روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی

دوشنبه
۹ خرداد ۱۴۰۱

Mon.30 May 2022
۲۸ شوال ۱۴۴۳ - سال هفتم
شماره ۲۰۲۲
۸ صفحه - ۵۰۰۰ تومان

www.forsatnet.ir

روند نزولی بورس تهران همچنان ادامه دارد

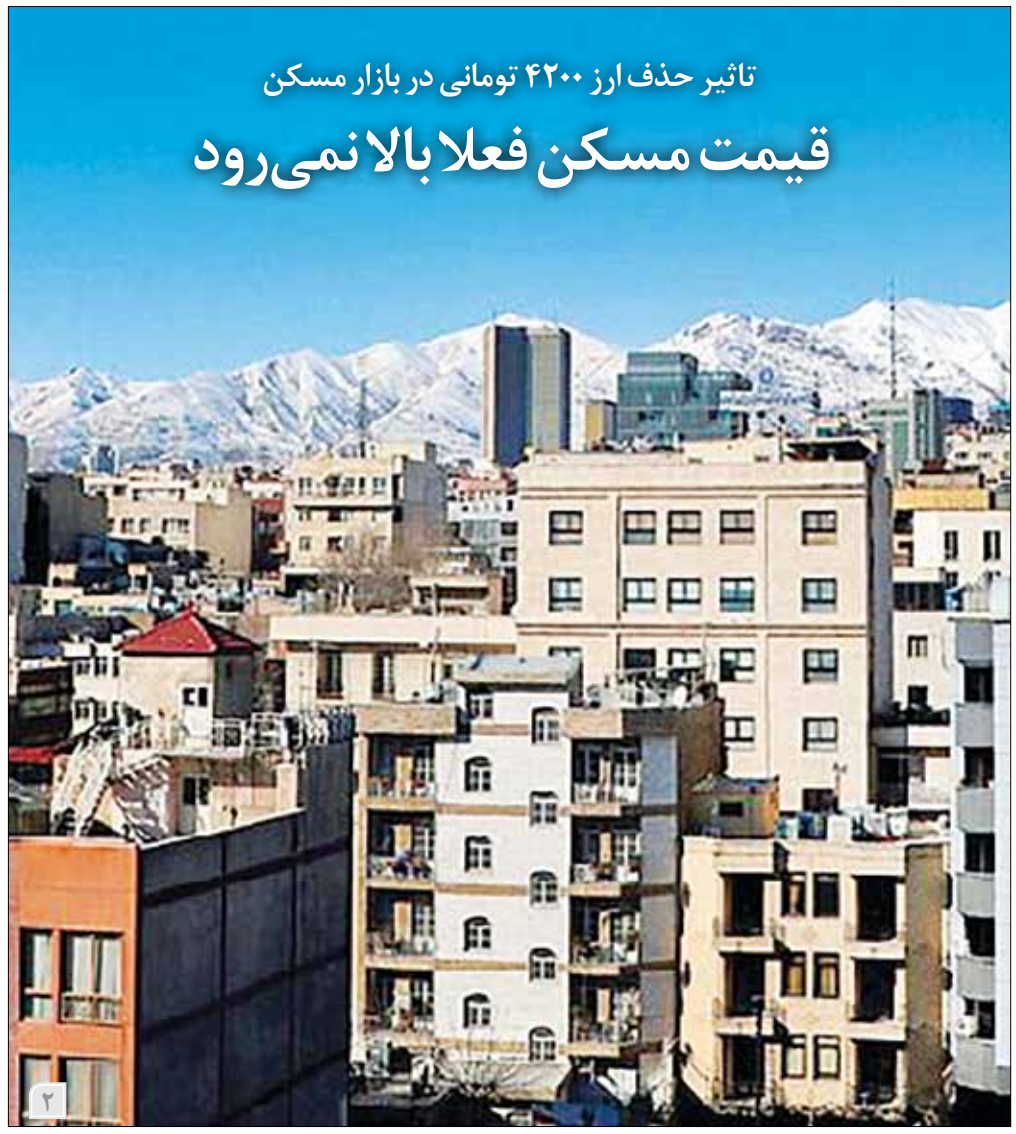
ریزش ۳ درصدی بورس در خرداد

فرصت امروز: شاخص کل بورس تهران پس از پنج هفته صعود متوالی بالاخره در هفته نخست خرداد از مدار صعود بازماند و این روند در هفته دوم خردادماه نیز ادامه دارد. شاخص کل بورس که از ابتدای امسال تا پایان اردیبهشت ماه به‌طور مداوم رشد کرده بود، از ابتدای خردادماه وارد یک دوره اصلاحی شده و تاکنون ۳,۳ درصد در خردادماه نزول کرده است. این روند در مبادلات هفته...

۴

تاثیر حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی در بازار مسکن

قیمت مسکن فعلا بالا نمی‌رود



۲

با کاهش نرخ مشارکت اقتصادی رخ داد

کاهش نرخ بیکاری در سال ۱۴۰۰

گزارش تازه مرکز آمار ایران نشـان می‌دهد که به واسطه کاهش ۰,۴ درصدی نرخ مشارکت اقتصادی در سال ۱۴۰۰، نرخ بیکاری نیز به همان اندازه کمتر شـده و ۰,۴ درصد نسـبت به سـال ۱۳۹۹ کاهش پیدا کرده است. بررسی نرخ بیکاری افراد ۱۵ ساله و بیشتر از سوی مرکز آمار ایران نشان می‌دهد که ۹,۲ درصد از جمعیت فعال در سال ۱۴۰۰ بیکار بوده‌اند که این شاخص نسبت به سال ۱۳۹۹ بالغ بر ۰,۴ درصد کاهش یافته است. اما نکته اینجاست که این کاهش نه به دلیل افزایش میزان اشتغال‌زایی بلکه ناشی از کاهش ۰,۴ درصدی نرخ مشارکت...

۴

قیمت تایرهای رادیال سواری ۳۰ درصد افزایش یافت

۵

مدیریت و کسب‌وکار

چطور برندتان را تبدیل به ترند توییتر کنید؟

این روزها توییتر به یکی از مکان‌های مهم برای بازاریابی و تعامل میان برندها و مشتریان بدل شده است. این امر به شما برای تاثیرگذاری هرچه بهتر با هزینه کمتر بر روی مخاطب هدف کمک می‌کند. بسیاری از برندها در چنین شرایطی وضعیت‌شان را با توجه به تغییرات توییتر ساماندهی می‌کنند. اگر شما هم مایل به فعالیت در توییتر هستید، تا همین حالا نیز زمان زیادی را از دست داده‌اید. امروزه هر برندی از همان ابتدای شروع به فعالیت در توییتر عضو می‌شود. بنابراین شما هم باید همین عملکرد را برای برندتان در نظر بگیرید، در غیر این صورت شاید هرگز فرصتی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و بهینه‌سازی وضعیت‌تان پیدا نکنید. فعالیت عادی در توییتر برای بسـیاری از برندها راضی‌کننده به نظر می‌رسـد. در این میان البته برندهایی هستند که فعالیت عادی برای‌شان تکراری است. اگر از طرفدارهای شبکه‌های اجتماعی باشید، خیلی خوب از...

۸

دریچه

آیا تحصیلات بیشتر باعث درآمد بالاتر می‌شود؟

رابطه علم و ثروت

فرصت امـروز: جایـزه نوبل اقتصاد در سال ۲۰۲۱ میلادی بـه سـه اقتصـاددان هلندی، آمریکایی و کانادایی به نام‌های «گویـدو آیمبنـز»، «جاشـوا انگریسـت» و «دیویـد کارد» بـرای نقـش جـدی آنهـا در توسعه روش‌های شناسایی علّی داده شـد. حوزه مطالعاتی این برندگان نوبل اقتصاد مشـخص می‌کند کـه آیا مثـلا بین ماه تولد انسـان‌ها و میزان درآمد و تحصیلات آنهـا ارتباطی وجود دارد یـا نه؟ البته واضح اسـت که ما از طالع‌بینی چینی حرف نمی‌زنیم، بلکه از روشی صحبت می‌کنیـم کـه برنـدگان نوبل اقتصاد ۲۰۲۱ اسـتفاده کردند تا آزمایش‌هایی را برای شناخت روابـط علّـی بیـن متغیرهای اقتصادی طراحـی کنند. نحوه مطلع شـدن برنـدگان جایزه نوبل نیز همیشـه با داستان‌ها و ماجراهای جالبی همراه بوده اسـت. سال گذشـته نیز وقتی «دیوید کارد» ۶۵ سـاله، استاد اقتصاد دانشـگاه برکلی آمریکا پس از یک پـرواز طولانی تازه از مراسـم تدفین مادربزرگش به خانه بازگشـته بـود و برای خواب شبانه آماده می‌شد، زنگ تلفنش به صدا درآمد.
هرچند او اندوهگین...

۲

در سال ۲۰۵۰ چطور زندگی خواهیم کرد؟

۹ تصویر از آینده جوامع بشری

فرصت امروز: هر جا که پای ما انسـان‌ها در میان باشد، یعنی تکامل هم در راه است. این حرفی اغراق‌آمیز نیست؛ هر عرصه‌ای را که در نظر بگیرید انسان‌ها باعث تغییر و تحول در آن شده‌اند و همیشه هم این روند به سمت آینده ادامه دارد و البته آشفتگی‌های خاص خود را نیز به همـراه می‌آورد. هرچند پیش‌بینی تحولات جامعه بشری و میزان تاثیرگذاری آنها، موضوعی نیست که بتوان به سـادگی انجامش داد، اما «ورلدنیـوز مانیتور» در یک گزارش جامع تلاش کرده اسـت اطلاعات حداقلـی در مورد آنچه آینده بـا خود به همـراه می‌آورد، عرضه کند، آینـده‌ای که اینجا از آن رونمایی می‌شود، حداکثر تا سال ۲۰۵۰ میلادی است.

جمعیت کجا زیاد و کجا کم می‌شود؟

در سـال ۲۰۱۹ گزارش افق جمعیت جهان توسط دپارتمان اجتماعـی و اقتصـادی سـازمان ملل متحد منتشـر شـد که برآوردهـای جالبی درخصوص جمعیت آینده زمین مطرح کرد. طبق این گزارش، جمعیت جهان تا اواسـط قرن بیسـت و یکم به ۹,۷۴ میلیارد نفر می‌رسـد، یعنی باید انتظار داشـت جهان ۲ میلیارد نفر بیشـتر از جمعیت کنونی‌اش داشـته باشد. البته این گزارش درباره نحوه توزیع این جمعیت اضافه در کشـورهای مختلـف جهان پیش‌بینی خاصی ارائه نکرد. واقعیت این اسـت که قاره آسـیا از اواسط قرن بیستم بیشترین سهم را در افزایش جمعیت جهان داشـته است. البته رشـد جمعیت در این قاره از اوایل قرن بیسـت و یکم رو به کاهش گذاشت و پیش‌بینی شده که تا سال ۲۰۳۰، رشد جمعیت آسیا بلاتغییر باقی بماند. با این حساب، جمعیت آسیا تا سال ۲۰۵۰ میلادی در حدود ۵ میلیارد نفـر باقی خواهـد ماند. بنابراین تنها یک قـاره باقی می‌ماند که پتانسیل افزایش جمعیت قابل توجهی دارد و آن هم آفریقاست. در حـال حاضر، آفریقا ۱,۳۶ میلیـارد نفر جمعیت دارد و انتظار مـی‌رود این جمعیت تا اواسـط قرن حاضر بـه ۲,۵ میلیارد نفر برسـد؛ یعنی ۸۳ درصد افزایش جمعیت. البته در صورت تحقق این موضوع هم باز آسـیا پرجمعیت‌ترین قاره جهان باقی خواهد مانـد و پس از آن، آفریقا، آمریکای لاتین و منطقه کارائیب، قاره اروپا، آمریکای شمالی و اقیانوسیه قرار خواهند داشت.

در شهرها چه اتفاقی رخ می‌دهد؟

بخش مهمی از تاثیر افزایش جمعیت در آینده بشر را باید در شـهرها جسـت‌وجو کرد. امروزه ۵۶ درصد از جمعیت جهان در مناطق شـهری زندگی می‌کنند؛ یعنـی تقریبا ۴,۴ میلیارد نفر. امـا تا سـال ۲۰۵۰ اوضاع تغییر خواهد کرد و پیش‌بینی شـده که جمعیت شهری به ۶,۶ میلیارد نفر برسد، یعنی ۶۸ درصد از کل جمعیت جهان ساکن شهرها خواهند بود. این بدان معناست که فشار مضاعفی در انتظار سیستم‌های زیست‌محیطی فعلی در شـهرهای بزرگ خواهد بود. آنها حتـی در زمان حال هم اوضاع خوبی ندارند؛ چه رسـد به اینکه فشـار مضاعفی را هم بخواهند تحمل کنند. معنای توسـعه شـهری این اسـت که زمین‌های بیشتری باید صاف شـود تا زیرساخت‌ها در آن به احداث برسد و منابع آب بیشـتری باید به سمت مراکز شـهری روانه شود و برق بیشتری برای استفاده آنها تولید شود و زمین‌های کشاورزی بیشـتری کاربری خود را از دسـت خواهند داد. تشـدید رشـد نامتناسب مناطق شهری و روستایی در آینده به این معنا خواهد بود که کشـاورزان کمتری مشـغول به کار خواهند بود و این در کنار تاثیـر گرمایش زمین و تغییرات اقلیمی می‌تواند تا سـال ۲۰۵۰ شـرایط سـختی را در تامین منابع غذایی بشر به وجود بیاورد. از همه بدتر اینکه تمام منابع موجود تا آن زمان فرسوده و احتمالا خالی خواهند شد، اما این همه ماجرا نیست. مشکل فقط به تولید مواد غذایی برنمی‌گردد، بلکه مسـئله فقر و کمبودهای مختلف اجتماعی هم مطرح اسـت. در چنین شرایطی احتمال اینکه معضلات بزرگ‌تری مثل خشـونت و بحران‌های انسـانی اتفاق بیفتند، بیشتر می‌شـود. البته می‌توان پیش‌بینی کرد که اوضاع آینده خیلی هم بد نخواهد بود. بشر موجود نوآوری است و بنابراین حتی در بدترین شـرایط آینده هم می‌تواند از راه‌های ابداعی، وضعیت خودش را بهتر کند.

ثروت ملل چه تغییری پیدا می‌کند؟

پیش‌بینی شده که تعادل اقتصادی جهان از حالا تا سال ۲۰۵۰ به شـدت دستخوش تغییر شـود. تغییرات در ثروت ملل مدتی است که شروع شـده، اما نتایج آن را می‌توان در سه دهه آینده مشاهده کرد. طبق پیش‌بینی «بلومبرگ» که سال ۲۰۲۰ منتشر شـد، ثبات اقتصـادی دوران پس از جنـگ جهانی دوم که ملل توسعه‌یافته از آن بهره‌مند شدند، در حال پایان است. به صورت خلاصه می‌تـوان گفت که اقتصاد جهان نوعـی تغییر در مرکز ثقل خود را شـاهد خواهد بود. سنگینی وزن ثروت که در دوران مدرن در جهان غرب دیده می‌شـد، حالا به سـمت اقتصادهای در حال توسـعه و اقتصادهای نوظهور در حال حرکت اسـت. در درجه اول، چین تا سـال ۲۰۳۵ در زمینه تولید ناخالص داخلی از آمریکا پیشی گرفته و به بزرگ‌ترین اقتصاد جهان بدل خواهد شد. همچنین تا سال ۲۰۵۰، سهم آسیا از تولید ناخالص داخلی جهانی به بیش از ۵۰ درصد خواهد رسـید و پیش‌برنده‌های آن هم چین و سـپس هند خواهند بود. آمریکای شمالی و اروپا هر یک سـهم ۲۰ درصدی از تولیـد ناخالص داخلی جهان خواهند داشت و بقیه جهان، سهمی نزدیک به ۱۰ درصد خواهد داشت.

اگر بخواهیم درباره ثروتمندترین کشـورهای جهان در آینده پیش‌بینی کنیم، ابتدا باید به فهرست ده‌تایی کنونی این کشورها اشـاره نماییم: آمریکا، چین، ژاپن، آلمان، فرانسه، هند، انگلیس، برزیـل، ایتالیا و کانادا. اما پیش‌بینی شـده که تا سـال ۲۰۵۰ تغییراتی در این فهرست به وجود بیاید و ثروتمندترین کشورهای جهان به این ترتیب باشـد: چین، آمریکا، هند، اندونزی، آلمان، ژاپن، برزیل، فرانسه، انگلیس و ترکیه. این بدان معناست که برای اولین بار از زمان امپریالیسـم تاکنون، ثروتمندترین کشورهای جهان دیگر فقط در اروپا و آمریکای شـمالی نخواهند بود؛ بلکه کشـورهای آسـیایی و آمریکای لاتین هم در صدر جدول قابل مشـاهده خواهند بود. همچنین گمانه‌زنی در مـورد بزرگ‌ترین اقتصادهای بعدی جهان نشـان می‌دهد که کشـورهای خارج از اروپا و آمریکای شمالی، آینده خوبی در پیش دارند و از میان آنها می‌توان به روسـیه، آرژانتین، آفریقای جنوبی، عربستان، ویتنام، نیجریه، مکزیک، لهستان، مالزی، بنگلادش، کلمبیا، مصر، ایران، هلند، پاکستان، فیلیپین و تایلند اشاره کرد.

با دنیای اینترنت چه خواهیم کرد؟

بیش از نیمی از جمعیت جهان حالا به اینترنت دسترسی دارند و پیش‌بینی شده تا سال ۲۰۵۰ این رقم خیلی بالاتر برود؛ یعنی به ۹۰ درصد برسـد. همچنین دستگاه‌های هوشمند در منازل و گجت‌های مختلف نیز تا سال ۲۰۵۰ کاربران بسیار بیشتری پیدا خواهند کرد. این هوشمندی مضاعف دستگاه‌های آینده همگی وابسـته به الگوریتم‌هـای ریزیادگیری ماشـینی، الگوریتم‌های پیش‌بینی و موارد مشـابه خواهد بود. این تکنولوژی‌ها که نحوه پـردازش اطلاعات توسـط انسـان‌ها را تقلید کـرده و از آن یاد می‌گیرند، یـک راه دیگر را هم در آینده بـاز خواهند کرد و آن هم استفاده گسترده از ایمپلنت (ابزار مصنوعی) عصبی در بدن انسـان‌ها خواهد بود. با دستگاه‌هایی مانند نورالینک، مردم قادر خواهند بود هم‌کنشگری جالبی با کامپیوترها و دستگاه‌های دیگر داشته باشند.

این تحولات باعث خواهند شـد که گـذار از اقتصاد فیزیکی به دیجیتال تسریع شـود. رشد در اقتصاد دیجیتال، داده-محور اسـت و ارزشمندترین منبع آن هم محتواسـت. از سوی دیگر، اوج‌گیری اینترنت اشیا را شاهد خواهیم بود که در چارچوب آن، جهان واقعی به اینترنت شباهت پیدا خواهد کرد. به همین سیاق، امنیت اطلاعات در آینده بسـیار مهمتر خواهد شد و در مقابل، حریم خصوصی اهمیت خود را از دست خواهد داد. از همین حالا هم دوربین‌ها، حسگرها و نشانگرهای دیجیتال در همه‌جا پراکنده هسـتند و این روند در آینده تشدید خواهد شد. سپس اطلاعات جمع‌آوری‌شده با استفاده از سیستم‌های پیچیده هوش مصنوعی به کار گرفته خواهند شد و الگوها و عادت‌ها و رفتارهای مختلف افراد بر همین مبنا قابل انتظار و پیش‌بینی خواهند بود و حتی در طبقه‌بندی‌های مخصوص به خود جا خواهند گرفت.

مشاغل جدید از کجا می‌آیند؟

شاید مهمترین حرفی که بتوان درباره صنایع و مشاغل آینده زد، این اسـت که ترندهای تکنولوژیک با چنان سرعتی در حال تغییر هستند و خواهند بود که روش کار، ارتباط، خرید و مصرف ما را در آینده بسیار بیشتر از قبل دگرگون خواهند کرد. این وضع طبیعتا باعث به وجود آمدن شغل‌ها و فرصت‌های سرمایه‌گذاری کاملا متفاوتی می‌شـود و به قول معروف هرچه را که مربوط به کسب و کار است متحول می‌کند. چهار ترند اصلی را می‌توان در این راستا بررسی کرد: بیکاری تکنولوژیک، مشاغل انعطاف‌پذیر، کوچک‌شدن سیستم تولید و رمزارزها و بلاک‌چین‌ها.

در گام نخست، اتوماسیون و انجام خودکار امور حتی در زمان حال هم دارد اهمیت برخی مشاغل فیزیکی را کم می‌کند و این وضع با گسترش سیسـتم‌های روبوتیک و یادگیری ماشینی در آینده بسیار شدیدتر خواهد شد. در گام دوم، هرچه سیستم‌های اتوماتیک بیشـتری در مسـیر تولید فیزیکی مورد استفاده قرار گیرند، رشد مشاغل نیز بیش از پیش روی تولید محتوا و مالکیت معنوی متمرکز خواهد شـد. این مسئله در کنار تکنولوژی‌های پیشـرفته وایرلس باعث خواهد شـد دورکاری هرچه بیشـتر و در امور بسـیار متفاوت‌تری انجام‌پذیر باشـد. در گام سوم، امور صنعتی به دلیل استفاده از سیستم‌های روبوتیک بسیار محدودتر خواهند شد و بنابراین کوچک‌شدن سیستم‌های تولید به صورت خودبه‌خود در اقتصادهای تکنولوژیک آینده رخ خواهد داد. نهایتا هرچه فعالیت‌های اقتصادی بیشـتری به صـورت آنلاین انجام گیرد، امکان مرکززدایی و معاملات مطمئن‌تر ایجاد خواهد شد. رویه مرکززدایی با اسـتفاده از رمزارزها و بلاک‌چین‌ها آسـان‌تر خواهد شـد و آنها جایگزیـن معاملات متعـارف بانکی و پولی خواهند شد.

در فضا چه اتفاقی خواهد افتاد؟

تا سال ۲۰۵۰ انتظار می‌رود که صنعت فضایی تجاری به شدت رشد کند و ارزشش به چندین تریلیون دلار برسد. این در شرایطی رخ خواهـد داد کـه امکانات بسـیار عظیم در عرصـه مخابرات، خدمات اینترنت، ماهواره‌های تحقیق و توسـعه و سوخت‌رسانی اقماری در اختیار این صنعت قرار خواهد گرفت. واقعیت اینجاست که فضا دارد دست‌یافتنی‌تر از گذشته می‌شود و هزینه‌های سفر به فضا پایین‌تر می‌آید. این به خاطر پیشرفت‌هایی است که در زمینه راکت‌های قابل اسـتفاده مجدد و تجهیزات مشابه صورت گرفته اسـت. بنابراین تا اواسط قرن بیست و یکم یا همان سال ۲۰۵۰، ممکن اسـت حتی به گردشگری فضایی، اقامت در هتل‌هایی در فضا و موارد مشابه هم برسیم. ماموریت‌های تجاری فضایی به ماه، گردشـگری در ماه و حتی اسـتخراج مواد معدنی از فضا همگی می‌توانند در آینده از رویا به واقعیت بدل شـوند. به خصوص اگر اسـتخراج مواد معدنی از خرده‌سـیاره‌های نزدیک به زمین قابل انجام باشـد، فلزات ارزشمندی به دست خواهد آمد که می‌توانند اقتصـاد جهان را دگرگون کنند. پا گرفتن صنعت فضایی تجاری می‌تواند واقعا آینده بشر را تغییر دهد.

با گرمایش زمین چه خواهیم کرد؟

چندیـن دهه می‌گـذرد از زمانـی که دانشـمندان دریافتند دمای زمین دارد به شـکل خطرناکی بالا می‌رود. گرمایش زمین نتیجه مسـتقیم فعالیت‌های بشـر روی محیط زیست و مصرف سوخت‌های فسیلی است که به افزایش سطح گازهای گلخانه‌ای و به خصوص دی اکسـید کربن منجر شده اسـت. البته میزان افزایـش دما در همه نقاط جهان یکسـان نیسـت و براسـاس پیش‌بینی‌ها، در مناطق مرکزی و شرقی آمریکای شمالی، مناطق مرکزی و جنوبی اروپا، منطقه مدیترانه، شـمال آفریقا و آسیای مرکزی و همچنین آفریقای جنوب صحرا بیشـتر از بقیه خواهد بود. در مناطقی که نزدیک به قطب‌ها واقع شده‌اند نیز مدت فصل غیریخی افزایش خواهد یافت. پیش‌بینی شـده تا سـال ۲۰۵۰ مدار قطب شمال حتی تابستان‌های بدون یخ را هم تجربه کند. این یعنی سیسـتم جریان اقیانوس‌ها تحت تاثیر قرار می‌گیرد و آب‌های رهای بیشـتری گرما را جذب کرده و بخار می‌شـوند و بنابرایـن دمای اقیانوس‌ها بالا خواهـد رفت و این هم باعث آزاد شدن ذخایر گاز متان در اعماق اقیانوس منجمد شمالی خواهد شـد. این دور باطل تنها به گرمایش بیشـتر زمین می‌انجامد و آینده بشر روی زمین را بیشتر به خطر خواهد انداخت.

