

موضوع رشد نقدینگی در اقتصاد ایران را نمی‌توان و نباید جدا از موضوع درگیری اقتصاد ایران با تورم مزمن ارزیابی نمود. واقعیت آن است که در اقتصاد ایران، تورم از دو کانال ایجاد اعوجاج در نظام علامت‌دهی قیمت و افزایش سرعت تغییرات در ساختار قیمت‌های نسبی در عملکرد بنگاه‌ها و خانوارها ایجاد اختلال می‌کند. این دو اختلال که عمیقا به یکدیگر مربوط هستند در نهایت منجر از بین رفتن انگیزه برای سرمایه‌گذاری در سازماندهی و نوآوری جهت ارتقای بهره‌وری، کاهش قیمت نسبی خدمات تخصصی مورد نیاز مشاغل با بهره‌وری بالا، کاهش حساسیت بازارها به کیفیت محصول و در یک کلام، ضعف کشور و فقر ملت می‌شود. از سوی دیگر، رشد نقدینگی «بی‌رویه»‌اعم از اینکه به واسطه خلق پول پر قدرت در سرورهای بانک مرکزی رخ دهد یا به معنای تخصیص اعتبار از سوی بانک‌های تجاری به مشتریان بدون توجه به خطر شکل‌گیری دارایی‌های سمی در ترازنامه بانک باشد، در واقع به این معنا خواهد بود که افراد و نهادهایی نامتناسب با عملکرد اقتصادی خود و بی‌توجه به ریسک عملکرد آتی و همچنین بدون در نظر گرفتن وضعیت پویایی چرخه‌های تجاری در نظام اقتصادی، صاحب قدرت خریدی شده‌اند که باید توسط عرضه محدود...

فرصت امروز: حدود پنج سال پیش بود که «دونالد ترامپ» رئیس‌جمهور وقت آمریکا، جنگ تجاری گسترده‌ای را علیه چین با افزایش تعرفه‌های تجاری کلید زد. هدف او از این جنگ‌ها، این بود که کسری تجاری دوجانبه آمریکا با چین کاهش پیدا کند. بعد از ریاست جمهوری «ترامپ» نیز «جو بایدن» همین مسیر را با تمرکز روی جدایی تجاری آمریکا از چین ادامه داد.

مهم‌ترین اجزای برنامه رئیس‌جمهور کنونی آمریکا، این بود که صادرات تکنولوژی‌ای پیشرفته از واشنگتن به پکن را محدود کند و ارتباطات مالی و تبادل نیروهای حرفه‌ای را در این عرصه به شدت کاهش دهد. هم «ترامپ» و هم «بایدن» هدفشان این بود که واردات کالاهای تولیدی را کاهش دهند و در داخل آمریکا، فرصت‌های شغلی بیشتری ایجاد کنند.

حالا چگونه می‌توان میزان تاثیر سیاست‌های «ترامپ» و «بایدن» در عرصه جنگ تجاری با چین را بررسی کرد؟ در آن زمان و نیز در زمان کنونی، منتقل تمرکز «دونالد ترامپ» روی کسری تجاری چندان درست به نظر نمی‌رسید. به تدریج هم نگرانی‌های سیاسی و امنیتی آمریکا درباره چین به پایه اصلی کاهش مناسبات تجاری واشنگتن با پکن تبدیل شد و بین سیاستمداران آمریکایی طرفدار زیادی پیدا کرد. آنها همچنین به این نتیجه رسیدند که برای کاهش پتانسیل رشد اقتصادی چین می‌توان روی جنگ تجاری با این کشور حساب ویژه‌ای باز کرد. در مقابل اعمال این معیارها، نتایج مختلفی به دست آمده است و البته همزمان شاهد فشارهای تورمی، کاهش رشد صادرات و مسائل دیگر در اقتصاد آمریکا نیز بوده‌ایم، اما سیاستمداران آمریکایی از هر دو حزب به وضوح از معیارهای تجاری محدودکننده با چین استقبال می‌کنند و معتقدند این هزینه‌ها در برابر نتایجی که در میان رای‌دهندگان حوزه‌های انتخابی‌شان مشاهده کرده‌اند، هیچ است. دیدگاه کلی در آمریکا، این است که هر چه با چین سختگیرتر باشی، رای‌دهندگان

با وجود آنکه چین یکی از جذاب‌ترین داستان‌های توسعه در سالیان گذشته را روایت کرده است، اما سخن گفتن از دیپلماسی اقتصادی ازدهای زرد توأمان آسان و دشوار است؛ از یکسو به دلیل آنکه تحولات این کشور هر روز در میان اخبار رسانه‌های داخلی و خارجی قرار دارد و طیف وسیعی از مطالب مختلف در مورد آن منتشر می‌شود بنابراین به آسانی می‌توان کلیشه‌های رایج در مورد این کشور و دیپلماسی اقتصادی آن را تکرار کرد. از دیگرسو، تبیین دیپلماسی اقتصادی چین در عصر اطلاعات (که در آن تکنیک اطلاعات درست و نادرست به امر دشواری بدل شده است) به طور فزاینده‌ای پیچیده است. این دشواری در مورد چین که دولت آن تمایل ویژه‌ای به سکوت دارد و جامعه مدنی آن به شدت ضعیف است، نمایان تر است. با وجود این دشواری‌ها، بازوی پژوهشی اتاق ایران در یک مطالعه کوشیده است تا برداشت واقع‌بینانه و غیرکلیشه‌ای از دیپلماسی اقتصادی چین ارائه دهد و الگوی چینی دیپلماسی اقتصادی را در روابط با ایران مورد بحث قرار دهد. مرکز پژوهش‌های اتاق ایران در گزارش «دلالات‌های تحول در سیاست‌های توسعه‌ای چین برای دیپلماسی اقتصادی»، به بررسی سیاست‌های توسعه چین و چالش‌های آن پرداخته و با اشاره به جایگاه جهانی چین و نقش ایران در دیپلماسی اقتصادی این کشور می‌گوید: دیپلماسی اقتصادی چین به‌گونه‌ای است که به افزایش نقش آن در ساختارهای

فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی

تلاشی که به ثمر نشست، سیاستی که جواب داد آرامش در بازار خودرو



آنچه آمریکا از جنگ تجاری با چین به دست نیاورد؟

بازی دوسر باخت در بنگه دنیا

آمریکا جامه عمل پوشاند و طبعاً چین هم تمایلی ندارد چنین کاری انجام بدهد.

تمرکز روی اعداد و ارقام مربوط به تجارت دوجانبه آمریکا و چین باعث می‌شود به موضوع کاهش شدید سهم چین در تجارت با آمریکا بی‌توجهی شود. در حالی که چین تشکیل دهنده ۴۷ درصد از کسری تجاری آمریکا در سال ۲۰۱۷ بود، سال گذشته این عدد کاهش یافت و به ۳۲ درصد رسید. جای سهم چین را هم برخی کشورهای دیگر از آسیای شرقی گرفتند. سهم اروپا از کسری تجاری کلی آمریکا هم از ۲۱ درصد به ۱۸ درصد کاهش پیدا کرد. فقط کانادا و مکزیک در چارچوب توافقنامه آمریکا-مکزیک-کانادا سهم خود را از ۱۱ درصد به ۱۸ درصد افزایش دادند.

در باب وابستگی به واردات

با نگاهی به اجزای تجارت می‌توان به دیدگاه‌های بیشتری در این خصوص رسید. با وجود آنکه ارزش واردات آمریکا از چین به صورت اصولی در سال ۲۰۲۲ با اندازه سال ۲۰۱۷ باقی مانده بود، امسا واردات کلی آمریکا در این دوران ۹۰۰ میلیارد دلار افزایش داشت. نتیجه این شد که سهم چین از ۲۲ درصد به ۱۷ درصد کاهش یافت، اما این کاهش باعث نشد که میزان وابستگی آمریکا به واردات کالاهای تولیدی پایین بیاید. سهم واردات مرتبط با کالاهای تولیدی در فاصله دو دهه منتهی به سال ۲۰۲۲ عملاً از ۲۳ درصد به ۳۴ درصد افزایش پیدا کرد. کاهش سهم چین در واردات کالاهای تولیدی آمریکا عملاً توسط وارداتی که از کشورهای دیگر مثل مکزیک و ویتنام انجام گرفت، جبران شد. این دو کشور در حال توسعه بیش از سایر کشورها قادر بودند که به واردات گسترده بپردازند چون توافقنامه‌های تجارت آزاد و مزایای موقعیت جغرافیایی و تجاری برای آنها وجود داشت. ویتنام و چین مرز مشترک دارند و توسط توافقنامه تجاری آسه آن-چین به یکدیگر مربوط هستند. مکزیک و آمریکا

دیپلماسی چین چگونه در خدمت توسعه قرار گرفت؟

الگوی چینی دیپلماسی اقتصادی

چالش‌های داخلی و تغییر محیط بین‌المللی متحول شده‌اند. در داخل چالش‌هایی همچون پیمدهای زیست‌محیطی مخرب ناشی از پیشبرد سریع توسعه اقتصادی، افزایش ریسک گرفتار شدن چین در دام درآمد متوسط، نیاز فزاینده این کشور به منابع و مواد خام و آثار منفی سیاست «کووید صفر» جعلگی زمینه‌هایی را برای تغییر سیاست‌های توسعه‌ای و وجود آورده‌اند. از دیگرسو، تغییر محیط بین‌المللی و چین نگرانی فزاینده کلون‌های قدرت و ثروت بین‌المللی از رشد پرشتاب این کشور، شرایط را نسبت به دهه‌های نخست برنامه اصلاحات و سیاست «درهای باز» متفاوت کرده است. کشورهای غربی به‌ویژه ایالات متحده آمریکا به طور فزاینده‌ای چنین را به عنوان رقیب و حتی تهدید تصویر می‌کنند و موانع فزاینده‌ای پیش پای گسترشتر ژئواکونومیک این کشور می‌گذارند.

* ترکیب عوامل داخلی و بین‌المللی، زمینه را برای بازاندیشی سیاست‌های توسعه چین فراهم آورده است. چین در این قالب، گذار از نقش آفرینی به عنوان کارخانه جهان به کانون فناوری و نوآوری جهان را آغاز کرده است و به‌سرعت در این مسیر به پیش می‌رود. افزون بر این، پیشبرد توسعه سبز و کم‌کربن و کاهش اتکا به اقتصاد صادرات‌محور در قالب چرخه دوگانه، مهم‌ترین ابعاد تغییر در سیاست‌های توسعه‌ای چین محسوب می‌شوند.

هم مرز مشترک دارند و توسط توافقنامه تجاری آمریکا-مکزیک-کانادا به یکدیگر مرتبط هستند.

آنچه که کمتر مورد توجه قرار گرفته، نقش پشت پرده‌ای است که چین در تأمین اجزا و مواد برای صادرات کشورهای دیگر به آمریکا ایفا می‌کند. مثلاً بخش اعظم صادرات افزایش یافته ویتنام در آن خطوط تولیدی بود که واردات آمریکا از چین در آنها کاهش یافته بود، نظیر اجزای کامپیوتری و تجهیزات مخابراتی. صادرات چین به ویتنام از سال ۲۰۱۷ به بعد بیش از دو برابر افزایش داشته است. صادرات چین به مکزیک هم سال گذشته تقریباً ۳۰ درصد افزایش داشت و در سال ۲۰۲۱ هم رشد ۵۰ درصدی را تجربه کرد. چین مستقیماً شاهد کاهش صادرات به آمریکا بوده، اما به صورت غیرمستقیم چنین وضعی نداشته است. این توضیح می‌دهد که چرا سهم چین در تولید جهانی همچنان افزایش یافته و در ۲۶ درصد در سال ۲۰۱۷ به ۳۱ درصد در سال ۲۰۲۱ رسیده است. صادرات آمریکا هم در این بازه زمانی از ۱.۵ تریلیون دلار به ۱.۹ تریلیون دلار رسید، اما این افزایش در حوزه کالاهای تولیدی نبود؛ بلکه در حوزه صادرات محصولات انرژی و مواد شیمیایی به اروپا بود و علتنش هم بحران اوکراین بود. جنگ تجاری عملاً نتوانست باعث افزایش صادرات آمریکا به چین شود و سهم این صادرات که در سال ۲۰۱۷ میلادی ۸.۴ درصد بود در سال ۲۰۲۲ کاهش یافت و به ۷.۵ درصد رسید.

فرست‌ها و تهدیدهای جدایی

نتایج یک تحقیق نشان می‌دهد شرکت‌های آمریکایی به خاطر افزایش هزینه واردات دچار در دسر زیادی شده‌اند و این باعث شده صادرات آمریکا به چین ۲۳ درصد کمتر از زمانی باشد که جنگ تجاری شروع نشده بود این یعنی سیاست‌های آمریکا در عرصه جنگ تجاری به رشد کمی در عرصه صادرات کالاهای تولیدی منتهی شد و با این حال، دولت‌های ترامپ و بایدن به وضوح این موضوع را در اولویت قرار دادند. اگر هدف اقدامات

* همانطور که در متن گزارش اشاره شده است، توسعه اقتصادی چین در متن و بطن اقتصا جهانی شکل گرفته و همچنان به عنوان بهشتی از اقتصاد جهانی به‌پیش می‌رود. به دیگر سخن، چین هم‌موتور اقتصاد جهانی محسوب می‌شود و هم از دیگر سو در اقتصاد جهانی تنیده شده است. از همین رو این کشور، دیپلماسی اقتصادی خود را به‌گونه‌ای در سال‌های اخیر هدایت کرده است که به افزایش نقش و وزن آن در ساختارهای اقتصاد جهانی بدون برهم زدن این ساختارها منتهی شود. * در همین راستا، چین از بازیگری قاعده‌پذیر به بازیگری قاعده‌نویس تغییر نقش و جایگاه داده است و با شکل‌دهی به بانک سرمایه‌گذاری زیرساخت آسیایی و ایجاد نظام نوین وام‌دهی، قواعد جدیدی در حوزه اقتصاد سیاسی بین‌الملل طراحی کرده است. افزون بر آن، با طراحی و اجرای بزرگ‌ترین مگاپروژه تاریخ بشر تحت عنوان پروژه «کمربند و راه»، نقش کلیدی در شکل‌دهی به روندهای اقتصاد جهانی یافته است. تازه‌ترین نماد نقش آفرینی چین به عنوان بازیگر قاعده‌نویس در اقتصاد جهانی، شکل‌دهی به بزرگ‌ترین موافقت‌نامه تجارت آزاد جهان موسوم به مشارکت جامع اقتصادی منطقه‌ای است. * آنچه در تمامی این ابتکارهای چینی مشهود است، این است که چین به عنوان رقیبی در برابر قدرت‌های بزرگ نظم بین‌الملل لیبرال و به‌ویژه ایالات متحده آمریکا قد علم کرده است، اما در همین حال، قدرتی است که برخلاف شوروی از



آیا اقتصاد ایران ابر تورم را تجربه می‌کند؟

التهاب هسته تورم

فرصت امروز: سال ۱۴۰۲ در حالی سال «مهار تورم، رشد تولید» نامگذاری شده که تورم دورقمی به معضل همیشگی اقتصاد ایران تبدیل شده است؛ تومی که رکوردهای جدیدی را به ثبت رسانده و متأسفانه در برخی از بخش‌ها سه رقمی هم شده است. البته آنچه محاسبه تورم را از اسفندماه سال گذشته تاکنون از سوی مرکز آمار چالش‌برانگیز کرده، تغییر سال پایه محاسبه تورم است که با واکنش کارشناسان مواجه شده است. با این حال، پرونده تورم سال ۱۴۰۱ به گواه گزارش مرکز آمار با رقم ۴۶.۵ درصد بسته شد و هرچند انتظار می‌رفت با تخلیه فشار ناشی از تحریم‌ها و فروکش کردن امواج کرونا، سطح تورم با گذشت زمان رفته‌رفته به تعادل برسد، اما تاخیر در احیای برجام و تداوم تحریم‌ها باعث شده تا فشار تورمی همچنان ادامه داشته باشد. تحریم‌ها همچنین فعالیت بخش خصوصی را به شدت پرهزینه ساخته و همزمان چالش‌های داخلی نیز به این وضعیت بحرانی بیش از پیش دامن زده است. به نظر می‌رسد سرنوشت اقتصاد ایران عملاً به روابط خارجی گره خورده و بررسی وضعیت چند سال اخیر نشان می‌دهد که اقتصاد ایران بیشتر از آنچه تصور می‌شده به معادلات سیاست خارجی وابسته است.

