

<div><div><span><span>شنبه</span></span></div><div><span><span>۲ تیر ۱۴۰۳</span></span></div></div>
Sat.22 Jun 2024
۱۴ ذی‌حجه ۱۴۴۵ - سال نهم
شماره ۲۴۸۸
۸ صفحه - ۵۰۰۰ تومان
www.forsatnet.ir

## سرمقاله

### مراجعه پروژه‌های با سود دستوری

**دبیر کمیسیون حقوقی کانون بانک‌ها اداره کل مقررات و مجوزهای بانک مرکزی در جدیدترین شیوه‌نامه خود به استناد نظریه مورخ ۲۰ دی‌ماه ۱۴۰۲ شوروی فقهی بانک مرکزی، پرداخت «تسهیلات مرابحه» به‌صورت «اعتبار پروژه‌ای» را برای بانک‌ها مجاز اعلام کرده است. اوراق بهادار مرابحه، مختص بازار سرمایه است، اما تسهیلات بانکی مرابحه در عملیات بانکی بدون ربا، کاربرد بسیار دارد؛ ضمناً شرایط حقوقی عقد مرابحه در فقه شیعه، تفاوت‌هایی با فقه اهل سنت دارد، اما قبیل از آنکه در مورد مرابحه پروژه‌ای بحث کنیم و اینکه در چه مواردی کاربرد دارد و چه تفاوتی با مرابحه عادی دارد، بهتر است ابتدا به تسهیلات بانکی مرابحه و مبانی حقوقی آن اشاره کنیم. عقد «مرابحه» از ریشه ریخ و باب مفاعله در زبان عربی، یکی از عقود مشروع در فقه و حقوق است. این عقد را «بهره کاری» نیز نامیده‌اند. عقد مرابحه به همراه عقد استصناع و عقد خرید دین براساس ماده ۹۸ برنامه پنجم توسعه به‌عنوان یکی از عقود مشروع برای پرداخت تسهیلات بانکی به رسمیت شناخته شده و وارد عملیات بانکی ایران شده است. ظاهراً قانون‌گذار در این مورد خود را بی‌نیاز از ارائه معادل فارسی واژه «مرابحه» دانسته و تعریف ماهیت حقوقی این سه عقد نسبتاً ناشناخته را برعهده هیأت دولت گذاشته است.**

ادامه در همین صفحه

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

# فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی

رئیس دولت چهاردهم باید چه نگاهی به اقتصاد و بخش خصوصی داشته باشد؟

## ۱۰ پرسش از رئیس‌جمهور آینده

فرصت امروز: رئیس دولت چهاردهم باید چه نگاهی به اقتصاد و بخش خصوصی داشته باشد؟ این سوال مهمی است که در آخرین گزارش مرکز پژوهش‌های اتاق ایران مطرح شده و بازوی پژوهشی بخش خصوصی از بیست‌گانه اقتصادی کاندیداهای چهاردهمین دوره ریاست‌جمهوری سوال کرده است؛ اینکه بخش خصوصی در نظریه اقتصادی نامزدهای ریاست جمهوری چهاردهم چه…

۴

موازی کاری تاریخی در نظام آماری کشور ادامه دارد

# ۲ روایت از رشد اقتصادی ۱۴۰۲

فرصت امروز: سردرگمی آماری میان آمارهای رشد اقتصادی مرکز آمار ایران و بانک مرکزی همچنان ادامه دارد و در حالی که بانک مرکزی مدعی رشد اقتصادی ۴٫۵ درصدی در سال ۱۴۰۲ است، اما مرکز آمار، میزان این رشد را با احتساب نفت بالغ بر ۵٫۵ درصد می‌داند. اگرچه اعداد و ارقام، سراسرست‌ترین روایت را از وضعیت اقتصادی ارائه می‌دهند، اما صدافسوس که تعارض آماری میان مرکز آمار و بانک مرکزی در ایران، این روایت صریح و صحیح آماری را از سیاستگذاران و پژوهشگران دریغ کرده است. به نظر می‌رسد هر چقدر آمارها به سیاستگذارها جهت می‌دهند، تعارض آماری می‌تواند به همان نسبت، سیاستگذاران را دچار سردرگمی کند. در تازه‌ترین نمونه، داده‌های بانک مرکزی و مرکز آمار از نرخ رشد اقتصادی سال گذشته از اختلاف ۲٫۳ درصدی این دو نهاد آماری حکایت دارد؛ از یکسو بانک مرکزی، رشد اقتصادی سال گذشته (نسبت به سال قبل) را مثبت می‌داند و می‌گوید که رشد اقتصادی به روش ارزش افزوده در چهار بخش اصلی اقتصاد ایران ۴٫۵ درصد بوده است. از سوی دیگر اما مرکز آمار، اندازه بخش صنعت بدون احتساب نفت و گاز را در سال گذشته کوچک‌تر می‌داند؛ در حالی که بانک مرکزی از رشد ۴٫۵ درصدی این بخش خبر داده است. براساس آمارها، رشد بخش خدمات و نفت در سال ۱۴۰۲ افزایش داشته و از سوی دیگر، رشد اقتصادی بخش کشاورزی و صنایع و معادن با کاهش همراه شده است. همچنان مهمترین بخش ایجادکننده رشد در اقتصاد ایران، تولیدات نفت است…

۲

افزایش ۳۱ دلاری اونس جهانی طلا چه تاثیری بر بازار داخلی گذاشت؟

## از کاهش قیمت سکه تا افزایش قیمت طلا

۳

## مدیریت و کسب‌وکار

## چرا همکاری‌های تجاری شکست می‌خورد؟

شروع همکاری تجاری ایده بسیار جذابی به نظر می‌رسد که گاهی اوقات کارآفرینان را حسابی به خودش جلب می‌کند. این امر برای برخی از کارآفرینان تا اندازه‌ای هیجان‌انگیز است که واقعا دنبال همکاری تجاری رفته و پس از مدت زمانی همکاری‌شان را شروع می‌کنند. در این میان گاهی اوقات برخی از کارآفرینان به گمان اینکه تمام مشکلات‌شان باید از طریق مشارکت تجاری حل شود، انتظارات زیادی از این فرآیند پیدا می‌کنند. بی‌شک این نکته یکی از دلایل شکست همکاری تجاری است، اما قطعاً تنها دلیل نیست. متأسفانه بسیاری از همکاری‌های تجاری سرنوشت خوبی پیدا نمی‌کنند. شاید برای شما هم عجیب باشد چرا آب بسیاری از برندها با هم در یک جوی نمی‌رود. خب اگر شما هم تا حالا پاسخ روشنی برای این سوال پیدا نکرده‌اید، بد نیست در ادامه با ما همراه باشید تا نکات کلیدی در این رابطه را یاد بگیرید. این امر به شما کمک خواهد کرد تا اثر گذاری…

مسکن برای کسانی که پیش‌پرداخت‌های پایین‌تری دارند، اجتناب‌کنیم و از نگرانی در مورد مقبولیت آن تحت قوانین اسلامی جلوگیری کنیم. همچنین فرصتی برای ایجاد سهام سریع‌تر می‌دهد.
تأمین مالی برای شرایط مختلف با پیش‌پرداخت کم در دسترس است. از منظر اقتصادی، ما سعی کرده‌ایم تأمین مالی اسلامی را به یک وام معمولی مشابه نزدیک کنیم و هزینه‌های اضافی را تا حد امکان پایین نگه داریم.»

بهر حال، بخشنامه جدید بانک مرکزی در واقع، ابداع تسهیلات جدید نیست، بلکه صرفاً نوعی کاربرد جدید در پرداخت تسهیلات مرابحه است؛ یعنی مجوز پرداخت تسهیلات مرابحه در پروژه‌های صنعتی یا کشاورزی یا خدماتی، مثلاً برای تأمین مالی یک خط تولید، بانک‌ها هم می‌توانند تسهیلات مشارکت مدنی دهند و هم تسهیلات مرابحه. نتیجه تسهیلات مشارکت مدنی همانا شریک شدن بانک در پروژه به نسبت مبلغ تسهیلات و سهم‌الشرکه بانک است، اما نتیجه تسهیلات مرابحه، بدهکارشدن تسهیلات‌گیرنده در مقابل بانک است. نکته قابل توجه در تسهیلات مرابحه، نرخ سود تسهیلات و نحوه دریافت آن توسط بانک است. براساس مبانی شرعی و حقوقی، تعیین میزان سود در کلیه معاملات به توافق طرفین قرارداد بستگی دارد، اما در تسهیلات مبادله‌ای که برخی از کارشناسان بانکی به آن «عقود با بازده معین» می‌گویند در واقع، بانک مرکزی به‌جای طرفین قرارداد در مورد میزان سود معامله بانک با مشتریان تصمیم می‌گیرد و نرخ سود موردنظر خود را به متعاملین تحمیل می‌کند. عدم رعایت نرخ دستوری سود تسهیلات بانکی نیز تخلف محسوب می‌شود. این شیوه تعیین نرخ سود با مبانی حقوقی و اصل آزادی اراده مردم چندان سازگار نیست و آزادی اراده طرفین قرارداد (بانک و مشتری) را محدود می‌کند. در این شیوه تعیین سود دستوری معاملات مبتنی بر تسهیلات بانکی عملاً نمی‌توان نرخ تورم و تاثیر آن در قیمت کالا و خدمات

درخواست را در قالب وام بانکی با در نظر گرفتن سود مورد نظر به متقاضی پرداخت خواهد کرد. تسهیلات‌گیرنده، نیزاز به تأمین مالی یا وام دارد و بانک نیزاز او را با نرخ سود مشخص، تأمین مالی می‌کند و به وی وام می‌دهد، اما اینکه ما قصد مشترک بانک و تسهیلات‌گیرنده را به مرابحه یا فروش اقساطی یا هر عقد دیگری تعبیر کنیم و اسناد بانکی را بر مبنای این برداشت حقوقی تنظیم نماییم، موضوع دیگری است.

گفتار پایانی آنکه، مرابحه عقدی است که از نظر حقوقی، انعطاف بسیاری دارد. اما تعیین دستوری سود تسهیلات مرابحه، با مبانی حقوقی و اصل آزادی اراده طرفین قرارداد چندان سازگار نیست و رقابت بین بانکی را منتهی می‌سازد. مرابحه پروژه‌ای نیز محصول بانکی جدیدی نیست، بلکه یک کاربرد جدید در پرداخت تسهیلات مرابحه است. باید فرض گرفت که در یک جامعه اسلامی، بانکداران به دنبال ربا ستاندن و ربا دادن نیستند. شاید در شرایط فعلی نتوان به طور کامل نرخ دستوری سپرده‌ها و تسهیلات بانکی را از عملیات بانکی ایران حذف کرد، اما بانک مرکزی می‌تواند نرخ سود بانکی عقود به اصطلاح «با بازده معین» را بر مبنای حداقل و حداکثر نرخ سود طراحی کند؛ یعنی به بانک‌ها اختیار داده شود بین کف و سقف نرخ مصوب بانک مرکزی، نرخ را انتخاب کنند که مشتریان بیشتری را جذب می‌کند. تصور می‌کنم این محور از نرخ گذاری دستوری سود تسهیلات بانکی موجب ایجاد رقابت بین بانک‌ها و گرم شدن بازار رقابت بانکی برای ارائه خدمات بانکی بهتر به مردم خواهد شد. متأسفانه رقابت بین بانکی، موضوعی است که بدان توجه کافی نمی‌شود، ولی سود، رقابت بین بانک‌ها در ارائه خدمات بانکی بدون شک نصب مردم خواهد شد. باید بدین نکته توجه داشت که میزان سود دستوری تسهیلات و سپرده‌های بانکی نبایستی با نرخ متعارف بازار، فاصله چندانی داشته باشد و باید بتواند هزینه تأمین و تجهیز منابع بانک‌ها را جبران کند تا صنعت بانکداری سودآور باشد.

در طول مدت اجرای قرارداد پیش‌بینی و کنترل کرد. نرخ دستوری سود تسهیلات بانکی همواره در ماهیت خود دارای نوعی رانت بانکی است. در نتیجه، هر کس تلاش می‌کند این رانت بانکی را نصیب خود سازد، افزون بر آن، نرخ دستوری سود عملاً قابلیت انعطاف در رقابت‌های بانک‌ها را منتهی می‌سازد. در نتیجه، برای تسهیلات‌گیرنده تفاوتی نمی‌کند که تسهیلات مرابحه را از کدام بانک دریافت نماید؛ زیرا بنا بر مقررات بانک مرکزی، سود تسهیلات مبادله‌ای با تسهیلات مشارکتی در همه بانک‌ها یکسان است.

موضوع بعدی، نحوه محاسبه سود دستوری در تسهیلات مبادله‌ای است که ممکن است این نحوه محاسبه سود دستوری تسهیلات مبادله‌ای منتهی به دریافت سود مرکب شود؛ ضمن آنکه در تسهیلات مرابحه، بانک تسهیلات‌دهنده فقط طلبکار تسهیلات‌گیرنده است و برخلاف تسهیلات مشارکت مدنی، بانک تسهیلات‌دهنده در پروژه‌هایی که به آن تسهیلات مبادله‌ای پرداخت شده است، شریک نمی‌شود. میزان مطالبات بانک نیز تابع نرخ بازار نیست و بالا و پایین نمی‌رود؛ در حالی که برعکس در تسهیلات مشارکتی به همان نسبت که ارزش پروژه افزایش پیدا می‌کند، میزان سهم‌الشرکه بانک نیز افزایش می‌یابد.

به طور کلی، در علم حقوق می‌گویند «صلح مادر عقود است؛» یعنی عقد صلح از چنان قابلیت انعطاف حقوقی برخوردار است که می‌تواند جایگزین هر عقد دیگری شود. ظاهراً تسهیلات مرابحه نیز از دید برخی از مسئولان، گل سرسید عقود شرعی تسهیلات بانکی است؛ زیرا قابلیت انعطاف زیادی دارد و حتی می‌توان از این عقد برای طراحی کارت اعتباری (credit card) استفاده کرد. اما تصور می‌کنم مرابحه، نزدیک‌ترین مفهوم یا فرآیند «وام بانکی» در بانکداری غربی است؛ یعنی فرد با مراجعه به بانک، میزان وام موردنظر خود را تعیین می‌کند و بانک نیز در صورت احراز شرایط اعتباری مشتری، وام مورد

در سومین اجلاس ملی برندهای تأثیرگذار و مدیران کارآفرین رقم خورد

**نشان ۵ ستاره مدیریت برای مدیرعامل بانک پاسارگاد**

می‌گردد، تلاش کردیم فرآیند شناسایی در سنین پایین صورت

پذیرد و با ساماندهی مناسب این جامعه، مدیریت مناسبی برای برنامه‌های معالجاتی و آموزشی آنها ایجاد شود تا این عزیزان با تسلط بر معضله‌های خود و پشت سر گذاشتن مشکلات، زندگی بهتری داشته باشند. از سویی، بروز استعدادهای فرزندان اتیسم از این طریق تسهیل می‌گردد و در جامعه نقش مؤثرتری خواهند یافت. به این ترتیب، هم پدرها و مادرهایی که فرزند اتیسم دارند و هم افراد جامعه با اصلاح دیدی که در اثر شکوفایی این فرزندان ایجاد خواهد شد، برخورد مناسب‌تری با این گروه خواهند داشت و این عزیزان با قلب و روح‌شان در خدمت جامعه قرار خواهند گرفت. در ادامه این مراسم نیز روایت اثربخشی پروژه پنجره توسط کارشناسان این انجمن ارائه شد. براساس اطلاعات ارائه‌شده، تأسیس خانه‌های امید از اسفندماه ۱۴۰۱ آغاز شده است. در حال حاضر خانه‌های امید در استان‌های تهران، کرمان، سیستان و بلوچستان، خوزستان، آذربایجان غربی و لرستان تأسیس شده و در آنها به بچه‌های طیف اتیسم، سرویس‌هایی از جمله خدمات کار درمانی، حسی حرکتی، مداخلات شناختی، گفتار درمانی، رفتار درمانی و تسکین آرام جامعه اتیسم انجام شد.

تسکین آرام پاسارگاد ادامه داد: با توجه به اهمیت شناسایی افراد مبتلا به اختلال اتیسم در سنین پایین که منجر به تاثیر مضاعف اقدامات درمانی در بهبود شرایط زندگی این عزیزان

آن در عملیات بانکی ایران، در بازارهای مالی و بانک‌های اسلامی کشورهای دیگر رواج داشته است. البته مرابحه آنها براساس فقه اهل سنت است و نه فقه شیعه. «Devon» بانک «Bank» در مورد قرارداد مرابحه (Murabaha) گفته است: «معامله مرابحه Murabaha) شامل خرید و فروش مجدد با پرداخت معوق است. ملکی که توسط شما برای خرید شناسایی شده است توسط بانک دوون خریداری خواهد شد. در زمان بسته‌شدن، قرارداد خرید را به بانک دوون واگذار می‌کنید که بانک را قادر می‌سازد خانه را با همان شرایط و ضوابطی که با فروشنده توافق کرده بودید، از فروشنده خریداری کند. بلافاصله پس از خرید، تراکنش دوم انجام خواهد شد. در این معامله، بانک دوون خانه را به قیمت ثابتی که به طور اقساط در هم طول زمان پرداخت می‌شود، بدون بهره به شما می‌فروشد. قیمت ثابت شامل قیمتی است که دوون بانک برای خانه پرداخت کرده است. برای تعیین سود، بانک دوون قیمت خرید، مبلغ پیش‌پرداخت، مدت بازپرداخت و نرخ بازده بازار معاملات ملکی را که سرمایه‌گذاران ما انتظار دارند،

در نظر می‌گیرد. در پایان، شما پیش‌پرداخت توافقی را به ما ارائه می‌دهید و مانده بدهی مرابحه طبق توافق به‌صورت اقساط پرداخت می‌شود. در زمان بسته‌شدن قرارداد، شما عنوان/مالکیت ملک را خواهید داشت، با ساختاربندی معاملات به روشی مطابق با آن وام‌دادن به شما اجتناب می‌کنیم و بنابراین در این معامله هیچ بهره بانکی در کار نیست. بانک دوون به جای اینکه پول خرید ملک موردنظر خود را با بهره به شما قرض دهد، مبلغ مورد نظر شما را خریداری می‌کند و آن را به قیمت ثابت به شما می‌فروشد. شما در زمان بسته شدن قرارداد مرابحه، سفته‌های را امضا نمی‌کنید که در آن مبالغ اصلی و نرخ سودی را که اصل وجه بازپرداخت می‌شود، ذکر کند. در عوض، شما یک قرارداد مرابحه برای مبلغ موجود در قیمت خرید خانه امضا می‌کنید. ما محصولات خود را به گونه‌ای طراحی کرده‌ایم که از بیمه خصوصی وام

مصوبه ۲ مردادماه ۱۳۹۰ هیأت دولت، «مرابحه» را چنین تعریف کرده است: «مرابحه قراردادی است که به‌موجب آن، عرضه‌کننده بهای تمام‌شده اموال و خدمات را به اطلاع متقاضی می‌رساند و سپس با افزون مبلغ یا درصدی اضافی به‌عنوان سود، آن را به‌صورت نقدی، نسبه دفعی یا اقساطی، به اقساط مساوی و یا غیرمساوی در سررسیدی یا سررسیدهای معین به متقاضی واگذار می‌کند.» براساس تعریف هیأت دولت از قرارداد مرابحه:

اولاً؛ مرابحه، نوعی معامله خرید و فروش کالا و خدمات است. بانک کالا یا خدمات می‌فروشد، پس فروشنده است. تسهیلات‌گیرنده نیز کالا یا خدمات متعلق به بانک را می‌خرد. پس تسهیلات مرابحه در واقع، نوعی عقد بیع (خرید و فروش) است؛ بنابراین مرابحه همانند سایر عقود به توافق در تسهیلات‌گیرنده (خریدار) و بانک (فروشنده) نیازمند است. در تسهیلات بانکی مرابحه، سود تسهیلات با این مکانیزم حقوقی در ثمن معامله (قیمت خرید از بانک) ملحوظ می‌شود؛ بنابراین در این نوع از تسهیلات بانکی، یعنی مرابحه، تسهیلات‌گیرنده ثمن معامله را به بانک بدهکار خواهد شد.

ثانیاً؛ برای تحقق عقد مرابحه، بانک بایستی حتماً مالک کالا یا خدمات مورد معامله باشد تا به‌عنوان مالک قانونی بتواند آن را به تسهیلات‌گیرنده بفروشد. برای راحتی کار، بانک‌ها یک مکانیزم حقوقی خاص با استفاده از پدیده وکالت در عقد مرابحه طراحی کرده‌اند و آن را «مرابحه وکالتی» نام گذارده‌اند. در «مرابحه وکالتی»، بانک به تسهیلات‌گیرنده وکالت می‌دهد تا کالا و خدمات مورد نظر را به وکالت برای بانک از فروشنده خریداری کند. سپس به‌عنوان وکیل بانک، کالا و خدمات خریداری‌شده را به خود بفروشد و در انتهای این معامله نیز تسهیلات‌گیرنده فقط بدهکار بانک می‌شود و بدین ترتیب با این مکانیزم حقوقی، تسهیلات‌گیرنده هم وکیل خریدار و هم فروشنده خواهد شد. به همین سادگی که توضیح داده شد.

