



### یادداشت

## آیا آمازون داستان‌ها را تغییر داده است؟

<b>کایل چاپک</b>
<div>نویسنده و منتقد ادبیات</div>

در سال ۱۹۹۳، جف بزوس جوان در فکر تغییر شغلش بود. او می‌خواست شغل اجرایی خود را در شرکت سرمایه‌گذاری «دی‌ای شوا اند کمپانی» ترک کند. وقتی در حال فکر کردن به حرکت بعدی خود بود، به طور اتفاقی یک نسخه از کتاب «بازمانده روز» کارونو ایبشی‌گورو را برداشت. ایبشی‌گورو این کتاب را در سال ۱۹۸۹ نوشته بود و داستانش درباره پیشخدمت سسالخورده‌ای بود که پس از سال‌ها به زندگی‌اش نگاه می‌کند و منظری از فرصت‌های از‌دست‌رفته و پشیمانی را ترسیم می‌کند. فضای اندوهناک این رمان، الهام‌بخش بزوس بود و او توانست ایده «چارچوب کم کردن حسرت» را در تصمیم‌گیری‌های خودش لحاظ نماید.
با این روحیه او یک کتابفروشی آنلاین در سال ۱۹۹۴ تاسیس کرد. کتاب‌ها بهترین کالا برای تجربه چیزی بود که امروزه به آن تجارت الکترونیک می‌گویند. همسر آن زمان بزوس یعنی مک‌کنزی اسکات، نویسنده‌ای مشتاق بود که به عنوان دستیار پژوهشی برای تونی موروسون کار کرده بود و اولین رمان خود را در سال ۲۰۰۵ نوشت. در این روایت، شرکت آمازون به عنوان هیولای فروش الکترونیک کتاب در وهله نخست نتیجه ادبیات است.

کتاب جدید مارک مک‌گول به نام «همه چیز و کمتر؛ رمان در عصر آمازون»، نه تنها این استدلال را مطرح می‌کند که کتاب‌ها ریشه‌های شرکت هستند بلکه می‌گوید آمازون خود نوعی ادبیات است؛ همان روایت حماسی از سلطه که همه کاربران‌ش را به عنوان شخصیت‌های بی‌تی دربر می‌گیرد. مک‌گول می‌نویسد که «این وضعیت نیرویی درست می‌کند که آفرینش همه فرهنگ نشسر را شکل می‌دهد و خود را در مقام بستر جدید زندگی ادبی عرضه می‌کند». این شیوه‌ها که شرکت آمازون به کار می‌گیرد آنگذر وسیع و عمیق شده‌اند که به بخشی از نیمه خودآگاه کاربران تبدیل شده است. این روش‌ها واقعیتی از فرهنگ ما هستند که آنقدر به ما نزدیکند که اصلا کسی به‌شان توجه نمی‌کند، مثل آب که برای ما‌هی امر خیلی معمولی است. تا سال ۲۰۱۹، شرکت آمازون کنترل فروش آنلاین ۷۲ درصد از کتاب‌های جدید و نیمی از فروش تمام کتاب‌های جدید را برعهده داشت. کتاب‌خوان «کیندل» شرکت آمازون محبوب‌ترین کتاب‌خوان الکترونیکی جهان است و طبق تخمین‌ها، شرکت «کیندل دایرکت پابلیشینگ» نزدیک به ۶ میلیون کتاب الکترونیکی را در اختیار خوانندگان‌ش می‌گذارد. آمازون صاحب هر دو شرکت «آدبیل» و «گودریدز» هم است. «آدبیل» بزرگ‌ترین شرکت خدمات کتاب‌های صوتی در آمریکا و «گودریدز» یک رسانه اجتماعی مرور کتاب محبوب است که به خاطر نقدهای منفی‌اش مشهور است. اگر اینها کافی نیست، باید گفت آمازون همچنین ۱۶ انتشارات را هم در مالکیت خود دارد که کتاب‌های فیزیکی تولید می‌کنند.

آنطور که مک‌گول نوشته است، چه خوش‌شان بیاید چه نبیاید، ما در عصر آمازون ادبیات زندگی می‌کنیم و آمازون همان قدر که یک نیروی اقتصادی است، یک نیروی هنری هم است. ادبیات رمانه دشواری را برای بقا می‌گذراند و آمازون با اقداماتش بیشتر در حال نابودکردن ادبیات است تا کمک به آن. چراکه در حال کمک به خریدشدن کتاب‌های عامه‌پسند و ادبیات بی‌مایه است تا ادبیاتی که ارزش ادبی و هنری داشته باشد.

مک‌گول که استناد ادبیات دانشگاه استنفورد است، در کتاب خود از پلتفرم‌های دیجیتال به سبک آمازون صحبت می‌کند و تأثیر آنها را همچون اثر نویسنده‌گی خلاق بر ادبیات در دوران برنامهریزی می‌داند. با اینکه تعداد چشمگیری از افراد خارج از «گودریدز» و «آدبیل» کتاب‌ها را نگاه می‌خوانند و گوش می‌دهند، اما شمار عظیمی از افرادی که می‌خوانند کتاب بخوانند یا کتاب صوتی گوش بدهند وارد روندی نمی‌شوند که در دره سیلیکون به آن «کشف» می‌گویند. این کشف در وهله اول با پیشنهادهایی اتفاق می‌افتد که پلتفرم‌ها براساس معیارهایی درباره محصولات خود به کاربران ارائه می‌کنند. هر پلتفرمی یک نوع ارائه و معیار و غربال برای چیزی دارد که بیشتر از بقیه محصولاتش به مخاطبان نشان می‌دهد و یک سری اصول که براساس آن، پیشنهادهای بعدی را به مخاطب می‌دهد. مثلاً توپتیر براساس اینکه یک متن چقدر تند است و مطلب جنجالی و حساس است، آن را به مخاطبان زودتر و با اولویت بیشتری نشان می‌دهد. اینستاگرام نیز عکس‌هایی را که روشن‌تر هستند و رنگ و کنتراست بیشتری دارند، در اولویت قرار می‌دهد. تیک‌تاک ترانه‌هایی را بیشتر تبلیغ می‌کند که آهنگ‌های تندتر و ریتمیک‌تری داشته باشد.

پلتفرم‌هایی که موضوع‌شان ادبیات است نیز از همین تأثیرات همگون‌سازی استفاده می‌کنند و سعی‌شان این است که همه محصولات را به یک جوب برانند. یکی از مهمترین موارد آزمایشی‌ای که مک‌گول در پلتفرم «کیندل» شرکت آمازون بررسی کرده است، این است که دریا بد کیندل یک بازار برای محصولات ادبی است، شبیه به بازاری که پلتفرم «آی‌بی» برای لوازم دست‌دوم ارائه می‌کند. هر کسی می‌تواند کتاب خود را در کیندل منتشر کند. این پلتفرم سلسله‌مراتب معمول دنیای نشر را به دورازهمان‌ها واگذر می‌کند. نمایندگان، ویراستاران و ناشران چاپی، اما دروازه‌بان نهایی برای کیندل خود آمازون است که به انواع خاصی از کتاب‌ها و نویسندگان توجه می‌کند و آنها را از طریق پیشنهادهای خودکاری که به مخاطبان ارائه می‌کند تبلیغ می‌کند. کتاب‌های آمازون سرپایی است و نویسندگان در آن هر چند ماه یک بار ارزش‌گذاری بیشتری می‌شوند. این کار باعث می‌شود که تعداد بیشتری از مخاطبان به این پلتفرم جذب شوند و کیندل بتواند با تلت‌ها و سایر دستگاه‌های الکترونیکی رقابت کند و خوانندگان را در پلتفرم خود بیشتر نگه دارد، اما این کار باعث می‌شود که به برخی از ژانرهای ادبی توجه بیشتری داشته باشد و خیلی از کتاب‌ها از دایره پیشنهادهای آمازون کنار گذاشته شوند. بسیاری از مخاطبان هم کتاب‌های خود را از همین پیشنهادهایی که آمازون و کیندل ارائه می‌کنند انتخاب می‌کنند و خودشان کتاب و نختی را مد نظر ندارند. بنابراین کتاب‌های اسطوره‌ای و حماسی مثل «بازی کتاب‌خوان» و داستان‌های عاشقانه‌ای مثل «پنجاه طیف گری» ژانرهای برتر آمازون محسوب می‌شوند. وقتی بحث رمان عاشقانه پیش می‌آید باید گفت که بخش ادبیات آمازون معمولاً رمان‌های به‌طور واضح اروتیک این ژانر را انتخاب می‌کند. الگوهایی که این پلتفرم برای خوانندگان خود در این ژانر پیشنهاد می‌کند معمولاً به اتفاقات داخل سربازخانه‌ها و داستان‌های کابویی‌ها و بزشک‌های سواستفاده‌چی و فانتزی‌های سواستفاده از کودگان می‌انجامد. مک‌گول می‌گوید که آمازون سعی می‌کند موضوعات هرچه بی‌پرده‌تر و جنجالی‌تر و عامه‌پسندتر ارائه کند و نویسندگانی که می‌خوانند کتاب‌های‌شان در این پلتفرم در اغلب اوقات در فهرست پیشنهادها باشد، گرایش پیدا می‌کنند که در قالب‌ها و با الگوهایی بنویسند که آمازون بیشتر خوشش می‌آید. به این ترتیب، عملاً آمازون ویراستاری بخش زیادی از کتاب‌های ادبی را در دست خودش می‌گیرد و چون بازار خیلی بزرگی دارد، چه‌بسا بتواند که به بازار ادبیات نیز جهت بدهد و مسیر ادبیات را منحرف سازد.

