

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

صدرنشینی سپه پس از ادغام

کدام بانکها بیشترین شعب را دارند؟

آمار بانک مرکزی نشان می‌دهد که شعب بانک‌ها رو به کاهش است و در این میان بانک ملی بیشترین شعب را در اختیار دارد، اما با ادغام بانک‌های...

۴

کدام شرکت‌های بزرگ دولتی در سال ۹۸ واگذار می‌شوند؟

۱۸ شرکت دولتی در پیچ و خم خصوصی‌سازی

پس از چند ماهی که جلسات هیأت واگذاری به‌دلیل استیضاح وزیر سابق اقتصاد برگزار نشده بود، سرانجام هیأت واگذاری در نخستین روز این هفته تشکیل جلسه داد و دستور واگذاری سهام باقی مانده دولت در ۱۸ شرکت و بنگاه بزرگ بورسی را صادر کرد. از این ۱۸ شرکت و بنگاه، دو شرکت در گروه یک و ۱۶ شرکت در گروه دوم قرار دارند. طبق سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی، دولت ملزم به واگذاری شرکت‌های گروه یک است، اما می‌تواند ۲۰ درصد سهام کنترلی شرکت‌های گروه دوم را نگه دارد. با این حال، در جلسه چهارم خردادماه هیأت واگذاری، دولت تصمیم گرفت تا سهام باقی مانده خود در شرکت‌های گروه دوم را هم به بخش خصوصی واگذار کند. اما در فهرست...

۲

مسیر برای توسعه استارت‌آپ‌ها با طرح «نوآفرین» هموار می‌شود

چالش‌های پانزده‌گانه توسعه استارت‌آپ‌ها

۳

مدیریت و کسب‌وکار



پردازنده‌های تردریبر AMD
همچنان عرضه می‌شوند

- سودآوری کسب و کار با ترویج طرز فکر کارآفرینانه
- چگونه تیمی با تمرکز بر رشد تشکیل دهیم
- بعد منفی داشتن شغل دلخواه
- ۸ نکته در مورد بازاریابی موثر در اینستاگرام
- وب‌سایت، پلتفرم اصلی بازاریابی دیجیتال
- تکنیک‌های آنالیز و تبلیغات اپلیکیشن

۸ تا ۱۶



جهش ۵۶۰۰ واحدی شاخص بورس در کنار افت قیمت سکه و دلار

یکه تازی بورس تهران

یادداشت

بدهیمی گمراه‌کننده

علی‌سرزعی
اقتصاددان

یکی از معضلات کشورمان این است که مفاهیمی که در کشورهای توسعه‌یافته ابداع می‌شود به شکل معوج به داخل ایران منتقل می‌شود و افراد و گروه‌های مختلف نیز بر حسب مفروضات، ترجیحات و احیاناً منافع خود برداشت‌ها و تفسیرهایی از آن مفاهیم پیدا می‌کنند که گاه در تناقض با خود آن مفاهیم است. حکایت نهادگرایان وطنی نیز یکی از مصادیق این مدعاست. این روزها کلیبی از سخنرانی دکتر فرشاد مؤمنی منتشر شده که شاهدهی نیکو بر این مدعاست و به خوبی نشان می‌دهد قرائت به شدت سوگیرانه با ذهنی مملو از مفروضات نادرست چگونه به تفسیرهایی مغایر با متن اصلی منجر می‌شود.

محور سخنانی که به شکل یک کلیپ کوتاه منتشر شده ناظر بر محاسباتی است که حجم پاره‌پنهان در اقتصاد را تخمین زده‌اند و خارج کردن آن از شکل پنهان به علنی و نقدی کردن آن را توصیه می‌کنند. مؤمنی در آن کلیپ به نوشته‌ای از جوزف استیگلیتز استناد می‌کند که در آن ذکر شده پاره‌های که کشورهای توسعه‌یافته بابت گاو...

۲

معاون اول رئیس‌جمهور از موافقت رهبری خبر داد

برداشت یک میلیارد دلار از صندوق توسعه ارزی برای اشتغال

شده است.

معاون اول رئیس‌جمهور با اشاره به اینکه نتیجه مذاکرات هسته‌ای این بود که آژانس بین‌المللی انرژی اتمی به عنوان تنها مرجع رسمی بین‌المللی از تاسیسات هسته‌ای ایران بازدید کند خاطرنشان کرد: این آژانس تاکنون ۱۴ گزارش منتشر و اعلام کرده است که ایران هیچ حرکت انحرافی به سمت سلاح هسته‌ای نداشته است.

وی افزود: آمریکایی‌ها با وجود اینکه از پایبندی ایران به تعهدات هسته‌ای و تمدن‌ساز درگیر کنند و حتما در این مسیر پشتیبان خواهند شد، آنها باید بدانند جز با قدرت، حضور و توانمندی ایران آرامش به منطقه نخواهد آمد.

تسریع ساماندهی رودخانه کارون اسحاق جهانگیری همچنین در جلسه شورای عالی آب بر تسریع ساماندهی رودخانه کارون تأکید کرد و گفت: برای مدیریت منابع آب نیازمند پیش‌بینی‌های دقیق‌تر سازمان هواشناسی هستیم.

معاون اول رئیس‌جمهور با اشاره به مصوبه پیشین این شورا مبنی بر اینکه رودخانه کارون باید تا پایان برنامه ششم توسعه به لحاظ کیفی ساماندهی شود، گفت: براساس این مصوبه قرار بود واحدهای صنعتی که موجب آلودگی این رودخانه بودند روند کاری خود را اصلاح کنند.

جهانگیری با اشاره به اینکه هر چقدر دیرتر وضعیت رودخانه کارون را ساماندهی کنیم شرایط سخت‌تر می‌شود، اظهار داشت: وضعیت این رودخانه به گونه‌ای است که گاهی آب آن برای مردم اهواز نیز قابل استفاده نیست و این یعنی استفاده از این آب برای مردم شهرهای اطراف غیرممکن خواهد بود.

وی با قدردانی از وزارت نیرو در تدوین پیشنهاد نظام‌نامه کارگروه‌های احیای زاینده‌رود و ساماندهی کمی و کیفی کارون بزرگ، این پیشنهاد را سازنده ارزیابی کرد و گفت: لازم است درخصوص وظایف و ترکیب اعضای این کارگروه‌ها در کمیسیون تخصصی شورای عالی آب بازنگری و اصلاحاتی انجام شود تا پس از تصویب نهایی ابلاغ شود.

جهانگیری همچنین با اشاره به گزارش رئیس سازمان هواشناسی کشور درخصوص میزان بارش‌های امسال در جلسه تصریح کرد: برنامه‌ریزی برای مدیریت منابع آب کشور نیازمند پیش‌بینی‌های دقیق و جامع است و لازم است اطلاعات کافی درخصوص احتمال ورود به دوره ترسالی و یا استمرار خشکسالی در اختیار داشته باشیم که این موضوع ضرورت جمع‌بندی نظرات و دیدگاه‌های کارشناسی و علمی را نیاز دارد. در این جلسه که وزرای نیرو، جهاد کشاورزی و رئیس سازمان حفاظت محیط زیست نیز حضور داشتند، رئیس سازمان هواشناسی کشور گزارشی از تحلیل بارش و دمای هوای کشور از ابتدای مهر تا ۴ خرداد ۹۸ ارائه کرد و به تشریح پیش‌بینی بارش‌ها و دمای کشور برای سه ماه آینده پرداخت. وی با اشاره به افزایش صددرصدی میزان بارش‌ها در سال آبی جاری گفت: خوشبختانه بارش‌های اخیر باعث شد که کمبود بارش‌های مربوط به سال‌های پس از سال ۹۵ جبران شود.

در ادامه این جلسه نماینده وزارت نیرو گزارشی از ساختار پیشنهادی و نظام‌نامه کارگروه‌های احیای زاینده‌رود و ساماندهی کمی و کیفی کارون بزرگ ارائه کرد و به تشریح چشم‌انداز، اهداف، اصول، ساختار و شرح وظایف این نظام‌نامه پرداخت. در این جلسه پس از بحث و تبادل نظر درباره ساختار پیشنهادی نظام‌نامه کارگروه‌های احیای زاینده‌رود و ساماندهی کمی و کیفی کارون بزرگ، اصل این پیشنهاد به تأیید شورای عالی آب رسید و مقرر شد در کارگروه تخصصی این شورا شرح وظایف و ترکیب اعضای این کارگروه‌ها مورد بررسی قرار گرفته و تعدادی از کارشناسان و صاحب‌نظران دانشگاهی نیز به اعضای این کارگروه‌ها اضافه شوند.

وزیر نیرو: مردم از منابع آبی به عنوان مقصد گردشگری استفاده کنند

حاشیه سدها میزبان گردشگران می‌شود

وزیر نیرو گفت براساس دستور رئیس‌جمهوری مبنی بر فراهم‌شدن فرصت استفاده از ظرفیت منابع آبی کشور به عنوان مقصد گردشگری، به زودی این ظرفیت بر روی مردم باز خواهد شد. به گزارش ایسنا، مراسم امضای تفاهم‌نامه همکاری بین وزارت نیرو و سازمان میراث فرهنگی با موضوع توسعه فعالیت‌های گردشگری در حاشیه سدها ظهر سه‌شنبه با حضور وزیر نیرو، رئیس سازمان میراث فرهنگی و جمعی از مسئولان و استانداران برگزار شد.

رضا اردکانیان، وزیر نیرو در این مراسم با اشاره به تأکیدات رئیس‌جمهور بر همکاری وزارت نیرو و سازمان میراث فرهنگی برای توسعه گردشگری اظهار داشت: امیدوارم در تابستان امسال بتوانیم با ارائه راهکارهای مناسب توجه بخش خصوصی برای رونق گردشگری را برای استفاده از ظرفیت آبی کشور که در اختیار وزارت نیرو است، در عین رعایت ضوابط کمی و کیفی جلب کنیم تا مردم بتوانند از فرصت‌های گردشگری داخلی استفاده کنند.

وی با تأکید بر اینکه توسعه گردشگری در حاشیه سدها اشتغال‌زایی به همراه دارد، گفت: از اواخر سال گذشته جلساتی در شرکت مدیریت منابع آب در این راستا برگزار شده و دستورات اخیر رئیس‌جمهور نیز به اجرای این هدف سرعت داد.

وزیر نیرو با بیان اینکه برخی استان‌ها با توجه به فرصت‌ها و استعدادهایی که دارند توانستند توجه بخش خصوصی را جلب کنند، افزود: پروژه‌هایی در این راستا در برخی استان‌ها از جمله استان گیلان نیز اجرا شده است.

اردکانیان از ارائه گزارش مشترک وزارت نیرو و سازمان میراث فرهنگی به رئیس‌جمهور در روز آینده خبر داد و گفت: امیدوارم در تابستان سال جاری در سایت‌های مختلف با کمک استانداران بیلان خوبی از نتیجه تفاهم‌نامه امروز به دست آید.

تنوع به فعالیت‌های گردشگری

در ادامه مراسم علی‌اصغر مونسان، رئیس سازمان میراث فرهنگی با تأکید بر اینکه گردشگری منحصراً به یک سازمان نیست، گفت: امکاناتی که باید برای گردشگری به کار گرفته شود نیز فراخشی است. یکی از سیاست‌ها تنوع گردشگری در کشور است که تلاش می‌کنیم این سیاست را با همکاری دستگاه‌های اجرایی انجام دهیم. وی با بیان اینکه سدها و تالاب‌ها بخش مهمی از حوزه گردشگری را شامل می‌شوند، اظهار داشت: سرعت ایجاد شغل در گردشگری دو تا دو و نیم برابر سایر بخش‌هاست. امیدوارم با اجرای تفاهم‌نامه امروز، تابستان امسال بتوانیم چند پروژه‌ای که پیش از این مورد مطالعه قرار گرفته است را اجرا کنیم.

آبادگی سدهای تهران برای توسعه گردشگری

همچنین در ادامه مراسم، سیدحسین رضوی، مدیرعامل شرکت آب منطقه‌ای تهران با اشاره به موقعیت سدها و رودخانه‌های تهران گفت: در زمان احداث سدها در چهار دهه قبل، خانه‌های سازمانی نیز احداث شد که در دهه قبل با تغییر سیاست در بهره‌وری از سدها و واگذاری این امر به بخش خصوصی سکونتگاه‌ها خالی مانده است. وی ادامه داد: با توجه به شرایط استان تهران به راحتی می‌توان از سدها برای گردشگری طبیعی، ورزشی و سلامت استفاده کرد.

مدیرعامل شرکت آب منطقه‌ای تهران با اشاره به موقعیت سد لار، گفت: برای مثال در کنار تأسیسات سد لار، بحث کوچ عشایر وجود دارد که مقصد بسیاری از گردشگران خارجی است.

رضوی ادامه داد: همچنین از مجموعه آب‌درمانی مجاور کوه دماوند می‌توان برای گردشگری سلامت بهره برد. در طالقان نیز کمپ پنج هکتاری وجود دارد که می‌تواند به عنوان کمپ ورزشی مورد استفاده قرار گیرد.

۸۸۹۳۶۶۵۱



سازمان آگهی‌ها

صدرنشینی سپه پس از ادغام

کدام بانک‌ها بیشترین شعب را دارند؟



براساس آخرین آمار بانک مرکزی در حال حاضر، بانک سپه ۱۸۱۸ شعبه، انصار ۶۲۱شعبه، حکمت ایرانیان ۲۰۵ شعبه، قوامین ۷۲۵ شعبه، مهراقتصاد ۸۰۰ شعبه و مؤسسه مالی و اعتباری کوثر ۲۵۲ شعبه دارند که با ادغام این بانک‌ها در بانک سپه، شعب این بانک به بیش از ۴۵۰۰ شعبه می‌رسد. پس از این بانک‌ها، بانک‌های صادرات با ۲۸۸۲ شعبه، تجارت با ۲۱۰۱ شعبه و کشاورزی با ۱۹۶۶ شعبه بیشترین شعب بانک را در اختیار دارند.

براساس آمار بانک مرکزی، تعداد شعب سایر بانک‌ها نیز در اردیبهشت ماه سال جاری، به این شرح است: اقتصادنوین ۲۸۰ شعبه، استاندارد چارتر یک شعبه، ایران زمین ۳۲۹ شعبه، آینده ۱۶۵ شعبه، پارسیان ۳۳۳ شعبه، پاسارگاد ۳۳۰ شعبه، تجارت ۲۱۰۱ شعبه، ایران و اروپا دو شعبه، توسعه تعاون ۴۳۴ شعبه، توسعه صادرات ۴۲ شعبه، خاورمیانه ۱۶ شعبه، دی ۸۰ شعبه، رفاه کارگران ۱۰۶۱ شعبه، سامان ۱۳۹ شعبه، سرمایه ۱۲۰ شعبه، سینا ۲۶۸ شعبه، شهر ۳۴۷ شعبه، صادرات ۲۸۸۲ شعبه، صنعت و معدن ۶۱ شعبه، قرض‌الحسنه رسالت ۲۱۴، قرض‌الحسنه مهر ایران ۵۸۱ شعبه، کارآفرین ۱۰۸ شعبه، کشاورزی ۱۹۶۶ شعبه، گردشگری ۸۸ شعبه، مسکن ۱۲۷۲ شعبه، ایران و ونزولا یک شعبه، ملت ۱۵۳۶ شعبه، پست بانک ۴۲۲ شعبه، تعاون اسلامی یک شعبه و فیوجر بانک یک شعبه.

همچنین در بخش مؤسسات نیز مؤسسه اعتباری توسعه ۴۹ شعبه، کاسپین ۱۲۰ شعبه، ملل ۲۲۰ شعبه و نور نیز ۳۳۶ شعبه دارند.

مختلف، می‌تواند تا حد زیادی از هزینه‌های بانک‌ها را کاهش دهد. بانک مرکزی نیز از سال گذشته به دنبال پیگیری جدی‌تر اصلاح نظام بانکی کشور، از برنامه این بانک برای کاهش هدفمند شعب بانکی خبر داده و به نظر می‌رسد که این موضوعی است که در دستور کار بانک‌ها نیز قرار گرفته است. فرهاد دژپسند، وزیر امور اقتصادی و دارایی نیز در سال گذشته تاکید کرده بود که تعداد شعب بانکی با در نظر گرفتن نیازها و ملاحظات منطقه‌ای کاهش می‌یابد.

وی با بیان اینکه برنامه جدی برای کاهش شعب داریم، اما باید در این زمینه نیازمندی‌ها و ملاحظات منطقه‌ای را در نظر بگیریم، اظهار داشت: در مورد شعب بانکی، لزوماً کاهش موضوعیت ندارد و ممکن است در برخی نقاط، ایجاد شعب جدید، کار کرد اقتصادی و اجتماعی داشته باشد، اما در مجموع تعداد شعب کاهش پیدا خواهد کرد.

به این ترتیب براساس آخرین آمار بانک مرکزی از تعداد شعب بانک‌های مختلف کشور، در حال حاضر بانک ملی ایران، بیشترین تعداد شعب را در میان بانک‌های مختلف کشور داراست و در مجموع ۳۳۱۵ شعبه دارد.

البته در صورتی که ادغام بانک‌های مهراققتصاد، قوامین، حکمت ایرانیان، انصار و مؤسسه مالی و اعتباری کوثر در بانک سپه انجام شود و شعبه‌های این بانک‌ها نیز کاهش پیدا نکند، بانک سپه در صدر جدول بیشترین شعب بانکی قرار خواهد گرفت.

آمار بانک مرکزی نشان می‌دهد که شعب بانک‌ها رو به کاهش است و در این میان بانک ملی بیشترین شعب را در اختیار دارد، اما با ادغام بانک‌های وابسته به نیروهای مسلح در بانک سپه، تعداد شعب این بانک از بانک ملی هم بیشتر خواهد شد.

به گزارش ایستنا، حدود ۱۰ سال پیش تقریباً تمامی خدمات بانکی به مشتریان، به صورت حضوری و از طریق شعب انجام می‌شد، اما چند سالی می‌شود که بانک‌ها با افزایش خدمات آنلاینی، اپلیکیشنی، پیامکی، تلفنی و ... خود نیاز حضور مشتریان در شعبه را بسیار کاهش داده‌اند.

در حال حاضر بسیاری از خدمات بانکی بدون نیاز به مراجعه به شعب قابل انجام است و این در حالی است که حجم افراد حاضر در شعب بانک‌ها نیز به طور محسوسی کاهش یافته است و اغلب مردم نیز ترجیح می‌دهند کارهای بانکی خود را تا حد امکان بدون مراجعه حضوری انجام دهند.

