

سر مقاله

لغو یا تعلیق مجوز فعالیت بانک‌ها

علی نظافتیان
دبیر کمیسیون حقوقی کانون بانک‌ها

آیا می‌توان مجوز فعالیت یک بانک و مؤسسه اعتباری را تعلیق یا لغو کرد و به حیات بانکی آن خاتمه داد؟ در صورت پاسخ مثبت آیا این کار بایستی مستند به تصمیم بانک مرکزی باشد یا متکی به رأی قطعی مراجع قضایی؟ نکته حقوقی موضوع اینجاست که لغو یا تعلیق موقت مجوز فعالیت یا مجوز تأسیس یک بانک و مؤسسه اعتباری از نظر حقوقی ماهیتا نوعی مجازات انتظامی در قبال تخلفات آن بانک است، یا تدبیر و تصمیم انتظامی بانک مرکزی در مقام تنظیم‌گری فعالیت بانک‌ها؟

پاسخ به این پرسش هرچه که باشد، در این زمینه باید به این نکته اساسی توجه داشت که لغو یا تعلیق مجوز فعالیت بانک، آشاری متفاوت بر حقوق کارکنان، سپرده‌گذاران و صاحبان سهام بانک لغو مجوز شده خواهد داشت.

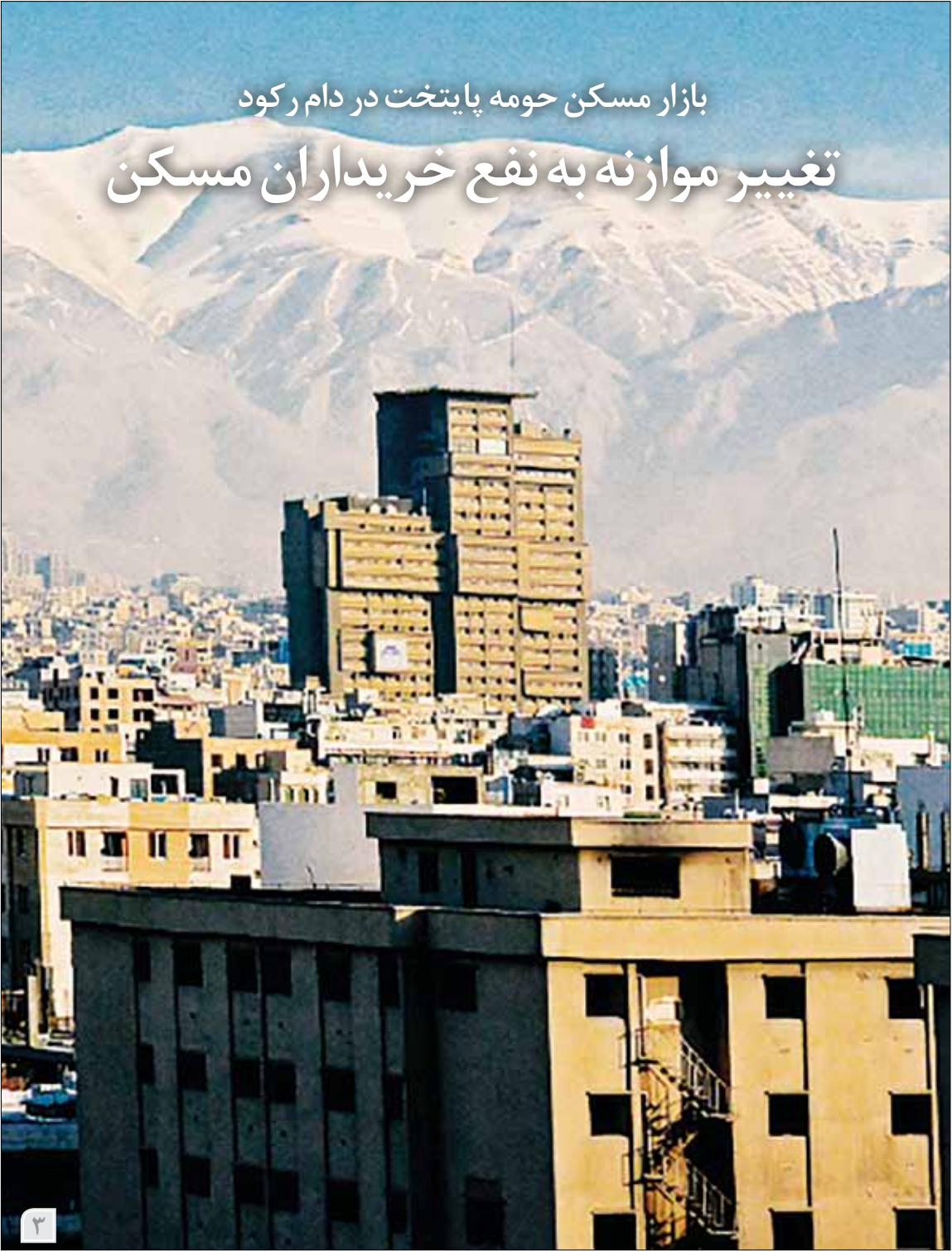
لغو یا تعلیق مجوز فعالیت یک بانک و مؤسسه اعتباری در واقع، از کارانداختن دائم یا موقت موتور محرکه آن بانک است.

اما بدون شک، دود این تصمیم چشمان کارکنان، سپرده‌گذاران و سهامداران شرکت‌های وابسته به آن بانک را نوازش خواهد داد؛ همانگونه که ادغام بانک‌ها نیز تقریباً چنین آثاری دارد و زیاد دور نیست.

ادامه در همین صفحه

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی



لغو یا تعلیق مجوز فعالیت بانک‌ها

مرکزی.

✱ انحصار لغو یا تعلیق مجوز فعالیت بانک به هیأت انتظامی بانک مرکزی بنابه‌درخواست هیأت عامل بانک مرکزی قابل‌اعتراض در دیوان عدالت اداری.

در مورد گزینه اول، یعنی رأی قطعی مراجع قضایی باید توجه داشت که صلاحیت مراجع قضایی عام و گسترده است؛ بنابراین اگر درخواست انحلال یا لغو مجوز یک بانک به قوه قضائیه داده شده ممکن است مرجع قضایی ذی‌ربط صلاحیت قانونی خود برای رسیدگی قضایی به این گونه پرونده‌ها را احراز کند؛ مگر آنکه در قانون درخواست انحلال یا لغو مجوز بانک صراحتاً موکول به درخواست بانک مرکزی شده باشد، اما اگر اختیار لغو یا تعلیق مجوز فعالیت بانک هم‌زمان هم به بانک مرکزی و هم به هیأت انتظامی سپرده شده باشد، در این وضعیت امکان موازی‌کاری و تعارض بین رأی قطعی هیأت انتظامی و تصمیم بانک مرکزی دور از انتظار نخواهد بود. تصمیم بانک مرکزی به‌رحال تصمیم اداری ناظر قانونی بانک‌هاست، اما تصمیم هیأت انتظامی بانک مرکزی نتیجه بررسی و تصمیم یک مرجع شبه قضایی در قالب رأی خواهد بود. این رأی می‌تواند در هیأت تجدیدنظر انتظامی بانک مرکزی یا دیوان عدالت اداری قابل‌تجدیدنظر باشد. در نتیجه در تحلیل اختیارات پیش‌بینی‌شده برای بانک مرکزی در لایحه برنامه هفتم توسعه بایستی به این نکته اساسی توجه داشت‌ که بانک مرکزی برای نظرات کارا و مؤثر بر فعالیت بانک‌ها و مؤسسات اعتباری باید از اقتدار قانونی لازم برخوردار باشد. در این مطلب هیچ بحثی نیست، اما از جنبه حقوقی پرسش آن است که آیا منطقی است لغو مجوز فعالیت بانک‌ها یا عزل مدیران آن به طور هم‌زمان هم به شورای پول و اعتبار و هم به هیأت انتظامی بانک مرکزی واگذار شود؟

از نظر مبانی حقوقی، پاسخ به این پرسش منفی است. منطقی نیست که هم‌زمان هم شورای پول و اعتبار و هم هیأت انتظامی به طور هم عرض صلاحیت لغو یا تعلیق مجوز فعالیت بانک‌ها و مؤسسات اعتباری را داشته باشند؛ چراکه در این حالت امکان تعارض تصمیمات یا وجود رویه‌های متفاوت شورای پول و اعتبار و هیأت انتظامی بانک مرکزی بسیار امکان‌پذیر خواهد بود. در حال حاضر شورای پول و اعتبار، عالی‌ترین مرجع بانکی کشور با ترکیبی کامل فراقوه‌ای است. شأن قانونی شورای پول و اعتبار، صرفاً سیاستگذاری در امور بانکی است.

همانطور که گفته شد، در بند ۵ ماده ۸ قانون جدید بانک مرکزی که هنوز به تصویب نهایی نرسیده است و در راه شورای نگهبان و مجمع تشخیص مصلحت نظام است، یکی

همه چیز درباره مالیات سلب‌ریتی‌ها

سخنگوی سازمان امور مالیاتی نیز در مورد نحوه شناسایی سلب‌ریتی‌ها اینطور توضیح داد که الگوریتم‌ها و فرمول‌های فهرست مودیان مالیاتی و خوداظهاری ارائه شده توسط آنها را تهیه کند و در تارنامه سازمان در منظر عموم قرار دهد.

سپس اخذ مالیات از این افراد که اصطلاحاً به آنها سلب‌ریتی گفته می‌شود، جدی‌تر شد و در بهمن سال گذشته «داوود منظور»، رئیس سابق سازمان امور مالیاتی

در یک نشست خبری بر این نکته تأکید کرد که سلب‌ریتی‌ها

مانند سایر مودیان هستند و براساس میزان درآمدی که

اشاره آمده است که «بانک مرکزی حسب مورد با تصویب شورای پول و اعتبار یا رأی قطعی هیأت انتظامی و هیأت انتظامی تجدیدنظر، با هدف ساماندهی بانک‌ها و مؤسسات اعتباری، از اختیارات ذیل برخوردار است: لغو مجوز فعالیت بانک، مؤسسه اعتباری غیربانکی یا شعبه بانک خارجی» و همچنین «عزل اعضای هیأت‌مدیره، هیأت عامل، مدیرعامل، قائم‌مقام مدیرعامل و مدیران مؤثر.»

برمبنای نظریات بانک مرکزی قرار است برای تأسیس و راه‌اندازی یک بانک، دو مجوز صادر شود: مجوز تأسیس و مجوز فعالیت. پس براساس لایحه پیشنهادی برنامه هفتم، بانک مرکزی فقط در مورد لغو یا تعلیق مجوز فعالیت یک بانک و مؤسسه اعتباری می‌تواند تصمیم بگیرد و این اختیار قانونی شامل مجوز تأسیس آن بانک نخواهد بود. از آن طرف، کمیسیون اقتصادی مجلس نیز طرحی ۹۰ ماده‌ای راجع به بانکداری در دست بررسی دارد که در ماده ۸۰ آن آمده است: «مؤسسات اعتباری دارای مجوز تأسیس، برای فعالیت در نظام بانکی باید از بانک مرکزی مجوز فعالیت دریافت کنند. در صورت اقدام به فعالیت در نظام بانکی بدون دریافت مجوز فعالیت، مجوز تأسیس مؤسسه اعتباری لغو و مرتکب مشمول مجازات‌های مذکور در بند (پ) ماده ۳۷ قانون بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران مصوب... می‌شود.»

از دید مقایسه‌ای در حقوق جزا، لغو مجوز فعالیت بانک‌ها مانند صدور حکم اعدام برای مجرمان است. همانگونه که مجازات اعدام به حیات و زندگی مجرمان خاتمه می‌دهد، لغو مجوز تأسیس یا مجوز فعالیت یک بانک نیز به حیات و فعالیت بانک لغو مجوز شده خاتمه می‌دهد. به طور طبیعی، خاتمه فعالیت یک بانک و مؤسسه اعتباری، آوارگی شغلی و بیکاری صدها بلکه هزاران نفر از کارکنان آن بانک را به دنبال خواهد داشت. افزون بر آن، لغو مجوز فعالیت همچنین سرمایه‌گذاران را به مخاطره می‌اندازد و موجب دلواپسی سپرده‌گذاران آن بانک نیز خواهد شد. پس بایستی تشریفات قانونی صدور حکم لغو مجوز فعالیت بانک‌ها را حسابی افزایش داد و در اعمال لغو یا تعلیق مجوز فعالیت بانک‌ها، نهایت احتیاط را به خرج داد.

در مجموع، در مورد مرجع صالح برای لغو یا تعلیق مجوز فعالیت بانک‌ها و مؤسسات اعتباری، گزینه‌های زیر متصور است:

✱ انحصار لغو یا تعلیق مجوز فعالیت بانک به رأی قطعی مراجع قضایی بنابه‌درخواست بانک مرکزی.

✱ انحصار لغو یا تعلیق مجوز فعالیت بانک به شورای پول و اعتبار (یا هیأت عالی بانک مرکزی در صورت تصویب نهایی قانون بانک مرکزی) بنابه‌درخواست هیأت عامل بانک

از وظایف هیأت عالی نظارت «اتخاذ تصمیم درخصوص تعلیق، تمدید و لغو مجوز فعالیت مؤسسات اعتباری» تعیین شده است، اما شورای نگهبان در نظریه مورخ ۸ دی ماه ۱۴۰۱ سر این بند از ماده ۸ قانون بانکداری «از حیث عدم تعیین ضابطه مشخص برای صدور، تعلیق، تمدید و لغو مجوز تأسیس یا مجوز فعالیت مؤسسات اعتباری ابهام دارد» ایراد گرفته است. افزون بر آن، در ماده ۲۲ همین قانون به معاون تنظیم‌گری بانک مرکزی اجازه داده شده است که از هیأت انتظامی بانک مرکزی درخواست تعلیق یا لغو مجوز اشخاص تحت نظارت متخلف (به‌غیر از مؤسسات اعتباری) کند. بدین ترتیب، نوعی آشفتگی در مورد موضوع مهم لغو یا تعلیق مجوز فعالیت مؤسسات اعتباری در قانون بانک مرکزی و لایحه برنامه هفتم توسعه به چشم می‌خورد. در یک لایحه «لغو مجوز فعالیت بانک، مؤسسه اعتباری غیربانکی یا شعبه بانک خارجی» به طور هم‌زمان هم در اختیار بانک مرکزی و هم هیأت انتظامی قرار می‌گیرد؛ درحالی‌که در قانون بانک مرکزی، «اتخاذ تصمیم درخصوص صدور، تعلیق، تمدید و لغو مجوز فعالیت مؤسسات اعتباری» هم به بانک مرکزی و هم به هیأت انتظامی داده شده است. همچنین در ماده ۸ طرح بانکداری پیشنهادی کمیسیون اقتصادی مجلس در مورد انحلال موسسات اعتباری آمده است: «الف. در صورتی که:

۱- مؤسسه اعتباری با استفاده از هیچ‌یک از روش‌های گزیر که در مواد قبل گفته شد، قابل گزیر نباشد؛

۲- یا در نتیجه اجرای روش‌های سسوم و چهارم (موضوع مواد ۷۷ و ۷۸) بخشی از دارایی‌ها و دیون آن به مؤسسه اعتباری انتقالی یا شرکت مدیریت دارایی‌ها منتقل شده و بخش دیگر، قابل گزیر نباشد،

هیأت اجرایی گزیر موظف است پیشنهاد انحلال مؤسسه اعتباری را ارائه کند؛

ب. در صورت تصویب انحلال مؤسسه اعتباری در حال گزیر توسط هیأت عالی، مراتب توسط بانک مرکزی جهت ثبت به مرجع ثبت شرکت‌ها اعلام می‌شود.

پ. در صورتی که به تشخیص هیأت عالی، دارایی‌های مؤسسه اعتباری درحال گزیر یا بخش باقیمانده آن کمتر از بدهی‌های آن باشد، بانک مرکزی باید هم‌زمان با ارسال مصوبه هیأت عالی به مرجع ثبت شرکت‌ها، درخواست ورشکستگی مؤسسه اعتباری در حال گزیر را به قوه قضائیه ارسال کند.

تبصره-دادخواست ورشکستگی مؤسسات اعتباری، بدون تأیید هیأت عالی در مراجع قضائی پذیرفته نمی‌شود.»

سال ۱۳۹۹ و ۱۴۰۰ این اینفلوئنسر‌ها یا دنبال‌کننده بالای ۵۰۰ هزار را مورد بررسی قرار داده است؛ طبق بررسی‌ها، ۵۵۱ کاربر و فعال مجازی دارای بیش از ۵۰۰ هزار دنبال‌کننده شناسایی شدند که مشمول مالیات بر درآمد می‌شدند که تعداد زیادی از افراد مذکور شناسایی شدند و در نهایت برای ۱۲۲ اینفلوئنسر که درآمد قابل توجهی داشتند، درآمد تشخیصی صادر شده است. بنابراین تراکنش‌ها و حساب‌های این افراد شناسایی شدند و تقریباً مجموع تراکنش‌های واریزی برای این ۱۲۳ اینفلوئنسر در سال ۱۴۰۰ بیش از ۲٫۳ هزار میلیارد تومان بوده است. البته معیار تشخیص درآمد اینفلوئنسر‌ها لزوماً واریزی به

شاخص بورس تهران پس از ۱۶ روز کاری به کانال ۲۰۲ میلیونی بازگشت

رشد ۲ درصدی بورس در هفته دوم تیر

فرصت امروز: شاخص کل بورس تهران کمتر از یک ماه پیش، کانال ۲۰۲ میلیون واحد را به عنوان یکی از سطوح مهم حمایتی از دست داد و با گذشت ۱۶ روز کاری در معاملات هفته گذشته مجدداً به این محدوده قیمتی بازگشت. شاخص کل بورس تهران در معاملات هفته دوم تیر ماه، ۴۹ هزار و ۲۵۳ واحد بالاتر از هفته قبل ایستاد و در پایان با ایستادن در سطح ۲ میلیون و ۲۰۲ هزار...

۴

آیا تجربه ادغام بانک‌ها در ایران موفق بوده است؟

پس از آنکه با تصویب «قانون ملی‌شدن بانک‌ها» در خردادماه ۱۳۵۸ از سوی «شورای انقلاب»، بخش خصوصی از صحنه بانکداری ایران کنار رفت، تقریباً حدود دو دهه طول کشید تا بار دیگر به عرصه بانکی کشور بازگردد. سال‌هایی که در سیطره کامل بانکداری دولتی گذشت تا با ورود مجدد بخش خصوصی در فروردین ماه ۱۳۷۹، جان دوباره‌ای به کالبد نحیف بانکداری ایرانی دمیده شود. در واقع، آنچه پس از سالل ۱۳۵۷ در شبکه بانکی ایران روی داد، کم از صحنه انقلاب نداشت و تمام بانک‌های دولتی و خصوصی حاضر در آن زمان به فرمان «شورای انقلاب» در یکدیگر ادغام شده و «ملی» اعلام شدند. پس از این تجربه بزرگ ادغام بانک‌ها در سال‌های ابتدای انقلاب مجدداً در چند سال گذشته ادغام بزرگ دیگری در شبکه بانکی کشور انجام شده که به تشکیل بزرگ‌ترین بانک کشور با نزدیک به ۴ هزار و ۸۰۰ شعبه انجامیده است. آنچه به اشتباه با عنوان «ادغام بانک‌های نظامی» از آن نام برده می‌شود و این در حالی است که سهامداران این بانک‌های ادغامی عمدتاً اشخاص حقیقی و حقوقی غیردولتی هستند و این عنوان چندان صحیح به نظر نمی‌رسد. حال سوال این است که تجربه ادغام بانک‌ها در ایران چقدر موفق بوده و آیا با گذشت سال‌ها و از خلال این تجربیات ریز و درشت می‌توان به یک الگوی موفق ادغام در نظام بانکی ایران رسید؟...

۲

بانک مرکزی از رشد ۲۵ درصدی تسهیلات پرداختی در فصل بهار گزارش داد

کاهش مجدد رشد نقدینگی

۳

مدیریت و کسب‌وکار

چگونه در یوتیوب برای برندمان فالوور پیدا کنیم؟

بازاریابی در یوتیوب برای تمام برندها دارای اهمیت است. هیچ برندی بدون تولید محتوای ویدئویی و تعامل با مشتریان شانس‌ی برای موفقیت در عرصه کسب و کار نخواهد داشت. بسیاری از کسب و کار‌ها در این میان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف یوتیوب را انتخاب می‌کنند. این پلتفرم در طول نزدیک به ۲ دهه اخیر منبع اصلی تمام کاربران برای دسترسی به محتوای ویدئویی بوده است. برندها نیز این نکته را به خوبی فهمیده‌اند. حضور در یوتیوب بدون جذب فالوور بالا مزیتی برای برندها ندارد. بدون تردید فالوور بالا ملاک اصلی برای موفقیت بازاریابی یک برند نیست، اما بیانگر توانایی برند موردنظر در جلب نظر کاربران و همچنین دستیابی به دامنه مناسبی از مخاطب هدف برای محتوای ویدئویی‌اش است. درست به همین خاطر بسیاری از برندها به دنبال استفاده از تکنیک‌های حرفه‌ای برای بازاریابی و موفقیت در یوتیوب هستند...

با توجه به مقررات پیشنهادی به نظر می‌رسد لغو مجوز فعالیت یا عزل هیأت‌مدیره بانک‌ها در واقع، نوعی مجازات در قبال عملکرد نامطلوب پولی و بانکی است. پس در این میانه یکی باید مدعی تخلف بانک و مؤسسه اعتباری باشد و دیگری یک مرجع صالح قانونی که حرف‌های دو طرف دعوی را بشنود و آنگاه به داوری و قضاوت بنشیند و در صورت احراز تخلف بر متخلف یا متخلفان مجازات قانونی اعمال کند. بدون تردید این مرجع قانونی، شورای پول و اعتبار نیست؛ زیرا در صلاحیت‌های قانونی این شورا، اعمال مجازات بر بانک‌ها و مؤسسات اعتباری پیش‌بینی‌نشده است.

سخن پایانی آنکه، لغو یا تعلیق مجوز فعالیت یک بانک بسیار مهم است، اما در صنعت بانکداری، متوسل شدن به لغو مجوز تأسیس یا مجوز فعالیت یک بانک و مؤسسه اعتباری، اولین راحل نیست بلکه معمولاً آخرین راحل است و آن هم برای زمانی است که امیدها برای اصلاح و بهبودی یک بانک به ناامیدی تبدیل شده است. در طرح بانکداری کمیسیون اقتصادی مجلس، فصل دوازدهم (مواد ۶۶ تا ۹۰) به تبیین مقررات مربوط به بازسازی و گزیر و انحلال مؤسسات اعتباری اختصاص پیدا کرده است. بنابراین بند ۵ ماده ۸ لایحه پیشنهادی برنامه هفتم توسعه دایر بر «اتخاذ تصمیم درخصوص صدور، تمدید و لغو مجوز تأسیس همچنین مجوز فعالیت بانک» از دو جهت دارای اشکال اساسی است:

اول؛ اینکه قبل از تصویب طرح بانکداری که توسط کمیسیون اقتصاد مجلس تهیه شده و در آن، مقررات راجع به بازسازی و گزیر مؤسسات اعتباری به طور کامل پیش‌بینی شده است، در لایحه برنامه هفتم توسعه اختیار لغو یا تعلیق مجوز فعالیت مؤسسات اعتباری را بدون هیچ شرط و شروطی و به طور علی‌الاطلاق به بانک مرکزی داده است. این موضوع می‌تواند امکان لغو مجوز فعالیت بانک‌ها و مؤسسات اعتباری را علی‌الاطلاق و بدون هیچ دلائل متفن و بی‌آنکه وضعیت آن بانک به مرحله بحران رسیده باشد، فراهم آورد.