ثالثاً؛ عقد مرابحه سال‌ها پیش و تا قبل از استفاده از

در «سومین اجلاس ملی برندهای تأثیرگذار و مدیران کارآفرین»، نشان ۵ ستاره مدیریت، لوح زرین و تندیس ملی برندهای تأثیرگذار و مدیران کارآفرین به دکتر مجید قاسمی، مدیرعامل بانک پاسارگاد اهدا شد. به گزارش روابط‌عمومی بانک پاسارگاد، این بانک در تداوم موفقیت‌های خود در مراسمی با عنوان «سومین اجلاس ملی برندهای تأثیرگذار و مدیران کارآفرین» که در روز چهارشنبه، ۳۰ خردادماه در سالن همایش‌های صداوسیما برگزار گردید، موفقیت دیگری کسب کرد و لوح زرین و تندیس ملی برندهای تأثیرگذار و مدیران کارآفرین و نشان ۵ ستاره مدیریت به مدیرعامل این بانک، دکتر مجید قاسمی اهدا گردید. این اجلاس با محوریت بررسی فرصت‌ها، تهدیدها و تحقق رونق تولید با ایجاد بستری برای تعامل بین سازمان‌ها و شرکت‌های توانمند و کارآفرین کشور، برنامه‌ریزی و با حضور برندهای شاخص کشور، مدیران بخش دولتی و خصوصی، کارشناسان و صاحبان کسب‌وکارهای تولیدی و خدماتی برگزار شد. در این رویداد ضمن مرور جدیدترین دستاوردهای علمی در حوزه مدیریت کسب وکار و هم‌اندیشی در ابعاد مختلف مرتبط با حوزه برندی‌نگ، پس از ارزیابی تخصصی سازمان‌ها براساس شاخص‌های عملکردی و سوابق آنها، سازمان‌های برگزیده انتخاب و از ایشان تقدیر به عمل آمد. در همین راستا، مدیرعامل بانک پاسارگاد نیز در ادامه موفقیت‌های داخلی و بین‌المللی این بانک، مورد تجلیل



## نگاه

هوش مصنوعی، ماهیت جنگ را متحول خواهد کرد

### آینده جنگ به روایت اکونومیست

هفته‌نامه «کونومیست» در سرمقالهٔ این هفته خود به بررسی تأثیر هوش مصنوعی بر جنگ‌ها پرداخته و می‌گوید هوش مصنوعی، ماهیت جنگ را متحول خواهد کرد. به اعتقاد «اکونومیست»، اصولاً جنگ‌ها، علت ایجاد چنین تکنولوژی‌هایی هستند و هر اندازه که هوش مصنوعی، ماهیت جنگ‌ها را تغییر می‌دهد، ناپایداری بیشتری نیز ایجاد می‌کند. «کونومیست» در سرمقاله شماره ۲۰ ژوئن ۲۰۲۴ می‌نویسد: کامپیوتر در جنگ و به وسیله جنگ متولد شده، به طوری که در سال ۱۹۴۴ برای شکستن کدهای نازی‌ها ساخته شد و تا دهه ۱۹۵۰ در حال سازماندهی دفاع هوایی آمریکا بود. در دهه‌های بعد اما هوش ماشینی، نقش کوچکی در جنگ ایفا کرد و حالا در شرف تبدیل شدن به نقش محوری است. همانطور که جهان غیرنظامی شاهد پیشرفت سریع در قدرت و گسترش هوش مصنوعی است، جهان نظامی نیز باید خود را برای موجی از نوآوری آماده کند. هر اندازه که هوش مصنوعی، ماهیت جنگ‌ها را تغییر می‌دهد می‌تواند ناپایداری بیشتری نیز ایجاد کند.

از منظر «کونومیست»، تغییرات سریع امروز، دلایل مختلفی دارد که یکی از آنها، تجربه جنگ است؛ به خصوص جنگی که در اوکراین در جریان است، تراشه‌های کوچک و ارزان، پهپادهای روسیه و اوکراین را به طور مداوم به سمت هدف هدایت می‌کنند و تکنولوژی را که زمانی تنها محدود به موشک‌های ابرقدرت‌ها بود، ارتقا می‌دهند. دومین علت، پیشرفت انفجاری اخیر هوش مصنوعی است که پیشرفت‌های شگفت‌انگیزی را در شناسایی اشیا و حل مسائل ممکن می‌سازد. سومین علت نیز رقابت فرآینده میان آمریکا و چین است که هردوی آنها هوش مصنوعی را به‌عنوان یک عامل کلیدی در برتری نظامی پذیرفته‌اند. نتایج این مسئله عمدتاً در پیشرفت ماشین‌های کشتار هوشمند نمایان است. پهپادهای هوایی و دریایی برای شناسایی و حمله به اهداف برای هر دو طرف در جنگ اوکراین، حیاتی بوده است. هوش مصنوعی به عنوان راه حلی در مقابل پارازیت عمل می‌کند، چراکه به پهپاد امکان می‌دهد به سمت هدف حرکت کند، حتی در حالی که سیگنال‌های GPS یا ارتباط با خلیان قطع شده باشد. شکستن ارتباط میان خلبان و هواپیما به زودی به ارتش‌ها اجازه می‌دهد تا تعداد بیشتری تسلیحات ارزان را مستقر کنند. اما چیزی که بیشتر درباره هوش مصنوعی نظامی قابل مشاهده است، مهمترین آنها نیست. هوش مصنوعی، تکنولوژی فرماندهی را که افسران نظامی برای سازماندهی جنگ‌ها استفاده می‌کنند نیز منقلب می‌کند. در خط مقدم، پهپادها آخرین حلقه در زنجیره کشتار هستند، مجموعه‌ای از مراحل که با جستجوی هدف شروع می‌شود و به حمله ختم می‌شود. اهمیت عمیق‌تر هوش مصنوعی، کاری است که می‌تواند قبل از حمله پهپاد انجام دهد. از آنجایی که هوش مصنوعی با سرعتی فرانسایی، داده‌ها را طبقه‌بندی و پردازش می‌کند، قادر است هر تانک را از هزاران تصویر ماهواره‌ای انتخاب کند یا نور، حرارت، صدا و امواج رادیویی را برای تشخیص دام واقعیت تفسیر کند.

دور از خط مقدم، هوش مصنوعی می‌تواند مشکلات بزرگ‌تری را نسبت به چیزی که یک پهپاد با آن مواجه می‌شود، حل کند. این مسئله امروز به معنای کارهای ساده است؛ مثل یافتن اینکه کدام سلاح برای از بین بردن تهدید مناسب‌تر است. شاید در زمان مناسب، «سیست‌های پشتیبانی تصمیم» بتوانند پیچیدگی گیج‌کننده جنگ را در یک منطقه وسیع به سرعت درک کنند. نتایج این مسئله به تأزمی در حال آشکار شدن است. سیستم‌های هوش مصنوعی به همراه ربات‌های مستقل روی زمین، دریا و هوا ممکن است بتوانند اهداف را پیدا کرده و با سرعتی بی‌سابقه و در مقیاسی وسیع نابود کنند. اما این تناقض وجود دارد که حتی در حالی که هوش مصنوعی، دید روشن‌تری از میدان جنگ را ارائه می‌دهد، خطرات جنگ برای کسانی که در آن شرکت دارند غیرشفاف‌تر می‌شود. زمان کمتری برای مکت کردن و اندیشیدن وجود خواهد داشت. از آنجایی که مدل‌ها قضاوت‌های غیب‌گویانه‌ای ارائه می‌کنند، بررسی دقیق خروجی آنها بدون واگذاری مزیت مرگبار به دشمن دشوارتر می‌شود. ارتش‌ها می‌تسند که اگر به مشاوران هوش مصنوعی خود کنترل طولانی‌تری ندهند، توسط دشمنی که این کار را می‌کند شکست بخورد. نبرد سریع‌تر و مکت‌های کمتر، مذاکرات آتش بس را نیز دشوارتر می‌کند. مقیاس جنگ مبتنی بر هوش مصنوعی به این معناست که ماهیت تولید صنعتی و انبوه احتمالاً از چیزی که امروز هست، بیشتر می‌شود. ممکن است فکر کنید که تکنولوژی جدید به ارتش‌ها اجازه می‌دهد سبک‌تر شوند و اما اگر نرم‌افزار بتواند ده‌ها هزار هدف را انتخاب کند، ارتش‌ها نیز برای حمله به آنها به ده‌ها هزار سلاح نیاز دارند و اگر طرف دفاع‌کننده این مزیت را داشته باشد، حمله‌کننده به سلاح‌های بیشتری برای شکستن آن نیاز خواهد داشت. البته این تنها دلیلی نیست که جنگ‌های هوش مصنوعی به نفع کشورهای بزرگ است. ممکن است پهپادها ارزان‌تر شوند، ولی سیستم‌های دیجیتال که میدان نبرد را به هم متصل می‌کند، بسیار گران خواهند بود. ساختن ارتش‌های مجزبه به هوش مصنوعی نیازمند سرمایه‌گذاری عظیم در سرورهای ابری است که قادرند داده‌های مخفی را مدیریت کنند. ارتش‌ها نیروهای دریایی و هوایی که امروز در انبار داده‌های خود هستند باید ادغام شوند و آموزش مدل‌ها نیازمند دسترسی به حجم عظیمی از داده‌هاست.

اما هوش مصنوعی بیشتر به نفع کدام کشور است؟ زمانی تصور می‌شد که چین مزیت بالایی دارد، با این حال، در این ایالت، به نظر می‌رسد ایالات متحده آمریکا در مدل‌های پیش‌رو که می‌تواند نسل بعدی هوش مصنوعی نظامی را شکل دهد، جلوتر است. ایدئولوژی نیز حائز اهمیت است؛ یعنی مشخص نیست که آیا ارتش‌های کشورهای استبدادی می‌توانند از مزیت‌های تکنولوژی که هوش و بیش‌تر را به پایین‌ترین سطوح تاکتیکی سوق می‌دهد، استفاده کنند یا خیر؟ اگر اولین جنگ مجزبه به هوش مصنوعی رخ دهد، قانن بین‌الملل احتمالاً به حاشیه رانده می‌شود. امروز دلایل بیشتری برای فکر کردن به نحوه محدود کردن تخریب وجود دارد. به عنوان نمونه، چین باید به فراخوان آمریکا برای جلوگیری از کنترل هوش مصنوعی بر سلاح‌های هسته‌ای توجه کند و زمانی که جنگی شروع شد، خطوط ارتباطی ویژه، مهمتر از هر زمان دیگری خواهند بود. سیستم‌های هوش مصنوعی که می‌توانند مزیت‌های نظامی را به حداکثر برسانند، باید با ارزش‌ها و محدودیت‌هایی گدگذاری شوند که فرماندهان انسانی آن را بدیهی می‌دانند؛ شامل ارزش‌گذاری برای زندگی انسان و اجتناب از حملات بی‌ثبات‌کننده خاص، مانند ماهواره‌های همدار اولیه هسته‌ای ناطمینیاتی‌های بسیاری در این حوزه وجود دارد، اما تنها مسئله قطعی این است که تغییرات با محوریت ریاست‌جمهوری در حال نزدیک شدن هستند. ارتش‌هایی که پیشرفت‌های تکنولوژی را زودتر پیش‌بینی می‌کنند و بر آن مسلط می‌شوند احتمالاً چیره خواهند شد. بقیه نیز احتمالاً قربانی می‌شوند. در همین حال، صندوق بین‌المللی پول در آخرین مقاله خود به بررسی نقش سیاست‌های مالی در گسترش سود حاصل از هوش مصنوعی مولد پرداخته و می‌گوید: سیاست‌های مالی می‌تواند به گسترش دستاوردهای هوش مصنوعی (AI) به نفع بشریت کمک کند. به گفته صندوق بین‌المللی پول، سیاست مالی، نقش مهمی در حمایت از توزیع برابرتر سود و فرصت‌های حاصل از هوش مصنوعی مولد دارد، اما این امر مستلزم ارتقای قابل توجهی در سیستم‌های حمایت اجتماعی و مالیات در سراسر جهان است. صندوق بین‌المللی پول در این مقاله به این بحث می‌پردازد که چگونه می‌توان از سیاست‌های مالی برای هدایت فناوری و استقرار آن در روش‌هایی استفاده کرد که به بهترین نحو به بشریت خدمت و در عین حال از بازار کار منفی و اثرات توزیعی برای گسترش دستاوردها جلوگیری می‌کند. به عقیده این آژانس مالی، فناوری‌های جدید هوش مصنوعی دارای پتانسیل بسیار زیادی برای افزایش بهره‌وری و بهبود ارائه خدمات عمومی هستند، اما سرعت و مقیاس این تحول همچنین نگرانی‌هایی را در مورد از دست دادن شغل و نابرابری بیشتر ایجاد می‌کند. بنابراین دولت‌ها باید رویکردی سریع اتخاذ کنند که آنها را برای سناریوهای بسیار مخرب با توجه به عدم اطمینان در مورد آینده هوش مصنوعی آماده کند. درس‌هایی از موج‌های اتوماسیون گذشته و مدل‌سازی صندوق بین‌المللی پول نشان می‌دهد که بیمه بیکاری سخاوتمندانه‌تر می‌تواند تأثیر منفی هوش مصنوعی بر کارگران را کاهش دهد و به کارگران اجازه دهد مشاغل بیابند که با مهارت‌های آنان، همخوانی بیشتری داشته باشد. همچنین آموزش مبتنی بر بخش‌های مختلف، کارآموزی و برنامه‌های ارتقای مهارت و مهارت‌آموزی جدید می‌تواند نقش بیشتری در آماده‌سازی کارگران برای مشاغل عصر هوش مصنوعی داشته باشد. برای کارگانی که با بیکاری طولانی‌مدت یا کاهش تقاضای نیروی کار محلی به دلیل اتوماسیون یا تعطیلی صنعت مواجه شدند، برنامه‌های جامع کمک‌های اجتماعی مورد نیاز خواهد بود.

موازی‌کاری تاریخی در نظام آماری کشور ادامه دارد

# ۲ روایت از رشد اقتصادی ۱۴۰۲



افزایش مسئولیت‌پذیری دستگاه‌ها صورت پذیرد؛ یعنی با افزایش تعامل نظام آماری با سامانه‌های اطلاعاتی و آمارهای ثبتی، افزایش استانداردهای کمی و کیفی آماری و افزایش پاسخگویی نهادهای آماری می‌توان در بلندمدت به هدف تکصدایی نزدیک شد. راهکار کوتاه‌مدت هم تشکیل کمیته کارشناسی آسیب‌شناسی اختلاف آماری از سوی بالاترین مرجع تصمیم‌گیری اجرایی، یعنی رئیس‌جمهور است. این کمیته می‌تواند دلایل اختلاف آمارهای اقتصادی را بررسی کرده و راهکارهایی پیشنهاد دهد. براساس نظرسنجی مرکز پژوهش‌ها، تنها ۱۷ درصد کاربران نظام آماری معتقدند آمارهای ایران در زمان مناسب منتشر می‌شود و فقط ۱۲ درصد باور دارند که سازمان‌های آماری تقویم آماری خود را رعایت می‌کنند. به نظر می‌رسد مهمترین دلیل این موضوع، نبود ضمانت اجرایی برای رعایت تقویم انتشار نهادهای آماری است.

### اختلاف ۲،۲ واحدی بر سر رشد اقتصادی

روش‌های مختلفی برای محاسبه رشد اقتصادی وجود دارد. به دلیل پیچیدگی فرآیند محاسبه شاخص‌ها و تفاوت در برخی روش‌های آماری، گاهی اعدادی که از این شاخص از سوی مرکز آمار و بانک مرکزی اعلام می‌شود، متفاوت است. آخرین گزارش مرکز آمار نشان می‌دهد که در سال ۱۴۰۲، رشد اقتصادی با احتساب نفت، بیش از ۵٫۵ درصد بوده است. این در حالی است که طبق داده‌های بانک مرکزی، رشد اقتصادی ایران در سال گذشته کمتر از ۵ درصد بوده است. همچنین طبق محاسبات مرکز آمار، اندازه بخش صنعت بدون احتساب نفت و گاز در سال گذشته نسبت به سال قبل از آن کوچک‌تر شده؛ در حالی که محاسبات بانک مرکزی، رشد ۴٫۵ درصدی این بخش را نشان می‌دهد. همانطور که اشاره شد، بخشی از این اختلاف به دلیل در نظر گرفتن سال پایه متفاوت از سوی این دو نهاد آماری شکل گرفته و ممکن است بخش دیگر آن به دلیل اختلاف در روش محاسبه ایجاد شده باشد. با این حال، این تفاوت روش شناختی از سوی مرکز آمار و بانک مرکزی، مشکلات زیادی را برای سیاست‌گذاران و پژوهشگران به وجود آورده است. مرکز آمار ایران، رشد اقتصادی را براساس سال گذشته ۵٫۷ درصد بوده است؛ یعنی یک اقتصاد ۱۳۹۵ محاسبه کرده است. براساس داده‌های آماری مرکز آمار ایران، نرخ رشد اقتصادی سال گذشته ۵٫۲ درصد بوده است؛ یعنی یک اقتصاد ایران در سال ۱۴۰۲ حدود ۵٫۷ درصد نسبت به سال ۱۴۰۱ بزرگ‌تر شده است. این در حالی است که براساس گزارش بانک مرکزی، رشد اقتصادی سال ۱۴۰۲ حدود ۴٫۵ درصد بوده است. بر این اساس، نرخ رشد اقتصادی مرکز آمار، ۲٫۳ درصد از نرخ رشد بانک مرکزی بالاتر است و اقتصاد ایران از نظر مرکز آمار، افزایش حجم بیشتری را تجربه کرده است. اگر این نرخ از سوی مرکز آمار ۲٫۴ درصد و از سوی بانک مرکزی ۳٫۶ درصد اعلام شده است، این یعنی رشد اقتصادی غیرنفتی مرکز آمار ۰،۲ واحد درصد از بانک مرکزی کوچک‌تر است. آنچه از این قیاس‌آرایی برداشت می‌شود، این است که مرکز آمار، رشد اقتصادی کل بالاتر و بانک مرکزی، رشد اقتصادی غیرنفتی بالاتری را اعلام کرده است.

روبای رشد اقتصادی ۸ درصدی دست‌یافتنی است؟

## برنامه نامزدها برای رشد اقتصادی

پول نیاز داریم که تهیه آن در حالت عادی غیرممکن است. از سوی دیگر نیز «سعید جلیلی»، دیگر نامزد انتخابات ریاست جمهوری معتقد است که یک دولت نقش‌آفرین می‌تواند بستر رشد اقتصادی را فراهم کند و رشد اقتصادی فقط با سرمایه‌گذاری خارجی انجام نمی‌شود. به گفته وی، رشد اقتصادی ۸ درصدی می‌تواند انجام شود به شرطی که جدی گرفته شود و از فردای انتخابات، تلاش برای اجرای آن شروع شود. جلیلی معتقد است که در موضوع رشد اقتصادی ۸ درصدی هم توجه به موضوع نیروی انسانی و سرمایه در کنار آموزش از اهمیت بالایی برخوردار است.

همچنین «مصطفی پورمحمدی» از دیگر کاندیداهای انتخابات چهاردهمین دوره ریاست جمهوری، در رابطه با موضوع رشد اقتصادی، تعامل با دنیا را راهگشا می‌داند و می‌گوید: ما مزیت‌هایی داریم اما هزینه آن را می‌دهیم و سودش را نمی‌بریم. چگونه ما باید این مشکلات اقتصادی را حل کنیم؟ باید با دنیا تعامل کنیم و مشکلات مردم را برطرف سازیم. وی می‌گوید: تا اعتمادسازی نکنیم و ما را باور نکنند که نمی‌توان رشد اقتصادی ایجاد کرد. با ۱۰ میلیارد یورو که نمی‌توان سیاست‌های رشد اقتصادی ۸ درصدی را محقق کرد. نمی‌شود ما با خودفریبی یا خوش‌بینانه به موضوعات نگاه کنیم. این نامزد انتخابات ریاست جمهوری تأکید دارد که برای رشد اقتصادی، انضباط مالی در بخش‌های اقتصادی به خصوص دولت لازم است. به گفته «پورمحمدی»، بی‌انضباطی‌هایی از گذشته بوده است اما دولت چابک، ضامن و حافظ رقابت و بازار آزاد می‌خواهیم. در عین حال، «علیرضا زاکانی»، دیگر نامزد انتخابات ریاست جمهوری و شهردار فعلی تهران نیز چند محور از جمله استقلال اقتصادی براساس دلارزدایی از اقتصاد، تکیه به پول ملی و افزایش قدرت پول ملی، جهش تولید با حرکت به سمت تولید محصول محور و دانش‌بنیان و بازارش افزوده و حاکمیت مردم‌سالاری دینی در عرصه اقتصاد را برای تحرک و رشد اقتصادی، لازم می‌داند.

آمار برای دستگاه‌های اجرایی لازم‌الاجرا است و در نهایت طبق بند پ، دستگاه‌های اجرایی مانند بانک مرکزی مکلفند در حدود وظایف قانونی خود و در چارچوب ضوابط و استانداردهای شورای عالی آمار ایران، آمار تخصصی حوزه‌های مربوط به خود را تولید و اعلام کنند. در این صورت آمار منتشرشده، آمار تخصصی رسمی است. به نظر می‌رسد اعطای اجازه به تولید آمار توسط نهادهای تخصصی منجر به بروز موازی‌کاری شده و تناقض در بند الف و پ، ناهماهنگی‌هایی به وجود آورده است، به خصوص که جامعه آماری مورد بررسی این دو نهاد کاملاً با یکدیگر متفاوت است. همه اینها در حالی است که تا چند سال پیش، اینگونه استدلال می‌شد که اختلاف آمار حساب‌های ملی و شاخص‌های قیمت دو نهاد مرکز آمار و بانک مرکزی، ناشی از تفاوت سال‌های پایه این دو نهاد (۱۳۷۶ و ۱۳۸۳) است اما آمارهای جدید نشان می‌دهد حتی یکسان‌سازی سال پایه دو نهاد نیز نتوانسته مشکل را حل کند و یا دست‌کم این اختلاف آماری را کمتر کند.

