

<div><div><span><span></span></span></div><span>Sun.31 Oct 2021</span></div>
۲۴ ربیع‌الاول ۱۴۴۳ – سال هفتم
شماره ۱۸۸۹
۸ صفحه – ۵۰۰۰ تومان
<a href="http://www.forsatnet.ir">www.forsatnet.ir</a>

## یادداشت

## امیدها و انتظارات از بانک سپه

<b>علی نظافتیان</b>
پژوهشگر بانکی

تحولات مدیریتی بانک سپه به عنوان نخستین بانک ایرانی همواره مورد توجه مردم و بانکداران بوده است. با روی کار آمدن دولت سیزدهم سرانجام پس از ماه‌ها حدس و گمان‌های رسانه‌ای در مورد آینده بانک سپه، تصمیم وزیر اقتصاد بر این حدس و گمان‌ها صحه گذاشت و آیت ابراهیمی، مدیرعامل سابق بانک انصار براساس احکام جداگانه ابتدا در یکم آبان ماه امسال به عنوان عضو جدید هیأت مدیره بانک سپه و بلافاصله در همان روز با حکم احسان خاندوزی به استناد مصوبه هیأت مدیره بانک به عنوان مدیرعامل بانک سپه منصوب شد. هرچند مطالبه وزیر اقتصاد از مدیر جدید بانک سپه در متن حکم انتصاب ایشان مشخص شده است، اما باید اذعان داشت که بانک سپه از جهاتی نسبت به بانک‌های دولتی دیگر دارای موقعیت و به عبارتی وضعیت ویژه‌ای است. این وضعیت ویژه به ادغام بانک‌های انصار، قوامین، حکمت ایرانیان، مهر اقتصاد و موسسه اعتباری کوثر در بانک سپه برمی‌گردد.

**ادامه در همین صفحه**

#### ادامه از همین صفحه

با اینکه در آبان سال گذشته مراحل پایانی پروژه ادغام بانک‌ها اعلام شد، ولی ماموریت وزیر اقتصاد به مدیرعامل جدید بانک سپه مبنی بر «به سامان رساندن پروژه ادغام بانک‌های نظامی تا پایان سال ۱۴۰۱»، حاکی از آن است که پروژه ادغام کاملاً محقق و نهایی نشده و هنوز راهی طولانی در پیش دارد. به همین دلیل، فرصت نهایی کردن ادغام بانک‌ها تمدید شده است.

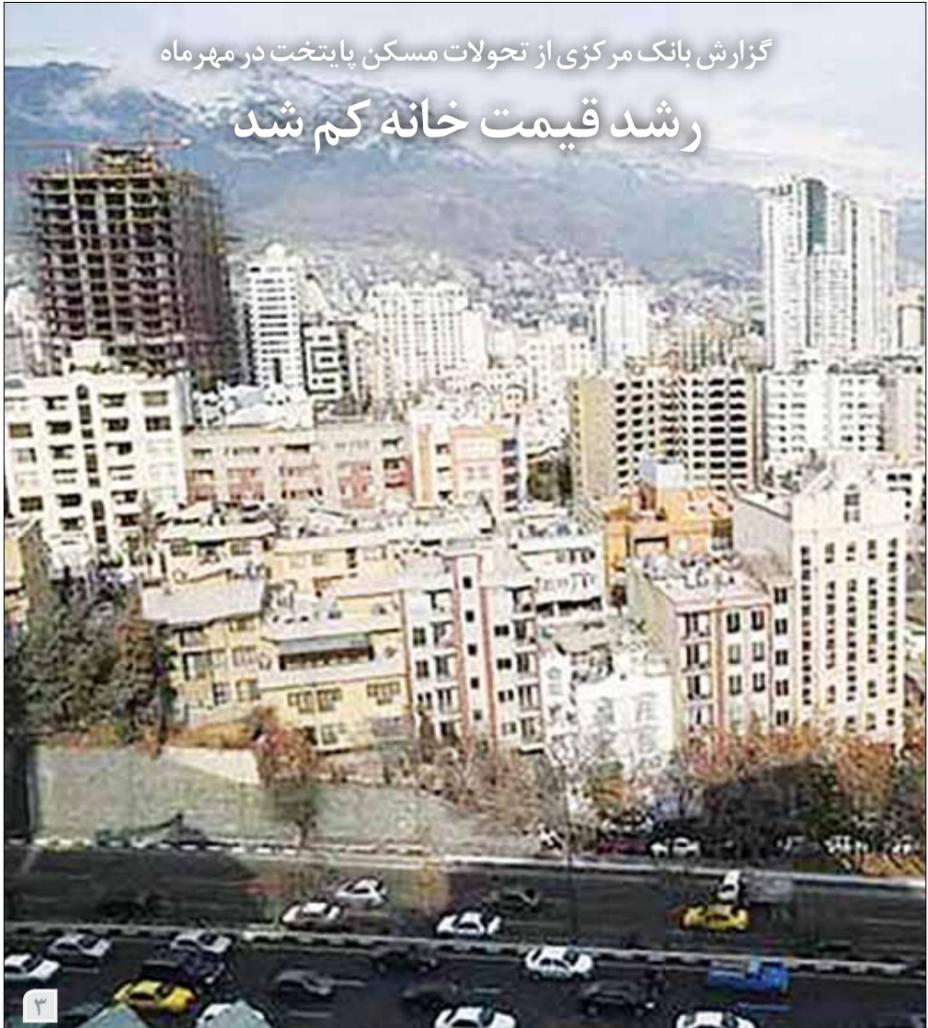
گرچه به عنوان یک پژوهشگر بانکی متقدم که شبکه بانکی کشور به ادغام بانک‌های کارآمدی همچون بانک انصار، بانک مهر اقتصاد، بانک حکمت ایرانیان و تشکیل یک بانک حجیم نیازی نداشت و به جای دولتی‌سازی بانک‌های خصوصی و حجیم کردن تشکیلات یک بانک کاملاً دولتی، دولت با خرید عمده سهام سه بانک یادشده می‌توانست آنها را در بورس عرضه نماید تا مردم از خدمات این بانک‌ها با داشتن صدها نیروی مجرب مدیریتی و کارشناسی محروم نشوند، اما باید به تصمیم مسئولان احترام گذاشت و فرایند این ادغام بانکی را دنبال کرد. در حال حاضر، چالش‌های فرا روی بانک سپه با داشتن دست‌کم ۵۰ هزار پرسنل و صدها شعبه و ساختمان متعدد را می‌توان در هفت چالش «منابع انسانی»، «انتقال سیستمی اطلاعات مالی بانک‌های ادغامی به شبکه الکترونیکی بانک سپه»، «مسائل حقوقی، قضایی و ثبتی در وصول مطالبات معوق»، «حل و فصل مشکلات ثبتی و دعایوی مرتبط با سهامداران جزء بانک‌های ادغام شده»، «واگذاری شرکت‌های وابسته به بانک‌ها و موسسات اعتباری ادغامی»، «شفافیت مالی» و «سرعت‌بخشی به عملیات بانکی با رعایت کامل مصوبات شورای پول و اعتبار و موازین شرعی» احاء نمود. در یادداشت پیشین به دو چالش نخست پرداختم و حال به پنج چالش باقی‌مانده اشاره می‌کنم.

**سوم؛ چالش حقوقی، قضایی و ثبتی در وصول مطالبات معوق**

با توجه به مجموع رویدادهای حقوقی منتهی به ادغام چند

# فرصت امروز

برای کسب‌وکار آفرینی



گزارش بانک مرکزی از تحولات مسکن پایتخت در مهر ماه

## رشد قیمت خانه کم شد

## امیدها و انتظارات از بانک سپه

بانک و موسسه اعتباری در بانک سپه به نظر می‌رسد می‌توان پرونده‌های موجود در بخش حقوقی این بانک را در پنج گروه طبقه‌بندی کرد: «مطالبات معوق مختص به بانک سپه قبل و بعد از ادغام»، «مطالبات معوق مختص به بانک انصار»، «مطالبات معوق مختص به بانک حکمت ایرانیان» و «مطالبات معوق مختص به موسسات اعتباری نظیر موسسه ثامن و…» هر یک از این پرونده‌ها، بافت حقوقی و بانکی ویژه خود را دارد و وصول مطالبات معوق این حجم عظیم پرونده نیازمند تلاش حقوقی و کار قوی کارشناسی است. بنابراین پراکنده‌سازی مدیران، کارشناسان، و کلا و کارکنان بانک‌ها و موسسات ادغامی و اعزام آنها به شعب بانک سپه، سیاست مناسبی در وصول مطالبات معوق و به‌رویزی بهینه از کارشناسان حقوقی مجموعه‌ای که سالیان سال، عمر خود را برای پیگیری امور حقوقی بانکی سپهری کرده‌اند، نیست، بلکه برعکس، به جای هدر دادن این حجم عظیم کارشناسان حقوقی در فعالیت غیرمرتبط،بایستی با سازماندهی مناسب و بازگشت کارشناسان حقوقی از بخش‌های غیرمرتبط به بخش حقوقی و تفویض اختیار به مدیران حقوقی و پرهیز از حاکمیت‌بخشی به نیروهای غیرحقوقی و کارکنان جزء بر شئونات و مصالح مدیریت حقوقی بانک و همچنین برون‌سپاری سازمان‌یافته و غیرسلیقه‌ای بسیاری از امور حقوقی

**چهارم؛ حل مشکلات ثبتی و دعایوی سهامداران جزء بانک‌ها و موسسات ادغام‌شده**

پدیده ادغام از نظر موازین قانونی، زمانی نهایی و محقق خواهد شد که تشریفات ثبتی مربوط به ادغام در اداره ثبت شرکت‌ها و روزنامه رسمی آگهی شود و مراجع قضایی و تعزیراتی و ثبتی، ادغام بانک‌ها و موسسات اعتباری ادغام‌شده

با دستور ویژه وزیر اقتصاد به رئیس کل بانک مرکزی

## قراردادهای تسهیلات بانکی شفاف می‌شود؟

است. آنگور که وزیر اقتصاد در نامه به رئیس‌کل بانک مرکزی آورده است، الکترونیک شدن قراردادهای بانکی هم به بانک مرکزی برای نظارت بر اعطای تسهیلات و وصول مطالبات بانک‌ها کمک می‌کند و هم اینکه بخش عمده‌ای از دعایوی و اختلافات قرارداد بین بانک‌ها و مشتریان در محاکم قضایی را کاهش می‌دهد. شفاف‌سازی قراردادهای تسهیلات بانکی، یکی از اولویت‌های اصلی تیم اقتصادی دولت است و به همین دلیل آماده‌کردن زیرساخت‌ها و اجرای قانون مجلس باید در اولویت قرار گیرد. این دستور خاندوزی به صالح‌آبادی در شرایطی صادر شده که مجلس هم در جریان تصویب طرح تسهیل صدور برخی مجوزهای کسب‌وکار، بانک مرکزی را مکلف کرده است حداکثر سه ماه پس از لازم‌الاجراشدن این قانون، دستورالعمل نحوه

نایب رئیس کمیسیون صنایع و معادن مجلس خبر داد:

## اعلام موافقت وزارت صمت با واردات خودرو

سیدجواد حسینی‌کیا با اشاره به تبدیل عنوان «ارز غیرمنشأ» به «ارزی که منشأ آن مشخص باشد» گفت مصوبه واردات خودرو پس از رفع ایرادات شورای نگهبان و هیأت عالی مجمع تشخیص، طی هفته آینده بعد از تعطیلات مجلس، راهی صحن خواهد شد تا نمایندگان نظر نهایی را در خصوص واردات خودرو اعلام کنند. نماینده مردم سنقر در مجلس با اشاره به روندی…

# ۴۰ درصد از گازهای همراه نفت در ایران سوزانده می‌شود عملکرد دولت دوازدهم در صنعت نفت و گاز

فرصت امروز: یکی از عوامل مهم در رشد اقتصادی کشورها، نسبت میزان مصرف انرژی به ازای تولید ناخالص داخلی کشور و یا همان شدت انرژی است. تولید و عرضه متوازن انرژی براساس برنامه‌های توسعه تنظیم می‌شود و در این راستا، برنامه ششم توسعه به عنوان سند بالادستی عملکرد دولت دوازدهم تلقی می‌گردد. ارزیابی عملکرد دولت مطابق برنامه‌های توسعه‌ای و با استناد به اسناد بالادستی مرتبط با انرژی نه تنها میزان پیشبرد مجموعه بدنه اجرایی را مطابق برنامه محک می‌زند، بلکه گامی مهم در راستای اصلاح برنامه‌های آتی خواهد بود. حالا آنگور که نهاد پژوهشی مجلس از عملکرد دولت دوازدهم در صنعت نفت و گاز گزارش داده است…

#### ۲

شاخص بورس تهران ۱۸ هزار واحد دیگر ریخت

## برگریزان بورس در پاییز

#### ۴

## مدیریت و کسب‌وکار

## طراحی استراتژی بازاریابی محتوا

بازاریابی محتوا یکی از نیازهای اصلی هر کسب و کاری برای موفقیت در بازار محسوب می‌شود. امروزه هر برندی برای جلب نظر مشتریان چاره‌ای به غیر از تولید محتوای با کیفیت و تعامل با مشتریان براساس آن ندارد. به همین خاطر حتی اگر شما سابقه طولانی در زمینه بازاریابی محتوا داشته باشید، بازهم به طور مداوم نیازمند به‌روز رسانی استراتژی‌تان خواهید بود. این امر تنها راهکار برای موفقیت طولانی مدت در بازار و جلب نظر مشتریان به طور مداوم است. بسیاری از بازاریاب‌ها همیشه پیش از شروع به کار یک برنامه کامل از اقدامات بازاریابی‌شان را طراحی می‌کنند. این امر شاید در مرحله اول سختی‌های بسیار زیادی داشته باشد، اما دست کم وضعیت کاری شما را در مراحل بعدی به شدت ساده خواهد کرد. اگر شما مشکلات زیادی برای طراحی استراتژی بازاریابی محتوا دارید، ما در این مقاله به دنبال راهکارهایی برای رفع این مشکل و بهبود سطح…

برنامه‌های اصولی و مطلوب وزیر جدید اقتصاد است که تاکنون آثار و بازخوردهای مطلوبی در سطح جامعه داشته و امکان نظارت مردم بر عملکرد موسسات اقتصادی را فراهم آورده است. متأسفانه اثری از این شفافیت مالی تاکنون در بانک سپه مشاهده نشده است و می‌توان وب‌سایت بانک سپه را از حیث اطلاع‌رسانی عمومی درباره عملکرد و تراز مالی بانک و شفافیت مالی، یک سایت غیرفعال و تاریخ مصرف گذشته و فاقد تحرک تلقی کرد. تصور می‌کنم اطلاع از گزارش هیأت مدیره به مجمع و همچنین گزارش بازرس قانونی و تاثیرات مالی ادغام بر صورت‌های مالی بانک سپه، حداقل انتظار مردم از شفاف‌سازی واقعی و غیرتبلیغاتی در بانک سپه است.

**هفتم؛ سرعت‌بخشی به عملیات بانکی با رعایت مصوبات شورای پول و اعتبار**

در کنار حل و فصل مشکلات مربوط به ادغام، مردم انتظار دارند که با تبدیل بانک سپه به بانکی حجیم و پر پرسنل، تحرک تازه‌ای در این بانک برای ارائه مطلوب خدمات بانکی اتفاق بیفتد. در حکم وزیر اقتصاد نیز بر تحقق اهدافی چون «سودآور ساختن عملیات بانک و پیگیری برای افزایش نسبت کفایت سرمایه به سطح استانداردهای مطلوب نظارتی حداکثر تا پایان سال ۱۴۰۱، افزایش سریع حجم عملیات ارزی بانک حداقل به میزان ۱۰۰ درصد نسبت به سال قبل، هدایت اعتبارات به سمت بخش‌های مولد اقتصاد متناسب با اولویت‌های توسعه‌ای کشور و ممنوعیت‌های اعتباردهی به فعالیت‌های سوداگری و استقرار حاکمیت شرکتی و رعایت استانداردهای نظارتی و کنترل ریسک به منظور افزایش استحکام مالی بانک» تأکید شده است. انجام عملیات بانکی، بومی‌سازی بانکداری جامع و نظایر این برنامه‌ها بنیابستی مغایرتی با موازین شرعی داشته باشد. افزون بر آن، جامعه از یک بانک بزرگ دولتی با داشتن حداقل ۵۰ هزار پرسنل انتظار دارد که در طراحی جدید محصولات بانکی منطبق با موازین شرعی و ارائه آن به بانک مرکزی و شورای پول و اعتبار پیشقدم باشد. در این راستا، تاسیس دفتر مطالعات و بررسی‌های فقهی در بانک سپه، امری

بسیار ضروری است و این دفتر می‌تواند با بررسی دقیق فقهی، بانک را از نزدیک شدن به مرزهای بانکداری ربوی آگاه سازد و در کنار بخش‌های اعتباری و طرح و برنامه به طراحی و خلق محصولات جدید بانکی منطبق (یا حداقل غیرمغایر) با موازین شرعی بپردازد.

