



جزییات عرضه نفت خام در بورس انرژی

بورس از امروز نفتی می‌شود

سرانجام نخستین عرضه صادراتی نفت خام در بازار فیزیکی بورس انرژی امروز یکشنبه انجام می‌شود. ششم آبان ماه تاریخی بود که از پیش برای عرضه نفت خام در بورس از سوی مسئولان وعده داده شده...

۵

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

رئیس کل بانک مرکزی از بازگشایی کانال ارزی با اروپا خبر داد

پیمان پولی دوجانبه
میان ایران و اروپا

فرصت امروز: وعده اروپایی‌ها برای گشایش کانال ارزی با ایران در مراحل پایانی قرار دارد و آنگونه که رئیس کل بانک مرکزی خبر داده، قرار است کانال مالی جدیدی برای صادرکنندگان اروپایی و ایرانی باز شود که کارکرد این کانال، نوعی پیمان پولی دوجانبه میان ایران و اروپاست. عبدالناصر همتی طی پستی در اینستاگرام خود از بررسی جزئیات ایجاد کانال مالی اروپا با ایران در بروکسل خبر داد و گفت: پیمان دوجانبه پولی میان دو طرف ایجاد شده و صادرکنندگان می‌توانند ارز حاصل از صادرات خود را دریافت کنند. به گفته رئیس کل...

۴

معاملات نیمایی از ۸ میلیارد دلار گذشت

۶



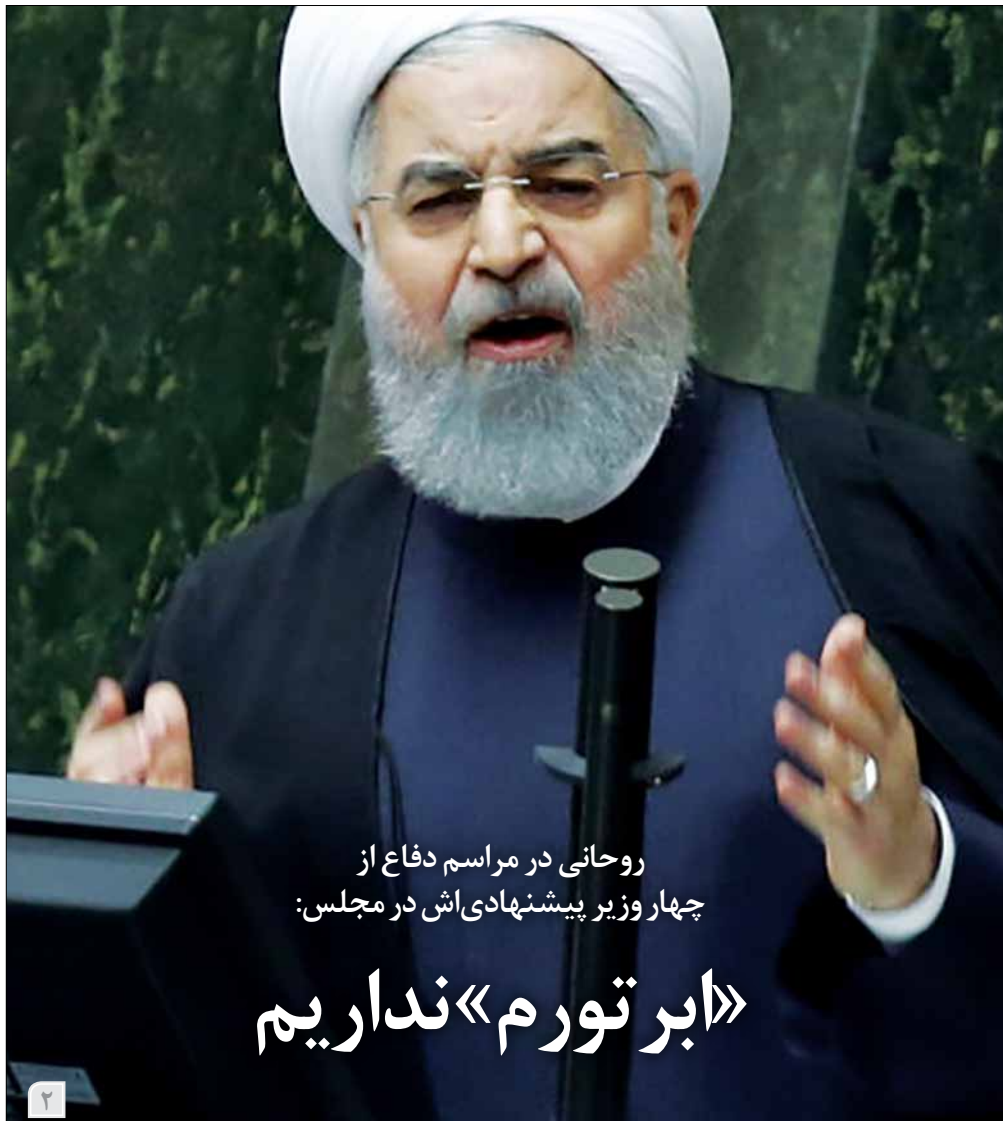
مدیریت و کسب و کار



عملکرد فراتر از پیش‌بینی توئیتر
با انتشار گزارش مالی تابستان ۲۰۱۸

- پیاده‌سازی مفاهیم استار تاپ ناب نکات منفی نیز دارد
- آینده پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی استفاده آنها
- ۱۰۰ توصیه کارآفرینان در راستای موفقیت کسب و کار
- ۷ استیکر جذاب اینستاگرام برای خلق استوری زیباتر
- ۵ شیوه حرفه‌ای برای توسعه محتوای برند
- خلاصه‌ای کوتاه از تبلیغات سیاسی در آمریکا

۸ تا ۱۶



روحانی در مراسم دفاع از
چهار وزیر پیشنهادی اش در مجلس:

«بر تورم» نداریم

۲

سرمقاله

به بهانه انتخاب
وزیر جدید صمت

غلامعلی رموی

کارشناس اقتصادی



سرانجام پس از کش و قوس‌های فراوان و تایید و تکذیب‌های متعدد آقای شریعتمداری با استعفا از وزارت صنعت، معدن و تجارت از سکنداری این وزارتخانه مهم دولت کناره‌گیری کرد. نگاهی به کارنامه قریب به ۱۳ ماه فعالیت ایشان در وزارت صمت نشان داد که علی‌رغم همه خوش‌بینی‌های قبلی مبنی بر حضور قدرتمند و باصلابت در ساختار سه‌گانه وزارت صنعت، معدن و تجارت، وی نتوانست توقعات درون و برون‌سازمانی را تا حدودی محقق کند؛ اگرچه ایشان مدعی هستند که وارث وزارتخانه‌ای شده‌اند که در آن اشکالات فراوانی وجود داشته و در این مدت تلاش کرده‌اند تا با تدابیری بر این مشکلات عدیده فائق آیند، ولی در مجموع عملکرد ایشان در این مدت با انتقاداتی از سوی مردم و نمایندگان آنها و برخی کارشناسان همراه بوده است. یقیناً فعالیت در وزارتخانه‌ای که در بالاترین سطح انتزاع...

۳



تسهیلات ارزان قیمت بانک پاسارگاد
محدودیت ندارد



مرکز مشاوره و اطلاع‌رسانی: ۰۲۱-۸۲۸۹۰۰
www.bpi.ir

ویژه اشخاص حقوقی، فعالان اقتصادی و صاحبان مشاغل

- تسهیلات بدون محدودیت
- تنوع در نرخ تسهیلات
- نحوه بازپرداخت بر اساس نیاز مشتری



موسسه اعتباری ثور

دارای مجوز رسمی از بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران
با بیش از ۳۳۰ شعبه در سراسر کشور

یادداشت

بیم و امیدهای اقتصاد ایران پس از نیمه آبان



هادی حق شناس کارشناس اقتصادی

آبان، ماه پایان یافتن مهلت آمریکا برای اعمال تحریم علیه ایران است اما به نظر می‌رسد تمام تحریم‌های یکجانبه این کشور علیه ایران اعمال شده است. به عبارت ساده‌تر، ایران در بخش نفت، پتروشیمی، معاملات بانکی و مالی تحریم است و ۱۳ آبان تنها یک نماد و تاریخ رسمی درباره تحریم‌هاست.

پس از این تاریخ اقتصاد ایران دو رخداد مهم را انتظار می‌کشد؛ رخداد اول این است که همگان به این نتیجه می‌رسند که تحریم علیه اقتصاد ایران پیشتر اعمال شده و تحریم جدید چیزی بیشتر از تحریم‌های کنونی ندارد. هرچند ممکن است آمریکایی‌ها فهرستی از اشخاص حقیقی و حقوقی را اعلام کنند و آن‌ها در فهرست تحریم بگنجانند اما کالا و خدمتی نیست که آمریکایی‌ها تحریم نکرده باشند و بخواهند پس از ۱۳ آبان‌ماه آن را در دایره تحریم‌ها قرار دهند.

رخداد دوم این است که اروپایی‌ها حمایت‌های مالی و اقتصادی از برجام را آغاز می‌کنند. آن‌ها تاکنون به طرز فوق‌العاده‌ای از برجام به طور سیاسی حمایت کرده‌اند اما ۱۳ آبان تاریخی است که آن‌ها باید حمایت اقتصادی و مالی‌شان را هم نشان دهند. این حمایت اقتصادی و مالی شامل خرید نفت از ایران و پرداخت پول آن از سوی خریداران به ایران است تا کالاهای مورد نیاز ایران از این محل تامین شود. این مهم اگر از سوی اروپایی‌ها عملی شود، دو پیامد مثبت را برای اقتصاد ایران به همراه خواهد داشت. اول اینکه خرید نفت ایران تضمین می‌شود و دوم، بخشی از نیازهای ارزی ایران به طور رسمی از دلار به یورو تغییر می‌کند. این امید وجود دارد که این دو با وفاداری اروپایی‌ها به برجام رخ دهد. از سوی دیگر با فهم این مسئله که تحریم‌های جدیدی اعمال نمی‌شود، بسیاری از آثار تحریمی موجود در اقتصاد ایران از بین خواهد رفت.

اکنون سوال این است که چه امیدی به اتحادیه اروپا در حمایت مالی و اقتصادی‌اش از برجام وجود دارد؟ حمایت اروپا از ایران اولا به خاطر منافع خود و ثابیا به خاطر ایران و برجام است. برجام تنها قاعده و تفاهم بین‌المللی نیست که ترامپ از آن خارج شده است. خروج از معاهداتی مثل پاریس و تفاهم‌نامه منع استفاده از موشک‌های میان‌برد هسته‌ای نیز از جمله عهدشکنی‌های ترامپ است. اگر اروپایی‌ها در موضوع ایران در مقابل ترامپ قرار نگیرند، ممکن است بسیاری دیگر از معاهدات و تفاهم‌نامه‌های بین‌المللی نیز مثل برجام مورد بی‌اعتنایی آمریکا قرار بگیرد و این در میان مدت و بلندمدت به نفع اتحادیه اروپا نیست. بنابراین اروپا تلاش می‌کند با حفظ مواضع گذشته‌اش در مورد برجام و تشدید آن از پیشروی بیشتر آمریکا در این قاره جلوگیری کند.

دخانیات در صدر گرانی‌ها قرار دارد

تورم ۱۵،۹درصدی مهرماه

فرصت امروز: در حالی که چند روز پیش مرکز آمار، تورم مهرماه را ۱۳،۴درصد اعلام کرده بود، بانک مرکزی تورم اولین ماه پاییز را ۱۵،۹درصد محاسبه کرده است. در واقع، تازه‌ترین گزارش بانک مرکزی از ادامه روند رشد تورم در هفت ماه ابتدایی امسال حکایت دارد و آخرین نرخ ثبت شده ۱۵،۹درصد در مهرماه امسال است.

بانک مرکزی از رشد تورم در تمامی شاخص‌ها خبر داده است؛ چنانچه تورم در ۱۲ ماه منتهی به مهرماه ۱۳۹۷ نسبت به ۱۲ ماه منتهی به مهرماه سال قبل ۱۵،۹درصد است و این رقم در قیاس با ۱۳،۵درصد شهریورماه ۲،۴درصد افزایش دارد. همچنین تورم ماهانه ۴،۶درصد و تورم نقطه به نقطه (تغییر شاخص نسبت به مهرماه سال قبل) ۳،۹درصد اعلام شده است.

در حالی گزارش بانک مرکزی نشان از رشد تورم در مهرماه دارد که بررسی روند آن از ابتدای امسال نشان‌دهنده مسیر رو به رشد آن بوده که عمدتاً به دلیل نوسان ارزی در ماه‌های اخیر اتفاق افتاده است. نرخ تورم از ابتدای امسال تاکنون حدود ۶،۷درصد افزایش یافته و از ۹،۲ به ۱۵،۹درصد رسیده است.

در بین گروه‌های کالایی و خدماتی نیز بالاترین سطح تورم به دخانیات با ۴۷،۸درصد و تفریح و امور فرهنگی با ۲۹،۴درصد اختصاص دارد. به عبارت دیگر، در گروه‌های اصلی شاخص تورم، بیشترین افزایش تورم نسبت به ماه مشابه سال قبل نصیب دخانیات با نرخ ۱۶۵،۳درصد بوده و این در حالی است که تورم این گروه در ماه قبل ۱۷،۵درصد بوده است. همچنین دخانیات در جدول شاخص تورم با رقم ۰،۳۷درصد، کمترین ضریب اهمیت گروه‌های دوازده گانه اصلی را دارد.

در عین حال، تفریح و امور فرهنگی هم تورم ۸۰درصد نسبت به ماه مشابه سال قبل داشته است. تورم نقطه به نقطه برای اثاث، لوازم و خدمات مورد استفاده در خانه نیز ۷۱،۸درصد و برای خوراکی‌ها و آشامیدنی‌ها ۵۵،۹درصد بوده است.

کمترین میزان تورم نقطه به نقطه در مهرماه برای گروه مسکن، آب، برق و گاز و سایر سوخت‌ها و رقم ۱۲،۸درصدی بوده است. در رتبه دوم کمترین تورم نسبت به ماه مشابه سال قبل تحصیل و بهداشت و درمان و تورم ۱۹،۱درصدی بوده است.

اما در روزهای اخیر مرکز آمار نیز به عنوان مرجع رسمی اعلام آمار تورم گزارشی منتشر کرد که به روال معمول نشان از اختلاف نرخ با بانک مرکزی داشته است؛ به گونه‌ای که تورم سالانه ۳۴،۴درصد، ماهانه ۷،۱درصد و نقطه به نقطه ۳۲،۸درصد اعلام شد. البته این بار نرخ تورم ماهانه اعلامی مرکز آمار حدود ۳،۳درصد بالاتر از نرخ بانک مرکزی اعلام شده، چراکه بانک مرکزی معتقد است به دلیل کاهش نوسان ارز نرخ تورم ماهانه برای این ماه کاهش داشته است.

روحانی در مراسم دفاع از چهار وزیر پیشنهادی‌اش در مجلس:

«ابر تورم» نداریم



تومان به رشد نقدینگی اضافه شده باید این مشکل در سایه اصلاح بانک‌ها حل شود.

روحانی تصریح کرد: باید بانک‌ها از بنگاهداری دست بردارند و بانک‌های خصوصی باید تحت انضباط دربیایند و بانک‌های دولتی نیز باید تحت انضباط دقیق بانک مرکزی باشند. در این راستا در هفته‌های اخیر اختیارات بانک‌ها اضافه شده است.

وی گفت: در جلسات سه قوه، در شورای عالی هماهنگی اقتصادی قوا هم از تحریم عبور می‌کنیم و گاهی از قانون نیز عبور می‌کنیم اما می‌خواهم به شما بگویم از قانون عبور نمی‌کنیم و اگر موردی لازم باشد این کار در زمان‌بندی موقت انجام می‌شود چرا که قانون باید توسط مجلس اجرا شود بنابراین ما قانون را اصلاح و تغییر نمی‌دهیم، ممکن است براساس ضرورت‌ها در کوتاه‌مدت اقداماتی انجام شود.

روحانی با اشاره به افزایش قدرت بانک مرکزی برای نظارت بر بانک‌ها و موسسات مالی و اعتباری ادامه داد: وزیر اقتصاد دارای تجربه و تحصیلات اقتصادی است و کاملاً باید بداند بار سنگینی را به دوش خواهد کشید و ان‌شاءالله با رأی اعتماد نمایندگان این بار سنگین را باید با دقت در این شرایط حساس بکشد. اگر وزیری بکشد، ۱۴ ساعت کار کند نمی‌تواند بار سنگین مسئولیت را به مقصد برساند.

دولت به وزرای پرکار نیاز دارد

وی ادامه داد: به طور حتم دولت به وزرای پرکار نیاز دارد، زیرا یک وزیر باید حداقل ۱۴ ساعت کار کند و نمی‌توانیم با ۸،۷ یا ۱۰ ساعت کار را پیش ببریم. از طرف دیگر نمایندگان موافق و مخالف باید انتظارات و نظرات خود را به وزرا اعلام و بیان کنند و توقعات خود را گفته و بگویند که شرایط اجتماعی کشور چگونه است تا ما با توان و قدرت مسیر را ادامه دهیم.

رئیس جمهور ادامه داد: یکی از وظایف وزارت امور اقتصادی و دارایی مدیریت بازار سرمایه است و قطعاً این بازار برای ما اهمیت بیشتری دارد و موفقیت این بازار در ماه‌های اخیر از موفقیت‌های اقتصادی ما است. در شرایطی که تورم از یک رقمی عبور کرده و در کنار رشد اقتصادی که کمی داشت به زمین می‌نشتست این بازار سرمایه بود که به حرکت درآمده و کمیوها را کمی جبران کرد.

وزرای پیشنهادی با مطالعه و مشورت انتخاب شده‌اند

وی گفت: دژپسند وزیر پیشنهادی امور اقتصادی و دارایی مدیریت یک وزارتخانه مهم و استراتژیک را برعهده می‌گیرد، از طرف دیگر من باید به عنوان امین مردم بگویم که هر یک از وزرای پیشنهاد شده با ده‌ها ساعت مطالعه، مشورت و فکر انتخاب شده‌اند، البته در این میان گاهی استخاره با ما همراه نبود و افراد اعلام می‌کردند که استخاره بد آمده است و استخاره خیلی با ما همراهی نکرد. از طرفی دیگر برخی از دوستان را دعوت کردیم اما دیدیم که صدای‌شان لرزان است و تردید دارند، از این رو به این نتیجه رسیدیم که صدای لرزان نمی‌تواند بار سنگین را برعهده بگیرد.

رئیس جمهور تصریح کرد: وزرای پیشنهاد شده هم از نظر تحصیلات، سابقه کاری و اراده در جایگاه خوبی قرار دارند و آنها آماده هستند که این وظیفه سنگین را بر دوش بگیرند، به طوری که این وظیفه انقدر سنگین است که اگر اتکا به خدا و اهل بیت نباشد، پشت را می‌شکند و در این میان نمایندگان باید یاری‌رسان باشند، زیرا وزرای پیشنهادی وزیر من، شما و ملت ایران هستند و همانطور که نمایندگان وظیفه دارند که از وزرا سوال کرده و عملکرد آنها را نقد کنند، اما تشویق، کمک، تایید، روحیه دادن نیز جزو وظیفه ما است. از این رو همه باید همدیگر را کمک بکنیم.

روحانی در پایان تاکید کرد: ما بیش از هر زمان دیگر به رای نمایندگان مجلس نیازمندیم تا کابینه با سرعت کامل شود و چهار وزیر پیشنهادی مسئولیت را بر دوش بگیرند و با تلاش از مشکلات مردم بکاهند.

تمام برنامه‌ها بر این بوده که مردم ایران در مشکل اقتصادی قرار بگیرند و در برابر آمریکا سر فرود آورند.

رئیس جمهور با بیان اینکه دولت و مجلس معتقدند مردم در رنج و فشار بوده و زندگی آنها به سختی می‌گذرد، گفت: مردم از ما می‌خواهند که مشکلات آنها را حل کنیم. این حق مردم است. ما موظفیم کشور را از مشکلات با وحدت، اتحاد و یکپارچگی عبور دهیم. نتیجه جلسه امروز حتما بارقه امیدی برای ملت خواهد بود. ملت امروز می‌بیند که دولت و مجلس در کنار هم بوده و مصمم هستند که مشکلات مردم را حل کنند.

ذخایر ارزی کشور در قیاس با ۵ سال گذشته بالاتر است

روحانی با اشاره به اینکه آنها که می‌گویند ابرتورم داریم یا دروغ می‌گویند یا اقتصاد ایران را نمی‌فهمند، خاطرنشان کرد: ما ابرتورم نداریم. ابرتورم از لحاظ اقتصادی و تحلیل سیاسی نادرست است. ما از یک تورم تک رقمی متأسفانه عبور کرده‌ایم اما حتماً می‌توانیم تورم را مهار کنیم. مهار تورم امکان‌پذیر است و روند صعود تورم ادامه نمی‌یابد. تورم ما افزایش یافته است، رشد اقتصادی و سرمایه‌گذاری هم کاهش یافته اما در عین حال در هیچ زمانی به اندازه امروز ذخایر کالاهای اساسی ما در سطح بالایی نبوده است. انبار ذخایر کالاهای ما کاملاً مطمئن است.

وی بیان کرد: با آنکه امروز مشکلات ارزی داریم اما میزان ذخایر ارزی ما از همه پنج سال گذشته بالاتر است. هم کل ذخایر بالاتر است و هم ذخایر اسکناس. ما مشکل لاینحلی نداریم و مشکلات موجود را می‌توانیم با کمک هم حل کنیم. چهار سال است که در گندم، خودکفا شده‌ایم که در دهه‌های گذشته این دستاورد بی‌نظیر بوده است. در حوزه گاز و گازوئیل نیز خودکفا هستیم و در بنزین هم در ماه‌های آینده خودکفا می‌شویم.

وزارت اقتصاد مسئول کنترل تورم و رشد اقتصادی است

به گفته روحانی، گمرک و نیروهای انتظامی و نظامی نقش مهمی در مبارزه با قاچاق دارند. وزارت اقتصاد همچنین مسئول کنترل تورم و رشد اقتصادی کشور است و در این رابطه همراه با بانک مرکزی و سازمان برنامه و بودجه باید تلاش کند تورم مهار شود و این کار شدنی است و فرصت خوبی در حال حاضر برای تحولات اساسی در اقتصاد کشور وجود دارد.

رئیس جمهور ادامه داد: معضل بزرگی در رابطه با بانک‌ها وجود دارد، از طرفی بار سنگین اقتصاد برعهده بانک‌ها بوده و سرمایه‌گذاری و انجام تعاملات بانکی و روابط پولی بنا دنیا بدون حضور بانک‌ها ممکن نیست، بنابراین بانک‌ها می‌توانند پس‌اندازها را تبدیل به رشد اقتصادی و سرمایه‌گذاری مناسب کنند و اگر به اصلاح بانک‌ها نپردازیم بانک‌ها می‌توانند قبل رشد نقدینگی به خاطر استقراض دولت از بانک مرکزی

مشکل رشد نقدینگی در کشور جدید نیست

روحانی گفت: مشکل رشد نقدینگی در کشور همواره وجود داشته از سال ۴۱ تا ۵۷ به طور متوسط رشد نقدینگی بالای ۲۵درصد بوده و بعد از انقلاب نیز حدود ۲۶درصد و در دولت قبل ۲۷درصد بوده و رشد نقدینگی در دولت یازدهم ۲۴،۴درصد بوده و در سال ۹۶ رشد نقدینگی ۲۲،۱درصد بوده است، بنابراین نباید فکر کرد رشد نقدینگی امروز و امسال از آسمان نازل شده است.

وی ادامه داد: رشد نقدینگی در سایه ضریب فزاینده یا رشد نقدینگی بر مبنای پایه پولی کاملاً متفاوت است، رشد نقدینگی در سال‌های اخیر بر مبنای پایه پولی نبوده و براساس ضریب فزاینده بوده و شاید گاهی تحرک بیش از حد بانک‌ها در ترانکش‌ها بوده است. معمولاً در سال‌های قبل رشد نقدینگی به خاطر استقراض دولت از بانک مرکزی بوده و امروز در سایه برداشت بانک‌ها از بانک مرکزی است، بنابراین دولت از انضباط مالی حراست کرده اما بانک‌ها ضمن توجه به حل مشکلات گاهی مشکل‌آفرین نیز بوده‌اند و اینکه روزانه هزار میلیارد

دریچہ

وزارت اقتصاد اعلام کرد

تدوین شاخص‌های ملی محیط کسب و کار
برای نخستین بار

وزارت اقتصاد از تدوین شاخص‌های ملی محیط کسب‌وکار کشور برای نخستین‌بار خبر داد. معاونت امور اقتصادی وزارت اقتصاد در گزارشی با اعلام خبر تدوین شاخص‌های ملی محیط کسب‌وکار برای نخستین‌بار در کشور اعلام کرد که پایش شاخص‌های مزبور از سال ۱۳۹۱، با همکاری پژوهشکده مطالعات توسعه سازمان جهاد دانشگاهی تهران صورت گرفته است.

در این گزارش آمده که با لحاظ چارچوب منظر بانک جهانی و در نظر گرفتن شرایط بومی اقتصاد کشور، به تدوین اولیه هفت شاخص ملی ثبت مالکیت، الزام آور بودن اجرای قراردادهای، تأمین مالی، سرمایه اجتماعی، اخذ مجوزهای ساخت، دسترسی به برق و گاز پرداخته شده است.

به گزارش شاداد، در راستای رعایت اصل بی طرفی، وزارت اقتصاد به عنوان کارفرما، پایش چهار شاخص «تبت مالکیت»، «الزام آور» «استواری اجرای قراردادهای»، «تامین مالی» و «سرمایه اجتماعی» در «سازمان هواپیمایی کشوری» را به پژوهشکده مطالعات توسعه سازمان جهاد دانشگاهی تهران به عنوان مجری، برده نظارتی کرده که نتایج هر یک از آن‌ها به‌طور مستقل منتشر شود.

بر این اساس، اهداف رتبه‌بندی استان‌ها عبارت از «تعالیم با بخش خصوصی و مستندسازی مشکلات این بخش»، «پایش و شناسایی دشواری و شیوه و ضمانت اجرای واقعی قوانین، مقررات و سیاست‌های در سطح استان»، «بررسی و مقایسه فرآیندهای انجام کسب‌کار در استان»، «جلب توجه سیاست‌گذاران ملی و استانی به موضوع محیط کسب‌کار»، «تشویق سیاست‌گذاران استانی برای بهبود محیط کسب‌کار» و «پیدا انگیزه لازم برای این کار». «معرفی محیط کسب‌کار استان‌ها به سایر کشورها به منظور جذب سرمایه‌گذاران خارجی»، «ارائه راهکارهای سیاسی جهت رفع موانع انجام کسب‌کار» است.

نتایج به‌دست آمده از پایش چهار شاخص نخست فوق‌الذکر در استان‌های کشور که در سایت معاونت امور اقتصادی نیز منتشر شده، در خصوص شاخص «ثب مالکیت» حاکی از آن است که استان‌های همدان، چهارمحال و بختیاری و مرکزی به ترتیب در رتبه‌های اول تا سوم قرار دارند.

بر این اساس، میانگین کل شاخص ثبت مالکیت در کشور، ۵۳.۵ است که ۱۲ استان از ۳۱ استان کشور امتیاز بالاتر از میانگین را کسب کرده‌اند.

همچنین استان‌های سمنان، اصفهان و خراسان رضوی به ترتیب در رتبه‌های اول تا سوم شاخص «لزام‌آور بودن اجرای قرارداده‌ها» قرار دارند و میانگین کل این شاخص در کشور نیز معادل ۵۷.۹ است که بیانگر این است که ۱۴ استان کشور، امتیاز بالاتر از میانگین کسب کرده‌اند.

به خوردن تناسب عرضه و تقاضا و آغاز یک بیماری اقتصادی که
 سیاست آن در گراشی کالا، اختکار و امتناع از افزایش میزان
 آمارهای بازار حکایت می‌کند، این موضوع یکی از مضرت‌ها و فراگیری
 نظارتی تلقی می‌شود که در طی چند سال گذشته مورد
 بررسی قرار گرفته و دلایل عدم وجود آنها بر ضرورت‌های وجودی
 چرچیده است لذا این ساختارها نیز امکان مناسی برای بازاری
 همبسته خود متناسب با نیاز و ورود به عرضه بازار را پیدا نکرده‌اند.
 این اوصاف ضرورت وجود استانی مناسب در پیش‌بینی و تدبیر
 نه‌های بازار و تدوین نقشه‌راه مناسب برای فعالیت موثر نهاد کتاب
 دربارت بر بازار از مباحثی است که لازم است توسط این وزارتخانه
 و آ‌اندیشیده شود. وجود نگاه سنتی و غیرمولد در وزارتخانه‌ای
 ضرورت وجودی آن فعالیت‌های مولد است و استیلاهایی است که
 سازمان را آن تهدید می‌کند.

استفاده از نیروهای جوان و نخبه در بدنه ساختارهای سازمانی و وزارتخانه و سازمان‌های تابعه از راهکارهایی است که می‌تواند این سبابت را برای تغییر در این وزارتخانه مهم و حساس فراهم آورد که بر شرط لازم برای حرکت و چابکی این وزارتخانه است بنابراین این ورود نخبه‌ها به حوزه‌های مختلف وزارت صمت و استفاده موثر از نظرات نگاه‌های نیروهای جوان و نخبه برای اتخاذ تصمیمات بایسته در رفع مشکلات درون و برون‌سازمانی از الزامات تلقی می‌شود. ماضی، کمتر مدد ۱۳ دهه گذشته وزیر سلف و چهار سال گذشته موضوع، کمتر مد نظر واقع شده است.

