

دوشنبه

۲ بهمن ۱۴۰۲

Mon.22 Jan 2024

۱۰ رجب ۱۴۴۵ - سال نهم

شماره ۲۴۰۴

۸ صفحه - ۵۰۰۰ تومان

www.forsatnet.ir

## یادداشت

### آوار تورم بر سر تولید مسکن

**فرشید پورحاجت**  
دبیر کانون انبوسازان

تمام بازارها به دلیل تکرانه‌های شدید اقتصادی و اجتماعی، دچار سردرگمی و نوسان شدید شده‌اند. بنا بر آخرین آمار بانک مرکزی، میانگین قیمت هر مترمربع زیربنای مسکونی در یک سال اخیر تا ۷۰ درصد جهش داشته است؛ درحالی‌که در همین بازه زمانی، میزان رشد شاخص تورم و نرخ ارز حدود ۴۰ درصد بوده است. در حقیقت، تورم در بازار مسکن همچنان با شتابی بیشتر از نرخ تورم عمومی کشور و نرخ ارز افزایش پیدا کرده و گوی سبقت گرانی و نوسان را از بازارهای موازی ربوده است. این تورم افسارگسیخته، اثرات مخرب خود را بر آحاد مردم نشان داده است. رخدادی که در صورت تداوم، هم بر بازار تولید مسکن و هم خرید آن تأثیر مستقیم داشته و اوضاع را از چیزی که هست، بدتر خواهد کرد. البته مدت‌هاست که روند عرضه و تقاضا در بازار مسکن به دلیل اثرات مخرب همین تورم، دچار ازهم‌پاشیدگی شده و هم‌زمان که مردم روزبه‌روز از داشتن یک مسکن حداقلی به دلیل تورم و سقوط ارزش پول محروم می‌شوند، حوزه تولید نیز در حال تحیف‌تر شدن است. سیاست‌های بانکی نیز نتوانسته…



فرصت ترموف: این روزها همه نگاه‌ها در بازار کریپتو به این موضوع خیره شده که سرنوشت ETF بیت‌کوین چه می‌شود؟ آیا دولت آمریکا به ETF بیت‌کوین چراغ سبز نشان می‌دهد؟ در این صورت ارزش بیت‌کوین سا کجا بالا می‌رود؟ نکته جالب آنکه انتظار همین تحول مهم باعث شده بازار کریپتو در ماه‌های گذشته، رشد خوبی داشته باشد. اگر طی هفته‌های گذشته، خبرهای بازار ارزهای دیجیتال را بگردیم، می‌توانیم متوجه جنجال‌های خبری احتمال تایید ETF بیت‌کوین شده‌اید و دریافته‌اید که قیمت بیت‌کوین به هر خبر و احتمالی درباره این موضوع واکنش نشان داده و تحت تأثیر قرار گرفته است. البته سرمایه‌گذاران حرفه‌ای می‌دانند که این ماجرای تازه‌ای نیست، اما با این حال از نظر کارشناسان، هرگز تا این اندازه به پایان خود نزدیک نبوده است.

فشار از این موضوع، اشتباهات رایج زیادی در بازار کریپتو وجود دارد و این موضوع به ویژه درباره بیت‌کوین صدق می‌کند، اما بخش بزرگی از این اطلاعات اشتباه و متناقض را رسانه‌های رسمی و جریان غالب منتشر می‌کنند و مخاطب را در بلبشوی اطلاعات متناقض، گمراه می‌کنند بنابراین سوال این است که کدام عقاید درباره بیت‌کوین درست است و کدام اشتباه؟ شرکت فیدلیتی در گزارش ویژه‌ای با عنوان «بررسی مجدد انتقادات مداوم بیت‌کوین»، به جست‌وجوی پاسخ این پرسش برآمده و نشان می‌دهد که کدام انتقادات از پادشاه رمزارزها درست است و کدام نادرست. شرکت فیدلیتی از بزرگ‌ترین شرکت‌های مدیریت سرمایه در جهان است که میزان سرمایه تحت مدیریت آنها حدود ۴۲ میلیارد دلار برآورد می‌شود. پس خواندن نظرات آنها درباره بیت‌کوین می‌تواند به روشنگری در این زمینه کمک کند. فیدلیتی برای نوشتن این گزارش در طول سه سال گذشته با ژورنمدان و سرمایه‌گذاران شرکی درباره بیت‌کوین گفت‌وگو کرد و در جریان این گفت‌وگوها دریافت که هر گاه سهم بیت‌کوین را جلوی این سرمایه‌گذاران آورده، آنها انتقادات مشابهی را مطرح کرده‌اند و نسبت به خرید این ارز دیجیتال، علاقه‌ای نشان نداده‌اند. فیدلیتی این انتقادات را به دو بخش تقسیم کرد، پنج انتقاد را «برداشت اشتباه» عنوان نمود و چهار تای دیگر را موجه دانست.

**۵ انتقاد اشتباه + ۴ انتقاد موجه**

شرکت فیدلیتی در این گزارش (Revisiting Persistent Bitcoin Criticisms) به بررسی ۹ انتقاد گسترده از بیت‌کوین پرداخته است. گزارش فیدلیتی با توضیحی درباره علت انتشار این گزارش آغاز می‌شود. در مقدمه گزارش توضیح داده شده که کارشناسان فیدلیتی از نوامبر ۲۰۲۰ تا نوامبر ۲۰۲۳ با افراد فوق ثروتمند و سرمایه‌گذاران شرکتی درباره بیت‌کوین صحبت کرده و در جریان این گفت‌وگوها دریافته است که هر گاه نام بیت‌کوین را جلوی این سرمایه‌گذاران آورده، به با انتقادات مشابهی روبه‌رو شده است. فیدلیتی این انتقادات را به دو بخش تقسیم کرد، پنج انتقاد را «برداشت اشتباه» خوانده و چهار انتقاد دیگر را به‌طور بالقوه موجه دانسته است. پنج انتقاد اشتباه از بیت‌کوین از منظر شرکت فیدلیتی اینهاست: «بیت‌کوین بیش از اندازه پرنوسان است که بتوان آن به عنوان ابزار ذخیره‌کننده ارزها استفاده کند.» «بالاخره کرد»، «بیت‌کوین به عنوان ابزار پرداخت شکست خورده است»، «استخراج بیت‌کوین برای محیط زیست ضرر دارد»، «بالاخره یک رقیب جایگزین بیت‌کوین می‌شود» و «بیت‌کوین هیچ پشتوانه‌ای ندارد.» اگر این انتقادات برای میان‌آشنا به نظر می‌رسد، عمدتا به این خاطر است که بارها و بارها آنها را در رسانه‌های جریان غالب – نظیر روزنامه‌ها و تلویزیون‌ها – مشاهده می‌کنید و احتمالش بالاستکه که سرمایه‌گذاران سنتی هم اطلاعات خود درباره بیت‌کوین را از همین رسانه‌ها دریافت می‌کنند. اما چهار انتقاد دیگری که از نظر کارشناسان فیدلیتی به

روزنامه مدیریتی - اقتصادی

# فرصت امروز

برای کسب وکار آفرینی



پیش‌بینی رشد ساخت‌وساز ایران در ۴ سال آینده

## کدام خانه‌ها باعث جهش قیمت مسکن می‌شوند؟

فرصت امروز: نتایج رصد و پایش‌های محیط کسب‌وکار از سوی نهادهای مختلف، بهبودی در وضعیت کسب‌وکارها و رونق تولید در اقتصاد ایران را نشان نمی‌دهد. به دلایل متعددی که یکی از آنها ناکارایی قوانین اسنت، وضعیت

دماسنج اصلی تالار شیشه‌ای تا نیمه کانال ۲٫۱ میلیونی پایین آمد

## پنجمین روز ریزش بورس تهران

فرصت امروز: شاخص کل بورس تهران در اولین روز معاملاتی بهمن ماه و برای پنجمین روز متوالی ریزش کرد و تا نیمه کانال ۲٫۱ میلیون واحدی پایین آمد. همچنین برای هفتمین روز متوالی، جریان خروج پول حقیقی ادامه یافت و ۶۳۸ میلیارد تومان پول حقیقی از بازار سهام خارج شد. به نظر می‌رسد عواملی نظیر انتشار تعیین نرخ خوراک پالایشی‌ها در پایان دی‌ماه و همینطور…

۴

بخش خصوصی چگونه می‌تواند به شناسایی و حذف قوانین دست و پاگیر کمک کند؟

# بن‌بست مقررات‌زدایی در ایران

فرصت امروز: نتایج رصد و پایش‌های محیط کسب‌وکار از سوی نهادهای مختلف، بهبودی در وضعیت کسب‌وکارها و رونق تولید در اقتصاد ایران را نشان نمی‌دهد. به دلایل متعددی که یکی از آنها ناکارایی قوانین اسنت، وضعیت بنگاه‌های تولیدی بدتر شده است. به نظر می‌رسد مطالبه اصلی بخش خصوصی در اغلب موارد، نه لغو یا حذف یک حکم قانونی بلکه عمدتا اجرا یا تصحیح نحوه اجرای آنهاست. بنابراین نمی‌توان مقررات‌زدایی به معنای ساده‌شده حذف برخی مفاد قانونی را عامل بهبوددهنده محیط کسب‌وکار تلقی کرد. همچنین نمی‌توان با حذف برخی از مفاد قانونی، به هدف اجرا یا اصلاح رویه‌ها در اجرای احکام قانونی رسید. نکته مهم دیگر، رابطه نزدیک میان «مقررات» و «اجرا» و همچنین غلبه «مقررات» بر «قوانین» به‌عنوان عامل مختل‌کننده و مزاحم در فعالیت‌های اقتصادی است. نتیجه‌ای که از غلبه نقش و سهم «مقررات» و «اجرا» در ایجاد اختلال در محیط کسب‌وکار صورت‌بندی شده، این است که انجام فرآیند مقررات‌زدایی به معنای شناسایی «قوانین» مخل کسب‌وکار و حذف آنها، بهبودی محسوس در محیط کسب‌وکار ایجاد نخواهد کرد بنابراین توصیه می‌شود که تمرکز بخش خصوصی و نهادهای مابندگی‌کننده فعالان اقتصادی بر «مقررات» و «ویه‌ها و فرآیندهای اجرایی» به‌عنوان عوامل مخل کسب‌وکار باشد.

در مجموع به نظر می‌رسد دخالت بیش از حد دولت در امور اقتصادی، قیمت‌گذاری دستوری و نامتناسب بر کالاها و خدمات تولیدی فعالان بخش خصوصی، افزایش افسارگسیخته بهای کالاها و خدمات دولتی و به‌طور کلی، ناپایداری و فقدان قابلیت پیش‌بینی‌پذیری قوانین و مقررات ناظر بر فعالیت‌های اقتصادی، از مهم‌ترین و اصلی‌ترین موانع بهبود…

۲

نگاهی به سمت و سوی بازار کریپتو در سال ۲۰۲۴

## بیت‌کوین به طلا نزدیک می‌شود؟

۳



### مدیریت و کسب‌وکار

## محبوب‌ترین کلیدواژه‌های کاربران در گوگل

وقتی در طول روز سوالی برای شما پیش می‌آید، اول از همه کجا سراغ بهترین جواب‌های ممکن را می‌گیرید؟ شاید همه ما نوستالژی سوال کردن از معلم‌های مدرسه‌مان را به یاد داشته باشیم. البته از آن وقت تا حالا همه چیز عوض شده دیگر کسی سئوال‌اتش را اینطوری مطرح نمی‌کند. در عوض دوست صمیمی به نام گوگل دم دست همه ماست تا جواب تک تک سئوال‌اتمان را بدهد. احتمالا شما هم در طول زندگی بارها و بارها سئوال‌اتان را در گوگل سرچ کرده‌اید. نکته جالب اینکه هر بار گوگل جواب‌های دلگرم‌کننده‌ای به آدم می‌دهد. انگار که دقیقا می‌داند در ذهن آدم چه می‌گذرد و جواب هر سوالی را از زیر سنگ هم که شده، پیدا می‌کند.
خب با این حساب طبیعی است گوگل یکی از محبوب‌ترین برندهای دنیا و یک غول آنلاین تمام‌عیار باشد. کارآفرینان برای اینکه همیشه محتوایی مطابق میل مخاطبشان تولید…

۸

هنوز در اول راهند، کارایی محدودی دارند و احتمالا هنوز زود است نگران‌شان باشیم.
**دولت‌ها بیت‌کوین را محدود می‌کنند**
آیا سخت‌گیری دولت‌ها وضع قوانین سخت‌گیرانه می‌تواند روند پذیرش بیت‌کوین را کند کند؟ کارشناسان فیدلیتی معتقدند وقتی دولت‌ها علیه بیت‌کوین سخت‌گیری می‌کنند سیگنالی مثبت به بازارها می‌فرستند. چرا؟ چون تایید می‌کنند که بیت‌کوین آنقدر مهم و قوی شده که باید جلویش را بگیریم، اما این سخت‌گیری‌ها می‌تواند بیش از حد شود و دست و پای بازار بیت‌کوین را ببندد.
ماجرای دو بانک سیگنچر و سیلورگیت، نمونه همین روند هستند؛ این دو بانک که رابطه نزدیکی با بازار کریپتو داشتند و به پروژه‌های کریپتو وام می‌دادند تحت فشار شدید دولت آمریکا مجبور به تعطیلی شدند. خیلی‌ها کمیسون بورس و اوراق بهادار آمریکا را بزرگ‌ترین و قدرتمندترین دشمن کریپتو در جهان می‌دانند.

البته فیدلیتی اینجا عاقلانه یک نکته مهم را نادیده می‌گیرد و آن قدرت عجیب غول‌های بانکی و شرکت‌های مدیریت سرمایه در این حوزه است. در آمریکا این غول‌ها هستند که روی روند تصویب قوانین مالی و سخت‌گیری‌های دولتی تأثیر جدی می‌گذارند. حالا که این غول‌های مالی – مثل بکس‌راک یا خود فیدلیتی – به فکر ورود به دنیای کریپتو افتاده‌اند، در حال لایه‌کردن یا کمیسون بورس و اوراق بهادار هستند تا با تغییر قوانین به آنها اجازه بدهند صندوق‌های سرمایه‌گذاری بیت‌کوین خود را روانه بازار بورس کنند.
دقیقا همین فشارها باعث شده که احتمال پذیرش اولین «صندوق قابل معامله» ETF بیت‌کوین افزایش یابد و همین سیگنال باعث رشد جدی قیمت بیت‌کوین در هفته‌های گذشته شده است. اینجا در واقع، جنگ میان شرکت‌های مدیریت سرمایه و غول‌های بانکی است: در یک طرف، شرکت‌های مدیریت سرمایه را داریم که به دنبال پول بیشترند و بازار کریپتو را جای مناسبی برای سرمایه‌گذاری‌های تازه می‌بینند و در طرف دیگر، بانک‌های سنتی که با هرگونه سیستم رقیبی مبارزه می‌کنند. هنوز مشخص نیست که شرکت‌های مدیریت سرمایه به نهایت بازی را می‌برند یا غول‌های بانکی، اما تحولات اخیر نشان می‌دهد که شرکت‌های مدیریت سرمایه وضعیت بهتری دارند. اگر چنین برآوردی درست باشد، احتمالا در طول سال‌های آینده شاهد قوانین منطقی‌تر دولت آمریکا در حوزه کریپتو خواهیم بود. هرچه غول‌های مدیریت سرمایه در جهان کریپتو پول بیشتری دربیابوند، پول بیشتری را برای لایه‌کردن در حوزه قوانین کریپتو کنار می‌گذارند و قوانین سهلگیرانه‌تر خواهد شد.

**مردم به بیت‌کوین بی‌علاقه می‌شوند**

نویسندهگان فیدلیتی معتقدند اگر بانک‌های مرکزی دنیا شروع به انتشار ارز دیجیتال بانک مرکزی (CBDC) کنند احتمال دارد مردم به بیت‌کوین بی‌علاقه شوند، چرا؟ چون از این رمزارزهای ملی استفاده خواهند کرد و دیگر به بیت‌کوین نیاز نخواهند داشت. این تحلیل فیدلیتی عجیب به نظر می‌رسد؛ چراکه بیت‌کوین و این رمزارزهای ملی دقیقا دو ایده متضادند. بیت‌کوین به دنبال آزادی مالی کاربران است و رمزارزهای ملی قصد دارند روی زندگی مالی شهروندان کنترل داشته باشند. وقتی شما یک رمزارز ملی را خرج می‌کنید برای دولت مشخص خواهد شد یا پول‌تان در چه خرده‌ایند و چه کرده‌اید. حتی دولت می‌تواند این رمزارزها را برنامه‌ریزی کند تا نگذارد در فلان روز با پول‌تان مثلا گوجه بخرید. ضمنا دولت‌ها می‌توانند این رمزارزهای ملی را طوری برنامه‌ریزی کنند که اصلا نتوانید بیشتر از یک سقف خاص در روز خرج یا پس‌انداز کنید. به همین خاطر، مقایسه بیت‌کوین و رمزارزهای ملی اشتباه است. حتی «لری فیک» مدیرعامل

شاید شما هم درباره بیت‌کوین و بازار کریپتو اشتباه می‌کنید

### اشتباهات رایج در بازار کریپتو

دلار آمریکا امروز در ذات خود هیچ ارزشی ندارد و پشتوانه‌اش طلا نیست. دولت آمریکا می‌گوید دلار ارزشمند است و مردم معتقدند دلار ارزشمند است. به همین ترتیب، بیت‌کوین ارزشمند است چون مردمی اعتقاد دارند که بیت‌کوین ارزشمند است. در نهایت همین است که اهمیت دارد. در سال‌های اولی که بیت‌کوین ظهور کرد، عده کمی به ارزش آن باور داشتند و به همین خاطر بیت‌کوین ارزان بود. حالا تعداد این‌س افراد رفته و همین‌طور ارزش بیت‌کوین چندصد برابر شده است. روزی را تصور کنید که همه مردم جهان تصمیم بگیرند که طلا بی‌ارزش است. به نظر‌تان چه رخ خواهد داد؟ بله، ارزش طلا به صفر نزدیک می‌شود. حالا متوجه شده‌اید که چرا نهادهای مالی کشورها از اینکه اعتبارشان کاسته شوند، وحشت دارند و چرا با سیستم‌های پولی رقیب مثل ارزهای خارجی و رمزارزها سرشاخ می‌شوند: آنها می‌ترسند در این جنگ بر سر اعتبار بیازند و واحد پولی‌شان که هیچ‌چیز جز اعتماد مردم پشتوانه‌اش نیست فرو بپاشد.

