روزنـامه مدیریتـی - اقتصـادی

# فرصت امروز

بـرای کسـب وکـار آفـرینی

شنبه
۲۰ خرداد ۱۴۰۲

Sat.10 Jun 2023
۲۱ ذوالقعده ۱۴۴۴ - سال نهم
شماره ۲۲۵۰
۸صفحـه-۵۰۰۰تومـان

www.forsatnet.ir

۷۹ درصد خانوارهای تهرانی به مسکن «استطاعت‌پذیر» دسترسی ندارند

## رشد ۱۰ برابری قیمت مسکن در ۵ سال

با تبدیل مسـکن از یک کالای مصرفی به کالای سـرمایه‌ای، معضلات مختلفی دامنگیر بخش مسکن در اقتصاد ایران شـده است که از جمله آنها می‌توان به ظهور پدیده خانه‌های خالی (حدود ۳ میلیون واحد خالی)، افزایش روزافزون هزینه مسـکن در سبد خانوارها (تا ۷۰ درصد هزینه خانوار)، افزایش قابل توجه تعداد مستاجران، گسترش بدمسکنی و... اشاره کرد. حال در جدیدترین...

۲

شاخص مدیران خرید در اردیبهشت‌ماه، رکورد ۴۴ ماهه را شکست

# بازگشت شامخ به مدار رونق

فرصت امروز: پس از کسادی و رکود فروردین‌ماه که البته با خوش‌بینی فعالان اقتصادی نسبت به آینده همراه بود، بنگاه‌های اقتصادی در اردیبهشت‌ماه فعالیت خود را افزایش دادند و شاخص مدیران خرید اقتصاد ایران به بالاترین رقم در دوره ۴۴ ماهه خود رسید. از میان شاخص‌های متنوع و گوناگونی که توسط کشورها و سازمان‌های بین‌المللی منتشـر می‌شوند، شـاخص مدیران خرید (Purchasing Manager's Index)، یکی از 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 کشـور دنیا محاسـبه می‌شود. این شاخص در فارسی به طور خلاصه «شامخ» نامگذاری شده و مرکز پژوهش‌های اتاق بازرگانی ایران ماموریت محاسبه و انتشار آن را برعهده دارد.

آخرین وضعیت شاخص مدیران خرید در میانه فصل بهار از افزایش قابل توجه حجم فعالیت‌های اقتصادی پس از رکود شدید فروردین‌ماه حکایت دارد. شامخ کل اقتصاد ایران در حالی در اردیبهشت‌ماه امسال به رقم ۵۷،۳۰ واحد رسیده که این رقم، بالاترین میزان در دوره ۴۴ ماهه محاسبه شامخ در اقتصاد ایران به حساب می‌آید. به این ترتیب، شاخص مدیران خرید بعد از رکود شدید در فروردین‌ماه، حالا در دومین گام خود در سال ۱۴۰۲ سقف‌شکنی کرده و بیشترین مقدار ۴۴ ماهه خود را ثبت کرده است که از شروع مجدد فعالیت‌ها در اکثر شرکت‌ها بعد از تعطیلی...

۲

اقتصاد جهانی به ضعیف‌ترین وضعیت پس از بحران مالی ۲۰۰۸ رسید

## اقتصاد ۲۰۲۳ از نگاه بانک جهانی

۳

دماسنج اصلی تالار شیشه‌ای در ۳ روز کاری ۱۷ هزار واحد بالا رفت

## هفته کوچک‌ترها در بورس تهران

۴

### سرمقاله

۴

## بانکداری آینده

**علی نظافتیان** دبیر کمیسیون حقوقی کانون بانک‌ها

در پـی تصویب طـرح «قانون بانـک مرکزی» بـار دیگر طرحی ۹۰ مـاده‌ای راجـع بـه بانـک و بانکـداری در دسـتور کار مجلس قرار گرفته است. سوال پیش روی صاحب‌نظران بانکی، آن است که با این قوانین بانکی، آینده بانکداری ایـران چگونه خواهد بود؟ شـاید نگاهـی گذرا به پیشـینه تاریخی قوانین مرتبط با بانک و بانکداری، تصویر بانکداری آینده را روشن‌تر نماید. قانون پولی و بانکی کشـور مجموعـا در ۴۵ مـاده در تیرماه ۱۳۵۱، سـاختاری جدید از بانک مرکزی ایران به نمایش گذاشت و به همراه این قانون، نهادهای بانکی نظیر شورای پول و اعتبار و هیأت نظارت اندوخته قانونی اسکناس با شکل و شـمایلی نو، پای به حوزه بانکداری ایران گذاشتند. با تصویب قانون مورداشاره، نهادی فراقوه‌ای بـه نام شـورای پـول و اعتبار که دادستان کل کشـور نیز عضو آن بود، سـکاندار اصلی سیاستگذاری بانکی کشور شـد و سیاستگذاری در امور بانکـی را از انحصار دولت خارج سـاخت. بعـد از انقلاب نیز قانون ملی‌شدن بانک‌ها از تصویب شورای انقلاب گذشت و سهام همه بانک‌های موجود در کشـور اعم از بانک‌های خصوصی و دولتی، ملی اعلام شـدند. دولت نیز براسـاس مقررات لایحه قانونی «نحوه اداره امور بانک‌ها»، مدیریت تام و تمام خـود را بـر بانک‌های ملی شـده اعمـال می‌کـرد. بانک‌هایی نظیر بانک صنعت و معدن، بانک تجارت و بانک ملت، مولود تحولات قانونی مورداشاره هستند.

ادامه در همین صفحه

### مدیریت و کسب‌وکار

## توسعه آژانس بازاریابی دیجیتال: تمرین‌هایی برای موفقیت

بازاریاب‌های زیادی در سراسر دنیا هستند که فعالیت‌شان را نه به عنوان عضوی از یک برند بزرگ، بلکه در قالب موسسه‌ای مستقل دنبال می‌کنند. معمولا کارمندان دوست دارند بعد از مدتی یک تنه به دل بازار زده و شانس‌شان را برای موفقیت در قالب یک کارآفرین مستقل امتحان کنند. قبول دارم چنین مسیری شبیه سناریو فیلم‌های هالیوودی به نظر می‌رسد، اما قرار نیست همیشه کارتان راحت و بی‌دردسر پیش برود. هرچه باشد هر کاری هزینه خاص خودش را هم دارد، مگر نه؟ توسعه یک آژانس بازاریابی دست کمی از صعود به قله اورست ندارد. ماجرا وقتی عجیب می‌شود که با انبوهی از بازاریاب‌های تازه کار در این حوزه رو به رو شویم. انگار که هر کسی از شرایط کاری‌اش ناراضی بوده، سراغ تاسیس آژانس بازاریابی رفته. کسانی که تجربه فعالیت در دوران طلایی بازاریابی کلاسیک را داشتند، احتمالا هنوز هم دل‌شان پیش روش‌های قدیمی است. ما اصلا دوست...

۸

## بانکداری آینده

چند سال بعد در دهه ۶۰، مجموعه مقررات ناظر به بانکداری بـدون ربا در قانونی با نام «قانـون عملیات بانکی بدون ربا» به تصویب مجلس رسید و پس از تأیید عدم مغایرت آن با موازین شرعی توسط شـورای نگهبان، در روزنامه رسمی کشور رسما منتشـر شد. در آن زمان، ایراد شرعی موثری بر قانون عملیات بانکی بدون ربا وارد نشـد. سپس در فروردین‌ماه ۱۳۷۹، قانون اجازه تأسـیس بانک‌های غیردولتی از تصویب مجلس گذشت و راه را بـرای بازگشـت مجدد بانک‌هـای غیردولتی به عرصه بانکداری ایران هموار ساخت. اکنون بیش از چهار دهه است که قانون عملیات بانکی بدون ربا بر عملیات بانکی ایران حاکمیت دارد. در ادامه این سیر قانون‌گذاری در امور بانکی، از چند سال پیش بـا پیگیری جمعی از نمایندگان مجلس طرحی نسـبتا طولانی به نام «بانکداری جمهوری اسلامی» تهیه و در دستور کار مجلس قرار گرفت. طرحی که از انتقاد بسیاری از مجامع و کارشناسان بانکی مصون نماند. یکی از این ایرادات، طولانی‌بودن طرح مورداشاره بود. سـرانجام دست‌اندرکاران ذی‌ربط رضایت دادند که بخشـی از طرح مورداشـاره راجع به ساختار و شرح وظایف مأموریت‌های قانونی بانک مرکزی به طور جداگانه قانون شود تا بانک مرکزی با ساختار موردنظر طراحان پای به عرصه وجـود گـذارد. این طرح در رفت و آمد بین مجلس و شـورای نگهبان سرانجام «قانون بانک مرکزی» نام گرفت، اما همان‌گونه که از قبل کاملا قابل‌پیش‌بینی بود، این طرح قانونی از ایرادات شورای نگهبان و مجمع تشخیص مصون نماند و یک قانون ۶۷ مـاده‌ای مصوب مجلس با ده‌ها ایراد اصولی شـورای نگهبان و مجمع تشخیص مواجه شد و تا زمان نگارش و تنظیم هنوز در روزنامه رسمی کشور منتشر نشده است.

ویژگـی اصلی قانون مورداشـاره، دولتی‌کـردن کامل بانک مرکزی و سلب حضور بخش غیردولتی و همچنین قوه قضائیه از عرصـه سیاسـتگذاری بانکی از طریق حذف شـورای پول و اعتبار است. افزون بر آن، ماهیت پررنگ جرم‌افزایی آن و تبدیل بانک مرکزی به دادگستری و مرکزی برای حل‌وفصل اختلافات اشخاص تحت نظارت (مواد ۲۲ و ۳۵)، یکی دیگر از ویژگی‌های «قانون بانک مرکزی» اسـت. حال در ادامـه این قانون‌گذاری بانکی براسـاس شنیده‌ها، ادامه طرح بانکداری این بار در قالب مجموعـه‌ای جامـع و ۹۰ ماده‌ای در دسـتور کار کمیسـیون اقتصادی مجلس قرار گرفته اسـت. این طـرح دربردارنده ۱۳ فصل متفاوت است که در ۹۰ ماده تنظیم شده است. مباحث این طرح ۹۰ ماده‌ای عبارت است از: ضوابط مربوط به تأسیس و فعالیت مؤسسات اعتباری، مدیریت مؤسسات اعتباری، استقرار حاکمیت شرکتی در مؤسسات اعتباری، روابط حقوقی و شرعی مؤسسـات اعتباری با سـپرده‌گذاران و تسـهیلات‌گیرندگان، نظارت بانک مرکزی بر مؤسسـات اعتباری و گسـتره شـمول آن، مدیریت تعارض منافع مؤسسات اعتباری، نهادهای مکمل صنعت بانکداری، بازسـازی و گزیر مؤسسات اعتباری، ایجاد و تصفیه مؤسسات اعتباری و بالاخره انحلال مؤسسات اعتباری.

انصافا در این مجموعه، مباحث پرکاربرد عملیات بانکی به‌ویژه مباحث مربوط به نهادهای مکمل صنعت بانکداری و نیز مقررات مربـوط به بازسـازی و انحلال مؤسسـات اعتباری و همچنین ساختار قانونی بانک‌ها و مؤسسات اعتباری وضع شده تا قانون شود، اما در این زمینه بایستی به این نکته اساسی توجه داشت که موضوع مهـم در صنعت بانکداری همانند سـایر زمینه‌ها، قابلیت اجرایی این‌گونه قوانین در شـبکه بانکی کشـور است، وگرنه قانون غیرقابل‌اجرا به صورت مجموعه قوانین بی‌خاصیت درخواهـد آمد. از سـوی دیگر به هر تقدیـر عملیات بانکی در ایران بایسـتی عاری از ربا باشـد. بدین جهت قوانین مربوط به حوزه عملیات بانکی بایستی قبل از تصویب نهایی مورد پذیرش مراجـع عظام تقلید قرار گیرد تا در مرحله اجرا، شـبکه بانکی کشور متهم به رباخواری نشود. افزون بر آن، نوآوری‌های جدید این متن در زمینه نهادهای مکمل صنعت بانکداری و مباحث و قواعد مربوط به بازسازی و انحلال مؤسسات اعتباری قابل‌توجه اسـت. اینها از جملـه نقاط قوت متن ۹۰ ماده‌ای کمیسـیون اقتصـادی مجلس اسـت، اما درعین‌حـال نباید از اشـکالات ساختاری این متن هم غافل شد و آنها را نادیده گرفت؛ زیرا این اشـکالات می‌توانند در آینده به معضل صنعت بانکداری کشور تبدیل شوند. در ادامه یادداشت به طور خلاصه به پاره‌ای از این اشکالات اشاره می‌کنم:

اول؛ ابهامات اجرایی و لزوم اعلام نظر رسمی نهادهای بانکی کشـور در مورد متن پیشنهادی: در حال حاضر مجموعه‌ای که در برخی متون قانونی به عنوان نظام بانکی کشور یاد می‌شود، عبـارت اسـت از بانک مرکزی، شـبکه بانک‌هـای دولتی که «شورای هماهنگی بانک‌های دولتی «آن را نمایندگی می‌کند و نیز شبکه بانک‌های غیردولتی و مؤسسات اعتباری غیربانکی که «کانون بانک‌ها و مؤسسات اعتباری خصوصی» آنها را نمایندگی می‌کند. تصور می‌کنم ضرورت دارد که مجموعه این سـه نهاد باید متن ۹۰ ماده طرح بانکداری را به‌دقت بررسـی و نظر خود را راجـع به قابلیت اجرایی آن خصوصا از حیث تأمین و تجهیز و تخصیص منابع بانکی کشور اعلام دارند؛ زیرا این قوانین پس اجرا بایسـتی توسط شـبکه بانکی اجرایی شود. بررسی دقیق کارشناسـی متن پیشنهادی کمیسیون اقتصادی مجلس طبعا ابهامات و اشکالات اجتماعی آن را برطرف خواهد کرد.

دوم؛ ابهامات شرعی لزوم احراز عدم مغایرت طرح پیشنهادی با موازین شرعی: همان‌گونه که گفته شد، قانون عملیات بانکی بدون ربا با هدف حذف ربا از سیستم بانکی کشور در دهه ۶۰، فصلی نو در زمینه عملیات بانکی بدون ربا برگشـود و صنعت بانکداری ایرانی را دچار تحولات سـاختاری کـرد. این قانون موازین بانکی بدون ربا در عملیات بانکی بدون ربا را تنظیم کرد و بدون آنکه بر ضوابط معاملات شـرعی رایج در شبکه بانکی کشور، نام «بانکداری اسلامی» بگذارد، این قانون خطوط قرمز عملیات بانکـی ربوی را در روابط حقوقی و بانکی بین بانک‌ها و سـپرده‌گذاران و بین بانک‌ها و تسهیلات‌گیرندگان مشخص کرده اسـت. اینکـه قانون عملیات بانکی بـدون ربا طی چهار دهه اجرا موفق به حذف ربا از سیسـتم بانکی کشـور شده یا خیر، فعلا موضوع بحث این نوشتار نیست، اما به هر حال، مواد مختلف پیش‌بینی‌شده در فصول و موضوعات مختلف طرح ۹۰ ماده‌ای مجلس از جمله در مورد عملیات بانکی و روابط حقوقی شرعی مؤسسات اعتباری با سپرده‌گذاران و تسهیلات‌گیرندگان همگی مباحثی اسـت که نمی‌توان در مورد جنبه‌های شرعی آن بی‌تفاوت بود؛ زیرا قرار است که این ضوابط جایگزین قانون عملیات بانکی بدون ربا شـود. پس سـوالی که در این زمینه مطرح می‌شود، این اسـت که جنبه‌های شرعی مقررات طرح ۹۰ مـاده‌ای خصوصا مواد مربوط بـه عملیات بانکی، به تأیید کدام یک از مراجع عظام تقلید صاحب‌نظر در زمینه موضوعات بانکی رسیده است؟ اصول و موازین شرعی باید در صحنه اجرا، قابلیت اجرایی خود را نشان دهند.

سـوم؛ نقـص در زمینه خدمـات و تعهدات بانکـی: به نظر می‌رسـد نقص چشمگیر قانون عملیات بانکی بدون ربا، فقدان قانون‌گذاری منطقی در زمینه خدمات و تعهدات بانکی اسـت که متأسـفانه همین نقص با شدت بیشتری در متن طرح ۹۰ ماده‌ای مجلس مشـاهده می‌شـود. در بانکداری مدرن امروزی «ارائه خدمـات و تعهدات بانکی»، جزئی از مدل کسـب وکار بانک‌هـا و مایه درآمدزایی آنهاسـت. بانک‌ها بـرای تعهدات و خدمات بانکی، «کارمـزد» می‌گیرند؛ در حالی که در پرداخت تسهیلات مشارکتی و مبادله‌ای، درآمد بانک‌ها سود تسهیلاتی است که پرداخت می‌کنند. تفاوت سود با کارمزد نیز بسیار است.

چهـارم؛ عدم شـناخت کافی از مفهوم حرفـه‌ای «بانک» و میزان ریسـک‌پذیری سـپرده‌گذاران بانکی: متـن ۹۰ ماده‌ای طرح بانکداری ۲، بسیار آرمان‌خواهانه تنظیم شده است. بررسی اجمالی این طرح حاکی از آن اسـت کـه تنظیم‌کنندگان این طرح ظاهرا به کارکرد صندوق‌های سـرمایه‌گذاری در فعالیت بانک‌ها علاقه زیادی داشته‌اند. در واقع، عملیات بانکی موردنظر آنان، مشـخصات عملیات سـرمایه‌گذاری صندوق‌های سپرده سـرمایه‌گذاری را نشان می‌دهد. این موضوع بدان معناست که قانون‌گذار به جای بانک‌ها، ریسـک سـپرده‌گذاری بانکی را به سـوی سپرده‌گذاران بانکی شیفت می‌دهد. تحقق این خواسته نیز مسـتلزم رصد و پایش دائمی وضعیت بازار سرمایه توسط سپرده‌گذاران بانکی و انتخاب سپرده‌گذاری در بانک‌ها برمبنای محاسـبه دقیق ریسک سپرده‌گذاری بانکی است؛ غافل از آنکه سپرده‌گذاران بانکی نوعا مشتریانی هستند که فرصت پایش و رصد دائم ریسک‌های موجود در بازار سرمایه ندارند. آنان محلی مطمئـن و امن به نام بانـک را می‌خواهند که ضمن محافظت از سـپرده‌های بانکـی مردم به آنان در مدت مشـخص سـود بپردازد؛ درحالی‌که بازار سرمایه فاقد ظرفیت‌های مورد دلخواه سپرده‌گذاران بانکی است.

پنجم؛ عدم توجه به موضـوع تأمین و تجهیز منابع بانکی: بخـش بزرگـی از حیات تجاری و عملیـات بانک‌ها منوط به جذب سپرده‌های بانکی و تامین منابع لازم برای پرداخت انواع تسـهیلات و اعتبارات بانکی است. اگر بانک‌ها نتوانند به‌موقع سـپرده‌های مردم را جذب کنند قطعا در پرداخت تسهیلات نیز ناتوان خواهند شـد. فرمول پیش‌بینی‌شـده در متن ۹۰ ماده‌ای، تقسیم سـرمایه‌گذاری بانکی به سرمایه‌گذاری عام و سـرمایه‌گذاری خاص اسـت. در کنار آن، تأکید بر «پرداخت سـود قطعی» و حذف پدیده‌ای به نام «علی‌الحسـاب سود» از سیسـتم بانکی کشور است. معنای سـاده این مقررات، آن است که سپرده‌گذاران بانکی باید به انتظار تحقق سود قطعی بنشینند و به فکر دریافت قسمتی از سود سپرده بانکی خود به عنوان «علی الحساب سود» نباشند. افزون بر آن، سپرده‌گذاران بایستی در پروژه‌هایی با بانک مشارکت نمایند که بنا به ارزیابی آنان (سپرده‌گذاران) سودآور است. طبیعی است نتیجه عملی این‌گونـه قاعده‌گذاری، عـدم تمایل مردم به سـپرده‌گذاری بانکی خواهد شـد. خلاصه آنکه حذف «علی‌الحسـاب سـود سپرده‌گذاری در بانک‌ها» برای مردم هیچ جاذبه اقتصادی در سپرده‌گذاری بانکی نخواهد داشت. نتیجه چنین سیاستی نیز خروج سپرده‌ها از بانک‌ها به سوی بازارهای موازی خواهد بود.

ششـم؛ فقدان مدل مشـخص کسـب‌وکار بانک‌ها و سـهم خدمات و تعهـدات بانک‌ها در این زمینه: بانک یک موسسـه کاملا انتفاعی اسـت، نه یک موسسـه خیریه. موسسه انتفاعی باید دارای مدل کسـب‌وکار باشد و راه‌های کسب درآمد آن نیز باید مشخص باشـد. در بانکداری امروزی، «خدمات و تعهدات بانکی»، یکی از راه‌های قانونی کسب درآمد بانک‌هاست. کارمزد صـدور ضمانت‌نامه‌های بانکی یا صدور اعتبارات بانکی، سـهم عمده‌ای در سـبد درآمد بانک‌ها دارند. جای مقررات مربوط به تعهدات و خدمات بانکی در طرح موردنظر کمیسیون اقتصادی مجلس کجاست؟

هفتـم؛ در طـرح پیشـنهادی مجلس بسـیاری از تخلفات جرم‌انگاری شده است که مغایر با سیاست قضازدایی قوه قضائیه به نظر می‌رسـد. هماهنگی با قوه قضائیه و کسب نظر این قوه راجع به طرح ۹۰ ماده‌ای مجلس بسیار ضروری است.

هشتم؛ در این طرح ۹۰ ماده‌ای، مقرراتی راجع به نحوه تعامل شـبکه بانک‌های دنیا پیش‌بینی نشده است؛ درحالی‌که امروزه بانک‌ها در تمامی دنیا با هم تعامل بانکی دارند. مگر قرار اسـت بانک‌های ایران با بانک‌های دنیا، ارتباط و همکاری بانکی داشته باشـند؟ این نکته مورد تأکید است که لازمه واردات از خارج یا صادرات کالا و خدمات به خارج نیازمند تعامل بانک‌های ایرانی با بانک‌های خارجی اسـت. این بانک‌ها هسـتند که به عنوان یک واسـطه امین بین فروشـنده و خریدار کالا و خدمات قرار می‌گیرند تا مبادله پول با کالا و خدمات با روشی امن و مطمئن انجـام گیرد و خریدار به کالایش رسـد و فروشـنده نیز بهای کالا و خدماتـش را راحت و بی‌دردسـر دریافت کند. افزون بر اینها، بانک‌ها می‌توانند به پشتوانه قوی مالی و به عنوان ضامن معتبر با صدور ضمانت‌نامه تعهدات قـراردادی طرفین قرارداد در معاملات خارجـی را تضمین کنند؛ بنابراین مقررات‌گذاری در زمینـه نحوه تعامل بانک‌های ایران با بانک‌های خارجی نیز ضروری است.

بـا توجه بـه این مباحث، این پرسـش مطرح می‌شـود که چگونه ممکن اسـت مقررات قانون عملیات بانکی بدون ربا که به تأیید شـورای نگهبان قانون اساسـی رسیده و چهار دهه در حال اجراست، غیرشرعی تشـخیص داده شود و قواعد مربوط بـه روابط بانکی بین بانک‌هـا و سـپرده‌گذاران و بین بانک‌ها و تسـهیلات‌گیرندگان تا این حد تغییر پیـدا کند؟ هیچ متن حقوقی و قانونی نمی‌تواند عاری از عیب‌ونقص باشد و طرح ۹۰ ماده‌ای کمیسـیون اقتصادی مجلس نیز مشمول همین قاعده است. ضمنا شنیده‌ها حاکی از آن است که ظاهرا بانک مرکزی نیـز خود مجموعه‌ای مفصل راجع بـه مباحث بانکی به‌صورت لایحه تهیه کرده است. به لحاظ بعد تخصصی، متن مورد تأیید بانک مرکزی و ساختار اصلی آن باید مقدم داشته شود.

حال سوال این است که در صورت تصویب نهایی این قوانین، آینده صنعت بانکداری ایران چگونه خواهد بود؟ پیشـرفت یا عقبگـرد تاریخی؟ در این زمینه باید بـه این نکته مهم توجه داشـت که هدف از اصلاح قوانین بانکی همانـا روزآمدکردن سیسـتم بانکی کشور و چابک‌سـازی آن است تا مردم بهتر از خدمات بانکی بهره‌مند شـوند و ناچار نباشند تسهیلات بانکی را با نرخ سود بالا دریافت کنند. افزون بر آن، صنعت بانکداری کشورمان شـدیدا نیازمند تعامل و همکاری با بانک‌های سایر کشورهاسـت و نمی‌توان درهای ایـن تعامل بانکی را برای ابد مسـدود نمـود. در حال حاضر، عالی‌ترین مرجـع بانکی برای اصلاح قوانین، بانک مرکزی اسـت. بنابراین در اصلاح قوانین بانکی در بیشتر کشـورها، نظر بانک مرکزی مقدم بر نظریات سایر مراجع اسـت؛ چراکه مسئولیت اجرای قوانین و مقررات بانکی برعهده بانک مرکزی و شـبکه بانکی کشـور اسـت. بر همین اسـاس نباید در تصویب این‌گونـه قوانین عجله کرد و نسبت به نظرات انتقادی کارشناسان و مدیران بانکی در مورد متن پیشـنهادی، کم‌لطف بـود و بی‌اعتنایی کرد و با تصویب شتاب‌زده قوانین بانکی، جریان تجهیز و تخصیص منابع بانکی را با چالش مواجه کرد و سپرده‌گذاران بانکی را از شبکه بانکی کشور پراکنده ساخت.

الزام جدید بانک مرکزی به بانک‌ها و موسسات اعتباری

## مصوبات خود را منتشر کنید

بانک مرکزی در بخشنامه‌ای به شبکه بانکی کشور، کلیه بانک‌ها و موسسات مالی و اعتباری را مکلف کرد که مصوبات خود را به صورت شـفاف برای دسترسـی عموم منتشـر کنند. براسـاس ابلاغیه بانک مرکزی، بانک‌ها و موسسات اعتباری غیربانکی مکلفند یک رونوشت از کلیه مصوبات، دستورالعمل‌ها، بخشنامه‌ها، ابلاغیه‌ها و اطلاعیه‌های خود را برای معاونت حقوقی ریاسـت جمهوری ارسال کنند تا در سـامانه ملی قوانین و مقررات کشور بارگذاری شود. در این راسـتا، بانک مرکزی در بخشنامه‌ای به شبکه بانکی، لزوم اطلاع‌رسـانی مقررات و شفافیت و دسترسی آزاد به اطلاعـات عمومی را که موجد حـق و تکلیف برای عموم باشد، ابلاغ کرد.

در بخشـنامه بانک مرکزی تاکید شده است: در اجرای تکالیف مقرر در قانون انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات مصوب سـال ۱۳۸۷ و ضوابط اجرایـی آن و قانون ارتقای سـلامت اداری و مقابله با فسـاد مصوب سال ۱۳۹۰ و با عنایـت به تعاریف مقرر در ماده نخسـت قانون انتشـار و دسترسی آزاد به اطلاعات و ماده (۲) قانون ارتقای سلامت اداری و مقابله با فسـاد از حیث دایره شمول آن نسبت به موسسات عمومی و خصوصی از جمله بانک‌ها و موسسات اعتباری غیربانکی دولتی و خصوصی، بدین‌وسـیله تصویر نامه شـماره ۶۲/۱۹۱۵۷ مورخ ۱۴۰۲/۲/۱۰ وزیر محترم امور اقتصادی و دارایی متضمن اهم احکام و تکالیف مقرر برای بانک‌ها و موسسات اعتباری غیربانکی در این خصوص ابلاغ می‌شود. بر این اساس:

۱-بانک‌هـا و موسسـات اعتباری غیربانکی مشـمول تعاریف مندرج در ماده (۱) قانون انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات، مکلف به انتشار کلیه مصوبات، دستورالعمل‌های اجرایی، بخشـنامه‌ها، ابلاغیه‌ها، اطلاعیه و... که واجد حق و تکلیف برای عموم باشد، در سامانه‌های اختصاصی خود می‌باشند (مواردی که دارای طبقه‌بندی می‌باشد از شمول این حکم مستثنی است).

۲-بانک‌هـا و موسسـات اعتباری غیربانکی مشـمول تعاریف مندرج در ماده (۱) قانون انتشـار و دسترسی آزاد به اطلاعات، مکلفند ذیل کلیه مصوبات، دستورالعمل‌های اجرایی، بخشنامه‌ها، ابلاغیه‌ها، اطلاعیه‌ها و...، یک رونوشت با عنوان معاونت تدوین، تنقیح و انتشـار قوانین و مقررات معاونـت حقوقی ریاسـت جمهوری جهـت بارگذاری در سامانه ملی قوانین و مقررات کشور داشته باشند.

۳-بانک‌ها و موسسات اعتباری غیربانکی مشمول مکلفند کلیـه اقدامات لازم در راسـتای تحقق اهـداف و اجرای قانون انتشـار و دسترسـی آزاد به اطلاعات، آیین‌نامه‌ها و شیوه‌نامه‌های مربوط به آن به منظور دسترسی عمومی به اطلاعاتی که موجد حق و تکلیف برای عموم باشد، از جمله ایجاد زیرساخت‌های مربوط و... را معمول نمایند.

## نگـــاه

هوش مصنوعی یک چهارم مشاغل را از بین می‌برد

### قاتل شغل شما

وقتی که شـرکت آمریکایی اوپن‌ای‌آی (OpenAI) در نوامبر گذشته چت جی‌پی‌تـی (ChatGPT) را منتشـر کرد، کاملا مشـخص بود که این هوش مصنوعی قدرتمند، تاثیر عمیقی روی بازار کار خواهد گذاشت و آن را به سرعت دگرگون خواهد کرد. چت جی‌پی‌تی، یک هوش مصنوعی فوق پیشرفته است که می‌توانید با آن به هر زبانی که می‌خواهید چت کنید. این هوش مصنوعی عجیب و غریب می‌تواند موسـیقی خلق کند، برنامه کامپیوتری بنویسـد، به سـبک هر نویسنده‌ای در تاریخ ادبیات جهان شـعر و داستان بنویسد و یا در امتحان MBA یا حقوق دانشگاه‌های معروف شرکت کند و نمره قبولی بگیرد! چت جی‌پی‌تی آنچنان محبوب شده که رکورد سریع‌ترین میزان پذیرش یک تکنولوژی نوظهور در تاریخ را شکسته است و در حال حاضر بالای ۱۰۰ میلیون کاربر دارد.

