روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

چهارشنبه
۱۱ بهمن ۱۴۰۲

Wed.31 Jan 2024
۱۹ رجب ۱۴۴۵ - سال نهم
شماره ۲۴۱۱
۸ صفحه - ۵۰۰۰ تومان

www.forsatnet.ir

شاخص کل بورس تهران در دهمین روز بهمن ماه، نیم درصد دیگر ریزش کرد

هراس بورس در چله زمستان

فرصت امروز: دماسنج اصلی تالار شیشه‌ای، نیم درصد دیگر پایین آمد تا نشان دهد بورس تهران همچنان در هراس و تلاطم است. در جریان معاملات روز سه‌شنبه ۱۰ بهمن ماه، شاخص کل بورس تهران با ۹ هزار و ۹۳۱ واحد معادل ۰٫۴۷ درصد کاهش نسبت به روز گذشته به سطح ۲ میلیون و ۱۱۰ هزار و ۳۳۶ واحد رسید تا میزان بازدهی آن از ابتدای بهمن ماه تاکنون به منفی...

۴

تنها نیمی از اهداف قانون بهبود مستمر محیط کسب وکار در سال گذشته محقق شد

بایگانی مطالبات اقتصادی

فرصت امروز: قانون بهبود مستمر محیط کسب وکار در سال ۱۳۹۰ به تصویب رسید و با وجود گذشت ۱۲ سال و علی رغم صدور بخشنامه‌های متعدد هنوز ظرفیت‌های آن کاملا اجرایی نشده است؛ کما اینکه پایش قانون بهبود مستمر محیط کسب‌وکار در سال ۱۴۰۱ نشان می‌دهد میزان اجرای احکام این قانون، ۵۹ درصد و میزان دستیابی به اهداف قانون، ۵۷ درصد بوده که در مقایسه با سال ۱۴۰۰، بیانگر کاهش بیش از ۵ درصدی در اجرای قانون در سال گذشته است. آنطور که بازوی پژوهشی بخش خصوصی گزارش داده، رقم شاخص کل دستیابی به اهداف چهارده‌گانه قانون معادل ۵۷٫۰۶ درصد به‌دست آمده است که نسبت به سال قبل از آن، تغییر یک درصدی را نشان می‌دهد. از بین اهداف چهارده‌گانه قانون بهبود مستمر محیط کسب وکار در سال گذشته، «شفاف‌سازی اطلاعات و آمار مورد نیاز فعالان اقتصادی» با ۸۷٫۸۹ درصد بیشترین میزان تحقق و همانند سال‌های پیش، «جبران خسارت فعالان اقتصادی ناشی از اتخاذ تصمیم‌های دولت در زمینه قطع خدمات برق، گاز و مخابرات» با ۲۳٫۶۶ درصد کمترین میزان تحقق را داشته است. فعالان اقتصادی و ۹۴ شخص حقیقی و حقوقی حوزه کسب‌وکار که در نظرسنجی پایش قانون بهبود محیط کسب وکار مشارکت کرده‌اند، میزان اجرا و تحقق اهداف ۳۰ حکم از احکام پنجاه‌وسه‌گانه قانون را معادل ۴۳٫۹۱ درصد اعلام کرده‌اند. سهم وظایف حاکمیتی در اجرای قانون بهبود مستمر محیط کسب‌وکار حدود ۷۰ درصد...

۲

انتشار اطلاعات نادرست، حوادث اقلیمی و قطبی شدن جامعه، مهمترین ریسک‌های ۲ سال آینده هستند

۷ شرط تاب‌آوری کسب وکارها

۳

قوانین هم بساط حواله‌فروشی خودروها را جمع نکرد

بازار داغ حواله خودرو

۲

نگاه

ریشه جهش اخیر نرخ دلار

کامران ندری
استاد دانشگاه

اگر شرایط فعلی تداوم پیدا کند و این درگیری‌های منطقه‌ای تشدید شود و ایران یک نقش سازنده در فروکش کردن این درگیری‌ها نداشته باشد، من خیلی به آینده نرخ ارز و شکوفایی اقتصاد خوشبین نیستم. در پی افزایش اخیر قیمت دلار، برخی معتقدند علت این رخداد، نزدیک شدن به زمان برگزاری انتخابات اسفندماه است، اما نمی‌توان چنین ارزیابی‌ای را واقع‌بینانه دانست. تحولاتی که در بازار ارز اتفاق افتاده، بیشتر ناشی از درگیری‌هایی است که در خاورمیانه وجود دارد و یک پای این داستان هم ایران است، گرچه ایران این موضوع را انکار می‌کند ولی متاسفانه نقش ایران در این قضیه برجسته‌سازی رسانه‌ای شده و این ذهنیت را به وجود آورده که در پی اتهامات وارده ضدایرانی، کشورمان در آینده و شاید به زودی در معرض اقدامات تحریمی و تنبیهی بیشتری قرار خواهد گرفت و همین نگاه باعث تشدید ناامنی روانی و افزایش نرخ بازار ارز شده که اثر خود را بر شاخص‌های اقتصادی و بخصوص تورم و گرانی هم برجای خواهد گذاشت. اگر شرایط...

۲

مدیریت و کسب‌وکار

ویدئو مارکتینگ با جدیدترین ترندها

تیم‌های بازاریابی وقتی سراغ طراحی کمپین می‌روند، اول از همه به فرمت ویدئو توجه نشان می‌دهند. خب در اینجا صحبت از فرمتی است که در طول سال‌های اخیر به طور مداوم طرفداران بیشتری پیدا کرده است. کافی است نگاهی به دور و برتان بیندازید تا متوجه علاقه بیشتر مردم برای تماشای ویدئوهای جذاب در مقایسه با مطالعه متن یا حتی تماشای انواع اینفوگرافی‌ها شوید. فرمت صوتی، مثل پادکست‌ها هم اگرچه در طول سال‌های اخیر دوباره احیا شده، اما هنوز راه زیادی برای رقابت با ویدئو دارد.

ویدئو مارکتینگ به عنوان یک استراتژی اساسی در دنیای کسب و کار بر روی توانایی بازاریاب‌ها برای اثرگذاری بر روی مخاطب با استفاده از ویدئوهای جذاب تاکید دارد. خب ویدئوهای جذاب که همینطور بی‌مقدمه سر و کله‌شان پیدا نمی‌شود. در عوض این شما هستید که باید با استفاده از ایده‌های تازه یک ویدئو...

۸

بیانات مهم رهبر انقلاب درباره مسئولیت‌های دولت و بخش خصوصی برای پیشرفت اقتصادی:

رشد نقدینگی باید متوقف شود

رهبر انقلاب اسلامی تاکید کردند مهمترین وظیفه دولت، بهبود فضای کسب وکار و برطرف کردن موانع آن است. به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر مقام معظم رهبری، رهبر معظم انقلاب اسلامی صبح سه‌شنبه در دیدار حدود هزار نفر از فعالان اقتصادی و تولیدکنندگان با اشاره به ظرفیت و توان کاملا موثر بخش خصوصی برای تحقق اهداف کلان اقتصادی، «حمایت دولت، به‌ویژه رفع موانع فضای کسب و کار» و «مسئولیت‌پذیری بخش خصوصی» را دو ضرورت مهم و زمینه‌ساز بهبود اوضاع و پیشرفت چشمگیر کشور برشمردند. حضرت آیت‌الله خامنه‌ای پس از شنیدن سخنان ۱۲ نفر از فعالان عرصه‌های تولید، پیگیری جدی دولت برای خواسته‌های مطرح‌شده از جمله تشکیل مجموعه‌های صنعتی چندوجهی، تأمین مالی شرکت‌های متوسط و کوچک و موضوع آبیاری نوین را خواستار شدند. ایشان نمایشگاهی را که روز قبل بازدید کردند، بسیار شوق‌آور و برجسته خواندند و گفتند: متأسفیم که این پیشرفت‌ها برای مردم توضیح داده نشده و اکثر افراد ملت از اینگونه تلاش‌ها و توفیقات و ابتکارات که جزو نعمت‌های الهی است، بی‌خبرند.

رهبر انقلاب، نمایشگاه و این جلسه را نشان‌دهنده این حقیقت پرمعنا و روشن دانستند که بنگاه‌های بزرگ تولیدیِ بخش خصوصی در سال‌های متوالی، رشد چشمگیری یافته‌اند که این واقعیت نشان‌دهنده وجود یک بخش خصوصی توانا و قدرتمند است. حضرت آیت‌الله خامنه‌ای با اشاره به مسائل محدودکننده‌ای مانند تحریم‌ها و کم‌کاری برخی دولت‌های گذشته، گفتند: تلاش و پیشرفت بخش خصوصی با وجود چنین موانعی، انسان را امیدوار می‌کند که این بخش قادر است ایران را به رشد مطلوب برنامه پنج‌ساله هفتم، یعنی رشد ۸ درصد برساند.

ایشان «ابتکار» را واقعیت بارز نمایشگاه و این جلسه دانستند و گفتند: ابتکار، نشان‌دهنده نیروی انسانی نخبه است و وجود نیروی انسانی نخبه به عنوان ثروتی عظیم، تکیه‌گاهی مطمئن در گره‌گشایی مسائل کلان، پیمودن راه‌های دشوار و رسیدن ایران به اوج خواهد بود.

رهبر انقلاب، ناترازی در مسائلی مانند آب، سوخت، برق و عرصه‌های دیگر را مانع کارهای بزرگ خواندند و افزودند: نیروی انسانی نخبه بخش خصوصی می‌تواند در این زمینه‌ها حقیقتا گره‌گشایی کند که این، نیاز به برنامه‌ریزی درست برای استفاده از ظرفیت فکری و عملی این بخش دارد.

حضرت آیت‌الله خامنه‌ای، فعالیت در عرصه‌های مختلف بالادستی نظیر نفت و فولاد و گاز تا مشاغلی همچون صنایع دستی را نمایانگر زمینه بسیار گسترده مشارکت بخش خصوصی دانستند و گفتند: دستان پرقدرت و انگشتان مبتکر فعالان این بخش‌ها، به افزایش اشتغال و کاهش فقر هم منجر خواهد شد.

رهبر انقلاب، احساس مسئولیت توأمان دولت و فعالان اقتصادی را لازمه استفاده بهینه از ظرفیت سرمایه‌های مردمی برشمردند و گفتند: مسئولیت دولت عموما متوجه رفع موانع و بهبود فضای کسب وکار است.

ایشان، ابراز نارضایتی برخی تولیدکنندگان در بازدید رهبری از نمایشگاه را نشان‌دهنده عمل نکردن دولت به تذکراتی دانستند که سال گذشته در چنین دیداری خطاب به دولتمردان بیان کرده بودند. رهبر انقلاب تأکید کردند: مسئولان دولتی باید بجد مسئله بهبود فضای کسب وکار را دنبال و موانع را برطرف کنند.

حضرت آیت‌الله خامنه‌ای، نظارت دولت را مکمل حمایت از بخش خصوصی برشمردند و گفتند: این نظارت که با دخالت متفاوت است، مطلقا قابل اغماض نیست.

برخی سوءاستفاده‌ها در اجرای سیاست‌های اصلی ۴۴، نمونه‌ای از مشکلاتی بود که رهبر انقلاب در تبیین معایب فقدان نظارت صحیح به آن اشاره کردند و گفتند: به همین علت در روند اجرای سیاست‌های اصل ۴۴، کارهای بی‌قاعده‌ای انجام شد که هم به بنگاه‌ها، هم به کشور و هم به مردم ضربه زد.

ایشان در تبیین موانع موجود در فضای کسب و کار در درون دولت، به مشکلاتی نظیر مراکز متعدد تصمیم‌گیری، تعارض تصمیم‌گیری در بخش‌های مختلف دولتی و طول کشیدن بی‌منطق صدور مجوز فعالیت‌ها اشاره کردند و گفتند: به چه دلیل مذاکره برای فعالیت یک شرکت بخش خصوصی در صنایع بالادستی نفت باید سه سال طول بکشد یا بخش‌هایی مانند معدن و محیط زیست در فعالیت‌های بخش معدنی، تصمیمات متعارض بگیرند؟

حضرت آیت‌الله خامنه‌ای به عنوان نمونه دیگری از موانع دولتی کسب وکار، به محدودیت منابع مالی در نتیجه کنترل نقدینگی اشاره کردند و افزودند: کاهش و توقف رشد نقدینگی، سیاست درستی است و تلاش‌های دولت در این زمینه تا حدی موثر بوده است، اما محدودیت ایجادشده در منابع تخصیصی بانک‌ها به فعالان تولیدی نباید متوجه بنگاه‌های کوچک و متوسط شود؛ نه اینکه همین منابع محدود هم به شرکت‌های دولتی یا شرکت‌های خاص و زرنگ با ارتباطات گسترده داده شود که مدیریت اصلی حل این مشکل با بانک مرکزی است.

رهبر انقلاب تأکید کردند: موانع درون دولتی فضای کسب وکار باید با مشاوره در دولت، تصمیم‌گیری رئیس جمهور و مدیریت معاون اول رفع شود.

حضرت آیت‌الله خامنه‌ای، برخی موانع بهبود فضای کسب وکار را هم مربوط به بیرون دولت از جمله دستگاه قضایی یا قوای مسلح خواندند و گفتند: سران قوا در جلسه‌ای که با اختیارات لازم تشکیل می‌شود، اینگونه موانع را حل و فصل کنند و اگر به هر دلیلی نشد، به رهبری منتقل کنند.

ایشان مسئولیت‌های بخش خصوصی را هم در روند استفاده بهینه از ظرفیت این بخش، مهم دانستند و گفتند: انضباط، رعایت ضوابط، پایبندی به قوانین و مقررات و سلامت کار جزو وظایف اصلی بخش خصوصی است که باید با نظارت دولت به آنها عمل شود.

حضرت آیت‌الله خامنه‌ای، حمایت و پشتیبانی دولت‌های جهان از شرکت‌ها و بنگاه‌های بزرگ خود را از عوامل موفقیت آن شرکت‌ها دانستند و گفتند: یکی از کمک‌های ضروری دولت به بخش خصوصی، کمک به توسعه صادرات و بازارهای خارجی است که در این زمینه باید دیپلماسی اقتصادی با کار مشترک دولت و بخش خصوصی تقویت شود.

ایشان با اشاره به وجود مشکلات خارجی مانند تحریم‌ها و خصومت‌های بدخواهان گفتند: این موارد بی‌تردید ضربه‌زننده است و برای کشور مشکلاتی ایجاد می‌کند اما از همین مسائل نیز می‌توان فرصت ساخت، همچنان‌که جوانان ما از این فرصت استفاده کردند و امروز به تسلیحات نظامی و یا دستاوردهای علمی خیره‌کننده‌ای مانند پیشرفت در بخش فضایی و پرتاب ماهواره‌ای مانند ثریا دست پیدا کرده‌ایم که اگر تحریم‌ها نبود، امروز این دستاوردها را نداشتیم.

رهبر انقلاب در جمع‌بندی سخنان‌شان گفتند: اگر مدیریت لازم و حمایت صحیح از بخش خصوصی انجام شود پیشرفت چشمگیر ایران با توجه به ظرفیت بالا، ثروت طبیعی فراوان، نیروی انسانی نخبه و ارتباط خوب دولت و مردم به واقعیتی ملموس تبدیل می‌شود.

همچنین در ابتدای این دیدار که برخی مسئولان دولتی نیز حضور داشتند، ۱۲ نفر از حاضران به بیان آخرین دستاوردها، پیشنهادها و نکات خود پرداختند. سرکار خانم مریم گل‌آبادی، رئیس هیأت مدیره شرکت دانش‌بنیان نگین، تولیدکننده بذرهای هیبرید سبزی و صیفی؛ سیدامیر رضویان، مدیرعامل شرکت داروسازی دکتر عبیدی، قدیمی‌ترین و بزرگ‌ترین تولیدکننده دارو در ایران؛ حامد باقری رستگار، مدیرعامل پیام‌رسان روبیکا؛ رضا محمدجعفر، مدیرعامل شرکت سِله‌بُن، تولیدکننده انواع پوشاک؛ حسین مقدسی، مدیرعامل شرکت پارس جهد، رتبه اول تولید تجهیزات ابزار دقیق در کشور؛ علی‌اصغر پورمند، مدیرعامل هلدینگ میدکو، تولیدکننده و فعال حوزه صنایع معدنی؛ مهدی قیصری، مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان پایدار کشت هوش خاورمیانه، طراح و تولیدکننده فناوری آبیاری هوشمند بخش کشاورزی؛ محمدعلی رستگار، رئیس هیأت‌مدیره شرکت تأمین سرمایه بانک مسکن و فعال حوزه مالی و سرمایه‌گذاری؛ علی پژوهان، مدیرعامل شرکت مانا پاک، تولیدکننده در صنعت پنل‌های خورشیدی؛ علی جلائی مرادزاده، رئیس هیأت مدیره شرکت کِلور، تولیدکننده لوازم خانگی؛ علیرضا صادق‌آبادی، مدیرعامل هلدینگ گسترش انرژی پاسارگاد، فعال در زمینه توسعه میادین نفت و گاز و محسن قدیری، مدیرعامل هلدینگ پتروپالایش اصفهان، بزرگ‌ترین تولیدکننده گازوئیل در کشور از جمله این فعالان اقتصادی بودند.

ضرورت نوسازی و سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های صنعت دارو، حمایت از پیام‌رسان‌های داخلی برای کسب رضایت کاربران، ضرورت همراهی بوروکراسی اداری با روش‌های نوین کسب‌وکار، نیاز کشور به تشکیل مجموعه‌های بزرگ و چندوجهی صنعتی به منظور پایداری خودکفایی و رقابت بین‌المللی، ضرورت احداث کارخانجات ملی تولید قطعات پایه لوازم خانگی، لزوم تشکیل بانک‌های سرمایه‌گذار و شرکت‌های ثروت‌آفرین، ثبات در مقررات به‌ویژه در زمینه صادرات، الزامی‌شدن فرآیند آبیاری نوین اراضی کشاورزی، بازنگری در سرفصل‌های تحصیلات تکمیلی رشته‌های دانشگاهی حوزه کشاورزی، بازنگری در قوانین حوزه صنایع نفت و گاز، توجه بیشتر به تأمین مالی زنجیره‌ای و روش‌های هدایت اعتباری در زنجیره تولید و همچنین یکپارچه‌سازی سامانه‌های مالیاتی و سامانه‌های اعطای تسهیلات از جمله محورهای مطرح‌شده تولیدکنندگان و فعالان اقتصادی در دیدار با رهبر انقلاب بود.

چند پیشنهاد کارشناسی به متقاضیان سرمایه‌گذاری در بورس

چگونه بدون مالیات طلا بخریم؟

یک کارشناس بورس با ارائه پیشنهاداتی به سرمایه‌گذاران در بازار سرمایه، گفت متقاضیان عمومی می‌توانند به واسطه صندوق‌های سرمایه‌گذاری مشترک در بورس سرمایه‌گذاری کنند. همچنین برای سرمایه‌گذاری با مبالغ بالا می‌توان از طریق شرکت‌های سبدگردان اقدام کرد و متقاضیان خرید طلا بدون مالیات نیز می‌توانند از طریق صندوق‌های کالایی اقدام کنند. «محمد حسین عسگری» با اشاره به اینکه بورس ایران تقریبا از بهمن ماه ۱۳۴۵ فعال است و در کل این دوره بازار همواره فعال بوده و گسترش بسیار قابل توجهی هم پیدا کرده است، به «ایسنا» گفت: در حال حاضر در حوزه اوراق بهادار و سهام شرکت‌ها دو تا بورس اوراق بهادار تهران و فرابورس ایران در حال فعالیت هستند که شرکت‌های مختلف در این دو بورس پذیرش شده‌اند و سهام‌شان در حال داد و ستد است.

او یکی از ویژگی‌های بورس به عنوان یک بازار متشکل را بحث نوسانات دانست و ادامه داد: سهام شرکت‌ها به سرعت نسبت به اخبار و رویدادهایی که می‌افتد و پیش‌بینی‌هایی از آینده، واکنش نشان می‌دهند. نوسانات جزئی از ذات بازار بورس و اوراق بهادار است؛ به عنوان مثال، اگر اخبار امیدوارکننده‌ای درباره افزایش تولید یک شرکت یا افزایش نرخ محصولات یک شرکت وجود داشته باشد، این موضوع باعث افزایش سهام آن شرکت می‌شود و اگر ریسک‌هایی مثل محدودیت واردات و صادرات برای برخی از شرکت‌ها یا تحریم یا کاهش قیمت‌ها وجود داشته باشد، می‌تواند در درآمدهای پذیرفته شده در بورس تاثیرگذار بوده و موجب کاهش قیمت‌ها شود. به طور کلی، بورس و اوراق بهادار، بازار فعال و پویایی است و در این مدت شاهد پذیرش شرکت‌های جدیدی در تابلوهای بورس و اوراق بهادار تهران و فرابورس ایران و عرضه اولیه آنها هستیم. به گفته «عسگری»، بازار سرمایه یکی از بازارهای مولد است و برخلاف بازارهای سکه و ارز که ارزش افزوده‌ای را برای اقتصاد ایجاد نمی‌کنند، باعث تامین نقدینگی شرکت‌ها و ناشران و همچنین نقدشوندگی سهامداران می‌شود.

این کارشناس بازار سرمایه با بیان اینکه این بازار نیازمند یک دانش تخصصی است، ولی این بدان معنا نیست که این بازار فقط برای افراد حرفه‌ای و متخصص بازارهای مالی است، افزود: قاعدتا عموم مردم هم می‌توانند با توجه به ابزارها و نهادهای جدیدی که در چند سال اخیر توسعه یافته و باعث تعمیق بازار سرمایه کشور شده‌اند بیایند و سرمایه‌گذاری خود را به طور غیرمستقیم انجام دهند، یکی از این ابزارها، صندوق‌های سرمایه‌گذاری مشترک یا قابل معامله است. این صندوق‌ها توسط مدیران حرفه‌ای و مسلط به مسائل مالی و قوانین و مقررات مالی اداره می‌شوند و به طور ذاتی سرمایه‌گذاری در این صندوق‌ها به طور غیرمستقیم باعث کاهش ریسک سرمایه‌گذاران می‌شود. ضمن اینکه وقتی سهامی شخصا خریداری می‌شود در کوتاه‌مدت یا میان مدت باید روند معاملاتی توسط شخص بررسی شود. بررسی این روند نیازمند وقت است؛ در حالی که مدیران این صندوق‌ها تمام وقت‌شان برای انجام معاملات است، آنها تمام مدت وقت خود را به رصد شرکت‌های مختلف، قیمت‌ها و سهام‌ها می‌گذارند، از این حیث عموم مردم هم می‌توانند در بازار سرمایه شرکت کنند و از منافع موجود در بازار استفاده کنند.

به گفته وی، اگر مبلغ بیشتری برای سرمایه‌گذاری مدنظر است، یعنی ۵۰۰ میلیون تومان یا یک میلیارد یا بیشتر، مردم می‌توانند این سرمایه‌گذاری را از طریق شرکت‌های سبدگردانی انجام دهند. این شرکت‌ها نهادهای مالی دارای مجوز از سازمان بورس و اوراق بهادار هستند که در قالب قراردادی با سرمایه‌گذاران منابع مالی آنها را در سهام‌های مختلف سرمایه‌گذاری و اقدام به خرید و فروش می‌کنند و با توجه به حرفه‌ای‌بودن این افراد می‌توانند بازده بیشتری نسبت به بازده شاخص بورس و اوراق بهادار و بازده سایر بازارها کسب کنند. همچنین یکی دیگر از ابزارهای مالی بازار سرمایه، صندوق‌های با درآمد ثابت یا با اوراق بهادار بدون ریسک است. این صندوق‌ها آن ریسک قیمت را ندارند و کارکردشان تضمین یک مقدار سود علی‌الحساب است.

او با اشاره به خرید طلا بدون مالیات از طریق صندوق‌های کالایی افزود: چند سالی است که صندوق‌های کالایی هم از دیگر این ابزارهاست؛ به عنوان مثال صندوق طلا، افراد بدون اینکه خودشان را مستقیما درگیر خرید و فروش سکه، طلا و شمش طلا شوند می‌توانند به هر میزانی که مدنظرشان است این واحدهای صندوق‌های طلا را خریداری و نگهداری کنند، این اوراق خیلی سریع قابل نقدشدن در بازار است و معاف از مالیات‌های مرسوم بازار طلا است.

این کارشناس بورس با بیان اینکه صندوق‌های سرمایه طوری است که افراد به جای آنکه مستقیم خرید و فروش را در بازار بورس و اوراق بهادار انجام دهند می‌توانند غیرمستقیم این کار را از طریق صندوق‌های سرمایه‌گذاری انجام دهند، گفت: این صندوق‌ها با سرمایه‌گذاری با مدیریت سبد سهام سعی می‌کنند ریسک‌های موجود در بازار را کاهش دهند و خیلی سریع با دقت و کیفیت بالایی خرید و فروش اوراق بهادار را انجام دهند و افراد می‌توانند با خیال راحت و بدون اینکه مستقیما درگیر اخبار و اطلاعات شرکت‌های مختلف هستند، می‌توانند در این صندوق‌ها سرمایه‌گذاری کنند. این صندوق‌ها تحت نظارت سازمان بورس و اوراق بهادار است و مدیران این صندوق‌ها حتما باید دارای یکسری صلاحیت‌های عمومی و تخصصی باشند و سازمان بورس بر فرآیند این صندوق‌ها نظارت می‌کند بنابراین از این حیث می‌توان گفت که سرمایه‌گذاران با خیال راحت سرمایه‌گذاری خود را انجام دهند. «عسگری» با بیان اینکه نگاه به بازدهی که سهامداران در بلندمدت کسب کردند، خود گواه جذابیت و ارجحیت سرمایه‌گذاری در بورس و اوراق بهادار است، اضافه کرد: به طور کلی در یک بازه زمانی ۲۰ ساله یا ۳۰ ساله، سرمایه‌گذاری در بورس و اوراق بهادار و سهام شرکت‌ها با اختلاف دارای بیشترین بازدهی نسبت به سایر بازارهاست. بازار ارز، سکه و سپرده‌های بانکی، اختلاف بسیار فاحشی با بازار سرمایه دارند. البته در سه سال اخیر، بازدهی بازار بورس و اوراق بهادار به خاطر ریزش بی‌سابقه بورس در سال ۱۳۹۹ کمتر از بقیه بازارها بوده، اما با توجه به اصلی که در بازارها وجود دارد و آن اینکه به هر حال بازدهی بازارها یکدیگر را تعقیب کرده و بهم می‌رسد، پیش‌بینی می‌شود بازار سرمایه هم این عقب‌ماندگی خود را در چند سال اخیر بتواند در کشور و منطقه رفع کرده و ثبات خود را کسب کند. به گفته وی، بهترین روش سرمایه‌گذاری از دید اقتصاد کلان حتما سرمایه‌گذاری در بورس و اوراق بهادار است؛ زیرا باعث تامین نقدینگی شرکت‌ها می‌شود و شرکت‌ها می‌توانند با افزایش سرمایه، منابع مورد نیاز خود را برای اجرای طرح‌ها و پروژه‌ها به دست بیاورند و از آن طرف مسئله نقدشوندگی هم موجودیت دارد و می‌توانند خیلی سریع سهامداران یک شرکت، سهام خود را بفروشند و انتقال مالکیت اتفاق بیفتد.

یادداشت

ریشه جهش اخیر نرخ دلار

کامران ندری، استاد دانشگاه

اگر شرایط فعلی تداوم پیدا کند و این درگیری‌های منطقه‌ای تشدید شود و ایران یک نقش سازنده در فروکش کردن این درگیری‌ها نداشته باشد، من خیلی به آینده نرخ ارز و شکوفایی اقتصاد خوشبین نیستم. در پی افزایش اخیر قیمت دلار، برخی معتقدند علت این رخداد، نزدیک شدن به زمان برگزاری انتخابات اسفندماه است، اما نمی‌توان چنین ارزیابی‌ای را واقع‌بینانه دانست. تحولاتی که در بازار ارز اتفاق افتاده، بیشتر ناشی از درگیری‌هایی است که در خاورمیانه وجود دارد و یک پای این داستان هم ایران است، گرچه ایران این موضوع را انکار می‌کند ولی متاسفانه نقش ایران در این قضیه برجسته‌سازی رسانه‌ای شده و این ذهنیت را به وجود آورده که در پی اتهامات وارده ضدایرانی، کشورمان در آینده و شاید به زودی در معرض اقدامات تحریمی و تنبیهی بیشتری قرار خواهد گرفت و همین نگاه باعث تشدید ناامنی روانی و افزایش نرخ بازار ارز شده که اثر خود را بر شاخص‌های اقتصادی و بخصوص تورم و گرانی هم برجای خواهد گذاشت.

اگر شرایط فعلی تداوم پیدا کند و این درگیری‌های منطقه‌ای تشدید شود و ایران یک نقش سازنده در فروکش کردن این درگیری‌ها نداشته باشد، من خیلی به آینده نرخ ارز و شکوفایی اقتصاد خوشبین نیستم و بانک مرکزی خیلی سخت خواهد توانست نرخ ارز را کنترل کند و ثابت نگه دارد؛ چراکه شرایط برای بانک مرکزی نسبت به یکی دو ماه قبل برای کنترل نرخ ارز خیلی سخت‌تر شده است. نرخ ارز، یکی از عوامل کلیدی در تعیین نرخ تورم در اقتصاد است و بانک مرکزی نیز در این مدت تمام تلاش خود را برای پایین آوردن نرخ رشد نقدینگی به کار گرفته و دیگر پایین آوردن نرخ رشد نقدینگی، بیشتر از این خیلی سخت و دشوار است. با فرض اینکه اگر به سختی بتوانیم رشد نقدینگی را زیر ۲۵ درصد هم بیاوریم، الان مسئله کلیدی برای اقتصاد و کنترل تورم، مسئله مهار نرخ ارز است که به نظر می‌رسد فعلا مدیریت این کار خیلی سخت و دشوار شده است.

به نظر می‌رسد ایران باید به نحوی بتواند بحث مناقشات منطقه‌ای و اتهامات ضدایرانی را مدیریت و مهار کند تا جلوی تبعات منفی این فشارها گرفته شود. الان حتی تبلیغات رسانه‌های غربی درباره احتمال درگیری با ایران هم اوج گرفته، سوای اینکه آرزوی تندروهای غربی برای کشاندن ایران به باتلاق جنگ محقق شود یا خیر، نکته پابرجا اینجاست که آمریکا و متحدان عربی آن از تلاش برای تزریق سم بیشتر به دیپلماسی و تجارت ایران دست برنخواهند داشت و متناسب با تشدید این تلاش‌ها، نرخ ارز هم تاثیر گرفته و صعودی خواهد شد و تنگنای مردم و اقتصاد کشورمان فزون‌تر می‌شود. بنابراین تا زمان باقی است باید تدبیری گره‌گشا اندیشید و اجرایی کرد که البته در مقایسه با حتی چند ماه پیش، کار دشوارتری شده است.

