

یادداشت

مولدسازی طرح‌های نیمه‌تمام

عباس آرگون
عضو هیات نمایندگان اتاق تهران

چندی پیش، وزیر اقتصاد اعلام کرد که «پیشنهاد جدی ما برای جبران کسری بودجه در سال ۱۴۰۰، تمرکز کردن بر فروش اموال مازاد دولت است.» در اینجا دو موضوع متفاوت مطرح است؛ اول فروش و دیگری مولدسازی اموال مازاد دولت. بحث مولدسازی با فروش دارایی، مجزا از هم هستند. البته باید دید که تا چه زمانی دولت می‌تواند از محل فروش دارایی، کسری بودجه‌اش را جبران کند. این راه حل تنها به صورت مقطعی و کوتاه‌مدت جوابگو است، چراکه این دارایی‌ها بالاخره روزی تمام می‌شوند. بحث اصلی باید به سمت تعادل بودجه از طریق درآمد پایدار باشد، اما می‌بینیم که دولت‌ها بیشتر به فکر استقرار، انتشار اوراق بدهی یا فروش دارایی‌های‌شان روزی تمام می‌شود و بدهی‌ها هم سررسید دارد و روزی باید...

فرصت امروز

برای کسب‌وکار آفرینی

شاخص بورس تهران در ۳ روز گذشته بیش از ۵۰ هزار واحد افت کرد

نگاه بدبین بورس

به بودجه ۱۴۰۱



تویتر تغییر می‌کند، اوپر ورشکست می‌شود

۱۰ پیش‌بینی فناوری در ۲۰۲۲

این توکن‌ها می‌توانند از کلیپ‌های مسابقات بسکتبال «NBA» تا اوتارهای گویسل و آثار هنری، متفاوت باشند. طرفداران آنها می‌گویند توانایی مالکیت هنر دیجیتال، به افراد این امکان را می‌دهد که بتوانند از طریق NFT که دارند، خلاقیت‌شان را ادامه دهند، به‌عنوان مثال می‌توانند از آن اثر هنری برای طراحی لوگو شرکت‌شان استفاده کنند. منتقدان این تکنولوژی اما به این نکته اشاره می‌کنند که تمام این کارها بدون هیچ استفاده‌ای از NFTها هم امکان‌پذیر بوده و هست. از نگاه آنها، این همان حقوق مالکیت معنوی است که سال‌هاست وجود دارد و مالکیت یک توکن فقط ثابت می‌کند که شما آن توکن را در اختیار دارید و در واقع ورود به دنیای بلاکچین است.

از نظر این منتقدان چنین کاری ممکن است از نظر قانونی درست باشد یا نباشد و این موضوع به میزان در دستکار بودن آن فروشنده بستگی دارد. حقیقت این است که اگر مردم در حال خرید NFT ها هستند و این موضوع قیمت آنها را بالا می‌برد، به این خاطر است که آنها ارزش آثار هنری را به خوبی می‌دانند. یکی دیگر از مسائلی که خریداران و فروشنده‌گان باید به‌طور خاص به آن توجه کنند، حق‌العملی است که پلتفرم‌ها برای این کار دریافت می‌کنند. ادغام یا ورشکستگی شرکت‌های تحویل کالا: اقتصاد تحویل کالا و حمل‌ونقل هیچ زمانی این‌قدر بزرگ نبوده و در این میان همچنان در دوران همه‌گیری ارسال غذا و خواربار به منازل بیشترین تقاضا را داشته است. این در حالی است که حتی از پیش از دوره همه‌گیری کویید-۱۹ هم تقاضا برای حمل‌ونقل به سبک اوپر هم افزایش ۲۰ تا ۴۰درصدی داشته است. مشکل آنجاست که به نظر نمی‌رسد که ارائه این خدمات به اندازه گذشته

در دسرهای فیس‌بوک همچنان ادامه دارد

فیس‌بوک علیه فیس‌بوک

برای اکثریت مردم در میانمار بود و همین موضوع راه را برای انتشار اخبار جعلی و خشونت‌آمیز هموار کرد. اما دلیل سلطه و یکه‌تازی فیس‌بوک در میانمار چیست؟ یکی از دلایل این سلطه را می‌توان طرح این کمپانی در کشورهای در حال توسعه با عنوان «مبنای رایگان» دانست. مشارکت فیس‌بوک با شرکت‌های بزرگ مخابراتی نظیر «Telenor» نروژی نیز به گسترش فوق‌العاده این کمپانی کمک کرده است. فیس‌بوک همچنین در سال ۲۰۱۴ قراردادی را ارائه کرد که در آن کاربران میانمار می‌توانستند بدون هیچ‌گونه هزینه‌ای برای اینترنت دیتا، در گوشی هوشمند خود از فیس‌بوک استفاده کنند. از سوی دیگر، هرچند با وجود گسترش اتصال به اینترنت، کیفیت آن ضعیف بود، اما تلاش شد تا فیس‌بوک بهتر از سایر پلتفرم‌ها بازگیری شود. در نهایت، فیس‌بوک قراردادهایی با تولیدکنندگان و خرده‌فروشان منعقد کرد تا فیس‌بوک را از قبل روی تلفن‌های همراه مردم میانمار بارگذاری کنند. البته با وجود نفوذ سریع فیس‌بوک در میانمار، هیچ نشانه‌ای وجود نداشت که ثابت کند این شرکت توجیهی به تأثیر پلتفرم خود بر جامعه میانمار داشته است. در اوایل سال ۲۰۱۳، معاون وزیر اطلاعات میانمار نسبت به انتشار شایعات و گسترش سخنان تفرآمیز در این کشور بر بستر فیس‌بوک اعتراض کرد، اما این پلتفرم هیچ واکنشی نشان

راه جلوگیری از افزایش قیمت خودرو

مدیریت قیمت مواد اولیه است

دبیر انجمن سازندگان قطعات و مجموعه‌های خودرو در نشست خبری با اصحاب رسانه افزایش قیمت خودرو را اجحاف در حق مردم دانست و اظهار داشت راه جلوگیری از افزایش قیمت خودرو، مدیریت قیمت مواد اولیه است. به گزارش خبرنگار خبرخودرو، مازیار بیگلر، دبیر انجمن...

۵

مذاکرات وین نوسان بازارهای مالی را افزایش داد

پالس بودجه به دلار

«آذر، ماه آخر پاییز» در حالی سپری می‌شود که بازارهای مالی این روزها شرایط پرنوسان و کم‌ثباتی دارند. از یکسو تحلیلگران و فعالان اقتصادی چشم به مذاکرات احیای برجام دوخته‌اند و از سوی دیگر با رونمایی از اولین سند مالی دولت سیزدهم، به سمت و سوی بازارها در لایحه بودجه سال آینده نگاه می‌کنند. قیمت دلار در بازار آزاد تهران نیز پس از هشت روز ماندگاری در بالای مرز روانی ۳۰ هزار تومان بالاخره در سومین روز هفته به کانال ۲۹ هزار تومان...

۳

با احیای برجام، تورم ایران چند درصد می‌شود؟

چشم‌انداز ۱۰ ساله بانکداری ایران

۲

مدیریت و کسب‌وکار

بازسازی برند با بازاریابی ویدئویی در اینستاگرام

ویدئو در طول سال‌های اخیر در کانون توجه بازاریاب‌ها قرار داشته است. این امر برای بسیاری از برندها به معنای سرمایه‌گذاری حرفه‌ای بر روی تولید محتوای ویدئویی بوده است. هرچه باشد در طول سال‌های اخیر سلیقه کاربران در پیوند مستقیم با تماشای محتوای ویدئویی قرار دارد. بنابراین برندهایی که فعالیت مناسبی در این راستا داشته باشند، در کانون توجه مشتریان قرار می‌گیرند. در این میان اینستاگرام نیز به عنوان یکی از پلتفرم‌های محبوب برای کاربران نقش مهمی در جلب نظر مشتریان دارد. این امر به بازاریاب‌ها امکان تعامل با مشتریان در پلتفرم مورد علاقه‌شان را می‌دهد. بنابراین اگر شما هم به دنبال تعامل با مشتریان هستید، باید اینستاگرام را مدنظر قرار دهید. بازاریابی در اینستاگرام تنها تمرکز بازاریاب‌ها نیست. بسیاری از برندها برای باسازی برندشان نیز از این پلتفرم مهم سود می‌برند. با این حساب شما برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب‌تان...

۸

برای شرکت‌ها سودآور باشد. اوپر قیمت خدماتش در لندن را تا ۱۰ درصد افزایش داده است، اما همچنان برای استخدام رانندگان دچار مشکل است و دست‌کم ۲۰ هزار راننده در انگلستان کم دارد. به این ترتیب است که در همه‌هم اسنارت‌آپ‌های تحویل کالاهای سسوپارکتری در ۱۰دقیقه مانند «Getir» و «Weezy»، شرکت‌ها رقابت جدیدی بر سر نیروی کاری هم دارند. هر کدام از این شرکت‌ها تخفیف‌های متنوع و خدمات تحویل کالای ارزانی را ارائه می‌دهند تا بتوانند مشتریان بیشتری از رقبای‌شان جذب کنند. حالا انتظار می‌رود که بسیاری از این شرکت‌ها تا پیش از پایان سال ۲۰۲۲، ورشکست و با ادغام شوند.

❖ جک دورسی شرکت بلاکچین تاسیس می‌کند: مدیرعامل سابق تویتر به‌وضوح از شرکتی که سال‌ها پیش راه‌اندازی کرده بود، خسته شده و این موضوع دست‌کم به خاطر آن است که شرکت دیگرش یعنی شرکت پرداخت آنلاین «Square» ارزشی چندبرابر بیشتر از آن دارد. اگر با طرفات و هوشیاری توییت‌های اخیر جک دورسی را دنبال کنید، احتمالا متوجه خواهید شد که علاقه زیادی به بلاکچین پیدا کرده و با توجه به آنکه یک شرکت پرداخت آنلاین دارد، می‌توان پیش‌بینی کرد که او ممکن است در روزهای باقی‌مانده سال ۲۰۲۱، نام شرکتش را به «Block» تغییر دهد. با این اوصاف انتظار می‌رود که او یک زیرمجموعه مبتنی بر بلاکچین را در اوایل سال ۲۰۲۲ معرفی کند و تعجبی ندارد که پیت‌تی‌یل در آن سرمایه‌گذاری کند، چون او هم‌بنیان‌گذار شرکت «PayPal» است و نمی‌خواهد حضور در این بازار را از دست بدهد. ❖ مردم دوباره به واقعیت مجازی رو می‌آورند: خطری که زمانی در تکنولوژی با استفاده از عبارات آنلاین با زندگی گسترده و

همه‌جانبه احساس می‌شد، حالا دیگر برای آنهایی که هدست‌های واقعیت‌مجازی را به چشم می‌زنند، غیرقابل‌اجتناب است و هیچ دلیلی ندارد که باور کنیم تلاش فیس‌بوک برای ترغیب ما به‌حضور در متاورس با پوشیدن هدست‌های اوکیولوس این شرکت، بی‌معناست، اما کاربران معمولا از این هدست‌ها دوری می‌کنند. هدست‌های سنگین با محتوای بی‌کیفیتی که می‌توانند حال بدی برای کاربران‌شان به ارمغان بیاورند. با این حال متاورس که در واقع آرمان‌شهر مجازی و اینترنتی همه‌گیر است، تپ‌وتاب جدید غول‌های تکنولوژی است که می‌تواند معنای تازه‌ای به مفهوم واقعیت‌مجازی و ابزار استفاده از آن دهد.

❖ حباب پادکست نمی‌ترکد: بازگشت دوباره به اپلیکیشن پخش پادکست همچنان امن و بی‌خطر است. تمام آن پادکست‌هایی که در دوران قرنطینه و خانه‌نشینی تولید شدند، هر روز شاهد بهبود کیفیت‌شان بودند. اغلب پادکسترهای حرفه‌ای که در این دوران از خانه کارشان را دنبال می‌کردند، با صرف بودجه‌های نسبتا زیاد تلاش خودشان را برای تولید محتوا باکیفیت انجام دادند و اتفاقا با استقبال هم مواجه شدند. نتیجه این است که حالا با پادکست‌های متنوعی با موضوعات مختلف مواجه هستیم که انتخاب‌های گسترده‌ای را پیش‌روی ما قرار می‌دهند. این در حالی است که پلتفرم‌های خبری چندان افق روشنی را در پیش‌رو ندارند، در حالی که شبکه‌های اجتماعی رقیبی جدی و بزرگ برای آنها به حساب می‌آیند، موضوع حق‌ضویت این پلتفرم‌ها (که اتفاقا در سال‌های اخیر افزایش نسبی هم داشته است)، عامل دیگری است که کاربران را به شبکه‌های اجتماعی رایگان و محبوب سوق می‌دهد.

ارتش میانمار شد. نهایتا یک سال بعد عملیات نظامی گسترده‌تر و خشن‌تری علیه مسلمانان حدودا یک میلیون نفر را از ایالت راخین به کشور همسایه یعنی بنگلادش آواره کرد. پس از بحران راخین در سال ۲۰۱۷، سازمان ملل یک «مأموریت حقیقت‌یاب مستقل بین‌المللی در میانمار» را آغاز کرد که شامل تحقیق درباره نقش فیس‌بوک در این بحران بود. این گزارش نشان داد که «فیس‌بوک ابزار مفیدی برای کسانی است که به دنبال گسترش نفرت هستند» و پاسخ این پلتفرم «آهسته و بی‌آه» بوده است. گسترش سخنان نفرت‌پراکنی در فیس‌بوک در میانمار به وضوح با این روایت است، فیس‌بوک در حال ساختن جوامع جهانی «با تفکر مدنی» است، مخالف بود. همچنین در سال ۲۰۱۸ تحقیقات سازمان ملل متحد نشان داد که خشونت علیه روهینگیه یک نسل‌کشی است و فیس‌بوک «نقش تعیین‌کننده» در این نسل‌کشی داشته و باعث شده است بیش از ۱۷۰ هزار روهینگیایی کشته شده و بیش از ۱۵۰ هزار نفر نیز مورد خشونت فیزیکی قرار بگیرند. هرچند فیس‌بوک در ابتدا مشکلات را گردن نگرفت و آن را ناشی از فقدان سواد رسانه‌ای دیجیتال در میانمار دانست، اما چند ماه بعد اعتراف کرد که «برای کمک به جلوگیری از استفاده از این پلتفرم برای ایجاد تفرقه و تحریک خشونت افلاین» به اندازه کافی تلاش نکرده است.

نداد. همچنین پس از حوادث خشونت‌آمیز سال ۲۰۱۴، گروه‌های جامعه مدنی، پژوهشگران و کارآفرینان فناوری بارها با مقامات فیس‌بوک تماس گرفتند و از این پلتفرم به دلیل انتشار ترویج خشونت و نفرت‌پراکنی به ویژه از طریق حساب‌های جعلی انتقاد کردند. در یکی از این پست‌ها که توسط گروه‌های جامعه مدنی برای فیس‌بوک شناسایی شده، آمده بود: «ما به نسل‌کشی مسلمانان میانمار می‌پردازیم.» با وجود این حجم انتقادات، تا سال ۲۰۱۵ فیس‌بوک عملا هیچ ظرفیتی برای شناسایی سخنان نفرت‌انگیز در پلتفرم خود در میانمار چه از طریق پردازش کامپیوتری و چه از طریق تحلیلگران انسانی نداشت. در واقع در سال ۲۰۱۵، فیس‌بوک تنها دو تحلیلگر برمه‌زبان داشت که روزانه میلیون‌ها پست را بررسی می‌کردند تا سخنان تفرآمیز و حاوی خشونت را حذف کنند، هرچند که این تلاش در مقابل تعداد کاربران فیس‌بوک در این کشور آسیایی چندان کارگر نبود و اثری نداشت. خشونت نظامی غیرنظامی علیه اقلیت مسلمان میانمار در سال‌های ۲۰۱۶ و ۲۰۱۷ به اوج خود رسید و به موازات آن، انتشار سخنان حاوی خشونت و نفرت علیه مسلمانان میانمار در فیس‌بوک افزایش یافت. حملات یک گروه شورشی در ایالت راخین (Rakhine) در اکتبر ۲۰۱۶ منجر به انتقام‌جویی‌های بزرگی علیه جوامع مسلمان عمدتا از سوی

بی‌سی» و «بی‌ال‌سی فیلدز» در ایالت کالیفرنیا آمده است که احساسات ضد روهینگیایی فیس‌بوک، به دولت نظامی میانمار این انگیزه و امکان را داد تا در کارزار پاکسازی قومی مسلمانان در روهینگیای شرکت کند. جالب اینکه نام میانمار در اسنادی که توسط «فرانسسیس هاوگن» فاش شد و از سوی «آسوشیئتدپرس» مورد بررسی قرار گرفت نیز دیده می‌شود، اما دلیل اهمیت بالای فیس‌بوک در میانمار چیست؟ پاسخ این سوال به رشد فوق‌العاده و فراگیر فیس‌بوک در میانمار و یکه‌تازی آن در این کشور کوچک آسیایی برمی‌گردد. آمارها نشان می‌دهد سرعت گسترش فیس‌بوک در میانمار در اوایل سال ۲۰۱۰ فوق‌العاده بود و به گفته شرکت‌های تحقیقات بازار، تعداد کاربران فیس‌بوک در سال ۲۰۱۴ به حدود ۱.۲میلیون نفر رسید. سپس در ژانویه ۲۰۱۹ این تعداد از ۲۱ میلیون کاربر فرت‌ه که حدود ۴۰ درصد از جمعیت این کشور ۵۴ میلیونی را تشکیل می‌دهد، اما رشد این پلتفرم علاوه بر علاقه کاربران، ریشه در موضوع مهمتری دارد و آن هم اینکه فیس‌بوک تقریبا از انحصار (مونوپلی) استفاده از رسانه‌های اجتماعی در این کشور برخوردار بوده و بیش از ۹۹ درصد از بازار رسانه‌های اجتماعی میانمار را به خود اختصاص داده بود. یکی از تحلیلگران امنیت سایبری در این باره می‌گوید که فیس‌بوک تنها منبع اطلاعات آنلاین

به نظر می‌رسد سریال حواشی فیس‌بوک (متا) پایانی ندارد و پس از افشایگری فرانسوی هوگن، مدیر پیشین بخش محتوای این شبکه اجتماعی به‌دفعه نقش حریم خصوصی کاربران و تبلیغات محصولات نامناسب برای کودکان با هدف سودآوری بیشتر و... حالا موارد نقض حقوق بشر هم دامن فیس‌بوک را گرفته و به فهرست بلند اتهامات این شبکه اجتماعی اضافه شده است. ماجرا به اعتراض اقلیت مسلمانان میانمار برمی‌گردد. پس از آنکه ده‌ها پناهجوی روهینگیای در بریتانیا و آمریکا در یک اعتصاب هماهنگ از فیس‌بوک شکایت کردند، حالا متا با درسرهای قانونی بیشتری مواجه شده است. هرچند به دنبال درخواست چیسیت و چرا دلاری پناهندگان روهینگیای از فیس‌بوک به دلیل کمک به گسترش خشونت علیه این اقلیت مسلمان در میانمار، این پلتفرم تلاش کرد از انتشار چنین پست‌هایی در این کشور جنوب شرقی آسیا جلوگیری کند، اما این اقدام تأثیری در تصمیم پناهندگان نداشت و نظر آنها را تغییر نداد. حال سوالی که به ذهن می‌رسد، این است که علت دشمنی فیس‌بوک با اقلیت مسلمان میانمار چیست و چرا این شبکه اجتماعی این‌همه در ساماندهی حملات گسترده علیه این اقلیت مسلمان و سرکوب آنها در میانمار نقش داشته است؟ براساس این گزارش، در دادخواست شرکت‌های حقوقی «ادلسون

نگاه



کارشناسان درباره افزایش سن بازنشستگی چه نظری دارند؟

شوک بوده به بازنشستگان جدید

در لایحه بودجه ۱۴۰۱ قرار است سن و سال‌های خدمت برای بازنشستگی دو سال افزایش پیدا کند. همچنین مبنای دریافت مستمری به جای دستمزد دو سال آخر، سه سال آخر خواهد بود. بنابراین شاغلانی که قرار بود چند ماه بعد بازنشسته شوند، حالا با تصمیم جدید دولت باید دو سال دیگر هم کار کنند.

نخستین لایحه بودجه دولت سیزدهم در حالی به مجلس رفت که دربردارنده دو تغییر مهم برای بازنشستگان بود؛ اول اینکه حداقل و حداکثر سن بازنشستگی به مدت دو سال افزایش پیدا کند. دوم اینکه محاسبه حقوق بازنشستگی در تمام صندوق‌های بازنشستگی به جای متوسط دو سال پایانی، براساس متوسط سه سال پایانی زمان اشتغال باشد. ضمناً براساس همین تبصره (تبصره ۲۰ لایحه بودجه) سنوات خدمت مورد قبول برای بازنشستگی تمامی مستخدمین مرد و زن دارای حداقل مدرک کارشناسی معتبر در تمامی صندوق‌های بازنشستگی اعم از کشوری، لشکری، سازمان تامین اجتماعی، دو سال افزایش خواهد یافت. در این بین، کارشناسان با واکاو ابعاد مثبت و منفی این دو تصمیم، دیدگاه‌های مختلفی در این باره دارند. از یکسو، برخی این تغییرات را زمینه‌ساز تبعیض و شوک جدید به بازنشستگان می‌دانند و از سوی دیگر برخی کارشناسان، افزایش سن بازنشستگی را به سود صندوق‌های بازنشستگی و کاهش بار مالی آنها ارزیابی می‌کنند.