خلاصه آنکه براساس تصمیم سرران قوا، چندین بانک و موسسه اعتباری در بانک دولتی سپه ادغام شده‌اند. این تصمیم، قطعی و لازم‌الاجراست و باید بی‌کم و کاست اجرا شود، اما باید اذعان کرد که برآیند این ادغام نیز فره‌سازی تشکیلات دولتی و محروم‌سازی بخش خصوصی از خرید سهام بانک‌های انصار، مهر اقتصاد، حکمت ایرانیان و تشکیل یک بانک حجیم و فربه دولتی با بیش از ۵۰ هزار پرسنل و ۴ هزار و ۵۰۰ شعبه و ده‌ها شرکت وابسته و زیرمجموعه بانک‌ها و موسسات ادغامی است. مدیریت این تشکیلات و برآوردن همه امیدها و انتظارات درون و برون سازمانی، کاری بس نفسگیر و طاقت‌فرساست. انتظار بحق مردم نیز از این بانک عریض و طویل دولتی، ارائه خدمات و سرویس‌های پیشرفته

بانکی و پرداخت آسان تسهیلات مشارکتی و مبادله‌ای به اقسشار مختلف آسیب‌پذیر جامعه و بخش‌های تولیدی و مولد است. بازگشت دوبار آیت ابراهیمی به سیستم بانکی کشور به عنوان مدیری آشنا به مباحث کلان بانکی که نسبت به دیگران، نقطه نظرات کارشناسان بانکی را بهتر درک می‌کند، معتنم است. در این انتصاب، امیدها و انتظارات از بانک سپه فراوان است و مشکلات نیز بسیار زیاد و فراگیر. لازمه حل این مشکلات و بهبود فعالیت‌های بانک سپه، تعامل و همکاری جمعی و کارشناسی همه کارکنان و مدیریت بانک براساس اصول و موازین بانکی و رعایت کامل حقوق شرعی و قانونی سپرده‌گذاران و تسهیلات‌گیرندگان و همچنین رعایت موازین شرعی در عملیات بانکی و پرهیز کامل از پرداخت تسهیلات فرمایشی است. بهترین توصیه در امر بانکداری، مقید بودن به این فرمایش منسوب به امیرالمومنین (ع) است: «وصیکم بتقوی الله و نظم امرکم».

رئیس کل بانک مرکزی می‌توانند این بخشنامه را از پایگانی بانک‌ها بیرون بکشند و آن را اجرایی کنند!ا طبق بخشنامه یادشده، بانک‌ها و موسسات اعتباری مکلف شده‌اند ضمن استفاده از فرم‌های یکنواخت قراردادهای تسهیلاتی عقود بانکی که پیش از این به تصویب شورای پول و اعتبار رسیده است، پس از انعقاد و امضای قرارداد، نسخه‌ای از آن را که دارای ارزش قانونی یکسان با سایر نسخ است، در اختیار تسهیلات‌گیرنده، ضامن و وثیقه‌گذار قرار دهند. همچنین بانک‌ها و موسسات اعتباری موظفند قبل از انعقاد یا امضای قرارداد تسهیلات بانکی، تمهیداتی اتخاذ کنند تا مشتری، ضامن و وثیقه‌گذار از مفاد آن آگاهی کامل کسب کرده و مفاد قرارداد نمونه به همراه مقررات و ضوابط مصرح در آن را در اختیار مشتری، ضامن و وثیقه‌گذار قرار دهند.

## نگاه

در شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی بحث شد

## روبای رشد ۷ درصدی پایتخت

فرصت امروز: معاونت بررسی‌های اقتصادی اتاق بازرگانی تهران اخیراً با جمع‌آوری و دسته‌بندی داده‌های مرکز آمار ایران، یک گزارش آماری از شاخص‌های کلان اقتصادی استان تهران تدوین کرده که به مولفه‌هایی چون رشد اقتصادی، بیکاری و ارزش افزوده می‌پردازد. این گزارش با نگاهی واقع‌گرایانه، هدف‌گذاری رشد ۷٫۶ درصدی پایتخت در سال آینده را مورد تردید قرار می‌دهد و می‌گوید: در شرایطی که میانگین رشد سالانه استان تهران طی دهه ۱۳۹۰ حدود ۲٫۵ درصد و میانگین رشد سالانه در بازه زمانی ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۶ حدود ۳٫۹ درصد بوده است، تعیین موتورهای محرک و عوامل مسلط رشد سال ۱۴۰۱ برای تحقق نرخ رشد پیش‌بینی شده، ضروری است.

گزارش تازه اتاق تهران از وضعیت اقتصادی استان تهران در سال گذشته نشان می‌دهد پایتخت در این سال ۲۲٫۴ درصد از کل ارزش افزوده کشور را تولید کرده است. همچنین ۷۲درصد از کل ارزش افزوده استان تهران در سال گذشته متعلق به بخش خدمات، ۲۶درصد سهم فعالیت‌های صنعتی و تولیدی، ۲ درصد سهم بخش کشاورزی و نیم درصد سهم بخش معدن بوده است. عمده ارزش افزوده بخش خدمات نیز در گروه «املاک و مستغلات» و سپس «خرده‌فروشی و عمده‌فروشی» ایجاد شده است. تهران در حالی کمتر از یک‌درصد پهنه سرزمینی کشور را به خود اختصاص داده که بیش از ۲۰درصد جمعیت شهرنشین ایران را در خود جای داده است.

این گزارش همچنین در هشتادمین جلسه شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی استان تهران با حضور استاندار جدید تهران و نمایندگان بخش خصوصی و دولتی مورد بحث و بررسی قرار گرفت. در این نشست، محسن منصوری استاندار جدید تهران و رئیس این شورا با اشاره به مشکلات فراروی توسعه استان تهران گفت: «اینکه سازمان برنامه و بودجه کشور در افق یک‌ساله، رشد اقتصادی ۷٫۶ درصدی را برای استان تهران در چهار بخش کشاورزی، معدن، صنعت و خدمات پیش‌بینی کرده، آرمانی است و از واقعیات موجود استان فاصله دارد. از این روز لازم است در این زمینه، هدف‌گذاری عملیاتی صورت گیرد و همه طرف‌ها نسبت به تحقق آن متعهد شوند. این هدف‌گذاری از آن جهت حائز اهمیت است که درباره تحقق این هدف در پایان سال آینده باید پاسخگو باشیم.»

سپس مریم خزاعی، معاون بررسی‌های اقتصادی اتاق تهران با استناد به داده‌های مرکز آمار، گزارشی از وضعیت شاخص‌های اقتصادی استان تهران ارائه کرد و با طرح این سوال که رشد ۷٫۶ درصدی استان تهران در سال ۱۴۰۱ محقق می‌شود؟ گفت: «به استثنای نرخ بیکاری، سایر مولفه‌های بازار کار استان تهران در مقایسه با میانگین کل کشور، مطلوب نیست. نسبت اشتغال در استان در سال ۱۳۹۹ حدود ۳۶٫۹ درصد بوده که رقم بسیار کمی است. در این سال از جمعیت فعال اقتصادی استان تهران کاسته و در مقابل به جمعیت غیرفعال اضافه شد. خروج بخشی از جمعیت از بازار کار و پیوستن آنها به جمعیت غیرفعال بیش از همه در قالب افزایش تعداد خانه‌دار و سایر بروز کرده است.» او با اشاره به اینکه «تولید ناخالص داخلی اسمی استان تهران در دهه ۹۰ با رشد قابل ملاحظه‌ای همراه بوده و تقریباً هشت برابر شده است»، افزود: «تغییرات قابل توجهی به لحاظ سهم استان در تولید ناخالص داخلی کشور اتفاق نیفتاده است. به گونه‌ای که در سال ۱۳۹۹، سهم استان تهران در کل تولید ناخالص داخلی کشور با رقم ۱۷۶ هزار میلیارد تومان حدود ۲۲٫۴ درصد بوده که تقریباً معادل سهم آن در سال ۱۳۹۶ است. بالاترین سهم استان از تولید ناخالص داخلی کشور مربوط به سال ۱۳۹۴ با رقم حدود ۲۴ درصد است.»

به گفته خزاعی، «با تشدید تحریم در سال ۱۳۹۷ و همراه شدن آن با همه‌گیری کرونا در دو سال اخیر، روند تولید در کشور مختل شد که شدت تاثیر اتفاقات مزبور بر استان تهران طی دو سال ۱۳۹۷ و ۱۳۹۸ کمتر از کل کشور بود ولی در سال ۱۳۹۹ روند تولید استان معکوس و نزولی شد، در حالی که در کل کشور صعودی بود.»

معاون اقتصادی اتاق تهران به سهم حدود منفی ۰٫۰۱ واحد درصدی استان تهران در رشد یک درصدی تولید ناخالص داخلی کشور در سال گذشته اشاره کرد و این پرسش را مطرح کرد که موتورهای محرک و عوامل مسلط تحقق رشد سال ۱۴۰۱، کدام فعالیت‌ها و با چه سهم از مشارکت خواهند بود؟ همچنین اینکه آیا زیرساخت‌های عمومی استان و کیفیت آنها تکافوی تامین رشد موردنیاز را دارند؟، پرسش دیگر او این بود که نحوه مشارکت‌دهی نهادهای فراگیر بخش خصوصی از جمله اتاق بازرگانی تهران در هر یک از برنامه‌های مشخص شده برای تحقق رشد را دربر می‌گیرد.

در ادامه این نشست نیز نمایندگان سازمان برنامه و بودجه استان تهران درباره چگونگی تعیین هدف‌گذاری رشد ۷٫۶ درصدی در تهران توضیحاتی ارائه کردند، اما رئیس اتاق تهران و همچنین استاندار تهران بر این نکته تأکید کردند که این هدف‌گذاری باید منطبق بر واقعیت‌ها باشد تا جملگی نیروهای موثر، خود را ملزم به محقق ساختن آن بدانند. چنانچه مسعود خوانساری، رئیس اتاق بازرگانی تهران در صحبت‌هایش به این نکته اشاره کرد که «با تعیین اهداف آرمانی، دستگاه‌ها از تحقق آن مأیوس شده و دست از تلاش برمی‌دارند. از این رو، لازم است که یک هدف واقعی درباره رشد اقتصادی استان تعیین کرده و همه مصمم باشیم که به آن دست پیدا کنیم»، خوانساری همچنین ابراز امیدواری کرد که این واقع‌گرایی از استان تهران آغاز شود و به سایر استان‌ها تسری پیدا کند. بر این اساس مقرر شد که نظر کارشناسی استانداری تهران با هماهنگی اتاق بازرگانی تهران در مورد این هدف‌گذاری طی نامه‌ای به مراجع ذی‌ربط ارائه شود. دیگر اعضای حاضر در نشست نیز به الزامات دستیابی به رشد اقتصادی بالا در پایتخت از جمله تامین نیروی کار و ساماندهی اتباع افغانستانی برای فعالیت در واحدهای تولیدی، حذف قیمت‌گذاری و کمک به تامین نقدینگی واحدهای تولیدی اشاره کردند.



۷۴٫۷ درصد و ۸۱٫۵ درصد از گازهای همراه نفت جمع‌آوری شود، ولی در عمل چنین اهدافی محقق نشده است. از جمله دلایل عدم تحقق اهداف برنامه‌های توسعه در زمینه جمع‌آوری گازهای همراه می‌توان به پراکندگی و عدم انسجام قوانین مربوط به جمع‌آوری گازهای همراه و نبود قانون مختص به آن، پراکندگی جغرافیایی واحدهای بهره‌برداری میدان‌ها، تعارض منافع بین بخش‌ی و عدم دسترسی به برخی فناوری‌ها از جمله تجهیزات قابل حمل برای فرآورش گازهای همراه نفت اشاره کرد.

براساس این گزارش، با ورود پالایشگاه ستاره خلیج فارس به مدار و اجرای طرح‌های بهبود و توسعه برخی از پالایشگاه‌های قبلی، تولید پنج فرآورده اصلی در سال ۱۳۹۸ رشد ۱۹ درصدی و به صورت خاص بنزین رشدی ۴۳ درصد نسبت به سال ۱۳۹۶ را تجربه کرد. درخصوص خوراک پالایشگاهی که بیش از نیمی از نفت تولیدی کشور را مصرف می‌کند؛ حجم خوراک نفت خام مصرفی صنعت پالایشگاهی در سال‌های اخیر نسبتاً ثابت بوده، اما متوسط رشد سالانه خوراک میعانات گازی در مدت مشابه حدوداً ۷۷ درصد بوده است. این مسئله نشان می‌دهد که صنعت نفت در دوران کاهش تقاضای خارجی نفت خام، از طریق تبدیل نفت خام به فرآورده‌های مرغوب‌تر و توسعه بالادستی با تحریم‌ها به طور قابل ملاحظه‌ای مقابله نکرده است. بدین منظور قانون «حمایت از توسعه صنایع پایین‌دستی نفت خام و میعانات گازی با استفاده از سرمایه‌گذاری مردمی» در سال ۱۳۹۸ با هدف «اهرم کردن» منابع نفتی تحریم شده برای تأمین مالی احداث پتروپالایشگاه‌ها تدوین و تصویب شد. در واقع این قانون شامل اعطای مجوز به عنوان یک امتیاز قانونی به نام «اعطای تنفس خوراک به اندازه هزینه سرمایه‌گذاری پتروپالایشگاه از زمان بهره‌برداری از آن» است، اما تاکنون این قانون عملکردی نداشته است.

علاوه بر این، با توجه به آمار موجود از تلفات انرژی در ترازنامه هیدروکربوری سال ۱۳۹۷، نتایج نشان می‌دهد که اجرای قانون اصلاح الگوی مصرف انرژی چندان مورد توجه دستگاه‌ها و نهادهای ذی‌ربط نبوده است. برای مثال، در سال ۱۳۹۶ میزان تلفات فرآورش، تبدیل، انتقال و توزیع انرژی از حدود ۲۳۴۳ میلیون بشکه معادل نفت خام انرژی اولیه، ۱۷٫۵۵ درصد حدود ۳۷۴٫۹۲ میلیون بشکه معادل نفت خام (۱۶ درصد) بوده است. این موضوع نشان می‌دهد که میزان تلفات بخش عرضه انرژی (که تقریباً در اختیار دولت است) تغییر محسوسی نداشته است. در بخش تقاضای انرژی نیز باید متولی واحدی در بدنه دولت تعیین و آیین‌نامه‌های مربوطه را پیگیری کند و با شاخص مناسبی به اجرا برساند.

۴۰ درصد از گازهای همراه نفت در ایران سوزانده می‌شود

# عملکرد دولت دوازدهم در صنعت نفت و گاز

ایران در سال ۱۳۹۸ نسبت به سال ۱۳۹۶ با کاهش ۶۷ درصدی همراه بوده است. با توجه به اینکه اکثر میداین نفتی کشور در نیمه دوم عمر و بازدهی خود قرار دارند، طبیعی است که با افت فشار مخازن و کاهش تولید مواجه باشند. ضریب بازیافت مخازن از سال ۱۳۹۲ تاکنون هیچ تغییر قابل ملاحظه‌ای نکرده است.

یافته‌های این گزارش نشان می‌دهد عملکرد دولت درخصوص توسعه و بهره‌برداری بهنگام و باینرنامه از میداین مشترک حاکی از روندی کند در این زمینه است. با وجود تعدد میداین مشترک نفت و گاز کشور، حجم بالای ذخایر و بهره‌برداری کشور همسایه از بخش چشمگیری از این میداین و مخازن، اقدام‌های انجام شده برای توسعه و بهره‌برداری از این میداین ناکافی بوده است. با توجه به اهداف کمی سند برنامه ششم تا پایان سال اجرایی این برنامه (سال ۱۳۹۹)، حجم بهره‌برداری و توسعه روزانه از میداین نفتی و گازی می‌بایست به ترتیب برابر ۱٫۰۸ میلیون بشکه و ۷۵۰ میلیون متر مکعب باشد، اما آمار گویای این است که میزان تحقق تولید نفت و گاز از میداین مشترک در سال ۱۳۹۸ نسبت به اهداف برنامه ششم توسعه به ترتیب حدود ۵۷ و ۵۵٫۶ درصد بوده است. از دلایل عدم تحقق این اهداف، تحریم، محدودیت منابع و سرمایه‌گذاری و عدم امکان توسعه میداین نظیر فاز دوم میداین یادآوران و آزادگان شمالی و عدم تکمیل فاز اول آزادگان جنوبی است. آبگرفتگی و خسارات ناشی از سیل فصل اول سال ۱۳۹۸ در حوزه غرب کارون نیز از دیگر عوامل عدم تحقق اهداف کمی برنامه درخصوص توسعه میداین مشترک نفتی است. درخصوص میدان گازی فرزد (ب) نیز با وجود آغاز برداشت از این میدان و تمایل جدی کنسرسیون هندی به توسعه آن برای ایران، وزارت نفت نتوانسته به توافقی با این کنسرسیون هندی برای توسعه این میدان مشترک با عربستان سعودی برسد. همچنین متوسط رشد سالانه تولید گاز طبیعی و میعانات گازی بین سال‌های ۱۳۹۶ تا ۱۳۹۸ حدود ۵۰٫۷ درصد بوده که می‌توان آن را به توسعه میداین جدید و افزایش برداشت از پارس جنوبی در این دوره مرتبط دانست. به رغم رشد تولید گاز اما با افزایش میزان مصرف داخلی، روند صادرات گاز افزایش قابل توجهی نداشته است.