استفاده موثر از حلقه مشاوران فارغ از گرایش‌های زبانی، سیاسی، و... و تعیین شرح وظایف و اختیارات مناسب برای آنها می‌تواند تسلط مناسب‌تر بر حوزه‌های کارشناسی برای عالی‌ترین شخص وزارتخانه بسیار موثر باشد. بی‌شک استفاده‌های ابزاری از مشاوران مولد، علاوه بر اتلاف منابع موجب تضعیف بیش‌تر کارشناسی خواهد

وجه عمیق و دقیق در انتخاب مدیران استانی برای سازمان‌های تابعه مرت دارد، چرا که پیشانی موفقیت یا شکست احتمالی سیاست‌های سازمان‌ها، به هرستان‌ها توسط این سازمان‌ها تیلور خواهد یافت. لذا دسته‌های شهری، سیاسی و ... در انتخاب این مدیران پرهیز کنید. احصای مشکلات موجود در حوزه‌های مختلف پیشنهاد می‌شود تا رونوی‌های آسیب‌شناسی حوزه‌های مختلف با مشارکت کارشناسان مناسب‌ان برای آن حوزه‌ها تشکیل تا مشکلات و نارسایی‌های آنها به مناسب‌ان مورد بررسی قرار گیرد.

یکی از مهم‌ترین مشکلات موجود در این وزارتخانه حجم و تنوع بسیار زیاد برنامه‌های پیش‌بینی شده برای وزیر است که این حجم وسوسه عملاً توان و زمان زیادی از وی را مستهلک خواهد کرد لذا بهاد می‌شود در بسیاری از امور با تفویض وظایف به افراد مرتبط و بیشتر برپایه این احکام امور کلان مدیریتی اختصاص یابد. یک ضرورت وزیر در وزارتخانه حلقه ارتباطی وی با افراد و اشخاص خاص محدودی خواهد بود که این افراد عملاً شما را از استماع نظرات و نگاه‌های مختلف، متفاوت و متضاد تا حدودی باز خواهند داشت پیشنهاد می‌شود که وزیر بهتر است تا در حلقه‌های روزمرگی‌های افراز نگیرد تا قادی سبب حسرت و تحول در ساختارها را پیدا کند. امروزه آموزش و تعلیمات سازمانی و کارشناسی به‌عنوان یکی از خلاهای این صنف و ستاد وزارتخانه باید به صورت جدی مدنظر قرار گیرد و این شود با تدوین یک چشم‌انداز میان‌مدت نسبت به تربیت مدیران و کارشناس برای تصدی امور آتی برنامه‌ریزی شود، چرا که یکی از خلاهای موجود عدم تربیت مدیران توانمند و صاحب فکر است باعث شده تا نیروهای بازنشسته کمک‌اگر در مسند امور اجرایی نگاه سستی و غیرمولد فعالیت کنند. البته استفاده از تجارب و نگاه‌های پیشگامان و بزرگان صنف یا صنعت باید به عنوان یک نکته جدی در اتخاذ تصمیم موهامه مدنظر قرار گیرد. در مجموع می‌توان گفت که وزارت صمت در حال حاضر و با توجه به اقتضات

غلامعلی رموی
کارشناس اقتصادی

سرانجام پس از کش و قوس‌های فراوان و تایید و تکذیب‌های متعدد آقای شریعتمداری با استعفا از وزارت صنعت، معدن و تجارت از مسکنداری این وزارتخانه مهم دولت کناره‌گیری کرد. نگاهی به کارنامه قریب به ۱۳ ماهه فعالیت ایشان در وزارت صنعت نشان داد که علی‌رغم همه‌خوش‌بینی‌های قبلی مبنی بر حضور قدرتمند و باصلت و ساختار سه‌گانه وزارت صنعت، معدن و تجارت، وی نتوانست توقعات درون و برون‌سازمانی را تا حدودی محقق کند؛ اگرچه ایشان مدعی هستند که وارث وزارتخانه‌ای شده‌اند که در آن اشکالات فراوانی وجود داشته و در این مدت تلاش کرده‌اند تا با تدابیری بر این مشکلات عدیده فائز آیند، ولی در مجموع عملکرد ایشان در این مدت با انتقادات از سوی مردم و نمایندگان آنها و برخی کارشناسان همراه بوده است. یقیناً علیرغم در وزارتخانه‌ای که با مشکلاتی از ادغام قرار دارد و هنوز ساختارهای آن نتوانسته است با توقعات موجود باطراحی و فعال شدن بسیار دشوار خواهد بود. از سوی دیگر تجمع امکانات عملاً به تجمع وظایف و اختیارات و حذف کامل وظایف غیرضرور در این وزارتخانه منبج‌نجامیده و هنوز ساختارهایی با شرح وظایف و اختیارات نامتناسب در این وزارتخانه دیده می‌شود. شرایط و اوضاع بازار به‌عنوان نبض اقتصاد کشور در این وزارتخانه راهبری می‌شود ولی عملاً بخش‌هایی از آن در گنجای دیگری سیاست‌گذاری می‌شود که همین موضوع منبج مشکلاتی را برای متولیان امر ایجاد می‌کند. ساختار سنتی وزارت مذکور با توجه به نیازها و فناوری‌های نوین خود را همراستا نکرده است و در بسیاری از امور فعالیت‌ها هنوز به‌صورت سنتی انجام می‌شود در حالی که این وزارتخانه باید به‌عنوان متولی اصلی صنعت و تجارت کشور پیشرو در علوم و فناوری‌های نوین و ساختارهای نرم‌افزاری و سخت‌افزاری مناسب باشد. هنوز تا رسیدن به استانداردهای مطلوب فاصله زیادی مشاهده می‌شود.

وزیری که هم‌اکنون ردای وزارت را پوشیده‌اید به این نکته توجه کند که در این وزارتخانه نهادهای سازمان‌هایی قرار دارند که از نظر تأثیرگذاری و حجم فعالیت‌ها از یک وزارتخانه معمولی بزرگ‌ترند؛ سازمان‌هایی که صنعت خودروسازی کشور به‌عنوان یکی از زیرساخت‌های آن سازمان‌ها تلقی می‌شوند. صنعت خودرویی که به تنهایی حجم عظیمی از گران‌های و ترازهای‌های اجتماعی را به خود اختصاص داده است. سامانه ثبت سفارش خودرو و مصائب مبتلا به آن ساختار نیز از زیرمجموعه‌های این وزارتخانه است و یا اینکه سازمان‌های نظارتی و کنترلی مانند سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان نیز که متولی کنترل و نظارت بر بازار و قیمت‌گذاری آنها است از ساختارهای زیرمجموعه این وزارتخانه محسوب می‌شود. هر یک از این مجموعه‌ها و ده‌ها مجموعه خرد و کلان دیگر از ساختارهایی است که هر کدام از آنها در صورتی که بتوانند به‌خوبی از عهده ایفای نقش خود برآیند می‌توانند در افزایش میزان رضایت‌مندی مردم و فعالان اقتصادی نقش داشته باشند. البته از نهادهای و سازمان‌های وابسته به وزارت صمت نیز سازمان‌های صنفی و اتاق بازرگانی (به‌عنوان پارلمان بخش خصوصی) را می‌توان نام برد که در تنظیم درآمدی و صادراتی و مدیریت بازاری دارند نقش بسیار مهمی را ایفا کنند. گاهی به شرایط و در طی شش ماه اول نشان می‌دهد که بخش اقتصادی کشور (بازار) از شرایط مناسبی برخوردار نیست و مولفه مرتبط با این مقوله چه از منظر حجم کالاهای وارداتی و صادراتی و چه از منظر حجم ارزش ریالی صادرات کالاها از تناسب مناسبی برخوردار نیست کاهش ارزش پول ملی طی این مدت با افزایش حجم صادرات انجمایده ولی عملاً این حجم به افزایش ارزش مالی درآمدهای صادراتی انجامیده است. به‌عنوان یک نمونه کوچک می‌توان گفت که در همین مدت حجم تقاضا برای کالا در بازار با حجم کالاهای موجود نیز تناسب نداشته و از کاهش میزان عرضه کالا حکایت دارد و این موضوع یعنی



دریچه

هشدار درباره عضویت در شبکه‌های هرمی استخراج ارزهای رمزپایه

بیت کوین هم هرمی شد

در حالی‌که استفاده از ارزهای دیجیتالی هنوز در ایران رواج نیافته و مقررات آن هم وضعیت روشنی ندارد، اما مسئولان توصیه کرده‌اند که افراد فعلا از ورود به این حوزه خودداری کنند، اما مشاهدات و گزارش‌های میدانی حاکی از افزایش چشمگیر پیام‌های فریبنده‌ای است که در فضای مجازی برای ترغیب کاربران به نصب یا اجرای برنامه‌هایی با قابلیت استخراج رمزهای ارزپایه (عموما بیت کوین) منتشر می‌شوند. این درحالی است که با وجود پیام‌های منتشر شده و ترغیب کاربران به اجرای برنامه‌هایی با قابلیت استخراج بیت‌کوین، این ابزارها علاوه بر احتمال آسیب زدن به سخت‌افزار رایانه‌ها می‌توانند سرمنشأ مخاطرات جدی امنیتی باشند. به گزارش ایسنا، این مجموعه‌ها نوعا از ساختار بازاریابی هرمی نیز استفاده می‌کنند تا از ارتباطات افراد برای افزایش گستره نفوذ خود بهره ببرند. این در حالی است که ادعاها و وعده‌های مطرح‌شده در اغلب موارد کذب بوده و این ابزارها علاوه بر احتمال آسیب زدن به سخت‌افزار رایانه‌ها، می‌توانند سرمنشأ مخاطرات جدی امنیتی باشند. به این ترتیب به کاربران و مدیران به طور جدی توصیه می‌شود که از عضویت در این شبکه‌ها پرهیز و ممانعت کنند.

بانک مرکزی اردیبهشت‌ماه اطلاعیه‌ای درباره ارزهای مجازی منتشر کرد با این مضمون که «به‌کارگیری ابزار بیت‌کوین (Bit Coin) و سایر ارزهای مجازی در تمام مراکز پولی و مالی کشور ممنوع است». البته محمدجواد آذری‌جهری – وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات – آن زمان در این خصوص اظهار کرد: مصوبه بانک مرکزی به عنوان سیاستگذار اصلی پولی و مالی کشور در مورد ارزهای رمزنگاری‌شده مثل بیت کوین که به بانک‌ها و صرافی‌ها اعلام کرده که استفاده از آن‌ها ممنوع است، بدین منظور نیست که به‌کارگیری ارز دیجیتال در توسعه داخلی ممنوعیت یا محدودیت دارد.

طبق آخرین اظهارنظرها درباره ارزهای دیجیتالی نیز جهرمی بیان کرد: اگر ارزهای دیجیتال خارجی در ایران فعالیت کنند و بتوانیم در برخی معاملات خرد از آن‌ها استفاده کنیم، مفید خواهد بود. با این حال

سیاست بانک مر کزی این است که فعلا بیت‌کوین، اتریوم و سایر ارزها را به رسمیت نمی‌شناسد و در نتیجه قوه قضاییه سایت‌های ارائه‌دهنده این ارزها را فیلتر می‌کند.

استخراج بیت کوین با رایانه معمولی اقتصادی نیست

اما بررسی‌های انجام‌شده توسط مطالعات مرکز ماهر (مدیریت امداد و هماهنگی رخدادهای رایانه‌ای) نشان می‌دهند که برخلاف ادعاهای مطرح‌شده، از منظر اقتصادی و با توجه به انرژی الکتریکی صرف‌شده، استخراج بیت‌کوین با استفاده از رایانه‌های معمولی، حتی در صورتی که گرداننده شبکه هرمی و افراد بالادست چیزی از عایدات طلب نکنند، اقتصادی نخواهد بود. به همین دلیل در سطح جهان، انجام این امور به صورت قانونی (و نه با سرقت منابع دیگران) با تکیه بر سخت‌افزارهای خاص و با اتکا به پردازنده‌های گرافیکی پیشرفته انجام می‌گیرد.

ذکر این نکته حائز اهمیت است که با بیشتر شدن بار محاسباتی پردازنده‌ها برای استخراج ارزهای رمزپایه در رایانه‌های معمولی و افزایش مصرف توان، دمای سیستم افزایش خواهد یافت و این خود سبب کاهش دوام دستگاه و احینا آسیب به آن می‌شود، بنابراین حتی برای آزمایش نیز تصمیم به ورود به این شبکه‌های هرمی منطقی نیست

همچنین اگرچه به دلیل تعدد این ابزارها فرصت تحلیل رفتاری همه آنها موجود نبوده، اما نکته نگران‌کننده اصلی در این خصوص این است که با تکیه بر هر یک از روش‌های معمول برای انجام این امور به صورت هرمی (اجرای برنامه‌های اجرایی ارائه‌شده یا نصب افزونه‌های معرفی‌شده در مرورگرهای وب) کاربر و شبکه میزبان او در معرض دسترسی فراهم‌آورنده این ابزارها یا سایر مهاجمین قرار می‌گیرند و این خود می‌تواند سرآغاز حملات جدی‌تر باشد.

در خصوص کاربرانی که مالک رایانه یا بستر شبکه متصل به آن نیستند، عضویت در این شبکه‌های هرمی می‌تواند توام با جراثمی همچون سوءاستفاده از منابع عمومی یا خیانت در امانت نیز باشد. به این ترتیب به کاربران و مدیران، مجددا توصیه اکید می‌شود که از ورود به این شبکه‌ها و نصب ابزارهای مرتبط با آنها پرهیز و ممانعت جدی به عمل آورند.

برای تعهد پرداخت در عرضه نفت در بورس

۸ بانکی که ضمانت‌نامه آنها مورد قبول شرکت نفت است

وزارت نفت با صدور اطلاعیه‌ای بانک‌های مورد قبول شرکت ملی نفت ایران برای صدور ضمانت‌نامه بانکی – ریالی تعهد پرداخت در عرضه نفت خام سبک از سوی بورس انرژی ایران را منتشر کرد. این بانک‌ها شامل پاسارگاد، تجارت، توسعه صادرات، سپه، صادرات، ملت، ملی و پارسیان است.

به گزارش وزارت نفت، در این اطلاعیه آمده است: پیرو انتشار اطلاعیه عرضه نفت خام سبک شرکت ملی نفت ایران در رینگ بین‌الملل بورس انرژی ایران در تاریخ ۲۳ مهرماه ۹۷، بانک‌های مورد قبول شرکت ملی نفت ایران برای صدور ضمانت‌نامه بانکی ریالی تعهد پرداخت، علاوه بر بانک‌های اعلام‌شده در اطلاعیه عرضه شامل پاسارگاد، تجارت، توسعه صادرات، سپه، صادرات، ملت و ملی، شامل بانک پارسیان نیز خواهد بود.»

براساس این گزارش، در راستای تحقق بند ۱۳ سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی ابلاغی از سوی مقام معظم رهبری، مبنی بر ایجاد تنوع در روش‌های فروش نفت و مشارکت بخش خصوصی و همچنین اجرای بند (ح) ماده ۴ قانون پنج ساله برنامه ششم توسعه کشور، شرکت ملی نفت ایران در نظر دارد به عرضه یک میلیون بشکه نفت خام در رینگ بین‌الملل بورس انرژی ایران اقدام کند و طبق برنامه، یکشنبه ۶ آبان‌ماه بورس انرژی میزبان عرضه نفت خام خواهد بود.

متقاضیان خرید برای شرکت در معامله، باید ۱۰درصد ارزش سفارش را به صورت نقدی تا حداکثر دو ساعت مانده به زمان عرضه، به حساب اعلامی شرکت سپرده‌گذاری مرکزی اوراق بهادار و اربز کنند که در صورت انجام معامله، این رقم به عنوان بخشی از ۲۰درصد ریالی محسوب خواهد شد.

رئیس کل بانک مرکزی از بازگشایی کانال ارزی با اروپا خبر داد

پیمان پولی دوجانبه میان ایران و اروپا



سال گذشته اشاره کرد.

به گزارش ایرنا، هرچند جزئیات کار با این کانال مالی منتشر نشده، اما به نظر می‌رسد بستری باشد که ایران بتواند با استفاده از آن، کالا به‌ویژه نفت و فرآورده‌های نفتی به حوزه اروپا صادر و در قبال آن کالاها و خدمات مورد نیاز خود را از هر یک از کشورهای اروپایی دریافت کند و تهاوت دریافت و پرداخت‌های انجام‌شده بین بانک‌های مرکزی اروپایی انجام شود.

ارز مورد استفاده در این مبادلات بر پایه یورو خواهد بود تا مشمول تحریم دلاری آمریکا نشود؛ ایران سال‌هاست که تحت تحریم دلار قرار دارد و از این رو نمی‌تواند با آن مبادلات مالی داشته باشد؛ حتی در زمان فروش نفت با اینکه نرخ آن به دلار اندازه‌گیری می‌شود، درآمدهای حاصل از آن به ارزهای دیگر از جمله یورو در حساب‌های بانک مرکزی ذخیره می‌شود.

در همین زمینه، آلبرت بغزیان استاد اقتصاد دانشگاه تهران معتقد است: هرچند قدرت یورو در مبادلات جهانی به میزان دلار نیست و هنوز ۸۰درصد معاملات جهانی با دلار انجام می‌شود اما یورو این توان را دارد که مبادلات چند صد میلیارد یورویی را با ایران پوششش دهد و مشکلی از این بابت نیست. اگر اروپا بخواهد و از آمریکا ترس نداشته باشد، به راحتی می‌تواند این کانال ارتباط مالی یورویی را با ایران برقرار کند؛ چون حساب‌ها بر پایه یورو نگهداری می‌شود، به راحتی می‌توان درآمد حاصل از صادرات ایران را با واردات کالاها و خدمات از حوزه اروپا تهاتر کرد.

او، اعتماد را پایه اصلی برقراری این رابطه عنوان کرد و گفت: چنین نباشد که اروپا با تلنگری از مراودات مالی با ایران کنار بکشد.

کانال مالی و ضرورت عضویت ایران در FATF

همچنین عباس هشی، اقتصاددان نیز در این‌باره گفت: این کانال یورویی اختراع جدیدی نیست و عملکرد آن همچون اتاق‌های تسویه پایاپای در زمان جنگ تعمیلی خواهد بود.

به گفته وی، پس از قطع روابط دیپلماتیک آمریکا با ایران و اعمال تحریم‌های اقتصادی علیه کشورمان، مشابه چنین روابط مالی با دیگر کشورها ایجاد شد؛ در زمان جنگ، ایران کالا‌های خود که بخش عمده آن نفت بود را به کشورهای دیگر می‌فروخت و پول آن را در حساب اتاق‌های تسویه ویزه‌ای که راهاندازی شده بود، نزد این کشورها نگهداری می‌کرد و زمانی که می‌خواست کالایی بخر، واردکننده مجوز

بانک‌های خصوصی به بانک مرکزی نامه نوشتند

مجادله نرخ سود

معنای مجوز بانک مرکزی برای تمدید یکساله این حساب‌ها که اغلب با نرخ سودهای بالای ۲۰درصد افتتاح شده بودند، تلقی کردند؛ از این رو بانک مرکزی در اطلاعیه دیگری که هفتم شهریور منتشر شد، اعلام کرد: تمدید یک‌ماهه قرارداده‌ها، منحصر به سپرده‌های سرمایه‌گذاری ۲ تا ۱۱ شهریور ۹۶ است و بانک‌ها مجاز نیستند حساب‌های سپرده سرمایه‌گذاری مدت‌دار جدید خارج از نرخ سود علی‌الحساب شورای پول و اعتبار (۱۵درصد یکساله ۱۰درصد کوتاه‌مدت) افتتاح کنند.

هفته گذشته پرویزیان، رئیس کانون بانک‌های خصوصی و موسسه‌های اعتباری اعلام کرد که اغلب بانک‌ها بر مبنای این مجوز بانک مرکزی، حساب‌های سپرده را به صورت بلندمدت یکساله تمدید کرده‌اند. در این زمینه دبیر کل کانون بانک‌های خصوصی و موسسه‌های اعتباری به ایرنا توضیح داد: در اطلاعیه بانک مرکزی به بانک‌ها اجازه

فرصت امروز: وعده اروپایی‌ها برای گشایش کانال ارزی با ایران در مراحل پایانی قرار دارد و آنگونه که رئیس کل بانک مرکزی خبر داده، قرار است کانال مالی جدیدی برای صادرکنندگان اروپایی و ایرانی باز شود که کارکرد این‌ کانال، نوعی پیمان پولی دوجانبه میان ایران و اروپاست.

عبدالنصر همتی طی پستی در اینستاگرام خود از بررسی جزئیات ایجاد کانال مالی اروپا با ایران در بروکسل خبر داد و گفت: پیمان دوجانبه پولی میان دو طرف ایجاد شده و صادرکنندگان می‌توانند ارز حاصل از صادرات خود را دریافت کنند.

به گفته رئیس کل بانک مرکزی، جزئیات کانال مالی اروپا برای انجام تجارت میان ایران و اتحادیه اروپا در نشست هفته گذشته در بروکسل مورد بررسی و تبادل نظر قرار گرفت. ایجاد کانال مالی بر این درک مشترک مبتنی است که شرکت‌ها و فعالان اقتصادی ایرانی و اروپایی علی‌رغم خروج یکجانبه ایالات متحده آمریکا از برجام تمایل به برقراری و تداوم روابط تجاری با یکدیگر دارند. در این راستا به منظور رفع مشکلات مربوط به انجام پرداخت‌های مالی، ایجاد کانال مالی اروپا در دستور کار طرفین قرار گرفته است. کانال مزبور این امکان را برای صادرکنندگان اروپایی و ایرانی فراهم خواهد کرد که ارز حاصل از صادرات خود را دریافت کنند.

همتی در پایان، کارکرد این کانال مالی را نوعی پیمان پولی دوجانبه میان ایران و اتحادیه اروپا خواند و ابراز امیدواری کرد تا به زودی جزئیات و نحوه استفاده از این کانال مالی نهایی و اعلام شود.

پیشتر نیز محمدجواد ظریف وزیر امور خارجه اوایل مهرماه گفته بود که دست‌کم تاکنون هفت بانک مرکزی اروپایی توافق کرده‌اند که راهکار ویژه مالی برای ارتباط با ایران ایجاد و در آینده نیز این راهکار را به موسسه‌ای تبدیل کنند.

کانال ارزی ایران و اروپا چگونه کار می‌کند؟

پیمان پولی دوجانبه یعنی استفاده همزمان از دو پول ملی کشورهای مبدأ و مقصد در تجارت و تامین مالی بین دو کشور، به گونه‌ای که نیازی به ارزهای ثالث نباشد. برای اجرایی شدن این پیمان‌ها نیاز است بانک‌های مرکزی کشورهای مبدأ و مقصد در تجارت، وارد مذاکره با یکدیگر شوند و پیمان پولی دوجانبه امضا کنند. ایران تاکنون ۱۰تفاهم‌نامه و پیمان پولی با کشورهای مختلف به امضا رسانده که

می‌توان به انعقاد این پیمان‌ها با چین در پیش از انقلاب و ترکیه در

دبیر کل کانون بانک‌های خصوصی و موسسه‌های اعتباری از ارسال نامه‌ای به بانک مرکزی خبر داد که براساس آن خواسته شده تا نرخ سود حساب‌هایی که شهرومراه یک ماهه تمدید شده‌اند، تعیین تکلیف شود. به گفته محمدرضا جمشیدی، این نامه دوم آبان‌ماه با امضای کوروش پرویزیان رئیس کانون بانک‌های خصوصی به رئیس کل بانک مرکزی ارسال شده است.

به گزارش ایرنا، ۳۰ مردادماه امسال بانک مرکزی با هدف ایجاد ثبات در بازارها و فراهم کردن زمینه برای اجرای بسته سیاست‌های ارزی به بانک‌ها و موسسه‌های اعتباری اجازه داد «فقط به درخواست مشتری قراردادهای سپرده‌گذاری که از دوم شهریور ۱۳۹۶ تا ۱۱ شهریور ۱۳۹۶ منعقد کرده‌اند را به مدت یک ماه با شرایط منعقدشده در قرارداد تمدید کنند.» با این حال برخی بانک‌ها این اطلاعیه را به

آن را از دستگاه‌های دولتی مرتبط دریافت و پس از طی مراحل قانونی ثبت سفارش و اخذ پیش‌فاکتور، مجوز تخصیص ارز را از بانک مرکزی دریافت می‌کرد.

این اقتصاددان ادامه داد: در مرحله بعد، پس از تایید وزارت بازرگانی وقت، باید در بانک‌های آن زمان که همگی دولتی بودند، گشایش اعتبار اسنادی انجام و فروشنده کالا به بانک کارگزار معرفی می‌شد؛ بانک کارگزار به جای اینکه از ایران پول دریافت کند، از حساب‌های ویژه‌ای که ایجاد شده بود، پرداخت را انجام می‌داد و کالا به کشور وارد می‌شد. این بار نیز قرار است کانال مشابهی ایجاد شود که شاید همان کالا در برابر نفت باشد اما گسترده‌تر از زمان جنگ و برای واردات کالا فقط به مواد غذایی و اقلام دارویی بسنده نمی‌شود و هر کالا و خدمتی که ایران نیاز دارد، می‌تواند در قالب این کانال ارتباطی به کشور وارد شود.

وی در بیان ویژگی‌های این کار برای اقتصاد ایران گفت: یکی از خوبی‌های این کار، متنوع شدن سید واردات کشور و ورود کالاهای باکیفیت‌تر است؛ همه می‌دانند که چین به عنوان بزرگ‌ترین شریک تجاری ایران کالا‌های خود را در سه سطح به جهان صادر می‌کند؛ حال اگر اجناس باکیفیت از دیگر کشورها به ایران بیایند، دیگر نمی‌تواند اجناس بنجل و درجه سه خود را به ایران بفرستد.

هشی یادآور شد: یکی از مشکلات دوره قبلی تحریم‌ها این بود که مجبور بودیم منابع نفتی خود را فقط از چند کشور خرید و کالاهای بی‌کیفیت وارد کشور کنیم. باز بودن کانال ارتباط مالی با اروپا برای آینده اقتصاد ایران یک نعمت و برای مردم یک نوید است که منابع کشور به هدر نمی‌رود. از آنجا که قرار است مبنای معاملات در این کانال مالی براساس یورو باشد، از تحریم‌های دلار آمریکا نیز در امان است.

این اقتصاددان در پایان، به ضرورت عضویت ایران در گروه ویژه اقدام مالی برای مبارزه با پولشویی و تامین مالی تروریسم (FATF) اشاره کرد و گفت: تصور نشود که با ایجاد کانال مالی با اروپا، از عضویت در اف ای تی اف بی‌نیاز می‌شویم بلکه ضرورت عضویت در آن دوچندان می‌شود زیرا بانک‌ها باید به اصول و مقررات «اف ای تی اف» احترام بگذارند و رعایت کنند. اگر می‌خواهیم با دنیا رابطه مالی داشته باشیم و حتی کانال ارتباطی با اروپا باز باشد باید مقررات ضد پولشویی و تامین مالی تروریسم را نیز بپذیریم.

داده شده بود که به مدت یک ماه حساب‌ها را تمدید کنند؛ اکنون یک ماه دیگر از این مهلت گذشته و هیچ اطلاعیه‌ای برای تعیین تکلیف حساب‌ها صادر نشده است.

وی افزود: بانک‌ها اکنون براساس قرارداد منعقد به مشتریان، بر مبنای نرخ‌های پیشین سود به حساب مشتریان واریز می‌کنند در حالی که مشخص نیست برنامه بانک مرکزی در خصوص نرخ سود چیست. به گفته جمشیدی، نهاد تصمیم‌گیر درباره نرخ سود در نظام بانکی «شورای پول و اعتبار» است که هنوز در این زمینه ورود نکرده است. وی یادآور شد: نظرات مختلفی درباره تعیین نرخ سود در نظام بانکی وجود دارد؛ مخالفان افزایش نرخ سود اغلب نمایندگان مجلس هستند و در مقابل برخی کارشناسان نیز می‌گویند که برای کاستن از التهاب در بازار سکه و ارز، افزایش نرخ سود اجتناب‌ناپذیر است.

اخبار

صادرات چرم ایرانی به کشورهای ترکیه و ایتالیا

قیمت چرم ۴۰ درصد افزایش یافت

رئیس اتحادیه فروشنندگان چرم با اشاره به صادرات چرم به کشورهای ترکیه و ایتالیا، از افزایش ۳۰ تا ۴۰ درصدی قیمت چرم خبر داد. سعید حیاتی، رئیس اتحادیه فروشنندگان چرم در گفت و گو با باشگاه خبرنگاران جوان، درباره افزایش قیمت چرم در کشور اظهار کرد: در شش ماهه ابتدای امسال، قیمت چرم افزایش ۳۰ تا ۴۰ درصدی داشته است. وی با اشاره به اینکه صنعت چرم به مخاطره افتاده است، تصریح کرد: امسال صنعت چرم به شدت افزایش قیمت داشته و این امر نه به دلیل مصرف و نه به دلیل احتکار صورت گرفته است. تولید هم اکنون به علت رکود موجود در این صنف افت کرده است. حیاتی، با اشاره به اینکه قیمت چرم از ۱۶ هزار به ۲۵ تومان رسیده است، یادآور شد: در حال حاضر کمبود چرم در بازار احساس می‌شود و این صنعت وضعیت مناسبی ندارد. به گفته رئیس اتحادیه فروشنندگان چرم، صادرات چرم ایرانی به کشورهای ترکیه و ایتالیا صورت می‌پذیرد. حیاتی، با اشاره به اینکه در شرایط کنونی، بسیاری از نگاهاهای رودبازه نیازمند به مواد اولیه هستند افزود: این مواد در گمرک موجود است و باید به سرعت در اختیار تولیدکنندگان قرار گیرد.