ماجرای اینجاست که مثل همه پلتفرم‌های دیگر، کیندل هم در حال رقابت برای جلب توجه است و این کار را با محتوای احساساتی و عامه‌پسند می‌کند. درست مثل فیس‌بوک که با تبلیغ کردن و رو آوردن به محتوای جنجالی و افراطی، عملاً به قطعی‌سازی جامعه و فضای عمومی دست می‌زند. آمازون با ادبیات مثل یک خدمات برخورد می‌کند، درست مثل سایر شرکت‌هایی که یک کالا یا خدمات را می‌فروشند و تلاش می‌کنند که بیشترین فروش را به هر قیمتی داشته باشند. این کار به‌هزینه‌ای از دست رفتن کیفیت و حتی انحراف مسیر ادبیات رخ می‌دهد.

**منبع: نیو ریپابلیک (The New Republic)**

# اقتصاد امروز

اقتصاد خاورمیانه در سال آینده به کدام سمت می‌رود؟

# ۷ ریسک اقتصادهای نفتی ۲۰۲۲



فرصت امروز: نوسان قیمت کالاها، عدم قطعیت‌ها درخصوص اختلالات زنجیره تامین، تنش‌های سیاسی و پاندمی کووید-۱۹ چهار ریسک نزولی و واکنسناسیون با سرعت بالا، مشارکت در تامین تقاضای افزایش یافته برای کالاهای تولیدشده در منطقه منا و توافق سیاسی ایران و آمریکا سه ریسک صعودی و مثبتی هستند که اقتصادهای نفتی خاورمیانه در سال ۲۰۲۲ با آن مواجهند. از آنجا که تعداد مبتلایان به سویه اومیکرون در برخی از مناطق جهان به ویژه اروپا افزایش یافته و همچنین مذاکرات ایران و طرف‌های برجامی طولانی و فرسایشی شده است، به نظر می‌رسد ریسک‌های نزولی وزن بیشتری در مقایسه با ریسک‌های صعودی خواهند داشت. در این راستا، تورم و سویه جدید کرونا جزو مهمترین ریسک‌های اقتصادهای منطقه خاورمیانه در سال ۲۰۲۲ به شمار می‌آیند.
با این‌حال، بررسی‌های اتاق بازرگانی تهران نشان می‌دهد که اقتصاد منطقه خاورمیانه و آفریقای شمالی (منا) در آینده نزدیک همچنان روند رو به رشد خود را ادامه خواهد داد. به طوری که میانگین رشد اقتصادی این کشورها در سال ۲۰۲۲ به ۵٫۲ درصد می‌رسد و در سال ۲۰۲۳ نیز این رشد اقتصادی ۴٫۶ درصد خواهد بود. این پیش‌بینی در صورتی محقق می‌شود که افزایش قیمت انرژی و رشد تولید نفت همچنان ادامه پیدا کند و واکنسناسیون علیه کرونا در سراسر منطقه خاورمیانه تداوم یابد. همزمان با رونق اقتصادی، اختلالات در زنجیره تامین جهانی و پافشاری بر افزایش قیمت انرژی، احتمال سرریز شدن فشارهای رو به بالا بر این قیمت مصرف‌کننده افزایش می‌دهد و از این رو پیش‌بینی می‌شود که نرخ تورم منطقه خاورمیانه در سال ۲۰۲۲ به ۵٫۸ درصد و در سال ۲۰۲۳ به ۴ درصد برسد.

#### تبع دو لبه نفت در اقتصادهای نفتی

اتاق بازرگانی تهران در گزارش تازه خود به بررسی وضعیت اقتصادی کشورهای خاورمیانه و شمال آفریقا پرداخته و از تداوم رشد مثبت آنها در سال‌های پیش‌رو خبر داده است. این گزارش نشان می‌دهد که اقتصاد

خاورمیانه در آینده نزدیک همچنان روند رو به رشد خود را ادامه می‌دهد و میانگین رشد اقتصادی کشورهای این منطقه در سال ۲۰۲۲ به رقم ۵٫۲ درصد و در سال ۲۰۲۳ به رقم ۴٫۶ درصد خواهد رسید. البته این این پیش‌بینی در صورتی محقق می‌شود که از یکسو افزایش قیمت انرژی و رشد تولید نفت همچنان ادامه پیدا کند و از دیگر سو واکنسناسیون علیه کرونا در منطقه خاورمیانه کماکان تداوم داشته باشد.

#### سمت و سوی تورم و سیاست پولی

همزمان با رونق اقتصادی خاورمیانه، اختلال زنجیره‌های تامین در جهان به همراه پافشاری افزایش قیمت‌های انرژی، احتمال سرریز شدن فشارهای رو به بالا بر قیمت‌های مصرف‌کننده به ویژه در اقتصادهای واردکننده انرژی در این منطقه را تقویت می‌کند. در نتیجه پیش‌بینی می‌شود میانگین تورم منطقه در سال ۲۰۲۲ معادل ۵٫۸ درصد و در سال ۲۰۲۳ برابر با ۴ درصد باشد. همچنین بسته به امکان مهار تورم

لایحه بودجه سال آینده باعث تورم و رکود می‌شود

## بودجه ۱۴۰۱ از نگاه بخش خصوصی

دولت می‌تواند کسری بودجه جاری خود را از طریق انتشار اوراق قرضه جبران کند.
تاثیا به جای آنکه منابع از بخش خصوصی برداشت شده و با واریز به صندوق دولتی و با صلاحدید مقامات صرف سرمایه‌گذاری شود، دولت این منابع را به بانک‌ها بدهد تا با سازوکار نظارتی دقیق، صرفاً به طرح‌های سرمایه‌گذاری مولد و رقابت‌پذیر اختصاص یابد.

مرکز پژوهش‌های اتاق ایران سپس در ادامه این گزارش با اشاره به احتمال حذف ارز ۴۲۰۰ تومانی و افزایش قیمت‌ها و تلاش دولت برای کنترل قیمت‌ها در این گزارش تأکید کرده است: یکی از نگرانی‌های بخش خصوصی، شدد یافتن این‌گونه اقدامات در سال آتی با توجه به حساس بودن افزایش قیمت کالاهای اساسی است که در نهایت به ضرر بخش حقیقی اقتصاد (تولید) خواهد بود. به عقیده این نهاد پژوهشی، اجرای سیاست‌های اصلاحی به شکل تدریجی اولویت بیشتری دارد و ضروری است در زمان اجرای این سیاست به صورت تدریجی تمهیدات حمایتی ویژه‌ای برای تأمین سرمایه در گردش با نرخ مناسب برای بخش‌های تولیدی در نظر گرفته شود.

مرکز پژوهش‌های اتاق ایران در پایان گزارش خود می‌گوید: با عنایت به آنکه تصمیم دولت در لایحه پیشنهادی برای توسعه مشارکت با بخش خصوصی در اتمام طرح‌های عمرانی ماهیت بودجه‌ای نداشته و براساس تجربه سنوات گذشته می‌توان نتیجه گرفت که این نوع سیاست‌گذاری اثربخشی لازم را نخواهد داشت و با توجه به آنکه مجوز مشارکت با بخش خصوصی در اجرای طرح‌های عمرانی، در قالب ماده ۲۷ قانون الحاق ۲ به دولت داده شده است، لذا پیشنهاد مشخص درخصوص توسعه مشارکت بخش خصوصی برای تکمیل طرح‌های عمرانی، تسریع در تکمیل لایحه مشارکت عمومی و خصوصی و تصویب هرچه سریع‌تر این لایحه است.

و افزایش نرخ بهره سیاستی در آمریکا تا قبل از اواخر ۲۰۲۲، انتظاری برای تغییر سیاست‌های پولی در منطقه در آینده نزدیک (به خصوص در اقتصادهای خلیج فارس با سابقه طولانی اجرای نرخ ارز میخکوب شده با دلار) متصور نیست.

به عبارت دیگر، در شرایط رونق اقتصادی، وجود فشارهای رو به بالای تورمی و عدم قطعیت‌های مربوط به همه‌گیری، بانک‌های مرکزی منطقه بسته به اقتصاد هر کشور، در حال حذف یا در نظر گرفتن روش‌های پشتیبانی هستند. برخی از بانک‌های مرکزی نرخ‌های سیاستی کلیدی را با هدف تقویت تنسیبلاط و رشد سرمایه‌گذاری، در کمترین سطح نگه داشته‌اند. بسیاری از کشورهای منطقه هم از نظام نرخ ارز میخکوب شده به دلار آمریکا تبعیت می‌کنند. این کشورها تصمیمات مرتبط با سیاست پولی فدرال زرزو آمریکا را پیگیری می‌کنند. انتظار نمی‌رود تا قبل از اواخر سال ۲۰۲۲ نرخ بهره سیاستی آمریکا افزایش یابد (اگرچه ریسک مربوط به افزایش زود هنگام آن هم وجود دارد) در نتیجه شرایط موافق با تامین رشد اقتصادی باقی خواهد ماند. تا زمانی که افزایش قابل توجه دستمزدها به همراه افزایش قیمت‌های انرژی و کالاهای اساسی اتفاق نیفتند، تغییر سیاست پولی در اقتصادهای پیشرفته در سال ۲۰۲۲، غیرمحتمل خواهد بود. ممکن است سایر بانک‌های مرکزی به خصوص مصر تصمیمات نرخ بهره در آمریکا را بیش از همه پیگیری کنند زیرا این احتمال وجود دارد که با افزایش نرخ‌های بهره در اقتصادهای پیشرفته، با ریسک پرواز سرمایه از اقتصادهای نوظهور مواجه شوند. در هر حال ریسک زودتر از موعد افزایش نرخ بهره در آمریکا، در اغلب کشورها پایین است لذا کشورهای مزبور ازجمله مصر در نظر دارند تا نرخ بهره را در کمترین سطح، حداقل تا نیمه دوم ۲۰۲۲ پایین نگه دارند.

