

نگاه

دولت به قیمت گذاری پایان دهد

احمد نعمت‌بخش
دبیر انجمن خودروسازان

طی روزهای اخیر اخباری از آزادسازی دلارهای نفتی از کره جنوبی منتشر شد و ما به کاهش زمان تخصیص و تأمین ارز امیدوار شدیم، اما این امیدواری طولی نینجامید و نامه وزارت صنعت، معدن و تجارت مبنی بر تغییر محل تأمین ارز برای تولید خودرو و تأمین قطعات به دستمان رسید. البته خودروسازان با این تصمیم مشکلی ندارند، مشروط به اینکه همه جوانب و پیش‌نیازهای آن در نظر گرفته شود. این پذیرفته نیست که قیمت‌گذاری دستوری همچنان پابرجا باشد و شوای رقابت با قیمت‌هایی که تعیین می‌کند موجب زیان خودروسازها شود و در مقابل منشأ تأمین ارز نیز از نیمایی به ارز حاصل از صادرات تغییر کند. قاعدتا بخش خصوصی زیر بار این زیان نمی‌رود و ممکن است کار خود را تعطیل می‌کند، اما از آنجا که مدیران دو خودروساز بزرگ یعنی ایران‌خودرو و سایپا توسط دولت تعیین می‌شوند، ناگزیر به ادامه کار هستند و مجبورند محصولات خود را با ضرر و زیان بفروشند.

دولت در مواجهه با خودروسازان، قانون تجارت را زیر سوال برده است. قانون تجارت می‌گوید که هیأت مدیره شرکت در مورد نحوه تولید و فروش تصمیم‌گیری کند، اما دولت با ...

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

خروج نیم تریلیون تومان سرمایه از بورس در معاملات سه‌شنبه

بورس قرمز پوش شد



فرصت امروز: آیا در سنین بالا می‌توان کارآفرین شد و کسب و کار موفقی راه انداخت؟ «ریموند آلبرت کراک» تأیید کرد که چنین چیزی ممکن است، او در حالی بزرگ‌ترین رستوران زنجیره‌ای جهان به نام م‌ک‌دونالد را تأسیس کرد که بیش از نیم قرن از عمرش را پشت سر گذاشته بود و به بقیه کارآفرینان و اهالی کسب و کار این درس را داد که هیچ وقت برای کارآفرینی دیر نیست. البته که موفقیت یک شبه به دست نمی‌آید، اما می‌توان امیدوار بود و امیدوارانه در ۵۲ سالگی کسب و کاری را به راه انداخت که محکوم به موفقیت باشد. «ری کراک» توانست در سنن بالا رستوران‌های زنجیره‌ای م‌ک‌دونالد را تأسیس کند و به شهرت جهانی برسد، اما قصه «ری کراک» و برند معروف م‌ک‌دونالدش از کجا آغاز شد؟

در پنجم اکتبر ۱۹۰۲ بود که «ریموند» در ایلینوی آمریکا به دنیا آمد. در سال ۱۹۱۷ درست در زمانی که آتش جنگ جهانی اول شعله می‌کشید، «ریموند» ۱۵ ساله تصمیم گرفت با دستکاری کارت هویش و دروغ گفتن درباره سن و سالش به جبهه جنگ اعزام شود. او با این اقدام موفق شد به سلب سرخ ملحق شود و به عنوان راننده آمبولانس در آنجا خدمت‌رسانی کند. این اتفاق باعث شد تا مهارت رانندگی را بیاموزد، اما پیش از آنکه بتواند آموزش را کامل کند، جنگ به پایان رسید و صلح در جهان برقرار شد. «کراک» پس از جنگ تصمیم گرفت به عنوان نوازنده پیانو مشغول به کار شود، اما در این کار هم دوام نیاورد. در قدم بعدی به فروشندهی روی آورد و همینطور از این شاخه به آن شاخه می‌پرد، تا در سال ۱۹۵۴ وقتی فروشنده مخلوط‌کن‌های برقی بود، به شهر سن برناردینو در کالیفرنیا رفت. او در یکی از شب‌های

اقامتش در آنجا به رستورانی رفت که دو برادر راه انداخته بودند. این دو برادر، «دیک و مک م‌ک‌دونالد» بودند. آری، قصه رستوران زنجیره‌ای م‌ک‌دونالد از همین شب آغاز شد. سه اصل فلسفه م‌ک‌دونالد

«ریموند آلبرت کراک» در سال ۱۹۵۴ در شهر سن برناردینو در کالیفرنیا با دو برادر به نام‌های «دیک و مک م‌ک‌دونالد» آشنا شد که کیفیت کارشان، او را به صرافت رستوران‌داری انداخت. این دو برادر منوی مختصر و مفیدی داشتند و تمرکز خود را تنها روی همبرگر، سیب‌زمینی سرخ کرده و نوشیدنی گذاشته بودند. به همین خاطر می‌توانستند با سرعت و کیفیت بالا، بهترین خدمات را به مشتریان‌شان ارائه دهند. برادران م‌ک‌دونالد نیز به دنبال کسی بودند که از آنها حمایت کند و فرصت پیشرفت‌شان را فراهم آورد. حدود یک سال بعد در سال ۱۹۵۵، «ریموند کراک» شرکت م‌ک‌دونالد را راه‌اندازی کرد و شش سال بعد موفق شد امتیاز نام این رستوران را از دو برادر بخرد. او در سال ۱۹۵۸ موفق شد تا یکصد میلیونیم همبرگر م‌ک‌دونالد را بفروشد.

«ریموند کراک» به دنبال تأسیس رستورانی بود که بتواند غذا را با کیفیت بالا و با روشی یکپارچه در اختیار مشتری قرار دهد، او تأکید داشت که مراحل تهیه غذا باید یکپارچه و منسجم باشد. این فرآیند یکپارچه کمک می‌کرد تا محصولاتش در هر جایی از جهان، یک طعم و مزه یکسان داشته باشد. «ریموند» می‌خواست همبرگرهایش چه در آلاسکا و چه در آلاباما یک مزه خاص و مشابه بدهند. به همین خاطر روی فرآیند یک شکل و یک‌دست تأکید داشت. روش «ریموند» این بود که هر کسی کار را به سبک و سلیاق م‌ک‌دونالد انجام دهد اما در عین حال،

درس‌های موسس م‌ک‌دونالد برای کارآفرینان جوان

هیچ‌وقت برای کار آفرینی دیر نیست

استقلال عمل داشته باشد. شعارش را هم در همین راستا انتخاب کرده بود: «در کسب و کار برای خودتان کار کنید اما فقط به خودتان تکیه نکنید.» فلسفه‌ای که او در کارش پایه‌ریزی کرده بود، سه اصل داشت: نخست اینکه همه به برند م‌ک‌دونالد توجه داشته باشند؛ دوم اینکه م‌ک‌دونالد عرضه‌کننده اصلی باشد و سوم اینکه کارکنان همیشه مورد توجه قرار گیرند. این فلسفه کاملا قدرتمند بود و او را در مسیر موفقیت قرار داد. «کراک» همیشه و بیش از هر چیزی تأکید داشت که کارکنان در شرکت م‌ک‌دونالد کاملا مطابق با نظام حاکم بر این شرکت عمل کنند. هیچ‌کس نمی‌توانست به صورت خودسر، چیزی را از منو کم یا اضافه کند. مهم‌ترین موضوع هم این بود که هیچ‌وقت کیفیت از دست نرود. او در عین حال روی پاکیزگی، مشتری‌مداری و حفظ ارزش‌های شرکت م‌ک‌دونالد هم اصرار داشت.

آموزش در دانشگاه همبرگر

اشتیاق «ریموند» به حفظ کیفیت در محصولاتی که م‌ک‌دونالد ارائه می‌کرد، باعث شد همه چیز را به درستی امتحان و مزه کند تا مطابق با سلیقه و ذائقه‌اش پیش برود. همین دقت نظر و توجه باعث شد که همیشه در انتظار پیشرفت در آینده باشد. اطرافیانش هم همیشه او را باور داشتند و می‌دانستند که در مسیری درست گام برداشته قطعاً به موفقیت می‌رسد. هیچ شرکتی بدون گام برداشتن در مسیر نوآوری، موفق نخواهد شد و حتی اگر موفق باشد، قطعاً روزی به خط پایان می‌رسد. «ریموند» هم به همین خاطر تصمیم گرفت که از مسیر شراکت، نوآوری را به شرکت م‌ک‌دونالد وارد کند. او می‌خواست م‌ک‌دونالد به عنوان یک نمونه ویژه در دنیای صنعت خدمات غذایی شناخته شود و شراکت می‌توانست به او در این مسیر

چرا انسان به ماه رفته اما هنوز نتوانسته معضل فقر را حل کند؟

چالش‌های بزرگ قرن بیست و یکم

اعمال شده‌اند، می‌توانند الیام‌بخش حل این مشکلات باشند. این سیاست‌ها برای خلق نوآوری نیازمند کنشگران متعدد (اعم از دولتی و خصوصی) و بخش‌های گوناگونند؛ مثلاً رفتن به ماه نیازمند نوآوری در هوانوردی، روباتیک، نساجی و علم تغذیه است. همچنین برای اینکه سیاست‌های مأموریت‌گرا به نتیجه مطلوب دست یابند و فرآیند نوآوری را از طریق حلقه‌های بازخورد پویا تغذیه کنند، لازم است آزمایش و یادگیری از پایین به بالا تقویت شود.

سیاست‌های مأموریت‌گرا را می‌توان «سیاست‌های عمومی نظام‌مند» تعریف کرد؛ سیاست‌هایی که برای دستیابی به اهداف مشخص از دانش یا «کلان علم توسعه‌یافته برای رفع مشکلات بزرگ» استفاده می‌کنند. در حالی که مأموریت تاریخی و اولیه ناسا این بود که فردی را به ماه اعزام کند، هدف مأموریت‌های معاصر رفع مشکلات گسترده‌تری است که نیازمند تعهد طولانی مدت به رفع مشکلاتی است که به همان میزان که فناوری‌ه‌اند، اجتماعی نیز هستند. وظیفه فعال دولت‌ها و سازمان‌های فراملی در توسعه راهبردهای اقتصاد سبز را می‌توان از چشم‌انداز برنامه‌های مأموریت‌گرا بررسی کرد، همانطور که می‌توان برای تأمین رفاه بیشتر برای جمعیت سال‌خورده و راناندازی مشاغل بهتر برای جوانان متفاوت امروزی نیز از دیدگاه مأموریت‌گرا استفاده کرد. در حقیقت، این مشکلات که می‌توانند زیست

کمک کند. بسیاری از عرضه‌کنندگان مواد غذایی برای اینکه به موفقیت برسند، تصمیم گرفتند با م‌ک‌دونالد همکاری و مشارکت کنند. به این ترتیب به تدریج زنجیره م‌ک‌دونالد گسترده‌تر شد.

در سال ۱۹۶۱ بود که «کراک» تصمیم گرفت محیطی برای آموزش رانندازی کند و نام آن را «دانشگاه همبرگر» گذاشت. مهم‌ترین سرآشپزهای م‌ک‌دونالد در این دانشگاه مشغول به کار شدند تا به سایر آشپزها، رمز پخت و پز و نگهداری غذا، همه چیز را برای کار در شرکت م‌ک‌دونالد یاد می‌گرفتند. بسیاری از افراد از این دانشگاه فارغ‌التحصیل شدند و مجموعه‌های موفقی از م‌ک‌دونالد را در سایر نقاط جهان به راه انداختند. نهایتاً در روز چهاردهم ژانویه ۱۹۸۴، «ریموند کراک» برای همیشه از دنیا رفت، اما م‌ک‌دونالد هیچ‌وقت فعالیتش را متوقف نکرد. کسی که این شرکت را تأسیس کرده بود، اسطوره‌ای به‌یادماندنی شد. بسیاری از مشتریان م‌ک‌دونالد از «ری کراک» و کاری که در ۵۲ سالگی آغاز کرد، چیزی نمی‌دانند، اما مشتری ثابت شرکتی هستند که او راه‌اندازی کرده بود. اعضای شرکت م‌ک‌دونالد هم حتی پس از مرگ «کراک» از هر فرصتی برای رشد و توسعه این کسب و کار بهره گرفتند. همه آنها سعی کرده‌اند به تعهدات خود پایبند بمانند و تغییر در کیفیت همبرگرهای م‌ک‌دونالد ایجاد نکنند.

کارآفرینی به سبک م‌ک‌دونالد

از آنجا که «کراک» همیشه به دنبال نوآوری و ایجاد

تغییر و افزایش بهره وری بود، کارکنان این شرکت پس از

کدام بانک‌ها بیشترین و کمترین سود سپرده را پرداخت می‌کنند؟

سود ۲۳ درصدی در ۲۳ بانک

تورم بالا و مزمن در اقتصاد ایران باعث شده تا مردم تمایل چندانی به سپرده‌گذاری با نرخ‌های مصوب نداشته باشند و بانک‌ها با ترغندهای مختلف تلاش می‌کنند سود بانکی بیشتری به مشتریان خود پرداخت کنند. در بهمن ماه سال گذشته بود که بانک مرکزی در بخشنامه‌ای مصوبه شورای

۳

پول و اعتبار درباره اصلاح نرخ سود سپرده و تسهیلات را به شبکه بانکی کشور ابلاغ کرد...

قیمت دستوری، جذب سرمایه و تهیه مواد اولیه از مشکلات جدی بنگاه‌های اقتصادی است

سه ضلعی خطرناک کسب و کار

فرصت امروز: نتایج پیش‌های محیط کسب‌وکار نشان می‌دهد که فعالان اقتصادی در این سال‌ها همواره با سه چالش «تأمین مالی»، «قیمت دستوری» و «تهیه مواد اولیه» دست و پنجه نرم کرده‌اند. در آخرین گزارش مرکز پژوهش‌های اتاق ایران از پایش ملی محیط کسب‌وکار در فصل بهار ۱۴۰۲ نیز فعالان اقتصادی به ترتیب سه مولفه «غیرقابل پیش‌بینی بودن و تغییرات قیمت مواد اولیه و محصولات»، «دشواری تأمین مالی از بانک‌ها» و «بی‌ثباتی سیاست‌ها، قوانین و مقررات و رویه‌های اجرایی ناظر بر کسب‌وکار» را نامناسب‌ترین مولفه‌های محیط کسب‌وکار کشور ارزیابی کرده‌اند. این گزارش هرچند از بهبود فضای کسب و کار در فصل گذشته حکایت دارد، اما با این وجود، حجم فعالیت بنگاه‌های اقتصادی کاهش یافته و ظرفیت فعالیت واقعی بنگاه‌های اقتصادی نسبت به فصل قبل، بیش از سه واحد درصد افت داشته است. همچنین شاخص ملی محیط کسب‌وکار از رقم ۶،۱۱ واحد در فصل زمستان سال گذشته به ۶،۰۵ در بهار امسال رسیده است که از بهبود اندک آن حکایت دارد (نمره بدترین ارزیابی ۱۰ است). استان‌های مرکزی، زنجان و آذربایجان غربی نیز به ترتیب دارای مساعدترین وضعیت محیط کسب‌وکار نسبت به سایر...

۲

۵۲ درصد مخازن سدها تا نیمه مرداد پر است

خشکسالی ۹۷ درصدی مساحت ایران

۴

مدیریت و کسب‌وکار

ارتقای دسترس پذیری سایت برای مخاطب هدف

امروزه مراجعه به سایت برندها بدل به امری رایج در میان کاربران شده است. این امر به هر کس با هر شرایطی امکان دسترسی به برخی از محتوای مهم درباره برند مورد علاقه‌اش را می‌دهد. بی‌تردید همه شما بارها و بارها برای خرید یک محصول اول از همه به سراغ سایت آن رفته‌اید. این امر به شما امکان دسترسی به منابع اطلاعاتی بسیار مهمی درباره محصول مورد نظر و حتی گفت و گو با برخی از کارشناسان برند مورد نظر را نیز می‌دهد. درست به همین دلیل امروزه داشتن یک سایت حرفه‌ای برای بازاریابی و فروش امر مهمی محسوب می‌شود. شاید مشتریان به طور مستقیم از سایت شما خرید نکنند، اما اطلاعاتی که از سایت‌تان می‌گیرند، اهمیت بسیار مهمی دارد. این امر می‌تواند برای شما جذابیت بسیار زیادی به همراه داشته و حتی شانس‌تان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را نیز به طور چشمگیری توسعه دهد...

۸

او تلاش کردند به این طرز فکر پایبند بمانند و همچنان فضایی برای رشد نوآوری در این شرکت فراهم کنند. او همچنین علاقه‌ای به مشارکت در امور خیریه داشت و به همین خاطر اکنون شرکت م‌ک‌دونالد در این امور شرکت دارد. م‌ک‌دونالدی که «ریموند» راه انداخت، سرآغاز راه‌اندازی سایر رستوران‌های زنجیره‌ای بود که غذاها را سریع و بدون اتلاف وقت و با کیفیتی مطلوب در اختیار مشتریان قرار می‌دهند. در واقع، او آینده را تغییر داد. حالا همه م‌ک‌دونالد را با آن حرف «M» بزرگ زردرنگ به عنوان یک رستوران موفق آمریکایی می‌شناسند که سرسبزدهی می‌کنند. اکثر مشتریان، این رستوران را با روزها شعبه‌های مختلف این رستوران در نقاط مختلف جهان و موجود دارد و م‌ک‌دونالد به عنوان بزرگ‌ترین و معتبرترین رستوران زنجیره‌ای در دنیای امروز شناخته می‌شود. رستوران‌های زنجیره‌ای م‌ک‌دونالد روزانه به حدود ۷۰ میلیون مشتری در بیش از ۱۰۰ کشور جهان سرویس‌دهی می‌کنند. بیشتر مشتریان، این رستوران را با این حال، چیزبزرگ‌ها و سایر غذاها هم در منوهای امروزی این رستوران پیدا می‌شود. انواع مرغ، ماهی و سالاد هم در این رستوران به مشتریان عرضه می‌شود. این روزها برخی منتقدان نسبت به مضرات برخی از غذاهای م‌ک‌دونالد برای سلامتی اشاره می‌کنند که واکنش‌هایی را هم از سوی مدیران این شرکت به همراه داشته است. با این وجود، مشتریان همیشگی م‌ک‌دونالد همچنان محصولات نوآوری باشد بلکه باید شامل مجموعه‌ای از این طرح‌ها باشد. طرفدارهای سفت و سختش را در سراسر نقاط مختلف جهان دارد.

