

نگاه

موازی کاری باعث بن‌بست سیاستگذاری شد

شکست نهادهای توسعه صنعتی

اقتصاد ایران از حجم انبوه قوانین رنج می‌برد و این باتلاق مقررات نجومی، آسیب‌های زیادی به روند توسعه اقتصادی وارد کرده است. براساس آمارها، بیش از ۱۰۰ هزار مقررۀ و قانون در کشورمان وجود دارد و جدا از تورم مقررات، کیفیت این قوانین نیز محل سوال است؛ به طوری که یکی از مهمترین چالش‌های محیط کسب و کار، وجود همین مقرراتی است که به شیوه‌های مختلف، مزاحم فعالیت‌های اقتصادی است. جالب آنکه در کنار تورم مقررات، شاهد تورم نهادهایی هستیم که باعث شده‌اند استراژی توسعه صنعتی به بن‌بست برسد؛ چنانکه ۵۰ سازمان (برخی از این سازمان‌ها فقط بیش از ۱۰۰ واحد زیرمجموعه دارند)، درگیر اجرای سیاست‌های مختلف صنعتی هستند و این موازی‌کاری نهادهی، بی‌آنکه با یکدیگر هماهنگ باشند، باعث شکست سیاستگذاری صنعتی ایران شده است.

یافته‌های یک گزارش رسمی نشان می‌دهد که فقدان انسجام سیاستگذاری صنعتی به شکل تصدد سازمان‌ها و نهادهای ظاهر شده و حداقل ۵۰ سازمان و نهاد که برخی از آنها بیش از ۱۰۰ واحد زیرمجموعه دارند، درگیر اجرای...

فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی

آخرین خبرها از عرضه خودروهای وارداتی در بورس کالا

ثبت سفارش واردات خودرو به ۴۰هزار دستگاه رسید

سختگویی وزارت صمت گفت از ثبت سفارش حدود ۴۰ هزار دستگاه برای واردات خودرو خبر داد. به گزارش شهر آرنیوز، امید قالیباف اظهار داشت: همه مجوزهای لازم برای فروش و شماره‌گذاری خودروهای خارجی انجام شده است و اکنون هیچ مانعی برای واردات، ترخیص، شماره‌گذاری و فروش خودرو وجود ندارد. وی ضمن تأکید بر شتاب گرفتن واردات، به عرضه‌های زیاد...

دومینوی سرکوب قیمت‌ها، از بازار ارز تا بازار خودرو ادامه دارد

تراژدی اقتصاد دستوری

این روزها دور جدیدی از قیمت‌گذاری دستوری در بازارها به چشم می‌خورد؛ از بازار ارز گرفته که با تغییر رئیس کل بانک مرکزی و رونمایی از سیاست تثبیت ارز نیمایی، نرخ ۲۸ هزار و ۵۰۰ تومان برای سامانه نیما تعیین شده است، تا شائبه‌هایی که بر سر راه عرضه خودرو در بورس کالا به وجود آمده و باعث شده تا جمعی از فعالان بازار سهام در نامه‌ای به سران قوا نسبت به سنگ‌اندازی برخی گروه‌ها علیه عرضه خودرو در بورس و بازگشت دوباره رانت به بازار خودرو هشدار دهند. اهالی بازار سهام در این نامه با استناد به آمار رسمی معاملات خودرو در بورس کالا، به حمایت همزمان از تولیدکننده، سهامدار و مصرف‌کننده در قالب این طرح اشاره کرده و نوشته‌اند: نتیجه فروش...

دامس‌نخ اصلی تالار شیشه‌ای مجدداً از مقاومت ۱٫۶میلیونی عبور کرد

رشد بورس همپای دلار و سکه

مدیریت و کسب‌وکار

سئو بین‌المللی (International SEO) چیست؟

قصه کسب و کارها معمولاً با یک ایده طلایی شروع می‌شود. فرقی ندارد ایده مورد نظر تولید محصولی کاملاً جدید مثل آیفون باشد یا پای تولید ارزان‌تر به وسط بیاید، در هر صورت وقتی کارآفرینان ایده‌ای دندان‌گیر داشته باشند خیلی زود استارت‌آپ‌شان را طراحی خواهند کرد. در چنین مرحله‌ای کارآفرینان فقط دنبال حضوری هرچند کم‌رنگ در بازار محلی هستند. انگار که هیچ وقت قرار نیست برندشان توسعه پیدا کرده و وارد بازارهای جهانی شود. به همین خاطر هم معمولاً کارآفرینان هیچ ایده‌ای درباره سئو بین‌المللی (International SEO) ندارند. همانطور که تیم‌های فوتبال به مرور زمان با قهرمانی‌های متوالی در سراسر دنیا طرفدارانی پیدا می‌کنند، برندها هم باید همیشه نیم نگاهی به بازارهای جهانی داشته باشند. خوب اگر کسی را می‌شناسید که از سود بیشتر بدش می‌آید، ما را هم بی‌خبر نگذارید. سئو بین‌المللی در ماجراجویی دور و دراز...

نقشه‌راه احیای آب‌های زیرزمینی توسط اتاق بازرگانی ایران تدوین شد

۲ سناریوی احیای آب‌های زیرزمینی

میان بخش آب و سایر بخش‌های مرتبط با آن کشاورزی،

صنعت، انرژی، محیط‌زیست و... به‌عنوان یکی از عوامل مهم موثر بر عدم‌تحقق طرح احیا و تعادل‌بخشی، شناخته می‌شود، ضروری است الزامات اجرایی‌شدن راهکارها و برنامه‌ها از منظر مسئولیت دستگاه‌های متولی و همکار به‌دقت بررسی و تبیین شود. با توجه به اینکه اغلب راهکارها و برنامه‌های پیشنهادی از ماهیت میان‌بخشی و فرابخشی برخوردار خواهند بود، ایجاد سازوکارهای بین بخشی قدرتمند در ساختارهای اداری و همچنین ایجاد و تقویت نهادهای هماهنگ‌کننده فرابخشی با قدرت و اختیارات کافی برای حل اختلافات و تعارضات احتمالی بین بخش‌های مختلف، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

سناریوی اول: برنامه کوتاه‌مدت

اقدامات مربوط به سناریوی اول، به‌منظور افزایش کارایی و بهبود نسبی اثربخشی طرح احیا و تعادل‌بخشی، شامل بازنگری و اصلاح پروژه‌های طرح احیا و تعادل‌بخشی، تفویض بخشی از اختیارات و وظایف دستگاه‌های دولتی به تشکلهای بهره‌برداري فعال در سطح دشت‌های منتخب با استفاده از ظرفیت‌های قانونی موجود در چارچوب دستورالعمل توسعه مدیریت مشارکتی آب، اصلاح ضوابط و دستورالعمل‌های طرح احیا و تعادل‌بخشی با مشارکت و اعلام نظر تشکلهای بهره‌برداري براساس شرایط و ویژگی‌های دشت مربوطه و اعطای بخشی از درآمد حاصل از حق‌النظاره و آب‌بها به تشکلهای بهره‌برداري به‌منظور انجام وظایف محوله است. همچنین تهیه و انتشار تابلوی منابع و مصارف آب زیرزمینی دشت با همکاری و مشارکت تشکلهای بهره‌برداري و اشتراک آمار و اطلاعات موجود از طریق ایجاد سامانه ملی شفافیت و اشتراک‌گذاری آمار و اطلاعات آب زیرزمینی، بخش دیگری از اقدامات پیشنهادی است. برنامه زمانی در نظر گرفته‌شده برای اجرای اهم اقدامات مرتبط با این سناریو دو سال است؛ هرچند بازنگری و اصلاح پروژه‌های طرح احیا و تعادل‌بخشی در دوره ۱۰ساله ادامه خواهد داشت. ضرورت مدیریت مشارکتی، امری

ماهیت فرابخشی آب‌های زیرزمینی

نقشه‌راه احیا و تعادل‌بخشی را می‌توان گام دوم و تکمیلی فرآیندی محسوب کرد که با مطالعات آسیب‌شناسی طرح احیا و تعادل‌بخشی منابع آب زیرزمینی در سطح ملی شروع شد. در گام نخست، مطالعات آسیب‌شناسی طرح احیا و تعادل‌بخشی با بهره‌گیری از رویکرد مشارکتی و دریافت نظرات ذی‌نفعان و خبرگان به انجام رسید که خروجی آن شناسایی چهار عامل و ۲۲ مسئله معلول به‌عنوان مهمترین عوامل موثر بر عدم‌تحقق اهداف طرح احیا و تعادل‌بخشی و از دیدگاه کلان‌تر، وضعیت نامطلوب منابع آب زیرزمینی در شرایط کنونی بوده و اکنون دو سناریو برای جنبه عملیاتی آن پیشنهاد شده است. سناریوی اول به ارائه پیشنهادهایی در جهت بهبود وضع موجود با برنامه‌ها و اقدامات کوتاه‌مدت و زودب‌سازده در جهت افزایش کارایی طرح فعلی اما با اثربخشی کم روی کاهش برداشت از منابع آب زیرزمینی پرداخته است. در سناریوی دوم هم اقداماتی که سبب افزایش اثربخشی اقدامات مرتبط با احیا و تعادل‌بخشی منابع آب زیرزمینی می‌شود در سه گام زمانی کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت ارائه شده است. در سناریوی اول، فعالیت‌هایی مدنظر قرار گرفته که بتواند از طریق آنها تغییرات مثبتی در برنامه‌های فعلی طرح احیا و تعادل‌بخشی ایجاد کرد و کارایی این طرح را به منظور قرار گرفته که هرچند این تغییرات موجب حل مسائل بنیادین طرح نخواهد شد ولی می‌تواند نقش مثبتی در مسیر اصلاح طرح ایفا کند. در سناریوی دوم نیز اقدامات اساسی‌تری مدنظر قرار گرفته که تحقق آن می‌تواند زمانبر و پیچیده‌تر از فعالیت‌های سناریوی اول باشد، اما به همان نسبت از اثربخشی بالاتری برخوردار است. بنابراین پیشنهاد می‌شود در ابتدای امر، پیادسازی سناریوی دوم به‌عنوان نقشه‌راه احیا و تعادل‌بخشی در دشت‌های پایلوت موردنظر قرار گیرد، سپس نتایج و تجربیات حاصل از اجرای طرح به سایر دشت‌های کشور تعمیم یابد.

از آنجا که تضاد منافع، ناهماهنگی و فقدان انسجام کافی

فرصت امروز؛ برداشت بی‌رویه و بیش از ظرفیت دینامیکی منابع آب زیرزمینی در چهار دهه گذشته منجر به تحمیل فشار بر منابع بین نسلی، تخلیه منابع استراتژیک و کسری تجمعی مخزن بیش از ۱۳۰ میلیارد مترمکعبی در منابع آب زیرزمینی، متنوع و بحرانی شدن ۴۱۰ دشت از ۶۰۹ دشت کشور، بروز پدیده شوم و نگران‌کننده فرونشست زمین و تهدید پایداری سرزمین شده است. به دلیل اهمیت موضوع، مرکز ملی مطالعات راهبردی کشاورزی و آب اتاق ایران با همکاری وزارت نیرو، نقشه‌راه احیای آب‌های زیرزمینی را در دو سناریوی کوتاه‌مدت و بلندمدت ترسیم کرده است.

در این مطالعه در گام نخست، چهار عامل (علت) و ۲۲ مسئله (معلول) به‌عنوان مهمترین عوامل موثر بر وضعیت نامطلوب منابع آب زیرزمینی در شرایط کنونی شناسایی شده است. این عوامل چهارگانه عبارتند از: «ظرفیت‌های ناکافی قانونی و عدم استفاده موثر از احکام برنامه‌های توسعه و اسناد بالادستی در سازماندهی و فعال‌سازی مشارکت جامعه بهره‌بردار»، «ناکارآمدی و وجود تعارض منافع در مدیریت آب‌های زیرزمینی»، «وجود تعارض در سیاست‌ها، اسناد بالادستی و منافع بین‌بخشی برای حصول همگرایی در برنامه‌ریزی، اقدام و عمل» و «فقدان جامع‌نگری در برنامه‌ریزی، اجرا و پایش طرح». در گام دوم نیز نقشه‌راه احیای آب‌های زیرزمینی در دو سناریو طراحی شده است؛ در سناریوی اول، فعالیت‌هایی مدنظر قرار گرفته است که بتوان از طریق آنها تغییرات مثبتی در برنامه‌های فعلی طرح احیا و تعادل‌بخشی ایجاد کرد و کارایی این طرح را با انجام اصلاحاتی ارتقا بخشید. هرچند این تغییرات منجر به حل مسائل بنیادین طرح نخواهد شد، ولی می‌تواند نقش مثبتی در اصلاح مسیر طرح داشته باشد. همچنین در سناریوی دوم، اقدامات اساسی‌تری که تحقق آن می‌تواند زمانبر و پیچیده‌تر از فعالیت‌های سناریوی اول باشد اما به همان نسبت از اثربخشی بالاتری نیز برخوردار است، در سه گام زمانی کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت ارائه شده است.

اینترنت از حوالی مهرماه در ایران محدود شد و شبکه‌های اجتماعی فیلتر شدند. این امر باعث شد تا کاربران ایرانی به طول سه ماه گذشته برای دسترسی به اینترنت جهانی به استفاده از فیلترشکن روی بیاورند و بهای گزافی را برای خرید وی‌پی‌ان بپردازند. به طوری که براساس آمارهای گوگل پلی، فیلترشکن‌ها برای کاربران ایرانی به پردانلودترین اپلیکیشن‌ها تبدیل شده‌اند. حال نتایج یک گزارش جهانی نشان می‌دهد که ایران در رتبه دوم «زیان‌دیده‌ترین کشورهای ناشی از قطعی اینترنت» در سال گذشته میلادی قرار گرفته است. براساس گزارش تحقیقاتی وب‌سایت تاب ۱۰ وی‌پی‌ان (Top10VPN.com) که به تازگی منتشر شده، ایران پس از روسیه در رتبه دوم «زیان‌دیده‌ترین کشورهای ناشی از قطعی اینترنت» قرار گرفته است. در حالی که وزیر ارتباطات

فیلترشکن و وی‌پی‌ان‌ها که این روزها بحث جرم‌انگاری و برخورد قانونی با آن از سوی قوه قضائیه مطرح شده است، طی سال گذشته میلادی به ویژه همزمان با آغاز ناآرامی‌ها در کشور و موج گسترده فیلترینگ شبکه‌های اجتماعی تا به امروز به شدت مورد استقبال قرار گرفته است؛ به طوری که براساس گزارش وب‌سایت تاب ۱۰ وی‌پی‌ان، تقاضا برای خدمات وی‌پی‌ان در ایران طی ماه سپتامبر گذشته (شهریور- مهر) بیش از ۳ هزار درصد افزایش پیدا کرده است.

جغرافیای جهانی اینترنت نشان می‌دهد که روسیه در صدر کشورهای زیان‌دیده از قطعی اینترنت قرار گرفته و با رقم ۲۱۵۹۹ میلیارد دلار خسارت، آسیب‌دیده‌ترین کشور از قطعی عمدی اینترنت در سال ۲۰۲۲ میلادی شناخته شده است. پس از روسیه نیز کشورهای ایران

و قزاقستان در رتبه‌های دوم و سوم قرار دارند. براساس گزارش تاب ۱۰ وی‌پی‌ان، تعداد شهروندان آسیب‌دیده از قطعی و محدودیت اینترنت در سال ۲۰۲۲ میلادی نسبت به سال قبل از آن حدود ۴۱ درصد افزایش داشته و میزان خساراتی که این اقدامات بر اقتصاد جهانی وارد کرده نیز در سال گذشته میلادی نسبت به سال ماقبل آن، بیش از چهار برابر افزایش پیدا کرده است. در مجموع در گزارش وب‌سایت تاب ۱۰ وی‌پی‌ان، کشورهای روسیه، ایران، قزاقستان، میانمار، ازبکستان، هند، اتیوپی، نیجریه، کوبا، ترکمنستان، ترکیه، سودان، بوركینافاسو، سوریه و الجزایر به ترتیب به عنوان ۱۵ کشور نخست در فهرست زیان‌دیده‌ترین کشورهای ناشی از قطعی عمدی اینترنت در سال ۲۰۲۲ میلادی معرفی شده‌اند.

ایران در رتبه دوم زیان‌دیده‌ترین کشورهای ناشی از قطعی اینترنت ایستاد

جغرافیای قطعی اینترنت در ۲۰۲۲

هزار میلیارد تومان می‌رسد. با استناد به آمارهای منتشرشده از سوی بانک مرکزی می‌توان گفت که این میزان خسارت تقریباً معادل نیمی از بدهی شرکت‌ها و موسسات دولتی به بانک مرکزی است. مطابق آخرین آمارهای رسمی بانک مرکزی، میزان بدهی شرکت‌ها و موسسات دولتی به بانک مرکزی تا پایان مهرماه ۱۴۰۱ معادل ۵۸ هزار میلیارد تومان بوده است.

براساس این گزارش، قریب به ۷۲ میلیون نفر از شهروندان ایرانی در سال ۲۰۲۲ در مجموع به مدت ۲ هزار و ۱۷۹ ساعت از قطعی عمدی اینترنت تأثیر پذیرفته‌اند و همچنین شاهد ۴ هزار و ۸۶۳ ساعت بروز قطعی در دسترسی خود به شبکه‌های اجتماعی و ۱۳۰ ساعت اختلال شدید در شبکه اینترنت بوده‌اند. در همین راستا، بازار خرید و فروش

موازی کاری باعث بن‌بست سیاست‌گذاری شد

شکست نهادی توسعه صنعتی

اقتصاد ایران از حجم انبوه قوانین رنج می‌برد و این باتلاق مقررات نجومی، آسیب‌های زیادی به روند توسعه اقتصادی وارد کرده است. براساس آمارها، بیش از ۱۰۰ هزار مقررهِ و قانون در کشورمان وجود دارد و جدا از تورم مقررات، کیفیت این قوانین نیز محل سوال است؛ به‌طوری که یکی از مهمترین چالش‌های محیط کسب و کار، وجود همین مقرراتی است که به شیوه‌های مختلف، مزاحم فعالیت‌های اقتصادی است. جالب آنکه در کنار تورم مقررات، شاهد تورم نهادهایی هستیم که باعث شده‌اند استراتژی توسعه صنعتی به بن‌بست برسد؛ چنانکه ۵۰ سازمان (برخی از این سازمان‌ها فقط بیش از ۱۰۰ واحد زیرمجموعه دارند)، درگیر اجرای سیاست‌های مختلف صنعتی هستند و این موازی کاری نهادی، بی‌آنکه با یکدیگر هماهنگ باشند، باعث شکست سیاستگذاری صنعتی ایران شده است.