## چرا گازهای همراه نفت صفر نمی‌شود؟

بررسی‌های آماری نشان می‌دهد که به طور متوسط ۴۰ درصد از گازهای همراه نفت تولیدی سوزانده می‌شود. تجربیات گذشته در مورد جمع‌آوری گازهای همراه نفت و قوانین برنامه‌های توسعه نشان می‌دهد که اجرایی‌شدن برنامه‌های جمع‌آوری گازهای همراه نفت نیاز به قانون جامع، کامل و مختص این نوع گازها دارد تا مکملی برای قوانین برنامه‌های توسعه از قبیل ماده (۴۸) قانون برنامه ششم توسعه باشد. به عنوان مثال در برنامه‌های سوم، چهارم و پنجم مقرر شده بود تا به ترتیب ۵۵ درصد،

فرصت امروز: یکی از عوامل مهم در رشد اقتصادی کشورها، نسبت میزان مصرف انرژی به ازای تولید ناخالص داخلی کشور و یا همان شدت انرژی است. تولید و عرضه متوازن انرژی براساس برنامه‌های توسعه تنظیم می‌شود و در این راستا، برنامه ششم توسعه به عنوان سند بالادستی عملکرد دولت دوازدهم تلقی می‌گردد. ارزیابی عملکرد دولت مطابق برنامه‌های توسعه‌ای و با استناد به اسناد بالادستی مرتبط با انرژی نه تنها میزان پیشبرد مجموعه بدنه اجرایی را مطابق برنامه محک می‌زند، بلکه گامی مهم در راستای اصلاح برنامه‌های آتی خواهد بود.

حالا آنطور که نهاد پژوهشی مجلس از عملکرد دولت دوازدهم در صنعت نفت و گاز گزارش داده است، عملکردها حاکی از عدم تحقق اهداف برنامه‌ریزی شده در این مهم است که از علل آن می‌توان به اعتماد به شرکت‌های خارجی اشاره کرد که پس از برجام برای توسعه میداین وارد ایران شدند، ولی پس از خروج آمریکا از برجام، کشور را ترک کردند. عدم برنامه‌ریزی در زمان تحریم، محدودیت منابع و سرمایه‌گذاری و عدم توسعه فناوری از جمله دلایل عقب‌افتادگی صنعت نفت و گاز از برنامه ششم توسعه است. ارزیابی عملکرد دولت دوازدهم بین سال‌های ۱۳۹۶ تا ۱۳۹۹ نشان می‌دهد که حوزه انرژی کشور نیاز به یک بازنگری اساسی دارد تا از منظر ساختاری، حاکمیتی، قیمت‌گذاری و یکپارچگی در نهاد تصمیم‌گیری بخش انرژی مورد ارزیابی مجدد قرار گیرد. این بازنگری می‌تواند به مثابه تزریق جان دوباره به فرصت‌های سرمایه‌گذاری در بخش نفت و گاز ایران باشد.

## صنعت نفت و گاز در آینه برنامه ششم

مرور اسناد بالادستی کشور در بخش‌های نفت و گاز، گویای آن است که افزایش ظرفیت تولید صیانتی نفت و گاز متناسب با حجم ذخایر کشور با تأکید بر میداین مشترک، بهره‌برداری از موقعیت جغرافیایی کشور در این حوزه، جلوگیری از خام‌فروشی و تولید محصولات با ارزش‌افزوده بالا از جمله اهداف مشترک آنهاست. براساس گزارش مرکز پژوهش‌ها، ارزیابی عملکرد دولت دوازدهم به منظور تحقق اهداف اسناد بالادستی و اهداف کمی برنامه در بخش نفت و گاز، در برخی موارد نشان می‌دهد در راستای تحقق اهداف اسناد بالادستی کشور در افزایش میزان تولید نفت، طی سال‌های ۱۳۹۴ و ۱۳۹۵ (دوره پس‌برجام) تولید نفت خام کشور روند افزایشی به خود گرفته و در سال ۱۳۹۶ به حدود ۳٫۸۶ میلیون بشکه

در روز رسیده است که این میزان با کاهش حدود ۲۸۸ درصدی در سال ۱۳۹۸، برابر ۲٫۳۶ میلیون بشکه در روز رسید. دلیل این کاهش، محدودیت‌های بین‌المللی در صادرات نفت بود که در اردیبهشت‌ماه ۱۳۹۷ به طور مجدد شروع شد و این امر باعث کمرنگ شدن نقش ایران در بازارهای جهانی شده است. با توجه به آمارها، میزان صادرات نفت خام

پرداخت وام ودیعه مسکن تا پایان سال تمدید شد

## ثبت نام ۵۸۰ هزار نفر در نهضت ملی مسکن

ورود کنند. همچنین با کشورهای خارجی برای استفاده از فناوری‌های روز در طرح نهضت ملی مسکن مذاکراتی انجام داده‌ایم تا پروژه‌ها با سرعت بیشتری ساخته شوند. او با بیان اینکه هر دو تخصیص زمین و پرداخت تسهیلات در قانون لحاظ شده و تبعات عدم اجرای آن هم در قانون دیده شده است، گفت: قانون چشم تولید مسکن کمتر از ۳۰ روز پیش به ما ابلاغ شده است و در همین مدت کمیته تأمین مسکن به ریاست استاندار در استان‌های مختلف تشکیل شده و امیدواریم همکاری دستگاه‌ها در تأمین زمین بیشتر شود. محمودزاده درباره

میزان تسهیلات ساخت این واحدها هم گفت: پیشنهاد وزارت راه و شهرسازی برای این تسهیلات متفاوت است، به طوری که قیمت تمام شده متناسب با هر شهر و هر طبقه باید تفاوت داشته باشند. به طور مثال در کلاتشهرها که بسیاری از پروژه‌ها به صورت بلندمرتبه ساخته می‌شود، باید میزان تسهیلات بیشتری را دریافت کنند و در سایر مناطق که ارتفاع ساختمان کمتر است، باید تسهیلات کمتری پرداخته شود. به گفته این مقام مسئول، همچنین سرعت اجرای واحدهای مسکن ملی افزایش یافته و در صورتی که متقاضیان آورده خود را پرداخت کنند، اجرای این واحدها تسریع و تسهیل خواهد شد. متقاضیان مسکن ملی که در این طرح‌ها ثبت نام کرده‌اند در صورت واجد شرایط بودن منتظر پیامک برای تکمیل مدارک خود باشند.

طبقه‌ای که ساکن هستند، این آورده‌ها کم یا زیاد می‌شود. تسهیلاتی که برای متقاضیان طرح نهضت ملی مسکن در نظر گرفته شده از ۲۰۰ تا ۴۵۰ میلیون تومان متفاوت است که این موضوع در شورای عالی مسکن و شورای پول و اعتبار بررسی می‌شود.

محمودزاده همچنین از تمدید پرداخت وام ودیعه مسکن تا پایان سال خبر داد و گفت: از بین ثبت نام یک میلیون و ۳۸۰ هزار نفر برای وام ودیعه مسکن، ۶۰۰ هزار نفر واجد شرایط هستند و روند پرداخت وام ودیعه تا پایان سال ادامه دارد.

وی با بیان اینکه مذاکراتی برای افزایش سرعت پرداخت تسهیلات ودیعه مسکن با بانک‌ها صورت گرفته است، افزود: تاکنون حدود یک میلیون و ۳۸۰ هزار متقاضی ثبت نام کرده‌اند که از این تعداد ۶۰۰ هزار نفر واجد شرایط شناخته شده و پرونده آنها تکمیل و به بانک‌ها ارسال شده است که از این تعداد هم حدود ۷۰ هزار متقاضی تسهیلات خود را توانسته‌اند از بانک‌ها دریافت کنند و این روند تا پایان سال برای پرداخت ادامه دارد.

به گفته معاون وزیر راه و شهرسازی، بخش دیگری از این واحدها توسط انبوه‌سازان، تعاونی‌ها و پیمانکاران بزرگ ساخته می‌شوند که در این حوزه هیچ محدودیتی وجود ندارد و افرادی که توانمند و حائز شرایط هستند، بستری برای آنها فراهم شده است تا در این حوزه

## بانک نامه

کاهش ۸۵ تومانی دلار در صرافی‌های بانکی

### سکه ۴۰ هزار تومان ارزان شد

قیمت دلار در بازار آزاد تهران در حالی در میانه کانال ۲۷ هزار تومان در حال نوسان است که نرخ دلار در صرافی‌های بانکی به کانال ۲۶ هزار تومان رسیده است. روز شنبه در هشتمین روز آبان ماه در حالی هر دلار در بازار آزاد ۲۷ هزار و ۵۴۳ هزار تومان معامله شد که در صرافی‌های بانکی با ۸۵ تومان کاهش به قیمت ۲۶ هزار و ۸۷۰ تومان دادوستد شد. قیمت فروش یورو نیز با ۲۳۵ تومان کاهش به ۳۱ هزار و ۷۵ تومان رسید. قیمت خرید هر دلار ۲۶ هزار و ۲۳۸ تومان و نرخ خرید هر یورو نیز ۲۰ هزار و ۴۶۰ تومان اعلام شد.

همچنین قیمت هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید با کاهش ۴۰ هزار تومانی به رقم ۱۱ میلیون و ۷۴۰ هزار تومان رسید. سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم نیز ۱۱ میلیون و ۵۵۰ هزار تومان معامله شد. نیم‌سکه بهار آزادی ۶ میلیون و ۱۲۰ هزار تومان، ربع سکه ۳ میلیون و ۶۰۰ هزار تومان و سکه یک گرمی ۲ میلیون و ۲۳۰ هزار تومان قیمت خورد. در بازار طلا نیز نرخ هر گرم طلای ۱۸ عیار به یک میلیون و ۱۶۵ هزار تومان و هر مثقال طلا به ۵میلیون و ۴۹ هزار تومان رسید. انس جهانی طلا نیز با بیش از ۱۴ دلار کاهش نسبت به روز قبل به یک‌هزار و ۷۸۴ دلار و ۲ سنت رسید.

در نیمه نخست سال ۱۴۰۰

### فروش سفته و برات ۲ برابر شد

در شش ماهه نخست امسال حدود ۵۹ میلیارد و ۶۸۰ میلیون تومان سفته و برات در شهر تهران فروخته شد که در مقایسه با دوره مشابه سال قبل بیش از دو برابر شده است. طبق اعلام بانک مرکزی، در شهریورماه امسال حدود ۱۵ میلیارد و ۱۳۰ میلیون تومان سفته و برات در شهر تهران فروخته شد که نسبت به ماه قبل ۷۶٫۲ درصد و نسبت به ماه مشابه سال قبل ۱۰۱٫۴ درصد افزایش یافت. در شش ماهه اول امسال نیز حدود ۵۹ میلیارد و ۶۸۰ میلیون تومان سفته و برات در شهر تهران فروخته شد که در مقایسه با دوره مشابه سال قبل ۵۳٫۵ درصد افزایش نشان می‌دهد. همچنین در شومین ماه سال جاری معادل ۶۰۰ برگ سفته و برات به مبلغی معادل ۲۵ میلیارد و ۲۹۰ میلیون تومان در شهر تهران برگشت خورد که در این ماه شاخص‌های تعداد و مبلغ سفته و برات واخواست شده به ترتیب به اعداد ۷۵۶٫۶ و ۱۳۷٫۱ رسیدند که در مقایسه با ماه قبل از لحاظ تعداد و مبلغ ۷۳ درصد و ۸۲٫۱ درصد افزایش داشت و نسبت به ماه مشابه سال قبل نیز ۱۹۵ درصد و ۵ درصد کاهش را نشان می‌دهد.

شاخص متوسط مبلغ یک برگ سفته و برات واخواست شده در شهریورماه به عدد ۱۸۱٫۴ رسید که عدد شاخص مذکور در شهریورماه سال گذشته ۱۵۳٫۶ بوده است. علاوه بر این، در شش ماهه اول امسال معادل ۳۲۰۰ برگ سفته و برات به مبلغی ۱۰۲ میلیارد و ۷۲۰ میلیون تومان در شهر تهران برگشت خورد. در این دوره متوسط شاخص‌های تعداد و مبلغ سفته و برات واخواست شده به ترتیب به اعداد ۶۶٫۷ و ۹۲٫۸ رسید که نسبت به دوره مشابه سال قبل از لحاظ تعداد و مبلغ ۱۷٫۹ درصد و ۱۵٫۶ درصد کاهش را نشان می‌دهد. از سوی دیگر، شاخص متوسط مبلغ یک برگ سفته و برات واخواست شده در شش ماهه نخست امسال به عدد ۱۴۷٫۴ رسید که عدد شاخص مذکور در دوره مشابه سال گذشته ۱۲۵٫۳ بوده است.

رئیس کل بیمه مرکزی:

### کارت‌های بانکی بیمه می‌شوند

رئیس کل بیمه مرکزی از بیمه شدن کارت‌های بانکی به زودی خبر داد و گفت طبق برنامه‌ریزی انجام‌شده به زودی کارت‌های بانکی و اعتباری شهروندان تحت پوشش بیمه قرار می‌گیرند. غلامرضا سلیمانی با بیان اینکه رایزنی‌های لازم برای آغاز تحت پوشش بیمه قرار دادن کارت‌های بانکی در حال انجام است، افزود: متأسفانه در سال‌های اخیر سوءاستفاده‌های متفاوتی از کارت‌های بانکی شهروندان انجام شده که ورود صنعت بیمه به این حوزه می‌تواند خدمات ارزنده‌ای برای مردم داشته باشد.

سلیمانی با تأکید بر اینکه صنعت بیمه باید به بخش‌های مختلف زندگی مردم ورود و آنان را تحت پوشش کامل قرار دهد، گفت: هدف اصلی صنعت بیمه باید کاهش دغدغه‌های مردم باشد.

رئیس کل بیمه مرکزی با بیان اینکه در سطح نفوذ بیمه، ضعف‌های اساسی در کشور احساس می‌شود، ادامه داد: بسیاری از اموال کشور تحت پوشش بیمه نیستند و همین مورد یک ایراد اساسی است.

او با اشاره به ضرورت توسعه صنعت بیمه در کشور نیز گفت: صنعت بیمه در موارد مختلفی می‌تواند در کنار مردم باشد، ولی متأسفانه بیشترین تمرکز خود را بر روی بیمه شخص ثالث گذاشته است.

سلیمانی با اشاره به اینکه ضمانت‌نامه‌های بیمه‌ای مورد غفلت واقع شده، افزود: امروزه ضمانت‌نامه‌های بانکی به یکی از منابع درآمدی بانک‌ها تبدیل شده است؛ اگر استفاده از ضمانت‌نامه‌های بیمه‌ای انطور که شایسته آن است در سطح جامعه رایج شود، صنعت بیمه کشور متحول می‌شود.

وی سپس به برخی اقدامات انجام‌شده برای کاهش وابستگی بیمه‌ها به بیمه مرکزی اشاره کرد و افزود: بخش خصوصی صنعت بیمه در کشور باید بیش از پیش تقویت شود.

رئیس کل بیمه مرکزی همچنین از راه‌اندازی مرکز ارزیابی ریسک بیمه‌ها خبر داد و گفت: این مرکز تأیید فنی ریسک‌های تعیین‌شده را برعهده دارد.

او با بیان اینکه قانون بیمه کشور یکی از قوانین مطرح جهانی محسوب می‌شود، گفت: این قانون هرچند قدیمی است، اما همچنان یکی از بهترین قوانین موجود محسوب می‌شود؛ در همین راستا طی نشست‌هایی که با کمیسیون اقتصادی مجلس داشتیم به آنان اعلام شد که نباید دستکاری زیادی در این قوانین داشته باشند.