بار دولت روی دوش بازنشستگان

سیدرضا میرنظامی پژوهشگر بازار کار، این تغییرات را مطلوب ارزیابی می‌کند و به «اقتصادانان» می‌گوید: «وقتی میانگین دریافتی از دو سال به سه سال تغییر پیدا کند، فشار کمتری به صندوق وارد می‌شود، چراکه هرچه زمان می‌گذرد حقوق افراد بیشتر می‌شود. پس طبیعتاً وقتی میانگین دو سال آخر باشد مستمری بازنشسته‌ها بیشتر می‌شود.»

او ادامه می‌دهد: «حتی افزایش سن هم اقدام درستی بوده چراکه سن بازنشستگی باید بر مبنای امید به زندگی باشد. ۳۰ سال سابقه کار و یا ۶۰ سال سن برای بازنشستگی برای زمانی بوده که میانگین عمر افراد ۶۵سال بوده. حالا که به نزدیک ۷۵ سال رسیده باید تغییر اعمال شود تا فشار کمتری به صندوق بیاید. در سایر کشورها سن بازنشستگی به صورت اتوماتیک تنظیم می‌شود. مثلاً سن امید به زندگی را در نظر می‌گیرند و با یک فرمول یکسان برای مثال پنج سال از آن کم می‌کنند. سپس عدد به‌دست آمده را به عنوان سن بازنشستگی اعلام می‌کنند.»

به باور میرنظامی، «با توجه به مشکلات عدیده‌ای که صندوق‌ها با آن دست‌وپنجه نرم می‌کنند، این تغییرات خوب اما کافی نیست. تغییرات باید تدریجی و متداوم باشد. این تغییراتی که ایجاد شده خوب است و می‌تواند روی کاهش بار مالی دولت تاثیرگذار باشد، اما مشکل دولت را حل نمی‌کند. ضمن اینکه در مقابل فشار بیشتری روی بازنشستگان خواهد بود. تنها چیزی که می‌تواند به دولت و شرایط بازنشسته‌ها کمک کند، پویایی اقتصاد است. صندوق پولش را یا از کسر از حقوق‌ها و یا با سرمایه‌گذاری به‌دست می‌آورد. وقتی سرمایه‌گذاری آن به علت رکود و شرایط نامطلوب اقتصادی بازدهی مناسب ندارد طبیعتاً نمی‌تواند نیاز بازنشسته‌ها را فراهم کند.»

همچنین محمدرضا واعظ مهدوی، پیشنهادهای دولت برای بازنشستگان را تایید می‌کند و می‌گوید: «یکی از مسائل مهمی که پیش روی صندوق‌های بازنشستگی قرار دارد تعادل منابع و مصارف است. امروزه با توجه به اینکه امید به زندگی و طول عمر بالا رفته، همزمان خدمات بهداشتی و درمانی هم مانع از بسیاری بیماری‌ها و مرگ‌ومیرهای زودرس شده است، سن بازنشستگی گذشته کارآمد نیست و سن بازنشستگی باید افزایش پیدا کند. بنابراین تصمیمات جدید دولت به تعادل بخشی کمک می‌کند، اما به هیچ وجه کافی نیست.»

واعظ مهدوی اضافه می‌کند: «مهمترین مشکل امروز جامعه بازنشستگی کم بودن قدرت خرید حقوق و دستمزد بازنشستگی است که علت سیاست‌های تورم‌زای موجود است. این اصل سیاستی همان است که دولت باید جلویش را بگیرد ولی متأسفانه چنین نمی‌کند. مثلاً در بودجه امسال همان‌های تورم‌زا قرار داده‌اند مثل اینکه نرخ ارز امسال شدیداً افزایش پیدا کرده است.»

از نگاه او، «افزایش نرخ ارز بیشترین لطمه را به صندوق بازنشستگی می‌زند چون قدرت خرید بازنشسته‌ها بیش از این کاهش پیدا می‌کند و تورم بیش از همه به این قشر آسیب خواهد زد. دولت برای کنترل تورم و حمایت از بازنشستگان روش غلطی در پیش گرفته است.»

بودجه بیکاری را تشدید می‌کند؟

مهدی پازوکی، کارشناس اقتصادی نیز افزایش دو ساله سال‌های خدمت برای بازنشستگی را عامل افزایش بیکاری می‌خواند و با انتقاد از تصمیم دولت می‌گوید: «با افزایش دو ساله سن بازنشستگی موافقم، اما افزایش سال‌های خدمت در کشوری که روز به روز بیکاری در آن بیشتر می‌شود، درست نیست. متخصصی که ۳۵ سال کار کرده باید بازنشسته شود. با این شرایط بیکاری نباید افراد بیش از ۳۵ سال کار کنند و یکی از ویژگی‌های لایحه رئیس، تشدید بیکاری است.»

حمید حاج اسماعیلی، کارشناس بازار کار هم انتقاداتی به پیشنهاد دولت دارد و با بیان اینکه این دو تصمیم می‌تواند زمینه تبعیض ایجاد کند، می‌گوید: «با پیشنهاد دولت موفق نیستیم، چون با تصویب بودجه برای فروردین تصمیم‌گیری می‌شود. این به شدت اشتباه است و ایجاد تبعیض و دوگانگی برای بخشی از کارگران می‌کند که برای سال آینده برنامه بازنشستگی دارند. با اعمال این تصمیمات افرادی که در برج ۱۱ و ۱۲ امسال بازنشسته می‌شوند با افرادی که در فروردین سال آینده بازنشسته می‌شوند حقوق کاملاً متفاوتی خواهند داشت، چون متوسط حقوق گروه اول دو سال آخر و گروه دوم سه سال آخر است که در دریافتی آنها تفاوت چشمگیری ایجاد می‌کند. این عین ظلم و تبعیض است.»

به گفته حاج اسماعیلی، «افزایش سن بازنشستگی هم به طور ناگهانی درست نیست. فردی که برای بازنشستگی در سال آینده خودش را آماده کرده یک دفعه با این حقیقت مواجه می‌شود که دو سال سن کم دارد و باید باز هم کار کند. این تصمیمات را نباید در کوتاه‌مدت بگیریم. بودجه سه ساله محل این پیشنهادات نیست. این تغییرات اصلاحی باید در برنامه‌های توسعه‌ای پنج ساله تدوین شود.»

چشم‌انداز ۱۰ ساله بانکداری ایران

با احیای برجام، تورم ایران چند درصد می‌شود؟



جمله چالش‌های اساسی پیش روی بانک مرکزی به عنوان متولی این بخش است.

در بخش بیمه نیز توسعه به دلیل نوسانات ارز و تورم و سایر مشکلات بانکی و اقتصادی با سرعتی بسیار کند اتفاق خواهد افتاد. اندازه کوچک این بازار در ایران و عدم حضور شرکت‌های بین‌المللی باعث ایجاد یک چشم‌انداز رقابتی ضعیف برای این صنعت شده است. بیمه وسایل نقلیه با فاصله و پس از آن بیمه سلاط، بزرگ‌ترین زیربخش‌های بیمه غیر عمر بوده و بخش بیمه عمر نیز به واسطه تقاضای اندک، ضعیف است. همچنین بخش مدیریت دارایی عمدتاً به واسطه تحریم‌ها و محدودیت برای سرمایه‌گذاری خارجی در مقایسه با استانداردهای جهانی همچنان کوچک و توسعه‌نیافته باقی مانده و فعالیت آن در بازار داخلی به واسطه راهبرد خصوصی‌سازی دولت از جمله فروش سهام دولتی تعدادی از بانک‌ها ادامه داشته است.

بورس اوراق بهادار و بورس کالای ایران تا زمان برقراری تحریم‌ها علی‌رغم تلاش‌های دولت برای جذب سرمایه‌گذاران خارجی بیشتر، همچنان با موانع رشد و توسعه روبه‌رو خواهند بود. برقراری تحریم‌ها و عدم امکان استفاده از دلار آمریکا در معاملات نیز فضای رقابتی را به مخاطره انداخته است. علاوه بر این، سرمایه‌گذاری خارجی به واسطه محیط عملیاتی پیچیده و بوروکراسی شدید و نیز نگرانی‌ها در خصوص شدت و کیفیت نظارت قانونی با مشکل روبه‌رو است. با این وجود، سرمایه‌گذاران داخلی برای مقابله با تورم و دولت برای واگذاری تعدادی از نهادهای مالی و موسسات دیگر، در این بازار سرمایه‌گذاری می‌کنند.

پیش‌بینی‌های اقتصاد کلان این گزارش نشان می‌دهد که به دلیل وجود چشم‌انداز مثبت از برقراری مجدد توافق هسته‌ای و افزایش صادرات نفت و سرمایه‌گذاری، برآورد می‌شود که رشد تولید ناخالص داخلی در سال ۲۰۲۲ به ۴.۴ درصد برسد. با توجه به اینکه صادرات نفت، ۶۸.۷ درصد از صادرات کالاهای ایرانی در سال ۲۰۱۸ را به خود اختصاص می‌داد، بهبود در تولید نفت خام، پیشرفت عمده‌ای در بخش تجارت خارجی کشور ایجاد خواهد کرد. بنابراین پیش‌بینی می‌شود رشد صادرات در سال ۲۰۲۱ به میزان ۲.۵ درصد و در سال ۲۰۲۲ به میزان ۱.۵ درصد افزایش می‌یابد. همچنین برآورد می‌شود متوسط نرخ تورم در سال ۲۰۲۲ به حدود ۸ درصد برسد. حذف فشارهای قیمتی به همراه بازگشایی تدریجی اقتصاد، مخرج مصرف‌کنندگان را افزایش خواهد داد و لذا پیش‌بینی می‌شود مصرف خصوصی از ۰.۸ درصد در سال ۲۰۲۱ به ۳.۳ درصد در سال ۲۰۲۲ برسد. در مورد تشکیل سرمایه ثابت ناخالص واقعی نیز برآوردها حاکی از رشد ۰.۵ درصدی در سال ۲۰۲۱ و رشد ۲.۸ درصدی در سال ۲۰۲۲ است.

۲ درصد و تورم نیز بسته به شدت اصلاحات در بازه ۱۵ تا ۳۳ درصد پیش‌بینی شده است.

به نظر می‌رسد پیش‌بینی‌های بانک جهانی و صندوق بین‌المللی پول از رشد اقتصادی و تورم ایران در سال‌های آینده به پیش‌بینی‌های اتاق بازرگانی ایران نزدیک است. طبق آخرین گزارش بانک جهانی، نرخ رشد اقتصادی در سال ۲۰۲۱ معادل ۱.۵ و در سال ۲۰۲۲ معادل ۱.۷ درصد خواهد بود. همچنین براساس آخرین پیش‌بینی صندوق بین‌المللی پول، رشد اقتصادی در سال ۲۰۲۱ و ۲۰۲۲ به ترتیب به ۲.۵ درصد و ۲ درصد و نرخ تورم نیز برای این دو سال به ترتیب به ۳۹.۳ درصد و ۲۷.۵ درصد خواهد رسید.

این گزارش در تحلیل سوآت صنعت بانکداری، نقاط قوت را حمایت بخش دولتی از بانک‌های کلیدی، امکان بهبود شاخص بازار بورس در صورت کاهش یا رفع تحریم‌ها، اتکالی محدود بانک‌ها و دولت به تأمین مالی خارجی و احتمال اندک برداشت‌های بانکی ناگهانی و گسترده برشمرده است. نقاط ضعف نیز شامل عدم دسترسی بخش‌های بیمه و مدیریت دارایی به بازارها و سرمایه‌گذاران خارجی، کنترل شدید دولت بر فرآیند خصوصی‌سازی، محروم بودن ایران از نظام نقل و انتقال بین‌المللی سوئیفت و محدودیت برای استفاده از دلار در مبادلات بین‌المللی است. همچنین فرصت‌ها شامل امکان بهبود بخش بانکداری با کاهش اثرات بیماری کووید-۱۹ و کاهش یا لغو تحریم‌های آمریکا، رشد فرصت بیمه در بخش‌هایی مانند نفت و انرژی، بیمه آتش‌سوزی و مسئولیت و نیز توافق‌نامه امضاشده میان ایران و چین است. در نسوی مقابل نیز تهدیدها شامل افزایش احتمال عدم پرداخت وام‌ها با کاهش درآمد، افزایش فشارهای فراگیر تورمی با کاهش ارزش ریال و کاهش احتمال رفع تحریم‌های آمریکا به واسطه توافق همکاری ایران با چین است.

پیش‌بینی سمت و سوی بازارهای مالی

براساس این گزارش، اگرچه اعطای وام به بخش‌های مختلف اقتصادی در نظام بانکی در سه ماه اول سال مالی جاری در مقایسه با دوره مشابه سال مالی گذشته ۷۱ درصد افزایش داشته، اما تداوم مشکلات ساختاری ذاتی در بخش مالی ایران باعث می‌شود بانک‌ها تمایلی به افزایش منابع مالی نداشته باشند که این مسئله رشد اعتبارات و در نهایت رشد اقتصادی را متأثر می‌کند. چشم‌انداز رقابت در بخش بانکی ایران به واسطه دولتی بودن بخش عمده دارایی‌های اصلی بانکی ایران، فعالیت بسیار اندک موسسات خارجی در ایران و تعلیق دسترسی برخی از بانک‌های ایرانی به سوئیفت و اقدامات کارگروه ویژه اقدام مالی، ضعیف است. همچنین نظارت قانونی ضعیف، دخالت شدید دولت، گسترش مؤسسات اعتباری بدون مجوز و ابهام در خصوص قابل اعتماد بودن گزارش‌های مالی، از

فرصت امروز: چندی پیش، واحد اطلاعات اکونومیست (EIU) در یک گزارش تحلیلی که ویژه ایران منتشر کرد، به ترسیم شاخص‌های کلان اقتصادی ایران پس از توافق وین پرداخت و چشم‌انداز متغیرهای اقتصادی از جمله نرخ دلار، نرخ تورم و نرخ رشد اقتصادی را تا سه سال آینده به‌روز کرد. هرچند پیش‌بینی اکونومیست بازخوردیهای مختلفی در رسانه‌ها و محافل اقتصادی داشت و سمت و سوی این پیش‌بینی از جمله دلار ۱۸ هزار تومانی سروصدای زیادی به پا کرد، اما چشم‌انداز مثبت اقتصاد ایران با احیای برجام، نکته‌ای است که همگان دربار آن توافق دارند. طبق پیش‌بینی «اکونومیست»، در نیمه نخست سال آینده میلادی به احتمال زیاد تحریم‌های نفتی برداشته می‌شود و یک توافق محدود میان ایران و طرف‌های برجای حاصل خواهد شد. بدین ترتیب، این توافق زمینه را برای افزایش رشد اقتصادی تا محدوده ۸.۹ درصد و کاهش نرخ تورم به سطح ۳۳درصد در سال ۲۰۲۲ فراهم خواهد کرد.

به موازات پیش‌بینی اکونومیست، موسسه فیچ سلوشنز (بی‌زینس مانی‌تور سابق) نیز در گزارش تازه خود به وضعیت بازارهای مالی در صورت احیای برجام پرداخته و می‌گوید: با حصول توافق هسته‌ای، رشد اقتصادی و نرخ تورم ایران در سال ۲۰۲۲ به ترتیب به ۴.۴ درصد و ۸ درصد خواهد رسید. البته این گزارش با فرض به ثمر رسیدن مذاکرات هسته‌ای و حصول توافق تدوین شده و پیش‌بینی‌های خوش‌بینانه‌ای از وضعیت اقتصاد کلان و به طور خاص صنعت بانکداری ایران در چشم‌انداز ۱۰ ساله ارائه کرده است.

اقتصاد ایران در ۲ سناریوی برجای

موسسه فیچ سلوشنز یا همان بی‌زینس مانی‌تور سابق، گزارش «بانکداری و خدمات مالی ایران در فصل چهارم ۲۰۲۱، حاوی پیش‌بینی‌های ۱۰ ساله تا ۲۰۳۰» را منتشر کرد. در این گزارش که توسط مرکز پژوهش‌های اتاق ایران ترجمه نشده است، چشم‌انداز ۱۰ سال آینده بانکداری ایران بررسی شده و با فرض احیای برجام پیش‌بینی شده است که رشد اقتصادی ایران در سال آینده میلادی به ۴.۴ درصد و نرخ تورم به ۸ درصد می‌رسد. این پیش‌بینی در حالی است که دولت سیزدهم رشد اقتصادی ۸ درصدی را برای سال آتی هدف‌گذاری کرده است.

در ادامه این گزارش، مرکز پژوهش‌های اتاق ایران با توجه به وضعیت مبهم مذاکرات هسته‌ای و چشم‌انداز نامشخص رفع تحریم‌های اقتصادی، بسته به دو فرض «تداوم وضعیت موجود و منفی» و «اعمال برخی اصلاحات ساختاری و نهادی» نوشت: تداوم وضع موجود، موجبات رشد اقتصادی در حدود ۹.۲ درصد برای سال آینده و سپس کاهش رشد و رسیدن به محدوده ۲.۵ درصدی از سال ۱۴۰۲ را فراهم کرده و تورمی در محدوده ۶ تا ۲۰ درصد را نتیجه خواهد داد. در صورت اعمال اصلاحات هم رشد اقتصادی برای سال آتی حدود ۸ درصد و پس از آن در محدوده

در شهر تهران

خانه در مناطق ارزان، ارزان تر شد

بوده که در مقایسه با مهرماه ۴ درصد کاهش یافته است.

رصد تغییرات قیمتی مسکن از مهرماه تا آبان ماه در مناطق ۱۶ تا ۲۰ شهر تهران حاکی از آن است که نرخ‌ها در منطقه ۱۶ بالغ بر ۶.۱ درصد کاهش یافته و از متوسط ۱۷.۷ میلیون تومان در هر متر مربع به ۱۶.۶ میلیون تومان رسیده است. در منطقه ۱۷ میانگین قیمت از متری ۱۶.۸ میلیون تومان به ۱۶.۲ میلیون تومان رسیده که کاهش ۳.۶ درصدی را نشان می‌دهد. متوسط نرخ هر متر خانه در منطقه ۱۸ بالغ بر ۴ درصد کاهش پیدا کرد و از ۱۵.۱ میلیون تومان به ۱۴.۵ میلیون تومان رسید. در منطقه ۱۹ نیز میانگین قیمت در مهرماه ۱۸.۲ میلیون تومان بود که در آبان ماه به ۱۷.۳ میلیون تومان رسید و افت ۵ درصد را نشان داد. در منطقه ۲۰ اما شاهد افزایش ۴.۴ درصد قیمت بودیم که متوسط نرخ هر متر خانه از ۱۵.۸ میلیون تومان در مهرماه به ۱۶.۵ میلیون تومان در آبان ماه رسید.

با وجود آنکه معدل کل بازار مسکن شهر تهران در آبان ماه رشد ۱.۲ درصدی را نشان می‌دهد، افت محسوس قیمت در مناطق جنوبی تهران از تاثیر مناطق گران‌قیمت بر متوسط نرخ مسکن در پایتخت حکایت دارد. آبان ماه امسال منطقه یک با افزایش ۳۲ درصد نسبت به آبان سال گذشته بالاترین میزان رشد سالیانه قیمت در بین مناطق بیست‌ودوگانه شهر تهران را به خود اختصاص داد. متوسط افزایش سالیانه قیمت در

منطقه ۲۰ به میزان ۳۰ درصد، منطقه ۲۲ بالغ بر ۲۹ درصد و منطقه ۶ به میزان ۲۵ درصد بود. تغییرات قیمت در دیگر مناطق تقریباً با شاخص رشد متوسط تهران (۱۷.۷ درصد) در یک محدوده بود. در خصوص منطقه ۲۰ به دلیل حجم پایین معاملات این منطقه (۷۷ معامله) که رتبه ۲۱ را از نظر تعداد معاملات به خود اختصاص داد تحولات قیمتی نمی‌تواند ملاکی برای ارزیابی واقعی قیمت مسکن در این محدوده باشد.

از طرف دیگر، دو منطقه از جنوب تهران که نسبت به دیگر مناطق رونق بیشتری از نظر تعداد معاملات دارد یعنی مناطق ۱۰ و ۱۴ در آبان امسال به ترتیب با افزایش ۳۰ درصدی و ۴۷ درصدی معاملات در مقایسه با مهرماه مواجه شدند و قیمت‌ها نیز در این مناطق به ترتیب ۲.۹ درصد و ۵.۲ درصد افزایش پیدا کرد. در آبان ماه امسال همچنین مناطق ۱۰ و ۱۴ به ترتیب با ۹ درصد و ۶.۵ درصد رتبه‌های دوم و پنجم را از نظر تعداد معاملات شهر تهران به خود اختصاص دادند.

گفتنی است که در آبان ماه امسال طبق گزارش بانک مرکزی، متوسط قیمت یک متر مربع مسکن در شهر تهران ۲۲ میلیون و ۹ هزار تومان بوده که نسبت به ماه قبل و مدت مشابه سال قبل به ترتیب ۱.۲ درصد و ۱۷.۷ درصد افزایش یافته است. تعداد معاملات انجام‌شده در این ماه نیز حدود ۷.۳ هزار فقره بود که نسبت به ماه قبل و در مقایسه با ماه مشابه سال قبل به ترتیب ۳۳.۵ درصد و ۶۳.۵ درصد افزایش را نشان می‌دهد.

یادداشت

مولدسازی طرح‌های نیمه تمام

عباس آرگون

عضو هیأت نمایندگان اتاق تهران

چندی پیش، وزیر اقتصاد اعلام کرد که «پیشنهاد جدی ما برای جبران کسری بودجه در سال ۱۴۰۰، تمرکز کردن بر فروش اموال مازاد دولت است.» در اینجا دو موضوع متفاوت مطرح است؛ اول فروش و دیگری مولدسازی اموال مازاد دولت. بحث مولدسازی با فروش دارایی، مجزا از هم هستند. البته باید دید که تا چه زمانی دولت می‌تواند از محل فروش دارایی، کسری بودجه‌اش را جبران کند. این راه حل تنها به صورت مقطعی و کوتاه‌مدت جوابگو است، چراکه این دارایی‌ها بالاخره روزی تمام می‌شوند.