یافته‌های یک گزارش رسمی نشان می‌دهد که فقدان انسجام سیاستگذاری صنعتی به شکل تعدد سازمان‌ها و نهاده‌ها ظاهر شده و حداقل ۵۰ سازمان و نهاد که برخی از آنها بیش از ۱۰۰ واحد زیرمجموعه دارند، درگیر اجرای سیاست‌های مختلف صنعتی هستند. هر یک از این سازمان‌ها و نهاده‌ها، درگیر اعمال یکی از خط‌مشی‌های صنعتی هستند که هماهنگی مناسبی با سایر سیاست‌ها ندارد. همچنین یک‌سوم نهادهای شناسایی‌شده، مسئول اعمال خط‌مشی‌های اعتباری هستند و بیشترین موازی کاری و اختلاف سازمانی در زمینه تامین مالی تولید است. فقدان انسجام سیاستی موجب می‌شود تا عملاً اولویت‌بندی‌های مختلفی از سوی دستگاه‌ها اعمال شده و به صورت تقسیم منابع حمایتی میان اولویت‌های پراکنده ظاهر شود؛ مثلاً در لایحه بودجه سال ۱۴۰۱، بیش از ۱۷۵ هزار میلیارد ریال صرف حمایت از پژوهش‌های توسعه‌ای و کاربردی شده است. چنین میزان هزینه‌ای باید به بهبود کیفیت تولید و رشد بهره‌وری منجر شود؛ در حالی که روندهای بهبود سرمایه و تشکیل سرمایه در سال‌های گذشته از روندی نزولی حکایت دارد. باوزی پژوهشی مجلس در ادامه سلسله گزارش‌های «آسیب‌شناسی استراتژی توسعه صنعتی در ایران»، این بار بر «الزامات نهادی» متمرکز شده و موازی‌کاری نهادی را موجب شکست سیاستگذاری صنعتی دانسته است. این گزارش چهار پیشنهاد برای بهبود سیاستگذاری صنعتی ارائه داده که تحقق آنها بیش از تدوین اولویت‌ها اهمیت دارد. اولین پیشنهاد درباره سازمان برنامه‌بودجه است و نیاز است این سازمان در جهت هدفمندشدن تخصیص منابع به برنامه‌های حمایتی دستگاه‌های مختلف ورود کند. هر ساله در موضوع‌های سنواتی از جمله تبصره ۱۸، منابع حمایتی زیادی تحت عنوانی از قبیل ایجاد اشتغال و حمایت از صنایع کوچک و متوسط به دستگاه‌ها اختصاص داده می‌شود تا صرف سیاستگذاری صنعتی شود. سازمان برنامه و بودجه می‌تواند با شفاف‌سازی و پالایش این هزینه‌ها از اتلاف منابع جلوگیری کند.

پیشنهاد دوم به وزارت صمت اختصاص دارد و این وزارت‌خانه حجیم باید هماهنگی میان سازمان‌های توسعه‌ای و نهادهای پشتیبان مالی خود را افزایش دهد. وزارت صمت به‌جز واحدهای ستادی، انواع سازمان‌های تابعه را دارد. هر کدام از این سازمان‌ها مسئول بخشی از سیاستگذاری صنعتی هستند. در دوره اخیر، چارت جدید وزارت صمت مصوب شد که طی آن، وظایف جدیدی برای واحدهای ستادی در نظر گرفته شده و تلاش شده است تا ماموریت محوری و هماهنگی میان این واحدهای ستادی افزایش یابد. این موضوع انسجام سیاستی در این وزارت‌خانه را افزایش می‌دهد اما کافی نیست. انسجام سیاستی در این وزارت‌خانه زمانی محقق می‌شود که انسجام لازم میان واحدهای ستادی و سازمان‌های تابعه در راستای سیاستگذاری صنعتی هماهنگ ایجاد شود. ایجاد هماهنگی از طریق ایجاد شورای راهبری سیاست‌های صنعتی در سطح وزارت‌خانه یا قرار دادن نماینده ویژه‌وزیر در امور سیاست‌های صنعتی، از جمله پیشنهادهای این حوزه است. پیشنهاد سوم در مورد هماهنگی سیاستگذاری تجاری بین وزارت صمت و وزارت اقتصاد است؛ چراکه سیاستگذاری تجاری در وزارت صمت و امور اجرایی در وزارت اقتصاد و اداره گمرک انجام می‌شود. رویکرد اداره گمرک در وصول عوارض گمرکی بیشتر رویکرد درآمدی است، در حالی که رویکرد وزارت صمت بیشتر سیاستی است. افزایش هماهنگی از طریق افزایش نظرات وزارت صمت بر فرآیند اخذ عوارض یا انتقال گمرک به وزارت صمت، از جمله موضوعاتی است که می‌تواند مبنای سیاستگذاری یا اقدامات تقنینی برای ایجاد هماهنگی بیشتر قرار گیرد. پیشنهاد چهارم نیز افزایش انسجام سیاست‌های اعتباری را احیای بانکداری توسعه‌ای است. پنج بانک تخصصی - توسعه‌ای که در سال‌های گذشته در کنار بانک‌های تجاری تشکیل شده‌اند، می‌توانند نقش مهمی در روند توسعه صنعتی ایفا کنند.

به اعتقاد پژوهشگران مرکز پژوهش‌ها، بردست‌آورد بودن اولویت‌بندی در گروی تحقق وجه دیگر استراتژی، یعنی هماهنگی است. تصوراتیکه معاونتی همانند معاونت طرح و برنامه در چارت قبلی وزارت صمت یا یک دستگاه به‌تنهایی دست به اولویت‌بندی زده و فارغ از میزان هماهنگی سایر دستگاه‌ها در حمایت از اولویت‌ها به توفیق دست یابد، عملاً اشتباه خسارت‌باری است. دولت را فراتر از نهادهای قانونی و ابزارهای اعمال سیاست‌هاش بر جامعه می‌توان مجموعه‌ای از خط‌مشی‌ها دانست؛ خط‌مشی‌هایی که در قالب شبکه آنها قدرت اعمال شده، نظم سامان یافته و فعالیت‌های عمومی و خصوصی درون محیط ملی انتظام می‌یابد. در چارچوب این تلقی می‌توان دولت و سیاستگذاری‌های آن را مجموعه‌ای از سه دسته خط‌مشی دانست. خط‌مشی‌های دولت البته بیشتر از اینهاست. برخی دولت‌ها در روابط بازار دخالت می‌کنند، به‌تأمین برخی کالا‌های نیمه‌عمومی مانند آموزش و سلامت می‌پردازند، قوانین حمایت از نیروی کار وضع کرده و منافعی برای دوره بازنشستگی نیروی کار تضمین می‌کنند. این دولت‌ها از زاندارم شیی که امور روزمره اقتصادی را به فعالان اقتصادی سپرده و آنها را آزاد می‌گذارد تا بی‌محدودیت به فعالیت بپردازند، به نمایندند رفاه عمومی که تأمین رفاه همگانی را در دستور کار قرار می‌دهد بدل شده و دولت رفاهی تشکیل می‌دهند تا سیاست اجتماعی دومین دسته از خط‌مشی‌های دولت را تشکیل دهد. حاصل و تبعات بیش از چهار دهه نبود استراتژی مناسب صنعتی برای کشور چه بوده است؟

سه معیار بهره‌وری نیروی کار، بهره‌وری سرمایه و بهره‌وری عوامل تولید بین سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۹، کاهش چشمگیری داشته است. میزان بهره‌وری نیروی کار در این دوره ۹ ساله از رقم ۱۰۸ به رقم ۴٫۹۷ رسیده است. بهره‌وری سرمایه نیز از رقم ۱۱۲٫۸ در سال ۱۳۹۰ به رقم ۳٫۹۸ در پایان سال ۱۳۹۹ رسیده است. در نهایت، بهره‌وری کل عوامل تولید از عدد ۴٫۱۰۵ در ابتدای دهه ۱۳۹۰ به رقم ۸٫۹۷ در پایان این دهه رسیده است. بر همین مبنا، تغییرات هر سه شاخص در این بازه زمانی ۹ ساله همگی منفی بوده است. میزان افت سه شاخص بهره‌وری نیروی کار، بهره‌وری سرمایه و بهره‌وری کل عوامل تولید به ترتیب منفی ۶٫۱۰، منفی ۵٫۱۴ و منفی ۶٫۷ بوده است.

دومینوی سرکوب قیمت‌ها، از بازار ارز تا بازار خودرو ادامه دارد

تراژدی اقتصاد دستوری



که قدرت خرید مردم به علت رشد تورم پایین آمده و خرید خودرو برای بسیاری از شهروندان مشکل و چه بسا ناممکن شده است. به همین دلیل، خودرو به یک کالای سرمایه‌ای تبدیل شده و شور‌بختانه در طرح پرهیاهوی مجلس، یعنی مالیات بر عایدی سرمایه نیز گنجانده شده است. با وجود آنکه مالیات بر عایدی سرمایه در بازار خودرو چندان مرسوم نیست و خودرو در سطح جهان عموماً کالایی مصرفی شناخته می‌شود، اما از آنجا که خودرو همچون مسکن در ایران به یک کالای سرمایه‌ای بدل شده، در طرح موردنظر مجلس علاوه بر بازارهای مسکن، ارز و طلا، به اجرای مالیات بر عایدی سرمایه در بازار خودرو نیز توجه شده است. در مالیات بر عایدی سرمایه همانطور که از نام آن برمی‌آید، بر سود سرمایه شهروندان، مالیات وضع می‌شود و از مابه‌التفاوت قیمت فروش و خرید یک دارایی به دست می‌آید. به عبارت بهتر، مالیات بر عایدی سرمایه با هدف کنترل سوداگری و درآمدزایی دولت، سود ناشی از انتقال اموال غیرمولد را دربر می‌گیرد و افراد عمدتاً ثروتمند از سود ناشی از فروش سرمایه خود مالیات پرداخت می‌کنند. به همین خاطر به این نوع مالیات، مالیات ثروتمندان هم گفته می‌شود، اما همانطور که طرح دریافت مالیات از خانه‌های خالی (به دلیل ضعف شناسایی واحدهای خالی) شکست خورده و به گفته اقتصاددانان، روش ناکارآمدی برای تنظیم بازار مسکن به حساب می‌آید، به نظر می‌رسد طرح مالیات بر عایدی سرمایه نیز به همین سبک و سیاق، نسخه اشتباهی برای تنظیم بازار خودرو به شمار می‌رود.

با وجودی که امسال واردات خودرو با شرایط سختگیرانه و محدودی از سر گرفته شده، اما بازار خودرو، تقریباً بازاری انحصاری برای خودروسازان داخلی محسوب می‌شود. با این وجود، تولید خودرو برای خودروسازان به امری زیانده تبدیل شده و مشتریان نیز مجبور به پرداخت مبالغی هنگفت برای خودروهای بی‌کیفیت هستند. اگرچه ضعف بهره‌وری و اشکال مدیریتی نیز در مشکلات چندین و چند ساله خودروسازان نقش دارند، اما ریشه این بازی دوسر باخت در صنعت خودروسازی ایران به قیمت‌گذاری دستوری برمی‌گردد. حال باید دید آیا تجربه عرضه خودروی بورسی با هدف عبور از قیمت‌گذاری دستوری همچنان ادامه پیدا می‌کند یا همچون ابتدای سال بار دیگر با وقفه چند ماهه مواجه می‌شود!

کنترل نقدینگی و مهار تورم و به طور کلی، ثبات بیشتر اقتصاد کلان را به ارمغان بیاورد. حالا با گذشت بیشتر از شش ماه از بزنگاه حذف ارز ۴۲۰۰ تومنان، با تغییر رئیس کل بانک مرکزی در پی رشد بی‌محابای قیمت دلار، از سیاست تثبیت ارز نیمایی روتمایی شده و رقم ۲۸ هزار و ۵۰۰ تومان برای سامانه نیما تعیین شده است. در طول ۱۰ روزی که از تعیین شده است، تا شائبه‌هایی که بر سر راه عرضه خودرو در بورس کالا به وجود آمده و باعث شده تا جمعی از فعالان بازار سهام در نامه‌ای به سران قوا نسبت به سنگ‌اندازی برخی گروه‌ها علیه عرضه خودرو در بورس کرده و نوشته‌اند: نتیجه فروش ۲۵ هزار و ۷۴۲ خودرو در بورس کالا از ۲۸ اردیبهشت ماه تا ۱۵ دی ماه، انتقال ۷ هزار و ۵۰۰ میلیارد تومان سود از جیب دلالتان به خودروساز و خریدار خودرو بوده است.

از سوی دیگر، با تغییر رئیس کل بانک مرکزی و ورود «محمدرضا فرزین» به ساختمان شیشه‌ای خیابان میرداماد، سیاست تثبیت ارز نیمایی با رقم ۲۸ هزار و ۵۰۰ تومان در دستور کار دولت سیزدهم قرار گرفته و جالب آنکه این دولت در ابتدای امسال، ارز ترجیحی ۴۲۰۰ تومان را تحت عنوان پرسروصدای «جراحی اقتصادی» حذف کرده بود و حالا مجدداً همان سیاست ارز ترجیحی را دنبال کرده است. به گفته کارشناسان و فعالان اقتصادی، تعیین دستوری نرخ ارز در سامانه نیما می‌تواند عواقب جدی برای اقتصاد ایران داشته باشد و همان مشکلات و رانت ارز ۴۲۰۰ تومانی - این بار در ابعاد گسترده‌تر - را تکرار نماید. از قیمت دستوری تا دستور اقتصادی طرح «جراحی اقتصادی»، نمونه روشنی از خطای سیاستگذاری اقتصادی در دولت سیزدهم است. حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی در حالی از سوی تیم رسانه‌ای دولت با عنوان «جراحی اقتصادی» یاد شده که به نظر می‌رسد این طرح تنها عنوان «جراحی اقتصادی» را یکد کشیده و فاقد مولفه‌های اصلاح اقتصادی است. همانطور که سمت و سوی تورم در ادامه سال (از خردادماه به بعد) نشان می‌دهد، این طرح نتوانسته

سال‌هاست که مردم از وضعیت بازار خودرو راضی نیستند؛ مخصوصاً

نوسان ارزی به تورم ساختمانی دامن زد

ساخت و ساز در اغما

است؛ به طوری که از سال ۱۳۷۵ تا ۱۳۸۶ و از سال ۱۳۹۳ تا ۱۴۰۰، رشد قیمت زمین و مسکن از نرخ تورم سبقت گرفته است. آخرین گزارش‌های رسمی نشان می‌دهد که سهم مسکن در سبد هزینه خانوار شهری به بیش از ۳۶ درصد و در شهر تهران به ۴۷٫۹ درصد رسیده است. از سوی دیگر، به نظر می‌رسد رشد کم‌سابقه قیمت دلار در هفته‌های گذشته، به بازار بالادست مسکن رسیده و هزینه ساخت و ساز را به طور چشمگیری بالا برده است. دیدگاه مدیران ساختمانی در قالب تحولات ششامخ بخش ساختمان نشان می‌دهد که رشد قیمت بازارهای دارایی به ویژه بازار ارز، هوای بالادست مسکن را مه‌آلود کرده و به تورم ساختمانی دامن زده است. گزارش اتاق تعاون ایران از تحولات ششامخ ساختمان در آذرماه امسال از تأثیرپذیری بالای بازار مسکن و ساختمان از تحولات ارزی حکایت دارد. به نظر می‌رسد رالی صعودی بازارها به ویژه بازار ارز با وقفای کوتاه به بازار املاک رسیده و دامنه آن به بازار ساخت و ساز سرایت کرده است.

در آخرین گزارش ششامخ ساختمان که به‌صورت ماهانه و براساس نظرخواهی از فعالان ساختمانی درباره وضعیت بازار مسکن و ساخت‌وساز منتشر می‌شود، نمایندگان حدود یکصد شرکت ساختمانی با تشریح وضعیت بازار مسکن در ماه پایانی فصل پاییز، از تشدید شرایط رکودی در بازار ساخت و ساز خبر داده‌اند، به طوری که شاخص میزان فعالیت‌ها و سفارش‌های جدید (شروع پروژه‌های ساختمانی جدید) به کمترین سطوح خود رسیده است. همچنین رقم ششامخ بخش ساختمان در آذرماه به ۴۰٫۹۵ واحد رسیده که نسبت به آبان ماه با رقم ۴۵٫۷۸ واحد، کاهش نسبی را نشان می‌دهد. شاخص مدیران خرید که به اختصار، ششامخ نامیده می‌شود، عددی بین صفر تا صد است که هر ماه به شیوه نظرسنجی از مدیران و فعالان اقتصادی به دست می‌آید.

شامخ کل اقتصاد و شامخ بخش صنعت از سوی مرکز پژوهش‌های اتاق بازرگانی ایران محاسبه می‌شود، اما شامخ بخش ساختمان توسط اتاق تعاون ایران سنجیده می‌شود. در این نظرسنجی از فعالان ساختمانی، ۱۲ پرسش در قالب سه معیار وضعیت نسبت به ماه پیش (بهرتر شده، بدتر شده و با تغییری نکرده است) پرسیده می‌شود. در صورت انتخاب گزینه بیشتر از ماه قبل: عدد ۱، گزینه بدون تغییر: عدد ۰، و گزینه کمتر از ماه قبل: عدد صفر برای آن پرسش ثبت می‌شود. مجموع حاصلضرب درصد پاسخگویان به هر یک از گزینه‌ها در عدد همان گزینه، بیانگر عدد شامخ در آن پرسش است. این روشی است که برای کمی کردن پاسخ‌های مدیران ساختمانی به کار می‌رود.

براساس گزارش اتاق تعاون ایران، عدد شامخ ساختمان در آذرماه در حالی ۴۰٫۹۵ واحد محاسبه شده که شاخص قیمت خرید مواد اولیه یا لوازم موردنیاز (مصالح و تجهیزات ساختمانی) در برآیند نظرات فعالان ساختمانی به ۸۴٫۰۴ واحد و شاخص قیمت محصولات تولیدشده یا قیمت تمام‌شده ساخت مسکن به ۷۴٫۴۶ واحد رسیده است. باابودن این دو عدد نشان می‌دهد که قیمت مصالح ساختمانی و قیمت تمام‌شده ساخت مسکن بر اثر رالی صعودی بازارها، افزایش قابل توجهی پیدا کرده است؛ این در حالی است که ارقام این دو شاخص در آبان ماه به ترتیب ۶۸٫۴۲ واحد (قیمت خرید مواد اولیه) و ۶۴٫۷۳ واحد (قیمت تمام‌شده ساخت مسکن) بوده است. همانطور که اشاره شد، شاخص میزان فعالیت‌ها و سفارش‌های جدید، یعنی شروع پروژه‌های ساختمانی جدید در آذرماه کاهش یافته که تعمیق شرایط رکوردی را نشان می‌دهد. همچنین شاخص میزان فروش کالاها و خدمات که نشان‌دهنده حجم فروش واحدهای ساخته‌شده از سوی سازندگان است، نسبت به ماه قبل افت کرده و از تشدید رکود در بازار فروش واحدهای مسکونی ساخته‌شده خبر داده است.