۳

کمک یکدیگر آیند. به این ترتیب، مأموریتی که به این شکل طراحی شده باشد می‌تواند چنین مشکلاتی را حل کند. تفاهم‌نامه ماستریخت (Memorandum)، تحلیل مفصلی از تفاوت طرح‌های مأموریت‌گرای قدیم و جدید را ارائه داده است. براساس این تفاهم‌نامه مأموریت‌های تازه باید شش ویژگی داشته باشند؛ انتشار و گسترش فناوری، امکان‌سنجی اقتصادی، فهم مشترک از مسیر، نظارت غیرتمرکز ک سازمان‌های دولتی، توسعه نوآوری‌های رادیکال و تدریجی و فعال کردن سیاست‌های مکمل برای ارتقا و اجرای سیاست‌های مأموریت‌گرا. پس اگر قرار به سفر انسان به کره ماه و سکونت در سیاره‌های دیگر است، باید به این شش ویژگی در تعریف مأموریت‌های مربوط توجه کرد. به عبارت دیگر، سیاست‌های مأموریت‌گرا برای موفقیت باید این شرایط چهارگانه را داشته باشند؛ نخست، مأموریت‌ها باید به خوبی تعریف شوند. دوم، مأموریت نباید فقط دربرگیرنده طرح تحقیق و توسعه یا نوآوری باشد بلکه باید شامل مجموعه‌ای از این طرح‌ها باشد. سوم، مأموریت‌ها باید به سرمایه‌گذاری در بخش‌های مختلف منجر شوند و کنشگران متعددی را درگیر کنند و چهارم، مأموریت‌ها باید به سیاست‌گذاری پیوند بخورند تا به موجب آن کلیه سطوح سیاست‌های دولتی درگیر اولویت‌ها را به منزله ابزار و اقدامات سیاستی عینی تلقی کنند و به کار گیرند.

محیطی، جمعیتی، اقتصادی و اجتماعی باشد، دلایل اصلی شکل‌گیری و کاربرد دستور کارهای سیاست نوآوری‌اند و جهتگیری راهبردی سیاست‌های بودجه و تلاش‌های نوآوری را تعیین می‌کنند. البته مأموریت‌های اجتماعی بسیار پیچیده‌ترند؛ زیرا غالباً به وضوح تعریف نمی‌شوند و لازم است بسیاری از ذی‌نفعان مشترک آنها را تعریف کنند. به تعبیری، چارچوب بخشیدن به مشکلاتی که در خصوص نابرابری‌ها وجود دارند دشوارتر از تعیین چارچوب‌هایی برای مشکلات پیرامون مسابقات فضایی است. افزون بر این، برای رفع این مشکلات به تنظیم قواعد و اصول و تغییرات رفتاری عمیق در سطح نظام‌های اجتماعی ملی هم نیاز است. «ریچارد نلسون» در کتاب «ماه و محله یهودی‌نشین» (The Moon and the Ghetto) این پرسش را مطرح کرده که چرا نوآوری به شاهکارهای بزرگی مثل سفر انسان به ماه منجر شده، اما هنوز هم در مواجهه با مشکلات زمینی مانند فقر، بی‌سوادی و ظهور محلات زاعف‌نشین نسبتاً آشفته و به لحاظ فنی ناشایسته عمل کرده است. نلسون می‌گوید، هرچند تا حدی سیاست مقصر است، مسئله اصلی این است که راه حل‌های صرفاً علمی و فناوریانه نمی‌توانند چنین مشکلاتی را حل کنند. برای حل این مشکلات باید دریافته‌های جامعه‌شناسانه، سیاسی، اقتصادی و فناوریانه به خوبی با یکدیگر تلفیق شوند و به

چرا برخی از کشورها به کارهای عجیب و محیرالعقولی مثل سفر انسان به فضا دست می‌زنند؟ چنین نوآوری‌هایی مشخصاً چه دردی از دردهای بشر را دوا می‌کند؟ به نظر می‌رسد پاسخ این سوالات تنها به علم منتهی نمی‌شود. یکی از مهم‌ترین سوالات در این زمینه را پژوهشگری به نام «ریچارد نلسون» در کتاب «ماه و محله یهودی‌نشین» پرسیده است. او می‌گوید که چرا نوآوری به شاهکارهای بزرگی مثل سفر انسان به ماه منجر شده است، اما با این حال در مواجهه با مشکلات پیش پا افتاده مثل فقر و بی‌سوادی هنوز هم ناشایسته عمل کرده است؟ به عقیده «نلسون»، هرچند تا حدودی سیاست در این میان مقصر است، اما مسئله اصلی این است که راه حل‌های صرفاً علمی و فناوریانه نمی‌توانند چنین مشکلاتی را حل کنند. برای حل این مشکلات باید دریافته‌های جامعه‌شناسانه، اقتصادی و فناوریانه به خوبی با یکدیگر تلفیق شوند تا شانس حل مشکلات افزایش یابد. تفاهم‌نامه ماستریخت به تحلیل مفصلی از تفاوت مأموریت‌های قدیم و جدید رسیده است. براساس این تفاهم‌نامه مأموریت‌های تازه باید شش ویژگی داشته باشند؛ انتشار و گسترش فناوری، امکان‌سنجی اقتصادی، فهم مشترک از مسیر، نظارت غیرتمرکز سازمان‌های دولتی، توسعه نوآوری‌های رادیکال و تدریجی و فعال کردن سیاست‌های مکمل برای ارتقا و اجرای سیاست‌های

یادداشت

دولت به قیمت‌گذاری پایان دهد

احمد نعمت‌بخش دبیر انجمن خودروسازان

طی روزهای اخیر اخباری از آزادسازی دلارهای نفتی از کره‌جنوبی منتشر شد و ما به کاهش زمان تخصیص و تامین ارز امیدوار شدیم، اما این امیدواری طولی نینجامید و نامه وزارت صنعت، معدن و تجارت مبنی بر تغییر محل تامین ارز برای تولید خودرو و تامین قطعات به‌دستمان رسید. البته خودروسازان با این تصمیم مشکلی ندارند، مشروط بر اینکه همه جوانب و پیش‌نیازهای آن در نظر گرفته شود. این پذیرفته نیست که قیمت‌گذاری دستوری همچنان پابرجا باشد و شسورای رقابت با قیمت‌هایی که تعیین می‌کند موجب زیان خودروسازها شود و در مقابل منشأً تامین ارز نیز از نیمایی به ارز حاصل از صادرات تغییر کند. قاعدتا بخش خصوصی زیر بار این زیان نمی‌رود و ممکن است کار خود را تعطیل می‌کند، اما از آنجا که مدیران دو خودروساز بزرگ یعنی ایران‌خودرو و سایپا توسط دولت تعیین می‌شوند، ناگزیر به ادامه کار هستند و مجبورند محصولات خود را با ضرر و زیان بفروشند.

دولت در مواجهه با خودروسازان، قانون تجارت را زیر سؤال برده است. قانون تجارت می‌گوید که هیأت مدیره شرکت در مورد نحوه تولید و فروش تصمیم‌گیری کند، اما دولت با اعمال سیاست‌هایی نظیر فروش تجمعی، این قانون را نادیده می‌گیرد؛ با اینکه تکلیف می‌کند فروش و قیمت چگونه باشد و حالا هم خشنامه داده است که خودروسازان خودشان ارز مورد نیازشان را تامین کنند. با این رویه، سنگ روی سنگ بند نمی‌شود. البته وزیر معترم صمت مدافع آزادسازی است و اگر قیمت‌گذاری در این صنعت پایان‌بپذیرد، خودروسازها هم می‌توانند از ارز صادرکنندگان استفاده کنند و قیمت محصولات را هم برمیانی میزان ارزیی محصول و قیمت ارزی که خریداری کرده‌اند، تعیین کنند. البته ممکن است به دلیل افزایش تقاضا، قیمت ارز حاصل از صادرات هم بالا برود اما در نهایت به تعادل می‌رسد.

استفاده از ارز صادراتی احتمالاً قیمت خودرو را مقداری افزایش خواهد داد. شاید این روش به واقعی شدن قیمت خودرو کمک کرده و تقاضای کاندب را از بازار خارج کند. نیاز ارزی کل صنعت خودرو شامل کامیون، اتوبوس و خودروی سواری حدود ۸ الی ۹ میلیارد دلار در سال است که از مورد نیاز در بخش خودروهای سواری تقریباً معادل ۴ میلیارد دلار برآورد می‌شود. به بیان ساده‌تر، خودروهای پرتیراژ در ایران خودرو و سایپا به طور میانگین دو هزار دلار نیاز ارزی دارند که اگر بخواهیم همین خودروها را با همین کیفیت وارد کنیم، ارزی آنها به ۱۰ الی ۱۲ میلیارد دلار می‌رسد.

انجمن خودروسازان با واردات خودروهای نو موافق است. من شخصاً مخالف واردات خودروهای کارکرده هستم، به این دلیل که واردات این خودروها به سه دلیل احتمالی مصرف سوخت بالا، آلایندگی زیاد و نیاز به لوازم یدکی اصلاً اقتصادی نیست. از طرفی، واردات خودروی کارکرده به میزانی نیست که تولید قطعات آن در داخل اقتصادی باشد، از این رو ظن افزایش وابستگی به واردات قطعه وجود دارد. در حال جان چنانچه دقت کافی در واردات این خودروها صورت نگیرد به دلیل مسئله خدمات پس از فروش و ابزارهای مورد نیاز برای تامین آنها، ایران به گورستان خودروهای کارکرده تبدیل می‌شود. گفتنی است مدیرکل دفتر صنایع خودرو وزارت صمت در نامه‌ای خطاب به سه انجمن خودروسازان، موتورسیکلت‌سازان و دوچرخه‌سازان اعلام کرده که تمامی شرکت‌های خودروساز، موتورسیکلت‌ساز و دوچرخه‌ساز نیازهای ارزی خود را ترجیحاً از طریق ارز صادرات خود و دیگران تامین کنند. «عبدالله توکلی لاهیجانی» در این نامه ضمن توصیه به تولید محصولات صادرات‌محور، عمق‌بخشی به تولید داخل و کاهش ارزیی گرفته است که ضمن فعال‌سازی ظرفیت‌های صادراتی و حمایت از صادرکنندگان نسبت به بازنگری محل تامین ارز درخواست‌های ثبت سفارش خود از سایر منابع مورد تایید بانک مرکزی به غیر از نیما اقدام کنند.

توسعه پایدار از مسیر توسعه منطقه‌ای

سیدمحمد موسوی‌نسب رئیس اتاق ایلام

یکی از مباحث مهم اقتصادی، استفاده‌بهینه از ظرفیت‌های هر استان و منطقه برای دستیابی به توسعه پایدار است و نگاه عالمانه به این مقوله می‌تواند افق‌های روشنی را فراوری کشور ترسیم کند. به دنبال انتخاب هیأت رئیسه جدید اتاق ایران، توجه بخش خصوصی به عنوان مشاور سه قوه به یکی از مباحث کارشناسی شده یعنی پرداختن به ظرفیت‌ها و توانمندی‌های منطقه‌ای و استانی، رنگ و بوی جدی به خود گرفته است و بدون تردید این توجه نودببخش حرکتی بر مدار نگرش عالمانه به مباحث روز اقتصادی است. طرح توسعه منطقه‌ای که حاصل مطالعات دقیق کارشناسان اقتصادی است، تأکید می‌کند در مسیر تحقق توسعه باید چالش‌ها و مشکلات منطقه‌ای شناسایی شده و متناسب با آن، راهکارهای علمی در نظر گرفته شود و در عین حال، با تمرکز بر توانمندی‌هایی که در هر منطقه وجود دارد و تقویت آنها، زمینه توسعه منطقه‌ای را فراهم کرد و به این ترتیب شاهد تحقق توسعه پایدار در کل کشور باشیم. حرکت در این وادی، حاصل خرد جمعی است و اتاق ایران به عنوان بازوی مشورتی تصمیم‌سازان کشور، این موضوع را به صورت دقیق برای بهره‌برداری از ظرفیت‌ها در قالب اجرای برنامه هفتم توسعه پیشنهاد کرده است. هر منطقه و هر استان ایران دارای پتانسیل‌های بی‌شماری است که بخش‌های مختلفی از این ظرفیت‌ها در قالب اجرای برنامه‌ها مغفول مانده‌اند؛ چراکه تاکنون نگاه منطقه‌ای به فرآیند توسعه، عایت نشده و هموار نشکته‌ای واحد برای همه بخش‌ها پیچیده شده است؛ غافل از اینکه توسعه در هر منطقه با ضوابط و اصول خاصی اتفاق می‌افتد و یک برنامه توسعه‌ای برای کشوری با این وسعت و تفاوت در اقلیم، فرهنگ، معیارهای صنعتی، تولیدی و زیست‌محیطی کارساز نیست. در حقیقت، هر منطقه باید متناسب با داشته‌های خود مسیر توسعه را طی کند. شرایط جغرافیایی، فرهنگ و آداب‌وسوم مردم، ظرفیت‌های روستایی، گردشگری بومی و محلی و حتی شرایط آب‌وهوایی و سایر موضوعات در کشور متنوع است و اجرای یک نسخه کلی برای تحقق توسعه در کل کشور نمی‌تواند پاسخگو باشد. اجرای برنامه‌های توسعه‌ای در ایلام همانند آنچه از گذشته

تجربه کردیم نه تنها چگونگی نیاز واقعی مناطق نیست، بلکه بخش گسترده‌ای از فرصت‌ها که باید در مدار توسعه‌ای قرار می‌گرفتند را بدون استفاده باقی گذاشته است. شرایطی می‌طبد که برای استفاده بهینه از تمام ظرفیت‌های کشور در برنامه توسعه، نقش اتاق‌های سراسر کشور نسبت به گذشته پررنگ‌تر دیده شود و از نظرات کارشناسی این نهاد در اتخاذ تصمیمات و سیاست‌گذاری‌ها بیشتر استفاده شود. راه رسیدن به توازن منطقه‌ای از فعال و شکوفا کردن بخش‌های مختلف اقتصادی می‌گذرد و این مهم با نگاه واقعی به ظرفیت‌های هر منطقه در دسترس قرار می‌گیرد. اتاق‌ها می‌توانند براساس تقسیم کار، به‌گونه‌ای که از لازمه‌های حرکت در راستای توسعه است، نقش مشورتی خود را برابر با ویژگی‌های هر استان و منطقه ایفا کنند و خوشبختانه بخش خصوصی نشان داده است از هر اقدامی که منجر به توسعه همه‌جانبه کشور شود، به خوبی استقبال می‌کند و در کنار دولت و حاکمیت پیش می‌رود. امروز توانمندی هر منطقه در کشور همچون پارلی است که با اجرای برنامه‌ای راهبردی و علمی، هر تکه از این پازل در کنار یکدیگر قرار گرفته و تحولی عظیم در عرصه اقتصاد ایجاد می‌کند که می‌تواند فرصت‌های جدیدی را برای پیشرفت کشور مهیا کند.

فرصت امروز: نتایج پایش‌های محیط کسب‌وکار نشان می‌دهد که فعالان اقتصادی در این سال‌ها همواره با سه چالش «تامین مالی»، «قیمت دستوری» و «تهیه مواد اولیه» دست و پنجه نرم کرده‌اند. در آخرین گزارش مرکز پژوهش‌های اتاق ایران از پایش ملی محیط کسب‌وکار در فصل بهار ۱۴۰۲ نیز فعالان اقتصادی به ترتیب سه مولفه «غیرقابل پیش‌بینی بودن و تغییرات قیمت مواد اولیه و محصولات»، «دشواری تأمین مالی از بانک‌ها» و «بی‌ثباتی سیاست‌ها، قوانین و مقررات و رویه‌های اجرایی ناظر بر کسب‌وکار» را نامناسب‌ترین مولفه‌های محیط کسب‌وکار کشور ارزیابی کرده‌اند. این گزارش هرچند از بهبود فضای کسب و کار در فصل گذشته حکایت دارد، اما با این‌سان وجود، حجم فعالیت بنگاه‌های اقتصادی کاهش یافته و ظرفیت فعالیت واقعی بنگاه‌های اقتصادی نسبت به فصل قبل، بیش از سه واحد درصد افت داشته است. همچنین شاخص ملی محیط کسب‌وکار از رقم ۶،۱۱ واحد در فصل زمستان سال گذشته به ۶،۰۵ در بهار امسال رسیده است که از بهبود اندک آن حکایت دارد (نمره بدترین ارزیابی ۱۰ است). استان‌های مرکزی، زنجان و آذربایجان غربی نیز به ترتیب دارای مساعدترین وضعیت محیط کسب‌وکار نسبت به سایر استان‌ها در فصل بهار ارزیابی شده‌اند.

نگاهی به وضعیت محیط کسب‌وکار به تفکیک بخش‌های اقتصادی نشان می‌دهد که در بهار امسال، وضعیت محیط کسب‌وکار در بخش خدمات (۶،۰۶) در مقایسه با بخش‌های صنعت (۵،۹۵) و کشاورزی (۵،۹۸) نامناسب‌تر ارزیابی شده است. همچنین در بین رشته فعالیت‌های اقتصادی، فعالیت‌های «املاک و مستغلات»، «آموزش» و «استخراج معدن» دارای بهترین وضعیت محیط کسب‌وکار و همچنین در سمت مقابل رشته فعالیت‌های «طلاعات و ارتباطات»، «فعالیت حرفه‌ای، علمی و فنی» و «آبرسانی، مدیریت پسماند، فاضلاب و فعالیت‌های تصفیه» دارای بدترین وضعیت محیط کسب‌وکار در فصل بهار شناخته شده‌اند.

کاهش فعالیت بنگاه‌های اقتصادی

گزارش پایش ملی محیط کسب‌وکار در فصل بهار به تازگی منتشر شده که از بهبود فضای کسب وکار در فصل گذشته حکایت دارد. با وجود آنکه پایش ملی محیط کسب‌وکار در فصل بهار امسال نشان‌دهنده اندکی بهبود در وضعیت این شاخص است، اما علی‌رغم این اتفاق، ظرفیت فعالیت واقعی بنگاه‌های اقتصادی در فصل بهار معادل ۴۱،۱۲ درصد بوده که نسبت به زمستان سال گذشته (با رقم ۴۴،۲۲ درصد)، کاهش ۳،۱ واحد درصدی را نشان می‌دهد. منظور که بازوی پژوهشی بخش خصوصی گزارش داده، شاخص ملی محیط کسب‌وکار در فصل بهار ۱۴۰۲ به رقم ۶،۰۵ رسیده که نسبت به فصل زمستان پارسال (با رقم ۶،۱۱)، اندکی بهبود داشته است. همانطور که اشاره شد، سه مولفه «غیرقابل پیش‌بینی بودن و تغییرات قیمت مواد اولیه و محصولات»، «دشواری تأمین مالی از بانک‌ها» و «بی‌ثباتی سیاست‌ها، قوانین و مقررات و رویه‌های اجرایی ناظر بر کسب‌وکار»، از سوی فعالان اقتصادی به عنوان نامناسب‌ترین مولفه‌های محیط کسب‌وکار در فصل بهار شناخته شده‌اند.