ماه گذشـته شـرکت اوپن‌ای‌آی با همراهی چند اسـتاد برجسته دانشگاه، مقاله‌ای تحقیقی منتشـر کرد تا به پاسخ این سوال برسد: آیا هوش مصنوعی واقعا می‌تواند باعث بیکاری گسـترده شـود؟ آنها در این تحقیق به این نتیجه رسـیدند که تقریبا ۸۰ درصد مشاغل دنیا به سرعت به درجات مختلف تحت تاثیر هـوش مصنوعی قـرار خواهند گرفت. ایـن گزارش با عنـوان «نگاهی زودهنگام به تاثیر احتمالی مدل‌های زبانی بزرگ روی بازار کار» در وب‌سایت دانشگاه کورنل منتشر شـده است. گزارش با معرفی کوتاهی شروع می‌شود و نویسندگانش اذعان می‌کنند که هوش مصنوعی طی چند سال اخیر با سرعتی باورنکردنی متحول شده است، بخصوص هوش مصنوعی ChatGPT. به زبان سـاده، GPT یک مدل زبانی اسـت که از یادگیری عمیق استفاده می‌کند تا متونی شـبیه متون انسـانی تولید کند، اما با پیشـرفت‌های کنونی GPTها می‌تواننـد تصویر، صدا و برنامه کامپیوتری هم خلق کنند و همه چیز محدود به متون نمی‌شود.

نویسندگان این گزارش همان اول کار می‌گویند که تاثیر هوش مصنوعی بر بازار کار در نهایت به میزان پذیرش آن توسط جامعه و استفاده از آن در کسب و کارها بستگی دارد. هوش مصنوعی به خصوص این پتانسیل را دارد که گروه زیادی از مشـاغل فکری را تحت تاثیر قرار دهد. مثلا وب‌سـایت تکنولوژیک CNET بدون آنکه به خوانندگانش بگوید در ماه‌های گذشـته نوشتن بخشی از مطالب خود را به هوش مصنوعی سـپرده بود. طبق بررسی دانشگاه کورنل، هوش مصنوعی با قابلیت‌های کنونی (نه هوش‌های مصنوعی سال‌های آینده) می‌تواند ۱۹ درصد مشـاغل آمریکا را دچار دردسر کند. در این مشاغل دست کم ۵۰ درصد وظایف را می‌تواند هوش مصنوعی انجام دهد. این یعنی در ۲۰ درصد مشاغل، هوش مصنوعی ChatGPT همین حالا می‌تواند نیاز به نیروی کار را به نصف برسـاند. جالب اینجاست که طبق برآورد نویسندگان، اگر انواع دیگر هوش‌های مصنوعی کنونی را به تیم خود اضافه کنیم رقم مشاغل در خطر به ۵۰ درصد خواهد رسـید. یعنی هوش‌های مصنوعی در یکی دو سال آینده می‌توانند نصف وظایف ۵۰ درصد مشاغل جامعه را به عهده بگیرند که می‌شود حدود ۲۵ درصد کل مشاغل جامعه!

آنچه ماجرا را جالب‌تر می‌کند این است که از دید نویسندگان مقاله، هوش مصنوعـی کنونی مشـاغلی را بیشـتر از همه تهدید می‌کند کـه عموما جزو پردرآمدترین‌ها هستند. این درست برعکس چیزی است که اکثر مردم یکی دو سال پیش انتظار داشتند. پیش از این تصور می‌شد هوش مصنوعی قرار است جایگزین مشاغل سطح پایین‌تر انسانی شود، اما هوش مصنوعی طوری در این چند سـال پیشـرفت کرده که کم کم می‌تواند جایگزین مشاغل سطح بالایی شود که نیازمند برنامه‌نویسی یا نوشتن پیشرفته بوده‌اند.

حالا کدام گروه از مشـاغل سـطح بـالا کمتر از بقیـه در خطرند؟ آنها که به علم مربوطنـد یا نیازمند تفکـر نقادانه (Criticalthinking) هسـتند. مشـاغل صنعتی مثل تولید کارخانه‌ای، معدن، کشـاورزی و... هم در کل در معـرض کمترین ریسـک قرار دارند؛ چراکـه نیازمنـد کار فیزیکی‌اند. جالب اینجاسـت که رشـد هوش مصنوعی فعلا هیچ همپوشانی‌ای با رشد بهره‌وری (Productivity) ندارد. نویسندگان مقاله اعتقاد دارند که روند به زودی تغییر می‌کند و هوش مصنوعی به زودی باعث می‌شود بهره‌وری افراد و شرکت‌ها بالا برود. یعنی برخی از مشاغل از دست خواهد رفت و و بهره‌روی هم بالا می‌رود و این برای سیستم سرمایه‌داری خبر منفی‌ای به حساب نمی‌آید.

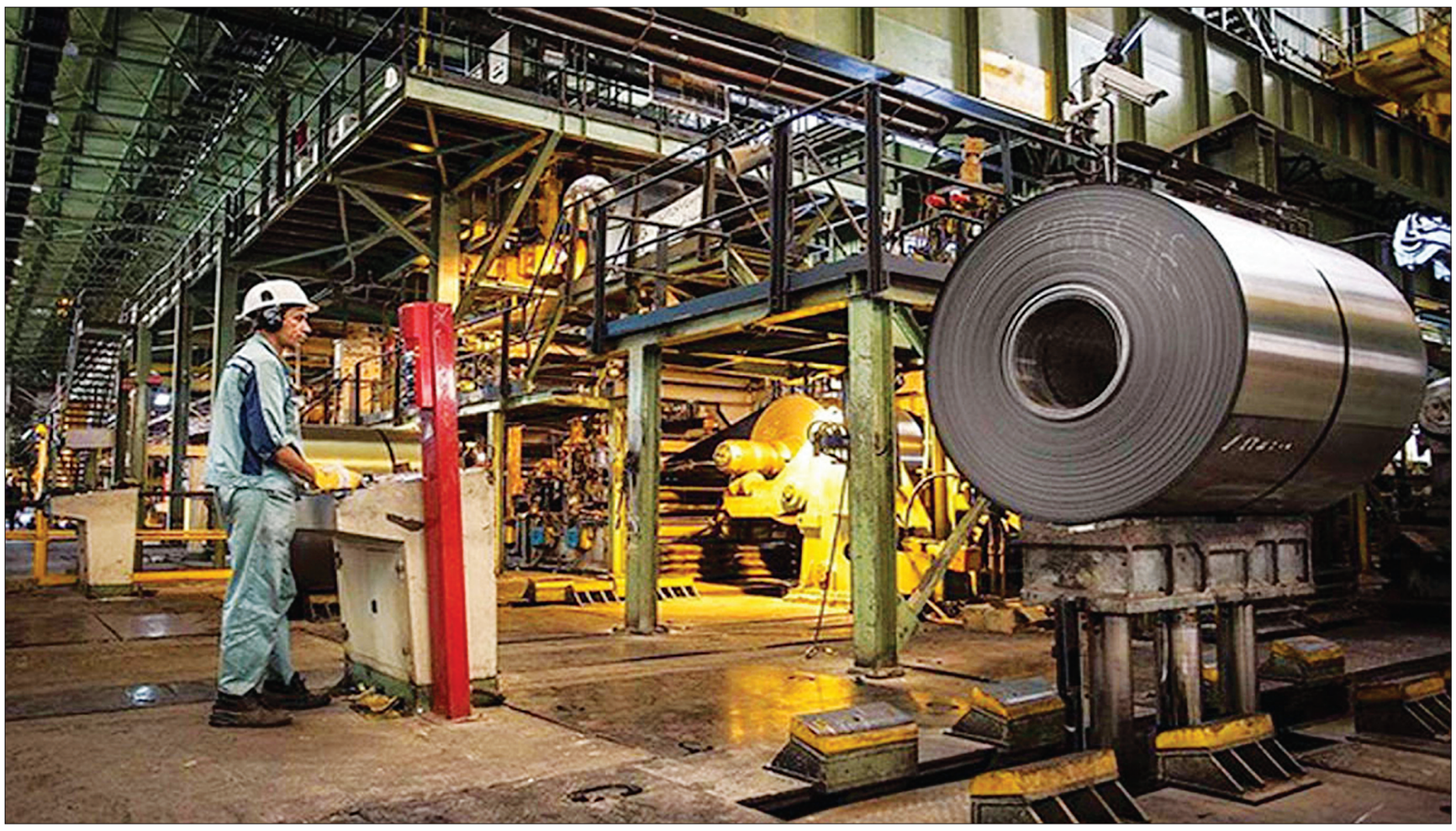
بخش دوم این مقاله به تحقیقات موجود روی حوزه هوش مصنوعی و کسب و کار مربوط اسـت. نویسـندگان مقاله اعتراف می‌کنند که تحولات مربوط به هوش مصنوعی طی چند سـال گذشته باورنکردنی بوده است و رشدی بسیار سـریع را شـاهد بوده‌ایم. اگرچه اکثر هوش‌های مصنوعی برای وظایف خاص و محدودی طراحی شـده‌اند، اما این روند هم در حال تغییر اسـت. درسـت است که طی سـال‌های گذشـته نگرانی‌هایی درباره بی‌دقتی و وجود تعصب و سـوگیری در پاسـخ‌های هوش مصنوعی وجود داشته، اما این نگرانی‌ها کم کم بی‌مورد می‌شـود؛ چراکـه در نهایت افراد می‌توانند هـوش مصنوعی را با توجه به خواسـته‌های خود سفارشی‌سـازی کنند. برای مثـال در حال حاضر چت جی‌پی‌تی سـعی می‌کند پاسخ‌های نژادپرستانه، وقیح یا ضدعلمی ندهد، اما افراد با طرح سوال‌ها و دستورات پیچیده توانسته‌اند این هوش مصنوعی را فریب دهند و مجبورش کنند پاسـخ‌های نژادپرستانه بدهد یا اطلاعات و آمار اشـتباه تولید کند. نویسندگان مقاله می‌گویند اینکه هوش مصنوعی اخیرا به آنجا رسـیده که می‌تواند برنامه‌نویسـی کند به افراد بدون دانش برنامه‌نویسی اجازه خواهد داد که انواع جدیدی از هوش مصنوعی به وجود آورند و آن را وارد حوزه‌های تازه‌ای کنند. این کمک می‌کند هوش مصنوعی به طور گسـترده‌تر مورد پذیرش قرار گیرد و سریع‌تر در صنایع و کسب‌وکارها ادغام شود. البته این ریسک‌های بزرگ مخصوص به خودش را دارد و احتمالا مسئله نابودی مشاغل بزرگ‌ترین آنهاست. در سـال‌های گذشته بارها پیش‌بینی شده بود که هوش مصنوعی به سرعت مشاغل سطح پایین با وظایف تکراری را از بین خواهد برد. نویسـندگان مقاله معتقدند هوش‌های مصنوعی فعلی نمی‌توانند تمام وظایف یک شغل را انجام بدهند و همیشه نیازمند نظارت انسانی هستند.

اما کدام یک از مشـاغل از خطر هوش مصنوعی جان سـالم به در می‌برند؟ پاسـخ این پرسش، ما را به سـومین بخش این تحقیق می‌رساند. نویسندگان توضیح می‌دهند که چطور از اطلاعات مربوط به بیش از هزار شـغل اسـتفاده کرده‌انـد و تاثیر هوش مصنوعی روی ۱۹ هزار وظیفه عمومی و ۲ هزار وظیفه تخصصی را ارزیابی کرده‌اند. سـوال اصلی موقع بررسـی تاثیر هوش مصنوعی روی وظیفه موردنظر این بوده است: آیا هوش مصنوعی می‌تواند به فرد کمک کند تا این وظیفه تخصصی یا عمومی را در نصف زمان همیشگی انجام دهد؟ اگـر جواب مثبت بود یعنی هوش مصنوعی می‌تواند اشـتغال در این بخش را تحت تاثیر قرار دهد. این معیار مهم در گزارش «در معرض» نام گرفته اسـت و هر شـغل می‌تواند در برابر هوش مصنوعی سه وضع داشته باشد: در معرض نیسـت، در معرض مسـتقیم اسـت (۵۰ درصد وظیفه یا بیشتر توسط هوش مصنوعی قابل انجام اسـت) و در معرض غیرمستقیم است (کمتر از ۵۰ درصد وظیفه). به عقیده پژوهشگران، هوش مصنوعی می‌تواند هر شغلی را در اقتصاد آمریکا تحت تاثیر قرار دهد. به طور میانگین می‌توان گفت که هوش مصنوعی می‌تواند ۱۵ درصد وظایف در هر شـغلی را انجام دهد و جایگزین نیروی کار در آن بخش شود.

به طور خلاصه، مشـاغلی که اصلا توسط هوش مصنوعی تهدید نمی‌شوند، این شغل‌ها هستند: «اپراتورهای تجهیزات کشاورزی»، «ورزشکاران حرفه‌ای»، «نصابان شیشه اتومبیل، مکانیک‌های موتورسیکلت»، «مکانیک‌های اتوبوس و کامیون، متخصصان موتورهای دیزلی»، «سنگ‌کارها، کاشی‌کارها، سیمان‌کارها، آجرکارها، نجارها، لوله‌کش‌ها، نقاش‌های سـاختمان»، «نصابان برق خانگی و صنعتی»، «آشـپزها، ظرفشورها، گارسـون‌ها»، «اپراتورهای دکل‌های حفاری نفت»، «اپراتورهای ماشـین‌های معدنی و ساختمانی» و «قصاب‌ها». از سوی دیگر، مشاغلی که در این مطالعه بیش از همه از سوی هوش مصنوعی تهدید می‌شوند، شـامل «مترجمان متن، مترجمان همزمان»، «محققان پیمایش» (surveyresearcher)، «شاعران، ترانه‌سـراها، نویسندگان»، «متخصصان علـوم دامی، متخصصان روابط عمومی»، «ریاضیدانـان، متخصصان مالیات و تحلیلگران مالی»، «طراحان وب، مهندسان بلاک‌چین»، «حسابداران، ماموران مالیات» و «تحلیلگران اخبار و روزنامه‌نگاران» هستند.

شاخص مدیران خرید در اردیبهشت‌ماه، رکورد ۴۴ ماهه را شکست

# بازگشت شامخ به مدار رونق



فرصت امروز: پس از کسادی و رکود فروردین‌ماه که البته با خوش‌بینی فعـالان اقتصادی نسـبت به آینده همـراه بود، بنگاه‌هـای اقتصادی در اردیبهشـت‌ماه فعالیت خـود را افزایش دادند و شـاخص مدیران خرید اقتصـاد ایران بـه بالاترین رقـم در دوره ۴۴ ماهه خود رسـید. از میان شـاخص‌های متنـوع و گوناگونی که توسـط کشـورها و سـازمان‌های بین‌المللی منتشـر می‌شـوند، شـاخص مدیران خرید (Purchasing Manager's Index)، یکی از مهمترین شـاخص‌های اقتصادی است که مورد پذیرش اکثر کشـورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه قرار دارد و در حـال حاضر برای حـدود ۲۹ هزار بنگاه بخش خصوصی در بیش از ۴۰ کشـور دنیا محاسبه می‌شود. این شاخص در فارسی به طور خلاصه «شامخ» نامگذاری شده و مرکز پژوهش‌های اتاق بازرگانی ایران ماموریت محاسبه و انتشار آن را برعهده دارد.

آخرین وضعیت شـاخص مدیران خریـد در میانه فصل بهار از افزایش قابل توجه حجم فعالیت‌های اقتصادی پس از رکود شـدید فروردین‌ماه حکایت دارد. شامخ کل اقتصاد ایران در حالی در اردیبهشت‌ماه امسال به رقم ۵۷,۳۰ واحد رسـیده که این رقم، بالاترین میزان در دوره ۴۴ ماهه محاسبه شامخ در اقتصاد ایران به حساب می‌آید. به این ترتیب، شاخص مدیران خرید بعد از رکود شدید در فروردین‌ماه، حالا در دومین گام خود در سال ۱۴۰۲ سقف‌شکنی کرده و بیشترین مقدار ۴۴ ماهه خود را ثبت کرده است که از شروع مجدد فعالیت‌ها در اکثر شرکت‌ها بعد از تعطیلی طولانی‌مدت فروردین‌ماه حکایت دارد. همچنین شـاخص مدیران خرید بخش صنعت نیز در اردیبهشـت‌ماه با ثبـت رقم ۶۶,۹۶ واحد بر قله ۵۶ ماهه ایسـتاد که مطابق انتظارات مـاه قبل حاکی از افزایش فعالیت‌های بخش صنعـت پس از تعطیلات طولانی‌مدت شـرکت‌ها در فروردین‌ماه است. همه رشته فعالیت‌های صنعتی در این ماه با افزایش روبه‌رو شدند.

### اقتصاد در تکاپوی رشد و ثبات

شـاخص مدیران خرید یا همان شامخ براساس پایش پرسشنامه‌ای به دسـت می‌آید و تصویر جامع و ملموسـی از شرایط اقتصاد کلان به ویژه وضعیـت رونق و رکود در بخش‌های صنعـت و خدمات ارائه می‌دهد. در طرح شامخ از پاسخ‌دهندگان خواسته می‌شود تا به ۱۲ پرسش مطرح‌شده در قالب سـه معیار وضعیت نسـبت به ماه پیش (بهتر شده، بدتر شده و یا تغییری نکرده اسـت) پاسـخ دهند. در صورت انتخاب گزینه بیشتر از مـاه قبل عـدد یک، گزینه بـدون تغییر عدد ۰,۵ و گزینـه کمتر از ماه قبل عدد صفر برای آن پرسـش ثبت می‌شود. مجموع حاصلضرب درصد پاسخگویان به هر یک از گزینه‌ها در عدد همان گزینه بیانگر عدد شامخ در آن پرسـش اسـت. در نهایت، معیار سنجش این شاخص عددی بین صفـر تا صد اسـت. عدد صفر و صد بـه ترتیب به معنای آن اسـت که ۱۰۰ درصد پاسخگویان گزینه «بدتر شده است» و «بهتر شده است» را انتخاب کرده‌اند. عدد ۵۰ نیز نشـان‌دهنده عدم تغییر وضعیت نسبت به ماه قبل، بالای ۵۰ نشـانه بهبود وضعیت نسـبت به ماه قبل و زیر ۵۰ به معنای بدتر شدن وضعیت نسبت به ماه قبل است. در این راستا چنانچه عدد محاسـبه شده زیر ۵۰ باشد اما از عدد محاسبه شده ماه قبل بیشتر باشـد، نشان می‌دهد که سـرعت بدتر شدن وضعیت کاهش یافته است. در سوی 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.

حالا آنطور که مرکز پژوهش‌های اتاق ایران از شامخ کل اقتصاد و شامخ بخش صنعت در میانه فصل بهار گزارش داده اسـت، هر دو شـاخص در اردیبهشـت‌ماه بهبود یافته و رکوردشکنی کرده‌اند؛ از یک سو، شامخ کل اقتصاد ایران در دومین ماه بهار به رقم ۵۷,۳۰ واحد رسـید که بیشترین مقدار در دوره ۴۴ ماهه محاسـبه شامخ است و از شروع مجدد فعالیت‌ها در اکثر شرکت‌ها بعد از تعطیلی طولانی‌مدت و رکود شدید فروردین‌ماه حکایت دارد. از سوی دیگر، شامخ بخش صنعت نیز در اردیبهشت امسال به رقم ۶۶,۹۶ واحد رسـید که در ۵۶ دوره اخیر بی‌سـابقه بود و حاکی از افزایـش در فعالیت‌های بخش صنعت پـس از تعطیلات طولانی‌مدت شرکت‌ها در فروردین‌ماه است.

### سقف‌شکنی شامخ در میانه بهار

بعـد از کسـادی و رکود فروردین‌مـاه که البته بـا خوش‌بینی فعالان اقتصادی نسبت به آینده همراه بود، بنگاه‌های اقتصادی در اردیبهشت‌ماه فعالیت خود را افزایش دادند و شاخص مدیران خرید نیز به بالاترین رقم در دوره ۴۴ ماهه خود رسـید. امسال به دلیل تعطیلات طولانی‌تری که شرکت‌ها در مقایسـه با سال‌های قبل داشتند، افزایش شاخص با شدت بیشـتری همراه بوده است. اصولا در اردیبهشـت‌ماه طبق روال هر سال بعد از تعطیلات، اکثر زیرشـاخص‌ها با شدت بیشتری افزایش می‌یابند، اما از آنجا که در فروردین‌ماه شرکت‌ها به دلیل نااطمینانی قیمتی و عدم تخصیص ارز موردنیاز برای تأمیـن مواد اولیه با تعطیلی طولانی‌تری در مقایسـه با سال‌های قبل روبه‌رو بودند، با ازسـرگیری فعالیت‌ها در اکثر شرکت‌ها در اردیبهشت شاخص با شدت بیشتری در مقایسه با سال‌های قبل افزایش داشـته است. بااین‌حال شرکت‌ها همچنان با مشکلات عدم تخصیص ارز، تغییر دائمی قوانین و مقررات و نوسـانات و افزایش شدید قیمت‌ها روبه‌رو هستند.

شـاخص میزان فعالیت‌های کسـب‌وکار در اردیبهشـت‌ماه (۶۰,۹۶) مطابق روال اردیبهشـت هر سال افزایش داشـته و ازآنجاکه شاخص در ماه گذشـته افت شـدیدی را ثبت کرده بود، در این ماه با شـروع مجدد فعالیت در اکثر شـرکت‌ها بیشـترین مقدار ۴۴ دوره خـود را (به غیر از یک دوره) ثبت کرده است. فعالیت‌ها در هر سه بخش با افزایش شاخص همراه بوده اسـت و بخش صنعت بیشترین افزایش را در مقایسه با سایر بخش‌ها ثبت کرده اسـت. شـاخص میزان سفارشات جدید مشتریان در اردیبهشـت‌ماه (۵۷,۱۵) طی ۴۴ ماه اخیر برای بار دوم بیشـترین مقدار خود را از شـهریورماه ۱۴۰۰ داشته است. شاخص موجودی مواد اولیه و یا لوازم خریداری‌شـده (۵۸,۰۸) بیشـترین مقدار خود طی ۴۴ دوره را ثبت کرده اسـت. شرکت‌ها که طی ماه‌های اخیر به علت عدم تخصیص ارز و نوسـانات قیمتی به شـدت در تأمین مواد اولیه با مشـکل روبه‌رو بوده‌انـد در این مـاه اکثرا ارز موردنیاز خود را از طریـق بازار آزاد تأمین کرده‌اند. شـاخص انتظارات در ارتباط با میزان فعالیت اقتصادی در ماه آینده (۶۵,۱۷) نشـان می‌دهد که شـیب انتظارات خوش‌بینانه برای ماه آینده در مقایسه با فروردین‌ماه کمتر شده است. در اردیبهشت‌ماه مطابق انتظارات ماه گذشته فعالیت کسب‌وکارها افزایش داشته و همان‌طور که پیش‌بینی شـده بود به دلیل تعطیلی طولانی‌تـر در فروردین‌ماه، میزان افزایش شامخ در اردیبهشت با شدت بیشتری همراه بوده است.

### مشکلات ارزی فعالان اقتصادی

طبـق روال دوره‌ای در اردیبهشـت‌ماه همه رشـته فعالیت‌های بخش صنعـت با افزایش شـاخص روبـه‌رو بوده‌اند، اما در ایـن دوره بنا بر نظر فعالان اقتصادی، تعطیلی گسترده بخش صنعت در فروردین‌ماه ناشی از نابسامانی قیمتی بازار ارز و همچنین عدم تخصیص ارز موردنیاز مواد اولیه شـرکت‌ها از سوی بانک مرکزی بوده است. با بازگشایی مجدد شرکت‌ها، افزایش شاخص با شدت بیشتری در مقایسه با اردیبهشت سال‌های قبل روبه‌رو بوده اسـت و اکثر زیر شـاخص‌های اصلی بیشترین مقدار خود را ثبت کرده‌اند، اما همچنان به علت جهش قیمتی و تغییرات دائمی قوانین و مقررات، تولیدکنندگان با ریسک اقتصادی بالا به فعالیت ادامه می‌دهند و چشم‌انداز و برنامه‌ریزی در افق کوتاه‌مدت نیز وجود ندارد.

براسـاس داده‌های به دسـت آمده از بنگاه‌های بخش صنعت، شاخص مدیران خرید صنعت (تعدیل فصلی نشده) در اردیبهشت‌ماه عدد ۶۶,۹۶ به دسـت آمده اسـت و طی سـری زمانی ۵۶ دوره بیشترین مقدار خود را ثبـت کرده اسـت که مطابـق انتظارات ماه قبل حاکـی از افزایش در فعالیت‌هـای بخش صنعت پس از تعطیلات طولانی‌مدت شـرکت‌ها در فروردین‌ماه اسـت. در این ماه کل مؤلفه‌های اصلی بیشتر از ۵۰ گزارش شـده‌اند و مؤلفه تولید محصولات، بیشترین مقدار را در میان مؤلفه‌های اصلی داشـته اسـت. همه رشـته فعالیت‌های صنعتی نیز با افزایش در شـاخص کل روبه‌رو بودند و در میان رشته فعالیت‌ها صنایع چوب، کاغذ و مبلمان و صنایع نسـاجی بیشترین افزایش شاخص را داشتند. شاخص انتظارات تولید در ماه آینده (۷۲,۱۶) نشـان‌دهنده انتظارات خوش‌بینانه اکثر صنایع در خردادماه اسـت اگرچه شدت افزایش شاخص در مقایسه با ماه قبل کمتر است. همانطور که اشاره شد، بی‌ثباتی شدید در بازار ارز، عدم تخصیص ارز توسط بانک مرکزی و عدم تبدیل حواله ریالی به ارزی توسـط بانک مرکزی، اکثر صنایـع را در تأمین مواد اولیه موردنیاز دچار مشـکل کرده و بسیاری مواد موردنیاز خود را با ارز آزاد تهیه کرده‌اند که منجر به افزایش هزینه تولید شـده اسـت. علاوه بر این، پول بلوکه شده جهت دریافت ارزی که تخصیص داده نشده، بسیاری از تولیدکنندگان را متضرر کرده است.

۷۹ درصد خانوارهای تهرانی به مسکن «استطاعت‌پذیر» دسترسی ندارند

# رشد ۱۰ برابری قیمت مسکن در ۵ سال

با تبدیل مسـکن از یک کالای مصرفی به کالای سـرمایه‌ای، معضلات مختلفی دامنگیر بخش مسـکن در اقتصاد ایران شـده است که از جمله آنها می‌توان به ظهور پدیده خانه‌های خالی (حدود ۳ میلیون واحد خالی)، افزایش روزافزون هزینه مسـکن در سـبد خانوارها (تـا ۷۰ درصد هزینه خانوار)، افزایش قابل توجه تعداد مستاجران، گسترش بدمسکنی و... اشاره کرد. حال در جدیدترین آمار رسـمی که از وضعیت بازار مسـکن منتشر شـده است، قیمت مسکن در شهر تهران طی پنج سال اخیر ۹۵۰ درصد رشـد داشـته اسـت. به عبارت بهتر، قیمت هر متر مربع مسکن در شهر تهران در فاصله سال‌های ۱۳۹۶ تا ۱۴۰۱ بیش از ۹۵۰ درصد رشد داشته و در حالی که ۴۵ درصد خانوارهای شـهری به مسکن «استطاعت‌پذیر» دسترسی ندارند، این رقم در پایتخت به ۷۹ درصد رسیده است.

مرکز پژوهش‌های مجلس در گزارش «چالش‌های سیاستگذاری مسکن شـهری در ایران»، اعداد و ارقام تکان‌دهنده‌ای از بحران مسکن ارائه داده و با تأکید بر اینکه قیمت مسـکن در کل کشـور به ویژه در کلانشـهرها، در بازه زمانی سـال‌های ۱۳۹۷ تا ۱۴۰۲ رشدی ۱۰ برابری به خود دیده و ضرب‌آهنگ این افزایش بسـیار سـریع‌تر از افزایـش درآمد خانوارهای دهک‌های پایینی و میانی بوده اسـت، می‌نویسـد: سال‌هاست که در تله سیاسـتی «عرضه کور» افتاده‌ایم: عرضه واحدهای مسـکونی نوسـاز که بخشـی از آن لوکس و گران‌قیمت اسـت و از آن مهمتر، هیچ نسـبتی با تغییرات جمعیت‌شـناختی، توان مالی خانوارها و مکان‌یابی مناسب برای پاسخگویی جامعه‌مدار به نیازهای سکونتی ندارند و هیچ نوع کنترلی نیز برای عرضه آنها به بازار در کار نیست و در برخی از موارد به قیمت کاهش موجودی مسکن (از رهگذر تخریب‌های سوداگرانه ساختمان‌های موجود) تولید می‌شوند.

این نهاد پژوهشـی در یک برش پنج سـاله، وضعیت بحرانی مسکن در تهران و ایران را ترسیم می‌کند و با استناد به آمارهای بانک مرکزی نشان می‌دهد که متوسط قیمت هر مترمربع واحد مسکونی در مناطق بیست و دو گانه شهر تهران طی پنج سال (یعنی از آذرماه ۱۳۹۶ تا آذرماه ۱۴۰۱) از ۵ میلیـون و ۸۸ هـزار تومان به ۴۸ میلیون و ۷۳ هزار تومان رسـیده است؛ رشدی در حدود ۹۵۰ درصد. این درحالی است که حداقل دستمزد در این بازه زمانی در حدود ۶۰۰ درصد افزایش داشـته و از یک میلیون و ۱۲۵ هزار تومان در سـال ۱۳۹۶ به ۶ میلیون و ۷۲۵ هزار تومان در سال ۱۴۰۱ رسـیده است. اگر تورم عمومی سال گذشته را هم به این وضعیت اضافه کنیم، بغرنجی وضعیت وضوح بیشـتری پیدا می‌کند. طبق گزارش بانک مرکزی، تورم نقطه به نقطه بهمن ماه ۱۴۰۱ در مناطق شهری، ۴۳,۶ درصد بوده است. به عبارت دیگر، هزینه‌ای که یک خانوار برای تهیه سبد مشـخصی از کالا و خدمات در بهمن ماه ۱۴۰۱ صرف کرده است، نسبت به بهمن ماه ۱۴۰۰ حدود ۴۳,۶ درصد افزایش یافته است.

از سـوی دیگر براساس گزارش فقر مسـکن، در سال ۱۳۹۸ حدود ۴۵ درصد از خانوارهای مناطق شـهری به مسـکن «استطاعت‌پذیر» (یعنی هزینه مسـکن بیش از ۳۰ درصد کل هزینه‌های خانوار باشد) دسترسی نداشـته‌اند؛ رقمی که در شـهر تهران ۷۹ درصد بوده است. البته باید در نظر داشت که این ارقام مربوط به بیش از سه سال قبل است. در این بازه زمانی در مهمترین شهر کشور یعنی پایتخت، متوسط قیمت هر متر مربع از حـدود ۱۵ میلیون تومـان در فروردین‌ماه ۱۳۹۹ به حدود ۴۸ میلیون تومان در آذرماه ۱۴۰۱ جهش داشته است.