با این حال سناریوی حصول رشد پایدار همچنان با عدم قطعیت‌هایی همراه است. ریسک‌های نزولی بیشتر از ریسک‌های صعودی در سال آینده ظهور خواهند یافت که یکی از آنها نوسان قیمت هیدروکربورهاست که منجر به معکوس شدن روند افزایشی قیمت نفت و گاز خواهد شد. مورد دیگر، طولانی‌تر شدن اختلالات زنجیره تامین است که فشارهای قیمتی رو به بالا را تشدید خواهد کرد. در این میان، تنش‌های سیاسی و چالش‌های جدید مرتبط با ظهور سویه‌های جدید کووید-۱۹ هم وجود دارند.

با رشد ۵۰ هزار تومانی در سومین روز هفته

## سکه ۱۳ میلیون و ۳۰ هزار تومان شد

در حالی قیمت دلار در بازار آزاد تهران به نوسان در کانال ۲۹ هزار تومان ادامه می‌دهد که نرخ آن در صرافی‌های بانکی همچنان در کانال ۲۷ هزار تومان قرار دارد. قیمت دلار در بازار آزاد ابتدای این هفته به کانال ۲۹ هزار تومان بازگشت و روز یکشنبه در حالی به سطح قیمت ۲۹ هزار و ۸۵۰ تومان رسید که این روند در روز دوشنبه هم ادامه یافت. در ابتدای هفته و با انتشار اخبار جدیدی پیرامون مذاکرات هسته‌ای بود که روند کاهش قیمت دلار آغاز شد. این خبرها که از جدیت ایران در جهت احیای قرارداد برجام حکایت داشت، توانست تاثیر قابل توجهی در بازار ارز داشته باشد و اسکنا سبز آمریکایی را به کانال قیمتی ۲۹ هزار تومان ببرد. تحلیلگران بازار ارز می‌گویند که سفر پیش روی رئیس‌جمهوری به مسکو نشانگر گام مثبت بزرگی در جهت حصول یک توافق جدید است. بر این اساس، نرخ دلار در صرافی‌های بانکی طی روز دوشنبه ششم دی ماه بدون تغییر نسبت به روز قبل در همان رقم ۲۷ هزار و ۴۰۱ تومان معامله شد. قیمت فروش یورو نیز بدون تغییر در همان رقم ۳۰ هزار و ۴۷۴ تومان باقی ماند. قیمت خرید هر دلار ۲۶ هزار و ۹۱۴ تومان و نرخ خرید هر یورو نیز ۲۹ هزار و ۸۷۱ تومان اعلام شد. قیمت سکه نیز دیروز در بازار تهران با ۵۰ هزار تومان افزایش به ۱۳ میلیون و ۳۰ هزار تومان رسید. بدین ترتیب، ارزش هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید با افزایش ۵۰ هزار تومانی نسبت به رقم ۱۳ میلیون و ۳۰ هزار تومان رسید و سکه تمام بهار آزادی طرح قدیم با قیمت ۱۲ میلیون و ۸۰۰ هزار تومان معامله شد. همچنین نیم‌سکه بهار آزادی ۶ میلیون و ۸۰۰ هزار تومان، ربع سکه ۳ میلیون و ۸۲۰ هزار تومان و سکه یک گرمی ۲ میلیون و ۳۰۰ هزار تومان قیمت خورد. در بازار طلا نیز نرخ هر گرم طلای ۱۸ عیار به یک میلیون و ۲۹۰ هزار تومان رسید و قیمت هر مثقال طلا نیز ۵ میلیون و ۵۹۲ هزار تومان شد. قیمت انس جهانی طلا هم با سه دلار کاهش قیمت نسبت به روز قبل با نرخ یک‌هزار و ۸۰۶ دلار و چهار سنت معامله شد.

در راستای «نقشه‌راه غیر تورمی» صورت گرفت

## توافق با شرکت‌ها برای سرمایه‌گذاری

وزیر امور اقتصادی و دارایی از توافق با شرکت‌های صنعتی، معدنی و انرژی برای سرمایه‌گذاری به همراه تامین مالی زیرساخت‌های ملی خبر داد. احسان خاندوزی در صفحه شخصی خود در توئیتر نوشت: برای اجرای «نقشه‌راه غیر تورمی» امروز (دوشنبه) با مدیران بزرگ‌ترین شرکت‌های صنعتی، معدنی و انرژی توافق خوبی برای سرمایه‌گذاری به همراه تامین مالی زیرساخت‌های ملی انجام شد. گفتنی است در آبان ماه سال جاری وزارت اقتصاد از نقشه راه غیر تورمی و رونق تولید رونمایی کرد که در این نقشه برنامه‌ها و پیشنهاداتی برای مهار تورم و رونق تولید در نظر گرفته شده است.

بانک مرکزی از تحولات اقتصاد کلان گزارش داد

# وزن اجاره مسکن در تورم پاییزی



فرصت امروز: با وجود اینکه در آبان ماه امسال روند تورم متوسط ۱۲ ماهه و نقطه به نقطه همچون ماه قبل کاهش یافته، اما تورم ماهانه همچنان در سطح نسبتاً بالایی قرار داشته است. عامل اصلی تورم این ماه همچون ماه‌های اخیر به افزایش نسبتاً بالای «ارزش اجاره مسکن» برمی‌گردد. به گفته بانک مرکزی، شاخص قیمت مسکن معامله شده در آبان ماه در حالی با افزایش مواجه شده است که براساس آمارهای سامانه ثبت معاملات املاک و مستغلات کشور، متوسط قیمت خرید و فروش یک متر مربع زیربنای واحد مسکونی معامله‌شده در شهر تهران در این ماه نسبت به ماه قبل ۱،۲ درصد افزایش یافته و نسبت به ماه مشابه سال قبل نیز رشد ۱۷ درصدی را تجربه کرده است.

در بازار سهام نیز شاخص کل بورس اوراق بهادار در روز پایانی آبان ماه ۳،۴ درصد نسبت روز پایانی مهرماه کاهش یافت. از سوی دیگر، روند کاهنده متوسط ارزش روزانه معاملات در بازار بین‌بانکی نسبت به ماه‌های گذشته به همراه تشدید روند صعودی نرخ سود در این بازار طی آبان ماه امسال حاکی از کاهش سطح ذخایر مازاد بانک‌ها در بازار بین بانکی (به واسطه انتشار اوراق بدهی دولت) است که این موضوع در افزایش سپهم بدهی بانک‌ها به بانک مرکزی در پایه پولی نیز قابل مشاهده است.

## هشدار درباره تورم اجاره مسکن

بانک مرکزی به سنت هر ماه خلاصه‌ای از مجموعه تحولات اقتصاد کلان و اقدامات بانک مرکزی در راستای دستیابی به اهداف و مأموریت‌های خود در آبان ماه ۱۴۰۰ را منتشر کرد. در این گزارش به تحولات اقتصاد کلان و اقدامات بانک مرکزی در میانه فصل پاییز پرداخته شده و آمده است: علی‌رغم اینکه در آبان ماه ۱۴۰۰ روند تورم متوسط ۱۲ ماهه و نقطه به نقطه همچون ماه گذشته کاهش یافته، اما تورم ماهانه همچنان در سطح نسبتاً بالایی قرار داشته است. عامل اصلی تورم این ماه (با توجه به سهم گروه‌ها در شاخص قیمت مصرف‌کننده) همچون روند چند ماه اخیر به افزایش نسبتاً بالای قلم «ارزش اجاره مسکن» ارتباط می‌یابد.

بررسی تورم ماهانه اقلام کالایی به تفکیک دوام نشان می‌دهد که کالاهای بادوام که نوسانات قیمت آنها همبستگی بالایی با نوسانات بازار ارز دارد، در این ماه تورم ماهانه منفی قابل توجهی را ثبت کردند و عمده تورم ماهانه اقلام کالایی از محل افزایش قیمت کالاهای بی‌دوام همچون اقلام دارویی و کالاهای کم‌دوام همچون پوشاک شکل گرفت. بر این اساس در آبان‌ماه گروه «خوراکی‌ها و آشامیدنی‌ها» که طی ماه‌های اخیر سهم قابل توجهی از تورم ماهانه را تشکیل می‌داد با تورم ماهانه منفی همراه بود. در حوزه تجارت خارجی با توجه به اخبار منتشره در پایگاه اطلاع‌رسانی گمرک ایران طی هشت ماهه امسال ارزش صادرات گمرکی حدود ۲۱،۱ میلیارد دلار بوده که نشانگر افزایش حدود ۴۲ درصدی آن در مقایسه با دوره مشابه سال قبل است. ضمن آنکه ارزش واردات گمرکی در دوره مزبور در حدود ۳۲ میلیارد دلار گزارش شده است که حاکی از افزایش ۳۸ درصدی آن نسبت به مدت مشابه سال قبل است. تحولات بازرگانی گمرکی در ماه‌های سپری‌شده از سال ۱۴۰۰ مودت توازن نسبی میان جریان صادرات و واردات کالایی بوده است. همچنین متأثر از روند مناسب صادرات گمرکی در ماه‌های اخیر، میزان عرضه ارز صادرکنندگان در سامانه نیما در هشت ماهه امسال نسبت به مدت مشابه پارسال با افزایش قابل توجهی همراه بوده است؛ ضمن اینکه در آبان‌ماه عرضه ارز در سامانه مذکور نسبت به ماه قبل از آن با افزایش روبه‌رو بود.