در فصل بهار امسال همچنین وضعیت محیط کسب‌وکار در بخش خدمات (۶،۰۶) در مقایسه با بخش‌های صنعت (۵،۹۵) و کشاورزی (۵،۹۸) نامناسب‌تر ارزیابی شده است. در بین رشته فعالیت‌های اقتصادی برحسب طبقه‌بندی استاندارد ISIC.rev۴ نیز رشته فعالیت‌های «املاک و مستغلات»، «آموزش» و «استخراج معدن» دارای بهترین وضعیت محیط کسب‌وکار در فصل بهار شناخته شدند و در سمت مقابل نیز رشته فعالیت‌های «طلاعات و ارتباطات»، «فعالیت حرفه‌ای، علمی و فنی» و «آبرسانی، مدیریت پسماند، فاضلاب و فعالیت‌های تصفیه» بدترین وضعیت محیط کسب‌وکار را در مقایسه با سایر رشته فعالیت‌های اقتصادی در کشور تجربه کرده‌اند. براساس نظریه عمومی کارآفرینی شین، شاخص ملی محیط کسب‌وکار ایران در فصل بهار ۱۴۰۲، عدد ۶،۱۶ (عدد ۱۰ بدترین ارزیابی است) به دست آمده است که بهتر از وضعیت این شاخص در ارزیابی فصل گذشته (زمستان سال گذشته با میانگین ۶،۲۳) است. میانگین ارزیابی محیط اقتصادی عدد ۶،۴۶ است که در ارزیابی فصل گذشته عدد ۶،۵۵ حاصل شده بود و میانگین ارزیابی محیط نهادی نیز عدد ۵،۹۱ است که در ارزیابی فصل گذشته عدد ۵،۹۷ اعلام شده بود. بر همین اساس می‌توان گفت که محیط حقوقی و قانونی با عدد ۵،۳۳ و محیط مالی با عدد ۸،۲۴ به ترتیب مساعدترین و نامساعدترین محیط‌ها براساس نظریه عمومی کارآفرینی شین بوده‌اند. گفتنی است شاخص شین به دلیل در نظر گرفتن وزن عوامل مختلف در محاسبه، از دقت بیشتری نسبت به شاخص کل کشور برخوردار است.

سایه سنگین نوسان‌های ارزی

نوسان‌های مستمر نرخ ارز، کسب و کارهای کوچک و بزرگ را بلاکلیف، ملق و زمینگیر می‌کند. سال گذشته سال سختی برای بنگاه‌های اقتصادی کوچک و بزرگ بود. بسیاری از کسب وکارها در این باره می‌گویند: قیمت پراچه نرخ ارز و همپطور قطعی‌های مکرر اینترنت آسیب دیدند و یا حتی ورشکست شدند. نتایج گزارشی که «ایران تلنت» در آذرماه سال گذشته منتشر کرده، نشان می‌دهد ۳۱ درصد کسب وکارها تحت تأثیر «مشکلات مربوط به قطعی اینترنت»، ۲۰ درصد «سو روانی حاکم بر جامعه»، ۱۷ درصد «کاهش تقاضا برای محصولات/خدمات» و ۱۶ درصد «کاهش بهره‌وری کارکنان» قرار گرفته‌اند.

نوسانات دلار سبب شده تا قیمت مواد اولیه برای بنگاه‌های تولیدی نیز افزایش غیرمنطقی را تجربه کند. برای مثال، یک فعال اقتصادی که در زمینه پوشاک فعالیت دارد در این باره می‌گوید: قیمت پراچه پس از افزایش مکرر نرخ ارز، جهش زیادی را تجربه کرد و اکنون برای دوخت یک مانتوی ساده باید هزینه زیادی را متحمل شوم. این افزایش هزینه تولید در نهایت تأثیر خود را بر قیمت نهایی کالا می‌گذارد و ما برای اینکه مشتری را از دست ندهیم، مجب می‌رقم بیشتری را برای مشتری باید حاشیه سود خود را کاهش دهیم؛ یعنی هم رقم بیشتری را برای خرید مواد اولیه پرداخت می‌کنیم و هم سود کمتری دریافت می‌کنیم که باز هم در نهایت قدرت خرید مشتری کاهش یافته و در نتیجه، فروش ما نیز روندی

قیمت دستوری، جذب سرمایه و تهیه مواد اولیه از مشکلات جدی بنگاه‌های اقتصادی است

سه ضلعی خطر ناک کسب‌وکار



کاهشی در پیش گرفته است. به گفته وی، مردم قدرت خرید ندارند و بی‌کیفیت‌ترین اجناس هم قیمت بالایی دارند و همین موضوع بسیاری از کسب وکارها را به مرز نابودی کشانده است.

هرچند به صورت رسمی آمار خاصی درخصوص ضرر کسب وکارها از نوسانات دلار منتشر نمی‌شود، اما گزارش شامخ که هر ماهه توسط مرکز پژوهش‌های اتاق منتشر می‌شود، می‌تواند مهر تاییدی بر این ماجرا باشد. شامخ کل اقتصاد در آبان ماه ۱۴۰۱ که جهش‌های ارز نمایان شده بود، روی عدد ۴۷ واحد قرار گرفت که نسبت به شامخ مهرماه (۵۰ واحد)، کاهش داشته است. در این ماه همچنین اغلب مولفه‌ها روندی نزولی را ثبت کرده‌اند؛ مثلاً میزان فعالیت کسبب وکارها از ۵۱ واحد در مهرماه به ۴۶ واحد در آبان ماه رسید. از سوی دیگر، میزان سفارش‌های جدید مشتریان، عدد ۴۳ واحد را ثبت کرد و نسبت به ماه قبل خود، سه واحد کاهش یافت. این کاهش از کاهش قدرت خرید مردم نشأت می‌گیرد.

کاهش قدرت خرید مردم

در این میان، قیمت خرید مواد اولیه رشدی هفت واحدی را ثبت کرد و شامخ در این مولفه، از ۷۱ واحد در مهرماه به ۷۸ واحد در آبان ماه رسید. نکته جالب اینجاست که انتظارات در ارتباط با میزان فعالیت اقتصادی در ماه آینده (اینکه کسب‌وکارها چقدر به شرایط اقتصادی امیدوارند)، رقم ۵۲ واحد را نمایش داد که نسبت به مهرماه، هفت واحد افت داشته است. به دنبال افزایش نرخ ارز، شرکت‌ها در این ماه و نیز ماه‌های پس از آن در تامین مواد اولیه و لوازم مورد نیاز خود با مشکل روبه‌رو بودند و میزان تقاضا و فروش نیز در مهر، آبان و آذر به صورت پیاپی رکودی بود. به عبارتی، افزایش نرخ ارز موجب شد تا هزینه‌های تولید افزایش یابد و فعالان اقتصادی نتوانند حتی در کوتاه‌مدت نیز برای آینده کسب وکار خود برنامه‌ریزی کنند. نکته جالب دیگر، شامخ اسفندماه است. در اسفندماه نیز کسب وکارها برای تامین مواد اولیه محصولات خود نگران باشند و حتی نتوانند در کوتاه‌مدت نیز برنامه‌ریزی داشته باشند. این مولفه در شامخ صنعت اسفندماه حتی کاهش ۲۲ واحدی را ثبت نمود. این موضوع نشان می‌دهد که نه‌تنها مردم از افزایش نرخ ارز متضرر شده‌اند و قدرت خریدشان کاهش یافته، حتی کسب وکارها هم دیگر نمی‌توانند همانند قبل به فعالیت خود ادامه دهند. البته که شرایط اقتصاد کلان در سال‌های اخیر، ضرر و زیادی به بسیاری از کسب وکارها وارد کرده است. بسیاری از کسب‌وکارهای این سه چندان دور، این بود که پرداختن ارز در دقیقه ۹۰ خود را نشان داده و باز هم کسب وکارها و در نهایت مردم متضررین اصلی این ماجرا هستند.

نگاهی به تسهیلات ۱۰ میلیون تومانی سفر اربعین

وام اربعین چقدر از هزینه سفر را پوشش می‌دهد؟

سال‌های گذشته بعد از دریافت دلار از بانک‌های عامل، دغدغه اصلی زائری که این ارز را دریافت کرده بود تبدیل به دینار و تفاوت نرخ‌های دینار در بازار آزاد بود که برخی از مردم متحمل ضرر می‌شدند، اما امسال مبلغ ۲۰۰ هزار دینار برای هر زائر در نظر گرفته شده است که این مبلغ کفاف مسافرت به عراق در ایام اربعین را نمی‌دهد. یکی از خاطرات منفی در سفر اربعین سال‌های این سه چندان دور، این بود که پرداختن ارز در دقیقه ۹۰ انجام شده و در برخی از موارد این پرداخت ارز به سختی و در محل‌های نامناسب در کشور عراق انجام می‌شد که باعث رنجیده خاطر شدن مسافران اربعین شده بود.

هم‌اکنون براساس گفته مسئولان سازمان هواپیمایی، بلیت رفت و برگشت هواپیما از مبدأ تهران به نجف در ایام اربعین ۸ میلیون تومان است و همچنین قیمت بلیت اتوبوس از تهران به پایانه مرزی مه‌ران ۶۸۰ هزار تومان در نظر گرفته شده است. بر این اساس، اگر یک نفر بخواهد چند روزی را در عراق بگذراند باید انتخاب کند که با چه وسیله‌ای به عراق عزیمت کند. اگر هواپیما است که حداقل ۸ میلیون تومان و اگر با اتوبوس سفر می‌کند حداقل باید یک میلیون و ۵۰۰ هزار تومان را کنار بگذارد. هزینه رفت از مرز مه‌ران تا نجف حدود ۱۰ تا ۱۱ هزار دینار و هزینه نجف تا کربلا بین ۵ تا ۶ هزار دینار است. همچنین نرخ هتل‌های عراق از ۱۰ دلار به بالا است. همچنین پرداخت کمک هزینه هزینه حمل و نقل را می‌پردازند و در ایام اربعین نیازی به استفاده از هتل در عراق نیست.

به نظر می‌رسد دولت براساس حساب و کتاب بجایی که داشته است، وام مناسبی را برای این سفر در نظر گرفته است، اما می‌شد این پول را با سود کمتر و با شرایط راحت‌تر پرداخت کرد. در مجموع، پرداخت کمک هزینه برای اربعین، آن هم بدون دریافت ضامن، اقدام پسندیده‌ای است. آغاز ارائه وام و تسهیلات برای مسافر زبارتی اقدام خوبی است و انتظار می‌رود این روند ادامه یابد و تنها محدود به ایام اربعین نباشد.

بورس نامه

با پیشنهاد بورس تهران انجام می‌شود

راهاندازی بازار سرمایه‌گذاری حرفه‌ای

ضوابط و مقررات پیشنهادی بورس تهران مبنی بر راه‌اندازی «بازار سرمایه‌گذاری حرفه‌ای» توسط سازمان بورس به تصویب رسید و بعد از طی فرآیندهای لازم اجرایی خواهد شد. به گزارش سازمان بورس، بورس تهران در راستای رسالت خود در کمک به تأمین مالی پروژه‌های اقتصادی و ایفای نقش جدی‌تر در رشد پایدار اقتصاد ملی و با بهره‌گیری از تجارب جهانی و توجه به اقتضات و الزامات داخلی، راه‌اندازی بازار سرمایه‌گذاری حرفه‌ای را به سازمان بورس پیشنهاد داد. این پیشنهاد با همکاری و همراهی مدیران ارشد سازمان بورس و اوراق بهادار پس از انجام اصلاحاتی به تصویب رسید و هم‌اکنون از نظر مقرراتی قابلیت اجرا یافته‌است. بنا به مقررات مصوب در بازار سرمایه‌گذاری حرفه‌ای بورس تهران انواع متفاوتی از ابزارها و نهادهای مالی شامل شرکتهای پروژه (سهامی عام)، صندوق‌های جسورانه و صندوق‌های خصوصی درج و معامله می‌شوند. تنها محدودیت معاملاتی این بازار امضای فرم بیانیه ریسک است و سرمایه‌گذاران برای حضور و انجام معامله ابزارهای مالی درج شده در این بازار صرفاً باید بیانیه ریسک مربوطه را امضا و تأیید کنند و محدودیت معاملاتی خاصی را نخواهند داشت. بنابراین سرمایه‌گذاران با امضا و تأیید بیانیه ریسک، آگاهی خود نسبت به ویژگی‌های خاص ابزارهای یادشده را اعلام کرده و مجاز به حضور و معامله در این بازار می‌شوند. ابزارهای مالی قابل معامله در بازار سرمایه‌گذاری حرفه‌ای عمدتاً ماهیت تأمین مالی دارند و از این رو امید می‌رود راه‌اندازی و گسترش این بازار به رشد و توسعه پایدار اقتصاد ایران یاری دهد. لازم به ذکر است؛ از دیگر سو هر چند ابزارهای مالی یادشده از ریسک بالاتری نسبت به ابزارهای مالی متعارف برخوردارند، اما تسهیل خلق سود بیشتری نیز بهره می‌برند و می‌توانند ریسک‌پذیری سرمایه‌گذاران را با پاداش مناسبی جبران کنند.

یک کارشناس بازار سرمایه مطرح کرد

جذب سرمایه از مسیر بورس

یک کارشناس ارشد بازار سرمایه با بیان اینکه بازار سرمایه محل خوبی برای جذب نقدینگی و هدایت سرمایه‌های جامعه به منظور افزایش تولید و کنترل تورم است، گفت همه ذی‌نفعان باید تلاش کنند اهمیت ثبات متغیرهای کلان اقتصادی را به خصوص در برنامه هفتم توسعه که در حال تدوین است، متذکر شوند. به گزارش سازمان بورس، «علی تیموری شندی» به تأثیر عدم ثبات در تصمیمات سیاست‌گذاران بر بازار سرمایه اشاره کرد و افزود: متأسفانه نبود ثبات در برخی تصمیم‌گیری‌ها، موجب شده تا حدودی اعتماد سرمایه‌گذاران نسبت به تصمیمات آتی کمرنگ شده و همچنین تردیدهایی را نسبت به تصمیم‌گیری درخصوص برخی قیمت‌های فعلی به همراه داشته باشد. وی با تأکید به اینکه سیاستگذاران باید توجیه شوند بازار سرمایه محل خوبی برای جذب نقدینگی و هدایت سرمایه‌های جامعه به منظور افزایش تولید و کنترل تورم است، عنوان کرد، به طور مشخص در سطح سیاستگذاری و اداره کل اقتصاد کشور با یکسری مشکلات مواجه هستیم که پیگیری جدی برخی موضوعات می‌تواند کمک‌کننده باشد. به گفته تیموری، سلب اعتماد عمومی نسبت به ثبات متغیرهای کلان اقتصادی ضربه سنگینی را به سطح کلان سرمایه‌گذاری و همچنین سطح سرمایه‌گذاری در بازار ثانویه که معمولاً سرمایه‌گذاران خرد در آن هستند، می‌زند. این کارشناس ارشد بازار سرمایه با اعلام اینکه تا زمانی که مشکلات اصلی اقتصاد حل نشود پرداختن به سایر مشکلات بی‌معنا است، ادامه داد: همه ذی‌نفعان باید تلاش کنند اهمیت ثبات متغیرهای کلان اقتصادی را به خصوص در برنامه هفتم توسعه که در حال تدوین است، متذکر شده تا مسائل ثبات‌بخشی در قالب مفاد قانونی به اجرا درآید.

عضو هیأت‌مدیره سازمان بورس اعلام کرد

انتشار ۵۲ اطلاعیه توسط هر ناشر

عضو هیأت‌مدیره سازمان بورس و اوراق بهادار گفت در سال گذشته حدود ۲۲ هزار اطلاعیه توسط ۸۲۸ ناشر منتشر شد، یعنی به طور متوسط هر ناشر ۵۲ اطلاعیه منتشر کرده که این نشان از بار اطلاعاتی بر دوش ناشران است. به گزارش ایرنا، «رضا عیوضلو» با بیان اینکه تجلیل از ناشران بر تر با یک هفته چند ساله از سال ۱۴۰۰ میدد آغاز شد، اعلام کرد: سابقاً این گزینش براساس پیش‌بینی هر سهم و قابلیت آن‌که با این اطلاعات صورت می‌گرفت، بعد از آنکه اطلاعات در دستوراتعمل صورت گرفت این اطلاعات به تحلیلگران بازار، نهادهای مالی و مشاورین عرضه سیده شد. به گفته وی، رویکرد جدید به تمرکز بر اصول اداره شرکت و میزان پاسخگویی به نیازهای ذی‌نفعان بازمی‌گردد و بررسی اینکه ناشران چه اندازه می‌توانند به نیاز ذی‌نفعان پاسخ دهند. عضو هیأت‌مدیره سازمان بورس در برنامه تجلیل از ناشران با اعلام اینکه سه محور ارزیابی در دستورات ناشران برتر وجود دارد، گفت: محور نخست شفافیت اطلاعاتی است، دستوراتعملی که اطلاعات ناشران و زمان‌بندی که اطلاعات باید اعلام شوند را افشا می‌کند. وی ادامه داد: در سال گذشته حدود ۴۲ هزار اطلاعیه توسط ۸۲۸ ناشر منتشر شد، یعنی به طور متوسط هر ناشر ۵۲ اطلاعیه توسط هر ناشر منتشر کردند که این نشان از بار اطلاعاتی بر دوش ناشران است. عیوضلو با اعلام اینکه میزان تطابق ناشران با این معیارها جز شاخصه اول به حساب می‌آید، تأکید کرد: محور دوم حاکمیت شرکتی و میزان تطابق ناشران با حاکمیت شرکتی سنجیده می‌شود. همچنین محور سوم بحث نقش افربی ناشران در بازار است که در آن مسائلی خاص از رشد، تأمین مالی و اینکه چه میزان ناشر توانسته است حضور در بازار منابع مالی جذب کند. در رویکرد جدید میزان پاسخگویی به نیاز ذی‌نفعان و اصول و نحوه اداره شرکت‌ها مدنظر است. این دستوراتعمل سال گذشته توسط هیأت‌مدیره سازمان بورس به تصویب رسید که مبنای آن رسیدن به رشد پایدار به همراه سرمایه‌گذاری پایدار است.