بانک‌نامه



افزایش ۲۰ درصدی حقوق در سال آینده

پارانه‌ها تغییر نمی‌کند

در لایحه بودجه سال ۱۴۰۲، دولت برای حقوق کارکنان، افزایش ۲۰ درصدی را نسبت به سال گذشته به صورت متوسط در نظر گرفته است که در صورت تصویب مجلس شورای اسلامی، این میزان افزایش در سال آینده اعمال خواهد شد. پیگیری‌ها از لایحه مصوب دولت که پنجم دی ماه طی نامه رسمی رئیس‌جمهوری به مجلس ارائه شد، نشان می‌دهد میزان افزایش حقوق کارکنان در لایحه بودجه سال آینده، به صورت متوسط ۲۰ درصد در نظر گرفته شده است و حق عائله‌مندی و اولاد نیز به ترتیب ۵۰ و ۱۰۰ درصد افزایش پیدا خواهد کرد. این در حالی است که در لایحه بودجه امسال، متوسط افزایش حقوق کارکنان ۱۰ درصد تعیین شد و دولت برای حقوق کارکنان، افزایش پلکنی را پیش‌بینی کرد؛ به گونه‌ای که مقرر شد افزایش حقوق بین ۵ تا ۲۹ درصد متغیر باشد. بر همین اساس، حداقل حقوق کارکنان ۴ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان در لایحه بودجه امسال در نظر گرفته شده بود که در قانون بودجه حداقل حقوق به ۵ میلیون و ۶۰۰ هزار تومان رسید.

از سوی دیگر در لایحه بودجه سال ۱۴۰۲، میزان پارانه نقدی برای سال آینده تغییری نخواهد کرد و پارانه‌های ۳۰۰ هزار تومانی و ۴۰۰ هزار تومانی ادامه خواهند داشت. پیگیری‌های ایسنا از لایحه مصوب دولت نشان می‌دهد که میزان پارانه‌های نقدی در سال آینده نسبت به امسال تغییری نخواهد کرد؛ بنابراین پارانه‌های ۳۰۰ هزار تومانی و ۴۰۰ هزار تومانی که از ماه‌های ابتدایی امسال کلید خورد، در صورت تصویب مجلس شورای اسلامی، سال آینده هم ادامه پیدا خواهد کرد. البته در بودجه ۱۴۰۱ بیش از ۷۳ هزار میلیارد تومان برای پارانه نقدی ۴۵ هزار و ۵۰۰ تومانی و همچنین پارانه معیشتی مربوط به بنزین پیش‌بینی شد که تغییری نسبت به گذشته نداشت اما نهایتاً دولت تصمیم گرفت مبلغ پارانه‌ها را برای مشمولان به ۳۰۰ هزار تومان و ۴۰۰ هزار تومان افزایش دهد. در همین حال، طرح کالابرگ الکترونیکی که در استان هرمزگان اجرایی شده، در سال آینده هم ادامه پیدا خواهد کرد. بر همین اساس مردم می‌توانند انتخاب کنند که پارانه نقدی می‌خواهند یا کالابرگ الکترونیکی.

رئیس صندوق بین‌المللی پول پیش‌بینی کرد

تقویت طلای جهانی در ۲۰۲۳

کریستالینا جورجوا، رئیس صندوق بین‌المللی پول انتظار دارد که یک سوم اقتصاد جهان در سال ۲۰۲۳ در رکود باشد و این می‌تواند طلا را تقویت کند. طلا اخیراً به بالاترین قیمت خود در نزدیک به هفت ماه گذشته رسیده است و انتظارات را تقویت می‌کند که این فلز گرانبه‌ا در مسیر رسیدن به بالاترین رکورد در سال جاری است. در این زمینه، ادموند موی در ایالات متحده گفت: طلا از نوامبر تا پایان سال گذشته به میزان قابل توجهی حدود ۲۰۰ دلار در هر اونس افزایش یافت و این روند در چند روز اول ژانویه ۲۰۲۳ ادامه یافت. بنابراین قیمت طلا در نوامبر ۷.۳ درصد و در دسامبر ۳.۸ درصد افزایش یافت. قدرت نسبی دلار آمریکا و نرخ‌های بهره بالا، طلا را تحت فشار قرار داده است. به گفته موی، دلار از ماه نوامبر ضعیف شده و افزایش نرخ بهره فدرال رزرو به سمت تعدیل آغاز شده است که باعث شد طلا شد حرکت صعودی خود را آغاز کند. چه یک فرود نرم یا سخت برای اقتصاد ایالات متحده در سال جاری وجود داشته باشد، اقتصاد جهانی در حال شکل‌گیری است که سال بدتری نسبت به سال گذشته داشته باشد و طلا معمولاً در زمان رکود، تورم بالا یا عدم اطمینان اقتصادی افزایش می‌یابد.

براساس گزارش مارکت واج، کریستالینا جورجیوا، رئیس صندوق بین‌المللی پول این باره یک مصاحبه‌ای گفت که صندوق بین‌المللی پول انتظار دارد امسال یک سوم اقتصاد جهان در رکود باشد. در این خصوص، موی براساس تجربه خود به عنوان مدیر ضرابخانه ایالات متحده در طول بحران مالی ۲۰۰۸ تا ۲۰۰۹، معتقد است که نشانه‌ها حاکی از افزایش قیمت طلا در سال جاری است و او تعجب نخواهد کرد اگر طلا رکوردهای جدیدی را ثبت کند و به بالای ۲۱۰۰ دلار یا بیشتر برسد. برخی از پیش‌بینی‌های بازار، قیمت‌هایی را تا ۲ هزار دلار در هر اونس بیان می‌کنند.

بازرسی‌های میدانی برای رعایت نرخ سود سپرده

روسای شعب متخلف عزل شدند

بازرسی‌های میدانی بانک مرکزی از شعب بانکی در زمینه رعایت ضوابط این بانک در مورد نرخ سود سپرده‌های بانکی از روز شنبه آغاز و اقدامات تنبیهی لازم در مورد بانک‌ها و شعب متخلف انجام شد. طبق اعلام بانک مرکزی، با محرز شدن تخلف چندین شعبه بانکی در این زمینه، اقدامات لازم درخصوص عزل رؤسای شعب مذکور اجرایی شد و برخی از شعبه‌ها نیز مشمول سایر اقدامات تنبیهی شدند همچنین براساس این بازرسی‌ها، اکثر شعبه‌های بانکی نسبت به رعایت نرخ سود قانونی اقدام کرده و به ضوابط ابلاغی مربوطه از سوی بانک مرکزی پایبند بودند. بازرسی‌های میدانی بانک مرکزی از شعبه‌های شبکه بانکی در تهران و استان‌های مختلف در قبال لزوم رعایت نرخ سود سپرده‌های بانکی، در روزهای آینده نیز ادامه دارد.

گفتنی است؛ بانک مرکزی ۱۳ دی ماه امسال در بخشنامه‌ای خطاب به شبکه بانکی با تأکید بر لزوم پایبندی بانک‌ها درخصوص نرخ مصوب سپرده‌های بانکی از اعمال اقدامات تنبیهی برای بانک‌ها و موسسات اعتباری متخلف خبر داد و تأکید کرد که ضمن ابلاغ اخطار و تذکر به بانک‌ها و مؤسسات اعتباری ناقض نرخ‌های سود موصوف و برخورد با آنها از طریق هیأت انتظامی بانک‌ها، اقدامات زیر درخصوص بانک‌ها و مؤسسات اعتباری متخلف در دستور کار این بانک قرار می‌گیرد: «تعطیلی یا غیر فعال کردن شناسه اختصاصی شعب متخلف»؛ «مدنظر قرار دادن تخلفات مذکور به عنوان تخلفات حائز اهمیت در تصمیم‌گیری برای صدور تأییدیه صلاحیت مدیران بانک‌ها و مؤسسات اعتباری»؛ «بازنگری در حدود رشد مجاز مقرر در ضوابط ناظر بر کنترل مقادری ترازنامه»؛ «بازنگری در تعداد شعبه و باجه»؛ «مدنظر قرار دادن تخلفات موصوف در بررسی‌های مربوط به صدور مجوزهای موردنیاز بانک و مؤسسه اعتباری از جمله مجوزهای برگزاری مجامع، افزایش سرمایه، ارائه خدمات ارزی و…»؛ و «عزل رؤسای شعبی که در رعایت ضوابط نرخ‌های سود مرتبط تخلف شده‌اند از سوی بانک و مؤسسه اعتباری».

همچنین ششورای هماهنگی بانک‌ها و کانون بانک‌های خصوصی در اطلاعیه‌ای مشترک بر لزوم رعایت نرخ سود قانونی از روز شنبه (۱۷ دی ماه) تأکید کردند. براساس اعلام شورای هماهنگی بانک‌ها و کانون بانک‌های خصوصی و موسسات اعتباری، از ابتدای هفته بازارسان بانک‌ها و بانک مرکزی بر رعایت مفاد این اطلاعیه نظارت جدی خواهند داشت.

رئیس صندوق بین‌المللی پول پیش‌بینی کرد

تقویت طلای جهانی در ۲۰۲۳

«شاخص تولیدکننده وسایل نقلیه و قطعات وابسته» مورد بررسی قرار می‌گیرد، به غیر از سه مولفه «میزان سفارش‌های جدید»، «قیمت خرید مواد اولیه» و «انتظارات تولید آینده»، سایر مولفه‌ها کاهش داشته‌اند. در این میان، شاخص «قیمت خرید مواد اولیه» رکوردشکنی کرده و با افزایش ۱۲ واحدی از سطح ۷۲ واحد در آبان به ۸۴.۶۲ واحد در آذرماه و بیشترین رقم در یک سال گذشته رسیده است. نوسان نرخ ارز و رشد انتظارات تورمی، مهمترین و مؤثرترین دلیل کاهش شاخص کل گروه خودرو و به ویژه، افزایش چشمگیر شاخص «قیمت خرید مواد اولیه» است. با این وجود، خودروسازان (برخلاف آبان ماه) به آینده امیدوارند و تحولات شاخص «انتظارات تولید آینده» در پایان فصل پاییز نشان می‌دهد که رقم این شاخص از سطح ۵۴ واحد در آبان با رشد قابل توجه ۱۷ واحدی به سطح ۷۱.۱۵ واحد افزایش پیدا کرده است.

علاوه بر دو شاخص «قیمت خرید مواد اولیه» و «انتظارات تولید آینده»، شاخص «میزان سفارش‌های جدید» نیز در آذرماه افزایش یافته و از رقم ۵۶ واحد در آبان به ۵۷.۶۹ واحد در آذرماه رسیده است. «میزان سفارش‌های جدید» خودروسازان در آذرماه (به واسطه طرح پیش‌فروش خودروها) در حالی افزایش پیدا کرده که سرعت فروش و تولید محصولات در این ماه کاهش یافته‌است. چنانکه شاخص «مقدار تولید محصولات» با بیش از چهار واحد افت از ۶۸ واحد در آبان به ۶۳.۴۶ واحد در آذر رسیده است. همچنین شاخص «میزان فروش محصولات» نیز علی‌رغم افزایش عرضه خودروهای بورسی، با افت اندکی مواجه شده و از رقم ۶۴ واحد در آبان به ۶۳.۴۶ واحد در آذرماه رسیده است. هرچند میزان افت شاخص «میزان فروش محصولات» در آذرماه امسال حدود نیم واحد بوده، اما نکته مهم این است که با وجود افزایش عرضه خودروها در بورس کالای ایران، اما کماکان میزان فروش خودروسازان بالا نرفته است. در مجموع، از ۱۳ مولفه «شاخص تولیدکننده وسایل نقلیه و قطعات وابسته» تنها سه مولفه افزایش یافته و ۱۰ مولفه (شاخص کل، تولید محصولات، سرعت تحویل سفارش، موجودی مواد اولیه، میزان استخدام، موجودی انبار، میزان صادرات، قیمت محصولات تولیدشده، مصرف حامل‌های انرژی و فروش محصولات) با کاهش مواجه شده است که از شرایط نابسامان صنعت خودرو حکایت دارد.

رئیس صندوق بین‌المللی پول پیش‌بینی کرد

تقویت طلای جهانی در ۲۰۲۳

کشور دنیا محاسبه می‌شود. این شاخص در فارسی به اختصار «شاخص» نامگذاری شده و مرکز پژوهش‌های اتاق بازرگانی ایران ماموریت محاسبه و انتشار آن را به عهده دارد. شاخص مدیران خرید یا همان شاخص براساس پایش پرسشنامه‌ای به دست می‌آید و تصویر جامع و ملموسی از شرایط اقتصاد کلان به ویژه وضعیت رونق و رکود در بخش‌های صنعت و خدمات ارائه می‌دهد. در طرح شاخص از پاسخ‌دهندگان خواسته می‌شود به ۱۲ پرسش مطرح شده در قالب سه معیار وضعیت نسبت به ماه پیش (بهرتر شده، بدتر شده و یا تغییری نکرده است) پاسخ دهند. در صورت انتخاب گزینه بیشتر از ماه قبل عدد یک، گزینه بدون تغییر عدد ۵، و گزینه کمتر از ماه قبل عدد صفر برای آن پرسش ثبت می‌شود. مجموع حاصلضرب درصد پاسخگویان به هر یک از گزینه‌ها در عدد همان گزینه، مبین عدد شاخص در آن پرسش است. در نهایت، معیار سنجش این شاخص عددی بین صفر تا صد است. عدد صفر و صد به ترتیب به معنای آن است که ۱۰۰ درصد پاسخگویان گزینه «بدتر شده است» و «بهرتر شده است» را انتخاب کرده‌اند. عدد ۵۰ نیز نشان‌دهنده عدم تغییر وضعیت نسبت به ماه قبل، بالای ۵۰ نشانه بهبود وضعیت نسبت به ماه قبل و زیر ۵۰ به معنای بدتر شدن وضعیت نسبت به ماه قبل است. در این راستا، چنانچه عدد محاسبه شده زیر ۵۰ باشد، اما از عدد محاسبه شده ماه قبل بیشتر باشد، نشان می‌دهد که سرعت بدتر شدن وضعیت کاهش یافته است. در نسوی مقابل، چنانچه عدد محاسبه شده بالای ۵۰ باشد اما از عدد ماه قبل کمتر باشد، نشان می‌دهد که سرعت بهبود وضعیت در مقایسه با ماه قبل کاهش یافته است. همانطور که اشاره شد، آخرین گزارش بازوی پژوهشی اتاق ایران نشان می‌دهد که شاخص کل اقتصاد از سطح ۴۷.۳۹ واحد در آبان به سطح ۴۹.۱۴ واحد در آذرماه افزایش یافته اما همچنان به مرز ۵۰ واحد نرسیده است. شاخص بخش صنعت نیز از رقم ۵۲.۴۹ واحد در آبان به ۵۱.۶۹ واحد در آذر کاهش یافته است.

از شاخص گروه خودرو چه خبر؟

شاخص کل گروه خودرو با افت بیش از ۲ واحدی از سطح ۶۰.۵۰ واحد در آبان به ۵۷.۶۰ واحد در آذر رسیده است. از بین ۱۳ شاخصی که در گروه شاخص یافته است،

رئیس صندوق بین‌المللی پول پیش‌بینی کرد

تقویت طلای جهانی در ۲۰۲۳

فرصت امروز: شاخص صنعت در آذرماه روندی متفاوت از شاخص اقتصاد داشت و در حالی که شاخص اقتصاد در ماه پایانی فصل پاییز افزایش یافت، اما شاخص بخش صنعت از رقم ۵۲.۴۹ واحد در آبان ماه به ۵۱.۶۹ واحد در آذرماه افت کرد. تولیدکنندگان در ماه گذشته تحت تأثیر نوسان نرخ ارز، مشکل تأمین مواد اولیه و بی‌ثباتی بازار به ذخیره محصولات خود در انبارها روی آوردند و به دپوی محصولات خود برای حفظ ارزش کالا اقدام کردند. با فروکش کردن امیدها نسبت به احیای برجام و رشد انتظارات تورمی، بازارهای دارایی در هفته‌های گذشته، موج جدیدی از افزایش قیمت را تجربه کرده‌اند. آخرین گزارش شاخص مدیران خرید نشان می‌دهد که به دنبال افزایش نرخ ارز، بنگاه‌های اقتصادی در تأمین مواد اولیه و لوازم مورد نیاز با مشکل روبه‌رو شده‌اند و میزان تقاضا و فروش نیز همچنان در وضعیت رکودی است. افزایش شدید نرخ ارز و نهاده‌های تولید باعث افزایش فشار هزینه تولید شده است که با توجه به کاهش فروش سه ماهه اخیر، امکان برنامه‌ریزی برای فعالان اقتصادی حتی در کوتاه‌مدت را ناممکن کرده و باعث سرگردانی بنگاه‌ها در شرایط غیرقابل‌پیش‌بینی شده است. به عقیده فعالان اقتصادی، به دلیل پایین بودن قدرت خرید مشتریان در حال حاضر، امکان افزایش قیمت‌ها متناسب با هزینه نهاده‌ها وجود ندارد و همچنین در دوره‌های آتی امکان جایگزین کردن محصولات با قیمت‌های فعلی وجود نخواهد داشت. این وضعیت در مجموع باعث شده تا شاخص مدیران خرید یا همان شاخص آذرماه برای کل اقتصاد به رقم ۴۹.۱۴ واحد و شاخص بخش صنعت به ۵۱.۶۹ واحد برسد. همچنین شاخص گروه خودرو که تحت عنوان «شاخص تولیدکننده وسایل نقلیه و قطعات وابسته» محاسبه می‌شود، با ۲.۹ واحد کاهش از ۶۰.۵۰ واحد در آبان به رقم ۵۷.۶۰ واحد در آذر رسید.

شاخص چگونه محاسبه می‌شود؟

از بین شاخص‌های متنوع و گوناگونی که توسط کشورها و سازمان‌های بین‌المللی منتشر می‌شوند، شاخص مدیران خرید (Purchasing Manager’s Index) از جمله مهمترین شاخص‌های اقتصادی است که مورد پذیرش اکثر کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه قرار دارد و در حال حاضر برای حدود ۲۹ هزار بنگاه بخش خصوصی در بیش از ۴۰

واکاوی سیاست ارزی جدید بانک مرکزی

سکه به نیمه کانال ۲۱ میلیون رسید

یک هفته گذشته ۲ هزار تومان کاهش یافت و هر دلار آمریکا از کانال ۴۱ هزار تومان به کانال ۳۹ هزار تومان رسید. یک کارشناس اقتصادی در این باره می‌گوید: برای فعالان اقتصادی به جز تثبیت نرخ ارز، ثبات بازار اهمیت دارد. حسین حقگو در گفت‌وگو با ایسنا، با بیان اینکه نرخ ارز چند دهه است که در ایران موضوع مهمی است، می‌افزاید: در قانون چهارم و پنجم توسعه هم قرار بود نرخ ارز مهار شود و به این نکته اشاره شده بود که باید توازن عرضه و تقاضا در بازار حفظ شود و صادرات و واردات در ایران تنظیم شود، اما با وجود اینکه این موضوع چند دهه اولویت داشته و قوانین مربوط به آن نیز تصویب شده که چارچوبی مشخص کرده، اجرایی نشده است. به گفته حقگو، علت این وضعیت این است که چیزی فراتر از اقتصاد و تصمیم‌گیری‌های اقتصادی وارد قضیه می‌شود. در دوره‌های قبلی بارها نرخ ارز از سوی مسئولان تثبیت شده، اما این نرخ پایدار نبوده است. این بار هم رئیس کل بانک مرکزی، نرخ ارز نیما را که نیازهای وارداتی را تأمین می‌کند، ۲۸ هزار و ۵۰۰ تومان اعلام کرده است. بنابراین مکانیزم، همان مکانیزم گذشته است و شوک‌های سیاسی و فضای بیرونی، عامل اساسی است. او درباره تأثیر این تصمیم بر بخش مولد توضیح می‌دهد: برای فعالان اقتصادی به جز این رقم تعیین شده، ثبات اهمیت دارد اما وقتی مرور می‌کند، می‌بیند در دهه اخیر، بعد از تعیین یک نرخ ثابت بارها دوباره جهش کرده است. نکته دوم این است که آیا دولت توانایی این کار را دارد یا خیر؟ نرخ ارز علاوه بر سیاست‌های تجاری دولت، به اوضاع داخلی هم برمی‌گردد و زمانی که حجم نقدینگی بالا و نرخ تورم بالای ۴۷ درصد است، نگه داشتن قیمت ارز در یک نقطه به راحتی امکان‌پذیر نیست.