جنگ آب بین کدام کشورهاست؟

در بسیاری از مناطق جهان، صنعتی‌شدن سریع و نیز افزایش جمعیت باعث کمبود شدید آب شده است. در چین، مصر، هند، پاکستان، مکزیک و آمریکا مناقشه بر سر آب بسیار جدی است. علاوه بر درگیری‌های محلی و منطقه‌ای، آب تا سـال ۲۰۵۰ به یک مناقشه مهم بین‌المللی بدل خواهد شد. این یعنی کشورهای همسـایه بر سـر دسترسـی به منابع مشـترک آب به روی هم اسـلحه خواهند کشید و این مسـئله به خصوص در کشاورزی خودش را نشـان خواهد داد. در سـال‌های اخیـر، مفهوم «آتی آب» هـم مثل آتی فلزات گران‌بها یا نفت بر سـر زبان‌ها افتاده است. بنابراین مناقشـه آب علاوه بر تبعات سنگین ژئوپلیتیکی و زیست‌محیطی‌اش، دارد کم‌کم در بازارهای مالی نیز نقش ایفا می‌کند. معنایش این اسـت که در آینده، این نقش بسیار مهم‌تر هم خواهد شـد. در سال‌های اخیر، تکنولوژی نمک‌زدایی از آب هم بسـیار مورد توجه قرار گرفته و سرمایه‌گذاری‌های زیادی در آن انجام شـده و به نظر می‌رسد سـرمایه‌گذاری‌های مشابه در آینده نیز ضروری باشـد. آنچه که علـم جدید آرکولوژی نامیده شده (ترکیب اکولوژی و معماری) احتمالا در آینده، مسئله آب را در فضاهای شهری با تمرکز بیشتری بررسی خواهد کرد.

انرژی‌های سبزتر از کجا می‌آیند؟

این‌همه بدی‌های تغییرات اقلیمی را گفتیم، این را هم بگوییم که گرمایش زمین باعث شـد تکنولوژی‌های خوب و پیشـرو در عرصـه انـرژی، تولید و حمل و نقل هم مـورد توجه قرار گیرند. این روند به خصوص در زمینه انرژی‌های تجدیدپذیر، خودروهای برقی و سایر تکنولوژی‌های سبز تا سال ۲۰۵۰ با سرعت پیشرفت خواهـد کرد. هزینه‌ها در این حوزه‌ها کاهش خواهد یافت، رقابت بـالا خواهد رفت و البته میزان آزادشـدن گازهای گلخانه‌ای نیز کاهش می‌یابد. در سـال ۲۰۱۸ حدود ۲۸ درصد از برق تولیدی جهان از منابع انرژی تجدیدپذیر تولید شـده بـود و از آن میان هم انرژی برق‌آبی سـهم ۴۵ درصدی، انرژی هسـته‌ای سهم ۲۸ درصدی، انرژی بادی سهم ۱۳ درصدی، انرژی خورشیدی سهم ۶ درصدی و سوخت‌های زیستی سهم ۵ درصدی داشتند و ۳ درصد هم سهم منابع متفرقه بود، اما پیش‌بینی سازمان اطلاعات انرژی آمریکا این است که تا سال ۲۰۵۰ سهم انرژی‌های تجدیدپذیر در تولید برق جهان به ۴۹ درصد برسـد. البته به دلیل از بین رفتن بسیاری از زمین‌های قابل کشت، چاره‌ای نیست جز آنکه مناطق شهری سـبزتر از گذشته شوند و کشاورزی شـهری، کشاورزی عمودی و کشـاورزی در آب مورد توجه قرار گیرند. تغییر سـبز دیگر هم استفاده از خودروهای الکتریک است که تا سال ۲۰۵۰ نیمی از بازار خودرو جهان را به خود اختصاص خواهند داد.

با تمام این اوصاف، بشر باز هم نمی‌تواند ادعا کند که اطلاعات کافی درباره آینده دارد. اصلا اقتصاد سال ۲۰۵۰ شاید برای ما که در سـال ۲۰۲۲ زندگی می‌کنیم، بسیار غیرقابل تشخیص باشد. احتمالش هست که تا آن زمان، نقش بانک‌ها و دولت‌های مرکزی از بین رفته باشد و ما در جهانی کاملا اینترنتی زندگی کنیم، اما در شرایطی که پیشرفت‌های تکنولوژیک با سرعت زیاد در حال رخداد هستند، واقعا نمی‌توان پیش‌بینی کرد که تا آن زمان چه خواهد شـد. تصمیمات ما در فاصله امروز تا سـال ۲۰۵۰ بسیار سرنوشت‌سـاز اسـت و می‌تواند راه نجات یا نابودی آینده برای فرزندان‌مان هم باشد.

دریچه

با کاهش نرخ مشارکت اقتصادی رخ داد

کاهش نرخ بیکاری در سال ۱۴۰۰

گزارش تازه مرکز آمار ایران نشان می‌دهد که به واسطه کاهش ۰,۴ درصدی نرخ مشارکت اقتصادی در سال ۱۴۰۰، نرخ بیکاری نیز به همان اندازه کمتر شده و ۰,۴ درصد نسبت به سال ۱۳۹۹ کاهش پیدا کرده است. بررسی نرخ بیکاری افراد ۱۵ ساله و بیشتر از سوی مرکز آمار ایران نشان می‌دهد که ۹,۲ درصد از جمعیت فعال در سال ۱۴۰۰ بیکار بوده‌اند که این شاخص نسبت به سال ۱۳۹۹ بالغ بر ۰,۴ درصد کاهش یافته است. اما نکته اینجاست که این کاهش نه به دلیل افزایش میزان اشتغال‌زایی بلکه ناشی از کاهش ۰,۴ درصدی نرخ مشارکت اقتصادی این گروه سنی در سال ۱۴۰۰ اتفاق افتاده است.

براساس گزارش مرکز آمار ایران، ۴۰,۹ درصد جمعیت ۱۵ ساله و بیشتر از نظر اقتصادی در سال گذشته فعال بوده‌اند، یعنی در گروه شاغلان یا بیکاران قرار گرفته‌اند. همچنین جمعیت شاغلان ۱۵ ساله و بیشتر در سال ۱۴۰۰ برابر با ۲۳ میلیون و ۴۴۷ هزار نفر بوده که نسبت به سال قبل از آن بیش از ۱۸۰هزار نفر افزایش یافته است. این در حالی است که در این سال بیش از ۶۹۰ هزار نفر به جمعیت ۱۵ساله و بیشتر نسبت به سال ۱۳۹۹ افزوده شده اما تنها ۸۵ هزار نفر از آنها مشارکت اقتصادی داشته‌اند و نرخ مشارکت اقتصادی در این جمعیت در سال ۱۴۰۰ به منفی ۰,۴ درصد رسیده است.

بررسی اشتغال در بخش‌های عمده اقتصادی نشان می‌دهد که در سال ۱۴۰۰، بخش خدمات با ۴۹,۸ درصد بیشترین سهم اشتغال را به خود اختصاص داده است. در مراتب بعدی نیز بخش‌های صنعت با ۳۳,۸ درصد و کشاورزی با ۱۶,۳ درصد قرار دارند. نرخ بیکاری جوانان ۱۵ تا ۲۴ ساله حاکی از آن است که ۲۳,۷ درصد از فعالان این گروه سنی در سال ۱۴۰۰ بیکار بوده‌اند که مشابه نرخ بیکاری این گروه در سال ۱۳۹۹ بوده است. همچنین این نرخ در گروه سنی ۱۸ تا ۳۵ ساله حدود ۱۶,۵ درصد بوده که نسبت به سال ۱۳۹۹ به میزان ۰,۲ درصد کاهش یافته است.

بررسی سهم جمعیت ۱۵ ساله و بیشتر دارای اشتغال ناقص در سال ۱۴۰۰ نشان می‌دهد که ۱۰,۲ درصد جمعیت شاغل به دلایل اقتصادی (فصل غیرکاری، رکود کاری، پیدا نکردن کار با ساعت بیشتر و...) کمتر از ۴۴ ساعت در هفته کار کرده و آماده برای انجام کار اضافی بوده‌اند. این در حالی است که ۳۷,۸ درصد از شاغلان ۱۵ ساله و بیشتر، ۴۹ ساعت و بیشتر در هفته کار کرده‌اند. سهم اشتغال ناقص در سال ۱۴۰۰ نسبت به سال قبل ۰,۷ درصد افزایش داشته است. همچنین این نتایج گویای آن است که در سال ۱۴۰۰ جمعیت شاغل کشور به طور متوسط ۴۳,۵ ساعت در هفته کار کرده‌اند.

در سال گذشته سهم جمعیت بیکار فارغ‌التحصیل آموزش عالی از کل بیکاران ۴۰,۳ درصد بوده است. این سهم در بین زنان نسبت به مردان و در نقاط شهری نسبت به نقاط روستایی بالاتر است. بررسی تغییرات این شاخص نشان می‌دهد که نسبت به سال قبل از آن ۱,۴ درصد افزایش داشته است. همچنین نتایج گویای آن است که در سال ۱۴۰۰، سهم جمعیت شاغل فارغ‌التحصیل آموزش عالی از کل شاغلان ۲۵,۸ درصد بوده است. این سهم در بین زنان نسبت به مردان و در نقاط شهری نسبت به نقاط روستایی بالاتر است. با بررسی تغییرات مشاهده می‌شود که این شاخص نسبت به سال قبل از آن ۰,۸ درصد افزایش داشته است.

چرخش فشار تورمی به سمت دهک فقیر ادامه دارد

فاصله تورمی دهک‌ها در میانه بهار

مطابق گزارش مرکز آمار، فاصله تورمی دهک‌ها در اردیبهشت ماه ۰,۲ درصد کاهش داشته، اما همچنان دهک اول درآمدی به‌عنوان فقیرترین دهک به‌دلیل سهم بالای خوراکی‌ها در سبد مصرفی، بیشترین نرخ تورم معادل ۴۱,۲ درصد را متحمل شده است.

اگرچه نرخ تورم کل کشور در اردیبهشت ماه ۱۴۰۱ طبق گفته مرکز آمار ایران، ۳۸,۷ درصد بوده است، اما این عدد در دهک‌های مختلف هزینه‌ای در بازه ۳۷,۹ درصد برای دهک نهم تا ۴۱,۲ درصد برای دهک اول نوسان دارد. همچنین تورم سالانه گروه عمده «خوراکی‌ها، آشامیدنی‌ها و دخانیات» در اردیبهشت امسال بین ۴۹,۳ درصد برای دهک اول تا ۵۰ درصد برای دهک دهم متفاوت بوده است. این بازه در مورد گروه عمده «کالاهای غیرخوراکی و خدمات» نیز بین ۳۲,۱ درصد برای دهک اول تا ۳۵ درصد برای دهک دهم تجربه شده است.

گزارش مرکز آمار نشان می‌دهد فاصله تورمی دهک‌ها در اردیبهشت ماه به ۳,۴ درصد رسیده که نسبت به فاصله تورمی ۳,۶ درصدی در ماه قبل، ۰,۲ درصد کاهش نشان می‌دهد. همچنین با وجود تفاوت درآمدی دهک اول با دهک دهم، میزان تورم تجربه‌شده از سوی این دو دهک نسبت به ماه قبل اندکی به یکدیگر نزدیک شده است. فاصله تورمی در گروه عمده «خوراکی‌ها، آشامیدنی‌ها و دخانیات» نیز نسبت به ماه قبل ۰,۵ واحد درصد افزایش داشته و در گروه عمده «کالاهای غیرخوراکی و خدمات» هم نسبت به ماه قبل ۰,۲ واحد درصد افزایش یافته است. به طور کلی، در اردیبهشت ماه امسال دهک دهم و دهک اول درآمدی به‌طور مشترک بالاترین تورم دهکی را تجربه کردند و شاهد افزایش ۴۱,۲ درصدی در سبد کالا و خدمات مصرفی‌شان بودند. این در حالی است که بخش عمده کالا و خدمات مصرفی دهک دهم را خدمات و کالاهای غیرخوراکی تشکیل می‌دهند، اما بخش عمده سبد مصرف خانوار دهک اولی متشکل از کالاهای خوراکی و آشامیدنی است. درحالی‌که سهم کالاهای خوراکی و آشامیدنی در سبد دهک اول سهمی بیش از ۴۳درصد دارد، در دهک درآمدی دهم تنها ۱۷,۲ درصد است. همین تفاوت موجب می‌شود تا رشد بالاتر قیمت کالاهای خوراکی، تورم بیشتری را به دهک‌های کم‌درآمدتر مانند دهک اول درآمدی تحمیل کند و بیش از سایر دهک‌ها متأثر شود.

آیا تحصیلات بیشتر باعث درآمد بالاتر می‌شود؟

رابطه علم و ثروت



فرصت امروز: جایزه نوبل اقتصاد در سال ۲۰۲۱ میلادی به سه اقتصاددان هلندی، آمریکایی و کانادایی به نام‌های «گویدو آیمبنز»، «جاشوا انگریست» و «دیوید کارد» برای نقش جدی آنها در توسعه روش‌های شناسایی علّی داده شد. حوزه مطالعاتی این برندگان نوبل اقتصاد مشخص می‌کند که آیا مثلا بین ماه تولد انسان‌ها و میزان درآمد و تحصیلات آنها ارتباطی وجود دارد یا نه؟ البته واضح است که ما از طالع‌بینی چینی حرف نمی‌زنیم، بلکه از روشی صحبت می‌کنیم که برندگان نوبل اقتصاد ۲۰۲۱ استفاده کردند تا آزمایش‌هایی را برای شناخت روابط علّی بین متغیرهای اقتصادی طراحی کنند. نحوه مطلع شدن برندگان جایزه نوبل نیز همیشه با داستان‌ها و ماجراهای جالبی همراه بوده است. سال گذشته نیز وقتی «دیوید کارد» ۶۵ ساله، استاد اقتصاد دانشگاه برکلی آمریکا پس از یک پرواز طولانی تازه از مراسم تدفین مادربزرگش به خانه بازگشته بود و برای خواب شبانه آماده می‌شد، زنگ تلفنش به صدا درآمد. هرچند او اندوهگین درگذشت مادربزرگش بود، اما هنوز آنقدر شوخ‌طبعی داشت که در جواب کسی که از استکهلم تماس گرفته و خودش را «آدام اسمیت» معرفی کرده بود، با خنده بگوید: «شنیده بودم که «آدام اسمیت» می‌خواهد با من تماس بگیرد.» شوخی با تشابه اسمی دبیر علمی وب‌سایت جایزه نوبل و پدر علم اقتصاد، شروع مکالمه تلفنی یکی از سه برنده نوبل اقتصاد ۲۰۲۱ بود که این جایزه را به پاس تلاش‌هایش برای «مطالعات تجربی در زمینه بازار کار» دریافت کرده است.

تحلیل اقتصادی با روش آزمایشگاهی

اهمیت مطالعات تجربی و آزمون‌های میدانی در سال ۲۰۱۹ نیز مورد توجه آکادمی نوبل قرار گرفت و جایزه نوبل اقتصاد را برای سه اقتصاددانی که تمرکز مطالعاتی خود را در این زمینه قرار داده‌اند، یعنی «آبیجیت بانرجی»، «استر دوفلو» و «مایکل کرمر» به همراه آورد. آزمایش میدانی، روشی است که در علوم پزشکی، سابقه طولانی دارد. در این روش برای بررسی اثر یک عامل مداخله‌گر مثلا یک داروی جدید، افراد مورد مطالعه را به حداقل دو گروه تقسیم می‌کنند. عامل مداخله‌گر به یکی از این گروه‌ها که گروه مداخله نام دارد، داده می‌شود. گروه دیگر، گروه کنترل نامیده می‌شود. سپس نتایج بین دو گروه مقایسه و مشخص می‌شود که عامل مداخله بر بهبود بیماری موثر است یا نه.

شاید نتایج مطالعات «دیوید کارد» برای ما ایرانیان ملموس‌تر باشد. یکی از مهمترین پژوهش‌های او درباره تأثیر حداقل حقوق بر بازار کار است. در کشورمان هر ساله در انتهای اسفندماه شورای عالی کار حداقل دستمزد سال آینده کارگران را تعیین می‌کند و بدین ترتیب، دو گروه از کارشناسان مقابل هم قرار می‌گیرند؛ گروهی که مخالف افزایش حداقل دستمزد هستند و معتقدند به دلیل افزایش هزینه‌های تولید، احتمالا کارفرماها نیروی کار خود را تعدیل می‌کنند و نتیجه افزایش حداقل دستمزد، افزایش بیکاری است. گروهی دیگر نیز به نرخ تورم اشاره می‌کنند و در حمایت از معیشت نیروی کار، خواهان افزایش بیشتر حداقل دستمزد هستند. بنابراین پرسش این است که با افزایش حداقل دستمزد، چه اتفاقی در بازار کار می‌افتد؟ «دیوید کارد» و همکارش «کروگر» با آزمایش تجربی به این سوال پاسخ دادند.

در اوایل دهه ۱۹۹۰، این باور در میان اقتصاددانان وجود داشت که حداقل دستمزد بالاتر به معنای کاهش اشتغال است، زیرا هزینه‌های دستمزد را برای کسب‌وکارها افزایش می‌دهد و مطالعاتی نیز وجود داشت که «همبستگی» منفی بین حداقل دستمزد و اشتغال را نشان می‌داد. با این حال، همچنان این پرسش وجود داشت که آیا افزایش حداقل دستمزد واقعا «علت» افزایش بیکاری است؟

ما دو بار یا در دو دنیای موازی زندگی نمی‌کنیم تا بتوانیم یکبار دستمزدها را افزایش دهیم و بار دیگر دستمزدها را کاهش دهیم تا تأثیر آن را بر بازار کار ببینیم. این روش آزمایش‌هایی است که در علوم دیگر مثل پزشکی استفاده می‌شود؛ به یک گروه دارو داده می‌شود و به گروه دیگر دارونما تا بتوان تأثیر دارو را سنجید، اما در علم اقتصاد باید به‌دنبال «مشاهدات واقعی» برای مطالعه چنین آثاری باشیم و این همان کاری است که برنده نوبل اقتصاد ۲۰۲۱ در رابطه با بازار کار انجام داد.

«کارد» و «کروگر» برای بررسی اینکه حداقل دستمزد چگونه بازار کار را متأثر می‌کند، یک آزمایشگاه واقعی در دسترس داشتند. حداقل دستمزد در ایالت نیوجرسی افزایش یافته و در پنسیلوانیا ثابت مانده بود. این دو اقتصاددان، کارکنان رستوران‌ها را (بازاری که در آن حداقل دستمزد اهمیت بیشتری دارد) به عنوان آزمایشگاه خود در نظر گرفتند. همه شرایط در این بازار کار، یکسان بود، غیر از عامل مداخله یعنی حداقل دستمزد. نتایج نشان داد که برخلاف باور رایج اقتصاددانان، افزایش حداقل دستمزد، تأثیری بر اشتغال نداشته است.

رابطه سطح تحصیلات و درآمد افراد

یکی از سوالات مورد علاقه اقتصاددانان، رابطه بین تحصیلات و درآمد است. به غیر از اقتصاددانان، جوانانی که می‌خواهند درباره ادامه تحصیل خود تصمیم بگیرند هم به پاسخ این پرسش علاقه‌مندند. مخصوصا متولدین دهه ۶۰ که موضوع همیشگی انشای دوران دبستان‌شان این بود: علم بهتر است یا ثروت؟ شاید در نگاه نخست، پاسخ این پرسش آسان باشد. مطالعات زیادی نشان می‌دهند همبستگی مثبتی بین تحصیلات و درآمد وجود دارد؛ یعنی افراد با تحصیلات بیشتر، درآمد بالاتری دارند، اما آیا معنایش این است که تحصیلات بیشتر، «علت» درآمد بالاتر است؟ پاسخ منفی است. «جاشوا انگریست»، استاد دانشگاه ام‌آی‌تی و «گویدو ایمبنز»، اقتصاددان دانشگاه استنفورد به عنوان دیگر برندگان نوبل اقتصاد ۲۰۲۱، به دلیل پاسخ به چنین پرسش‌هایی یعنی «تحلیل روابط علّی» انتخاب شدند. یکی از مطالعات مهم «انگریست» و همکارش «کروگر»، بررسی رابطه درآمد و تحصیلات بود. آنها نشان دادند درآمد افرادی که ۱۲ سال درس خوانده‌اند و به‌عنوان مثال دبیرستان را به پایان رسانده‌اند، ۱۲ درصد بیشتر از افرادی است که ۱۱ سال درس خوانده‌اند. همچنین درآمد افرادی که ۱۶ سال درس خوانده‌اند و مثلا لیسانس دارند، ۶۵ درصد بیشتر از افرادی است که ۱۱ سال درس خوانده‌اند، اما نمی‌توان «علت» این تفاوت را در تحصیلات دانست. آزمایش طبیعی چگونه می‌تواند در این مورد کمک کند؟ ما به یک عامل تصادفی نیاز داریم تا بتوانیم آزمایش خود را انجام دهیم. «انگریست» و «کروگر» از «زمان تولد» به عنوان این عامل تصادفی استفاده کردند. دانش‌آموزان در آمریکا با توجه به تاریخ تولدشان در ۱۶ یا ۱۷ سالگی می‌توانند تحصیلات خود را متوقف کنند. بنابراین کودکانی که در اوایل سال یعنی پیش از شروع سال تحصیلی متولد می‌شوند، می‌توانند پیش از دانش‌آموزانی که در اواخر سال به‌دنیا آمده‌اند مدرسه را ترک کنند. «انگریست» و «کروگر» مشاهده کردند گروه اول یعنی افرادی که در سه ماه نخست سال متولد شده‌اند، در مقایسه با گروه دوم یعنی افرادی که در سه ماه پایانی سال متولد می‌شوند، سال‌های کمتری را به تحصیل اختصاص می‌دهند.

بدین ترتیب، آنها توانستند رابطه علی بین تحصیلات و درآمد را نشان دهند و زمینه‌ساز مطالعات گسترده‌ای شوند. اکنون شواهد تجربی نسبتا قوی وجود دارد که نشان می‌دهد سرمایه‌گذاری در آموزش و تحصیلات بر موفقیت آینده دانش‌آموزان در بازار کار تأثیرگذار است. این مورد به ویژه برای دانش‌آموزانی که دچار محرومیتند، قوی‌تر است. مطالعه «انگریست» و «کروگر» همچنین مقدمه‌ای برای پژوهش‌های بیشتری شد که در آن، شناخت روابط علی در اولویت قرار گرفت. تمرکز مطالعاتی «انگریست» و دیگر برنده نوبل اقتصاد ۲۰۲۱، «گویدو آیمبنز» از دانشگاه استنفورد بر همین موضوع است. ما وقتی با داده‌های اقتصادی که با نمونه‌گیری از افراد جامعه به‌دست آورده‌ایم، می‌توانیم تشخیص دهیم چه فردی چه رفتاری داشته است، اما چرایی یک رفتار یا انتخاب را نمی‌دانیم؛ پس چگونه می‌توانیم رابطه علی بین متغیرها را مطالعه کنیم؟ نوآوری‌هایی که این سه اقتصاددان در مطالعات خود ارائه کردند، توانست راه را برای شناخت روابط علت و معلولی بین متغیرهای اقتصادی باز کند و به تعبیر آکادمی نوبل، به انقلابی در پژوهش‌های تجربی تبدیل شود.

تاثیر حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی در بازار مسکن

قیمت مسکن فعلا بالا نمی‌رود

اگرچه عمده نهاده‌های بخش ساختمان در داخل کشور تولید می‌شود اما مروری بر لیست دریافت‌کنندگان ارز ترجیحی نشان می‌دهد که در سال‌های اخیر بسیاری از شرکت‌های تولیدکننده فولاد، آهن، شیرآلات و حتی کاشی و سرامیک، ارز ۴۲۰۰ تومانی دریافت کرده‌اند. حال سوال این است که حذف پرداخت ارز ۴۲۰۰ تومانی به شرکت‌ها و کارخانجات چه تبعاتی برای بازارهای مختلف از جمله بازار مسکن خواهد داشت و اگر نظام یارانه‌ای اصلاح نمی‌شد چه اتفاقی رخ می داد؟ در پاسخ به این پرسش، حسن محتشم کارشناس بازار مسکن به ایسنا می‌گوید: حتی اگر حذف ارز ترجیحی منجر به تورم نهاده‌های ساختمانی شود، در کوتاه‌مدت به رشد قیمت‌ها در بازار مسکن منجر نخواهد شد، اما اگر روند افزایش قیمت دلار و تورم ادامه پیدا کند طبیعتا مسکن نیز در بلندمدت تاثیر می‌پذیرد.