علاوه بر آن، نقاطی در شهرهای مختلف هستند که اندکی دقت در آنها می‌تواند سبب تعجب بسیاری از مردم شود و اینکه در محدوده بسیار کوچکی از شهر، چندین شعبه از یک بانک با فاصله کمی از هم قرار گرفته‌اند و عملاً هیچ‌کدام کار خاصی انجام نمی‌دهند.

این در حالی است که اداره شعب بانکی برای بانک‌های مختلف، هزینه‌های سنگینی دارد و به نظر می‌رسد با توجه به هزینه سنگین اداره این شعب و کاهش استفاده از آنها کاهش شعب بانکی با توجه به نیازسنجی از مناطق

بانک‌نامه

بانک مرکزی شرایط پرداخت وام ازدواج را اعلام کرد

۵ نکته درباره وام ۳۰ میلیون تومانی ازدواج

فرصت امروز: بانک مرکزی شرایط و ضوابط قانونی گرفتن وام ۳۰ میلیون تومانی قرض‌الحسنه ازدواج را برای هر یک از زوج‌ها اعلام کرد. بانک مرکزی اعلام کرد که طبق مفاد بند «الف» تبصره ۱۶ قانون بودجه سال جاری، به منظور حمایت از ازدواج جوانان، بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران موظف است از محل منابع پس‌انداز و جاری قرض‌الحسنه نظام بانکی، به زوج‌هایی که تاریخ عقد آنها بعد از اول فروردین ماه ۱۳۹۶ است و تاکنون وام ازدواج دریافت نکرده‌اند، تسهیلات قرض‌الحسنه ازدواج پرداخت کند.

تسهیلات قرض‌الحسنه ازدواج برای هر یک از زوج‌ها در سال ۱۳۹۸ معادل ۳۰ میلیون تومان با دوره بازپرداخت پنج‌ساله با اخذ یک ضامن معتبر و سفته است.

بانک‌ها و مؤسسات اعتباری غیربانکی می‌توانند یارانه پرداختی به اشخاص را به عنوان تضمین در این زمینه بپذیرند. بر این اساس، باتوجه به مفاد قانون یادشده، متقاضیان باید موارد زیر را مدنظر قرار دهند:

• افرادی که تاریخ عقد آنها از تاریخ ۱۳۹۶.۰۱.۰۱ به بعد است و تاکنون وام ازدواج دریافت نکرده‌اند، از تسهیلات ازدواج به میزان ۳۰۰ میلیون ریال بهره‌مند می‌شوند.

• افرادی که تاریخ عقدشان قبل از ۱۳۹۶.۰۱.۰۱ بوده و در موعد مقرر ثبت‌نام کرده‌اند، لیکن به هر دلیل هنوز در صف سامانه بوده و موفق به اخذ وام نشده‌اند، صرفاً از تسهیلات ازدواج به میزان ۱۵۰ میلیون ریال بهره‌مند می‌شوند.

• افرادی که قبلاً وام ازدواج دریافت کرده‌اند، نمی‌توانند از مابه‌التفاوت آن استفاده کنند.

• تشخیص معتبر بودن ضامن معرفی‌شده برعهده بانک عامل است.

• متقاضیان صرفاً می‌توانند از بانک‌هایی که امکان ثبت‌نام متقاضی در سامانه برای‌شان وجود دارد، نسبت به انتخاب بانک عامل اقدام کنند.

در دیدار با سفیر کره جنوبی مطرح شد

تاکید همتی

بر رفع کارشکنی بانک‌های کره‌ای

یو جانگ هیان، سفیر جمهوری کره در دیدار خود با رئیس کل بانک مرکزی ایران بر آمادگی این سفارت‌تخانه برای هرگونه مساعدت در زمینه پیشبرد روابط اقتصادی و تجاری دو کشور تاکید کرد.

به گزارش روابط عمومی بانک مرکزی، عبدالناصر همتی با اشاره به منابع ایران در بانک‌های کره و عدم همکاری این بانک‌ها در استفاده از این منابع گفت: منبع اصلی و اولیه این درایی‌ها کاملاً مشخص و شفاف است و دلیلی ندارد که بانک‌های کره به بهانه تحریم‌های آمریکا مانع از استفاده ایران از منابع خود شوند.

رئیس کل بانک مرکزی ضمن ابراز ناخرسندی دولت ایران از این موضوع بیان داشت: اینگونه کارشکنی‌ها برای ایران دولت و ملت ایران قابل تحمل نیست و انتظار می‌رود که مقامات کره برای حل و فصل این مشکلات اقدام کنند. این در حالی است که درایی‌های ایران در دیگر کشورها قابل دسترس هستند.

به گفته رئیس کل بانک مرکزی، روابط ایران و کره تاکنون وضعیت مناسبی داشته است و شایسته نیست که مواردی از این قبیل بر روابط دو کشور تاثیر منفی بگذارد.

یو جانگ هیان نیز با پذیرش اهمیت روابط دو کشور و حل مشکلات اظهار داشت که مراتب را به مقامات کشور متبوعش انتقال خواهد داد. وی با تاکید بر اینکه صنعت پتروشیمی کره به واردات مبیعات گازی از ایران وابسته است وعده داد که سفارت جمهوری کره در ایران نهایت تلاش خود را برای هموار ساختن راه‌های تجارت و معاملات بین دو کشور انجام دهد. سفیر کره دیدار و گفت‌وگوی پیش روی مقامات عالی‌رتبه دو کشور را در این زمینه مفید دانست.

بانک‌ها ۳۵۸ هزار میلیارد تومان از سپرده‌ها را تسهیلات ندادند

بانک‌ها معمولاً ۲ تا ۳درصد از منابع بانکی را به عنوان ذخایر احتیاطی نزد خود نگه می‌دارند، اما پرداخت‌نشدن حدود ۲۰درصد منابع بانکی بابت تسهیلات معادل ۳۵۸ هزار میلیارد تومان از سپرده‌ها، اتفاقی عجیب و قابل تامل است.

به گزارش فارس، براساس گزارش بانک مرکزی درباره آمار کل مانده تسهیلات و سپرده‌های ارزی و ریالی بانک‌ها و مؤسسات اعتباری در بهمن‌ماه گذشته، حجم کل مانده سپرده‌های بانکی پس از کسر سپرده قانونی ۱۸۱۶ هزار و ۱۱۷ میلیارد تومان رسیده است که در ۱۱ ماهه سال ۹۷ معادل ۲۳.۱درصد و نسبت به بهمن ماه سال ۹۶ به میزان ۳۲درصد رشد داشته است.

حجم سپرده قانونی و سپرده نزد بانک مرکزی ۲۰۶ هزار و ۱۹۱ میلیارد تومان درج شده که نسبت به اسفندماه سال ۹۶ حدود ۲۳ هزار و ۹۷۴ میلیارد تومان (۹.۷درصد) افزایش یافته است.

در حوزه تسهیلات اعطایی که شامل تسهیلات ارزی و ریالی و جاری و غیرجاری‌ست، میزان آن با ۱۵.۷درصدافزایش در ۱۱ ماهه سال گذشته به ۱۴۵۷ هزار و ۳۸۷ میلیاردتومانرسیده‌است. این رقم در یک سال منتهی به بهمن ماه سال قبل ۲۶.۴درصد رشد کرده است.

در چند سال اخیر فاصله حجم سپرده‌های بانکی و تسهیلات اعطایی افزایش یافته است به طوری که از ۹۹.۷درصد در سال ۹۱ به ۸۰.۳درصد در بهمن ماه ۹۷ کاهش یافته است. البته در سال‌های ۸۷ تا ۹۱ بانک مرکزی خط اعتباری برای مسکن مهر پرداخت کرد و به نظر می‌رسد این اقدام موجب افزایش نسبت مانده تسهیلات اعطایی شده است.

بانک‌ها معمولاً ۲ تا ۳درصد از منابع بانکی را به عنوان ذخایر احتیاطی نزد خود نگه می‌دارند، اما مسیر نزولی نسبت تسهیلات اعطایی به سپرده‌ها (سپرده‌ها پس از کسر سپرده قانونی) و رسیدن آن از رقم یک هزار و ۳۰۵ میلیارد تومان در سال ۹۱ به رقم ۳۵۸ هزار و ۷۳۰ میلیارد تومان در بهمن‌ماه ۹۷، اتفاقی عجیب و قابل تامل است.

در صورتی که بانک‌ها همه سپرده‌های دیداری خود را به عنوان تسهیلات پرداخت نکنند باز هم بیش از ۱۵۸ هزار میلیارد تومان از سپرده‌های بانکی باقی می‌ماند که بانک‌ها آن را نزد خود نگه داشته و پرداختی در قالب تسهیلات نداشت‌ه‌اند.

اینکه بازاری‌ها از چک استفاده نمی‌کنند خوب است یا بد؟

معاملات در ایران نقدی تر شد

و بانکی نیز در پاسخ به این سوال که دلایل مهم کاهش تعداد چک‌های برگشتی در شرایط کنونی چیست؟ گفت: کاهش تعداد چک‌های برگشتی در شرایطی رخ داده که کل تبادلات چک نیز کاهش داشته است پس از این رو با توجه به کاهش تعداد چک‌های مبدل‌شده این خبر نمی‌تواند چندان مثبت ارزیابی شود.

وی گفت: چنانچه اقتصاد کشور درگیر رکود تومی نبود، این می‌توانست نودببخش روزه‌های خوبی برای کشور باشد، اما وقتی به نرخ تورم و رشد اقتصادی توجه می‌شود، آنگاه این خبر حکایت از مسائل دیگری دارد. به بیان دیگر اگر در دوره رونق اقتصادی از تعداد چک‌های برگشتنی کاسته شود، تا حدود زیادی خبر از کاهش مشکلات اقتصادی و ورشکستگی می‌دهد، اما شرایط امروز اقتصاد ایران تفاوت معناداری با دوره رونق دارد، به همین دلیل آمارهای ارائه‌شده از سوی بانک مرکزی بیش از آنکه بخواهد موجب امیدواری شود، می‌تواند بر نگرانی‌ها بیفزاید.

این کارشناس اقتصادی با اشاره به اینکه تعداد چک‌های صادر و مبادله‌شده نیز بر پایه این آمار با کاهش روبه‌رو بوده است، گفت: در شرایط رکود تومی دیگر کسی برای اعتبار چک‌ها ارزشی قائل نیست و فروشندگان تنها می‌خواهند با دریافت وجه نقد کالاهای مورد نیاز خود را پیش از اینکه دیر شود، تهیه کنند.

وی با اشاره به این نکته که باید اثرات رکود اقتصادی بر مبادلات و معاملات ردگیری شود، ادامه داد: رکود اقتصادی با خود کاهش خرید، فروش و تولید را به همراه می‌آورد.آمارها از رشد منفی در سال گذشته خبر می‌دهند و پیش‌بینی می‌شود نرخ رشد منفی در سال جاری افزایش یابد.

به گفته وی، ضعف سیستم اعتبارسنجی بانک‌ها حالا در دوره رکودی مضرات خود را نشان داده است، چراکه اگر ساختار اعتبارسنجی ساختاری دقیق و مناسب بود، امروز مردم در شرایط کنونی اعتماد بیشتری به بازارهای پرداخت نشان می‌دادند.

ضعف سیستم اعتبارسنجی

کامران ندری، کارشناس اقتصادی و عضو هیات علمی پژوهشکده پولی

نگاه

شاخص بورس از مسائل منفی کشور تاثیر نگرفت
شاخص بورس تا کجا رشد می‌کند؟

شاخص بورس روز سه‌شنبه بیش از ۶۰۰ واحد رشد داشت که عوامل متعددی بر این روند افزایشی تاثیرگذار بود، اما سوال مدنظر اینجاست که مسیر صعودی بازار سرمایه با چنین شتابی تا کجا ادامه دارد؟
کمال خانزاده در گفت و گو با خبرنگار ایرنا، به رشد شاخص بورس در بازار اشاره کرد و گفت: انتشار گزارش‌های ماهانه شرکت‌ها بر روی کدال و فروش بالای شرکت‌ها در دو ماه گذشته بر روند بازار سرمایه تاثیرگذار بود و زمینه رشد شاخص بورس در بازار روز گذشته را فراهم کرد.
وی ادامه داد: با توجه به اعمال تحریم‌های شدید، شرکت‌ها راه خود را از تحریم‌ها جدا کردند که این امر منجر به بهبود وضعیت صادرات و فروش این شرکت‌ها به لحاظ ریال و تناژ، نسبت به قبل شد.
خانزاده با تاکید بر اینکه میزان بالای فروش شرکت‌ها در ماه‌های آینده ادامه‌دار خواهد بود، گفت: اکنون شرکت‌ها به لحاظ سودآوری در وضعیت مناسبی قرار دارند و امروز اقبال بازار بیشتر به سمت سهم‌های بنیادی و صادرات‌محور مانند فولادی‌ها و معدنی‌ها بود.
این کارشناس بازار سرمایه با بیان اینکه بازار بعد از تعطیلات خرداد به سمت سهم‌های بنیادی و صادراتی پیش خواهد رفت، اظهار داشت: با توجه به رشد ۵۵ هزار و ۶۰۰ واحدی شاخص بورس که امروز رخ داد پیش‌بینی می‌شود که شاخص تا اواسط تیر و شاید هم زودتر کانال ۲۵۰ هزار واحد را رد کند.

وی اظهار داشت: اکنون بازارهای موازی در رکود به سر می‌برند به همین دلیل ورود نقدینگی به سمت بازار سرمایه بیشتر می‌شود و رشد شاخص ادامه پیدا می‌کند.

خانزاده به کمرنگ شدن تاثیر مسائل بر روند معاملات بازار اشاره و بیان کرد: اکنون وضعیت منطقه تاحدودی آرام شده و شاهد تاثیر موضوعات سیاسی که مانع از رشد شاخص می‌شوند، نیستیم.

این کارشناس بازار سرمایه به مذاکرات پیش رو تاکید کرد و افزود: مذاکرات سنگینی پشت پرده سفر نخست وزیر ژاپن به تهران که طی دو هفته آینده انجام می‌شود وجود دارد که روند بازار هم نسبت به این مذاکرات خوش‌بین است.

به گفته وی، اکنون میزان عرضه به بازار سرمایه با حجم گسترده‌ای انجام می‌شود که این امر منجر به رشد شاخص بورس شده است و به نظر می‌رسد که مسیر شاخص بورس برای فردا هم مثبت باشد.

خانزاده به تاثیر تعطیلات هفته آینده بر روند معاملات شاخص بورس اشاره و بیان کرد: کشور به لحاظ سیاسی به دلیل سفر نخست وزیر ژاپن به تهران از جو آرامی برخوردار است، اما سخنرانی‌های ۱۴ و ۱۵ خرداد هم مهم است و می‌تواند بر مسیر شاخص بورس تاثیرگذار باشد.

همچنین سیدرضا فاطمی، دیگر کارشناس بازار سرمایه گفت: طی چند وقت اخیر شاهد مطرح شدن برخی از مباحث منفی در کشور هستیم که هر یک از آنها می‌توانست بر بازار تاثیرگذار باشد، اما نتنها بازار روند نزولی به خود نگرفت بلکه به سرعت در حال رشد است.



صنایع معدنی خاورمیانه (میدکو)، پتروشیمی مارون (مارون) و نفت ایرانول (شرانل) بیشترین تاثیر مثبت را بر شاخص این بازار داشتند. در مقابل افراشت (افرا)، مدیریت انرژی امید تابان هور (هور)، نیروگاه زاگرس کوثر (بزاگرس) و تولید برق ماهتاب کهنوج (بکهنوج) مانع از رشد بیشتر این شاخص شدند.

در معاملات این روز، ۴ میلیارد و ۷۴۷ میلیون سهم، حق تقدم و اوراق بهادار به ارزش ۱۶ هزار و ۷۰۳ میلیارد ریال در ۳۴۱ هزار نوبت داد و ستد شد.
همچنین شاخص کل (هم وزن) با یک هزار و ۱۰۲ واحد افزایش به ۵۰ هزار و ۸۰۰ واحد و شاخص قیمت (هم وزن) با ۷۶۲ واحد افزایش به ۳۵ هزار و ۱۰۷ واحد رسیدند.

شاخص آزاد شناور نیز با ۷ هزار و ۲۲۰ واحد افزایش به رقم ۲۵۲ هزار و ۴۹۶ واحد رسید، شاخص بازار اول ۴ هزار و ۳۶۷ واحد و شاخص بازار دوم ۱۰ هزار و ۴۵۵ واحد افزایش داشتند.

در بین تمامی نمادها، فولاد مبارکه اصفهان (فولاد) با ۷۱۷ واحد، ملی صنایع مس ایران (فملی) با ۴۰۳ واحد، معدنی و صنعتی گل‌گهر (کگل) با ۳۷۲ واحد، صنایع پتروشیمی خلیج فارس با ۳۳۴ واحد، فولاد خوزستان (فخوز) با ۲۲۲ واحد، پتروشیمی پارس (پارس) با ۱۶۵ واحد و شرکت ارتباطات سیار ایران (همراه) با ۱۶۴ واحد بیشترین تاثیر مثبت را بر شاخص کل داشتند.

در مقابل خدمات انفورماتیک (رانفور) با ۵۰ واحد، پتروشیمی فجر (فجگر) با ۳۵ واحد، کارخانجات داروپخش (دارو) با ۱۲ واحد، بانک کارآفرین (وکار) با ۹ واحد از جمله گروه‌هایی بودند که افت شاخص بورس را رقم زدند.

نماد بانک تجارت، بانک ملت، سایپا، ایران خودرو، سیمان تهران، پتروشیمی آبادان و فولاد مبارکه اصفهان در گروه نمادهای پربیننده قرار داشتند. گروه فلزات اساسی نیز صدرنشین برترین گروه‌های صنعت شد و در این گروه ۴۳۸ میلیون و ۸۷۸ هزار برگه سهم به ارزش ۲ هزار و ۱۵۲ میلیارد ریال داد و ستد شد.