هیدروژن وارد سبد سوختی می‌شود؟

مهراد عباد، عضو هیأت نمایندگان اتاق تهران

حدود ۱۰ سال است که برخی کشورهای توسعه‌یافته دنیا و به نوعی شرکت‌های بزرگ حوزه انرژی و خودرو در جهان، به این تکاپو افتاده‌اند که از انرژی هیدروژن استفاده بیشتری کنند. انرژی هیدروژنی، یکی از پاک‌ترین سوخت‌هایی است که تاکنون به صورت صنعتی در خودروها، قطار و کشتی و همچنین به عنوان سوخت صنایع فولاد و سیمان مورد استفاده قرار گرفته است. در چند سال گذشته، غول‌های نفتی نظیر شل و انی و همچنین برخی شرکت‌های خودروسازی، انجمنی را راه‌اندازی کرده‌اند که در گذار از انرژی‌های فسیلی به انرژی‌های نوین نظیر هیدروژن به یکدیگر کمک کنند. دو ترند بزرگ در حوزه انرژی وجود دارد. یکی از این ترندها به موضوع هیدروژن اختصاص دارد و دیگری همجوشی هسته‌ای، نقطه مقابل شکافت هسته‌ای است که انرژی پاکی تولید می‌کند که ژاپن تولید انرژی از این همجوشی را آغاز کرده و در صنایع خود از آن استفاده می‌کند.

با ورود این انرژی‌های جدید و ارزان از جمله هیدروژن به سبد سوختی کشورها، سوخت‌های فسیلی به تدریج کارایی و استفاده خود را از دست خواهند داد. در حال حاضر نیز بسیاری از کشورهای نفتی دنیا که توسعه یافته هم هستند، تحقیق و توسعه بیشتری را به این انرژی‌ها معطوف کرده‌اند که بتوانند از این انرژی‌های پاک‌تر استفاده کنند. در ایران هم مسئولان ظاهرا به این مسئله واقف شده‌اند که انرژی‌های جدیدی در دنیا وجود دارد که به آن توجهی نشان نداده‌اند و ضرورت دارد که سیاستگذاران در این مقطع با پرهیز از بلندپروازی و شعارزدگی، ضعف‌ها را مورد توجه قرار دهند تا بهره‌گیری از ظرفیت‌های جدید در زمان نزدیک‌تری اتفاق بیفتد.

موضوع هیدروژن از سه منظر تولید، انتقال و استفاده قابل تحلیل است. در حال حاضر، تولید هیدروژن با اتکا به دو طریق در حال انجام است که یکی از این روش‌ها از طریق سوزاندن گاز است و در این روش، مقدار زیادی ناخالصی وارد هیدروژن می‌شود که انرژی تولیدشده در بسیاری از موارد قابل استفاده نخواهد بود. نکته حائز اهمیت اینکه بیشتر هیدروژنی که در ایران تولید می‌شود، به وسیله این روش است. روش دیگر از طریق الکترولیز آب بوده و به جای سوخت‌های فسیلی از برق استفاده می‌شود که سوخت پاکی تولید می‌کند و به آن سوخت سبز اطلاق می‌شود. البته در ایران، دولت وارد این حوزه نشده و تنها یک شرکت خصوصی به این روش هیدروژن تولید می‌کند. کشورهای توسعه‌یافته، این سوخت را به صورت مایع جابه‌جا می‌کنند. اما متاسفانه بهره‌گیری از این روش در ایران به دلیل نبود تجهیزات و تکنولوژی امکان‌پذیر نیست بنابراین شایسته است که سرمایه‌گذاری‌ها و عملیات تحقیق و توسعه به این سمت و سو سوق پیدا کند.

اگر قرار است شرکت‌های فولادی و سیمانی به جای گاز از هیدروژن استفاده کنند، باید تغییراتی را در خطوط تولید خود ایجاد کنند. همین تغییر نیز نیازمند تکنولوژی خاصی است که کشور ما در آن دچار ضعف است بنابراین چنانچه روابط بین‌المللی کشور بهبود پیدا کند و تحریم‌ها برطرف شود، شاید با وارد کردن این فناوری‌ها و تکنولوژی بتوانیم در استفاده از این سوخت سبز چند قدم به پیش برداریم. برخی کشورهای منطقه از جمله امارات و عربستان، گام‌های بلندی در استفاده از این انرژی پاک برداشته‌اند. کشور ما در این زمینه بسیار عقب بوده و تمرکز وزارت نفت همچنان به نفت معطوف است؛ در حالی که استفاده از مشتقات گاز، ارزش افزوده بالایی برای کشور به همراه خواهد داشت. در عین حال لازم است که دانشگاه‌های ایران نیز به این دانش که با عنوان علم فوق سرد شناخته می‌شود، توجه نشان دهند تا فاصله‌ای که ایران با کشورهای منطقه و کشورهای پیشرفته دارد، هرچه زودتر پر شود.

تنها نیمی از اهداف قانون بهبود مستمر محیط کسب وکار در سال گذشته محقق شد

بایگانی مطالبات اقتصادی

فرصت امروز: قانون بهبود مستمر محیط کسب وکار در سال ۱۳۹۰ به تصویب رسید و با وجود گذشت ۱۲ سال و علی رغم صدور بخشنامه‌های متعدد هنوز ظرفیت‌های آن کاملا اجرایی نشده است؛ کما اینکه پایش قانون بهبود مستمر محیط کسب‌وکار در سال ۱۴۰۱ نشان می‌دهد میزان اجرای احکام این قانون، ۵۹ درصد و میزان دستیابی به اهداف قانون، ۵۷ درصد بوده که در مقایسه با سال ۱۴۰۰، بیانگر کاهش بیش از ۵ درصدی در اجرای قانون در سال گذشته است. آنطور که بازوی پژوهشی بخش خصوصی گزارش داده، رقم شاخص کل دستیابی به اهداف چهارده‌گانه قانون معادل ۵۷،۰۶ درصد به‌دست آمده است که نسبت به سال قبل از آن، تغییر یک درصدی را نشان می‌دهد. از بین اهداف چهارده‌گانه قانون بهبود مستمر محیط کسب وکار در سال گذشته، «شفاف‌سازی اطلاعات و آمار مورد نیاز فعالان اقتصادی» با ۸۷،۸۹ درصد بیشترین میزان تحقق و همانند سال‌های پیش، «جبران خسارت فعالان اقتصادی ناشی از اتخاذ تصمیم‌های دولت در زمینه قطع خدمات برق، گاز و مخابرات» با ۲۳،۶۶ درصد کمترین میزان تحقق را داشته است.

فعالان اقتصادی و ۹۴ شخص حقیقی و حقوقی حوزه کسب‌وکار که در نظرسنجی پایش قانون بهبود محیط کسب وکار مشارکت کرده‌اند، میزان اجرا و تحقق اهداف ۳۰ حکم از احکام پنجاه‌وسه‌گانه قانون را معادل ۴۳،۹۱ درصد اعلام کرده‌اند. سهم وظایف حاکمیتی در اجرای قانون بهبود مستمر محیط کسب‌وکار حدود ۷۰ درصد بوده و نشان‌دهنده مسئولیت بیشتر دستگاه‌های اجرایی در قبال اجرای قانون است. متاسفانه اتاق‌ها و شورای گفت‌وگو نتوانسته‌اند عملکرد خود را نسبت به سال گذشته با بهبود قابل‌توجهی همراه کنند. این در حالی است که سهم بهبود حاصل از عملکرد حاکمیت و به‌ویژه دولت در افزایش شاخص کارایی احکام و اثربخشی اهداف قانون غیرقابل انکار است بنابراین دولت می‌تواند با اتخاذ سیاست‌های صحیح و اجرایی کردن آنها، نقش تعیین‌کننده‌ای در بهبود فضای کسب‌وکار در سال‌های آینده داشته باشد.

عقبگرد قانون بهبود کسب‌وکار

گزارش مرکز پژوهش‌های اتاق ایران از سومین پایش اجرای قانون بهبود مستمر محیط کسب‌وکار نشان می‌دهد، رقم شاخص کل اجرای احکام پنجاه‌وسه‌گانه قانون در بخش حاکمیت (دستگاه‌های اجرایی) معادل ۵۱،۰۳ درصد، در بخش خصوصی و تعاونی (اتاق‌ها) ۷۸،۷۳ درصد و در بخش مشترک (شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی) ۷۷،۱۶ درصد بوده که به ترتیب شاهد کاهش ۵، ۳ و ۱۳ واحدی در مقادیر عملکرد آنها نسبت به سال ۱۴۰۰ بوده‌ایم. با شروع فرآیند اجرای پایش قانون بهبود مستمر محیط کسب‌وکار در اتاق ایران در سال ۱۳۹۹، مرکز پژوهش‌های اتاق با تشکیل کارگروهی نسبت به بازنگری اهداف و تعیین سهم برای این اهداف منطبق با احکام متناظر آن اقدام و در سال ۱۴۰۰ نیز از همین طبقه‌بندی استفاده کرد. مبنای گزارش سال ۱۴۰۱ نیز بر پایه همان بوده است. اهداف چهارده‌گانه قانون بدین شرح تعیین شد: ۱-تسهیل شروع کسب‌وکار به‌ویژه تسریع در صدور مجوزها از طریق ایجاد و استقرار پنجره واحد کسب‌وکار؛ ۲-الزام مسئولان به مشورت با فعالان اقتصادی پیش از تصمیم‌گیری‌های اقتصادی؛ ۳-شفاف‌سازی اطلاعات و آمار موردنیاز فعالان اقتصادی؛ ۴-شفاف‌سازی معاملات بخش عمومی؛ ۵-ایجاد دسترسی امن به بازار عرضه برای تولیدکنندگان کوچک و متوسط کشور؛ ۶-اطلاع‌رسانی بهنگام در مورد تغییر سیاست‌ها، مقررات و رویه‌ها به‌منظور ایجاد امنیت اقتصادی و سرمایه‌گذاری؛ ۷-ایجاد و استقرار پنجره واحد تجارت فرامرزی؛ ۸-معرفی فرصت‌ها و ظرفیت‌های تجاری متقابل و ایجاد تسهیلات برای تردد و اقامت تولیدکنندگان داخلی و سرمایه‌گذاران خارجی؛ ۹-رسیدگی به جرائم مرتبط با فعالیت‌های اقتصادی در کانال مجزا از جرائم عمومی توسط افراد خبره (دادگاه‌های تجاری)؛ ۱۰-ساماندهی، ایجاد و ثبت تشکل‌های اقتصادی فعال در کشور و ارائه فهرست بهنگام تشکل‌های اقتصادی؛ ۱۱-افزایش نقش شورای گفت‌وگو در اصلاح، حذف یا وضع مقررات در جهت بهبود محیط کسب‌وکار؛ ۱۲-حذف امتیازات انحصاری و تحمیل شرایط غیرعادلانه در قوانین و روابط کاری بین دولت و بخش‌های خصوصی و تعاونی؛ ۱۳-کاهش مداخله دستگاه‌های اجرایی در مدیریت شرکت‌ها و موسسات بخش‌های خصوصی و تعاونی و نهادها و موسسات عمومی غیردولتی؛ ۱۴-جبران خسارت فعالان اقتصادی ناشی از اتخاذ تصمیم‌های دولت در زمینه قطع خدمات برق، گاز و مخابرات. میزان دستیابی به هدف شماره ۳ یعنی «شفاف‌سازی اطلاعات و آمار موردنیاز فعالان اقتصادی» با رقم ۸۹،۸۷ درصد دارای بیشترین مقدار و دستیابی به هدف شماره ۱۴ یعنی «جبران خسارت فعالان اقتصادی ناشی از اتخاذ تصمیم‌های دولت در زمینه قطع خدمات برق، گاز و مخابرات» با رقم ۲۳،۶۶ درصد دارای کمترین مقدار بوده است.

عملکرد دستگاه‌ها در سال گذشته

همانطور که گفته شد، در بین ۱۴ هدف مذکور برای قانون بهبود مستمر محیط کسب‌وکار، هدف شماره ۳ با حدود ۸۷ درصد و هدف شماره ۱۴ با حدود ۲۳ درصد به ترتیب بیشترین و کمترین میزان تحقق را داشتند. سهم وظایف حاکمیتی در قانون بهبود حدود ۷۰ درصد بوده و نشان‌دهنده مسئولیت بیشتر دستگاه‌های اجرایی در قبال اجرای قانون است. با توجه به اینکه بخشی از مسئولیت حاکمیت در قالب وظایف مشترک در شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی نیز احصا شده است، بنابراین مجموع سهم حاکمیت در اجرای قانون افزون‌تر هم خواهد شد. البته نوع وظایف محوله به بخش حاکمیت نیز از دشواری و پیچیدگی بیشتری برخوردار است و بیشتر از جنس وظایف اجرایی و در بسیاری موارد ایجادی است. این موضوع به همراه سایر عوامل باعث شده است تا موفقیت حاکمیت در اجرای قانون به میزان ۵۱،۰۳ درصد ارزیابی شود که البته نسبت به عملکرد سال قبل از آن شاهد افت ۳،۵۳ واحدی بودیم و نشان از برطرف نشدن موانع توسط حاکمیت برای بهبود فضای کسب‌وکار دارد. در مقابل، عملکرد دو بخش مشترک (۷۷ درصد) و اتاق‌ها (۷۸ درصد) در سال ۱۴۰۱، تغییر قابل‌توجهی نسبت به سال ۱۴۰۰ داشته و بهبودی را شاهد نبوده‌ایم. ارزیابی اجرای قانون از جهات کمی و کیفی و مهمتر از همه، تعیین میزان اثربخشی آن در بهبود وضعیت محیط کسب‌وکار کشور، فرآیند پیچیده‌ای است که هیچ‌گاه نمی‌توان ادعا کرد دقیق و بدون خطا انجام شده است؛ زیرا در نظر گرفتن شرایط کشور در طول ۱۲ سال گذشته از یک‌سو و مشکلات ساختاری در فرآیندهای جمع‌آوری اطلاعات عملکردی از دستگاه‌های اجرایی و همکاری نکردن نهادهای عمومی از سوی دیگر، مانع دستیابی کامل به اهداف پایش از جمله تعیین میزان دقیق اثربخشی تصویب قانون بهبود و سایر قوانین مشابه است. با این حال در این گزارش سعی شده است ضمن رعایت چارچوب‌های تدوین‌شده در گزارش‌های قبلی، با دقت بیشتری به ارزیابی ابعاد مختلف اجرای قانون پرداخته شود. همانند گزارش سال گذشته، سهم وظایف و احکام بخش حاکمیت (دولت، مجلس و قوه قضائیه) در قانون حدود ۷۰ درصد تخمین زده شده است. از دیدگاه خبرگان حوزه کسب‌وکار، تقریبا به همان میزان هم نقش عوامل داخلی در اجرا نشدن کامل قانون موثر بوده است؛ یعنی به‌رغم وجود تحریم و جنگ اقتصادی در سال‌های اخیر و مشکلات خارجی ایجادشده، باز هم عوامل مدیریتی اجرایی داخل کشور است که بیشترین مانع بهبود فضای کسب‌وکار به شمار می‌رود.

ناکامی اتاق‌ها و شورای گفت‌وگو

نتایج پایش قانون در سال ۱۴۰۱ نشان می‌دهد که اتاق‌ها و شورای گفت‌وگو نتوانسته‌اند عملکرد خود را نسبت به سال گذشته بهبود دهند. با این وجود، همراهی بیشتر اتاق‌ها و فعال‌تر شدن شورای گفت‌وگو می‌تواند به سرعت بخشیدن به حرکت دولت در بهبود کسب وکار، کمک زیادی کند. تجربه سوم ارزیابی اجرای قانون بهبود مستمر کسب‌وکار نیز مؤید این مطلب است که کماکان نبود ضمانت‌های اجرایی در قانون، عامل کاهش اثربخشی مواد و احکام آن است و اگر قرار به اصلاح مواد قانون باشد، اولویت نخست با تهیه و تدوین ضمانت‌های اجرایی و ساختارهای نهادی و اجرایی برای عملیاتی کردن مفاد قانون است. از ۹ مورد حکم قانونی در این قانون (موضوع مواد ۵، ۷، ۹، ۱۶، ۱۷، ۲۳، ۲۵، ۲۷ و ۲۸) در زمینه تهیه و تصویب آیین‌نامه، دستورالعمل و تعیین مصادیق در طول ۱۲ سال گذشته تنها شش مورد آن تاکنون عملیاتی شده است. به نظر می‌رسد سهم کوتاهی و کم‌کاری حاکمیت و اتاق‌ها تا حدودی با یکدیگر برابر باشد. با این حال برای آن دسته از موادی نیز که دستورالعمل‌های موردنظر تهیه و ابلاغ شده‌اند نیز مانند گزارش سال گذشته، به دلایل مختلف از جمله ناهماهنگی بین دستگاه‌ها، ایجادنشدن سامانه‌های موردنیاز و تخصیص نیافتن بودجه، یا به مرحله اجرا نرسیده‌اند یا به طور کامل اجرا نشده‌اند.

در گزارش سال ۱۴۰۱ نیز مانند سال گذشته، تفاوت دیدگاه فعالان اقتصادی و خبرگان حوزه کسب‌وکار در زمینه عملکرد با میزان شاخص‌های عملکرد اظهارشده توسط دستگاه‌های اجرایی، اتاق‌ها و دبیرخانه شورای گفت‌وگو در برخی احکام قانون وجود دارد. علاوه بر ناکافی بودن اقدامات انجام‌شده توسط دست‌اندرکاران قانون، موضوع اطلاع‌رسانی نامناسب درخصوص اقدامات انجام‌شده توسط حاکمیت، اتاق‌ها و شورای گفت‌وگو نیز مزید بر علت بوده و باعث شده است تا تفاوت دیدگاه در مواردی بسیار زیاد باشد. کماکان سازوکار مناسب و نهادینه‌شده‌ای برای اجرای مواد ۲ و ۳ قانون بهبود، یعنی نظرخواهی از فعالان اقتصادی، اتاق‌ها و تشکل‌ها قبل از اتخاذ تصمیم‌های مربوط به کسب‌وکارها در سال ۱۴۰۱ توسط حاکمیت پیش‌بینی و اجرا نشده است. با وجود اینکه با روی کارآمدن دولت سیزدهم برخی موضوعات مرتبط با بهبود فضای کسب‌وکار از جمله سهولت در صدور مجوزهای کسب‌وکار به صورت الکترونیکی و از طریق پنجره واحد به صورت جدی در دستور کار قرار گرفت ولی تا پایان سال ۱۴۰۱ به نتیجه کامل نرسید و همکاری خوبی توسط دستگاه‌های اجرایی صورت نپذیرفت.

شاخص جدید بانک جهانی

از سوی دیگر، عملکرد نسبتا ضعیف در هماهنگی و همکاری دولت و بخش خصوصی که در قالب شورای گفت‌وگو باید انجام می‌پذیرفت، باعث شد تا نتایج پایش قانون با افت ۵ واحدی شاخص روبه‌رو شود. البته نتایج سایر طرح‌های مرتبط با پایش ملی محیط کسب‌وکار که از سوی اتاق ایران در سال ۱۴۰۱ تهیه و انتشار یافته است (نظیر طرح پایش ملی محیط کسب‌وکار و طرح ارزیابی عملکرد دستگاه‌های اجرایی مرتبط با محیط کسب‌وکار) نیز تایید می‌کند که در سال ۱۴۰۱ شاهد افت شاخص‌ها نسبت به سال ۱۴۰۰ بوده‌ایم. همچنین نتایج طرح پایش امنیت سرمایه‌گذاری مرکز پژوهش‌های مجلس حاکی از نامساعدبودن فضای کسب‌وکار در مجموع فصول ۱۴۰۱ بوده است. با توقف انتشار گزارش رتبه‌بندی کشورها در سهولت اجرای کسب‌وکار (Doing Business) بانک جهانی از سال ۲۰۲۱ (سال ۱۴۰۰) و همچنین شاخص رقابت‌پذیری مجمع جهانی اقتصاد، امکان بررسی وضعیت محیط کسب‌وکار ایران از منظر شاخص‌های جهانی در دو سال اخیر میسر نشده است. با این‌همه براساس برنامه‌ریزی بانک جهانی مقرر شده تا شاخص جدیدی (با عنوان Business Ready) در قالب اصلاح‌یافته شاخص قبلی از سال ۲۰۲۴ عملیاتی و تولید شود که از سال ۲۰۲۶ کشورمان نیز در آن مشارکت خواهد داشت.

قوانین هم بساط حواله‌فروشی خودروها را جمع نکرد

بازار داغ حواله خودرو

در حالی که خرید و فروش حواله خودروها طبق تاکید صریح مسئولان، ممنوع است، اما همچنان بازار خرید و فروش حواله‌ها بسیار داغ و رایج بوده؛ غافل از اینکه در این بین، تعداد زیادی از خریداران متضرر شده و به سبب غیرقانونی بودن فعل صورت گرفته، دست‌شان هم به جایی بند نیست. به گزارش «ایسنا»، زمانی که خودروها به صورت قرعه‌کشی انجام می‌شد و «منتخب نهایی» از گردونه قرعه‌کشی خارج می‌شد، بازار خرید و فروش حواله‌ها هم به راه افتاد. آنقدر تفاوت قیمت کارخانه تا بازار زیاد بود که مشتریان زیادی را ترغیب به مشارکت در طرح‌های فروش خودرو و فروش در بازار آزاد می‌کرد. این در حالی است که از همان ابتدا خرید و فروش حواله‌های خودرو ممنوع بود و حتی در برهه‌ای (همان ابتدای اجرای طرح‌های فروش خودروسازان به صورت قرعه‌کشی) سند خودروها یک سال در رهن شرکت باقی می‌ماند تا امکان فروش نداشته باشد.

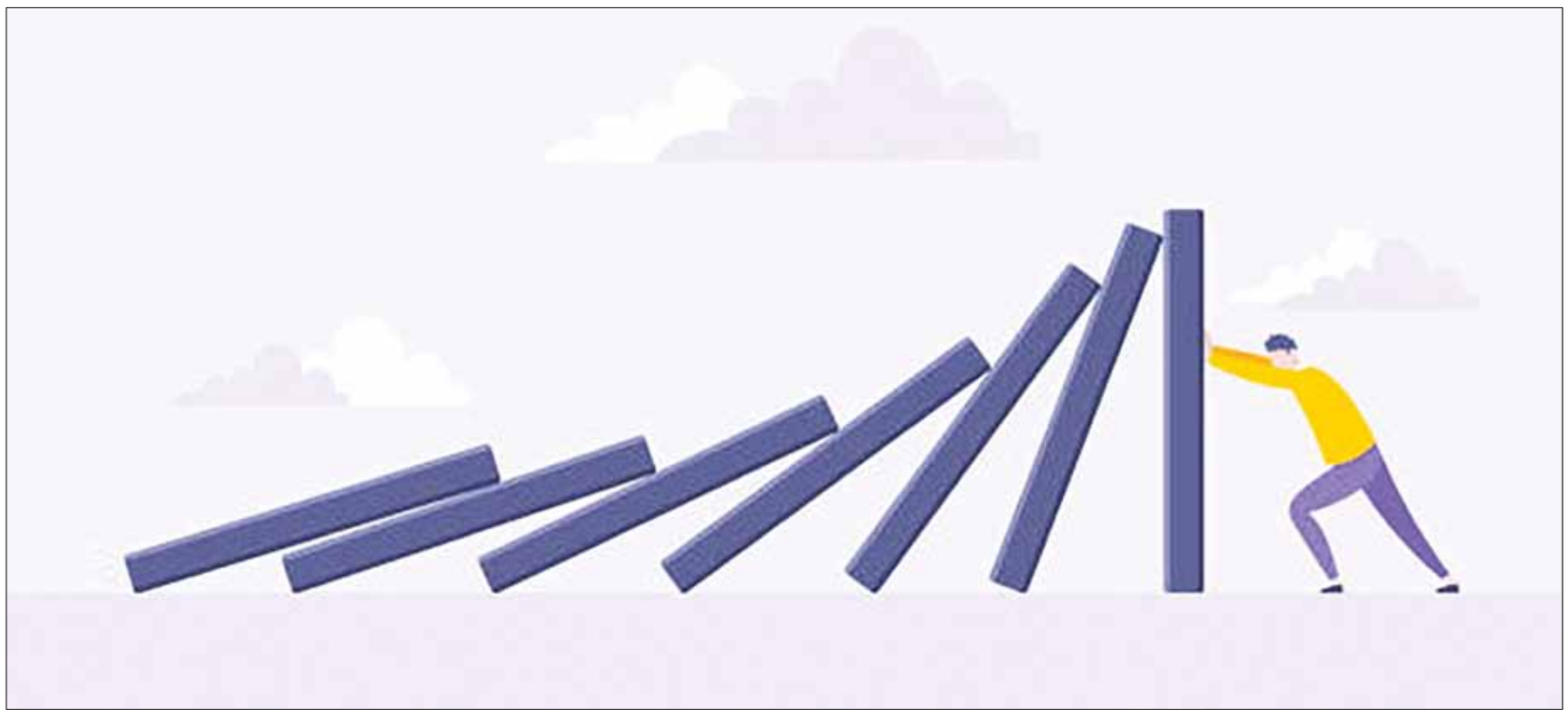
اما حتی زمانی که این پیش‌شرط برداشته شد و دیگر در رهن ماندن سند خودروها مطرح نبود، باز هم از تب و تاب فروش حواله‌های خودرو کاسته نشد؛ حتی اکنون که سه سالی می‌شود محصولات خودروسازان در قالب طرح‌های مختلف فروش عرضه شده و عمر فروش‌های قرعه‌کشی و حتی قرعه‌کشی‌های نوبت‌دهی هم تمام شده و دیگر محصولات ظرفیت مازاد خودروسازان هستند و در سامانه یکپارچه عرضه می‌شوند، باز هم بساط دلالی‌ها و خرید و فروش حواله‌ها جمع نشده است. همچنان سایت‌ها و کانال‌های بسیاری در فضای مجازی برای خرید حواله خودرو مشتریان، آگهی و ثبت درخواست می‌کنند و بعضا با قیمت‌های بسیار بالا خریدار حواله مشتریانند.

متاسفانه علی‌رغم ممنوعیت و غیرقانونی بودن خرید و فروش حواله‌ها، اما همچنان این بساط پهن است و حتی مشمول خودروهای وارداتی که دیگر رقم‌های میلیاردی دارند، می‌شود و این امر آنقدر با سرعت گسترش پیدا کرده و مرسوم شده که خریدار و فروشنده در کانال‌ها و شبکه‌های مجازی با یکدیگر بر سر قیمت چانه هم می‌زنند و خریدار تقاضای تخفیف از فروشنده دارد. در این میان شاید کسانی (مصرف‌کننده واقعی) هم هستند که به هر دلیلی نتواستند در طرح‌های فروش اقدام به ثبت‌نام و خرید خودرو کنند، اما اکثر این «افراد دور سفره خرید و فروش حواله»، دلالانند که به سودای فروش بالاتر حاضرند با قیمت‌های بعضا غیرواقعی، حواله مشتریان را از آنها خریداری کنند. این در حالی است که برای مصرف‌کننده واقعی در صورت هرگونه پیشامدی، خریدار حواله متضرر خواهد شد؛ چراکه تا زمان تحویل خودرو، هیچ چیز مشخص نیست و فرد ثبت‌نام‌کننده خود بایستی برای دریافت خودرو اقدام کند و خریدار نمی‌تواند محصول را قانونا تحویل بگیرد و عملا به آن دسترسی ندارد؛ بنابراین موارد بسیاری تاکنون گزارش شده که پس از خرید حواله، آن هم با قیمت‌های غیرمتعارف، دیگر فروشنده زیر بار موضوع نرفته و دست خریدار به جایی نرسیده است. با یک جست‌وجوی ساده در اینترنت، تعداد بالایی از صفحات و سایت‌های مختلف بالا می‌آید که در آنها به صورت عادی، خرید و فروش حواله انجام می‌شود بنابراین سوال اینجاست که در حالی که این سایت‌ها بسیار در دسترسند، آیا نهادهای نظارتی و مسئول تاکنون به این آگهی‌ها در اینترنت یا صفحات مجازی خود برنخورده‌اند؟ آیا تاکنون طی این سه سال، پیامکی با مضمون «خریدار حواله خودروی شما هستیم»، دریافت نکرده‌اند؟ علی‌رغم همه تاکیدها بر ممنوعیت معامله حواله خودروها و هشدارها نسبت به این اقدام اما نه‌تنها این معاملات رنگ نباخته که با سرعت هرچه تمام، بیشتر رواج پیدا می‌کند و هر روز بر تعداد سایت‌ها و کانال‌ها اضافه می‌شود.

دیگر حاشیه این روزهای بازار خودرو، گمانه‌زنی‌ها درباره تغییر قیمت‌گذاری خودروهاست و در روزهای اخیر صحبت‌هایی مبنی بر تعیین قیمت خودرو براساس یک فرمول جدید از ابتدای سال ۱۴۰۳ مطرح شده است، اما سخنگوی شورای رقابت ضمن تکذیب تغییر فرمول قیمت‌گذاری، تاکید کرد که اساسا فرمول جدیدی در کار نخواهد بود و همچنان فرمول مصوب از بهمن ماه ۱۴۰۱ در حال اعمال است و خودروساز موظف به اجرای دستورالعمل ۵۴۳ شورا است. دو سه روزی است که برخی در فضای مجازی «از توافق وزارت صمت و خودروسازان مبنی بر اینکه قیمت خودروها از این پس طبق فرمول هزینه تولید به علاوه ۲،۵ درصد سود محاسبه خواهد شد»، صحبت کرده‌اند. در این رابطه، «سپهر دادجوی توکلی»، سخنگوی شورای رقابت با رد این موضوع توضیح داد: مفروضات مطرحه، درست نیست و اساسا فرمول جدیدی در کار نیست و همان فرمول مصوب از بهمن ماه ۱۴۰۱ تاکنون در حال اعمال است. هیچ موضوع جدیدی مطرح نیست؛ ضمن اینکه توافق نیز معنا ندارد؛ بنابراین خودروسازان و عرضه‌کنندگان موظف به اجرای دستورالعمل ۵۴۳ شورا هستند و ذیل آن عمل می‌کنند. به گفته سخنگوی شورای رقابت، هیچ فرمول و دستورالعمل جدیدی برای قیمت‌گذاری خودرو تعریف نشده است و وزارت صنعت، معدن و تجارت نیز در هماهنگی کامل با شورای رقابت و ذیل مصوبات این شورا تصمیم‌گیری می‌کند بنابراین قرار نیست تغییری بر نحوه قیمت‌گذاری بر بازار خودرو حاکم شود. این دست گمانه‌زنی‌های غیرمستند متاسفانه تنها منجر به التهاب بازار می‌شود.