بازار سکه و طلا در آغاز این هفته موج جدیدی از افزایش قیمت را تجربه کرده‌اند؛ به طوری که قیمت سسکه طرح جدید در جریان دادوستدهای دومین روز هفته به نیمه کانال ۲۱ میلیون تومان رسید. هر قطعه سکه بهار آزادی طرح جدید با ۷۰۰ هزار تومان افزایش در روز یکشنبه با قیمت ۲۱ میلیون و ۴۰۰ هزار تومان معامله شد. طبق اعلام اتحادیه صنف فروشندگان و سازندگان طلا، جواهر، نقره و سکه تهران، قیمت سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم نیز با رشد ۸۰۰ هزار تومانی با رقم ۲۰ میلیون و ۳۰۰ هزار تومان خریدوفروش شد. نیم‌سکه با حدود ۲۵۰ هزار تومان افزایش به ۱۲ میلیون و ۳۰۰ هزار تومان و ربع سکه با ۲۰۰ هزار تومان افزایش به ۸ میلیون و ۷۰۰ هزار تومان رسید. بهای سکه یک گرمی نیز ۴ میلیون و ۷۰۰ هزار تومان قیمت خورد. در بازار طلا نرخ هر گرم طلای ۱۸ عیار به یک میلیون و ۸۸۱ هزار تومان و قیمت هر مثقال طلا به ۸ میلیون و ۱۵۰ هزار تومان رسید. بهای هر انس طلا در بازارهای جهانی هم یک هزار و ۸۶۶ دلار و ۲۵ سنت اعلام شد.

در بازار ارز نیز در حالی که قیمت دلار آزاد بار دیگر افزایش یافته اما نرخ دلار در صرافی‌های بانکی تغییری نکرد. در دادوستدهای روز یکشنبه نرخ هر اسکناس دلار آمریکا در صرافی‌های بانکی در همان رقم ۳۰ هزار و ۶۹۳ تومان و هر یورو در همان رقم ۳۲ هزار و ۶۸۹ تومان معامله شد. نرخ خرید هر اسکناس دلار در بانک‌ها و صرافی‌های بانکی ۳۰ هزار و ۴۱۶ تومان و نرخ فروش آن ۳۰ هزار و ۶۹۳ تومان گزارش شد. نرخ خرید هر اسکناس یورو نیز ۳۲ هزار و ۳۹۵ تومان و نرخ فروش آن ۳۲ هزار و ۶۸۹ تومان اعلام شد. به دنبال سیاست جدید بانک مرکزی، قیمت ارز در طول

یک کارشناس بازار سرمایه معتقد است همانطور که در روندهای نزولی، بازار به دنبال بهانه‌های برای کاهش است؛ در روندهای صعودی هم به دنبال بهانه برای رشد بوده و به نظر می‌رسد روند صعودی بازار سرمایه شکل گرفته و غول خفته بورس بیدار شده و دنبال بهانه‌ای برای رشد است. طبقا خروج خودروسازها از زیان به واسطه فروش محصولات در بورس کالا باعث می‌شود این گروه در موارد متعددی تقویت‌کننده روند صعودی بازار باشد.

مصطفی نصر اصفهانی در گفت‌وگو با پایگاه خبری بازار سرمایه ایران (سنا) درخصوص وضعیت آتی بورس گفت: یکی از پارامترهای تعیین‌کننده در روند بازار سرمایه، ذهنیت مردم نسبت به این بازار است. تا چند ماه قبل، ذهنیت مردم همچنان نسبت به این بازار منفی بود، اما از حدود سه ماه قبل تاکنون، ذهنیت مردم اعم از حرفه‌ای یا آماتور نسبت به بازار سرمایه تغییر کرده است. همانطور که در روندهای نزولی، بازار به دنبال بهانه‌ای برای کاهش است؛ در روندهای صعودی هم به دنبال بهانه برای رشد بوده و معتقدم روند صعودی بازار سرمایه شکل گرفته و غول خفته بورس بیدار شده و دنبال بهانه‌ای برای رشد است. طبقا خروج خودروسازها از زیان به واسطه فروش محصولات در بورس کالا باعث می‌شود این گروه در موارد متعددی تقویت‌کننده روند صعودی بازار باشد.

به عقیده این کارشناس بازار سرمایه، بازار از دو سال تورم حدود ۶۰ درصدی جا مانده؛ نرخ ارز هم از زمان ریزش بورس تاکنون رشد ۱۰۰ درصدی داشته و این موارد انگیزه‌ای برای رشد این بازار خواهد بود، البته شروع یک روند صعودی به معنای مثبت‌های هر روزه بورس نیست و طبیعی است که در لابه‌لای مثبت‌های بازار، روزهای منفی هم داشته باشیم.

نصر اصفهانی ضمن تاکید بر ارزندگی بازار سرمایه ادامه داد: در مجموع معتقدم حتی با فرض تثبیت نرخ ارز در سامانه نیما و نیز نرخ بهره بالا، مناسب‌ترین زمان برای ورود مردم به بازار سرمایه، همین زمان است؛ چراکه بازار شیب صعودی به خود گرفته و ریسک چندانی هم متوجه این بازار نیست. ضمن اینکه بازار سرمایه، پتانسیل‌هایی برای جهش سودآوری شرکت‌ها دارد و در صورت افزایش نرخ ارز نیمایی یا احیای برجام و توافقی بلندمدت و ثبات حتما بازار سرمایه صعود چشمگیری خواهد کرد و از همه بازارهای موازی اعم از رمزارز و طلا و سکه و ارز و مسکن، بازدهی بالاتری خواهد داد. او در توصیف به سرمایه‌گذاری که دانش مالی کمتری دارند، گفت: اگرچه معتقدم زمان بسیار مناسبی برای ورود مردم به بازار سرمایه است، اما امیدوارم این بار مردم با مطالعه و بررسی بیشتر اقدام به سرمایه‌گذاری در این بازار کنند و ضمن مشورت با متخصصان این بازار، با تشکیل پرتفوی متنوعی از سهم‌های بنیادی، ریسک سرمایه‌گذاری‌های خود را به حداقل برسانند. سهم‌هایی که نسبت $\frac{P}{B}$ یا پایین داشته و چشم‌انداز سودآوری مثبتی دارند، گزینه‌های مناسب‌تری برای سرمایه‌گذاری آمانو‌ها هستند. ضمن اینکه تجربه نشان داده در بلندمدت، سهم‌های کوچک بازدهی بیشتری نسبت به سهم‌های بزرگ داشته‌اند و بهتر است در پرتفوی سهامداران، سهم‌های کوچک هم در کنار سهم‌های بزرگ وجود داشته باشد.

این کارشناس بازار سرمایه در خاتمه درباره نگرانی بورس‌بازان افزود، اظهارنظرهایی مثبت سیاستمداران در مورد بازار سرمایه، نباید موجب نگرانی سرمایه‌گذاران شود. به هر حال هر بازاری، بازیگران خاص خود را دارد و حتی در بازار کریپتوکارنسی‌ها هم بازیگران بازار یا اصطلاحا نهنگ‌ها در روند بازار تاثیرگذار هستند. دولت بازیگر بازار ارز نیز بوده و هست، اما فلالان آن بازار واکنش متفاوتی دارند. نقش دولت در روند بازار سرمایه نباید موجب نگرانی مردم شود. مشکل اینجااست که مردم معمولا زمانی وارد بازاری می‌شوند که آن بازار رشد کرده و به همین دلیل هم متحمل ضرر و زیان می‌شوند. ورود و خروج به هر بازاری باید در زمان مناسب صورت بگیرد و شرایط فعلی، زمان مناسبی برای ورود به بازار سرمایه است.

عرضه‌های جدید در راه بورس کالا

بورس کالای ایران از پذیرش ۱۰ کالا و محصول متعلق به ۱۰ شرکت در بازار اصلی و فرعی بورس کالا خبر داد. با پذیرش‌های صورت‌گرفته، عرضه‌های جدید بورس کالا در راه است.

به گزارش کالاخبر، براساس اطلاعیه مدیریت پذیرش بورس کالای ایران، پنج کالای قیر، گوگرد، شمش طلا، میلگرد فولادی و شمش زاماک متعلق به پنج شرکت برای عرضه در بازار اصلی پذیرش شد. پذیرش کالاها و محصولات مذکور پس از بررسی مدارک و مستندات در سیصد و شصت و هفتمین جلسه کمیته عرضه در تاریخ ۱۳ دی به تصویب رسید. به این ترتیب، قیر شرکت پترو کیان آرتین دلچان و گوگرد شرکت ره پویان اطلس راهی بازار اصلی بورس کالای ایران می‌شوند. همچنین شمش طلا شرکت توسعه منابع انرژی توان در بازار اصلی بورس کالا پذیرش شدند. علاوه بر این، هزار و ۲۰۰ تن میلگرد فولادی گروه صنعتی فولاد ایران که عرضه‌کننده آن شرکت صنایع فولاد آتیه کارون است و ۳ هزار و ۵۰۰ تن شمش زاماک شرکت پترو اکسید سما برای عرضه در بورس کالا پذیرش شدند.

اما کالای کدام شرکت‌ها به بازار فرعی راه یافت؟ در این خصوص، مدیریت پذیرش بورس کالای ایران از پذیرش پنجم شیشه، روغن نیمه سنگین پایه قطرانی، مواد فسفات‌ه آهن، کنسانتره سرب و اسید فسفریک متعلق به پنج شرکت در بازار فرعی بورس کالا خبر داد. پذیرش کالا‌های مذکور پس از بررسی مدارک و مستندات در سیصد و شصت و هفتمین جلسه کمیته عرضه در تاریخ ۱۳ دی به تصویب رسید. به این ترتیب ۳ هزار تن پنجم شیشه شرکت پنجم شیشه ایران راهی بازار فرعی بورس کالا می‌شود. همچنین ۴۰۰ تن روغن نیمه سنگین پایه قطرانی شرکت پالایش قطران ذغال‌سخت و ۳۰۰ هزار تن مواد فسفات‌ه آهن شرکت معدنی و صنعتی چادرم‌لو در بازار فرعی پذیرش شد. علاوه بر این ۳ هزار تن کنسانتره سرب شرکت کانه پویان صبا برای عرضه در بازار فرعی آماده می‌شوند. بازار فرعی همچنین شاهد پذیرش ۲۰ هزار تن اسید فسفریک شرکت کیمیا‌داران کویر است.

دماسنج اصلی تالار شیشه‌ای مجددا از مقاومت ۱٫۶ میلیونی عبور کرد

رشد بورس همپای دلار و سکه



بورس تهران با رشد ۲۷ هزار و ۱۶۶ واحدی (۲٫۲۳ درصد) به تراز یک میلیون و ۶۳۵ هزار واحد و شاخص کل هم‌وزن با ۱۰ هزار و ۳۱۵ واحد (۲٫۱۴ درصد) افزایش به تراز ۴۹۲ هزار و ۴۳۹ واحد رسید. بیش از ۱۹ میلیارد و ۷۷ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۹۹ هزار و ۳۴۱ میلیارد ریال در بورس اوراق بهادار تهران دادوستد شد. گروه خودرو با ۱۶۶ هزار و ۱۱۱ معامله به ارزش ۱۶ هزار و ۵۱۶ میلیارد ریال در صدر گروه‌های بورسی ایستاد. همچنین گروه بانک‌ها با ۵۹ هزار و ۸۵۱ معامله به ارزش ۷ هزار و ۴۵۱ میلیارد ریال، گروه فلزات اساسی با ۵۷ هزار و ۹۸ معامله به ارزش ۶ هزار و ۷۹۴ میلیارد ریال، گروه فراورده‌های نفتی با ۴۲ هزار و ۹۰۳ معامله به ارزش ۵ هزار و ۳۸۰ میلیارد ریال و گروه شیمیایی با ۴۳ هزار و ۸۰۹ معامله به ارزش ۴ هزار و ۶۱۵ میلیارد ریال به ترتیب در صدر برترین گروه‌ها قرار گرفتند.

شرکت فولاد مبارکه اصفهان با ۲ هزار و ۵۸۳ واحد، معدنی و صنعتی گل گهر با ۲ هزار و ۴۳۶ واحد، سرمایه‌گذاری تامین اجتماعی با ۲ هزار و ۲۱۴ واحد، صنایع پتروشیمی خلیج فارس با یک هزار و ۷۲۳ واحد و بانک پاسارگاد با یک هزار و ۳۱۲ واحد، بیشترین تاثیر مثبت را بر رشد شاخص کل داشتند. در سمت مقابل نیز شرکت پتروشیمی پردیس با ۲۸۶ واحد، کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران با ۲۱۶ واحد، سایپا با ۲۰۶ واحد، سرمایه‌گذاری بهمن با ۹۰ واحد و آهنگری تراکتورسازی ایران با ۷۰ واحد، با تاثیر منفی بر رشد شاخص همراه بودند.

در آن سبوی بازار سرمایه نیز شاخص کل فرابورس با افزایش ۴۸۹٫۹۳ واحدی به رقم ۲۰ هزار و ۷۵۷ واحد رسید. در این بازار بیش از ۵ میلیارد و ۹۹۲ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۶۰ هزار و ۷۶۷ میلیارد ریال دادوستد شد. پلیمر آریاساسول با ۹۱٫۹۸ واحد، بیمه پاسارگاد با ۶۳٫۹۷ واحد، پتروشیمی زاگرس با ۲۵ واحد، سرمایه‌گذاری صبا تامین با ۲۴ واحد و پتروشیمی شهید تندگویان با ۲۳ واحد، بیشترین تاثیر مثبت را بر رشد شاخص داشتند. همچنین بهمن دیزل با ۴۶۵ واحد، تهیه و توزیع غذای دنا آفرین دک با ۳ واحد، کشت و دامداری فکا با ۰٫۹۳ واحد، کشت و دام گلدهشت نمونه اصفهان با ۰٫۷۳ واحد و سرمایه‌گذاری مسکن شمال غرب با ۰٫۵۵ واحد، با تاثیر منفی بر رشد شاخص فرابورس همراه شدند.

یکشنبه، برای چهارمین بار در طول یک سال و نیم اخیر به مقاومت ۱٫۶ میلیون واحدی حمله برد و برای بار دوم، با قدرت از آن عبور کرد. پیش از این و در معاملات روز هفتم دی‌ماه، شاخص کل بورس توانسته بود با رشد بالای ۴ درصد از مرز ۱٫۶ میلیون واحد عبور کند، اما در روز بعد و با خبر تغییر رئیس کل بانک مرکزی و تثبیت نرخ ارز در سامانه نیما، بار دیگر به سمت کانال ۱٫۵ میلیون واحد عقب‌نشینی کرد.

از شهریور سال گذشته تاکنون، شاخص کل بورس تهران سه نوبت به محدوده مقاومتی یک‌میلیون و ۶۰۰ هزار واحد نزدیک شده، اما هیچ‌گاه قادر نبوده است از این محدوده روانی که بنسب به دلایل مختلف، به مرز مقاومت برای شاخص بورس تبدیل شده است، عبور کند. سابقه این موضوع به سخنان محمود واعظی، رئیس دفتر رئیس‌جمهوری در دولت قبل برمی‌گردد که در زمان نزول سنگین بورس، از این محدوده به‌عنوان محدوده حمایتی شاخص نام برد و از همان زمان، حساسیت بازار به این منطقه را بیشتر کرد.

در نخستین دقایق جلسه معاملاتی یکشنبه، نماد شستا با معاملات چند صد میلیون سهمی و صف خرید ۱٫۷ میلیارد سهمی، تصویری از ورود پول بزرگ به بازار ثبت کرد و در هیجان بازار دمید. در معاملات این روز، نمادهای فولاد، شستا، فملی، شینا، ویملت، شتران و شبنر اثرگذارترین نمادها بر رشد شاخص کل بورس بودند و به‌جز گروه خودرو که تا حدودی با خروج پول مواجه شد، مابقی گروه‌ها تقریباً یکدست سبزپوش شدند. شروع هیجانی دادوستدها در روز گذشته به گونه‌ای بود که شاخص کل بورس در نیم ساعت نخست معاملات با رشد ۲۳ هزار واحدی، ۱٫۴۵ درصد بالاتر از روز قبل ایستاد و از رقم یک میلیون و ۶۲۱ هزار واحد گذشت. به نظر می‌رسد در کنار تداوم رشد قیمت ارز در بازار آزاد و تثبیت قیمت دلار در محدوده بالای ۴۰ هزار تومان در بازار غیررسمی، اظهارات شنبه‌شب وزیر اقتصاد مبنی بر تثبیت نشدن قیمت ارز نیما نیز در هیجان بورس مؤثر بوده است؛ چراکه این اتفاق، تأثیر مستقیمی بر شناسایی سود شرکت‌های صادرات محور بازار خواهد داشت و به‌نوعی محرک شاخص کل برای پس گرفتن قله‌های قبلی خواهد بود.

رشد دسته‌جمعی شاخص‌ها در جریان معاملات دومین روز از سومین هفته دی ماه، شاخص کل

فرصت امروز: بورس تهران همپای بازار ارز و سکه در دومین روز هفته سبزپوش شد. در حالی که قیمت دلار در بازار آزاد تهران دیروز از نیمه کانال ۴۰ هزار تومان گذشت و قیمت سکه به نیمه کانال ۲۱ میلیون تومان رسید، نماگر اصلی بورس نیز با رشد ۲٫۳۳ درصدی بار دیگر از مقاومت مهم ۱٫۶ میلیون واحدی عبور کرد. پس از آنکه نماگر اصلی بورس در معاملات شنبه با رشد ۱٫۲ درصدی در مرز کانال ۱٫۶ میلیون واحدی ایستاد، این روند صعودی در دومین روز هفته ادامه یافت و نماگر اصلی بازار با بیش از ۳۷ هزار واحد افزایش (معادل ۲٫۳۳ درصد) تا سطح یک میلیون و ۶۳۵ هزار واحد پیشروی کرد.