اما ریشه شروع این تعارض به سال ۱۳۵۳ برمی‌گردد. بانک مرکزی که در ۱۸ مردادماه ۱۳۳۹ تأسیس شده، طبق قانون پولی و بانکی کشور (مصوب تیرماه ۱۳۵۱) به عنوان تنظیم‌کننده نظام پولی و اعتباری کشور موظف به انجام وظایفی شد. وظایفی که یکی از آنها، گردآوری و تهیه طیف وسیعی از آمارهای اقتصادی جهت کنترل تورم و توسعه اقتصادی بود. مدتی بعد، مرکز آمار نیز در سال ۱۳۵۳ به صراحت مسئول تهیه حساب‌های ملی و شاخص‌های قیمت شناخته شد.

### چگونگی عبور از تعارض آماری

بدین ترتیب، تناقض در اجرای این دو قانون در نهایت موجب شد تا در ماده «۵۴ قانون برنامه پنجم توسعه، قیود تازه‌ای به نص قانون اضافه شود؛ یعنی پیش از تصویب قانون احکام دائمی توسعه کشور، مرجعیت رسمی آمار کشور به مرکز آمار ایران داده شود. هم‌رجعیتی که به نظر می‌رسد روی کاغذ صرفاً به آن استناد می‌شود و نتوانسته برای پایان دادن به موازی‌کاری، اقدام موثری انجام دهد. براساس برنامه پنجم توسعه که مصوب ۳۰ دی ماه ۱۳۸۹ است، مرکز آمار ایران، مرجع رسمی تهیه، اعلام و انتشار آمارهای رسمی کشور اعلام شده است. اما پس از رسمیت بخشیدن به مرکز آمار ایران در برنامه پنجم توسعه، ۷ سال بعد قانون احکام دائمی برنامه‌های توسعه کشور با محتوای مشابه به تصویب رسید، اما با دادن بخشی از اختیارات مجدداً به بانک مرکزی فضای تولید آمار داد. با وجودی که در این سال‌ها، نشست‌های مختلفی از سوی دستگاه‌های اجرایی با هدف پایان دادن به این اختلاف آماری برگزار شد و تصمیماتی گرفته شد اما این نشست‌ها کارگر نینفاد و هر کدام از این دو نهاد آماری، تا همین الان به تولید مجزای آمارهای خود ادامه داده‌اند؛ آمارهایی که به شدت با یکدیگر تناقض دارند.

اما برای پایان دادن به این تعارض آماری چه باید کرد؟ در پاسخ بدین پرسش، مرکز پژوهش‌های مجلس، ۲ پیشنهاد کوتاه‌مدت و بلندمدت ارائه داده است. راهکار بلندمدت از نظر این نهاد پژوهشی، این است که تدوین قانون نظام آماری ایران را رویکرد تقسیم کار آماری دستگاه‌های اجرایی و

سرنجام مناظرات شش کاندیدای چهاردهمین انتخابات ریاست‌جمهوری آغاز شد و مسعود پزشکیان، محمدباقر قالیباف، سعید جلیلی، علیرضا زاکانی، امیرحسین قاضی‌زاده‌حاشمی و مصطفی پورمحمدی در چند مناظره اخیر که عمدتاً با موضوع اقتصاد برگزار شد، برنامه‌ها و خط مشی‌های خود را تشریح کردند و به ارائه راهکارهایی برای حل مشکلات اقتصادی کشور پرداختند. البته از آنجا که ساختار برنامه مناظره محور بود، نامزدها در بخش‌های مختلف به نقد نظرات و دیدگاه‌های اقتصادی رقبای انتخاباتی خود نیز پرداختند. در مجموع، برنامه‌های هر شش نامزد انتخابات ریاست‌جمهوری ۱۴۰۳ در رابطه با موضوع رشد اقتصادی بر چند محور مهم از جمله سرمایه‌گذاری خارجی، افزایش بهره‌وری، مدیریت صحیح، تعامل با جهان و افزایش قدرت پول ملی دلالت دارد. به گزارش «پسنا»، در حالی که چهاردهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری تا کمتر از یک هفته دیگر برگزار می‌شود، اولویت مباحث کلیدی نامزدهای این دوره از انتخابات تا امروز بیشتر بر محورهای اقتصادی برنامه هفتم توسعه، رشد اقتصادی ۸ درصدی مورد نظر در برنامه هفتم، جذب سرمایه‌گذاری خارجی، تدوین سند توسعه‌ای کشور، مهار تورم و ثبات اقتصادی متمرکز بوده است. در این میان، برخی از نامزدها، موضوع سرمایه‌گذاری خارجی را زیربنای رشد اقتصادی دانسته و برخی دیگر بر افزایش بهره‌وری به عنوان زمینه‌ای برای رشد تولید و بسترساز ورود سرمایه برای رشد اقتصادی تأکید می‌کنند. نامزدهای انتخابات ریاست جمهوری چهاردهم در کنار این دو قطبی نظری، مباحثی از جمله شیوه مدیریت صحیح اقتصادی و توجه به نیروهای متخصص و ماهر را برای رشد اقتصادی لازم می‌دانند که این مباحث چه در صحبت‌های نامزدها در مناظرات و چه در گفت‌وگوهای دیگر آنها مطرح شده است.

گذشته از موارد گفته شده، رشد اقتصادی، یکی از مهمترین سوالاتی است که از سوی کارشناسان مطرح شده و (همچون سایر برنامه‌های پنج ساله توسعه) برای برنامه هفتم توسعه نیز رشد اقتصادی ۸ درصدی



افزایش ۳۱ دلاری اونس جهانی طلا چه تاثیری بر بازار داخلی گذاشت؟

# از کاهش قیمت سکه تا افزایش قیمت طلا



فرست امروز: بازار ارز و طلا، آخرین هفته خردادماه را در رکود کامل سپری کرد. قیمت دلار آزاد نیز در این هفته، بازدهی چندانی نداشت و سسکه یک گرمی هم در تمام روزهای هفته در یک سطح قیمتی ثابت معامله شد، اما طلای آب شده در خلاف جهت قیمت سکه حرکت کرد و حساب آن به بالای یک درصد رسید به همین خاطر بازدهی طلای آب‌شده مثبت شد؛ در حالی که در نقطه مقابل، حساب نیم سکه و ربع سکه کاهش پیدا کرد و دارندگان ربع سکه بیشترین زیان را متحمل شدند. در حال حاضر، محدوده ۵۸ هزار و ۷۰۰ تومان، حمایت معتبری است که تاکنون مانع کاهش بیشتر قیمت دلار شده است، محدوده ۶۰ هزار تومان نیز محدوده مقاومتی دلار تهران است. بررسی‌ها نشان می‌دهد که حساب درهم در بیشتر روزهای هفته گذشته مثبت بوده و این در حالی است که در بازه ماهانه و فصلی، حساب درهم غالباً منفی است. در حال حاضر حساب درهم و تتر مثبت است و حساب طلای آب شده نیز بالای یک درصد است که به دلار تهران فشار می‌آورد ولی در صورتی که این موارد تعدیل شود، رکود بازار ارز عمیق تر خواهد شد.

در این هفته همچنین تعطیلات عید قربان و تعطیلی کشورهای همسایه به رکود بیشتر بازار ارز و طلا در نیمه ابتدایی هفته دامن زد و در روز یکشنبه پس از مدت‌ها خروج پول حقیقی از صندوق‌های طلا ثبت شد که از دوم اردیبهشت ماه به سابقه بوده است. در حال حاضر، چهاردهمین انتخابات ریاست جمهوری، مهم‌ترین پارامتر اثرگذار بر آینده بازار است. صاحبان سرمایه، تحلیلگران و فعالان اقتصادی به دقت صحبت‌های نامزدهای ریاست‌جمهوری را زیر نظر دارند و برای آن سناریو می‌چینند. به همین خاطر انتخابات ریاست‌جمهوری کشور کم تا چند هفته آینده، مهم‌ترین پارامتر اثرگذار بر آینده بازارهای دارایی است.

**حرکت خلاف جهت طلای آب شده**

آخرین هفته خردادماه برای بازار ارز و طلا یک رکود کامل بود. در ابتدای این هفته، «پلومبرگ» از چشم‌انداز کاهشی مصرف نفت چین خبر داد و با اشاره به گزارش اخیر آژانس بین‌المللی انرژی و چشم‌انداز کاهشی تقاضای نفت چین نوشت: روند افزایشی تغییر سوخت خودروها از بنزین به گازوئیل و سایر انرژی‌ها به موازات بحران املاک و رشد آرام اقتصادی این کشور باعث شده تا میزان پالایشی نفت چین در ماه آوریل به سطوح زمان کرونا برسد. در همین حال، تعطیلات عید قربان و تعطیلی کشورهای همسایه به رکود بیشتر بازار ارز و طلا در نیمه ابتدایی هفته گذشته دامن زد و در روز یکشنبه پس از مدت‌ها خروج پول حقیقی از صندوق‌های

نگاهی به نیش بازار اجاره در شهرهای تهران، اصفهان و شیراز

## سقف اجاره‌بها این هفته اعلام می‌شود

تومانمی می‌توانید به راحتی آپارتمانی ۵۰ متری در شهر تهران اجاره کنید، اما با این میزان نقدینگی در شهرهای اصفهان و شیراز امکان اجاره آپارتمانی ۱۰۰ متری هم وجود دارد. به گزارش «کوابران»، با بودجه‌ای معادل ۵۰۰ میلیون تومان در سه شهر تهران، اصفهان و شیراز آپارتمانی با چه امکاناتی می‌توان رهن کرد؟ طبق بررسی‌های میدانی، با این مبلغ می‌توان آپارتمانی تا متراز ۷۵ مترمربع به صورت رهن کامل اجاره کرد؛ البته بسته به موقعیت منطقه‌ای که ملک در آن قرار گرفته و متناسب با بودجه موردنظر امکانات متنیر است اما در مجموع، در شهرهای اصفهان و شیراز می‌توان با ۵۰۰ میلیون تومان واحدی با مساحت دوبرابری و نوسازتر به صورت رهن کامل اجاره کرد. در همین حال در شهر تهران و در محله نیروهایی، با افزایش ۵۵ متری و ۱۳ سال ساخت، دارای پارکینگ و انباری و در محله هفت چنار، آپارتمانی ۷۱ متری، دوخواب و دارای پارکینگ و انباری با ۵۰۰ میلیون تومان رهن کامل آگهی شده است. همچنین در اصفهان و در محله کوجان برای واحدی با ۱۲۸ مترمربع زیربنا و ۱۳ سال عمرینا، دارای دوخواب و آسانسور، پارکینگ و انباری و در محله سجاده‌به برای واحدی ۸۰متری و شش سال ساخت و دارای پارکینگ ۵۰۰ میلیون تومان تعیین شده است. در شیراز و در محله رضوان نیز واحدی ۱۰۵ متری و هفت سال ساخت، دارای دو خواب و آسانسور و پارکینگ و در محله هویزه، واحدی ۱۰۶ متری و یک سال ساخت، دارای پارکینگ و انباری، مذکور، ۵۰۰ میلیون تومان با بودجه مورد نظر می‌توان رهن اجاره کرد.

اما از دیگر خبرهای مسکنی هفته گذشته، واگذاری زمین به خانواده‌های خوش جمعیت در شهرهای جدید است. طی هفته‌های اخیر در قالب طرح جوانی جمعیت به خانواده‌های دارای سه و چهار فرزند در شهرهای جدید پزند، هشتگرد، ایوانکی و سه‌پند زمین واگذار شده و در پایان هفته گذشته نیز در شهر جدید امیرکبیر در قطعات ۲۰۰ تا ۳۰۰ متری به منظور ساخت خانه‌های ویلایی زمین اهدا شد. به گزارش «ایسنا»، شرکت عمران شهرهای جدید همراستا با طرح نهضت ملی مسکن و در قالب طرح جوانی جمعیت اقدام به واگذاری زمین به متقاضیان فاقد مسکن دارای سه و چهار فرزند می‌کند. در این راستا طی هفته‌های گذشته در شهرهای جدید پزند، هشتگرد، ایوانکی و سه‌پند واگذاری زمین وجود داشته و در شهرهای جدید اصفهان این مهم در هفته جاری انجام می‌شود. در انتهای هفته گذشته نیز در شهر جدید امیرکبیر با حضور وزیر کشور، مدیرعامل



## اخبار

سه‌م سپرده‌های بلندمدت بانکی از شبه پول

**تب قسمت حبس‌شده نقدینگی بالا رفت**

از اسفندماه ۱۴۰۰ تا بهمن ماه ۱۴۰۲، سه‌م سپرده‌های کوتاه‌مدت از شبه پول روندی کاهشی داشته است. همچنین سه‌م شبه پول از نقدینگی نیز کاهش یافته است. به گزارش «کوابران»، از اسفندماه ۱۴۰۰ تا بهمن ماه ۱۴۰۲ حجم نقدینگی افزایش یافته ولی روند رشد آن نزولی بوده است. نرخ رشد نقدینگی در این دوره از حدود ۴۰ درصد به ۲۳ درصد رسیده است. در این دوره سه‌م سپرده‌های طولانی‌مدت‌تر از شبه پول افزایش یافته است. این انقباض می‌تواند به تصمیم بانک مرکزی مبنی بر افزایش نرخ بهره اسمی برگردد. با افزایش نرخ سود بانک سعی دارند تا برای کسب سود بالاتر بیشتر پول را نزد خود نگه دارند از همین رو نیز سه‌م سپرده‌های سه ساله از شبه پول جهش کرده است. نقدینگی از دو جزء پول و شبه پول تشکیل شده است. پول مجموع اسکناس و مسکوکات در دست مردم و سپرده‌های جاری است. شبه پول شامل سپرده‌های بلندمدت بانکی می‌شود که خود اجزای مختلفی دارد. این گزارش قصد دارد تا به سه‌م هر یک از سپرده‌های بلندمدت از شبه پول بپردازد.

معمولا شبه پول، سه‌م بیشتری را تشکیل می‌دهد. سه‌م پول از نقدینگی از اسفندماه ۱۴۰۰ از ۲۰ درصد به حدود ۲۵ درصد در بهمن ماه ۱۴۰۲ رسیده است. در مقابل، سه‌م شبه پول از نقدینگی از حدود ۸۰ درصد به ۷۵ درصد کاهش یافته است. از این گزاره می‌توان نتیجه گرفت که با بالا رفتن سه‌م پول از نقدینگی، انتظارات تورمی افزایش یافته است. از طرفی، سیالیت پول نیز بالاتر رفته است که می‌تواند منجر به خلق تورم بیشتر شود. همه اینها می‌تواند از افزایش تورم ذهنی و نااطمینانی نشأت گرفته باشد. زمانی که انتظارات تورمی در جامعه افزایش پیدا می‌کند جذابیت سود سپرده‌های بانکی کاهش می‌یابد. در این وضعیت مردم برای اینکه بتوانند از ارزش دارایی خود محافظت کنند پول خود را از حساب بلندمدت خارج کرده و به سمت بازارهای دارایی مانند طلا و ارز می‌برند. البته در یک سال گذشته از شتاب سیالیت نقدینگی کاسته شده است.

همانطور که گفته شد، شبه پول سپرده‌های بلندمدت بانکی است. در ترازنامه بانک مرکزی این بخش از نقدینگی شامل چندین جزء، از جمله قرض‌الحسنه پسی‌انداز، سپرده‌های کوتاه‌مدت، سپرده‌های یک ساله تا پنج ساله است. حجم همه این سپرده‌ها از سال ۱۴۰۰ تا ۱۴۰۲، به جز سپرده‌های دو ساله افزایش یافته است. حساب‌های قرض‌الحسنه پس‌انداز به منظور نگهداری دارایی در بانک و برای تراکنش‌هایی در جهت اهداف خیرخواهانه مثل کمک به افراد نیازمند افتتاح می‌شود و به آن سود بانکی تعلق نمی‌گیرد. همچنین بانک‌ها از محل این سپرده‌ها وام‌هایی با سود کم به افراد می‌دهند. سه‌م این نوع سپرده‌ها از شبه پول از سال ۱۴۰۰ تا ۱۴۰۲ به طور کلی افزایش یافته و از حدود ۸ درصد در سال ۱۴۰۰ به بالاتر از ۱۱ درصد در دو سال گذشته رسیده است.

به سپرده‌هایی که با مدت زمان کمتر از یک سال نزد بانک به امانت گذاشته می‌شوند، سپرده کوتاه‌مدت گفته می‌شود. با وجود اینکه سپرده‌های کوتاه‌مدت بیشترین سه‌م را از شبه پول دارند اما سه‌م آن در چند سال گذشته نزولی بوده است. سه‌م سپرده‌های کوتاه‌مدت در ۳۵ درصد در اسفندماه ۱۴۰۰ به ۲۸ درصد در بهمن ماه ۱۴۰۲ رسیده است. سه‌م سپرده‌های یک ساله از شبه پول در این دوره ابتدا سبب سودی صعودی و سپس نزولی داشته است. از طرفی، سه‌م سپرده‌های دو ساله روندی کاهشی داشته است، اما سه‌م سپرده‌های سه ساله از شبه پول در طول سه سال از زیر یک درصد به ۲۴ درصد پرش داشته است. در چند سال اخیر بانک مرکزی نرخ بهره اسمی را افزایش داده است. بالطبع افزایش نرخ بهره به نفع بانک‌ها نیست؛ چراکه باید سود بیشتری پرداخت کنند. در نتیجه بانک‌های تجاری قراردادهای طولانی‌مدت‌تری با مردم می‌بندند تا بتوانند پول را بیشتر نزد خود نگهداری کنند تا سود خود را حداکثر کنند. به همین دلیل، سه‌م سپرده‌های طولانی‌مدت‌تر از شبهه پول در چند سال اخیر افزایش یافته است.

رشد نقدینگی در پایان سال به چه رقمی می‌رسد؟

### ۳ سناریوی رشد نقدینگی ۱۴۰۳

بررسی‌های آماری نشان می‌دهد رشد سالانه نقدینگی در سال ۱۴۰۳ در خوش‌بینانه‌ترین حالت ۱۳٫۷ درصد و در بدبینانه‌ترین حالت ۲۵٫۹ درصد خواهد بود. به گزارش «کوابران»، زمانی که از تورم صحبت می‌شود یکی از مهم‌ترین متغیرهای اقتصادی مورد بحث «رشد نقدینگی» است. براساس نظریات اقتصادی، یکی از محرک‌های اصلی تورم در هر اقتصاد «رشد نقدینگی» است. بنابراین در دوران تورمی هرچه بانک مرکزی در مهار نقدینگی موثرتر عمل کند می‌تواند افسار تورم را به دست بگیرد و از حرارت قیمت‌ها بکاهد. در این گزارش در سه سناریو سعی شده است تا رشد نقدینگی در پایان سال ۱۴۰۳ پیش‌بینی شود و خوش‌بینانه‌ترین و بدبینانه‌ترین عملکرد بانک مرکزی در این سال مورد ارزیابی قرار گیرد. طبق این بررسی‌ها می‌توان گفت که رشد نقدینگی در پایان سال جاری در بدبینانه‌ترین سناریو معادل ۲۵٫۹ درصد و در خوش‌بینانه‌ترین سناریو معادل ۱۳٫۷ درصد خواهد بود. در ادامه گزارش حاضر به بررسی این سناریوها با جزئیات بیشتر خواهیم پرداخت و عملکرد سالانه بانک مرکزی را در این سناریوها مورد بررسی قرار خواهیم داد.

در سناریوی اول؛ رشد نقدینگی براساس رشد ماهانه فروردین برآورد شده است. براساس این سناریو رشد نقدینگی ۱۴۰۳ با فرض رشد ماهانه فروردین ماه محاسبه شده است. به عبارتی فرض شده رشد ماهانه نقدینگی فروردین ۱۴۰۳ تا پایان سال ادامه پیدا کرده است و بر این اساس رشد نقدینگی در پایان سال ۱۴۰۳ به دست آمده است. طبق این فرض اگر رشد نقدینگی ۱۱٫۱ درصدی فروردین ماه تا پایان سال جاری ادامه پیدا کند در انتهای سال ۱۴۰۳، رشد نقدینگی پایان سال به ۱۳٫۷ درصد خواهد رسید که خوش‌بینانه‌ترین سناریو در عملکرد بانک مرکزی خواهد بود.

در سناریوی دوم نیز رشد نقدینگی براساس رشد ۱۱ ماهه انتهای ۱۴۰۲ تخمین زده شده است. براساس این سناریو رشد نقدینگی سال ۱۴۰۳ بر مبنای میانگین رشد ۱۱ ماهه انتهای ۱۴۰۲ محاسبه شده است. طبق آمارها اگر میانگین رشد نقدینگی در ۱۱ ماهه انتهای سال گذشته (یعنی ۱٫۹ درصد) تا پایان سال جاری ادامه پیدا کند در این صورت رشد سالانه نقدینگی در پایان سال ۱۴۰۳ معادل ۲۴٫۱ درصد خواهد بود.

در نهایت در سنناریوی سوم؛ رشد نقدینگی براساس رشد ماهانه از ابتدای ۱۴۰۱ برآورد شده است. در واقع، آخرین سناریو بر پایه میانگین رشد ماهانه نقدینگی از ابتدای سال ۱۴۰۱ محاسبه شده است. بر این اساس فرض بر این است که میانگین رشد ماهانه نقدینگی از فروردین ماه ۱۴۰۱ تا فروردین سال ۱۴۰۳ تا پایان سال جاری ادامه پیدا کند در این صورت رشد سالانه نقدینگی در انتهای سال جاری به دست خواهد آمد. محاسبات نشان می‌دهد رشد ماهانه نقدینگی از ابتدای سال ۱۴۰۱ تا ابتدای سال ۱۴۰۳ معادل ۲ درصد بوده است که اگر این نرخ تا پایان سال ادامه پیدا کند در این شرایط نرخ رشد سالانه نقدینگی در اسفندماه سال جاری به ۲۵٫۹ درصد می‌رسد. همچنین باید عنوان کرد که نرخ حاصل شده در سناریوی سوم، بدبینانه‌ترین پیش‌بینی از عملکرد بانک مرکزی در پایان سال جاری خواهد بود.