#### اشکال نرم‌افزاری پادشاه رمزارزها

انتقاد ششم این است: اشکال نرم‌افزاری می‌تواند بیت‌کوین را نابود کند. کارشناسان فیدلیتی می‌گویند چنین چیزی امکان‌پذیر است. فراموش نکنید که ما با یک شبکه عظیم جهانی از استخراج‌کنندگان و سرشیکه‌ها طرفیم و ممکن است یک اشکال کوچک نرم‌افزاری (باگ) یا حتی ویروس یک‌شبه بیت‌کوین نابود کند. در تاریخ بیت‌کوین هم دو رویداد معروف وجود دارد که در آنها شبکه بیت‌کوین دچار اشکال شد. اولی در سال ۲۰۱۰ رخ داد. یک نفر توانست با سوءاستفاده از یک ایراد امنیتی شبکه، ۱۸۴ میلیارد بیت‌کوین تولید کند. خوشبختانه «ساتوشی ناکاموتو»، خالق بیت‌کوین در آن زمان هنوز از نظر‌ها پنهان نشده بود و سریع‌ا مشکل را حل کرد. رویداد دوم یک بیت‌کوین ناگهان دو تکه شد و برنامه‌نویس‌ها مجبور شدند کل شبکه را شش ساعت خاموش کنند. خوشبختانه برنامه‌نویس‌ها و استخراج‌کنندگان توانستند به‌راحتی برسند که شبکه را به لحظه قبل از دو تکه‌شدن برگردانند، اما این باعث سقوط ۲۳ درصدی ارزش بیت‌کوین شد و قیمتش به ۲۷ دلار رسید. اما سال ۲۰۱۳ به این طرف، بیت‌کوین هیچ‌وقت مشکل تکنیکی نداشته است. این اتفاق در سال ۲۰۰۹ تا حالا ۹۹٫۹ درصد بوده؛ یعنی ما تقریبا شاهد افلاقی شدن این شبکه نبوده‌ایم. البته به لحاظ تئوری امکانش هست که در آینده بعد از یک آپدیت شاهد مشکل تکنیکی شویم و این می‌تواند باعث سقوط آزاد قیمت بیت‌کوین شود.

گزارش فیدلیتی بساز هم یک نکته را از قلم انداخته و آن رایانش کوانتومی است. خیلی‌ها می‌گویند کامپیوترهای قدرتمند کوانتومی که دنیا دارد به سمت‌شان حرکت می‌کند. مهم‌ترین تهدید علیه شبکه بیت‌کوین به حساب می‌آیند. به لحاظ تئوریک، کامپیوترهای کوانتومی می‌توانند کد رمزنگاری‌شده شبکه بیت‌کوین را بشکنند و شبکه را به نابودی بکشانند. اگرچه اگر قدرت کامپیوتر کوانتومی دست افراد تهکار بیفتد احتمالا آنها قبل از آنکه بیت‌کوین را هدف قرار دهند به برنامه‌نویس‌ها آسیب‌پذیرتر مثل بانک‌ها حمله خواهند کرد. این احتمال هم وجود دارد که دولت‌ها وقتی ببینند بیت‌کوین تبدیل به یک تهدید جدی شده، از کامپیوترهای کوانتومی برای نابودی بیت‌کوین استفاده کنند. نکته اینجاست که برنامه‌نویسان و توسعه‌دهندگان بیت‌کوین هم طبیعتا از این ریسک آگاهند و برای آن آماده می‌شوند. همین‌حال هم پروژه Iota در حال توسعه است که در آن دانشمندان حوزه رمزنگاری توانسته‌اند شبکه بلاکچینی بسازند که به گفته توسعه‌دهندگان‌ش در برابر کامپیوترهای کوانتومی مقاوم است. کامپیوترهای کوانتومی کنونی

طور بالقوه موجه هستند، به این قرارند: «اشکال نرم‌افزاری در بیت‌کوین می‌تواند آن را ناگهان بی‌ارزش کند»، «سخت‌گیری دولت‌ها، روند پذیرش بیت‌کوین را کند می‌کند»، «علاقه مردم به بیت‌کوین می‌تواند از بین برود» و «در مسیر تحول کریپتو می‌تواند مشکلی پیش بیاید که هیچ‌کس نتوانش را ندارد». البته از دیدگاه کارشناسان شرکت فیدلیتی، احتمال رخ‌دادن هر کدام از این چهار گزاره «بسیار کم» است، اما آنقدر احتمالش هست که این انتقادات را بتوان تا حدی توجیه‌پذیر دانست. نکته مهم اینجاست که اگر به این انتقادات علیه بیت‌کوین، پاسخ منطقی داده نشود، سرمایه‌گذاران بزرگ شرکی برای ورود به بازار کریپتو، احساس راحتی نخواهند کرد. در گزارش روز گذشته به بخش نخست گزارش مفصل شرکت فیدلیتی پرداختیم و سه انتقاد رایج از بیت‌کوین را بررسی کردیم: «نوسان زیاد بیت‌کوین جلوی تبدیل آن به طلاي دیجیتال را می‌گیرد»، «بیت‌کوین ابزار پرداخت مناسبی نیست» و «بیت‌کوین برای محیط زیست ضرر دارد». حال ادامه گزارش فیدلیتی را می‌خوانید.

#### بیت‌کوین جایش را به رقیب می‌دهد

احتمالا می‌دانید بیت‌کوین یک نرم‌افزار است؛ یعنی گروهی از برنامه‌نویس‌ها با زبان برنامه‌نویسی ++C کد آن را نوشته‌اند. این کد چیزی مخفی نیست و می‌توانید در اینترنت آن را پیدا کنید و اگر برنامه‌نویسی بلد باشید آن را به شیوه خودتان عوض کنید؛ یعنی هر کس می‌تواند پروژه بیت‌کوین خود را به کمک این کد آغاز کند. البته بیت‌کوین فقط این برنامه نیست؛ بیت‌کوین حالا یک اکوسیستم متشکل از میلیون‌ها نفر است که به این پروژه باور دارند و مسیری سخت و طولانی را طی کرده‌اند. نویسندگان گزارش فیدلیتی می‌گویند امکان ندارد که کسی یا گروهی بتواند با کد بیت‌کوین شبکه‌ای بسازد که همان تأثیر شبکه‌ای و همان اکوسیستم را داشته باشد. تاکنون دهها پروژه کریپتو که خود را بیت‌کوین بعدی نامیده‌اند آمده‌اند و رفته‌اند. عیش هم این بوده که اکثرا نتوانسته‌اند آن ویژگی‌هایی را که بیت‌کوین را ارزشمند کرده داشته باشند. فراموش نکنید که بیت‌کوین بالای ۵۰ درصد ارزش بازار (market cap) کل کریپتو را در اختیار خود دارد و به جز اتریوم تا حالا هیچ رمزازی توان رقابت با آن را نداشته است، اما حتی اتریوم هم توان رقابت با بیت‌کوین را در حوزه «ذخیره‌کنندگی ارزش» ندارد.

#### بیت‌کوین پول بدون پشتوانه است

پشتوانه واحدهای پولی در گذشته، طلا بود و پشتوانه آنها در دوران مدرن، اعتبار کسور صادرکننده آن پول. اما بیت‌کوین چه؟ هر بیت‌کوین نماینده چه چیز پرارزشی است؟ این انتقادی است که رسانه‌های نزدیک به وال استریت مطرح می‌کنند، اما بیت‌کوین پشتوانه‌ای دارد: پشتوانه بیت‌کوین، آن کد تغییرناپذیر کامپیوتری و حاضران در اکوسیستم بیت‌کوین هستند؛ این شامل کاربرانی که در شبکه بیت‌کوین تراکنش انجام می‌دهند، استخراج‌کنندگان بیت‌کوین که وظیفه انجام این تراکنش‌ها را برعهده دارند، سرشیکه‌ها که سابقه تمام جوله‌ها را نگهداری می‌کنند، برنامه‌نویس‌ها که کد بیت‌کوین را آپدیت می‌کنند و بالاخره آن مردم عادی است که بیت‌گران دیگر می‌کنند. این اکوسیستم عظیم است که پشتوانه بیت‌کوین به حساب می‌آید. به همین خاطر هر برنامه‌نویس، استخراج‌کننده، حواله‌کننده و پس‌اندازکننده‌ای که به شبکه بیت‌کوین اضافه می‌شود باعث تقویت این پشتوانه می‌شود. تحلیلگران دیگر می‌گویند یک پشتوانه دیگر بیت‌کوین، آن انرژی‌ای است که با آن امنیت شبکه بیت‌کوین تأمین می‌شود. انرژی فراوانی که شبکه بیت‌کوین مصرف می‌کند نشان می‌دهد بیت‌کوین بیش از اکثریت دارایی‌ها پشتیبانی می‌شود.

اما گزارش فیدلیتی، یک واقعیت مهم را از قلم انداخته است.

## یادداشت

### آوار تورم بر سر تولید مسکن

**فرشید پور حاجت** دبیر کانون انبوه‌سازان

تمام بازارها به دلیل تکرانه‌های شدید اقتصادی و اجتماعی، دچار سردرگمی و نوسان شدید شده‌اند. بنا بر آخرین آمار بانک مرکزی، میانگین قیمت هر مترمربع زیربنای مسکونی در یک سال اخیر تا ۷۰ درصد جهش داشته است؛ درحالی‌که در همین بازه زمانی، میزان رشد شاخص تورم و نرخ ارز حدود ۴۰ درصد بوده است. در حقیقت، تورم در بازار مسکن همچنان با شتابی بیشتر از نرخ تورم عمومی کشور و نرخ ارز افزایش پیدا کرده و گوی سبقت گرانی و نوسان را از بازارهای موازی ربوده است. این تورم افسار‌گسیخته، اثرات مخرب خود را بر آحاد مردم نشان داده است. رخدادی که در صورت تداوم، هم بر بازار تولید مسکن و هم خرید آن تأثیر مستقیم داشته و اوضاع را از چیزی که هست، بدتر خواهد کرد. البته مدت‌هاست که روند عرضه و تقاضا در بازار مسکن به دلیل اثرات مخرب همین تورم، دچار ازهم‌پاشیدگی شده و هم‌زمان که مردم روزه‌روز از داشتن یک مسکن حداقلی به دلیل تورم و سقوط ارزش پول محروم می‌شوند، حوزه تولید نیز در حال نحیفتر شدن است. سیاست‌های بانکی نیز نتوانسته به مردم کوچک‌ترین کمکی کند و مردم خاطره خوشی از نظام بانکداری اسلامی ندارند؛ به‌طوری‌که وام خرید مسکن حتی کفاف رهن و اجاره مردم را در شهرهای بزرگ نمی‌دهد، به برسد به اینکه کمکی برای بازار مسکن و خانه‌دار شدن خانوارهای طبقه متوسط باشد. بهتر است دولت به‌جای تسهیلات خرید مسکن که عملاً هیچ تأثیر در افزایش قدرت خرید مسکن مردم ندارد، فکری به حال تسهیلات رهن و اجاره مسکن کند.

همان‌طور که در بالا اشاره شد، بازار مسکن به‌شدت تحت تأثیر نوسانات ارزی است. از سوی دیگر، دولت نیز هیچ‌گونه بسته تشویقی برای تولیدکنندگان و انبوه‌سازان بخش مسکن تخصیص نمی‌دهد. طرح نهضت ملی مسکن عملاً انتظارات را برآورده نکره و امکان تولید یک میلیون مسکن که از برنامه‌های ریاست جمهوری بود، کم‌رنگ شده است. حتی وزیر جدید راه و شهرسازی در جلسه رأی اعتماد، تحقق تولید یک میلیون مسکن با فرآیند فعلی را عملاً امکان‌پذیر ندانسته است. بنابراین دورنمای روشنی از بازار مسکن چه در بخش تولید، خرید و حتی اجاره و رهن دیده نمی‌شود. اقتصاد مسکن را باید در چارچوب سیاستگذاری کلان اقتصادی و موقعیت کنونی اقتصادی و اجتماعی جامعه ایران تحلیل و ارزیابی کرد. نبود سیاست جامع و کلی و چشم‌انداز روشن از سوی دولت‌ها، سقوط پایه پول ملی، نابودی پس‌انداز مردم، سیاستگذاری‌های غلط در حوزه بانکداری که بیشترین آسیب را به تولیدکنندگان و انبوه‌سازان و بخش خصوصی زده است، سیاست‌های اشتباه در حوزه شهرسازی و سرمایه‌ای شدن مسکن در اقتصاد مردمی، عدم کنترل بازار و سوداگری و دلالی زمین، رانت اطلاعاتی در حوزه مسکن و شفاف نبودن نظام مالی بانکی از مهمترین عوامل موجود بحران فرآیند در حوزه مسکن است. در صورت ادامه این روند عملاً «نه از تاک نشان ماند و نه تاک‌نشان».

ساخت‌وساز مسکونی همواره توسط بخش خصوصی انجام شده و ورود دولت به این حوزه در هر ابعادی، نتایج مطلوب نداشته است. در نهضت ملی مسکن نیز دولت برای تولید بخش عمده نیاز مسکن کشور، دست به برنامه‌ریزی زده است، اما باز هم به‌واسطه همان موانعی که بارها از سوی بخش خصوصی معرفی شده، قادر به اجرای برنامه‌ها نبوده و این نهضت معطل قیمت تمام‌شده و تأمین مالی و… مانده است. لدسوزان واقعی مملکت چه در بخش دولتی و سایر نهادهای متولی باید فکر و برنامه اساسی به حال تغییر وضع موجود در کشور ارائه دهند؛ چراکه ادامه این وضع در همه حوزه‌ها می‌توانند ابر بحران اقتصادی و تکرانه‌های شدید اجتماعی با خود به همراه داشته باشد.

شتاب قیمت‌ها و تورم عملاً هرگونه سیاستگذاری بانکی در حوزه مسکن را عقیم کرده است. بعید می‌دانم چشم‌انداز بازار رهن و اجاره بهتر از خریدوفروش مسکن باشد. وقتی طی یک سال قیمت مسکن در برخی شهرها و مناطق چندصد درصد رشد می‌کند اساساً بازار رهن و اجاره نیز تحت تأثیر قرار می‌گیرد. سال آینده در صورت تداوم وضع موجود شاهد رکود تورمی در بازار مسکن خواهیم بود و پیش‌بینی می‌شود بازارهای سرمایه‌ای چه در حوزه مسکن، ارز و طلا و حتی خودرو در سال آینده شاهد یک تنش تورمی باشند. به‌عنوان یک فعال اقتصادی و دوستدار ملت و کشور، تنها توصیه‌ای که در شرایط ملتهب کنونی می‌توانم داشته باشم، تنها دو کلمه است: حفظ سرمایه. در همین باره برای رونق بازار و جهش تولید مسکن مواردی پیشنهاد می‌شود:

❖ افزایش قدرت خرید خانوارها و لها و متقاضیان مصرفی از محل افزایش سطح تسهیلات مسکن، کاهش نرخ سود تسهیلات و افزایش دوره بازپرداخت وام‌های اعطایی

❖ حمایت از انبوه‌سازان برای ساخت انبوه مسکن موردنیاز

خانوارها (واحدهای مسکونی کوچک متراژ و ریز متراژ) با ایجاد

بانک توسعه‌ای

❖ کاهش سهم زمین از قیمت نهایی مسکن از طریق اراضی واقع در نواحی شهری، اراضی واقع در بافت‌های فرسوده شهری، اراضی واقع در سکونتگاه‌های جدید مانند شهرها و شهرک‌های جدید

❖ تجزیه‌یات سایر کشورها نشان داده است که به‌کارگیری

توسعه‌گرها (انبوه‌سازان) و ارائه بسته‌های تشویقی توسط نهادهای

عمومی غیردولتی در فرایند مدیریت تولید مسکن می‌تواند منجر

به کاهش قیمت تمام‌شده مسکن برای مصرف‌کنندگان شود.

❖ تخصیص تسهیلات حمایتی جهت پوشش ۸۰ درصد از

هزینه‌های ساخت مسکن

❖ ایجاد بانک اطلاعات زمین و مسکن از دیگر سیاست‌هایی است

که بستر کنترل سوداگری در بازار مسکن را فراهم می‌کند

❖ توجه ویژه به احیا و بازسازی بافت‌های فرسوده و ناکارآمد

شهری و روستایی

❖ مشارکت دادن انبوه‌سازان به‌صورت عملی در طرح جهش

مسکن و تشویق بخش خصوصی داخلی در تجمیع منابع ملی و

استفاده از ظرفیت‌های آن در نهضت ملی مسکن و ارزیابی فنی

جهت تکمیل پروژه‌های مسکن مهر و زیرساخت‌های موردنیاز

تکمیل کردن آنها.



بخش خصوصی چگونه می‌تواند به شناسایی و حذف قوانین دست و پاگیر کمک کند؟

# بن‌بست مقررات‌زدایی در ایران



برای محیط کسب‌وکار نیز امری دشوار و در مواردی ناشدنی است. به نظر می‌رسد که با وضعیتی پیچیده مواجه هستیم؛ از یک‌سو، قوانین به‌لحاظ ویژگی‌های شکلی و ماهوی، فاقد تأثیرگذاری برای بهبود محیط کسب‌وکار ارزیابی می‌شوند، اما از سوی دیگر، تشخیص مخل‌بودن یا مزاحم‌بودن آنها برای کسب‌وکار، امری دشوار و پیچیده محسوب می‌شود؛ عمدتاً به این دلیل که همان‌طور که در تدوین آنها، اصول و قواعد تقنین به‌طور بایسته رعایت نشده، برای حذف آنها نیز نمی‌توان معیارها و ملاک‌های دقیق و قابل‌اتکایی را در نظر گرفت. این وضعیت پیچیده و بغرنج در مجموع باعث شده تا به‌تدریج اثرگذاری قوانین بر محیط کسب‌وکار کم‌رنگ شده و به‌جای آن، نقش مقررات و رویه‌های اجرایی تقویت شود.