۷ درصد سموم مصرفی کم‌خطر است

رئیس انجمن واردکنندگان کود و سم میزان سموم کم‌خطر کشور را ۷ درصد اعلام کرد و گفت مصرف سموم پرخطر در کشور بالاست. مهدی حسینی، رئیس انجمن واردکنندگان کود و سم در گفت و گو با باشگاه خبرنگاران جوان، با اشاره به اینکه واردات کود با مشکلات متعددی روبه‌روست، اظهار کرد: با وجود آنکه بذر، آفت‌کش و سموم جز اولویت یک واردات هستند، اما هنوز این موضوع برای کود مشخص نیست. وی با اشاره به اینکه مشکل واردکنندگان برای کود بر سر ارز نیماست، افزود: طی روزهای اخیر، واردکنندگان طرف مدت سه ساعت برای واردات هر کیلو کود آهن ۱۰ هزار تومان مابه‌التفاوت پرداخت کردند که انتظار می‌رود ارز نیما به واردات آن اختصاص یابد. حسینی انتقاد از این مسئله که میزان سموم کم‌خطر در کشور تنها به ۷ درصد می‌رسد، بیان کرد: در نشست اخیر در اتاق بازرگانی به وزیر جهاد کشاورزی گفته شد که چرا اجازه جایگزینی سموم دارای کارات کم و باقیمانده در حد صفر را نمی‌دهند؟ و همچنان مصرف سموم پرخطر در کشور بالاست. به گفته وی بارها اعلام کرده‌ام که در رابطه با کود، سموم، بذر و آفت‌کش‌ها که قوت اصلی مردم در ارتباط با آن‌هاست باید از بهترین نوع تهیه شود تا بتواند با سرطان‌ها مبارزه کند نه اینکه خود منجر به ایجاد سرطان در بین آحاد جامعه شود. رئیس انجمن واردکنندگان سم و کود در پایان با اشاره به ضرورت استقبال بانک‌ها مبنی بر تسهیل شرایط بازگشت دیون کشاورزان تصریح کرد: از وزیر جهاد کشاورزی تقاضا کردیم که به بانک‌ها اعلام کند تا شرایط برای بازگرداندن دیون معوق کشاورزان تسهیل شود چرا که هم‌اکنون برخی بانک‌ها تا ۳۱ درصد سود و جریمه از افراد تأمین‌کننده نهاده و کشاورزانی که به دلیل خشکسالی و ... نتوانستند بازگشت پول داشته باشند، دریافت می‌کند در حالی که هیچ جای دنیا بانک‌ها چنین رفتاری با کشاورزان ندارند.

ترانزیت ایران وابسته است

رئیس اتاق بازرگانی ایران گفت امروزه حیات ترانزیت حمل و نقل ریلی به این وابسته است اگر روزی کشورهای آسیای میانه بخواهند مثلاً پنبه را از طریق دیگری صادر کنند به‌طور کامل ترانزیت ایران قطع می‌شود. به گزارش تسنیم، غلامحسین شافعی دیروز در نشست اعضای اتاق با وزیر پیشنهادی راه و شهرسازی اظهار کرد: حمل و نقل از بخش‌های مهم اقتصادی به شمار می‌رود، این در حالی است که در کشور ما ناوگان ریلی بسیار فرسوده است که باید نوسازی شود. وی بیان اینکه ایران در حوزه ترانزیت ظرفیت بسیار بالای دارد، اما در این باره بسیار کم‌کار شده است گفت: امروزه حیات ترانزیت حمل و نقل ریلی به این وابسته است اگر روزی کشورهای آسیای میانه بخواهند مثلاً پنبه را از طریق دیگری صادر کنند به طور کامل ترانزیت ایران قطع می‌شود، پس باید راه‌حلی برای افزایش ترانزیت داشته باشیم. رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی با اشاره به اینکه باید آژادراه‌ها و زیرساخت‌ها، توسعه یابند، گفت: جاده مشهد- سرخس باوجود اینکه یکی از پرترددترین جاده‌ها است اما مانند یک کوره راه است و نیازمند نوسازی است.

رنگ با موافقت سازمان حمایت ۶۰ درصد گران شد

مدیرعامل شرکت تعاونی تولیدکنندگان رنگ اعلام کرد قیمت رنگ با تایید سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان به طور رسمی ۶۰ درصد افزایش یافت. به گزارش تسنیم، شهلا چپ‌نویس مدیرعامل شرکت تعاونی تولیدکنندگان رنگ با ارسال نامه‌ای به واحدهای تولیدی از موافقت سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان با افزایش ۶۰ درصدی قیمت رنگ، خبر داد. متن این نامه به شرح زیر است: پیرو مکاتبات و جلسات حضوری تعاونی تولیدکنندگان رنگ و انجمن تولیدکنندگان رنگ و رزین ایران با سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان در ارتباط با افزایش نرخ ارز، افزایش بی‌رویه و غیرمتعارف مواد اولیه رنگ و ارائه اسناد و مدارک چند واحد تولید به سازمان مذکور، نتایجاً در جلسه مورخ ۱۳۹۷/۷/۲۲ در سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان با حضور اعضای هیات مدیره و کارشناسان تعاونی، انجمن، افزایش ۶۰ درصدی قیمت‌های کارشناسی انجمن و تعاونی رنگ مورد تایید و مبنای سازمان مذکور قرار گرفت و مقرر شد کلیه واحدهای تولید لیست قیمت‌های خود را تا سقف ۶۰ درصد در سامانه ۱۲۴ وارد نمایند.

بدیهی است مسئولیت عدم ثبت در سامانه ۱۲۴ و افزایش خارج از سقف ۶۰ درصد ارائه‌شده به عهده واحد تولیدی خواهد بود و در صورت پیگیری سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان خود پاسخگو خواهد بود.



کانال ارزی بین ایران و اروپا خبر داده است که این جریان موجب ممانعت از قفل شدن منابع ارزی در خارج از کشور به ویژه در زمان تحریم خواهد شد. انطور که همتی توضیح داده است به منظور رفع مشکلات مربوط به انجام پرداخت‌های مالی، ایجاد کانال مالی اروپا در دستور کار طرفین قرار گرفته است که این امکان را برای صادرکنندگان اروپایی و ایرانی فراهم خواهد کرد که ارز حاصل از صادرات خود را دریافت کنند. این کانال نوعی پیمان پولی دوجانبه میان ایران و اتحادیه اروپا به شمار می‌رود.

در شرایط موجود به نظر می‌رسد اگر مسائل پیش پای صادرکنندگان و بهانه‌های آنها برای عدم عرضه به بازار تا حدی رفع شده و همچنین خود را ملزم به آوردن ارز به سامانه و گردش آن در چرخه اقتصادی بدانند، جریان عرضه در سامانه نیما که بارها مورد انتقاد واردکنندگان و البته مسئولان قرار گرفته است تا حدی به روال عادی برگشته و بتواند پاسخگوی نیاز موجود باشد.

در آنجا انجام دهند و گردش ارزی تحت کنترل و نظارت بانک مرکزی قرار گیرد. به مرور ورود صادرکنندگان به سامانه افزایش یافت و از نیمه مردادماه با بازنگری در سیاست ارزی، تمامی صادرکنندگان غیرنفتی ملزم به آوردن ارز خود به بازار ثانویه شدند و البته در این بین برخی معافیت‌ها نیز وجود داشت. اما با وجود گذر زمان، انتظارات از صادرکنندگان برای آوردن ارز در سامانه نیما برآورده نشده و به میزان صادرات عرضه انجام نشد. از این رو طی مصوبات دولت و بانک مرکزی الزاماتی برای صادرکنندگان ایجاد شده به طوری که معافیت‌های ارزی برای عدم عرضه در سامانه برداشته شد و بر این اساس صادرکنندگان به عراق و افغانستان که تا همین اواخر معاف بودند به لیست ارزآوران به نیما اضافه شدند و از سوی دیگر تمامی صادرکنندگان مکلف شدند که حداکثر سه ماه بعد از صادرات ارز خود را بازار ثانویه عرضه کنند.

این در حالی است که اخیراً هم در راستای دسترسی صادرکنندگان به ارز ناشی از صادرات و ورود به ایران، رئیس بانک مرکزی از ایجاد

معاملات ارزی بین صادرکنندگان و واردکنندگان در سامانه «نیما» در کمتر از سه ماه اخیر به بیش از ۸ میلیارد دلار رسیده است. البته با توجه به الزام همه صادرکنندگان برای آوردن ارز خود به کشور و همچنین برخی اقداماتی که برای تسهیل ورود ارز انجام شده، انتظارها برای ارزآوری به بازار ثانویه بیش از این ارقام است. به گزارش ایسنا، بررسی روند معاملات در بازار ثانویه در فاصله نیمه مردادماه امسال تا پنجم آبان‌ماه نشان می‌دهد که حدود ۴ میلیارد و ۳۷۹ میلیون دلار از سوی صادرکنندگان عرضه شده و در مقابل حدود ۳ میلیارد و ۷۸۰ میلیون دلار توسط واردکنندگان دریافت شده است. در مجموع کل معاملات نیمایی در این فاصله به حدود ۸ میلیارد و ۱۷۷ میلیون دلار رسیده است. در این مدت با توجه به نوسانی که در مواقعی قیمت ارز در بازار داشته است متوسط قیمت برای معاملات بین ۹۵۰۰ تا ۱۰ هزار تومان در هر یورو بوده است. از ۲۰ فروردین‌ماه سال جاری و با تغییر سیاست ارزی دولت قرار بر این شد صادرکنندگان و واردکنندگان به سامانه نظام یکپارچه ارزی(نیما) آمده و معاملات خود را

صنعت ایران در ۱۴۰۰ چگونه خواهد بود؟

سهم بخش خصوصی در ارزش تولیدات بخش صنعت در سال ۱۳۹۶، ۷۲ درصد بود که به ترتیب این سهم در سال ۱۳۹۷، ۸۵ درصد و در ۱۴۰۰، ۹۰ درصد پیش‌بینی شده است.

در مورد ارزش تولید ناخالص داخلی نیز باید براساس آمار مربوطه اعلام کرد که در سال ۱۳۹۶ ارزش تولید ناخالص داخلی ۲۰۹۵ هزار میلیارد ریال به قیمت ثابت سال ۱۳۸۳ بوده است که در سال ۱۳۹۷ هدف‌گذاری ۲۲۵۶ هزار میلیارد ریالی و در سال ۱۴۰۰ برآورد ارزشی ۳۰۷۸ هزار میلیارد ریالی مدنظر قرار گرفته است.

این هدف‌گذاری‌ها در حالی است که گزینه جدید وزارت صنعت، معدن و تجارت از سوی دولت به مجلس شورای اسلامی پیشنهاد شده است و در عین حال با بازگشت تحریم‌های یکجانبه و غیرقانونی آمریکا، صنعت، معدن و تجارت ایران در تعامل با دنیا شرایط خاصی را تجربه خواهد کرد. باید منتظر ماند و دید که آیا این هدف‌گذاری‌ها محقق خواهد شد یا در نهایت به رقمی کمتر از برآوردهای صورت گرفته دست خواهیم یافت.

آن اشاره کرد این است که با توجه به شرایط اقتصادی جدید، جذب سرمایه‌گذاری خارجی در حوزه صنعت، معدن و تجارت کاهش یافته است.

براساس اطلاعاتی که از سوی وزارت صنعت، معدن و تجارت در اختیار ایسنا قرار گرفته است، حجم کل سرمایه‌گذاری خارجی در بخش صنعت، معدن و تجارت تا پایان مردادماه سال جاری معادل ۵۸۰ میلیون و ۷۰۰ هزار دلار بوده که در قیاس با رقم یک میلیارد و ۸۲۹ میلیون و ۸۰۰ هزار دلاری مدت مشابه سال قبل با افت ۶۸۳ درصدی روبه‌رو شده است.

در مورد اشتغال صنعتی و صنوف تولیدی و معدن نیز باید خاطرنشان کرد که طبق برنامه اعلامی از سوی وزارت صنعت، معدن و تجارت، هدف‌گذاری برای سال جاری معادل ۳۰۸ میلیون نفر است و این میزان اشتغال در سال ۱۴۰۰، چهار میلیون نفر پیش‌بینی شده است. این در حالی است که صنعت و صنوف تولیدی و معدن در سال گذشته ۳۰۴ میلیون نفر اشتغال‌زایی داشته‌اند.

اهداف کمی بخش صنعت در سال جاری و سال ۱۴۰۰ و نیز وضع موجود این بخش در سال گذشته، اعلام شد.

به گزارش ایسنا، براساس هدف‌گذاری صورت گرفته در حالی که ارزش صادرات صنعتی ایران در سال ۱۳۹۶ معادل ۳۱ میلیارد دلار بوده اما این رقم به ترتیب برای سال ۱۳۹۷، ۴۵ میلیارد دلار و برای سال ۱۴۰۰ رقمی معادل ۸۴۵ میلیارد دلار برآورده شده است. این در حالی است که سرانه صادرات صنعتی در سال ۱۳۹۶، ۴۰۰ دلار بود و براساس هدف‌گذاری صورت گرفته سرانه صادرات صنعتی در سال ۱۳۹۷ معادل ۵۰۰ دلار خواهد بود و در سال ۱۴۰۰ نیز این رقم باید به ۹۴۰ دلار برسد.

در مورد جذب سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در بخش صنعت، در سال ۱۳۹۶ شاهد سرمایه‌گذاری ۲۰۳ میلیارد دلاری بودیم اما پیش‌بینی برای سال ۱۳۹۷ رقمی معادل ۳ میلیارد دلار است و براساس برآوردهای صورت گرفته، این سرمایه‌گذاری در سال ۱۴۰۰ به ۷ میلیارد دلار خواهد رسید؛ موضوعی که در این رابطه باید به

مدیر تنظیم بازار سازمان جهاد کشاورزی خوزستان با اشاره به افزایش قیمت لبنیات گفت افزایش قیمت تمام شده این محصولات به دلیل افزایش نرخ و گران شدن پاکت‌های بسته‌بندی وارداتی بوده است. مسعود احمدی در گفت‌وگو با ایسنا، با اشاره به بحث افزایش قیمت لبنیات در بازار اظهار کرد: متولسی قیمت‌گذاری و همچنین نظارت بر قیمت لبنیات، سازمان صنعت، معدن و تجارت است و در این زمینه این سازمان کار قیمت‌گذاری را انجام می‌دهد.

وی با اشاره به دلایل افزایش قیمت لبنیات در بازار افزود: بخش

سرویزی که در دسترس نبودن مشتریان را به اطلاع مخاطبان می‌رساند، برخلاف اخباری که اخیراً شایع شده، هیچ هزینه‌ای ندارد. به گزارش ایسنا، در حالی که سرویس تماس‌بان همراه اول یکی از سرویس‌های رایگان این اپراتور است، اخیراً پیامی در شبکه‌های مجازی و کانال‌های پیام‌رسان‌ها منتشر می‌شود که از هزینه ۵۰۰ تومانی این پیامک‌ها خبر می‌دهد و کاربران را مجاب می‌کند این سرویس را غیرفعال کنند.

به‌پیام‌های مشابهی که با این مضمون منتشر می‌شود، آمده است: «شرکت مخابرات در ازای هر پیامکی که در خصوص در دسترس نبودن به شما می‌دهد (مشترک مورد نظر که در خصوص در دسترس شما از طریق پیامک به ایشان اعلام خواهد شد)، مبلغ ۵۰۰ تومان به حساب شما منظور می‌کند و این سیستم را «تماس‌بان» نامیده است.

علت افزایش قیمت لبنیات چیست؟

لبنی و اثرگذاری آن بر بحث افزایش قیمت‌ها ادامه داد: این مساله خیلی اثرگذار نیست زیرا اولاً این که دامداران نمی‌توانند خیلی شیر را نگهداری کنند و باید هرچه سریع‌تر آن را به فروش برسانند تا متضرر نشوند. وی افزود: همچنین حتی اگر دامداران شیر را به شرکت‌های لبنیاتی ندهند، هیچ دلیلی وجود ندارد که به دلیل کاهش شیر، آن کارخانه قیمت محصولات خود را افزایش دهد. در این زمینه عرضه کم شیر اثر چندانی بر افزایش قیمت لبنیات ندارد و مساله اصلی بحث افزایش قیمت پاکت‌های بسته‌بندی است.

زیادی از هزینه‌های شرکت‌های لبنیاتی مربوط به پاکت‌های بسته‌بندی وارداتی است و در این زمینه با توجه به افزایش قیمت این پاکت‌های بسته‌بندی، شاهد افزایش قیمت لبنیات در بازار هستیم.

مدیر تنظیم بازار سازمان جهاد کشاورزی خوزستان تصریح کرد: با توجه به این‌که نرخ ارز در بازار افزایش پیدا کرده و قیمت پاکت‌های بسته‌بندی وارداتی نیز گران شده‌اند، شاهد افزایش قیمت لبنیات در بازار هستیم زیرا این مساله بر روی قیمت تمام شده کالا اثرگذار است. احمدی با اشاره به بحث عدم فروش شیر دامداران به کارخانه‌های

«در دسترس نبودن» هزینه‌ای برای تان ندارد

تلفن همراه، مشترک از کلیه تماس‌های دریافتی خود مطلع خواهد شد. چنانچه مشترک به علت در دسترس نبودن و یا خاموش بودن تلفن همراه خود قادر به دریافت تماس و پاسخگویی نباشد، تماس‌بان پس از اتصال مجدد فرد به شبکه همراه اول، شماره تمام کسانی را که در این فاصله با وی تماس گرفته‌اند به همراه زمان تماس آنها، در یک پیامک برای مشترک ارسال خواهد کرد.» همچنین اگرچه در پایان این پیام از کاربران خواسته شده این سرویس را غیرفعال کنند و این پیام را به گروه‌های دیگر هم بفرستند، اما باید در نظر داشت با توجه به رایگان بودن این سرویس، آگاهی از اینکه هنگام در دسترس نبودن تان چه افرادی با شما تماس گرفته‌اند، یک امتیاز محسوب می‌شود و غیرفعال کردن این سرویس این امکان را از کاربر سلب خواهد کرد.

اخبار

چرا بحث سهمیه‌بندی بنزین مطرح شد؟

دولت برای کنترل مصرف بنزین و عدم وابستگی به واردات به‌دنبال اعمال سهمیه‌بندی و به‌منظور جلوگیری از قاچاق سوخت و در نتیجه آن عدم وابستگی به واردات به‌دنبال احیای کارت سوخت است. به گزارش پایگاه خبری «عصر خودرو»، سهمیه‌بندی بنزین از تابستان سال ۸۶ آغاز شد و تأثیر قابل توجهی در کاهش مصرف بنزینی داشت که شیب روند صعودی مصرف آن تند شده بود. از خردادماه ۹۴ که بنزین تک‌نرخى شد و با قیمت ۱۰۰۰ تومان در هر لیتر عرضه شد، تا امروز خبری از سهمیه‌بندی بنزین و بازگشت بنزین چندنرخى نبود تا اینکه اخیراً وزیر نفت اعلام کرده «بحث سهمیه‌بندی بنزین به‌صورت جدی در دولت در حال بررسی است.» پاسخ این سؤال را که چرا دولت دوباره به‌سراغ بحث سهمیه‌بندی بنزین رفته، باید در میزان رشد مصرف بنزین دنبال کرد. در حالی که پیش‌بینی می‌شد امسال مصرف بنزین به ۸.۸ تا ۹ درصد رشد نسبت به مصرف سال ۹۶ برسد، این میزان رشد از ۱۰ درصد عبور کرده است و آن‌چنان نمودار رشد مصرف بنزین شیب تندى به خود گرفته که دولت ترجیح داده امار مصرف بنزین را محرمانه کند و در محرمانگی آمار مصرف، به‌فکر چاره بیفتد. رشد مصرف بنزین در سال ۹۳، تنها ۱.۶ درصد بود، ولی در سال ۹۴ به ۲ درصد و در سال ۹۵ هم به ۵.۱ درصد رسید. میزان رشد مصرف بنزین در سال ۹۶ به ۵۸ درصد رسید و در سال ۹۷ تا امروز این میزان رشد نسبت به متوسط سال ۹۶، به بیش از ۱۰ درصد رسیده است. ثابت ماندن قیمت بنزین از خردادماه ۹۴ تا امروز (۱۰۰۰ تومان در هر لیتر) و نبود ابزار کنترلی، کنار نبود فرهنگ مصرف بهینه و همچنین تولید خودروهایی با مصرف بالای سوخت موجب شده تا مصرف فرآورده ارزشمند و استراتژیکی چون بنزین در کشور ما، مثل یک کالای بی‌ارزش و دم‌دستی، به‌صورت بی‌مهابا و افسارگسیخته ادامه یابد. بدون شک اگر خودروسازان ما به تولید خودروهایی با مصرف سوخت پایین و تکنولوژی به‌روزتر می‌پرداختند، ناوگان حمل‌ونقل عمومی مناسب با افزایش تقاضا و رشد جمعیت کلانشهرهای کشور توسعه‌یافته بود و مردم به فرهنگ مصرف بهینه سوخت توجه داشتند، امروز بحث سهمیه‌بندی و استفاده از آن به‌عنوان یک ابزار بازدارنده رشد مصرف بنزین، در دولت مطرح نشده بود.

بیژن زنگنه، وزیر نفت کشورمان در این خصوص گفت: انجام هر اقدامی در زمینه بنزین، در جهت کنترل مصرف، جلوگیری از قاچاق و عدم وابستگی به واردات است.

ازاین‌رو دولت برای کنترل مصرف بنزین و عدم وابستگی به واردات به‌دنبال اعمال سهمیه‌بندی و به‌منظور جلوگیری از قاچاق سوخت و در نتیجه آن عدم وابستگی به واردات به‌دنبال احیای کارت سوخت است.

یک کارشناس صنعت خودرو:

با سرکوب قیمتی تیشه به ریشه خودروسازی می‌زنند

یک کارشناس صنعت خودرو گفت شورای رقابت و دیگر دستگاه‌های مسئول دولتی با سرکوب قیمتی خودرو، تیشه به ریشه صنعت خودرو و قطعه ایران به عنوان مهم‌ترین صنایع اشتغال‌زای داخلی می‌زنند. به گزارش رویداد۲۴، حسن کریمی سنجرى، اظهار کرد: برای حمایت و صیانت از تولید داخل در صنعت خودرو و قطعه‌سازی، راه‌های بسیاری وجود دارد، اما مهم‌ترین کاری که در حال حاضر می‌توان انجام داد این است که قیمت خودرو آزاد شود و از قیمت‌های دستوری جلوگیری شود. این‌که همچنان شورای رقابت به دنبال حفظ تسلط خود در بحث قیمت‌گذاری‌ها باشد، درست نیست. وی افزود: از سوی دیگر دولت به دنبال این است که کار قیمت‌گذاری خودرو را به یک ستاد تحت عنوان ستاد تنظیم بازار یا هر ستاد دیگری بسپارد. اگر قرار باشد ستاد تنظیم بازار نیز همان روش‌های شورای رقابت را در پیش بگیرد، تفاوتی در شرایط فعلی ایجاد نخواهد شد. به اعتقاد کریمی سنجرى، در حال حاضر بهترین گام این است که فاصله بین قیمت کارخانه و بازار خودروها از بین برود. در این صورت عرضه خودرو صیانت می‌شود و این صنعت شرایط مناسب‌تری پیدا خواهد کرد. همچنین تقاضای کاذب و باهدف دلالی خودرو از بین رفته و این بازار به تعادل می‌رسد و از حالت رکود و گرانی خارج خواهد شد. این کارشناس صنعت خودرو تصریح کرد: به هر حال ما متوجه مشکلات صنعت خودرو هستیم. صنعت خودرو دچار مشکل دولتی بودن است. همچنین با توجه به بحث تحریم‌ها، خودروسازی ما از بحث مشارکت‌ها محروم خواهد ماند. وی افزود: از دیگر اقدامات مهم در صنعت خودروسازی برای ایجاد توسعه، بحث استفاده و به‌رهمند شدن از مشارکت‌های خارجی است که در حال حاضر به دلیل تحریم‌ها این امکان وجود ندارد. کریمی سنجرى اظهار کرد: در شرایط فعلی که دست صنعت خودروسازی ما از جذب مشارکت کوتاه‌است، لازم است که دولت و شرکت‌های خودروسازی به این موضوع بپردازند و مقداری ساختار خود را مهندسی‌تر کرده و به سوی خصوصی‌سازی حرکت کنند.

۵۰درصد قطعات لوازم یدکی خودرو چینی است

یک عضو کمیسیون صنایع مجلس شورای اسلامی با بیان اینکه بیش از ۵۰درصد قطعات متنوع لوازم یدکی خودرو، چینی است، با افزایش قیمت ارز، واردات قطعه برای واردکنندگان صرفه اقتصادی نخواهد داشت. محمد عزیزى، با بیان اینکه در چند سال اخیر به سبب پایین بودن قیمت ارز و به صرفه بودن واردات صنعت قطعه‌سازی، قطعه‌سازان کشور به واردات آن روی آورده بودند، اظهار داشت: با توجه به افزایش قیمت ارز، واردات قطعه برای واردکنندگان صرفه اقتصادی نخواهد داشت، بنابراین اکنون فرصت خوبی برای تولیدکنندگان داخلی است. این نماینده مجلس اضافه کرد: متنوع نبودن محصول موجب شده تا قطعه‌سازان به تولید قطعات پراپید و پژو فکر کنند و هیچ وقت برای انتقال فناوری و توسعه و صادرات فکر نمی‌کنند. عزیزى با بیان اینکه بیش از ۵۰درصد قطعات متنوع لوازم یدکی خودرو، چینی است و آن‌ها را وارد می‌کنیم، بیان کرد: بین ۴۰ تا ۵۰۰ هزار شافل در صنایع قطعه‌سازی داریم.



آنها در مورد توقف تولید کاملاً غلط است؛ چراکه حتی در سخت‌ترین تحریم‌هایی که بر علیه صنعت خودروی ایران در دوره گذشته اعمال شد نیز تولید در صنعت خودروی ایران هیچ‌گاه متوقف نشد و در دوره فعلی نیز قرار نیست توقفی ایجاد شود.

یک مقام مسئول در صنعت خودرو در همین ارتباط به خبرنگار مهر گفت: واقعیت آن است که صنعت خودرو در ایران توقف‌ناپذیر است و آنگونه که خودروسازان می‌گویند، در سال‌های گذشته تلاش شده تا برخی از قطعات بومی‌سازی شده و درصد داخلی‌سازی آنها افزایش یابد. ضمن اینکه اگر حتی قطعه‌ای از کمپانی مادر نیز به خطوط تولید خودرو در ایران نرسد، کشورهای ثالثی هستند که این قطعات را برای صنعت خودروی ایران تامین کنند؛ هرچند با قیمت بالاتر. پس جای نگرانی از این بابت وجود ندارد. از سوی دیگر بسیاری از قطعه‌سازان برای تامین قطعات مورد نیاز صنعت خودرو در ماه‌های گذشته، اقدام به واردات کرده بودند که اگر چه مشکلات زیادی از سوی دولت برای ترخیص قطعات‌شان به وجود آمده بود، اما به هر حال تدبیر کرده بودند و تلاش نمودند تا این‌ن گرانی درباره توقف تولید را تا حدود زیادی برطرف کنند.

از خریداران خودرو به دو دلیل وارد گود شده و خودروهای خودروسازان را خریداری کردند، البته این به جز رونقی بود که بر حاشیه بازار رسمی خودروسازان در نمایندگی‌ها اتفاق افتاد و بسیاری از خودروها با قیمت‌هایی بعضاً تا دو برابر نمایندگی به فروش رسیدند.

توقف تولید خودرو، از شایعه تا واقعیت

در این میان خریداران خودرو دو دلیل را برای خرید خودروها عنوان می‌کردند، دسته اول آنهایی بودند که به دلیل ورود دلالتن و سرمایه‌های سرگردان به بازار خودرو بعد از بازار ارز و شکل‌گیری حاشیه بازار برای قیمت برخی از تمامی خودروها، وسوسه می‌شدند تا به این بازار وارد شده و آنها نیز از این تفاوت قیمت سودی به دست بیاورند و دسته دوم هم آنهایی بودند که از آینده بازار و قیمت‌های آن نگران بودند و خریدهای خود را پیش از موعدی که پیش از این برنامه‌ریزی کرده بودند، انجام دادند.

البته دسته سومی نیز وجود داشتند که نگران توقف تولید به دلیل فرا رسیدن تحریم‌ها بر علیه صنعت خودروی ایران بودند، بنابراین آنها نیز وارد میدان شده و خریدهای خود را به این دلیل انجام دادند که بتوانند از این وضعیت ضرر کمتری ببینند، در حالی که پیش فرض

۱۷درصد افزایش قیمت خودرو ضرر خودروسازان را پوشش نخواهد داد

بانی همه این مصیبت‌ها است همچنین با توجه به اینکه بخش اعظم بنگاه‌ها دولتی است نظارت درستی بر آنها صورت نمی‌گیرد زیرا دولت خود مجری کارها است و یکی دیگر از اشکالات، نظام قیمت‌گذاری است لذا همه این عوامل در زیرساخت‌های فضای اقتصادی و کسب و کار کشور مشکلاتی ایجاد کرده که به بنگاه‌ها از جمله خودروساز سرایت می‌کند. وی با اشاره به عدم تناسب نوسانات نرخ ارز با تورم گفت: برنامه‌ریزی در شرایطی که تغییرات نرخ ارز متناسب با نرخ تورم نیست و گاهی بیشتر و گاهی مساوی است امکان پذیر نیست و این عدم تناسب، قدرت برنامه‌ریزی را از بنگاه‌ها سلب و بنگاه‌ها را با مشکل مواجه می‌کند لذا اداره بنگاه‌ها با استانداردهای روز دنیا در چنین شرایطی بسیار دشوار خواهد شد. مدیرعامل اسبق سایپا در خصوص اظهارات رئیس سازمان گسترش مبنی بر اصلاح قیمت‌ها گفت: اصلاح قیمت‌ها با رقم اعلام‌شده ضرر خودروسازان را پوشش نخواهد داد. زیرا با وجود اینکه تولید خودروهای قدیمی مانند پراید و پژو ارزشی کمتری نسبت به تولیدات خارجی

۲۰ هزار میلیارد تومان؛ خسارت شورای رقابت به خودروسازان در جیب دلالتان

است. دولت با داشتن سهم در این صنعت در عزل و نصب‌ها دخالت می‌کنند. همچنین خودروسازان نیز از دولتی‌ها انتظار بیش از حد دارند. همچنین خودروسازان دولتی نیستند و در یک شرکت ۱۳ و نیم درصد سهام و در شرکت دیگر سهام اقتداری دارد و می‌تواند مدیرعامل را تعیین کند.