مجموع، بازار طی هفته اخیر، آرام و به دور از التهاب بود اما همچنان رکود و کاهش تقاضا در بازار حاکم است؛ به گونه‌ای که این رکود، فعالیت اقتصادی منصف طلا و جواهر را در معرض خطر جدی قرار داده است. به گفته «بذرافشان»، علی‌رغم آرامش در بازار داخلی، بازارهای جهانی آرام نبوده و نوسان قابل توجهی را در بازار جهانی طلا شاهد بودیم؛ به گونه‌ای که در طول هفته نوسان ۸الی ۱۵ دلاری دیده شد، اما در مجموع در پایان هفته با نوسانی قابل توجه، قیمت هر اونس طلا به نسبت ابتدای هفته ۳۱ دلار افزایش را رقم زد. در حال حاضر آخرین نرخ ثبت شده برای هر اونس طلا در بازار جهانی ۲۳۴۳ دلار است.

او با تأکید بر اینکه قیمت سکه ۵۰ هزار تومان بالا رفت اما ۳۵۰ هزار تومان از حساب آن تخلیه شد، در مورد تغییرات قیمتی سکه و طلا در هفته پایانی خردادماه افزود: هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید با ۵۰ هزار تومان افزایش قیمت نسبت به ابتدای هفته در آخرین معاملات روز پنجشنبه به ۴۰ میلیون تومان رسید. قیمت سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم نیز ۱۰۰ هزار تومان کاهش بها نسبت به ابتدای هفته را تجربه کرد و به ۲۴ میلیون و ۷۰۰ هزار تومان رسید. قیمت نیم سکه و ربع سکه نیز هریک کاهش ۱۵۰ هزار تومانی را در یک هفته اخیر تجربه کردند و در پایان هفته به ترتیب ۲۲ میلیون و ۶۵۰ هزار تومان (نیم سکه) و ۱۴ میلیون و ۶۰۰ هزار تومان (ربع سکه) تعیین قیمت شدند. سکه‌های یک گرمی بانک مرکزی هم بدون تغییر، ۶ میلیون و ۹۰۰ هزار تومان دادوستد شد.

#### تخلیه ۲۵۰ هزار تومانی حساب سکه

رئیس اتحادیه طلا و جواهر تهران در بخش پایانی صحبت‌هایش از کاهش حساب سکه علی‌رغم افزایش جزئی آن در این هفته خبر داد و گفت: هرچند که سکه کمی افزایش قیمت را نسبت به ابتدای هفته گذشته تجربه کرد، اما حساب آن نسبت به ابتدای هفته ۳۵۰ هزار تومان کاهش یافته است. در حال حاضر از قیمت هر قطعه سکه، ۷ میلیون و ۴۰۰ هزار تومان آن حساب است. گفتنی است در حال حاضر، چهاردهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری، مهم‌ترین پارامتر اثرگذار بر آینده بازارهای دارایی در ایران است. بر همین اساس، صاحبان سرمایه، کارآفرینان، طریمگران و فعالان اقتصادی با دقت، صحبت‌ها و برنامه‌های نامزدهای ریاست جمهوری را زیر نظر دارند و برای آن سناریو می‌چینند. به همین خاطر انتخابات ریاست‌جمهوری دست‌کم تا چند هفته آینده همچنان مهم‌ترین پارامتر اثرگذار بر آینده بازارهاست.

#### افزایش ۳۱ دلاری اونس جهانی طلا

افزایش ۳۱ دلاری اونس جهانی طلا در بازار داخلی، تاثیر متفاوتی داشته است. رئیس اتحادیه طلا و جواهر تهران با اشاره به نوسانات قیمتی بازار سکه و طلا در هفته اخیر در این باره می‌گوید: علی‌رغم افزایش ۳۱ دلاری هر اونس طلا در بازارهای جهانی، سکه اندکی افزایش قیمت داشت و حتی قطعات کوچک‌تر سکه با کاهش قیمت همراه شدند، اما طلا با توجه به صعود قیمت‌های جهانی، مسیری متفاوت از قطعات کوچک سکه داشت و با افزایش قیمت روبه‌رو شد. «دادر بذرافشان» درباره وضعیت یک هفته اخیر بازار سکه و طلا به «ایسنا» توضیح داد: در هفته‌ای که گذشت در مجموع بازار روندی آرام و به‌دور از نوسان داشت. هرچند طی روزهایی شاهد نوسانات افزایشی و روزهایی شاهد نوسانات کاهشی بودیم اما در



## خبرنامه

به دنبال پیامدهای انحلال پارلمان فرانسه

### انگلیس بزرگ‌ترین بازار سهام اروپا شد

پس از اعلام انتخابات زودهنگام امانوئل ماکرون که بیش از ۲۰۰ میلیارد پوند به بزرگ‌ترین مشاغل این کشور خسارت وارد کرد، انگلیس از فرانسه پیشی گرفت و به بزرگ‌ترین بورس و اوراق بهادار اروپا تبدیل شد. براساس داده‌های بلومبرگ، روز دوشنبه مجموع ارزش سهام در فرانسه ۳٫۱۳ تریلیون دلار برابر ۲٫۴۷ تریلیون پوند بود که کمی کمتر از ۳٫۱۸ تریلیون دلار انگلیس بود. پس‌ازاینکه فرانسه ۱۸ ماه پیش تاج برتری بورس لندن را برای اولین بار تصاحب کرد، اکنون بخت دوباره به‌سوی انگلیس بازگشته است. از دست رفتن رتبه اولی در قاره اروپا زمانی رخ داد که انگلیس با بحران انرژی، تورم بالا و آشفتنگی مالی ناشی از نخست‌وزیری ناکارآمد لیز ترلس دست در گریبان بود. از زمانی که مکرور در اوایل ماه ژوئن انحلال غیرمنتظره پارلمان را اعلام کرد، اعتماد به سهام فرانسه متزلزل شد. این باعث شد که شاخص سهام Cac ۴۰ در پاریس بدترین هفته خود از سال ۲۰۲۲ تاکنون را پشت سر بگذارد و تمام سوده‌های امسال را پس از رسیدن به رکوردهای یک ماه قبل از دست بدهد. در این بازه زمانی سهام بانک‌های انجمنی مانند BNP Paribas و Credit Agricole - پارگران اصلی Cac ۴۰ هر هفته بیش از ۱۰ درصد کاهش یافته است. هر دو وام‌دهنده دارندگان اوراق قرضه فرانسه هستند که در میان ترس از قدرت گرفتن جناح راست، با فروش شدیدی روبه‌رو شدند. درنتیجه هزینه‌های استقراض دولت فرانسه افزایش یافته است و نرخ بهره بدهی‌های ۱۰ ساله برای اولین بار در ۲۰ سال گذشته با نرخ بهره برنغال برابری کرد. در همین حال، شاخص سهام FTSE ۱۰۰ در سال جاری به بالاترین حد خود رسیده است زیرا سرمایه‌گذاران به سمت شرکت‌های ثبت‌شده در بورس لندن هجوم می‌آورند که به نظر می‌رسد کمتر از ارزش واقعی ارزش‌گذاری شده‌اند. بورس لندن همچنین با موجی از فعالیت‌های جدید بازار سهام، مانند ثبت شدن Raspberry Pi طی هفته گذشته، تقویت شده است. فشارهای ناشی از فروش سریع سهام توسط سرمایه‌گذاران در فرانسه روز دوشنبه پس‌ازاینکه مارین لوین، رهبر حزب رالی ملی گفت که در صورت موفقیت در انتخابات، آماده همکاری با ماکرون خواهد بود، کاهش یافت. این اظهارات لوین منجر به افزایش ۰٫۷ درصدی Cac ۴۰ در معاملات بعدازظهر شد، درحالی‌که FTSE ۱۰۰ نزدیک به ۰٫۱ درصد کاهش یافت. یورو هم پس‌ازآنکه هفته گذشته به پایین‌ترین سطح خود از سپتامبر ۲۰۲۲ رسید، اندکی در برابر پوند رشد کرد و ۰٫۲ درصد افزایش به ۸۴٫۵ واحد رسید. در همین حال، بازه بدهی ۱۰ ساله دولت فرانسه نیز در حدود ۳٫۱۹ درصد برای اولین بار در ۲۰ سال گذشته بدهی در بالاترین میزان نسبت به بدهی آلمان از سال ۲۰۱۷ باقی مانده است. بااین‌حال، اقتصاددانان هشدار می‌دهند که فرانسه در دوره‌ای است که برای سه تا چهار هفته هیچ قطعیتی وجود ندارد و متأسفانه ممکن است بازار بی‌ثبات شود.

قیمت نفت برنت در مرز ۸۵ دلار ایستاد
**درخشش هفتگی قیمت نفت**

بهای نفت در معاملات روز جمعه بازار آسیا تغییر چندانی نداشت، اما در بحبوحه سیگنال‌های بهبود تقاضا و کاهش ذخایر نفت و سوخت در آمریکا، به سوی ثبت دومین رشد هفتگی متوالی پیش می‌رود. بهای معاملات نفت برنت برای اوت با ۱۵ سنت کاهش، به ۸۵ دلار و ۵۶ سنت در هر بشکه رسید. نفت برنت روز پنجشنبه ۰٫۸ درصد افزایش داشت. بهای معاملات وست نگرزاس اینترمدیت آمریکا برای تحویل در اوت، با ۱۴ سنت کاهش، ۸۱ دلار و ۱۵ سنت در هر بشکه بود. قرارداد ژوئیه که روز پنجشنبه منطقی شد، با ۰٫۷ درصد افزایش، ۸۲ دلار و ۱۷ سنت در هر بشکه معامله شد. قیمت نفت از ابتدای ماه میلادی جاری تاکنون، حدود ۵ درصد افزایش یافته و به بالاترین حد چند هفته اخیر صعود کرده است. تحلیگران موسسه مالی سی‌تی در یادداشت‌نوشته‌شان، افزایش تقاضای فصلی همانطور که در آمار اماره اطلاعات انرژی آمریکا منعکس شده است، تجدید درگیری میان رژیم صهیونیستی و حزب الله و فصل توفان، می‌تواند روند رشد قیمت نفت در طول تابستان را حفظ کند. آمار رسمی آمریکا که روز پنجشنبه منتشر شد نشان داد ذخایر نفت آمریکا در هفته منتهی به ۱۴ ژوئن، به میزان ۲٫۵ میلیون بشکه کاهش پیدا کرده و به ۵۷۰٫۱ میلیون بشکه رسیده است که بالاتر از برآورد تحلیگران از کاهش ذخایر به میزان ۲٫۲ میلیون بشکه بود. ذخایر بنزین به میزان ۲٫۳ میلیون بشکه کاهش یافت و به ۳۳۱٫۲ میلیون بشکه رسید در حالی که تحلیگران، رشد این ذخایر به میزان ۶۰۰ هزار بشکه را پیش‌بینی می‌کنند. به گفته تحلیگران گروه Research Asia، نشانه‌های تقاضای قوی‌تر در آسیا هم، احساسات را بهبود بخشید. پایاگاه‌های نفت در این منطقه، پس از انجام تعمیرات، در حال برگرداندن ظرفیت تولید غیرفعال هستند. به گزارش «رویتز» عاملی که مانع افزایش قیمت نفت شد، آمار اقتصادی منتشره در آمریکا بود که نشان داد شمار منتقاضیان دریافت بیمه بیکاری، کاهش پیدا کرده و این داده‌ها ممکن است باعث شود فدرال رزرو، نرخ بهره را بدون تغییر نیک نگه دارد. نرخ‌های بهره بالاتر، رشد اقتصادی و تقاضا برای نفت را محدود می‌کند.

به لطف تقاضای قوی در آمریکا و آسیا

### صادرات ژاپن ۱۳٫۵ درصد افزایش یافت

صادرات ژاپن در ماه مه به لطف ضعیف ماندن ین و بالا بودن تقاضا در آمریکا و آسیا، ۱۳٫۵ درصد افزایش یافت که سریع‌تر از رشد مورد انتظار بوده است. داده‌های وزارت دارایی روز چهارشنبه گزارش داد که کسری تجاری درمجموع به ۱٫۲۲ هزار میلیارد ین برابر ۷٫۷ میلیارد دلار رسیده است که نسبت به ۱٫۳۸ هزار میلیارد ین در سال گذشته نزدیک به ۱۲ درصد کاهش داشته است. واردات ۹٫۵ درصد نسبت به سال قبل رشد کرد و به نزدیک به ۹٫۵ هزار میلیارد ین و ۶۰ میلیارد دلار رسید. صادرات این کشور درمجموع به ۸٫۳ هزار میلیارد ین برابر ۵۳ میلیارد دلار رسیده و به سریع‌ترین رشد از نوامبر ۲۰۲۲ دست یافته است. صادرات به آمریکا نزدیک به ۲۴ درصد و صادرات به سایر نقاط آسیا بیش از ۱۳ درصد افزایش یافته که به دلیل رشد دورمی در مجموعه‌های وسایل نقلیه، الکترونیک و ماشین‌آلات بوده است اما هم‌زمان تجارت با اروپا کاهش بیشتری یافته است. ارزش واردات ژاپن زمانی افزایش می‌یابد که ین ژاپن در برابر دلار آمریکا و سایر ارزهای اصلی ارزش خود را از دست بدهد. دلار اکنون نزدیک به ۱۵۸ ین معامله می‌شود که نسبت به سطح ۱۴۰ ین سال گذشته افزایش ارزش یافته است. ژاپن کشوری است که از نظر منابع فقیرتر است و تقریباً تمام نفت موردنیاز خود را وارد می‌کند. ازاین‌رو واردات بیشتر نفت، گاز و سایر سوخت‌ها، برای دومین ماه متوالی به عامل بزرگی برای اثرگذاری بر کسری تجاری در ماه مه تبدیل شده است. واردات میوه هم در این ماه افزایش یافت. به گفته اقتصاددانان کپییتال اکونومیکس، عامل مهم افزایش صادرات و واردات، افزایش کلی قیمت‌ها بوده است که ارزش آنها را در مقایسه با سال قبل افزایش داده است. این را می‌توان در تأثیر آرام تجارت بر اقتصاد مشاهده کرد که در سه ماهه اول سال با سرعت ۱٫۸ درصد منقبض شد. درواقع، بخش بزرگی از افزایش ارزش تجارت ژاپن در سال گذشته منعکس‌کننده افزایش قیمت‌ها به دلیل تضعیف شدید ین است. به هرگونه بهبود محسوس در حجم تجارت. بااین حال، تجارت با چین، دومین بازار بزرگ صادرات ژاپن است از آمریکا با احیای آرام اقتصاد این کشور از شوک‌های سقوط در بخش املاک و اثرات ماندگار همه‌گیری کرونا احیا شده است. مجموعه‌های ماشین‌آلات و قطعات تولیدی و همچنین وسایل نقلیه به چین رشد زیادی را نشان داده است. همچنین اقتصاد آمریکا باوجوداینکه فدرال رزرو نرخ بهره را در سطوح بی‌سابقه‌ای بالا نگه داشته است تا سعی کند تورم سرسختانه بالا را مهار کند، انتظاف‌پذیر باقی‌مانده است. ضعف ین دلیل برخی از عصبانیت‌ها در میان سیاست‌گذاران ژاپنی است. صورت‌جلسه بانک مرکزی ژاپن که روز چهارشنبه منتشر شد نشان داد تصمیم‌گیرندگان این بانک در مورد تأثیر ضعیف بر تورم که در مقایسه با سایر اقتصادهای بزرگ نسبتاً پایین مانده است، با یکدیگر بحث می‌کنند. ترس بزرگ‌تر برای این تورم منفی است، یعنی زمانی که قیمت‌ها مدام در حال کاهش هستند. این نشانه‌ای از تضعیف اقتصاد است و بانک مرکزی تلاش می‌کند تا افزایش تدریجی قیمت‌ها را آغاز کند.

رئیس دولت چهاردهم باید چه نگاهی به اقتصاد و بخش خصوصی داشته باشد؟

# ۱۰ پرسش از رئیس‌جمهور آینده



فرصت امروز: رئیس دولت چهاردهم باید چه نگاهی به اقتصاد و بخش خصوصی داشته باشد؟ این سوال مهمی است که در آخرین گزارش مرکز پژوهش‌های اتاق ایران مطرح شده و بازاری پژوهشی بخش خصوصی از بینش اقتصادی کاندیداهای چهاردهمین دوره ریاست‌جمهوری سوال کرده است؛ اینکه بخش خصوصی در نظریه اقتصادی نامزدهای ریاست جمهوری چهاردهم چه نقش و جایگاهی دارد؟

مرکز پژوهش‌های اتاق ایران در جدیدترین گزارش پژوهشی خود به بررسی «آینده اقتصاد، تولید و بخش خصوصی: بینش‌های رئیس‌جمهور آینده و پیشنهادها» پرداخته و جایگاه بخش خصوصی در منظومه اقتصادی هر یک از نامزدها را مورد کندوکاو قرار داده است. در ابتدای این گزارش، سولاتی از کاندیداهای چهاردهمین دوره انتخابات ریاست‌جمهوری دربارهٔ بخش اقتصادی‌شان پرسیده شده است. به گفته بازوی پژوهشی اتاق ایران، اعتبار دولت‌ها نزد فعالان اقتصادی مخدوش شده است. سال‌هاست دولت‌ها انقدر وعده داده‌اند اما در عمل خلف وعده کرده‌اند که فعالان اقتصادی در ارزیابی پایش محیط کسب و کار، یکی از مؤلفه‌هایی که همیشه گلایه می‌کنند همانا «بی‌ثباتی سیاست‌ها، قوانین و مقررات و رویه‌های اجرایی ناظر بر کسب و کار» است. همینطور در ارزیابی‌های پایش امنیت سرمایه‌گذاری، فعالان اقتصادی همواره مؤلفه «عمل مسئولان ملی به وعده‌های داده‌شده» را جزو ناسامع‌ترین مؤلفه‌ها ارزیابی می‌کنند. حال سوال این است که نامزدهای انتخابات ریاست جمهوری چگونه قرار است این اعتبار مخدوش شده را به دولت چهاردهم بازگردانند؟

مرکز پژوهش‌های اتاق ایران در بخشی از گزارش خود نوشته است: دهه‌هاست که منابع حاصل از نفت و گاز، ساختار اقتصاد و سیاست ایران را تحت تأثیر قرار داده است و نقش اساسی در تحولات سیاسی، اقتصادی و اجتماعی ایران داشته است. آثار ناشی از این منابع در اقتصاد، صرفاً به شکل حجم منابع ارزی و ریالی وارد شده به بوجه عمومی دولت، قابل اندازه‌گیری نیست. ارزش فراورده‌های نفت و گاز در داخل (به شکل مصرف نهایی توسط خانوار و به ویژه مصرف واسطه توسط بخش‌های حمل و نقل، کشاورزی، صنعت و معدن و خدمات) با قیمت‌های دستوری نیز در چرخش چرخ‌های اقتصاد ایران در پنج دهه اخیر، اهمیت بسیاری داشته است. جریان منابع آشکار و ضمنی نفت و گاز ضمن آنکه شاخص‌هایی مانند دسترسی به آموزش و بهداشت و درآمد سرانه نسبتاً بالا و دسترسی

به تسهیلات عمومی (مانند آب و برق و گاز) را در دوره طولانی نسبت به میانگین جهانی افزایش داد، اما ساختار اقتصادی و سیاسی و اجتماعی را بنا گذاشت که بخشی از ویژگی‌های آن به قرار زیر است:

• ایجاد یک نظام اداری فربه و توزیع‌کننده و مصرف‌کننده منابع نفت و گاز که کمتر در خدمت تولید است.

• عدم تکمیل زنجیره‌های ارزش و تأمین در داخل کشور و تعدد بنگاه‌های اقتصادی با مقیاس‌های غیربهبند در بسیاری از صنایع و تولیدات.
• شکل‌دهی به ساختار سیاسی در دولت و مجلس که عمدتاً رویکرد توزیعی دارند و به صورت دائمی در حال تولید توقعات جدید در سطح جامعه هستند و در سمت دیگر ایجاد گروه‌های رانت‌جو در بین فعالان اقتصادی.

• تغییر فرهنگ مصرفی مردم و ایجاد سطح رفاهی نامتناسب با بازدهی اقتصاد ملی.
• گسترش فساد و کاهش ظرفیت پاسخگویی دولت به‌عنوان نتیجه ناگزیر یک نظام رانتی نفتی.