**رابطه نزدیک میان مقررات و اجرا**

براساس این گزارش، با توجه به تحلیل ارائه‌شده در کاهش اثرگذاری قوانین بر محیط کسب‌وکار و جایگزینی مقررات و رویه‌های اجرایی، هم از حیث تأثیر مثبت و تقویت‌کننده و هم از حیث تأثیرات مخرب و مختل‌کننده در کسب‌وکار، توصیه می‌شود دولت و به‌طور کلی حاکمیت و بخش خصوصی و تعاونی، فرصت‌ها و توان تشکیلاتی و کارشناسی خود را همچنان بر حوزه مقررات و رویه‌ها (اجرا) متمرکز کنند؛ چراکه به‌نظر می‌رسد صرف وقت و هزینه برای شناسایی و اصلاح قوانین به‌عنوان عامل اختلال در کسب‌وکار، نه منتج به‌دستاوردهای ملموس خواهد شد و نه تأثیرگذاری قابل‌انتظار بر محیط کسب‌وکار را برآورده خواهد ساخت. بر مبنای استدلال مطرح شده، می‌توان به دلیل تأکید مواد قانونی مربوط به وظایف شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی و کمیته موضوع بند «ب» ماده ۲۱ احکام دائمی برنامه‌های توسعه کشور (کمیته حمایت از کسب‌وکار) بر مقررات پی برد؛ در دو ماده مربوط در دو قانون مرتبط، وظیفه شورای گفت‌وگو، «پیشنهاد اصلاح، حذف یا وضع مقررات، اعم از آیین‌نامه، بخشنامه، دستورالعمل‌ها، دستورالعمل‌ها و… از لحاظ ساختاری مربوطه» و تکلیف کمیته حمایت از کسب‌وکار، «شناسایی قوانین، مقررات و بخشنامه‌های مخل تولید و سرمایه‌گذاری» در نظر گرفته شده است. بر همین اساس، تأکید بر «مقررات» و کم‌رنگ بودن وظایف نهادهای مربوط نسبت به «قوانین»، در متن مواد مذکور کاملاً مشهود است.

نکته مهم دیگر، رابطه نزدیک میان «مقررات» و «اجرا» است؛ به این ترتیب که هر دو مقوله مقررات و اجرا برخلاف قوانین در حوزه وظایف و اختیارات قوه مجریه است، بنابراین اهمیت و اثر بخشی «مقررات» در محیط کسب‌وکار، به‌نوعی تأکید بر اهمیت اجرا، رویه‌های اجرایی و عملکرد نظام اداری (بوروکراسی) محسوب می‌شود. به عبارت دیگر، گرچه مقررات در قالب آیین‌نامه‌ها، بخشنامه‌ها، دستورالعمل‌ها و… از لحاظ ساختاری و ماهوی از گزاره‌ها و اصول و فنون حقوقی تبعیت می‌کنند، اما اساساً در ساختار اداری و بوروکراسی حاکم و به‌ویژه صلاحیت‌های اختیاری مقامات ارامی‌توان در راستای اهمیت اساسی «اجرا» و کلیدی بودن ویژگی‌های ضروری برای یک بوروکراسی توانمند تلقی کرد.

و مسیر مقررات‌زدایی از محیط کسب‌وکار را بررسی کرده است.

یافته‌های این مطالعه نشان می‌دهد مطالبه بخش خصوصی در اغلب موارد، نه لغو یا حذف یک حکم قانونی بلکه عمدتاً اجرا یا تصحیح نحوه اجرای آنهاست، بنابراین نمی‌توان مقررات‌زدایی به‌معنای ساده‌شده حذف برخی مفاد قانونی را عامل بهبوددهنده محیط کسب‌وکار تلقی کرد و نمی‌توان با حذف و لغو برخی از مفاد قانونی، به هدف اجرا یا اصلاح رویه‌ها در اجرای احکام قانونی رسید. نکته دیگر، غلبه «مقررات» بر «قوانین» به‌عنوان عامل مختل‌کننده و مزاحم در فعالیت‌های اقتصادی است؛ یعنی انجام فرآیند مقررات‌زدایی به‌معنای شناسایی «قوانین» مخل کسب‌وکار و حذف آنها، بهبودی قابل‌توجه و محسوس در محیط کسب‌وکار ایجاد نخواهد کرد. طبق برنامه مرکز ملی مطالعات، پایش و بهبود محیط کسب‌وکار، به‌عنوان دبیرخانه هیأت مقررات‌زدایی (مستقر در وزارت اقتصاد) قرار است فرآیند مقررات‌زدایی تا پایان اسمال از صرف نظام‌بندی و ساماندهی مجوزهای کسب‌وکار فراتر رفته و قوانین و مقررات مخل کسب‌وکار نیز مورد بررسی قرار گیرند و در صورت تشخیص مخل‌بودن آنها، پیشنهاد حذف مفاد قانونی به قانونگذار و دولت ارائه شود. برای مشارکت موثرتر بخش خصوصی و نهادهای تشکیل‌شده مربوطه به‌ویژه شورای گفت‌وگو و کمیته حمایت از کسب‌وکار، باید به ویژگی‌ها و الزامات سطوح متفاوت مجوززدایی (صرف ساماندهی صدور مجوزهای کسب‌وکار) و مقررات‌زدایی (شناسایی و حذف قوانین و مقررات مخل کسب‌وکار) توجه کرد.

**غلبه و چیرگی مقررات بر قوانین**

یکی از یافته‌های این گزارش، غلبه «مقررات» بر «قوانین» به‌عنوان عامل مختل‌کننده و مزاحم در فعالیت‌های اقتصادی است. نتیجه‌ای که از غلبه نقش و سهم «مقررات» و «اجرا» در ایجاد اختلال در محیط کسب‌وکار صورت‌بندی شده، آن است که انجام فرآیند مقررات‌زدایی، به‌معنای شناسایی «قوانین» مخل کسب‌وکار و حذف آنها، بهبودی قابل‌توجه و محسوس در محیط کسب‌وکار ایجاد نخواهد کرد. در مجموع، این مطالعه توصیه می‌کند که تمرکز بخش خصوصی و نهادهای و تشکل‌های آن باید بر «مقررات» و «رویه‌ها و فرآیندهای اجرایی» به‌عنوان عوامل مخل کسب‌وکار باشد. به نظر می‌رسد فرآیندها و ویژگی‌های تدوین و تصویب قوانین در ایران، یکی از دلایل مهم این وضعیت است.

متأسفانه نظام قانونگذاری کشورمان از آسیب‌های جدی رنج می‌برد که در طول سال‌های گذشته نه تنها برای بهبود و ترسیم آنها تدبیری اندیشیده نشده بلکه اساساً از این آسیب‌ها غفلت شده و حتی در دستور کار بازسازی و ترمیم نیز قرار نگرفته‌اند و به همین دلیل به‌طور روزافزون، عمیق‌تر و مشکل‌سازتر شده‌اند؛ آسیب‌هایی از جمله غلبه قانونگذاری بر مبنای طرح به‌جای ابتدای قانونگذاری بر لایحه، عدم‌انجام ارزیابی تأثیرات قانون (به‌طور پیشینی و پسینی) و به‌ویژه قانونگذاری بدون در نظر گرفتن ملاحظات اجرا که به نوعی از تبعات دو آسیب نخست محسوب می‌شود. نکته قابل‌توجه اینکه تصویب قوانین با آسیب‌ها و نواقص مذکور، گرچه به‌احتمال زیاد به بهبود محیط کسب‌وکار کمکی نمی‌کند، اما تشخیص مخل‌بودن آن

فرصت امروز؛ نتایج رصد و پایش‌های محیط کسب‌وکار از سوی نهادهای مختلف، بهبودی در وضعیت کسب‌وکارها و رونق تولید در اقتصاد ایران را نشان نمی‌دهد. به دلایل متعددی که یکی از آنها ناکارایی قوانین است، وضعیت بنگاه‌های تولیدی بدتر شده است. به نظر می‌رسد مطالبه اصلی بخش خصوصی در اغلب موارد، نه لغو یا حذف یک حکم قانونی بلکه عمدتاً اجرا یا تصحیح نحوه اجرای آنهاست. بنابراین نمی‌توان مقررات‌زدایی به معنای ساده‌شده حذف برخی مفاد قانونی را عامل بهبوددهنده محیط کسب‌وکار تلقی کرد. همچنین نمی‌توان با حذف برخی از مفاد قانونی، به هدف اجرا یا اصلاح رویه‌ها در اجرای احکام قانونی رسید. نکته مهم دیگر، رابطه نزدیک میان «مقررات» و «اجرا» و همچنین غلبه «مقررات» بر «قوانین» به‌عنوان عامل مختل‌کننده و مزاحم در فعالیت‌های اقتصادی است. نتیجه‌ای که از غلبه نقش و سهم «مقررات» و «اجرا» در ایجاد اختلال در محیط کسب‌وکار صورت‌بندی شده، این است که انجام فرآیند مقررات‌زدایی به معنای شناسایی «قوانین» مخل کسب‌وکار و حذف آنها، بهبودی محسوس در محیط کسب‌وکار ایجاد نخواهد کرد بنابراین توصیه می‌شود که تمرکز بخش خصوصی و نهادهای نمایندگی‌کننده فعالان اقتصادی بر «مقررات» و «رویه‌ها و فرآیندهای اجرایی» به‌عنوان عامل مخل کسب‌وکار باشد.

در مجموع به نظر می‌رسد دخالت بیش از حد دولت در امور اقتصادی، قیمت‌گذاری دستوری و نامتناسب بر کالاها و خدمات تولیدی فعالان بخش خصوصی، افزایش افسارگسیخته بهای کالاها و خدمات دولتی و به‌طور کلی، ناپایداری و فقدان قابلیت پیش‌بینی‌پذیری قوانین و مقررات ناظر بر فعالیت‌های اقتصادی، از مهمترین و اصلی‌ترین موانع بهبود محیط کسب‌وکار هستند. اطلاع‌رسانی درخصوص تغییرات قوانین و مقررات، سیاست‌ها و نرخ‌گذاری‌ها و همچنین ایجاد اطمینان خاطر برای فعالان اقتصادی از بابت ثبات قوانین، سیاست‌ها و نرخ‌ها، محیط مناسب‌تری را برای بخش خصوصی ایجاد می‌کند.

**آدرس عبور از تورم مقررات**

مرکز پژوهش‌های اتاق ایران در طول هفته‌های گذشته بر موضوع بهبود فضای کسب وکار و نقش قوانین و مقررات در این زمینه متمرکز شده و در گزارش‌های متعددی به این مسئله پرداخته است که چرا تصویب احکام قانونی متعدد، منجر به بهبودی محیط کسب‌وکار نشده است؟ اصولاً دیدگاه بخش خصوصی درباره قوانین و مقررات مخل کسب‌وکار چیست؟ قوانین و مقررات از منظر فعالان اقتصادی چقدر به‌عنوان عوامل مخل کسب‌وکار در حین فعالیت بنگاه‌ها تلقی می‌شوند؟ با توجه به تأثیرگذاری هر یک از عوامل سه‌گانه قوانین، مقررات و رویه‌های اجرایی (نظام اداری و بوروکراسی) در این زمینه، بخش خصوصی و نهادهایش برای برآوردن مطالبات‌شان چه باید کنند؟ در پاسخ به این پرسش‌ها، مرکز پژوهش‌های اتاق ایران با همکاری شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی و کمیته حمایت از کسب‌وکار، به آسیب شناسی «ویگردها و نظرات بخش خصوصی درباره قوانین و مقررات مخل کسب‌وکار» پرداخته

آن وجود دارد. در همین زمینه، یک کارشناس مسکن با تأکید بر اینکه واحدهای مسکونی ۲۵ الی ۳۵ متری در میان مدت موجب گرانی مسکن در بازار می‌شود، گفت: الگوی واحدهای مسکونی متراژ پایین از زمان «عباس آخوندی»، وزیر راه و شهرسازی دولت یازدهم تحت سیاست‌های پاک مطرح شد و الگوی مصرفی مسکن در ایران روز به روز متراژ مسکن با کاهش روبه‌رو شد و اگر بازار مسکن به همین روند پیش رود قطعاً الگوی مصرفی به متراژهای کمتر نیز خواهد رسید. «فرشاد ایلاتی» در گفت‌وگو با «مهر» ادامه داد: باید نسبت به واحدهای کوچک متراژ تدابیر جدی شود تا این الگوی مصرفی وارد بازار مسکن نشود؛ زیرا با فرهنگ ایرانی تطابقی ندارد. سیاست کوچک‌سازی واحدهای مسکونی قطعاً سیاست موفقیتی نبوده و نخواهد بود و از ابتدای دهه ۷۰ تا به امروز الگوی کوچک‌سازی واحدهای مسکونی را در دست کار نداریم. البته باید نسبت به این موضوع توجه داشت که دولت نسبت به قانون فرزندآوری، اهمیت ویژه‌ای دارد و هرچه متراژ واحدهای مسکونی رو به کاهش حرکت کند؛ قطعاً خانوار و افراد انگیزه‌ای به تشکیل خانواده و توسعه جمعیت کشور نخواهند داشت.

به گفته این تحلیلگر اقتصاد مسکن، واحدهای مسکونی کوچک‌متراژ در اقتصاد نیز مفهومی ندارد؛ زیرا اگر تعداد سکونت در واحدهای کوچک‌متراژ افزایش پیدا کند نشان از کاهش قدرت خرید مردم است و در میان‌مدت موجب گرانی مسکن در بازار می‌شود. البته دولت طی ماه‌های اخیر موضع جدی خود را در راستای مخالفت کوچک‌سازی واحدهای مسکونی اعلام کرده است. براساس این گزارش، با آغاز به کار دولت سیزدهم بود که طرح

## اخبار

با رأی نمایندگان بخش خصوصی

### صمد حسن‌زاده، رئیس جدید اتاق ایران شد

«صمد حسن‌زاده» با کسب ۲۰۸ رأی به‌عنوان رئیس جدید اتاق ایران انتخاب شد. با تکمیل فرآیند رأی‌گیری و شمارش آراء صمد حسن‌زاده با کسب ۲۰۸ رأی به‌عنوان رئیس جدید اتاق ایران انتخاب شد. در نشست فوق‌العاده هیأت نمایندگان اتاق ایران که روز گذشته برای انتخاب رئیس جدید اتاق ایران برگزار شد، «صمد حسن‌زاده»، یکی از چهار کاندیدای نهایی این انتخابات با کسب ۲۰۸ رأی به‌عنوان رئیس جدید اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران برگزیده شد. «حسن‌زاده» پیش‌ازاین نایب‌رئیس سوم اتاق ایران بود و اکنون با انتخاب او به‌عنوان رئیس، باید برای انتخاب نایب رئیس سوم جدید رأی‌گیری شود. به دنبال اعلام نتایج نهایی، انتخاب نایب رئیس سوم به‌جای «صمد حسن‌زاده» دستور کار نشست قرار گرفت. انتخابات مجدد ریاست اتاق بازرگانی ایران بعد از هفت ماه اختلاف دولت و بخش خصوصی بر سر انتخابات پیشین برگزار شد. در جریان برگزاری این انتخابات از بین ۲۱ نفر داوطلب تأیید صلاحیت‌شده، ۱۷ نفر انصراف دادند و در نهایت کاندیداهای نهایی شامل «صمد حسن‌زاده»، «احد عظیم‌زاده»، «مجتبی غیابی» و «فرح‌الله معاری» بودند که رقابت برای کرسی ریاست اتاق بازرگانی ایران بین آنها انجام شد و در نهایت «صمد حسن‌زاده» با کسب ۲۰۸ رأی به عنوان رئیس جدید اتاق بازرگانی ایران در دور دهم انتخاب شد.

نام ایران از ذیل توصیه شماره ۷ حذف می‌شود

### عقب‌نشینی FATF

به دنبال نامه اعتراضی وزیر اقتصاد، رئیس گروه ویژه اقدام مالی در نامه‌ای رسمی، ضمن پذیرش درخواست ایران اعلام کرد که اصلاحات و تغییرات در استانداردهای خود مرتبط با قطعنامه ۲۲۳۱ شورای امنیت سازمان ملل متحد را به تمامی کشورهای عضو و شبکه جهانی مرتبط با پولشویی خود اعلام کرده است.
پیرو ارسال نامه اعتراضی از طرف وزیر اقتصاد به رئیس گروه ویژه اقدام مالی (FATF) و پیگیری مرکز اطلاعات مالی جمهوری اسلامی ایران برای حذف نام ایران از ذیل توصیه شماره ۷ و استانداردهای این نهاد، سرانجام رئیس گروه ویژه اقدام مالی طی نامه‌ای رسمی ضمن پذیرش درخواست ایران بیان کرد که اصلاحات و تغییرات در استانداردهای خود مرتبط با قطعنامه ۲۲۳۱ شورای امنیت سازمان ملل متحد را به تمامی کشورهای عضو «حسان خاندوزی»، وزیر اقتصاد در نامه‌ای اعتراضی به گروه ویژه اقدام مالی (FATF) خواستار آن شده بود که نام ایران از ذیل توصیه ۷ و سایر اسناد مرتبط این نهاد با قطعنامه ۲۲۳۱ شورای امنیت سازمان ملل متحد حذف شود. طبق اعلام وزارت اقتصاد، توصیه ۷ گروه ویژه اقدام مالی (FATF) درخصوص تحریم‌های هدفمند مرتبط با اشاعه سلاح‌های کشتار جمعی است که از کشورها می‌خواهد در راستای قطعنامه‌های شورای امنیت سازمان ملل متحد اقدامات بیان شده از قبیل توقیف وجوه و دارایی‌های اشخاص تعیین‌شده را بدون تأخیر اعمال کند.

### انتقال سهام عدالت متوفیان در ۴ بانک و ۴۴ کارگزاری رایگان است

تمامی خدمات مربوط به انتقال سهام عدالت متوفیان به وراث از طریق سامانه «میراث» در چهار بانک و ۴۴ کارگزاری منتخب به صورت رایگان است و نیازی به پرداخت هیچ‌گونه وجهی نیست. به گزارش «ایسنا»، وراث متوفیان سهام عدالت بعد از مراجعه به درگاه ذی‌نفعان بازار سرمایه به آدرس «www.csdn.ir» و مشخص شدن زمان تشکیل پرونده برای آغاز فرآیند انتقال سهام متوفیان سهام عدالت به وراث است. می‌بایست به بانک‌های «ملی، ملت، پارسینا و تجارت» و کارگزاری‌های منتخب از جمله «عاملات آرتان، توسعه فردا، آتیه، سهام پژوهان، دانایان پارس، آبتین استاک، توسعه اندیشه دانه، آرمان تدبیر نقش جهان، شاخص سهام، سپه اشنا، ساوآفرین، سرمایه‌گذاری ملی، آرد ایرانیان، فارابی، هامرز، آسمان، نماد شاهدان، آگاه، مبین سرمایه، مفید، نهایت تگر، پویان، خوشمند رایغان، شهر، تدبیرگران فردا، کاریزما، اندیشه و بیش پیشرو، بازار سهام، ملل پویا، آرمون بورس، آپادانا، اقتصاد پیدار، خیر گران، کالای خاورمیانه، بانک مسلمان، رفاه، سپه، پاسارگاد، انصار، تجارت، ملت و پارسینا، ملی و کارآفرین» مراجعه کنند.