او با بیان اینکه مسکن از مجموعه کالاها و خدمات شامل زمین، نیروی انسانی، خدمات و نهاده‌های ساختمانی تشکیل می‌شود و بخشی از نهاده‌های ساختمانی از حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی تاثیر می‌گیرد، ادامه می‌دهد: اما به طور مثال در شهر تهران که قیمت متوسط هر متر خانه حدود ۳۴ میلیون تومان است، این اقدام در کوتاه مدت تاثیر چندانی ندارد. قبل از حذف ارز ترجیحی نیز ما با تورم عمومی سنگین در کشور مواجه بودیم که نرخ مصالح ساختمانی و دستمزد به همین ترتیب افزایش یافته بود. حذف ارز دولتی مجددا می‌تواند روی قیمت‌ها تاثیرگذار باشد و بخش ساختمان را دچار تغییر قیمت کند؛ منتها بخش مسکن همیشه با تورم، یکسان پیش نمی‌رود. به عقیده محتشم، سال گذشته تورم حدود ۴۰ بود، در حالی که رشد قیمت مسکن در تهران به ۱۶ درصد رسید. پیش‌بینی می‌شود که امسال هم این روند ادامه می‌یابد، اما اگر قیمت ارز و تورم مرتبا افزایش یابد مجموعه کالاها و خدمات مرتبط با بخش مسکن نیز دچار رشد قیمت می‌شود که احتمال افزایش قیمت مسکن در آینده وجود دارد.

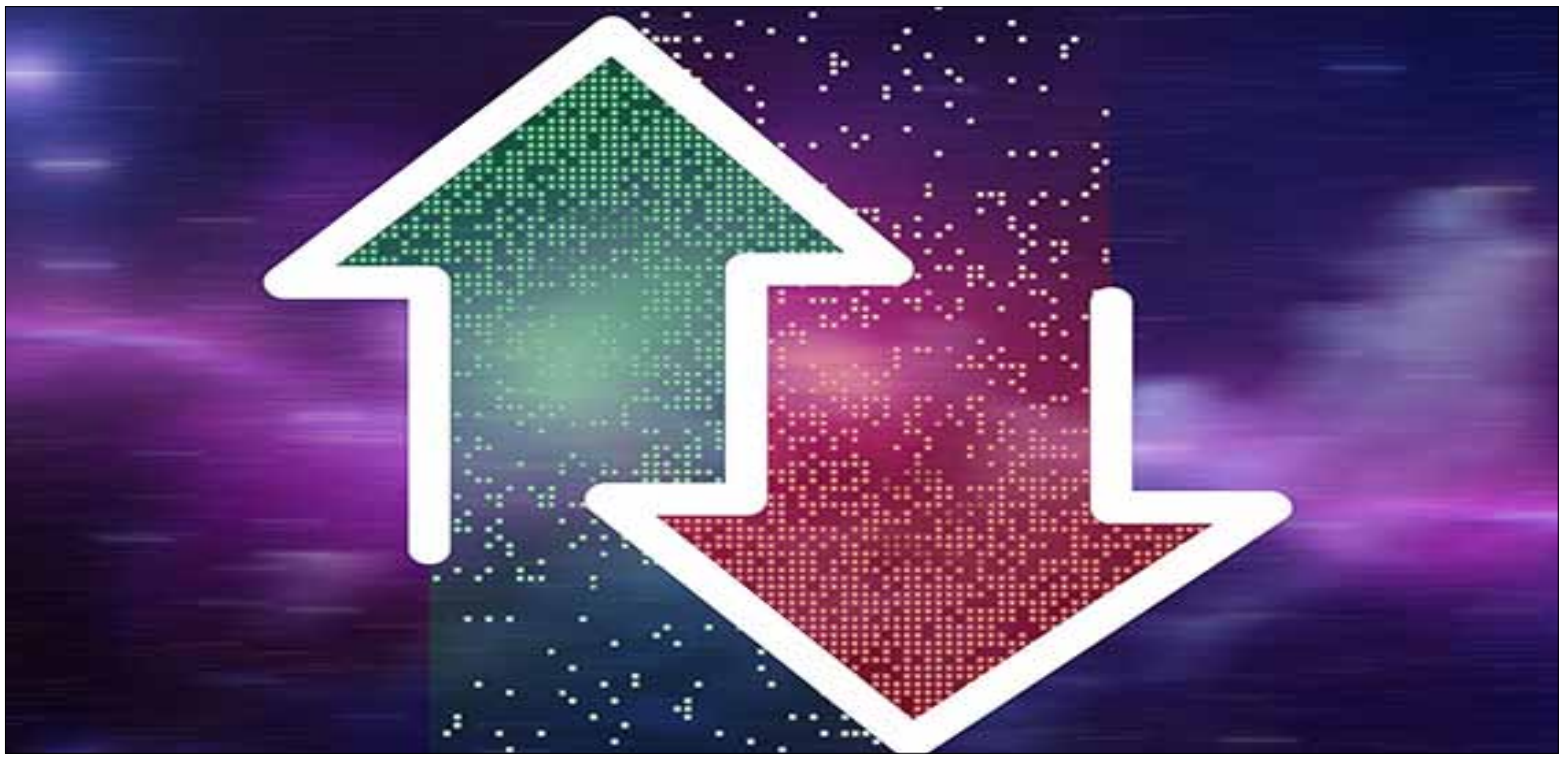
این کارشناس اقتصاد مسکن با اشاره به اینکه وقتی ارز چندنرخی می‌شود طبیعتا یک طبقه‌بندی در قیمت کالاها و خدمات به وجود می‌آید که برای اقتصاد خوب نیست، می‌افزاید: یک اقتصاد سالم باید از ارزها با یک نرخ مشخص تبعیت کند. وقتی دلار چندنرخی می‌شود قیمت تمام شده یک سری از کالاها بیشتر و برخی کالاها کمتر می‌شود. ارز ۴۲۰۰ تومانی مختص کالاهای ضروری بود. ابتدا ارز ترجیحی برخی داروها را حذف کردند و سپس در جریان اصلاح نظام یارانه‌ای ارز ۴۲۰۰ تومانی اقلام اساسی نیز حذف شد. برخی کارخانه‌های تولیدی برای واردات دستگاه‌ها یا نهاده‌های خود از این ارز که در واقع نوعی یارانه محسوب می‌شد استفاده می‌کردند و در نتیجه کالای آنها با قیمت تمام شده پایین‌تری تولید می‌شد، اما از آن طرف تورم افزایش می‌یافت که نوعی تناقض در این فرآیند را نشان می‌داد. دولت باید کنترل می‌کرد که اگر شرکتی از ارز ۴۲۰۰ تومانی برای واردات استفاده کرده، محصول خود را با قیمت تمام شده پایین به مردم عرضه کند اما این اتفاق به دلایلی رخ نداد.

عضو هیأت مدیره انجمن انبوه‌سازان استان تهران با اشاره به تفاوت نرخ ارز ۴۲۰۰ تومانی با قیمت ۳۰ هزار تومانی آن در بازار توضیح می‌دهد: این تفاوت فاحش می‌تواند منجر به سوءاستفاده‌هایی از طرف دریافت‌کنندگان ارز باشد. حالا دولت، رانت را حذف کرده و از این بابت خوب است اما خانوارها در هزینه‌های خود دچار مشکلاتی شده‌اند؛ اتفاقی که در حال حاضر افتاده این است که قیمت کالاها با دلار محاسبه می‌شود، در حالی که درآمد مردم به ریال است و حقوق کارمند و کارگر به نسبت رشد قیمت کالاها افزایش نیافته است. به گفته وی، دولت باید بتواند توان اقتصادی خانوارها را افزایش دهد. حذف ارز ترجیحی، تنها یکی از اقدامات ضروری برای اصلاحات اقتصادی است که منجر به مسدودکردن یکی از منافذ رانت می‌شود، اما باید برای پر کردن فاصله تورم با درآمدها فکری شود.

محمد عدالت‌خواه، دیگر کارشناس بازار مسکن نیز درباره اثرات احتمالی حذف ارز ترجیحی می‌گوید: یارانه مستقیم و در واقع رانتی که دولت به واردکنندگان و شرکت‌ها می‌داد هیچ اثر کاهشی در بازارها از جمله بازار مسکن ایجاد نمی‌کرد؛ کما اینکه قیمت مسکن در تهران از سال ۱۳۹۷ تاکنون بیش از ۶۰۰ درصد رشد کرده و به متوسط ۳۴ میلیون تومان در هر متر مربع رسیده است. با این وجود، اعلام خبر برداشتن ارز دولتی به عنوان یک عامل روانی در بازارها تاثیرگذار خواهد بود. از ابتدا اعلام شد صرفا قیمت کالاهای اساسی افزایش می‌یابد، اما واضح است که کالاهای مرتبط، زیرمجموعه‌های آنها و حتی کالاهای غیرمرتبط نیز با رشد قیمت مواجه می‌شوند که همین اتفاق نیز رخ داد.

چگونه در بازار رمزارزها سرمایه‌گذاری کنیم؟

۶ اشتباه در بازار کریپتو



فرصت امروز: این روزها کمتر کسی را پیدا می‌کنید که در مورد بیت‌کوین، اتریوم و سایر ارزهای دیجیتال چیزی نشنیده باشد. محبوبیت رمزارزها روز به روز در حال افزایش است و این روند به تحول بزرگی در سیستم پولی دنیا تبدیل خواهد شد. ایرانیان زیادی نیز در بازار رمزارزها فعال هستند و بررسی‌ها نشان می‌دهد که علاقه ایرانی‌ها به سرمایه‌گذاری بر روی دوج‌کوین، بیت‌کوین، کاردانو و اتریوم بیشتر از سایر ارزهای دیجیتال است. اگر در بازار کریپتو حاضر هستید، احتمالا شما هم چند باری ضرر کرده‌اید و سپس متوجه شده‌اید که با بازار به شدت پرنوسان و پرریسکی طرف هستید؛ کما اینکه قیمت بیت‌کوین در هفته‌های گذشته به شدت افت کرده است. جالب آنکه اغلب افراد در این زمینه خود را صاحبنظر می‌دانند و مطمئنا پیشنهادهای ریز و درشت زیادی از سمت همکاران و آشنایان به سمت شما روانه شده است. اینها بدترین اشتباهاتی هستند که در بازار رمزارز ممکن است انجام دهید. فراموش نکنید که اکثرشان منطقی به نظر می‌رسند و به همین خاطر تازه کارها در دامشان می‌افتند.

وقتی موقع اوج‌گیری خرید می‌کنید

این احتمالا یکی از بزرگترین اشتباهاتی است که فرد می‌تواند در این بازار انجام بدهد. وقتی می‌بینید یک رمزارز در بهترین دوران خود به سر می‌برد و همه به سمت آن هجوم آورده‌اند، شما هم وسوسه می‌شوید تکه‌ای از این جواهر را تصاحب کنید. این اشتباه عموما به دو علت رخ می‌دهد؛ اول اینکه حس می‌کنید روند رو به اوج آن رمزارز قرار است ادامه پیدا کند و دوم آنکه در لحظه‌ای که دارید بازار را رصد می‌کنید قیمت‌ها به طور لحظه‌ای بالا می‌رود. در این لحظه است که شما دچار رایج‌ترین احساس فعالان بازارهای مالی می‌شوید: «FOMO» یا ترس از جاماندن. سپس همان موقعی که شما خریدتان را انجام می‌دهید بازار شروع به سقوط می‌کند و شما طی چند روز ضرری ۳۰ تا ۵۰ درصدی می‌کنید. گاهی اوقات ضرر آنقدر بالاست که ترجیح می‌دهید رمزارزتان را بفروشید؛ به خصوص اگر یک رمزارز دیگر را ببینید که در حال اوج‌گیری است.

چطور اشتباه نکنیم؟ این واقعیت را بپذیرید که اگر شما درباره اوج‌گیری یک رمزارز می‌شنوید پس دیگر برای خرید در این فاز دیر شده و ریسک ضرر شما بسیار بالاست. بعد نمودار قیمت رمزارز مورد نظرتان را در سایت‌هایی مثل «coin market cap» نگاه کنید. بهتر است بزرگترین بازه زمانی را انتخاب کنید تا رفتار رمزارز را از لحظه شکلگیری تا حالا در یک نمودار ببینید. اینطوری خواهید دید اوج‌گیری کنونی روندی ادامه‌دار است یا نه. اگر هنوز شک دارید به سایتی مثل «Trading View» سر بزنید و رمزارزتان را در بازه زمانی روزانه قرار دهید و اندیکاتور باند بولینگر (Bollinger Bands) را روی آن اعمال کنید. اگر قیمت کنونی در نزدیکی سقف این اندیکاتور است یعنی واقعا دیر به بازی رسیده‌اید و بهتر است تا پایان این اوج‌گیری و سقوط بعد از آن صبر کنید.

تصور رشد نجومی مانند بیت‌کوین

شما فلان رمزارز را به خاطر قیمت پایینش می‌خرید چون تصور می‌کنید اگر هم اندازه بیت‌کوین رشد کند، میلیاردر خواهید شد. بنابراین شروع به خرید می‌کنید و قیمت‌ها خیلی سریع شروع به سقوط می‌کند و زمانی که ارزش سبد سرمایه‌گذاری شما به نصف می‌رسد تازه متوجه می‌شوید که در حوزه رمزارزها قیمت اهمیت خاصی ندارد. قرار نیست هر رمزارز قیمت پایینی مسیر بیت‌کوین و اتریوم را برود. چطور اشتباه نکنیم؟ وقتی می‌خواهید یک رمزارز را در وب‌سایت «coin market cap» بررسی کنید به جای نگاه به قیمت آن، به «Market Capp» یا ارزش بازار آن دقت کنید. چون نهایتا ارزش بازار است که نشان می‌دهد آن رمزارز چقدر می‌تواند رشد کند یا کوچک شود. وقتی ارزش بازار یک رمزارز ۱۰ میلیارد دلار است یعنی نمی‌تواند مثلا به اندازه رمزارز جدید با ارزش بازار ۱۰۰ میلیون دلار رشد داشته باشد و چند برابر شود.

سوال بعدی شما باید این باشد که اگر بخواهید به ماجرا واقع‌گرایانه نگاه کنید ارزش بازار رمزارز مورد علاقه‌تان چقدر می‌تواند رشد کند؟ چقدر ممکن است که سرمایه‌گذاری تازه در آن انجام شود و بازارش چقدر بزرگ خواهد بود؟ فراموش نکنید که به احتمال ۹۹ درصد قرار نیست رمزارز جذاب محبوب شما ارزش بازاری در اندازه‌های بیت‌کوین و اتریوم داشته باشد.

خرید رمزارز به خاطر حامی مشهور

اشتباه بعدی این است که شما فلان رمزارز را می‌خرید چون یک حامی مشهور دارد. این حامی مشهور می‌تواند آهنگساز، سیاستمدار و خودروساز (ایلان ماسک) باشد و می‌تواند به راحتی شما و دیگران را متقاعد کند رمزارز مشروع و آینده‌داری را خریداری می‌کنید، اما اصولا وقتی یک سلبریتی درباره رمزارزی توییت می‌کند لحظه‌ای است که شما و دیگران می‌خرید و آن سلبریتی و صاحبان پروژه می‌فروشند. این یعنی قیمت پس از یک اوج‌گیری اولیه سقوط خواهد کرد. چطور اشتباه نکنیم؟ اول آگاه باشید که حمایت سلبریتی از رمزارز، یک علامت خطر بزرگ است، چون پروژه‌های باکیفیت کریپتو عموما نیازمند هیچ بازاریابی‌ای نیستند؛ به خصوص این نوع از بازاریابی که آشکارا خریداران بی‌تجربه را هدف قرار می‌دهد. بعد بررسی کنید که آیا رمزارز ناگهان مشهورشده، اصلا پتانسیل رشد دارد یا نه: مثلا رمزارز مشکل خاصی را حل می‌کند؟ آیا روند انتشار آن تورمی است؟ و آیا توان رقابت با رمزارزهای مشابه را دارد؟ اکثر این اطلاعات را می‌توانید در اوراق سفید (white paper) آن رمزارز که توسط موسسانش نوشته شده پیدا کنید. اگر چنین چیزی وجود نداشت، باز هم یک علامت خطر دیگر پیش روی شماست.

به تحلیلگر محبوب‌تان اطمینان دارید؟

این اشتباه هم تقریبا مشابه اشتباه قبلی است، با این تفاوت که اصولا این شکل از خرید درست بعد از تماشای فیلم‌های تحلیلگران مشهور یوتیوب انجام می‌شود و این مطمئنا بدترین زمان برای خرید است. چرا؟ چون مشکل اصلی این نیست که تحلیلگر مورد علاقه‌تان ممکن است اشتباه کند. مشکل اینجاست که در بازار کنونی الگوریتم‌ها و هوش مصنوعی هم دست به خرید و فروش می‌زنند. زمانی که هوش مصنوعی متوجه می‌شود علاقه به رمزارزی خاص در شبکه‌های اجتماعی بالا رفته، شروع به فروش می‌کند و اگر در این لحظه جزو خریداران باشید مطمئنا سود نخواهید کرد. بنابراین خرید فلان رمزارز به خاطر آنکه تحلیلگر محبوب‌تان آن را تایید کرده، خطای مهلک بعدی است.

چطور اشتباه نکنیم؟ اول از همه بپذیرید که منطقی نیست به فلان تحلیلگر اطمینان کامل داشته باشید. او می‌تواند اشتباه کند یا اصلا دلایل پنهانی برای تحلیلش داشته باشد. تماشای تحلیل او در بهترین حالت می‌تواند بخشی از روند تحقیق شما باشد نه همه آن. بررسی کنید که تحلیلگر مورد علاقه‌تان روی رمزارز مورد نظر سرمایه‌گذاری کرده یا نه، همچنین ممکن است کل فیلم تبلیغ باشد که او باید در توضیحاتش به این مسئله اشاره کند.

تحت تاثیر فضای مجازی نباشید

یک اشتباه مهم دیگر در بازار کریپتو، این است که نوشته‌های افراد در شبکه‌های اجتماعی را جدی بگیرید و با دیدن کامنت دیگران در توئیتر شروع به خرید و فروش کنید. اگر انگلیسی‌تان خوب است احتمالا برای خواندن در مورد رمزارزها به توئیتر و ردیت (Reddit) مراجعه می‌کنید، حتما متوجه شده‌اید که فقط چند دقیقه مطالعه نوشته‌های دیگران کافی است تا هوس خرید فلان ارز به سرتان بزند یا بخواهید فلان ارزتان را به سرعت بفروشید. گاهی اوقات این پست‌ها واقعا قانع‌کننده‌اند و باعث می‌شوند در زمان اشتباه دست به خرید و فروش بزنید و نهایتا ضرر هنگفتی بکنید یا سود مهمی را از دست بدهید. چطور اشتباه نکنیم؟ فراموش نکنید افراد زیادی در شبکه‌های اجتماعی به نفع یا علیه فلان رمزارز می‌نویسند یا مقادیر فراوانی از آن رمزارز را خریده‌اند یا برای این کارشان پول می‌گیرند. حتما تحقیق خودتان را انجام دهید و اگر می‌بینید ادعاهای حامیان رمزارز قابل اثبات نیست و آنها می‌گویند مستقیما با تیم توسعه‌دهنده آن رمزارز حرف زده‌اند احتمالا با یک پروژه کلاهبرداری طرف هستید.

همه سرمایه را در صرافی نگه ندارید

اگر بخش عمده سرمایه‌تان را در فلان صرافی (هرچند معتبر) نگه می‌دارید یا رمزارزتان را در اختیار فلان پروژه مالی گذاشته‌اید تا سود ماهانه ببرید، احتمال آنکه ناگهان سرمایه‌تان را از دست بدهید بالاست. حامیان نگه داشتن پول در صرافی‌ها می‌گویند امنیت این صرافی‌ها به اندازه کیف پول شخصی شما بالاست و همزمان می‌توانید از سرمایه بی‌استفاده خود در صرافی سود هم ببرید (مثل حساب بانکی‌تان). اما ناگهان خبرش می‌آید که صرافی مورد علاقه‌تان هک شده (مثل ماجرای اخیر Crypto.com) و وقتی حساب‌تان را چک می‌کنید می‌بینید شما هم جزو کاربران هک شده هستید. حالا روزها و هفته‌ها باید با صرافی‌تان در تماس باشید تا شاید بتوانید سرمایه‌تان را زنده کنید؛ البته اگر صرافی‌تان جزو صرافی‌های مسئولیت‌پذیر باشد و تصمیم بگیرد ضرر کاربران را جبران کند.

چطور اشتباه نکنیم؟ اول مشخص کنید که می‌خواهید با رمزارزتان چه کنید. اگر قصدتان خرید و فروش در کوتاه مدت است فقط آن دسته از رمزارزهایی را که روزانه خرید و فروش می‌کنید در صرافی نگه دارید و بقیه را به کیف پول شخصی‌تان انتقال دهید. اگر میزان سرمایه‌تان بالاست بهتر است آن را به کیف پول سخت‌افزاری مخصوص کریپتو انتقال دهید. این کیف‌ها که شبیه فلش مموری هستند مطمئنا گران‌تر از دانلود کیف پول مجانی در تلفن همراه‌تان است اما امنیت آنها بسیار بالاتر است چون به اینترنت وصل نیستند و به آسانی هک نمی‌شوند.

آزمون سخت در اجرای بی‌ملاحظه قانون

فیش‌های حقوقی در آستانه انتشار قرار گرفت

ظاهرا تکلیف قانونی انتشار فیش‌های حقوقی قرار است در روزهای آینده اجرا شود، در حالی که شش سال از این الزام قانون گذشته و در این سال‌ها به هر دلیلی از آن شانه خالی شده بود؛ هرچند این اقدام به معنای پایان نابرابری حقوقی نیست ولی مهمتر از انتشار فیش، رو شدن بدون استثنا و بدون ملاحظه آن در اجرای قانون خواهد بود.

به گزارش ایسنا، زمان اجرای قانون برنامه ششم توسعه که از سال ۱۳۹۶ به اجرا درآمد، تمام شده و تا زمان ارائه برنامه هفتم، اجرای آن تمدید شده است، ولی شاید بندهای زیادی از آن حتی به مرحله اجرا در نیامده است. ماده ۲۹ قانون برنامه ششم از جمله همین بندهاست که طی آن، دولت مکلف به راه‌اندازی سامانه ثبت حقوق و مزایاست و تمامی دستگاه‌های مشمول باید نسبت به اعلام میزان ناخالص پرداختی به هر یک از کارکنان اقدام کنند.

سامانه ثبت حقوق و مزایا در پایان سال ۱۳۹۶ از سوی سازمان اداری و استخدامی راه‌اندازی شد ولی ورود دستگاه‌های مشمول به آن به کندی پیش رفت و با وجود کش و قوس‌های فراوانی که داشت در اواخر سال گذشته یعنی زمان پایانی قانون برنامه ششم توسعه، گزارشی از سازمان اداری و استخدامی از وضعیت سامانه ثبت حقوق و مزایا نشان داد بیش از ۱۴۵۰ دستگاه در این لیست وجود دارد که اطلاعات واردشده آنها کمتر از ۵۰ درصد بود؛ به طوری که از این تعداد، بیش از ۱۳۰۰ دستگاه هیچ گزارشی اعلام نکرده و نزدیک به ۱۵۰ دستگاه دیگر نیز کمتر از ۵۰ درصد ورود اطلاعات داشتند. در این بین، تکلیف دسترسی به فیش‌ها هم مطرح بود که اجرایی نشد، در سال ۱۳۹۸ انصاری، رئیس وقت سازمان اداری و استخدامی در مورد دسترسی به اطلاعات حقوقی مدیران، آن را مشروط به اجازه دولت دانسته و گفته بود که این اطلاعات در پایگاه اطلاعاتی دستگاه قرار می‌گیرد و سازمان اداری و استخدامی با وجود اینکه مسئول راه‌اندازی سامانه بوده، اما نه مکلف به باز کردن دسترسی به این اطلاعات است و نه مجوز آن را دارد که سامانه را برای عموم باز بگذارد. تصمیم‌گیری در رابطه با دسترسی عموم به اطلاعات حقوقی مدیران به دولت بستگی دارد و هر زمان که این مجوز از سوی آن صادر شود گزینه دسترسی به اطلاعات پرداختی مدیران فعال خواهد شد. به هر ترتیب نه اطلاعات در سامانه تکمیل شد و نه دولت مجوزی برای انتشار فیش حقوقی صادر کرد. در سال گذشته لطیفی، رئیس سازمان اداری و استخدامی اعلام کرد که دولت تصمیم به اجرای قانون برنامه و ایجاد دسترسی برای مشاهده فیش حقوقی کارکنان دارد. ظاهرا در مدت اخیر ضوابط انتشار فیش‌ها هم به دستگاه‌های مشمول قانون ابلاغ شده و به زودی این موضوع در دولت به جمع‌بندی نهایی خواهد رسید، هرچند که تاریخ انتشار و ایجاد دسترسی عمومی هنوز دقیقا مشخص نشده است. انتشار فیش‌های حقوقی گرچه اجرای تکلیف قانونی است ولی نمی‌تواند تضمینی برای ساماندهی وضعیت پرداخت‌ها و اصلاح این نظام بوده و تفاوت‌های حقوقی را جبران کند، با این حال انتشار تمامی فیش‌های صادره بدون استثنا (البته به غیر از استثناء چند دستگاه در قانون) مورد توجه است که آزمون سختی برای سازمان اداری و استخدامی و نهادهای نظارتی خواهد بود.