بورس تهران هفته نخست دی ماه را با بازدهی بیش از ۱۰ درصدی و هفته دوم را با بازدهی منفی ۴ درصدی پشت سر گذاشت و حال در مجموع دو روز معاملاتی در هفته سوم دی ماه بیش از ۵۶ هزار واحد افزایش یافته است. آنچه باعث عملکرد متفاوت بورس تهران در هفته‌های اخیر شده است، به سیاست‌های بازار ارز برمی‌گردد. در هشتمین روز دی ماه بود که رئیس کل بانک مرکزی تغییر کرد و در پی رشد بی‌محابای قیمت ارز و استعفاى «علی صالح‌آبادی»، «محمد رضا فرزین» جایگزین او شد. با ورود رئیس جدید بانک مرکزی به ساختمان لاجوردی میرداماد و رونمایی از سیاست تثبیت ارز نیمایی، شوک تازه‌ای به بازار سهام وارد شد و در حالی که بورس‌بازان منتظر دور جدیدی از رشد بورس بودند، با فضای هیجانی در تالار شیشه‌ای مواجه شدند. هرچند بازار سهام این روزها غیرقابل پیش‌بینی‌تر از قبل به کار خود ادامه می‌دهد و روند نوسانی معاملات سهام، پیش‌بینی دادوستدها برای معامله‌گران را به امری دشوار تبدیل کرده، اما با وجود این، کارشناسان عموماً به عملکرد بورس در فصل زمستان خوشبین هستند و معتقدند شاخص کل سهام می‌تواند طی هفته‌های پیش رو، قله تاریخی خود را بازآید.

دومین سبز متوالی بورس معاملات بورس تهران در هجدمین روز دی ماه با هیجان آغاز شد و به شاخص کل کمک کرد تا با قدرت از مرز مقاومت روانی ۱٫۶ میلیون واحدی بگذرد؛ چراکه این اتفاق، تأثیر مستقیمی بر شناسایی سود ملزوماتی احتیاج دارد که باید از سبوی سیاستگذار بورسی مهیا شود، شاخص کل بورس تهران با شروعی قدرتمند در جلسه معاملاتی روز

در نشست هیأت نمایندگان اتاق ایران چه گذشت؟

از نگرانی اقتصادی تا تصویب متمم بودجه

گفت: ماهیت برنامه‌های میان‌مدت در ایران، توزیع رانت نفت و گاز بوده و در نتیجه نه‌تنها توسعه به معنای دقیق کلمه محقق نشده است، بلکه در هفت دهه پر از تجربه، برنامه‌ریزی مسائل کشور از چالش‌های سطح توسعه به حاشیه تهیه آب و برف و غذا تقلیل یافته است. او به مطالعه مشترک مرکز پژوهش‌های اتاق ایران و اتاق مشهد اشاره کرد و افزود: یکی از مسائل مهم، شرایط اولیه حاکم بر کشور، تحولات جهانی و پیش‌بینی‌ها از آینده است که تاکنون مغفول مانده است. اقتصاد ایران در آستانه برنامه هفتم، با قیود و شوک‌های بیرونی و چالش‌های درونی مواجه است که وضعیت را در برنامه هفتم توسعه ویژه ساخته است. توصیه اول به دولت این است که با صراحت و دقت، شرایط را تحلیل کند و با مردم در میان بگذارد.

از ایران، مشکل پیش‌روی کشور در سال‌های آینده را کمبود همین افراد در بخش‌های مختلف تولیدی و ... دانست و پیشنهاد داد: اتاق ایران سرمایه‌گذاری کند و چهار ساختمان در چهار استان هدف در نظر بگیرد تا به سازمان‌های فنی و حرفه‌ای اختصاص یابد و با تعریف سازوکار دقیق، زمینه تربیت نیروی انسانی ماهر در بخش خدمات را فراهم کند. در ادامه نشست نیز هاشم علی‌صوفی، سرپرست معاونت پشتیبانی و مدیر امور مالی اتاق ایران به تشریح متمم بودجه سال ۱۴۰۱ پرداخت و پس از آن، فرصتی فراهم شد تا ابهامات و سؤالات مربوط به این حوزه از سوی اعضای هیأت نمایندگان اتاق ایران مطرح شود. در این بین، غلامحسین جمیلی، عضو هیأت رئیسه و خزانه‌دار اتاق ایران به بیان توضیحاتی درباره متمم بودجه سال ۱۴۰۱ اتاق ایران پرداخت. در نهایت، متمم بودجه سال ۱۴۰۱ اتاق ایران به رأی گذاشته شد و با کسب ۷۵ درصد اعضای هیأت نمایندگان اتاق ایران به تصویب رسید. در بخش دیگری از نشست روز یکشنبه همچنین آیین‌نامه هیأت نمایندگان اتاق ایران و اتاق‌های شهرستان که با همکاری بین شورای عالی نظارت و هیأت رئیسه اتاق ایران به منظور برگزاری دقیق و شفاف انتخابات دوره دهم هیأت نمایندگان اصلاح شده بود، برای رأی‌گیری در جمع اعضای هیأت نمایندگان اتاق ایران توسط حسن سلیمانی، رئیس امور حقوقی اتاق ایران تشریح شد. سپس نقطه نظرات اعضای اتاق ایران درباره کلیات این اصلاحیه در قالب موافق و مخالف مطرح و در نهایت کلیات این اصلاحیه به رأی گذاشته شد که با کسب ۵۶ درصد آرا به تصویب رسید.

همچنین غلامحسین شافعی، رئیس پارلمان بخش خصوصی در این نشست به دو موضوع اصلی و روز اقتصاد ایران یعنی برنامه هفتم توسعه و تصمیمات اقتصادی اخیر (نرخ ارز و نرخ سود بانکی) اشاره کرد و

ببست و ششمین نشست هیأت نمایندگان اتاق ایران با محوریت مسائل روز اقتصاد ایران برگزار شد و فلال بخش خصوصی به بیان دیدگاه‌های خود پرداختند. غلامحسین شافعی، رئیس اتاق بازرگانی ایران به عنوان سخنران اصلی این نشست، بخش‌هایی از دغدغه‌های بخش خصوصی را در رابطه با برنامه هفتم توسعه و شرایط فعلی اقتصادی ایران مطرح کرد و در کنار آن نیز تعدادی از اعضای هیأت نمایندگان اتاق ایران، به بیان نظرات خود پرداختند. از جمله محمدحسن ددی‌دور، نایب‌رئیس کمیسیون صنایع اتاق ایران در نطق پیش از دستور نسبت به تورم، سیاست‌های مبهم ارزی، مقررات دست‌وپاگیر، بی‌عدالتی در تأمین اجتماعی و چالش‌هایی از این دست هشدار داد و در عین حال از بی‌نیامگی در برابر وضعیت ناسالام آ‌ب‌وهوا در شهرهای بزرگ کشور، انتقاد کرد.

این فعال اقتصادی از وجود مشکلات در همه حوزه‌ها سخن گفت و از تشریح حال‌وهوای تولید و تجارت برای مسئولان و بیان پیشنهادها خبر داد. به گفته او، تصمیم‌گیران نسبت به این مسائل بی‌توجه هستند. سطح ناآرامی‌ها در پهنه اقتصادی رو به رشد بوده و این شرایط مایه نگرانی شده است. در این وضعیت اتاق ایران با توجه به جایگاه ملی و بین‌المللی باید واکنش نشان دهد و هشدارهای لازم را به موقع اعلام کند. باید در مقابل مسئولان ناکارآمد بایستد و اجازه ندهد استراتژی‌های اشتباه اتخاذ و اجرا شود.

عضو هیأت نمایندگان اتاق ایران همچنین از عملیاتی‌نشدن برنامه‌های بالادستی از جمله برنامه‌های توسعه‌ای انتقاد کرد و گفت: اتاق ایران باید نسبت به این موضوع واکنش نشان داده و پیگیر تصویب و اجرای برنامه هفتم توسعه شود.

ددی‌دور با اشاره به افزایش سیر مهاجرت نیروی انسانی ماهر خدماتی

۳ عدد شناسنامه دستگاه چاپ متعلق به شرکت هنر سرزمین سبز به شماره ثبت ۱۳۵۳۰۲ و شناسه ملی ۱۰۱۰۱۷۸۵۱۱۹ با مشخصات ذیل:
۱- ماشین چاپ رول KBA ۴۱۸ شش و نیم ورقی هشت رنگ و شماره ۲۲۲۰۳۳ ساخت ۱۹۹۷
۲- ماشین چاپ افست دو ورقی دو رنگ شماره: 20728B رولند
۳- ماشین چاپ رول S60 ساخت ۱۹۹۰ KBA شش و نیم ورقی سال ساخت ۱۹۹۰
مفقود گردیده است و مراتب جهت اطلاع و دریافت شناسنامه جدید آگهی می‌گردد.

مدیر محتوا (Content Manager) کیست و چه وظایفی دارد؟

صرف نظر از بحث کلیدواژه‌ها، مدیر محتوا باید حواسش به کیفیت تصاویر و اندازه‌شان نیز باشد. بی‌شک مقاله وبلاگی شما با یک تصویر بی‌کیفیت چنگی به دل نخواهد زد. به همین خاطر مدیریت کیفیت تصاویر و در صورت نیاز تعویض تصویر ابتدایی با نمونه‌ای بهتر امری ضروری خواهد بود. این وسط اگر حواس‌تان به سایر تصاویر هم باشد، دیگر مو لای درز کارتان نمی‌رود.

آبدیت محتوای قدیمی

تولید محتوای دست اول و تازه همیشه ارزان نیست. همکاری با بازاریاب‌های حرفه‌ای بوجه زیادی از شرکت‌ها می‌گیرد و همه مدیران حاضر به پرداخت حقوق‌های این‌چنینی نیستند. به همین خاطر آپدیت محتوای قدیمی ارزش خاصی دارد. حالا اگر این وسط شما بلد باشید چطور از دل محتوایی که سال‌ها قبل آپلود شده، یک محتوای تازه دربیاورید، یکی از مهمترین وظایف مدیر محتوا را به خوبی انجام خواهید داد.

اغلب کسب و کارها در شبکه‌های اجتماعی، سایت یا وبلاگ‌شان کلی محتوای قدیمی دارند که همینطوری یک گوشه خاک می‌خورد. شاید فکر کنید این مدل محتواها دیگر به هیچ دردی نمی‌خورد، اما کافی است اطلاعات مورد استفاده در آنها را آپدیت کنید تا یک محتوای کاملا نو داشته باشید. اینطوری هم هزینه تولید محتوا را کاهش می‌دهید، هم دیگر لازم نیست دائما دغدغه تولید محتوای تازه داشته باشید.

اگر تولید محتوای تازه را کنار بگذاریم، یکی دیگر از بحث‌های مهم مربوط به تبدیل انواع محتوا به هم است. مثلا اگر شما هفته قبل ویدئویی آموزشی در یوتیوب آپلود کرده‌اید، نباید همینطور ساده از کنارش بگذرید. در عوض تبدیل محتوای ویدئویی به یک پست ایده آل در توییتر یا اینستاگرام ایده بهتری خواهد بود. اینطوری شما با یک تیر دو نشان می‌زنید. هم در یوتیوب فعالیت خوبی داشته‌اید، هم اینکه کاربران بیشتری در بقیه شبکه‌های اجتماعی را جذب می‌کنید. با این حساب اصلا جای تعجب ندارد که شرکت‌ها بازاریاب‌هایی با چنین توانایی را روی هوا استخدام می‌کنند.

تجزیه و تحلیل اوضاع بازاریابی

تولید محتوا در نهایت برای کمک به فروش بیشتر یا معرفی برند به تعداد هرچه بیشتر مشتریان صورت می‌گیرد. بنابراین اگر به عنوان مدیر محتوا موفقیتی در این زمینه کسب نکنید، کلاه‌تان پس معرکه خواهد بود. حالا که کلسی درباره مدیر محتوا و وظایفش حرف زدیم، باید به مهمترین مورد نیز اشاره کنیم. تجزیه و تحلیل اوضاع بازاریابی برند مهمترین مسئولیتی است که مدیر محتوا باید در آن خیره باشد. تمام تلاش‌های شما در زمینه سالماندگی اوضاع شرکت در فضای دیجیتال بدون سند و مدرک ارزشی نخواهد داشت. درست در همین شرایط گزارش‌های دقیق درباره اوضاع شرکت شما را تبدیل به مدیری حرفه‌ای خواهد کرد.

اگر تا حالا گزارشی مثل موارد بالا تهیه نکرده‌اید، لازم نیست استرس بگیرید. فقط باید مواردی نظیر ترافیک سایت، تغییرات مربوط به فالوورهای برند در شبکه‌های اجتماعی و نرخ تعامل کاربران با محتوای‌تان را به طور کامل بررسی کنید. بعد هم سرراغ تاثیر اقدامات‌تان بر روی میزان فروش برند رفته و همه چیز را به خوبی و خوشی تمام کنید. اینطوری هم یک گزارش عالی جلوی هیأت مدیره می‌گذارید، هم اینکه نقاط قوت و ضعف استراتژی‌تان مشخص خواهد شد.

منابع:

https://www.impactplus.com/blog/content-manager-duties

https://www.careerexplorer.com/careers/content-manager

استفاده از تقویم گوگل (Google Calendar) است. اگرچه این تقویم به طور طبیعی برای استفاده روزمره کاربران طراحی شده، اما امکانات ویرایشی‌اش حسایی به درد بازاریاب‌ها می‌خورد. اینطوری شما می‌توانید به سلیقه خودتان از این تقویم ساده یک تقویم محتوای درجه یک بسازید؛ به همین سادگی.

بعد از اینکه تکلیف‌تان با تقویم محتوا روشن شد، باید به فکر تقویم ویرایشی نیز باشید. امبدوارم این مفاهیم شبیه به هم شما را خیلی گیج نکند؛ چراکه ماجرا آنقدرها پیچیده نیست. تقویم ویرایشی به انتخاب روزهایی مشخص برای ویرایش محتوای آماده آپلود اشاره دارد. اینطوری دیگر مو لای درز محتوای‌تان نرفته و با خیال راحت امکان بهبود اوضاع‌تان در بازار را خواهید داشت. یادتان باشد اگر محتوای شما ایرادات واضحی داشته باشد، نه تنها مشتریان از دست‌تان کلافه می‌شوند، بلکه پیش تیم مدیریت نیز سکه یک پول خواهید شد. پس شش دانگ حواس‌تان را جمع کنید تا یک وقت با ایرادی کوچک در محتوا همه اعتبارتان به باد نرود.

تولید و ویرایش محتوای وبلاگی

به نظراتان عمر وبلاگ‌ها دیگر می‌کنند وبلاگ‌ها ساختار ساده‌ای دارند و سوال مثبت است، احتمالا خیلی وقت است از ترندهای حوزه تولید محتوا بی‌خبر بوده‌اید. چراکه این روزها وبلاگ‌ها نه تنها حسایی محبوب هستند، بلکه شرط استخدام در بعضی از برندها آشنایی با تولید محتوا در وبلاگ‌هاست. به همین خاطر یک مدیر محتوا باید کار با وبلاگ و تولید محتوا برای آن را فوت آب باشد.

خیلی از بازاریاب‌ها فکر می‌کنند وبلاگ‌ها ساختار ساده‌ای دارند و همین که هر چند هفته یکبار مقاله‌ای کوتاه در آن بارگذاری کنند، کافی خواهد بود. اگر نظر ما را بخواهید، تولید محتوا در وبلاگ حتی از کار با سلفینه‌های فضایی شاتل هم سخت‌تر است؛ چراکه ترافیک وبلاگ‌ها تماما مربوط به کاربرانی است که هم اطلاعات بالایی دارند هم اینکه سلیقه‌شان حسایی پیچیده است. اجازه دهید قبل از اینکه حسایی گیج‌تان کنیم، یک مثال دم دستی بزنیم. فرض کنید شما یک تعمیرگاه بزرگ اتومبیل دارید. اگر به سرتان بزند برای این تعمیرگاه وبلاگی فعال طراحی کنید، احتمالا کسانی سراغ آن می‌روند که آشنایی نسبتا زیادی با دنیای خودرو داشته باشند. این یعنی آپلود محتوای عادی در وبلاگ اصلا جواب نمی‌دهد. در عوض باید سراغ محتوایی تخصصی بروید تا همه چیز به خیر و خوشی تمام شود.

بهینه‌سازی محتوا (سئو)

بهترین محتوای بازاریابی هم تا وقتی به دست مخاطب درست نرسد، هیچ فایده‌ای به حال یک کسب و کار ندارد. به همین خاطر مهارت بالا در زمینه تولید محتوا به تنهایی از شما یک مدیر محتوا نمی‌سازد. آشنایی با الگوریتم موتورهای جست‌وجو یکی دیگر از مهارت‌هایی است که برای انجام درست وظایف در حوزه تولید محتوا بدان نیاز خواهید داشت.

شاید فکر کنید ما در این بخش قصد داریم شما را به یادگیری کار با گوگل آنالیتیکس یا سایر نرم‌افزارهای پیچیده مجبور کنیم. در این صورت باید کمی خیال‌تان را راحت کنیم؛ چراکه سنئو محتوا بدون این ابزارهای فوق حرفه‌ای هم امکان‌پذیر است. کافی است سری به گوگل ترندز بزنید تا کلی از ترندهای جدید را پیدا کنید. آن وقت کافی است از این ترندها برای تولید محتوا استفاده کنید. آن وقت به طور خودکار الگوریتم گوگل محتوای‌تان را در رتبه‌های بهتر قرار می‌دهد.

یادتان باشد بخشی از فرآیند بهینه‌سازی محتوا مربوط به درج تبلیغات در گوگل است. این روزها خیلی از نتایجی که در ابتدای صفحه برای کاربران نمایش داده می‌شود، در واقع حاصل همکاری تبلیغاتی گوگل و برندهای مختلف است. پس به عنوان یک مدیر محتوا بد نیست گاهی اوقات این نکته را نیز مدنظر داشته باشید.

مدیریت به معنای پشت میز نشینی و مسئولیت‌های بی‌نهایت اندک است. درست به همین خاطر همه آرزوی مدیر شدن، بدون حتی یک روز تلاش برای یادگیری مهارت‌های مورد نیاز را دارند؛ همین قدر عجیب و باورنکردنی.

ما در این بخش قصد داریم وظایف اصلی یک مدیر محتوا را زیر ذره بین ببریم. اینطوری شما با آگاهی دقیق از وظایف مدیریتی وارد این حوزه شده و بی‌گدار به آب نخواهید زد. یادتان باشد اگر بازاریاب خوبی هستید، دلیل نمی‌شود حتما مدیر محتوای کاربلدی هم از آب دربیایید. پس تا آخر این بخش با ما همراه باشید تا اطلاعات‌تان درباره مدیریت محتوا بیشتر شود. آن وقت می‌توانید با چشم‌هایی باز درباره آینده کاری‌تان تصمیم بگیرید.