البته افزایش تورم تنها برای ایران نیست و با تداوم جنگ روسیه و اوکراین به دنبال بالا رفتن قیمت مواد غذایی و هزینه انرژی، سطح تورم جهانی نیز افزایش یافته است. می‌توان گفت که حمله روسیه به اوکراین در ابتدای سال ۲۰۲۲ از تأثیرات کرونا هم مخرب‌تر عمل کرد. با اعمال تحریم‌های اقتصادی غرب علیه روسیه که یکی از بزرگ‌ترین تولیدکنندگان نفت خام جهان به شمار می‌رود، قیمت نفت یک سوم افزایش یافت. قیمت مواد غذایی هم به دلایل مختلفی از جمله بالا رفتن قیمت کود و حمل و نقل و ممنوع شدن صادرات غلات از اوکراین به عنوان یکی از بزرگ‌ترین تولیدکنندگان گندم جهان رو به افزایش گذاشت. در اقتصاد به این وضعیت شوک اقتصادی کلاسیک...

۲

شاخص کل بورس تهران سطح ۲.۲ میلیونی را از دست داد

چهارمین روز ریزش بورس

۴

مدیریت و کسب‌وکار

راهنمای طراحی استراتژی بازاریابی برای استارت‌آپ‌ها

آیا شما با نحوه مدیریت یک استارت‌آپ به طور کاربردی آشنایی دارید؟ پاسخ به این پرسش چندان ساده نیست. بسیاری از کارآفرینان در پاسخ به این پرسش بر روی توانایی‌های بسیار زیادشان تأکید دارند، با این حال در عمل با مشکلات زیادی برای مدیریت کسب و کارشان مواجه می‌شوند. یکی از بخش‌های مهم برای مدیریت کسب و کار مربوط به بازاریابی است. طراحی استراتژی بازاریابی حتی برای کسب و کارهای بزرگ نیز درس‌ساز است بنابراین استارت‌آپ‌ها باید به فکر یافتن راهکارهایی برای غلبه بر چنین مشکلاتی باشند. بازاریابی برای استارت‌آپ‌ها بیشتر شبیه به یادگیری قایق‌سواری است. بسیاری از مردم توانایی قایق‌سواری ندارند. در این میان برخی برای نخستین بار به سراغ این تجربه هیجان‌انگیز می‌روند. تجربه شما هر طور که باشد، باید نسبت به اجرای درستش توجه نشان دهید. استفاده از ابزارهای مناسب در این میان اهمیت بسیار...

۸

تبیهی آمریکا آن بود که چین را از لحاظ اقتصادی ضعیف کند، شواهدی در این خصوص وجود ندارد. چین توانست در این سال‌ها سهم خود از صادرات جهانی را بالا ببرد و این کار را با توسعه بازارهای صادرات جایگزین و استفاده از تقاضای فزاینده برای کالاهای تولیدی در کشورهای غربی انجام داد. در همین حال، واردات چین به عنوان بخشی از تولید ناخالص داخلی به طور مداوم کاهش یافت و از ۲۸ درصد در دهه ۲۰۰۰ به ۱۷ درصد در سال ۲۰۲۲ رسید. می‌توان گفت که جهان در زمینه تجارت بیشتر به چین وابسته شده و در مقابل، چین وابستگی خود را به جهان کمتر کرده است.

هزینه‌هایی که برای مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان داشته و ضربه‌ای که به رقابت‌پذیری شرکت‌های آمریکایی زده، بررسی کرد. دولت بایدن برای مقابله با این روندها به دنبال آن بود که با ارائه بارانه در چارچوب قانون کاهش تورم، راهی برای تقویت تولید داخلی پیدا کند. این اقدامات می‌توان با دلایل استراتژیک توجیه کرد، اما این منطق توسط سیاست پروتکشنیستی «جس آمریکایی بخیر» تقعیف شده است. سیاستگذاران آمریکایی اغلب از موضوع استفاده چین از بارانه برای تشویق صنایع استراتژیک انتقاد می‌کنند، اما به نظر می‌رسد که در نهایت، شرکت‌های چینی با همین کارها موفق شده‌اند تکنولوژی‌های صنعتی را وارد کنند و از رقابت‌پذیری محصولات خود در سطح جهانی در زمینه هزینه و عملکرد اطمینان یابند. همچنین محدودیت‌هایی که اخیراً در زمینه دسترسی به نیمه رساناها و محصولات پیشرفته تکنولوژیک از سوی واشنگتن علیه پکن اعمال شد، خود بخشی از مشکل را به نمایش می‌گذارد؛ زیرا این محصولات استفاده دوگانه دارند و بازار تجاری آنها به مراتب از کاربرد نظامی‌شان بیشتر است. این محدودیت‌ها به بسیاری از شرکت‌های آمریکایی آسیب زده و همچنان خواهد زد.

منافع بسیار کلانی در نظم موجود بین‌المللی برخوردار است. از همین رو، روند نظم‌سازی چین در اقتصاد جهانی در راستای ایجاد تحولات درون سیستمی و نه برهم زنده نظام حکمرانی اقتصاد جهانی قرار دارد. نهادهایی که چین شکل داده است عمدتاً در رقابت با سازوکارهای سنتی حکمرانی اقتصاد جهانی و نه در تعارض با آنها قرار می‌گیرند.

* چنین روابط اقتصادی با ایران را به عنوان بخشی از دیپلماسی اقتصادی کلان خود در صحنه بین‌المللی می‌نگرد و در این چارچوب با ایران تعامل می‌کند. در این تعامل، حفظ هسته اقتصاد سیاسی بین‌الملل در سطح کلان و جلوگیری از آسیب ناشی از تحریم‌ها بر موقعیت شرکت‌های چینی و در عین حال، مقابله حادقلی با تحریم‌های یک‌جانبه توأمان در دستور کار چین قرار دارد.

* چین به عنوان یک فشارشکن در برابر تحریم‌های ایالات متحده آمریکا علیه ایران عمل می‌کند. این کشور در سال‌های اخیر، نقش مهمی در مقابله ایران با فشارهای تحریمی ایفا کرده است، اما انتظار نقش آفرینی چین در توسعه ایران در شرایط تحریمی با واقعیات دیپلماسی اقتصادی چین نمی‌خواند. چین احتمالاً تا مادامی‌که ایران تحت تحریم باشد، شرکت‌های مهم خود را وادار به همکاری با ایران و در نتیجه، قرار گرفتن در معرض مجازات‌های تحریمی ایالات متحده آمریکا نخواهد کرد.

کارمندان ۱٫۵ برابر مشاغل مالیات می‌دهند

شکاف مالیاتی مشاغل

مقایسه درآمد‌های مالیاتی در سه سال گذشته نشان می‌دهد که با وجود داشتن حدود ۶ میلیون پروانه کسب، اما سهم مالیات مشاغل همچنان اندک بوده و بخش اعظم شکاف مالیاتی کشور در این بخش رخ می‌دهد. «مهار تورم و رشد تولید» به عنوان شعار سال ۱۴۰۲ از سوی رهبری انتخاب شده و «مهار تورم» بیش از پیش به یکی از کلیواژه‌های دولتمردان تبدیل شده است. برخی از کارشناسان، «کسری بودجه» را یکی از متهمان اصلی تورم بالا در اقتصاد ایران می‌دانند. تأمین هزینه‌های جاری کشور در حالی باید از طریق درآمد‌های مالیاتی (که به عنوان درآمد پایدار کشور شناخته می‌شود) صورت گیرد که متأسفانه این اصل در کشورمان به دلیل شکاف گسترده مالیاتی محقق نمی‌شود. کاهش دسترسی به درآمد‌های نفتی در سال‌های تحریم، ضعف عملکرد نظام حکمرانی در مالیات‌ستانی را بیش از گذشته نمایان کرده است؛ زیرا تا پیش از این به دلیل توجه بیش از حد به درآمد‌های نفتی، مبحث مالیات تقریباً در اقتصاد ایران جایگاهی نداشت.

تعریف پایه‌های مالیاتی از جمله مالیات بر سوداگری و مالیات بر مجموع درآمد اشخاص، از جمله مواردی است که در سال‌های گذشته در دستور کار مجلس و دولت قرار گرفته و گام‌های مثبتی در زمینه نهایی‌سازی مالیات بر سوداگری (همان مالیات بر عایدی سرمایه) برداشته شده است. از آنجا که نظام مالیاتی ایران، سنتی و غیردقیق است، بخش اعظمی از درآمد‌های مالیاتی از کارکنان بخش‌های دولتی و خصوصی و شرکت‌های بزرگ دریافت می‌شود و کشور از درآمد سایر حوزه‌ها بی‌بهره مانده است. این موضوع باعث شده تا بار اصلی پرداخت مالیات بر دوش اشخاص حقوقی و شرکت‌های تولیدکننده باشد؛ موضوعی که اساساً برخلاف الزامات اقتصاد مقاومتی است. یکی از مصوبات قابل توجه مجلس در سال ۱۳۹۸، قانون پایه‌های فروشگاهی و سامانه مودیان است که اجرای آن ضمن سامان بخشی به رویه مالیات‌ستانی از مشاغل، روند اجرای مالیات بر ارزش افزوده را هم شفاف می کند و با تکمیل این سامانه، میزان فرار مالیاتی به شدت کاهش می‌یابد. براساس داده‌های سازمان امور مالیاتی کشور، سهم مالیات بر درآمد مشاغل از کل درآمد‌های مالیاتی در یک دهه گذشته حدود ۴ درصد بوده و نکته جالب اینکه مجموع مالیات دریافتی از مشاغل تقریباً معادل ۵۰ درصد مالیات دریافتی از حقوق کارکنان بخش عمومی و خصوصی است. درخصوص مالیات بر حقوق کارکنان بخش عمومی و خصوصی (اغلب کارگران) باید گفت که این افراد پیش از دریافت حقوق مالیات خود را پرداخت می‌کنند، لذا با مکانیسم‌های تعریف شده، کمتر امکان شکاف مالیاتی در این بخش وجود دارد، اما درخصوص مالیات مشاغل، روندهای متفاوتی طی می‌شود. مطابق آمارهای رسمی، سرانه مالیات پرداختی مشاغل در سال ۱۴۰۰ (عملکرد سال ۱۳۹۹) حدود ۵٫۸ میلیون تومان و در سال ۱۴۰۱ (عملکرد سال ۱۴۰۰) حدود ۶٫۴ میلیون تومان بوده و این در حالی است که کارمندان بخش عمومی در سال‌های ۱۴۰۰ و ۱۴۰۱ به ترتیب حدود ۸٫۸ میلیون تومان و ۱۰ میلیون تومان مالیات پرداخت کرده‌اند. نکته جالب‌توجه این است که تعداد کارکنان بخش عمومی یا همان کارمندان دولت ۲٫۳ میلیون نفر است؛ درحالی‌که تعداد افراد دارای پروانه کسب یا همان افراد شامل مالیات مشاغل در حدود ۶ میلیون نفر است. به عبارتی، کارمندان دولتی یک و نیم برابر افراد دارای پروانه کسب، مالیات پرداخت می‌کنند.

همچنین براساس اسناد منتشرشده از سوی سازمان امور مالیاتی، شکاف مالیاتی کشور در پایان سال ۱۳۹۸ حدود ۹۷ هزار میلیارد تومان برآورد شده است که سهم مشاغل در آن بیش از ۵۰ درصد است. با این اوصاف می‌توان گفت که صرفاً حدود ۲۰ درصد از مالیات بالقوه مشاغل وصول می‌شود. نکته جالب‌تر اینکه حدود ۹۴ درصد از مودیان مالیاتی که در سال ۱۴۰۰ از ظرفیت تبصره ماده ۱۰۰ استفاده کرده‌اند، اساساً مالیاتی پرداخت نکرده و یا کمتر از ۱۰ میلیون تومان پرداخت کرده‌اند. حال سوال این است که چگونه در شرایط فعلی یک فرد حاضر است سرمایه‌گذاری میلیاردی در یک شغل انجام دهد، ولی به سود ماهیانه بین ۷ تا ۱۰ میلیون تومان رضایت دهد؟ اگر فردی در حوزه‌ای سرمایه‌گذاری می‌کند به دنبال کسب سود است و عدم پرداخت مالیات به‌واسطه سود اندک با سرمایه‌گذاری این افراد همخوانی ندارد، هر چند نمی‌توان این امر را درخصوص همه افراد دارای پروانه کسب اعلام کرد، اما بسیاری از افراد دانه‌درشت به‌واسطه پنهان‌سازی درآمد‌های خود، مشمول این ماده قانونی می‌شوند.