بنابراین مناسب است که برای رفع این آشفتگی قانونی، موضوع «لغو یا تعلیق مجوز تأسیس یا مجوز فعالیت مؤسسات اعتباری» از برنامه هفتم توسعه حذف و موکول به تصویب نهایی طرح ۹۰ ماده‌ای بانکداری کمیسیون اقتصادی مجلس شود. آشفتگی در تصویب قوانین به‌ویژه قوانین حوزه بانکی به مصلحت مردم نخواهد بود.

حساب بانکی آنها نبوده و شناسایی این افراد از طریق شرکت‌های واسط تبلیغاتی صورت گرفته است. صرفاً برای تعداد ۱۲۳ اینفلوئنسر شناسایی شده حدود ۱۷ میلیارد تومان مالیات تشخیص داده شده که ۲۳ نفر از اینفلوئنسر‌ها این مالیات را پذیرفتند و در قالب توافق ماده ۲۳۸ مالیات را می‌پردازند. همچنین در این بین، ۶۲۸ لاگر و اینفلوئنسر مورد شناسایی قرار گرفتند، اما هنوز اظهارنامه‌ای ندارند و برای آنها باید اظهارنامه برآوردی تولید شود و تا امروز برای حدود ۳۰۰ نفر از این افراد اظهارنامه برآوردی تولید شده و قرار است اطلاع‌رسانی‌های لازم انجام شود تا مالیات بحق این افراد شناسایی شود.

کاربران دارای بیش از ۵۰۰ هزار دنبال‌کننده در شبکه‌های اجتماعی از سال ۱۴۰۰ در دیف مودیانی که مکلف به پرداخت مالیات هستند، قرار گرفتند و تاکنون حدود ۱۷ میلیارد تومان مالیات برای این افراد شناسایی شده است. به گزارش «پسنا»، طبق دستورالعمل اجرایی بند ۲ تبصره ۶ قانون بودجه سال ۱۴۰۰ کل کشور، درآمد‌های کاربران دارای بیش از ۵۰۰ هزار دنبال‌کننده رسانه‌های کاربرمحور از محل تبلیغات، مشمول مالیات بر درآمد شد و سازمان امور مالیاتی مکلف شد ظرف دو ماه پس از لازم‌الاجرا شدن این بند، دستورالعمل اجرایی مربوط به اخذ مالیات از درآمد‌های کاربران حرفه‌ای

نگاه

۸۵۲ میلیارد دلار به دارایی ثروتمندان افزوده شد

درآمد روزانه ۱۴ میلیون دلاری

بلومبرگ براساس داده‌های گردآوری‌شده خود اعلام کرد که در نیمه اول سال ۲۰۲۳ ثروتمندترین افراد جهان توانسته‌اند ۸۵۲ میلیارد دلار به دارایی‌های خود بیفزایند. براساس گزارش بلومبرگ، هر یک از اعضای شاخص میلیاردرهای بلومبرگ طی شش ماه گذشته به صورت متوسط روزانه ۱۴ میلیون دلار درآمد داشته‌اند، آن هم در شرایطی که ۴۷ درصد از جمعیت جهان به سختی قادر بوده‌اند روزانه ۶٫۲۵ دلار درآمد داشته باشند. افزایش ثروت ۲ هزار و ۶۴۰ میلیاردر جهان بالاترین نرخ جهش در حجم ثروت طی شش ماه از سال ۲۰۲۰ تاکنون بوده است. طی سه سال بین مارس ۲۰۲۰ تا مارس ۲۰۲۳، هر سه شاخص بزرگ بورس نیویورک ۷۰ درصد افزایش داشته‌اند و بوجود نشانه‌های فزاینده مبنی بر آغاز رکود اقتصادی و بی‌ثباتی مالی، این شاخص‌ها به رشد خود ادامه داده‌اند.

در شرایطی که میلیاردها نفر در جهان با افزایش هزینه‌های زندگی، کاهش دستمزدها و فقر فزاینده روبه‌رو هستند، «ایلان ماسک»، ثروتمندترین فرد جهان در شش ماه اول سال ۹۶ میلیارد دلار ثروتمندتر شد. «مارک زاکربرگ»، مدیرعامل متا (پلتفرم مادر فیس‌بوک) دومین جهش ثروت را داشته و طی مدت مذکور ۵۸٫۹ میلیارد دلار افزایش ثروت داشته است. پس از «ژاکربرگ» نیز «برنارد آرنو» که مدیریت تولید نیمی از کالاهای لوکس اروپایی را به عهده دارد در رتبه سوم افزایش ثروت قرار گرفته است. «آرنو» اگرچه در سال جاری طی یک روز ۱۱٫۲ میلیارد دلار از ثروت خود را از دست داده و از جایگاه ثروتمندترین فرد جهان سقوط کرده است، اما هنوز ارزش دارایی‌های او بیش از ۱۹۱٫۶ میلیارد دلار است و در شش ماه اول سال جاری ۲۹۵ میلیارد دلار به ثروت او افزوده شده است. همچنین موسس شرکت آمازون، «جف بزوس» با ثروتی برابر ۱۵۴ میلیارد دلار که در سال جاری ۴۷٫۴ میلیارد دلار به آن افزوده شده است، در رتبه بعدی ثروتمندترین اشخاص جهان قرار گرفته است. پس از او هم «بیل گیتس» با ثروت ۱۳۴ میلیارد دلاری قرار گرفته است که در نیمه اول سال جاری ۲۴٫۴ میلیارد دلار به ثروت او افزوده شده است.

براساس گزارش سال جاری انجمن خیریه اوکسفام، یک درصد ثروتمندان جهان مالک دو سوم ثروتی به ارزش ۴۲ هزار میلیارد دلار هستند که از سال ۲۰۲۰ تاکنون در جهان تولید شده است. این تقریباً دو برابر پولی است که ۹۹ درصد دیگر انسان‌ها در سیه‌ر زمین طی مدت مشابه به دست آورده‌اند. طی دهه گذشته تعداد و ثروت میلیاردرهای جهان دو برابر شده است و یک درصد ثروتمندترین‌های جهان تقریباً نیمی از ثروت جهان را در اختیار گرفته‌اند. در این دهه هر میلیاردر متوسط در ازای هر یک دلاری که یک نفر از ۹۹ درصد باقی جمعیت جهان به دست آورد، ۱٫۷ میلیون دلار ثروت‌اندوزی کرده است. همچنین در این گزارش آمده است که مجموع ثروت ابرثروتمندان جهان روزانه ۲٫۷ میلیارد دلار افزایش پیدا می‌کند.

از اژدهای زرد تا امپراتوری کم‌بضاعت

۱۰ اقتصاد برتر ۲۰۲۳

۱۰ اقتصاد بر‌تر جهان در سال ۲۰۲۳ معرفی شدند. به گزارش «فوربس ایندیا»، ایالات متحده آمریکا همچنان جایگاه خود را به عنوان اقتصاد برتر جهان حفظ کرده و کم‌کان (از دهه ۱۹۶۰ میلادی تاکنون) در رأس قدرت‌های اقتصادی جهان قرار دارد. در ابتدای ماه جولای سال جاری کشورهای آمریکا، چین، ژاپن، آلمان و هند به عنوان پنج قدرت اقتصادی جهان معرفی شده‌اند. تولید ناخالص داخلی، یکی از معیارهای اصلی ارزیابی توان اقتصادی کشورها محسوب می‌شود.

✱ از دهه ۶۰ تاکنون بر بام اقتصادی جهان: طبق جدول ارائه شده، ایالات متحده آمریکا همچنان جایگاه خود را به عنوان اقتصاد برتر جهان حفظ کرده است. آمریکا از دهه ۱۹۶۰ تاکنون توانسته بر بام اقتصادی جهان بایستد. در طول این سال‌ها اقتصاد این کشور تنوع و گوناگونی خود را به رخ دیگر کشورهای جهان کشیده است، به طوری‌که بخش‌های مختلف تولیدی، خدماتی، مالی و تکنولوژی در کنار یکدیگر به‌عنوان پیشران اقتصادی این کشور عمل کرده‌اند.

✱ اژدهای خفته‌ای که همه را به وحشت انداخته است: کشور چین که دهه ۱۹۶۰ در رده چهارم اقتصادهای برتر جهان قرار داشت شاهد رشد فزاینده اقتصادی در دهه‌های گذشته بوده، به طوری‌که هم‌اکنون دومین اقتصاد بر تر جهان و رقیب جان‌سخت ایالات متحده آمریکا شناخته می‌شود. اقتصاد چین بر سه مولفه تولید، صادرات و سرمایه‌گذاری استوار است.

✱ تلاش بی‌وقفه ساموایی‌ها: وجه تمایز اقتصاد ژاپن را می‌توان تکنولوژی رو به رشد این کشور، قدرت بالای تولیدی و صنعت خدماتی برشمرد. همچنین بهره‌گیری بخش‌های مختلف اقتصادی ژاپن از ماشین‌آلات خودکار و پیشرفته کمک شایانی به رشد اقتصادی این کشور کرده است.

✱ سخت‌کوشی مثال‌زدنی: اقتصاد آلمان به شدت بر امر صادرات تمرکز داشته و بخش‌های مهندسی، ماشین‌آلات خودکار، صنایع شیمیایی و دارویی این کشور از شهرت خاصی برخوردار هستند. اقتصاد این کشور از نیروی کار مثال‌زدنی، ابتکارات تحقیق و توسعه‌ای نیرومند و ارتقای مستمر نوآوری و فناوری بهره می‌برد.

✱ اقتصاد نوظهور هندوستان: اقتصاد هندوستان به گوناگونی و

رشد سریع خود می‌بالد. بخش‌هایی نظیر فناوری اطلاعات، خدمات،

کناورزی و تولید از جمله حیاتی‌ترین مولفه‌های پیشرفت اقتصادی

هندوستان محسوب می‌شوند. ناگفته نماند که بازار داخلی عظیم در

هند، نیروی کار جوان و توانمند در بهره‌گیری فناوری‌های روز و از

طرفی دیگر جامعه‌ای با مخارج نرمال برای گذراندن زندگی منجمله

سرمایه‌های اقتصادی برای این کشور محسوب می‌شود.

✱ بریتانیا همچنان در میان برترین‌ها: اقتصاد بریتانیا از تعاون

بخش‌های خدماتی، تولیدی، مالی و نوآوری بهره می‌برد. این کشور

به عنوان مرکز مالی و مراکز مالی و اغواگر سرمایه‌گذاران خارجی عمل

می‌کند. اقتصاد بریتانیا توسط شرکای تجاری و فرایند جهانی‌شدن

شکل گرفته است.

✱ فرانسه و تنوع خاص محصولات: طبق پیش‌بینی کارشناسان،

تولید سرمایه‌گذاران: اقتصاد کانادا بر منابع طبیعی گسترده این

کشور همچون گاز، نفت، معدن و چوب استوار است. این کشور به

داشتن بخش خدماتی در حال پیشرفت، صنایع تولیدی رو به جلو و

همچنین تلاش بی‌وقفه برای ارتقای فناوری‌های نوین مشهور است.

✱ اقتصاد رو به رشد همچون آمازون: اقتصاد برزیل در بخش‌های

مختلفی همچون کشاورزی، معدن، تولید و خدمات قابل است. این

کشور به شکل خاصی هاب تولید و صادرات محصولات کشاورزی

معرفی شده است. عوامل متعددی همچون قیمت کالا، تقاضای

گسترده داخلی و همچنین زیرساخت‌های پیشرفته در رشد اقتصادی

برزیل تاثیرگذار هستند.

آیا تجربه ادغام بانک‌ها در ایران موفق بوده است؟

۲ روی ادغام بانکی



ادغام و تملیک در هند هم روش خوبی برای رشد و توسعه صنعت بانکداری است. همچنین در نوامبر سال ۲۰۰۸ آلمان به عنوان بزرگ‌ترین اقتصاد اروپا به رکود عظیمی فرو رفت و بانک‌ها درگیر دارایی‌های سمی بالایی شدند. در این راستا بانک‌هایی که گرفتار دارایی‌های سمی بودند، طرح پاکسازی ترازنامه بانک‌ها از دارایی‌های سمی را به صدراعظم آلمان تقدیم کردند. براساس این طرح، قرار شد بانک‌ها با پشتوانه ۲۰۰ میلیارد یورویی بودجه دولت واحدهای جداگانه‌ای را تأسیس کرده و دارایی‌های سمی خود را به این واحدها (نهادهای واسط) بفروشند.

تعارض منافع در ادغام بانک‌ها

اگرچه ادغام به‌عنوان یک مکانیزم مطلوب برای حل بحران‌های بانکی مطرح است، اما نتیجه نهایی آن تا حد زیادی به ساختار بانکی کشورها بستگی دارد؛ کما اینکه در کشورهایی که دولت نقش پررنگی در مدیریت بانکی دارد، گاهی فرایند ادغام در معرض تضاد منافع قرار گرفته و از مسیر خود منحرف می‌شود. در پژوهشی که چند سال پیش و از قضا قبل از تصمیم بانک مرکزی برای ادغام بانک‌های به اصطلاح نظامی منتشر شد، به چالش‌های این ادغام بانکی اشاره شده و پیشاپیش گفته شد که «ادغام بانک‌های نظامی» با مشکلاتی روبه‌رو خواهد شد. این پژوهش که به‌عنوان «ادغام، راهکار موثر جهت جلوگیری از ورشکستگی بانک‌ها» توسط پژوهشکده پولی و بانکی منتشر شده، می‌گوید که ادغام بانک‌های نظامی به علت تضاد منافع میان دستگاه‌های اجرایی و سهامداران باعث ایجاد چالش‌هایی در ادغام این بانک‌ها خواهد شد. در این مطالعه ادغام بانک‌ها از نظر حقوقی، موضوع فعالیت شرکت تجاری و از لحاظ دخالت دولت تقسیم شده است. در تقسیم‌بندی ادغام از لحاظ دخالت دولت‌ها سه دسته ادغام بانک‌های خصوصی، ادغام بانک‌های دولتی و ادغام بانک‌های فاقد ماهیت مشخص دولتی یا خصوصی (خصوصی) در نظر گرفته شده است. بانک‌هایی که ۱۰۰درصد سهامداران آنها دستگاه‌های اجرایی کشورند بانک‌های دولتی هستند که تصمیم‌گیری درخصوص این بانک‌ها به دستگاه اجرایی مربوطه از طریق طرح در مجمع عمومی فوق‌العاده و با اصلاح قوانین یا اساسنامه آنها انجام می‌شود. همچنین در نظام بانکی و پولی ایران، بانک‌هایی ایجاد شده‌اند که بخشی از سهام آنها متعلق به دستگاه‌های اجرایی و بخش دیگر متعلق به کارکنان دستگاه‌های اجرایی است. از جمله موسسات اعتباری وابسته به نیروهای مسلح می‌توان به «بانک انصار»، «بانک مهر اقتصاد»، «بانک حکمت»، «بانک قوامین» و «موسسه اعتباری کوثر» اشاره کرد. براساس نتایج این پژوهش، ادغام در این نوع موسسات بانکی، اشکالات زیادی ایجاد خواهد کرد؛ چراکه از یکسو دستگاه اجرایی مربوطه تصمیم به ادغام خواهد گرفت و از سوی دیگر، سهامداران در صورتی که بانک مذکور موفقیت چشمگیری داشته باشد، به دلایل مختلفی با این موضوع مخالفت خواهند کرد.

حقوقی جدیدی داشتند، تمام دارایی‌ها، بدهی‌ها، حقوق صاحبان سهام و نیروهای انسانی موجود در هر بانک بدون ارزیابی و با مبلغ اسمی سهم هر بانک و ارزش دفتری دارایی‌ها و بدهی‌های آنان ادغام شد. سپس فعالیت بانک‌ها با نام و شخصیت و ساختار سازمانی جدید آغاز شد و این بانک‌ها در جلب اعتماد مشتریان موفق عمل کردند. کلیه پرسنل و نیروی انسانی بانک‌های ادغام‌شونده در بانک ادغام‌کننده مشغول به کار شدند و به تدریج با تدوین ضوابط و مقررات، شعب بانک‌ها ساماندهی شدند.

ایسن رویه ادغام البته در ادغام‌های بعدی تکرار نشد و ماهیت حقوقی بانک‌ها، موسسات اعتباری و شرکت‌های تعاونی مورد ادغام در چند سال گذشته متفاوت از ماهیت حقوقی دوران پس از انقلاب بوده است؛ چنانکه «بانک آینده» از «بانک تات»، «موسسه اعتبار صالحین» و «اتی» در سال‌های گذشته تشکیل شد، «موسسه اعتباری کاسپین» از دل هشت تعاونی اعتباری منحل‌شده به وجود آمد و «موسسه اعتباری نور» هم از پنج تعاونی اعتبار منحل شده تشکیل شد. ואپسین نمونه ادغام نیز به ادغام «بانک قوامین»، «بانک انصار»، «بانک حکمت»، «بانک مهر اقتصاد» و «موسسه اعتباری کوثر» در «بانک سپه» برمی‌گردد.

ردپای ادغام در بانکداری جهان

بانک‌های زیادی در سال‌های گذشته با یکدیگر ادغام شدند. از جمله در آمریکا و نیز از سال ۱۹۹۰ تاکنون بیش از ۱۲۰ ادغام بانکی روی داد. بیشتر ادغام‌های بانکی آمریکا در دوره‌های رکود اقتصادی صورت گرفت، به طوری که در سال‌های ۲۰۰۸ و ۲۰۰۹ شاهد ۱۶ ادغام بانکی به ارزش ۸۲ میلیارد دلار و طی سال‌های ۱۹۹۷ و ۱۹۹۸ شاهد ۱۸ ادغام بانکی به ارزش ۱۲ میلیارد دلار در ینگه دنیا بوده‌ایم. پس از بحران مالی آمریکا در سال ۲۰۰۸، دارایی‌های سمی بانک‌های می‌ریایی (به‌خصوص مطالبات‌معوق) رشد چشمگیری پیدا کرد و بانک‌ها تا مرز ورشکستگی پیش رفتند. دولت آمریکا نیز برای تقویت نظام مالی در سوم اکتبر ۲۰۰۸ برنامه‌ای را برای خرید دارایی‌های سمی بانک‌ها به تصویب رساند.

سوئد نیز در ۹۰ دهه با بحران بانکی شدیدی مواجه شد و دارایی‌های سمی آنها که عمدتاً املاک و مطالبات معوق بودند، افزایش یافت. دولت سوئد برای برون‌رفت از این وضعیت به تأسیس دو نهاد «مدیریت دارایی‌های بانکی» و «خاص» اقدام کرد و دارایی‌های خوب و بد (سمی و منجمد) بانک‌ها را شناسایی و از هم تفکیک کرد. دارایی‌های سمی و منجمد بانک‌ها به ۱۵ شرکت مدیریت دارایی‌های بانکی منتقل و به دولت فروخته شد. در فرانسه در اواخر دهه ۱۹۹۰ نیز بانک کردیت لیوناز با بحران دارایی‌های سمی خود در ترازنامه مواجه شد. در این راستا، دولت اقدام به تأسیس نهادهای با ضمانت نامحدود دولتی برای تملک و نقدکردن دارایی‌های سمی این بانک کرد. این نهاد دولتی، دارایی‌های سمی بانک کردیت لیوناز را از طریق دریافت تسهیلات از همان بانک تملک نمود.

میزان مالیات دریافتی از خانه‌های لوکس، کمتر از قیمت یک خانه است

مالیات ناچیز لوکس‌نشینان

در حالی که تکلیف بودجه شش همت و مالیاتی که تشخیص داده شد بالغ بر دو همت بوده است. در نهایت ۷۷۰ میلیارد تومان وصول شده است که برابر با حدود ۱۲ درصد مالیاتی که برآورد شده بود. در سال ۱۴۰۱ نیز بالغ بر ۲۶۲ هزار خودروی لوکس شناسایی شده است. برآورد بودجه شش همت بوده که ۲۲۰۰ میلیارد تومان مالیات تعیین و اعلام شده و در نهایت حدود ۲۰ میلیارد تومان وصول شده است که برابر با ۰٫۳۳ درصد مالیات برآورد شده است. همچنین در سال ۱۴۰۰ معادل ۱۲ هزار خانه خالی شناسایی شد، تکلیف بودجه ۷۰۰ میلیارد تومان و میزان مالیات تعیین شده ۳۹۲ میلیارد تومان بود که حدود ۲۵ میلیارد تومان وصول شده است که برابر با ۳٫۵ درصد تکلیف بودجه بوده است. در سال ۱۴۰۱ نیز حدود ۴۵ هزار خانه لوکس شناسایی و مالیات تعیین شده بیش از دو همت بوده که ۶ میلیارد تومان از خانه‌های لوکس اخذ شد که تنها ۰٫۳ مالیات برآورد شده در بودجه است.

در همین زمینه، «سیدمحمدهادی سبحانپان» رئیس سازمان امور مالیاتی در نخستین نشست خبری خود در مورد اخذ مالیات از خانه‌های خالی و لوکس، توضیح‌حالی داد و گفت: مالیات‌ستانی منحصr به سازمان امور مالیاتی نیست و همه اجزای حاکمیت باید کمک کنند. او در مورد آخرین وضعیت اخذ مالیات از خانه‌ها و خودروهای لوکس توضیح داد: در سال ۱۴۰۰، تعداد ۱۷۷ هزار خودروی لوکس شناسایی شد، تکلیف بودجه شش همت و مالیاتی که تشخیص داده شد بالغ بر دو همت بود که ۷۷۰ میلیارد تومان وصول شده و مابقی در دست رسیدگی است. همچنین در سال ۱۴۰۱، بالغ بر ۲۶۲ هزار خودروی لوکس شناسایی شد، برآورد بودجه شش همت بود که ۲۲۰۰ میلیارد تومان مالیات تعیین و اعلام شده و تا امروز حدود ۲۰ میلیارد تومان وصول شده است.