• اقول سرمایه اجتماعی به دلیل تضعیف اعتماد ملت به دولت که باعث کاهش مشارکت مردمی و ناکامی برنامه‌های کلان ملی شده است.
• انزواگرایی اقتصادی و عدم احساس نیاز به هم‌پیوندی با شبکه‌های اقتصادی بین‌المللی و زنجیره‌های جهانی و منطقه‌ای ارزش به دلیل اتکا به درآمدهای نفتی.
براساس این گزارش، بازوی پژوهشی پارلمان بخش خصوصی در ادامه با تأکید بر اینکه ایران دارای ظرفیت‌های بزرگی در حوزه‌های مختلف است، پرسش‌های مهم دیگری را مطرح کرده و آورده است: ایران دارای ظرفیت‌های بزرگی در حوزه ذخایر انرژی، اقتصاد دریا محور، معادن، نیروی انسانی جوان و توانمند و خلاق و دهها مزیت دیگر است. کارشناسان ظرفیت اقتصادی کشور را تا چهار برابر اندازه اقتصاد فعلی برآورد کرده‌اند. برنامه شما برای تحقق این ظرفیت‌ها برای خلق ثروت و درآمد برای مردم کشور چیست؟ همچنین در برخی وزارتخانه‌هاست و سازمان‌های کلیدی، مقررات اقتصادی کشور و فعالان اقتصادی به شدت نظام دیوانسالاری کم تجربه داده شده است و افرادی که شناخت دقیقی از امور تولید و صادرات و واردات ندارند، تصمیم‌های اصلی را در این حوزه‌ها می‌گیرند. کاندیداهای محترم چه رویه‌ها برای حل این موضوع دارند؟ از سوی دیگر، تقویت تولید

سیاست‌های دولت ابراهیم رئیسی را می‌هدد. شاخص کل بورس و اوراق بهادار تهران در جریان معاملات روز چهارشنبه هفته گذشته با رشد بیش از ۷۶۰۰ واحدی کار را تمام کرد، اما این رشد باعث نشد تا بازدهی شاخص کل بورس تهران مثبت تمام نشود. در جریان معاملات روز چهارشنبه در بازار بورس و اوراق بهادار تهران ارزش بازار مجدداً به کاتال ۷۰۰۰ همتی برگشت و شاخص کل نیز در محدوده ۲ میلیون و ۴۴ هزار واحد ایستاد. فولاد، فملی و شستا از نمادهایی بودند که بیشترین تأثیر مثبت را روی شاخص کل بورس و اوراق بهادار تهران داشتند. گروه خودرویی نیز با ارزش ۱۸۷ میلیارد تومان در صدر برترین ارزش معاملاتی روز چهارشنبه قرار داشت و نماد خلسا نیز در این گروه به صف خرید نشست. فلزات اساسی و گروه شیمیایی بازار

اولویت چندم آنهاست و چه کار مشخصی قرار است برای تقویت بنیه تولیدی کشور در دولت چهاردهم انجام دهند؟ همچنین بخش خصوصی در نظریه اقتصادی نامزدهای انتخابات ریاست جمهوری چه جایگاهی دارد؟ آیا مثل وضعیت فعلی بخش خصوصی فقط اجازه ورود به رشته فعالیت‌های با ارزش افزوده پایین دارد یا به بخش‌های با ارزش افزوده بالا مثل نفت و گاز و پتروشیمی و معدن و … می‌تواند به راحتی وارد شود؟ اساساً حد مداخله مطلوب در بازار و قیمت گذاری کالاهای خصوصی از نظر نامزدهای انتخاباتی و رئیس دولت چهاردهم چیست؟ در همین حال، هزینه مبادلات اقتصادی ایران در سطح بین المللی بالاست. همین حالا قیمت کالاهای صادراتی ایران برای مصرف‌کننده عراقی حدود ۲۰ درصد بیشتر از قیمت‌های سایر رقبا است. چون رابطه تجارتی آنها از طریق بانک انجام می‌شود ولی روابط ما از طریق صرافیه. قیمت کالاهای خارجی نیز برای مصرف‌کننده ایرانی –حتی با دلار بازار آزاد- چند برابر مردم سایر کشورهاست. در این راستا، برای کاهش این‌گونه هزینه‌های مبادله و به طور مشخص پیوستن به گروه ویژه اقدام مالی (FATF) چه برنامه‌ای دارند؟ آیا قائل به تفکیک سیاست‌ها و مقررات در خصوص ارز حاصل از صادرات محصولات منبع پایه (مانند پتروشیمی و معدنی …) از صادرات محصولات کشاورزی و صنعتی، خدمات فنی و مهندسی و فرش و صنایع دستی هستند و آیا قائل هستند که ارزهای حاصل از صادرات محصولات کشاورزی و صنعتی و خدمات فنی و مهندسی و صنایع دستی و از این قبیل کالاها در بازار تعیین شود؟ اگر بازار داخلی درباره یک کالا کمبود داشته باشد و همزمان، صادرات آن کالا هم امکان‌پذیر باشد. آیا شما صادرات آن کالا را ممنوع خواهید کرد؟ مهم‌ترین اولویت دیپلماسی اقتصادی آنها چیست؟ آیا تحریم‌زایی اولویت دیپلماسی اقتصادی آنهاست یا معتقدند که بدون لغو یا کاهش معنادار تحریم‌ها، امکان ارتباط نرمال با اقتصاد جهانی وجود دارد؟ بدهی است با مشخص شدن رویکرد کاندیداهای چهاردهمین دوره ریاست جمهوری درباره این موارد، می‌توان پیش‌بینی کرد که این بدهی سیاست‌ها را پشور می‌کند. در بخش پایانی این گزارش نیز پیشنهادهایی درباره سیاست‌های اقتصادی و بین‌المللی مطرح شده است که به تدریج کامل‌تر و به موقع برای رئیس جمهور منتخب ارسال خواهد شد.

براساس این گزارش، بازوی پژوهشی پارلمان بخش خصوصی در ادامه با تأکید بر اینکه ایران دارای ظرفیت‌های بزرگی در حوزه‌های مختلف است، پرسش‌های مهم دیگری را مطرح کرده و آورده است: ایران دارای ظرفیت‌های بزرگی در حوزه ذخایر انرژی، اقتصاد دریا محور، معادن، نیروی انسانی جوان و توانمند و خلاق و دهها مزیت دیگر است. کارشناسان ظرفیت اقتصادی کشور را تا چهار برابر اندازه اقتصاد فعلی برآورد کرده‌اند. برنامه شما برای تحقق این ظرفیت‌ها برای خلق ثروت و درآمد برای مردم کشور چیست؟ همچنین در برخی وزارتخانه‌هاست و سازمان‌های کلیدی، مقررات اقتصادی کشور و فعالان اقتصادی به شدت نظام دیوانسالاری کم تجربه داده شده است و افرادی که شناخت دقیقی از امور تولید و صادرات و واردات ندارند، تصمیم‌های اصلی را در این حوزه‌ها می‌گیرند. کاندیداهای محترم چه رویه‌ها برای حل این موضوع دارند؟ از سوی دیگر، تقویت تولید

ریزش بورس در هفته پایانی خردادماه شدت گرفت

## افت ۱٫۵ درصدی بورس در انتهای بهار

سرمایه نیز به ترتیب با ۱۳۴ و ۱۳۲ میلیارد تومان در جایگاه دوم و سوم برترین گروه‌های بازار سرمایه از نظر ارزش معاملاتی قرار گرفتند. شمارش معکوس برای شروع روز رأی‌گیری شروع شده است و تب انتخاباتی در فضای جامعه کم کم بالا می‌رود. در چنین فضای بازارهای مالی ترجیح می‌دهند تا پایان انتخابات تنها نظاره‌گر باشند. روز چهارشنبه بازار به واسطه اطلاعیهٔ نماد فولاد مبارکه که اعلام کرده بود سود خاص ۹۴ همتی سال مالی ۱۴۰۲ بدون در نظر گرفتن چند نماد اصلی و بزرگ گروه است بازار به استقبال از این نماد رفت که در نهایت فولاد به تنهایی ۲۳۰۰ واحد شاخص کل را مثبت کرد. در هفته پیش رو همچون هفته قبل یک روز تعطیل نیز داریم که این موضوع باعث می‌شود روز چهارشنبه هفته آینده یک روز بین تعطیلی پرحاشیه باشد؛ چراکه چیزی به شروع رأی‌گیری نخواهد ماند و آخرین روز تبلیغات انتخاباتی است. معمولاً حرفه‌ای‌های هر بازار مالی پیش از اخبار مهم و تأثیرگذار از بازار دست می‌کشند تا وضعیت مشخص شود و این هفته نیز به نوعی مسیر سیاسی و اقتصادی کشور مشخص خواهد شد. هرچند که در انتهای هفته گذشته در مناظره و نشست‌های تبلیغاتی نامزدها حواشی ایجاد شد و این موضوع باعث می‌شود برخی پیش‌بینی‌ها برای ریاست جمهوری با تردید همراه شود. در حاشیه‌های انتخاباتی با موضوع بورس باید اینطور گفت که یکی از نامزدهای انتخاباتی اعلام کرده عرضه فولاد و مس در بازار بورس کالا یک اشتباه بوده و باعث افزایش قیمت این محصول شده است؛ در حالی که این نامزد انتخاباتی در اولین مناظره خود از خرید محصولات موردنیاز سازمان تحت مدیریت خود از بورس کالا خبر داده است. سازمان بورس هم روز چهارشنبه هم‌زمان با اعلام ریزش نرخ بازده انتظاری برخی اوراق بدون ریسک به زیر ۳۰ درصد، بانک مرکزی هم با انتشار گزارشی نشان داد در بازار بین بانکی عملاً سیاستی انبساطی را در پیش گرفته است. بانک مرکزی در چارچوب اجرای عملیات بازار باز، اعلام کرد: در بازار بین بانکی، به تزیق ۱۹ همت به بازار پولی اقدام کرده است. همچنین شوید و بازار مسیر نزولی را در پیش گیرد؛ا در حال حاضر بازار بورس تهران دامنه نوسان در روز بعد از انتخابات، سیگنال توقف معاملات را داده است! پس بازار در این هفته و با توجه به شمارش معکوس برای روز رأی‌گیری بسیار حساس شده است.







# بهینه‌سازی کلیدواژه‌ها در بازاریابی



**نویسنده: علی آل علی**

دنیای بازاریابی به طور مداوم در حال دیجیتالی‌شدن است. اگر زمانی نه چندان دور بسیاری از بازارپاب‌ها به طور سنتی کارشان را پیش می‌بردند، حالا همه چیز به عرصه دیجیتالی و به طور مشخص اینترنت گره خورده است. این رقابت پس از ورود شبکه‌های اجتماعی کاملا به سود عرصه دیجیتال تغییر کرد. به طوری که خیلی از کارشناس‌ها نسبت به مرگ بازاریابی سنتی اظهارنظر کرده‌اند. در این میان ما قصد نداریم کم و کیف این ادعاها را بررسی کنیم، در عوض سراغ بررسی راهکارهایی برای کسب سود بیشتر در شرایط کنونی رفته‌ایم. بی‌شک کلیدواژه‌ها بخش مهمی از فرآیند تولید محتوا را شکل می‌دهند. شما بدون کلیدواژه‌های درست هیچ وقت فرصت اثرگذاری درست و حساسی بر روی مخاطب را نخواهید داشت. به عبارت دقیق‌تر، کلیدواژه‌های خوب نقش چراغ راهنما را ایفا می‌کنند. روزانه میلیون‌ها محتوا در سطح اینترنت منتشر می‌شود. بسیاری از برندها در این میان هیچ وقت نمی‌توانند سهم مناسبی از ترافیک گوگل یا حتی شبکه‌های اجتماعی به دست بیاورند. به همین خاطر دائما درگیر فرآیند تلاش برای بقا هستند. نکته کلیدی در این میان تلاش برای بهینه‌سازی کلیدواژه‌ها به منظور رقابت بهتر با سایر بازارپاب‌هاست.
خب وقتی شما با دست خالی روانه میدان نبرد شوید، شانسش برای پیروزی نخواهید داشت.

ما در این مقاله قصد داریم به شما زره، سپر و شمشیر خوبی دهیم تا از پس رقابت با دیگران برآیید. این امر به شما کمک خواهد کرد تا فرآیند اثرگذاری بر روی مخاطب را به شیوه‌ای بهتر مدیریت کنید. به علاوه،

محتوای‌تان نیز با هزینه‌ای کمتر رانما بازار شود.
شاید فکر کنید برای آشنایی با نکات مورد بحث در این مقاله نیاز به دانش خاصی در حوزه بازاریابی یا تولید محتوا باشید.
خب در این صورت احتمالا هنوز سبک کاری ما در روزنامه فرصت امروز را به خوبی نشناخته‌اید. ما در مقالاتمان نه تنها سراغ فرآیندهای پیچیده نمی‌رویم، بلکه سخته‌ترین استراتژی‌های موجود را به زبانی ساده و خودمانی توضیح می‌دهیم. به همین خاطر در این مقاله نیز از همین روش استفاده کرده‌ایم. پس بهانه و نگرانی‌ها را کنار گذاشته و با ما همراه شوید.

**بهینه‌سازی کلیدواژه دقیقاً چیست؟**

اولین سوالی که در این بخش باید بدان پاسخ دهیم، ماهیت بهینه‌سازی کلیدواژه است.
اصلا این فرآیند چه فایده‌ای برای ما کسب و کارها داشته و چطور می‌توان از آن برای بهبود اوضاع استفاده کرد.
بسیاری از کارآفرینان برای اینکه اوضاع‌شان در بازار را بهتر کنند، دائما به فکر آپدیت محتوا هستند. این امر نه تنها زمان زیادی از آدم می‌گیرد، بلکه در نهایت نیز ممکن است نتیجه مطلوب را به همراه نداشته باشد.
یک ایده بهتر در این میان تلاش برای آپدیت و ارزیابی اوضا کلید واژه‌ها پیش از انتشار هر محتواست. این امر به شما کمک خواهد کرد ماینبر سریعی به سوی تولید محتوای باکیفیت بزیند.

بهینه‌سازی یکی از کارویژه‌هایی است که در طول زمان به کارآفرینان کمک کرده هزینه‌ها را کاهش داده و از سسوی دیگر نارضایتی کاربران را نیز مدیریت کنند. وظیفه اصلی شما در این میان ارزیابی محتوای قدیمی و کلیدواژه‌های فعلی برنبرد برای یافتن نقاط ضعف است.
بی‌شک هیچ فرآیند بازاریابی و تولید محتوایی در دنیا بی‌اِراد نیست. هرچه شما ایرادات کارتان را سریع‌تر رفع کنید، در نهایت چشم‌انداز بهتری پیش روی برندان‌تان خواهد بود. اینطوری می‌توانید خیلی ساده‌تر بر روی مخاطب اثرگذاری داشته باشید.

اگر بخواهیم فرآیند بهینه‌سازی کلیدواژه‌ها را خیلی ساده بیان کنیم، باید گفت این فرآیند به انطباق کلیدواژه‌ها با سلیقه مخاطب اشاره دارد.
خب خیلی وقت‌ها بازارپاب‌ها سراغ تولید محتواهایی می‌روند که ازآما با سلیقه مخاطب یکی نیست، به همین خاطر ضروری است کارتان در این رابطه را به طور مداوم با سلیقه مخاطب هماهنگ سازید.
آشنایی که خیلی از بازارپاب‌ها در این مرحله مرتکب می‌شوند، اشتباه گرفتن سلیقه خودشان با سلیقه مخاطب است.
خب شما که قرار نیست برای خودتان تولید محتوا کنید!

**چرا بهینه‌سازی کلیدواژه‌ها مهم است؟**

یکی از مهمترین کارهایی که در دنیای کسب و کار به شما برای درک بهتر یک استراتژی کمک می‌کند، بررسی مزایای آن است.
خب اگر یک استراتژی هیچ مزیت مهمی به همراه نداشته باشد، اصلا چرا باید آن را انتخاب کنیم؟ این سوالی است که بسیاری از کارآفرینان خیال می‌کنند ارزش بررسی ندارد.

اگر دقت کرده باشید، اغلب ما در طول زندگی نکاتی را تایید می‌کنیم که قبلا هیچ داری یا حتی ارزیابی از آنها نداشته‌ایم.
به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم شما باید جهتگیری کاملا متفاوتی در این رابطه داشته باشید. این امر به شما کمک خواهد کرد تا مشکلات کمتری دست و پنجه نرم کنید.
به علاوه، تحقیق درباره مزایای یک استراتژی نگرانی‌های شما را نیز کاهش می‌دهد.

وضعیت شما در این بخش مثل تهیه‌کننده یک برنامه تلویزیونی است که باید درباره طرح کلی برنامه و از همه مهمتر انتخاب عوامل به دقت بحث و بررسی انجام دهد. وگرنه ممکن است در نهایت اوضاعش حسابی به هم ریخته و هیچ شانسش برای اثرگذاری بر روی مخاطب پیدا نکند.
اجازه دهید با همین مقدمه برویم سراغ مزایای بهینه‌سازی کلیدواژه‌ها.

این شما و این هم مزایای استراتژی که قصد بررسی‌اش را داریم.
**دیده شدن بهتر در موتورهای جست‌وجو**

چه کسی در دنیا دوست ندارد کسب و کارش در گوگل بیشتر در چشم باشد؟ این سوال هر بازاریابی را وسوسه می‌کند تا از تمام توانش برای تولید محتوا به شیوه‌ای بهتر استفاده کند.
درست به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم شما باید تمام استراتژی‌های مناسب برای بهبود وضعیت ستو برنرد را مورد توجه قرار دهید.

آنچه در این میان بهینه‌سازی کلیدواژه‌ها را بدل به امری بی‌دردسر می‌کند، فرآیند مربوط به مدیریت هزینه‌هاست.
خب کمتر بازاریابی در این دنیا بودجه نامحدودی در اختیار دارد تا به سادگی دست به تولید یا آپدیت محتوا بزند.
درست به همین خاطر ما در دنیای بازاریابی همیشه با مشکل مدیریت مالی رو به رو هستیم.
استراتژی بهینه‌سازی کلیدواژه‌ها تقریبا هیچ هزینه‌ای برای شما به همراه نخواهد داشت.
در این میان فقط باید کمی از وقت‌تان را خالی کرده و به این فرآیند اختصاص دهید.
ماجرای جالب شد، نه؟

**افزایش ارزش محتوا**

کاربران در شبکه‌های اجتماعی و فضای کلی اینترنت نه دنبال سرگرمی صرف، بلکه محتوای ارزشمند هستند.
سوال کلیدی در این میان آن چیزی است که یک محتوا را ارزشمند می‌سازد.
خب این امر بی‌نهایت ساده است.
وقتی یک محتوا به درد کاربران بخورد و گره‌ای از زندگی‌شان حل کند، ارزشمند تلقی می‌شود.
با این چشم‌انداز بسیاری از کمپین‌های بازاریابی در دنیای کنونی فاقد ارزش کافی هستند.
درست به همین خاطر شکست‌های بی در پی امان بازارپاب‌ها را بریده است.

یادتان باشد، کاربران در دنیای امروز هیچ رحمی ندارند. این یعنی شما جایی برای اشتباه نداشته و باید بی‌عیب‌تر از هر زمان دیگری در بازار فعالیت داشته باشید.
چنین نکته‌ای به طور ناخودآگاه می‌تواند اوضاع‌تان را بهم بریزد.
خب وقتی شما نمی‌توانید کارتان را به خوبی پیش ببرید، اصلا بعید نیست کاربران بیکباره دور شما را خط کشیده و از همه دتر سراغ رقبای‌تان بروند.

بهینه‌سازی کلیدواژه‌ها به شما کمک می‌کند همیشه محتوایی ارزشمند برای مخاطب‌تان دم دست داشته باشید. این امر فرآیند اثرگذاری بر روی مخاطب را ساده‌تر از هر زمان دیگری کرده و رضایت آنها را به همراه دارد.
فرض اصلی بر این اساس که کاربران نسبت به محتوایی که به دردشان می‌خورد، واکنش مثبتی نشان می‌دهند.
بنابراین اگر با وجود بهینه‌سازی کلیدواژه‌ها باز هم کارتان ایراد داشت، باید کمی سلفایه تعاملات‌تان با مشتریان را بررسی کنید.
خب اگر نارضایتی عمومی نسبت به برندان‌تان وجود دارد، اوضاع کاملا فرق خواهد کرد.

**بهینه‌سازی کلیدواژه‌ها در عمل**

خب حالا دیگر باید کم کم برویم سراغ اصل ماجرا.
اصلا بهینه‌سازی کلیدواژه‌ها چیست و چطور انجام می‌شود؟ ما در بخش‌های قبلی سعی کردیم برای بخش اول سوال بالا جواب‌هایی قانع‌کننده‌ای پیدا کنیم.
حالا نوبتی هم باشد، باید سراغ بخش دوم کار برویم.

واقعا بهینه‌سازی کلیدواژه‌ها چطور انجام می‌شود؟ این نکته‌ای است که باید به طور مداوم مورد توجه شما قرار گرفته و کارتان را نیز براساس آن ساماندهی کنید.
بی‌شک راهکارهای زیادی در دنیا برای انجام یک کار مشخص وجود دارد.
با این حال ما در روزنامه فرصت امروز همیشه به دنبال راهکارهای ساده و سریع هستیم؛ چراکه به خوبی از اهمیت مقوله زمان در دنیای کنونی آگاهی داریم.
پس بهتر است تا انتهای این بخش با ما همراه باشید تا فرآیند ساده و بی‌دردسر بهینه‌سازی کلیدواژه‌ها را یاد بگیرید.

**دسته‌بندی کلیدواژه‌های مشابه**

اولین کاری که شما باید انجام دهید، دسته‌بندی کلیدواژه‌های شبیه به هم است.
خب وقتی کلیدواژه‌ها درهم باشند، مدیریت کارها بی‌نهایت سخت می‌شود.
چه بسا یک بازاریاب بخت برگشته برای تولید محتوا اشتباهی یک کلیدواژه نامرتبط را نیز جاشنی کار کند.
اینطوری سئو محتوا به طور قابل ملاحظه‌ای تحت تأثیر قرار می‌گیرد.

اگر شما هیچ درک یا تجربه قبلی از دسته‌بندی کلیدواژه‌ها ندارید، بد نیست کمی هم که شده به فکر استفاده از تجربه دیگران باشید.
در این رابطه می‌توانید خیلی راحت از دوستان یا همکاران‌تان کمک بگیرید.
قبول دارم این امر در ابتدا کمی سخت به نظر می‌رسد، اما با کمی تأمل به سادگی فرصت مدیریت اوضاع را پیدا می‌کنید.
فراورش نکنید، در دنیای امروز کمک گرفتن از دیگران هیچ ایرادی ندارد.
نکته کلیدی موفقیت شما

برای اثرگذاری بر روی مخاطبان‌تان خواهد بود.
دسته‌بندی کلیدواژه‌ها باید براساس ماهیت‌شان صورت گیرد.
مثلا اگر شما در حوزه‌هایی مثل فوتبال، والیبالی و به طور کلی رشته‌های ورزشی تیمی دست به تولید محتوا می‌زنید، باید براساس نوع هر ورزش اقدام به دسته‌بندی کلیدواژه‌ها کنید.
این امر در نهایت استفاده از هر کلیدواژه و یافتن گزینه‌های مناسب را ساده‌تر خواهد کرد.