وزیر اقتصاد در نامه‌ای خواستار شد

اجرای قانون بیمه شخص ثالث در ایام اربعین

وزیر اقتصاد خواستار اجرای قانون بیمه شخص ثالث در ایام اربعین به‌منظور جبران بخشی از خسارت زیان‌دیدگان ناشی از حوادث ناگوار وسایل نقلیه موتوری زمینی شد. سید احسان خاندوزی، وزیر اقتصاد در نامه‌ای به احمد وحیدی، وزیر کشور خواستار رعایت ماد ۷ و ۴۶ قانون بیمه شخص ثالث مصوب سال ۱۳۴۷ در ایام اربعین شد. در این نامه آمده است: مطابق ماده ۷ قانون بیمه‌های خسارات وارده‌شده به شخص ثالث مصوب ۱۳۹۵ داریندگان وسیله نقلیه موتوری زمینی که از خارج کشور وارد ایران می‌شوند و دارندگان وسایل نقلیه ایرانی که از کشور خارج می‌شوند، مکلفند هنگام ورود با خروج از مرز، وسیله نقلیه خود را در قبال خسارت‌های بدنی و مالی که در اثر حوادث نقلیه مزبور یا محمولات آنها به اشخاص ثالث وارد می‌شود، بیمه کنند؛ در غیر این صورت از تردد آنها توسط مراجع ذی‌ربط جلوگیری می‌شود. همچنین ماده ۴۶ قانون مذکور می‌گوید که عقد هر گونه قرارداد حمل‌ونقل بار یا مسافر از سوی دستگاه‌های اجرایی و موسسات دولتی و نهادهای عمومی غیردولتی و مراکز آموزشی و کلیه اشخاص حقوقی در مواردی که به‌موجب قوانین و مقررات مربوطه مجاز است یا دارندگان وسایل نقلیه به‌موجب زمینی فاقد بیمه‌نامه اشخص ثالث معتبر ممنوع است. با توجه به نزدیک شدن به ایام برگزاری آیین باشکوه اربعین حسینی و افزایش تردد وسایل نقلیه به سمت مرزهای غربی کشور و پیش‌بینی افزایش صدمات و آسیب‌های جسمانی زائران ناشی از حوادث رانندگی در این ایام، خواهشمند است دستور فرمایید تمهیداتی اتخاذ شود تا از طریق نظارت و کنترل سیستماتیک بر پوشش بیمه‌نامه اشخص ثالث وسایل نقلیه به‌خصوص وسایل نقلیه عمومی و ایتحاقی تکمیلی درخصوص وسایلی که در سامانه سماح ثبت‌نام کرده‌اند و از طریق پایانه‌های مرزی خسروی، مهران، چذابه، شلمچه، باشماق و تمزچین در این ایام قصد ورود و خروج از کشور را دارند، در راستای اجرای دقیق قانون، کاهش تبعات اجتماعی و اقتصادی سوانح احتمالی از طریق امکان‌پذیری جبران بخشی از خسارات زیان‌دیدگان ناشی از حوادث ناگوار وسایل نقلیه موتوری زمینی میسر شود.

فرصت امروز: شاخص کل بورس تهران بار دیگر قرمزپوش شد و از مرز ۲ میلیون واحدی فاصله گرفت. شاخص کل بورس در معاملات بیست و چهارمین روز مردادماه، با کاهش حدود ۱۸ هزار واحدی نسبت به روز قبل، بزدهی منفی ۰٫۹۴ درصد را تجربه کرد و تا سطح یک میلیون و ۹۷۸ هزار واحد عقب‌نشینی کرد. همچنین شاخص کل هم‌وزن که از تمام نمادها به یک اندازه تأثیر می‌پذیرد و نماگر دقیق‌تری برای رصد جریان بازار است، افت بیشتری را متحمل شد و با بیش از ۹ هزار واحد معادل ۱٫۳۲ درصد کاهش در تراز ۶۸۷ هزار و ۱۳۷ واحد ایستاد. در آن سوی بازار سرمایه نیز شاخص کل فرابورس در روندی هماهنگ با شاخص کل و هم‌وزن، ۳۴۸ واحد افت کرد و در نیمه کانال ۲۵ هزار واحد جای گرفت. در جریان دادوستدهای روز گذشته، شاخص کلی تغییر مالکیت حقوقی به حقیقی بازار سهام منفی شد و ۵۶۳ میلیارد تومان پول حقیقی از بازار خارج شد. شاخص بورس تهران در حالی روند منفی را در پیش گرفت که ارزش بازار بورس اوراق بهادار تهران به کانال ۶ هزار همتی سقوط کرد. این دومین باری است که ارزش بازار در این چند هفته اخیر به کمتر از مرز ۷ هزار همتی می‌رسد. شاخص کل نیز با افت ۱۸ هزار واحدی در محدوده‌های یک میلیون و ۹۷۸ هزار واحدی قرار گرفت. ارزش معاملاتی نسبت به روزهای قبل، کمی افزایشی بود و رقمی بیش از ۸ هزار میلیارد تومان را به خود گرفت، اما رخ نقشه بازار به سرخی می‌زد. بازار چشم‌انتظار مصوبه جدید دولتی‌ها برای نرخ خوراک گاز و سوخت صنایع است و از طرفی هم خبر مجمع ایران خودرویی‌های همه‌نگاه‌ها را در یک انتظار خاص برای وضعیت آینده بازار سرمایه قرار داده است. شایعه تعطیلی نماد دحاوی هم می‌تواند شوک دیگری باشد که بازار سرمایه زده شده است. بازاری که جانی برایش نمانده است در حال خوردن ضرباتی است که تاب‌وتوان آن را ندارد.

خروج پول حقیقی ادامه دارد

در معاملات روز سه‌شنبه ۲۴ مردادماه، شاخص کل بورس تهران با ۱۸ هزار و ۸۶۳ واحد کاهش به سطح یک میلیون و ۹۷۸ هزار واحد رسید. شاخص کل هم‌وزن با کاهش ۹ هزار و ۱۸۳ واحدی در رقم ۶۸۷ هزار و

واحدی ایستاد. شاخص کل فرابورس هم با افت ۳۴۸ واحدی به رقم ۲۵ هزار و ۵۱۴ واحد رسید. خالص تغییر مالکیت حقوقی به حقیقی بازار سهام منفی شد و ۵۶۳ میلیارد تومان پول حقیقی از بورس خارج شد. نماد فن‌افزار همانند روز دوشنبه بیشترین ورود را داشت که ارزش آن ۲۲ میلیارد تومان بود. بیشترین خروج پول حقیقی هم به نمادهای وبملت، خودرو، دی، فملی و و گستر اختصاص داشت. نمادهای فملی، فولاد و خودرو بیشترین اثر را در افت شاخص کل داشتند. وزنا، کاوه و وخاور از معدود نمادهای سبز بودند که اثر مثبت بر شاخص داشتند. در فرابورس نیز نمادهای وسپهر، بیاس و آریا بیشترین اثر کاهنده و نمادهای دماوند، صبا و انتخاب بیشترین اثر افزایشی را بر شاخص کل داشتند. در بین نمادهای پرتراکنش بورس نماد ثامن بیشترین تراکنش را داشت و شهر و خودرو در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند. در فرابورس نیز فن‌افزار، نیان و نیان بیشترین تراکنش را داشتند. ارزش معاملات کل بازار سهام به ۹ هزار و ۴۶۰ میلیارد تومان رسید. ارزش معاملات اوراق بدعی در بازار ثانویه هزار و ۵۲ میلیارد تومان بود که ۱۱ درصد از ارزش کل معاملات بازار را در این روز شامل می‌شود. ارزش معاملات خرد نیز با افزایش ۵ درصدی به نسبت روز معاملاتی قبل به رقم ۴ هزار و ۱۰۳ میلیارد تومان رسید. نماد فن‌افزار بیشترین ارزش معاملات بازار سهام را به خود اختصاص داد که ارزش معاملات آن ۱۵۲ میلیارد تومان بود. پس از فن‌افزار، سصفها بیشترین ارزش معاملات را داشت و وزنا رتبه سوم بیشترین ارزش معاملات را به خوداختصاص داد و پس از آن، دو نماد خودرو و خگستر در رتبه‌های بعدی بیشترین ارزش معاملات قرار گرفتند. در جدول حجم معاملات نیز سهام دی با تعداد ۶۳۷ میلیون و ۹۷۷ هزار و ۴۵۵ سهم در صدر قرار گرفت. در معاملات سه‌شنبه، ۵ ناماد صف خرید داشتند و ۱۰۶ نماد با صف فروش مواجه بودند. مجموع ارزش صف‌های خرید با افت ۱۳ درصدی نسبت به روز کاری قبل به ۱۷۸ میلیارد تومان کاهش یافت و مجموع ارزش صف‌های فروش نیز با افزایش ۱۱۲ درصدی به ۵۹۹ میلیارد تومان رسید.

ارزش بازار در کانال ۶ هزار همت

شاخص بورس تهران مجدداً روند منفی را در پیش گرفت و ارزش بازار

۵۲ درصد مخازن سدها تا نیمه مرداد پر است

خشکسالی ۹۷ درصدی مساحت ایران

امسار بهره‌برداری از سدهای مخزنی کشور تا ۲۱ مردادماه نشانگر پرشدگی ۵۲ درصد مخازن سدهای کشور است. به گزارش ایسنا، میزان ورودی مخازن کل کشور از ابتدای سال آبی تاکنون معادل ۳۷ میلیارد و ۸۵۰ میلیون مترمکعب بوده که در قیاس با سال گذشته که عددی معادل ۲۹ میلیارد و ۷۰۰ میلیون مترمکعب بوده ۲۷ درصد رشد داشته است. همچنین میزان کل خروجی سدهای کشور نیز نسبت به سال قبل با ۲۷ درصد افزایش مواجه بوده است. حجم آب موجود مخازن اکنون ۲۵،۴۶۰ میلیارد مترمکعب ثبت شده که این عدد نسبت به سال قبل که عددی معادل ۲۱۸۱ میلیارد مترمکعب بوده ۱۷ درصد افزایش یافته است. وضعیت برخی از سدهای مهم کشور بیانگر این است که در ۳۲ سد نسبت به سال قبل با کاهش حجم مخزن مواجه هستیم، به طوری که در مجموع ۱۳ سد دریاچه ارومیه ۱۱ درصد، سدهای پنج‌گانه تهران ۵ درصد، در سد دوستی و طرق خراسان رضوی به ترتیب ۶۰ و ۶۵ درصد با کاهش حجم مخزن مواجه هستیم. همچنین در سد ۱۵ خرداد حوزه قمرود ۲۹ درصد، در سد یامچی و سیلان استان اردبیل به ترتیب ۱۱ و ۲۵ درصد با کاهش حجم مخزن مواجه هستیم. سد خداآفرین، ستارخان در استان آذربایجان شرقی به ترتیب ۲۴ و ۲۵ درصد کاهش حجم مخزن دارند و در سد آغ‌چای استان آذربایجان غربی ۲۴ درصد حجم مخزن نسبت به سال قبل کاهش یافته است. در سه سد استقلال، شمیل و نیان و سد سرنزی به ترتیب ۶۵، ۴۶ و ۶۶ درصد حجم مخازن کاهش یافته است. سد شهر بیجار استان گیلان ۷درصد، سد نهرین خراسان رضوی ۲۵ درصد، سد دامغان استان سمنان ۲۲ درصد و سد شیرین دره خراسان شمالی ۴۰ درصد با کاهش حجم مخزن مواجه است. در سد وشمگیر، گلستان، بوستان، استان گلستان میزان حجم کاهش مخازن سد نسبت به سال قبل ۹۳ درصد، در سد درودزن، ملاصدرا، سلمان فارسی، رودبال داراب به استان فارس به ترتیب ۳، ۹۶ و درصد با کاهش حجم مخزن مواجه هستیم. همچنین ارتفاع کل ریزش‌های جوی کشور معادل ۲۰۸،۴ میلیمتر است. این مقدار بارندگی نسبت به میانگین دوره‌های مشابه درازمدت (۲۳۴،۱ میلیمتر) ۱۴ درصد کاهش و نسبت به دوره مشابه سال آبی گذشته (۲۰۱،۹میلیمتر) ۳ درصد کاهش را نشان می‌دهد. در همین حال، رئیس موسسه تحقیقات اصلاح و تهیه نهال و بذر گفت:

خروج نیم تریلیون تومان سرمایه از بورس در معاملات سه‌شنبه

بورس قرمزپوش شد



بورس اوراق بهادار تهران به کانال ۶ هزار همتی سقوط کرد. این دومین باری است که ارزش بازار در این چند هفته اخیر به کمتر از ۷ هزار همتی می‌رسد. شاخص کل نیز با افت ۱۸ هزار واحدی در محدوده‌های یک میلیون و ۹۷۸ هزار واحدی قرار گرفت. ارزش معاملاتی نسبت به روزهای قبل کمی افزایشی بود و رقمی بیش از ۸ هزار میلیارد تومان را به خود گرفت، اما رخ نقشه بازار به سرخی می‌زد. به گزارش «کولیران»، دیروز نماد خودرو پس از بازار بسته شد تا مهمترین مجمع خود را برگزار کند. مجمعی که قرار است ماندن و یا رفتن این نماد قدیمی بازار که به عنوان لیدر هم عمل می‌کند را مشخص کند. قرار است مجمع عمومی این شرکت روز شنبه ۲۸ مردادماه برگزار شود و سهامداران درخصوص شمولیت مفاد ماده ۱۴۱ قانون تجارت به بحث بنشینند. البته ایران خودرویی‌ها در چند روز گذشته از سازمان بورس درخواست داشتند که تا تعیین تکلیف این موضوع همچنان در بازار فعال باشند و از بسته‌شدن نماد جلوگیری شود. ایران‌خودرو در دقایق پایانی معاملات با افزایش تقاضا به جمع رفت و همچنان موضوع افزایش سرمایه این نماد از محل صرف سهام جز شایعات داغ بازار است. شاخص بورس تهران در ادامه روندهای چند هفته اخیر خود با منفی کار را تمام کرد. حوالی ۲۶ تیرماه گذشته بود که شاخص به محدوده‌های یک میلیون و ۹۵۰ هزار واحدی نزدیک شد و این محدوده به عنوان کمترین میزان شاخص در افت‌های اخیر محسوب می‌شد. باین‌حال شاخص با اینکه روزهایی است که حال خوبی را برای اهالی بازار سرمایه رقم زده است، اما باید همچنان به این نکته توجه کرد که شاخص در محدوده حمایتی مشخص شده قرار گرفته و مسلمانا افرادی که در قیمت‌های بالاتر به قول رئیس سازمان بورس سیو سود (ذخیره سود) کرده‌اند کماتن منظر پایان انتظار برای ورود هستند. بازار چشم‌انتظار مصوبه جدید دولتی‌ها برای نرخ خوراک گاز و سوخت صنایع است و از طرفی هم خبر مجمع ایران خودرویی‌های همه‌نگاه‌ها را در یک انتظار خاص برای وضعیت آینده بازار سرمایه قرار داده است. شایعه تعطیلی نماد دحاوی هم می‌تواند شوک دیگری برای بازار سرمایه باشد. بازاری که جانی برایش نمانده و در حال خوردن ضرباتی است که تاب‌وتوان آن را ندارد.

چطور ریسک کسب و کارمان را کاهش دهیم؟



نویسنده: علی آل علی

هر کاری در این دنیا ریسک‌های خاص خودش را دارد. شما حتی وقتی با دوستان تان فوتبال بازی می‌کنید هم ریسک‌هایی مثل مصدومیت در کمین است، چه برسند به راه‌اندازی کسب و کار که غول مرحله آخر محسوب می‌شود. خیلی از کارآفرینان بدون اینکه حتی یک دقیقه درباره ریسک استرات‌آپ‌شان فکر کنند، وارد بازار می‌شوند. خب در این صورت مواجهه با شکست‌های پی در پی نباید آنها را غافلگیر کند.

این روزها میزان رقیابت در بازار به طور خیره‌کننده‌ای افزایش یافته است. به همین خاطر شما برای اثرگذاری بر روی مخاطبان چاره‌ای به غیر از پیش‌بینی و حتی مدیریت ریسک‌ها ندارید. وگرنه برندان دوامی نخواهد یافت تا بر روی مخاطبان‌ان اثر بگذارد.

صحت از مدیریت ریسک‌های کسب و کار همیشه بحث‌برانگیز بوده است. خیلی از کارآفرینان دوست ندارند حتی یک دقیقه هم در این رابطه صحبت کنند؛ چراکه همیشه کار به جاهای باریک کشیده و تمام اعضای شرکت با هم بحث های شدید پیدا خواهند کرد. در نقطه مقابل کسانی هستند که فقط حرف خودشان را قبول داشته و اصلا حاضر به استفاده از توصیه‌های دیگران نیستند. ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم هر دو گروه بالا دیر یا زود با شکست‌های بزرگ در بازار رو به رو خواهند شد. هرچه باشد شما برای موفقیت در دنیای کسب و کار باید نیم نگاهی به توصیه‌های کلیدی هم داشته باشید، مگر نه؟

ما در این مقاله قصد داریم خیلی رُک و پوست‌کنده سراغ برخی از مهمترین اقدامات برای کاهش ریسک کسب و کار برویم. اگر شما هم دوست دارید کارتان در این حوزه را مدیریت کنید، بد نیست با ما همراه شوید. شما در این مقاله نه تنها با روش‌های کاهش ریسک کسب و کار آشنا می‌شوید، بلکه با برخی از مهمترین ریسک‌ها نیز آشنا خواهید شد. پس منتظر چه هستید؟ قلم و کاغذ را آماده کنید تا کلاس‌مان را شروع نماییم.

مدیریت ریسک به صورت کاربردی ارزیابی انواع ریسک‌ها

هر کارآفرینی درک نسبی از ریسک‌های احتمالی در مسیر توسعه کسب و کارش دارد. مثلا یک تهیه‌کننده را نظر بگیرید، او برای اینکه همیشه برنامه‌های جذابی در تلویزیون یا سینما نمایش دهد، باید مطمئن شود سلیقه مخاطب را به خوبی شناخته است. یکی از تهدیدهای مهم در این میان مربوط به دست کم گرفتن تنوع سلیقه مخاطب یا حتی بی‌توجهی مرده به برنامه‌های تلویزیونی است.