انتشار اطلاعات نادرست، حوادث اقلیمی و قطبی‌شدن جامعه، مهمترین ریسک‌های ۲ سال آینده هستند

۷ شرط تاب‌آوری کسب و کارها



فرصت امروز: مجمع جهانی اقتصاد هر ساله براساس «نظرسنجی درک خطرات جهانی»، گزارشی از ریسک‌های آتی پیش‌روی اقتصادها منتشر می‌کند. در گزارش سال گذشته درباره ریسک‌های جهانی هشدار داده شد که جهان به‌راحتی از شوک‌های مستمر بازنخواهد گشت. اکنون با آغاز سال ۲۰۲۴ و در قالب نسخه نوزدهم گزارش ریسک‌های جهانی، دنیایی ترسیم شده که با دو بحران اساسی «تغییرات آب‌وهوایی» و «تنش‌های ژئوپلیتیک» روبه‌روست. البته این تهدیدها در پس‌زمینه‌ای از تغییرات سریع تکنولوژیک و نااطمینانی‌های اقتصادی بروز خواهند یافت. در گزارش مجمع جهانی اقتصاد، از نظرات ۱۵۰۰ کارشناس دانشگاهی، رهبر کسب‌وکار، مقام دولتی و فعال مدنی از ۱۲۴ کشور جهان استفاده شده است. طبق نظرسنجی مجمع جهانی اقتصاد، ۵۴ درصد از پاسخ‌دهندگان برای دو سال آینده، شرایط ناپایدار با خطر متوسط از فجایع جهانی و تنها ۳ درصد شرایط فاجعه‌بار را پیش‌بینی کرده‌اند؛ در حالی که چشم‌انداز ۱۰ساله به‌طور قابل‌توجهی منفی‌تر است و پیش‌بینی شرایط ناپایدار به ۲۹ درصد کاهش یافته و در مقابل، شرایط فاجعه‌بار از ۳ درصد به ۱۷ درصد افزایش یافته است. آنطور که مجمع جهانی اقتصاد گزارش داده، «فقدان اطلاعات و انتشار اطلاعات نادرست» در صدر ریسک‌های دو سال آینده قرار دارد و بازیگران داخلی و خارجی با استفاده از اطلاعات نادرست به افزایش شکاف‌های اجتماعی و سیاسی دامن خواهند زد. از آنجا که بیش از ۳ میلیارد نفر از مردم جهان از جمله مردمان کشورهای بنگلادش، هند، اندونزی، مکزیک، پاکستان و بریتانیا به پای صندوق‌های رأی می‌روند، سوءاستفاده گسترده از «فقدان اطلاعات و انتشار اطلاعات نادرست» و ابزارهای انتشار آن ممکن است مشروعیت دولت‌های تازه انتخاب‌شده را تضعیف کند. ناآرامی‌های مختلفی نیز از اعتراضات خشونت‌آمیز گرفته تا رویارویی مدنی و تروریسم می‌تواند حاصل چنین مخاطراتی باشد. فراتر از انتخابات، ادراک واقعیت نیز احتمالا قطبی‌تر می‌شود و در گفتمان عمومی در مورد موضوعاتی همچون سلامت عمومی تا عدالت اجتماعی نمود می‌یابد. با این حال با تضعیف حقیقت، خطر تبلیغات داخلی و سانسور افزایش خواهد یافت و دولت‌ها به طور فزاینده‌ای برای رهبری و کنترل اطلاعات براساس آنچه «درست» تشخیص می‌دهند، قدرت پیدا می‌کنند.

رتبه‌بندی ریسک‌های جهانی

در دنیای امروز که به طور فزاینده در حال پیچیده‌تر شدن است و آحاد مختلف جامعه و اقتصاد به ویژه بخش‌های دولتی و خصوصی با ریسک‌های مختلفی روبه‌رو هستند، تاب‌آوری در برابر بحران‌ها به یک پیش‌نیاز حیاتی برای عملکرد سازمانی و اجتماعی تبدیل شده است. گزارش جدید مجمع جهانی اقتصاد که معاونت بررسی‌های اقتصادی اتاق تهران، آن را منعکس کرده است، نگران‌کننده است؛ زیرا تنوع مخاطرات نشان می‌دهد که یک یا چند کشور به تنهایی از حل چالش‌های جهانی برنمی‌آیند و مقابله با آنها نیاز به اجماع جهانی و تلاش حداکثری کشورها در فضای تعاملی و همکاری جمعی دارد. همانطور که اشاره شد، فقدان اطلاعات و انتشار اطلاعات نادرست در صدر ریسک‌های دو سال آینده قرار دارد. حوادث اقلیمی و قطبی شدن جامعه نیز به ترتیب در جایگاه‌های دوم و سوم ریسک‌های جهان در دو سال آینده جای دارند. نکته مهم این طبقه‌بندی، این است که در بازه دو ساله، تنها یک ریسک از تغییرات اقلیمی در بین ۱۰ ریسک اول قرار دارد، اما در چارچوب ۱۰ساله، ریسک تغییرات اقلیمی، پنج تهدید از ۱۰ تهدید مهم پیش‌روی جهان را به خود اختصاص داده است که شامل حوادث اقلیمی شدید، تغییر حیاتی در سیستم‌های زمین، از دست‌دادن تنوع‌زیستی و فروپاشی اکوسیستم، کمبود منابع طبیعی و آلودگی خواهد بود.

تحلیل دیگر این طبقه‌بندی این است که در ۱۰ سال آینده دیگر ۵۰ درصد ریسک‌های مهم، چالش‌های نظامی بین کشورها یا درون ایالت‌ها، فقدان فرصت‌های اقتصادی یا حتی تورم نیست، بلکه ریسک‌های مرتبط با اکوسیستم و آنچه به حیات انسان‌ها مربوط است، خواهد بود. نکته مهم دیگر این است که به‌رغم سیاست‌های اتخاذشده برای کاهش تورم در سراسر دنیا و اثر آن بر کاهش انتظارات تورمی، همچنان چشم‌انداز کوتاه‌مدت با نااطمینانی همراه است و ریسک‌های تورم و رکود اقتصادی در چشم‌انداز دوساله شناخته شده‌اند. دلایل مختلفی برای ادامه فشارهای قیمتی در دو سال آینده وجود دارد و اگر نرخ‌های بهره برای مدت طولانی‌تری بالا باقی بمانند، شرکت‌های کوچک و متوسط و کشورهایی که به‌شدت بدهی دارند، در معرض مشکل بدهی قرار خواهند گرفت. بدیهی است نبود قطعیت اقتصادی برای کشورهای آسیب‌پذیرتر که مستعد تنش و درگیری هستند، پرهزینه‌تر خواهد بود.

ریسک‌ها و رویکردهای مقابله

در جمع‌بندی ریسک‌های پیش‌بینی‌شده برای فضای دو سال و ۱۰ سال آتی، چهار مسیر و عنصر سیستمی که چشم‌انداز جهانی مدیریت ریسک‌های جهانی را در دهه آینده شکل می‌دهند شامل «تحولات گرمایش جهانی و پیامدهای مرتبط با تغییرات اقلیمی»، «تحولات ساختار جمعیتی در سراسر جهان»، «توسعه فناوری‌های نسل چهارم» و «تحولات ژئوپلیتیک» هستند. با توجه به اینکه مجموعه جدیدی از شرایط جهانی در اجماع با اثرات این چهارحوزه در حال شکل‌گیری است و در مسیر شکل‌گیری این تحولات، نااطمینانی‌های بسیاری متوجه اقتصاد جهانی است بنابراین لازم است کسب‌وکارها، آمادگی و انعطاف‌پذیری لازم برای انطباق با این نیروهای در حال تغییر را در خود ایجاد کنند. امروزه اقتصادها به موضوع اهمیت سرمایه‌گذاری در انعطاف‌پذیری و تاب‌آوری نسبت به بحران‌ها نه‌تنها برای ادامه حیات، بلکه برای پیشرفت در دنیایی با اختلالات روزافزون، نسبت به گذشته آگاه‌تر شده‌اند. پاسخ دادن به این سوال که «بدترین چیزی که ممکن است اتفاق بیفتد چیست؟» به‌ویژه زمانی که تهدیدها برای سازمان‌ها گسترده و غیرقابل پیش‌بینی باشد، دشوار است. بنابراین لازم است کسب‌وکارها ضمن ایجاد شناخت نسبت به بحران‌های آتی؛ برنامه‌ریزی برای بحران، تدوین سناریوهای مختلف و همچنین آزمایش سناریوها را در دستور کار خود قرار دهند.

در ادامه این گزارش، ۷ اقدام اولویت‌دار برای مقابله با بحران در سه محور اصلی ارائه شده که برای تقویت تاب‌آوری کسب‌وکارها کمک‌کننده خواهد بود تا فعالیت‌های خود را در چارچوب این سه‌محور سازماندهی کنند. این سه محور شامل «اندازه‌گیری و نظارت سازمان در طول مسیر تاب‌آوری»، «ایجاد ساختار انعطاف‌پذیر با رهبری تاب‌آوری قابلیت‌های سازمانی جدید» و «توسعه مشارکت دولتی-خصوصی برای رسیدگی به چالش‌ها» است. در «اندازه‌گیری و نظارت سازمان در طول مسیر تاب‌آوری»، ارزیابی سازمان براساس چارچوب تاب‌آوری، توسعه متدولوژی‌هایی برای ایجاد تاب‌آوری در تصمیم‌گیری‌ها و اندازه‌گیری مستمر وضعیت تاب‌آوری مدنظر قرار می‌گیرد. در محور «ایجاد ساختار انعطاف‌پذیر با رهبری تاب‌آوری و قابلیت‌های سازمانی جدید» نیز ایجاد رهبری جدید با ذهنیت انعطاف‌پذیر، ایجاد دستور کار تاب‌آور با توجه به ریسک‌ها و فرصت‌های کوتاه‌مدت و بلندمدت و در محور «توسعه مشارکت دولتی-خصوصی برای رسیدگی به چالش‌ها» هم ایجاد مکانیزم‌های تامین مالی و بیمه‌ای جدید برای مقابله با تاب‌آوری و تقویت مشارکت عمومی و خصوصی برای ترویج همکاری مورد تاکید است.

۷ اقدام برای ایجاد تاب‌آوری

اولین اقدام برای ایجاد تاب‌آوری، «ایجاد رهبری سازمانی جدید با ذهنیت انعطاف‌پذیر» است. طبق آخرین گزارش مک‌کینزی، تنها ۱۶ درصد از شرکت‌ها معتقدند که سازمان‌شان آماده پیش‌بینی شوک‌ها و اختلالات خارجی است. ذهنیت انعطاف‌پذیر باید شامل استراتژی‌های دفاعی و حمله برای افزایش انعطاف‌پذیری و سازگاری با اختلالات و تغییرات باشد. این نه‌تنها در مورد مدیریت عالی صدق می‌کند، بلکه در سطوح مدیریت میانی نیز باید با استفاده از دانش سازمان، تیم‌هایی با ذهن‌های توانمند ایجاد شوند؛ مثلا انتصاب فرد مسئول تاب‌آوری، یک اقدام کلیدی در سازمان است. این لزوما به معنای ایجاد موقعیت شغلی جدید نیست، بلکه بر این امر تاکید می‌کند که یک رهبر ارشد، دیدگاه جامعی از تلاش‌های مرتبط با تاب‌آوری داشته باشد.

«ایجاد دستور کار تاب‌آور با توجه به ریسک‌ها و فرصت‌های کوتاه‌مدت و بلندمدت»، اقدام دوم است. این دستور کار باید سازمان را یکپارچه کند و عاری از رویکردها و ابتکارات غیرمرتبط باشد. در نظرسنجی اخیر مک‌کینزی، یک‌سوم از ۲۵۰۰ رهبر اعلام کرده‌اند به دلیل اینکه ابتکارات در انزوا و به‌صورت پراکنده ارائه می‌شوند، در زمان نیاز به تاب‌آوری، اثربخشی کافی ندارند. سومین اقدام نیز «ارزیابی سازمان براساس چارچوب تاب‌آوری» است. ارزیابی سازمان براساس چارچوب تاب‌آوری موجب می‌شود تا نقطه آغاز مسیر و شکاف‌ها به‌خوبی درک شود و به ایجاد طرح جامع تحول در تاب‌آوری کمک کند. اقدام چهارم، «توسعه متدولوژی‌هایی برای ایجاد تاب‌آوری در تصمیم‌گیری‌ها» نام دارد. سازمان‌ها باید از دیدگاه مقطعی و مشخص به سمت تفکر مبتنی بر سناریو حرکت کنند و ارزش ابتکارات را تحت چند سناریوی قابل قبول درک کنند. ارائه چشم‌اندازی مبتنی بر سناریو به اتخاذ تصمیمات مناسبی که ممکن است در یک دیدگاه کاملا آشکار ممکن نباشد، کمک می‌کند.

اما پنجمین اقدام اولویت‌داری که در این گزارش برای ایجاد تاب‌آوری بر آن تاکید شده، «اندازه‌گیری مستمر وضعیت تاب‌آوری» است. در این راستا، سازمان‌ها باید مجموعه‌ای از شاخص‌های ارزیابی عملکرد را که منعکس‌کننده تصویر یکپارچه‌ای از وضعیت تاب‌آوری و تکامل آن در طول زمان باشد، شناسایی و به ذی‌نفعان داخلی و خارجی ارائه کنند. «ایجاد مکانیزم‌های تامین مالی و بیمه‌ای جدید برای مقابله با تاب‌آوری» و «تقویت مشارکت عمومی و خصوصی برای ترویج همکاری»، دو اقدام اولویت‌دار دیگر از نگاه مجمع جهانی اقتصاد است.

رابطه بین پایداری و تاب‌آوری

ایجاد تاب‌آوری به‌عنوان یک استراتژی اصلی برای رسیدن به پایداری کسب‌وکار، پشتیبانی قابل‌توجهی را به‌اشتراک می‌گذارد؛ یعنی کسب‌وکارها باید ابتدا تاب‌آوری خود را توسعه دهند تا به پایداری در کسب‌وکار دست یابند. براساس بررسی‌ها، ایجاد پایداری کسب‌وکار باید با ایجاد تاب‌آوری و انعطاف‌پذیری آغاز شود. مطالعات دیگر نیز نشان می‌دهند که تاب‌آوری و پایداری مکمل یکدیگرند. بنابراین در ادبیات موضوعی تعیین موقعیت رابطه بین تاب‌آوری و پایداری کسب‌وکار، اختلاف وجود دارد. برخی از ادبیات ادعا می‌کند که تاب‌آوری جزئی از پایداری است؛ در حالی که ادبیات دیگر، پایداری را به عنوان مولفه‌ای از تاب‌آوری نشان می‌دهد. علاوه بر تمام این اختلافات تئوریک، درک این نکته حائز اهمیت است که در آغاز یک بحران و زمانی که همه چیز آشفته است، هیچ رشدی وجود نخواهد داشت. با این حال، مراحل رشد با استفاده از حمایت‌ها و پیگیری محرک‌های مختلف، برای ایجاد رشد پایدار سازگار می‌شوند. مراحل رشد کسب‌وکار پس از وقوع بحران، از دوره بدون رشد آغاز شده و پس از آن با برخی حمایت‌ها به مرحله رشد حمایتی رسیده، سپس با طی مراحل رشد اجباری به رشد پایدار می‌رسد. بدیهی است این مراحل با کمک استراتژی‌های کسب‌وکار آغاز می‌شود و به سمت رشد پایدار حرکت خواهد شد. لازم است کسب‌وکارها تیم‌های تصمیم‌گیری غیرمتمرکز و مستقلی را برای افزایش انعطاف‌پذیری و چابکی به کار گیرند که مدل‌های عملیاتی آنها، امکان سازگاری با نوسانات و واکنش به چالش‌های در حال تحول را داشته باشد.

البرز در صدر سرانه ارزش چک برگشتی ایستاد

رشد ارزش هر فقره چک برگشتی

میانگین ارزش هر فقره چک برگشتی در آذرماه ۱۴۰۲ در کل کشور برابر با ۱۰۳ میلیون تومان بوده است. سنگین‌ترین چک‌ها در استان البرز و کم‌ارزش‌ترین آنها در استان کهگیلویه و بویراحمد برگشت خورده است. همچنین ارزش هر چک برگشتی نسبت به ماه گذشته در ۲۲ استان و نسبت به سال گذشته در همه استان‌ها بیشتر شده است. به گزارش «اکو ایران»، بانک مرکزی آمار چک‌های برگشتی را در آذرماه ۱۴۰۲ منتشر کرد. چک یکی از مهمترین ابزارهای پرداخت پول است که برای پرداخت مبلغی در تاریخ مشخصی در آینده استفاده می‌شود. چک‌های صادر شده یا وصول می‌شوند یا برگشت می‌خورند. عمده برگشت خوردن چک‌ها به دلیل عدم وجود موجودی کافی در حساب افراد رخ می‌دهد و میزان آن می‌تواند شاخصی برای ارزیابی محیط اقتصادی باشد. طبق اعلام بانک مرکزی در آذرماه امسال در کل کشور ۷ میلیون و ۹۱۷ هزار فقره چک به ارزش ۵۲۵ هزار میلیارد تومان صادر شده که از این تعداد ۶۳۶ هزار فقره به ارزش ۶۵ هزار میلیارد تومان برگشت خورده است، اما میزان برگشت خوردن چک در استان‌های مختلف تفاوت دارد؛ به طوری که بیشترین ارزش هر فقره چک برگشت خورده در استان البرز و کمترین آن در استان کهگیلویه و بویراحمد بوده است. همچنین آمارها حاکی از افزایش ارزش هر چک برگشتی در ۲۲ استان نسبت به ماه قبل و افزایش ارزش هر چک برگشتی در همه استان‌ها نسبت به سال قبل است. در این میان، سنگین‌ترین چک‌ها در البرز برگشت خورده است. چک برگه‌ای است که کسی که آن را می‌نویسد، قول پرداخت مبلغ مشخصی پول را به فردی دیگر در تاریخی مشخص می‌دهد، اما اگر چک مخدوش باشد و یا مبلغ نوشته شده در حساب فرد موجود نباشد، برگشت می‌خورد. مطابق آمارها در آذرماه ۱۴۰۲، متوسط ارزش هر چک برگشتی در کل کشور برابر با ۱۰۳ میلیون تومان بوده است. با این حال رقم این چک‌ها در برخی استان‌ها بیشتر و در برخی کمتر بوده است. آمارهای بانک مرکزی نشان می‌دهد که سنگین‌ترین چک‌ها در استان البرز برگشت خورده است. ارزش هر چک برگشتی در این استان برابر با ۱۸۳ میلیون تومان بوده است. همچنین در استان‌های هرمزگان، تهران و ایلام نیز چک‌ها با مبالغ سنگینی برگشت خورده‌اند. این موضوع می‌تواند حاکی از مشکلات اقتصادی و نامناسب بودن وضعیت کسب و کارها در این استان‌ها باشد. با این حال، استان کهگیلویه و بویراحمد با ۵۴ میلیون تومان کمترین ارزش چک‌های برگشتی در کشور را داشته است. همچنین آمارها حاکی از رشد ماهانه ارزش هر چک برگشتی در ۲۲ استان کشور است. تغییر ماهانه ارزش هر چک برگشتی می‌تواند تحولات کوتاه‌مدت پرداخت در استان‌ها را نشان دهد. بررسی‌ها نشان می‌دهد که ارزش هر چک برگشتی در آذرماه ۱۴۰۲ نسبت به آبان ماه سال در کل کشور ۷ درصد بیشتر شده و از ۹۶ میلیون تومان به ۱۰۳ میلیون تومان رسیده است، اما بیشترین افزایش ماهانه ارزش هر چک برگشتی در میان استان‌ها مربوط به استان ایلام بوده است. در این استان متوسط ارزش هر چک برگشتی از ۶۲ میلیون تومان در آبان ماه به ۱۳۴ میلیون تومان در آذرماه رسیده است. این ارزش در ۲۱ استان دیگر نیز با افزایش همراه بوده که حکایت از افزایش رکود و نااطمینانی اقتصادی در این استان‌ها دارد. با این حال، در ۹ استان ارزش هر چک برگشتی نسبت به آبان کم شده که در این میان، بیشترین کاهش مربوط به استان خوزستان بوده است. در این استان ارزش هر چک برگشتی از ۲۶۵ میلیون تومان به ۸۹۰ میلیون تومان در فاصله این یک ماه رسیده و بنابراین ۶۶ درصد کاهش یافته است، اما بررسی تغییرات نسبت به سال گذشته می‌تواند تغییرات اساسی در وضعیت پرداخت پول را بهتر نمایان کند. بررسی‌ها نشان می‌دهد که ارزش هر چک برگشتی نسبت به آذرماه سال گذشته در سراسر کشور بیشتر شده است؛ به طوری که رشد نقطه به نقطه این ارزش در کل کشور در آذرماه امسال برابر با ۵۳ درصد بوده است. متوسط ارزش هر چک برگشتی در آذرماه ۱۴۰۱ برابر با ۶۸۰ میلیون تومان گزارش شده است. بیشترین رشد نقطه به نقطه ارزش چک برگشتی، یعنی تغییرات نسبت به موقعیت مشابه سال قبل در آذرماه امسال برای استان البرز برابر با ۱۲۷ درصد بوده است. در این استان ارزش هر چکی که برگشت خورده در آذرماه ۱۴۰۱ برابر با ۸۱۰ میلیون تومان بوده که در آذرماه ۱۴۰۲ به ۱۸۴ میلیون تومان رسیده است. همچنین در استان ایلام نیز ارزش هر چک برگشتی ۱۲۵ درصد در این یک سال رشد کرده است. کمترین رشد نقطه به نقطه ارزش چک برگشتی در این مدت نیز مربوط به استان خراسان شمالی با حدود ۷,۵ درصد بوده است. استان‌های گلستان، لرستان و اردبیل نیز از دیگر استان‌هایی هستند که ارزش چک‌های برگشت‌خورده در آنها کمترین افزایش را داشته است. بخشی از افزایش ارزش چک‌های برگشت‌خورده حتما می‌تواند مربوط به رشد تورم باشد؛ یعنی افزایش کلی قیمت‌ها سبب می‌شود که مبالغ چک‌ها نیز افزایش یابند. با این حال، بخش دیگری از این موضوع را نیز افزایش رکود و مشکلات اقتصادی کسب وکارها می‌تواند توجیه کند.

اخبار

نوسان سکه در کانال ۳۳ میلیونی ادامه دارد

سکه در پله هشتم کانال ۳۳

با وجود آنکه قیمت دلار در بازار آزاد، روند صعودی دارد و کماکان در محدوده ۵۷ هزار تومان قرار دارد، اما قیمت دلار در مرکز مبادله ارز و طلای ایران طی معاملات روز گذشته تغییر چندانی نداشت. در آخرین معاملات مرکز مبادله ارز و طلای ایران، هر اسکناس دلار آمریکا ۴۲ هزار و ۹۲۱ تومان و نرخ حواله دلار ۳۹ هزار و ۵۲۲ تومان معامله شد که در مقایسه با روز قبل تغییری نداشت. هر اسکناس یورو نیز با کاهش ۲۱۲ تومانی در مرکز مبادله ارز و طلای ایران به ۴۶ هزار و ۳۸۲ تومان رسید و نرخ حواله یورو نیز با کاهش ۱۹۵ تومانی به قیمت ۴۲ هزار و ۷۰۹ تومان معامله شد. همچنین اسکناس درهم امارات ۱۱ هزار و ۶۸۷ تومان ارزش‌گذاری شد و نرخ حواله درهم نیز به ۱۰ هزار و ۷۶۱ تومان رسید.

قیمت سکه طلا نیز همچنان در کانال ۳۳ میلیون تومان قرار دارد. در جریان دادوستدهای روز سه‌شنبه در بازار تهران و براساس نرخ‌های اعلامی اتحادیه صنف فروشندگان و سازندگان طلا، جواهر، نقره و سکه تهران، هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید با کاهش ۱۰۰ هزار تومانی نسبت به‌روز قبل با رقم ۳۳ میلیون و ۸۰۰ هزار تومان قیمت خورد. سکه بهار آزادی طرح قدیم نیز با ۳۰۰ هزار تومان افزایش قیمت نسبت به روز دوشنبه با رقم ۳۱ میلیون تومان معامله شد. همچنین قیمت نیم‌سکه بدون تغییر قیمت ۱۸ میلیون و ۹۵۰ هزار تومان، ربع‌سکه با ۱۵۰ هزار تومان افزایش با قیمت ۱۱ میلیون و ۹۵۰ هزار تومان و سکه گرمی نیز با نرخ ۶ میلیون و ۲۰۰ هزار تومان دادوستد شد. در روز گذشته همچنین هر گرم طلای ۱۸ عیار در بازار طلای تهران با نرخ ۲ میلیون و ۹۵۰ هزار تومان معامله شد. بهای هر اُنس طلا در بازارهای جهانی نیز نزدیک به ۲ هزار و ۳۶ دلار اعلام شد.

مقایسه هزینه و درآمد دولت در بازار اوراق مشارکت

رشد فروش اوراق آب رفت

بررسی‌ها نشان می‌دهد علی‌رغم افزایش درآمد دولت از ناحیه فروش اوراق در مقایسه با سال گذشته، همچنان ناترازی ناشی از فزونی هزینه‌ها بر درآمد کسب شده از طریق فروش اوراق مشارکت به قوت خود باقی است. به گزارش «اکوایران»، انتشار اوراق، یکی از ابزارهای مالی دولت‌ها برای تامین منابع مالی است. این در حالی است که با توجه به انتشار شدید اوراق مالی در سال‌های گذشته، خالص عایدی دولت در بازار اوراق مشارکت در دو سال اخیر منفی بوده و حتی با وجود افزایش میزان فروش اوراق در مقایسه با سال گذشته، این کسری همچنان به قوت خود باقی است.

براساس گزارش‌های بانک مرکزی، از ابتدای سال ۱۴۰۲ تا اولین هفته بهمن ماه مجموعا حدود ۱۱۰ همت اوراق مشارکت نقدی به فروش رسیده است. این در حالی است که در بازه زمانی تقریبا مشابه در سال گذشته، درآمدهای دولت از محل فروش اوراق مشارکت حدود ۶۷ همت بوده است. به عبارت دیگر، میزان فروش اوراق در مقایسه با سال گذشته حدود ۶۳ درصد بیشتر شده است. به طور کلی، اوراق مالی ابزاری هستند که با استفاده از آن می‌توان منابع مالی برای مدت مشخصی فراهم کرد و در قبال آن به سرمایه‌گذاران سود پرداخت. عموما دولت‌ها برای تامین بخشی از کسری بودجه یا تامین مالی پروژه‌ها، اقدام به انتشار اوراق بهادار می‌کنند. سررسید اوراق مشارکت نقدی عموما بین دو تا پنج سال تعیین شده و در پایان زمان قرارداد دولت موظف است اصل مبلغ اوراق به همراه سود آن را به سرمایه‌گذاران پرداخت کند.

با توجه به اینکه از سال گذشته تاکنون حدود ۶۳ درصد درآمد دولت از ناحیه فروش اوراق بیشتر شده، انتظار می‌رود با فرض تورم ۴۰ درصدی، درآمد واقعی دولت از محل انتشار اوراق حدود ۲۴ درصد افزایش یافته باشد و بتواند هزینه‌های بیشتری را پوشش دهد. این در حالی است که محاسبات نشان می‌دهد خالص عایدی دولت در بازار اوراق مشارکت کمتر نیز شده است. همانطور که ذکر شد، دولت موظف است هر اوراق فروش رفته را در زمان سررسید تسویه کند. براساس آمارها از ابتدای سال جاری تا هفته اول بهمن حدود ۱۸۶ همت هزینه تسویه اصل و سود اوراق مشارکت بوده است. در مقابل مشاهده می‌شود در سال گذشته در بازه زمانی مشابه ارزش اصل و سود اوراق سررسید شده حدود ۱۴۵ همت بوده است. به عبارت دیگر همانطور که درآمد دولت از محل فروش اوراق در مقایسه با سال گذشته افزایش یافته، هزینه تسویه اوراق منقضی شده نیز بیشتر شده است. به بیان دیگر، دولت در اولین هفته بهمن سال گذشته با حدود ۷۷ همت عایدی منفی در بازار اوراق مشارکت مواجه بود، اما امسال با وجود افزایش ۶۳ درصدی در فروش اوراق، همچنان با حدود ۷۶ همت عایدی منفی مواجه است. برخی از کارشناسان، این موضوع را به انتشار بی‌پروا اوراق در انتهای سال ۱۳۹۹ و ۱۴۰۰ ارتباط می‌دهند، اوراقی که اکنون سررسید آنها فرا رسیده است. در واقع، بازار اوراق مشارکت در حال حاضر نه تنها مرهمی بر زخم کسری بودجه نمی‌گذارد بلکه خود به عاملی برای ایجاد ناترازی تبدیل شده است. به همین ترتیب انتظار می‌رود دولت با کنترل بدهی خود و مدیریت فعالیت‌هایش در بازار اوراق مشارکت، این ناترازی را در تصمیم‌های خود لحاظ کند.

بخشودگی جرایم مالیاتی تا سقف ۲ میلیارد تومان

رئیس کل سازمان امور مالیاتی کشور به مناسبت دهه مبارک فجر و در راستای تکریم مودیان مالیاتی، در بخشنامه‌ای شرایط و میزان بخشودگی جرایم مالیاتی و عوارض و جرایم عدم انجام تکالیف را به مدیران کل امور مالیاتی تفویض کرد. «سیدمحمدهادی سبحانیان» رئیس کل سازمان امور مالیاتی، شرایط و میزان اختیار بخشودگی جرایم قابل بخشش مالیاتی و عوارض و جرایم عدم انجام تکالیف اشخاص حقیقی و حقوقی را به مدیران کل امور مالیاتی سراسر کشور تفویض کرد. در بخشنامه ابلاغی رئیس کل سازمان امور مالیاتی آمده است: به مناسبت فرا رسیدن دهه مبارک فجر و تکریم مودیان محترم مالیاتی، بخشودگی جرایم قابل بخشش مالیات و عوارض و جرایم عدم انجام تکالیف حسب مورد با رعایت مقررات ماده ۱۹۱ قانون مالیات‌های مستقیم در موارد زیر به مدیران کل امور مالیاتی تفویض می‌گردد:

۱-اختیار بخشودگی جرایم مالیات و عوارض قابل بخشش هر سال/دوره برای مؤدیانی که نسبت به پرداخت بدهی سال یا دوره مربوط تا آخر بهمن ماه سال‌جاری اقدام نمایند، درخصوص اشخاص حقیقی تا سقف پنج میلیارد (۵.۰۰۰.۰۰۰.۰۰۰) ریال و در مورد اشخاص حقوقی تا سقف بیست میلیارد (۲۰.۰۰۰.۰۰۰.۰۰۰) ریال بخشودگی جرایم موضوع این بند فارغ از زمان پرداخت بدهی مالیات و عوارض هر سال دوره می‌باشد و پرداخت بدهی قبل از ابلاغ این تفویض اختیار، مانع اعمال بخشودگی جرایم قابل بخشش نخواهد بود.

۲-بخشودگی جرائم مالیات و عوارض ارزش افزوده قطعی شده در اجرای جزء (۱) بند (ب) تبصره (۶) قانون بودجه سال ۱۴۰۲ در صورت عدم اعتراض مودی برای طرح پرونده در هیأت حل اختلاف مالیاتی و یا انصراف از اعتراض طرح شده در هیأت‌های حل اختلاف مالیاتی پرونده‌های مذکور و در صورت پرداخت یا ترتیب پرداخت مالیات و عوارض قطعی شده حداکثر ظرف مدت شش ماه از تاریخ این نامه تا میزان صد (۱۰۰) درصد.

خبرنامه

در دومین همایش توسعه پایدار در صنعت معدن مطرح شد

لزوم تحول دیجیتال در صنایع معدنی

در همایش توسعه پایدار در صنعت معدن، بر تدوین نقشه راه تحول دیجیتال در صنایع معدنی، اقدامات ترویجی و توسعه آموزش‌های مسئولیت اجتماعی و تدوین قوانین تشویقی در حوزه اقدامات توسعه پایدار در حوزه معدن تأکید شد. نایب رئیس اتاق بازرگانی ایران در دومین همایش «توسعه پایدار در صنعت معدنکاری؛ دریچه‌ای نو به مسئولیت اجتماعی شرکتی» با اشاره به لزوم رویکرد جامعه‌شناسی معدن برای به حداقل رساندن آسیب‌های محیطی گفت: بدون مطالعات پایه‌ای و توجه به تبعات جامعه‌شناختی اکتشاف و بهره‌برداری معدن در یک منطقه می‌تواند آسیب‌زا بوده و سرمایه را هدر دهد. متاسفانه نگاه جامعه‌شناختی در ایران کمرنگ است؛ در حالی که در تمام کشورهای دارای ذخایر معدنی، رویکرد جامعه‌شناسی معدن برای به حداقل رساندن آسیب‌های محیطی و ایجاد توسعه پایدار غالب است.