در حوزه مالیات بر مشاغل نیز شکاف مالیاتی در بخش از مشاغل پررتگرت است. به‌عنوان نمونه، سرانه مالیات ابرازی پزشکان و دندانپزشکان در سال ۱۴۰۱ (عملکرد سال ۱۴۰۰) به ترتیب ۲۱٫۲ میلیون و ۱۷٫۵ میلیون تومان بوده؛ درحالی‌که این رقم برای آهن‌فروشان، وکلا و بنگاه‌های املاک حدود ۲ تا ۳ میلیون تومان بوده است. نکته جالب اینجاست که بررسی سازمان امور مالیاتی، میزان شکاف مالیاتی پزشکان در سال ۱۳۹۵ از حدود ۷۲ درصد نشان می‌دهد و از آنجایی که هنوز بخش اعظمی از پزشکان نسبت به استفاده از دستگاه‌های کارت‌خوان مقاومت می‌کنند، می‌توان گفت که همچنان شکاف مالیاتی این افراد بالاست. درخصوص وکلا، طلافروشان، آهن‌فروشان، بنگاه‌های املاک و خودرو نیز وضعیت حتی از پزشکان و دندان‌پزشکان بدتر است. به‌عنوان نمونه در حوزه املاک ۱۴۲ هزار مودی مالیاتی مشغول به فعالیت هستند؛ درحالی‌که به طور میانگین تنها ۱٫۳ میلیون تومان مالیات ابرازی وصول شده است. با وجود اینکه برخی از افراد از کاهش خریدوفروش در حوزه املاک خبر می‌دهند، پس چگونه ۱۴۲ هزار بنگاه املاک در سطح کشور فعالیت می‌کنند؟ اگر این افراد فاقد درآمد هستند پس چرا سالیانه شاهد افزایش بنگاه‌های املاک در بسیاری از مناطق نظیر شهر تهران و شمال کشور هستیم؟

آنچه مشخص است، میان مالیات مشاغل و مالیات کارکنان بخش عمومی و خصوصی، تفاوت عمیقی وجود دارد؛ تفاوتی فاحشی که بیانگر فرار مالیاتی برخی از کسبه بوده و تا زمان تکمیل سامانه مودیان و بررسی دقیق حساب‌های شخصی به تعادل منجر نخواهد شد. هرچند در روزهای اخیر مسئولان سازمان امور مالیاتی از شناسایی حساب‌های شخصی برخی از کسبه خبر داده‌اند، اما همچنان به سبب عدم وضع جرایم سنگین برای متخلفان، شاهد فرار مالیاتی گسترده در این حوزه هستیم. به نظر می‌رسد که اجرای دقیق و بدون کم‌وکاست تمامی بندهای قانون پایه‌های فروشگاهی و سامانه مودیان نظیر صدور صورت‌حساب الکترونیک، بررسی دقیق حساب‌های شخصی و تجاری، محدودسازی حساب‌های شخصی و در نهایت حرکت به سمت دریافت مالیات سالیانه از تمامی افراد جامعه برمبنای میزان درآمد دریافتی (مالیات بر مجموع درآمد)، کشور را در مسیر تحقق عدالت مالیاتی و در نهایت تأمین پایدار بودجه سوق خواهد داد.

آیا اقتصاد ایران ابر تورم را تجربه می‌کند؟

التهاب هسته تورم



براساس گزارش مرکز آمار آژانتین، نرخ تورم سالانه این کشور در سال ۲۰۲۲ برابر ۹۴٫۸ درصد بوده است، اما این نرخ تا به امروز روند صعودی خود را حفظ کرده است و در ماه‌های اول سال جاری نرخ تورم ماه به ماه از ۱۰۰ درصد عبور کرد تا رکوردی جدید از تورم طی سه دهه اخیر این کشور به ثبت برسد. انتظار می‌رود تا پایان سال ارزش پزوی آرژانتین در برابر دلار سقوط کرده و به ۳۳۰٫۴۷ برسد. بحران اقتصادی آرژانتین از سال ۲۰۱۸ آغاز شد و از آن زمان هرگز به صورت کامل نتوانست آن را رفع کند. اگرچه به گفته بانک جهانی، آرژانتین از دهه ۱۹۵۰ تاکنون بیش از هر کشور دیگری در جهان درگیر تورم و رکود اقتصادی بوده است. در سال ۲۰۱۸ بحران ارزش واحد پول، ارزش پزو را به نیم رساند، دولت از صندوق بین‌المللی ۵۷ میلیارد وام گرفت تا بحران را مدیریت کند اما شکست خورد. دولت در انتخابات سال ۲۰۱۹ حجم زیادی اوراق قرضه منتشر کرد، اما بعداً نتوانست آنها را تسویه کند. در نتیجه در دوران پاندمی مجبور به چاپ پول شد تا بتواند کمک هزینه های مالی و حقوق کارگران را تأمین کند، اما نتیجه آن سر به فلک کشیدن تورم بود. اکنون خشکسالی گسترده و تاریخی، صادرات آرژانتین را زمینگیر کرده و تورم را تشدید کرده است.

در همین حال، اگرچه نرخ تورم سودان از ۴۲۲ درصد در ماه جولای سال ۲۰۲۱ به ۸۷٫۳۲ درصد در ماه پایانی این سال رسید، اما این کشور همچنان یکی از بالاترین نرخ‌های تورم در جهان را دارد. اقتصاددانان باور دارند روند نزولی تورم در این کشور به دلیل ثابت ماندن قیمت‌ها رخ داده است و تثبیت قیمت‌ها هم حاصل از بین رفتن تقاضا بوده است. نرخ تورم سالانه سودان در سال ۲۰۲۲ به ۱۳۸۸۱ درصد رسید. بیش از ۶۵ درصد از جمعیت سودان، زیر خط فقر زندگی می‌کنند و یک سوم ۴۵ میلیون نفر جمعیت این کشور در معرض گرسنگی شدید قرار دارند. بحران اقتصادی این کشور ریشه در چندین دهه سوءمدیریت، درگیری‌های داخلی مسلحانه، تحریم‌های بین‌المللی علیه دولت سابق این کشور، کودتای نظامی سال ۲۰۲۱ در کنار عوامل بحران اقتصاد جهانی دارد.

بانوی بانکدار در باتلاق تورم

تورم سالانه ترکیه در دسامبر ۲۰۲۲ به ۶۴٫۲۷ درصد رسید که نسبت به تورم اوسط سال، کاهش قابل توجهی داشت. در اکتبر همین سال نرخ تورم این کشور به ۸۵٫۵ درصد، بالاترین نرخ تورم در ۲۴ سال گذشته رسید. پایبندی «رجب طیب اردوغان» به سیاست پولی پایین نگه داشتن نرخ بهره برای بهبود اقتصاد و افزایش اشتغال به عنوان عامل اصلی افزایش تورم ترکیه شناخته می‌شود؛ پایبندی به این سیاست پولی، ارزش لیر ترکیه را به شدت کاهش داد. بدهی‌های خارجی سنگین ترکیه به ویژه در بخش خصوصی و عدم بازپرداخت این بدهی‌ها در کنار تنش‌های ژئوپلیتیک میان این کشور و آمریکا هم بر دشواریت شدن مهار بحران اقتصادی تأثیر گذاشته است. با پیروزی «ردوغان» در انتخابات ریاست جمهوری، او خانم «حفیظه غایه ارکان» را به عنوان رئیس بانک مرکزی ترکیه برگزید. «ارکان» جایگزین «شهاب کلوچی اوغلو» شده که دوره ریاستش در بانک مرکزی با افزایش تورم در ترکیه همراه بود. انتصاب «ارکان» به ریاست بانک مرکزی ترکیه درحالی است که «ردوغان» در آغاز سومین دور ریاست‌جمهوری‌اش، وعده مهار تورم را داده است. به گفته کارشناسان، استقلال بانک مرکزی ترکیه در سال‌های گذشته به دلیل تصمیمات «ردوغان» از بین رفته است.

ضعف نظارت بانک مرکزی باعث مشکلات مزمن اقتصادی می‌شود

ریشه‌یابی ناترازی بانک‌ها

در اختیار جامعه توسط بانک‌ها جمع‌آوری و به بخش‌های مختلف تزییق می‌شود؛ در واقع، بانک‌ها هم اعتبار ایجاد می‌کنند و هم تولید نقدینگی. این نقدینگی هم به صاحبان کسب‌وکار و هم به خانوار کمک می‌کند که کار خود را مدیریت و برنامه‌ریزی کنند. به عقیده «ندری»، بانک‌ها نقش مهمی در اقتصاد دارند و باعث می‌شوند که پس‌اندازهای کوچک به کمک سرمایه‌گذاری برود. بانک‌ها در تجهیز پس‌انداز و تکمیل و تسریع سرمایه‌گذاری، نقش کلیدی دارند و دنیای بدون بانک متصور نیست اما فعالیت‌های بانک‌ها برسک‌هایی مواجه است. او درباره ریسک بانک‌ها می‌افزاید: اگر مدیریت بانک‌ها نتواند ریسک بانکداری را مدیریت کند، خطراتی برای حیات بانک دارد و منابع پولی کشور را به خطر می‌اندازد. البته این مسئله فقط به مدیریت بانک‌ها ربط ندارد و کنارک در حوزه نهادهای ناظر هم مشکلات جدی به همراه دارد. در نتیجه اگر در حوزه مدیریت و تنظیم مقررات، قوانین و نظارت بر حسن اجرای مقررات دچار مشکل باشیم، عملکرد بانک‌ها تضعیف می‌شود و خروجی و نتیجه مورد انتظار در اقتصاد حاصل نخواهد شد. وی در مورد ضعف مدیریتی بانک‌ها در ایران اضافه می‌کند: در حوزه مدیریت بانک‌ها با مشکلاتی مواجه هستیم؛ مدیریت بانک‌ها را سهامداران انتخاب می‌کنند. بخشی از بانک‌ها دولتی‌اند و بخش غیردولتی در اختیار نهادهای حاکمیتی هستند و برای همین انتخاب مدیران به درستی انجام نمی‌شود؛ بنابراین مدیریت

فرصت امروز: سال ۱۴۰۲ در حالی سال «مهار تورم، رشد تولید» نامگذاری شده که تورم دورقمی به معضل همیشگی اقتصاد ایران تبدیل شده است؛ تورمی که رکوردهای جدیدی را به ثبت رسانده و متأسفانه در برخی از بخش‌ها سه رقمی هم شده است. البته آنچه محاسبه تورم را از اسفندماه سال گذشته تاکنون از سوی مرکز آمار چالش‌برانگیز کرده، تغییر سال پایه محاسبه تورم است که با واکنش کارشناسان مواجه شده است. با این حال، پرونده تورم سال ۱۴۰۱ به گواه گزارش مرکز آمار با رقم ۴۶٫۵ درصد بسته شد و هرچند انتظار می‌رفت با تخلیه فشار ناشی از تحریم‌ها و فروکش کردن امواج کرونا، سطح تورم با گذشت زمان رفته‌رفته به تعادل برسد، اما تأخیر در احیای برنامه و تداوم تحریم‌ها باعث شده تا فشار تورمی همچنان ادامه داشته باشد. تحریم‌ها همچنین فعالیت بخش خصوصی را به شدت بر هزینه ساخته و هم‌زمان چالش‌های داخلی نیز به این وضعیت بحرانی بیش از پیش دامن زده است. به نظر می‌رسد سرنوشت اقتصاد ایران همچنان به روابط خارجی گره خورده و بررسی وضعیت چند سال اخیر نشان می‌دهد که اقتصاد ایران بیشتر از آنچه تصور می‌شده به معادلات سیاست خارجی وابسته است.

البته افزایش تورم تنها برای ایران نیست و با تداوم جنگ روسیه و اوکراین به دنبال بالا رفتن قیمت مواد غذایی و هزینه انرژی، سطح تورم جهانی نیز افزایش یافته است. می‌توان گفت که حمله روسیه به اوکراین در ابتدای سال ۲۰۲۲ تا تأثیرات کرونا هم مخرب‌تر عمل کرد. با اعمال تحریم‌های اقتصادی غرب علیه روسیه که یکی از بزرگ‌ترین تولیدکنندگان نفت خام جهان به شمار می‌رود، قیمت نفت یک سوم افزایش یافت. قیمت مواد غذایی هم به دلایل مختلفی از جمله بالا رفتن قیمت کود و حمل و نقل و ممنوع شدن صادرات غلات از اوکراین به عنوان یکی از بزرگ‌ترین تولیدکنندگان گندم جهان رو به افزایش گذاشت. در اقتصاد به این وضعیت شوک اقتصادی کلاسیک گفته می‌شود؛ وضعیتی که افزایش ناگهانی قیمت کالاها یا اساسی به سرعت خود را در زندگی روزمره شهروندان جهان نشان می‌دهد.

دوئل بهره با تورم هسته

بانک‌های مرکزی جهان برای مهار تورم نرخ بهره را بالا برده‌اند. با این حال، نگران‌کننده‌ترین وجه جهش تورم، این است که فشار قیمتی به مولفه‌های هسته‌ای شاخص قیمت، یعنی کالاها و خدماتی غیر از مواد غذایی و انرژی هم نفوذ پیدا کرد. افزایش قیمت‌های هسته‌ای بدان معناست که تورم به صورت خود به خود در حال افزایش است. چین تنها کشوری است که در این هیاهو کمترین میزان تورم را داشت. اجرای سیاست «کوید-صفر» باعث کاهش هزینه‌ها در سطحی کمتر از دوران کرونا شد و در نتیجه تورم کنترل شده باقی ماند، اما رقم تورم در بسیاری از کشورهای جهان رکوردشکنی کرد. طبق داده‌های صندوق بین‌المللی پول، کشورهای ونزوئلا، زیمبابوه، لبنان، سوریه، آرژانتین، سودان و ترکیه از بیشترین تورم در سال گذشته (تا ابتدای امسال) برخوردار بودند؛ کشورهایی که عموماً به واسطه وابستگی بیش از حد به واردات انرژی و مواد غذایی، بیشترین آسیب را از افزایش قیمت‌ها دیدند. اگرچه آمریکا و اروپا در سال ۲۰۲۲، تورمی بی‌سابقه را تجربه کردند، اما نرخ تورم این کشورها با فاصله زیاد، پایین‌تر از کشورهایی است که درگیری با تورم، به بخشی لاینفک از تاریخ آنها تبدیل شده است.