با راه‌اندازی سامانه «میراث» در ۱۵ آبان امسال از سوی شرکت سپرده‌گذاری مرکزی اوراق بهادار و تسویه وجوه، انتقال سهام عدالت متوفیان به وراث تسهیل شد. همچنین یکی از وراث که حتما باید سجامی شده باشد در ابتدا باید به درگاه یکپارچه ذی‌نفعان بازار سرمایه به آدرس «www.csdn.ir» وارد شوند و در گام بعدی با ورود به بخش «مور سهام عدالت متوفی» و با وارد کردن کدملی و تاریخ تولد متوفی در بخش «استعلام نوبت تشکیل پرونده» نسبت به زمان فرا رسیدن تشکیل پرونده و نوع دارایی متوفی آگاهی لازم را کسب کرده، پس از آن در صورت تأیید زمان تشکیل پرونده می‌توانند به سه هر یک از دفاتر کارگزاری و بانک‌های منتخب مراجعه کنند و در پایان نیز پس از تشکیل پرونده در یکی از دفاتر، امکان پیگیری پرونده از طریق بخش «استعلام وضعیت پرونده» در درگاه یکپارچه برای تمامی وراث، قابل مشاهده خواهد بود.

طبق اعلام بازار سرمایه، وراث پیش از مراجعه به دفاتر کارگزاری یا شعب بانک‌های مورد تأیید سپرده‌گذاری مرکزی و تسویه وجوه باید به یکی از دفاتر اعلام‌شده، نسبت به ارائه این مدارک اقدام کنند:
۱- تصویر کارت ملی و صفحه اول شناسنامه متوفی.
۲-اصل یا تصویر برابر با اصل کارت ملی و صفحه اول شناسنامه تمامی وراث تعیینی در گواهی حصر وراثت؛ با این توضیح که رسید متقاضی کارت ملی و یا گواهی شماره ملی مهیور به مهر سازمان ثبت احوال می‌تواند جایگزین کارت ملی باشد.
۳-اصل یا تصویر برابر با اصل گواهی حصر وراثت متوفی؛ در صورتی که مدارک در عداد وراث باشد؛ شناسنامه ماد مده ۸۹۲ قانون مدنی جهت کنترل حاجب، صفحات شناسنامه مربوط به تعداد فرزندان پدر و مادر متوفی نیز الزامی است.
۴-در صورتی که متوفی دارای وصیت‌نامه رسمی باشد که در گواهی حصر وراثت نیز به آن اشاره شده است، ارائه اصل یا تصویر برابر با اصل وصیت‌نامه نیز ضروری است. در بخش سایر دیگر این موارد آمده است، سجام یک سامانه زیرساختی برای شناسایی مشتریان برای ورود به باشگاه بزرگ بازار سرمایه است که تمام فعالان این بازار اعم از «سرمایه‌گذاران، مشتریان و مدیران نهادها» در این سامانه، فقط یک بار برای همیشه اطلاعات خود را در آن ثبت خواهند کرد و پس از احراز هویت حضوری و غیرحضوری قادر به دریافت خدمات مبتنی بر داده‌های تأییدشده خواهند بود. همچنین از طریق این سامانه اطلاعات هویتی، شماره حساب، شماره موبایل، آدرس الکترونیکی و اقامت دائمی فرد ثبت می‌شود و از آن به بعد هیچ نهاد مالی نیازی به دریافت اطلاعات آن سهامداران ندارد. سهامداران می‌توانند با مراجعه به سایت www.Sejam.ir ثبت نام و احراز هویت سجام را به صورت الکترونیکی انجام دهند. گفتنی است ارائه تمامی خدمات انتقال سهام عدالت به وراث توسط بانک‌ها و کارگزاری‌های منتخب کاملا رایگان بوده و نیازی به پرداخت هیچ‌گونه وجهی نیست.

مشریانان در سراسر دنیا برای سرمایه‌گذاری روی کریپتو بوده است.»



با تمام این تفسیر، میزان تقاضا برای بیت‌کوین پس از تأیید ETF آن چقدر بالا می‌رود؟ نویسندگان گزارش معتقدند بیت‌کوین «دارایی امن» به حساب می‌آید، دارایی امنی که از دید حامیانش به سهام و اوراق قرضه ترجیح دارد. به همین خاطر آنها پیش‌بینی می‌کنند که حدود ۱۰ درصد سرمایه‌هایی که حالا پشت سه ETF مهم بازار بورس هستند، روانه ETF بیت‌کوین می‌شود. آنها حدس می‌زنند حدود ۵ درصد ارزش بازار طلا هم روانه بیت‌کوین شود. هر دو پیش‌بینی به نظر خوش‌بینانه می‌آیند. بر پایه همین پیش‌بینی‌های خوش‌بینانه، نویسندگان گزارش تخمین می‌زنند که بیت‌کوین شاهد تقاضایی ۷۰ میلیارد دلاری خواهد بود. تخمین میزان تأثیر چنین تقاضایی روی قیمت بیت‌کوین آسان نیست، اما احتمالا رشدی دورقمی را شاهد خواهیم بود. تخمین آنها به تخمین شرکت مدیریت سرمایه «گلکسی دیجیتال» نزدیک است. البته طبق برآورد این شرکت در سال اول ما شاهد رشد ۱۴ میلیارد دلار سرمایه به بازار بیت‌کوین خواهیم بود، در سال دوم ۲۷ میلیارد دلار و سال سوم ۳۹ میلیارد دلار. این شرکت هم تخمین‌هایی درباره تأثیر ورود این سرمایه‌ها روی قیمت بیت‌کوین داشته است: آنها معتقدند در ماه اول سودی ۶ درصدی خواهیم داشت که در پایان سال این سود به ۷۴ درصد می‌رسد. البته اگر سابقه طلا پس از ورود ETF طلا را در نظر بگیریم این احتمال هست که در چند ماه اول شاهد سقوط بازار باشیم.

همه اینها به بخش تقاضا می‌پردازند و وضعیت عرضه را هم نباید فراموش کنیم؛ اینجاست که «شاخص عرضه سرمایه‌گذاران کوتاه‌مدت بیت‌کوین» اهمیت پیدا می‌کند. شاخصی میزان بیت‌کوین معامله‌شده در ۱۵۵ روز قبل را دنبال می‌کند. این شاخص در حال حاضر در پایین‌ترین سطح خود طی سال‌های اخیر قرار دارد که عجیب نیست. (در حال حاضر ۷۶ درصد بیت‌کوین‌های دنیا در اختیار سرمایه‌گذاران بلندمدت است.) آمارها نشان می‌دهند هرچه می‌گذرد درصد بیت‌کوین‌هایی که سرمایه‌گذاران اصلا به آنها دست نمی‌زنند رو به افزایش است و میزان بیت‌کوین‌هایی که دائماً مردود داد و ستد قرار می‌گیرند رو به کاهش است. پس موقعی که مدیران بلک‌راک یا دیگر شرکت‌ها بخواهند برای ETF خود بیت‌کوین بخرند، بیت‌کوین خیلی زیادی در بازار نخواهد بود و در نتیجه قیمت بالا خواهد رفت.

براساس گزارش گلسنود، در لحظه کنونی که بیت‌کوین در چرخه نزولی خود قرار دارد، (در سرمایه‌گذاری‌های بزرگ) به ازای هر دلاری که وارد بازار بیت‌کوین می‌شود ارزش بازار بیت‌کوین سه دلار بالا می‌رود. این یعنی اگر ETF بیت‌کوین باعث ورود ۷۰ میلیارد دلار به بازار بیت‌کوین شود، ارزش بازار بیت‌کوین ۲۱۰ میلیارد دلار افزایش خواهد داشت. در نتیجه قیمت بیت‌کوین به حدوداً ۵۰ هزار دلار خواهد رسید که این خیلی از قیمت کنونی بیت‌کوین دور نیست. موقعی که بازار بیت‌کوین بزرگ‌تر و سنگین‌تر شود، هر ورود هر یک دلار، به معنای افزایش ۳ دلاری ارزش بازار نیست. پس کارشناسان گلسنود توصیه می‌کنند حالا که بازار ضعیف است زمان بهتری برای سرمایه‌گذاری پرسودتر در بیت‌کوین است.

حالا باید دید این ورود حدوداً ۷۰ میلیارد دلار سرمایه به بازار بیت‌کوین، آنطور که نویسندگان گزارش پیش‌بینی کرده‌اند، ناگهانی رخ می‌دهد یا آنطور که شرکت «گلکسی دیجیتال» تخمین زده طی سه سال وارد بازار می‌شود؟ در صورتی که تخمین گلکسی درست‌تر باشد، شاهد افزایش تدریجی‌تر قیمت بیت‌کوین طی ماه‌های آینده خواهیم بود یا حتی ممکن است مانند ماجرای ETF طلا سقوطی ۱۰ درصدی را طی هفته‌های اول تجربه کنیم. بعد از این است که احتمالاً آرام آرام با زمستان طولانی کریپتو خداحافظی می‌کنیم و دوران خوش بازار صعودی آغاز می‌شود. برای این بازار صعودی آماده شوید!

مشریانان در سراسر دنیا برای سرمایه‌گذاری روی کریپتو بوده است.» او حتی رشد عجیب بیت‌کوین در ماه اکتبر را نشانه «فرار سرمایه‌گذاران به سمت سرمایه‌گذاری‌های باکیفیت» خوانده است. فراموش نکنید که شرکت «لری فینک» حدود ۱۱ تریلیون دلار سرمایه را تحت مدیریت خود دارد و خود «فینک» در سال ۲۰۱۷ گفته بود که اگرچه پتانسیل کریپتو را درک می‌کند اما بیت‌کوین «شاخص پولشویی» است و مشتریاناش تا حالا علاقه‌ای به بیت‌کوین نشان نداده‌اند. آمارها هم «فرار به سمت کیفیت» را تأیید می‌کند و به نظر می‌رسد «لری فینک» برای بازاریابی این حرف را زده است. اخیراً از هم‌پوشانی بازارهای بیت‌کوین و بورس کاسته شده و همپوشانی طلا و بیت‌کوین بالا رفته؛ یعنی در حال حاضر قیمت بیت‌کوین بیشتر شبیه طلا بالا و پایین می‌رود و نه بازار بورس. سؤال این است که اگر درخواست مجوز ETF بیت‌کوین تأیید شود، بازار چگونه واکنش نشان می‌دهد؟ احتمال این موضوع اصلا کم نیست و دو نویسنده متخصص ETF در «پلومبرگ» یعنی «اریک بالکوناس» و «جیمز سسیفارت» می‌گویند که ETF بیت‌کوین به احتمال ۹۰ درصد تا ژانویه ۲۰۲۴ تأیید خواهد شد. ابتدا باید بدانیم که داشتن ETF بیت‌کوین به چه معناست؟ داشتن ETF بیت‌کوین یعنی شما مستقیماً در معرض بازار بیت‌کوین قرار خواهید گرفت؛ شرکتی که ETF بیت‌کوین را در بازار بورس عرضه می‌کند، صندوقی را نه شما خواهد داد که پشتوانه‌اش بیت‌کوین است. پس بلک‌راک یا هر شرکت دیگری برای عرضه ETF بیت‌کوین باید متادیر فراوانی بیت‌کوین در اختیار داشته باشد. البته تعداد زیادی از شرکت‌های سرمایه‌گذاری سنتی و سرمایه‌گذاران محافظه‌کارتر از ترس ریسک کلاهبرداری‌ها و قوانین پیچیده، تاکنون بیت‌کوین نخریده‌اند. این یعنی با تأیید ETF بیت‌کوین ما شاهد تغییراتی بزرگ در روند بازار بیت‌کوین خواهیم بود. مثلاً این امکان وجود دارد که بخش عمده خرید و فروش بیت‌کوین به جای صرافی‌های کریپتو، از طریق بازار بورس و ETF ها انجام شود.

نویسندگان گزارش گلسنود برای پیش‌بینی واقع‌بینانه‌تر، تغییرات قیمت طلا پس از ورود ETF طلا به بازار بورس در سال ۲۰۰۳ را بررسی کرده‌اند. جالب اینجاست که اولین ETF طلا را همین شرکت بلک‌راک به بازار عرضه کرد. براساس آمارها، قیمت طلا پس از ورود اولین ETF به بازار طی یک دهه چهار برابر شده است! این یعنی سود سالانه حدود ۱۵ درصدی. انتظار می‌رود که بیت‌کوین هم با تأیید اولین ETF شاهد چنین رشدی باشد. البته نباید شرایط اقتصاد کلان در سال‌های ۲۰۰۳ و ۲۰۲۴ را نادیده گرفت. در سال ۲۰۰۳ ضعف دلار به اوج‌گیری طلا کمک کرده بود، اما در نهایت ورود ETF طلا به بازار بورس کمک کرد طلا به طور ناگهانی برای سرمایه‌گذاران قابل دسترس شود و این مهمترین عامل افزایش قیمت بود.

البته در دسترس بودن لزوماً به سرمایه‌گذاری ختم نمی‌شود. نویسندگان گزارش، این احتمال را مطرح می‌کنند که تقاضا برای بیت‌کوین ممکن است از اندازه که به نظر می‌رسد بالا نیاشد. واکنش سرمایه‌گذاران به دو مورد تقریباً مشابه خیلی گرم نبوده است. اولی سهام شرکت مایکرواستراتژی است که از بزرگ‌ترین خریداران بیت‌کوین در دنیاست. دومی صندوق تراست بیت‌کوین شرکت گری اسکیل (Grayscale) که به اختصار GBTC خوانده می‌شود. این دو مورد نشان می‌دهد که شاید سرمایه‌گذاران سازمانی انقدرها هم به بیت‌کوین علاقه ندارند. البته نویسندگان گزارش می‌گویند که هر دو گزینه ابزارهای ایده‌آلی برای سرمایه‌گذاری روی بیت‌کوین نیستند؛ هیچ‌کدام دقیقاً دنباله‌روی قیمت بیت‌کوین نیستند، چون مایکرواستراتژی فقط یک شرکت است که قیمت بیت‌کوین فراوانی دارد و صندوق تراست Grayscale هم درگیر سخت‌گیری‌های قانونی است.

فرصت امروز؛ اگرچه پیش‌بینی بازار پرنوسان کریپتو اصولاً غیرممکن به نظر می‌رسد، اما این روزها گمانه‌زنی‌های زیادی درباره بازار کریپتو و سرنوشت ETF بیت‌کوین صورت گرفته و حتی برخی کارشناسان می‌گویند انتظار همین تحول مهم باعث شده بازار کریپتو در ماه‌های گذشته، رشد قابل توجهی را تجربه کند. مرکز تحقیقاتی گلسنود (Glassnode) نیز در گزارش جالبی گفته که انتظار دارد با ورود ETF بیت‌کوین به بازار شاهد تقاضای ۷۰ میلیارد دلاری برای خرید بیت‌کوین باشیم. عبارت ETF، مخفف exchange-traded fund است که در فارسی «صندوق قابل معامله» ترجمه می‌شود. ای‌تی‌اف‌ها، نوعی از صندوق‌های سرمایه‌گذاری هستند که در بورس معامله می‌شوند. خرید «صندوق‌های قابل معامله»، راه آسانی برای سرمایه‌گذاری روی یک دارایی است، بدون آنکه نیاز باشد صاحب آن دارایی شوید. مثلاً شما به جای خرید تک‌تک سهام ۵۰۰ شرکت برتر بورس آمریکا (همان شاخص S&P ۵۰۰)، از فلان شرکت مدیریت سرمایه یک ETF می‌خرید که نماینده این ۵۰۰ شرکت است. این خرید باعث می‌شود شما در معرض سود و زیان کلی این ۵۰۰ شرکت قرار بگیرید بدون آنکه نگران تک‌تک‌شان باشید. به جز سهام شرکت‌ها، ETF طلا و انواع کریپتو هم وجود دارد.

کمسیون بورس و اوراق بهادار آمریکا تاکنون تمامی درخواست‌ها برای ارائه مجوز ETF بیت‌کوین را رد کرده است، اما چند ماه پیش که بلک‌راک، غول مدیریت سرمایه جهان (با حدود ۱۰ تریلیون دلار سرمایه تحت مدیریت) درخواست مجوز ETF بیت‌کوین داد، ناگهان همه چیز فرق کرد. حالا همه احساس می‌کنند که نزدیکی بلک‌راک به دولت آمریکا باعث خواهد شد مجوز ETF بیت‌کوین صادر شود. اهمیت این مجوز عمدتاً برای سرمایه‌گذاران سنتی است. این گروه از سرمایه‌گذاران اصولاً روی بیت‌کوین سرمایه‌گذاری نمی‌کنند، چون آن را ناشناس و پرریسک می‌دانند. حالا اگر شرکت معتبری مثل بلک‌راک به ماجرا ورود کند، سرانجام سرمایه شرکت‌های محافظه‌کارتر نیز به احتمال خیلی زیاد وارد بازار کریپتو می‌شود. طبق قانون، کمسیون بورس و اوراق بهادار آمریکا باید بعد از ۴۵ روز به این درخواست مجوز پاسخ دهد یا بگوید که به زمان بیشتری نیاز دارد. این کمسیون می‌تواند چندین بار این زمان را تمدید کند، اما این روند نباید بیش از ۲۴۰ روز طول بکشد. بلک‌راک در ۱۵ ژوئن درخواست مجوز کرد، پس کمسیون حداکثر تا ۲۳ فوریه ۲۰۲۴ باید نتیجه را اعلام کرده باشد.