متأسفانه برخی از بازارپاب‌ها سلخنگی را بی‌نهایت دوست دارند.
شاید شما در این وضعیت احساس بدی نداشته باشید، اما به طور ناخودآگاه کیفیت کارتان کاهش چشمگیری پیدا می‌کند.
آن وقت دیگر نمی‌توانید اثرگذاری مناسب بر روی مخاطب را داشته یا کارتان را به طور قابل ملاحظه‌ای بهبود ببخشید.

بعد از اینکه دسته‌بندی کلیدواژه‌ها با موفقیت به پایان رسید، کارتان تمام نشده است.
از اینجا به بعد باید به طور مداوم گروه‌ها را ارزیابی کنید.
خب کلیدواژه‌ها در طول زمان آفت و خیز زیادی دارند.
چه بسا در یک حوزه خاص کلیدواژه تازه‌ای به وجود بیاید.
پس باید حواس‌تان به این بخش از کار نیز باشد وگرنه سرتان بی‌کلاه خواهد ماند.

**جای‌گذاری پراکنده کلیدواژه‌ها**

وقتی شما گروه‌های متفاوتی از کلیدواژه دارید، باید آنها را به طور پراکنده در سایت‌تان استفاده کنید.
این امر به شما فرصت خوبی برای جلب توجه کاربران داده و از همه مهمتر اوضاع سئوی‌تان را نیز متحول خواهد کرد.
خب این روزها برخی از کلیدواژه‌ها به طور عمومی در میان کاربران محبوبیت دارند.
پس شما باید کمی عملکرد استراتژیک را جاشنی کارتان کرده و بدون توجه به سختی مسیر کارتان را پیش ببرید.
نکته کلیدی در این میان توانایی شما برای پخش کردن یک کلیدواژه در سراسر سایت‌تان است. این امر موجب برخورد بهتر الگوریتم گوگل با سایت‌تان خواهد شد.
البته نباید از یک کلیدواژه در صفحاتی یا محتوای غیرمرتبط استفاده کنید، اما از سویی دیگر کاربرد درست نیز ضروری خواهد بود.
این امر به شما کمک خواهد کرد تا با چالش‌های کمتری در مسیر تولید محتوا رو به رو شوید.

امروزه ابزارهای بسیار زیادی برای ترسیم یک نقشه دقیق از پراکندگی کلیدواژه‌ها در دسترس شما قرار دارد.
این امر می‌تواند به کسب و کارتان برای اثرگذاری بهتر بر روی مخاطب نیز حساسی کمک کند.
پس اگر در این رابطه مشکلات زیادی دارید، می‌توانید سراغ ابزارهایی مثل سمراش (Semrush) یا هاب اسپات (Hubspot) بروید.
نکته جالب اینکه چنین ابزارهایی با دارا بودن هوش مصنوعی به شما توانایی خوبی در راستای بهبود فرآیند تولید محتوا و مدیریت سایت می‌دهند.
پس منتظر چه هستید؟ همین حالا دست به کار شده و از آنها به سود خودتان بهره ببرید.

**تمرکز بر روی تولید محتوای باکیفیت**

تولید محتوای باکیفیت امری ضروری برای اثرگذاری بر روی مخاطب محسوب می‌شود.
بسیاری از کارآفرینان برای اینکه جایگاه خودشان در بازار را بهبود بخشند، اول از همه روی تولید محتوای مناسب تمرکز می‌کنند.
خب این امر اگر همراه با کلیدواژه‌های مناسب نباشد، نتیجه‌ای به همراه نخواهد داشت.
درست به همین خاطر ما در مقاله‌مان تولید محتوا را در مرحله سوم قرار داده‌ایم؛ جایی که شما آمادگی نسبی پیدا کرده و دیگر لازم نیست نگران فاجعه‌بار بدون سرنجام تولید محتوا باشید.

وقتی شما یک یا چند کلیدواژه مناسب پیدا کرده و سپس آنها را دسته‌بندی می‌کنید، بدین معناست که مخاطب علاقه زیادی برای مشاهده محتوا در رابطه با آن دارد.
پس به طور منطقی باید در مرحله بعد دست به تولید محتوا براساس آن کلیدواژه‌ها بزنید.
البته در این میان یک نکته دیگر نیز باقی می‌ماند؛ چقدر مهارت‌تان در زمینه ساده‌سازی کلیدواژه‌ها و مفاهیم بالاتر؟

بی‌شک گاهی اوقات کاربران به حوزه‌های تخصصی علاقه دارند که به این سادگی قابل بیان نیستند.
اصلا شاید یک فرآیند تخصصی چشم مخاطب را بگیرد.
در این صورت شما باید آن فرآیند را به زبان بی‌نهایت ساده توضیح داده و تازه آن را جذاب هم بسازید.
اینجاست که هنر شما به عنوان بازاریاب خودش را نشان خواهد داد.

اگر نظر ما را بخواهید، بد نیست قبل از انتشار نهایی محتوا چند بار آن را مورد ارزیابی قرار دهید.
این امر کمک می‌کند تا ایرادات کار را پیدا کرده و دیگر جایی برای تأمید کردن مخاطب باقی نمی‌ماند.
خب وقتی شما همینطور سرسری می‌محتوای را منتشر می‌کنید، کاربران فرصت و بهانه زیادی برای نقد بیان خواهند داشت.
این امر سبب می‌شود توانایی شما برای تعامل با مخاطب به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش پیدا کرده و نقدهای جدی به کارتان وارد شود.

**انتخاب تیتربهای مناسب**

محتوایی که تیترب مناسب نداشته باشد، مثل فیلم سینمایی خواهد بود که اسسم مشخص یا جذابی ندارد.
بی‌شک اگر فیلمی مثل ماموریت

غیرممکن اسم کلیشه‌ای داشت، هیچ وقت در بازار کلی فروش نمی‌کرد.
به همین خاطر شما باید اسم‌های مناسب و خیره‌کننده‌ای برای محتوای‌تان انتخاب کنید.

شاید برای بازارپاب‌هایی که خلاقیتم زیادی دارند، انتخاب اسم فرآیند سختی نباشد، اما درسر شما یکی دو تا نیست؛ چراکه تیترب محتوای‌تان باید با کلیدواژه‌ها هماهنگ باشد.
اصلا گاهی اوقات باید از کلیدواژه‌ها در تیترب اصلی محتوا نیز استفاده کرد.
درست به همین خاطر شاید کار شما کمی سخت‌تر از صرف خلاقیتم در زمینه انتخاب تیترب باشد.

بی‌شک هیچ راه فوق‌العاده‌ای برای یادگیری انتخاب تیترب به طور اصولی نیست.
به همین خاطر شما باید کارتان را با تمرین و تکرار شروع کنید.
اگر هم به اندازه کافی حوصله دارید، بد نیستت سراغ مرور تیترب محتوای بازارپابی دیگر برندها بروید.
یک تمرین ساده در این میان چک کردن مداوم سایت برندهای بزرگ است.
این امر به شما کمک خواهد کرد تا خیلی راحت‌تر کارتان را دنبال کرده و دیگر نیازی به نگرانی نخواهد بود.

**طراحی آدرس‌های URL با ظاهری جذاب و سرعت بالا**

سایتی که یک ساعت طول بکشد تا لود شود، به درد هیچ‌کس نمی‌خورد.
خب کاربران در دنیای امروز اصلا حوصله صبر و انتظار را ندارند.
بنابراین اگر قرار باشد ساعت‌ها منتظر شما بمانند، خیلی زود حوصله‌شان سر خواهد رفت.
درست به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم شما باید استراتژی کاملا متفاوتی در پیش بگیرید.
این استراتژی به شما کمک خواهد کرد تا سرعت سایت‌تان را افزایش دهید.
خوشبختانه امروزه ابزارهای بسیار متنوعی برای افزایش سرعت سایت دم دست قرار دارد.
محور اصلی در این میان انتخاب قالبی کم‌حجم و همچنین کاهش حجم محتوای بصری پیش از به‌روز رسانی صفحه سایت است.
این امر به شما کمک خواهد کرد تا فرآیند تعامل با مخاطب‌تان را خیلی ساده‌تر دنبال کنید.
سرعت سایت همیشه نقش مهمی در تعامل با مخاطب هدف دارد.

به همین خاطر اگر سرعت سایت‌تان بالا باشد، مشکل زیادی از نظر جذب ترافیک نخواهید داشت.
نکته مهم دیگر در این میان ظاهر آدرس URL یا هر کدام از صفحات سایت‌تان است.
این امر به شما کمک خواهد کرد تا از نظر بصری مخاطب را بهتر جذب کنید.
خب خیلی از مشتریان برای پیگیری یک برنرد نیاز به جذابیت‌های بصری دارد.
پیش خودتان که فکر نکرده‌اید که با بدشکل‌ترین محتوای دنیا می‌توانید نظر مخاطب را جلب کنید؟

بد نیست در آدرس URL هر صفحه از سایت‌تان کلیدواژه مناسب با آن محتوا را هم قرار دهید.
اینطوری مخاطب برای به اشتراک‌گذاری محتوا نیز دردسر کمتری می‌کشد.
به علاوه، کسی که لینک مرتبط با سایت‌تان را دریافت می‌کند، احتمالا انگیزه‌اش برای مشاهده محتوا بالاتر خواهد رفت.
بازاریاب‌ها به طور کلی باید در زمینه بهینه‌سازی کلیدواژه‌ها به کلی از نکات جانبی نیز توجه نشان دهند.
این امر در قالب مجموعه‌ای مشترک جلو می‌رود.
پس نباید خودتان را به حوزه‌ای خاص محدود کرده و بقیه بخش‌ها را به طور کامل فراموش کنید، این امر می‌تواند شرایط‌تان را حسایی دشوار سازد.

**سخن پایانی**

بهینه‌سازی کلیدواژه‌ها یکی از گام‌های مهم برای بازاریابی مناسب است.
بسیاری از برندها برای اینکه تجربه‌ای مناسب در این رابطه داشته باشند، همیشه به بی‌راهه می‌روند.
درست به همین خاطر ما در این مقاله سعی کردیم برخی از مهمترین نکات درباره بهینه‌سازی کلیدواژه‌ها را مورد بررسی قرار دهیم.
شما الان آمادگی لازم برای تولید محتوا و بازاریابی به بهترین شکل ممکن را دارید.
از اینجا به بعد همه چیز در پیوند با پشتکار و صلابته مهارت خودتان خواهد بود.
پس بهانه‌تراشی را کنار گذاشته و همین حالا کارتان را شروع کنید.
هرجا هم نیاز به راهنمایی یا کمک داشتید، ما را بی‌خبر نگذارید.

منابع:

https://www.semrush.com/blog/keyword-optimization

**فراخوان ارزیابی کیفیت جهت بر گزاری مناقصه عمومی شماره ۰۱۰۱۳۱۰۱۵۰۰۶۵**  
**دو مرحله‌ای به شماره مناقصه: تقاضای شماره ۰۱۵۰۰۶۵-۲۲-۳۱-۰۱**

**تظلمات بدیگی کمپرسور AIR PACK**

**شناسه آگهی: ۱۷۳۶۵۲۲**

شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب، به منظور دار کردن کالای مورد نیاز خود، راه‌معلق جدول زیر بصورت فراخوان ارزیابی کیفی جهت بر گزاری مناقصه عمومی از طریق سامانه نازک تکترونیک دولت (سناد) تأمین نماید. کلیه مراحل بر گزاری مناقصه از دریافت سناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و برگشتی پالت از طریق درگاه سامانه نازک تکترونیک دولت (سناد) به آدرس [www.sectad.ir/mnt](http://www.sectad.ir/mnt) انجام خواهد شد و لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام در سایت مذکور، و دریافت گواهی تمضای تکترونیکس را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند.

تعداد لازم	نوع مناقصه	واحد	شماره فراخوان در سامانه سناد	مبلغ تضمین
۱۷	تظلمات بدیگی کمپرسور AIR PACK	NO	۰۱-۴۸۲۸۸۰۰۰-۴۳۰	۳.۹۹۷.۸۹۰.۰۰۰
مبلغ بازرسی ۴ مورد نیاز می‌باشد.				

لذا کلیه مناقصه گران که فعالیت آنها مرتبط با شرح کالای مورد درخواست می باشد می توانند طرف مدت ۱۴ روز از جاب آگهی نوبت دوم با مراجعه به سامانه نازک تکترونیک دولت(سناد) به نشانی [www.sectad.ir/mnt](http://www.sectad.ir/mnt) نسبت به چاپ و تکمیل فرمهای شماره ۱ (۳) شامل تعهدنامه ارائه کالا و خدمات پس از فروش اقدام نمایند و می بایست طرف مدت ۱۴ روز پس از اعلام مهلت اولیه نسبت به بارگزارن فرمهای مذکور به همراه مدارک و مستندات تکمیلی مطابق با اسفاده‌های شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب و بر اساس موارد مندرج در جدول ارزیابی کیفی برای معاملات کمتر از سیست برار ضابط معاملات متوسط در سامانه سناد اقدام نمایند.

\* شرط دریافت سناد مناقصه گران کتب استنادهای حداقل ۶۳۰- ۱۰۰ در روزیابی کیفی می باشد. \*گزارشات استنادهای مذکور بر اساس ضوابط اعلام شده در جدول ارزیابی کیفی می باشد.\*

\* استناد و مدارک مناقصه پس از بر گزاری فرآیند ارزیابی کیفی و ارسال دوتولمه از طریق سامانه سناد برای مناقصه گران واجد شرایط ارسال خواهد شد.

\*شما مبلغ تضمین شرکت در مناقصه ۳.۹۹۷.۸۹۰.۰۰۰ ریال می باشد.

\* با وصول حداقل یک فقره پیشنهاد کمتر در مورد زمانبندی مناقصه گشتایش پالت انجام میشود. بدیهی است این امر نامی "حداقل تعداد مناقصه گران در فهرست کالاه" موضوع ماده ۱۰۰ نامه نحوه ارزیابی کیفی مناقصه گران نمی باشد.

\* کلیه مدارک ارزیابی کیفی در قالب یک فایل PDF در سامانه سناد بار گذاری گردد. ضمناً مدارک بصورت دسته بندی شده و منطبق با ضابط های اعلام شده (لایحه ارزیابی) و تجزیر قبلی اسفاده ردها افزائی) بار گزاری گردد. واحد مکملگزار آید، زمان کار خرید کالای داخلی (لطف ۲۴-۲۲-۳۱-۰۱).

**تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۳/۰۳/۲۰**

**تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۳/۰۴/۰۲**

**روابط عمومی شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب**

۴۲۱



### اخبار

#### تلاش گروه‌های عملیاتی برق هرمزگان برای پایداری شبکه و ترمیم خسارت‌های حادثه شهرک سجادیه بندرعباس



**بندرعباس** - **خبرنگار فرصت امروز:** معاون بهره‌برداري شرکت توزیع نیروی برق استان هرمزگان از تلاش ۶ گروه عملیاتی این شرکت برای پایداری شبکه و ترمیم خسارت‌های وارد شده به ۴ پایه برق در اثر برخورد یک خودرو خیر داد.

به گزارش روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق استان هرمزگان ، اسماعیل طاهری با بیان جزئیات این حادثه اظهار داشت در اثر برخورد یک خودرو ۲ پایه برق کاملاً سقوط کرد و با کشیدگی کابل شبکه و سقوط ترانس ها ۲ پایه دیگر نیز آسیب دید. این در حالیست که با قطع برق تلاش همکاران ما از همان ساعت‌های اولیه برای برقراری برق و وصل مجدد آغاز گردید. مهندس طاهری در ادامه اظهار امیدواری کرد که برق شبکه تا ساعاتی دیگر مجدداً وصل شود و افزود همکاران در گروه‌های عملیاتی با بهره گیری از ۲ دستگاه جرثقیل و استفاده از بالابر و امکانات و تجهیزات کامل پای کار هستند و تقریباً ۸۰ درصد عملیات ترمیم شبکه را به پیش برده اند و به همین میزان هم مسترکان و قفدار شده اند. معاون بهره‌برداري شرکت توزیع نیروی برق استان هرمزگان در ادامه با بیان اینکه بیش از ۳۰ میلیارد ریال در این حادثه خسارت مالی به جیان مانده است و صبر و حوصله شهروندان و مشترکان تقدیر کرد و گفت ما همه ظرفیت‌های عملیاتی را بکار گرفتیم تا خالی در پایداری شبکه برق در ناحیه ۲ بندرعباس و نواحی همجوار بروز نشود. اکنون نیز عملیات ترمیم شبکه در بلوار امام حسین علیه السلام و شهرک سجادیه در حال انجام است.

این مقام ضمن عرض خورواخی از شهروندان و مشترکان یادآور شد: علت زمان بر بودن عملیات بخاطر دودرماه بودن خطوط برق در این ناحیه، آسیب دیدن ترانس ها، سقوط پایه ها، و حجم بالای خسارت در حادثه است. ترمیم شبکه نیاز به حفاری و کارگذاری پایه برق جدید داشت و همکاران ما در گرمای خرد ما اکنون این عملیات را به پیش می‌برند.

مدیر کل دامپزشکی استان مرکزی خبرداد:

#### ۳۶ اکیپ ثابت و سیار نظارتی دامپزشکی روز عید قربان



**اراک** - **فرناز امیدی:** مدیر کل دامپزشکی استان مرکزی گفت: ۳۶ اکیپ ثابت و سیار نظارتی روز عید قربان وظیفه بازرسی بهداشتی و نظارت بر ذبح شرعی دام های قربانی را برعهده داشتند. به گزارش روابط عمومی اداره کل دامپزشکی استان مرکزی، دکتر محمد قحachi در تشریح این خبر گفت:این اکیپ ها که متشکل از ۶۳ نفر دکتر دامپزشک، بازرس بهداشت گوشت و ناظر ذبح شرعی بودند، وظیفه کنترل و نظارت بهداشتی و شرعی بر کشتار دامها در روز عید قربان را از ساعت ۶ صبح ای ۱۲ بعد از ظهر در سطح استان برعهده داشتند. وی با تاکید به اینکه عید دام در روز عید قربان تنها در کشتارگاههای شهرستان

ها و مراکز تعیین شده انجام می گیردگفت: به منظور جلوگیری از انتشار بیماری‌های مشترک خطرناک بین انسان و دام از جمله تب خونریزی دهنده کریمه کنکو و تب مالت، نیاز است ذبح دام‌ها در کشتارگاه ها و تحت نظر بازرسان شرعی و بهداشتی این اداره کل انجام شود و مردم از هرگونه ذبح دام در منزل، معابر و خارج از کشتارگاه به شدت خودداری نمایند. قحachi تصریح کرد: تصحیح هماهنگی‌های با عمل آمده تمامی کشتارگاه‌های دام در شهرستان‌های استان مرکزی در روز عید قربان از ساعت ۶ صبح تا ۱۴ قبال و ادامه ذبح دام‌های قربانی خیرین به صورت رایگان بودند. مدیرکل دامپزشکی استان مرکزی افزود: با توجه به احتمال انتقال بیماری‌های مشترک بین انسان و دام از جمله تب خونریزی‌دهنده کریمه کنکو(CCHF) توصیه می‌شود مردم قبل از مصرف، گوشت دام‌های قربانی را به مدت حداقل ۲۴ ساعت در دمای صفر تا چهار درجه سانتیگراد نگهداری کنند. قحachi گفت: مردم می‌توانند در صورت نیاز با شماره ۱۵۱۲ (سامانه اطلاع رسانی و پاسخگویی استان مرکزی) و یا شماره تلفن اداره دامپزشکی شهرستان‌ها تماس حاصل کنند و هرگونه گزارش و درخواست‌های خود را از این طریق به همکاران ما در دامپزشکی استان اعلام نمایند.

رئیس پلیس راهور گلستان:

#### موتورسیکلت سواران رتبه اول در حوزه ی تصادفات را به خود اختصاص دادند

**گرگان** - **خبرنگار فرصت امروز:**سرهنگ مهاجر بسطلمی از آمار بالای تصادفات موتورسیکلت سواران خبرداد و گفت: در سه ماه ابتدای سال جاری در حوزه تصادفات موتورسیکلت سواران رتبه اول را به خود اختصاص دادند.سرهنگ عباس مهاجربسطلمی رئیس راهنمایی و راهنمایی استان در نشست خبری با اصحاب رسانه به آمار و عملکرد اداره راهنمایی و رانندگی استان اشاره کرد و گفت طی ۱۰ سال گذشته ۵۰ درصد از کاربران ترافیکی که آسیب دیدند و یا فوت شدند موتور سیکلت سواران هستند و همچنین در این مدت دو هزار موتورسیکلت سوار فوت و ۱۵ هزار نفر از موتور سیکلت سواران مصدوم شدند که پنج سنی آنها بین ۱۵ تا ۲۵ سال است. رئیس پلیس راهور گلستان با اشاره به اینکه ۵۰ هزار موتورسیکلت در استان گلستان وجود دارد، گفت، ۱۸۵ هزار موتورسیکلت در استان دارای پلاک ملی و مابقی هم فاقد پلاک هستند.وی با بیان اینکه موتور سیکلت‌های فاقد پلاک هستند پلیس با آنها در حال برخورد است. یادآور شد، موتورسیکلتی که فاقد پلاک باشد زمانی که به پارکینگ منتقل می‌شود جز اسفاهی‌ها محسوب می‌شود و هیچ‌گاه آزاد نخواهد شد.وی افزود، با توجه به وضعیت سال گذشته اسمال آمارها ناگراکن شده و افزایشی شده که می‌تواند رساله‌ها جدید بیشتری در این زمینه ورود کنند و هشدارها و تذکرات لازم را به مردم اعلام کند تا روند افزایشی متوقف شود.مهاجر بسطلمی در پایان با اشاره به اینکه بیش از ۹۰ درصد افراد گواهی نامه موتورسیکلت ندارند و تنها از مهارت رانندگی برخوردار هستند، خاطر نشان کرد: از ۱۶ مهر سال گذشته تا کنون بیش از ۲۱ هزار نفر گلستانی گواهی نامه موتورسیکلت دریافت کردند.