ونزوئلا با تورم ۴۰۰ درصدی در صدر این کشورها قرار دارد. البته تخمین

یادداشت

تغ برنده نقدینگی

حسین سلاح‌ورزی، فعال اقتصادی



شاخص کل بورس تهران سطح ۲.۲ میلیونی را از دست داد

چهارمین روز ریزش بورس



فرصت امروز: روند نزولی بورس تهران و خروج پول‌های حقیقی همچنان ادامه دارد. در چهارمین روز ریزشی بازار سهام، هم شاخص کل بورس سطح ۲.۲ میلیون واحد را از دست داد و هم شاخص کل فرابورس از کانال ۲۸ هزار واحد عقب‌نشینی کرد. در جریان معاملات روز دوشنبه شاهد ریزش دسته‌جمعی صنایع با سیگنال‌های دلاری بودیم تا این‌بار سطح ۲ میلیون و ۲۰۰ هزار واحدی هم از دست برود. شاخص کل بورس تهران در این روز با افت بیش از ۶۲ هزار واحدی همراه شد و با ثبت بازدهی روزانه منفی ۲.۸۴ درصدی تا سطح ۲ میلیون و ۱۴۵ هزار و ۴۰۵ واحد پایین آمد. بدین ترتیب شاخص کل در چهارمین پله نزولی متوالی خود، سطح حمایتی قدرتمندی را از دست داد. شاخص کل هم‌وزن نیز با کاهش ۱۸ هزار و ۸۸۹ واحد معادل ۲.۵۲ درصد تا رقم ۷۲۹ هزار و ۷۴۶ واحد عقب رفت. شاخص کل فرابورس نیز با ریزش ۵۱۲ واحدی به رقم ۲۷ هزار و ۵۱۸ واحد رسید. شاخص هم‌وزن فرابورس هم با ۲ هزار و ۴۸۲ واحد کاهش به سطح ۱۳۴ هزار و ۱۲۵ واحد رسید. بانک ملت (وبملت) با ۸۶۳ واحد، گروه بهمن (خیمهن) با ۱۷۱ واحد، گروه مالی شهر (شهر) با ۸۲ واحد و کارخانجات تولیدی شهید قندی (یکام) با ۷۲ واحد با تاثیر مثبت و فولاد مبارکه اصفهان (فولاد) با ۶ هزار و ۵۲۱ واحد، ملی صنایع مس ایران (فملی) با ۴ هزار و ۴۰۲ واحد، پالایش نفت اصفهان (شپنا) با ۲ هزار و ۵۹۰ واحد، پالایش نفت بندرعباس (شبندر) با ۲ هزار و ۲۲۶ واحد و گسترش نفت و گاز پارسیان (پارسان) با ۲ هزار و ۱۳۵ واحد با تاثیر منفی بر شاخص کل همراه شدند. برای چهارمین روز متوالی، مالکیت حقیقی‌های بازار کاهش یافت و هزار و ۱۰۳ میلیارد تومان پول حقیقی از بورس تهران خارج شد. شستران با ۵۶ میلیارد بیشترین کاهش مالکیت حقیقی را داشت و پس از آن فولاد و شپنا به ترتیب با ۵۵.۸ میلیارد تومان و ۵۱ میلیارد تومان در جایگاه دوم سوم خروج پول حقیقی روزانه قرار گرفتند. والماس نیز با ۵۴ میلیارد تومان، بیشترین رشد مالکیت حقیقی روز دوشنبه را ثبت کرد. ارزش معاملات خرد بازار با ۲۸ درصد رشد به ۱۰ هزار و ۳۴۵ میلیارد تومان رسید و ارزش معاملات اوراق ۲۹۴ هزار و ۱۳۸ میلیارد تومان بود. ارزش صف‌های فروش با ۱۰۵ درصد رشد به ۵۷۴ میلیارد تومان رسید و ارزش صف‌های خرید با ۱۴ درصد رشد به ۸۹۰ میلیارد تومان رسید. گروه خودرو صدرنشین برترین گروه‌های صنعت داد و در این گروه و ۲ میلیارد و ۹۶ میلیون برگه سهم به ارزش ۱۰ هزار و ۲۰۵ میلیارد ریال دادوستد شد.

فرصت امروز: روند نزولی بورس تهران و خروج پول‌های حقیقی همچنان ادامه دارد. در چهارمین روز ریزشی بازار سهام، هم شاخص کل بورس سطح ۲.۲ میلیون واحد را از دست داد و هم شاخص کل فرابورس از کانال ۲۸ هزار واحد عقب‌نشینی کرد. در جریان معاملات روز دوشنبه شاهد ریزش دسته‌جمعی صنایع با سیگنال‌های دلاری بودیم تا این‌بار سطح ۲ میلیون و ۲۰۰ هزار واحدی هم از دست برود. شاخص کل بورس تهران در این روز با افت بیش از ۶۲ هزار واحدی همراه شد و با ثبت بازدهی روزانه منفی ۲.۸۴ درصدی تا سطح ۲ میلیون و ۱۴۵ هزار واحد پایین رفت. ارزش بازار بورس تهران با این افت به رقم ۷ هزار و ۸۹۵ میلیارد تومان رسید و از کانال ۸ هزار میلیارد تومانی خارج شد. سطح ۲.۲ میلیون واحد برای تکنیکالیست‌های بازار سهام بسیار مهم بود و با شکسته شدن این سطح حمایتی به نظر می‌رسد کار شاخص کل برای برگشت به سطوح بالاتر کمی سخت باشد و به محرک‌های قوی‌تری نیاز داشته باشد. همچنین به موازات افت شاخص کل بورس، شاخص کل هم‌وزن نیز با بیش از ۱۸ هزار واحد معادل ۲.۵۲ درصد در تراز ۷۲۹ هزار واحد ایستاد. در آن سمت بازار نیز شاخص کل فرابورس سطح ۲۸ هزار واحد را از دست داد و با افت ۵۱۲ واحدی به نیمه کانال ۲۷ هزار واحد عقبگرد کرد. از میان ۲۴۸ نماد منفی فرابورسی، پلیمر آریاساسول، فولاد هرمزگان جنوب و مجتمع جهان فولاد سیرجان نسبت به سایر نمادها بیشترین تاثیر منفی را روی شاخص کل فرابورس گذاشتند. همچنین از میان ۳۰۴ نماد منفی بورسی، فولاد مبارکه اصفهان، ملی صنایع مس ایران و پالایش نفت اصفهان با بیشترین تاثیر منفی روی شاخص کل همراه شدند.

بورس مغلوب دلار شد

بورس تهران در جریان دادوستدهای روز دوشنبه شاهد ریزش دسته‌جمعی صنایع با سیگنال‌های دلاری (کاهش قیمت دلار به دنبال خبرهای مثبت سیاسی) حکمرانی و سیاستگذاری» بر گزارش زد. رئیس کل بانک اردیبهشت ماه تاکنون سطح ۲ میلیون و ۲۰۰ هزار واحدی هم از دست

رئیس کل بانک مرکزی در همایش سالانه سیاست‌های پولی و ارزی اعلام کرد

۵۷ میلیارد دلار مداخله ارزی طی ۱۳ سال

رئیس شورای پول و اعتبار، عامل بی‌ثباتی اقتصاد را نرخ ارز اعلام کرد و تثبیت اقتصادی از طریق دخالت سیاستگذار را ضروری دانست و افزود: نمی‌توان کنار نشست تا اقتصاد به ثبات برسد، برای ایجاد ثبات باید دخالت کرد. مجموعه سیاست‌های تدوین شده در بانک مرکزی و سایر دستگاه‌های اقتصادی را به‌عنوان سیاست تثبیت می‌شناسیم. در راستای شعار سال یعنی «رشد تولید و مهار تورم»، برنامه‌های موثری را تدوین کرده و در دستور کار قرار دادیم. از سیاست‌های مالی نیز غافل نیستیم و معتقدیم سیاست‌های مالی و پولی باید با هم هماهنگ باشند تا اثرگذاری داشته باشند.

«فرزین» با اشاره به این موضوع که نرخ ارز باعث بی‌ثباتی می‌شود، اضافه کرد: طی هفته‌های اخیر نوسان دلار کاهش یافته، تقاضای ارز در بازار غیررسمی نیز به دلایلی از جمله قاچاق، فرار سرمایه و تقاضای ارز برای پوشش زیان ناشی از نااطمینانی‌های آینده است که این تقاضا از طریق منابع ارزی حاصل از قاچاق کالا و برخی صادرکنندگان کالاها و خدمات است.

او از اینکه برخی بازار غیررسمی را بازار آزاد می‌دانند، انتقاد کرد و گفت: هیچ بازاری بدون مقررات و تنظیم‌گری نیست. بازار ارز آزاد دنیا فارکس است که تابع مقررات زیادی است و هیچ شخصی نمی‌تواند در آن پول قاچاق معامله کند. بازار غیررسمی بازاری کم‌عمق است که ریسک بالایی دارد، چون دسترسی به اطلاعات در آن محدود و حساسیت نسبت به متغیرهای بنیادی در آن پایین است و بیشتر متأثر از اخبار تحولات سیاسی و بین‌المللی است. در این بازار بستر مناسبی برای سفته‌بازی و معاملات فردایی فراهم است و مناسفانه از شبکه‌های اجتماعی در راستای تعیین قیمت غیرواقعی ارز استفاده می‌شود.

رئیس کل بانک مرکزی به رابطه دلار با دیگر بازارها اشاره کرد و

توضیح داد: رابطه نرخ دلار در بازار غیررسمی با سکه ۹۰ درصد، با بخش مسکن شهر تهران ۶۱.۵ درصد و با خودروهای خارجی ۶۵ درصد است که نشان‌دهنده رابطه عمیق دلار با دیگر بازار دارایی‌ها است. به عقیده

«فرزین»، تحولات دلار در بازار غیررسمی ناشی از تغییر انتظارات است که بیشتر ناشی از تحولات سیاسی و روابط خارجی و مسائل تحریمی بوده و هیچ دلیل بنیادی ندارد.

وی در بخش دیگری از سخنان خود به بحران فرار سرمایه اشاره کرد و افزود: عامل اصلی تورم در دهه ۱۳۹۰، ناشی از شوک ارزی بود که با ایجاد ترس و هراس در بازارها به فرار سرمایه شدید انجامید و همین امر

☎ تلفن مستقیم: ۸۶۰۷۳۲۹۰

تیم کارمندان چه زمانی به ابزارهای مدیریت دیجیتال نیاز دارد؟



به قلم: کیت لیندمن

کارشناس بازاریابی و تبلیغات

ترجمه: علی آل علی

امروزه شرکت‌های مختلف بیش از هر زمان دیگری به سوی استفاده از ابزار و تجهیزات دیجیتال گام برداشته‌اند. بی‌شک صرف هزینه‌های گزاف در این حوزه بدون یک برنامه‌ریزی درست نتیجه‌بخش نخواهد بود. اگر شما این نکته مهم را مد نظر قرار ندهید، مشکلات بسیار زیادی از نظر مدیریت کسب و کار پیدا خواهید کرد. زمان‌بندی درست برای استفاده از ابزارهای دیجیتال در عرصه کسب و کار و مدیریت آن اهمیت بالایی دارد. بسیاری از کارآفرینان در زمان نامناسبی اقدام به فراهم‌سازی ابزارهای موردنظر می‌کنند. این امر اغلب اوقات کارمندان را در شرایط دشواری برای کار مناسب و پیشبرد امور می‌گذارد.

هدف اصلی ما در این مقاله بررسی زمان درست برای استفاده از ابزارهای مدیریت دیجیتال کسب و کار است. این امر به شما و تیم کارمندان‌تان اجازه بهبود وضعیت کسب و کار در زمان درست را می‌دهد در غیر این صورت همیشه باید نگران زود یا دیر بودن استفاده از ابزارهای موردنظر باشید. در ادامه برخی از مهمترین نکات در این راستا را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

وقتی ابزارهای خیلی سخت پیدا می‌شود

شما تا وقتی که کارمندان شرکت دسترسی خوبی به ابزارهای موردنیازشان ندارند، نباید به فکر صرف هزینه بیشتر باشید. این امر مشکلات بسیار زیادی برای برندها به همراه خواهد داشت. گاهی اوقات کارمندان شما بدون ابزارهای دیجیتال هم خوب کار می‌کنند. بنابراین در صورتی که نیازی برای استفاده از ابزارهای دیجیتال نیست، بی‌جهت خودتان را به دردسر نیندازید.

اغلب اوقات مشکلات اصلی برندها با شکایت‌ها و ناراضی‌های کارمندان شروع می‌شود. وقتی کارمندان‌تان دسترسی مناسب به ابزارهای مدیریتی ندارند، رنگ خطر برای شما به صدا درخواهد آمد. این امر یکی از بهترین

نشانه‌ها برای ضرورت به‌روز رسانی وضعیت کسب و کار است. اگر شما به این اخطار توجهی نشان ندهید، به زودی با مشکلات بسیار زیادی مواجه خواهید شد.

اگر شما مدیر خوبی برای کسب و کارتان باشید، باید ارتباط خیلی نزدیکی با کارمندان‌تان داشته باشید. همین امر امکان بهبود شرایط برای ارزیابی وضعیت آنها را فراهم می‌کند. وقتی شما فقدان دسترسی مطلوب یا کمبود ابزارهای کاربردی مدیریتی در میان کارمندان‌تان را مشاهده کردید، زمان استفاده از ابزارهای دیجیتال به تعداد کافی فرا رسیده است. یکی از دلایل اصلی توجه کارآفرینان و اعضای تیم کارمندان به ابزارهای دیجیتال تغییر وضعیت کسب و کار در طول یک سال و نیم اخیر است. معنای این امر ضرورت توجه به شرایط دور کاری اغلب کارمندان در وضعیت کرونایی است. بنابراین به احتمال زیاد شما دچار کمبود ابزارهای موردنیاز شده‌اید یا اینکه به زودی با چنین مشکلی دست و پنجه نرم خواهید کرد.

درخواست‌های مکرر کارمندان

هیچ نکته‌ای به اندازه درخواست‌های مداوم کارمندان واضح نیست. اگر شما نسبت به این نکته مهم توجه لازم را نشان ندهید، هیچ شانس برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان نخواهید داشت. بسیاری از کارمندان در این شرایط کیفیت کاری‌شان به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش پیدا می‌کند. بنابراین اگر شما دیر به فکر فراهم‌سازی ابزارهای موردنیاز باشید، در عمل کسب و کارتان با مشکلات جدی مواجه می‌شود.