«محمدرضا بهرامن» با بیان اینکه استفاده از تکنولوژی‌های مدرن در حوزه معدن، از طریق افزایش بهره‌وری و به حداقل رساندن باطله‌برداری، ما را به توسعه پایدار در این صنعت نزدیک خواهد کرد، ادامه داد: معدن چرخه اصلی اقتصاد و تأمین‌کننده بخش بزرگی از صنعت کشور است. بیشترین سرمایه‌گذاری در بخش معدن در ۵۵ سال گذشته بیشتر از ۴۰ میلیارد دلار نبوده است، اما امروز بالغ بر ۹ میلیارد دلار صادرات در این بخش داریم اما متاسفانه با نگاه‌های اشتباه، آن را از مسیر خود منحرف می‌کنند.

رئیس خانه معدن ایران با بیان اینکه افرادی که می‌گویند سهم معدن از تولید ناخالص داخلی، زیر یک درصد است بی‌سواد هستند، افزود: امروز شاهد هستیم که پساب‌های معادن مس ارمنستان وارد رودخانه ارس می‌شود و دولت چشم خود را بسته است، اما در شرایطی که معدنکاران ما تقریبا تمام استانداردهای این بخش را رعایت می‌کنند، باز هم در مسیر فعالیت معادن سنگ‌اندازی می‌شود. تشکل‌های معدنی فریاد می‌زنند که این اتفاق غیراصولی است.

او با انتقاد از رویکردهایی که معدنکاری را برابر با تخریب می‌دانند، گفت: معدن مرگ و تخریب ایجاد نمی‌کند بلکه در نهایت می‌تواند با بازآفرینی طبیعت منطقه آن را به مقصدی برای گردشگران و رونق ژئوتوریسم تبدیل کند.

«بهرامن» با اشاره به الزام معدنکاران به ارائه طرح بازسازی هم‌زمان با درخواست صدور مجوز معدن، افزود: معادن شن و ماسه اطراف تهران در سیلاب سه سال پیش، بزرگ‌ترین کمک را به مدیریت بحران کردند؛ چراکه تبدیل به چاله آب‌هایی شدند که سیلاب را در خود جمع کرده و آهسته آهسته به سفره‌های زیرزمینی منتقل کردند. مدیریت این اتفاق را تشکل‌های معدنی انجام دادند و به کمک ستاد بحران رفتند. همان زمان تشکل‌های معدن پیشنهاد تشکیل ستاد بحرانی در بخش معدن را مطرح کردند که بتوان از امکانات آن به صورت برنامه‌ریزی‌شده در مواقع بحرانی استفاده کرد. این بخشی از مسئولیت اجتماعی است که معدنکاران به آن پایبند هستند.

«محمود اولیایی»، رئیس کمیسیون مسئولیت اجتماعی و حاکمیت شرکتی اتاق ایران نیز با اشاره به این تعبیر که مسئولیت اجتماعی یعنی کار خیر، گفت: این اولین اشتباهی است که در حوزه مسئولیت اجتماعی بنگاهی وجود دارد. مسئولیت اجتماعی یعنی تولید مسئولانه به گونه‌ای که به اصول هفده‌گانه سازمان ملل و توسعه پایدار پایبند باشیم. اگرچه بخشی از این مسئولیت، فقرزدایی است اما همه آن نیست. وقتی از منابع ملی، محلی و جهانی استفاده می‌کنیم باید با رعایت سه اصل توسعه پایدار یعنی عدالت اجتماعی، حفاظت از محیط زیست و توسعه اقتصادی، در قبال استفاده از این منابع پاسخگو باشیم. توسعه پایدار به این معنا به مطالبه ملی، محلی و جهانی تبدیل شده است. در دنیا اگر تولیدکننده‌ای به این الزامات توجه نکند جامعه اجازه ادامه فعالیت را به او نمی‌دهد. به گفته «اولیایی»، وقتی از مسئولیت اجتماعی در حوزه معدن صحبت می‌کنیم باید به مدیریت انرژی اهمیت دهیم و از تکنولوژی‌هایی استفاده کنیم که بهره‌وری را بالا ببرند. با استفاده از تکنولوژی‌های مدرن در ۱۰ سال گذشته، ۴۲۵ میلیارد دلار ارزش افزوده در بخش معدن افزایش یافته، ۱۰ هزار نفر کمتر در معادن کشته شده و ۴۴ درصد حادثه کمتری رخ داده است.

او با پیشنهاد سه راهکار در حوزه صنایع معدنی برای ایجاد توسعه پایدار، ادامه داد: اولین راهکار، اقدامات ترویجی و توسعه آموزش‌های مسئولیت اجتماعی در حوزه معدن است که اتاق ایران و اتاق‌های سراسر کشور می‌توانند نقش مهمی در آن داشته باشند. راهکار دوم، تدوین نقشه راه تحول دیجیتال در صنایع معدنی است که کمیسیون مسئولیت اجتماعی و حاکمیت شرکتی اتاق ایران آماده است تا در این مسیر تشکل‌های معدنی را همراهی کند. سومین راهکار نیز تدوین قوانین تشویقی در حوزه اقدامات توسعه پایدار در حوزه معدن است. متاسفانه هنوز مطالعات و پیوسته‌ای اجتماعی، در زمان اکتشاف و بهره‌برداری معادن الزامی نیست که این روند باید تغییر کند.

همچنین «بهرام شکوری»، رئیس کمیسیون معدن و صنایع معدنی اتاق ایران در این نشست با اشاره به تعابیر غلطی که از مسئولیت اجتماعی در برخی مسئولان وجود دارد، گفت: متاسفانه با این تعابیر غلط، برخی از مسئولیت‌های دولتی به پای بخش خصوصی نوشته می‌شود. در واقع به جای اینکه از معدنکاران انتظار جاده‌سازی و امثال آن داشته باشند که وظیفه دولت‌هاست، باید اجازه دهند تا بخش خصوصی در قالب بنگاه‌های خود به این امور بپردازد.

او با تأکید بر اینکه سهم بخش معدن از تولید ناخالص داخلی بیش از ۳۰ درصد است، افزود: معدن باید در تعامل با محیط زیست فعالیت کند. میزانی از خسارت در معدنکاری اجتناب‌ناپذیر است، اما باید به دنبال نقطه‌ای از تعامل باشیم که حداقل خسارت را برجای بگذارد.

«شکوری» با بیان اینکه با مدل فعلی تولیدات معدنی، سطح تخریب محیط زیست در بخش معدن، سه‌هزارم درصد از مساحت کشور است، گفت: اگر کل محدوده‌های معدنی را در نظر بگیریم باز هم این سهم از سه‌دهم درصد بیشتر نیست که در مقایسه با کشورهای معدن‌خیز نظیر آمریکا، استرالیا، برزیل و... سطح تخریب ما پایین است بنابراین اینکه به بهانه تخریب محیط زیست معدنکاری را تعطیل می‌کنند منطقی نیست. برای ایجاد توسعه پایدار در بخش معدن باید از جدیدترین تکنولوژی‌ها استفاده کنیم تا بهره‌وری به حداکثر برسد. از نگاه مسئولیت اجتماعی، مهم است که معدنکاران با افزایش بهره‌وری، مصرف آب را به حداقل رسانده و تولید کربن را کاهش دهند و فرآیندها را اصلاح کنند.

وی با بیان اینکه ایجاد اشتغال پایدار هم یکی از مسئولیت‌های اجتماعی در حوزه معدن است، ادامه داد: در سال ۱۴۰۲ در بخش معدن با ۵۰ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری ۶۸۰ هزار نفر شاغل شده‌اند و به ازای هر شغل جدید در این صنعت ۱۷ شغل غیرمستقیم ایجاد شده است. به گفته «شکوری»، بازسازی محیط زیست پس از اتمام معدنکاری، تبدیل منطقه معدنی به مقصد گردشگری طبیعی، کاهش تلفات جانی و از دیگر فعالیت‌های مرتبط با مسئولیت اجتماعی در حوزه معدن است.

«احمد میدری»، اقتصاددان نیز با اشاره به ۱۰ مسئله جهان که در نشست اخیر داووس مطرح شده است، گفت: یکی از این مسائل قطبی شدن جوامع و نزاع‌های سیاسی است که در سطح بین‌الملل هم خود را نشان می‌دهد، اما باید دید در این میان با رویکرد بلندمدت نقش صاحبان کسب‌وکار چیست. او با بیان اینکه بازار در درون خود تکثر فرهنگی ایجاد می‌کند، ادامه داد: برای اینکه مسئولیت اجتماعی را به شکلی دنبال کنیم که بتواند فضا را تغییر دهد و یأس جای خود را به امید دهد باید موج‌های بزرگ ایجاد کنیم. بنگاه‌ها به تنهایی قادر به ایجاد موج‌های بزرگ نیستند و این موج با کمک و همراهی تشکل‌های مردمی محقق خواهد شد. «میدری» با تأکید بر اینکه یکی از مسئولیت‌های اصلی اتاق‌ها، تربیت نیروی انسانی ماهر در سطح آموزش و پروش و دانشگاه‌هاست، گفت: در اروپا ۴۸ درصد اتاق‌ها فعالیت مستمرشان، آموزش است. در آنجا اتاق‌های بازرگانی برای ۴۲۰ مهارت آزمون برگزار کرده و نیروی انسانی را رده‌بندی می‌کنند.

شاخص کل بورس تهران در دهمین روز بهمن ماه، نیم درصد دیگر ریزش کرد

هراس بورس در چله زمستان

فرصت امروز: دماسنج اصلی تالار شیشه‌ای، نیم درصد دیگر پایین آمد تا نشان دهد بورس تهران همچنان در هراس و تلاطم است. در جریان معاملات روز سه‌شنبه ۱۰ بهمن ماه، شاخص کل بورس تهران با ۹ هزار و ۹۳۱ واحد معادل ۰,۴۷ درصد کاهش نسبت به روز گذشته به سطح ۲ میلیون و ۱۱۰ هزار و ۳۳۶ واحد رسید تا میزان بازدهی آن از ابتدای بهمن ماه تاکنون به منفی ۲,۴۴ درصد و از ابتدای سال تاکنون به مثبت ۵,۶۲ درصد برسد. این بازدهی از سقف سال ۱۳۹۹ (مردادماه) تاکنون نیز صفر درصد ثبت شده است. ارزش معاملات در روز سه‌شنبه در حوالی حدود ۵ هزار و ۱۹۵ میلیارد تومان ثبت شد تا ارزش بازار بورس و اوراق بهادار تهران همچنان در ۷۳۲۷ هزار میلیارد تومانی باقی مانده باشد. گروه انبوه‌سازی در ارزش معاملات چند روزی است که گوی سبقت را از گروه خودرویی ربوده است و در رتبه اول برترین ارزش معاملاتی صنایع قرار دارد. این گروه با ارزش معاملاتی در حدود ۳۶۶ میلیارد تومانی جایگاه اول را دارد و گروه خودرویی با ارزش معاملاتی ۳۱۸ میلیارد تومانی در رتبه دوم ایستاد. قیمت دلار در بازار آزاد در چند روز گذشته با توجه به شرایط سیاسی منطقه در حالی روند صعودی گرفته و از مرز ۵۷ هزار تومان عبور کرده است که در نقطه مقابل، بورس روند منفی به خود گرفته است.

شاخص کل بورس تهران در پایان معاملات روز گذشته با افت ۰,۴۷ درصدی تا سطح ۲ میلیون و ۱۱۰ هزار واحد عقب‌نشینی کرد. شاخص کل هم‌وزن نیز با ۴ هزار و ۱۸۴ واحدی معادل ۰,۵۷ درصد کاهش در تراز ۷۳۴ هزار و ۳۹۷ واحد ایستاد. شاخص کل فرابورس هم با افت ۵۸ واحدی به سطح ۲۵ هزار و ۴۸۷ واحد رسید. روند خروج پول حقیقی نیز ادامه یافت و ۴۵۹ میلیارد تومان پول حقیقی از بازار سهام خارج شد. نماد دی بیشترین خروج پول حقیقی به ارزش ۴۳ میلیارد تومان داشت. بیشترین ورود پول حقیقی هم به نمادهای ثجنوب، کرومیت، فرابورس، زکشت و سدشت تعلق داشت. نمادهای شپنا، شستا و وبملت از جمله نمادهای قرمزپوش بورس بودند که بیشترین اثر را در افت شاخص کل داشتند. نمادهای سدشت، فخوز و فخاس نیز با اثر مثبت بر شاخص کل همراه شدند. در بازار فرابورس نیز نمادهای بپاس، خاور و مارون بیشترین اثر کاهنده و نمادهای آریا، فصبا و فزر بیشترین اثر فزاینده را بر شاخص کل داشتند. در بین نمادهای پرتراکنش بورس نماد داتام بیشترین تراکنش را داشت و شستا و ثشاهد در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند. در فرابورس نیز نخریس، فصبا و کرومیت بیشترین تراکنش را داشتند.

ارزش معاملات کل بازار سهام به ۱۷ هزار و ۲۴۴ میلیارد تومان رسید. ارزش معاملات اوراق بدهی در بازار ثانویه ۷ هزار و ۴۹۰ میلیارد تومان بود که ۴۳ درصد از ارزش کل معاملات بازار را در این روز شامل می‌شود. ارزش معاملات خرد نیز با کاهش ۶ درصدی به نسبت روز معاملاتی قبل به رقم ۴ هزار و ۹۴۹ میلیارد تومان رسید. نماد تملت بیشترین ارزش معاملات بازار سهام را به ارزش ۱۶۱ میلیارد تومان به خود اختصاص داد. فصبا، ثشاهد، ثفارس و کرومیت نیز در رتبه‌های بعدی بیشترین ارزش معاملات قرار گرفتند. در جدول حجم معاملات نیز سهام تملت با تعداد ۵۳۹ میلیون و ۹۸۰ هزار سهم در صدر قرار گرفته است. شستا در رتبه دوم بیشترین حجم معاملات بازار قرار گرفت و رتبه سوم به شگستر تعلق داشت. دو نماد خودرو و فصبا نیز در رتبه‌های بعدی بیشترین حجم معاملات بازار قرار داشتند. در پایان معاملات سه‌شنبه، ۵۱ نماد صف خرید داشتند و ۷۱ نماد با صف فروش مواجه شدند. مجموع ارزش صف‌های خرید با رشد ۳۳ درصدی نسبت به روز قبل به ۲۳۰ میلیارد تومان افزایش یافت و مجموع ارزش صف‌های فروش با کاهش ۲۵ درصدی به ۲۳۰ میلیارد تومان رسید.

تحلیل تکنیکالی شاخص بورس و اوراق بهادار تهران نشان می‌دهد که شاخص کل عملا با تغییرات کم در نمادهای بزرگ خود مواجه شده است و بازار خیلی به این نمادها توجهی ندارد و اینطور می‌توان برداشت کرد که عملا معاملات نمادهای کوچک بازار (شاخص هم‌وزن) در بازار بیشتر مشهود است. اهالی بازار سرمایه همچنان به عملکرد سازمان بورس و اوراق بهادار تهران گله دارند. اما بازار با وجود افت‌های این چند روز همچنان در محدوده‌های حمایتی میانگین ۵۵ روزه خودش قرار دارد ولی ترس از اقدامات و شرایط سیاسی منطقه اجازه نمی‌دهد تا بازار سرمایه قدعلم کند. به هر حال بازار می‌تواند در این محدوده‌ها از منظر تکنیکالی حمایت شود و به روند صعودی خود برگردد اما در صورتی که شاخص کل این سطح را از دست بدهد، کار برای بازار خیلی سخت خواهد شد؛ اتفاقی که برای محدوده ۲,۲ میلیون واحدی در نیمه اول سال ۱۴۰۲ برای شاخص کل افتاد، ممکن است با عدم حمایت شاخص در سطح ۲,۱ میلیون واحدی تکرار شود.

امروز چهارشنبه (۱۱ بهمن ماه) آخرین روز کاری هفته دوم بهمن ماه است و بازدهی بازار سرمایه در بدترین شکل ممکن خود قرار گرفته است. شاخص کل بورس و اوراق بهادار تهران در جریان معاملات روز گذشته بار دیگر مسیر نزولی را انتخاب کرد و با افت نیم درصدی به سطح ۲ میلیون و ۱۱۰ هزار واحد رسید تا میزان افت آن از ابتدای بهمن ماه تاکنون به منفی ۲,۴۴ درصد برسد. میزان بازدهی شاخص کل بورس تهران از ابتدای سال تاکنون نیز به رقم مثبت ۵,۶۲ درصد رسیده است. ارزش معاملات در روز سه‌شنبه در حوالی حدود ۵ هزار و ۱۹۵ میلیارد تومان ثبت شد تا ارزش بازار بورس و اوراق بهادار تهران همچنان در ۷۳۲۷ هزار میلیارد تومانی باقی مانده باشد. گروه انبوه‌سازی در ارزش معاملات چند روزی است که گوی سبقت را از گروه خودرو ربوده و در رتبه اول برترین ارزش معاملاتی صنایع قرار گرفته است. این گروه با ارزش معاملاتی حدود ۳۶۶ میلیارد تومانی در جایگاه اول ایستاده و گروه خودور با ارزش معاملاتی ۳۱۸ میلیارد تومانی در رتبه دوم جای گرفته است. گفتنی است قیمت دلار در بازار آزاد در چند روز گذشته و با توجه به شرایط سیاسی منطقه خاورمیانه، روند صعودی به خود گرفته و در نقطه مقابل آن، بورس وارد روند منفی شده است. همچنین قیمت طلا ۱۸گرم که در ابتدای بهمن ماه رقمی نزدیک به ۲ میلیون و ۶۸۰ هزار تومان برای هر گرم را به خود دیده بود، روز گذشته تا لحظه تنظیم این گزارش به بیش از ۲ میلیون و ۹۰۰ هزار تومان رسید.

مصر به دنبال افزایش فروش کالا در بازار ایران است

منوی اقتصادی ایران و مصر

ملاحظات اقتصادی، نقش مهمی در ترسیم سیاست مصر در قبال ایران دارد و این کشور به دنبال افزایش فروش کالاهای خود در بازار ایران است. با این وجود، آینده روابط ایران و مصر، تابعی از آینده روابط ایران با شورای همکاری خلیج‌فارس و به‌ویژه عربستان است. توسعه روابط اقتصادی با مصر به‌نوعی از مسیر شورای همکاری خلیج‌فارس می‌گذرد و شورای همکاری خلیج‌فارس اکنون یکی از بزرگ‌ترین شرکای تجاری مصر و منبع کلیدی سرمایه‌گذاری، کمک و حواله‌هایی است که در قالب آن، کارگران مصری شاغل در این کشورها در قالب آن برای خانواده‌های‌شان پول ارسال می‌کنند.

به دلیل ظرفیت بالای همکاری‌های اقتصادی ایران و مصر، مرکز پژوهش‌های اتاق ایران در گزارشی به بررسی «سیاست تجاری مصر» پرداخت و ساختار اقتصادی مصر و تاریخچه روابط اقتصادی قاهره-تهران را آسیب‌شناسی کرد. طبق ارزیابی بازوی پژوهشی اتاق ایران، با وجود تلاش‌های مصر برای کاهش سهم دولت در اقتصاد و افزایش مشارکت بخش خصوصی، دولت مصر در اقتصاد کماکان نیرومند است و ساختار تولیدی اقتصاد این کشور وابسته به کسب‌وکارهای بزرگ بخش عمومی است که گاهی تخصیص غیربهینه منابع را موجب می‌شود. مصر به شکل فعالی در نظام‌های تجاری چندجانبه مشارکت دارد و تعرفه‌های کامله الوداد را برای تمام اعضای سازمان تجارت جهانی اعمال می‌کند. مصر عضو موافقت‌نامه‌های تجارت ترجیحی با اتحادیه اروپا، اتحادیه تجارت آزاد اروپایی، ترکیه و مرکوسور است. همچنین این کشور عضو اتحادیه تجارت آزاد پان عربی، بازار مشترک آفریقای جنوبی و شرقی و موافقت‌نامه مراکش نیز هست. مناطق آزاد، اهمیت بالایی برای اقتصاد مصر دارند. شرکت‌ها در مناطق آزاد کاملا از مالیات واردات، مالیات بر درآمد و مالیات ارزش‌افزوده مستثنی هستند و تنها یک یا ۲ درصد مالیات کلی پرداخت می‌کنند. در حال حاضر ۱۳ منطقه سرمایه‌گذاری در مصر وجود دارد که هر کدام در تولید کالای مشخصی تخصص دارند و از امتیازهایی مشابه با مناطق آزاد در تسهیل صدور مجوز برخوردارند، اما معافیت مالیاتی ندارند.

براساس این گزارش، مصر در شمال آفریقا و در نقطه اتصال قاره سیاه به آسیا قرار گرفته و از این حیث جایگاه منحصربه‌فردی دارد. این کشور با رژیم صهیونیستی، لیبی و سودان دارای مرز زمینی است و با قبرس، یونان، بحرین، عربستان‌سعودی نیز مرز دریایی دارد. براساس آمار تولید ناخالص داخلی سال ۲۰۲۱، مصر سی و یکمین اقتصاد جهان است و از نظر صادرات در رتبه ۵۸ و از نظر واردات در رتبه ۴۱ جهان قرار دارد. با این حال رتبه مصر در سرانه تولید ناخالص داخلی در جهان ۱۳۶ است. همچنین شاخص پیچیدگی اقتصادی مصر ۰,۲۷ است که رتبه ۴۵ از بین ۱۴۰ کشور جهان را برای قاهره به ارمغان آورده است. مصر در سال ۲۰۲۱ معادل ۴۴,۵ میلیارد دلار صادرات و ۹۸ میلیارد دلار واردات داشته است. مهمترین صادرات مصر شامل نفت پالایش‌شده (۴,۷۷ میلیارد دلار)، نفت‌خام (۳,۶۹ میلیارد دلار)، گاز (۳,۵ میلیارد دلار)، کودهای نیترات (۱,۷ میلیارد دلار) و طلا (۱,۱۶ میلیارد دلار) است. ایالات متحده، ترکیه، یونان، ایتالیا و هند مهمترین مقاصد صادراتی مصر هستند. از سوی دیگر، واردات مصر در سال ۲۰۲۱ نیز شامل نفت پالایش‌شده (۵,۶۳ میلیارد دلار)، گندم (۴,۵۳ میلیارد دلار)، خودرو (۳,۹۸ میلیارد دلار)، نفت‌خام (۳,۱۳ میلیارد دلار) و ذرت (۲,۱ میلیارد دلار) می‌شود. چین، عربستان سعودی، ایالات متحده، روسیه و ترکیه مهمترین شرکای وارداتی مصر در این سال بودند.

ساختار اقتصادی مصر در دهه‌های گذشته، تغییرات بسیار زیادی را تجربه کرده است. در دوره پس از جنگ جهانی دوم، مصر در مسیر توسعه اقتصادی دولت محور قرار گرفت که مشخصه آن، صنعتی‌شدن از طریق اتخاذ استراتژی جایگزینی واردات بود. هدف این سیاست، کاهش وابستگی به کالاهای وارداتی از طریق تقویت تولید داخلی بود. دولت در ایجاد صنایع جدید، اعطای یارانه و تنظیم تجارت، نقش اساسی داشت. انقلاب ۱۹۵۲، تغییرات مهمی را در سیاست خارجی مصر ایجاد کرد. این کشور موضعی غیرمتعهد اتخاذ کرد و روابط نزدیک‌تری با اتحاد جماهیر شوروی برقرار نمود. این دوره همچنین شاهد تلاش‌هایی برای تنوع‌بخشیدن به اقتصاد فراتر از جایگزینی واردات از جمله سرمایه‌گذاری در کشاورزی و توسعه زیرساخت‌ها بود. سپس با اتخاذ سیاست اقتصادی درهای باز در اوایل دهه ۱۹۷۰، مصر رویکردی بازارمحورتر را پذیرفت، سرمایه‌گذاری خصوصی را تشویق کرد و درهای اقتصاد را به روی تجارت خارجی باز کرد. هدف این سیاست، ارتقای رشد اقتصادی و ادغام در اقتصاد جهانی بود. مصر در دهه‌های ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ شاهد ادامه اصلاحات اقتصادی و آزادسازی تجاری بود؛ به طوری که برنامه‌های تعدیل ساختاری را اجرا کرد، شرکت‌های دولتی را خصوصی کرد و موانع تجاری را کاهش داد. این اصلاحات با هدف افزایش کارایی اقتصادی و رقابت‌پذیری انجام شد، اما به‌رغم تلاش‌های این کشور و تغییرات مکرر در استراتژی‌های توسعه‌ای، موفقیت‌های مصر چندان قابل‌توجه نبود. در دوران پس از بهار عربی نیز مصر بر تنوع‌بخشیدن به اقتصاد خود، تقویت یکپارچگی منطقه‌ای و جذب سرمایه‌گذاری خارجی تمرکز کرد و ابتکاراتی را برای توسعه صنایع جدید، تقویت تجارت با کشورهای همسایه و بهبود فضای سرمایه‌گذاری در پیش گرفت. اقتصاد مصر طی دهه‌های اخیر، رشد چشمگیری داشته است. سرانه تولید ناخالص داخلی این کشور طی تنها یک دهه از ۱۵۱۴ دلار در سال ۲۰۰۶ به حدود ۳۴۶۲ دلار در سال ۲۰۱۶ رسیده است. در واقع، اقتصاد مصر یک اقتصاد تنوع یافته به‌شمار می‌رود. بخش خدمات این کشور در سال ۲۰۱۶ معادل ۵۵,۳ درصد از تولید ناخالص داخلی را به خود اختصاص داده بود. سهم بخش کشاورزی از تولید ناخالص داخلی نیز طی دهه‌های اخیر در حال کاهش بود و در حالی در سال ۲۰۱۶ به حدود ۱۱,۹ درصد رسید که در سال ۲۰۱۱ به میزان ۱۴,۵ درصد بود، با این حال این بخش کماکان برای اقتصاد مصر بسیار مهم تلقی می‌شود. از سوی دیگر، سهم بخش تولید در تولید ناخالص داخلی در حال افزایش بوده و از ۱۶,۵ درصد در سال ۲۰۱۱ به حدود ۱۷,۱ درصد در سال ۲۰۱۶ رسیده است. از سال ۲۰۱۴ دولت مصر بنا بر وضعیت کشور، مجموعه‌ای از اصلاحات اقتصادی فراگیر را در پیش گرفته که عمدتا در قالب برنامه‌های اقتصاد کلان قرار می‌گیرند. دولت مصر از سال ۲۰۱۶، مالیات ارزش‌افزوده را با نرخ ۱۳ درصد اعمال کرد که یک سال بعد به ۱۴ درصد افزایش پیدا کرد. در حوزه پولی نیز دولت مصر از سال ۲۰۱۶، سیاست تثبیت نرخ ارز برمبنای دلار آمریکا را لغو و سیاست ارز شناور کامل را اتخاذ کرد. افزایش شمول مالیات‌ها، کاهش یارانه انرژی و محدودیت دستمزد بخش عمومی نیز از دیگر اصلاحات اقتصادی مصر در این بازه زمانی بودند.

حالا روابط تجاری ایران و مصر را بررسی می‌کنیم. روابط تجاری ایران و مصر همواره از رابطه سیاسی ایران با سایر کشورها به‌خصوص کشورهای حاشیه خلیج‌فارس متأثر بوده است. در حال حاضر از مجموع ۵۳,۱۹ میلیارد دلار صادرات ایران در سال ۱۴۰۱، مصر کمتر از ۰,۰۲ درصد (۹,۴۸ میلیون دلار) را به خود اختصاص داده و از این نظر در جایگاه هفتادم در میان شرکای تجاری ایران قرار گرفته است. در حوزه واردات نیز این کشور از مجموع ۵۹,۶۵ میلیارد دلار واردات ایران با اختصاص سهم ۰,۰۱ درصدی (۵,۷ میلیون دلار) در جایگاه هفتاد و هفتم ایستاده است. همچنین در نیمه نخست سال ۱۴۰۲، مجموع صادرات ایران به مصر برابر با ۷۱۰ تن به ارزش بیش از ۲۷۰ هزار دلار و مجموع واردات ایران از مصر کمتر از ۸ تن به ارزش کمتر از ۲۷۹ هزار دلار بوده است. حجم تجارت دوجانبه ایران و مصر پس از خروج آمریکا از برجام و اعمال مجدد تحریم‌ها علیه ایران با کاهش بسیار شدیدی همراه شده؛ به‌طوری که این رقم از ۲۱۸ میلیون دلار در سال ۱۳۹۷ به کمتر از ۷ میلیون دلار در سال ۱۳۹۸ رسیده است؛ هرچند از همین سال تا سال ۱۴۰۱ با آهنگ بسیار ملایم روند افزایشی به خود گرفته است. در سال ۱۴۰۱، سنگ و کنسانتره منگنز (۲ میلیون دلار)، تابلوها، پانل‌ها و پایه‌های مورداستفاده در صنایع برق و الکترونیک (یک میلیون دلار)، خودتراش (یک میلیون دلار)، دستگاه‌های اندازه‌گیری مورداستفاده در صنایع برق و الکترونیک (۳۱۱ هزار دلار)، دستگاه‌های تنظیم ولتاژ (۲۸۴ هزار دلار)، دستگاه‌های اندازه‌گیری متغیرها در سیالات (۲۴۵ هزار دلار)، سولفات‌پتاسیم (۱۸۸ هزار دلار) و انواع ترانسفورماتورهای کم‌قدرت (۱۲۸ هزار دلار)، عمده اقلام وارداتی ایران از مصر را تشکیل داده‌اند.

در همین سال همچنین محصولات آهن و فولاد (۸,۹ میلیون دلار)، اجزا و قطعات کلاچ خودرو (۱۲۶ هزار دلار) و کاتالیزورهای شیمیایی (۱۰۹ هزار دلار) مهمترین کالاهای صادراتی ایران به مصر را تشکیل داده‌اند. برای مصر، ملاحظات اقتصادی نقش مهمی در شکل دادن به سیاست آن در قبال ایران دارد. مصر به‌دنبال افزایش فروش کالاهای خود در بازار ایران است. مصر می‌تواند در شرایط تحریم با استفاده از پول ملی خود، برخی کالاهای مصرفی را خریداری کند و در مقابل، ایران با بهبود روابط خود با مصر می‌تواند راه‌هایی را برای گسترش روابط اقتصادی و تجاری خود در منطقه از جمله استفاده از کانال سوئز و افزایش صادرات خود به مصر فراهم کند، به‌ویژه اینکه ایران تلاش دارد با هدف مقابله با تحریم‌ها و در راستای افزایش تاب‌آوری کشور، ارتباطات تجاری خود با بازارهای منطقه را تقویت کند. ایران به‌دنبال دور زدن تحریم‌های آمریکا و صادرات به کشورهای همسایه است و مصر، فرصت بسیار خوبی برای صادرات کالاهای مصرفی فراهم می‌کند.