آخرین وضعیت شاخص فرابورس

شاخص فرابورس نیز نزدیک به ۷۲ واحد رشد داشت و بر روی کانال ۲ هزار و ۷۸۷ واحد ثابت ماند. در این بازار یک میلیارد و ۱۲۶ میلیون برگه سهم به ارزش بیش از ۶ هزار و ۲۷۳ میلیارد ریال داد و ستد شد. نماد سنگ آهن گهرزمین (ککهر)، سهمی ذوب آهن اصفهان (ذوب)، پتروشیمی زاگرس (زاگرس)، فولاد هرمزگان جنوب (هرمز)، هلدینگ

فرصت امروز: شاخص بورس تهران روز سه‌شنبه با رشد بیش از ۵ هزار و ۶۰۰ واحدی مواجه شد و به رقم ۲۲۳ هزار و ۲۵۳ واحد رسید. برخی رسانه‌ها این رشد خیره‌کننده بازار سرمایه را به اظهارات جدید دونالد ترامپ نسبت داده‌اند، چنانچه «تجارت نیوز» نوشت: «بورس تهران در نخستین دقایق شروع معاملات سه‌شنبه با رشد توفانی شاخص کل همراه شد. بازار سهام در ۲۵ دقیقه ابتدایی معاملات با رشد بیش از ۴ هزار واحدی همراه شد و شاخص کل بورس در سطح ۲۲۱ هزار واحد جای گرفت.» با این حال، بیشتر تحلیلگران بازار سرمایه موافق واکنش‌های شتابزده بورس به رخداد‌های جهانی نبوده و گزارش خوب شرکت‌ها را عامل اصلی رونق اخیر بازار سرمایه می‌دانند. اما همزمان با رشد ۲۶۱ درصدی شاخص کل بازار سرمایه، وضعیت دیگر بازارهای موازی در روز گذشته قرمز شد. قیمت سکه امامی در بازار معاملات و تک‌فروشی با کاهش همراه بود. قیمت سکه امامی در بازار معاملات با ۱۴۱ هزار تومان کاهش قیمت به ۴ میلیون و ۶۷۵ هزار تومان رسید و سکه بهار آزادی هم ۹۰ هزار تومان ارزان‌تر شده و ۴ میلیون و ۵۹۰ تومان فروخته شد. قیمت تک‌فروشی سکه امامی هم با ۱۵۰ هزار تومان کاهش به ۴ میلیون و ۶۷۵ هزار تومان رسیده است. نیم‌سکه و ربع‌سکه به ترتیب ۳۰ و ۱۰ هزار تومان ارزان‌تر شده و ۲ میلیون و ۶۵۴ و یک میلیون و ۷۳۳ تومان به فروش رسید.

قیمت انواع ارزهای خارجی نیز در بازار آزاد کاهش یافت. هر دلار با ۰٫۸۴ درصد کاهش قیمت، ۱۳ هزار و ۷۲۵ تومان معامله شد. قیمت یورو هم به ۱۵ هزار و ۶۳۸ تومان رسید. تحلیلگران دخالت بانک مرکزی و افزایش عرضه ارز به بازار را طی هفته‌های گذشته از عوامل موثر در کاهش نرخ دلار و در پی آن سکه اعلام کردند، اما پیشتر کاهش قیمت سکه و دلار در ایام عزاداری در ماه رمضان را به دلیل کاهش معاملات پیش‌بینی کرده بودند.

رشد بیش از ۵۶۰۰ واحدی شاخص بورس

همانطور که اشاره شد، شاخص کل بورس اوراق بهادار تهران در پایان معاملات دیروز با یک رشد خیره‌کننده ۵ هزار و ۶۷۹ واحد افزایش یافت و به رقم ۲۲۳ هزار و ۲۵۳ واحد رسید. به گزارش ایرنا،

آگهی تجدید مناقصه عمومی یک مرحله‌ای
نوبت اول

شرکت آب و فاضلاب روستایی استان کردستان در نظر دارد در سال ۱۳۹۸ امور مربوط به بهره‌برداری از تاسیسات ایستگاههای پمپاژ شبکه و خطوط انتقال، توزیع کلر و شستشوی مخازن و بیمه آبداران خود را طبق جدول ذیل به شرکت‌های واجد صلاحیت که دارای گواهینامه از اداره کل کار و رفاه اجتماعی می‌باشند به صورت مناقصه عمومی واگذار نماید. شرکت‌های خدماتی ملزم به پرداخت تمامی حقوق و مزایا و مطالبات کارگران طبق مصوبه شورای عالی حقوق و دستمزد در سال ۱۳۹۸ و ۱۳۹۹ می‌باشند. شرکت‌های خدماتی باید دارای کدفعالیتی ۷ (امور بهره برداری از تاسیسات) یا کد فعالیتی ۲ (تعمیر و نگه‌داری ساختمان و ماشین آلات) و ۴ (خدمات عمومی) باشند. کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکتها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد. آخرین مهلت دریافت اسناد مناقصه حداکثر سه روز پس از انتشار نوبت دوم آگهی و آخرین مهلت عودت اسناد مناقصه حداکثر ۱۰ روز پس از مهلت دریافت اسناد مناقصه می‌باشد. همچنین پیشنهاددهندگان می‌بایست ضمن بازگذاری کلیه مدارک‌های پاکتهای (الف، ب و ج) در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت در مهلت مقرر، نسبت به تحویل اصل مدارک (پاکت الف) مطابق شرایط درج شده در اسناد مناقصه در پاکت لاک و مهر شده تا زمان مقرر به آدرس سنندج، بلوار ارشاد، ترسیده به میدان سپهرودی، شرکت آب و فاضلاب روستایی استان کردستان اقدام نمایند. هزینه درج آگهی در روزنامه به‌عده برنده گان مناقصه می‌باشد.

ردیف	پروژه	برآورد اولیه ریال	تضمین شرکت در مناقصه به ریال	پایه ورشته مورد نظر
۱	انجام خدمات آبداران شهرستان سنندج	۱۰۵۴۹۹۳۹۲۰۰	۵۲۷۴۹۷۰۰۰	شرکت‌های خدماتی دارای کد فعالیتی ۷ یا ۲ و ۴
۲	انجام خدمات آبداران شهرستان بیجار	۱۱۵۳۸۹۹۶۰۰۰	۵۷۶۹۵۰۰۰۰	شرکت‌های خدماتی دارای کد فعالیتی ۷ یا ۲ و ۴
۳	انجام خدمات آبداران شهرستان سروآباد	۵۹۲۲۸۰۱۸۰۴	۲۹۶۱۴۰۰۰۰	شرکت‌های خدماتی دارای کد فعالیتی ۷ یا ۲ و ۴
۴	انجام خدمات آبداران شهرستان مریوان	۷۴۲۲۸۷۱۲۸۴	۳۷۱۱۴۴۰۰۰	شرکت‌های خدماتی دارای کد فعالیتی ۷ یا ۲ و ۴
۵	انجام خدمات آبداران شهرستان دیواندره	۸۸۴۷۱۱۳۰۷۶	۴۴۲۳۵۶۰۰۰	شرکت‌های خدماتی دارای کد فعالیتی ۷ یا ۲ و ۴
۶	انجام خدمات آبداران شهرستان قروه	۹۰۶۶۳۵۴۰۰۰	۴۵۳۳۱۸۰۰۰	شرکت‌های خدماتی دارای کد فعالیتی ۷ یا ۲ و ۴
۷	انجام خدمات آبداران شهرستان کامیاران	۷۵۸۲۷۶۸۸۰۰	۳۷۹۱۳۸۰۰۰	شرکت‌های خدماتی دارای کد فعالیتی ۷ یا ۲ و ۴
۸	انجام خدمات آبداران شهرستان دهگلان	۶۱۰۴۱۲۸۸۸۴	۳۰۵۲۰۶۰۰۰	شرکت‌های خدماتی دارای کد فعالیتی ۷ یا ۲ و ۴

۲۴۵

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۸/۳/۸ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۸/۳/۱۱

تجدید آگهی مناقصه
(ارزیابی کیفی)

نوبت دوم

۱- مناقصه گزاف: شرکت گاز استان خراسان رضوی
موضوع مناقصه: نصب انشعابات مناطق گازرسانی غرب مشهد (نصب ۳۰۰ مورد انشعاب فولادی و ۹۰۰ مورد انشعاب پلی اتیلن در طول یکسال شمسی)
۲- شرایط اولیه متقاضیان:
الف- دارا بودن رتبه در رشته تاسیسات و تجهیزات از سازمان برنامه و بودجه
ب- دارا بودن ظرفیت خالی ارجاع کار
ج- دارا بودن گواهینامه تایید صلاحیت ایمنی از اداره کار و امور اجتماعی
د- سایر شرایط:
الف- ارائه اعلام آمادگی در مهلت مقرر به دفتر کمیته فنی و بازرگانی
ب- تکمیل و ارائه کاربرگ‌های اعلام ارزیابی کیفی و مستندات مربوطه مطابق مندرجات آن در مهلت مقرر به دفتر کمیته فنی و بازرگانی
۵- مهلت اعلام آمادگی: از تاریخ ۹۸/۰۲/۰۷ لغایت آخر وقت اداری ۹۸/۰۳/۱۸
۶- مهلت تکمیل و تحویل کاربرگها و اسناد استعلام ارزیابی: تا آخر وقت اداری مورخ ۹۸/۰۴/۰۱
۷- محل دریافت و تحویل کاربرگها و اسناد استعلام ارزیابی کیفی: دفتر کمیته فنی و بازرگانی شرکت گاز خراسان رضوی واقع در مشهد- میدان شهید فهمیده، کنار گذر آسایشگاه فیاض بخش، جنب مجتمع آبی نگیل، امور تدارکات و عملیات کلانی شرکت گاز استان خراسان رضوی می‌باشد.
۸- نوع و مبلغ تضمین شرکت در مناقصه: مطابق مصوبه شماره ۱۳۳۴-۲/ت ۵۰۶۵۹-ه هایت محترم وزیران و اصلاحیه‌های بعدی آن می‌باشد.
شایان ذکر است دسترسی به متن این آگهی، کاربرگ‌های استعلام ارزیابی کیفی در سایت [WWW.nigc-khrz.ir](http://www.nigc-khrz.ir) امکان پذیر بوده و در صورت نیاز به کسب اطلاعات بیشتر با تلفن: ۳۷۰۷۲۸۲۲-۰۵۱ تماس بگیرید.

روابط عمومی شرکت گاز استان خراسان رضوی

شماره مجوز (۱۳۹۸/۱۲۹۷)

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۸/۳/۷ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۸/۳/۸

اخبار

افزایش ۴۰درصدی واردات چای

واردات چای سیاه در فروردین امسال در مقایسه با مدت مشابه سال گذشته تا ۴۰درصد افزایش داشته است.

به گزارش ایسنا، آمار تجارت خارجی ایران نشان می‌دهد در فروردین‌ماه سال جاری حدود ۳۵۰۰ کیلوگرم چای سیاه با ارزش دلاری ۱۶ میلیون و ۹۴۰ میلیون دلار وارد ایران شده است.

این در حالی است که در فروردین‌ماه سال گذشته حدود ۲۴۶۶ کیلوگرم چای با ارزش ۱۱ میلیون و ۹۸۴ هزار دلار وارد شده بود. بر این اساس واردات چای سیاه در فروردین‌ماه امسال با افزایش حدود ۴۱درصدی همراه شده است.

همچنین آخرین آمار منتشرشده از سوی گمرک از این حکایت دارد که تا پایان ۱۱ ماه اول سال گذشته حدود ۵۳ هزار و ۴۴۵ کیلوگرم چای سیاه به ارزش ۲۴۸ میلیون و ۹۶۸ دلار وارد ایران شده است.

اما عمده واردات چای ایران از کشورهای هند، سریلانکا، امارات و کنیا انجام شده است.

گران‌فروشی؛ بیشترین تخلف اصناف

بررسی عملکرد نظارت و بازرسی اصناف تهران در اردیبهشت ماه حکایت از آن دارد که بیشترین تخلف صنفی در این ماه گران‌فروشی و عدم درج قیمت و ترخانمه بوده است.

به گزارش ایسنا، در اردیبهشت ماه سال جاری اتاق اصناف تهران ۲۴ هزار و ۳۴۵ مورد بازرسی انجام داده که از این تعداد ۱۸ هزار و ۴۴۸ مورد در سطح خرده‌فروشی، ۹۰۰۲مورد در سطح عمده‌فروشی، ۳۰ مورد در سطح انبار، ۴۷ مورد در سطح سردخانه‌ها و ۳۳۲۰ مورد در زمینه صنف خدماتی انجام شده است.

در ۲۴ هزار و ۳۴۵ مورد بازرسی انجام‌شده تعداد ۴۷۴۹ برگه جریمه صادر شده که ۳۷۹۵ مورد در سطح خرده‌فروشی، ۲۹۰ مورد در سطح عمده‌فروشی و ۶۶۴ مورد در صنف خدماتی بوده است.

در سطح خرده‌فروشی بیشترین حجم تخلف به میزان ۱۸۶۳ مورد به علت گران‌فروشی بوده که در سطح عمده‌فروشی نیز بیشترین حجم تخلف عدم درج قیمت و ترخانمه بوده است.

همچنین در سطح صنف خدماتی بیشترین تخلف به میزان ۳۲۹ مورد در زمینه گران‌فروشی بوده که در مجموع به ترتیب بیشترین میزان تخلف اصناف تهران در زمینه گران‌فروشی و عدم درج قیمت و ترخانمه بوده است. طبق اعلام بازرسی اتاق اصناف تهران، در اردیبهشت ماه تعداد ۲۲۸۸ مورد از شکایات از طریق ستاد خیری به ثبت رسیده که از این میان در ۱۲۱۹ پرونده تخلف صنفی و در ۱۰۶۹ پرونده عدم تخلف صنفی مشخص شده است.

اتاق اصناف تهران با دارا بودن ۲ هزار و ۵۱۰ بازرس فعال در اردیبهشت ماه نظارت و بازرسی خود را انجام داده که در نهایت ارزش ریالی پرونده‌ها در حدود ۱۳ میلیارد و ۲۶ میلیون و ۸۱۹ هزار و ۱۳۱ ریال بوده است.

رشد ۶درصدی تولید فولاد خام

ایران ۸ میلیون و ۳۸۸ هزارتن فولاد خام تولید کرد که در مقایسه با تولید سال گذشته (۷ میلیون و ۹۱۷ هزارتن)، ۶درصد رشد نشان می‌دهد. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، انجمن جهانی فولاد (World Steel Association) اعلام کرد: طی چهار ماهه نخست سال جاری میلادی، ایران ۸ میلیون و ۳۸۸ هزارتن فولاد خام تولید کرد که در مقایسه با تولید سال گذشته (۷ میلیون و ۹۱۷ هزارتن)، ۶درصد رشد نشان می‌دهد.

همچنین تولید فولاد خام ایران در آوریل ۲۰۱۹ با رشد ۲۰٫۸درصدی به ۲ میلیون و ۱۶۵ هزار تن رسید، این رقم در مدت مشابه سال گذشته ۲ میلیون و ۱۰۶ هزار تن بود.

تولید ۶۴ کشور فولادساز جهان نیز در چهار ماهه نخست سال جاری میلادی ۵۹۹هنگارتن فولادساز جهان ثبت شد که حاکی از رشد ۴٫۸درصدی نسبت به مدت مشابه سال گذشته است.

همچنین میزان تولید فولادسازان جهان در آوریل ۲۰۱۹، با ۶٫۴درصد افزایش نسبت به مدت مشابه سال گذشته به ۱۵۶ میلیون و ۶۷۱ هزار تن رسید، این رقم در آوریل سال گذشته ۱۴۷ میلیون و ۳۴۵ هزار تن ثبت شد.

طی چهار ماهه نخست ۲۰۱۹ به ترتیب چین با تولید ۳۱۴ میلیون و ۹۶۱ هزارتن، هند با ۳۶ میلیون و ۵۸ هزار تن، ژاپن با ۳۵ میلیون و ۱۲۴ هزار تن، آمریکا با ۲۷ میلیون و ۷۳۹ هزار تن و کره جنوبی با ۲۴ میلیون و ۳۸۷ هزار تن پنج کشور برتر فولادساز جهان بودند.

کاهش قیمت میوه در بازار عمده‌فروشی

میوه ارزان می‌شود؟

قیمت میوه در بازار عمده‌فروشی با ثبات و بعضاً کاهش مواجه شده و انتظار می‌رود همین رویه نیز در بازار خرده‌فروشی و میوه‌فروشی‌های سطح شهر رخ دهد و مردم پایین آمدن قیمت‌ها را مشاهده کنند.

به گزارش ایسنا، بازار میوه طی هفته گذشته با کاهش قیمت و در برخی موارد ثبات قیمت در میدان مرکزی میوه و تره بار مواجه شده و آنچه امروز مردم باید شاهد آن باشند تأثیر این کاهش قیمت در بازار خرده‌فروشی و میوه‌فروشی‌های سطح شهر است.

طبق آخرین کشف قیمت صورت‌گرفته در میدان مرکزی میوه و تره‌بار تهران، در سطح میوه‌های درجه یک، یک کیلوگرم هندوانه که در کشف قیمت‌های منتهی به ۵ خرداد ماه امسال ۲۵۰۰ تومان بود، از روز گذشته در میدان مرکزی میوه و تره بار به ۲۰۰۰تومان رسیده است و هلو پیش‌رس نیز با کاهش حدود ۴۰۰۰ تومانی به کیلویی ۱۰ هزار تومان رسیده است. در این میان قیمت انواع پرتقال و سیب تغییر نیکرده، اما میوه‌هایی همچون طالبی، ملون، زردآلو، خیار، گوجه سبز و لیموترش با کاهش قیمت مواجه شده است.

البته این اعداد و ارقام، حداکثر قیمت‌های عمده‌فروشی است و میوه‌فروشی‌های سطح شهر نیز نهایتاً باید حداکثر ۳۵درصد بالاتر از آن بفروشند و بیشتر از این قیمت‌ها البته برای میوه‌های درجه یک، مصداق گران‌فروشی است.

بنابراین با کاهش قیمت‌ها در سطح میدان مرکزی میوه و تره‌بار تهران باید منتظر کاهش قیمت‌ها در سطح خرده‌فروشی‌ها و میوه‌فروشی‌های سطح شهر باشیم.

رئیس انجمن خوراک دام، طیور و آبزیان عدم دخالت دولت در قیمت‌گذاری

نهاده‌های دامی و حذف ارز ۴۲۰۰تومانی از واردات را تنها راه حل تنظیم بازار دانست.

مجید موافق قدیری، در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، با انتقاد از شرایط کنونی بازار نهاده‌های دامی اظهار داشت: در حال حاضر مقدار کمی نهاده با نرخ مصوب به مرغداران توزیع می‌شود و این امر به سبب اختصاص ارز ۴۲۰۰ تومانی به واردات غیرعادی نیست.

وی افزود: تا زمانی که اختصاص ارز ۴۲۰۰ تومانی به واردات نهاده‌های دامی و تدوین قوانین، آیین‌نامه‌ها و بخشنامه‌هایی که سیاست‌گذاران اقتصادی تدوین می‌کنند، ادامه داشته باشد، بدون تردید عرضه نهاده با نرخ آزاد به وفور و با نرخ مصوب به صورت محدود به تولیدکنندگان صورت می‌گیرد.