درخواست‌های کارمندان اگر از یک تعداد مشخص عبور کند، شما دیگر توانایی مدیریت‌شان را نخواهید داشت. این امر وضعیت بسیار دشواری برای شما فراهم می‌کند. بنابراین باید همیشه به دنبال ساماندهی چنین وضعیتی به بهترین شکل ممکن باشید. ایده مناسب در این بخش تلاش برای ساماندهی وضعیت براساس رسیدگی سریع به مشکلات است. شما به این ترتیب شانس کافی برای کسب رضایت کارمندان را خواهید داشت. اگر شما بودجه لازم برای فراهم‌سازی ابزارهای موردنیاز کارمندان را ندارید، استفاده از وام‌های مختلف ایده مناسبی خواهد بود. اگر هم

سرمایه‌گذار مناسبی دارید، اندکی گفت‌وگو با وی گشایش مالی برای‌تان به همراه خواهد داشت. بنابراین باید هرچه سریع‌تر در این زمینه عمل نمایید در غیر این صورت شاید خیلی زود زمان از دست برود و دیگر ابزارهای موردنظر به کار نیایند.

توسعه سریع تیم کارمندان

اغلب برندها پس از اینکه موفقیت‌های اولیه در عرصه کسب و کار پیدا می‌کنند، به سرعت در تلاش برای توسعه تیم‌شان هستند. این امر به معنای استخدام افراد تازه و ایجاد موقعیت‌های شغلی جدید است. اگر شما در این میان به فکر امکانات و ابزارهای موردنیاز کارمندان‌تان نباشید، بخش قابل ملاحظه‌ای سرعت رشدتان گرفته خواهد شد.

برخی از برندها در مسیر توسعه کسب و کار به سرعت از مدیران میانی استفاده می‌کنند. بدون تردید چنین مدیرانی برای تاثیرگذاری بر روی کسب و کار و بهبود شرایط شما نیاز به ابزارهای مناسب دارند. اگر شما پیش از فراهم‌سازی امکانات موردنظر اقدام به استخدام کارمندان نمایید، سرانجام کارتان از همین حالا مشخص است. با این حساب ایجاد تغییر در فرآیند کسب و کار امری ضروری برای شما خواهد بود. توسعه تیم کارمندان همیشه ایده جذابی نیست. اگر شما از دردهای این مسیر خبر نداشته باشید، به احتمال زیاد با اولین حرکت‌تان مشکل به وجود خواهد آمد. توصیه ما در این بخش تلاش برای فراهم‌سازی امکانات بهتر و سپس فکر کردن به افزایش تعداد کارمندان است. این امر مانع بروز اختلافات در میان کارمندان، کمبود شدید امکانات و ابزارهای مفید می‌شود.

نیاز به تحلیل داده‌های گسترده

وقتی کسب و کار شما در بازار موقعیت مناسبی پیدا می‌کند، تحلیل داده‌ها برای عملکرد بهتر بدل به یک ضرورت می‌شود. این امر اغلب اوقات از سوی کارمندان به خوبی شناخته می‌شود. بنابراین اگر شما در این راستا توجه زیادی به صحبت‌های کارمندان‌تان داشته باشید، امکان فراهم‌سازی ابزارهای مربوط به مدیریت و پردازش داده‌ها فراهم خواهد شد. برگزاری جلسات هفتگی به طور آنلاین با اعضای شرکت نقش مهمی در آگاهی شما از وضعیت کسب و کارتان خواهد داشت. متأسفانه امروزه

بسیاری از مدیران در عمل هیچ اطلاعات دقیق و به‌روزی از وضعیت برنشان ندارند. این امر مشکلات مسیر بازاریابی و توسعه کسب و کار را به شدت پیچیده خواهد کرد. بنابراین شما باید به بهترین شکل ممکن در تلاش برای هماهنگی کامل با کارمندان‌تان باشید.

اگر کسب و کار شما دارای مدیران میانی است، هماهنگی با آنها برای اطلاع از آخرین وضعت برند نیز مناسب خواهد بود. این امر وضعیت شما در بازار را به طور قابل ملاحظه‌ای توسعه خواهد داد. همچنین بار مسئولیت‌تان در زمینه فراهم‌سازی ابزارهای مدیریتی برای شرکت را نیز کم می‌کند. اغلب اوقات وظیفه اصلی مدیران میانی ایجاد هماهنگی میان مدیران ارشد و کارمندان است. بنابراین شما با چنین وضعیتی امکان بهبود شرایط فراهم‌سازی نیازهای کارمندان‌تان را خواهید داشت.

پردازش داده‌های گسترده کار ساده‌ای نیست. بسیاری از کارمندان بدون چند ابزار مناسب حتی به فکر این کار نیز نمی‌افتند. بنابراین اگر شما به موقع نسبت به استفاده از ابزارهای موردنظر اقدام نکنید، در عمل از رقبای‌تان عقب خواهید افتاد.

سیستم فعلی جلوی پیشرفت را می‌گیرد

ارزیابی شما از سیستم ابزارهای مدیریت برنندان نقش مهمی در خرید یک سیستم تازه دارد. گاهی اوقات شما برای مدت زمانی طولانی ارزیابی مناسبی از سیستم‌تان دارید. این امر اگر بیش از پنج سال طول بکشد، نشانه خطرناکی است. امروزه سیستم‌های مدیریت کسب و کار و ابزارهای حرفه‌ای در دسترس کارمندان به طور قابل ملاحظه‌ای توسعه یافته است. بنابراین اگر شما به فکر ایجاد تغییر و تحول در زمان مناسب در کسب و کارتان نباشید، حساسی از رقا عقب خواهید افتاد. همچنین فرصتی برای کارمندان به منظور توسعه کسب و کارتان هم نخواهد بود. یکی از مزایای اصلی سیستم‌های مدیریت کسب و کار جدید و به روز امکان ساده‌سازی کارهاست. اگر تیم برنندان مشکلات زیادی برای کار کردن با سیستم کنونی دارد، به احتمال زیاد باید همین امروز به دنبال سرویس تازه‌ای باشید در غیر این صورت شاید حتی با یک شکست ناگوار عرصه کسب و کار را ترک نمایید.



آگهی فراخوان ارزیابی کیفی مشاوران

شماره سامانه ستاد ۱۹۰۰۰۰۲۰۳۷۰۲۰۰۲۰۰



نوبت اول

نام کارفرما: اداره کل بندار و دریانوردی استان بوشهر

نشانی: بوشهر – انتهای بزرگراه طالقانی – اداره کل بندار و دریانوردی استان بوشهر – کدپستی ۷۵۱۷۶۳۸۴۸۰

موضوع خدمات مشاوره: خدمات مشاور مرحله سوم خدمات نظارت عالیه و کارگاهی پروژه نت ابنیه و تاسیسات مکانیکی و pm بندر بوشهر و بندار تابعه و انجام مطالعات موردی

گواهینامه صلاحیت حسب مورد: معماری

رشته و یا زمینه تخصصی مشاور: حداقل پایه دو ساختمان های مسکونی، تجاری، اداری، صنعتی و نظامی

محل، مهلت و نحوه دریافت اسناد: از تاریخ درج آگهی (روز سه شنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۳/۲۳) تا ساعت ۱۷:۰۰ روز سه شنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۳/۳۰ با مراجعه به سایت (setadiran.ir) اسناد ارزیابی کیفی را دریافت نمایند.

محل و مهلت تسلیم پاکت پیشنهادها: مشاوران باید پیشنهادهای خود را بصورت الکترونیکی در سامانه ستاد به آدرس (setadiran.ir) تا ساعت ۱۷:۰۰ روز سه شنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۴/۱۳ بارگذاری نمایند.

محل و زمان بازگشایی پاکت پیشنهادها: پیشنهادهای مشاوران راس ساعت ۰۹:۰۰ روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۴/۱۴ در محل ساختمان مرکزی به آدرس دستگاه مناقصه گزار مفتوح خواهد شد.

شماره: ۱۵۱۵۴۴

نوبت دوم

اداره کل بندار و دریانوردی استان بوشهر



فراخوان ارزیابی کیفی جهت برگزاری مناقصه عمومی شماره ۲۶/ج/۱۴۰۲

خرید لباس کار دو تکه مربوط به درخواست شماره ۰۲۳۰۰۱



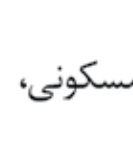
نوبت دوم

شناسه آگهی: ۱۵۰۸۳۷۸

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۰۳/۲۳

نوبت اول

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۰۳/۲۱



آگهی مناقصه عمومی یک مرحله ای



نوبت دوم

شناسه آگهی: ۱۵۰۹۴۱۱

تاریخ انتشار مرحله دوم: ۱۴۰۲/۰۳/۲۳

نوبت اول

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۰۳/۲۱

اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری استان گلستان در نظر دارد اجرای پروژه مندرج در جدول ذیل را با مشخصات و شرایط مندرج در اسناد مناقصه از طریق سامانه تدارکات الکترونیک دولت (ستاد) به نشانی www.setadiran.ir انجام خواهد شد واکذار نماید. لذا از کلیه اشخاص حقیقی واجد شرایط قید شده در اسناد مناقصه دعوت به عمل می آید جهت اعلام آمادگی و شرکت در مناقصه در مهلت مقرر اقدام نمایند.

محل اجراء	پروژه	مدت (ماه)	مبلغ برآورد کارشناسی (ریال)	مبلغ تضمین (ریال)
گرگان	حفاظت و نگهداری پارک جنگلی قرق	۱۱	۱۶,۲۴۴,۱۷۱,۱۱۴	۸۱۲,۱۱۰,۰۰۰

موسسه های خدماتی،حفاظاتی، مراقبیتی دارای مجوز از پلیس پیشگیری نیروی انتظامی جمهوری اسلامی و شرکت های خدماتی و پشتیبانی دارای مجوز از وزارت تعاون کار ورفاه اجتماعی که مجوز تامین نیرو را داشته باشند می توانند در این مناقصه شرکت کنند. مهلت دریافت اسناد از سامانه ستاد ازتاریخ درج آگهی تا ساعت ۱۷ روز شنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۳/۲۷ آخرین مهلت تکمیل و ارسال پیشنهادات تا ساعت ۱۷ روز سه شنبه مورخه ۱۴۰۲/۰۴/۰۶ و تحویل اصل ضمانتنامه باقیش واریزی بصورت فیزیکی و لاگ ومهر به دبیر خانه اداره کل تا پایان وقت اداری هماتروز می باشد.

– کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد تا ارائه پیشنهاد و بازگشایی پیشنهادات از طریق سامانه تدارکات الکترونیک دولت (ستاد) به نشانی www.setadiran.ir انجام خواهد شد

– تضمین شرکت در مناقصه: بر اساس آیین نامه تضمین شماره ۱/۱۲۳۴۰۲ت/۵۰۶۵۹ مورخ ۱۳۹۴/۹/۲۲ و اصلاحات بعدی

– سایر شرایط در اسناد مناقصه درج شده است و شرکت کنندگان می توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر به امور قراردادها مراجعه و یا تماس حاصل نمایند (شماره تماس: ۰۲۲۳۳۵۹۹۲ – ۰۱۷)

تاریخ انتشار مرحله دوم: ۱۴۰۲/۰۳/۲۳

مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه آذربایجان شرقی:

توزیع نفتگاز یورو ۴ در شهرستان مراغه آغاز شد



تبریز – فلاح: مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه آذربایجان شرقی از توزیع نفتگاز یورو ۴ برای اولین بار در شهرستان مراغه خبر داد.
ناصر راشدی با اشاره به تداوم توزیع نفتگاز یورو ۴ در شهرستان تبریز و مسیرهای مواصلاتی استان گفت: با پیگیری ویژه مدیریت و مسئولین منطقه جهت ارتقای خدمات سوخت رسانی به شهرستان برای اولین بار در جنوب استان و شهرستان مراغه نفتگاز یورو چهار توزیع گردید. ناصر راشدی در ادامه با بیان اهمیت کیفیت فرآورده ها و رعایت حقوق کنندگان اظهار داشت: افزایش بارده سوخت خودروها، ایجاد سازگاری با محیط زیست و کاهش آلاینده های زیست محیطی، ارتقای سطح کیفی نفتگاز و تحقق حقوق شهروندی از مزایای استفاده از نفتگاز یورو ۴ می باشد. شایان ذکر است ناحیه ویژه مراغه یکی نواحی بزرگ و دارای نفت نفت شرق ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه آذربایجان شرقی می باشد که با ۱۴ باب جایگاه عرضه عرضه نفتی و سی ان جی سوخت مورد نیاز بخش حمل و نقل نیز بخش های صنعت، کشاورزی و خانوارهای فاقد گاز طبیعی شهرستان مراغه و عجینشیر را تأمین می نماید.

پیگیری و تأمین اعتبار پروژه‌های مهم ساری

در نشست با مخبر معاون اول رئیس‌جمهور



ساری – دهقان : آخرین وضعیت و روند پیشرفت پروژه‌ها و

طرح‌های عمرانی و توسعه‌ای مهم ساری در نشست قیادی شهردار ساری و بابایی کارنامی نماینده مردم ساری و میاندوود در مجلس شورای اسلامی با معاون اول رئیس‌جمهور مورد بررسی و پیگیری قرار گرفت.

به گزارش خبرنگار مازندران به نقل مدیریت ارتباطات شهرداری ساری، در نشست محمدحسین قیادی شهردار ساری ، علی بابایی کارنامی نماینده مردم ساری و میاندوود در مجلس شورای اسلامی و محمد علی نوبخت فرماندار مرکز استان، با محمد مخبر معاون اول رئیس‌جمهور پروژه‌های شهر ساری که مطالبه چندین ساله شهروندان ساروی است مطرح و مورد پیگیری قرار گرفت. در این نشست که رئیس دانشگاه علوم پزشکی مازندران نیز حضور داشت محمد حسین قیادی شهردار ساری پروژه‌های نیروگاه رالامیسوز ساری را از مهم‌ترین پروژه‌های زیست محیطی مرکز استان نام برد که جزء مطالبات چندین ساله شهروندان ساروی است و تکمیل آن نیاز به حمایت دولت دارد. شهردار ساری تأمین برق برای پروژه نهضت آسفالته در معابر ساری و تأمین اعتبار برای پروژه سه راه جویبار در کمربندی شمالی را از دیگر مطالبات شهردان کرد که اجرا و تکمیل آن‌ها حمایت دولت را می‌طلبد. مخبر معاون اول رئیس‌جمهور نیز دستور پیگیری موضوعات مطروحه را صادر کرد.