بانک نامه

سکه ۱۴ میلیون و ۷۸۰ هزار تومان شد

نوسان سکه در کانال ۱۴ میلیونی

قیمت سکه تمام بهار آزادی طرح جدید با ۱۰۰ هزار تومان افزایش در روز یکشنبه به ۱۴ میلیون و ۷۸۰ هزار تومان رسید. سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم نیز با قیمت ۱۴ میلیون و ۱۰۰ هزار تومان معامله شد. نیم‌سکه ۸میلیون و ۱۰۰ هزار تومان، ربع‌سکه ۵ میلیون و ۱۲۰ هزار تومان و سکه یک گرمی ۲ میلیون و ۹۵۰ هزار تومان قیمت خورد. در بازار طلا نیز نرخ هر گرم طلای ۱۸ عیار به یک میلیون و ۳۹۷ هزار تومان رسید و قیمت هر مثقال طلا ۶میلیون و ۵۲ هزار تومان شد. اُنس جهانی طلا هم با قیمت یک هزار و ۸۵۴ دلار و ۴۶ سنت معامله شد. همچنین قیمت دلار در صرافی‌های بانکی با ۱۱ تومان افزایش نسبت به روز قبل، ۲۵ هزار و ۹۲۷ تومان به فروش رفت. قیمت فروش یورو نیز در صرافی‌های بانکی با ۲ تومان افزایش به ۲۸ هزار و ۱۹۰ تومان رسید. قیمت خرید هر دلار توسط صرافی‌های بانکی ۲۵ هزار و ۶۶۹ تومان و نرخ خرید هر یورو نیز ۲۷ هزار و ۹۰۹ تومان اعلام شد.

افزایش سود بین بانکی در ۲ ماه گذشته

سود بین بانکی چقدر است؟

جدول تغییرات نرخ سود بین بانکی نشان می‌دهد که نرخ سود در این بازار از ۲۰,۳۶ درصد در ابتدای سال جاری به ۲۰,۵۹ درصد در خردادماه رسیده است. نرخ بهره بین بانکی به عنوان یکی از انواع نرخ‌های بهره در بازار پول به نرخ‌های سود یا بهره در سایر بازارها جهت می‌دهد که در واقع این نرخ، قیمت ذخایر بانک‌هاست و زمانی که آنها در پایان دوره مالی کوتاه‌مدت اعم از روزانه یا هفتگی، دچار کسری ذخایر می‌شوند، از سایر بانک‌ها در بازار بین بانکی یا از بانک مرکزی استقراض می‌کنند. کارشناسان، افزایش سود بین بانکی را عامل مهمی برای مهار تورم و کاهش انتظارات تورمی می‌دانند، اما شرط آن را تداوم افزایش‌های چشمگیر نرخ سود در بازار بین بانکی بیان می‌کنند که این موضوع به سیاست‌های بانک مرکزی وابسته است، زیرا به اعتقاد آنها، سیاست انبساطی بانک مرکزی مانع از روند صعودی نرخ سود در بازار بین بانکی می‌شود و در پی آن نیز تاثیری در کاهش یا مهار تورم نخواهد داشت. اینکه چگونه افزایش نرخ بهره بین بانکی به کاهش تورم ختم می‌شود به این صورت است که افزایش این نرخ، افزایش سود سپرده‌ها و اوراق دولتی را در پی خواهد داشت که این امر، مردم را به سپرده‌گذاری در بانک‌ها و خرید اوراق دولتی تشویق می‌کند و به اعتقاد کارشناسان موجب می‌شود که مردم به سمت سرمایه‌گذاری در بازارهای طلا، ارز، خودرو و... نروند تا این موضوع تقاضا برای خرید این دارایی‌ها و قیمت آنها را کاهش دهد و بدین ترتیب با کاهش انتظارات تورمی، تورم نیز کنترل شود. در این بین، بررسی روند سود بین بانکی از ابتدای سال جاری تا پنجم خردادماه نشان می‌دهد که نرخ این سود از ۲۰,۳۶ درصد به ۲۰,۵۹ درصد رسیده است. تغییرات جدول نرخ بازار بین بانکی بیانگر این است که این نرخ در اولین ماه سال جاری معادل ۲۰,۳۶ درصد بوده و در انتهای فروردین‌ماه به ۲۰,۲۹ درصد رسیده است. سپس در دومین ماه سال جاری سود بین بانکی ۲۰,۳۶ درصد بود و آخرین رقمی که از این نرخ در انتهای اردیبهشت ماه به ثبت رسیده، ۲۰,۵۷ درصد بوده است. این رقم همچنین تا پنجمین روز خردادماه به ۲۰,۵۹ درصد رسیده است.

ارزش کدام رمزارز صعودی خواهد بود؟

نهمین هفته نزولی بیت‌کوین

قیمت بیت‌کوین پس از نوسان اخیر به زیر ۳۰هزار دلار سقوط کرده و ارزش بزرگترین و محبوب‌ترین ارز دیجیتال جهان ۰,۸ درصد کاهش یافته است. به گزارش کریپتو، این توکن در سال جاری ۳۶ درصد کاهش داشته و منجر به کاهش دارایی‌های دیجیتال در کل طیف رمزنگاری شده است. از سوی دیگر، کاردانو روز شنبه با افت ۲,۱ درصدی روبه‌رو شد و سولانا با افت ۴,۱ درصدی معامله شد. اتریوم، دومین رمزارز دیجیتال بزرگ نیز با کاهش ۰,۹ درصدی با قیمت ۱۷۳۱,۲ دلار معامله شد، اما روز یکشنبه دوج‌کوین ۵,۳ درصد و شیبا اینو ۱,۶ درصد افزایش یافتند. در واقع، اتریوم به زیر خط حمایت طولانی‌مدت خود یعنی ۱۹۰۰ دلار سقوط کرد. در ۲۴ ساعت گذشته این سکه تلاش کرد خود را بازیابی کند، اما حرکت نزولی قیمت همچنان با قدرت پیش می‌رود با این حال ممکن است خرس‌ها فشار بیاورند تا سکه را به زیر قیمت ۱۷۰۰ دلار برسانند. سقوط به زیر قیمت ۱۷۰۰ دلار باعث می‌شود که اتریوم تا ۱۹ درصد دیگر سقوط کند. برای اینکه گاوها نفسی بکشند، اتریوم باید دوباره بالای قیمت ۱۹۰۰ دلار معامله شود. بیت‌کوین در نمودارها ضعیف به نظر می‌رسد و نهمین شمع قرمز هفتگی متوالی را منتشر خواهد کرد. این فشار نزولی بی‌امان می‌تواند تاثیر زیادی بر قیمت‌های دوج‌کوین نیز داشته باشد.

بیشترین جذب سرمایه به بخش صنعت رسید

جغرافیای استانی جذب سرمایه

در سال ۱۴۰۰ حجم سرمایه‌گذاری خارجی مصوب در بخش صنعت، معدن و تجارت نسبت به مدت مشابه سال قبل ۵۲,۲ درصد رشد داشته و سیستان و بلوچستان نیز بیشترین سرمایه را جذب کرده است. آمار سالانه منتشرشده از سوی وزارت صنعت، معدن و تجارت (صمت) نشان می‌دهد که سال قبل، ۲۶۰ مورد سرمایه‌گذاری خارجی به ارزش ۷ میلیارد دلار در کل کشور تصویب شده که ۱۵۴ مورد از کل طرح‌ها با حجم سرمایه‌گذاری ۳ میلیارد و ۷۵۸ میلیون دلار، یعنی به لحاظ تعدادی و حجمی به ترتیب حدود ۵۹ و ۵۳ درصد از کل، در بخش صنعت، معدن و تجارت بوده است. براساس این آمار، سرمایه‌گذاری خارجی مصوب در بخش صنعت، معدن و تجارت در این مدت نسبت به مدت مشابه سال ۱۳۹۹ از لحاظ تعداد ۲,۵ درصد کاهش و از نظر ارزش ۵۲,۲ درصد رشد داشته و به لحاظ تعداد پروژه‌ها، سهم بخش صنعت ۹۲,۲ درصد، معدن ۵,۲ درصد و تجارت ۲,۶ درصد بوده است.

براساس اطلاعات منتشرشده از سوی وزارت صمت، بیشترین حجم سرمایه‌گذاری خارجی در دوره مورد بررسی نیز در گروه‌های ساخت مواد و محصولات شیمیایی با ۲ میلیارد و ۲۱۲ میلیون دلار، ساخت کک فرآورده‌های حاصل از تصفیه نفت و سوخت‌های هسته‌ای با بیش از ۶۹۰ میلیون دلار، ساخت رادیو، تلویزیون و وسایل ارتباطی با بیش از ۲۴۰ و ساخت فلزات اساسی با بیش از ۲۲۸ میلیون دلار بوده است. همچنین استان‌های سیستان و بلوچستان ۶۴، البرز ۱۳، بوشهر ۱۱، کرمان ۷ و تهران ۵ درصد از حجم سرمایه‌گذاری خارجی مصوب در بخش صنعت، معدن و تجارت را جذب کرده‌اند. سرمایه‌گذاری خارجی مصوب شامل کلیه درخواست‌ها اعم از سرمایه‌گذاری جهت ایجاد طرح‌های جدید، خرید سهام شرکت‌های موجود و همچنین سرمایه‌گذاری‌های خارجی در قالب ترتیبات قراردادی است.

روند نزولی بورس تهران همچنان ادامه دارد

ریزش ۳ درصدی بورس در خرداد



فرصت امروز: شاخص کل بورس تهران پس از پنج هفته صعود متوالی بالاخره در هفته نخست خرداد از مدار صعود بازماند و این روند در هفته دوم خردادماه نیز ادامه دارد. شاخص کل بورس که از ابتدای امسال تا پایان اردیبهشت ماه به‌طور مداوم رشد کرده بود، از ابتدای خردادماه وارد یک دوره اصلاحی شده و تاکنون ۳,۳ درصد در خردادماه نزول کرده است. این روند در مبادلات هفته جاری نیز ادامه یافت و شاخص کل با افت بیش از ۱۱ هزار واحدی در معاملات روز شنبه در ارتفاع یک میلیون و ۵۵۳ هزار واحدی قرار گرفت. تحت تأثیر این نزول بیش از ۲۸ هزار میلیارد تومان از ارزش سهام شرکت‌های حاضر در بازار سرمایه کاسته شد و سهامداران حقیقی بیش از ۴۵۲ میلیارد تومان نقدینگی از بازار سهام خارج کردند. در این روز همچنین ارزش معاملات خرد ۲۱۲ میلیارد تومان افت کرد.

این روند در معاملات دومین روز هفته به طور شدیدتری رخ داد و شاخص کل بورس با ۱۹ هزار و ۳۷۴ واحد کاهش تا ارتفاع یک میلیون و ۵۳۴ هزار واحدی عقب رفت. سایر شاخص‌ها هم در این روز شاهد کاهش هماهنگ و دسته جمعی بودند. به نظر می‌رسد پس از دو ماه صعود مداوم، شاخص کل بازار سهام وارد فاز اصلاح شده است؛ هرچند برخی از کارشناسان بر این باورند که این وضعیت می‌تواند نشانه‌ای از یک سقوط دوباره باشد.

اصلاح موقت یا سقوط دوباره سهام؟

شاخص کل بورس دیروز نیز همچون روزهای قبل روی دور نزول بود و شاخص کل حدود ۲۰ هزار واحد ریخت. برخلاف دو ماه نخست امسال که شاخص کل بورس تهران به‌طور مداوم رشد کرده بود، از ابتدای خردادماه اما وارد یک دوره اصلاحی شده و بیش از ۳ درصد در سومین ماه سال افت کرده است. در حالی که برخی از کارشناسان این روند بورس را یک اصلاح موقت می‌دانند، برخی دیگر از تحلیلگران معتقدند این روند می‌تواند نشانه‌ای از یک سقوط دوباره باشد.

اما دلایل نزول بورس در این روزها چیست؟ بررسی‌ها نشان می‌دهد که با رسیدن شاخص به محدوده یک میلیون و ۶۰۰ هزار واحد که نوعی مقاومت تکنیکی برای رشد شاخص تلقی می‌شود، نوعی دوگانه ادامه رشد یا اصلاح در بین فعالان بازار سرمایه شکل گرفته است و همین موضوع منجر به کاهش حجم سرمایه‌گذاری در بورس شده است. از نظر بنیادی این ابهام در مورد تداوم رشد به متغیرهایی ازجمله توقف روند رو به رشد قیمت جهانی کالاهای پایه، نرخ بهره و حتی مذاکرات هسته‌ای بازمی‌گردد. با این حال به نظر می‌رسد بخش مهمی از دلایل نزول به تغییر در سیاست‌های پولی و مالی بازمی‌گردد که بانک مرکزی را بر آن داشته است تا برای کنترل تورم، نرخ بهره را افزایش دهد. از نظر بنیادی بین رشد نرخ بهره و نوسان‌های شاخص بورس، ارتباط مستقیمی وجود دارد. افزایش نرخ بهره می‌تواند مانع از رشد شاخص‌ها شود. آمارها نشان می‌دهد که از ابتدای سال‌جاری تاکنون نرخ بهره بین بانکی به درستی و برای مقابله با تورم از سوی بانک مرکزی افزایش یافته است. این سیاستی است که کارشناسان اقتصادی هم آن را تأیید می‌کنند، اما فرآیندی است که می‌تواند شاخص‌های بورس را تحت‌تأثیر خود قرار دهد.

موضوع دیگری که به‌نظر می‌رسد بر بازار سرمایه تأثیر گذاشته، ابهاماتی است که در مورد اثر حذف ارز ترجیحی وجود دارد. با وجود آنکه شرکت‌های بورس گزارش‌هایی در این زمینه منتشر کرده‌اند اما هنوز آثار این سیاست به طور دقیق بر فعالیت شرکت‌های بورس مشخص نیست. با این همه به زعم کارشناسان، حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی می‌تواند آثار مطلوبی بر عملکرد شرکت‌های بورس داشته باشد و منجر به بهبود فعالیت اقتصادی بسیاری از صنایع و رشد تولید شود، اما آینده بورس چه می‌شود؟ آیا شاخص به روند نزول خود ادامه می‌دهد یا بعد از کاهش مقطعی دوباره در چشم‌انداز بلندمدت مثبت می‌شود؟ به اعتقاد کارشناسان، در حال حاضر برآیند شاخص‌های بورس در سال جاری مثبت است و اغلب تحلیلگران انتظار دارند تا بعد از اصلاح مقطعی، شاخص کل بورس تهران در سال جاری به روند رو به رشد خود ادامه دهد.

بورس بالاخره ۲میلیونی می‌شود؟

در حالی که شاخص کل بورس تهران پس از ۲۰ ماه از کانال یک میلیون و ۵۰۰ هزار واحد گذر کرده بود و در آستانه یک میلیون و ۶۰۰ هزار واحد قرار داشت، روند نزولی پی در پی روزهای گذشته ترمز حرکت صعودی بازار را کشید. با این حال یک کارشناس بازار سرمایه بر این باور است که شاخص کل بورس در شش ماه دوم سال، بالای ۲ میلیون واحد خواهد بود. فردین آقابزرگی با تاکید بر اینکه اقتصاد ایران با تردیدها و متغیرهای زیادی مواجه است، به ایسنا توضیح داد: یکی از این ابهامات وضعیت برجام است، دیگری اثرات حذف ارز ترجیحی و سایر مسائل مانند ماجرای آبادان که هرچند شاید اثر خاصی نداشته باشد اما زمانی که کنار دیگر ابهامات قرار می‌گیرد، شرایطی ایجاد می‌کنند که ممکن است خط سیر اصلی بازار را تحت تاثیر قرار دهد. در واقع، در حالی که این روزها بازار روند نزولی دارد، آمار نشان می‌دهد از ابتدای سال جاری تاکنون شاخص هم‌وزن ۲۵ درصد و شاخص کل ۱۴ درصد بازدهی داشته است.

او با اشاره به عملکرد شاخص‌های بورسی ادامه می‌دهد: البته بازدهی‌های مذکور کارنامه خوبی نیست اما یک القای ناصحیح از سوی تحلیل‌های تکنیکال وجود دارد که می‌گوید شاخص کل به سختی می‌تواند از مقاومت یک میلیون و ۶۰۰ هزار واحد عبور کند. در صورتی که این شاخص، شاخصی است که مدیریت می‌شود. چگونه می‌شود شاخص هم‌وزن ظرف دو ماه ۲۵ درصد بازدهی داشته باشد اما شرکت‌های پروزن به صورت مداوم برعکس حرکت عمومی شاخص حرکت کنند؟ بنابراین نمی‌توان شاخص را ملاک قرار داد.

این تحلیلگر بازار سرمایه با بیان اینکه در فضای تکنیکال همه به این نتیجه رسیده‌اند که رسیدن به شاخص یک میلیون و ۶۰۰ هزار واحدی ممکن نیست، گفت: این موضوع مطرح می‌شود غافل از آنکه آثار تصمیمات و متغیرهای اثرگذار بر وضعیت عملکرد سود و زیان شرکت‌ها لزوما تطبیق اساسی با قیمت سهام ندارند. تحلیلگران تکنیکال حکم می‌کنند که یک میلیون و ۶۰۰ هزار واحد نقطه مقاومت است در حالی که سایر بازارهای مالی با انتظارات تورمی صددرصد آینده را رو به افزایش می‌بینند. به عقیده آقابزرگی، این افزایش نه صرفا به دلیل افزایش قیمت کالاهای اساسی یا افزایش قیمت دلار بلکه ناشی از انتظارات تورمی است، اما بورس به دلیل مدیریت‌ها و یا دستکاری‌هایی که روی شاخص می‌شود با فرسایش روبه‌روست، اما من مطمئن هستم که در شش ماه دوم سال، شاخص کل بالای ۲ میلیون واحد خواهد بود.

گزارش بازوی پژوهشی وزارت صمت نشان می‌دهد

چرخ لنگ خودروسازان با تحریم و قیمت‌گذاری

تصویر آماری اقتصاد ایران نشان می‌دهد که در یک دهه گذشته اکثر شاخص‌های اقتصادی عقبگرد را تجربه کرده‌اند. دهه ۹۰ در حالی در بین اقتصاددانان به «دهه از دست رفته» شهرت یافته که تاثیر دو موج تحریمی گسترده در ابتدا و انتهای این دهه در سیر شاخص‌های اقتصادی و اجتماعی آن سال‌ها قابل ردیابی است. تحریم‌ها همچنین بر صنایع کشور از جمله صنعت خودروسازی تاثیر مشهودی گذاشته و طبق گزارش بازوی پژوهشی وزارت صمت، خودروسازان کاملا تحت تاثیر این ماجرا قرار داشته‌اند؛ تا جایی که حتی در برخی از سال‌ها که تحریم هم نبوده‌اند، زیان داده‌اند.

آنطور که موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی از روند سود و زیان دو خودروساز بزرگ کشور در حدفاصل سال‌های ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۹ گزارش داده است، در سال‌هایی که خبری از تحریم نبوده، تولید خودرو روند مناسبی داشته و فاصله‌اش با ظرفیت اسمی، کمتر بوده است، اما در دوران تحریم، تولید همواره کمتر از زمان عادی بوده و خودروسازان در مسیری نسبتا ناهموار (از حیث تامین قطعات و ارتباط با خارجی‌ها) فعالیت کرده‌اند. خودروسازی ایران دو دوره تحریم سخت را در یک دهه گذشته تجربه کرده است؛ یکی در سال‌های ۹۱ و ۹۲ و دیگری نیز از سال ۹۷ به بعد. در این سال‌ها هرچند دولت همواره خواسته اثرات تحریم را خنثی کرده یا کاهش دهد، اما با وجود خروج خودروساز از شوک‌های ابتدایی ناشی از تحریم، هرگز تولید به مسیر هموار گذشته (دوران بدون تحریم) برنگشته است.

طبق گزارش بازوی پژوهشی وزارت صمت، روند کلی تولید بین سال‌های ۸۷ تا ۹۰ در مجموع صعودی بوده، اما در سال‌های ۹۱ و ۹۲ افتی سنگین را تجربه کرده است. حدفاصل سال‌های ۹۳ تا ۹۶ (دوران توافق هسته‌ای و برجام) به استثنای سال ۹۴ نیز تولید روندی رو به رشد داشته، به نحوی که خودروسازان توانستند در سال ۹۶ به رکورد سال ۹۰ (تیراژ بالغ بر یک میلیون و ۶۰۰ هزار دستگاه) نزدیک شوند؛ این در حالی است که در سال ۹۷ (سال نخست خروج آمریکا از برجام و بازگشت تحریم علیه خودروسازی ایران)، تولید به‌شدت افت می‌کند.

در سال‌های ۹۸ تا نیمه دوم ۱۴۰۰ اما تولید تقریبا روندی رو به بهبود را به خود می‌بینند، هرچند که با سال قبل از تحریم فاصله زیادی دارد. با وجود این بهبود، تولید خودرو در کشور هنوز هم بسیار کمتر از توان واقعی خودروسازان بوده و این موضوع نشان می‌دهد تحریم با وجود برخی انکارها، خودروسازی را کاملا تحت تاثیر منفی قرار داده است. البته دولت سعی کرد با اقدامات مختلف از اثر منفی واردات بکاهد، اما به دلایل مختلف نتوانست تمام و کمال به اهدافش برسد. راه انداختن نهضت داخلی‌سازی قطعات و پرداخت تسهیلات به خودروسازان، از مهمترین اقداماتی است که دولت در راستای خنثی‌سازی اثرات تحریم در صنعت خودرو انجام داد، اما این اقدامات منتج به این نشد که خودروسازان به دوران اوج تولید بازگردند.

با وقوع تحریم، شرکای خارجی خودروسازان از کشور رفتند و چون نوع ارتباط آنها با یکدیگر بیشتر محدود به مونتاژ بود، تولید برخی خودروها بلافاصله یا چندی بعد متوقف شد. با توجه به مونتاژی بودن خودروهای موردنظر، خودروسازان به جز در موارد استثنا نتوانستند تولید این محصولات را ادامه دهند و بنابراین جای خالی‌شان پر نشد. به عنوان مثال، با خروج رنو از ایران، تولید محصولات این شرکت از جمله تندر ۹۰ و ساندرو رفته‌رفته افت کرد و سرانجام متوقف شد؛ یا مثلا در حالی که پژو قصد داشت سه محصول جدید در ایران تولید کند، تحریم اجازه تحقق این هدف را نداد و تنها یکی از این خودروها (پژو ۲۰۰۸) با تیراژی محدود به تولید رسید. خروج شرکای خارجی علاوه بر ضربه‌ای که به تولید زد، میانگین کیفیت را هم پایین آورد.

مسئله دیگر این بود که تحریم به دلیل ابعاد گسترده‌اش، نقل‌وانتقال پول را نیز مختل کرد، بنابراین تامین قطعات از خارج به مشکل خورد و در مواردی حتی قطع شد. دولت برای رفع این چالش، نهضت داخلی‌سازی را راه انداخت، اما چون قطعه‌سازان نه توان فنی داخلی‌سازی بسیاری از قطعات خارجی را داشتند و نه طبق ادعای خودشان از نقدینگی لازم برای داخلی‌سازی گسترده برخوردار بودند، این پروژه نیز چندان موفقیت‌آمیز نبود، هرچند نمی‌توان آن را بی‌تاثیر دانست. در کنار این مسائل، ضربه بزرگی که سیاست‌گذاران به صنعت خودرو زدند، قیمت‌گذاری دستوری بود. این سیاست به‌خصوص از اواخر سال ۹۱ به بعد با ورود شورای رقابت به قیمت‌گذاری، اوج گرفت و خودروسازان را به سمت زیان‌دهی سوق داد. طبق گزارش موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، خودروسازان حتی در برخی سال‌ها که تحریم هم نبوده‌اند، زیان داده‌اند.

خبرنامه

بانک مرکزی اعلام کرد

لغو تمدید خودکار کارت‌های بانکی از تیرماه

با ابلاغیه بانک مرکزی به بانک‌ها، تمدید خودکار تاریخ انقضای کارت‌های بانکی از تیرماه ۱۴۰۱ لغو خواهد شد و از این زمان به بعد، مشتریان باید به صورت حضوری به شعب مراجعه کنند. با شیوع ویروس کرونا تغییراتی در خدمات‌دهی بانک‌ها به مشتریان صورت گرفت و سعی شد تا اکثر خدمات از بستر آنلاین و به صورت غیرحضوری انجام شود. در این بین، تمدید خودکار تاریخ انقضای کارت‌های بانکی بدون مراجعه به شعب بانک‌ها در راستای کاهش حجم مراجعات به بانک‌ها، یکی از اقدامات بانک مرکزی و شبکه بانکی در روزهای گسترش ویروس کرونا بود. اکنون براساس ابلاغیه بانک مرکزی به بانک‌ها، تمدید خودکار تاریخ انقضای کارت‌های بانکی حداکثر تا پایان ماه جاری ادامه خواهد داشت و بعد از آن مشتریان باید حضوری به بانک‌ها مراجعه و اقدام کنند. بنابراین از ابتدای تیرماه سال ۱۴۰۱ صاحبان کارت‌های بانکی برای تمدید انقضای کارت خود باید به شعب بانک‌ها مراجعه کنند و به صورت حضوری اقدامات لازم را انجام دهند.