بحث اصلی باید به سمت تعادل بودجه از طریق درآمد پایدار باشد، اما می‌بینیم که دولت‌ها بیشتر به فکر استقراض، انتشار اوراق بدهی یا فروش دارایی‌هایشان هستند، اما تمام این موارد روزی تمام می‌شود و بدهی‌ها هم سرسید دارد و روزی باید هم رقم اصلی و هم سودش پرداخت شود. این موارد همگی راهکار کوتاه‌مدتی است که می‌تواند آثار تورمی هم داشته باشد. اما در اصل برای نداشتن کسری بودجه باید درباره بخش هزینه‌ها احتیاط کرد، انضباط مالی داشت و چابک‌سازی دولت صورت بگیرد. به این ترتیب دولت باید از یکسو به دنبال کاهش هزینه‌ها و از سوی دیگر به دنبال درآمد پایدار و مستمر باشد. در حال حاضر وضعیت رکود اقتصادی حاکم است، دولت به جای فشار بر بنگاه‌هایی که مشغول به کار هستند باید معافیت‌های مالیاتی را کاهش دهد و به فکر افزایش پایه‌های مالیاتی باشد. به این ترتیب فرار مالیاتی هم به حداقل برسد. صادرات غیرنفتی و

تسهیل این روند هم می‌تواند کارساز باشد. حالا در این میان مولدسازی دارایی‌های دولت هم راهکار مناسبی است. دولت باید آماری منتشر کند که چه میزان پروژه نیمه‌تمام دارد. در حال حاضر منابع دولت پای این پروژه‌های نیمه‌تمام خوابیده است، اگر همین پروژه‌ها که گاهی برخی از آنها سالیان سال است نیمه‌تمام مانده به بهره‌برداری برسد، هم به بازدهی می‌رسد و هم دولت می‌تواند آن را با ارزش افزوده بالاتر بفروشد. دولت باید دارایی‌های راکد و پروژه‌های اقتصادی نیمه‌تمام که قابلیت واگذاری دارد را احصا، قیمت‌گذاری و واگذار کند. به این شکل نقدینگی هم وارد کار می‌شود. واگذاری یا بحث مولدسازی پروژه‌های عمرانی می‌تواند به شکل ساز و کار سهامی و افزایش سرمایه باشد. دولت در این پروژه‌ها سهم دارد و به طور مثال ۵۰ درصد در آنها هزینه کرده است. حالا آورده‌اش را قیمت‌گذاری کند و بخش خصوصی می‌تواند از طریق بازار سرمایه این پروژه‌ها را تکمیل و آماده بهره‌برداری کند. به این ترتیب ظرفیت‌سازی و توسعه صادرات رخ می‌دهد و دارایی غیرمولدی که دولت از آن نگهداری می‌کند به درآمد تبدیل می‌شود.

دولت می‌تواند برای پروژه‌های عمرانی نیمه‌تمام، منابع بخش خصوصی را جذب کند تا این پروژه‌ها مولد شوند. به هر حال حتی با وجود نیمه‌تمام بودن، سرمایه پای این پروژه‌ها خوابیده است. از طرفی مولدسازی آنها باعث اشتغال‌زایی و ارزش افزوده بیشتر می‌شود. البته باید دید که بازار هم کیش این اقدامات دارد یا خیر. تمایل فروشنده همیشه ۵۰ درصد کار است، باید دید که سمت تقاضا هم توانایی یا علاقه‌ای به خرید یا مشارکت دارد یا نه. اگر عرضه غیرمتعارف باشد، باعث افت قیمت‌ها می‌شود. دولت باید براساس تقاضای بازار، عرضه‌ها را انجام دهد.

طبق اعلام بانک مسکن

هزینه خرید اوراق مسکن نصف شد

بانک مسکن اعلام کرد که به مناسبت هشتاد و سومین سالگرد تاسیس این بانک، هزینه دریافت تسهیلات مسکن از محل اوراق گواهی حق تقدم تسهیلات ۵۰ درصد کاهش یافته است. محمدحسن علمداری، عضو هیأت‌مدیره بانک مسکن با اعلام این خبر گفت: متقاضیان دریافت تسهیلات از محل اوراق برای دریافت این تسهیلات می‌توانند تنها برای دریافت ۵۰ درصد از میزان تسهیلات درخواستی اقدام به خریداری اوراق کنند و ۵۰ درصد تسهیلات دیگر بدون خرید اوراق و از محل منابع تسهیلات بدون سپرده به آنها پرداخت می‌شود.

به گفته وی، متقاضیان دریافت تسهیلات ۴۰۰ میلیون تومانی از محل اوراق در شهر تهران که پیش از این برای دریافت این تسهیلات باید ۸۰۰ فقره اوراق خریداری و به بانک ارائه می‌کردند هم اکنون تنها با خرید و ارائه ۴۰۰ فقره اوراق می‌توانند تسهیلات ۴۰۰ میلیون تومانی را دریافت کنند. این امتیاز در نظر گرفته شده برای متقاضیان تسهیلات مسکن شامل تسهیلات جماله مسکن نیز می‌شود. تسهیلات جماله مسکن هم‌اکنون در سراسر کشور ۸۰ میلیون تومان است. متقاضیان تا پیش از این برای دریافت این تسهیلات باید ۱۶۰ فقره اوراق خریداری می‌کردند، اما هم‌اکنون با خرید و ارائه ۵۰ درصد از این تعداد یعنی ۸۰ فقره اوراق می‌توانند اقدام به دریافت تسهیلات جماله کنند.

علمداری خاطر‌نشان کرد: این امتیاز در نظر گرفته شده برای متقاضیان دریافت تسهیلات مسکن تخصصی تمام شهرها و استان‌های کشور است و متقاضیان در سراسر کشور می‌توانند از این تسهیلات استفاده کنند. با این تمهید اعمال شده هزینه دریافت تسهیلات برای متقاضیان به نصف کاهش می‌یابد و به این ترتیب قدرت خرید آنها در بازار مسکن افزایش می‌یابد. این فرصت در واقع فرصتی مناسب برای تمام متقاضیانی است که قصد دارند از محل اوراق اقدام به دریافت تسهیلات و خرید یا ساخت مسکن کنند.

طبق اعلام بانک مسکن، نرخ سود تسهیلات خرید مسکن بدون سپرده و جماله تعمیر بدون سپرده ۱۸ درصد بوده و حداکثر مدت بازپرداخت تسهیلات خرید مسکن بدون سپرده مذکور ۹۶ ماه معادل هشت سال است. همچنین حداکثر مدت بازپرداخت تسهیلات جماله مسکن بدون سپرده مذکور نیز ۶۰ ماه معادل پنج سال خواهد بود.



تومانی در سال ۲۰۲۳، سروصدای زیادی به پا کرد. هر چند که به اعتقاد این نشریه، نرخ دلار مجدداً راه افزایشی را در پیش خواهد گرفت و در سال ۲۰۲۶ به ۲۸ هزار و ۷۰۰ تومان خواهد رسید. این پیش‌بینی بازخوردی‌های فراوانی در بین کارشناسان داشت و از جمله مرضی ایمانی‌راد، تحلیلگر اقتصاد بین‌الملل در یادداشتی مجازی در این باره نوشت: «تشریه اکونومیست فاقد نیروی کارشناسی و کارهای کارشناسی قوی برای کشورهای جهان است و به همین دلیل در سال‌های گذشته بدترین پیش‌بینی‌ها را برای کشورهای مختلف جهان داشته است. این نشریه نه از حجم نقدینگی ایران خبر دارد و نه از کیفیت رابطه مردم و دولت در ایران چیزی می‌داند و نه از کیفیت سیاست‌های اقتصادی دولت ایران اطلاع دارد.»

به اعتقاد ایمانی‌راد، «با تجربه ۲۰ ساله‌ای که در پیگیری پیش‌بینی‌های اکونومیست دارم و با جلسسه‌ای که در لندن با کارشناسان آن درباره مدل فضای کسب و کار داشتیم، به نتیجه رسیدیم که پیش‌بینی‌ها و تحلیل‌هایشان درباره ایران بسیار ضعیف است. من هم مثل خیلی از هموطنان‌مان دوست دارم این پیش‌بینی تحقّق پذیرد، ولی پیشنهاد می‌کنم این ارقام پیش‌بینی‌شده را جدی نگیرید. فعلاً دلار در بازار ایران بیشتر از پیش‌بینی نشریه اکونومیست برای سال ۱۴۰۵ است.»

در همین حال، دولت سیزدهم در لایحه بودجه سال ۱۴۰۱، نرخ تسعیر ارز را ۲۳ هزار تومان در نظر گرفت و به اعتقاد مرضی‌افقه، این نرخ تسعیر ارز بیدان معناست که نرخ دلار دیگر به کمتر از ۲۳ هزار تومان نخواهد رسید. این اقتصاددان و عضو هیأت علمی دانشگاه چمران اهواز در این باره به «خبرآنلاین»، می‌گوید: «نرخ دلار هرگز به زیر ۲۰ هزار تومان باز نخواهد گشت. معنای تعیین رقم تسعیر ارز ۲۳ هزار تومانی در بودجه سال آینده این است که دلار دیگر به کمتر از ۲۳ هزار تومان کاهش نمی‌یابد. در مجموع، بازگشتن دلار به کمتر از ۲۰ هزار تومان به دو دلیل رخ نخواهد داد؛ نخست اینکه تقریباً اغلب متغیرهای اقتصادی، خود را با نرخ بالای ارز و بالای ۲۵ هزار تطبیق داده‌اند و دوم اینکه دولت در بودجه سال آینده، رقم تسعیر نرخ ارز را ۲۳ هزار تومان اعلام کرده است. معنای تعیین رقم تسعیر نرخ ارز ۲۳ هزار تومانی این است که حداقل دلار هرگز به کمتر از ۲۳ هزار تومان بازمی‌گردد.» به گفته افقه، «البته با رفع تحریم‌های دولت باید بتواند نرخ ارز را تثبیت کند.

قیمت هر برگ اوراق مسکن از ۱۰۰ هزار تومان گذشت

رشد چشمگیر هزینه وام مسکن

با قیمت‌های ۱۰۷ هزار و ۳۰۰ تومان، ۱۰۷ هزار و ۹۰۰ تومان و ۱۰۷ هزار و ۵۰۰ تومان معامله می‌شود. اوراق تیرماه با قیمت ۱۰۷ هزار و ۶۰۰ تومان و اوراق ماه‌های مرداد و شهریور نیز با قیمت ۱۰۷ هزار و ۳۰۰ تومان معامله می‌شود. اوراق تسهیلات مسکن مهرماه ۱۰۷ هزار و ۷۰۰ تومان و آبان ماه نیز ۱۰۸ هزار و ۵۰۰ تومان قیمت دارد که این گزارش براساس قیمت آبان‌ماه نوشته شده است.

بر همین اساس، مجردهای ساکن تهران می‌توانند تا ۲۸۰ میلیون تومان تسهیلات دریافت کنند که شامل ۲۰۰ میلیون تومان تسهیلات خرید مسکن و ۸۰ میلیون تومان وام جماله می‌شود؛ لذا برای دریافت ۲۰۰ میلیون تومان تسهیلات باید ۴۰۰ برگه تسهیلات مسکن خریداری کنند که هزینه این تعداد اوراق با تسه ۱۰۸ هزار و ۵۰۰ تومانی معادل ۴۳ میلیون و ۴۰۰ هزار تومان می‌شود. همچنین با در نظر گرفتن ۸۰ میلیون تومان وام جماله که برای آن باید ۱۶۰ برگه به مبلغ ۱۷ میلیون و ۳۶۰ هزار تومان خریداری کنند، مجموع هزینه خرید اوراق ۶۰۰ میلیون و ۷۶۰ هزار تومان می‌شود.

زوج‌های تهرانی نیز در همین راستا می‌توانند تا سقف ۴۸۰ میلیون

به گفته بانک مرکزی

مجوز ۷۱ صرافی باطل و تعلیق شد

اجرای تأسیس، فعالیت و نظارت بر صرافی‌ها اقدامات انضباطی را در این باره به عمل آورده است. براساس ماده ۴۱ دستورالعمل اشاره شده، در صورت وقوع هر یک از مواردی همچون «تخطی از مفاد این دستورالعمل، شامل سایر مقررات ذی‌ربط و تعهدنامه‌های ارائه‌شده»، «عدم ایفای بدهی‌ها و تعهدات نسبت به مشتریان»، «عدم ارائه اطلاعات از سوی صرافی و یا ارائه اطلاعات نادرست یا گمراه‌کننده توسط مؤسسون، مدیران، شرکا و یا سهامداران صرافی به بانک مرکزی»، «تخلخل و یا ورشکستگی صرافی»، «عدم فعالیت و یا ناتوانی در انجام

ایمان ولی‌پور
ایمیل: IvanKaramazof@yahoo.com

«آذر، ماه آخر پاییز» در حالی سپری می‌شود که بازارهای مالی این روزها شرایط پرنوسان و کم‌ثباتی دارند. از یکسو تحلیلگران و فعالان اقتصادی چشم به مذاکرات احیای برجام دوخته‌اند و از سوی دیگر با رونمایی از اولین سند مالی دولت سیزدهم، به سمت و سوی بازارها در لایحه بودجه سال آینده نگاه می‌کنند. قیمت دلار در بازار آزاد تهران نیز پس از هشت روز ماندگاری در بالای مرز روانی ۳۰ هزار تومان بالاخره در سومین روز هفته به کانال ۲۹ هزار تومان بازگشت. به اعتقاد کارشناسان، اسکناس سبز آمریکایی دیگر دلیلی برای ماندن در کانال ۳۰ هزار تومان نداشته و سیگنال‌های اخیر مذاکرات وین نیز اگرچه نه مثبت اما دست‌کم منفی نبوده است. به نظر می‌رسد مهمترین خبری که سبب کاهش قیمت دلار شده، خبرهای مثبت از مذاکرات هسته‌ای در هتل کوپورگ وین است. کما اینکه برآیند خبرهای رسیده از پایتخت اتریش نشان می‌دهد که توافق‌ها بیشتر از اختلاف نظرها بوده است.

در این میان، حدود دو هفته پیش، واحد اطلاعات اکونومیست (EIU) در یک گزارش تحلیلی به ترسیم شاخص‌های کلان اقتصادی ایران پس از توافق وین پرداخت و از نرخ ۱۸ هزار تومانی دلار خبر داد. به گفته تحلیلگران «اکونومیست»، در نیمه نخست سال آینده میلادی به احتمال زیاد تحریم‌های نفتی برداشته می‌شود و یک توافق محدود میان ایران و طرف‌های برجانی شکل می‌گیرد. بدین ترتیب، این توافق زمینه را برای افزایش رشد اقتصادی تا محدوده ۸٫۹ درصد و کاهش نرخ تورم به سطح ۲۳ درصد در سال ۲۰۲۲ فراهم خواهد کرد. هر چند که در صورت بازگشت احتمالی تحریم‌ها، رقم تولید ناخالص داخلی مجدداً به ۲٫۹ درصد در سال ۲۰۲۳، منفی ۲٫۱ درصد در سال ۲۰۲۴، منفی ۲٫۶ درصد در سال ۲۰۲۵ و منفی ۲٫۲ درصد در سال ۲۰۲۶ خواهد رسید.

بودجه ۱۴۰۱ پیش‌بینی‌ها را برهم زد

پیش‌بینی «اکونومیست» بازخوردی‌های مختلفی در رسانه‌ها و محافل اقتصادی داشت و سمت و سوی این پیش‌بینی از جمله دلار ۱۸ هزار

بررسی قیمت اوراق مسکن نشان می‌دهد که قیمت در نمادهای تسه (برگه اوراق مسکن) برای نخستین مرتبه از مرز ۱۰۰ هزار تومان عبور کرده است. این در حالی است که قیمت این اوراق حدود ۱۰ روز قبل حداکثر ۸۲ هزار و ۵۰۰ تومان بود. به گزارش ایسنا، بررسی آخرین وضعیت قیمت اوراق مسکن نشان می‌دهد که هر برگ اوراق تسهیلات مسکن ماه‌های فروردین، اردیبهشت و خرداد سال گذشته به ترتیب ۱۰۷ هزار و ۷۰۰ تومان، ۱۰۷ هزار تومان و ۱۰۷ هزار و ۴۰۰ تومان قیمت دارد. هر برگ از اوراق تسهیلات مسکن بانک مسکن تیرماه سال گذشته با قیمت ۱۰۷ هزار و ۳۰۰ تومان، مردادماه سال گذشته با قیمت ۱۰۷ هزار و ۲۰۰ تومان و شهریورماه سال گذشته نیز با قیمت ۱۰۷ هزار تومان داد و ستد می‌شود. همچنین اوراق مهرماه پارسال ۱۰۷ هزار و ۶۰۰ تومان، آبان ماه ۱۰۷ هزار و ۱۰۰ تومان و آذرماه نیز ۱۰۷ هزار و ۳۰۰ تومان قیمت دارد. اوراق تسهیلات مسکن دی، بهمن و اسفندماه سال گذشته نیز به ترتیب با قیمت‌های ۱۰۷ هزار و ۴۰۰ تومان، ۱۰۷ هزار و ۵۰۰ تومان و ۱۰۷ هزار و ۸۰۰ تومان معامله می‌شود.

همچنین اوراق مسکن فروردین، اردیبهشت و خرداد امسال به ترتیب

خبرخوان



یک کارشناس بازار سرمایه مطرح کرد

نقش نهادهای دولتی در بهبود بورس

یک کارشناس بازار سرمایه با بیان اینکه وزارت اقتصاد تنها نهاد اثرگذار بر بازار سرمایه نیست و تصمیمات اقتصادی کشور محصول همکاری نهادهای مختلف دولتی است، گفت بهبود روند شاخص بورس به متغیرهای کلان اقتصادی وابسته است و این امر بدون هماهنگی همه نهادهای دولتی محقق نمی‌شود.

علی اسلامی بیدگلی در مورد تاثیر وزارت اقتصاد بر بازار سرمایه در سه ماه گذشته به ایسنا، گفت: ارزیابی عملکرد وزارت اقتصاد و اثر آن بر بازار سرمایه در چهار ماه امکان‌پذیر نیست. وزارت اقتصاد دارای زیرمجموعه‌های پیچیده و بااهمیتی است که نمی‌توان با تصمیمات سریع آنها را در معرض خطر قرار داد. بنابراین هر برنامه در این وزارتخانه به چیدمان دقیق نیاز دارد و باید در زمان مناسب اجرا شود.

او با بیان اینکه هرگونه تغییرات سریع بدون کار کارشناسی در چنین برهه‌ای یعنی ریسک سیستماتیک، افزود: با توجه به مشکلات عمیق اقتصادی، پیاده‌سازی رویکردهای جدید با هدف اصلاح ساختاری و روندی بازار سرمایه حداقل به دو سال زمان نیاز است. تغییرات در سازمان‌ها و شرکت‌های اقتصادی هنوز به طور کامل شکل نگرفته به طور مثال تغییرات مدیریتی سازمان بورس به تازگی انجام شده است، روند این بازار مهم که از سال گذشته بر اهمیت آن نیز افزوده شده، باید مورد بازنگری قرار گیرد و از آنجایی که بازار سرمایه، بازاری بلندمدت است بنابراین باید به مدیران فرصتی داده شود تا برنامه‌ها به ترتیب و همسو با موقعیت اقتصادی اجرا شود.

اسلامی بیدگلی ادامه داد: اجرای عجلانه برنامه‌های وزارت اقتصاد ریسک سیستماتیک تلقی می‌شود که این ریسک تاثیر منفی و مستقیم در بازار سرمایه دارد. از سوی دیگر بهبود روند شاخص بورس به متغیرهای کلان اقتصادی وابسته است و این امر بدون هماهنگی همه نهادهای دولتی محقق نمی‌شود.

این تحلیلگر بازار سرمایه با تاکید بر اینکه شرایط فعلی اقتصاد کشور و بورس نشان‌دهنده موفقیت یا عدم موفقیت برنامه‌های وزارت اقتصاد در چهار ماه گذشته نیست، خاطر‌نشان کرد: بهبود شرایط اقتصادی به طرح‌های بزرگ و بلندمدت نیاز دارد، برای اجرای هر طرح یا تصمیم جدید بسترترا و زیرساخت‌هایی لازم است. به بیان دیگر باید گفت اصلاحات یا توسعه اقتصادی در کوتاه‌مدت امکان‌پذیر نیست. ارزیابی عملکرد وزارت اقتصاد و اثر آن بر بازار سرمایه در مدت چهار ماه ممکن نیست و باید اجازه داد تا برنامه‌های جدید به ترتیب اجرا شوند.

اتاق بازرگانی تهران گزارش داد

تولید کدام کالای صنعتی اوج گرفت؟

هرچند در ماه‌های ابتدایی سال ۲۰۲۰، تحت تاثیر شیوع ویروس کرونا، عملکرد اقتصادی اکثر کشورهای جهان منفی شد و چند ماه طول کشید تا بار دیگر عملکردی مثبت به ثبت برسد، اما در سال ۲۰۲۱ با توجه به کاهش برخی محدودیت‌ها و افزایش سرعت واکسیناسیون، آمارهای مثبتی در حوزه‌های مختلف از جمله صنعت نهایی شد.
کما اینکه اتاق بازرگانی تهران در جدیدترین گزارش خود به بررسی وضعیت تولیدات صنعتی جهان در سومین فصل از سال جاری میلادی پرداخت و از روند مثبت تولیدات صنعتی در فصل سوم ۲۰۲۱ خبر داد.