رئیس سازمان امور مالیاتی ادامه داد: در سال ۱۴۰۰ نیز ۱۲ هزار خانه خالی شناسایی شد، تکلیف بودجه ۷۰۰ میلیارد تومان و میزان مالیات تعیین شده ۳۹۲ میلیارد تومان بود که حدود ۲۵ میلیارد تومان وصول شده است. در سال ۱۴۰۱ نیز حدود ۴۵ هزار خانه لوکس شناسایی و مالیات تعیین شده بیش از دو همت بود که ۶ میلیارد تومان از خانه‌های

ایمان ولی‌پور
ایمیل: IvanKaramazof@yahoo.com

پس از آنکه با تصویب «قانون ملی‌شدن بانک‌ها» در خردادماه ۱۳۵۸ از سوی «شورای انقلاب»، بخش خصوصی از صحنه بانکداری ایران کنار رفت، تقریباً حدود دو دهه طول کشید تا بار دیگر به عرصه بانکی کشور بازگردد. سال‌هایی که در سیطره کامل بانکداری دولتی گذشت تا با ورود مجدد بخش خصوصی در فروردین ماه ۱۳۷۹، جان دوسه‌رای به کالبد تحیف بانکداری ایرانی دمیده شود. در واقع، آنچه پس از سال ۱۳۵۷ در شبکه بانکی ایران روی داد، کم از صحنه انقلاب نداشت و تمام بانک‌های دولتی و خصوصی حاضر در آن زمان به فرمان «شورای انقلاب» در یکدیگر ادغام شده و «ملی» اعلام شدند. پس از این تجربه بزرگ ادغام بانک‌ها در سال‌های ابتدای انقلاب مجدداً در چند سال گذشته ادغام بزرگ دیگری در شبکه بانکی کشور انجام شده که به تشکیل بزرگ‌ترین بانک کشور با نزدیک به ۴ هزار و ۸۰۰ شعبه انجامیده است. آنچه به اشتباه با عنوان «ادغام بانک‌های نظامی» از آن نام برده می‌شود و این در حالی است که سهامداران این بانک‌های ادغامی عمدتاً اشخاص حقیقی و حقوقی غیردولتی هستند و این عنوان چندان صحیح به نظر نمی‌رسد. حال سؤل این است که تجربه ادغام بانک‌ها در ایران چقدر موفق بوده و آیا با گذشت سال‌ها و از خلال این تجربیات ریز و درشت می‌توان به یک الگوی موفق ادغام در نظام بانکی ایران رسید؟

تجربه دور و نزدیک ادغام

ادغام در لغت به معنای در هم فشردن و فرو بردن دو چیز در هم است. در هیچ کدام از مقررات قانون تجارت، به معنای اصطلاحی ادغام اشارای نشده، اما آنچه از برآیند نظر حقوقدانان به دست می‌آید، این است که ادغام در اصطلاح حقوقی به معنای پیوستن دو یا چند شخصیت حقوقی به هم و تشکیل یک شخصیت حقوقی جدید است. در زبان و ادبیات انگلیسی از چندین واژه برای ادغام شرکت‌ها استفاده شده، اما حقیقت آن است که ادغام (Merger) با تلفیق (Consolidation)، تملیک (Acquisition) و تصاحب (Take Over) به لحاظ حقوقی متفاوت است. ادغام فرآیندی است که در آن، دو یا چند بانک در یکی از بانک‌ها ادغام می‌شوند و بدین ترتیب، بانک جدید با شخصیت حقوقی تازه به حیات خود ادامه می‌دهد و کلیه حقوق و تعهدات بانک یا بانک‌های ادغام‌شده به بانک جدید منتقل می‌شود.

اولین تجربه ادغام بانکی در سال‌های پس از انقلاب رخ داد. در خردادماه ۱۳۵۸ براساس لایحه «شورای انقلاب» ۲۸ بانک، ۱۶ شرکت پس‌انداز و وام مسکن و دو شرکت سرمایه‌گذاری همگی «ملی» اعلام شدند و از دل آنان بانک‌های جدیدی نظیر «بانک صنعت و معدن»، «بانک ملت» و «بانک تجارت» پدید آمد. به این ترتیب، بانک‌های خصوصی با تغییر شکل حقوقی از خصوصی به دولتی تبدیل شدند و چون این بانک‌ها شخصیت

بررسی آمارها نشان می‌دهد که میزان درآمد دولت از محل خانه‌های لوکس در سه ماه نخست سال جاری فقط ۵ میلیارد تومان و میزان درآمد دولت از محل خودروهای لوکس در همین بازه زمانی ۴۹۳ میلیارد تومان بوده است. به گزارش «پسنا»، قرار است بیش از ۵۰ درصد بودجه جاری کشور توسط درآمدهای مالیاتی محقق شود که در این میان، یکی از ردهای‌فد درآمدهای مالیاتی به خودروها و خانه‌های لوکس اختصاص دارد. بر همین اساس، دولت در لایحه بودجه سال جاری پیش‌بینی کرده بود که از صاحبان خودروهای بیش از ۱٫۵ میلیارد مالیات سالانه خودرو بگیرد؛ رقمی که با نظر مجلس تغییر کرد و قرار شد انواع خودروی سواری و وانت دو اتاق (کابین) دارای شماره انتظامی شخصی که قیمت روز خودروی آنها بیش از ۳ میلیارد تومان است، نسبت به مازاد بر این مبلغ مشمول مالیات سه سالانه خودرو به نرخ یک درصد شوند. همچنین براساس بند «ذ» تبصره ۶ (عوارض و مالیات) بودجه سال جاری، واحدهای مسکونی و باغ‌ویلاهای مجاز که ارزش آنها (با احتساب عرصه و اعیان) بیش از ۲۰ میلیارد تومان باشد، مازاد بر این مبلغ مشمول مالیات به میزان دو در ۱۰۰۰ هستند.

با این حال، آخرین آمارها حاکی از آن است که همچنان روند شناسایی و اخذ مالیات رضایت‌بخش نیست و میزان درآمد دولت از محل مذکور بسیار پایین‌تر از پیش‌بینی‌های صورت گرفته بوده است. به طوری‌که در فروردین ماه سال جاری میزان مالیاتی که از واحدهای مسکونی گران‌قیمت اخذ شد حدود ۲میلیارد تومان بوده است که این میزان از ابتدای سال جاری تا پایان اردیبهشت ماه به ۳ میلیارد تومان و از ابتدای سال جاری تا پایان خردادماه به ۵ میلیارد تومان رسیده است. از سوی دیگر، میزان مالیات دریافتی از خودروهای لوکس در فروردین ماه سال جاری ۱۰۲ میلیارد تومان، از ابتدای سال جاری تا پایان اردیبهشت ماه ۲۴۷ میلیارد تومان و از ابتدای سال تا خردادماه سال جاری حدود ۴۹۳ میلیارد تومان بوده است.

همچنین وضعیت مالیاتی لوکس‌ها طی دو سال گذشته نشان می‌دهد که در سال ۱۴۰۰ به طور کلی ۱۷۷ هزار خودروی لوکس شناسایی شد؛



اخبار

تورم در سال ۱۴۰۶ به چه رقمی می‌رسد؟

وعده تورم تک‌رقمی در برنامه هفتم

در شرایطی که برنامه هفتم توسعه در حال بررسی و تصویب در مجلس است، رئیس سازمان برنامه و بودجه از تک‌رقمی شدن نرخ تورم در کشور تا پایان این برنامه خبر داده است. به گزارش «ایسنا»، نرخ تورم و کنترل آن یکی از اهداف و دغدغه‌های دولت است و بارها مسئولان درباره چرایی و چگونگی ایجاد و افزایش نرخ تورم صحبت کرده‌اند که در برنامه هفتم توسعه نیز بر آن تأکید شده است. رئیس‌جمهور در جلسه علنی روز یکشنبه ۲۸ خرداد مجلس و در جریان تقدیم لایحه برنامه هفتم توسعه در این باره گفت: مهار تورم در برنامه هفتم توسعه مدنظر قرار دارد و در این زمینه به دنبال خارج کردن، بانک‌هایی که امکان اصلاح ندارند و تن به قانون نمی‌دهند، هستیم. از سوی دیگر پایه پولی و کسری بودجه از عوامل موثر در زمینه تورم است. به همین سبب ۴۸۰ هزار میلیارد تومان در سال ۱۴۰۰ کسری بودجه داشتیم ولی آن را جبران کردیم. در ۱۴۰۱ منابع و مصارف مدیریت شد تا ناترازی نداشته باشیم.

«داود منظور»، معاون رئیس‌جمهور و رئیس سازمان برنامه و بودجه نیز درباره هدف‌گذاری دولت برای کنترل تورم در برنامه هفتم توسعه گفت: در سیاست‌های کلی بر مهار و تک‌رقمی شدن تورم در طول سال‌های برنامه تأکید شده است. بنابراین ما یکی از هدف‌گذاری‌های‌مان این است که بتوانیم تا پایان دوره برنامه تورم را به تدریج به گونه‌ای کاهش دهیم که در سال پایانی برنامه تورم یک‌رقمی شود و به ۹.۵ درصد برسد. البته برای اینکه این اتفاق بیفتد باید رشد پایه پولی را در بانک‌ها کنترل کنیم یا به تعبیر دیگر باید ایجاد نقدینگی‌های جدید را کنترل کنیم برای آن یک هدف‌گذاری کرده‌ایم که رشد پایه پولی در پایان به سیزده و نیم درصد کاهش پیدا کند.

وی افزود: در حال حاضر رشد پایه پولی چیزی حدود ۳۰ تا ۳۲ درصد است که باید این را به تدریج کاهش دهیم. چرا این رشد پایه پولی اتفاق می‌افتد که منجر به تورم می‌شود؟ دلایل متعددی دارد ما این را آسیب‌شناسی کردیم یعنی آن عواملی که باعث شده که پایه پولی رشد کند و ایجاد نقدینگی بیشتر و تورم بیشتر کند آسیب‌شناسی کردیم یکی از عوامل مهم آن ناترازی بودجه دولت است یعنی وقتی که دولت منابع و مصارفش با هم سازگار نیست به صورت‌های مختلفی متوسل می‌شود به منابع بانکی و آن منابع بانکی عمدتاً به صورت‌های مختلفی متوسل می‌شود به منابع بانکی و این منابع بانکی عمدتاً به صورت اضافه‌برداشت از بانک مرکزی اتفاق می‌افتد و پایه پولی را رشد می‌دهد بنابراین یکی از اصول ما در برنامه هفتم این است که بتوانیم ناترازی‌های بودجه عمومی را در اصلاح ساختار بودجه به گونه‌ای کاهش دهیم که دیگر دولت متعرض منابع بانکی نشود.

رئیس سازمان برنامه و بودجه ادامه داد: یکی از دلایل رشد نقدینگی و بالا رفتن پایه پولی اضافه‌برداشت بانک‌ها از منابع بانک مرکزی است. چرا بانک‌ها اضافه‌برداشت می‌کنند؟ چرا پایه پولی درصد اضافه‌برداشت بانک‌ها رشد می‌کند؟ یکی از دلایلش این است که شاید بانک مرکزی آن ابزارهای لازم و اختیارات کافی را برای مقابله با بانک‌های عملاً ناسالم یا بانک‌های غیرمنضبط در اختیار ندارد. ما در برنامه هفتم اختیارات خیلی زیادی را در بحث مهار تورم برای بانک مرکزی تعریف کردیم. بانک مرکزی می‌تواند با بانک‌های ناسالم قاطعانه برخورد کند، می‌تواند مدیریت آن بانک‌ها را خودش در اختیار بگیرد، حتی می‌تواند بانک‌های ناسالم را در بانک‌های دیگر ادغام کند. یک اختیارات نسبتاً گسترده‌ای دادیم به بانک مرکزی به عنوان مقام پولی کشور که بتواند قاطعانه با بانک‌هایی که مقررات را رعایت نمی‌کنند، اضافه‌برداشت انجام می‌دهند و رفتارشان منجر می‌شود به تورم، مقابله کافی را انجام دهد لذا ما ریشه‌شناسی و آسیب‌شناسی‌هایی که کردیم ما را به این سمت آورد که چگونه بتوانیم تورم را تا پایان برنامه تک‌رقمی کنیم البته کار دشواری است یعنی برای یک اقتصادی که تقریباً همیشه تورم‌های دو رقمی داشتیم و در بسیاری از سال‌ها تورم بالای ۲۰ درصد را تجربه کردیم در چهار دهه گذشته اینکه ما نزدیک بشویم به تورم تک‌رقمی یکی از کارهای دشوار محسوب می‌شود، ولی شدنی است با انضباط پولی با انضباط بودجه‌ای با انضباط مالی می‌توانیم تورم را کنترل کنیم و این تجربه‌ای است که همه دنیا دارند؛ یعنی حتی مثلاً شما ملاحظه بفرمایید در همسایگی ما پاکستان تورم را تک‌رقمی کرده، عراق در سال‌های گذشته تورم را تک‌رقمی کرده یعنی این‌ها ضوابطی دارد و دستورالعمل‌ها و رویه‌هایی دارد که اگر بانک‌های مرکزی آنها را مقتدرانه اجرا کنند به راحتی امکان تک‌رقمی شدن تورم فراهم است. به گفته «منظور»، یکی از ساز و کارهایی که داریم این است که برای هر کدام از اهداف و مسئله‌هایی که تعریف کردیم هدف‌گذاری‌های کمی کردیم این هدف‌گذاری کمی را هم بین سال‌های برنامه تقسیم کردیم. مقرر شده تورم را در پایان دوره برنامه هفتم توسعه تک‌رقمی کنیم و به ۹.۵ درصد برسانیم. بنابراین هر سال هدف‌گذاری کردیم به یک عدددهای برسیم و لذا پایان هر سال می‌شود این را مستجد یا به سمت آن هدف نهایی برنامه نزدیک شدیم و تکالیف را انجام دادیم یا خیر.

مسافران چقدر عوارض خروج از کشور پرداخت کردند؟

آخرین آمار حاکی از آن است که میزان درآمد دولت از محل عوارض خروج مسافران از مرزهای کشور از آغاز سال جاری تا پایان خردادماه ۴۵۹ میلیارد تومان بوده است. طبق بودجه سال جاری، دولت قرار است از محل عوارض خروج مسافران از مرزهای کشور ۴۴۳۱ میلیارد تومان درآمد کسب کند؛ رقمی که نسبت به سال قبل بیش از ۱۲۸ درصد افزایش دارد. این در حالی است که نمایندگان مجلس شورای اسلامی بند مربوط به افزایش ۲۰ درصدی عوارض خروج از کشور در سال جاری را از لایحه بودجه سال ۱۴۰۲ حذف کردند. بنابراین نرخ عوارض در سال آینده نیز مشابه سال جاری خواهد بود. یعنی میزان عوارض در سفر اول ۴۰۰ هزار تومان تعیین نشده است. این عوارض برای سفر دوم به میزان ۵۰۰ درصد و سفرهای سوم و بیشتر به میزان ۱۰۰ درصد افزایش خواهد یافت. بر این اساس، طبق آخرین آمار میزان درآمد دولت از محل مذکور در فروردین ماه سال جاری ۱۴۴ میلیارد تومان، از آغاز سال ۱۴۰۲ تا پایان اردیبهشت ماه ۲۸۳ میلیارد تومان و از آغاز سال ۱۴۰۲ تا پایان خردادماه نیز ۴۵۹ میلیارد تومان بوده است.



بانک مرکزی از رشد ۲۵ درصدی تسهیلات پرداختی در فصل بهار گزارش داد

کاهش مجدد رشد نقدینگی



عملیاتی نظیر کنترل خلق پول بانکی از طریق تنظیم و اعمال جدی کنترل رشد ترازنامه بانک‌ها، افزایش نسبت سپرده قانونی در سطح شبکه بانکی به میزان نیم واحد درصد و هدایت نرخ سود در بازار بین بانکی حول نرخ سیاستی و در محدوده دلان نرخ سود بازار بین بانکی، این متغیر را به طور قابل ملاحظه‌ای کنترل کند. به طوری که رشد نقدینگی در پایان سال ۱۴۰۱ معادل ۳۱،۱ درصد بوده است که نسبت به دو سال گذشته (رشد نقدینگی در سال‌های ۱۳۹۹ و ۱۴۰۰ به ترتیب معادل ۴۰.۶ درصد و ۳۹ درصد بود) کاهش قابل ملاحظه‌ای را نشان می‌دهد و حکایت از تحقق نسبی برنامه پولی تنظیم‌شده برای سال ۱۴۰۱ دارد.

در تداوم برنامه‌های دولت و بانک مرکزی برای کنترل رشد نقدینگی و تورم و در راستای شعار سال مبنی بر «مهار تورم و رشد تولید»، هدف نرخ رشد نقدینگی برای سال ۱۴۰۲ معادل ۲۵ درصد تعیین شده است. آمارهای مقدماتی سال ۱۴۰۲ نیز نشان می‌دهد که در سه ماهه اول سال جاری، نقدینگی کمتر از رشد نقدینگی هدف‌گذاری‌شده برای سه ماهه اول سال ۱۴۰۲ است. همچنین نرخ رشد ۱۲ ماهه نقدینگی در پایان خردادماه ۱۴۰۲ با ۸.۸ واحد درصد کاهش نسبت به دوره مشابه سال قبل (معادل ۳۷.۸ درصد در خردادماه ۱۴۰۱) به ۲۹ درصد رسید که حاکی از اهتمام و تمرکز بر اجرای سیاست کنترل مقداری رشد ترازنامه بانک‌ها و کنترل رشد خلق پول بانک‌ها و به تبع آن رشد نقدینگی در سال جاری بوده است. به دنبال تدوین و اجرای برنامه پولی و تعیین هدف رشد نقدینگی برای سال‌های ۱۴۰۱ و ۱۴۰۲، در کنار پیگیری جدی سیاست کنترل مقداری رشد ترازنامه بانک‌ها و جریمه بانک‌های متخلف از حدود تعیین‌شده از طریق افزایش نسبت سپرده قانونی، رشد ۱۲ ماهه نقدینگی کاهش قابل توجهی یافته و از ۴۲.۸ درصد در مهرماه ۱۴۰۰ به ۲۹ درصد در خردادماه ۱۴۰۲ رسیده است.

برنامه‌های تورمی بانک مرکزی

درخصوص سیاست کنترل مقداری ترازنامه بانک‌ها و موسسات اعتباری و بازبینی و اصلاحات صورت گرفته در آن لازم به توضیح است در سال ۱۴۰۱ هیأت عامل بانک مرکزی در جلسه ۸ مردادماه ۱۴۰۱ خود «ضوابط ناظر بر کنترل مقداری دارایی‌های شبکه بانکی کشور» (بالای طی بخشنامه شماره ۹۹/۴۲۱۱۹۲ مورخ ۲۷ اسفندماه ۱۳۹۹) را تکمیل و اصلاح و طی بخشنامه شماره ۰۱/۱۲۷۰۵۰ مورخ ۲۴ مردادماه ۱۴۰۱ به شبکه بانکی ابلاغ کرد. براساس ضوابط اصلاحی مزبور، حد مجاز رشد ماهیانه خالص مجموع دارایی‌های هر بانک موسسه اعتباری متناسب با امتیاز احصاشده برمبنای شاخص‌های سلامت بانکی و براساس نقدینگی

فرصت امروز: مجموع تسهیلات پرداختی شبکه بانکی به بخش‌های مختلف اقتصاد در بهار ۱۴۰۲ بالغ بر ۲۵ درصد نسبت به فصل مشابه سال قبل افزایش داشته است. تقریباً ۱۵ درصد تسهیلات به خانوارها و بالغ بر ۸۵ درصد آن به کسب وکارها تعلق گرفته و همچنین عمده وام‌های اعطایی به صاحبان کسب وکار در سه ماهه اول امسال صرف تأمین مالی سرمایه در گردش بنگاه‌های تولیدی شده است.

آنطور که بانک مرکزی گزارش داده است، کل تسهیلات اعطاشده به بخش‌های مختلف اقتصاد ایران در سه ماهه اول سال ۱۴۰۲ حدود ۹۲۱ هزار میلیارد تومان بوده که نسبت به سه ماهه اول سال گذشته تقریباً ۲۵.۸ درصد افزایش یافته است. از این رقم، سهم مصرف‌کنندگان نهایی یعنی خانوارها کمتر از ۱۵ درصد کل تسهیلات اعطایی و سهم صاحبان کسب وکارها بالغ بر ۸۵ درصد بوده است. همچنین ۶۶.۵ درصد از کل تسهیلات سه ماهه نخست امسال جهت تأمین سرمایه در گردش واحدهای تولیدی تخصیص یافته است. به‌طور کلی، اعطای وام به مصرف‌کننده نهایی باعث افزایش مصرف و تقاضای کل کالاها و خدمات می‌شود؛ در حالی که اعطای وام به واحدهای تولیدی مولد باید به افزایش سرمایه‌گذاری منجر شود که با رشد اقتصادی و ایجاد ارزش افزوده نیز ارتباط تنگاتنگی دارد. حتی اگر وام‌های اعطاشده به تولیدکنندگان، صرف خرید کالای سرمایه‌ای نشود و به خرید کالای مصرفی اختصاص یابد، باز هم اگر از تولیدکننده داخلی خریداری نشود می‌تواند درآمد ملی را بالا ببرد، اما سرمایه‌گذاری به طور مستقیم تغییری نمی‌کند. همچنین بخشی از تسهیلات اعطاشده، تسهیلات تکلیفی است که بانک‌ها به موجب قانون و بدون توجه به نحوه همیشگی ارزیابی پروژه‌های خود و سنجش احتمال بازگشت مالی تسهیلات اعطایی، ملزم به پرداخت آن هستند. با توجه به مشکل کسری نقدینگی و حتی تراز منفی برخی از بانک‌ها، تسهیلات تکلیفی می‌تواند منجر به اضافه برداشت بانک‌ها از بانک مرکزی شود. در صورت اضافه‌برداشت و افزایش بدهی بانک‌ها به بانک مرکزی، دارایی‌های بانک مرکزی افزایش می‌یابد و در نتیجه حجم نقدینگی در جامعه متورم می‌شود، این موضوع به خودی خود می‌تواند کانالی برای شدت گرفتن تورم در جامعه ایجاد کند.

کاهش نقدینگی در پایان خرداد

طبق اعلام بانک مرکزی، نرخ رشد ۱۲ ماهه نقدینگی در پایان خردادماه ۱۴۰۲ با ۸.۸ واحد درصد تنزل نسبت به دوره مشابه سال قبل (معادل ۳۷.۸ درصد در خردادماه ۱۴۰۱) به ۲۹ درصد کاهش یافت. بانک مرکزی در گزارشی اعلام کرد که این بانک برای سال ۱۴۰۱ برنامه هدف‌گذاری رشد نقدینگی ۳۰ درصدی را تنظیم کرد و توانست با اتخاذ اقدامات

روند کاهش‌ی قیمت‌ها در بازار مسکن شهر تهران باعث شده تا فضای چانه‌زنی به نفع خریداران تغییر کند. به گزارش «ایسنا»، در روزهای اخیر متقاضیان خرید آپارتمان در شهر تهران اغلب به دنبال فایلهایی با پایین‌ترین قیمت نسبت به موارد مشابه هستند. گروهی از مشتریان بالقوه بازار نیز واحدهایی با بیشترین تخفیف را هدف خرید قرار داده‌اند. به نظر می‌رسد که غلبه انتظارات کاهشی بر انتظارات افزایشی، موازنه بازار را به نفع طرف تقاضا تغییر داده است. بررسی‌های میدانی از دفاتر املاک سطح شهر تهران، گویای آن است که اگرچه حدود یک ماه و نیم از آغاز روند ریزش قیمت‌های پیشنهادی آپارتمان می‌گذرد، اما هنوز بازار مسکن پایتخت از فاز سردی رها نشده است.