باستانی در پایان تصریح کرد: وجود دولت در صنعت خودروسازی مشکل اصلی عدم شفافیت این صنعت است. تنها راه واگذاری این صنعت به بخش خصوصی است و تا زمانی که سهام دولت در اختیار خودروسازان باشد مشکل حل نخواهد شد.

اکثر شرکت‌ها دولتی بوده و هرچه دولت اعلام کند موظف به اجرا هستند. وی در ادامه افزود: صنعت خودرو باید به بخش خصوصی واگذار شود، اما قیمت‌گذاری باعث ایجاد بازار کاذب شده و هجوم برای خریدن خودرو فقط به دلیل سودجویی است. هر کس بتواند خودرو ثبت نام کند از روز اول سود دریافت می‌کند و بعضی خودروها تا ۷۰ میلیون تومان اختلاف قیمت پیدا می‌کنند.

به گزارش خودروبانک، سعید باستانی عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس درباره مشکلات صنعت خودرو بیان داشت: در حال حاضر مشکل اصلی صنعت خودرو دخالت همزمان دولت و خودروسازان

اگرچه خریداران خودرو برای کسب سود یا نگرانی از توقف تولید به دلیل کمبود قطعات وارد بازار شده و خریدهای هیجانی داشتند، اما اکنون ولع خرید فروکش کرده و روند بازار منطقی شده است.

به گزارش مهر، بازارها در ایران حال و هوای خاص خود را دارند، یا آنقدر در رکود فرو می‌روند که کسی راغب نیست در آن وارد شود و یا آنقدر در رونق غرق می‌شوند که رفتارهای هیجانی بیش از هر زمان دیگری بر آنها غالب می‌شود. بازارهای نقدشونده البته این هیجانات را بیش از هر بازار دیگری تجربه کرده‌اند به خصوص در این چند ماه گذشته که بازار ارز تلاطمات خود را گام به گام به همه بازارهای دیگر منتقل کرد، بسیاری از خریداران و فعالان بازار با وضعیتی مواجه شده‌اند که شاید کمتر تجربه کرده بودند.

بازار خودرو نیز از این امر مستثنی نبوده است، یک روز آنقدر با رکود و عدم اقبال مشتریان دست و پنجه نرم می‌کرد که دولت خط اعتباری برای خودروسازان در نظر گرفت و مردم را تشویق کرد که با استفاده از وامی که برای خرید خودرو در نظر گرفته شده، کمکی به رونق این صنعت داشته باشند و یک روز هم مثل همین چند ماه گذشته، آنقدر عطش برای خرید خودرو بالا گرفته بود که بدون هیچ‌گونه محرکی از سوی دولت، بسیاری

مدیرعامل جدید سایپا مشکل اصلی صنعت را در وجود نظام بنگاهداری دانسته و اینکه مدیریت بنگاه‌های صنعتی از جمله صنعت خودرو باید ساماندهی شود. طی گفت‌وگو با مدیرعامل اسبق سایپا به بررسی این راهکار پرداخته شده است. سعید مدنی در گفت‌وگو با خبرنگار خبر خودرو، در خصوص اظهارات مدیرعامل جدید سایپا مبنی بر لزوم ساماندهی مدیریت بنگاه‌های صنعتی به خصوص صنعت خودرو اظهار داشت: فرمایشات ایشان درست است و یک سری اشکالات در نظام بنگاهداری مان وجود دارد و به طور کل می‌توان گفت فضای بنگاهداری در کشور ما با مشکل روبه‌رو است و زیرساخت‌های موجود در بنگاه‌ها و فضای کسب و کار عمدتاً این بنگاه‌ها را با چالش مواجه می‌کند. وی در ادامه به تشریح برخی از این زیرساخت‌ها پرداخت و گفت: ۸۵درصد از اقتصاد کشور دولتی است که این اقتصاد دولتی منجر به عدم ثبات نرخ ارز شده است زیرا دولت تعیین‌کننده نرخ ارز بوده و هر زمان اراده کند قادر به افزایش و یا کاهش آن است و نظام اقتصادی ما بر پایه پول نفتی است که دلارآور است؛ دلاری که باعث و

۲۰ هزار میلیارد تومان؛ خسارت شورای رقابت به خودروسازان در جیب دلالتان

محمدرضا نجفی‌منش عضو هیات‌مدیره انجمن قطعه‌سازی اظهار داشت از زمانی که قیمت‌گذاری خودرو به شورای رقابت سپرده شد، صنعت خودروی کشور ۲۰ هزار میلیارد تومان خسارت دید و صنعت خودروی کشور دچار مشکلات شد. این ضرر باعث شد خودروسازان از نظر اقتصادی تحلیل شوند که این موضوع به نفع کشور نیست. وی ادامه داد: یکی از تصمیمات نادرستی که شورای رقابت می‌گرفت این بود که اگر خودروساز خودرویی را به عنوان مثال ۱۰ میلیون تومان تولید می‌کند شورای رقابت اعلام می‌کرد این خودرو باید ۸ میلیون تومان به فروش برسد که این موضوع به زیان کشور است. همچنین

نخستین نمایشگاه بین‌المللی صنایع خلاق در اصفهان برگزار می‌شود

نخستین نمایشگاه بین‌المللی صنایع خلاق در اصفهان با حمایت ستاد توسعه فناوری‌های نرم و هویت‌ساز معاونت علمی ۲۹ آذرماه لغایت یک دی ماه سال ۹۷ برگزار می‌شود. به گزارش مرکز ارتباطات و اطلاع‌رسانی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، براساس تعاریف سازمان جهانی یونسکو، صنایع خلاق مجموعه‌ای متنوع از صنایع شامل گردشگری، صنایع‌دستی، طراحی مد و لباس، طراحی و معماری، بازی‌های رایانه‌ای، سینما و انیمیشن، گرافیک، هنرهای تجسمی، تبلیغات دیجیتال، غذاهای بومی و ... است. در همین راستا افراد حقیقی و حقوقی فعال در این حوزه‌ها می‌توانند در نخستین نمایشگاه بین‌المللی صنایع خلاق به ارائه توانمندی‌های خود بپردازند. از ویژگی‌های صنایع خلاق می‌توان به رشد سریع و نوآوری، اتکا به استعداد انسانی، خلاقیت، سرعت انتقال بالا، روزآمد شدن و قدرت انتقال پیام فرهنگی اشاره کرد.



دریچه

۴ روش برای به حداکثررسانی زمان

مترجم: امین فرح‌بخش

با به حداقل رساندن موارد مهم که ذهن شما را گمراه می‌کنند، می‌توانید زمان در دسترس خود را به حداکثر برسانید. آیا تا به حال فکر کرده‌اید که ساعات کافی در روز موجود نیست؟ از آنجا که نمی‌توانید تعداد ساعت‌های روز را افزایش دهید، راه‌های آسانی برای ایجاد زمان بیشتر جهت انجام کارهای لازم وجود دارد. چگونه می‌توانید زمان بیشتری به دست آورید؟ پاسخ ساده است؛ شناسایی مواردی که وقت شما را می‌گیرند یا موجب تعویق در کارها می‌شوند و سپس انجام تغییرات مطابق با آنها. در اینجا به چهار روش آسان برای به حداکثررسانی زمان اشاره شده است.

۱. اهداف خود را مشخص کنید

اهداف مهم، سبب انگیزه قوی نخواهند شد. پیش‌رفتن در پروژه‌ای که انگیزاننده نیست بسیار سخت است، بنابراین همواره با عذر قدیمی مبنی بر اینکه زمان کافی نیست، کارها را به تعویق می‌اندازید. با این حال اگر هدفی واضح و روشن داشته باشید، مانند «خرید یک خانه ۳۰۰،۰۰۰ دلاری در طی دو سال»، کاری برای انجام پیش‌رو خواهید داشت. هرچه بیشتر خواهان این هدف باشید، انگیزه بیشتری خواهید داشت. با داشتن هدفی در ذهن، توانایی لازم برای رسیدن به نقاط عطف قابل‌دسترس را پیدا خواهید کرد و این توانایی، شما را برای رسیدن به هدف‌تان یاری می‌دهد.

نظریه‌ای علمی برای اثبات این مفهوم وجود دارد. نام این نظریه «تنظیم اهداف» براساس کارهای انجام‌شده است که طی سال‌های دهه ۱۹۶۰ توسط دکتر ادوین لاک (Edwin Locke) و دکتر گری لاتهام (Gary Latham) به انجام رسیده است. آنها در تحقیق ارتباط بین عملکرد و اهداف، دریافتند که ارتباطی قوی میان خاص‌بودن هدف و عملکرد شغلی افراد وجود دارد. اهداف خاص معمولاً منجر به عملکرد بهتر نسبت به اهداف غیرخاص یا آنهایی می‌شوند که به راحتی قابل‌دستیابی هستند.

۲. روالی ایجاد کنید و آن را به خاطر بسپارید

موفقیت پاداش داشتن روال در انجام کارهاست. اگر مجموعه‌ای از رویه‌های موفق را دنبال نکنید، احتمالاً مدیریت زمان را به طور مؤثر از دست خواهید داد. به عنوان یک مثال جالب، رویه صبح زود مدیر اجرایی اپل، تیم کوک (Tim Cook) را در نظر بگیرید. او هر روز صبح ساعت ۳:۴۵ بیدار می‌شود و ادعا می‌کند بسا این کار می‌تواند تعداد ۷۰۰ ایمیل یا بیشتر را که هر روز به او می‌رسد، چک کند. با این روند وی زمان کافی برای انجام این کار را پیش از رفتن به دفتر کارش به دست می‌آورد.



یک شریک برای پاسخگویی می‌تواند در این زمینه بسیار مفید باشد. این شریک شخصی است که چک می‌کند آیا شما به درستی در مسیر دستیابی به اهداف خود پیش می‌روید یا خیر. هنگامی که بدانید شریک‌تان در حال بررسی کارهاست، احتمالاً زمان بیشتری را برای زمانبندی پروژه‌ها یا وظایف صرف خواهید کرد. تنها این واقعیت که کسی چشم به پیشرفت شما دارد می‌تواند یک انگیزه قوی برای جلوگیری از به تعویق‌انداختن و شروع انجام آنچه مهم است، باشد.

۴. عادات بد را کنار بگذارید

مواجهه با این واقعیت دشوار است، اما اغلب آنچه به اصطلاح کمبود زمان نام دارد، به دلیل عادات بد به وجود می‌آید. به عنوان مثال آیا همیشه می‌خواهید و یا در تماشای برنامه‌های شبانه تلویزیونی زیاده‌روی می‌کنید؟ آیا همواره در رسانه‌های اجتماعی هستید و یا با دوستان‌تان بیرون می‌روید؟

احتمالاً حداقل به یکی از موارد فوق پاسخ مثبت داده‌اید. هر شخصی باید خستگی خود را رفع یا استراحت کند. استراحت در واقع می‌تواند کار مفیدی برای حرفه شما باشد، اما اگر این کارها را هر روز انجام می‌دهید، چندین راه دارید تا از طریق آنها به راحتی برنامه خود را برای داشتن زمان بیشتر تغییر دهید.

چگونه می‌توان شروع به تغییر کرد؟ با کارهای کوچک آغاز کنید. به عنوان مثال می‌توانید با ۳۰ دقیقه در روز شروع و عدم‌استفاده از رسانه‌های اجتماعی را به خود تحمیل کنید. می‌توانید آن زمان را به پیشرفت حرفه خود و به خواندن، مطالعه یا یادگیری یک مهارت جدید اختصاص دهید؛ کارهایی که پیشتر فکر یا ادعا می‌کردید زمانی برای انجام آنها ندارید.

منبع: entrepreneur



شیائومی به فروش ۱۰۰میلیون گوشی هوشمند دست می‌یابد

می‌شود و این احتمال وجود دارد که تا پایان سال جاری میلادی بتواند از هدف‌گذاری تعیین‌شده خود جلوتر نیز برزند.

با توجه به اینکه شرکت شیائومی هر ماه به‌طور متوسط ۱۰ میلیون

گوشی هوشمند به بازار عرضه می‌کند، به‌نظر می‌رسد که در هدف خود تجدید نظر کرده است. با توجه به نزدیک‌تر شدن به فصل تعطیلات، انتظار می‌رود شیائومی بتواند تا پایان سال ۲۰۱۸، در حدود ۱۲۰ میلیون گوشی هوشمند به بازار عرضه کند. پس از معرفی گوشی هوشمند پرچمدار می‌میکس ۱۳، اخبار موفقیت شیائومی منتشر شده است. شیائومی می‌میکس ۳ با دوربین سلفی دوگانه کشویی، نمایشگر ۶.۴ اینچی و نسخه ۵G معرفی شد. برخلاف مدل‌های قبلی سری می‌میکس، گوشی هوشمند می‌میکس ۳ شیائومی با نسبت نمایشگر به بدنه



۹۳درصد و طراحی نمایشگر کشویی، اولین گوشی هوشمند جهان است که از شبکه ۵G پشتیبانی می‌کند و همچنین یکی از دو دستگاهی است که از ظرفیت حافظه‌ی رم ۱۰ گیگابایتی بهره می‌برد.

با آنکه هنوز دو ماه تا پایان سال ۲۰۱۸ باقی مانده است، شیائومی به هدف خود یعنی فروش ۱۰۰میلیون گوشی هوشمند در سال ۲۰۱۸

نزدیک و نزدیک‌تر می‌شود. به گزارش زومیت، شیائومی در سال ۲۰۱۷

میلادی موفق به عرضه ۹۰ میلیون گوشی هوشمند به بازار شد. در اوایل سال جاری میلادی، شیائومی اعلام کرد که قصد دارد در سال ۲۰۱۸ میلادی، ۱۰۰میلیون گوشی هوشمند به‌فروش برساند. روز گذشته، ونگ یانگ، معاون مدیرعامل شیائومی اعلام کرد، بسا اینکه هنوز دو ماه تا پایان سال جاری میلادی باقی مانده است؛ شیائومی به هدف خود نزدیک‌تر شده و می‌تواند زودتر از موعد مقرر فروش ۱۰۰ میلیون گوشی هوشمند در سال ۲۰۱۸ را محقق سازد. ونگ یانگ اعلام کرد که انتظار می‌رود تا هفته آینده، شرکت شیائومی بتواند زودتر از برنامه زمان‌بندی‌شده،

به فروش ۱۰۰ میلیون گوشی هوشمند در سال ۲۰۱۸ دست یابد.

با آنکه هنوز دو ماه تا پایان سال جاری میلادی باقی‌مانده است، شیائومی به هدف فروش ۱۰۰میلیون گوشی هوشمند نزدیک و نزدیک‌تر

بهبود فضای کسب و کار نباید از دستور کار حذف شود

خود به اسحاق جهانگیری، با اشاره به اینکه دستورالعمل اخیر وزارت صمت منجر به سرگردانی متقاضیان دریافت کارت بازرگانی شده است، تاکید کرد که این اقدام، برخلاف مصوبه چندی پیش هیات

دولت است که طی آن، «میزان سقف ارزش کالای وارداتی برای کارت‌های بازرگانی یک ساله ۵۰۰ هزار دلار و دو ساله ۲ میلیون دلار تعیین شده بود.

رئیس اتاق تهران در آن نامه، با اشاره به مصوبه دولت مبنی بر تکلیف تمامی وزارتخانه‌ها و دستگاه‌های دولتی به رعایت مواد ۲ و ۳ قانون بهبود مستمر فضای کسب و کار، خواستار لغو این دستورالعمل و بازبینی آن با کسب نظر اتاق بازرگانی و تشکل‌های اقتصادی شد.

به دنبال نامه رئیس اتاق تهران، معاون اول رئیس‌جمهور در نامه‌ای به وزیر صنعت، معدن و تجارت و پیش از استعفای محمد شریعتمداری، خواستار بررسی بیشتر این موضوع و با تاکید بر این نکته شد که «بهبود فضای کسب و کار نباید از دستور کار حذف شود.

اسحاق جهانگیری در پی نامه رئیس اتاق تهران، در دستوری به وزارت صنعت، معدن و تجارت تاکید کرد که بهبود فضای کسب و کار نباید از دستور کار حذف شود.

وزارت صنعت، معدن و تجارت در نیمه مهرماه سال جاری، طی دستورالعملی مسئولیت بررسی و صدور مجوز ثبت سفارش کالاهای وارداتی را به سازمان‌های صمت استانی تفویض و ثبت سفارش کالا توسط دارندگان کارت‌های بازرگانی که پس از اسفندماه سال ۹۶ صادر شده است را ممنوع اعلام کرد.

به دنبال صدور این دستورالعمل و محدودیت‌های تازه‌ای که از جانب آن برای فعالان اقتصادی ایجاد شده است، رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران در نامه‌ای به معاون اول رئیس‌جمهور، ضمن انتقاد از دستورالعمل وزارت صنعت، معدن و تجارت، خواستار لغو آن شد.

به گزارش روابط عمومی اتاق تهران، مسعود خوانساری در نامه



همایش علمی و فناوری نخبگان جوان ایرانی در ارمنستان



اولین همایش علمی و فناوری نخبگان و مبتکران جوان ایران در سفارت کشورمان در ارمنستان برگزار شد. به گزارش ایسنا، به نقل از سفارت ایران در ارمنستان، پیرو سفر جمعی از نخبگان و مبتکران جوان ایرانی (استارت‌آپ‌ها) به ارمنستان جهت شرکت در همایش «هفته اورآسیا»، به همت سفارت کشورمان در ایروان و وزارت علوم و آموزش ارمنستان اولین همایش علمی و فناوری نخبگان و مبتکران جوان ایران با شرکت تعدادی از نخبگان و مخترعان ارمنی، اساتید دانشگاه، روسای مراکز علمی و تحقیقاتی، مدیران استارت‌آپ‌های ارمنی و... در سالن امام خمینی (ره) سفارت کشورمان برگزار شد.

یادداشت



رهبری الهام‌بخش با بهره‌گیری از طراحی

می‌دانند. متأسفانه، به جای این‌که به ما آموزش فکر کردن بدهند، به ما چگونگی پیروی از دستورالعمل‌ها را می‌آموزند. من در تلاش هستم که به رهبران جدید یادآوری کنم که شما باید برای چیزی که می‌دانید و این‌که چگونه فکر می‌کنید پول بگیرید نه به خاطر کاری که انجام می‌دهید.

آموزش‌دهندگان کسب و کارهای مدرن نه‌تنها الهام‌بخش افراد برای پیشرفت و ترقی آن‌ها هستند، بلکه به آن‌ها کمک می‌کنند تا چگونگی کار با نقاط قوت و ضعف خود را یاد بگیرند. سپس آن‌ها یک فضای امن را فراهم می‌کنند که افراد در آن ترقی می‌کنند، دست به ریسک می‌زنند و قدرتمندتر می‌شوند.

الهام‌بخشی برای رها کردن

تعداد زیادی از مدیران به جایگاه رهبری یک مجموعه ارتقا یافته‌اند، اما برای مدیران خوب بسیار دشوار است که چیزی را که می‌خواهند رها نکنند و تمرکز خود را به سمت دیگری ببرند. این تجربه شخصی خود من در اوایل کارم بود، وقتی که از یک مدیر جزء به یک مدیرعامل ارتقا یافتم. من به عنوان یک مدیرعامل، متوجه شدم که از بیان یک دیدگاه و استراتژی برای شرکت خودم لذت می‌برم اما در مقابل ارائه جزئیات به مدیرانم مقاومت کردم. یک مدیر خوب بودن یعنی این‌که من چیزی را که در آن خوب هستم رها کنم و به کاری که دیگران انجام می‌دهند اعتماد کنم و به عنوان یک رهبر کار خود را انجام دهم.

همدلی الهام‌بخش نوآوری است
این بخش را با پرسیدن یک سوال شروع می‌کنم. شما یک مدیر هستید یا یک رهبر؟ هر کدام که هستید به این فکر کنید که شما برای الهام‌بخشی مدیریت

چه کاری می‌توانید انجام دهید. شروع این مسئله درک نیازها و ارزش‌های افراد تحت رهبری شماست. در یک سازمان با تفکر طراحی ما این مرحله را «همدلی» می‌نامیم. نه دلسوزی و نه سازگاری. این نوع از رهبری کردن است که افراد – کارکنان و مشتریان شما – را در مرکز درک واقعی چیزی که برای آن‌ها اهمیت دارد، قرار می‌دهد. همدلی نیاز به درک مشکلات دارد؛ مشکلاتی که شما در صد رفع آن‌ها برای افراد هستید. من اخیراً دیده‌ام که یکی از همکارانم جلساتی را بدون ارائه هدف، جزئیات جلسه و برنامه‌ها، بلکه با طرح این مسئله که چگونه نوآوری ما می‌تواند دنیا را تغییر دهد، برنامه‌ریزی کرده است. همدلی او اساس ایده‌های خلاقانه و الهام‌بخش تیم اوست. از نظر من، یک رهبر واقعی باید یک شخص بزرگ باشد. کسی که یک دیدگاه، هدف و استراتژی روشنی را بیان می‌کند و کسی که الهام‌بخش دیگران برای اجرای برنامه‌ای به منظور توصیف «زیبایی چه شکلی است» است.

منبع: **entrepreneur**



فکر می‌کنم، می‌بینم که همه آن‌ها شامل داستان‌هایی شگفت‌انگیز از انسان‌های شگفت‌انگیز و چگونگی دوام آوردن آن‌ها زیر فشار هستند، اما این داستان‌ها هیچ روشی برای توضیح چگونگی ایده «خودت انجام بده»، برای تبدیل‌شدن به یک رهبر موثرتر ندارند. من به عنوان یک مدیر ارشد، با تمایل به تفکر طراحی، معتقدم که اولین وظیفه یک مدیر، الهام‌بخشی به افرادی است که تحت هدایت او هستند، تفکر طراحی به ما می‌گوید که ایجاد الهام‌بخشی یکی از اصلی‌ترین مسئولیت‌های یک مدیر است.

الهام‌بخشی زیبایی چه شکلی است

اصول تفکر طراحی با این دستورالعمل شروع می‌شود: «اول الهام‌بخشی، بعد هدایت با طراحی». رهبران واقعی به افراد نشان می‌دهند که موفقیت چه شکلی است و چگونه به‌دست می‌آید. آن‌ها افراد خود را هم از نظر احساسی و هم از نظر فکری درباره این‌که «زیبایی چه شکلی است» مشغول می‌کنند. آن‌ها این کار را برای الهام‌بخشی به همکاران خود و نشان‌دادن این‌که چگونگی الهام‌بخش یکدیگر باشند، انجام می‌دهند.

در واقع، ما به عنوان یک رهبر، باید کارمندان خود را به سمت یک هدف هدایت کنیم، یک هدف جمعی که دیدگاهی تعریف شده و واضح از چیزی که پیش‌روی ماست و روش رسیدن به آن دارد. الهام‌بخشی به افرادی که با آن‌ها کار می‌کنیم، چیزی است که ما از تفکر طراحی می‌دانیم.

رهبری در مقابل کنترل

برخی از مدیران احساس نیاز به مراقبت از فعالیت‌های جمعی ما می‌کنند. آن‌ها اطلاعات را کنترل می‌کنند و این امر را یک ضرورت

عملکرد فراتر از پیش‌بینی توئیتر با انتشار گزارش مالی تابستان ۲۰۱۸

توئیتر گزارش مالی مربوط به سه ماهه سوم سال ۲۰۱۸ را منتشر کرد که نشان از عملکردی فراتر از پیش‌بینی‌ها برای این کمپانی دارد.

به گزارش زومیت توئیتر، اکنون جزو ۱۰ شبکه اجتماعی برتر جهان به‌شمار می‌رود که ۳۲۶ میلیون کاربر فعال ماهانه دارد. در سال‌های گذشته، توئیتر همواره عملکرد مالی ضعیفی داشته است، اما گزارش مالی اخیر این شرکت نشان می‌دهد که برخلاف پیش‌بینی کارشناسان، آمارهای مالی این شرکت همگی رشد بسیار خوبی داشته‌اند. با توجه به اطلاعات ارائه‌شده از سوی توئیتر، این شرکت توانسته در سه ماه اخیر ۷۵۸ میلیون دلار درآمد کسب کند که نسبت به مدت مشابه سال قبل، حدود ۲۹درصد رشد داشته است. در این گزارش مالی آمده است که میزان درآمد حاصل از هر سهم نیز به ۲۱ سنت رسیده است.

کارشناسان وال استریت پیش‌بینی کرده بودند که درآمد توئیتر در سه ماه اخیر، به ۷۰۳ میلیون دلار می‌رسد و درآمد حاصل از هر سهم نیز ۱۴ سنت خواهد بود. توئیتر اعلام کرده است که درآمد حاصل از تبلیغات ۲۹درصد افزایش یافته و به ۶۵۰میلیون دلار رسیده است؛ همچنین میزان تعامل کاربران با تبلیغات منتشرشده در تایم‌لاین توئیتر، نسبت به مدت مشابه سال قبل ۵۰درصد افزایش یافته است. با این حال، تعداد کاربران فعال ماهانه توئیتر، به ۳۳۰ میلیون نفر نرسیده و اکنون ۳۲۶ میلیون نفر است. البته این آمار نسبت به مدت مشابه سال قبل نیز افت داشته است؛ زیرا سال گذشته، توئیتر ۳۳۵ میلیون کاربر فعال ماهانه داشت.

جک دورسی، مدیرعامل توئیتر، می‌گوید که آمارها به تدریج بهبود خواهند یافت، اما طی ماه‌های گذشته، عواملی بوده‌اند که بر رشد منفی کاربران فعال ماهانه توئیتر تأثیرگذار بوده‌اند. وی بر این باور است که عواملی همچون قوانین اروپا در زمینه حریم شخصی، تصمیمات خود شرکت در زمینه کیفی و همچنین یکسری تغییرات که در توئیتر اعمال شدند، باعث ریزش کاربران و بسته شدن برخی اکانت‌ها شدند. جک دورسی می‌گوید که تمرکز توئیتر، بر سلامت جامعه کاربری و افزایش کیفیت است و نمی‌خواهد به هر قیمتی آمارهای خود را افزایش دهد.

جک دورسی در ادامه سخنان خود گفت:

«ما تصمیماتی را اتخاذ کردیم و در این راه نیز تلاش کردیم و توانستیم توئیتر را از نظر محتوا، سالم‌تر کنیم و این شبکه اجتماعی را به یک سرویس روزمره تبدیل کرده‌ایم و به این تلاش‌ها ادامه خواهیم داد. ما مدتی است که تمرکز خود را روی شناسایی و حذف اکانت‌های جعلی و اسپم گذاشته‌ایم و این روند تا این‌جا، بسیار خوب پیش رفته است. ما اکنون می‌توانیم اکانت‌های مشکوک را هنگام ثبت‌نام در توئیتر شناسایی کرده و حذف کنیم. ما همواره به ارائه به‌روزرسانی‌ها ادامه می‌دهیم تا بتوانیم دنبال کردن رویدادها و اخبار مهم را برای کاربران ساده‌تر کنیم. ما در زیرساخت‌های خود، قابلیت‌های را اضافه کرده‌ایم تا کاربران آمریکایی بتوانند رویدادهای تلویزیونی و اخبار مرتبط با آن‌ها را از طریق توئیتر پیگیری کرده و درباره آن‌ها با سایر کاربران به بحث و گفت‌وگو بپردازند. آمارهای این فصل مالی نشان دادند که تصمیمات ما در زمینه سالم‌تر کردن جامعه توئیتر در بلندمدت، به خوبی جواب داده‌اند و باز هم شاهد افزایش جامعه کاربران واقعی توئیتر خواهیم بود.»

تا به امروز، انتقادات زیادی به توئیتر وارد شده است؛ زیرا تعداد کاربران جعلی توئیتر بسیار بیشتر از سایر شبکه‌های اجتماعی است و همین موضوع باعث وقوع جرم می‌شود. توئیتر در ماه‌های گذشته، فعالیت کاربران خود را به شکلی سخت‌گیرانه‌تر تحت نظر گرفته است و اکانت‌های مشکوک را می‌بندد تا زمانی که صاحب اکانت، تأیید هویت شود. کاربران اعلام کرده‌اند حتی با وجود تأیید هویت، باز هم اکانت آن‌ها بسته شده است که همین موضوع نشان می‌دهد توئیتر روی کاربرانی که پیش‌تر نیز مشکوک بوده‌اند، حساسیت دارد.

عملکرد فوق‌العاده اینتل با کسب سود ۶.۴ میلیارد دلاری

ماهه سوم سال جاری میلادی به لطف افزایش تقاضا برای پردازنده‌های پی‌سی که پس از رکودی طولانی اتفاق افتاده، درآمد قابل قبولی را کسب کند. همچنین باید به افزایش فروش تراشه‌های مودم مورد استفاده در

آیفون‌های اپل نیز اشاره کرد. باب سوان، مدیرعامل اینتل در رابطه با افزایش تقاضا برای پردازنده‌های پی‌سی به این نکته اشاره کرده که این افزایش به دلیل افزایش خرید از جانب مشتریان تجاری در اقتصادهای توسعه‌یافته در کنار به‌روزرسانی سیستم‌ها از سوی گیمرها است. بسیاری از کسب‌وکارها در حال به‌روزرسانی سیستم‌های خود هستند، چراکه مایکروسافت پشتیبانی از سیستم‌عامل‌های قدیمی ویندوز را تا سال ۲۰۲۰ متوقف خواهد کرد. فروش تراشه‌های مودم اینتل طی فصل سوم سال ۲۰۱۸، رشدی ۱۳۱درصدی را تجربه

کرده است که اصلی‌ترین دلیل آن را باید تبدیل شدن اینتل به تنها تولیدکننده تراشه‌های مودم عنوان کرد، چراکه کوالکام دیگر سهمی در تولید تراشه‌های مودم آیفون ندارد.