همکاری نزدیک با تیم فروش، هیأت مدیره و بازاریابی

یک سرمربی فوتبال را در نظر بگیرید که تازه اولین روزش در تیم جدید را شروع کرده است. احتمالا اگر پای قراردادی بزرگ وسط باشد، سرمربی قه‌مان تا هفته‌ها بابت کار جدیدش خوشحال خواهد بود. با این حال بعد از گذشت چند هفته باید ارتباط خوبی با بازیکنان و اعضای کادر فنی برقرار کند. هرچه باشد مربی مسئول اصلی برد و باخت‌هاست. از طرفی طرفداران و مدیران باشگاه هم آنقدر که از سرمربی انتظار موفقیت دارند، پای بازیکنان یا بقیه کادر فنی را به ماجرا باز نمی‌کنند. بنابراین یک همکاری نزدیک میان سرمربی و تمام اعضای تیم ضروری خواهد بود. چنین وضعیتی درباره مدیر محتوا هم مصداق دارد. شما به عنوان یک مدیر محتوا انتظارات زیادی را روی دوش‌تان احساس خواهید کرد. بنابراین اگر خیلی زود روابط‌تان را با تیم فروش، هیأت مدیره و بازاریابی بهبود نبخشید، کلاه‌تان پس معرکه خواهد بود.

شاید فکر کنید بهبود ارتباط با دیگران در شرکت یک توصیه عمومی است، اما تاکید ما بر روی مدیران بالادستی و تیم فروش و بازاریابی الکی نیست. طراحی استراتژی تولید محتوا کاری نیست که شما به تنهایی انجام داده و بعد هم انتظار داشته باشید تک تک اعضای شرکت دنبال‌تان راه بیفتند. به همین خاطر نظرخواهی از اعضای شرکت و ارتباط مناسب با آنها برای جلب رضایت‌شان ضروری خواهد بود. اینطوری دیگر موقع اجرای استراتژی با هزار و یک بهانه مختلف رو به رو نخواهید شد. پس منتظر چه هستید؟ همین حالا دست به کار شده و اوضاع ارتباط‌تان با بخش‌های مختلف شرکت را بهبود ببخشید. اینطوری شناس بیشتر برای تبدیل شدن به قهرمانی افسانه‌ای در حوزه مدیریت محتوا خواهید داشت.

برنامه‌ریزی برای تقویم محتوا

برند شما چه محتوایی قرار است تولید کند؟ این سوالی است که خیلی از بازاریاب‌ها تا چند لحظه قبل از شروع تولید محتوا حتی بدان فکر هم نمی‌کنند، چه برسد به اینکه جواب مشخصی هم برای آن داشته باشند. با این حساب تعجبی ندارد اغلب محتوایی که در اینستاگرام یا بقیه شبکه‌های اجتماعی به پست آدم می‌خورد، کاملا به درد نخور باشند. از طرف دیگر، وقتی یک چنین مشکل بزرگی پیش پای برندها قرار دارد، مدیر محتوا باید آسنتین‌ها را بالا زده و وارد گود شود.

اگر شما هنوز تکلیف‌تان با تولید محتوا مشخص نیست، یک تقویم محتوا حسایی کارتان را راحت خواهد کرد. شما در این تقویم باید زمان مناسب برای انتشار محتوا و از همه مهمتر فرمت‌های دلخواه‌تان را مشخص کنید. مثلا اینکه در طول هفته چند تا محتوای ویدئویی و چند تا متنی آپلود کنید، در قالب چنین تقویمی مشخص می‌شود. آن وقت می‌توانید با خیال راحت سراغ هیأت مدیره رفته و از تحول اساسی در نحوه تولید محتوای برند حرف بزنید.

این روزها کلی ابزار مختلف برای طراحی یک تقویم محتوای درجه یک دم دست مدیران محتوا قرار دارد. با این حال پیشنهاد اصلی ما

نویسنده: علی آل‌علی

تولید محتوای آنلاین چند سالی هست تبدیل به یکی از معیارهای کلیدی برای قضاوت درباره برندها شده است. کسب و کارهایی که خودشان را یک سر و گردن بالاتر از رقبا می‌دانند، همیشه به اوضاع‌شان در شبکه‌های اجتماعی و وبلاگ‌های پر و پیمان افتخار می‌کنند. از آن طرف مشتریان هم اول از همه سراغ برندهایی می‌روند که در حوزه تولید محتوا دستی بر آتش داشته باشند. اینطوری حداقل خیال آدم راحت است که سر و کارش با برندی مدرن است؛ نه یک نمونه از مد افتاده!

اگر قبلا یک یا دو تا بازاریاب به تنهایی کار تولید محتوا و تعامل با مشتریان را برعهده داشتند، حالا دیگر ماجرا کاملا فرق کرده است. هرچه باشد ما در دنیایی زندگی می‌کنیم که زیر و بمش کاملا تخصصی شده و جایی برای انجام چند کار کنار هم نیست. حالا به این مسئله انتظارات بالای مشتریان از برندها در زمینه تولید محتوا را هم اضافه کنید. آن وقت یک چالش تمام عیار جلوی روی‌تان خواهد بود. البته مگر اینکه یک مدیر محتوای کاردرست در کنار تیم‌تان داشته باشید. ماجرا انطور که فکر می‌کردید پیش نرفت، نه؟

مدیر محتوا (همان Content Manager) از آن دسته شغل‌هایی است که تا یک دهه قبل حتی وجود هم نداشت. اگرچه این روزها بازاریابی دیجیتال حسایی طرفدار دارد اما هنوز هم هستند کارآفرینی که اسم مدیر محتوا هم به گوش‌شان نخورده باشد. به همین خاطر ما در این مقاله سراغ شغل مدیر محتوا رفته‌ایم تا یکبار برای همیشه شما را با آن آشنا کنیم. البته کار ما به یک تعریف ساده خلاصه نمی‌شود. در عوض مهمترین وظایف یک مدیر محتوای کاردرست را نیز به اتفاق شما بررسی خواهیم کرد. اگر شما هم دوست دارید با حوزه کاری جدید در دنیای کسب و کار آشنا شوید، هرگز این مقاله را از دست ندهید.

مدیر محتوا چه کاری انجام می‌دهد؟

این روزها تب تولید محتوا حسایی داغ شده و کلی مقاله درباره مدیران محتوا در گوگل به چشم می‌خورد. شاید پیش خودتان فکر کنید با این حساب یادگیری مدیریت محتوا کار چندان سختی نخواهد بود. در این صورت باید بگویم خیلی خوش خیال هستید؛ چراکه اغلب محتوای مربوط به این‌ حوزه فقط یکسری نکات کلیشه‌ای را سرهم کرده و دست آخر بدون هیچ تعریف دقیقی از یک مدیر محتوای درست و حسایی شما را سرگردان می‌کنند. اینطوری وقت‌ها آدم بیشتر از اینکه نکاتی کلیدی دستگیرش شود، احساسی شبیه به آیس در سرزمین عجایب خواهد داشت.

ما برای اینکه بیشتر از این شما را گیج نکنیم، کارمان را با یک تعریف دقیق از مدیر محتوا شروع کرده‌ایم. مدیر محتوا در وهله اول کسی است که سال‌های سال در زمینه تولید محتوا کار کرده و انواع استراتژی‌های این حوزه را مثل کف دست بلد است. البته این تمام پیش‌نیازهای یک مدیر محتوای خوب نیست؛ چراکه قهرمان قصه‌مان باید نظرات بر کار تیم بازاریابی و اصلاح اشتباهات رایج در این حوزه را نیز بلد گرفته باشد. پس تا اینجا ی کار ما با یک بازاریاب حرفه‌ای رو به رو هستیم که علاوه بر چند سال تجربه کار دارای مهارت ویرایش محتوا هم هست. حالا می‌توانیم به مهمترین وظیفه مدیر محتوا یعنی طراحی استراتژی محتوا بپردازیم.

این روزها تولید محتوا کار ساده‌ای نیست. علاوه بر یک ایده درجه یک باید از بین فرمت‌های مختلف، الگوهایی گوناگون و همچنین روش‌های پروموت کردن محتوا دست به انتخاب بزنیم. این کار معمولا در حیطه وظایف یک مدیر محتوای قرار می‌گیرد. از آنجایی که او تجربه و مهارت لازم در زمینه کار با الگوهای مختلف را دارد، طراحی سیر تا پیاز استراتژی محتوا راست کارش خواهد بود. اگر شما هم تا حالا عملکرد عالی برندهای بزرگ در زمینه تولید محتوا را با تعجب نگاه می‌کردید، حالا دیگر می‌دانید همه چیز زیر سر مدیران محتواس‌ت؛ نه کسی دیگر!

وظایف اصلی مدیر محتوا: به وقت آشنایی دقیق با شغلی دوست‌داشتنی

اگر همین حالا از مردم دنیا درباره شغل مدیریت سوال کنید، کمتر کسی است که دست رد به آن بزند. شاید فکر کنید این نکته شجاعت مردم در امتحان موقعیت‌های کاری متفاوت را نشان می‌دهد، اما اصل ماجرا طور دیگری است. باور کنید یا نه، برای اغلب مردم دنیا

آگهی فقدان سند مالکیت (موضوع ماده ۱۲۰)

خاتم کبری جوادی فرزند حضر تقلی به شماره شناسنامه شماره ۱۴۳۳ صادره از هشترو د تسلیم یک برگ استشهادیه و درخواست به شماره واره ۷۵۸۱ مورخ ۱۴۰۱/۰۲/۱۵ اعلام داشته سند مالکیت شش‌دانگ یک دستگاه آپارتمان بمساحت ۷۴/۸۶ مترمربع قطعه ۲ تفکیکی به پلاک ثبتی ۱۲۸۴۸ فرعی از ۴۶ اصلی مغرور و مجزی شده از ۹۶۰۰ فرعی از اصلی مذکور واقع در بخش ۱۲ تهران شهرستان اسلامشهر که سند مالکیت به دفتر الکترونیکی ۷۴۸۹۰۰۴۷۸۹۰۳۰۱۰۵۹۲۰۳۹۶۲۰۳ فرعی از ۱۲۸۴۸ فرعی از ۴۶ اصلی ۸۹۴۶۵۷ الف ۹۵ صادر و تسلیم شده است و در برابر سند رهنی ۱۷۳۲۶۷ مورخ ۱۳۸۸/۰۸/۲۸ دفتر خانه ۴ اسلامشهر در رهن پلاک مسکن میباشد وحسب الاظهار به علت جابجایی مفقود گردیده لذا تقاضای صدور سند مالکیت المثنی را نموده است در همین راستا وفق مقررات ماده ۱۲۰ آیین نامه اصلاحی قانون ثبت مصوب ۱۳۸۰/۱۱/۰۸ مراتب در یک نوبت آگهی میگردد تا چنانچه کسی مدعی حقی برای خود بوده یا اعتراضی داشته باشد از تاریخ انتشار این آگهی ظرف مدت ۱۰ روز به این اداره مراجعه و ضمن ارائه اصل سند یا سند معامله اعتراضی خود را کتبا تسلیم نماید بدیهی است در صورت عدم وصول اعتراض در مهلت مقرر قانونی و یا عدم ارائه اصل سند مالکیت یا سند معامله سند المثنی پلاک مذکور طبق مقررات صادر و تسلیم خواهد شد.

همایون صفری رئیس واحد ثبتی حوزه ثبت ملک اسلامشهر

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان تهران

اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک تهرانپارس

هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آیین نامه

قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و

ساختمانهای فاقد سند رسمی

برابر رای شماره ۱۴۰۱۰۶/۱۶ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک تهرانپارس تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی انجام صفرا احدی گورابرسی به شناسنامه شماره ۹۳۱ که ملی ۵۸۵۹۱۴۸۵۹۲۵۹۱ متولد ۱۳۳۵ صادره رشت فرزند محمدحسین در شش‌دانگ یک قطعه زمین با بنای اجداتی در آن به مساحت ۹۹/۲۷ متر مربع از پلاک ثبتی شماره ۷۰۸ فرعی از ۸۴ اصلی که دو دانگ عرصه آن وقف می باشد واقع در تهران بخش ۱۱ حوزه ثبت ملک تهرانپارس خریداری در ازای سهم مشاعی محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید، ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند، بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۱۰/۰۴

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۱۰/۱۹

۱۴۹۲۲ م الف رضا النجری- رئیس ثبت اسناد و املاک تهرانپارس شناسه آگهی ۱۴۳۰۷۲۰

آگهی احراز تصرفات، موضوع ماده ۳ قانون تعیین

تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد

سند رسمی و ماده ۱۳ آیین نامه اجرائی آن مصوب

۱۳۹۰/۹/۲۰

نظر به اینکه به استناد رای شماره ۱۳۹۹۶۰۳۰۱۰۴۲۰۰۲۰۱۱ تاریخ صدور ۱۳۹۹/۱۲/۱۷ هیئت رسیدگی کننده موضوع قانون صدرالذکر مستقر در اداره ثبت اسناد و املاک مولوی تهران، تصرفات بلامنازع آقای غلامعلی سعادت فرزند شاه پلنگ دارای که ملی ۱۴۶۱۴۴۴۴ نسبت به شش‌دانگ یکپاک خاله اجداتی در یک قطعه زمین بمساحت (۲۲/۱۰ متر مربع) پیست و دو متر و ده دسیمتر مربع در قسمتی از پلاک ۲۲۶ فرعی از ۲۳۰ اصلی که در اجرای استنادردسازی به پلاک ۱۷۸۲۰ فرعی از ۴۷۳۰ اصلی تغییر یافته است واقع در بخش ۶ تهران که بموجب میابیه نامه عادی مع واسطه از مالک اولیه آقای اسداله رحمتی باستناد شهادت شهود خریداری نموده است، احراز شده و جهت اجرا و صدور سند مالکیت طی نامه شماره ۱۴۰۰۶۰۳۰۱۰۴۲۰۰۰۴۴۷ تاریخ ۱۴۰۰/۰۷/۱۷ به این اداره اعلام گردیده است لذا به استناد ماده ۳ قانون مذکور مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی تا چنانچه شخص و یا اشخاص اعم از حقیقی یا حقوقی نسبت به موضوع صدور سند بنام متقاضی مذکور هرگونه اعتراضی دارند ظرف مهلت دو ماه از تاریخ انتشار این آگهی، به این اداره مراجعه و ضمن تسلیم اعتراض و اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست به دادگاه عمومی محل وقوع ملک تقدیم نموده و گواهی مربوطه را از دادگاه اخذ و به این اداره تحویل نماید، در غیر اینصورت پس از سپری شدن مهلت مقرر، سند مالکیت وفق مقررات صادر خواهد گردید.

تاریخ انتشار نوبت اول ۱۴۰۱/۱۰/۰۴

تاریخ انتشار نوبت دوم ۱۴۰۱/۱۰/۱۹

۱۴۹۲۲ م الف رئیس واحد ثبتی حوزه ثبت ملک مولوی تهران- الیاس صهبا شناسه آگهی ۱۴۳۰۷۶۶

آگهی فقدان سند مالکیت

خاتم شهلا احمدزاده با ارائه دو برگ استشهادیه که در دفتر اسناد رسمی شماره ۲۱۶ نور تصدیق شده است اعلام داشته شش‌دانگ عرصه و اعیان زمین با بنای اجداتی پلاک ثبتی ۳۵۵ فرعی ۶ اصلی بخش ۶ الحاقی ثبت نور دفتر ۶۲، صفحه ۳۰۸ و شماره ثبت ۷۹۳۱ سند بشماره سریال ۳۶۶۵۷۱ به نام خاتم شهلا احمدزاده ثبت و صادر گردیده بود و برابر سند رسمی شماره ۲۷۶۴۱ مورخ ۱۴۰۰/۰۱/۱۱ دفتر اسناد رسمی شماره ۲۴۸ نور به نام زینب و شهر بانو هر دو حاجی محمدی هر کدام سه دانگ مشاع از شش‌دانگ صلح گردید به علت نامعلوم سند مفقود شده لذا سند درخواست صدور سند المثنی نموده است. در اجرای ماده ۱۲۰ آیین نامه اصلاحی قانون ثبت و تبصره های ذیل آن مراتب در یک نوبت آگهی می گردد چنانچه اشخاصی مدعی انجام معامله یا وجود اصل سند مالکیت مذکور نزد خود می باشند ظرف مدت ده روز از تاریخ انتشار این آگهی می بایست اعتراض خود را به پیوست اصل سند مالکیت یا سند معامله به اداره ثبت محل ارائه و رسید آن را دریافت نمایند. بدیهی است چنانچه پس از اتمام مدت مقرر اعتراض ارائه نگردد و یا در صورت اعتراض اصل سند مالکیت و یا سند معامله ارائه نگردد این اداره مطابق مقررات اقدام به صدور سند مالکیت المثنی خواهد نمود.

تاریخ انتشار ۱۴۰۱/۱۰/۱۹

علی سعادت-ی- سرپرست اداره ثبت اسناد و املاک نور شناسه آگهی ۱۴۳۷۸۴۵ ۲۲۸

اخبار

خیز پالایشگاه آبادان برای افزایش ظرفیت به نیم میلیون بشکه تولیدات نفتی



اهواز – شبنم قجواند:مدیرعامل پالایشگاه آبادان از افزایش ظرفیت به حدود ۵۲۰ هزار بشکه نفت و فرآورده های نفتی در پی اقدامات انجام شده در راستای نوسازی و فعال سازی فاز دوم و چهارم این پالایشگاه خبر داد.
از سال ۱۳۸۹ که ایده ساخت نخستین پالایشگاه کشور در آبادان توسط شرکت نفت ایران و انگلستان اجرایی شد بیشتر از ۱۱۰ سال می گذرد اما این پالایشگاه حالا با ظرفیت اسمی ۴۰۰ هزار بشکه، در شرایط تحریمی سیاست نوسازی و توسعه را در پیش گرفته است.

حکیم قیم مدیر عامل این پالایشگاه تاکید کرد هم راستا با سیاست های دولت سیزدهم، به حداقل رساندن خام فروشی و استفاده حداکثری از نفت خام و پالایش آن اولویت اصلی است.
نوسازی واحدهای تقطیر ۷۵،۷۰ و ۸۰، افزایش ظرفیت ۳۰ هزار بشککه ایی واحد ۱۰۰، احداث واحد وکیوم باتوم فاز یک با ظرفیت ۷۰ هزار بشککه که تامین کننده خوراک دیگر پالایشگاه هاست و همچنین بهره برداری از واحد ارتقای کیفیت بنزین فاز ۳ این پالایشگاه که ۴۵ هزار بشکه محصولات جانبی از جمله ا.بی.جی و گازویل تولید می کند و واحد اکیلاسیون که تولید کننده بنزین سبز با اکتان بالای ۱۵۰ است، نمونه اقداماتیست که در سال اخیر و در شرایط تحریمی با وجود وقفه چند ساله به ثمر رسید.