از جمله پیشنهادهایی که در پایان این گزارش برای گسترش روابط اقتصادی تهران-قاهره توصیه شده است، می‌توان به دخیل کردن بخش خصوصی و نهادهای اقتصادی ملی در فرآیند و مذاکرات عادی‌سازی روابط دو کشور با توجه به اهمیت متقابل پیامدهای اقتصادی عادی‌سازی اشاره کرد. همچنین تلاش برای انعقاد توافق‌نامه تجارت ترجیحی و ارتقای آن به تجارت آزاد میان دو کشور، از دیگر پیشنهادات برای توسعه روابط ایران و مصر است. توسعه روابط دو کشور در حوزه‌هایی همچون پزشکی، صنایع دارویی، پتروشیمی و حوزه‌های دانش‌بنیان و انعقاد تفاهم‌نامه‌های حمل‌ونقل با توجه به تسلط مصر بر مهمترین مسیر تجاری جهان، از جمله ظرفیت‌ها برای همکاری میان ایران و مصر است. گرچه در حال حاضر، روابط ایران و مصر چندان مطلوب نیست، اما بهره‌گیری از ظرفیت‌های شورای همکاری خلیج‌فارس برای توسعه روابط اقتصادی با مصر می‌تواند جزئی از استراتژی‌ها و فرآیندهای سیاسی و اقتصادی تنش‌زدایی، وابستگی متقابل اقتصادی و احیانا موافقت‌نامه‌های همکاری امنیتی و تجاری ایران با شورای همکاری خلیج‌فارس تعریف شود.

فروشنده‌های حرفه‌ای چه مهارت‌هایی دارند؟

نویسنده: علی آل‌علی

بعضی از افراد به طور طبیعی فروشـــنده‌های خوبی هستند. کافی است چند دقیقه با آنها هم‌صحبت شـــوید تا شما را عاشق محصولات عجیب و غریبی کنند که حتی فکر خرید آنها را هم نمی‌کردید. احتمالا شـــما هم تجربـــه برخورد با چنین افرادی را داشـــته‌اید. خب اینطور وقت‌ها آدم فکر می‌کند اصلا چطور شد که دست به چنین خریدهای عجیبی زد. اگر شما هم بارها و بارها با خودتان درباره خرید برخی از محصولات کلنجار رفته‌اید، دیگر لازم نیســـت فروشنده‌های موفق را به چشـــم آدم‌های خوش‌شانس نگاه کنید؛ چراکه فروش موفق نه یک اســـتعداد ذاتی، بلکه مهارتی اســـت کـــه همه می‌توانند یاد بگیرند؛ البته به شـــرط اینکه کمی به حوزه فروش علاقه داشته باشند!

فروشنده‌های موفق مهارت‌هایی دارند که آنها را از بقیه متمایز می‌سازد. کافی است برای مدت زمانی کوتاه با آنها همکار باشید تا متوجه رفتارهای متفاوت‌شـــان شـــوید. البته ما قصد نداریم از فروشنده‌های موفق غول‌های دست‌نیافتنی بسازیم. در عوض همه تلاش‌مان کمک به شما برای آشنایی با این مهارت‌های طلایی اســـت. اگر شما هم دوست دارید در مدت‌زمانی کوتاه مســـیرتان به سوی فروشـــندگی حرفه‌ای را پیدا کنید، بد نیست در این مقاله با ما همراه باشـــید. اینطوری با دست پر وارد دنیای فروشندگی خواهید شد. پس منتظر چه هستید؟ تا انتهای این مقاله با ما همراه باشید تا شروعی پرقدرت در این زمینه داشته باشید.

فروشندگی حرفه‌ای: مهارت‌هایی اساسی

فرمول ما در این بخش کاملا روشن است. همانطور که بازیکنان شطرنج برای تبدیل شـــدن به اســـطوره‌های تکرارنشـــدنی باید بارها و بارها بازی شـــطرنج بازهای بزرگ را تماشـــا کرده و در کلاس‌های آنها شرکت کنند، شما هم باید همین کار را در ارتباط با فروشندگی انجام دهید. البته ما در این بخش به کمک‌تان آمده‌ایم تا با دردســـرهای کمتری مهارت‌های ویژه در حوزه فروشندگی را یاد بگیرید. تنها کاری که در اینجا باید انجام دهید، همراهی با ما تا پایان این مقاله و انگیزه کافی برای تمرین مهارت‌های مورد بحث اســـت. ماجرا تا اینجا خیلی سخت نیست، مگر نه؟ پس اجازه دهید یک راست برویم سراغ مهارت‌های مورد بحث‌مان.

توانایی ترغیب دیگران

اولین ویژگی که یک فروشـــنده خوب باید داشـــته باشد، توانایی ترغیب دیگران اســـت. شـــما باید بتوانید نظر دیگران درباره یـــک محصول را در کمترین زمان ممکن تغییر دهید. این مسئله برای بسیاری از افراد حسابی زمانبر است. البته مگر اینکه توانایی‌شان در زمینه ترغیب دیگران حسابی بالا باشد.

وقتی درباره ترغیب دیگران حرف می‌زنیم، در واقع باید در کمترین زمان ممکن وارد دنیای آنها شـــده و معادلات آن را یاد بگیریم. مثلا برای کسی که جدیدترین محصولات حوزه تکنولوژی را حســـابی دوســـت دارد، نباید درباره مسئله قیمت محصول صحبت کرد. در عوض مانور بر روی کیفیت یک محصول و مزایای آن در مقایسه با نسل‌های قبلی ایده جذابی خواهد بود. اینطوری شما میانبری به سوی ترغیب مخاطب‌تان خواهید داشت.

ترغیب دیگران کاری نیســـت که شما در یک چشـــم به هم زدن انجام دهید. در عوض باید کمی خودتان را نســـبت به آنچه مخاطب بدان علاقه دارد، مشتاق نشان دهید. این امر به شما کمک می‌کند تا درک بهتری از ایده‌ها و افکار طرف مقابل‌تان داشته باشید. اینطوری دیگر لازم نیست دائما خودتان را در زندان ایده‌ای تکراری حبس کنید.

شـــناخت ســـلیقه مخاطب هدف برای ترغیبش بـــه خرید یک محصول خاص نیازمند مطالعه دقیق و بی‌چون و چرای مشتریان است. پس اگر فکر کرده‌اید در اینجا راهی برای فرار دارید، باید حسابی ناامیدتان کنیم؛ چراکه ماجرا اصلا اینطوری پیش نمی‌رود.

همذات‌پنداری با مشتری

آیا کســـی را ســـراغ دارید که از برندی کاملا بی‌روح و بی‌توجه نســـبت به احساســـات مشـــتریان خرید کند؟ بی‌شـــک همه مردم دوست دارند از برندی صمیمی و دارای احساســـات آشکار خریدشـــان را انجام دهند. این دقیق همان نکته‌ای اســـت که خیلی از کارآفرینان و به ویژه فروشـــنده‌ها اصلا دنبالش نیســـتند. خب تا وقتی شما انگیزه‌ای برای اثرگذاری بر روی مخاطب‌تان نداشته باشید، قدم از قدم برنخواهید داشت.

همذات‌پنداری با مشـــتریان صرفا همدردی با آنها نیســـت. خب خیلی وقت‌ها مشـــتریان مشـــکل عمیق یا حتی ناراحتی خاصـــی ندارند. در این صورت شما صرفا باید با موقعیت‌شان همذات‌پنداری کنید. به علاوه، اگر در فرآیند بازاریابی همیشه خودتان را جای مشتریان قرار دهید، کارتان خیلی راحت‌تر انجام خواهد شد. ماجرا حسابی جالب شد، نه؟

همذات‌پنداری با دیگران اســـتعدادی نیســـت که از همـــان روز اول در آدم‌ها وجود داشـــته باشـــند. قبول دارم برخی از افراد توانایی بالاتری برای همذات‌پنداری با بقیه دارند، اما شـــما هم می‌توانید با کمی تمرین و تکرار این مهارت را در خود تقویت کنید. پس الکی بهانه‌تراشی نکنید.

نکته کلیدی در این میان تلاش برای قرار دادن خودتان به جای مشتری اســـت. مثلا اگر مشـــتری‌تان انتظار خدمات ســـریع را دارد، باید برای یک دقیقه هم که شده خودتان را جای او قرار دهید. بی‌شک هر کسی با کلی دغدغه در طول روز اصلا دوست ندارد پشت صف یک برند منتظر مانده و کل زمانش از دســـت برود. درست به همین خاطر شما به عنوان کارآفرین باید همیشـــه بهترین انتخاب‌ها را داشته باشید وگرنه کلاه‌تان پس معرکه خواهد بود.

درک دیگران معمولا هرچه آدم مهارت ارتباطی بالاتری داشـــته باشـــد، ســـاده‌تر می‌شـــود. این درست همان نکته‌ای اســـت که باید مدنظر داشته باشید؛ چراکه بدون مهارت‌های ارتباطی هرگز نمی‌توانید احساسات‌تان را آنطور که باید و شاید به مخاطب منتقل کنید.

همانطـــور که می‌بینیـــد، همذات‌پنداری با دیگران عملا ریشـــه در یک مهارت کلیدی دیگر یعنـــی توانایی ارتباط با دیگران دارد. پس اصلا نباید نگاه تکی به مهارت‌های مورد بحث در این مقاله داشته باشید.

تبدیل شدن به کارشناسی حرفه‌ای

آیا تا حالا در بازار کارشناس‌هایی را دیده‌اید که همه حرف‌شان را قبول داشته باشند؟ بی‌شـــک این وضعیت بی‌نهایت ایده‌آل است، اما راستش را بخواهید آدم‌های خوش‌شانسی هستند که عملا به این موقعیت رسیده‌اند. شاید فکر کنید در اینجا فقط شانس بازیگر اصلی است. خب در این صورت باید حســـابی ناامیدتان کنیم؛ چراکه تبدیل شدن به یک کارشناس درجه یک نکته‌ای نیست که فقط با شانس به دست آید.

کســـانی که لقب کارشـــناس را یدک می‌کشـــند، معمولا از دل سال‌ها فعالیت سفت و سخت پیروز بیرون آمده‌اند. این یعنی سال‌های سال تجربه و کســـب دانش در بازار بالاخره یکجا به دردشـــان خورده است. متاسفانه خیلـــی از کارآفرینان به این نکته کلیـــدی اصلا توجه ندارند بنابراین اصلا عجیب نیست که دائما با مشکلات ریز و درشت دست و پنجه نرم کنند.

اگر دوســـت دارید یک فروشـــنده حرفه‌ای باشـــید که مشـــتریان روی حرف‌تان حرفی نزنند، چاره‌ای به غیر از تبدیل شـــدن به یک کارشـــناس حرفه‌ای ندارید. منظور ما کارشـــناس حرفه‌ای صرفا چند تا ادا نیست. در واقع شـــما باید دانـــش لازم برای ارائه نظرات دقیـــق در حوزه کاری‌تان را کسب کنیم.

اولین سوالی که درباره کسب دانش در حوزه تخصصی به ذهن می‌رسد، شیوه یادگیری آن است. بسیاری از کارآفرینان فکر می‌کنند تجربه صرف برای این موضوع کافی است. ما در این بخش قصد داریم یک راه میانبر هم به شما یاد دهیم. بر این اساس شما می‌توانید بدون هیچ دردسری کارتان را با شرکت در دوره‌های آموزشی جلو ببرید. این یعنی با شرکت در دوره‌های درست و حسابی راه ۱۰۰ ساله را یک شبه طی خواهید کرد. خب مگر یک فروشنده به غیر از این دیگر چه خواسته‌ای در بازار دارد؟

کار گروهی

خیلی از کارآفرینان و به طور مشـــخص فروشـــنده‌ها میانه خوبی با کار گروهـــی ندارنـــد. انگار که کار گروهی توانایی آنها بـــرای اثرگذاری بر روی مخاطب را می‌گیرد. شـــاید شما هم فکر کنید آزادی عمل‌تان در گرو کار تکی است. خب در این صورت احتمالا هیچ چیز درباره فروشندگی مدرن نمی‌دانید.

ما در روزنامه فرصت امروز همیشه دنیای کسب و کار را به بازی فوتبال تشـــبیه می‌کنیم. همانطور که بازیکنان تک و تنها شانسی برای موفقیت در زمین ندارند، فروشـــنده‌ها هم فقط از طریق کار گروهی امکان موفقیت خواهند داشـــت. این در حالی اســـت که بسیاری از افراد در این حوزه اصلا حوصله کار گروهی را ندارند.

چالشـــی که شـــما در این میان باید به آن غلبه کنیـــد، صرفا کار تیمی نیست. برخی از آدم‌ها همیشه در انجام کارها زیاده‌روی می‌کنند. مثلا در حـــوزه فروش یا کاملا تکـــی کار را جلو می‌برند یا کاملا در کار تیمی ذوب می‌شـــوند. این در حالی است که هنر شـــما در یافتن نقطه تعادل در این میان خواهد بود. فقط در این صورت شـــانس کافی برای اثرگذاری بر روی مخاطب‌تان را خواهید داشت.

یادتان باشد، کار گروهی باید با فروشنده‌های حرفه‌ای صورت گیرد. شما نمی‌توانید یک تیم کاملا نامتوازن داشته باشید و دست آخر ادعای حرفه‌ای بـــودن هم بکنید. خب در این صورت تیم‌تان آنقدر ناموزون خواهد بود که دست آخر همه از کار تیمی خسته می‌شوند.

اگر نظر ما را بخواهید، بد نیست قبل از هر کاری در دنیای کسب و کار به فکر کمی توسعه دامنه فعالیت‌تان باشید. این یعنی ارتباط‌تان با دیگران را بهبود بخشـــیده و از این طریق یک تیم درست و حسابی برای خودتان پیدا کنید. این روزها در بسیاری از برندهای بزرگ وظیفه ایجاد تیم فروش برعهده خودِ فروشندگان است بنابراین شما با کمی سعی و تلاش یک تیم درجه یک در کنار خودتان خواهید داشت.

کنجکاوی بی‌پایان

فروشنده‌ها باید کنجکاوی ذاتی داشته باشند تا فرصت اثرگذاری بر روی مخاطب را از دســـت ندهند. خب گاهی اوقات مشتری بهانه‌های مختلفی برای عبور از خرید دارد که الزاما به شما کمکی نمی‌کند. در این صورت اگر کمی کنجکاوی را چاشـــنی کار نکنید، خیلی زود اوضاع‌تان به هم خواهد ریخت. آن وقت شما می‌مانید و کلی مشکل جورواجور که هیچ‌کس توانایی حل آن را نخواهد داشت.

کنجکاوی به شما این فرصت را می‌دهد که بدون هیچ دردسری ته توی دغدغه‌های مشـــتریان را درآورید. اینطوری به دنیای آنها نزدیک‌تر شده و به راحتی امکان ارائه پیشـــنهادات حرفه‌ای به آنها را خواهید داشـــت. فکر می‌کنم شـــما هم قبول داشته باشید در این صورت دیگر مشتریان امکان عبور بی‌سر و صدا از کنار پیشنهادتان را نداشته باشند، مگر نه؟

کنجـــکاوی بی‌پایان به شـــما این فرصت را می‌دهد کـــه علاوه بر بهبود ارتباط با مشـــتریان، دنبال بهینه‌ســـازی فعالیت‌تان در بازار هم باشید. اگر دقت کرده باشـــید، خیلی از فروشنده‌ها سال‌های سال از یک شیوه واحد برای اثرگذاری بر روی مشـــتریان اســـتفاده می‌کنند. انگار که نه انگار بعد از مدتی این تکنیک‌ها قدیمی می‌شـــود. اگر با آنها درباره ضرورت آپدیت تکنیک‌های فروش حـــرف بزنید، احتمالا چیزی غیر از خنده‌های معنادار نصیب‌تان نخواهد شـــد. این در حالی است که ما در روزنامه فرصت امروز استفاده از تکنیک‌های تازه را ضروری می‌دانیم.

آنچه به شـــما برای یافتـــن تکنیک‌های تازه کمـــک خواهد کرد، کمی کنجکاوی است. پس اگر تا حالا در زمینه‌های مختلف کنجکاوی به خرج نداده‌اید، حالا نوبت آن فرا رســـیده تـــا اوضاع را به طور کامل تغییر دهید. ماجرا جالب شد، نه؟

انعطاف‌پذیری در معامله

حوزه فروش از آن دست بخش‌هایی نیست که یک نفر در آن حرف اول و آخر را بزند. در عوض همه چیز از دل نوعی مذاکره بیرون می‌آید. درست به همین خاطر کسانی که توانایی خوبی برای انعطاف‌پذیری ندارند، خیلی زود از این حوزه ناامید می‌شوند. دلیل این اتفاق نیاز به کوتاه آمدن از برخی مواضع و به طور مشابه تاکید بر روی برخی دیدگاه‌ها در طول زمان است.

اگر شـــما در زندگی شخصی‌تان میانه خوبی با مذاکره ندارید و همیشه حرف خودتان را به کرسی می‌نشانید، باید خیلی زود شیوه کارتان را تغییر دهید. خب در بازار که کســـی برای شـــما فرش قرمز پهن نکرده است. در عوض باید به خودتان زحمت داده و کمی به دیدگاه دیگران احترام بگذارید.

یادتا نباشد، در فرآیند مذاکره همه طرفین باید به نحوی از دل آن سهم ببرند. پس اگر فکر می‌کنید توانایی خارق‌العاده‌ای برای اقناع دیگران دارید، باید یکبار برای همیشه از این رویای شیرین بیدار شوید؛ چراکه در نهایت چیزی به جز شکست از دل این نوع نگرش برای‌تان بیرون نخواهد آمد.

بی‌شـــک خیلی از افراد به عنوان فروشنده توانایی مذاکره خوبی ندارند. درست به همین دلیل شما باید همیشه مهارت‌تان در این حوزه را تقویت کنید. این کار نه با دنبال کردن کلیشه‌های رایج، بلکه شرکت در کلاس‌های آموزشی، گفت‌وگو با فروشنده‌های حرفه‌ای و در نهایت کمی آزمون و خطا به دست می‌آید. پس اصلا سعی نکنید خودتان را در این رابطه گول بزنید؛ چراکه اصلا سرنوشت خوبی در انتظارتان نخواهد بود.

تولید محتوا در شبکه‌های اجتماعی

از زمانی که فرآیند فروش صرفا در دنیای واقعی دنبال می‌شـــد، سال‌ها می‌گذرد. حالا بســـیاری از مردم نه‌تنها از طریق سایت‌های اینترنتی، بلکه شـــبکه‌های اجتماعی اقـــدام به خرید محصولات موردنیازشـــان می‌کنند. بی‌شـــک برای فروشـــنده‌هایی که هنوز مثل عصر حجر فکر می‌کنند، این نکته تازگی خواهد داشـــت. با این حال اگر شما کمی امروزی‌تر باشید، به خوبی اهمیت شبکه‌های اجتماعی را درک خواهید کرد.

پلتفرم‌های اجتماعی به شما کمک می‌کنند تا بدون هیچ دردسری با هر کسی در سراسر دنیا ارتباط برقرار کنید. به علاوه، شما می‌توانید از طریق پلتفرم‌های اجتماعی تجربه فروش مســـتقیم محصولات‌تان را هم داشـــته باشید. ماجرا تازه جذاب و هیجان‌انگیز شد، مگر نه؟

یک فروشنده خوب برای اینکه خودش را به مخاطب هدف معرفی کند، باید همیشه به دنبال فرآیندهای معنادار برای تولید محتوا باشد. این یعنی شما باید به طور منظم محتوایی برای نمایش به مخاطب‌تان داشته باشید. فقط در این صورت شانسی برای اثرگذاری بر روی مخاطب یافته و کارتان بهبود پیدا می‌کند. خب وقتی همه در شـــبکه‌های اجتماعی حضور دارند، چرا شـــما به عنوان فروشنده در این فضا فعالیت نکنید؟ این نکته‌ای است که باید کمی بیشتر روی آن فکر کنید وگرنه نسخه‌تان پیچیده خواهد شد.

خوشـــبختانه امروزه کلی بازاریاب و فروشـــنده در شبکه‌های اجتماعی مشـــغول فعالیت هستند. به همین خاطر شـــما مثال برای بهبود کیفیت کارتـــان اصـــلا کم ندارید. فقط باید یادتان باشـــد از ایـــن مثال‌ها در جای درســـتش استفاده کنید. وگرنه خیلی زود دست‌تان برای همه رو می‌شود. خب فروشنده‌ای که فقط از روی دست دیگران کپی کند، هیچ وقت رنگ موفقیت را نخواهد دید، مگر نه؟

طراحی سناریوی آماده

شما نمی‌توانید همینطور بی‌مقدمه سراغ مخاطب‌تان رفته و انتظار داشته باشـــید معامله را در عرض چند ثانیه جوش دهیـــد. صرف نظر از اتفاقات مختلفی که ممکن است روی دهد، کلی سناریوی احتمالی وجود دارد که شاید حتی به آنها فکر هم نکرده باشید. در این صورت اگر مخاطب‌تان یکی از این سناریوها را پیش بکشد، هیچ بعید نیست کاملا کیش و مات شوید.

فرمول ما در این بخش به اندازه کافی روشـــن اســـت. شـــما قرار نیست همینطور بی‌مقدمه وارد مذاکره با دیگران شوید. در عوض بد نیست کمی به خودتان زحمت داده و ســـناریوهایی را طراحی کنید. اینطوری برای هر اتفاقی که روی می‌دهد، فرمولی در چنته خواهید داشت.

یادتان نرود، شـــما نمی‌توانید برای همه اتفاقات احتمالی ســـناریو تهیه کنیـــد، اما گاهی اوقات براســـاس تجربه برخی ســـناریوها قابل پیش‌بینی خواهد بود. در این شرایط باید به خوبی روی سناریوهای پرتکرار فکر کرده و جواب‌هایی هم برای خودتان آماده کنید. در این صورت هیچ وقت کارتان به مشکل نخواهد خورد. ماجرا جالب شد، نه؟

اجازه دهید درباره سناریوها یک مثال جالب بزنیم. فروشنده‌ای را در نظر بگیرید که قصد فروش روغن موتور به مشـــتریان یک شرکت خودروسازی مثل مرسدس بنز را دارد. خب در این صورت احتمالا مشتریان خیلی زود بهانه‌ای مانند «ترجیح می‌دهم از خودِ نمایندگی روغن موتور بخرم» پیدا خواهند کرد. در این صورت اگر شما از قبل خودتان را آماده نکرده باشید، خیلی زود ناک اوت خواهید شـــد. یک جواب خوب از سوی شما تاکید بر روی لایسنس برند بنز و همچنین تخفیف‌هایی است که برای اولین خرید اعمـــال کرده‌اید، اینطوری مخاطب‌تان کم کم نرم شـــده و احتمال خرید افزایش پیدا خواهد کرد.

همانطور که می‌بینید، طراحی ســـناریو شـــباهتی به غـــول مرحله آخر بازی‌هـــای کامپیوتری نـــدارد. به همین خاطر شـــما می‌توانید بدون هیچ دردسری شروع به طراحی انواع سناریو کرده و از آنها برای بهبود اوضاع‌تان استفاده کنید. خب منتظر چه هستید؟ همین امروز کارتان را شروع کرده و تخته گاز به سوی موفقیت بروید. اینطوری فرصت بهتری برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف پیدا خواهید کرد.

سخن پایانی

فروش محصولات در بازار کار ســـاده‌ای نیست. بسیاری از برندها سالانه به خاطر ناتوانی در آب کردن محصولات‌شـــان ورشکسته می‌شوند. در این میان کسانی که ادعای فروشندگی دارند، باید مهارت‌های متنوعی داشته باشـــند. وگرنه نه تنها کســـی به آنها اعتماد نخواهد کرد، بلکه باید هرچه زودتـــر دنبال حرفه‌ای دیگر بروند. ما در این مقاله ســـعی کردیم برخی از مهارت‌های کلیدی که هر فروشـــنده باید داشته باشد، بررسی کنیم. حالا این شما هستید که باید آستین‌ها را بالا زده و از این مهارت‌ها برای بهبود کارتان سود ببرید.

شما الان برخی از مهمترین مهارت‌های مورد نیاز برای شروع کارتان در دنیای فروشندگی را دارید. از اینجا به بعد کمی باید به تجربه خودتان هم تکیـــه کنید. خب هرچه در دریایی فروش جلوتر بروید، کوله بار تجربه‌تان سنگین‌تر خواهد شد. اینطوری می‌توانید از پس خیلی از مشکلات کاری‌تان مثل آب خوردن برآیید.

یادتان باشد، شما قرار نیست از همان روز اول مثل یک فروشنده حرفه‌ای رفتار کنید. پس کمی به خودتان شانس دهید تا با تغییرات این حوزه آشنا شوید. وگرنه ماجراجویی‌تان در این حوزه بی‌نهایت سخت و دشوار خواهد شـــد. فکر نمی‌کنم کسی در دنیای کسب و کار باشد که علاقه‌ای به عجله بیش از اندازه و پشـــیمانی بعد از آن داشـــته باشـــد. پس حواس‌تان به این نکته باشد.

منابع:
https://mailshake.com/blog/sales-skills/
essential--۷/https://www.cpsa.com/resources/articles
selling-skills-every-sales-person-should-know

آگهی فقدان سند مالکیت

آقای محمد بیگلری احدی از ورثه نصرت اله بیگلری با تسلیم یک برگ استشهادیه که به تایید و گواهی امضاء دفتر ۸۴ قروه رسیده مدعی است که اسناد مالکیت مقدار ششدانگ یک باب خانه تحت پلاک ۲۸۵۵ فرعی از ۶۳ اصلی بخش ۵ اسفندآباد کردستان به نام مالک فوق صادر و تسلیم گردیده است و بعلت سهل انگاری مفقود شده و تقاضای صدور سند مالکیت المثنی را نموده اند لذا به استناد ماده ۱۲۰ آیین نامه اصلاحی قانون ثبت مراتب در یک نوبت آگهی می شود تا چنانچه شخص یا اشخاص دیگر نسبت به پلاک مرقوم مدعی انجام معامله و یا وجود اصل سند مالکیت یا سند معامله نزد خود باشند از تاریخ انتشار آگهی ظرف مدت ۱۰ روز اعتراض خود را کتبا همراه با اصل سند مالکیت یا سند معامله به این اداره تسلیم نمایند. بدیهی است اگر ظرف مدت مرقوم اعتراضی واصل نگردد و یا در صورت اعتراض اصل سند مالکیت ارائه نشود اداره ثبت سند المثنی را طبق مقررات صادر و به متقاضی تسلیم خواهد کرد و در صورت ارائه سند مالکیت یا سند معامله صورت مجلس مبنی بر وجود آن نزد معترض در دو نسخه تنظیم و یک نسخه آن به متقاضی المثنی تسلیم و اصل سند به ارائه دهنده مسترد خواهد شد. م الف / ۱۵۷
تاریخ انتشار: ۱۴۰۲/۱۱/۱۱

جواد مژده
سرپرست اداره ثبت اسناد و املاک شهرستان قروه

آگهی مزایده اموال غیرمنقول (اسناد ذمه)

آگهی مزایده اموال غیرمنقول (مهریه) در پرونده ۱۴۰۲۰۱۶۶۶

به موجب پرونده اجرائی کلاسه فوق متعهد: سیروس فوائدی فرد مبلغ ۲ میلیون ریال بابت مهریه به مهرانگیز کبودی بدهکار می باشد. سهم الارث زوج برابر گواهی حصر وراثت به میزان دو هفتم دانگ از دو دانگ یک قطعه خانه نوع ملک وقف به پلاک ثبتی ۱۱۵۰ فرعی از ۲۰۷۲اصلی، مفروز و مجزا شده از فرعی از اصلی مذکور واقع در بخش ۰۲ ناحیه ۰۰ حوزه ثبت ملک کرمانشاه ناحیه یک استان کرمانشاه (پلاک متنی هزار و صد و پنجاه فرعی از دو هزار و هفتاد و دو اصلی واقع در بخش دو ناحیه یک) به مساحت ۷۰/۸ متر مربع با حدود شمالا بطول ۵/۳۰ متر دیوار به دیوار پلاک ۱۱۴۹ فرعی شرقا بطول ۱۳/۵۰ متر دیوار است به دیوار ۱۱۵۱ فرعی جنوبا بطول ۵/۲۰ متر درب و دیواریست به کوچه غربا بطول ۱۳/۵۰ متر دیواریست به دیوار پلاک ۱۱۴۸ فرعی مشخصات مالکیت: مالکیت نازار طلا محمدی گرگانی فرزند – شماره شناسنامه – تاریخ تولد – دارای شماره ملی – با جز سهم ۲ از کل سهم ۶ به عنوان مالک دو دانگ مشاع از شش دانگ اعیان با شماره مستند مالکیت ۶۶۷۸۴ و ۶۶۷۸۳ تاریخ ۱۳۸۰/۱۰/۲۵ ثبت گردیده است ضمنا برابر سوابق سند مالکیت اعیانی ششدانگ یکباب خانه پلاک فوق الذکر ذیل ثبت ۱۴۸۶۸ صفحه ۴۹۶ جلد ۹۴ با شماره چاپی ۹۷۰۱۹۱ در تاریخ ۱۳۶۹/۰۶/۲۷ بنام آقای محمد باولی صادر و تسلیم شده است سپس برابر سند شماره ۶۶۷۸۴ تاریخ ۱۳۸۰/۱۰/۲۵ دفتر ۲۲ کرمانشاه به مالکین فوق الذکر به انتقال قطعی داده شده است برابر نظریه مورخ ۱۴۰۲/۰۷/۰۶ کارشناس رسمی دادگستری دو هفتم دانگ مشاع از دو دانگ ملک خانم نازار طلا محمدی گرگانی واقع در کرمانشاه خیابان دانشجو کوی آبان پلاک ۸ یک باب خانه احداث شده در زمین موقوفه که عرصه آن از طرف اوقاف به مالک متن به صورت اجاره واگذار شده است ملک دارای عرصه وقفی به مساحت ۷۰/۸۰ متر مربع می باشد ملک دارای اعیانی به مساحت ۵۶ متر مربع با دیوار آجری و به صورت حیاط در وسط می باشد که قسمت شمالی ملک با سقف تیر چوب دارای راهرو و یک اتاق و قسمت جنوبی با سقف تیراهن دارای آشپزخانه و یک اتاق همچنین حمام و دستشویی در داخل حیاط می باشد لذا بر این اساس ارزش فعلی شش دانگ اعیانی ملک مذکور با احتساب امتیاز حق بهره برداری از عرصه وقفی و با در نظر گرفتن قیمت های منطقه ای و روز بدون احتساب هرگونه دیون احتمالی ملک اعم از اشخاص حقیقی و حقوقی کلا به مبلغ ۱۳/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال معادل یک میلیارد و سیصد میلیون تومان برآورد می گردد که بر این اساس ارزش دو هفتم دانگ مشاع از دو دانگ ملک موصوف به مبلغ ۱/۳۳۸/۰۹۵/۳۳۸ ریال (یک میلیارد و دویست و سی و هشت میلیارد و نود و پنج میلیون و دویست و سی و هشت ریال) ارزیابی شده و برابر گزارش مامور اجرا ملک مزبور ملک به صورت یک ساختمان قدیمی می باشد و کسی درب منزل را باز نکرد و ظاهرا در منزل حضور نداشتند ولی با تحقیقات به عمل آمده از اهالی محل محرز گردید که ملک مذکور محل سکونت اشخاص ثالث (مستاجر) می باشد و از مدت و میزان قرارداد اجاره اطلاعی کسب نگردید. پلاک فوق از ساعت ۹ الی ۱۲ روز چهارشنبه مورخ۱۴۰۲/۱۱/۲۵ در کرمانشاه خیابان بنت الهدی روبروی فرمانداری اداره اجرای اسناد رسمی کرمانشاه طبقه سوم اتاق ۱۰ از طریق مزایده به فروش می رسد مزایده دو هفتم دانگ مشاع از دو دانگ ملک موصوف از مبلغ ارزیابی شروع و به بالاترین قیمت پیشنهادی نقدا فروخته می شود لازم به ذکر است پرداخت بدهی های مربوط به آب برق گاز اعم از حق انشعاب و مصرف در صورتی که مورد مزایده دارای آنها باشد و نیز بدهی های مالیاتی و عوارض شهرداری و غیره تا تاریخ مزایده اعم از اینکه رقم قطعی آن معلوم شده یا نشده باشد به عهده برنده مزایده است و نیز در صورت وجود مازاد وجوه پرداختی بابت هزینه های فوق از محل مازاد به برنده مزایده مسترد خواهد شد و نیم عشر و حق مزایده نقدا وصول می گردد شرکت در مزایده منوط به پرداخت ده درصد از مبلغ پایه کارشناسی تا قبل از ساعت ۹ روز مزایده به حساب سپرده ثبت و حضور خریدار یا نماینده قانونی او در جلسه مزایده است برنده مزایده مکلف است ما به التفاوت مبلغ فروش را ظرف مدت پنج روز از تاریخ مزایده به حساب صندوق ثبت تودیع نماید و در صورتی که ظرف مهلت مقرر مانده فروش را به حساب سپرده ثبت واریز نکند مبلغ مذکور قابل استرداد نبوده و به حساب خزانه واریز خواهد شد. در این صورت عملیات فروش از درجه اعتبار ساقط و مزایده تجدید می گردد. ضمنا برابر اعلام بستانکار ملک موصوف فاقد بیمه می باشد.
تاریخ انتشار: ۱۴۰۲/۱۱/۱۱
۱۰۳