مقایسه قیمت‌های فعلی در بازار مسکن نسبت به ماه گذشته در مناطق شمالی شهر تهران از افت تا بیش از ۳۰ درصدی قیمت‌های اعلامی حکایت دارد. در مناطق میانی و جنوبی پایتخت نیز که تقاضای مصرفی حضور پررنگ‌تری دارد، قیمت‌ها بین ۲۰ تا ۳۰ درصد دچار افت شده است. بررسی نرخ‌ها در مناطق ۴ و ۵ به عنوان محدوده سکونت افشار میانی و مناطق پر فروش بازار مسکن نشان می‌دهد که سطح قیمت واحدهای کلیدنخورده در موارد بسیاری به کمتر از ۹۰ میلیون تومان در هر متر مربع رسیده است و این حالت است که تا دو ماه قبل نرخ‌های پیشنهادی در محله‌های پرخوردار منطقه ۴ سطح ۱۳۰ میلیون و در منطقه ۵ بعضاً تا بیش از ۱۵۰ میلیون تومان رسیده بود.

در هفته دوم تیرماه در بازار سکه و طلای داخلی، ثبات برقرار بوده و تغییرات چندانی در قیمت‌ها رخ نداده است؛ البته طلا در بازار جهانی روندی صعودی داشت و بازار داخلی هم در اواسط هفته با کمی نوسان مواجه شد، اما مجدداً در روزهای پایانی هفته از نوسان افتاد و با کاهش مجدد به قیمت‌های ابتدای هفته بازگشت. «نادر بذرافشان»، رئیس اتحادیه طلا و جواهر تهران در رابطه با وضعیت یک هفته اخیر بازار سکه و طلای داخلی به «ایسنا» توضیح داد: در هفته‌ای که گذشت به طور میانگین هفت دلار افزایش هر اونس طلا را در بازار جهانی شاهد بودیم؛ در بازار داخل نیز نوسانات افزایشی و کاهشی در طول هفته بین یک تا سه درصد شکل گرفت، اما در مجموع تغییرات خاصی در قیمت‌ها رخ نداد و قیمت اونس سکه و مصنوعات طلا تغییر چندانی نکرد. اواسط هفته

بازار مسکن حومه پایتخت در دام رکود

تغییر موازنه به نفع خریداران مسکن

واسطه‌های ملکی در عین حال که از رکود سنگین معاملات خبر می‌دهند، زمان کنونی را برای ورود خریداران مصرفی مناسب می‌دانند. البته متقاضیان خانه اولی از توان خرید بالایی برخوردار نیستند و معبود معاملات از نوع تبدیل انجام می‌شود. از طرف دیگر، کماکان و به رسم معمول سال‌های اخیر با حجم قابل توجهی از عرضه واحدهای بزرگ متراژ، بخصوص در مناطق شمالی شهر تهران مواجه هستیم که ماه‌هاست بدون مشتری باقی مانده است. در همین حال، بازار مسکن در شهرهای اطراف تهران از جمله پردیس، پرنه و هشتگرد همچنان در رکود به سر می‌برد و اگرچه برخی واسطه‌های ملکی سعی در القای انتظارات افزایشی دارند، شش عامل شامل فشار فروش، خروج تقاضای سفته‌بازی، پایین بودن توان خرید، اعمال مالیات بر خانه‌های خالی، پیشخور کردن تورم و ایجاد حباب در بازار املاک شرایطی را رقم زده که آمیدی سه رونق خرید و فروش مسکن نیست. موج رکود بازار مسکن شهر تهران سریعاً به شهرهای اطراف کشیده شده است. بررسی‌ها نشان می‌دهد افزایش امیدواری نسبت به شرایط اقتصادی ایران که می‌تواند بخش‌های مولد از جمله حوزه ساخت و ساز را به حرکت درآورد خروج سفته‌بازان و دلانان از بازار مسکن را در پی داشته است. در کنار این موضوع، عدم تناسب بین قیمت مسکن و توان خرید متقاضیان خانه اولی به کسادی معاملات دامن زده است. البته افزایش سقف تسهیلات خرید مسکن از طریق اوراق تسه از ۴۸۰ به ۹۶۰ میلیون تومان ممکن است در بالابردن قدرت خرید موثر باشد.

حباب سکه به ۵.۵ میلیون تومان رسید

حاکمیت ثبات در بازار طلا و سکه

شاهد کمی افزایش قیمت بودیم، اما موقتاً بود (همانطور که اشاره شد بین یک تا سه درصد که طبیعی است) و مجدد در روزهای پایانی هفته نوسان‌ها کاهشی شد و قیمت‌ها در آخرین معاملات پایانی هفته تفاوت چندانی نسبت به ابتدای هفته نداشت و ثبات قیمتی در بازار حفظ شد. این مقام صنفی تصریح کرد: بازار در حال حاضر در ثبات نسبی خوبی قرار دارد اما همچنان در طول این هفته بازار در رکود به سر برد و روز پنجشنبه آن هم به سبب نزدیک شدن به عید غدیر، تقاضایی در بازار وجود نداشت. تنها در آخرین روز معاملات هفته، اندکی تقاضا دیده شد. این هفته نیز هیچ‌گونه التهابی در بازار سکه و طلا نداشتیم و بازار در ثبات قیمتی و شرایط مثبت قرار داشت.

بذرافشان در رابطه با آخرین قیمت سکه و طلا در بازار نیز گفت: در

برآورد کلی از صحبت‌های واسطه‌های ملکی در شهرهای کرج، پردیس، پرنه و هشتگرد نشان می‌دهد از ابتدای خردادماه همزمان با کاهش قیمت دلار و زمزمه‌های دریافت مالیات از واحدهای مسکونی خالی که می‌توان شهرهای جدید را تحت تأثیر قرار دهد، بازار مسکن دچار افت شده و هم‌اکنون معاملات مسکن در رکود کامل به سر می‌برد. در عین حال به نظر می‌رسد پس از تخلیه حباب قیمتی که از آذرماه سال گذشته تا اردیبهشت ماه امسال ایجاد شده بود از حدود ۲۰ روز قبل نرخ‌های پیشنهادی ثابت مانده است. اگرچه برخی مشاوران املاک سعی در القای انتظارات تورمی دارند، اما به نظر می‌رسد که سازندگان و فروشندگان، تورم بازار مسکن را پیشخور کرده‌اند و ظرفیتی برای رشد مجدد وجود ندارد.

بررسی نرخ‌های پیشنهادی فروش آپارتمان در شهر جدید پردیس نشان می‌دهد که واحدهای آماده و نیمه‌کاره در مقایسه با اردیبهشت ماه با افت بیش از ۲۰ درصد قیمت مواجه شده‌اند. به عنوان مثال، در فاز ۸ پردیس قیمت یک واحد ۹۷ متری آماده ۲.۷ میلیارد تومان تعیین شده است؛ در حالی که تا حدود دو ماه قبیل قیمت آن در محدوده ۳.۵ میلیارد تومان بوده است. طی چهار سال گذشته به دلایلی همچون تورم عمومی، رکود معاملات و نوسانات نرخ مصالح ساختمانی، بخش ساخت و ساز دچار رکود شده است. با این حال برخی کارشناسان بر این باورند ثبات اقتصاد کلان و کاهش انتظارات تورمی می‌تواند به افزایش تمایل برای تولید مسکن بینجامد

آخرین معاملات روز هفته (پنجشنبه) هر قطعه سکه تمام طرح جدید ۲۸ میلیون و ۸۰۰ هزار تومان و سکه تمام طرح قدیم ۲۵ میلیون و ۴۰۰ هزار تومان قیمت داشت. نیم سکه ۱۵ میلیون و ۸۰۰ هزار تومان، ربع سکه ۱۰ میلیون و ۸۰۰ هزار تومان و سکه‌های یک گرمی بانک مرکزی نیز ۶ میلیون و ۳۵۰ هزار تومان داوشتند شدند. سکه در اواسط هفته ۲۰۰ هزار تومان و هر گرم طلای ۱۸ عیار حدود ۱۲ هزار تومان افزایش قیمت پیدا کرد، اما مجدد نوسان کاهشی رخ داد و قیمت‌ها به حدود قیمت‌های ابتدای هفته برگشت. در پایان این هفته هر گرم طلای ۱۸ عیار ۲ میلیون و ۳۷۲ هزار تومان معامله شد. حباب سکه نیز در این هفته تغییری نداشت و اکنون در محدوده ۵میلیون و ۵۰۰ هزار تومان قرار دارد.

شرط استمرار و رونق تولید

پیام باقری، فعال اقتصادی و عضو اتاق ایران

اقتصاد ایران سال‌های متعددی دستخوش چالش‌هایی بوده که تاکنون صرف‌نظر از تجویزهای مقطعی، راهبرد عملیاتی متقنی برای رفع آنها در دستور کار قرار نگرفته است. تغییرات قیمت نهاده‌های تولید، نوسانات مستمر نرخ ارز، سلطه تورمی فزاینده و رشد اقتصادی نامتوازن علی‌رغم برخورداری از ظرفیت‌های بالقوه کشور، همه و همه فغالان اقتصادی را با یک محیط کسب و کار پیش‌بینی‌ناپذیر مواجه کرده است و همچنان هم شاهد تکرار بردامنه این موانع تاثیرگذار در بطن اقتصاد هستیم. بنابراین شاید به جرات بتوان اذعان داشت اصلی‌ترین مانع پیش روی تولیدکنندگان، محیط نامساعد حاکم بر زیست بوم کسب و کار و گسترده‌گی موانع و ریسک‌ها در کنار عدم امکان برنامه‌ریزی در راستای توسعه واحدهای تولیدی ناشی از فراز و نشیب‌های مداوم مؤلفه‌های تاثیرگذار بر این محیط است.

نوسانات گسترده قیمت‌ها، بستر اقتصاد کشور را چنان تحت‌الشعاع قرار داده و بر هزینه‌های تولید افزوده که در نهایت منجر به تضعیف شرکت‌های ایرانی در عرصه رقابت شده و در عین حال ادامه تعهدات قراردادی را برای بنگاه‌های تولیدی عملا غیرممکن ساخته است. در همین اثناء از جمله چالش‌های دیگری که تولیدکنندگان با آن مواجه هستند، ساختار نامین مالی در بازار پول است. در واقع سیستم بانکی کشور هرگز ساختاری منطبق بر الزامات توسعه و رونق تولید نداشته و چارچوب‌ها، امکانات و ضوابط قانونی لازم را برای تامین مالی آسان، ارزان قیمت و غیربوروکرات صنایع طراحی نکرده است و به همین دلیل تامین نقدینگی و سرمایه در گردش از بازار پول از اهم مشکلات فاطبه تولیدکنندگان در هر صنعت و صنف به شمار می‌رود و در نگاهی کلی تر، سیستم‌های اداری مرتبط با تولید مانند بیمه و مالیات نیز گرفتار دیوانسالاری و ضعف ساختارهای منطقی و متناسب با نیازهای توسعه‌ای حوزه صنعت و اقتصاد هستند که همین امر در نهایت به مانع‌تراشی‌های مکرر، هزینه‌ساز و مخاطره‌آمیز برای تولیدکنندگان تبدیل و قیمت تمام‌شده محصولات آنها را با اتلاف وقت و تحمیل هزینه‌های سربار و فرآیند بوروکراتیک افزایش می‌دهد.

از جمله موضوعاتی که در بسیاری از مواقع به مانعی جدی برای تولیدکنندگان بدل می‌شود، عدم اجرای دقیق و درست قوانین است. واقع مطلب اینکه در حوزه قوانین و مقررات مرتبط با تسهیل و توسعه تولید و صنعت کشور، کم و کاستی احساس نمی‌شود و یا می‌توان گفت که کاستی‌ها در قیاس با ظرفیت‌های قانونی موجود چندان به چشم نمی‌آیند لیکن همین قوانین چنان در اجرا با اعمال رفتارهای سلیقه‌ای، اجرای ناقص یا ناکارآمد و یا دستورالعمل‌های پیچیده و سرشار از ابهام رو در رو می‌شوند که عملا کارایی خود را از دست می‌دهند از این رو نعد حمایتی و تسهیلگری قوانین مقرران با فقر نظارت جامع و فراگیر، تحت تاثیر نحوه اجرا و پیاده‌سازی ناقص و غیر کاربردی کم فروغ شده و گاها از همین قوانین کارآمد، یک مانع جدید در مقابل تولید به وجود می‌آید.

نباید از نظر دور داشت که تولید در هر حوزه، صنعت و صنفی تحت فشار غیرقابل انکار تحریم‌ها، اگر زمینگیر نشود به ناچار متحمل هزینه‌های سربار جدی می‌شود که قدرت آن را در بازارهای رقابتی به شدت کاهش می‌دهد. دشواری‌های متعدّد در تامین مواد اولیه، عقب ماندن از روند توسعه تکنولوژی در دنیا، کاهش ضریب نفوذ در بازارهای صادراتی و صعوبت در مرادوات بین‌المللی خصوصا مرتبط با خدمات بانکی تنها بخشی از پیامدهای گسترده تحریم‌ها هستند و حضور محصولات ایرانی به تدریج در بازارهای صادراتی کمرنگ می‌شود، آن هم در شرایطی که راه یافتن به بازارهای جدید در عین حال بسیار دشوار شده است.

در چنین وضعیتی به‌طور منطقی عمده تمرکز تولیدکنندگان و صنعتگران متمرکز بر رفع مشکلات روزمره با اولویت حفظ ظرفیت تولید بوده و به همین دلیل روند تحقیق و توسعه و به‌کارگیری فناوری‌های نوین و تکنولوژی‌های روزآمد در این حوزه رو به افول گذاشته و تحقیق و توسعه که یکی از الزامات رشد صنعتی قلمداد می‌شود، تحت عنوان بخشی هزینه‌ساز غیرالزامی از محاسبات بنگاه‌های اقتصادی حذف می‌شود که می‌تواند یک رنگ خطر جدی برای عقب‌ماندگی‌های آینده صنایع و تولیدات ایرانی از فناوری‌های روز دنیا باشد مضافا اینکه مسئله تخصیص و تامین ارز و چالش‌های ناشی از ارز چندرخی و بلاتکلیفی تولیدکنندگان در بازارهای ارزی کشور را نیز باید به فهرست مشکلات تولیدکنندگان افزود. با توجه به‌طور موارد برشمرده پیشین که بخش عمده چالش‌های تولیدکنندگان و صنعتگران را دربر می‌گیرند، قطعا استمرار و رونق تولید، مستلزم پرداختن به راهکارهایی خواهد بود که منتج به رفع این مشکلات و حذف این موانع شود و یکی از مهمترین الزامات رونق‌بخشی به حوزه تسهیلگری در این حوزه خواهد بود. در همین راستا به عنوان نمونه می‌توان در قالب قوانینی از قبیل قانون حاکتر استفاده از توان تولیدی و خدماتی و حمایت از کالای ایرانی، فعالیت‌هایی همچون اخذ گواهی‌های مطابق با استانداردها و یا ارائه مشخصات نزدیک به توانمندی داخل را تسهیل کرد یا در حوزه توسعه زیرساخت‌های کشور نیز می‌بایست از مسیر همین قانون، بر استفاده از محصولات ساخت داخل تاکید کرد و از واردات تولیدات مشابه منامنت به عمل آورد به نحوی که تمام مخاطبین این قانون در واگذاری و ارجاع کار و مشارکت دادن سازندگان داخلی برای تامین کالا مکلف شوند.

تجمع نیازها با رویکرد توسعه توانمندی‌های داخلی و استفاده از مقررات پشتیبان نیز می‌توانند در این مسیر کارساز واقع شوند، به این ترتیب که تمام دستگاه‌های اجرایی موظف باشند نیازهای کالایی خود را در بازه‌های زمانی مختلف جهت تجمع با نیازهای مشابه سایر دستگاه‌های ذی‌ربط در اختیار وزارتخانه متبوع و یا بالاترین دستگاه اجرایی مخاطب این قانون قرار دهند تا با تجمع نیازها، اقدام به شناسایی ظرفیت‌های تولید داخلی و حتی در صورت لزوم ایجاد ظرفیت‌های جدید کرده و در ادامه با مقررات مناسب از این منابع حمایت شود ضمن اینکه با کاهش پیچیدگی اعطای مجوز توسعه ساخت داخل، افزایش دقت بازرسی کالاها در گمرکات جهت جلوگیری از واردات کالاهای دارای مشابه داخلی، کاهش مالیات شرکت‌های تولیدکننده داخلی، انجام مبادلات مالی با گمرکات به صورت اقساطی و نیز ایجاد سازوکار استفاده از مسیر سبز به منظور اجتناب از انجام آزمون‌های استاندارد برای تجهیزاتی که بارها توسط شرکت‌های تولیدی به عنوان مواد اولیه وارد شده‌اند، می‌توان تا حد قابل توجهی روند تولید را در کشور تسهیل کرد.

تصمیم مهم اما، تغییر ماموریت دولت از تصدیگری به سوی سیاستگذاری توام با حمایت، هدایت و نظارت است به این معنا که ضرورت دارد دولت به عوض توسعه عرضی و کُتی در کنار گسترش ساختارهای بوروکراتیک، اجرای امور را با رعایت اهلیت به فعالان اقتصادی واجد شرایط و توانمند واگذار کرده و حرکت در محیط کلان اقتصاد کشور از بعد سیاستگذاری و نظارت در ارائه خدمات را در دستور کار خود قرار دهد. در عین حال کاهش قوانین متعدد و متکثر و حذف قوانین زائد و مخمل و تدوین این‌نامه‌ها و دستورالعمل‌های مکمل و کاربردی، علاوه بر تسهیل نظارت بر اجرا، رافع تعارضات بین دستگاه‌ها خصوصا در مقام سیاستگذاری و همچنین بازتعریف نحوه انربخشی دولت در بازار، منیعت از نظام مدیریتی یکپارچه است، چراکه در غیر این صورت استمرار شرایط فعلی دور از ذهن نخواهد بود.

رشد تولید نیازمند نگاهی جامع و فراگیر نسبت به همه حوزه‌های کسب و کار است که در سایه مشارکت‌دهی بخش خصوصی و اخذ نظرات فعالان اقتصادی از طریق تشکیل‌ها و اتاق بازرگانی شکل می‌گیرد لذا تحقق شعار سال و به تبع آن دستیابی به اهداف توسعه صنعتی و اقتصادی در گرو درک مشترک از موانع و مشکلات و رقم زدن حرکتی همه‌جانبه در این راه است و تصمیمات روزمره و مقطعی، نتیجه‌ای جز ایجاد وقفه در این روند نخواهند داشت.

فرصت امروز: شاخص کل بورس تهران کمتر از یک ماه پیش، ۲۰۲ میلیون واحد را به عنوان یکی از سطوح مهم حمایتی از دست داد و با گذشت ۱۶ روز کاری در معاملات هفته گذشته مجددا به این محدوده قیمتی بازگشت. شاخص کل بورس تهران در معاملات هفته دوم تیرماه، ۴۹ هزار و ۲۵۲ واحد بالاتر از هفته قبل ایستاد و در پایان با ایستادن در سطح ۲ میلیون و ۲۰۲ هزار واحد، بازدهی هفتگی مثبت ۲٫۳ درصدی را ثبت کرد. شاخص کل هم‌وزن نیز در پایان هفته نسبت به هفته پیشین، ۲۹ هزار و ۵۲۰ واحد افزایش یافت و به رشد مثبت ۳٫۹ درصدی پسندد کرد. در هفته دوم تیرماه ۲۲۱ میلیارد تومان پول حقیقی از بورس خارج شد و میانگین روزانه خروج پول حقیقی ۴۶ میلیارد تومان رسید که نسبت به هفته نخست تیر، ۸۵ درصد کمتر شده است.

همچنین میانگین ارزش معاملات بازار سهام ۶۰ هزار و ۹۴۷ میلیارد تومان بود که ۵۹ درصد بیشتر از هفته پیش بود. میانگین ارزش معاملات خرد بورس نیز ۶ هزار و ۵۵۸ میلیارد تومان بود که نسبت به رقم ۶ هزار و ۶۱۵ میلیاردی هفته قبل، کاهش ۰٫۸۶ درصدی را نشان می‌دهد. میانگین ارزش صفهای فروش در هفته‌ای که گذشت به ۱۱۶ میلیارد تومان رسید که از میانگین هفته پیشین، ۱۰۳ میلیارد تومان معادل ۴۷ درصد کمتر بود. بالاترین رقم هفته با ۱۴۶ میلیارد تومان در روز شنبه و کمترین رقم با ۷۶ میلیارد تومان در روز دوشنبه ثبت شد. میانگین ارزش صفهای خرید نیز به ۵۰۸ میلیارد تومان رسید که نسبت به میانگین هفته قبل، ۳۲۰ میلیارد تومان کاهش داشته است. بالاترین رقم هفته ۷۲۰ میلیارد تومان بود که در روز شنبه ثبت شد و پایین‌ترین رقم هفته نیز در روز سه‌شنبه با رقم ۲۵۳ میلیارد تومان ثبت شد.

ظرفیت رشد بالای بازار سهام

یک کارشناس بازار سرمایه با تاکید بر اینکه بازار سهام از ظرفیت خوبی برای رشد برخوردار است، گفت: همچنان بازار سرمایه از برخی موارد رنج می‌برد، اما موضوع تهدیدکننده‌ای نمی‌تواند این بازار را تحت تاثیر خود قرار دهد و باعث ایجاد نوسانات شدید بورس مشابه سال ۹۹ شود. «کوروش شمس» با نگاهی به روند معاملات بازار سهام در هفته گذشته به «ایرنا» توضیح داد: در بازارهای مالی امکان هرگونه نوسانی وجود دارد و

هفته‌نامه اکونومیست در سرمقاله این هفته خود به بررسی آینده جنگ پرداخته و می‌گوید تکنولوژی، میدان جنگ را متحول کرده و دوران جدیدی از جنگ با فناوری پیشرفته آغاز شده است. اکونومیست در سرمقاله شماره ۸ جولای ۲۰۲۲ می‌نویسد: دوران جدیدی از جنگ با فناوری پیشرفته آغاز شده است. تکنولوژی میدان جنگ را متحول کرده است ودموکراسی‌ها باید بر این اساس واکنش نشان دهند. جنگ‌های بزرگ، برای مردم و کشورهایی که با آنها درگیر هستند، تراژدی است. این جنگ‌ها همچنین نحوه آماده شدن جهان را برای درگیری‌های دیگر تغییر می‌دهند. بریتانیا، فرانسه و آلمان ناظرانی به جنگ داخلی آمریکا فرستادند تا نیروهای مانند گیتسبورگ را مطالعه کنند. دولت تانک‌ها در جنگ یوم کبیر (جنگ اعراب و رژیم صهیونیستی) در سال ۱۹۷۳، به تغییر ارتش آمریکا – از نیرویی که در ویتنام شکست خورد به نیرویی که عراق را در سال ۱۹۹۱ شکست داد – سرعت بخشید. آن کارزار به نوبه خود، رهبران چین را به بازسازی ارتش آزادی‌بخش خلق و تبدیل آن به نیروی مهیب امروز سوق داد.