جدیدترین بررسی اتاق بازرگانی تهران نشان می‌دهد که روند مثبت تولیدات صنعتی در فصل سوم سال جاری میلادی نیز ادامه پیدا کرده، هرچند که قدری از سرعت آن کاسته شده است. براساس آمارها، میانگین رشد صنعتی کشورهای در حال توسعه به جز چین در این فصل ۶٫۷ درصد، اقتصادهای صنعتی ۶٫۱ درصد و در جهان ۵٫۷ درصد بود است. چین که در سال‌های قبل عملکرد قابل توجهی داشت، با رشد صنعتی ۴٫۶ درصدی پایین‌تر از میانگین جهانی کار کرده است. بررسی عملکرد حوزه‌های صنعتی به تفکیک هر بخش نیز نشان می‌دهد که عملکردی ثابت در حوزه‌های مختلف به ثبت نرسیده است. محصولات اصلی دارویی با رشد ۱۵٫۹ درصدی بیشترین رشد تولید را در تمامی بخش‌های صنعتی به خود اختصاص داده‌اند. احتمالاً صادرات محصولات مربوط به کرونا و مقابله با این ویروس نقشی اساسی در ثبت این آمار داشته است. پس از آن ماشین‌آلات و تجهیزات با رشد ۱۲٫۵ درصدی در جایگاه دوم قرار دارند و کامپیوتر، محصولات الکترونیکی و نوری با ۱۱٫۳ درصد در رده بعدی هستند. تجهیزات الکترونیکی با رشد ۹٫۲ درصدی و چرم با رشد ۸٫۳ درصدی در رده‌های بعدی قرار دارند. در میان گروه‌های صنعتی با پایین‌ترین رشد نیز وسایل نقلیه موتوری و تریلر با افت فعالیت حدوداً ۹ درصدی، بدترین عملکرد را به خود اختصاص داده‌اند. همچنین تولیدات در بخش سیگار افت ۱٫۲ درصدی و نساجی افت ۰٫۹ درصدی را به ثبت رسانده‌اند. محصولات غذایی و نوشیدنی‌ها نیز با رشد به ترتیب ۲٫۳ درصدی و ۲٫۸ درصدی، پایین‌ترین رشد مثبت را در میان صنایع مختلف جهان داشته‌اند.

رئیس سازمان امور مالیاتی:

۱۳۵ هزار میلیارد تومان فرار مالیاتی داریم

رئیس سازمان امور مالیاتی از ۱۳۵ هزار میلیارد تومان فرار مالیاتی خبر داد و گفت حدود ۵۰ درصد مالیاتی که وصول می‌کنیم فرار مالیاتی داریم که بر این اساس این مبلغ ۱۳۵ هزار میلیارد تومان برآورد می‌شود. داوود منظور درباره اجرای قانون مالیات بر خانه‌های خالی نیز گفت: باید اطلاعات این‌ خانه‌ها را از سامانه وزارت راه و شهرسازی دریافت کنیم که براساس آیین‌نامه مصوب دولت باید تا پایان آذر یعنی کمتر از ۱۰ روز دیگر اطلاعات قطعی در اختیار ما قرار گیرد.

او درباره مالیات خانه‌های لوکس نیز ادامه داد: در حال تکمیل بانک‌های اطلاعاتی هستیم و سامانه‌های لازم را ایجاد کرده‌ایم و مکاتبات لازم نیز با دستگاه‌های مختلف از جمله شهرداری‌ها برای دریافت اطلاعات انجام شده است. سعی می‌کنیم تا پایان بهمن قانون مالیات بر خانه‌های لوکس را اجرا کنیم.

رئیس سازمان امور مالیاتی درباره جلسه‌ای که شامگاه دوشنبه با حضور وزیر اقتصاد و اعضای کمیسیون اقتصادی مجلس برگزار شد هم گفت: در این جلسه درباره بررسی لایحه بودجه سال آینده در مجلس و همچنین طرح‌های تحول مالیاتی بحث و تبادل نظر شد.

فرصت امروز: آذرماه عمدتاً فصل بودجه‌ریزی و تنظیم سند مالی سال آینده است و سمت و سوی شاخص‌های بورسی در این مقطع زمانی از سال معمولاً تحت تاثیر لایحه بودجه سال آتی قرار می‌گیرند؛ اتفاقی که این هفته با رونمایی لایحه بودجه ۱۴۰۱ در مجلس هم رخ داد و شاخص بورس تهران واکنش سردی به اولین بودجه دولت سیزدهم نشان داد؛ به طوری که نماگر اصلی تالار شیشه‌ای در روز یکشنبه و همزمان با ارائه لایحه بودجه از سوی رئیس جمهور به مجلس، بیش از ۲۳ هزار واحد ریخت و در روز دوشنبه هم با افت بیش از ۲۵ هزار واحدی پس از ماه‌ها بار دیگر به کانال ۱،۲ میلیون واحدی سقوط کرد. این روند در روز سه‌شنبه با افت ۳ هزار واحدی شاخص کل همراه شد تا دامسج بازار سهام در سه روز گذشته بیش از ۵۰ هزار واحد افت کند.

هرچند افزایش سه برابری نرخ سوخت صنایع (به شرکت‌های فولادی، پتروشیمی و پالایشی) به اعتقاد فعالان بازار سرمایه، یکی از بغرنج‌ترین بندهای بودجه سال آینده است و این افزایش قیمت به صنایع آسیب می‌زند؛ اما در عین حال حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی، افزایش نرخ تسعیر ارز، واریز مالیات دادوستد سهام به صندوق تثبیت، عدم تغییر فرمول بهره مالکانه و خوراک پتروشیمی‌ها، معافیت مالیاتی شرکت‌های تولیدی و کاهش انتشار اوراق از جمله نکات مثبت لایحه بودجه است که در مجموع به نفع بازار سرمایه خواهد بود. شاخص بورس تهران در حالی واکنش سرخ‌رنگی به لایحه بودجه سال آینده داشته است که به نظر می‌رسد جنبه‌های منفی بودجه ۱۴۰۱ در جنبه‌های مثبت آن چربیده و به عبارتی سهامداران تنها نیمه خالی لیوان را دیده‌اند.

نوسان بورس در چهارمین روز هفته

بازار سرمایه در بیست و سومین روز آذرماه روندی پرنوسان داشت و در حالی که شاخص بورس تهران در ساعات ابتدایی معاملات سه‌شنبه تا رقم یک میلیون ۲۸۸ هزار واحد کاهش یافته بود، در ادامه معاملات به روند صعودی برگشت و به افت بیش از ۳ هزار واحدی بسنده کرد، چنانکه «بایگاه خبری بازار سرمایه»، این پایان متعادل را به کنار رفتن سایه ابهام نرخ سوخت صنایع از سر بازار تعبیر کرد. به این ترتیب، شاخص کل بورس با کاهش ۳ هزار و ۷۵۱ واحدی به رقم یک میلیون و ۲۹۱ هزار واحد رسید و شاخص هم‌وزن با ۳ هزار و ۷۲۴ واحد کاهش، رقم ۳۴۹ هزار و ۱۹۷ واحد را به ثبت رساند. در چهارمین روز معاملاتی هفته، بیش از ۵ میلیارد و ۲۲۵ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۳۱ هزار و ۸۷۲ میلیارد ریال در بورس اوراق بهادار تهران دادوستد شد. شاخص بازار اول، کاهش ۲ هزار و ۹۳۷ واحدی و شاخص بازار دوم، کاهش ۶ هزار و ۹۶۱ واحدی را تجربه کردند.

شرکت فولاد مبارک اصفهان با ۴۳۹ واحد، شرکت پتروشیمی پردیس با ۴۱۹ واحد، شرکت پالایش نفت بندرعباس با ۴۰۲ واحد، شرکت گسترش نفت و گاز

شاخص بورس تهران در ۳ روز گذشته بیش از ۵۰ هزار واحد افت کرد

نگاه بدبین بورس به بودجه ۱۴۰۱

پارسیان با ۲۵۴ واحد و شرکت پتروشیمی نوری با ۲۷۸ واحد بیشترین تاثیر مثبت را بر رشد شاخص کل داشتند. در مقابل نیز شرکت ایران خودرو با ۷۲۳ واحد، شرکت سرمایه‌گذاری غدیر با ۶۱۱ واحد، شرکت سایپا با ۳۸۱ واحد، شرکت ملی صنایع مس ایران با ۲۹۹ واحد و شرکت معدنی و صنعتی گل‌گهر پتروشیمی پارس با ۱۷۴ واحد بیشترین تاثیر منفی را بر شاخص بورس داشتند. همچنین گروه خودرو با ۴۶ هزار و ۳۷۷ معامله به ارزش ۳ هزار و ۵۹۸ میلیارد ریال، گروه شیمیایی با ۳۳ هزار و ۲۷۰ معامله به ارزش ۲ هزار و ۲۱۴ میلیارد ریال، گروه فلزات اساسی با ۳۰ هزار و ۹۷۱ معامله به ارزش ۲ هزار و ۱۲۱ میلیارد ریال، گروه اداره بازارهای مالی با ۱۵ هزار و ۲۲۰ معامله به ارزش یک هزار و ۲۴۶ میلیارد ریال و گروه فراورده‌های نفتی با ۱۶ هزار و ۹۷۸ معامله به ارزش ۹۱۸ میلیارد ریال در صدر برترین گروه‌ها قرار گرفتند.



در آن سوی بازار سرمایه نیز آیفکس با کاهش ۷۲ واحدی به میانه کانال ۱۸ هزار واحدی رسید و رقم ۱۸ هزار و ۵۹۰ واحد را نمایش داد. در معاملات چهارمین روز هفته در فرابورس ایران، بیش از یک میلیارد و ۷۹۳ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۷۲ هزار و ۴۸۶ میلیارد ریال دادوستد شد. شرکت پلیمیر آریاسول با ۲۵ واحد، بیمه اتکایی ایرانیان با ۴ واحد، شرکت تولیدات پتروشیمی قاند بصیر با ۳٫۶ واحد، شرکت شرکت تولید برق عسلویه مینا با ۳٫۶ واحد و شرکت صنایع مادران با ۳ واحد بیشترین تاثیر مثبت را بر رشد شاخص داشتند. همچنین شرکت فولاد هرمزگان جنوب با ۱۸ واحد، شرکت پتروشیمی زاگرس با ۱۱ واحد، گروه سرمایه‌گذاری میراث فرهنگی با ۱۰ واحد، شرکت فرابورس ایران با ۱۰ واحد

توصیه ایلان ماسک به سرمایه‌گذاران ارزهای دیجیتال

قهرمانان سال مجله «تایم» معرفی شدند

افراد بسیار کمی هستند که بهتر از من آن را درک کنند». مدیرعامل تسلا سپس به سرمایه‌گذاران پیشنهاد کرد: «بیت‌کوین برای پرداخت نامناسب است چون حجم تراکنش بیت‌کوین کم و هزینه هر تراکنش زیاد است، اما در سطح پایه خود، شاید برای ذخیره ارزش مناسب است.» و ضمن تکرار این نکته که «اساساً بیت‌کوین جایگزین خوبی برای ارز معاملاتی نیست.» به صحبت در مورد دوج‌کوین (DOGE) پرداخت و گفت: «ممکن است این مورد کمی توهراً باشد، اما این عدد تومری در مقابل درصد، یک عدد ثابت است. به این معنا که با گذشت زمان، در واقع درصد تهورم آن کاهش می‌یابد و این عملکرد خوب است زیرا افراد را تشویق می‌کند تا به جای احتکار آن را به‌عنوان ذخیره ارزش خرج کنند.»

ماسک قبلاً توضیح داده بود که دوج را رمزنگاری مردم می‌داند. در ماه اگوست وی با مارک کوبان، ستاره تیم شارک تاک، مالک تیم NBA دالاس ماوریکس موافق بود که جامعه دوج در استفاده از دوج به‌عنوان وسیله مبادله، قوی عمل می‌کند.

صحبت‌های ماسک درباره مقایسه بیت‌کوین و دوج‌کوین در حالی است که قیمت بیت‌کوین در حال حاضر به کمتر از ۵۰ هزار دلار رسیده است. ارزش پرتفردارترین ارز دیجیتال در عصر دوشنبه به ۴۷ هزار و ۲۵۸ دلار رسید. دیگر ارزهای دیجیتال مهم مثل اتر که از نظر بزرگی بازار در جایگاه دوم قرار می‌گیرد هم با کاهش ارزش رو به رو شدند. قیمت اتر به ۳ هزار و ۸۱۳ دلار رسید.

به گزارش «سی‌ان بی سی»، البته چند رویداد در هفته گذشته بر تغییر قیمت‌ها در بازار ارزهای دیجیتال بی‌اثر نبوده است. ابتدا در روز چهارشنبه با



شماره آگهی : ۱۳۳۹۰۸۰

آگهی مناقصه عمومی

شماره فراخوان سامانه ستاد: ۲۰۰۰۰۹۲۴۰۹۰۰۰۲۰۷ نوبت دوم

شرکت ملی گاز ایران
شرکت گاز استان
فرمان روضی (صنعتی خاص)

۱- مناقصه گاز، شرکت گاز استان خراسان رضوی واقع در مشهد-بلوار خیام ، تقاطع ارشد
۲- موضوع مناقصه: خرید ۷۰۸ متر لوله فولادی API-5L-GR.B درردار شش متری به قطر ۲۱۴ اینچ و به ضخامت ۰/۱۱۳ اینچ و به قطر ۶۳۶ متر لوله فولادی API-5L-GR.B درردار شش متری به قطر ۱۱۳ اینچ و به ضخامت ۰/۱۳۳ اینچ و به ضخامت ۴۶۰۸ متر لوله فولادی API-5L-GR.B درردار دوازده متری به قطر ۴ اینچ و به ضخامت ۰/۱۷۲ اینچ و ۱۰۸ متر لوله فولادی API-5L-GR.B درردار دوازده متری به قطر ۲ اینچ و به ضخامت ۰/۱۵۴ اینچ -سمناقصه شماره: ۱۴۰۰/۱۲۴
۳- مدت قرارداد: سه ماه تقویمی
۴-مدت اعتبار پیشنهادها: از تاریخی که برای تسلیم آن در فراخوان ذکرشده تا مدت ۳ ماه می بایست معتبر باشد.
۵ - مبلغ تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار: -/۰-۹۴۲،۳۴۴،۱۶۰- ریال می باشد که می بایست بر اساس یکی از تضمین قابل قبول وفق آیین نامه تضمین معاملات دولتی به شماره ۱۳۳۲۰۲/ت ۰۶۵۹-۵۰ مورخ ۹۴/۰۹/۲۲ تهیه گردد.
۶- متقاضیان ثبت شده در سامانه تدارک کلای وزارت نفت (EP) می توانند از تاریخ ۱۴۰۰/۰۹/۱۴ الی ۱۴۰۰/۰۹/۲۹ ضمن مراجعه به سامانه ستاد نسبت به دریافت اسناد مناقصه اقدام نمایند. ضمناً بازگذاری و ارائه گواهینامه تایید ثبت سامانه EP وزارت نفت در سامانه ستاد دولت الزامی است.
۷- ضمانتنامه شرکت در فرایند ارجاع کار می بایست علاوه بر بازگذاری در سامانه بصورت دستی و کاغذی نیزدر مهلت مقرر (سامت ۹ صبح مورخ ۱۴۰۰/۱۰/۱۲) تحویل دفتر حراست شرکت گاز استان خراسان رضوی گردد.
۸- آخرین مهلت بازگذاری اسناد مناقصه در سامانه ستاد ساعت ۹ صبح مورخ ۱۴۰۰/۱۰/۱۲
۹- پیشنهادهای واصله در ساعت ۱۱:۳۰ صبح مورخ ۱۴۰۰/۱۰/۱۲ درکمسیون مربوطه باز و خوانده می‌شود و حضور پیشنهاددهندگان و یا یک نفر نماینده مجاز آنها با همراه داشتن معرفینامه مهیور به مهر شرکت درجلیسه افتتاح پاکت آزاداست.
شایان ذکر است دسترسی به متن این آگهی، در سایت WWW.nige-kriz.ir امکان پذیربوده و در صورت نیاز به کسب اطلاعات بیشتر با تلفن: ۰۵۱-۳۶۶۵۲۷۰۰ تماس بگیرید.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۰/۹/۲۳

تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۰/۹/۲۴

روابط عمومی شرکت گاز استان خراسان رضوی

نماگر بازار سهام



مدیرعامل سازمان جمع آوری و فروش اموال تملیکی:
امکان امحای خودروهای لوکس موجود در
انبارهای اموال تملیکی

مدیرعامل سازمان جمع آوری و فروش اموال تملیکی اعلام کرد برخی از خودروهای لوکس ممنوعیت شماره گذاری و فروش دارند که امکان دارد امحای فنی انجام گرفته و از قطعات آنها استفاده شود و در این زمینه منتظر دستور دولت هستیم.

به گزارش گروه اقتصادی خبرگزاری دانشجو، «سید عبدالمجید اجتهادی» روز سه شنبه در حاشیه دومین حراج حضوری اموال تملیکی در جمع خبرنگاران در پاسخ به ایرنا، افزود: خودروهای ایرانی و خارجی کمتر از ۲۵۰۰ سی سی پس از آرای قطعی، شماره گذاری شده و به حراج گذاشته می شود.

وی اظهار داشت: این سازمان برای خودروهای بیش از ۲۵۰۰ سی سی و لوکس که بیش از ۱۰ سال در انبارها مانده و با ممنوعیت فروش همراه هستند، پیشنهادهای ارائه کرده است و منتظر تعیین تکلیف دولت هستیم.

اجتهادی ادامه داد: دارایی های اعلام شده جزو سرمایه هایی هستند که با ارز وارد شده است.

مدیرعامل سازمان جمع آوری و فروش اموال تملیکی با اشاره به بحث ماینرها گفت: برای تعدادی از پرونده ها رأی برائت صادر شده است، اما با این حال امکان استرداد به افراد وجود ندارد. وی بیان داشت: پیشنهادهای در این زمینه به دولت ارائه کرده ایم تا پس از صدور رأی قطعی، افراد حقوقی و حقیقی که مجوزهای لازم از وزارت نیرو و وزارت صنعت، معدن و تجارت دارند، بتوانند از این ماینرها به صورت کنترل شده و بدون ایجاد مشکل به شبکه برق استفاده کنند.

راه جلوگیری از افزایش قیمت خودرو، مدیریت قیمت مواد اولیه است



می دانیم که می توانست با راهکارهایی که طی سه سال گذشته دادیم تحقق پیدا نکند. بیگلو با صراحت بیان کرد: هیچ یک از نمایندگان مجلس که در چند روز گذشته سینه چاک دادند و به خودروسازان و قطعه سازان حمله کردند به تولیدکنندگان مواد اولیه خرده نگر فتند و دنبال کاهش قیمت مواد اولیه نبودند زیرا خودرو به منزله تابلویی است که می تواند برای آنها رأی جمع کند. وی خاطر نشان کرد: قیمت مواد اولیه داخلی ربطی به تحریم ها ندارند، چرا که از خاک و معادن کشور و مال مردم است و انجمن قطعه سازان تا پایان پیگیری این موضوع است چرا که خرید خودرو نباید برای مردم کشوری که همه زیرساخت ها در آن فراهم است آرزو شود.

دبیر انجمن سازندگان قطعات و مجموعه های خودرو در پایان گفت: قیمت گذاری دستوری در هر کالایی به ضرر مصرف کننده است و هیچ گاه جوابگو نبوده است. لذا اگر کالایی وجود دارد که قیمت گذاری دستوری روی آن جواب داده ما قبول می کنیم که خودرو به عنوان دومین کالا قیمت گذاری دستوری شود.

که آن را اجحاف در حق کارگرانی می داند که حقوق آنها متناسب با تورم و قیمت مواد اولیه رشد پیدا نکرده و بارها طی جلسات قبل راهکار ارائه دادیم و گفتیم راهکار جلوگیری از افزایش قیمت خودرو مدیریت قیمت مواد اولیه تولید داخل است که اتفاقا عمده آنها تولیدات دولتی هستند نه اینکه قیمت مواد اولیه را رها کرده و هزینه آن را از جیب مردم پرداخت کنیم. بیگلو اظهار داشت: هزینه ای که مردم برای خرید خودرو پرداخت می کنند به امانت به جیب قطعه ساز و خودروساز می رود و در واقع این هزینه به عنوان درآمدهای دولت روانه جیب تولیدکنندگان مواد اولیه می شود. وی با تصریح بر اینکه دو ساله فریاد زده ایم که افزایش قیمت خودرو به این شکل حق مردم نیست، بیان کرد: در شرایطی که مردم تحت فشار اقتصادی هستند روا نیست قیمت خودرو را به بهانه های مختلف افزایش دهیم.

دبیر انجمن سازندگان قطعات و مجموعه های خودرو اضافه کرد: افزایش قیمت خودرو از نظر تجاری و اقتصادی به نفع قطعه سازان است، اما از وجه کارآفرینی این افزایش قیمت را اجحاف در حق مردم

دبیر انجمن سازندگان قطعات و مجموعه های خودرو در نشست خبری با اصحاب رسانه افزایش قیمت خودرو را اجحاف در حق مردم دانست و اظهار داشت راه جلوگیری از افزایش قیمت خودرو، مدیریت قیمت مواد اولیه است. به گزارش خبرنگار خبر خودرو، مازیار بیگلو، دبیر انجمن سازندگان قطعات و مجموعه های خودرو در حاشیه این نشست خبری عنوان کرد: فعالیت قطعه سازان دارای دو وجه است که از یک جهت به عنوان فعال اقتصادی با هدف کسب سود فعالیت می کنند، اما وجه قالب قطعه سازی، کارآفرینی است که به جرات می توان گفت هیچ یک از تصمیم گیران دولت به اندازه قطعه سازان با قشر کارگری ارتباط نیستند.