در سایر بازارهای دارایی از جمله مسکن، بررسی‌ها حکایت از آن دارد که شاخص قیمت مسکن معامله شده به افزایش مواجه شده است. براساس اطلاعات اخذشده از سامانه ثبت معاملات املاک و مستغلات کشور، متوسط قیمت خرید و فروش یک متر مربع زیربنای

واحد مسکونی معامله شده در شهر تهران طی این ماه نسبت به ماه قبل ۱،۲ درصد افزایش و نسبت به ماه مشابه سال قبل ۱۷،۷ درصد افزایش را تجربه نمود. در بازار سهام نیز شاخص کل بورس اوراق بهادار در روز پایانی آبان‌ماه ۳،۴ درصد نسبت روز پایانی ماه قبل کاهش یافت. ذکر این نکته ضروری است که سیاست‌گذار پولی با رصد مستمر تحولات قیمت دارایی‌ها و توجه به دلالت‌های آن بر تغییر سطح انتظارات تورمی، عنداللزوم اقدامات سیاستی مناسب را در دستور کار قرار خواهد داد.

روند کاهنده متوسط ارزش روزانه معاملات در بازار بین‌بانکی نسبت به ماه‌های گذشته به همراه تشدید روند صعودی نرخ سود در این بازار طی آبان‌ماه امسال حاکی از کاهش سطح ذخایر مازاد بانک‌ها در بازار بین بانکی (به واسطه انتشار اوراق بدهی دولت) است که این موضوع در افزایش سپهم بدهی بانک‌ها به بانک مرکزی در پایه پولی نیز قابل مشاهده است. طبق سازوکار طبیعی اقتصاد، انتشار اوراق بدهی توسط دولت، در مرحله اول، به کاهش منابع قابل قرض در بازار بین‌بانکی و حتی افزایش اضافه برداشت بانک‌ها از منابع بانک مرکزی منجر می‌شود. لیکن در مراحل بعدی در صورت اقدام بانک‌ها به تعدیل منابع و مصارف خود از طریق تعدیل رشد تسهیلات‌دهی، از میزان حجم بدهی بانک‌ها به بانک مرکزی کاسته خواهد شد. در عین حال انتظار می‌رود با هزینه‌کرد منابع جمع‌آوری‌شده از این محل توسط دولت، مجدداً این منابع به شبکه بانکی تزریق شود و اضافه برداشت بانک‌ها از منابع بانک مرکزی کاهش یابد.

به تبع تداوم رویکرد دولت بر عرضه بازاری انواع اوراق مالی اسلامی دولتی از مسیر تعدیل نرخ‌های بزه‌ای این اوراق، روند افزایشی نرخ بازده اسناد خزانه اسلامی در آبان ماه نیز ادامه یافت؛ به نحوی که در این ماه نرخ بازده اسناد مذکور با سررسیدهای یک، دو و سه ساله به ترتیب با ۰،۱۲۴، ۰،۶۷ و ۰،۱۴ واحد درصد افزایش نسبت به ماه قبل به ترتیب به ۲۳،۴۰، ۲۳،۸۹ و ۲۳،۹۸ درصد رسید. برخلاف ماه گذشته

## رشد نقدینگی سر به فلک کشید

روند کاهنده متوسط ارزش روزانه معاملات در بازار بین‌بانکی نسبت به ماه‌های گذشته به همراه تشدید روند صعودی نرخ سود در این بازار طی آبان‌ماه امسال حاکی از کاهش سطح ذخایر مازاد بانک‌ها در بازار بین بانکی (به واسطه انتشار اوراق بدهی دولت) است که این موضوع در افزایش سپهم بدهی بانک‌ها به بانک مرکزی در پایه پولی نیز قابل مشاهده است. طبق سازوکار طبیعی اقتصاد، انتشار اوراق بدهی توسط دولت، در مرحله اول، به کاهش منابع قابل قرض در بازار بین‌بانکی و حتی افزایش اضافه برداشت بانک‌ها از منابع بانک مرکزی منجر می‌شود. لیکن در مراحل بعدی در صورت اقدام بانک‌ها به تعدیل منابع و مصارف خود از طریق تعدیل رشد تسهیلات‌دهی، از میزان حجم بدهی بانک‌ها به بانک مرکزی کاسته خواهد شد. در عین حال انتظار می‌رود با هزینه‌کرد منابع جمع‌آوری‌شده از این محل توسط دولت، مجدداً این منابع به شبکه بانکی تزریق شود و اضافه برداشت بانک‌ها از منابع بانک مرکزی کاهش یابد.

به تبع تداوم رویکرد دولت بر عرضه بازاری انواع اوراق مالی اسلامی دولتی از مسیر تعدیل نرخ‌های بزه‌ای این اوراق، روند افزایشی نرخ بازده اسناد خزانه اسلامی در آبان ماه نیز ادامه یافت؛ به نحوی که در این ماه نرخ بازده اسناد مذکور با سررسیدهای یک، دو و سه ساله به ترتیب با ۰،۱۲۴، ۰،۶۷ و ۰،۱۴ واحد درصد افزایش نسبت به ماه قبل به ترتیب به ۲۳،۴۰، ۲۳،۸۹ و ۲۳،۹۸ درصد رسید. برخلاف ماه گذشته

## بانک پاسارگاد همواره در کنار مشتریان

## آگاه‌سازی، آموزش و امکان دسترسی گسترده به سامانه مدیریت چک صیاد

کلیه مراحل ثبت، دریافت و انتقال چک صیادی باید در سامانه بانک مرکزی ثبت و تایید شود و عملاً دریافت چک از صادرکننده بدون ثبت در سامانه صیاد اعتبار ندارد. بانک‌ها از ابتدای استقرار سامانه صیاد تلاش کرده‌اند اطلاع‌رسانی مناسبی در این خصوص داشته باشند. از جمله بانک‌هایی که علاوه بر آگاه‌سازی عمومی، اقدامات شایسته‌ای در راستای سهولت کار مشتریان انجام داده، بانک پاسارگاد است. بانک پاسارگاد که به شکل نهادینه، مشتریان را ذات بانک می‌داند و این تفکر را در عمل هم ثابت کرده است، برای رفاه حال استفاده‌کنندگان از چک صیادی به عنوان ابزار مالی کارآمد، اطلاع‌رسانی گسترده‌ای با هدف اطلاع‌رسانی قانون جدید چک و نحوه بهره‌مندی از مزایای چک‌های جدید انجام داده است. این بانک با تولید محتوای متعدد آموزشی و انتشار آنها در رسانه‌های گوناگون از جمله شبکه‌های اجتماعی، سایت بانک پاسارگاد و رسانه‌های گروهی، تلاش گسترده‌ای برای افزایش دانش عمومی در زمینه قانون جدید چک انجام داده است.

علاوه بر این موارد این بانک هم‌راستا با اهداف بانک مرکزی و در جهت ارتقای دانش عمومی هموطنان گرمی درخصوص قوانین جدید چک، نسبت به تهیه کتابچه راهنما یا این محوریت اقدام و نوسین چاپی این کتابچه را در کلیه شعبه‌های بانک پاسارگاد به مشتریان ارجمندان ارائه می‌دهد. نسخه الکترونیک این کتابچه به نشانی <https://www.bpi.ir/check-new.pdf> در سایت بانک پاسارگاد در اختیار عموم قرار گرفته است.

بانک پاسارگاد برای دسترسی آسان مشتریان به خدمات «سامانه مدیریت چک (صیاد)» امکان دسترسی به این سامانه را در همراه بانک، بانکداری الکترونیک و همچنین در سایت بانک پاسارگاد به نشانی [www.bpi.ir](http://www.bpi.ir) فراهم کرده است تا افراد به راحتی و با مراجعه به این سامانه نسبت به ثبت، تأیید و انتقال چک‌های جدید اقدام کنند.

همچنین در صورتی که مشتریان این بانک به هر دلیلی نتوانند از راه‌های اشاره‌شده به سامانه مذکور دسترسی داشته باشند، امکان دریافت تمام خدمات این سامانه در کلیه شعبه‌های بانک پاسارگاد برای‌شان فراهم شده است.

# آگهی



جمهوری اسلامی ایران  
وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی  
اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان گیلان

بدینوسیله به آگهی کلیه کارفرمایان محترم کارگاههای مشمول قانون کار حوزه استحفاظی شهرستان تالش می‌رساند که بشرط احراز شرایط ذیل می‌توانند داوطلب نمایندگی کارفرمایان در هیئت حل اختلاف مستقر در اداره تعاون کار رفاه اجتماعی شهرستان تالش گردند

۱- تابعیت جمهوری اسلامی ایران  
۲- داشتن حداقل ۳۰ سال تمام  
۳- تاهل

۴- شمول قانون کار جمهوری اسلامی ایران  
۵- داشتن حداقل مدرک تحصیلی لیسانس و ۴ سال سابقه کارگاه مشمول قانون کار تبصره: نمایندگان کارفرمایان که فاقد مدرک کارشناسی می‌باشند به شرط داشتن حداقل مدرک گواهینامه پایان دوره متوسطه و دو دوره (۴ سال) عضویت در مراجع حل اختلاف می‌توانند به عضویت هیئت حل اختلاف درآیند.

۶- آشنایی با قانون کار و مقررات مرتبط  
۷- در مورد اشخاص حقوقی مدیرعامل یا مدیرمسئول و یا یکی از اعضای هیئت مدیره با معرفی مدیرعامل یا مدیر مسئول بعنوان داوطلب نمایندگی کارفرمایان در هیئت حل اختلاف پذیرفته می‌شود.