آگهی اعلام وضعیت پلاک ثبتی ۹۰۹

به اطلاع میرساند اینجانب ابولفضل مقدم وکیل خانم جمیله رستم عثمانی مالک۳دانگ از ۶دانگ از پلاک ثبتی ۹۰۹فرعی از ۱۵۱اصلی واقع در شهرستانک از توابع شهرستان رباط کریم موضوع سند مالکیت شماره۳۹۹۱۶ صادره در تاریخ ۱۳۶۶/۶/۲۲ متقاضی تعیین حریم و بستر رودخانه در مجاورت پلاک ثبتی فوق الذکر می باشم از انجاییکه هیچ دسترسی به مالکین مشاعی ندارم تقاضای نشر آگهی در یک نوبت در روزنامه های کثیرالانتشار محلی و اطلاع به مالکین را دارم.
ابولفضل مقدم

آگهی مفقودی

برگ کمپانی خودرو سواری هاچ بگ به شماره انتظامی ۱۶ ایران ۷۱۱ ی ۸۴ شماره موتور ۱۶۵A۰۱۰۲۹۴۸ شماره شاسی N AAP۰۳EE۸HJ۰۷۰۶۳۸ متعلق به اینجانب فاطمه خانی به کد ملی ۰۳۷۶۳۸۲۶۹۷ مفقود واز درجه اعتبار ساقط میباشد.
رباط کریم

آگهی مفقودی

برگ سبز خودرو سواری هاچ بگ تیبا۲ به شماره انتظامی ۱۱ ایران ۶۴۹ ص ۵۷ شماره موتور M۱۵/۸۵۷۲۹۱۴ شماره شاسی N AS۸۲۱۱۰۰J۱۱۵۱۲۳۱ متعلق به اینجانب زین العابدین خسروی بنجار به کد ملی ۰۰۵۰۶۰۹۸۱۵ مفقود واز درجه اعتبار ساقط میباشد.
رباط کریم

سئو صفحات سایت با تکنیک‌های ساده

نویسنده: علی آل‌علی

سئو محتوا حوزه گسترده‌ای است که معمولا کارآفرینان و بازاریاب‌ها به سادگی در آن گم می‌شوند. انگار نه انگار که کلی راهنمای مختلف برای بهبود کیفیت کار دم دست و من شما قرار دارد. البته گاهی اوقات بازاریاب‌ها فکر می‌کنند دیگر به مرحله‌ای رسیده‌اند که نیازی به راهنمایی ندارند. راستش را بخواهید، معمولا در همین مراحل است که سر و کله مشکلات یکی پس از دیگری پیدا می‌شود. به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم هر کاری در این دنیا باید با استفاده از یک نقشه راهنمای جامع انجام شود. اینطوری دیگر جایی برای حسرت یا حتی شکست‌های ناگهانی باقی نخواهد ماند.

دنیای سئو شاید برای بسیاری از کارآفرینان نامفهوم و حتی کسل‌کننده باشد، اما برای موفقیت در دنیای آنلاین چاره‌ای به غیر از استفاده درست از آن نداریم. بنابراین بهتر است قبل از اینکه حسابی از رقبا عقب بیفتید، فکری به حال استفاده درست از آن کنید. اینطوری کارتان خیلی راحت‌تر جلو رفته و دیگر لازم نیست دائما نگران نتیجه نهایی باشید.

یکی از اصطلاحاتی که در دنیای سئو بارها و بارها شنیده شده است، سئو صفحات سایت است. بی‌شک سئو سایت به طور کلی شامل رسیدگی به بخش‌های مختلف سایت با نگاهی کل‌گرایانه است. با این حال معمولا برخی از صفحات اوضاع متفاوت‌تری دارند. به طوری که شما برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف نیاز به استفاده دقیق‌تر از ظرفیت آن صفحات دارید. وگرنه کلاه‌تان پس معرکه خواهد بود.

ما در این مقاله قصد داریم به شما برای استفاده درست از صفحات مهم سایت‌تان کمک کنیم. البته این کار را نه با تکنیک‌های عجیب و غریب، بلکه به لطف استفاده از تکنیک‌های سئو دنبال خواهیم کرد. اگر شما هم دوست دارید به ساده‌ترین شکل ممکن در حوزه سئو بدل به فردی حرفه‌ای شوید، بد نیست در ادامه با ما همراه شوید. ما در ادامه به شما کمک می‌کنیم تا خیلی راحت و بدون دردسر مسیرتان در حوزه سئو را شروع کرده و صفحات سایت‌تان را بدل به گزینه‌هایی جذاب برای کاربران کنید. پس منتظر چه هستید؟ با ما همراه باشید تا یک ثانیه از وقت‌تان را هم هدر ندهید.

سئو صفحات سایت: تکنیک‌های طلایی

اولین نکته‌ای که درباره سئو صفحات سایت باید یاد بگیرید، استفاده از مجموعه‌ای منسجم از تکنیک‌هاست. این امر به شما کمک می‌کند تا کارتان را راحت‌تر دنبال کرده و بهتر روی مخاطب‌تان اثر بگذارید. متاسفانه برخی از بازاریاب‌ها فورا سراغ یکی دو تا تکنیک ساده می‌روند و انتظار دارند در نهایت کارشان در این حوزه بی‌نهایت موفقیت‌آمیز گردد. اگر نظر ما را بخواهید، چنین انتظاراتی هیچ وقت بدل به واقعیت نخواهد شد. در عوض شما می‌توانید ذهنیت‌تان را با استفاده از مجموعه منسجمی از تکنیک‌ها تغییر دهید.

ما در این بخش سعی می‌کنیم مجموعه‌ای کامل از تکنیک‌های سئو برای بهبود اوضاع سایت را به شما معرفی کنیم. اینطوری صفحات سایت شما در گوگل رتبه‌های بهتری کسب خواهند کرد. پس با ما همراه باشید تا یکبار برای همیشه به کابوس سئوی ضعیف صفحات سایت پایان دهیم.

محتوای مرتبط با برند

مسئله کلیدی که خیلی از بازاریاب‌ها در سایت برند به آن توجه نمی‌کنند، مربوط به محتوای صفحات است. اصلا صفحه‌ای مثل «تماس با ما» در سایت شما چه محتوایی دارد؟ وضعیت صفحه‌ای مثل «بخش پیگیری سفارشات» چطور است؟ معمولا خیلی از بازاریاب‌ها در صفحات اینچنینی به بیان برخی نکات کلیشه‌ای اکتفا کرده و کار را به راحتی از سر خود باز می‌کنند. این در حالی است که شما باید اعتماد به نفس‌تان را حفظ کرده و محتوایی متفاوت برای مخاطب آماده کنید.

شاید فکر کنید بحث از اعتماد به نفس در بخش بالا خیلی عجیب به نظر می‌رسد. خب راستش را بخواهید، در دنیای امروز همه چیز به اعتماد به نفس افراد بستگی دارد. درست به همین دلیل اگر شما اعتماد به نفس لازم را نداشته باشید، همیشه کارتان لنگ می‌زند.

سایتی که دائما محتوای مرتبط با حوزه کاری‌اش را در اختیار مخاطب قرار می‌دهد، به مرور زمان بدل به گزینه‌ای بی‌نهایت جذاب می‌شود. از آنجایی که گوگل دنبال ارائه بهترین محتوای دنیا برای مخاطبش است، پس از مدت زمانی کوتاه سایت‌های اینچنینی رتبه‌های بی‌نهایت خوبی کسب خواهند کرد. همان طور که می‌بینید، گوگل در اینجا دوست شماست، نه دشمنی قسم‌خورده!

فراموش نکنید، حوزه تخصصی برند شما اهمیت بسیار زیادی دارد. درست به همین خاطر اصلا نباید کارتان را دست کم گرفته یا سراغ محتوای غیرمرتبط بروید. شما را نمی‌دانم، ولی من که اصلا انتظار ندارم صفحه رسمی یک برند فست فود محتوایی درباره ورزش تنیس در اینستاگرام منتشر کند. این نکته درباره سایت برندها نیز مصداق دارد. پس سعی کنید سایت‌تان را یک ویترین دقیق از نحوه فعالیت‌تان تعریف کنید. این امر به شما کمک می‌کند تا وضعیت‌تان را به بهترین شکل ممکن مدیریت کرده و دیگر نگران هیچ چیز نباشید.

کاربران در دنیای آنلاین معمولا به صفحاتی که ماهیت تخصصی‌تری دارند، تمایل نشان می‌دهند بنابراین اگر فکر کرده‌اید بدون استفاده از محتوای تخصصی شانسی برای خودنمایی در بازار دارید، کلاه‌تان پس معرکه است.

آپدیت محتوا

چه کسی گفته شما دم به دقیقه باید محتوای تازه در سایت‌تان بارگذاری کنید؟ خیلی وقت‌ها محتوای قدیمی یک صفحه هنوز هم به اندازه کافی جذاب به نظر می‌رسد، اما تاریخ مصرف اطلاعاتش تمام شده است. در این صورت شما باید کارتان را با استفاده از محتوای تازه بازسازی کنید. این یعنی می‌توانید به ساده‌ترین شکل ممکن محتوای برخی از صفحات را آپدیت کنید. اینطوری کارتان بی‌نهایت ساده‌تر شده و دیگر لازم نیست هزینه‌ای گزاف برای تولید محتوا از نقطه صفر انجام دهید.

آپدیت محتوا تفاوت اساسی با تولید محتوای دست اول دارد. اگر بخواهیم با شما روراست باشیم، باید گفت آپدیت محتوا نوعی میانبر محسوب می‌شود بنابراین شما نباید به خودتان سخت گرفته یا کاری کنید که همه فکر کنند شما هیچ درکی از آپدیت محتوا ندارید. باور کنید یا نه، خیلی از بازاریاب‌ها باور دارند آپدیت محتوا کیفیت کارشان را پایین می‌آورد. اگر شما هم جزو این دسته از بازاریاب‌ها هستید، هیچ بعید نیست امروز و فردا نسخه برندتان پیچیده شود.

استفاده از تگ‌های موضوعی

تگ موضوعی به شما کمک می‌کند تا گوگل را به سوی رتبه‌بندی بهتر صفحه‌تان راهنمایی کنید. ماجرا از این قرار است که خیلی از وقت‌ها گوگل متوجه حوزه تخصصی محتوای شما نمی‌شود. به همین خاطر با تکیه بر هوش مصنوعی آن را دسته‌بندی می‌کند. اگر شما در این میان از تگ‌های موضوعی استفاده کنید، کار گوگل بی‌نهایت ساده‌تر خواهد شد. آن وقت دیگر لازم نیست همه چیز را به شانس یا اقبال واگذار کنید.

معمولا در دنیای کسب و کار خیلی از بازاریاب‌ها حوصله کارهای اضافه را ندارند. به همین خاطر در کوتاه‌ترین زمان ممکن کارشان را جلو برده و منتظر هیچ چیزی هم باقی نمی‌مانند. شاید این فرآیند از نظر مدیریت زمان به سود بازاریاب‌ها تمام شود، اما از نظر کیفی اوضاع را حسابی به هم خواهد ریخت. نکته‌ای که در این میان باید بدان توجه داشته باشید، سطح بالای رقابت در دنیای امروز است. شما برای اثرگذاری بهتر بر روی مخاطب‌تان گاهی اوقات باید حسابی اضافه‌کاری هم بکنید. این یعنی تگ‌های موضوعی دیگر یک کار دلبخواهانه یا لوکس نیست.

حالا که صحبت از تگ موضوعی شد، باید کمی درباره ماهیتش هم حرف بزنیم. این تگ‌ها در واقع به شما کمک می‌کنند تا موضوع اصلی محتوای‌تان را بهتر توضیح دهید. اینطوری هم مخاطب درک بهتری از مطلب خواهد داشت، هم الگوریتم گوگل کمتر گیج می‌شود. ماجرا حسابی جالب شد، نه؟

تگ موضوعی نه تنها در خود صفحه و محتوا قابل مشاهده است، بلکه در گوگل نیز به چشم می‌خورد. درست به همین دلیل ما در روزنامه فرصت امروز بر روی استفاده از تگ‌های موضوعی مرتبط با حوزه کارتان تاکید داریم. اینطوری شما می‌توانید بدون هیچ دردسری بر روی مخاطب‌تان اثر گذاشته و به سادگی هرچه تمام‌تر کارتان را جلو ببرید.

لینک‌های داخلی

لینک‌های داخلی به معنای ارتباط میان هر لینک سایت شما با بقیه لینک‌هاست. مثلا اگر شما در یکی از صفحات درباره نحوه تماس مشتریان با برندتان مطلبی نوشته‌اید، می‌توانید آن را به بخش روابط عمومی یا خدمات مشتری متصل کنید. این کار در اصطلاح نوعی بک لینک محسوب می‌شود. اگر تا حالا این کار را نکرده‌اید، تعجبی ندارد اوضاع سایت‌تان حسابی به هم ریخته باشد. خب حتما یک دلیلی دارد که سایت شما در میان گزینه‌های پرطرفدار دیده نمی‌شود!

ماموریت شما در این بخش تا حد زیادی روشن و صدالبته چالش‌برانگیز است. بر این اساس باید نگاهی دوباره به صفحات سایت‌تان انداخته و ارتباط میان محتوای مختلف را دوباره مورد توجه قرار دهید. اینطوری شانسی برای دسته بندی موضوعی بهتر سایت‌تان و ایجاد پیوند نزدیک میان محتوای مختلف خواهید داشت. نتیجه نهایی این امر نیز وقت‌گذرانی بیشتر کاربران در سایت شما خواهد بود. ماجرا حسابی جالب شد، نه؟

یادتان باشد، اگر سایت شما در ابتدای مسیر قرار دارد، بد نیست کارتان را به سادگی هرچه تمام‌تر با برخی لینک‌های ابتدایی جلو ببرید. این یعنی شما از همان اول کار به بک لینک‌ها توجه کرده و فضای مناسب برای سایت‌تان را فراهم می‌کنید. اینطوری دیگر لازم نیست بعد از چند سال باعجله و دلهره کارتان در این حوزه را مدیریت کنید. ماجرا جالب شد، نه؟

ما در روزنامه فرصت امروز همیشه طرفدار کار گروهی هستیم بنابراین اگر مشکلی در زمینه مدیریت لینک‌ها برای‌تان پیش آمد، کافی است به ساده‌ترین شکل ممکن سراغ توصیه‌های دوستان یا همکاران‌تان بروید؛ چراکه در غیر این صورت خیلی راحت‌تر مستعد مواجهه با مشکلات اساسی خواهید شد.

استفاده از تصاویر مناسب

آیا تا حالا صفحه سایتی را دیده‌اید که کاملا بدون تصویر باشد؟ معمولا عکس‌ها نقش مهمی در جلب نظر مخاطب به یک محتوای متنی دارد. از آنجایی که امروزه در سایت برندها محتوای متنی بیشتر از هر چیز دیگری به چشم می‌خورد، بد نیست شما هم کارتان را به طور متفاوتی دنبال کنید. اینطوری می‌توانید خیلی راحت‌تر بر روی مخاطب اثر گذاشته و نگران هیچ نکته دیگری هم نباشید.

شاید برای شما هم سوال باشد که چرا باید در سایت برند از تصاویر استفاده کرد. خب در این صورت باید یک جواب کوتاه به شما دهیم. وقتی چشم آدم از مطالعه بی‌وقفه متن خسته می‌شود، مشاهده تصاویر نکته خوبی برای رهایی از شر وضعیت مورد نظر خواهد بود. اینطوری شما چند ثانیه‌ای استراحت کرده و سپس دوباره شروع به مطالعه متن خواهید کرد.

یادتان باشد، گاهی اوقات نمودارها اهمیت بسیار زیادی برای اثرگذاری بر روی مخاطب دارد. به طوری که شما می‌توانید بدون هیچ دردسری بر روی مخاطب‌تان اثر گذاشته و پیام اصلی‌تان را خیلی ساده به او منتقل کنید. باور کنید یا نه، خیلی وقت‌ها یک پیام ساده از سوی بازاریاب‌ها در قالب متن خیلی سخت به مخاطب منتقل می‌شود. این در حالی است که استفاده از فرمت عکس یا نمودار به انتقال بهتر مطلب کمک شایانی می‌کند. پس منتظر چه هستید؟ همین حالا دست به کار شده و اوضاع را کمی هم که شده به سود خود تغییر دهید. اینطوری اوضاع‌تان کمی بهتر خواهد شد.

ثبت تصاویر مناسب برای بارگذاری در سایت برند کاری نیست که شما با استرس بسیار زیاد انجام دهید. حتی یک دوربین ساده گوشی‌های هوشمند نیز در این میان مناسب خواهد بود. به علاوه، همیشه فرصت استفاده از عکس‌های استاک یا رایگان وجود دارد. اینطوری شما بدون اینکه پولی از جیب‌تان پرداخت کنید، صفحات سایت‌تان را زیبا خواهید کرد. ماجرا حسابی جالب شد، نه؟

ارزیابی مداوم صفحات

برخی از بازاریاب‌ها فکر می‌کنند همین که یک صفحه مناسب سایت داشته باشند، دیگر مو لای درز کارشان نمی‌رود. اگر شما هم اینطور فکر می‌کنید، باید حسابی ناامیدتان کنیم؛ چراکه در دنیای امروز اوضاع اصلا اینطور پیش نمی‌رود. در عوض شما باید سئو سایت‌تان را به طور مداوم مرور کرده و اوضاع را تحت کنترل داشته باشید.

همانطور که یک تدوینگر خوب پس از پایان پروژه سینمایی با دقت بسیار زیاد مشغول اصلاح و بازبینی سکانس‌ها می‌شود، شما هم باید تمام صفحات سایت‌تان را به طور مداوم ارزیابی کنید. یادتان نرود، ارزیابی شما هرچه با میزان سختگیری بیشتری همراه باشد، نتیجه نهایی کارتان بهتر از آب درمی‌آید. این امر به شما کمک خواهد کرد تا بدون هیچ مشکلی اوضاع را به سود خود تغییر دهید.

این روزها در برخی از برندهای بزرگ مسئولیت ارزیابی صفحات سئو برعهده تیم بازاریابی نیست؛ چراکه مدیران ارشد دوست دارند خودشان دستی بر آتش داشته باشند. اگر نظر ما را بخواهید، بد نیست اوضاع‌تان را در این رابطه کمی متفاوت‌تر رقم بزنید. منظور ما از این عبارت سپردن مسئولیت ارزیابی صفحات به تیم بازاریابی است. اینطوری یک تیم متخصص در زمینه سئو و مارکتینگ مسئولیت ارزیابی کار خودش را برعهده می‌گیرد. در نهایت هم نتیجه کار باید از دل همکاری مشترک میان شما و آنها بیرون آید وگرنه اثرگذاری لازم را نخواهد داشت.

ارزیابی مداوم محتوا به شما کمک می‌کند که صفحات بهتری داشته باشید. بنابراین وقتی درباره ارزیابی سئو حرف می‌زنیم، باید نیم نگاهی به اوضاع محتوا هم داشته باشید. اینطوری درست به موقع محتوای‌تان را آپدیت کرده و جلوی هر مشکلی را می‌گیرید.

آخرین نکته‌ای که شما در این بخش باید مدنظر قرار دهید، اهمیت استفاده از دعوت به عمل (CTA) جذاب در پایان هر صفحه است. شما می‌توانید این بخش را در قالب یک پیام پاپ آپ نیز در اختیار مخاطب قرار دهید. اینطوری کاربران به هنگام بازدید از سایت‌تان به سوی فرآیندی متفاوت‌تر نیز دعوت می‌شود. خب فکر کرده‌اید سایت‌های بزرگ چطور دائما کاربران‌شان را در داخل سایت نگه می‌دارند؟ این سوالی است که شما باید به طور مداوم به آن پرداخته و براساس آن اوضاع‌تان را بهبود بخشید. ماجرا ساده‌تر از آن چیزی بود که فکرش را می‌کردید، مگر نه؟

سخن پایانی

سئو صفحات سایت آنطور که بعضی‌ها فکر می‌کنند یک حوزه پردردسر نیست. در عوض شما می‌توانید با برخی توصیه‌های ساده خودتان را در این حوزه بدل به یک کارشناس همه فن حریف کنید. نکته‌ای که در این میان باید همیشه آویزه گوش‌تان باشد، استفاده از یک نقشه راهنمای کامل است. به طوری که شما در طول زمان‌های مختلف فرصت اثرگذاری مناسب بر روی مخاطب‌تان را به دست بیاورید.

ما در این مقاله سعی کردیم برخی از مهمترین نکات در رابطه با سئو صفحات سایت را به شما یاد دهیم. یادتان باشد، موفقیت نهایی شما در گرو استفاده همزمان از تمام تکنیک‌های مورد بحث در این مقاله است. نکته دیگری که باید آویزه گوش‌تان کنید، جست‌وجوی بی‌پایان برای یافتن توصیه‌های تازه است. این امر به شما کمک خواهد کرد تا همیشه تکنیک‌های تازه‌ای برای سئو صفحات دم دست داشته باشید. فکر می‌کنم شما هم قبول داشته باشید در این حالت دیگر نیازی برای نگرانی وجود ندارد، مگر نه؟ پس همین حالا دست به کار شده و ماجراجویی‌تان در حوزه سئو را شروع کنید.

منابع:

https://backlinko.com/on-page-seo

https://ahrefs.com/blog/seo-on-page-factors/

نقل و انتقال لنج باری ۱۲۴۲۴ بندرعباس

P.M.O

شناسه آگهی : ۱۶۴۸۱۹۸ — نوبت سوم

به استناد رونوشت سند شماره ۷۶۶۴۴ مورخ ۱۴۰۲/۰۷/۲۲ با شناسه سند ۱۴۰۲۱۱۴۵۲۲۵۸۰۰۰۸۲ دفتر اسناد رسمی ۲۱ پارسیان آقای عباس واعظی فرزند ابراهیم تمامی شش دانگ سهام خود در مالکیت لنج باری به شماره ثبت ۱۲۴۲۴ - بندرعباس را به آقای هوشنگ جابری فرزند محمد انتقال قطعی داده است.

مراتب به استناد ماده ۲۵ قانون دریایی ایران آگهی می‌گردد.

۲۶

نقل و انتقال لنج باری ۱۰۸۴۴ بندرعباس

P.M.O

شناسه آگهی: ۱۶۴۸۲۱۲ — نوبت سوم

به‌استناد رونوشت سند شماره ۱۷۳۵۱ مورخ ۱۴۰۲/۰۸/۰۶ با شناسه سند ۱۴۰۲۱۱۴۵۳۸۱۶۰۰۰۰۱۶ دفتر اسناد رسمی ۹۳ بندر گناوه آقای نصراله تنگستانی فرزند محمد تمامی شش دانگ سهام خود در مالکیت لنج باری به شماره ثبت ۱۰۸۴۴ - بندرعباس را به آقای همایون زارعی فرزند احمد انتقال قطعی داده است.

مراتب به استناد ماده ۲۵ قانون دریایی ایران آگهی می‌گردد.

۲۷

آگهی مناقصه عمومی یک مرحله‌ای شماره ۱۴۰۲/۲۹

شرکت مدیریت تولید برق کرمان

نوبت دوم — شناسه آگهی: ۱۶۵۴۹۶۰

شرکت مدیریت تولید برق کرمان در نظر دارد بهره‌برداری از چاههای آب، تعمیر، نگهداری و حفاظت از کلیه تجهیزات موجود در دشت جاری و خطوط انتقال آب، ابنیه و فضای سبز محلی وابسته و تحویل آب در محل حوضچه فضای سبز نیروگاه سیکل ترکیبی شهید سپهبد قاسم سلیمانی کرمان را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد ایران) طبق شرایط ذیل به پیمانکار واجد شرایط واگذار نماید. لذا از کلیه شرکتهایی که توانایی شرکت در مناقصه مذکور را دارند دعوت به عمل می‌آید. لازم به ذکر است کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت و تحویل اسناد تا بازگشایی پاکتها از طریق درگاه سامانه تدارکات دولت (ستاد ایران) به آدرس (www.setadiran.ir) انجام خواهد شد.

۱- مدت زمان انجام کار: به مدت یکسال از تاریخ مبادله قرارداد

۲- تاریخ انتشار اسناد مناقصه در سامانه ستاد ایران : از ساعت ۱۴ روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۲/۱۱/۱۱

۳- مهلت دریافت اسناد مناقصه از سامانه ستاد ایران : تا ساعت ۱۶ روز سه شنبه مورخ ۱۴۰۲/۱۱/۲۴

۴- مهلت ارائه پیشنهادات در سامانه ستاد ایران: تا ساعت ۸ روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۲/۱۲/۱۳

۵- زمان بازگشایی پاکات پیشنهادی از طریق سامانه ستاد ایران : ساعت ۹ صبح روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۲/۱۲/۱۳

۶- سپرده شرکت در مناقصه: مبلغ سپرده شرکت در مناقصه معادل ۱،۲۱۶،۴۷۰،۰۰۰ ریال می‌باشد که بایستی به صورت ضمانتنامه و یا به حساب شرکت مدیریت تولید برق کرمان واریز و در سامانه دولت ثبت و اصل آن را به آدرس شرکت مدیریت تولید برق کرمان ارسال نماید.

۷- مبلغ فروش اسناد مناقصه : ۸۷۲،۰۰۰ ریال واریز به حساب جاری شماره ۱۰۱۵۸۰۵۹۷۲ و یا شماره شبا IR ۴۲۰۷۰۰۰۰۱۰۰۰۲۲۱۵۸۰۵۹۷۰۰۲ نزد بانک رسالت شعبه بلوار جمهوری اسلامی کرمان به نام شرکت مدیریت تولید برق کرمان و بارگذاری فیش از طریق سامانه ستاد ایران.

- اطلاعات تماس دستگاه مناقصه گذار جهت دریافت اطلاعات بیشتر درخصوص اسناد مناقصه و ارائه (پاکت الف): کرمان- کیلومتر ۲۰ اتوبان کرمان – رفسنجان – نیروگاه سیکل ترکیبی شهید سپهبد قاسم سلیمانی – شرکت مدیریت تولید برق کرمان- تلفن: ۴-۳۲۵۲۱۲۲۲-۰۳۴ داخلی ۲۰۶۵ آقای نورالدینی و شماره مستقیم ۳۳۳۷۲۹۷۲-۰۳۴ آقای یزدانی

- اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه:

مرکز تماس ۴۱۹۳۴-۰۲۱ – دفتر ثبت نام ۸۵۱۹۳۷۶۸-۰۲۱-۸۸۹۶۹۷۳۷

تاریخ انتشار نوبت اول : ۱۴۰۲/۱۱/۰۸ — تاریخ انتشار نوبت دوم : ۱۴۰۲/۱۱/۱۱

۸۲

آگهی مناقصه عمومی یک مرحله‌ای

دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی - درمانی استان قزوین

شناسه آگهی: ۱۶۵۶۳۰۷

دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی قزوین در نظر دارد مناقصه عمومی یک مرحله‌ای تکمیل سوئیت پزشکان بوئین‌زهرا از واحدهای تابعه خود را به پیمانکارانی که دارای رتبه ۵ ابنیه و همچنین گواهینامه صلاحیت ایمنی از اداره تعاون، کار و رفاه اجتماعی می‌باشند را به‌شرح ذیل ازطریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت www.setadiran.ir واگذار نماید.

۱ ـ منبع تأمین اعتبارمالی: از محل تملک دارایی‌های سرمایه‌ای استان به شماره طرح ۱۶۰۲۰۰۱۳۸۷

۲- مبلغ برآورد ریالی و وثیقه فرآیند ارجاع کار: مبلغ برآورد ۹۶،۱۱۷،۶۴۷،۵۹۲ ریال مبلغ وثیقه فرآیند ارجاع کار ۴،۸۰۵،۸۸۲،۳۷۹ ریال می باشد که بایستی به یکی از صورت‌های مشروحه ذیل ارایه گردد:

ـ ارایه رسید بانکی و واریز وجه به حساب شماره ۴۰۰۱۰۷۷۶۰۷۱۴۷۱۱۲ بانک مرکزی بنام دانشگاه علوم پزشکی قزوین

ـ ارایه ضمانت نامه از بانک‌های دولتی و یا مؤسسات اعتباری غیربانکی دارای مجوز از بانک مرکزی جمهوری اسلامی با دارا بودن اعتبار سه ماهه و قابل تمدید تا سه ماه دیگر.

۳- فروش اسناد: از ساعت ۱۰ صبح تاریخ ۱۴۰۲/۱۱/۱۱ لغایت ساعت ۱۹ تاریخ ۱۴۰۲/۱۱/۱۵

۴- ارایه پیشنهاد قیمت : ساعت ۱۵ به تاریخ ۱۴۰۲/۱۱/۳۰ می‌باشد.

۵- زمان تشکیل جلسه و بازگشایی پاکت ها: ساعت۹ صبح به تاریخ ۱۴۰۲/۱۲/۰۱ می‌باشد.

۶- قیمت اسناد مناقصه: به مبلغ ۲،۰۰۰،۰۰۰ ریال می باشد.

جهت کسب اطلاعات بیشتر با واحد امور قراردادها و مناقصات دانشگاه علوم پزشکی قزوین به شماره تلفن ۰۲۸۳۳۳۷۵۱۶۴ تماس حاصل نمایید.