وی ادامه داد: فشاری که روی کارگران قطعه سازی است را کاملا احساس می کنیم، چرا که با وجود رشد تورم در کشور حقوق آنها افزایش پیدا نکرده و متأسفانه خرید خودرو برای آنها آرزو شده است. دبیر انجمن سازندگان قطعات و مجموعه های خودرو بیان کرد: انجمن قطعه سازان از این جهت علاقه ای به افزایش قیمت خودرو ندارد

چشم انداز خاکستری واردات خودرو در ۱۴۰۱

در جریان است که البته مشخص نیست سرنوشت آن چه خواهد شد و آیا برجام احیا و تحریم لغو می شود یا کشور کماکان در تحریم باقی خواهد ماند. اگر برجام احیا شود، انتظاری می رود درآمدهای ارزی کشور به خصوص از مسیر فروش نفت افزایش یابد که این موضوع نگرانی ها بابت کمبود ذخایر ارزی را کاهش می دهد و می تواند به ازسرسیاری واردات برخی کالاها از جمله خودرو منجر شود. اصل ممنوعیت واردات خودرو در خرداد ۹۷، به دلیل تحریم کشور از سوی آمریکا در نتیجه خروج این کشور از برجام و در راستای مدیریت منابع ارزی بود، بنابراین اگر تحریم نباشد و روند ورود ارز به کشور عادی شود، دست دولت برای ازسرسیاری واردات خودرو باز خواهد شد. همچنین مخالفانی مانند هیأت عالی نظارت بر حسن اجرای سیاست های کلی نظام نیز احتمالاً در برابر واردات خودرو در پساتحریم از موضع فعلی خود کوتاه خواهند آمد.

فعلا اجرایی نخواهد شد. به اعتقاد برخی از کارشناسان در حوزه واردات خودرو، سیاست کلی کشور در حال حاضر و با توجه به تحریم ها، ممنوعیت واردات خودرو در راستای مدیریت منابع ارزی است. علاوه بر اینها بعید به نظر می رسد با توجه به مخالفت هیأت عالی نظارت، نمایندگان مجلس انگیزه ای برای به جریان انداختن دوباره موضوع واردات خودرو داشته باشند. در این بین موافقان واردات خودرو معتقدند با ازسرسیاری واردات خودرو، اولاً نوعی رقابت در بازار شکل می گرفت و بخشی از شهروندان می توانستند خودروهای روز دنیا را استفاده کنند و ثانیاً قیمت در بازار وارداتی ها شکسته می شد و ثالثاً، دولت نیز می توانست از این ناحیه کسب درآمد کند.

اما اتفاقی که می تواند این سناریو را تضعیف و واردات خودرو را اجرایی کند، لغو تحریم است. در حال حاضر مذاکرات برای احیای برجام در وین

اگر برجام احیا شود، انتظار می رود درآمدهای ارزی کشور به خصوص از مسیر فروش نفت افزایش یابد که این موضوع نگرانی ها بابت کمبود ذخایر ارزی را کاهش می دهد و می تواند به ازسرسیاری واردات برخی کالاها از جمله خودرو منجر شود.

در شرایطی که در ماه های گذشته گمانه زنی های بسیاری برای ازسرسیاری واردات خودرو (با شرایط خاص) وجود داشت حالا بررسی های بودجه سال آینده نشان می دهد که دولت درآمدهای گمرکی از محل واردات خودرو در نظر نگرفته و این به معنای آن است که به احتمال بسیار بالا دولت برنامه ای برای واردات خودرو در سال آینده ندارد. در این بین مصوبه آزادسازی واردات خودرو در قبال صادرات نیز به سد هیأت عالی نظارت بر حسن اجرای سیاست های کلی نظام خورده است. با کنار هم قرار دادن این خبرها به نظر می رسد ازسرسیاری واردات خودرو

آجیل شب یلدا چند؟

رئیس اتحادیه آجیل و خشکبار تهران قیمت آجیل شب یلدا را اعلام کرد. مصطفی احمدی در گفت و گو با ایسنا، اظهار کرد آجیل و خشکبار شب یلدا شامل اقلامی همچون پسته، بادام، فندق، برگه هلو، برگه زردآلو، توت خشک، انجیر، کشمش، مویز و باسلوق است. البته برخی از مغازه ها نیز برای مناسب سازی و کاهش قیمت آجیل شب یلدا به آن نخودچی اضافه می کنند. وی گفت: قیمت آجیل شب یلدا با باسلوق، کیلویی ۱۵۰ تا ۲۵۰ هزار تومان و بدون باسلوق نیز ۱۸۰ تا ۲۷۵ هزار تومان است.

رئیس اتحادیه آجیل و خشکبار تهران در پاسخ به اینکه چرا قیمت آجیل تا به این حد بالا رفته است؟ گفت: امسال در بسیاری از اقلام آجیل و خشکبار تا ۵۰ درصد افت تولید داشتیم. از طرف دیگر اجناس ما هم صادراتی هستند و هم وارداتی و طبیعتاً نوسانات نرخ ارز بر قیمت آن تاثیر می گذارد. عامل دیگر این افزایش قیمت هم عرضه و تقاضا در بازار است. وی تصریح کرد: از شهریور و مهر امسال که اول فصل آجیل و خشکبار است افزایش قیمت را شاهد بودیم و این افزایش قیمت مختص شب یلدا نیست. احمدی یادآور شد: تولیدات امسال کاهش یافته و از آن طرف تقاضا نیز کم شده است. اگر قرار بود تقاضای آجیل مانند دو سال قبل باشد قطعاً قیمت ها بیشتر از این می شد. این کاهش تولید و کاهش تقاضا در بازار تعادل ایجاد کرده است. وی با بیان اینکه امروز با کمبود جنس در بازار مواجه نیستیم؛ در حالی که افت تولید داریم، گفت: امیدواریم قیمت ها تا پایان سال تغییری نکند یا نزولی شود تا مردم قدرت خرید داشته باشند.

شناسه آگهی: ۱۲۴۲۴۶۱

آگهی تجدید مزایده عمومی

شهرداری منطقه سه همدان در نظر دارد با توجه به مجوز صادره فروش املاک مشروحه ذیل از طریق مزایده عمومی اقدام نماید. لذا از متقاضیان دعوت بعمل می آید جهت شرکت در مزایده با شماره ۰۹۰۲۳۲۴۰۰۰۱۰ به سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir مراجعه نمایند.

ردیف	پلاک ثبتی	مساحت	قیمت کارشناسی	% سپرده	نوع کاربری	آدرس
۱	زمین مسکونی ۱۹/۸۱۰۹	۲۹۰	۲۶,۱۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۳,۰۵۰,۰۰۰,۰۰۰	مسکونی	شهرک مدنی (اوقافی)
۲	زمین مسکونی فاقد سند	۲۴۵	۱۷,۱۵۰,۰۰۰,۰۰۰	۸۵۷۵,۰۰۰,۰۰۰	مسکونی	خضر - پشت خضر
۳	زمین مسکونی فاقد سند	۱۴۷/۸۵	۱۱,۲۳۶,۶۰۰,۰۰۰	۵۶۱,۸۳۰,۰۰۰	مسکونی	کوی فردوس
۴	زمین مسکونی ۱۵۷/۶	۲۶۴/۰۵	۱۹,۸۰۳,۷۵۰,۰۰۰	۹۹۰,۱۸۷,۵۰۰	مسکونی	خیابان جعفر طیار

توضیحات

- سپرده شرکت در مزایده بصورت ضمانتنامه بانکی (با اعتبار حداقل) با واریز مبلغ سپرده شرکت در مزایده شماره ۷۴۰۱۱۱۲۳۲۱۲۳۲۲ بنام شهرداری منطقه ۳ نزد بانک مهر شعبه شریعی
- متقاضیان می بایست تا آخر وقت اداری روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۰/۱۰/۶ نسبت به تحویل اصل سپرده شرکت در مزایده (قبض واریزی با ضمانتنامه یا اسناد خزانه) به دبیرخانه شهرداری منطقه ۳ واقع در میدان مفتح اقدام نمایند.
- برنده مزایده بایستی حداکثر ظرف ۷ روز کاری از تاریخ ابلاغ برنده شدن نسبت به پرداخت وجه ملک اقدام نماید در غیر اینصورت سپرده ایشان به نفع شهرداری ضبط و در خصوص نفر دوم نیز در صورت ابلاغ شهرداری بدین نحو عمل خواهد شد.
- شهرداری در رد یا قبول کلیه پیشنهادات مختار است.
- کلیه هزینه های آگهی و کارشناسی بعهده برنده مزایده خواهد بود.
- تاریخ انتشار آگهی در روزنامه و سامانه ستاد ۱۴۰۰/۹/۲۴ و آخرین مهلت دریافت اسناد مزایده ۱۴۰۰/۱۰/۶
- آخرین مهلت ثبت قیمت پیشنهادی در سامانه ستاد ساعت ۱۴ مورخ ۱۴۰۰/۱۰/۶
- تاریخ بازگشایی اسناد در صورت تشکیل جلسه مورخ ۱۴۰۰/۱۰/۸
- سایر اطلاعات و جزئیات مربوط به معامله در اسناد مزایده مندرج است. ۲۵۱

م الف ۱۳۶۰

شناسه آگهی ۱۲۴۲۴۲۹

فراخوان مناقصه عمومی یک مرحله ای

شماره آگهی مناقصه: ۱۴۰۰/۴۷/۹۴۴۵۵
مورخه: ۱۴۰۰/۰۹/۲۳

دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی، درمانی استان آذربایجان غربی در نظر دارد مناقصه عمومی امور تغذیه ای (خرید و توزیع غذا) بیمارستان های شهید و مهر شهرستان تکاب - را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید. کلیه مراحل برگزاری مناقصه از جمله دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکت ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد، لذا لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی، نسبت به انجام مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی جهت اخذ شرایط مناقصه و شرکت در مناقصه اقدام نمایند.

تاریخ انتشار مناقصه در سامانه: مورخ ۱۴۰۰/۰۹/۲۴ می باشد.

مهلت زمانی دریافت اسناد مناقصه (دانلود) از سایت: از مورخ ۱۴۰۰/۰۹/۲۴ الی ۱۴۰۰/۰۹/۲۷

مهلت زمانی ارائه مدارک: تا ساعت ۱۴:۳۰ مورخ ۱۴۰۰/۱۰/۱۱

(مهلت زمانی انجام برگزاری مدارک شرکت در مناقصه در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت و تحویل پاکت «الف» به حراست دانشگاه)

زمان بازگشایی: ساعت ۹ صبح روز یکشنبه مورخه ۱۴۰۰/۱۰/۱۲

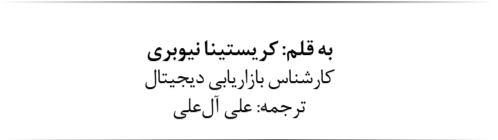
آدرس و تلفن دستگاه مناقصه گزار جهت دریافت اطلاعات بیشتر در خصوص اسناد مناقصه و ارائه پاکت ها: آدرس: ارومیه- بلوار رسالت- انتهای کوی اورژانس- ستاد دانشگاه علوم پزشکی ارومیه
تلفن: ۰۴۴-۳۱۹۳۲۲۱۲

اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه: مرکز تماس ۴۱۹۳۴-۰۲۱

دفتر ثبت نام: ۸۸۹۶۹۷۳۷ و ۸۵۱۹۳۷۶۸

اداره امور قراردادها، مناقصات و مزایدهات
دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی در مانی آذربایجان غربی

بهترین ابزارهای اتوماسیون برای بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی



استفاده از شبکه‌های اجتماعی در طول سال‌های اخیر بدل به امری رایج شده است. بسیاری از کاربران در سراسر دنیا برای ارتباط با مخاطب هدف‌شان از شبکه‌های اجتماعی سود می‌برند. شاید این امر در ابتدا بسیار ساده به نظر برسد، اما تاثیر بسیار مهمی بر روی سرنوشت تیم‌های بازاریابی دارد. براساس گزارش همکاران ما در موسسه Hootsuite، کاربران آنلاین روزانه به طور میانگین ۲،۵ ساعت در شبکه‌های اجتماعی زمان صرف می‌کنند. این بازه زمانی برای برندها به معنای فرصتی عالی برای تبلیغ و بازاریابی است.

شاید تنها خبر بد در این میان برای برندها دردسرهای بالای بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی باشد. بسیاری از برندها برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف باید بخش‌ها و الگوهای بسیار متنوعی را مورد توجه قرار دهند. این امر در کنار محدودیت زمان در دسترس برندها مشکلات زیادی را به همراه می‌آورد. درست به همین خاطر مشاهده شمار بالایی از تیم‌های بازاریابی که در زمینه تولید محتوا و تعامل با مخاطب هدف شکست می‌خورند، جای تعجب ندارد. شما به عنوان یک تیم بازاریابی باید همیشه مدیریت زمان را به بهترین شکل ممکن پیش ببرید تا در نهایت فرصتی برای تولید محتوای باکیفیت و تعامل با مخاطب هدف‌تان داشته باشید.

بدون تردید درس‌های بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی برای بسیاری از برندها امر دسواری محسوب می‌شود. همین امر برخی از بازاریاب‌ها نسبت به موفقیت در چنین فضای دشواری ناامید ساخته است. اگر شما هم مانند بسیاری از بازاریاب‌های دیگر از موفقیت در این فضا ناامید شده‌اید، خبر خوش برای‌تان امکان استفاده از فناوری اتوماسیون است. این فناوری به شما برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف کمک شایانی خواهد کرد. بنابراین دیگر نیازی به نگرانی نسبت به کمبود زمان در راستای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف‌تان نخواهد بود.

شاید در نگاه نخست استفاده از اتوماسیون فقط بخش کوچکی از نیازهای گسترده بازاریاب‌ها را شامل شود. نکته مهم اینکه شما در قالب فعالیت بازاریابی همراه با اتوماسیون امکان بهینه‌سازی وضعیت‌تان به بهترین شکل ممکن را خواهید داشت. دلیل این امر نیز رفع مشکلات مربوط به رسیدگی به کارهای پیش پا افتاده و زمان بیشتری برای تمرکز بر روی کارهای مهم خواهد بود. شما با چنین کاری به بهترین شکل ممکن امکان تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف‌تان را پیدا می‌کنید.

هدف اصلی در این مقاله بررسی برخی از مهم‌ترین نکات درباره استفاده از اتوماسیون در عرصه کسب و کار و تلاش برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف است. به علاوه، بررسی برخی از بهترین ابزارهای موجود در بازار برای فعالیت در قالب اتوماسیون نیز مدنظر ما قرار دارد. در ادامه این نکات را به بهترین شکل ممکن مورد بررسی قرار خواهیم داد.

اتوماسیون در شبکه‌های اجتماعی چیست؟

اتوماسیون به پیگیری روندها و کارهای تسیم بازاریابی در زمینه تعامل با مشتریان در شبکه‌های اجتماعی گفته می‌شود. بدون تردید اتوماسیون کارکردهای بسیار متنوعی در خارج از فضای بازاریابی نیز دارد. با این حال تمرکز ما در این مقاله به طور صرف بر روی کارکرد بازاریابی‌اش است. این امر به شما برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف کمک شایانی خواهد کرد. برخی از مهم‌ترین کارکردهای اتوماسیون در زمینه بازاریابی شامل زمان‌بندی بارگذاری محتوا، بازنشر محتوا به طور خودکار، پاسخگویی سریع به نیازها و سوالات مشتریان و همچنین گردآوری داده‌ها و تبدیل‌شان به اطلاعات کاربردی است. این امر به تیم‌های بازاریابی برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف و تعامل با مشتریان به بهترین شکل ممکن کمک خواهد کرد. امروزه بسیاری از تیم‌های بازاریابی به طور مداوم با مشکل کمبود زمان در عرصه بازاریابی مواجه هستند. این امر به طور ویژه‌ای در مورد شبکه‌های اجتماعی مصداق دارد. حضور در شبکه‌های اجتماعی برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف امر بسیار مهمی محسوب می‌شود. نکته مهم اینکه حجم رقابت میان برندها در شبکه‌های اجتماعی در مقایسه با گذشته افزایش چشمگیری داشته است. بنابراین شما به منظور تاثیر گذاری حرفه‌ای بر روی مخاطب هدف چاره‌ای به غیر از استفاده از بهترین ابزارها به منظور کاهش زمان ندارید. این نکته درباره تمام تیم‌های بازاریابی به یک صورت مصداق دارد. مدیریت زمان با استفاده از ابزارهای اتوماسیون همیشه همراه با کیفیت بالای پاسخگویی به مشتریان نیز هست. این امر نقش بسیار مهمی برای موفقیت یک برند در بازارهای جهانی دارد. اگر کسب و کار شما به دنبال تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف است، کیفیت پاسخگویی و تعامل با مشتریان نیز عامل مهمی خواهد بود. این امر با توجه به کارکردهای ویژه اتوماسیون به شما کمک خواهد کرد. نتیجه‌امر اینکه برندگان در مدت زمانی بسیار کوتاه امکان جلب نظر مشتریان با خدمات بازاریابی عالی را خواهد یافت.

اتوماسیون در کدام حوزه‌های بازاریابی کاربرد دارد؟

کاربرد اتوماسیون در عرصه بازاریابی امر بسیار مهمی محسوب می‌شود. برخی از برندها برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف به طور مداوم در تلاش برای جلب نظر مشتریان هستند. اگر در این میان شما استفاده از اتوماسیون را نیز مدنظر قرار دهید، هیچ برندی در بازار توان رقابت با شما را پیدا نخواهد کرد.

مهم‌ترین حوزه‌های استفاده از اتوماسیون در این مقاله به شرح ذیل دسته‌بندی شده است. اگر شما مایل به آشنایی با شیوه‌های کاربرد اتوماسیون هستید، نکات ذیل را به دقت مورد توجه قرار دهید.

زمان‌بندی بارگذاری پست

بارگذاری پست در زمان درست اغلب اوقات برندها را به سوی مشکلات گسترده ای سوق می‌دهد. اگر برند شما حتی بهترین محتوای دنیا را هم داشته باشد، در صورت برنامه‌ریزی نادرست برای انتشارش حتی امکان جلب نظر یک مخاطب را نیز نخواهید داشت. این امر به خوبی اهمیت بارگذاری محتوا در زمان درست را نشان می‌دهد. با این حساب اگر شما به دنبال ایجاد تغییرات اساسی در روند فعالیت برندگان هستید، باید نکات تازه‌ای را مدنظر قرار دهید.

ابزارهای دارای فناوری اتوماسیون به برندها برای بارگذاری خودکار محتوا کمک می‌کنند. این امر اغلب اوقات بدون اینکه حتی نیاز به نظارت تیم‌های بازاریابی باشد، صورت می‌گیرد. بنابراین شما هیچ مشکلی از نظر تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف‌تان نخواهید داشت. این امر اهمیت بسیار زیادی برای



تیم‌های بازاریابی به همراه خواهد داشت.

اگر شما نیز در کسب و کارتان به طور مداوم با مسئله کمبود زمان رو به رو هستید، باید اول از همه استفاده از ابزارهای اتوماسیون را مدنظر قرار دهید. این امر نه تنها بخش گسترده‌ای از استرس شما را رفع می‌کند، بلکه فرصت توجه به کارهای مهمتر را نیز به برندگان خواهد داد.

گردآوری داده‌ها

گردآوری داده‌ها از عملکرد مشتریان یا وضعیت کلی بازار یکی دیگر از کاربردهای اتوماسیون محسوب می‌شود. بدون تردید کمتر کسی در دنیای بازاریابی حوصله تمرکز بر روی کارهای تکراری یک تیم بازاریابی را دارد. این امر موجب ناتوانی برای جلب نظر مشتریان خواهد شد. نکته مهم در این میان ضرورت استفاده از داده‌های معتبر برای جلب نظر مشتریان به بهترین شکل ممکن است. در این میان اتوماسیون به شما برای گردآوری داده‌ها به بهترین شکل ممکن کمک خواهد کرد. بی‌شک هیچ برندی در زمینه تاثیر گذاری بر روی مشتریانش بی‌نیاز از اطلاعات دقیق نیست. شاید تنها مشکل در این میان درس‌های گردآوری چنین اطلاعات کاربردی باشد. با این حساب اتوماسیون بهترین ابزار کمکی شما در این بین خواهد بود. این ابزار به شما برای تاثیر گذاری حرفه‌ای بر روی مخاطب هدف کمک کرده و درس‌های پیش روی برندگان را به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش می‌دهد.

مدیریت فروش آنلاین

فروش آنلاین و راهنمایی مشتریان برای خرید دردرسر بزرگی محسوب می‌شود. مشتریان به طور معمول برای خرید آنلاین سختگیری‌های خاص خودشان را دارند. با این حساب اگر شما به طور ویژه‌ای در زمینه کمک به مشتریان و راهنمایی‌شان برای خرید عالی برنامه نداشته باشید، مشکلات‌تان روز به روز بیشتر خواهد شد.

خوشبختانه امروزه ابزارهای اتوماسیون در پیوند با هوش مصنوعی امکان تاثیر گذاری حرفه‌ای بر روی مخاطب هدف را فراهم کرده‌اند. این امر به شما برای جلب نظر مشتریان به بهترین شکل ممکن کمک خواهد کرد. اگر شما در این رابطه مشکلی داشته باشید، به طور معمول نسل جدید هوش مصنوعی تمام درس‌های‌تان را از بین خواهد برد. با این حساب هیچ بهانه‌ای برای عدم استفاده از چنین ابزارهایی پیش روی شما نخواهد بود.