به همت شهرداری شهر قدس

عملیات تراش آسفالته فرسوده خیابان شهید نبوی شهر قدس انجام شد



عملیات تراش آسفالته خیابان شهید نبوی حدفاصل خیابان شهید فصیحی و بلوار مصلی جهت روکش آسفالته توسط معاونت امور زیربنایی و ترافیک شهرداری قدس اجرا شد. به گزارش اداره ارتباطات و امور بین‌الملل شهرداری اسلامی شهر قدس، در ادامه اجرای گسترده طرح ساماندهی معابر سطح شهر، طی هفته‌های اخیر ساماندهی خیابان شهید نبوی نیز در دستور کار معاونت امور زیربنایی و ترافیک شهرداری قرار گرفته و عملیات تخریب و تعویض جدول فرسوده با هدف اصلاح شبکه هدایت آب‌های سطحی در این محور انجام شد. روز گذشته نیز عملیات تراش آسفالته فرسوده در این خیابان حدفاصل خیابان شهید فصیحی و بلوار مصلی اجرایی گردید و طی روزهای آینده روکش آسفالت این معبر نیز انجام خواهد شد. در راستای اجرای دستورات مهندس شهید قدس مبنی بر اصلاح و تأمین روشنایی معابر و بوستان‌های شهرقدس، بوستان‌ها و معابر که بیش از این از روشنایی کافی برخوردار نبودند، یکی پس از دیگری توسط اداره سیما و منظر شهری شهرداری قدس روشن می‌شوند. همچنین عملیات تأمین و اصلاح روشنایی بلوارها، میدیان و بوستان‌های سطح شهر توسط شهرداری در حال اجرا است. در راستای تأمین و اصلاح و رفع خاموشی معابر سطح شهر به به جهت افزایش زیبایی بصری و امنیت شهروندان در هنگام شب، عملیات نصب پروژکتورهای جدید و راهاندازی روشنایی در «بوستان‌های ایران ما، زیتون، باران، شورا و ارغوان» توسط اداره سیما و منظر شهری شهرداری قدس انجام شد.احیای فضای سبز شهری و ساماندهی معابر عمومی از حیث بهسازی و مرمت آسفالته، تأمین روشنایی و رفع نواقص میلمان شهری از اولویتهای مهم و اصلی مدیریت شهری قدس است که با هدف ارتقای سیما و منظر شهری و همچنین تأمین رفاه و آسایش و کسب رضایت شهروندان گرمی انجام می‌شود. بر همین اساس واحدهای اجرایی شهرداری همچون سال گذشته، از ابتدای اسمال نیز اقدامات لازم را جهت تحقق اهداف یادشده در دستور کار خود قرار داده و در قالب این اقدامات، بوستان‌ها و معابر متعددی در سطح شهر ساماندهی گردیده است که این امر در ماههای پیش رو نیز ادامه خواهد یافت. اداره سیما و منظر شهری شهرداری طبق وظایف ذاتی خود، با اجرای اقداماتی از قبیل دیوارنگاری، رنگآمیزی جدول، تأمین روشنایی، اجرای میلمان شهری و... در صدد ساماندهی و احیای فضای سبز شهری برآمده است.

مدیرعامل شرکت توزیع برق گیلان در برنامه تلویزیونی صبح تازه شبکه استانی پاران :

توسعه لوازم اندازه گیری هوشمند یکی از مهم‌ترین ابزارها برای پیاده‌سازی طرح‌های مدیریت مصرف است



رشت – خبرنگار فرصت امروز:وی گفت: بر پایه دستورالعمل ابلاغی از سسوی شرکت توانیر، استان گیلان در زمینه گرسمری چهار قرار دارد و الگوی مصرف برق خانگی در این استان در ماههای گرم سال (۱۵ خرداد تا ۱۵ شهریور) تا ۴۰۰ کیلووات ساعت و برای ماههای عادی یا غیر گرم سال، تا ۳۰۰ کیلووات ساعت تعیین شده است. مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق گیلان در ادامه از تخصیص پاداش ۲۰ برابری به مشترکین در صورت رعایت الگوی مصرف در سال ۱۴۰۲ خبر داد و گفت: براساس این مدل پاداش، که با هدف صرفه جویی در انرژی برق و کاهش مصرف مطرح شده است در صورتی که مشترکان بتوانند میزان مصرف خود را نسبت به دوره مشابه سال قبل کاهش دهند تا ۲۰ برابری قیمت فروش برق پاداش دریافت می‌کنند. مهدیزاده افزود: این مناسا اگر مشترکان برق توانوند در ماههای گرم سال مصرف خود را نسبت به دوره مشابه سال قبل کاهش داده و به ازای هر کیلووات ساعت کاهش مصرف معادل ۲۰۰۰ تومان پاداش گرفته و از دولت پستانکار می‌شوند.

مصرف برق ادارات به صورت لحظه ای توسط مرکز پایش کنترل و رصد می‌شود

قام – خبرنگار فرصت امروز: مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان قام از رصد لحظه ای در مصرفی ادارات توسط مرکز پایش مدیریت مصرف شرکت توزیع نیروی برق استان خبر داد. به گزارش روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق استان قام، مهندس یوسف صادقی رئیس هیئت مدیره و مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان افزود: در اسبصه هیات محترم وزیران از ۱۵ خرداد ماه، به منظور مدیریت مصرف انرژی برق در ساعات کار ادارات به ۶ صبح الی ۱۳ تغییر پیدا کرد که نیاز است تمهیدات لازم جهت کاهش ۲۰ درصدی مصرف برق در ساعات کاری نسبت به مدت مشابه در سال ۱۴۰۱ و کاهش ۶۰ درصدی مصرف برق بعد از تعطیلی ادارات (ساعت ۱۳) توسط دستگاه اندیشیده شود. وی در ادامه گفت: به منظور مدیریت مصرف برق در ادارات، به مشترکین در صورت کاهش مصرف سال جاری با اولویت خاموش کردن روشنایی‌های غیر ضرور و سامانه های سرمایشی کاهش مصرف برق داشته باشند. صادقی تصریح کرد: بار مصرفی ادارات به صورت لحظه ای توسط مرکز پایش دفتر مدیریت مصرف شرکت توزیع نیروی برق استان کنترل و رصد می شود و عدم رعایت اهداف تعیین شده در مرحله اول منجر به محدودیت برق و تذکر مکتوب و ابرام عمومی در مراحل بعد خواهد شد. مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان قام در پایان از توجه تمامی مشترکین استان به دلیل مدیریت صحیح مصرف برق تشکر و قدردانی کرد و افزود: تمامی مشترکین با رعایت الگوی صحیح مصرف از پاداش های بی سابقه صنعت برق بهره مند خواهند شد.

مدیرکل ورزش و جوانان ایلام:

استان ایلام صاحب استاد قدراسیون جهانی شطرنج شد

ایلام- هدی منصوری:شهاب شهبازی اظهار داشت: مهدی نیکوکار شطرنج باز خوشفکر شطرنج ایلام با کسب مقام هفتم مسابقات آسیایی قهرمانی قیده (MASTER FIDE) در شطرنج شد است.

وی افزود: مسابقات شطرنج قهرمانی زون غرب آسیا (بخش آقایان) با حضور ۴۱ شطرنج باز از ۶ کشور ایران، عراق، عمان، قطر، سوریه و لبنان در ۹ور به روش سوئیمی و در قالب استنفاد (۹۰ دقیقه به علاوه ۱۰ ثانیه) برگزار که در پایان مهدی نیکوکار نخبانجام رتنگانه در کسب ۶ امتیاز و تنها با اختلاف یک امتیاز با قهرمان مسابقات مقام هفتم این تورنمنت را از آن خود کرد. مدیرکل ورزش و جوانان استان ایلام با اشاره به توسعه ورزش شطرنج در استان، عنوان کرد: از تمام ظرفیتهای اداره کل در مسیر تقویت ورزش شطرنج استفاده خواهیم کرد در این زمینه بتوانیم پاسخگوی مطالبات ورزشکاران استان باشیم.

بازدید استاندار گلستان از پروژه ۴۸۸ واحدی آرامش گرگان

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: استاندار گلستان گفت: در راستای اجرای طرح نهضت ملی مسکن و خانه دار شدن همه کارکنان تعاونی جهش تولید مسکن در تمام دستگاههای اجرایی تشکیل می‌شود.به گزارش روابط عمومی بنیاد مسکن گلستان علی‌محمد رتنگانه در حاشیه بازدید از پروژه ۴۸۸ واحدی آرامش گرگان در جمع خبرنگاران اظهار کرد: برای سرعت بخشیدن به تولید مسکن و خانه‌دار شدن تمامی اقشار، تعاونی جهش تولید مسکن در تمام دستگاههای اجرایی تشکیل می‌شود تا از راضی همان دستگاهها، کارکنان هر دستگاه دارای مسکن شوند.این شیوه بشكل منظم و قانون انجام می‌شود تا مسکن برای فرد و یا ارگانی پیش نیاید. وی تصریح کرد: برای نهادهای و سازمان‌های مانند نیروهای انتظامی که از تعداد بیشتری کارمند برخوردار هستند تلاش داریم با سرعت بیشتر و برنامه ویژه این مشکل را حل کنیم.استاندار گلستان خاطرنشان کرد: استان گلستان در حوزه تولید مسکن در راستای اجرای طرح نهضت ملی مسکن در کشور رتبه خوبی دارد و در حال حاضر با توجه به اینکه نهضت دو ساله ما در حوزه مسکن روستایی ۱۴ هزار واحد مسکونی بوده، هماهنگی لازم برای انعقاد قرارداد بیش از این تمهید فراهم شد.دستاد وی ادامه داد: همچنین بیش از ۸ هزار واحد مسکونی نیز از مرحله فونداسیون تا اجرای سقف در مرحله انجام شده که در سفر دوم رئیس و استاندار گلستان سه هزار واحد از آنها به بهره‌برداری می‌رسد. رتنگانه گفت: موانع تعیین زمین در حوزه نهضت ملی مسکن در شهرها نیز در اکثر شهرها رفع شده و بیاری خداوند و اهداف تعیین شده بیش از ۳۰ هزار واحد مسکن نیز در دوره اول چهار ساله احداث می‌شود. وی با اشاره به کسب سهم از وزارت راه و ترابری تأمین مسکن در استان گلستان بیان کرد: تأمین مسکن و رفع فضاهای سکونتگاهی غیررسمی در حاشیه شهرها و بافت‌های فرسوده از جمله اولویتهای و اهداف ما در حوزه بافت فرسوده شهری بوده و امید داریم با بسته‌های شوقینی دولت و وزارت راه و شهرسازی بتوانیم همچون حوزه مسکن روستایی در مسکن شهری نیز در کشور پیشرو باشیم. استاندار گلستان ابراز کرد: در حال حاضر استان گلستان در حوزه پروژه نهضت ملی مسکن شهری در کشور رتبه ۱۲ را دارا بوده که اگر شهرداری‌ها اطلاعات موجود خود را در سامانه موردنظر ثبت نمایند، گلستان به رتبه پنجم ارتقا خواهد یافت. وی گفت: با چشم‌اندازی که در سال ۱۴۰۲ در حوزه مسکن دیده شده تا پایان سال دوم تعداد دو هزار واحد مسکن شهری و بیش از ۶ هزار واحد مسکونی روستایی در استان گلستان به دست رتنگانه ابراز کرد: درصدمقات تأمین زیرساخت و زمین در شهرهای که زمین مورد نیاز دارند در حال پیگیری بوده و قرار است در حوزه تأمین زمین یک سهم از منابع را وزارت راه و شهرسازی و یک سهم از وزارت راه تأمین نموده و ملتی هم از طریق دستگاههای اجرایی دیگر تأمین نماییم که در مرحله نخست وزارت نیرو و راه و شهرسازی منابع خود را تزریق می‌کنند. وی با اشاره به پروژه‌های انبوسازی استان پروژه ۴۸۸ واحدی گرگان خاطرنشان کرد: در دولتخانه گذشته در چنین پروژه‌هایی نیازهای عمومی مانند مدارس، فضای سبز، کالذری، واحدهای تجاری و غیره پیش‌بینی نشده و برای اینکه مشکلات اسالهای گذشته تکرار نشود در ابتدا زمانی که طرح وارد کمیسیون برای تأیید می‌شود تمام این موارد با دقت لحاظ و نظارت می‌شود.

افتتاح نمایشگاه «ریشه ها جوانه می زند» در مجتمع فرهنگی مطبوعاتی اصفهان

نقش‌هایی که در تاریخ ماندگار شدند



روزنامه کیهان آغاز نمود و تا کنون،تنوع آثار این استاد پیشکسوت طی سه دهه گذشته در رسانه های گوناگون از جمله پیاگه و سایت های خبری، روزنامه ها و نشریات محلی و سراسری ماندگار شده است. دکتر مجید مرادیان از بنیانگذاران هفته نامه آتشکار و ماهنامه فولاد و رسانه های مرتبط با ذوب آهن اصفهان است. وی از اعضای اولیه و تشکیل دهنده خانه مطبوعات و خبرنگاران، انجمن صنفی خبرنگاران استان اصفهان، انجمن‌های علمی و صنفی روابط عمومی در استان اصفهان می باشد. وی در نهمین دوره آیین تقدیر از سرامان و پیشکسوتان روابط عمومی کشور در سال گذشته، برگزیده «ستاره پیشکسوت و سرآمد روابط عمومی ایران شد.



حمایت های معنوی پدر و مادر، خانواده و به برکت روح بلند و الهی شهدای ملی دامن و از خداوند بزرگ علایت بگیری در این راه و مسئولیت بزرگ را خواهد. در این نمایشگاه، آثار ماندگار دکتر مرادیان در تلاش و همت، دومین نمایشگاه اساتید و پیشکسوتان ای در نشریات و رسانه های مختلف کشور، بسیج و دفاع مقدس، صنعت فولاد بویژه ذوب آهن اصفهان به عنوان «مادر صنعت کشور»، افتخارات و تقدیر نامه ها، مدارک و گواهی نامه های علمی و تخصصی در حوزه رسانه و روابط عمومی،آلبوم و عکس هایی با موضوعات اجتماعی، فرهنگی و... ارائه شده است.