براسـاس این گزارش، بحران مسکن در ایران، وجوه اجتماعی پنهان و ناکاویده بسـیاری دارد. به دلیل «گسیختگی سیاستی»، تمهیدات و اقدامات دولت‌ها بیش از آنکه در راستای تأمین فراگیر و همه شمول و عدالت‌محور و نیز کاهش نابرابری‌های اجتماعی باشد، به نحوی نظام‌مند بر نابرابری‌های اجتماعی و فقر چندبُعدی شـهری افزوده است. مسئله صرفا عقب‌نشینی دولت‌ها از تأمین مسکن برای همه شهروندان نیست، بلکه مسـئله مهمتر این است که دولت‌ها در خلال این عقب‌نشینی، به ظهـور و تکوین نظام مدیریت و برنامه‌ریزی شـهری کمک کرده‌اند که مستمرا دست در کار گسـترش اعیان‌نشین‌سازی، جابه‌جایی اجباری، بی‌خانمانی، طرد و محرومیت و جداسـازی‌های اجتماعی شـده‌اند و بر این اسـاس، بر ضرب‌آهنگ تعمیق نابرابری‌های اجتماعی- مسکونی و فقر شـهری می‌افزایند. بنیان نقش‌آفرینی نظام مدیریت و برنامه‌ریزی شـهری نظام حقوقی است که تعریف گسترده‌ای از «حقوق مالکانه» را تأمین و تمهید کرده و برمبنای آن، میان حقوق مالکانه مالک نشـینان و افراد چندمسکنی «تفاوت‌گذاری حقوقی» در راستای استیفای «حق دسترسـی به مسکن» مصرحه اصل سـی و یکم قانون اساسی گذاشته نمی‌شـود. برمبنای این عـدم تفاوت‌گذاری، در خـلال تهیه و اجرای طرح‌های شـهری «حقوق مالکانـه جدیدی به مالـکان موجود» اعطا می‌شـود و این امر بدون هیچ گونه محدودیتی در زمینه اسـتفاده‌های اجتماعی-مسکونی از آنها صورت می‌گیرد. به بیان دیگر، نوعی «تبعیض مسکونی ساختاری» میان دارندگان دارایی‌های مسکونی و نابرخورداران از آن روا داشـته می‌شود که نقش قانون و دولت‌ها در آن پُررنگ است. در چنین بستری، دولت‌ها با خلق «حقوق مالکانه» ناموجه در شهرهای کشـور، هم به تعمیق نابرابری‌های اجتماعی- فضایی-مسکونی نسلی- بین نسـلی دامن می‌زنند و هم خـود را گرفتار «بحران کنترل‌ناپذیری موجودی مسـکن» (کاهش فزاینده کنترل نظام حکمرانی بر موجودی مسکن کشور) می‌یابند.

در پایـان این گزارش، مرکز پژوهش‌ها ۱۴ راهبرد سیاسـتی برای حل بحران مسـکن پیشنهاد داده است که سـاخت مسکن استیجاری دولتی و عمومی در مناطق مختلف شـهری با هدف همه‌شـمولی، اصلاح رابطه حقوقی موجر-مستأجر برمبنای ثبات‌بخشی به زندگی استیجاری و احیای حقوق مسـتأجران در بخش مسکن اسـتیجاری خصوصی، اجرای قانون کنترل اجاره‌بها، بازبینی جامع در نظام اعطای یارانه‌های مسـکن با هدف گسـترش مسکن «استطاعت‌پذیر» برای مسـکن اولی‌ها و مستأجران از جمله این پیشنهادها هستند.

اقتصاد جهانی به ضعیف‌ترین وضعیت پس از بحران مالی ۲۰۰۸ رسید

# اقتصاد ۲۰۲۳ از نگاه بانک جهانی

فرصت امروز: با تداوم خبرهای مثبتی که در چند روز گذشته پیرامون اقتصاد ایران منتشر شده است، حالا گزارش جدید بانک جهانی نشان می‌دهد که رشد اقتصاد ایران در سال ۲۰۲۳ به بالاتر از میانگین جهانی خواهد رسید. هرچند اعداد به ثبت رسیده هنوز با اهداف کلان کشور در چارچوب برنامه هفتم توسعه فاصله دارد اما در سالی که میانگین رشد اقتصاد جهانی تحت تاثیر تداوم جنگ روسیه و اوکراین کاهش یافته است، اقتصاد ایران بالاتر از میانگین جهانی خواهد ایستاد. طبق اعلام بانک جهانی، اقتصاد جهانی همچنان از یکسری شوک‌های بی‌ثبات‌کننده رنج می‌برد و پس از گذشت بیش از دو سال از همه‌گیری کرونا، تهاجم روسیه به اوکراین و تاثیرات جهانی آن بر بازارهای کالا، زنجیره‌های تامین، تورم و شرایط مالی، کاهش رشد جهانی را تشدید کرده است.

بانک جهانی همچنین رشد تولید ناخالص داخلی ایران در سال ۲۰۲۳ را حدود ۲,۷ درصد و برای سال ۲۰۲۴ به میزان ۲,۳ درصد برآورد کرده است. به عبارتی، ایران رشد اقتصادی ۲,۲ درصدی را تجربه می‌کند که برابر با متوسط رشد اقتصادی کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقاست. براساس برآورد بانک جهانی، اقتصاد ایران در سال ۲۰۲۲ رشد اقتصادی ۲,۹ درصدی را تجربه کرده است. بدین ترتیب، بانک جهانی رشد تولید ناخالص داخلی ایران در سال جاری میلادی را ۲,۷ درصد و در سال آینده را ۲,۳ درصد پیش‌بینی کرده است که ۰,۶ درصد کمتر از رشد اقتصادی ۲,۹ درصدی ایران در سال ۲۰۲۲ خواهد بود. به اعتقاد کارشناسان بانک جهانی، اقتصاد جهان به ضعیف‌ترین وضعیت پس از بحران مالی ۲۰۰۸ رسیده و پیش‌بینی می‌شود که اقتصاد جهانی برای اولین بار پس از بحران مالی سال ۲۰۰۸ تحت تاثیر بالا رفتن نرخ بهره، افزایش تورم و محدودیت‌های اعتباری به ضعیف‌ترین سطح ممکن برسد. طبق برآورد جدید بانک جهانی، رشد اقتصاد جهان در سال ۲۰۲۳ رکورد جدیدی از کاهش را ثبت خواهد کرد و سرعت رشد آن به کندترین میزان ممکن طی ۱۵ سال گذشته خواهد رسید.

### مسابقه کاهش رشد اقتصادی

طبق اعلام بانک جهانی، اقتصاد جهانی همچنان از یک سری شوک‌های بی‌ثبات‌کننده رنج می‌برد و پس از گذشت بیش از دو سال از همه‌گیری، تهاجم روسیه به اوکراین و تاثیرات جهانی آن بر بازارهای کالا، زنجیره‌های تامین، تورم و شرایط مالی، کاهش رشد جهانی را تشدید کرده است. جنگ در اوکراین منجر به افزایش قیمت‌ها و نوسانات در بازارهای انرژی شده است. حمله به اوکراین همچنین منجر به افزایش قابل توجه قیمت کالاهای کشاورزی شده است که ناامنی غذایی و فقر شدید را در بسیاری از بازارهای نوظهور و اقتصادهای در حال توسعه تشدید می‌کند. خطرات متعددی می‌تواند وضعیتی را که اکنون بهبودی نامطمئن است، منحرف کند و در میان آنها، به ویژه، امکان تورم سرسختانه جهانی همراه با رشد ملایم است که یادآور رکود تورمی دهه ۱۹۷۰ است. این مورد در نهایت می‌تواند منجر به تشدید شدید سیاست پولی در اقتصادهای پیشرفته برای مهار تورم، افزایش هزینه‌های استقراض و احتمالا اوج فشار مالی در برخی از بازارهای نوظهور و اقتصادهای در حال توسعه شود. سیاستگذاران در این اقتصادها و جامعه جهانی برای تقویت رشد، تقویت چارچوب‌های کلان اقتصادی، کاهش آسیب‌پذیری‌های مالی، ارائه حمایت از گروه‌های آسیب‌پذیر جمعیت و کاهش اثرات بلندمدت شوک‌های جهانی، به واکنش سیاسی قدرتمند و گسترده در سال‌های اخیر نیاز دارند. به گفته بانک جهانی، رشد اقتصادهای پیشرفته از ۲,۶ درصد در سال ۲۰۲۲ به ۰,۷ درصد در سال ۲۰۲۳ کاهش می‌یابد و در سال ۲۰۲۴ همچنان ضعیف باقی خواهد ماند.

در بیانیه بانک جهانی آمده است که تاکنون بیشتر بازارهای نوظهور و اقتصادهای در حال توسعه تنها آسیب محدودی از استرس بانکی اخیر اقتصادهای پیشرفته را دریافت کردند، اما حالا در مسیری خطرناک حرکت می‌کنند؛ با شرایط محدودکننده اعتبار جهانی، از هر چهار بازارهای نوظهور و اقتصادهای در حال توسعه یکی به طور موثر دسترسی به بازارهای اوراق قرضه بین‌المللی را از دست داده است. به گفته بانک جهانی، پیش‌بینی‌های رشد اقتصادی این اقتصادها در سال جاری کمتر از نصف سال گذشته است که آنها را در برابر شوک‌های اضافی آسیب‌پذیر می‌کند. بانک جهانی همچنین اعلام کرد شوک‌های ناشی از همه‌گیری ویروس کرونا، جنگ روسیه علیه اوکراین و رکود شدید اقتصادی در بحبوحه شرایط سخت مالی جهانی، شکست پایداری برای توسعه بازارهای نوظهور و اقتصادهای در حال توسعه ایجاد کرده است.

### مقایسه با بحران مالی ۲۰۰۸

براساس گزارش جدید بانک جهانی که سه‌شنبه هفته گذشته منتشر شد، پیش‌بینی می‌شود رشد اقتصاد جهانی از ۳,۱ درصد سال گذشته به ۲,۱ درصد در سال جاری کاهش یابد و بخش اصلی این کاهش در نیمه دوم سال رخ خواهد داد. این نرخ رشد با رشد اقتصادی جهان در دل بحران مالی سال ۲۰۰۸ مطابقت دارد. اگرچه انتظار می‌رود نرخ رشد اقتصادی کشورهای توسعه‌یافته بالاتر از نرخ رشد اقتصادی آنها در طول بحران مالی سال ۲۰۰۸ باشد، اما نرخ رشد در اقتصادهای در حال ظهور پایین‌تر خواهد بود.

بانک جهانی در جدیدترین به‌روزرسانی چشم‌انداز اقتصادی جهان، از پیش‌بینی رشد اقتصادی تقریبا تمامی اقتصادهای پیشرفته جهان کاسته و پیش‌بینی خود از رشد ۷۰ درصد از بازارهای در حال ظهور را کم کرده است. برآورد می‌شود که نرخ رشد اقتصاد آمریکا از ۲,۱ درصد سال گذشته به ۱,۱ درصد در سال جاری کاهش یابد و سال آینده با تداوم روند کاهشی به ۰,۸ درصد برسد. یکی از عوامل کاهش رشد اقتصادی آمریکا، تاثیر طولانی‌مدت افزایش شدید نرخ بهره عنوان شده است. در منطقه یورو، نرخ رشد اقتصادی از ۳,۵ درصد سال گذشته به ۰,۴ درصد کاهش خواهد یافت و عامل اصلی این روند هم اجرای سیاست‌های پولی سختگیرانه و افزایش قیمت انرژی اعلام شده است. بانک جهانی در گزارش جدید خود هشدار داده است در صورتی که فشار بانکی شدیدتر شود یا تورم به اندازه‌ای پایدار شود که منجر به افزایش دوباره نرخ بهره شود، ممکن است رشد اقتصادی از حد پیش‌بینی شده هم کمتر شود. بالارفتن نرخ بهره برای بازارهای نوظهور نیز مشکلی اساسی به شمار می‌رود؛ بازارهایی که هنوز از شوک ناشی از همه‌گیری کرونا و پس از آن آغاز جنگ میان روسیه و اوکراین به خود نیامده بودند. افزایش نرخ‌های بهره کار را برای اقتصادهایی که باید وام‌های دلاری بازپرداخت کنند را بسیار دشوارتر خواهد ساخت. تاکنون بیشتر این بازارهای نوظهور از فشارهای بانکی که منشأ آنها در کشورهای ثروتمندی مانند آمریکا بود، آسیب محدودی دیده بودند، اما در گزارش اخیر بانک جهانی هشدار داده شده که این بازارها در «آب‌هایی پرخطر در حرکت هستند». ضعف‌های مالی تاکنون کشورهای کم‌درآمد بسیاری را در تنگنای بدهی قرار داده است. پیش‌بینی‌های جدید حاکی از آن است که در بازارهای نوظهور به جز چین، رشد اقتصادی از ۴,۱ درصد سال گذشته به ۲,۹ درصد در سال جاری کاهش خواهد یافت.

### پیش‌بینی رشد اقتصادی ایران

بانک جهانی همچنین رشد تولید ناخالص داخلی برای ایران در سال جاری را ۲,۷ درصد و برای سال ۲۰۲۴ به میزان ۲,۳ درصد برآورد کرده است. ایران در حالی رشد اقتصادی ۲,۲ درصدی را تجربه می‌کند که برابر با متوسط رشد اقتصادی کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقاست. طبق برآورد بانک جهانی، اقتصاد ایران در سال ۲۰۲۲ رشد اقتصادی ۲,۹ درصدی را تجربه کرده است. متوسط رشد اقتصادهای خاورمیانه و شمال آفریقا در سال ۲۰۲۲ بالغ بر ۵,۹ درصد بوده که مطابق پیش‌بینی بانک جهانی، این رقم در سال ۲۰۲۳ به ۲,۲ درصد کاهش خواهد یافت. بانک جهانی همچنین انتظارات رشد اقتصادی ترکیه برای سال‌های ۲۰۲۳ و ۲۰۲۴ را اصلاح و پیش‌بینی کرد که اقتصاد ترکیه در سال جاری ۳,۲ درصد و در سال آینده ۴,۳ درصد رشد کند که به ترتیب ۰,۵ درصد و ۰,۳ درصد نسبت به برآورد پیشین افزایش یافته است.

براساس گزارش بانک جهانی، با محدودیت‌های شدید اعتباری، از هر چهار بازار در حال ظهور، یک بازار عملا دسترسی خود را به بازارهای بین‌المللی اوراق قرضه را از دست داده است. این فشار به ویژه برای بازارهای در حال ظهوری که از آسیب‌پذیری‌های اساسی مانند پایین بودن شدید سطح اعتبار برخوردارند حاد خواهد بود. پیش‌بینی رشد اقتصادی ۲۰۲۳ برای این دست از اقتصادها کمتر از نیمی از رشد اقتصادی سال گذشته آنهاست و همین موضوع آنها را در برابر شوک‌های بیشتر مالی آسیب‌پذیر خواهد کرد. گزارش جدید بانک جهانی همچنین پیش‌بینی کرده که تا پایان سال ۲۰۲۴، رشد اقتصادهای در حال توسعه به ۵ درصد کمتر از پیش‌بینی‌هایی برسد که در آغاز همه‌گیری کرونا انجام شده بود. همچنین پیش‌بینی شده است که رشد اقتصادی سال جاری در اقتصادهای پیشرفته از ۲,۶ درصد سال گذشته به ۰,۷ درصد برسد و در سال ۲۰۲۴ هم ضعیف باقی بماند.

قیمت دلار در دامنه ۴۰ دوام می‌آورد؟

# سه‌ضلعی ریزش سکه

ریزش قیمت سکه و طلا تا کجا ادامه دارد؟ آیا قیمت دلار در دامنه ۴۰ دوام می‌آورد؟ اینها پرسش‌هایی است که با کاهش دسته‌جمعی قیمت‌ها در بازارهای دارایی در پی مخابره خبرهای مثبت سیاسی این روزها بسامد بالایی پیدا کرده است. در حال حاضر، قیمت سکه به کانال ۲۷ میلیون تومان بازگشته و قیمت دلار در پایین مرز ۵۰ هزار تومان به سر می‌برد. البته فعالان اقتصادی معتقدند که قیمت دلار با فشار اخبار مثبت پایین آمده و این وضعیت موقتی است؛ زیرا اخبار اثر هیجانی بر بازار دارند و همچنان اقدام موثری در راستای بهبود بازار ارز به ثمر نرسیده است. با این وجود، دیدگاه‌های خوش‌بینانه حاکی از آن است که توافق موقت صورت می‌گیرد و قیمت دلار از دامنه ۴۰ هزار تومان فراتر نخواهد رفت.

از مهمترین اخباری که بازار ارز و سکه را در پایان هفته گذشته تحت تاثیر قرار داد، خبر روزنامه هاآرتص رژیم صهیونیستی بود که مدعی شد طی چند هفته آینده و به‌صورت غیرمنتظره توافقی موقت در موضوع هسته‌ای رخ می‌دهد و ایران در ازای لغو برخی تحریم‌ها، غنی‌سازی ۶۰ درصدی را متوقف خواهد کرد. این خبر بر بازار ارز تاثیر قابل توجهی گذاشت و قیمت دلار در دامنه ۴۹ هزار تومان معامله شد. همچنین خبر دیگری که از نگاه معامله‌گران بااهمیت به نظر آمد، پایان نشست شورای حکام بود که در آن هیچ قطعنامه‌ای علیه ایران تصویب نشد و همین موضوع به کاهش قیمت دلار کمک کرد. البته اغلب معامله‌گران می‌گویند که این کاهش قیمت دلار به واسطه اخبار سیاسی رخ داده و کاملا موقتی است، زیرا اقدام موثری در راستای بهبود بازار ارز انجام نشده است. از آنجا که اخبار تاثیر هیجانی بر بازار دارند، این فضای کاهشی به سرعت می‌تواند از بین برود. در سمت دیگر اما برخی دیگر از معامله‌گران معتقدند توافق موقت صورت خواهد گرفت و در نتیجه قیمت دلار از دامنه ۴۰ هزار تومان فراتر نخواهد رفت. از سوی دیگر تکنیکالیست‌ها نیز می‌گویند اگر قیمت دلار زیر کف‌های قیمتی به مدت یک روز ثبات داشته باشد، چراغ حمایت مهم ۴۸ هزار و ۵۰۰ تومن روشن می‌شود. از نگاه آنها، اگر قیمت دلار این سطح مهم را نیز از دست بدهد، می‌تواند تا سطح ۴۴ هزار تومان افت پیدا کند. با این وجود به اعتقاد برخی معامله‌گران، تکذیب این اخبار مثبت و آزادسازی منابع بلوکه‌شده ناشی از ثبت‌نام خودرو می‌تواند قیمت ارز را به دامنه ۵۰ هزار تومان بازگرداند. در این میان، کاهش قیمت دلار، تاثیر خود را در بازار سکه و طلا گذاشت و قیمت سکه در پایان روز پنجشنبه به کانال ۲۷ میلیون تومان رسید. این کاهش قیمت سکه به گفته رئیس اتحادیه طلا و جواهر تهران به دنبال کاهش نرخ ارز و کاهش قیمت اونس جهانی طلا بوده و البته کاهش چشمگیر تقاضا نیز در آن بی‌تاثیر نبوده است. بنابراین کاهش چشمگیر قیمت سکه و طلا را می‌توان به سه‌ضلعی کاهش نرخ ارز، کاهش اونس جهانی طلا و افت تقاضا نسبت داد. «نادر بذرافشان»، رئیس اتحادیه طلا و جواهر تهران با اشاره به دلایل کاهش قابل توجه قیمت سکه و طلا در پایان هفته گذشته (پنجشنبه ۱۸ خردادماه) به «ایسنا» توضیح داد: قیمت اونس جهانی طلا در روز چهارشنبه نسبت به روز پیش از آن (سه‌شنبه) ۱۰ دلار افزایش یافت، اما روز پنجشنبه مجددا هفت دلار افت بها را تجربه کرد. قیمت‌ها طی دو هفته اخیر سیر نزولی داشته است که بخشی از آن به دلیل کاهش قیمت در بازارهای جهانی و بخش قابل توجه آن نوسان کاهشی نرخ ارز در داخل بوده است. ضمن اینکه عدم تقاضا و کاهش چشمگیر تقاضا در بازار و همچنین اخبار سیاسی-اقتصادی در سراسر دنیا بوده که شرایط را برای ثبات و کاهش قیمت‌ها فراهم کرده است. به گفته «بذرافشان»، در حال حاضر بازار به ثبات خوبی رسیده است. بازار به دور از هرگونه التهاب است و کاهش‌های قابل توجه خود را داشته است؛ دیگر نوسان افزایشی برای بازار پیش‌بینی نمی‌شود؛ بلکه احتمالا نوسان کاهشی نهایتا یک تا سه درصدی وجود داشته باشد که طبیعی است؛ فلذا مردم می‌توانند معاملات خود را به راحتی در بازار سکه و مصنوعات طلا انجام دهند؛ چراکه در حال حاضر شرایط بازار سکه و طلای داخلی مطلوب است و ثبات قیمتی شکل گرفته است. او در مورد تغییرات قیمتی سکه و طلا در طول هفته گذشته نیز گفت: هر قطعه سکه تمام طرح جدید با افت ۸۰۰ هزار تومانی در روز پنجشنبه نسبت به روز چهارشنبه به کانال ۲۷ میلیون تومان بازگشت و در آخرین معاملات این روز ۲۷ میلیون و ۹۰۰ هزار تومان قیمت خورد. هر قطعه سکه تمام طرح قدیم اما کاهش بیشتری داشت و به ۲۵ میلیون تومان در روز پنجشنبه رسید که نسبت به روز قبل، کاهش ۹۵۰ هزار تومانی را نشان می‌دهد. همچنین قیمت نیم سکه و ربع سکه در روز پنجشنبه به ترتیب با کاهش یک میلیون تومانی و ۸۰۰ هزار تومانی، ۱۵ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان برای هر قطعه نیم سکه و ۱۰ میلیون و ۵۰۰ هزار تومان برای هر قطعه ربع سکه تعیین قیمت شدند. سکه‌های یک گرمی بانک مرکزی نیز با کاهش ۲۵۰ هزار تومانی بها به ۶ میلیون و ۳۰۰ هزار تومان رسید. طلا نیز از قاعده کاهش قیمت‌ها در بازار مستثنی نبود و هر گرم طلای ۱۸ عیار با ۵۵ هزار تومان افت قیمت نسبت به روز چهارشنبه با قیمت ۲ میلیون و ۳۴۰ هزار تومان به ازای هر گرم در روز پنجشنبه معامله شد. در حال حاضر هر اونس طلا ۱۹۵۲ دلار قیمت دارد. «بذرافشان» در پایان در رابطه با آخرین وضعیت حباب سکه نیز گفت: حباب سکه در حال تخلیه است. حباب سکه که در ابتدای هفته گذشته در محدوده ۶ میلیون و ۳۰۰ هزار تومان قرار داشت، در پایان هفته به ۵ میلیون تومان رسید.

## اخبار

بانک مرکزی هشدار داد

### مراقب دلارهای تقلبی باشید

بانک مرکزی به مردم هشدار داد برای انجام امور و مصارف ارزی صرفا به شعب ارزی بانک‌ها و صرافی‌های مجاز مراجعه کنند. بانک مرکزی به مردم درباره وجود دلارهای تقلبی در بازار غیررسمی هشدار داد و تاکید کرد: هموطنان به منظور جلوگیری از به خطر افتادن اموال و دارایی‌های خود، برای انجام امور و مصارف ارزی صرفا به شعب ارزی بانک‌ها و صرافی‌های مجاز مراجعه کنند. طبق اعلام بانک مرکزی، با توجه به پایش‌های انجام شده و بنا بر برخی اطلاعات و اخبار واصله مبنی بر فروش دلارهای تقلبی در بازار غیررسمی و به تبع آن ایجاد زیان مالی برای خریداران، به اطلاع هموطنان می‌رساند که به منظور جلوگیری از به مخاطره افتادن اموال و دارایی‌های خود، جهت انجام امور ارزی و تأمین نیازها و مصارف ارزی صرفا به شعب ارزی بانک‌ها و شرکت‌های صرافی مجاز که اسامی آنها در پایگاه اطلاع‌رسانی بانک مرکزی درج شده است، مراجعه کنند و نیازهای خود را از طریق نهادهای رسمی بازار ارز تأمین کنند تا متحمل عواقب و زیان‌های ناشی از خرید اسکناس تقلبی در بازار غیررسمی نشوند.

تاریخ‌سازی بانک مرکزی در نیمه خرداد

### تزریق بی‌سابقه پول در بانک‌ها

در هفته اخیر نرخ بهره بین بانکی به حداقل خود در یک ماه و نیم اخیر رسید. نرخ بهره پس از آنکه در ابتدای خردادماه رکورد هفت ساله را شکست، در یکی دو هفته اخیر جهت نزولی به خود گرفته است. بررسی‌های آماری نشان می‌دهد که در هفته منتهی به نیمه خردادماه نرخ بهره بین بانکی به حداقل خود در یک ماه و نیم اخیر رسیده است. در هفت روز منتهی به ۱۷ خردادماه، نرخ بهره بین بانکی به رقم ۲۳,۴۴ درصد رسیده و در کمترین میزان خود از ابتدای اردیبهشت تاکنون قرار گرفته است. این شاخص حاصل از بده‌بستان بانک‌ها با یکدیگر بوده و به صورت متوسط هفتگی از سوی بانک مرکزی اعلام می‌شود. در دو هفته قبل این شاخص کلیدی اقتصاد ایران برابر با ۲۳,۶۵ درصد ثبت شده بود و اکنون در این مقطع حدودا ۰,۱۱ واحد درصد کمتر شده است. برخی معتقدند علت این کاهش در پول‌پاشی‌های بزرگ بانک مرکزی در بازارهای بین بانکی نهفته است.

در کنار بازار شبانه، بانک مرکزی می‌تواند نیاز نقدینگی بانک‌ها را در معاملات بازار باز نیز مرتفع سازد. در همین رابطه هر هفته با تاریخ سررسید یک هفته ای در بانک‌ها نقدینگی تزریق می‌کند تا از این طریق به نوعی هم کسری های بانکی را مدیریت کند هم نرخ بهره بین بانکی را در مسیر هدف خود قرار دهد. در همین رابطه در حالی که بانک مرکزی به تازگی کریدور جدیدی را برای نرخ بهره بین بانکی تعریف کرده بود و آن را در دامنه ۱۷ تا ۲۴ درصد تعریف کرد، اما این شاخص مهم اقتصادی ایران در هفته‌های اخیر مسیری صعودی پیدا کرد و به سقف جدید خود نزدیک‌تر شد. برای مثال در هفته منتهی به پایان اردیبهشت‌ماه در سال جاری، نرخ بهره بین بانکی به ۲۳,۷۷ درصد رسید و در یک قدمی کران بالای خود نشست. این روند صعودی در نرخ بهره ناشی از کمبود منابع در بازار بین بانکی است. زمانی که تقاضای پول در بانک‌ها بالا می‌روند نرخ بهره نیز که به نوعی قیمت پول محسوب می‌شود، افزایش پیدا می‌کند. در همین رابطه، بانک مرکزی در بازار باز تزریق خود را رشد داد تا به نوعی از بالاتر رفتن این نرخ جلوگیری کند. این تزریق در هفته اخیر برابر با ۱۵۰ هزار میلیارد تومان بوده و در این معاملات رکوردشکنی بی‌سابقه کرده است. برخی معتقدند هرچند که این حرکت بانک مرکزی می‌تواند در راستای کنترل نرخ بهره بین بانکی اقدامی مهم باشد، اما می‌تواند اثر افزایشی تورمی از مسیر بازار باز را به دنبال داشته باشد.

به گزارش «اکوایران»، بانک مرکزی در عملیات بازار باز هفته‌های اخیر، مشغول به ثبت رکوردهایی جدید است. در دو هفته منتهی به ۱۷ خرداد، حجم تزریق پول میان‌مدت از مسیر این معاملات در بانک‌ها به صورت هفته‌ای ۱۵۰ همت بوده که در تاریخ برگزاری این معاملات سابقه نداشته است. بدین ترتیب، بانک مرکزی در هفته اخیر بازار باز دوباره رکوردزنی کرد و حدودا ۱۵۰ هزار میلیارد تومان نقدینگی تزریق کرد که از هفته قبل خود نیز بیشتر بوده است. در عملیات بازار باز بانک‌ها می‌توانند اوراق به وثیقه گذاشته و از طریق آن از بانک مرکزی استقراض پول کنند. این بده بستان همراه با نرخ سود و تاریخ سررسیدی است که از سوی بانک مرکزی به صورت هفتگی تعیین می‌شود. تاریخ سررسید معاملات در هفته‌های متوالی هفت روزه بوده و نرخ سود آن نیز طی یک روند ثابت در سال جاری برابر با ۲۳ درصد ثبت شده است.

روند ثابت در نرخ سود بازار باز در حالی رقم خورده که تزریق پول در این بازار مرزهای جدیدی را فتح کرده است. داده‌های بانک مرکزی نشان می‌دهد در هفته اخیر تزریق پول در بازار باز برابر با ۱۵۰ هزار میلیارد تومان بوده و از هفته قبل خود حدودا ۲ همت بیشتر شده است. طبق داده‌های آماری این نهاد، در دو هفته اخیر رکورد تزریق پول در بازار باز شکسته شده و سطحی بی‌سابقه رقم خورده است. در مقابل اما در بازار شبانه روند تزریق پول مسیری نزولی را در این مقطع سپری کرده است. در بازار شبانه بانک مرکزی می‌تواند معاملات کوتاه‌مدت خود را با بانک‌ها رقم بزنند. در این بازار بانک‌ها می‌توانند از همدیگر استقراض پول کنند در حالی که برخلاف بازار باز، تاریخ سررسید معاملات در بازه کوتاه‌مدت بوده و نرخ سود آن در بازه‌ای حرکت می‌کند که بانک مرکزی آن را در هر مقطع تعیین می‌کند. این کریدور از میانه زمستان سال قبل تاکنون از ۱۷ تا ۲۴ درصد شد. تزریق بانک مرکزی در این معاملات در نرخ سود ۲۴ درصدی صورت گرفته و سطحی معادل با ۱۲ هزار و ۱۰۰ میلیارد تومان داشته است. مجموع این دو رقم در بازار بین‌بانکی نشان می‌دهد در این هفته نهایتا ۱۶۲ هزار و میلیارد و ۱۰۰ میلیارد تومان نقدینگی در بانک‌ها تزریق شده است؛ سطحی که به مراتب بالا بوده و نشان از کسری بی‌سابقه نهادهای مالی در این روزها دارد.

در حاشیه پانزدهمین نمایشگاه بورس، بانک و بیمه

### صندوق تضمین اصل بازار رونمایی شد

صدور الکترونیکی گواهی تمکن مالی با حضور رئیس سازمان بورس رونمایی شد. «مجید عشقی» در مراسم رونمایی از صدور الکترونیکی گواهی تمکن مالی در بازار سرمایه که در حاشیه پانزدهمین نمایشگاه بورس، بانک و بیمه برگزار شد، گفت: یکی از دغدغه‌های سهامداران بحث دریافت خدمات الکترونیکی از سپرده‌گذاری بود، بر این اساس روز گذشته (چهارشنبه) از حق تقدم الکترونیک رونمایی شد که باعث کوتاه شدن فرآیند پذیره‌نویسی سهام می‌شود. امروز (پنجشنبه) هم گواهی تمکن مالی رونمایی شد که مورد استفاده مراجع مختلف قرار می‌گیرد. سهامداران پیش از این فقط می‌توانستند دارایی که در بازار دارند را به فروش برسانند و سود دریافت کنند، اما با ابزارهایی که شرکت سپرده‌گذاری در اختیار سهامداران قرار داده است، فرآیند تمکن مالی که قبلا دستی بودی و فرآیندی پیچیده داشت الکترونیکی شده است. این گواهی برای بانک‌ها، نهادها، موسسات اعتباری و دانشگاه‌ها و... مورد استفاده قرار می‌گیرد.