\* مدارک لازم برای داوطلبین حقیقی  
۱- تصویر کارت ملی و اولین صفحه شناسنامه و صفحه مربوط به تاهل و اصل آن جهت مطابقت  
۲- تصویر پروانه کسب و اصل آن جهت مطابقت  
۳- تصویر آخرین مدرک تحصیلی (کارشناسی)  
در صورتی که فاقد مدرک کارشناسی باشند باید تصویر مدرک گواهینامه پایان دوره متوسطه و تصویر اعتبارنامه دو دوره عضویت (۴ سال) در مراجع حل اختلاف را ارائه دهند.  
۴- (۴ فقره) لیست بیمه اجباری مربوط به کارگاه داوطلب نمایندگی از ۴ سال به‌همراه تصاویر فیشهای حق بیمه پرداختی  
۵- درخواست کتبی داوطلب نمایندگی به‌همراه اعلام شماره تماس و آدرس کامل پستی ذیل آن  
\* مدارک لازم برای داوطلبین حقوقی  
۱- تصویر کارت ملی داوطلب و اولین صفحه شناسنامه و صفحه مربوط به تاهل به‌همراه اصل آن جهت مطابقت  
۲- معرفی مکتوب مدیرعامل یا مدیرمسئول شخصیت حقوقی جهت اعلام داوطلبی شخص  
۳- تصویر آگهی تاسیس شرکت یا موسسه دارای شخصیت حقوقی با تصویر آخرین آگهی تغییرات شرکت یا موسسه حقوقی یا انجمنهای صنفی یا اتحادیه  
۴- تصویر آخرین مدرک تحصیلی (کارشناسی) فرد داوطلب نمایندگی  
در صورتی که فاقد مدرک تحصیلی کارشناسی باشند باید تصویر مدرک گواهینامه پایان دوره متوسطه و تصویر اعتبارنامه دو دوره عضویت (۴ سال) در مراجع حل اختلاف را ارائه دهند.  
۵- (۴ فقره) لیست بیمه اجباری مربوط به شخصیت حقوقی داوطلب نمایندگی از ۴ سال به‌همراه تصاویر فیشهای حق بیمه پرداختی  
واجدین شرایط فوق می‌توانند ظرف مدت ۱۵ روز از تاریخ انتشار این آگهی نسبت به ارائه مدارک فوق‌الذکر (حسب مورد) به نشانی تالش خ ۲۰ متری جنب اداره گاز کوچه اطبا اداره تعاون کار و رفاه اجتماعی تالش اقدام و رسید اخذ نمایند.  
ضمناً اسامی نهایی داوطلبان تأیید صلاحیت شده متعاقباً از طریق همین روزنامه اعلام خواهد گردید.



## نماگر بازار سهام



## ۶ تحول کلیدی صنعت خودرو در سال ۲۰۲۱

فناوری پیشرفته الکتریکی، دیجیتالی سازی، حمل و نقل هوشمند و فناوری رانندگی خودران از جمله فناوری‌های تحول‌آفرین هستند که چهره جدیدی به حمل نقل نوین بخشیده‌اند. به گزارش خودروپرس، صنعت جهانی خودرو با انبوهی از تحولات در جهت مختلف مواجه شده است که برخی از این تحولات به کسب و کار خودروسازی سنتی آسیب می‌زند، در حالی که برخی دیگر آینده‌های جدید را شکل می‌دهند. یکی از روندهای تحول‌آفرین که صنعت خودروسازی آینده را شکل می‌دهد، نفوذ فناوری‌های جدید مانند هوش مصنوعی، کلان‌داده‌ها و تجزیه و تحلیل داده‌ها همراه با اینترنت اشیا، بلاک‌چین و ... است. این فناوری‌ها مدل متعارف کسب و کار و عملیات خودرو را دچار دگرگونی کرده‌اند. فناوری پیشرفته الکتریکی، دیجیتالی سازی، حمل و نقل هوشمند و فناوری رانندگی خودران از جمله فناوری‌های تحول‌آفرین هستند که چهره جدیدی به حمل نقل نوین در سراسر جهان بخشیده‌اند. در اینجا شش تحول کلیدی که صنعت خودروسازی را در سال ۲۰۲۱ تکان داد، مرور می‌کنیم:

## ۱- فناوری خودران

وسایل نقلیه خودران، فناوری جدیدی است که دنیای خودروسازی و حمل و نقل سنتی را متحول می‌کند. ناوگان اتومبیل‌های خودران با تمرکز بر حلقه آخر زنجیره تحویل کالا (last mile delivery)، کاهش زمان خرابی و افزایش ایمنی حمل و نقل عمومی در حال رشد است. هدف این فناوری کاهش تصادفات با به حداقل رساندن خستگی یا سهل‌انگاری راننده‌هاست. وسایل نقلیه خودران مجهز به فناوری‌های تشخیصی پیشرفته و طیف وسیعی از سنسورها، دوربین‌ها و ... هستند. سال ۲۰۲۱ شاهد نفوذ بیشتر فناوری‌های خودران در دنیای خودرو بود.

## ۲- برقی سازی

کاهش سطح ذخایر سوخت فسیلی و افزایش آلودگی هوا به دلیل انتشار گازهای کربنی، صنعت خودروسازی را به سمت رونق خودروهای الکتریکی سوق داده است. حتی تا همین چند سال پیش خودروهای الکتریکی قیمت بالایی برای مصرف‌کنندگان داشتند اما قیمت اولیه خودروهای الکتریکی رو به کاهش است که از شکاف بین خودروهای برقی و سوخت فسیلی می‌کاهد. سال ۲۰۲۱ شاهد استقبال بیشتر مصرف‌کنندگان از چنین محصولاتی بودیم و روندهای دیگری که در این سال شاهد آن بودیم شامل بهبود فناوری باتری، افزایش زیرساخت‌های شارژ، برقی‌رسانی ناوگان و ... بود.

## ۳- هوش مصنوعی

همچون خیلی از صنایع دیگر، صنعت خودرو نیز شاهد به‌کارگیری بیشتر فناوری‌های هوش مصنوعی نظیر یادگیری ماشین، یادگیری عمیق، اتوماسیون رباتیک و ... است. این فناوری‌ها در حال هدایت اتومبیل‌های خودران، مدیریت ناوگان، کمک به رانندگان برای بهبود ایمنی و بهبود خدماتی چون بازرسی یا بیمه خودرو هستند. هوش مصنوعی همچنین در تولید خودرو، سرعت بخشیدن به نرخ تولید و کاهش هزینه‌ها کاربرد فزاینده‌ای پیدا کرده است.

## ۴- حمل و نقل اشتراکی

فناوری‌های خودرو متصل به روند جدید دنیای خودرو تبدیل شده‌اند. برخی آنها بر حمل و نقل اشتراکی به عنوان جایگزینی برای مالکیت سنتی خودرو تمرکز دارند. یکی از آنها «حمل و نقل به عنوان یک سرویس» (MaaS) است که افراد را به منع به‌کارگیری خودروهای بلااستفاده تشویق می‌کند. این مدل کسب و کار برای نیازهای یک شهر یا یک کسب و کار بدون افزودن خودروهای جدید طراحی شده که زمان بیکاری ناوگان را کاهش داده و آلودگی هوا ناشی از انتشار گازهای کربنی وسایل نقلیه را نیز به حداقل می‌رساند.

## ۵- بلاک‌چین

فناوری بلاک‌چین کاربردهای فزاینده‌ای در صنعت خودروسازی پیدا کرده است. این کاربردهای متعدد شامل اشتراک‌گذاری داده‌های خودرو در بستر یک شبکه ایمن برای اتصال و راهکارهای حمل و نقل اشتراکی از جمله سواری اشتراکی و حمل و نقل شهری است. بلاک‌چین باعث افزایش کارایی این بخش‌ها و کاهش حاشیه خطا می‌شود. در زنجیره تأمین صنعت خودرو نیز بلاک‌چین کارایی بیشتری را به ارمغان می‌آورد.

## ۶- سازندگان فناوری

یکی از تغییرات عمده‌ای که صنعت خودرو در سال ۲۰۲۱ شاهد آن است، راه‌اندازی زنجیره تأمین اختصاصی توسط خودروسازان سنتی است. بخش مهمی از این امر، ساخت و تولید ریزتراشه‌ها برای خودروهاست. صنعت خودرو که با بحران طولانی مدت در زمینه تأمین تراشه مواجه شده است متوجه شده که راه سختی برای توسعه و تولید تراشه‌های اختصاصی خود به جای تأمین آنها از سازندگان سنتی تراشه در پیش دارد.

## حذف کارت بازرگانی اجاره‌ای

وزیر صنعت، معدن و تجارت اعلام کرد که با صدور هوشمند کارت بازرگانی، فساد در این بخش حذف خواهد شد و دیگر شاهد اتفاق‌هایی از قبیل انتقال کالا با کارت بازرگانی یک کودک یا افراد سالخورده نخواهیم بود. به گزارش ایسنا، سیدرضا فاطمی‌امین در مراسم رونمایی صدور هوشمند کارت بازرگانی، اظهار کرد: یکی از مهم‌ترین پروژه‌های وزارت صمت، اجرای سامانه جامع تجارت است که تا پایان سال تکمیل خواهد شد. وی با بیان اینکه حاکمیت باید چهار اقدام شامل اولویت‌گذاری، تنظیم‌گری، تسهیلگری و نظارت را انجام دهد، گفت: سامانه جامع تجارت مربوط به بخش‌های مختلف دولت است، اما متولی آن وزارت صمت بوده است. بعد از تکمیل این سامانه روش مدیریت و حکمرانی در کشور عوض خواهد شد.