اینتل گزارش مالی مربوط به سه ماهه سوم سال ۲۰۱۸ میلادی را منتشر کرده که نشان از کسب سود ۶.۴ میلیارد دلاری از درآمد ۱۹.۱۶ میلیارد دلاری برای این کمپانی دارد. به گزارش زومیت، اینتل با انتشار

گزارش مالی مربوط به سه ماهه سوم سال ۲۰۱۸ میلادی نشان داد که بسیاری فراتر از پیش‌بینی‌های کارشناسان و تحلیلگران عمل کرده‌است. از میان عمده‌ترین دلایلی که منجر به عملکرد خوب اینتل شده است، می‌توان به حاشیه سود بالا در کسب‌وکار دیتاسترها و همچنین افزایش تقاضا برای پردازنده‌های پی‌سی اشاره کرد. اینتل علاوه بر دست یافتن به رشد ۳۹درصدی در سود کسب شده، پیش‌بینی کرده که سه ماهه چهارم سال جاری میلادی را نیز با عملکردی خوب به پایان برساند. متخصصان اینتل مشکلاتی را برای درآمد این کمپانی که ریشه در مناقشات

اقتصادی با اقتصاد چین داشته باشد، متصور نیستند، حال آنکه مالکان دیتاسترهای بزرگی نظیر بایدو یا بزرگ‌ترین تولیدکنندگان پی‌سی در سطح جهان در کشور چین مستقر شده‌اند. اینتل موفق شده تا طی سه



شرکت چینی ByteDance ، ارزشمندترین استارت‌آپ جهان

می‌دهند و درست کردن ویدئو با این اپ، موج جدیدی در محتوای شبکه‌های اجتماعی چینی به راه انداخته است. این مسئله موجب شده که فیس‌بوک نیز سعی کند، سرویس مشابهی با TikTok برای شبکه

اجتماعی خود طراحی کند.

زز سوی دیگر اپلیکیشن خبرخوان – To tiao، یکی از اپ‌های پرطرفدار چین به حساب می‌آید و صدها میلیون کاربر فعال روزانه و ماهانه دارد. نحوه عملکرد این اپلیکیشن بدین شکل است که با استفاده از هوش مصنوعی، خبرهای مختلف را کنار هم جمع‌آوری کرده و برای کاربر خود به نمایش می‌گذارد.

علاوه بر این تبلیغات کنسار فید خبری، منبع اصلی تامین درآمد برای این اپلیکیشن به شمار می‌رود. براساس گزارش وب سایت بلومبرگ ByteDance موفق شده که سال گذشته، درآمدی معادل ۵.۵میلیارد دلار داشته باشد. البته باید در نظر داشت که این استارت‌آپ همانند بسیاری از موارد مشابه خود، هنوز به مرحله سوددهی نرسیده است.



به تازگی گروه مخابراتی سافت بانک در یک استارت‌آپ چینی ۳ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری کرده و موجب شده که شرکت ByteDance به ارزشمندترین استارت‌آپ جهان بدل شود.

به گزارش دیجیاتو به نقل از بلومبرگ، کمپانی ByteDance که در واقع مالک و سازنده اپلیکیشن ویدئو TikTok و خبرخوان Toutiao است، اکنون ارزشی معادل ۷۵ میلیارد دلار دارد و توانسته شرکت آمریکایی پرآوازه اوبر را با ارزش ۷۲میلیارد دلاری خود پشت سر بگذارد. البته باید در نظر داشت که گزارش شده اوبر سال آینده به یک شرکت خصوصی تبدیل خواهد شد و ارزشی معادل ۱۲۰ میلیارد دلار پیدا خواهد کرد، اما در حال حاضر ByteDance ارزشمندترین استارت‌آپ جهان محسوب می‌شود. این مسئله می‌تواند دستاورد بزرگی برای این شرکت

چینی باشد چرا که تنها مدت کوتاهی است که پای این شرکت به دیگر کشورها باز شده و پیش از این تنها در چین فعالیت داشته است. این روزها نوجوانان چینی علاقه زیادی به اپلیکیشن TikTok نشان

خلاصه‌ای کوتاه از تبلیغات سیاسی در آمریکا

هر کس که در روزهای باقی مانده به شروع انتخابات ریاست جمهوری در آمریکا بوده باشد یا اخبار این روزهای این سرزمین را از دور دنبال کرده باشد، به‌خوبی از چند و چون تبلیغات سیاسی اطلاع دارند. به عبارت دقیق‌تر اگر بگوییم که در این دوران مخاطبین تلویزیون، رادیو یا هر کس بیلموردهای تبلیغاتی را در محیط بیرون می‌بینند، توسط این رسانه‌ها بمباران تبلیغاتی می‌شوند، باید بگوییم که خیلی سطح این تبلیغات را کم و ناچیز در نظر گرفته‌ایم. در سال ۲۰۱۲ هزینه این تبلیغات از جنبه مالی چیزی بالغ بر ۴ میلیارد دلار بود که هر ساله این مبلغ بیشتر و بیشتر هم می‌شود، تا جایی که در سال ۲۰۱۶ تقریباً کل مردم جهان تحت پوشش رسانه‌ای این تبلیغات بوده و آن را دنبال می‌کردند.

اما ببینیم این تبلیغات از کجا ریشه گرفته و چگونه تغییر پیدا کرده است؟

در ابتدا تبلیغات سیاسی بسیار کم بود در واقع باید گفت آغاز به کارگیری تلویزیون بود که موجب شد تا سیاستمداران به شیوه‌های جدیدی به مخاطبین خود دست پیدا کنند. پیش از آن، کلیت تبلیغات سیاسی حضور در جمع‌های مردمی، ملاقات با رای‌دهندگان، برگزاری بحث‌های جمعی و دست دادن با رای‌دهندگان بود. در واقع در سال ۱۹۸۴ هری ترومن، سی و سومین رئیس‌جمهور آمریکا، برای تبلیغات خود بیش از ۵۵۰هزار کیلومتر را سفر کرد و با بیش نیم میلیون نفر دست داد که در دوره خودش یک پیروزی بزرگ به حساب می‌آمد و امروزه بسیار می‌تواند موجب شگفتی باشد؛ چرا که هیچ نامزد انتخاباتی حاضر نمی‌شود چنین تعهدی را بپذیرد و دوران تبلیغات انتخاباتی دست به چنین کار تاثیرگذاری برند.

دیوید آیزنهاور به عنوان سی و چهارمین رئیس جمهور آمریکا، اولین شخصی بود که از تلویزیون به معنای واقعی به عنوان یک رسانه جدید سود برد. وی مصاحبه‌ای را ترتیب داده بود که در آن ۴۰پرسش از مخاطبین وی پاسخ داده شده بود و هر یک از آنها به‌صورت یک فیلم کوتاه بریده شده و تحت عنوان یک کمپین تبلیغاتی با عنوان «آیزنهاور به مردم آمریکا پاسخ می‌دهد» در بخش‌های مختلف تلویزیونی پخش می‌شد که در نهایت همین حرکت موجب پیروزی وی در انتخابات شد.

از نیکسون تا کندی تا جانسون

بعد از آیزنهاور، قدرت تلویزیون دیگر قابل انکار نبود. سخنرانی‌های تلویزیونی نیکسون طی تبلیغات ریاست جمهوری وی که به موضوعات جنگ سرد و فساد دولتی می‌پرداخت، بسیار قدرتمند بودند. با این وجود، جان اف. کندی، مردی بود که در واقع برای دوربین ساخته شده بود و طی دوره تبلیغات ریاست جمهوری خودش بیش از ۲۰۰ تبلیغ تلویزیونی را ترتیب داده بود. او دارای زیبایی و ظرافت، اعتماد به نفس و آرامش در برابر دوربین بود.

از طرف دیگر نیکسون در برابر دوربین خیلی ناراحت و بی‌قرار رفتار می‌کرد، عرق می‌کرد و مضطرب به نظر می‌رسید. در واقع در آن دوران اِقتداری که تبلیغات و بحث‌ها را از طریق تلویزیون دنبال می‌کردند، اظهار می‌کردند که بدون شک کندی برنده انتخابات است و در مقابل آنهایی که این بحث‌ها را از طریق رادیو دنبال می‌کردند به برنده بودن نیکسون اعتقاد داشتند.

پس از مرگ کندی، جانسون یکی از اثربخش‌ترین تبلیغات تلویزیونی را تهیه کرد که منجر به پیروزی وی در برابر بری موریس گلدواتر و اثبات اثربخشی تلویزیون شد. در تبلیغ که اولین تبلیغ منفی در این عرصه بود دختری نشان داده می‌شد که در حال پَرپَر کردن یک گل بود و با کنده شدن هر یک از گلبرگ‌های گل با خود می‌گفت «او عاشق من است، او عاشق من نیست» و در پایان با کنده شدن آخرین گلبرگ صدایی در پس زمینه شروع به شمارش معکوس برای انفجار بمب اتمی می‌کرد که منجر به شکل گیری یک پروپاگاندای تبلیغاتی و برنده شدن وی در ۴۴ایالت در برابر ۶ ایالت وی شد.

در دهه‌های بعد از این تا به امروز اغلب تبلیغات تلویزیونی از طریق سیاست حمله به رقیب موفق به برنده شدن در کارزار تبلیغاتی شده‌اند. یعنی با اتکا به روش «به وی رای ندهید» به جای «به من رای دهید به دلیل …» هرچند که در بسیاری موارد توسط رقیب به سخره گرفته شده‌اند، اما همچنان اثرگذار بوده و در مواردی حتی رقیب هم مجبور به استفاده از روشی مشابه روش حمله در تبلیغات به رقیب خود شده است.

اول کلینتون و سپس اواما – تبلیغات انتخاباتی که از رسانه‌های جدید استفاده کردند

کاملاً عادلانه است که بگوییم بیل کلینتون اولین کسی بود که به‌صورت موثر از گونه‌های غیرسنتی تبلیغات سیاسی استفاده کرد. وی به جای راه انداختن کمپین‌هایی که تنها متکی برای تلویزیون و رادیو و بیلبورد بود، پیام خود را به‌صورت بسیار گسترده‌تر به مردم رساند. او راه خود را به شبکه‌های تلویزیونی خصوصی باز کرد که جوانان از جمله مخاطبین آن بودند و پیام‌ها و برنامه‌های خود را در ساعاتی پخش می‌کرد که عمدتاً قشر جوان از این شبکه‌ها استفاده می‌کردند و از همین طریق موفق به برنده شدن در سال‌های ۹۲ و ۹۶ شد.

اما وقتی نوبت به صحبت از تبلیغات سیاسی مدرن می‌رسد، باید گفت که باراک اواما برنده این میدان است و در واقع روند بازی را عوض کرده است. با وجود اینکه وی در برخی موارد از رسانه‌ها و روش‌های سنتی برای تبلیغات خود هم استفاده کرده بود، اما عمدتاً کمپین وی بر پایه یک پیام مثبت – امید – بود و از اینترنت تبلیغات چریکی به بهترین نحو ممکن استفاده کرد.

وبلاگ‌ها و فروم‌های اینترنتی پیام‌امید را به‌خوبی در سراسر سرزمین پهناور آمریکا پخش می‌کردند. در واقع استفاده از روش‌های مدرن، جوانی و شیک‌پوشی این سیاستمدار به راحتی موجب پیروزی وی در برابر مک کین بانجریه، جمهور‌یخواه و البته با رویکرد سنتی شده بود.

دونالد ترامپ و هیلاری کلینتون – نبرد تاریخی عجیب و غریب ۲۰۱۶

در واقع باید گفت انتخابات سال ۲۰۱۶ آمریکا و برنده آن، به‌طور حتم یک تغییردهنده اصلی و اساسی بازی تبلیغات انتخاباتی نه در آمریکا، بلکه در سراسر دنیا بودند. چرا که دونالد ترامپ با استفاده از روش‌های خاص تبلیغاتی خود توانسته بود تبلیغاتی به ارزش میلیون‌ها دلار را در رسانه‌های مختلف بدون هزینه کردن حتی یک دلار برای خودش دست و پا کند که در مطالب آینده سعی می‌کنیم به برخی از آنها اشاره کنیم.

منبع: ibazaryabi

چگونه کمپین بازاریابی محتوایی موفق‌ی داشته باشیم؟

۵ شیوه حرفه‌ای برای توسعه محتوای برندمان در سال ۲۰۱۸



برای تقویت فرآیند آبدیت مطالب را افزایش خواهد داد. در هر صورت هر نوع به‌روز رسانی باید دارای پایه‌ای محکم باشد. در غیر این صورت شما صرفاً کلماتی کلیشه‌ای را به مطلب‌تان افزوده‌اید.

به‌روز رسانی مطالب شانسِی مجدد به آنها در زمینه توسعه خود می‌دهد. به این ترتیب مخاطب‌های جدید نیز نسبت به وجود مطلب ما و هماهنگی‌اش با آخرین تغییرات دنیای تکنولوژی مطلع خواهند شد. همچنین آبدیت یک مطلب قدیمی هرگز زحمت تولید یک محتوای جدید را ندارد. به این ترتیب شما با اختصاص زمانی بسیار اندک محتوای تازه برای سایت‌تان تهیه خواهید کرد.

برای جلب منفعت بیشتر فقط بر روی آبدیت مطالب‌تان تمرکز نکنید. در حقیقت تبدیل اطلاعات کاربردی مطالب‌مان به نمودارها یکی دیگر از راهکارهای جلب نگاه مخاطب است. مزیت اصلی نمودارها توان انتقال اطلاعات کاربردی در قالبی سرگرم‌کننده است. به این ترتیب مخاطب دیگر زحمت مطالعه یک مطلب طولانی را نخواهد کشید.

به منظور اطمینان از طی فرآیند آبدیت مطالب به گونه‌ای خلاقانه و به دور از کلیشه‌های رایج باید آن را در قالبی حرفه‌ای دنبال کرد. بر این اساس توصیه‌های ذیل را مدنظر داشته باشید:

- هر ماه نگاهی دوباره به مطالب‌تان بیندازید. اولویت در اینجا با مطالب ماه گذشته است.

- همیشه یک چشم‌تان به اخبار جدید حوزه کسب‌وکار‌تان باشد. در صورت وقوع اتفاقی جالب و تاثیرگذار سریعاً نسبت به آبدیت مطالب مرتبط با آن موضوع اقدام کنید.

- پس از آبدیت هر مطلب یک یادداشت کوچک در ابتدا یا انتهای آن پیرامون آخرین تاریخ به‌روز رسانی قرار دهید. به این ترتیب مخاطب از آخرین زمان افزودن اطلاعات جدید به مقاله‌تان آگاه خواهد شد.

۵. به فرصت‌ها پاسخ مثبت دهید

در حالی که هدف اصلی از بازاریابی محتوایی فراهم‌سازی مطالب مرتبط با علاقه مخاطب در حوزه تخصصی‌مان است، شاید امکان جست‌وجوی منافع بیشتر نیز وجود داشته باشد.

در حقیقت تولید محتوای باکیفیت می‌تواند به موارد ذیل نیز منجر شود:

- بازنشر مطلب‌مان در سایت‌های مشهور یا استفاده از آن به عنوان منبع پژوهش‌های حرفه‌ای

- گفت‌وگو پیرامون محتوای ما در کنفرانس‌های مرتبط با کسب‌وکارمان

- دریافت دعوت‌نامه برای حضور در پادکست‌های مختلف
- تبدیل شدن به برند یا فردی تاثیرگذار در حوزه کسب‌وکارمان
- خلق فرصت‌های مناسب در جهت تهیه و انتشار کتاب‌های مختلف

توسعه محتوا: فراسوی اصول اولیه

توسعه مطالب باید به گونه‌ای متعادل صورت گیرد. بر این اساس استراتژی اصلی ما در طول زمان باید بهینه‌سازی شود. در حقیقت هنگامی که تاکید ما به جای تولید صرف محتوا بر روی کیفیت آنها باشد، به گونه‌ای حرفه‌ای نسبت به جلب نظر مخاطب اقدام کرده‌ایم. توسعه حرفه‌ای محتوا فقط بر روی راهکارهای جلب دامنه گسترده‌تری از کاربران تمرکز ندارد. در حقیقت اگر کیفیت مطالب ما پایین باشد، حتی اگر کل جهان هم مطالب‌مان را مشاهده کنند، بازهم تاثیری بر روی کسب‌وکارمان نخواهد داشت.

به عنوان یک فعال در حوزه‌ای از کسب‌وکار چه راهکارهای دیگری داشته باشید یا نه، بر این اساس همیشه نگاهی دقیق به آخرین تغییرات حوزه کسب‌وکار‌تان داشته باشید. در صورت هرگونه تغییر شما باید تمام مطالب‌تان را اصلاح و به‌روز رسانی کنید.

۴. به روز رسانی و توسعه محتوای تولیدشده

بازاریاب‌هایی که به طور مداوم مطالب‌شان را به روز نگه می‌دارند، ۷۵درصد بیشتر از سایر همکاران‌شان شانس جلب مخاطب دارند. در حقیقت آبدیت پست‌های قدیمی روحی تازه در کالبد آنها خواهد دمید. به این ترتیب مخاطب همیشه به مطالب شما به عنوان آخرین دستاوردهای حوزه تخصصی‌تان نگاه می‌کند. بررسی دقیق انواع مطالعات و پژوهش‌های کاربردی در زمینه کسب‌وکارمان شانس ما

بر این اساس هر مجموعه در زمینه بازنشر مطالب مربوط به یک یا چند حوزه کسب‌وکار فعالیت دارد. با یافتن مجموعه‌های مرتبط با کسب‌وکارمان از شانس به اشتراک‌گذاری مطالب‌مان به صورت رایگان یا همراه با هزینه‌ای بسیار اندک برخوردار خواهیم شد.

از جمله برترین مجموعه‌های بازنشر محتوا به نمونه‌های زیر می‌توان اشاره کرد: HubPages, Growth Hackers, Flip Board, Medium, Reddit, Blog Engage, Triberr .

برخی از این سایت‌ها رایگان هستند. با این حال برخی از آنها نیازمند پرداخت میزان مشخصی حق اشتراک خواهند بود. در اینجا معیار انتخاب شما نباید صرفاً میزان هزینه باشد. به طور معمول هزینه مورد نیاز برای بازنشر مطالب‌مان در سایت‌های مذکور بسیار پایین است. با این حال این به معنای همکاری با هر سایتی نیست. معیار انتخاب ما باید کیفیت مطالب آن سایت در کنار نوع مخاطبش باشد. بر این اساس در صورت حضور طیف گسترده‌ای از مخاطب هدف‌مان سایت مورد نظر کاملاً به دردمان خواهد خورد. در غیر این صورت فرآیند جست‌وجو را باید همچنان ادامه دهیم.

در صورت انتخاب مجموعه مناسب شما تاثیر انتشار مطلب‌تان را در کوتاه‌مدت در خواهید یافت. به عبارت ساده، اینگونه سایت‌ها مخاطب مناسب هر برند را به سوی سایت رسمی و اکانت‌های آن در شبکه‌های اجتماعی سوق می‌دهد.

۳. تولید محتوا در انواع گوناگون

تولید محتوا در قالب‌های متنوع شانس ما برای جذب مخاطب بیشتر را تقویت می‌کند. بر این اساس مطالب ما باید طیف وسیعی از سلیقه‌ها را راضی نگه دارد. این کار فقط در صورت تلاش برای تولید مطلب در فرمت‌های گوناگون امکان‌پذیر است. به عنوان مثال، اگر مطلب اصلی شما در قالب یک توییت منتشر شده است، آن را به گونه‌ای مشابه (اما سازگار) با اینستاگرام هم منتشر سازید. این کار نیازمند یافتن تصویر یا ویدئویی زیبا برای مطلب اینستاگرامی‌مان است. با این حال مخاطب‌های اینستاگرام هم شانس مشاهده مطلب ما را خواهند داشت. نکته مهم در اینجا عدم مشاهده یش عمده‌ای از محتوا از سوی کاربران شبکه‌های اجتماعی متفاوت با پلتفرم هدف‌مان است. تولید محتوا در قالب‌های متنوع شانس ما برای تعامل هرچه بیشتر با دامنه متنوع‌تری از مخاطب‌ها را افزایش می‌دهد.

- به هنگام تولید محتوا چند رسانه‌ای نکات زیر را مد نظر داشته باشید:
- همگام با تولید محتوا چند گانه باید تیت‌های متنوعی و چندگانه‌ای نیز انتخاب کنید

- تمرکز بر روی طرح پرسش‌های خلاقانه و جذاب برای جلب توجه مخاطب در کنار مطالب‌مان ضروری است

- در انتقال پیام‌مان حتماً باید از آمارهای دقیق نیز استفاده کنیم
- در نهایت باید پیام ما همراه با نوعی ترغیب به عمل برای مخاطب باشد

در زمینه تولید محتوای چندگانه باید به‌روز رسانی آنان را نیز مد نظر داشته باشیم. بر این اساس همیشه نگاهی دقیق به آخرین تغییرات حوزه کسب‌وکار‌تان داشته باشید. در صورت هرگونه تغییر شما باید تمام مطالب‌تان را اصلاح و به‌روز رسانی کنید.

۴. به روز رسانی و توسعه محتوای تولیدشده

بازاریاب‌هایی که به طور مداوم مطالب‌شان را به روز نگه می‌دارند، ۷۵درصد بیشتر از سایر همکاران‌شان شانس جلب مخاطب دارند. در حقیقت آبدیت پست‌های قدیمی روحی تازه در کالبد آنها خواهد دمید. به این ترتیب مخاطب همیشه به مطالب شما به عنوان آخرین دستاوردهای حوزه تخصصی‌تان نگاه می‌کند. بررسی دقیق انواع مطالعات و پژوهش‌های کاربردی در زمینه کسب‌وکارمان شانس ما

به قلم: سوجان پاتل کارشناس بازاریابی دیجیتال

ترجمه: علی آل‌علی

وقتی شما محتوایی در فضای اینترنت تولید می‌کنید، به معنای مشاهده آن از سوی همه کاربران نیست. بر این اساس کاربران برای مشاهده مطلب ابتدا باید از وجود آن اطلاع به دست بیاورند. با توجه به اینکه فضای دیجیتال رقابت فشرده‌ای دارد، اگر مایل به جذب مخاطب برای محتوای‌تان هستید باید از فرصت‌های موجود نهایت استفاده را ببرید. در این راه جذب مخاطب درست به اندازه تولید محتوا اهمیت دارد.

در این مقاله به بررسی پنج شیوه حرفه‌ای توسعه محتوا از دیدگاه موسسه Content Promotion Strategy خواهیم پرداخت.

۱. افزودن افراد تاثیرگذار در فرآیند توسعه محتوا

بسیاری از بازاریاب‌ها با مسئله همکاری با افراد تاثیرگذار آشنا هستند. با این حال نکته مهم در اینجا اقدام به همکاری با افراد تاثیرگذار از همان ابتدای فرآیند تولید محتواست. اشتباه بسیاری از برندها تولید محتوا، اجرای کمپین و در مرحله بعد همکاری با افراد تاثیرگذار است، به عنوان یک بازاریاب در حوزه دیجیتال همیشه به تعیین اهداف و مسیرهای اصلی پیش از اقدام برای نگارش متن کمپین علاقه دارم. بر این اساس نکات ذیل را همیشه در ذهن داشته باشید:

- تلاش برای تعیین موضوعات محوری براساس ترندهای کسب‌وکارمان

- گفت‌وگو با افراد تاثیرگذار پیش از شروع فرآیند تولید محتوای‌مان به منظور اطمینان از علاقه آنها به همکاری در فرآیند تولید و توسعه کمپین‌مان

- درخواست ارائه نظرات و پیشنهادات از سوی افراد تاثیرگذار به منظور بهبود کیفیت محتوا

- درخواست از افراد تاثیرگذار به منظور بازخوانی نهایی محتوا پیش از تولید به منظور دریافت آخرین نظرات و اطلاع از الگوی نهایی کمپین برندمان

در زمینه همکاری با افراد تاثیرگذار من همیشه بر روی دو ابزار کاربردی تکیه کرده‌ام: Mail Shake و Voila Nobert. من از ررم‌افزار Mail Shake برای مدیریت بازاریابی ایمیلی کمپین و – Vo la Nobert را به منظور یافتن ایمیل افراد تاثیرگذار استفاده می‌کنم.

پس از اینکه تولید محتوا به پایان رسید، باید به سراغ افراد تاثیرگذار رفت. هدف از این کار ارائه محتوای‌مان به آنها و دریافت نظرات‌شان در مورد کیفیت مطلب است. در هر صورت اغلب افراد تاثیرگذار تجربه همکاری با کمپین‌های مختلفی را داشته‌اند. به همین دلیل نظرات آنها از میزان بالای اعتبار برخوردار است.

هدف شما از همکاری با افراد تاثیرگذار علاوه بر دریافت نظرات‌شان، به اشتراک‌گذاری لینک محتوای برند نیز هست. به این ترتیب کمپین شما در میان طرفداران فرد مورد نظر محبوبیت بالایی پیدا خواهد کرد. در اینجا توجه به ارتباط نوع کسب‌وکار شما با شیوه فعالیت فرد تاثیرگذار اهمیت دارد. اگر کمپین شما با فردی مشهور اما بیگانه با حوزه کسب‌وکار‌تان همکاری کند، نتیجه مناسبی دریافت نخواهید کرد.

۲. مشارکت با مجموعه‌های به اشتراک‌گذار محتوا

شاید به اشتراک‌گذاری مطلب در سایت رسمی شرکت برای جلب نظر مخاطب‌های پرشمار کافی نباشد. در این صورت باید راهکاری برای ارائه مطالب‌مان به طیف وسیع‌تری از مخاطب‌ها پیدا کنیم.

مجموعه‌های به اشتراک‌گذار محتوا یکی از بهترین راه‌حل‌ها برای پايان دادن به دشواری‌های مسیر دستیابی به مخاطب هدف هستند،

ایستگاه بازاریابی

استراتژی‌های بازاریابی برای مرحله ورود به بازار (۲)

هدف تضمین رشد سود و فروش‌های شرکت در آینده است

نویسنده:حامددهانی

روانکاو فروش ایران

هدف اصلی شرکت‌ها از توسعه بازار و معرفی محصول جدید، تضمین رشد سود و فروش‌های شرکت در آینده است. در سال‌های اخیر و به دلیل رشد و پیشرفت سریع تکنولوژی و افزایش رقابت جهانی این هدف اهمیت بیشتری یافته است. وجود جریانی ثابت از محصولات جدید و توسعه مستمر بازارهای جدید، از جمله بازارهای موجود در کشورهای خارجی، برای تداوم رشد شرکت ضروری هستند، اما مورد مربوط به شرکت‌های پیشرو نشان می‌دهد که پروژه‌های توسعه‌ای انفرادی نیز می‌توانند اهداف استراتژیک دیگری را نیز تامین کنند. وقتی از شرکت‌های پیشرو سوال شد که نقش استراتژیک موفق‌ترین محصولات جدید آنها چه بوده است، پاسخ‌دهندگان به پیمایش انجام شده توسط شرکت مشاوره‌ای بوز، آلن و همیلتون به هشت هدف استراتژیک مختلف اشاره کردند. این اهداف و درصد پاسخ‌دهندگانی که هر یک را نام برده‌اند نشان می‌دهد که کدام اهداف روی مسائل بیرونی(مثل تعریف سهم بازار) تمرکز کرده‌اند و کدام یک از این اهداف به اتکای نقاط قوت داخلی شرکت ایجاد می‌شوند یا بهبود می‌یابند. بیش‌تر پاسخ‌دهندگان اعلام کردند که محصول جدید آنها به تامین بیش از یک مورد از اهداف فوق کمک می‌کند.

اهداف استراتژیک به دست آمده از طریق معرفی محصولات جدید موفق.

انواع مختلف محصولات جدید برای حصول به اهداف استراتژیک مختلفی مناسب هستند. مثلا، اگر هدف ایجاد جای پا در یک بخش بازار یا پیش‌دستی کردن در ورود به آن است، شرکت باید محصولی را معرفی کند که برای آن بازار تازگی داشته باشد، اگر چه ممکن است برای شرکت کاملا تازه و جدید نباشد. از طرف دیگر، اگر شرکت قصد دارد جریان نقدینگی‌اش را از طریق افزودن یک محصول پولساز دیگر افزایش بدهد، تولید انواع دیگری از محصول یا اعمال تغییرات و تعدیلات در محصول، به ویژه آنهایی که هزینه‌های واحد را کاهش می‌دهند، می‌تواند مفید و موثر باشد. اهداف یک واحد فعالیت از معرفی اقلام جدید خود به بازار بر نوع استراتژی‌ای که باید پیروی کند، بر برنامه‌های بازاریابی و مالی لازم برای آن استراتژی تاثیر می‌گذارد. مثلا اگر شرکت یا واحد فعالیتی از یک استراتژی فرصت‌طلب پیروی می‌کند و قصد دارد تا جایگاه خود را به عنوان نئوآر محصول حفظ کند و جای پایي در انواع بازارهای محصول جدید ایجاد کند، باید تا حد توانش در بسیاری از آن بازارها پیشساز باشد. اجرای موفق یک چنین استراتژی مستلزم آن است که آن واحد از منابع قابل توجهی برخوردار باشد و آن منابع را به فرایندهای تحقیق و توسعه، مهندسی محصول، بازاریابی و تحقیقات بازاریابی تخصیص بدهد.