چهارمین نمایشگاه حراست ،امنیت وفناوری اطلاعات درعسلویه برگزار شد



بوشهر– خبرنگار فرصت امروز: با حضور معاون وزیر و رئیس سازمان فناوری ارتباطات ایران چهارمین نمایشگاه حراست ، امنیت وفناوری اطلاعات و دومین نمایشگاه hse پارس به مدت سه روز درعسلویه افتتاح وپه کار خود پایان داد.
رئیس پارک علم وفناوری خلیج فارس دراین آئین برگزاری چهارمین نمایشگاه تخصصی حراست امنیت وفناوری اطلاعات را منحصربه فرد در کشور ودرحوزه صنعت نفت وپتروشیمی ذکر کرد.

ابوالحسن رزمی نیا افزود: شرکتهایی که دراین نمایشگاه حضور دارند

پیشگامان وفناورانی هستند که موفق شدند بسیاری از محصولات را که

قبلا ازخارج وارد می شدند امروز به اتکاء دانش فنی درونی درکشور تولید نمایند.
وی با بیان اینکه ما از دنیای اطلاعات درحال عبور هستیم اظهار داشت: امروز شاهد افتخارات و دستاوردهای خلاقانه فناوران سراسر کشور درچهارمین نمایشگاه حراست ،امنیت وفناوری اطلاعات هستیم.
رزمی نیا تصریح کرد: برگزاری نمایشگاه امروز شاید یک نمایشگاه فصلی وموسمی باشد اما مجموعه پارس جنوبی یک نمایشگاه دائمی از انواع فناوری هاست که هرکدام از پتروشیمی های وفازهای پالایشگاهی دایره ای از انواع تکنولوژی های پیشرفته است .

معاون وزیر ورئیس سازمان فناوری اطلاعات ایران نیز گفت: برگزاری چهارمین دوره از نمایشگاه نشان از عملکرد مثبت وقابل قبول صنعتی آن دارد.
خوانساری اظهارداشت: بااقدامات خوب وموثرسازمان منطقه ویژه انرژی پارس وگستره تولیدات داخل پارک علم وفناوری خلیج فارس و عزم مدیران منطقه الگو سازی مناسبی درکشور شکل خواهدگرفت که نقش مهمی در بازارسازی تولیدات داخلی دارد.
معاون وزیر ورئیس سازمان فناوری اطلاعات ایران ادامه داد: با استفاده از دانش و فناوری های روز دنیا و سرعت رشد فناوری ها شاهد نوآوری های بسیاری درعرصه صنعت خواهیم بود.

رئیس بیمارستان امام خمینی (ره) اراک خبر داد:

کسب رتبه درجه یک اعتباربخشی در ارزیابی وزارت بهداشت توسط بیمارستان امام خمینی (ره) اراک



اراک– خبرنگار فرصت امروز: رئیس بیمارستان امام خمینی (ره) اراک از کسب رتبه درجه یک توسط این مرکز در فرایند ارزیابی اعتبار بخشی بیمارستان های کشور که توسط وزارت بهداشت صورت می پذیرد خبر داد.

اراک- فرزان امیدی: در گزارش روابط عمومی بیمارستان امام خمینی(ره) اراک، دکتر اسماعیلی ضمن تبریک این موفقیت بزرگ گفت: «طبق اعلام وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و با انتشار کارنامه اعتبار بخشی بیمارستان های ایران، در ارزیابی اعتبار بخشی ملی بیمارستان های کشور در سال ۱۴۰۱ که با حضور بازرسان و ارزیابان وزارت بهداشت از بیمارستان امام خمینی (ره)

صورت گرفت، این بیمارستان برای پنجمین مرتبه متوالی متفخر به کسب رتبه یک اعتبار بخشی گردید، وی در ادامه افزود: وزارت بهداشت بر مبنای ۱۱۰ سنجیه استاندارد و ۵۱۴ شاخص همچون: مجهز بودن بخش های مختلف بیمارستانی، بکارگیری نیروهای کارآمد و مجرب، خدمات دهی ،ایمنی بیمار، کیفیت خدمات بالینی وتجهیزات به روز و... اقدام به ارزیابی بیمارستان ها در راستای ارائه این اعتبار بخشی می کند. در پایان دکتر اسماعیلی ضمن تبریک و تهنیت به جهت کسب این افتخار و مباحثات و، پزشکان و کارکنان و همچنین بیمه شدگان بازنشستگان و مراجعین محترم به بیمارستان گفت: بدون شک تلاش های شبانه روزی تمامی پزشکان و کارکنان محترم و دلسوز بیمارستان در چند سال اخیر موجب کسب این موفقیت شده است، امیدواریم این راه پر افتخار همچنان ادامه دار بوده و روز به روز بر موفقیت های بیمارستان افزوده گردد.

تمام سوخت نیروگاه شهید رجایی مازوت نیست برای زمستان چاره‌ای جز استفاده از مازوت نداریم



قزوین – خبرنگار فرصت امروز:مدیرعامل نیروگاه شهید رجایی قزوین گفت: سوخت مازوت استهلاک، زمان و هزینه‌های تعمیرات را افزایش داده و عمر قطعات در بویلرها را به یک سوم کاهش می‌دهد اما به رغم میل باطنی در زمستان مجبور به مصرف مازوت هستیم؛ البته نکته مهم این است که این سوخت تنها در چهار واحد نیروگاه مصرف می‌شود و سوخت تمام نیروگاه را تشکیل نمی‌دهد.

ابوالفضل موتاهرا در گفت‌وگو با خبرنگار ایلنا در قزوین با اشاره به سوخت مورد استفاده و آلایندہ‌های حاصل از فعالیت نیروگاه گفت: نیروگاه ۱۳ واحد دارد که چهار واحد بخاری آن از اتوبان قابل مشاهده است و در فصل زمستان دود زیادی از آن مشاهده می‌شود؛ این چهار واحد با تولید یک‌هزار مگاوات انرژی الکتریکی ۵۰ درصد توان نیروگاه را تشکیل می‌دهد و دو نوع سوخت در آن مورد استفاده قرار می‌گیرد
مدیرعامل نیروگاه شهید رجایی ادامه داد: گاز سوخت اصلی این واحدها است اما در فصل زمستان به دلیل افزایش مصرف گاز خانگی و افت فشار، در این چهار واحد از سوخت نفت بهره و با همان مازوت استفاده می‌شود. وی عنوان کرد: ۵۰ درصد توان نیروگاه، سیکل ترکیبی است که از واحدهای گازی و بخاری تشکیل شده و سوخت اصلی این واحدها گاز طبیعی و سوخت جایگزین هم گازوئیل است.
در این بخش به هیچ وجه از مازوت استفاده نمی‌شود. این مسئول اظهار کرد: براساس بررسی‌های انجام شده سهم آلایندگی نیروگاه در استان کمتر از ده درصد است.

برای تعمیرات نیروگاه به خودکفایی رسیدیم‌وی در ادامه با اشاره به روند تعمیرات گفت: نیروگاه شهید رجایی با تولید ۱۲ میلیارد کیلووات ساعت انرژی الکتریکی دومین نیروگاه بزرگ کشور بوده و ۲۵ درصد انرژی الکتریکی مورد نیاز کشور را تامین می‌کند.
مدیرعامل نیروگاه شهید رجایی قزوین این‌ها را برای حداکثر آمادگی تولید برق و عبور موفق از زمستان که از ابتدای خرداد آغاز و تا پایان شهریور به طول می‌انجامد، در هر سال ۱۷ برنامه تعمیراتی در نیروگاه انجام می‌شود که از مهر ماه آغاز شده و تا اردیبهشت‌ماه سال آینده ادامه خواهد داشت. وی درباره قطعات مورد نیاز تعمیرات عنوان کرد: ۹۰ درصد قطعاتی که قطعاً باید تعویض شوند مکانیکی هستند و عمده آن در داخل کشور و خود نیروگاه ساخته شده و با بازسازی می‌شود. این مسئول ادامه داد: در قطعات الکتریکی و ابزار دقیق هم اقدامات خوبی صورت گرفته و درحالی که سه دهه از تأسیس نیروگاه می‌گذرد به خود کفایی رسیده و مشکل خاصی در خصوص تعمیرات نداریم.
مدیرعامل نیروگاه شهید رجایی تأکید کرد: امیدواریم همانطور که مردم در تأیسان مصرف برق را مدیریت کردند در مصرف گاز هم مدیریت داشته باشند تا سوخت گاز به نیروگاه هم تخصیص پیدا کند و در واقع تنها خواسته ما از مردم مصرف بهینه انرژی است.

طرح کشوری کارزار واکسیناسیون تکمیلی و بیماریابی سل در اتباع خارجی

اسلامشهر – سحر عمروانی: باتوجه به ابتلای بیش از ۲۰۰ تن از اتباع ایرانی و غیر ایرانی به بیماری سرخک بعد از طغیان این بیماری در سال جاری در کشور افغانستان و به دلیل مورد تهدید قرار گرفتن دستنوار ارزشمند حذف سرخک در کشور، ضعف پوشش واکسیناسیون در کشور همسایه و پایین بودن پوشش واکسیناسیون کودکان غیرایرانی در مطالعات انجام شده در سال های اخیر نسبت به کودکان ایرانی موجب پرخاطر بودن این گروه از نظر طغیان بیماریهای غیرقابل پیشگیری با واکسن بویژه سرخک و فلج اطفال شده است.
همچنین نظر به افزایش موارد بیماری سل در جمعیت غیرایرانی ، نگرانی از وضعیت بیماری سل و شواهدی از تاثیر منفی همجواری با کشورهای با شیوع بالای سل و نیز تغییر پروفایل بهداشتی مهاجرین افغانستانی و ... کارزار واکسیناسیون تکمیلی و بیماریابی سل در اتباع غیرایرانی با پشتیبانی کمیساریای عالی پناهندگان در کشور عنوان و اجرای آن از ۱۰ دی ماه آغاز شده است .

عملیات واکسیناسیون تکمیلی سرخک و پولیو برای کودکان زیر ۱۵ سال ، توزیع مگادوز ویتامین A در کودکان که از ابتدای خرداد آغاز و سل در تمامی اتباع بالای ۱۲ سال اجرایی می شود. با تشکیل تیم های سلامت در تمام مراکز خدمات جامع سلامت، پایگاه بهداشت و خانه های بهداشت در سطح شهرستان اسلامشهر ، این طرح همزمان در این شهرستان آغاز شده است.

اطلاع رسانی در خصوص شرکت گروه هدف برنامه در این کارزار از اهمیت بالایی برخوردار است و دواطلبین سلامت اتباع نیز با مشارکت در اجرای طرح به عنوان یکی از پتانسیل و ظرفیت های مهم در دستور کار قرار گرفته است .

و خاطرنشان کرد: این تشکل رسانه ای رویکرد صنفی خود را با حفظ استقلال در چارچوب اساسنامه مصوب و جاری، پیگیری و استعمار خواهد داد.
فلاح، ایجاد بانک اطلاعات کامل از فعالان پر تعداد و شاغل در رشته سرپرستان جراید کشوری را، بخشی از اولویت های بررسی متقاضیان جدید عضویت در انجمن صنفی دفاتر نمایندگی روزنامه های سراسری دانست و اظهار کرد: سرپرستان استانی روزنامه های سراسری در آذربایجان شرقی، علیرغم اینکه تا پیش از این از کمترین حمایت برخوردار بوده اند اما در جایگاه کارآفرینی و اشتغالزایی، کارنامه مقبولی داشته و دارند. وی با اشاره به تکمیل سبد رسانه ای استان با روزنامه های کثیرالانتشار سراسری، جراید کشوری را پیشتازان انتشار اخبار آذربایجان شرقی در گستره و تراز ملی عنوان کرد.

وی، روی کار آمدن مدیریت جدید در ارشاد استان را نیز نوید و مقدمه ای برای آغاز تحول و اتفاقات مثبت در سپهر فرهنگی و رسانه ای استان، ارزیابی کرد و ابراز امیدواری نمود حمایت واحد از رسانه های محلی و سراسری و کلیه فعالان حوزه رسانه و مطبوعات، نه در حرف بلکه بصورت عادلانه و بدون تبعیض در عمل، محقق و پیگیری شود.
فلاح، همچنین از تمامی افراد حایز شرایط عضویت در انجمن صنفی دفاتر نمایندگی روزنامه های سراسری استان آذربایجان شرقی بویژه صاحبان کسوت و پیشگستوان این حوزه، خواست تا به جمع اعضای این انجمن، ملحق شوند و بیش از پیش به وزات و اعتبار پرجمعیت ترین قشر فعال و کارآفرین رسانه ای استان بیفزایند. لازم به ذکر است انجمن صنفی کارآفرینی دفاتر نمایندگی روزنامه های سراسری استان آذربایجان شرقی با اخذ مجوزهای لازم در تیرماه سال ۱۴۰۰ به ثبت رسمی رسید و فعالیت خود را زیر نظر اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی آغاز کرد.



می رود حمایت های لازم از سوی متولیان و مسوولان جهت همکاری و تعامل برای تحقق اهداف اساسنامه ای انجمن صنفی دفاتر نمایندگی روزنامه های سراسری، معمول و مبدول شود.
اسد فلاح با قدردانی از مدیریت وقت ارشد استان و نیز مدیر کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی آذربایجان شرقی، تأسیس تشکل صنفی در حوزه فعالیت سرپرستان جراید را موهون تعامل و حمایت های مسوولانه این بزرگواران دانست

حجت الاسلام رفیعی:

شهید سلیمانی مصداق بارز محبت واقعی به اهل بیت(ع) بود



مومنان می‌رسد که ولایت اهل بیت(ع) را می‌پذیرند. رفیعی با بیان اینکه اهل بیت(ع) نور و آب حیات هستند گفت: اگر کسی با خورشید و دریا قهر کند، به خودش ضرر می‌زند و دوری از این خاندان نیز همینگونه است. این کارشناس مذهبی تصریح کرد: راه‌های محبت به اهل بیت(ع) شامل موارد متعددی است که از جمله مهمترین آنها می‌توان به دوست داشتن قلبی اشاره کرد. رفیعی با اشاره به برخی برکات محبت و دوست داشتن ائمه اطهار(ع) گفت: حضرت علی(ع) از پیامبر اعظم(ص) نقل

قم – خبرنگار فرصت امروز: عضو هیئت علمی جامعه المصطفی خُت: شهید سلیمانی جزو مصداق محبت تام و تمام به اهل بیت(ع) بدند، شهیدی که همه چیزش را داد تا مکتب تشیع باقی بماند.

بِه گزارش روابط عمومی اداره کل اوقاف و امور خیریه استان قم، حجت‌الاسلام ناصر رفیعی در سوگواره حضرت ام‌البنین(س) که در حرم طهر امامزاده سید علی(ع) برگزار شد اظهار کرد: خداوند در آیه ۲۴ بوره مبارکه که «شوری» می‌فرماید: لَکَ اَلْاِیُّ الْمُبَشِّرُ لَکَ عِبَادَةُ اَنْبِیَآءِ وَنَبِیَّوَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ قُلْ لَّا اَسْأَلُکُمْ عَلَیْهِ اَجْرًا اِلَّا الْمَوْدَةَ فِی الْقُرْبٰی بِنِیَّتِ قَتْلِ حَسَنَۀٍ نَّزَلَتْ فِیْهَا حَسَنًا اِنَّ اِلٰهَ غَفُورٌ شَّکُورٌ بدین معنا که من از شما اجر رسالت جز این نخواهم که مودّت و محبّت مرا در تقّ خوبشوندان منظور دارید. وی افزود: این مرد خواستن صرفا در مورد حضرت محمد(ص) بوده و در مورد هیچ کدام دیگر از انبیای الهی ذکر شده است.
عضو هیئت علمی جامعه المصطفی العالمیه با اشاره به نقل یلی از ابن عباس که از شخص پیامبر اکرم(ص) پرسیده بود «فقری» در نظر خداوند چه کسی است گفت: ایشان فرمودند منظور حضرت لی(ع)، حضرت زهرا(س) و فرزندان آنهاست. وی ادامه داد: اجری ه پیامبر اکرم(ص) از مسلمانان خواستد در حقیقت باز هم نقش به

جلسه برنامه ریزی ستاد بحران شهرداری رشت برگزار شد



فضای مناسب جهت دیو برف های جمع آوری شده از شرایط خاص دیگر این شهر در کند شدن عملیات برف روبی است. یوسف یزدانی با اشاره به وجود ۳۰ دستگاه ماشین آلات موثر در سازمان عمران شهرداری تصریح کرد: ماشین آلات برف روبی حتما باید مجهز به زنجیر چرخ باشند این در حالی است که بسیاری ک در فا ردا ماشین آلات را به لاستیک های نو جای امتدادگی کامل تجهیز نماییم. سرپرست شهرداری رشت با تأکید بر لزوم پرداخت مطالبات به بخش خصوصی اذعان کرد: در فراخوان ماشین آلات از بخش خصوصی بـا توجه به برنامه ریزی های مناطق و سازمان عمران از امکانات بخش خصوصی نیز استفاده

مدیرعامل شرکت توزیع برق مازندران:

ثبت بیش از ۳۹ هزار تماس مشترکین مازنی از طریق سامانه ۱۲۱ در ده ماهه نخست ساری جاری

مکالمات ثبت میگردد گفت: این درخواست ها توسط اپراتورها بصورت برنامه ریزی شده به واحدهای پیگیری کننده ارجاع می گردد.

حسینی کارنامی ضمن اطمینان خاطر به مشترکان در خصوص رویت تمام خاموشی های فشار متوسط و ضعیف در سامانه نرم افزار ۱۲۱ اعلام داشت: تمام تماس های مردم هم از طریق این سامانه مدیریت می شود.

وی با اشاره به عملکرد واحد ۱۲۱ در راستای مدیریت خاموشی ها در سال جاری اشاره کرد و افزود: برقراری سرویس اعلان (Notification) در اپلیکیشن برق من ،توسعه پاسخگویی هوشمند مراکز تماس ، راه اندازی قابلیت سر سوز تماسها بین مراکز ۱۲۱ ساری، بابل، قائمشهر و بهشهر جهت افزایش ظرفیت پاسخگویی در شرایط بحران ، امکان مشاهده، رصد و ردیابی خودروهای عملیاتی، ضبط مکالمات در راستای

ساری – دهقان: مدیرعامل شرکت توزیع برق مازندران از ثبت بیش از ۳۹ هزار تماس مشترکین مازنی از طریق سامانه ۱۲۱ امور فوریت ها اتفاقات توزیع برق مازندران در ده ماهه نخست سال جاری خبر داد و فت: تمام خاموشی ها در امورها و بخش های توزیع در سامانه نرم افزار ۱۲ ثبت و قابل رویت است.