وزیر صمت با بیان اینکه در فرآیند جدید صدور کارت بازرگانی ۲۵ استعلام از ۲۰ دستگاه در کمتر از یک ساعت اخذ می‌شود، اظهار کرد: پیش از این شاهد بودیم عده‌ای به نام افراد مختلف از جمله کودکان و افراد سالخورده کارت بازرگانی می‌گرفتند و مبالغ زیادی کالا جابه‌جا می‌کردند، اما هدف این است که با ضوابط جدید کارت بازرگانی به افراد قابل اطمینان اعطا شود. همچنین فعالیت‌هایی که به سمت اولویت‌ها حرکت می‌کنند تسهیل شود. وی با اشاره به پیگیری حذف رانت و امضای طلایی در وزارت صمت، تصریح کرد: این اقدام در حوزه بورس کالا هم شروع شده و ۲۰ گروه از ۳۰ گروه دیگر سهمیه‌بندی ندارند. در حوزه کارت بازرگانی نیز امروز هوشمندسازی کلید خورد.

فاطمی‌امین با اشاره به حذف رانت از صدور کارت بازرگانی، گفت: در اذهان مردم این است که کارت بازرگانی فساد دارد، اما با هوشمند شدن این فرآیند، صدور و تمدید کارت منوط به پرداخت مالیات است و نمی‌توان صوری اقداماتی انجام داد، چراکه امضای طلایی از کارت بازرگانی حذف شد.

وی وضعیت صادرات را مناسب توصیف کرد و گفت: صادرات در سال جاری از مرز ۴۰ میلیارد دلار عبور کرد. تلاش ما نیز حذف موانع است که در این مدت برخی از موانع نیز حل و فصل شده است.

# کاهش قیمت تمام‌شده خودرو در اختیار مدیران عامل خودروسازی‌ها و وزارت صمت نیست



یکی از عوامل پیچیدگی و ایجاد هزینه‌ها است و همین مشکل در حوزه قطعه‌سازی‌ها و شعبات متعدد آنها نیز وجود دارد که عمدتاً بهره‌ور نیستند و البته مدیریت این بخش از حیطه اختیارات خودروسازان خارج است. عضو هیات علمی دانشگاه علم و صنعت ایران ضمن تأکید بر ضرورت چابک‌سازی ساختار صنعت خودرو در راستای کاهش هزینه تمام‌شده گفت: متأسفانه در شرایطی قرار داریم که مسائل سیاسی بر اقتصادی می‌چربد و به همین دلیل نمی‌توان در راستای ارتقای بهره‌وری و تعطیلی کارخانجاتی که بهره‌وری ندارند، حرکت کرد. کاکایی همچنین گفت: از سال ۹۶ تا ۹۷ تولید به طور تقریبی نصف شد و این موضوع از لحاظ منطقی می‌بایست از تعداد نیروی کار و اضافه‌کاری‌ها بکاهد در صورتی که این اتفاق نیفتاد زیرا جابه‌جایی نیروها به ویژه در بدنه اصلی خودروسازی‌ها از حیطه اختیارات مدیرعامل خارج است.

وی همچنین به جابه‌جایی مدیران عامل طی ۱۰ سال گذشته تأکین و بهره‌گیری از سیستم‌های متعدد نظارتی و اطلاعاتی اشاره کرد و افزود: هیچ‌یک از این عوامل نتوانسته‌اند تاکنون رقمی منطقی و معنادار از هزینه‌ها بکاهند ضمن اینکه شاید بتوان حداکثر ۵ درصد از هزینه‌ها را کاهش داد، اما آنقدر نرخ رشد نهاده‌های تولید بالا است که هزینه‌های کاهش یافته نیز چشمگیر نخواهد بود. این کارشناس صنعت خودرو در ادامه به افزایش سه برابری هزینه‌های لجستیک در دنیا اشاره کرد و گفت: کاهش هزینه‌ها متأسفانه به دلیل ساختارهای اقتصادی کشور چندان در اختیار مدیران عامل خودروسازی‌ها نیست، بلکه نیازمند ایجاد تحولات اساسی در این صنعت است که کسی نیز زیر بار آن نمی‌رود.

قیمت تمام‌شده خودرو موثر است، از حیطه مدیریت خودروسازی‌ها خارج است. وی در ادامه گفت: در مجموع از دیدگاه اقتصادی می‌توان گفت، صنعت خودروی کشور طی ۱۰ سال گذشته تاکنون، صنعتی زیانده بوده و اگر در مقاطع کوتاهی نیز سوددهی داشته، در مقایسه با سود بانکی، زیان‌دهی عملیاتی آن مسجل است که نتیجه می‌گیریم، سرمایه‌گذاری بر روی خطوط جدید در این صنعت عملاً مقرون به صرفه نخواهد بود. این کارشناس صنعت خودرو با بیان اینکه این صنعت در ۱۰ سال گذشته در چارچوب قیمت‌گذاری دستوری حرکت کرده و رقابت آزاد در آن شکل نگرفته است، گفت: قیمت‌گذاری دستوری روند سرمایه‌گذاری را کند کرده و خودروسازان در مواجهه با کاهش نقدینگی و تورم، ناچار از استقراض از بانک‌ها شده‌اند که این موضوع عاملی برای افزایش هزینه‌های مالی بوده به طوری که روند کاهش بخش مهمی از هزینه‌های مالی طی سال‌های ۹۴ تا ۹۶ در چهار ماه نخست سال ۹۷ روند معکوس به خود گرفت.

کاکایی در این باره به نرخ دلار در سال ۹۶ بر مبنای ۳ هزار و ۳۰۰ تومان اشاره کرد که در سال ۹۷ به بیش از ۸ هزار تومان رسید و در حدود سه سال گذشته به طور تقریبی ۱۰ برابر شده است و افزود: بدین ترتیب به موازات افزایش نیاز به نقدینگی از میزان درآمدی خودروسازان کاسته شده و در جهت استقراض از نظام بانکی حرکت کرده‌اند که این موضوع نشان می‌دهد، خودروسازان قادر به کاهش بخش مهمی مالی نیستند. وی در ادامه به مباحث کلان‌تر اشاره کرد و آن اینکه ساختار و زنجیره صنعت خودروی کشور پیچیده است و بر خورداری خودروسازان از تعداد زیادی شرکت‌های زیرمجموعه و کارخانجات متعدد در سطح کشور

در زنجیره فولاد تأکید کرد:

## ضرورت تشکیل بازار بهینه‌سازی انرژی

مصرف گاز در بخش خانگی، نیروگاهی و صنایع عمده است و همین رشد در سالهای آتی تداوم خواهد داشت این در حالی است که توسعه و تولید گاز تناسبی با برنامه‌های چشم انداز فولاد کشور در افق ۱۴۰۴ خواهد بود.

مدیرعامل شرکت فولاد مبارکه با اشاره به مصرف سالیانه ۱۱ میلیارد مترمکعب مصرف صنایع فولادی که معادل ۲،۵ درصد مصرف گاز کشور است، خاطرنشان کرد: در ۵،۴ سال آینده مصرف گاز صنایع فولادی به دو برابر افزایش خواهد یافت و براساس ظرفیت‌های تولید فولاد به ۲۲ میلیارد مترمکعب خواهد رسید که با تولید توسعه گاز متناسب نخواهد شد.



### ضرورت تشکیل بازار بهینه‌سازی انرژی

وی با اشاره به اینکه تولید گاز با ظرفیت‌های موجود صنعت هم‌خوانی ندارد، گفت: باید بازنگری جدی در توسعه صنعت فولاد شود و برای پایداری در صنعت نیاز است که بازنگری جدی در بهینه‌سازی صورت گیرد. طبیعتاً به ارائه پیشنهادات شرکت فولاد مبارکه برای عبور از بحران محدودیت گاز در کوتاه مدت پرداخت و گفت: تشکیل بازار بهینه‌سازی انرژی پیشنهاد عملیاتی است که ما اعلام آمادگی می‌کنیم که معادل میزان صرفه جویی مصارف بخش خانگی را از مصرف‌کننده نهایی خریداری کنیم.

وی با اشاره به راهکارهایی برای برون‌رفت محدودیت تامین گاز، اظهار کرد: برای کاهش مصرف انرژی به ویژه گاز اقداماتی در شرکت فولاد مبارکه انجام می‌شود که به شارژ گرم اسلب می‌توان اشاره کرد اگرچه این اقدام به کاهش راندمان منجر می‌شود.

مدیرعامل شرکت فولاد مبارکه به ذخیره‌سازی به روش LNG و

عضو هیأت علمی دانشگاه علم و صنعت ایران گفت متأسفانه به دلیل ساختارهای اقتصادی کشور، کاهش هزینه‌ها چندان در اختیار مدیران عامل خودروسازی‌ها و یا حتی وزارت صمت نیست، بلکه نیازمند ایجاد تحولات اساسی است که کسی نیز زیر بار آن نمی‌رود.

امیرحسین کاکایی در گفت‌وگو با خبرنگار خبر خودرو، در خصوص عوامل موثر بر کاهش قیمت تمام‌شده خودرو و راهکارهای آن اظهار داشت: مواد اولیه شامل ورق فولاد، رنگ، آلومینیوم، مس و قیمت قطعاتی که از قطعه‌سازان خریداری می‌شود، همچنین دستمزد و هزینه‌های مالی از پارامترهای کلیدی در تعیین قیمت تمام‌شده خودرو هستند. ۱۳ تا ۱۵ درصد قیمت نهایی خودرو را مالیات و بیمه به عنوان هزینه‌های دولتی دربر می‌گیرد.