سرپرست کل راه و شهرسازی گلستان:

#### ساخت ۴۸۰ واحد مسکونی در بندر ترکمن

**گرگان** - **خبرنگار فرصت امروز:**سرپرست اداره کل راه و شهرسازی گلستان گفت: در شهرستان بندر ترکمن تا کنون شش هزار و ۶۶۱ متقاضی مسکن وجود دارد که در این شهرستان مجموعاً ۴۸۰ واحد مسکنی در قالب طرح نهضت ملی مسکن در حال احداث می باشد.به گزارش اداره ارتباطات و اطلاع رسانی راه و شهرسازی گلستان، سید محمد حسینی سرپرست اداره کل راه و شهرسازی استان اظهار کرد: همزمان با سراسر استان، در شهرستان بندر ترکمن نیز پروژه نهضت ملی مسکن در حال اجرا بوده و تا کنون شش هزار و ۲۵۶ نفر در این طرح در بندر ترکمن ثبت نام کردند.وی از اخذ استعلام مرحله چهارم ۵۵۱ متقاضی در بندر ترکمن خبر داد و گفت: از مجموع افراد ثبت نامی در این طرح، ۱۱۲ متقاضی نسبت به واریز وجه اولیه اقدام کرده‌اند.حسینی ادامه داد: در حال حاضر بیش از ۱۶ هکتار زمین برای احداث مسکن در این شهرستان تملین شده که با توجه به تعهد شهرستان در ساخت مسکن به پنج هکتار زمین دیگر نیاز است.سرپرست اداره کل راه و شهرسازی گلستان از توافق با دستگاه‌های اجرایی برای تأمین زمین در شهرستان بندر ترکمن خبر داد و گفت: طی توافقات انجام شده با سازمان جهاد کشاورزی و دانشگاه پیام نور استان برنامه ریزی برای واگذاری مجموعاً ۲٫۷ هکتار زمین از جانب این دو دستگاه به طرح نهضت ملی مسکن در بندر ترکمن در دستور کار قرار دارد.وی افزود: مجموعاً ۴۸۰ واحد در این شهرستان در حال احداث بوده که ۴۶۵ واحد به صورت دولتی و مابقی به صورت گروه ساخت احداث می‌شود.حسینی همچنین تصریح کرد: این پروژه‌ها در مراحل مختلف ساخت اعم از فونداسیون، اسکلت سازی و تجهیز کارگاه قرار دارند.وی افزود: این پروژه‌ها در زمین هابی به متراژ ۹ هزار و ۸۹۵ و ۲۴ هزار و ۳۳۵ متر مربع اجرا می‌شوند.

#### جمع آوری ۲۳ نفر از معنابدین متجاهر شهر گرگان

**گرگان** - **خبرنگار فرصت امروز:** معاون محیط زیست و خدمات شهری شهرداری گرگان از جمع آوری و ساماندهی ۲۳ نفر از معنابدین متجاهر خبر داد.محمد سالاری با اعلام این خبر اظهار داشت: در اجرای نهمین مرحله از طرح مذکور، تعداد ۲۳ معناد متجاهر از سطح شهر گرگان جمع آوری و به ساختمان‌مدرس‌الانتقال یافتند که پس از طی مراحل پزشکی و قضایی تمامی افراد مورد غربالگری قرار گرفتند.وی ادامه داد: تعداد ۱۶ نفر از آقایان به کمپ ترک اعتیاد ماده ۱۶ توسکستان و همچنین تعداد ۲ نفر از آقایان با هماهنگی با خانواده های آنان به کمپ ترک اعتیاد ماده ۱۵ انتقال یافتند.سالاری افزود: در اجرای این طرح تعداد ۵ نفر هم بنا بر تشخیص مقام محترم قضایی و پزشکی معتمد، شامل آنها احرار نشد و مورد پذیرش قرار نگرفتند. لازم به توضیح است، این طرح با همکاری و تلاش دستگاه‌های مرتبط نظامی و امنی استانی، بهزیستی دانشگاه علوم پزشکی، نیروی انتظامی (پلیس مبارزه با مواد مخدر) و شهرداری گرگان به عنوان دستگاه همکار طبق برنامه اعلامی از سوی دادستانی در حال اجرا است.

#### تقدیر وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی از مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان

**اهواز** - **شبنم قنوجان:** مدیرکل فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان به پاس فعالیت‌ها و رویدادهای موضوع ترویج و توسعه فرهنگ اقلمه نماز توسط وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی خوزستان تقدیر شد. وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی با اهدای لوح تقدیر از مجید منادی به دلیل تلاش برای ترویج و توسعه فرهنگ اقلمه نماز تقدیر کرد. در لوح تقدیر اهدایی محمدمهدی اسماعیلی وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی آمده است:اقلمه نماز و گسترش فرهنگ معنایی آن، تکلیفی الهی و آسمانی است که بر دوش همگان به ویژه صاحب همتان و الهیاتی که دارای مکتب هستند، نهاده شده است.

پی شک تجلی آثار برکات نماز، بهترین عامل سعادت و سلامت جامعه و دوری از غفلت هاست. توفیق خدمت‌گزاری در این مسیر، و همچنین، الهی است که خدای سبحان به بندگانش شایسته خود عنایت می‌فرماید. بدین وسیله از زحمات مخلصانه و مجتانه جناب عالی در ترویج و توسعه فرهنگ اقلمه نماز تقدیر و تشکر می‌نمایم و دوام توفیق و بهروری شما را در خدمت به این فریضه و هدیه الهی از درگاه ایزدمنان مسئلت می‌نمایم. این لوح در آیینی در محل وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به ادا کارلک برتر اهدا شد.

مدیرکل منابع طبیعی و آبخیزداری استان اصفهان دربالاشگاه اصفهان عنوان کرد: غرس پنج میلیون اصله درخت در استان اصفهان

#### ۲۴ تفاهنامه برای کاشت درخت در سال ۱۴۰۲ منعقد شد



**اصفهان** - **لیلا قاسمی:** به گزارش خبرنگار واحد رسانه روابط عمومی و بین الملل هلدینگ پتروپالایش اصفهان، مدیرکل منابع طبیعی و آبخیزداری استان اصفهان دردومین همایش هم مدیریتی مشترک سازمان منابع طبیعی و آبخیزداری و شرکت ملی پالایش و پخش فراورده‌های نفتی ایران که به میزبانی هلدینگ پترو پالایش اصفهان در روزهای ۲۳ و ۲۴ خرداد ماه، برگزار شد، بیان کرد: در سال ۱۴۰۲، تعداد ۲۴ تفاهنامه برای کاشت درخت منعقد شد که یکی از نتایج موثر آن، غرس پنج میلیون اصله درخت در استان اصفهان می‌باشد. ابوطالب امینی، اظهار کرد: استان اصفهان یک استان خشک و کم‌آب است و با روش‌های مختلفی منجمله روش گویدراری با بیل و استفاده از گونه بومی و دارای تاب‌آوری نسبت به بی‌آبی، کشت و اقدامات مهمی صورت گرفت که موفقیت بالای ۸۰ درصد بدون هیچ‌گونه آبیاری و به روش دیم به دست آمد. دراین مراسم از تندیس دومین همایش مدیریتی مشترک سازمان منابع طبیعی و آبخیزداری و شرکت ملی پالایش و پخش فراورده‌های نفتی با حضور معاون وزیر و رئیس سازمان منابع طبیعی و آبخیزداری کشور رونمایی شد. در پایان این مراسم، از مهندس جلیل سالاری، معاون وزیر و مدیرعامل شرکت ملی پالایش و پخش فراورده‌های نفتی ایران و همچنین، دکتر محسن قدیری، مدیرعامل هلدینگ پترو پالایش اصفهان تقدیر شد. همچنین در اختتامیه همایش مذکور، و به منظور تقویت همکاری‌ها و تقویت همبستگی بین مدیران، مهندس حسین بوز، فرمانده هیات مقاومت بسیج و مهندس احسان تربی، نماینده روابط عمومی بین الملل بالاشگاه اصفهان و هلدینگ پترو پالایش اصفهان، با اهدا لوح سپاس از سوی معاون وزیر جهاد کشاورزی و مدیر عامل سازمان منابع طبیعی و آبخیزداری کشور، قدرانی به عمل آمد.

## مدیرعامل شرکت برق منطقه ای آذربایجان:

## خاموشی برق خانگی خط قرمز دولت و برق منطقه ای آذربایجان است



دولت و برق منطقه ای آذربایجان است.

دکتر اسماعیل زاده، ادامه داد، این شرکت برنامه ای برای خاموشی برق در بخش خانگی ندارد و قطعی‌های کوتاه مدت نیز در اثر شرایط آب و هوایی و اتفاقات رومی می‌دهد که نیروهای شرکت در اسرع وقت اقدام به برطرف کردن مشکل می‌کنند.

وی با بیان اینکه عمده مصرف برق در این استان در بخش صنعت است اظهار کرد: صنایع باید به سمت تولید تکنولوژی که مصرف برق کمتری دارد، بروند و صنایع تولید فولاد انرژی زیادی مصرف می‌کنند.

۶۰۰ مگاواتی در مجموع یک هزار و ۲۰۰ مگاوات برق به شبکه برق منطقه اضافه و مشکل سوخت مازوت این نیروگاه رفع می‌شود.

وی یادآور شد، اکنون زمین مورد نیاز برای اجرای این طرح مشخص شده و برای ایجاد زیرساخت انتقال برنامه ریزی شده و با بهره برداری از آن کل نارتازی تولید و مصرف برق استان برطرف می‌شود.

مدیرعامل شرکت برق منطقه ای آذربایجان با بیان اینکه خاموشی با برنامه به بخش خانگی به هیچ وجه وجود ندارد، گفت: خاموشی برق خانگی جزو خط قرمز

**اصفهان** - **فایزه مرادیان:** وزیر امور اقتصادی و دارایی در آیین افتتاح طرح توسعه گرمک اختصاصی فولاد مبارک گفت: در حوزه تولید، فولاد مبارک که مصداق اقتصاد غیرنفتی و دوری از خام‌فروشی است.

سید احسان خاندوزی، وزیر امور اقتصادی و دارایی روز سه‌شنبه ۲۲ خردادماه در آیین افتتاح طرح توسعه گرمک اختصاصی فولاد مبارک اظهار کرد: رویداد امروز به جهت ارتباط با سایر رویدادهای حوزه گرمکی و توسعه صادرات، و حتی سایر رویدادهایی که در وزارت اقتصاد دنبال کردیم، یک صنادی مشترک و اهنگ واحد قلمداد می‌شود.

وی افزود: همه اقدامات صورت‌گرفته ازجمله درگاه ملی حوزه‌های کسب‌وکار، موضوع تسهیل‌گری در انبارهای سازمان اموال تملیکی و سرعت استرداد کالاهای متروکه، کاهش تعداد بخش‌نامه‌های حوزه تجاری، کاهش مدت‌زمان تشریفات امور گرمکی و پروژه‌هایی مانند توسعه گرمک اختصاصی، همگی با این هدف انجام می‌شود که تولید و تجارت رسمی در کشور آسان، کم‌هزینه، روان، جذاب و بدون مانع و فساد انجام شود.

وزیر امور اقتصادی و دارایی خاطرنشان کرد: در چنین شرایطی حتماً منابع

### رئیس سازمان جهاد کشاورزی استان اردبیل:

## اردبیل ۱۲۰هزار بهره بردار بخش کشاورزی دارد



وی به وضعیت توسعه گلخانه‌ها نیز اشاره کرد و افزود: ۱۸۵ هکتار سطح زیر کشت گلخانه‌های استان است که از آن مجتمع‌ها بالغ بر ۲۵ هزار تن محصولات متنوع گلخانه‌ای تولید شده و به بازارهای داخلی و خارجی ارسال می‌شود.

رئیس سازمان جهاد کشاورزی استان اردبیل ادامه داد، سطح زیرکشت گیاهان دارویی در این استان یک هزار و ۲۰۰ هکتار است که سالانه ۷۵۵ تن محصولات متنوع از ارقام گیاهان دارویی تولید و فرآوری شده و راهی

### مدیرعامل شرکت گاز استان:

## ۲۲۷ روستای آذربایجان شرقی به مدار مصرف گاز کشور متصل شده است



چهار هزار و ۸۷۷ بخاری هرتیمک (پریزاده و کم مصرف) به مددجویان با اعتبار ۷۶۴ میلیارد ریال و چهار هزار و هشتاد و یک میلیارد ریال و روستایی با اعتبار ۸۵ میلیارد ریال بخشی از مفاد مورد تحقق در حمایت از بخش محروم

**فرصت امروز** - **ماهان فلاح:** مدیرعامل شرکت گاز استان آذربایجان شرقی گفت: تا پایان نیمه نخست سال جاری تمام روستاهای بالای ۲۰ خانوار در این استان زیر پوشش گاز طبیعی قرار خواهند گرفت.

کمالی در تنستستی با نماینده مردم میانه در خانه ملت اظهار کرد: آخرین پروژه گازرسانی به روستاهای باقی‌مانده شهرستان میانه در حال اجراست که این پروژه با روند بسیار مطلوبی تداوم دارد.

وی تاکید کرد: بخش صنعت و تولید موتور، محرکه اقتصاد استان است که این موتور با انرژی پاک، ارزان و قابل دسترس گاز طبیعی باذهی چندین برابری در توسعه پایدار خواهد داشت.

وی اعلام کرد: در حمایت از بخش آسیب پذیر و محروم جامعه در طول خدمت دولت سیزدهم حدود ۱۸۰ میلیارد ریال برای لوله کشی رایگان منازل خانوار شهری و روستایی منموول هزینه شده است.

خواری با اشاره به سایر سبست‌های حمایتی دولت از قشر محروم جامعه افزود: انعقاد تفاهم نامه همکاری با کمیته امداد و بهزیستی استان و واگذاری

### مدیرعامل شرکت پتروشیمی شازند خبر داد:

## استقبال از پتروشیمی شازند در نمایشگاه بین‌المللی روس پلاست

با ایجاد غرفه توانمندی ها، دستاوردها و محصولات خود را در معرض دید بازدیدکنندگان بین المللی قرار داده است. وی در ادامه بیان داشت: مدیران پتروشیمی شازند در کنار هفت شرکت پتروشیمی داخلی حاضر در نمایشگاه، با بازرگانان، تجار و فعالین حوزه های اقتصادی و بازرگانی از کشورهای مختلف رابزرتی نموده و به دنبال ایجاد و گسترش بازارهای صادراتی خواهند بود.

مدیرعامل شرکت پتروشیمی شازند گفت: یکی از بازارهای مهم و هدف صادراتی شرکت، شلاراک کشورهای حوزه CIS می باشد که حضور در نمایشگاه بین المللی روس پلاست فرصت بسیار مناسبی برای صادرات و به تبع آن افزایش ارزشوری برای کشور می باشد.

## برگزاری رویداد هنری سه‌روزه «روایت پیشرفت»

## با موضوع «فرهنگ کار و تولید»



«بااهی‌بخشی» که جامعه‌است؛ بنابراین دستاوردهای بزرگ شرکت فولاد مبارک که با موضوعاتی مثل جایگزینی اقتصاد فولادی به‌جای اقتصاد نفتی، صنایع سبز، خودکفایی و، و مصرف بهینه آب و انرژی، ثروت‌آفرینی برای کشور، و باید از پایان هنر ترویج بیابد وی در خصوص دلیل حضور و دعوت

اگر سیره پیامبر با بدلیتم، ایشان بر دو دست بوسه زدنده یکی دستان حضرت زهرا (س) سرسپله لعنت و دیگری دست پینزنده کارگر؛ ازاین‌رو می‌توان کارخانه فولاد مبارک را مکانی مقدس نامید؛ چراکه در این محل ۳۰ هزار نفر برای کسب‌روزی حلال و غالباً با نگاه دفاع مقدس شافل هستند. محمدجواد برانی، مدیر روابط‌عمومی فولاد مبارک، در حاشیه برگزاری این رویداد گفت: طی یکی‌دو سال اخیر، روابط‌عمومی فولاد مبارک که همپا و همسوز با راهبردهای مدیریت ارشد شرکت، رویکرد جدیدی را در اطلاع‌رسانی و رفتاری فرهنگ‌سازمی کارکان و خانواده‌ها در پیش گرفته و درعین‌حال تلاش کرده با مستونان کشور در همه حوزه‌ها، فریختگان، هنرنگیان، هنرمندان، اقلار و صنوف مختلف کشور ارتباط گسترده‌تری برقرار کند؛ و بستری فراهم سازد تا همه مردم ایران بتوانند به فولاد مبارک که پاینده و ضمن آگاهی از دستاوردهای صنعت فولاد کشور با چالش‌های این صنعت و خاصه شرکت فولاد مبارک که از دیدگاه آشنا شوند.



# چرا همکاری‌های تجاری شکست می‌خورد؟

**نویسنده: علی‌آلی علی**

شروع همکاری تجاری ایده بسیار جذابی به نظر می‌رسد که گاهی اوقات کارآفرینان را حساسی به خودش جلب می‌کند. این امر برای برخی از کارآفرینان تا اندازه‌ای هیجان‌انگیز است که واقعا دنبال همکاری تجاری رفته و پس از مدت زمانی همکاری‌شان را شروع می‌کنند. در این میان گاهی اوقات برخی از کارآفرینان به گمان اینکه تمام مشکلات‌شان باید از طریق مشارکت تجاری حل شود، انتظارات زیادی از این فرآیند پیدا می‌کنند. بی‌شک این نکته یکی از دلایل شکست همکاری تجاری است، اما قطعا تنها دلیل نیست.

متاسفانه بسیاری از همکاری‌های تجاری سرنوشت خوبی پیدا نمی‌کند. شاید برای شما هم عجیب باشد چرا آب بسیاری از برندها با هم در یک جوی نمی‌رود.
خب اگر شما هم تا حالا پاسخ روشنی برای این سوال پیدا نکرده‌اید، بد نیست در ادامه با ما همراه باشید تا نکات کلیدی در این رابطه را یاد بگیرید. این امر به شما کمک خواهد کرد تا اثرگذاری بهتری بر روی مخاطبتان داشته و در فرآیند همکاری شکست‌های کمتری را متحمل شوید.

بی‌شک خیلی از کارآفرینان و حتی کارشناس‌های کسب و کار بر روی نکات مثبت درباره همکاری تجاری تاکید دارند. اینکه شما یک شریک تازه پیدا کرده و از دل این فرآیند کارها را ساده‌تر پیش ببرید، به اندازه کافی جذاب محسوب می‌شود. با این حال قرار نیست همه فرآیندهای همکاری بی‌دردر پیش برود. خیلی وقت‌ها کارآفرینان از دو دنیای متفاوت بسا یکدیگر می‌بخورد می‌کنند. به همین خاطر هماهنگی انتظارات امر بی‌نهایت دشواری می‌شود. این نکته می‌تواند برای شما حساسی دردسرساز شده و حتی شرایطتان را به طور قابل ملاحظه‌ای با مشکل رو به رو سازد. درست به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم بسیاری از کسب و کارها برای اثرگذاری بهتر بر روی مخاطب هدف نیاز به تعیین شرایط همکاری دارند.
خب از آنجایی که ما در این مقاله دنبال ترسیم اصول یک همکاری خوب نیستیم، سراغ مشکلاتی رفته‌ایم که معمولا این همکاری‌ها را به طور کامل نابود می‌کند. اگر شما هم دوست دارید با برخی از کشنده‌ترین اشتباهات در این میان آشنا شوید، بد نیست در ادامه با ما همراه شوید. این امر به شما کمک خواهد کرد تا درک نسبتا خوبی از فرآیند همکاری در دنیای کسبب و کار به دست بیاورید. پس با ما همراه باشید تا مشکلات اساسی و دلایل شکست در همکاری تجاری را به خوبی متوجه شوید.

**فقدان ارتباط مناسب: آغازی بر یک پایان**

فقدان توانایی در برقراری ارتباط مناسب نباید برای کارآفرینان مشکل‌ساز باشد.
خب یکی از اصل‌های مهم در دنیای کسب و کار مربوط به توانایی افراد برای برقراری ارتباط با تقریبا هر کسسی است. این امر می‌تواند برای شما حساسی مشکل‌ساز شود؛ چراکه بدون برقراری ارتباط درست با مشترتان هیچ‌کس سراغ خرید از شما نخواهد آمد. در این میان وضعیت برای همکاری تجاری نیز به همین ترتیب است. البته بسیاری از کارآفرینان فکر می‌کنند در قالب همکاری تجاری دیگر لازم نیست به فکر چنین نکاتی باشند. به همین خاطر خودشان را کاملا رها کرده و قید ارتباط مناسب را می‌زنند.

اگر نظر ما را بخواهید، هر فرآیندی در دنیای کسب و کار نیاز به استفاده از یک برنامه دقیق دارند. این برنامه فقط از طریق ارتباط یا بحث و گفت‌وگو شکل می‌گیرد. اگر دقت کرده باشید، خیلی وقت‌ها برندها در قالب همکاری هر کدام راه خودشان را می‌روند. به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم شما باید دست کم برنامه‌ای روشن برای ارتباط با شرکای‌تان داشته باشید.

قبول دارم کسانی که در تمام طول کارآفرینی‌شان هیچ میانه خوبی با همکاری نزدیک با شرکای‌شان نداشته‌اند، حالا یکپو نمی‌توانند تغییر کنند. درست به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم هر کارآفرینی پیش از شروع یک همکاری تجاری باید به طور دقیق و درست مواضعش را با دیگران در میان بگذارد. این امر احتمال مواجهه با شکست را کاهش می‌دهد.