گزارش بانک مرکزی از تحولات مسکن پایتخت در مهرماه

# رشد قیمت خانه کم شد



بررسی توزیع تعداد واحدهای مسکونی معامله شده در شهر تهران به تفکیک عمر بنا در مهرماه امسال حاکی از آن است که از مجموع ۵ هزار و ۴۷۱ واحد مسکونی معامله شده در این ماه، واحدهای تا پنج سال ساخت با سهم ۳۳ درصد بیشترین سهم را به خود اختصاص داده‌اند. این سهم در مقایسه با مهرماه سال قبل حدود ۴ واحد درصد کاهش یافته و در مقابل به سهم واحدهای با قدمت بالا در گروه‌های «۶ تا ۱۰ سال»، «۱۱ تا ۱۵ سال» و «بیش از ۲۰ سال ساخت» افزوده شده است. توزیع تعداد معاملات انجام شده برحسب مناطق مختلف شهر تهران در مهرماه نیز حکایت از آن دارد که از میان مناطق بیست‌ودوگانه شهر تهران، منطقه ۵ با سهم ۱۴٫۵ درصدی از کل معاملات، بیشترین تعداد قراردادهای مبادیه‌نامه را به خود اختصاص داده است. همچنین مناطق ۲ و ۱۰ به ترتیب با اختصاص سهم‌های ۹٫۹ درصدی و ۹٫۲ درصدی در رتبه‌های بعدی قرار گرفته‌اند. در مجموع ۷۲٫۷ درصد از کل تعداد معاملات انجام شده در شهر تهران در مهرماه امسال مربوط به ۱۰ منطقه (به ترتیب بیشترین فراوانی شامل مناطق ۱۵، ۱، ۱۴، ۸، ۱۴، ۷، ۸، ۴، ۲، ۵ و ۱۱) بوده است و ۱۲ منطقه باقیمانده نیز ۲۶٫۳ درصد از کل تعداد معاملات را به خود اختصاص داده‌اند.

در مهرماه همچنین متوسط قیمت یک مترمربع زیربنای واحد مسکونی معامله شده از طریق بنگاه‌های معاملات ملکی شهر تهران ۳۱ میلیون و ۶۳۱ هزار تومان بوده که نسبت به ماه قبل ۰٫۲ درصد کاهش و نسبت به ماه مشابه سال قبل ۱۸٫۴ درصد افزایش را نشان می‌دهد. در میان مناطق بیست‌ودوگانه شهرداری تهران، بیشترین متوسط قیمت یک مترمربع زیربنای مسکونی معامله شده معادل ۶۹ میلیون و ۶۷۰ هزار تومان به منطقه یک اختصاص داشته که نسبت به مشابه سال قبل ۲۲٫۵ درصد رشد داشته است. در سمت مقابل، بانک کمترین متوسط قیمت یک مترمربع زیربنای مسکونی معامله شده معادل ۱۵ میلیون و ۱۴۴ هزار تومان به منطقه ۱۸ تعلق داشته که نسبت به ماه مشابه سال قبل ۲۱٫۹ درصد افزایش را نشان می‌دهند.

فرصت امروز: در مهرماه امسال متوسط قیمت یک متر مربع مسکن در شهر تهران ۳۱ میلیون و ۶۳۱ هزار تومان بوده که نسبت به شهریورماه ۰٫۲ درصد کاهش و در مقایسه با مهرماه پارسال ۱۸٫۴ درصد افزایش یافته است. در اولین ماه پاییز همچنین ۵ هزار و ۴۷۱ فقره معامله مسکن انجام شد که نسبت به ماه قبل ۲۹٫۸ درصد و نسبت به ماه مشابه سال قبل ۳۶٫۸ درصد کاهش را نشان می‌دهد. بررسی توزیع تعداد واحدهای مسکونی معامله شده در شهر تهران به تفکیک عمر بنا نشان می‌دهد که واحدهای تا پنج سال ساخت با سهم ۳۳ درصد، بیشترین سهم را در معاملات مهرماه به خود اختصاص داده‌اند. در واقع حجم معاملات مسکن شهر تهران در این ماه ۲۹٫۸ درصد کمتر از ماه قبل بوده و با وجود رشد ۳٫۷ درصد نرخ تورم مصرف‌کننده، میانگین قیمت مسکن ۰٫۲ درصد افت کرده است که از کاهش ارزش واقعی مسکن در سایه رکود سنگین حکایت دارد.

در میان مناطق بیست‌ودوگانه شهر تهران نیز بیشترین قیمت هر متر خانه ۶۹ میلیون و ۶۷۰ هزار تومان در منطقه یک و کمترین آن با ۱۵ میلیون و ۱۴۴ هزار تومان در منطقه ۱۸ بوده است که هر یک از آنها با افزایش ۲۲٫۵ درصدی در منطقه یک و ۲۱٫۹ درصدی در منطقه ۱۸ مواجه شده‌اند.

#### افت ارزش مسکن در سایه رکود سنگین

گزارش اداره بررسی‌ها و سیاست‌های اقتصادی بانک مرکزی از تحولات بازار مسکن شهر تهران در مهرماه امسال از تداوم رکود سنگین در این بازار و کاهش ارزش واقعی مسکن حکایت دارد. براساس آمارهای بانک مرکزی در اولین ماه فصل پاییز، تعداد معاملات آپارتمان‌های مسکونی شهر تهران به ۵هزار و ۴۷۱ واحد مسکونی رسید که نسبت به ماه قبل ۲۹٫۸ و نسبت به ماه مشابه سال قبل ۳۶٫۸ درصد کاهش نشان می‌دهد. متوسط قیمت خریدوفروش یک مترمربع زیربنای واحد مسکونی معامله شده از طریق بنگاه‌های معاملات ملکی شهر تهران در مهرماه ۳۱ میلیون و ۶۳۱ هزار تومان بوده که نسبت به ماه قبل ۰٫۲ درصد کاهش را نشان می‌دهد.

رئیس کل بانک مرکزی در دیدار با فعالان اقتصادی:

## میزان عرضه ارز در سامانه نیما در ۷ ماهه امسال معادل کل پارسال است

امروز برخی درباره رفع تعهد ارزی نکاتی را طرح کردند، باید تأکید کنم که در این باره در تلاشیم با همکاری دستگاه‌های ذی‌ربط نسبت به برطرف کردن مشکلات اقدام کنیم. البته در چنین مواردی که مسائل و چالش‌هایی وجود دارد، می‌توان با ایجاد کمیته‌ها و کارگروه‌های هم‌اندیشی میان نظام بانکی، بانک مرکزی و فعالان اقتصادی به تدوین بخشنامه‌ها و دستورالعمل‌های کاربردی کمک کرد تا در آینده شاهد صدور و اصلاح مکرر دستورالعمل‌ها نباشیم.

رئیس شورای پول و اعتبار درباره احیای واحدهای تملک شده توسط بانک‌ها نیز گفت: در حال حاضر برای جلوگیری از توقف تولید واحدها، این موضوع در دستور کار شورای و پول و اعتبار است و دستورالعملی در این زمینه تدوین شده که امیدوارم مشکلات تولید به واسطه این تصمیم‌ها برطرف شود. رئیس کل بانک مرکزی درخصوص بازار ارز هم گفت: به طور مشخص دو بازار رسمی در کشور یعنی بازار نیما و بازار متشکل معاملات ارزی وجود دارد؛ بازار نیما معطوف به حواله و واردات کشور است و در بازار متشکل معاملات ارزی، اسکناس معامله می‌شود که عمق این بازار نیز نسبت به گذشته بیشتر شده است. ضروری است تأکید کنم که بانک مرکزی در بازار متشکل معاملات ارزی به عنوان بازارگردان حضور دارد لیکن خود صادرکنندگان هستند که در این بازار نسبت به فروش اسکناس ناشی از صادرات خود اقدام می‌کنند.

او سپس به برخی آمارها در بازار متشکل ارزی پرداخت و ادامه داد: از ابتدای آغاز به کار بازار متشکل معاملات ارزی در یکم آبان ماه ۱۳۹۸ تا پایان سال ۹۸، در این بازار حدود ۵۰ میلیون دلار، در سال ۹۹ حدود ۷۰۰ میلیون دلار و در سال جاری تاکنون حدود یک میلیارد و ۱۰۰ میلیون دلار معامله شده است که نشان از عمیق شدن بازار دارد و قطعا برای بهبود عملکرد این بازارها نیز از فعالان اقتصادی کمک خواهیم گرفت.

صالح‌آبادی درخصوص ارز با نرخ ترجیحی (۴۲۰۰ تومانی) نیز گفت:

<sup>[1]</sup> رئیس کل بانک مرکزی در دیدار با فعالان اقتصادی:

<sup>[2]</sup> رئیس کل بانک مرکزی در دیدار با فعالان اقتصادی:

## خبرخوان



با تصویب هیأت مدیره سازمان بورس

### معاملات بلوک در بورس کالا و انرژی مجاز شد

هیأت مدیره سازمان بورس و اوراق بهادار در آخرین جلسه خود، انجام معاملات بلوک را با هدف توسعه بورس‌های کالایی برای بورس کالا و بورس انرژی تصویب کرد.
محمدرضا عالمی، کارشناس مسئول اداره نظارت بر بازار بورس‌های کالایی سازمان بورس و اوراق بهادار در این باره می‌گوید: امکان انجام معاملات بلوکی پیشتر برای بورس اوراق بهادار تهران و فرابورس ایران فراهم بوده و بورس کالا و بورس انرژی از این امکان برخوردار نبوده‌اند. با توسعه بورس‌های کالایی در حوزه اوراق بهادار مبتنی بر کالا، ضرورت انجام معاملات بلوکی در بورس‌های کالایی نیز احساس شد.
ازاین‌رو، دستورالعملی به منظور انجام معاملات بلوکی تدوین شد. طبق دستورالعمل معاملات بلوکی در بورس کالا و بورس انرژی، فعالان بازار می‌توانند از امکان معاملات بلوکی بهره‌مند شوند.
بنابراین در انواع بازارها از جمله بازار گواهی سپرده کالایی، بازار صندوق‌های کالایی و سلف موازی استاندارد، امکان اجرایی‌شدن معاملات بلوک فراهم شده است.

او با مفید خواندن معاملات بلوکی در بازارهای یادشده می‌افزاید: با انجام معاملات بلوکی، معامله‌گران کلان‌بازار می‌توانند با هماهنگی ناظر بازار در یک نماد به شکل مستقل از بازار خرد، معاملات بلوکی را به گونه‌ای انجام دهند که بازار معاملات خرد تحت تأثیر قرار نگیرد.

وی با اشاره به مکانیزم معاملات بلوکی در بورس کالا و بورس انرژی توضیح می‌دهد: در معاملات عادی یا همان معاملات خرد، مکانیزم کشف قیمت بر اساس قیمت‌های پیشنهادی عرضه‌کنندگان و خریداران صورت می‌گیرد، در صورتی که در معاملات بلوکی، خریدار و فروشنده مشخص، در خارج از مکانیزم عرضه و تقاضای بازار، با یکدیگر معامله را با هماهنگی ناظر بازار انجام می‌دهند. نحوه تسویه در این‌گونه از معاملات می‌تواند به یکی از روش‌های تسویه مورد پذیرش شرکت سپرده‌گذاری اعم از نقدی، اعتباری یا خارج از پایایی باشد.

به گفته عالمی، تعداد یا ارزش اوراق بهادار قابل معامله در بازار بلوک از حد نصاب بازار عادی بالاتر بوده و حد نصاب مذکور با توجه به شرایط بازار و همچنین نوع اوراق بهادار توسط بورس تعیین می‌شود. همچنین محدوده مجاز نوسان قیمت در بازار بلوک مشابه بازار عادی است.

گفتنی است این دستورالعمل در روز چهارشنبه ۵ آبان ماه به تصویب هیأت‌مدیره سازمان بورس رسید و اکنون در شرف ابلاغ به بورس‌های کالایی است.

منبع: بورس‌نیوز

وزیر اقتصاد تأکید کرد

## بانک‌ها در خط مقدم جبهه سرمایه‌گذاری‌های بزرگ

بانک‌های کشور در سال‌های پیش رو، باید پیشقراول گشودن جبهه‌های جدید در سرمایه‌گذاری‌های بزرگ در کشور شوند که این امر، مستلزم خروج از بخش بزرگی از سرمایه‌گذاری‌های غیرضروری است. وزیر اقتصاد در مراسم معارفه مدیرعامل جدید بانک سپه با بیان این مطلب گفت: افزایش سرعت حرکت به سمت عدالت‌محوری و حمایت از تولید و تحقق کامل بانکداری بدون ربا، در صدر مطالبات دولت سیزدهم از نظام بانکی کشور قرار دارد.

احسان خاندوزی با اشاره به نامه اخیر خود به رئیس کل بانک مرکزی تصریح کرد: آنچه در این نامه مطرح شد، مربوط به یکی از لایه‌های بسیار کوچک حقوق اعتباری و بانکی کشور است که متضمن دسترسی فعالان اقتصادی و تسهیلات‌گیرندگان به قراردادهای خود و نحوه محاسبه سودها در سیستم بانکی، تضمین و وثائق، جرائم و … است که باید به شکلی شفاف، عادلانه و با قابلیت دادخواهی در اختیار آنها قرار گیرد.

او اجرای مصوبات شورای پول و اعتبار و تسریع حرکت به سمت اهداف توسعه‌ای بانکی از جمله خروج از بنگاهداری غیرضرور و حرکت به سمت سرمایه‌گذاری‌های بزرگ را از دیگر انتظارات وزارت اقتصاد از نظام بانکی خواند و افزود: بانک سپه مخترخ است به اینکه در زمانی که کشور نیازمند به سرمایه‌گذاری در پروژه‌هایی چون گل گهر، چادرملو، سیمان هرمزگان، بید بلند و به ویژه موضوع انتقال آب از خلیج فارس بود مشارکت خوبی کرده است.

وی از سایر بانک‌ها نیز خواست پتانسیل‌های خود را به سمت پروژه‌های پیشران توسعه‌ای جدید در کشور هدایت کنند و در ادامه با اشاره به موفقیت بانک سپه در اجرای طرح ادغام بانک‌های نظامی گفت: بانک سپه در این خصوص از یک آزمون بزرگ، سربلند بیرون آمد؛ گرچه می‌دانیم ابعادی از پروژه ادغام هنوز باقی مانده و تکمیل نشده است. باید از همه مدیران بانک‌های ادغامی و بانک سپه که نهایت تلاش خود را کردند که این پروژه بدون هیچ آسیب جدی به سپرده‌گذاران، سهامداران و سرمایه‌گذاران مدیریت شده و به نتیجه برسد، تقدیر کرد و درخواست من از آقای ابراهیمی این است که به شکلی کار را ادامه دهند که در پایان سال ۱۴۰۱ شاهد فیصله کامل این پروژه باشیم.

وزیر اقتصاد با اشاره به برخی چالش‌های مهم پیش روی بانک سپه هم گفت: دارایی‌های غیرمولد و بدون بازده، معضلی است که هم در بانک سپه و هم در سیستم بانکی کشور وجود دارد، اما در بانک سپه باید با اولویت بیشتری مورد توجه قرار گیرد. چالش‌های حقوقی و مالی بانک سپه، بعد از فرایند ادغام، از دیگر مسائلی است که باید در کوتاه مدت در اولویت و مورد توجه ویژه قرار گیرد.

او سپس به منشور ۳۱ بندی که مورد تأیید مقام معظم رهبری نیز قرار گرفته است اشاره کرد و گفت: سرلوحه کار بانک در فرآیند اصلاح ساختار، باید ابتدا و پیش از هر چیز، پیگیری و اجرای این منشور باشد به نحوی که بتوانیم بگوییم در پایان سال ۱۴۰۱ محورها و بندهای این منشور به طور کامل به سرانجام رسیده و پروژه ادغام خاتمه یافته است. به گفته خاندوزی، اصلاح ساختار کسب و کار بانک سپه اولویت دیگری است که در دوران مدیریت جدید این بانک باید مورد توجه ویژه قرار گیرد، به این معنا که استراتژی بانک به جهت مدل کسب و کار و شرکت‌های زیرمجموعه بانک به نحوی باشد که هر تصمیمی که در این زمینه اتخاذ می‌شود، سایر تصمیم‌ها نیز در شعاع آن و در سایه این تصمیم‌ها معنا پیدا کنند.

