوشمندانه بر مدار

بازاریابی هوشمندانه در شبکه‌های اجتماعی: ۹ هدفی که همه باید دنبال کنند!

مشتریان!

آیا تا به حال فکر کرده‌اید مشتریان از شما چه می‌خواهند؟ خب مردم که عاشق چشم و ابروی شما نیستند که همیشه اطراف‌تان پرسه بزنند، در عوض آنها نیازهایی دارند و اگر شما توانایی رفع آنها را داشته باشید، به تالار برندهای محبوب‌شان راه پیدا خواهید کرد. نکته کمدی ماجرا بی‌خبری یک عالمه کارآفرین از این مسئله مهم است. دقیقا به همین خاطر هم اغلب اوقات مشتری را مثل آب خوردن از دست می‌دهند.

یکی از اهداف حرفه‌ای و صالبدته هوشمندانه برای بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی درک بهتر از مشتریان است. قبول دلرم هر بازاریابی یک شناخت حدودی از مشتریان دارد، اما این اصلا دلیل خوبی برای بی‌خیالی نسبت به تغییر رفتار مشتریان نیست. هرچه باشد انتظارات و سلیقه مشتریان روز به روز تغییر می‌کند. پس به جای اینکه دست روی دست بگذارید، از ابزار شبکه‌های اجتماعی برای رمزگشایی از خواسته‌های مشتریان سود ببرید. اینطوری دیگر مشتریان مثل یک بمب ساعتی از دست‌تان منفجر نمی‌شوند (امیدوارم مثال ما خیلی شما را یاد بازی کانتر ننداخته باشد).

شما برای کامل کردن پازل نیازهای مشتریان کافی است چندتا معیار دست اول داشته باشید. این معیارها به شما نقشه گنج مطمئنی برای کشف نیازهای به روز مشتریان هدیه می‌دهد. پس شش دانگ حواس‌تان را جمع کرده و معیارهای زیر را ارزیابی کنید:

- آن مدل پست‌هایی که کاربران بیشتر از بقیه دوست دارند
- شکایت‌ها و دغدغه‌های پرتکرار آنها که در کامنت‌ها یا فضای عمومی آنانین مطرح می‌شود
- انتقاراتی که در قالب پیام خصوصی با شما به اشتراک می‌گذارند

اگر شما به موارد بالا توجه کافی داشته باشید، خیلی زود قلق مشتریان دست تان می‌آید. آن وقت دیگر لازم نیست صبح تا شب نگران فروش نرفتن محصولات‌تان باشید. به علاوه، تصور سفارش‌هایی بی در بی و خالی شدن سریع انبار کالا‌های‌تان هم خیلی دور از ذهن نخواهد بود.

ارزیابی دقیق منشن‌ها: چه کسانی درباره شما حرف

می‌زنند؟

فرض کنید شما در تیم بازاریابی با یکی از مدیران ارشد بخش فروش کار دارید. در این صورت احتمالا شماره داخلی او را گرفته و یک مکالمه دوستانه خواهید داشت. این مکالمه دوستانه در شبکه‌های اجتماعی معمولا در قالب منشن کردن کاربران روی می‌دهد. مثلا وقتی کسی در اینستاگرام یکی از دوستانتاش را زیر پستی خنده‌دار منشن می‌کند، بقیه دوست دارند او هم این محتوا را مشاهده کرده و از آن لذت ببرد. دقیقا به همین خاطر در شبکه‌های اجتماعی باید نام کاربری ساده‌ای انتخاب کرد. وگرنه هیچ‌کس حوصله منشن کردن شما زیر محتوای دیگران یا حتی خودش را نخواهد داشت. یکی از اهداف هوشمندانه برای بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی سرک کشیدن در نظرات کاربران درباره برندتان است. اینکه دیگران چه نظری درباره شما دارند، فقط دغدغه‌ای مخصوص زندگی شخصی نیست. برندها هم باید مراقب تصویرشان در نگاه دیگران باشند. وگرنه خیلی زود اوضاع‌شان به هم خواهد ریخت. وقتی شما بدانید چه کسانی کجا درباره برندتان صحبت می‌کنند، کارتان در بازار بی‌نهایت راحت می‌شود. هرچه باشد این موضوع از دو حالت خارج نیست. در وضعیت اول کاربران فقط از شما تعریف و تمجید می‌کنند. با این حساب ارزیابی منشن‌ها به شما فرصت خوبی برای آشنایی با مشتریان وفادارتان می‌دهد. در سناریوی دوم، کاربران حسایی از دست بردن‌تان ناراضی هستند. در این صورت شما دست کم یک مشتری ناراضی‌تان را پیدا می‌کنید. از این مرحله به بعد تمام فکر و ذکر شما باید بازاریابی مشتریان از دست رفته باشد؛ درست مانند شخصیت اصلی بازی‌های ویدیویی که بعد از یک سقوط آزاد تمام عیار باید دوباره همه چیز را گل و بلبل کند!

افزایش تولید لید (Lead Generation): چه کسی مشتری بیشتر نمی‌خواهد؟

تولید لید یا به عبارت فرنگی‌ها لید جنریشن برای خیلی از کارآفرینان همیشه معمایی حل نداشتنی بوده است. ما در روزنامه فرصت امروز تولید لید را فرایند جلب نظر مشتریان به محصولات برند تعریف می‌کنیم. به زبان خودمانی، هر کاری که شما برای جذاب‌تر ساختن محصولات برندتان انجام می‌دهید، نوعی تلاش برای تولید لید است. اگر شما مثل یک کارآگاه کارکنه در این زمینه عمل کنید، احتمالا خیلی زود محصولات‌تان حسایی دل مشتریان را خواهد برد. آن وقت بدون حتی یک قدم تکان خوردن از سر جای‌تان کلی فروش خواهید داشت.

اگر شما هم دوست دارید در شبکه‌های اجتماعی دستی به سر و گوش تولید لیدتان بکشید، کافی است اول از همه اطلاعات تماس کاربران را کنار هم قرار دهید. اینطوری همه شرایط برای بازاریابی بی‌دردسر آماده می‌شود. در وهله بعد باید از تمام اطلاعاتی که شبکه‌های اجتماعی مثل انواع نظرسنجی‌ها به خوبی استفاده کنید. نتیجه چنین کاری آشنایی با سلیقه مشتریان است. فکر می‌کنم شما هم قبول داشته باشید از اینجا به بعد دیگر همه چیز به خلاقیت تیم‌های بازاریابی برای تولید لید بستگی دارد، مگر نه؟

سخن بیاویی

تبدیل الگوی سنتنی بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی به یک نمونه کاملا هوشمند کار ساده‌ای نیست؛ مخصوصا برای آنهایی که سال‌های سال به روش‌های قدیمی عادت کرده‌اند. ما در این مقاله همه تلاش‌مان آشنایی شما با راه و رسم هدف گذاری هوشمند در عرصه بازاریابی بود. البته نه در نوع بازاریابی، بلکه بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی. من و همکارانم در روزنامه فرصت امروز امیدوارم نکات مورد بحث در این مقاله کمکی هرچند کوچک به شما برای آشنایی با بازاریابی هوشمند کرده باشد. مثل همیشه اگر سوالی داشتید، کافی است از طریق یکی از پل‌های ارتباطی با ما در تماس باشید.

منابع:
https://blog.hubspot.com/blog/tabid/۶۳۰۷/how-to-set-social-media-marketing-۱۰۵۹۵/bidgoals.aspx
https://rockcontent.com/blog/smart-social-media-goals