بد نیست هر هفته یا حتی هر ماه با شرکای تجاری‌تان دور یک میز جمع شده و درباره مهمترین نکات مربوط به کسب و کارتان گپ بزنید. قبول دارم این کار کمی عجیب به نظر می‌رسد، اما دست کم عادت خوبی برای شروع کار خواهد بود. اینطوری می‌توانید بدون هیچ مشکل خاصی کارتان را دنبال کرده و مطمئن باشید یک فرآیند همکاری ایده آل را جلو می‌برید.

**شفافیت اندک: پشت پرده‌ها باید رو شود!**

برخی از برندها وقتی وارد همکاری تجاری می‌شوند، همچنان برخی از کارها را در پشت پرده انجام می‌دهند. این یعنی به یکدیگر اعتماد کافی نداشته و سعی می‌کنند زیرآبی بروند.
خب اگر یک روز دست‌تان برای شریک تجاری رو شود، احتمالا پایان یک همکاری را شاهد خواهید بود. یکی از اصول مهم در دنیای کسبب و کار مربوط به شفافیت است. شما حتی در قبال مشتریان نیز باید این نکته کلیدی را رعایت کنید.

اجازه دهید درباره شفافیت یک مثال ساده بزنیم. این

روزها در صنعت خودروسازی بحث مربوط به آلیندگی اوتومبیل‌ها اهمیت بسیار زیادی دارد. زمانی نه چندان دور شرکت فولکس واگن درباره آلیندگی خودروهای خود اطلاعات اشتباهی در اختیار بسیاری از موسسات قرار داد. بسا این حال پس از مدت زمانی کوتاه دستش برای همه رو شد. این امر موجب کاهش تمایل برخی از برندهای بزرگ دنیا برای ادامه همکاری با فولکس واگن شد. به علاوه، خیلی از مردم دنیا نیز در زمینه خرید از این برند تردیدهای جدی پیدا کردند. این اتفاق ساده فقط به خاطر تلاش فولکس واگن برای گول زدن شرکت‌های ناظر و حتی مشتریان روی داد.

بی‌شک سناریوی بالا در ارتباط میان دو شریک تجاری نیز ممکن است روی دهد. به همین خاطر باید از همان روز اول گزارش‌های دقیق و روشنی درباره همکاری‌تان منتشر کنید. این امر به شما کمک می‌کند تا یک همکاری

کمک خواهد کرد تا همکاری خوبی را سامان دهید.
خب هر برند یا حتی کارآفرینی در یک یا چند حوزه خاص مهارت دارد. این امر می‌تواند به شما برای اثرگذاری بر روی مخاطب کمک کرده و اوضاع را به طور قابل ملاحظه‌ای بهبود بخشد.
اصلا برای همین همکاری میان برندها یا افراد توجیه‌پذیر می‌شود.

قبل از اینکه براساس شهرت یک برند اقدام به شروع همکاری کنید، بد نیست برای چند دقیقه هم که شده کانال‌های ارتباطی‌تان بسا آن برند را تقویت کنید. این امر می‌تواند در قالب یک جلسه مشترک صورت گیرد. اینطوری دست کم مقداری شناخت از هم پیدا کرده و می‌توانید درباره اهداف بلندمدت‌تان کمی جدی‌تر بحث کنید

خب اگر واقعا دو برند به درد همکاری با هم نمی‌خورند، چرا باید الکی وقت‌شان را در این میان تلف کنند. این امر

خوشسختخانه امروزه بسیاری از موسسات حرفه‌ای در راستای کمک به برندها فعال هستند. اگر به این دامنه فریلنسرها را نیز اضافه کنیم، آن وقت اوضاع حساسی فرق خواهد کرد. این مسئله‌ای است که در بسیاری از مواقع برای کارآفرینان حساسی شگفتی‌آور می‌شود؛ چراکه همکاری با فریلنسرها نه تنها هزینه کمتری به همراه دارد، بلکه ماهیتا موقتی است. این یعنی شما هرچا به مشکلی خودرید، به سادگی هرچه تمام‌تر فرصت استفاده از چنین همکاری‌هایی را خواهید داشت. ماجرا جالب شد، نه؟

مشکلی که در این میان باید به سرعت از سوی شما حل شود، مسئله خجالت کشیدن در راستای کمک از دیگران است. این نکته به تنهایی می‌تواند سرنوشت یک برند و حتی همکاری را فنا دهد. پس سعی کنید همکاران‌تان را نسبت به ضرورت همکاری‌های بلندمدت قانع کنید. این مسئله به شما کمک خواهد کرد تا فرآیند همکاری را به طور قابل ملاحظه‌ای بهبود بخشید. پس منتظر چه هستید؟ همین حالا دست به کار شده و همکاران یا شرکای‌تان را نسبت به ضرورت استفاده از کمک دیگران توجیه کنید. این امر خیلی سریع جواب داده و اوضاع‌تان در بازار را بهبود می‌بخشد.

**مشکلات فراوان یکی از شرکا: ورود به منطقه ممنوعه**

گاهی اوقات یکی از طرفین در فرآیند همکاری تجاری با مشکلات بی‌نهایت زیادی دست و پنجه نرم می‌کند. این‌ امر طرف دیگر را نیز تحت تاثیر قرار داده و فرآیند همکاری را بدل به امری خطرناک می‌کند. متاسفانه برخی از کارآفرینان با برندها درباره شرایط خود در بازار همیشه روراست نیستند. به همین خاطر شروع همکاری تجاری بدون هیچ آگاهی قبلی درباره شرایط یکی از طرفین روی می‌دهد. این در حالی است که اگر هر دو طرف صادقانه وارد بحث شوند، شاید هرگز همکاری تجاری صورت نگیرد. این مسئله خیلی وقت‌ها مشکلات زیادی برای کسب و کارها به همراه دارد. درست به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم شما باید همیشه حواس‌تان به وضعیت شریک تجاری‌تان نیز باشد.

یکی از راهکارهای کلیدی برای کسب اطلاعات درست درباره وضعیت شرکای احتمالی تلاش برای ارزیابی وضعیت‌تان در بازار است.
خب کسی که در بازار اوضاع خوبی داشته باشد، حتما به درد شرکات با شما نیز خواهد خورد. یکی دیگر از نکات حساس در این میان تلاش برای ارزیابی دقیق براساس اطلاعات واقعی است.
خب گاهی اوقات کارآفرینان نه براساس اطلاعات دقیق و واقعی، بلکه براساس سلیقه‌شان دست به انتخاب می‌زنند. این در حالی است که نباید خودتان را به شرایطی خاص محدود سازید. قبول دارم گاهی اوقات آدم دوست دارد به هر قیمتی شده با یک نفر یا شرکت همکاری داشته باشد. با این حال اگر حواس‌تان نباشد، این‌ رویاپردازی می‌تواند کار دست‌تان دهد. پس بهتر است قبل از اینکه اوضاع خیلی به هم ریخته و شرایط برای‌تان سخت شود، کمی از عینک واقع‌بینی استفاده کنید. این امر می‌تواند به شما برای اثرگذاری بهتر بر روی مخاطب کمک کند.

یادتان باشد، وقتی یک شرکت مشکلات زیادی دارد، خیلی بعید است توانایی خاصی برای کمک به شما داشته باشد. پس بهتر است انتظارات‌تان را واقع‌بینانه تنظیم کرده و به دنبال برآورده ساختن آنها باشید. هدف اصلی در این میان تلاش برای همکاری با یک برند فاقد مشکلات ساختاری و عمده است. اینطوری می‌توانید به طور متقالب به یکدیگر برای برندها به همراه داشته و اوضاع را حساسی تغییر دهد.
یادتان باشد، ما در روزنامه فرصت امروز اصلا دوست نداریم شما را در موقعیت دشوار یا نامناسبی قرار دهیم. در عوض بهتر است کمی هم که شده به فکر آینده همکاری‌تان باشید. بی‌شک صرف نظر از آغاز یک همکاری خیلی بهتر از شروع فرآیندی ناقص در این میان خواهد بود. این نکته می‌تواند شما را در شرایط بی‌نهایت سخت و دشواری قرار دهد. پس بهانه‌تراشی را کنار گذاشته و از همان ابتدا درباره نقش هر برند در فرآیند همکاری حرف بزنید. چه بسا اصلا در این میان به توافق لازم نرسید!

**تغییر دیدگاه مدیریتی و رهبران برند: تغییراتی ناگزیر!**
گاهی اوقات کسب و کارها به مرور زمان با تغییر رهبران تجاری رو به رو می‌شوند. به طوری که رهبران تازه دیگر دیدگاه‌های قبلی را قبول ندارند. این امر شاید از نظر ادامه همکاری مهم تلقی نشود، اما گاهی اوقات فرآیند همکاری را بی‌معنا خواهد کرد. به طوری که رهبران تجاری تازه عملا در مسیرهای دیگری گام برمی‌دارند که در تضاد با دیدگاه‌های قبلی است.

شاید یک راهکار در این میان طراحی سند همکاری به گونه‌ای باشد که فرصت اشتباه یا تغییر استراتژی را به هیچ‌کدام از طرفین ندهد.
شاید این امر کمی ساده به نظر برسد، اما در طول سال‌های اخیر بسیاری از برندها سراغش رفته‌اند.
سوال اصلی در این میان ارزش چنین همکاری است. آیا وقتی دیدگاه مدیریتی یک برند تغییر کرده، درست است که به زور آن را در فرآیند همکاری نگه داشت؟ این مسئله‌ای است که ما در روزنامه فرصت امروز اصلا آن را قبول نداریم؛ چراکه به شما برای تداوم همکاری‌تان کمکی نخواهد کرد.

اگر نظر ما را بخواهید، بد نیست شرایط دقیقی برای پایان دادن به همکاری مشخص کنید. این امر می‌تواند بعد از مدتی شما و دیگران را از شر ادامه یک همکاری مخرب نجات دهد.
خب هر همکاری در دنیای کسبب و کار یک روزی به پایان می‌رسد. پس نباید خیال کنید همکاری‌های تجاری ماهیت ابدی دارند.

حساسی به هم ریخته شود، خودتان را آماده سازید.
**فقدان چشم‌انداز مشترک: صورت توافق بر سر کلیات**

آیا تا حالا همکاری میان دو برند کاملا غیرمربط را دیده‌اید؟ مثلا آیا تا حالا نایکی با توشیبا همکاری داشته است؟ چنین همکاری‌هایی حتی اگر در تاریخ جایی داشته باشد، احتمالا با موفقیت زیادی همراه نیست.
خب همکاری تجاری باید دست کم چشم‌انداز مشترک هم داشته باشد. این امری است که شما را با شرایط بسیار دشواری رو به رو خواهد کرد. درست به همین خاطر ضروری است در فرآیند اثرگذاری بر روی مخاطب هدف چشم‌انداز مشترک با شرکا را نیز مدنظر قرار دهید.

اگر شما هیچ وقت به دنبال چشم‌اندازی مشترک نباشید، به مرور زمان کارتان اهمیتش را از دست می‌دهد. به علاوه، هر کدام از شرکا مسیر خودشان را رفته و دیگر



هیچ توجهی به فرآیند اثرگذاری بر روی مخاطب نخواهند داشت. این نکته‌ای است که بسیاری از کارآفرینان در طول زمان اصلا توجهی بدان ندارند.

توصیه طلایی ما در این بخش تلاش برای مذاکره با شرکای احتمالی و سپس شروع فرآیند مورد نظر است. این امر دست‌کم به شما فرصتی مطلوب برای همکاری خواهد داد. متاسفانه خیلی از برندها در دنیای امروز به قدری برای یافتن یک شریک تجاری عجله دارند که همه نکات کلیدی در این میان را از یاد می‌برند. به همین خاطر ضروی است حداقل قبل از اینکه اوضاع خیلی پیچیده و دشوار شود، چشم‌اندازهای آن را مرور کنید. اینطوری کارتان خیلی ساده‌تر پیش خواهد رفت.

اگر شما به دنبال بهبود وضعیت‌تان در بازار هستید، بهتر است از قبل برنامه‌ای برای همکاری با شرکای تجاری تهیه کنید. سپس در فرآیند مذاکره باید آن اصول را مطرح کرده و به دنبال اثرگذاری بهتر بر روی مخاطب‌تان باشید. این امر می‌تواند به شما برای بهبود وضعیت‌تان کمک کرده و اوضاع را نیز به طور قابل ملاحظه‌ای بهتر کند.

**نامشخص بودن وظایف هر طرف: شلختگی تا بی‌نهایت**

همکاری میان دو یا چند شرکت باید براساس تعریف دقیق وظیفه و نقش هر کدام آغاز شود. این‌ امر به طرف‌های درگیر برای اثرگذاری بهتر بر روی مخاطب کمک شایانی خواهد کرد. نکته کلیدی در این میان تلاش برای بهبود وضعیت برند از نظر نقش‌هایی است که باید ایفا کند.

اگر بخواهیم وضعیت همکاری میان برندها را به یک سناریوی دم دستی تشبیه کنیم، هیچ چیز به اندازه صحنه تئاتر اثرگذار نخواهد بود. همانطور که در تئاتر هر کدام از بازیگران باید نقش خود را به خوبی بدانند، در همکاری تجاری نیز این اصل کاملا ضروری است. وگرنه هر کدام ساز خودش را خواهد زد. به طوری که در نهایت کسی مشتریان از دست شما عصبی شده و دیگر سمت‌تان هم نیابند.

اولیسن کاری که شما در این بخش باید انجام دهید، بررسی مزایای هر کدام از طرفین است. این امر به شما

**توانایی در استفاده از کمک حرفه‌ای: ضرورت**

**برون‌سپاری**

آیا خیال می‌کنید در فرآیند همکاری تمام کارها باید از سوی شرکای تجاری انجام شود؟
خب در این صورت اشتباهی مهلک را رقم زده‌اید؛ چراکه گاهی اوقات باید از کسانی که خارج از دامنه همکاری هستند نیز کمک بخواهید. این امر می‌تواند به شما برای اثرگذاری بهتر بر روی مخاطب کمک کرده و شرایط‌تان را نیز به طور قابل ملاحظه‌ای تغییر دهد.

از قدیم گفته‌اند که دست صدا ندارد. ما در روزنامه فرصت امروز این توصیه را تا حد زیادی قبول داریم. به همین دلیل باید خودتان را برای یک همکاری بلندمدت آماده سازید. این امر می‌تواند در کوتاه مدت به شما برای کاهش هزینه‌ها و همچنین بار مسئولیت کمک کند. به علاوه، از چشم‌انداز بلندمدت چنین فرآیندی ضریب اشتباه و شکست را کاهش می‌دهد. پس برای تداوم همکاری‌تان هم که شده، باید گاهی اوقات به فکر استفاده از کمک دیگران باشید.

خوشسختخانه امروزه بسیاری از موسسات حرفه‌ای در راستای کمک به برندها فعال هستند. اگر به این دامنه فریلنسرها را نیز اضافه کنیم، آن وقت اوضاع حساسی فرق خواهد کرد. این مسئله‌ای است که در بسیاری از مواقع برای کارآفرینان حساسی شگفتی‌آور می‌شود؛ چراکه همکاری با فریلنسرها نه تنها هزینه کمتری به همراه دارد، بلکه ماهیتا موقتی است. این یعنی شما هرچا به مشکلی خودرید، به سادگی هرچه تمام‌تر فرصت استفاده از چنین همکاری‌هایی را خواهید داشت. ماجرا جالب شد، نه؟

مشکلی که در این میان باید به سرعت از سوی شما حل

شود، مسئله خجالت کشیدن در راستای کمک از دیگران است. این نکته به تنهایی می‌تواند سرنوشت یک برند و حتی همکاری را فنا دهد. پس سعی کنید همکاران‌تان را نسبت به ضرورت همکاری‌های بلندمدت قانع کنید. این مسئله به شما کمک خواهد کرد تا فرآیند همکاری را به طور قابل ملاحظه‌ای بهبود بخشید. پس منتظر چه هستید؟ همین حالا دست به کار شده و همکاران یا شرکای‌تان را نسبت به ضرورت استفاده از کمک دیگران توجیه کنید. این امر خیلی سریع جواب داده و اوضاع‌تان در بازار را بهبود می‌بخشد.

**مشکلات فراوان یکی از شرکا: ورود به منطقه ممنوعه**

گاهی اوقات یکی از طرفین در فرآیند همکاری تجاری با مشکلات بی‌نهایت زیادی دست و پنجه نرم می‌کند. این‌ امر طرف دیگر را نیز تحت تاثیر قرار داده و فرآیند همکاری را بدل به امری خطرناک می‌کند. متاسفانه برخی از کارآفرینان با برندها درباره شرایط خود در بازار همیشه روراست نیستند. به همین خاطر شروع همکاری تجاری بدون هیچ آگاهی قبلی درباره شرایط یکی از طرفین روی می‌دهد. این در حالی است که اگر هر دو طرف صادقانه وارد بحث شوند، شاید هرگز همکاری تجاری صورت نگیرد. این مسئله خیلی وقت‌ها مشکلات زیادی برای کسب و کارها به همراه دارد. درست به همین خاطر ما در روزنامه فرصت امروز معتقدیم شما باید همیشه حواس‌تان به وضعیت شریک تجاری‌تان نیز باشد.

یکی از راهکارهای کلیدی برای کسب اطلاعات درست درباره وضعیت شرکای احتمالی تلاش برای ارزیابی وضعیت‌تان در بازار است.
خب کسی که در بازار اوضاع خوبی داشته باشد، حتما به درد شرکات با شما نیز خواهد خورد. یکی دیگر از نکات حساس در این میان تلاش برای ارزیابی دقیق براساس اطلاعات واقعی است.
خب گاهی اوقات کارآفرینان نه براساس اطلاعات دقیق و واقعی، بلکه براساس سلیقه‌شان دست به انتخاب می‌زنند. این در حالی است که نباید خودتان را به شرایطی خاص محدود سازید. قبول دارم گاهی اوقات آدم دوست دارد به هر قیمتی شده با یک نفر یا شرکت همکاری داشته باشد. با این حال اگر حواس‌تان نباشد، این‌ رویاپردازی می‌تواند کار دست‌تان دهد. پس بهتر است قبل از اینکه اوضاع خیلی به هم ریخته و شرایط برای‌تان سخت شود، کمی از عینک واقع‌بینی استفاده کنید. این امر می‌تواند به شما برای اثرگذاری بهتر بر روی مخاطب کمک کند.

یادتان باشد، وقتی یک شرکت مشکلات زیادی دارد، خیلی بعید است توانایی خاصی برای کمک به شما داشته باشد. پس بهتر است انتظارات‌تان را واقع‌بینانه تنظیم کرده و به دنبال برآورده ساختن آنها باشید. هدف اصلی در این میان تلاش برای همکاری با یک برند فاقد مشکلات ساختاری و عمده است. اینطوری می‌توانید به طور متقالب به یکدیگر برای برندها به همراه داشته و اوضاع را حساسی تغییر دهد.
یادتان باشد، ما در روزنامه فرصت امروز اصلا دوست نداریم شما را در موقعیت دشوار یا نامناسبی قرار دهیم. در عوض بهتر است کمی هم که شده به فکر آینده همکاری‌تان باشید. بی‌شک صرف نظر از آغاز یک همکاری خیلی بهتر از شروع فرآیندی ناقص در این میان خواهد بود. این نکته می‌تواند شما را در شرایط بی‌نهایت سخت و دشواری قرار دهد. پس بهانه‌تراشی را کنار گذاشته و از همان ابتدا درباره نقش هر برند در فرآیند همکاری حرف بزنید. چه بسا اصلا در این میان به توافق لازم نرسید!

**تغییر دیدگاه مدیریتی و رهبران برند: تغییراتی ناگزیر!**
گاهی اوقات کسب و کارها به مرور زمان با تغییر رهبران تجاری رو به رو می‌شوند. به طوری که رهبران تازه دیگر دیدگاه‌های قبلی را قبول ندارند. این امر شاید از نظر ادامه همکاری مهم تلقی نشود، اما گاهی اوقات فرآیند همکاری را بی‌معنا خواهد کرد. به طوری که رهبران تجاری تازه عملا در مسیرهای دیگری گام برمی‌دارند که در تضاد با دیدگاه‌های قبلی است.

شاید یک راهکار در این میان طراحی سند همکاری به گونه‌ای باشد که فرصت اشتباه یا تغییر استراتژی را به هیچ‌کدام از طرفین ندهد.
شاید این امر کمی ساده به نظر برسد، اما در طول سال‌های اخیر بسیاری از برندها سراغش رفته‌اند.
سوال اصلی در این میان ارزش چنین همکاری است. آیا وقتی دیدگاه مدیریتی یک برند تغییر کرده، درست است که به زور آن را در فرآیند همکاری نگه داشت؟ این مسئله‌ای است که ما در روزنامه فرصت امروز اصلا آن را قبول نداریم؛ چراکه به شما برای تداوم همکاری‌تان کمکی نخواهد کرد.

اگر نظر ما را بخواهید، بد نیست شرایط دقیقی برای پایان دادن به همکاری مشخص کنید. این امر می‌تواند بعد از مدتی شما و دیگران را از شر ادامه یک همکاری مخرب نجات دهد.
خب هر همکاری در دنیای کسبب و کار یک روزی به پایان می‌رسد. پس نباید خیال کنید همکاری‌های تجاری ماهیت ابدی دارند.

اولیسن کاری که شما در این بخش باید انجام دهید، بررسی مزایای هر کدام از طرفین است. این امر به شما

فصلنامه مدیریتی - اقتصادی | شماره ۲۴۸۸ | صفحه ۸

شنبه | ۲ تیر ۱۴۰۳ | شماره ۲۴۸۸ | صفحه ۸

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۵۲۶۹۲۳