فرصت امروز: بازار سرمایه هفته دوم آبان ماه را با چراغ قرمز آغاز کرد و شاخص بورس تهران در هشتمین روز آبان ماه با افت بیش از ۱۸ هزار واحدی به پسروری در کتالال ۱٫۳ میلیون واحدی ادامه داد. در جریان معاملات روز شنبه، شاخص کل بورس با ۱۸ هزار و ۲۲۶ واحد افت تا رقم یک میلیون و ۳۷۵ هزار واحد عقب رفت و شاخص کل با معیار هم‌وزن نیز با ۶ هزار و ۴۳ واحد کاهش به رقم ۳۷۰ هزار و ۴۲۶ واحد رسید. بیش از ۵ میلیارد و ۲۲۵ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۳۶ هزار ۴۳۱ میلیارد ریال در بورس اوراق بهادار تهران دادوستد شد. شاخص بازار اول، کاهش ۱۸ هزار و ۲۰۳ واحدی و شاخص بازار دوم نیز کاهش ۲۱ هزار و ۴۴۶ واحدی را تجربه کردند.

گروه فلزات اساسی با ۶۸ هزار و ۳۵۴ معامله به ارزش ۴ هزار و ۴۳ میلیارد ریال، گروه شیمیایی با ۶۱ هزار و ۶۷۱ معامله به ارزش ۳ هزار و ۵۳۹ میلیارد ریال، گروه خودرو با ۵۶ هزار و ۳۷ معامله به ارزش ۳ هزار و ۱۷۵ میلیارد ریال، گروه کانه فلزی با ۲۷ هزار و ۱۸۵ معامله به ارزش ۲ هزار و ۱۹۱ میلیارد ریال و گروه فراورده‌های نفتی با ۳۴ هزار و ۹۹۳ معامله به ارزش ۲هزار و ۴۱ میلیارد ریال در صدر برترین گروه‌ها قرار گرفتند. در آن سوی بازار سرمایه نیز ایفکس با کاهش ۲۰۰ واحدی به رقم ۱۹ هزار و ۶۰۸ واحد رسید.

**آنچه در بازار بورس و فرابورس گذشت**

روز گذشته در معاملات بورس تهران، ۶۶ نماد مثبت و ۳۱۴ نماد منفی بودند که از میان آنها فراوری معدنی ابال کانی پارس (ابال) با ۱۳۰ واحد، معدنی و صنعتی چادرملو (کچاد) با ۹۷ واحد، آسان پرداخت پرشین (آپ) با ۶۸ واحد، سرمایه‌گذاری شاهد (شاهد) با ۵۴ واحد، گروه صنعتی ملی (وملی) با ۵۱ واحد، شرکت سرمایه‌گذاری شفا دارو (شفا) با ۵۱ واحد، مبین انرژی خلیج فارس (مبین) با ۴۵ واحد و سرمایه‌گذاری توسعه صنعت و تجارت (و صنعت) با ۴۲ واحد بیشترین تاثیر مثبت را بر شاخص بورس داشتند. در سمت مقابل نیز ملی صنایع مس ایران (فملی) با یک هزار و ۵۰۲ واحد، فولاد مبارکه اصفهان (فولاد) با یک هزار و ۲۴۷ واحد، پتروشیمی پردیس (شپدیس) با یک هزار و ۲۰ واحد، گسترش نفت و گاز پارسیان (پارسان) با ۸۱۱ واحد، شرکت سرمایه‌گذاری غدیر (وغدیر) با ۷۵۷ واحد، پالایش نفت تهران (شتران) با ۶۸۹ واحد، پالایش نفت بندرعباس (شسبندر) با ۵۷۱ واحد و پالایش نفت اصفهان (شپنا) با ۵۵۱ واحد با تاثیر منفی بر شاخص بورس همراه شدند.

همچنین نماد پارس فولاد سبزوآر (فسبزوآر)، آریسان کیمیاتک (کیمیاتک)، فولاد مبارکه اصفهان (فولاد)، ایران خودرو (خودرو)، معدنی

دماوند (کدما)، پالایش نفت اصفهان (شپنا) و سایپا (خسایا) از جمله نمادهای پُرترانکش دیروز بودند. گروه فلزات اساسی هم در معاملات این روز صدرنشین برترین گروه‌های صنعت شد و در این گروه ۳۰۷ میلیون و ۱۷۶ هزار برکه سهم به ارزش ۴ هزار و ۴۳ میلیارد ریال دادوستد شد.

در آن سوی بازار سرمایه نیز شاخص کل فرابورس با کاهش ۲۰۰ واحدی به رقم ۱۹ هزار و ۶۰۸ واحد رسید تا افت دسته‌جمعی شاخص‌ها در اولین روز هفته کامل شود. در معاملات روز گذشته فرابورس ایران، ۹۹ نماد فرابورسی مثبت و ۱۵۹ نماد منفی بودند که از میان آنها بیمه پاسارگاد با ۱۴ واحد، شرکت صنعتی مینو و بیمه اتکایی ایرانیان هر کدام با ۳٫۲۸ واحد، شرکت مدیریت انرژی امید تابان هور با ۲٫۸۴ واحد و شرکت سرمایه‌گذاری مس سرچشمه با دو واحد بیشترین تاثیر مثبت را بر رشد شاخص داشتند. همچنین شرکت پتروشیمی زاگرس با ۴۶ واحد، شرکت ذوب آهن اصفهان با ۱۲ واحد، شرکت پتروشیمی تندگویان با ۱۱٫۶۷ واحد، شرکت فولاد هرمزگان جنوب با ۱۱ واحد و شرکت پالایش نفت لاوان با ۱۰ واحد با بیشترین تاثیر منفی بر شاخص فرابورس همراه شدند.

**بورس در ادامه راه به کدام سو می‌رود؟**

بورس تهران در حالی هفته دوم آبان ماه را با چراغ قرمز آغاز کرد که از شهریورماه بدین سو ورق بازار برگشت و پس از رشد نسبی بازار سرمایه در ابتدای روی کار آمدن دولت سیزدهم، حالا نزدیک به دو ماهی است که بورس در فاز اصلاح به سر می‌برد. کارشناسان، عوامل مختلفی را در این اصلاح بورسی دخیل می‌دانند که عمدتا به مسائل اقتصاد کلان و مذاکرات پیرامون احیای برجام برمی‌گردد. در این زمینه، یک کارشناس بازار سرمایه به بررسی روند معاملات بورس در هفته نخست آبان ماه پرداخت و به ایرنا، گفت: بازار سهام در اوایل و اواسط هفته گذشته همچنان با فشار فروش مواجه بود، اما در پایان هفته قدری از فشار فروش کاسته شد و شاهد افزایش سمت تقاضا در این بازار بودیم، همچنین به دنبال چنین روندی برخی از نمادها به آستانه صف خرید رسیدند. به اعتقاد امیرعلی امیرباقری، نکته‌ای که اکنون در بازار پررنگ شده، میزان عرضه در بازار است که پرشتاب نیست و در مقابل ورود نقدینگی به سمت تقاضا هم چندان پرقدرت نبوده است که همین امر باعث ایجاد تردید در رفتار سهامداران خواهد شد.

او با تاکید بر اینکه پول‌های پرقدرت عمدا در سپرده‌های بانکی و صندوق‌های سرمایه‌گذاری با درآمد ثابت در انتظار ایجاد روندی قوی در معاملات بازار سهام هستند، افزود: مباحث مربوط به تحلیل‌های بنیادی باید یاری‌کننده این مسائل باشند، در غیر این صورت پس از رشد چند

منبع: بورس‌نیوز

آنچه بر «دارا یکم» و «پالایشی یکم» گذشت

# وضعیت قرمز داراها

واگذار شد و هر ایرانی دارای کد ملی می‌توانست خریدار آنها باشد. براساس این گزارش، صندوق اول با نام «دارا یکم» در اوایل تابستان سال گذشته عرضه و در سوم تیرماه قابل معامله شد. در واقع وزارت امور اقتصادی و دارایی از طریق این واگذاری، به نمایندگی از دولت جمهوری اسلامی ایران، باقیمانده سهام خود در بانک‌های ملت، تجارت و صادرات ایران و بیمه‌های البرز و اتکایی امین را واگذار کرد. در پذیرهنویسی صندوق «دارا یکم» بیش از ۱ میلیون نفر مشارکت کردند؛ صندوقی که هم‌راستا با روزهای صعودی بازار سرمایه، بازدهی چشمگیری داشت و تا ۲۰۰ درصد سود هم پیش رفت.

سوددهی «دارا یکم» به گونه‌ای بود که حتی با وجود سقوط چشمگیر شاخص کل بورس از مرز ۲ میلیون واحد به کمتر از یک میلیون واحد، این صندوق همچنان در سود قرار داشت. البته به نظر می‌رسد ریزش بی‌پایانی روزهای بورس دامن این صندوق را هم گرفته است و برای نخستین مرتبه از زمان عرضه «دارا یکم» تا لحظه تنظیم این گزارش، قیمت این صندوق لب مرز قرار گرفته و در حال حاضر با قیمت ۱۰ هزار و ۶۰۰ تومان معامله می‌شود.



روزه دوباره شاهد حرکت اصلاحی در بازار خواهیم بود و شاخص بورس به نقطه اول باز می‌گردد، از این رو می‌توان گفت بازار در کوتاه مدت ادامه‌دهنده روند نوسانی خود خواهد بود.

امیرباقری با بیان اینکه مسائل سیاسی جزو مباحثی هستند که در رأس عوامل خارجی قرار دارند، ادامه داد: این ابهام به مرور در حال برطرف شدن و کنار رفتن از بدنه بازار است و می‌تواند به مرور تاثیرگذار بر تغییر روند معاملات بورس باشد. موارد مربوط به سیاست خارجی، برجام و پول‌های بلوکه شده تاثیرگذار بر نرخ ارز خواهند بود و باعث ایجاد فشار بر روند بازار می‌شوند، اما افزایش نقدینگی می‌تواند روند نزولی بازار را که تحت تاثیر اتفاقات سیاسی رخ می‌دهد، خنثی کند و ضربه‌گیر ریزش بازار باشد.

وی با تاکید بر اینکه اکنون دو منبع می‌تواند باعث ایجاد فشار در بازار و تامین منابع مالی از طریق این بازار شود، خاطر‌نشان کرد: بحث خوراک یا مواد اولیه به طور حتم در بهای تمام شده کالا منعکس می‌شود و می‌تواند بر قیمت سهام شرکت‌ها در بازار تاثیرگذار باشد.

این کارشناس بازار سرمایه سپس به موضوع وضع مالیات و اعمال عوارض بر شرکت‌ها اشاره کرد و گفت: دولت باید از طریق مالیات، کسری بودجه خود را تامین و هزینه‌های جاری را پرداخت کند. همچنین این نکته باید مدنظر باشد که فعالان بازار در حالت کلی مخالف آزادسازی قیمت‌ها نیستند، اما اعتقاد بر این است که براساس وضعیت حاکم در بازار آزاد، آزادسازی قیمت‌ها باید در سمت فروش و بهای تمام شده رخ دهد تا اقتصاد واقعی جایگزین اقتصاد زیرزمینی شود و زمینه نابودی رانت و دلالی در بازار را فراهم کند.

او با تاکید بر اینکه اگر دولت می‌خواهد بهای تمام شده و نرخ خوراک را واقعی‌سازی کند باید دست از قیمت‌گذاری دستوری بردارد. گفت: دولت بارها به این موضوع اشاره داشته است که قیمت‌گذاری دستوری جز رانت و فساد چیزی را به همراه ندارد و فعالان بازار سرمایه امیدوارند تا دولت این شعار را تا زمان تحقق کامل دنبال کند و سرمایه‌گذاران حاضر در بازار سرمایه از آزادسازی قیمت‌ها در کلیت اقتصاد منتفع شوند.

امیرباقری به روند معاملات در بازارهای جهانی اشاره کرد و افزود: طی دو هفته گذشته اتفاق خاصی در حوزه قیمت‌های جهانی رخ نداده است. پس از رشد اخیر قیمت‌های جهانی و به ویژه نرخ گاز شاهد تاثیر آن بر شرکت‌های شاخص‌ساز و بزرگ بودیم که از خوراک‌گازی بر‌خوردارند.

افزایش قیمت گاز به تبع بر سود این شرکت‌ها تاثیرگذار خواهد بود؛ بنابراین در کوتاه مدت و میان مدت نباید انتظار حرکات انفجاری در کلیت بازار سرمایه و دیگر بازارهای سرمایه‌گذاری را داشت.

همچنین مسیر سوددهی «پالایشی یکم» از همان ابتدا کاملا از «دارا یکم» جدا شد. «پالایشی یکم» باقیمانده سهام دولت در چهار پالایشگاه تهران، تبریز، اصفهان و بندرعباس بود که عرضه آن با اختلاف بین وزارت نفت و وزارت اقتصاد کلید خورد و بهانه‌ای برای ریزش بازار شد؛ این صندوق عرضه شد اما عرضه آن هم‌زمان با ریزش بازار بود. هر واحد این صندوق نیز در روز عرضه ۱۰ هزار تومان قیمت داشت، اما در روزهای ریزشی بازار به ۵ هزار تومان یعنی نصف قیمت روز عرضه نیز رسید. در حال حاضر نیز این صندوق کمی بیش از ۶۷۰۰ تومان قیمت دارد. این در حالی است که محمدعلی دهقان دهنوی، رئیس سابق سازمان بورس و اوراق بهادار بارها اعلام کرده بود که سهم‌های دولتی نیز باید دارای بازارگردان باشند و دولت نیز مانند هر ناشر دیگری باید از سهم خود حمایت کند. اتفاقی که به نظر نمی‌رسد محقق شده باشد. از سوی دیگر، قرار شد سهم جدید «پالایشی یکم» یا سهم‌های دیگر به سهامداران ETF هبه شود. وعده‌ای که قرار بود به تصویب سران قوا برسد، اما از حدود هفت ماه قبل تاکنون در خاموشی فرو رفته و دیگر خبری از جبران خسارت خریداران ETF های دولت نشد.



فروش بیشتر در صنعت خرده‌فروشی آنلاین  
در سال ۲۰۲۲

به قلم: سید بلخی  
کارشناس بازاریابی  
ترجمه: علی آل‌علی

سال ۲۰۲۱ در حال پایان است و از همین حالا بسیاری از کارآفرینان به دنبال راهکارهای تاثیرگذار برای شروع سال ۲۰۲۲ با توانایی بازاریابی و فروش بالاتر هستند. در این میان صنعت خرده‌فروشی آنلاین جایگاه ویژه‌ای برای خودش دارد. این صنعت در طول دو سال اخیر با شیوع ویروس کرونا موفق به جلب نظر دامنه وسیعی از مشتریان شد. با این حال هنوز هم پتانسیل این حوزه برای جلب نظر مشتریان تازه بسیار زیاد است. هدف اصلی در این مقاله بررسی برخی از راهکارهای مهم برای جلب نظر مشتریان در صنعت خرده‌فروشی است. این امر برای کارآفرینانی که به تازگی خرده‌فروشی آنلاین‌شان را راه‌اندازی کرده‌اند، اهمیت بسیار زیادی خواهد داشت. اگر شما هم به دنبال بهبود وضعیت خرده‌فروشی‌تان در سال پیش رو هستید، به نکات مورد بحث در ادامه توجه نمایید.

## ساده‌سازی فرآیند خرید

نخستین گام در فرآیند افزایش فروش آنلاین در سال ۲۰۲۲ ساده‌سازی فروش است. این امر اهمیت بسیار زیادی برای تصمیم‌گیری مشتریان دارد. گاهی اوقات شما محصولات بسیار متنوعی در سایت‌تان دارید، اما فرآیند سخت و کسل‌کننده خرید همیشه شما را اذیت خواهد کرد. درست به همین خاطر باید خودتان را جای مشتریان قرار داده و وضعیت سایت‌تان را بهبود بخشید. توصیه اول ما در این بخش توجه به افزایش سرعت بارگذاری صفحات سایت است. شاید این امر در ابتدا بسیار عجیب به نظر برسد، اما شما به سادگی امکان تاثیرگذاری سایت‌تان به سادگی در صورت توجه به این نکته را خواهید داشت. هنوز هم برخی از سایت‌ها در زمینه سرعت بارگذاری فاجعه‌ای تمام عیار را پیش روی مشتریان قرار می‌دهند. با این حساب اگر شما خیلی زود نسبت به رفع این مشکل اقدام نمایید، شانس‌تان برای جلب نظر مشتریان بسیار بیشتر از هر زمان دیگری خواهد بود.

شما برای آگاهی از سرعت بارگذاری محتوای سایت‌تان به سادگی امکان استفاده از سایت‌های تست سرعت بارگذاری سایت را دارید. اینطوری به ساده‌ترین شکل ممکن ایرادات احتمالی سایت‌تان در بارگذاری صفحات را مشاهده خواهید کرد.