شاید فکر کنید شناسایی تهدیدها در بازار به تنهایی کار آدم را راه می‌اندازد. در این صورت باید شما را به یک مرحله دیگر منتقل کنیم. ارزیابی ریسک‌ها باید همیشه همراه با طبقه‌بندی‌شان باشد. مثلا شانس اینکه یک ورزشکار در تمرین مصدوم شود، خیلی کمتر از آن است که در طول مسابقه با خطای در حریف دچار مصدومیت شدید گردد. این نسبت‌ها در دنیای کسب و کار نیز به خوبی جریان دارد. بنابراین نباید خودتان را به مجموعه به هم ریخته‌ای از ریسک‌ها محدود کنید.

به طور کلی دسته‌بندی ریسک‌ها به این صورت است:

- آنهايي که احتمال وقوع‌شان بالاست
- نمونه‌های ۵۰-۵۰
- ریسک‌هایی با شانس پایین وقوع
- ریسک‌های بسیار نادر

هرچه احتمال وقوع یک ریسک پایین‌تر باشد، نگرانی شما نسبت به آن کمتر خواهد شد. در عوض باید تمام حواس‌تان روی ریسک‌هایی باشد که احتمال وقوع‌شان از بقیه بیشتر است؛ چراکه آنها دیر یا زود دور و برتان آفتابی می‌شوند. آن وقت بدون آمادگی کلاته‌ان پس معرکه خواهد بود.

خرید بیمه

بیمه یکی از راهکارهای کلیدی برای کاهش ریسک‌ها در دنیای کسب و کار محسوب می‌شود. خب یک وقت‌هایی حتی محتاط‌ترین آدم‌های دنیا هم به ریسک‌های عجیب و غریب دچار می‌شوند. در چنین شرایطی شما برای اینکه از شر ریسک‌های مختلف خلاص شوید، باید تصمیمی سخت‌گیرید.

منظور ما تصمیم سخت انتخاب از میان دو گزینه مختلف است. در روش نخست شما باید بودجه برند را طوری افزایش دهید که به خوبی از پس بحران‌های گوناگون برآیید. راهکار دیگر که اتفاقا ساده‌تر هم هست، استفاده از یک حق بیمه مطمئن خواهد بود.

این روزها به غیر از بیمه عام انواع بیمه‌نامه‌های دیگر نیز در دسترس من و شما قرار دارد. این ماجرا درباره کارآفرینان نیز صادق دارد. اگر شما هم در بازار با انواع تهدیدات و ریسک‌های گوناگون دست و پنجه نرم می‌کنید، بد نیست سراغ خرید یک بیمه‌نامه معتبر بروید. اینطوری دست‌کم خیال‌تان تا حدی بابت شکست‌های احتمالی راحت خواهد بود. یادتان باشد، استفاده از حق بیمه به معنای بی‌خیالی کامل نیست به سرنوشت کسب و کار نیست. هرچه باشد تاثیر شکست‌ها روی اعتبار برند همچنان پابرجا خواهد بود پس سعی کنید از شر شکست‌ها خلاص شده و خودتان را درگیر آنها نکنید. اشتباه برخی از کارآفرینان اعتماد بیش از اندازه به بحث بیمه و رهاسازی کامل اوضاع است. اگر از ما می‌شنوید، حتماً با بهترین بیمه‌های دنیا هم نباید چنین بازی خطرناکی با اعتبار کسب و کارتان کنید.

خداحافظی با مشتریان پرریسک

این روزها بازارهای مختلف پر از مشتریانی است که دنبال بهترین محصولات هستند، با این حال همه مشتریان عملکرد خوبی در بازار ندارند. به زبان خودمانی، برخی از مشتریان دنبال دردرس بوده و دالما‌از کار برندها ایراد می‌گیرند. بی شک یک کسب و کار حرفه‌ای باید دالما دنبال جلب رضایت مشتریان باشد، اما مشتریان سختگیر معمولا اوضاع را خیلی زود بحرانی می‌کنند. به همین خاطر توصیه ما در روزنامه فرصت امروز خط کشیدن دور چنین کارآفرینانی است. اینطوری شما خیلی راحت‌تر به آینده کسب و کارتان پرداخته و دیگر لازم نیست خیلی شرایط را سخت بگیرید. بی شک خداحافظی با مشتریان سختگیر یا پرریسک کار راحتی نیست.

درست به همین خاطر خیلی از کارآفرینان دالما دنبال جلب رضایت آنها می‌روند. قبول دارم این شیوه خیلی مطمئن به نظر می‌رسد، اما به جز هدر دادن سرمایه شرکت فایده دیگری برای‌تان نخواهد داشت. پس چه بهتر که قبل از وقوع اتفاقات دیگر دور این روش را خط بکشید.

استراتژی ما در روزنامه فرصت امروز کاملا روشن است. شما باید یک برنامه دقیق برای جلب رضایت مشتریان داشته باشید. با این حال از یک جایی به بعد دیگر نمی‌توانید روی این شیوه حساب باز کرده یا به هر قیمتی مشتریان را جلب کنید؛ چراکه عملا تمام توانایی برندان را فقط و فقط برای یک مشتری بسج کرده‌اید، در حالی که باید این توانایی را میان تمام مشتریان تقسیم می‌کردید.

مدیریت رشد کسب و کار

رشد ناگهانی و بدون حساب و کتاب کسب و کارها شاید برای کارآفرینان و سرمایه‌گذارها ذوق زیادی به همراه داشته باشد، اما از نظر مدیریت ریسک همراه با فاجعه‌های زیادی خواهد بود. خیلی وقت‌ها کارآفرینان آمادگی مدیریت حجم بالای توسعه را ندارند. به همین خاطر خیلی زود با اشتباهات کلیشه‌ای آینده برندان‌شان را به باد می‌دهند. ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم کسب و کارها باید با آهنگ رشد ملایمی در بازار حضور پیدا کنند. بی‌شک کارآفرینانی که برای موفقیت عجله دارند، توصیه بالای ما را حساسی مورد انتقاد قرار خواهند داد. پس اجازه دهید کمی بیشتر درباره‌اش صحبت کنیم. وقتی یک کسب و کار به مرور زمان توسعه پیدا می‌کند، کارآفرینان این شانس را دارند که هم‌زمان با رشد برند مهارت‌های مدیریتی خود را نیز توسعه دهند. با این حال وقتی ماجرا کاملا برعکس می‌شود، دیگر آمیدی به توسعه متوازن مهارت‌های کارآفرینان نخواهد بود. قبول دارم توسعه کند یا دیرنجام یک برند برای صاحبانش حساسی دغدغه آفرین می‌شود، با این حال شما چاره دیگری ندارید. مگر اینکه از قبل مهارت‌های خود و تیم‌تان را حساسی تقویت کرده باشید. فکر می‌کنم شما هم قبول دارید این سناریو خیلی بعید به نظر می‌رسد، مگر نه؟

تشکیل تیم مدیریت ریسک

این روزها در شرکت‌های بزرگ تیم‌های ویژه‌ای برای مدیریت ریسک‌ها فعال شده‌اند. مسئولیت اصلی این تیم‌ها ارزیابی ریسک‌های موجود در بازار و تلاش برای رفع آنها در رابطه با شرکت است. اینطوری مدیران دیگر لازم نیست ۲۴ ساعته دغدغه ریسک‌های مختلف در بازار را داشته باشند؛ چراکه به راحتی امکان مدیریت ریسک در دنیای کسب و کار فراهم می‌شود.

ایسن روزها خیلی از کارها تخصصی شده است. به طوری آدم‌های غیرحرفه‌ای حتی از الفبای آن هم سر در نمی‌آورند. مدیریت ریسک‌ها تقریبا چنین وضعیتی دارد، به همین خاطر اگر شما اوضاع را از نظر مدیریت ریسک کنترل نکنید، خیلی زود به دردرس خواهید افتاد. به همین خاطر توصیه ما برای شما تشکیل تیم مدیریت ریسک در صورت امکان است. این کار نه تنها خیال شما از نظر ریسک‌های احتمالی را راحت می‌کند، بلکه وقت بیشتری هم به شما برای مدیریت کسب و کار خواهد داد. خب مگر یک کارآفرین به غیر از این موارد دیگر چه چیزی برای موفقیت لازم دارد؟

یادتان باشد، تیم مدیریت ریسک شما باید افرادی با مهارت‌های مختلف داشته باشد. اگر بتوانید تجربه کاری‌شان را هم متنوع از یکدیگر انتخاب کنید، دیگر مو لای درز کارتان گریزناک‌ترت؛ چراکه کارشناس‌هایی با تجربیات و سابقه کاری متفاوت معمولا بهترین تصمیم‌ها را خواهند گرفت. آن وقت دیگر لازم نیست شما دالما به خودتان سخت گرفته یا کار را با وسواس بالا مدیریت کنید.

تتو بخششی به محصولات

آیا تا حالا شنیده‌اید برندی مثل مایکروسافت یا نایک با ریسک‌های مختلف رو به رو شوند؟ شاید فکر کنید چنین برندهایی به پشتوانه بودجه‌های چند میلیارد دلاری به راحتی کارشان را در بازار راه می‌اندازند. خب در این صورت باید بگوییم کمی دراشت‌تان غیرواقعی است؛ چراکه مسئله اصلی در این میان تنوع بالای محصولات این کسب و کارهاست. به طوری که شما برای خرید یک محصول ساده از این برندها با کلی پیشنهاد مختلف رو به رو می‌شوید. ماجرا جالب شد، نه؟ منطق بحث در این بخش بی‌نیاهت ساده است. هرچه تنوع محصولات شما در بازار بیشتر باشد، احتمال اینکه با بحران‌ها یا ریسک‌های مختلف رو به رو شوید، کمتر خواهد شد. درست به همین خاطر برندهایی که دامنه وسیعی از محصولات را عرضه می‌کنند، همیشه در بازار محبوبیت خاصی دارند.

اگر کسب و کار شما فقط یک محصول در بازار دارد، وقت آن رسیده تا کمی کارتان را به‌روز رسانی کنید. خب اگر همین فردا مشتریان دیگر به محصول شما نیاز نداشته باشند، چه؟ آن وقت شما می‌مانید و کلی مشتری که حتی حاضر نیستند یک دقیقه هم با شما تعامل داشته باشند. تنوع‌بخشی به محصولات معمولا کاری نیست که از عهده یک کارآفرین تک و تنها برآید. درست به همین خاطر همکاری با تیم توسعه و تحقیقات (R&D) نکته کلیدی محسوب می‌شود. اگر هنوز چنین تیمی در شرکت ندارید، تا همینجا هم کلی از فرصت‌های طلایی‌تان را از دست داده‌اید. بنابراین باید هرچه زودتر دست به کار شده این تیم را تشکیل دهید. وظیفه اصلی تیم توسعه و تحقیقات ارزیابی کلی وضعیت بازار و طراحی محصولات تازه مناسب با نیازهای مشتریان است. البته این به معنای ورود به تمام حوزه‌های کسب و کار نیست. در عوض شما باید وضعیت‌تان را به یک حوزه خاص محدود کنید. وگرنه اوضاع‌تان تعریف زیادی نخواهد داشت.

کاهش وام‌های دریافتی

برخی از کارآفرینان همیشه دوست دارند وام‌های بزرگ دریافت کنند. شاید این ایده در وضعیت پایدار اقتصادی جواب دهد، اما حالا اصلا ایده خوبی نیست. اقتصاد جهانی در وضعیت پایداری به سر نمی‌برد و دریافت وام‌های مختلف می‌تواند کسب و کارها را با چالش‌های متنوعی رو به رو کند. اگر شما به طور غیرمنتظره‌ای میزان وام‌های دریافتی را افزایش داده‌اید، مشکلات مالی یکی پس از دیگری سر و کله‌شان پیدا خواهد شد. خب هرچه باشد این وام‌ها باید یک طوری بازپرداخت شوند، مگر نه؟ توصیه ما در این بخش ساده و روشن است؛ شما نباید دالما برای حل مشکلات کسب و کارتان سراغ وام‌های مختلف رفته و از آنها استفاده کنید.

در عوض بد نیست کمی کارتان را با سختگیری دنبال کرده و راهکارهایی به غیر از وام را نیز در نظر بگیرید. اینطوری سرنوشت کارتان خیلی بهتر دنبال می‌شود. ماجرا جالب شد، نه؟

کارآفرینانی که همیشه به وام به عنوان منبعی برای حل مشکلات نگاه می‌کنند، واکنش تندی در برابر استراتژی «نه به وام» خواهند داشت. اگر شما هم جزو این دسته از کارآفرینان هستید، باید کارتان را به مرور زمان تغییر دهید. بنابراین در ابتدا تنها تعداد اندکی از وام‌ها را محدود کنید. در مراحل بعدی می‌توانید کم کم نیاز کسب و کارتان به وام‌ها را به طور کامل از بین ببرید. اینطوری دیگر لازم نیست دالما نگران وضعیت وام‌های دریافتی برند باشید.

آشنایی با قوانین

برخی از ریسک‌های دنیای کسب و کار به خاطر ناآشنایی مدیران با بحث قوانین حوزه تجارت است. اگر انتظار دارید در ابتدای ورودتان به بازار کسی پیدا شود و سیرت تا بیاز قوانین تجارت را به شما توضیح دهد، هنوز در دنیای خیالی خودتان سیر می‌کنید؛ چراکه در بازار واقعی کسی برای شما فرش قرمز پهن نکرده است!

کارآفرینان در هر حوزه‌ای که فعالیت دارند، باید به خوبی با قوانین این حوزه آشنایی پیدا کنند؛ چراکه بدون آشنایی با این قوانین همیشه احتمال بروز چالش‌های بزرگ وجود دارد. برندن را در نظر بگیرید که بی‌خبر از همه‌جا دنبال طراحی یک گوشی هوشمند می‌رود. بعد از مدتی شکایتی از سوی برند سامسونگ به دستش می‌رسد که بیانگر کپی‌برداری غیرقانونی شرکت از گوشی‌های این برند است. این یعنی کسب و کار خیالی ما بدون اینکه متوجه شده باشد (در حال خوش‌بینانه) خلاف قانون عمل کرده است. خب برندهای بزرگ هم که درباره حقوق محصولات‌شان با کسی شوخی ندارند. این یعنی کسب و کار قسه ما هنوز هیچی نشده با یک شکایت بزرگ از صحنه روزگار محو خواهد شد.

این روزها علاوه بر کلاس‌های مختلف در حوزه قوانین کسب و کار، کلی مرکز مشاوره نیز مشغول کمک به کسب و کارها هستند. بنابراین شما می‌توانید یکی از این راه‌ها را برای کمک به اوضاع برندان انتخاب کنید. در این صورت دیگر لازم نیست دالما نگران تهدیدات سایر کسب و کارها نسبت به برندان باشید.

آشنایی با قوانین، کاری نیست که یک شبه انجام دهید. درست به همین خاطر باید کمی صبر و تحمل‌تان را تقویت کنید. وگرنه دیر یا زود با یک مشکل حقوقی نسخه برندان پیچیده می‌شود.

ثبت اسناد مهم

برخی از کارآفرینان فکر می‌کنند اسنادی که دم دست‌شان است، هیچ اهمیتی ندارد. همین پیش‌فرض عجیب خیلی وقت‌ها ریسک‌های زیادی تولید می‌کند. شما در هر موقعیتی که هستید، باید همیشه اسناد مهم کسب و کار را به طور رسمی ثبت کرده و در مکانی امن نگهداری کنید. خیلی وقت‌ها هرکرها با هدف سوءاستفاده از این اسناد به سروهای شرکت نفوذ می‌کنند. بنابراین اگر شما اسنادتان را در جای مطمئنی نگهداری نکنید، خیلی زود با مشکلات فراوان رو به رو خواهید شد.

ما در روزنامه فرصت امروز استفاده از نرم‌افزارهای مدیریت اسناد را خیلی کاربردی نمی‌دانیم. در عوض بهتر است اسناد را به طور فیزیکی در مکانی امن نگهداری کنید. اگر هم قصد دارید از آنها نسخه الکترونیکی تهیه کنید، حتما با تیم امنیت سایبری همکاری داشته باشید؛ چراکه این روزها اغلب سرقت‌ها با باج‌گیری از کسب و کارها به طور آنلاین انجام می‌شود. پس جایی برای اشتباه نخواهید داشت.