همچنین در حاشیه این نمایشگاه، صندوق تضمین اصل بازار با حضور مدیرعامل فرابورس رونمایی شد. «محمدعلی شیرازی» در این مراسم بر وجود صندوق‌های مختلف متناسب با سلایق مختلف تاکید کرد و گفت: بابد در بازار سرمایه متناسب با هر سلیقه مخصوصا در مورد میزان ریسک افراد ابزاری وجود داشته باشد. بر این اساس، نماد این صندوق «گارانتی» بوده و پذیره‌نویسی آن از شنبه آغاز می‌شود. همچنین «میثم فدایی»، مدیرعامل تامین سرمایه دماوند نیز با اشاره به صندوق تضمین اصل بازار عنوان کرد: ۱۶ شهریور سال قبل موافقت اصولی صندوق صادر و این صندوق خرداد ثبت و مجوز فعالیت آن صادر شد. این صندوق در دسته صندوق‌های مختلط قرار دارد.

## خبرنامه

افت ۵ درصدی دلار در هفته گذشته

### کام دارندگان سکه و دلار زهر شد

با وجودی که در هفته گذشته دو روز تعطیل وجود داشت و معامله‌گران از پیش این هفته را هفته نیمه تعطیل بازار می‌دانستند ولی معامله‌گران کاهشی در این هفته پرکار بودند و بازار ارز سمت و سوی کاهشی گرفت. شایعه احتمال تبادل زندانیان در ابتدای هفته در بازار دست به دست شد و در ادامه خبر آزادسازی منابع بلوکه شده ایران برای بازار جالب شد. به گزارش اکوایران، بازار در ابتدا به رقم ۲۴ میلیارد دلاری منتشر شده در اخبار توجه نکرد ولی وقتی که خبرگزاری رژیم صهیونیستی (هاآرتص) هم از احتمال توافق موقت ایران و آمریکا نوشت، خریداران عقب نشستند و معامله‌گران کاهشی به میدان آمدند. سکوت طرفین و عدم اظهارنظر صریح ایران و آمریکا هم به کاهش قیمت‌ها دامن زد و دلار آمریکا در این هفته سوار بر سرسره نزولی شد و کاهش ۵,۴ درصدی را ثبت کرد.

میانگین هفتگی حباب سکه نهتنها به کمترین سطح از ابتدای سال در محدوده ۲۱,۱ درصد رسید بلکه رکورد کمترین میزان حباب در سال جاری هم ثبت شد. حباب سکه در روز پنجشنبه به محدوده ۱۹,۲ درصد رسید که کمترین سطح حباب در سال جاری است و قرارگیری میانگین حباب هفتگی پایین‌تر از محدوده میانگین حباب بازه یک ماهه و سه ماهه نشان داد که انتظارات نزولی در بازه کوتاه‌مدت میان معامله‌گران نسبت به میان‌مدت سکه در این هفته غالب بوده است. معامله‌گران سکه در این هفته بیشتر از سایر معامله‌گران بازار تحت تأثیر کاهش دلار و انتظارات کاهشی قرار گرفتند و با سقوط آزاد حباب سکه دارندگان سکه امامی زیان ۸,۴ درصدی را ثبت کردند که رکورددار زیان شدند.

اگرچه بررسی روند حباب سکه نشان‌دهنده رشد انتظارات کاهشی در این بازار بود ولی بررسی حباب درهم نشان می‌دهد که علی‌رغم روند نزولی که درهم و دلار هم راستا با هم داشته‌اند ولی معامله‌گران درهم در برابر هیجانات کاهشی مقاومت کرده‌اند و حباب درهم در محدوده تقریبا ثابتی قرار گرفته است، میانگین حباب درهم در بازه هفتگی از بازه ماهانه کمتر است ولی همچنان هم بالاتر از میانگین سه ماهه و شش ماهه حباب درهم است. کمترین مقدار حباب درهم در هفته جاری در محدوده ۱۱۲۱ تومان بوده ولی حباب درهم در اوج هیجانات کاهشی در بیستم اسفندماه منفی شده و در محدوده منفی ۵۳۳ تومان قرار گرفته بود. مقایسه روند حباب درهم در هفته جاری با مدت‌های مشابهی که بازار ارز در معرض هیجانات کاهشی قرار می‌گرفت نشان می‌دهد که هیجانات کاهشی در میان معامله‌گران درهم به اوج خود نرسیده است و این گروه از معامله‌گران اصلی بازار فاصله حدود ۱۱۰۰ تومانی خود را با دلار تهران حفظ کرده‌اند و در برابر اخبار کاهشی مقاومت کرده‌اند.

در این هفته ربع سکه مقام دوم کسب زیان را در بازار داشت و با ثبت زیان ۵,۴ درصدی بعد از سکه تمام، کام دارندگان خود را تلخ کرد. هر گرم طلای ۱۸ عیار در هفته جاری ۴,۹ درصد کاهش یافت که مقایسه آن با زیان دلار نشان می‌دهد که این هفته، هفته معامله‌گران بازار طلا نبود و کام دارندگان سکه و طلا در این هفته زهر شد.

### اجرای کارمزد تراکنش خرید کارتی از یکشنبه

طرح کارمزد تراکنش خرید کارتی از یکشنبه هفته جاری (۲۱ خردادماه) آغاز می‌شود که البته در این مرحله برخی اصناف مانند نانوایی‌ها، سوپرمارکت‌ها و فروشگاه‌های مواد غذایی فعلا مشمول این کارمزد نخواهند شد. به گزارش ایسنا، در راستای اصلاح نظام کارمزد که ۱۷ اردیبهشت ماه از سوی بانک مرکزی ابلاغ شد، از دومین روز هفته جاری (یکشنبه ۲۱ خردادماه) طرح کارمزد تراکنش خرید کارتی در صنوف منتخب اجرایی می‌شود. البته در فاز نخست این طرح، نانوایی‌ها، سوپرمارکت‌ها و فروشگاه‌های مواد غذایی کارمزد پرداخت نمی‌کنند.

در مدل جدید کارمزد تراکنش خرید، همه ذی‌نفعان یک تراکنش از جمله بانک صادرکننده کارت بانک پذیرنده (حساب پشت کارتخوان)، پذیرنده تراکنش (فروشگاه) کارمزد پرداخت می‌کنند. البته در قالب این طرح دارنده کارت یا خریدار از این کارمزد معاف است. ارزیابی‌ها نشان می‌دهد که ۷۸ درصد از کل پایانه‌ها کمتر از ۲۰۰۰ تومان در روز کارمزد پرداخت می‌کنند و پیش‌بینی می‌شود ۴۸ درصد از کل پایانه‌ها کمتر از ۱۰۰۰ تومان در روز کارمزد پرداخت کنند. همچنین براساس برآوردهای صورت گرفته اصناف غیرمالی ارز، صندوق‌های سرمایه‌گذاری و سکه و طلا کارمزد بیشتری پرداخت می‌کنند. در راستای اصلاح نظام کارمزد، مقرر شده تا درآمدهای حاصل از اجرای طرح صرف سرمایه‌گذاری در شبکه پرداخت شود. از سوی دیگر بیش از ۱۱ سال تغییری در نظام کارمزد اتفاق نیفتاده بود، اما همچنان بانک‌ها سهم بالایی در پرداخت کارمزد دارند و دارندگان کارت‌های بانکی کارمزدی پرداخت نمی‌کنند. همچنین پیش‌بینی می‌شود که حدود ۲۲ درصد از پایانه‌ها کارمزدی بالاتر از حداقل کارمزد پرداخت کنند و اجرای این طرح ضمن بقای شبکه پرداخت، زمینه‌ساز ورود ابزارهای نوین پرداخت به کشور خواهد شد.

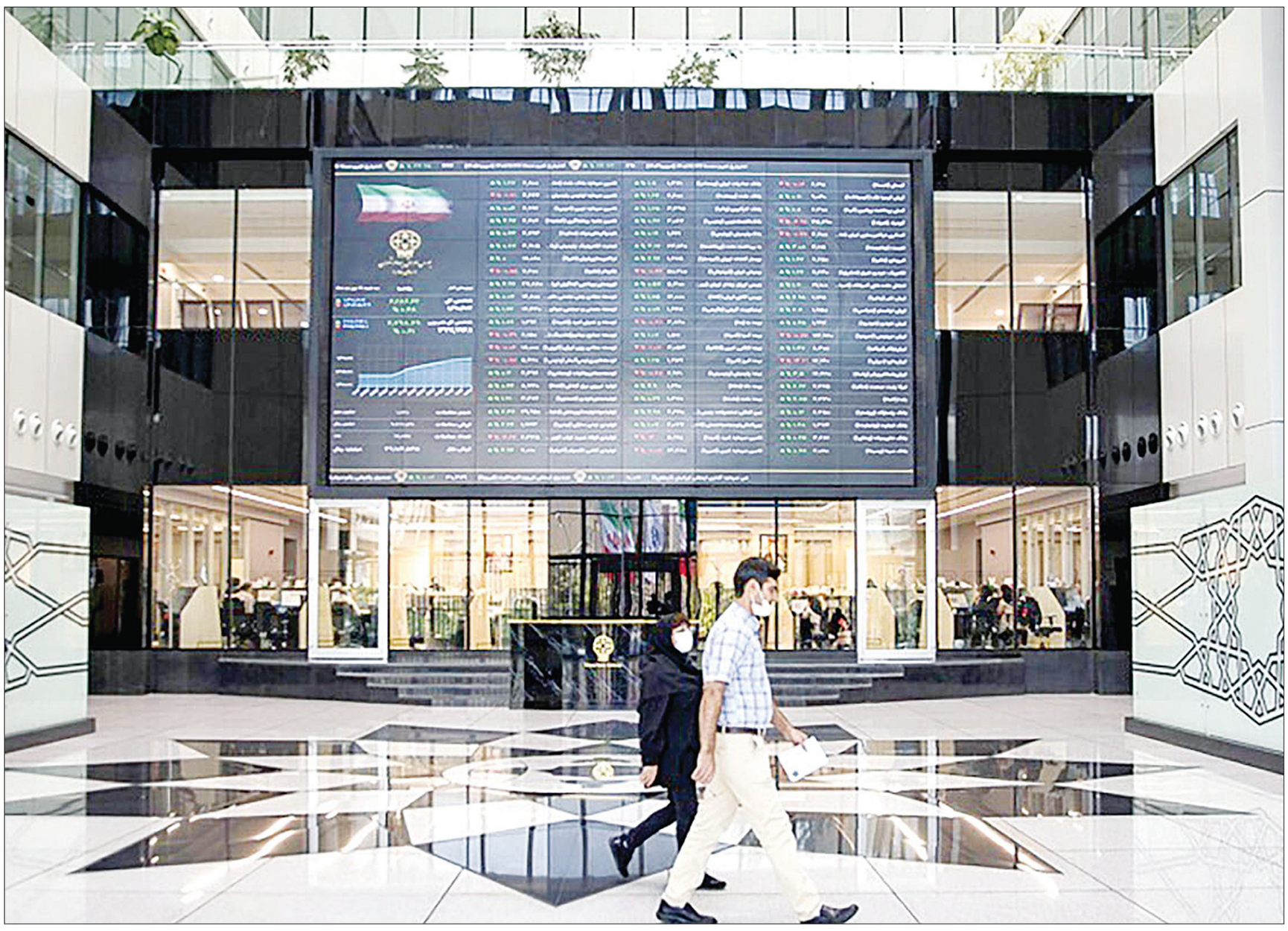
### افزایش فروشندگان مصمم در بازار مسکن

رکود تورمی ماه‌های قبل در بازار مسکن شهر تهران به رکودی همراه با کاهش قیمت تبدیل شده است. بررسی‌ها نشان می‌دهد بازار ملک همچنان در رکود به سر می‌برد و به تدریج بر تعداد فروشندگان واقعی افزوده شده است. به گزارش ایسنا، در هفته‌های اخیر بعضی بنگاه‌ها در تحلیل کوتاه مدت آینده بازار مسکن تهران عنوان می‌کردند که بعد از تعطیلات ۱۴ و ۱۵ خردادماه بازار ملک تکان می‌خورد، اما در حال حاضر هیچ نشانه‌ای از رونق دیده نمی‌شود. مشاوران املاک در مناطق مختلف تهران می‌گویند نه تنها قیمت‌ها تغییری نکرده بلکه بازار با انتظارات کاهشی مواجه شده است.

بازارهای موازی بخصوص بازار ارز مهمترین محرک برای جهت‌دهی به قیمت مسکن محسوب می‌شود. این در حالی است که قیمت دلار در هفته‌های گذشته به سمت کاهش متمایل شده و سایر بازارها همچون طلا و خودرو در رکود به سر می‌برند. یکی دیگر از نشانه‌های رکود به کاهش تا ۴۰ درصدی قیمت اوراق تسهیلات مسکن در مقایسه با سال گذشته مربوط می‌شود. هم‌اکنون قیمت هر برگ تسه در محدوده ۸۲ تا ۸۵ هزار تومان است. از جمله مشکلات سال‌های اخیر بازار مسکن، کمبود عرضه واحدهای مرغوب بود و عمده فایل‌هایی که برای فروش عرضه می‌شد نواقصی داشت. هم‌اکنون مقداری به حجم واحدهای دارای امکانات کامل و کمتر از پنج سال افزوده شده است. با توجه به اینکه در سال‌های گذشته، ماه‌های اردیبهشت و خرداد بازه زمانی رونق بازار مسکن بوده، برداشت کنشگران این است که با عبور از این ماه‌ها رکود مسکن می‌تواند ادامه پیدا کند. رکود نیز معمولا با افزایش تمایل برای فروش همراه می‌شود. مقایسه فایل‌های فروش بازار مسکن در شمال تهران نسبت به هفته گذشته از افت تا ۱۰ درصد قیمت‌ها حکایت دارد؛ در حالی که پیش از آن هم نرخ‌ها در مقایسه با ماه گذشته بین ۱۰ تا ۱۵ درصد کاهش یافته بود.

دماسنج اصلی تالار شیشه‌ای در ۳ روز کاری ۱۷ هزار واحد بالا رفت

# هفته کوچک‌ترها در بورس تهران



فرصت امروز: پس از ورود دماسنج اصلی تالار شیشه‌ای به سطح ۲,۵ میلیون واحد در میانه اردیبهشت، حالا حدود یک ماهی است که بورس تهران روی موج نوسان حرکت می‌کند و فشار فروش، شاخص‌ها را به سطوح پایین‌تر هل داده است. در معاملات هفته گذشته به واسطه تعطیلات رسمی روزهای یکشنبه و دوشنبه، بورس تهران تنها در سه روز کاری پذیرای بورس‌بازان و سهامداران بود و ماحصل این سه روز معاملاتی نیز رشد ۱۷ هزار واحدی نماگر اصلی بورس بود. شاخص کل بورس تهران در معاملات روز شنبه ۸ هزار و ۶۳۴ واحد معادل ۰,۳۸ درصد و در معاملات روز سه‌شنبه ۹ هزار و ۸۶۶ واحد معادل ۰,۴۳ درصد رشد کرد، اما در آخرین روز معاملاتی هفته بالغ بر هزار و ۱۰۱ واحد معادل ۰,۰۵ درصد ریزش کرد. بدین ترتیب، شاخص کل بورس در پایان معاملات این هفته به ارتفاع ۲ میلیون و ۲۸۸ هزار و ۴۴۸ واحد رسید و نسبت به آخرین روز معاملاتی هفته قبل، ۱۷ هزار و ۴۰۶ واحد بالاتر ایستاد که به معنای بازدهی هفتگی مثبت ۰,۷۷ درصد است. همچنین شاخص کل هم‌وزن که از همه نمادها به یک اندازه تاثیر می‌پذیرد و به اعتقاد بورس‌بازان، نماگر دقیق‌تری برای سنجش وضعیت بازار است، به دنبال رشد ۰,۷۶ درصدی در آغاز هفته، ۰,۶۶ درصد در معاملات سه‌شنبه و ۰,۰۳ درصد در معاملات چهارشنبه افزایش یافت و در پایان با ثبت رشد ۱۱ هزار و ۱۳۸ واحدی نسبت به هفته قبل و ایستادن در تراز ۷۷۶ هزار واحد، بازدهی مثبت ۱,۴۵ درصدی را تجربه کرد. بر همین اساس می‌توان هفته گذشته را هفته کوچک‌ترهای بورس تعبیر کرد. از جمله عوامل رکود نسبی بورس در معاملات هفته گذشته، تعطیلی میان هفته بود. تعطیلاتی که نه تنها در بازار سهام بلکه در دیگر بازارها هم رکود ایجاد کرد. هفته پیش رو اما هفته‌ای رو به بالا خواهد بود. برخی کارشناسان به موعد خارج شدن پول‌های بلوکه‌شده پیش‌فروش خودرو اشاره می‌کنند و معتقدند بخشی از این پول‌ها به بورس خواهد آمد. برخی دیگر هم به فصل مجامع اشاره می‌کنند و در مجموع، انتظارات نسبت به هفته پیش رو مثبت است.

**رشد ۱۷ هزار واحدی در ۳ روز**

شاخص کل بورس تهران در ادامه روند کم‌رمق خود در آخرین روز کاری هفته گذشته ریزش کرد تا همچنان در مرز ۲,۳ میلیون واحد و ارزش معاملات در پایین‌ترین سطح سال ۱۴۰۲ قرار داشته باشد. با این وجود، نماگر اصلی بورس بازده مثبت هفتگی را رقم زد و ۰,۷۷ درصد بالاتر از هفته قبل ایستاد. شاخص کل در روز شنبه ۸ هزار و ۶۳۴ واحد و در روز سه‌شنبه ۹ هزار و ۸۶۶ واحد رشد کرد، اما در روز چهارشنبه هزار و ۱۰۱ واحد کاهش یافت تا در پایان با رشد هفتگی ۱۷ هزار واحد معادل ۰,۷۷ درصد در ارتفاع ۲ میلیون و ۲۸۸ هزار بایستد. شاخص هم‌وزن نیز در این هفته نسبت به هفته پیشین ۱۱ هزار و ۱۳۸ واحد بالاتر ایستاد و بازدهی مثبت ۱,۴۵ درصدی را ثبت کرد. میانگین ارزش معاملات بازار سهام ۱۰۷ هزار و ۹۱۶ میلیارد تومان بود که ۴۵ درصد بیشتر از هفته پیش بود. میانگین ارزش معاملات خرد بورس نیز ۷ هزار و ۵۸۱ میلیارد تومان بود که نسبت به رقم ۱۰ هزار و ۲۶۵ میلیاردی هفته پیشین، کاهش ۲۶ درصدی داشت.

میانگین ارزش صف‌های فروش در هفته اخیر ۲۶۰ میلیارد تومان بود که از میانگین هفته پیشین ۱۸۷ میلیارد تومان کمتر بود و افت ۴۲ درصدی را نشان می‌دهد. بالاترین رقم هفته با ۳۰۲ میلیارد تومان در روز چهارشنبه ثبت شد و کمترین رقم با ۲۰۸ میلیارد تومان در روز دوشنبه ثبت شد. میانگین ارزش صف‌های خرید نیز در هفته اخیر هزار و ۱۱ میلیارد تومان بود که از میانگین هفته قبل ۱۴۳ میلیارد تومان کمتر بود. در این هفته، میانگین ارزش صف‌های خرید ۱۲ درصد کاهش یافت. بالاترین رقم هفته با هزار و ۳۸ میلیارد تومان در روز سه‌شنبه ثبت شد. پایین‌ترین رقم هم به روز چهارشنبه برمی‌گردد که ۹۸۷ میلیارد تومان بود. با آنکه در دو روز از سه روز کاری هفته ورود پول ثبت شد، اما رقم خروج پول حقیقی در روز چهارشنبه از دو روز پیشین بیشتر بود. روز شنبه ۲۹ میلیارد تومان و روز سه‌شنبه نیز ۱۸۴ میلیارد تومان پول حقیقی به بورس وارد شد، اما در روز چهارشنبه ۲۹۴ میلیارد تومان پول حقیقی خارج شد تا در مجموع هفته ۸۱ میلیارد تومان پول حقیقی از بورس خارج شود و میانگین روزانه خروج پول حقیقی به ۲۷ میلیارد تومان برسد.

**انتظارات مثبت در هفته پیش رو**

بورس تهران این روزها آنقدر بی‌رمق عمل می‌کند که به گفته فعالان، کسی پیش‌قدم خرید یا فروش نمی‌شود و در انتظار یک خبر یا اتفاق هستند تا بازار را به حرکت درآورد. به نظر می‌رسد شاخص کل بورس تهران از منظر تکنیکالی همچنان بر مفروضات گذشته خود پابرجاست تا اینکه بخواهد در هفته پایانی خردادماه مسیر صعودی و یا نزولی را در پیش گیرد و به این اغما خاتمه دهد. یکی از عوامل رکود نسبی معاملات بورس در هفته‌ای که گذشت، تعطیلی میان هفته بود؛ تعطیلاتی که نه تنها در بازار سهام بلکه در دیگر بازارها هم رکود ایجاد کرد، اما این اولین هفته رکودی بازار سهام نیست و بورس در پنج هفته اخیر با کاهش ارزش معاملات روبه‌رو بوده است. بنابراین حجم پایین معاملات، مسئله بازار است که تبدیل به مشکلی مزمن شده است.

در عین حال، ناظران معتقدند که در هفته پیش رو بازار رو به بالا حرکت خواهد کرد و با مثبت شدن روند بازار، حجم معاملات بهبود خواهد یافت و پول حقیقی نیز وارد خواهد شد. برخی نیز به موعد خارج شدن پول‌های بلوکه شده پیش‌فروش خودرو اشاره می‌کنند و معتقدند بخشی از این پول‌ها به بورس خواهد آمد و موتور محرک بازار می‌شود. از سوی دیگر انتظار می‌رود در نزدیکی فصل مجامع، فروش در بازار روند نزولی پیدا کند و شاهد مازاد تقاضا در بازار باشیم. بنابراین در محافل بورسی، انتظارات نسبت به روند بازار در هفته پیش رو مثبت است. در همین زمینه، «سعید جعفری» کارشناس بازار سرمایه، نزدیک شدن به فصل مجامع و نرخ ارز را در وضعیت این روزهای بورس تاثیرگذار می‌داند و می‌گوید: افت قیمت ارز و رشدی که در فاصله پاییز تا اواسط اردیبهشت در بازار سرمایه رخ داد، باعث شده بازار وارد فاز اصلاح و رکود شود که کاهش قابل توجه ارزش معاملات این موضوع را تایید می‌کند. با توجه به اینکه محرک اصلی بازار نرخ ارز است، اکثر فعالان منتظر هستند وضعیت نرخ ارز مشخص شود که این موضوع نیز تابعی از اخبار آزادسازی منابع ارزی کشور است. از سوی دیگر نرخ سود بانکی در سطوح نسبتا بالایی است که این موضوع باعث می‌شود بازار با رکود مواجه شود.

بلایی که تحریم‌ها بر سر اقتصاد ایران آورد

# تجارت ایران در قبل و بعد از تحریم

مرکز پژوهش‌های مجلس با تفکیک دو دوره زمانی قبل (۱۳۸۹-۱۳۷۹) و پس از تحریم (۱۴۰۰-۱۳۹۰)، اثرگذاری تغییر نرخ ارز بر صادرات گروه‌های کالایی را بررسی کرد. یافته‌های مرکز پژوهش‌ها نشان می‌دهد که اثر افزایش نرخ ارز حقیقی بر صادرات تمامی گروه‌های تعرفه یکسان نبوده است. بر این مبنا هرچند مطابق انتظار افزایش نرخ ارز حقیقی افزایش صادرات برخی گروه‌های تعرفه را در پی داشته، اما در رابطه با برخی دیگر از گروه‌های تعرفه‌ای میزان صادرات کاهش یافته است. در واقع، در طول دوره تشدید تحریم و همراه با افزایش نوسانات و جهش‌های ارزی، نرخ رشد صادرات و واردات کل کشور به طور قابل توجهی کاهش یافته است.

باوری وجود دارد که می‌گوید تحریم‌ها نعمت هستند، نه تهدید و مصیبت. براساس این اعتقاد، در این سال‌ها با وجود تحریم‌ها، حرکت قطار پیشرفت کشور به سمت جلو ادامه داشته است. حال سوال این است که آیا واقعا تحریم در طی این سال‌ها نعمت بوده است؟ مرکز پژوهش‌های مجلس در گزارشی به بررسی اثرگذاری سیاست‌های ارزی اتخاذشده بر تحولات بازرگانی خارجی کشور پرداخته است. بررسی نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که در طول دوره تشدید تحریم و همراه با افزایش نوسانات و جهش‌های ارزی، نرخ رشد صادرات و واردات کل کشور کاهش یافته است.

این گزارش به بررسی روند صادرات در دو دوره پیش (۱۳۸۹-۱۳۷۹) و پس از تحریم (۱۴۰۰-۱۳۹۰) پرداخته است. طبق ارزیابی بازوی کارشناسی مجلس، در دهه ۸۰ شمسی، افزایش حضور ایران در بازارهای بین‌المللی، گسترش تنوع کالاهای صادراتی و اضافه شدن خدمات به سبد صادراتی کشور و همچنین بهبود مناسبات سیاسی، فضای مناسبی را برای ارتقای صادرات گمرکی کشور پدید آورد. این موارد موجب شد تا در دهه ۱۳۸۰، روند صادرات گمرکی کشور همواره صعودی باشد. آمارها نشان می‌دهد که متوسط صادرات گمرکی طی بازه زمانی ۱۳۸۱ تا ۱۳۸۹ برابر با ۱۳,۶۶ میلیارد دلار بوده و طی این مدت صادرات کشور سالیانه به طور متوسط ۲۳,۱۸ درصد رشد کرده است.

با آغاز دهه ۱۳۹۰ و اعمال تحریم‌ها، به طور میانگین نرخ ارز حقیقی افزایشی بوده و نرخ رشد صادرات کشور نسبت به دهه قبل از آن کاهش محسوسی داشته است. بررسی‌ها نشان می‌دهد که نرخ رشد صادرات در سال ۱۳۹۰ برابر با ۲۷,۳۷ درصد بوده، اما این نرخ در سال ۱۳۹۹، منفی ۱۵,۸۴ درصد به ثبت رسیده است؛ یعنی کمترین نرخ رشد در دهه ۹۰. در این زمینه مسلما یکی از علل اصلی افزایش نوسان در نرخ رشد صادرات، افزایش نوسانات نرخ ارز در این دهه بوده است. به طور کلی بنا بر ادبیات اقتصادی انتظار می‌رود افزایش نرخ ارز حقیقی، رشد صادرات و کاهش واردات را در پی داشته باشد اما بررسی عملکرد این متغیرها بر یکدیگر در ایران نشان می‌دهد که با وجود افزایش نرخ ارز حقیقی، میزان صادرات تنها در برخی از گروه‌های کالایی افزایش یافته و در بیشتر گروه‌های تعرفه‌ای کاهش پیدا کرده یا اینکه افزایش قابل توجهی نداشته است.

چنین نتیجه‌ای این امر را متذکر می‌شود که افزایش نرخ ارز حقیقی تنها یکی از علل افزایش رقابت‌پذیری کالاهای صادراتی است و مواردی از قبیل وارداتی‌بودن برخی از مواد اولیه، مشکلات متعدد ناشی از تحریم‌های خارجی و مبادلات بانکی، نامساعدبودن محیط کسب‌وکار، عدم‌بهره‌مندی بنگاه‌ها از فعالیت‌های تحقیق و توسعه و ممنوعیت‌ها و محدودیت‌های صادراتی از جمله عواملی هستند که بر رقابت‌پذیری محصولات تجاری به شکل منفی اثرگذار هستند؛ ضمن اینکه افزایش نرخ ارز حقیقی پس از تحریم با افزایش نوسان‌ها و نااطمینانی‌هایی همراه بوده که این موضوع خود به‌عنوان یک عامل اساسی منفی، بخش تجارت خارجی و به‌ویژه صادرات کشور را متأثر ساخته است.

یافته‌های این مطالعه همچنین نشان می‌دهد که روند واردات گمرکی نیز در طول دهه ۱۳۸۰ صعودی بوده است. در این دوره زمانی، واردات کشور به طور متوسط ۴۳,۲۷ میلیارد دلار بوده و سالیانه ۱۵,۵۱ درصد رشد کرده است. افزایش درآمدهای ارزی و اعمال سیاست تثبیت نرخ ارز در کنار کاهش بسیاری از محدودیت‌های اعمال‌شده بر واردات و اتخاذ سیاست‌های سهل‌گیرانه‌تر، رشد چشمگیر واردات در دهه ۱۳۸۰ را موجب شده است. از آغاز دهه ۱۳۹۰ اما روند واردات کشور با نوسانات همراه بوده است؛ به طوری که نرخ رشد آن بین منفی ۲۰,۷۳ تا ۴۹,۴۶ درصد متغیر بوده است. متوسط سالیانه واردات طی این بازه زمانی (۱۳۹۰-۱۳۹۹)، ۴۷,۷۱ میلیارد دلار و نرخ رشد متوسط آن منفی ۳,۲۵ درصد بوده که این امر به وضوح کاهش رشد واردات را نسبت به دوره زمانی مشابه قبل نشان می‌دهد.

در رابطه با اثرگذاری نرخ ارز حقیقی بر واردات نیز انتظار می‌رود که افزایش نرخ ارز حقیقی به کاهش واردات منجر شود، اما آمارهای ثبت‌شده در این خصوص نشان می‌دهد که هرچند رشد واردات کاهش یافته، ولی در دوره زمانی پس از تحریم تنها چهار گروه محصولات معدنی، پوست خام و چرم، مروارید و سنگ‌های گرانبها و گروه فلزات معمولی با کاهش واردات روبه‌رو شده‌اند. در مقابل، میزان واردات در ۱۶ گروه باقیمانده افزایش یافته است. چنین نتیجه‌ای دربر دارنده این پیام است که هرچند افزایش نرخ ارز حقیقی به عنوان یک عامل اساسی در تضعیف واردات و تقویت مزیت رقابتی کالاهای داخلی نقش دارد، اما با ناکارآمدی سیاست‌های تجاری و پایین بودن مزیت نسبی برخی از محصولات داخلی نیز از جمله مواردی هستند که میزان واردات کشور را متأثر ساخته و موجب می‌شوند با وجود افزایش نرخ ارز حقیقی، میزان محصولات وارداتی به کشور همچنان بالا باشد.