این فعال بخش خصوصی با بیان اینکه دوران ارز ۴۲۰۰ تومانی تمام شده است، اظهار داشت: دوران ارز ۴۲۰۰ تومانی تمام شده است، اما اینکه فرآیند جمع‌کردن آهسته رخ می‌دهد، شائبه‌ای را ایجاد می‌کند که گویی باید یک عده ته‌مانده از دولتی را استفاده کنند تا بعد از اتمام کار آنها، اختصاص این ارز به طور کامل برچیده شود. در غیر این صورت چه منطق و استدلالی پشت این کار است که گوشت، چای و کره شامل ارز ۴۲۰۰ تومانی نشود، اما نهاده‌های دامی مشمول ارز دولتی شود؟

وی با انتقاد از این مسئله که با وجود شرایط مالی و ارزی کشور دولت همچنان بر ادامه روند توزیع ارز ۴۲۰۰ تومانی به واردات اصرار دارد، بیان کرد: آمار تورم و افزایش شدید قیمت‌ها در سال ۹۷ نشان می‌دهد که مردم کالاهای وارداتی را عمدتاً به قیمت ارز آزاد خریدند و این امر نشان می‌دهد که توزیع ارز دولتی، در کنترل تورم، ناموفق بوده است.

موافق قدیری ادامه داد: دولت با مشارکت بانک کشاورزی برای کاهش

تنش‌های فعلی، سامانه‌ای را برای توزیع نهاده‌های دامی طراحی کرده است

تا تولیدکنندگان خوراک دام، مرغداران و آبی‌پروران به طور مستقیم از این سیستم خرید کنند که به سبب کاهش واسطه‌ها احتمال افت قیمت نهاده در بازار وجود دارد. این مقام مسئول با بیان اینکه تولیدکنندگان برای تامین نهاده‌های دامی با مشکل کمیود نقدینگی روبه‌رو هستند، گفت: با توجه به افزایش تورم و قیمت کالاها، نقدینگی تولیدکنندگان کاهش یافته است که بدین ترتیب امکان خرید به طور مستقیم از طریق سامانه وجود ندارد.

وی با اشاره به اینکه مشکلات حمل و نقل نهاده‌های دامی از بنادر جنوبی مرتفع نشده است، بیان کرد: علی‌رغم آنکه کامیون‌داران مبلغ اضافه پشت بارنامه دریافت می‌کنند، اما به سبب عدم درج آن در فاکتور امکان اثبات این امر وجود ندارد که در نهایت این امر در آینده موجب شده تا تولیدکنندگان با سازمان امور مالیاتی دچار مشکلاتی شوند.

موافق قدیری کاهش قوانین، آیین‌نامه‌ها، عدم دخالت دولت در قیمت‌گذاری وی با اشاره به اینکه مشکلات حمل و نقل نهاده‌های دامی از بنادر جنوبی مرتفع نشده است، بیان کرد: علی‌رغم آنکه کامیون‌داران مبلغ اضافه پشت بارنامه دریافت می‌کنند، اما به سبب عدم درج آن در فاکتور امکان اثبات این امر وجود ندارد که در نهایت این امر در آینده موجب شده تا تولیدکنندگان با سازمان امور مالیاتی دچار مشکلاتی شوند.

رئیس انجمن خوراک دام، طیور و آبزیان درباره آخرین وضعیت واردات نهاده‌های دامی افزود: سال گذشته ۹ میلیون تن ذرت، ۲ میلیون تن جو دامی و ۲ میلیون و ۷۰۰ تا ۲میلیون و ۸۰۰ هزار تن کنجاله سویا وارد کشور شده است که به این ترتیب مشکلی در واردات نداریم و تنها به سبب مشکلات شبکه توزیع، قیمت با نوساناتی در بازار روبه‌روست.

وی با بیان اینکه در گذشته اختلاف قیمت بازار آزاد با نرخ مصوب ۴۰ تا ۵۰

تومان بود، گفت: این در حالی است که هم‌کنون اختلاف قیمت به دلیل نامناسب بودن شبکه توزیع بین ۱۰۰ تا ۱۵۰درصد است.

قدیری مصرف ماهانه کنجاله سویا در کشور را ۲۷۰ هزار تن اعلام کرد و افزود: با توجه به جو روانی و بار منفی تحریم‌ها، اگر ماهانه تولیدکنندگان ۴۰۰ هزار تن کنجاله سویا تحویل بگیرند، به سبب نگرانی مادهای آتی ولع کنجاله سویا را دارند.

این مقام مسئول با اشاره به اینکه تولیدکنندگان شیر و گوشت در فروردین ۴۰۰ هزار تن کنجاله سویا دریافت کردند، بیان کرد: با وجود توزیع ۱۳۰ هزار تن توزیع کنجاله مازاد بر نیاز تولیدکنندگان، بزم عطش تامین و کمبود در میان دامداران و مرغداران وجود دارد.

به گفته وی، با وجود آنکه جو روانی منفی، عدم اعتماد دولت به سیاست‌گذاران اقتصادی و شبکه نامناسب توزیع بر نوسان قیمت نهاده‌های دامی تأثیرگذار است، از این رو پیش‌بینی می‌شود که با راه‌اندازی سامانه و ازدیاد عرضه تا حدودی قیمت‌ها کاهش یابد. البته این امر بدان معنا نیست که قیمت‌های دولتی با بازار آزاد یکی می‌شود.

موافق قدیری در پایان تصریح کرد: روند بازار و تصمیمات جدیدی که سیاست‌گذاران اقتصادی اتخاذ کرده‌اند، به ما می‌گوید که قیمت‌ها کاهش خواهند یافت. امروز هم بعد از هشدارهای مکرر درباره اشتباهات در نظام توزیع نهاده‌های دامی، شاهدیم که وزارت جهاد کشاورزی در تلاش است تا یکی پس از دیگری، پیشنهادهای بخش خصوصی را به مرحله اجرا درآورد. از این رو باید پذیرفت باید بپذیریم که تصمیمات اشتباه، در شرایط خطیر امروز برای کشور هزینه‌ساز است.

گزینه‌های مختلف، پیش روی صادرکنندگان

حداقل ۶۰درصد ارز حاصل از صادرات در سامانه نیما عرضه می‌شود، حداکثر ۱۰درصد به صورت نقد و مابقی واردات در مقابل صادرات به چرخه اقتصاد بازمی‌گردد. همچنین سایر گروه‌های صادرکنندگان نیز حداقل ۵۰درصد از ارز خود را در سامانه نیما عرضه می‌کنند، اسکناس حداکثر ۲۰درصد و مابقی به صورت واردات در مقابل صادرات ارز خود را به چرخه اقتصاد بازمی‌گرداند.

این کارشناس اقتصادی افزود: البته قطعاً آوردن پول نقد با دشواری‌هایی همراه است و در دنیا نیز پول نقد کمتر جابه‌جا می‌شود، اما در هر حال این ۱۰درصد که قرار است به صورت پول نقد وارد کشور شود، با ۳۰درصد واردات در برابر صادرات جبران می‌شود.

به گفته وی، با توجه به مفاد این بسته سیاستی، به نظر می‌رسد

یکی از نکات کلیدی همان واردات در مقابل صادرات است تا به این شکل، کالایی که صادر می‌شود، در مقابل آن کالا و خدمتی نیز به کشور وارد شود.

ورود مجدد واردکنندگان متخلف موبایل به بازار تلفن همراه

برگزار می‌شود که این افراد بعضاً شرکت‌های واردکننده متخلف دریافت‌کننده ارز ۴۲۰۰ هستند که مدیرعامل شرکت در زندان و اعضای هیات مدیره آنها در قالب شرکت‌های جدید به فعالیت خود ادامه می‌دهند و خواهان انحصار در بازار و تضییع حقوق واحدهای صنفی و مصرف‌کنندگان هستند.

رئیس اتحادیه صوتی، تصویری و تلفن همراه با بیان اینکه با وارد کردن تلفن همراه در قالب مسافری با پرداخت حقوق دولت باعث جلوگیری از هرگونه



قانون جدید حمایت از استارت‌آپ‌های اقتصاد دیجیتال

مهدی محمدی، دبیر ستاد توسعه فناوری‌های اقتصاد دیجیتال معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، درباره حمایت جدید از استارت‌آپ‌های اقتصاد دیجیتال اظهار داشت برای کمک به استارت‌آپ‌های حوزه اقتصاد دیجیتال و تسریع فعالیت‌های آنان از آیین‌نامه‌های جدیدی در هیات دولت به تصویب رسیده است. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، محمدی درباره این آیین‌نامه گفت: کسب و کارهایی که حداکثر سه سال از ثبت‌شان گذشته باشد و درآمدی در حد ۵۰۰ میلیون تومان داشته باشند می‌توانند در بستر حمایت‌های جدید قرار گیرند. دبیر ستاد توسعه فناوری‌های اقتصاد دیجیتال معاونت علمی ادامه داد: این حمایت‌ها شامل معافیت‌های مالیاتی، معافیت‌های بیمه‌ای و ارائه تسهیلات از سوی صندوق‌های خطرپذیر است.



دریچه

بهبود حال اشتغال با کسب و کارهای نوپا

این کارآفرین به مثالی دیگر اشاره کرد و افزود: طبق آمار، در سال‌های ۲۰۱۴ تا ۲۰۱۵ کشور همسایه ما، پاکستان دارای درآمد ۱۰۰ میلیون دلاری از طریق دورکاری و ۲ میلیارد دلار از طریق صادرات خدمات تجاری فناوری اطلاعات درآمد ارزی داشته است.

کرمانشاه نزدیک به ۳۰۰ واحد فناور دارد

در ادامه رئیس پارک علم و فناوری جهاد دانشگاهی کرمانشاه در گفت و گو با ایرنا اظهار داشت: در کرمانشاه نزدیک به ۳۰۰ واحد فناور و استارت‌آپ وجود دارد که نزدیک به یک هزار و ۶۰۰ نفر اشتغال‌زایی مستقیم ایجاد کرده‌اند و تحت حمایت پارک علم و فناوری هستند.

معصومه خان‌احمدی افزود: استارت‌آپ، واحدهای فناور، هسته‌های فناور و شرکت‌های دانش‌بنیان جزو اکوسیستم نوآوری هستند که هر کدام وظایف و تعریفی دارند.

وی با بیان اینکه در تعریف ما استارت‌آپ‌ها هنوز تبدیل به شرکت و گردونه تولید نشده‌اند، افزود: شرایط تحریم برخی از شرکت‌های ما را تحت تاثیر قرار داده که شرکت‌هایی که با خارج از کشور مرادفات داشته‌اند یا به واردات مواد اولیه می‌پرداختند و بازاری در خارج از کشور داشتند از این جمله هستند.

خان‌احمدی ادامه داد: در کنار این موارد، شرکت‌ها و واحدهای فناور وجود دارد که موفق‌تر عمل می‌کنند، شرکت‌هایی هستند در شرایطی که بازار باز هست خیلی نمی‌توانند رقابت کنند و یا اینکه رقیب دارند و یا خیلی از دستگه‌های خارجی ترجیح می‌دهند محصول خارجی وارد کنند.

به گفته وی، ولی در شرایط کنونی با توجه به اینکه وارد کردن محصول تولید اقتصادی ندارد و برخی دیگر از محصولات وارد نمی‌شود بسیاری از واحدهای فناور توانسته‌اند بازار را به خوبی به دست بگیرند و توسعه محصول داشته باشند.

این مسئول اضافه کرد، به عنوان مثال به یک شرکت فنلاندی در زمینه ماشین‌آلات کشاورزی اشاره می‌کنم که در گذشته دارای رقیبی از کشور ایتالیا در زمینه واردات بوده که با برقراری تحریم کنونی این شرکت از گردونه حذف شده است و یا اینکه بسیاری از شرکت‌های ما تولیدکننده مواد اولیه برخی کارخانجات هستند که در شرایط تحریم ناخودآگاه بازار آنان رونق پیدا می‌کند به این دلیل که مواد اولیه مذکور وارد نمی‌شود و بسیاری از شرکت‌ها محصولات خود را از این واحدها خریداری می‌کنند.

خان‌احمدی اضافه کرد، در آیین‌نامه فرصت‌های شغلی جدید که با توجه به تبصره ۱۸ قانون بوده تصویب شده امیدواریم این واحدها بتوانند بخشی از اشتغال را تصویب کنند و بتوانند برای دیگران اشتغال ایجاد کنند.

خلاصیت تاثیر پذیری از تحریم را کاهش می‌دهد

در پایان معاون هماهنگی امور اقتصادی استانداری کرمانشاه به ایرنا، گفت: واقعیت این است که تحریم‌ها بر همه بدنه اقتصادی تاثیرگذار است، ولی بافت و ساخت اقتصاد دانش‌بنیان و استارت‌آپ‌ها، ساختار متمایز و متفاوت با اقتصاد سنتی است.

هدایت حاتمی ادامه داد: اقتصاد استارت‌آپی مبتنی بر علم، خلاقیت، فناوری، کارآفرینی و دانش است که این تاثیرپذیری کمتر است.

وی معتقد است، به هر حال اقتصاد با اقتصاد بین‌الملل درهم تنیده است که این ارتباط موجب وابستگی متقابل می‌شود به خصوص کشورهای که سطح توسعه‌یافتگی آن کمتر است این وابستگی بیشتر است.

حاتمی معتقد است، اقتصاد دانش‌بنیان، دیجیتالی و استارت‌آپی هر کدام به مواد اولیه، تبادل دانش و بازارهای بین‌المللی وابسته هستند، بر همین اساس ضرورت دارد به این نکته توجه داشته باشیم که بی‌تاثیر نیست ولی آسیب‌پذیری آن کمتر است چون دانشمندان و فناوران کشور بر روی این استارت‌آپ‌ها بیشتر کار کرده‌اند.

استارت‌آپ، واحدهای فناور و شرکت‌های دانش‌بنیان با تفکر کارآفرینی و فناوری به روزی که دارند می‌توانند نقش مهمی در رشد و موفقیت کسب و کارهای نوپا و بهبود اوضاع اقتصادی در شرایط تحریم داشته باشند، چراکه خلاقیت، آسیب‌پذیری آنان از شرایط تحریم را کم می‌کند.

در جامعه‌ای که تحریم بر وضعیت اقتصادی سایه افکنده، این سرمایه انسانی خلاق و نوآور است که می‌تواند بیش از گذشته موجب تعالی اقتصاد و کسب و کارهای مفید و متنوع شود.

استارت‌آپ یک سرمایه‌گذاری است که به شکل کارآفرینی است که به ایده جدید برای کسب و کار می‌پردازد و خلاقیت، تمایز اصلی آن با اقتصاد سنتی است که می‌تواند با ایجاد فرصت‌های شغلی در شرایط تحریم تاثیرگذار شود.

استارت‌آپ به پروژه‌هایی گفته می‌شود که در جریان آن، یک ایده خام، به کمک تلاش و کوشش یک گروه به تولید یک محصول می‌انجامد و زمینه برای فروش آن محصول فراهم می‌شود و در شرایط تحریم، کسب و کارهای مجازی و مبتنی بر شبکه‌های اجتماعی بیش از گذشته فرصت برای عرضه را دارند.

استان کرمانشاه نزدیک به ۳۰۰ واحد فناور و استارت‌آپ را در خود جای داده، البته ناگفته نماند که تحریم برای این واحدها از یک سسو محدودکننده است و از سوی دیگر مقدماتی برای رشد و خودکفایی است.

مجید مهدوی محتشم، مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان فناوری آینده نزدیک رایان است که نزدیک به ۱۰ سال است که در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات فعالیت دارد.

وی که نزدیک به پنج سال است در پارک علم و فناوری کرمانشاه مستقر شده به ایرنا، گفت: در سال ۹۶ به عنوان کارآفرین برتر و در سال ۹۷ به عنوان فناور برتر انتخاب شده‌ام، بنا بر روحیه همواره به دنبال فناوری‌های بروز، کاربردی و اغلب بر پایه هوش مصنوعی بوده و با همین تفکر محصولات دانش‌بنیان را با همکاری یک تیم توانمند و خلاق توانستم تولید کنیم.

تحریم برای استارت‌آپ‌ها فرصت‌ساز است

وی معتقد است، در زمان تحریم، شرایط کسب و کارها با مشکلاتی مواجه شده ولی این هرگز به معنای تسلیم‌شدن و شکست نخواهد بود، چراکه یک کارآفرین با مشکلات بسیاری روبه‌رو شده و امروز این یک چالش جدیدی برای آنها به حساب می‌آید که با درایت و تلاش قابل رفع است.

این کارآفرین اضافه کرد، برای استارت‌آپ‌ها نیز که در ابتدای راه هستند فرصت بهتری فراهم است، چراکه به تغییرات بنیادی در کسب و کار خود برای وفق‌پذیری با این شرایط نیاز ندارند بلکه از ابتدا می‌توانند مسیر مناسب را طی کنند.

ورود به عرصه صادرات نرم پیشنهاد می‌شود

مهدوی محتشم یادآور شد، اصلی‌ترین پیشنهاد من برای عبور از شرایط تحریم، ورود به بازارهای جهانی و صادرات نرم است، در زمینه فناوری اطلاعات این هدف بسیار امکان‌پذیرتر است، چراکه به راحتی می‌توان نرم‌افزار و یا سامانه‌ای را که از لحاظ ساختار تنها در بستر اینترنت خدمات ارائه می‌دهد و قابل ارائه به کشورهای دیگر باشد را به زبان دیگر ترجمه کرد و با رعایت کیفیت خدمات قابل ارائه و مهیا کردن بستر مالی می‌توان به این بازارها ورود کرد و درآمد ارزی قابل توجهی را کسب کرد.

وی ادامه داد: به گونه‌ای که ما در یک سال اخیر در این زمینه موفقیت‌های قابل توجهی را به دست آورده‌ایم و در حال توسعه آن هستیم.

به گفته مهدوی محتشم، در این زمینه می‌توان به کشور هند اشاره کرد که دارای بیشترین میزان صادرات نرم‌افزار در جهان است، انجام پروژه‌ها به صورت دورکاری، تولید اپلیکیشن‌ها یا بازی‌های موبایل، سامانه‌های خدمات تحت وب، همگی مثال‌های ساده‌ای از خدمات فناوری اطلاعات قابل صادرات است.

حمایت از استارت‌آپ‌های بخش داروسازی و صنایع غذایی ضروری است

مدیرعامل صندوق پژوهش و فناوری اصفهان گفت استارت‌آپ‌های فعال در بخش سلامت از جمله دارویی و تجهیزات پزشکی و صنایع غذایی مانند مکمل‌ها دارای ظرفیت‌ها و توانایی‌های بسیار و همچنین بازار تقاضای بزرگی هستند که در شرایط تحریم‌های ظالمانه می‌توانند بخش اعظمی از نیازهای داخلی را پوشش دهند.

به گزارش ایرنا، احمد ورد بیان اینکه

شرکت‌های دانش‌بنیان و نوپا دارای سوابق خوبی در این زمینه هستند، اظهار داشت: بازار این قبیل محصولات، نیاز راهبردی و حیاتی در هر کشوری است و قابلیت سرمایه‌گذاری را دارد.