خط پطلان بر یک توهم؛ تلفات جنگ‌های مدرن کمتر نخواهد بود. جنگ در اوکراین بزرگ‌ترین جنگ در اروپا از سال ۱۹۴۵ میلادی است. این جنگ درک کشورها از جنگ را برای دهه‌های آینده شکل خواهد داد. جنگ هرگونه توهم را که تصور می‌کند درگیری مدرن ممکن است به عملیات‌های ضدشورش محدود شود یا به سمت مبارزات کم‌تلفات در فضای سایبری تکامل یابد، از بین برده است. در عوض به نوع جدیدی از جنگ با شدت زیاد اشاره می‌کند که فناوری پیشرفته را با کشتار در مقیاس صنعتی و مصرف مهمات ترکیب می‌کند، درست همانطور که غیرنظامیان، متحدان و شرکت‌های خصوصی را جذب می‌کند. می‌توانید مطمئن باشید که رژیم‌های خودکامه در حال مطالعه چگونگی به دست آوردن برتری در هر درگیری آینده هستند. جوامع لیبرال به جای عقب‌نشینی از مرگ و ویرانی باید متوجه شوند که جنگ بین اقتصادهای صنعتی یک چشم‌انداز کاملا واقعی است و باید شروع به آماده‌شدن کنند.

همانطور که گزارش ویژه اکونومیست توضیح می‌دهد، جنگ اوکراین سه درس بزرگ دارد. اول اینکه میدان جنگ در حال شفاف شدن است. دیگر دوربین‌های دوچشمی یا نقشه‌ها را فراموش کنید. به جسگرهای پیشرفته در ماهواره‌ها و پهپادها فکر کنید؛ ارزان و در موجود در همه جا.

شاخص بورس تهران پس از ۱۶ روز کاری به کانال ۲۰۲ میلیونی بازگشت

رشد ۲ درصدی بورس در هفته دوم تیر



به ارزشدنگی بازار سهام برای سرمایه‌گذاری اما نمی‌توان چنین پیش‌بینی را ارائه داد که بازار تا پایان سال ۱۴۰۲ نسبت به سایر بازارهای سرمایه‌گذاری پیش‌تاز در کسب بازدهی است. همچنان بازار سرمایه از برخی موارد رنج می‌برد، اما موضوع تهدیدکننده‌ای نمی‌تواند این بازار را تحت تاثیر خود قرار دهد و باعث ایجاد نوسانات شدید شاخص بورس مشابه سال ۹۹ شود. نوسانات شدیدی که بازار در سال ۱۳۹۹ تجربه کرد باعث شد تا سهامداران اعتماد خود را نسبت به این بازار از دست بدهند و با توجه به پایین بودن قیمت سهام شرکت‌ها دیگر استقبال چندانی از سوی سهامداران برای سرمایه‌گذاری در این بازار صورت نگیرد.

«شمس» سپس به عوامل تاثیرگذار در رشد دوباره شاخص بورس اشاره کرد و گفت: رشد بازار سهام در گروی رشد عوامل بنیادی است، قیمت دلار به عنوان یکی از محرک‌های اصلی رشد بازار تلقی می‌شود که در وضعیت فعلی، نرخ دلار در بازار به ثبات نسبی دست پیدا کرده است. این کارشناس بازار سرمایه معتقد است که در کنار قیمت دلار مسائلی مانند نرخ بهره و قیمت‌های جهانی تعیین‌کننده مسیر اصلی بازار هستند که اکنون بازارهای جهانی در رکود به سر می‌برند. به گفته «شمس»، بازار سهام به هیچ عنوان برای سرمایه‌گذاری گران نیست و می‌تواند در وضعیت فعلی اقتصاد کشور به عنوان بازاری مناسب برای سرمایه‌گذاری به سمت سرمایه‌گذاران معرفی شود. بازار سهام بازاری است که تابع برخی از فاکتورهای کلان بنیادی است، هرچه شاهد ثبات در تصمیم‌گیری‌ها، فاکتورها و عوامل بنیادی تعیین‌کننده مسیر بازار باشیم، این بازار به ثبات بیشتری دست پیدا می‌کند و اعتماد سهامداران برای سرمایه‌گذاری بیشتر خواهد شد. البته برخی تصمیم‌گیری‌ها در مورد قیمت‌گذاری‌ها و تصمیمات متغیر درخصوص عرضه خودرو در بورس ایجادکننده نوسان در معاملات بازار خواهد شد. باید در تصمیم‌گیری‌ها به ثبات برسیم تا سهامداران بتوانند با دقت بیشتری نسبت به معاملات خود در بازار تصمیم‌گیری کنند. سهامداران حتما برای کسب بازدهی مناسب از بورس به سمت سرمایه‌گذاری در سهام بنیادی و سهام EPS محور بروند و در صورت عدم اطلاعات کافی، سرمایه‌های خود را به صورت غیرمستقیم و از طریق صندوق‌های سرمایه‌گذاری وارد بازار کنند.

فعالان بازار نباید چندان نگران وضعیت فعلی معاملات بورس باشند، بازار سهام از ظرفیت خوبی برای رشد برخوردار است و خطری جدی، معاملات بورس را تهدید نمی‌کند. او به نوسانات اخیر شاخص بورس و عوامل تاثیرگذار بر آن اشاره کرد و افزود: از نظر بنیادی شرایط حاکم در بازار مانند دوران اوج بورس در سال ۱۳۹۹ نیست که حال خواهیم اکنون در انتظار ریزش شدید شاخص باشیم. اکنون فاکتورهای بنیادی که تعیین‌کننده مسیر معاملاتی بورس هستند، به نحوی است که می‌توانند هدایت‌کننده مسیر بازار به سمت صعود باشند، با توجه به چنین مسئله‌ای خطری تهدیدکننده برای معاملات بورس نیست که سهامداران بخواهد نگران ریزش شدید شاخص بورس در بازار باشند.

«شمس» با بیان اینکه بازار سهام اکنون از پتانسیل خوبی برای رشد برخوردار است، گفت: پس از نوسانات شدیدی که بازار در دو سال گذشته تجربه کرد اکنون بازار در وضعیت خوب معاملاتی قرار گرفته و در صورت ثبات در فاکتورهای بنیادی دیگر نمی‌توان برای بازار ریزش‌های شدید چند وقت گذشته که منجر به خروج معاملات بورس از مسیر اصلی خود و نیز ضرر و زیان سهمگین سهامداران در بازار سهام شده بود، را متصور باشیم. با ریزش شدید قیمت دلار در بازار پیش‌بینی‌ها با تغییر همراه خواهند شد و در صورت رخ دادن چنین اتفاقی شاهد وجود تغییراتی در مسیر معاملات بازار سهام خواهیم بود.

این کارشناس بازار سرمایه با بیان اینکه این احتمال وجود دارد که توافق در برجام و نیز افت قیمت دلار به کانال ۴۰ هزار تومان باعث ایجاد نوسانات شدید در بازار شود، افزود: در غیر این صورت بازار ادامه‌دهنده مسیر فعلی خود خواهد بود و نمی‌توان چندان نگران افت و خیز شدید شاخص بورس در بازار باشیم. به گفته «شمس»، اکنون هیچ خطری تهدیدکننده معاملات بورس نیست و بازار پس از ریزشی که از سال ۱۳۹۹ تجربه کرد نسبت به سایر بازارهای سرمایه‌گذاری بسیار ارزان‌تر است.

توصیه به تازه‌واردان بورس

او در پاسخ به سوالاتی مبنی بر اینکه آیا بورس تا پایان سال می‌تواند بیشترین بازدهی را در اختیار سهامداران قرار دهد یا خیر، افزود: با توجه

تلفات جنگ‌های مدرن کمتر نخواهد بود

۳ درس جنگ اوکراین از نگاه اکونومیست

مجدد اتحاد خود برای این اهداف ادامه دهند یا خیر.

سومین درس – که در بیشتر قرن بیستم نیز کاربرد داشت – این است که مرز یک جنگ بزرگ، گسترده و نامشخص است. درگیری‌های غرب در افغانستان و عراق توسط ارتش‌های حرفه‌ای کوچک انجام می‌شد و بار سبکی را بر غیرنظامیان در داخل تحمیل می‌کرد (اما اغلب بدبختی زیادی بر مردم محلی وارد می‌کرد). در اوکراین غیرنظامیان به عنوان شرکت‌کننده یا قربانی وارد جنگ شده‌اند. همچنین فرای شرکت‌های دفاعی-صنعتی قدیمی، حضور گروه جدیدی از شرکت‌های خصوصی نیز حیاتی بوده است. مزارهای البته البته مشکلات تازه‌ای ایجاد می‌کند. مشارکت فزاینده غیرنظامیان، مسائل حقوقی و اخلاقی را مطرح می‌کند. شرکت‌های خصوصی واقع در خارج از صنعت درگیری فیزیکی نیز ممکن است در معرض حمله مجازی یا مسلحانه قرار گیرند.

از منظر اکونومیست، هیچ دو جنگی شبیه هم نیستند. درگیری بین هند و چین ممکن است در بام جهان رخ دهد. درگیری چین و آمریکا بر سر تایوان، قدرت هوایی و دریایی بیشتر، موشک‌های دوربرد و اختلال در تجارت را به همراه خواهد داشت. تهدید متقابل استفاده از سلاح‌های هسته‌ای احتمالا برای محدودکردن تشدید تنش در اوکراین عمل کرده است: ناتو مستقیما با یک دشمن مجزه به سلاح هسته‌ای درگیر نشده است و تهدیدهای روسیه تاکنون تند و تیز بوده است، اما در جنگ بر سر تایوان، احتمالا آمریکا و چین وسوسه خواهد شدند تا در فضا به یکدیگر حمله کنند که می‌تواند به تشدید تنش هسته‌ای منجر شود، به‌ویژه اگر ماهواره‌های هشدار اولیه و فرماندهی و کنترل غیرفعال شوند.

برای جوامع لیبرال شاید وسوسه‌برانگیز باشد تا از وحشت اوکراین و از تلاش و هزینه‌هنگفت برای مدرن‌سازی نیروهای مسلح خود عقب‌نشینی کنند. با این حال، آنها نمی‌توانند تصور کنند که چنین درگیری بین اقتصادهای بزرگ صنعتی، یک رویداد یکباره خواهد بود. یک روسیه مستبد و بی‌ثبات ممکن است برای دهه‌های آینده تهدیدی برای غرب باشد. افزایش قدرت نظامی چین یک عامل بی‌ثبات‌کننده در آسیا است و احیای خودکامگی جهانی می‌تواند درگیری‌ها را محتمل‌تر کند. ارتش‌هایی که از نوع جدیدی از جنگ صنعتی که در اوکراین به نمایش گذاشته شده است، درس نمی‌گیرند، در معرض خطر شکست در برابر ارتش‌هایی قرار می‌گیرند که از این اتفاقات درس می‌آموزند.

آنها توسط الگوریتم‌های در حال بهبودشان، داده‌هایی را برای پردازش به دست می‌آورند که مانند پیدا کردن سوزن در انبار کاه است. مثلا یافتن سیگنال تلفن همراه یک ژنرال روسی، یا یک تانک استار شده. این اطلاعات می‌تواند توسط ماهواره‌ها یا به کم‌درجه‌ترین سرباز در جبهه منتقل شود یا برای هدف‌گیری وپخانه و موشک با دقت و برد بی‌سابقه‌ای استفاده شود. این سطح از شفافیت به این معناست که جنگ‌های آینده به شناسایی بستگی دارد. اولویت‌ها این است که ابتدا دشمن را شناسایی کنید، قبل از اینکه دشمن محل شما را پیدا کند. جسگرها را چه پهباد باشند چه ماهواره، از کار بیندازید. ابزار ارسال داده‌های دشمن را در سراسر میدان نبرد، چه از طریق حملات سایبری، جنگ الکترونیک یا مواد منفجره قدیمی مختل کنید. نیروهای نظامی باید با تکیه بر تحرک، پراکندگی، پنهان کاری و فریب، راه‌های جدیدی برای مبارزه ایجاد کنند. ارتش‌های بزرگی که در سرمایه‌گذاری بر روی فناوری‌های جدید یا توسعه دکترین‌های جدید شکست بخورند، مغلوب ارتش‌های کوچک‌تری که این کار را انجام می‌دهند، خواهند شد.

درس دوم این است که حتی در عصر هوش مصنوعی، جنگ ممکن است هنوز صدها هزار انسان و میلیون‌ها ماشین و مهمات را درگیر کند. تلفات در اوکراین شدید بوده است: توانایی دیدن اهداف و اصابت دقیق به آنها تعداد تلفات را افزایش می‌دهد. مصرف مهمات و تجهیزات نیز بسیار بسیار زیاد است: روسیه در یک سال ۱۰ میلیون گلوله شلیک کرده است. اوکراین ماهانه ۱۰ هزار پهباد در ماه از دست می‌دهد. این کشور هم‌اکنون از متحدانش، مهمات خوشه‌ای قدیمی را برای کمک به ضدحمله خود درخواست می‌کند.

در نهایت، فناوری ممکن است نحوه برآورده شدن این نیازها را تغییر دهد. در ۳۰ ژوئن، ژنرال مارک میلی، رئیس ستاد مشترک ارتش آمریکا پیش‌بینی کرد که یک سوم نیروهای مسلح پیشرفته طی ۱۰ تا ۱۵ سال آینده روباتیک خواهند شد: به نیروهای هوایی بدون خلبان و تانک‌های بدون خمدن فکر کنید. با این حال، ارتش‌ها باید قادر باشند که در این دهه و همچنین دهه آینده بجنگند. این به معنای تجدید ذخایر انبارها، ایجاد ظرفیت صنعتی برای تولید سخت‌افزار در مقیاس بسیار بیشتر و اطمینان از داشتن ذخایر نیروی انسانی در ارتش‌هاست. نشست سران ناتو در ۱۱ و ۱۲ ژوئیه آژمونی است برای اینکه ایا کشورهای غربی می‌توانند به تقویت

راهتمای بازاریابی آنلاین برای استارت‌آپ‌های هنری

بهترین شبکه‌های اجتماعی برای هنرمندان



نویسنده: علی آل علی

دنیای هنر دامنه و طرفدارهای بی‌نهایت زیادی دارد. شاید یک نفر در دنیا میانه خوبی با موسیقی سنتی نداشته باشد، اما احتمالاً نظرش درباره موسیقی پاپ کاملاً متفاوت خواهد بود. به علاوه، آنقدر حوزه‌های هنری مختلف در دنیا هست که بالاخره نظر آدم را به خودش جلب کند.
علاقه آدم‌ها به هنر پدیده تازه‌ای نیست. از زمان‌های دور عشق بشر به هنر واضح بوده است. به طوری که باستان‌شناس‌ها هرچند سال یکبار نظرشان درباره قدیمی‌ترین آثار هنری به دست آمده از نوع بشر را تغییر می‌دهند. البته در دوران کنونی هنر هم مثل هر بخش دیگری از زندگی ما وارد صنعت و تجارت شده است. کافی است یک نگاه گذرا به دور و اطراف‌تان ببیندازید تا متوجه تنوع بالای برندهای حوزه هنر شوید. در کنار این مسئله باید هنرمندان مستقل را هم به یاد داشته باشیم.

حوزه فعالیت هنری هم مثل هر بخش دیگری از زندگی مدرن با ترافیک بی‌نهایت زیادی رو به روست. به طوری که یک استارت‌آپ تازه شانس زیادی برای دوام در بازار ندارد. البته مگر اینکه صاحب آن کسب و کار میانه خوبی با شبکه‌های اجتماعی داشته باشد!

فعالیت در شبکه‌های اجتماعی همان قطعه گمشده پازل کسب و کارها برای موفقیت در دنیای مدرن است. شاید فکر کنید استارت‌آپ‌های هنری نباید حضور پررنگی در پلتفرم‌های اجتماعی داشته باشند. خب در این صورت باید باور‌تان را کاملاً تغییر دهید. چه کسی گفته یک استودیوی عکاسی یا گروه موسیقی نباید در شبکه‌های اجتماعی خودنمایی کنند؟ ما در این مقاله قصد داریم تصور و نگاه شما نسبت به فعالیت کسب و کارهای هنری در شبکه‌های اجتماعی را کاملاً تغییر دهیم. پس با ما همراه باشید تا نگاهی‌تان کاملاً ریز و رو شود.

شبکه‌های اجتماعی برای اهالی هنر: مرور بر مزایا

مزایای شبکه‌های اجتماعی بر هیچ‌کس پوشیده نیست. بسیاری از افراد برای ارتباط با دوستان یا اعضای خانواده دنبال ابزارهای مطمئنی هستند. شبکه‌های اجتماعی در این میان دروازه‌ای به سوی تعامل بهتر آدم‌ها با یکدیگر محسوب می‌شود. به طوری که شما در فرآیند جذاب و شخصی‌سازی‌شده با دوستان‌تان تعامل خواهید داشت. مزایای پلتفرم‌های اجتماعی برای کسبب و کارها به طور کامل با افراد عادی فرق دارد. مهمترین مسئله در این میان دسترسی به دامنه هرچه وسیع‌تر مخاطب هدف است. مثلاً استودیوی فیلم‌سازی را در نظر بگیرید که تازه کارش را شروع کرده است. بی‌شک این استودیو با کمی تولید محتوا در شبکه‌های اجتماعی توجه زیادی را به خودش جلب خواهد کرد. به طوری که دیگر نیازی به بازاریابی یا ولخرجی‌های تبلیغاتی نخواهد داشت.

نکته دیگری که مخصوص کسبب و کارهای هنری است، دریافت ایده‌های تازه است. خب شما که تنها هنرمندان این دنیا نیستید. عضوت در شبکه‌های اجتماعی به شما برای یافتن ایده‌های تازه یا ترکیب برخی از ایده‌های شناخته شده کمک می‌کند. نتیجه این کار خلق ایده‌های کاملاً تازه برای کارتان خواهد بود. کافی است نقاشی را در نظر بگیرید که با دنبال کردن بقیه دوستان و همکارانش در اینستاگرام ایده‌های تازه و کاربردی برای کارش پیدا می‌کند. آن وقت دیگر لازم نیست هر بار برای کشیدن یک تابلوی تازه ماه‌ها با خودش کلنجار رفته و دست آخر ایده خوبی هم پیدا نکند.

آخرین نکته‌ای که در این بخش باید به آن اشاره کنیم، مربوط به امکان فروش آنلاین محصولات در شبکه‌های اجتماعی است. هنرمندان همیشه برای فروش محصولات‌شان مشکلات زیادی داشته‌اند. با این حساب شما

نویسنده: سجاد رحیمی مدرسه

پژوهشگر و مشاور حوزه مدیریت کسب و کار

به احترام قلم و روز دیگری که به این نام گذشت، وظیفه دانستم که سطوری را بنویسم تا حداقل به وظیفه خود عمل کرده باشم. امام علی علیه‌السلام فرمودند: خردهای دانشمندان در نوک قلم‌های‌شان است. همین یک حدیث را معیار خود قرار دهیم تا سال بعد و از خود بی‌روسیم؛ تاکنون در سطوح عالی سیاست‌گذاری و تصمیم‌گیری، چقدر به نگاه دانشمندان توجه شده است؟ چقدر دیگر لازم نیست برای کشیدن صحایان قلم، در طرح‌ها و برنامه‌ها لحاظ می‌گردد؟

امروز که ۱۵ تیر ۱۴۰۲ هست، ذهنم از مشکلات کشور عزیزم ناراحت است و در عین حال ناامید نیستم. جست‌وجویی می‌کنم که ببینم در کشور برای روز قلم چه کردند و چه تغییراتی نسبت به روزهای قلم سال‌های قبل رخ داده. حقیقتاً ناامید شدم؛ چون حرکتی رو به جلو ندیدم، اما آ یا باید ناامید بمانم؟ خیر. انسان به امید زنده است. تمدن‌ها با امید ماندند و رشد کردند و تاریخ‌ها را رقم زدند. مسئولان و تصمیم‌گیران دلسوز کشور بدانند که پتانسیل اهل قلم و اندیشه برای حل مسائل روز و مشکلات، بسیار بالاست، اما آ یا عزمی برای نگاه حرفه‌ای به اهل قلم هست؟ آفتی مهم که در مسیر دیده شدن اهل قلم هست، مدرک‌گرایی هست. اینکه قلم و اندیشه ارزشمند یک فرد متخصص و باتجربه را به صرف نداشتن یک مدرک خاص از دانشگاه یا دوره، نادیده بگیریم و فقط صاحبان مدارک را صاحبان قلم و اندیشه بدانیم؛ این رویکرد، قطعاً خطای بزرگی است؛ چراکه آن کسی که قلم به دست می‌گیرد، باید تفوا، صداقت، عفاف و انصاف نسبت به دیگران، جزو طبیعت ثانوی‌اش بشود و این مسئله ارتباطی با یک مدرک کاغذی ندارد.

بسیاری اوقات در همین کوچه و بازار، ایده‌ها و راهکارهایی برای حل مشکلات و مسائل شنیده می‌شود که فقط باید گوش‌ی شنوا برای دریافت آن و سپس اقدام لازم مقتضی بعد از شنیدن باشد.

قلم در کشور ما آنقدر دست‌کم گرفته شد که اهمیتش را از دست داد و حتی نویسنده و صاحب قلم، مجبور است برای تأمین معاش و رفاه سراف

می‌توانید بدون دردسر اضافه کارتان را جلو برده و مطمئن باشید فضای برای فروش محصولات‌تان دم دست دارید.

بهترین پلتفرم‌ها برای هنرمندان: فهرستی طلایی

سوال مهمی که درباره حضور هنرمندان در شبکه‌های اجتماعی مطرح می‌شود، بهترین گزینه‌ها برای آنهاست. بی‌شک کسب و کارهای حوزه هنر تفاوت‌های معناداری با بقیه گونه‌ها دارند. به همین خاطر حضور آنها در شبکه‌های اجتماعی اصلاً اوضاع عادی نیست. به همین خاطر ما در این بخش فهرستی از شبکه‌های اجتماعی مناسب که به کار شما می‌آیند، گردآوری کرده‌ایم.

اینستاگرام: پلتفرمی برای همه!