نگاهی کوتاه به سوابق و موفقیت ها

وی فعالیت خبری و رسانه ای را در دهه هفتاد از

مدیرکل ورزش و جوانان استان اعلام کرد؛

تخصیص ۲۰۰ میلیارد تومان اعتبار برای ورزش آذربایجان شرقی



در زمینه حرفه‌پیشه و مشکل آفت، اعلام همکاری کرده اند. ستوده نژاد افزود: در همین راستا، یکی از شرکت های داخلی با شرکی از ترکیه که در زمینه چمن های رولی فعالیت می کند وارد راپزنی شده که ظرف چند روز آینده، این موضوع تعیین تکلیف می شود. وی تأکید کرد: کاشت چمن در این استادیوم به دلیل انجام بازی های تراکتور در آن و همچنین زمان بر بودن کشت چمن، منتهی است از این رو بهترین گزینه، وارد کردن چمن رولی مناسب با آب و هوای تبریز است. وی خاطرنشان کرد: برای نگهداری چمن فعلی این استادیوم نیز قرارداد نگهداری و تعمیر موتورخانه سامانه هیتینگ به ارزش ۶ میلیارد تومان منعقد شده تا در روزهای سرد و زمستانی،

در زمینه حرفه‌پیشه و مشکل آفت، اعلام همکاری کرده اند.

ستوده نژاد افزود: در همین راستا، یکی از شرکت های داخلی با شرکی از ترکیه که در زمینه چمن های رولی فعالیت می کند وارد راپزنی شده که ظرف چند روز آینده، این موضوع تعیین تکلیف می شود. وی تأکید کرد: کاشت چمن در این استادیوم به دلیل انجام بازی های تراکتور در آن و همچنین زمان بر بودن کشت چمن، منتهی است از این رو بهترین گزینه، وارد کردن چمن رولی مناسب با آب و هوای تبریز است. وی خاطرنشان کرد: برای نگهداری چمن فعلی این استادیوم نیز قرارداد نگهداری و تعمیر موتورخانه سامانه هیتینگ به ارزش ۶ میلیارد تومان منعقد شده تا در روزهای سرد و زمستانی،

مدیر عامل برق منطقه‌ای یزد در جمع خبرنگاران:

در سال گذشته حتی یک مورد خاموشی برق نداشتیم

یزد – سید محمد جواد عرفان فر: مدیر عامل شرکت برق منطقه‌ای یزد گفت: خوشبختانه در سال گذشته با مشارکت صنایع و مردم استان حتی یک مورد خاموشی برق نداشتیم. «ابوالفضل اسدی» در نشست خبری با اصحاب رسانه استان با بیان این که ۷۵ درصد برق مصرفی استان صنعتی، ۱۱ درصد

خانگی، ۷ درصد کشاورزی و ۱ درصد مربوط به صنایع است، گفت: این نسبت معمولاً در تابستان تغییر می‌کند و به منظور گذر از پیک بار، سهم صناعت بافته بود در این مجموعه هزینه کرده و به دنبال تکمیل نواقص ورزشگاه و تبدیل آن به مکانی در شان مردم آذربایجان است.

رسانه آثار و جوانان آذربایجان شرقی با اشاره به برنامه این اداره کل برای تعویض چمن استادیوم ورزشگاه یادگار امام تبریز و تأمین اعتبار آن، گفت: وزیر ورزش و دولت داده اند که اگر واردات چمن رولی مشکل گرایی داشت از تهران حل کنند ضمن اینکه جهاد کشاورزی استان نیز

یزد – سید محمد جواد عرفان فر: مدیر عامل شرکت برق منطقه‌ای یزد گفت: خوشبختانه در سال گذشته با مشارکت صنایع و مردم استان حتی یک مورد خاموشی برق نداشتیم. «ابوالفضل اسدی» در نشست خبری با اصحاب رسانه استان با بیان این که ۷۵ درصد برق مصرفی استان صنعتی، ۱۱ درصد خانگی، ۷ درصد کشاورزی و ۱ درصد مربوط به صنایع است، گفت: این نسبت معمولاً در تابستان تغییر می‌کند و به منظور گذر از پیک بار، سهم صناعت بافته بود در این مجموعه هزینه کرده و به دنبال تکمیل نواقص ورزشگاه و تبدیل آن به مکانی در شان مردم آذربایجان است.

رسانه آثار و جوانان آذربایجان شرقی با اشاره به برنامه این اداره کل برای تعویض چمن استادیوم ورزشگاه یادگار امام تبریز و تأمین اعتبار آن، گفت: وزیر ورزش و دولت داده اند که اگر واردات چمن رولی مشکل گرایی داشت از تهران حل کنند ضمن اینکه جهاد کشاورزی استان نیز

یزد – سید محمد جواد عرفان فر: مدیر عامل شرکت برق منطقه‌ای یزد گفت: خوشبختانه در سال گذشته با مشارکت صنایع و مردم استان حتی یک مورد خاموشی برق نداشتیم. «ابوالفضل اسدی» در نشست خبری با اصحاب رسانه استان با بیان این که ۷۵ درصد برق مصرفی استان صنعتی، ۱۱ درصد

خانگی، ۷ درصد کشاورزی و ۱ درصد مربوط به صنایع است، گفت: این نسبت معمولاً در تابستان تغییر می‌کند و به منظور گذر از پیک بار، سهم صناعت بافته بود در این مجموعه هزینه کرده و به دنبال تکمیل نواقص ورزشگاه و تبدیل آن به مکانی در شان مردم آذربایجان است.

رسانه آثار و جوانان آذربایجان شرقی با اشاره به برنامه این اداره کل برای تعویض چمن استادیوم ورزشگاه یادگار امام تبریز و تأمین اعتبار آن، گفت: وزیر ورزش و دولت داده اند که اگر واردات چمن رولی مشکل گرایی داشت از تهران حل کنند ضمن اینکه جهاد کشاورزی استان نیز



اهاد – شبنم قاجاوند: جلوگیری از خروج ۶۰۰ هزار یوروبی ارز از کشور (حدود ۲۶ میلیارد تومان)، حمایت و تکیه بر توانمندی ایرانی، کاهش زمان تعمیرات و راه اندازی سریعتر این واحد ۳۱۵ مگاواتی مهمترین دستاورد این پروژه تخصصی بود.

توربین واحد ۳۱۵ مگاواتی شماره ۶ نیروگاه رامین اهواز پس از نصب پره های ساخت ایران مجددا به شبکه سراسری برق کشور متصل شد. محسن حافظی مدیرعامل نیروگاه رامین اهواز پس اعلام این خبر گفت: توربین واحد ۳۱۵ مگاواتی شماره ۶ این نیروگاه در اوایل اسفندماه سال گذشته از ناحیه پره های استیج ۲۷و۲۸و ۲۹ دچار شکستگی و آسیب های جزئی شد و تاگزیر ششیدم جهت جلوگیری از آسیب های بیشتر این واحد تولید برق را از مدار خارج کنیم. حافظی گفت: پره های این نوع توربین ها به فشار ۲۴۰ اتمسفری و حرارت ۵۴۰ درجه سانتیگرادی را می بايست تحمل کنند که دارای مترايل ساختار فنی و تکنولوژی خاصی هستند که تاکنون در کشورای بلوک شرق تولید می شدند.

وی گفت: اعتماد به سازندگان ایرانی و قطع کامل وابستگی به سایر کشورها همواره از رویکردهای وزارت نیرو و بویژه صنعت برق حرارتی بوده و ما نیز بر همین اساس ساخت و تعویض این پره ها را به شرکت تعمیرات نیروگاهی ایران واگذار نمودیم و پس از نصب و اجرای تنظیمات تخصصی توانستیم با موفقیت این واحد تولید برق را راه اندازی و مجددا به شبکه سراسری برق کشور متصل نماییم. وی گفت: در این پروژه پره های استیج شماره ۲۷ تعویض شده و پره های استیج شماره ۲۸ و ۲۹ مورد ترمیم و اصلاح قرار گرفتند. حافظی همچنین از ساخت و نصب پره های استیج ۲۹ برای اولین بار در ایران بروزی رونو IP زروو این واحد خبر داد که هم اکنون در شرکت تعمیرات نیروگاهی ایران در حال انجام است.

حافظی با اشاره به آغاز فصل گرما و پیک مصرف برق در جنوب کشور گفت: خرید و انتقال این نوع پره ها با توجه به شرایط تحریمی، قیمت هنگفت و پروسه زمانی تأمین آنها باعث عدم راه اندازی بموقع این واحد نیروگاهی می شد که احتمالا بیش از ۸ ماه بطول می انجامید در حالی که پروسه ساخت،

وی گفت: اعتماد به سازندگان ایرانی و قطع کامل وابستگی به سایر کشورها همواره از رویکردهای وزارت نیرو و بویژه صنعت برق حرارتی بوده و ما نیز بر همین اساس ساخت و تعویض این پره ها را به شرکت تعمیرات نیروگاهی ایران واگذار نمودیم و پس از نصب و اجرای تنظیمات تخصصی توانستیم با موفقیت این واحد تولید برق را راه اندازی و مجددا به شبکه سراسری برق کشور متصل نماییم. وی گفت: در این پروژه پره های استیج شماره ۲۷ تعویض شده و پره های استیج شماره ۲۸ و ۲۹ مورد ترمیم و اصلاح قرار گرفتند. حافظی همچنین از ساخت و نصب پره های استیج ۲۹ برای اولین بار در ایران بروزی رونو IP زروو این واحد خبر داد که هم اکنون در شرکت تعمیرات نیروگاهی ایران در حال انجام است.

حافظی با اشاره به آغاز فصل گرما و پیک مصرف برق در جنوب کشور گفت: خرید و انتقال این نوع پره ها با توجه به شرایط تحریمی، قیمت هنگفت و پروسه زمانی تأمین آنها باعث عدم راه اندازی بموقع این واحد نیروگاهی می شد که احتمالا بیش از ۸ ماه بطول می انجامید در حالی که پروسه ساخت،

راهنمای طراحی استراتژی بازاریابی برای استارت آپ‌ها



به قلم: باب دیرسلی

کارشناس بازاریابی در موسسه هاب اسپات

ترجمه: علی آل علی

آیا شما با نحوه مدیریت یک استارت‌آپ به طور کاربردی آشنایی دارید؟ پاسخ به این پرسش چندان ساده نیست. بسیاری از کارآفرینان در پاسخ به این پرسش بر روی توانایی‌های بسیار زیادشان تاکید دارند، با این حال در عمل با مشکلات زیادی برای مدیریت کسب و کارشان مواجه می‌شوند. یکی از بخش‌های مهم برای مدیریت کسب و کار مربوط به بازاریابی است. طراحی استراتژی بازاریابی حتی برای کسب و کارهای بزرگ نیز دردرساز است بنابراین استارت‌آپ‌ها باید به فکر یافتن راهکارهایی برای غلبه بر چنین مشکلاتی باشند.

بازاریابی برای استارت‌آپ‌ها بیشتر شبیه به یادگیری قایق‌سواری است. بسیاری از مردم توانایی قایق‌سواری ندارند. در این میان برخی برای نخستین بار به سراغ این تجربه هیجان‌انگیز می‌روند. تجربه شما هر طور که باشد، باید نسبت به اجرای درستش توجه نشان دهید. استفاده از ابزارهای مناسب در این میان اهمیت بسیار زیادی خواهد داشت. هدف اصلی در این مقاله بررسی برخی از مهمترین توصیه‌ها برای طراحی استراتژی بازاریابی در استارت‌آپ‌هاست. در ادامه برخی از مهمترین نکات در این راستا را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

استفاده از اهداف هوشمندانه (SMART)

یکی از الگوهای رایج در زمینه طراحی استراتژی بازاریابی استفاده از مدل SMART است. این عبارت مخفف مفاهیم منحصر به فرد (Specific)، قابل اندازه‌گیری (Measurable)، مرتبط با حوزه کسب و کار (Relevant) و زمان‌بندی‌شده (Timely) است. شاید در نگاه نخست استفاده از مدل موردنظر برای بازاریابی بسیار دشوار به نظر برسد، با این حال ما در اینجا به بررسی دقیق تاثیر این مدل و کمک به شما برای ارزیابی‌اش خواهیم پرداخت.

براساس گزارش تیم بازاریابی موسسه هاب اسپات، استفاده از الگوی SMART در زمینه بازاریابی موجب ۵۰ درصد افزایش خروجی محتوای تولیدی می‌شود. همچنین میزان فروش را نیز به طور میانگین ۱۰ درصد افزایش خواهد داد.

وقتی استراتژی بازاریابی یک برند دارای معیارهای دقیقی برای اندازه‌گیری باشد، امکان تاثیرگذاری بر روی مشتریان به شدت افزایش خواهد یافت. یکی از ایرادات

استارت‌آپ‌ها در زمینه بازاریابی و طراحی استراتژی عدم توجه به وضعیت کنونی و اهداف‌شان است. این امر موجب ناتوانی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در بلندمدت می‌شود.

بسیاری از برندها از برنامه‌های شخصی‌سازی‌شده برای پیگیری امور کسب و کارشان استفاده می‌کنند. شاید استارت‌آپ شما نیز در ابتدای مسیرش تمایل به استفاده از چنین برنامه‌هایی داشته باشد. نکته مهم در این میان توجه به فقدان تجربه کسب و کارتان است. این امر استفاده از مدل‌های آماده برای طراحی اهداف استراتژی بازاریابی را منطقی‌تر جلوه می‌دهد.

تعریف دقیق مخاطب هدف

استارت‌آپ‌ها باید به طور دقیق مشتریان‌شان را مشخص نمایند. وقتی یک برند به دنبال مشتریانش بدون توجه به ویژگی‌های آنهاست، بخش قابل ملاحظه‌ای از بودجه‌اش صرف مخاطب نامناسب خواهد شد. این امر مشکلات بسیار زیادی برای کسب و کارها به همراه دارد.

اگر برای تعریف مخاطب هدف از معیارهای قابل اندازه‌گیری استفاده نمایید، در هر مرحله از طراحی استراتژی امکان تجدیدنظر و اصلاح ایرادات را خواهید داشت. متأسفانه بسیاری از برندها به این نکته مهم توجهی نشان نمی‌دهند. درست به همین خاطر استراتژی بازاریابی‌شان به طور مداوم همراه با مشکلات قابل ملاحظه‌ای است.

تعریف مخاطب هدف در عرصه بازاریابی باید براساس استفاده از داده‌های معتبر صورت گیرد. اگر در این میان براساس تجربه یا حتی پیش‌بینی‌های غیرمعتبر اقدام نمایید، به احتمال زیادی با مشکلات زیادی مواجه خواهید شد. بسیاری از برندها برای تعریف دقیق مخاطب هدف اقدام به راه‌اندازی بخش ویژه‌ای برای گردآوری داده‌ها درباره مشتریان می‌کنند. بدون تردید استارت‌آپ‌ها امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با استفاده از چنین طرح‌هایی را ندارند. بنابراین باید به دنبال راهکاری ساده‌تر بود.