وی تصریح کرد: در زمان حاضر رویکرد شرکت‌های نوپا و دانش‌بنیان به سمت نیازها و تقاضاهای بازار داخل و پس از آن فعال‌شدن در بازار صادراتی کشورهای همسایه است.

وی با اشاره به حضور کمتر رقبای خارجی در کشور، اضافه کرد: این موضوع هم می‌تواند فرصتی برای توسعه بازار شرکت‌های داخلی و از طرفی

تهدیدی برای کیفیت کار آنها و حضور در بازارهای بین‌الملل باشد. ورد به اهمیت مشتری‌مداری و تقاضای بازار در بخش کارآفرینی اشاره و خاطر نشان کرد: شرکت‌های نوپا و دانش‌بنیان باید روی این موضوع تکیه

بزرگی هستند که در شرایط تحریم‌های ظالمانه می‌توانند بخش اعظمی از نیازهای داخلی را پوشش دهند.

به گزارش ایرنا، احمد ورد بیان اینکه شرکت‌های دانش‌بنیان و نوپا دارای سوابق خوبی در این زمینه هستند، اظهار داشت: بازار این قبیل محصولات، نیاز راهبردی و حیاتی در هر کشوری است و قابلیت سرمایه‌گذاری را دارد.

وی تصریح کرد: در زمان حاضر رویکرد شرکت‌های نوپا و دانش‌بنیان به سمت نیازها و تقاضاهای بازار داخل و پس از آن فعال‌شدن در بازار صادراتی کشورهای همسایه است.

وی با اشاره به حضور کمتر رقبای خارجی در کشور، اضافه کرد: این موضوع هم می‌تواند فرصتی برای توسعه بازار شرکت‌های داخلی و از طرفی



«مقابله با تحریم» مأموریت امسال شرکت‌های دانش‌بنیان است

معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری گفت اصلی‌ترین اولویت سال جاری ساکنان زیست‌بوم کارآفرینی و نوآوری، رفع نیازهای فناورانه تحریمی است.

به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی بنیاد ملی نخبگان، سورتنا سناری معاون علمی و فناوری رئیس جمهوری با حضور در نشست شورای اقتصاد مقاومتی استان البرز ظرفیت‌های بومی و صنعتی این استان را فرصتی برای رونق کسب و کارهای دانش‌بنیان و خلق ارزش افزوده دانست و گفت: این استان در تولید داروهای پیشرفته بیوتک رتبه نخست را در اختیار دارد و جزو مجموعه‌های توانمند تولید دارو است. از سوی دیگر تولید تجهیزات و ماشین‌آلات صنعتی و تولیدمحور بودن واحدهای استان، باعث می‌شود تا آینده

روشنی در انتظار اقتصاد دانش‌بنیان البرز و فعالانش باشد. سناری با بیان اینکه شرکت‌های دانش‌بنیان امسال رفع نیازهای فناورانه تحریمی را در دستور کار دارند، گفت: حمایت مالی

شرکت‌های دانش‌بنیان با هدف مقابله با تحریم‌ها در دستور کار است و به کمک ایجاد یک زیست‌بوم مساعد، تولید دانش‌بنیان این شرکت‌ها رونق می‌گیرد.

سناری با بیان اینکه کشورمان به کمک مجموعه‌های دانش‌بنیان دارویی، اکنون بیش از ۹۷ درصد نیاز خود را با تولیدات ایران ساخت تأمین می‌کند، ادامه داد: برای تولید حدود ۳ درصد باقیمانده، برنامه‌ریزی کرده‌ایم که این راهبرد، به کمک شتابدهنده‌های بخش خصوصی و فعالان زیست‌بوم دانش‌بنیان در حال اجرا است.

وی ادامه داد: سالانه ۱،۲ میلیارد دلار برای واردات داروهای پیشرفته و فناور و ۶۰۰ تا ۷۰۰ میلیون دلار برای تأمین مواد اولیه هزینه می‌شود. با برنامه‌ای که به کمک شرکت‌های دانش‌بنیان با همکاری وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی داریم، حداکثر تا دو سال آینده کشورمان از این میزان واردات بی‌نیاز خواهد شد.



گفت‌وگو با صادق محسن‌نیا

تکنیک‌های آنالیز و تبلیغات اپلیکیشن

• ممنون می‌شوم کمی از سابقه کاری خودتون برای دوستان توضیح بدهید:

من صادق محسن‌نیا هستم، کارشناسی ارشد MBA را در دانشگاه صنعتی شریف خوانده‌ام و در گذشته عمدتاً در حوزه مدیریت تکنولوژی و همچنین سیاست‌گذاری فعالیت داشته‌ام، اما دو سه سالی هست که در زمینه فناوری اطلاعات فعالیت می‌کنم و در دو سال گذشته به صورت مشخص در حوزه تبلیغات دیجیتال مشغول بوده‌ام و هم‌اکنون مدیرعامل متریکس هستم که اولین پلتفرم آنالیز موبایل مارکتینگ در ایران هست.

• ایده متریکس از کجا آمد؟ چه کمبودی در حوزه تکنولوژی حس شد که به متریکس ختم شد؟

تا همین روزها عرصه اپلیکیشن مارکتینگ ایران خدمات خود را از شرکت Adjust دریافت می‌کرد، یعنی شمارش و تحلیل نصب‌ها و کلیک‌ها را شرکت آلمانی ادجاست و برخی از کمپانی‌های اندازه‌گیری موبایل دیگر مانند Branch انجام می‌داد. ایده متریکس از زمانی قدرت گرفت که هزینه استفاده از سرویس‌های این شرکت‌ها به دلیل افزایش نرخ ارز رو به افزایش بود و زمینه برای رقابت با یک پلتفرم خارجی فراهم شد.

• شما فکر می‌کنید آنالیز موبایل مارکتینگ چقدر در کشور شناخته شده است؟

نمی‌شود گفت آنالیز موبایل مارکتینگ در ایران وجود ندارد یا مغفول مانده است، شاید به اندازه آنالیز وب‌سایت، متداول نباشد اما نکته این است که بسیاری از کسب‌وکارهای اپلیکیشن ایرانی، خودشان را به استفاده صرف از آنالیتیکس محدود می‌کنند، در حالی که وقتی از چند کانال مختلف اقدام به جذب کاربر می‌شود و بابت جذب هر کدام پولی پرداخت می‌شود، آنالیتیکس بدون سرویس اتریبیوشن یا ترک‌ر، کارایی چندانی ندارد. اینکه بدانید کاربران چه تجربه‌ای درون اپلیکیشن دارند و چه رفتاری از خود نشان می‌دهند مهم است، اما مهمتر از آن شناخت منبعی است که منجر به جذب هر کدام از این کاربران به اپلیکیشن شده است. • در مورد فایده استفاده از سرویس اتریبیوشن در کنار سرویس آنالیتیکس بیشتر توضیح دهید:

اتریبیوشن و آنالیتیکس باید در کنار یکدیگر گام بردارند تا بهترین و مطلوب‌ترین نتیجه برای کمپین‌های تبلیغاتی حاصل شود. این را از این جهت می‌گویم چون هر کدام محدودیت خودشان را دارند. آنالیتیکس در مورد تجربه کاربری به شما اطلاعات می‌دهد، اما چیزی در مورد منبع جذب کاربران و کانال‌های تبلیغی که منجر به جذب همان کاربران شده است نمی‌گوید. این همان چیزی است که با اتریبیوشن جبران می‌شود. وقتی آنالیتیکس را با اتریبیوشن ترکیب کنید، می‌توانید در مورد استفاده بهینه از بودجه تبلیغاتی و بالا نگه داشتن میزان بازگشت سرمایه خود مطمئن باشید.

• متریکس با چه ابزارهایی به کمک موبایل مارکتینگ آمده است؟ سرویس‌های اصلی متریکس به سه بخش تقسیم می‌شوند، اتریبیوشن، آنالیتیکس و آنتی‌فراد. هر کدام از این سه بخش کار مجزایی می‌کنند، اما در کنار هم پلتفرم جامعی تشکیل داده‌اند که ابزارهای خوبی به صاحبان اپلیکیشن و موبایل‌مارکترها برای کنترل و ارزیابی فعالیت‌های تبلیغاتی می‌دهد.

• آیا در حوزه فعالیت خودتان رقیب داخلی یا خارجی دارید؟

سرویس‌های مشابهی در دنیا وجود دارند که سهم خوبی هم از بازار بین‌المللی کسب کرده‌اند، مانند Appsflyer، Tune و Adjust. اما از منظر مشتری ایرانی اگر به دنبال انتخاب سرویس اتریبیوشن باشید، گزینه‌های خارجی علاوه بر قیمت بسیار زیادی که دارند، همیشه ریسک خروج از بازار ایران را متوجه کسب و کار شما می‌کنند. در بازار داخل کشور هم یکی دو سرویس مشابه وجود دارد که امیدواریم بتوانیم رقابت خوبی با هم داشته باشیم و در رقابت با هم رشد کنیم و سرویس‌های بهتری به مشتریان بدهیم. • مزیت رقابتی شما نسبت به رقبای تان چیست؟

یکی از نقاط تمایز متریکس با رقبای پس‌زمینه و دانشی است که تیم آن به واسطه فعالیت به عنوان ادنتورک دارد و به نیازها، اکوسیستم و الزامات تبلیغات موبایلی اشراف دارند. بر همین پایه، تمرکز متریکس هر روز در حال توسعه است و سعی می‌کند به قابلیت‌ها و سرویس‌های خود اضافه کند. به عنوان نمونه، ما در متریکس نصب‌هایی که حاصل از جست‌وجوی کافه بازار باشد را شمارش می‌کنیم، همچنین نصب‌های حاصل از گوگل‌ادز یا جست‌وجوی ارگانیک گوگل هم توسط متریکس شمارش می‌شود. علاوه بر اینها، در صورتی که تبلیغات تلگرامی منجر به نصب اپلیکیشن شده باشند، متریکس قابلیت رصد هر کدام از این کانال‌های تبلیغی را نیز دارد.

نقطه تمایز جدی دیگر متریکس، توجهی است که از ابتدای مسیر به تقلب‌های موبایلی داشته است. به همین دلیل، علاوه بر توسعه الگوریتم‌های شناسایی و مقابله با انواع تقلب‌های موبایلی در مجموعه متریکس، با همکاری با یک شرکت استرالیایی به نام ترافیک گارد (TrafficGuard) سعی در تقویت سرویس مقابله با تقلب داشته است.

• آیا تقلب موبایلی مهم است و دغدغه بزرگی برای بازار محسوب می‌شود؟

بسیار زیاد! میزان هدر رفتن هزینه‌های تبلیغاتی و محقق نشدن هدف بازاریابان به هیچ وجه رقم کمی نیست. این در حالی است که به طور مشخص در کشور ما این مسئله جدی گرفته نشده و علاوه بر هدر دادن بودجه، تحلیل‌های اشتباهی را به تیم مارکتینگ داده و آنها را از مسیر اصلی تحلیل عملکرد محصول خود گمراه می‌کند.

یک نکته مهم دیگر این است که همزمان با رشد صنعت تبلیغات موبایلی، روش‌های انجام تقلب در این تبلیغات نیز مسیر پیشرفت خود را طی می‌کند و ناشراران متخلف به شیوه‌های متعدد سعی می‌کنند مسیر اتریبیوشن را به نفع خودشان تغییر دهند.

• اگر نکته دیگری دارید بفرمایید:

امیدوارم بازار موبایل مارکتینگ و اپلیکیشن مارکتینگ ایران که در حال حاضر سال‌های ابتدایی رشد خود را طی می‌کند به زودی شاهد پیشرفت‌های قابل توجه و قابل عرضه در سطح بین‌المللی باشد. ما در متریکس تمام تلاش‌مان را می‌کنیم که نیازهای این بازار را بشناسیم و برای بهبود آنها تلاش کنیم.

با استفاده از امکانات عصر جدید روش‌های متداول بازاریابی را دور بزنید



شما می‌توانید در صورتی که مخاطبان تان به سایت شما سر می‌زنند یا در شبکه‌های اجتماعی شما را دنبال می‌کنند؛ به آنها این پیشنهاد را بدهید که در صورتی که مطالب شما را با دوستان‌شان به اشتراک بگذارند یا دوستانی را در سایت یا صفحه شما عضو کنند، می‌توانند از خدماتی که به صورت رایگان برای آنها در نظر گرفته‌اید استفاده کنند. اگر شما بتوانید ظرفیت‌هایی که در محصولات غیرعینی و غیرقابل مشاهده است به خوبی درک کنید آنگاه می‌توانید به خوبی از آن در تبلیغات خود و بازاریابی استفاده کنید و نیازی نیست که از روش‌های متداول در بازاریابی پیروی کنید. به درک این ظرفیت‌ها و استفاده از آنها در زمینه‌های دیجیتالی «هک رشد» می‌گویند. امروزه هر چقدر بتوانید از قابلیت‌های اینترنت در کسب و کار خود استفاده کنید به همان اندازه موفق‌تر از سایر رقیبان خود خواهید بود.

هرچند گاهی برای ایجاد مزیت‌های رقابتی یا ارتباط صحیح با مخاطبان، لازم است ارتباط مستقیم نیز با مخاطبان خود داشته باشید، ولی هرگز نمی‌توان تأثیر اینترنت و دنیای مجازی را در کسب و کارهای امروزی انکار کرد. دیگر نیازی نیست شما بنرها و تابلوهای تبلیغاتی خود را در کنار خیابان‌ها و بزرگراه‌ها نصب کنید بلکه کافی است تبلیغات خود را در صفحات مختلف اینترنتی که بازدیدکنندگان زیادی دارد قرار دهید تا متوجه شوید که چقدر میزان مخاطبان شما افزایش پیدا می‌کند.

منبع: qmpmarketing

برای فروش داشته باشید.

امروزه با گسترش اینترنت، تفکرات و ایده‌ها را نیز می‌توان به راحتی فروخت. علاوه بر اینها، تحولات شگرفی در تبلیغات به وجود آمده است که همگی اینها موجب شده است تا روند بازاریابی را بسیار متفاوت کرده و می‌توان به راحتی روندهای سنتی را دور زد. در «هک رشد» استراتژی‌ها تمامی تمرکز خود را بر این صرف کرده‌اند که چگونه می‌توانند بسیار سریع رشد کنند و بازار و مشتریان را به دست آورند. از جمله ترندهایی که می‌توان برای استفاده از این تغییر و تحولات استفاده کرد می‌توان به موارد زیر اشاره کرد :

۱- شکل‌های جدید محصول

از نظر مشاوره بازاریابی، واژه محصول فقط شامل محصولاتی که به شکل فیزیکی قابل رویت هستند نیست، بلکه شما هم‌اکنون می‌توانید در فضای اینترنتی هر محصول غیرقابل مشاهده همچون حجم سایت‌ها یا شبکه‌های اجتماعی را نیز بفروشید. می‌توانید هر نرم‌افزار یا فضای متعلق به اینترنت را که شما قادر به طراحی آن بوده‌اید مانند طراحی سایت‌ها را به مشتریان بفروشید. این فرصت‌های خارق‌العاده در بازاریابی تنها در دنیای دیجیتالی به وجود می‌آید. در این نوع از بازاریابی، تنها با نوآوری در ایده‌ها و تفکرات است که می‌توانیم بازار را به دست آوریم.

۲- امکانات متفاوت

از زمانی که دنیا به سمت دیجیتالی‌بودن رفته است و شبکه‌های اجتماعی نیز ظهور کرده‌اند، در بازاریابی‌های جدید به روش هک رشد

همه تولیدکننده‌ها و عرضه‌کننده‌های محصولات مختلف آرزو دارند بتوانند محصولات خود را بیش از رقبای‌شان در بازار توسعه دهند و بفروشند.

آنها دوست دارند از روش‌هایی استفاده کنند که فرآیندهای بازاریابی را یک شبه طی کرده و مشتریان زیادی را جلب کنند. شاید در ابتدا شنیدن این حرف غیرمنطقی به نظر بیاید و تصور کنیم که نمی‌توان راه ۱۰۰ ساله را در یک شب طی کرد، اما باید بگوییم که در دنیای کسب و کار هیچ چیزی بعید نیست. همین آرزو و خواسته تولیدکنندگان و فروشندگان موجب شده است اصطلاحات جدید در دنیای کسب و کار وارد شود و این نوید را به آنها بدهد که امکان تحقق این آرزو چندان هم دور از واقعیت نیست.

اصطلاح «هک رشد» یکی از مفاهیمی است که با گسترش استراتژی‌ها به وجود آمده است. استراتژی‌ها تمایل دارند زودتر از روش‌های معمول بازاریابی، مشتریان را پیدا کرده و جایگاه خود در بازار را بتوانند تثبیت کنند. هک رشد دقیقاً همان چیزی است که به آنها کمک می‌کند تا بتوانند بسیار سریع‌تر از روش‌های معمولی به هدف خود برسند و بازار هدف خود را پیدا کنند. اینترنت یکی از عوامل اصلی در پیدایش روش‌های جدید بازاریابی است. در گذشته تمامی خرید و فروش‌ها به صورت فیزیکی و حضوری انجام می‌شد؛ در حالی که با ظهور مشاوره بازاریابی اینترنتی، بسیاری از این روندها تغییر کرده است. هم‌اکنون لازم نیست حتماً شما محصول یا کالایی را

وب‌سایت، پلتفرم اصلی بازاریابی دیجیتال

شامل کسب اطلاعات مشتری از طریق وب‌سایت‌ها و پایگاه‌های داده مربوطه بود. با تحول وب روش‌های جست‌وجوی کلیدواژه و رسانه اجتماعی، رواج بیشتری پیدا کرد. در ابتدا، وب بانام بروشور اینترنتی معرفی شد. بروشور اینترنتی روشی برای قرار دادن اطلاعات در وب‌سایت است. وب، کار بازاریابان را پیچیده‌تر کرد و علاوه بر فراهم کردن اطلاعات، از تعامل وب نیز سود می‌برد. این پیشرفت نیازمند پایگاه داده مشتری و مجموعه‌ای از اطلاعات مشتری است تا پاسخ‌های شخصی‌سازی شده و توصیه‌هایی را ارائه کند.

اکنون در حال ورود محتاطانه به جهان وب هستیم که شامل کاربرد اصطلاحات معنایی و مضمونی پیچیده‌تر در جست‌وجو و ظهور برنامه‌های تلفن همراه است (کلیه وب‌سایت‌های اکنون باید نسخه موبایلی برنامه خود نیز ارائه کنند). باین حال، یک فرآیند توسعه قابل اطمینان که با راهبرد شرکت همگام باشد بدون در نظر گرفتن اینکه در چه مرحله‌ای از اینترنت هستیم به شما کمک خواهد کرد.