آیا کسی را سراغ دارید که در اینستاگرام حضور نداشته باشند؟ اگر کسی را سراغ دارید که هنوز یک اکانت هم که شده برای خودش در این پلتفرم ندارد، احتمالاً فرد موردنظر کلاً میانه خوبی با فناوری‌های دیجیتال ندارد؛ چراکه این روزها مردم روزوشان را با اینستاگرام شب می‌کنند. بنابراین بی‌توجهی به این پلتفرم اصلاً امکان‌پذیر نیست.

نکته جالب درباره اینستاگرام آپدیت مداوم آن برای کاربران است. به طوری که روز به روز استفاده از آن بدل به کاری جذاب‌تر می‌شود. کار به جایی رسیده که حتی تیم فنی اینستاگرام به فکر کسب و کارها هم افتاده است و قابلیت فروش مستقیم محصولات را به پلتفرمش اضافه کرده است. بی‌شک اینستاگرام به خاطر شهرت بالایی که دارد، گزینه‌ای جذاب برای کارآفرینان محسوب می‌شود. این نکته درباره اهالی هنر هم مصداق دارد. با توجه به آپدیت‌های منظم این پلتفرم شما به راحتی امکان استفاده از آن برای پیشبرد اهداف‌تان را خواهید داشت. بنابراین دیگر نباید دست روی دست گذاشت، در عوض همین امروز اکانت‌تان را ایجاد کنید.

فیس‌بوک: دوست صمیمی هنرمندان

فیس‌بوک اولین شبکه اجتماعی به مفهوم کنونی است. مارک زاک‌برگ وقتی با دوستانش روی ایده فیس‌بوک کار می‌کردند، حتی خوش‌خیال‌ترین افراد هم فکر توسعه سریع مفهوم شبکه‌های اجتماعی به سرشان نمی‌زد. با این حال این روزها همه مردم در فیس‌بوک و صدها پلتفرم دیگر حضور فعالی دارند. به طوری که آدماها بیشتر وقت‌شان را نه در دنیای واقعی، بلکه شبکه‌های اجتماعی سپری می‌کنند.

بی‌شک مسئله دسترسی به دامنه وسیع مخاطب برای هنرمندان نیز کلیدی خواهد بود. استارت‌آپ‌های این حوزه بیشتر از همیشه به توجه مخاطب نیاز دارند. بنابراین حضور در فیس‌بوک برای آنها بی‌نهایت کلیدی خواهد بود؛ چراکه نیازشان به تعامل با مخاطب هدف را پوشش خواهد داد. یکی از ویژگی‌های جذاب فیس‌بوک برای هنرمندان امکان ایجاد صفحه هنری است. این قابلیت در اینستاگرام و تقریباً سایر پلتفرم‌های اجتماعی به چشم نمی‌خورد. وقتی شما صفحه‌ای هنری برای خودتان تأسیس می‌کنید، همه کاربران از لحظه نخست ماهیت صفحه‌تان را متوجه خواهند شد. به طوری که دیگر لازم نیست از همان لحظه نخست شروع به توضیح حوزه کاری‌تان کنید.

از آنجایی‌که در فیس‌بوک گروه‌ها و انجمن‌های متنوعی فعالیت دارد، هنرمندان امکان تعامل با افراد علاقه‌مند در حوزه فعالیت‌شان را پیدا می‌کنند. اینطوری شما به جای اینکه درگیر بازی بی‌پایان بازاریابی شوید، با یک میانبر سریع مخاطب‌تان را پیدا خواهید کرد.

دوینت آرت (Deviant Art): پلتفرمی مخصوص هنرمندان

کارآفرینان کاردرست معمولاً به حضور در لینکدین افتخار می‌کنند. اگرچه برای خیلی‌ها لینکدین صرفاً مکانی برای یز دادن محسوب می‌شود، اما کم نیستند کسانی که موقعیت‌های شغلی عالی از طریق ارتباطات

لینکدین پیدا می‌کنند. این ماجرا برای هنرمندان هم مصداق دارد. البته همیشه کمبود یک شبکه اجتماعی کاملاً مخصوص برای هنرمندان احساس شده است. به همین خاطر این روزها دوینت آرت محبوبیت زیادی در بین کاربران پیدا کرده است. به طوری که خیلی از کارآفرینان دنیای هنر برای اثرگذاری بهتر بر روی مخاطب‌شان روی حضور در این پلتفرم حساب باز می‌کنند. اگر بخواهیم نگاهی کلی به دوینت آرت ببیندازیم، در واقع این پلتفرم بیشتر نوعی نمایشگاه آنلاین محسوب می‌شود. به طوری که کاربران امکان بازدید از آثار هنرمندان مختلف را پیدا کرده و گاهی اوقات نیز حراجی‌های آنلاین شگفت‌انگیزی در آن برگزار می‌شود.

همانطور که می‌شود حدس زد، دوینت آرت جذابیت زیادی برای کاربران دارد. شما لازم نیست حتماً یک هنرمند باسابقه باشید تا از امکانات این پلتفرم لذت ببرید. گاهی اوقات کاربران عادی نیز برای وقت‌گذرانی یا مشاهده آثار هنری در این پلتفرم ثبت نام می‌کنند. با این حساب شما می‌توانید حساب ویژه‌ای برای موفقیت کاری در این پلتفرم باز کنید.

پینترست: گزینه‌ای قدیمی و دوست‌داشتنی

پینترست از آن دست پلتفرم‌هایی است که علی رغم سابقه طولانی در بازار کمتر از آنچه باید مورد توجه قرار گرفته است. نکته جالب اینکه پینترست قبل از اینستاگرام فعالیتش را شروع کرد. با این حال هیچ وقت به شهرتی هم اندازه با اینستاگرام نرسید. دلیل این امر وفاداری این پلتفرم به اشتراک عکس بود. به طوری که هنوز هم خبری از کپشن به معنای دقیق کلمه در پینترست نیست. این نکته شاید برای کاربران معمولی خیلی جذاب نباشد اما حساسی هوش از سر علاقه‌مندان به دنیای هنر می‌برد. ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم پینترست به طور ویژه به درد عکاس‌ها و نقاش‌ها می‌خورد؛ چراکه شما در این پلتفرم امکان به اشتراک‌گذاری انواع اطلاعات تماشش از ریز در اختیار کاربران قرار ددهد. اینطوری شما به عنوان تصویر برای مخاطب‌تان را خواهید داشت. نکته جالب اینکه هر اکانت باید اطلاعات تماشش از ریز در اختیار کاربران قرار دهد. اینطوری شما به عنوان یک هنرمند یا نماینده شرکتی فعال در حوزه هنری به سادگی امکان تعامل با مشتریان را خواهید داشت.

یوتیوب: گزینه مورد علاقه فیلم‌سازها!

یوتیوب سالانه با نمایش تبلیغات مختلف در پلتفرمش میلیاردها دلار سود به جیب می‌زند. جذابیت یوتیوب نه به خاطر نمایش انحصاری ویدئوها، بلکه تنوع بالای موضوعاتی است که کاربران در آن دست به تولید محتوا می‌زنند. به زبان خودمانی، شما هر نوع محتوایی را در این پلتفرم پیدا خواهید کرد. فرقی هم ندارد حوزه مورد علاقه‌تان چه باشد، در هر صورت یوتیوب محتوایی به درد بخور برای‌تان پیدا می‌کند.

علاقه‌مندان به دنیای هنر معمولاً در یوتیوب نیز خودی نشان می‌دهند. از آنجایی که این پلتفرم به طور ویژه در زمینه نمایش ویدئو فعالیت دارد، بسیاری از دانشگاه‌های رشته سینما بدان علاقه خاصی دارند. اگر شما هم در این حوزه تحصیل می‌کنید، به راحتی امکان نمایش برخی از آثار‌تان برای مخاطب را خواهید داشت. مزیت یوتیوب دسترسی وسیع به کاربران و عدم نیاز به ثبت نام ویژه برای ایجاد کانال است. بنابراین اگر بودجه اندکی دارید، یوتیوب گزینه‌ای ایده‌آل برای شما خواهد بود.

برخی از کارآفرینان هم کاری می‌کنند تا بازخورد مخاطب‌شان را دریافت کنند. اگر شما محتوای ویدئویی به دست دارید، یوتیوب بهترین گزینه برای کارتان خواهد بود. به طوری که در عرض چند دقیقه فرصت تعامل با مخاطب را داشته و کارتان به راحتی هرچه تمام‌تر جلو خواهد رفت. خب منتظر چه هستید؟ همین حالا دست به کار شده و کانالی برای خودتان در یوتیوب تأسیس کنید. اینطوری در یک چشم به هم زدن بازخورد مخاطب‌تان دم دست‌تان خواهد بود.

به احترام قلم و روز دیگری که به این نام گذشت…

کارهایی برود که نه در تخصص هست و نه هم‌خوانی با روح و قلبش دارد. نتیجه چه می‌شود؟ نه بازخوردی نسبت به مشکلات داده خواهد شد؛ و نه اتفاقی مثبت برای قدرتمنتر شدن کشور رخ خواهد داد.

مسئولان محترم و دغدغه‌مندان کشور به چالش‌های فرهنگی، اقتصادی، سیاسی … که با آن مواجه هستیم، نگاهی بیندازند: آیا همین قلم، راهگشا نمی‌تواند باشد؟ باور کنیم می‌شود اگر بخواهیم یک‌بار برای همیشه مشکلات را حل کنیم و در برابر این همه حجمه، مشتی آهنبین علیه همه مشکلات باشیم.

خداوند بپهوده به قلم سوگند نخورده است؛ آیا همین سوگند نباید سندی برای بازاندیشی جدی به اهمیت قلم برای سعادت و شقاوت یک ملت باشد؟ مگر قرآن کریم را همین قلم به دست ما نرساند؟ مگر جانفشانی شهدا و ایثارگران که در آراس آنها حضرت امام حسین علیه‌السلام بودند، با قلم به نسل ما منتقل نگردید؟ پس چطور نمی‌توانیم مشکلات را با قلم حل کنیم؟ آیا نمی‌شود برای هر مشکل، جلسهای با حضور صاحب‌نظران و ذی‌نفعان آن گرفت و با همین قلم، صورتجلسه کرد و همه افراد متعهد شوند که به آن عمل کنند و اگر عمل نکردند، همین قلم آنها را بازخواست کند؟

اگر در مقام مدیر یک اداره یا سازمانی هستیم و این سطور را می‌خوانیم، به این فکر کنیم که چقدر در کارها و مسائل، اهل قلم را در سیستم خود به مشورت فراخواندیم و کمک گرفتیم؟ اصلاً ارزشی برای جایگاه او و فکرش قائل شدیم؟ یا او را هم‌ردیف دیگرانی قرار دادیم که نوشتن خیرا حتی در سال، یک کتاب را هم نمی‌خوانند؟

مدیران دستگاه‌های دولتی و اجرایی، چه جایگاهی برای قلم و اهل قلم در جلسات و تصمیم‌گیری‌ها که تجزیه و تحلیل‌ها قائل شده‌اند؟ آیا صرف یک جایزه سالانه از یک نهاد مربوط به قلم یا بنیانه و یادداشت نوشتن در اهمیت جایگاه قلم و نویسندگی، می‌تواند قدرت قلم را در حل مسائل مختلف کشور به کار بگیرد؟

نویسندگان و اهل قلم، خیال و ایده‌هایی شگرف دارند اگر با آنها به گفت‌وگو بنشینیم و راهکار بخواهیم، جایگاه ایده و خلاقیت را در موفقیت

کمیاتی‌های بزرگ دنیا جست‌وجو کنیم. در بسیاری از سازمان‌ها و شرکت‌های بزرگ صنعتی و تولیدی دنیا، متخصصینی هستند که فقط فکرهای خلاقانه و ایده ارائه می‌دهند و نه هیچ کار دیگر. اهمیت اندیشه، تفکر و نویسندگی در سازمان‌ها و نهادهای ما دقیقاً کجاست؟ اشتباه برداشت نکنیم. منظور، جایگاهی وترین‌گونه و منفعل نیست؛ بلکه مقصود، جایگاهی باعزت و قدرتمندانه دارای اختیار و ابزارهایی هست که یک فرد اهل فکر و نوشتن بتواند به پیرامون خود کمک کند؛ مقصود این است اهل اندیشه نگاهش به رسمیت شناخته شود؛ نه اینکه فقط یک روز در سال، قلم در دستش و شاید خودش، مورد توجهی کوچک قرار بگیرد و به بایگانی سپرده شود تا سال آینده.

تامبلر (Tumblr): گزینه‌ای کلاسیک

اگر از عکاس‌های باسابقه درباره اولین پلتفرم آنلاین دنیا یا محویت عکس سوال کنید، احتمالاً نامی ناشناخته جلوی روی‌تان خواهد گذاشت: تامبلر! تامبلر از آن دست پلتفرم‌هایی است که کمتر کسی در دنیا تجربه کار با آن را دارد. شاید این امر به خاطر رابط کاربری متفاوت و همچنین آپدیت‌های دیر به دیرش باشد. ما اینجا کاری با دلیل اصلی بی‌توجهی به تامبلر نداریم، اما راستش را بخواهید دوستان‌ران هنر میانه خوبی با این پلتفرم دارند. برخلاف سایر شبکه‌های اجتماعی که فضایی عمومی برای تمام سلیقه‌ها محسوب می‌شود، تامبلر هویتش را به خوبی حفظ کرده است. به طوری که این روزها تمام کاربران این پلتفرم از علاقه‌مندان به هنر، به ویژه عکاسی و نقاشی، هستند. ماجرا جالب شد، نه؟

تامبلر برای کاربران امکانات خیلی خاصی در نظر نگرفته است. آنها بیشتر بر روی ایجاد فضایی صمیمی به منظور تعامل کاربران تأکید دارند. بنابراین خبری از دانشورد اختصاصی یا گزارش‌های دقیق مربوط به هر اکانت نیست. در عوض شما فرصت دسترسی به دامنه ویژه‌ای از افراد علاقه‌مند به دنیای هنر را خواهید داشت.

آرت استیشن (Art Station): ایستگاه هنر!

آرت استیشن به طور ویژه به هنرمندان عرصه سرگرمی اختصاص دارد. فرقی ندارد شما یک استندآپ کمدین تازه کار باشید یا صاحب استودیوی طراحی بازی ویدئویی، در هر صورت آرت استیشن از شما دعوت می‌کند تا با عضویت در پلتفرمش ارتباطات‌تان را تقویت کنید. این کار برای خیلی از کارآفرینان جذابیت زیادی دارد؛ چراکه امکان یافتن همکاران مختلف‌شان را پیدا کرده و از دل همین امر همکاری‌های بزرگی را رقم می‌زنند. اگرچه فضای آرت استیشن مثل بقیه پلتفرم‌های مخصوص حوزه‌های هنری نیست اما از نظر دسترسی به کاربران وضعیت بهتری دارد. خب اگر کسی را سراغ دارید که به تماشای ویدئوهای مربوط به فرآیند طراحی بازی‌های مشهور ویدئویی دست رد می‌زند، ما را هم بی‌خبر نگذارید. شاید تنها مشکل آرت استیشن اختصاصش به حوزه سرگرمی باشد. بنابراین جایی برای عکاس‌ها یا مجسمه‌سازها در این پلتفرم نخواهد بود، در غیر این صورت امکانات این پلتفرم دل هر کارآفرینی را خواهد برد.

سخن پایانی

انتخاب یک پلتفرم مناسب برای کارآفرینان حوزه هنر کار راحتی نیست. خیلی از گزینه‌های مورد بحث در این پلتفرم تقریباً به طور عمومی در دسترس کاربران قرار دارد. با این‌س حال ما در این بخش گزینه‌هایی مثل تیک تاک یا یوتیوبر را فاکتور گرفته‌ایم. دلیل این امر نیز حال و هوای کاملاً متفاوت این پلتفرم‌ها در مقایسه با دیگر گزینه‌هاست. اگر شما به دنبال گزینه‌ای مناسب برای فعالیت استارت‌آپ هنری‌تان هستید، مرور دوباره گزینه‌های مورد بحث در این مقاله به خوی راهنمایی‌تان خواهد کرد. به طوری که دیگر نیازی به منابع مختلف در این رابطه نداشته باشید. من و همکارانم در روزنامه فرصت امروز امیدواریم نکت مورد بحث در این مقاله کمکی هرچند کوچک به شما برای آشنایی با شبکه‌های اجتماعی مناسب اهالی هنر کرده باشد. مثل همیشه اگر سوال یا نکته‌ای پیرامون موضوع مقاله داشتید، ما همیشه آماده کمک به شما هستیم. پس همین الان از طریق یکی از پُل‌های ارتباطی با ما ارتباط برقرار کنید.

https://www.socialpilot.com/blog/social-media-for-artists
بیبیم از هم‌اکنون به مسئولیتی که در این نظام و کشور داریم، به این فکر کنیم که تا روز قلم سال ۱۴۰۳ چطور می‌توانیم از پتانسیل قلم و اهل قلم برای مشکلات کمک بگیریم؟ اطمینان داشته باشیم اگر به سوگند پروردگار خود در قرآن اعتماد کنیم، ضرر نخواهیم کرد.

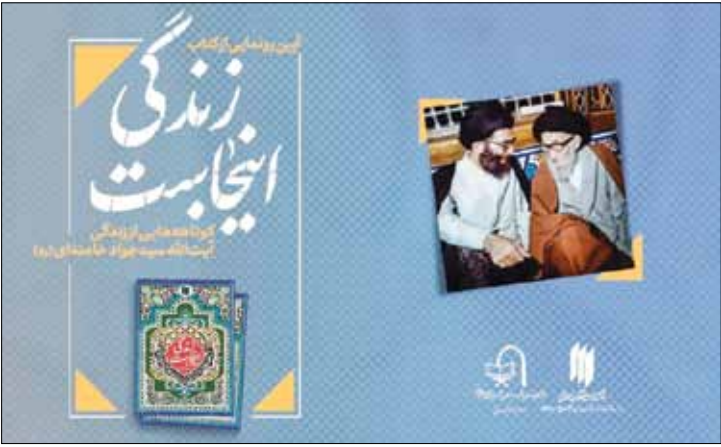
«قلم» امانتی است الهی که خداوند آن را به صاحبان و منتخان خود به ودیعه نهاده است تا «عشق» را به هموعان خود هدیه دهند. صاحب قلم نیز مسئولیت این را دارد تا این امانت الهی را با گذر از پستی و بلندی‌های زمان و مکان، به درستی عبور دهد به سرمزل مقصود برساند، چراکه اگر غیر از این باشد، خیانتی است در این امانت که باید در برابر ذاتِ حق پاسخگو بود.

بیبیم از هم‌اکنون به مسئولیتی که در این نظام و کشور داریم، به این فکر کنیم که تا روز قلم سال ۱۴۰۳ چطور می‌توانیم از پتانسیل قلم و اهل قلم برای مشکلات کمک بگیریم؟ اطمینان داشته باشیم اگر به سوگند پروردگار خود در قرآن اعتماد کنیم، ضرر نخواهیم کرد.

ردیف	نام پروژه	شماره مناقصه	برآورد اولیه	تصفین
۱	لکه گیری و روکش اسفالت محور کشاورز-خلوت-قیابکندی و نجار چولپوچه یوسف کندی مهباد	۲۸-۰۲	۱۳۷,۳۴۷,۷۷۸,۲۶۳	۶,۸۶۹,۳۸۸,۹۱۳
- پیمانکاران دارای رتبه حداقل ۵ رده و تباری از سازمان برنامه و بودجه می‌توانند در این مناقصه شرکت نمایند.				
- پیمانکاران دارای رتبه حداقل ۵ رده و تباری دارای تایید صلاحیت ایمنی پیمانکاری HSE (اشخاص حقوقی) از وزارت تعاون کار و رفاه اجتماعی(یا اداره کل اسانی)				
۱) تحویل (فروش) اسناد مناقصه از تاریخ ۱۴۰۲/۰۴/۱۳ تا تاریخ ۱۴۰۲/۰۴/۱۷ می باشد . (فقط از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به آدرس www.setadiran.ir)				
۲) مهلت ارسال پاسخ فراخوان تا ساعت ۱۰:۰۰ روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۴/۲۶				
۳) تاریخ بازگشایی پیشنهادها از طریق سامانه ستاد روز یکشنبه ساعت ۰۹:۰۰ مورخ ۱۴۰۲/۰۴/۲۷				
اداره کل راهداری و حمل و نقل جاده ای استان آذربایجان غربی				

کوتاهه هایی از زندگی آیت الله سید جواد خامنه ای؛

کتاب «زندگی اینجاست» در تبریز رونمایی شد



تبریز – فلاح: کتاب «زندگی اینجاست» نوشته مهدی قرنی، کوتاهه هایی از زندگی آیت الله سید جواد خامنه‌ای همزمان با روز قلم با حضور حجت‌الاسلام والمسلمین احمد مروی، نویلت آستان قدس رضوی در تبریز رونمایی شد.

کتاب زندگی اینجاست شامل کوتاهه‌هایی از زندگی آیت‌الله سیدجواد خامنه‌ای (ره) پدر رهبر معظم انقلاب است که در ۱۲۸ صفحه توسط انتشارات انقلاب اسلامی منتشر شده است. آیت‌الله سیدجواد حسینی خامنه‌ای (ره) عالم وارسته و سالک پرهیزکار عصر خویش و فقیهی صاحب‌نظر بود که در عین برخورداری از ویژگی‌های مختلف عظمت علمی، معنوی و اجتماعی، همواره خود را از پرنگاه دنیاطلبی دور نگاه داشت و عمر ۹۰ ساله‌اش را به نمونه‌ای شکوهمند از صفا و خلوص و معنویت بدل ساخت.

این کتاب تلاش می‌کند جلوه‌ها و قصه‌هایی از حیات پرچالش، اما همواره بی‌پیرایه و سراسر آرامش این عالم

مدیرعامل شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی ایران:

میزان توزیع فرآورده‌های نفتی در طول سال گذشته بیش از ۷ برابر ظرفیت کل مخازن ذخیره‌سازی کشور بوده است!



بار کل مخازن ذخیره‌سازی کشور بر و خالی شده است. وی در ادامه سخنان خود با ابراز خشنودی از وضعیت دادی و بسیار مطلوب سوخت‌رسانی در تمامی جایگاه‌های عرضه سوخت کشور گفت: با کار جهادی

و شبانه‌روزی همکارانم توانستیم در مصرف سوخت به نوعی هم‌ترازی ایجاد کنیم. مهندس نژادعلی در حوزه مصرف نفتگا‌ز، نیروگاه‌ها و پرمصرف‌کنندترین مشرتی سوخت شرکت برشمرد و

معاون وزیر راه و شهرسازی خبر داد؛

پیشرفت ساخت ۶ شهرک مسکونی جدید در آذربایجان شرقی



این شهرک‌ها در مرحله کارگروه‌های استانی قرار دارند. مدیرعامل سازمان ملی زمین و مسکن با بیان اینکه گزارش مشاوران طراحی این شهرک‌ها مطرح شده است، افزود: گزارش‌ها در خصوص مکان‌یابی، تراکم، کاربری‌ها، مسائل و شاخص‌های زیست محیطی، برآورد هزینه‌های شهرسازی و برخی موارد تخصصی دیگر از طرف مشاوران طراحی و اجرای این شهرک‌ها ارائه شد.