مدیریت تبلیغات آنلاین

تبلیغات در شبکه‌های اجتماعی یکی از منابع اصلی درآمد پلنفرم‌ها محسوب می‌شود. بسیاری از برندها برای دیده‌شدن هرچه بهتر محصولات‌شان در عمل به سوی همکاری با شبکه‌های اجتماعی از نقطه نظر تبلیغاتی حرکت می‌کنند. این امر علاوه بر اینکه از نظر اقتصادی مقرون به صرفه خواهد بود، دامنه وسیعتری از مشتریان را نیز جلب می‌کند. اگر شما همیشه نگران نحوه مدیریت تبلیغات‌تان در پلنفرم‌های اجتماعی هستید، خبر خوش امکان استفاده از ابزارهای اتوماسیون است. این ابزارها به طور حرفه‌ای فعالیت شما در زمینه تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف را مورد ارزیابی قرار داده و در صورت نیاز پیام احتضاری برای به روز رسانی تبلیغات‌تان ارسال می‌کنند.

نکات مهم در استفاده از ابزارهای اتوماسیون

شاید در نگاه نخست استفاده از ابزارهای اتوماسیون بسیار جذاب به نظر برسد، اما اگر شما توجه لازم را به این نکته نشان ندهید، شانس‌تان برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف به شدت کاهش پیدا خواهد کرد. این امر دردسرهای تیم‌های بازاریابی را دوچندان کرده و میزان بازگشت سرمایه را نیز کاهش خواهد داد. در ادامه برخی از مهم‌ترین نکات برای توجه در عرصه استفاده از اتوماسیون را با هم مرور خواهیم کرد.

پشتیبانی ۲۴ ساعته ضروری است!

پشتیبانی از مشتریان به طور ۲۴ ساعته هنوز هم امر مهمی برای برندها محسوب می‌شود. شما به غیر از کاربردهای اتوماسیون باید همیشه چند کارشناس حرفه‌ای نیز در کنار بودنتان داشته باشید. این امر برای پوشش اشتباهات احتمالی هوش مصنوعی ضرورت دارد. اگر شما به این نکته مهم توجه لازم را نشان دهید، شانس بسیار بالایی برای جلب نظر مشتریان پیدا می‌کنید. این امر وضعیت تعامل شما با مشتریان را به شدت ارتقا بخشیده و شانس‌تان در این میان را تقویت می‌کند. متأسفانه بسیاری از برندها در این رابطه به اهمیت تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف به طور حرفه‌ای توجه نشان نمی‌دهند. درست به همین خاطر تیم‌های بازاریابی در عمل با مشکلات بسیار زیادی رو به رو می‌شوند. اگر کسب و کار شما نیز به دنبال تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف به بهترین شکل ممکن است، باید همیشه پشتیبانی ۲۴ ساعته با استفاده از کارشناس‌های حرفه‌ای را مدنظر قرار دهید.

استفاده از ربات‌های کلیشه‌ای ممنوع

استفاده از ربات‌های کلیشه‌ای که فاقد هوش مصنوعی هستند، بدترین تصمیم برای کازبست اتوماسیون در عرصه کسب و کار خواهد بود. این امر شاید در ابتدا کارهای شما را به طور چشمگیری کم کند، اما در مدت زمانی اندک موج بالایی از شکایت کاربران را به همراه دارد. این امر برای بازاریابی و تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف نوعی فاجعه خواهد بود.

توصیه ما در این بخش بسیار ساده و کاربردی است. اساسی‌ترین مشکل در استفاده از ربات‌های چت کلیشه‌ای ناتوانی برای پاسخگویی به نیازها و انتظارات مشتریان است. بنابراین شما باید یک بار برای همیشه استفاده از چنین ربات‌هایی را متوقف نمایید، در غیر این صورت شانس‌تان برای تاثیر گذاری بر روی کاربران به شدت کاهش پیدا می‌کند.

اگر شما به هنگام انتخاب بهترین ابزار بازاریابی زمان کافی را اختصاص دهید، دیگر دردسری برای پیدا کردن بهترین برند همکار نخواهید داشت. امروزه برندهای بسیار زیادی در زمینه طراحی و ارائه ربات‌های چت فعالیت دارند. بنابراین شما باید فقط پس از پرس و جوهای مناسب اقدام به تعامل با مشتریان نمایید، در غیر این صورت شانس‌تان برای جلب نظر مشتریان در نهایت کار بسیار کم خواهد بود.

تصمیم‌گیری‌های مبتنی بر عجله زیاد در حوزه بازاریابی اغلب اوقات برای برندها مشکلات زیادی به همراه دارد. بنابراین شما باید در تلاش برای پرهیز از چنین مشکلاتی باشید، در غیر این صورت درس‌های‌تان به طور ویژه‌ای افزایش پیدا می‌کند.

تنظیم اتوماسیون برای بارگذاری محتوا در بهترین زمان

استفاده از اتوماسیون به معنای امکان استفاده از خدمات این ابزار برای بارگذاری خودکار است. با این حال دست آخر این شما هستید که زمان بارگذاری را مشخص می‌سازد. اگر برند شما هیچ برنامه‌ای در این راستا نداشته باشد، شانس‌تان برای جلب نظر مشتریان به شدت کاهش پیدا می‌کند.

بسیاری از برندها به خیال اینکه بهترین ابزار اتوماسیون دنیا را دارند، دیگر هیچ توجهی به بارگذاری محتوا در بهترین زمان ممکن نشان نمی‌دهند. این امر در بلندمدت توانایی یک برند برای جلب نظر مشتریان را کاهش خواهد داد. تلاش برای مطالعه و تحلیل بازار به بهترین شکل ممکن اغلب اوقات امری ضروری محسوب می‌شود. چنین نکته‌ای برای جلب نظر مشتریان اهمیت بسیار ویژه‌ای محسوب می‌شود. به شما برای جلب نظر آنها کمک می‌کند.

اگر شما بهترین زمان بارگذاری محتوا برای مخاطب‌تان را پیدا کرده‌اید، دیگر هیچ مشکلی پیش روی‌تان برای جلب نظر‌شان نخواهد بود. تنها نکته مهم در این میان تنظیم درست ابزار‌تان است. پس از این امر شما دیگر هیچ کار دیگری نباید انجام دهید. بی‌شک این امر نظر هر بازاریابی را به خودش جلب می‌کند.

آشنایی بهترین ابزارهای اتوماسیون دنیا

ابزار Hootsuite Publisher

یکی از بهترین ابزارها برای انتشار خودکار و زمان‌بندی بارگذاری محتوا Hootsuite Publisher است. این ابزار به برندها امکان ارزیابی تمام شرایط بازار و زمان‌بندی دقیق برای انتشار محتوای از قبل آماده شده‌شان را می‌دهد. شما با چنین کاری دیگر لازم نیست در ساعت‌های غیراداری نیز به دنبال ساماندهی وضعیت بازاریابی‌تان باشید.

متأسفانه بسیاری از تیم‌های بازاریابی علی رغم تهیه محتوای جذاب و مطابق سلیقه مشتریان به دلیل بی‌توجهی به انتشار آن در زمان مناسب شانس تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف را از دست می‌دهند. این امر مشکل بسیار بزرگی برای برندها محسوب می‌شود. اگر شما به دنبال رفع این مشکل برای برندگان هستید، باید اول از همه ابزار Hootsuite را مدنظر قرار دهید. این ابزار بدون دردسرس اضافه‌ای شما را به هدف‌تان در حوزه بازاریابی خواهد رساند.

ابزار هی دی (Heyday)

تعامل با مشتریان و پیگیری وضعیت خریدشان همیشه امری کسل‌کننده برای تیم‌های بازاریابی و فروش محسوب می‌شود. تقریباً هیچ‌کس در دنیا علاقه‌ای به انجام دادن چنین کار کسل‌کننده‌ای ندارد. درست به همین خاطر شما باید همیشه برنامه‌ای دقیق برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب‌تان داشته باشید، در غیر این صورت برندگان با درس‌های بزرگی رو به رو خواهید شد.

ابزار هی دی به سادگی هرچه تمام تعاملات میان شما و مشتریان‌تان در فرآیند خرید را هوشمندسازی می‌کند. شما به این ترتیب دیگر نیازی برای نگرانی مداوم نسبت به سرنوشت بازاریابی‌تان نخواهید داشت. این امر نکته بسیار مهمی برای فرآیند بازاریابی یک برند محسوب می‌شود.

دامنه خدمات ابزار هی دی بسیار فراتر از صرف گردآوری اطلاعات مربوط به خرید مشتریان است. این ابزار با داشتن یک ربات چت اختصاصی به شما امکان ارائه خدمات پس از فروش و راهنمایی مشتریان برای خرید را نیز می‌دهد. به این ترتیب شما هیچ مشکلی برای تاثیر گذاری بر روی مخاطب‌تان نخواهید داشت.

دسترسی به خدمات اولیه ابزار هی دی به طور رایگان امکان‌پذیر است. با این حال اگر شما به دنبال جلب نظر مشتریان به شیوه‌ای بهتر هستید، باید

آگهی فقدان مدرک تحصیلی (نوبت سوم)
مدرک فارغ التحصیلی اینجناب عباس امینی فرزند حسین به شماره شناسنامه ۰۰۵۶۵۵۳-۵۵۶۰۰ صادره از اسلامشهر در مقطع کارشناسی ارشد رشته زیست شناسی – میکروبیولوژی صادره از واحد دانشگاهی اسلامشهر با شماره سریال ۰۲۶۴۸۵۴ مقفود گردیده واز درجه اعتبار ساقط می باشد . از اینبندۀ تقاضا می شود اصل مدرک را به دانشگاه آزاد اسلامی واحد اسلامشهر به نشانی اسلامشهر – میدان نماز – خیابان شهید صیاد شیرازی – دانشگاه آزاد اسلامی واحد اسلامشهر ارسال نماید .

اندکی هزینه بیشتر انجام دهید. به این ترتیب شما امکان استفاده از نسخه پرمیوم هی دی را پیدا خواهید کرد.

ابزار اسپارک سنتر (Spark Center)

یکی دیگر از ابزارهای حرفه‌ای در زمینه مدیریت فروش محصولات به مشتریان اسپارک سنتر است. این ابزار به بهترین شکل ممکن به شما فرصت تاثیر گذاری بر روی مخاطب هدف را خواهد داد. شما به این ترتیب شانس بسیار زیادی برای جلب نظر مشتریان به حرفه‌ای‌ترین شکل ممکن خواهید داشت. کارکرد اصلی ابزار مورد بحث در زمینه ارائه خدمات پس از فروش است. اگر مشتریان شما نیز به طور مداوم برای تعامل با برندگان پس از فرآیند خرید تمایل نشان می‌دهند، ابزار اسپارک سنتر گزینه بسیار خوبی خواهد بود. این ابزار با استفاده از آخرین نسل هوش مصنوعی به شما امکان ارائه اطلاعات دقیق به مشتریان را خواهد داد.

بدون تردید تعامل با مشتریان در قالب خدمات پس از فروش گزینه‌ای جذاب برای یک بازاریاب حرفه‌ای نیست. درست به همین خاطر در صورت تمایل امکان استفاده از ابزار اسپارک سنتر برای خودکارسازی خدمات این بخش را خواهید داشت. این امر به طور کاملاً رایگان در دسترس شما خواهد بود. البته برای استفاده از ویژگی‌های پیشرفته‌تر مانند توصیه‌های کارشناس‌های توسعه‌دهنده این ابزار شما باید اول را به طور کامل خریداری نمایید. با این حال اگر برندگان در ابتدای امر صرف هزینه اضافه دلیلی نخواهد داشت.

ابزار تاک واکر (Talk Walker)

ابزار تاک واکر به طور اختصاصی برای چت و گفت و گوی میان برندها و مشتریان طراحی شده است. اگر برند شما نیز درس‌های زیادی برای تعامل با مشتریان دارد، ابزار تاک واکر گزینه‌ای جذاب برای بهبود شرایطتان خواهد بود. این ابزار با استفاده از فناوری هوش مصنوعی و یادگیری ماشینی حتی در صورت نبود پاسخی مناسب برای سوال مشتریان امکان جست و جوی آنلاین و پیدا کردن بهترین پاسخ ممکن را خواهد داشت. این امر به شما امکان تجربه همکاری با یک ابزار حرفه‌ای را می‌دهد.

در کنار ویژگی فوق، ابزار تاک واکر پشتیبانی گسترده‌ای نیز به برندها می‌دهد. این امر شامل گزارش‌های دقیق از عملکرد برند در کنار خدمات کارشناس‌های حرفه‌ای تیم توسعه‌دهنده‌ش است. اگر شما مایل به یادگیری نکات بیشتر در زمینه تعامل با مشتریان هستید، به احتمال زیاد وبلاگ این شرکت نیز نکات جذابی برای‌تان خواهد داشت.

بدون تردید امروزه تعامل با مشتریان و مدیریت فرآیند بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی بدل به امری تخصصی شده است. اگر شما نیز برای تعامل با مشتریان‌تان درس‌های زیادی را پشت سر گذاشته‌اید، اکنون زمان تجدیدنظر در وضعیت‌تان است. استفاده از ابزارهای دارای اتوماسیون و هوش مصنوعی به بهترین شکل ممکن وضع شما در این میان را بهینه‌سازی خواهد کرد.

منبع: blog.hootsuite.com

آگهی دعوت مجمع عمومی فوق العاده
تاریخ انتشار: ۱۴۰۰/۰۹/۲۴
بدینوسیله از کلیه اعضاء محترم شرکت تعاونی معارف کارگران شوفاژکار دعوت به عمل می‌آید تا در مجمع عمومی فوق العاده نوبت اول که در روز یکشنبه مورخه ۱۴۰۰/۰۹/۱۵ رأس ساعت ۱۲:۰۰ در محل رستوران شوفاژ کار تاکستان به آدرس: تاکستان بخش مرکزی تاکستان خ شهرك صنعتی شامي شاپ خ جاده قزوین-زنجان پ. -۰۰ طبقه همكف كدپستی: ۳۳۸۱۲۳۵۲۳۳ تشکیل می گردد <p>از دست داشتن هر گه سهام یا دفترچه عضویت حضور بهم رسانند.</p> <p>ضمناً طبق ماده ۱۹ این نامه نحوه تشکیل مجامع عمومی مصوب ۱۳۸۷/۳۸ هر یک از اعضاء تعاونی می تواند نماینده تام اختیاری از میان اعضاء تعاونی و یا خارج از آن، برای حضور در مجمع و اصلاح رای تعیین نماید. تعداد اعضاء رای‌وگانی هر عضو حداکثر ۲ رای و هر شخص غیر عضو یک رای خواهد بود.</p> <p>نشنا وکالتنامه های عادی می بایست با حضور وکیل و موکل یک روز بعد از انتشار آگهی مذکور تا یک روز قبل از تشکیل مجمع به غیر از ايام تعطیل در محل دفتر شرکت به نشانی رستوران شوفاژ کار تاکستان به آدرس: تاکستان بخش مرکزی تاکستان خ شهرك صنعتی شامي شاپ خ جاده قزوین-زنجان پ. -۰۰ طبقه همكف كدپستی: ۳۳۸۱۲۳۵۲۳۳ تنظیم و توسط هیات مدیره/بازرس یا بازرسان بررسی و تأیید شود و مورد و جود به صحر مقرر گردد در غیر این صورت کالتنامه رسمی حضور در مجمع منسبست به تأیید یکی از دفترخانه های اسناد رسمی رسیده باشد.</p> <p>دستور جلسه:</p> <p>۱- اصلاح ماده ۴ اساسنامه (تغییر نحوه عملیات تعاونی)</p> <p>۲-اصلاح ماده ۴ اساسنامه (تغییر نشانی شرکت تعاونی)</p> <p>اعضاء رئیس هیات مدیره</p>

آگهی ماده ۳ قانون وا ماده ۱۱ آیین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی
برابر رای شماره ۱۲۲-۰۰۱۲۷۲۶۰۰۰۰۶۰۳۷۱۶۰۰۰۰۰ مورخ ۱۴۰۰/۰۴/۱۶ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک بایو تصرفات مالکانه بانامعارض متقاضی آقای حمید ملاچایر پور فرزند خلف بشماره شناسنامه ۲۵ صادره از اهواز در یکقطعه زمین کشاورزی . خریداری شده مع واسطه بمساحت ۹۰۰۰۰ متر مربع قسمتی از پلاک یک فرعی از ۹ اصلی واقع در بخش ۷ بایو- آدرس محل وقوع ملک، شهرستان بایو- فاصل – کانال P1 محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به وسیله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاصی نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند میبایزند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت ۲ 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 تقاضای مهلت اعتراضی و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد. شماره مالف: ۵/۱۶۶۶ (تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۰/۰۹/۰۷) (تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۰/۰۹/۲۴)
رئیس اداره ثبت اسناد و املاک بایو- خلیلی زاده

آگهی موضوع ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی
نظر به اینکه در اجرای قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان های فاقد سند رسمی برابر رای ۱۶۸۸-۰۰۳۷۱۲۳۳-۱۴۰۰۶ مورخ ۱۴۰۰/۰۸/۵ تصرفات آقای رحیم بایو فرزند سلیمی شماره شناسنامه ۵۱ ذاری کد ملی ۱۷۵۶۶۷۵۷۱۶ صادره از اهواز نسبت به شناسنگد یکپکب ساختمان به مساحت ۳۰۴/۹۲ متر مربع در قسمتی از پلاک ۲۶۹۰۱۲۴ واقع در بخش دو اهواز اخبار خروچی سهمی متقاضی دفتر ۱۲۴ صفحه ۳۸۰۰ برابر ماده ۳ قانون مزبور مراتب در دو نوبت به فاصله یازده روز جهت اطلاع عموم آگهی می گردد تا هر کس نسبت به تصرفات مفروضه و مالکیت ایشان اعتراض داشته باشد از تاریخ انتشار نوبت اول این آگهی بمدت دو ماه اعتراض خود را مستقیماً به اداره ثبت اسناد و املاک اهواز تسلیم و رسید دریافت نمایند و معترض مکلف است ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست به مقامات قضایی تقدیم و گواهی تقدیم دادخواست اخذ و به اداره ثبت محل تحویل نمایند. بدیهی است در صورت عدم وصول اعتراض در موعده مقرر اداره ثبت برابر مقررات اقدام بصور سند مالکیت خواهد نمود
شماره مالف: ۵/۱۶۶۲
رئیس اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه دو اهواز- نصرت اله
(تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۰/۰۹/۰۸)
(تاریخ انتشار نوبت دوم:۱۴۰۰/۰۹/۲۴)

سیمیدکو واحد نمونه صنعتی استان خراسان رضوی شد



مشهد: صابر ابراهیم بای: به مناسبت روز ملی صنعت و با حضور استاندار استان خراسان رضوی، رئیس اتاق بازرگانی ایران و رئیس خانه صنعت، معدن و تجارت ایران، از واحدهای نمونه سال تقدیر شد.

در این همایش از شرکت صنعتی و معدنی توسعه فراگیر سناباد (سیمیدکو) به عنوان واحد نمونه صنعتی استان خراسان رضوی در سال ۱۴۰۰ تقدیر شد. غلامرضا نایزپرور رئیس خانه معدن استان خراسان رضوی، معدن را کلید راه توسعه بر شمرد و افزود: شرکت صنعتی و معدنی توسعه فراگیر سناباد یکی از فعال ترین مجموعه‌ها در عرصه معدن است که با جدیت به فعالیت‌های سازنده در استان خراسان رضوی می‌پردازد. رئیس خانه معدن استان خراسان رضوی افزود: انتخاب سیمیدکو برای دومین سال پیاپی به عنوان واحد نمونه صنعتی استان، حاصل ارزیابی تخصصی واحدهای معدن و صنایع معدنی استان است و کسب این دستاورد را به کارکنان تالاشگر این مجموعه تبریک می‌گویم. گفتنی است، شرکت صنعتی و معدنی توسعه فراگیر سناباد (سیمیدکو) یکی از تولیدکنندگان مطرح گندله و کنسانتره سنگ آهن در کشور با مجموع ظرفیت تولید ۵ میلیون تن در سال است. این واحد صنعتی و معدنی در زنجیره تولید فولاد کشور در گروه فولاد خوزستان در منطقه معدنی سنگان شهرستان خواف استان خراسان رضوی فعالیت دارد و توانسته، دو سال متوالی جایگاه واحد نمونه صنعتی استان خراسان رضوی را کسب کند.

شرکت گاز استان بوشهر رتبه عالی ارزیابی عملکرد شرکت های تابعه شرکت ملی گاز ایران را به خود اختصاص داد



بوشهر - خبرنگار فرصت امروز: مدیر عامل شرکت گاز استان بوشهر از کسب رتبه عالی ارزیابی عملکرد شرکت گاز استان در کشور خبر داد. به گزارش روابط عمومی شرکت گاز استان بوشهر مدیر عامل این شرکت گفت: در راستای مدل سازمانی اداری و استخدامی کشور، مدل ارزیابی عملکرد شرکت های تابعه شرکت ملی گاز ایران توسط مدیریت واحد مهندسی ساختار تهیه، تدوین و بر مبنای این مدل تعالی، شرکت های تابعه بصورت سالیانه مورد ارزیابی قرار می‌گیرند. رحمانی گفت: مطابق با مدل تدوین شده، عملکرد شرکت

گاز استان بوشهر در سال ۱۳۹۹ مورد ارزیابی قرار گرفت و بر این اساس مطابق با گزارش نتایج این ارزیابی، شرکت گاز استان بوشهر موفق به کسب رتبه عالی در میان تمامی شرکت های تابعه شرکت ملی گاز ایران شده است. وی در ادامه افزود: شرکت گاز استان بوشهر، تنها شرکت گاز استانی بود که موفق به کسب این نتیجه شده است. رحمانی تصریح کرد: این ارزیابی در هفت محور که شامل ۶ محور عمومی و ۱ محور اختصاصی مرتبط با هر یک از حوزه های گازرسانی و مجموعاً ۱۸۶ شاخص عملکردی توسط متولیان و کمیته های بهره وری انجام گردید. وی افزود: در سالیان گذشته با حرکت در مسیر تعالی و با وجود نیروهای متخصص و متعهد، تمام تلاش خود را برای ارائه خدمات به بهترین روش ممکن برای ذینفعان انجام داده ایم و با انجام این ارزیابی ها ضمن تقویت نقاط قوت به شناسایی نقاط قابل بهبود و اصلاح آنها خواهیم پرداخت. مدیر عامل شرکت گاز استان بوشهر در همین راستا کسب رتبه عالی ارزیابی عملکرد را به کارکنان این شرکت تبریک گفت و از درگاه ایزد منان مزید توفیقات را برای خدمتی سرشار از رشد و شکوفایی برای ایشان مسألت داشتند.