انواع اقلام بازار جدید مناسب برای اهداف استراتژیک مختلف هدف قلم جدید

حفظ موقعیت خود به عنوان یک نوآور در محصول محصولات جدید برای دنیا؛ بهبودها یا بازبینی‌ها در محصولات موجود دفاع از موقعیت فعلی سهم بازار بهبود یا بازبینی در محصولات موجود؛ افزودن اقلامی به خانواده محصول موجود؛ کاهش هزینه‌ها ایجاد جای پا در بازار جدید آینده؛ پیش‌دستی در ورود به یک بخش بازار جدید محصولات جدید برای دنیا؛ افزودن اقلامی به خانواده محصولات موجود؛ موقعیت‌یابی مجدد بهره‌برداری از تکنولوژی به شیوه‌ای جدید محصولات جدید برای دنیا؛ خانواده محصول جدید؛ افزودن اقلامی به خانواده محصول موجود یا بازنگری در آن سرمایه‌گذاری روی نقاط قوت توزیع محصولات جدید برای دنیا؛ خانواده محصول جدید؛ افزودن اقلامی به خانواده محصول موجود یا بازنگری در آن حذف آن وجود دارد. به منظور افزودن استیکر به ویدئو، ابتدا اقدام به ضبط یا انتخاب آن از بخش گالری دستگاه‌تان کنید. سپس با لمس طولانی صفحه در بخش ویرایش امکان ضبط زنده استیکر یا انتخاب از میان تصاویر گالری برای‌تان فراهم می‌شود.

استفاده بهینه از استیکرهای اینستاگرام برای برندگان استیکرهای اینستاگرام فرصت تعامل هرچه بیشتر برند شما با مخاطب را فراهم می‌کند. به این ترتیب با انتخاب استیکرهای مناسب شانس برندگان برای جلب نظر طیف وسیع‌تری از مخاطبان افزایش چشمگیری می‌یابد. نکته مهم در اینجا تمرکز بر روی خلق محتوای اصلی است. در حقیقت استیکرهای کاربردی در صورت کیفیت پایین مطلب ما هیچ کمکی به برندگان نخواهد کرد. فورستر یکی از نویسنده‌های حرفه‌ای در زمینه بازاریابی دیجیتال است. وی در یکی از مقالات اخیر خود تحت عنوان «حداکثرسازی ارزش کسب‌وکار با تکنولوژی سریع» اظهار نظر جالبی داشته است: «امروزه حوزه‌های جدید ارزش‌آفرینی عبارتند از تجربه تعاملی، تکنولوژی خلاق و ایده‌های هیجان‌انگیز برای مخاطب». بهترین شیوه برای انتقال این حجم از هیجان به مخاطب داستان‌سرایی است. همانطور که از نام سرویس استوری اینستاگرام بر می‌آید، انگیزه اصلی تیم طراحی این پلتفرم فراهم‌سازی فرصتی عالی برای کاربران به منظور بیان داستان‌های کوتاه‌شان است. برند ما نیز باید در راستای همین هدف از سرویس استوری استفاده کند.

نظر شما در مورد مطلب این مقاله چیست؟ آیا شما تا به حال از استیکرهای اینستاگرام استفاده کرده‌اید؟ اگر در این زمینه حرفه‌ای هستید، به اشتراک‌گذاری تجربه‌تان با دیگران به شما فرصت یافتن شرکای تجاری بیشتر را می‌دهد.

در عصری که همه بخش‌های زندگی به سوی تکنولوژی‌های نوین دیجیتالی در حرکتند، حوزه بازاریابی نیز باید با این جریان هماهنگ شود. به همین دلیل اکنون بهترین زمان ممکن برای تقویت مهارت‌های اعضای برندگان به منظور هماهنگی با تکنولوژی‌های نوین در عرصه بازاریابی و تبلیغات است.

۷ استیکر جذاب اینستاگرام برای خلق استوری‌های زیباتر



بدان خو گرفته‌اند. علاوه بر سرگرم‌سازی مخاطب، نظرسنجی یکی از ابزارهای مفید برای جمع‌آوری اطلاعات کمی پیرامون مشتریان است. براساس تجربه این استیکر برای بازاریاب‌های مشتاق به سرگرم‌سازی مخاطب در کنار دریافت اطلاعات کاربردی بسیار مفید است.

به منظور استفاده از این استیکر فقط باید آن را در فهرست استیکرها پیدا کرد. سپس پرسش اصلی‌تان را درج کرده و از مخاطب بخواهید بدان رای دهد. در نهایت نیز شما امکان به اشتراک‌گذاری نتیجه نظرسنجی را خواهید داشت. این کار مخاطب‌تان را نیز در جریان نتیجه نهایی نظرخواهی خواهد گذاشت.

نکته مهم در خصوص این نظرسنجی امکان مشاهده به روز نتایج آن برای کاربران شرکت‌کننده است.

۳.اهمیت پخش ملودی زیبا

با استفاده از استیکر موسیقی شما امکان افزودن ترک‌های صوتی به استوری خود را خواهید داشت. به این ترتیب با انتخاب تصویر یا ویدئوی مورد علاقه‌تان به آنها یک ملودی زیبا نیز اضافه خواهید کرد. به منظور افزودن ملودی به استوری‌تان گزینه دوربین در بالای سمت راست صفحه اصلی را انتخاب کنید. در اینجا اقدام به ضبط ویدئو یا تصویر تازه یا استفاده از آرشیو گالری‌تان کنید. سپس به هنگام ویرایش محتوای‌تان آپکون «استیکر موسیقی» را لس کنید. یافتن آپکون استیکر موسیقی بسیار راحت است. در حقیقت این آپکون در کنار سایر استیکرهای بخش ویرایش وجود دارد. خوشبختانه آرشیو موسیقی اینستاگرام بسیار جامع است. به این ترتیب شما فرصت یافتن هرگونه ملودی مورد علاقه‌تان را خواهید داشت.

توجه داشته باشید که مدت زمان نمایش استوری برای کاربران حداکثر ۱۵ ثانیه است. به این ترتیب باید بخش مهم موسیقی مورد نظردمان را انتخاب کنیم. در این زمینه بخشی که بیشترین هماهنگی با ماهیت استوری‌تان را دارد، مد نظر داشته باشید. توصیه: برای کاربران IOS امکان انتخاب موسیقی پیش از ضبط یا انتخاب محتوای بصری پست وجود دارد.

۴. راهنمایی فالوورهای مان

اگر شما قصد راهنمایی فالوورهای خود به موقعیت مکانی مشخصی (فروشگاه‌تان، مراسمی خاص و مانند اینها) را دارید، استیکر موقعیت مکانی به پیام شما ارزش اضافی خواهد داد. براساس آمارهای تیم فنی اینستاگرام استوری‌های دارای موقعیت مکانی مورد توجه طیف وسیع‌تری از کاربران قرار می‌گیرد. به این ترتیب شانس جذب مخاطب برای برندهای هماهنگ با این استیکر افزایش خواهد یافت. به علاوه با افزودن موقعیت مکانی به استوری‌مان ماهیت آن واقعی‌تر خواهد شد. به منظور افزودن این استیکر به استوری‌تان پس از ضبط یا انتخاب محتوای بصری در فهرست استیکرها گزینه Location را انتخاب کنید. در این بخش شما می‌توانید موقعیت مکانی خود را به راحتی جست‌وجو کنید. همچنین اگر GPS گوشی‌تان فعال باشد، به صورت خودکار موقعیت‌تان پیدا می‌شود.

۵.استفاده از ابزارهای ترند

شاید شما به منظور استفاده از اموجی یا هشتگ در استوری‌تان علاقه داشته باشید. با این حال اگر از همین نوع هشتگ و اموجی‌ها در قالب استیکری مشخص استفاده کنید، تاثیرگذاری‌شان بسیار بیشتر خواهد شد. مزیت اصلی این روش امکان لمس استیکر هشتگ شما از سوی مخاطب به منظور مشاهده لینک جانبی است.

در مورد انتخاب هشتگ یا اموجی باید نهایت دقت را به خرج داد. در حقیقت بسیاری از کاربران با توجه به نوع انتخاب هشتگ از سوی برند مورد نظرشان در مورد ادامه مشاهده محتوای بصری آنها تصمیم‌گیری می‌کنند. همچنین کاربران بسیاری به هنگام جست‌وجوی مطلب ابتدا به سراغ هشتک‌های محبوب‌شان می‌روند.

به منظور افزودن اموجی به استوری‌تان بر روی آپکون خنده در کنار بخش ویرایش کلیک کنید. به این ترتیب شمار بالایی از اموجی‌ها در اختیار شما قرار می‌گیرد. همچنین برای درج هشتگ در ذیل پست‌تان کافی است در بخش استیکرها گزینه «هشتگ» را انتخاب کنید.

نکته جالب در مورد انتخاب اموجی در اینستاگرام امکان تعیین

به قلم: میناکشی کریشنان کارشناس حوزه بازاریابی محتوایی

ترجمه:علی آل‌علی

وقتی استوری تصویری شما حالت تعاملی پیدا کند، به طور محسوسی توانایی انتقال موضوعات مختلف فرهنگی، اجتماعی و شخصی را خواهد یافت. به این ترتیب کیفیت ارتباط شما با مخاطب‌های‌تان تا حد زیادی ارتقا می‌یابد. در پلتفرم اینستاگرام استیکرها به عنوان سرویسی جدید امکان دستیابی به این نقطه تعامل را برای بازاریاب‌ها فراهم کرده است. اینستاگرام یکی از موفق‌ترین شبکه‌های اجتماعی در زمینه ارائه فرصت‌های تعاملی به کاربران است: طرح سوال، نظرسنجی، موسیقی، انتشار موقعیت مکانی، هشتگ، اموجی، زمان، وضع آب و هوا و استیکرهای سلفی. در این مقاله به منظور برقراری ارتباط بهتر با مخاطب به بررسی شیوه استفاده از ۷استیکر اینستاگرام خواهیم پرداخت. هدف من از این کار کمک به برند شما در راستای بهبود وضعیت تعاملی محتوای بصری‌اش است.

به منظور اطمینان از دسترسی به آخرین استیکرهای جدید اطمینان از به روز بودن اپ برنامه ضروری است. پس از این کار شما توانایی مشاهده آخرین استیکرهای جدید در نوار مخصوص را خواهید داشت. نحوه استفاده از این استیکرها بسیار ساده است. ابتدا عکس یا ویدئوی مدنظرتان را آپلود کرده و سپس با انتخاب گزینه Next فرصت افزودن استیکرهای گوناگون بدان را خواهید داشت.

با توجه به این توضیح مختصر اجازه دهید به سراغ بررسی استیکرهای جذاب اینستاگرام برویم.

۱. اجازه دهید فالوورهای‌تان از شما سوال ببرند

بسیاری از برندها در شبکه‌های اجتماعی بر روی استراتژی طرح پرسش از کاربران تاکید دارند. استیکر تازه اینستاگرام اما جریان بازی را به طور کامل تغییر داده است. بر این اساس شما با انتخاب استیکر Question فرصت طرح سوال‌های جذاب را به کاربران خواهید داد. مزیت اصلی این استیکر امکان پاسخگویی عمومی به پرسش‌ها بدون نیاز به آشکارسازی هویت فرد طراح سوال است.

پاسخ‌های شما به طور خودکار بر روی پخش استوری اینستاگرام قرار می‌گیرد. به این ترتیب فقط باید به پرسش‌ها، پاسخ‌های جالب دهید و منظر پرسش‌های بیشتر باشید. یکی از برندهای موفق در زمینه استفاده از این استیکر Apple Bee است. آنها این استیکر را به طور کامل جایگزین استیکر نظرسنجی کرده‌اند. به این ترتیب کاربران فرصت‌های بی‌شماری برای طرح پرسش‌های جذاب از برند محبوب‌شان دارند.

استفاده از استیکر Question نه‌تنها به Apple Bee در زمینه تعامل بیشتر با مخاطب و فروش بهتر محصولات کمک کرده است، بلکه درک بهتری از سلیقه و عقاید مخاطب‌های هدفش را نیز ممکن کرده است.

نکته جالب در مورد طرح سوال امکان انتخاب پرسش‌های بسیار باز است. به این ترتیب برند مورد نظر باید بارها و بارها به پرسش شما پاسخ دهد. به عنوان نمونه‌ای جالب، درخواست برای نام بردن از بهترین مراکز گردشگری پرسش مناسبی است. چنین پرسش‌هایی معمولا یک پاسخ قطعی ندارند. به همین دلیل ما به عنوان برند مورد سوال باید چند بار به مخاطب پاسخ دهیم.

توجه داشته باشید که گاهی اوقات باید فرآیند این استیکر را نیز عوض کرد. به این ترتیب این ما هستیم که از مخاطب‌های‌مان سوال می‌پرسیم. این کار به ما فرصت جمع‌آوری اطلاعات ارزشمندی در مورد سلیقه مخاطب را می‌دهد.

نکته کاربردی: پاسخ به پرسش‌های کاربران به شما فرصت شناخت بهتر آنها را می‌دهد. البته این امر به معنای طرح پرسش‌های کاملا شخصی نیست. هدف اولیه در اینجا سرگرم‌سازی مخاطب است. همیشه این نکته مهم را در نظر داشته باشید.

۲.درخواست رای دادن از فالوورها

استیکر نظرسنجی در اینستاگرام اندکی زودتر از استیکر پرسش و پاسخ معرفی شده است. به همین دلیل بسیاری از کاربران اکنون



ادامه دارد ...

منبع: contentmarketinginstitute

رهبری

۱۰۰ توصیه مهم کارآفرینان برتر در راستای موفقیت در کسب و کار (۳)

مترجم: امیر آل علی

در دو شماره پیشین به ۱۷ مورد از توصیه‌های کارآفرینان برتر پرداختیم و حال آنها را ادامه می‌دهیم.

۱۸- برندسازی حرفه‌ای داشته باشید

در راستای شناخته شدن و ایجاد تمایز با سیر شرکت‌ها، شما نیاز به ایجاد برند خود خواهید داشت. با این حال نحوه انجام این امر از جمله مواردی است که می‌تواند به مزیت رقابتی شما تبدیل شود. در این رابطه و در ابتدا لازم است تا تحقیقات و دانش کافی را به دست آورده و سپس اقدام به طراحی آرم خود کنید. در آخر نیز ذکر این نکته ضروری است که باید همواره برند خود را به‌روز نگه دارید. همواره این احتمال وجود دارد که با گذشت زمان نیاز به اعمال تغییراتی در برند شما حس شود. با نگاهی به برندهای باسابقه نیز به این نکته پی خواهید برد که تقریباً تمامی آن‌ها با طرح اولیه تفاوت‌هایی را پیدا کرده‌اند. به همین خاطر نباید از اعمال تغییرات هراسی را داشته باشید.

۱۹- موارد قانونی را مورد توجه قرار دهید

لازم است تا از همان ابتدا نسبت به تمامی موارد قانونی مرتبط با حوزه کاری خود به آگاهی کامل دست پیدا کرده و همواره توجه کافی را به آن‌ها داشته باشید. در موارد بسیاری مشاهده شده است که شرکت‌ها پس از شروع کار به علت عدم توجه به این بخش، با مشکلات بسیاری مواجه شده و این امر عملاً رشد آن‌ها را در ابتدای کار که بسیار مهم است، با کندی محسوسی مواجه ساخته است.

۲۰- به دنبال سرمایه‌گذار باشید

بدون در اختیار داشتن بودجه کافی، شما قادر به رشد و گسترش محدوده عملکردی خود نخواهید بود. به همین خاطر لازم است تا از همان ابتدای کار خود به دنبال افرادی در این زمینه باشید. فراموش نکنید که در این رابطه شما صرفاً مجبور به فروش سهام خود نخواهید بود و یک حامی مالی نیز می‌تواند به خوبی نیازهای شما را برطرف کند.

۲۱- با جامعه هدف خود ارتباط نزدیکی ایجاد کنید

بدون مشتری شما قادر به ادامه فعالیت خود نخواهید بود. بدون شک در این رابطه تبلیغات تنها به شناساندن برند شما منتهی خواهد شد که این امر نیز بودجه کافی را نیاز داشته و اقدامی پرهزینه محسوب می‌شود. با این حال در صورتی که ارتباط خوبی را با افراد جامعه برقرار سازید، بسیاری از نیازهای تبلیغاتی شما کاهش یافته و مشتری خود را یکی از شما تلقی خواهد کرد. فراموش نکنید که مردم همواره علاقه‌مند به انجام کارهای جدید و هیجانی هستند. به همین خاطر شما با کمی خلاقیت قادر خواهید بود تا برند خود را به یکی از اعضای خانواده آن‌ها تبدیل کنید. این امر درست مشابه اقدامی است که ابر برندهایی نظیر گوگل و فیس‌بوک انجام می‌دهند.

۲۲- کسب سود را اولویت اول خود محسوب نکنید

اگرچه بسیار ضروری است تا ششم اقتصادی و مهارت خود را در این زمینه افزایش دهید، با این حال توصیه می‌شود تا کسب سود را هدف اول خود ندانید. این امر امکان رشد را از شما خواهد گرفت و موفقیت درازمدت را به امری غیرممکن مبدل خواهد ساخت. درواقع شما کافی است تا بر روی کیفیت کار خود متمرکز بمانید و اطمینان داشته باشید که سود شما با این اقدام تضمین‌شده خواهد بود.

کنه دیگری که باید مورد توجه قرار دهید این است که از همان ابتدا به دنبال راهکارهای اخلاقی و خلاقیت‌هایی در این زمینه باشید تا در درازمدت با مشکلی مواجه نشوید. درواقع شما نمی‌توانید آینده را پیش‌بینی کنید و به همین خاطر همواره باید راهکارهای متنوعی را برای شرایط مختلف در اختیار داشته باشید.

۲۳- هزینه‌های خود را در سطحی پایین نگه دارید

همواره لازم است تا میانه‌روی را یک اصل مهم برای خود بدانید. در موارد متعددی مشاهده شده است که برندها متحمل هزینه‌هایی می‌شوند که در ابتدا چندان توجه مدیران را به خود جلب نکرده است. با این حال در گذر زمان با جمع شدن آن‌ها شما در معرض هزینه‌های بسیار زیاد و در عین حال غیرضروری خواهید بود که بدون شک معضل اقتصادی شدیدی را برای شما به همراه خواهد داشت. تحت این شرایط ممکن است حتی مجبور به کاهش هزینه‌های حیاتی خود نیز باشید. به همین خاطر لازم است تا همواره روش‌های موجود در راستای کاهش هزینه‌ها را یافته و آن‌ها را به کار گیرید. برای مثال دور کاری از جمله مواردی است که می‌تواند به کاهش هزینه‌های شما کمک شایانی کند.

۲۴- سیستم و روش کار خود را به‌روز نگه دارید

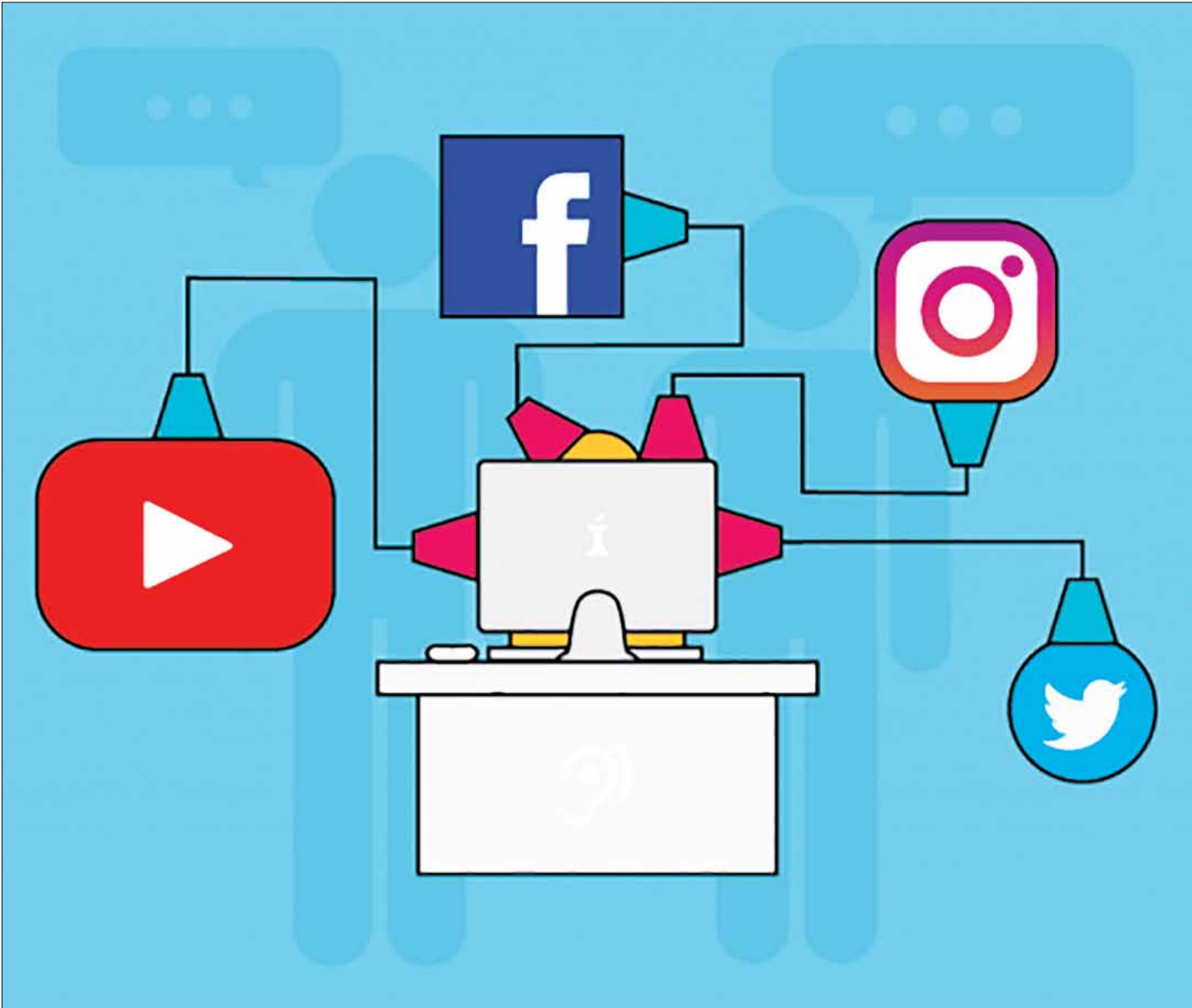
این امر که تمایل داشته باشید که تنها با یک روش، در تمامی مقاطع عمل کنید، بدون شک در درازمدت کارآمدی خود را از دست خواهد داد. درواقع هر سیستم و روشی محدوده زمانی خاص خود را داشته و عدم توجه به این موضوع بیانگر عدم شایستگی شما خواهد بود. در این راستا توصیه می‌شود تا همواره در تلاش برای پیش‌بینی آینده از طریق جمع‌آوری اطلاعات کافی، باشید و به این طریق روش‌های مناسب را در زمان مطلوب آن به کار گیرید.

۲۵- افراد مناسبی را به استخدام خود درآورید

تیم شرکت به عنوان بازوی اجرایی شما خواهد بود. به همین خاطر لازم است تا بهترین‌ها را به استخدام خود درآورید. در این رابطه ملاک بهترین صرفاً سابقه آن‌ها نبوده و لازم است تا به میزان همسویی و هماهنگی آن‌ها با اهداف خود نیز توجه کافی را داشته باشید. در این رابطه توصیه می‌شود تا همواره خرید بهترین‌ها را که بدون شک پرهزینه نیز خواهد بود، به عنوان سیاست استخدامی خود قرار ندهاد و جایی را نیز به ستارسازی اختصاص دهید.

ادامه دارد ...

منبع: entrepreneurhandbook



کسب و کارهایی را که تجربیات مثبت از آنها داشته‌اند، پیشنهاد دهند. با توجه به اینکه بسیاری از کاربران سؤالاتی را مطرح می‌کنند که برای یک تازه‌وارد به محله مناسب است -مانند بهترین خیاطی یا رستوران خانوادگی- فرصت‌های فراوانی برای تبلیغات دهان‌به‌دهان وجود دارد که می‌تواند ده‌ها مشتری را به سمت یک کسب و کار هدایت کند. هنگامی که کسب و کارها پایگاه خود را تحکیم کردند، می‌توانند بحث‌ها را در محله پیگیری و موضوعاتی را مشخص کنند که سبب ایجاد تعامل در منطقه می‌شوند. این پلتفرم همچنین می‌تواند ترافیک هدف را به وبسایت‌ها یا وبلاگ‌ها هدایت کند و آگاهی در مورد موضوعات خاص جامعه را افزایش دهد.

جوامع کوچک بهتر عمل می‌کنند

یکی از بزرگ‌ترین مشکلات رسانه‌های اجتماعی، اندازه و حجم نهاست. طبق یک گزارش جمع‌آوری‌شده توسط Zephoria Ma - ۳۰۰۰۰۰ آپدیت وضعیت keting در هر دقیقه در فیس‌بوک حدود (status) و نیم میلیون نظر ثبت می‌شود. هر ثانیه ۶ هزار توییت جدید نیز در توییتر ایجاد می‌شود.

بسیاری از کاربران اینترنت برای انجام تعاملات معتبر با دوستان، خانواده و دنبال‌کنندگان خود به دنبال پلتفرم‌های کوچک‌تر هستند. کاربران پلتفرم‌هایی را می‌خواهند که هیچ الگوریتمی برای فیلتر اطلاعات نداشته و هدف بالاتری از ایجاد صرفاً یک مکان برای چت و اشتراک ویدئوهای فراگیر داشته باشند.

Care۲ چنین مکانی است. این انجمن حدود ۳۰ میلیون عضو دارد. این مقدار هشت برابر کمتر از اندازه فیس‌بوک در ایالات متحده است، اما لزوماً از قدرت آن به عنوان یک ابزار بازاریابی نمی‌کاهد. کاربران Care۲ به دنبال راهی برای بهبود جهان هستند. موضوعات اصلی در آن عبارتند از دادخواهی‌ها (تقاضا)، انگیزه‌ها و زندگی سالم. Care۲ همچنین برندهایی که مایل به حمایت از انگیزه‌ها هستند و در جوامع خود تعامل دارند را ترویج می‌کند.

این پلتفرم انواع مختلف فرصت‌های تجاری را برای برندهایی که به دنبال ایجاد ارتباط با اعضا از طریق ارزش‌های اصلی آنها هستند، ایجاد می‌کند. هدف این است که مسائل شخصی‌تر شوند. کاربران اینترنت نیز دقیقاً به دنبال همین امر هستند و از غول‌های این عرصه به رسانه‌های اجتماعی کوچک‌تر تغییر رویه می‌دهند.

کسب و کارها باید نوعی تجربه سرپرستی ارائه دهند

همانطور که از فیس‌بوک به رسانه‌های اجتماعی خوشایند مهاجرت می‌کنید، حتماً پیام خود را با انتظارات جدید مخاطبان تطبیق دهید. بدون اینکه هدف این است که مزاحمتی داشته باشید، با یک رویکرد جدید مرتبط با مکالمات کاربرمحور آغاز کنید.

آینده رسانه‌های اجتماعی در مکالمات تک‌به‌تک با طرفداران و دنبال‌کنندگان قرار دارد؛ مبادلاتی که نه‌تنها مایل به شرکت در آنها هستند، بلکه می‌خواهند آنها را پیش ببرند. هرچه به عنوان یک کسب و کار کمتر مزاحم باشید، شانس بیشتری برای ایجاد یک جامعه قابل توجه در اطراف نام تجاری خود دارید؛ پیروان جدید جمع خواهید کرد و تغییر رویه‌ها را نیز افزایش خواهید داد.

منبع: entrepreneur

وقت آن است که به ارتباط شخصی رجوع کنیم

هر پلتفرم رسانه اجتماعی که به کاربران خود تجربه‌ای شخصی‌تر ارائه دهد، بیشتر می‌تواند در زندگی آنها جایگاهی به دست آورد. موج جدید رسانه‌های اجتماعی آماده‌اند تا توجه کاربران اینترنت را جلب و فرصت‌های جدید کسب و کار را برای بازاریابان و تبلیغ‌کنندگان ایجاد کنند. به عنوان مثال یک شبکه اجتماعی جدید مختص زنان به نام FindSisterhood به کاربران امکان می‌دهد مسائل شخصی را با حساب‌های کاملاً ناشناس موردبحث قرار دهند. این پلتفرم زنان را تشویق می‌کند بدون هیچ‌گونه مانعی، هر سؤالی را بپرسند. این ویژگی باعث می‌شود این شبکه اجتماعی، منبعی ارزشمند از بینش را برای بازاریابان به وجود آورد.

ژؤنس این شبکه، آنا پومپا آلاخون رالز (Ana Pompa Ala con Rawls) می‌گوید، «کنته خاص در مورد برنامه ما همین ناشناس ماندن افراد است. ما از رمزنگاری یکطرفه استفاده و هر پست و نظری را غیرقابل شناسایی می‌کنیم. هیچ‌کس از جمله تیم ما نخواهد دانست چه شخصی، چه مطلبی را نوشته است».

ناشناس بودن به کاربران اجازه می‌دهد رک و راست باشند و این امر می‌تواند برای کسب و کارها بسیار سودمند واقع شود. برای مثال شرکت شما می‌خواهد بیشتر در مورد شیوه زندگی بازار هدف خود بداند. سؤالات درست را بپرسید و تمام اطلاعات موردنیاز خود را برای ایجاد یک استراتژی بازاریابی مؤثر دریافت کنید. این پلتفرم اجتماعی همچنین از تجزیه و تحلیل احساسات در جهت تجزیه و تحلیل محتوا استفاده می‌کند. بنابراین می‌توانید موضوعات بحث‌برانگیز و همچنین واکنش‌هایی که این موضوعات ایجاد می‌کنند را در یک منطقه جغرافیایی خاص ردیابی کنید.

جغرافیایی خاص ردیابی کنید. به عنوان مثال زمانی که مادران از یک محله خاص در نیویورک درباره سختی کار و مراقبت از کودکان در کنار هم صحبت می‌کنند، این اطلاعات می‌تواند به یک کسب و کار روزمره محلی کمک کند و نگرانی‌های مخاطبان هدف را موردتوجه قرار دهد. همین اطلاعات ارزشمند هستند که می‌توانند به شما در ایجاد محتوای بسیار شخصی برای مخاطبان تان کمک کنند.