وی ادامه داد: پیکیری جدی و ویژه برای تسریع در اخذ مصوبات و استعلام‌های لازم برای آغاز عملیات اجرایی شهرک‌های مسکونی باید سرلوحه کار تمامی مدیران سادی و استانی باشد. لازم به ذکر است شهرک‌سازی از جمله سیاست‌های دولت سیزدهم برای تسریع در اجرای طرح نهضت ملی مسکن است که در قانون جهش تولید مسکن هم به این اشاره شده است

حضور مسئولان انجمن و هیات شهدای صابئین مندایی

در اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان

اهواز – شبنم قجاوند: معاون فرهنگی و رسانه اداره کلهای صابئین مندایی با حضور در اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان با مدیر کل و معاون فرهنگی و رسانه این اداره کل دیدار کردند.

حجت الاسلام والمسلمین رضا کلاه کلاه، مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی ضمن خوش آمدگویی اظهار کرد: صابئین مندایی در هشت سال دفاع مقدس در کنار سایر هموطنان حضور داشتند و با اعدای خون پاک خود از مرز و بوم کشور دفاع کردند.

وی ضمن اعلام اسرزم همکاری با این اقلیت مذهبی در اجرای برنامه‌های فرهنگی تصریح کرد: تلاش می‌کنیم تا دغدغه‌ها و مشکلات صابئین مندایی را در حوزه های فرهنگی و اجرای برنامه ها و مناسبت ها برطرف نماییم و یک همزیستی مسالمت آمیز در کنار یکدیگر داشته باشیم.

حجت الاسلام والمسلمین کلاه کلاه خطر نشان کرد: در آینده برنامه هایی جهت دیدار با خانواده های شهدای



رئیس اتاق بازرگانی تبریز:

تجار آذربایجان شرقی همکاری خوبی با نیجریه داشته‌اند

تبریز – فلاح: رئیس اتاق بازرگانی تبریز در دیدار با سفير جمهوری فدرال نیجریه در ایران، با تأکید بر ظرفیت بالای تجاری آذربایجان شرقی، خواستار افزایش مراودات تجاری بین این استان و جمهوری فدرال نیجریه شد.

یونسز الله اظهار کرد: تجار ما از گذشته همکاری خوبی با این کشور داشته‌اند و در حال حاضر نیز برخی از مواد مورد نیاز کشور از جمله قهوه و کاکائو از طریق نیجریه تأمین می‌شود.

وی افزود: حجم مراودات تجاری بیسن نیجریه و آذربایجان شرقی با دارا بودن منابع مهم، موتورسازي، ماشین‌ساخت غلای و صنایع شیمیایی می‌تواند بیشتر شود و ما در اتاق تبریز آماده هرگونه همکاری در این زمینه هستیم.

الله ساخت خط کشتیرانی مستقیم از بندرعباس به نیجریه را یکی از زیرساخت‌های لازم برای توسعه تجارت با نیجریه دانست.

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: معاون بازرسی و مسکن روستایی بنیاد

مسکن استان در جلسه شورای مسکن استان که به ریاست استاندار گلستان برگزار شد گفت: سهم استان گلستان در دو سال اول اجرای طرح نهضت ملی مسکن، ساخت ۱۴ هزار واحد مسکونی روستایی بوده که برای همه متقاضیان تشکیل پرونده شده و به بانک‌های عامل پرداخت تسهیلات قرض الحسنه ساخت مسکن روستایی معرفی شده اند که از این تعداد ۱۲ هزار و ۵۰۰ متقاضی موفق به عقد قرارداد با بانک‌ها شده اند و ۶ هزار و ۵۰۰ واحد مسکونی نیز هم اکنون در حله سفت‌کاء است.

مهندس خسروی با اشاره به احداث مسکن حمایتی در روستاها برای

مددجویان تحت پوشش کمیته امداد و بهزیستی گفت: با توجه به اینکه مددجویان علاوه بر تسهیلات قرض الحسنه ۲۰۰ میلیون تومانی، از کمک‌های بلاعوض ۵۰ تا ۱۵۰ میلیون تومانی هم برخوردار هستند، لازم است تسریع در عقد قرارداد بانکی آنان با توجه به مدت زمان بقی مانده از اجرای این طرح در دستور کار قرار گیرد.

وی با تشکر از پیکیری ها و حمایت‌های استاندار محترم در اجرای طرح نهضت مل، مسک، د، سالا، دهه گفت؛ بعضاً مشکلات، د، حه؛ بانک‌ها د،

پرداخت اقساط به متقاضیان مسکن روستایی وجود دارد که سبب کندی در

روند ساخت و سازها گردیده که امیدواریم با مصوبات شورای مسکن استان و دستور استاندار محترم مرتفع گردد. وی بیان کرد: مقدمات اجرای طرح نهضت ملی مسکن روستایی برای سال سوم در حال کارسازی است. مهندس خسروی با اشاره به اجرای تعدادی از پروژه های طرح نهضت ملی در شهرهای استان گفت: خوشبختانه پروانه ساخت پروژه ۱۱۰ واحدی شهرستان گنبد کاووس و ۸۷۰ واحدی شهرستان گرگان در سایت آرامش اخذ شده و بزودی عملیات احداث آنها آغاز شده.



حدود ۲۳۰ میلیون نفر و زبان رسمی آن انگلیسی بوده و پرجمعیت‌ترین کشور قاره آفریقااست و شهرهای مهم آن، لاجوس، اکوئ، ایسبادن، کانو و بندر هارکورت است.

تجارت خارجی کشور نیجریه در حدود ۱۰۰ میلیارد دلار و حجم تجارت خارجی ایران حدود ۱۲۰ میلیارد دلار است و روابط تجاری دو کشور ایران و نیجریه در سال گذشته، حدود ۱۲۵ میلیون دلار بوده است.

تحقق سهم ۱۴ هزار واحدی طرح نهضت ملی مسکن در روستاهای استان گلستان

معاون فرهنگی و رسانه اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان:

۹۰۰ جلد کتاب به کتابخانه‌های خوزستان اهدا شد



برخوردار شهادی منافع حرم اهواز، علامه حلی جسانیه، ابن سکیت ملاشیه ، کتابخانه غزنیانه و حجرین عمی اد الطمبر تعلق گرفت. وی با بیان اینکه این اداره کل در سهمیه زمستان توانست تعداد ۱۰ هزار جلد کتاب از معاونت فرهنگی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی دریافت کند، عنوان کرد: تلاش کردیم این سهمیه را به مدارس، مساجد، حوزه علمیه، روستاها، ادارات، دانشگاه‌ها توزیع کنیم.

مدیرکل راه و شهرسازی استان بوشهر:

آغاز واگذاری ۱۰۰۰ قطعه زمین مسکونی رایگان به خانواده‌های بوشهری



بوشهر – خبرنگار فرصت امروز: مدیرکل راه و شهرسازی استان بوشهر از آغاز واگذاری یک هزار قطعه زمین مسکونی در دهه امانت و ولایت به خانواده‌های دارای ۳ فرزند مشمول قانون جوانی جمعیت در شهرهای مختلف استان بوشهر خبر داد. سید محمود دستغیبی در شهر دوراهک، با تبریک دهه امانت و ولایت به طرح‌های واگذاری زمین مسکونی طرح قانون جوانی جمعیت پرداخت و اظهار داشت: در راستای سیاست‌های ابلاغی دولت در حمایت از خانواده‌های مشمول طرح قانون جوانی جمعیت، وزارت راه و شهرسازی در سطح کشور در اجرائی شدن مواد ۳ و ۲ این قانون اقدام کرده است. وی با اشاره به ثبت‌نام از متقاضیان مشمول قانون جوانی جمعیت در استان بوشهر خاطرنشان کرد: در این زمینه با شناسایی اراضی در سطح استان، زمین مسکونی برای واگذاری در همه شهرهای استان بوشهر شناسایی و تعیین شد. مدیرکل راه و شهرسازی استان بوشهر با اشاره به پالایش متقاضیان واجد شرایط قانون جوانی جمعیت گفت: برای این افراد پرونده واگذاری زمین مسکونی در اداره کل راه و شهرسازی استان بوشهر تشکیل شده است. دستغیبی از آغاز واگذاری یک‌هزار قطعه زمین مسکونی به مساحت هر کدام ۲۰۰ متر مربع به خانواده‌های دارای ۳ فرزند مشمول قانون جوانی جمعیت در شهرهای مختلف استان بوشهر خبر داد و افزود: بر اساس مواد ۴ و ۳ قانون جوانی جمعیت، زمین بصورت رایگان واگذار می‌شود. وی اضافه کرد: برای آماده‌سازی اراضی شامل ساخت معابر، شبکه‌های آب و برق اقدام لازم انجام و هزینه طرح زیرساخت‌های این سابت‌های مسکونی بر اساس قرارداد منعقد شده در اقساط ۸ ساله از متقاضیان دریافت می‌شود. مدیرکل راه و شهرسازی استان بوشهر اظهار داد: در دهه امانت و ولایت هر شب در یکی از شهرستان‌های استان بوشهر زمین ساخت واحد مسکونی بصورت رایگان به خانواده‌های مشمول قانون جوانی جمعیت واگذار می‌شود که امشب قرارداد ۱۲۴ قطعه زمین در شهرستان کنگان و دیر به متقاضیان واگذار شد.

رئیس سازمان مدیریت پسماند شهرداری اکر خبر داد:

برپایی غرفه فرهنگی سازمان مدیریت پسماند در نمایشگاه یوم الله غدیر



اراک – فرناز امیدی: رئیس سازمان مدیریت پسماند شهرداری اراک از برپایی غرفه فرهنگی و آموزشی این سازمان در نمایشگاه «یوم الله غدیر» خبر داد. مهدی فدوی با اشاره به اینکه نمایشگاه یوم الله غدیر در محل مصلی بیت المقدس برگزار شده و کارشناسان آکادمی سازمان مدیریت پسماند در غرفه این سازمان میزبان شهروندان اراکی می باشند، گفت: سازمان مدیریت پسماند با راه اندازی یک غرفه فرهنگی در نمایشگاه غدیر در راستای اجرای آموزش های زیست محیطی به کودکان و توزیع اقلام فرهنگی به خانواده ها قدم برداشته و میزبان شهروندان اراکی است. وی افزود: در این نمایشگاه نحوه صحیح تفکیک از مبدا به شهروندان آموزش داده می شود و از سوی دیگر نیز آن ها با نحوه کار ایلپیکشن خرید پسماند‌های خشک «اکو» آشنایی می گردند. رئیس سازمان مدیریت پسماند شهرداری اراک در خصوص حضور این سازمان در تمامی مناسبت ها و رویدادهای فرهنگی شهر، گفت: کارشناسان و تیم آموزشی آکادمی سازمان مدیریت پسماند سال گذشته نیز با برپایی غرفه در نمایشگاه «یوم الله غدیر» شرکت داشتند و میزبان هزاران نفر از شهروندان اراکی بودند که دارای دغدغه های زیست محیطی هستند. خوشبختانه طی یک سال گذشته بخش قابل توجهی از همشهریان با موضوع تفکیک از مبدا پسماندهای خشک آشنا شدند و با فروش پسماندهای قابل بازیافت خود به ایلپیکشن اکو از دفن هزار تن پسماند و وارد شدن آسیب به محیط زیست جلوگیری کردند. مهدی فدوی در پایان خاطر نشان کرد: در حال حاضر شازنده هزار و پانصد خالوار این عضو ایلپیکشن اکو هستند و این ایلپیکشن به عنوان تنها مرکز خرید پسماندهای خشک در شهر اراک شناخته می شود لذا شهروندانی که در نمایشگاه غدیر حاضر می شوند، می‌توانند ضمن دریافت راهنمایی درباره نصب این ایلپیکشن از جویای نفیس سازمان مدیریت پسماند بهره مند گردند.

رونق گیشه سینماهای قم در بهار



قم – خبرنگار فرصت امروز: در حالی که سینماهای قم در بهار ۱۴۰۱ پذیرای ۷۰ هزار تماشاگر بودند و معادل یک میلیارد و ۷۰۰ میلیون تومان فروش کردند، حالا آمار تماشاگران در بهار امسال به رقم ۱۲۸ هزار و ۷۰۴ نفر رسیده و فروش سینماها نیز از مرز ۴ میلیارد و ۸۰۰ میلیون تومان عبور کرده است. به گزارش روابط عمومی اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان قم به نقل از پایگاه خبری «شهر بیست» بهار سال جدید برای گیشه سینماهای قم حسایی خوش‌بین بوده و در سه ماه نخست سال جاری نسبت به مدت مشابه سال گذشته رشد چشمگیری را تجربه کرده است. در حالی که سینماهای قم در بهار ۱۴۰۱ با اکران ۱۰ فیلم پذیرای ۷۰ هزار تماشاگر بودند و معادل یک میلیارد و ۷۰۰ میلیون تومان فروش کردند، حالا آمار تماشاگران در بهار ۱۴۰۲ نیز از مرز ۴ میلیارد و ۸۰۰ میلیون تومان عبور کرده است. در این میان می‌توان به سادگی از تأثیر مهم اکران فیلم‌های متنوع و ویژه «کمندی» در بازگرداندن اقبال مختلف جامعه به سینماها گذشت، چرا که فقط ۸۳ هزار و ۵۰۰ نفر در قم به تماشای فیلم سینمایی «فسیل» به کارگردانی کریم امینی نرسندند که درآمدی معادل ۳ میلیارد و ۱۸۱ میلیون تومان برای گیشه سینماها به همراه داشت. همچنین افزوده‌شدن پردیس سینمایی «هزار شهر» با چهار سالن به ظرفیت سینماهای قم به وزارتکسایی «سینما کانون» بعد از گذشت سه سال تعطیلی به عنوان تنها سینمای شهرک بردیسان قم در افزایش جذب مخاطبان سینماهای قم تأثیرگذار بوده است. از سوی دیگر اگرچه نقش مهم افزایش قیمت بلیت سینماها را در رشد فروش گیشه سینما توان نادیده گرفت اما رشد تقریباً دو برابری مخاطبان نودیدبخش بازگشت رونق به سینماها را در ابتدای سال جاری تاکنون، ۱۶ فیلم در سینماهای «هزار شهر»، «فونوس»، «تربیت»، «ایه» و «کانون» اکران شده که به ترتیب ۱۰۰ میلیارد و ۳ میلیارد و ۱۸۱ میلیون تومان، «غریب» با ۵۷۱ میلیون تومان، «هنگ دو نفره» با ۲۶۰ میلیون تومان، «عروس خیابان قره‌ش» با ۱۹۷ میلیون تومان، «سه کام حبس» با ۱۹۴ میلیون تومان و «شهر هرت» با ۱۴۱ میلیون تومان بیشترین فروش را در گیشه سینماهای قم داشته‌اند.

«فت چرمی»، «جنگ جهانی سوم» و «صلح‌ت» از دیگر فیلم‌هایی بودند که در سینماهای قم به نمایش درآمدند و به ترتیب، ۵۲ میلیون و ۷۵۷ میلیون تومان، ۲۵ میلیون و ۹۷۵ میلیون تومان و ۳۹ میلیون تومان در فصل بهار فروش کردند. همچنین فروش ۲۳ میلیون «بقه سفید»، ۲۰ میلیون «عروسی مردم»، ۲۸ میلیون «بالا‌بیبیلو» و ۲۷ میلیون «سته دختران» در آمار فروش فصل بهار گیشه سینماهای قم به ثبت رسیده است. پایین‌ترین رقم فروش سینماهای قم بعد از دو فیلم «گهگان شب» با فروش ۳ میلیون و «نصرو» با فروش ۲ میلیون، به فیلم «چم‌های طوفان» تعلق می‌گیرد که فقط سه بلیت فروخته و ۷۵ هزار تومان فروش داشته است.

مدیرکل بنادر و دریانوردی استان بوشهر :

تخلیه و بارگیری بیش از ۱۵ میلیون تن کالا در بنادر استان بوشهر



بوشهر – خبرنگار فرصت امروز: مدیرکل بنادر و دریانوردی استان بوشهر گفت: در سه ماهه اسال میزان تخلیه و بارگیری کالا در بنادر این استان اعم از نفتی و غیرنفتی با رشد هشت درصدی به ۱۵ میلیون و ۷۰۲ تن افزایش یافت. محمد شکیبایی‌نسب روز شنبه در گفت و گو با خبرنگاران اظهار کرد: در مدت یاد شده میزان تخلیه و بارگیری کالای غیرنفتی در بنادر استان بوشهر با ۸.۷ درصد رشد به ۲ میلیون و ۶۷۶ هزار و ۳۰۵ تن رشد داشته است. وی افزود: در سه ماهه اسال در شاخص کالای نفتی نیز ۱۳ میلیون و ۲۵ هزار و ۹۷۶ تن کالا در بنادر استان بوشهر تخلیه و بارگیری شد که در مقایسه با مدت مشابه سال گذشته ۷۸ درصد رشد نشان می‌دهد.

مدیرکل بنادر و دریانوردی استان بوشهر تصریح کرد: در شاخص ترانزیت کالاهای نفتی نیز بنادر استان بوشهر با رشد ۱۰۰ درصدی به بیش از ۴۴۴ تن کالا به خارج از کشور ترانزیت داشتند. شکیبایی‌نسب یادآور شد: در حمل و نقل کانتینری نیز در سه ماهه اسال ۳۹ هزار و ۵۲۷ تن ای یو کانتینر در بنادر استان بوشهر تخلیه و بارگیری شده است.

وی یادآور شد: در مدت یاد شده آمار تردد شناورهای ورودی به بنادر استان بوشهر یک‌هزار و ۷۵۶ شناور گزارش شده که از این میزان یک‌هزار و ۱۷۸ شناور زیر یک‌هزار تن و مابقی بالای یک‌هزارتن بوده است. مدیرکل بنادر و دریانوردی استان بوشهر یادآور شد: در سه ماهه اسال همچنین یک هزار و ۵۹۴ شناور از بنادر استان بوشهر خارج شده که از این شمار یک‌هزار و ۶۲ شناور زیر یک هزارتن و مابقی فراتر از یک‌هزار تن بوده است. وی افزود: در سه ماه اسال مجموع ۶۶ هزار و ۴۹۴ مسافر در بین بنادر استان بوشهر جابجا شدند که در مقایسه با سال گذشته تغییر محسوسی نداشته است.

آیین کلنگ‌زنی ساختمان اداری اصناف هرم‌زگان برگزار شد

بندرعباس – سعید یوپارچی: طی مراسمی با حضور مهندس مهدی دوستی نماینده عالی دولت در استان هرم‌زگان، احمد مرادی نماینده مردم استان در مجلس شورای اسلامی و جمعی از مدیران دستگاه‌های اجرایی استان و نمایندگان اصناف آیین کلنگ‌زنی ساختمان اداری اصناف استان هرم‌زگان برگزار شد. در دیدار دکتر دکتر لاعلمی شهرداری با سید ساسان احمدی مدیر کل ستاد اجرایی فرمان امام (ره)، سطح همکاری‌های فی مابین تشریح و بر رتقاء آن تأکید شد. مدیر عامل مجموعه اصناف هرم‌زگان در این نشست اظهار داشت: این مجموعه بنادران بندرعباس برگزار شد. است خواستار مشارکت ستاد اجرایی فرمان امام (ره) در این زمینه شد و افزود: رشد و توسعه فعالیت‌های دانش بنیان در سطح استان موجب رونق تولید شده و پیشرفت استان را در پی خواهد داشت .

افزایش همکاری مخابرات منطقه گلستان با ستاد اجرایی فرمان امام در استان

گراش – خبرنگار فرصت امروز: در دیدار مدیر مخابرات منطقه گلستان با مدیر کل ستاد اجرایی فرمان امام (ره) در استان گلستان بر افزایش همکاری‌ها تأکید شد . به گزارش اداره اراه روابط عمومی مخابرات منطقه گلستان ، در دیدار دکتر لاعلمی شهرداری با سید ساسان احمدی مدیر کل ستاد اجرایی فرمان امام (ره)، سطح همکاری‌های فی مابین تشریح و بر انجام آن تأکید شد. مدیر عامل مجموعه اصناف گلستان با اشاره به اینکه مخابرات از فعالیت شرکت های دانش بنیان اقداماتی انجام داده است خواستار مشارکت ستاد اجرایی فرمان امام (ره) در این زمینه شد و افزود: رشد و توسعه فعالیت‌های دانش بنیان در سطح استان موجب رونق تولید شده و پیشرفت استان را در پی خواهد داشت .

چگونه در یوتیوب برای برندمان فالوور پیدا کنیم؟

به قلم: کرستینا نیوبری

کارشناس بازاریابی و تبلیغات

ترجمه: علی آل‌علی

بازاریابی در یوتیوب برای تمام برندها دارای اهمیت است، هیچ برندی بدون تولید محتوای ویدئویی و تعامل با مشتریان شانسِی برای موفقیت در عرصه کسب و کار نخواهد داشت. بسیاری از کسب و کارها در این میان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف یوتیوب را انتخاب می‌کنند. این پلتفرم در طول نزدیک به ۲ دهه اخیر منبع اصلی تمام کاربران برای دسترسی به محتوای ویدئویی بوده است. برندها نیز این نکته را به خوبی فهمیده‌اند.

حضور در یوتیوب بدون جذب فالوور بالا مزیتی برای برندها ندارد. بدون تردید فالوور بالا مصلاک اصلی برای موفقیت بازاریابی یک برند نیست، اما بیانگر توانایی برند موردنظر در جلب نظر کاربران و همچنین دسترسی به دامنه مناسبی از مخاطب هدف برای محتوای ویدئویی‌اش است. درست به همین خاطر بسیاری از برندها به دنبال استفاده از تکنیک‌های حرفه‌ای برای بازاریابی و موفقیت در یوتیوب هستند.

هدف اصلی در مقاله کنونی بررسی برخی از مهمترین نکات در زمینه بازاریابی و جذب فالوور در یوتیوب است. این امر به شما برای افزایش تاثیرگذاری محتوای ویدئویی‌تان کمک خواهد کرد. بسیاری از برندها در این میان از شیوه‌های اشتباه یا غیرمطمئن استفاده می‌کنند. این امر اگرچه در نگاه نخست ایراد چندانی در پی ندارد، اما فرصت شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش می‌دهد. همچنین شاید موجب طی کردن مسیری به مراتب طولانی‌تر از سوسی کسب و کارتان گردد. در ادامه به بررسی اینکه چطور باید در یوتیوب فالوور پرتعداد پیدا کرد، خواهیم پرداخت.