تاریخ انتشار ۱۴۰۲/۱۱/۱۱

روابط عمومی دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی قزوین

۹۸

گرامیداشت دهه فجر با برگزاری ۱۵۰۰ برنامه فرهنگی و ورزشی؛

ستوده نژاد: مسابقات جهانی کشتی پهلوانی در تبریز برگزار می شود

آذربایجان شرقی – ماهان فلاح: مدیرکل ورزش و جوانان اســـتان آذربایجان شـــرقی از برگزاری بیش از ۱۵۰۰ برنامه فرهنگی و ورزشی و افتتاح ۴ پروژه عمرانی به مناسبت چهل و پنجمین سالگرد انقلاب شکوهمند اسلامی در شهرستان های این استان خبر داد.

حبیب ســـتوده نژاد ضمن تبریک فرارسیدن ایام الله دهه مبارک فجر، اظهار کرد: به منظور ایجاد نشـــاط و گرامیداشت این ایام و با هدف تبیین دستاوردهای ورزش و جوانان جهت انتقال به مـــردم، بیش از ۱۵۰۰ عنوان برنامه ورزشـــی، فرهنگی، جوانان و عمرانی با همراهی و هماهنگی روسای ادارات ورزش و جوانان شهرستان ها و هیات های ورزشی استان آذربایجان شرقی برگزار خواهد شد.

مدیرکل ورزش و جوانان اســـتان آذربایجان شرقی با اشـــاره به ضرورت توجه ویژه به جوانان و نیروی انسانی جوان جامعه در بیانیه گام دوم انقلاب اســـلامی توسط مقام معظـــم رهبری (مدظله العالـــی)، تصریح کرد: در همین راستا با هدف بهره‌مندی هرچه بیشتر و هدفمند از ظرفیت‌های نیروی جوانان در استان، برنامه‌های متنوعی در سه بخش فرهنگی، ورزشی و عمرانی توسط اداره کل ورزش و جوانان آذربایجان شرقی تدوین شده است.

ســـتوده نـــژاد در ادامـــه گفـــت: خوشـــبختانه بـــا برنامه‌ریزی‌های صورت‌گرفته بیش از ۱۵۰۰ عنوان برنامه فرهنگی و ورزشی به مناسبت گرامیداشت دهه فجر در سطح استان آذربایجان شرقی پیش بینی شده است.

مدیرکل ورزش و جوانان اســـتان آذربایجان شـــرقی با اشاره به اینکه نقش ســـازمان های مردم نهاد جوانان و هیات های ورزشی اســـتان و شهرستان ها در اجرای این برنامه‌ها حائز اهمیت اســـت، گفت: محوریت تمام برنامه‌های فرهنگی، ورزشی دهه فجر برگرفته از فرهنگ انقلاب اسلامی، پاسداشـــت آن و انتقال پیام انقلاب به نســـل جوان خواهد بود و در این راستا برنامه های ویژه ای برای جوانان در سطح استان آذربایجان شرقی برگزار خواهد شد.

حبیب ســـتوده نژاد بیان داشت: نواختن زنگ انقلاب اسلامی در زورخانه‌ها و خانه‌های جوان، رژه موتورسواران در ۱۲ بهمن، دیدار با خانواده معظم شـــهدا و جانبازان، برگزاری جشن بزرگ انقلاب، برگزاری مسابقات جهانی کشتی پهلوانی در تبریز، افتتاح ۴ پروژه عمرانی، برگزاری همایش های مختلف همگانی در سطح استان را از جمله مهم‌ترین برنامه‌ها در دهه فجر می باشد.

مدیرکل ورزش و جوانان اســـتان آذربایجان شرقی در خصـــوص پروژه های عمرانی قابـــل افتتاح در دهه فجر امسال عنوان کرد و گفت: در بخش عمرانی بهره‌برداری از ۴ پروژه در دســـتور کار خواهـــد بود که افتتاح چمن مصنوعی شهرستان کلیبر، زمین چمن مصنوعی وایقان شبستر، زمین چمن مصنوعی هریس، سالن ورزشی چند منظوره اندریان ورزقان می باشد که در کل بیش از ۲۳۰ میلیارد ریال هزینه شـــده است. ستوده نژاد همچنین از برگزاری مسابقات جهانی کشتی پهلوانی در تبریز خبر داد و تصریح کرد: یکی از مهم ترین برنامه های ایام الله دهه فجر برگزاری مسابقات جهانی کشتی پهلوانی ۱۷ الی ۱۹ بهمن ماه به میزبانی تبریز خواهد بود که امسال برگزار خواهد شد. مدیرکل ورزش و جوانان استان همچنین با اشاره به شرکت جامعه ورزش و جوانان آذربایجان شرقی در راهپیمایی ۲۲ بهمن خاطرنشـــان کرد: امســـال نیز همانند ســـال های گذشته حضوری پر رنگ تر با لباس های متحدالشکل در مراسم راهپیمایی ۲۲ بهمن حضور خواهیـــم یافت و بار دیگر نشـــان خواهیم داد که حافظ آرمان‌های انقلاب اسلامی هستیم.

۴ هزار و ۱۹۴ کنتور خراب مشترکان آب استان مرکزی تعویض شد

اراک– فرناز امیدی: مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب استان مرکزی اظهار داشت : از ابتدای سال جاری تاکنون ۴ هزار و ۱۹۷ کنتور خراب مشترکان آب این استان تعویض شده است.

حشـــمت اله عباســـی مدیر عامل شـــرکت آب و فاضلاب استان مرکزی ساماندهی کنتورهای خراب، رفع فرسودگی و جمع آوری انشعابات غیرمجاز را از جمله اهداف کلان شـــرکت آب و فاضلاب استان برای جلوگیری از هدر رفت آب عنوان کرد و افزود: از آنجا که قدمت، نوع و جنس کنتور، شرایط آب و هوایی، نحوه نگهداری و برخی عوامل دیگر از جمله صدمه دیدن کنتور، تأثیر مستقیم بر عمر مفید آن دارد، در هر دوره از قرائت، تعداد جدیدی از کنتورهای مشترکان به فهرست فرسوده‌ها افزوده می‌شود.

وی تصریح کرد: علاوه بر اتمام عمر مفید، قرار گرفتن کنتور در شـــرایط نا مساعد و آسیب فیزیکی از جمله عوامل آسیب زا به کنتورهای آب است که مشترکان باید از نگهداری کنتورها در چنین وضعیتی اجتناب کنند.

مدیرعامل شـــرکت آب و فاضلاب استان مرکزی گفت: با توجه به محاسبه آب‌بهای مصرفی براســـاس عملکرد کنتور، در صورت معیوب نبودن کنتورها اطلاعات و آمار دقیق تری از آب مصرفی مشترکان دریافت شده و این فرایند کمکی شایانی برای توزیع آب بر حسب نیاز جامعه هدف است.

وی یادآور شـــد: مشترکان هم اســـتانی می توانند با تماس با سامانه ۱۲۲ حوادثی از جمله شکستگی لوله داخل کوچه، خیابان و معابر، ترکیدگی کنتور، نشـــتی از کنتور، خرابی فلکه از کنتور، شکستگی لوله بین محفظه و کنتور، شکستگی لوله بین کنتور و فلکه، نشتی از شیرخط و شیر آتش نشانی، قطع آب، افت فشار موردی، حوادث مربوط به فاضلاب و غیره پیگیری نمایند.

مدیرعامل شرکت گاز استان آذربایجان شرقی:

مصرف بهینه ضرورتی برای تامین پایدار گاز است

آذربایجان شرقی – ماهان فلاح: مدیرعامل شرکت گاز استان آذربایجان شرقی گفت: مصرف بهینه ضرورتی برای تأمین پایدار گاز است.

نادر کمالی با اعلام این خبر، افزود: بیشترین مصرف روزانه گاز در سال جاری ۴۳ میلیون مترمکعب بوده که امروز ثبت شده و مقایسه مقدار مصرف طی یک هفته گذشته، از افزایش ۵/۷ درصدی مصرف گاز خبر دارد. وی در پی بارش برف و برودت شدید هوای استان اظهار کرد: وضعیت کنونی توزیع جریان گاز استان پایدار است ولی مصرف بهینه ضرورتی برای تداوم این پایداری خواهد بـــود. کمالی ادامه داد: علی رغم تمرکز و تخصیص بخش اعظم گاز به بخش خانگی برای تامین نیازهای گرمایشی ضرورت دارد با توجه به سراسری بودن شبکه گاز کشور نهایت صرفه جویی در مصرف اعمال شود.

وی اظهار داشت: هم اکنون ۶۴ درصد مصارف گاز استان به بخش خانگی و تأمین نیازهای گرمایشی مردم اختصاص یافته است. مدیرعامل شرکت گاز استان تصریح کرد: کوچکترین صرفه جویی در مصارف گاز کشور و پایداری انرژی تاثیرگذار است لذا هم استانی های عزیز با کاهش یک درجه دمای منازل و مدیریت مصرف و ادای مســـئولیت اجتماعی خود در قبال تمامی مردم در

اقصی نقاط کشور، همیاری مهم برای توزیع پایدار گاز خواهند بود.

توسعه شبکه گازرسانی عجب شیر

امسال شبکه گازرسانی در شهرستان عجب شیر ۶ هزار و ۳۳۳ متر توسعه یافته است. رئیس اداره گاز عجب شیر با اشاره به ارتقای خدمات گازرسانی در این شهرستان گفت: امسال علاوه بر اجرای شبکه گازرسانی، ۲۳۳ انشعاب به متقاضیان واگذار شده است. مصطفی نظم پور ادامه داد: مشترکین شهرستان عجب شیر در ۱۰ ماه از سال مصرفی معادل ۶۸ میلیون و ۶۴۹ هزار مترمکعب داشته اند. وی در خصوص گازرسانی به بخش های صنعتی شهرستان افزود: امسال ۹ واحد صنعتی در شهرستان گازدار شده و پروژه احداث ایستگاه CGS خضرلو به ظرفیت ۵۰ هزار مترمکعب در ساعت با پیشرفت مطلوبی تداوم دارد.

رئیس اداره گاز شهرســـتان عجب شیر با اشاره به عملکرد اجرایی در حوزه حفظ و نگهداری تأسیســـات گازرسانی تصریح کرد: افزایش ظرفیت ایستگاه جایگاه CNG (وکیلی) از ۴۰۰ به هزار مترمکعب در ســـاعت، رفع نشـــتی های گزارش شده به تعداد ۱۸ عدد نشتی مدفون، جابجایی شبکه توزیع گاز روستای هروان، تعمیرات اساسی هیتر ایستگاه CGS جدید خضرلو، فعالیت های انجام شده روی شـــیر آلات شبکه به تعداد ۴۰ مورد، جابجایی و جمع آوری علمک راکد ۹۳ مورد و تعمیرات علمک ها از قبیل رفع نشتی، تعویض شیر و... به تعداد ۳۸ عدد از مهم ترین اقدامات عملکردی اداره گاز در خدمات رسانی مطلوب به مشترکین گاز و حفظ سرمایه های ملی است.

در دهمین همایش ملی مدیریت جهادی کشور؛

مدیر عامل شرکت نفت و گاز آغاجاری در رده مدیران جهادی کشور قرار گرفت

اهواز – شبنم قجاوند: در دهمین همایش ملی مدیریت جهادی کشور مهندس تقی زاده مدیر عامل شرکت بهره برداری نفت و گاز آغاجاری بعنوان مدیر نمونه جهادی معرفی گردید.

مهندس جواد تقی زاده مدیر عامل شرکت بهره‌برداری نفت وگاز در مراسم تقدیر از مدیران برگزیده جهادی کشـــور در ســـال ۱۴۰۲ بعنوان مدیر برتر جهادی مورد تقدیر قرار گرفت.

دهمین همایش ملی مدیریت جهادی توسط انجمن مدیریت جهادی کشور در مرکز همایش های بین المللی صدا و سیما برگزار گردید.

در این همایش ملی که با حضور دکتر محســـن رضایی دبیر شورای عالی هماهنگی سران قوا ،دادستان کشور و تعداد زیادی از تولید کنندگان داخلی و مدیران برتر کشوری برگزار گردید از مدیران منتخب کشور بعنوان مدیران برتر جهادی تقدیر بعمل آمد.

اهمیت موضوعات مرتبط با اقتصاد و رشـــد تولید در راستای تحقق ۱۵ ســـاله منویات مقام معظم رهبری مد ظلـــه العالی همچنین نظر به تغییر رویکـــرد تحولی صنعت نفت در دولت ســـیزدهم و دســـتیابی به وضعیت حداکثر تولید به زمان ماقبل از تحریم ها در گســـتره شرکت ملی مناطق نفت خیز جنوب و شـــرکت های بهره بـــردار، رویکردی متکی به روحیه و تفکر جهادی را پدیدار نمود که در این راستا شرکت بهره برداری نفت و گاز آغاجاری همگام با سیاســـت های تولیدی شرکت ملی نفت و مناطق نفت خیز جنوب علاوه بر دســـتیابی به تحقق صد درصدی برنامه کامل تولید، اقدامات جهادی عمده ای را در راستای مسئولیت های اجتماعی به منصه ظهور رسانید.

مدیر شیلات و امور آبزیان سازمان جهادکشاورزی استان خبر داد؛

صادرات ماهیان زینتی از آذربایجان شرقی به کشور عمان

آذربایجان شرقی – ماهان فلاح: مدیر شـــیلات و امور آبزیان سازمان جهادکشاورزی اســـتان آذربایجان شرقی از صادرات ماهیان زینتی در بهمن ماه سال ۱۴۰۲ خبر داد.

جواد گوزلـــی افزود: این محموله صادراتی به صورت رســـمی پس از اخذ مجوزهای لازم از استان به مقصد کشور عمان ارسال شد.

وی با تشکر از ارگانها و سازمانهای مسئول برای صدور مجوزهای لازم و ایجاد کریدورهای صادراتی اعلام کرد: ماهیان زینتی صادر شـــده عمدتاً از خانواده دیســـکس، کوپی، گلدفیش، آنجل، آروانا، مولی و تترا بودند که برای توسعه همکاری و به صورت نمونه به مقصد عمان از کشور خارج شده است.

مدیر شیلات و امور آبزیان آذربایجان شرقی با اشاره به تولید ۱۶ میلیون و ۳۰۹ هزار قطعه ماهی زینتی در سال ۱۴۰۱ در استان گفت: شهرستان‌های تبریز و آذرشهر دو قطب مهم تکثیر و پرورش ماهیان زینتی در شمال غرب کشور هستند که از نظر ارزآوری و ایجاد اشتغال حائز اهمیت هستند.

وی ادامه داد: پرورش ماهیان زینتی در اســـتان به دلیل داشـــتن امکانات اولیه تولید، زودبازده بودن، بازارپسندی و نزدیکی به کشورهای همسایه برای صادرات ماهی، جایگاه ویژه ای برای ســـرمایه‌گذاری دارد. گوزلی با اشاره به ایجاد اشـــتغال پایدار از طریق پرورش ماهیان زینتی، اعلام کرد: در اســـتان آذربایجان شرقی بیش از ۵۰ فروشگاه در حوزه فروش تجهیزات آکواریومی و ماهیان زینتی فعال است که لوازم و ماهیان زینتی را در اختیار شهروندان قرار می دهند. وی افزود: به منظور رونق هرچه بهتر و بیشتر این صنعت، تشکیل تعاونی پرورش دهندگان ماهیان زینتی، ایجاد نمایشگاه دائمی و پایانه صادرات این گونه ماهیان جزو برنامه های اولویت دار مدیریت شیلات استان است.

کسب عنوان قهرمانی مسابقات فوتسال بانوان بزرگسال پالایش و پخش توسط هلدینگ پتروپالایش اصفهان

اصفهان – لیلا قاسمی: در فینال مسابقات فوتسال بانوان بزرگسال پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی ایران، که ۲۸ دیماه در پالایشگاه نفت آبادان برگزار شد، تیم فوتسال هلدینگ پتروپالایش اصفهان موفق به کسب عنوان قهرمانی و مدال طلای این دوره از مسابقات شد.

مســـئول ورزش بانوان هلدینگ پتروپالایش اصفهـــان در گفتگو با روابط عمومی و امور بین الملل هلدینگ پتروپالایش اصفهان از کسب عنوان قهرمانی مسابقات فوتسال بانوان بزرگسال پالایش و پخش توسط هلدینگ پتروپالایش اصفهان در دیماه امســـال خبر داد و گفت: در آئین برگزاری فینال مسابقات فوتسال و بدمینتون بانوان که به میزبانی صنعت نفت آبادان برگزار شد؛ تیم فوتسال بانوان هلدینگ پتروپالایش اصفهان توانست از میان شرکت کنندگان بانوی صنایع پتروشیمی، خطوط لوله و مخابرات نفت و پالایشگاه های سراسر کشـــور با تلاش و کوشش بازیکنان عنوان قهرمانی و مدال طلای این دوره از مســـابقات را از آن خود کند. به گزارش روابط عمومی و بین الملل هلدینگ پتروپالایش اصفهان، ســـودابه بهارلویی با اشاره به اینکه امسال ورزش بانوان هلدینگ پتروپالایش اصفهان در زمینه های مختلف موفق به کسب عناوین قهرمانی و مدال شـــده است تاکید کرد: بانوان ورزشکار پالایشگاه اصفهان در مســـابقات شنا که در تبریز برگزار شـــد موفق به کسب مدال طلا و در رشته آمادگی جسمانی نیز موفق به کسب ۳مقام سومی شدند.

بهارلویی با قدردانی از مدیر عامل و هیات مدیره پتروپالایش اصفهان برای حمایت از ورزش بانوان گفت: کسب مقام اول مسابقات فوتسال بانوان پالایش و پخش توسط تیم بانوان باشگاه ورزشی شهرک شهید محمد منتظری رابه مدیریت باشگاه مربیان ، ورزشکاران و کادر فنی تبریک می گویم.

مدیر کل کمیته امداد استان مرکزی :

بهره مندی ۱۲ هزارو ۷۸۶ مددجوی تحت حمایت کمیته امداد از آموزش های کسب وکار

اراک– فرناز امیدی: مدیر کل کمیته امداد استان مرکزی گفت: طی دو سال اخیر تاکنون ۱۲ هزارو ۷۸۶ مددجوی تحت حمایت کمیته امداد استان مرکزی از آموزش‌های اشتغال بهره‌مند شده است.

مجید مومنی مدیر کل کمیته امداد استان مرکزی گفت: طی دو سال اخیر تاکنون ۱۲ هزارو ۷۸۶ مددجوی تحت حمایت کمیته امداد استان مرکزی از آموزش‌های اشتغال بهره و تاکنون ۱۰۰ در صد اشتغال پایدار پیش بینی شده توسط این نهاد محقق شده است.

مومنی با اشاره به اهمیت توانمند سازی مددجویان کمیته امداد و اشتغالزایی ،گفت: برگزاری دوره های آموزشی برای مددجویان یکی از فعالیت های امداد در راستای توانمند سازی آنان است.

وی ادامـــه داد: آمـــوزش کســـب و کار یکی از ارکان برنامه‌های اشـــتغال خانواده‌های تحت حمایت کمیته امداد اســـت. مدیرکل کمیته امداد استان مرکـــزی اضافه کرد: آموزش‌های مهارتی به مددجویان کمیته امداد ســـبب توانمندسازی آنها در حرفه‌های گوناگون، دستیابی به شغلی پایدار و مشارکت در فعالیت‌های اقتصادی شده است. مومنی در ادامه اظهار داشت: مددجویان پس از گذراندن دوره های آموزشی می توانند از تسهیلات اشتغال کمیته امداد برای ایجاد کسب و کار مناسب و رسیدن به استقلال مالی استفاده کنند.

وی در پایان خاطر نشان کرد: این آموزش‌ها با هدف پایدارسازی طرح‌های اشتغال، به روزرسانی مهارت‌ها و افزایش بهره‌وری به مجریان طرح‌های اشتغال ارائه می‌شود.

اخبار

دکتر شفیعی: لزوم پرداخت تسهیلات به نیروهای شرکتی و شهروندان از گردش مالی شهرداری در بانک ها

رشـــت– خبرنگار فرصت امروز: رییس کمیسیون برنامه بودجه و حقوقی شـــورای اسلامی شهر رشت با تاکید بر بهره وری حداکثری از گردش مالی قابل توجه شـــهرداری رشت در بانک ها اظهار داشت: با ایجاد فضای رقابتی بین بانک ها باید بهترین شرایط جهت ارائه تسهیلات به نیروهای شرکتی و حجمی در کنار نیروهای رسمی و حتی شهروندان ایجاد گردد. سیدشمس افزود: همکاری شهرداری رشت صرفا با یک بانک نمی تواند به همه خواسته های ما جامع عمل بپوشاند لذا سیاست های شهرداری رشت در ایجاد شرایط رفاهی برای پرسنل رسمی و شرکتی ایجاب می‌کند مدیران زیربط شـــهرداری در حوزه مالی و رفاهی با رایزنی با بانک های مختلف و ایجاد فضای رقابتی بهترین شرایط را جهت اعطای تسهیلات برای کارکنان شهرداری و شهروندان واجد الشرایط ایجاد کند

بازدید سرپرست شهرداری نسیم شهر از اجرای عملیات زیرسازی و آسفالت محله روحانیون

بهارســـتان – سحر عمروانی: باباحسینی در حاشیه بازدید عملیات زیرســـازی و آســـفالت محله روحانیون گفـــت: با هدف رضایتمندی مردم و تسهیل در رفت و آمد عمومی با توجه به اجرای پروژه لوله گذاری آب و فاضلاب ، ادامه عملیات زیر سازی و آسفالت محله روحانیون مجددا در دستور کار اجرای شهرداری قرار گرفت . به گزارش روابط عمومی شهرداری نسیم شهر،وی در ادامه گفت: رفع مشکلات آسفالت معابر و خیابان های محله روحانیون از جمله موضوعاتی بود که در سال جاری با نگاه مثبت مدیریت شهری در دستور کار اجرایی شهرداری قرار گرفت لذا در این راستا پس از طی مراحل قانونی و اداری بیش از ۱۶ کوچه و قســـمتی از خیابان امام رضا (ع) بعنوان خیابان اصلی این منطقه آسفالت شد اما تکمیل خیابان اصلی این منطقه بعلت اجرای پروژه خط لوله آب و فاضلاب متوقف شده بود که از امروز عملیات زیر سازی و آسفالت آن با اتمام پروژه آبفا آغاز شده است. سرپرست شهرداری روکش آســـفالت معابر را یکی از دغدغه ها و مطالبات اصلی شهروندان برشمرد و افزود: زیرسازی خیابان امام رضا (ع) ومعابر منشعب از آن در همین راستا و بر اساس اولویت بندی قبلی در حال انجام است و پس از آماده سازی و تحکیم بستر مسیر، در چند روز آینده روکش آسفالت این معابر نیز انجام خواهد شد. باباحسینی زیرسازی و روکش آسفالت برخی معابر سطح شهر را یکی از برنامه های مدیریت شهری در حوزه عمرانی و خدماتی عنوان کرد و بیان داشت: به عنوان خادمان مردم در شهرداری مشکلات مردم در محله ها و نقاط مختلف منطقه هستیم و در این راه از هیچ کوششی دریغ نخواهیم کرد.

پیشرفت ۴۳ درصدی عملیات احداث واحد گاز زدایی شماره ۲ فولاد مبارکه

اصفهان –معصومه قاسمی: پروژه احداث واحد گاززدایی شماره ۲ فولاد مبارکه (RH-TOP۲) با هدف تولید بیش از ۱,۲ میلیون تن فولاد خاص و افزایش ظرفیت کیفی محصول و تولید ورق‌های کیفیت بالا و پرکاربرد در صنایع نفت و پتروشیمی و سایر صنایع پیشرفته با ۴۳ پیشرفت در حال اجراست. مدیر اجرای پروژه‌های واحد فولادسازی فولاد مبارکه ضمن تأیید این خبر گفت: این پروژه مهم هم‌اکنون در محدوده مدول B واحد فولادسازی و ریخته‌گری مداوم تحت مدیریت واحد توسعه فولادسازی و با همکاری واحد متالوژی ثانویه به‌عنوان بهره‌بردار و سایر واحدها از قبیل امور قراردادهای خرید، واحد پشتیبانی، بازرسی فنی و تعمیرات مرکزی و با استفاده از خدمات دستگاه نظارت شرکت فنی و مهندسی فولاد مبارکه در حال انجام است. محمدحسین خرمی، هدف از این پروژه را طراحی، تأمین و نصب و راه‌اندازی ایستگاه دوم RH_TOP به ظرفیت حداقل یک‌میلیون و ۲۰۰ هزار تن در سال در راستای افزایش کیفی محصول و تولید ورق‌های کیفیت بالا جهت استفاده در صنایع نفت و پتروشیمی و سایر صنایع پیشرفته اعلام کرد. وی با اشاره به آثار اشتغال‌زایی اجرای این پروژه تصریح کرد: علاوه بر افرادی که در جریان ساخت تجهیزات و اجرای این پروژه مشغول به کار بوده‌اند، با بهره‌برداری از آن به‌صورت مستقیم برای ۴ نفر کارشناس و ۶ نفر تکنسین و سرویس‌کار فرصت شغلی ایجاد می‌شود. غلامرضا ابراهیمی، کارشناس اجرای پروژه‌های فولادسازی فولاد مبارکه گفت: اجرای پروژه‌های فولادسازی، پروژه مذکور به نحوی تعریف‌شده است که علاوه برداشتن توانایی‌ها و ظرفیت‌های واحد قبلی (RH I) فناوری به‌روزی را در گاززدایی به روش RH در بردارد.

افزایش ۶ درصدی توزیع کود یارانه‌ای در استان ایلام

ایلام– خبرنگار فرصت امروز: رییس مدیرشرکت خدمات حمایتی کشاورزی ایلام گفت: در ده ماه ابتدای سال بیش از ۴۵ هزار تن انواع کود یارانه‌ای بین کشاورزان شهرستان ایلام توزیع شده است. سیامک بیگی بیان کرد: از ابتدای سال جاری تا پایان دی ماه مقدار ۴۵ هزارو ۸۱ تن انواع کود یارانه‌ای از طریق شبکه کارگزاری بین کشاورزان شهرستان ایلام توزیع شده است. وی افزود: این میزان توزیع نسبت به مدت مشابه سال گذشته مقدار ۶ درصد افزایش داشته است. مدیرشرکت خدمات حمایتی کشاورزی ایلام ادامه داد: مصرف بهینه و به هنگام کودهای شیمیایی نقش بسیار موثری در افزایش کیفیت و کمیت محصولات کشاورزی دارد. بیگی با اشاره به صدور حواله الکترونیکی برای کشاورزان تصریح کرد: در راستای اجرای دستور العمل‌های صادره در خصوص سامانه پایش مواد کودی و لزوم صدور حواله الکترونیکی برای تحویل کودهای یارانه‌ای به کشاورزان و بهره برداران بخش کشاورزی، از ابتدای امسال تا پایان دی ماه تعداد ۷۱هزار و ۱۲۲ حواله الکترونیکی بین کشاورزان توزیع شده است. این مقام مسئول تصریح کرد: از طرق این مقدار حواله،میزان ۳۸ هزار و ۵۴ تن از طریق سامانه کنترل و پایش مواد کودی از سوی مراکز خدمات جهاد کشـــاورزی شهرستان‌های صادر شـــده که از این تعداد هزارو ۶۰۷ حواله به مقدار ۷هزار و ۳۴۳ تن آن مربوط به دی ماه سال جاری است.

معاون هماهنگی امور عمرانی استاندارگلستان:

در دهه فجر امسال شاهد افتتاح و آغاز عملیات اجرایی ۵ هزار میلیارد تومان پروژه خواهیم بود

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: سید مهدی مهیایی، معاون هماهنگی امور عمرانی استاندار در گروه نشست خبری فجر گلستان اظهار کرد : در سفر ریاست محترم جمهور به استان شاهد آغاز عملیات اجرایی ۲۹ هزار میلیارد تومان و بهره برداری از ۱۷ هزار میلیارد تومان پروژه عمرانی بودیم.وی افزود : در دهه فجر امسال شاهد افتتاح و آغاز عملیات اجرایی ۵ هزار میلیارد تومان پروژه خواهیم بود و در ارزیابی ملی از شهرداری ها ۲۰ شهرداری گلستان رتبه عالی و ۱۵ شهرداری رتبه خیلی خوب را دریافت کردند.مهیایی گفت : در ارزیابی ملی از دهیاری ها ۳۱۵ دهیاری عالی، ۵۱۲ دهیاری خیلی خوب ، ۶۴ دهیاری خوب و ۲ دهیاری متوسط بودنددر ارزیابی ملی از دهیاری ها ۳۱۵ دهیاری عالی، ۵۱۲ دهیاری خیلی خوب ، ۶۴ دهیاری خوب و ۲ دهیاری متوسط بودند.معاون هماهنگی امور عمرانی استاندار متذکر شد : در سال جاری برای بهبود ناوگان حمل نقل عمومی ۶۱ دستگاه اتوبوس به ارزش بیش از ۱۲۰۰ میلیارد تومان خریداری شد که تا کنون ۲۰ دستگاه به اتوبوسرانی شهرداری گرگان تحویل شد.مهیایی خبر داد که تمام ۳۵ شهرهای استان با ظرفیت فیبرنوری در مسیر هوشمند سازی قرار گرفته اند و سند پیشرفت ۱۱۰ روستای استان بر اساس مزیت های موجود در روستاها تهیه شده است.وی با اشاره به اینکه در حوزه جمع آوری پسماند هر دو سایت آق قلا و آزادشهر بر اساس موازین محیط زیستی فعالیت می کنند و تلاش داریم یک سایت جمع آوری پسماند دیگر را در شمال گنبد کاووس ایجاد نماییم و همچنین به عنوان نخستین استان کشور سند آمادگی و پاسخ به بحران را تهیه کردیم که در بهمن ماه جاری رونمایی می شود.مهیایی یاد آور شد : از ۱۲ هزار میلیارد تومان اعتبارات عمرانی سفر نخست ریاست محترم جمهور قریب به ۵ هزار میلیارد تومان تخصیص یافته است.

جشنواره ملی «دریادها» در تمامی شهرستان های استان گلستان در دهه فجر برگزار می شود

گرگان – خبرنگار فرصت امروز: ناخدا مصطفی خســـروی ، رییس هیات ورزش های دریایی و ساحلی استان در گروه نشست خبری فجر گلستان اظهار کرد : جشنواره ملی «دریادها» در تمامی شهرستان های استان در دهه فجر برگزار می شود. وی افزود : جشنواره «دریادها» به دریا و یادها که در واقع یاد دهه فجر است توجه دارد و این جشنواره در تعامل با هیات های ورزشی، فرهنگی و امنیتی برگزار می‌شود.خسروی یاد آور شد : این جشن ها در راستای توجه به دریا، رودخانه‌ها ، تالاب ها و اقتصاد دریا محور است و توجه به بازی ها و ورزش های متنوع و جدید در این جشنواره مورد توجه است.رییس هیات ورزش های دریایی و ساحلی استان گفت : بازارچه مسقف محلی با محوریت اقتصاد دریا در ساحل بندرترکمن در دهه فجر برگزار خواهد شد.