نهایتا مقایسه عملکردها در این دو دوره زمانی نشان می‌دهد که در هر دو دوره متوسط واردات سالیانه بیشتر از میزان صادرات بوده است. با این حال میزان کسری تراز تجاری در دوره دوم کاهش یافته و حتی در مقاطعی بهبود یافته است. تراز تجاری در سال‌های ۱۳۹۴، ۱۳۹۵ و ۱۳۹۷ مثبت بوده است. اگرچه در دهه ۱۳۹۰ و همزمان با عدم ثبات ارزی کشور، ارزش دلاری صادرات و واردات نسبت به دوره اول افزایش یافته، اما نرخ رشد هر دوی این متغیرها به طور قابل توجهی کاهش پیدا کرده است. بر همین اساس هرچند در خلال دو دهه اخیر، ارزش کلی صادرات کشور به طور متوسط از ۱۳,۶۶ میلیارد دلار به ۳۸,۳۱ میلیارد دلار افزایش یافته، اما در همین مدت رشد صادرات کشور با کاهش قابل توجهی مواجه بوده و از متوسط رشد ۲۳,۱۸ درصدی در دهه ۱۳۸۰ به رشد ۳,۷۳ درصدی در دهه ۱۳۹۰ کاهش یافته است. در رابطه با واردات نیز نرخ رشد از ۱۵,۵۱ درصد در دوره اول به منفی ۳,۲۵ درصد در دوره دوم کاهش یافته است.

# چطور خودمان را جای مشتریان قرار دهیم؟

**نویسنده: علی آل‌علی**

فروش محصولات به مشتریان یا حتی ایجاد رابطه‌ای مناسب با آنها بدون شناختی هرچند نصفه و نیمه امکان‌پذیر نیست. شاید فکر کنید هر کسی در این دنیا با کمی گشت و گذار در بازار تجربه‌ای مشابه مشتریان به دست می‌آورد. در این صورت احتمالا مواجهه با دنیای متفاوت کارآفرینان حسابی شوکه‌تان خواهد کرد. تفاوت اوضاع در اینجا مثل دیدگاه‌های متفاوت بازیکنان فوتبالی با سرمربی تیم است. بی‌شک هیچ‌کدام از طرفین به راحتی نظرات و دیدگاه‌های یکدیگر را درک نخواهند کرد.

اگر شما دوست دارید کسب و کارتان یک ماجراجویی طولانی در بازار داشته باشد، باید شش دانگ حواس‌تان را جمع کرده تا کمی هم که شده خودتان را به جهان مشتریان نزدیک کنید. بهترین راه هم برای این کار قرار دادن خودتان به جای مشتریان است. ماجر جالب شد، نه؟

شکی نیست که قرار گرفتن به جای مشتریان برای مدیری که تمام عمرش را صرف طراحی و تولید محصولات گوناگون کرده، اصلا کار راحتی نیست. به همین خاطر ما در این مقاله قصد داریم یک راهنمای گام به گام برای قرار دادن خودتان به جای مشتریان تحویل‌تان دهیم. اگر شما هم دوست دارید کمی درک بهتر از ایده‌ها و دغدغه‌های مشتریان‌تان داشته باشید، این مقاله حلقه گمشده کسب و کارتان خواهد بود. پس با ما همراه باشید تا نگاهی به راه و روش قرار دادن خودمان به جای مشتریان داشته باشیم.

**قرار گرفتن به جای مشتریان: ورود به دنیای ناشناخته**

نقشه راه ما در این بخش مرور نکاتی است که مشتریان قبل از خرید یا تعامل با یک برند آن را مدنظر قرار می‌دهند. اینطوری شما درک بهتری از دنیای ناشناخته مشتریان پیدا کرده و آمادگی بهتری برای تعامل با آنها خواهید داشت. یادتان نرود، شما به عنوان کارآفرین همیشه برای مشتریان یک عنصر ناشناخته هستید. پس اگر دوست دارید کمی رابطه‌تان با آنها را بهتر کنید، چاره‌ای به غیر از ورود به این جهان تازه ندارید. قبول دارم این کار اصلا راحت نیست، اما ما به شما کمک می‌کنیم تا خیلی حسی شبیه آلیس در سرزمین عجایب نداشته باشید.

**محوریت نیازها: مشتریان دنبال رفع مشکلات هستند!**

فردی را در نظر بگیرید که اول صبح برای رسیدن به محل کارش با خیال راحت سوار ماشینش می‌شود. احتمالا چنین فردی انتظار یک سواری بی‌دردسر و رسیدن به موقع به محل کار را دارد. حالا اگر وسط راه ماشین شخصیت اصلی‌مان خراب شود، چه اتفاقی خواهد افتاد؟ شما را نمی‌دانم، ولی من که در این شرایط کلافه‌کننده فقط دنبال تعمیر سریع ماشینم خواهم بود. اصلا هم مهم نیست چه شرکتی با چه سابقه‌ای کارم را راه می‌اندازد؛ همین که کابوس موردنظر تمام شود، کافی خواهد بود.

سناریوی بالا به خوبی اولویت مشتریان هنگام خرید از برندها را نشان می‌دهد. شاید برخی از اسم‌های بزرگ مثل مایکروسافت یا مرسدس بنز نگاه‌ها را به خود خیره کنند اما در نهایت این رفع نیازهاست که حرف اول و آخر را می‌زند.

**تمرکز بر روی پیشنهادها: وقتی همه چیز به حاشیه می‌رود**

پیشنهاد شما برای مشتریان چیست؟ این سوالی است که معمولا جواب مشخصی از سوی کارآفرینان ندارد. چه بسا برخی از مدیران آنقدر سرگرم بازاریابی و توسعه کسب و کارشان شده باشند که حتی روح‌شان هم از چنین سوالی خبر نداشته باشد.

باور کنید یا نه، مشتریان قبل از اینکه سراغ چک کردن قیمت‌ها یا کیفیت محصول‌تان بروند، به پیشنهاد اصلی فکر می‌کنند. اینکه شما چطور به بهبود زندگی مشتریان کمک می‌کنید، سوالی است که مشتریان انتظار یک جواب شسته و رفته برایش دارند.

اجازه دهید در این بخش با مرور سرگذشت یکی از برندهای دوست‌داشتنی کارمان را جلو ببریم. وقتی مک دونالد وارد صنعت رستوران‌داری شد، هنوز مفهوم فست فود به طور امروزی شکل نگرفته بود. پیشنهاد اصلی این برند برای مشتریان تحویل سریع و بدون فوت وقت غذا بود. به طوری که دیگر نیازی به نیم ساعت انتظار برای آماده شدن سفارشات نباشد. به علاوه، فست فودی که مک دونالد ارائه می‌کرد، تقریبا منحصر به فرد بود؛ چراکه با فرمولی خاص و فوق العاده سریع آماده می‌شد. همین امر کلی از مشتریان سراسر دنیا را به سوی مک دونالد جلب کرد.

کسب و کار شما هر وضعیتی که داشته باشد، باید دست آخر یک پیشنهاد عالی برای مشتریان ارائه دهد. وگرنه شما هرگز نمی‌توانید یک برند جذاب برای مشتریان باشید. این نکته در بسیاری از مواقع کار برندها را به چالش می‌کشد. چراکه کمتر کسب و کاری میانه خوبی با توضیح دقیق پیشنهادش برای مشتریان دارد. اگر شما هم ایده‌ای در این رابطه ندارید، بهتر است کمی درباره این سوال فکر کنید: کسب و کارتان چطور زندگی مشتریان را راحت‌تر می‌کند؟ قبول دارم فکر کردن به چنین سوالی اصلا راحت نیست اما جواب خیلی از ابهام‌های کارتان را خواهد داد.

**زبان متفاوت مشتریان: به وقت اتصال دو دنیای متفاوت**

آیا تا حالا برای‌تان پیش آمده هنگام تماشای یک مسابقه فوتبال کلی سر دوستان‌تان غُر بزنید؟ معمولا طرفداران دو آتیشه فوتبال میانه خوبی با تفکرات سرمربی تیم‌شان ندارند؛ چراکه همیشه فکر می‌کنند بهترین آدم دنیا برای هدایت تیم و کسب جام‌های مختلف هستند. اگر بخواهیم کمی روی این قضیه دقیق شویم، به یک مسئله قدیمی برمی‌خوریم: طرز فکر و زبان متفاوت آدم‌ها در موقعیت‌های گوناگون.

بی‌شک یک سرمربی فوتبال نه تنها ایده‌های متفاوتی در مقایسه با بازیکنان یا طرفداران در ذهن دارد، بلکه از نظر نکاتی که به زبان می‌آورد هم در دنیای متفاوتی سیر می‌کند. به همین خاطر گاهی اوقات سرمربی‌های بزرگ دنیا هم حرف طرفداران تیم‌شان را متوجه نمی‌شوند. این فاصله معنادار شاید در ابتدا خنده‌دار به نظر برسد، اما وقتی موضوع را در دنیای کسب و کار دنبال کنیم، دیگر هیچ چیز خنده‌دار نخواهد بود!

یادتان باشد، شما برای قرار گرفتن در جای مشتریان باید از همان زبانی استفاده کنید که آنها در طول روز به کار می‌برند. بی‌شک اصطلاحات تخصصی جایی در گفت‌وگوهای روزمره کارآفرینان ندارند. به همین خاطر اگر فکر می‌کنید کارتان با کاربرد هرچه بیشتر چنین اصطلاحاتی راحت‌تر می‌شود، باید کاملا ناامیدتان کنیم.

یکی از تله‌های رایجی که کارآفرینان را به دام می‌اندازد، وسوسه استفاده از کلمات تخصصی است. به طوری که حتی یک مشتری هم در بازار حرف مدیران را متوجه نشود. در چنین شرایطی شما آنقدر از مشتریان فاصله می‌گیرید که دیگر هیچ نقطه مشترکی بین شما و آنها باقی نماند.

**بی‌توجهی به تکنولوژی: نکته‌ای کلیدی برای کارآفرینان**

به نظر شما مشتریان اهمیتی به هوش مصنوعی یا ربات‌های چت می‌دهند؟ بی‌شک همه مردم دنیا از نوآوری‌های چنین فناوری‌هایی به خوبی استفاده می‌کنند، اما تکنولوژی هوش مصنوعی به خودی خود جذابیتی برای مردم ندارد. به طوری که اغلب مردم ترجیح می‌دهند به جای مشاهده یک محتوای آموزشی درباره هوش مصنوعی سراغ یک کانال سرگرم‌کننده در یوتیوب بروند. ماجرا آن طور که انتظار داشتید پیش نرفت، مگر نه؟

اگر دوست دارید خودتان را جای مشتریان قرار دهید، باید خیلی زود متوجه بیزاری مشتریان از مفهوم تکنولوژی شوید. شما را نمی‌دانم، ولی من که اصلا حوصله آشنایی با یک فناوری تازه را ندارم. راستش را بخواهید، اغلب اوقات کارآفرینان فناوری‌های تخصصی را طوری توضیح می‌دهند که انگار سر کلاس دانشگاه هستیم. به علاوه، خیلی از فناوری‌های دنیا آنقدر که برای مدیران در حوزه‌های تخصصی کاربرد دارد، به درد مشتریان نمی‌خورد. پس طبیعی است که خیلی از مشتریان در سراسر دنیا خودشان را با چنین مفاهیمی درگیر نکنند.

فرمول ما در این بخش بی‌نهایت ساده و کاربردی است؛ شما نباید برای آشنایی با ذهنیت مشتریان سراغ فناوری‌های مختلف بروید. در عوض تمرکز بر روی محصولاتی که ماحصل چنین فناوری‌هایی هستند، ایده خیلی بهتری خواهد بود. این طوری شما می‌توانید بدون دردسر اضافه تعامل‌تان با مشتریان را بهتر سازید.

خیلی وقت‌ها کارآفرینان دنیای مشتریان را از زاویه دید خودشان بررسی می‌کنند. به طوری که عملا همچنان به عنوان یک مدیر شرایط را زیر ذره بین می‌برند. راستش را بخواهید، ما در روزنامه فرصت امروز اصلا میانه خوبی با چنین فعالیت‌هایی نداریم. در عوض توصیه‌مان برای همه کارآفرینان تلاش برای استفاده از عینکی است که مشتریان هنگام خرید به چشم می‌زنند. اینطوری با جزئیات واقعی دنیای آنها آشنا خواهید شد.

**تنفر از تغییرات اجباری: همه چیز باید دموکراتیک باشد!**

چه کسی از تغییر استقبال می‌کند؟ حتی خلاق‌ترین کارآفرینان دنیا هم دوست ندارند دائما روش کارشان را عوض کنند. البته گاهی اوقات بازار این حرف‌ها سرش نمی‌شود و همه را مجبور به تغییر می‌کند. با این حال مشتریان در این میان نوعی استثناء هستند؛ چراکه هیچ اجباری برای پذیرش تغییرات ندارند؛ به ویژه اگر این تغییرات از سوی کسب و کارها اعمال شود.

مدیران باید یاد بگیرند که مشتریان هر تغییری را قبول نمی‌کنند. احتمالا برای شما هم پیش آمده که دوست داشتید برند مورد علاقه‌تان مطابق خواسته شما تغییر کند. این دقیقا حلقه گمشده کارآفرینی در دنیای مدرن است که حسابی روی اعصاب مشتریان راه می‌رود. شما نمی‌توانید از دیگران انتظار داشته باشید همیشه به حرف‌تان گوش دهند. پس بد نیست کمی خودتان را جای مشتریان قرار داده و به حرف‌شان توجه کنید. اینطوری در ادامه مسیر کارآفرینی همیشه مشتریان وفاداری دم دست‌تان خواهید داشت.

کسب و کارهایی که میانه خوبی با تغییر ندارند، معمولا دیر یا زود از گردونه کارآفرینی خارج خواهند شد. هرچه باشد این روزها کلی برند تازه نفس در دنیاست که منتظر یک لغزش کوچک از سوی برندهای باسابقه هستند. اگر دوست دارید همچنان به کارتان در بازار ادامه دهید، بد نیست از همین امروز به فکر استقبال از تغییرات باشید. دست کم اینطوری خودتان را جای مشتریان قرار خواهید داد.

**نیاز به درک ساده قوانین کاری: ترجمه نکات پیچیده به زبانی ساده**

اخیرا فعالیت تیک تاک در آمریکای شمالی و اروپا با اما و اگرهای زیادی رو به رو شده است. راستش را بخواهید، کمتر کسی درباره دلیل این همه جنجال اطلاع دقیقی دارد. انگار که سیاستمداران اروپایی بدون اینکه صدای ماجرا را دربیاورند، دنبال زمین زدن تیک تاک هستند. همین امر به شک و تردید مردم اضافه می‌کند. حالا اگر این وسط یک کارآفرین به زبانی خودمانی دلیل بهانه‌تراشی برای فعالیت تیک تاک را توضیح دهد، مطمئنا توجه زیادی به خودش جلب خواهد کرد. هرچه باشد مردم عادی که متخصص‌های IT یا سیاستمدار حرفه‌ای نیستند!

مشتریان همیشه دوست دارند در بازار نکات مختلف را به زبانی بی‌نهایت ساده درک کنند. به طوری که نیازی به گوگل کردن چیزی نباشد. اگر شما نمی‌توانید قوانین پیچیده حوزه کارتان را به زبانی ساده برای مشتریان توضیح دهید، احتمالا شانسی برای جلب نظرشان هم نخواهید داشت. این امر تا آنجا پیش می‌رود که یکهو هیچ رشته ارتباطی بین برند و مشتریان حس نکنید.

ما در روزنامه فرصت امروز کمک گرفتن از دیگران را همیشه ایده‌ای کاربردی برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان می‌دانیم. از قدیم گفته‌اند «یک دست صدا ندارد» و در دنیای کسب و کار این ضرب‌المثل کاملا معنادار به نظر می‌رسد. پس منتظر چه هستید؟ همین امروز دست به کار شده و شروع به همکاری با کارشناس‌های متخصص برای ترجمه قوانین پیچیده حوزه کارتان به زبانی ساده کنید. اینطوری دیگر لازم نیست دردسرهای زیادی برای تعامل با مشتریان تحمل کنید. به علاوه، خیلی راحت دنیای آنها را درک خواهید کرد.

**نگرانی بابت تحویل به موقع محصول: دغدغه‌ای به قدمت تاریخ**

آمازون یکی از کسب و کارهای بی‌نهایت مشهور در دنیا محسوب می‌شود، اما همین برند دوست داشتنی وقتی نوبت به تحویل مرسولات می‌رسد، عملکردی فاجعه‌بار دارد. به طوری که همیشه در توئیت‌هایی درباره زمان‌بندی تحویل سفارشات از سوی آمازون دست به دست می‌شود. فکر می‌کنم از همین مثال ساده بتوانید اهمیت تحویل به موقع سفارشات برای مشتریان را درک کنید!

هیچ‌کس دوست ندارد تا ابد منتظر دریافت محصول دلخواهش بماند. درست به همین خاطر شما باید تحویل به موقع و بدون فوت وقت سفارشات را مدنظر داشته باشید. این نقطه‌ای مناسب برای ورود عمیق‌تر به دنیای مشتریان محسوب می‌شود. باور کنید یا نه، این روزها برندهایی که به موقع سفارشات را تحویل مشتری می‌دهند، محبوبیت گسترده‌ای دارند. به طوری که شما می‌توانید روی این نکته برای رقابت با بزرگ‌ترین برندهای دنیا هم حساب کنید.

برخی از مدیران فکر می‌کنند مشتریان باید در هر حالتی از خریدشان راضی باشند. اگر شما هم اینطور فکر می‌کنید، باید بگوییم دیگر دوران انحصار برندها در بازار به سر رسیده است. در عوض الان باید کارتان را طوری انجام دهید که مو لای درزش نرود. وگرنه همیشه یک رقیب سر و کله‌اش پیدا می‌شود تا با کیفیتی بهتر مشتریان را به خودش جلب کند. قبول دارم این واقعیت خیلی بی‌رحمانه است اما چاره‌ای به غیر از آمادگی برای رقابت با رقبا ندارید.

**علاقه به خدمات رایگان: موضوعی اساسی برای مشتریان**

استفاده از خدمات رایگان برای هر کسی در این دنیا جذابیت خاص خودش را دارد. به طوری که خیلی از مردم دنیا دائما دنبال استفاده از خدمات رایگان برندها هستند. از آنجایی که برندهای بزرگ همیشه عملکرد خوبی در درک دنیای مشتریان دارند، معمولا برای بازاریابی هم که شده کلی خدمات مشتری تحویل آنها می‌دهند. فکر می‌کنم حالا دیگر دلیل دشواری رقابت با برندهای بزرگ را فهمیده باشید.

برندهایی که قصد نزدیکی هرچه بیشتر به دنیای مشتریان را دارند، باید اول از همه فکری به حال بخش خدمات مشتری کنند. شما نمی‌توانید نسبت به نیازهای اساسی مشتریان بی‌توجه باشید و همچنان انتظار نزدیکی بیشتر به دنیای‌شان را بکشید. چه بسا مشتریان با مشاهده چنین اوضاعی به طور کامل از شما ناامید شوند. آن وقت دیگر نمی‌توانید اوضاع‌تان را کمی هم که شده بهتر کنید.

یکی از نکاتی که معمولا کارآفرینان را به دردسر می‌اندازد، درک مرز بین خدمات رایگان و سواری رایگان است. یادتا نباشد، شما یک موسسه خیریه نیستید. پس نباید مشتریان را طوری بار بیاورید که همیشه انتظار خدمات رایگان از شما داشته باشند. یک تکنیک هوشمندانه در این میان ارائه برخی از خدمات رایگان برای جلب نظر مشتریان به سوی خرید بیشتر است. اینطوری هم دل مشتریان را به دست می‌آورید، هم دستی به سر و گوش وضعیت فروش‌تان خواهید کشید.

**قرار همیشگی از پیچیدگی‌ها: اتوماسیون یعنی نجات برند!**

مشتریان هیچ وقت دوست ندارند درگیر فرآیندهای پیچیده شوند. مثلا سفارش آنلاین غذا را در نظر بگیرید؛ اگر این کار دردسرهای زیادی برای مشتریان به همراه داشته باشد، خیلی زود ناامید خواهند شد. به طوری که دوباره سراغ خرید حضوری از رستوران‌ها رفته و دیگر سراغ خرید آنلاین نمی‌روند. این یعنی یک شکست تمام عیار برای کارآفرینانی که دنبال کسب موفقیت در دنیای دیجیتال هستند. درست در چنین لحظات تاریکی اتوماسیون به مثابه فرشته نجات سر و کله‌اش پیدا می‌شود.

این روزها خیلی از کارهای سخت و پیچیده دنیا با استفاده از اتوماسیون حل و فصل می‌شود. به طوری که شما می‌توانید در یک چشم به هم زدن کارتان را راه انداخته و دیگر نیازی نیست کلی معطل شوید. همانطور که می‌شود حدس زد، این فناوری در طول سال‌های اخیر کلی طرفدار پر و پاقرص پیدا کرده است. به همین خاطر شما می‌توانید بدون نیاز به تردیدهای رایج از آن برای درک بهتر دنیای مشتریان استفاده کنید.

قاعده کلی در این بخش بی‌نهایت ساده است؛ شما هرچه در کسب و کارتان بیشتر از اتوماسیون استفاده کنید، محبوبیت بیشتری بین مشتریان پیدا خواهید کرد. به طوری که بعد از گذشت مدت زمانی کوتاه تبدیل به برند مورد علاقه اغلب مشتریان خواهید شد. خب مگر یک کارآفرین برای موفقیت در بازار به غیر از این نکته دیگر به چه چیزی نیاز دارد؟

قبول دارم درک دنیای مشتریان گاهی اوقات از حل معادلات چندمجهولی هم سخت‌تر می‌شود، اما شما نباید کار را برای خودتان خیلی سخت کنید. همین که دنبال ساده ساختن فرآیندهای متنوع نزد مشتریان باشید، کافی به نظر می‌رسد. این طوری عملا تجربه‌ای مناسب از تعامل با مشتریان خواهید داشت. به علاوه، جایگاه‌تان در بازار نیز روز به روز بهتر می‌شود.

**سخن پایانی**

درک دنیای مشتریان کاری نیست که هر کارآفرینی بدان علاقه داشته باشد. خیلی از مدیران برای در رفتن از زیر این ماموریت مهم دست به هر کاری می‌زنند. البته شما دیگر لازم نیست از زیر این مسئولیت شانه خالی کنید؛ چراکه تمام نکات کلیدی برای درک درست از دنیای مشتریان را یاد گرفته‌اید. از اینجا به بعد همه چیز به پشتکار خودتان بستگی خواهد داشت. ما هم مثل همیشه آماده کمک به شما هستیم. پس اگر سوالی داشتید، تعارف را کنار گذاشته و با ما در ارتباط باشید.

منابع:
ways-to-think--۱۰/۲۳۸۹۱۹/https://www.cio.com/article
like-your-client.html
/۱۲/۲۰۲۰/https://enterprisersproject.com/article
leadership-customer-first

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

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

برابر رای شماره ۱۴۰۲۶۰۳۱۸۶۰۳۰۰۲۵۹۱ مورخه ۱۴۰۲/۰۲/۲۳ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ملک ناحیه ۲ رشت، تصرفات مالکانه بلامعارض خانم طاهره رنجبر ضعیف طلب فرزند احمد به شماره شناسنامه ۸۷۳ و کد ملی ۲۶۷۷۶۳۸۲۵۸ صادره از صومعه سرا در ششدانگ قطعه زمین مشتمل بر بنای احداثی به مساحت ۹۸/۴۶ متر مربع پلاک فرعی ۴۲۳۹۹ از اصلی ۷۷ مفروز مجزی از اصلی ۷۷ واقع در بخش چهار رشت خریداری از مالک رسمی 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 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 مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد. م الف ۶۴۶
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۰۳/۲۰ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۰۴/۰۴
سعید بدوی – رییس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه دو رشت
از طرف غفار فرزانه

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

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

برابر رای شماره ۱۴۰۲۶۰۳۱۸۶۰۳۰۰۲۵۳۳ مورخه ۱۴۰۲/۰۲/۲۱ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ملک ناحیه ۲ رشت، تصرفات مالکانه بلامعارض آقای حسین فیروزخواه فرزند علی به شماره شناسنامه ۲۲۶۴ و کد ملی ۰۰۵۰۳۹۴۴۷۹ صادره از تهران در ششدانگ یک قطعه زمین مشتمل بر بنای احداثی به مساحت ۶۹/۲۰ متر مربع بشماره پلاک فرعی ۳۲۴۲۷ از اصلی ۱۴ مفروز مجزی شده از پلاک ۱۵ باقیمانده سنگ اصلی ۱۴ بخش ۴ رشت خریداری از مالک رسمی 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 اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی بمدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم پس از اخذ رسید، ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را مراجع قضایی تقدیم نمایند.بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد. م الف ۵۶۳
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۰۳/۲۰ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۰۴/۰۴
سعید بدوی – رییس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه دو رشت
از طرف شیدیان اکبر

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

برابر رای شماره ۱۴۰۲۶۰۳۱۲۰۰۸۰۰۰۶۲۱ تاریخ ۱۴۰۲/۲/۱۸ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی شهرستان آق قلا پرونده کلاسه ۱۴۰۱۱۱۴۴۱۲۰۰۸۰۰۰۴۰۸ تصرفات مالکانه و بلامعارض متقاضی آقای تیمور حسن قاسمی فرزند مراد به شماره شناسنامه ۸۹۴۱ کد ملی ۴۹۷۹۱۲۹۷۶۵ صادره از آق قلا در ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۶۴ / ۱۸۴ متر مربع ، در قسمتی از باقیمانده ششدانگ پلاک شماره ۳ - اصلی واقع در اراضی کسلخه بخش ۷ - حوزه ثبتی ملک شهرستان آق قلا از سهمی اصلاحات ارضی تائید گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی میشود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند میتوانند 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. م الف:۱۵۸۰۳
تاریخ انتشار نوبت اول : روز شنبه ۱۴۰۲/۳/۲۰
تاریخ انتشار نوبت دوم: روز یکشنبه ۱۴۰۲/۴/۴
علی برقی
سرپرست اداره ثبت اسناد و املاک ملک آق قلا
از طرف مهناز جهانفر

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

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

برابر رای شماره ۱۴۰۲۶۰۳۱۸۶۰۳۰۰۱۴۸۷ مورخ ۱۴۰۲/۰۲/۰۷ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ناحیه ۲ رشت، تصرفات مالکانه بلامعارض خانم فریبا لسانی جویباری فرزند علی اکبر به شماره شناسنامه ۲۲۶ صادره از جویبار در قریه پستک در ششدانگ یک قطعه زمین به مساحت ۴۰۲/۳۰ متر مربع پلاک فرعی ۷۳۹۴ از اصلی ۵۶ مفروز مجزی از پلاک ۱۲ از اصلی ۵۶ واقع در بخش چهار رشت خریداری از مالک رسمی آقای اسماعیل غلامی رکن سرائی 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: ۱۴۰۲/۰۳/۰۳
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۰۳/۲۰
۴۸۱ م الف رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه دو رشت- سعید بدوی
۱۹۲

**آگهی قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی حوزه شهرستان ساری منطقه سه**

برابر رای شماره ۱۴۰۲۶۰۳۱۰۴۵۷۰۰۰۰۵۰ مورخه ۱۴۰۲/۰۱/۱۷ که در هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی منطقه سه ساری تصرفات مالکانه آقای عشقعلی ابراهیمی رستاقی فرزند باباعلی بشماره ملی ۵۷۶۹۵۲۷۵۹۵ بشماره پرونده ۴۲۸ – ۱۴۰۱ نسبت به ششدانگ عرصه و اعیان یک قطعه زمین با بنای احداثی به مساحت ۱۸۵/۴۰ (یکصد و هشتاد و پنج متر و چهل سانتیمتر) متر مربع قسمتی از پلاک شماره ۳۳۹۰ اصلی واقع در بخش ۱ ثبت ساری خریداری از آقای رسول اسماعیلی مقدم با کسر سهم وقف 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: ۱۴۰۲/۰۳/۰۶
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۰۳/۲۰
رئیس اداره ثبت اسناد و املاک شهرستان ساری منطقه ۳ - فریبرز یوسفیان حمیدی
شناسه آگهی ۱۵۰۲۶۱۶
۱۹۸

**اصلاحیه**

بدینوسیله به اطلاع میرساند که در آگهی مورخ ۱۴۰۲/۰۲/۰۹ و ۱۴۰۲/۰۲/۲۳ ثبت نوشهر املاک متقاضیان واقع در قریه کورکورسر پلاک ۴ اصلی بخش ۱ قشلاقی ۳۵۶۹ فرعی آقای حسین کجوری لر فرزند عباس صحیح می‌باشد که بدینوسیله اصلاح می گردد.