یک راهکار مناسب در این میان تلاش برای استفاده از مطالعات و داده‌های تهیه‌شده از سوی برندهای دیگر است. ساده‌ترین نمونه در این میان مشاهده نحوه هدف‌گذاری برندهای رقیب‌مان بر روی مشتریان و تعریف آنها از مخاطب هدف است. شاید این امر بهترین الگو برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان نباشد، اما در مراحل ابتدایی توسعه استارت‌آپ‌تان به شدت کاربردی خواهد بود.

داشتن یک پیام واضح و منحصر به فرد

پیام‌های بازاریابی مهمترین بخش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف محسوب می‌شود. اگر به تجربه برندهای بزرگ نگاه کنید، اغلب آنها دارای پیام‌های بازاریابی بسیار جذابی بوده‌اند. این امر موفقیت در تعامل با مشتریان را تضمین می‌کند. هرچه یک برند توانایی بیشتری برای طراحی یک پیام واضح و منحصر به فرد داشته باشد، شانس بالاتری برای جذب مشتریان خواهد داشت.

پیام‌های بازاریابی باید به اندازه کافی واضح و روشن باشد. در غیر این صورت کاربران توجهی به آن نخواهند کرد. مشتریان به هر حال به دنبال پیام‌های ساده برای درک در لحظه و تصمیم‌گیری برای خرید هستند. پیام‌های پیچیده در این میان کاربردی برای آنها نخواهد داشت.

مشتریان در تعامل با برندها به دنبال راهکارهایی برای آگاهی از نحوه تاثیرگذاری محصولات بر روی زندگی‌شان هستند. هرچه یک برند توانایی بالاتری برای بیان این مورد داشته باشد، مشتریان بیشتر به محصولاتش جذب خواهند شد. استارت‌آپ‌ها وقتی برای نخستین مرتبه به دنبال طراحی پیام بازاریابی هستند، وسواس زیادی به خرج می‌دهند. این امر باید از سوی کسب و کارها به بهترین شکل ممکن مدیریت شود. در غیر این صورت مشکلات زیادی برای برندها به همراه خواهد داشت. یکی از مشکلات اساسی برای استارت‌آپ‌ها در این میان کسب شهرت منفی در زمینه طراحی پیام‌های بازاریابی است. شاید کسب و کارهای بزرگ توانایی رفع شهرت منفی‌شان در مدت زمانی کوتاه را داشته باشند، اما این امر برای استارت‌آپ‌ها غیرممکن به نظر می‌رسد، با این حساب نخستین اشتباه شما شاید بدل به آخرین اشتباه شود.

طراحی استراتژی بازاریابی محتوایی برای ترغیب مشتریان

ترغیب مشتریان به سوی محصولات، سایت، ویلاگ یا حتی عضویت در خیرنامه برند اهداف کم‌اهمیتی نیستند بنابراین برندها باید نسبت به استفاده از آنها توجه نشان دهند. متأسفانه بسیاری از برندها برای بازاریابی محتوایی برنامه درستی ندارند. این امر موجب تولید محتوا بدون تمرکز بر روی هدف یا حتی پیام اصلی‌اش می‌شود. اگر وضعیت کسب و کار شما نیز این‌گونه است، باید تجدیدنظر اساسی در نحوه فعالیت‌تان نمایید. در غیر این صورت شانس چندانی برای موفقیت در عرصه رقابتی کسب و کار نخواهید داشت.

هر محتوای بازاریابی باید دارای الگویی به منظور ترغیب مشتریان باشد. بهترین نمونه در این میان مربوط به ترغیب مشتریان برای عضویت در خیرنامه برند است. شاید این امر بسیار پیش پا افتاده به نظر برسد، اما نقطه شروع مناسبی خواهد بود. اگر محتوای بازاریابی شما به اندازه کافی برای مشتریان جذابیت داشته باشد، آنها تمایل بالایی برای دنبال کردن اخبار کسب و کارتان نشان خواهند داد. معنای ضمنی این امر امکان تاثیرگذاری بر روی مشتریان برای تعامل بیشتر است. اگر محتوای بازاریابی شما دارای هدفی برای ترغیب مشتریان به امر خاصی نیست، باید در آن تجدیدنظر نمایید. بازاریاب‌ها اغلب اوقات از مفهوم دعوت به عمل (Call to Action) برای توصیه چنین وضعیتی سود می‌برند، با این حساب کسب و کارها باید در تمام محتوای بازاریابی‌شان به این نکته مهم توجه نشان دهند. در غیر این صورت شانسسی برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان نخواهند یافت.

ارزیابی محتوای پیش از انتشار

بدون تردید هیچ‌کدام از ما بازاریاب‌های حرفه‌ای و بی‌عیبی نیستیم. بسیاری از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف فقط بر روی یک شیوه یا الگوی تولید محتوا تمرکز می‌کنند. این امر اگرچه فرایند بازاریابی را ساده می‌کند، اما موجب از دست رفتن فرصت‌های طلایی بسیاری می‌شود.

ارزیابی کیفی محتوای بازاریابی باید همیشه مدنظر قرار داشته باشد. این امر به کسب و کارها برای تاثیرگذاری بهتر بر روی مشتریان کمک خواهد کرد. اگر مشتریان شما

از محتوای‌تان استقبال نمی‌کنند، مشکل اصلی در نحوه فعالیت شماست بنابراین باید نسبت به ایجاد تغییراتی هرچند اندک در وضعیت استراتژی‌تان اقدام نمایید.

همانطور که پیش از این نیز بیان شد، استفاده از معیارهای قابل ارزیابی برای بازاریابی بسیار مهم است. یکی از جلوه‌های اهمیت این موضوع در بحث ارزیابی محتوا پیش از انتشار مطرح می‌شود. بدون تردید تمام برندها پس از انتشار محتوا امکان استفاده از نظرات مشتریان‌شان برای بهبود وضعیت کمپین را دارند، اما اگر این امر پیش از انتشار محتوا و با استفاده از معیارهای برند صورت گیرد، تاثیرگذاری بسیار بیشتری بر روی مشتریان خواهد داشت.

نمایش محتوای تبلیغاتی برای نتایج کوتاه‌مدت

تبلیغات یکی از صنایع بسیار مهم و کاربردی محسوب می‌شود. سالانه شمار بالایی از برندها برای جلب نظر مشتریان به دنبال استفاده از گزینه‌های تبلیغاتی هستند. مهمترین مسئله در این میان توجه به نتیجه‌بخشی کوتاه‌مدت تبلیغات در مقایسه با بازاریابی است بنابراین اگر کسب و کار شما به دنبال نتایج کوتاه مدت است، باید استفاده از گزینه‌های تبلیغاتی را برای مدت زمانی محدود هم که شده مدنظر قرار دهید.

نمایش محتوای تبلیغاتی شیوه‌های بسیار زیادی دارد. برخی از برندها بسته به شرایط‌شان نیاز به توجه ویژه از بسیاری از برندها در این میان به کمک دیگر کسب و سوی مشتریان برای مدت زمانی اندک دارند. این امر بدون توجه به تبلیغات امکان‌ناپذیر خواهد بود بنابراین برندها باید نسبت به استفاده از شیوه‌های تبلیغاتی توجه نشان دهند. بهترین گزینه در این میان نیز نمایش محتوای تبلیغاتی در شبکه‌های اجتماعی است. دلیل این امر کاربرد بالای شبکه‌های اجتماعی و محبوبیت‌شان در میان کاربران است.

انتخاب شبکه اجتماعی مناسب برای بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کار ساده‌ای نیست. بسیاری از برندها در این میان به کمک دیگر کسب و کارها و همچنین کارشناس‌های حرفه‌ای نیاز دارند. استارت‌آپ‌ها به دلیل فقدان تجربه و عدم آگاهی مشتریان وضعیت به شدت عجیبی را تجربه می‌کنند. ساده‌ترین راهکار در این میان برای تجربه‌ای مناسب از تبلیغات برای مخاطب هدف انتخاب پلتفرم‌های محبوب و پرکاربر است. دلیل این امر امکان معرفی کسب و کار به ساده‌ترین شیوه ممکن برای دامنه وسیعی از کاربران است.

اجرای استراتژی روابط عمومی دیجیتال در کنار بازاریابی

روابط عمومی نقش مهمی در بهبود جایگاه برندها در نگاه مشتریان دارد. بسیاری از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان به طور مداوم با مشکل مواجه هستند، یکی از دلایل اصلی این امر ضعف در بحث روابط عمومی است. اگر برند شما توانایی تاثیرگذاری بر روی مشتریان به صورت مناسب را نداشته باشد، باید دلایل آن را به دقت جست‌وجو کرد. برندها اغلب اوقات سرمایه‌گذاری مطلوبی بر روی بازاریابی و انتقال پیام‌شان به مشتریان می‌کنند، اما توجهی به پیام و صحبت‌های مشتریان‌شان ندارند. این امر فقط از طریق راه‌اندازی بخش روابط عمومی کاربردی حل و فصل خواهد شد.

امروزه با توجه به شرایط ناشی از کرونا و بسیاری از مشکلات دیگر همکاری میان تیم‌های بازاریابی و روابط عمومی به شدت نزدیک شده است بنابراین برندها باید به این نکته برای مدیریت بهینه در بخش بازاریابی توجه نشان دهند. روابط عمومی استاندارد در این میان امکان ایجاد تاثیر مناسب بر روی مشتریان را به همراه دارد. این استراتژی دست‌کم در برخی از موارد برای جلب نظر مشتریان و کمک به آنها برای تصمیم‌گیری درست کاربردی خواهد بود.

اگر استارت‌آپ شما در زمینه روابط عمومی دسترسی به نیروی کار مناسب ندارد، باید از کارشناس‌های حرف ای برای تغییر شرایط استفاده نمایید. این امر اهمیت بسیار زیادی از نقطه نظر بازاریابی برندها دارد. دلیل این امر امکان ارائه تجربه‌ای حرفه‌ای از روابط عمومی به مشتریان استارت‌آپ‌تان است. شاید این امر در ابتدای مسیر فعالیت

برندتان هزینه بسیار زیادی به همراه داشته باشد، اما دست‌کم در نخستین برخورد مشتریان با برندتان عملکرد عالی ارائه خواهید کرد.

مدیریت شهرت برند

وقتی یک کسب و کار اقدام به اجرای کمپین بازاریابی می‌کند، پس از مدت زمانی اندک شهری به دست خواهد آورد. اگر شما خوش شانس باشید، شهرت‌تان مثبت خواهد بود. البته گاهی اوقات نیز کسب و کارها به شهرت منفی می‌رسند. مدیریت شهرت برند در هر وضعیتی دارای اهمیت زیادی است. دلیل این امر امکان تاثیرگذاری بر روی مشتریان برای تکرار اقدام نماید. در غیر این صورت شهرت منفی برند است بنابراین سرنوشت برند شما در این مرحله به توانایی مدیریت شهرت‌تان بستگی خواهد داشت.

یافتن دلایل رضایت یا نارضایتی مشتریان از برند مهمترین گام در مدیریت شهرت است. بدون تردید هیچ برندی قصد از دست دادن مشتریان بالقوه‌اش را ندارد بنابراین در صورت یافتن مشکلات باید در کوتاه‌ترین زمان ممکن نسبت به رفع‌شان اقدام نمایید. در غیر این صورت وضعیت برندتان به شدت دشوار خواهد شد.

توسعه انجمن مشتریان برند

استارت‌آپ‌ها باید از همان روز نخست اقدام به توسعه انجمن مشتریان‌شان نمایند. اگر شما اطلاعاتی در این زمینه ندارید، باید یادآوری کنیم که انجمن مشتریان قبل هر استراتژی بازاریابی را شکل می‌دهد. دلیل این امر تولید محتوای بازاریابی برای مشتریان حاضر در این انجمن در اغلب اوقات است.

انجمن مشتریان به ساده‌ترین معنا شامل گروهی از مشتریان وفادار به برند است. این امر اهمیت بسیار زیادی برای برندها از نقطه نظر بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف دارد. اگر یک برند مشتریان وفادارش را از دست بدهد، به سرعت در بازار با شکست رو به رو خواهد شد. به یاد داشته باشید که مشتریان وفادار بخش قابل ملاحظه‌ای از فروش برندتان را شکل می‌دهند بنابراین مدیریت آنها باید در اولویت هر استارت‌آپی باشد.

تعامل با مشتریان و تبدیل‌شان به مشتریان وفادار کار بسیار سختی نیست. چالش اصلی در زمینه حفظ مشتریان وفادار طرح می‌شود. بسیاری از برندها توانایی حفظ مشتریان وفادار را ندارند. درست به همین خاطر به طور مداوم با شکست در زمینه تاثیرگذاری بر روی مشتریان‌شان و فروش بالا مواجه می‌شوند.

مدیریت مشتریان وفادار و حفظ‌شان با استفاده از انجمن مشتریان فقط یک نام زیبا نیست. این استراتژی تاثیر عملی برای برندها نیز به همراه دارد. ارزیابی وضعیت مشتریان وفادار وقتی عضو انجمن برند باشند، بسیار ساده‌تر از هر زمان دیگری خواهد بود بنابراین برندها باید به این نکته توجه بسیار زیادی داشته باشند.

استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای ارتباط با مشتریان

کسب و کارها باید به جست‌جوی مشتریان بپردازند. این فرایند ساده و بی‌دردسر نیست، اما برخی نکات در این مسیر به کمک شما خواهد آمد. یکی از نکات مهم در این میان استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای تعامل و ارتباط با مشتریان است. این امر اغلب اوقات در قالب تولید محتوا در شبکه‌های اجتماعی مورد بحث قرار می‌گیرد. استفاده از ایده‌های تازه و جذاب برای تعامل با مشتریان در شبکه‌های اجتماعی تاثیر بالایی بر روی جذب مشتریان دارد. یکی از مهمترین نکات در این میان مربوط به نمایش پشت صحنه کسب و کار است. این امر آشنایی مشتریان با کسب و کارمان را به شدت افزایش خواهد داد.

امروزه بازاریابی و تعامل با مشتریان در حوزه‌های مختلف کسب و کار بدون استفاده از ایده‌های مناسب امکان‌پذیر نیست. اگر شما نیز برای توسعه استارت‌آپ‌تان نیاز به ایده‌هایی برای طراحی استراتژی بازاریابی دارید، استفاده از توصیه‌ها و ایده‌های مورد بحث در این مقاله کاربردی خواهد بود.

منبع: هاب اسپات