منبع: hormond

طراحی وب کارآمد، جزء اصلی بازاریابی دیجیتال است که براساس آن زمان ما راهبردهایی را برای سایر هسته‌های توزیع ارائه می‌کنیم که شامل بازاریابی جست‌وجو، بازاریابی اجتماعی، بازاریابی موبایلی و بازاریابی ایمیلی است. چگونگی طراحی صفحه وب براساس یافتن وب‌سایت در اینترنت از اهمیت زیادی برخوردار است. علی‌رغم حرکت به سمت بازاریابی اجتماعی و بازاریابی موبایلی، هنوز هم وب‌سایت مقصد اصلی کمپین‌های بازاریابی ما است و وب‌سایت را باید بتوان به‌صورت آنلاین پیدا کرد. می‌توان نماد شبکه‌های اجتماعی را در وب‌سایت وارد کرد تا مشتریان را به بازارهای شبکه‌های اجتماعی ارجاع دهد و می‌توان برای افزایش بازدید وب‌سایت نیز از آن استفاده کرد. پست الکترونیک می‌تواند به‌عنوان بخشی از برنامه یکپارچه برای هدایت ترافیک به سمت سایت و تدوام تعامل با مشتری به کار گرفته شود.

مهم است که در زمان مراجعه بازدیدکنندگان به سایت بتوانند به‌سادگی از آن استفاده کرده و آنچه مدنظرشان است را ببینند. از ابتدای ظهور اینترنت و طراحی وب‌سایت، چیزهای زیادی تغییر

ایستگاه بازاریابی

بررسی آخرین روش‌های بازاریابی موفق اینستاگرامی(۱)

۱۰ تکنیک بازاریابی واقعا تاثیر گذار در اینستاگرام

ترجمه:علی آل‌علی

با یک میلیارد کادر فعال در ماه هیچ تردیدی در مورد جایگاه بالای اینستاگرام در میان شبکه‌های اجتماعی بزرگ وجود ندارد. این حجم از کاربران موجب جلب توجه شمار وسیعی از برندها و بازاریاب‌ها شده است. آنها اینستاگرام به چشم یک پلتفرم استثنایی برای دسترسی به مخاطب هدف‌شان می‌نگرند. باتوجه به این نکته سهم ۱۵ درصدی اینستاگرام از درآمد تبلیغاتی فیس‌بوک جای تعجب ندارد. البته براساس پیش‌بینی‌ها این سهم تا سال ۲۰۲۰ به ۷۰ درصد خواهد رسید.

اگرچه اینستاگرام یک فرصت عالی برای برندها و بازاریاب‌ها به حساب می‌آید، با این حال توجه همگانی به آن موجب هجوم تعداد بسیار زیادی از برندها و بازاریاب‌های مختلف می‌شود. به این ترتیب سطح رقابت تجاری در اینستاگرام به بیشتری حدش می‌رسد. بدون تردید تلاش برای برجسته‌سازی برندمان در میان رقبا پر تعداد کار دشواری است. درست به همین خاطر ما نیازمند تکنیک‌های کاربردی در زمینه جلب نظر کاربران این پلتفرم هستیم. هدف اصلی مقاله کنونی بررسی ۱۰ تکنیک بازاریابی واقعا تاثیر گذار در اینستاگرام است.

۱. انتخاب یک جلوه و وفاداری به آن

همانطور که به احتمال زیاد می‌دانید، اینستاگرام حول محور زیبایی‌شناسی توسعه یافته است. در میان انواع مدل‌های زیبایی‌شناسی، الگوی دیداری‌اش در کانون توجه توسعه‌دهندگان این پلتفرم قرار دارد. به همین خاطر دستیابی به مخاطب بالا در اینستاگرام نیازمند خلق جلوه بصری جذاب برای برندمان است. متأسفانه بسیاری از برندها بدون توجه به ارتباط میان جلوه‌های بصری‌شان اقدام به پیروی از الگوهای متعدد در زمان واحد می‌کنند. یک برند موفق باید در استفاده از سبک و نوع رنگ‌ها برای محتوای اینستاگرامی خود ثابت‌قدم باشد.

نکته مهم درباره توجه به الگوی دیداری پایدار رقم تولید روزانه محتوا در اینستاگرام است. بر این اساس کاربران روزانه ۱۰۰ میلیون فیلم و عکس منتشر می‌کنند. بدون تردید برند ما نیازمند افزودن عنصری خاص به محتوای خود به منظور ایجاد تمایز است. برندهای موفق همیشه محتوایی با قالب کلی یکسان تولید می‌کنند. به این ترتیب مخاطب به سرعت محتوای برند موردنظر را در میان شمار انبوهی از محتواها در بخش جست‌وجو (Explore) پیدا خواهد کرد.

به عنوان مثالی موفق در زمینه وفاداری به قالب کلی محتوای بصری به نحوه فعالیت برند جو مالونه توجه کنید. این برند تصویر عمومی‌اش را همراه با طبیعت توصیف می‌کند. به این ترتیب در شبکه‌های اجتماعی نیز همیشه عنصری از طبیعت در کنار پست‌های آنها حاضر است.

۲. نگارش کپشن‌های مرتب با مخاطب هدف

یکی از بهترین راهکارها در جهت ماندن در ذهن مخاطب ایجاد پیوندی میان محتوای بازاریابی‌مان و زندگی روزمره آنهاست. به این ترتیب تا مدت‌ها نام برندمان در ذهن آنها خواهد ماند. اهمیت نگارش کپشن‌های کاربردی و دارای پیوند با مخاطب هدف برندها همین نکته است. وقتی از محتوای بازاریابی صحبت می‌کنیم، به ویژه در شبکه‌های اجتماعی، کپشن بخش جدایی‌ناپذیر آن محسوب می‌شود. یک کپشن مطلوب مخاطب هدف را به برندمان پیوند می‌دهد. این امر موجب افزایش علاقه مخاطب به پیگیری کمپین ما خواهد شد.

گام نخست در زمینه نگارش کپشن و برقراری ارتباط با مخاطب هدف تحت عنوان «شناخت مخاطب» مورد بررسی قرار می‌گیرد. در این مرحله هر برند باید مخاطب‌های هدف خود را شناسایی کند. امروزه اغلب برندها دارای بیش از یک نوع مخاطب هدف هستند. به این ترتیب باید محتوای خود را با سلیقه هر گروه از مخاطب‌ها هماهنگ کنند. چنین امری به برندها چند صدای مختلف می‌بخشد. نکته مهم در این میان تلاش برای رفع هرگونه تضاد میان صداهای مختلف برندمان است. در غیر این صورت از جلوه حرفه‌ای آن کاسته خواهد شد.

نمونه مطلوب در زمینه نگارش کپشن مربوط به برند پوچرز لندن است. این فست فود مشهور کپشن‌های محتوای اینستاگرامی خود را در کوتاه‌ترین شکل ممکن طراحی می‌کند. هنر اصلی آنها در ایجاد ارتباط قوی میان مشتریان و برندان‌شان از طریق کپشن‌های کوتاه است. به این ترتیب دیگر حوصله کاربران نیز از مطالعه کپشن‌های طولانی سر نخواهد رفت.

۳. بارگذاری بیش از اندازه پست ممنوع

اگر شما قصد برجسته‌سازی کسب و کارتان در میان موج خروشان اینستاگرام را دارید، باید از بارگذاری بیش از اندازه پست دوری کنید. بی‌شک بارگذاری بیش از اندازه پست موجب رنجش خاطر کاربران می‌شود. نتیجه این امر ناراضی‌ت و حتی بی‌توجهی به فعالیت برندمان در اینستاگرام خواهد بود. نکته مهم در اینجا امتیاز از بارگذاری مداوم، به بیش از اندازه، مطلب به منظور حضور در فهرست اخبار حوزه کسب و کارمان است. نتیجه چنین بحثی ضرورت طراحی یک برنامه زمانی دقیق برای بارگذاری مطلب در اینستاگرام است.

باتوجه به مطالعه موسسه CoSchedule Analysis، حالت ایده آل بارگذاری یک یا حداکثر دو پست در روز است. بهترین زمان‌های بارگذاری پست نیز بین ۸ تا ۹ صبح و حوالی ساعت ۲ بعد از نیمه شب خواهد بود. نکته مهم در این میان عدم کاربرد توصیه‌های مطلوب برای یک برند نزد سایر برندهاست. به این ترتیب هر برندی باید اندکی شخصی‌سازی توصیه‌های مربوط به زمان بارگذاری پست را در دستور کار قرار دهد.

۴. استفاده از استوری برای محتوای در لحظه

استوری با اختلافی معنادار بر طرفدارترین بخش اینستاگرام به حساب می‌آید. اکنون کاربران اینستاگرام به طور میانگین ۵۰۰ میلیون استوری در طول روز بارگذاری می‌کنند. از نقطه نظر بازاریابی چنین استقبال از بخش استوری به معنای فرصتی طلایی برای برندها خواهد بود. برندها به منظور برجسته‌سازی هرچه بیشتر محتوای خود باید از بخش استوری استفاده مناسب کنند. در غیر این صورت مسیر موفقیت کمپین‌های‌شان بسیار دشوار خواهد شد. نکته جالب در مورد استوری حذف آن پس از ۲۴ ساعت است. به این ترتیب ما نیازمند ویرایش سنگین محتوای استوری‌مان نیستیم. بخش استوری معمولاً برای بیان اخبار و اطلاعات کاربردی دارد. به عنوان مثال، نمایش آخرین اخبار در مورد همایش برندمان فقط از طریق بخش استوری جذابیت خاص خود را خواهد داشت. همچنین نمایش پشت صحنه کسب و کار از طریق استوری هیجان بالایی را به مخاطب هدف منتقل می‌کند.

ادامه دارد ...

منبع: [influencermarketinghub](#)

۸ نکته در مورد بازاریابی موثر در اینستاگرام



از این قبیل.

با مخاطبان خود ارتباط برقرار کنید

دانما دنبال فروختن محصولات خود نباشید. تیم دیجیتال مارکتینگ باید رابطه‌ای صمیمانه با مخاطبان برقرار کنید. اگر دائم به فکر تبلیغ کردن باشید، آنها را دلزده می‌کنید. گاهی محتوای متفاوت و خلاقانه برای‌شان تهیه کنید و از آنها بخواهید که در بحث‌ها شرکت کنند. اجازه دهید که آنها احساس کنند به جای یک برند، با یک فرد در ارتباط هستند.

از هشتگ‌های مرتب استفاده کنید

هشتگ ابزاری است که با کمک آن می‌توانید پست‌ها و ویدئوها را مرتب و سازماندهی کنید و محتوا را راحت‌تر پیدا کنید. برای اینکه مردم بتوانند محصولات و خدمات شما را به راحتی پیدا کنند، باید از هشتگ‌های مناسب استفاده کنید. در استفاده از هشتگ افراط نکنید و هرگز هشتگ غیرمرتبط در پست‌های خود نزنید.

هشتگ‌های اختصاصی می‌تواند از مخاطبان خود دعوت کنید که در تهیه محتوا برای شما مشارکت کنند و به پست‌های متنوع شما دسترسی راحت‌تری داشته باشند.

زمان مناسب برای پست گذاشتن را پیدا کنید

با توجه به نوع مخاطبان خود، باید زمان مناسب برای پست گذاشتن را پیدا کنید. طبق نتایج بعضی از نظرسنجی‌ها، بهترین زمان صبح است، ولی توجه کنید که بهترین ساعت برای پست گذاشتن، به مخاطبان شما و به زمینه ۹ تا ۷ برای پست گذاشتن از ساعت فعالیت‌تان بستگی دارد.

اگر تا به حال به فکر ایجاد پیج اینستاگرام برای کسب و کار خود نبوده‌اید، بهتر است سریعاً دست به کار شوید. اگر فروشگاه دارید و اگر می‌خواهید مردم محصولات بهتر برند شما را بشناسند، باید تبلیغ در اینستاگرام را شروع کنید. شبکه‌های اجتماعی به خصوص اینستاگرام به قدری محبوب هستند که نمی‌توانید از اهمیت آنها در تبلیغات، چشم‌پوش کنید. این روزها اینستاگرام به بخش مهمی از زندگی روزمره ما تبدیل شده است. در نتیجه، برای بسیاری از کسب‌وکارها، داشتن یک پیج موفق اینستاگرام و تبلیغ در اینستاگرام، ضروری است.

برای اینکه در این شبکه اجتماعی بر طرفدار، پیج خوب و پرمخاطبی داشته باشید، این نکات را در نظر بگیرید:

مخاطبان خود را بشناسید

فرقی نمی‌کند که در حال فروش چه نوع محصول یا خدماتی باشید، باید زیباترین و جذاب‌ترین محتوای دنیا را برای مخاطبان خود تهیه کنید. باید توجه خریداران احتمالی را جلب کنید. برای اینکه بتوانید محتوایی جذاب و مورد پسند تهیه کنید، باید مخاطبان خود را به خوبی بشناسید.

باید بدانید که مخاطبان شما از چه محتوایی در سوشال مدیا هیجان‌زده می‌شوند، دنبال چه مباحثی می‌گردند؟

چطور باید این اطلاعات را کسب کنید؟

اینستاگرام ابزاری به نام Insights دارد که در پروفایل‌های تجاری فعال می‌شود. با کمک این ابزار می‌توانید اطلاعات خوبی در مورد مخاطبان خود پیدا کنید. مثلاً اینکه هر محتوا چند بار دیده شده، چند نفر به پست‌های شما دسترسی پیدا کرده‌اند، چند نفر پست‌های شما را ذخیره کرده‌اند و اطلاعاتی

۶ دلیل برای گنجاندن اینستاگرام در استراتژی‌های بازاریابی

اینکه اینستاگرام روند نزولی نشان نداده است و به نظر می‌رسد که روند رشد این شبکه اجتماعی، همچنان ادامه دارد.

نرخ مشارکت بالاتر

اینستاگرام نه‌تنها رشد قابل توجهی دارد، بلکه میزان مشارکت کاربران در پست‌ها، بسیار بیشتر از سایر شبکه‌های اجتماعی است. نرخ مشارکت بالاتر به این معنا است که کاربران اینستاگرام، به طور مرتب و روزانه به این پلتفرم سر می‌زنند و از طریق لایک کردن و کامنت گذاشتن، مشارکت بیشتری با پست‌ها دارند. ۳۵ درصد از کاربران اینستاگرام، روزانه حداقل یک بار به این سایت سر می‌زنند، ۵۹ درصد از آنها روزی چندین بار!!

ویژگی‌های بصری

از آنجایی که اینستاگرام یک شبکه اجتماعی مبتنی بر تصاویر و ویدئو است، برندها می‌توانند بهتر از سایر شبکه‌های اجتماعی، محصولات خود را معرفی کنند و با ارائه محتوای جذاب‌تر، توجه مخاطبان خود را جلب کنند. ضمن اینکه یک تصویر، بیشتر و راحت‌تر از هزاران کلمه می‌تواند یک محصول را معرفی کند. به همین دلیل از یک شبکه اجتماعی مبتنی بر متن مثلا توئیتر، علاقه‌مندان بیشتری دارد.

الهام‌بخش خلاقیت و نوآوری

اینستاگرام از همان روزهای ابتدای فعالیت خود، الهام‌بخش ایجاد محتواهای خلاقانه بود. با وجود ابزارها و امکاناتی که این شبکه اجتماعی در اختیار مخاطب

می‌گذارد، می‌توان محتواهایی جذاب‌تر ایجاد کرد. این پلتفرم، پاسخگوی نیازهای دنیای امروزی است. امکان اشتراک‌گذاری عکس‌ها با فیلترهای جذاب که باعث می‌شود، عکس‌ها بسیار زیباتر به نظر می‌رسند و توجه کاربران را بیشتر جلب می‌کند. ایجاد سبک‌های نو در ارائه محتوا و معرفی، این ویژگی‌ها دست به دست هم می‌دهند تا اینستاگرام بهترین پلتفرم معرفی محصولات باشد.

پلتفرم مبتنی بر موبایل

یکی از دلایل جذابیت اینستاگرام این است که مبتنی بر موبایل است. این روزها روزبه‌روز بر تعداد کسانی که گوشی هوشمند دارند افزوده می‌شود. بیشتر مردم این دلایل دست به دست هم می‌دهند تا اینستاگرام ابزاری مناسب برای تبلیغ و بازاریابی باشد. اگر تا به حال برنامه‌ای برای تبلیغ در اینستاگرام نداشته‌اید، بهتر است که تبلیغ در این شبکه اجتماعی را در استراتژی‌های بازاریابی خود بگنجانید.

منبع: blogad

الگوی «فتوتی»؛ الگوی ایرانیزه از توسعه کار آفرینی



الگوی کارآفرینی «فتوتی» که با واکوی یک مکتب سنتی ایرانی اسلامی به نام «فتوت» و پیوند آن با کارآفرینی مطرح شده است، نسبت به الگوهای غربی مطرح در کشور، با شرایط بومی ما برای توسعه سازگارتر است. مفاهیم این الگو در فرهنگ بومی ایران حاوی مقوله‌هایی چون دگرخواهی، اشتغال‌زایی، خلاقیت و مقدم شمردن منافع جمع بر منافع فرد به شمار می‌رود.

به گزارش گروه اطلاع‌رسانی ایرنا، بحران بیکاری و نیاز به اشتغال فراگیر در جامعه جوان ایرانی لزوم توجه و به کارگیری مفهوم کارآفرینی را بیش از هر زمان دیگری نمایان ساخته است و به اجرائی شدن آن دلالت دارد. «یوزف اویس شومپتر» اقتصاددان اتریشی-آمریکایی که از او به عنوان پدر کارآفرینی یاد می‌شود واژه «سواوری» را به کارآفرینی پیوند می‌دهد. به عبارت دیگر ویژگی تعیین‌کننده در کارآفرینی را انجام دادن کارهای جدید یا ابداع روش‌های نوین در امور جاری می‌داند. از نظر او نوآوری در هر یک از زمینه‌های «ارائه کالای جدید، ارائه روش جدید در فرآیند تولید، گشایش بازاری جدید، یافتن منابع جدید، ایجاد هرگونه تشکیلات جدید در صنعت» کارآفرینی محسوب می‌شود.