## دعوت از مشتریان برای عضویت در خبرنامه برند

بدون تردید هر برندی در دوره کنونی یک فهرست کامل از ایمیل مشتریان را دارد. همین امر اغلب اوقات موجب بی‌توجهی بازاریاب‌ها نسبت به افزون مشتریان تازه به این فهرست می‌شود. شاید بسیاری از کاربران به هنگام بازدید از سایت خرده‌فروشی شما تمایلی برای عضویت در خبرنامه‌تان نشان ندهند. در این صورت شما باید با دعوت از آنها این بی‌میلی را از بین ببرید، در غیر این صورت شاید با هرگز امکان افزایش تعداد افراد حاضر در خبرنامه‌تان را نداشته باشید. خرده‌فروشی‌های آنلاین در سال ۲۰۲۲ در پی بازگشایی کامل خرده‌فروشی‌های سنتی دوباره درگیر رقابت با این کسب و کارها خواهند شد. درست به همین خاطر شما باید آمادگی لازم برای تعامل با مشتریان در این شرایط را داشته باشید، در غیر این صورت خیلی زود بخش قابل ملاحظه‌ای از مشتریان‌تان را از دست خواهید داد. طراحی محتوای آموزنده و ارائه برخی از توصیه‌های کاربردی به طور اختصاصی برای اعضای خبرنامه ایده‌هایی جذاب برای ترغیب کاربران به عضویت در خبرنامه سایت‌تان محسوب می‌شود. شما با چنین کاری به سادگی هرچه تمام‌تر فرصت تاثیرگذاری بر روی مشتریان را پیدا خواهید کرد. نکته مهم اینکه در طراحی ایمیل‌هایی که برای مشتریان ارسال می‌کنید، باید همیشه توجه داشته باشید که شرایط عضویت را ساده‌سازی کنید، در غیر این صورت شاید شکایت‌های بسیار زیادی از سوی کاربران دریافت نمایید.

## به‌روز رسانی سئوی محتوا

عرصه مدیریت سئو نیز مانند هر حوزه دیگری باید هر چند وقت یک بار به‌روز رسانی شود. وقتی سال جدید میلادی پیش رو است، بدون تردید به‌روز رسانی وضعیت بازاریابی و سئوی برند در این بازه زمانی مهمترین نکته ممکن خواهد بود. چنین امری برند شما را بدل به گزینهای جذاب برای مشتریان خواهد کرد.

اشتباه بسیاری از برندها عدم سرمایه‌گذاری بر روی تکنیک‌های تازه سئو است. این امر موجب قدیمی شدن برندها در نظر مشتریان در طول زمان خواهد شد. بهترین توصیه در این میان تلاش برای استفاده از تکنیک‌ها و ترندهای تازه در این رابطه است.

بهترین ابزار برای به‌روز رسانی وضعیت سئوی برند گوگل کی وردز است. این ابزار به برندها امکان ارزیابی دقیق کلیدواژه‌های تازه و به‌روز رسانی‌شان در طول زمان را می‌دهد. شما به این ترتیب امکان تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف‌تان با کلیدواژه‌های تازه و کاربردی را پیدا خواهید کرد. یادتان باشد در صورت به‌روز رسانی کلیدواژه‌ها شما باید به سرعت نسبت به کنار گذاشتن نمونه‌های قبلی اقدام کنید، در غیر این صورت شانس برای جلب نظر مشتریان نخواهد داشت.

## اضافه کردن گزینه‌های متنوع تر خدمات مشتریان

خدمات مشتریان یکی از مهمترین نکات برای جلب نظر مشتری به خرید از خرده‌فروشی‌های آنلاین است. بسیاری از برندها در این میان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف مسیر بسیار طولانی‌ای را طی می‌کنند. اگر شما از همان اول گزینه‌ای مثل چت آنلاین با کارشناس‌های فروش را در اختیار مشتریان قرار دهید، بسیاری از مشکلات‌تان در این راستا حل خواهد شد. با این حساب همیشه این نکات را مدنظر قرار دهید. استفاده از اکانت رسمی در شبکه‌های اجتماعی برای پاسخگویی سریع به مشتریان نیز یکی دیگر از راهکارهای کاربردی برای جلب نظر مشتریان محسوب می‌شود. شما با چنین کاری به سادگی هرچه تمام‌تر فرصت جلب نظر مشتریان را پیدا خواهید کرد. دلیل این امر نیز اعتماد بالای مشتریان به خرده‌فروشی‌هایی است که امکانات متنوعی برای خدمات جانبی قرار می‌دهند. پس همیشه تنوع بخشی به این حوزه از کارتان با تمام ابزارهای در دسترس را مدنظر داشته باشید.

منبع: [customerthink.com](http://customerthink.com)



## به قلم: جردن پارکس

کارشناس بازاریابی و سئو  
ترجمه: علی آل‌علی

گوگل در عصر کنونی یکی از مهمترین ابزارها برای توسعه کسب و کار محسوب می‌شود. هر برندی که حضور بهتری در فضای آنلاین داشته باشد، همیشه مشتریان بر تعدادی نیز در کنارش خواهند بود. در این میان گوگل ارتباط اصلی میان مشتریان و برندها را ایجاد می‌کند. به همین خاطر کسب رتبه‌های برتر در گوگل امری مهم خواهد بود. امروزه برخی از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور مداوم در تلاش برای بهینه‌سازی سئو هستند. شاید این امر در نگاه نخست بسیار سخت به نظر برسد و شکست شمار بالایی از برندها هم این ماجرا را تایید کند، اما نکته مهم اینکه شما به سادگی هرچه تمام‌تر امکان مدیریت سئو به طور حرفه‌ای با تکنیک‌های اساسی را خواهید داشت.

هدف اصلی در این مقاله بررسی برخی از مهمترین تکنیک‌ها و نکات برای مدیریت سئو در سال ۲۰۲۲ است. این امر به شما برای شروع یک سال مناسب در زمینه کسب و کار کمک خواهد کرد. در ادامه برخی از مهمترین نکات در این رابطه را مورد بررسی قرار خواهیم داد.

## عصر سرعت بی‌نهایت

سال ۲۰۲۲ از نقطه نظر مدیریت سئو برای همه برندها سخت خواهد بود. کسب و کارها برای باقی ماندن در رتبه‌های برتر گوگل باید سرعت بارگذاری صفحه‌شان را به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش دهند، در غیر این صورت الگوریتم گوگل خیلی زود آنها را کنار خواهد گذاشت. شاید پیش خودتان فکر کنید الگوریتم گوگل بسیار غیرمنطقی در زمینه رتبه‌بندی سایت‌ها عمل می‌کند، اما طراحی آن با هدف ارائه بهترین تجربه کاربردی به افراد بوده است. شما برای درک الگوریتم گوگل نیاز به دانش کنونی بسیار بالا ندارید. مهمترین مسئله تلاش برای ایجاد یک تجربه مناسب برای مشتریان از حضور در سایت‌تان است. این امر به شما فرصت بسیار خوبی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف خواهد داد. به این ترتیب شما شانس تاثیرگذاری حرفه‌ای بر روی مخاطب‌تان را خواهید داشت. افزایش سرعت سایت برای جلب نظر کاربران باید در کنار افزایش سرعت

## آگهی فقدان سند مالکیت

## آگهی فقدان سند مالکیت ۲۱/۷۰۲

آگهی: چون آقای محمد زمان حاجتی فرزند محمد طاهر به استناد یک برگ استشهاد محلی که به امضاء شهود و گواهی دفترخانه ۵۶ دوگنبدان رسیده است که سند مالکیت ششدانگ یک باب خانه به پلاک ۷۰۲۰ فرعی از ۲۱ اصلی واقع در قطعه یک بخش پنج دوگنبدان که مورد ثبت ذیل شماره – صفحه جلد- به نام آقای محمد زمان حاجتی صادر و تسلیم گردیده است لذا مراتب به استناد ماده ۱۲۰ آیین نامه قانون ثبت آگهی می شود تاچنانچه کسی مدعی انجام معامله نسبت به ملک یا وجود معامله سند مالکیت ۹۵۹۱۷ می باشد از تاریخ نشر این آگهی طرف ۱۰ روز معترض خود را به ضمیمه اصل سند مورد معامله به این اداره اعلام و رسید دریافت نماید تا مورد رسیدگی قرار گیرد و الا پس از انقضای مدت مذکور و ترسیدن وخواهی و یا در صورت اعتراض اصل سند ارائه نمود نسبت به صدور سند مالکیت المثنی طبق مقررات اقدام خواهد شد.

تاریخ ۱۴۰۰/۸/۱۰  
حسین قائد گیویی مدیر واحد ثبتی حوزه ثبت ملک دوگنبدان از طرف عزت الله امیری

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

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

برابر رای شماره ۰۶۴۶۱-۰۶۳۱۸۶-۰۶۰۶-۱۴۰۰ مورخ ۱۴۰۰/۶/۲۴ هیات موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ناحیه ۲ رشت، تصرفات مالکانه بلامعارض خاتم ضمیمه ملکی اوجه فرزند فرهاد به شماره شناسنامه ۴ صادره از گرمی در قریه شالکو در ششدانگ یک قطعه زمین مشتمل بر بنای احدائی به مساحت ۱۲۳.۹۸ متر مربع پلاک فرعی ۴۰۷۵۰ از اصلی ۷۷ مغروز مجزی از پلاک ۱۸۱ از اصلی ۱۷۳ واقع در بخش چهار رشت خریداری از مالک رسمی آقای محمدحسن ابراهیمی شاکوگی 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 طرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۰/۸/۰۹

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۰/۸/۲۴

شماره م الف: ۲۰۸۷

سعید بدوی- رئیس اداره ثبت  
استاد و املاک ناحیه دورشت

تکنیک‌هایی که هر کارآفرینی باید بداند!

## مدیریت سئو برای سال ۲۰۲۲



واکنش نسبت به درخواست‌ها و سوالات آنها نیز باشد، در غیر این صورت شما هیچ شانس برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان نخواهید داشت. ساده‌ترین نمونه در این میان تلاش برای پاسخگویی سریع به مشتریان در صورت درج نظر در سایت‌تان است. شاید این امر بسیار ساده باشد، اما تاثیرگذاری بسیار زیادی بر روی مخاطب هدف به همراه دارد.

## آینده دنیای کسب و کار به طور کامل با گوشی‌های موبایل گره خورده

امروزه بسیاری از مردم برای گشت و گذار در فضای اینترنت از گوشی‌های هوشمند استفاده می‌کنند. با این حساب شما باید به بهترین شکل ممکن در تلاش برای بهینه‌سازی شرایط سایت‌تان با تجربه کاربران گوشی‌های هوشمند باشید. متأسفانه بسیاری از بازاریاب‌ها هنوز هم بر روی تجربه کاربران رایانه‌های شخصی تمرکز دارند. این امر در بلندمدت توانایی شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش خواهد داد. پس از همین حالا به فکر راهکارهایی برای بهینه‌سازی سایت‌تان برای کاربران گوشی‌های هوشمند در سال ۲۰۲۲ باشید.

## آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آیین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

برابر رای شماره ۰۵۷۲۴-۰۳۱۰۰۶-۰۶۰۶-۱۴۰۰ مورخ ۱۴۰۰/۶/۰۶ هیات موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در ثبت اسناد و املاک بابل تصرفات مالکانه و بلامعارض آقای محسن بزرگران فرزند شعبان به شماره شناسنامه ۳۲۶ و شماره ملی ۲۰۶۲۸۳۴۶۷۵ صادره از بابل نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احدائی در آن که ۴ سهم مشاع از ۱۳ سهم ششدانگ عرصه آن نثلت باقی است به مساحت ۱۰۳۷/۴۰ متر مربع پلاک ۵۳/۵۳۷۷- اصلی واقع در موزیر بخش ۱۱ ثبت بابل خریداری از تقسیم ماترک مرحوم شهریلو بزرگران و هبه شهریلو بزرگران 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 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: ۱۴۰۰/۸/۰۹  
سرپرست اداره ثبت اسناد و املاک  
شهرستان بابل

شماره آگهی ۱۱۹۷۶۳  
۹۰۸

## آگهی مفقودی

برگ کمپانی و برگ سبز خودرو سواری پژو به شماره شهرباتی ایران ۴۶- ۲۸۲ ص ۴۱ به شماره موتور ۱۲۴۸۹۰۳۷۹۱۸ شماره شناسی ۵۱۳۶۹۰-NAAM-۱CAVAR-۱ بنام بهروز هوشمند مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط است.

۹۱۳

## آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آیین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی

برابر رای شماره ۰۷۲۳۶-۰۳۱۷۱۸۰۰۰۰۰۶-۱۴۰۰ مورخ ۱۴۰۰/۶/۳۱ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ناحیه ۲ رشت، تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای ناصر حمدانی فرزند عبدالنسی بشماره شناسنامه ۱۲۵۲۹ صادره اهواز در ششدانگ یک باب ساختمان به مساحت ۱۸۵/۷۰ متر مربع در قسمتی از پلاک ۳۵ فرعی از ۱۵۷۵ باقیمانده واقع در بخش ۱۲ اهواز بنشانی جنبیه علیا خیابان حامدین ۱ خریداری از مالک رسمی شرکت فلاحتی اصفهانیا 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 طرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۰/۷/۲۴ (تاریخ انتشار نوبت دوم: ۰۹/۰۸/۱۴۰۰)

شماره م الف: ۵/۱۳۲۳

رئیس ثبت اسناد و املاک – یاور مرادی گراوند

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

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

برابر رای شماره ۰۶۵۲۳-۰۳۱۸۶۰۳۰۰۶-۱۴۰۰ مورخ ۱۴۰۰/۶/۲۷ هیات موضوع قانون تعیین و تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک ناحیه ۲ رشت تصرفات مالکانه بلامعارض آقای خلیل محمدی شیجانی فرزند حسن به شماره شناسنامه ۲۲۳۵ صادره از رشت در قریه خسیخ در ششدانگ یک قطعه زمین مشتمل بر بنای احدائی به مساحت ۴۷۸ متر مربع پلاک فرعی ۲۲۵۵۶ از اصلی ۱۲ مغروز و مجزی از پلاک ۲۲۰۲ از اصلی ۱۲ واقع در بخش چهار رشت خریداری از مالک رسمی آقای ورثه مرحوم هادی رمضان زاده 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 طرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۰/۷/۲۴

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۰/۸/۰۹

م الف: ۱۶۶۳

سعید بدوی- رئیس اداره ثبت  
استاد و املاک ناحیه ۲ رشت

۸۷۱

## رای هیئت (نوبت دوم)

برابر رای شماره ۰۵۱۵۴-۰۳۱۰۵۷۰۰۰۶-۱۴۰۰ مورخ ۱۴۰۰/۷/۶ صادره از هیات رسیدگی به اسناد عادی موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۹/۲۰ تصرفات مالکانه حسن صادقی نودولتی فرزند علی در ۳ دانگ مشاع از ۶ دانگ یکباب خانه مسکونی به مساحت ۱۷۸/۹۵ متر مربع قسمتی از پلاک ۵۲۱ فرعی از ۵۳ اصلی محرز گردیده و برابر محتویات پرونده ثبتی و دفتر املاک مربوطه بمیزان ۹۰۰۰ سهم از کل ۱۱۳ نمله سهم یک قطعه زمین به مساحت ۱۷۸۷/۵۰ متر مربع قطعه ۷۳ تفکیکی به شماره پلاک ۵۲۱ فرعی از ۵۳ اصلی املاک بنام حسین صادقی نودولتی ثبت گردیده است در نتیجه هیات مقرر نموده با اعمال ماده ۳ قانون مذکور و نیز ماده ۱۱۳ آیین نامه اجرائی آن مصوب ۱۳۹۱/۴/۲۵ نسبت به صدور سند مالکیت بنام متصرف فوق الذکر اقدام شوند. لذا بدینوسیله مفاد رای صادره به مالک و نیز اشخاص ذینفع جهت اطلاع آگهی می گردد. چنانچه به مفاد رای صادره اعتراض دارند اعتراض خود را ظرف مدت دو ماه از تاریخ انتشار اولین آگهی به اداره ثبت اسناد و املاک شهریار تسلیم و رسیدن آن را دریافت دارند بدیهی است در صورت عدم اعتراض طرف مهلت مقرر این اداره نسبت به صدور سند مالکیت برابر مقررات اقدام خواهد نمود ضمناً صدور سند مالکیت مانع مراجعه متصرف به دادگاه نخواهد بود.