امکان استعلام مبالغ مسدودی حساب‌ها بابت چک برگشتی

طبق اعلام بانک مرکزی، هم‌وطنان از این پس می‌توانند با مراجعه به وب‌سایت این بانک از مبالغ مسدودشده حساب‌ها بابت چک برگشتی آگاهی یابند. بانک مرکزی اعلام کرد: همانطور که پیش از این نیز اعلام شده بود، از روز شنبه مورخ ۷ خردادماه سال جاری، طرح قانونی مسدودکردن وجوه صادرکننده چک برگشتی به اندازه کسری مبلغ چک در حساب‌های بانکی آغاز شده است. بر این اساس بانک مرکزی به منظور آگاهی مشتریان از مبالغ مسدودشده حساب‌ها بابت چک برگشتی، تمهیدی را بر روی وب‌سایت خود فراهم کرده است. هموطنان می‌توانند با مراجعه به سایت بانک مرکزی به نشانی www.cbi.ir، در قسمت فوتر (پانوشت) وب‌سایت، از بخش «استعلام مبالغ مسدودشده حساب‌ها بابت چک برگشتی» از مبالغ مذکور آگاهی یابند.

خاطرنشان می‌شود هموطنان می‌توانند با مراجعه به صفحه فوق‌الذکر و با وارد کردن اقلام اطلاعاتی شامل کد ملی یا شماره تلفن همراه صاحب حساب/امضاکننده/ذی‌نفع، از دو شیوه «اطلاعات چک» و «کد رهگیری چک برگشتی» نسبت به استعلام مبالغ مسدودشده حساب‌ها بابت چک برگشتی اقدام کنند. فرآیند مسدودسازی حساب صادرکنندگان چک برگشتی به صورت تدریجی و براساس توالی چک‌هایی است که به بانک مرکزی ارسال می‌شود و این فرآیند در روزهای نخست آغاز طرح براساس تعداد پیش‌بینی شده انجام خواهد شد و پس از جمع‌آوری بازخوردهای طرح از بانک‌ها، این فرآیند حداکثر طی حدود یک هفته برای تمام چک‌های برگشتی تسری پیدا خواهد کرد.

در اردیبهشت ماه رقم خورد

رشد ۷ درصدی ارزش معاملات بورس

در اردیبهشت ماه ۱۴۰۱، ارزش کل معاملات در بازار بورس اوراق بهادار تهران به ۱،۲۲۶،۲۹۳ میلیارد ریال رسید که نسبت به ماه قبل ۶.۸۶ درصد رشد داشت. به گزارش سنا، در بررسی تحولات اقتصادی، بازارهای مالی، ارز و طلا در ایران طی اردیبهشت ماه امسال، نرخ بهره بین بانکی ۰.۳ درصد رشد داشت و به ۲۰.۵۷ درصد در پایان این ماه رسید. نرخ دلار در صرافی بانکی نیز در پایان اردیبهشت ماه ۲۵ هزار و ۶۲۴ تومان و این نرخ در سامانه نیما ۲۴ هزار و ۵۶۶ تومان بود. قیمت سکه بهار آزادی هم در پایان اردیبهشت ماه تا ۱۳ هزار و ۵۴۰ تومان افزایش یافت.

همانطور که اشاره شد، ارزش کل معاملات در بازار بورس اوراق بهادار تهران نسبت به ماه قبل بیش از ۶ درصد رشد داشت و شاخص کل بورس اوراق بهادار تهران نیز در این ماه نسبت به ماه قبل با ۴.۴۶ درصد افزایش به ۱،۵۷۹،۶۸۷ واحد رسید. شاخص کل فرابورس هم در اردیبهشت ماه نسبت به ماه قبل ۳.۷۳ درصد رشد داشت و به ۲۱،۵۳۷ واحد رسید. همچنین نرخ بهره بین بانکی نرخی است که در بازار بین بانکی تعیین می‌شود و بیان‌کننده قیمت ذخایر بانک‌ها است که توان جهت‌دهی به نرخ‌های سود در سایر بازارها را دارد. افزایش نرخ بهره بین بانکی می‌تواند هزینه خلق پول برای بانک‌ها را افزایش دهد. در اردیبهشت ماه ۱۴۰۱ این نرخ حدود ۰.۳ واحد درصد افزایش داشت و در پایان این ماه به ۲۰.۵۷ درصد رسید. در اردیبهشت ماه نرخ دلار در صرافی بانکی ۲۵ هزار و ۶۲۴ هزار تومان و در سامانه نیما ۲۴ هزار و ۵۶۶ تومان بود. در این ماه قیمت سکه بهار آزادی در حدود ۵ درصد افزایش یافت و از ۱۲ میلیون و ۸۹۳ تومان در ابتدای این ماه به ۱۳ میلیون و ۵۴۰ تومان در پایان اردیبهشت ماه رسید.

در همین حال، ارزش کل معاملات در بورس اوراق بهادار تهران در اردیبهشت ماه با رشد ۶.۸۶ درصدی برابر با ۱،۲۲۶،۲۹۲ میلیارد ریال بود. حجم کل معاملات اما در این ماه نسبت به ماه قبل ۶.۴۴ درصد کاهش داشت و برابر با ۲۰۱،۱۰۳ میلیون سهم بود. همچنین ارزش کل معاملات در بازار اول و دوم سهام در اردیبهشت ماه نسبت به ماه قبل افزایش داشت. در این ماه ارزش کل معاملات در بازار اول سهام نسبت به ماه قبل ۶.۰۲ درصد رشد داشت و برابر ۴۴۹،۸۰۵ میلیارد ریال بود. ارزش کل معاملات در بازار دوم سهام هم در این ماه نسبت به ماه قبل ۱۱.۵ رشد داشت و برابر ۴۳۶،۹۰۳ میلیارد ریال بود.

شاخص کل (ارزش-وزنی) بورس اوراق بهادار تهران در اردیبهشت نسبت به ماه قبل در حدود ۴.۵ درصد افزایش یافت و از ۱،۵۱۲،۲۱۹ واحد در انتهای فروردین ماه به ۱،۵۷۹،۶۹۱ واحد در پایان اردیبهشت ماه رسید. شاخص کل هم‌وزن هم در این بازه ۹.۳۵ درصد افزایش یافت و از ۴۰۱،۴۳۱ واحد به ۴۴۰،۱۸۱ واحد رسید. شاخص کل فرابورس ایران در این ماه در حدود ۳.۷ درصد افزایش داشت و از ۲۰،۷۶۳ واحد به ۲۱،۵۳۷ واحد رسید.

قیمت تایرهای رادیال سواری ۳۰ درصد افزایش یافت



یک عضو هیأت مدیره انجمن صنفی صنعت تایر از افزایش ۳۰ درصدی قیمت تایرهای رادیال سواری خبر داد.

محمدرضا تقی‌گنجی در گفت‌وگو با خبرنگار خبرخودرو، از تصمیم انجمن تولیدکنندگان مبنی بر افزایش ۳۰ درصدی قیمت تایرهای رادیال سواری خبر داد و اظهار داشت: به دنبال افزایش بهای مواد اولیه داخلی و خارجی و همچنین رشد نرخ ارز به عنوان دو عامل اساسی در افزایش قیمت تمام شده تولید، انجمن تولیدکنندگان روز ۸ خردادماه بسته‌ای شامل افزایش ۳۰ درصدی قیمت تایرهای رادیال سواری را به تمامی تولیدکنندگان اعلام کرد.

وی زمان اجرای افزایش ۳۰ درصدی قیمت تایر را روز ۸ خردادماه اعلام کرد و افزود: از امروز عرضه‌های جدید از مبدأ کارخانه با افزایش نرخ ۳۰ درصدی همراه خواهد بود.

عضو هیأت مدیره انجمن صنفی صنعت تایر در پایان خاطرنشان کرد: تایر در زمره کالای استراتژیک و حساس نیست و با توجه به اینکه در صنعت تایر قیمت تولید براساس نرخ ارز آزاد محاسبه می‌شود، مطابق قانون مسئولیت قیمت‌گذاری به انجمن تولیدکنندگان تایر و شرکت‌ها واگذار شده و بر همین اساس، افزایش قیمت نیازمند تایید سازمان حمایت نیست.

وزیر صمت: قیمت خودروهای کارخانه‌ای افزایش نمی‌یابد

وزیر صنعت، معدن و تجارت گفت تصمیمی درباره افزایش قیمت خودروهای کارخانه‌ای نگرفته‌ایم و مطلبی هم در این زمینه ابلاغ نشده است.

به گزارش شهرآرانیوز، سیدرضا فاطمی امین دیروز در بازدید از خودروسازی سایپا در جمع خبرنگاران گفت: صنعت خودرو یک صنعت بزرگ و مهم است که با مسائل زیادی هم مواجه است. یک برنامه دو ساله در وزارت صمت با مشارکت قطعه‌سازان و خودروسازان تهیه شده تا این مسائل حل شود و قابل حل نیز هست.

فاطمی امین بیان داشت: در این نقشه راه مسائلی را از قبل آغاز کرده‌ایم و یکی از مسائل مهم در این ارتباط تولید است، سال گذشته تا حدود ۱۷۰ هزار دستگاه خودرو ناقص وجود داشت و در سایپا ۱۸ درصد بدون نقص و ایراد از خط تولید عبورد کرده بود.

وی افزود: ۱۸ درصد عبور مستقیم خودرو به معنای آن است که فقط ۱۸ درصد از خودروهایی که وارد خط تولید می‌شد به صورت کامل از خط تولید خارج می‌شد و این موضوع مشکلات بسیاری را ایجاد می‌کرد که خوشبختانه با اقدامات انجام شده اکنون عبور مستقیم خودرو در ایران خودرو به ۱۰۰ درصد رسیده و در سایپا نیز به بیش از ۹۰ درصد رسیده است. وزیر صمت اظهار داشت: کارهای دیگری نیز در نقشه راه خودرو آغاز شده است. ۳۰ درصد از قطعات یدکی بازار جزو کالاهای تقلبی و قاچاق است لذا در ۹ محور برنامه برای خودروسازان تعریف شده است و از آنها خواسته‌ایم که مطابق این برنامه عمل کنند و لذا از این پس باید متمرکز به تغییرات محصول و محصولات جدید بود.

وی با بیان اینکه شاهین و تارا دو خودرو باکیفیت تولیدی است، گفت: این خودروها قیمت بالایی دارند و لذا برای عامه مناسب نیست لذا باید تمرکز ما بر این باشد که خودروهای با قیمت پایین‌تر نیز تولید شود و لذا برنامه دو ساله تاکنون خوب پیش رفته است.

فاطمی امین درباره قانون جوانی جمعیت بیان داشت: این طرح از سوی مجلس شورای اسلامی مصوب شده و دو خودروساز بزرگ کشور را در قبال آن متعهد کرده است که باید مطابق قانون اجرا شده و کارهای آن به پیش بروند.

وی افزود: صنعت خودروی ایران به لحاظ ظرفیت‌های نیروهای انسانی و زیرساخت‌ها بسیار مناسب است، در بازدید از یکی از شرکت‌های خصوصی مشاهده کردم که این شرکت برنامه تولید ۲۰ هزار دستگاه در سال جاری دارند. به نظرم این صنعت هرچند مسائل و چالش‌های بسیار زیادی دارد و باید به مردم بابت ابراز گلایه حق داد و اگرچه وضعیت صنعت خودرو ما هنوز هم قابل دفاع نیست، اما نسبت به پنج ماه گذشته رشد قابل توجهی داشته است و مسائل در حال حل شدن است.

وزیر صمت با بیان اینکه تمرکز ما روی تولید بود، اظهار داشت: وقتی تولید بالا می‌رود چند اتفاق می‌افتد، گردش مالی اتفاق می‌افتد و قیمت تمام شده کاهش می‌یابد و کیفیت قابل تغییر است و نکته دوم نیز تغییر محصول است.

وی اظهار داشت: بی‌کیفیتی که مردم از خودروساز و خودروها بیان می‌کنند بخشی مربوط به پلتفرم‌های قدیمی است که قابل اصلاح نیست لذا نکته مهم آن است که عیوب آنها رفع شود، اما این عیوب به طور کامل قابل اصلاح نیست بنابراین باید ترکیب تولید عوض شود و لذا ایران خودرو و سایپا تولید دو خودرو تارا و شاهین که خودروهای با کیفیت است را در دستور کار قرار داده است.

فاطمی امین در پاسخ به این سوال که آیا قیمت کارخانه‌ای خودروها افزایش می‌یابد، گفت: درخصوص این قضیه تصمیمی نداریم و مطلبی نیز ابلاغ نشده است.

وی درباره اینکه از این پس نام و نشان خودروها که بیشتر در معرض دید قرار دارد باید به صورت فارسی بر روی خودروها نصب شود، گفت: مقرر شده تا ایران خودرو، سایپا و سایر خودروسازان نسبت به این موضوع اقدام کنند.

هیچ مشکلی در جایگاه سوخت هامون برای سوختگیری کامیون‌ها وجود ندارد

مدیر ناحیه مرکزی شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی زاهدان گفت هیچ مشکلی در سوختگیری خودروها و کامیون‌ها در جایگاه هامون وجود ندارد .

کهن سال گفت: در همه جایگاه سطح شهر و اطراف زاهدان سوختگیری خودروها و کامیون‌ها بدون هیچ مشکلی در حال انجام است.

چندی پیش شهروند خبرنگاری از ترافیک و عدم صدور حواله از طرف شرکت نفت برای نفت‌کش‌های حامل سوخت کوره کارخانه سیمان زابل در جایگاه سوخت هامون، اعلام نارضایتی کرده بود .

ترافیک نفت‌کش‌های حامل سوخت کوره کارخانه سیمان زابل که به علت عدم صدور حواله از طرف شرکت نفت بیش از یک هفته در حاشیه جایگاه سوخت هامون، پارکینگ و اطراف شرکت نفت زاهدان ماندند بدیهی است در صورت عدم ارسال به موقع این نفتکش‌ها به کارخانه سیمان کوره این کارخانه با خاموشی و تعطیلی خط تولید مواجه و دچار ضرر زیادی می‌شوند.

نماگر بازار سهام

رضایت فعالان بخش خصوصی زنجیره خودروسازی با واردات خودرو

چینی بودن قطعات خودرو ۱۰۰ درصدی نیست

نایب رئیس هیأت مدیره انجمن تخصصی صنایع همگن نیرومحرکه و قطعه‌سازان خودروی استان تهران از رضایت فعالان بخش خصوصی زنجیره خودروسازی با واردات خودرو به کشور خبر داد.

امیرحسین جلالی با اشاره به خبری که با عنوان «۱۰۰ درصد قطعات خودرو در ایران چینی است» در ایسنا منتشر شده بود، اظهار کرد: عموم فعالان بخش خصوصی زنجیره خودروسازی، موافق واردات خودرو بوده و شرایط برابر در همه زمینه‌ها از جمله محیط کسب و کار بین فعالان داخلی و رقبای خارجی را از مسئولان کشور درخواست دارند.

وی همچنین افزود: دکتر وحیدی عضو هیأت رئیسه فراکسیون راهبردی مجلس و نماینده بجنورد در گفت و گوی خود اعلام کرده که ۱۰۰ درصد قطعات خودروهای داخلی چینی است. در حالی که سالانه حدود ۹۰۰ هزار خودرو در کشور تولید می‌شود که اگر تعداد را در قیمت ضرب کنیم به عددی حداقل حدود ۸ میلیارد دلار می‌رسیم.

وی ادامه داد: با این حساب باید سالانه ۸ میلیارد دلار صرف واردات قطعات خودروهای تولید داخل شود و این عدد باید در آمار گمرک نشان داده شود که چنین نیست و اصلا در شرایط فعلی دولت در تنگنای ارزی است و امکان تامین آن را ندارد. بنابر آمار اعلام‌شده کل نیاز ارزی کل زنجیره خودروسازی حدود یک و نیم میلیارد دلار در سال است که صرف واردات ماشین‌آلات، مواد اولیه ای که در ایران نیست، برخی تراشه‌ها و قطعاتی که تولید آن به صرفه نیست و... می‌شود.

جلالی تاکید کرد: از سوی دیگر، ۱۲۰۰ قطعه‌ساز در کشور با بیش از ۵۰۰ هزار شغل ایجادشده، مشغول تولید قطعه هستند و وزارتخانه بسیار بزرگی، اطلاعات این مجموعه‌ها و میزان تولیدات را به روز در اختیار داشته و از سوی دیگر میزان مالیات پرداختی و لیست بیمه این شرکت‌ها نشان می‌دهد که چه میزان تولید در سال محقق می‌شود.

وی با بیان اینکه اخیرا موجی از نارضایتی در بین روسای پلیس، نمایندگان مجلس و سایر مسئولان از سهم چینی‌ها در زنجیره خودروسازی ایران ایجاد شده که آقای دکتر وحیدی به عنوان عضو هیأت رئیسه فراکسیون راهبردی مجلس نیز در همین راستا مصاحبه کرده است، افزود: ذکر این نکته ضروری است که زنجیره خودروسازی و قطعه‌سازان طی سالیان متمادی با صاحبان تکنولوژی بزرگترین شرکت‌های آمریکایی، آلمانی، ژاپنی، فرانسوی، انگلیسی و... همکاری نزدیک داشته‌اند و با وجود پیشرفت‌های عظیم صنعت خودروی چین از اینکه همکاری خود را فقط به چین معطوف کنند ناخرسندند و حق مصرف‌کنندگان را بیش از این می‌دانند، اما تصمیمات مسئولان کشور و تعامل آنها با جهان در نهایت به تحریم ختم شده و استراتژی کلان کشور، تمایل به این سمت بوده است و زنجیره قطعه‌سازی برای متوقف نشدن خطوط تولید در این ریل قرار گرفته است که در صورت صلاحدید مسئولان کشور و فراهم شدن شرایط، آمادگی کامل برای همکاری با سایر کشورهای صاحب تکنولوژی فراهم است.

وزارت راه و شهرسازی
سازمان بنادر و دریانوردی
اداره کل بنادر و دریانوردی استان هرمزگان

P.M.O

آگهی تجدید فراخوان شناسایی و ارزیابی کیفی مشاور
شماره: ۶/عمران /۱۴۰۱

P.M.O

شناسه آگهی: ۱۳۲۴۶۸۶

اداره کل بنادر و دریانوردی استان هرمزگان در نظر دارد خدمات مشاوره با موضوع ذیل را از روش QCBS به مشاور واجدشرایط واگذار نماید .

۱- **کارفرما :** اداره کل بنادر و دریانوردی استان هرمزگان
۲- **موضوع:** انجام مطالعات تعمیرات اساسی اسکله های ۱ و ۲ نفتی بندرشهید رجایی
۳- **نوع گواهی نامه رشته ، تخصص و پایه موردنیاز :** حداقل پایه ۲ تخصص بندرسازی و سازه های دریایی از گروه راه و ترابری و حداقل پایه ۳ تخصص خطوط انتقال نفت و گاز از گروه نفت و گاز به صورت توأمان
۴- **حجم کار :** انجام مطالعات تعمیرات اساسی اسکله های ۱ و ۲ نفتی بندرشهید رجایی
۵- **مدت اجرای کار :** ۶ ماه
۶- **محل ، زمان و مهلت دریافت اسناد ارزیابی :**
متقاضیان شرکت در فراخوان می توانند از تاریخ ۱۴۰۱/۳/۸ تا مورخ ۱۴۰۱/۳/۱۶ روز دوشنبه ساعت ۱۴:۰۰ با مراجعه به سایت www.setadiran.ir نسبت به دریافت(خرید)رایگان اسناد اقدام نمایند.
* ضمناً دریافت آگهی از سایتهای www.shahidrajaeeport.pmo.ir - iets.mporg.ir نیز بصورت غیرحضوری و بدون پرداخت وجه نقد به کارفرما امکان پذیر است.
۷- **مهلت و محل بارگذاری اسناد توسط مشاور:**
متقاضیان باید پیشنهادات خود را تا ساعت ۱۴:۰۰ روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۱/۳/۲۳ در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد ایران) به آدرس www.setadiran.ir بارگذاری نمایند .
تبصره۱ :کلیه مراحل برگزاری از دریافت اسناد ارزیابی کیفی تا ارائه پیشنهاد مشاوران و گشایش پاکت از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد ایران) آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مشاوران در صورت عدم عضویت قبلی ، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در فراخوان محقق سازند بدیهی است در صورت عدم انجام فرایند در سامانه مذکور پیشنهاد ارائه شده به صورت فیزیکی مورد قبول واقع نمی گردد.
۸- **زمان و محل بازگشایی پاکت ارزیابی کیفی :**
مهلت بررسی استعلام ها: یک هفته پس از آخرین روز بارگذاری پاکات الکترونیکی در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد ایران) .
- برای کسب اطلاع بیشتر در خصوص اسناد با تلفن های ۰۷۶-۳۲۱۲۳۶۰۶ و ۰۷۶-۳۲۱۲۳۶۰۸ تماس حاصل فرمایید.

اداره ارتباطات و اطلاع رسانی بنادرو دریانوردی استان هرمزگان

۲۶۱

چطور در اینستاگرام قیف فروش برای برندتان طراحی کنید؟

به قلم: میشله مارتین
کارشناس بازاریابی دیجیتال
ترجمه: علی آل‌علی

حضور برندها در اینستاگرام امر تازه یا تعجب‌برانگیزی نیست. امروزه شمار بسیار زیادی از برندها برای بازاریابی و موفقیت در دنیای کسب و کار اقدام به حضور در شبکه‌های اجتماعی می‌کنند. این امر نه‌تنها امری جذاب برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف محسوب می‌شود، بلکه توانایی برندها در بازار را نیز به طور چشمگیری افزایش خواهد داد.
نکته مهم در این میان انتخاب یک پلتفرم مناسب برای سرمایه‌گذاری و بازاریابی است. امروزه اینستاگرام به دلیل حجم بالای کاربران و فضای مناسب برای بازاریابی برندها همیشه به عنوان گزینه اول مطرح می‌شود. این امر به بازاریاب‌ها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک کرده و شانس‌شان برای بازاریابی بهینه را به طور چشمگیری افزایش می‌دهد.
استفاده از قیف فروش در دنیای بازاریابی یکی از تکنیک‌های قدیمی و در عین حال تاثیرگذار محسوب می‌شود. در این شیوه بازاریاب‌ها و کارشناس‌های فروش به جای تلاش‌های بی‌نتیجه و پراکنده برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به سوی روش‌های کاملا مطمئن و معتبر می‌روند. این امر می‌تواند تاثیرگذاری بسیار زیادی بر روی مخاطب هدف به همراه داشته باشد. هر قیف فروش شامل یک ورودی، بخش میانی و در نهایت بخش پایانی است. هدف اصلی در این میان نیز تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با استفاده از بهترین ایده‌های ممکن در دنیای بازاریابی و تبلیغات است.
بدون شک بسیاری از برندها در بازار به دنبال فروش بهتر در بازار هستند. این امر می‌تواند یک هدف بسیار مهم و تاثیرگذار برای هر برند باشد. بدون فروش هیچ برندی در بازار امکان ادامه فعالیت ندارد. درست به همین خاطر بسیاری از برندها برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف‌شان از مدت‌ها قبل دست به کار شده‌اند. هدف ما در این مقاله آموزش نحوه استفاده درست از قیف فروش در اینستاگرام است. این امر با توجه به راه‌اندازی فروشگاه رسمی در اینستاگرام مهمتر از هر زمان دیگری به نظر می‌رسد. با این حساب شما باید برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف از تمام ظرفیت‌های برندتان سود ببرید، در غیر این صورت شاید هرگز فرصت لازم برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب‌تان را پیدا نکنید.
در این مقاله ما به دنبال راهکارهای مناسب برای تقویت شیوه فروش در اینستاگرام با تمرکز بر روی قیف فروش هستیم. در این راستا برخی از مهمترین تکنیک‌های فروش در این فضا را به طور منظم مورد ارزیابی و مرور قرار خواهیم داد.

مراحل یک قیف فروش استاندارد کدام است؟

هر قیف فروشی از مراحل مختلفی تشکیل شده است. این امر به مخاطب هدف برای آشنایی با برند مورد نظر کمک کرده و شانس آن برند در بازار را نیز به طور چشمگیری افزایش می‌دهد. درست به همین خاطر امروزه برندهای بسیار زیادی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف از یک قیف فروش مناسب استفاده می‌کنند. نکته مهم در این میان اهمیت طراحی درست قیف فروش است. در غیر این صورت نه تنها تاثیرگذاری لازم بر روی مخاطب هدف را به همراه ندارد، بلکه برای شما دردسرهای زیادی در راستای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف نیز به همراه خواهد داشت. این امر می‌تواند دردسرهای پیش روی شما را به طور چشمگیری افزایش دهد.
ما در این بخش پیش از اینکه سراغ برخی از توصیه‌ها و تکنیک‌های کلیدی برای فروش بیشتر در اینستاگرام برویم، برخی از توصیه‌های کاربردی در رابطه با ایجاد قیف فروش را مرور خواهیم کرد. این توصیه‌ها به طور مشخص درباره مراحل این قیف است. اگر شما این نکات را به یاد داشته باشید، کارتان در زمینه فروش محصولات در بازارهای واقعی به طور چشمگیری افزایش پیدا می‌کند.
یک قیف فروش خوب باید مراحل زیر را دارا باشد. لطفا در این رابطه به چنین نکاتی توجه نشان دهید:

- آگاهی‌بخشی
- جلب نظر مخاطب
- ایجاد انگیزه برای خرید
- دعوت به عمل برای خرید
- تعامل با مشتریان
- جلب وفاداری مشتریان
- دعوت از مشتریان برای معرفی برند به دوستان
- تکرار فرآیند خرید

مراحل فوق در یک قیف فروش به طور معمول باید رعایت شود. این امر به شما برای تبدیل مشتریان به خریداران وفادار و از سوی دیگر جلب نظر دوستان و آشنایان مشتریان کمک خواهد کرد. این امر در چشم‌انداز فعلی دارای اهمیت بسیار زیادی است. بنابراین اگر شما به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به شیوه‌ای حرفه‌ای و تاثیرگذار هستید، باید قبل از هر نکته‌ای به دنبال رعایت گام‌های فوق باشید، در غیر این صورت شاید هرگز توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب‌تان را پیدا نکرده و مشتریان نیز به سراغ برندهای دیگر بروند.