کارآفرین علاوه بر نبوغ و نوآوری باید خصیصه‌های دیگری همچون ابتکار عمل داشته باشد و یک ایده تغییر یا یک مفهوم بالقوه جدید را که می‌تواند در بازار شلوغ موفق شود، ارائه دهد. سرمایه‌گذاران بیشتر اوقات به سرمایه‌گذاری در ایده‌ها و مفاهیمی تمایل دارند که احساس می‌کنند بازده کافی برای سرمایه و سرمایه‌گذاری خود را ایجاد می‌کنند و از این‌رو، کارآفرین نیاز به یک ایده ابتکاری برای سرمایه‌گذاری جدید دارد. کارآفرینان اهل ریسک پرخطر نیستند، اما اهل ریسک حساب‌شده هستند. نتایج فعالیت‌های آنها ممکن است در بلندمدت مشخص شود یا اهدافشان در نگاه دیگران غیرممکن به نظر بیاید اما کارآفرینان، موقعیت‌ها را از یک دیدگاه متفاوت می‌بینند و باور دارند که اهداف آنها واقع‌بینانه و دست‌یافتنی است. آنان نقاط را در محدوده‌ای که دانش کارآفرینان قابل بهره‌برداری است، فرصت‌یابی می‌کنند. پیش‌زمینه‌ها و تجربیات، هر یک احتمال موفقیت آنها را افزایش می‌دهد.

پژوهشگر گروه اطلاع‌رسانی ایرنا به منظور بررسی و واکوی بیشتر مفهوم کارآفرینی و پیدا کردن راه حل‌های برون‌رفت از بحران بیکاری در کشور با «کاوه فرهادی» پژوهشگر حوزه کارآفرینی و عضو هیأت علمی دانشگاه به گفت‌وگو پرداخته است.

مفهوم کارآفرینی در ایران

ما در بدو تولد پدیده کارآفرینی در سرزمین‌مان دچار اشتباهی بزرگ شدیم و از این رو با مقوله‌های ناشناخته مواجهیم که هویتش با ظاهرش تفاوتی آشکار داشت. چنین پدیده‌ای در مسیر رشدش نیز توفیق چندانی نخواهد یافت مگر با بازسازی نگاه و اندیشه درباره آن. ما می‌توانیم بنا بر اصل تبدیل کردن تهدید به فرصت از ظرفیت یک مکتب کم‌رنگ شده و پیوند آن با کارآفرینی در معنای حقیقی مسیری بسازیم که با شرایط بومی و فرهنگ ایرانی سازگار باشد و در واقع یک مسیر ایرانیزه شده ایجاد کنیم.

ژاپن؛ نمونه عملی و کاربردی توسعه و پیشرفت

بهترین نمونه از نظریه قرابت فرهنگی ژاپن را می‌توان نام برد. به نظر ژاپنی‌ها توانستند در یک عمل هوشمندانه در مواجهه با غرب مفاهیم سنتی خویش را در زندگی و فرهنگ امروزه زنده نگه دارند و هر چند که نام بسیاری از آنها کم‌رنگ شده است، اما شیوه و روش آنها در شکل‌های جدیدی در اخلاق مردم گویی ساخته شده و توانسته است ژاپن را در مسیر پیشرفت یاری کند. کاری که این کشور در طول سال‌های توسعه در دوران میجی (دورانی ۴۵ ساله از تاریخ ژاپن که در واقع سرآغاز بیداری ژاپن قرون وسطا به شمار می‌آید) و حتی پیش از آن در رویارویی با هر پدیده‌ای که از غرب می‌گرفت، انجام می‌داد می‌توان بهترین الگو برای توسعه و پیشرفت کشورهای در حال توسعه باشد. امروز به اذعان بیشتر ناظران ژاپن کشوری توسعه یافته است که باورهای سنتی‌اش را به شدت حفظ کرده است و به معنایی دقیق‌تر بیان می‌کند که سنت و صنعت نه تنها در مقابل هم نیستند بلکه مکمل یکدیگر نیز به شمار می‌روند.

الگوی کارآفرینی فتوتی؛ الگوی ایرانیزه از توسعه کارآفرینی

لازم به توضیح است که سخن ما این نیست که محور تقلید را از غرب به شرق تغییر دهیم بلکه می‌خواهیم بگوییم ما باید ایرانی مسیر توسعه را بسازیم از غرب و شرق بیاموزیم، اما از آنها تقلید نکنیم به این دلیل ما با واکوی یک مکتب سنتی ایرانی اسلامی به نام «فتوت» و پیوند آن با کارآفرینی قصد داشتیم که برداشت ایرانی شده از ۲ کارآفرینی را بسازیم که ممکن است از مفهوم غربی آن بسیار متفاوت باشد اما با شرایط بومی ما برای توسعه سازگارتر است. این مفاهیم در فرهنگ بومی ایران حاوی مفاهیمی چون دگرخواهی، اشتغال‌زایی، خلاقیت و مقدم شمردن منافع جمع بر منافع فرد به شمار می‌رود.

شاخصه‌های الگوی کارآفرینی فتوتی

مقصود ما به طور کلی از «کارآفرین فتوتی»، عاشق پیشه‌های محسوب می‌شود

که حاضر است با فداکاری‌های بسیار و از آن جمله فداکاری مالی، تحمل زیان و ضرر اقتصادی، تاب تحمل شدید و نیت‌های بسیار گسترده‌تر از نفع شخصی، همچون پیشبرد نیت‌های خیرخواهانه وطن‌پرستانه، مذهبی و مسلکی به ایجاد کار، شغل، رونق اقتصادی و درآمدزایی جمعی دست بزنند. این تصور در فرهنگ ایرانی تنها آرمان‌گرایانه نیست. فرهنگ مشارکتی ایرانیان بستر لازم فرهنگی و ضرورت‌های اجتماعی، تاریخی و جغرافیایی ایران سبب شده است که تاریخ ما شاهد چنین تجربیاتی در قرون گذشته و اکنون باشد و این روحیه جمع‌گرایی و جوانمردی را در اصناف شهری، روستایی و ایلی ایران در قرون اولیه اسلامی و فتوت‌نامه‌های صنفی آنان (اساس‌نامه‌ها و مرام‌نامه‌های صنفی خود پذیرفته و خود تضمین‌کننده) می‌توان مشاهده کرد.

نمونه کارآفرینی فتوتی در ایران

نمونه مشهور یک خانواده کارآفرین فتوتی خانواده صنعتی‌زاده کرمانی است. «شیخ علی اکبر» پرورشگاه صنعتی‌زاده کرمان را بنیان‌گذار که این مکان برای تیمان کرمان کارخانه آدم‌سازی، کارآموزی و آینده‌سازی بوده است و نوازش «همایون صنعتی‌زاده» که کارخانه گلاب زهرا حاصل دسترنج او محسوب می‌شود که برای کشاورزان کرمانی کارساز و درآمدساز شده است. حاج اکبر در تمام حرکات اجتماعی کرمان پیشرو و صاحب نظر بود. او یک پراگماتیسم (عملگر) به شمار می‌رفت و عقیده داشت که همه نظریات فلسفی و اجتماعی باید به کار منجر شود.

چگونگی مدیریت در ژاپن و نحوه تعامل با کارمند و کارگر

شاید بسیاری با استفاده از واژه «مادرانه» در روش مدیریت ژاپنی که به طور سنتی باید به آن مدیریت پدرانه اطلاق کرد، موافق نباشند، اما واقعیت این است که کاربری این واژه در ارتباط با مهر و عاطفه مادری ارزیابی می‌شود که یک لحظه از یاد فرزندانش غافل نمی‌ماند. شرکت‌های ژاپنی را به مثابه خانواده‌های بزرگ باید در نظر آورد که ایفای نقش مدیریت به عهده انسانی دلسوز و خیراندیش است که کارگران را همچون فرزندان دوست دارد و آنها نیز تابع او هستند. به عبارتی حد‌اعلای توجه را تنها در عاطفه مادری می‌توان درک کرد و اطلاق «مدیریت مادرانه» برای رساندن آن معناست. از آنجا که این روش بر پایه‌های اطمینان، وفاداری، پشتیبانی و اختیار قرار دارد، از این رو مدیریت ژاپن با شناخت نیازهای کارکنان، احتیاجات رو به رشد خانواده آنها، حمایت از آنان در برابر اخراج و افزایش با قاعده حقوق‌شان، نقش خود را به

کمال ایفا می‌کند.

«موریتسا آکیو» از کارآفرینان و مدیران موفق ژاپنی می‌گوید: «در روابط کارگری ژاپن نوعی برابری وجود دارد که در جاهای دیگر نیست. در کارخانه «سونی» میان کارگران ماهر و غیرماهر تمایز اندکی مشاهده می‌شود و اگر فردی به سمت رهبر اتحادیه ارتقا یابد، ما نسبت به او علاقه‌مند می‌شویم زیرا این‌گونه اشخاص افرادی هستند که می‌توانند دیگران را متقاعد کنند و وادار سازند که با آنان همکاری کنند و ما در جست‌وجوی چنین اشخاصی برای رده‌های مدیریتی هستیم. مدیریت، دیکتاتوری نیست. مدیریت بالای شرکت باید دارای استعدادی باشد که با هدایت کردن مردم، آنان را اداره کند. ما به طور مرتب در جست‌وجوی اشخاص مستعد با چنین کیفیت‌هایی هستیم که بیشتر به دلیل نداشتن تحصیلات لازم، یا به دلیل کوتاه‌فکری‌شان، آنان را غیرقابل قبول تشخیص می‌دهیم. در شرکت‌های ما روحیه تخصص و تهاجم بسیار اندک است و رو در روی دیگری ایستادن امکان ندارد.»

مقایسه نگاه مدیریتی ژاپنی و آمریکایی

البته تردیدی نیست که تفکر مدیریت ژاپنی و آمریکایی ویژگی‌های مشترک بسیاری دارند اما از آنجا که موضوع بحث ما مسیر متفاوتی به شمار می‌رود که ژاپن رقم زده است به طور طبیعی بحث از اشتراکات مسیر کمکی به ما نمی‌کند. به نظر تفاوت نگاه ژاپن با غرب امری روشن و پیشرفت این کشور نیز غیرقابل انکار است، شاید بهترین جمله برای پایان این بحث و بیان تفاوت‌های عمیق این باشد که تفاوت‌های شرکت‌های ژاپنی و آمریکایی از تفاوت‌های فرهنگی فراتر می‌رود. اگر شما از یک مدیر عامل ژاپنی بپرسید که «مهمترین مسئولیت شما چیست»، او بی‌شک خواهد گفت که اشتغال دائم و بهبود سطح زندگی کارگران در صدر کارها قرار دارد. برای انجام دادن این کار، شرکت باید سود داشته باشد. کسب سود هرگز در اولویت کارها قرار نمی‌گیرد. تا آنجا که من می‌دانم بیشتر مدیران تجاری در آمریکا بالاترین اولویت را به سود سالیانه یا درآمد سرمایه‌گذاران می‌دهند، آنان دارای چنین مسئولیتی هستند، چون این مهم را سرمایه‌گذاران برعهده آنان گذاشته‌اند و برای اینکه سر کار خود بمانند، مجبورند آنان را راضی نگه دارند. این خود یکی از تفاوت‌های عمده رویکردهای متفاوت شرقی و غربی در مواجهه با کارگر و سود عایدی شرکت است حال ما باید ببینیم با اشتراکات فرهنگی با شرقی‌ها چگونه می‌توانیم این مسیر و فرآیند توسعه و پیشرفت را ایرانیزه و به کار ببندیم.

چگونه برای یک شغل درخواست دهیم؟



اولین قدم در جهت گرفتن شغل، موفقیت‌آمیز بودن در فرآیند درخواست است. اگرچه هیچ فرمول مشخصی برای انجام این کار وجود ندارد، شما می‌توانید با انجام کمی تحقیقات و تنظیم رزومه خود برای مطابقت با موقعیت شغلی، بهترین شانس را برای گرفتن آن شغل به دست آورید.

مرحله اول: وارد شدن
۱. تصمیم بگیرید که چه شغلی را می‌خواهید. به منظور ساده‌سازی فرآیند درخواست کار، نیازها و خواسته‌های خود برای اشتغال را بررسی کنید. با در نظر گرفتن چند چیز می‌توانید گزینه‌های خود را محدود کنید:

- زمینه کاری را در نظر بگیرید. اینکه آیا شما از یک زمینه دیگر منتقل می‌شوید یا به دنبال حرکت جانی هستید، مهم است که کاری را پیدا کنید که برای شما چالش‌برانگیز و سودمند باشد. دانستن آنچه که نمی‌خواهید انجام دهید، همان قدر مهم است که بدانید چه کاری می‌خواهید انجام می‌دهید.

- مهارت‌های مورد نیاز برای یک سمت خاص را در نظر بگیرید. زمانی که از مهارت‌های شما به خوبی مورد استفاده قرار می‌گیرد و به رسمیت شناخته می‌شود رضایت شغلی خواهید داشت. داشتن یک ایده در مورد اینکه از کدام مهارت‌های شما استفاده می‌شود و کدام مهارت توسعه می‌یابد، کلید تصمیم‌گیری در مورد یک کار ارزشمند است.

- حقوق و مزایای خود را در نظر بگیرید. در مورد حد پایین خودتان صادقانه و واقعی باشید. اگر به بیمه بهداشتی نیاز دارید و مقدار مشخصی از درآمد در هر ماه را تعیین کرده‌اید، بهتر است در محل‌هایی کار کنید که این شرایط را برآورده می‌کنند.

- ۲. تحقیق خود را انجام دهید. قبل از اینکه شروع به ارسال رزومه و نامه کنید، به شرکت‌های مورد درخواست نگاهی داشته باشید.

- احساس شخصیت و ارزش شرکت را با خواندن توضیحات شغل بررسی کنید. این اطلاعات در هنگام نوشتن نامه کتبی شما و در وضعیت مصاحبه مفید هستند.

- محصولات جدید یا خدماتی که شرکت ارائه می‌دهد را بخوانید. این اطلاعات اغلب در بخش «خبر» شرکت قرار دارند. این بخش همچنین می‌تواند منبع اطلاعاتی در مورد فعالیت‌های جامعه شرکتی باشد.

- بخش شغلی وبسایت شرکت را برای بینش بیشتر در مورد فرصت‌های شغلی مرور کنید. شما ممکن است گزینه‌های بیشتری برای استخدام در سایر ادارات یا مکان‌ها پیدا کنید.

- ۳. رزومه بنویسید. حتی اگر کار شما نیاز به ارسال یک رزومه سنتی نداشته باشد، داشتن رزومه‌ای بروز بسیار توصیه می‌شود. رزومه نه تنها مدارک تحصیلی و کار شما را مشخص می‌کند، بلکه می‌توانید به پروژه‌های

خاصی که در آن کار انجام داده‌اید یا جوایزی که کسب کرده‌اید اشاره کنید. اطلاعات مربوط به رزومه شما شامل موارد زیر می‌شود:

- اطلاعات تماس فعلی شما، از جمله نام کامل، شماره تلفن، آدرس پستی و آدرس ایمیل.

- پس‌زمینه آموزشی شما. لیست دانشکده‌هایی که در آن تحصیل کرده‌اید (از ابتدا تا تازه‌ترین‌ها)، سال تحصیل و هر مدرک یا گواهی که کسب کرده‌اید را لیست کنید. شما ممکن است بخواهید دوره تحصیل خود را نیز یادداشت کنید.

- سابقه کار خود برای چند سال گذشته. قانون غیررسمی می‌گوید هر صفحه رزومه برای هر ۱۰ سال تجربه است. توجه داشته باشید که شکاف‌های زیاد در اشتغال و یا مشاغل متعدد در زمان کوتاه، چیزی است که ممکن است در طول مصاحبه از شما در مورد آن سؤال شود. اطمینان حاصل کنید که تاریخ استخدام، نام شرکت، سمت شما و شرح مختصری از فعالیت‌های خود را داشته باشید.

- مهارت‌های مربوطه. این سانس شما برای لیست تمام مهارت‌هایی است که از طریق سال‌ها به دست آورده‌اید. دانستن تجهیزات اداری، آشنایی با سیستم عامل‌های کامپیوتری، برنامه‌های نرم‌افزاری (مانند آفیس)، تایپ سریع، تجربه پایگاه داده و سایر اطلاعات مربوطه باید در رزومه شما باشند.

- ۴. برای اطلاع از روند درخواست، با کارفرما تماس بگیرید. به احتمال زیاد تماس شما به مدیر استخدام یا مدیر منابع انسانی هدایت می‌شود. اگر آن‌ها قصد استخدام داشته باشند، ممکن است از شما بخواهند به شرکت بروید و درخواست خود را پر کنید یا رزومه و نامه ارسالی خود را از طریق پست یا پست الکترونیکی ارسال کنید. اطمینان حاصل کنید که نام خود را ذکر کرده و همه ارتباط‌های آینده را براساس نام خود دنبال کنید.

- ۵. در صورت لزوم یک نامه همراه بنویسید. اطمینان حاصل کنید که مشخصاً هم برای شرکت باشد و هم کار. در صورت امکان، نامه را برای یک مخاطب خاص بنویسید. این نشان می‌دهد که شما مدت زمانی را برای تحقیق در مورد اطلاعات گذاشته‌اید و فقط به هر کارفرمایی که می‌توانید پیدا کنید، ارسال نمی‌کنید. می‌توانید در نامه خود از موضوعات زیر استفاده کنید:

- چگونه شخصیت و مأموریت شرکت با ارزش‌های شما سازگار است.
- چگونه پس‌زمینه‌تان شما را یک نقش ارزشمند برای سمت و شرکت می‌سازد.
- امیدوارید در این سمت چه چیزی به دست آورید.
- چه استعداد‌های منحصر به فردی برای این سمت به ارمغان می‌آورید؟
- چه چیزی در مورد این سمت خاص به آن علاقه دارید؟

۶. نظر فرد (یا افراد) دیگر را بپرسید. از دوستان یا اعضای خانواده بخواهید رزومه و نامه را برای غلط‌های بررسی کنند. آنها ممکن است بتوانند به چیزهایی که شما ندیدید یا مواردی که می‌توان به شکل بهتری نوشت، اشاره کنند.

- در صورت امکان، از کارکنانی که در زمینه شغلی شما کار می‌کنند مشورت بخواهید. صحبت کردن با مصاحبه‌کنندگان یا مدیران استخدام نیز سودمند است، زیرا آنها با کیفیت و معیارهایی که کارفرمایان به دنبال آن می‌گردند آشنا هستند.

- ۷. توصیه‌نامه داشته باشید. اگرچه مجبور نیستید توصیه‌نامه را به سرعت ارائه دهید، بهتر است که به دنبال گرفتن آن باشید.

- توصیه می‌شود که حداقل از سه نفر نامه بگیرید. حداقل دو نفر از این مراجع باید افرادی باشند که با آنها کار کرده‌اید و می‌توانند راجع عملکرد شغلی شما صحبت کنند.

- اطمینان حاصل کنید که اطلاعات بروز شده مراجع خود، از جمله آدرس پستی و آدرس ایمیل، شماره تلفن، سمت فعلی و شرکت فعلی را داشته باشید.