بشیر نعیم زاده – رئیس اداره ثبت اسناد و املاک شهریار (۹۱۰۸)

## رای هیئت (نوبت دوم)

برابر رای شماره ۰۵۱۵۳-۰۳۱۰۵۷۰۰۰۶-۱۴۰۰ مورخ ۱۴۰۰/۷/۶ صادره از هیات رسیدگی به اسناد عادی موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۹/۲۰ تصرفات مالکانه احمد صادقی فرزند محمداندر ۳ دانگ مشاع از ۶ دانگ یکباب خانه مسکونی به مساحت ۱۷۸/۹۵ متر مربع قسمتی از پلاک ۵۲۱ فرعی از ۵۳ اصلی محرز گردیده و برابر محتویات پرونده ثبتی و دفتر املاک مربوطه بمیزان ۹۰۰۰ سهم از کل ۱۱۳ نمله سهم یک قطعه زمین به مساحت ۱۷۸۷/۵۰ متر مربع قطعه ۷۳ تفکیکی به شماره پلاک ۵۲۱ فرعی از ۵۳ اصلی املاک بنام احمدصادقی ثبت گردیده است در نتیجه هیات مقرر نموده با اعمال ماده ۳ قانون مذکور نسبت به صدور سند مالکیت بنام متصرف فوق الذکر اقدام شوند. لذا بدینوسیله مفاد رای صادره به مالک و نیز اشخاص ذینفع جهت اطلاع آگهی می گردد. چنانچه به مفاد رای صادره اعتراض دارند اعتراض خود را ظرف مدت دو ماه از تاریخ انتشار اولین آگهی به اداره ثبت اسناد و املاک شهریار تسلیم و رسیدن آن را دریافت دارند بدیهی است در صورت عدم اعتراض طرف مهلت مقرر این اداره نسبت به صدور سند مالکیت برابر مقررات اقدام خواهد نمود ضمناً صدور سند مالکیت مانع مراجعه متصرف به دادگاه نخواهد بود.

بشیر نعیم زاده – رئیس اداره ثبت اسناد و املاک شهریار (۹۱۰۹)



## فروش بهتر در مناسبت‌های مهم با ۶ راهکار کاربردی

<b>به قلم: شارون هریس</b>
کارشناس بازاریابی و فروش
ترجمه: علی ال‌علی

امروزه هر برندی نوعی خرده‌فروشی محسوب می‌شود. شیوه خرید مشتریان در طول ۲۰ ماه اخیر با توجه به شیوع کرونا تغییرات کاملاً محسوسی به خودش دیده است. فروش آنلاین در طول دو سال اخیر به دلیل سهولت بسیار بیشتر در شرایط جاری طرفدارهای زیاد پیدا کرده است. به همین خاطر اغلب برندها به سوی فروش آنلاین محصولاتشان جهت‌گیری کرده‌اند. این امر برای تمام برندها یک ترند تازه محسوب می‌شود. با این حساب شما هم باید در راستای تاثیرگذاری بر روی مشتریان‌تان اقدام نمایید، در غیر این صورت هیچ شانس‌ی برای جلب نظر مشتریان نخواهید داشت. نزدیک شدن به مناسبت‌های مختلف، به ویژه کر سمس، برای بسیاری از برندها مهم محسوب می‌شود. شما در این مناسبت فرصت تاثیرگذاری ویژه بر روی مشتریان را خواهید داشت. بنابراین باید بیش از هر زمان دیگری در راستای تاثیرگذاری بر روی مشتریان تلاش نمایید. اگر هنوز ایده‌ای برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان در این بازه زمانی ندارید، نکات مورد بحث در مقاله کنونی راهنمای مناسبی برای‌تان خواهد بود.

#### آمادگی برای مناسبت‌های پیش رو

آمادگی برای مناسبت‌ها امری اتفاقی نیست. اگر فقط یک روز تا سالگرد تاسیس برندتان باقی مانده، شما هیچ شانس‌ی برای جلب نظر مشتریان نخواهید داشت. در عوض باید به طور ویژه‌ای در تلاش برای جلب نظر مشتریان با برنامه قبلی عمل نمایید. چنین امری شامل برنامه‌ریزی از دست کم یک ماه قبل برای اجرای یک کمپین بی‌عیب و نقص است. شما با چنین کاری به سادگی هر چه تمام‌تر فرصت تاثیرگذاری بر روی مشتریان و آشنا ساختن‌شان با فرآیند فعالیت برندتان را خواهید داشت.

#### طراحی استراتژی خرده‌فروشی آنلاین

اگر شما تا به حال تجربه‌ای در زمینه فعالیت آنلاین نداشته‌اید، به احتمال زیاد فرصت‌های زیادی از دست‌تان رفته است. بنابراین باید هر چه زودتر آماده استفاده از فرصت‌های پیش روی‌تان شوید، در غیر این صورت هیچ شانس‌ی برای جلب نظر مشتریان و رقابت با دیگر برندها نخواهید داشت. مشتریان در طول سال‌های اخیر خرید آنلاین را به عنوان یک عادت رایج مورد پذیرش قرار داده‌اند. به همین خاطر شما هم باید در تلاش برای استفاده از این عادت مناسب و رایج در میان مشتریان باشید. ساده‌ترین کار برنامه‌ریزی برای شروع فرآیند خرده‌فروشی آنلاین از پایان سال جاری است. چنین امری شما را به طور قابل ملاحظه‌ای در میان مشتریان محبوب خواهد کرد.

ورود به مناسبت‌های مهم با رونمایی از یک بخش تازه برند امر مهمی محسوب می‌شود. با این حساب شما باید همیشه در تلاش برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با استفاده از غافلگیری‌های کاربردی باشید. یکی از مهمترین غافلگیری‌ها در این میان مربوط به طراحی استراتژی خرده‌فروشی است. چنین امری شما را به طور قابل ملاحظه‌ای در رقابت با دیگر برندها جلو خواهد انداخت. وقتی شما برای اولین بار از رویکردی فروش آنلاین رونمایی کنید، به احتمال زیاد مشتریان وفادار‌تان تمایل بالایی برای آزمایش‌شان نشان خواهند داد. همین امر شما را در مقایسه با دیگر رقبای‌تان جلو خواهد انداخت.

#### تعیین پیشنهادهای ویژه

شما در مناسبت‌های مهم باید پیشنهادهای جذاب و کاربردی برای مشتریان داشته باشید، در غیر این صورت کمتر کسی به محصولات‌تان توجه نشان خواهد داد. امروزه اغلب مشتریان مایل به استفاده از تخفیف‌های گسترده و همچنین خرید در مناسبت‌ها با این شرایط هستند. بنابراین شما باید به طور قابل ملاحظه‌ای در تلاش برای طراحی پیشنهادهای ویژه برای مشتریان‌تان باشید، در غیر این صورت فرصتی برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان‌تان پیدا نخواهید کرد.

#### توجه به کیفیت محتوا

اگر شما قصد دارید در یک مناسبت مهم برند برتر بازار باشید، باید از مدت‌ها قبل به سراغ ایده‌های بازاریابی و تولید محتوا بروید. این امر به شما امکان تجدید نظر در مورد ایده‌های‌تان در طول زمان را خواهد داد. نتیجه امر اینکه در نهایت بهترین محتوای ممکن در اختیار کاربران قرار خواهد گرفت. متأسفانه بسیاری از برندها نسبت به ایجاد تغییر در الگوی بازاریابی و تولید محتوای‌شان در مناسبت‌های مهم هیچ اقدامی نمی‌کنند. چنین امری کسب و کارها را به شدت در برابر رقبا آسیب‌پذیر می‌کند. همچنین مشتریان نیز تمایلی برای همکاری با یک برند نشان نخواهند داد. با این حساب شما باید پیش از اینکه شروع به تعامل با مشتریان‌تان نمایید، به خوبی کیفیت محتوای‌تان را ارتقا دهید. این امر در ماه‌های منتهی به سال نو با یک مناسبت مهم تاثیرگذاری بالایی بر روی مشتریان خواهد داشت.

#### ایجاد دسترسی برای پیش خرید محصولات

وقتی یک مناسبت مهم از راه می‌رسد، محصولات برندها به سرعت به فروش خواهد رسید. این امر برای برخی از مشتریان به معنای ناتوانی برای تهیه محصولات مورد علاقه‌شان خواهد بود. راهکار ما در این بخش رونمایی از کمپین پیش خرید محصولات است. به این ترتیب مشتریان امکان پیش‌خرید محصولات شما و دریافت آنها در زمان دلخواه را خواهند داشت. این امر برای بسیاری از مشتریان که همیشه در روزهای منتهی به سال نو میلادی تازه به فکر خریدهای مورد نیازشان می‌افتند، راهگشا خواهد بود. نکته اساسی در پیش‌فروش محصولات اطمینان از توانایی برندتان برای تحویل سفارشات در موعد مقرر است، در غیر این صورت شما فقط مشتریان را نسبت به برنداتان بدبین خواهید کرد. همچنین امکان پیگیری حقوقی نیز از سوی مشتریان وجود خواهد داشت.

#### بهینه‌سازی تبلیغات برند

بی‌شک تبلیغات یک برند در هفته‌های منتهی به یک رویداد مهم باید با سایر بازه‌های زمانی تغییر کند. این امر به خوبی مشتریان را نسبت به بروز یک رویداد مهم آگاه خواهد کرد. با این حساب اگر برند شما به دنبال تاثیرگذاری بر روی مشتریان در یک رویداد کمتر رایج، مثل سالگرد ورود اولین محصولش به بازار، است باید از مدت‌ها قبل روند تبلیغاتش را تغییر دهد. ایجاد آمادگی روانی در مشتریان برای کمپین‌های مناسبتی اغلب اوقات از خود کمپین‌ها مهتمتر است. با این حساب شما باید همیشه به این نکته توجه داشته باشید.

منبع: entrepreneur.com

# فرصت امروز

## روزنامه مدیریتی – اقتصادی

یکشنبه | ۹ آبان ۱۴۰۰ | شماره ۱۸۸۹ | صفحه ۸

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

جایب: هنر سرزمین سبز

دفتر مرکزی: مطهری، خیابان علی‌اکبری، پلاک ۱۱۵

دفتر مرکزی: ۸۸۲۱۷۳۳۸

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۳۲۰۹۶۰

آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه: WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR

## تبلیغات خلاق

# طراحی استراتژی بازاریابی محتوا

#### به قلم: کارولین فورسی

کارشناس بازاریابی در موسسه هاب اسپات
ترجمه: علی ال‌علی

بازاریابی محتوا یکی از نیازهای اصلی هر کسب و کاری برای موفقیت در بازار محسوب می‌شود. امروزه هر برندی برای جلب نظر مشتریان چاره‌ای به غیر از تولید محتوای با کیفیت و تعامل با مشتریان براساس آن ندارد. به همین خاطر حتی اگر شما سابقه طولانی در زمینه بازاریابی محتوا داشته باشید، باز هم به طور مداوم نیازمند به‌روز رسانی استراتژی‌تان خواهید بود. این امر تنها راهکار برای موفقیت طولانی مدت در بازار و جلب نظر مشتریان به طور مداوم است. بسیاری از بازاریاب‌ها همیشه پیش از شروع به کار یک برنامه کامل از اقدامات بازاریابی‌شان را طراحی می‌کنند. این امر شاید در مرحله اول سختی‌های بسیار زیادی داشته باشد، اما دست کم وضعیت کاری شما را در مراحل بعدی به شدت ساده خواهد کرد. اگر شما مشکلات زیادی برای طراحی استراتژی بازاریابی محتوا دارید، ما در این مقاله به دنبال راهکارهایی برای رفع این مشکل و بهبود سطح تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف هستیم. در ادامه برخی از مهمترین نکات در این راستا را مرور خواهیم کرد.

#### بازاریابی محتوا چیست؟

استراتژی بازاریابی محتوا شامل برنامه‌ای دقیق برای استفاده از انواع فرمت‌های محتوا شامل محتوای نوشتاری، بصری و صوتی، به منظور جلب نظر مخاطب هدف و تاثیرگذاری بر روی وی است. این امر اغلب اوقات با هدف فروش بیشتر در بازار صورت می‌گیرد. از این منظر بازاریابی محتوا و عرصه فروش پیوند نزدیکی با هم دارند.

امروزه بسیاری از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب‌شان به طور مداوم دنبال ایده‌های تازه برای بازاریابی محتوا هستند. این امر شاید در نگاه نخست جذابیت‌های بازاریابی محتوا را نشان دهد، اما اجرای این الگو در عمل آنقدرها هم ساده نیست. واقعیت ماجرا شکست اغلب بازاریاب‌ها در اجرای این استراتژی است. با این حساب بسیاری از برندها برای استفاده از این الگو باید برنامه‌ای دقیق و به روز داشته باشند. به همین خاطر چالش اصلی در مسیر بازاریابی محتوا، نه استفاده ساده از آن، بلکه بهره‌گیری از یک برنامه دقیق و بی‌عیب است. این امر به شما فرصت بسیار خوبی به منظور تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف می‌دهد. اگر شما به دنبال بازاریابی محتوا هستید، باید به چند نکته مهم توجه نشان دهید. این نکات به شما برای طراحی یک برنامه حرفه‌ای کمک خواهد کرد. در ادامه برخی از مهمترین نکات در این رابطه را مورد بررسی قرار می‌دهیم.

توصیه‌هایی برای طراحی استراتژی بازاریابی محتوا

#### مخاطب شما کیست؟

اولین سوالی که شما باید به آن پاسخ دقیق و روشنی بدهید، مربوط به مخاطب هدف‌تان است. هر محتوای بازاریابی در نهایت باید به دست یک مخاطب هدف برسد. این امر امکان تاثیرگذاری مناسب بر روی مشتریان و جلب نظرشان برای خرید را به همراه دارد. اگر شما در این میان براساس شناخت نادرست از مشتریان دست به تولید محتوا بزنید، به احتمال زیاد سرنوشت مناسبی در انتظار محتوای‌تان نخواهد بود. به همین خاطر همیشه قبل از شروع تولید بازاریابی باید به مخاطب هدف‌تان فکر کنید، در غیر این صورت هیچ شانس‌ی برای جلب نظرش نخواهید داشت. امروزه بسیاری از برندها دارای دامنه مشخصی از مشتریان هستند. با این حساب شما برای شناسایی مخاطب هدف‌تان مشکل چندانی در بازار نخواهید داشت. مهمترین مسئله در این بین تلاش برای ارتباط مناسب با مشتریان فعلی برند و استفاده از همین امر برای شناسایی مخاطب هدف است. شما به این ترتیب می‌توانید بهینه‌سازی سرمایه‌گذاری‌تان بر روی تولید محتوا و عدم مواجهه با مشکلات بیشتر را خواهید داشت. متأسفانه بسیاری از بازاریاب‌ها به هنگام ورود به بازار برای تعامل با مشتریان به هیچ وجه به مخاطب هدف توجه نشان نمی‌دهند. این امر شامل هدف‌گذاری بر روی تمام مشتریان حاضر در بازار است. شاید این امر بسیار جذاب به نظر برسد، اما در عمل هیچ راهکاری برای شما به منظور تاثیرگذاری بر روی مشتریان باقی نخواهد گذاشت. شما به عنوان صاحب یک کسب و کار باید به خوبی نسبت به گروه‌بندی مشتریان حاضر در بازار و تمرکز بر روی مشتریان علاقه‌مند به برندتان تمرکز نمایید. اینطوری بخش قابل ملاحظه‌ای از سرمایه‌گذاری‌تان بر روی مشتریان با سود و بازگشت قابل ملاحظه مواجه خواهد شد.

#### مشک مخاطب هدف چیست؟

گام بعدی در طراحی یک استراتژی بازاریابی محتوا مربوط به شناسایی مشکل مشتریان است. امروزه هر محصولی در بازار برای حل یکی از مشکلات مشتریان عرضه می‌شود. با این حساب در صورت ناتوانی شما برای شناخت مشکل مشتریان هرگز فرصتی برای فروش محصولات‌تان نخواهید داشت. نکته مهم در این میان سخنگویی‌های مداوم مشتریان در زمینه خرید محصولات است. با این حساب اگر شما دقت کافی در زمینه طراحی محصول براساس نیاز مشتریان نداشته باشید، حتی بهترین کمپین‌های بازاریابی نیز تاثیری بر روی وضعیت فروش‌تان نخواهد داشت. ارتباط مناسب با مشتریان و سرمایه‌گذاری بر روی ارزیابی عملکرد دیگر برندها به طور معمول ساده‌ترین راهکارها برای آگاهی از مشکلات مشتریان است. شما با چنین کاری بدون نیاز به درمسرهای اضافی امکان شناسایی مشکلات مشتریان را خواهید داشت. وقتی برند شما براساس مشکلات مشتریان اقدام به تولید محتوا کند، تاثیرگذاری‌اش به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش پیدا خواهد کرد. همین امر موجب محبوبیت فزاینده برخی از برندها در بازار می‌شود. شما در زمینه تولید محتوای بازاریابی باید اول از همه حل مشکل مشتریان را مد نظر قرار دهید. این امر به معنای اشاره مستقیم به راهکار‌تان برای حل مشکل مشتریان در زمینه شما خواهد بود. این امر به معنای اشاره مستقیم به برند شما خواهد شد. چنین امری به معنای موفقیت شما در زمینه بازاریابی براساس مانور بر روی مشکل مشتریان خواهد بود. یادتان باشد گاهی اوقات مشکلات مشتریان متعدد است، بنابراین شما باید خودتان را برای بررسی مشکلات چندگانه نیز آماده کنید، در غیر این صورت شاید فقط امکان جلب نظر دامنه خاصی از مشتریان برای‌تان فراهم شود.