جداً از این موضوع، مرکز تحقیقاتی گلسنود در گزارش خود، آمارهای جالبی را ارائه کرده و گفته است که در ماه اکتبر ۷۶ درصد کل بیت‌کوین‌ها در اختیار سرمایه‌گذاران بلندمدت بوده؛ یعنی آنهایی که بیت‌کوین را برای خرید و فروش و سود کوتاه‌مدت نمی‌خواهند. رقم ۷۶ درصد در طول تاریخ بیت‌کوین سابقه نداشته و یک رکوردشکنی به حساب می‌آید. البته این به معنای پرنوسان شدن قیمت بیت‌کوین در هفته‌ها و ماه‌های آینده است. چرا؟ چون هرچه بیت‌کوین کمتری در صرافی‌ها باشد، عمق بازار کمتر خواهد بود و قیمت‌ها آسان‌تر بالا و پایین خواهند شد. میزان پایین بیت‌کوین موجود در صرافی‌ها از اواخر سال ۲۰۱۷ تاکنون سابقه نداشته است. از دید کارشناسان گلسنود، تعداد بالای سرمایه‌گذاران بلندمدت نشان می‌دهد که اکثر صاحبان بیت‌کوین معتقدند قیمت بیت‌کوین در میان‌مدت یا بلندمدت بالا خواهد رفت. چرا؟ چون این سرمایه‌گذاران بلندمدت همین حالا در سود هستند، اما نمی‌پذیرند که بیت‌کوین خود را بفروشند و به سود برسند. آنها اعتقاد دارند که سود بیشتری در راه است. این گزارش در ادامه به همپوشانی بازار بیت‌کوین با دیگر بازارها می‌پردازد و ایده «فرار به سمت کیفیت» را مطرح می‌کند. اگر اخبار کریپتو را دنبال کرده باشید احتمالاً شنیده‌اید که «لری فینک»، مدیرعامل شرکت مدیریت سرمایه بلک‌راک اخیراً گفته که «شاهد افزایش تقاضای

یا سکه‌های جدید بانک مرکزی، حباب سکه چقدر کم می‌شود؟

## نوسان سکه در کانال ۳۱ میلیونی

سکه در کانال ۳۱ میلیون تومان همچنان ادامه دارد. در جریان دادوستدهای اولین روز بهمن ماه (یکشنبه) در بازار تهران و طبق اعلام اتحادیه صنف فروشندگان و سازندگان طلا، جواهر، نقره و سکه تهران، هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید با ۲۵۰ هزار تومان افزایش نسبت به آخرین روز دی ماه، با قیمت ۳۱ میلیون و ۴۰۰ هزار تومان به فروش رسید. سکه بهار آزادی طرح قدیم نیز با رشد ۴۰۰ هزار تومانی قیمت نسبت به روز شنبه با نرخ ۲۸ میلیون و ۹۰۰ هزار تومان داد و ستد شد. قیمت نیم‌سکه ۱۷ میلیون و ۹۵۰ هزار تومان، ربع سکه ۱۰ میلیون و ۹۵۰ هزار تومان و سکه گرمی نیز با نرخ ۶ میلیون تومان معامله شد. همچنین هر گرم طلای ۱۸ هزار و ۱۰۰ هزار طلای تهران با رقم ۲ میلیون و ۷۲۱ هزار و ۸۰۰ تومان داد و ستد شد. بهای هر انس طلا در بازارهای جهانی هم نزدیک به ۲ هزار دلار و ۲۹ دلار بود.

پس از آنکه قیمت سکه به سطح ۳۴ میلیون تومان رسید، بانک مرکزی

اقدام به عرضه سکه‌های جدید بدون تاریخ به بازار نمود که باعث کاهش

قابل توجه قیمت‌ها شد و به دنبال آن، قیمت سکه به کانال ۳۱ میلیون

تومان رسید. در همین زمینه، یک کارشناس بازار سکه و طلا می‌گوید:

عرضه سکه‌های جدید بدون تاریخ قطعاً نرخی متفاوت از سکه‌های ۱۳۸۶

به بعد و سکه‌های مربوط به قبل از آن خواهد داشت. این عرضه از ارزش

ذاتی قیمت سکه نخواهد کاست، اما قطعاً حباب آن را کاهش خواهد داد.

## خبرنامه

مصر به دنبال افزایش فروش کالا در ایران است

### ارزیابی سیاست تجاری مصر

مصر در راستای برنامه توسعه سیاست تجاری خود، به دنبال افزایش فروش کالاهای خود در بازار ایران است؛ از طرفی آینده روابط ایران و مصر تابعی از آینده روابط ایران با شورای همکاری خلیج فارس و به‌ویژه عربستان است. مرکز پژوهش‌های اتاق ایران، گزارشی با عنوان «سیاست تجاری مصر» منتشر کرد. در بخشی از این گزارش آمده است: روندهای کلیدی دیپلماسی اقتصادی مصر عبارت است از: ۱) بازار محوری، مشارکت بخش خصوصی و آزادسازی تجاری، ۲) تنوع‌بخشی به شرکای اقتصادی (۳) جذب سرمایه‌گذاری، ۴) ادغام در زنجیره‌های ارزش منطقه‌ای و جهانی و ۵) متعادل‌سازی رشد اقتصادی با ملاحظات اجتماعی و محیط زیستی. در این راستا، دیپلماسی اقتصادی مصر پنج هدف اصلی دارد: ۱) ترویج رشد اقتصادی با محوریت تسهیل تجارت، ۲) تنوع‌بخشی به اقتصاد و ارتقای جایگاه تولید و خدمات، ۳) ادغام در اقتصاد جهانی‌ا از طریق انعقاد قراردادهای تجاری با نهادهای اقتصادی منطقه‌ای، ۴) بهبود استانداردهای زندگی، ۵) ترویج توسعه پایدار از طریق توسعه محصولات و خدمات سبز.

سند چشم‌انداز ۲۰۳۰ مصر یکی از مبانی اصلی دیپلماسی اقتصادی این کشور است. مهم‌ترین اولویت‌های آن ایجاد مناطق صنعتی جدید برای جذب سرمایه‌گذاری و ایجاد اشتغال، راه‌اندازی پروژه‌های زیربنایی، تدوین استراتژی ملی انرژی‌های تجدیدپذیر و اجرای برنامه‌های رفاه اجتماعی است. استراتژی ملی صادرات مصر در سال‌های ۲۰۲۰ تا ۲۰۲۵ نیز به‌عنوان سند بالادستی حوزه تجارت، هفت اولویت کلیدی را مشخص کرده است: ۱) ارتقای صادرات تولیدی، ۲) افزایش صادرات کشاورزی، ۳) توسعه صادرات خدمات، ۴) حضور در بازارهای جدید، ۵) تسهیل تجارت، ۶) توسعه صادرات توسط SME ها و ۷) تقویت ظرفیت نهادهی.

با وجود تلاش‌های مصر برای کاهش سهم دولت در اقتصاد و افزایش مشارکت بخش خصوصی، دولت مصر در اقتصاد کماکان نیرومند است و ساختار تولیدی اقتصاد کشور وابسته به کسب‌وکارهای بزرگ بخش عمومی است که گاهی تخصیص غیربهبته منابع را موجب می‌شود. مصر به شکل فعالی در نظام‌های تجاری چندجانبه مشارکت دارد. این کشور تعرفه‌های کامله الودار را برای تمام اعضای سازمان تجارت جهانی اعمال می‌کند. مصر عضو موافقت‌نامه‌های تجارت ترجیحی با اتحادیه اروپا، اتحادیه تجارت آزاد اروپایی، ترکیه و مرکوسور است. علاوه بر این موارد، این کشور عضو اتحادیه تجارت آزاد یان عربی، بازار مشترک آفریقای جنوبی و منطقه توسعه اقتصادی مراکش نیز هست. همچنین، مصر از طرح «نظام تعرفه‌های عمومی» در تجارت با چندین کشور بهره می‌برد. مناطق آزاد اهمیت بالایی برای اقتصاد مصر دارند. شرکت‌ها در مناطق آزاد کاملاً از مالیات واردات، مالیات بر درآمد و مالیات ارزش‌افزوده مستثنی هستند و تنها ۱ تا ۲ درصد مالیات کلی پرداخت می‌کنند. علاوه بر آن، در حال حاضر ۱۳ منطقه سرمایه‌گذاری در مصر وجود دارد که هر کدام در تولید کالای مشخصی تخصص یافته‌اند و امتیازهایی مشابه با مناطق آزاد در تسهیل صدور مجوز برخوردارند، اما معایب مالیاتی ندارند. برای مصر، ملاحظات اقتصادی نقش مهمی در شکل دادن به سیاست این کشور در قبال ایران دارد. مصر به دنبال افزایش فروش کالاهای خود در بازار ایران است. مصر می‌تواند در شرایط تحریم ایران با شرایط مناسب تجاری و با استفاده از پول ملی خود، برخی کالاهای مصرفی را دریافت کند. توسعه روابط اقتصادی با مصر به‌نوعی از مسیر شورای همکاری خلیج‌فارس می‌گذرد و شورای همکاری خلیج‌فارس اکنون یکی از بزرگ‌ترین شرکای تجاری مصر و منبع کلیدی سرمایه‌گذاری، کمک و حواله‌هایی است که در قالب آن کارگران مصری مسافلی در این کشورها در قالب آن برای خانواده‌های‌شان پول ارسال می‌کنند. می توان گفت آینده روابط ایران و مصر تابعی از آینده روابط ایران با شورای همکاری خلیج‌فارس و به‌ویژه عربستان است.

پتانسیل جوانی هند تا کی پایدار می‌ماند؟

### هدر رفتن هند

هند از جمله کشورهایی در جهان است که در باب جمعیت نیروی کارش هیچ نگرانی نداشته‌و لگی پتانسیل این جمعیت جوان به اندازه کافی به اقتصاد یاری نرساند چه می‌شود؟
چندی پیش اعلام شد که هند از لحاظ جمعیتی از چین پیشی گرفته و حالا پرجمعیت‌ترین کشور جهان است. جمعیت هند طبق پیش‌بینی‌ها تا سال ۲۰۶۲ میلادی به ۱٫۷ میلیارد نفر خواهد رسید و همین حالا هم بخش عظیمی از جمعیت جوان جهان هندی هستند. به عبارت بهتر، هند در دوران خوبی قرار دارد، اما استفاده از این پتانسیل بزرگ در هند به حد کافی انجام نشده است. رقیب بزرگ هند یعنی چین اتفاقاً در زمینه‌های مختلفی درآمده عرب برای هند خالی می‌کند. جدا از بحث جمعیت، چین دارد جمعیت خود به عنوان کارخانه جهان را نیز از دست می‌دهد و علتنش افزایش هزینه‌های تولید در این کشور، نیاز به تقویت مصرف در داخل چین و همبستگی کاهش جمعیت نیروی کار است. در چنین شرایطی، هند فرصت آن را دارد که سهمی از بخش‌های تولیدی کم‌هزینه چین را به خودش اختصاص دهد. این سناریویی است که قبلاً در آسیا مشاهده‌اش کرده‌ایم: یعنی همان زمانی که موفق آسیای شرقی شدند اقتصاد ژاپن را دور بزندی و از لحاظ دستمزدی و مسائل دیگر، این کشور را پشت سر بگذراند. در آن دوران، ژاپن برخی از امتیازات رقلمتی خود را از دست داد. با تغییر وضعیت اقتصاد چین، به نظر می‌رسد برخی کشورها مثل ویتنام و بنگلادش از مدتی قبل وارد رقابت برای استفاده از فرصتی شده‌اند که چین در اختیارشان گذاشته است.

اما هند در این زمینه خیلی موفق عمل نکرده است. تحول ساختاری که هند در گذار از بخش کشاورزی به خدمات انجام داده است به نوعی پرش از روی رشد بخش تولید بوده است و به همین جهت، ضعف شدیدی در این حوزه در هند احساس می‌شود. در نتیجه موفقیت برای شغل‌های خوش‌درآمد برای افرادی که در هند در قسمت پایین‌تر زنجردان تحصیلات و مهارت قرار دارند اصلاً پیشرفتی نداشته است. صادرات هند عموماً متمرکز بر کالاهای حوزه فناوری است که نیروی کار ماهر تولیدشمان می‌کند. این مشغلتان برای چنین افراد ماهری بسیار کم‌حالی است، اما داشتن تخصص اقتصادی در صادرات سرمایه‌معور به هند اجازه نخواهد داد که برای تمام جمعیت جوانش شغلی در بخش رسمی پیدا کند.

برای عوض کردن این وضع، نیاز به تغییر سیاست در هند احساس می‌شود اما ظاهراً برای این تغییر وجود ندارد. «راندرا مودی»، نخست‌ وزیر هند در ابتدای به قدرت رسیدنش وعده داده بود که آزادسازی گسترده اقتصادی را در این کشور اجرا کند و با تحقق پتانسیل هند، کاری کند که این کشور به غول تولیدی بزرگ آسیا تبدیل شود. دولت او به خصوص در دور اولش موفق شد در برخی مسائل عمده اقتصادی پیشرفت‌هایی داشته باشد، اما در دور دوم دولت او، وضعیت تغییر کرد و دولت مودی در برخی اصلاحاتی که آغاز کرده بود راه برگشت را در پیش گرفت. مثلاً تصمیم دولت مودی برای خروج از پیمان جامع اقتصادی منطقه، موضوعی بود که دیپلمات‌های هندی را که چند سال قبل موضوع کار کرده بودند شگفت‌زده کرد. دولت مودی در این راستا به نگرانی‌های بی‌پایه و اساسی در باب خطرهای ادغام با اقتصادهای منطقه و احتمال بروز کسری تجاری بر این اساس ارجاع داد که البته کسی را هم قانع نکرد. شمار هند در ابتدای دولت «مودی»، «ساخت در هند» بود تا بتواند بخش تولید در این کشور را به جلو براند، اما به تدریج این روند به ساخت برای هند» تبدیل شد. دهلی نو ظاهراً فزایش‌اش این است که حجم بازار این کشور آنقدر زیاد شده که رشد سریع بخش تولید هند را صرفاً می‌توان با پاسخگویی به تقاضای محلی و نوع خاصی از صنعتی‌سازی وارداتی محقق کرد. مشکل این است که هند قبلاً همین استراتژی را امتحان کرده و به رشد آهسته‌آهسته رسید. است. کره جنوبی با چین با سایر اقتصادهای شرق آسیا با روجع به بازار داخل پیشرفت نکرده‌اند؛ بلکه با تکیه بر تولید صادرات‌محور توانسته‌اند رشد کنند. آنها به این نتیجه رسیدند که تمرکز بیش از حد بر داخل باعث رکود می‌شود. حالا هم دلیلی وجود ندارد که فکر کنیم هند در معرض خطر قرار ندارد. از سوی دیگر، اگر هند در شرایط کنونی از پتانسیل جوانش استفاده نکند این فرصت خیلی زود از دست خواهد رفت و در آینده، معضل جمعیت با سن گذشته که هزینه دولتی زیادی را به خود اختصاص می‌دهد گریبانگیر دولت هند خواهد شد. آن هم در شرایطی که منابع اقتصادی لازم به خصوص در بخش تولید به وجود نیامده است. این چالشی بزرگ برای آینده هند است.

دماسنج اصلی تالار شیشه‌ای تا نیمه کانال ۲،۱ میلیونی پایین آمد

# پنجمین روز ریزش بورس تهران



فرصت امروز: شاخص کل بورس تهران در اولین روز معاملاتی پهن ماه و برای پنجمین روز متوالی ریزش کرد و تا نیمه کانال ۲،۱ میلیون واحدی پایین آمد. همچنین بر هفتمین روز متوالی، جریان خروج پول حقیقی ادامه یافت و ۶۳۸ میلیارد تومان پول حقیقی از بازار سهام خارج شد. به نظر می‌رسد عواملی نظیر انتشار تعیین نرخ خوراک پالایشی‌ها در پایان دی‌ماه و همبستگی گسترش ریسک‌های غیراقتصادی بر بازار سهام تأثیر گذاشته و موجب ریزش دسته‌جمعی نماگرهای بورسی شده است. با این وجود، انتظار می‌رود در روزهای آینده تا اندازه‌ای این وضعیت تعدیل شود و برخی نمادها که از تعیین نرخ خوراک تأثیر کمتری می‌گیرند، رشد کنند. در پایان معاملات روز گذشته، شاخص کل بورس تهران با ۱۳ هزار و ۷۲۵ واحد افت نسبت به روز قبل به سطح ۲ میلیون و ۱۵۲ هزار واحد رسید. شاخص کل هم‌وزن نیز با افت ۱۰ هزار و ۳۱ واحدی در تراز ۷۴۴ هزار و ۳۰۲ واحدی ایستاد. در آن سوی بازار نیز شاخص کل فرابورس با افت ۳۷۱ واحدی به رقم ۲۵ هزار و ۶۷۰ واحد رسید. روز یکشنبه برای هفتمین روز متوالی، خالص تغییر مالکیت حقوقی به حقیقی بازار منفی شد و ۶۳۸ میلیارد تومان پول حقیقی از بازار سهام خارج شد.

بورس تهران از ابتدای زمستان تاکنون با بازدهی منفی ۲،۵ درصدی مواجه شده است. شاخص کل بورس در طول یک ماه گذشته حدود ۵۷ هزار واحد ریزش داشته است؛ به طوری که شاخص کل از سطح ۲ میلیون و ۲۱۰ هزار واحد در روزهای ابتدای دی ماه به حدود ۲ میلیون و ۱۵۲ هزار واحد در پایان این ماه کاهش پیدا کرده‌ایم یعنی بازار سهام با ریزش ۲،۵ درصدی مواجه شده است. فراز و فرودی که در رفتار این روزهای بورس مشاهده می‌شود، به نوعی امکان پیش‌بینی را از سهامداران و بورس‌بازان گرفته است، آن هم در شرایطی که به گفته اهالی بازار، بورس از افزایش قیمت‌ها در بازارهای موازی عقب مانده است. فعالان بازار می‌گویند تصمیمات خلق‌الساعه و آنی همواره شلیکی به ارزش بازار است و سرمایه‌گذاران را با ریسکی تازه مواجه می‌کند. در طول یک ماه گذشته ریزشی در حدود ۵۷ هزار واحد اتفاق افتاده است؛ شاخص کل بورس از ۲ میلیون و ۲۱۰ هزار و ۲۱۷ واحد در ابتدای دی به حدود ۲ میلیون و ۱۵۲ هزار و ۲۰۲ واحد در پایان این ماه کاهش پیدا کرد و این یعنی بازار سهام با ریزش ۲،۵ درصدی مواجه شده است. «پنجم‌صدی» از کارشناسان بازار سرمایه درباره دلایل ریزش بورس به «خبر آنلان» می‌گوید: اخیراً دستورات‌العلمی مخصوص قیمت‌گذاری نفت‌خام و فراورده‌های نفتی منتشر شد که ابهامات این دستورالعمل باعث شد بازار واکنش شدیدی نشان دهد. ابتدا پالایشی‌ها واکنش نشان دادند و سپس این موضوع به بقیه گروه‌ها تسری پیدا کرد. البته روز یکشنبه یک‌سری شفاف‌سازی‌ها داشتیم. مثل پالایشگاه بندرعباس که گفتند این

#### شلیک تازه دولت به بازار سهام

بررسی‌ها نشان می‌دهد که بورس تهران از ابتدای زمستان تاکنون با بازدهی منفی ۲،۵ درصد مواجه شده است. فراز و فرودی که در رفتار این روزهای بورس مشاهده می‌شود، به نوعی امکان پیش‌بینی را از سهامداران گرفته است، آن هم در شرایطی که بورس از افزایش قیمت‌ها در بازارهای موازی عقب مانده است. فعالان بازار می‌گویند تصمیمات خلق‌الساعه و آنی همواره شلیکی به ارزش بازار است و سرمایه‌گذاران را با ریسکی تازه مواجه می‌کند. در طول یک ماه گذشته ریزشی در حدود ۵۷ هزار واحد اتفاق افتاده است؛ شاخص کل بورس از ۲ میلیون و ۲۱۰ هزار و ۲۱۷ واحد در ابتدای دی به حدود ۲ میلیون و ۱۵۲ هزار و ۲۰۲ واحد در پایان این ماه کاهش پیدا کرد و این یعنی بازار سهام با ریزش ۲،۵ درصدی مواجه شده است. «پنجم‌صدی» از کارشناسان بازار سرمایه درباره دلایل ریزش بورس به «خبر آنلان» می‌گوید: اخیراً دستورات‌العلمی مخصوص قیمت‌گذاری نفت‌خام و فراورده‌های نفتی منتشر شد که ابهامات این دستورالعمل باعث شد بازار واکنش شدیدی نشان دهد. ابتدا پالایشی‌ها واکنش نشان دادند و سپس این موضوع به بقیه گروه‌ها تسری پیدا کرد. البته روز یکشنبه یک‌سری شفاف‌سازی‌ها داشتیم. مثل پالایشگاه بندرعباس که گفتند این

۵۵ درصد سپرده‌های بانکی کشور در پایتخت است

## جغرافیای استانی سپرده و تسهیلات بانکی

خوزستان نیز در رده‌های بعدی قرار دارند. از سوی دیگر استان کهگیلویه و بویراحمد با ۰،۳ درصد از کل سپرده‌های کمترین میزان سپرده‌های کشور را در اختیار دارد که مانده سپرده‌هایش در آذر برابر با ۲۲ هزار میلیارد تومان است. ایلام، خراسان شمالی و خراسان جنوبی نیز سه استان دیگری هستند که میزان مانده سپرده بانکی دارند که در این موضوع حاکی از کم بودن فعالیت بانک‌ها در این استان‌ها و به طور کلی رونق پایین اقتصاد در آنها است.