همسایه‌وار پیش روید

شرکت‌ها می‌توانند مشتریان بالقوه را از طریق شبکه نکست‌دور (NextDoor) پیدا کنند. نکست‌دور یک پلتفرم امن است که در آن کاربران بفراحتی می‌توانند با همسایگان خود تبادل اطلاعات داشته باشند. این پلتفرم یک راه مؤثر برای قرار گرفتن در جریاناتی است که در یک محله خالص صورت می‌گیرد. از آنجایی که این برنامه از موقعیت جغرافیایی برای نمایش پست‌های کاربران در منطقه استفاده می‌کند، یک معدن بالارزش برای یافتن افراد در نزدیکی شماست.

شاید کسب سرمایه با این برنامه برای بازاریابان در ابتدا دشوار باشد، زیرا این پلتفرم پیش از پذیرش حساب، از طریق روش مشابه با موردی که توسط Google My Business استفاده می‌شود، تمام آدرس‌ها را بررسی می‌کند. علاوه بر این صفحات مربوط به کسب و کار در حال حاضر در تمامی کشورها در دسترس نیستند.

با این وجود گزینه‌ای برای کاربران وجود دارد که بتوانند

مترجم: امین فرحبخش

از زمان رسوایی کمبریج آنالیتیکا (Cambridge Analytica) و واکنش رسانه‌ها در مورد تأثیرات منفی رسانه‌های اجتماعی در زندگی ما، کاربران دسته‌دسته از فیس‌بوک فاصله گرفتند. در واقع طبق گزارش مرکز تحقیقات پیو (Pew Research)، تا ۴۰ درصد از کاربران ایالات متحده برای مدت‌ها -گاه تا هفته‌ها- حساب فیس‌بوک خود را چک نمی‌کردند.

این کاربران نه‌تنها نگران سوءاستفاده از اطلاعات‌شان هستند، بلکه از تماشای نکات برجسته زندگی افراد دیگر خسته شده‌اند. این نکات برجسته اغلب به عنوان یک واقعیت ساختگی ایجاد و باعث می‌شوند بسیاری از ما به انتخاب‌های زندگی خود با شک و تردید بنگریم و دستاوردها و شادی‌هایمان را با دیگران مقایسه کنیم.

مزاحمت سایبری تبدیل به یک نگرانی روبه‌رشد در میان نوجوانان شده است. مطالعات نشان داده‌اند استفاده بیش‌ازحد از رسانه‌های اجتماعی می‌تواند سبب «افسردگی فیس‌بوکی» شود. اگر تا به حال از دیدن یک دوست قدیمی که در حال صعود از قلعه ماچو پیچو بوده و یا در یک کلوب با دوستانش در حال تفریح است، احساس حسادت شدید داشته‌اید، به احتمال زیاد آن را با خود مقایسه می‌کنید.

زندگی شما که پشت کامپیوتر می‌گذرد، به نظر نامساعد می‌آید؛ حتی اگر به خودتان بگویید آنچه می‌بینید، واقعیت ندارد. شما دائماً با پست‌های بی‌پایان درباره فرزندان افراد، غذاهایی که می‌خورند و فعالیت‌های روزانه معمول آنها مواجه می‌شوید.

این منظره در میان ناامیدی‌های معمول در رسانه‌های اجتماعی بی‌هدف و بی‌تأمل اتفاق می‌افتد و افرادی که هزاران «دوست» دارند، اکثریت آنها را هرگز ملاقات نمی‌کنند. نتیجه این است که چشم‌انداز رسانه‌های اجتماعی به سرعت تغییر می‌کند که اتفاق بدی هم نیست؛ زیرا سبب می‌شود نسل جدید شبکه‌های اجتماعی طرح متفاوتی از ارزش ارائه دهند -طرحی شخصی‌تر و واقعی‌تر.

آینده وضع خوشایندی دارد

رسانه‌های اجتماعی ناپدید نمی‌شوند. در واقع طبق گزارش‌های جدیدی از سوی We Are Social و Hootsuite، تقریباً ۴۲ درصد از جمعیت جهان حداقل یک حساب از رسانه‌های اجتماعی دارند، اما «اجتماع جدید» دیگر تمامی افراد را هدف نمی‌گیرد. در عوض آینده وضع خوشایندی دارد و شبکه‌های بیشتری برای جمع‌آوری افرادی که علاقه مشترک دارند ظهور می‌کنند -همسایگان، پدر و مادرها، زنان، خریداران، کارآفرینان و یا اعضای هر گروه دیگری.

شبکه‌های اجتماعی سنتی علی‌رغم آخرین تلاش‌ها برای مهار دسترسی برندها و بازاریابان، اقبال مردم را به میزان زیادی از دست داده‌اند. دلیل این امر فروش اطلاعات کاربران به تبلیغ‌کنندگان و به‌روز طیف گسترده‌ای از عواقب دیگر و اثرات جانبی طولانی‌مدت است. شما به عنوان صاحب یک کسب و کار باید از این تغییرات آگاه باشید و محتوای خود را با این روند تطبیق دهید؛ به خصوص که پلتفرم‌های جدید اجتماعی نسبت به پیشینیان خود بیشتر کاربرمحور هستند.

پیاده‌سازی مفاهیم استارت‌آپ ناب نکات منفی نیز دارد



مفاهیم استارت‌آپ ناب چند سالی است که جای خود را در محافل آموزشی کسبوکار باز کرده‌اند. پیاده‌سازی این موارد، نتایج منفی نیز به‌همراه دارند. کتاب استارت‌آپ ناب (The Lean Startup) نوشته اریک رایز که در کشور ما به نام نوپای ناب نیز شناخته می‌شود، انقلابی جهانی را در مفاهیم شرکت‌های نوپا ایجاد کرده و با فروش و ترجمه در ۱۷ کشور جهان، به موفقیتی عظیم دست پیدا کرد. مفاهیم گفته‌شده در این کتاب توسط بازیگران مختلف دنیای کسبوکار از سرمایه‌گذاران تا شرکت‌های فهرست فورچن ۵۰۰ و حتی دولت‌های مختلف نیز به‌کار گرفته شده‌اند.

یکی از مفاهیم بنیادی این کتاب، ساختن یک نمونه اولیه پایدار یا MVP از محصول مورد نظر است. در مرحله بعدی کارآفرین باید این محصول اولیه را عرضه کرده و با دریافت اطلاعات و نظرسنجی در مورد آن، کیفیت نهایی را بهبود دهد. ایده این فرایند، کاهش حداکثری ریسک در فرآیند تولید محصول است.

اما پیاده‌سازی این ایده و آزمایش زودهنگام بازار، نکات منفی نیز دارد. این نکات منفی در مقاله‌ای توسط آندیا کانتیجیانی با عنوان Experimentation, Learning and Appropriability در Early-Stage Ventures مطرح شده‌اند. کانتیجیانی، محقق موسسه نوآوری در مدیریت Mack و دانشجوی دکتری وارتن است. او معتقد است عرضه اولیه محصول، شرکت‌ها را در معرض تهدید کپی شدن قرار می‌دهد. در واقع او در مقاله خود زمان و موقعیت مناسب برای آزمایش اولیه بازار را مشخص می‌کند که در این مطلب به اختصار به آن می‌پردازیم.

این دانشمند در مصاحبه‌ای در مورد مقاله خود و موضوع آن، علاقه همیشگی به نوآوری را مثال زده است. او این مقاله را برای تز پایان‌نامه خود انتخاب کرده تا موضوعی تأثیرگذار را بررسی کند و افراد حاضر در اکوسیستم کسبوکار از آن استفاده کنند.

آندیا برای مقاله خود با افراد بسیاری مصاحبه کرده است. یکی از محل‌های مصاحبه او، اکوسیستم و فضاهای کارآفرینی فیلادلفیا بوده است. او نقطه مشترک اغلب افراد حاضر در این محیط‌ها را، تلاش برای تبدیل شدن به استارت‌آپ ناب می‌داند. مفاهیمی همچون آزمایش اولیه، نمونه اولیه یا MVP و چرخش و پیووت از عمده مسائلی بودند که او در مصاحبه‌ها به آنها برخورد داشت.

این محقق پیش از نوشتن مقاله خود با مفاهیم استارت‌آپ ناب آشنایی داشت اما هیچ‌گاه تصور این حجم از تأثیر آن را بر اکوسیستم نکرده بود. درواقع او در تحقیقات خود از نزدیک با انقلاب ایجادشده توسط این مفاهیم روبه‌رو شد. او در تحقیقاتش متوجه برنامه‌ای دولتی در آمریکا با نام I-Corps شد که شرکت‌ها را پیش از سرمایه‌گذاری دولتی به پیاده‌سازی مفاهیم استارت‌آپ ناب تشویق می‌کرد.

نتیجه اولیه از این تحقیقات آن بود که کلمات کلیدی کتاب نوپای ناب، به‌نوعی به زبان اکوسیستم در بخش‌های مختلف تبدیل شده است. این زبان نه تنها در استارت‌آپ‌های نوپا بلکه در شرکت‌های بزرگ درگیر با نیز نفوذ کرده است. در نهایت آندیا به این نتیجه رسید که بررسی موفقیت یا چالش‌های این مفاهیم، موضوعی قابل توجه برای پرداختن و بررسی آماری است.

مفهوم نوپای ناب چیست

نوپای ناب، یک روش برای مدیریت کسبوکار را توضیح می‌دهد. این روش نه‌تنها در استارت‌آپ‌های نوپا بلکه در شرکت‌های بزرگ درگیر با نوآوری نیز دیده می‌شود. شرکت‌هایی همچون سازمان‌های غیرانتفاعی و دولت‌های درگیر با نوآوری نیز هدف این مفاهیم هستند.

مفهوم اصلی نوپای ناب به این نکته اشاره دارد که پیش از درک جزئیات کسبوکار و پیش از اجرای نهایی، محصول خود را در مراحل اولیه آزمایش کنید. ایده اصلی این است که در سریع‌ترین زمان، بازخورد بازار را اندازه‌گیری کنیم. نوپای ناب برای اجرای این مفهوم، چند ابزار را معرفی می‌کند. مواردی همچون محصول اولیه قابل اعتماد و پیووت کردن (تغییر مسیر) پس از دریافت بازخورد کاربر، از ابزارهای این کتاب هستند.

ابزارهای گفته‌شده، دو نوآوری بزرگ کتاب نوپای ناب هستند. در واقع این کتاب کمک می‌کند که شرکت‌ها بیش از پیش فعالیت نوآورانه داشته باشند. این مفاهیم و ابزارها همگی نتیجه تحقیقات و فعالیت‌های اریک رایز و استیو بلانک در ۱۰ تا ۱۵سال اخیر هستند. اریک به‌تازگی از کتاب جدید خود با نام راه استارت‌آپ (The Startup Way) رونمایی کرده است. او در این کتاب، نوآوری ناب در دیگر مدل‌های شرکتی را بررسی کرده است.

آندیا با درک مفاهیم اولیه نوپای ناب و تأثیر آن تاکنون روی اکوسیستم استارت‌آپی، در تحقیقات خود تلاش کرده است تا نتایج پیاده‌سازی این مفاهیم را به‌کمک داده‌های آماری بررسی کند. او باوجود باور به تأثیرگذار بودن این مفاهیم در دنیای کسبوکار، تلاش کرده تا شرایط مرزی را برای پیش‌بینی نتیجه‌بخش بودن آنها در عمل بررسی کند.

بهره‌برداری از ارزش

پیاده‌سازی مفاهیم نوپای ناب در برخی موقعیت‌ها مفید و در برخی دیگر بازدهی لازم را ندارند. در واقع در موقعیت‌های حالت دوم باید استراتژی‌های دیگری نیز به‌کار گرفته شود تا بتوان مفاهیم نوپای ناب را اجرا کرد. همین موارد، شرایط مرزی را ایجاد می‌کنند که هدف اصلی این تحقیق، بررسی و شناسایی آنها بوده است.

یکی از اولین مفاهیمی که در این تحقیق به آنها پرداخته شده، مفهومی آکادمیک در دنیای کسبوکار به نام بهره‌برداری (Appr priability) است. در این تحقیق، تغییرات قابل توجهی در مفاهیم مالکیت معنوی در آمریکا مشاهده شده؛ این تغییرات، به‌خاطر یک رای دادگاه عالی آمریکا در سال ۲۰۱۴ ایجاد شده که در آن، شرکت نرم‌افزاری آلیس کورپ شرکت داشته است. در واقع شرکت آلیس با این اقدام ثبت پتنت را به بخشی اصلی از صنعت نرم‌افزار و خصوصا نرم‌افزارهای تجاری تبدیل کرد.

تغییر گفته‌شده در بالا، به‌خاطر انقلابی که در مفهوم پتنت در دنیای نرم‌افزار ایجاد کرد، قابل توجه است. اما این تغییر همه شرکت‌های نرم‌افزاری را تحت تأثیر قرار نداد. درواقع این تغییر، همان مفهوم بهره‌برداری را برای برخی از این شرکت‌ها تغییر داد. در نهایت مطالعه این شرکت‌ها باعث شد تا مفهوم مناسب بودن بهتر در این تحقیق لحاظ شود.

مفهوم بهره‌برداری که یکی از بنیادی‌ترین مفاهیم در بحث نوآوری است، توسط دیوید تیس از اساتید مشهور یوسی برکلی تشریح شده است. این مفهوم به‌معنای ظرفیت‌های یک شرکت در کسب ارزش از یک نوآوری است. به‌عنوان مثال اگر شما شرکتی هستید که یک نوآوری را عرضه می‌کنید، ارزش حاصل از این نوآوری می‌تواند به شما یا شرکت‌های دیگر حاضر در اکوسیستم برسد. اینکه ارزش و سود به کدام بخش برسد، به استراتژی شما و ساختار اکوسیستم مرتبط است. در واقع این مفهوم نشان می‌دهد که چه مقدار از این ارزش را برای خود کسب خواهید کرد.

با درک مفهوم بهره‌برداری به این نتیجه می‌رسیم که می‌توان از آن

به‌عنوان یک شرایط مرزی برای بررسی مفید بودن یا نبودن مفاهیم ناب استفاده کرد. فرضیه اصلی این است که وقتی شما توانایی بالایی در بهره‌برداری از نوآوری ندارید، با آزمایش کردن اطلاعاتی در مورد محصول خود عرضه می‌کنید که آسیب‌پذیری شما آن را افزایش می‌دهد.

کپی شدن یا الهام‌بخشی ایده و محصول اولیه، مواردی هستند که باعث افزایش آسیب‌پذیری یک ایده یا استارت‌آپ نوپا می‌شوند. درواقع این فرآیندها ظرفیت بهره‌برداری شما را کاهش می‌دهند. اگر استراتژی دفاعی برای کسب ارزش از ایده خود را نداشته باشید، آزمایش کردن و عرضه محصول اولیه، ظرفیت‌های شما را بیش از پیش کاهش می‌دهد. در اینجا، مفهوم مالکیت معنوی مطرح می‌شود که برخی کارشناسان، آن را به‌عنوان ظرفیتی برای افزایش بهره‌مندی مثال می‌زنند. دو نوع مالکیت معنوی در کسبوکار وجود دارد. نوع رسمی که به‌صورت ابزارهای قانونی مانند پتنت، نام تجاری، کپی‌رایت و ... شناخته می‌شود. نوع دیگر، مالکیت معنوی غیررسمی است که به‌صورت حرکت‌های استراتژیک برای حفظ ایده و نوآوری تشریح داده می‌شود.

نتیجه کاربردی برای استارت‌آپ‌ها

آندیا در این تحقیقات، داده‌های فرآیند توسعه محصول را در ۱۲۰۰ استارت‌آپ نرم‌افزاری بررسی کرد. او برای جمع‌آوری این داده‌ها از اطلاعات عمومی آنلاین در رسانه‌های فناوری و شبکه‌های اجتماعی استفاده کرده است. او شرکت‌ها را از لحاظ زمان ارائه محصول آزمایشی و سپس زمان ارائه نهایی و ورود به بازار بررسی کرده است. او در بررسی‌های خود، قانون گفته‌شده در بالا (مربوط به شرکت آلیس) و تأثیر آن در ارائه نسخه‌های آزمایشی را نیز لحاظ کرد.

پس از تصویب قانون مذکور، شرکت‌های در معرض آن استراتژی‌های خود را تغییر دادند. یکی از تغییرات اساسی، کم شدن تمایل آن‌ها به آزمایش کردن محصولات بود. درواقع فرآیند آزمایش در این شرکت‌ها به‌خاطر افزایش ریسک کپی شدن کاهش پیدا کرد. نتیجه اولیه این بود که باوجود مزیت‌هایی همچون یادگیری در مورد بازار و محصول، آزمایش کردن ریسک‌هایی دارد که شرکت‌ها از آن گریزان شده‌اند. یافته دوم این بود که شرکت‌ها، محصولات خود را سریع‌تر به بازار عرضه می‌کردند. آن‌ها با سرعت بیشتری به بازار وارد شده و زودتر بازخورد می‌گرفتند. در این حالت، تغییر مسیر و بهبود محصول دشوارتر می‌شود؛ چرا که حضور در بازار، هزینه‌های تغییر محصول را افزایش می‌دهد. البته این تغییر حالت مطمئن‌تر است، چرا که در این حالت موانع بهتری همچون برند شناخته شده و اثر شبکه‌ای مشتریان در برابر کپی‌کننده‌ها قرار می‌گیرد.

در واقع نتیجه دوم تحقیقات ارتباط مستقیمی با بهره‌وری شرکت‌ها دارد. بررسی شرکت‌هایی که در وضعیت کنونی باز هم به آزمایش زیاد پیش از عرضه محصول می‌پرداختند، ارتباطی منفی بین این کار و بهره‌وری نهایی را نشان داد. این شرکت‌ها که شانس کمی برای محافظت از طریق پتنت داشتند، در جذب سرمایه نیز آنچنان موفق نبودند. به‌علاوه، شانس خریده‌شدن این استارت‌آپ‌ها نیز کمتر از بقیه است.

پیامد کاربردی این تحقیق و بررسی برای استارت‌آپ‌هایی که در بازارهای بسیار بی‌ثبات فعالیت می‌کنند، آن است که پس از انتخاب استراتژی این مفهوم نشان می‌دهد که چه مقدار از این ارزش را برای بسیار مهم است که این استارت‌آپ‌ها مالکیت معنوی و روش بهره‌برداری از نوآوری را در نظر داشته باشند. متأسفانه تحقیقات روی اکثر

کارآفرین‌ها نشان می‌دهد که آنها عموماً بیش از بهره‌برداری روی یادگیری متمرکز هستند.

این تحقیقات، برای دیگر بازیگران فضای کسبوکار نیز نتایج کاربردی داشته است. به‌نظر می‌رسد سرمایه‌گذاران به‌عنوان یکی از بازیگران اصلی، از مفاهیم و خطرات گفته‌شده آگاه هستند؛ چرا که آن‌ها کمتر روی استارت‌آپ‌های با استراتژی آزمایش بدون دفاع مالکیت معنوی سرمایه‌گذاری می‌کنند. البته سرمایه‌گذاری در استارت‌آپ‌های با روند یادگیری بالا نیز ادامه دارد و دلیل احتمالی آن، عرضه محصول و خدمات بسیار نو و ناب از سمت آن‌ها است.

سیاست‌های عمومی نیز می‌توانند از نتایج این تحقیق بهره‌مند شوند. به‌نظر می‌رسد سیاست‌گذاران حوزه کسبوکار نیز به نوآوری علاقه بسیاری داشته باشند. در این میان اگر شرکت‌های فعال در برخی حوزه‌های مهم کسبوکار، توانایی دفاع از خود به‌وسیله قوانین مالکیت معنوی را نداشته باشند، شانس موفقیت کاهش می‌یابد. این حقیقتی است که قانون‌گذاران کشور ما نیز بیش از پیش باید به آن توجه کنند؛ چرا که یکی از دلایل آزمایش نشدن محصولات در ایران و به‌طور کلی ترس از پیاده‌سازی ایده، به همین مورد باز می‌گردد.

عدم تصمیم‌گیری جدی در مورد چالش بالا منجر به این می‌شود که استارت‌آپ‌ها علاقه کمتری به آزمایش ایده‌های جدید داشته باشند. در نتیجه آن‌ها بازارهای سنتی یا محصولات سنتی را برای فعالیت انتخاب می‌کنند و نوآوری به مرور در فضای کسبوکار از بین می‌رود.

تحقیقات کانتیجیانی از آن لحاظ نسبت به تحقیقات مشابه برتر بوده که او، مراحل مختلف آزمایش و عرضه محصول را در تعداد زیادی شرکت بررسی کرده است. در واقع تحقیقات قبلی بخش کوچکی از این فرآیند را بررسی می‌کردند و البته، درک کافی از مفهوم ناب بودن و ایده اصلی آن را نیز نداشتند. نکته مثبت دیگر، بررسی تأثیر یک قانون مهم و تأثیرگذار در اکوسیستم کسبوکار بوده است. در واقع جای خالی این نوع تحقیقات که تأثیر قوانین را روی جنبه‌های مختلف جامعه بررسی کنند، در تمامی کشورها احساس می‌شود.

آندیا قصد دارد تحقیقات خود را ادامه داده و جنبه‌های دیگری را در تأثیرگذاری مفاهیم استارت‌آپ ناب بررسی کند. یکی از این جنبه‌ها، شهرت و اعتبار است. به عقیده او داشتن اعتبار پیش از ارائه محصول اولیه، امتیاز مثبتی برای یک شرکت است؛ چرا که زودتر از بازخورد بازار بهره‌مند می‌شود. به بیان دیگر وقتی یک شرکت معتبر، محصولی جدید عرضه می‌کند، شانس آزمایش واقعی محصولش بسیار بیشتر از استارت‌آپ ناشناخته‌ای است که به‌تازگی وارد این بازار می‌شود.

به‌علاوه، عرضه اولیه محصول در صورت کسب نظرات منفی، به اعتبار نیز لطمه می‌زند. البته این موارد حدس و گمان‌های اولیه هستند و باید مانند همین شرط مرزی بهره‌برداری، به‌صورت آماری بررسی شوند. پیش از این تحقیقاتی توسط دانشگاه‌های هاروارد و دوک انجام شده است که تأثیر سیستم‌های امتیازدهی را روی عملکرد شرکت‌ها بررسی می‌کند.

بخش دیگری که نیاز به تحقیقات بیشتر دارد، خود فرآیند یادگیری شرکت‌ها از عرضه محصول اولیه است. در واقع این آزمایش‌های اولیه موجب یادگیری می‌شوند، اما ممکن است خسارت‌هایی همچون کپی شدن یا از دست دادن اعتبار را به همراه داشته باشند. به‌هرحال یادگیری هدف اصلی این محصولات اولیه هستند، اما بهتر است همین فرآیند به‌صورت مناسب اجرا شود و کارآفرینان، تنها کسب اطلاعات در مورد محصول را به‌نام یادگیری متصور نشوند.

منبع: WEFORUM/ZOOMIT

اخبار

معاون ریاست جمهوری و رئیس سازمان برنامه و بودجه کشور از تصفیه خانه فاضلاب مسکن مهر بازدید کرد

رشت- زینب قلیپور- معاون رئیس جمهور و رئیس سازمان برنامه و بودجه کشور به اتفاق استاندار گیلان و نماینده مردم رشت در مجلس شورای اسلامی از تصفیه خانه فاضلاب در حال احداث مسکن مهر رشت بازدید نمودند.سید محسن حسینی رئیس هیأت مدیره و مدیرعامل آبفای گیلان با اشاره به اینکه در راستای ساماندهی رودخانه ها، پروژه تصفیه خانه فاضلاب جنوب شهر رشت در حال اجراست افزود: این پروژه با ۵۶درصد پیشرفت فیزیکی، طی دو مدول مجزا با ظرفیت هر یک ۶۲۵۰ مترمکعب در حال احداث می باشدوی با تأکید بر اینکه در صورت تأمین اعتبار پروژه، تصفیه خانه طی یکسال آینده وارد مدار بهره برداری خواهد شد اظهار داشت: با بهره برداری از این پروژه از ورود ۱۲۵۰۰ مترمکعب فاضلاب به رودخانه گوهردود جلوگیری می شود و پساب حاصل از تصفیه وارد رودخانه می گردد که یک جریان دائمی و پیوسته در گوهردود در تمام فصول سال خواهیم داشت و به احیاء این رودخانه کمک خواهد شد.مدیرعامل آبفای گیلان با بیان اینکه ۲۴۰۰۰ مترمکعب فاضلاب در راستای ساماندهی رودخانه ها جمع آوری شده و به سمت تصفیه خانه اصلی فاضلاب شهر رشت (فخب) هدایت می شود گفت: این تصفیه خانه نیز با ظرفیت ۶۳۰۰۰ مترمکعب تصفیه فاضلاب در شبانه روز با ۵۵درصد ظرفیت در حال بهره برداری است.حسینی مجموع فاضلاب شهر رشت را ۸۰۰ هزار مترمکعب در شبانه روز اعلام کرد و اظهار داشت: تصفیه خانه فاضلاب جنوب شهر رشت ۱۲۵درصد از مجموع فاضلاب شهر را تصفیه خواهد نمود و با تخصیص اعتبارات لازم احداث تصفیه خانه با ظرفیت ۱۰ هزار مترمکعب در کمربندی خرمشهر نیز در دستور کار است .

آمدگی ۸۰ اکیپ اتفاقات آب و فاضلاب در شهرهای لرستان

خرم آباد- خبرنگار فرصت امروز- مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب شهری لرستان از آمادگی ۸۰ اکیپ اتفاقات آب و فاضلاب برای خدمت‌رسانی به مردم در ایام بارندگی خبر داد. حمیدرضا کرmondن از آمادگی بیش از ۸۰ اکیپ اتفاقات آب و فاضلاب در سطح شهرهای استان برای ایام بارندگی خبر داد وی خاطرنشان کرد: در دو سال گذشته سامانه ۱۲۲ شرکت آب و فاضلاب تغییرات گسترده ای داشته و تمامی شهرهای استان را پوشش می دهد. مدیرعامل شرکت آب و فاضلاب شهری لرستان یادآور شد: مشترکین محترم می‌توانند در طول شبانه روز به صورت رایگان هرگونه حوادث را به این سامانه اطلاع دهند تا در اسرع وقت توسط همکاران واحد اتفاقات بررسی و اقدام شود.



برگزاری جلسه ستاد پدافند غیرعامل منطقه ۹ عملیات انتقال گاز

ساری -دهقان: جلسه ستاد پدافند غیرعامل منطقه با حضور مدیر و اعضای این ستاد، در سالن کنفرانس ستاد برگزار شد. بارندگی های شدید و جاری شدن سیل در استان های شمالی موجب خسارت به ابنیه لوله در بستر رودخانه ها در برخی از مسیرهای خطوط لوله انتقال گاز در مازندران و گیلان شد، با توجه به بی سابقه بودن این بارش ها در ۵۰ سال اخیر، مشکلاتی را برای مسیر های خطوط لوله به خصوص در غرب مازندران و استان گیلان بوجود آورده است. جلسه ستاد پدافند غیرعامل منطقه ۹ نیز با توجه به اهمیت ایمن بودن خطوط لوله در بستر رودخانه ها مباحث و مسائل مربوط به مشکلات ابنیه لوله ها را بعد سیل مورد بررسی قرار داد، ابتدا گزارشی از خسارت وارد شده به ابنیه لوله ها در بستر رودخانه ارائه و در ادامه مدیر منطقه نیز با بیان مسائل و مباحث، خواستار حل این مشکلات و ایجاد شرایط پایدار در رودخانه ها شد. رسول دادوی نژاد در این جلسه به شرایط پایدار در رودخانه ها قبل از وقوع سیل و آمادگی برای فصل زمستان اشاره کرد و گفت: در اولین اقدام باید رودخانه ها الویت بندی شوند و بر اساس آن تمام توان منطقه برای ایمن سازی رودخانه ها بسیج شود.

بهب یستی گلستان برای حمایت از مادر مراوه تپه ای ورود کرد

گرگان- خبرنگار فرصت امروز- جانشین مدیر کل بهزیستی استان گلستان، پس از انتشار گزارش وضعیت زندگی مریم باستان اعلام کرد که پرونده وی به سرعت در دستور کار برای حمایت های ضروری از جمله پرداخت مستمری قرار گرفته است.جانشین مدیر کل بهزیستی استان گلستان، پس از انتشار گزارش وضعیت زندگی مریم باستان اعلام کرد که پرونده وی به سرعت در دستور کار برای حمایت های ضروری از جمله پرداخت مستمری قرار گرفته است. سید امیر میر فندرسکی اظهار کرد: پس از انتشار گزارش توسط خبرگزاری مهر و اعلام اورژانس اجتماعی مراوه تپه، رسیدگی به وضعیت زندگی مریم باستان به سرعت در دستور کار بهزیستی قرار گرفت که نام وی به عنوان مستمری بگیر ثبت سامانه شده که از یک ماه آینده و هر ماه برای این بانوی سرپرست خانوار واریز خواهد شد. وی افزود: این سازمان در اقدامی دیگر پرونده پزشکی وی را که از ناحیه دست راست دچار مشکلات عصبی و بی حسی شده است، در کمیسیون آی. سی اف به جریان انداخته است که پس از حضور وی در این کمیسیون و تشخیص شدت معلولیت عضلات دست، ارائه خدمات به وی انجام خواهد شد.