به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی شرکت توزیع برق اندران،مهندس سید کاظم حسینی کارنامی گفت : مرکز فوریت های ق (۱۲۱) در ستاد و کلیه امورها و بخش ها به منظور پاسخگویی و تسریع تماس های مشترکین و پیگیری در خواسته‌ها در واتهترین و مناسبتین زمان ممکن بصورت شبانه روزی فعال است.
مدیرعامل شرکت توزیع برق مازندران با بیان اینکه کلیه خاموشی ای خواسته و ناخواسته در نرم افزار ثبت حوادث و سیستم ضبط

اجرای مانور احداث کابل فاصله دار در گرگان توسط نیروهای بومی استان

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: مدیرعامل شرکت یزبع نیروی برق گلستان گفت : مانور احداث کابل فاصله دار ر شهر گرگان برای اولین بار توسط نیروهای عملیاتی استان اجرا د.سید احمد موسوی گفت : طی ماه های قبل در شهر گنبد بسط پیمانکاران شهر تبریز و در غرب گرگان از پیمانکاران مشهد نیت اجرای این پروژه استفاده شده که فراخوانی پیمانکاران غیر

بومی مشکلاتی را برای این استان ایجاد نموده است.وی افزود : با

استفاده از نیروهای عملیاتی عمدریت استان و آموزش نیروهای

پیمانکار استان توانستیم ۳میدار کابل فاصله دار بطول ۵۰۰ متر

طی روز های اخیر به سرانجام برسانیم.موسوی اضافه کرد: در طی این مانور ۳روزه ۳هزار متر کابل استفاده شده که این اقدام بصورت جهادی انجام شد.مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق

سئو بین‌المللی (International SEO) چیست؟



قصه کسب و کارها معمولا با یک ایده طلایی شروع می‌شود. فرقی ندارد ایده مورد نظر تولید محصولی کاملا جدید مثل تجربه آیفون باشد یا پای تولید ارزان تر به وسط بیاید، در هر صورت وقتی کارآفرینان ایده‌ای دندان گیر داشته باشند خیلی زود استارت‌آپ‌شان را طراحی خواهند کرد. در چنین مرحله‌ای کارآفرینان فقط دنبال حضوری هرچند کم‌رنگ در بازار محلی هستند. انگار که هیچ وقت قرار نیست برنشان توسعه پیدا کرده و وارد بازار های جهانی شود. به همین خاطر هم معمولا کارآفرینان هیچ ایده‌ای درباره سئو بین‌المللی (International SEO) ندارند.

همانطور که تیم‌های فوتبال به مرور زمان با قهرمانی‌های متوالی در سراسر دنیا طرفدارانی پیدا می‌کنند، برندها هم باید همیشه نیم نگاهی به بازارهای جهانی داشته باشند. خب اگر کسی را می‌شناسید که از سود بیشتر بدش می‌آید، ما را هم بی‌خبر نگذارید. سئو بین‌المللی در ماجراجویی دور و دراز برندها مثل یک دوست قدیمی عصای دست کارآفرینان خواهد بود. شما با سئو بین‌المللی در دور ترین نقاط دنیا هم اسمم برندگان را سر زبانه‌ها انداخته و تقاضای بالا برای محصولات‌تان ایجاد خواهید کرد. بنابراین حتی اگر برندان هنوز در اول راه قرار دارد، بد نیست کمی با سئو بین‌المللی آشنا شوید؛ خب شاید خیلی زود به کارتان آمد!

ما در این مقاله قصد داریم خیلی مختصر و مفید سئو بین‌المللی را به شما معرفی کنیم. در این مسیر هم مثل همیشه کارمان را با یک تعریف ساده شروع خواهیم کرد. اگر شما هم دوست دارید سئو را در ابعاد جهانی یاد بگیرید، در ادامه با ما همراه باشید.

سئو بین‌المللی: یک تعریف ساده

وقتی درباره سئو حرف می‌زنیم، معمولا کارشناس‌ها روی استفاده از کلیدواژه‌های محدود و محلی تاکید دارند. اینطوری برند شما خیلی زود در یک بازار مشخص رشد کرده و همه از محصولات‌تان مطلع می‌شوند. این جریان حتی برای برندهای بزرگ هم جذاب است. با این حال سئو

محلی تنها الگوی اجرای استراتژی سئو نیست. همانطور که یک برند توجه مشتریان در بازارهای محلی را لازم دارد، باید فکری به حال بازارهای آن ور آب هم کند. خب انتظار ندارید که تا بی‌نهایت کارتان در بازارهای داخلی یا محلی پیش رود؟

سئو بین‌المللی در واقع فرآیند دسترسی به مخاطب جهانی است. اجازه دهید از یک مثال ساده استفاده کنیم. فرض کنید شما در تهران کارخانه تولید شکلات دارید. در این صورت احتمالا کسب سهمی از بازار این شهر و بعد هم سایر شهرهای کشور مهمترین هدف‌تان خواهد بود. با این حال سود ناشی از صادرات همراه با توسعه گام به گام کسب و کار یک روزی توجه‌تان را به خودش جلب خواهد کرد. آن وقت باید یک برنامه دقیق برای جلب نظر مشتریان خارجی داشته باشید. سئو بین‌المللی درست در همین شرایط سر و کله‌اش پیدا می‌شود.

همانطور که می‌شود حدس زد، تکنیک‌های سئو بین‌المللی نیز بر محور گوگل جریان دارد. هرچه باشد این روزها بیش از ۹۰ درصد ترافیک جهانی از کانال گوگل ایجاد می‌شود. به زبان ساده، من و شما دیگر آدرس یک سایت را به طور مستقیم وارد نمی‌کنیم، در عوض همگی به گوگل اعتماد کرده و کارمان را از طریق آن جلو می‌بریم. بنابراین بازارپا‌ها و کارشناس‌های سئو هم چاره‌ای جز تمرکز بر روی گوگل ندارند.

چرا سئو بین‌المللی مهم است؟

حالا که با سئو بین‌المللی آشنا شدید، باید سری هم به مزایای آن بزنیم. شما لازم نیست یک بازارپا یا کارآفرین حرفه‌ای باشید تا اهمیت شناخت مزایای یک استراتژی قبل از شروع به کار را درک کنید. شما را نمی‌دانم، ولی من که هیچ وقت حاضر نیستم به یک استراتژی بی‌نام و نشان اعتماد کنم، این سناریو درباره سئو بین‌المللی که کمتر کسی تا حالا اسمم آن را هم شنیده، مصداق دارد. ما در ادامه سعی می‌کنیم بعضی از مهمترین مزایای این استراتژی را با هم بررسی کنیم. اینطوری خیال شما بابت استفاده از آن راحت می‌شود.

دسترسی به مخاطب بیشتر

وقتی یک برند در مقیاس جهانی سئو محتوا انجام می‌دهد، طبیعی است که مخاطب بیشتری هم به سایتش سر بزند. اگرچه خیلی از بازارپا‌ها اصرار دارند سئو فقط در ابعاد محلی جواب می‌دهد، اما دخل و خرج برندها فقط بر این مینا جور در نمی‌آید. از این گذشته، این روزها خیلی از برندهای بزرگ در همه جای دنیا حضور دارند.

پس چرا شما تن به چنین ماجراجویی جدایی ندهید؟ حضور در بازارهای جهانی برای خیلی از برندها موفقیت بزرگی محسوب می‌شود. در این مسیر شما باید قبل از اینکه بی‌گدار به آب زده یا به استقبال شکست بروید، برنامه‌ای دقیق داشته باشید. سئو بین‌المللی بخش مهمی از نقشه گنج شما برای موفقیت در بازارهای بین‌المللی محسوب می‌شود. شما با استفاده از این استراتژی می‌توانید مطابق ترندهای جهانی عمل کرده و مطمئن باشید در چهار گوشه دنیا مشتریان برای محتوای‌تان وقت خواهند گذاشت.

اگر شما هم جزو آن دسته از برندهایی هستید که همیشه بابت کمبود مخاطب گله دارند، بی‌شک سئو بین‌المللی نه تنها کسب و کارتان را توسعه می‌دهد، بلکه مخاطب بیشتری هم پیش روی برندان خواهد گذاشت. پس منتظر چه هستید؟ همین حالا دست به کار شده و کنار سئو محلی از سئو بین‌المللی نیز استفاده کنید.

افزایش بهره‌وری تیم بازارپایی

وقتی شما تمام کارتان در یک شهر کوچک خلاصه می‌شود، تیم بازارپایی‌تان دیو یا زود انگیزه‌اش را از دست می‌دهد. کسی نیست که نداند آرزوی هر بازارپایی طراحی کمپین‌های بزرگ و رقابت در سطح جهانی است. حالا اگر شما سال های سال فقط در یک بازار محدود کار کنید، کم کم دیگر هیچ‌کس انگیزه همکاری با شما را نخواهد داشت. آن وقت شما می‌مانید و تیم بازارپایی که حتی یک عضو حرفه‌ای هم ندارد.

سئو بین‌المللی حتی اگر هیچ مزیت بزرگی نداشته باشد، دست کم شور و هیجان تازه‌ای به تیم بازارپایی تزریق خواهد کرد. آن وقت شما می‌توانید نیروی کار بهتری برای تیم‌تان جذب کرده و کمپین‌های باکیفیت‌تری جلوی چشم مشتریان قرار دهید. معادله اصلی در این بخش بی‌نهایت ساده است. تا زمانی که تیم بازارپایی‌تان اهداف بزرگ و هیجان‌انگیز نداشته باشد، کار زیاد شگفت‌انگیزی نیز نخواهند کرد. با این حساب حتی حضور در بازارهای جهانی هم فایده زیادی برای برندان ندارد. پس قبل از اینکه همه امیدها از برندان قطع شود، به فکر توسعه استراتژی سئو بین‌المللی باشید. اینطوری هم روحیه کارمندان را بیشتر می‌کنید، هم یک تیم بازارپایی با انگیزه خواهید داشت. خب مگر کسی هم هست که از فعالیت در شرکتی که در بازارهای جهانی حضور دارد، لذت نبرد؟

همکاری با برندهای جدید

برندهایی که وارد بازارهای جهانی می‌شوند، فقط از طریق فروش محصولات سود به دست نمی‌آورند. گاهی اوقات همکاری با یک برند دیگر حتی بیشتر از ۱۰۰ سال کارآفرینی یکه و تنها سود به همراه دارد. البته در این حوزه کسانی برای شما فرش قرمز پهن نکرده است. در عوض خودتان باید دست به کار شده و شرکایی به درد بخور پیدا کنید. سئو بین‌المللی به شما کمک می‌کند بدون هیچ مشکلی شرکای مناسب در سطح جهان برای خودتان پیدا کنید.

آیا تا حالا خودتان را به جای یک کارآفرین بزرگ گذاشته‌اید؟ بی‌شک خیلی از کارآفرینان صفر کیلومتر بارها و بارها خودشان را جای کسانی مانند ایلان ماسک قرار می‌دهند. البته منظور ما در اینجا درگیر کردن‌تان در یک چرخه رویابافی نیست. در عوض برای

یک لحظه هم که شده خودتان را جای مدیر شرکتی بزرگ قرار دهید که دنبال یک شریک تجاری برای حضور در بازاری مشخص می‌گردد. به نظر شما چنین مدیری شریک مناسب خود را کجا پیدا خواهد کرد؟ فکر می‌کنم همگی سر این موضوع توافق داشته باشیم که چنین شرکات‌های مهمی همینطور الکی و سراسری شکل نمی‌گیرد.

ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم برندهای بزرگ برای پیدا کردن شریک تجاری یا حتی همکاری‌های محدود دقیقا مثل مشتریان عادی رفتار می‌کنند. آنها هم گوگل را زیر و رو کرده و فهرستی از برندهای مناسب را تهیه می‌کنند. سپس با سختگیری تمام سراغ تک تک گزینه‌ها رفته و دست آخر بهترین مورد را انتخاب خواهند کرد. شاید پیش خودتان فکر کنید در این داستان نقش سئو بین‌المللی دقیقا کجاست؟ خب اجازه دهید کمی کمکتان کنیم.

سئو جهانی در فرآیند جست‌وجوی برندهای بزرگ برای شریک تجاری به مثابه یک کانال ارتباطی عمل می‌کند. هرچه وضعیت برند شما از نظر سئو بین‌المللی بهتر باشد، نظر برندهای بزرگ‌تری را جلب خواهید کرد. حالا دیگر ماجرا کاملا برای‌تان روشن شد، مگر نه؟

دسترسی خودکار به بازارهای جدید

صاحبان کسب و کار برای ورود به یک بازار جدید معمولا در دسرهای زیادی را پشت سر می‌گذارند. همانطور که تیم‌های ورزشی باید پله پله از لیگ‌های پایین‌تر خودشان را بالا بکشند تا در نهایت به لیگ قهرمانان برسند، برندها نیز چاره‌ای به غیر از صبر و تحمل برای رسیدن به قله‌های کارآفرینی نخواهند داشت. البته این وسط همیشه کارآفرینانی هستند که عجله داشته و دنبال میانبرهای عجیب و غریب هستند. اگر شما هم جزو این دسته از کارآفرینان هستید، باید یکبار برای همیشه فکر میانبرهای خیالی را از سرتان بیرون کنید. در عوض سراغ سئو بین‌المللی بروید تا کارتان نه یک شبه، بلکه با کمی سرعت بیشتر و از همه مهمتر کاملا خودکار دنبال شود.

اگر زمانی نه چندان دور ایده جنگ بین انسان‌ها و ربات‌های هوشمند حسابی در هالیوود داغ بود، امروزه این سناریو تا حدودی رنگ واقعیت به خود گرفته است. البته اینجا خبری از جنگ و جدال‌های سینمایی نیست. در عوض هوش مصنوعی در موتورهای جست‌وجو به کمک کارآفرینان آمده است. به زبان خودمانی، اگر شما در گوگل استراتژی سئو بین‌المللی را پیاده کنید، بعد از مدت زمانی کوتاه به طور خودکار وارد بازارهای مختلف خواهید شد. آن وقت دیگر لازم نیست دائما دغدغه مشکلات مربوط به یافتن بازارهای تازه را داشته باشید. ماجرا حتی از فیلم‌های علمی- تخیلی هالیوودی نیز جذاب‌تر شد، مگر نه؟

شکی نیست که اعتماد به سئو بین‌المللی کار ساده‌ای نیست. انسان‌ها به طور طبیعی در برابر هر تغییری از خودشان مقاومت نشان می‌دهند؛ به ویژه اگر پای کسب و کار محبوب‌شان هم وسط باشد. شما را نمی‌دانم، ولی من که اصلا طلاق تماشای فروپاشی کسب و کاری که سال‌های سال برایش زحمت کشیده‌ام را ندارم. پس اجازه دهید سری به دنیای آمار و ارقام بزنیم تا خیال‌تان از بابت سئو بین‌المللی راحت شود.

برندی مثل اپل با محصولات بی‌نهایت متنوع و محبوب جایی برای ریسک باقی نمی‌گذارد. هرچه باشد آنها سالانه چندین میلیارد دلار سود خالص به دست آورده و هر استراتژی را قبل از اجرا بارها و بارها آزمایش می‌کنند. نکته جالب درباره کار اپل اتکا به سئو بین‌المللی برای فروش محصولات است. بر این اساس ۶۰ درصد تولیدات این غول دیجیتالی به طور کاملا آنلاین در بازارهای جهانی به فروش می‌رسد. این نکته درباره القابت (شرکت مادر گوگل) نیز مصداق دارد. این

برند بزرگ نیز ۵۳ درصد از فروش‌هایش به لطف سئو بین‌المللی و به طور کاملا آنلاین انجام می‌شود. با این حساب جای تردید نیست که سئو بین‌المللی توانایی لازم برای کمک به کسب و کار شما را دارد.

چه زمانی باید از سئو بین‌المللی استفاده کنید؟

محال است کسی درباره سئو بین‌المللی مطالب مختلفی به گوشش بخورد و سوالی درباره بهترین زمان استفاده از این استراتژی در ذهنش شکل نگیرد. بی‌شک استارت‌آپ‌هایی که هنوز اول راه هستند، استفاده زیادی از سئو بین‌المللی نخواهند داشت. در عوض هرچه سابقه و دامنه مشتریان شما بیشتر شود، جذابیت سئو بین‌المللی نیز بیشتر خواهد شد.

ما در بخش پایانی مقاله‌مان قصد داریم نگاهی به زمان مناسب برای شروع استفاده از سئو بین‌المللی داشته باشیم. اگر شما هم دوست دارید سر وقت و کاملا قهرمانانه وارد این حوزه شوید، بخش پایانی را هیچ جوره از دست ندهید.

براساس گزارش موسسه پژوهشی گرند ویو (Grand View) صنعت تجارت الکترونیک در طول سال ۲۰۲۳ نزدیک به ۱۹ درصد رشد خواهد داشت. این رقم برای کشورهای در حال توسعه بسیار بیشتر است. مثلا در هند توسعه تجارت الکترونیک ۲۵ درصد خواهد بود. به موازات توسعه تجارت الکترونیک، برندهای بزرگ سر و کله‌شان در چنین بازارهایی پیدا خواهد شد. ساده‌ترین راهکار نیز برای فروش سرمایه‌گذاری بر روی سئو بین‌المللی خواهد بود.

شاید فکر کنید در بازارهای تازه کشورهای در حال توسعه آنقدر حجم رقابت بالاست که دیگر جایی برای کسب و کارهای کوچک باقی نمی‌ماند. در این صورت باید بگوییم کاملا در اشتباهید؛ چراکه سئو بین‌المللی به همان اندازه برای کسب و کارهای کوچک نیز کاربردی خواهد بود؛ چراکه مشتریان به هنگام خرید از یک برند اصلا کاری به حجم فعالیت یا حوزه کاری آن کسب و کار ندارند. در عوض کیفیت محصولات و قیمت نهایی حرف اول و آخر را می‌زند. بنابراین شما هم می‌توانید به عنوان یک کسب و کار کوچک سهمی از بازارهای نوظهور داشته باشید.

اگر بخواهیم به عنوان یک جمع‌بندی زمان مناسب برای استفاده از سئو بین‌المللی را یادآور شویم، باید به دو معیار موازی توجه داشته باشیم. مهمترین معیار در این میان وضعیت توسعه تجارت الکترونیک در کشورهای مختلف است. اگر شما قصد ورود به بازاری مثل ویتنام را دارید، باید چند سالی صبر کنید؛ چراکه تجارت الکترونیک هنوز در این کشور خیلی پا نگرفته است. از طرف دیگر، کسب و کار شما باید دست کم در یک بازار محلی شناخته شده باشد. وگرنه از نظر اعتبار هرگز شانس در میان مشتریان بازارهای جهانی نخواهید داشت. خب به هر حال مشتریان هر بازاری شما را از روی سابقه کاری‌تان قضاوت خواهند کرد. پس اگر سابقه کاری خوبی نداشته باشید، هیچ شانس برای رقابت در بازار نصیب‌تان نخواهد شد.

این روزها هر کارشناسی درباره زمان درست استفاده از سئو بین‌المللی نظر خودش را دارد و هیچ جوره هم از آن کوتاه نمی‌آید. به همین خاطر ما در این بخش فقط دو تسا معیار مهم برای قضاوت به شما معرفی کردیم. از اینجا به بعد خودتان باید براساس این دو معیار دست به ارزیابی وضعیت برندان زده و زمان مناسب برای حضور در بازارهای جهانی با استفاده از سئو بین‌المللی را پیدا کنید.

منابع:

https://neilpatel.com/blog/how-to-inter-national-seo
https://www.searchenginejournal.com/international-seo-strategy-benefits/436963