در مورد تسهیلات نیز وضعیتی مشابه با سپرده وجود دارد و بانک‌های استان‌های بزرگ کشور بیشترین تسهیلات بانکی را پرداخت کرده‌اند. بانک‌ها پس از تحویل سپرده از مشتریان خود و کم کردن سپرده قانونی از آن، با پولی که در اختیار دارند به اشخاص حقیقی و حقوقی وام‌های خرد و اعلا اعطا می‌کنند. هرچه در یک منطقه تقاضا برای پول بیشتر باشد، امکان وام‌ها و پول توسط بانک‌های آن وام افزایش می‌یابد. تقاضا برای پول نیز وقتی زیاد است که رونق اقتصادی زیاد باشد و نیاز به پول برای سرمایه‌گذاری زیاد باشد.

مطابق آمار بانک مرکزی بیشترین حجم مانده تسهیلات در بانک‌های استان تهران پرداخت شده و برابر با ۳ هزار و ۸۶۲ هزار میلیارد تومان بوده است که برابر با ۵۸،۷ درصد از کل تسهیلات اعطاشده در بانک‌های کشور است. پس از تهران، اصفهان با اعطای ۲۷۹ هزار میلیارد تومان و ۴،۳ درصد از کل تسهیلات کشور در رده بعدی قرار دارد. خراسان رضوی، خوزستان و فارس نیز پس از این استان قرار گرفته‌اند. در سمت مقابل کمترین وام‌ها نیز در کهگیلویه و بویراحمد، ایلام و مناطق آزاد تجاری پرداخت شده است. به طوری که مانده تسهیلات در استان کهگیلویه و بویراحمد برابر با ۲۷ هزار میلیارد تومان بوده و تنها ۰،۴ درصد از کل تسهیلات پرداختی در کشور را تشکیل داده است. با تجمع سپرده و تسهیلات بانک‌ها در نسبت تسهیلات به سپرده می‌توان تغییر دقیق‌تری از عملکرد بانک‌ها در استان‌های کشور ارائه کرد. این نسبت نشان می‌دهد همانند ماه قبل در شش استان کشور بانک‌ها بیش از سپرده‌ای که در اختیار داشته‌اند، تسهیلات ارائه کرده‌اند.

حد معقول و نرمال نسبت تسهیلات به سپرده بانکی برابر با ۸۰ تا ۹۰ درصد است، یعنی بانک‌ها باید ۱۰ تا ۲۰ درصد سپرده‌ای را که دریافت می‌کنند نزد خود نگه دارند و از باقی آن به تقاضاکنندگان پول وام بدهند، اما در عمل این نسبت در برخی موارد رعایت نمی‌شود به طوری که برخی بانک‌ها حتی بیش از سپرده‌ای که دارند وام می‌دهند که این ریسک

دستورالعمل روی ما تأثیری ندارد و همچنین پالایشگاه اصفهان. حالا فعلاً کم‌کم اوضاع بورس دارد به حالت قبل برمی‌گردد.

این کارشناس بازار سرمایه با اشاره به تنش‌های سیاسی در منطقه ادامه می‌دهد: فارغ از این مسئله، تنش‌های سیاسی در منطقه هم روی بازار اثرگذار بودند که هم باعث رشد قیمت دلار در بازار آزاد شد و هم اینکه بورس یک بازار ریسک‌گریز و از تنش به دور است. این تنش‌ها باعث شد که یک مقدار بازار واکنش منفی به اتفاقات نشان دهد و شاهد فرمز شدن باشیم. به گفته «صمدی»، تا محدوده ۲ میلیون و ۱۵۰ هزار واحد، حمایت محکمی برای بازار محسوب می‌شود و عملاً این محدوده را یکشنبه حفظ کرد. در حال حاضر اگرچه بازار فرمز است، ولی به تعادل رسیده است. همچنین یک اتفاق دیگری هم که افتاد، بازگشایی نماد فولاد صبا بود. این شرکت در بدترین شرایط فرسایشی بازار، ۴ هزار و ۵۰۰ میلیارد تومان تأمین مالی از بازار کرد، اما روز گذشته پس از ۲۵ درصد ریزش که تقریباً به هزینه رسیده، متعادل است، اما متأسفانه اثر منفی خود را روی بازار گذاشت بنابراین فشار فروش این سهم هم یکی از اتفاقاتی بود که برای بازار اثر منفی داشت.

#### پیش‌بینی بورس در پایان ۱۴۰۲

او با بیان اینکه اتفاقات مثبتی را هم در بازار شاهد بودیم، می‌گوید: برای مثال، ذوب‌آهن اصفهان بالاخره گزارش تجدید ارزیابی‌اش را روی کدال گذاشت و آن باعث شد که صف خرید ایجاد شود و یک مقدار فضا را مثبت کرد. الان هم با وجود اینکه بازار وضعیت نامطلوبی دارد، اما این نماد به صف خرید رسیده است. به نظر می‌رسد بیشترین خبری که روی بازار اثر داشته باشد، یکی همین تجدید ارزیابی دارایی شرکت‌هاست و یکی هم بحث تعدیل نرخ بهره بین‌بانکی باشد که می‌تواند روی بازار اثرگذار باشد و

ما خیلی هنوز نشانه‌هایی از کاهش نرخ سود نمی‌بینیم. «صمدی» به پیش‌بینی وضعیت بازار سرمایه تا پایان سال اشاره می‌کند و می‌افزاید: بازار سرمایه واقعا نسبت به بقیه بازارها، از تورم نرخ دلار عقب است؛ یعنی خیلی از سهم‌ها با دلار ۲۸ هزار تومان معامله می‌شوند و بازار از نظر بازدهی نسبت به سایر بازارها عقب است. به نظر می‌رسد اگر تنش‌ها فروکش کند، می‌تواند تا پایان سال به سقف قبلی که در اردیبهشت‌ماه ثبت کرده بود، برسد؛ به خصوص اینکه گزارش‌های ۹ ماهه خوبی داشتیم.

به عقیده این کارشناس بازار سرمایه، همچنین در نیمه اول سال ۱۴۰۳، مجامع را داریم و از الان برای خیلی‌ها قیمت‌ها جذابیت دارد که بخرند و سود مجامع را از اردیبهشت تا تیرماه بگیرند. به نظر من بازار می‌تواند در سال آینده وضعیت رو به رشد صعودی داشته باشد؛ به خصوص اینکه فعلاً بازار ارز هم تکان خورده است و این، یک پارامتر موثر روی بازار سرمایه و سوددهی شرکت‌هاست. در مجموع، اگر ریسکی از سمت دولت متوجه بازار نشود، بورس می‌تواند رشد کند و رکورد جدیدی در شاخص‌های بازار سرمایه ببینیم.

نقدینگی و اعتباری آنها را افزایش می‌دهد و موجب ناپایداری نظام مالی می‌شود. بررسی نسبت تسهیلات به سپرده پس از کسر سپرده قانونی در آذر امسال نشان می‌دهد این نسبت در شش استان کشور بیش از ۱۰۰ درصد بوده است. خراسان شمالی با ۱۲۹ درصد بیشترین نسبت تسهیلات در سپرده در کشور را داشته است. میزان سپرده‌های بانکی در این استان برابر با ۲۷ هزار میلیارد تومان بوده اما بانک‌های آن اقدام به پرداخت ۳۸ میلیارد تومان وام کرده‌اند بنابراین ریسک بانک‌های استان خراسان شمالی به شدت زیاد است. کهگیلویه و بویراحمد، ایلام، چهار محال و بختیاری، زنجان و لرستان پنج استان دیگری بوده‌اند که نسبت تسهیلات به سپرده بیش از ۱۰۰ درصدی داشته‌اند.

کمترین این نسبت نیز متعلق به مناطق آزاد تجاری برابر با ۵۰ درصد است. البرز، فارس و گیلان نیز دیگر استان‌هایی هستند که در قعر جدول نسبت تسهیلات به سپرده قرار می‌گیرند. این نسبت برای این استان‌ها کمتر از حد نرمال است و نشان می‌دهد تقاضای پول در این مناطق کم است که این خود می‌تواند نمایانگر کم‌رونق بودن فعالیت‌های اقتصادی و سرمایه‌گذاری در آنها باشد.

### آگهی مفقودی

برگ سبزو خودرو سواری پژوآردی ۱۶۰۰ به شماره انتظامی ۳۰ ایران ۴۴۲ و ۲۳ شماره موتور ۰۰۳۳۴۳۰۱۱۷۸۴ شماره شاسی ۱۴۴۰۴۸۸۲ متعلق به اینجناب محمود زمانیان به کد ملی ۳۹۳۳۱۶۱۵۸۴ مفقود واز درجه اعتبار ساقط میباشد رباط کریم

### آگهی مفقودی

برگ سبز وسند کمپانی خودرو سواری پراید به شماره انتظامی ۳۰ ایران ۹۲۷ و ۳۳ شماره موتور ۱۷۰۷۹۰۵ شماره شاسی ۵۱۴۰۱۲۲۸۵۲۵۹۹۳۱ متعلق به اینجناب زهرا ملکی به کد ملی ۰۰۲۵۴۹۳۷۵۲ مفقود واز درجه اعتبار ساقط میباشد رباط کریم



مزایایی که هر بازاریابی باید بداند

# سیر تا پیاز تبلیغات پولی در موتور جست‌وجوی گوگل



کسب و کارها در دنیای امروز دائما به دنبال راه‌هایی برای کسب درآمد بیشتری از بازار کسب و کار هستند. در این میان عرصه دیجیتال اهمیت بیشتری نسبت به دنیای واقعی پیدا کرده است. اگر زمانی بازارِیاب‌ها باید به طور رو در رو با مشتریان تعامل می‌کردند، حالا دیگر همه چیز در شبکه‌های اجتماعی و فضای آنلاین دنبال می‌شود. به همین خاطر برندهایی که توانایی اثرگذاری بر روی مخاطب هدف در این فضا را نداشته باشند، خیلی زود از جریان اصلی رقابت خواهند شد.
وقتی صحبت از فضای آنلاین می‌شود، محال است اسم گوگل به ذهن آدم نرسد.
خب اینجا صحبت از برندی در میان است که سلطه بی‌چون و چرایی در حوزه آنلاین دارد. از بحث شبکه‌های اجتماعی گرفته تا انواع خدمات آنلاین، همه و همه ردی از گوگل در خود دارند. درست به همین خاطر اگر شما دنبال اثرگذاری بر روی مخاطب‌تان هستید، باید به فکر همکاری موثر با گوگل هم باشید.

یکی از نخستین و مهمترین سرویس‌های گوگل در دنیا موتور جست‌وجوی نوسالزیکش است. تجربه مشترک اغلب ما از اینترنت با گوگل و آن لوگوی خاطره‌انگیزش پیوند خورده است. درست به همین دلیل شما نمی‌توانید تغییرات این حوزه را به طور کامل فراموش کنید. گوگل در طول سال‌های اخیر الگوریتم بسیار پیچیده‌ای برای نمایش بهترین نتایج به کاربران در موتور جست‌وجوش طراحی کرده است. همین امر برای برخی از بازاریاب‌ها دردسرساز شده و آنها را حسدایی نامید کرده است. اگر شما هم جزو این دسته از بازاریاب‌ها هستید، خبر خوش برای شما امکان همکاری با گوگل در قالب تبلیغات پولی در موتورش است. اینطوری لینک‌های شما بالاتر از رقبا قرار گرفته و کاربران اول از همه آنها را مشاهده خواهند کرد. این دقیقا همان کاری است که شما به خوبی می‌توانید در دنیای بازاریابی برای توسعه کسب و کارتان انجام دهید. پس نگران چه هستید؟ همین امروز کارتان را شروع کرده و نگران هیچ نکته دیگری هم نباشید. بی‌شک سنساریوی بالا فقط در صورتی جواب می‌دهد که یک بازاریاب سیر تا پیاز مزایای تبلیغات پولی در گوگل را بلد باشد. اگر شما این مزیت مهم را نداشته باشید، دائما کارتان با چالش‌های اساسی رو به رو خواهد شد؛ چراکه بدون باور عمیق به اثرگذاری یک شیوه مارکتینگ همیشه ایرادات یکی پس از دیگری سر کلاه‌شان پیدا می‌شود. درست به همین خاطر ما در این مقاله قصد داریم شما را با مهمترین مزایای تبلیغات پولی در گوگل آشنای کنیم. البته تمرکز اصلی ما در این میان بر روی موتور جست‌وجوی این شرکت قرار دارد. پس با ما همراه باشید تا آخرین شک و تردیدتان نسبت به سرمایه‌گذاری بر روی موتور جست‌وجوی این برند از بین برود.

**مزایای تبلیغات پولی در موتور جست‌وجوی گوگل**

خیلی از بازاریاب‌ها تا اسم صرف پول در حوزه مارکتینگ به گوش‌شان می‌خورد، طوری علیه آن جبهه می‌گیرند که انگار همه چیز در این دنیا باید به طور رایگان دم دست من و شما قرار داشته باشد. بسیاری از اوقات این شیوه تامل درباره دنیای بازاریابی نه تنها اثرگذاری لازم را ندارد، بلکه خیلی زود برنامه‌های آدم را نقش بر آب خواهد کرد.
خب هرچه باشد در بازار کلی برند دیگر هم هستند که بی‌صرفانه منظر جلب نظر مشتریان بوده و در این مسیر استراتژی‌های مختلفی هم دارند بنابراین اگر شما فقط به مفهوم بازاریابی ارگانیک تکیه کنید، شاید خیلی زود توانایی‌تان برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف را از دست بدهید. نکته کلیدی در این میان تلاش برای حفظ موقعیت برتر برند در برابر تمام رقباست، حتی آنهایی که بزرگ‌تر از شما هستند!

بی‌شک راهکارهای بسیار زیادی برای رقابت با برندهای بزرگ وجود دارد. یکی از این راهکارها که جذابیت زیادی هم دار، سرمایه‌گذاری بر روی موتور جست‌وجوی گوگل است. همم ما در طول روز بارها و بارها چیزهایی در گوگل سرچ می‌کنیم. آیا تا حالا دقت کرده‌اید ترتیب لینک‌های نمایش داده شده بر اساس چه معیارهایی است؟
خب حوزه سئو به طور کامل درباره این مسئله بحث می‌کند، اما خیلی از بازاریاب‌ها حوصله یادگیری و اجرای اصول سئو را ندارند. بنابراین یک میانبر ساده‌تر برای آنها استفاده از گزینه تبلیغات پولی در گوگل است.

ماچرا در تبلیغات پولی گوگل بی‌نهایت ساده است. بر این اساس شما در ازای پرداخت مقدار مشخصی پول امکان استفاده از مزایای متنوعی را پیدا خواهید کرد. مهمترین مزیت در این میان نمایش لینک سایت‌تان در ابتدای نتایج گوگل است. اینطوری دیگر لازم نیست به طور وسواس گونهای نگران وضعیت سئو محتوای‌تان باشید. ماچرا جالب شده، نه؟

ما در این بخش قصد داریم برخی از مهمترین مزایای تبلیغات در موتور جست‌وجوی گوگل در قالب نمایش لینک‌ها در ابتدای صفحه نتایج را زیر ذره بین ببریم. اگر شما هم مدت‌هاست این شیوه را مدنظر دارید، اما هنوز گامی برای اجرای آن برنداشته‌اید، بد نیست در ادامه با ما همراه باشید.

**هدف‌گذاری دقیق بر روی مخاطب**

اولین و شاید مهمترین مزیت تبلیغات در موتور جست‌وجوی گوگل امکان هدف گذاری دقیق بر روی مخاطب هدف است. فرض کنید شما در زمینه خدمات عینک‌سازی در بازار لندن فعالیت دارید. در این صورت احتمالا فقط شهروندان لندن در دامنه مخاطب هدف شما قرار خواهند داشت. به همین خاطر تلاش برای سرمایه‌گذاری بر روی تبلیغات جهانی هیچ سودی برای‌تان به همراه نداشته و فقط هزینه‌های‌تان را بیشتر می‌سازد. درست به همین دلیل بد نیست کارتان را به شیوه‌ای متفاوت دنبال کنید.

یک ایده هوشمندانه در این میان تلاش برای استفاده از گوگل به عنوان میانبری به سوی دستیابی مناسب به مخاطب‌تان است.
خب شما می‌توانید با هزینه‌ای منطقی لینک سایت‌تان را در اولویت نمایش برای کاربران شهر لندن قرار دهید. نکته جالب اینکه تا پیش از این بسیاری از برندها برای تبلیغات در گوگل یا هر پلتفرم دیگری باید هزینه تبلیغات جهانی را پرداخت می‌کردند. با این حال گوگل خیلی زود به فکر کاربران افتاد و امکان شخصی‌سازی هرچه بیشتر دامنه دسترسی به مخاطب را به ماچرا اضافه کرده است.

حالا شما فرصت این‌ا را دارید که در یک زمین بازاریابی کاملا شخصی‌سازی‌شده با مخاطب‌تان تعامل داشته باشید. این امر به شما کمک می‌کند تا بدون هیچ مشکلی کارتان را جلو برده و نگران هیچ چیز هم نباشید. اگر شما هم دوست دارید در دنیای بازاریابی شرایط متفاوتی را تجربه کنید، بد نیست هرچه زودتر دست به کار شده و اوضاع‌تان را کمی هم که شده تغییر دهید.