**آگهی دعوت مجمع عمومی عادی**

تاریخ انتشار:۱۴۰۲/۰۳/۲۰
بدینوسیله با توجه به عدم حدنصاب رسیدن اعضاء جلسه درمجمع عمومی عادی مورخ ۱۴۰۲/۰۳/۱۶ نوبت اول و در نتیجه عدم تشکیل جلسه از کلیه اعضاء محترم شرکت تعاونی کشاورزی و تامین کننده نیاز مرغداران صداقت تاکستان دعوت به عمل می‌آید تا در مجمع عمومی عادی نوبت دوم که در روز یکشنبه مورخه ۱۴۰۲/۰۴/۰۴ رأس ساعت ۱۲:۰۰ در محل دفتر شرکت تعاونی به نشانی : استان قزوین ، شهرستان تاکستان ، بخش مرکزی ، شهر تاکستان، محله خیابان امام خمینی ، خیابان امام خمینی ، کوچه رسالت بیست و هشتم ، پلاک ۹ ، ساختمان دانه تاک طبقه همکف کدپستی: ۳۴۸۱۹۴۳۷۷۱تشکیل می گردد با در دست داشتن برگه سهام یا دفترچه عضویت حضور بهم رسانند.
ضمنا طبق ماده ۱۹ آئین نامه نحوه تشکیل مجامع عمومی مصوب ۱۳۸۷/۳/۹ هر یک از اعضاء تعاونی می تواند نماینده تام الاختیاری (از میان اعضاء تعاونی و یا خارج از آنان) برای حضور در مجمع و اعمال رأی تعیین نماید. تعداد آرای وکالتی هر عضو حداکثر ۳ رأی و هر شخص غیر عضو یک رأی خواهد بود.
ضمنا وکالتنامه های عادی می بایست با حضور وکیل و موکل یک روز بعد از انتشار آگهی مذکور تا یک روز قبل از تشکیل مجمع به غیر از ایام تعطیل در محل دفتر شرکت به نشانی استان قزوین ، شهرستان تاکستان ، بخش مرکزی ، شهر تاکستان، محله خیابان امام خمینی ، خیابان امام خمینی ، کوچه رسالت بیست و هشتم ، پلاک ۹ ، ساختمان دانه تاک طبقه همکف کدپستی: ۳۴۸۱۹۴۳۷۷۱ تنظیم و توسط هیات مدیره/ بازرس یا بازرسان بررسی و تأیید شود و مجوز ورود به مجمع صادر گردد در غیر این صورت وکالتنامه رسمی حضور در مجمع میبایست به تأیید یکی از دفترخانه های اسناد رسمی رسیده باشد. همچنین کسانی که داوطلب تصدی سمت هیات مدیره یا بازرسی تعاونی هستند حداکثر یک هفته پس از انتشار آگهی فرصت دارند با مراجعه به دفتر تعاونی به نشانی فوق الذکر نسبت به ارایه مدارک و تکمیل فرم پذیرش کاندیداتوری اقدام نماید.
دستور جلسه:
۱- گزارش هیئت مدیره و بازرس یا بازرسان
۲- - انتخاب اعضاء اصلی و علی البدل هیات مدیره برای مدت ۳ سال
۳- انتخاب بازرس یا بازرسان اصلی و علی البدل برای مدت ۱ سال
۴- طرح و تصویب صورت مالی سال های ۱۴۰۰ و۱۴۰۱
امضاء رئیس هیات مدیره

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

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

برابر رای شماره ۱۴۰۱۶۰۳۱۸۰۱۸۰۰۵۰۹۰ – ۱۴۰۱/۱۲/۲۰ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک سنگر تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی بتول زارع هنجنی فرزند علی اکبر بشماره ملی ۲۸۵۱۱۸۶۳۳۷ در ششدانگ یک باب خانه و محوطه به مساحت ۲۸۵/۴۲ متر مربع با کاربری مسکونی مجزی شده از پلاک ۹۸ فرعی از سنگ ۲۸ اصلی واقع در دهینه بخش ۱۲ گیلان، که برای آن پلاک شماره ۱۰۴۰ فرعی در نظر گرفته شده، خریداری از مالک رسمی همتعلی همتی اصلی 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 مرا

۷ تمرین که هر بازاریابی باید انجام دهد

# تمرین‌هایی برای سئو حرفه‌ای

**نویسنده: علی آل‌علی**

اگر از کارآفرینان درباره گیج‌کننده‌ترین حوزه کاری سوال کنید، احتمالا سئو جزو گزینه‌های اصلی همه آنها خواهد بود. خیلی از مردم حتی اسم سئو هم به گوش‌شان ناآشناست. انگار که سئو از دنیایی دیگر آمده و قرار نیست حتی یک نفر هم کار با آن را بلد شود. اوضاع کارآفرینان و حتی بازاریاب‌ها هم در این میان تعریف چندانی ندارد. احتمالا شما هم دوستانی در دور و برتان دارید که هیچ جوره راضی به استفاده از تکنیک‌های سئو نمی‌شوند. چه بسا حتی خودتان هم ترس عمیقی از سئو داشته باشید. آن وقت حس و حال خلبانی را خواهید داشت که از ارتفاع وحشت دارد!

از قدیم گفته‌اند بهترین راه مقابله با ترس‌ها رویارویی مستقیم است. قبول دارم این شیوه خیلی سخت و بی‌رحمانه به نظر می‌رسد، اما گاهی اوقات برای موفقیت در زندگی باید ریسک هم کرد. البته شما لازم نیست خیلی نگران باشید؛ چراکه ما همراه‌تان هستیم تا بدون هیچ دردسری مهارت‌تان در حوزه سئو را تقویت کنید.

اگر دقت کرده باشید، خیلی وقت‌ها توصیه‌هایی که کارشناس‌ها یا حتی دوستان درباره سئو می‌کنند، آنقدر تاریخ مصرف گذشته است که به درد هیچ کاری نخورد. درست به همین خاطر ما در این مقاله قصد داریم نکاتی به روز را برای‌تان توضیح دهیم. قبول دارم حوزه سئو خیلی اعصاب خُردکن و حتی کسل‌کننده است. درست به همین خاطر ما نکات طلایی‌مان را در قالب برخی تمرین‌های ساده طراحی کرده‌ایم. اینطوری یادگیری سئو برای‌تان تبدیل به یک تفریح ویژه خواهد شد.

**تمرین‌های سئو: فهرستی سرگرم‌کننده!**

یکی از نگرانی‌های اصلی کارآفرینان درباره یادگیری بحث‌های مربوط به سئو پیچیدگی خاص این مباحث است. شما را نمی‌دانم، ولی من که بارها و بارها در زندگی‌ام دوره‌های آموزشی سئویی را دیده‌ام که حتی یک کلمه قابل فهم هم در آنها زده نمی‌شود. اگر از مخاطب‌های پر و پاقرص روزنامه فرصت امروز باشید، خیلی خوب می‌دانید که ما اصلا میانه خوبی با این مدل فعالیت نداریم. به همین خاطر به جای تکنیک‌های کلیشه‌ای یک راست رفته‌ایم سراغ اصل مطلب؛ آن هم به زبانی ساده و خودمانی.

**۱. استفاده از پروتکل HTTPS: شروع حرفه‌ای کار**

امنیت سایبری موضوعی است که اصلا شوخی‌بردار نیست. به همین خاطر کاربران اصلا علاقه‌ای به ارتباط با سایت‌های نامعتبر ندارند. هرچه باشد این روزها تمام زندگی مردم در گوشی هوشمندشان قرار دارد و کافی است یک نفر دسترسی غیرمجاز به اطلاعات گوشی پیدا کند. آن وقت دیگر یک روز خوش هم برای آدم باقی نمی‌ماند.

از آنجایی که گوگل همیشه دنبال جلب رضایت کاربرانش بوده، اغلب اوقات امنیت سایبری را در زمینه سئو لینک‌ها مد نظر قرار می‌دهد. پروتکل HTTP که تازه‌ترین نسل امنیت سایبری را شکل می‌دهد، از سال ۲۰۱۴ برای گوگل یکی از فاکتورهای مهم سئو محسوب می‌گردد. بنابراین اگر سایت شما چنین پروتکلی را رعایت نمی‌کند، باید فورا دست به کار شوید.

نکته‌ای که در اینجا اهمیت فوق‌العاده‌ای دارد، آشنایی با پروتکل HTTPS است. به زبان خودمانی، این پروتکل اصلا چی هست؟ ما در این بخش سعی می‌کنیم نگاهی به زیر و بم این پلتفرم انداخته و کارمان را راحت‌تر جلو ببریم. وقتی از این پروتکل حرف می‌زنیم، در واقع به رمزنگاری اطلاعات رد و بدل شده میان کاربر و سایت اشاره داریم. به طوری که دیگر دست هکرها به این سادگی به اطلاعات کاربران یا سایت‌ها نرسد.

همانطور که می‌شود حدس زد، ماجرای HTTPS خیلی ساده‌تر از آن چیزی است که یادگیری‌اش سخت یا غیرممکن باشد. البته بخش چالش‌برانگیز ماجرا وقتی شروع می‌شود که نوبت به طراحی سایت برسد. بی‌شک کمتر کارآفرینی در دنیای امروز توانایی طراحی سایت برای خودش را دارد. به همین خاطر همکاری با موسسات طراحی سایت همیشه بهترین گزینه خواهد بود. یادتان باشد، قبل از همکاری با هر موسسه‌ای درخواست‌تان برای طراحی سایت بر پایه پروتکل HTTPS را مطرح کنید. وگرنه اوضاع‌تان در گوگل به هیچ وجه چنگی به دل نخواهد زد.

اگر دوست دارید متوجه رعایت پروتکل این بخش از سوی سایت‌های مختلف شوید، کافی است هنگام بازدید از آنها با نوار جست‌وجوی مرورگرتان توجه کنید. اگر در این نوار قبل از آدرس سایت آیکون قفل مشاهده کردید، خیال‌تان بابت رعایت این پروتکل راحت باشد. وگرنه بهتر است فورا از سایت موردنظر خارج شوید؛ چراکه اطلاعات‌تان اصلا جای امنی بارگذاری نخواهد شد.

**۲. اطمینان از سرعت صفحات: تمرینی آشنا**

چه کسی دوست دارد چند دقیقه پشت سرهم معطل بارگذاری صفحه یک سایت شود؟ شاید تا همین یک دهه قبل انتظارهای طولانی برای بالا آمدن سایت‌ها طبیعی به نظر می‌رسید، اما این روزها دیگر خبری از آن خاطرات تلخ نیست. نکته جالب اینکه دانشجوها هم برای انتخاب رشته دیگر خیلی منتظر سایت نمی‌مانند. بنابراین کسب و کار شما باید حساب کار دستش آمده باشد!

معمولا کارآفرینان دوست دارند همیشه سرعت سایت‌شان را عالی ارزیابی کنند. خب اگر واقعا اوضاع اینطوری است، ما کاملا خوشحال هستیم. با این حال نکته تلخ ماجرا تفاوت رویاپردازی کارآفرینان با واقعیت ماجراست. به طوری که خیلی وقت‌ها سرعت صفحات سایت در حد فاجعه است.

قبل از اینکه وارد یک بحث بی‌پایان درباره سرعت سایت شویم، اجازه دهید کمی درباره متر و معیار ارزیابی در این بخش با هم گپ بزنیم. از آنجایی که هر کاری باید به طور اصولی دنبال شود، در زمینه ارزیابی سرعت سایت هم نیاز به ابزاری حرفه‌ای احساس می‌شود. توصیه ما در این میان مراجعه به سایت‌های تست سرعت است. چنین سایت‌هایی معمولا امکان آنالیز کلی سایت‌های مختلف را فراهم آورده و نمره‌ای از ۱۰۰ به آنها خواهند داد. اگر سایت‌تان نمره‌ای بالای ۸۰ آورد، می‌توانید به آینده‌اش امیدوار باشید. وگرنه یک مشکل عمیق در رابطه با اوضاع‌تان وجود دارد. به طوری که باید بازنگری اساسی در اوضاع سایت‌تان انجام دهید.

بازاریاب‌های باهوش همیشه نیم نگاهی به سرعت صفحات سایت‌شان دارند. این امر نه تنها نوعی وسواس محسوب نمی‌شود، بلکه جلوی هر مشکلی را قبل از اینکه اوضاع بیخ پیدا کند، خواهد گرفت. کار شما در این بخش مثل مربی بدنسازی است که باید همیشه از وضعیت آمادگی جسمانی بازیکنان تیم مطمئن باشد. وگرنه بازیکنان کلیدی تیم در مهمترین مقاطع فصل مصدوم خواهند شد.

**۳. انتخاب موضوعات پرطرفدار: تولید محتوا مطابق سلیقه کاربران**

چقدر برای تولید محتوا در سایت‌تان وقت می‌گذارید؟ راستش را بخواهید، این روزها شبکه‌های اجتماعی حسابی بازاریاب‌ها را سرگرم کرده است. به طوری که سایت یا وبلاگ برند کاملا سوت و کور باقی مانده!

ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم هنوز هم تولید محتوا در سایت یا وبلاگ تاثیرگذاری خاص خودش را دارد. کافی است نگاهی به دور و برتان بیندازید تا متوجه اهمیت این موضوع شوید. به طوری که بعد از مدت زمانی کوتاه نظرتان درباره تولید محتوای وبلاگی از این رو به آن رو خواهد شد.

بحث اصلی ما در این بخش درباره ضرورت تولید محتوا در سایت نیست. این نکته را باید تا حالا به خوبی درک کرده باشید (مگر اینکه اصلا حواس‌تان به دنیای بازاریابی نباشد!). مسئله محوری نحوه تولید محتواست. بی‌شک هر بازاریابی ایده‌های متفاوتی برای تولید محتوا دارد. اگر فکر می‌کنید استفاده از ایده‌های خودتان اوضاع را به طور کامل تغییر خواهد داد، سخت در اشتباهید. توصیه کلیدی ما در این بخش توجه به نظرات و سلیقه کاربران است. اشتباه نکنید، منظورمان گفت‌وگو با تک تک کاربران نیست. در عوض باید یک میانبر هوشمندانه بزنید. مراجعه به سرویس‌هایی مثل گوگل کی وردز (Google Keywords) به شما برای یافتن موضوعات داغ در حوزه کاری‌تان کمک خواهد کرد. آن وقت دیگر تولید محتوای‌تان به طور کامل در حوزه علاقه کاربران صورت خواهد گرفت. به طوری که دیگر لازم نیست خودتان را برای یافتن ایده‌ای مناسب آزار دهید.

گاهی اوقات بهترین راه حل‌ها از مسیرهای عجیب و غریب به دست نمی‌آید. کافی است یکبار هم که شده از ابزارهای تازه استفاده کنید. آن وقت دیگر لازم نیست سئو را حوزه‌ای خطرناک یا بی‌نهایت دشوار در نظر بگیرید. ماجرا جالب شد، نه؟

**۴. قرار گرفتن در جایگاه کاربران: مهمترین تکنیک سئو**

کاربران وقتی سراغ گوگل می‌روند، همیشه انتظاری مشخص دارند. به طوری که اگر شما بدون توجه به نیاز آنها دست به تولید محتوا بزنید، احتمالا هیچ نتیجه خوبی در انتظارتان نخواهد بود. نکته کلیدی ماجرا اهمیت نزدیکی به زاویه دید و دغدغه‌های کاربران از سوی بازاریاب‌هاست. تفاوت اساسی میان برندهای موفق و کسب و کارهای شکست‌خورده از همین جا مشخص می‌شود. راستش را بخواهید، کسب و کارهای شکست‌خورده نه تنها در بازار محبوبیتی برای خودشان ندارند، بلکه خیلی زود هم فراموش می‌شوند. خب وقتی راه حل‌های یک برند به درد مشتریان نخورد، چرا کسی باید آنها را به یاد بیاورد؟

این روزها قرار گرفتن در جایگاه مشتریان بدل به تمرینی بی‌نهایت سخت شده است. به طوری که خیلی از کارآفرینان دائما از آن فراری هستند. ما در روزنامه فرصت امروز چنین کاری را اصلا سخت نمی‌دانیم. کافی است یکبار هم که شده به عنوان مشتری با برندتان تعامل داشته باشید. مثلا کارآفرینی را در نظر بگیرید که یک تعمیرگاه بین راهی دارد. بی‌شک اگر کارآفرین قصه ما خودش را به جای کسی که در میانه راه خودرویش خراب شده قرار دهد، به خوبی حال و روز او را درک خواهد کرد. آن وقت دیگر لازم نیست برای تولید محتوا یا بهبود سئو سایتش مسیرهای عجیب و غریبی طی کند.

این روزها ارتباط خوب با مشتریان کلی فایده برای برندها دارد. یکی از فواید مهم این امر امکان اطلاع از دغدغه‌ها و نیازهای مشتریان بدون دردسر اضافی است. اگر حوصله ندارید خودتان را به جای مشتریان قرار دهید، کافی است یکبار برای همیشه از ارتباط خوب‌تان با آنها بهره ببرید. اینطوری بدون هیچ دردسری نظرات آنها را درک خواهید کرد. به طوری که دیگر لازم نباشد خیلی منتظرشان بمانید.

**۵. استفاده درست از کلیدواژه‌ها: مسئله جایگذاری!**

یافتن کلیدواژه‌های مناسب برای تولید محتوا فقط نیمی از مسیر موفقیت محسوب می‌شود. امیدوارم خیلی ناامید نشوید، ولی خیلی وقت‌ها بازاریاب‌ها حتی با ایده‌های عالی هم از پس جلب نظر مشتریان برنمی‌آیند. درست در چنین شرایطی است که دیگر هیچ چیز به داد یک کسب و کار از نقطه نظر سئو نخواهد رسید.

ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم الگوریتم گوگل هر چقدر هم که پیشرفت کند، باز هم نیاز به مشاهده کلیدواژه‌ها در بخش‌های مختلف محتوا احساس می‌شود. البته این تله‌ای خطرناک است؛ چراکه همیشه امکان زیاده‌روی در استفاده از کلیدواژه‌ها وجود دارد. به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز سه بخش مجزا از یک محتوا را به عنوان بهترین گزینه‌ها انتخاب کرده‌ایم.

اولین بخشی که کلیدواژه شما باید در آن خودنمایی کند، تیتر اصلی است. این تیتر در صفحه نتایج گوگل به خوبی نمایش داده خواهد شد. پس باید حواس‌تان به استفاده از این تیتر در بخش اصلی باشد. وگرنه اوضاع‌تان حسابی به هم می‌ریزد. بی‌شک الگوریتم گوگل به محتوایی که کلیدواژه اصلی‌اش در تیتر اصلی به کار نرفته، نگاه هم نخواهد کرد. پس طبیعی است که با چنین دست‌فرمانی اوضاع‌تان تعریف چندانی نداشته باشد.

اگر در محتوای‌تان از هدینگ (Heading) استفاده می‌کنید، باید کلیدواژه اصلی‌تان را در این بخش هم استفاده کنید. اینطوری مسیر ساده‌تری برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف خواهید داشت. به علاوه، همیشه محتوای‌تان از نظر گوگل استاندارد خواهد بود. این بخش تقریبا همان تیترهای جانبی است که برای تفکیک بخش‌های مختلف محتوا از هم استفاده می‌شود. پس اگر تا حالا از چنین امکانی استفاده نمی‌کردید، زمان تغییر فرا رسیده است!

آخرین بخشی که ما استفاده از کلیدواژه‌ها را در آن توصیه می‌کنیم، آدرس صفحه (همان URL) است. این بخش اهمیت ویژه‌ای برای کارآفرینان دارد. به طوری که شما باید آن را هم کوتاه و هم با استفاده از کلیدواژه اصلی‌تان طراحی کنید. به طوری که خیلی زود نظر هر کاربری را به خودش جلب کند.

اگر بخواهیم از نقطه نظر کارشناسی حرف بزنیم، آدرس کوتاه که همراه با کلیدواژه باشد، تاثیرگذاری به مراتب بیشتری روی مخاطب هدف دارد. به طوری که شما می‌توانید بدون دردسر اضافه کارتان در این زمینه را جلو برده و نگران هیچ چیزی هم نباشید.

یادتان باشد، آدرس‌های طولانی سایت معمولا برای بازنشر حسابی دردسرساز می‌شوند. بنابراین اگر دنبال جلب نظر کاربران هستید، باید شش دانگ حواس‌تان به انتخاب یک دامنه کوتاه باشد.

**۶. استفاده از تیتر کوتاه: نکته‌ای که همیشه فراموش می‌شود**

برخی از بازاریاب‌ها اصرار دارند تیترهایی طولانی یا چندبخشی انتخاب کنند. شما را نمی‌دانم، ولی من که هیچ وقت حوصله مطالعه یک تیتر طولانی را ندارم. این روزها کمتر کسی در دنیا حوصله مطالعه یک محتوای چند ده صفحه‌ای را دارد. به همین خاطر بازاریاب‌ها باید محتوای‌شان را در نهایت اختصار طراحی کنند. وگرنه خبری از سئو بهینه در گوگل نخواهد بود.

معمولا آدم‌ها دوست دارند حرف‌های‌شان را طولانی کنند. این یک گرایش طبیعی در بین آدم‌هاست که راه چاره‌ای هم ندارد. بنابراین شما بعد از اینکه تیتر مطلب‌تان را انتخاب کردید، باید یکبار دیگر آن را مرور کنید. در این فرآیند انتخاب تیترهایی که دردسر کمتری برای‌تان به همراه دارد، کلیدی خواهد بود. منظور ما از دردسر کمتر، رعایت اختصار، استفاده از کلیدواژه‌های اصلی و همچنین توجه به سادگی آن است. خب انتظار ندارید که کاربران یک تیتر کاملا پیچیده را متوجه شوند؟

هرچه تیتر مطلب شما کوتاه‌تر باشد، شانس‌تان برای کسب رتبه بالاتر در گوگل بیشتر می‌شود. به طوری که بعد از مدت زمانی کوتان دیگر هیچ نگرانی بابت سئو محتوا نخواهید داشت. این امر اوضاع‌تان در زمینه بازاریابی و سئو را به طور شگفت‌انگیزی متحول خواهد کرد.

یادتان باشد، اولین برخورد کاربران با تیتر محتوای‌تان صورت می‌گیرد. بنابراین اگر یک تیتر عجیب یا طولانی انتخاب کنید، کاربران از همان اول وحشت‌زده خواهند شد. توصیه ما در این بخش مرور عملکرد رقبای سرشناس‌تان است. بی‌شک آنها کمتر گول اشتباهات رایج در زمینه انتخاب تیتر را می‌خورند. پس چه بهتر که از این موارد برای بهبود کیفیت کارتان استفاده کنید.

**۷. بهینه‌سازی تصاویر: گام آخر در سئو حرفه‌ای**

تصاویری که حجم زیادی داشته باشند، سرعت بارگذاری تصاویر را به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش می‌دهند. این امر نه‌تنها تمام ترافیک سایت را از بین خواهد برد، بلکه کاربران را هم نسبت به ادامه همکاری با شما ناامید می‌سازد. هرچه باشد، هیچ‌کس دوست ندارد چند دقیقه منتظر بارگذاری یک سایت شود. اصلا هم فرقی ندارد شما بهترین محتوای ممکن را برای کاربران آماده کرده باشید یا عکسی کاملا معمولی مدنظرتان باشد.

توصیه طلایی ما در این بخش کاهش حجم تصاویر است. یادتان باشد، شما در یک مسابقه عکاسی شرکت نکرده‌اید. پس لازم نیست تمام تصاویر را با حجم اصلی به دست کاربران برسانید. همین که تصاویر کیفیت قابل قبولی داشته باشند، کافی خواهد بود. اینطوری سرعت بارگذاری سایت‌تان از این رو به آن رو می‌شود.

نکته دیگری که باید مدنظر داشته باشید، انتخاب قالب‌هایی مینیمال است. قبول دارم قالب‌های پر زرق و برق دل هر کارآفرینی را می‌برد، اما تحلیل کاربران کاملا متفاوت از شماست. این روزها کاربران بیشتر به نکات مینیمال و ساده توجه نشان می‌دهند. شما با انتخاب قالب‌های مینیمال در عمل با یک تیر دو نشان خواهید زد. اول از همه اینکه رضایت کاربران را جلب می‌کنید، دوم هم اوضاع سئوی‌تان با بارگذاری سریع‌تر صفحات بهبود پیدا می‌کند. ماجرا حسابی جالب شد، نه؟

استفاده از المان‌های بصری در سایت‌ها اصلا جای اما و اگر ندارد. با این حال شما قرار نیست سرنوشت برندتان را به شانس گره بزنید. تمام حرف ما در این بخش استفاده هوشمندانه از المان‌های بصری است. اینطوری می‌توانید بدون دردسر اضافه کارتان را جلو برده و کاملا هم از آن راضی باشید. توصیه نهایی ما در این بخش استفاده از همکاران به عنوان منتقد کارتان است. خیلی وقت‌ها آدم اینقدر درگیر جزییات پروژه‌اش می‌شود که دیگر توانایی ارزیابی انتقادی‌اش را از دست خواهد داد. پس چه بهتر که حواس‌تان به تمام جزییات کار در این شرایط باشد.

**سخن پایانی**

سئو همیشه برای کارآفرینان مثل غول مرحله آخر بازی‌های رایانه‌ای بوده است. شما الان تمرین‌هایی دم دست دارید که می‌توانید با کمی سعی و تلاش این غول بزرگ را شکست دهید. پس منتظر چه هستید؟ همین حالا دست به کار شده و تمرین‌تان را شروع کنید. اگر از ما می‌شنوید، اصلا لازم نیست با تمرین‌های بی‌نهایت سخت یک روزه خودتان را از پا دربیاورید. در عوض بهتر است حوصله به خرج داده و در طول زمان موفقیت‌تان را جشن بگیرید. من و همکارانم در روزنامه فرصت امروز امیدواریم نکات مورد بحث در این مقاله کممی هرچند کوچک به شما برای آشنایی با تمرین‌های کاربردی در حوزه سئو کرده باشد. مثل همیشه اگر سوالی در رابطه با بحث اصلی داشتید، همکارانم همیشه آماده راهنمایی و کمک به شما هستند. پس تعارف را کنار گذاشته و با ما در ارتباط باشید.

منابع:
/https://ahrefs.com/blog/seo-best-practices
https://www.growthmarketingpro.com/seo-/best-practices-checklist


## شرکت توزیع برق استان همدان

نوبت اول ـ دوم

**آگهی فراخوان مناقصه عمومی دو مرحله ای همراه با ارزیابی کیفی به صورت فشرده**
**شماره ۱۴۰۲/۱۱ - ۱۴۰۲/۱۲ - ۱۴۰۲/۱۳ – ۱۴۰۲/۱۴**

شرکت توزیع نیروی برق استان همدان در نظر دارد اقلام به شرح جدول ذیل را از طریق مناقصه عمومی دو مرحله ای، از فروشندگان ، تولید کنندگان و واجدین شرایط و از طریق فروش اسناد مناقصه خریداری نماید. لذا از کلیه تولیدکنندگان، فروشندگان و واجدین شرایط دعوت به عمل می آید، طی مدت ۵ روزازتاریخ انتشارآگهی با مراجعه به سامانه تدارکات الکترونیکی دولت(ستاد)به نشانی اینترنتی WWW.setadiran.ir ، نسبت به واریز مبلغ ۸۰۰۰۰۰ ریال به حساب سپهرشماره 0205682793007 نزد بانک صادرات شعبه مهدیه همدان بنام شرکت توزیع نیروی برق استان همدان و خریداسنادمناقصه اقدام نمایند.

| ردیف | شرح | تعداد | شماره مناقصه | آخرین مهلت تحویل پاکات | تاریخ جلسه بازگشائی پاکات | | | مبلغ ضمانت نامه بانکی (ریال) | توضیحات |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | | | | ارزیابی کیفی | الف و ب | ج | | |
| ۱ | سکسیونر هوایی گازی موتور دار | ۸۵ دستگاه | ۱۴۰۲/۱۱ | ۱۴۰۲/۰۴/۰۷ تا ساعت ۱۲ | ۱۴۰۲/۰۴/۱۰ ساعت ۱۳ | ۱۴۰۲/۰۴/۱۴ ساعت 8 | ۱۴۰۲/۰۴/۱۹ ساعت 8 | ۷,۸۸۱,۹۴۰,۰۰۰ | سایر اطلاعات و جزئیات در اسناد مناقصه مندرج است |
| ۲ | کات اوت فیوز پلیمری۱۰۰آمپری جهت رده ولتاژی۲۰کیلوولت | ۹۰۰ عدد | ۱۴۰۲/۱۲ | | | | | ۱,۱۹۰,۷۱۰,۰۰۰ | |
| ۳ | انواع کنسول و تسمه کنسول گالوانیزه | ۲۶۰۵۹ عدد | ۱۴۰۲/۱۳ | | | | | ۴,۲۳۰,۹۹۲,۰۰۰ | |
| ۴ | انواع پیچ و مهره گالوانیزه گرم | ۹۳۲۹۴ عدد | ۱۴۰۲/۱۴ | | | | | ۲,۳۱۷,۳۶۲,۰۰۰ | |

توضیحات:
۱ - به پیشنهادات فاقد امضاء مشروط، مخدوش و پیشنهاداتی که بعد از انقضاء مدت فراخوان و خارج ازسامانه ستادواصل شود مطلقاً ترتیب اثر داده نخواهد شد.
۲ - به پیشنهادات فاقد ضمانت نامه بانکی معتبر، ضمانت نامه مخدوش کمتر از مبلغ مقرر،چک شخصی و شرکتی و نظایر آن ترتیب اثر داده نخواهد شد.
۳ - اسناد در سایت ذیل قابل دسترس می باشد ، لذا جهت کسب اطلاعات بیشتر با تلفن -۳۸۲۷۴۶۳۲ ۰۸۱ تماس حاصل فرمایید.
نشانی سایت سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) www.setadiran.ir
درصورت عدم ثبت نام وعضویت مناقصه گران درسامانه ستاد ، ضروری است مراحل ثبت نام وعضویت در سامانه مذکورانجام ونسبت به دریافت گواهی امضاالکترونیک از دفاتر منتخب اسنادرسمی اقدام گردد. بدیهی است درصورت عدم اخذگواهی امضا الکترونیک ، امکان ورود به سامانه ستاد و شرکت درمناقصه فوق وجودنخواهدداشت.

روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق استان همدان



## آگهی مناقصه عمومی

**حفر و نگهداری چاه جذبی در سطح منطقه سه**

شهرداری یزد منطقه سه

شناسه آگهی ۱۵۰۹۹۸۹

**موضوع مناقصه:** حفر و نگهداری چاه جذبی در سطح منطقه سه
**مبلغ و نوع سپرده شرکت در مناقصه:** مبلغ ضمانت شرکت در مناقصه به صورت مقطوع و به میزان ۷۶۱,۰۰۰,۰۰۰ ریال که می تواند به صورت واریز وجه نقد به حساب سپرده ۲۰۵۲۱۴۶۷۰۷ بانک تجارت به نام منطقه سه شهرداری یزد و یا به صورت ضمانت نامه بانکی(دارای اعتبار سه ماهه) در وجه حساب مذکور باشد.
**مبلغ و نوع سپرده انجام تعهدات:** مبلغ ضمانت انجام تعهدات در هنگام عقد قرارداد معادل ۵ درصد مبلغ کل قرارداد می باشد.
**نحوه تأمین اعتبار:** از محل بودجه سال ۱۴۰۲ منطقه سه شهرداری یزد تأمین اعتبار می شود.
**مهلت خرید و تحویل اسناد :** زمان دریافت اسناد شرکت در مناقصه تا تاریخ ۱۴۰۲/۰۳/۲۳ می باشد. حداکثر تاریخ ارائه پیشنهاد قیمت در سامانه ستاد(سامانه تدارکات الکترونیکی دولت) به آدرس www.setadiran.ir و تسلیم مدارک (ضمانت نامه بانکی، فیش واریزی) به دبیرخانه محرمانه حراست شهرداری یزد تا پایان وقت اداری روز شنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۴/۰۳ می باشد و کلیه پیشنهادات در ساعت ۹ صبح روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۴/۰۵ در دفتر مدیر منطقه سه مفتوح و با حضور اعضاء تصمیم گیری خواهدشد.
**محل دریافت اسناد:** تمامی متقاضیان می بایست جهت خرید اسناد به سامانه ستاد(سامانه تدارکات الکترونیکی دولت) به آدرس www.setadiran.ir مراجعه نمایند. بدیهی است در صورت عدم رعایت این بند و واریز وجه منطقه سه شهرداری یزد نسبت به استرداد آن هیچ گونه مسئولیتی ندارد.
**مبلغ فروش اسناد:** مبلغ فروش اسناد ۲,۰۰۰,۰۰۰ ریال که در سامانه ستاد درج گردیده(شماره حساب ۲۰۹۱۵۱۳۳۳۳۴ بانک تجارت به نام منطقه سه شهرداری یزد)، سایر اطلاعات و جزئیات مربوطه در اسناد مناقصه مندرج است.
**محل انجام کار:** حوزه منطقه سه شهرداری یزد
ـ چنانچه برنده اول و دوم حاضر به انعقاد قرارداد نشوند سپرده آنها به ترتیب به نفع منطقه سه شهرداری یزد ضبط خواهد شد.
ـ منطقه سه شهرداری یزد در رد یا قبول هر یک از پیشنهادات مختار است.
ـ شرکت در مناقصه و دادن پیشنهاد به منزله قبول شروط و تکالیف شهرداری یزد موضوع ماده ۱۰ آیین نامه معاملات شهرداری های مراکز استان ها می باشد.
ـ به این پیمان پیش پرداخت تعلق نمی گیرد.
ـ سایر اطلاعات و جزئیات مربوط به معامله در اسناد مناقصه مندرج می باشد.
ـ هزینه چاپ و نشر آگهی و کارشناسی به عهده برنده مناقصه می باشد.