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان گیلان

اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک سنگر

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

اگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده۱۱نیم نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی برابر رای شماره ۰۲۲۲۷-۱۸۰-۲۳۱۸-۱۴۰۲۶ مورخ ۱۴۰۲/۵/۶ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک سنگر تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای هادی رحیمی اسپهرکی فرزند سید علی بشماره ملی ۲۳۰۵۹۲۶۶۱۳۷۰ در ششدانگ یک باب خانه ومحوطه به مساحت ۲۶۳۹۶ مترمربع با کاربری مسکونی مفروز از پلاک ۳۱ و ۱۰۴ فرعی از سنگ ۳ اصلی واقع در رودیتر بخش ۱۲ گیلان که برای آن پلاک شماره ۳۳۸۰ فرعی در نظر گرفته شده ، خریداری از مالک رسمی آقای رحیملی افاغلی محرز گردیده است . لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز اگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین اگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید طرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراضی ،دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات مالکیت صادر خواهد شد.
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۵/۲۵
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۶/۱۱
م الف ۱۲۷۲ علی کاظمی پاکدل - رئیس ثبت اسناد واملاک

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان گیلان

اداره ثبت اسناد و املاک حوزه ثبت ملک سنگر

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

اگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده۱۱نیم نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی برابر رای شماره ۰۱۷۴۷-۱۸۰-۲۳۱۸-۱۴۰۲۶ مورخ ۱۴۰۲/۴/۱۲ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک سنگر تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی علی اعظم کاظمی فرزند عیسیعلی بشماره ملی ۰۰۵۰۱۹۲۳۲۴ در ششدانگ یک باب خانه ومحوطه به مساحت ۲۰۳۱۳ مترمربع مفروز از پلاک ۱۱ فرعی از سنگ ۱۷ اصلی واقع در بکنده بخش ۱۲ گیلان که برای آن پلاک شماره ۲۴۶ فرعی در نظر گرفته شده ، خریداری از مالک رسمی آقای حسینجان پور یوسفی محرز گردیده است . لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز اگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین اگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید طرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراضی ،دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۵/۲۵
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۶/۱۱
م الف ۱۲۷۲ علی کاظمی پاکدل - رئیس ثبت اسناد واملاک

طراحی برنامه کسب و کار

کسب و کارهایی که بدون برنامه وارد بازار می‌شوند، شبیه تیم‌های فوتبالی هستند که حتی یک دقیقه هم برای مسابقه مهم‌شان تمرین نکرده‌اند. بی‌شک در چنین سناریویی شکست گزینه‌ای غیرمنتظره نخواهد بود. خب چه کسی بدون تمرین امکان موفقیت در بازار را دارد؟ ما در روزنامه فرصت امروز طراحی برنامه کسب و کار را یک امر ضروری می‌دانیم. وقتی شما مشغول برنامه‌ریزی هستید، زاویه دیدتان نسبت به بازار تغییر کرده و خیلی از ایده‌ها را به طور واقع‌گرایانه مورد تحلیل قرار خواهید داد. پس منتظر چه هستید؟ همین امروز دست به کار شده و سراغ طراحی برنامه‌ای درست و استاندارد برای برندان بروید. اگر از ما می‌شنوید، قبل از اینکه باعجله یک برنامه را تایید کنید، بد نیست نظر چند تاز همکاران‌تان را هم در این رابطه جویا شوید. اینطوری دیگر خیال‌تان بابت رعایت نکات کلیدی در رابطه با تهیه برنامه راحت خواهد شد. به علاوه، نیازتان به آبدیت زود به زود برنامه نیز به طور خودکار رفع می‌گردد. یادتان باشد، یک برنامه کسب و کار خوب علاوه بر چشم‌انداز بلندمدت شرکت باید به اهداف کوتاهمدت نیز توجه کرده باشد. بنابراین اگر فقط دنبال بلندپروازی در برنامه‌تان هستید، باید شیوه کارتان را تغییر دهید. وگرنه برنامه‌تان به هیچ دردی نخواهد خورد.

ارزیابی جریان سرمایه

جریان ورودی سرمایه به شرکت باید به طور دقیق مورد ارزیابی قرار گیرد. گاهی اوقات کارآفرینان به طور بی‌رویه از سهامداران درخواست سرمایه‌گذاری بیشتری می‌کنند. به طوری که علی‌رغم بهبود اوضاع مالی شرکت، در بلندمدت توانایی سوددهی به سرمایه‌گذارها از بین می‌رود. شما فقط در صورتی باید سراغ وسوسه کردن سهامداران بروید که یک ایده طلایی دم دست‌تان باشد. اگر هر روز با سهامداران جلسه دارید و دنبال کسب بودجه بیشتر هستید، یک جای کارتان ایراد دارد.

ارزیابی جریان سرمایه به شما کمک می‌کند جلوی سرمایه‌گذاری بی‌رویه بسر روی کارتان را بگیرید. این امر را آنجایی‌که تلاش برای استفاده از کارآفرینان اجازه می‌دهد بدون دغدغه کارشان را دنبال کرده و الکی بحران مالی برای خودشان ایجاد نکنند.

سخن پایانی

مدیریت ریسک‌های حوزه کسب و کار کار راحتی است، البته به شرط اینکه یک راهنمای دقیق دم دست‌تان باشد. ما در این مقاله سعی کردیم برخی از نکات کلیدی برای کاهش ریسک‌های بازار را به شما یاد دهیم. حالا شما تمام اطلاعات لازم برای برهیز از چنین ریسک‌هایی را دارید. از اینجا به بعد همه چیز به سعی و تلاش خودتان بستگی خواهد داشت. نکته مهمی که باید همیشه مدنظرتان باشد، تلاش برای استفاده از تکنیک‌های مورد بحث در این مقاله به طور همزمان است. اگر فقط روی یکی دو تا از آنها تمرکز کنید، عملا بقیسه راه‌ها برای بروز بحران‌ها را باز گذاشته‌اید. پس وقتی درگیر ماجرای کاهش ریسک‌ها می‌شوید، سعی کنید با تمام قوا در این حوزه فعالیت کنید. هر جا هم سوال یا مشکلی داشتید، ما همیشه آماده کمک به شما هستیم.

منابع:

https://www.investopedia.com/articles/personal-top-ways-manager-business-risks.aspx۰۷۲۳۱۵/finance
https://customertink.com/how-to-reduce-business-risk-eight-simple-ways-to-do-it
https://crestlegal.com/how-to-reduce-business-risk

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

برابر رای شماره ۰۳۰۳۶۲-۲۰۰۲۱۸۶-۱۴۰۲۶ مورخ ۱۴۰۲/۲/۲۲ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ملک ناحیه ۲ رشت ، تصرفات مالکانه بلامعارض آقای رحمان میرابی آج بیشه فرزند مهدی به شماره شناسنامه ۳۴۰۰۴۴۸۶۴۴ صادره از رشت در قریه آج بیشه در ششدانگ یک قطعه زمین مشتمل بر بنای احداثی به مساحت ۹۷/۶۲ متر مربع پلاک فرعی ۲۴۴۹ مفروز مجزی از پلاک ۷۴ از اصلی ۹۱ واقع در بخش چهار رشت خریداری از مالک رسمی آقای مهدی میرابی آج بیشه محرز گردیده است لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز اگهی میشود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند ، میتوانند از تاریخ انتشار اولین اگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید طرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.
تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۲/۵/۱۰
تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۲/۵/۲۵
م الف ۱۱۱۳ سعید بدوی – رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه دو رشت

اعلام مفقودی

برگ سبز ویرگ کمپانی وکارت ماشین خودرو نیشان ۲۴۰۰ بارکش به شماره انتظامی ایران ۳۰ – ۳۶۱ ص۱ وشماره شناسی۱۲۴۷۹۱ وشماره موتور۴۱۳۰۷۸ متعلق به آقای علی بزرگواری به شماره ملی ۰۰۲۲۱۹۹۱۵۲ مفقود گردیده واذرگدر به اعتبار ساقط می باشد.

مفقودی

برگ کمپانی خودرو سواری رانا رنگ سفید _ روغنی مدل ۱۴۰۱به شماره شناسی NAAU۰۱FE۴NT۷۷۷۸۰ و شماره موتور ۱۷۲B۰۰۹۸۱۷ شماره انتظامی ۸۲ ی ۲۴۴ ایران از ۱۶ به نام مهری نوری مفقود گردیده و فاقد اعتبار است.

توسط پیشکسوتان مطبوعات و رسانه های ورزشی آذربایجان شرقی انجام شد؛

رونمایی از پوستر تور بین المللی دوچرخه سواری ایران



دوچرخه سواران حاضر در تور آذربایجان در مرحله نخست در این مسیر رکاب می‌زنند.

مسیر ۸۹۰ کیلومتری زیر چرخ‌های رکابزنان مدیر تور دوچرخه سواری ایران - آذربایجان ساحل برگرزاری این دوره از تور اشاره کرد و گفت: سعی و

ششمین دوره تور دوچرخه سواری ایران آذربایجان در این مسافت قرار دارد. این مسافت در سال ۱۳۶۵ و در گرماگرم جنگ سالی تنها

در ۲ سال به دلیل همه‌گیری کرونا برگزار نشد.
حیب‌سود نژاد با بیان اینکه نخستین دوره این دوره این مسافت در سال ۱۳۶۵ و در گرماگرم جنگ سالی تنها در ۲ سال به دلیل همه‌گیری کرونا برگزار نشد.

وی در مورد دلیل تغییر تاریخ برگزاری این تور که هم‌سافه در مهرماه بود اضافه کرد: با توجه به برگزاری بازی‌های آسیایی چین در مهر ماه و تقارن این بازی‌ها با مسابقات و احتمال عدم حضور تیم‌های آسیایی در آن، تصمیم گرفته شد تا تاریخ برگزاری آن با موافقت فدراسیون جهانی در شهریور ماه باشد.

ستوده نژاد اضافه کرد: این دوره از تور چهارم تا نهم شرقی آذربایجان غربی و اردبیل بر گزار می‌شود و دوچرخه سواران مسیری ۸۹۰ کیلومتری را در ۶ مرحله رکاب خواهند زد.

مدیر تور سعی و ششم با بیان اینکه ورود تیم هاوم شهریور خواهد بود،گفت: تاکنون دو تیم داخلی ۱۴ تیم خارجی و در مجموع ۱۶ تیم برای حضور در این دوره از رقابت‌ها اعلام آمادگی کرده اند.

ستوده نژاد اضافه کرد: تیم ملی تور ۲۳ سال و مس سونگون به عنوان تیم‌های داخلی و تیم‌هایی از کشورهای مالزی، مغولستان، قزاقستان ۲ تیم عراق، برتغال، تایلند

آذربایجان شرقی – فلاح: پوستر و تیزر سی و ششمین دوره تور دوچرخه سواری بین المللی ایران - آذربایجان با حضور اعضای ستاد رونمایی شد.

مدیرکل ورزش و جوانان آذربایجان شرقی و مدیر این دوره از تور در آیینی که به همین مناسبت در محل اداره کل ورزش استان برگزار شد، اظهار کرد: تور دوچرخه سواری آذربایجان قدمتی ترین رویداد ورزشی بین‌المللی کشور است و حتی در زمان جنگ نیز وقفه‌ای در برگزاری آن ایجاد نشد.

حیب‌سود نژاد با بیان اینکه نخستین دوره این دوره این مسافت در سال ۱۳۶۵ و در گرماگرم جنگ سالی تنها برگزار شد، گفت: این تور بین‌المللی ۳۶ تیم تنها در ۲ سال به دلیل همه‌گیری کرونا برگزار نشد.

وی در مورد دلیل تغییر تاریخ برگزاری این تور که هم‌سافه در مهرماه بود اضافه کرد: با توجه به برگزاری بازی‌های آسیایی چین در مهر ماه و تقارن این بازی‌ها با مسابقات و احتمال عدم حضور تیم‌های آسیایی در آن، تصمیم گرفته شد تا تاریخ برگزاری آن با موافقت فدراسیون جهانی در شهریور ماه باشد.

ستوده نژاد اضافه کرد: این دوره از تور چهارم تا نهم شرقی آذربایجان غربی و اردبیل بر گزار می‌شود و دوچرخه سواران مسیری ۸۹۰ کیلومتری را در ۶ مرحله رکاب خواهند زد.

مدیر تور سعی و ششم با بیان اینکه ورود تیم هاوم شهریور خواهد بود،گفت: تاکنون دو تیم داخلی ۱۴ تیم خارجی و در مجموع ۱۶ تیم برای حضور در این دوره از رقابت‌ها اعلام آمادگی کرده اند.

ستوده نژاد اضافه کرد: تیم ملی تور ۲۳ سال و مس سونگون به عنوان تیم‌های داخلی و تیم‌هایی از کشورهای مالزی، مغولستان، قزاقستان ۲ تیم عراق، برتغال، تایلند

از ابتدای سال جاری تا کنون محقق شد؛

تخلیه و بارگیری انواع کالا در بنادر غرب به مرز چهار میلیون تن رسید

بندرعباس – خبرنگار فرصت امروز: مدیر بنادر و دریانوردی غرب هرمزگان گفت: سه میلیون و ۹۸۵ هزار و ۵۱۱ تن کالای نفتی و غیرنفتی از ابتدای سال جاری تا کنون در بنادر غرب این استان تخلیه و بارگیری شد. به گزارش روابط عمومی اداره کل بنادر و دریانوردی هرمزگان، "مرمتی سالاری" در تشریح عملکرد بنادر غرب این استان اظهار کرد: از ابتدای سال جاری تا کنون سه میلیون و ۹۸۵ هزار و ۵۱۱ تن کالای نفتی و غیرنفتی تخلیه و بارگیری شده که این میزان جابه‌جایی افزایش ۳۱ درصدی را به دنبال داشته است. وی ادامه داد: از این میزان یک میلیون و ۲۹۹ هزار و ۴ تن به جابه‌جایی فرآورده‌های نفتی و ۲ میلیون و ۲۴۶ هزار و ۵۰۷ تن با افزایش ۳۱ درصدی به کالاهای غیرنفتی اختصاص داشته است. مدیر بنادر و دریانوردی غرب هرمزگان در ادامه از صادرات ۲ میلیون و ۱۰۹ هزار و ۵۲۹ تن کالاهای نفتی و غیرنفتی در این مدت خبر داد و افزود: از مجموع صادرات کالاهای نفتی و غیرنفتی انجام شده، یک میلیون و ۱۱۷ هزار و ۳۲۱ تن با افزایش ۲۸ درصدی و مرسوم به صادرات غیرنفتی و ۹۹۲ هزار و ۱۹۸ تن به صادرات نفتی اختصاص دارد. سالاری تصریح کرد: از مجموع عملیات انجام شده، یک میلیون و ۵۲۲ هزار و ۱۰۷ تن فرآورده‌های نفتی و غیرنفتی به صورت روبه کلیتاز (حمل و نقل ساحلی) در بنادر غرب استان جابه‌جا شده که از این میزان کاپوتاز فرآورده، ۷۴۶ و ۶۸۴ تن نفتی و ۷۰۵ هزار و ۲۲۲ تن غیرنفتی را شامل می‌شود.

افزایش ۲۲ درصدی تخلیه و بارگیری کانتینرهای یخچالی
وی در بخش دیگری به میزان تخلیه و بارگیری کانتینرهای یخچالی اشاره کرد و گفت در این بازه زمانی ۴۹ هزار و ۳۷۸ TEU کانتینر یخچالی در بنادر غرب جابه‌جا شده که در این بخش ۲۲ درصد افزایش به ثبت رسیده



است. به گفته مدیر بنادر و دریانوردی غرب هرمزگان؛ حجم صادرات کانتینر یخچالی از طریق بنادر غرب در این استان طی مدت یاد شده نیز ۲۴ هزار و ۶۸۹ TEU با تناژ ۲۵۷ هزار و ۷۱ تن بوده که نسبت به مدت مشابه سال قبل ۱۱ درصد افزایش را نشان می‌دهد. سالاری اضافه کرد: بنادر بنام استان هرمزگان با ظرفیت ۳۰۰ کانتینر یخچالی چرخدار و ۱۲ ریم مخصوص بارگیری جهت شناورهای حامل کانتینر یخچالی علاوه بر تخلیه و بارگیری و صادرات کالاهای یخچالی در بین بنادر ایران به شمار می‌رود.

ترانزیت بیش از ۶۲ هزار دستگاه خودرو به کشورهای آسیای

میانه و عراق

وی در بخش دیگری از صحبت‌های خود به موضوع ترانزیت در بنادر غرب اشاره و بیان کرد: در این دوره زمانی حجم ترانزیت کالاهای نفتی و غیرنفتی که عمده آن محموله خودرو بوده است به ۱۲۸ هزار و ۶۹۰ تن رسید که در

مدیرکل بنادر و دیانوردی استان بوشهر :

میزان تخلیه و بارگیری بنادر استان بوشهر از ۲۱ میلیون تن گذشت

خودرو به ترتیب رشد ۱۱۵، ۱۱۵ و ۲۸ درصدی گزارش شده است. شکیبی افزود: در بخش واردات کالاهای اساسی به بنادر استان بوشهر نیز گوشت گاو و گندم با ۱۰۰ درصد بیشترین رشد را داشتند. وی گفت: در چهارماهه شمار ترده شناورها در بنادر استان بوشهر بیش از ۲ هزار ۵۰۰ فروند گزارش شد که از این تعداد ۸۰۸ شناور با ظرفیت بالای یک هزار تن ترده داشتند.

شکیبی نسب عنوان کرد: در مدت یاد شده عملکرد جابجایی مسافر در بنادر بوشهر، گناه و خارگ در مجموع ۹۰ هزار نفر گزارش شده که در این بخش گناه با رشد ۱۵ درصدی بیشترین رشد را داشته است. وی گفت: بدون تردید افزایش خیره کننده عملکرد بنادر استان بوشهر نوبدبخش نگاه ویژه‌تر سازمان بنادر و دریانوردی به اجرا پروژه‌های زیرساختی و توسعه‌ای در بنادر استان، شکیبی نسب یادآور شد: در هفته دولت امسال نیز با افتتاح چندین پروژه ارزشمند در بنادر استان بوشهر، کام ساحل نشینان هم‌امتی شیرین خواهد شد.

تولید یک‌میلیون و ۲۰۵ هزار تن فولاد مذاب در واحد فولادسازی با بالاترین کیفیت



قراضه، آهنک و دولومیت و انواع فروالیاها و حفظ آمادگی کاری ۱۰۰ درصدی سیستم‌های شارژ مواد و فروالیز به دست آمد.محمدحسین شامبظری شیفت فورمن تولید کوره‌های قوس الکتریکی فولاد مبارکه نیز دست‌یابی به این رکورد ابرمهرن عوامل ذیل دانست: برگزاری جلسات آنالیز ذوب‌های نامنطبق و تعرف اقدامات اصلاحی از ماه‌های قبل؛ بازنگری دستورالعمل‌ها؛ آموزش و کنترل انجام صحیح دستورالعمل‌ها؛ کنترل تأمین و استفاده از مواد اولیه مناسب و وی خصوصی اهمیت این موفقیت را توضیح داد: با تأکید بر اینکه تلاش‌های قوی باعث دست‌یابی به بیشترین بارده عمودی کیفیت در ماه‌های خرداد و تیر در ناحیه فولادسازی و ریخته‌گری مذاب شده، ادامه داد: این موفقیت‌ها هرگز بدون همدلی و تلاش مدیریت و کارکنان و در نظر گرفتن تأدیر لازم به دست نتخواهد آمد. ازاین‌رو از زحمات تیم مدیریت و کارکنان ناحیه تشکر و قدردانی می‌کنیم.

بررسی مسائل و مشکلات حوزه حمل‌ونقل عمومی شهرستان قدس در اتحادیه حمل‌ونقل بار و مسافر کشور

قدس – غلامرضا جباری: جلسه بررسی مسائل و مشکلات حوزه حمل و نقل عمومی شهرستان قدس با حضور مرتضی ضامنی مدیر عامل اتحادیه حمل و نقل بار و مسافر کشور و سعید شهلی شهردار قدس برگزار شد.