آبفای استان اصفهان در قالب «پیش بانوی آب» برگزار می کند:

فراخوان نگارش مقاله با موضوع «سواست در مصرف آب»



اصفهان - قاسم اسد: فراخوان دریافت مقاله با موضوع سواست در مصرف آب در قالب «پیش بانوی آب»، از سوی آبفای استان اصفهان منتشر شد. کارشناس مسئول ارتباط با رسانه آبفای استان اصفهان گفت: سواست و شو یکی از شایع ترین اختلال های وسواسی است که علاوه بر آزار فرد وسواسی و خانواده اش، سرانه مصرف آب شرب آن خوار را نیز به شدت افزایش می دهد. مهسا آستانه تولید محتوای علمی را یکی از رویکردهای آبفای استان اصفهان عنوان کرد و افزود: هدف از این فراخوان به دست آوردن داده های علمی برای مشترکینی است که به سواست در مصرف آب مبتلا هستند.

وی گفت: افراد متخصص و دانشجویان رشته های روان شناسی، روان پزشکی و جامعه شناسی می توانند در محورهای «انواع وسواس در مصرف آب»، «روش های درمان وسواس در مصرف آب»، «نحوه گفت و گو، مذاکره و اقناع افراد مبتلا به وسواس در مصرف آب»، «وسواس در مصرف آب و ویروس کرونا»، «هدایت رفتار و کاهش مصرف آب»، «تشق افکار ناآرام دمد و خطاهای شناختی در مصرف زیاد آب» مقاله های خود را ارسال کنند.

آستانه مهلت زمان ارسال آثار را ۱۵ دی ماه جاری عنوان کرد و گفت: مقالات توسط افراد متخصص داوری می شود و در همایش علمی که هفته نخست بهمن ماه و همزمان با هفته گرامیداشت مقام زن برگزار خواهد شد، از مقالات برتر تقدیر به عمل می آید. گفتنی است علاقه مندان می توانند مقالات خود را به صورت فایل word یا pdf در فضای مجازی به شماره ۰۹۲۲۰۵۹۲۲۰۵ همراه با مشخصات کامل از قبیل نام و نام خانوادگی، شماره تماس و نشانی دقیق پستی، ارسال کنند؛ همچنین برای کسب اطلاعات در خصوص نحوه نگارش مقاله به آدرس <https://www.forsatnet.ir> مراجعه کرده و از دبیرخانه «پیش بانوی آب» به شماره تلفن ۰۲۱-۳۲۲۰۰۱۴ تماس حاصل کنند.

رئیس روابط عمومی شرکت ملی پالایش و پخش خیر داد:

تدوین شیوه نامه مدیریت بحران در ساختار روابط عمومی شرکت های تابعه



بندرعباس - خبرنگار فرصت امروز: رئیس روابط عمومی شرکت ملی پالایش و پخش فراورده های نفتی از تدوین شیوه نامه مدیریت بحران در ساختار روابط عمومی شرکت های تابعه خبر داد.

به گزارش اطلاع رسانی شرکت ملی پالایش و پخش فراورده های نفتی ایران، مجید شهیدی در جلسه هئادنی روابط عمومی های شرکت ملی پالایش و پخش که ۱۶ آذرماه به صورت ویدئو کنفرانسی با مناطق ۳۷ گانه شرکت ملی پخش برگزار شد، با اشاره به اهمیت و لزوم تدوین شیوه نامه های جهت نظارت و مدیریت بحران اظهار کرد: پس از تجمیع نظرات و

هئادنیسی با روسای روابط عمومی ها به زودی نتیجه به مدیرعامل شرکت ملی پالایش و پخش ارسال خواهد شد تا پس از تایید و بررسی به تصویب برسد. شهیدی همچنین با بیان اینکه چنین شیوه نامه ای تا پیش از این در چارچوب روابط عمومی وجود نداشته است، گفت: طی جلسه اخیری که با روسای محترم روابط عمومی ۴ شرکت اصلی در وزارت نفت داشتیم این پیشنهاد مطرح و مورد استقبال قرار گرفت. براساس این خبر، طی جلسه مذکور کار کرد سالیانه و کاتال های ارتباطی مناطق ۳۷ گانه شرکت ملی پخش و با رویکرد یکپارچه سازی و ضرب نفوذ خبر، روند اطلاع رسانی و شیوه های موز بر آن، و کاهش مشکلات و چالش ها در روند اطلاع رسانی بررسی شد و در ادامه پیشنهادها و راهکارهایی دراین خصوص ارائه گردید. گفتنی است، پیش از برگزاری این هئادنیسی رئیس روابط عمومی شرکت ملی پالایش و پخش فراورده های نفتی به همراه هیئت همراه از واحدهای شرکت ملی پخش بازدید کرد و با مسئولان ستاد به گفتگو پرداخت.

مشکلات حوزه برق سیوان ایلام بررسی شد

ایلام - منصوروی: از سوی مدیر اداره برق شهرستان ایلام و رئیس شورای اسلامی بخش سیوان، مشکلات بخش برق این منطقه مورد بررسی قرار گرفت. "شرف جهانیان را" رئیس شورای اسلامی بخش سیوان با اشاره به ظرفیت های بالقوه سیوان در بخش های کشاورزی و گردشگری اظهار کرد: استقبال گردشگران و توسعه کشاورزی در این بخش باعث شده ارتقای زیرساخت های همچون برق، آنتن دهی تلفن همراه و... بیش از پیش مورد توجه باشد. رئیس شورای اسلامی بخش سیوان افزود: برق نیز به عنوان یکی از زیرساخت ها مدتی است مسیر توسعه را در پیش گرفته، اما نیازمند تسهیل و همراهی مدیران برای اتمام خدمت رسانی در این حوزه هستیم.

وی با بیان اینکه روشی بین روستایی نیز از چشم اندازهای گردشگری کشاورزی است، تصریح کرد: در حال حاضر در بخش هایی از روستاهای چهارپایه ای، میان، حسین آباد و کله کیود با مشکلاتی در زیرساخت های برق روبه رو هستیم که امیدواریم مرتفع شود. مهندس هواسی- مدیر اداره برق شهرستان ایلام از همکاری برای توسعه زیرساخت ها در روستاها خبر داد و بیان کرد: تعویض شبکه برق تعدادی از روستاها به مناسفه رفته است و کار ورود برق فشار متوسط به روستاهای کله کیود نیز در حال انجام است.

مراسم اختتامیه مسابقات فرهنگی ورزشی بسیج ادارات استان گلستان برگزار شد

گرگان - خبرنگار فرصت امروز: این مراسم به مناسبت گرامیداشت هفته بسیج در سال ۱۴۰۰ انجام مراسم اختتامیه مسابقات فرهنگی ورزشی بسیج ادارات استان به مناسبت گرامیداشت هفته بسیج در سال ۱۴۰۰ و تجلیل از قهرمانان و اعضای شورای برگزاری مسابقات بسیج در این مراسم از سر کار خانم یلدا همت زاده قهرمان مسابقات تنیس روی میز بانوان بسیج ادارات استان و از مهندس سید رضا موسوی به عنوان عضو برگزار کننده مسابقات و شورای فرهنگی بسیج ادارات استان تقدیر گردید.

حضور جمعی از اعضای شورای پایگاه مقاومت بسیج نیروگاه رامین در وینار بسیج وزارت نیرو

وینار بسیج با حضور وزیر نیرو و بسیجیان صنعت آب و برق کشور برگزار شد



یک فرهنگ، تفکر، مکتب و رفتار بوده و مرزی برای آن وجود ندارد، تصریح کرد: بسیجی باید در نقطه ای که انقلاب او را نیاز دارد، حضور قدرتمندی داشته باشد. امروز به تعبیر مقام معظم رهبری، بسیج از یک مأموریت حساس سرلند بیرون آمده و وارد مأموریت های ویژه در موقعیت های مختلف شده است. محرابیان با اشاره به پتانسیل موجود در بسیج وزارت نیرو اضافه کرد: امروز باید تکلیف خویشان را در برابر جامعه بدانیم و مراقبت کنیم این روحیه بسیجی حفظ شود. وی با بیان اینکه بسیج علاوه بر تکالیف عامه خود، دارای تکالیف خاصی است، یادآور شد: در صنعت آب و برق تکلیف مشخص بوده و متأسفانه کمیته های قابل توجهی که ملاحظه می شود حاصل غفلت از تفکر بسیجی است. به گفته وی، متأسفانه تفکر اشتباه نگاه به بیرون در سال های گذشته، مسأله را به بیرون زده بود، در حالی که راه حل مشکلات با نگاه به ظرفیت های درون کشور برطرف می شود.

شهردار قم تاکید کرد:

ضرورت توجه به مباحث پژوهشی در حل معضلات شهر و شهروندان



قم - خبرنگار فرصت امروز: شهردار قم بر ضرورت توجه بیشتر به امور پژوهشی در مباحث مدیریت شهری باهدف رفع نیازها و حل معضلات و مشکلات شهری تأکید کرد.

به گزارش شهر نیوز، دکتر سید مرتضی سقائیان نژاد در نوزدهمین جلسه رسمی و علنی شورای شهر قم روز دوشنبه با حضور رئیس و اعضای شورای اسلامی شهر، برخی از معاونین شهرداری و مدیران شهری در سالن جلسات ساختمان شهید باکری برگزار شد با اشاره به ۲۷ آذرماه روز وحدت حوزه و دانشگاه عنوان کرد: هدف از وحدت حوزه و دانشگاه این بود که روح حوزه در دانشگاه دمیده شود و دانشگاه ها بر مبنای آن نسبت به برنامه ریزی و پژوهش در کشور اقدام نمایند. شهردار قم همچنین ۲۵ آذر ما روز ملی پژوهش را نیز مورد تأکید قرار داد و بیان کرد: در شهر قم ۶۰۰ مرکز پژوهشی فعال است اما امروز از نظر کارکردی و کارآمدی این مراکز در سطح جامعه علامت سؤال وجود دارد. وی اصل مباحث پژوهشی در هر امری را مهم دانست و ادامه داد: در قرآن کریم همواره بر اصل پژوهش و تفکر تأکید شده است؛ چراکه علم بدون پژوهش

یک مقوله ایتراست.

دکتر سقائیان نژاد تصریح کرد: یکی از مشکلات بزرگ که با آن مواجه هستیم، سیستم آموزشی است؛ پژوهش و سایر ارزش ها باید از دوران مدرسه در بین دانش آموزان نهادینه شود و وقتی این مهم در بین دانش آموزان نهادینه نشود صحبت کردن از آن معنا و مفهومی نخواهد داشت. شهردار قم نظام آموزشی امروز

مدیرکل تعاون، کار و رفاه اجتماعی آذربایجان شرقی:

معافیت مالیاتی موضوع مزایای رفاهی و انگیزشی مشمولان قانون کار پیگیری می شود

گفتگوی دولت و بخش خصوصی استان آذربایجان شرقی در شش ماهه نخست سال جاری» و «درخواست مدیرکل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان و ارائه گزارش مدیرکل امور مالیاتی در خصوص مصوبه موضوع بررسی مصدقین مزایای رفاهی و انگیزشی مشمولان قانون کار و معافیت این مزایا و حق بیمه سهم حقوق بگیران از موضوع ماده ۸۲ قانون مالیات های مستقیم» پیگیری شد.

«بررسی چالش های پیش روی صنایع فولاد استان»، «بررسی چالش های اخذ کارت بازرگانی و پروانه بهره برداری شرکت های فناوری و دانش بنیان مستقر در پارک های علم و فناوری» و همچنین «بررسی دلایل عدم اجرای ماده چهار قانون نظام مهندسی و کنترل ساختمان و آیین نامه اجرایی ماده ۳۳ قانون مذکور موضوع الزام استفاده از خدمات سازندگان ذیصلاح در احداث تمامی ساختمان ها» از دیگر دستورات این نشست بود که مورد بحث و بررسی قرار گرفت.



خصوصی آذربایجان شرقی که با حضور مسئولان دولتی، قضایی، بخش خصوصی و جمعی از نمایندگان مردم استان در مجلس شورای اسلامی در محل اتاق تیریز برگزار شد. پیرامون «راه گزارش عملکرد شورای

تجلیل از بسیجیان و قهرمانان دومین جشنواره ورزشی کارکنان شرکت آبفای گیلان در سال ۱۴۰۰

شرکت آبفای گیلان در سال جاری، بر استمرار در برگزاری چنین جشنواره هایی تأکید کرد. جانشین فرمانده سپاه قدس گیلان نیز در این مراسم ضمن گرامیداشت هفته بسیج، گفت: سپاه و بسیج با نگاه جهادی، برای پیشرفت کشور در عرصه های مختلف گام بر می دارد. فرهنگ همچنین با اشاره به نقش ورزش در افزایش نشاط و شادابی جسم و روح افزود: خوشبختانه در استان گیلان ورزشکارانی داریم که در میادین ملی و بین المللی برای کشورمان افتخارآفرینی کرده اند. مازار، علویپور فرمانده پایگاه مقاومت بسیج شهید عباسپور شرکت آبفای گیلان نیز در سخنانی به تشریح برنامه های این شرکت در هفته بسیج پرداخت و برگزاری جشنواره ورزشی و تجلیل از کارمندان بسیجی را یکی از مهم ترین برنامه های این هفته عنوان کرد. حمیدرضا ناطقی دبیر هیات ورزش آبفای گیلان هم با اشاره به افزایش تعداد شرکت کنندگان در این جشنواره ورزشی؛ از حمایت های مدیرعامل شرکت آبفای استان جهت برگزاری مسابقات ورزشی در مناسبت های مختلف قدرانی کرد. بنابراین گزارش: در این آیین از کارمندان بسیجی و قهرمانان دومین جشنواره ورزشی شرکت آب و فاضلاب گیلان با اهدای لوح تقدیر و هدیه ای تجلیل شد.

تغییر و تحول در ورزش شهر اولین ها:

سرپرست معاونت ورزشی سازمان فرهنگی، اجتماعی و ورزشی شهرداری تبریز معرفی شد

اجتماعی و ورزشی شهرداری تبریز در خصوص برگزاری این رویداد ورزشی اظهار داشت: طرح دوشنبه های ورزشی یکی از برنامه های است که با همکاری هیئت ورزش های همگانی تبریز برای جلب توجه و افزایش مشارکت همشهریان در راستای توسعه ورزش همگانی پیش بینی شده و در پارک های مختلف سطح شهر برگزار می شود. وی افزود: امروزه همه بر تأثیر ورزش در بهبود سبک زندگی، ارتقای سلامت جسمی، روحی و روانی و... واقف هستند و لازم است در عمل نیز اقدامات مؤثری در همگانی کردن ورزش صورت بگیرد. بر همین اساس با استفاده از تجربیات گذشته، همکاری با نهادها و سمن ها و برنامه ریزی مناسب، به دنبال افزایش برنامه های ورزشی در سطح شهرمان هستیم که طرح «دوشنبه های ورزشی» یکی از این رویدادها است. جوانعلی آذر گفت: تلاش می کنیم عدالت ورزشی را نیز در مناطق مختلف شهر اجرا کنیم تا شاهد افزایش مناسب و متعادل نشاط اجتماعی اقشار مختلف همشهریان عزیزمان باشیم.

گفت: آقای علی پور تجرب خوبی در حوزه ورزش داشته و برنامه های قابل توجهی هم برای توسعه ورزش در سطح شهر ارائه کرده است. وی افزود: امیدواریم با همراهی و وحدت رویه در مجموعه شهرداری تبریز شاهد رشد و شکوفایی بیش از پیش در این عرصه باشیم. مدیریت دفتر نمایندگی روزنامه در استان آذربایجان شرقی انتصاب شایسته آقای محمد علی پور را به سمت سرپرست معاونت ورزشی سازمان فرهنگی، اجتماعی و ورزشی شهرداری تبریز تبریک عرض نموده و مزید توفیقات ایشان را آرزومند است.

طرح «دوشنبه های ورزشی» در پارک های مختلف برگزار می شود رئیس سازمان فرهنگی، اجتماعی و ورزشی شهرداری تبریز از اجرای طرح «دوشنبه های ورزشی» در پارک های مختلف سطح شهر تبریز خبر داد. طرح دوشنبه های ورزشی با حضور رسول جوانعلی آذر، رئیس سازمان فرهنگی، اجتماعی و ورزشی شهرداری تبریز و اقشار مختلف همشهریان در پارک ائل گلی برگزار شد. رئیس سازمان فرهنگی،

رشت - خبرنگار فرصت امروز: آئین تجلیل از بسیجیان و قهرمانان دومین جشنواره ورزشی شرکت آب و فاضلاب گیلان در سال ۱۴۰۰ عصر امروز در سالن ورزشی چندمنظوره این شرکت برگزار شد.

به گزارش دفتر روابط عمومی و آموزش همگانی شرکت آب و فاضلاب گیلان؛ رئیس هیات مدیره و مدیرعامل شرکت در این مراسم ضمن تبریک هفته بسیج گفت: در ۴۲ سال گذشته، بسیج در عرصه های مختلف عمرانی، فرهنگی، اجتماعی و علمی به بهترین شکل نقش آفرینی کرده است. سید محسن حسینی با اشاره به نقش تأثیر گذار نیروهای بسیجی در هشت سال دفاع مقدس افزود: در بخش سازندگی، بسیج پروژه های مختلفی را در مناطق محروم و کم برخوردار اجرا کرده است. وی با بیان اینکه بسیج سازندگی در روستاهای دور و صعب العبور گیلان نیز پروژه های عمران و آبادانی را در سخت ترین شرایط اجرا کرده، گفت: در سال جاری ۱۴۱ میلیارد تومان اعتبار محرومیت زدایی در قالب فراگانه امام حسن مجتبی (ع) اختصاص یافته که این اعتبار برای تأمین آب شرب روستاهای فاقد آب شرب هزینه می شود. وی افزود: همکاری



فرهنگی، اجتماعی و ورزشی شهرداری تبریز معرفی شد. محمد علی پور به عنوان سرپرست معاونت ورزشی سازمان فرهنگی، اجتماعی و ورزشی شهرداری تبریز معرفی و از تلاش های مسوول پیشین در این جایگاه، قدرانی شد. رسول جوانعلی آذر، رئیس سازمان فرهنگی، اجتماعی و ورزشی شهرداری تبریز در این جلسه با قدرانی از تلاش های مدیریت وقت معاونت ورزشی این سازمان، اظهار کرد: با توجه به مشکلات و پیچیدگی های اجرایی موجود، برنامه ریزی و تسلاوم فعالیت های این معاونت طی سال های گذشته کار سختی بود. وی در خصوص انتصاب محمد علی پور به عنوان سرپرست معاونت ورزشی سازمان متبوع خود

<div>به قلم: هلیز مازوری</div>
کارشناس بازاریابی دیجیتال
ترجمه: علی آل‌علی

ویدئو در طول سال‌های اخیر در کانون توجه بازاریاب‌ها قرار داشته است. این امر برای بسیاری از برندها به معنای سرمایه‌گذاری حرفه‌ای بر روی تولید محتوای ویدئویی بوده است. هرچه باشد در طول سال‌های اخیر سلیقه کاربران در پیوند مستقیم با تماشای محتوای ویدئویی قرار دارد. بنابراین برندهایی که فعالیت مناسبی در این راستا داشته باشند، در کانون توجه مشتریان قرار می‌گیرند. در این میان اینستاگرام نیز به عنوان یکی از پلتفرم‌های محبوب برای کاربران نقش مهمی در جلب نظر مشتریان دارد. این امر به بازاریاب‌ها امکان تعامل با مشتریان در پلتفرم مورد علاقه‌شان را می‌دهد. بنابراین اگر شما هم به دنبال تعامل با مشتریان هستید، باید اینستاگرام را مدنظر قرار دهید. بازاریابی در اینستاگرام تنها تمرکز بازاریاب‌ها نیست، بسیاری از برندها برای با‌سازی برندشان نیز از این پلتفرم مهم سود می‌برند. با این حساب شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب‌تان امکان سرمایه‌گذاری بر روی اینستاگرام و محتوای ویدئویی آن را دارید. چنین امری جلوه‌ای تازه از برندان را پیش روی مشتریان قرار می‌دهد. برندهایی که تجربه‌های ناموفقی از تعامل با مشتریان داشته‌اند، اغلب اوقات با‌سازی شهرت‌شان در اینستاگرام را بسیار جذاب ارزیابی می‌کنند. درست به همین خاطر شما هم باید در این راستا حضور قابل ملاحظه‌ای داشته باشید.

اینستاگرام در طول سال‌های اخیر یکی از قدرتمندترین شبکه‌های اجتماعی در سراسر دنیا بوده است. همین امر درآمد تبلیغاتی بسیار زیادی برای مدیران این پلتفرم به همراه داشته است. اگرچه شما همیشه امکان همکاری تبلیغاتی با اینستاگرام را دارید، اما در صورت امکان باید بازاریابی ارگانیک را در کانون توجه‌تان قرار دهید، در غیر این صورت شناسن‌تان برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به شدت کاهش پیدا می‌کند.