تائید صلاحیت ۱۸ نفر دیگر از داوطلبان انتخابات مجلس در یزد

یزد – سید محمد جواد عرفان‌فر :دبیر ستاد انتخابات استان یزد گفت:۱۸ داوطلب دیگر انتخابات مجلس شورای اسلامی تأیید صلاحیت شـــدند و تعداد کلی تأیید صلاحیت‌شـــده‌ها تاکنون در استان به ۲۲۶ نفر رسید. سعید رستگاری دبیر ستاد انتخابات استان یزد گفت: ۱۸ داوطلب انتخابات مجلس شـــورای اسلامی در این مرحله به تایید شورای محترم نگهبان رسیده اند و تعداد کلی تأیید صلاحیت‌شده‌ها تاکنون در استان به ۲۲۶ نفر رسید. او افزود: در این مرحله تعداد سه نفر در حوزه انتخابیه یزد، اشکذر و زارچ، تعداد پنج نفر در حوزه تفت و میبد، تعداد شـــش نفر در حوزه اردکان، تعداد چهار نفر در حوزه مهریز، بافق، ابرکوه، خاتم و بهاباد و مروست مورد تایید قرار گرفته اند. دبیر ستاد انتخابات استان ادامه داد: در مجموع تاکنون در استان در حوزه های، یزد ۹۷ نفر، تفت ۴۶نفر، اردکان ۲۸ نفر، مهریز ۵۵ که در مجموعه ۲۲۶ نفر داوطلب برای انتخابات مجلس شورای اسلامی مورد تایید قرار گرفته اند. رستگاری در پایان اضافه کرد: روند بررسی صلاحیت ها تا ۱۹ بهمن ماه توسط شورای محترم نگهبان ادامه دارد و احتمال تایید صلاحیت افراد جدید نیز وجود دارد.

مدرسه اوتیسم، ایستگاه پایانی جشنواره فراگیری نخستین واژه در استان اصفهان

اصفهان – فایزه مرادیان: چهل و نهمین «جشـــن آب» با حضور پرشـــور فرشتگان اوتیســـم در مجتمع آموزشی مهرآفرین اصفهان برگزار شـــد پانزدهمین دوره از جشـــنواره ملی فراگیری نخســـتین واژه – آب، با برگزاری جشـــن آب در مدرسه کودکان اوتیسم شهر اصفهان به کار خود پایان داد.

در این جشن که با هدف ایجاد لحظاتی شاد و خاطره انگیز برای کودکان و تقدیر از زحمات و تلاش های خستگی ناپذیر آموزگاران و مربیان برگزار شد، ۱۳۰ نفر از دانش آموزان مبتلا به بیماری اوتیسم حضور داشتند و برنامه های متنوعی مانند موسیقی، شعر، نمایش و مسابقه توسط تعدادی از هنرمندان عرصه تئاتر و نمایش کودک برای آن ها اجرا شد.

زهرا رضایی مدیر مجتمع آموزشی مهرآفرین اصفهان ضمن قدردانی از شرکت آب و فاضلاب استان اصفهان، برگزاری جشن آب در مدرسه کودکان مبتلا به اوتیسم را اقدامی ارزشمند دانست و گفت: این کودکان با توجه به شرایطی که دارند نیازمند توجه، حمایت و همراهی بیشتر و بهتر از سوی مسئولان و مردم هستند.

وی از این مجتمع آموزشی به عنوان «بهشت» یاد کرد و اظهار داشت: خدا را شکر می کنم که توفیق آموزش و خدمت به این فرشتگان را در مسیر زندگی ام قرار داد و همواره تمام توان خود را برای ارتقاء وضعیت و توانمندی آن ها به کار خواهم گرفت.

خانم رضایی با اشاره به نقش مدیریت بهینه مصرف آب در جامعه برای سازگاری با کم آبی با توجه شرایط اقلیمی کشور، برگزاری جلســـات و کارگاه های آموزشـــی در مدارس را بسیار موثر برشمرد و افزود: حضور والدین و آموزگاران در کنار دانش آموزان فرصت خوبی است تا آن ها نیز سواد آبی خود را ارتقاء داده و ضمن رعایت آن در خانواده، به دیگران نیز انتقال دهند.

شایان ذکر است مجتمع آموزشی مهر آفرین ویژه کودکان اوتیسم با مشارکت خیرین مدرسه ساز، سال ۱۴۰۱ در شمال شهر اصفهان افتتاح شد و از سایر استان ها نیز دانش آموزانی در آن حضور دارند.

از تغییرات گوگل تا هوش مصنوعی

ویدئو مارکتینگ با جدیدترین ترندها

نویسنده: علی آل‌علی

تیم‌های بازاریابی وقتی سراغ طراحی کمپین می‌روند، اول از همه به فرمت ویدئو توجه نشان می‌دهند. خب در اینجا صحبت از فرمتی است که در طول سال‌های اخیر به طور مداوم طرفداران بیشتری پیدا کرده است. کافی است نگاهی به دور و برتان بیندازید تا متوجه علاقه بیشتر مردم برای تماشای ویدئوهای جذاب در مقایسه با مطالعه متن یا حتی تماشای انواع اینفوگرافی‌ها شوید. فرمت صوتی، مثل پادکست‌ها هم اگرچه در طول سال‌های اخیر دوباره احیا شده، اما هنوز راه زیادی برای رقابت با ویدئو دارد.

ویدئو مارکتینگ به عنوان یک استراتژی اساسی در دنیای کسب و کار بر روی توانایی بازاریاب‌ها برای اثرگذاری بر روی مخاطب با استفاده از ویدئوهای جذاب تاکید دارد. خب ویدئوهای جذاب که همینطور بی‌مقدمه سر و کله‌شان پیدا نمی‌شود. در عوض این شما هستید که باید با استفاده از ایده‌های تازه یک ویدئو جذاب برای مخاطب طراحی کنید. شاید فکر کنید این مسیر بی‌نهایت ساده است. خب در این صورت باید به شما اولین اخطار جدی را بدهیم؛ چراکه شکست در تعامل با مخاطب هدف همیشه یکی از گزینه‌های احتمالی محسوب می‌شود.

یکی از راه‌هایی که به شما برای تعامل بهتر با مخاطب هدف کمک می‌کند، استفاده از ترندهای تازه است. وقتی درباره ترندها حرف می‌زنیم، در واقع تغییرات تازه در عرصه ماکتینگ را مدنظر داریم. این امر به شما کمک خواهد کرد تا درک بهتری از اوضاع بازار و سلیقه مخاطب‌تان داشته باشید. فکر می‌کنم حالا متوجه شده باشید چرا برندهای بزرگی مثل سامسونگ همیشه کمپین‌های فوق‌العاده جذابی برای مخاطب دارند.

ما در روزنامه فرصت امروز قصد داریم شما را با ترندهای تازه ویدئو مارکتینگ آشنا کنیم. این کار به شما کمک خواهد کرد تا بدون دردسر وارد مرحله‌ای تازه از بازاریابی ویدئویی شده و کارتان را به خوبی پیش ببرید. اگر شما هم روی ویدئو مارکتینگ به مثابه یکی از روش‌های اثرگذار بر روی مخاطب حساب باز می‌کنید، بد نیست در ادامه با ما همراه شوید. ما در این مقاله قصد داریم برخی از ترندهای کاملا تازه و داغ در این حوزه را به اتفاق شما مرور کنیم. پس بهانه‌تراشی را کنار گذاشته و با ما همراه باشید.

ترندهای ویدئو مارکتینگ

پیگیری اخبار تازه در دنیای بازاریابی کاری نیست که هر بازاریابی بدان علاقه داشته باشد. خب درست وسط کلی گرفتاری، شما باید حواس‌تان به تغییرات هم باشد. اینطوری شاید تمرکزتان کاملا به هم ریخته و به هیچ کاری هم نرسید. درست به همین دلیل ما در روزنامه فرصت امروز به کمک‌تان آمده‌ایم تا کار را خیلی راحت‌تر از آنچه فکرش را می‌کنید، پیش ببریم. اگر شما هم دوست دارید کمی از نظر بازاریابی اوضاع‌تان بهتر شود، بد نیست در ادامه با ما همراه باشید. البته در این مسیر ما فقط ترندهای تازه را به شما معرفی خواهیم کرد. این یعنی استفاده یا اجرای آنها در عمل همچنان وظیفه اساسی شما خواهد بود.

از آنجایی که مخاطب ما در حوزه‌های متنوعی فعالیت دارند، ما در این مقاله اصلا قصد نداریم توصیه‌های بیش از اندازه پیچیده یا حتی تخصصی برای یک حوزه خاص را مورد بررسی قرار دهیم. پس خیال‌تان راحت باشد؛ چراکه تمام توصیه‌های مورد بحث در این مقاله به درد کارآفرینان در حوزه‌های مختلف خواهد خورد. ماجرا جالب شد، نه؟

اجازه دهید با همین مقدمه کوتاه، یک راست برویم سراغ اصل مطلب. خب شما که اینجا نیامده‌اید تا چنین مقدمه‌چینی‌هایی را تحمل کنید؟ این شما و این هم ترندهای تازه در دنیای ویدئو مارکتینگ.

کاربرد بیشتر هوش مصنوعی

هوش مصنوعی در طول یک سال اخیر سر و صداهای زیادی به پا کرده است. از ماجرای ابزارهایی مثل چت جی پی تی گرفته تا استفاده از این فناوری در حوزه‌های مختلف بازاریابی، همه چیز دست به دست هم داده تا هوش مصنوعی طرفدارهای زیادی پیدا کند بنابراین شما در استفاده از این فناوری باید دقت عمل بسیار زیادی داشته باشید وگرنه اوضاع‌تان خیلی زود به هم خواهد ریخت.

نکته‌ای که بسیاری از بازاریاب‌ها به آن دل خوش کرده‌اند، تنوع بیشتر استفاده از هوش مصنوعی در طول سال‌های پیش رو است. بی‌شک این اتفاق دور از ذهن نیست، اما شما برای اثرگذاری بر روی مخاطب‌تان باید کمی دقیق‌تر عمل کنید. وقتی هوش مصنوعی بدل به ابزاری بی‌نهاست ساده از نظر دسترسی شود، دیگر استفاده شما از آن مزیت مهمی نخواهد بود. به همین دلیل ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم شما باید شیوه استفاده‌تان از این فناوری را به طور کامل تغییر دهید وگرنه اوضاع‌تان هیچ وقت در بازار بهبود پیدا نخواهد کرد. این سوالی است که بسیاری از بازاریاب‌ها بارها و بارها با آن رو به رو شده و هیچ جوابی بدان نمی‌دهند.

ما در روزنامه فرصت امروز یکی از ماموریت‌های مهم برای هر بازاریابی را استفاده هرچه بیشتر از هوش مصنوعی می‌دانیم. کاربردهای این ابزار در زمینه ویدئو مارکتینگ فقط به یک حوزه خاص محدود نمی‌شود. شما می‌توانید در ساده‌ترین سطح برای ویرایش ویدئو از این فناوری سود ببرید. اینطوری ویدئوهایی کاملا حرفه‌ای خواهید داشت که ویرایش‌شان حتی یک دقیقه هم از شما وقت نگرفته است.

یادتان باشد، ویدئو مارکتینگ یکی از حوزه‌های بی‌نهایت پرطرفدار در طول سال‌های اخیر محسوب می‌شود. پس طبیعی است حجم محتوا در این حوزه سر به فلک بکشد. به همین خاطر ما بر روی استفاده از ایده‌های تازه تاکید داریم. یکی از میانبرهای جذاب در این میان استفاده از هوش مصنوعی برای تولید ایده است. اینطوری شما همیشه ایده‌های تازه و درجه یک برای کارتان خواهید داشت. این در حالی است که گاهی اوقات بازاریاب‌ها باید تلاش بسیار زیادی برای اثرگذاری بر روی مخاطب‌شان انجام دهند. نکته کلیدی برای برخی از بازاریاب‌ها نظارت بر ایده‌های تولیدشده از سوی هوش مصنوعی است. به زبان خودمانی، شما باید مهارت‌تان در این حوزه را با هوش مصنوعی ترکیب کنید. اینطوری بهترین نتایج ممکن را به دست خواهید آورد.

نمایش ویدئوهای کمتر در نتایج گوگل

کاربران وقتی دنبال محتوایی در گوگل هستند، معمولا علاوه بر لینک‌های مختلف با چند تا ویدئو هم رو به رو می‌شوند. این ویدئوها از یوتیوب به نتایج گوگل راه یافته و معمولا الگوریتم این پلتفرم بهترین جواب‌ها را تحویل شما می‌دهد. این در حالی است که بسیاری از کاربران اصلا گوش‌شان بدهکار ویدئوهای این بخش نیست. درست به همین خاطر گوگل به زودی قصد محدودسازی نمایش ویدئوها در صفحه نتایج را دارد. این امر به شما کمک می‌کند تا کاربران پاسخ‌های بهتری دریافت کرده و دیگر خبری از ویدئوهای عجیب نباشد.

یادتان باشد، ویدئو همچنان فرمت مهمی است و یوتیوب به عنوان یکی از برترین پلتفرم‌ها به کارش ادامه خواهد داد. نکته کلیدی در این میان تلاش گوگل برای تضمین نمایش نتایج بهتر برای مخاطبش است. اینطوری شما فرصت اثرگذاری بیشتری بر روی مخاطب هدف خواهید داشت. این نکته به شما کمک می‌کند تا کارتان را به بهترین شکل ممکن انجام دهید. یادتان باشد، شما تا ابد فرصت ندارید تا به دنبال ویدئو مارکتینگ بروید. این دقیقا همان نکته‌ای است که برای بسیاری از بازاریاب‌ها هنوز معنادار نشده است. درست به همین خاطر ما بر روی خبرنامه‌های ویدئویی در طول سال جاری تاکید داریم.

شما قرار نیست در این بخش کارهای عجیب انجام دهید. تنها وظیفه شما در این میان اضافه کردن ویدئو به فهرست محتواهایی است که در خبرنامه مورد استفاده قرار می‌دهید. در طول سال‌های اخیر فرمت عکس به مرور جایگاهش در ایمیل‌ها را پیدا کرده است. فکر می‌کنم حالا نوبت ویدئو شده تا تغییری تازه را شکل دهد. پس منتظر چه هستید؟ همین حالا دست به کار شوید تا اوضاع به سود شما تغییر کند.

نکته کلیدی اینکه شما قرار نیست ویدئوهای طولانی را به خبرنامه‌تان اضافه کنید. در عوض باید مدت‌زمان هر ویدئو را تا جای ممکن کاهش دهید. به طور معمول در خبرنامه کاربران بیشتر از ۲ تا ۳ دقیقه را به مرور محتوا اختصاص نمی‌دهند. به همین خاطر بد نیست قبل از اینکه با محتوایی طولانی حوصله آنها را سر ببرید، به فکر تغییر جهتگیری برندتان باشید. اینطوری کارتان هم ساده‌تر شده و میزان اثرگذاری بیشتری به همراه خواهد داشت. ماجرا جالب شد، نه؟

یکی از روش‌هایی که در طول سال‌های اخیر برای بازاریاب‌ها بازگشت سرمایه زیادی داشته، تولید ویدئوهای آموزشی است. البته شما قرار نیست نقش معلم‌های شما به خوبی فرصت اثرگذاری بر روی مخاطب‌تان را پیدا کرده و دیگر انرژی‌تان را سر تکنیک‌های بی‌فایده هدر نخواهید داد.

بازاریابی ویدئویی پیوند ناگسستنی با فرمت متن دارد. خب حتی بهترین ویدئوهای بازاریابی هم نیاز به کپشن‌های دقیق دارند بنابراین اگر به طور افراطی ویدئو را از بقیه فرمت‌ها متمایز کنیم، در نهایت خودمان ضربه خواهیم خورد. این در حالی است که شما برای اثرگذاری بر روی مخاطب‌تان نیاز به استفاده از روش‌های متنوع دارید. درست به همین خاطر بد نیست قبل از اینکه ماجراجویی‌تان در دنیای بازاریابی را شروع کنید، کمی به فکر تنوع‌بخشی به فرمت‌ها باشید.

سایت‌هایی مثل کورا (Quora) در طول سال‌های اخیر بر پایه پاسخگویی به نیازهای کاربران توسعه یافته‌اند. به همین خاطر بد نیست شما هم استفاده از این شیوه‌ها برای اثرگذاری بر روی مخاطب را پس ذهن داشته باشید. اینطوری فرصت بسیار بیشتری برای تعامل با مخاطب‌تان خواهید داشت. نکته کلیدی در این میان استفاده از ویدئو در جایی است که کاربران انتظارش را دارند. براساس برآوردهای گوگل صفحه نتایج موتور جست‌وجوی این برند جایی نیست که کاربران علاقه‌ای به مشاهده ویدئو داشته باشند. پس الکی نباید این مسئله را بزرگ کرد.

ورود ویدئو به خبرنامه‌ها

خبرنامه‌ها به طور سنتی ایمیل‌هایی هستند که در قالب فرمت متن به دست کاربران می‌رسد. شما برای عضویت در خبرنامه باید ایمیل‌تان را به یک برند تحویل دهید. معمولا این فرآیند به طور خودکار پس از ثبت نام در سایت‌ها یا خرید از آنها روی می‌دهد. نکته کلیدی در این میان تلاش برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف با استفاده از روش‌های متفاوت است. خب همه خبرنامه‌ها محتوای متنی دارند، اما مسئله کلیدی در این میان بی‌توجهی انبوه کاربران به این نوع محتواهاست.

یک ایده جذاب که در طول سال جاری بدل به ترند خواهد شد، استفاده از ویدئو در خبرنامه است. اینطوری شما قرار نیست در این بخش کارهای عجیب انجام دهید. تنها وظیفه شما در این میان اضافه کردن ویدئو به فهرست محتواهایی است که در خبرنامه مورد استفاده قرار می‌دهید. در طول سال‌های اخیر فرمت عکس به مرور جایگاهش در ایمیل‌ها را پیدا کرده است. فکر می‌کنم حالا نوبت ویدئو شده تا تغییری تازه را شکل دهد. پس منتظر چه هستید؟ همین حالا دست به کار شوید تا اوضاع به سود شما تغییر کند.

نکته کلیدی اینکه شما قرار نیست ویدئوهای طولانی را به خبرنامه‌تان اضافه کنید. در عوض باید مدت‌زمان هر ویدئو را تا جای ممکن کاهش دهید. به طور معمول در خبرنامه کاربران بیشتر از ۲ تا ۳ دقیقه را به مرور محتوا اختصاص نمی‌دهند. به همین خاطر بد نیست قبل از اینکه با محتوایی طولانی حوصله آنها را سر ببرید، به فکر تغییر جهتگیری برندتان باشید. اینطوری کارتان هم ساده‌تر شده و میزان اثرگذاری بیشتری به همراه خواهد داشت. ماجرا جالب شد، نه؟

یکی از روش‌هایی که در طول سال‌های اخیر برای بازاریاب‌ها بازگشت سرمایه زیادی داشته، تولید ویدئوهای آموزشی است. البته شما قرار نیست نقش معلم‌های مدرسه را ایفا کنید. در عوض یک راست سراغ مشکلات مخاطب‌تان رفته و سعی می‌کنید تا حدی آنها را حل و فصل کنید. این امر به شما کمک می‌کند تا محبوبیت‌تان در دنیای بازاریابی را به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش دهید. خب مشکلات مشتریان که از آسمان به زمین نیفتاده، در عوض همان مسائلی است که شما برای حل‌شان در بازار حضور دارید. پس بد نیست قبل از اینکه اوضاع‌تان را خیلی عجیب یا غیرمنتظره تغییر دهید، به فکر استفاده از این نکته باشید.

خبرنامه‌ها معمولا محلی برای برندها به منظور تعریف از خود محسوب می‌شود. با این حال اگر شما سراغ تولید ویدئوهای آموزشی درباره مشکلات مشتریان بروید، اوضاع‌تان به سرعت تغییر خواهد کرد. این نکته‌ای است که بسیاری از بازاریاب‌ها علاقه زیادی به آن دارند. درست به همین دلیل شما می‌توانید به سادگی هرچه تمام‌تر از این مدل ویدئوها برای اثرگذاری بر روی مخاطب‌تان سود ببرید. ماجرا جالب شد، نه؟

محبوبیت بیشتر ویدئوی رونمایی از محصولات

ما هنوز اثرات دوران کرونا بر روز زندگی روزمره را به خوبی مشاهده می‌کنیم. یکی از این اثرات که هنوز هم مردم را درگیر خودش کرده، تمایل برای خرید آنلاین یا به طور کلی ارتباط با برندها به طور غیرمستقیم است. دیگر کمتر کسی حوصله تماس تلفنی با بخش فروش یک برند و انتظار طولانی در صف‌ها را دارد. در عوض همه چیز به طور آنلاین دنبال می‌شود. در این میان شما برای اثرگذاری بر روی مخاطب‌تان چاره‌ای به غیر از دنبال کردن برخی از ترندها ندارید.

یکی از نکاتی که از زمان همه‌گیری کرونا به این سو جذابیت بسیار زیادی برای کاربران پیدا کرده، مسئله مربوط به رونمایی ویدئویی از محصولات است. شاید مهمترین گزینه در این میان مربوط به تجربه سونی و مایکروسافت در رونمایی کاملا ویدئویی از کنسول‌های بازی‌شان باشد. درست به همین خاطر شما هم باید این روش را به خوبی دنبال کرده و از آن برای اثرگذاری بر روی مخاطب تان سود ببرید. این در حالی است ک معمولا بسیاری از بازاریاب‌ها برای تعامل با مخاطب نیازمند استفاده از شیوه‌های عجیب نیستند. همین که شما توضیحاتی کاربردی درباره محصول‌تان داده و از مخاطب انتظار واکنش‌های عجیب نداشته باشید، به اندازه کافی واقع‌گرایانه خواهد بود.

همزمان با افزایش محبوبیت ویدئو، در طول سال‌های اخیر فرمت گیف هم محبوبیت پیدا کرده است. درست به همین خاطر شما در کنار رونمایی ویدئویی از محصولات‌تان، امکان تبدیل کردن بخش‌هایی از ویدئوهای محبوب‌تان به گیف را دارید. اینطوری کاربران در فرآیند به اشتراک‌گذاری محتوای شما مشارکت بیشتری کرده و شانس‌تان برای رقابت بهتر در بازار بیشتر خواهد شد.

محبوبیت ویدئوهای مربوط به رونمایی از محصولات تقریبا سه سالی هست که با شدت زیاد شروع شده و حالا حالا از مدار محبوبیت خارج نخواهد شد. درست به همین خاطر شما باید خودتان را با این تحولات هماهنگ کرده و از آن بهترین بهره را ببرید. پس منتظر چه هستید؟ همین حالا دست به کار شوید. شاید محصول بعدی شما با رونمایی ویدئویی اثرگذاری بسیار بهتری بر روی مخاطب داشته باشد.

برخی از بازاریاب‌ها فکر می‌کنند برای موفقیت ویدئوهای بازاریابی‌شان باید حتما از بازیگران یا سلبریتی‌های مشهور استفاده کنند. این در حالی است که ماهیت ویدئوی شما اهمیت بیشتری برای کاربران دارد. پس به جای اینکه پول‌تان را سر همکاری با فلان چهره محبوب هدر دهید، به دنبال سرمایه‌گذاری بر روی خودِ ویدئو باشید. اینطوری هم هزینه‌های کمتری را متحمل می‌شوید، هم اینکه دیگر لازم نیست خودتان را حسابی به دردسر انداخته و با زحمت فراوان با مخاطب‌تان تعامل داشته باشید.

ماندگاری بیشتر ویدئوهای کوتاه

چند سالی هست که بازاریاب‌ها درباره ویدئوهای کوتاه و میزان اثرگذاری‌شان بر روی مخاطب هدف بحث‌های بی‌پایانی را با هم دارند. برخی از بازاریاب‌ها فکر می‌کنند ویدئوهای کوتاه یک ترند زودگذر است که نباید به چشم ایده‌ای تازه به آن نگاه کرد. اگر شما هم اینطور فکر می‌کنید، کافی است به رفتار کاربران شبکه‌های اجتماعی در یک دهه اخیر دقت کنید. بر این اساس کاربران به آن دسته از محتوایی بیشتر توجه نشان می‌دهند که مختصر و مفید باشد. این نکته نه فقط درباره فرمت ویدئو، بلکه کلیت حوزه بازاریابی مصداق دارد. درست به همین خاطر بازاریاب‌هایی که در برابر این ایده مقاومت زیادی از خودشان نشان دهند، محکوم به شکست خواهند بود. این نکته برای بسیاری از بازاریاب‌ها تازگی دارد. البته اگر شما حواس جمع باشد، احتمالا از سال‌ها پیش این نکته را کشف کرده‌اید.

ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم محبوبیت ویدئوهای کوتاه نکته‌ای نیست که مختص به امروز یا فردا باشد. بسیاری از تیم‌های بازاریابی برای مدت زمانی طولانی از این شیوه استفاده خواهند کرد. این در حالی است که برخی از تیم‌های بازاریابی هنوز درباره آن شک و تردید دارند. شاید ویدئوها طولانی در برخی از موارد محدود جذابیت داشته باشند، اما آینده بازاریابی ویدئویی پیوندی با این نکته ندارد. در عوض شما باید پیام‌های بازاریابی‌تان را به طور هرچه خودمانی‌تر تحویل مخاطب دهید بنابراین اگر نتوانید این اثرگذاری را به همراه بیاورید، کلاه‌تان پس معرکه خواهد بود. ماجرا جالب شد، نه؟

ظهور ویدئوهای بدون صدا

ویدئوهای بدون صدا ترندی است که در طول سال‌های اخیر به طور محدود در برخی از حوزه‌ها ظهور کرده است. ایده اصلی در این حوزه جذابیت ویدئوهای بدون صدا برای کاربران است؛ چراکه در زندگی شلوغ مدرن دیگر جایی برای ویدئوهای همراه با صدا نیست. خب فردی که در داخل دفتر کار یا حتی وسایل نقلیه عمومی مشغول تماشای یک ویدئو است، فرصت زیادی برای شنیدن صدای آن ندارد؛ چراکه نه تنها باعث مزاحمت دیگران می‌شود، بلکه توانایی‌اش برای اثرگذاری بر روی مخاطب را نیز به طور کامل تحت تاثیر قرار می‌دهد.

نکته‌ای که در این میان باید بدان توجه داشت، مسئله مربوط به استفاده از زیرنویس در ویدئوهاست. این نکته جذابیت زیادی برای کاربران دارد؛ چراکه بدون نیاز به گوش دادن به ویدئوی اصلی، به آنها شرایط تازه را اهدا می‌کند. یادتان باشد، شما برای اثرگذاری بر روی مخاطب باید دائما از ایده‌های تازه رونمایی کنید. شاید بخشی از این کار مربوط به استفاده از ایده‌های تازه است. این امر به شما کمک می‌کند تا بدون هیچ مشکلی کارتان در حوزه بازاریابی را جلو ببرید. خب در اینجا وقتی کاربران با مشکل گوش دادن به صدای ویدئوها رو به رو هستند، بازاریاب‌های خلاق خیلی زود برای آن راهکاری پیدا خواهند کرد. پس منتظر چه هستید؟ همین حالا دست به کار شده و ویدئوهای‌تان را به شیوه‌ای متفاوت‌تر طراحی کنید. این امر به شما فرصت خوبی برای تعامل با مخاطب خواهد داد. ماجرا جالب شد، نه؟

ما در دورانی زندگی می‌کنیم که تیم‌های بازاریابی باید بیشتر از هر زمان دیگری حواس‌شان به نیازهای مخاطب باشد. درست به همین خاطر اگر شما در این حوزه تعلل زیادی به خرج دهید، احتمالا از سوی رقبا کنار زده خواهید شد. فکر می‌کنم شما هم برندهایی را سراغ دارید که بعد از مدت زمانی کوتاه دیگر صدای‌شان در حوزه بازاریابی به گوش کسی نمی‌رسد، مگر نه؟

محبوبیت بیشتر ویدئوهای کم‌هزینه

صرفه‌جویی یکی از ترندهای اساسی در میان تیم‌های بازاریابی خواهد بود. البته این امر ربطی به دعوت از مشتریان برای صرفه‌جویی ندارد. در عوض خودِ تیم‌های بازاریابی هستند که با بودجه‌های کمتر دست و پنجه نرم خواهند کرد. درست به همین خاطر شما باید آمادگی خود برای تعامل با مخاطب هدف را به هر قیمتی که شده حفظ کنید وگرنه اوضاع‌تان حسابی به هم می‌ریزد.

یادتان باشد، دوران طلایی بازاریابی با بودجه‌های کلان دیگر به پایان رسیده است. حالا هر کسب و کاری که مایل به تعامل با مخاطبش است باید سراغ تکنیک‌های مختلف برای کاهش هزینه‌ها برود. وگرنه هیچ شانسی برای تعامل با مخاطب هدف نخواهد داشت. در این میان نقش کمپین‌های بازاریابی انکارناپذیر خواهد بود. خب شما نمی‌توانید کلا طراحی کمپین را متوقف کنید، اما باید راهکارهایی برای کاهش هزینه‌ها در این رابطه پیدا کنید. این دقیقا همان چالشی است که بسیاری از تیم‌های بازاریابی حتی جوابی برای آن ندارند.

اگر نظر ما را بخواهید، استفاده از هوش مصنوعی در طول سال اخیر نقش مهمی در کاهش هزینه‌های بازاریابی داشته است. درست به همین خاطر شما باید خودتان را برای تعامل با مخاطب هدف براساس شیوه‌ای متفاوت آماده کنید. کاهش هزینه‌های بازاریابی یک شبه روی نمی‌دهد. در عوض شما باید در قدم اول هزینه‌های جاری را ارزیابی کرده و نقاطی که امکان کاهش هزینه دارد، مورد توجه قرار دهید. اشتباه برخی از تیم‌های بازاریابی تلاش برای کاهش یک شبه تمام هزینه‌هاست. این امر معمولا در قالب تعدیل نیروی شدید و همچنین کاهش تعداد کمپین‌ها خودش را نشان می‌دهد. راستش را بخواهید، این شیوه دیر یا زود کیفیت کمپین‌های شما را نیز تحت تاثیر قرار می‌دهد بنابراین باید کاهش هزینه‌ها را به طور اصولی دنبال کنید وگرنه خیلی زود شانس‌تان برای اثرگذاری بر روی مخاطب از بین خواهد رفت.

سخن پایانی

بازاریابی در طول سال‌های اخیر بر مدار محتوای ویدئویی جریان داشته است. با این حال ویدئو مارکتینگ بدون آشنایی با ترندهای تازه هیچ بازگشت سرمایه‌ای برای شما به همراه نخواهد داشت. درست به همین خاطر باید خودتان را برای اثرگذاری بر روی مخاطب به شیوه‌ای متفاوت آماده کنید. ما در این مقاله سعی کردیم برخی از ترندهای تازه در این حوزه را به اتفاق شما مرور کنیم. اگر شما هم دوست دارید در این حوزه بدل به کارشناسی همه فن حریف شوید، حالا دیگر تمام ترندهای موردنیاز را دم دست دارید. پس منتظر چه هستید؟ همین حالا کارتان را شروع کرده و اوضاع را به سود خود تغییر دهید.

منابع:
https://www.wordstream.com/blog/۲۰۲۴-video-marketing-trends

فرصت امروز
روزنامه مدیریتی - اقتصادی
چهارشنبه | ۱۱ بهمن ۱۴۰۲ | شماره ۲۴۱۱ | صفحه ۸
صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز
مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی
چاپ: ریحان
دفتر مرکزی: مطهری، خیابان علی‌اکبری، پلاک ۱۱۵
دفتر مرکزی: ۸۸۵۱۴۵۳۸
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۵۲۶۹۲۳
آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS
WWW.FORSATNET.IR
INFO@FORSATNET.IR