به گزارش اداره ارتباطات و امور بین‌الملل شورای اسلامی و شهرداری قدس، فرماندار ومهندس شهلی، شهردار قدس) با حضور در دفتر مدیر عامل اتحادیه حمل‌ونقل بار و مسافر کشور، مسائل و مشکلات حوزه حمل‌ونقل عمومی شهرستان قدس را مورد بحث و بررسی قرار دادند. در این جلسه شهردار قدس با تشریح وضعیت موجود زیرساخت‌ها و ناوگان حمل و نقل عمومی شهرستان قدس، رشد جمعیت این شهرستان در سال‌های اخیر ا مورد اشاره قرار داده و بر لزوم انجام اقدامات لازم جهت ارتقای خدمات‌رسانی به شهروندان تأکید کردند. در جلسه مذکور همچنین پیگیری تحویل ۱۸ دستگاه اتوبوس خریداری شده، پیگیری جهت خرید خودروهای ون و پیگیری

مدیر عامل ابفای استان اصفهان خبر داد:

پیشرفت ۶۰ درصدی فاز نخست طرح تقویت شبکه توزیع آب شهر اصفهان



اصفهان – **فایزه مرادیان:** مدیر عامل ابفای استان اصفهان از پیشرفت ۶۰ درصدی تقویت چرخه خطوط آبرسانی هسته مرکزی ، جنوب غرب و شمال غرب

داشتند که در مرحله اول پیشنهادی در قالب تعریف ۳ پروژه جهت عقد قرارداد ارائه نمایند.

اکبریان ، تأمین زمین مورد نیاز جهت احداث مخزن ، عبور، لوله از بزرگراه‌های اصلی شهر، اخذ مجوزهای حفاری و عبور از تاسیسات دیگر شرکت‌های خدمت رسانان را از موانع اصلی بر سر راه پیشرفت این پروژه ها نام برد و اظهار امیدواری کرد ، باهمراهی و تعامل دستگاه‌های اجرایی در آینده نزدیک شاهد تکمیل این پروژه برداری این پروژه‌ها و افزایش سطح رضایتمندی مردم از خدمات شرکت آبفا باشیم.

اصفهان – **فایزه مرادیان:** مدیر عامل ابفای استان اصفهان از پیشرفت ۶۰ درصدی تقویت چرخه خطوط آبرسانی هسته مرکزی ، جنوب غرب و شمال غرب خدمات خبر داد.

حسین اکبریان گفت : این فاز شامل اجرای سه پروژه در نقاط مختلف شهر از جمله ساخت مخزن و خرید و لوله گذاری در قطره‌های مختلف می باشد و اعتباری بالغ بر هزار و دویست میلیارد ریال برای تکمیل آن پیش بینی شده است که از محل اعتبارات تثنی آبی وزارت نیرو و قسمتی نیز از محل بودجه های جاری شرکت تأمین آب می شود. وی در خصوص ضرورت اجرای این پروژه ها گفت : با توجه به قدمت و فرسودگی شبکه آبرسانی و بلند مرتبه سازی در اکثر نقاط شهر و عدم تناسب زیر



اخبار

بازدید مدیران سازمان برنامه و بودجه کشور و مدیرکل دفتر بودجه و تأمین منابع برق حرارتی از نیروگاه رامین اهواز



بازدید مدیران سازمان برنامه و بودجه کشور و مدیرکل دفتر بودجه و تأمین منابع برق حرارتی از نیروگاه رامین اهواز

مهندس فرخ بریس شورای اسلامی شهر محمدیه :

از تجربیات تمامی اعضای شورای شهر استفاده خواهیم کرد



البرز– خبرنگار فرصت امروز: در یکصد و چهل و چهارمین جلسه شورا که روز دوشنبه ۲۱۱ کیلومتر رکاب خواهند زد. وی بیان کرد: مرحله ششم و پایانی این دوره از تور نیز در مسیر ۱۹۷٫۹ کیلومتری سرعین – تبریز برگزار می‌شود تا پرونده این دوره از تور نیست بسته شود.

تعیین جایزه ۲۰ هزار یورویی برای این دوره از تور

مدیرکل ورزش و جوانان آذربایجان شرقی با بیان اینکه برای سعی و ششمین دوره تور دوچرخه سواری ایران - آذربایجان ۲۰ هزار یورو جایزه در نظر گرفته شده است گفت: مجموع از مورد نیاز برای برگزاری این دوره از تور ۲۵ هزار یورو است.

ستوده نژاد گفت: اعتبار لازم برای دیگر هزینه‌های این تور شامل هزینه‌های اسکان و اجاری ۷۰ میلیارد ریال است و در مجموع این تور با ۱۰۰ میلیارد ریال برگزار خواهد شد.

وی ادامه داد: تا جایی که توانست‌ایم سعی کرده‌ایم تا در برگزاری این تور هزینه‌ها را پایین بیاید.

به گفته وی بحث و بررسی در خصوص:

_روژه های عمرانی؛

_ رفع مشکلات ناوگان سازمان حمل و نقل؛

_توجه ویژه به فضاهای سبز سطح شهر از مهم‌ترین موضوعاتی بود که توسط اعضا در این جلسه به آنها اشاره شد.

بررسی نامه های وارده شهرداری و شهروندان بخش پایانی جلسه فوق بود که بیسبب نراو به آن اشاره نمود.

لازم به ذکر اینکه در این جلسه مدیرعامل سازمان حمل و نقل همگانی محمدیه به ارائه گزارشی از عملکرد سازمان فوق پرداخت.

مدیر عامل شرکت توزیع برق هرمزگان

مشارکت مشترکان در سه روز آخر هفته برای عبور از ایام اوج مصرف برق ضروری است

بندرعباس – خبرنگار فرصت امروز: مدیر عامل شرکت توزیع برق هرمزگان گفت: همچنان در روزهای بر مصرف برق و روزهای گرم تابستان قرار داریم و مشارکت بیش از پیش مشترکان برای عبور از این روزها یک اولویت اصلی بشمار می رود. محمد امینی افزود: سه روز آخر هفته با توجه به مواجه خواهیم بود و می طلبید مشترکان و شهروندان در روزهای پایانی هفته همراهی بیشتری داشته باشند تا با کمترین تنش و افت ولتاژ این روزها را سپری کنیم. کریمی اضافه کرد:این احتمال وجود دارد که در روزهای پایانی هفته رکورد جدیدی در مصرف برق در استان هرمزگان به ثبت برسد.بیم آن می رود که شرایط شبکه به سمت ناپایداری و افزایش ناپذیری حرکت کند. از این رو مشترکان و مصرف کنندگان برق باید همه موفقه ها را با محورت مصرف بهینه و صرفه جویی بیشتر در نظر بگیرند.نیاز توجه به شرایط خاصی که در کشور حاکم است لازم است همه مشترکان خانگی ، کشاورزی و صنعتی و دستگاه‌های اداری و تجاری در روزهای پیش رو همه با هم با هم افزایش و تعامل بیشتر ما را در عبور از روزهای گرم و سخت تابستانی یاری کنند. وی ادامه داد: در بخش خانگی تا کنون که در اوج گرما هستیم مشارکت ۴۴درصدی از مردم داشته‌یم که نصب سنسنا بایستی است و انتظار داریم مشترکان خانگی با صرفه جویی بیشتر همت کنند و با عزمی همگانی درص دستورات در مصرف بهینه از افزایش شدت انتظار است در روزهای گرم سال مشارکت مشترکان خانگی بیشتر باید ، در پرداخت گشتنه رقم پاداش خوبی به مشترکان خانگی اعطا شد ، بر اساس آمارهای موجود هرمزگان در سطح کشور رتبه نخست پراداش پاداش ها را داشت ، ۱۲۶میلیارد تومان پاداش به این مصرف کنندگان پرداخت شد.اسمال هم در خرداد و تیر ارقام خوبی از پاداش ها به ثبت رسید در مجموع شرکت توزیع برق هرمزگان صرفه جویی خوبی به ثبت رسانده است .

فرماندار ایلام مطرح کرد :

اجرای عملیات نهضت آسفالت ریزی در روستای چشمه داوی برای اولین بار

به دست دولت مردمی کلید خورد

ایلام-هدی منصوری: نذری فرماندار ایلام با تأکید بر اینکه هدف دولت سیزدهم محرومیت زدایی و رسیدگی ویژه به روستاها می باشد، گفت: با توجه به تأکید رئیس جمهور محترم و تأسی از سیاست های دولت مردمی، توجه ویژه به روستاها و محرومیت زدایی در روستاها در اولویت کار فرمانداری شهرستان است. وی افزود: کار کنند در حیات محوری افزایش اعتبارات برای روستاها و همچنین حمایت‌های اجتماعی از اهداف اصلی دولت سیزدهم بشمار می‌رود که در همین راستا با تمام توان سعی به تحقق رساندن هدف دولت مردمی هستیم. در ادامه فرماندار به جزئیات اجرای عملیات نهضت آسفالت بیزی و جدول گذاری در این روستا اشاره و گفت: در روستای چشمه داوی از فراتر بخش سیوان که در سرشماری سال ۹۵ با جمعیتی بالغ بر ۱۳۹ نفر و ۳۷ خانوار برآورد شده مراحل پایانی عملیات آسفالت ریزی از جمله تیز اسلس اساس و آسفالت در این روستا برای اولین بار در دستور کار قرار گرفته و کل معیار روستا به اتمام می رسد، میزان کل پروژه ۸۰۰۰ متر مربع و با اعتباری بالغ بر ۳۰۰ میلیارد ریال می باشد.

یک باب مخزن هزار متر مکعبی برای پایداری و توزیع بهینه آب در مجتمع آبرسانی سورک جاسک احداث شد



خطوط ۱۳۲ کیلوولت آران – دژکوه در استان کهگیلویه و بویراحمد برق دار شد

اهواز – شبنم قجاوند: مدیرعامل شرکت برق منطقه‌ای خوزستان گفت: خطوط ۱۳۲ کیلوولت آران- دژکوه در استان کهگیلویه و بویراحمد با ارزش سرمایه‌گذاری ۲۴۵۰ میلیارد ریال احداث و برق دار شده است. ازجان به دژکوه شامل تانکم تجهیزات، عملیات ساختمانی، نصب برج و سیمکشی به طول ۴۶٫۵ کیلومتر مدار به اتمام رسید و برق دار شده است. وی با بیان اینکه از جمله مهم‌ترین اهداف این پروژه اتصال بست برق ۱۳۲ به ۳۳ کیلوولت دژکوه به شبکه است. تصریح کرد: از دیگر اهداف این پروژه می‌توان به تأمین برق مطمئن و پایدار در منطقه و افزایش ظرفیت ایستبان و تقویت منطقه (شهرستان‌های سبوق و لنده) اشاره کرد. به گفته مدیرعامل شرکت برق منطقه‌ای خوزستان، از مهرماه سال ۱۴۰۱ تاکنون ۱۵۸۵ کیلومتر مدار خط، ۵۷ کیلوومتر مدار های ظرفیت ۱۰۹ کیلو متر فیبرنوری به بخش انتقال و توزیع فوق شبکه تحت نظارت این شرکت در ۲ استان خوزستان و کهگیلویه و بویراحمد اضافه شده است. بر اساس این گزارش، در تیرماه سال جاری ۳۳۵۰ میلیارد ریال پروژه انتقال و تقویت توزیع شرکت برق منطقه‌ای خوزستان با حضور رئیس‌جمهور در استان کهگیلویه و بویراحمد افتتاح شد.

مدیرعامل شرکت برق منطقه‌ای خوزستان:

اهواز – شبنم قجاوند: مدیرعامل شرکت برق منطقه‌ای خوزستان گفت: خطوط ۱۳۲ کیلوولت آران- دژکوه در استان کهگیلویه و بویراحمد با ارزش سرمایه‌گذاری ۲۴۵۰ میلیارد ریال احداث و برق دار شده است. ازجان به دژکوه شامل تانکم تجهیزات، عملیات ساختمانی، نصب برج و سیمکشی به طول ۴۶٫۵ کیلومتر مدار به اتمام رسید و برق دار شده است. وی با بیان اینکه از جمله مهم‌ترین اهداف این پروژه اتصال بست برق ۱۳۲ به ۳۳ کیلوولت دژکوه به شبکه است. تصریح کرد: از دیگر اهداف این پروژه می‌توان به تأمین برق مطمئن و پایدار در منطقه و افزایش ظرفیت ایستبان و تقویت منطقه (شهرستان‌های سبوق و لنده) اشاره کرد. به گفته مدیرعامل شرکت برق منطقه‌ای خوزستان، از مهرماه سال ۱۴۰۱ تاکنون ۱۵۸۵ کیلومتر مدار خط، ۵۷ کیلوومتر مدار های ظرفیت ۱۰۹ کیلو متر فیبرنوری به بخش انتقال و توزیع فوق شبکه تحت نظارت این شرکت در ۲ استان خوزستان و کهگیلویه و بویراحمد اضافه شده است. بر اساس این گزارش، در تیرماه سال جاری ۳۳۵۰ میلیارد ریال پروژه انتقال و تقویت توزیع شرکت برق منطقه‌ای خوزستان با حضور رئیس‌جمهور در استان کهگیلویه و بویراحمد افتتاح شد.

ارائه طرح شیرین سازی آب دریای خزر در جلسه با انجمن شرکت های آب شیرین کن کشور

گران- نادر کریمی: سرپرست دفتر فنی مطالعات طرح های توسعه منابع آب شرکت آب منطقه ای گلستان از ارائه طرح شیرین سازی آب دریای خزر در جلسه با انجمن شرکت های آب شیرین کن کشور خبر داد.بر پایه گزارش روابط عمومی شرکت آب منطقه ای گلستان، مهندس حسن فرازچو در این جلسه اظهار کرد: خلاصه اقدامات و پیگیری های انجام شده و مباحث فنی- مالی طرح شیرین سازی آب دریای خزر به منظور تأمین بخشی از کمبود آب شرب استان گلستان در جلسه تخصصی شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی با حضور مهندس دهقان معاون برنامه ریزی شرکت آب منطقه ای گلستان ، یوسفی رئیس اتاق بازرگانی و دبیر شورای گفتگوی استان ، نمایندگان دستگاه های اجرایی استان و فعالین بخش خصوصی ارائه گردید. در این جلسه اعضای اتاق بازرگانی ایران ، نمایندگان شرکت مهندسی آب و فاضلاب کشور ، نمایندگان وزارت صمت ، اعضای انجمن شرکت های آب شیرین کن کشور و سایر مراجع مرتبط به صورت ویدئو کنفرانس حضور داشتند.وی افزود: بر اساس طرح جامع ، نیاز آب شرب گلستان در افق سال ۱۴۲۵ حدود ۱۸۲ میلیون متر مکعب است که مقرر شده حدود ۴۶ میلیون متر مکعب آن از طریق شیرین سازی آب دریای خزر تأمین شود. مطالعات فنی شیرین سازی آب دریای خزر به منظور تأمین بخشی از کمبود آب شرب استان گلستان شامل تاسیسات آبگیری از دریای خزر ، نحوه شیرین سازی آب و خط انتقال به شهرهای هدف ، احداث شده و برخی مجوزهای لازم برای استقرار آب شیرین کن نیز اخذ شده است.گفتنی است در این جلسه یوسفی رئیس اتاق بازرگانی ، صنایع، معادن و کشاورزی استان گلستان و دبیر شورای گفتگوی دولت و بخش خصوصی استان گلستان از شرکت های عضو انجمن آب شیرین کن ایران برای بازدید از منطقه طرح ، سرمایه گذاری و مشارکت در احداث آب شیرین کن دعوت بعمل آورد.

تخصیص ۲۳۴ میلیارد تومان تسهیلات قرض الحسنه و کمک بلاعوض برای

خانه دار شدن مددجویان بهزیستی گلستان

گران-نادر کریمی: معاون مسکن روستایی بنیاد مسکن استان گلستان از اجرای نهمام نامه کشوری ساخت ۱۰ هزار واحد مسکونی روستایی برای مددجویان تحت پوشش سازمان بهزیستی در کشور خبر داد و ابراز داشت سهم استان گلستان در این نهمام نامه ۷۸۰ واحد مسکونی است. مهندس خسرور افزود: بر اساس این نهمام نامه به هر یکی از مددجویان معرفی شده توسط سازمان بهزیستی استان مبلغ ۲۰۰ میلیون تومان تسهیلات قرض الحسنه با کارمزد ۵ درصد و بازپرداخت ۲۰ ساله و مبلغ ۱۰۰ میلیون تومان کمک بلاعوض پرداخت می شود.وی افزود: با توجه به وسعت همکاران بهزیستی استان، تا کنون ۴۰۰ مددجوی واجد شرایط شناسایی و به بنیاد بنیاد مسکن استان معرفی شده اند که کار صدور پروانه ساختمانی، تشکیل پرونده، طراحی نقشه های ساختمانی، تأمین اعتبار مورد نیاز، معرفی به بانک و آغاز عملیات ساختمانی آنان آغاز شده است.وی همچنین از پرداخت کمک بلاعوض تا سقف ۱۰۰ میلیون تومان به مددجویی که در صورت قیل از تسهیلات مسکن روستایی بنیاد مسکن استفاده کرده اند اما موفق به تکمیل خانه های خود نشده اند خبر دهمهندس خسرور از مددجویان قلقد مسکن و با دارای مسکن فرسوده و نیمه تمام خواست جهت بهره مندی از این فرصت استثنایی هر چه سریعتر به بنیاد مسکن شهرستان محل سکونت خود مراجعه کنند.

ارتقای دسترس‌پذیری سایت برای مخاطب هدف

به قلم: سیلی کلارک کین
کارشناس بازاریابی و تبلیغات

ترجمه: علی آل‌علی

امروزه مراجعه به سایت برندها بدل به امری رایج در میان کاربران شده است. این امر به هر کس با هر شرایطی امکان دسترسی به برخی از محتوای مهم درباره برند مورد علاقه‌اش را می‌دهد. بی‌تردید همه شما بارها و بارها برای خرید یک محصول اول از همه به سراغ سایت آن رفته‌اید. این امر به شما امکان دسترسی به منابع اطلاعاتی بسیار مهمی درباره محصول مورد نظر و حتی گفت و گو با برخی از کارشناسان برند مورد نظر را نیز می‌دهد. درست به همین دلیل امروزه داشتن یک سایت حرفه‌ای برای بازاریابی و فروش امر مهمی محسوب می‌شود. شاید مشتریان به طور مستقیم از سایت شما خرید نکنند، اما اطلاعاتی که از سایت‌تان می‌گیرند، اهمیت بسیار مهمی دارد. این امر می‌تواند برای شما جذابیت بسیار زیادی به همراه داشته و حتی شانس‌تان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را نیز به طور چشمگیری توسعه دهد.