یادتان باشد، هدف‌گذاری بر روی مخاطب هدف باید برای کسب و کاری صورت گیرد که مقداری اعتبار و همچنین مشتری در بازار دارد. اگر شما تازه اول راه هستید، لازم نیست با هزینه اضافی در گوگل کارتان را سخت کنید. در عوض کمی صبر کرده و پس از شهرت نسبی برندان در بازار دست به کار شوید.

**مشاهده بیشتر محتوا**

محتوایی که در قالب همکاری با گوگل در صدر فهرست نتایج قرار می‌گیرد، همیشه بازدید بسیار بیشتری در مقایسه با دیگر انواع محتوا به خودش اختصاص خواهد داد. شاید به همین خاطر گوگل اعتماد به نفس زیادی در زمینه گزینه‌های تبلیغاتی دارد.
خب وقتی همه مردم دنیا برای جست‌وجو در اینترنت از گوگل و حتی مرورگر این برند استفاده می‌کنند، چنین اعتماد به نفسی طبیعی خواهد بود، مگر نه؟
اگر شما به سرتان زده تا از آنگوی همکاری با گوگل برای توسعه کسب و کارتان سود ببرید، بد نیست قبل از اینکه اوضاع برای‌تان حسایی به هم ریخته شود، کارتان را اصلاح کنید. منظور ما از این عبارت تلاش برای بازاریابی و اثرگذاری بر روی مخاطب به شیوه‌ای متفاوت است. شما باید قبل از هر کاری میانگین بازدید از محتوای‌تان در یک ماه عادی را ارزیابی کنید. سپس می‌توانید برای آزمایش یک ماه یا حتی کمتر اقدام به همکاری تبلیغاتی با گوگل کنید. این طوری خیلی ساده‌تر کارتان جلو خواهد رفت؛ چراکه نتیجه نهایی به شما میزان رشد در جذب مشاهده به محتوا را نشان خواهد داد. آن وقت می‌توانید درباره ادامه همکاری تبلیغاتی با گوگل تصمیم‌گیری کنید.

بازاریابی ارگانیک همیشه گزینه جذابی محسوب می‌شود. البته به شرط اینکه شما شرایط لازم برای اثرگذاری بر روی مخاطب‌تان را هم داشته باشید. مثلا برندی که تازه از دل یک بحران جان سالم به در برده، نیاز به اثرگذاری سریع بر روی مخاطب دارد بنابراین صبر کردن برای مخاطب هدف اصلا ایده خوبی نخواهد بود. در عوض همکاری تبلیغاتی با موتور جست‌وجوی گوگل به این برند امکان اثرگذاری بهتر بر روی مخاطب را خواهد داد.

ما در دنیای زندگی می‌کنیم که سرعت آن به طور سرسام‌آوری افزایش پیدا کرده است بنابراین اگر به عنوان یک بازاریاب میانه خوبی با این سرعت نداشته باشید، کلا‌ه‌تان پس معرکه خواهد بود. گوگل در این میان یکی از گزینه‌های جذاب برای افزایش سرعت تولید محتوا و بازاریابی از سئوی شما خواهد بود. این طوری می‌توانید بدون هیچ مشکلی کارتان را جلو برده و نگران هیچ چیزی هم نباشید.

**بازاریابی مقرون به صرفه**
چه کسی گفته بازاریابی باید همیشه کلی خرج روی دست برندها بگذارد؟ بسیاری از بازاریاب‌ها معتقدند بدون یک بودجه عالی هیچ کاری در عرصه بازاریابی پیش نمی‌رود. درست به همین دلیل گاهی اوقات باید خودتان را برای اثرگذاری متفاوت بر روی مخاطب آماده کنید. این امر به طور مشابه بودجه‌های بازاریابی را به سرعت کاهش داده و موجب بروز نارضایتی‌های گسترده در میان مدیران ارشد برند می‌شود.

ایده‌ای که گوگل در طول سال‌های اخیر به طور مداوم دنبال کرده، کاهش هزینه بازاریابی در ازای افزایش کیفیت محتوای تبلیغاتی است. بر این اساس شما می‌توانید از تبلیغات ارزان‌تر گوگل بهره‌مند شوید، اما فقط به شرط اینکه محتوایی درست و حسایی برای اثرگذاری بر روی مخاطب‌تان داشته باشید. وگرنه کلاه‌ه‌تان پس معرکه خواهد بود. این نکته‌ای است که برای بسیاری از بازاریاب‌ها جذابیت زیادی به همراه دارد.
وقتی درباره همکاری تبلیغاتی با گوگل حرف می‌زنیم، منظورمان بی‌خیالی نسبت به فاکتورهای مهم در یک کمپین خوب نیست. اتفاقا گوگل وسواس زیادی بر سر کیفیت محتوا دارد. این یعنی شما باید کیفیت محتوای تبلیغاتی‌تان را هم به طور قابل ملاحظه‌ای افزایش دهید. نکته‌ای که در این میان اهمیت زیادی داره، مسئله مربوط به رقابت بر سر فرصت‌های تبلیغاتی در گوگل است. این امر شما را وادار خواهد کرد تا محتوای بهتری دم دست مخاطب‌تان قرار دهید. به همین دلیل باید هرچه زودتر کارتان را با کیفیت بهتر رو به روی گوگل قرار دهید. وگرنه شاید هیچ وقت فرصت کسب فرصت‌های تبلیغاتی در این پلتفرم گیرتان نیاید. شاید فکر کنید گوگل وسواس زیادی در زمینه همکاری تبلیغاتی با دیگران دارد.
خب شاید این نکته درست باشد، اما شما نمی‌توانید آن را غیرمنطقی در نظر بگیرید. کافی است خودتان را جای مدیران گوگل قرار دهید تا متوجه اهمیت حفظ برتری این برند در بازار آنلاین شوید. این روزها کاربرانی که در به در دنبال استفاده از انواع مسدودکننده تبلیغات هستند، وقتی پای گوگل وسط باشند، نرمش بیشتری از خود نشان می‌دهند. دلیل این امر اعتماد است که کاربران به گوگل و نحوه نمایش تبلیغات از سوی این برند دارند. با این حساب شما می‌توانید با خیال‌راحت همکاری تبلیغاتی باکیفیت و صدالبته مقرون به صرفه‌ای با گوگل داشته باشید.

**نتایج قابل ارزیابی دقیق**

بعد از اینکه یک کمپین بازاریابی تمام می‌شود، کار اصلی بازاریاب‌ها تازه شروع خواهد شد. اینکه یک کمپین تا چه اندازه در اثرگذاری بر روی مخاطب هدف موفق عمل کرده، نکته‌ای نیست که به این سادگی‌ها متوجه‌اش شویم. مسئله کلیدی در این میان تلاش برای استفاده از داده‌های دقیق برای تحلیل تبلیغاتی با برندها مجموعه‌ای کامل از نتایج می‌دهد. چطور نتایج یک کمپین را به طور دقیق تحلیل کرده و آپدیت‌های بهتری از کمپین‌تان در آینده تهیه کنید.
خب اگر قرار بود یک کمپین برای همیشه به یک شیوه توسعه پیدا کرده و نتایج خوبی هم به همراه داشته باشد، دیگر عرصه مارکتینگ تا این اندازه سخت نمی‌شد!
گوگل در زمینه همکاری تبلیغاتی با برندها مجموعه‌ای کامل از نتایج را ارائه می‌دهد. شما با استفاده از این شیوه می‌توانید به خوبی خیال‌تان از بابت اثرگذاری بر روی مخاطب را راحت کنید. نکته کلیدی دیگر اینکه کسب و کار شما در دنیای بازاریابی به خوبی امکان اثرگذاری بر روی مخاطب را خواهد داشت؛ چراکه با استفاده از اطلاعات دقیق، امکان ارزیابی موشکافانه از کمپین‌ها نیز فراهم می‌شود.

وقتی شما به دنبال اثرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان هستید، نباید کارتان را خیلی سخت دنبال کنید. در عوض همیشه میانبرهایی هستند که بدون دردسر اضافه‌شما را به مقصد برسانند. هنر شما در این میان تلاش برای شناسایی و استفاده دقیق از این میانبرهاست. وگرنه تلاش‌های زندتان همراه با نتایج اندک خواهد بود.

دانشپورد تبلیغاتی گوگل که برای برندها طراحی شده، دامنه وسیعی از اطلاعات طبقه‌بندی‌شده را در اختیار آنها قرار می‌دهد. این یعنی شما حتی نیازی به تحلیل اطلاعات هم ندارید. در عوض می‌توانید آنها را مرور کرده و در نهایت درباره کمپین برندان تصمیم‌گیری لازم را انجام دهید. ماچرا جالب شنه، نه؟

**مزیت رقابتی**

چه کسی در دنیا هست که دوست نداشته باشد لینک‌های سایتش بالاتر از رقبای نمایش داده شود؟ این مزیت مهم برای برندها به مرگ و زندگی تعبیر می‌شود.
خب هرچه شما در رتبه بالاتری در گوگل حضور داشته

دیر انرژی و سیالات فولاد مبارکه:

## هزینه انرژی صنایع فولادی طی سه سال گذشته ۱۰ برابر افزایش داشته و به نرخ‌های جهانی رسیده است

تنها ۶ تا ۷ درصد در کل صنعت فولاد کشور مصرف می‌شود و سهم فولاد مبارکه معادل ۱.۵ تا ۲ درصد است.

**مصرف برق در فولاد مبارکه ۱۰ درصد کمتر از استانداردهای ملی است**

مدیر انرژی و سیالات فولاد مبارکه با تأکید بر اینکه مصرف برق در فولاد مبارکه مطابق با استانداردهای ملی است، گفت: طبق همین استانداردها به ازای هر تن فولاد خام ۸۰۰ کیلووات ساعت انرژی الکتریکی مصرف می‌شود که خوشبختانه این مقدار در فولاد مبارکه ۱۰ درصد هم کمتر است و از زمان راه‌اندازی فولاد مبارکه تاکنون همواره مصرف برق پایین‌تر از حد استاندارد بوده است.

وی با بیان اینکه اصطلاحا از این انرژی در تقسیم‌ت مولد استفاده می‌شود و در ازای مصرف انرژی، تولید ناخالص ملی ایجاد شده است، تصریح کرد: فولاد مبارکه به‌تنهایی ۱.۵ درصد تولید ناخالص ملی (GDP) کشور را ایجاد می‌کند، درصورتی‌که در واحدهای غیرمولد مثل خانگی و عمومی در قبال مصرف انرژی، تولیدی انجام نمی‌شود یا بسیار ناچیز است.

طباطبائیان مدیریت انرژی را در فولاد مبارکه از ابتدای راه‌اندازی یک موضوع نه‌پاینده‌شده عنوان کرد و گفت: در همین راستا کمیته عالی انرژی از سال‌های اول بهره‌برداری تشکیل شده و سیاست آن

باشید، به طور مشابه مزیت رقابتی بالاتری نیز کسب خواهید کرد. این در حالی است که برخی از بازاریاب‌ها برای اثرگذاری بر روی مخاطب‌شان از یک عالمه استراتژی عجیب استفاده کرده و در نهایت هیچ نتیجه مناسبی هم نمی‌گیرند. هنر شما در این میان استفاده از روش‌هایی است که به شما برای اثرگذاری بهتر بر روی مخاطب‌تان کمک کند.

مزیت رقابتی که گوگل به شما می‌دهد، افزایش ترافیک سایت‌تان است. اگرچه این امر از طریق تبلیغات به دست می‌آید، اما اثرگذاری بلندمدتی بر روی کسب و کارتان خواهد داشت. به طوری که حتی پس از مدت زمانی طولانی نیز می‌توانید روی آن حساب کنید.
خب هرچه ترافیک سایت شما بیشتر باشد، اثرگذاری بهتری بر روی مخاطب‌تان خواهید داشت. این نکته‌ای است که بسیاری از بازاریاب‌ها هیچ توجهی به آن ندارند. درست به همین دلیل دائما با مشکلات اساسی برای تعامل با مخاطب هدف رو به رو می‌شوند.

شما را نمی‌دانم، ولی من که به عنوان یک خریدار در بازار همیشه به برندهایی اعتماد می‌کنم که بیشتر در کانون توجه هستند. این امر یک نکته کاملا اساسی محسوب می‌شود. درست به همین دلیل اگر فکر می‌کنید همکاری با گوگل و افزایش ترافیک سایت‌تان از این طریق ارزشش را ندارد، سخت در اشتباه هستید. نکته کلیدی که در این میان باید همیشه رعایت کنید، مسئله مربوط به استفاده درست از مزیت رقابتی‌تان است. بی‌شک شما نمی‌توانید تا ابد بر روی همکاری با گوگل حساب کنید. پس بهتر است قبل از اینکه این مزیت تا در واقع بودجه‌تان به پایان برسد، کارتان را با برنامه جلو ببرید تا نتایج لازم کسب شود.

**تبلیغات محلی**

یکی دیگر از مزایای حرفه‌ای گوگل برای بازاریاب‌ها امکان تبلیغات محلی است. شما به راحتی فرصت شخصی‌سازی و صدالبته انتخاب تگ جغرافیایی برای کسب و کارتان را دارید. این امر به شما کمک می‌کند تا بدون هیچ محدودیتی کارتان را جلو برده و نگران هیچ چیزی هم نباشید. یادتان نرود، شما می‌توانید به ساده‌ترین شکل ممکن با تبلیغات محلی هزینه نهایی‌تان را کاهش دهید. ماچرا از این قرار است که تبلیغات محلی به دلیل دامنه محدودتری که به همراه دارد، معمولا هزینه پایین‌تری برای برندها به همراه خواهد داشت. شما در این رابطه می‌توانید به خوبی خودتان را برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف نیز آماده کنید.

تبلیغات محلی معمولا سطح اثرگذاری بیشتری در مقایسه با شیوه‌های کلاسیک تبلیغات دارد.
خب برندی که در همه جای دنیا حضور دارد، شاید اعتماد بیشتری در میان مخاطب ایجاد کند، اما تجربه نشان داده در زمینه خدمات پس از فروش این کسب و کارهای محلی هستند که حرف اول و آخر را می‌زنند بنابراین سرمایه‌گذاری چنین برندهایی در تبلیغات محلی نه تنها هزینه‌های‌شان را کاهش می‌دهد، بلکه سطح اعتماد بالاتری را نیز به همراه دارد. درست به همین دلیل شما باید در این حوزه پیش‌دستی کرده و زودتر از رقبا وارد گود شوید.

**سخن پایانی**

گوگل همیشه نامی دلگرم‌کننده برای بازاریاب‌ها محسوب می‌شده و این روزها هم این نکته مصداق بالایی در حوزه بازاریابی دارد. بسیاری از کسب و کارها برای اینکه در دنیای بازاریابی اعتبارشان را حفظ کنند، روی همکاری با گوگل حساب ویژه‌ای کرده‌اند. نکته کلیدی در این میان تلاش برای استفاده از تمام ظرفیت‌های بازاریابی این پلتفرم است.

یکی از مطمئن‌ترین منابع برای جست‌وجوی محتوا در میان کاربران محسوب می‌شود. بنابراین همکاری تبلیغاتی با این برند مزایای خاص خودش را به همراه خواهد داشت. این دقیقا همان کاری است که گوگل در طول سال‌های اخیر به خوبی انجام داده است بنابراین اگر دوست دارید موقعیت‌تان از نظر تبلیغاتی در گوگل بهبود پیدا کند، بد نیست نیم‌نگاهی به همکاری تبلیغاتی با این برند در موتور جست‌وجوش داشته باشید.

ما در این مقاله سعی کردیم برخی از مهمترین نکات برای موفقیت بازاریابی در موتور جست‌وجوی گوگل را به اتفاق شما مرور کنیم. مثل همیشه اگر سئوایی درباره نکات مورد بحث در این مقاله داشتید، کارشناس‌های ما در روزنامه فرصت امروز همیشه آماده پاسخگویی و کمک به شما هستند.

منابع:

the-۱۱/۵۰۱۲۰۲۴/https://www.noobpreneur.com/power-of-paid-search-why-its-crucial-for-your-business

تأمین و بهینه‌سازی انرژی در تمام دوران بهره‌برداری بوده و از سال ۹۴ هم استاندارد ISO-۵۰۰۰1 در شرکت پیاده‌سازی شده که هرساله توسط مراجع ملی و بین‌المللی پایش و اندازه‌گیری شده و طبق همین استاندارد برنامه‌ریزی برای کاهش مصرف انرژی برای سال‌های آینده انجام می‌شود.

وی ادامه داد: اگر نتوانیم به آن برنامه‌های از پیش تعیین‌شده جهت بهینه‌سازی انرژی دست پیدا کنیم استانداردها تمدید نمی‌شود، اما خوشبختانه این مهم انجام و از سال ۹۴ به بعد هرساله استاندارد مدیریت انرژی را کسب و تثبیت کرده‌ایم. در واقع با این استاندارد نشان دادیم که اهمیت انرژی برای فولاد مبارکه و همچنین در دیگر صنایع، زیاد است. از سئوی دیگر هزینه‌های انرژی به‌شدت افزایش پیدا کرده و از سال ۱۳۹۹ به بعد بیش از ۱۰ برابر افزایش داشته و به نرخ‌های جهانی رسیده است و تصور اینکه انرژی ارزان و بدون ارزشی به صنایع فولاد تحویل داده می‌شود اشتباه است، بااین‌حال بهینه‌سازی مصرف انرژی همواره اهمیت زیادی و نشان آن پروژه‌ها و اقدامات انجام‌شده طی دوران بهره‌برداری و با مصوبات کمیته عالی انرژی است. به‌طوری‌که طی ۲ سال گذشته بر اساس همین برنامه‌ریزی‌ها و پیاده‌سازی استاندارد مدیریت انرژی بیش از ۲ میلیون و ۸۰۰ هزار گیگا ژول انرژی مصرفی کاهش یافته است.



# محبوب‌ترین کلیدواژه‌های کاربران در گوگل

جدید تغییرات زیادی را تجربه کرده است. در حالی که بسیاری از کاربران برای اثرگذاری بر روی مخاطب هدف دنیسال پلنفرم‌های تازه‌ای بودند، فیس‌بوک از موقعیت استفاده کرد و آپدیت‌های منظمی ارائه کرد. به علاوه، شرکت متا از پلنفرم جدیدش تحت عنوان تردز نیز رونمایی کرد. این امر شوک بزرگی به مدیران ایکس (توییتر) وارد کرده و بازار رقابت بر سر پلنفرم‌های متن‌محور را حسابی داغ کرد.