#### نقطه تماس شما از رقبای چیست؟

هر محتوای بازاریابی باید به خوبی تمایز میان برندها با رقبای خودش را نشان دهد. این امر نقش مهمی در جلب نظر مشتریان و تبدیل‌شان به خریدارهای ثابت برند دارد. بسیاری از کسب و کارهای بزرگ دنیا با همین شیوه مشتریان پر و پاقرصی برای برندشان دست و پا می‌کنند. با این حساب اگر شما سرمایه‌گذاری مناسبی در این بخش انجام دهید، دیگر خیال‌تان بابت حداقل فروش در طول سال راحت نخواهد شد.

استفاده از ارزش‌های مرکز برند در عرصه بازاریابی محتوا و همچنین تاکید بر روی ویژگی‌های منحصر به فرد محصول یکی از راهکارهای رایج برای جلب نظر مشتریان محسوب می‌شود. شما با چنین کاری به سادگی هر چه تمام‌تر امکان تاثیرگذاری بر روی مشتریان را خواهید داشت. پاسخگویی به این سوال که چرا مشتریان باید از شما خرید کنند، در وهله اول امری غیرممکن به نظر

می‌رسد. با این حال اگر شما توانایی پاسخگویی دقیق به این نکته که چرا مشتریان باید به برندتان گوش دهند را داشته باشید، تمام مسائل‌تان در این زمینه حل می‌شود. اشاره به تمام ویژگی‌های متمایز برند در مقایسه با دیگر کسب و کارها در بازار یکی از نکات مهم برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان محسوب می‌شود. اگر شما همین راهکار را به خوبی مدنظر قرار دهید، ساده‌تر از هر زمان دیگری فرصت جلب نظر مشتریان و توسعه کمپین‌تان را خواهید یافت.

#### تمرکز شما بر روی چه فرمت محتوایی خواهد بود؟

امروزه سه فرمت بصری، صوتی و متنی در دسترس بازاریاب‌ها برای تولید محتواست. بدون تردید استفاده از تمام فرمت‌های فوق یکی از ایده‌های جذاب برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف محسوب می‌شود. با این حساب شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف باید برنامه‌ای شامل استفاده از انواع فرمت‌های محتوایی داشته باشید.



بدون تردید سرمایه‌گذاری بر روی تمام فرمت‌های محتوایی امر جذابی به نظر می‌رسد، اما از نظر سطح هزینه و وقت موردنیاز برای بسیاری از کسب و کارها امکان‌پذیر نیست. به همین خاطر شما باید استراتژی‌تان برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان را به طور کامل تغییر دهید. این امر شامل تمرکز بر روی یک فرمت خاص و پرداختن به سایر فرمت‌ها به طور حاشیهای است. امروزه فرمت ویدئویی در میان کاربران محبوبیت بسیار زیادی دارد. درست به همین خاطر در صورت توجه مناسب از سوی شما امکان تاثیرگذاری بر روی مشتریان در قالب چنین محتوایی فراهم می‌شود. توصیه ما در این بخش استفاده از فرمت محتوای ویدئویی به عنوان نقطه تمرکز اصلی و تلاش برای استفاده از سایر فرمت‌ها به طور حاشیهای است. متأسفانه بسیاری از برندها هنوز هم محتوای متنی را مهمترین گونه برای بازاریابی محتوا ارزیابی می‌کنند. این امر نه تنها از نظر نظر تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در دروسرزمی می‌شود، بلکه سطح حرفه‌ای برندها را نیز با مشکل رو به رو خواهد ساخت. چنین امری به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف شانس بسیار اندکی می‌دهد. پس همیشه براساس ترندهای روز و سلیقه مخاطب هدف اقدام به محتوا نمایید.

#### چه کانال‌های ارتباطی مناسب‌ترین خواهد بود؟

گام بعدی در طراحی استراتژی بازاریابی محتوا مربوط به انتخاب یک کانال مشخص برای بارگذاری محتواست. این امر همیشه اهمیت بالایی دارد. بسیاری از برندها بدون توجه به این نکته مهم اقدام به انتشار محتوای‌شان در هر پلتفرم و کانال ارتباطی می‌کنند. شاید این امر ایده جذابی به نظر برسد، اما در عمل تمام تاثیرگذاری ممکن را از بین خواهد برد. اگر مشتریان نسبت به کانال‌های ارتباطی که شما در آنها حضور دارید، کم‌تلاقی اطلاع‌یابند، فعالیت شما هرگز سودمند نخواهد بود. به همین خاطر شما باید همیشه پیش از هر کاری نسبت به اطلاع‌رسانی به مشتریان اقدام نمایید. این امر ساده به شما فرصتی طلایی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف خواهد داد. بدون تردید کانال‌های ارتباطی برای بارگذاری محتوا تا حدودی بستگی به سلیقه مخاطب هدف نیز دارد. به عنوان مثال، اگر مخاطب هدف شما فرمت ویدئو را ترجیح می‌دهد، شما باید به جای حضور در یوتیوب، اینستاگرام یا نتسکارگام را مدنظر قرار دهید. این امر به خوبی شما را نسبت به بازاریابی تاثیرگذار و جلب نظر مشتریان در بهترین زمان ممکن مطلع خواهد ساخت. یکی از راهکارهای مناسب برای انتخاب کانال‌های ارتباطی نظرخواهی از مشتریان است. متأسفانه بسیاری از برندها در دوره کنونی نظرخواهی از مشتریان را به طور کامل فراموش کرده‌اند. به همین دلیل همیشه با مشکلات زیادی برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان‌شان مواجه می‌شوید. اگر شما به دنبال راهکاری مناسب برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان هستید، باید اول از همه با خودشان صحبت نمایید. این امر شما را در زمینه به تاثیرگذاری مناسب بر روی مشتریان راهنمایی خواهد کرد. طراحی انواع نظرسنجی در دوره و زمانه کنونی امر ساده‌ای محسوب می‌شود. درست به همین خاطر شما باید سطح تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را با این تکنیک ساده گسترش دهید. امروزه مشتریان از برندهایی که به طور مداوم از مشتریان‌شان نظرخواهی می‌کنند، استقبال بسیار زیادی خواهند داشت. بنابراین شما با یک نظرخواهی ساده فرصتی طلایی برای جلب نظر مشتریان خواهید داشت.

#### چگونه فرآیند تولید محتوا و انتشارش را مدیریت خواهید کرد؟

تولید محتوا یکی از گام‌های مهم در بازاریابی محسوب می‌شود. کسی که محتوای بازاریابی را تولید می‌کند باید به اطلاعات گسترده‌ای درباره وضعیت بازار، مشتریان و هدف اصلی برند دسترسی داشته باشد. درست به همین خاطر اغلب اوقات تیم‌های بازاریابی اطلاعات بسیار زیادی در دسترس دارند. نکته مهم بعدی در این میان امکان همکاری میان بازاریاب‌ها با تیم‌های مختلف برای افزایش کیفیت محتوای تولیدی است. شما برای تولید محتوا در مراحل ابتدایی فعالیت برندتان باید خودتان اولین نفر به عنوان دواطلب اقدام نمایید. چنین امری تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را به طور کامل حرفه‌ای مطرح خواهد کرد. نکته بعدی در این میان انتخاب بهترین بازاریاب‌های ممکن برای تولید محتواست. شما نباید اولین نفری که درخواست همکاری با برندتان را داد، استخدام نمایید. برگزاری جلسه‌های استخدایم و انتخاب بهترین افراد ممکن راهکار مطمئن‌تری در این میان خواهد بود. وقتی مسئولیت تیم بازاریابی به خوبی مشخص شد همه اعضای شرکت باید در صورت امکان به تیم موردنظر برای تولید بهترین محتوای ممکن کمک نمایند. این امر نوعی فرهنگ همکاری قوی در شرکت ایجاد می‌کند. بنابراین در عمل تمام اعضای شرکت و همکاران به یکدیگر برای پیشبرد هر چه بهتر امور کمک خواهند کرد. چنین امری ارزش بسیار زیادی برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان خواهد داشت.



# طراحی استراتژی بازاریابی محتوا

#### انواع الگوهای بازاریابی محتوا کدامند؟

وقتی صحبت از بازاریابی محتوا می‌شود، شما با الگوهای بسیار زیادی مواجه می‌شوید. بسیاری از بازاریاب‌ها فقط یک فرمت یا الگو را در زمینه بازاریابی محتوا بلد هستند. این امر پس از مدت زمانی کوتاه موجب کلیشه‌ای شدن فعالیت بازاریابی چنین برندهایی می‌شود. اگر شما به دنبال تاثیرگذاری مناسب بر روی مخاطب هدف‌تان هستید، باید اول از همه با الگوهای محتوایی گوناگون آشنا شوید. این امر به شما برای استفاده از الگوهای مناسب جهت تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک خواهد کرد. در ادامه برخی از الگوهای بازاریابی محتوا را مرور خواهیم کرد.

#### پست‌های وبلاگی

وبلاگ‌نویسی یکی از قدیمی‌ترین الگوهای بازاریابی و تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف محسوب می‌شود. این شیوه برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف هنوز هم جذابیت‌های خاص خودش را دارد. نکته مهم این‌که شما برای وبلاگ‌نویسی دیگر فقط به فرمت متن وابسته نیستید. استفاده از انواع اینفوگرافی و ویدئوهای آموزشی در وبلاگ‌ها دیگر امری رایج محسوب می‌شود. بنابراین لازم نیست خودتان را به یک فرمت خاص محدود نمایید. نکته مهم درخصوص بازاریابی براساس استفاده از الگوی وبلاگ‌نویسی توجه به کاربرد هر کدام از پست‌های‌تان برای مخاطب هدف است. این امر اهمیت بسیار زیادی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف دارد. بنابراین شما با استفاده از چنین شیوه‌ای به سادگی هر چه تمام‌تر فرصت جلب نظر مشتریان را خواهید یافت. الگوبریاری از وبلاگ‌های موفق در سراسر دنیا همیشه ایده‌ای جذاب برای جلب نظر مشتریان محسوب می‌شود. اگر شما فرصت کافی برای جلب نظر مشتریان در قالب این الگو را دارید، باید همیشه چند وبلاگ موفق در سراسر دنیا را مد نظر قرار دهید. اینطوری به بهترین شکل ممکن امکان جلب نظر مشتریان را پیدا می‌کنید.

#### کتاب‌های الکترونیکی

اگر چه تمایل مردم در سراسر دنیا برای مطالعه کتاب به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش پیدا کرده است، اما هنوز هم نگارش کتاب یکی از مهمترین نکات برای جلب نظر مشتریان در بازار محسوب می‌شود. مردم در طول سال‌های اخیر به جای خرید کتاب‌های فیزیکی به سوی نسخه‌های الکترونیکی جهت‌گیری کرده‌اند. این امر نه تنها هزینه‌های تهیه و توزیع کتاب را به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش می‌دهد، بلکه از نظر نقطه دفعه‌های زیست محیطی مشتریان نیز اهمیت بالایی خواهد داشت. درست به همین خاطر شما باید همیشه نسبت به استفاده از کتاب‌های الکترونیکی برای جلب نظر مشتریان در بازار توجه نشان دهید. بدون تردید نگارش کتاب برای هر کارآفرینی امر سختی محسوب می‌شود. نکته مهم در این میان تلاش برای ساده‌سازی فرآیند مورد نظر است، در غیر این صورت هر بازاریابی در راستای انجام آن با مشکلات اساسی رو به رو خواهد شد. بهترین توصیه در این میان تلاش برای گردآوری برخی از بهترین مقالات برند در طول سال‌های اخیر و استفاده از آنها برای شکل‌دهی به یک مجموعه ارزشمند است. شما به این ترتیب شانس بسیار زیادی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف خواهید داشت. شما در اینجا نیز امکان استفاده از تجربه برندهای بزرگ و موفق را دارید. بنابراین اگر مشکلات‌تان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف در قالب پست‌های وبلاگی زیاد است، باید اول از همه عملکرد برندها و بازاریاب‌های موفق در این راستا را مورد ارزیابی قرار دهید. این امر به شما فرصت بسیار زیادی برای جلب نظر مشتریان می‌دهد.

#### مطالعه موردی

مطالعه موردی یکی از جذاب‌ترین شیوه‌ها برای جلب نظر مخاطب هدف در بازار است. شما این الگوی بازاریابی محتوا را در قالب هر فرمتی می‌توانید پیگیری نمایید. نکته مهم در این میان انتخاب نمونه‌های جذاب برای مطالعه موردی است. چنین امری ویژه برای تاثیرگذاری در بیش از هر زمان دیگری نسبت به تعامل با برندتان مرغوب خواهد کرد. بنابراین به جای اینکه بی‌خودی وقت‌تان را بر سر مطالعه‌های موردی کواهمیت تلف کنید، یک راست سراغ بهترین برندهای موجود در بازار بروید. این امر نه تنها جذابیت زیادی برای برندتان دارد، بلکه فرآیند تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف را نیز ساده‌سازی خواهد کرد.

#### اینفوگرافی‌های مختلف

اینفوگرافی‌ها به طور معمول به دلیل جذابیت بصری بالای‌شان مورد توجه قرار دارند. بسیاری از کاربران به جای مشاهده چند ویدئو یا مطالعه متن‌های طولانی به اینفوگرافی‌ها توجه می‌کنند. این امر امکان انتقال سریع دامنه وسیعی از محتوا به مخاطب هدف را امکان‌پذیر می‌کند. بنابراین شما باید همیشه برنامه‌ای ویژه برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان براساس این الگو داشته باشید، در غیر این صورت هرگز فرصت کافی برای جلب نظر مشتریان را پیدا نخواهید کرد. خوشبختانه امروزه قالب‌های بسیار زیادی برای طراحی اینفوگرافی در دسترس بازاریاب‌ها قرار دارد. اغلب این قالب‌ها به طور کاملارایگان در دسترس است. بنابراین شما برای طراحی اینفوگرافی برندتان مشکل زیادی نخواهید داشت. مهمترین مسئله در این میان تلاش برای استفاده از قالب‌های جذاب و ترکیب تصویر و متن در طور مناسب است. اینطوری شما تاثیرگذاری بسیار بالایی بر روی مخاطب هدف خواهید داشت.

#### ویدئو

بی‌شک در فهرستی از الگوهای بازاریابی محتوا بدون ویدئو ناقص خواهد بود. ویدئو به برندها امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به سادگی هر چه تمام‌تر را می‌دهد. از آنجایی که محتوای بصری نقش مهمی در انتخاب‌های مشتریان بازی می‌کند، شما باید به طور قابل ملاحظه‌ای به دنبال جلب نظر آنها با استفاده از محتوای ویدئویی باشید. بدون تردید وقتی یک فرمت محتوایی محبوبیت زیادی در میان مشتریان پیدا می‌کند، نمونه‌های موفق زیادی هم درباره آن شکل می‌گیرد. این امر به شما فرصتی بسیار عالی برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان خواهد داد. با این حساب شما باید به بهترین شکل ممکن در تلاش برای کسب تجربه از نمونه‌های موفق بازاریابی محتوا براساس فرمت ویدئو باشید.

#### پادکست

پادکست‌ها در طول سال‌های اخیر جان تازه‌ای به فرمت صوتی داده‌اند. این امر بسیاری از کاربران را به سوی گوش دادن منظم به پادکست‌های مختلف سوق داده است. اگر شما به دنبال راهکاری خلاقانه برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان هستید، استفاده از فرمت صوتی همیشه جذابیت زیادی خواهد داشت. این امر به شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف کمک می‌کند. اگر شما به اندازه کافی به توانایی‌تان برای طراحی یک پادکست مستقل باور ندارید، همیشه فعالیت به عنوان اسپانسر پادکست‌های مشهور در دسترس است. همچنین همکاری با دیگر برندها برای طراحی پادکست نیز میزان ریسک در این زمینه را به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش خواهد داد. به این ترتیب شما بدون درمسر امکان تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان را خواهید داشت. بدون تردید امروزه استفاده از بازاریابی محتوا برای هر برندی اهمیت دارد. اگر شما به دنبال راهکاری ساده و کاربردی برای طراحی استراتژی بازاریابی محتوا هستید، نکات مورد بحث در این مقاله شروع مناسبی برای این امر خواهد بود.

منبع: هاب اسپات