اگر برند شما هنوز سایت رسمی برای خودش ندارد، تا حالا هم کلی از دیگر رقبا عقب افتاده‌اید. بنابراین باید خیلی زود دست به کار شده و روند فعالیت‌تان را تغییر دهید، در غیر این صورت خیلی زود شانس‌تان در بازار برای تعامل با مشتریان به طور کامل از بین خواهد رفت. این روزها طراحی سایت دیگر به سختی گذشته نیست. موسسات بسیار زیادی در کنار کارآفرینان مستقل برای طراحی سایت در دسترس هستند. درست به همین دلیل شما می‌توانید به ساده‌ترین شکل ممکن مشتریان‌تان را با یک سایت حرفه‌ای غافلگیر کنید. نکته مهم در این میان دسترسی ساده کاربران به سایت شما و امکان بهره‌مندی از تمام ویژگی‌های آن به ساده‌ترین شکل ممکن است. این امر شما را در کانسون توجه مشتریان قرار داده و وضعیت‌تان را نیز به شدت ارتقا خواهد داد.

دسترس‌پذیری یک سایت برای کاربران فقط به معنای سئو مناسب آن نیست. کاربران باید به راحتی امکان ثبت نام در خبرنامه برند، استفاده از وبلاگ و در صورت نیاز ثبت نام و ثبت سفارش در سایت‌تان را داشته باشند، در غیر این صورت تلاش‌های شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به نتیجه مورد نظر نخواهد رسید. این امر می‌تواند در مدت زمانی طولانی شما را نسبت به بازاریابی در عرصه کسب و کار ناامید کرده و مشتریان‌تان را نیز به طور قابل‌ملاحظه‌ای کاهش دهد.

هدف اصلی در این مقاله بررسی برخی از مهمترین نکات در زمینه تاثیرگذاری بسر روی مخاطب هدف به شیوه‌ای حرفه‌ای و استاندارد است. این امر با استفاده از افزایش دسترس‌پذیری سایت برند صورت خواهد گرفت. با این حساب اگر شما نیز به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان با تمام ظرفیت سایت برند هستید، این مقاله نکات کاربردی زیادی برای‌تان خواهد داشت.

دسترس‌پذیری سایت چیست؟

بی‌شک هر سایتی برای اینکه مخاطب هدف را به خوبی جلب کند، باید برخی ویژگی‌های اساسی داشته باشد. این ویژگی‌ها می‌تواند شامل یک قالب زیبا، محتوای کاربردی و همچنین رابط کاربری عالی باشد. نکته مهم اینکه شما برای راه‌اندازی یک سایت به این نکات نیاز بسیار زیادی دارید، اما این امور انته‌ای ماجرا نیست. درست به همین دلیل باید توانایی‌تان در این میان را به خوبی توسعه داده و وضعیت‌تان را بهبود بخشید، در غیر این صورت شاید هرگز توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را پیدا نکرده و وضعیت‌تان به طور مداوم بدتر شود.

وقتی از دسترس‌پذیری یک سایت حرف می‌زنیم، باید شاخص‌های اساسی آن را نیز در خاطر داشته باشیم. این امر امکان ارزیابی وضعیت سایت به بهترین شکل ممکن و همکاری با مشتریان را می‌دهد. اگر شما این نکته را در خاطر نداشته باشید، شاید خیلی زود سایت‌ها را با هم اشتباه گرفته و حتی توانایی بهینه‌سازی دسترس‌پذیری سایت خودتان را هم پیدا نکنید.

یک سایت به‌طور معمول باید از نظر دیداری، شنیداری، شناختی و رابط کاربری برای بازدیدکنندگان جذاب و کاربردی باشد. بدون تردید بخش دیداری و شنیداری بسیار ساده است. این یعنی محتوای سایت شما به راحتی دیده شود و در صورتی که محتوای ویدئویی دارید، فرمت صوت در آن به خوبی استفاده شود. همچنین در برخی از سایت‌ها که مخاطب هدف دارای ناتوانی دیداری دارند، باید از جایگزین شنیداری برای حفظ آن دسته از مشتریان به خوبی استفاده شود، در غیر این صورت شاید درس‌های برند مورد نظر به طور چشمگیری افزایش پیدا کند.

دسترس‌پذیری از نظر شناختی به محتوای سایت اشاره دارد. به عبارت بهتر، محتوای سایت شما باید به خوبی در دسترس مخاطب هدف قرار گرفته و کاربران



به سادگی امکان فهم آن را داشته باشند. گاهی اوقات محتوای یک سایت آنقدر پیچیده است که کاربران برای فهم آن مشکلات بسیار زیادی پیدا می‌کنند. در این صورت شما هرگز فرصت تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان به شیوه‌ای حرفه‌ای را پیدا نخواهید کرد. این امر می‌تواند در ادامه حتی محبوبیت سایت شما را نیز به‌طور کامل از بین ببرد. در مورد رابط کاربری نیز شما باید به فکر تمام مشتریان‌تان باشید. شاید همه مخاطب هدف شما مشتریان نسل جوان نباشند. در این صورت باید با تجدیدنظر اساسی در روند تولید محتوا و رابط کاربری برند به فکر افراد میانسال با دانش کمتر از دنیای اینترنت نیز باشید. این امر محبوبیت همگانی بردت‌تان در بازار را تضمین کرده و سایت‌تان را نیز با ترافیک بی‌نظیری رو به رو خواهد کرد.

اکنون با شناخت دقیق مفهوم دسترس‌پذیری سایت

باید سوری به برخی از مهمترین نکات و تکنیک‌ها برای افزایش آن بزنیم. این امر می‌تواند برای شما جذابیت زیادی داشته و روند فعالیت سایت‌تان را نیز به طور چشمگیری توسعه دهد. درست به همین دلیل اگر در ادامه به دنبال ایجاد موقعیت برتر برای بردت‌تان در دنیای کسب و کار هستید، توصیه‌های این مقاله برای‌تان کاربردی خواهد بود.

ارتقای دسترس‌پذیری سایت برند

ارتقای دسترس‌پذیری سایت برند امر پیچیده یا غیرممکنی نیست. شما در این میان فقط باید از تکنیک‌های کاربردی به خوبی سود ببرید، در غیر این صورت شانس‌تان در بازار به شدت کاهش پیدا کرده و تبدیل به برندی کلیشه‌ای برای مشتریان خواهید شد. بی‌شک این روزها کمتر کسی در بازار از برندهای کلیشه‌ای استقبال می‌کند. درست به همین دلیل ایجاد تغییراتی اساسی در روند فعالیت برند می‌تواند یک عامل مهم در مسیر موفقیت کسب و کارتان باشد.

هدف اصلی در این بخش بررسی برخی از مهمترین نکات در زمینه دسترس‌پذیری سایت و اثر آن بر روی مخاطب هدف به شیوه‌ای بهینه است. این امر برای شما موقعیت بسیار خوبی فراهم کرده و شانس‌تان در این میان را نیز به طور چشمگیری توسعه خواهد داد. در ادامه برخی از مهمترین نکات در این‌ زمینه را مورد بررسی قرار می‌دهیم.

استفاده از پلتفرم مناسب

سایت شما باید دارای یک پلتفرم درست برای طراحی و مدیریت باشد. این روزها بسیاری از برندها برای صرفه‌جویی در هزینه‌ها به دنبال پلتفرم‌های بی‌نیایت از راه‌هندستند. این امر معمولاً همراه با خدمات پس از راه‌اندازی سایت نیست و می‌تواند شما را با درس‌های بسیار متنوعی رو به رو سازد. درست به همین خاطر ما در زمینه تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف شیوه‌ای متمایز برای فعالیت بردت‌تان در نظر گرفته‌ایم. این امر شامل طراحی و راه‌اندازی سایت بر بستر معتبرترین پلتفرم‌های موجود در بازار است.

بی‌تردید همه کارآفرینان و بازاریاب‌ها به خوبی با پلتفرم وردپرس آشنایی دارند. این پلتفرم برای طراحی سایت از مدت‌ها قبل در دسترس بوده است. درست به همین دلیل شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان امکان استفاده درست و حرفه‌ای از آن را دارید. این نکته می‌تواند به شما برای بهینه‌سازی موقعیت‌تان در بازار کمک کرده و شانس‌تان در برابر دیگر پلتفرم‌ها

را نیز به طور چشمگیری افزایش دهد. یادتان باشد شما برای بهینه‌سازی موقعیت‌تان در بازار باید به فکر مرحله بعد از طراحی سایت نیز باشید. اگر سایت شما همیشه با مشکلات و باگ‌های ریز و درشت مواجه باشد، کمتر کسی به سراغ بردت‌تان خواهد آمد. این امر می‌تواند در بلندمدت شانس شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به طور چشمگیری کاهش داده و حتی اعتبار بردت‌ان را نیز زیر سوال ببرد. بی‌شک این روزها بسیاری از کسب و کارها برای بهینه‌سازی موقعیت‌شان در بازار از پلتفرم‌های جایگزین وردپرس استفاده می‌کنند. توصیه ما در این میان وفاداری به وردپرس است. این پلتفرم شناخته شده‌ترین بستر برای مدیریت سایت محسوب می‌شود. با این حساب شما می‌توانید کارتان را به سادگی هر چه تمام‌تر برای تاثیرگذاری بسر روی مخاطب هدف دنبال کرده و موقعیت‌تان در بازار را نیز بهینه‌سازی نمایید.

استفاده از توضیحات جانبی برای عکس‌ها

عکس‌ها در دنیای بازاریابی امر بسیار مهمی محسوب می‌شوند. این امر به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف محسوب شده و کارشان را به بهترین نحو ممکن توسعه می‌دهد. محتوای بصری بسیار بیشتر از محتوای متنی در دنیای امروز اینترنت تاثیرگذار است. درست به همین دلیل سهم محتوای بصری از ترافیک اینترنت در طول یک دهه اخیر به طور چشمگیری افزایش پیدا کرده است. اگر شما به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان در این شرایط هستید، می‌توانید به ساده‌ترین شکل ممکن از عکس‌ها استفاده کنید.

استفاده از عکس‌ها فقط بخشی از روند موفقیت در زمینه بازاریابی در عرصه آنلاین محسوب می‌شود. شما برای موفقیت بی‌چون و چرا در این راستا نیاز به المان‌های دیگری نیز دارید. این امر شامل تلاش برای تاثیرگذاری بسر روی مخاطب هدف به بهترین شکل ممکن می‌شود. منظور ما در این بخش استفاده از توضیحات جانبی برای هر عکس است. این امر فقط محدود به نگارش کپشن‌های دقیق نیست. گاهی اوقات شما باید اسم فایل بصری را نیز از قبل تعیین کنید. همچنین در جای‌گذاری آن محتوا نیز به کدهای مختلف توجه نشان دهید.

یکی از نکات مهم برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف استفاده از روش‌هایی مانند انتخاب نام‌های دقیق برای محتوای تصویری است. این امر می‌تواند در زمینه سئو به شما کمک کرده و رتبه لینک‌های سایت‌تان را

بسیار بیشتر از حالت عادی سازد. در این صورت شما وضعیت بسیار خوبی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف پیدا کرده و شانس‌تان برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف بهبود پیدا خواهد کرد.

پرهیز از کاربرد رنگ‌ها بدون توضیح دقیق

وقتی یک کاربر به دنبال ثبت نام در یک سایت است، به طور معمول باید اطلاعات دقیق و معتبری از خودش ارائه دهد. در این میان اگر هر کدام از بخش‌ها با بی‌دقتی پر شود، احتمالاً سایت مورد نظر با یک ارور ساده کاربر را نسبت به اصلاح فرم آگاه خواهد کرد. این ارور اغلب اوقات در قالب یک رنگ قرمز برای نشان دادن ایراد در بخش پر کردن فیلدها نمایان می‌شود. نکته مهم اینکه شما نباید به صرف یک رنگ قرمز اکتفا کنید. اگر کاربر شما نداند چرا ثبت نام یا ثبت سفارش در سایت شما امکان‌پذیر نیست، فرصت رفع نقص کارش را نخواهد داشت. درست به همین دلیل یکی از معیارهای مهم برای در دسترس بودن سایت برند مربوط به استفاده از متن‌های توضیحی دقیق در کنار رنگ‌های قرمز یا سبز برای نشان دادن پیام اصلی به مخاطب هدف است. یادتان باشد شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نیازمند استفاده از شرایط بسیار ویژه‌ای هستید.

این امر می‌تواند برای شما یک صحنه کاملاً رقابتی ایجاد کرده و در بسیاری از شرایط شانس‌تان برای تاثیرگذاری بسر روی مخاطب هدف را نیز به شدت افزایش دهد. یادتان باشد این روزها بسیاری از برندها در مسیر تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف شرایط بسیار دشواری دارند. بنابراین شما نباید خودتان این مسیر سخت را دشوارتر از هر زمان دیگری سازید.

بسیاری از برندها در دنیای امروز برای تاثیرگذاری

بر روی مخاطب هدف شرایط بسیار ویژه‌ای دارند. این امر می‌تواند شامل سطح بالای رقابت در شبکه‌های

اجتماعی یا حتی فضای کلی اینترنت باشد. شما در

صورتی که به جزئیات در این رابطه توجه نشان دهید، می‌توانید فرصت جلو زدن از سایر رقبا در زمینه جلب

نظر مشتریان را پیدا کنید. درست به همین دلیل باید همیشه به مخاطب هدف توجه نشان داده و شانس‌تان

در این میان را به طور چشمگیری توسعه دهید.

ایجاد ترتیب مشخص برای تیترها

بی‌شک تیتربهای مختلف در یک سایت قرار نیست همگی شبیه به هم باشند. درست به همین دلیل گاهی اوقات ایجاد یک فهرست از اندازه تیترها برای ایجاد هماهنگی در میان تولیدکنندگان محتوا و بازاریاب‌های سایت ضروری خواهد بود. این امر به شما برای تاثیرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف کمک کرده و شانس‌تان در این میان را نیز توسعه می‌دهد. درست به همین دلیل شما برای بهبود شرایطتان باید به طور قابل‌ملاحظه‌ای در زمینه انتخاب اندازه تیتتر توجه نشان دهید. در این صورت کارتان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف بی‌نیهایت ساده می‌شود.

امروزه کاربران به شکل ظاهری یک سایت برای تعامل با آن توجه ویژه‌ای نشان می‌دهند. معنای این امر ضرورت استفاده از تیترها و همچنین قالبی زیباست. برخی از برندها در این میان فقط به محتوای تیترها توجه نشان می‌دهند. این امر می‌تواند برای شما جذابیت‌های بسیار زیادی به همراه داشته و شرایطتان را در مقایسه با دیگر برندها متحول سازد. یادتان باشد در بازار همه برندها به دنبال بهبود کارشان در سطحی بسیار گسترده هستند. درست به همین دلیل شما باید شرایطتان برای اثرگذاری بسر روی مخاطب هدف را با

استفاده از هر تکنیکی توسعه دهید.

امروزه هیچ معیار یگانه‌ای برای طراحی اندازه صفحات سایت از سوی برندها وجود ندارد. این امر باید از سوی خود شما و با دقت فراوان صورت گیرد، در غیر این صورت شاید هرگز فرصتی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف پیدا نکنید و مشکلات سایت‌تان به طور تصاعدی افزایش پیدا کند. این‌ نکته می‌تواند در بلندمدت شما را تبدیل به یک برند کلیشه‌ای در بازار کرده و موقعیت‌تان را نیز به شدت سخت و پیچیده سازد.

توصیه ما برای تولید محتوا در دنیای آنلاین همیشه توجه به شکل ظاهری کار در کنار محتواست. شما با این کار مسیر بازاریابی‌تان به شدت ساده‌تر از هر زمان دیگری خواهد شد. پس یک بازنگری کوچک در اندازه تیتربهای مختلف سایت‌تان داشته باشید. این امر نه تنها خیلی سخت نیست، بلکه تاثیر مثبت بزرگی روی روند کاری سایت‌تان خواهد داشت.

استفاده از فونت‌های ساده و واضح

محتوای بازاریابی شما حتی اگر از بهترین نمونه‌های موجود نیز باشد، تا زمانی که به دست مخاطب هدف نرسید و آنها توانایی مطالعه بسیار ساده و سراسرت آن را نداشته باشند، هیچ موفقیتی برای‌تان به همراه نخواهد داشت این امر می‌تواند برای شما دردرس زیادی به همراه داشته و شانس‌تان را نیز به طور چشمگیری توسعه دهد. یادتان باشد در دنیای امروز کاربران حوصله زیادی برای مطالعه یک محتوا با فونت‌های عجیب و غریب ندارند. درست به همین دلیل شما باید کارتان را به بهترین شکل ممکن توسعه دهید. این امر وضعیت‌تان در دنیای بازاریابی و کسب و کار را به بهترین شکل ممکن بهبود خواهد بخشید.

فونت‌های ساده و واضح همیشه تاثیرگذاری بسیار زیادی برای جلب نظر مخاطب هدف دارد. این فونت‌ها مخاطب‌تان را برای مطالعه محتوا به دردرس نمی‌اندازد و حتی در برخی از موارد امکان تاثیرگذاری بر روی آنها را نیز افزایش می‌دهد. کافی است خودتان را به جای مخاطب هدف قرار دهید تا سلیقه‌شان درباره فونت محتوای سایت را درک کنید. این امر می‌توانید برای شما بسیار ساده و حتی امری جزئی باشد، اما برای مخاطب هدف اهمیتی به اندازه خود محتوا دارد. درست به همین دلیل باید همیشه محتوای سایت‌تان را به بهترین شکل ممکن مدیریت کنید، در غیر این صورت شاید هرگز فرصت بهینه‌سازی فرصت‌تان در زمینه بازاریابی را پیدا نکنید. این امر می‌تواند بازدید سایت شما را به شدت کاهش دهد و بردت‌ان را از فهرست کسب و کارهای مورد علاقه مشتریان نیز خارج سازد.

بی‌شک افزایش دسترس‌پذیری سایت امر ساده‌ای نیست، با این حال استفاده از توصیه‌های مورد بحث در این مقاله می‌تواند شانس شما در این راستا را به طور چشمگیری افزایش دهد. پس برای بهبود وضعیت سایت‌تان استفاده از نکات این مقاله را فراموش نکنید.

منبع: wordstream.com