چطور فروش برند را با قیف فروش در اینستاگرام افزایش دهیم؟ آگاهی‌بخشی درباره برند با استفاده از سرویس ریلز

اینستاگرام در طول سال‌های اخیر سرویس‌های بسیار زیادی را در دسترس کاربران قرار داده است. از توسعه بخش استوری گرفته یا IGTV، اینستاگرام همیشه نوآوری‌های خلاقانه برای کاربران داشته است. این امر در بسیاری از موارد به اینستاگرام برای جلب نظر کاربران تازه کمک کرده و موقعیت این پلتفرم را نیز در میان سایر شبکه‌های اجتماعی به طور چشمگیری افزایش داده است. با این حساب شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف باید از همین شیوه و به طور مشخص استفاده از سرویس‌های تازه اینستاگرام سود ببرید.
یکی از سرویس‌های تازه و تاثیرگذار اینستاگرام در طول سال‌های اخیر بخش ریلز است. این بخش به طور مداوم در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف توسعه پیدا کرده است. درست به همین دلیل اگر شما به دنبال تاثیرگذاری کوتاه و خودمانی بر روی کاربران هستید، باید به طور ویژه‌ای استفاده‌تان از ریلز را گسترس دهید، در غیر این صورت شاید خیلی زود توانایی‌تان در این میان کاهش پیدا کرده و دیگر شانسی برای تعامل با مخاطب هدف به بهترین شکل ممکن نداشته باشید.
ریلز اولین بار برای رقابت با تیک تاک از سوی اینستاگرام رونمایی شد. ماهیت موزیکال این بخش برای بسیاری از کاربران جذاب بوده و حتی برندها را نیز به سوی تعامل با مخاطب هدف سوق داده است. نکته مهم در این میان تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با استفاده از این بخش است. همیشه بخش‌ها و سرویس‌هایی که تازگی دارند، تاثیرگذاری بالاتری بر روی مخاطب هدف به همراه خواهد داشت. درست به همین دلیل شما برای بهینه‌سازی وضعیت فعالیت‌تان در اینستاگرام باید همیشه از ریلز به عنوان یک سرویس تازه و تاثیرگذار سود ببرید، در غیر این صورت شاید خیلی زود توانایی‌تان برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف و کسب فروش بالا از بین برود.
از آنجایی که محتوای ویدئویی در طول سال‌های اخیر شهرت بسیار زیادی به دست آورده است، شما باید به طور مداوم برای افزایش این شهرت اقدام به سرمایه‌گذاری بر روی بخش‌های کاربردی کنید. این امر می‌تواند برای شما جذابیت‌های زیادی به همراه داشته و برندتان را به عنوان یک کسب و کار نوآور به مشتریان معرفی نماید.
بدون تردید ریلز بخش جذابی برای بازاریاب‌ها محسوب می‌شود. با این حال شما باید معرفی محصولات و تلاش برای فروش را نیز در این بخش مورد توجه قرار دهید، در غیر این صورت خیلی زود فرصت و شانس‌تان برای اثرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف در این فضا از بین خواهد رفت. آن وقت دیگر شانسی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان پیدا نکرده و وضعیت فروش‌تان نیز تغییر نمی‌کند. توصیه ما در این میان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف استفاده مداوم از شیوه‌های بهینه در زمینه تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف است. ریلز به عنوان یک سرویس تازه به شما برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف به شیوه‌ای حرفه‌ای و معرفی محصولات کمک خواهد کرد.

تعامل با مخاطب هدف در بخش استوری

استوری از مدت‌ها قبل یکی از سرویس‌های دوست‌داشتنی برای کاربران بوده است. بسیاری از افراد حوصله انتشار پست‌های عادی را ندارند، درست به همین دلیل داستان‌ها یا ماجرای‌شان را در قالب یک استوری کوتاه پیش دیگران انتشار می‌دهند.
بخش استوری به طور طبیعی نیازمند ویرایش محتوا به طور معمولی یا حتی بسیار اندک است. همین امر بسیاری از کاربران را به سوی استفاده از این بخش سوق داده است. اگر شما به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور حرفه‌ای هستید، می‌توانید اخبار مهم برند یا اتفاقات جالب را برای کسب و کارتان در این میان پوشش دهید. این امر شما را به طور حرفه‌ای در کانون توجه مشتریان قرار می‌دهد.
اگر یادتان باشد در قیف فروش به اهمیت اطلاع‌رسانی درباره محصولات برند اشاره شد. بخش کنونی به طور چشمگیری در راستای همان بحث توسعه پیدا کرده است. با این حساب شما امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف بدون دردسرهای اضافه را پیدا کرده و شانس‌تان در بازار نیز بالا می‌رود. یادتان باشد هرچه کاربران اطلاعات تازه‌تری درباره برند شما داشته باشند، فرصت‌تان برای اثرگذاری بر روی آنها بیشتر شده و انگیزه آنها نیز برای خرید از شما بالا می‌رود.
خوشبختانه امروزه امکان ایجاد هایلایت برای محتوای بازاریابی برندها در بخش استوری وجود دارد. با این حساب دیگر لازم نیست نگران از دست رفتن محتوای‌تان پس از پایان ۲۴ ساعت انتشارش باشید. این امر به شما برای اثرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف کمک کرده و شرایط‌تان را نیز به طور قابل ملاحظه‌ای بهینه‌سازی خواهد کرد.
شما برای معرفی کسب و کارتان به مشتریان همیشه زمان محدودی دارید. حضور رقبا در بازار یکی از تهدیدات مهم در این میان محسوب می‌شود. درست به همین دلیل اگر شما به دنبال اثرگذاری بر روی مخاطب هدف یا معرفی برندتان به آنها هستید، باید خیلی سریع‌تر از هر زمان دیگری عمل کنید. وگرنه خیلی زود فرصت طلایی پیش روی برندتان از بین رفته و دیگر شانسی برای اثرگذاری بر روی مخاطب‌تان پیدا نخواهید کرد.
متاسفانه بسیاری از برندها برای استفاده از بخش استوری وسواس زیادی به خرج می‌دهند. این امر می‌تواند بعدها مشکلات زیادی برای این برندها به همراه داشته باشد. یادتان باشد شما در صورت ویرایش بسیار سنگین محتوای‌تان در بخش استوری باید همیشه این تکنیک را پیاده کنید. آن وقت دیگر در عمل شانسی برای انتقال اخبار مهم برندتان به مخاطب هدف نخواهید داشت. این امر شما را در وضعیت دشواری از نظر تعامل با مخاطب هدف قرار داده و بسیاری از فرصت‌های پیش روی‌تان را نیز از بین می‌برد.

تولید محتوای آموزشی درباره کار با محصولات برند

تولید محتوای آموزشی از سوی برندها پیشینه بسیار طولانی دارد. در این میان کمتر برندی به دنبال تولید محتوا برای آموزش کار با محصولاتش بوده است. این امر یک نقطه ضعف بسیار بزرگ در دنیای کسب و کار محسوب می‌شود. درست به همین دلیل اگر شما به دنبال ایجاد انگیزه در مشتریان برای خرید محصولات‌تان هستید، باید این بخش را به درستی طی کنید.
اینستاگرام بیش از هر زمان دیگری تبدیل به یک پلتفرم بصری شده است. در این میان نیز ویدئو محبوبیت خاص خودش را دارد. شاید زمانی دور اینستاگرام فقط برای بارگذاری تصاویر بود، اما امروزه ویدئو حرف اول و آخر را در این پلتفرم می‌زند. درست به همین دلیل شما برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف چاره‌ای به غیر از سرمایه‌گذاری بر روی ویدئوها ندارید.
توصیه ما در این بخش استفاده از ویدئوهای بازاریابی در اینستاگرام برای معرفی کار با محصولات‌تان است. این امر انگیزه بسیار زیادی در میان کاربران برای خرید محصولات‌تان ایجاد خواهد کرد. به هر حال مشتریان وقتی با کارکرد محصولات شما آشنایی داشته باشند، انگیزه بالاتری نیز برای خرید آنها پیدا می‌کنند. این امر در بلندمدت تمام طرف‌های دیگر در فرآیند بازاریابی را بهره‌مند خواهد ساخت.
یادتان باشد شما برای بازاریابی ویدئویی در اینستاگرام ابزارهای بسیار زیادی در دسترس دارید. این امر می‌تواند تاثیرگذاری بسیار متنوعی پیش روی شما قرار داده و شرایط‌تان را نیز به شدت بهبود بخشد. یادتان باشد اگر شما برای اولین بار دست به طراحی یا تولید محتوای بازاریابی در اینستاگرام می‌زنید، باید همیشه از یک مشاور برای پیشبرد بهینه کارهای‌تان استفاده کنید، در غیر این صورت شاید خیلی زود فرصت‌های بازاریابی پیش روی‌تان از بین رفته و دیگر شانسی برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف پیدا نکنید.
برخی از برندها در دنیای امروزی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف مشکلات بسیار زیادی پیش رو دارند. این امر می‌تواند در رابطه با ناتوانی برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف به منظور خرید محصولات خلاصه شود. اگر شما هم در این مرحله مشکل دارید، تولید محتوای آموزشی درباره برندتان می‌تواند یک راه حل کاربردی و تاثیرگذار باشد.

نظرسنجی در اینستاگرام

اطلاع از نظرات مشتریان در اینستاگرام همیشه امر مهمی محسوب می‌شود. این نکته می‌تواند برای شما جذابیت‌های زیادی نیز به همراه داشته و شانس‌تان در این میان را تقویت کند. بسیاری از برندها پس از سال‌ها فعالیت در شبکه‌های اجتماعی متوجه استراتژی‌های غلط فروش‌شان می‌شوند. در این میان اگر شما به طور مداوم از مشتریان‌تان نظرخواهی کنید، شانس‌تان به طور قابل ملاحظه‌ای بهینه‌سازی خواهد شد.
اینستاگرام استیکر مناسب برای نظرخواهی از مخاطب هدف را در دسترس کاربران قرار داده است. برندها نیز در این میان می‌توانند به سادگی هرچه تمام‌تر برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف اقدام نمایند. این امر شما را در کانون توجه مشتریان قرار داده و منبع مهمی از نظرات آنها را نیز پیش روی شما قرار می‌دهد. نظرات مشتریان در قالب بازخوردهای حاصل از نظرسنجی اغلب اوقات بسیار دقیق و تاثیرگذار است. درست به همین خاطر شما می‌توانید از این نظرات برای تبدیل خریداران عادی به مشتریان وفادار برند استفاده کنید. این امر شما را در کانون توجه مشتریان قرار می‌دهد. با این حساب دیگر مشکلی از نظر سطح تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف پیش روی‌تان نخواهد بود.
برخی از برندها که محصولات بسیار متنوعی برای عرضه در بازار دارند، در عمل از تکنیک نظرخواهی برای ترغیب مشتریان به خرید بیشتر نیز سود می‌برند. به این ترتیب شما می‌توانید چند نوع از محصولات‌تان را در کنار هم قرار داده و از مشتریان برای انتخاب بهترین نمونه نظرخواهی کنید. در این شرایط انگیزه کاربران برای خرید یک محصول به طور چشمگیری افزایش پیدا خواهد کرد. با این حساب دیگر مشکلی از نظر سطح تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف پیش روی شما یا برندتان نخواهد بود.
یادتان باشد در دنیای امروز بسیاری از برندها برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف شرایط دشوار و سختی را دارند. این امر می‌تواند مشکلات مربوط به تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به شدت افزایش دهد. در این میان یک نظرخواهی ساده از مشتریان توانایی حل بسیاری از مشکلات را دارد.

ارائه تخفیف‌های ویژه

تخفیف همیشه عامل مهمی برای خرید بیشتر مشتریان از یک برند محسوب می‌شود. این امر در بسیاری از مواقع افرادی که هیچ انگیزه‌ای برای خرید ندارند را نیز ترغیب می‌کند. تنها کاری که شما در این میان باید به دقت انجام دهید، تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به شیوه‌ای حرفه‌ای و تاثیرگذار؛ آن هم همراه با تخفیف‌های جذاب است. اشتباه برخی از برندها تلاش برای ارائه تخفیف‌های عادی است. این امر نه تنها تاثیرگذاری لازم را به همراه ندارد، بلکه به شما به عنوان یک برند برای بهبود وضعیت‌تان نیز کمکی نخواهد کرد. در عوض شما باید تخفیف‌های بالا را در مدت زمانی کوتاه اجرا کنید. این امر ترس از دست دادن فرصت خرید را در مشتریان تقویت کرده و میزان فروش‌تان را نیز به شدت افزایش خواهد داد.

منبع: blog.hootsuite.com

مفقودی
اینجانب سهیلا جداوی مالک خودرو سواری پژو ۴۰۵ جی ال ایکس آی ۸/۱ مدل ۱۳۸۹ به شماره موتور ۱۲۴۸۹۰۴۳۳۶۱ به شماره شاسی NAAM۰۱CAAAE۲۰۹۰۹۵ و شماره انتظامی ۳۹۷ ق ۴۲ ایران ۷۹ به علت فقدان اسناد فروش و سند مالکیت راهور تقاضای رونوشت المثنی اسناد مذکور را نموده است . لذا چنانچه هرکس ادعایی در مورد خودروی مذکور دارد ظرف مدت ده روز به دفتر حقوقی سازمان فروش شرکت ایران خودرو واقع در پیکان شهر ساختمان سمند مرتجعه نماید.بدیهی است پس از مهلت مزبور طبق ضوابط مقرر اقدام خواهد شد.
شهرستان قزوین

هیات موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی
آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی برابر رای شماره ۱۴۰۶۰۳۱۸۶۰۳۰۱۳۵۰۳ مورخ ۱۴۰۰/۱۱/۲۷ هیات موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ملک ناحیه ۲ رشت، تصرفات مالکانه بلامعارض آقای سیدسعید هاشمی فرزند سیدمحمود به شماره شناسنامه ۳۱۵۳۰ صادره از تهران در قریه پستک در شدنانک یک قطعه زمین مشتمل بر بنای احداثی به مساحت ۶۴۶ متر مربع پلاک فرعی ۷۱۶۳ از اصلی ۵۶ مفروز مجزی از پلاک ۱۴ از اصلی ۵۶ واقع در بخش چهار رشت خریداری از مالک رسمی آقای رجبعلی مرادی بیجرودکلی محرز گردیده است، لذا به منظور اطلاع عموم، مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی میشود در صورتی که اشخاص نسبت به صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند، میتوانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند.بدیهی است در صورت انقضای مدت اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۰۲/۲۵ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۰۳/۰۹
۳۱۶ م الف رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه دو رشت- سعید بدوی
از طرف غفار فرزانه
۱۹۰

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی
برابر رای شماره ۱۴۰۱۶۰۳۰۱۰۶۰۰۰۰۳۳۷ هیات اول / موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ورامین تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای مهدی نجفی فرزند آزاد بشماره شناسنامه ۱۸۹۹ صادره از کبودآهنگ ششدانگ یک باب خانه به مساحت ۱۹۸/۵۰ متر مربع از پلاک شماره ۲۷۰۹ فرعی از ۸ اصلی واقع در جعفرآباد بخش حوزه ثبت ملک ورامین خریداری از محمد قاسم زیاد زن و صفرعلی کدخدا و هادی کدخدائی و عباسعلی کدخدا محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید، ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۲/۲۵
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۳/۹
۸۰ م الف رئیس ثبت اسناد و املاک –محمود داودی
۱۹۲

مفقودی
جواز اسلحه ساچمه زنی دولول ته پر رویهم مدل کوسه کالیبر ۱۲ به شماره بدنه ۱۵۸۵۴۲ ساخت کشور ترکیه مفقود و از درجه اعتبار ساقط می باشد
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۰۳/۰۹ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۰۳/۲۴
شهرستان قزوین

مفقودی
برگ سبز سواری سایپا SAINA مدل ۱۳۹۸ سفید روغنی به شماره شاسی M۱۵/۸۷۶۴۰۳۲ و شماره موتور NAS۸۳۱۱۰۰K۵۸۲۵۵۹۳ به شماره انتظامی ۷۵۷ ق ۸۳ ایران ۷۹ بنام فهیمه شهسواری مفقود واز درجه اعتبار ساقط می باشد.
شهرستان قزوین

آگهی مفقودی
برگ سبز کامیون باری چوبی بنز ال بی مدل ۱۳۵۶ به شماره موتور ۱۰۰۴۲۳۰۸ شماره شاسی ۱۴۳۲۵۰۱۲ شماره پلاک ۵۵۱ ع ۳۸ ایران ۴۶ به نام حسین مسعودی کسمایی مفقود و از درجه اعتبار ساقط است.
۲۶۳

آگهی قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی
جلسه هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۹/۲۰، رای شماره ۱۴۰۶۰۳۳۰۰۰۲۰۱۳۶۵۱ پرونده کلاسه ۱۳۹۹۱۱۴۴۳۰۰۰۲۰۰۲۳۷۶ مربوط به تقاضای آقا / خانم صحرائیل بهلولی مبنی بر صدور سند مالکیت نسبت به ششدانگ پلاک شماره فرعی از ۱۹۵۰/۳۰۱ اصلی واقع در بخش حوزه ثبت ملک اداره دو قم تحت بررسی است.
پس از مطالعه پرونده و ملاحظه سوابق مشخص شد در رای صادره شماره ۱۴۰۶۰۳۳۰۰۰۲۰۱۳۶۵۱ اشتباهاتی به شرح زیر صورت گرفته است:
با توجه به تقاضانامه ارائه شده و مستندات ضمیمه شامل (مبایعه نامه عادی و خریداری مع الواسطه از ابادر تقی نژاد و اسداله صفری صفحه ۳۳۷ دفتر ۱۸۴) و ملاحظه نقشه ملک و گزارش کارشناس منتخب ۸۳۹۰ – ۱۴۰۰/۰۵/۲۳ و پاسخ وضعیت ثبتی ۲۱۱۸۷ – ۱۴۰۰/۷/۱۸ که حکایت از احراز مالکیت متقاضی نسبت به ملک مورد تقاضا و انتقال ملک از مالک رسمی به متقاضی داشته و تصرفات متقاضی نسبت به مورد تقاضا احراز گردیده و بررسی های محلی کارشناس که حکایت از عدم تعارض و بلا منازع بودن تصرفات متقاضی دارد طی نامه ۱۱۰/۳۵۳۵۶ – ۹۹/۱۲/۰۵ اداره راه و شهرسازی مبنی بر عدم موات بودن پلاک مورد تقاضا اعلام داشته. لذا مالکیت اقای / خانم صحرائیل بهلولی به شناسنامه شماره ۱۱۴۲ کدملی ۴۲۸۳۸۷۴۰۰۰ صادره زنجان فرزند زلف علی در قسمتی از ششدانگ قطعه زمین که در آن احداث بنا شده به مساحت ۵۷/۸۲ مترمربع پلاک شماره فرعی از ۱۹۵۰/۳۰۱ اصلی واقع در قم بخش حوزه ثبت ملک اداره دو قم تایید و رای خود را صادر می نماید.

رای اصلاحی
با توجه و باعنایت به اینکه رای هیات تا کنون اجرا نشده لذا مفاد رای صادر به شرح ذیل اصلاح می گردد
با توجه به تقاضانامه ارائه شده و مستندات ضمیمه شامل (مالکیت متقاضی طی سند قطعی صفحه ۳۳۷ دفتر ۱۸۴) و ملاحظه نقشه ملک و گزارش کارشناس منتخب ۸۳۹۰ – ۱۴۰۰/۵/۲۳ و پاسخ وضعیت ثبتی ۱۸۷۲ – ۱۴۰۱/۲/۲۰ که حکایت از احراز مالکیت متقاضی نسبت به ملک مورد تقاضا و انتقال ملک از مالک رسمی به متقاضی داشته و تصرفات متقاضی نسبت به مورد تقاضا احراز گردیده و بررسی های محلی کارشناس که حکایت از عدم تعارض و بلامنازع بودن تصرفات متقاضی دارد طی نامه ۱۱۰/۳۵۳۵۶ – ۱۳۹۹/۱۲/۰۵ اداره راه و شهرسازی مبنی بر عدم موات بودن پلاک مورد تقاضا اعلام داشته. لذا مالکیت اقای / خانم صحرائیل بهلولی به شناسنامه شماره ۱۱۴۲ کدملی ۴۲۸۳۸۷۴۰۰۰ صادره زنجان فرزند زلف علی در قسمتی از ششدانگ قطعه زمین که در آن احداث بنا شده به مساحت ۵۷/۸۲ مترمربع پلاک شماره فرعی از ۱۹۵۰/۳۰۱ اصلی واقع در قم بخش ۲ حوزه ثبت ملک اداره دو قم تایید و رای خود را صادر می نماید.
رای صادره قبلی با رعایت اصلاحات فوق قابل اجرا می باشد.
عباس پورحسنی حجت آبادی - رئیس ثبت اسناد و املاک منطقه دو قم

آگهی موضوع ماده ۳ قانون وماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی
برابررای شماره ۱۴۰۱۶۰۳۰۹۰۶۸۰۰۰۰۰۴ مورخ ۱۴۰۱/۰۱/۰۷ پرونده کلاسه ۱۴۰۰۱۱۴۴۰۹۰۶۸۰۰۰۳۴۱ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی وساختمانهای فاقد سند رسمی مستقردرواحد ثبتی حوزه ثبت ملک منطقه دو قزوین مالکانه وبلامعارض مالکیت آقای روح اله احمدی به شماره شناسنامه ۱۴۴۵ کدملی ۵۵۹۹۰۶۱۸۷۶ صادره از تاکستان فرزند لطیف در ششدانگ یک باب ساختمان به مساحت ۱۴۹.۴۰ مترمربع (پس از رعایت بر اصلاحی ۱۳۴.۳۳ مترمربع) پلاک شماره ۵ اصلی واقع درقزوین بخش ۵ حوزه ثبت ملک منطقه دو قزوین خریداری مع الواسطه از میرحسن پرپینچی تایید ومحرزگردیده است. لذابه منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می گردد در صورتیکه اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دوماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم وپس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه ازتاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مرجع قضایی تقدیم نمایند.بدیهی است درصورت انقضای مدت مذکور وعدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.
تاریخ انتشارنوبت اول : ۱۴۰۱/۰۲/۲۵
تاریخ انتشاردوم : ۱۴۰۱/۰۳/۰۹
علی شهسواری– رئیس اداره ثبت اسناد واملاک منطقه ۲ قزوین -۳۱۳ /م الف

وزیر علوم در آیین معارفه سرپرست دانشگاه حضرت معصومه (س):

تحصیل دانشجویان دختر حرکت برای تحقق یک جامعه دانا و عالم است

قم - خبرنگار فرصت امروز: وزیر علوم، تحقیقات و فناوری گفت: خدمت به دانشجویان که مدیران و صاحبان آینده کشور هستند، فرصت ارزشمندی برای مسئولان دانشگاه‌هاست و تحصیل دانشجویان دختر حرکت برای تحقق یک جامعه دانا و عالم است.

به گزارش اداره‌کل روابط عمومی وزارت علوم دکتر زلفی‌گل در آیین معارفه سرپرست دانشگاه حضرت معصومه (س) و تجلیل از خدمات رئیس پیشین این دانشگاه اظهار داشت: هم اکنون نظام اسلامی زمینه تحصیل دختران دانشجو را به خوبی فراهم کرده است و در برخی رشته‌ها تا هفتاد درصد دانشجویان، دختران هستند و این موضوع نشانه اهمیت جایگاه زنان و نقش تربیتی آنان در خانواده و جامعه است.

وزیر علوم تأکید کرد: در دوران گذشته کمبودهای مختلفی در آموزش عالی کشور وجود داشت و حتی یک دوره دکترا در کشور نبود تا اینکه



در سال ۱۳۶۵ دانشگاه شیراز اولین دوره دکترا را در رشته شیمی ایجاد کرد. وی گفت: هم اکنون سالانه حدود بیست هزار دانشجوی دکترا پذیرش می شود، بیست میلیون دانش آموخته دانشگاهی در کشور وجود دارد که نمادی از خدمات ارزشمند نظام جمهوری اسلامی علیرغم توطئه های دشمنان است. وزیر علوم با اشاره به اینکه دشمن در پی ناامید کردن جوانان و تخریب هویت این نسل است گفت: از دانشجویان عزیز انتظار دارم افق اهداف خود را بالاتر ببرند، با قدرت و انگیزه تلاش علمی کنند و حتی به کسب جایزه نوبل جهان در رشته خود بیندیشند. وزیر علوم در این نشست ضمن معارفه دکتر مریم بردبار به عنوان سرپرست دانشگاه حضرت معصومه (س) از خدمات دکتر نسرین صادق زاده رئیس پیشین این دانشگاه تجلیل کرد. دکتر زلفی گل همچنین با اهدای لوح قدردانی از زحمات و خدمات دکتر باقری ثالث اولین رییس دانشگاه حضرت معصومه (س) و دکتر عبدی پور از رؤسای سابق این دانشگاه قدردانی کرد.

مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری اعلام کرد :

برگزاری اولین کارگروه پیشگیری و مقابله با قاچاق فرآورده های نفتی در سال ۱۴۰۱

ساری - دهقان : مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری گفت : اجرای طرحهای مختلف پیشگیرانه باعث شد تا میزان قاچاق انواع فرآورده های نفتی در حوزه استحفاظی شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری کاهش یابد.

به گزارش خبرنگار مازندران به نقل روابط عمومی ، سبحان رجب پور رئیس کارگروه پیشگیری و مقابله با قاچاق و عرضه خارج از شبکه فرآورده های نفتی استان مازندران در جلسه ای که در تاریخ به میزبانی شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری برگزار شد با تاکید بر پیشگیری از قاچاق فرآورده های نفتی ، بیان کرد : این کارگروه به منظور ایجاد هماهنگی ، پشتیبانی ، پیگیری و پیشگیری عملیات مقابله با قاچاق فرآورده های نفتی بین دستگاههای اجرایی متولی سوخت و با آسیب شناسی و بررسی راهکارهای مقابله و کاستی های احتمالی به ساماندهی سوخت رسانی به ذینفعان تشکیل شد .



وی افزود : در اولین جلسه این کارگروه در سال ۱۴۰۱ گزارش سازمان جهاد کشاورزی و پلیس راهور پیرامون پلاک دار کردن ماشین آلات کشاورزی (تراکتور و کمباین) ارائه و مورد بررسی قرار گرفت. رجب پور از عملکرد خوب ادارات متولی و تعامل موجود گفت و اظهار کرد : بررسی و رفع مغایرت تخصیصی سوخت چاه آب کشاورزی و ذخیره سازی سوخت فسیلی و جایگزینی گاز طبیعی توسط واحدهای تولیدی استان از دیگر مواردی بود که در این کارگروه پیگیری شد .

این مسؤول در ارتباط با سوخت چاه‌های کشاورزی استان که تعدادی از آنها فاقد مجوز است ، تاکید کرد : تعیین تکلیف چاه های کشاورزی فاقد پروانه با همکاری ادارات متولی و تسهیل روند اخذ پروانه با پیگیری مستمر مسئولین استان به نتایج خوبی رسیده است .

وی گفت : انجام بازدیدهای میدانی از مجاری عرضه سوخت بطور مستمر در دستور کار این شرکت قرار دارد .

در ادامه هر کدام از اعضا کارگروه پیشگیری و مقابله با قاچاق فرآورده های نفتی نظراتی را بیان و آن را مورد بررسی و هم اندیشی قرار دادند.

مدیربهره برداری شرکت گاز خراسان رضوی:

پیگیری تلفنی مراحل نصب انشعاب و توسعه شبکه گاز در سامانه ۱۵۹۴ ممکن شد

مشهد- صابر ابراهیم بای: مدیر بهره برداری شرکت گاز خراسان رضوی از امکان پیگیری تلفنی مراحل نصب انشعاب و توسعه شبکه گاز در سامانه ۱۵۹۴ مرکز خدمات الکترونیک و ارتباطات مردمی این شرکت خبر داد.

فرشید دشتی با اعلام این مطلب اظهار کرد: با راه‌اندازی این سامانه متقاضیان درخواست انشعاب و توسعه شبکه گاز می توانند از طریق تلفن ۱۵۹۴ و فشردن کلید ۶ و شماره گیری کدرهگیری یا شماره درخواست پیامک شده به متقاضی نسبت به اطلاع از آخرین وضعیت درخواست خود اقدام کنند. وی افزود: این سامانه برای نخستین بار توسط شرکت گاز استان خراسان رضوی در بین همه شرکت های گاز استانی کشور طراحی شده



و در این مرحله قابلیت ارائه خدمات به یک میلیون و ۴۰۰ هزار مشترک در شهر مشهد مقدس را دارد. به گفته دشتی، تسریع در پاسخگویی به متقاضیان، کاهش نوبت انتظار مکالمه با کارشناسان، پیگیری آنلاین مراحل نصب انشعاب و توسعه شبکه گاز، شفاف سازی در ارایه خدمات به مراجعین، توسعه سلامت اداری و تکریم ارباب رجوع از دستاوردهای بی نظیر اجرای این طرح است. مدیربهره برداری شرکت گاز خراسان رضوی با بیان این مطلب که سیاست شرکت گاز خراسان رضوی استفاده حداکثری از طرح ها و فناوری های نو برای تسهیل در خدمت رسانی بهتر به مشترکین و افزایش رضایتمندی عمومی است افزود: تلفن گویا یکی از کاربردی ترین امکانات و قابلیت های سیستم تلفنی است که مهمترین ویژگی آن اپراتوری خودکار و اطلاع رسانی هوشمند و ۲۴ ساعته می باشد.

تخفیف شهرداری های استان مرکزی به نهضت ملی مسکن

اراک- فرناز امیدی: جلسه شورای مسکن استان مرکزی به ریاست استاندار مرکزی و با حضور اعضا و نمایندگان ادارات مربوطه برگزار و در خصوص نهضت ملی مسکن به ویژه در توجه به پیشرفت فیزیکی پروژه‌های مسکن ملی تصمیماتی گرفته شد. حمید انعامی مدیرکل راه و شهرسازی استان مرکزی درباره مصوبات این جلسه بیان داشت: برای صرفه‌جویی و مدیریت مالی ضمن رعایت تمام نکات فنی و مهندسی در ساخت این مسکن‌ها تاکید و مقرر شد شهرداری‌ها برای صدور پروانه و تخفیف عوارض مسکن ملی را در دستور کار قرار دهند و صدور جواز ساخت پروژه‌های مسکن ملی با سرعت بیشتری انجام شود. وی در خصوص پیشرفت فیزیکی پروژه بزرگ مسکن ملی اراک هم توضیحاتی داد، لوازم کار بررسی و تصمیم در خصوص اجرا، نظارت طراحی و طرح ها انجام شد. انعامی اظهار داشت: با توجه به اینکه ساخت مسکن نهضت ملی بر اساس آورده مردمی و از طریق آورده نقدی و تسهیلات انجام می‌شود لذا باید این طرح در یک زمان‌بندی مناسب اجرا شود. تاکید استاندار و بنیاد مسکن و دیگر کارگزاران این بود که این طرح ها در اسرع وقت انجام شود و در واقع وقفه زمانی نداشته باشیم و از دستگاه‌های خدمات رسان اداره آب، برق، گازو مخابرات هم خواسته شد حداکثر همکاری را داشته باشند. مدیرکل راه و شهرسازی استان مرکزی گفت: تاکنون زمین لازم برای احداث ۲۹ هزار و ۶۸۹ واحد مسکونی در طرح ملی مسکن استان، تامین شده و عملیات اجرایی ۱۶ هزار و ۲۲۸ واحد



نیز آغاز شده است. حمید انعامی درپایان بیان داشت: در طرح جهش تولید مسکن، سهمیه استان مرکزی ۶۱ هزار و ۱۲۷ واحد بود که ۱۳هزار واحد در شهرهای امیرکبیر و مهاجران هدفگذاری شد.

رییس دانشگاه علوم پزشکی گیلان در نشست هماهنگی با نمایندگان گیلانی مجلس یازدهم مطرح کرد؛

تبیین تحولات بنیادین نظام سلامت گیلان در ارتقای شاخص‌ها

رشت - خبرنگار فرصت امروز: رییس دانشگاه علوم پزشکی گیلان ضمن برشمردن اقدامات تحول‌گرا و رضایت‌بخش در ارتقای شاخص‌های نظام سلامت استان، گفت: نیازمند همکاری نمایندگان مجلس شورای اسلامی در بهره‌گیری از ظرفیت‌های قانونی به‌ویژه تبصره‌های قانون بودجه و منابع دستگاه‌ها از منابع ملی هستیم. به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی دانشگاه علوم پزشکی گیلان (وب دا)؛ دکتر ارسلان سالاری - رییس دانشگاه علوم پزشکی گیلان صبح امروز در نشست ادواری مدیران دستگاه‌های اجرایی و سازمان‌های استان با مجمع نمایندگان گیلان در مجلس شورای اسلامی در سالن جلسات دیوان محاسبات استان با بیان اینکه دانشگاه علوم پزشکی گیلان در اولین و شاید مهم‌ترین مسؤولیت، متولی تأمین، حفظ و ارتقای سلامت جامعه تحت پوشش خود هست، اظهار کرد: دانشگاه در مرحله بعد به‌عنوان مسئول آموزش علوم پزشکی، وظیفه پرورش و آموزش نیروها و کادر درمانی موردنیاز برای جامعه و همچنین پژوهش و تحقیقات در حوزه سلامت را بر عهده‌دارند.

گستردگی خدمت‌رسانی حوزه سلامت در گیلان

وی با اذعان به اینکه میزان فعالیت و اقدامات دانشگاه علوم پزشکی به دلیل افزایش جمعیت و گستردگی وسعت جغرافیایی جهت رساندن خدمات به دورافتاده‌ترین مناطق در سطح استان، حائز اهمیت است، افزود: دانشگاه علوم پزشکی گیلان به دلیل آنکه مجموع فعالیت‌ها و عملکرد آن به‌سلامت جامعه بازمی‌گردد، کماکان از دقت و حساسیت ویژه‌ای برخوردار است.

مدافعان سلامت در خدمت به مردم عزم جزم دارند

رئیس دانشگاه علوم پزشکی گیلان با اشاره به عزم جزم مدافعان سلامت در خدمت بی‌منت به مردم، گفت: خانواده بزرگ نظام سلامت استان گیلان توانست با کوشش بی‌وقفه برای رسیدن به اهداف خود در جهت سیاست‌های توسعه عدالت در سلامت، اعتلای خدمات درمانی و ارتقای خدمت‌رسانی به جامعه قدم‌های بلندی بردارد و در دوران همه‌گیری کرونا خدمات شایان توجه ای در حوزه‌های مختلف در واحدهای مختلف دانشگاه به مردم شریف این استان ارائه کرده است.

چالش‌هایی که نظام سلامت گیلان پیش از شیوع کرونا با آن مواجه بود

دکتر سالاری با اشاره به چالش‌های پیش روی دانشگاه علوم پزشکی



گیلان در سال ۱۳۹۸، خاطرنشان کرد: معیوب بودن زیرساخت‌های بهداشتی و درمانی استان، ناتمام ماندن بسیاری از پروژه‌های بهداشتی، درمانی استان، ناکافی بودن اعتبار جهت تکمیل کلینیک‌های ویژه و عدم اجرای طرح تحول نظام سلامت، مستهلک بودن و کمبود تجهیزات پزشکی استان، کمبود نیروی انسانی متخصص در حوزه‌های بهداشت، درمان، اورژانس، بدهی چندصد میلیونی دانشگاه در حوزه‌های مختلف، کمبود تخت‌های بیمارستانی و فقدان بیمارستان جنرال در استان و یا پایین بودن سرانه خوابگاهی ازجمله چالش‌های نظام سلامت گیلان پس از شیوع بیماری کرونا بود.

مضاعف شدن کاستی‌های نظام سلامت گیلان با کرونا

وی کرونا را آغازی بر تشدید ضعف‌های نظام سلامت در استان دانست و گفت: در چنین شرایطی، با همه کاستی‌ها و عقب‌ماندگی‌ها در حوزه‌های مختلف بهداشتی و درمانی، درگیری استان با بحران کرونا ضعف‌های موجود را صدچندان نمود و فشار مضاعف به سیستم بهداشتی درمانی استان وارد شد.

اصلاح زیرساخت‌های حوزه سلامت در بحران کرونا با استفاده از تمامی ظرفیت‌ها

رئیس دانشگاه علوم پزشکی گیلان با بیان اینکه با شروع بحران کرونا روند اصلاح زیرساخت‌های بهداشتی درمانی استان و رفع کاستی‌ها و کمبودها سرعت گرفت، افزود: از ظرفیت همه سازمان‌ها و نهادها به‌ویژه ارتش، سپاه، بسیج، استانداری، دادگستری و ... از ابتدای بحران کرونا تاکنون در جهت رفع کاستی‌ها بهره گرفته‌شده است.

اجرای موفق طرح سردار شهید حاج قاسم سلیمانی

دکتر سالاری به اقدامات مهم دانشگاه در حوزه بهداشت اشاره کرد و گفت: اجرای موفق طرح وزین سردار دل‌ها شهید قاسم سلیمانی، راه‌اندازی مراکز ۱۶ و ۲۴ ساعته برای نمونه‌گیری کووید در شهرستان‌های استان، وضعیت پوشش واکسیناسیون جمعیت هدف استان (بالای ۵ سال)، کسب رتبه اول واکسیناسیون کشوری، توسعه زیرساخت‌های IT با تأمین ۸۰۰ دستگاه کامپیوتر، اصلاح بستر شبکه در شبکه‌های بهداشت و مراکز درمانی، تجهیز و راه‌اندازی آزمایشگاه‌های تشخیصی سلولی مولکولی کرونا در درمانگاه بعثت در ابتدای کرونا، تجهیز و راه‌اندازی آزمایشگاه مولکولی و نوسازی و احداث بیش از ۳۵ خانه بهداشت و مرکز خدمات جامع سلامت ازجمله اقدامات دانشگاه در حوزه بهداشت است.

طرح محرومیت‌زدایی سپاه به داد نظام سلامت گیلان رسید

وی پیگیری ساخت و تکمیل پروژه‌های محرومیت‌زدایی حوزه بهداشت و همچنین تلاش جهت تکمیل پروژه بهداشتی توسط قرارگاه محرومیت‌زدایی سپاه را از دیگر اقدامات در دست اقدامات نظام سلامت در حوزه بهداشت دانست.

اقدامات مهم دانشگاه علوم پزشکی گیلان در بخش درمان

رییس دانشگاه علوم پزشکی گیلان در ادامه به اقدامات مهم دانشگاه در حوزه درمان پرداخت و خاطرنشان کرد: توسعه، تجهیز و بهره‌برداری از دو بیمارستان قطب شرق و غرب گیلان، توسعه و تجهیز اورژانس بیمارستان‌های فومن، رازی، انزلی و حشمت، افزایش ۶۱۰ تخت بستری و ۱۵۴ تخت CCU/ICU در بیمارستان‌های دولتی، توسعه و تجهیز آزمایشگاه‌های تخصصی بیمارستان‌های دولتی استان، توسعه و تجهیز فاز ۱ آزمایشگاه‌های تحقیقاتی دارویی، تجهیز و بهره‌برداری از سایت پشتیبان مراقبتی پدافند غیرعامل، احداث و راه‌اندازی ۵ کلینیک ویژه تخصصی، احداث و راه‌اندازی ۱۵ پایگاه اورژانس در سطح استان و اجرای طرح سیستم فاضلاب‌های بیمارستانی در تمام بیمارستان‌های تحت پوشش تنها نمونه‌ای از اقدامات انجام‌شده از سوی مدافعان سلامت مردم طی چند سال اخیر است.

به‌زودی بالغبر ۵۰ طرح عمرانی درمانی گیلان به افتتاح می‌رسند

دکتر سالاری از افتتاح بالغبر ۵۰ پروژه عمرانی درمانی که هم‌اکنون پیشرفت فیزیکی بالای ۸۰ درصد دارند در آینده‌ای نزدیک خبر داد.

اخبار

مدیرعامل شرکت برق منطقه‌ای خوزستان:

ظرفیت پست برق شعیبیه شوشتر افزایش یافت

اهواز - شبنم قجاوند: مدیرعامل شرکت برق منطقه‌ای خوزستان از افزایش ظرفیت پست برق ۱۳۲ به ۳۳ کیلوولت شعیبیه در شهرستان شوشتر این استان خبر داد.



محمود دشت بزرگ اظهار کرد: عملیات توسعه و نصب ترانس سوم پست برق شعیبیه شوشتر به ظرفیت ۵۰ مگاولت آمپر و احداث ۲ فیدر ۳۳ کیلوولت به پایان رسید و برق‌دار شد.

وی با بیان اینکه ارزش سرمایه‌گذاری این پروژه ۲۵۰ میلیارد ریال بوده، تصریح کرد: تامین برق طرح ۵۰۰ هزار هکتاری مقام معظم رهبری در منطقه شعیبیه و برق‌رسانی به این منطقه و روستاهای آن که با توجه به تراکم جمعیتی آن هر ساله رشد بار دارند، از جمله اهداف افزایش ظرفیت و توسعه پست برق فوق توزیع شعیبیه بوده است. افزایش بارگیری از پست مذکور، کاهش بارگیری از پست‌های همجوار و بالا بردن قدرت مانور بهره‌برداری در منطقه شعیبیه و کاهش افت ولتاژ جهت کمک به کاهش خاموشی‌ها، از دیگر اهدافی است که مدیرعامل شرکت برق منطقه‌ای خوزستان برای بهره‌برداری از این پروژه برشمرد.

بر اساس این گزارش، از مهرماه ۱۴۰۰ تاکنون با احتساب ظرفیت فوق ۶۵۵ مگاولت آمپر در بخش انتقال و فوق توزیع به ظرفیت شبکه تحت نظارت این شرکت در استان‌های خوزستان و کهگیلویه و بویراحمد اضافه شد.

گفتنی است، شرکت برق منطقه‌ای خوزستان مسئولیت تامین و انتقال برق در شبکه انتقال و فوق توزیع در دو استان خوزستان و کهگیلویه و بویراحمد را بر عهده دارد.

مسئول ایمنی و آتش نشانی اداره کل بنادر و دریانوردی استان بوشهر عنوان کرد :

مانور اطفاءحریق کانتینر حامل کالای خطر ناک در بندر بوشهر

بوشهر - خبرنگار فرصت امروز: مسئول ایمنی و آتش نشانی اداره کل بنادر و دریانوردی استان بوشهر عنوان کرد : بمنظور آمادگی همه جانبه نیرو های عملیاتی ، مانور اطفاء حریق کانتینر حامل کالای خطر ناک در بندر بوشهر، برگزار شد.



به گزارش روابط عمومی، حیدر مجدنیا مسئول ایمنی و آتش نشانی اداره کل بنادر و دریانوردی استان بوشهر در اینباره گفت: بمنظور آمادگی هرچه بیشتر نیروهای عملیاتی در مواجه با اتفاقات احتمالی ، مانور همزمان اطفاء حریق کانتینر حامل کالای خطرناک (کلاس ۳) و یک دستگاه ریچ استاکر در محوطه پشت برج بندر و در حد فاصل انبارشماره ۶ و سوله ایکس ری برگزار شد.

مجدنیا افزود: در این عملیات به محض دریافت خبر آتش سوزی در یک دستگاه ریچ استاکر به سرعت هماهنگی لازم با ایستگاه شماره۲ ایمنی و آتش نشانی بندر صورت گرفت و تیم عملیاتی به موقعیت حادثه اعزام شد.

وی اضافه کرد: با رسیدن تیم عملیاتی ایستگاه شماره ۲ ایمنی و آتش نشانی بندر ابتدا فرد مصدوم در حاثه نجات یافت و از طریق آمبولانس اچ اس ای بندر جهت مدوا اعزام گردید به و سپس بصورت ضربتی عملیات مهار و اطفاء حریق ریچ استاکر انجام شد. حیدر مجدنیا عنوان کرد: همزمان با پایان موفقیت آمیز عملیات اطفاء اول، گزارشی مبنی بر آتش سوزی در کانتینر حاوی کالای خطرناک از نوع(کلاس ۳)به مرکز عملیات ایمنی و آتش نشانی بندر مخابره شد و با هماهنگی لازم بلافاصله آتش نشانان ایستگاه مرکزی به موقعیت حادثه اعزام شدند. مسئول ایمنی و آتش نشانی اداره کل بنادر و دریانوردی استان بوشهر گفت: در این عملیات که از پیچیده ترین و پر ریسک ترین نوع عملیات اطفاء حریق نیز میباشد با تدابیر فرمانده عملیات ابتدا آتش نشانان بصورت تدافعی اقدام به سرد کردن بدنه کانتینر نمودند و پس از رعایت تمامی اصول ایمنی و مراقبت های ویژه درب کانتینر را بازگشایی و سپس با یک عملیات تهاجمی اطفاء کامل حریق را در به اتمام رساندند.

مجدنیا اشاره کرد: در این مانور عملیاتی آتش نشانان با آمادگی کامل و برنامه ریزی دقیق مانور را طبق سناریوی طراحی شده و در زمان مقرر و همچنین با رعایت تمامی اصول و استانداردهای لازم با موفقیت به پایان رساندند. وی ضمن تقدیر از تمامی عوامل شرکت کننده درمانور ، یاد آور شد: در این مانور یگان حفاظت ، حراست ،روابط عمومی ، اچ اس ای، شرکت دریایی و بندری سینا، امور دریایی و اموربندری مشارکت داشتند.

گفتنی است؛ کالاهای خطر ناک براساس حساسیت و خطر آنها و همچنین نقطه اشتعال، دارای طبقه بندی می باشند که در این راستا کالاهای کلاس ۳ شامل مایعات قابل اشتعال مانند بنزین، نفت و گازوییل می شود.

سرپرست اداره کل راه و شهرسازی استان گلستان:

استفاده همزمان از امتیاز طرح‌های حمایتی نهضت ملی و قانون حمایت از خانواده و جوانی جمعیت ممکن نیست

گرگان - خبرنگار فرصت امروز: سرپرست اداره کل راه و شهرسازی استان گلستان گفت متقاضیانی که قبلا در سامانه نهضت ملی مسکن ثبت نام کرده‌اند، امکان استفاده همزمان از امتیاز طرح‌های حمایتی نهضت ملی و قانون حمایت از خانواده و جوانی جمعیت را ندارند. مهندس مهدی ملک با اشاره به تکلیف قانون حمایت از خانواده و جوانی جمعیت در خصوص واگذاری زمین یا واحد مسکونی به خانوارها پس از تولد فرزند سوم و بیشتر، اظهار داشت: متقاضیانی که تاریخ تولد فرزند سوم یا بیشتر آنها بعد از تاریخ ۱۴۰۰/۰۸/۲۴ باشد، می‌توانند با مراجعه به قسمت ثبت نام نهضت ملی مسکن در سامانه طرح‌های حمایتی مسکن به آدرس https://saman.mrud.ir/ اقدام به ثبت نام کنند. وی افزود: پس از ورود به سامانه می بایست در بخش نوع سرپرستی، گزینه "متقاضیان دارای سه فرزند به بالا (قانون حمایت از خانواده و جوانی جمعیت) " را انتخاب کنند.

سرپرست اداره کل راه و شهرسازی استان گلستان تاکید کرد: متقاضیانی که قبلا در سامانه نهضت ملی مسکن ثبت نام کرده‌اند، امکان استفاده همزمان از امتیاز طرح‌های حمایتی نهضت ملی و قانون حمایت از خانواده و جوانی جمعیت را ندارند. وی ادامه داد: متقاضیانی که طبق قانون حمایت از خانواده و جوانی جمعیت واجد شرایط هستند و قبلا در سامانه نهضت ملی مسکن ثبت نام کرده‌اند، جهت بهره‌مندی از قانون مذکور می‌توانند در صورتی که به ویرایش اطلاعات خود دسترسی دارند، وارد کارتابل خود (در سامانه نهضت ملی مسکن) شده و در قسمت "مشاهده و پیگیری درخواست‌ها" اطلاعات سرپرستی خود را ویرایش کنند. مهندس ملک تصریح کرد: در صورتی که متقاضی پس از مراجعه به کارتابل خود در قسمت "مشاهده و پیگیری درخواست سامانه"، دسترسی به ویرایش اطلاعات را نداشته باشد، می بایست از درخواست‌های قبلی خود انصراف داده و مجدد نسبت به ثبت نام اقدام کند. سرپرست اداره کل راه و شهرسازی استان گلستان خاطرنشان کرد: پس از انجام ثبت نام، در صورت واجد شرایط بودن متقاضی، سایر اقدامات حسب ضوابط و مقررات مربوطه صورت می‌پذیرد.

بازدید شهردار و اعضای شورای اسلامی شهر از پروژه های جاری شهرداری

اسلامشهر - سحر عمروانی - شهردار اسلامشهر به همراه برخی اعضای شورای اسلامی شهر از پروژه های جاری در سطح شهر بازدید کرد.



به گزارش مرکز ارتباطات شهرداری اسلامشهر، در این بازدید که محسن حمیدی شهردار اسلامشهر، مرتضی خانعلی نایب رئیس شورای اسلامی شهر، حجت الاسلام علی ترکمن و رضا عظیمی از اعضای شورای اسلامی شهر و معاونین و مدیران شهرداری حضور داشتند، از پروژه تعریض بلوار بسیج مستضعفین حدفاصل خیابان قدس رضوی تا ابتدای خیابان نواب، پروژه احداث خیابان ۴۰ متری در محله آجر سفید، و پروژه احداث کنارگذر ۲۴ متری در انتهای خیابان امام رضا بازدید بعمل آمد و ضمن بررسی موانع و مشکلات موجود بر تسریع در اجرای پروژه های مذکور تاکید شد.