وی افزود: رشد سطح اتوماسیون به معنای سرمایه‌گذاری بر روی خطوط جدید تولید یکی از مسیرهای کاهش قیمت تمام‌شده است که نیازمند نقدینگی است، ضمن اینکه طراحی محصول جدید با ارزش افزوده بیشتر نیز به این موضوع کمک می‌کند که البته این موضوع نیز نیازمند سرمایه‌گذاری است.

عضو هیأت علمی دانشگاه علم و صنعت ایران گفت: کاهش هزینه‌ها در زنجیره تأمین همچون هزینه لجستیک و یا کاهش قیمت قطعات داخلی یا وارداتی که به دلایل مختلف با بهای بالاتری خریداری می‌شوند از جمله مسیرهایی است که به کاهش قیمت تمام‌شده می‌انجامد و امکان تحقق آن نیز وجود دارد. کاکایی همچنین در اشاره به هزینه‌های مالی از چرخه مالی شرکت‌ها یاد کرد و گفت: متأسفانه در حال حاضر مجموعه عواملی که بر کاهش

مدیرعامل فولاد مبارکه در سمینار چالش گاز در زنجیره فولاد گفت: تشکیل بازار بهینه‌سازی انرژی پیشنهاد عملیاتی است که ما اعلام آمادگی می‌کنیم که معادل میزان صرفه‌جویی مصارف بخش خانگی را از مصرف‌کننده نهایی خریداری کنیم؛ تشکیل اتاق فکر و کارگروه‌های تخصصی در حوزه گاز می‌تواند به تغییر بینش و فرهنگ در مصرف بهینه گاز در مصرف خانگی یاری برساند. به گزارش خبرنگار ایراسین، محمدیاسر طبینیا، مدیرعامل شرکت فولاد مبارکه امروز (۵دیماه) در سمینار تخصصی چالش گاز در زنجیره فولاد اظهار کرد: ۷۰ درصد نیاز کشور ما بر پایه گاز طبیعی تأمین می‌شود و جایگاه دهم فولاد جهان بر همین مزیت نسبی گاز طبیعی بنا نهاده شده است.

وی با بیان این که ایران، نخستین کشور تولیدکننده فولاد برپایه آهن اسفنجی در جهان است، افزود: مزیت تولید فولاد در کشور ما بر اساس گاز طبیعی است؛ در جلسه‌ای مطرح شد که اگر قیمت گاز طبیعی در کشور به قیمت جهانی برسد، تولید فولاد توجیه اقتصادی دارد؟ که این پرسش از اساس اشتباه است چراکه باید همه جوانب تولید فولاد و صنعت در کشور را در نظر گرفت و به این نکته دقت کرد که اقتصاد و اشتغال در کشور ما به تولید فولاد وابسته است. مدیرعامل شرکت فولاد مبارکه با اشاره به اینکه در ایام کرونا شرکت فولاد مبارکه با یک سوم نیروی انسانی به رکورد تولید دست یافت، خاطرنشان کرد: عوامل متعددی اعم از نرخ اشتغال‌رایی ۱۴ درصد در صنایع، تحریم و ... در کشور ما نقش دارد که در دیگر نقاط دنیا مطرح نیست پس در برنامه‌ریزی باید به این نکته توجه کرد که صنعت فولاد، صنعتی پیشرو، پیشران و پشتیبان سایر صنایع است و توسعه سایر صنایع به توسعه صنعت فولاد وابسته است.

### محدودیت‌های انرژی همه صنایع را متضرر می‌کند

وی با اشاره به تولید ۳۰ تن فولاد خام در کشور گفت: با ظرفیت موجود، صنایع پایین‌دستی اعم از خودروسازی، لوازم خانگی، لوله و پروفیل به تولیدات داخلی وابسته است و هرگونه اعمال محدودیت انرژی منجر به کاهش تولید می‌شود که در نهایت همه صنایع متضرر خواهند شد. طبینیا به جایگاه دوم ایران در ذخایر گازی اشاره‌ای کرد و افزود: میزان مصرف گاز در کشور ما پس از آمریکا، روسیه و چین است و این نکته مهمی است که نوع مصرف ما در جهت مصرف‌گرایی بوده است. ۷۰ درصد مصرف گاز در ایران در بخش خانگی است و ترکیب مصرف گاز در کشور ما در راستای توسعه صنعت نیوده است.

**توسعه تولید گاز در کشور همگام با توسعه بخش صنعت نیست** وی با تأکید بر اینکه مسأله اصلی گاز ایران در بخش مصرف است، گفت: آمار توسعه‌های سالانه در سنوات گذشته نشان دهنده افزایش





# استفاده دوباره از محتوای بازاریابی برند در مراسم‌های آنلاین

آیا شما تا به حال ساعت‌ها برای آماده‌سازی محتوای مناسب به منظور ارائه در مراسم‌های آنلاین وقت گذاشته‌اید؟ بی‌تردید این امر در صدر فهرست علاقه‌مندی بازاریاب‌ها قرار ندارد. به ویژه اینکه پس از پایان مراسم موردنظر تمام محتواهای تولیدی از سوی شما بی‌استفاده باقی خواهد ماند. این امر دردسرهای زیادی برای تیم‌های بازاریابی به همراه داشته و می‌تواند فشار کاری زیادی روی آنها قرار دهد. درست به همین خاطر شما برای تأثیرگذاری بسر روی مخاطب هدف‌تان باید همیشه به دنبال تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان باشید.

هدف اصلی در این مقاله بررسی برخی از راهکارها برای استفاده دوباره از محتوای تولیدشده برندها به منظور نمایش در مراسم‌های آنلاین است. شما با این کار امکان تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با محتوایی جذاب و همچنین کاهش هزینه‌های تبلیغاتی‌تان را خواهید داشت. اگر موضوع موردنظر برای شما نیز نوعی دغدغه مهم محسوب می‌شود، در ادامه با ما همراه باشید تا خیال‌تان بابت این مسئله مهم راحت شود.

**تبدیل ویدئوهای لایو به پست‌های جذاب**

ویدئوهای لایو پس از اینکه مراسم برند شما پایان می‌پذیرد، به سرعت تأثیرگذاری‌اش را از دست می‌دهد. درست به همین خاطر شما باید همیشه برنامه‌ای ویژه برای ساماندهی وضعیت برنداتان پس از پایان مراسم کاری داشته باشید، در غیر این صورت ویدئوهای لایوتان فقط برای زمانی که پخش شده کاربرد خواهد داشت. امروزه برخی از تیم‌های بازاریابی و برندهای حرفه‌ای برای استفاده دوباره از ویدئوهای لایوشان که مربوط به مراسم‌های زنده است، از تکنیک تبدیل آنها به ویدئوهای جداگانه استفاده می‌کنند. شاید این امر در نگاه نخست بسیار عجیب به نظر برسد، اما تأثیرگذاری بسیار بالایی برای برنداتان به همراه خواهد داشت. دست‌کم به این شیوه شما می‌توانید مطمئن شوید مدت‌ها پس از ویدئوی لایوتان هم ایده و محتوای آماده برای بارگذاری دارید.

تبدیل ویدئوهای لایو به پست‌های جذاب نیازمند اختصاص زمان گسترده از سوی شماست. این امر شاید در نگاه نخست بسیار ساده به نظر برسد، اما سختی‌های خاص خودش را نیز دارد. مهمترین مسئله در این میان تلاش برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف با استفاده از اعمال تغییراتی جزئی بر روی ویدئوهاست. بدون شک کاربران علاقه‌ای برای مشاهده ویدئوهای لایو شما در قالب یک پست جداگانه ندارند. پس شاید در این میان لازم باشد مقداری از ویدئوهای قبلی یا ایده‌های تازه‌تان نیز بهره بگیرید، در غیر این صورت توانایی‌تان برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به شدت کاهش پیدا خواهد کرد. راهکار ما در این بخش طراحی و ضبط یک مقدمه برای پست‌تان در قالب ویدئو است. سپس براساس توضیح و مقدمه‌ای که چیده‌اید، امکان تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف‌تان را خواهید داشت. این امر وضعیت شما در بازار را به طور قابل ملاحظه‌ای بهبود می‌بخشد. به این ترتیب دیگر نیازی به نگرانی نسبت به نحوه تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف نخواهد بود.

اشتیاه بسیاری از برندها تلاش برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف بدون اعمال کمترین تغییراتی در ویدئوهای قدیمی‌شان است. در این میان ویدئوهای لایو نیز شرایط مشابهی دارد. بنابراین شما باید دست‌کم اندکی تغییر و ایجاد انطباق میان ویدئوهای موردنظر با حال و هوای برنداتان را مدنظر قرار دهید، در غیر این صورت وضعیت‌تان برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور قابل ملاحظه‌ای دشوار خواهد شد.

**طراحی محتوای وبلاگی براساس رویداد موردنظر**
وقتی یک رویداد تمام می‌شود، مسئله موردنظر آن همچنان پابرجا خواهد ماند. به هر حال ایده اصلی شما برای برگزاری مراسم باید آنقدر مهم بوده باشد که بودجه برنداتان را به آن اختصاص دهید. توصیه ما در این میان برای شما استفاده از ایده‌ها، انواع محتوا و همچنین بازخوردهای دریافتی از سوی کاربران برای صورت‌بندی پست‌های وبلاگی است. از آنجایی که وبلاگ‌ها به طور معمول تأثیرگذاری بسیار بالاتری بسر روی مخاطب

هدف دارد، شما در صورت تمایل امکان تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور حرفه‌ای را خواهید داشت. یادتان باشد وبلاگ همیشه محلی برای تعامل با مخاطب هدف حرفه‌ای برندها محسوب می‌شود. بنابراین اگر شما به دنبال انتشار محتوا در این بخش هستید، باید حرف تازه‌ای برای مشتریان‌تان داشته باشید، در غیر این صورت مشتریان مورد نظر که اتفاقا در حوزه فعالیت شما حرفه‌ای هم هستند، خیلی راحت سراغ برندهای دیگر خواهند رفت.