روابط عمومی منطقه سه شهرداری یزد

مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق تبریز عنوان کرد:

# در ساعات غیر اوج مصرف؛ برق مشترکین چاه‌های کشاورزی در تابستان رایگان می شود

**تبریز – فلاح:** مدیرعامل شـــرکت توزیع نیروی برق تبریز با اشاره به مدیریت بار الکتروپمپ های کشاورزی به صورت زمانبندی شـــده در تابستان گفت: بهای برق این مشترکین در ساعات غیر پیک مصرف در تابستان به صورت رایگان خواهد بود.

عباس حسامی با بیان اینکه پیرو مصوبه هیئت وزیران، وزارت نیرو با همکاری وزارت جهاد کشاورزی موظف به مدیریـــت مصرف برق طی بـــازه زمانی پیک مصرف در تابستان بوده اظهار کرد: با توجه به این موضوع در حوزه کشاورزی موظف به اعمال مدیریت بار الکتروپمپ های کشاورزی به میزان ۵ ساعت روزانه در محدوده زمانی ۱۵ خرداد لغایت ۳۱ شهریور ماه سال جاری است.

وی افزود: مطابق ابلاغ شـــرکت محترم توانیر تمامی مشـــترکین کشـــاورزی دارای انشـــعاب پمپ آب برای مدیریت مصرف در ۲ بازه زمانی ۵ ســـاعته، ۱۱ الی ۱۶ و ۱۳ الی ۱۸گروهبندی شـــده و به منظور اطلاع رسانی به مشترکین به جهاد کشاورزی استان آذربایجان شرقی ارسال شده اســـت. مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق تبریز خاطرنشان کرد: بهای برق این مشترکین در سایر ساعات به صورت رایگان خواهد بود.

وی ادامه داد: برق تمامی مشترکین چاه های کشاورزی دارای کنتور هوشـــمند با قابلیت کنترل پذیری، در بازه زمانی اعلام شده در کل دوره پیک به صورت اتوماتیک اعمال مدیریت بار خواهد شد.

**پاداش۲۱ میلیارد و ۷۰۰ میلیون تومانی در قبوض برق مصرفی مشترکین**

مدیرعامل شـــرکت توزیع نیروی برق تبریز همچنین گفت: بر اساس برنامه های ابلاغی از ۱۵ خرداد لغایت ۳۱ شهریور برق مشترکان صنعتی به صورت زمانبندی شده اعمال مدیریت بار خواهد شد.

عباس حسامی در رابطه با طرح مدیریت مصرف و پیک سایی اظهار کرد: به منظور گذر موفق از پیک بار تابستان و زمستان ســـال جاری پیرو ابلاغ ضوابط اجرایی برنامه های پاسخگویی بار تابستان سال ۱۴۰۲ و مصوبه هیئت وزیران مبنی بر تعیین ســـهمیه بـــرق مصرفی در دوره محدودیت شبکه برق برنامه تعطیلی تمامی مشترکین صنعتی داخل و خارج از شهرک های صنعتی اعلام شده است.

وی افزود: بر مبنای دســـتورالعمل ارائه شـــده تمامی مشترکان صنعتی باید مطابق با برنامه ارسالی از مورخ ۱۵ خرداد لغایت ۳۱ شهریور سال جاری نسبت به تعطیلی واحدهای خود در روزهای اعلامی هر هفته اقدام کنند.

مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق تبریز خاطرنشان کرد: در صورت کاهش بار ۳۰ درصدی در سایر روزهای هفته از پاداش مدیریت مصرف بهره مند خواهند شد.

وی اضافـــه کرد: بیـــش از ۲۱ میلیارد و ۷۰۰ میلیون تومان پاداش در قبوض برق مصرفی مشترکین همکار در برنامه های مدیریت مصرف سال ۱۴۰۱ اعمال شده است.

حســـامی خاطرنشـــان کرد: در صورت کمبود برق و همکاری نکردن مشـــترکین و به منظور حفظ پایداری شبکه سراسری برق، دیسپاچینگ ملی برق طبق برنامه اعلامی نســـبت به اعمال مدیریت اضطـــراری بار اقدام خواهد کـــرد. وی ادامه داد: برنامـــه زمانبندی مدیریت اضطراری بار به سازمان صنعت، معدن و تجارت و شرکت شهرک های صنعتی و هیئت امنای شهرک های صنعتی ارسال شده است.

# پیمانکاران برتر شرکت آب و فاضلاب استان قم تجلیل شدند

**قم- خبرنگار فرصت امـــروز:** در آیین اختتامیه دومین جشنواره پیمان خدمت، پیمانکاران برتر و برگزیده شرکت آب و فاضلاب در سال ۱۴۰۱ تجلیل شدند.

به گزارش روابط عمومی شرکت آب و فاضلاب استان قم، مهندس حســـن بختیاری در آیین اختتامیه دومین جشنواره پیمان خدمت که با حضور مدیرکل امور فنی استانداری قم و به منظور تجلیل از پیمانکاران برتر شرکت آب و فاضلاب برگزار شد در سخنانی با اشاره به اهمیت فعالیت‌های پیمانکاران اظهار داشـــت: نتیجه همکاری مجموعه‌های کارفرمایی و پیمانکاری باید به ارائه خدمات بهتر و رضایتمندی بیشـــتر مردم بیانجامد. وی بر لزوم برنامه‌ریزی دقیق و درســـت برای اجرای پروژه‌ها، توجه ویژه به تأمین منابع مالی، خودکنترلی و نظارت بر پروژه‌ها و توجه به مباحث ایمنی از سوی پیمانکاران تأکید کرد.

مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان قم مشکلات مالی را یکی از مسائل اساسی پیمانکاران دانست و گفت: هرچند پیمانکاران باید با برنامه‌ریزی دقیق مسائل مالی را مدیریت کنند اما ما نیز به عنوان کارفرما وظیفه داریم برای رفع این مشکلات تلاش کنیم تا پیمانکاران در انجام فعالیت‌ها با محدودیت مواجه نشوند.

وی با بیان اینکه موضوع ایمنی در بسیاری از پروژه‌ها به درستی رعایت نمی‌شـــود، یادآور شد: رعایت ایمنی باید به عنوان یک هدف‌گذاری اساســـی در فعالیت‌های پیمانکاران مورد توجه قرار گیرد تا منجر به بروز حوادث تلخ نگردد. بختیاری با اشاره به شرایط موجود در کشور و محدودیت‌های منابع مالی اظهار داشت: از پیمانکاران انتظار مـــی‌رود فارغ از مباحث مالی به مســـائل کیفی پروژه‌ها توجه کافی را داشته باشند. وی در پایان سخنان خود ضمن قدردانی از تلاش و کوشش همه پیمانکاران شـــرکت آب و فاضلاب استان گفت: امیدواریم بتوانیم با یاری یکدیگر بهره‌وری را در مجموعه فعالیت‌ها افزایش دهیـــم و پروژه‌هایی ماندگار از خـــود به یادگار بگذاریم. مدیرکل امور فنی استانداری قم نیز در این آیین ضمن قدردانی از فعالیت‌های پیمانکاران شرکت آب و فاضلاب اظهار داشـــت: نگاه استان به پیمانکاران به عنوان بازوان اجرایی دســـتگاه‌ها اســـت؛ بر همین اساس تقویت این شـــرکت‌ها را برای افزایش کیفیت پروژه‌ها وظیفه خود می‌دانیم. مهندس عباس صادقیان با اشاره به حمایت از حقوق شرکت‌های پیمانکاری خاطرنشان کرد: در کنار انتظاری که از پیمانکاران برای اجرای مناسب و با کیفیت پروژه‌ها داریم اگر در جایی که احساس کنیم از پیمانکاری حقی ضایع شـــده اســـت حمایت لازم را از آن پیمانکار خواهیم کـــرد. مدیر دفتر نظام فنی ســـازمان مدیریت و برنامه‌ریزی اســـتان قم نیز در این آیین از پیمانکاران به عنوان بازوان توانمند دســـتگاه‌های اجرایی و از عوامل مهم و اصلی ســـازندگی کشور یاد کرد و گفت: حمایت و پشـــتیبانی از پیمانکاران می‌تواند کشـــور را در مسیر توسعه و تعالی کمک کند. وی با بیان اینکه پیمانکاران توانمند، سرعت توسعه استان را افزایش می‌دهند، اظهار داشت: شرکت آب و فاضلاب استان با داشتن توان فنی و تخصصـــی کمترین مســـائل و مشـــکلات را در حوزه پیمانکاری نسبت به دستگاه‌های دیگر داشته است.

مهندس جواهر بر ضرورت توجه به کیفیت در اجرای پروژه‌ها توسط پیمانکاران تأکید کرد و گفت: در شرایط اقتصادی کنونی که تأمین منابع مالی پروژه‌ها با مشقت فراوان روبروست از پیمانکاران انتظار می‌رود که کیفیت را فدای مباحث مالی نکنند. وی ابراز داشـــت: امیدواریم در سایه همراهی و هم‌افزایی دستگاه‌های اجرایی استان و مجموعه‌های پیمانکاری با وجود تمام محدودیت‌ها و محرومیت‌هایی که به واسطه تحریم‌های ظالمانه متوجه کشور است به سرعت به سمت توسعه و پیشرفت استان و کشور پیش برویم. عباس کریمیان معاون برنامه‌ریزی و توسعه ســـرمایه‌گذاری آبفای اســـتان و دبیر اجرایی دومین جشـــنواره پیمان خدمت نیز در آیین اختتامیه این جشـــنواره به ارائه گزارشی از نحوه ارزیابی و انتخاب شـــرکت‌های پیمانکار برتر پرداخت و گفت: از مجموع ۴۰ شـــرکت پیمانکاری در ســـال ۱۴۰۱ آب و فاضلاب استان، ۱۸ شرکت در شاخص‌های مورد ارزیابی بیشترین امتیازات را کسب کرده و در این آیین مورد تجلیل قرار می‌گیرند. در پایان این مراسم از پیمانکاران برتر و برگزیده شرکت آب و فاضلاب در دومین جشنواره پیمان خدمت تجلیل به عمل آمد.

# اطلاعیه مشترک وزارتخانه های نیرو و صمت در خصوص تأمین برق صنایع در تابستان

**قزوین- خبرنگار فرصت امروز:** به گزارش روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق اســـتان قزوین، برنامه تامین برق صنایع کشـــور در تابستان سال جـــاری با هدف تولید حداکثری در ســـال رشـــد تولید و بـــا در نظر گرفتن محدودیت‌های فنی صنایع و ملاحظات کنترل بازار محصولات در طی جلسات متعدد کارشناسی بین وزارتخانه¬های صمت و نیرو و همچنین بهره‌گیری از تجربه ســـال گذشته به شـــرح ذیل تدوین و ابلاغ گردید: گروه الف) برق مورد نیاز کلیه واحدهای صنعتی کوچک و واحدهای صنفی- صنعتی به ویژه کارگاه¬های تولیدی کوچک که بیش از ۹۰ درصد کل واحدهای صنعتی و تولیدی کشور(حدود ۵۸۰هزار واحد صنعتی) را شامل می¬شود، بدون هیچ محدودیتی تأمین خواهد شد. گروه ب) برق مورد نیاز واحدهای صنعتی مستقر در شـــهرک‌های صنعتی و واحدهای صنعتی خارج از شهرک های صنعتی با دیمانـــد بیش از ۵۰۰ کیلووات نیز از ۲۰ خرداد تا ۱۷ شـــهریور در شـــش و نیـــم روز هفته به طور کامل تأمین خواهد شـــد و صرفاً نصف روز در هفته و از ســـاعت ۱۱ تا ۲۳ در برنامه¬های مدیریت مصرف مشارکت خواهند کرد. با توجه به برنامه ریزی صورت گرفته، امکان جبران محدودیت این نصف روز و تولید حداکثری برای این واحدها در ســـایر ایام هفته (شـــش روز و نیم) با جابه‌جایی ساعات کاری حتی به صورت شبانه روزی فراهم می‌باشد. گروه ج) برق مورد نیاز صنایع بزرگ (حدود ۳۰۰ واحد صنعتی) مطابق برنامه مدیریت مصرف ابلاغی وزارت نیرو و وزارت صمت در دوره تعیین شده تامین می شود. مشـــارکت این واحدها از طریق جابجایی بخشی از بار مصرفی آنها از ساعات اوج به ساعات غیر اوج و نیز مدیریت زمان بهره¬برداری از تجهیزات وابسته بـــه انرژی در برنامه¬های مدیریت مصرف بوده و در ســـایر زمان های دوره تابســـتان، انرژی مورد نیاز این واحدها بطور حداکثری تامین می شود. انرژی مورد نیاز صنایع مهم مانند سیمان نیز متناسب با نیاز تولید آنها در این دوره و در طول شبانه روز تامین می شود. برنامه تفصیلی تامین برق صنایع مشمول گروه های ب و ج طی جداول مشخص توسط دو وزارتخانه نیرو و صمت ابلاغ شـــد. امید است با اجرای منظم و سراســـری این برنامه که حاصل مطالعات گسترده و بکارگیری روش‌های علمی و تجربیات خبرگان صنعت برق و بخش صنعت کشور می‌باشد، بتوانیم انرژی مورد نیاز صنایع را بیش از سال گذشته تامین نماییم. بدیهی است که تأمین برق صنایع در صورت بروز مشکلات فنی، حوادث غیر مترقبه و بلایای طبیعی از این قاعده مستثنی خواهد بود.

در پایان از همه صنعتگران عزیز درخواست می¬شود همچون گذشته با مشـــارکت و همکاری خود در مدیریت مصرف برق در ساعات اوج مصرف و جابه‌جایی آن به ساعات کم باری و موکول کردن تعمیرات سالانه خود به این دوره، ضمن تولید حداکثری محصولات، صنعت برق کشـــور را در تامین برق پایدار مورد نیاز همه بخش های کشور یاری نمایند.

با هدف ارتقای خدمت رسانی به شهروندان تحقق یافت؛

# بهره برداری از یکصد و هشتادویکمین جایگاه عرضه سوخت در آذربایجان شرقی

**تبریز – فلاح:** مدیر شـــرکت ملـــی پخش فرآورده هـــای نفتی منطقه آذربایجان شرقی از راه اندازی جایگاه شهرداری کلوانق با هدف ارتقای خدمت رسانی به شهروندان و مراجعان بعنوان یکصد و هشتادویکمین جایگاه عرضه ســـوخت این منطقه در ناحیه مرکزی خبر داد. ناصر راشدی با بیان ضرورت توســـعه زیر ساخت های مطلوب سوخت رسانی با احداث جایگاههای عرضه سوخت جدید با مشارکت و تعامل بخش خصوصی گفت: با پیگیری مدیریت و مسئولین منطقه آذربایجان شرقی جایگاه شهرداری کلوانق بعنوان یکصد و هشـــتادویکمین جایگاه عرضه فرآورده های نفتی در محدوده ناحیه مرکزی تبریز مورد بهره برداری و در مدار ســـوخت رسانی قرار گرفت. ناصر راشدی با اشاره به اینکه جایگاه شهرداری کلوانق شصت و نهمین جایگاه ناحیه مرکزی می باشد، افزود: این جایگاه در زمینی به مساحت ۹۰۰ مترمربع با سرمایه ی یکصد میلیارد ریالی شـــهرداری کلوانق احداث شده است. مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه آذربایجان شـــرقی خاطرنشان کرد: جایگاه کلوانق با یک سکوی بنزین معمولی با دو دستگاه تلمبه دونازله و یک سکوی نفتگاز با دو دســـتگاه تلمبه دونازله با مخازن ذخیره سازی نزدیک به یکصد هزار لیتر و اشـــتغالزایی برای چهار نفر آماده خدمت رســـانی به شهروندان و مراجعان می باشد.

**نوسازی ناوگان حمل و نقل فرآورده های نفتی منطقه آذربایجان شرقی**

مدیر شـــرکت ملی پخش فـــرآورده های نفتی منطقه آذربایجان شـــرقی همچنین از نوسازی و تقویت سوخت رسانی با پیوستن ۴۱ دستگاه نفتکش نو به ناوگان حمل و نقل فرآورده های نفتی منطقه خبر داد.

ناصر راشـــدی با اشـــاره به اهمیت ویژه حمل و نقل فرآورده های نفتی در فرآیند سوخت رسانی و چرخه اقتصاد کشور، اضافه کرد: با پیگیری مدیریت و مسئولین منطقه در ســـال ۱۴۰۱ جهت نوسازی و تقویت ناوگان سوخت رســـانی منطقه تعداد ۴۱ دستگاه نفتکش نو جایگزین نفتکش های فرسوده و با عمر بالا گردید.

مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه آذربایجان شرقی با تأکید بر ضرورت نوسازی ناوگان حمل و نقل فرآورده های نفتی افزود: نفتکش های جدید مجهز به سیستم طرح کهاب هستند که علاوه بر صرفه جویی در هدر رفت بخارات بنزین در کاهش آلایندگی زیست محیطی نیز موثر واقع خواهند شـــد. شایان ذکر است تامین و توزیع فرآورده های نفتی در گستره عملیاتی منطقه آذربایجان شـــرقی با بیش از ۴۸۰ دستگاه نفتکش فعال و تلاش های بی وقفه کارکنان خدوم، رانندگان ساعی نفتکش و شرکت های حمل و نقل فرآورده های نفتی انجام می گیرد.

# بازدید مدیرعامل شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی از غرفه هلدینگ پتروپالایش اصفهان

**اصفهان – لیلا قاســـمی:** مدیرعامل شـــرکت ملـــی پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی در نخســـتین روز بیســـت و هفتمین نمایشگاه نفت، گاز، پالایش و پتروشیمی از غرفه هلدینگ پتروپالایش اصفهان بازدید کرد.

مهندس جلیل سالاری در نخستین روز بیست و هفتمین نمایشگاه نفت، گاز، پالایش و پتروشـــیمی از غرفه هلدینگ پتروپالایش اصفهان و ۶ شرکت تابعه این هلدینگ بازدید کرد.

مهندس ســـالاری ضمـــن ابراز رضایـــت و قدردانـــی از اقدامات هلدینگ پتروپالایش اصفهان به ویژه طی یک ســـال اخیر اظهار داشت: تغییر رویکرد هلدینـــگ پتروپالایش اصفهان از تولید محوری به پروژه محوری قابل تقدیر است و باید این پروژه ها بر اساس اولویت بندی به بهره برداری برسد.

وی با اشاره به جوان سازی نیروی انسانی در هلدینگ پتروپالایش اصفهان نیز گفت: این اقدام ضمن تقویت فعالیت‌های دانش بنیان و فناورانه در هلدینگ پتروپالایش اصفهان منجر به نگهداشـــتن نیروی انسانی متخصص در داخل کشور شده که باید به عنوان الگو در دیگر پالایشگاه‌های کشور مورد توجه قرار گیرد. مدیرعامل شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی همچنین به تعریف ۴۰۰ پروژه در هلدینگ پتروپالایش اصفهان برای توسعه زنجیره ارزش اشاره کرد و ابراز داشت: در این راستا توسعه مخازن ذخیره ال پی جی با توجه به افزایش تولید این محصول امری ضروری اســـت. همچنین دکتر محسن قدیری، مدیرعامل هلدینگ پتروپالایش اصفهان نیز در این بازدید با بیان اینکه حضور در فضاهای نمایشگاهی می‌تواند زمینه تعامل بهتر بین شرکت‌های هم صنف را فراهم کند، اظهار داشـــت: وجود ۲۰۰ شرکت کننده خارجی در این نمایشگاه نقطه قوتی است که باید از آن بهره برداری لازم صورت گیرد. وی با بیان اینکه ما نیز در هلدینگ پتروپالایش اصفهان طی بیش از یک سال و چهار ماه گذشته سعی داشته‌ایم اتفاقات زیادی را در هلدینگ پتروپالایش اصفهان رقم بزنیم، افزود: تغییرات در همه حوزه‌های تولید، نیروی انسانی، بازرگانی، ســـرمایه گذاری و ... بوده است که خوشبختانه با همراهی همه بخش‌های شرکت این تغییرات با بالاترین بازدهی محقق شده است. مدیرعامل هلدینگ پتروپالایش اصفهان با اشاره به اینکه راه اندازی ۶ شرکت زیرمجموعه بازوهای خوب اجرایی برای رسیدن به اهداف ۱۴۰۵ هلدینگ پتروپالایش اصفهان را فراهم خواهد کرد، گفت: ما توسعه زنجیره ارزش برای جلوگیری از خام فروشی فرآورده‌های نفتی را در دســـتور کار داریم و برنامه ما این است که با بالاترین سود نسبت به تولید این فرآورده‌ها برای جلب رضایت سهامداران اقدام کنیم.

# تهیه نقشه ثبتی بیش از ۱۵۰ مورد از املاک و ایستگاه های شرکت گاز استان گلستان

**گرگان – خبرنگار فرصت امروز:** مهســـا عسگری رئیس امور خدمات فنی و فروش عمده گاز گلســـتان با بیان خبر فوق از تهیه نقشه ثبتی برای بیش از ۱۵۰ مورد از املاک و ایستگاه های شرکت گاز استان از سوی واحد GIS خبر داد.

به گزارش روابط عمومی شـــرکت گاز استان گلستان، وی در این خصوص گفت: در راستای انجام اقدامات مربوط به اخذ سند، تاکنون برای بیش از ۱۵۰ مورد از املاک و ایســـتگاه های تقلیل فشـــار گاز استان، از سوی واحد GIS شـــرکت ، نقشه ثبتی تهیه شده و به منظور تکمیل فرآیند، در اختیار واحد حقوقی و همکاران ادارات گازرســـانی قرار گرفته است. مهسا عسگری افزود: این نقشـــه ها با استفاده تلفیقی از داده های READY GIS موجود و نیز اطلاعات مکانی دریافت شده از پیمانکاران برون سپاری سازمان ثبت اسناد و املاک، در قالب های استاندارد موردنظر، تهیه شده است. رئیس امور خدمات فنی و فروش عمده گاز گلستان اظهار داشت:این مهم با توجه به اولویت های موردنظر و درخواســـت های موجود از ســـوی واحدهای مرتبط، تا پایان کار، همچنان تداوم خواهد شد.

## اخبار

### بازدید استاندار هرمزگان و اعضای کمیسیون اصل ۹۰ مجلس از پالایشگاه نفت بندرعباس

**بندرعباس- ســـعید پورباقری:** اعضای کمیســـیون اصل نود مجلس شورای اسلامی با همراهی مهندس دوستی نماینده عالی دولت در اســـتان هرمزگان، با حضور در شرکت پالایش نفت بندرعباس، از قسمت‌های مختلف این پالایشگاه بازدید کرده و مستقیما در جریان فرآیندهای تولید ســـوخت و فرآورده‌های نفتی این پالایشـــگاه قرار گرفتند. در ادامه اعضای کمیســـیون اصل نود در نشســـتی با حضور مدیران پالایشگاه در جریان روند اجرایی پروژه‌ی تولید کک اسفنجی و پتروپالایشگاه شهید سلیمانی قرار گرفتند. نماینده عالی دولت در اســـتان هرمزگان، در ادامه با بیان اینکه به تعبیر مقام معظم رهبری، بدترین استفاده از نفت، استفاده از آن به عنوان سوخت است، گفت: فرآوری و پالایش فراورده‌های نفتی یکی از ضرورت‌های امروز کشور است که می‌تواند کشور را از خام فروشی نجات دهد. وی با تقدیر از مشارکت صنایع در مسئولیت‌های اجتماعی و کارهای عام‌المنفعه، گفت: سال گذشته ۷ هنرستان جوار صنعتی را در استان هرمزگان راه‌اندازی کردیم و برای سال تحصیلی آینده نیز برای راه‌اندازی یازده هنرستان جدید برنامه‌ریزی شده است. استاندار هرمزگان تاکیدکرد: شرکت پالایش نفت بندرعباس یکی از همراهان ما در راه‌اندازی هنرستان‌های جوار صنعتی بود و حدود ۳.۵ میلیارد تومان در تجهیز یکی از هنرستان‌ها مشارکت داشتند. مهندس دوستی بیان‌کرد: یکی از کارهای بزرگ شرکت پالایش نفت بندرعباس ساخت یک بیمارستان مجهز برای کودکان بود که تقریبا به اتمام رسیده و در حدود یک سال و نیم ساخته شده است.

به همت کارکنان شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان؛

### عملیات نصب و پیش راه اندازی پمپ نفت با موفقیت انجام شد

**اهواز – شبنم قجاوند:** با همت کارکنان اداره نگهداری و تعمیرات شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان عملیات نصب و پیش راه اندازی یک دســـتگاه پمپ جدید ارسال نفت با موفقیت انجام شد . رییـــس اداره نگهداری و تعمیـــرات با اعلام این خبر افزود : عملیات نصب این الکتروپمپ که می بایست نفت تولیدی از چاه ها را پس از جمع آوری در واحد spu لالی به واحد دیگری ارســـال نماید در نیمه دوم فروردین ماه آغاز گردید . مهراب حســـنوند افزود : عملیات نصب این پمپ با حضور کارشناســـان برق،مکانیک و ابزار دقیق بخش های تعمیرات اساسی و تعمیرات بخش مرکزی این اداره و صرف ۱۶۵۰ نفر ساعت تلاش بی وقفه طی روزهای گذشته انجام شد . وی افزود: عملیات آزمایش این الکتروپمپ با رعایت کلیه استانداردها، نکات ایمنی و انجام ازمایش های فنی نظیر آلتراسونیک،هیدرواستاتیک انجام و با موفقیت به اتمام رسید . وی خاطر نشان کرد انجام این عملیات موجب شد تا در هزینه های عملیاتی و تعمیراتی شرکت بهره برداری نفت و گاز مسجدسلیمان به میزان ۱۵٫۰۰۰٫۰۰۰ ریال صرفه جویی حاصل شود .

### کسب رتبه نخست مدیریت مصرف انرژی در کشور توسط شهرداری اصفهان

**اصفهان –معصومه قاسمی:** معاون محیط زیست و خدمات شهری شهردار اصفهان گفت : شهرداری اصفهان در بازه زمانی چهار ماهه (از خرداد تا شهریورماه سال ۱۴۰۱) موفق به کسب رتبه اول در مدیریت مصرف انرژی در کشور شد. مهدی بقایی اظهار کرد: وزارت نیرو هرسال با هدف کاهش مصرف انرژی برق در ماه‌های گرم سال که مصرف برق به اوج می‌رسد، دستورالعمل مشخصی را برای بخش‌های مختلف صنعتی، نهادها، ارگان‌ها، منازل مسکونی و ادارات ارسال می‌کند تا در کاهش هرچه بیشتر مصرف برق اقداماتی را در پیش بگیرند. او ادامه داد: شهرداری اصفهان که در سال ۱۴۰۰ موفق به کسب رتبه برتر در مدیریت مصرف انرژی در استان اصفهان شده بود، در بازه زمانی چهار ماهه از خرداد تا شهریورماه سال ۱۴۰۱ براساس محاسبات سامانه مدیریت پیک بار کشور موفق به کسب رتبه اول بخش اداری در کشور شده و مبلغ ۲,۷۳۹,۶۰۰,۲۲۸ ریال تحت عنوان پاداش در قبوض برق این دستگاه به عنوان بستانکار لحاظ شده است. معاون محیط زیست و خدمات شهری شهردار اصفهان با بیان اینکه شهردار اصفهان اقدامات قابل توجهی را در زمینه کاهش مصرف برق در این بازه زمانی در دستور کار قرار داده، اظهار کرد: انجام اقدامات نرم افزاری و سخت افزاری در خصوص کاهش مصرف برق، کنترل مصرف برق در آب نماها و ساختمان‌ها، کنترل مصرف دستگاه‌های سرمایشی و... از جمله اقداماتی است که در این زمینه انجام و منجر به کاهش قابل توجه مصرف برق در ماه‌های مذکور شد.. او با تاکید بر اینکه شهرداری اصفهان در زمینه کاهش مصرف برق، راه اندازی پنل‌های خورشیدی را نیز در دستور کار قرار داده است، خاطرنشان کرد: شهرداری اصفهان درصدد است که تا سال ۱۴۱۰ تمام برق مصرفی خود را از طریق انرژی خورشیدی تأمین کند.

### انعقاد شش قرارداد اجرای آسفالت سطحی برای ارتقاء رویه آسفالتی راه‌های فرعی و روستایی استان مرکزی بطول ۲۴۰ کیلومتر

**اراک- فرناز امیدی:** مدیرکل راهـــداری و حمل و نقل جاده‌ای استان مرکزی از انعقاد شش قرارداد اجرای آسفالت سطحی برای ارتقاء رویه آسفالتی راه‌های فرعی و روستایی استان به طول ۲۴۰ کیلومتر با اعتباری بالغ بر ۶۰۰ میلیارد ریال خبر داد. به گزارش روابط عمومی اداره کل راهـــداری و حمل و نقل جاده‌ای اســـتان مرکزی، «مهرداد جهانـــی» مدیرکل این اداره کل گفت: برای نگهداری از راه‌های فرعی و روســـتایی در سطح استان مرکزی، شـــش قرارداد در قالب اجرای آسفالت ســـطحی با پیمانکار بخش خصوصی منعقد شده است. وی افزود: عملیات اجرایی این طرح در شهرســـتان خنداب شروع شده و در حال حاضر پیمانکار مربوطه در محور «جیریا - دوراهی دیزآباد» مشغول اجرای آسفالت می‌باشد. به گفته جهانی اجرای آسفالت سطحی در راه‌های فرعی و روستایی استان مرکزی، یکی از طرح‌های اجرایی این اداره کل می‌باشد که امسال در قالب شش قرارداد شامل محورهای فرعی و روستایی در شهرستانهای: ۱-اراک و کمیجان ۲-شازند و خنداب ۳-خمین، محلات و دلیجان ۴-ساوه و زرندیه ۵-آشتیان و فراهان و ۶-تفرش اجرا خواهد شد. وی مجموع اعتبار این شش قرارداد را ۶۰۰ میلیارد ریال عنوان کرد و افزود: با اجرای این طرح، رویه آسفالتی حدود ۲۴۰ کیلومتر از راه‌های فرعی و روستایی استان مرکزی ارتقاء خواهد یافت. مدیرکل راهداری و حمل و نقل جاده‌ای استان مرکزی خاطرنشان کرد: پروژه‌های مختلف دیگری در حوزه راهداری از جمله نگهداری راه‌ها، نگهداری و توسعه ایمنی راه‌ها و نگهداری و توسعه ابنیه فنی راه‌های استان در حال اجراست که مجموع پروژه های فعال و خاتمه یافته در حوزه راهداری استان از ابتدای امسال به بیش از یکصد پروژه بزرگ می‌رسد.