مشکلات ار تباطی روستاهای استان گلستان بررسی شد

گرگان- خبرنگار فرصت امروز- دراین نشست که به منظور بررسی مشکلات ارتباطی روستاهای استان برگزار شد ابتدا مهندس شهرداری مدیرمخابرات منطقه گلستان با اشاره به مشکلات و موانع توسعه ارتباطات مخابراتی در روستاهای استان گفت: باید از تمام ظرفیت ها جهت رفع موانع و مشکلات ارتباطی و مخابراتی روستاها استفاده نمودوی اظهارداشت:برای رسیدن به این هدف باید تعامل بین ستاد و ادارات مخابرات در شهرستانها افزایش یابد و با برگزاری جلسات متعدد مسائل و مشکلات احتمالی بررسی و راهکارهای مناسب ارائه گردد

جلسه طرح جامع مالیاتی در راستای پیاده سازی سامانه سنیم

قم- خبرنگار فرصت امروز- به منظور پایش روند پیاده سازی اجرای سامانه سنیم و مشکلات موجود در واحدهای مالیاتی ، یازدهمین جلسه طرح جامع مالیاتی در محل اداره کل امورمالیاتی استان برگزار گردید . در این جلسه حاضرین به بیان آخرین وضعیت پیاده سازی طرح در حوزه عملیاتی خود پرداخته و مشکلات پیش روی اجرای آن را تبیین نمودند. برگزاری منظم جلسات به صورت هفتگی و انعکاس بازخورد این جلسات به مرکز ، ارتقای سامانه و امکان دهی به برخی درخواست ها به مودیان ، اصلاح شیوه های اجرایی در این سامانه جهت تسهیل در رسیدگی و وصول پرونده ها ، پشتیبانی واحد فناوری اطلاعات از سامانه های طرح جامع مالیاتی ، پیگیری فرآیند درخواست های ابلاغ الکترونیکی توسط مودیان ، اهتمام به تغییر و تحول پرونده های سنتی به سامانه سنیم به ویژه در پرونده های نقل و انتقالات ، جرایم مالیاتی مواد ۱۹۲ و ۱۹۳ ق.م. ق، تعریف شرح وظایف در حوزه های مالیاتی و تصحیح فرآیندهای بین حوزه ای ، تسریع در جواب دهی به مکاتبات درون و برون سازمانی ، از مصوبات این جلسه بود.



شهر دار بندرعباس مطرح کرد:

آبیاری بخشی از فضای سبز شهر با پساب تصفیه شده تا پایان سال

بندرعباس- خبرنگار فرصت امروز- شهردار بندرعباس گفت: تقاضنامه همکاری با شرکت آب و فاضلاب شهری بندرعباس برای اختصاص ۲۰۰ لیتر بر ثانیه از ظرفیت پساب فاضلاب با تصفیه ثانویه در مرحله انعقاد قرارداد با شرکت پیمانکار مربوطه است و امیدواریم تا پایان سال جاری حداقل یک چهارم از این میزان محقق شود.عباس امینی:زاده در هفتاد و هشتمین جلسه علنی شورای اسلامی شهر بندرعباس که با حضور مدیرعامل و جمعی از مدیران شرکت آب و فاضلاب شهری استان هرمزگان برگزار شد، اظهار کرد: شهرداری بندرعباس برای اجرای بسیاری از پروژه‌های شهری خصوصا بازشیابی یا تعریض معابر جدید نیازمند همراهی و همکاری شرکت آب و فاضلاب است.وی با اشاره به همکاری قابل تقدیر این مجموعه در اجرای هرچه سریع‌تر پروژه‌های عمران شهری، افزود: مدیران شرکت آب و فاضلاب شهری همکاری خوبی با مجموعه شهرداری دارند که این همراهی در پیشبرد اهداف و خدمات‌رسانی به شهروندان، قابل توجه است. شهردار بندرعباس خاطرنشان کرد: تقاضنامه همکاری با شرکت آب و فاضلاب شهری بندرعباس برای اختصاص ۲۰۰ لیتر بر ثانیه از ظرفیت پساب فاضلاب با تصفیه ثانویه در مرحله انعقاد قرارداد با شرکت پیمانکار مربوطه است و امیدواریم تا پایان سال جاری حداقل یک چهارم از این میزان محقق شود.

نشست صمیمی مدیر کل بندار و دریانوردی استان بوشهر با فرمانده دریابانی

بوشهر- خبرنگار فرصت امروز:مدیر کل بندار و دریانوردی استان بوشهر از تلاش های شبانه روزی پرسنل ساعی و پرتلاش دریابانی استان تقدیر کرد.مدیر کل بندار و دریانوردی استان بوشهر گفت: آنچه از این همگرایی حاصل می شود توسعه سفرهای ایمن و رونق گردشگری دریایی است و به تبع آن، نیل به توسعه دریا محور بعنوان یکی از ارکان ترسیم شده در برنامه توسعه کشور خواهد بود. ارجمندراز در بخش دیگری از سخنانش ضمن ابراز قدردانی از تلاش های شبانه روزی پرسنل ساعی و پرتلاش دریابانی استان، از مشارکت بسیار موثر دریابانی در برقراری ایمنی و امنیت دریایی در ایام پرت رد تعطیلات نوروز که نقش موثری بر توسعه گردشگری دریایی کشور دارد تقدیر و تشکر نمود.



ایلام- خبرنگار فرصت امروز- دکتر رضا اردکانیان در آیین افتتاح تصفیه‌خانه فاضلاب شهر ایوان ضمن ابراز خرسندی از حضور در استان ایلام به‌ویژه در ایام نزدیک اربعین حسینی بیان داشت: مجمع نمایندگان استان در مجلس از حیث پیگیری امورات استان جز مجامع خوب و فعال کشور هستند. وی ادامه داد:۲۷۶ پروژه با اعتبار ۱۴۰۰ میلیارد تومان در استان ایلام در حال اجرا است که پیشرفت کلی این طرح‌ها نزدیک ۷۰ درصد بوده و امیدواریم هر چه سریع‌تر شاهد بهره‌برداری از این پروژه‌ها باشیم. وزیر نیرو تصفیه‌خانه فاضلاب شهر ایوان را یکی از پیشرفته‌ترین تصفیه‌خانه‌های کشور دانست و بیان داشت: تصفیه‌خانه ایوان هفتمین پروژه از چهل پروژه‌ای است که به مناسبت چهلمین سالگرد انقلاب اسلامی افتتاح می‌شود. مهندس مظاهری نیز در آیین افتتاح این پروژه ضمن تشکر از حضور وزیر نیرو و مدیر عامل شرکت مهندسی آب و فاضلاب کشور و استاندار ایلام با اشاره



به وبژگه‌های پروژه تصفیه خانه فاضلاب شهر ایوان گفت: تصفیه خانه فاضلاب شهر ایوان ششمین تصفیه خانه فاضلاب در استان ایلام می باشد که پس از انجام طرح های مطالعاتی در دی ماه سال ۹۲ در زمینی به مساحت ۴/۸ هکتار احداث گردیده است. برای اجرای آن قراردادی به ارزش ۲۴۳ میلیارد ریال به روش

برای ارائه و معرفی طرح محیط زیستی محقق شد؛

اعطای گواهینامه بنیاد جهانی انرژی و جامعه سبز اروپا به آبفا آذربایجان شرقی



Green Innovation از سوی بنیاد جهانی انرژی پذیرفته شده است.ایمانلو خاطرنشان کرد:این طرح در راستای پروژه های تحقیقاتی شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی انجام شده که نتایج بسیار ارزنده ای در توسعه فرایندهای تصفیه آب داشته و نسبت به سایر روش های متداول از مزایای زیر برخوردار است:
عدم نیاز به افزودن هرگونه مواد شیمیایی، حذف فلزات سنگین با راندمان بالا،زمان تصفیه بسیار پایین در حدود ۲ دقیقه،بهره برداری آسان نسبت به سایر روشها، کاهش COD و BOD و بوهای نامطبوع، فضای بسیار کم جهت

سومین ممیزی جامع فنی، سیستمی مدیریت انرژی در شرکت پالایش نفت آبادان برگزار شد

ممیزی جامع فنی — سیستمی مدیریت انرژیست که شرکت پالایش نفت آبادان را ن تجربه می کند. اصلاح شبکه توزیع بخار آب و آب مقطر برگشتی در سطح پالایشگاه، جایگزینی کاندسرها ی بارومتریک با میل های صفحه ای، بازیابی گازهای ارسالی به مشعل های شماره ۲ و ۳ با دو سیستم کمپرسورهای حلقه مایع و اجکتور، بهینه سازی سیستم احتراق کوره های PH۱، PH۲ و PH۳ واحد تبدیل کاتالیست، تعویض مشعل های کوره های اولیه و ثانویه واحد تقطیر در اتسمفر ۸۰ و کوره واحد تقطیر در خلال ۷۵ بخشی از پروژه های بهبود انجام شده است که به عنوان بخشی از مهم ترین دستاوردهای ممیزی پیشین به شمار می رود. نصب نمک زدا در واحد تقطیر ۸۰ (اجرای آن سبب صرفه جویی در سوخت گاز مصرفی به میزان ۱۷۲ هزار و ۴۴ مترمکعب شده)، یک هزار و ۲۰۰ مترمکعب در روز صرفه جویی در آب خوراک دیک های بخار، ۲۸ هزار و ۸۰۰ مترمکعب و روز صرفه جویی در آب خام مصرفی با صرفه اقتصادی معادل ۲۸۰ میلیارد ریال در سال برای پالایشگاه از دیگر پروژه های بهبود انجام شده به شمار می رود.



بیست و هشتم همراه با بیش از یک هزار و ۳۰۰ نفر ساعت کار به مدت ۴ روز، تملسی واحدهای اصلی بهره برداری، نیروگاهی، دیگ های بخار، کوره ها، کمپرسورهای هوای فشرده، برج های خنک کننده، مدیریت انرژی و سایر موارد را مورد بررسی و ارزیابی قرار دادند. با توجه به بررسی جزئیات دستگاه های پالایشی و لزوم آنالیز دقیق اطلاعات و شناسایی شکاف های موجود با استانداردهای بین المللی تهیه گزارش نهایی این ممیزی به طور معمول تا دو ماه به طول می انجامد. شایان ذکر است در طول هفت سال گذشته، این سومین

شرکت توزیع نیروی برق آذربایجان غربی:

جلسه معاون تحقیقات و منابع انسانی شرکت توانیرو هیات همراه با مدیرعامل و

معاونین شرکت توزیع نیروی برق آذربایجان غربی



مشترک روستایی را بر عهده دارد و تعداد ۱۴ هزار و ۸۶۹ حلقه چاه کشاورزی را برقرار نموده است. در ادامه این جلسه، معاونین و مدیران دفاتر، با ارائه گزارشی از عملکرد و فعالیت ها، به بیان مسائل، مشکلات

در نشست «تحلیل آینده بازار کسب و کار در اقتصاد ایران»تشریح شد:

شیوه های قیمت گذاری محصولات در زمان بحران و پیش بینی روند بازارهای ارز، طلا، مسکن و بورس

شیوه نامه را استفاده از مدل پومر ذکر کرد و گفت: در این استراتژی نیز لازم است بر روی کالاهای استراتژیک کسب و کار خود سرمایه گذاری شود. وی همچنین افزود: در قیمت گذاری دیکته ای نیز باید دایره سود مشخص شود. این محقق اقتصادی در ادامه کاهش سهم زمین از قیمت نهایی مسکن، تخصیص تسهیلات قرض الحسنه جهت پوشش ۸۰ درصد از هزینه های ساخت، پیشروی نقدینگی موجود در جامعه به سمت مسکن، استفاده از فناوری های نوین و صنعتی سازی ساخت مسکن و سرمایه گذاری در واحدهای کوچک و کم مترازرا از جمله راهکارهای خروج بازار مسکن از رکود عنوان نمود. یوسفی با تأکید بر اینکه در زمان بحران، مسکن دیگر کالای استراتژیک نبوده و تنها کالای واسطه ای و مصرفی است گفت: اکنون بهترین دوره سرمایه گذاری کسب و کار و ترویج آن می باشد. این پژوهشگر اقتصادی در ادامه رکود تورمی، رکود رکود و رکود سیسی را سه شیوه رکود اقتصادی دانست و افزود: در زمان رکود تورمی یا روانی کالا، پول و مشتری وجود دارد اما خریدی صورت نمی گیرد. یوسفی تصریح کرد: در زمان رکود رکود کالا، پول و مشتری وجود نداشته و بالطبع خریدی در این صورت نمی گیرد و در زمان رکود سیاسی که مقدمه ای بر رکود تورمی است همه افراد جامعه سرگردان هستند.



دلار و طلا شیوه مردم ما نمایه بوده در حالیکه هیچ منطق، عقل و استراتژی تصمیم گیری در این شیوه وجود نداشته و افراد تنها به تقلید از هم برای خرید هجوم می آورد و این نوع قیمت گذاری در کشورهایی که از وضعیت اقتصادی ناهمگونی برخوردار هستند دیده می شود. وی شیوه دیگر قیمت گذاری در زمان بحران را شیوه قیمت گذاری دیکته ای یا تأکیدی دانست و افزود: در این نوع قیمت گذاری آزادی عمل وجود ندارد. این پژوهشگر و محقق مدیریت و استراتژی سازمانی، استراتژی اجرای قیمت گذاری حق را تعیین یک قیمت منطقی با اجماع هم صنفی ها و تعریف بازار عنوان و تصریح کرد: استراتژی دوم این قیمت گذاری توجیه گری است. یوسفی استراتژی

جلب وفاداری و اعتماد مشتری به وسیله طراحی

مترجم: امید گوهری

در مورد به دست آوردن اعتماد و اطمینان مخاطبان تان چگونه فکر می کنید؟ برندهای بزرگ اعتماد را جزو اصلی هر کسب و کار موفق می دانند. به همین دلیل اغلب سعی دارند طراحی و بازاریابی شان در جهت کسب وفاداری مشتری باشد. درست است که مشتریان با توجه به رویکرد کلی و سابقه برند و همچنین تجربه استفاده از محصولات تان به شما اعتماد می کنند، اما نام و هویت شما نیز تأثیرگذار است. همه چیز از طراحی وبسایت و لوگو تا بنرهای تبلیغاتی در جلب نظر مشتریان مؤثر است. این عناصر می توانند آنها را به مشتریانی وفادار بدل کنند.

اعتماد برای برند شما به چه معناست؟

زمانی که یک مشتری به سمت برند شما می آید، تنها یک شانس دارید تا از طریق طراحی بر روی ناخودآگاه او اثر بگذارید. حتی مرادوات اولیه نیز منجر به شکل گیری دیدگاه او نسبت به شما می شود، چه پیام شما را باور کند یا خیر.

برای جلب اعتماد مشتریان تان موارد زیر را مدنظر قرار دهید:

- اصول اخلاقی را نمایش دهید؛
- واضح و کوتاه صحبت کنید؛
- از نیاز مشتری به عنوان موضوع تبلیغ استفاده کنید؛
- امنیت اطلاعات مشتریان تان را به وسیله رمزگذاری به آنها نشان دهید؛
- دل مخاطبان تان را به دست آورید.

اگر مشتریان احساس کنند شما قابل اطمینان نیستید، از برندن تان دوری می کنند و این نشان دهنده اهمیت جلب اعتماد مشتریان به عنوان یکی از اصلی ترین استراتژی های بازاریابی برند است.

تصاویر

تحقیقات نشان می دهند تصور افراد از برند، تنها در ۵۰ میلی ثانیه اولیه بازدید آنها از سایت شما ایجاد می شود. بدین معنا که شما کمتر از یک ثانیه برای جلب نظر مخاطب هدف وقت دارید. در نتیجه واضح است که برند شما برای جلب نظر آنها باید چقدر سریع عمل کند. استفاده از تصاویر راهی ۱۰۰درصد تأثیرگذار برای جلب نظر مخاطب است. تصاویری را انتخاب کنید که با پیام برند شما ارتباط دارند و مخاطبان تان را تشویق به تفکر و نشان دادن واکنش به طور مطلوب می کنند. بهتر است تصاویر وبسایت مطابق با سبک برند شما باشند. این کار نه تنها باعث جذاب تر شدن وبسایت بلکه سبب معروفیت بیشتر شما نیز می شود. تصاویر و نمادهایی که در وبسایت و تبلیغات تان استفاده می کنید باید به مخاطبان شما ارتباط داشته باشند.

سادگی کلید ایجاد اطمینان است، در حالی که بی نظمی سبب ایجاد هرج و مرج می شود.

رضایت مشتریان

اگر می خواهید مخاطبان تان به برند شما اعتماد کنند باید گزارش هایی صادقانه از رضایت مشتریان تان ارائه کنید. مشتریان قدیمی الگوهایی باهوش، صمیمی و یاری دهنده برای مشتریان آینده هستند. در اینجا با مثالی از رتیه بندی SEB، اهمیت دستاوردها و جوایز را ثابت می کنیم. این تست نشان می دهد که با دیدن لیست جوایز، تعداد ثبت نام ها ۱۷درصد افزایش یافته است. از ارائه گزارش های رضایت مشتریان در رسانه های اجتماعی اطمینان حاصل کنید. بسیاری از مردم در این شبکه ها به دنبال نقد و بررسی محصولات و خدمات هستند.

نگارش و محتوا

با استفاده از محتوای وبسایت می توانید خیلی سریع اعتماد مشتری را جلب کنید. استفاده از نگارش قوی می تواند در این میان بسیار تأثیرگذار باشد.

اطمینان یابید که متن شما مختصر، روشن و خالی از هر گونه ایراد دستور زبانی باشد (این مسئله می تواند تمام طراحی وبسایت و تبلیغات شما را خراب کند). متن شما باید در مخاطبان تان احساس اعتماد و امنیت ایجاد کند. پیام تان را در قالب یک زبان ساده منتقل کنید که به آسانی قابل خواندن و درک باشد.

از رنگ درست استفاده کنید

رنگ ها بسیار قدرتمند هستند و تأثیر زیادی بر روی مخاطبان هدف دارند. رنگ های متنوع اثر متفاوتی بر احساسات افراد می گذارند. رنگ آبی به دلیل ایجاد حس اطمینان، بالاترین کاربرد را در فضای کسب و کار دارد. بسیاری از شرکت های بین المللی برای ایجاد حس اطمینان میان مشتریان، در لوگوهای شان از رنگ آبی استفاده می کنند.

امنیت

یکی از مهم ترین نکات، حفظ امنیت و حریم شخصی کاربران است. شما باید در وبسایت تان فضایی امن جهت خرید آنلاین ایجاد و از حفظ اطلاعات مشتریان اطمینان حاصل کنید. وبسایت شما باید با استفاده از روش های مختلف همچون HTTPS، گواهی های SSL و غیره، امنیت مرادوات مالی را تأمین کند تا مشتریان بدانند اطلاعات شان در فضایی امن و به دور از تهدیدات امنیتی تبادل می شود.

نتیجه

مجدد به بحث طراحی و هویت برند باز می گردیم. آیا برند شما احساس امنیت و اطمینان ایجاد می کند؟ اگر چنین نیست، چه اقداماتی لازم است؟ آیا باید از رنگ بندی متفاوتی استفاده کنید و یا نگارش پیام های تان را دستخوش تغییر سازید؟

نکاتی کوچک اما مهم وجود دارند که در ایجاد اطمینان و وفاداری مشتریان باید مدنظر قرار دهید.

منبع: outbrain



فرصت امروز

روزنامه مدیریتی – اقتصادی

| یکشنبه | ۶ آبان ۱۳۹۷ | شماره ۱۱۸۹ | صفحه ۱۶ |

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

مدیر مسئول و سردبیر: محمدرضا قدیمی

چاپ: هنر سرزمین سبز

دفتر مرکزی: میدان هفت تیر، خیابان لطفی، پلاک ۴۹

دفتر مرکزی: ۸۸۸۹۵۳۴۱ – ۸۸۸۹۵۳۴۲

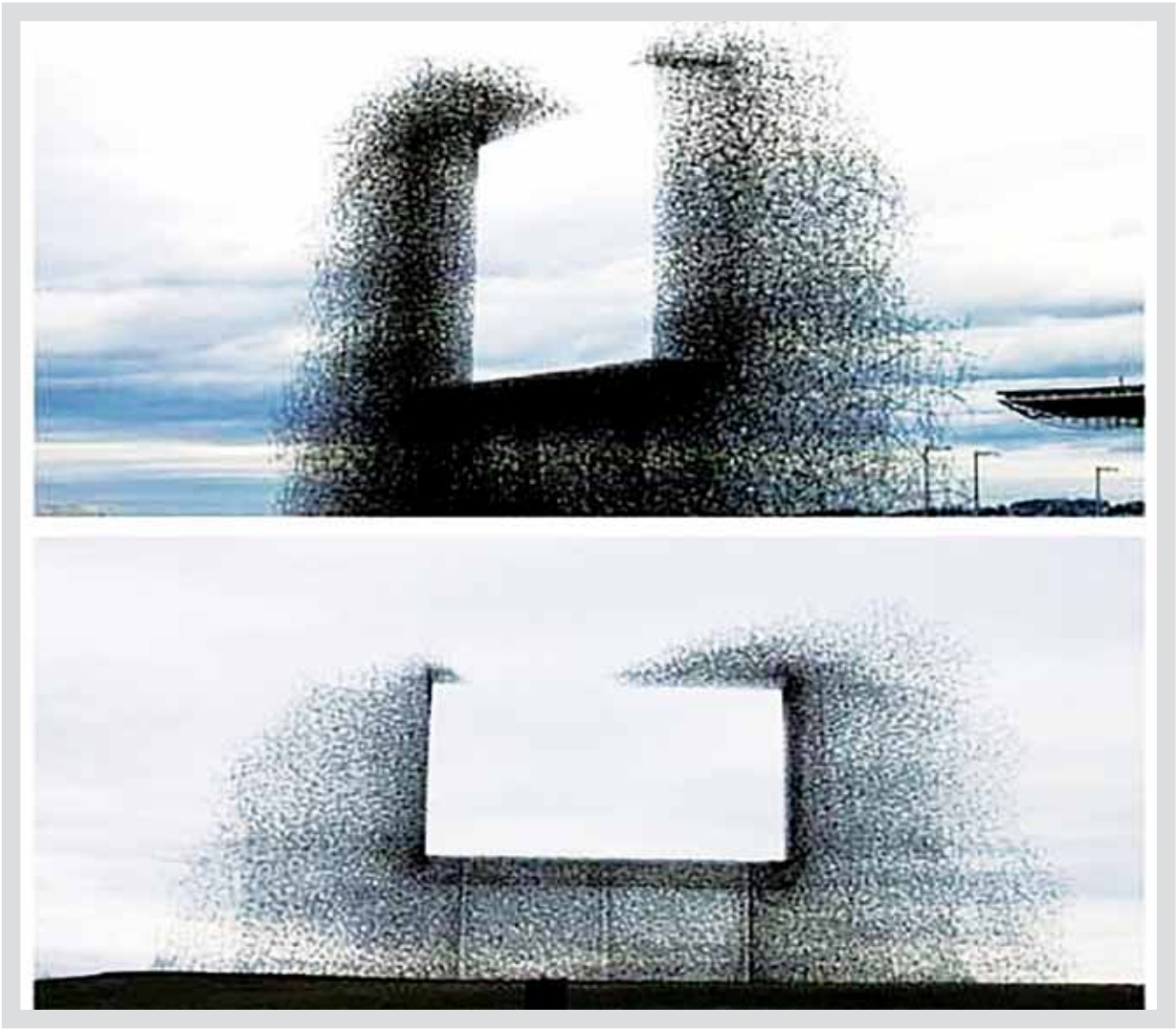
روابط عمومی: ۸۸۸۹۵۶۷۲ **فکس تحریریه:** ۸۸۸۵۳۹۱۹

سازمان آگهی ها: ۸۸۹۳۶۶۵۱ **امور مشترکین:** ۸۸۹۳۵۳۴۹

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

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR



۱۴ روش مؤثر به منظور افزایش انرژی در طول روز

۱۰. بایستید

بسیاری از ما بیشتر ساعات کاری خود را پشت کامپیوتر و خیره به مانیتور سپری می کنیم. دلیل اصلی درد کمر و شانه ها نیز همین است. نشستن طولانی مدت باعث خمودگی شما خواهد شد. ایستادن می تواند میزان توجه و بیداری را تقویت کند. چند دقیقه حرکات کششی انجام دهید. برای چند دقیقه راه بروید. با این کار گردش خون خود را افزایش می دهید و تمرکز تان را بازیابی می کنید. برخی افراد به میز ایستاده اعتقاد دارند، مخصوصا میزهایی که در آن هم امکان نشستن و هم ایستادن وجود دارد.

۱۱. با افراد پرانرژی معاشرت کنید

آیا می دانستید رفتار و احساس افرادی که با آنها معاشرت می کنید را به خود جذب خواهید کرد؟ به این پدیده سرایت اجتماعی یا احساسی می گویند؛ به این مفهوم که ما تحت تأثیر ظواهر، حال و رفتار افرادی که در کنار ما هستند قرار خواهیم گرفت. این قضیه شامل دوستان و همکاران نیز می شود.

مراقب تأثیرات افراد اطراف خود باشید. اگر پس از معاشرت با برخی افراد احساس خمودگی و افسردگی می کنید، باید دنبال دوستان جدید باشید.

۱۲. مراقب حالت نشستن خود باشید

مادر تان همواره راست نشستن را به شما گوشزد و همیشه درست فکر می کرده است. تحقیقات نشان می دهند نشستن صحیح با نخاع صاف می تواند حال شما را بهبود و هیجان شما را افزایش دهد.

نشستن صحیح هنگام کار می تواند حافظه را تقویت و در به یاد آوردن مسائل به شما کمک کند. نشستن اشتباه نیز باعث خمودگی و خواب آلودگی خواهد شد، بنابراین شانه ها را به عقب ببرید و سر خود را بالا بگیرید. اینگونه حال شما بهتر خواهد شد.

۱۳. استراحت خود در زمان خواب را تقویت کنید
نداشتن خواب کافی باعث خستگی و کلافگی می شود، اما استرس خوابیدن را سخت کرده است و سبب بی خوابی می شود. پیش از خواب، استرس را از خود دور کنید و به دنبال آرامش حداکثری باشید و اجازه دهید بدن و ذهن شما خستگی روز را از خود دور کنند. پیش از خواب حمام آب گرم، گوش دادن به موسیقی ملایم، تمرین های ترمشی و هوای سبک، خوردن دمنوش های گیاهی و خواندن مطالب آرامش بخش به شما کمک خواهند کرد.

۱۴. لیست آهنگ های خود را مرتب کنید

اگر به سالن بدنسازی می روید، احتمالا لیست آهنگ های مناسب زمان ورزش خود را ساخته اید. اما موسیقی چیزی است که در تمامی شرایط، توانایی افزایش انگیزه و انرژی را دارد. موسیقی باعث ترشح اندورفین می شود. آهنگ های شاد و تند می توانند ضربان قلب شما را افزایش و حال شما را تغییر دهند. هنگامی که سطح انرژی شما پایین می آید، به آهنگ های تند و شاد و اگر به وقت استراحت نیاز دارید، دمنوش های گیاهی و خواندن مطالب آرامش بخش به شما کمک خواهند کرد.

منبع: entrepreneur

نان، پاستا، برنج و سیب زمینی خودداری کنید، زیرا این مواد سطح تولید سروتونین بدن را افزایش می دهند و شما را سست خواهند کرد.

۵. مصرف آب را افزایش دهید

۶۰درصد از بدن ما را آب تشکیل می دهد. هنگامی که آب مورد نیاز بدن تأمین نشود، دی هیدراته (تشنگی و کم آبی بدن) خواهید شد و احساس خستگی و کوفتگی خواهید کرد. با این حال نوشیدن آب کافی متابولیزم بدن را سریع تر، سموم بدن را دفع، به افزایش سرعت هضم کمک می کند و گردش خون را بهبود می بخشد. همچنین نوشیدن آب برای فعالیت مغز نیز مهم است و تمرکز را افزایش خواهد داد.

۶. در طول روز سوختگیری لازم را برای بدن انجام دهید

آنچه بدن برای عملکرد بهینه نیاز دارد را فراهم کنید. از میان وعده های سالم استفاده و هر چند ساعت، مواد مغذی و پرانرژی مصرف کنید. عموما هنگامی که احساس استرس می کنید، یک میان وعده پرشکر و یا با کربوهیدرات بالا وسوسه کننده خواهد بود، اما عدم استفاده از غذاهای شیرین بهتر است، زیرا باعث جهش سطح انسولین می شود و طی چند ساعت احساس گرسنگی و خواب آلودگی تولید می کند. تنها زمانی به سراغ میان وعده ها بروید که احساس گرسنگی می کنید. از خوردن میان وعده ها صرف رفع هوس و یا پرکردن وقت خود بپرهیزید.

۷. فعالیت بدنی داشته باشید

نرمش سطح اندورفین را افزایش می دهد. اندورفین ها هورمون هایی هستند که هنگام نیاز به میزان زیادی از انرژی، در بدن آزاد می شوند. اگر احساس بی حالی می کنید، حرکت کنید!

نرمش به سرعت حال شما را بهبود و تمرکز و توجه را افزایش خواهد داد. علاوه بر این کلسترول و فشار خون را کاهش و خواب را بهبود می دهد. فعالیت مستمر حال شما را بهتر می کند و سطح افسردگی را نیز کاهش می دهد.

۸. تمرین یوگا و مدیتیشن

یوگا و مدیتیشن می توانند بهترین روش برای مقابله با استرس و اضطراب و جلوگیری از سستی و خستگی باشند. هر دو تمرین می توانند قسمتی از روتین مراقبت شخصی به منظور آرامش و قدرت برای رویارویی با چالش های جدید باشند.

نتایج یک تحقیق نشان می دهند ۲۵ دقیقه تمرین یوگا، فعالیت مغز و انرژی را افزایش خواهد داد. تمرین یوگا و مدیتیشن به صورت روزانه می تواند آرامش روانی را به همراه خواب را بهبود و تمرکز و توجه را ارتقا بخشد.

۹. نور خورشید روزانه را فراموش نکنید

سبک زندگی مدرن ما را زیر سقف و نور مصنوعی قرار می دهد و احتمال عدم عملکرد بهینه بدن در این شرایط وجود خواهد داشت. عدم رسیدن نور طبیعی خورشید به بدن می تواند بر روی حال شما تأثیر منفی داشته باشد و سبب سستی و خستگی شود.

اگر مکررا از نشستن پشت میز کاری احساس افسردگی می کنید، به بیرون بروید و زیر نور خورشید قرار بگیرید. گذراندن چند دقیقه در نور طبیعی می تواند حال شما را بهبود دهد و انرژی لازم برای ادامه روز را تأمین کند.