بی‌شک وقتی یک برند در رقابت با سایر کسب و کارها خیلی زود توانایی‌اش برای تأثیرگذاری بر روی مشتریان را از دست می‌دهد، آینده‌ای در دنیای کسب و کار به شدت در خطر خواهد بود. درست به همین خاطر شما باید همیشه به دنبال تأثیرگذاری بر روی مشتریان به صورت حرفه‌ای باشید. نکته مهم اینکه اغلب مراسم‌های مربوط به

طراحی یک دوره آموزشی همیشه کار سخت و غیرممکنی به نظر می‌رسد. نکته مهم اینکه شما در صورت ارزیابی این امر به منایبه فعالیتی جانبی پس از برگزاری مراسم آنلاین‌تان مشکلات بسیار کمتری خواهید داشت. دلیل این امر نیز امکان استفاده از محتوای در دسترس پس از برگزاری مراسم‌های کاری برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف است. بنابراین شما هیچ مشکلی برای جلب نظر مشتربان در این رابطه نخواهید داشت. چنین امری می‌تواند انگیزه شما برای جلب نظر مشتربان را به طور قابل ملاحظه‌ای تقویت نماید.

بسیاری از بازاریاب‌ها به دلیل ترس از دشواری‌های یک پروژه هرگز سراغ آن نمی‌روند. ماجرا درباره طراحی دوره‌های آموزشی نیز دقیقا به همین شکل است. اگر شما پس از برگزاری مراسم آنلاین‌تان با استفاده از محتوای در دسترس در آن دوره اقدام به طراحی یک دوره آموزشی یا

خودتان را به جای مخاطب هدف برنداتان قرار دهید، خیلی خوب امکان ارزیابی نیازها و سلیقه آنها را خواهید داشت. چنین امری خودش را در طراحی ایمیل‌های کاربردی و ارسال‌شان برای مخاطب هدف در قالب خبرنامه نشان می‌دهد. بنابراین شما باید همیشه نیم نگاهی به وضعیت مشتربان هدف با قرار دادن خودتان در جای آنها داشته باشید، در غیر این صورت شاید خیلی زود فرصت تأثیرگذاری بر روی کاربران را از دست داده و تبدیل به یکی از ده‌ها برند کلیشه‌ای حاضر در بازار شوید. این امر وضعیت شما را به طور قابل ملاحظه‌ای در زمینه بازاریابی و مدیریت خبرنامه با چالش همراه خواهد کرد.

بی‌شک برای نگارش ایمیل‌های جذاب به منظور راه‌اندازی خبرنامه شما می‌توانید از نظرات همکاران‌تان در بخش‌های دیگر نیز سود ببرید. این امر اغلب اوقات در قالب ارزیابی یا بازبینی محتوای اولیه از سوی همکاران



دیگر بخش‌ها صورت می‌گیرد. تنها نکته‌ای که در این میان باید مدنظر شما قرار داشته باشد، استفاده از ایده‌ها و موضوعات مورد بحث در مراسم آنلاین‌تان است، در غیر این صورت کاربرد خبرنامه‌تان از بین می‌رود.

**استفاده از باز‌خورد حاضران در مراسم آنلاین برای بازاریابی بهتر**

آگاهی از نظرات مشتریان نسبت به فعالیت برند همیشه امر مهمی محسوب می‌شود. برندهایی که به چنین نکته مهمی توجه نشان نمی‌دهند، همیشه با مشکلات اساسی برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب‌شان رو به رو می‌شوند. اگر شما به اندازه کافی برای دریافت نظرات از سبوی مشتریان‌تان خوش‌شانس هستید، باید اجرای آنها را در دستور کار قرار دهید، در غیر این صورت شانس‌تان برای تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف به طور قابل ملاحظه‌ای کاهش پیدا خواهد کرد.

بدون تردید کسانی که در مراسم‌های برند شما حضور پیدا می‌کنند، تمایل بسیاری زیادی برای مشارکت با شما دارند. این امر باید از سوی شما برای تأثیرگذاری حرفه‌ای بر روی آنها مدیریت شود، در غیر این صورت شما فقط فرصت‌های‌تان را از دست داده‌اید. این امر شرایط شما را به طور قابل ملاحظه‌ای دشوار و پیچیده می‌کند.

امروزه مشتربان در واکنش به برندهایی که بازخوردهای‌شان را جدی نمی‌گیرند، فقط یک کار ساده انجام می‌دهند. این کار ترک برند موردنظر و جست و جو برای رقیبی بهتر است. به این ترتیب اگر شما به سلیقه و ایده‌های مشتربان‌تان اهمیت دهید، خیلی زود با برندهای دیگر جایگزین خواهید شد. این امر می‌تواند برای شما به شدت دردناک باشد. پس همیشه نیم نگاهی به سلیقه و بازخوردهای مشتریان‌تان داشته باشید.

یکی از بهترین منابع برای گردآوری باز‌خورد مشتریان مربوط به مراسم‌های آنلاین است. اغلب اوقات مشتریانی که علاقه نسبی به برند شما دارند، برای تعامل با کسب و کارتان اقدام به حضور در مراسم‌های‌تان می‌کنند. بنابراین شما باید فرصت مورد نظر را مهم ارزیابی کنید. توصیه ما در این بخش استفاده از مراسم‌های برند به منظور تأثیرگذاری بر روی مشتربان در وهله نخست و سپس تلاش برای تحلیل بازخوردهای دریافتی از سوی مشتریان است. این امر می‌تواند وضعیت شما را به طور قابل ملاحظه‌ای تغییر داده و شما را در کانون توجه مشتریان قرار دهد.

یادتان باشد شما برای استفاده از ایده ها و بازخوردهای مشتریان همیشه زمان ندارید. نکته مهم در این رابطه ضرورت اجزرای بازخوردهای مشتربان در ساماندهی برنداتان به ساده‌ترین شکل ممکن است. اگر شما این نکته مهم را مورد توجه قرار ندهید، خیلی زود توانایی‌تان برای مدیریت انتظارات مشتربان از بین می‌رود. آن وقت دیگر بازگرداندن مشتربان بدل به سخت‌ترین کار دنیا خواهد شد.

بی‌شک برندهایی که به دنبال تأثیرگذاری بر روی مخاطب هدف هستند، همیشه از بازخوردهای مشتریان به خوبی استفاده می‌کنند. برندهای بزرگ به طور معمول در ایسن رابطه مهارت بالایی دارند. بنابراین شما هم باید

برندها ماهیت حرفه‌ای دارد. بنابراین شما امکان استفاده از محتوای مورد استفاده در مراسم‌های کاری برای تولید محتوای وبلاگی را خواهید داشت.

اگر شما تا به حال تجربه تولید محتوای وبلاگی را نداشته‌اید، باید نوعی تجدیدنظر اساسی در روند تولید محتوای‌تان صورت دهید. دلیل این امر نیز فضای بسیار متفاوت وبلاگ‌ها در مقایسه با سایر حوزه‌هاست. بنابراین اگر شما براساس پیش‌فرض‌تان از فضای شبکه‌های اجتماعی اقدام به تولید محتوا در وبلاگ نمایید، خیلی زود توانایی‌تان برای تأثیرگذاری بر روی مشتربان از بین خواهد رفت. این امر می‌تواند حتی اعتبار شما به عنوان یک برند برگزارکننده مراسم‌های کاری را نیز به طور قابل ملاحظه‌ای خدشه‌دار نماید. بنابراین پیش از اینکه کارتان را در این بخش شروع کنید، دست‌کم با برخی افراد حرفه‌ای در حوزه موردنظر گفت و گو داشته باشید. این امر می‌تواند شما را برای تأثیرگذاری بر روی مشتریان جدیدتان با انتظارات بالا آماده نماید.

**طراحی دوره آموزشی**

امروزه در اغلب مراسم‌های آنلاین برندها بحث‌هایی درباره آموزش مهارت‌های تازه و کاربردی به مشتربان و مخاطب علاقه‌مند وجود دارد. گاهی اوقات حتی برخی از کارگاہها نیز در خلال برگزاری مراسم‌های کاری مورد توجه قرار می‌گیرند. این امر می‌تواند ایده بسیار خوبی برای برند شما به منظور تأثیرگذاری بسر روی مخاطب هدف باشد. پس اگر شما هم قصد تعامل با مشتربان و تأثیرگذاری حرفه‌ای بر روی آنها را دارید، باید همیشه نکات مورد بحث در این مقاله را به خاطر بسپارید.

# فرصت امروز

**روزنامه مدیریتی – اقتصادی**

**سه‌شنبه | ۷ دی ۱۴۰۰ | شماره ۱۹۳۱ | صفحه ۸ |**

**صاحب‌امتیاز:** موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز

**مدیر مسئول و سردبیر:** محمدرضا قدیمی

**چاپ:** هنر سرزمین سبز

**دفتر مرکزی:** مطهری، خیابان علی اکبری، پلاک ۱۱۵

**دفتر مرکزی:** ۸۸۳۱۷۷۳۸

**سازمان آگهی‌ها:** ۸۸۳۲۰۹۶۰

**آیین نامه اخلاقی حرفه ای روزنامه:** WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

WWW.FORSATNET.IR

INFO@FORSATNET.IR