جنجال‌ها پیرامون فیس‌بوک هنوز ادامه دارد. با این حال آنچه مشخص است، اثرگذاری بالای این پلنفرم

جالب اینکه امکان رقابت آنلاین میان کاربران نیز در این بازی وجود دارد. پس اصلا جای نگرانی درباره سپری کردن اوقات خوش با دوستان‌تان در آن سر دنیا نیست. راستش را بخواهید، در دنیایی که بازی‌هایی مثل کال آف دیوتی با هزینه‌های سرسام‌آور طراحی و روانه بازار می‌شود، محبوبیت وردل کمی عجیب است. نکته جالب اینکه این بازی به طور میانگین روزی ۸۰ میلیون بار در گوگل جست‌وجو شده است. این یعنی طرفداران دواتیشه آن تصب زیادی روی آن دارند.

بی‌شک تبلیغات در بازی‌های ویدئویی یکی از



اجتماعی در میان کاربران است. به طوری که حتی بعد از این همه جنجال، هنوز هم فیس‌بوک یکی از بزرگ‌ترین شبکه‌های اجتماعی دنیا محسوب می‌شود بنابراین باید گوشه چشمی به آن داشته باشیم.

**وردل (Wordle): پیش به سوی دنیای بازی‌ها**
وردل یک بازی ساده مبتنی بر وب است که در طول سال‌های اخیر نگاه‌های زیادی را به خودش جلب کرده است. ساختار این بازی تا حد زیادی ساده است. بر این اساس شما باید یک کلمه را حدس زده و هرچه سریع‌تر حدس بزنید، امتیاز بیشتری دریافت می‌کنید. نکته

**نویسنده: علی اعلی‌ علی**

وقتی در طول روز سوالاتی برای شما پیش می‌آید، اول از همه کجا سراغ بهترین جواب‌های ممکن را می‌گیرید؟ شاید همه ما نوستالژی سوال کردن از معلم‌های مدرسه‌مان را به یاد داشته باشیم. البته از آن وقت تا حالا همه چیز عوض شده دیگر کسی سوالاتش را اینطوری مطرح نمی‌کند. در عوض دوست صمیمی به نام گوگل دم دست همه ماست تا جواب تک تک سوالاتمان را بدهد.

احتمالا شما هم در طول زندگی بارها و بارها سوالاتان را در گوگل سرچ کرده‌اید. نکته جالب اینکه هر بار گوگل جواب‌های دلگرم‌کننده‌ای به آدم می‌دهد. انگار که دقیقا می‌داند در ذهن آدم چه می‌گذرد و جواب هر سوالی را از زیر سنگ هم که شده، پیدا می‌کند. خب با این حساب طبیعی است گوگل یکی از محبوب‌ترین برندهای دنیا و یک غول آنلاین تمام‌عیار باشد. کارآفرینان برای اینکه همیشه محتوایی مطابق میل مخاطب‌شان تولید کرده و محصولات‌شان را براساس نیاز آنها شخصی‌سازی کنند، باید نیسم نگاهی به سرچ‌های پرطرفدار در گوگل داشته باشند. شاید این امر کمی عجیب به نظر برسد، اما کاربران به جای اینکه نظرات‌شان درباره محصولات شما یا انتظارات شان را به طور مستقیم بیان کنند، از طریق سرچ‌های گوناگون در گوگل نشان خواهند داد. این شما هستید که باید خودتان را به زحمت انداخته و دنبال اثرگذاری بر روی مخاطب‌تان بروید.

هدف ما در این مقاله مثل روز روشن است. اگر با ما همراه باشید، دست آخر اطلاعات جالبی درباره سرچ‌های برتر کاربران در طول سال ۲۰۲۳ گیرتان می‌آید. اینطوری می‌توانید خودتان را هرچه بهتر با انتظارات و خواسته‌های آنها هماهنگ سازید. پس منتظر چه هستید؟ با ما همراه باشید تا نگاهی دقیق به اوضاع داشته باشیم. این شما و این هم کلیدواژه‌های پرطرفدار کاربران در گوگل.

**محبوب‌ترین سرچ‌های گوگل در سال ۲۰۲۳**

**یوتیوب: بر فراز جست‌وجوها!**

اولین سرچی که نظر آدم را جلب می‌کند، یوتیوب است. انگار کاربران در طول سال ۲۰۲۳ علاقه زیادی به آشنایی بیشتر با این پلنفرم محبوب پیدا کرده‌اند. بی‌شک هر کاربری امکان مراجعه مستقیم به یوتیوب را دارد. به علاوه، استفاده از اپ ایسن ابزار نیز بی‌نهایت ساده است. با این حال تعداد زیادی از کاربران ترجیح داده‌اند خودشان سراغ ته توی ماجرا بروند. معمولا حرف و حدیث درباره شبکه‌های اجتماعی بی‌نهایت زیاد است بنابراین طبیعی است که کاربران کنجکاوی به خرج دهند. این امر به آنها کمک می‌کند تا شرایط را به طور ویژه‌تری دنبال کرده و اطلاعات جامعی درباره پلنفرم محبوب‌شان به دست بیاورند.

اگر ماجرای فیس‌بوک و رسوایی مربوط به فروش اطلاعات کاربران را به یاد داشته باشید، باید بگوییم همه داستان فیس‌بوک از کنجکاوی کاربران شروع شد. به طوری که بعد از مدتی با کمی جست‌وجو در گوگل و مرور گزارش‌های تخصصی متوجه عملکرد فاجعه‌بار فیس‌بوک شدند. البته درباره یوتیوب ماجرا به طور کامل متفاوت است؛ چراکه کارنامه این پلنفرم تا اینجای کار که بی‌نهایت صاف و درست بوده است بنابراین هیچ دلیلی برای نگرانی کاربران در این رابطه وجود ندارد. با این حال چنین توضیحاتی اصلا برای توقف کنجکاوی کاربران کافی نیست.

احتمالا یوتیوب در سال جدید به روند توسعه‌اش ادامه خواهد داد. در این میان جذابیت یوتیوب برای کاربران بیشتر شده و میانگین بازدید ویدئو نیز افزایش چشمگیری خواهد داشت. بی‌شک در این میان پرداخت حق تبلیغات به تولیدکنندگان محتوا نقش ویژه‌ای دارد. درست به همین دلیل اینفلوئنسرها و بسیاری از تولیدکنندگان محتوا عاشق یوتیوب هستند.

اگر شما دنبال توسعه برنامه بازاریابی‌تان هستید، بی‌شک حضور در یوتیوب باید جزو اولویت‌های اساسی‌تان باشد. این امر به شما کمک می‌کند تا به دور از هیاهو به کارتان پرداخته و دامنه وسیعی از مخاطب را نیز به کارتان جذب کنید. پس منتظر چه هستید؟ آیا روزانه ۱۷۱ میلیون جست‌وجو درباره یوتیوب در گوگل برای‌تان کافی نیست؟

**فیس‌بوک: گز بنه‌ای جنجالی**

فیس‌بوک با ۱۱۷ میلیون جست‌وجو در گوگل رتبه دوم محبوب‌ترین سرچ‌های سال ۲۰۲۳ را به خودش اختصاص داده است. از آنجایی که شرکت فیس‌بوک چند سالی هست که به متا تغییر نام داده، این روزها فیس‌بوک دیگر به شرکت مادری که مدیریت همزمان واتس‌اپ و اینستاگرام را برعهده دارد، گفته نمی‌شود. در عوض هر جایی که اسم فیس‌بوک می‌آید، منظور فقط و فقط پلنفرمی است که همه ما به خوبی با آن آشنایی داریم.

وضعیت فیس‌بوک در طول ماه‌های منتهی به سال

گزینه‌های جذاب برای برندها محسوب می‌شود. بر این اساس شاید بد نباشد شما هم به فکر تبلیغات در وردل باشید. هرچه باشد، این بازی کلی کاربر داشته و حسابی هم در گوگل مشهور است. پس چرا از این موقعیت عالی نهایت استفاده را نبرید؟

**جیمیل: سرویسی قدیمی اما دوست‌داشتنی!**
آیا شما هم فکر می‌کردید دیگر تا سال ۲۰۲۴ خبری از سرویس‌های ایمیل در دنیا نباشد؟ راستش را بخواهید، خیلی‌ها در دنیا چنین فکر و خیال‌هایی داشتند. با این حال بعد از گذشت مدت زمانی اندک، همه چیز رنگ و بوی تازه‌ای به خود گرفته است؛ چراکه سرویس‌های ایمیل نه تنها جای خودشان را به رقبای دیگری مثل شبکه‌های اجتماعی نداده‌اند، بلکه محبوبیت‌شان در طول زمان بیشتر هم شده است.

جیمیل: سرویسی قدیمی اما دوست‌داشتنی!
آیا شما هم فکر می‌کردید دیگر تا سال ۲۰۲۴ خبری از سرویس‌های ایمیل در دنیا نباشد؟ راستش را بخواهید، خیلی‌ها در دنیا چنین فکر و خیال‌هایی داشتند. با این حال بعد از گذشت مدت زمانی اندک، همه چیز رنگ و بوی تازه‌ای به خود گرفته است؛ چراکه سرویس‌های ایمیل نه تنها جای خودشان را به رقبای دیگری مثل شبکه‌های اجتماعی نداده‌اند، بلکه محبوبیت‌شان در طول زمان بیشتر هم شده است.

چند بار تا حالا پیش خودتان فکر کرده‌اید که ای کاش قبل از خارج شدن از خانه نگاهی به گزارش‌های آب و هواشناسی می‌انداختید؟ خیلی وقت‌ها آدم طوری در آب و هوای بد گیر می‌افتد که حتی فکرش را هم نمی‌شود کرد. با این حساب چنانچه باید همیشه حواس‌شان به آمازون باشد؛ چراکه دروازه آنها به سوی بازارهای جهانی محسوب می‌شود. اگر شما هم چنین وضعیتی دارید؛

باید تا دیر نشده جایی برای خود در آمازون پیدا کنید؛ چراکه بعید است آمازون به این زودی‌ها از رونق بيفتد. **آب و هوا (Weather): پیش‌بینی آب و هوا و دیگر هیج!**

چند بار تا حالا پیش خودتان فکر کرده‌اید که ای کاش قبل از خارج شدن از خانه نگاهی به گزارش‌های آب و هواشناسی می‌انداختید؟ خیلی وقت‌ها آدم طوری در آب و هوای بد گیر می‌افتد که حتی فکرش را هم نمی‌شود کرد. با این حساب چنانچه باید همیشه حواس‌شان به آمازون باشد؛ چراکه دروازه آنها به سوی بازارهای جهانی محسوب می‌شود. اگر شما هم چنین وضعیتی دارید؛

باید تا دیر نشده جایی برای خود در آمازون پیدا کنید؛ چراکه بعید است آمازون به این زودی‌ها از رونق بيفتد. **آب و هوا (Weather): پیش‌بینی آب و هوا و دیگر هیج!**
مشاهده وضعیت آب و هوا یکی از کنجکاوی‌های کاربردی مردم در سراسر دنیا محسوب می‌شود. از آنجایی که معمولا عبارات آب و هوا در قالب انگلیسی (Weather) جست‌وجو می‌شود، در تمام دنیا وضعیت مشابهی دارد. نکته جالب اینکه گوگل با تشخیص موقعیت مکانی هر کاربر آب و هوای منطقه خودش را

نمایش می‌دهد. این گزینه‌ای است که جذابیت بسیاری زیادی برای بسیاری از کاربران دارد.

کاربران در سال ۲۰۲۳ به طور میانگین روزانه ۶۱ میلیون بار عبارات آب و هوا را در گوگل جست‌وجو کرده‌اند. این امر به خوبی بیانگر اهمیت جست‌وجوی مورد نظر است بنابراین شما می‌توانید روی همکاری تبلیقاتی با شرکت‌ها و موسسات تخصصی در زمینه آب و هوا حساب کنید؛ چراکه این فرآیند به شما فرصت خوبی برای تبلیغ کسب و کارتان را خواهد داد. ماجرا جالب شد، نه؟

**گوگل ترنسلیت (Google Translate): ترجمه‌ای روان و دقیق**

کمتر کسی در دنیا پیدا می‌شود که دست کم یک بار از سرویس ترجمه گوگل استفاده نکرده باشد. پشتیبانی از زبان‌های مختلف و امکان آپدیت ترجمه‌ها به طور مداوم فقط بخشی از مزایای خاص این ابزار محسوب می‌شود. با این حساب طبیعی است که کاربران در طول سال ۲۰۲۳ روزانه ۳۹ میلیون بار این سرویس را در گوگل جست‌وجو کرده باشد.

شاید فکر کنید مراجعه مستقیم به سایت گوگل ترنسلیت گزینه بی‌نهایت ساده‌تری در مقایسه با جست‌وجوی آن باشد. خب در این صورت باید کمی با شما مخالفت کنیم؛ چراکه جست‌وجوی این سرویس در گوگل به شما امکان ترجمه شناور متن را خواهد داد. درست به همین دلیل خیلی از کاربران به طور مستقیم سراغ سایت این سرویس نمی‌روند. ماجرا جالب شد، نه؟ گوگل ترنسلیت یکی از ابزارهای کلیدی برای ترجمه متن محسوب می‌شود. قابلیت ارتقای ترجمه‌ها از سوی کاربران این سرویس را بی‌نهایت جذاب کرده است. درست به همین دلیل شما هر متر معیاری برای یافتن این ابزار به عنوان یک گزینه جذاب را دارید. یادتان باشد، شما باید همیشه از این متر و معیار به سود خودتان استفاده کنید. مثلا می‌توانید سایت برندگان را مجهز به این ابزار ترجمه کرده تا کاربران از کشورهای مختلف مشکلی برای گشت و گذار در سایت‌تان نداشته باشند.

**یاهو: رقیب از میدان به در شده!**

کاربران در طول سال‌های اخیر علاقه زیادی به مرور داستان یاهو داشته‌اند. اینکه چطور یاهو از یکه‌تاز دنیای موتورهای جست‌وجو به وضعیت کنونی‌اش رسیده، نکته‌ای است که هنوز هم برای بسیاری از مردم جذابیت خاصی دارد. یادتان باشد، در دنیای امروز بسیاری از برندها بعد از مدت کوتاهی موفقیت حیرت‌انگیز در بازار با شکست رو به رو می‌شوند. با این حال اوضاع یاهو از همه جالب‌تر است؛ چراکه این برند زمانی حتی فرصت خرید گوگل به عنوان یک استارت‌آپ را هم داشت.

سهم کنونی یاهو از بازار موتورهای جست‌وجو در مقایسه با گوگل ناچیز است. با این حال این امر دلیل نمی‌شود کاربران به داستان این برند جذب نشوند. به همین دلیل در طول سال ۲۰۲۳ بسیاری از کاربران سراغ ارزیابی اوضاع یاهو رفته‌اند. این امر خط مشی جالبی پیش روی خود یاهو قرار داده است.

اگرچه فرض بازگشت یاهو به عرصه رقابت بی‌نهایت ضعیف به نظر می‌رسد، اما اصلا نباید انگیزه‌تان در این رابطه را از دست بدهید؛ چراکه مرور این داستان، هر چقدر هم قدیمی، به شما درس‌های زیادی می‌دهد. به علاوه، اگر شما در حوزه بازاریابی فعالیت دارید، می‌توانید از داستان یاهو برای تولید محتوا استفاده کنید؛ چراکه در میان کاربران محبوبیت زیادی دارد.

**گوگل: اسمی آشنا**

چرا فکر کرده‌اید در گوگل کسی سراغ این برند را نمی‌گیرد؟ یکی از سرچ‌هایی که در طول سال ۲۰۲۳ محبوبیت زیادی در میان کاربران داشت، خود گوگل بود. بسیاری از کارآفرینان و حتی افراد عادی در سراسر دنیا علاقه زیادی به آشنایی با جزئیات مربوط به گوگل دارند. این نکته به آنها کمک می‌کند تا بدون هیچ مشکلی کارشان را جلو برده و از تجربه‌های گذشته این برند بزرگ استفاده کنند.

احتمالا شما هم تا حالا بارها و بارها برای‌تان سوال شده که چطور گوگل تا این اندازه در دنیای کسب و کار شهرت کسب کرده است. خب خیلی‌ها برای یافتن جواب‌های درست و حساسی در این رابطه سراغ خود گوگل می‌روند. ماجرا از این قرار است که کاربران در گوگل با سرچ کلیدواژه‌های مختلف دنبال یافتن پاسخ‌هایی برای شیوه توسعه یا حتی تاریخچه گوگل هستند بنابراین شما لازم نیست خیلی به خودتان سخت بگیرید. در عوض می‌توانید برای تولید محتوا از تجربه گوگل استفاده کرده یا حتی به عنوان مثال از این برند سود ببرید. اینطوری محتوای‌تان بیشتر در کانون توجه قرار می‌گیرد.

**اینستاگرام: پلنفرمی همیشه در صحنه**

در طول یک دهه اخیر کمتر پلنفرمی در دنیا بوده که به اندازه اینستاگرام ثبات داشته باشد. حتی ظهور رقبایی مثل تیک تاک هم از میزان محبوبیت گوگل در سال‌های اخیر کم نکرده است. بی‌شک این میزان از ثبات در دنیای کسب و کار و شبکه‌های اجتماعی باید دلایل محکمی داشته باشد. خب این دقیقا همان فکری است که بسیاری از کاربران در گوگل به سرشان زده است. کند و کار درباره دلایل موفقیت گوگل بحثی نیست که به همین سادگی مورد بی‌توجهی قرار گیرد. درست به همین دلیل کاربران در طول سال ۲۰۲۳ بارها و بارها اینستاگرام را در گوگل جست‌وجو کرده‌اند.

نکته جالب درباره اینستاگرام حجم بالای محتوایی است که درساره تاریخچه و نحوه موفقیت این برند تولید شده است. به همین دلیل بد نیست شما هم نیم نگاهی به این حوزه داشته باشید. اینطوری کارتان خیلی راحت‌تر می‌شود؛ چراکه دقیقا روی نکته‌ای دست می‌گذارید که کاربران در گوگل حسابی دوستش دارند. اینستاگرام در طول یک دهه اخیر ترند جذابی برای تولید محتوا بوده است. از زمانی که تیم متا مالکیت این پلنفرم را برعهده گرفت، روند رشد آن سرعت بسیار بالاتری پیدا کرد. تا جایی که امروزه بسیاری از کارشناس‌ها از آن به عنوان مثالی موفق در زمینه توسعه کسب و کار یاد می‌کنند بنابراین شما هم می‌توانید از همین دست فرمان برای تولید محتوای ویرال استفاده کنید.

منابع:

https://ahrefs.com/blog/top-google-searches

https://www.techopedia.com/top-۲۰۲۳-google-searches