شهردار اسلامشهر:

### راه‌آهن همکاری لازم را در خصوص پروژه کمربندی شمالی نداشته است

**اسلامشـــهر - عمروانی:** محسن حمیدی با بیان این موضوع که به منظور اجرای طرح کمربندی شمالی با مجموعه راه آهن جمهوری اسلامی ایران توافقاتی انجام شد که متاسفانه مجموعه مدیران راه آهن همکاری و همراهی لازم را نداشته و از این رو روز به روز بر مشکلات مردم منطقه افزوده می شود. به گزارش مرکزارتباطات شهرداری اسلامشهر، مجموعه مدیریت شهری اسلامشهر در چهل و هشتمین نشست رسمی شورا که به صورت علنی در محل سالن جلسات شورای اسلامی شهر با حضور شهردار و اعضای شورا برگزار شد، مخالفت قاطع خود را با اقدامات اخیر مسئولان راه آهن جمهوری اسلامی ایران اعلام کردند.

در این جلســـه اعضای شورای اسلامی شهر اسلامشهر با لایحه دو فوریتی شماره ۳۱۲-۶ پیشنهادی شهرداری با موضوع صدور مجوز در خصوص بررسی صورتجلسه مربوط به تعارضات کمربندی شمالی اسلامشهر با راه آهن، با توجه به عدم عمل به تعهدات مجموعه مدیران راه آهن جمهوری اسلامی ایران با شهرداری اسلامشهر مخالفت کردند. اعضای شورای اسلامی شهر اسلامشهر عمل نکردن مسئولان راه آهن جمهوری اسلامی ایران به مفاد توافقات صورتجلسه ۴/۴/۹۷ با مجموعه مدیریت شهری اسلامشهر و عدم رعایت حقوق شهر و مردم اسلامشهر، اصرار مجموعه راه آهن بر افزایش خطوط در مسیر فعلی علیرغم اینکه عبور خط راه آهن از وسط شهر امکان افزایش خطوط را نمی دهد، عدم امضای مدیرعامل راه آهن جمهوری اسلامی ایران در صورت جلسه ۸/۱۲/۱۴۰۱ و توقف اجرای ادامه کار احداث کمربندی شـــمالی را از مهمترین دلایل مخالفت خود با این لایحه شـــهرداری اعلام کردند.اعضای شـــورای اسلامی شهر اسلامشهر با اعلام اینکه اعضای شورا به عنوان منتخبین مردم مدافع حقوق شهروندان اسلامشهر هستند، توافقنامه‌های یک جانبه راه‌آهن را یکی از ننگین ترین و زیان بار ترین توافقات مدیران دولتی بر علیه شهر اسلامشهر دانسته و در راستای قانون و حفظ حقوق عامه مردم با لایحه ارسالی شهرداری مخالفت کردند. محسن حمیدی شهردار اسلامشهر در این جلسه طی ســـخنانی با اشاره به انجام توافقات میان راه آهن جمهوری اسلامی با شهرداری اسلامشهر اظهار کرد: شهرداری اسلامشهر به منظور اجرای طرح کمربندی شمالی با مجموعه راه آهن جمهوری اسلامی ایران توافقاتی انجام داده که در ازای صدور مجوز برای عبور بخشی از کمربندی شمالی از زیر مسیر راه آهن تهران جنوب در بخش هایی از راه آهن مجوز ساخت و ساز و تبدیل بخشی از اراضی راه آهن به مجموعه تجاری را صادر کند که علیرغم انجام تعهدات مجموعه شهرداری، راه‌آهن از صدور مجوزهای مورد توافق تاکنون خودداری کرده و با توجه به اجرایی شدن عملیات احداث کمربندی شمالی این پروژه به خاطر ۷۰ متر مسیر عبوری از زیر ریل راه آهن مانده است.

### کارکرد بدون حادثه پالایشگاه گاز ایلام از مرز ۸ میلیون نفر ساعت عبور کرد

**ایلام–هدی منصوری:** مدیرعامل شرکت پالایش گاز ایلام با اشاره به اینکه کارکرد بدون حادثه در این پالایشگاه از مرز ۸ میلیون نفر ساعت عبور کرده ، گفت: در سال گذشته، کارکرد بدون حادثه در این واحد صنعتی ۳ میلیون و ۱۷۴هزار و ۴۸ نفر ساعت به ثبت رســـیده است. «روح اله نوریان» افزود: التزام همگانی به قواعد و مقررات بهداشت، ایمنی، محیط زیست و پدافند غیرعامل و رعایت شایسته اصول و الزامات ایمنی، دقت و مسئولیت پذیری کارکنان از مهم ترین عوامل در بهبود شاخص های HSE و ثبت رکورد ساعت کار بدون حادثه در این مجموعه بوده است. وی با اشاره به اینکه از سال ۹۹ تاکنون ساعت کار بدون حادثه در این مکان صنعتی از مرز ۸ میلیون و ۲۸۷ هزار نفر ساعت عبور کرده است، اظهار داشت: این شرکت در اجرا و استمرار سیستم مدیریت بهداشت، ایمنی و آتش نشانی، محیط زیست و پدافند غیرعامل تلاش های قابل قبولی انجام داده و همواره سعی دارد با نگاه فرآیند محور، اهتمام به الزامات ایمنی و ارائه آموزش‌های هدفمند، این مهم را گسترش دهد. نوریان با بیان اینکه در طول سال گذشته ۵ هزارو ۸۰۶ پروانه انجام فعالیت صادر شده است، تصریح کرد: از این تعداد ۷۰۸ پروانه شعله باز، ۳ هزارو ۹۷۸ پروانه کار گرم، ۲۴۹ پروانه کار سرد و ۸۷۱ مورد کار روزمره بوده است. مدیرعامل شرکت پالایش گاز ایلام گفت: در طول سال گذشته ۱۶۶ مورد عوامل با پتانسیل خطر در سطح

# توسعه آژانس بازاریابی دیجیتال: تمرین‌هایی برای موفقیت

**نویسنده: علی آل‌علی**

بازاریاب‌های زیادی در سراسر دنیا هستند که فعالیت‌شان را نه به عنوان عضوی از یک برند بزرگ، بلکه در قالب موسسه‌ای مستقل دنبال می‌کنند. معمولا کارمندان دوست دارند بعد از مدتی یک تنه به دل بازار زده و شانس‌شان را برای موفقیت در قالب یک کارآفرین مستقل امتحان کنند. قبول دارم چنین مسیری شبیه سناریو فیلم‌های هالیوودی به نظر می‌رسد، اما قرار نیست همیشه کارتان راحت و بی‌دردسر پیش برود. هرچه باشد هر کاری هزینه خاص خودش را هم دارد، مگر نه؟

توسعه یک آژانس بازاریابی دست کمی از صعود به قله اورست ندارد. ماجرا وقتی عجیب می‌شود که با انبوهی از بازاریاب‌های تازه کار در این حوزه رو به رو شویم. انگار که هر کسی از شرایط کاری‌اش ناراضی بوده، سراغ تاسیس آژانس بازاریابی رفته.

کسانی که تجربه فعالیت در دوران طلایی بازاریابی کلاسیک را داشتند، احتمالا هنوز هم دل‌شان پیش روش‌های قدیمی است. ما اصلا دوست نداریم نوستالژی‌های قدیمی شما را خراب کنیم اما در دوره و زمانه کنونی دیگر جایی برای روش‌های سنتی وجود ندارد؛ چراکه همه چیز در این دنیا دیجیتالی شده، حتی ارتباطات میان آدم‌ها!

ما در این مقاله قصد داریم راه و چاه توسعه آژانس‌های بازاریابی را به شما یاد دهیم. البته منظورمان از آژانس‌های بازاریابی نمونه‌های دیجیتالش هستند. خب مگر در طول سال‌های اخیر به غیر از کمپین‌های بازاریابی دیجیتال چیز دیگری به چشم‌تان خورده؟

**تمرین اول: سرمایه‌گذاری بیشتر روی دنیای آنلاین**

چه کسی این روزها حوصله خرید حضوری را دارد؟ شما را نمی‌دانم، ولی من که تا مجبور نباشم حتی سراغ خرید حضوری هم نمی‌روم. با این حساب حضور پررنگ برندها در شبکه‌های اجتماعی برای اثرگذاری بر روی مشتریان نباید خیلی تعجب‌برانگیز باشد. هرچه باشد کارآفرینان باید حرف مشتریان را گوش دهند و مطابق سلیقه‌شان عمل کنند. پس طبیعی است که روز به روز تعداد برندهایی که سایت رسمی دارند، بیشتر شود.

همان طور که ثبت نام در کنکور به معنای قبولی در دانشگاه نیست، راه‌اندازی سایت هم هیچ موفقیتی را برای برندها تضمین نمی‌کند. در عوض این شما هستید که باید عملکردتان را طوری تنظیم کنید که در یک رقابت جانانه روی سکوی قهرمانی قرار بگیرید. امیدوارم مثال ما خیلی گیج‌تان نکرده باشد؛ چراکه فرمول نهایی بی‌نهایت ساده است: توجه به سئو سایت.

این روزها کمتر کسی بدون استفاده از تکنیک‌های سئو امکان توسعه کسب و کارش را دارد. هرچه باشد گوگل هیچ شوخی با کارآفرینان ندارد. پس اگر کیفیت سایت‌تان بالا نباشد، خبری از کسب رتبه‌های برتر گوگل نخواهد بود. مسئله سئو سایت را که کنار بگذاریم، ثبت نام در سایت‌های راهنمای خرید هم نکته مهمی محسوب می‌شود. خودِ گوگل همیشه توضیحات کلیدی درباره برندها ارائه می‌دهد. البته به شرط اینکه شما در سرویس کسب و کار گوگل (Google Business) ثبت نام کرده باشید. وگرنه هیچ خبری از این مزیت کلیدی نخواهد بود.

ابزار دیگری که ما ثبت نام در آن را همیشه توصیه می‌کنیم، یلپ (Yelp) است. این ابزار به شما برای معرفی کسب و کارتان به مشتریان کمک می‌کند. کارویژه این سایت به زبان خودمانی مقایسه برندها با هم و معرفی بهترین گزینه‌ها برای خرید است. به طوری که شما هیچ مشکلی از نظر تعامل با مشتریان نداشته باشید.

**تمرین دوم: انتخاب مخاطب هدف**

آژانس‌های بازاریابی باید کارشان را با تمرکز بر روی گروهی مشخص از مشتریان جلو ببرند. مثلا برخی از بازاریاب‌ها سال‌های سال در زمینه همکاری با برندهای ورزشی فعالیت کرده‌اند. بی‌شک چنین بازاریابی نمی‌تواند یک شبه در زمینه طراحی کمپین برای کمپانی‌های بزرگ محصولات لبنی تجربه کسب کند. یکی از اشتباهات رایج در میان بازاریاب‌ها همیشه مسئله همکاری با برندهای مختلف است. باور کنید یا نه، همکاری با کلی برند در حوزه‌های مختلف برای شما رزومه خوبی محسوب نمی‌شود. پس چه بهتر که از همین اول کار تکلیف‌تان را روشن کنید. اینطوری آینده بسیار بهتری در انتظار آژانس‌تان خواهد بود.

بازاریاب‌هایی که هنوز تجربه کافی در بازار را ندارند، لازم نیست همیشه از روی دست دیگران کپی کنند. گاهی اوقات شما باید چندبار فعالیت در حوزه‌های مختلف را تجربه کنید تا سلیقه‌تان مشخص شود. منتها وقتی تصمیم‌تان را گرفتید، دیگر نباید از این شاخه به اون شاخه بپرید. در عوض تمرکزتان را فقط و فقط روی حوزه انتخابی‌تان قرار دهید. اینطوری اعتبار برندتان هم روز به روز بیشتر می‌شود.

**تمرین سوم: نظارت بر طراحی قالب سایت**

قالب سایت حرف‌های زیادی برای گفتن درباره یک برند دارد. اینکه آژانس بازاریابی شما سایت درست و حسابی نداشته باشد، ذوق هر مشتری بالقوه‌ای را کور خواهد کرد. خب مگر چندبار پیش می‌آید که آدم به موسسه بازاریابی که خودش سایتی پر از مشکل دارد، اعتماد کند؟

توصیه ما در این بخش کاملا روشن است. شما نباید اوضاع سایت‌تان را به امان خدا رها کنید. چنین کاری نه تنها مشتریان را به سوی آژانس‌تان جلب نمی‌کند، بلکه به مرور زمان کسب و کارتان را سوژه خنده دیگران خواهد کرد. به طوری که دیگر هیچ‌کس به شما اعتماد نکند.

شکل اساسی موسسات بازاریابی در زمینه طراحی سایت بی‌توجهی به قالبش است. انگار که تنها نکته مهم بازاریابی نیز دقیقا به همین شکل است. هرچه شما سابقه بیشتری در بازار داشته باشید، احتمالا مشتریان روی خوش بیشتری به شما نشان خواهند داد.

یکی از روش‌های کلیدی برای بهبود سابقه برند در بازار استفاده از مطالعات موردی است. اشتباه نکنید، قرار نیست تبدیل به یک پژوهشگر شوید یا کاری مثل تهیه پایان‌نامه انجام دهید. در عوض ماموریت‌تان تهیه یک گزارش جامع درباره همکاری‌های موفق‌تان با برندهای گوناگون است. این امر در واقع نوعی رزومه با زبانی ساده و جذاب‌تر محسوب می‌شود. اینطوری مشتریان تازه سریع تر به شما اعتماد خواهند کرد.

**تمرین ششم: شروع وبلاگ‌نویسی**

کسب و کارهای بزرگ معمولا برای خودشان وبلاگ هم دارند. شاید فکر کنید وبلاگ‌نویسی دیگر از مُد افتاده و طرفداری ندارد. در این صورت باید کمی نظرتان را عوض کنیم. بی‌شک وبلاگ‌ها مثل شبکه‌های اجتماعی پرطرفدار نیستند، اما هنوز هم بهترین منبع برای یافتن محتوای تخصصی محسوب می‌شوند. پس نباید آن را دست‌کم بگیرید.

نکته کلیدی که درباره وبلاگ‌نویسی وجود دارد، اعتمادی است که در میان افراد ایجاد می‌کند. بی‌شک اعتماد مشتریان به برندی که یک وبلاگ تخصصی و سرپا دارد، خیلی بیشتر از بقیه رقبا خواهد بود. با این حساب شما باید وبلاگ‌نویسی را به عنوان یک کار کلیدی دنبال کنید. وگرنه خیلی زود اوضاع‌تان در بازار به هم ریخته و توانایی رقابت با دیگران را از دست می‌دهید.

متاسفانه گاهی اوقات بازاریاب‌ها در وبلاگ سراغ تولید بارگذاری سریع سایت است و بقیه نکات هیچ اهمیتی ندارد. اگر شما هم اینطور فکر می‌کنید، زمان تجدیدنظر در اوضاع فرا رسیده است؛ چراکه با این دست فرمان یک راست ته دره خواهید رفت.

یک ایده هوشمندانه برای این بخش استفاده از قالب‌های مینیمال برای سایت است. یادتان باشد، رنگ‌های اصلی در قالب سایت باید مطابق با رنگ لوگوی‌تان باشد. پس به هیچ وجه بی‌گدار به آب نزنید. به علاوه، گاهی اوقات چندبار برگشت زدن قالب سایت کاملا طبیعی خواهد بود. پس با دیگران تعارف نداشته باشید.

**تمرین چهارم: کاهش زمان انتظار پاسخگویی**

هیچ‌کس دوست ندارد ساعت‌ها یا حتی روزها منتظر جواب یک برند برای سوالش باشد. شما را نمی‌دانم، ولی من که گاهی اوقات ایمیل‌هایی حاوی جواب برندها دریافت می‌کنم که اصلا یادم نمی‌آید چه زمانی با آنها در ارتباط بوده‌ام. این اتفاقی است که خیلی از مشتریان شما هم تجربه خواهند کرد. البته به شرط اینکه اوضاع‌تان در پاسخگویی به سوالات یا درخواست‌های‌شان حسابی وخیم باشد.

این روزها کلی ابزار کمکی مثل ربات چت برای کارآفرینان نقش فرشته نجات را بازی می‌کنند. کافی است یکی از این ربات‌ها را در سایت‌تان جایگذاری کنید تا خیال‌تان از بابت پاسخگویی به سوالات کلیدی کاربران راحت شود. البته خیلی دل‌تان را به این ابزارها خوش نکنید؛ چراکه همیشه کاربرانی هستند که سوالات بی‌نهایت تخصصی داشته باشند. آن وقت شما باید راه‌تان را به سوی تعامل با آنها کج کنید.

ارتباط با مشتریان همیشه کار ساده‌ای نیست. شما به عنوان یک بازاریاب باید آماده پاسخگویی به سوالات احتمالی این دسته از کاربران باشید؛ چراکه همیشه امکان رویارویی با سوالات پیچیده کاربران وجود دارد. پس چه بهتر که این سوالات را از قبل پیش خودتان مرور کنید. یادتان نرود، جواب‌های سر بالا طوری مشتریان را ناامید می‌کند که دیگر دور و بر آژانس‌تان هم آفتابی نشوند.

**تمرین پنجم: طراحی مطالعه موردی از مشتریان قبلی**

کارآفرینان همیشه دوست دارند ماموریت بازاریابی‌شان را به آژانس‌های معتبر واگذار کنند. قبول دارم طی دوره‌های بازاریابی و استفاده از یک تیم حرفه‌ای نقش مهمی در جلب نظر مدیران برندهای مختلف دارد، اما نکته کلیدی در این میان نمایش سابقه خوش برند است. به طوری که کسب و کارتان به راحتی برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف اوضاعش از این رو به آن رو شود.

مردم همیشه به حرف‌های خودشان اعتماد بیشتری دارند. مثلا اگر قرار باشد آخر هفته به تماشای یک مسابقه فوتبال بروید، احتمالا نظر دوستان‌تان در مقایسه با کارشناس‌های فوتبال نقش مهمتری در انتخاب یک مسابقه خواهد داشت. ماجرا درباره همکاری با موسسات بازاریابی نیز دقیقا به همین شکل است. انگار که تنها نکته مهم بیشتری در بازار داشته باشید، احتمالا مشتریان روی خوش بیشتری به شما نشان خواهند داد.

یکی از روش‌های کلیدی برای بهبود سابقه برند در بازار استفاده از مطالعات موردی است. اشتباه نکنید، قرار نیست تبدیل به یک پژوهشگر شوید یا کاری مثل تهیه پایان‌نامه انجام دهید. در عوض ماموریت‌تان تهیه یک گزارش جامع درباره همکاری‌های موفق‌تان با برندهای گوناگون است. این امر در واقع نوعی رزومه با زبانی ساده و جذاب‌تر محسوب می‌شود. اینطوری مشتریان تازه سریع تر به شما اعتماد خواهند کرد.

**تمرین ششم: شروع وبلاگ‌نویسی**

کسب و کارهای بزرگ معمولا برای خودشان وبلاگ هم دارند. شاید فکر کنید وبلاگ‌نویسی دیگر از مُد افتاده و طرفداری ندارد. در این صورت باید کمی نظرتان را عوض کنیم. بی‌شک وبلاگ‌ها مثل شبکه‌های اجتماعی پرطرفدار نیستند، اما هنوز هم بهترین منبع برای یافتن محتوای تخصصی محسوب می‌شوند. پس نباید آن را دست‌کم بگیرید.

نکته کلیدی که درباره وبلاگ‌نویسی وجود دارد، اعتمادی است که در میان افراد ایجاد می‌کند. بی‌شک اعتماد مشتریان به برندی که یک وبلاگ تخصصی و سرپا دارد، خیلی بیشتر از بقیه رقبا خواهد بود. با این حساب شما باید وبلاگ‌نویسی را به عنوان یک کار کلیدی دنبال کنید. وگرنه خیلی زود اوضاع‌تان در بازار به هم ریخته و توانایی رقابت با دیگران را از دست می‌دهید.

متاسفانه گاهی اوقات بازاریاب‌ها در وبلاگ سراغ تولید محتوای دست چندم می‌روند. به علاوه، کم نیستند کسانی که در وبلاگ صرفا محتوای دیگران را کپی می‌کنند. شما را نمی‌دانم، ولی من که هیچ وقت به این نوع برندها اعتماد نخواهم کرد. خب آژانس بازاریابی که حتی حوصله تولید محتوا در وبلاگش را ندارد، چطور می‌تواند به بقیه کسب و کارها کمک کند؟

اجازه دهید خیال‌تان را بابت نوع محتوای تولیدی در وبلاگ‌ها راحت کنیم. شما قرار نیست مرزهای بازاریابی را جا به جا کرده یا اطلاعات بی‌نهایت عجیبی تحویل مخاطب دهید. همین که محتوای‌تان کمی درباره دغدغه‌ها و نیازهای مشتریان باشد، کافی خواهد بود.

**تمرین هفتم: توجه به نظرات مشتریان**

چقدر نظرات مشتریان در کار شما تاثیرگذار است؟ معمولا این سوال برای خیلی از بازاریاب‌ها عجیب به نظر می‌رسد؛ چراکه عادت دارند کارشان را براساس تجربه های موفق قبلی جلو ببرند. فرمول ما در روزنامه فرصت امروز در این یک مورد کاملا متفاوت است؛ چراکه شما قرار نیست همیشه مطابق میل‌تان کار را جلو ببرید. هرچه باشد مشتریان هم نظرات خاص خودشان را دارند.

ما در دنیایی زندگی می‌کنیم که انتظارات مشتریان روز به روز بیشتر می‌شود. بنابراین اگر نتوانید خودتان را با این انتظارات هماهنگ کنید، خیلی زود کارتان به مشکل می‌خورد. تنها راه حل کلیدی هم برای آشنایی با انتظارات و خواسته‌های مشتریان استفاده از نظرسنجی‌های گوناگون است. اینطوری شما با ایده‌ها و انتظارات مشتریان آشنا خواهید شد.

شاید فکر کنید استفاده از گزینه‌هایی مثل بحث رو در رو تاثیرگذاری بهتری بر روی مخاطب هدف داشته باشد. در این صورت باید کمی ناامیدتان کنیم؛ چراکه مشتریان معمولا در گفت‌وگوهای حضوری حرف دل‌شان را مطرح نمی‌کنند. پس بهتر است سراغ گزینه‌های غیرمستقیم بروید. اینطوری دست کم اطلاعات معتبرتری دم دست‌تان خواهد بود. آن وقت می‌توانید با استفاده از این اطلاعات مسیرتان را در آینده مشخص کنید.

**تمرین هشتم: برگزاری دوره آموزشی برای کارکنان**

آیا شرکتی را سراغ دارید که نسبت به وضعیت کارمندانش کاملا بی‌تفاوت باشد؟ بی‌شک چنین موقعیتی برای بسیاری از کارمندان خوشایند خواهد بود. خب تا وقتی نیاز به یادگیری مهارت تازه نباشد، آدم با خیال راحت کارش را ادامه خواهد داد. نکته جالب اینکه کسی هم در این شرایط کاری به کار آدم نخواهد داشت. درست در چنین شرایطی تفاوت میان برندهای بزرگ و معمولی مشخص می‌شود؛ چراکه کسب و کارهای بزرگ همیشه دنبال تقویت مهارت‌های اعضای‌شان هستند.

آژانس‌های بازاریابی درگیر یک ماراتن بی‌نهایت پرفشار برای موفقیت در بازار هستند. در چنین شرایطی حتی یک اشتباه کوچک هم برای شکست شما کافی خواهد بود. اگر از ما می‌شنوید، تقویت مهارت اعضای شرکت یکی از نکات کلیدی برای هر برندی است. پس به جای اینکه دست روی دست گذاشته و کارتان را به صورت کاملا معمولی دنبال کنید، سراغ برگزاری دوره‌های مهارت‌افزایی بروید. اینطوری کارمندان‌تان روز به روز مهارت‌های بیشتری برای خودنمایی در بازار کسب خواهند کرد.

برخی از کارآفرینان فکر می‌کنند کارمندان خودشان دنبال یادگیری مهارت‌های تازه می‌روند. بنابراین اصلا نیازی به برگزاری کلاس‌های ویژه یا اعمال تغییرات عجیب و غریب نیست. اگر شما هم اینطور فکر می‌کنید، احتمالا یک دقیقه هم تجربه فعالیت به عنوان یک کارمند را نداشته‌اید. میزان حقوق دریافتی کارمندان معمولا برای ثبت نام در دوره‌های حرفه‌ای کافی نیست. به علاوه، کمتر کارمندی وقت کافی برای چنین کارهایی دارد. با این حساب تنها گزینه منطقی اقدام مدیران برای برگزاری کلاس‌های مهارت‌افزایی است. وگرنه آب از آب تکان نخواهد خورد.

**تمرین نهم: تمرکز بر روی نتایج**

سرمربی فوتبالی را در نظر بگیرید که دوست دارد حتی درباره جزئی‌ترین تمرینات بازیکنانش هم نظر بدهد. بی‌شک مربی قصه‌مان بعد از چند جلسه حسابی روی اعصاب تمام بازیکنان خواهد رفت. حالا اگر یک مربی دیگر کاری به کار تمرینات فردی بازیکنان نداشته باشد و فقط روی کارهای تیمی تمرکز کند، احتمالا حسابی بین اعضای باشگاه محبوب خواهد شد. نکته جالب اینکه معمولا مربی‌هایی که آزادی عمل بیشتری به بازیکنان در تمرین‌ها می‌دهند، نتایج بهتری کسب می‌کنند؛ چراکه آنها همه تمرکزشان روی نتایج نهایی است. به طوری که دیگر فرصتی برای خرده‌کاری‌ها باقی نماند.

اشتباهی که خیلی از مدیران در آژانس‌های بازاریابی مرتکب می‌شوند، تلاش برای دخالت در جزئی‌ترین کارهاست. انگار که مسئولیت آنها رسیدگی به تک تک پروژه‌هایی است که اعضای آژانس برعهده دارند. شما را نمی‌دانم، ولی من که خیلی زود در چنین شرایطی انرژی‌ام تمام می‌شود. به طوری که دیگر توانی برای کارهای مهمتر نخواهد داشت.

فرمول ما در این بخش یک تمرین بی‌نهایت ساده است. کافی است شما به جای دخالت در کار بقیه تیم‌ها فقط و فقط حواس‌تان را به نتیجه کارها دهید. مثلا اگر پروژه‌ای شامل همکاری با یک برند ورزشی برای طراحی کمپین بازاریابی دارید، لازم نیست هر دقیقه در کار اعضای تیم دخالت کنید. در عوض تمرکزتان را روی نتیجه کار گذاشته و فقط در صورتی که از شما درخواست کمک شد، وارد گود شوید.

باور کنید یا نه، خیلی وقت‌ها دخالت مدیران در کارها اوضاع را بدتر می‌کند؛ چراکه کارمندان خیلی زود استرس گرفته و دیگر کیفیت کاری سابق را نخواهند داشت. پس یک لطفی به خود و برندتان کرده و دور دخالت‌های بیجا در کار کارمندان را خط بکشید.

**تمرین دهم: استفاده از ابزارهای کاربردی**

دوره‌ای که بازاریابی فقط و فقط به طور دستی انجام می‌شد، دیگر به پایان رسیده است. حالا ما در دوران یکه تازی هوش مصنوعی زندگی می‌کنیم و طبیعی است که کلی ابزار گوناگون برای بازاریابی راحت‌تر دم دست ما می‌باشد. اگر دوست دارید خیلی زود به عنوان یک آژانس بازاریابی محبوب در بین کاربران شناخته شوید، باید همیشه کارتان را براساس اطلاعات دقیق جلو ببرید. اولین پیشنهاد ما در این بخش آشنایی با گوگل آنالیتیکس است. این ابزار حرفه‌ای به شما امکان دسترسی به اطلاعاتی را می‌دهد که تا قبل از این هیچ بازاریابی حتی فکرش را هم نمی‌کرد.

خیلی از بازاریاب‌ها فقط و فقط به ابزارهای گوگل اعتماد دارند. اگر شما هم چنین ذهنیتی دارید، به اندازه کافی فرصت‌های طلایی‌تان را سوزانده‌اید؛ چراکه در بازار کلی ابزار دیگر هم هست که به دردتان خواهد خورد. مثلا ابزار اسپروت سوشیال (Sprout Social) را در نظر بگیرید؛ این ابزار به طور تخصصی به بازاریاب‌ها برای تولید محتوای بهتر در شبکه‌های اجتماعی کمک می‌کند. به طور مشابه، ابزار هوت سویت (Hootsuite) علاوه بر شبکه‌های اجتماعی، وبلاگ‌ها را نیز پوشش می‌دهد. به طوری که شما نیازی به چک کردن وضعیت وبلاگ‌ها به طور سنتی نداشته باشید.

ما در روزنامه فرصت امروز همیشه کار هوشمندانه را بهتر از ساعت‌های پشت سرهم بیکاری می‌دانیم. اینطوری هم کمی فرصت برای رسیدگی به زندگی شخصی‌تان خواهید داشت، هم اینکه لازم نیست دائما استرس نتیجه نهایی کارتان را داشته باشید. خب مگر یک بازاریاب به غیر از خیال راحت درباره نتیجه کارش چیز دیگری هم لازم دارد؟

**سخن پایانی**

توسعه آژانس بازاریابی شاید به نظر کار ساده‌ای به نظر برسد، اما به محض اینکه واردش شوید، تبدیل به هزارتویی بی‌پایان خواهد شد. در این میان فقط تکنیک های کاربردی است که می‌تواند جان شما را نجات دهد. ما در این مقاله سعی کردیم تمام تمرین‌هایی که به درد توسعه آژانس بازاریابی می‌خورد، کنار هم قرار دهیم. شما الان نه تنها مقدمات ورودتان به عرصه دیجیتال مارکتینگ فراهم شده، بلکه آماده یکه تازی در این حوزه نیز هستید. از اینجا به بعد همه چیز به پشت کار خودتان بستگی دارد. پس منتظر چه هستید؟ همین حالا دست به کار شده و فعالیت‌تان را شروع کنید.

من و همکارانم در روزنامه فرصت امروز امیدواریم نکات مورد بحث در این مقاله به دردتان خورده باشد. مثل همیشه اگر سوالی داشتید، ما همیشه آماده کمک به شما هستیم

منابع:

https://agencyanalytics.com/blog/how-to-grow-digital-agency
https://digitalagencynetwork.com/how-to-boost-your-digital-marketing-agency-/growth

فرصت امروز
روزنامه مدیریتی - اقتصادی
| شنبه | ۲۰ خرداد ۱۴۰۲ | شماره ۲۲۵۰ | صفحه ۸ |
صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز
مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی
چاپ: ریحان
دفتر مرکزی: مطهری، خیابان علی‌اکبری، پلاک ۱۱۵
دفتر مرکزی: ۸۸۵۱۴۵۳۸
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۵۲۶۹۲۳
آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS
WWW.FORSATNET.IR
INFO@FORSATNET.IR