درخواست از بازدیدکنندگان برای فالو کردن کانال تان

هیچ چیز به اندازه درخواست از کاربران برای فالو کردن کانال رسمی برند در یوتیوب ساده نیست. شما نیازی برای طی کردن مسیرهای دشوار برای درخواست از کاربران به منظور فالو کردن برندگان ندارید. بسیاری از برندها در این میان کارهای عجیب و پرهزینه‌ای را ساماندهی می‌کنند. این امر مسئولیت بسیار زیادی برای کسب و کارها به همراه دارد.

بسیاری از برندها به دلیل عدم درخواست از کاربران برای دنبال کردن اکانت‌شان در یوتیوب با مشکلات زیادی مواجه می‌شوند. این امر شاید در نگاه نخست ایرادی عام در میان برندها محسوب شود، اما هرگز از برندهای بزرگ و معتبر سر نمی‌زند. شما باید رابطه بسیار نزدیکی با مخاطب هدف‌تان داشته باشید و درخواست از آنها برای دنبال کردن کانال‌تان را به ساده‌ترین شکل ممکن دنبال کنید

یکی از ساده‌ترین نکات در این راستا افزودن پیام دنبال کردن کانال در ابتدا یا انتهای ویدئوی برند است. این امر در عین سادگی تاثیرگذاری بالایی بر روی مخاطب هدف به همراه دارد.

نمایش کارهای بعدی در انتهای ویدئو

کاربران همیشه به دنبال آگاهی از وضعیت هر برند و برنامه‌اش برای آینده هستند. اگر کسب و کار شما دارای برنامه‌ای مشخص برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نیست، باید به بهترین شکل ممکن نمایش کارهای بعدی‌تان را در دستور کار قرار دهید.

اغلب برندهای بزرگ پس از پایان ویدئوی‌شان در یک بخش اضافه به بیان طرح‌های بعدی‌شان می‌پردازند. این امر مانند یک ضربه عالی مخاطب هدف را به ویدئوهای بعدی‌تان جلب خواهد کرد. این امر در بلندمدت موجب تاثیرگذاری هرچه بهتر بر روی مخاطب هدف می‌شود.

پیدا کردن فالوور در یوتیوب بستگی به کیفیت کاری شما دارد. اگر کسب و کار شما برنامه‌ای جذاب برای ادامه راه داشته باشد، کاربران علاقه بالایی برای دنبال کردن‌تان خواهند داشت. این امر در طول سال‌های اخیر بدل به نوعی ترند در میان برندها شده و هر کدام برای بیان ایده‌ها و برنامه‌های آتی‌شان در رقابت با هم هستند.

ایجاد حساب رسمی در گوگل

شما به طور عادی امکان بارگذاری ویدئوهای ۱۵ دقیقه‌ای در یوتیوب را دارید. اگر برند شما تمایل به بارگذاری ویدئوهای طولانی‌تر در یوتیوب دارد، باید اکانت رسمی برای برندگان در گوگل ایجاد کنید. دلیل این امر تمایل گوگل برای اطمینان از اعتبار یک برند و سپس فراهم‌سازی شرایط برای بارگذاری ویدئوهای طولانی است.

نکته جالب در این میان عدم نیاز به پرداخت هرگونه هزینه‌ای برای بهره‌گیری از امکان فوق است. شما با ثبت نام رایگان در این فرآیند امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را پیدا خواهید کرد. امروزه کاربران به ویدئوهایی که از سوی برندهای تاییدشده در گوگل منتشر می‌شود، توجه بسیار بیشتری نشان می‌دهند. این امر اهمیت بسیار زیادی برای برندها در زمینه بازاریابی و پیدا کردن فالوور در یوتیوب دارد.

گاهی اوقات برندها نیازمند دسترسی به داده‌های معتبر

در زمینه بازاریابی هستند. اگر شما در این راستا از ابزار گوگل استفاده نمایید، به بهترین شکل ممکن توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را خواهید داشت. بسیاری از برندها در طول سال‌های اخیر فقط با هدف دسترسی به داده‌های آماری گوگل اقدام به همکاری بازاریابی با این شرکت کرده‌اند. به هر حال دسترسی به چنین داده‌های معتبری برای هر برندی به مثابه یک کمک بسیار مفید خواهد بود.

تعامل با مخاطب هدف و ایجاد یک انجمن برای برند

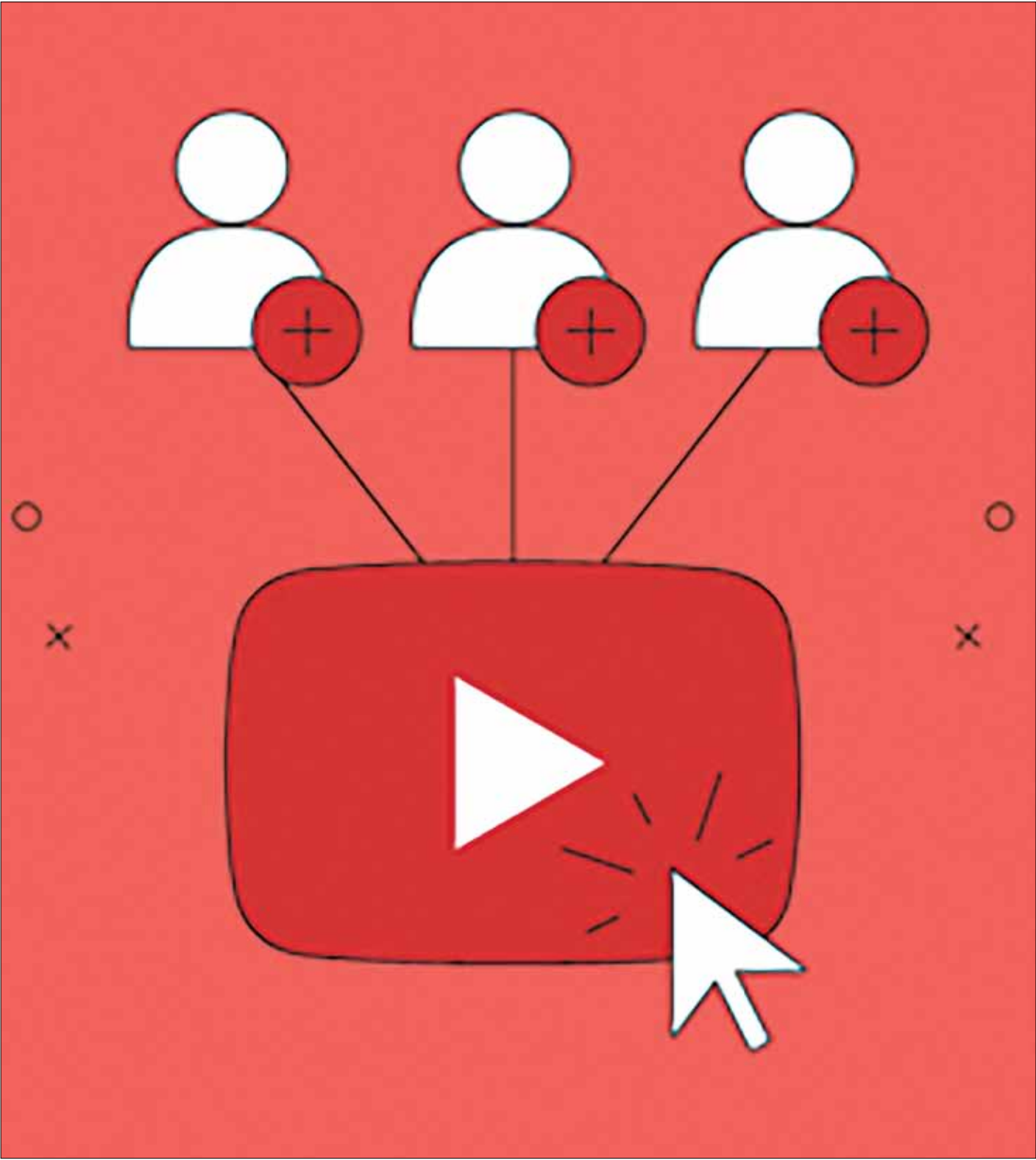
تعامل با مخاطب هدف اهمیت بسیار زیادی دارد. اگر برند شما به دنبال جلب نظر کاربران به منظور دنبال کردن کانال‌تان است، باید توجه ویژه‌ای به نحوه تعامل با آنها داشته باشد در غیر این صورت هیچ شانسِی برای جلب نظرشان نخواهید داشت. برخی از برندها به اشتباه در فضای یوتیوب فقط به دنبال بارگذاری محتوای ویدئویی،

همیشه از سوی برندها صورت گیرد. بسیاری از کسب و کارها به طور مداوم نیازمند برندینگ هستند. بنابراین شما باید همیشه نسبت به این نکته توجه لازم را نشان دهید در غیر این صورت هیچ شانسِی برای تعامل با مخاطب هدف نخواهید داشت. امروزه برخی از برندها به اشتباه در طول زمان هیچ بازنگری یا برندسازی درباره کانال یوتیوب‌شان انجام نمی‌دهند.

وقتی کانال یوتیوب شما برای مدت زمان طولانی بدون هیچ تغییری باقی بماند، دیگر توانایی جلب نظر مخاطب هدف به شیوه درست را نخواهید داشت. مهمترین نکته در این میان تلاش برای انتخاب تصویر جذاب برای پروفایل و همچنین یک تصویر پس‌زمینه مناسب است. اغلب برندها از لوگوی‌شان به عنوان تصویر پروفایل استفاده می‌کنند. شما امکان تغییر در تصاویر پس‌زمینه کانال تان به فراخور مناسبت‌های مختلف را دارید. این امر تاثیرگذاری بر روی

یکی از نکات اساسی در زمینه بازاریابی و جلب نظر مخاطب هدف در حوزه دنبال کردن کانال یوتیوب برند مربوط به ساده‌سازی این امر است. شاید کاربران در میانه مشاهده ویدئوی شما انگیزه کافی برای فالو کردن‌تان داشته باشند. اگر در همین حین شما گزینه فالو را در ویدئوی‌تان نمایان کنید، کار کاربران به شدت ساده خواهد شد. این امر به معنای امکان تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف و پیگیری امور به ساده‌ترین شکل ممکن خواهد بود.

کسب و کارها برای دعوت از کاربران به منظور دنبال کردن کانال‌شان اغلب در پایان هر ویدئو گزینه فالو را نشان می‌دهند. این امر در صورتی تاثیرگذار خواهد بود که کاربران تا پایان ویدئوی‌تان را مشاهده کرده باشند در غیر این صورت هیچ تاثیر مثبتی به همراه نخواهد داشت. اگر شما گزینه موردنظر را در میانه ویدئو نیز نمایش دهید،



شانس‌تان برای افزایش تعداد فالوورهای‌تان به طور قابل ملاحظه‌ای بیشتر خواهد شد.

توجه به پلی لیست‌های مختلف

امروزه بسیاری از کاربران در یوتیوب برای مشاهده ویدئوها تمایل به جدا کردن پلی لیست‌های جذاب دارند. یک پلی لیست شامل تعداد ویدئوی دارای ارتباط مفهومی به هم است، این امر مانند دسته‌بندی موسیقی‌های مختلف در گوشه‌ی همراه در قالب فولدرهای گوناگون است. کاربران به این ترتیب امکان مشاهده ویدئوهای مورد علاقه‌شان بدون دردسر اضافی را خواهند داشت.

متأسفانه بسیاری از برندها نسبت به اهمیت پلی لیست در تصمیم‌گیری کاربران توجه لازم را نشان نمی‌دهند. این امر موجب ناتوانی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در بلندمدت می‌شود. بسیاری از برندها در چنین شرایطی فرصت لازم برای جلب نظر مخاطبِ هدف را به طور کامل از دست می‌دهند. این امر به سادگی هرچه تمام‌تر از سوی برندها قابل اجراست بنابراین هیچ بهانه‌ای از شما برای پرهیز از ایجاد پلی لیست وجود ندارد.

اگر تجربه ایجاد پلی لیست در یوتیوب را نداشته‌اید، باید سری به تجربه برندهای بزرگ بزنید. این برندها تمام ویدئوهای‌شان در یوتیوب را براساس سلیقه کاربران دسته‌بندی کرده و فرآیند تعامل با مخاطب هدف را ساده‌تر از هر زمان دیگری کرده‌اند. شاید این امر در نگاه نخست بیش از اندازه سخت به نظر برسد، اما در واقعیت ساده‌تر از این حرف‌هاست. شما فقط نیاز به ایجاد یک پلی لیست و اضافه کردن ویدئوهای مختلف به پلی لیست موردنظر دارید. این کار شاید دو دقیقه هم از شما زمان نگیرد، اما تاثیر بسیار بالایی بر روی مخاطب هدف و انگیزه‌اش برای دنبال کردن کانال‌تان خواهد داشت.

نمایش استراتژیک محتوای برند در کانال

کاربران وقتی به کانال یک برند وارد می‌شوند یا اینکه ویدئوی آن را در بخش جست‌وجو مشاهده می‌کنند، پیش از هر نکته دیگری یک کاور اولیه از آن را رو به روی خود خواهند دید. کاور موردنظر تاثیر بسیار زیادی بر روی مخاطب هدف دارد. اگر شما توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف براساس این الگورا داشته باشید، به احتمال فراوان هیچ برندی در زمینه بازاریابی یوتیویی حریف‌تان نخواهد شد.

یکی از ایده‌های جذاب برای نمایش استراتژیک ویدئوها برای مخاطب هدف تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف براساس استفاده از تصویر اصلی جذاب و فیلتر مناسب در پیش‌نمایش ویدئو است. این امر تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و ذهنیتش نسبت به ویدئوها را به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش خواهد داد.

اگر کسب و کار شما به تصویر اصلی ویدئوها توجه نکنند، الگوریتم یوتیوب به طور خودکار یک بخش از ویدئو را انتخاب و از آن یک تصویر برای نمایش برمی‌دارد. بدون

تردید این امر تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را تا حد زیادی کاهش می‌دهد. بنابراین شما باید عملکرد متفاوتی در این عرصه داشته باشید.

برگزاری یک مسابقه

هیچ چیز به اندازه یک مسابقه در شبکه‌های اجتماعی دارای جذابیت نیست. بسیاری از کاربران حتی اگر با برند برگزارکننده مسابقه ارتباطی هم نداشته باشند، به سادگی هرچه تمام‌تر برای شرکت در مسابقه آن را فالو خواهند کرد. این امر گزینه‌ای جذاب برای افزایش تعداد فالوورهای برندگان است. در غیر این صورت شما هیچ شانسِی برای

تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نخواهید داشت.

مهمترین مسئله در زمینه برگزاری مسابقه تعیین یک جایزه مناسب است. اگر جایزه شما برای کاربران جذابیت لازم را به همراه نداشته باشد، هرگز توجهی به مسابقه‌تان نخواهند کرد. برندهای بزرگ اغلب اوقات محصولات‌شان را به عنوان جایزه در نظر می‌گیرند. اگر کسب و کار شما دارای محصولی ارزشمند و مورد علاقه عموم مردم است، می‌توانید از چنین ایده‌ای به خوبی استفاده کنید در غیر این صورت باید یک محصول جذاب را انتخاب کنید.

یکی از نکات مهم درباره طراحی مسابقه مربوط به دقت به سادگی‌اش است. مسابقه‌های سخت و پیچیده هیچ انگیزه‌ای در کاربران ایجاد نخواهد کرد بنابراین شما باید با توجه به وضعیت کلی کاربران در یوتیوب اقدام به طراحی مسابقه‌ای ساده و سراسرت نمایید. فقط در این صورت شانسِی برای افزایشِ تعداد فالوورهای‌تان در وضعیت کنونی خواهید داشت.

بارگذاری مداوم محتوا

اگر شما پس از مدت زمانی اندک دیگر به فکر بارگذاری ویدئو در یوتیوب نباشید، خیلی‌سود از پساد و خاطره مشتریان پاک می‌شود. امروزه حتی بزرگترین برندهای دنیا نیز در حوزه بازاریابی و تبلیغات سرمایه‌گذاری‌های عظیمی انجام می‌دهند. دلیل این امر تمایل برای باقی ماندن در یاد و خاطره مشتریان است.

بارگذاری مداوم محتوا از شما تصویری جذاب و هیجان‌انگیز در میان مشتریان ایجاد خواهد کرد. این امر انگیزه کاربران برای دنبال کردن کانال رسمی‌تان در یوتیوب را افزایش می‌دهد. شما با این کار بدون نیاز به زحمت فراوان و در مدت زمانی اندک امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را خواهید داشت. نتیجه این امر افزایش تعداد فالوورهای برندگان در مدت زمانی اندک خواهد بود.

امروزه بسیاری از برندها حوصله کافی برای حضور مداوم در عرصه بازاریابی در یوتیوب را ندارند. همین امر مشکلات بسیار زیادی برای کسب و کارها به همراه خواهد داشت. اگر شما حوصله کافی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را نداشته باشید، به سرعت مشکلات‌تان در زمینه بازاریابی افزایش پیدا خواهد کرد. این امر با روندهای مداوم کاهش توجه مخاطب هدف و از بین رفتن تاثیر فعالیت‌های مثبت‌تان در زمینه بازاریابی همراه خواهد بود. بنابراین شما باید همیشه نسبت به بارگذاری محتوا به طور مداوم توجه نشان دهید.

دعوت از کاربران دیگر شبکه‌های اجتماعی برای مشاهده ویدئوی تان

بدون تردید یوتیوب تنها شبکه اجتماعی در سطح اینترنت نیست. امروزه مردم اغلب در چندین شبکه اجتماعی به طور همزمان عضویت دارند. این امر شاید در نگاه نخست برای شما اهمیت زیادی نداشته باشد، اما در صورت دعوت از کاربران در پلتفرم‌های اجتماعی مختلف به منظور مشاهده ویدئوهای‌تان در یوتیوب امکان افزایش تعداد فالوورهای‌تان را خواهید داشت.

امروزه بسیاری از برندها برای جلب نظر مخاطب هدف دست به کارهای زیادی می‌زنند. مسئله اساسی در این میان تلاش برای انجام دادن کارهای هوشمندانه است.

اگر کسب و کار شما در سایر شبکه‌های اجتماعی نیز دارای اکانت رسمی است، دعوت از کاربران آن پلتفرم‌ها برای مشاهده ویدئوی‌تان در یوتیوب ایده جذابی خواهد بود. شما حتی امکان بازنشر ویدئوی موردنظر در سایر شبکه‌های اجتماعی را نیز خواهید داشت. چنین امری کاربران را برای مراجعه به کانال یوتیوب شما ترغیب کرده و در نهایت تعداد فالوورهای‌تان را افزایش می‌دهد.

مطالعه درباره کلیدواژه‌های مهم

کاربران براساس کلیدواژه‌های مختلف اقدام به تعامل با هم می‌کنند. این امر برای برندها دارای اهمیت بسیار زیادی است. اگر کسب و کار شما توانایی تعامل با مخاطب هدف به بهترین شکل ممکن را نداشته باشد، خیلی سود. تمام نتایج مثبتش در زمینه بازاریابی از بین می‌رود. مطالعه درباره کلیدواژه‌ها به شما امکان تعامل همیشه‌ی با کاربران را می‌دهد.

اگر ویدئوی شما از نظر کیفی سطح بالایی داشته باشد، بدون استفاده از کلیدواژه‌های مناسب حتی شانس افزودن یک فالوور به برندگان را هم نخواهید داشت. این امر اهمیت بسیار زیادی برای کسب و کارها دارد. خوشبختانه امروزه امکان استفاده از انواع شیوه‌ها برای پیدا کردن کلیدواژه‌های مناسب وجود دارد. ساده‌ترین شیوه در این میان تلاش برای استفاده از گوگل ترندز است. این ابزار به سادگی هرچه تمام‌تر به شما ترندهای برتر در کلیدواژه‌های مناسب در حوزه کسب و کارتان را نشان خواهد داد.

همکاری با دیگر کانال ها

بدون تردید شما بهترین محتوای بازاریابی در یوتیوب را تولید نمی‌کنید. درست به همین خاطر همکاری با دیگر کانال‌ها برای‌تان سودمند خواهد بود. بسیاری از برندهای دارای کسب و کارهای مرتبط به هم از ایده بازاریابی مشترک استفاده می‌کنند. نکته مهم در این میان تلاش برای همکاری با برندهای دارای زنجیره مشتریان با کسب و کارتان است. این امر هیچ‌گونه رقابتی میان شما برای جلب نظر مشتریان ایجاد نکرده و در عوض هر کدام از طرفین امکان تعامل بهینه با مخاطب هدف را خواهند داشت. اگر شما از همان ابتدای همکاری با دیگر کانال‌ها اهداف‌تان را به ساده‌ترین شکل ممکن تعیین کنید، دیگر در ادامه مسیر مشکلات مختلف پیش نخواهد آمد. بنابراین اگر شما در زمینه بازاریابی در یوتیوب به دنبال همکاری با کانالی دیگر هستید، باید هرچه زودتر دست به کار شوید در غیر این صورت هیچ شانسِی برای جلب نظر مخاطب هدف نخواهید داشت.

بازاریابی در یوتیوب و افزایش تعداد فالوورها دغدغه هر برندی محسوب می‌شود. اگر کسب و کار شما در این میان انگیزه کافی برای تعامل با کاربران را داشته باشد، استفاده از توصیه‌های مورد بحث در این مقاله برای‌تان کاربردی خواهد بود.

منبع: blog.hootsuite.com

بدون هیچ‌گونه تعامل بیشتر، با مخاطب هدف هستند. شاید این امر در نگاه نخست ساده و جذاب به نظر برسد، اما نظر هیچ کاربری را به خودش جلب نخواهد کرد. تعامل با کاربران باید به طور کلی و نه فقط در فضای یوتیوب دنبال شود. در غیر این صورت تاثیرگذاری لازم بر روی مخاطب هدف را به همراه نخواهد داشت. برندهای بزرگ اغلب اوقات برای تعامل با مخاطب هدف برنامه یکپارچه‌ای در تمام شبکه‌های اجتماعی دارند. این امر موجب بهبود نظر و چشم‌انداز مشتریان نسبت به برندها می‌شود.

وقتی برند شما دارای یک انجمن برای مشتریان باشد، فرآیند تعامل با آنها به طور قابل ملاحظه‌ای سریع و بهتر شکل می‌گیرد. ایراد اصلی بسیاری از برندها ناتوانی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف براساس شکل‌دهی به انجمن برای برند است. این امر نه تنها موجب کاهش هزینه‌ها برای دسترسی به مخاطب هدف در یوتیوب می‌شود، بلکه آنها را تبدیل به مشتریان وفادار برندگان نیز خواهد کرد.

برندسازی برای کانال یوتیوب

برندسازی فقط امری عمومی نیست که یک بار برای

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی – اقتصادی

| شنبه | ۱۷ تیر ۱۴۰۲ | شماره ۲۲۷۰ | صفحه ۸ |

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: رجحان

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