- ۸. درخواست دهید. هنگامی که رزومه و نامه خود را به خوبی تنظیم کردید، زمان شروع فرآیند درخواست است. درخواست‌ها معمولاً به یکی از سه روش زیر ارائه می‌شوند:

- به صورت حضوری. یک بسته با تمام مدارک خود را به محل کار کارفرمای بالقوه ببرید. توصیه می‌شود قبل از تحویل بهترین زمان برای ارائه دادن مدارک خود را بپرسید. هنگامی که وارد می‌شوید، با مدیر استخدام صحبت کنید و سعی کنید مدارک خود را به صورت شخصی به آنها بدهید. این اجازه می‌دهد تا مدیر استخدام چهره شما را به خاطر بسپارد. توصیه می‌شود که لباس حرفه‌ای بر تن داشته باشید و خودتان را به خوبی نشان دهید.

- آنلاین. برنامه‌های آنلاین متفاوت هستند - برخی ممکن است از شما بخواهند فایل‌ها را پر کنید، در حالی که دیگران ممکن است درخواست کنند که نامه و رزومه خود را بپوست کنید. برخی از شرکت‌ها از شما می‌خواهند که مدارک خود را به بخش منابع انسانی آنها ارسال کنید. مهم است که دستورالعمل‌ها را دنبال کنید - اگر آنها از شما بخواهند رزومه خود را در قسمت ایمیل ارسال کنید، پس بپوست ارسال نکنید!

- توسط ایمیل. در صورت درخواست، اطمینان حاصل کنید که نام مدیر استخدام یا مدیر منابع انسانی را در تمام مکاتبات خود ذکر کنید.

- ۹. پیگیری. بررسی وضعیت درخواست شما، علاقه شما به شغل را نشان می‌دهد و اطمینان می‌دهد که مدارک درخواستی شما به شخص مناسب رسیده باشد. تماس گرفتن به سرعت ممکن است شما را بد جلوه دهد. برای

پیگیری پیشنهادت زیر را دنبال کنید:

- به «مهلت آگهی» توجه کنید. اکثر شغل‌های ارسال شده در اینترنت مهلت مشخصی دارند. تماس با مدیر استخدام قبل از این تاریخ می‌تواند شما را بیش از حد مشتاق و ناامید نشان دهد.

- اگر مهلتی برای آگهی نبود، یک قاعده خوب این است که یک هفته پس از ارسال درخواست تماس برقرار کنید.

- زمانی که با مدیر استخدام یا مدیر منابع انسانی تماس می‌گیرید سعی کنید لحن ارتباط را دوستانه نگه دارید. از نظراتی مانند «با من هنوز تماس گرفته نشده است.» دوری کنید. در عوض، این سؤال‌ها را مطرح کنید «آیا هنوز تصمیمی گرفته شده است؟» یا «آیا می‌توانید کمی بیشتر در مورد چارچوب زمان استخدام به من توضیح دهید؟»

- مرحله دوم: گرفتن پیشنهاد شغلی

درخواست شما برای گرفتن پیشنهاد شغلی که می‌خواهید، فقط اولین مرحله در یک سری از مراحل به منظور اطمینان کردن پیشنهاد است. با کمی برنامه‌ریزی، پیش‌بینی و تمرین حرکت روند استخدام آسان خواهد بود!

۱. اطمینان حاصل کنید که حضور آنلاین شما تمیز است. کارفرمایان و استخدام‌کنندگان اغلب اینترنت را به دنبال شما می‌گردند و هر چیز منفی که ببینند می‌تواند شما را به ته لیست باز گرداند.

۲. هنگامی که در نهایت یک مصاحبه دریافت می‌کنید، مطمئن شوید که مناسب با شغل مورد نظر خود لباس می‌پوشید. لباس‌هایی که باعث احساس خوب و اعتماد به نفس می‌شوند می‌توانند بر شما در هنگام مصاحبه تأثیر مثبت بگذارند.

۳. سر وقت باشید. برای رسیدن به مصاحبه‌ها ۱۰ الی ۱۵ دقیقه پیش از زمان برنامه ریزی شده حرکت کنید تا مسائل مربوط به حمل و نقل عمومی یا ترافیک منجر به دیر رسیدن شما نشوند. این امر همچنین به شما چند دقیقه وقت اضافه برای آماده شدن و مرور یادداشت‌هایی که با خود آورده‌اید می‌دهد.

۴. در مصاحبه خود را به علاقه و مشتاق نشان دهید. مثبت بودن و صحبت در مورد شغل به صورت آگاهانه نشان می‌دهد که شما تحقیق خود را انجام داده‌اید و این امر می‌تواند امتیاز زیادی را برای شما به ارمغان بیاورد.

۵. به یادداشت‌های خود مراجعه کنید. از مصاحبه‌کننده بپرسید که آیا می‌توانید به یادداشت‌های خود نگاه کنید. یادداشت‌های شما می‌تواند به عنوان برگه نقلی باشد که در آن دستاوردها و مهارت‌های خود را لیست کرده‌اید.

۶. رفتار مناسب از خود نشان دهید. پیگیری پس از یک مصاحبه، با یک نامه تشکر رفتار خوب شما را نشان می‌دهد و یک تصویر ماندگار از شما به جا می‌گذارد. منبع: [Wikihow/ucan](#)

۷ نکته طلایی که در رفتار با کارمندان جدید شرکت باید مورد توجه قرار گیرد

به قلم: مایکل دی واتکینز نویسنده حوزه رهبری و مدیریت

مترجم:امیر آل‌علی

بدون شک مدیر شرکت بیشترین تاثیر را بر روی تمامی کارمندان خود داشته و در این رابطه افراد جدید از نیاز بیشتری برخوردار هستند. اگرچه در رابطه با اصول و قواعد استخدام افراد مقالات متعددی به چاپ رسیده است، با این حال به نحوه رفتار پس از این مرحله، کمتر توجه نشان داده شده است. در این رابطه توجه داشته باشید که جا افتادن هر چه سریع‌تر افراد، مزیتی فوق‌العاده محسوب خواهد شد. به همین خاطر نیز رها کردن آنها اقدامی کاملا غیرهوشمندانه خواهد بود. در همین راستا و در ادامه به بررسی هفت نکته که در رفتار با کارمندان جدید باید مورد توجه قرار دهید، خواهیم پرداخت.

۱-چالش‌های احتمالی آنها را درک کنید

بدون شک قرار گرفتن در یک محیط جدید برای هر فردی سختی‌های خود را خواهد داشت. در این رابطه تجربه افراد تنها می‌تواند کمی از این دشواری را کم کند، با این حال از اصل قضیه جلوگیری نخواهد کرد. تحت این شرایط توصیه می‌شود تا چند کارمند را به عنوان نیروی کمکی فرد قرار داده و با این اقدام به یادگیری و هماهنگی سریع‌تر فرد کمک کنید. همچنین لازم است تا توجه کافی را به این افراد از خود نشان داده و در روزهای اول نسبت به عملکرد آنها، بیش از حد سخت‌گیر نباشید. در نهایت استفاده از یک روانشناس به شما کمک خواهد کرد تا با تیپ‌های رفتاری افراد مختلف شرکت آشنایی کامل را پیدا کرده و مناسب‌ترین شیوه مدیریتی را برای هر یک پیاده کنید. در آخر توجه داشته باشید که نخستین روز، مهم‌ترین لحظه هر کارمندی محسوب می‌شود به همین خاطر نباید آن را به مانند روزهای دیگر تصور کرده و برای آن برنامه‌ریزی دقیق نداشته باشید.

۲-آموزشی هدفمند داشته باشید

در ابتدا لازم است تا نسبت به درستی روش‌های آموزشی خود اطمینان حاصل کرده و سپس برنامه‌ریزی مرحله‌ای برای آن داشته باشید. اگرچه بسیاری از مدیران تمایل دارند تا همه چیز را در یک زمان به کارمند خود انتقال داده و وی را مهبای فعالیت کنند، با این حال در صورتی که پایه‌های کارمند شما خوب شکل نگرفته باشند، در عملکرد وی نقص‌های فراوانی را مشاهده خواهید کرد. به همین خاطر نیز لازم است تا برنامه‌ای جامع و درست داشته باشید. در این رابطه فراموش نکنید که اطلاعات مورد نیاز یک کارمند به سه سطح حیاتی، مهم و فرعی تقسیم شده و لازم است تا با توجه به اولویت‌ها جلو بروید. در نهایت نیز لازم است تا جلسه‌ای هرچند مختصر را فراهم کرده و حضور جدید را با تمامی افراد شرکت آشنا ساخته و کلیتی از خصوصیت هر یک را در اختیار حضور جدید شرکت قرار دهید. در نهایت نیز در روزهای نخست کاری این افراد، لازم است تا در دسترس آنها باشید تا هیچ‌گونه سوالی بدون جواب باقی نماند. بدون شک رفتار مناسب شما در رضایت شغلی و وفاداری آنها تاثیر فوق‌العاده‌ای را خواهد داشت.

۳-برنامه کاری مشخص کرده و عملکرد آنها را مورد ارزیابی قرار دهید

نحوه انجام درست کارها و اولویت بخشی به آنها برای کارمندی تازه‌کار شرکت امری دشوار خواهد بود. به همین خاطر توصیه می‌شود که حداقل برای هفته اول، تمامی این برنامه‌ریزی‌ها را انجام داده و با ارزیابی اقدامات صورت گرفته، نسبت به قرار داشتن در مسیر مورد نظر اطمینان حاصل کنید. بدون شک این امر که تلاش کنید تا حداقل یکی از همکاران وی با او ارتباطی صمیمی برقرار کنند، به حل بسیاری از مشکلات کمک کرده و فرد را با تجربه و راهکارهای آنها برای انجام هر فعالیت، آشنا می‌سازد. در نهایت توجه داشته باشید که لازم است تا فهرستی از افراد مهم داخل و خارج شرکت تهیه کرده و در اختیار این افراد قرار دهید تا به خوبی با مراتب و جایگاه‌ها آشنا شوند.

۴-شخصا به سه پرسش حیاتی پاسخ دهید

این امر که از همان روزهای اول نشان دهید که افراد تیم تا چه اندازه برای شما مهم هستند، بدون شک کارمندان را علاقه‌مند به شما خواهد ساخت. در این رابطه همواره مشاهده می‌شود که پاسخدهی به کارمندی دیگر محول می‌شود. اگرچه این امر تا حدودی درست است و مدیریت به علت مشغله کاری خود نمی‌تواند ساعات‌ها در کنار فرد جدید شرکت باشد، با این حال در رابطه با سه پرسش اصلی، لازم است تا مدیران خود شخصا پاسخگو باشند. این موارد شامل ۱- چه کارهایی را باید انجام دهم؟ ۲- اصول و استاندارد انجام هر یک به چه صورت است؟ ۳- آیا امکان رشد وجود دارد؟

درواقع این امر که کارمند شما پاسخ این سوالات را از زبان خود شما بشنود، بدون شک هیچ‌گونه تردیدی برای وی باقی نخواهد ماند، با این حال باید نحوه رفتار شما به شکلی باشد که کارمند درک کند که پس از مدتی دیگر نمی‌تواند هر لحظه برای رفع مشکلات و سوالات خود به شما مراجعه کند.

۵-به آنها برای کسب موفقیت‌های کوچک کمک کنید

میزان اعتماد به نفس از جمله عواملی است که خصوصا برای کارمند تازه‌وارد بسیار ضروری است. درواقع هر کارمندی تمایل دارد تا از همان روزهای اول نظر مدیر شرکت را به سمت خود جلب کند، با این حال بدون هدایت این خواسته توسط مدیر شرکت، افراد ممکن است درگیر اقداماتی شوند که فراتر از تجربه آنها بوده و نتایج نیز بلندمدت است. این امر بدون شک روحیه فرد را نابود خواهد کرد. در همین راستا بهتر است تا در ابتدا وظایفی را به افراد محول سازید که دستاوردهای سریعی را برای فرد به همراه خواهد داشت. بدون شک این امر اعتماد به نفس کافی را برای انجام کارهای بزرگ‌تر در فرد ایجاد خواهد کرد.

۶-اجازه هیچ‌گونه فعالیت انفرادی را به کارمند جدید خود ندهید

در نخستین روزها افراد تمایل دارند تا به تنهایی کار کرده تا ضعف‌ها و ناهماهنگی‌های آنها دیده نشود. با این حال در صورتی که فرهنگ سازمانی مناسبی را در شرکت ایجاد کرده و افراد را موظف به کمک به یکدیگر کنید، دیگر کار کردن کارمند جدید، با افراد باسابقه یک کابوس نخواهد بود. در این رابطه لازم است تا قانون عدم کار انفرادی را وضع کرده و تا حد امکان افراد تیم را به یکدیگر نزدیک کنید. این امر حتی شامل صرف غذا در کنار کارمندان و یا ورزش و تفریح‌های مشترک و تیمی نیز خواهد بود.

۷-به مانند یک مربی عمل کنید

این امر که بخواهید به مانند یک منتقد سرسخت رفتار کنید، تنها تا زمانی سودمند خواهد بود که به تخریب فرد منجر نشود. درواقع شما باید از اطلاعات به دست آمده، در راستای کمک به فرد استفاده کنید. در این رابطه درست به مانند یک مربی ورزشی، شما باید علی رغم برنامه‌ریزی درست، مشاور و کمک‌رسان آنها نیز باشید. در این رابطه توجه داشته باشید که هیچ معنی وجود ندارد که رفتار شما با کارمند جدید حتی دوستانه باشد. به همین خاطر نباید خود را بیش از حد محدود به تصورات سنتی در رابطه با جایگاه مدیریت کنید.

در آخر فراموش نکنید که لازم است تا به سایر کارمندان نیز توجه داشته و از نگاه منفی آنها نسبت به فرد جدید، جلوگیری کنید.

منبع: hbr



۱۰۱ راهکار مدیریت زمان برای افزایش بهره‌وری در کار(۷)

می‌شود که به افزایش تاثیر اقدام شما کمک خواهد کرد.

۵۳-خواب کافی داشته باشید

بی‌خوابی از جمله عواملی است که باعث خواهد شد تا قادر به عملکرد مناسب در طول روز نباشید. به همین خاطر نیز لازم است تا نسبت به این امر توجه کافی را داشته باشید. نیاز افراد در این رابطه کاملا متفاوت بوده، با این حال به صورت استاندارد شما به ۷ الی ۹ ساعت خواب نیاز دارید.

۵۴-در آخرین ساعات شب، فعالیتتی سنگین را انجام ندهید

درواقع تنها میزان ساعت خواب مهم نبوده در این رابطه کیفیت آن نیز بسیار مهم است. به همین خاطر لازم است تا حداقل یک ساعت قبل از خواب را به فعالیت سنگین اختصاص ندهاده و از مصرف موارد غذایی دیرهضم، جلوگیری کنید.

۵۵-از مدیتیشن استفاده کنید

مدیتیشن راهکاری عملی برای کسب آرامش و تمرکز بیشتر است. به همین خاطر لازم است تا آن را در برنامه روزانه خود قرار دهید.

۵۶-از نه گفتن و عذرخواهی کردن واهمه‌ای نداشته باشید

ریشه بسیاری از وقت‌های تلف‌شده در عدم توانایی افراد نسبت به بیان نه و عذرخواهی است. این امر باعث می‌شود تا آنها دچار مشکلاتی شده و زمان زیادی را از دست بدهند. به همین خاطر لازم است تا نگرش خود را در رابطه با این دو جمله تغییر داده و

به قلم: جان رمپتون کارآفرین

مترجم:امیر آل‌علی

در مطلب پیشین به ۵۰ راهکار مدیریت زمان برای افزایش بهره‌وری در کار اشاره کردیم و حال به ادامه آنها می‌پردازیم.

۵۱-از اهمیت تغذیه سالم غافل نشوید

نقش غذا در انسان درست به مانند سوخت در خودرو است. یک سوخت بی‌کیفیت عملکرد خودرو را دچار مشکل کرده و به مرور زمان آسیب‌های جبران‌ناپذیری را ایجاد می‌کند. به همین خاطر نیز لازم است تا برنامه غذایی مناسبی را داشته و از مصرف بیش از حد مواردی نظیر شکر و قهوه جلوگیری کنید. این موارد اگرچه به صورت موقت انرژی شما را افزایش خواهند داد، با این حال مصرف بیش از اندازه آنها تهدیدی جدی برای سلامتی شما محسوب خواهند شد. به همین خاطر لازم است تا رژیم غذایی خود را تا حد امکان سالم نگه دارید. بدون شک این امر به شما انرژی بیشتری را برای انجام کارها داده و سیستم دفاعی بدن شما را در برابر انواع بیماری‌ها، قدرتمندتر خواهد ساخت.

۵۲-بهترین زمان برای مصرف کافئین را بیابید

بسیاری از افراد تنها برای رفع تشنگی خود به سراغ نوشیدنی‌های کافئین‌دار می‌روند. بدون شک این امر اقدامی هوشمندانه محسوب نشده و لازم است تا مقدار کم مشخصی را مصرف کنید و همچنین این امر که بهترین زمان را برای مصرف آن با توجه به برنامه کاری خود بیابید، از دیگر اقداماتی محسوب

از به دردرسر انداختن خود، جلوگیری کنید.

۵۷-از اهمیت چرت‌زدن غافل نشوید

هیچ دلیل منطقی وجود ندارد که مدافع این باور باشد که شما تنها به یک خواب عمیق نیاز خواهید داشت. درواقع چرت‌های کوتاه به خوبی انرژی فرد را بازیابی کرده و وی را کاملا سرحال خواهد کرد.

۵۸-دمای مناسبی را برای اتاق خود تنظیم کنید

سرد بودن و یا گرم بودن اتاق نیز از دیگر عواملی است که بر روی عملکرد افراد تاثیرگذار خواهد بود. به همین خاطر نیز لازم است تا دماسنجی را در کنار خود داشته و از مناسب بودن دما اطمینان حاصل کنید.

۵۹-تا حد امکان از نور طبیعی استفاده کنید

نور خورشید به طرز باور نگرده‌نی‌ای به سلامت و افزایش انرژی شما کمک خواهد کرد. به همین خاطر نیز چیدمان اتاق شما باید به نحوی باشد که امکان استفاده موثر از آن، فراهم باشد.

۶۰-از لیمو برای پاک کردن سطوح استفاده کنید

ترکیب آب و لیمو، یک پاک‌کننده مناسب محسوب می‌شود. این امر در حالی است که موارد شیمیایی موجود در انواع پاک‌کننده‌ها، بر روی عملکرد مغز تاثیر منفی داشته و فرد را با انواع بیماری‌های تنفسی مواجه خواهد ساخت. به همین خاطر نیز لازم است که تا حد امکان از طبیعت کمک بگیرید.

ادامه دارد ...

منبع: entrepreneur