تغییرات اخیر اینستاگرام راه را برای بازاریاب‌ها به منظور سرمایه‌گذاری بر روی این پلتفرم بسیار هموار کرده است. اکنون دیگر کسب و کارها نیازی برای با‌گذاری صرف ویدئوهای کوتاه در این شبکه اجتماعی ندارند. بلکه ویدئوهای طولانی نیز در بخش IGTV در دسترس قرار دارد. این به‌روز رسانی جذاب اینستاگرام به عنوان نشانه‌ای از رقابت مستقیم با یوتیوب ارزیابی می‌شود. بنابراین شما از نظر با‌گذاری ویدئوهای طولانی نیز در اینستاگرام مشکلی نخواهید داشت. مهم‌ترین مسئله در زمینه استفاده از امکانات اینستاگرام در زمینه بازاریابی ویدئویی و با‌سازی وجهه برند مربوط به استفاده از یک مجموعه درست و کاربردی از ایده‌های بازاریابی است. اگر شما این نکته مه‌م را مدنظر قرار ندهید، شناسن‌تان برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان به شدت کاهش پیدا خواهد کرد. بنابراین باید همیشه این نکته مه‌م را مدنظر قرار دهید.

هدف اصلی در این مقاله بررسی برخی از مهمترین تکنیک‌ها و توصیه‌ها برای بازاریابی ویدئویی در اینستاگرام است و این امر با هدف با‌سازی وجهه برند صورت می‌گیرد. بنابراین اگر شما هم برای ایجاد برندی جذاب برای مشتریان با مشکلات زیادی رو به رو هستید، نکات مورد بحث در این مقاله به شدت برای‌تان کاربردی خواهد بود. در ادامه برخی از مهمترین نکات در این رابطه را مورد ارزیابی قرار می‌دهیم. با این حال پیش از هر کاری باید اندکی درباره اهمیت بازاریابی ویدئویی در اینستاگرام و وجهه منحصر به فردش صحبت کنیم.

چرا بازاریابی ویدئویی در اینستاگرام اینقدر مهم است؟ بی‌تردید چند دهه پلتفرم اجتماعی به طور هم‌زمان در حال رقابت برای جلب نظر کاربران در دنیای آنلاین هستند. با این حساب بد نیست اندکی درباره دلیل اهمیت فزاینده اینستاگرام با هم صحبت کنیم. به راستی چرا بازاریابی در اینستاگرام تا این اندازه مه‌م و کاربردی است؟ پاسخگویی به این سوال کار چندان ساده‌ای نیست. با این حال توجه به برخی از موارد ذیل در رابطه با این موضوع مفید خواهد بود.

بازسازی برند با بازاریابی ویدئویی در اینستاگرام



بازاریابی ویدئویی در اینستاگرام و امکان رقابت با برندهای بزرگ

یکی از ویژگی‌های جذاب اینستاگرام برای برندها امکان رقابت تمام کسب و کارها در آن است. هیچ برندی در اینستاگرام به خاطر حوزه کاری‌اش با محدودیتی در این رابطه مواجه نیست. درست به همین خاطر شما به سادگی هرچه تمام‌تر فرصت رقابت با بزرگترین برندهای دنیا را خواهید داشت.

کاربران در اینستاگرام به طور معمول واکنش مثبتی به اکانت رسمی برندها دارند. بنابراین شما لازم نیست خودتان را برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان به در‌دسر زیادی بیندازید. همین امر بسیاری از برندها را نسبت به بازاریابی در اینستاگرام در مقایسه با دیگر پلتفرم‌های رقیب ترغیب کرده است. اگر شما به دنبال پلتفرمی مناسب برای رقابت منصفانه با دیگر برندها هستید، اینستاگرام بهترین انتخاب ممکن خواهد بود. این پلتفرم امکانات بسیار زیادی در دسترس بازاریاب‌ها قرار می‌دهد.

بازاریابی با بودجه اندک

شما برای بازاریابی در اینستاگرام همیشه نیاز به بودجه‌های کلان ندارید. این امر اهمیت بسیار زیادی برای موفقیت برند شما خواهد داشت. متأسفانه بسیاری از کسب و کارها در طول سال‌های اخیر تمام تمرکزشان بر روی استفاده از اینستاگرام با بودجه‌های کلان بوده است. این امر در رابطه با بازاریابی ارگانیک شاید در گام‌های نخست مزیت مهمی محسوب شود، اما در بلندمدت کیفیت ویدئوها تفاوت میان برندهای موفق و شکست‌خورده را تعیین خواهد کرد. شما در عرصه بازاریابی در اینستاگرام چاره‌ای به غیر از تولید محتوای باکیفیت ندارید، در غیر این صورت شما هیچ شناسنی برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب‌تان نخواهید داشت. بودجه اندک موردنیاز برای بازاریابی در اینستاگرام و با‌سازی برند اغلب اوقات به چشم کسب و کارهایی که تازه شکست خورده یا شرایط مالی بدی را تجربه می‌کنند، مزیت بسیار مهمی به حساب می‌آید. درست به همین خاطر طرفدارهای بازاریابی در اینستاگرام بسیار زیاد هستند. اگر شما هم عملکرد مشابهی برای برندان در این پلتفرم در نظر بگیرید، به سادگی هرچه تمام‌تر شناسن موفقیت در اینستاگرام و تبدیل شدن به یک برند حرفه‌ای را خواهید داشت.

ایده‌هایی برای بازاریابی با ویدئوهای کوتاه در اینستاگرام

شما برای ایجاد تغییرات اساسی در برندان باید اول

از همه ویدئوهای کوتاه را مدنظر قرار دهید. متأسفانه بسیاری از برندها با مشاهده به‌روز رسانی‌های مداوم اینستاگرام به دنبال با‌گذاری ویدئوهای طولانی در بخش IGTV می‌روند. این امر بدون تمرین مداوم و موفقیت در زمینه جلب نظر مشتریان با ویدئوهای کوتاه اغلب اوقات با شکست همراه خواهد شد. هدف اصلی در این بخش بررسی برخی از تکنیک‌ها و توصیه‌های کاربردی برای بازاریابی با ویدئوهای کوتاه خواهد بود. این امر هم وضعیت برند شما در بازار را تغییر می‌دهد، هم اینکه آمادگی‌تان برای کار با ویدئوهای طولانی را نیز افزایش می‌دهد.

نمایش نحوه استفاده از محصولات

بسیاری از مشتریان در زمینه خرید آنلاین همیشه نگرانی‌هایی بابت نحوه استفاده از محصولات دارند. شاید یکی از مهمترین مزایای خرده‌فروشی‌های حضوری در مقایسه با فرآیند فروش آنلاین نیز همین امر باشد. شما به هنگام خرید حضوری امکان مشاهده عینی محصولات و تجربه کوتاه کار با آنها را خواهید داشت. با این حال درباره خرید آنلاین چنین امری هر گز به چشم نمی‌خورد. درست به همین خاطر شما باید عملکرد حرفه‌ای در رابطه با استفاده از اینستاگرام در راستای فروش محصولات‌تان داشته باشید.

اگر برند شما تا به حال در اینستاگرام موفقیت‌چندانی کسب نکرده است، به احتمال زیاد شما شرایط بسیار دشواری در زمینه نمایش محصولات‌تان به مشتریان داشته‌اید. این امر شامل نمایش جلوه‌های اشتباه از محصولات است. توصیه ما تمرکز بر روی نشان دادن محصولات در یک ویدئوی کوتاه و آموزش کار با آنهاست. این امر شاید بسیار ساده به نظر برسد، اما شناسن شما برای جلب نظر مشتریان در کوتاه‌مدت را افزایش می‌دهد. بسیاری از مشتریان به هنگام خرید همیشه دوست دارند اندکی با محصول مورد نظرشان کار کنند. بنابراین اگر شما چنین امکانی را پیش روی مشتریان‌تان قرار دهید، به خوبی امکان جلب نظرشان را پیدا خواهید کرد. ویدئوی شما برای جلب نظر مشتریان باید کاملاً واضح و روشن باشد، در غیر این صورت همیشه شک و تردید در مشتریان باقی خواهد ماند.

تهیه ویدئوهای آموزشی

مشتریان در رابطه با اینستاگرام فقط به دنبال برخی از ایده‌های جذاب و سرگرم‌کننده نیستند. اگر شما نکته‌ای برای آموزش به مشتریان دارید، این امر باید در قالب ویدئوهای کوتاه بدل به واقعیت شود. چنین نکته‌ای می‌تواند برند شما را به بهترین شکل ممکن در کانون توجه مشتریان قرار دهد. نکته اساسی در این رابطه استفاده از ویدئوهای حرفه‌ای برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان است. چنین امری برندان را به بهترین شکل ممکن برندان را در میان کسب و کارهای بزرگ در اینستاگرام قرار می‌دهد. آموزش‌های مرتبط با حوزه کاری‌تان اغلب اوقات تاثیرگذاری بسیار بهتری بر روی مشتریان به همراه دارد. بنابراین یادتان باشد آموزش‌هایی که ارتباط مستقیمی با حوزه فعالیت‌تان ندارند، هیچ مزیتی برای برند شما محسوب نمی‌شود. درست به همین خاطر باید به سادگی هرچه تمام‌تر دور آنها را خط بکشید.

نمایش چالش‌های جذاب به مشتریان

اغلب اوقات کاربران عادی در اینستاگرام در چالش‌های مختلفی شرکت می‌کنند. این امر در صورتی که از سوی برندها نیز به بهترین شکل ممکن دنبال شود، جذابیت زیادی خواهد داشت. درست به همین خاطر شما باید همیشه آمادگی لازم برای شرکت در چالش‌های مختلف را داشته باشید، در غیر این صورت مشتریان خیلی راحت به دیگر برندها جذب شده و شما در نهایت تنها خواهید ماند. استفاده از چالش‌های مختلف بیانگر اهمیت وضعیت بازار و ترندهای تازه آن برای برند شما خواهد بود. این امر نقش مهمی در جلب نظر مشتریان به بهترین شکل ممکن خواهد داشت. با این حساب شما همیشه یک برند جذاب برای مشتریان باقی می‌مانید. اگر شما به دنبال با‌افرینی برندان و تاثیرگذاری دوباره بر روی مشتریان هستید، این نکته طلایی نقش مهمی در جلب نظر‌تان خواهد داشت. گاهی اوقات برند شما یک چهره مشخص از خودش

در میان مشتریان ایجاد کرده است. این چهره می‌تواند مدیرعامل یا مسئول فروش برندان باشد. چنین نکته‌ای کسب و کارتان را به بهترین شکل ممکن در کانون توجه مشتریان قرار خواهد داد. استفاده از چهره موردنظر برای شرکت در چالش‌های روز اغلب ایده بسیار جذابی خواهد بود. بنابراین شما باید تمرکزتان را بر روی این نکته جذاب قرار دهید، در غیر این صورت هر گز برندی جذاب و مطابق سلیقه مشتریان نخواهید داشت.

امروزه مشتریان برای تعامل با برندها نیاز به درکی خودمانی از آنها دارند. همین امر برندها را به سوی انتخاب یک چهره انسانی برای باز‌نمایی برندشان سوق داده است. نکته مه‌م در این میان استفاده از فردی به عنوان چهره برند است که ماندگاری طولانی در کسب و کارتان داشته باشد. درست به همین خاطر اغلب اوقات رئیس شرکت یا مدیرعامل آن به عنوان چهره اصلی مورد شناسایی قرار می‌گیرد.

یکی از نکات مه‌م برای درک اهمیت باز‌نمایی چهره‌ای انسانی و شرکت در چالش‌های مختلف اینستاگرام مشاهده اهمیت و محبوبیت استوری در میان کاربران است. تقریباً هر روز استوری‌های جذابی از نمایش پشت صحنه یا شرکت اعضای شرکت در چالش‌های مختلف در سطح اینستاگرام با‌گذاری می‌شود. همین امر به شما برای جلب نظر مشتریان به بهترین شکل ممکن کمک خواهد کرد.

برگزاری جلسه پرسش و پاسخ

برگزاری جلسات پرسش و پاسخ یکی دیگر از راهکارهای جذاب برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان محسوب می‌شود. امروزه بسیاری از برندها برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان‌تان شرایط بسیار دشواری را پشت سر می‌گذارند. با این حساب شما باید همیشه به دنبال راهکارهایی برای جلب نظر مشتریان‌تان باشید. این امر به شما اعتماد به نفس بسیار زیادی برای ادامه مسیر با‌سازی برندان خواهد داد. همچنین آگاهی از نظرات مشتریان نیز نقش مهمی در این میان خواهد داشت. درست به همین خاطر شما باید همیشه در این رابطه عملکرد بهینه‌ای از خودتان نشان دهید، در غیر این صورت خیلی زود رقبای‌تان شما را از میدان خارج خواهند کرد.

پاسخگویی به سوالات پر تکرار یا نمونه‌های تازه‌ای که به ذهن مشتریان می‌رسد، همیشه آنها را ذوق‌زده خواهد کرد. اگر شما در این میان از ویدئوهای زنده یا لایو برای پاسخگویی به سوالات مشتریان استفاده نمایید، میزان تاثیرگذاری آن ویدئو به شدت افزایش پیدا می‌کند. یادتان باشد ویدئوهای موردنظر باید بسیار کوتاه باشد، در غیر این صورت شاید توجه کاربران به شدت کاهش پیدا کند.

در خواست از کاربران برای تولید ویدئو

استفاده از ویدئوهای تولیدی کاربران ایده‌ای تازه و منحصر به فرد برای با‌سازی برند محسوب می‌شود. این امر مورد توجه بسیاری از برندها در سراسر دنیا قرار دارد. با این حساب اگر شما از این تکنیک برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب‌تان سود نبرید، به سرعت جایگاه‌تان در بازار با خطر رو به رو خواهد شد.

یکی از برندهای موفق در زمینه استفاده از ویدئوهای تولیدشده از سوی کاربرانش شرکت تولید لوازم فیلم‌برداری گو پرو است. این برند به طور معمول در اینستاگرام کلیپ‌های کوتاه تهیه‌شده از سوی مشتریانش را بازنشر می‌کند. نکته جالب اینکه چنین امری برای مشتریان این برند نیز جذابیت زیادی دارد. به هر حال آنها فرصت مشاهده ویدئوهای‌شان در یکی از پرطرفدارترین صفحات اینستاگرام را پیدا می‌کنند.

ایده‌هایی برای بازاریابی در اینستاگرام با

ویدئوهای طولانی

بازاریابی و با‌سازی وضعیت برند در اینستاگرام همیشه با ویدئوهای کوتاه امکان‌پذیر نیست. گاهی اوقات شما به ویدئوهای بلند نیز نیاز پیدا خواهید کرد. درست به همین خاطر ما در این بخش به سراغ برخی از ایده‌های مناسب برای بازاریابی با ویدئوهای طولانی نیز رفته‌ایم. در ادامه برخی از این ایده و نکات را مورد بررسی قرار می‌دهیم.

طراحی ویدئوهای سریالی

همانطور که یک سریال جذاب از قسمت‌های متعددی

تشکیل می‌شود، شما هم برای تاثیرگذاری بر روی کاربران و جلب نظرشان امکان استفاده از محتوای ویدئویی در قالب یک مجموعه چند قسمتی را دارید. این امر به شما فرصت بسیار خوبی برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان خواهد داد. نکته مه‌م اینکه ویدئوی شما باید موضوعی قابل توجه داشته باشد و بتوانید نسبت به تهیه چندین قسمت از ویدئوی‌تان اقدام نمایید، در غیر این صورت شرایط‌تان به طور قابل ملاحظه‌ای وخیم‌تر خواهد شد.

امروزه بسیاری از اکانت‌های مربوط به آشپزی در اینستاگرام از ویدئوهای دنباله‌دار یا سریالی استفاده می‌کنند. این امر تاثیرگذاری بسیار زیادی بر روی کاربران دارد. همچنین اکانت رسمی نرم‌افزار لایت روم نیز از چنین ویدئوهایی برای آموزش نحوه کار با نرم‌افزار مشهور شرکت ادوبی استفاده می‌کند. بنابراین اگر شما ایده‌ای جذاب برای بازاریابی و استفاده از ویدئوعی موردنظر دارید، باید همین حالا دستت به کار شوید، در غیر این صورت فرصت بسیار خوبی برای جلب نظر مشتریان‌تان را از دست خواهید داد.

ویدئوهای آموزشی عمیق

آموزش‌های کوتاه به طور معمول در رابطه با هک‌های زندگی یا راهکارهایی برای انجام دادن کارهای ساده است. با این حال اگر شما قصد طراحی یک با‌زاری رایانه‌ای یا انیمیشن ر داشته باشید، کارتان به شدت سخت خواهد شد. این امر اهمیت با‌گذاری ویدئوهای آموزشی عمیق را نشان می‌دهد. درست به همین خاطر اینستاگرام در طول سال‌های اخیر قابلیت IGTV را به طور مداوم توسعه داده است. اگر برند شما در این میان عملکرد خوبی از خودش نشان دهید، شمار بسیار زیادی از کاربران در اینستاگرام نسبت به تعامل با شما جلب می‌شوند. نکته مه‌م اینکه شما در این فرآیند باید از کارشناس‌های متخصص استفاده نمایید، در غیر این صورت ویدئوی‌تان تاثیرگذاری بسیار اندکی بر روی کاربران خواهد داشت.

امروزه بسیاری از برندها برای آموزش مهارت‌های حرفه‌ای از روی محتوای برنده‌های بزرگ‌تر کپی‌برداری می‌کنند. این امر دیر یا زود اعتبار یک برند را به طور کامل از بین می‌برد. با این حساب شما برای تاثیرگذاری بر روی مخاطب هدف باید از کارشناس‌های حرفه‌ای استفاده کنید. مزیت این امر مطرح کردن برندان به عنوان یک منبع اطلاعاتی مه‌م در بازار است. چنین نکته‌ای دامنه وسیعی از مشتریان را به برندان علاقه‌مند خواهد کرد.

نمایش پشت صحنه کسب و کار

پشت صحنه کسب و کارها همیشه برای مشتریان و کاربران اینستاگرام جذابیت دارد. درست به همین خاطر شما باید عملکرد ویژه‌ای در رابطه با نمایش پشت صحنه برندان به طور مداوم داشته باشید. یکی از برندهای موفق در زمینه نمایش پشت صحنه کسب و کارش، لگو است. این برند دوست‌داشتنی همیشه فرآیند تولید اسباب‌بازی‌های مختلفش را در اینستاگرام نشان می‌دهد. همچنین فعالیت چهره‌های برجسته در سراسر دنیا برای ساختن انواع مجسمه‌ها با لگو نیز جای ویژه‌ای در اکانت اینستاگرامی این برند دارد.

بسیاری از کسب و کارها برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان‌شان به طور مداوم دنبال ایده‌های تازه هستند. اگر شما در این میان استفاده از ویدئوهای طولانی در اینستاگرام برای نمایش پشت صحنه کسب و کارتان را مدنظر قرار دهید، دیگر مشکلی در این رابطه نخواهید داشت. این امر صرفه‌جویی قابل ملاحظه‌ای در رابطه با بودجه بازاریابی شما خواهد داشت.

متأسفانه بسیاری از برندها برای نمایش پشت صحنه برندشان از ویدئوهای کوتاه استفاده می‌کنند. شاید این امر ایده بسیار ساده‌ای به نظر برسد، اما در بلندمدت تاثیرگذاری لازم را به همراه نخواهد داشت. نمایش جزئیات پشت صحنه برند بدون ویدئوهای طولانی امری غیرممکن است. درست به همین خاطر شما باید همیشه توجه‌تان به این نکته باشد.

پوشش زنده مراسم برند

امروزه مراسم‌های بسیار زیادی در ارتباط با برندها اجرا می‌شود. نکته مه‌م اینکه بسیاری از برندها نسبت به پوشش مراسم‌های موردنظر عملکرد ناموفقی دارند. اگر شما در این میان تمام مراسم‌های برندان را به طور زنده پوشش دهید، شناسن بسیار بیشتری برای تاثیرگذاری بسر روی مخاطب هدف‌تان خواهید داشت. این امر جلوه ویژه‌ای به برندان خواهد داد. به علاوه امکان آشنایی مشتریان با برندان را نیز خواهد داشت.

مهمترین مسئله در رابطه با پوشش زنده مراسم‌های مربوط به برند اطلاع‌رسانی دقیق از قبل است. این امر می‌تواند تاثیر بسیار مهمی بر روی شرایط برند شما داشته باشد، در غیر این صورت به احتمال زیاد شما مخاطب چندانی برای پوشش مراسم‌تان به دست نخواهید آورد. این امر از نقطه نظر با‌زاریابی و با‌سازی برند فاجعه‌ای تمام عیار برای شما خواهد بود.

انتشار مصاحبه‌های جذاب

مصاحبه با افراد تاثیرگذار در بازار یا مدیرعامل برندان ایده‌ای ساده و کاربردی است. این امر به مشتریان امکان آشنایی با کسب و کار شما و همچنین تاثیرگذاری بهینه بر روی مخاطب هدف را می‌دهد. بنابراین اگر شما در این رابطه عملکرد خوبی از خودتان نشان دهید، همیشه در کانون توجه مشتریان قرار خواهید داشت.

یکی از نکات مه‌م در رابطه با تعامل با مشتریان مربوط به انتخاب موضوعات جذاب برای مصاحبه‌هاست. فقط در این صورت شما شناسن کافی برای تاثیرگذاری بر روی مشتریان‌تان را خواهید داشت، در غیر این صورت کمتر کسی به برندان توجه نشان خواهد داد. شما برای انتخاب موضوعات جذاب همیشه امکان استفاده از ایده‌های مشتریان را خواهید داشت.

منبع: sproutsocial.com