دیدار ارزیابان اعتبار سنجی وزارت بهداشت با سرپرست دانشگاه علوم پزشکی ایلام

ایلام-هدی منصوری: ارزیابان اعتبار سنجی وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی در جریان بازدید از بیمارستان امام خمینی(ره) با سرپرست دانشگاه علوم پزشکی ایلام دیدار و گفتگو نمودند.

در این دیدار که معاون درمان و مسئولان و دست‌اندرکاران بیمارستان نیز حضور داشتند، سرپرست دانشگاه علوم پزشکی ایلام ضمن خیرمقدم به ارزیابان اعتبار سنجی وزارت بهداشت؛ به جایگاه خدمت به مردم و تحقق اهداف و برنامه‌های حوزه سلامت و آثار مثبت آن در سلامت جامعه اشاره نمود.

دکتر جاسم محمدی با بیان اینکه بررسی و ارزیابی اعتبار بخشی بیمارستانها عاملی مهم در راستای ارتقاء سطح خدمات دهی به بیماران است، ابراز امیدواری کرد که بتوان با تلاش و اهتمام و همکاران در حوزه درمان و بیمارستان‌های تابعه دانشگاه؛ زمینه تحقق اهداف و برنامه های مربوط به اعتباربخشی را فراهم کنیم تا رضایتمندی مردم را در این راستا کسب نماییم.

در بخش دیگری از این جلسه ارزیابان اعتباربخشی اعزامی از سوی وزارت بهداشت ضمن تقدیر از عنایت و توجه ویژه سرپرست دانشگاه به مقوله اعتباربخشی در سطح بیمارستان‌های تابعه دانشگاه؛ از همکاری و تعامل ارزنده و شایسته مسئولان دانشگاه و مسئولان و کارکنان بیمارستان‌های تابعه دانشگاه تقدیر نمودند. گفتنی است که ارزیابان وزارتی ضمن بازدید از بخشهای مختلف بیمارستان امام خمینی(ره)؛ حوزه‌های آموزش و پژوهش، روند خدمات‌دهی و درج اطلاعات مربوطه در پرونده بیماران، میزان رضایتمندی بیماران و مسائل و موضوعات مربوط به این بیمارستان را مورد ارزیابی و بررسی قرار دادند.

چطور برندتان را تبدیل به ترند توییتر کنید؟

به قلم: راج گاوتام
کارشناس بازاریابی دیجیتال
ترجمه: علی آل‌علی

این روزها توییتر به یکی از مکان‌های مهم برای بازاریابی و تعامل میان برندها و مشتریان بدل شده است. این امر به شما برای تاثیرگذاری هرچه بهتر با هزینه کمتر بر روی مخاطب هدف کمک می‌کند. بسیاری از برندها در چنین شرایطی وضعیت‌شان را با توجه به تغییرات توییتر ساماندهی می‌کنند. اگر شما هم مایل به فعالیت در توییتر هستید، تا همین حالا نیز زمان زیادی را از دست داده‌اید. امروزه هر برندی از همان ابتدای شروع به فعالیت در توییتر عضو می‌شود. بنابراین شما هم باید همین عملکرد را برای برندتان در نظر بگیرید، در غیر این صورت شاید هرگز فرصتی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و بهینه‌سازی وضعیت‌تان پیدا نکنید.

فعالیت عادی در توییتر برای بسیاری از برندها راضی‌کننده به نظر می‌رسد. در این میان البته برندهایی هستند که فعالیت عادی برای‌شان تکراری است. اگر از طرفدارهای شبکه‌های اجتماعی باشید، خیلی خوب از اهمیت ترندها در این میان آگاهی دارید. ترندها به طور معمول برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف مورد استفاده قرار می‌گیرد. در این میان اگر برند شما بتواند خودش بدل به یک ترند شده یا ترندی را توسعه دهد، تاثیرگذاری بسیار بهتری بر روی مخاطب هدف خواهید داشت. این امر گاهی اوقات به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب‌تان کمک کرده و شرایط‌تان را نیز بهینه‌سازی خواهد کرد.

بی‌تردید تبدیل شدن به یک ترند یا توسعه یک ترند مهم در فضای توییتر امر ساده‌ای نیست. درست به همین دلیل بسیاری از برندها در این میان نیاز به کمک و راهنمایی‌های حرفه‌ای دارند. این امر برای آنها به مثابه یک عملکرد مهم در زمینه بازاریابی و همکاری با مشتریان محسوب می‌شود. یادتان باشد در دنیای امروز بسیاری از مردم برای خرید ابتدا نگاهی به وضعیت برند مورد نظرشان در دنیای آنلاین می‌اندازند. با این حساب موفقیت شما در دنیای آنلاین می‌تواند بسیاری از مشکلات‌تان را به سادگی هرچه تمام‌تر ساماندهی کند.

هدف اصلی در این مقاله مرور برخی از مهمترین نکات برای تبدیل برندتان به ترند اول توییتر است. این امر به شما کمک می‌کند تا علاوه بر تعامل بهتر با مخاطب هدف سر و سامانی به اعتباراتان نیز بدهید. در این صورت دیگر مشکلی از نظر سطح تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف پیش روی‌تان نخواهد بود. یادتان باشد تمام توصیه‌های مورد بحث در این مقاله به طور کامل برای تمام کسب و کارها قابل اجراست. این یعنی شما لازم نیست نسبت به تفاوت حوزه کاری‌تان با مثال‌های مورد بحث در این مقاله نگران باشید. تنها نکته مهم و اساسی در این میان تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با استفاده از تکنیک‌های حرفه‌ای و کاربردی است. این امر می‌تواند در ادامه مسیر بازاریابی و فعالیت برندتان در توییتر کمک شایانی به شما نماید. در ادامه برخی از مهمترین نکات در این راستا را مورد ارزیابی قرار خواهیم داد.

معرفی برند به شیوه‌ای خاص و تازه

بسیاری از برندها در بازار با استفاده از تکنیک‌های کلیشه‌ای کسب و کارشان را به مشتریان معرفی می‌کنند. این امر شاید در نگاه نخست راهکار مناسبی برای خلاص شدن از شر معرفی اولیه برند باشد، اما هرگز تاثیرگذاری لازم بر روی مخاطب هدف را به همراه نخواهد داشت. درست به همین دلیل اگر شما به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان به بهترین شکل ممکن هستید، باید همیشه راهکارهای تازه و خلاقانه را در دستور کار قرار دهید. این امر می‌تواند به شما کمک بسیار زیادی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نماید.

توییتر به عنوان یکی از پلتفرم‌های محبوب در سراسر دنیا برای اینکه جایگاهش در میان کاربران را حفظ کند، همیشه از خلاقیت و نوآوری کاربران به بهترین شکل ممکن حمایت می‌کند. این امر می‌تواند برای کارآفرینان جذابیت بسیار زیادی داشته و شرایط‌شان را نیز در بازار تغییر دهد.

تحولات اخیر توییتر در دنیای شبکه‌های اجتماعی برای بسیاری از برندها چراغ سبزی به منظور خلاقیت بیشتر بوده است. نکته جالب اینکه الگوریتم توییتر نیز به طور خودکار محتوای مربوط به برندهای خاص و خلاق را بیشتر توسعه می‌دهد. این یعنی شما می‌توانید با اندکی خلاقیت و کنار گذاشتن کلیشه‌های رایج به موفقیت‌های بسیار بزرگی دست پیدا کنید. در ادامه برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف شما نیاز به توجه به ارزش‌های برندتان نیز خواهید داشت.

اغلب اوقات برندهایی که به ارزش‌ها و تعهدات برندشان توجه نشان نمی‌دهند، شرایط بسیار سختی در بازار خواهند داشت. چنین برندهایی به طور معمول تبدیل به نمونه‌های کلیشه‌ای در بازار می‌شوند. درست به همین دلیل اگر شما به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و بهینه‌سازی شرایط‌تان در بازار هستید، باید وضعیت‌تان را تغییر داده و از ارزش‌های برندتان برای تولید محتوا سود ببرید.

یکی دیگر از نکات مهم در این میان تلاش برای تولید محتوای تعاملی است. امروزه شبکه‌های اجتماعی دیگر فضایی برای تعامل یکجانبه برندها با مشتریان شان نیست. درست به همین خاطر شما باید همیشه تعامل بهینه با مخاطب هدف را به یاد داشته و برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب‌تان از تمام ابزارهای موجود به بهترین شکل ممکن استفاده کنید، در غیر این صورت خیلی زود برندتان برای مشتریان تبدیل به یک کسب و کار کلیشه‌ای خواهد شد.

یکی از برندهای موفق در زمینه معرفی کسب و کارش به شیوه‌ای غیرکلیشه‌ای و نوآورانه، استارباکس است. این برند در سراسر دنیا طرفدارهای بسیار زیادی دارد. با این حساب حضور استارباکس در توییتر نباید خیلی امر سخت یا مشکلی باشد. هرچه باشد همه مردم دنیا این کافی‌شاپ خلاق و نوآور را دوست دارند. نکته مهم در این میان راه‌اندازی چند اکانت از سوی استارباکس در توییتر است. یکی از اکانت‌های این برند به طور کامل برای حمایت و مراقبت از مشتریان راه اندازی شده است. بر این اساس شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف فقط و فقط به یک اکانت اضافه نیاز دارید. استارباکس در این اکانت به خوبی حرف‌های مشتریان را گوش کرده و در صورت نیاز اقدام به رفع مشکلات آنها می‌کند. این ایده ساده برای تاثیرگذاری بهینه بر روی کاربران، آن هم در دنیای بازاریابی امروز، به اندازه کافی خلاقانه محسوب می‌شود.

انتشار مناسب توییت

توییت‌ها در دنیای کسب و کار ماهیت بسیار متفاوتی در مقایسه با زندگی عادی دارند. شاید برخی از کاربران برای بارگذاری توییت هر چند ماه یکبار اقدام کنند، اما در این میان وضعیت برندها به طور کامل متفاوت است. درست به همین خاطر اگر یک برند توانایی لازم برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با توییترهای مناسب را نداشته باشد، کارش به طور حرفه‌ای به مشکل می‌خورد. نکته مهم اینکه شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف باید همیشه در ذهن آنها بمانید. این امر در دنیای توییتر با انتشار توییت در موقعیت‌های مناسب و بازه‌های زمانی کوتاه صورت می‌گیرد. یادتان باشد اگر شما برای مدت زمانی طولانی توییتی منتشر نکنید، به سادگی هرچه تمام‌تر از ذهن کاربران خارج می‌شوید. آن وقت دیگر شانسی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و بهینه‌سازی وضعیت‌تان پیدا نمی‌کنید. این امر می‌تواند برای شما هزینه‌های بسیار زیادی به همراه داشته و شرایط‌تان در بازار را نیز دشوار سازد.

یکی از اشتباهات مهم برندها در دنیای کسب و کار مربوط به استفاده از توییت‌های بسیار زیاد است. این امر می‌تواند شرایط یک برند برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به طور قابل ملاحظه‌ای تغییر دهد. نکته مهم اینکه شما برای بهینه‌سازی موقعیت‌تان در بازار باید همیشه توییت‌ها را به طور مناسب از نظر زمانی و عددی منتشر کنید. همانطور که انتشار بیش از اندازه توییت‌ها برای برند شما خطرناک خواهد بود، بی‌توجهی به مخاطب هدف و عدم انتشار توییت در بازه‌های زمانی طولانی نیز کارتان را با مشکل رو به رو خواهد ساخت.

برخی از برندها در مسیر تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف از هر ایده‌ای برای انتشار توییت استفاده می‌کنند. این امر شاید ایده خوبی به نظر برسد، اما اگر شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف آماده نباشید، احتمالا وضعیت‌تان را به شدت دشوار خواهد کرد. توصیه ما در این میان تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با استفاده از ایده‌های کاربردی است. این امر می‌تواند به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک کرده و توانایی‌تان بر روی مخاطب هدف را تغییر دهد.

یادتان باشد ایده‌های مربوط به حوزه کسب و کارتان همیشه تاثیرگذاری بهتری بر روی مخاطب هدف به همراه دارد. این امر به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک ویژه‌ای کرده و شانس‌تان را نیز در این میان به طور قابل ملاحظه‌ای بهینه‌سازی می‌کند. در این میان شما برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف باید به طور مداوم توییت‌های مرتبط با حوزه کاری‌تان را منتشر نمایید. در غیر این صورت شاید خیلی زود توانایی‌تان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف از بین رفته و دیگر کسی به توییت‌های‌تان توجه نشان ندهد.

ارزیابی عملکرد برندهای بزرگ در دنیای توییتر می‌تواند ایده بسیار خوبی برای شما در راستای پیدا کردن ترندهای مناسب برای انتشار محتوا باشد. این امر شما را خیلی زود بدل به برندی حرفه‌ای در دنیای توییتر کرده و بسیاری از کاربران را با ماهیت کسب و کارتان آشنا می‌سازد.

استفاده از هشتگ‌ها

استفاده از هشتگ‌ها یکی دیگر از راهکارهای تبدیل کردن یک برند به ترند در توییتر است. این امر می‌تواند به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک کرده و شانس‌تان را نیز در این میان به طور قابل ملاحظه‌ای تقویت نماید. یادتان باشد برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف شما باید همیشه راه و روش‌های خاص خودتان را در پیش گیرید. این امر در دنیای هشتگ‌ها شامل استفاده از نمونه‌های مرتبط با حوزه کاری‌تان خواهد بود، در غیر این صورت شاید خیلی زود توانایی و فرصت‌های پیش روی شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف از بین برود.

امروزه پیدا کردن هشتگ‌های مرتبط با حوزه فعالیت یک برند امر سخت یا پیچیده‌ای نیست. شما در این میان فقط باید انگیزه کافی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را داشته باشید. در مرحله بعد امکان پیدا کردن توییت‌های متعدد در فضای توییتر امکان‌پذیر خواهد بود.

همچنین شما می‌توانید از ابزارهای کمکی مثل گوگل آنالیتیکس نیز استفاده کنید. با این حال از آنجایی که توییتر خودش آمارهای دقیق منتشر می‌کند، شما باید همیشه منبع اصلی خودتان را این پلتفرم قرار دهید، در غیر این صورت شاید هرگز توانایی تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به دست نیاورید.

بسیاری از برندها برای استفاده از توییت‌های کاربردی با چاشتی هشتگ همیشه مشکل دارند. این امر دردسرهای آنها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش می‌دهد. درست به همین دلیل اگر شما به دنبال تاثیرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف هستید، می‌توانید به طور مداوم شانس‌تان در زمینه الگوبرداری از برندهای بزرگ را امتحان کنید. یکی از برندهای موفق در زمینه استفاده حرفه‌ای از هشتگ‌ها در دنیای توییتر ردبول است. اسم این برند دوست‌داشتنی همیشه با بحث هیجان و ورزش‌های سخت در دنیا گره خورده است. با این حساب مشاهده این برند به عنوان اسپانسر ورزش‌های سخت و رویدادهای هیجان‌انگیز امر غیرمنتظره‌ای نیست. ردبول در این میان برای هر اتفاقی پیرامون برندش یا حتی رویدادهای مرتبط با کسب و کارش یک هشتگ خاص دارد. این امر موجب ارتباط میان ردبول به مشتریانش می‌شود. نکته جالب اینکه این ارتباط حتی فراتر از اکانت رسمی ردبول نیز هست. بنابراین کاربران به راحتی امکان اظهارنظر درباره مراسم‌ها یا رویدادهای مرتبط با ردبول را دارند. آن هم فقط با کاربرد یک هشتگ ساده و خودمانی. به این ترتیب بسیاری از کاربران برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف راهکارهای بسیار زیادی را در دستور کار قرار می‌دهند.

شما کافی است نگاهی به اکانت ردبول در توییتر بیندازید. این اکانت رویدادهای بسیار مهمی را پوشش می‌دهد. نکته جالب اینکه هشتگ‌های مربوط به ردبول در توییتر همیشه ترندهای برتر دنیا هستند. بنابراین شما نیز می‌توانید با استفاده از چنین راهکاری به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف و بهینه‌سازی شرایط‌تان به بهترین شکل ممکن باشید، در غیر این صورت شاید هرگز توانایی بهینه‌سازی وضعیت‌تان را به دست نیاورید.

برنامه‌ریزی برای برگزاری مراسم با استفاده از توییتر

آیا شما هم برای توسعه کسب و کارتان به برگزاری رویدادهای گوناگون فکر می‌کنید؟ این سوال برای بسیاری از مردم در سراسر دنیا جذاب و هیجان‌انگیز محسوب می‌شود. اگر شما به دنبال تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با استفاده از چنین راهکاری هستید، باید همیشه از راهکارهای فوق‌العاده حرفه‌ای سود ببرید. این امر شامل بازاریابی برای مراسم یا رویدادتان پیش از شروع است. یادتان باشد این روزها کمتر کسی مایل به حضور در یک رویداد بدون شرکت‌کنندگان پرشمار است. درست به همین خاطر پیش از عجله فراوان برای برگزاری مراسم‌تان باید فکر تمام جوانب را کرده باشید.

توییتر به عنوان یکی از بهترین شبکه‌های اجتماعی همیشه به شما فرصت خوبی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را می‌دهد. شما می‌توانید به سادگی با استفاده از چند توییت درست و حسابی شانس‌تان در این میان را تقویت نمایید. این امر می‌تواند به شما فرصت بسیار خوبی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف دهد. یادتان باشد در دنیای امروز بسیاری از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف شرایط‌شان به طور مداوم تغییر می‌کند. به همین خاطر باید برای بهینه‌سازی شرایط‌تان به طور مداوم موقعیت خودتان را مورد ارزیابی قرار دهید.

برنامه‌ریزی برای یک رویداد مهم در توییتر می‌تواند همیشه جذابیت‌های خاص خودش را داشته باشد. نکته جالب اینکه شما همیشه امکان پوشش آنلاین رویدادتان را نیز خواهید داشت. درست به همین دلیل باید همیشه از این امکان در توییتر نهایت استفاده را ببرید، در غیر این صورت شاید خیلی زود توانایی‌تان برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف از بین برود.

بهترین مثال درباره پروموت کردن یک رویداد در توییتر مربوط به برند لوز (Luvs) است. این برند در زمینه تولید پوشک برای کودکان فعالیت دارد. در یکی از رویدادهای بازاریابی محلی این برند در شهر بروکلین، مدیران ارشد شرکت با آژانس‌های تاکسیرانی در سطح شهر برای جا به جایی رایگان والدین به توافق رسیدند. بر این اساس اگر فرزند هر کدام از خانواده‌های بروکلین که از پوشک این برند استفاده می‌کنند، مشکل خواب پیدا کردند، والدین می‌توانند بدون پرداخت حتی یک دلار با تاکسی به پزشک یا هر مرکز درمانی دیگری که دوست دارند مراجعه نمایند. این امر یکی از کمپین‌های بی‌نهایت جذاب برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در دنیای توییتر را توسعه داد. نکته جالب اینکه به دلیل ماهیت بسیار انسان‌دوستانه و جذاب این کمپین اسم برند لوز در مدت زمانی اندک تبدیل به برند اول توییتر شد.

بی‌شک شما هم می‌توانید برندتان را به ساده‌ترین شکل ممکن تبدیل به ترند اول دنیا نمایید. این امر شما را در ساختار تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در رتبه نخست قرار می‌دهد. نکته مهم اینکه شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف همیشه نیاز به استفاده از راهکارهای بسیار مناسب و حرفه‌ای دارید. این امر می‌تواند با الگوبرداری مناسب از کمپین‌های موفق قبلی مانند همین برند لوز دنبال شود.

همکاری با اینفلوئنسرها

امروزه دنیای بازاریابی در پیوند نزدیک با فعالیت اینفلوئنسرها قرار دارد. درست به همین دلیل اگر شما به دنبال اثرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف‌تان هستید، چاره‌ای به غیر از همکاری با اینفلوئنسرها ندارید. در دنیای توییتر نیز شمار بالایی از کاربران به عنوان اینفلوئنسر در بازار فعالیت دارند. این امر می‌تواند برای شما جذابیت بسیار زیادی به همراه داشته و توانایی‌تان در این میان برای بهینه‌سازی موقعیت‌تان در توییتر را افزایش دهد.

تنها نکته مهم برای همکاری با اینفلوئنسرها توجه به هزینه‌های چنین فرآیندی است. این امر به شما فرصت بسیار خوبی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف داده و موقعیت‌تان در بازار را نیز بهینه‌سازی خواهد کرد. یادتان باشد همکاری با افرادی که از رشته کاری شما آگاهی دارند، همیشه بهترین گزینه ممکن خواهد بود. این امر به شما فرصت بسیار خوبی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف خواهد داد.

یکی از کاربردهای جذاب در زمینه همکاری با اینفلوئنسرها امکان معرفی جنبه‌های مختلف کسب و کار به مشتریان است. این امر به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک ویژه‌ای کرده و شانس‌تان را نیز در این میان توسعه می‌دهد. درست به همین دلیل شما برای اثرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف باید همکاری با اینفلوئنسرها را با برنامه‌ای دقیق و از پیش تعیین‌شده جلو ببرید، در غیر این صورت شاید هرگز فرصت کافی برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف پیش روی شما قرار نگیرد. این امر می‌تواند بسیاری از موقعیت‌های حرفه‌ای شما را از بین برده و تلاش‌تان در این میان را نیز بی‌نتیجه سازد یادتان باشد مشتریان در بازار همیشه از اینفلوئنسرها حرف‌شنوی دارند. درست به همین خاطر سرمایه‌گذاری بر روی این حوزه می‌تواند ایده‌ای بسیار خوب برای شما و برندتان باشد. البته در این میان باید فکر تمام جنبه‌های کارتان را نیز بکنید. این امر به شما فرصت بسیار خوبی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را داده و شرایط‌تان را نیز بهینه‌سازی خواهد کرد.

نکته بعدی در این میان امکان استفاده از تخفیف‌های ویژه برای تاثیرگذاری بهتر بر روی مخاطب هدف است. این امر شانس شما در بازار را به طور قابل ملاحظه‌ای تقویت خواهد کرد. به این ترتیب دیگر مشکلی از نظر سطح تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف هدف پیش روی‌تان نخواهد بود. هیچ مشتری در دنیا از خرید با تخفیف امتناع نمی‌کند. درست به همین خاطر گاهی اوقات برای افزایش شهرت برندتان در توییتر و میان کاربران باید تخفیف‌های مناسب را نیز مد نظر قرار دهید. این امر می‌تواند برای شما جذابیت‌های زیادی به همراه داشته و توانایی‌تان را نیز به طور حرفه‌ای تحت تاثیر قرار دهد.

یادتان باشد تخفیف‌های شما باید همواره به شکلی جذاب و تأمل‌برانگیز برای مشتریان باشد، در غیر این صورت شاید کمتر کسی به سوی استفاده از محصولات برندتان یا تخفیف‌های مورد نظر به طور کلی جذب شود. این امر در بلندمدت شرایط شما در بازار را به طور قابل ملاحظه‌ای تغییر می‌دهد. درست به همین دلیل باید همیشه مراقب نحوه فعالیت برندتان در این میان باشید. در غیر این صورت شاید دیگر هرگز فرصتی برای تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف‌تان پیدا نکنید. این امر شرایط شما را به طور چشمگیری تغییر داده و موقعیت‌تان در بازار را نیز به هم خواهد ریخت. بی‌شک بازاریابی در توییتر و تبدیل برند به ترند نخست این فضا کار بی‌نهایت دشواری محسوب می‌شود. در این میان شما برای موفقیت در کارتان به ابزارهای بسیار زیادی نیاز دارید. استفاده از همکاری اینفلوئنسرها و همچنین تلاش برای ارائه تخفیف‌های گسترده در این میان نکته مهمی برای جلب نظر مشتریان محسوب می‌شود. البته در این میان شما باید تلاش‌تان را به حوزه‌های دیگر نیز توسعه دهید. در این صورت امکان استفاده از جلب توجه اولیه مشتریان را خواهید داشت. نکات مورد بحث در این مقاله به شما برای شروع کارتان در زمینه بازاریابی در توییتر و افزایش اعتبار آنلاین برندتان کمک خواهد کرد. این امر به شما فرصت بسیار خوبی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف داده و شانس‌تان در این میان را نیز تقویت می‌کند. یادتان باشد شما در صورت استفاده از تمام توصیه‌های این مقاله به طور همزمان نتیجه بهتری دریافت خواهید کرد.

منبع: socialpilot.co



فرصت امروز
روزنامه مدیریتی - اقتصادی
دوشنبه | ۹ خرداد ۱۴۰۱ | شماره ۲۰۲۲ | صفحه ۸
صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز
مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی
چاپ: هنر سرزمین سبز
دفتر مرکزی: مطهری، خیابان علی‌اکبری، پلاک ۱۱۵
دفتر مرکزی: ۸۸۳۱۷۷۳۸
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۳۲۰۹۶۰
آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS
WWW.FORSATNET.IR
INFO@FORSATNET.IR